

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Faktory ovlivňující cestující na trase Praha–Pardubice

Antonín Hofr

Bakalářská práce
2022

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera
Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Antonín Hofr**
Osobní číslo: **D19072**
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**
Téma práce: **Faktory ovlivňující cestující na trase Praha-Pardubice**
Zadávající katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Zásady pro vypracování

Úvod

1. Charakteristika železniční dopravy a chování cestujících
2. Analýza faktorů ovlivňujících cestující na trase Praha-Pardubice
3. Návrhy změn a opatření

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. Kateřina Pojkarová, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **29. října 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **15. května 2022**

L.S.

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

Ing. Pavla Lejsková, Ph.D.
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 29. dubna 2022

Prohlašuji:

Práci s názvem Faktory ovlivňující cestující na trase Praha–Pardubice 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 14. 5. 2022

Antonín Hofr v. r.

Rád bych poděkoval vedoucí práce Ing. Kateřině Pojkarové, PhD., za vstřícný přístup a cenné rady při zpracovávání bakalářské práce.

ANOTACE

Důraz bude v práci kladen na průzkum mezi cestujícími s cílem zjistit, co hraje roli při jejich rozhodování o cestě na uvedené trase (ekonomická stránka, sympatie apod.). Výsledky průzkumu budou sloužit jako podklad pro tvorbu návrhů pro konkrétního dopravce.

KLÍČOVÁ SLOVA

faktory, poptávka, Praha, Pardubice, železniční doprava, dopravce

TITLE

Factors affecting passengers on the Prague–Pardubice route

ANNOTATION

The emphasis will be placed on the survey among passengers in order to find out what plays a role in their decision about the journey on the route (economy, sympathy, etc.). The results of the survey will serve as a basis for creating proposals for a specific carrier.

KEYWORDS

factors, demand, Prague, Pardubice, rail transport, operators

OBSAH

ÚVOD.....	9
1 CHARAKTERISTIKA ŽELEZNIČNÍ DOPRAVY A CHOVÁNÍ CESTUJÍCÍCH	10
1.1 ŽELEZNIČNÍ INFRASTRUKTURA	11
1.2 HISTORIE ŽELEZNIČNÍ INFRASTRUKTURY.....	12
1.3 ŽELEZNIČNÍ DOPRAVCI.....	12
1.3.1 České dráhy	13
1.3.2 RegioJet.....	14
1.3.3 Leo Express a Leo Express Tenders	14
1.4 POPTÁVKA	15
1.4.1 Faktory ovlivňující poptávku po dopravě	16
1.4.2 Cenová elasticita.....	17
1.4.3 Důchodová elasticita.....	19
1.4.4 Křížová elasticita	19
1.4.5 Převážná špička a sedlo	19
1.5 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ VÝBĚR DOPRAVCE.....	20
1.6 TEORIE RACIONÁLNÍ VOLBY	21
1.7 TEORIE PLÁNOVANÉHO CHOVÁNÍ	22
2 ANALÝZA FAKTORŮ OVLIVŇUJÍCÍCH CESTUJÍCÍCH NA TRASE PRAHA–PARDUBICE	23
2.1 JÍZDNÍ ŘÁDY	23
2.2 CENOVÉ STRATEGIE	24
2.2.1 České dráhy	24
2.2.2 RegioJet.....	25
2.2.3 Leo Express a Leo Express Tenders	26
2.3 DOPLŇKOVÉ SLUŽBY A SLEVY	26
2.3.1 České dráhy	27
2.3.2 RegioJet.....	28
2.3.3 Leo Express a Leo Express Tenders	29

2.4	METODY STUDIE	30
2.5	VÝSLEDKY STUDIE.....	30
2.5.1	Rozbor využívání slev na jízdném	30
2.5.2	Četnost cestování.....	31
2.5.3	Důvod cestování	32
2.5.4	Rozbor využívání služeb jednotlivých dopravců	33
2.5.5	Četnost cestování automobilem	34
2.5.6	Vliv faktorů na rozhodování	35
2.5.7	Analýza osobní preference jednotlivých dopravců	40
2.5.8	Důvody osobní preference Českých drah a jejich častější využívání	41
2.5.9	Důvody osobní preference RegioJetu a jeho častější využívání.....	41
2.5.10	Důvody osobní preference Leo Expressu a jeho častější využívání.....	42
2.6	DISKUZE.....	42
3	NÁVRHY ZMĚN A OPATŘENÍ	44
3.1	SWOT MATICE.....	44
3.1.1	České dráhy	44
3.1.2	RegioJet.....	46
3.1.3	Leo Express a Leo Express Tenders	47
3.2	NÁVRHY ZMĚN JEDNOTLIVÝCH DOPRAVCŮ	49
3.2.1	České dráhy	49
3.2.2	RegioJet.....	52
3.2.3	Leo Express	53
	ZÁVĚR.....	55
	POUŽITÁ LITERATURA.....	57
	SEZNAM OBRÁZKŮ	61
	SEZNAM TABULEK.....	62
	SEZNAM ZKRATEK.....	63
	SEZNAM PŘÍLOH.....	59

ÚVOD

Moderní svět s sebou přináší neustálé zkracování vzdáleností. Cesta, která by před 200 lety trvala několik dní, se dá dnes zvládnout v pohodlí automobilu, vlaku či letadla za pár hodin. To však s sebou přináší také určité útrapy. Vzhledem ke stále se zrychlujícímu tempu života požadují lidé stále rychlejší, pohodlnější a obecně modernější způsoby přepravy.

Pardubice, proslavené svým perníkem či Velkou pardubickou, se díky Janu Pernerovi, železničnímu projektantovi, staly průkopníkem v oblasti dálkové železniční dopravy. Praha, hlavní město nejen republiky, ale také kultury a rozvoje, nabízí domov více než milionu lidí, jejichž počet každý rok stoupá. Mezi těmito dvěma městy se denně přepraví vlakem obrovské množství lidí. Ať už cestují za rodinou, kamarády, kulturou, prací či školou, pravidelně či jen sporadicky, všichni vyžadují určitou úroveň služeb. Každý ji však vnímá jinak, někdo preferuje nízkou kvalitu za co nejmenší možnou částku, jiný si zase rád připlatí za pohodlnější sedadlo, a někdo by klidně celou cestu stál, jen aby měl vlak stabilní připojení na Wi-Fi. Původně Československé státní dráhy, poté jen České dráhy se coby národní dopravce snažily vycházet vstříc všem cestujícím a jejich potřebám. S příchodem konkurence se však každý dopravce začal segmentovat na jinou kategorii cestujících. Tomu také odpovídá rozmanitá nabídka služeb napříč dopravci, kdy se jejich služby neliší pouze v cenách, ale také v pohodlí, nabízených slevách, doplňkových službách či způsobech zakoupení jízdního dokladu.

Tato práce je tedy zaměřena na zjišťování potřeb jednotlivých segmentů cestujících a na faktory, které je při výběru dopravce ovlivňují. V práci je také pomocí výstupu z dotazníku šířeného přes sociální sítě zkoumána aktuální nabídka a poptávka po službách dopravců. Cílem práce je tedy navrhnout a definovat vhodné změny či opatření vedoucí ke zvýšení poptávky po službách jednotlivých dopravců v závislosti na zjištěných datech.

CHARAKTERISTIKA ŽELEZNIČNÍ DOPRAVY A CHOVÁNÍ CESTUJÍCÍCH

Jelikož na trase Praha–Pardubice nejedí přímé linkové autobusy, bude tato práce věnována především železniční dopravě. Železniční doprava je upravená zákonem 266/1994 Sb., o dráhách. Ten kromě podmínek pro provozování drážní dopravy upravuje také podmínky stavby a provozování drah. Drážní dopravu tento zákon definuje jako „činnost, při níž mezi provozovatelem této dopravy (dopravcem) a osobou, jejíž přepravní potřeba se uspokojuje, vzniká právní vztah, jehož předmětem je přeprava osob, věcí, zvířat anebo činnost, kterou se zajišťuje podnikání podle zvláštních předpisů“ (Česko, 1994).

Dráha mezi Prahou a Pardubicemi je po celé své délce vedena jako dráha celostátní (Ministerstvo dopravy, 2018), což dle zákona o dráhách znamená, že se jedná o dráhu, která slouží celostátní a mezinárodní železniční dopravě, čímž se stává součástí evropského železničního systému. Tuto dráhu může provozovat jak fyzická, tak právnická osoba, a to na základě úředního povolení, vydávaného drážním správním úřadem, a v případě právnické osoby také na základě osvědčení o bezpečnosti provozovatele dráhy celostátní a regionální (Česko, 1994).

Provozovatel dráhy poté přiřazuje dopravci na celostátní a regionální dráze takový díl celkové kapacity dráhy (tedy její využitelné průjezdnosti která umožňuje rozvržení požadovaných tras vlaků na určitém úseku dráhy v určitém období), který je zapotřebí pro požadovanou trasu vlaku, a který může dopravce využívat. Kapacita trati je přiřazována na dobu platnosti jízdního řádu dopravce (Česko, 1994).

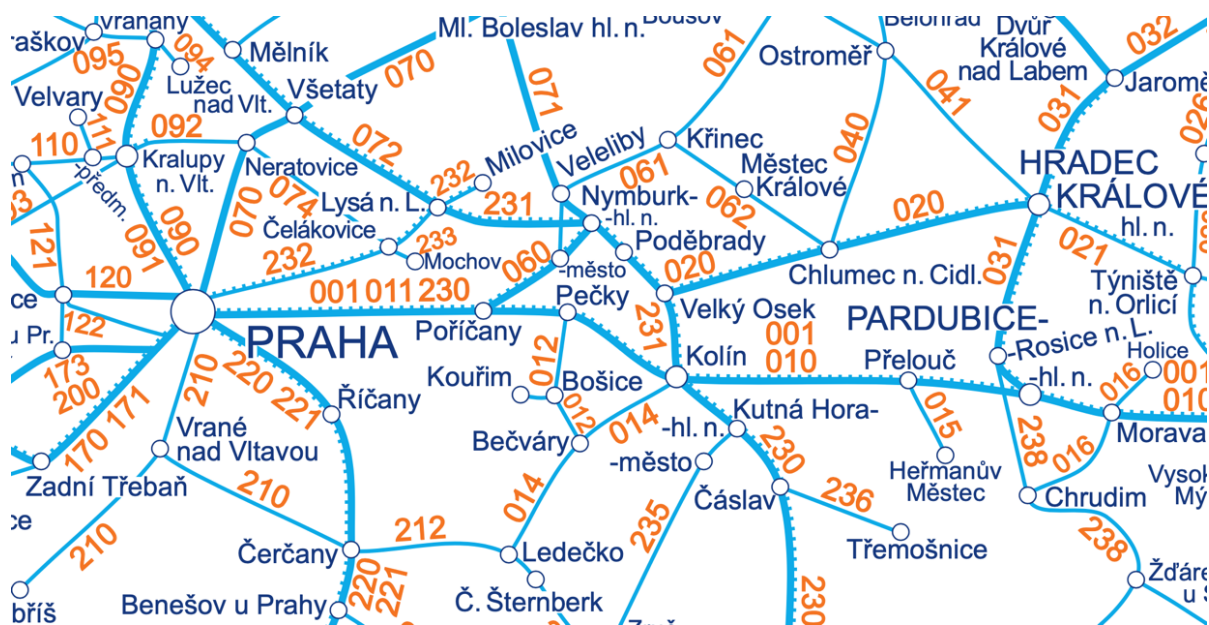
V roce 2019¹ přepravily vlaky na území České republiky 182 milionů cestujících. To je meziroční nárůst o téměř 3 miliony. Kromě toho se také zvýšily přepravní výkony, jelikož cestující začali cestovat na delší vzdálenosti. Průměrnou vzdálenost, kterou ujede cestující vlakem, byla v roce 2019 téměř 48 km (MHD86, 2020).

¹ Přepravní ukazatele jsou vztahovány k roku 2019 z důvodu vypuknutí epidemie nemoci Covid – 19 na počátku roku 2020 a následnému poklesu počtu spojů a přepravených cestujících ve všech druzích dopravy.

1.1 Železniční infrastruktura

Železniční síť v České republice tvoří 9359 km železničních tratí, z čehož 1958 km dvoukolejných (Správa železnic, 2021). Svou hustotou (0,12 km železnice na 1 km² rozlohy) patří železniční síť České republiky mezi nejhustší v Evropě. Svou kapacitou by stávající železniční síť postačila na podstatně větší objem přepravy, než k jakému se momentálně využívá, nicméně z důvodu nedostatečné údržby sítě a zpoždění všeobecného vývoje, kdy stáří některých zařízení dosahuje věku, kdy byla železnice budována, se tak neděje (Tikman a Vachtl, 2010).

Na obrázku 1 je vidět, že úsek Praha hlavní nádraží – Pardubice hlavní nádraží je součástí tratě č. 011 (úsek Praha hlavní nádraží – Kolín) a tratě č. 010. (úsek Kolín – Česká Třebová) Obě tyto tratě jsou pro dálkovou dopravu vedeny pod číslem 001. (Správa železnic, [2021b]). Tyto tratě jsou zároveň součástí I. a III. tranzitního koridoru (Správa železnic, [2021a]).



Obrázek 1 Mapa železničních tratí (Správa železnic, [2021b]).

Také se zde nachází jeden z nejvytíženějších železničních úseků v České republice z hlediska počtu projetých vlaků za den. V období 1. 1. až 31. 3. 2021 projelo v nejrůšnějším úseku zkoumané tratě (Praha-Běchovice – Český Brod) v 9. nejsilnější den, tj. 9. decil, uvedeného období 375 vlaků. Rušnější v Česku už je jen úsek Praha hlavní nádraží – Praha Vršovice (Kryže a Bednár, 2021).

1.2 Historie železniční infrastruktury

První vlak mezi Pardubicemi a Prahou projel 20. srpna 1845 po téměř tříleté výstavbě tratě. Vedením výstavby úseku mezi Českou Třebovou a Prahou na Olomoucko-Pražské dráze, jak se dráha oficiálně nazývala, byl pověřen Ing. Jan Perner, český projektant a stavitel železničních tratí (Pardubický spolek historie železniční dopravy, 2017).

Počátek elektrizace této trasy byl naplánován na rok 1957, přičemž byl vyvíjen tlak, aby do podzimu tohoto roku opravdu začaly práce na elektrifikaci, a to i za cenu nedokonalých přípravných prací. Kvůli nedostatkům v plánech pak byly způsobeny značné problémy, které nakonec odložily provoz o několik měsíců. První elektrický vlak projel po této trati dne 7. listopadu 1957, přičemž do ostrého provozu byla elektrizace nasazena až o několik měsíců později, a to 19. března 1958 (Žabka, 2018).

1.3 Železniční dopravci

Dražní dopravu na celostátní dráze může provozovat takový dopravce, který má sídlo v členském státě Evropské unie, je držitelem platné licence a osvědčení dopravce, má přidělenou kapacitu dopravní cesty a má uzavřenu smlouvu s provozovatelem dráhy o provozování drážní dopravy, není-li totožný s provozovatelem dráhy (Česko, 1994).

Oprávnění k provozování dráhy pak může obdržet právnická či fyzická osoba, která je starší 18 let (v případě fyzické osoby), je bezúhonná, finančně a odborně způsobilá, ke dni zahájení provozu drážní dopravy je pojištěna pro případ povinnosti nahradit újmu způsobenou tímto provozem a má sídlo na území České republiky (Česko, 1994).

V současné době jezdí mezi Pardubicemi a Prahou čtyři železniční dopravci, kteří provozují následující typy vlaků:

- **České dráhy (ČD)**, provozující: Os (České dráhy, 2022), Ex, R, IC, SC Pendolino, EC, EN, railjet (České dráhy, 2021)
- **RegioJet (RJ)**, provozující RJ (České dráhy, 2021)
- **Leo Express (LE)**, provozující LE (České dráhy, 2021)
- **Leo Express Tenders (LE)**, provozující LET (České dráhy, 2022)

Všichni dopravci jsou od 1. září 2018 povinni nabízet slevu 75 % z plné ceny jízdenky osobám ve věku 6 až 18 let, studentům prezenčního studia ve věku 18–26 let a osobám nad 65 let. Od 1. ledna 2020 je k této kompenzaci z důvodu zneužívání nastaven cenový strop, kdy například na trase Ostrava–Praha zaplatí stát na kompenzacích maximálně 389 Kč na osobu, z čehož vychází maximální cena jízdného 518 Kč (Žurovec, 2019). Za tyto slevy pak stát vyplatil železničním dopravcům za první rok fungování slev přes 3 miliardy korun, z čehož jen Českým drahám připadlo 2,5 miliard korun (Ministerstvo dopravy, 2019).²



Obrázek 2 Fotka českých dopravců (zleva České dráhy SC Pendolino, RegioJet, Leo Express) (iDnes, 2015)

1.3.1 České dráhy

Skupina České dráhy je akciová společnost, která vznikla roku 2003 na základě zákona 77/2002 Sb. (Česko, 2002) z tehdejší státní organizace České dráhy.

V roce 2005 začaly České dráhy provozovat vlaky třídy SuperCity Pendolino na trase Praha–Ostrava. Tento typ vlaku je dosud jediným v České republice, který disponuje naklápací skříní vozů, díky čemuž může projíždět oblouky rychleji a plynuleji. O dva roky později vznikla dceřiná společnost Českých drah – ČD Cargo, která se specializuje na nákladní železniční dopravu. Tato společnost představuje jednoho z největších zaměstnavatelů v České republice. V roce 2014 nasadily České dráhy ve spolupráci

² Tato sleva byla snížena dne 1.4.2022 ze 75 % na 50 %

s rakouskými ÖBB vlaky typu railjet na trasu Linz–Vídeň–Praha, čímž se tyto vlaky staly prvními v Česku, které nabízejí business třídu (České dráhy, 2018).

V roce 2019 přepravily České dráhy více než 182 milionů cestujících, vypravily přes 2,6 milionů vlaků s 86% plněním jízdního řádu a dosáhly zisku 1,3 miliardy korun (České dráhy, 2020). Ke konci roku 2021 činil podíl Českých drah na přepravním výkonu (ve vlkm³) sítě Správy železnic 83,88 %. Jedná se tak o zdaleka největšího českého dopravce (Správa železnic, 2022).

1.3.2 RegioJet

Česká společnost RegioJet vznikla v roce 2009 jako dceřiná společnost Student Agency. Ta byla založena v roce 1996 podnikatelem Radimem Jančurou. Její historie se však začala psát už o tři roky dříve, kdy R. Jančura založil agenturu zabývající se au pair pobyty v zahraničí. Nyní působí Student Agency v širokém spektru služeb; zabývají se například prodejem letenek a zájezdů, zajišťují jazykové a pracovní pobyty v zahraničí a také provozují osobní autobusovou a vlakovou dopravu. Společnost Student Agency názvem RegioJet původně označovala pouze vlaky, ale v roce 2016 tuto marketingovou značku začala využívat i u své autobusové flotily. Díky sjednocení autobusů a vlaků pod jeden název se tak začali rozvíjet nejen v Česku a Slovensku, ale i v okolních zemích (RegioJet, [2021]).

V roce 2019 využilo služeb RegioJetu na dálkových linkách 6,5 milionů cestujících, díky čemuž jejich zisk dosáhl 167 milionů korun (RegioJet, 2020).

Ke konci roku 2021 spadá RegioJetu 4,81 % celkového přepravního výkonu (ve vlkm) sítě Správy železnic (Správa železnic, 2022).

1.3.3 Leo Express a Leo Express Tenders

Leo Express s.r.o. a Leo Express Tenders s.r.o. jsou čeští dopravci vlastnění akciovou společností Leo Express Global a.s. Společnost vznikla 8. ledna 2010 zápisem do obchodního rejstříku jako akciová společnost. Její hlavní činností je provozování osobní autobusové a železniční dopravy, kterou zahájila v listopadu 2012 na trati Praha–Ostrava. Od roku 2014 provozuje také autobusovou dopravu, kterou provozuje v šesti státech střední Evropy – Česku, Slovensku, Polsku, Rakousku, Německu a Ukrajině. Po dvou letech provozu rozšířila společnost i železniční dopravu, a to na území Slovenska, a později i na území Polska (Leo Express, 2020).

³ vlkm – Vlakový kilometr, tj. přemístění jednoho vlaku o kilometr

V roce 2019 vypravil dopravce Leo Express 6 388 spojů, z nichž 37,95 % bylo při příjezdu zpožděno. V převážné většině se jednalo o zpoždění do 60 minut (98,09 %) a pouze u 0,33 % zpožděných spojů se jednalo o zpoždění 120 minut a větší (Bala, 2020).

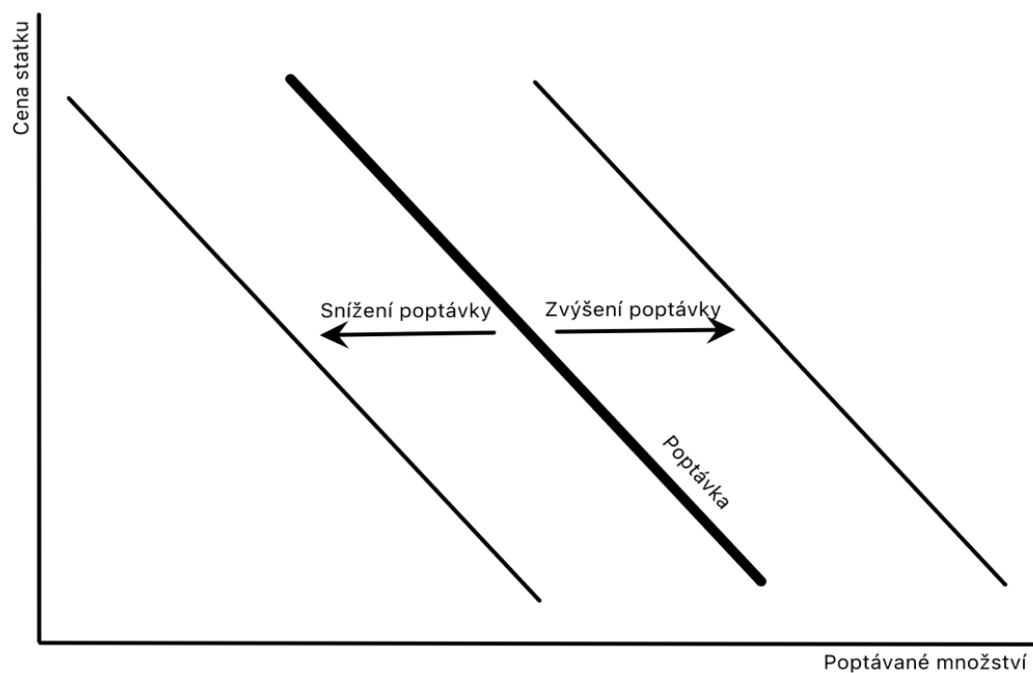
Toho samého roku přepravili 2,4 milionů cestujících, dosáhli obrátu přes 1,3 mld. korun (Spilka, 2020) a vygenerovali zisk téměř 150 milionů korun (Leo Express, 2020).

Leo Express Tenders je pak dceřiná společnost provozující osobní vlaky typu LET v regionu Orlicka, a to na základě závazku veřejné služby.

Leo Express na konci roku 2021 operoval s 1,18 % přepravního výkonu sítě Správy železnic (ve vlakových kilometrech), na Leo Express Tenders pak připadlo 0,47 % (Správa železnic, 2022).

1.4 Poptávka

Abychom dokázali pochopit a předpovědět rozhodnutí člověka či skupiny lidí, je nutné analyzovat jejich chování. Chování není náhodné, rozhodování ovlivňuje mnoho faktorů, například cena, dostupnost, rychlost či pohodlí dopravního prostředku. Proto existuje mnoho přístupů k pochopení chování člověka. Ty nejznámější jsou teorie racionální volby a teorie odůvodněného chování. Toto chování a rozhodování poté ovlivňuje výslednou poptávku po dopravních službách.



Obrázek 3 Poptávková křivka a její posuny (Pettinger, 2019)

Poptávka je jednou ze základních sil fungování ekonomie. Udává, jaké je poptávané množství statku na trhu (tj. množství statků, které jsou kupující ochotni a schopni koupit) při dané ceně. Přitom platí tzv. zákon poptávky, který tvrdí, že poptávané množství klesá se zvyšující se cenou statku. Vztah mezi cenou a poptávaným množstvím zobrazuje poptávková křivka. Jakoukoli změnu v poptávaném množství za stejnou cenu, ať už negativní či pozitivní, pak reflektuje posun celé poptávkové křivky buďto doprava při zvýšení poptávky, či doleva při jejím snížení (Mankiw, 1999), jak lze vidět z obrázku 3.

Účinek, kterým působí snižování ceny na poptávku, lze rozdělit do dvou složek, substitučního a důchodového efektu. Aby bylo možné tyto efekty popsat, je nutné napřed vysvětlit pojmy „normální“ a „méněcenný“ statek. Méněcenný statek je takový statek, u kterého se zvyšujícím se příjmem dochází k poklesu poptávky. Pod pojmem méněcenný statek je možné si představit hlavně méně kvalitní produkty, kdy se zvyšujícím se příjmem roste zájem spotřebitele o dražší, kvalitnější produkty. Normální statek je naopak takový, při kterém za jinak stejných podmínek dojde při zvyšování příjmu ke zvýšení poptávky. Ten můžeme navíc rozdělit podle reakcí spotřebitele na nezbytný statek, tedy statek, bez kterého se spotřebitel neobejde, a na luxusní statek, který si naopak může spotřebitel odepřít. Důchodový i substituční efekty se pak týkají jen normálních statků (Mankiw, 1999).

Důchodový efekt se týká posunu po poptávkové křivce z důvodu změny ceny produktu. Substituční efekt se týká naopak substitutu daného produktu, tj. produktu, kterým lze původní produkt nahradit. Pokud se u původního produktu zvýší cena, sníží se o něj zájem a kupující místo něj budou kupovat ve větším množství jeho substitut, u kterého se poptávka zvýší (Mankiw, 1999).

1.4.1 Faktory ovlivňující poptávku po dopravě

Mezi faktory ovlivňující obecnou poptávku je možné tyto tři hlavní důvody:

- **Změna průměrného disponibilního důchodu spotřebitele**, s čímž se pojí důchodová elasticita,⁴ kdy poptávka roste nebo klesá přímo úměrně ke změně důchodu spotřebitele (Pettinger, 2021).
- **Změna zájmu nebo preferencí spotřebitele**, kdy nastává pokles poptávky při poklesu zájmu či preference na základě nějakého podnětu. Naopak při zvýšení preferencí poptávka roste (Pettinger, 2021).

⁴ Viz kapitola 1.4.3

- **Změna ceny příbuzných statků**, s čímž se pojí křížová elasticita.⁵ Mezi příbuzné statky řadíme substituty, kterými lze statek nahradit, a komplementy, které jsou spotřebovávány společně se statkem (Pettinger, 2021).

Kromě těchto obecných faktorů je zde možné zahrnout i faktory přímo ovlivňující poptávku po dopravě jako samostatném odvětví. Mezi ty se řadí:

- **Cena**, která neznámá pouze peněžní vyjádření hodnoty, ale také ostatní náklady, jako je například čas, které si každý cestující ocení subjektivně (Ježek a Pojkarová, 2008).
- **Rychlost přepravy**, kdy čas je v dopravě jeden z nejdůležitějších faktorů, který například při pracovních cestách zaměstnanců na vyšších pracovních pozicích hraje důležitější roli než peněžní náklady na cestu. Ve zkratce lze říci, že čím rychlejší je daný spoj, ceteris paribus, tím pravděpodobněji využijí cestující právě tento spoj, čímž se po tomto spoji zvedá poptávka (Ježek a Pojkarová, 2008).
- **Kvalita přepravy**, která je vyjádřena souhrnem dílčích faktorů, jako je frekvence spoje, úroveň servisu, úroveň komfortu, spolehlivost, bezpečnost a přesnost (Ježek a Pojkarová, 2008).
- **Subjektivní preference určitého dopravce**, která se vztahuje k možným chybám v myšlenkových procesech cestujících (Ježek a Pojkarová, 2008).

Doprovce nemůže ovlivnit vnější vlivy působící na jeho spoje, nicméně může zvýšit poptávku dvěma možnými způsoby. Je možné buď realizovat cenové změny, kdy při snížení ceny dojde ke zvýšení poptávky, nebo zvýšit kvalitu svých služeb. To může provést zvýšením frekvence spojů, zvýšením spolehlivosti, zvýšením pohodlí ve vozech, kdy například pohodlnější sedadla či zvýšená čistota povzbudí cestující využívat daného dopravce pravidelně, zlepšením návaznosti spojů, díky které se sníží přepravní čas na trasách s nutným přestupem, či zvýšením rychlosti cestování (Melichar, 2003).

1.4.2 Cenová elasticita

Jako elasticita je označován ukazatel citlivosti změny v množství poptávaného zboží v závislosti na změně jednoho z faktorů ovlivňujícího změnu poptávky (Mankiw, 1999).

Základním typem elasticity je cenová elasticita. Ta ukazuje, v jaké míře se mění poptávka po zboží při změně ceny. Pokud reaguje poptávka na změnu ceny markantně, lze

⁵ Viz kapitola 1.4.4

považovat tuto poptávku za elastickou. Jako neelastickou označujeme takovou poptávku, kterou změna ceny ovlivní jen mírně nebo vůbec (Mankiw, 1999).

Lze ji vypočítat jednoduchým vzorcem (1)

$$\text{Cenová elasticita } (e_p) = \frac{\text{Změna poptávaného množství v \%}}{\text{Změna ceny v \%}}$$

pro který platí, že výsledná cenová elasticita bude téměř vždy záporná⁶, jelikož se změna poptávky pohybuje opačným směrem než změna ceny. Podle tohoto vzorce je poté poptávka po produktu buď elastická ($e_p < -1$), kdy se poptávka mění větším tempem, než jakým se mění cena, proporciální ($e_p = -1$), kdy se poptávka mění stejným tempem jako cena, a neelastická ($e_p > -1$), kdy se poptávka mění menším tempem než cena (Melichar, 2003).

Platí zde pravidlo, že poptávka po produktech, které mají blízký substitut, je zpravidla elastická, na rozdíl od poptávky po produktech s těžko dostupným substitutem nebo zcela bez možného substitutu. Je to dáno tím, že v případě zvýšení ceny produktu sáhnou kupující spíše po substitutu, čímž u původního produktu klesá poptávka. Také zde platí, že poptávka po nezbytných statcích je zpravidla neelastická, jelikož změna ceny poptávku po nich téměř neovlivní, zatímco u luxusních statků je tomu naopak (Mankiw, 1999).

Kdyby platila cenová elasticita v poptávce po dopravě, s měnící se cenou by se vždy změnila také poptávka po dopravě. Tu ale ovlivňují i další faktory, nejen cena. Proto je vhodné udávat cenovou elasticitu zvlášť pro čtyři různé oblasti klasifikace cenových změn, a to pro účel cesty, metodu účtování nákladů, uvažované časové období a absolutní úroveň cenových změn (Melichar a Ježek, 2004).

Z hlediska účelů cesty lze tvrdit, že cenová elasticita je daleko nižší u cest za zaměstnáním či za obchodem, než u cest za volnočasovými aktivitami či nákupy (Melichar, 2003).

Existuje mnoho způsobů, jak si koupit jízdenku. Při nákupu jízdenky před zahájením cesty je poptávka elastičtější než u cestujících využívající časové kupóny či kilometrické banky (Melichar, 2003).

Z časového hlediska je pak poptávka více elastická na počátku období, kterému předcházela změna cen, avšak z dlouhodobého hlediska se cestující přizpůsobí a poptávka se ustálí (Melichar, 2003).

⁶ Kladná bude pouze pro tzv. Giffenův statek, kdy se zvyšující se cenou roste poptávka (Dwyer & Lindsay, 1984).

Z hlediska absolutních cenových změn je elasticita poptávky nižší u cestování na kratší vzdálenosti než u delších tras. Změny cen cestování na kratší vzdálenosti tak s sebou přináší jen nízký pokles poptávky (Melichar, 2003).

1.4.3 Důchodová elasticita

Druhým typem elasticity je důchodová elasticita. Ta ukazuje, v jaké míře se změni poptávka v závislosti na změně příjmu. Lze ji vypočítat z následujícího vzorce (Mankiw, 1999).

$$\text{Důchodová elasticita} = \frac{\text{Změna poptávaného množství v \%}}{\text{Změna příjmu v \%}} \quad (2)$$

Zde je znát velký rozdíl v normálních a méněcenných produktech, kdy u méněcenných při zvýšení příjmu nastává pokles poptávky, tedy důchodová elasticita je v těchto případech záporná. U normálních statků platí, stejně jako u cenové elasticity, že poptávka po luxusních statcích je, na rozdíl od poptávky po nezbytných statcích, zpravidla elastická (Mankiw, 1999).

1.4.4 Křížová elasticita

Třetím typem elasticity je křížová elasticita, která ukazuje změnu poptávky po jednom statku v závislosti na změně ceny jiného statku (Hayes, 2021). Lze ji vypočítat následujícím vzorcem:

$$\text{Křížová elasticita} = \frac{\text{Změna poptávky po statku A v \%}}{\text{Změna ceny po statku B v \%}} \quad (3)$$

Díky němu poznáme, zda jsou statky A a B substituty (výsledná křížová elasticita je záporná), komplementy (výsledná elasticita je kladná), či zda spolu tyto dva produkty nesouvisí (křížová elasticita = 0). Také lze podle velikosti výsledné elasticity zjistit, jak velkou mírou se produkty navzájem ovlivňují. Platí, že čím větší absolutní hodnota výsledku, tím jsou produkty na sobě závislejší (Hayes, 2021).

1.4.5 Přepravní špička a sedlo

Poptávku po dopravě lze částečně ovlivnit změnou ve výše uvedených faktorech. Stále však existují faktory, které dopravce nemůže ovlivnit. Kromě sociálních zvyků cestujících, společenského chování či rozmístění obyvatelstva, jsou jimi také výkyvy v poptávce po dopravě. Tyto výkyvy označujeme jako přepravní špička a sedlo. V době přepravní špičky nastává maximální poptávka, v sedle minimální. Tyto výkyvy ovlivňují dopravce, který se na ně často adaptuje počtem nabízených spojů či počtem míst ve spoji (Mackett, Paulley, Preston, Shires, Titheridge, Wardman a White, 2004).

Přepravní špičku dělíme na dva základní druhy podle typu jejich vzniku. Jsou jimi denní špička a týdenní špička (Mackett, Paulley, Preston, Shires, Titheridge, Wardman a White, 2004).

Denní špička nastává ráno při cestování do škol či zaměstnání a odpoledne při návratu. Mezi těmito špičkami se nachází přepravní sedlo. Platí, že v průmyslových městech jsou špičky ostřejší než ve městech s administrativními centry (Drdla, 2005).

S touto problematikou se pojí koeficient nerovnoměrnosti (γ), který vypočítáme jako

(4)

$$\gamma = \frac{N_{\text{šP}}}{N_{\text{HOD}}}$$

kde:

$N_{\text{šP}}$ je počet přepravených cestujících ve špičce za hodinu

N_{HOD} je průměrný počet přepravených cestujících za hodinu

Čím vyšší je pak koeficient nerovnoměrnosti, tím větší je rozdíl v objemu přepravy ve špičce a v sedle. Na přepravní nerovnoměrnost působí převážně tyto faktory:

- rozmístění a velikost pracovních příležitostí,
- počet a typ školských institucí a jejich rozmístění,
- hustota a struktura osídlení,
- způsob života a životní úroveň cestujících (Drdla, 2005)

Týdenní špička vzniká na základě nerovnoměrnosti v pracovních dnech a o víkendech, kdy o víkendech je po dopravě na krátké vzdálenosti nižší poptávka, naopak se zvyšuje poptávka po dopravě na delší vzdálenosti. Může za to fakt, že v pracovní dny převažuje cestování za zaměstnáním, obchodem či studiem, kdežto o víkendu převažují cesty za volnočasovými záležitostmi (Mackett, Paulley, Preston, Shires, Titheridge, Wardman a White, 2004).

1.5 Faktory ovlivňující výběr dopravce

Mezi hlavní faktory ovlivňující cestující při výběru dopravce řadíme cenu, komfort, čas jízdy a jízdní řád (Kottenhoff, 1999).

Komfort může být ovlivněn uspořádáním sedadel, velikostí sedadla a místa pro cestujícího, typem vozu, hlučností vozu a možným naklápěním skříně vozu (pendolino), které zabezpečuje plynulejší průjezd obloukem. Čas se u většiny spojů⁷ na lince Praha–Pardubice pohybuje v rozmezí 63 a 73 minut (České dráhy, 2021). Jelikož se jedná o nepatrný rozdíl, je

⁷ Jedinou výjimkou je osobní vlak Českých drah s časem jízdy 147 minut (České dráhy, 2022).

možné brát rychlost přepravy u všech těchto spojů jako stejnou. Důležitý je jízdní řád, který musí korespondovat s dopravními špičkami a sedly tak, aby byly zajištěny spoje do škol či zaměstnání.

Kromě těchto základních faktorů může rozhodování ovlivnit také kvalita palubního servisu, jednoduchosti nákupu jízdenky, pověst dopravce či doplňkové služby, jako je například přeprava jízdních kol či výhodnější cena taxislužby. Další způsob výběru dopravce může být ten, kdy cestující na nádraží nasedne na první vlak; v tomto případě žádný z výše uvedených faktorů nehraje roli.

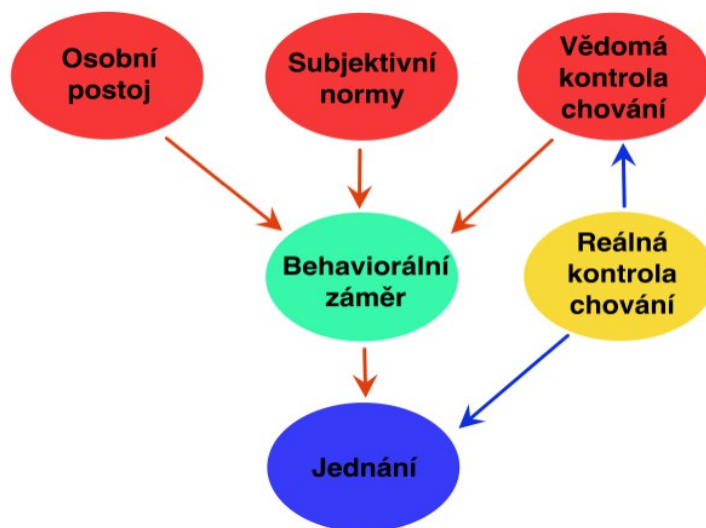
1.6 Teorie racionální volby

Teorie racionální volby je normativní rámec pro porozumění sociálního a ekonomického chování, vycházející z neoklasické ekonomie. Podle této teorie se snaží jedinec o dosažení co nejlepšího výsledku s minimálními náklady (Institut politického marketingu, 2013).

Základním prvkem této teorie je přímá vazba mezi náklady a samotnou volbou. Jedinec počítá nejen s peněžními náklady, ale také s náklady nepeněžními, jako je čas strávený na cestě, nehledě na kvalitu cestování, jakou je například pohodlí či kvalita palubních služeb. Náklady jsou pak subjektivní, kdy pro každého jedince mají jinou hodnotu, a na základě této hodnoty se jedinec rozhodne (Buchaman, 2002, s. 9-11).

1.7 Teorie plánovaného chování

Teorie plánovaného chování vznikla v roce 1985 z teorie odůvodněného jednání z roku 1967. Jelikož teorie racionální volby se soustředí především na náklady, je teorie plánovaného chování jakýsi komplement k této teorii (LaMorte, 2019). Základními prvky teorie jsou osobní postoj, subjektivní normy (postoj okolí) a vědomá kontrola chování, která se týká toho, jak jednoduše nebo naopak jak složitě vnímá jedinec své chování. Tyto faktory společně ovlivňují behaviorální záměr jedince, z čehož pak vychází samotné jednání. To pak nezávisí jen na samotném behaviorálním záměru jedince, ale také na jeho reálné kontrole chování (LaMorte, 2019). Tento proces je graficky znázorněn na obrázku 4.



Obrázek 4 Teorie plánovaného chování (LaMorte, 2019)

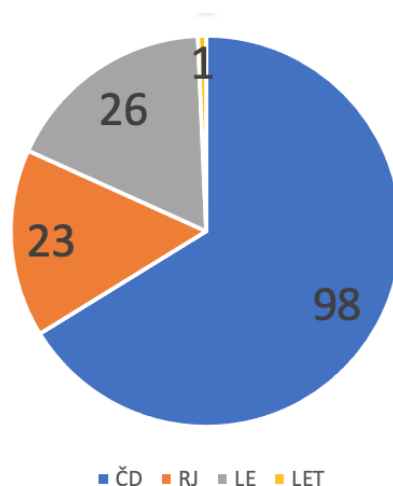
2 ANALÝZA FAKTORŮ OVLIVŇUJÍCÍCH CESTUJÍCÍ NA TRASE PRAHA–PARDUBICE

K zjišťování skutečných faktorů ovlivňujících cestující při jejich rozhodování o využití služeb dopravce je potřeba napřed provést analýzu aktuální situace na trhu, cenových strategií jednotlivých dopravců, jízdního řádu a doplňkových služeb. Jelikož se tyto faktory mohou časem měnit, je důležité podotknout, že veškeré tyto údaje byly získány v období od 23. února do 31. března 2022. Také je nutné brát v potaz aktuální omezení a výluky na trati, kterými jsou tyto spoje často ovlivněny. Jedná se aktuálně o téměř roční výluku mezi Chocní a Ústím nad Orlicí a o týdenní výluku mezi Kostěnicí a Moravany. Tyto výluky sice nejsou přímo na úseku mezi Prahou a Pardubicemi, nicméně se jedná o výluky na stejném železničním koridorům, kvůli kterým nabírají vlaky ve směru z Pardubic do Prahy zpoždění.

2.1 Jízdní řády

V roce 2022 jezdí z Prahy do Pardubic denně 72 rychlíků nebo expresních vlaků a 2 přímé osobní nebo spěšné vlaky v každém směru (České dráhy, 2021; České dráhy, 2022).

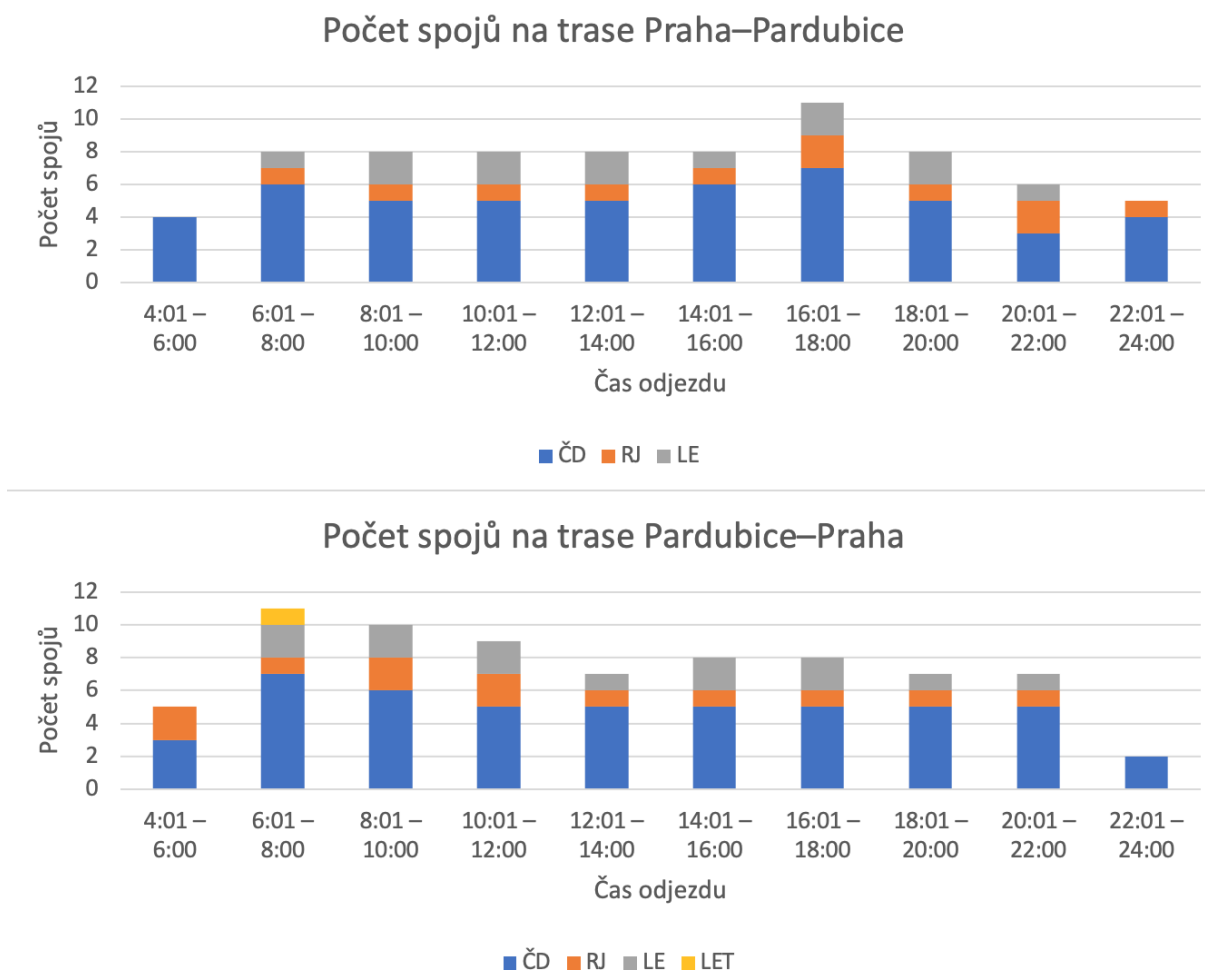
Jak je vidět z obrázku 5, České dráhy na této trase provozují téměř dvě třetiny všech spojů. Z toho vyplývá, že jezdí v nejkratším intervalu – přibližně co 25 minut. Oproti tomu Leo Express jezdí v průměrném intervalu 60 minut a RegioJet dokonce 90 minut.



Obrázek 5 Počet spojů na trase mezi Pardubicemi a Prahou v obou směrech (České dráhy, 2021; České dráhy, 2022)

Počet spojů koresponduje s denními změnami poptávky (obrázek 6), kdy od půlnoci do 4. hodiny ranní nejede mezi těmito dvěma městy jediný přímý vlak. Za zmínku stojí také fakt, že zatímco ve směru z Pardubic do Prahy počet spojů výrazně kopíruje denní špičky

a sedla, ve směru z Prahy do Pardubic je počet spojů v rámci dne víceméně stejný, vrcholu dosahuje až mezi 16. a 18. hodinou, kdy během dvou hodin projede 11 spojů.



Obrázek 6 Celkový denní počet spojů mezi Prahou a Pardubicemi (České dráhy, 2021; České dráhy, 2022)

2.2 Cenové strategie

V oblasti dopravy je rozlišováno mnoho druhů cen. V rámci cenových strategií uplatňují dopravci mnoho různých druhů marketingových metod, proto je možné se setkat s rozdílnými cenami napříč jednotlivými dopravci.

2.2.1 České dráhy

České dráhy jakožto největší český dopravce nabízí několik druhů jízdenek. Ceny tohoto dopravce neodráží dopravní špičky a sedla, a to ani denní, ani týdenní a ani roční. První druh jízdního dokladu, které České dráhy nabízí, je Flexi základní jízdenka, kterou České dráhy nabízejí za 169 Kč v případě druhé třídy, nebo za 220 Kč v případě první třídy.

Tato standardní Flexi jízdenka opravňuje cestujícího využít jakýkoli vlak s časem odjezdu v ten samý den.

Kromě Flexi základní jízdenky nabízejí České dráhy také Flexi zvýhodněnou jízdenku, která je levnější, ale je ji nutné koupit delší dobu před odjezdem vlaku, a vázanou jízdenku, kterou je možné využít pouze na určitý vlak. Těchto jízdenek nabízí dopravce na jednotlivé vlaky pouze omezené množství, lze je zakoupit pouze do 2. třídy a jejich cena se pohybuje od 129 do 149 Kč.

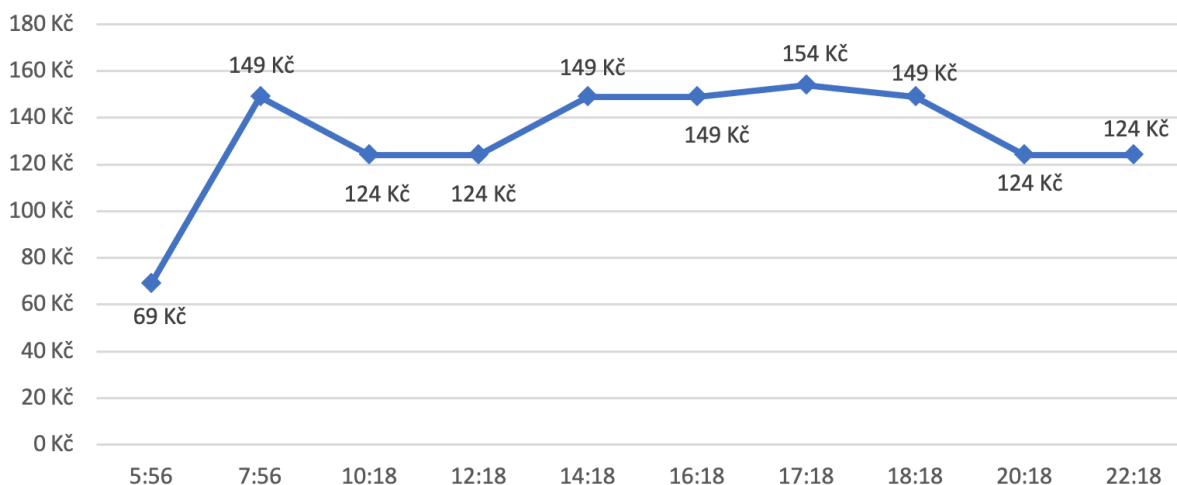
Zvláštním druhem vlaku je SC Pendolino, do kterého je, kromě jízdenky, nutná také rezervace místa, která cestujícího vyjde na 35 Kč v případě 2. třídy, či na 100 Kč v případě 1. třídy.

Pokud jsou jízdenky zakoupené přes internetové stránky nebo přes mobilní aplikaci Českých drah, je jízdní doklad navíc vázán na jméno a není tudíž přenosný mezi cestujícími.

2.2.2 RegioJet

RegioJet nabízí dopravu ve čtyřech různých tarifech – Low cost, Standard, Relax a Business, přičemž rozdíl mezi nejlevnějším Low cost tarifem a nejdražším Business tarifem se pohybuje od 95 Kč do 140 Kč, kdy platí, že čím je vyšší cena jízdného, tím je tento rozdíl vyšší.

Cena jízdenek RegioJetu kopíruje denní výkyvy v poptávce. Budiž příkladem následující graf (obrázek 7) zobrazující cenu jízdenek v tarifu Low cost ve středu 30. března 2022. Na grafu je vidět korespondence křivky s denní poptávkou po dopravě, kdy mezi 6. a 8. hodinou nastává dopravní špička, poté následuje sedlo a od poledne do zhruba 18. hodiny nastává odpolední špička. Průměrná cena jízdního dokladu je pak 130 Kč.



Obrázek 7 Vývoj ceny jízdného v závislosti na čase (RegioJet, 2022)

2.2.3 Leo Express a Leo Express Tenders

Leo Express nabízí cestujícím přepravu ve čtyřech cenových tarifech: Economy, Economy plus, Business a Premium.

Cenová politika Leo Expressu je poněkud složitější než politika předchozích dvou dopravců. Kromě kopírování denních výkyvů v poptávce také mění svou cenu v závislosti na týdenních a sezónních výkyvech poptávky. K tomu navíc využívají takzvaný dynamický tarif, kdy se cena jízdenky dynamicky mění v závislosti na aktuální obsazenosti daného spoje.

Z Pardubic do Prahy lze tak zakoupit jízdenku v Economy třídě od 99 Kč (středa 23. března v 6:31) do 589 Kč (neděle 27. února v 16:35), přičemž průměrná cena je 280 Kč. Nejdražší Premium tarif pak stojí u nejlevnější varianty 449 Kč, u nejdražší 889 Kč. Jak bylo řečeno výše, ceny se mění opravdu velmi rychle a je tak možné, že po dokončení této práce již budou jiné. Jak je vidět, ceny se opravdu velmi liší a v porovnání s konkurencí jsou i několikrát vyšší. Proč tomu tak je, je detailně popsáno v kapitole 2.3.3.

Dceřiná společnost Leo Express Tenders nabízí jízdenky za fixní cenu 116 Kč (Leo Express, 2020).

2.3 Doplnkové služby a slevy

Doplnkové služby jsou rozsáhlý pojem označující služby od Wi-Fi sítě ve vozech zdarma až po přepravu jízdních kol. S doplnkovými službami je cestující vždy seznámen ještě před koupí samotné jízdenky a dopravci tyto služby často využívají k propagaci svých služeb a produktů a ke zlepšení vztahu s veřejností. Kromě státem nařízené slevy 75 % pro děti, studenty a seniory nabízí dopravci i vlastní slevy, nad rámec státem nařízených. Věrnostní akce pak dopravci nabízí cestujícím, kteří jejich služby využívají často. Tyto věrnostní slevy slouží k větší spokojenosti cestujícího, což vede k udržení zákazníka.

Doplnkové služby a slevy byly zaneseny do následující tabulky (tabulka 1) a podrobně popsány v následujících kapitolách.

Tabulka 1 Rozbor doplňkových služeb a slev pro jednotlivé dopravce

	ČD	RJ	LE
Doplňkové služby zdarma	Zdarma balená voda v první třídě	Zdarma balená voda, ve vyšších kategoriích zdarma teplý nápoj a džus	Zdarma balená voda, ve vyšších kategoriích zdarma občerstvení a alkoholické nápoje
Slevy pro dlouhodobé zákazníky	IN karty, traťová jízdenka, kilometrická banka	Ne	Cashback po jízdě ve velikosti 2,5 % – 10 % po projetí
Ostatní slevy	Celodenní jízdenka, skupinová jízdenka	10% sleva pro studenty nad 26 let	25% cashback pro děti, studenty a seniory
Místenka	Zdarma při nákupu na internetu	Vždy zdarma	Vždy zdarma
Přeprava psa	Ano	Pouze v uzavíratelné schránce	Pouze v uzavíratelné schránce
Přeprava kola	Ano	Ne	Ano
Storno jízdenek zakoupených online	Zdarma do 15 minut před odjezdem	Zdarma do 15 minut před odjezdem	Zdarma do času odjezdu v leo kreditech, poplatek 30 Kč při vrácení v Kč
Storno jízdenek zakoupených v kamenných prodejnách	Zdarma 15 minut po koupi, za poplatek 100 Kč v průběhu 1. dne platnosti	Za 10% poplatek do 15 minut před odjezdem	Za poplatek 30 Kč do času odjezdu

Zdroj: RegioJet, b. r., České dráhy, 2019, Leo Express, b. r.

2.3.1 České dráhy

České dráhy nabízejí na všech svých rychlíkových či expresních spojích Wi-Fi síť se stabilním připojením k internetu zdarma. Také nabízí ve svých velkoprostorových i kupé vozech elektrické zásuvky. V první třídě nabízí také zdarma balenou vodu. Cestující ve vlaku

jsou v závislosti na typu vlaku vždy buď pravidelně obsluhováni pracovníkem JLV⁸ s možností zakoupení drobného občerstvení z minibaru v kombinaci s možností návštěvy jídelního vozu, nebo mají k dispozici ve vlaku automat na pití a drobné občerstvení.

České dráhy dále nabízí za příplatek přepravu psa či jízdního kola, s výjimkou kola půjčeného přímo od Českých drah v rámci služby ČD Bike, které je přepravováno zdarma.

Cestující má možnost zakoupit si slevovou kartu Českých drah. Ta nabízí procentuální slevu na jízdné v rámci celé České republiky v závislosti na zakoupeném tarifu. Roční tarif IN 25 (sleva 25 %) vyjde cestujícího na 450 Kč, IN 50 (50% sleva) na 2 990 Kč, IN 100 (jízdné zdarma) na 19 990 Kč a firemní IN Business, která nabízí jízdné zdarma všem zaměstnancům dané firmy, na 35 000 Kč. Cestující má také možnost zakoupit si traťovou jízdenku pro jízdu zdarma na určitý traťový úsek či možnost využívání kilometrické banky, tedy jakýchsi předplacených kilometrů. V případě častějšího cestování v rámci jednoho dne lze zakoupit také celodenní jízdenku či skupinovou víkendovou jízdenku. Ceny těchto jízdenek se odvíjejí od oblasti platnosti.

Při nákupu na e-shopu nebo v mobilní aplikaci *Můj vlak* obdrží cestující za svůj nákup věrnostní body, které poté může v rámci věrnostního programu uplatnit na slevy na vstupné, jízdné či předplatné časopisu. Další výhodou nákupu jízdenky online je přiřazení místenky k jízdnímu dokladu zdarma.

Jízdenku zakoupenou osobně lze vrátit zdarma do 15 minut po koupi v místě nákupu, nebo do konce dne v kterékoli prodejně za poplatek 100 Kč. Jízdenku zakoupenou online lze zpravidla vrátit zdarma až do 15 minut před pravidelným odjezdem vlaku.

2.3.2 RegioJet

RegioJet nabízí ve všech svých vozech připojení k Wi-Fi síti, balenou vodu a zásuvky zdarma. V tarifu Standard a Relax má pak cestující možnost objednání kávy, čaje či jablečného moštu zdarma, v tarifu Business navíc obdrží balený pomerančový džus. Ve všech vozech je možnost objednávky nealkoholických či alkoholických nápojů a občerstvení z palubního menu, ve vlacích však chybí jídelní vůz. Cestující dále nemají možnost přepravy jízdního kola, psa mohou přepravovat pouze v uzavřené schránce.

Vedle palubních služeb nabízí RegioJet svým zákazníkům slevy na návazné služby, jako je například parkování u vlakového nádraží zdarma, zvýhodněné vstupné na mnohé atrakce či outdoorové aktivity, levnější pražské taxi či výhodné jízdenky na pražský Airport Express autobus.

⁸ Do roku 2009 Jídelní a lůžkové vozy

Kromě zákonem daných slev na dítě, studenta či seniora nabízí RegioJet 10% slevu pro osoby starší 26 let, které jsou držitelé průkazů ISIC, EYCA či ALIVE.

Jízdenky lze koupit online nebo v kamenné prodejně, přičemž platí, že online jsou zpravidla levnější. Jízdenky lze vrátit zdarma až do 15 minut před plánovaným odjezdem vlaku.

2.3.3 Leo Express a Leo Express Tenders

Leo Express nabízí ve všech svých vozech připojení k Wi-Fi síti, balenou vodu a zásuvky zdarma. V tarifu Economy plus, Business a Premium pak mají cestující možnost objednat si alkoholické a nealkoholické nápoje nebo občerstvení zdarma v závislosti na tarifu a na době jízdy. Stejně jako u RegioJetu, i zde chybí jídelní vůz. Leo Express Tenders nabízí vodu a jen drobné občerstvení s velmi omezeným výběrem, společně se svou mateřskou společností však nabízí možnost přepravy psů a jízdních kol.

Jízdní doklad jde stornovat až do času pravidelného odjezdu spoje za poplatek 30 Kč, nebo zdarma, pokud byl placen pomocí leo kreditů (viz níže).

Leo Express i Leo Express Tenders nabízí společný věrnostní program s názvem Smile Club. Cestující zaregistrovaný ve Smile Clubu obdrží po každé jízdě cashback 2,5 % až 10 % z ceny zakoupené jízdenky, v závislosti na počtu zakoupených jízd. Čím více cestující využívá služeb Leo Expressu, tím větší cashback po projetí obdrží. Cashback je vyplácen ve formě leo kreditů, kdy 1 leo kredit = 1 Kč, které může kdykoli použít na nákup jiných jízd nebo na nákup občerstvení.

V rámci věrnostního programu nabízí oba dopravci také 25% cashback z plné ceny jízdenky pro studenty a důchodce, nad rámec zákonem nařízené slevy. Osoby ve věku 6–18 let, studenti prezenčního studia ve věku do 26 let a senioři nad 65 let tedy dostanou standardně 75% slevu nařízenou zákonem, a pokud jsou členy Smile clubu, pak dostanou po projetí jízdenky zbytek ceny v podobě leo kreditů na svůj Smile club účet. V praxi to znamená například, že stojí-li jízdenka bez slevy 100 Kč, výše jmenované skupiny pak zaplatí pouze 25 Kč. Po projetí jízdného jim oněch 25 Kč přijde v podobě leo kreditů na jejich Smile účet. Tyto kredity pak mohou znova využít pro nákup jízdenky, ze které opět dostanou stejnou částku zpět na Smile účet. Zaplatí tak pouze jednou a poté již jezdí zadarmo donekonečna.⁹

⁹ Toto platilo do konce března 2022. Po změně legislativy k 1. 4. a snížení povinné slevy na 50 % nabízí Leo Express stále pouze 25% cashback, tzn. děti, studenti a senioři zaplatí čtvrtinu z plné ceny jízdného

Dopravci tak cílí výhradně na studenty a seniory, kterým je díky věrnostnímu programu v podstatě jedno, kolik za jízdenku zaplatí, díky čemuž si tyto společnosti můžou dovolit nabízet jízdné za podstatně vyšší ceny než konkurence.

2.4 Metody studie

Pro získávání dat byl zvolen internetový dotazník v aplikaci Google forms (náhled dotazníku je přiložen v příloze pod písmeny A–F). Kriteriaální požadavek na respondenty byl, aby alespoň jednou v minulosti cestovali vlakem na trase mezi Pardubicemi a Prahou.

Poté již byli respondenti vybíráni nahodilým výběrem, kdy byl dotazník šířen za pomoci sociálních sítí a také za pomoci osobního dotazování lidí přijíždějící z Prahy nebo odjíždějící do Prahy na vlakovém nádraží v Pardubicích. Sběr dat probíhal od 4. března do 13. března 2022 a celkově vyplnilo dotazník 263 respondentů. Devět z těchto odpovědí bylo nutné pro jejich zjevnou nepravdivost odstranit, pro účely studie tedy bylo využito 254 respondentů.

V úvodu dotazníku byli respondenti seznámeni s řešeným problémem. Dotazník byl anonymní, respondenti nikde nezadávali své osobní údaje. Jedinou výjimkou byl případ, kdy respondenti mohli na konci dotazníku zažádat o pozdější zaslání výsledků průzkumu na emailovou adresu.

Dotazník sestával z 9–11 povinných otázek (v závislosti na odpovědi respondentů na filtrační otázku) a 1 nepovinné. Speciálně se jednalo o 4 uzavřené otázky, 3 polouzavřené, 3 otevřené a 2 uzavřené baterie otázek, jedna se čtyřmi a druhá s šesti podotázkami, obě s kvantitativní výpovědní hodnotou.

2.5 Výsledky studie

Odpovědi byly staženy a zpracovány za účelem kvantitativního výstupu. Jako hlavní zdroj příjmu uvedlo 56,7 % respondentů příjem ze závislé činnosti, 26,4 % finanční podporu od rodiny, 8,7 % příjem z podnikání, 5,1 % důchod, 0,4 % příjem z investiční činnosti a pronájmů a 2,8 % jiný výše neuvedený zdroj příjmu.

Průměrný měsíční příjem byl u 29,7 % respondentů do 10 000 Kč, u 15,4 % mezi 10 001 a 20 000 Kč, u 23,9 % mezi 20 001 a 30 000 Kč, u 16,6 % mezi 30 001 a 40 000 Kč, u 7,7 % mezi 40 001 a 50 000 Kč a u 6,6 % více než 50 000 Kč.

2.5.1 Rozbor využívání slev na jízdném

Respondenti byli požádáni, aby uvedli veškeré slevy a slevové akce, které na dané trase využívají. Nejvíce využívaná sleva je státem daná 75% sleva pro děti ve věku 6–18 let,

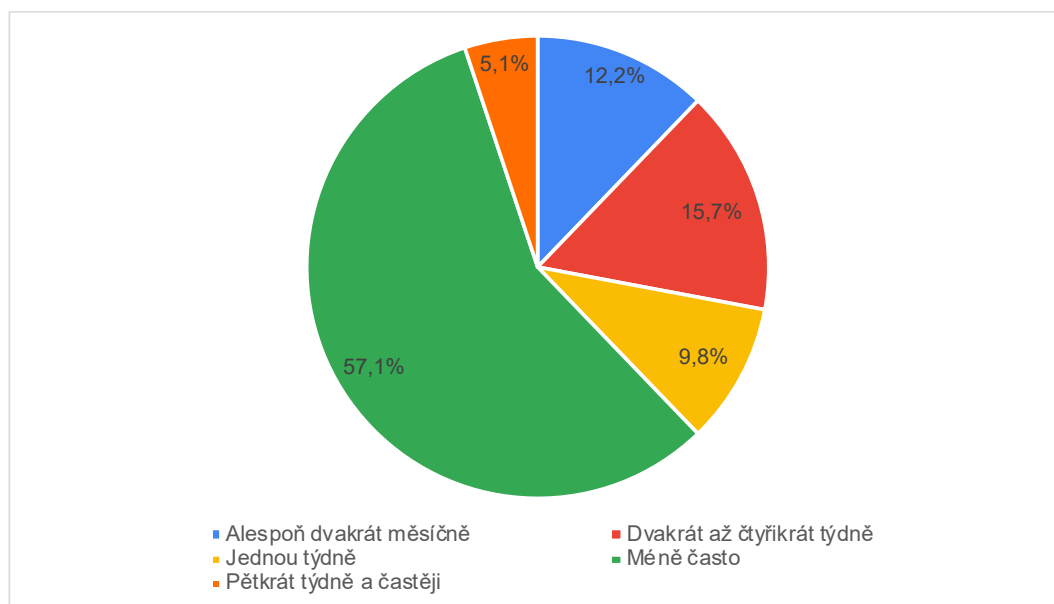
studenty ve věku do 26 let a seniory nad 65 let, kterou využívá 40,9 % respondentů. Cashback u Leo Expressu využívá 10,8 % respondentů. Jelikož nabízí Leo Express cashback z nákupu jízdenky hlavně osobám, které využívají slevu 75 % danou zákonem, promítla se tato kombinace i na výsledcích dotazníku, kdy 71,4 % respondentů využívajících cashback jej kombinuje se slevou 75 %.

Co se týče slev u RegioJetu, jejich 10% slevu pro studenty starší 26 let využívá 1,9 % respondentů. U českých drah je nabídka slev podstatně širší. Časovou jízdenku využívá 3,9 % respondentů a IN kartu 20,8 %, z čehož 51,9 % využívá slevu IN 25, 27,8 % slevu IN 50 a 20,4 % slevu IN 100.

1,5 % respondentů využívá jinou, výše neuvedenou slevu a 35,9 % nevyužívá žádnou slevu.

2.5.2 Četnost cestování

Respondenti byli dotázáni, jak často cestují vlakem na trase mezi Prahou a Pardubicemi, přičemž jedna jízda je počítána jako cesta tam a zpět, kdy není brán ohled, zda cestující vyjíždí primárně z Prahy či z Pardubic. Tehdy 5 % respondentů uvedlo, že na dané trase jezdí pětkrát týdně nebo častěji. Dále 15,4 % respondentů cestuje na této trase 2–4krát týdně, 9,7 % pravidelně jednou týdně, 12,7 % alespoň dvakrát měsíčně a 57,1 % méně často.

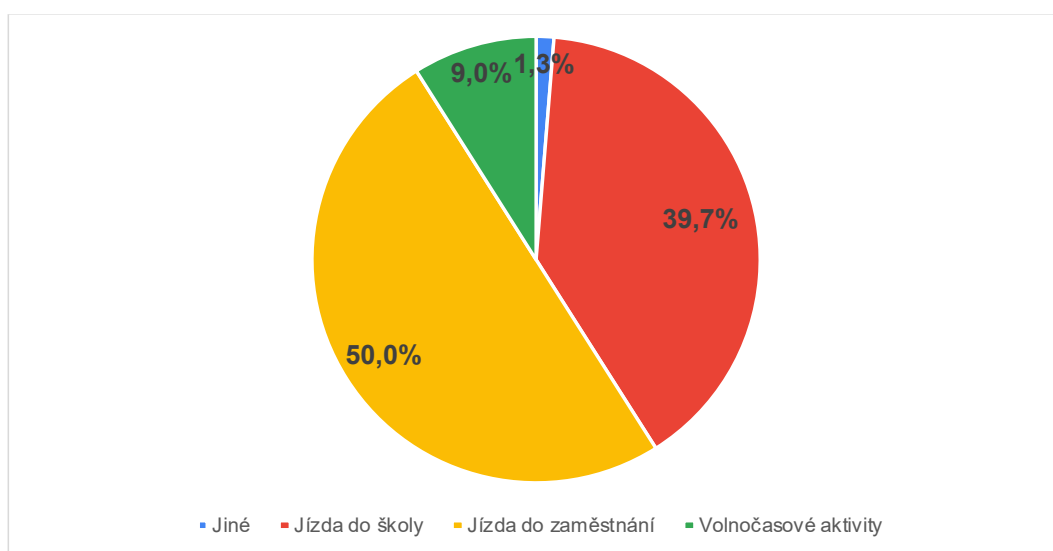


Obrázek 8 Odpovědi na otázku „Jak často jezdíte vlakem na trase mezi Prahou a Pardubicemi?“ (zdroj: autor)

Pro účely tohoto šetření jsou nejdůležitějšími respondenty ti, kteří cestují na této trase častěji než jednou měsíčně, tedy 42,9 % respondentů. Tito respondenti budou v celé této práci označeni jako „Pravidelně cestující respondenti“.

2.5.3 Důvod cestování

Respondenti byli dotázáni na nejčastější důvod jejich cestování na této trase. K dispozici byly odpovědi „Jízda do školy“, „Jízda do zaměstnání“, „Volnočasové aktivity“ a otevřená odpověď „Jiné“, ke které respondenti napsali vlastní důvod. 59,5 % respondentů využívá cestování na této trase k volnočasovým aktivitám, 22,8 % jako jízdu do zaměstnání či na pracovní cestu, 15,8 % k jízdě do školy a 1,9 % k jinému, výše neuvedenému důvodu.



Obrázek 9 Odpovědi na otázku „Za jakým účelem nejčastěji využíváte tuto cestu?“ (zdroj: autor)

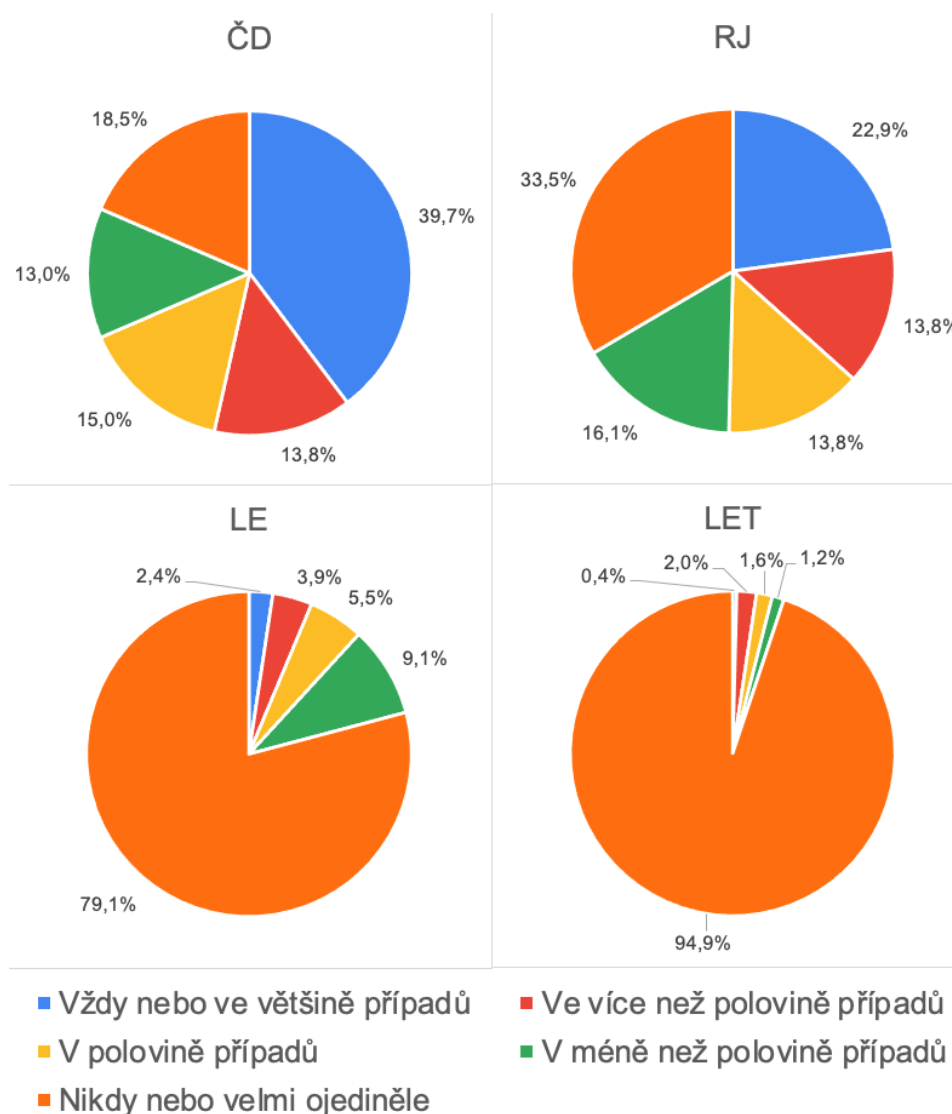
Důvod cestování také koresponduje s počtem jízd, kdy při cestování za volnočasovými aktivitami uvedlo pouze 18,2 % respondentů, že na této trase cestují častěji než jednou měsíčně. Při cestování do zaměstnání využívá tuto trasu častěji než jednou za měsíc 74,6 % respondentů a při cestování do školy 90,2 % respondentů. Co se týče častějšího cestování, pak alespoň jednou týdně na této trase cestuje pouze 4,5 % respondentů využívajících tyto cesty pro volnočasové aktivity, 66,1 % respondentů cestujících do zaměstnání a 75,6 % respondentů cestujících do školy.

Na druhé straně, 39,6 % respondentů, kteří na této trase cestují častěji, než jednou měsíčně uvedli, že tuto cestu využívají jako cestu do zaměstnání, 33,3 % těchto respondentů označilo za důvod svého cestování cestu do školy a 25,2 % jako cestu za volnočasovými aktivitami. Při zaměření na respondenty, kteří na této trase cestují alespoň jednou týdně,

uvedlo jako důvod cestu do zaměstnání 50 %, cestu do školy 39,7 % a cestu za volnočasovými aktivitami 9 % respondentů.

2.5.4 Rozbor využívání služeb jednotlivých dopravců

Respondenti byli dotázáni, aby u každého dopravce vybrali, jak často využívají jeho služeb. Na výběr byly následující odpovědi: „Vždy (Nikdy jsem nepoužil služeb jiného dopravce)“, „Ve většině případů (> 90 %)“, „Ve více než polovině případů (70–90 %)“, „V polovině případů (30–70 %)“, „V méně než polovině případů (10–30 %)“, „Velmi ojediněle (<10 %)“ a „Nikdy jsem služeb daného dopravce nevyužil“.



Obrázek 10 Odpovědi na otázku „Jak často využíváte služeb tohoto dopravce?“ v % pro jednotlivé dopravce (Zdroj: Autor)

Z obrázku 10 je vidět, že nejčastější volbou mezi respondenty byl dopravce České dráhy, u kterého uvedlo 68,5 % respondentů, že jeho služeb využívá alespoň v polovině

případů. Poté následuje RegioJet, kdy jej stejně často využívá 50,4 % respondentů, poté Leo Express, který využívá alespoň v polovině případů 11,8 % respondentů, a nakonec Leo Express Tenders, který využívá alespoň v polovině případů pouze 3,9 % respondentů.

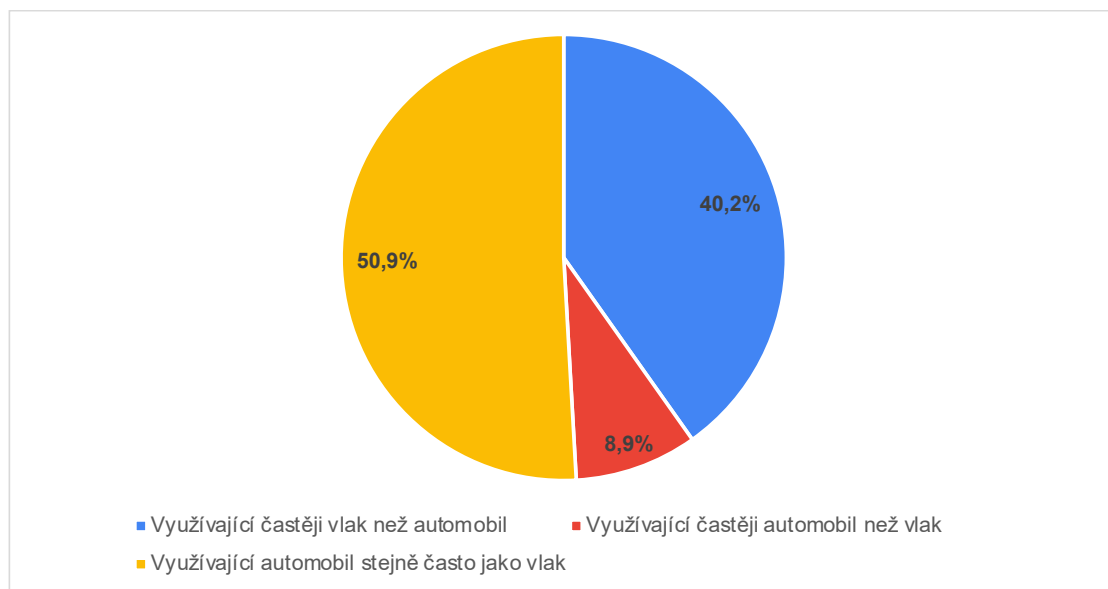
Jelikož se v případě Leo Express Tenders jedná o dceřinou firmu dopravce Leo Express, a této služeb této společnosti využívá pouze minimum lidí, budou pro další účely Leo Express a Leo Express Tenders zahrnuti v jedné skupině.

Grafy s poměrem pro každou odpověď zvlášť jsou přiloženy v příloze pod písmenem G.

2.5.5 Četnost cestování automobilem

Respondenti byli dotázáni, jak často na trase mezi Prahou a Pardubicemi jezdí vlastním automobilem. 0,4 % respondentů uvedlo, že na dané trase jezdí pětkrát týdně nebo častěji. 1,6 % respondentů cestuje na této trase 2–4krát týdně, 2 % pravidelně jednou týdně, 12,6 % alespoň dvakrát měsíčně a 83,4 % méně často nebo vůbec.

Z obrázku 11 je patrné, že většina respondentů na dané trase cestuje častěji vlakem než vlastním automobilem, naopak pouze malá část respondentů cestuje častěji automobilem než vlakem. Ostatní respondenti cestují na dané trase automobilem stejně často, jako vlakem.



Obrázek 11 Odpovědi na otázku „Jak často jezdíte automobilem na trase mezi Prahou a Pardubicemi?“ v závislosti na četnosti cestování vlakem (Zdroj: autor)

Co se týče důvodu cestování, respondenti, využívající tuto cestu k jízdě do školy, jezdí vlastním automobilem alespoň dvakrát měsíčně v 17,1 % případů, respondenti, využívající tuto cestu k jízdě do zaměstnání, jezdí vlastním automobilem alespoň dvakrát měsíčně v 30,5 % případů a respondenti, využívající tuto cestu k volnočasovým aktivitám, jezdí

vlastním automobilem alespoň dvakrát měsíčně v 11,7 % případů. Žádný respondent, který cestuje na této trase nejčastěji za jiným, výše neuvedeným účelem, nevyužívá k cestování na této trase osobní automobil alespoň dvakrát měsíčně.

2.5.6 Vliv faktorů na rozhodování

Respondenti byli požádáni, aby u každého z nabízených faktorů uvedli, jak moc je daný faktor při výběru dopravce ovlivňuje. Nabízené faktory byly: cena jízdného, doba jízdy, jízdní řád, úroveň komfortu, možnost výběru sedadla a poskytované doplňkové služby (Wi-Fi, občerstvení, voda zdarma, možnost přepravy kola či psa apod.). Hodnocení probíhalo tak, že respondent ke každému faktoru přiřadil číslo na stupnici od 0 do 10, přičemž 0 znamená „Nijak mě tento faktor neovlivňuje“ a 10 znamená „Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje“. Průměr a medián pro jednotlivé odpovědi na tyto otázky jsou zakomponovány v tabulce č. 2.

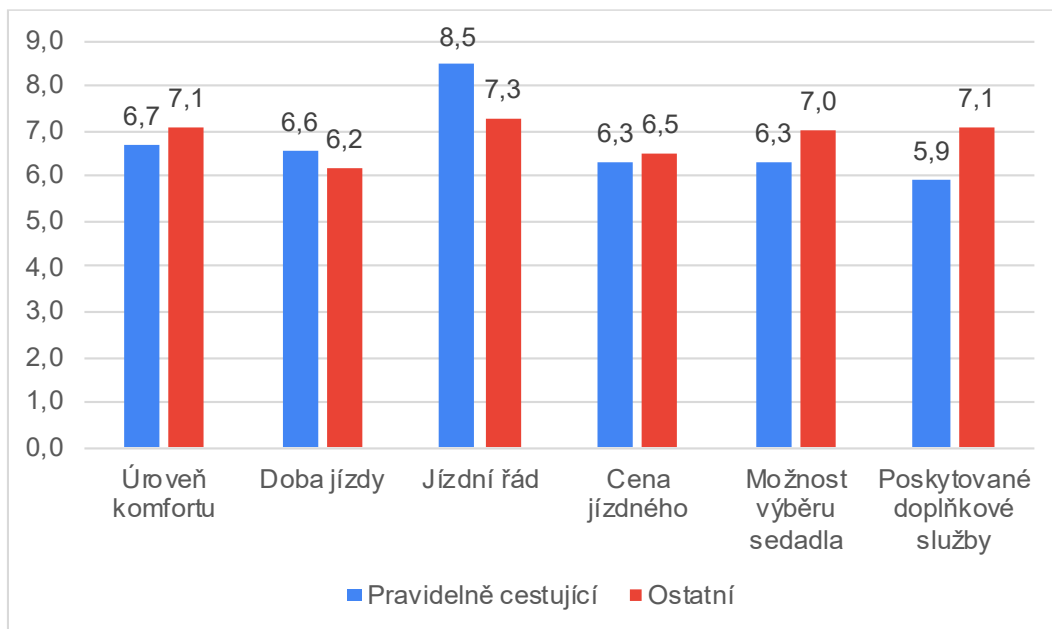
Tabulka 2 Medián a průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“

	Cena jízdného	Doba jízdy	Možnost výběru sedadla
Medián	7	8	8
Průměr	6,4	6,3	6,8
	Úroveň komfortu	Jízdní řád	Poskytované doplňkové služby
Medián	8	8	8
Průměr	7	7,6	6,7

Zdroj: Autor

Z tabulky není patrný znatelný rozdíl ani v jednotlivých průměrech, ani v rozdílu mezi průměrem a mediánem u jednotlivých odpovědí. Proto je potřeba se na odpovědi podívat podrobněji za použití třídících kritérií.

Při pohledu na stejné faktory za použití třídících kritérií lze na obrázku 12 vidět velký rozdíl mezi přiřazením váhy některým faktorům u pravidelně cestujících respondentů a ostatními, kdy největší rozdíl v přiřazení váhy je u jízdního řádu, kterému pravidelně cestující respondenti přiřadí mnohem větší váhu než ostatní, a u poskytovaných doplňkových službách, kterými se pravidelně cestující respondenti řídí při rozhodování naopak méně.



Obrázek 12 Průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na četnosti jízd respondenta (Zdroj: Autor)

K potvrzení či vyvrácení této teorie byla vytvořena analýza rozptylu u jednotlivých odpovědí s využitím F-statistiky, pro kterou platí, že (5)

$$F = \frac{\frac{\sum_{i=1}^k n_i (x_i - a)^2}{k - 1}}{\frac{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - a_i)^2}{N - k}}$$

kde:

k je počet skupin,

N je počet všech prvků,

n je počet prvků v dané skupině,

x je daný prvek a

a je průměr prvků.

Vypočítané F-hodnoty a následné p-hodnoty vyšly, s nulovou hypotézou „Střední hodnoty sledovaných skupin se neliší“, následovně:

Tabulka 3 Výsledné hodnoty analýzy rozptylu pro jednotlivé faktory v závislosti na četnosti jízd respondenta

	F-hodnota	p-hodnota	H ₀
Úroveň komfortu	0,1	0,73	Nezamítnuta
Doba jízdy	2,1	0,15	Nezamítnuta
Jízdní řád	13,9	< 0,01	Zamítnuta
Cena jízdného	0,1	0,78	Nezamítnuta
Možnost výběru sedadla	0,4	0,51	Nezamítnuta
Poskytované doplňkové služby	1,5	0,22	Nezamítnuta

Zdroj: Autor

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ tak analýza rozptylu potvrdila lišící se odpovědi u faktoru „Jízdní řád“ u pravidelných cestujících a u ostatních. U ostatních faktorů nejsou rozdíly v odpovědích statisticky významné. „Jízdní řád“ je tedy jediný faktor, kterému přiřkládají pravidelně cestující respondenti znatelně větší váhu než ostatní.

Při pohledu na faktory v závislosti na průměrném měsíčním výdělků na obrázku 13 lze vidět očekávaný projev důchodového efektu, kdy se s rostoucím měsíčním příjmem zvyšuje cena, kterou je cestující ochoten za dopravu zaplatit, a tak se snižuje průměrná váha, kterou respondenti přiřkládají faktoru ceny dopravy. To potvrzuje také záporný korelační koeficient o velikosti $r = -0,14$. K otestování této hypotézy byl použit Pearsonův test korelačního koeficientu s využitím t-statistiky, kdy

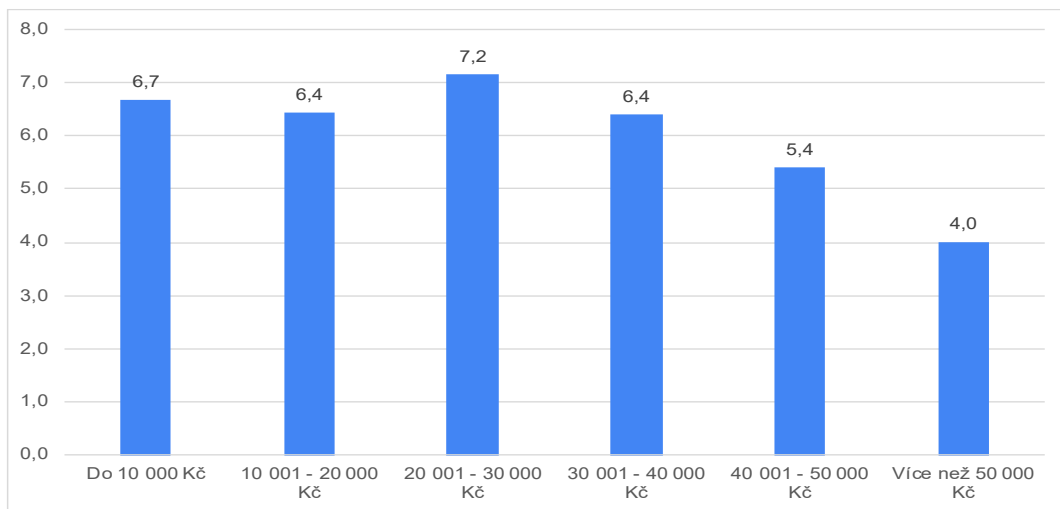
$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (6)$$

kde:

r je velikost korelačního koeficientu a

n je počet měření.

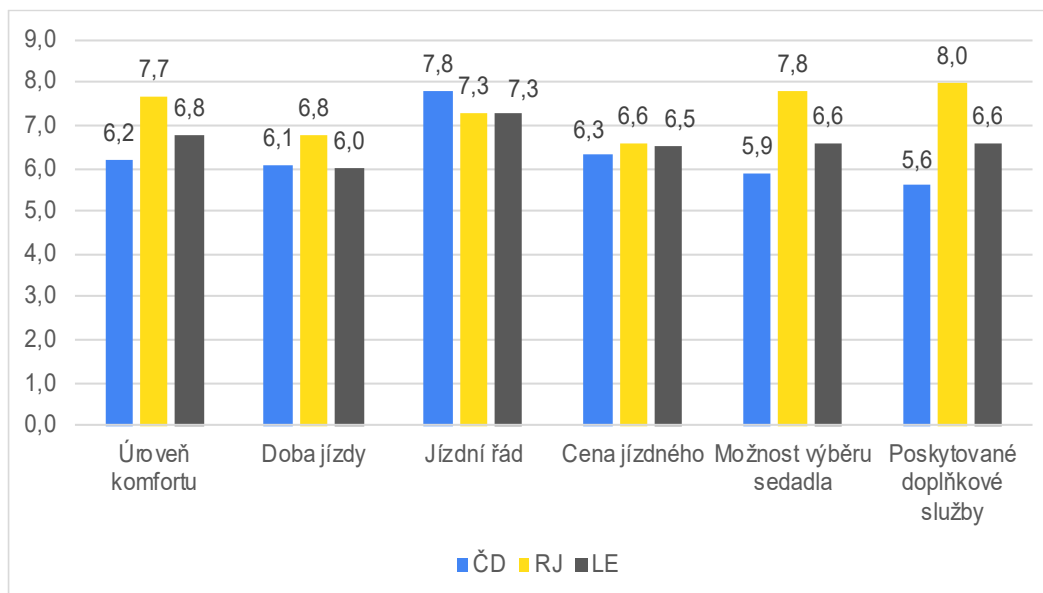
P-hodnota pak vyšla $p = 0,02$, což na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ stačí k zamítnutí hypotézy, že výše příjmu a váha přiřkládaná při rozhodování tomuto faktoru jsou navzájem nezávislé.



Obrázek 13 Průměr z odpovědí sekce „Cena jízdného“ u otázky „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na čistém příjmu respondenta (Zdroj: Autor)

Zajímavostí však je korelační koeficient po rozdělení cestujících dle výše příjmu na dvě samotné kategorie. Zatímco v kategorii cestujících s průměrným příjmem do 30 000 Kč je korelační koeficient $r = 0,08$, tedy závislost pouze nepatrná až nulová, u kategorie cestujících s příjmem vyšším než 30 001 Kč je korelační koeficient $r = -0,27$, tedy korelace je zde daleko znatelnější. Taktéž následný Pearsonův test potvrdil na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ lineární nezávislost u respondentů s příjmem do 30 000 Kč ($p = 0,28$) a lineární závislost u odpovědí respondentů s příjmem vyšším než 30 000 Kč ($p = 0,02$). To lze vysvětlit tím, že 55,4 % z respondentů z první kategorie tvoří respondenti využívající slevu 75 %, díky čemuž přiřkládají ceně jízdného jakožto faktoru zpravidla nižší váhu než ostatní. Pro úplnost, z respondentů z druhé kategorie využívá 75% slevu pouze 10,1 %.

Obrázek 14 ukazuje, jak velkou váhu přiřkládají v průměru jednotlivým faktorům respondenti, kteří využívají v alespoň polovině jízdních služeb daného dopravce. Z tohoto grafu je zřejmé, že cestující, kteří přiřkládají největší váhu jízdnímu řádu využívají nejčastěji služby Českých drah, na druhou stranu cestující, kteří přiřkládají větší váhu úrovni komfortu, možnosti výběru sedadla či poskytovaným doplňkovým službám využijí spíše služby RegioJetu a Českých drah až jako poslední možnost. Rozdíl mezi jednotlivými dopravci u doby jízdy a ceny jízdného je pak minimální.



Obrázek 14 Průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na nejčastěji využívaném dopravci (Zdroj: Autor)

K potvrzení či vyvrácení této teorie byla vytvořena analýza rozptylu u jednotlivých odpovědí využívající F-statistiku. F-hodnoty i p-hodnoty jsou zaznamenány v následující tabulce, s nulovou hypotézou „Střední hodnoty sledovaných skupin se neliší“.

Tabulka 4 Výsledné hodnoty analýzy rozptylu pro jednotlivé faktory v závislosti na nejčastěji využívaném dopravci

	F-hodnota	p-hodnota	H ₀
Úroveň komfortu	10,9	< 0,01	Zamítnuta
Doba jízdy	1,8	0,17	Nezamítnuta
Jízdní řád	0,5	0,58	Nezamítnuta
Cena jízdného	1,4	0,25	Nezamítnuta
Možnost výběru sedadla	12	< 0,01	Zamítnuta
Poskytované doplňkové služby	15	< 0,01	Zamítnuta

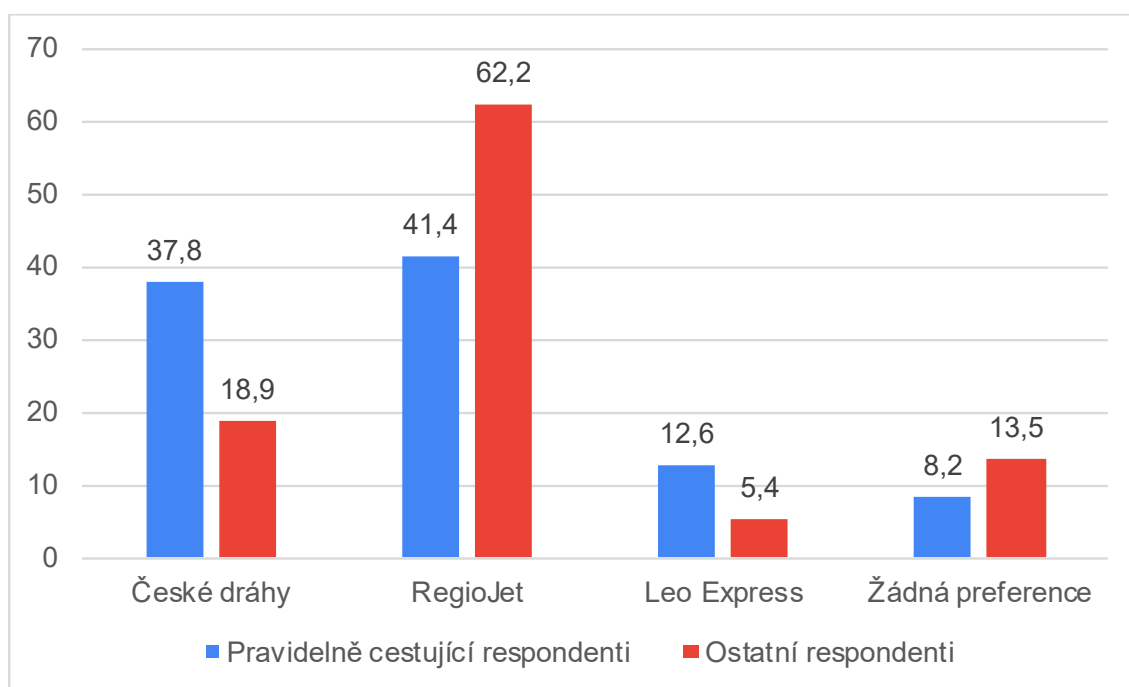
Zdroj: Autor

Analýza rozptylu tedy na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ potvrdila lišící se odpovědi u úrovně komfortu, možnosti výběru sedadla a poskytovaných doplňkových služeb. Poukazuje to tedy na určitý kvalitativní rozdíl u těchto tří faktorů u jednotlivých dopravců. U ostatních faktorů nejsou rozdíly v odpovědích statisticky významné.

2.5.7 Analýza osobní preference jednotlivých dopravců

Respondenti byli dotázáni, aby uvedli, kterého z dopravců preferují nezávisle na tom, či služby využívají nejčastěji. Zde 26,8 % respondentů uvedlo jako svého nejoblíbenějšího dopravce České dráhy, 53,5 % RegioJet a 8,7 % Leo Express. Žádný respondent neuvedl osobní preferenci dopravce Leo Express Tenders, 11 % uvedlo, že nemá osobní preferenci žádného dopravce.

Z obrázku 15 je patrné, že pravidelně cestující respondenti uvádí v téměř stejném množství preferenci Českých drah a RegioJetu, zatímco ostatní cestující preferují více než třikrát častěji RegioJet. U Leo Expressu uvedlo preferenci zhruba dvakrát více pravidelně cestujících respondentů než ostatních.



Obrázek 15 Procentuální odpovědi na otázku „Služeb kterého dopravce využíváte nejraději?“ v závislosti na četnosti jízdy respondenta (Zdroj: Autor)

Při porovnání s četností využívání služeb jednotlivých dopravců lze zjistit, že jen 2,9 % respondentů, kteří uvedli jako preferovaného dopravce České dráhy, využívají jeho služby méně často než služeb jiných dopravců. 43,5 % respondentů, kteří uvedli preferenci RegioJetu uvedlo, že jeho služby využívá méně často než služby ostatních dopravců. Mezi

těmito respondenty je 39,7 % pravidelně cestujících. Zajímavostí zůstává, že více než polovina (59,1 %) respondentů s osobní preferencí Leo Expressu využívá častěji služeb jiných dopravců. Mezi těmito respondenty je více než dvě třetiny (69,2 %) pravidelně cestujících.

2.5.8 Důvody osobní preference Českých drah a jejich častější využívání

V návaznosti na předchozí otázku byli respondenti požádáni, aby vypsali stručný důvod, proč preferují právě daného dopravce. Tento fakt je důležitý pro to, aby byly vidět rozdíly mezi daným dopravcem a konkurencí, které jsou natolik podstatné, že si kvůli nim vytvoří cestující k dopravci osobní preferenci.

V této kapitole jsou zpracována pouze data respondentů, kteří uvedli osobní preferenci k Českým drahám.

Až 54 % respondentů uvádí jako důvod preference důvody spojené s dobrým pokrytím poptávky, a to jak časového (počet spojů), tak i plošného (síťovost dopravce), 15,7 % respondentů uvádí flexibilitu jízdního dokladu, 14,3 % kvalitu cestování (příjemný personál, pohodlí, doplňkové služby), 12,9 % cenu, 11,4 % výhodné slevy či věrnostní program a 4,3 % spolehlivost. Dále 12,9 % respondentů uvedlo jako důvod preference zvyk.

Respondenti byli také požádáni, aby stručně uvedli, co by daný dopravce musel změnit, aby jeho služby využívali častěji. K tomuto poslouží velmi dobře názory respondentů, kteří sice mají osobní preferenci Českých Drah, ale jejich služeb využívají pouze v polovině či méně případech.¹⁰ Těmito názory jsou, ve stejném počtu, zlepšení cateringu a zvýšení pohodlí při cestování.

2.5.9 Důvody osobní preference RegioJetu a jeho častější využívání

V této kapitole jsou zpracovány pouze data respondentů, kteří uvádějí svou osobní preferenci k RegioJetu. Tito respondenti uvedli v 53,6 % případů jako důvod preference RegioJetu velmi dobré doprovodné služby (catering, Wi-Fi, voda a káva zdarma apod.), 39,9 % respondentů uvedlo jako důvod preference pohodlí, 37,7 % cenu, 24,6 % povinnou rezervaci míst a 13,8 % příjemný personál. Mezi další důvody preference pak patří přehlednost mobilní aplikace, možnost vrácení jízdenky, spolehlivost, čistota a možnost výběru třídy.

Stejně jako u Českých drah i zde je kladen velký důraz na názory respondentů, kteří preferují RegioJet, ale z určitých důvodů se u nich nejedná o nejčastěji využívaného dopravce.¹⁰ Mezi nejčastější důvody patří důvody spojené s nedostatečným

¹⁰ Viz kapitola 2.5.7

pokrytím poptávky, jako je málo spojů, což jako důvod uvedlo 23,3 % těchto respondentů, či málo míst ve spoji, což uvedlo 6,7 % respondentů, špatná kvalita doprovodných služeb (10 %), jako je často nefunkční aplikace na objednání cateringu, nepříjemný personál či špatný catering. Jako další změnu, díky které by cestující využívali služeb RegioJetu častěji, uvedlo 10 % respondentů zlepšení spolehlivosti, snížení zpoždění spojů či návaznost spojů v přestupních stanicích. 8,3 % respondentů dále považuje za důvod k častějšímu využívání služeb RegioJetu snížení ceny a 5 % zastavování ve více stanicích na trase.

2.5.10 Důvody osobní preference Leo Expressu a jeho častější využívání

Stejně jako předchozí dvě kapitoly, i tato kapitola pracuje pouze s daty respondentů, kteří uvedli svou osobní preferenci k Leo Expressu. 45,5 % těchto respondentů uvádí jako důvod své preference pohodlí a 40,9 % respondentů vrácení jízdného ve formě leo kreditů¹¹. Kvalitu cateringu jako důvod preference označilo 18,2 % respondentů a povinnou rezervaci místa shodně 18,2 %. Dalším často uváděným důvodem preference je cena, kterou respondenti uvedli ve 13,6 % případů. Další důvody preference, které se zde objevovaly, byly rychlost dopravy, jízdní řády či možnost výběru jízdní třídy.

Jelikož mezi respondenty uvádějícími osobní preferenci k Leo Expressu je jen méně než polovina těch, kteří jej využívají ve více než polovině případů,¹² je zde velmi důležité zjistit, proč tomu tak je. Tito respondenti označili ve více než polovině případů (61,5 %) jako důvod nedostatečné pokrytí poptávky spoji. 15,4 % respondentů pak uvedlo, že cena občerstvení je příliš vysoká a 7,7 % by uvítalo zastavování ve více stanicích na trase.

2.6 Diskuze

Z průzkumu byl zjištěn stejný vliv jízdného na pravidelné i nepravidelné cestující, při zvýšení důchodu se však snižuje důraz na tento faktor, což bylo potvrzeno korelační analýzou. Analýzou rozptylu byly vyvráceny dvě teorie vzešlé z průzkumu, a to vyšší vliv doby jízdy na pravidelné cestující, a naopak vyšší vliv úrovně komfortu u ostatních cestujících. Největší vliv na rozhodování při výběru dopravce má bezesporu jízdní řád, kde je také patrný velký rozdíl mezi pravidelnými cestujícími, kteří mu přiřkládají daleko vyšší váhu, a ostatními. Čím větší váhu cestující přiřkládá úrovni komfortu, tím pravděpodobněji sáhne po službách RegioJetu. Na druhé straně stojí České dráhy, jejichž nejčastější uživatelé přiřkládají úrovni komfortu nejmenší váhu. To samé platí i pro možnost výběru sedadla, kdy je navíc patrný rozdíl mezi pravidelnými cestujícími a ostatními, kdy ostatní cestující přiřkládají

¹¹ Viz kapitola 2.3.3

¹² Viz kapitola 2.5.7

tomuto faktoru větší váhu. I u poskytovaných doplňkových služeb platí stejná pravidla. Pouze u pravidelných a ostatních cestujících je tu ještě větší schodek.

Z průzkumu vyplynulo, že nejoblíbenějším dopravcem je s více než dvojnásobnou převahou RegioJet, poté následují České dráhy a poslední je Leo Express. Leo Express Tenders využívají cestující jen minimálně a jako oblíbeného dopravce jej nevedl nikdo. Při rozdělení oblíbeného dopravce podle četnosti jízd respondenta vyšlo najevo, že zatímco u pravidelných cestujících je oblíbenost Českých drah a RegioJetu téměř stejná, u ostatních cestujících míra oblíbenosti jednotlivých dopravců relativně kopíruje průměr všech cestujících, tzn. je zde patrná větší oblíbenost RegioJetu než Českých drah.

Také bylo zjištěno, že mnoho pravidelných cestujících by chtělo využívat služby svých oblíbených dopravců, ale z nějakých důvodů nemůžou. Jedná se hlavně o RegioJet a Leo Express. Tyto důvody byly zanalyzovány a byl vyvozen závěr, že největším problémem je to, že oba tyto dopravci mají problém s pokrytím poptávky, a tak musí cestující využívat služeb jiného dopravce.

3 NÁVRHY ZMĚN A OPATŘENÍ

V závislosti na výsledcích průzkumu byly sestavené SWOT matice, díky kterým bylo možné přehledně stanovit silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby daných společností. Matice byly vytvořeny čistě objektivně na základě odpovědí a názorů respondentů. Následně byla v závislosti na tyto matice a četnost zmínění dané problematiky v odpovědích vytvořena možná řešení zvýšení poptávky po službách daného dopravce. Pro úplnost je třeba dodat, že veškeré tyto návrhy jsou již přizpůsobeny nové legislativě o 50% povinné slevě pro děti, studenty a seniory.

3.1 SWOT matice

SWOT matice je metoda, pomocí které může podnik sledovat vnitřní prostředí podniku – své silné a slabé stránky (Strengths, Weaknesses), a také vnější prostředí – možné příležitosti a hrozby (Opportunities, Threats). Díky této metodě pak může management navrhovat možné strategie rozvoje podniku.

3.1.1 České dráhy

Návrhy změn a opatření pro České dráhy vycházejí z následující SWOT matice (tabulka 5) sestavené na základě výsledků průzkumu.

V kombinaci se silným postavením na trhu je jedinou známou hrozbou pro České dráhy zlepšení pokrytí poptávky u ostatních dopravců. V případě, že by konkurenční dopravci zvýšili pokrytí poptávky na úroveň Českých drah, dotkla by se tato změna všech cestujících, kteří preferují České dráhy právě kvůli jejich dobrému pokrytí poptávky. Jedná se o 14 % cestujících. Pokud by se poté rozhodovali mezi dopravcem náhodně, ceteris paribus, klesla by Českých drahách poptávka. Pokud by se však cestující následovně nerozhodovali náhodně, ale podle jiných faktorů, mohl by být tento pokles poptávky daleko výraznější.

České dráhy jsou oblíbené především u pravidelných cestujících. Je to dáno nejspíše tím, že tento dopravce nabízí velké množství slev, ať už skupinové slevy, traťové jízdenky či IN karty. Tyto dodatečné slevy využívá celkově 3 % všech cestujících na této trase, z toho 84,7 % tvoří právě pravidelní cestující.

Tabulka 5 SWOT matice Českých drah

<u>Silné stránky</u>	<u>Slabé stránky</u>
Velmi dobré pokrytí poptávky	Poskytované doplňkové služby
Flexibilita jízdenky	Nepovinná místenka
Poskytované slevy	Nízká úroveň komfortu
Oblíbenost u pravidelných cestujících	
<u>Příležitosti</u>	<u>Hrozby</u>
Možnost zlepšení doplňkových služeb	Mnoho cestujících může využívat konkurenci při jejím zlepšení pokrytí poptávky
Možnost zvýšení úrovně komfortu	

Zdroj: Autor

Mnoho respondentů naráželo na nízkou úroveň doplňkových služeb, a to jak v případě nabídky jídla a pití, tak v případě obsluhy samotné. Respondenti také poukazovali na vyšší komfort u konkurenčních dopravců. V rámci příležitostí pak mohou České dráhy zvýšit úroveň komfortu a zlepšit poskytované doplňkové služby, čímž by se eliminovaly dvě ze slabých stránek. Tato změna by se dotkla 32 % cestujících, kteří preferují jiného dopravce právě kvůli úrovni poskytovaných doplňkových služeb či úrovni komfortu. V případě, že by se po zvýšení těchto faktorů na úroveň konkurence rozhodoval následně cestující mezi dopravci náhodně, ceteris paribus, zvýšila by se poptávka po službách Českých drah.

Respondenti také poukazovali na vyšší komfort u konkurenčních dopravců a na výhodu povinně místenkových vlaků, které České dráhy zpravidla neprovozují (výjimkou je pouze kategorie SC Pendolino).

3.1.2 RegioJet

Popis vnitřního a vnějšího prostředí RegioJetu je zpracován v následující SWOT matici.

Tabulka 6 SWOT matice RegioJetu

<u>Silné stránky</u>	<u>Slabé stránky</u>
Poskytované doplňkové služby	Špatné pokrytí poptávky
Povinná místenka	Neflexibilní jízdenka
Pohodlí	Časté problémy s mobilní aplikací
Možnost vrácení jízdenky	Neexistující návaznost spojů
<u>Příležitosti</u>	<u>Hrozby</u>
Možnost zlepšení pokrytí poptávky	Zlepšení doplňkových služeb Českých drah
Možnost zlepšení funkčnosti aplikace	
Možnost nabízení dodatečných slev či cashbacku	

Zdroj: Autor

Jak vyplynulo z průzkumu, RJ využívají především cestující, kteří si potrpí na povinnou rezervaci sedadla, vyšší úroveň komfortu a poskytované doplňkové služby. Jedná se o nejoblíbenějšího dopravce, a přesto jej ani z daleka nevyužívá tolik cestujících, kolik by mohlo. Toto lze vyřešit zvýšením počtu sedadel ve vlacích ve špičkách, což by mělo za následek přeorientování cestujících, kteří využívají služeb jiného dopravce právě kvůli nízkému počtu sedadel ve vlacích RegioJetu, a zvýšením počtu spojů, díky čemuž by RJ využívali ve větší míře všichni cestující, kteří momentálně využívají služeb jiného dopravce právě kvůli nízkému počtu spojů RegioJetu.

Mobilní aplikace, která nabízí jednu z nejlehčích možností zakoupení jízdenky, a bez které se cestující neobejde při objednávání občerstvení ve třídě Low-cost a voze Astra, bohužel není spolehlivá. Aplikace často nepracuje tak, jak má, není uživatelsky přívětivá,

zákazníka opakovaně odhlašuje z účtu či nefunguje vůbec. Proto by mělo být dalším krokem tohoto dopravce zabezpečení funkčnosti aplikace v každé situaci.

Při cestování vlakem mnoho cestujících preferuje jízdu s jedním dopravcem po celou dobu jízdy. Pokud by měli někde přestupovat, chtějí si být jistí, že v případě zpoždění na ně navazující vlak počká. To se ale bohužel v případě RegioJetu neděje. Jelikož se na této trase jedná o komerční provoz, regionální vlaky na zpožděné spoje RegioJetu nečekají. V případě dohody s jinými dopravci by tak k momentálním uživatelům RegioJetu přibyli další cestující, kteří preferují jiného dopravce právě kvůli návaznosti spojů. Nejednalo by se tedy o cestující, kteří cestují pouze na úseku Praha–Pardubice, ale spíše o ty, kteří po projetí tohoto úseku přestupují na regionální spoj.

V přirovnání k jiným dopravcům RegioJet nenabízí žádné znatelné slevy nad rámec zákonem stanovených. To může být jeden z důvodů, proč je RJ daleko méně oblíbený u pravidelných cestujících než u ostatních.¹³ RegioJet tak může vytvořit například placené slevové karty či traťové jízdenky. Slevové karty ČD využívá pětina všech cestujících, pokud by tedy RJ zavedl podobné, avšak výhodnější slevy, mohl by k sobě přetáhnout veškeré cestující, kteří preferují České dráhy právě kvůli těmto dodatečným slevám. Jedná se celkově o 3 % všech cestujících, kteří pokud by přeorientovali svou preferenci z Českých drah k RegioJetu, zapříčinili by zvýšení preference RegioJetu až o 5,5 %.

Z hlediska vnějšího prostředí je tu jedna velká hrozba, a to je případ, kdy by České dráhy zvýšily kvalitu poskytovaných doplňkových služeb na úroveň RegioJetu. Jelikož více než polovina cestujících preferujících RegioJet uvedlo jako důvod právě poskytované doplňkové služby, v případě vylepšení těchto služeb na stejnou nebo vyšší kvalitu, než nabízí České dráhy, může nastat přeorientování těchto cestujících k RegioJetu. Jedná se o více než čtvrtinu (28,6 %) všech cestujících, což znamená pokles oblíbenosti RegioJetu až o 53,6 %.

RegioJet, na rozdíl od Českých drah, provozuje na této trase pouze vlaky s povinnou rezervací místa. Ač se tento fakt může jevit jako mínus, téměř čtvrtina respondentů uvedla povinné místenky jako důvod, proč preferují právě tohoto dopravce.

3.1.3 Leo Express a Leo Express Tenders

Jelikož Leo Express Tenders je dopravce zajišťující dopravní obslužnost a své spoje tedy provozuje jako závazek veřejné služby, nebudou pro něj navrhovány žádné změny ani opatření. Tato kapitola bude tedy věnována pouze Leo Expressu.

¹³ Viz obrázek 13, kapitola 2.5.7

Tabulka 7 SWOT matice Leo Expressu

<u>Silné stránky</u>	<u>Slabé stránky</u>
Povinná místenka	Špatné pokrytí poptávky
Pohodlí	Vysoká cena cateringu
Cashback	
<u>Příležitosti</u>	<u>Hrozby</u>
Možnost zlepšení pokrytí poptávky	Zavedení cashbacku u jiných dopravců
Možnost snížit cenu cateringu	Změna legislativy

Zdroj: Autor

Leo Express, stejně jako RegioJet, je velmi oblíbený u cestujících, kteří kladou velký důraz na kvalitu cestování. K tomu patří také fakt, že každý cestující má přidělené místo k sezení, a nedochází tak k naplnění vlaku nad kapacitu.

Na rozdíl od RegioJetu, LE je více než dvojnásobně oblíbenější u pravidelných cestujících. Jedna z možností, proč tomu tak je, je nabízený cashback, který jako důvod preference označilo 40,9 % respondentů preferujících LE. K této silné stránce dopravce se ale bohužel vážou i dvě vážné hrozby. První z nich je možnost zavedení cashbacku jinými dopravci. V případě, že by některá konkurenční firma zavedla stejnou doplňkovou slevu a cestující by se následně rozhodovali náhodně, snížila by se oblíbenost tohoto dopravce až o pětinu. Druhou hrozbou, která by měla za následek snížení oblíbenosti až o 40,9 %, je možná změna legislativy a následný zákaz nabízení doplňkových slev k zákonem stanovené slevě pro děti, studenty a seniory.

Jednou z možností, jak zajistit vyšší oblíbenost dopravce a tím po jeho službách zvýšit poptávku, je snížení ceny občerstvení. Dále, stejně jako RegioJet, i Leo Express se potýká s problémy v pokrytí poptávky, což má za následek, že 3,1 % všech cestujících nemůže využívat služeb Leo Expressu ve více než polovině případů i přesto, že se jedná o jejich oblíbeného dopravce.

3.2 Návrhy změn jednotlivých dopravců

V závislosti na sestrojených SWOT maticích a zanalyzování vnitřního a vnějšího prostředí byly sestrojeny návrhy změn pro jednotlivé dopravce, za účelem zvýšení poptávky po jejich službách.

3.2.1 České dráhy

Aby České dráhy využívalo více zákazníků, je nutné zvýšit kvalitu doplňkových služeb. K tomu se nabízí jednoduché řešení: Nabízet cestujícím zdarma pitnou vodu a teplý nápoj, nejlépe taktéž zdarma. Dálkové vlaky Českých drah však zpravidla obsluhují dva průvodčí, kteří na rozdíl od konkurence, musí kontrolovat zvlášť každou jízdenku. Aby nemusel dopravce nabírat nové členy obsluhy, lze tuto záležitost vyřešit samoobslužným dávkovačem na vodu a automatem na kávu. Technologie přípravy kávy urazila posledních několik let velký kus cesty, a tak lze i ze samoobslužného automatu získat kvalitní nápoj z čerstvě namleté kávy. Toto řešení vyžaduje pouze nízké investice, jejichž návratnost je velmi rychlá. Automaty na kávu lze pronajmout například od firmy DELIKOMAT s. r. o., dávkovač na pitnou vodu i s chlazením pak vyjde na 5–7 tisíc korun. Pokud je počítáno s 49 spoji denně v jednom i druhém směru a s faktem, že každý vlak zvládne projet tento úsek při denním 19hodinovém provozu s průměrnou dobou jednoho spoje pět hodin (včetně 15minutové pauzy na obrat) průměrně 1,9krát v každém směru, pak je počítáno zhruba s 26 vlaky. Pokud by měl v průměru každý vlak 7 vagónů, pak by celkové fixní náklady na nákup dávkovačů na vodu vyšly na 900–1 300 tisíc korun.

Dávkovač a automat na kávu by bylo vhodné pořizovat v takovém množství, aby byl v každém vagónu alespoň jeden kus, takže by se netvořily fronty a opravdu každý měl možnost občerstvení. Problém může nastat s místem, jelikož ve vlacích není zpravidla na tyto technologie místo. Dopravce by tak musel obětovat jedno kupé v každém vagónu, aby někam bylo možné tyto stroje umístit.

Toto řešení je však vhodné pouze ve spojích mimo špičku. Při zvýšené poptávce ve špičce by automat na kávu nedával smysl – cestující by se museli s kávou prodírat přes ostatní cestující, kteří nezdědka nenašli volné místo k sezení, a tak stojí v uličce.

Lepším řešením je zvýšit kvalitu doplňkových služeb razantně, a to samotným roznosem čerstvě připravené kávy. Samozřejmě čerstvá káva a pitná voda je jen základ kvalitních doplňkových služeb. Pokud by dopravce vyžadoval více možností občerstvení, jako je třeba pivo, nealko nápoje či samotný roznos na místo, bylo by nutné navýšit stav zaměstnanců a také jim vytvořit ve vlacích speciální zázemí. Momentální způsob obsluhy

vlaků sice všechny tyto možnosti obsahuje, nicméně obsluha je prováděna v celém vlaku pouze jedinou osobou, což ani zdaleka nestačí. Obsluha sice zvládne obsloužit všechny zákazníky, ale kávu nabízí pouze instantní, nikoli čerstvou, a navíc trvá, než jeden zaměstnanec projde celý vlak. Pokud by kávu nabízel zdarma, pak by se musel pravidelně vracet do zázemí doplňovat horkou vodu a kávu, jelikož by po ní vzrostla poptávka.

Další možností ČD, jak zvýšit poptávku, je zavedení dodatečného zvýhodnění pro děti, studenty a seniory, například formou cashbacku, jako nabízí Leo Express. V případě zavedení stejného, nebo výhodnějšího cashbacku by bylo možné přeorientovat cestující, kteří cashback využívají u konkurence, právě k Českým drahám. Je zde řeč o 3,6 % všech cestujících, kteří by měli za následek zvýšení oblíbenosti Českých drah až o 13,4 %, kdy těchto 13,4 % budou tvořit právě děti, studenti a senioři. Zavedením cashbacku by klesly příjmy dopravce z jednoho cestujícího využívajícího cashback o velikost cashbacku z jízdenky, celkové příjmy se však zvýší díky většímu množství cestujících.

Jelikož dle průzkumu momentálně preferují služby Českých drah ze 32,4 % děti, studenti či senioři a po zavedení tohoto cashbacku by se jejich poměr zvýšil o 41,3 % na 40,3 % (počet všech cestujících by se zvedl o 13 %), zvýší se celkové příjmy z dětí, studentů a seniorů o $\left[(100 + x) \left(\frac{100-y}{100} \right) \right] - 100$ procent, kdy x udává, o kolik procent se zvýší počet cestujících využívajících cashback a y je procento cashbacku. Po vynulování rovnice vyjde mezní velikost cashbacku 29,2 %, což znamená, že jakýkoli cashback nižší než 29,2 % přinese dopravci, za předpokladu onoho přechodu zákazníků od konkurence, vyšší výnosy než doposud.

Při porovnání ceny jízdenek ČD a konkurence je vidět, že po teoretickém 29,2% cashbacku jsou ceny tohoto dopravce zpravidla nižší než ceny konkurence, a to hlavně ve špičkách. Tento fakt by mohl mít za následek přeorientování k Českým drahám většího množství cestujících, než bylo původně myšleno, čímž by se mezní hladina cashbacku zvýšila. V ideálním případě by došlo k přeorientování všech cestujících s nárokem na cashback (tzn. navýšení počtu těchto cestujících u Českých drah o 377 % ze 32,4 % na 69,5 % a celkový nárůst všech cestujících preferujících ČD o 122 %), což by znamenalo mezní hladinu cashbacku 79 %. Protože dopravce může nabídnout cashback maximálně do výše části jízdenky zaplacené cestujícím (50 % z ceny jízdenky), lze zavést 50% cashback, který by znamenal znatelné zvýšení výnosů, které by v ideálním případě dosáhlo až neuvěřitelných 44,8 %.

Tato hladina cashbacku by však byla likvidační pro konkurenci, kterou by většina dětí, studentů a seniorů přestala využívat. V Česku by tak nastal konec konkurenčního prostředí v oblasti drážní dopravy a hrozila by nejen státní podpora konkurenčním dopravcům, ale také celkové zrušení státem nařízené slevy 50 %. Proto by nebylo vhodné zavedení 50% cashbacku, díky kterému by vybrané kategorie cestujících jezdily de facto zcela zdarma, ale jen 25% cashback, čímž by ČD kompenzovaly snížení povinné slevy pro děti, studenty a seniory ze 75 % na 50 %.

V případě zavedení takové hladiny cashbacku by byly ČD nuceny navýšit kapacitu vlaků v časech dopravní špičky. Znamenalo by to zvýšení počtu vagónů, kdy by ke každému vlaku jedoucím v době špičky bylo nutno přidat alespoň jeden vagón, čímž by se dorovnal výše zmíněný 13% nárůst cestujících. Dopravci by tak vznikly provozní náklady z provozu delšího vlaku, nákladů na energie a údržby. Zvýšení poptávky by však znamenalo také zvýšení veškerých výnosů o 1,9 %, které by kompenzovalo zvýšené náklady.

Cashback by mohl být řešen stejným způsobem jako u konkurenčního Leo Expressu, který cashback již několik let úspěšně nabízí, tzn. podmínkou pro získání cashbacku by bylo koupení jízdního dokladu přes mobilní aplikaci nebo přes webové stránky ČD a zároveň nákup přes zákaznický účet, do kterého by se zákazníkům vracely finanční prostředky v podobě kreditů, které již ČD ve své mobilní aplikaci i webové stránce nabízí. Cashback by tak šel využít pouze na nákup další jízdenky. A finanční prostředky by tak zůstávaly v oběhu Českých drah.

Také by bylo vhodné nabízet cashback pouze na celostátních dráhách, kde České dráhy provozují spoje za účelem komerčního provozu, a nikoli na regionálních, kde dopravce zpravidla nemá konkurenci, a nemá tak možnost na těchto dráhách přilákat větší počet cestujících. Mobilní aplikace ani webové stránky však nerozlišují celostátní a regionální dráhy. Co ale tyto platformy rozlišují je kategorie vlaku, na který si cestující kupuje jízdenku. Lze tak jednoduše zavést cashback pouze na jízdenky zakoupené na vlaky kategorie Ex, R, IC, SC, EC, EN a railjet.

V praxi by tedy zákazník, který by měl právo na cashback a byl by zaregistrovaný zákaznickým účtem v mobilní aplikaci, zakoupil například jízdenku z Prahy do Pardubic, kde plná cena jízdného je 169 Kč, za kterou by zaplatil díky 50% slevě pouze 85 Kč. Po projetí jízdního dokladu, tzn. druhý den brzy ráno, by mu ČD vrátily cashback v hodnotě 42 Kč ve formě kreditu na jeho zákaznický účet. Zbývajících 84 Kč by Českým dráhám proplatil stát jakožto kompenzaci povinných slev.

3.2.2 RegioJet

Pro zvýšení poptávky po službách RegioJetu je potřeba změnit několik věcí. První z nich je zlepšení pokrytí poptávky. To lze udělat přidáním vagónu k vlakům ve špičce, či snížením intervalu mezi jednotlivými spoji v rušném období. Jelikož jsou fixní náklady na tuto činnost vysoké, je potřeba si napřed vypočítat, zda se vůbec toto zvýšení počtu míst k sezení vyplatí. Ve špičkách mají vlaky RegioJetu 7–8 vagónů, přidání jednoho vagónu tak navýší kapacitu vlaku o 12–14 %.

Druhá změna týkající se zlepšení pokrytí poptávky, je navýšení počtu spojů ve špičkách. Jelikož ve směru do Prahy kopíruje RJ počtem spojů pouze ranní špičku, kdy v ranní špičce snižuje interval mezi spoji, a ve směru z Prahy naopak pouze odpolední špičku, bylo by vhodné přidat alespoň jeden spoj odpoledne ve směru do Prahy a ráno ve směru z Prahy. Každý takový přidaný spoj v obou směrech navýší celkovou denní kapacitu o 8,7 %. Jelikož 12,4 % cestujících preferujících RJ uvedlo, že by jeho služby využívali častěji, ale právě kvůli vysokému intervalu ve špičkách jej využívat nemůžou, přidání jednoho spoje v obou směrech by mělo za následek spokojenější zákazníky a vyšší výnosy.

K přidání spoje by bylo nutné zažádat SŽ o přidělení traťové kapacity, která se pojí s poplatkem za přidělení kapacity dráhy.

Další možností zvýšení výnosů by mohlo být, po vzoru Leo Expressu a teoretického řešení u Českých drah, zavedení procentuálního cashbacku vyplaceného po jízdě osobám využívajících zákonem povinnou slevu. Zavedení výhodného cashbacku by znamenalo minimálně přeorientování cestujících využívající konkurenci právě kvůli této výhodě ke službám RegioJetu, čímž by se zvedl počet dětí, studentů a seniorů o 14,5 % (ze 45,6 % na 49 %) a počet všech cestujících o 6,6 %. Po dosažení do vzorce z kapitoly 3.2.1. vyjde mezní hladina cashbacku 12,6 % což znamená, že při současných podmínkách a při předpokladu přeorientování cestujících, kteří využívají konkurenčního dopravce právě kvůli nabízenému cashbacku, je možné zavést cashback až do velikosti mezní hladiny bez snížení výnosů. Bohužel, po zavedení tohoto cashbacku by většina cen RegioJetu byla stále vyšší než ceny konkurence, proto by pravděpodobně zavedení této doplňkové slevy nepřineslo očekávaný efekt. Ani po zavedení maximální možné hladiny cashbacku (tj. 50 %) a přeorientování všech osob s možností využívat jej (tzn. zvýšení počtu těchto cestujících o 69,3 %) by RJ nedosáhl vyšších výnosů, naopak by se výnosy snížily o 15,3 %. Návrh cashbacku byl tedy v případě RegioJetu zamítnut v plném rozsahu.

Jedna ze změn pro zvýšení poptávky po službách RegioJetu je zavedení placených slevových karet ve stylu IN karet od Českých Drah pro dlouhodobé zákazníky. Pokud by tedy

RJ vytvořil slevové karty s 25% a 50% slevou po vzoru slevových karet ČD, zvedla by se poptávka po službách RegioJetu o 5,5 %, přičemž těchto 5,5 % cestujících budou tvořit převážně pravidelní cestující. Aby RJ mohl konkurovat v těchto slevách Českým drahám, musel by je nabízet za výhodnější cenu, například o polovinu levněji než konkurence, a zároveň by musel zlepšit pokrytí poptávky v době dopravních špiček.

V praxi by zavedení těchto slevových karet mohlo mít dvojí provedení. Prvním by bylo vydání fyzické plastové karty, přičemž k nákupu jízdenky by byl potřebný čárový kód z karty. Druhým způsobem provedení by byla virtuální karta v telefonu, při jejímž propojení se zákaznickým účtem v aplikaci či webové stránce by platforma automaticky zadávala při nákupu jízdenky slevu. Cena roční 25% slevové karty by mohla být nastavena na 300 Kč, tj. o třetinu nižší cena, než za jakou ji nabízí ČD. Při průměrné ceně 130 Kč za cestu z Prahy do Pardubic by tak cestující nákupem této slevové karty ušetřil již po 10. jízdě. Cena roční 50% slevové karty by při stejné cenové politice, tj. o třetinu levnější než ČD, vycházela na 2 000 Kč. Při stejné průměrné ceně by cestující nákupem této karty ušetřil, cestoval-li by na této trase alespoň jednou za 11 dnů.

Z analýzy slev vyplynulo, že cestující, kteří využívají 25% slevovou kartu v průměru cestují na této trase 3,75krát měsíčně, tj. 45krát ročně, zatímco cestující, kteří využívají 50% slevovou kartu na této trase cestují v průměru 11,75krát měsíčně, tj. 141krát ročně. V případě, že by se tedy zavedením těchto slev přeorientovali ke službám RegioJetu všichni ti, kteří preferují ČD právě kvůli těmto slevám, zvedla by se poptávka po službách RegioJetu o 5,5 %. Za jinak nezměněných podmínek by 65 % prodaných slevových karet bylo 25% a zbytek 50%. V kombinaci se zvýšením poptávky po službách RJ a četnosti cestování zákazníků využívajících tyto slevy se lze dopočítat ke snížení průměrných výnosů z jednoho cestujícího o 1,6 %, nicméně díky zvýšení poptávky by se celkové výnosy zvedly o 3,8 %.

3.2.3 Leo Express

Stejně jako RJ, i Leo Express má problémy s pokrytím poptávky. Celkově 45,5 % všech cestujících preferujících Leo Express uvedlo, že by jej využívali častěji v případě navýšení počtů spojů. V případě přidání dvou spojů v každém směru, jednoho v čase ranní špičky a druhého v čase odpolední špičky, se zvýší kapacita vlaků o 15,4 %. V případě, že by zaplnění všech vlaků zůstalo stejné jako dosud, zvýšily by se právě o těchto 15,4 % veškeré výnosy společnosti. Stejně jako u RegioJetu, i zde by bylo nutné zažádat SŽ o přidělení traťové kapacity, která se pojí s poplatkem za přidělení kapacity dráhy.

Hlavní hrozbou Leo Expressu byla změna legislativy týkající se studentských slev a jejich cashbacku. Až 40,9 % všech cestujících preferujících Leo Express jej využívalo právě kvůli tomuto zvýhodnění, díky kterému mohli cestovat de facto zadarmo. Bohužel po snížení studentských slev nabízí LE i s 25% cashbackem jízdné ve většině případů za vyšší cenu než konkurence. Zde hrozí, že tito cestující se od služeb Leo Expressu přeorientují ke konkurenci, čímž by LE přišel o velké množství tržeb. Aby se tomuto vyhnul, bylo by jednou z možností snížit ceny pod úroveň konkurence. V tom případě by se zvýšila poptávka o ty cestující, kteří přikládají největší váhu při rozhodování ceně, samozřejmě pouze do obsazení kapacity vlaků. Aby tohoto přeorientování Leo Express dosáhl, bylo by nutné snížit průměrnou cenu alespoň na dvojnásobek průměrné ceny RegioJetu, čímž by LE dosáhl stejné ceny pro děti, studenty a seniory jako konkurence (je počítáno se zavedeným 25% cashbackem). V praxi to znamená snížit průměrnou cenu z 280 Kč na 260 Kč, tj. snížení ceny jízdného alespoň o 7,1 %. O stejnou částku by se dopravci také snížily tržby, nicméně vyhnul by se ztrátě cestujících, kteří jej preferují kvůli cashbacku a nejlevnějšímu jízdnému pro děti, studenty a seniory. Toto snížení ceny je jedním z prvních kroků, jak zabránit úbytku cestujících po změně legislativy.

Druhé možné řešení, jak předejít takovému drastickému snížení tržeb, je zvednutí cashbacku na 50 %, čímž by se pro danou kategorii cestujících vrátily výhody do doby před snížením povinné slevy. Bohužel, toto zvýšení hladiny cashbacku by znamenalo ještě o 20 % větší snížení tržeb, než tehdy, kdy by všichni tito cestující přestali služby Leo Expressu využívat. Toto řešení je tedy zamítnuto.

Další možné řešení tohoto problému je nabízení teplého nápoje zdarma napříč všemi cenovými kategoriemi. Díky tomuhle by mohl LE k sobě přeorientovat polovinu počtu cestujících, kteří právě kvůli teplému nápoji zdarma preferují služby RJ. Jedná se o 3,9 % všech cestujících, díky čemuž by stoupla poptávka po službách LE o 27,3 %. Pokud by byl brán v potaz odchod cestujících preferujících LE kvůli jízdě zadarmo díky cashbacku, pak by klesly tržby dopravce „pouze“ o 13,6 %, což je výsledek částečné kompenzace úbytku cestujících z důvodu zrušení cestování zdarma zavedením teplého nápoje zdarma. V tomto řešení však nejsou uvažovány poklesy tržeb spojené s ukončením prodeje teplých nápojů a náklady na jejich přípravu, propad tak bude pravděpodobně ještě větší.

Jak je vidět, Leo Express se dostal do slepé uličky, ze které mu pomůže pravděpodobně pouze zásadní celková změna cenové politiky a marketingu. V opačném případě nastane úpadek společnosti.

ZÁVĚR

Tato práce je zaměřena na zjišťování potřeb jednotlivých segmentů cestujících a na faktory, které je při výběru dopravce ovlivňují. Byla vytvořena s cílem navrhnout a definovat vhodné změny či opatření ke zvýšení poptávky po službách jednotlivých dopravců v závislosti na zjištěných datech. Díky výstupům z internetového dotazníku šířeného elektronicky pomocí sociálních sítí či osobně na železniční stanici v Pardubicích, zpracování a zanalyzování dat a následném navržení vhodných změn a opatření byl tento cíl práce splněn; práce momentálně slouží jako podklad a inspirace k možným změnám na straně dopravců, posouzení možné implementace změn a opatření budou nyní v rukou jednotlivých společností.

Může se zdát částečně zmatené používání 75% slevy v první i druhé kapitole, zatímco ve třetí kapitole je mluveno o slevě 50 %. To má za příčinu změna legislativy ohledně povinných slev pro děti, studenty a důchodce v průběhu psaní práce. Jelikož je osobní doprava rychle se rozvíjející a měnící odvětví, při čtení těchto vět již pravděpodobně také došlo ke změně jízdného u jednotlivých dopravců. Proto je třeba brát na vědomí, že veškerá data o cenách, jízdním řádu apod. jsou vztahována k období od 23. února do 31. března 2022.

Rychlost změn v oblasti dopravy je také důvod k možnému opakovanému vytvoření této práce, kterou lze po čase vytvořit znovu, avšak již s novými daty. Taky ji lze rozšířit o výpočet přesné změny využívání služeb jednotlivých dopravců s využitím interních dokumentů a dat ve spolupráci s jednotlivými společnostmi. V případě implementace některých změn by bylo vhodné vytvořit po čase navazující práci zaměřenou na funkčnost a efektivitu jednotlivých změn.

Na dopady jednotlivých změn v této práci je potřeba nahlížet pouze orientačně, a to jednak z důvodů absence interních dat jako je např. součinitel výměny cestujících, obsazenost spojů, kapacity tratí či počet jízdnek zakoupených určitým způsobem, jednak z důvodu nepřehledného množství dat a analýz potřebných k přesnému výsledku, a jednak z důvodu, že lidský mozek není počítač, tj. funguje nepředvídatelně, a ani ty nejlepší analytické metody nedokáží přesně odhadnout jeho myšlenkové pochody.

Návrhy jednotlivých změn a opatření se liší dopravce od dopravce. U Českých drah je práce věnována hlavně zlepšení občerstvení a cateringu a zavedení cashbacku pro určité kategorie cestujících. U RegioJetu je práce věnována změnám vedoucím ke zlepšení pokrytí poptávky a na návrhy zavedení slevových karet po vzoru Českých drah. U Leo Expressu je pak poslední kapitola věnována opatřením proti snížení poptávky po změně legislativy

a následnému snížení povinných slev. U Leo Express Tenders, jakožto u dopravce zajišťující dopravní obslužnost, který své spoje tedy provozuje jako závazek veřejné služby, nebyly navrhovány žádné změny ani opatření.

Práce samotná přináší mnoho překvapivých výsledků. Velice zajímavá je oblíbenost využívání služeb RegioJetu. Mnoho cestujících vnímá jako oblíbeného dopravce Leo Express. Ne kvůli pohodlí, ani kvůli balené vodě zdarma či nízkopodlažním vozům, ale kvůli nabízenému cashbacku, díky kterému ještě před snížením povinných slev jezdili vlaky tohoto dopravce zadarmo. Jedním z očekávaných výsledků průzkumu tak byla vysoká oblíbenost Leo Expressu, nicméně opak byl pravdou. Většina cestujících paradoxně využívá nejradši služeb RegioJetu. Překvapivé je nejen to, že je mezi cestujícími tak oblíbený, ale hlavně to, že téměř polovina cestujících jej preferuje hlavně kvůli občerstvení a teplému nápoji zdarma.

POUŽITÁ LITERATURA

- BALA, Martin, 2020. Zpráva o kvalitě poskytovaných služeb za rok 2019. *Leo Express* [Online]. [Cit. 29-01-2022]. Dostupné z: <https://www.leoexpress.com/assets/c8286d4d-bff3-4363-913b-3483d8372a70/898796c2-e432-4ba9-84fc-e8a0b4aa3ad2/Zpráva%20o%20kvalitě%20poskytovaných%20služeb%20skupiny%20dopravců%20LE%20za%20rok%202019.pdf>
- BUCHAMAN, James M., 2002, s. 9–11. *Politika očima ekonoma*. Praha: Liberální institut. ISBN 80-86389-21-9.
- ČESKO, 1994. *Zákon č. 266/1994 Sb., o dráhách*. [Online]. [cit. 11-01-2022]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1994-266>
- ČESKO, 2002. *Zákon číslo 77/2002 Sb. o akciové společnosti České dráhy, státní organizaci Správa železnic a o změně zákona č. 266/1994 Sb., o dráhách, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů*. [Online]. [cit. 23-11-2021]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-77>
- ČESKÉ DRÁHY, 2018. Běh času. *České dráhy* [Online]. [Cit. 18-01-2022]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/100-let-spolu/beh-casu/default.htm#2005-02>
- ČESKÉ DRÁHY, 2019. Převážuji psa nebo jiné zvíře. *České dráhy* [Online]. [Cit. 11-05-2022]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/dalsi-sluzby/psi-kola-a-jina-zavazadla/-26528/>
- ČESKÉ DRÁHY, 2020. Výroční zpráva skupiny České dráhy. *České dráhy* [Online]. [Cit. 18-01-2022]. Dostupné z: http://www.ceskedrahy.cz/assets/pro-investory/financni-zpravy/vyrocní-zpravy/vyrocní-zprava_2019.pdf
- ČESKÉ DRÁHY, 2021. Jízdní řády 2022 pro trať 001. *České dráhy* [Online]. [Cit. 24-02-2022]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/jizdni-rad/tratove-jizdni-rady/files/cz-k001-211212-01.pdf>
- ČESKÉ DRÁHY, 2022. Jízdní řády 2022 pro trať 010. *České dráhy* [Online]. [Cit. 24-02-2022]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/jizdni-rad/tratove-jizdni-rady/files/cz-k010-220313-01.pdf>
- DRDLA, Pavel, 2005. Technologie a řízení dopravy – Městská hromadná doprava. *Univerzita Pardubice* [Online]. [Cit. 25-01-2022]. Dostupné z: <http://drdla.wz.cz/skripta/1.pdf>
- HAYES, Adam, 2021. Cross Elasticity of Demand. *Investopedia* [Online]. [Cit. 24-01-2022]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/c/cross-elasticity-demand.asp>
- IDNES, 2015, Chceme jet první! České dráhy bojují s RegioJetem už i o jízdní řády, *IDNES.CZ* [Online]. [Cit. 30-01-2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/doprava/ceske-drahy-a-regiojet-bojuji-o-casy-v-jizdnich-radech.A151006_174900_eko-doprava_fih
- INSTITUT POLITICKÉHO MARKETINGU, 2013. Teorie racionální volby. *Institut politického marketingu* [Online]. [Cit. 11-01-2022]. Dostupné z: <https://politickymarketing.com/glossary/teorie-racionalni-volby>

- JEŽEK, Jindřich a Kateřina, POJKAROVÁ, 2008. Affecting factors of transport demand. *Univerzita Pardubice* [Online]. [Cit. 24-01-2022]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10195/66968>
- KOTTENHOF, Karl, 1999. Evaluation of passenger train concepts. Methods and results of measuring travellers' preferences in relation to costs. *ResearchGate* [Online]. [Cit. 11-01-2022]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/236400968_Evaluation_of_passenger_train_concepts_Methods_and_results_of_measuring_travellers_preferences_in_relation_to_costs
- KRÝŽE, Pavel a Martin BEDNÁR, 2021. Denní počty skutečně jedoucích vlaků v období 1. leden–31. březen 2021. *Správa železnic* [Online]. [Cit. 22-11-2021]. Dostupné z: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjXwuasq6z0AhW0gv0HHV5wAuwQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fprovoz.spravazelaznic.cz%2Fportal%2FShow.aspx%3Fpath%3D%2FData%2FMapy%2Fpocty_vse_21.pdf&usg=AOvVaw2KaZSTrNWKUKrfJmU9OAFf
- LAMORTE, Wayne W., 2019. The Theory of Planned Behavior. *Behavioral Change Models* [Online]. [Cit. 11-01-2022]. Dostupné z: <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- LEO EXPRESS, 2020. Výroční zpráva za rok 2019. *Leo Express* [Online]. [Cit. 18-01-2022]. Dostupné z: https://www.LeoExpress.com/assets/c8286d4d-bff3-4363-913b-3483d8372a70/0d55faea-9db3-4b0d-b05f-12390325a839/VZ_LEG_CZ_2019.pdf
- LEO EXPRESS, b. r. Přeprava psů. *Leo Express* [Online]. [Cit. 11-05-2022]. Dostupné z: <https://www.leoexpress.com/cs/nase-sluzby/preprava/psu>
- MACKETT, R., PAULLEY, N., PRESTON, J., SHIRES, J., TITHERIDGE, H., WARDMAN, M. a P. WHITE, 2004. The demand for public transport: a practical guide. *ResearchGate* [Online]. [Cit. 11-05-2022]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/32885889_The_demand_for_public_transport_A_practical_guide
- MANKIW, Gregory N., 1999. *Zásady ekonomie*. Praha: Grada. ISBN: 978-80-7169-891-3
- MELICHAR, Vlastimil, 2003. Cenová elasticita poptávky ve veřejné osobní dopravě. *Univerzita Pardubice* [Online]. [Cit. 24-01-2022]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10195/32141>
- MELICHAR, Vlastimil a Jindřich, JEŽEK, 2004. *Ekonomika dopravního podniku*. Pardubice: Dopravní Fakulta Jana Pernera. ISBN 80-7194-711-3
- MHD86, 2020. Cestující ve vlacích ČD dál přibývají, loni jich bylo přes 182 milionů. *MHD86.CZ* [Online]. [Cit. 29-01-2022]. Dostupné z: <https://mhd86.cz/2020/02/25/cestujici-ve-vlakich-cd-dal-pribyvaji-loni-jich-bylo-pres-182-milionu/>
- MINISTERSTVO DOPRAVY, 2018. Informace o kategorizaci železniční sítě. *Ministerstvo dopravy*. [Online]. [Cit. 11-01-2022]. Dostupné z: <https://www.mdcz.cz/Dokumenty/Drazni-doprava/Zeleznicni-infrastruktura/Informace-o-kategorizaci-zeleznicni-site>

- PARDUBICKÝ SPOLEK HISTORIE ŽELEZNIČNÍ DOPRAVY, 2017. *155 let železnice v Pardubicích*. [Online]. [Cit. 22-11-2021]. Dostupné z: <http://www.pshzd.cz/155letPce.html>
- PETTINGER, Tejvan, 2019. Shift in Demand and Movement along Demand Curve. *ECONOMICS HELP* [Online]. [Cit. 18-02-2022]. Dostupné z: <https://www.economicshelp.org/blog/581/economics/changes-in-demand/>
- PETTINGER, Tejvan, 2021. Factors affecting demand. *ECONOMICS HELP* [Online]. [Cit. 11-05-2022]. Dostupné z: <https://www.economicshelp.org/microessays/equilibrium/demand/>
- REGIOJET, 2020. Výroční zpráva 2019. *RegioJet* [Online]. [Cit. 30-01-2022]. Dostupné z: https://www.regiojet.cz/opencms/export/sites/regiojet.cz/o-nas/pro-investory/RegioJet_vyrocní-zprava_2019.pdf
- REGIOJET, [2021]. O nás. *RegioJet* [Online]. [Cit. 18-01-2022]. Dostupné z: <https://www.regiojet.cz/o-nas/nas-pribeh/>
- REGIOJET, 2022. Jízdenky. *RegioJet* [Online]. [Cit. 24-02-2022]. Dostupné z: <https://novy.regiojet.cz/?fromLocationId=372825000&fromLocationType=STATION&toLocationId=372842000&toLocationType=CITY&departureDate=2022-03-30&tariffs=REGULAR>
- REGIOJET, b. r. Převážení zavazadel, kočárků, zvířat a kol. *RegioJet* [Online]. [Cit. 11-05-2022]. Dostupné z: <https://novy.regiojet.cz/nase-jizdenky/preprava-zavazadel-a-zvirat>
- SPRÁVA ŽELEZNIC, 2021. Základní charakteristika železniční sítě. *Správa železnic* [Online]. [Cit. 30-01-2022]. Dostupné z: <https://www.spravazeleznic.cz/o-nas/vse-o-sprave-zeleznic/zeleznice-cr/zeleznicni-sit-v-cr>
- SPRÁVA ŽELEZNIC, [2021a]. Železniční tranzitní koridory. *Správa železnic* [Online]. [Cit. 22-11-2021]. Dostupné z: <https://provoz.spravazeleznic.cz/PORTAL/Show.aspx?path=/Data/Mapy/koridory.pdf>
- SPRÁVA ŽELEZNIC, [2021b]. Mapa zveřejněna v knižním jízdním řádu. *Správa železnic* [Online]. [Cit. 22-11-2021]. Dostupné z: <https://provoz.spravazeleznic.cz/portal/Show.aspx?path=/Data/Mapy/kjr.pdf>
- SPRÁVA ŽELEZNIC, 2022. Podíl dopravců na výkonech sítě Správy železnic, *Správa železnic* [Online]. [Cit. 30-01-2022]. Dostupné z: https://www.spravazeleznic.cz/documents/50004227/50167315/vykony_012022.pdf/51b59a46-3bea-4156-9512-e719b2693e2e
- TIKMAN, Pavel a Martin VACHTL, 2010. Rozvoj železniční sítě České republiky. *Urbanismus a územní rozvoj* [Online]. Ročník XIII číslo 5, s 58–70 [Cit. 30-01-2022]. Dostupné z: https://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2010/2010-05/08_rozvoj.pdf
- ŽABKA, Martin, 2018. Z Prahy do České Třebové elektricky už 60 let. *Železničář* [Online]. [Cit. 10-12-2021]. Dostupné z: [https://zeleznicar.cd.cz/zeleznicar/historie/z-prahy-do-ceske-trebove-elektricky-uz-60-let/-18395/24,0,/,/](https://zeleznicar.cd.cz/zeleznicar/historie/z-prahy-do-ceske-trebove-elektricky-uz-60-let/-18395/24,0,/)

ŽUROVEC, Michal, 2019. Striktnější pravidla vyloučí možnost zneužívání slev dopravci. *Ministerstvo financí České republiky* [Online]. [Cit. 23-11-2021]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/aktualne/tiskove-zpravy/2019/striktnejsi-pravidla-vylouci-moznost-zne-36516>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1	Mapa železničních tratí	11
Obrázek 2	Fotka českých dopravců (zleva České dráhy SC Pendolino, RegioJet, Leo Express).....	13
Obrázek 3	Poptávková křivka a její posuny	15
Obrázek 4	Teorie plánovaného chování	22
Obrázek 5	Počet spojů na trase mezi Pardubicemi a Prahou v obou směrech	23
Obrázek 6	Celkový denní počet spojů mezi Prahou a Pardubicemi.....	24
Obrázek 7	Vývoj ceny jízdného v závislosti na čase.....	25
Obrázek 8	Odpovědi na otázku „Jak často jezdíte vlakem na trase mezi Prahou a Pardubicemi?“	31
Obrázek 9	Odpovědi na otázku „Za jakým účelem nejčastěji využíváte tuto cestu?“	32
Obrázek 10	Odpovědi na otázku „Jak často využíváte služeb tohoto dopravce?“ v % pro jednotlivé dopravce	33
Obrázek 11	Odpovědi na otázku „Jak často jezdíte automobilem na trase mezi Prahou a Pardubicemi?“ v závislosti na četnosti cestování vlakem.....	34
Obrázek 12	Průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na četnosti jízd respondenta.....	36
Obrázek 13	Průměr z odpovědí sekci „Cena jízdného“ u otázky „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na čistém příjmu respondenta	38
Obrázek 14	Průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“ v závislosti na nejčastěji využívaném dopravci.....	39
Obrázek 15	Procentuální odpovědi na otázku „Služeb kterého dopravce využíváte nejraději?“ v závislosti na četnosti jízd respondenta	40

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Rozbor doplňkových služeb a slev pro jednotlivé dopravce.....	27
Tabulka 2	Medián a průměr z odpovědí na otázku „Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravce?“	35
Tabulka 3	Výsledné hodnoty analýzy rozptylu pro jednotlivé faktory v závislosti na četnosti jízd respondenta	37
Tabulka 4	Výsledné hodnoty analýzy rozptylu pro jednotlivé faktory v závislosti na nejčastěji využívaném dopravci	39
Tabulka 5	SWOT matice Českých drah.....	45
Tabulka 6	SWOT matice RegioJetu.....	46
Tabulka 7	SWOT matice Leo Expressu.....	48

SEZNAM ZKRATEK

ČD	České dráhy Český národní dopravce
LE	Leo Express Český železniční dopravce vzniklý roku 2010
LET	Leo Express Tenders Český dopravce provozující spoje v oblasti Orlicka jako závazek veřejné služby; dceřiná společnost Leo Expressu
RJ	RegioJet Český železniční dopravce vzniklý roku 2006
SŽ	Správa železnic Vlastník a provozovatel drah, hospodařící s železničními dráhami v majetku státu

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A Náhled elektronického dotazníku – stránka 1

Příloha B Náhled elektronického dotazníku – stránka 2

Příloha C Náhled elektronického dotazníku – stránka 3

Příloha D Náhled elektronického dotazníku – stránka 4

Příloha E Náhled elektronického dotazníku – stránka 5

Příloha F Náhled elektronického dotazníku – stránka 6

Příloha G Četnost využití služeb jednotlivých dopravců

Příloha A Náhled elektronického dotazníku – stránka 1

Faktory ovlivňující výběr dopravce na trase Praha – Pardubice

30.03.2022 17:23

Faktory ovlivňující výběr dopravce na trase Praha – Pardubice

Dobrý den,

jmenuji se Antonín Hofr a studuji na Dopravní fakultě Jana Pernera v Pardubicích. V bakalářské práci se zabývám faktory ovlivňujícími výběr dopravce na trase mezi Prahou a Pardubicemi, a proto mě zajímá Váš názor. Pokud tedy cestujete, nebo jste alespoň jednou cestoval(a) mezi těmito dvěma městy, budu vděčný za vyplnění dotazníku. Jeho vypracování Vám zabere 5–10 minut.

Dotazník je zcela anonymní, nikde nevkládáte své jméno ani kontaktní údaje. Pokud byste však chtěli být po zpracování dat seznámeni s výsledky dotazníku, můžete mi na konci dotazníku zanechat svůj email, kam výsledky zašlu. Děkuji.

*Povinné pole

1. Jak často jezdíte vlakem na trase mezi Prahou a Pardubicemi? (1 jízda počítána jako cesta tam a zpět) *

Označte jen jednu elipsu.

- Pětkrát týdně a častěji
 Dvakrát až čtyřikrát týdně
 Jednou týdně
 Alespoň dvakrát měsíčně
 Méně často

2. Za jakým účelem nejčastěji využíváte tuto cestu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Jízda do školy
 Jízda do zaměstnání
 Volnočasové aktivity
 Jiné: _____

3. Vyberte VŠECHNY slevy či věrnostní akce, které využíváte *

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- In 25 (ČD)
 In 50 (ČD)
 In 100 (ČD)
 Traťová jízdenka (ČD)
 Sleva 10 % pro studenty 26+ (RJ)
 Cashback z nákupu jízdného (LE)
 Státem daná sleva 75 % (Dítě 6-18 let, student 18-26 let, senior 65+)
 Žádnou slevu nevyžívám

Jiné: _____

Zdroj: Autor

Příloha B Náhled elektronického dotazníku – stránka 2

Faktory ovlivňující výběr dopravce na trase Praha – Pardubice

30.03.2022 17:23

4. Uveďte, jak často využíváte služeb jednotlivých dopravců NA TÉTO TRASE: *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Vždy (Nikdy jsem nepoužil služeb jiného dopravce)	Ve většině případů (> 90 %)	Ve více než polovině případů (70 - 90 %)	V polovině případů (30 - 70 %)	V méně než polovině případů (10 - 30 %)	Velmi ojedinelé (<10 %)	Nikdy jsem služeb daného dopravce nevyužil
České dráhy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
RegioJet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leo Express	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leo Express Tenders (pouze jediný spoj ve směru Praha s odjezdem 7:33 z Pardubic)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Služeb kterého dopravce využíváte nejraději? (Nemusí se nutně jednat o nejčastěji využívaného dopravce) *

Označte jen jednu elipsu.

- České dráhy *Přeskočte na otázku 7*
 RegioJet *Přeskočte na otázku 9*
 Leo Express *Přeskočte na otázku 11*
 Leo Express Tenders *Přeskočte na otázku 13*
 Nemám osobní preferenci žádného dopravce *Přeskočte na otázku 15*

6. Jak často jezdíte automobilem na trase mezi Prahou a Pardubicemi? (1 jízda počítána jako cesta tam a zpět) *

Označte jen jednu elipsu.

- Pětkrát týdně a častěji
 Dvakrát až čtyřikrát týdně
 Jednou týdně
 Alespoň dvakrát měsíčně
 Méně často

České dráhy

7. Proč preferujete zrovna České dráhy? *

8. Co by měl tento dopravce změnit, abyste jeho služeb využíval(a) častěji? *

Přeskočte na otázku 15

RegioJet

Příloha C Náhled elektronického dotazníku – stránka 3

Faktory ovlivňující výběr dopravy na trase Praha – Pardubice

30.03.2022 17:23

9. Proč preferujete zrovna RegioJet? *

10. Co by měl tento dopravce změnit, abyste jeho služeb využíval(a) častěji? *

Přeskočte na otázku 15

Leo Express

11. Proč preferujete zrovna Leo Express? *

12. Co by měl tento dopravce změnit, abyste jeho služeb využíval(a) častěji? *

Přeskočte na otázku 15

Leo Express Tenders

13. Proč preferujete zrovna Leo Express Tenders? *

14. Co by měl tento dopravce změnit, abyste jeho služeb využíval(a) častěji? *

Přeskočte na otázku 15

Jak moc vás následující faktory ovlivňují ve výběru dopravy NA TÉTO TRASE?

15. Cena jízdného *

Označte jen jednu elipsu.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nijak mě tento faktor neovlivňuje Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

16. Doba jízdy *

Označte jen jednu elipsu.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nijak mě tento faktor neovlivňuje Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

Zdroj: Autor

Příloha D Náhled elektronického dotazníku – stránka 4

Faktory ovlivňující výběr dopravy na trase Praha – Pardubice

30.03.2022 17:23

17. Jízdní řád *

Označte jen jednu elipsu.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nijak mě tento faktor neovlivňuje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

18. Úroveň komfortu (pohodlí sedadel, místo na nohy apod.) *

Označte jen jednu elipsu.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nijak mě tento faktor neovlivňuje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

19. Možnost výběru sedadla *

Označte jen jednu elipsu.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nijak mě tento faktor neovlivňuje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

20. Poskytované doplňkové služby (Wi-Fi, občerstvení, voda zdarma, možnost přepravy kola či psa apod.) *

Označte jen jednu elipsu.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Nijak mě tento faktor neovlivňuje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tento faktor mě ve výběru velmi ovlivňuje

Něco málo o vás

21. Jaký je váš hlavní zdroj příjmu? *

Označte jen jednu elipsu.

- Příjem ze závislé činnosti
- Důchod (starobní, invalidní,...)
- Příjem z investiční činnosti a pronájmů
- Příjem z podnikání
- Finanční podpora od rodiny
- Jiné: _____

Příloha E Náhled elektronického dotazníku – stránka 5

Faktory ovlivňující výběr dopravce na trase Praha – Pardubice

30.03.2022 17:23

22. Jaký je váš čistý měsíční příjem? *

Označte jen jednu elipsu.

- Do 10 000 Kč
- 10 001 - 20 000 Kč
- 20 001 - 30 000 Kč
- 30 001 - 40 000 Kč
- 40 001 - 50 000 Kč
- Více než 50 000 Kč

23. Je zde něco, k čemu byste se chtěli vyjádřit nějak podrobněji? Nebo mi chcete cokoli napsat? Prosim napište to zde. (nepovinná otázka)

24. Pokud vás dotazník zaujal a přejete si být v budoucnu informován(a) o výsledcích výzkumu, prosím zanechte zde svou emailovou adresu, na kterou výsledky zašlu. (nepovinná otázka)

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře

Zdroj: Autor

Příloha F Náhled elektronického dotazníku – stránka 6

Faktory ovlivňující výběr dopravy na trase Praha – Pardubice

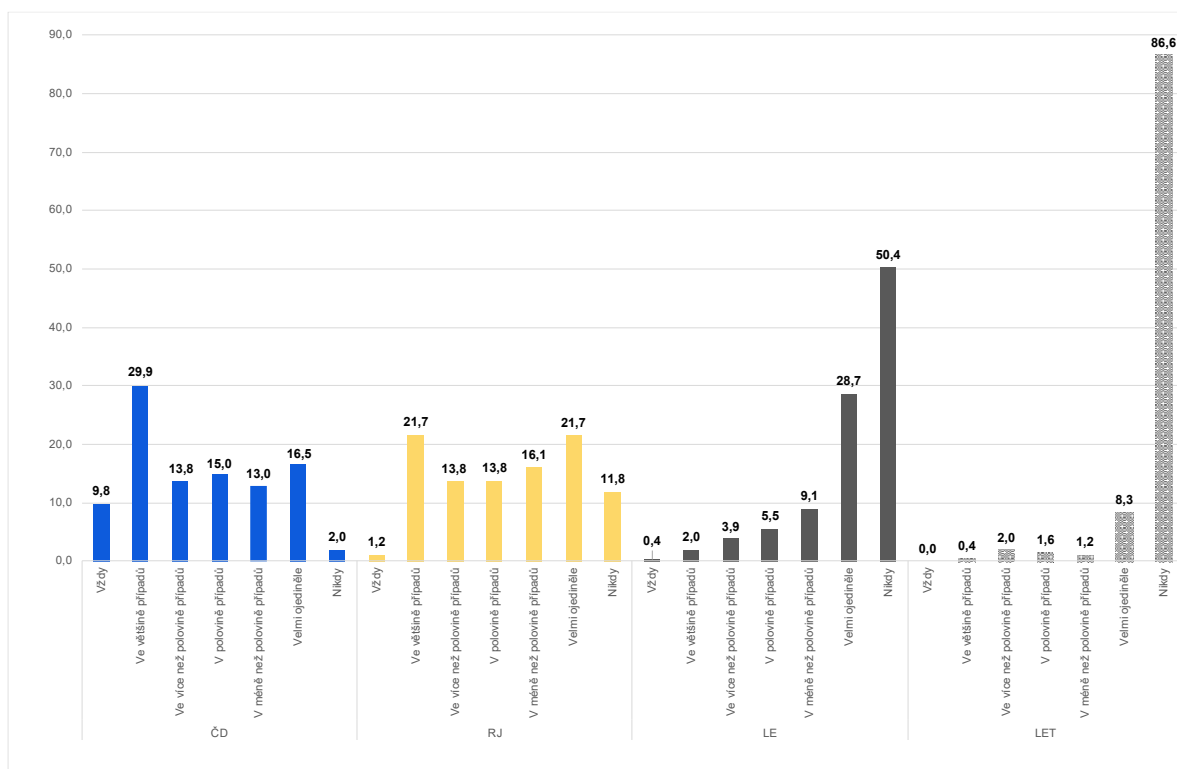
30.03.2022 17:23

https://docs.google.com/forms/u/0/d/1hIMq9ovA-hg-vFydfdjXoF_cNhsXnTwxE9sp6-znxA/printform

Stránka 6 z 6

Zdroj: Autor

Příloha G Četnost využití služeb jednotlivých dopravců



Zdroj: Autor