

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera

Průzkum spokojenosti a kvality veřejné dopravy v Královéhradeckém kraji

Lukáš Liška

Bakalářská práce  
2020

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

## **ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Lukáš Liška**  
Osobní číslo: **D17108**  
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**  
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**  
Téma práce: **Průzkum spokojenosti a kvality veřejné dopravy  
v Královéhradeckém kraji**  
Zadávající katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

### Zásady pro vypracování

Úvod

1. Veřejná doprava a metody průzkumu
2. Průzkum spokojenosti a kvality veřejné dopravy v Královéhradeckém kraji
3. Vyhodnocení provedeného průzkumu

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. Jindřich Ježek, 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 vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen 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 26. 5. 2020

Lukáš Liška

Rád bych poděkoval vedoucímu práce, Ing. Jindřichu Ježkovi, Ph.D. a Ing. Janu Chocholáčovi, Ph.D., za vstřícný přístup a cenné rady při zpracování bakalářské práce.

## **ANOTACE**

Tato práce se zaměřuje na problematiku spokojenosti cestujících s kvalitou veřejné dopravy v Královéhradeckém kraji (téma nezahrnuje městskou hromadnou dopravu v Hradci Králové). V první části jsou vymezeny teoretické pojmy týkající se práce. Poté je popsán průzkum, který proběhl formou on-line dotazníku a nakonec, na základě výsledků dotazníku, jsou navržena opatření, která by měla vést ke zvýšení spokojenosti cestujících.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Královéhradecký kraj, veřejná doprava, průzkum, spokojenost, kvalita, cestující

## **TITLE**

Satisfaction and quality research with public transport in Královéhradecký region

## **ANNOTATION**

This thesis is focused on problematics of passenger satisfaction with quality of public transport in Královéhradecký region (topic does not include city transport in Hradec Králové). In first part, there are theoretical concepts concerning with thesis. Then it is described research, which took the form of an on-line questionnaire and finally, based on the results of the research, the measures are proposed to improve the level of passenger satisfaction.

## **KEYWORDS**

Královéhradecký region, public transport, research, satisfaction, quality, passengers

# OBSAH

ÚVOD .....	9
1 VEŘEJNÁ DOPRAVA A METODY PRŮZKUMU .....	10
1.1 Doprava .....	10
1.1.1 Osobní doprava .....	10
1.1.2 Příměstská a regionální doprava .....	11
1.1.3 Integrované dopravní systémy (IDS) .....	12
1.2 Marketing .....	12
1.2.1 Potřeby a přání zákazníka .....	12
1.2.2 Spokojenost zákazníka .....	13
1.2.3 Segmentace trhu .....	14
1.2.4 Kvalita .....	14
1.2.5 Služba .....	15
1.2.6 Marketingový mix služeb .....	15
1.3 Marketingový výzkum a průzkum .....	16
1.3.1 Zdroje informací .....	17
1.3.2 Druhy .....	17
1.3.3 Metodika .....	18
1.3.4 Specifika v dopravě .....	19
1.4 Dotazování .....	19
1.4.1 Kontaktní metody .....	19
1.4.2 Určení výběrového souboru .....	20
1.4.3 Dotazník .....	21
1.4.4 Typy otázek .....	21
2 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI A KVALITY VEŘEJNÉ DOPRAVY V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI .....	22
2.1 Královéhradecký kraj .....	22
2.2 Organizace dopravy v kraji .....	23
2.3 Metoda průzkumu .....	25
2.4 Výběrový vzorek .....	26
2.5 Struktura dotazníku .....	27
2.5.1 Věk .....	28
2.5.2 Pohlaví .....	29

2.5.3	Nejčastěji využívaný druh veřejné dopravy .....	29
2.5.4	Průměrné využití veřejné dopravy .....	30
2.5.5	Účel cesty .....	30
2.5.6	Průměrná doba cesty .....	31
2.5.7	Získávání informací o veřejné dopravě .....	32
2.5.8	Znalost výhod tarifu IREDO .....	32
2.5.9	Karta IREDO.....	33
2.5.10	Mobilní aplikace IDS IREDO .....	34
2.5.11	Telefonní linka Callcentra IREDO.....	35
2.5.12	Pokrytí kraje veřejnou dopravou.....	36
2.5.13	Návaznost linek.....	37
2.5.14	Frekvence spojení.....	37
2.5.15	Spokojenost s informovaností o změnách.....	38
2.5.16	Kvalita dopravních prostředků.....	39
2.5.17	Problémy s přeplněnými vozy.....	39
2.5.18	Dodržování jízdních řádů.....	40
2.5.19	Pozitiva veřejné dopravy v kraji.....	41
2.5.20	Negativa veřejné dopravy v kraji .....	41
2.6	Shrnutí výsledků průzkumu .....	42
3	VYHODNOCENÍ PROVEDENÉHO PRŮZKUMU .....	44
3.1	Komunikace .....	44
3.2	Karta IREDO.....	45
3.3	Mobilní aplikace IDS IREDO .....	47
3.4	Vozový park.....	48
3.5	Chování řidičů autobusů .....	49
	ZÁVĚR.....	51
	POUŽITÁ LITERATURA.....	52
	SEZNAM TABULEK.....	54
	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	55
	SEZNAM ZKRATEK.....	56
	SEZNAM PŘÍLOH.....	57



# ÚVOD

Spokojenost zákazníka je úzce spjata s kvalitou služeb. V přepravních službách v osobní dopravě v posledních letech rapidně vzrostl význam spokojenosti cestujících. Ti mají výrazně vyšší nároky na dopravce než dříve a je potřeba i nadále jejich potřeby uspokojovat, aby byli ve veřejné dopravě spokojeni a nadále ji využívali, což navíc přispívá i dnes velmi skloňovanému tématu ekologie.

Na cestující má také vliv spousta subjektivních faktorů každého z nich, které mohou velmi spokojenost ovlivnit. Mohou to být povaha dané osobnosti, chování, počasí, denní doba, únava aj. Ty se navíc v průběhu času, někdy i jen minut mohou výrazně měnit. Z toho vyplývá, že ne všem se lze zavděčit, a ani ta nejkvalitnější nabídka neuspokojí všechny. Hlavním úkolem by však měla být snaha o maximalizaci úrovně kvality a s tím související uspokojení co největšího počtu zákazníků, v tomto případě cestujících.

Sektor veřejné dopravy využívá mnoho obyvatel všude na světě, České republiky nevyjímaje. Důvody k využívání hromadné dopravy mohou být u každého pasažéra velmi různorodé. Lidé cestují za prací, do škol, za zábavou či sportem nebo například k lékaři či na úřad. Možností je spousta, avšak to primární zůstává, dostat se z výchozího do cílového bodu, dnes již také, kromě důrazu na čas, především s co nejvyšší kvalitou. Tou je ve veřejné dopravě míněn například čas (jízda bez zpoždění), komfortní dopravní prostředky (bezbariérovost, zásuvky na elektrinu, bezdrátové internetové připojení, aj.), cena a možnosti nákupu jízdného, dopravní karty (vč. různých benefitů) či způsob získávání informací o mimořádnostech a výlukách v dopravě.

Cílem této práce je zjistit formou průzkumu, jaká je úroveň spokojenosti cestujících s kvalitou ve veřejné dopravě v Královéhradeckém kraji, společně s odhalením jejích nedostatků, včetně následných návrhů opatření, která povedou ke zvýšení této spokojenosti. Průzkum by měl být orientován na celý kraj a všechny druhy dopravy vyjma městské hromadné dopravy v Hradci Králové. Toto téma bylo zadáno oddělením dopravní obslužnosti Krajského úřadu Královéhradeckého kraje.

# 1 VEŘEJNÁ DOPRAVA A METODY PRŮZKUMU

V této kapitole jsou popsány termíny, které jsou určující k pochopení problematiky práce. Konkrétně jde o pojmy týkající se v první části dopravy, následně pak marketingu, závěrečné pasáže se nakonec věnují použité metodologii.

## 1.1 Doprava

Doprava je podle Zeleného (2017) vlastní přemístění, resp. proces pohybu dopravních prostředků po dopravní cestě. Výsledkem dopravy je pak podle nich přeprava, kterou definují jako výsledný efekt přemístění v širším slova smyslu spojený i s dalšími nezbytnými službami (např. se zajišťováním přepravních dokumentů). Základním rozdělením pak dělí přepravu podle toho, co přepravujeme, na přepravu zboží a osob.

### 1.1.1 Osobní doprava

Podle Drdly (2018) se dělí osobní doprava na veřejnou hromadnou a individuální dopravu. Veřejnou hromadnou dopravu pak dělí do 7 oblastí dle použitého dopravního prostředku na dopravu:

- železniční – hromadná přeprava osob na krátké i dlouhé vzdálenosti,
- hromadnou silniční (autobusovou) – krátké a středně dlouhé vzdálenosti, především příměstská doprava,
- leteckou – menší proudy cestujících na dlouhé lety,
- vodní – na krátké, střední (vnitrozemská a pobřežní doprava) i velké vzdálenosti (oceánská plavba),
- městskou hromadnou dopravou (MHD) – hromadná přeprava na území ohraničené sídelní jednotky, podle síly proudu se buď využívá metro, podpovrchová tramvaj, rychlodráha a tramvaj pro silné proudy nebo trolejbus, autobus či nekonvenční druhy dopravy pro slabé proudy,
- ozubnicovou a lanové dráhy – při překonávání větších výškových rozdílů,
- nekonvenční – specifická dopravní cesta.

Podle území, na kterém jsou cestující přepravováni, pak lze dopravu dělit na místní, příměstskou, regionální a dálkovou. Podle toho, zda probíhá na území jednoho nebo více států poté na vnitrostátní a mezinárodní.

### **1.1.2 Příměstská a regionální doprava**

Obecně je příměstská doprava dopravou mezi vnitřním městem a vnější aglomerací města. Charakterizuje jí tzv. spádové území městské aglomerace, které se v Evropě určuje jako oblast do 40-60 km od centra města. Linky příměstské dopravy jsou uspořádány paprskovitě. Dopravní prostředky v příměstské dopravě se podle významu dělí na kmenové (významné) a doplňkové. Všeobecně jsou snahy, aby hlavní proudy cestujících využívaly kolejovou dopravu. V případě příměstské dopravy jsou to tedy vlaky a v případě města podzemní dráhy (metro) a tramvaje (Drdla, 2018).

Pojem regionální doprava oproti tomu zahrnuje jak příměstskou oblast, tak i území méně osídlené, které není v jejím dosahu. Podmínky pro regionální dopravu jsou například minimalizace tzv. „nepřípojů“, zkvalitnění technologie provozu (především oběhů vozidel), koordinace dobrá informovanost cestujících, koordinace přepravy v přestupních uzlech s prostorovou, časovou i tarifní návazností atd. Inspirací pro Českou republiku v organizaci zde může být Německo. Páteřním druhem dopravy je zde železnice, na kterou je navázaná linková autobusová doprava s cílem pokrytí všech středisek s přepravní poptávkou (Drdla, 2018).

#### **Nároky na příměstskou dopravu**

Tyto nároky vycházejí z požadavku cestujících, kteří chtějí za vynaložené peníze na přepravné co nejvyšší kvalitu, naproti tomu dopravce má omezené možnosti. Obě tyto skutečnosti je potřeba zharmonizovat (Drdla, 2018).

Dle Drdly (2018) jsou dle výsledku průzkumu názoru cestujících nároky děleny dle významu sestupně:

- rychlost přepravy,
- četnost spojů,
- pravidelnost,
- pohodlí,
- bezpečnost,
- spolehlivost,
- přiměřená cena jízdného,
- zdvořilé a ochotné jednání.

### 1.1.3 Integrované dopravní systémy (IDS)

Historie IDS se datuje do 70. let minulého století v Německu. V České republice začal vývoj až v roce 1993 vznikem Regionálního organizátora integrované dopravy (ROPID) (Jareš, 2016).

Podle Zeleného (2017) znamená IDS propojování MHD do větších celků. Za cíl podle něj má zvýšení atraktivity dopravy skrze zrychlení dopravy, zjednodušení a zpřehlednění systému v daném regionu, případně i snížením ceny.

Jareš (2017, s.15) uvádí, že integrovaný systém znamená „*systematické infrastrukturní propojení a provozní prosířování různých dopravních systémů*“, který má za cíl vzrůst atraktivity dopravních prostředků, lepší využití specifických výhod jednotlivých druhů dopravy, využití volných kapacit vozidel, řízení dopravních proudů či odlehčení center měst.

## 1.2 Marketing

Marketing je od svého vzniku nedílnou součástí jakéhokoli prodeje výrobku či služby a jeho význam stále roste.

Existuje více definic marketingu. Kotler a Armstrong (2003, s. 30) například definují marketing jako „*Společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci i skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny výrobků či jiných hodnot.*“

Další uznávanou a pravidelně aktualizovanou definici vydává Americká marketingová asociace, podle její nejnovější verze (AMA, 2017) marketing znamená „*aktivitu, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikaci, dodávání a směnu nabídek, které mají hodnotu jak pro zákazníky, klienty, partnery a celou širokou veřejnost.*“

Podle Urbánka (2010, s. 11) je marketing „*Takový proces řízení, při kterém výrobci a prodejci dosahují svého zisku prostřednictvím spokojených zákazníků.*“

Základem současné koncepce se tedy podle definic stal zákazník, poznávání jeho potřeb a následně jejich uspokojování. Nejnovější definice však poukazují taktéž na začlenění společnosti do marketingových procesů.

### 1.2.1 Potřeby a přání zákazníka

Jak již bylo řečeno, základním cílem marketingu je uspokojování potřeb. Lidskou potřebu lze popsat jako hybnou sílu motivace každého člověka, která ho dovede k určitému činu, kterým může být i nákup (Urbánek, 2010).

Potřebu však lze nazvat stručněji jako pocit nedostatku a rozdělit na základní fyziologické potřeby (strava, pocit a bezpečí aj.), sociální potřeby (např. pocit sounáležitosti) a individuální potřeby, jako je ku příkladu potřeba seberealizace (Kotler a Armstrong, 2003).

Potřeby lze třídit například na ekonomické a neekonomické. Ekonomické potřeby jsou potřeby materiálních statků a výrobních služeb, naproti tomu mezi neekonomické lze řadit kulturní, rekreační či sportovní služby, tzn. ty, které život usnadňují nebo dělají zábavnější. Do kategorie neekonomických se tedy řadí i přeprava osob, v níž se projevuje zvyšování jízd za rekreací, vzděláním a dalšími aktivitami a také v počtu automobilů v osobním vlastnictví (Eisler, Kunst a Orava, 2011).

Naproti tomu přání, respektive touhy jsou pouze formou promítání lidských potřeb a jsou neoddelitelná s osobnostními a kulturními charakteristikami člověka. Přání tedy formuje společnost, ve které daný člověk žije a určují je předměty, které danou potřebu uspokojují (Kotler a Armstrong, 2003).

### **1.2.2 Spokojenost zákazníka**

Každý člověk ve společnosti je jedinečnou osobností a tím pádem i spokojenost každého zákazníka je jeho subjektivní záležitostí. Dle mého názoru tímto pojmem lze označit takového zákazníka, který po nákupu statku či uskutečnění služby svého skutku nelituje, má dobrý pocit a je loajální.

Kotler a Armstrong (2003, s. 36) tento termín značí jako míru uspokojení očekávání zákazníka ve vztahu k zakoupenému produktu nebo přidané hodnotě služby, kterou zákazníkovi přináší.

Spokojený zákazník může dávat najevo spokojenost charakteristickými projevy, kterými mohou být: dobrá nálada, slušná komunikace, vyhledávání pozitiv, přehlížení nedostatků, natěšení na využití produktu, utvrzování se v dobrém nákupu, slibování v předání pozitivních doporučení či slibování v opakování nákupu (Nový a Petzold, 2006).

Podle Nového a Petzolda (2006) se pak míra spokojenosti zákazníka poměřuje podle těchto kritérií:

- vlastní očekávání – představy má většina zákazníků a obvykle jsou pozitivní, často však nereálné, základem je tato očekávání znát a přizpůsobit se jim,
- předchozí zkušenosti – velmi významný faktor, zkušenosti mohou být jak pozitivní, tak i negativní, pro prodejce jsou důležitější negativní, díky nimž dostává podněty pro zlepšení,
- cena – nutné poznat dostupnou cenu pro zákazníka, ale především hranici ceny, přes kterou pro určité důvody nechce jít, dnes významný poměr: cena x kvalita,
- objektivně a všeobecně platné normy, standardy a předpisy – odvolávání se zákazníka na zvyklosti, které jsou běžné v jeho okolí (věk, bydliště, vzdělání, profese aj.),

- uspokojení krátkodobých a dlouhodobých potřeb – poznat potřebu potenciálního zákazníka a přizpůsobit jí nabídku,
- nabídka řešení určitého problému – vyřešení obtížné situace zákazníka může pomoci k významnému růstu spokojenosti zákazníka,
- vztahy s druhými lidmi – význam hraje názor či využití výrobku či služby druhou osobou.

### 1.2.3 Segmentace trhu

Dle Urbánka (2010) znamená tento pojem proces rozdělení trhu na menší části podle cílových skupin zákazníků. Dále uvádí, že trh lze segmentovat skrze čtyři hlediska, jimiž jsou demografická (věk, pohlaví, vzdělání, náboženství a další), geografická (země, regiony, obce), psychografická (životní styly a postoje zákazníků) a behaviorální (respektive psychologická – znalost a postoj k produktu, věrnost značce) segmentace.

### 1.2.4 Kvalita

Funkce výrobku a poskytnutí služby je neoddělitelně spjata s kvalitou. Ta souvisí s hodnotou pro zákazníka, stejně tak i s uspokojováním jeho potřeb. Definována může být jako „*absence vady a nedostatku u výrobků či služeb*“ (Kotler a Armstrong, 2003, s. 37).

Kvalitou je podle mínění většiny lidí předmět přitažlivosti daného produktu, ve filosofii je popsána jakožto souhrn všech určených vlastností předmětu či jevu, v technice pak vyjadřuje dosažení standardů úrovně všech produktů. Nakonec v tržním hospodářství znamená kvalita vlastnosti produktu, které lze objektivně stanovit, změřit a následně zhodnotit (Drdla, 2018).

#### **Kvalita v přepravních službách**

Podle Drdly (2018) kvalita dopravy závisí na soustavě aspektů, které se lépe řečeno nazývají ukazatele kvality, jimiž jsou: bezpečnost, pravidelnost, rychlost, hospodárnost, přiměřená cena jízdného, ekologičnost, spolehlivost, pohotovost, výkonnost, komfort a dostupnost.

Lze tedy vyvodit, že kvalita záleží na spoustě vlivů aktuálních podmínek, které mohou i nemusí být ovlivnitelné, ale stále by měla být primární snaha dopravců za všech okolností se snažit kvalitu cestujících maximalizovat.

### 1.2.5 Služba

Službu lze dle Kotlera a Armstronga (2003) odlišit čtyřmi charakteristickými vlastnostmi služeb:

- nehmotnou povahou – předem neznáme průběh a výsledek poskytované služby,
- nedělitelností – vazba služeb na zaměstnance, který službu poskytuje,
- rozmanitostí kvality – poskytnutí služby se může velmi lišit dle toho, kdo, kdy, kde a jakým způsobem ji poskytuje,
- pomíjivostí – služby nelze skladovat, v dopravě lze demonstrovat na nerovnoměrné poptávce po přepravních službách v průběhu dne.

### 1.2.6 Marketingový mix služeb

Marketingovým mixem se nazývá soubor marketingových nástrojů používaných výhradně k dosažení marketingových cílů na cílovém trhu. Tento pojem, původem anglosaský, se též označuje jako tzv. 4P marketingu, která znamenají začáteční písmena těchto základních čtyř nástrojů: product (česky produkt), price (cena), place (distribuce) a promotion (distribuce). Tento mix má pak další modifikace, jednou z nich je marketingový mix služeb, který k základním nástrojům přidává další 3P, a to: personnel (personál), process (procesy) a physical evidence (fyzické prostředí) (Jurášková a Hornák, 2012).

#### **Produkty**

Produktem je hmotný statek nebo nehmotná služba. Podle Urbánka (2010, s. 52) lze produkt nazvat „*srdcem marketingu*“. Dále uvádí, že se až od produktu odvíjí další funkce, díky čemuž se stává výchozí složkou marketingového mixu.

V osobní dopravě je podle tohoto popisu produktem přeprava osob.

#### **Cena**

AMA (2017) nejnověji stručně definuje cenu jako „*částku, kterou musí zákazník zaplatit za získání produktu*.“ Dle Armstronga a Portera (2013) ji lze charakterizovat jako sumu, kterou spotřebitel vynaloží výměnou za užitek, který získá nákupem daného výrobku či služby.

V osobní dopravě je cenou přepravné, respektive jízdné.

#### **Distribuce**

Distribuce zahrnuje výběr distribuční cesty (distribučního kanálu) produktu od výrobce až po dodání koncovému zákazníkovi. (Urbánek, 2010). AMA (2017) pak definuje distribuci 4P jako místo nebo umístění produktu.

V osobní dopravě je distribucí celý proces přepravy cestujících.

## **Komunikace**

Kotler a Armstrong (2003) uvádí, že v marketingu se soubor nástrojů komunikace (resp. propagace) skládá z pěti částí:

- reklama – neosobní placená prezentace výrobku,
- podpora prodeje – krátkodobé pobídky podporující nákup,
- vztahy s veřejností (public relations, PR) – budování pozitivních vztahů s veřejností k firmě a dobré image,
- osobní prodej – osobní prezentace výrobku a tvorba dobrých vztahů se zákazníkem,
- přímý marketing – přímý kontakt s vybraným zákazníkem.

## **Lidé**

U každé poskytované služby jsou významní lidé, respektive zaměstnanci firmy, kteří poskytují danou službu a jsou v přímém kontaktu se zákazníkem.

## **Materiální předpoklady**

Materiálním předpokladem lze označit veškerý hmatatelný objekt, který souvisí s poskytováním určité služby. V osobní dopravě jimi jsou veškeré osobní dopravní prostředky, nádražní budovy, zastávky, čekárny a sociální zařízení pro cestující či informační tabule.

## **Procesy**

Základní výchozí body procesu dodávky služby se dělí podle Kozla (2006) na rychlost, dostupnost a provozní dobu služby. U přepravní služby se tedy například může jednat o přepravní rychlost, provozní dobu linky a vzdálenost zastávky od místa bydliště a cílového bodu.

## **1.3 Marketingový výzkum a průzkum**

*„Marketingový výzkum je funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s obchodníkem prostřednictvím informací – informací používaných k identifikaci a definování marketingových příležitostí a problémů; vytvářet, vylepšovat a vyhodnocovat marketingové akce; monitor marketingu výkonnosti; a zlepšit porozumění marketingu jako procesu. Marketingový výzkum specifikuje informace potřebné k řešení těchto problémů, navrhuje metodu sběru informací, řídí a implementuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje zjištění a jejich důsledky“ (AMA, 2017).*

Podle Kotlera a Armstronga (2003) má marketingový výzkum za cíl systematické plánování shromažďování, analýzu a vyhodnocení informací, které účinně řeší konkrétní řešení marketingového problému. Kozel (2006) uvádí, že marketingový výzkum představuje



systematický a cílevědomý proces vedoucí k opatření konkrétních informací, díky kterým se získávají informace primární.

Podstatné je zmínit, že ve analytické a návrhové části této práce se pracuje s pojmem průzkum. Ten je Gavorou et al. (2010) chápán jako nižší forma zkoumání, než je výzkum. Průzkum si podle něj dává za cíl získání terénních dat, nikoliv stavbu vědeckých teorií. Tato práce je koncipována jako průzkum, nicméně v teoretické části z důvodu lepší dostupnosti a kvality zdrojů informací se pracuje s pojmem výzkum.

### **1.3.1 Zdroje informací**

Zdroje potřebných informací se získávají podle zdrojů buď skrze primární nebo sekundární údaje. Primární jsou nové informace, které jsou zajištěny vlastním výzkumem k účelu výhradně našeho výzkumu. Sekundárními jsou pak ty informace, které již byly získány pro jiný účel a jsou nadále k dispozici. Zdroje těchto informací jsou výrazně rychleji dostupné, navíc méně nákladné (Kozel, 2006).

### **1.3.2 Druhy**

Obecným rozdělením vědních metod je rozdělení do dvou tříd na teoretické a empirické metody. Teoretický typ metody probíhá skrze racionální zkoumání vědce a může jim být například analýza, syntéza či dedukce. Naproti tomu u empirické metody je zkoumán problém skrze pozorování jevu, měření jeho hodnot či provádění experiment (Ochrana, 2019).

Marketingový výzkum lze podle účelu a způsobu získání dat dělit do těchto čtyř kategorií (Malý, 2008):

- monitorovací – poskytování informací o vnějším marketingovém prostředí,
- explorativní – předběžné zkoumání situace s minimálními náklady,
- deskriptivní – popis a charakteristika jevů a procesů souvisejících s výzkumem,
- kauzální – shromažďování důkazů o vztazích mezi zkoumanými jevy.

Dle Egera a Egerové (2017) lze marketingový výzkum jinak dále dělit do tří skupin dle orientace výzkumu na kvalitativní, kvantitativní a smíšený výzkum. Ti dále uvádějí, že základními charakteristikami kvantitativního výzkumu jsou číselné vyjádření, zkoumání míry výskytu jevu a použití uzavřených otázek. Naproti tomu kvalitativní výzkum pracuje a podrobně popisuje výsledky slovním hodnocením, které získává formou otevřených otázek.

### 1.3.3 Metodika

Kotler s Armstrongem (2003) rozdělují průběh výzkumu do čtyř základních kroků, které jsou dále přesněji popsány.

#### **Definování problémů a cílů výzkumu**

Formulace marketingového problému je jednou z nejdůležitějších částí výzkumu, jelikož díky jeho špatnému určení se snadno může stát, že výsledky nebudou korespondovat s tím, co je potřeba zkoumat. Na základě vymezeného problému by se pak měly stanovit cíl (cíle) výzkumu, který by měl přesně určit, co chceme výzkumem zjistit (Foret, 2008).

#### **Tvorba plánu výzkumu**

Druhou fází je vytvoření plánu výzkumu, který upřesňuje a specifikuje jeho průběh. Podle Foreta (2008) by měl tento plán obsahovat: formulaci zkoumaného problému, předběžná očekávání, stanovení informačních potřeb, vymezení základního souboru a návrh výběrového souboru, stanovení techniky a nástrojů výzkumu, určení způsobu kontaktu respondentů, formu předvýzkumu (ověření postupu sběru dat na malém vzorku) a vlastního výzkumu, statistické zpracování primárních informací, prezentace výsledků, časový rozvrh jednotlivých fází, a nakonec rozpočet nákladů výzkumu.

#### **Realizace výzkumu (sběr a analýza dat)**

Sběr dat bývá nejnákladnější částí celého procesu. V rámci přípravy (pokud je třeba), je základem zorganizování zapojení externích tazatelů, u kterých by se měla kontrolovat jejich práci v terénu. Vždy je však třeba správně zvolit empirickou metodu výzkumu a též techniku sběru dat. Záleží zde na faktorech, kterými jsou účel a cíl výzkumu, charakter zkoumané problematiky (míra dostupnosti údajů) a vlastnictví zdrojů (naše omezení) (Kozel, 2006).

Po shromáždění dat je nutné nejprve zjistit validitu (přesnost) a reliabilitu (spolehlivost) údajů. Zkontrolovat úplnost a čitelnost by se měla ideálně u všech údajů. Další je logická kontrola (pravdivost odpovědí) a problematika neutrálních odpovědí, kterých by nemělo být více, než 5-10 %. Chyby mohou být buď výběrové (pokud nesbíráme data od všech respondentů základního souboru) a nevýběrové (ostatní). Dále by údaje měly být klasifikovány do jednotlivých tříd a nakonec elektronicky (ručně nebo statisticky) zpracovat. (Kozel, 2006).

Základem analýzy dat je pak vědomí toho, co nám vyplývá z údajů pro účely našeho výzkumu. Nejčastěji se používají statistické postupy, jako jsou např. četnosti, střední hodnoty, míry variace či statistické analýzy (regresní, korelační aj.) (Kozel, 2006).

## **Vypracování zprávy a prezentace dat**

Výzkumníci by měli předložit získané údaje určeným osobám. Mělo by se jednat pouze o důležité informace, které vzešly z výzkumu a jsou významné pro další rozhodování (Kotler a Armstrong, 2003).

### **1.3.4 Specifika v dopravě**

V osobní dopravě probíhají k získání dat přepravní průzkumy. Cílem je zjištění intenzity a směru přepravních proudů. Z těchto informací lze poté provést změny v organizaci dopravy, polohování zastávek, případně ve vedení tras linek. K tomu se využívají čtyři metody:

- dokumentační metoda – zdrojem informací statistiky prodaných jízdenek,
- přímé sčítání – osobní sledování počtu přepravovaných cestujících, zde záleží na kvalitě pracovníků provádějících sčítání,
- metoda sčítacích lístků – buď čistě (rozdávání lístků nastupujícím a sbírání vystupujícím cestujícím) nebo smíšeně (lístek rozšířen o anketní otázky), využití v metru a vlacích,
- anketní metoda – dotazníky, které vyplňují zaměstnanci dopravního podniku nebo přímo respondenti, kritérii volby jsou: volba účelu cesty, dopravního prostředku, velikost vzorku a způsob provedení ankety (během jízdy, v místě bydliště, v zaměstnání/školy, skrze provozní pracovníky) (Drdla, 2018).

## **1.4 Dotazování**

Metoda šetření formou dotazování bývá označována jako „*královská metoda*“ marketingového výzkumu. Formou dotazování lze získat velké množství informací skrze verbálně i neverbálně získané odpovědi respondentů. (Malý, 2008). Kotler a Armstrong (2003) uvádějí, že využitím této metody lze získat potřebné popisné informace. Urbánek (2010) zestručňuje definici dotazování na proces zisku informací pomocí kladení otázek.

### **1.4.1 Kontaktní metody**

Kotler a Armstrong (2003) uvádí, že dotazování může být provedeno osobně, přes telefon, e-mail nebo stále více populárnější on-line dotazník. Dále dle nich si mohou výzkumníci vybrat ze dvou výzkumných nástrojů, a to mechanických zařízení nebo právě dotazníku.

### 1.4.2 Určení výběrového souboru

Jelikož častokrát nelze oslovit u dotazování celou populaci (= základní soubor, tedy všichni, kteří mají být objektem výzkumu), musí se sáhnout k určení výběrového souboru (Kotler a Armstrong, 2003).

Tabulka 1 níže uvádí způsoby výběru výběrového vzorku, které jsou buď náhodné nebo nenáhodné.

**Tabulka 1** Metody určení výběrového souboru

Pravděpodobnostní (náhodný) výběr	
Prostý náhodný výběr	Možnost zařazení každého člena do výběrového souboru je stejná, formou výběru je např. losování
Stratifikovaný výběr	Populace je rozdělena do skupin dle vybraných kritérií, v každé pak proběhne prostý náhodný výběr.
Vícestupňový výběr	Rozdělení populace do dílčích souborů, nejdříve na primární skupiny, ze kterých se posléze vyberou sekundární jednotky.
Nenáhodný výběr	
Jednoduchý výběr	Tazatel si vybere nejlépe dostupné respondenty
Záměrný výběr	Tazatel použije k výběru svůj vlastní úsudek.
Kvótní výběr	Tazatel se dotazuje předem stanoveného počtu respondentů z každé vybrané skupiny

Zdroj: Kotler a Armstrong (2003, s. 244)

Velikost vzorku je počet lidí, který má být dotázán. Čím více odpovědí, tím vyšší spolehlivost, avšak primární je volba správného postupu. Existují tři koncepční přístupy: nákladový přístup, slepý odhad, a nakonec statistický přístup. Ten je popsán jako přístup vycházející ze statistických metod, u kterého se stanovuje velikost dle typu pravděpodobnostního výběru. Samotný rozsah pak záleží na variabilitě výskytu zkoumaného znaku, požadované přesnosti odhadu a koeficientu spolehlivosti (Kozel, 2006).

Vzorec pro výpočet minimální velikosti vzorku je podle Kozla (2006) následující:

$$n \geq \frac{(z^2 \times p \times q)}{\Delta^2} \quad (1)$$

Kde:

$n$  ... minimální počet respondentů [osoby]

$z$  ... zvolený koeficient spolehlivosti [1,2,3]

$p, q$  ... počty respondentů znalých problematiky, resp. znalí a neznalí (pokud je počet neznámý, tak se využije jejich maximální součin: 0,25 – dosazením 0,5) [%]

$\Delta$  ... zvolená maximální přípustná chyba [%]

### 1.4.3 Dotazník

Nejběžnějším a též v této práci použitým nástrojem dotazování je dotazník. Dle Foreta (2008) je velmi důležité správné sestavení dotazníku. Dotazník by podle něj měl splňovat tyto tři požadavky: účelově technický (přesné odpovědi respondenta), psychologický (stručné a pravdivé odpovědi) a srozumitelnosti. K naplnění těchto požadavků uvádí, že jich lze dosáhnout pomocí dobrého celkového dojmu dotazníku, správné formulaci jednotlivých otázek, vhodného výběru typu otázek a adekvátní manipulaci s dotazníkem (způsobu rozdávání a návratu dotazníku).

### 1.4.4 Typy otázek

Otázky v dotazníku lze primárně členit dle Kozla (2006) do tří kategorií dle variant odpovědí na otázky:

- otevřené, u kterých má respondent možnost napsat svůj vlastní názor (volně/dokončení věty/dokončení příběhu aj.),
- uzavřené, kde má respondent na výběr z více variant (volba ano či ne, případně neví/výběr jedné z více možností/výběr více možností z výčtu alternativ/škála – buď hodnocením známkou, určením pořadí nebo rozdělením pevně stanoveného množství bodů mezi předměty),
- polouzavřené, u nichž si lze vybrat jednu z nabízených možností nebo napsat vlastní.

## **2 PRŮZKUM SPOKOJENOSTI A KVALITY VEŘEJNÉ DOPRAVY V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI**

Tato kapitola je rozdělena do šesti částí. První z nich obsahuje stručný popis Královéhradeckého kraje (KHK) včetně vybraných statistických údajů. Následně je popsána organizace veřejné dopravy v kraji, poté jsou charakterizovány: nejprve zvolená metoda průzkumu, poté způsob zajištění výběrového vzorku. Nejdelší část této kapitoly tvoří přehled výsledků dotazníku, které jsou v závěrečné části shrnuty a určeny největší problémy z nich vyplývající, které budou rozebrány ve třetí kapitole.

### **2.1 Královéhradecký kraj**

Kraj se nachází v severozápadních Čechách. Sousedí s kraji Libereckým a Středočeským na západě, s Pardubickým na jihu a na severozápadě sdílí hranici s Polskem. V oblasti hranic s Polskem se nacházejí obě pohoří v kraji (Krkonoše s nejvyšší horou České republiky Sněžkou a Orlické hory). Mezi nimi se rozprostírá Broumovský výběžek s velmi turisticky atraktivními skalními městy, která v něm příroda vytvořila. Nejvýznamnějším vodním tokem je povodí Labe s přítoky Metují a Orlicí, vodním dílem pak vodní nádrž Rozkoš.

Od 1. 1. 2020 je kraj administrativně rozdělen do pěti okresů (dle okresního města od západu): Jičín, Hradec Králové, Trutnov, Náchod a Rychnov nad Kněžnou, následně pak na 15 správních obvodů obcí s rozšířenou působností. Rozlohou 4 759 km<sup>2</sup> se řadí na deváté místo v rámci České republiky. Počet obyvatel byl na konci roku 2019 přesně 551 647. Na území kraje se nachází 448 obcí, z nichž mělo 31. 12. 2018 statut města 48 obcí. Podíl městského obyvatelstva jsou přibližně dvě třetiny obyvatel kraje. Krajské statutární město Hradec Králové je sídlem s nejvyšším počtem obyvatel v kraji. Žilo v něm na konci roku 2018 92 742 lidí. Nejobjemnější věkovou skupinou obyvatel ke stejnému datu byli v kraji obyvatelé ve věku 15-64 let (66,3 %) (ČSÚ, 2019).

Kraj lze charakterizovat jako průmyslově-zemědělský s rozvinutým cestovním ruchem. Průmysl se koncentruje do velkých měst, zemědělství především do oblasti Polabí a cestovní ruch do pohoří Krkonoše a do již zmíněných skalních měst na Broumovsku.

Co se dopravy týče, v kraj byl na počátku roku 2019 protkán 3 727 km silnic a 21 km dálnic, železniční síť pak měla délku 718 km a splavné vodní toky pro pravidelnou dopravu následně 25 km. V roce 2018 byl roční počet přepravených osob v rámci kraje postupně

13 039 tisíc osob v linkové autobusové dopravě, 39 400 tisíc osob v MHD a 5 146 tisíc cestujících v osobní dopravě železniční (ČSÚ, 2019).

Na obrázku 1 pak lze vidět geografickou mapu kraje s vyznačením všech obcí se statutem města, hranic kraje i okresů, železniční i silniční sítě (dálnice a silnice I. a II. třídy) a v neposlední řadě také vodních ploch a toků.



**Obrázek 1** Geografická mapa Královéhradeckého kraje (ČSÚ, 2019)

## 2.2 Organizace dopravy v kraji

Integrovaná regionální doprava Pardubického a Královéhradeckého kraje (IREDO) funguje v rámci IDS skrze organizátora veřejné regionální dopravy v těchto dvou krajích (OREDO), kterým je společnost OREDO, společnost s ručením omezeným (s.r.o.). Objednávku veřejné dopravy v nich provádí Královéhradecký a Pardubický krajský úřad, jež jsou polovičními vlastníky firmy OREDO (IREDO, 2020).

Královéhradecký krajský úřad formou vlastní facebookové stránky „Veřejná doprava Královéhradeckého kraje“ nabízí podávání základních informací o aktuálnostech a novinkách ve veřejné dopravě a na svých webových stránkách „kr-kralovehradecky.cz“ kromě toho také nabízí informace o jízdních řádech, o IREDO atd. (Krajský úřad KHK, 2020).

Dále ještě v kraji existuje Východočeský dopravní integrovaný systém (VYDIS) nabízející jedno-, sedmi-, a třicetidenní předplatní jízdenky. Oblast jeho působení je výrazně nižší než u IREDO, jelikož začleňuje pouze 10 úseků železničních tratí provozovaných Českými drahami (ČD), akciová společnost (a.s.), převážně v oblasti Hradce Králové a Pardubic. S těmito úseky je možno využít v kombinaci s MHD Pardubice a Hradec Králové, které nejsou zaintegrovány v IREDO. V průzkumu jsem tento IDS nezahrnul z důvodu jeho nízké integrace, absence čipové karty a nevhodnosti dvou integrovaných systémů v jednom regionu (ČD, 2020).

Co se dopravců týká, v železniční dopravě v IREDO působí 4 dopravci (v KHK 3, přičemž na většině tratí působí národní dopravce ČD), v autobusové dokonce 28 dopravců. V KHK v loňském roce proběhlo výběrové řízení na provoz autobusových linek zadávaných krajem s účinností od 30. srpna 2020. V tendru na provoz linek na dobu 10 let v 8 oblastech zvítězilo celkem 5 dopravců. U železnice nyní probíhá soutěž na provoz osobní železniční dopravy taktéž na 10 let s působností od prosince 2021 (Krajský úřad KHK, 2020).

Tarif IREDO nabízí levnější cestování v rámci IDS, který začleňuje všechny dopravce, zajišťující především regionální železniční i autobusovou dopravu v kraji skrze tarifní zóny, platné především v kombinaci s pořízením bezkontaktní čipové karty IREDO. Na kartu lze nahrát jednotlivou (i přestupní) jízdenku, dále pak sedmi-, třiceti-, a devadesátidenní jízdenky a též jednodenní síťové jízdenky (pro jednu nebo až pět osob) platné v rámci celého IDS. Kartu si lze pořídit on-line, na kontaktních místech IDS IREDO či na osobních pokladnách národního železničního dopravce ČD. Karta se pak dobíjí u řidičů autobusů, vlakového personálu a také na pokladnách ČD (IREDO, 2020).

Výjimku nutnosti pořízení karty tvoří jednosměrné a zpáteční jízdenky pro osobní vlaky, spěšné vlaky a rychlíky ČD, kde může zákazník cestovat v rámci tarifu pouze na papírovou jízdenku. V rámci MHD jsou zaintegrovány v rámci KHK města Dvůr Králové nad Labem, Náchod, Rychnov nad Kněžnou (společně s tarifem MHD), Týniště nad Orlicí a Vrchlabí. Naopak nepropojené s tarifem jsou MHD ve městech Hradec Králové, Jičín, Kostelec nad Orlicí, Trutnov, a Špindlerův Mlýn (IREDO, 2020).

Dalšími benefity pro cestující, které společnost IREDO nabízí, jsou například mobilní aplikace pro operační systémy Android i iOS „IDS IREDO“ (vč. webová verze „Tabule IREDO“), dále pak telefonní linku, odkazy na jízdní řády, omezení dopravy nebo rady při řešení reklamací spojených s čipovou kartou IREDO. Mobilní aplikace a Tabule IREDO nabízí mapu se všemi aktuálně jedoucími spoji (vč. zpoždění), možnost volby oblíbených spojů a zaslání notifikací o novinkách, případně změnách v dopravě dle okresního města.



Telefonní linka Call centra IREDO dává cestujícím možnost jednoduchého způsobu dotazování na veškeré dotazy týkající se veřejné dopravy v IDS, vč. možnosti zajištění návazného spoje v případě zpoždění. Linka je k dispozici denně v době mezi 6:00 a 21:00 v pracovní dny, v ostatní dny pak mezi 8:00 a 19:00 (IREDO, 2020).

## 2.3 Metoda průzkumu

Pro mou práci jsem zvolil kvantitativní metodu dotazníkového šetření, která je pro takovýto průzkum nejefektivnější a velmi často v této problematice používána. Následně proběhl výběr způsobu sběru dat. Zvolen byl sběr dat kombinovanou (elektronickou a osobní) formou. Nakonec však bohužel kvůli nouzovému stavu způsobeného pandemií onemocnění SARS-CoV-2 jsem byl nucen použít pouze formu elektronického sběru. Ta se uskutečnila formou příspěvků na sociálních sítích a elektronické informační kanály Krajského úřadu a obcí Královéhradeckého kraje. Poté proběhla volba určení výběrového souboru. Zde byla zvolena forma nenáhodného jednoduchého výběru, kterou byl nahrazen původně plánovaný kvótní nenáhodný výběr. Ten byl zvolen vzhledem k již zmíněné pandemii, jelikož nebyla dosažitelná nejstarší skupina populace České republiky. Distribučním kanálem byly určeny velké Facebookové stránky a skupiny v kraji. Následně byly po konzultaci se zástupci Krajského úřadu kraje vytvořeny otázky.

Harmonogram průběhu je přehledně znázorněn v tabulce 2.

**Tabulka 2** Časový harmonogram průzkumu

Harmonogram	
Leden 2020	Určení způsobu sběru dat
Únor 2020	Určení velikosti výběrového vzorku
28. 2. 2020 – 17. 3. 2020	Tvorba otázek do dotazníku
18. – 22. 3. 2020	Tvorba dotazníku, pilotní testování
26. 3. – 3. 5. 2020	Sběr dat
4. – 20. 5. 2020	Vyhodnocení dat, návrh opatření ke zlepšení

Zdroj: autor

## 2.4 Výběrový vzorek

Základním souborem jsou v této práci obyvatelé KHK, jelikož mohou být uživatelem veřejné dopravy v kraji všichni z nich. V kraji žilo podle Českého statistického úřadu k poslednímu dni roku 2019 přesně 551 647 lidí. Velikost výběrového souboru vychází ze vzorce 1. Běžně se využívá spolehlivost min. 95 % (= koeficient 2) a velikost přípustné chyby 5 % (Kozel, 2006), po jejichž dosazení do vzorce 1 vypadá nerovnice následovně:

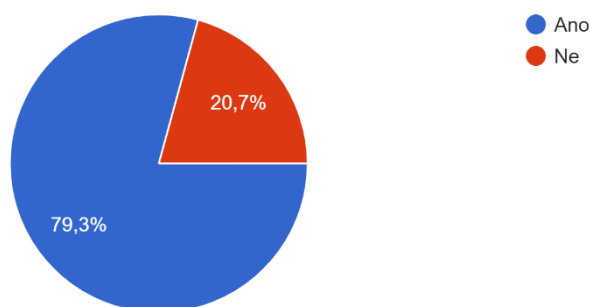
$$n \geq \frac{(2^2 \times 0,5 \times 0,5)}{0,05^2} \geq 400 \text{ osob}$$

V dotazníku tedy bylo třeba získat minimálně 400 respondentů. Tuto hranici se podařilo ve spolupráci s Krajským úřadem Královéhradeckého kraje překonat. Výsledných 723 respondentů tak zajistilo reprezentativnost výběrového vzorku. Pro potřeby bakalářské práce bylo v první otázce třeba vytvořit selektivní otázku, která oddělí respondenty, kteří již využili veřejnou dopravu v kraji, a tudíž mají význam pro účel této práce.

Jak je patrné z obrázku 2, na tuto selektivní otázku mi odpovědělo kladně 573 respondentů (79,3 %). V případě negativní odpovědi byl dotazník ukončen a dále se s těmito lidmi nepracovalo. Všechny ostatní otázky jsou tedy vztaženy k respondentům, kteří veřejnou dopravu v kraji využívají.

Využíváte veřejnou dopravu (linková autobusová doprava, drážní osobní doprava, městská hromadná doprava) v Královéhradeckém kraji?

723 odpovědí



**Obrázek 2** Využívání veřejné dopravy (autor)

## 2.5 Struktura dotazníku

Otázky v dotazníku byly koncipovány do šesti pomyslných bloků s tím, že začíná již výše zmíněnou první otázkou (obrázek 2), která oddělí osoby potřebné pro účely této práce. Druhá část je složená ze čtyř otázek specifikujících strukturu respondentů dle druhu nejpoužívanějšího dopravního prostředku, průměrné týdenní intenzity využívání veřejné dopravy, účelu cesty (otázka s možností více odpovědí) a dle délky nejobvyklejší cesty. Následuje otázka na způsob zisku informací formou šesti možností (navíc také volné odpovědi), přičemž jich respondent může zvolit více.

Čtyři hlavní dotazy třetího bloku se týkaly integrovaného dopravního systému. Postupně zjišťovaly informace o znalosti tarifu IDS, využívání karty IREDO, mobilní aplikace a telefonní linky Callcentra IREDO. Tři ze čtyř otázek této části navíc měly podpůrné otázky zaměřené na spokojenost s danými tématy. U čipové karty následovaly dva dotazy s otevřenou odpovědí dle předchozí reakce, na její výhody, resp. nevýhody. Stejný formát je u mobilní aplikace s tím rozdílem, že podpůrné dotazy cílily na pravidelnost užívání aplikace a povědomí o její existenci. Dotaz na telefonní linku je poté rozšířen otázkou na loajalitu těch, kteří ji již využili.

Další část se skládá ze sedmi otázek. Všechny cílí na zjišťování spokojenosti v oblastech problematiky vycházejících z teoretické části této práce. Je to sedm uzavřených otázek zaměřených na spokojenost s pokrytím kraje veřejnou dopravou, návazností linek, frekvencí spojení, informovanosti o veřejné dopravě, kvalitou dopravních prostředků, přeplněností linek a dodržováním jízdních řádů. Tyto dotazy se stejnou formou se ptají cestujících na jejich spokojenost se škálou čtyř variant odpovědí (zcela spokojen/a, spíše spokojen/a, spíše nespokojen/a, zcela nespokojen/a). Počet variant je sudý z důvodu vyhnutí se neutrální odpovědi. Dále je pak každá otázka doplněna podpůrnou otevřenou otázkou pro ty, kteří zvolili jednu ze dvou negativních odpovědí. Tato otázka se táže na specifikaci daného problému, případně se ptá na návrh. Otázka na kvalitu dopravních prostředků se od ostatních otázek této části odlišuje tím, že respondent odpovídá se stejnou škálou, avšak v pěti parametrech.

Předposlední blok dvou shrnujících otevřených otázek se táže na negativa, resp. pozitiva respondenta ve spojitosti s veřejnou dopravou. Dotazník končí dvěma třídícími dotazy na věk a pohlaví respondenta.

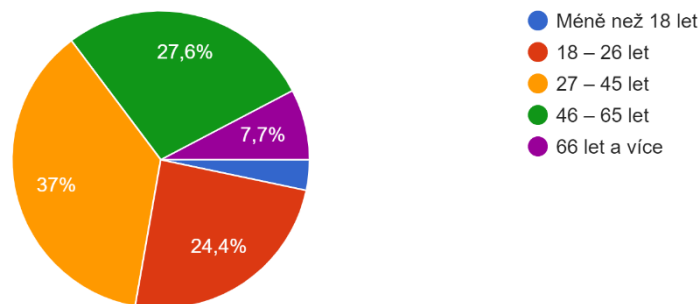
Celý dotazník je pak prezentován v příloze A.

### 2.5.1 Věk

Dvě třídící otázky byly umístěny na konci dotazníku, avšak v této práci je vzhledem ke vhodnější orientaci v práci uvádím již na začátku souhrnu otázek. Věkové kategorie byly rozděleny dle výše slev na jízdné na nezletilé a mládež ve věku 18-26 let, které mají v případě studia nárok na 75% slevu na jízdném, dále dvě skupiny obyvatel v produktivním věku, a nakonec senioři nad 65 let se shodně vysokou slevu na jízdném jako žáci a studenti.

Jak je možné vidět na obrázku 3, na dotazník odpověděli zástupci všech věkových skupin. Nejzastoupenější skupinou se stali lidé v produktivním věku mezi 27 a 45 roky (37 %). Následují druhá skupina cestujících převážně s plnocenným jízdným, tentokrát ve věku 46-65 let (27,6 %) a skupina mládeže (24,4 %). Nižší zastoupení měly skupiny z obou stran hranic. Senioři měli 7,7% zastoupení, žáků do 18 let pak bylo 3,3 %.

Jaký je Váš věk?  
573 odpovědí

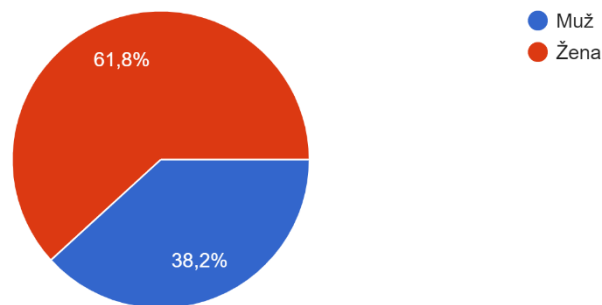


**Obrázek 3** Věk (autor)

## 2.5.2 Pohlaví

Druhou třídící otázkou byl dotaz na pohlaví respondenta. I tento dotaz byl umístěn na konci práce a zajistil přehled o tom, jaké pohlaví bude převažovat. Obrázek 4 ukazuje, že převažovaly ženy bylo 61,8 % a mužů 38,2 %.

Jste:  
573 odpovědí



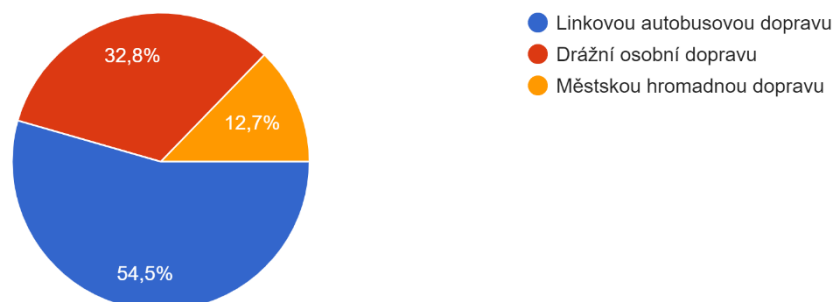
**Obrázek 4** Pohlaví (autor)

## 2.5.3 Nejčastěji využívaný druh veřejné dopravy

První otázka týkající se problematiky práce cílila na dopravní mód, který je nejvíce využívaný. V této otázce mohli vybírat mezi třemi druhy veřejné dopravy fungujícími v KHK, a to: linkovou autobusovou dopravou, drážní osobní dopravou a MHD.

Obrázek 5 potvrzuje, že vzhledem k rozsahu autobusové linkové dopravy byla zvolena právě ona v nejvíce případech (54,5 %). Necelou třetinu odpovědí tvořili lidé s nejčastěji využívanou železniční dopravou (32,8 %) a nakonec MHD (12,7 %).

Jaký druh veřejné dopravy nejčastěji používáte?  
573 odpovědí



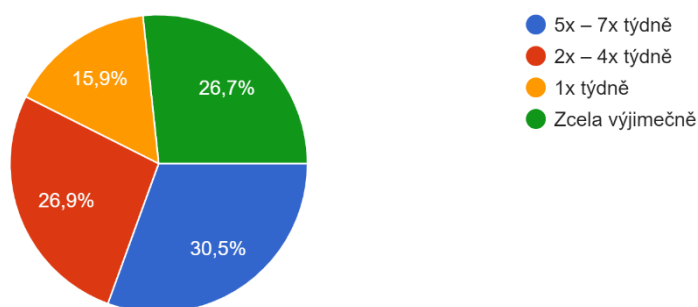
**Obrázek 5** Nejčastěji využívaný druh dopravy (autor)

## 2.5.4 Průměrné využití veřejné dopravy

V otázce intenzity cestování byli respondenti tázáni na průměrný počet dní v týdnu, kdy využívají veřejnou dopravu. Variantami odpovědí byly (sestupně): 5x-7x týdně, 2x-4x týdně, 1x týdně, případně zcela výjimečně.

Obrázek 6 prezentuje, že největší zastoupení měli lidé, co využívají veřejnou dopravu pravidelně (= pravděpodobně lidé dojíždějící do školy či za prací), kterých bylo 30,5 %. S malým odstupem následují skupiny lidí, kteří využívají veřejnou dopravu 2x-4x týdně s 26,9 % a respondenti, kteří jezdí pouze výjimečně (26,7 %). Poslední skončili ti, u kterých je průměrné využití 1x týdně (15,9 %).

Jak často průměrně cestujete veřejnou dopravou?  
573 odpovědí



**Obrázek 6** Průměrné využití veřejné dopravy (autor)

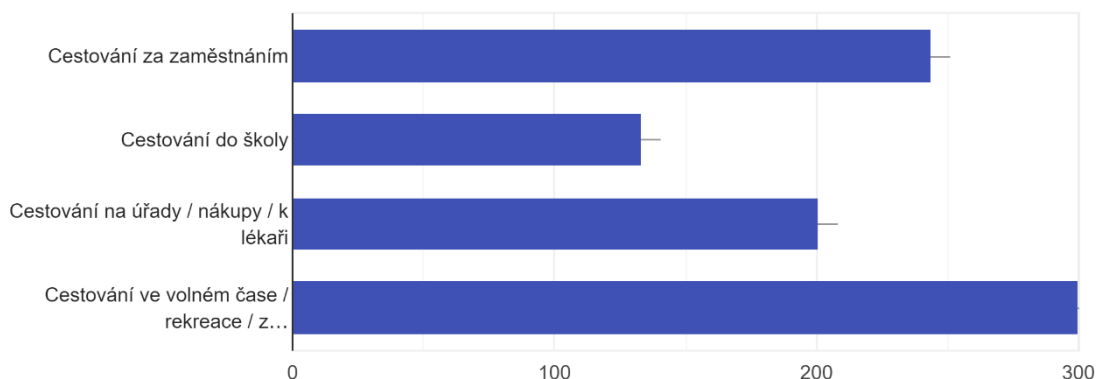
## 2.5.5 Účel cesty

Tento dotaz se ptá respondentů na účel jejich cesty. U otázky bylo možno odpovědět na více možností. Na výběr byla cesta do zaměstnání, do školy, za jinými povinnostmi (úřad, lékař...) a za rekreací.

Jak ukazuje obrázek 7, obyvatelé KHK nejvíce využívají veřejnou dopravu při cestování ve volném čase, za rekreací, zábavou, na výlety či při cestách za sportem, kterých bylo 300. Druhou nejpočetnější skupinou byli pracující se 244 odpověďmi. Cesty za povinnostmi (nákup, úřad, lékař) zvolilo 201 lidí a do školy pak cestuje 133 lidí, což koresponduje s věkovým složením respondentů.

Za jakým účelem využíváte veřejnou dopravu? (Možnost zvolit více odpovědí)

573 odpovědí



**Obrázek 7** Účel cesty (autor)

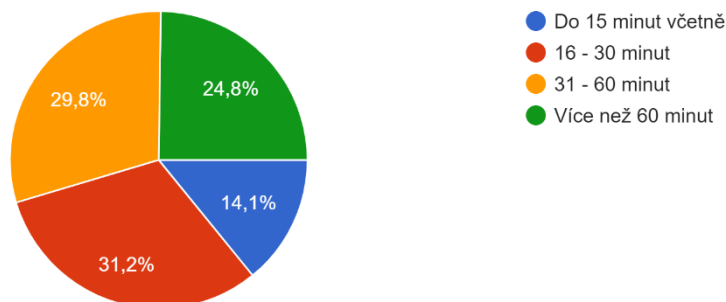
### 2.5.6 Průměrná doba cesty

Tato otázka se orientuje na časovou délku průměrné jízdy cestujícího. Délka cesty má velký vliv na důležitost vnímání kvality. Platí, že čím více času člověk stráví přepravou, tím více klade důraz na kvalitu dopravního prostředků i dalších kvalitativních faktorů.

Respondenti měli na výběr tyto intervaly: do 15 minut, 16-30 minut, 31-60 minut a 61 a více minut. Jak lze vyčíst z obrázku 7, všechny možnosti měly minimálně 14% zastoupení. Nejméně bylo těch, kterým zabere cesta nejméně času (14,1 %). Mezi 15 a 30 minutami byla nejčastější odpověď (31,2 %). Průměrnou cestu v rozmezí 31 minutami a jednou hodinou využívá 29,8 % obyvatel KHK a přes hodinu jich pak cestuje necelá čtvrtina.

Jak dlouho Vám trvá cesta (celkový čas strávený ve všech dopravních prostředcích včetně čekání na přestup), kterou vykonáváte nejčastěji?

573 odpovědí



**Obrázek 8** Průměrná doba cesty (autor)

### 2.5.7 Získávání informací o veřejné dopravě

Tento dotaz cílí na to, jakým způsobem získávají cestující informace o jízdních řádech, tarifech, omezeních dopravy a dalších. Možnostmi, kterých mohli respondenti zvolit více, byly: kontaktní místa IREDO, webové stránky Krajského úřadu KHK, webové stránky [www.oredo.cz](http://www.oredo.cz), Facebook Veřejná doprava KHK, webové stránky [www.idos.cz](http://www.idos.cz), mobilní aplikace Informačního dopravního systému (IDOS), na zastávkách, navíc měli též respondenti možnost napsat jinou možnost.

Drtivá většina cestujících využívá nejpoblárnější vyhledávač IDOS. V mobilní verzi to bylo 280 (48,9 %), u webové pak dokonce 365 odpovědí (63,7 %). Na třetím místě skončila klasická forma zjišťování informací na jednotlivých zastávkách – 134 odpovědí (23,4 %). Z dalších možností 29 lidí zvolilo kontaktní místa IREDO, 28 lidí Facebook Veřejná doprava KHK a 21 osob webové stránky Krajského úřadu KHK. Z jiných variant odpovědí byla nejčastěji zmíněna aplikace ČD „Můj vlak“, která se objevila celkem 13x. Dále už byly individuální odpovědi, např. aplikace IREDO, pokladny na nádraží, stránky dopravců aj.

### 2.5.8 Znalost výhod tarifu IREDO

Zjištění v této oblasti proběhlo formou uzavřené otázky se třemi možnostmi: ano, znám výhody tarifu; ne, neznám výhody tarifu, ale znám tarif; ne, neznám výhody tarifu ani tarif. Jak vyplývá z obrázku 8, pozitivním zjištěním je, že více než polovina (53,4 %) zná jak tarif IREDO, tak jeho výhody. O existenci tarifu má povědomí 23,4 % a zbytek (22,3 %) pak neví, že tarif existuje.

Znáte výhody tarifu IREDO (bezkontaktní karta IREDO, vícedenní jízdenky, síťová jízdenka, skupinová jízdenka)?

573 odpovědí



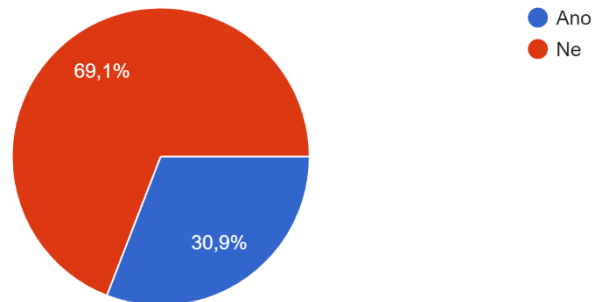
**Obrázek 9** Znalost výhod tarifu IREDO (autor)



## 2.5.9 Karta IREDO

Tomuto tématu se věnují tři otázky. První rozděluje respondenty na ty, kteří kartu IREDO využívají a kteří ne. Jak je možné vidět na obrázku 9, kartu IREDO využívá pouze 30,9 %, zbytek 69,1 % ji naopak nepoužívá.

Využíváte bezkontaktní kartu IREDO?  
573 odpovědí



**Obrázek 10** Využití karty IREDO (autor)

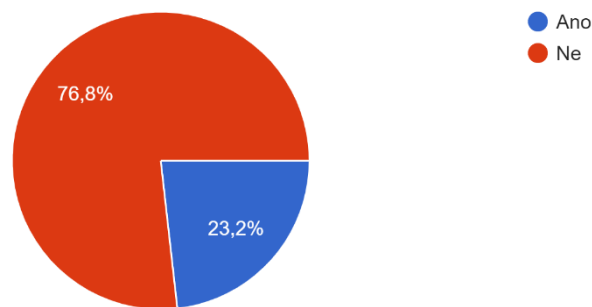
Pokud tázaný odpověděl, že kartu využívá, byl dále doptáván na názor, jaké vidí největší výhody ve využívání karty. Z celkového počtu 177 odpovědí se jako hlavní důvod objevovala bezhotovostní platba, dále možnost přestupní jízdenky na vlak i autobus nebo levnější jízdné. Naopak, když byla odpověď negativní, další otázkou bylo, jaké důvody má respondent k nevyužívání karty. Ze 396 reakcí velmi převažovala neznalost karty, nízká míra využití veřejné dopravy v KHK, využívání státních slev pro studenty a seniory, názor respondenta, že jí nepotřebuje, aj.

### 2.5.10 Mobilní aplikace IDS IREDO

Toto téma je rozděleno do tří uzavřených otázek. První pro všechny respondenty, kteří využívají veřejnou dopravu na jednoduchou otázku, jestli aplikaci využívají. Jak lze vyčíst z obrázku 11, více než  $\frac{3}{4}$  (76,8 %) obyvatel KHK aplikaci nevyužívá. Z předchozí informace tedy vyplývá, že ji využívá 23,2 %.

Využíváte mobilní aplikaci IDS IREDO?

573 odpovědí

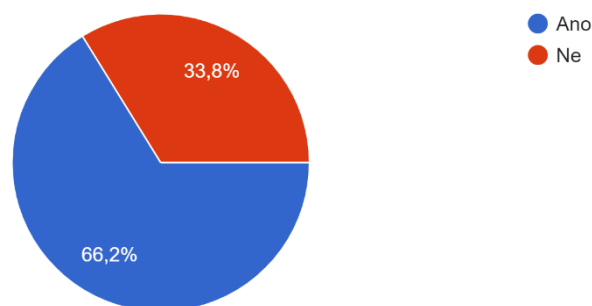


**Obrázek 11** Využívání mobilní aplikace (autor)

Ti, kteří ji využívají, byli následně přesměrováni na dotaz, zda ji využívají pravidelně. Výsledky z této otázky dokumentuje obrázek 12, ze kterého lze vyčíst, že většina lidí (66,2 %), co aplikaci využívají, ji používají pravidelně. Pouze občas její výhody čerpá 23,8 %.

Využíváte tuto aplikaci pravidelně?

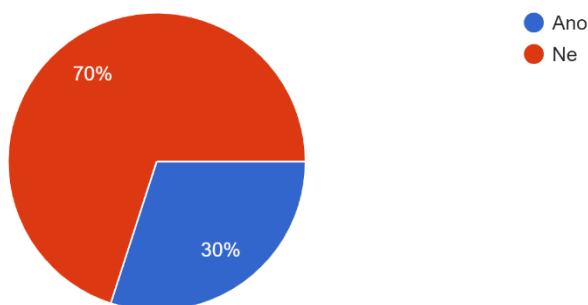
133 odpovědí



**Obrázek 12** Pravidelnost využívání mobilní aplikace (autor)

Pro ty, kteří ji nevyužívají, byla pak připravena otázka na to, zda vědí o existenci této aplikace. Výsledek dokumentuje obrázek 13, který objasňuje, že 30 % z cestujících, kteří aplikaci nevyužívají, o ní vědí, oproti 70 % těch, kteří nevědí, že aplikace existuje.

Víte o existenci mobilní aplikace IDS IREDO?  
440 odpovědí

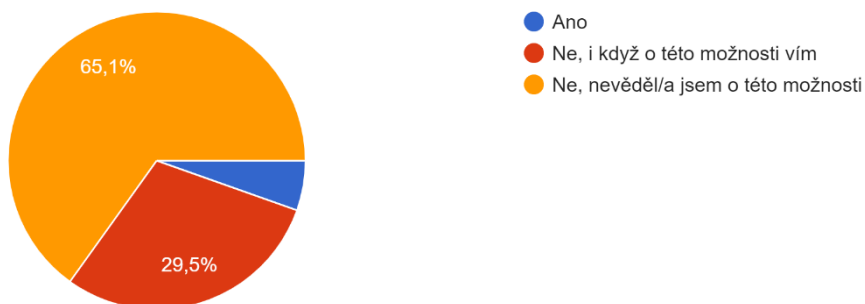


**Obrázek 13** Znalost existence mobilní aplikace (autor)

### 2.5.11 Telefonní linka Callcentra IREDO

Průzkum v oblasti telefonní linky byl rozdělen do dvou částí. Základní se ptá dotazovaných na využití linky, druhá pro osoby, kteří ji využili pak na jejich loajalitu. Co se prvního dotazu týká, na obrázku 14 lze spatřit, že nadpoloviční většina (65,1 %) respondentů odpověděla, že o telefonní lince nevědí, tudíž ji ani nemohli využít. Necelá třetina dotázaných (29,5 %) o této možnosti věděla, avšak ji nevyužila a zbytek (5,4 %) na ni pak zavolaal.

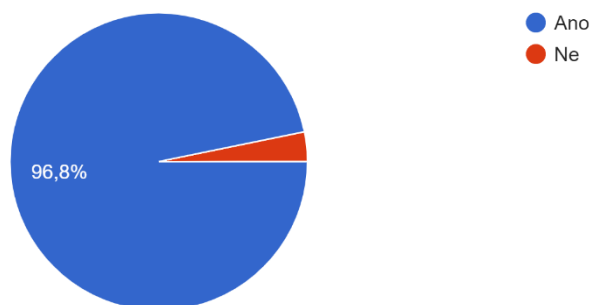
Využili jste telefonní linku Callcentra IREDO?  
573 odpovědí



**Obrázek 14** Využívání telefonní linky (autor)

Ti, kteří telefonní linku již využili, pak byli konfrontováni otázkou, zda by na ni zavolali znovu. Na tuto otázku, jejíž graf se nachází na obrázku 15, spíše, než procentuálně je vhodnější vyjádření numerické, tzn. že z 31 respondentů odpovědělo kladně 30.

Využil/a byste služby této linky znovu?  
31 odpovědí

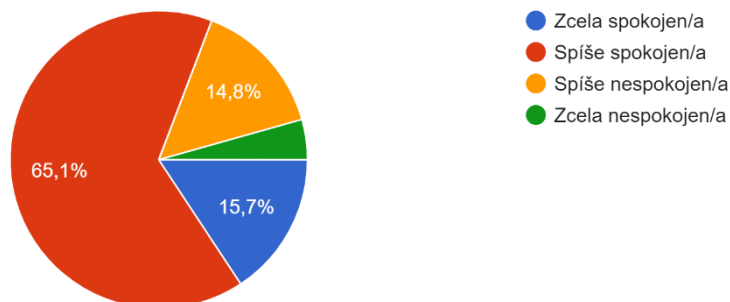


**Obrázek 15** Loajalita využívání telefonní linky (autor)

### 2.5.12 Pokrytí kraje veřejnou dopravou

Problematika pokrytí může být vážným nedostatkem, jelikož pokud pro někoho není veřejná doprava dosažitelná, musí zvolit individuální automobilovou dopravu. Výsledek v této problematice dopadl tak, že převažují spokojení cestující. Tento fakt potvrzuje obrázek 15, ze kterého plyne, že 65,1 % respondentů je spíše spokojených, 15,7 % zcela spokojených, 14,8 % spíše nespokojených a 4,4 % zcela nespokojených. Výsledky podpůrné otevřené otázky pro negativně odpovídající (110 odpovědí), dotazující se na konkretizaci špatně dostupných míst, byly vzhledem k variabilitě odpovědí předány Krajskému úřadu KHK.

Jste spokojen/a s pokrytím kraje veřejnou dopravou?  
573 odpovědí



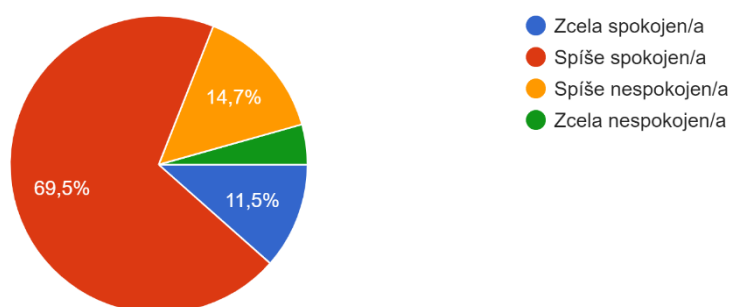
**Obrázek 16** Spokojenost s pokrytím kraje veřejnou dopravou (autor)

### 2.5.13 Návaznost linek

Důležitým tématem v oblasti veřejné dopravy je návaznost linek. V dnešní době se stává velmi populárním tématem využívání přestupních uzlů, ve kterých na železniční dopravu, která má větší přepravní kapacitu a její využití je ekologičtější, navazuje autobusová doprava, dopravující cestující z/do jejich začátečních/cílových destinací. Jízdní řády musí však být ve všech případech tak, aby se pracovalo s časovou rezervou na přestup cestujících, přičemž by měl být zajištěn přestup i v případě zpoždění (úměrně k frekvenci linky a počtu přestupujících).

V Královéhradeckém kraji jsou v tomto tématu lidé převážně spokojeni. Obrázek 17 ukazuje, že 69,5 % z nich zvolilo možnost spíše spokojen/a, 14,7 % spíše nespokojen/a, 11,5 % je zcela spokojených a 4,4 % je zcela nespokojených. Návrhy (109 otevřených odpovědí) vycházející z doplňující otázky, stejně jako u té předchozí, budou předány k posouzení Krajskému úřadu KHK.

Jste spokojen/a s návazností linek veřejné dopravy?  
573 odpovědí



**Obrázek 17** Spokojenost s návazností linek (autor)

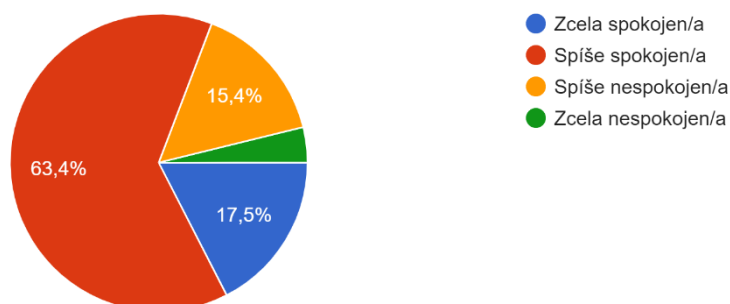
### 2.5.14 Frekvence spojení

Frekvenci spojení dané linky je důležité zoptimalizovat především ve vztahu k počtu přepravovaných v daném čase. Poptávka po přepravě se také v čase vzhledem k okolnostem neustále mění, proto je podstatné ji pravidelně kontrolovat.

Obrázek 18 ukazuje, že obyvatelé KHK jsou s frekvencí spojení převážně spokojeni. Dokládají to procenta odpovědí: 63,4 % je spíše spokojených, 17,5 % zcela spokojených, 15,4 % spíše nespokojených a nakonec 3,8 % zcela nespokojených. I zde platí, že odpovědi podpůrné otázky (110), ptající se na konkrétní místo, kde cestujícímu frekvence nevyhovuje velmi různorodé, a budou předány k dalšímu řešení.

Jste spokojen/a s frekvencí spojení?

573 odpovědí



**Obrázek 18** Spokojenost s frekvencí spojení (autor)

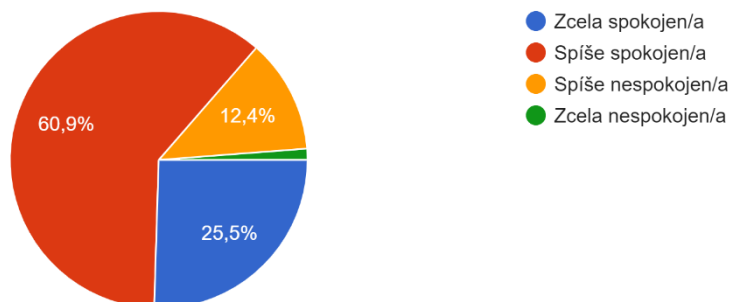
### 2.5.15 Spokojenost s informovaností o změnách

Nevědomost cestujícího o plánovaných i mimořádných změnách může mít někdy velmi negativní následky. Proto je vhodné v souvislosti k odlišnému přístupu různých skupin cestujících informovat o změnách více informačními kanály.

Jak dokládá obrázek 19, s informováním převažuje u uživatelů veřejné dopravy v KHK spokojenost. Nejvíce je spíše spokojených (60,9 %), následované skupinou zcela spokojených (25,5 %), spíše nespokojených (12,4 %) a zcela nespokojených (1,2 %). Typ podpůrné otevřené otázky zde byl v porovnání s minulými dotazy odlišný. Zde se ptala na návrh formy informování cestujících. Nejčastějšími návrhy ze 78 odpovědí bylo informování formou SMS zprávy, skrze e-mail či přes mobilní aplikaci. Zmíněna zde byla i odpověď 'zvýšení informovanosti na odlehlých zastávkách'.

Jste spokojen/a s informováním o veřejné dopravě (jízdní řády, změny v jízdních řádech, tarif, omezení veřejné dopravy)?

573 odpovědí



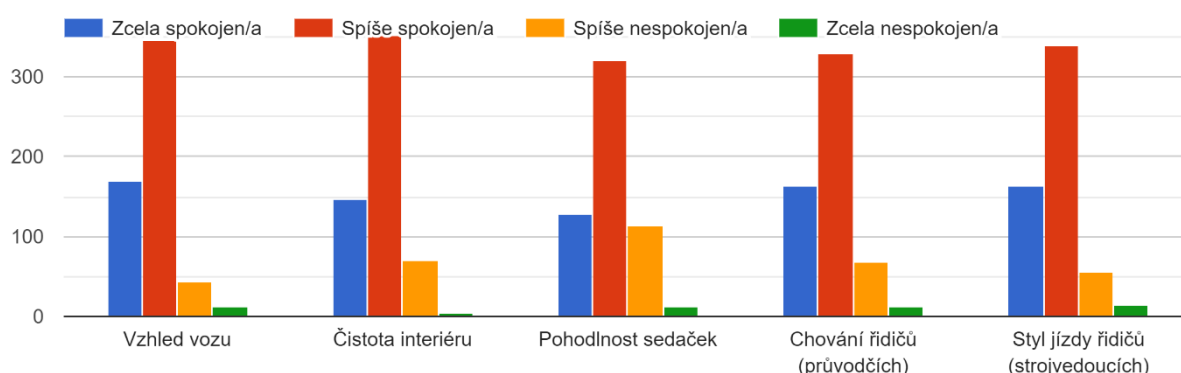
**Obrázek 19** Spokojenost s informovaností o změnách (autor)

### 2.5.16 Kvalita dopravních prostředků

Tato otázka je složená z pěti kritérií, u kterých, vzhledem k jejich všeobecnosti, nebylo vhodné se doptávat na jejich specifikaci. Jedná se o kritéria spojená s kvalitou veřejných dopravních prostředků v kraji. Konkrétně jsou jimi: vzhled vozu (exteriér i interiér), čistota vozu (vnější i vnitřní), pohodlnost sedaček, chování řidičů autobusů (resp. průvodčích ve vlacích) a styl jízdy řidiče (případně strojvedoucího).

Z obrázku 20 vyplývá, že u všech kritérií převažuje spokojenost. Nejvíce negativních odpovědí bylo u spokojenosti s pohodlností sedaček, kterých bylo 125 (113 spíše a 12 zcela). Následuje chování řidičů s 80 nespokojenými (68; 12), čistota interiéru se 75 nespokojenými (71; 4); 60 cestujících (56; 14) není spokojeno se stylem jízdy a nakonec 57 respondentů (44; 13) je nespokojených se vzhledem vozu.

Jste spokojen/a s kvalitou dopravních prostředků?



**Obrázek 20** Spokojenost s kvalitou dopravních prostředků (autor)

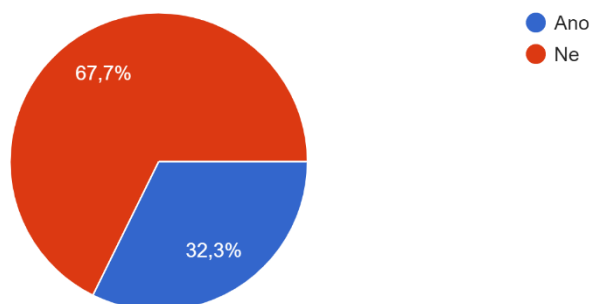
### 2.5.17 Problémy s přeplněnými vozy

Další problematikou jsou přeplněné vozy. Ty dokáží velmi znepríjemnit cestujícím jejich přepravu. Otázka je formulována jednoduše, a tedy jestli má respondent problém s přeplněnými vozy. Pokud odpověděl, že ne, byl konfrontován otázkou, ve které měl specifikovat spoje, případně linky, kde tento problém nastává.

Většina cestujících odpověděla pozitivně. Obrázek 21 potvrzuje, že převažují cestující, kteří tento problém nemají (67,7 %). Podíl cestujících, kteří se s přeplněnými spoji setkávají, je 32,3 %. Co se doplňkové otázky týče, u ní se ze 185 odpovědí nejčastěji opakovaly linky z, resp. do velkých měst, převážně Hradce Králové a Trutnova (především ve špičkách). Byly zde i další odpovědi z celého kraje, které budou opět předány zástupcům Krajského úřadu KHK.

Máte na některé lince problém s přeplněnými vozy?

573 odpovědí



**Obrázek 21** Problémy s přeplněnými vozy (autor)

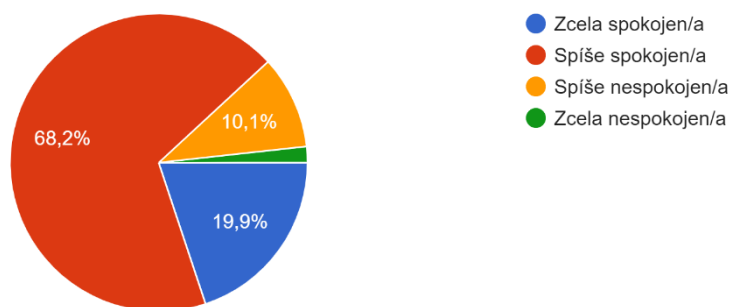
### 2.5.18 Dodržování jízdních řádů

Zásadním nedostatkem veřejné dopravy mající velký vliv na spokojenost cestujících bývá případné opakované nedodržování jízdních řádů. Cestující jsou v této oblasti tázáni na jejich spokojenost a pokud odpověděli negativně, byli dále otevřenou otázkou doptáváni na místo, kde tento stav nastává.



Výsledky prezentuje graf na obrázku 22. Ukazuje, že převažuje u uživatelů veřejné dopravy v KHK spokojenost v tomto tématu. Nejvíce respondentů zvolilo možnost spíše spokojen/a s 68,2 %, poté následovala skupina zcela spokojených (19,9 %), spíše nespokojených je 10,1 % a zcela nespokojených. Stejně jako u předchozích otázek tohoto typu jsou varianty všech 68 odpovědí velmi široké a budou také předány kraji.

Jste spokojen/a s dodržováním jízdních řádů?  
573 odpovědí



**Obrázek 22** Spokojenost s dodržováním jízdních řádů (autor)

### 2.5.19 Pozitiva veřejné dopravy v kraji

Na konci dotazníku proběhly dvě shrnující otázky poté, co respondenti v průběhu dotazníku přemýšleli ohledně této tematiky. Otevřenou odpovědí měli v první z nich napsat, čeho si na veřejné dopravě v kraji nejvíce cení.

Z pozitivních odpovědí se nejčastěji objevovala spolehlivost, dostupnost, frekvence spojení. Časté však byly i v kontextu otázky negativní odpovědi jako nevím nebo také, že to, čeho si respondenti nejvíce na veřejné dopravě v KHK cení, je její existence, či že je nic nenapadlo.

### 2.5.20 Negativa veřejné dopravy v kraji

V této otázce bylo po cestujících požadováno otevřenou odpovědí napsat, co jim na veřejné dopravě v KHK nejvíce vadí. Význam této otázky byl významnější než u té předchozí, protože u služeb mají negativní reference o hodně větší význam než ty pozitivní.

Zde se respondenti velmi rozepsali, ze všech odpovědí byli nejčastěji zmíněny: chování řidičů (především arogantní chování), zpoždění spojů a s tím častokrát spojená nenávaznost linek, zastaralý vozový park (především v regionální dopravě) a nízký počet spojů o víkendech a v dopravních sedlech. Občas se však také objevila pozitivní hodnocení, když někteří dotazovaní odpověděli, že jim nic nevadí.

## 2.6 Shrnutí výsledků průzkumu

Nejprve shrnuji informativní část. Převaha těch, kteří využívají veřejnou dopravu KHK je důsledkem toho, že mou snahou bylo oslovovat potenciální uživatele, na což jsem vždy předem u příspěvku na Facebookových stránkách a skupinách upozorňoval. I přes to, že u dotazníku nebyla zvolena forma kvótního výběru, pozitivní zprávou je zisk odpovědí od všech věkových skupin, přičemž nejmenší z nich měla 3,3 %. Podíl zástupců obou pohlaví není také nikterak vychýlen. Dotazy na nejběžnější účel cesty, nejčastěji používaný veřejný dopravní prostředek i průměrné využívání veřejné dopravy v kraji mají pozitivní výsledky, jelikož jsou i zde opět zastoupeny všechny věkové skupiny respondentů s tím, že nejmenší z nich obsahuje 73 odpovědí.

Výsledky dotazníku by se mohly zdát, co se spokojenosti týká, pozitivní, jelikož u otázek na spokojenost odpovídali cestující převážně, že jsou spokojeni. Avšak toto zdání klame, což jsem shrnul níže.

Nejdříve popíši část otázek zkoumajících jak informace, tak spokojenost. Není překvapivým zjištěním, že ve způsobu informovanosti a plánování cesty s obrovským náskokem zvítězily obě platformy celostátního vyhledávače IDOS a zastávky, avšak vzhledem k možnosti více odpovědí jsou výsledky informačních kanálů kraje a IREDO neuspokojivé.

Dotaz na výhody tarifu IREDO, vzhledem k faktu, že odpovídali pouze uživatelé pohybující se v jeho tarifních pásmech, není příliš povzbudivý. Přes 45 % dotazovaných nezná jeho výhody a polovina z nich bohužel neví ani o jeho existenci.

S předchozí otázkou souvisí i výsledek té následující, která se ptá na využívání čipové karty IREDO, kde 70 % cestujících uvedlo, že ji nevyužívá. Karta IREDO je zapotřebí k čerpání většiny výhod tarifu IDS IREDO, z čehož vyplývá, že uživatelů integrovaného systému není ani třetina cestujících v kraji. Ti pak ve výhodách uvedli spíše základní výhody dopravní karty IDS, naproti tomu v nevýhodách bylo zmíněno více důvodů.

Další dvě otázky související se systémem IREDO zaměřených na mobilní aplikaci a telefonní linku nelze hodnotit kladně, jelikož u obou z nich panovala u respondentů převážná neznalost těchto možností, což lze považovat za nejvýznamnější faktor. Tento fakt je doložen čísly. Z celkových 573 cestujících 308 nezná mobilní aplikace a 373 telefonní linku.

Dotazy se stejnou strukturou týkající se spokojenosti cestujících v oblastech pokrytí kraje veřejnou dopravou, návaznosti linek, frekvence spojení, informovanosti cestujících a dodržování jízdních řádů mají společné to, že jsou se vším respondenti spíše spokojeni. Tato

nejběžnější odpověď se u pěti zmíněných témat pohybovala mezi 60,9 % a 69,5 %. Celkový počet nespokojených (spíše i zcela) pak byl nejvyšší u pokrytí a frekvence (shodně 110 odpovědí). Ihned za nimi následuje návaznost (109 odpovědí), poté informovanost (78 odpovědí) a dodržování (68 odpovědí). Nespokojení v jednotlivých tématech pak svou zpětnou vazbou poskytli důležité informace o problémech v určitých místech, která bude předána zástupcům Krajského úřadu KHK, kteří se jimi budou zabírat.

Kvalita dopravních prostředků podle cestujících je hodnocena podobně jako předchozí otázka zaměřené na spokojenost. Odpovědi u všech kritérií sestupně od spíše spokojených, přes zcela spokojené, spíše nespokojené po zcela nespokojené. Nejhůře hodnoceným kritériem podle počtu nespokojených je pohodlnost sedaček.

Poslední oblastí jsou přeplněné vozy. Necelá třetina cestujících jimi jezdí, což je poměrně velká část. Jak bylo již zmíněno, týká se to podle odpovědí především dojíždějících studentů a pracujících do velkých měst, což je naprosto logické a je to běžné po celé republice.

Na závěr proběhly všeobecné hodnotící otázky. Dotaz na největší klady veřejné dopravy v KHK dopadl smíšeně, jelikož i přes spoustu pozitivních názorů se zde objevily i některé záporné odpovědi. Otázka na to, co cestujícím vadí pak ukázala, že nespokojených respondentů je dost, avšak i zde byly odpovědi pozitivní. Tento dotaz každopádně velmi podpořil zpětnou vazbu, když ukázal, co cestující nejvíce trápí.

Souhrnně z analýzy vyplynulo, že je třeba řešit tyto hlavní nedostatky:

- nízké využívání karty IREDO,
- nízké využívání mobilní aplikace IREDO,
- nedostatečná komunikace se zákazníky,
- nerovnoměrná kvalita vozového parku,
- nevyhovující chování řidičů autobusů.

### 3 VYHODNOCENÍ PROVEDENÉHO PRŮZKUMU

V poslední kapitole této práce jsou v návaznosti na výsledky průzkumu navržena opatření související s nejhůře hodnocenými kritérii spokojenosti. Ty jsou orientovány na nejpodstatnější problémy, ostatní menší nedostatky byly vykomunikovány s Krajským úřadem KHK. Kapitola je strukturována do podkapitol, které jsou pak strukturovány do tří částí: navázání na výsledek průzkumu, návrh(y) opatření a případně konkrétní specifikace možné realizace či inspirace od již uskutečněných projektů.

#### 3.1 Komunikace

Nejhůře v práci dopadly dotazy týkající se neznalosti na veškeré benefity nabízené organizátorem veřejné dopravy OREDO. Zde se nejvíce nabízí zesílení a orientaci na propagaci všech výhod tarifu IREDO. Nejlépe dopadla znalost samotného tarifu, ale i zde se nalézá spousta potenciálních cestujících. Níže zmíněná povědomí o čipové kartě, mobilní aplikaci, a o telefonní lince dopadla ještě hůře.

Informovanost cestujících je zaměřena v IREDO na telefonní linku podávající cestujícím komplexní informace a odpovídající na různorodé dotazy, týkající se veřejné dopravy v Královéhradeckém a Pardubickém kraji. Jak vyplynulo z analytické části této práce, není povědomí mezi cestujícími v těchto krajích dostatečné. Pouze o něco málo více, než jeden z 20 uživatelů veřejné dopravy v KHK o této možnosti ví, což je velmi nízké číslo.

##### Návrhy opatření

Řešením v této oblasti by mohlo zaměření na PR, s **vytvořením reklamní kampaně**. Zde by se nabízelo více variant. Jednou z nich by mohla být reklama **formou plakátů** nebo propagačních letáků objevujících se v dopravních prostředcích po celém regionu či na zastávkách a nádražích s atraktivně zpracovanými výhodami (novými i stávajícími). Efektivní možností propagace by pak bylo větší zaměření se na **sociální sítě**. Zde sice již existují facebookové stránky OREDO a veřejné dopravy v KHK, ale dosah mají nyní pouze v řádu několika stovek sledujících. Reklamní kampaň by tedy mohla zahrnout **propagační videa či fotky**, které by mohly být na sociálních sítích zobrazovány i formou placené reklamy v rámci targetingu (zacílení na konkrétní potenciální zákazníky). V neposlední řadě by bylo reálné **vylepšení stávajících webových stránek OREDO**, jejichž vzhled nyní nepůsobí moderně a přehledně.

U tohoto opatření bych považoval za **silnou stránku** široký dosah se zacílením na vybrané osoby, **slabou stránkou** by mohl být u sociálních sítí nižší dosah pro starší obyvatele a také časová, personální i finanční náročnost.

Druhým nabízeným řešením v této oblasti by také, především pro mladší a střední generaci, bylo upřednostnění a zaměření se na možnost **odpovídání na dotazy** místo telefonní linky přímo online písemnou formou **přes e-mail, sociální sítě**, skrze již existující **mobilní aplikaci** nebo možností zaslání **dotazů na vlastních webových stránkách**.

Zde vidím jako **silnou stránku** vyšší atraktivitu, jednodušší přístup a vyšší dostupnost pro cestující při odpovídání na dotazy než při použití telefonní linky, která je pro některé cestující nekomfortní, a také nízké náklady. **Slabou stránkou** může být především již výše zmíněná nižší dosažitelnost pro seniory.

Pro nejstarší obyvatele bych však linku zachoval, jelikož jako doplňkovou k výše zmíněným způsobům komunikace. Posledním návrhem v této oblasti bych navrhoval na místech s vyšší koncentrací seniorů v kraji zacílení na **informovanost o této lince formou letáků, obecním rozhlasem, vyvěšením na plakátovacích plochách atd.** Nicméně zde bych provedl mezi nejstarší skupinou obyvatel před uskutečněním průzkum, zda o telefonní lince mají povědomí, aby toto opatření nebylo nadbytečné.

**Silnou stránku** v tomto opatření bych viděl ve vysokém dosahu oslovené skupiny obyvatel, **slabou** ve vyšších nákladech v případě tisku vysokého počtu letáků po celém kraji.

### 3.2 Karta IREDO

Tento problém dopadl překvapivě velmi negativně z toho důvodu, že i přes to, že na tuto otázku odpovídali pouze uživatelé veřejné dopravy, tak pouze necelá třetina kartu využívá. Tyto výsledky nejsou uspokojivé, jelikož v dnešní době tato výhoda je v populaci velmi populární. Hlavní odpovědí, která převažovala jako důvod nevyužívání karty IREDO byla její neznalost.

#### Navržená opatření

Možným řešením by bylo zlepšení se v oblasti komunikace s cestujícími. Tímto se souhrnně zabývá kapitola 3.3. Základem však stále zůstává samotný produkt, který musí cestující zaujmout k jeho využití. Jednou z vícekrát se opakujících připomínek byly stížnosti na **dobíjení této dopravní karty**. Tu je nyní možno dobít pouze v autobuse, ve vlacích a na nádražích. V dnešní době elektronizace by bylo vhodné zajistit zvýšení kvality v této oblasti formou dobíjení **v e-shopu**. To by přineslo nejen výrazné zvýšení komfortu pro cestující a možné nalákání touto výhodou potenciální uživatele, ale také ulevení práce

liniovým pracovníkům, kteří kartu cestujícím dobíjí. V návaznosti na to u autobusů může dalším pozitivem být i to, že se u některých spojů může ulevit možnému zpoždění vzniklému právě dobíjením karty u řidiče. Další možnou variantou zlepšení v této oblasti by pak mohla být možnost dobíjení karty **přes bankomat**.

**Silnou stránkou** tohoto návrhu by bylo velmi vysoké zvýšení atraktivity, naopak **slabou stránkou** pak může být časová a finanční náročnost. Každopádně považuji realizaci tohoto opatření za potřebnou.

Další možností zvýšení kvality v této oblasti by byla maximální možná snaha o **integraci všech MHD**. Zde, především v regionu Hradce Králové, je spousta dojíždějících do krajského města za prací či do školy. Těmto cestujícím, využívajícím v návaznosti na příměstskou dopravu právě městskou dopravu by velmi ulevilo, když by nemuseli využívat 2 karty. Zde by se nabízela postupná možnost spojení karty v jednu. Omezeními však jsou zájmy krajského města a též by se zde jednalo o dlouhodobější projekt. Nicméně v rámci IDS VYDIS již MHD Hradec Králové integrace existuje, proto v případě jejího zrušení by měla být zapojení do IREDO snazší.

**Silnou stránkou** tohoto opatření by bylo usnadnění cestování v oblastech s vysokou koncentrací cestujících a zvýšení atraktivity pro potenciální cestující. **Slabou stránkou** by zde pak mohla být pak finanční nákladnost při pořízení tiskáren na čipové karty na prodejní místa a čteček na dopravní karty do dopravních prostředků.

Posledním návrhem v tomto tématu by mohla být **spolupráce s potenciálními partnery**, jejichž benefity by karta nabízela. Mohlo by se jednat o jakékoli firmy nabízející produkty či služby konečným zákazníkům formou slevy. Zapojeny by mohly být též veřejné instituce. V tomto případě by se jednalo například o knihovny, bazény, školní jídelny apod., kde by karta mohla být využívána na bezkontaktní platby.

**Nejsilnější stránku** tohoto opatření vidím ve zjednodušení a zefektivnění průběhu služby, což by vedlo ke zvýšení úrovně spokojenosti zákazníků. Naopak **slabou** by mohla být časová náročnost při komunikaci o výši slev s partnery a veřejnými institucemi, které nevlastní KHK, včetně nabídky reciproční náhrady.

#### **Možnost realizace navržených opatření**

Všechny tyto tři návrhy jsou podloženy a inspirovány jejich funkčností v rámci Plzeňské karty (PK). Prvotní účel této dopravní čipové karty byl pouze v rámci MHD Plzeň (elektronická peněženka, časové předplatné), avšak během svého rozmachu v posledních letech nyní začleňuje stejné funkce v rámci IDS celého kraje. V oblasti dobíjení karty v jejím případě existuje již několik let možnost díky spolupráci s Českou spořitelnou si na vybraných

bankomatech této společnosti na tuto dopravní kartu dobíjet jak předplatné, tak peníze na elektronickou peněženku. Navíc paralelně s tím nabízí stejné funkce e-shop i vybrané autobusové linky, a také samozřejmě vybraná místa v celém regionu (PK, 2020).

V oblasti integrace v regionu jsou zde začleněny kromě všech dopravců také MHD ve všech městech, navíc také MHD Karlovy Vary a MHD Mariánské Lázně. Od 13. června 2020 navíc bude k dispozici přestupní jízdenka, u které si cestující např. při využití vlaku, následně autobusu, a nakonec linky MHD zakoupí pouze jednu jízdenku v počátečním spoji (v tomto případě vlaku) a na tu pojedou i autobusem a MHD bez ohledu na dopravce (PK, 2020).

Nakonec v tématu spolupráce PK nabízí několik desítek partnerů v celém kraji slevy v rámci bonusového programu. Dále karta nabízí bezhotovostní platbu parkovného na vybraných místech v Plzni, Knihovně města Plzně, Zoologické a botanické zahradě města Plzně, ve vybraných potravinových automatech či ve FANSHOPU úspěšného fotbalového mužstva FC Viktoria Plzeň. V neposlední řadě je třeba také zmínit možnost propojení a výhod s kartami JIS (studentská karta Západočeské univerzity), In Karty ČD, Karlovarské karty, a dalších. Poslední zmíněnou věcí jsou pak již nadstavbové inovace v podobě nepersonalizovaného přívěskového čipu Plzeňská mini, Turistická karta platná omezenou dobu, nepersonalizovaná firemní PK, Virtuální PK fungující přes vlastní mobilní aplikaci atd. (PK, 2020).

### **3.3 Mobilní aplikace IDS IREDO**

I v případě aplikace vydané na začátku roku 2018, stejně jako u karty zde procento využívajících bylo velmi nízké. Aplikaci používá pouze něco málo nad 23 % respondentů. Valná většina cestujících nevyžívajících pak o aplikaci nevěděla. V návaznosti na tuto informaci pak je nutné, stejně jako v případě karty, zmínit potřebu zvýšit intenzitu propagace a informovanosti cestujících.

Jak vyplynulo z dotazníku, lidé si vyhledávají informace o spojení skrze celostátní vyhledávač IDOS. Tato aplikace nabízí informace o aktuálně jedoucích spojích, aktuálních odjezdech ze všech stanic a zastávek zapojených v IREDO a oblíbených spojích, které však lze vyhledat pouze z těch aktuálně jedoucích. Mohlo by se tedy zdát, že je vhodné, že se obě aplikace nepřekrývají. Avšak nemožnost vyhledávání spojů zde může dostát ve výsledku toho, že pro cestující bude výhodnější využití aplikace IDOS, protože je pro ně podstatnější vyhledání spojení.

### **Navržená opatření**

Nicméně v případě hledání spojení by se zde nabízela zákazníkovi požadovaná možnost benefitu v podobě **oblíbeného spojení a s ním spojené notifikace o mimořádnostech i plánovaných výlukách**. Tu by využili jak dlouhodobě při pravidelném dojíždění, tak i při naplánované jednorázové cestě, např. při cestě na výlet. Možnost oblíbeného spoje a notifikace zde již je, avšak pouze u aktuálních spojů, což u vyhledávání spojů značně ovlivňuje komfort jejich uživatelů.

Dále by zde bylo řešením v případě přestupu možné zvolení navazujícího spoje s tím, že by cestující mohl dát přes **aplikaci informaci dispečinku o požadovaném přestupu** a dispečink po zhodnocení situace dal zpětnou vazbu formou notifikace o souhlasu či zamítnutí zadaného požadavku.

**Silnou stránkou** těchto opatření se zdá být zjednodušení a zatraktivnění aplikace, dále též nízké náklady. **Slabou stránkou** by mohlo být při realizaci nutné přesně specifikovat požadavek u vývojáře aplikace a u druhého návrhu také následné nutné vyškolení personálu na dispečinku.

## **3.4 Vozový park**

Toto téma bylo nastíněno respondenty především v posledním dotazu průzkumu cílícím na to, co považují za nejzásadnější problém ve veřejné dopravě KHK. V oblasti kvality dopravních prostředků v dotazníku proběhlo šetření na jednotlivá kritéria (včetně oblasti řidičů, na které bude zaměřena podkapitola 3.5), kde nejhůře dopadla kvalita sedadel. V rámci této návrhové části se tedy zaměřím na všeobecné zvýšení, resp. standardizaci kvality se zaměřením na kvalitu sedadel.

Zásadním faktem v této problematice je velmi vysoký počet dopravců, kteří provozují dopravu v IREDO, zmíněných ve druhé kapitole. Na konci srpna letošního roku, respektive v prosinci příštího roku v kraji začínají jezdit dopravci v obou druzích dopravy v rámci nových tendrů, čímž se naskýtá možnost inovací ve spolupráci s vítěznými dopravci. Kraj má nástroje, kterými může mít vliv na kvalitu dopravních prostředků jezdících na zakázku kraje, včetně jejich financování (vč. peněz z dotací).

### **Navržená opatření**

Pro cestující navrhuji výhody v podobě nízkopodlažních vozů, bezdrátového internetového připojení Wi-Fi ve vozech veřejné dopravy, elektrických přípojek určených pro nabíjení mobilních zařízení nebo zabudování elektronických informačních tabulí uvnitř i vně autobusu či vlaku. Orientace dle výsledků průzkumu by měla být zaměřena



na sedadla. Z pozice kraje by tato situace byla špatně a neefektivně řešena, v případě, že by se zaměřil na jeden faktor. Proto by bylo vhodnější **komplexně řešit modernizace vozového parku v celém kraji** u všech dopravců s tím, aby byl zaměřen na všechna výše zmíněná kritéria cílící na maximální reálnou kvalitu a aby došlo ke sjednocení úrovně v celém regionu. **Silnou stránku** tohoto návrhu spatřuji v nárůstu spokojenosti cestujících na daných linkách, **slabou** by pravděpodobně byla nutnost vhodného načasování realizace pro nejvyšší efektivnost a finanční náročnost.

V neposlední řadě by v regionálních spojích bylo vhodné pokusit se o **sjednocení** (především v autobusové dopravě) **barev autobusů**. I přes zájmy jednotlivých dopravců, u spojů jezdících na objednávku kraje s ohledem na počet a barevnou různorodost autobusů jednotlivých dopravců lze řešit nástřikem nejlépe v krajských barvách kraje, což by působilo výrazně lépe.

**Silné stránky** spatřuji v lepší prezentaci na veřejnosti a v potenciálním zisku nových cestujících, **slabé stránky** pak v cenové nákladnosti a nutné domluvě s dopravci.

#### **Možnost realizace navržených opatření**

Inspirací pro řešení v této oblasti byla Integrovaná doprava Plzeňského kraje. V ní probíhá při pořizování nových vlaků i autobusů nástřik v jednotných barvách kraje, které si navíc v anketě zvolili sami občané kraje. Navíc zde aktuálně probíhá reklamní kampaň odkazující se na výhody veřejné dopravy s využitím pořizování nových dopravních prostředků majících benefity obsažené v prvním návrhu této podkapitoly.

### **3.5 Chování řidičů autobusů**

Řidiči a jejich nedostatek je v dnešní době všeobecným problémem, avšak i přesto je nezbytně nutné, aby dodržovali pravidla slušného chování a také předpisy, které se jich týkají. S nedostatkem řidičů souvisí též nabírání zahraničních zaměstnanců na tuto pozici, s čímž může vznikat navíc nepříjemná jazyková bariéra mezi řidičem a zákazníkem. Důkazem, že zde je možnost zkvalitnění v této oblasti je to, že na průvodčí se v průzkumu žádná výtka nevyskytla.

#### **Navržené opatření**

Možnou variantou zkvalitnění v této oblasti by byla intenzivnější práce s řidiči. Jednou možností by mohlo být **řešení individuálních stížností na provinilé řidiče** s tím, že by dostávali sankce dle závažnosti prohřešku.

V tomto opatření bych viděl jako **silnou stránku** řešení problémových řidičů, **slabou stránkou** by byl nízký dosah a časová náročnost při řešení jednotlivých stížností.

Efektivnějším řešením by však mohla být **školení řidičů**, která by fungovala i preventivně. Školení lze uskutečnit se zaměřením v návaznosti na konkrétní stížnosti od cestujících vyplývající z průzkumu této práce. Nejčastější si cestující v KHK stěžují na aroganci řidičů. Zde by se školení mohlo soustředit na vlídnější přístup k cestujícím. Je zcela pochopitelné, že při nepříznivé dopravní situaci může být pro řidiče náročnější chovat se mile ke všem pasažérům. Například, když některý nastoupí na málo využívané zastávce, může se již existující zpoždění navyšovat a s tím i tlak na řidiče, který je neustále dispečinkem sledován. Jak potvrzuje i tento dotazník, právě řidiči, jakožto zaměstnanci, kteří jsou v kontaktu při nástupu s každým cestujícím, mají velmi významný vliv na spokojenost a pohled na celou veřejnou dopravu. Realizaci školení by pak s vybranou firmou mohl kraj zprostředkovávat všem dopravcům s případnou finanční pomocí.

**Silnou stránkou** tohoto opatření by mělo být plošné sjednocení kvality všech řidičů v kraji, včetně nových, **slabou stránkou** pak finanční nákladnost na účast na školeních.

#### **Možnost realizace navrženého opatření**

Praktickou realizaci nabízí například firma DEKRA CZ, a.s., orientující se na kvalifikaci personálu v různých odvětvích. V oblasti školení řidičů by se v tomto ohledu nabízely především čtyři kurzy. Prvním by mohlo být školení zaměřené na defenzivní jízdu, cílícím na přecházení krizových situací klidovým způsobem jízdy. Kurz hospodárné jízdy pak směřuje na odvrácení řidičů od stylu brzda-plyn, což může kromě zklidnění řidičů snížit nemalé náklady na pohonné hmoty. Dalším nabízeným řešením skrze školení řidičů by mohl být kurz v oblasti stress managementu, jelikož stres má velmi výrazný vliv na chování každého řidiče. Driver assessment se nakonec zabývá individuální analýzou každého řidiče, jeho řidičských schopností a dovedností, a také vyhodnocuje potenciální krizové chování, jeho příčiny a doporučení pro následná opatření (DEKRA, 2020).

## ZÁVĚR

Práce z mého pohledu splnila svůj primární účel a prozkoumala názor cestujících v kraji na daný problém. Ukázala klady i zápory, které souvisí s oblastí zkoumané problematiky. Jako klíčovými nedostatky se ukázala oblast IDS, která je však v oblasti krajské veřejné dopravy základním stavebním prvkem. Významným problémem se zde ukázala jak nízká komunikace s cestujícími, tak i nízká atraktivita IDS. Další negativa vyplynula v oblasti zastaralého vozového parku na vybraných linkách a také stížnosti na řidiče autobusů. Naopak relativní spokojenost u uživatelů veřejné dopravy v kraji panuje v ostatních zkoumaných oblastech realizovaného průzkumu.

Návrhová část poté reaguje na výsledky průzkumu. Je zaměřena do pěti oblastí. Jsou jimi zkvalitnění oblastí komunikace s cestujícími, čipové dopravní karty IREDO, mobilní aplikace IREDO, řidičů autobusů a vozového parku. Některé z navrhovaných opatření by následně mohla být zkoumána v rámci dalšího průzkumu vybrané problematiky. Konkrétně se jedná především o návrhy v oblastech komunikace s cestujícími a čipové karty, kde se nabízí vícero možností podle zvoleného problému.

Práce, jak již bylo zmíněno, vznikla z iniciativy Krajského úřadu KHK, kterému byly tyto návrhy předány. Dále obdržely kompetentní osoby odboru dopravní obslužnosti tohoto úřadu výsledky průzkumu, především šlo o individuální stížnosti cestujících v jednotlivých oblastech dotazníku na konkrétní problémy. V případě realizace některého z návrhů by posléze bylo vhodné uskutečnit nový průzkum cílící na efektivitu uskutečněného návrhu s porovnáním výsledku daného tématu v této práci.

Dostupnost zdrojů v rámci teoreticko-metodologické části této práce nebyla příliš obtížná, jelikož se tématům v oblasti veřejné dopravy, a především marketingu věnuje vícero. Kvalita je prokazatelná u všech zdrojů vzhledem k jejich autentičnosti a odbornosti autorů v daných oblastech.

## POUŽITÁ LITERATURA

- AMA, 2017. Definitions of Marketing. *AMA* [online]. [cit. 2020-01-15].  
Dostupné z: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- ČD, 2020. VYDIS – Východočeský dopravní integrovaný systém. *ČD* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/typy-jizdenek/regionalni-jizdenky-ids/-26647/>
- ČSÚ, 2019. Statistická ročenka Královéhradeckého kraje. *ČSÚ* [online]. [cit. 2020-05-03].  
Dostupné z: [https://www.czso.cz/documents/10180/91280944/33008919\\_web.pdf/8ff68603-9a4c-452a-baec-68097cd9d33c?version=1.3](https://www.czso.cz/documents/10180/91280944/33008919_web.pdf/8ff68603-9a4c-452a-baec-68097cd9d33c?version=1.3)
- DEKRA, 2020. Školení řidičů. *DEKRA* [online]. [cit. 2020-05-16].  
Dostupné z: <https://www.dekrakurzy.cz/kategorie/skoleni-ridicu>
- DRDLA, Pavel, 2018. *Osobní doprava regionálního a nadregionálního významu*. Vydání: 2. Pardubice: Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera. ISBN 978-80-7560-189-6.
- EGER, Ludvík a Dana EGEROVÁ, 2017. *Základy metodologie výzkumu*. Vydání: 2. Plzeň: Západočeská univerzita. ISBN 978-80-261-0735-4.
- EISLER, Jan, Jaromír KUNST a František ORAVA, 2011. *Ekonomika dopravního systému*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1759-9.
- FORET, Miroslav, 2008. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2183-2.
- GAVORA, Peter et al., 2010. *Elektronická učebnice pedagogického výzkumu*. Bratislava: Univerzita Komenského. ISBN 978-80-223-2951-4.
- JAREŠ, Martin, 2016. *Integrovaná doprava v praxi: jedna jízdenka, jeden tarif, jeden jízdní řád, jedna síť*. Praha: Česká technika – nakladatelství ČVUT. ISBN 978-80-01-05896-1.
- JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK, 2012. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4354-7.
- KOZEL, Roman, 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0966-X.
- KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG, 2003. *Marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-0513-2.
- Krajský úřad KHK, 2020. Aktuální informace z oblasti dopravy. *Krajský úřad KHK* [online]. [cit. 2020-05-16].  
Dostupné z: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/scripts/detail.php?pgid=1789>
- MALÝ, Václav, 2008. *Marketingový výzkum: teorie a praxe*. Vydání: 2. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1326-3.
- NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD, 2006. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?!: jak získat zákazníka špičkovými službami*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1321-7.

- OREDO, 2020. OREDO s.r.o. – integrátor regionální dopravy. *OREDO* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <http://www.oredocz/>
- PK, 2020. Plzeňská karta. *PK* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.plzenskakarta.cz/>
- URBÁNEK, Tomáš, 2010. *Marketing*. Praha: Alfa Nakladatelství. ISBN 978-80-87197-17-2.
- ZELENÝ, Lubomír, 2017. *Osobní doprava*. V Praze: C.H. Beck. ISBN 978-80-7400-681-4.

## SEZNAM TABULEK

<b>Tabulka 1</b> Metody určení výběrového souboru .....	20
<b>Tabulka 2</b> Časový harmonogram průzkumu .....	25

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<b>Obrázek 1</b>	Geografická mapa Královéhradeckého kraje .....	23
<b>Obrázek 2</b>	Využívání veřejné dopravy .....	26
<b>Obrázek 3</b>	Věk .....	28
<b>Obrázek 4</b>	Pohlaví .....	29
<b>Obrázek 5</b>	Nejčastěji využívaný druh dopravy .....	29
<b>Obrázek 6</b>	Průměrné využití veřejné dopravy .....	30
<b>Obrázek 7</b>	Účel cesty .....	31
<b>Obrázek 8</b>	Průměrná doba cesty .....	31
<b>Obrázek 9</b>	Znalost výhod tarifu IREDO .....	32
<b>Obrázek 10</b>	Využití karty IREDO .....	33
<b>Obrázek 11</b>	Využívání mobilní aplikace .....	34
<b>Obrázek 12</b>	Pravidelnost využívání mobilní aplikace .....	34
<b>Obrázek 13</b>	Znalost existence mobilní aplikace .....	35
<b>Obrázek 14</b>	Využívání telefonní linky .....	35
<b>Obrázek 15</b>	Loajalita využívání telefonní linky .....	36
<b>Obrázek 16</b>	Spokojenost s pokrytím kraje veřejnou dopravou .....	36
<b>Obrázek 17</b>	Spokojenost s návazností linek .....	37
<b>Obrázek 18</b>	Spokojenost s frekvencí spojení .....	38
<b>Obrázek 19</b>	Spokojenost s informovaností o změnách .....	38
<b>Obrázek 20</b>	Spokojenost s kvalitou dopravních prostředků .....	39
<b>Obrázek 21</b>	Problémy s přeplněnými vozy .....	40
<b>Obrázek 22</b>	Spokojenost s dodržováním jízdních řádů .....	41

## SEZNAM ZKRATEK

a.s.	akciová společnost
ČD	České dráhy, a.s.
ČSÚ	Český statistický úřad
IDOS	Informační dopravní systém
IDS	integrovaný dopravní systém
IREDO	Integrovaná regionální doprava Pardubického a Královéhradeckého kraje
KHK	Královéhradecký kraj
MHD	městská hromadná doprava
OREDO	Organizátor veřejné dopravy v Pardubickém a Královéhradeckém kraji
PK	Plzeňská karta
PR	public relations, vztahy s veřejností
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
VYDIS	Východočeský dopravní integrovaný systém



# **SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha A** Dotazník



## **Příloha A** Dotazník

Průzkum spokojenosti a kvality veřejné dopravy v Královéhradeckém kraji

Dobrý den, jsem student Dopravní fakulty Jana Pernera Univerzity Pardubice a v rámci své bakalářské práce bych Vás poprosil o vyplnění krátkého anonymního dotazníku, který vznikl ve spolupráci s Krajským úřadem Královéhradeckého kraje. Předem děkujeme za spolupráci, která povede ke zkvalitnění veřejné dopravy v kraji.

Využíváte veřejnou dopravu (linková autobusová doprava, drážní osobní doprava, městská hromadná doprava) v Královéhradeckém kraji?

- Ano
- Ne

Jaký druh veřejné dopravy nejčastěji používáte?

- Linkovou autobusovou dopravu
- Drážní osobní dopravu
- Městskou hromadnou dopravu

Jak často průměrně cestujete veřejnou dopravou?

- 5x – 7x týdně
- 2x – 4x týdně
- 1x týdně
- Zcela výjimečně

Za jakým účelem využíváte veřejnou dopravu? (Možnost zvolit více odpovědí)

- Cestování za zaměstnáním
- Cestování do školy
- Cestování na úřady / nákupy / k lékaři
- Cestování ve volném čase / rekreace / zábava / výlety / sport

Jak dlouho Vám trvá cesta (celkový čas strávený ve všech dopravních prostředcích včetně čekání na přestup), kterou vykonáváte nejčastěji?

- Do 15 minut včetně
- 16-30 minut
- 31-60 minut
- Více než 60 minut

Kde získáváte informace o veřejné dopravě Královéhradeckého kraje – jízdní řád, tarif, omezení dopravy...? (Možnost zvolit více odpovědí)

- Na kontaktních místech IREDO
- Na webových stránkách Krajského úřadu KHK
- Na webových stránkách [www.oredo.cz](http://www.oredo.cz)
- Na Facebooku Veřejná doprava Královéhradeckého kraje
- Na webových stránkách [www.idos.cz](http://www.idos.cz)
- V mobilní aplikaci IDOS
- Na zastávkách
- *Jiná...*

Znáte výhody tarifu IREDO (bezkontaktní karta IREDO, vícedenní jízdenky, síťová jízdenka, skupinová jízdenka)?

- Ano
- Ne, znám jen tarif IREDO, ale neznám jeho výhody
- Ne, neznám tarif IREDO ani jeho výhody

Využíváte bezkontaktní kartu IREDO?

- Ano
- Ne

V čem spatřujete největší výhody karty IREDO?

- *Otevřená odpověď*

Z jakého důvodu nevyžíváte kartu IREDO?

- *Otevřená odpověď*

Využíváte mobilní aplikaci IDS IREDO?

- Ano
- Ne

Využíváte tuto aplikaci pravidelně?

- Ano
- Ne

Víte o existenci mobilní aplikace IDS IREDO?

- Ano
- Ne

Využili jste telefonní linku Callcentra IREDO?

- Ano
- Ne, i když o této možnosti vím
- Ne, nevěděl/a jsem o této možnosti

Využil/a byste služby této linky znovu?

- Ano
- Ne

Jste spokojen/a s pokrytím kraje veřejnou dopravou?

- Zcela spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Zcela nespokojen/a

Prosím uveďte, v jaké obci (obcích) byste uvítali rozšíření nebo změnu linek:

- *Otevřená otázka*

Jste spokojen/a s návazností linek veřejné dopravy?

- Zcela spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Zcela nespokojen/a

Prosím uveďte místo/a, kde linky nenavazují:

- *Otevřená odpověď*

Jste spokojen/a s frekvencí spojení?

- Zcela spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Zcela nespokojen/a

Prosím uveďte linku/y a čas/y, kdy Vám interval nevyhovuje:

- *Otevřená odpověď*

Jste spokojen/a s informováním o veřejné dopravě (jízdni řády, změny v jízdniích řádech, tarif, omezení veřejné dopravy)?

- Zcela spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Zcela nespokojen/a

Prosím uveďte, jakou formou byste chtěli být informováni:

- *Otevřená odpověď*

Jste spokojen/a s kvalitou dopravních prostředků?

- Řádky: Vzhled vozu, Čistota interiéru, Pohodlnost sedaček, Chování řidičů (průvodčích), Styl jízdy řidičů (strojvedoucích)
- Sloupce: Zcela spokojen/a, Spíše spokojen/a, Spíše nespokojen/a, Zcela nespokojen/a

Máte na některé lince problém s přeplněnými vozy?

- Ano
- Ne

Prosím uveďte linku/y a čas/y, kdy jsou přeplněné vozy:

- *Otevřená odpověď*

Jste spokojen/a s dodržováním jízdních řádů?

- Zcela spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Zcela nespokojen/a

Prosím uveďte informaci, na jaké lince problém s dodržováním jízdního řádu nastává:

- *Otevřená odpověď*

Doplňte, čeho si na veřejné dopravě v Královéhradeckém kraji nejvíce ceníte:

- *Otevřená odpověď*

Doplňte, co Vám na veřejné dopravě v Královéhradeckém kraji nejvíce vadí:

- *Otevřená odpověď*

Jste:

- Muž
- Žena

Jaký je Váš věk?

- Méně než 18 let
- 18-26 let
- 27-45 let
- 46-65 let
- 66 let a více

Zdroj: autor