

Univerzita Pardubice
Dopravní fakulta Jana Pernera

Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Brně

Vít Báča

Bakalářská práce
2020

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

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Vit Báča**
Osobní číslo: **D16566**
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**
Téma práce: **Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Brně**
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

Zásady pro vypracování

Úvod

1. Teoretické vymezení problematiky průzkumu spokojenosti zákazníků
2. Analýza spokojenosti cestujících s MHD v Brně
3. Návrh na zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Brně

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. Jiří Nožička, Ph.D.**
Katedra dopravního managementu, marketingu
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. července 2020**

LS.

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

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

V Pardubicích dne 10. července 2020

Prohlašuji:

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

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

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

V Pardubicích dne 29.7.2020

Vít Báča

Rád bych poděkoval vedoucímu práce panu Ing. Jiří Nožička, Ph.D., za pomoc při výběru odborné literatury, ochotné a profesionální rady při zpracování bakalářské práce.

ANOTACE

Práce se zabývá problematikou spokojenosti cestujících s MHD v Brně. V první části se jedná o rešerši literárních pramenů a vymezení základních pojmů. Druhá část se věnuje samotnému průzkumu pomocí dotazníkového šetření, jehož výsledky jsou zobrazeny pomocí grafů. V poslední části jsou navržena vhodná opatření ke zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Brně.

KLÍČOVÁ SLOVA

cestující, spokojenost, městská hromadná doprava, dotazování

TITLE

Survey of passengers contentment with public transport in Brno

ANNOTATION

This thesis analyses the satisfaction of passengers regarding the public transport on Brno. The first part is a search of literary sources and the definition of basic concepts. The second part is devoted to the survey itself using a questionnaire survey, the results of which are shown using graphs. In the last part, suitable measures are proposed to increase passenger satisfaction with public transport in Brno.

KEYWORDS

passengers, contentment, public transport, questioning

OBSAH

ÚVOD	9
1 TEORETICKÉ VYMEZENÍ PROBLEMATIKY PRŮZKUMU SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ	10
1.1 Kritéria kvality	12
1.2 Průzkum spokojenosti cestujících	18
1.2.1 Metody výzkumu	19
1.2.2 Dotazníkové šetření	20
1.2.3 Výběr vzorku respondentů	23
2 ANALÝZA SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V BRNĚ	25
2.1 Základní informace o Dopravním podniku města Brna	25
2.2 Výsledky provedeného průzkumu	28
2.2.1 Dosažitelnost a četnost	31
2.2.2 Přístupnost	32
2.2.3 Informace	33
2.2.4 Faktory jízdního řádu	35
2.2.5 Cena jízdného	36
2.2.6 Péče o zákazníka a mobilní aplikace	37
2.2.7 Pohodlí	40
2.2.8 Bezpečnost	43
2.2.9 Dopad na životní prostředí	45
2.2.10 Celková nespokojenost	45
3 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V BRNĚ	48
3.1 Pohodlí	48
3.2 Mobilní aplikace	50
3.3 Informování cestujících	50
3.4 Cena jízdného	51
3.5 Hodnocení zaměstnanců	52
ZÁVĚR	53
POUŽITÁ LITERATURA	55
SEZNAM TABULEK	57

SEZNAM OBRÁZKŮ	58
SEZNAM ZKRATEK.....	60
SEZNAM PŘÍLOH.....	61

ÚVOD

Bakalářská práce se zabývá průzkumem spokojenosti cestujících, využívající městskou hromadnou dopravu v Brně, která je poskytována Dopravním podnikem města Brna a.s. Bakalářská práce je rozdělena do třech základních kapitol, jimiž jsou teoretická část, analytická část a návrhová část.

V první kapitole jde o teoretické vymezení problematiky průzkumu spokojenosti zákazníků. Jedná se o vymezení základních parametrů potřebných k danému průzkumu a definování několika ukazatelů kvality, včetně jejich kritérií, které ovlivňují spokojenost cestujících s MHD. Součástí této kapitoly je i popsání a znázornění cyklu kvality. V teoretické části jsou definovány také metody výzkumu včetně samotného dotazníkového šetření a výběru vzorku respondentů.

V druhé kapitole je provedeno dotazníkové šetření, zabývající se současným stavem spokojenosti cestujících využívající MHD v Brně. Začátek druhé kapitoly popisuje základní informace o Dopravním podniku města Brna a.s. Následuje harmonogram průzkumu, včetně sestavení a realizace dotazníkového šetření, pomocí elektronického dotazníku. Po sběru dat z dotazníkového šetření, je vyhodnocena každá otázka, včetně všech odpovědí od zúčastněných respondentů, pomocí koláčových grafů. Na konci druhé kapitoly vidíme kompletní shrnutí všech získaných výsledků od respondentů z dotazníkového šetření.

Ve třetí kapitole je na základě výsledků realizovaného dotazníkového šetření navrženo několik opatření, vedoucí ke zvýšení úrovně spokojenosti cestujících s MHD v Brně. Návrhy jsou vypracovány dle odpovědí respondentů zúčastněných v průzkumu, na problematice oblasti, u kterých jsou respondenti nejméně spokojeni.

Cílem bakalářské práce je za pomoci dotazníkového šetření prozkoumat, jak jsou cestující spokojeni s městskou hromadnou dopravou v Brně, spadající pod Dopravní podnik města Brna, a.s., včetně vytvoření návrhů pro zvýšení spokojenosti cestujících v oblastech, se kterými jsou respondenti dle dotazníku nespokojeni.

1 TEORETICKÉ VYMEZENÍ PROBLEMATIKY PRŮZKUMU SPOKOJENOSTI ZÁKAZNÍKŮ

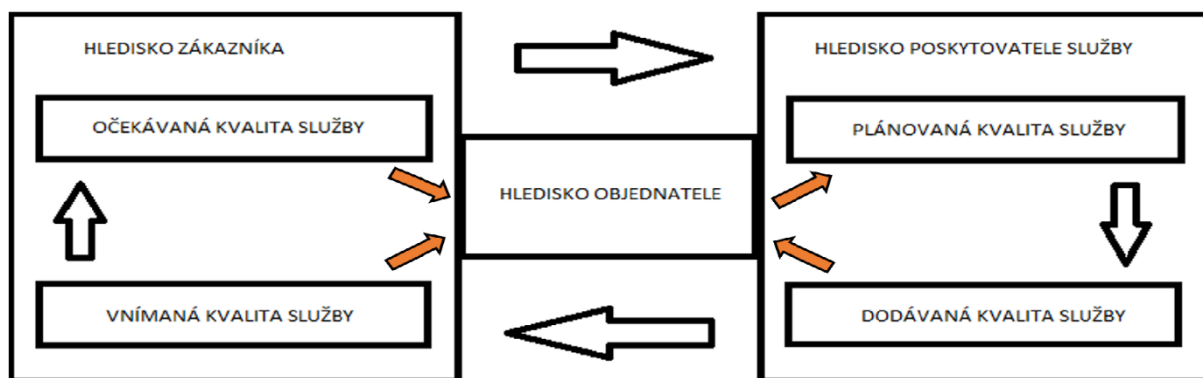
Dle Foreta (2008) má poznávání zákazníků nepochybně velmi dlouhou historii. Říká, že pravděpodobně už od počátků lidské společnosti si již první výrobci a obchodníci museli všimnout svých zákazníků. Především pozorovali, jak reagují na předloženou nabídku, jak si vybírají nabízené zboží a současně také naslouchali a registrovali, co by chtěli a potřebovali.

Marketing je dle Kotlera (2004) manažerský proces, který se zabývá zkoumáním a uspokojením potřeb daných zákazníků.

Vašítková (2014) se domnívá, že společnost musí zaujmout zákazníky, ať už je to konkrétním výrokem, či službou, nebo naopak dodat atraktivní podmínky, kterými si zákazníci může udržet, nebo získat. Dále tvrdí, že množství zákazníků musí být takové, pro nichž bude výhodné službu poskytovat.

Organizace může druhé straně nabídnout jakoukoliv aktivitu, nebo výhodu a vždy to bude služba, která je nehmotná a nepřináší vlastnictví, říká Kotler et al. (2007)

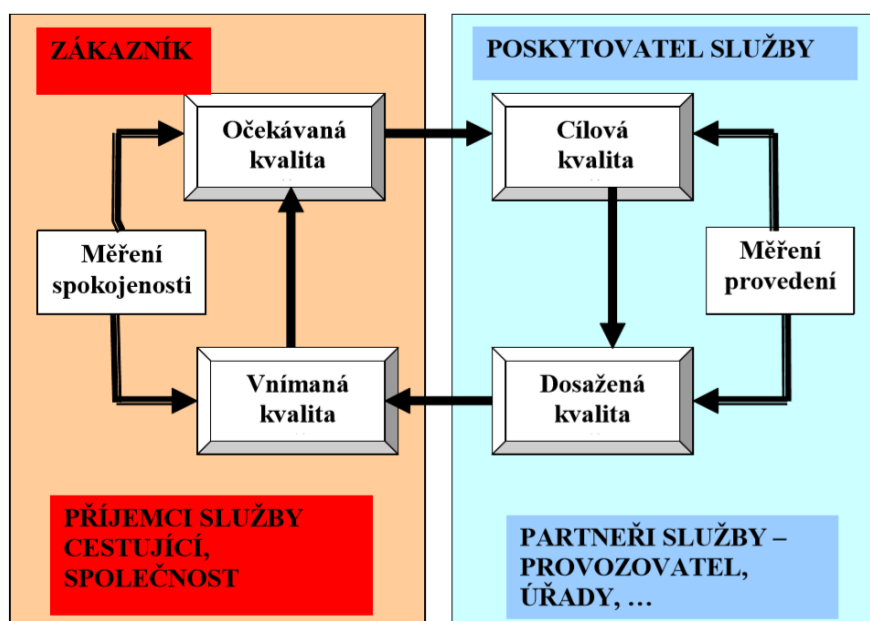
Integrované dopravní systémy definuje Mojžíš, Graja a Vančura (2008) jako služby, jež nabízejí a poskytují dopravci pro dané zákazníky. Dále tvrdí, že je možné využít cyklus kvality, zobrazený níže na Obrázku 1, který obsahuje tři hlediska, jimiž jsou: hledisko zákazníka, hledisko poskytovatele služby a hledisko objednatele.



Obrázek 1 Cyklus kvality (Foret et al. 2008)

Nový a Petzold (2006) říkají, že aby si zákazník něco koupil, je třeba dobrá a kvalitně odvedená služba prodáváče. Pokud není zákazník příjemně obsloužen a namotivován, nemá dle nich chuť si ani nic koupit. Dobrá cesta je ta, když se prodejci podaří najít motiv a pak můžou být obě strany spokojeny. Nejlepší je však, když zákazník zná konkrétní kupní motiv a bude mít zájem uspokojit svoji potřebu právě u vás.

Také Molková (2013) tvrdí, že v cyklu kvality je možné vnímat ze dvou různých stran. Při vnímání kvality je rozdíl, zda hodnotí zákazník, nebo poskytovatel služby. Také je nutné získávat informace o potřebách a hodnocení dle jejich pohledu. Na následném Obrázku 2, máme vyobrazený cyklus kvality, dle zmiňované Molkové.



Obrázek 2 Cyklus kvality (Molková 2013)

Foret (2008) říká, že problém je jednou z nejdůležitějších částí výzkumu, jak tematicky, tak obsahově. Pokud není problém jasně definován, stává se, že náklady výzkumu přesáhnou hodnotu přínosu a pak může přijít odlišnost výsledků od požadavků a celá práce se stává bezcennou. Proto je nutné zpracovat teoretické vymezení problému a na základě toho jsou následně stanoven cíl, nebo cíle výzkumu.

Tento plán, složený z několika bodů, jak vytvořil Foret (2008), umožňuje kontrolovat průběh marketingového výzkumu. Měl by být stanovený plán výzkumu, kterému předchází definování marketingových problémů a stanovení hlavních cílů výzkumu. Dále tvrdí, že je důležité mít nashromážděné veškeré informace, které se statisticky zpracují a poté analyzují. Na závěr se provede prezentace zkoumaných výsledků, kde se zmiňují i praktická doporučení.

Rozhodování manažerů je dle Kozla, Mynářové a Svobodové (2001) ovlivňováno celospolečenskými změnami, které ovlivňují trh a hlavně zákazníky. Tudíž potřebují informace, které budou zajištěny v optimálním množství, čase a kvalitě.

Podle Králíčka (2013) jsou nejdůležitější v marketingové činnosti vztahy se stávajícími zákazníky. Také říká, že udržet si dlouhodobé zákazníky, kteří společnosti přinášejí zisk, je pro firmu velmi výhodné, jelikož náklady na získání nových jsou mnohonásobně vyšší.

Foret (2008) se domnívá, že základní význam má rozlišení na primární a sekundární marketingový výzkum. Primární zahrnuje vlastní zjištění hodnot vlastností u samotných jednotek. Jedná se o tzv. sběr informací v terénu, ať už jej realizátoři provádějí vlastními silami, nebo si k tomu najmou spolupracující instituci – tazatele. Sekundární výzkum znamená dodatečné, další využití dat, která již někdo dříve shromáždil zpracoval. U toho výzkumu je podstatný rozdíl v tom, zda máme k dispozici data neagregovaná, tedy v původní podobě, oproti datům agregovaným, kdy jsou hodnoty shromážděné za celý soubor, popřípadě převedené do podoby statistických hodnot.

1.1 Kritéria kvality

Požadavky na definování, cíle a měření služeb ve veřejné přepravě osob detailně specifikuje evropská norma ČSN EN 13816 a zároveň doporučuje výběr správné metody měření. Tato norma také umožňuje rozdělení kvality služeb do základních kategorií.

Spáčil (2003) tvrdí, že kvalita je součet všech technických parametrů, kde si zákazník či cestující, může přijímat jako spojitost mezi službou, která byla v jeho očekávání a službou, jenž mu byla reálně poskytnuta.

Mojžíš, Graja a Vančura (2008) se domnívají, že celkovou kvalitu veřejné osobní dopravy lze posuzovat podle několika kritérií, které vyjadřují hodnocení cestujících pro dodané služby. Těmito kritérii jsou:

- Dosažitelnost a četnost
- Přístupnost
- Informace
- Čas
- Cena
- Péče o zákazníka
- Pohodlí
- Bezpečnost
- Dopad na životní prostředí

Drdla (2005) říká, že úroveň kvality systému městské hromadné dopravy se odráží od několika různých proměnných, mezi kterými jsou dopravní infrastruktura, jakožto to hustota a kvalita silnic, dále dopravní prostředky, pod kterými je možné si představit stav a vybavení, či opotřebení všech používaných vozů danou společností, nebo daným podnikem.

Technologie dopravního neboli přepravního procesu dle Drdly (2005) udává typy a jednotlivé návaznosti odlišných linek, ale také se sem řadí technologie informační, jenž umožňuje dostupnost informací pro všechny cestující, řidiče, dispečery a další, co se v tomto sektoru pohybují.

Drdla (2005) ale také říká, že sem v neposlední řadě spadá zátěž ekologického prostředí, vliv a rozsah dopravy na dané území, čemuž lze nadřazeným slovem říci interakce dopravního systému.

Dle Mojžiše et. al. (2003) lze rozdělit procesní kvalitu na vnější = externí, která je důležitá zejména pro zákazníka, jenž se s ní nejvíce potýká, například pohodlí ve voze, či při čekání na nástupišti. Z druhé strany se jedná o vnitřní kvalitu neboli interní, a ta je vnímána z pohledu poskytovatele dané dopravní služby.

Drdla (2005) se domnívá, že mezi ukazatele kvality, u nichž záleží na dopravních cestách a dopravních infrastrukturách je možno začlenit spolehlivost, bezpečnost, rychlost a ekologické a hygienické parametry.

Jak je vidět na Obrázku 2, tak Molková (2013) rozděluje kvalitu do čtyř podskupin, mezi které řadíme očekávanou kvalitu, cílovou kvalitu, dosaženou kvalitu a v neposlední řadě také vnímanou kvalitu. Tyto kvality popisuje tak, že úroveň kvality, kterou požaduje zákazník, je právě zmiňovaná očekávaná kvalita. Cílovou kvalitu služby se dle autorky snaží cestujícím poskytnout dopravce, nebo poskytovatel. Dosaženou kvalitu definuje jako pravidelně poskytovaný stupeň kvality dopravních a přepravních procesů měřící se ze strany zákazníka. Vnímanou kvalitu popisuje jako hodnocení přepravního procesu z pohledu zákazníka, u čehož závisí na několika faktorech, kterou lze měřit a porovnávat průzkumem spokojenosti zákazníků.

Kvalita kritérií dle Molkové (2013) nesmí klesnout pod hranici stanovenou legislativními předpisy.

Dosažitelnost a četnost spojů

Mojžiš, Graja, Vančura (2008) tvrdí, že dosažitelnost je rozpětí určité služby, z hlediska druhu dopravy geografického a četnostního, kam se řadí síť, pod kterou je možné si představit vzdálenost silnic či přestupnost. Další je podle nich provoz, do kterého spadá provozní doba, frekvence a zatížení vozidel. Jako poslední sem patří vhodnost.

Drdla (2014) tvrdí, že četnost spojů podléhá mnoha kritériím, kterými jsou množství cestujících využívající daný spoj, stupni pohodlí a objemu dopravních prostředků kde se často stává, že se četnost liší dle určité linky, pásma či rozdílného ročního období.

Zřetel se dle Drdly (2014) bere především na zákazníky, aby doba čekání na další spoj byla co nejkratší.

Přístupnost

Mojžíš, Graja, Vančura (2008) říká, že přístup k systému veřejné osobní dopravě zahrnuje vnější vztahy, což jsou chodci, taxi a cyklisté. Vstupy, výstupy a přestupy řadí mezi vnitřní vztahy. Tvrdí, že cestující asi nejvíce zajímá dostupnost jízdenek, kde se dají pořídit a na jak dlouho jsou platné.

Informace

Dle Drdly (2005) by měly být informace dosažitelné jak pro všechny zákazníky, tak pro řidiče, dispečery a vedoucí osoby dané oblasti podniku.

Mojžíš, Graja, Vančura (2008) rozděluje informace na cestovní informace za normálních podmínek, mimořádných podmínek a v neposlední řadě na všeobecné informace. Cestovní informace za mimořádných podmínek se dle nich věnují finančním náhradám, stížnostem a ztrátám majetku. Mezi cestovní informace za normálních podmínek řadí směr jízdy, identifikace stanic, čas, trasa, jízdenky a jejich typy. Dosažitelnost, pohodlí, přístupnost a další, lze dle Mojžíše, Graji a Vančury (2008) zařadit do všeobecných informací.

Čas

Dle Mojžíše, Graji, Vančury (2008) je velmi důležitý časový aspekt, který udává dobu trvání, kam spadá nástup, výstup a přestup. Tvrdí také, že nás jako cestující bude dost zajímat dodržení jízdního řádu a jeho přesnost, či pravidelnost.

Celková doba cestování se dá podle Drdly (2014) vyjádřit tímto vzorcem:

$$T_c = t_j + t_{ček} + t_{ch} + t_{přes} \text{ (min)} \quad (1)$$

T_c = celková doba cestování

t_j = doba jízdního spoje

$t_{ček}$ = čekací doba na příjezd následujícího spoje

t_{ch} = doba chůze na výchozí, a z cílové stanice

$t_{přes}$ = přestupní doba mezi spoji

Cena

Pro cestující je přiměřená výše ceny jeden z nejdůležitějších prvků kvality, dle kterého se rozhodují, jaký typ dopravního prostředku zvolí pro jejich danou jízdu, říká Drdla (2014).

Také Mojžíš et. al. (2003) považuje za jeden z klíčových a rozhodujících faktorů pro zvolení ideálního typu dopravy cenu, u které je potřeba, aby byla cena pro všechny cestující přijatelná a spravedlivě stanovená.

Péče o zákazníka

V této kapitole Mojžíš, Graja, Vančura (2008) řeší personál, jakožto jednotlivce a jejich postoj k dané práci, vzhled a dovednosti. Pro cestující je také důležitá volba jízdenek, kde mohou využít různé tarify, zvýhodněné jízdenky, nebo volbu placení, říká Mojžíš, Graja, Vančura (2008).

Dle Molkové (2013) se považuje péče o zákazníka jako soubor různých aspektů služeb, jenž zahrnují funkční spojení mezi základní službou a speciálními požadavky daného jednotlivce.

Pohodlí

V dnešní době cestujícím záleží především na zmiňovaném pohodlí, což tvoří dle Mojžíše et. al. (2008) odkládání zavazadel, jak ve vozidle, tak ve stanici, nebo místo pro sezení ve vozidle, či odpočinku při čekání na spoj na nástupišti. Radí sem ale také několik doplňkových zařízení, jakými jsou například veřejné hygienické zařízení, občerstvení, zábava a celková obchodní vybavenost.

Mojžíš et. al. (2008) říkají, že další kritérium je styl jízdy, u jehož posuzují cestující rozjezdy, či brždění vozidla, ale také samotnou jízdu. Ergonomie definují jako vědeckou disciplínu, do které spadá volnost pohybu a vybavení nábytkem. Do celkového pohodlí radí i podmínky prostředí, kterými jsou atmosféra při cestování, čistota vozidel, ochrana před nepříznivým počasím, hlukem a mnoha dalších faktorů.

Bezpečnost

Drdla (2005) tvrdí, že bezpečnost lze vymezit jako konkrétní situaci, ve které hrozí nebezpečí osob (někdy až usmrcení), nebo hrozba vzniku škody materiálu. Dále tvrdí, že výši bezpečnosti dopravních a přepravních služeb je možné definovat koeficientem nehodovosti:

$$k_n^{MHD} = \frac{N_z}{V} [\text{zraněné osoby} \cdot \text{osoby}^{-1}] \quad (2)$$

N_z = počet zraněných osob (zraněné osoby/čas)

V = celkový přepravní objem za dané časové období (osoby/čas)

Mojžíš, Graja, Vančura (2008) tvrdí, že bezpečnost musí být pocíťována hlavně ze strany cestujících, jejich osobní pocit pro zajištění ochrany a bezpečnosti. Řadí sem osvobození od nehod, čímž je možné chápat prevenci, aktivní a pasivní prvky bezpečnosti. Osvobození od zločinnosti se podle autorů snaží pomoci pouliční osvětlení a monitorování míst, fyzický dozor a označení první pomoci.

Ekologické a hygienické parametry

Dle Drdly (2005) se nedají považovat za rozhodující pro kvalitu, ale spíše jako dotvářející prvek pro celkové povědomí zákazníka, mezi které patří hodnoty výfukových plynů, hodnoty emisí a hodnoty hluku či pevných částic. Udává také, že tyto hodnoty mají vliv na kvalitu života pro obyvatele v daném území.

Dále Mojžíš, Graja, Vančura (2008) dělí dopad na životní prostředí do 3 skupin, kde v první skupině zmiňuje důležité přírodní zdroje, jimiž jsou energie a půda. Také se odkazuje na znečišťování, které tvoří zplodiny, hluk, prach, vibrace a špína.

Opotřebením jízdních cest, dostupnost zdrojů a vlivy vibrací zahrnuje infrastruktura, tvrdí Drdla (2005).

Spolehlivost

Je dle Drdly (2005) považována za celkový ukazatel kvality, který odráží připravenost systému, jenž umožňuje uspokojit potřeby cestujících. Kupříkladu lze hovořit o dodržení jízdního řádu s co nejmenší odchylkou času.

Chodounský (1997) říká, že spolehlivost je termín nadřazený činitelům a popisu pohotovosti, kterými jsou pohotovost, udržitelnost a zajištění údržby.

Pohotovost charakterizuje Chodounský (1997) jako okamžitý stav, ve kterém je schopný plnit svoji funkci, v daném okamžiku či intervalu, avšak za předpokladu zajištění vnějších prostředků. Následně tvrdí, že se udržitelnost snaží zajistit stav, jenž je schopna plnit požadovanou funkci. U zajištění údržby dle něj záleží na konkrétní organizaci poskytující údržbářské služby, podle požadavků za určitých podmínek, které jsou stanovené podle koncepce údržby.

Rychlost

Pro cestující je rychlost dle Drdly (2005) jedno z nejdůležitějších kritérií, a proto má vliv na kvalitu neboli hodnocení atraktivity systému MHD. Mezi nejdůležitější řadí rychlost cestovní, což je průměrná rychlost prostředku na dané lince, která začíná už čekáním na zastávce.

Ovlivňování kvality jednotlivých parametrů systému MHD

Následující Tabulka 1 představuje, jak velký, nebo naopak malý vliv mají jednotlivé parametry. Na dopravní prostředek má zásadní vliv úplně vše, od spolehlivosti až po ekologické parametry, zato informační technologie nejsou skoro vůbec ničím ovlivňovány.

	DOPRAVNÍ CESTA	DOPRAVNÍ PROSTŘEDEK	LIDSKÝ ČINITEL	TECHNOLOGIE DOPRAVY	TECHNOLOGIE INFORMAČNÍ
SPOLEHLIVOST	Malý	Zásadní	Zásadní	Žádný	Malý
BEZPEČNOST	Malý	Zásadní	Zásadní	Malý	Žádný
RYCHLOST	Zásadní	Zásadní	Malý	Malý	Žádný
EKOLOGICKÉ PARAMETRY	Žádný	Zásadní	Žádný	Žádný	Žádný

Tabulka 1 Ovlivňování kvality (Drdla 2005)

1.2 Průzkum spokojenosti cestujících

Poznávání zákazníků má dle Foreta (2008) dlouhou historii, pravděpodobně už od počátků lidské společnosti. Říká, že výrobci a obchodníci si začali všimnout zákazníků, a to především jejich chování při výběru daného výrobku, či služby.

Foret (2008) dělí do šesti základních okruhů poznávání zákazníka, kterými jsou socioekonomický profil zákazníka, čímž rozumíme věk, pohlaví, vzdělání a rodinný stav zákazníků. Také tvrdí, že jsou pro našeho zákazníka důležité životní podmínky, jako je výše životní úrovně z příjmů a výdajů, stejně tak životní styl zákazníka, který se odráží jak z pracovní, tak volnočasové aktivity.

Hodnotové orientace zákazníka popisuje Foret (2008) tak, že čemu cestující dávají přednost a čemu věří, se pojí i s rozhodováním při nákupu a určení priorit, což je zahrnuto do nákupního chování a rozhodování zákazníka.

Uvedený způsob měření definuje Spáčil (2003) jako vidinu celkového vývoje zákaznických zkušeností s určitým podnikem. Dále popisuje, že je výhodné přenechat praktické provedení průzkumu na agenturách, které již používají vyvinuté metodiky, od kterých lze očekávat alespoň takovou vypovídací schopnost, kterou umožní velikost vzorku, na kterém průzkum probíhá.

Spokojený zákazník se dle Hague (2003) pozná tak, že se vrací a kupuje víc. Statistiky dle autora říkají, že udržet si zákazníka je desetinná cena v porovnání s jeho získáním, a proto je dobré si stále zákazníky udržet.

Kozel et. al. (2006) říká, že ve skutečnosti se mnohdy pojí průzkum a výzkum. Podstatné odlišení dle autora plní časový horizont, jelikož průzkum je v kratším časovém období a nezasahuje do detailních informací oproti výzkumu. Ovšem také tvrdí, že průzkum je nezbytný prvek marketingového výzkumu. Průzkum a výzkum je dle Olecké a Ivanové (2010) třeba přesně specifikovat, jelikož jsou to dva různé pojmy: „*Průzkum si na rozdíl od výzkumu neklade vědecké cíle. Je zaměřen na vyřešení aktuálního úkolu a bezprostřední aplikaci získaných poznatků.*“ „*Výzkum je obecnější způsob zkoumání s vyšším stupněm abstrakce a s vědeckými cíli. Slouží k zjištění širších souvislostí. Jde o záměrnou systematickou činnost postavenou na technikách sběru dat.*“

Dále Kozel et. al. (2006) tvrdí, že ideálně uskutečněný marketingový výzkum má probíhat podle daných zásad, a jeho fungování by mělo být zakládáno na principu vědecké metody.

1.2.1 Metody výzkumu

Slovo metoda, má kořeny v dávném Řecku, jak zmiňuje Olecká, Ivanová (2010), kde to vyjadřovalo cestu za něčím. V dnešní době se domnívá, že je to uspořádaný postup jakéhokoliv jednání, jenž se snaží dosáhnout cíle.

Olecká, Ivanová (2010) tvrdí, že tento systém má svá pravidla a principy, kterými chápeme: 1) Jít od začátku nějakého stavu a postupně se posunovat k vymyšlenému výsledku. 2) Postup nebo princip, jenž je uspořádaný podle určitých kritérií. 3) Souhrn pravidel udávajících třídu operačních strategií.

Metody výzkumu se dělí dle Kozla et. al. (2006) na dvě hlavní kapitoly, kterými jsou kvantitativní výzkum, jenž se ptá „kolik?“ a kvalitativní, který zkoumá „proč a z jakého důvodu?“.

Výzkum definuje Olecká, Ivanová (2010) jako konkrétní systematickou činnost prováděnou na technikách sběru dat, které poskytují širší souvislosti. Obecněji je to dle nich forma způsobu zkoumání, jenž má vědecky stanovené cíle.

Kvantitativní výzkum

Dle Foreta (2008) je kvantitativní výzkum z hlediska času i financí dost namáhavý, ale zato výsledky jsou ve velmi přehledné a přesné formě. Říká, že tento výzkum je zaměřen na zkoumání více objemných souhrnů někdy i stovek až tisíc respondentů, jenž zachycují reprezentativní vzorek. Tvrdí, že se pokouší zobrazit názory a chování lidí v normálních situacích, u nichž se nasbírané informace zpracují a poté indukují na celou populaci.

Za nástroje kvantitativního výzkumu řadí Foret (2008) osobní rozhovory a jejich pozorování, nebo časté dotazování, někdy i analýzy textů.

Hague (2003) říká, že tento výzkum se věnuje měření a velikosti trhu, frekvence nákupu a podíly a povědomí o značce. Pro výzkum musí být dle Hague (2003) zvolené takové správné metody, aby bylo cíle dosaženo.

Podle Machkové (2009) jsou tři základní rozdělení: osobní rozhovory, telefonické dotazování a dotazování na internetu.

Kvalitativní výzkum

„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního, nebo lidského problému. Výzkumník

vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“ (Hendl 2008)

Opakem předchozí výzkumu je kvalitativní výzkum, který definuje Foret (2008) jako rychlejší, méně náročný na organizaci a méně nákladný, kde nabízí vnitřní poznání chování lidí, individualitu, ale také se pozná povaha a spjitost jejich ideálů, nebo se snaží nalézt danou příčinu.

Mezi techniky tohoto výzkumu řadí Foret (2008) například individuální hloubkové rozhovory, jenž se snaží zachytit hlubší příčinu názorů. Ve skupinových rozhovorech má dle autora důležitou funkci moderátor, který řídí diskuzi ve skupině, kde se nachází až 20 lidí, zaměřených na cílovou populaci.

Dle Hague (2003) je dosti náročné přesně definovat kvalitativní výzkum, avšak důraz je kladen hlavně na porozumění zákazníka. Proč si jednu reklamu zapamatujeme více jak jinou, co nás zaujalo a co je na tom více efektnější. Také tvrdí, že se tento výzkum zabývá motivací, který produkt nás uspokojuje a motivuje více, či jaké jsou naše požadavky.

Rozdíly kvantitativního a kvalitativního výzkumu

Jak Hague (2003) říká, tak výzkumy se liší 4 hlavními rozdíly, kterými jsou typ problému, který se má řešit, metoda, kterou zvolíme a k ní příslušný styl sběru dat a na závěr zpracovaná analýza a její techniky.

1.2.2 Dotazníkové šetření

Kozel et. al. (2008) uvádí, že dotazování patří k nejrozšířenějším postupům marketingového výzkumu neboli sběru dat, kde je hlavní, aby byly správně provedeny přípravné fáze před samotným začátkem sběru údajů. V prvním kroku říká, že je třeba zjistit, jaký bude cíl dotazování, jenž se dozvíme z definic cíle výzkumu a problému. Seznam informací, které potřebujeme nás bude dle Kozla et. al. (2008) provázet celou naší tvorbou dotazníkového šetření, součástí kterého jsou základní otázky a klíčová slova, díky kterým zjistíme důležitost v našem dotazníku, a v případě nevyhovujících podmínek tyto nadbytečné údaje odstranit, aby zbytečně nepřekáželi jak v časovém, tak finančním rozpoložení. Také říká, že je třeba si rozmyslet a poté zvolit opravdu důležité a potřebné dotazy.

S předpokládanými metodami analýz musíme dle Kozla et. al. (2008) taktéž počítat, protože je možné, že nastane situace, kdy budou odpovědi shromážděny, ale v nepoužitelné formě pro danou analýzu.

Na světě je dle Vašítkové (2008) mnoho způsobů dotazování a každý má své výhody a nevýhody v závislosti na mnoha faktorech, jako jsou témata, cílová skupina, nebo doba dotazování. Osobní rozhovory jsou dle ní velkou výhodou, jelikož máme přímý kontakt, s čímž se pojí okamžitá flexibilita s rychlou odezvou. Také tvrdí, že je možné dotazovanému lépe vysvětlit a popsat otázku, které neporozuměl, tento způsob není omezen časově, tudíž lze použít i delší dotazníky. Nevýhody charakterizuje jako dost vysoké náklady, časová náročnost, ale také ani anonymita není v tomto případě možná.

Dále Vašítková (2008) tvrdí, že v osobních rozhovorech může být pouze malá skupinka respondentů. Také říká, že u rozhovorů po telefonu je nevýhodou omezený osobní kontakt, tudíž klesá zájem spolupráce ze strany respondenta, kde se také nabízí pouze omezený počet otázek a velká pravděpodobnost, že jim respondent neporozumí, tak jak chceme a požadujeme. Naopak výhodou popisuje jako rychlost telefonního rozhovoru a s tím spojená vysoká flexibilita dotazování, nebo možnost doplňujících otázek. Také náklady považuje za nízké, což je velmi přijatelná a potěšující zpráva.

Dotazníky zasílané poštou definuje Vašítková (2008) jako kladné položky, ze strany respondentů, ke kterým patří anonymita a možnost dlouhého prozkoumání otázek a rozmyšlení se nad svojí odpovědí, ke každé z nich. Do záporných řadí nezávazně dlouhodobá, nebo žádná návratnost. Také tvrdí, že není zřejmé, kdo je daným respondentem a jestli odpovídají na dotazník pravdivě či nikoliv.

Dle Vašítkové (2008), jsou dotazníky na internetu stejně jako u dotazníkového šetření zasílané poštou, tedy ani tady není možné poznat respondenta, ani si ověřit pravdivost v jeho odpovědi. Také to podle ní nemůže být na určitou skupinu respondentů, jelikož je svobodná volba, kdo dotazník vyplní a kdo ne. Za obrovské výhody považuje okamžitý sběr a analýzu dat, velmi nízké náklady a velkou skupinu odpovídajících. Tvrdí také, že tady lze použít obrázky a jiné efektivní materiály.

Dotazník

Představuje dle Mulačové, Mulače et. al. (2013) nejčastější nástroj sběru základních dat přímo od respondentů. Při jeho tvorbě je podle nich velmi důležité se držet určitých pravidel a přesně stanoveného postupu, aby tazatel něco nevynechal, či nezapomněl. Na začátku radí stanovit si seznam informací a jejich specifikace, a dále je třeba si zvolit správný způsob dotazování a poté zkonstruovat jednotlivé otázky, ze kterých se skládá celý dotazník, který se vyžaduje. Poslední fázi definují jako předvýzkum, což je pilotní testování dotazníku, který má za úkol ověřit logiku postavení otázek a celého dotazníku včetně obsahu, či užitého slovníku.

Hague (2003) udává, že dotazník je souhrn otázek, které slouží k zjištění názorů a faktů jednotlivých respondentů. Zároveň říká, že plní čtyři záměry, jimiž jsou získání přesných informací, poskytnutí struktury, zajištění standardního formuláře a jako poslední udává záznam z interview.

Hague (2003) dělí dotazník na tři typy. Prvním z nich je strukturovaný, jehož řízení je buď telefonické nebo samovyplňovací. Vyskytuje se ve velkých programech, kde očekáváme mnoho přesných odpovědí. Druhým je polostrukturovaný, kde se setkáme s osobním, či telefonním řízením a je hodně využit v B2B výzkumu, kde je nutnost uschovat odpovědi společností, nebo se využívá tam, kde nejsou odpovědi předem známy. Třetím a zároveň posledním typem je nestrukturovaný, kde je řízení formou skupinové diskuze, nebo jakýmkoliv jiným interview. Tento typ se dá využít v hloubkových rozhovorech a diskuzních skupinách, také je základem technických a omezených trhů.

Dle Foreta a Stávkové (2003) by měl správný dotazník vyhovovat hlavním požadavkům, kterými jsou účelově technické požadavky, jenž formulují otázky tak, aby odpovědi mohly být co nejpřesnější. Druhým požadavkem jsou psychologická fakta, a ta slouží k vytvoření příznivých podmínek, s tím spojené i přesnější a pravdivější odpovědi respondenta. Foret a Stávková (2003) dělí tyto požadavky do čtyř základních kategorií: celkový dojem, formulace otázek, typologie otázek a manipulace s dotazníkem. Celkový dojem dotazníku řadí mezi ty nejdůležitější faktory, jelikož musí upoutat dotazované tak, aby nemuseli být nuceni a chtěli sami s radostí a pravdou odpovídat. Spadá sem jak velikost dotazníku, tak počet a forma položených otázek. Formulaci otázek popisují jako přesnost a jasnost, aby každý pochopil, na co má odpovídat. Také říkají, že je velmi důležité, jak je otázka položena, jelikož musí být formulována na přesný cíl, který potřebujeme z odpovědi zjistit.

Typy otázek lze podle Foreta (2008) rozdělit na otevřené otázky, kde se nevyskytují možnosti a každý odpovídá dle svého gusta, nebo uzavřené, kde naopak musí vybrat z daných možností. Poslední variantu popisuje jako otázky polouzavřené, které jsou kompromisem pro dvě předchozí, protože tady má dotazovaný možnost zaškrtnout svoji odpověď a pod tím místo na případné komentáře.

S dotazníkem se dá dle Foreta (2008) manipulovat, ve směru rozdávání, či sběru dat, kde mezi nejčastější patří elektronické rozesílání pomocí internetu, avšak ani osobní předání se nesmí pominout.

1.2.3 Výběr vzorku respondentů

Kozel et. al. (2006) tvrdí, že je nutné vybrat vhodný vzorek respondentů, aby byly splněny všechny podmínky dotazování. Daný výběr popisuje třemi základními kroky, jimiž jsou: koho – vybrat rámec, jak – určit způsob výběru, kolik – stanovit velikost vzorku. Po odstartování procesu říká, že je důležité zajistit někoho, kdo bude dotazován. Jestliže se podaří zajistit cílovou skupinu, poté se musí zvolit daný respondent z ní. Další krok definuje jako dobré zvolení obsah tématu a jeho dopad na dotazované. Způsob výběru respondentů vyjadřuje Kozel et. al. (2006), jak by měla být daná osoba vybírána dle jednotlivých, a hlavně spolehlivých technik. Poslední částí se domnívá, že je velikost vzorku, jenž vyjadřuje kolik osob by mělo být dotazováno. Čím více lidí, tím bývá výsledek přesnější a spolehlivější.

Dle Hague (2003) je často špatný předpoklad, že je přesnost určena % populace ve vzorku, kde se velikost vzorku vypočítá pomocí následujícího vzorce.

$$\text{velikost vzorku} = \frac{p*(1-p)}{\left(\frac{se}{d}\right)} \quad (3)$$

p = úroveň pravděpodobnosti ($p=0,5$ při pravděpodobnosti 50 %)

se = schválená chyba vzorku ($se=0,05$ při 5% chybě vzorku)

d = očekávaná úroveň přesnosti ($d=1,96$ při 95% důvěrnosti)

Základní soubor je podle Olecké a Ivanové (2010) velmi rozměrný soubor, jež má přesně zadané vlastnosti. Tyto vlastnosti definuje jako značně potřebné pro zkoumání, a pokud je počet populace, tudíž základní soubor menší než 100 000, pak využijeme vzorce níže.

$$\text{Velikost výběrového vzorku} = \frac{\text{velikost vzorku} * \text{základní soubor}}{\text{velikost vzorku} * \text{základní soubor} - 1} \quad (4)$$

Foret (2008) říká, že při hledání souboru je důležitá velikost, jenž má význam při vymezení výběrové chyby. Hague (2003) tvrdí, že chybu výběru lze vyjádřit vzorcem pro výpočet chyby výběru pro jednotlivou procentuální úroveň.

$$\text{výběrová chyba} = \frac{1.96 \sqrt{p\%(100-p\%)}}{n} \quad (5)$$

p = braná hodnota

n = velikost vzorku

Čím méně se od sebe hodnoty identifikačních znaků (věk, pohlaví a vzdělání) liší, tím je vzorek reprezentativnější. Jak říká Foret (2008), reprezentativnost je shoda, či podobnost vybraných hodnot.

Vyhodnocení výsledků musí být dle Vašíkové (2014) zhotoveno do ucelených závěrů. Tvrdí, že závěrečná zpráva by měla mít vysokou, odbornou a formální úroveň, také by měla obsahovat tabulky, grafy a diagramy.

2 ANALÝZA SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V BRNĚ

V této kapitole je popsán průzkum spokojenosti cestujících a současný stav Dopravního podniku města Brna, pomocí dotazníkové šetření. Následně jsou v grafech vyobrazeny a popsány výsledky průzkumu, na základě odpovědí tázaných respondentů, ohledně spokojenosti a kvality MHD v Brně.

2.1 Základní informace o Dopravním podniku města Brna

Dopravní podnik města Brna, a.s. je akciová společnost, která je hlavním dopravcem městské hromadné dopravy na území statutárního města Brna. Logo společnosti se nachází na Obrázku 3, uvedeném níže.



Obrázek 3 Logo DPMB, zdroj: web dopravního podniku města Brna

Za zakladatele společnosti se považuje Město Brno. Akciová společnost sídlí na adrese Hlinky 64/151, Pisárky, 603 00 Brno. Společnost vznikla přeměnou Dopravního podniku města Brna, státního podniku se sídlem v Brně, Hlinky 151, IČO 00100790. DPMB, a.s. je v plném rozsahu právním nástupcem DPmB, s.p. Společnost DPMB, a.s. je zapsána v obchodním rejstříku vedeném u Krajského soudu v Brně v oddílu B, vložka 2463.

V dnešní době DPMB poskytuje veškerou městskou hromadnou dopravu a přepravu celým Brnem. Existuje několik dopravních prostředků a způsobů, jak se dostat do cíle. Jedním z nejdůležitějších uzlů a bodů je Hlavní nádraží, kde se dá přesehat z vlaku na tramvaje, nebo jiné dopravní prostředky.

Historie společnosti:

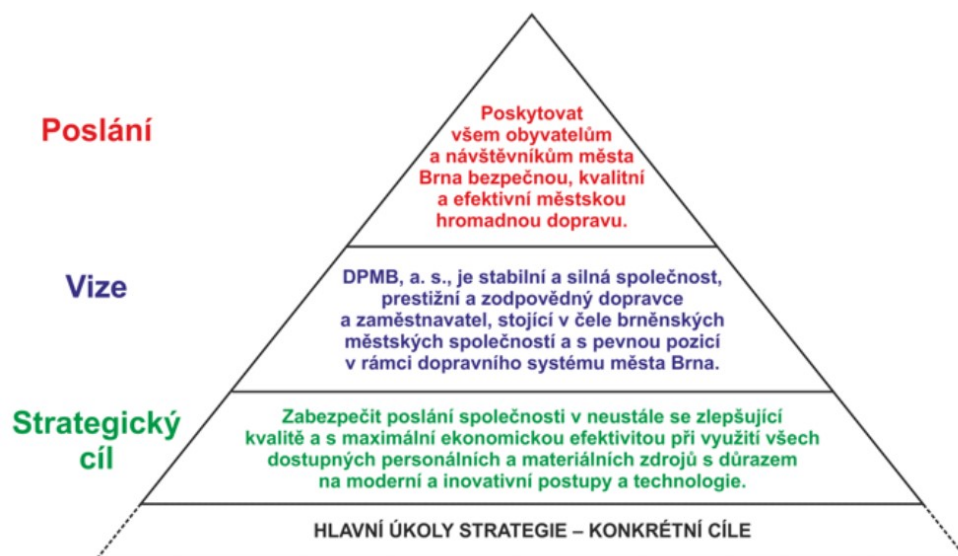
V roce 1869- 1881 proběhl provoz koněspřežné dráhy, která byla první na území dnešní ČR. Dále roku 1884 byla založena akciová společnost Brüner Damf Tramway, což byla Brněnská parní tramvaj. Tohoto roku byl zahájen také provoz parní pouliční dráhy, jehož provoz byl

ukončen v roce 1926. V roce 1900 proběhlo zahájení provozu elektrické tramvaje a o 30 let déle, roku 1930 byl zahájen autobusový provoz. Rok 1949 byl rozhodující pro zahájení provozu trolejbusových linek. O dva roky později byl založen komunální podnik Dopravní podnik města Brna a až v roce 1998 byla zrealizována akciová společnost Dopravní podnik města Brna.

Strategie společnosti

Na následujícím Obrázku 4, je znázorněna strategie společnosti dopravního podniku města Brna v období 2016–2020. Toto období je možno vyjádřit v jednoduchém grafickém schématu, které zobrazuje 3 části, jimiž jsou poslání, vize a strategický cíl, kterého chce společnost dosáhnout.

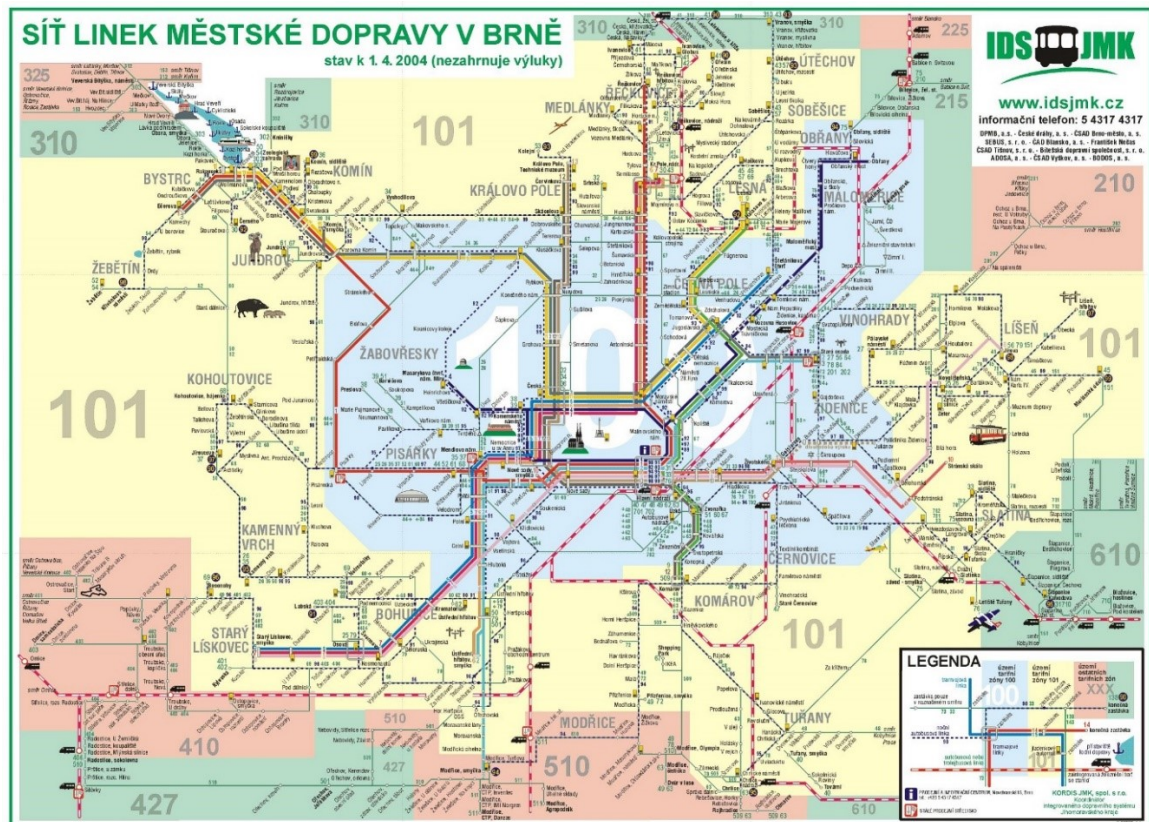
Posláním společnosti DPMB je poskytovat především kvalitní, efektivní, a hlavně bezpečnou městskou hromadnou dopravu. Hlavní vize je udržet pevnou, v čele stojící pozici v rámci celého dopravního systému v Brně. Strategickým cílem je neustále zlepšování, jak v inovačních, tak technologických procesech a zabezpečení kvality s maximální ekonomickou efektivitou.



Obrázek 4 Strategie DPMB, zdroj: web dopravního podniku města Brna

Sít' linek městské hromadné dopravy v Brně

Níže na Obrázku 5, jsou vyobrazeny jednotlivé linky zóny 100, které jsou označeny modrou barvou a zóny 101, jež jsou označeny žlutou barvou. Zónou 100 je označen střed Brna. Okolí, jako je Královo pole, Kohoutovice a na druhé straně Líšeň se značí zónou 101. Největší dopravní uzel je na Hlavním nádraží ve městě Brno.



Obrázek 5 Sít' linek DPMB, zdroj: DPMB

2.2 Výsledky provedeného průzkumu

Součástí této bakalářské práce je dotazník, u něhož bylo třeba si předem stanovit základní parametry, jimiž jsou výpočet vzorku respondentů, zvolení techniky dat, tvorba dotazníku, a hlavně časový harmonogram celého průzkumu. Výsledky a vyhodnocení dotazníku bude sloužit ke zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Brně. V následující Tabulce 2, je vidět časové rozvrhnutí průzkumu.

Časový harmonogram	
Stanovení předmětu průzkumu	Říjen 2019
Vymezení techniky a místa sběru dat	Listopad 2019
Výpočet velikosti výběrového vzorku a tvorba otázek	Prosinec 2019
Sestavení dotazníku, pilotní testování	24.3.2020 – 7.4.2020
Sběr dat	8.4.2020 – 11.5.2020
Vyhodnocení dotazníku	Květen 2020
Návrhy na opatření	Červen 2020

Tabulka 2 Časový harmonogram dotazníkového šetření, zdroj: Vlastní zpracování

Průzkumu spokojenosti cestujících s MHD v Brně se zúčastnilo celkem 448 respondentů ze všech věkových kategorií.

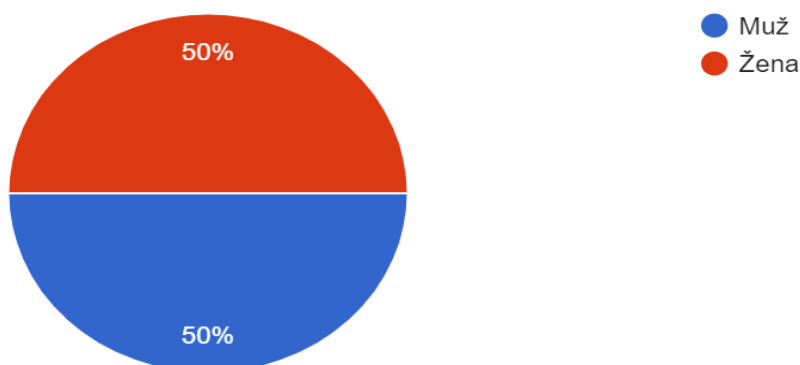
V rámci výpočtu velikosti výběrového vzorku bude využit základní soubor, který bude představovat celkový počet obyvatel města Brna.

Ve výpočtu bude kalkulováno s číslem 380 000. Tento údaj podle Českého statistického úřadu (ČSÚ) odpovídá počtu obyvatel Brna. Pro výpočet vzorku respondentů byl použit vzorec:

$$Velikost\ vzorku = \frac{0,5 * (1 - 0,5)}{\left(\frac{0,05}{1,96}\right)} = 384,16 \quad (6)$$

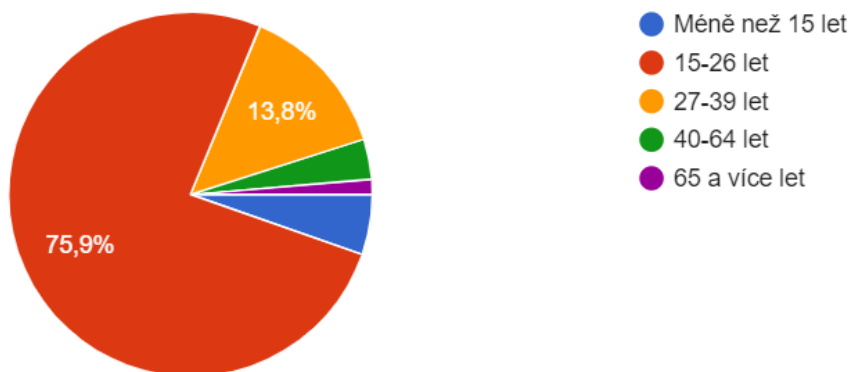
$$Velikost\ výběrového\ vzorku = \frac{384,16 * 380\ 000}{384,16 + 380\ 000 - 1} = 384\ \text{respondentů} \quad (7)$$

První čtyři otázky v rámci identifikační analýzy sloužily k rozdělení respondentů. První otázka se týkala rozřazení na muže a ženy. Na Obrázku 6 lze vidět graf, že respondenti byli rovnoměrně zastoupeni ženami a muži.



Obrázek 6 Pohlaví, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

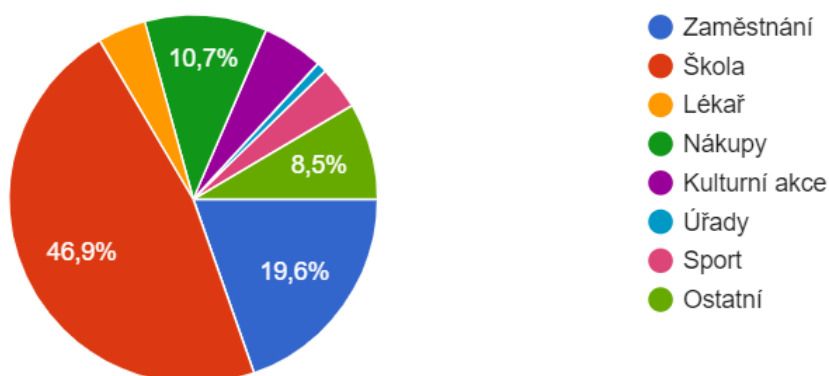
V druhé otázce, jak je vidět na následujícím Obrázku 7 bylo zjištěno, že nejvíce respondentů ve vzorku je v kategorii 15-26 let. Důvodem může být on-line forma dotazování na sociálních sítích. Druhou nejčastější skupinou jsou lidé ve věku 27-39 let, kteří tvoří 13,8 % z celkového počtu respondentů. Věková skupina respondentů, kterým bylo méně, než 15 let tvoří 5,4 %. Druhou nejméně početnou dotazovanou skupinou bylo věkové rozmezí 40-64 let, kterých je 3,6 %. Poslední nejméně zastoupenou skupinou jsou lidé ve věku 65 a více let, kteří jsou zastoupeny pouze 1,3 %.



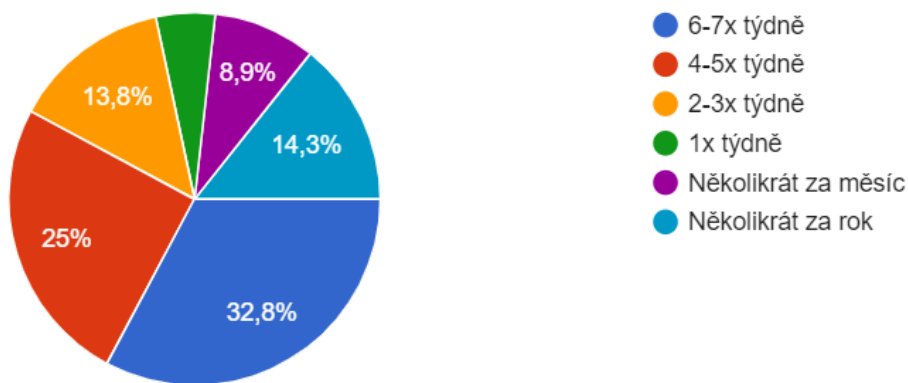
Obrázek 7 Věk, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Obsahem následujících dvou otázek bylo rozdělení respondentů dle dalších parametrů. Obrázek 8, který je vidět níže, znázorňuje, za jakými účely nejčastěji využívají respondenti MHD v Brně. Z výsledků lze vyčíst, že největší využití MHD, je u tázaných respondentů pro dojíždění do škol. Tuto odpověď zvolilo 46,9 % všech respondentů. Na druhém místě je zaměstnání, třetí nákupy a čtvrté jsou ostatní důvody. Mezi posledními příčkami jsou kulturní akce s 5,4 %, lékař 4,2 %, sport 3,8 % a úřady 0,9 %.

Poslední rozřazovací otázka zkoumala, jak často respondenti danou službu využívají, jejichž výsledek je znázorněn na Obrázku 9. Četnost využívání služeb MHD je velmi individuální, jelikož někdo dojíždí pravidelně do práce, či do školy, jiní zase dle svých potřeb. Víceméně lze říci, že více než 50 % využívá MHD minimálně 4x týdně, z čehož 25 % využívá MHD 4-5x týdně a 32,8% cestuje 6-7x týdně. Nejméně respondentů odpovědělo 1x týdně, což je zastoupeno 5,1 %.



Obrázek 8 Nejčastější důvody pro využití služeb DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms



Obrázek 9 Četnost využívání služeb DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

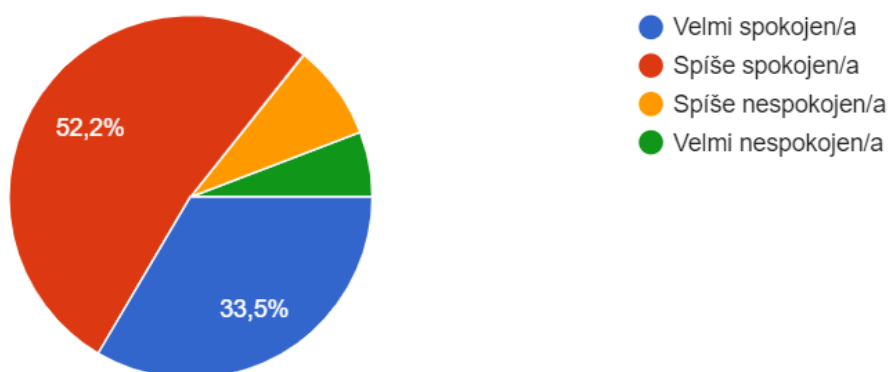
Další otázky provedeného dotazování byly již směřovány na určité kritéria kvality uvedené v teoretické části. Mezi zkoumané kritéria patří dosažitelnost a četnost, přístupnost, informace, čas, cena, péče o zákazníka, pohodlí, bezpečnost a dopad na životní prostředí.

2.2.1 Dosažitelnost a četnost

Dosažitelnost a četnost spojů v pracovní dny může být jiná, než o víkendech a státních svátcích. Posílení spojů může být nejčastěji v ranní a odpolední špičce, kdy se ráno dostávají lidé například do škol, zaměstnání a odpoledne třeba zpátky domů. V ostatní hodiny by měla být četnost spojů vyvážená, tzn. z pohledu počtu a obsazenosti vozidel.

Z následujícího Obrázku 10 je patrné, že 33,5 % respondentů je velmi spokojeno s frekvencí spojů v pracovní dny a 52,2 % spíše spokojeno. Velmi nespokojeno je pouze 5,8 % respondentů, a spíše nespokojeno je 8,5 % respondentů. Z toho vyplývá, že většina nemá problém se včas dostavit na dané místo.

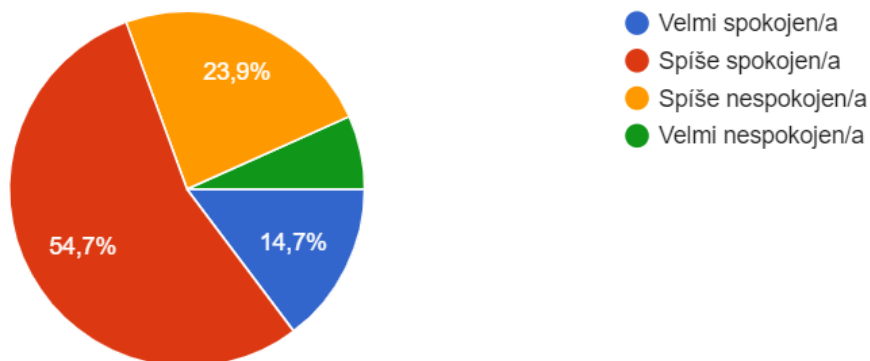
Jste spokojen/a s frekvencí spojů v pracovní dny?



Obrázek 10 Spokojenost s frekvencí spojů v pracovní dny, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

V další otázce týkající se kritéria dosažitelnosti a četnosti bylo zkoumáno, jak jsou respondenti spokojeni s frekvencí spojů o víkendech a státních svátcích. Odpovědi jsou vidět na Obrázku 11, který se nachází níže.

Jste spokojen/a s frekvencí spojů o svátcích a víkendech?



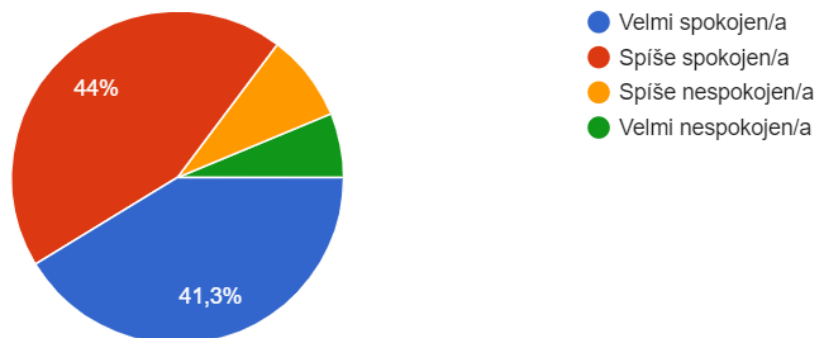
Obrázek 11 Spokojenost s frekvencí spojů o víkendech a svátcích, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Výsledek viditelný na Obrázku 11 je podobný předchozí otázce na pracovní dny, kde je většina spokojena a jsou schopni se včas dostat tam, kam míří. Odpovědi respondentů, kteří jsou velmi spokojeni a téměř spokojeni je dohromady téměř 70 %. Velmi nespokojených respondentů je přesně 6,7 %. V porovnání s pracovními dny je zde o něco vyšší nespokojenost, přibližně o 16,3 %.

2.2.2 Přístupnost

V kritériu kvality přístupnost, bylo hlavním bodem zjistit, zda respondentům dostačuje množství zastávek DPMB. Výsledky této otázky znázorňuje následný Obrázek 12.

Jste spokojen/a s množstvím zastávek?



Obrázek 12 Spokojenost s množstvím zastávek, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

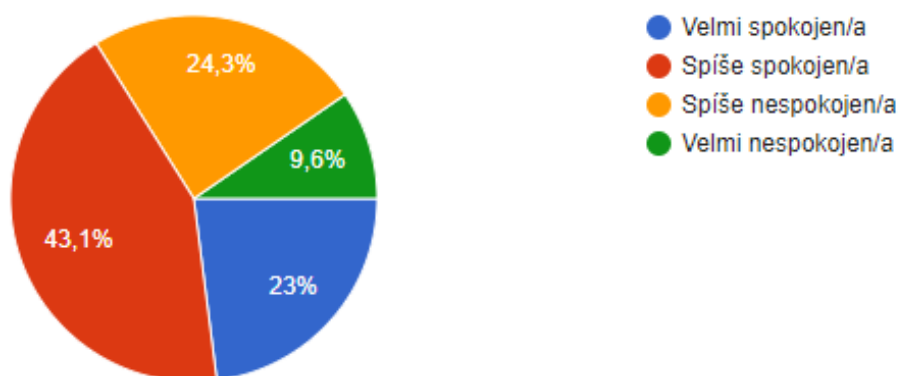
Množství zastávek je dle grafu dostatečné proto, aby byli respondenti spokojeni, což ukazuje graf výše. Celkem 85,3 % hodnotí tuto otázku velmi kladně, z čehož je 41,3 % velmi spokojených respondentů a 44 % spíše spokojených. Jen menšinu tvoří nespokojeni respondenti, kterých je 14,7 %, z nichž je 8,5 % spíše nespokojených a 6,3 % velmi nespokojených.

2.2.3 Informace

Následné otázky řešily problematiku ohledně informovanosti v různých situacích a na různých místech. Pro cestující to může být jedno z významných kritérií, které mohou být všeobecně potřeba pro samotné cestování, pro výběr vhodného spoje, ale také pro získání aktuálních, či změněných informací oproti jízdnímu řádu, v případě mimořádné situace.

Níže na Obrázku 13 je zobrazeno, jak jsou respondenti spokojeni s informovaností ohledně aktuálních informací, když se omezí provoz.

Jste spokojen/a se sdělováním aktuálních informací v případě omezení provozu?

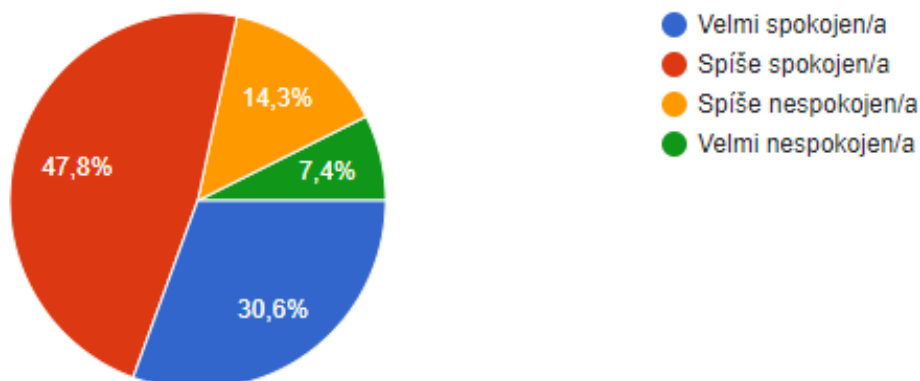


Obrázek 13 Spokojenost se sdělováním aktuálních informací, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

V případě aktuálních změn v provozu, kdy je potřeba změnit časy odjezdů a příjezdů ve výjimečných případech, je se sdělováním aktuálních informací 23 % respondentů velmi spokojeno, 43,1 % spíše spokojeno, 24,3 % spíše nespokojeno a 9,6 % velmi nespokojeno.

Další Obrázek 14 znázorňuje spokojenost respondentů s informacemi na zastávkách.

Jste spokojen/a s informacemi na zastávkách MHD? (jízdni řády, označení zastávek, atd.)

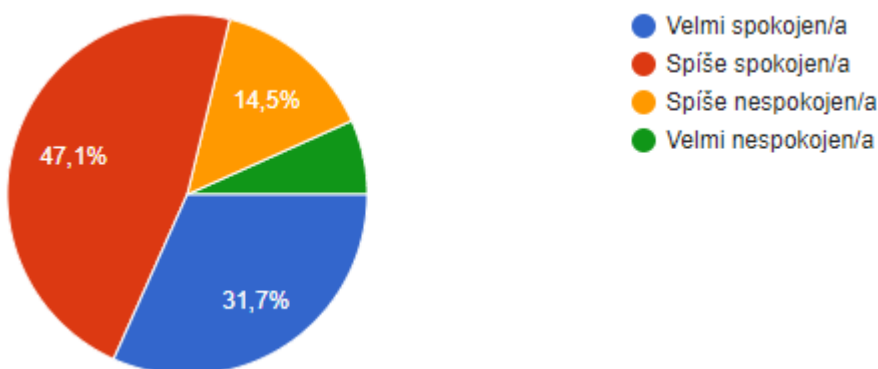


Obrázek 14 Spokojenost s informacemi na zastávkách MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Jednou z možných nezbytných součástí každého kvalitního a úspěšného dopravního systému mohou být dobré informace pro cestující na zastávkách. Mezi informace se řadí například směr jízdy, trasa, časy odjezdů a příjezdů, jízdné a mnoho dalšího. Na Obrázku 14 lze vidět, že 30,6 % je velmi spokojeno a 47,8 % spíše spokojeno s informacemi na zastávkách a celkem 21,7 % tvoří nespokojené respondenty v této oblasti.

Další otázka se týkala spokojenosti s informacemi na zastávkách, ohledně doby příjezdů a odjezdů. Odpovědi respondentů jsou patrné z Obrázku 15.

Jste spokojen/a s informacemi ohledně doby příjezdů a odjezdů na zastávkách MHD?

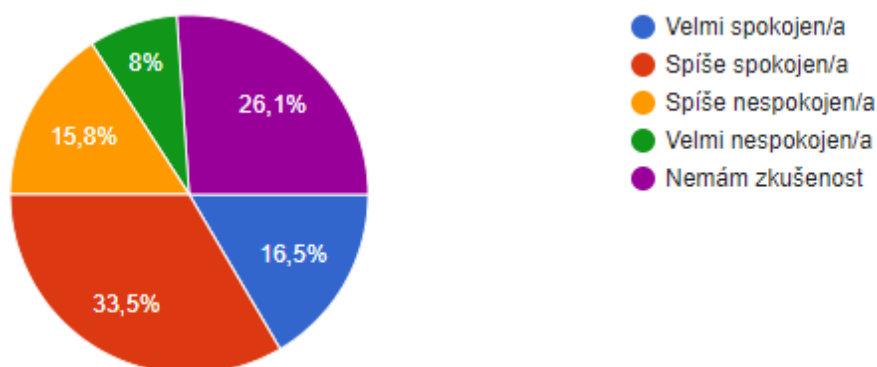


Obrázek 15 Spokojenost s informacemi na zastávkách ohledně příjezdů a odjezdů, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Z výzkumu vyplývá, že respondenti jsou z velké části spokojeni. Přesně 31,7 % je velmi spokojeno a 47,1 % spíše spokojeno. Je možné říci, že informace o časech příjezdů a odjezdů na zastávkách MHD jsou pro respondenty dostačující a vyhovující, když 78,8 % respondentů hodnotí kladně a pouze 6,7 % respondentů je velmi nespokojených a hodnotí to záporně.

V poslední otázce tohoto kritéria byla zkoumána spokojenost respondentů s dostupností informací v případě mimořádných situací, tedy s informacemi o případných výlukách, o přistavení náhradního vozidla, o finančních náhradách, informace o postupu při ztrátě majetku atd. Z grafu lze vyčíst, že 33,5 % ze všech respondentů je spíše spokojeno s informacemi v mimořádných situacích, 15,8 % spíše nespokojeno a 26,1 % nemá absolutně žádné zkušenosti. Výsledky této otázky jsou znázorněny na následujícím Obrázku 16.

Jste spokojen/a s informováním a s postupem DPMB při mimořádných situacích? (přistavení náhradního vozidla, dopravní nehoda, atd.)



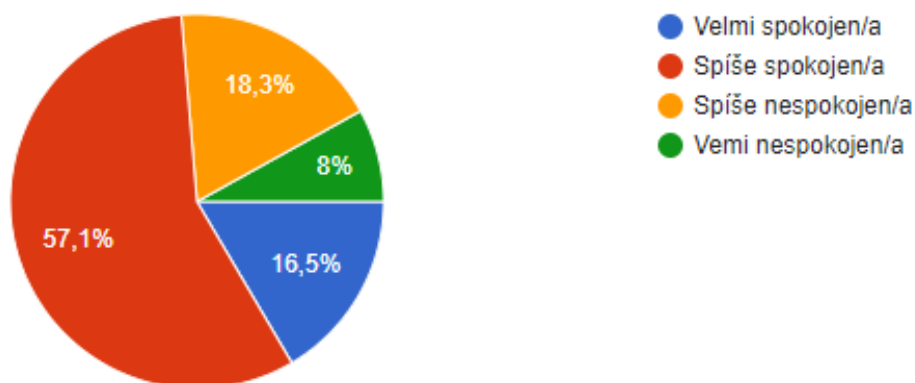
Obrázek 16 Spokojenost s informacemi při mimořádných situacích, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

2.2.4 Faktory jízdního řádu

Jedním z dalších zkoumaných kritérií byl čas. Je důležitý jak pro údaje a informace pro odjezdy, příjezdy, zastávky, tak pro návaznost dalších linek. Následující otázka řeší dodržování jízdního řádu.

Při dodržování jízdního řádu lze sledovat, jak velké zpoždění, popřípadě náskok si dopravní prostředek během cesty vytvoří na výchozích, nácestných a cílových stanicích. Rozdíly mezi stanovenou jízdní dobou a skutečností mohou mít negativní dopady na spokojenost cestujících. Na následném Obrázku 17 je vidět, že 57,1 % respondentů je spíše spokojeno a 16,5 % velmi spokojeno.

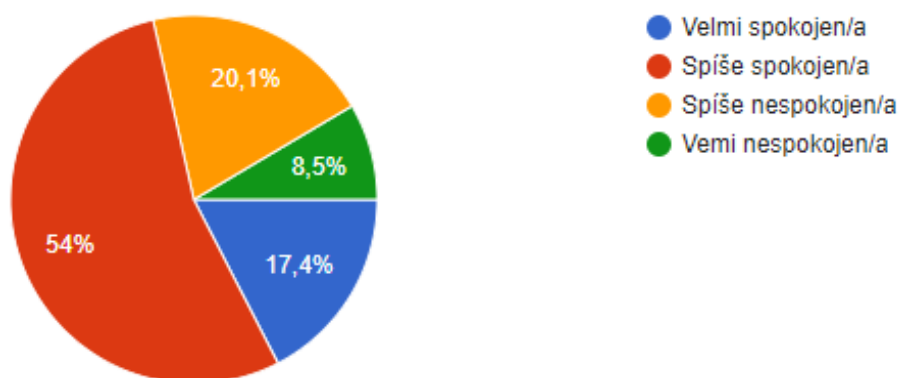
Jste spokojen/a s dodržováním jízdních řádů DPMB?



Obrázek 17 Spokojenost s dodržováním jízdních řádů, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Níže umístěný Obrázek 18, znázorňující spokojenost respondentů s návazností dalších linek, které daný respondent využívá.

Jste spokojen/a s návazností dalších linek, které využíváte?



Obrázek 18 Spokojenost s návazností linek, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

S návazností linek MHD je velká část respondentů spokojena, přesně tedy 71,4 % a zbývajících 28,6 % nespokojena. Jedná se především o ty respondenty, kteří při své cestě z bodu A, do bodu B využijí dvě a více linek. Vysoká spokojenost bude zřejmě u těch respondentů, kteří při přestupech nemusí dlouho čekat na následující linku.

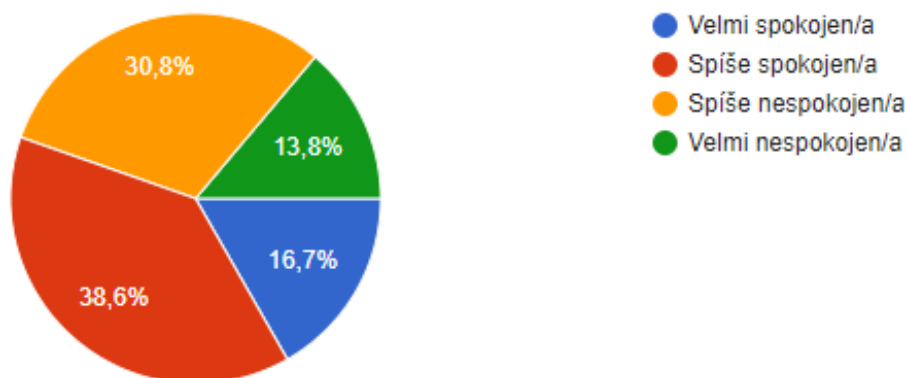
2.2.5 Cena jízdného

Základním parametrem pro cestování za pomoci MHD může být pro cestující také cena služby. Jak je vidět níže, tak další otázka zkoumá spokojenost respondentů s výší cen jízdného. Ceny jízdenek se odvíjí od jednotlivých kategorií, jimiž jsou základní, děti do 15 let a osoby

65–70 let, studenti 15–26 let, důchodci do 65 let a invalidi III. stupně. Také se dají rozdělit časově: jednorázové, měsíční, čtvrtletní a roční.

Dle níže umístěného Obrázku 19 je nespokojeno celkem 44,6 % respondentů, z toho 30,8 % spíše nespokojeno a 13,8 % velmi nespokojeno.

Jste spokojen/s a výší cen jízdného?

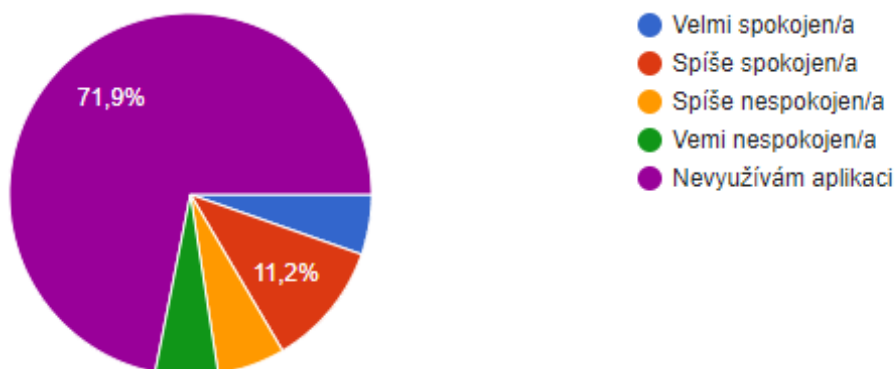


Obrázek 19 Spokojenost s výší jízdného, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

2.2.6 Péče o zákazníka a mobilní aplikace

V tomto kritériu bylo hlavními body zjistit spokojenost s mobilními aplikacemi a přístupem zaměstnanců DPMB. V dnešní době mohou být mobilní aplikace pro některé cestující dost populární, někdy až nezbytné. Spolupráce se zaměstnanci DPMB je také velmi důležitým zkoumaným faktorem, protože k osobnímu styku dochází poměrně často. Dále lze zřejmě spokojenost velmi ovlivnit komunikací DPMB se zákazníky, ať už ohledně různých dotazů, reklamací, nebo dokonce stížností. Při dobré komunikaci lze konečnou spokojenost zvýšit a naopak. Z následných dvou grafů (Obrázek 20, Obrázek 21) je čitelné, že velmi malá skupina respondentů je spokojena a využívá mobilní aplikace. Obecně přes 50 % tázaných respondentů nevyužívá žádnou z mobilních aplikací. Možná právě proto by bylo vhodné udělat opatření na zlepšení právě těchto mobilních aplikací, jako je SEJF a DMPBinfo. Mobilní aplikací SEJF nevyužívá 71,9 % a mobilní aplikaci DMPBinfo nevyužívá téměř 60 % respondentů.

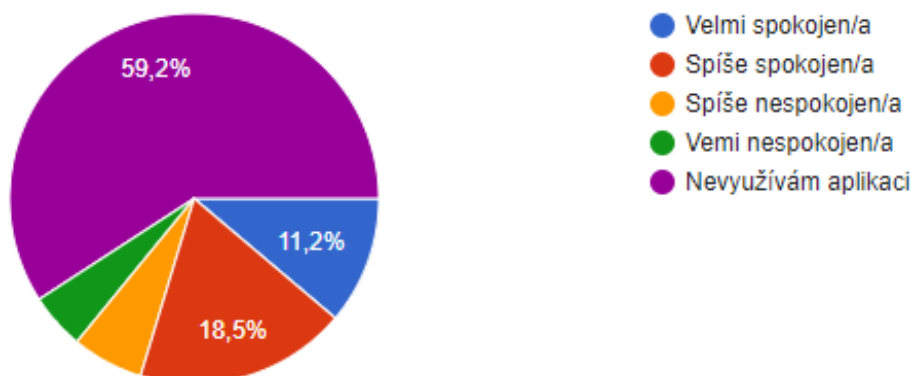
Jste spokojen/a s mobilní aplikací SEJF?



Obrázek 20 Spokojenost s mobilní aplikací SEJF, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Mobilní aplikace SEJF je u mnoha respondentů nevyužívána. Ostatní respondenti jsou s ní z 5,4 % velmi spokojeni, 11,2 % spíše spokojeni, 6 % spíše nespokojeni a 5,6 % velmi nespokojeni.

Jste spokojen/a s mobilní aplikací DPMBinfo?



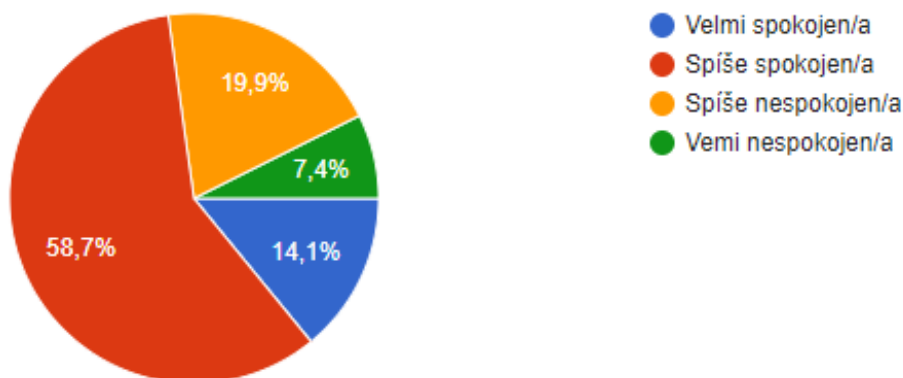
Obrázek 21 Spokojenost s mobilní aplikací DPMBinfo, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Mobilní aplikace DPMBinfo je na tom o něco lépe, jelikož je využívána více respondenty a tím mohla být lépe ohodnocena. Spíše nespokojených respondentů je 6,3 % a velmi nespokojených respondentů je 4,9 %.

Otázka znázorněna na Obrázku 22, který lze vidět níže, je velmi individuální, jelikož záleží na přístupu zaměstnanců DPMB. Nepříjemný personál může mít záporný vliv na zákazníka, a naopak vstřícný může vylepšit obrázek a reklamu celého dopravního podniku. Nejčastěji mohou cestující přicházet do kontaktu s řidiči, či revizory, nebo s personálem na pokladně, či přímo v místě dopravního podniku města Brna, kde se řeší veškeré dotazy,

problémy, stížnosti atd. Z grafu vyplývá, že 14,1 % respondentů je velmi spokojeno, 58,7 % spíše spokojeno, 19,9 % spíše nespokojeno a 7,4 % velmi nespokojeno.

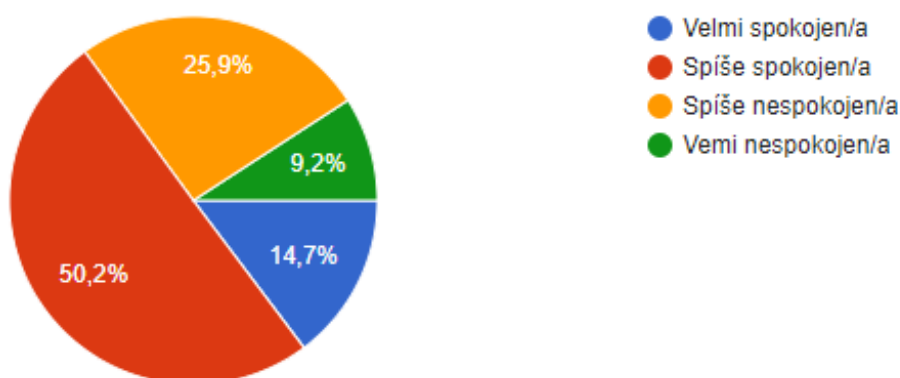
Jste spokojen/a s přístupem zaměstnanců DPMB?



Obrázek 22 Spokojenost s přístupem zaměstnanců DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Následující otázka zkoumá spokojenost respondentů s komunikací Dopravního podniku města Brna, pokud je třeba řešit dotazy, stížnosti, nebo reklamace. Vyjádření respondentů je patrné z příštího Obrázku 23.

Jste spokojen/a s komunikací DPMB ohledně dotazů, stížností, reklamací?



Obrázek 23 Spokojenost s komunikací DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

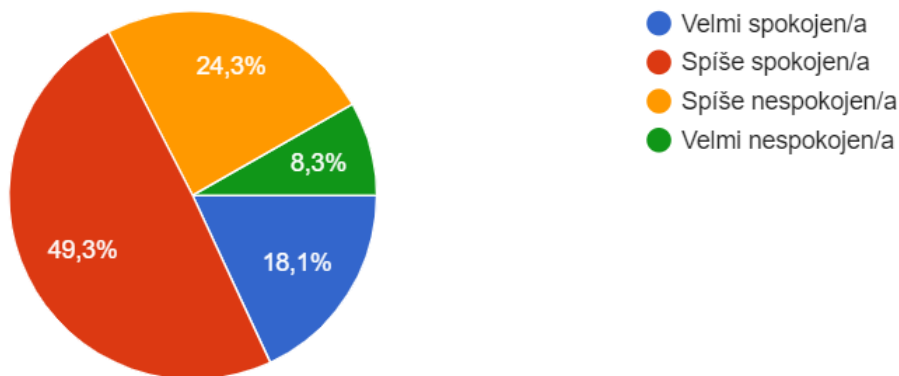
V této otázce se jedná se o ty zaměstnance, na které se má možnost cestující obrátit v případě vyřizování stížností a reklamací, při využití služby ztráty a nálezy a také se jedná o pracovníky zákaznické infolinky atd. Více než 50 %, přesně tedy 64,9 % je spokojeno s komunikací ohledně dalších služeb a pouze 25,9 % je spíše nespokojeno a ojedinelých 9,2 % je velmi nespokojeno.

2.2.7 Pohodlí

Tento faktor může být jeden z dalších velice důležitých, pro posuzování spokojenosti cestujících. Na pohodlí cestujících může mít vliv například počet míst k sezení, dostatek prostoru v dopravních prostředcích, čistota interiéru, atmosféra, teplota neboli komfort a vybavení. Tyto parametry mohou také ovlivnit, jaký zvolí respondent dopravní prostředek.

Na následujícím Obrázku 24, je zobrazena spokojenost respondentů s počtem míst k sezení.

Jste spokojen/a s počtem míst k sezení v dopravních prostředcích MHD?

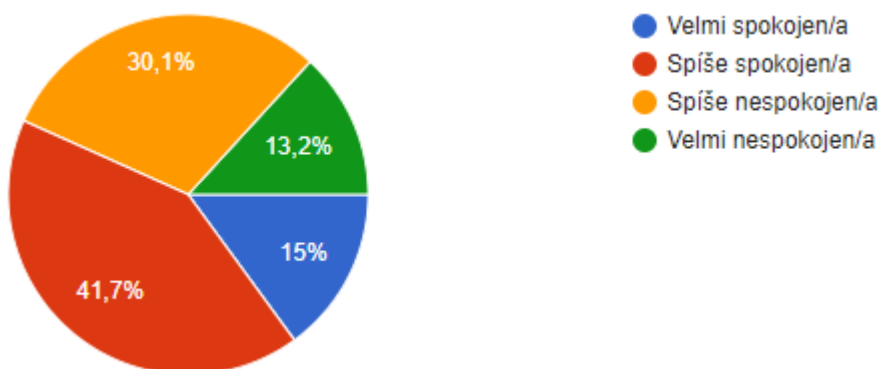


Obrázek 24 Spokojenost s počtem míst k sezení v MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Respondenti hodnotí počet míst k sezení následně: 18,1 % je velmi spokojeno, 49,3 % je spíše spokojeno, 24,3 % je spíše nespokojeno a 8,3 % velmi nespokojeno.

Níže umístěný Obrázek 25 udává informace ohledně spokojeností respondentů s dostatkem prostoru.

Jste spokojen/a s dostatkem prostoru v dopravních prostředcích MHD?

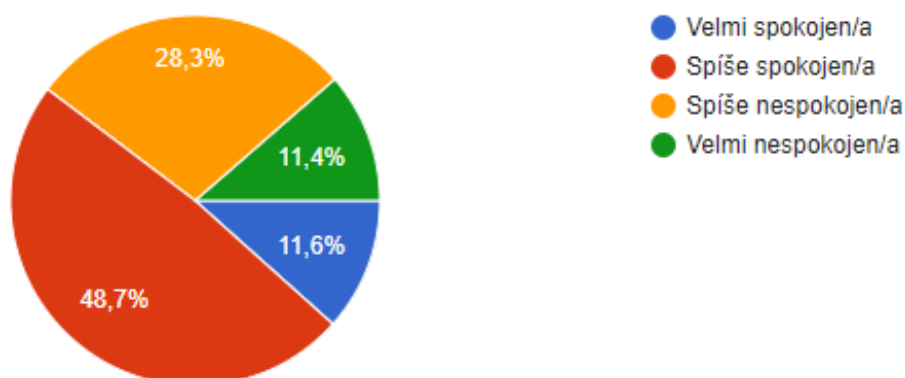


Obrázek 25 Spokojenost s prostorem v MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

V této otázce je 56,7 % spokojených a 43,4 % nespokojených respondentů.

Z příštího Obrázku 26 je zřejmé, že spokojenost respondentů s čistotou interiéru dopravních prostředků je taková, že 48,7 % je spíše spokojeno s čistotou interiéru, za to 28,3 % respondentů je spíše nespokojeno. Z grafu lze vyčíst, že respondenti jsou spíše spokojeni.

Jste spokojen/a s čistotou interiéru dopravních prostředků?

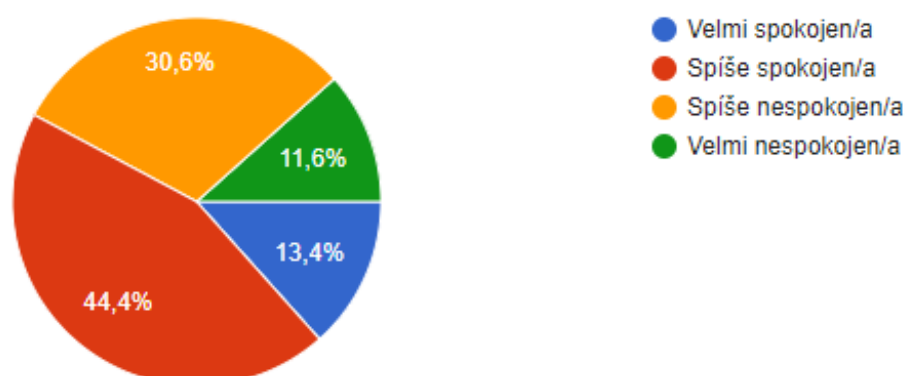


Obrázek 26 Spokojenost s čistotou interiérů vozidel MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Komfortní vybavení v dnešní době, může být čím dál tím více důležité, poněvadž požadavky cestujících v tomto ohledu zřejmě stále stoupají. Mezi komfortní vybavení může spadat například topení v zimním období a klimatizace v letních měsících.

Na příštím Obrázku 27 je znázorněno, že největší část 44,4 % tvoří spíše spokojeni respondenti, 13,4 % velmi spokojení respondenti. Také se nesmí opomíjet nespokojení respondenti, kterých je 30,6 % spíše nespokojených a 11,6 % velmi nespokojených.

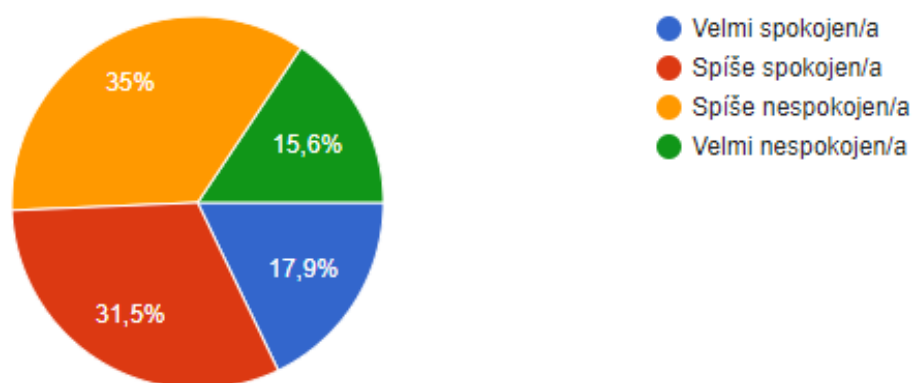
Jste spokojen/a s komfortem a vybavením vozidel MHD? (klimatizace, topení, atd.)



Obrázek 27 Spokojenost s komfortem a vybavením vozidel MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Obrázek 28, který se nachází níže, zobrazuje spokojenost tázaných respondentů s možností Wi-Fi připojení ve vozidlech MHD. Avšak 35 % respondentů je s připojením spíše nespokojeno a 17,9 % velmi nespokojeno. Odpovědi mezi spokojeností a nespokojeností jsou téměř vyrovnané, což je jedna z možných slabín DPMB. Záleží ale také na tom, zda nespokojenost souvisí například s rychlostí sítě, či s problémem se vůbec připojit. Mohlo by to být předmětem dalšího detailního prozkoumání.

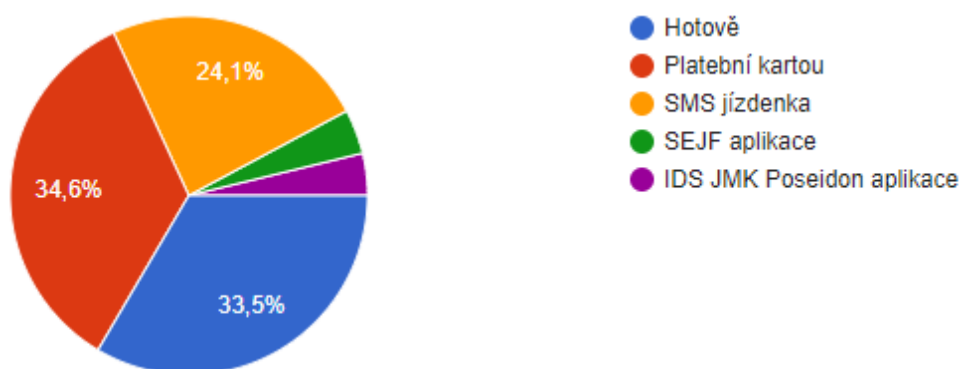
Jste spokojen/a s možností Wi-Fi připojení ve vozidlech MHD?



Obrázek 28 Spokojenost s připojením Wi-Fi v MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Poslední Obrázek 29, v kritériu pohodlí, znázorňuje preference respondentů, týkající se různých možností plateb za jízdné.

Jaký typ platby za jízdné preferujete?



Obrázek 29 Spokojenost s typy plateb, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Jde vidět, že s moderní dobou se hodně přechází na bezhotovostní platby, tedy transakce platební kartou, což tvoří 34,6 % všech plateb. Hotovost však také nezaostává a téměř jedna

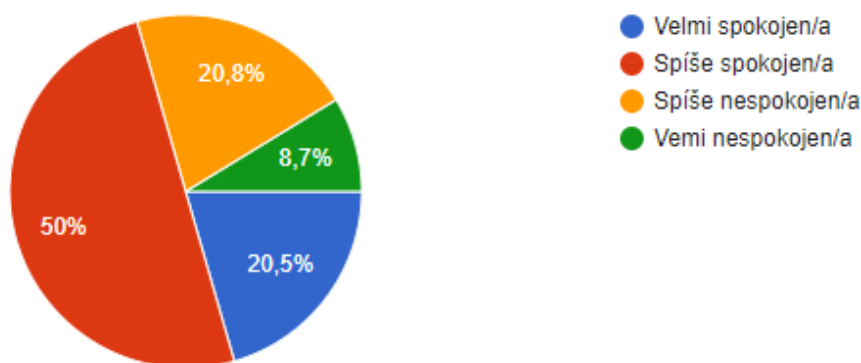
třetina platí raději penězi v hotovosti. Je možné, že mladší respondenti používají častěji chytrý telefon, a proto také využívají platbu přes SMS, která je na třetím místě s 24,1 %. Dva typy plateb preferují respondenti nejméně, čímž jsou SEJF aplikace se 4 %, a IDS JMK Poseidon aplikace s 3,8 %.

2.2.8 Bezpečnost

V neposlední řadě je potřeba dbát zřetel i na bezpečnost cestujících využívající MHD v Brně. Je možné sem zařadit několik různých faktorů, které by to mohly ovlivnit, ovšem v tomto průzkumu byla zkoumána spokojenost se stylem jízdy řidičů, bezpečností ve vozidlech a bezpečnostními opatřeními k zamezení šíření koronaviru.

Jak hodnotí respondenti spokojenost se styly jízd řidičů, znázorňuje Obrázek 30.

Jste spokojen/a se stylem jízdy řidičů?

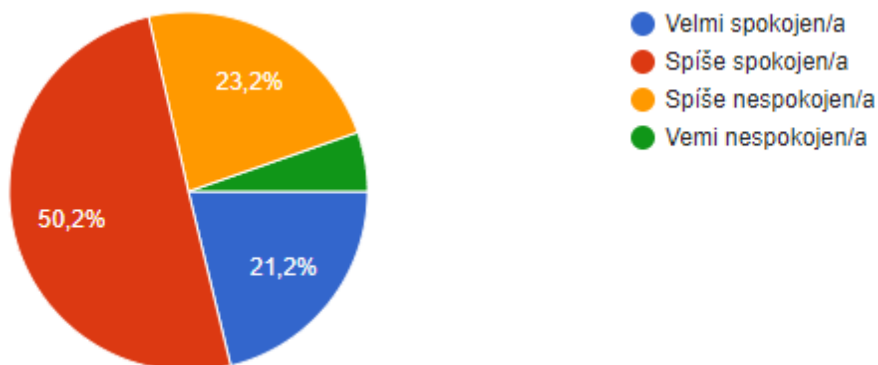


Obrázek 30 Spokojenost se styly jízd řidičů DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Přesně 50 % respondentů je spíše spokojeno, 20,5 % je velmi spokojeno, avšak nezanedbatelná část 20,8 % je spíše nespokojeno a 8,7 % je velmi nespokojeno. Dle všeho je to relativně dobrý výsledek, vůči řidičům zaměstnaným u DPMB.

V další otázce byli respondenti tázáni na spokojenost bezpečnosti v MHD, jejichž odpovědi lze vidět na Obrázku 31, který se nachází níže.

Jste spokojen/a s bezpečností v dopravních prostředcích MHD?

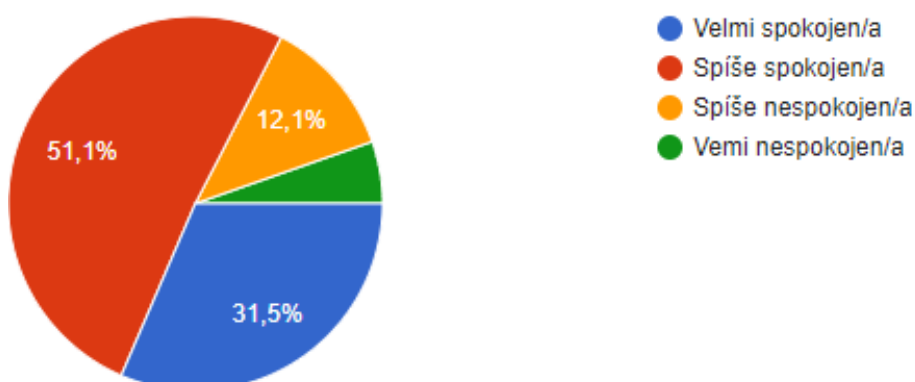


Obrázek 31 Spokojenost s bezpečností ve vozidlech MHD, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Z Obrázku 31 vyplývá, že bezpečnost respondentům v MHD v Brně vyhovuje respondentům ze 71,4 %, pouhých 28,6 % zhodnotilo bezpečnost negativně a z toho 5,4 % respondentů je velmi nespokojeno. Ze subjektivního pohledu mohou nespokojeným respondentům v dopravních prostředcích chybět v dostatečném množství například bezpečnostní madla k držení, nebo SOS tlačítka.

Na následujícím Obrázku 32, je vidět spokojenost respondentů s bezpečnostními opatřeními přijatými Dopravním podnikem města Brna, k zamezení šíření nákazy.

Jste spokojen/a s bezpečnostními opatřeními přijatými DPMB k zamezení šíření koronaviru?



Obrázek 32 Spokojenost s pandemií Covid19, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

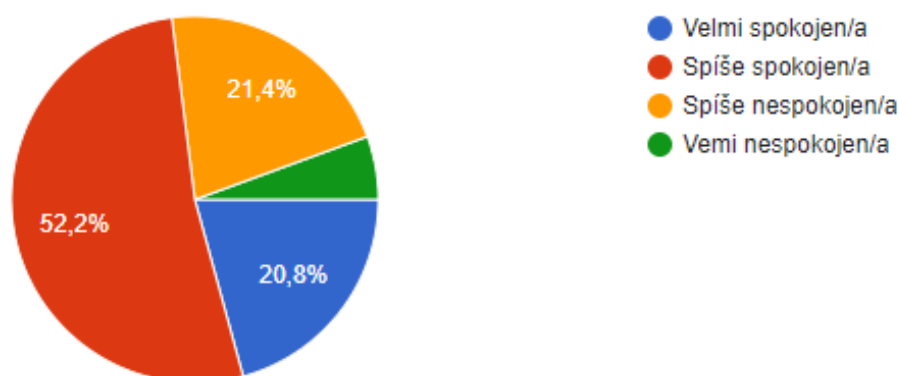
Tato otázka byla zařazena do průzkumu díky aktuální situaci, kdy se objevil a začal řešit možný výskyt koronaviru. Z tohoto důvodu zavedl DPMB několik bezpečnostních opatření v městské hromadné dopravě, mezi které patří uzavření kontaktního centra veřejnosti, zrušení

zastávek „NA ZNAMENÍ“, přerušení služby Seniorbus a upravení provozu linek na prázdninový režim. Mezi největší opatření, které se zavedlo, nejen DPMB, ale i v ostatních veřejných prostorech je nošení ochrany nosu a úst, což plní rouška, šátek či šála atd. Výsledky této otázky znázorňuje Obrázek 32, ovšem s bezpečnostními opatření bylo velmi spokojeno 31,5 % respondentů, 51,1 % spíše spokojeno. Pouze 5,4 % respondentů bylo velmi nespokojeno a mělo záporné hodnocení pro tuto situaci.

2.2.9 Dopad na životní prostředí

Životní prostředí je v dnešní době ovlivňováno mnoha faktory, mezi které patří i dopravní prostředky, jejich hluk, zplodiny apod. Z dalšího grafu na Obrázku 33 vyplývá, že respondenti jsou ze 73 % spokojeni, což tvoří téměř $\frac{3}{4}$ všech respondentů. Velmi nespokojených respondentů je 5,6 %.

Jste spokojen/a s přístupem DPMB k životnímu prostředí?

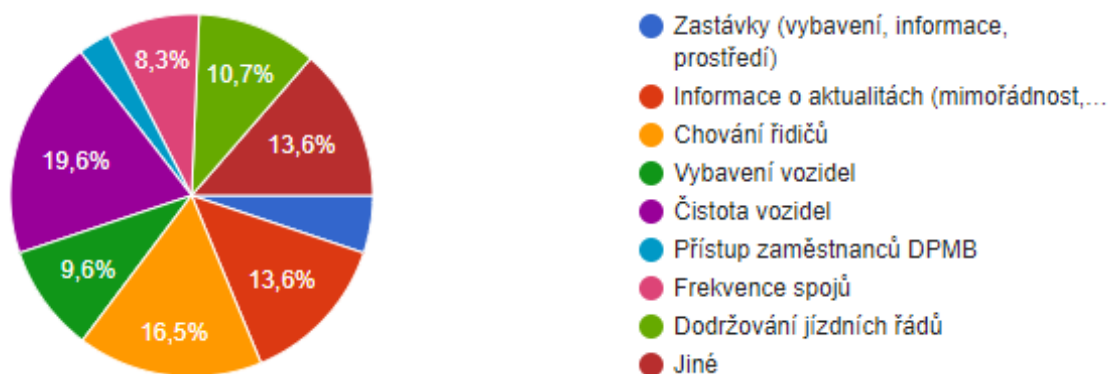


Obrázek 33 Spokojenost s přístupem k životnímu prostředí, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

2.2.10 Celková nespokojenost

Poslední otázka shrnovala celkovou nespokojenost s MHD. Byly zde obecné pojmy a úkony, ze kterých si mohli respondenti vybrat, se kterými jsou nejméně spokojeni. Z výsledků, uvedených na níže umístěném Obrázku 34 je známo, že nejvyšší nespokojenost je s čistotou vozidel, což odpovědělo 19,6 % respondentů, 16,5 % vybralo chování řidičů, 13,6 % informace o aktualitách a jiné, a 8,3 % nevyhovuje frekvence spojů. Naopak nízká nespokojenost je u zastávek 5,1 %, a přístup zaměstnanců DPMB 2,9 %.

Vyberte oblast, se kterou jste nejméně spokojen/a:



Obrázek 34 Nejslabší oblast spojená s DPMB, zdroj: Vlastní zpracování dle Google forms

Shrnutí výsledků provedeného průzkumu

V této kapitole se nachází shrnutí všech výsledků vycházející z provedeného dotazníkového šetření. Jsou zde popsány pozitivně ohodnocené oblasti ze strany respondentů, ale také negativní oblasti, na které budou v další kapitole navrženy opatření na zlepšení, které by měly snížit negativní vliv na spokojenost respondentů.

Respondenti jsou velmi spokojeni s frekvencí spojů v pracovní dny a to 33,5 % všech respondentů a 52,2 % respondentů je spíše spokojeno, také o víkendech a svátcích se respondentům pohodlně cestuje, a to z téměř 70% spokojenosti. Otázku na množství zastávek hodnotili respondenti následovně, celkem 85,3 % hodnotí tuto otázku velmi kladně, z čehož je 41,3 % velmi spokojených respondentů a 44 % spíše spokojených. S předchozí otázkou je spojena i informovanost na jednotlivých zastávkách kde je 30,6 % je velmi spokojeno a 47,8 % spíše spokojeno. Dle respondentů je dodržování jízdnicích řádů velmi kladně hodnoceno. Na Obrázku 15 vidíme, že 57,1 % respondentů je spíše spokojeno a 16,5 % velmi spokojeno. Přístup zaměstnanců je zřejmě velmi ovlivňující faktor na spokojenost cestujících, kde je velmi spokojeno 58,7 % všech respondentů. Se styly jízd řidičů je 50 % respondentů spíše spokojeno, 20,5 % je velmi spokojeno. DPMB dbá na životní prostředí dle tázaných respondentů, kde je 20,8 % velmi spokojeno, a 52,2 % spíše spokojeno.

Z výzkumu je zřejmé, že respondenti jsou nespokojeni s nedostatkem prostoru v MHD, což činí 43,3 % negativních odpovědí, ale také s čistotou interiéru, kde je spíše nespokojeno 28,3 % respondentů a 11,4 % je velmi nespokojeno. V oblastech, kde respondenti vybírali tu, s kterou jsou nejméně spokojeni, skončila na prvním místě čistota vozidel s 19,6 %, a na

druhém místě chování řidičů s 16,5 %. V otázce sdělování aktuálních informací v případě omezeného provozu je 24,3 % respondentů spíše nespokojeno a 9,6 % velmi nespokojeno. Wi-Fi síť v MHD je na velmi špatné úrovni, což se dá vyčíst z grafu, že 35 % respondentů je s připojením spíše nespokojeno a 17,9 % velmi nespokojeno. Výši cen jízdenek nehodnotí respondenti kladně, jelikož 30,8 % je spíše nespokojeno a 13,8 % je velmi nespokojeno. Nesmí se opomíjet ani na komfort a vybavení, kde je 30,6 % spíše nespokojených a 11,6 % velmi nespokojených. Nezáporné, avšak ani kladné hodnocení nemá žádná z mobilních aplikací, jelikož více než 59 % respondentů nevyužívá žádné z těchto možných aplikací. Komunikace, stížnosti a reklamace se řeší na dopravním podniku města Brna, ale bohužel ze všech respondentů je 25,9 % spíše nespokojeno, 9,2 % je velmi nespokojeno.

Tyto oblasti, ve kterých byli respondenti ve vyšší míře velice nespokojeni, nebo spíše nespokojeni, budou předmětem dalšího zpracování v rámci následující kapitoly. Budou navrženy určité opatření, aby se zvýšila celková spokojenost cestujících s MHD v Brně.

3 NÁVRHY NA ZVÝŠENÍ SPOKOJENOSTI CESTUJÍCÍCH S MHD V BRNĚ

Na základě výsledků dotazníkového šetření byly zjištěny nejproblematictější oblasti, kterými jsou pohodlí, mobilní aplikace, informace a cena jízdného. Na dané oblasti budou v třetí kapitole vypracovány návrhy na zvýšení spokojenosti cestujících, jelikož dané oblasti negativně ovlivňují spokojenost cestujících MHD v Brně. Tyto návrhy budou určeny pro všechny cestující, kteří využívají MHD v Brně. Největšími nedostatky, které respondenti vnímají negativně, jsou: nedostatek prostoru v MHD, komfort a vybavení, sdělování aktuálních informací v případě omezeného provozu, Wi-Fi síť, cena jízdenek, neznalost mobilních aplikací SEJF a DPMBinfo a hodnocení zaměstnanců DPMB. Návrhy jsou vypracovány na oblasti, u nichž bylo nespokojeno více než 32,5 % respondentů, ale také na mobilní aplikace, jelikož více než 50 % respondentů aplikace nevyužívá. Návrhy jsou také spojeny s poslední otázkou dotazníku, znázorněnou na Obrázku 34, kde jsou respondenti nejméně spokojeni s čistotou vozidel (19,6 %), a s chováním řidičů (16,5 %). Aby návrhy měli co největší potenciál na zvýšení spokojenosti cestujících, budou v této kapitole předloženy návrhy na zmenšení negativních dopadů výše uvedených oblastí.

3.1 Pohodlí

Pohodlí má velký vliv na spokojenost cestujícího. U tohoto kritéria byla zjišťována spokojenost s čistotou vozidel, kde bylo 28,3 % respondentů spíše nespokojeno a 11,4 % velmi nespokojeno. Mezi další patří také komfort a vybavení vozidel, s kterým je 30,6 % respondentů spíše nespokojeno a 11,6 % velmi nespokojeno. Dále byla od respondentů zjišťována spokojenost s dostatkem prostoru v dopravních prostředcích MHD, u nichž je 30,1 % respondentů spíše nespokojeno a 13,2 % velmi nespokojeno. S připojením k Wi-Fi síti je 35 % respondentů spíše nespokojeno a 15,6 % velmi nespokojeno. Pohodlí souvisí také s počtem míst k sezení, což ohodnotilo 24,3 % respondentů spíše nespokojeně a 8,3 % velmi nespokojeně. Problémy a nespokojenost respondentů se může týkat především starších vozů.

Počet míst a dostatek prostoru v MHD

V nejfrekventovanějším čase by bylo vhodné zapojit tramvaje s největším počtem míst pro cestující, protože bylo nespokojeno celkem 32,6 % respondentů. Také by se mohl připojit další vůz do soupravy a tím by se počet cestujících rozprostřel na větší plochu a cestování by bylo mnohem příjemnější.

Vzhledem k dostatku prostoru by bylo vhodné zajistit navíc odkládací prostory, ať už pod sedačkami, či nad hlavami sedících cestujících, jelikož mnoho lidí cestuje se zavazadly. Navíc nespokojenost s dostatkem prostoru je ještě o necelých 11% vyšší, oproti počtu míst k sezení.

Čistota vozidel

Čistota vozidel je oblast, se kterou je nejvíce respondentů nespokojeno. Toto kritérium označilo v poslední otázce přesně 19,6 % respondentů.

Návrh pro toto kritérium by se mohl týkat sedadel, jelikož jsou polstrované z materiálu, která nelze umýt a mnohdy je to velmi špinavé, pomalované a jinak poškozené. Proto si myslím, že se cestující obávají posadit na tyto znečištěné sedačky. Navrhl bych vyrobit z jiných materiálů, které by byly snadno omyvatelné a bylo by možné je jednoduše vyčistit na konci každé směny, aby další den byly sedadla znovu vyhovující pro cestující.

Dále by bylo vhodné zajistit častější udržování čistoty ve vozidlech MHD, popřípadě vybavit řidiče určitými čistícími prostředky, jimiž by mohli v případě znečištění interiéru vyčistit vozidlo do původního stavu. Zvýšit spokojenost by mohla zajistit také instalace vyššího počtu větších odpadkových košů, které by se častěji měnily, aby nebyly přeplněné.

Dalším návrhem by bylo zakoupení a instalace videokamer, popřípadě imitace takových kamer vzhledem k nákladům. Tyto kamery by se umístily do vozidel, čímž by cestující, kteří nedodrží čistotu a chování ve vozidlech MHD, mohli být v nejistotě z pokuty a nevhodné chování značně snížit.

Komfort a vybavení

Pro zvýšení spokojenosti cestujících by bylo vhodné zavést zásuvky na nabíjení mobilního telefonu, nebo notebooku při jízdě do práce, školy, nebo jiných cestách. Z důvodu bezpečnosti by se mohly v zadní části vozu nacházet brzdící gumové pásky, a tak by se zabránilo ujíždění kufrů během jízdy, což je velmi nebezpečné při prudkém zastavení vozu.

Dalším návrhem na zlepšení komfortu a vybavení by bylo zavedení klimatizace ve vozech, kde aktuálně není. Klimatizace by v letních měsících osvěžovala a ochlazovala vzduch, v zimním období by se s ní mohlo topit. Díky tomuto doplňku dopravního prostředku by se cestujícím jistě lépe, a hlavně pohodlněji cestovalo, skrz svěží vzduch, nebo naopak příjemné teplo ve zmrzlých dnech.

Wi-Fi síť

Wi-Fi síť by bylo třeba posilnit. Ve starších vozech se připojení k internetu nenachází vůbec, a proto by bylo třeba starší vozy vyřadit, nejen kvůli tomuto problému, ale i skrz pohodlnost a bezpečnost. Jednou z možných variant, jak vylepšit připojení je změna firmy

poskytující internetové připojení do dopravních prostředků MHD města Brna. Druhou variantou by bylo zvýšení počtu routerů, nebo výměna za výkonnější routery v jednotlivých vozech. Taktéž by se mohla tato síť nacházet na zastávkách, aby si cestující bez mobilních dat mohli zjistit aktuální informace o trase a dopravě.

3.2 Mobilní aplikace

Mobilní aplikace SEJF a DPMBinfo byly v dotazníkovém šetření také zkoumány. Podle výsledků dotazníkového šetření je s mobilní aplikací SEJF celkem nespokojeno 11,6 % respondentů a 71,9 % respondentů aplikaci nevyužívá. Mobilní aplikaci DPMBinfo nevyužívá 59,2 % respondentů a nespokojeno s ní je celkem 11,2 %. Výsledky ukazují, že cestující téměř nepoužívají, nebo velmi zřídka jim dostupné mobilní aplikace.

Návrh se týká upravení aplikací do přehlednější a jednodušší podoby, aby byl pro cestující jednodušší na naučení a pochopení. Cílem toho by bylo vyznání se v aplikaci na první pohled, po několika minutách. Pro zvýšení používání těchto aplikací a rozšíření mezi cestující, bych doporučil vytvoření několika reklam, které by se pravidelně vystavovaly na stránky DPMB a na sociální sítě, jako je Facebook a Instagram, kde se to dostane do povědomí mladší generace. Pro starší generace je vhodnější vytvořit reklamy a umístit na zastávky, popřípadě natisknout reklamní letáčky.

Dalším návrhem je zobrazování mimořádných informací (výluky, zpoždění apod.) v těchto aplikacích, čímž by se informace okamžitě dostaly k cestujícím v MHD. S tím také souvisí návrh na vložení mapy, kde by cestující viděli, kde se daná tramvaj, nebo autobus právě nachází, nebo by viděli na mapě dané výluky, či objízdné trasy.

Poslední návrh týkající se mobilních aplikací souvisí s vytvořením akcí při nakupování jízdenek. Možnou akcí je například zakoupení 9 jízdenek cestujícím přes tuto aplikaci, kde by následně získal 10. jízdu zcela zdarma. Tento návrh by zvýšil používání mobilní aplikace a také přiláká více zájemců o dopravování se s MHD v Brně.

3.3 Informování cestujících

V tomto kritériu respondenti hodnotili informace na zastávkách, informace ohledně doby příjezdů a odjezdů, informování a postup při mimořádných situacích a aktuální informace při omezení provozu. Návrh se bude týkat nespokojenosti s aktuálními informacemi při omezení provozu, u nichž bylo 24,3 % respondentů spíše nespokojeno a 9,6 % velmi nespokojeno.

Výlukové stavy jsou zveřejněny předem na stránkách Dopravního podniku města Brna, na plakátech, v tramvajích a zastávkách, nebo se hlásí v dopravních prostředcích v rozhlasech.

Pokud však nastane nepředvídatelné zpoždění vůči hustému provozu-koloně, nebo poškození vozu, tak se to cestující nemusí vůbec dozvědět. Tyto informace jsou zveřejněny v aktuální čas na stránkách dopravního podniku. Ovšem pro cestující, kteří nemají možnost tyto informace sledovat, tak není možnost, aby se o tom dozvěděli.

Řešením by byla elektronická tabule, která se již dnes nachází téměř na všech zastávkách, kde by byly informace o zpoždění zobrazeny a cestující by se tak mohli dopravit do svého cíle jiným způsobem. V mobilních aplikacích by se tyto informace taky měli zobrazovat a tím pádem každý, kdo by měl mobilní aplikaci SEJF nebo DPMBinfo, by se tuto kolizi ihned dozvěděl, díky upozornění, které by se mu v aktuální situaci zobrazilo, nebo by se podívali na mapu, kde se daný dopravní prostředek nachází a za jak dlouho bude na daném místě.

Pro cestující bez přístupu k internetu by byla možnost zaslání SMS s aktuálním zpožděním. Stačilo by se zaregistrovat na počítači, nebo jiném smart zařízení na DPMB, kde by cestující vypsali základní údaje a poté by jim v mimořádných situacích chodila upozorňovací SMS zcela zdarma.

3.4 Cena jízdného

Dalším zkoumaným kritériem byla cena jízdenek, kde cestující vybírali, jak jsou spokojeni či nespokojeni s výší sazby. Z daných odpovědí respondentů je zřejmé, že je 30,8 % spíše nespokojených a 13,8 % velmi nespokojených.

Toto kritérium je velice složité vyřešit, jelikož to každý respondent vnímá jinak. Někdo cenu toleruje, takovou, jaká aktuálně je, druhý naopak nebude s cenou spokojený nikdy. Rozdílly jsou zaručeně také v tom, že každý respondent většinou cestuje i v jiných městech pomocí MHD než pouze v Brně, takže má možnost porovnání a srovnání s ostatními dopravními podniky a jejich výhodami a cenovými akcemi.

Snižováním ceny by sice zřejmě docílili větší spokojenosti pro konečné zákazníky, ovšem daný dopravní podnik má stanovené ceny také dle svých nákladů, které by se nesnížily.

Možné výhody, či akce, které by se mohly vyzkoušet, je nutné směřovat hlavně k respondentům, kteří využívají DPMB nejčastěji. Mezi nejpočetnější zákazníky využívající MHD v Brně se řadí především studenti ve věku 15-26 let.

Jako příklady některých akcí, které by se daly vyzkoušet jsou třeba akční jízdné některé dny v týdnu, po ujetí několika předem daných minut získat nějaké minuty zdarma atd. Respektive tvořit akce, které by mohly zvýšit spokojenost a nesnížit o tolik zisky, jako třeba v případě celkového snížení jízdného.

3.5 Hodnocení zaměstnanců

Poslední otázka dotazníku se věnovala celkové nespokojenosti, kde měli respondenti vybrat oblast, ve které vnímají nejnižší spokojenost. Druhé místo s poměrně vysokým počtem hlasů obsadila oblast s chováním řidičů, což označilo 16,5 % respondentů. Je to také důvodem pro tento návrh.

Návrhem je, že by bylo možné podle evidenčního čísla, které má v dnešní době každý dopravní prostředek, zjistit jméno řidiče jakéhokoliv dopravního prostředku MHD, který by zrovna řídil. K danému evidenčnímu číslu by bylo vhodné vymyslet třeba i humorný obrázek s otázkou „Řídím dobře - souhlasíte?“, pod kterou by byl samozřejmě napsaný telefonní kontakt, nebo e-mailová adresa na Dopravní podnik města Brna, kam by cestující mohli zavolat, či napsat a zhodnotit jízdu, nebo chování řidiče, který řídil. Cestující by ovšem museli kromě samotného hodnocení zaměstnance vyplnit, který to byl den a čas. Tato otázka včetně evidenčního čísla by mohla být také vylepena po vozidlech z venkovních bočních stran, kromě zadního a předního označení, které má již teď každý dopravní prostředek. Důvodem doplnění na zbývající strany je, aby mohli hodnotit také řidiči ostatních automobilů, nebo cyklisté a chodci, přijíždějící, nebo přicházející z jiných stran.

V případě častých stížností by měl mít DPMB nastavené určité sankce pro dané řidiče, ale také naopak odměny, když bude řidič chválen. Mohlo by se jednat například o odebrání, nebo přidání osobního ohodnocení.

V dalším kroku by bylo pro cestující jednodušší zavést toto hodnocení také v mobilní aplikaci, kde by bylo mnohem lehčí ohodnotit daného zaměstnance. V mobilní aplikaci by také bylo zajímavé vytvořit měsíční soutěže o nejlepšího řidiče, kde by cestující hlasovali pro toho, s kterým jsou, nebo byli spokojeni. Další možností by bylo vytvořit hlasování pro řidiče, kteří nedodržují jízdní řády a kteří jsou naopak přesní.

V případě fungování by to mohl být dobrý zdroj informací, jak pro Dopravní podnik města Brna, tak pro samotné řidiče. Na základě odpovědí cestujících a výsledků různých hlasování, by poté mohl DPMB přidělovat různé prémie zaměstnancům, s kterými jsou cestující spokojeni.

ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala průzkumem spokojenosti cestujících s MHD v Brně. Práce je rozdělena do třech základních kapitol, jimiž jsou Teoretické vymezení problematiky průzkumu spokojenosti cestujících, Analýza spokojenosti cestujících s MHD v Brně a Návrhy na zvýšení spokojenosti cestujících s MHD v Brně. Jejím cílem bylo zjistit hodnocení služeb od jednotlivých respondentů využívající MHD poskytovanou Dopravním podnikem města Brna, a.s. Dotazníkové šetření bylo realizováno od dubna 2020 do května 2020, kterého se zúčastnilo celkem 448 respondentů. Dotazník byl vytvořen na základě teoretického vymezení dané problematiky. Získaná data a informace z dotazníkového šetření byly využity pro vyhodnocení aktuálního stavu spokojenosti respondentů. Na základě výsledků analýzy současného stavu byly doporučeny návrhy a opatření pro zlepšení aktuální situace.

V první části se jednalo o teoretické vymezení základních pojmů, které jsou spojeny s daným tématem. Bylo zapotřebí definovat kritéria kvality, které spokojenost cestujících bezprostředně ovlivňují a na základě kterých byl později sestaven dotazník. Dále je v první části také definovaný cyklus kvality určité služby, včetně ovlivňování kvality jednotlivých parametrů v MHD. Teoretická část se také věnuje metodám výzkumu, mezi které patří kvantitativní a kvalitativní výzkum. Bylo nutné zde i definovat dotazníkové šetření, včetně samotného dotazníku a výběru vzorku respondentů.

Ve druhé analytické části byla provedena analýza kvality služeb, tj. dotazníkové šetření. Začátek druhé části je věnován krátkému představení Dopravního podniku města Brna. Hlavním bodem této kapitoly bylo především získání aktuálních informací o spokojenosti se službami poskytovanými Dopravním podnikem města Brna, a.s. Byl vytvořen dotazník v elektronické podobě a je k dispozici v příloze. Dotazník se skládá z 29 uzavřených otázek. Na základě tohoto dotazníku byly vyhodnoceny zjištěné skutečnosti pomocí koláčových grafů.

Následovala třetí část, kde byly navrženy a vypracovány opatření k oblastem, se kterými byli respondenti nejméně spokojeni. Mezi tyto oblasti patří nedostatek prostoru v MHD, u čehož bylo navrženo zajištění více odkládacích prostorů po sedačkami, nebo nad hlavami. Dále nebyli respondenti spokojeni s komfortem a vybavením, kde je doporučena instalace několika zásuvek pro dobíjení telefonů a notebooků, vybavení podlah dopravních prostředků brzdícími pásky, které by znemožnily volné pohyby zavazadel, ale také instalace klimatizace do všech dopravních prostředků. Vysokou nespokojenost s čistotou vozidel by bylo vhodné vyřešit obnovením sedadel, doplněním odpadkových košů, intenzivnějším čištěním, nebo také instalací kamer. U nespokojenosti s informováním při omezeném provozu je navrženo vybavení

zastávek elektronickými tabulemi. Návrhy týkající se Wi-Fi sítě, jsou posilnění celkové rychlosti a dosahu, montáž do všech dopravních prostředků MHD a zavedení možnosti připojení i na zastávkách. Ohledně cenových návrhů jsou navrženy slevové akce. K nevyužívání mobilních aplikací jsou návrhy na upravení do jednodušší verze, možnost získání slev při používání, a především reklamy pro zviditelnění. Důležitý návrh ohledně chování řidičů, což hodnotili respondenti negativně, je zavedení a možnost ohodnocení každého řidiče. Návrhy byly vytvořeny tak, aby zlepšily spokojenost cestujících v oblastech, na které upozornily odpovědi respondentů.

Cílem práce bylo na základě teoretického vymezení dané problematiky provést analýzu aktuálního stavu v oblasti spokojenosti cestujících s MHD v Brně. Na základě zjištěných skutečností byla navržena opatření, která mají potenciál zlepšit spokojenost cestujících s MHD v Brně.

POUŽITÁ LITERATURA

- Český statistický úřad | ČSÚ. Český statistický úřad | ČSÚ [online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
- DRDLA, Pavel, 2005. *Technologie a řízení dopravy – městská hromadná doprava*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 80-7194-804-7.
- FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ, 2003. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0385-8.
- FORET, Miroslav, 2008. *Marketingový průzkum: Poznáváme svoje zákazníky*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2183-2.
- HAGUE, Paul, 2003. *Průzkum trhu*. Brno: Computer Press. ISBN 80-7226-917-8
- HENDL, Jan, 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-485-4.
- CHODOUNSKÝ, Jiří, 1997. *Spolehlivost služby*. Praha: Česká společnost pro jakost. ISBN 80-02-01197-X.
- KARLÍČEK, Miroslav, 2013. *Základy marketingu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4208-3
- KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG, 2004. *Marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-0513-2.
- KOTLER, Philip, 2007. *Moderní marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOZEL, Roman, 2006. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0966-X.
- KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3527-6.
- MACHKOVÁ, Hana, 2009. *Mezinárodní marketing*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2986-2.
- MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ, 2013. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4780-4.
- MOJŽÍŠ, Vlastislav, Milan GRAJA a Pavel VANČURA, 2008. *Integrované dopravní systémy*. Praha: Powerprint. ISBN 978-80-904011-0-5.
- MOLKOVÁ, Tatiana, 2013. *Kvalita dopravních a přepravních procesů*. Pardubice: Univerzita Pardubice. ISBN 978-80-7395-640-0.
- NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD, 2006. *(Ne)spokojený zákazník – náš cíl?!*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1321-7.
- Object moved. Object moved [online]. Dostupné z: <https://www.dpmb.cz/cs/novinky/all>

OLECKÁ, Ivana a Kateřina IVANOVÁ, 2010. *Metologie vědecko-výzkumné činnosti*.

Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc. ISBN 978-80-87240-33-5.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2008. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2721-9.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5037-8

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Ovlivňování kvality (Drdla 2005).....	17
Tabulka 2	Časový harmonogram dotazníkového šetření, zdroj: Vlastní zpracování.....	28

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1	Cyklus kvality	10
Obrázek 2	Cyklus kvality	11
Obrázek 3	Logo DPMB	25
Obrázek 4	Strategie DPMB	26
Obrázek 5	Síť linek DPMB	27
Obrázek 6	Pohlaví	29
Obrázek 7	Věk	30
Obrázek 8	Nejčastější důvody pro využití služeb DPMB	30
Obrázek 9	Četnost využívání služeb DPMB	31
Obrázek 10	Spokojenost s frekvencí spojů v pracovní dny	31
Obrázek 11	Spokojenost s frekvencí spojů o víkendech a svátcích	32
Obrázek 12	Spokojenost s množstvím zastávek	32
Obrázek 13	Spokojenost se sdělováním aktuálních informací	33
Obrázek 14	Spokojenost s informacemi na zastávkách MHD	34
Obrázek 15	Spokojenost s informacemi na zastávkách ohledně příjezdů a odjezdů	34
Obrázek 16	Spokojenost s informacemi při mimořádných situacích	35
Obrázek 17	Spokojenost s dodržováním jízdních řádů	36
Obrázek 18	Spokojenost s návazností linek	36
Obrázek 19	Spokojenost s výší jízdného	37
Obrázek 20	Spokojenost s mobilní aplikací SEJF	38
Obrázek 21	Spokojenost s mobilní aplikací DPMBinfo	38
Obrázek 22	Spokojenost s přístupem zaměstnanců DPMB	39
Obrázek 23	Spokojenost s komunikací DPMB	39
Obrázek 24	Spokojenost s počtem míst k sezení v MHD	40
Obrázek 25	Spokojenost s prostorem v MHD	40
Obrázek 26	Spokojenost s čistotou interiérů vozidel MHD	41
Obrázek 27	Spokojenost s komfortem a vybavením vozidel MHD	41
Obrázek 28	Spokojenost s připojením Wi-Fi v MHD	42
Obrázek 29	Spokojenost s typy plateb	42
Obrázek 30	Spokojenost se styly jízdy řidičů DPMB	43

Obrázek 31 Spokojenost s bezpečností ve vozidlech MHD.....	44
Obrázek 32 Spokojenost s pandemií Covid19.....	44
Obrázek 33 Spokojenost s přístupem k životnímu prostředí.....	45
Obrázek 34 Nejslabší oblast spojená s DPMB	46

SEZNAM ZKRATEK

DPMB	Dopravní podnik města Brna
APOD	A podobně
SMS	Krátká textová zpráva
ATD	A tak dále
ČSÚ	Český statistický úřad
IDS JMK	Integrovaný dopravní systém Jihomoravského kraje
MHD	Městská hromadná doprava

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A Dotazník

Příloha A Dotazník

Průzkum spokojenosti cestujících s MHD v Brně

Prosím o vyplnění dotazníku ohledně spokojenosti cestujících s MHD v Brně, který je součástí mé bakalářské práce. Předem děkuji za Vaši spolupráci.

***Povinné pole**

1. POHLAVÍ: *

Označte jen jednu elipsu.

- Muž
 Žena

2. VĚK: *

Označte jen jednu elipsu.

- Méně než 15 let
 15-26 let
 27-39 let
 40-64 let
 65 a více let

3. KAM NEJČASTĚJI JEZDÍTE S MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Zaměstnání
 Škola
 Lékař
 Nákupy
 Kulturní akce
 Úřady
 Sport
 Ostatní

4. JAK ČASTO VYUŽÍVÁTE SLUŽBY DPMB? *

Označte jen jednu elipsu.

- 6-7x týdně
 4-5x týdně
 2-3x týdně
 1x týdně
 Několikrát za měsíc
 Několikrát za rok

5. JSTE SPOKOJEN/A S FREKVENCÍ SPOJŮ V PRACOVNÍ DNY? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

6. JSTE SPOKOJEN/A S FREKVENCÍ SPOJŮ O SVÁTČÍCH A VÍKENDECH? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

7. JSTE SPOKOJEN/A S MNOŽSTVÍM ZASTÁVEK MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

8. JSTE SPOKOJEN/A S POČTEM MÍST K SEZENÍ V DOPRAVNÍCH PROSTŘEDCÍCH MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

9. JSTE SPOKOJEN/A S DOSTATKEM PROSTORU V DOPRAVNÍCH PROSTŘEDCÍCH MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

10. JSTE SPOKOJEN/A S ČISTOTOU INTERIÉRU DOPRAVNÍCH PROSTŘEDKŮ? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

11. JSTE SPOKOJEN/A SE SDĚLOVÁNÍM AKTUÁLNÍCH INFORMACÍ V PŘÍPADĚ OMEZENÍ PROVOZU? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

12. JSTE SPOKOJEN/A S INFORMACEMI NA ZASTÁVKÁCH MHD? (jízdní řády, označení zastávek, atd.) *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

13. JSTE SPOKOJEN/A S INFORMACEMI OHLEDNĚ DOBY PŘÍJEZDŮ A ODJEZDŮ NA ZASTÁVKÁCH MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

14. JSTE SPOKOJEN/A S INFORMOVÁNÍM A S POSTUPEM DPMB PŘI MIMOŘÁDNÝCH SITUACÍCH? (přistavení náhradního vozidla, dopravní nehoda, atd.) *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a
 Nemám zkušenost

15. JSTE SPOKOJEN/A S KOMFORTEM A VYBAVENÍM VOZIDEL MHD? (klimatizace, topení, atd.) *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

16. JSTE SPOKOJEN/A S MOŽNOSTÍ WI-FI PŘIPOJENÍ VE VOZIDLECH MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

17. JSTE SPOKOJEN/A S VÝŠÍ CEN JÍZDNÉHO? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
 Spíše spokojen/a
 Spíše nespokojen/a
 Velmi nespokojen/a

18. JAKÝ TYP PLATBY ZA JÍZDNÉ PREFERUJETE? *

Označte jen jednu elipsu.

- Hotově
- Platební kartou
- SMS jízdenka
- SEJF aplikace
- IDS JMK Poseidon aplikace

19. JSTE SPOKOJENA S MOBILNÍ APLIKACÍ SEJF? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a
- Nevyužívám aplikaci

20. JSTE SPOKOJENA S MOBILNÍ APLIKACÍ DPMBinfo? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a
- Nevyužívám aplikaci

21. JSTE SPOKOJENA S PŘÍSTUPEM ZAMĚSTNANCŮ DPMB? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

22. JSTE SPOKOJENA S KOMUNIKACÍ DPMB OHLEDNĚ DOTAZŮ, STÍŽNOSTÍ, REKLAMACÍ? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

23. JSTE SPOKOJENA S DODRŽOVÁNÍM JÍZDNÍCH ŘADŮ DPMB? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

24. JSTE SPOKOJEN/A S NÁVAZNOSTÍ DALŠÍCH LINEK, KTERÉ VYUŽÍVÁTE? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

25. JSTE SPOKOJEN/A S PŘÍSTUPEM DPMB K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

26. JSTE SPOKOJEN/A SE STYLEM JÍZDY ŘIDIČŮ? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

27. JSTE SPOKOJEN/A S BEZPEČNOSTÍ V DOPRAVNÍCH PROSTŘEDCÍCH MHD? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

28. JSTE SPOKOJEN/A S BEZPEČNOSTÍMI OPATŘENÍMI PŘIJATÝMI DPMB K ZAMEZENÍ ŠÍŘENÍ KORONAVIRU? *

Označte jen jednu elipsu.

- Velmi spokojen/a
- Spíše spokojen/a
- Spíše nespokojen/a
- Vemí nespokojen/a

29. VYBERTE OBLAST, SE KTEROU JSTE NEJMÉNĚ SPOKOJEN/A: *

Označte jen jednu elipsu.

- Zastávky (vybavení, informace, prostředí)
- Informace o aktualitách (mimořádnost, dopravní nehoda, atd.)
- Chování řidičů
- Vybavení vozidel
- Čistota vozidel
- Přístup zaměstnanců DPMB
- Frekvence spojů
- Dodržování jízdních řádů
- Jiné

Zdroj: Vlastní zpracování