

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera

Marketingový průzkum dopravní obslužnosti  
osobní dopravy regionu Pardubice

Bc. Zuzana Štěpánková

Diplomová práce

2009

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Zuzana ŠTĚPÁNKOVÁ**

Studijní program: **N3708 Dopravní inženýrství a spoje**

Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**

Název tématu: **Marketingový průzkum dopravní obslužnosti osobní dopravy regionu Pardubice**

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

Úvod

1. Teorie marketingových průzkumů dopravní obslužnosti
2. Analýza současného stavu osobní dopravy na Pardubicku
3. Návrhy na vylepšení osobní dopravy na Pardubicku
4. Vyhodnocení přínosu navrženého řešení

Závěr

Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucího**  
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 60 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:  
**dle pokynů vedoucího práce**

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Rudolf Kampf st., CSc.**  
Katedra dopravního managementu, marketingu  
a logistiky

Datum zadání diplomové práce: **28. listopadu 2008**

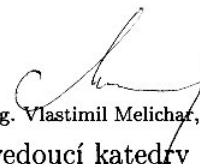
Termín odevzdání diplomové práce: **25. května 2009**



prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.

děkan

L.S.



prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc.

vedoucí katedry

V Pardubicích dne 28. listopadu 2008

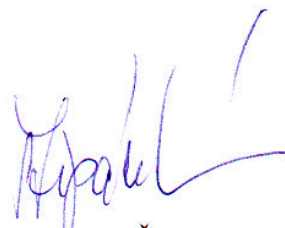
Prohlašuji:

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

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 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.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 20. 5. 2009



Bc. Zuzana Štěpánková

## **ANOTACE**

Tato diplomová práce se zabývá otázkou dopravní obslužnosti v regionu Pardubice. V úvodní části jsou shrnuty teoretické poznatky týkající se oblasti marketingového průzkumu. Navazuje část zabývající se charakteristikou Pardubického kraje a analýzou současného stavu dopravní obslužnosti pomocí statistických materiálů a podkladů získaných marketingových průzkumem. V posledních dvou kapitolách předkládá možné návrhy na vylepšení situace a jejich zhodnocení.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

marketingový průzkum, dopravní obslužnost, osobní doprava, Pardubice

## **TITLE**

Marketing Research of Public Transport Services in Pardubice region

## **ANNOTATION**

The aim of this diploma degree thesis called Marketing Research of Public Transport Services in Pardubice region is a traffic services in this region. In the first part, the theoretical findings concerning to sphere of marketing research are outlined. The second part is focused on characterization of the Pardubice region and on analyses contemporary situation of traffic services by way of statistical materials and foundations which are achieved by the marketing research. At a close of this diploma degree I paid my attention to suggestions of improving the situation and its evaluations.

## **KEYWORDS**

marketing research, traffic services, passenger traffic, Pardubice

# Obsah

Úvod .....	8
1 Teorie marketingových průzkumů dopravní obslužnosti .....	9
1.1 Marketing .....	9
1.2 Marketing a doprava .....	9
1.3 Marketingový průzkum .....	10
1.3.1 Proces marketingového výzkumu .....	11
1.3.2 Metody marketingového výzkumu .....	12
1.3.3 Techniky marketingového průzkumu .....	14
1.3.4 Otázky .....	15
2 Analýza současného stavu osobní dopravy na Pardubicku .....	17
2.1 Charakteristika regionu Pardubice .....	17
2.1.1 Správní rozdělení .....	18
2.1.2 Ekonomické údaje .....	18
2.1.3 Dopravní významnost .....	19
2.2 Dopravní obslužnost .....	20
2.2.1 Železniční doprava .....	21
2.2.2 Autobusová meziměstská doprava .....	21
2.2.3 MHD .....	22
2.2.4 Integrovaný dopravní systém .....	23
2.3 Průzkum současného stavu dojížděk a vyjížděk .....	24
2.3.1 Vyjížd'ka pracujících za prací a vyjížd'ka do škol a učilišť podle obcí .....	25
2.3.2 Vyjížd'ka pracujících podle času stráveného na cestě .....	25
2.3.3 Struktura vyjížd'ky do zaměstnání podle prostorového typu vyjížd'ky .....	25
2.3.4 Struktura podle použitého dopravního prostředku .....	26
2.4 Zjištěné výsledky dotazování .....	27
2.4.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví .....	27
2.4.2 Věkové složení cestujících .....	27
2.4.3 Povolání .....	28
2.4.4 Nejčastěji využívaný dopravní prostředek .....	28
2.4.5 Nejčastější cíle cest .....	29
2.4.6 Četnost využívání veřejné dopravy .....	29
2.4.7 Nejfrekventovanější zastávky .....	30

2.4.8	Trasa přepravy .....	30
2.4.9	Časové rozložení spojů .....	31
2.4.10	Přijatelnost cen .....	31
2.4.11	Využívání slev .....	32
2.4.12	Faktory ovlivňující výběr dopravního prostředku .....	32
3	Návrhy na vylepšení osobní dopravy na Pardubicku .....	34
3.1	Jednotný systém veřejné dopravy .....	34
3.1.1	Zřízení přestupních bodů .....	35
3.1.2	Společné podmínky .....	36
3.2	Zvyšování atraktivity veřejné dopravy pro cestující .....	37
3.2.1	IDS .....	37
3.2.2	Informační systémy .....	37
3.2.3	Kvalita cestování .....	38
3.2.4	Preference IDS .....	39
3.3	Alternativy veřejné dopravy .....	39
4	Vyhodnocení přínosu navrženého řešení .....	41
4.1	Jednotný systém veřejné dopravy .....	41
4.2	Informační systém .....	41
4.3	Preference IDS .....	42
4.4	Kvalita cestování .....	42
4.5	Alternativy veřejné dopravy .....	43
	Závěr .....	44
	POUŽITÁ LITERATURA .....	46
	SEZNAM OBRÁZKŮ .....	47
	SEZNAM TABULEK .....	48
	SEZNAM ZKRATEK .....	49
	SEZNAM PŘÍLOH .....	50

# Úvod

Doprava je důležitým odvětvím národního hospodářství, jelikož umožňuje ekonomický rozvoj společnosti i zvyšování životní úrovně. Čím vyšší je úroveň dopravy, tím lépe se může rozvíjet národní i mezinárodní dělba práce a kooperace, rozdělování výrobních prostředků a spotřebních předmětů, směna zboží i činností.

Na území měst, městských i průmyslových aglomerací je nutné zajistit správně fungující dopravní systém. Doprava hraje v životě aglomerace důležitou roli - v přepravě za prací, kulturou, sportem, do škol i v cestovním ruchu, atd. Doprava nás v podstatě provází po celý život a téměř každý den.

Vývoj dopravy je charakteristický rychlým růstem automobilové dopravy, jejímž důsledkem je ekologická zátěž, dopravní nehody, kongesce a negativní vlivy na život a zdraví obyvatel. Řešením je vytvoření kvalitně fungující a dostupnou veřejnou dopravu.

Veřejná osobní doprava významně působí na životní úroveň obyvatelstva, i na jeho životní styl, zprostředkovává přepravní vztahy, napomáhá formování a rozvoji sídelních, hospodářských a krajinných struktur. Veřejná doprava by měla být otevřenou a dostupnou službou pro všechny cestující za přiměřené jízdné, měli bychom se pokusit dosáhnout veřejné sítě osobní dopravy, která bude zahrnovat železniční dopravu, linkovou autobusovou dopravu, MHD.

Cílem této práce není stanovit konkrétní hodnoty, ale zmapovat současný stav dopravní obslužnosti osobní dopravy na Pardubicku, a to především z hlediska cestujících. První kapitola se zabývá stručnou definicí marketingu a jeho specifika v dopravě, procesem, technikami, metodami a nástroji marketingového průzkumu. V úvodu druhé kapitoly je stručná charakteristika Pardubického kraje a analýza dopravní obslužnosti. První část průzkumu byla provedena pomocí sekundárních údajů z ročenek Ministerstva dopravy a údajů z Českého statistického úřadu, druhá část vychází z primárních údajů získaných dotazováním. Podstatnou částí této kapitoly je interpretace informací zjištěných marketingovým průzkumem mezi cestujícími. Na základě těchto poznatků jsou v třetí kapitole uvedeny návrhy na zlepšení dopravní situace, které by vedly k vyšší kvalitě a spokojenosti zákazníků. Poslední kapitola by měla být shrnutím získaných informací a navržených možností.

# 1 Teorie marketingových průzkumů dopravní obslužnosti

Tato část teoreticky vysvětluje základní pojmy marketingu, pojmy související s problematikou marketingového průzkumu a návaznost na obor dopravy.

## 1.1 Marketing

Pojem marketing dnes nelze chápat v jeho původním smyslu jako uskutečňování prodeje, v dnešní době jej spíše chápeme ve smyslu uspokojování potřeb zákazníků. Můžeme jej tedy definovat jako proces řízení, který zajišťuje poznávání, předvídání, ovlivňování a uspokojování zákaznických potřeb. Marketing tedy znamená práci s trhem, především se jedná o průzkum poptávky současné, důležitějším hlediskem je však odhad poptávky budoucí, tzn. jak se poptávka bude měnit, o jaké výrobky a služby budou mít potenciální zákazníci zájem.

## 1.2 Marketing a doprava

Marketingový průzkum má bezesporu důležitou roli ve všech oblastech podnikání i v ostatních obchodních či neobchodních činnostech. V oblasti dopravy důležitost roste spolu se stále se zvyšujícími požadavky na kvalitní dopravní systém. Potřebné jsou zejména informace o:

- kvantitě přepravy,
- kvalitě přepravy,
- poloze přepravního trhu,
- struktuře zákazníků, atd.

Marketing v dopravě má na rozdíl od jiných sektorů ekonomiky svá specifika:

- dopravní výkony nelze skladovat,
- finanční náročnost dopravních investic,
- existence meziodvětvové konkurence,

- nepárovost přepravních proudů,
- legislativní a regulační zásahy státu,
- doprava neexistuje sama o sobě, ale vždy jako spojování různých činností,
- pokud není dopravní výkon spotřebován v okamžiku jeho vzniku, je ztracen,
- velké výkyvy v poptávce – denní, týdenní, měsíční, sezonní, roční,
- nepříznivý vliv na okolí,
- jedná se o službu nedělitelnou a různorodou.

Marketing v dopravě se zaměřuje především na:

- zkoumání přepravních a zátěžových proudů,
- průzkum přepravovaného zboží,
- průzkum struktury zákazníků,
- vliv doplňkových služeb souvisejících s přepravou zákazníka,
- vliv ceny na poptávku po přepravě.

Pokud se jedná o přepravní marketing, je třeba si položit základní otázky, co, kde, kdy, komu a kolik, resp. informace o kvantitě přepravy, kvalitě, poloze přepravního trhu a struktuře zákazníků.

**V osobní přepravě** se pak zaměřujeme na zákazníka – jakou požaduje jakost přepravy, rychlost, bezpečnost, pohodlí, požadovanou cenu, návaznost spojů nebo důvody jeho cestování, hustotu spojů, vedlejší časy související s dopravou, doplňkové služby (informační kanceláře, čekárny, občerstvení,..)

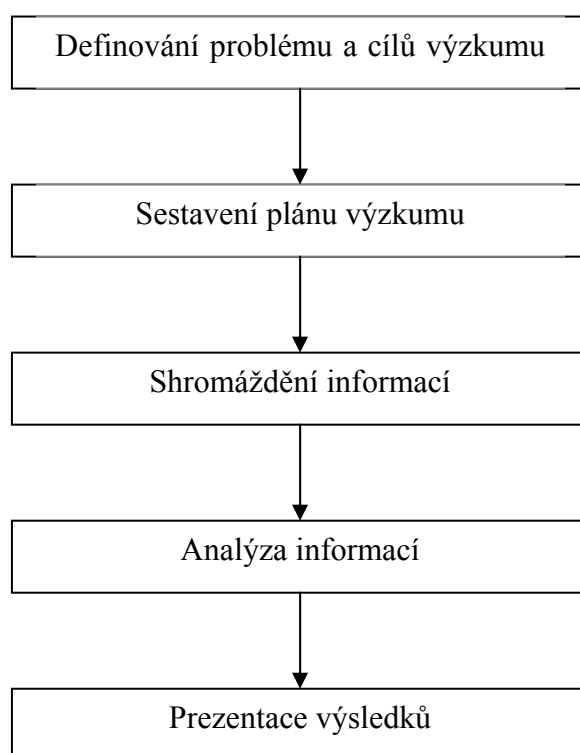
### **1.3 Marketingový průzkum**

Představuje systematický a cílevědomý proces shromažďování informací, jejich zaznamenávání a analýzu získaných dat. Poskytne nám podstatné a objektivní informace o situaci na trhu, o chování zákazníků, a o možném podnikatelském riziku. Před započítím tohoto průzkumu je důležité si uvědomit, k čemu bude daný průzkum sloužit, vytyčit si cíle

průzkumu, předměty a fakta, která je nutno zkoumat. Na základě výzkumu se zpravidla přijmou opatření, která by měla vést k dosažení vytyčených cílů.

### 1.3.1 Proces marketingového výzkumu

Obr. č. 1: Proces marketingového průzkumu



Zdroj: [6]

Prvním a nejdůležitějším krokem je **definování problému**, který má být v rámci marketingového průzkumu řešen. Zároveň si vymezíme i oblast, na kterou se zaměří všechny další fáze výzkumu. Při špatné formulaci problému či příliš široké definici se lehce může stát, že se odchýlíme od původního záměru průzkumu, získáme jiné výsledky než potřebujeme, tím se náš výzkum stává zbytečným. Zjednodušeně by se dalo říct, že přesnou definicí problému máme téměř polovinu vyřešenou. Na tomto základě je pak stanoven cíl výzkumu, který vyjadřuje to, co má daný výzkum zjistit.

Krokem druhým je pak **plán výzkumu**, ve kterém přesněji specifikujeme potřebné informace a postup jejich získání. Tento plán si můžeme rozdělit do následujících částí:

- formulace základního problému, určení výzkumného cíle,
- předběžné představy o tom, co můžeme od výzkumu očekávat,
- stanovení informačních potřeb, jejich struktury a jejich zdrojů,
- navržení výběrového souboru, jeho velikosti a složení,
- navržení místa a času a realizace výzkumu,
- stanovení techniky výzkumu a nástrojů vhodných pro výzkum,
- určení způsobu a kontaktování respondentů,
- předvýzkum na malém vzorku, který zpřesní a ověří předchozí body,
- vlastní výzkum,
- statistické zpracování výsledků,
- interpretace a prezentace výsledků.

Po ukončení dotazování a shromáždění potřebných informací přecházíme do fáze **analýzy**. Nejdříve se zaměřujeme na samotné odpovědi jednotlivých otázek. Data dále statisticky zpracováváme, k jejich sumarizaci a popisu můžeme využít celou řadu metod. Nejběžnější způsob zpracování je tříděním. V dnešní době se veškeré údaje zpracovávají za pomoci výpočetní techniky.

Při **interpretaci výsledků** musíme dodržovat zásadu objektivity, nevydávat výsledky za obecně platné, závěry zobecněných analytických výsledků, doporučení či řešení problémů. Prezentovat výsledky můžeme formou ústní, písemnou nebo pomocí vizuální techniky, jako je projekce či video – kvalitnější a srozumitelnější demonstrace výsledků.

### **1.3.2 Metody marketingového výzkumu**

Výběr metody závisí na konkrétním výzkumu, je ovlivněn účelem a cíli výzkumu, důležitý je i požadovaný stupeň přesnosti, kvantita a kvalita informací. Na marketingový výzkum můžeme pohlížet z různých hledisek. V následující části je základní rozdělení přístupů marketingového výzkumu a jeho stručná charakteristika.

**Primární výzkum:** Jedná se o vlastní průzkum, data shromažďujeme v terénu a týkají se přímo řešeného problému. Informace jsou tedy získané pouze prostřednictvím tohoto průzkumu a pro jeho potřeby.

**Sekundární výzkum:** Představuje informace shromážděné někým jiným k jinému účelu, pro řešení daného problému jsou však důležité. Jde tedy o dodatečné využití dat, která jsou převážně statisticky zpracována, která již dříve někdo shromáždil a zpracoval, třeba jako průzkum pro jiného zadavatele. Jedná se například o statistická data o situaci na trhu, o jeho vývoji, o příjmech a výdajích, údaje o životní úrovni, názory na ekonomickou situaci, atd. Touto metodou můžeme získat relativně velké množství údajů za krátký čas a s minimálními finančními požadavky.

**Badatelský přístup:** V podstatě se jedná o základní výzkum, který se většinou skládá pouze z teoretických řešení dané problematiky, např. teorie chování či rozhodování zákazníků. Jako výsledek je tedy pouze teoretický návrh, nejsou očekávány žádné praktické návrhy na zlepšení.

**Aplikovaný přístup:** Shromažďujeme informace za účelem řešení konkrétního problému tak, abychom byli schopni navrhnout konkrétní nová řešení a zlepšení.

**Kvantitativní přístup:** Kvantitativní informace vyjadřují určité množství, velikost či úroveň zkoumaných jevů. Výzkumy jsou pak charakterizovány zkoumáním rozsáhlejších vzorků, snaží se postihnout tak velký vzorek, aby byl dostatečně reprezentativní. Snažíme se získat názory a chování dotazovaných. Mezi techniky tohoto průzkumu patří osobní rozhovory, pozorování, experiment nebo písemné dotazování.

**Kvalitativní přístup:** Charakterizují zkoumané jevy pomocí pojmů a kategorií, protože nejsou přímo kvantitativně měřitelné. Umožňuje poznat motivy chování lidí a vysvětlit příčiny, zaměřuje se na otázky motivační, na postoje, vědomé i podvědomé příčiny nákupního chování. Základními technikami jsou individuální hloubkové rozhovory nebo skupinové rozhovory. Je rychlejší a méně nákladný než kvantitativní výzkum, ale soubor respondentů je malý, tudíž nejde tyto výsledky zobecnit na celou populaci.

Nelze upřednostňovat jeden z těchto přístupů, jelikož kvantitativní výzkum nabízí zcela jiný pohled na zkoumanou problematiku než výzkum kvalitativní. V praxi bývá běžné, že se tyto dva přístupy kombinují a poskytují nám tak ucelený pohled na daný problém.

#### **Požadavky na informace marketingového výzkumu:**

- Relevantní, tj. aby se k řešení daného problému přímo vztahovaly
- Validní, tj. aby vyjadřovaly a charakterizovaly to, co vyjadřovat a charakterizovat mají
- Reliabilní, tj. aby opakováním stejných metod byly získávány stejné nebo podobné výsledky
- Pohotové, tj. aby bylo možno je získat dostatečně rychle
- Rentabilní, tj. aby náklady spojené s jejich získáváním nebyly příliš vysoké <sup>[6]</sup>

### **1.3.3 Techniky marketingového průzkumu**

**Dotazování:** Je jedním z nejrozšířenějších postupů marketingového průzkumu. Kontakt při dotazování může být přímý nebo zprostředkovaný tazatelem, který se dotazuje buď osobně nebo telefonicky.

Dotazování dále můžeme rozdělit na písemné, které spočívá v tom, že respondent sám vyplňuje odpovědi do obdrženého formuláře - dotazník, anketa. Výhodou tohoto způsobu jsou relativně nízké náklady a získání více odpovědí. Nevýhodou pak může být nízká návratnost, na respondenta mohou působit různé rušivé vlivy, případně může být vyplněn někým jiným, než pro koho byl určen. Musíme si též dát pozor na správnou formulaci a pochopitelnost otázek.

Osobní dotazování (interview) je finančně, časově i organizačně náročnější, ale poskytuje nám kvalitnější výsledky. Při osobním dotazování může být dotazovaný ovlivněným tazatelem, telefonické je rychlejší, respondent se může cítit v určité anonymitě a poskytnout nám tak upřímnější a otevřenější odpovědi. Osobní dotazování může být i skupinové. Zde jsou větší požadavky na schopnosti a zkušenosti tazatele, který se skupinou diskutuje na dané téma anebo případně předvádí produkt. Diskuze se zpravidla zaznamenává pomocí audio či video zařízení, doplněno písemnými poznámkami, důkladná analýza je provedena až po skončení.

**Pozorování:** Základní metoda, používá se pro získávání primárních údajů. Registruje sledované reakce a způsoby chování, předpokládá se nezávislost mezi pozorovatelem i pozorovaným objektem, vzájemně se neovlivňují.

**Experiment:** Sleduje se vliv jednoho jevu na druhý v nově vytvořené situaci. Snažíme se zachytit všechny reakce na vzniklou situaci a nalézt pro toto chování přijatelné vysvětlení. Experimenty lze rozdělit do dvou hlavních skupin, a to na laboratorní (od stolu) a terénní (přirozené).

### 1.3.4 Otázky

Musíme dbát na správnou formulaci otázek, musí být především jednoznačné a srozumitelné. Na toto dbáme hlavně u bezkontaktního dotazování, kdy průzkumník nemůže danou otázku upřesnit či vysvětlit. Otázky by na sebe měly logicky následovat a měly by mít určitou dynamičnost či překvapivost, abychom udrželi pozornost dotazovaného. Pro lepší ilustraci využijme i grafického znázornění, obrázků či tabulek. Ke zkreslení odpovědí dochází, pokud se ptáme na věci minulé, které si nemusí dotazovaný pamatovat. Problematické mohou být i otázky týkající se vlastní osobnosti, zájmů nebo sebevědomí dotazovaného – lze tomu předejít příslibem anonymity dotazníku.

Otázky můžeme rozdělit na:

- úvodní - navázání kontaktu, představení výzkumu, tazatele, vysvětlení účelu, vzbuzení důvěry a zájmu dotazovaného,
- věcné - týkající se samotného šetření,
- filtrační - logická stavba – aby dotazování, kterých se dané téma netýká, nemuseli odpovídat na otázky navazující,
- identifikační - charakterizují respondenta.

**Pravidla pro použití otázek:**

- nesmíme vyvolat jakékoliv zábrany,
- vyhnout se sugestivním otázkám,
- nesnažit se obsáhnout jednou otázkou všechny souvislosti,

- zaměřit se na jazyk, resp. na použitý slovník, jiný použijeme pro širokou cestující veřejnost, jiný pro expertů z oboru dopravy,
- rozlišovat různé postoje, na otázku „Přáli byste si levnější jízdné?“ nám zpravidla 100% dotazovaných odpoví kladně, pokud se ale zeptáme „Zdá se Vám cena jízdného vysoká – nízká – přiměřená?“ získáme objektivnější a použitelnější názory

**Druhy otázek:**

- otevřené – volné, nenabízejí možnosti odpovědi, dotazovaný se může plně vyjádřit,
- uzavřené – řízené, nabízejí varianty odpovědí, výhodou je rychlost a snadnost vyplňování, dozvíme se přesně, co nás zajímá a odpovědi můžeme lépe utřídit,
- polootevřené, polouzavřené – kombinaci předchozích typů.

## 2 Analýza současného stavu osobní dopravy na Pardubicku

### 2.1 Charakteristika regionu Pardubice

Od 1. ledna 2000 je Česká republika rozdělena na 14 samosprávních celků, tzv. krajů. Kraje vznikly a přenesenou působnost státní správy, v čele s krajským městem s rozšířenou působností.

Obr. č. 2: Rozdělení krajů



Zdroj: [10]

Pardubický kraj se nachází ve východní části Čech. Polohu kraje dále určují sousedící kraje - Středočeský, Královéhradecký, Olomoucký, Jihomoravský a Vysočina. Spolu s krajem Královéhradeckým a Libereckým tvoří tzv. NUTS 2 - Severovýchod. Část severovýchodní hranice kraje je zároveň i státní česko-polskou hranicí, odtud je ohraničen jižní částí Orlických hor a nejzápadnějšími svahy Hrubého Jeseníku. Jih a jihovýchod je lemován vrchovinnými oblastmi Žďárských vrchů a Železných hor, střed a západ kraje je tvořen řekou Labe a úrodnou Polabskou nížinou. Orlické hory, Žďárské vrchy a Železné hory přitom patří k chráněným krajinným oblastem kraje.

Svou rozlohou 4 518 km<sup>2</sup> (5,7 % rozlohy ČR) je pátým nejmenším krajem ČR. Z celkové výměry kraje připadá 60,5 % na zemědělskou půdu, přitom orná půda tvoří 44,3 %. Lesní pozemky pokrývají 29,5 % rozlohy kraje. Nejvyšším bodem kraje je Králický Sněžník (1 424 m n. m.), třetí nejvyšší místo České republiky. Nejnížší bod se nachází na hladině Labe u Kojic, při západní hranici kraje (202 m n. m.).

### 2.1.1 Správní rozdělení

Pardubický kraj složený ze čtyř okresů – Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí – měl k 31. 12. 2007 celkem 451 obcí (6. nejvyšší počet obcí mezi 14 kraji ČR) s 3. nejmenší průměrnou rozlohou katastru obce 10,0 km<sup>2</sup> a průměrným středním počtem 1 128 obyvatel (10. pořadí mezi 14 kraji ČR). Na principu partnerství obcí je založeno postupné formování mikroregionů na území Pardubického kraje – jedna z jeho silných stránek, která by měla přispět k jeho celkovému rozvoji. Krajskou metropoli Pardubice obývá 17,5 % obyvatel kraje.

**Obr. č. 3: Rozdělení Pardubického kraje na okresy**



Zdroj: [12]

### 2.1.2 Ekonomické údaje

Průměrný počet zaměstnanců za rok 2007 činil 134 909 fyzických osob. Průměrná hrubá měsíční mzda hodnoty 18 569 Kč – 85,6% úrovně průměrné hrubé měsíční mzdy celé ČR (3. nejnížší mzda po Karlovarském a Olomouckém kraji).

Míra nezaměstnanosti ke konci roku 2007 činila v kraji 5,43 % (6. místo mezi kraji ČR), nejvyšší je v okrese Svitavy (8,36 %). Počet registrovaných nezaměstnaných – 15 417 osob představuje 4,3 % nezaměstnaných ČR.

V Pardubickém kraji činil v roce 2007 hrubý domácí produkt (HDP) na 1 obyvatele v PPS (parita kupní síly) 69,1 % průměru EU. Na tvorbu HDP působí v kraji rozhodující měrou 5 odvětví, která představují 72,4 % hrubé přidané hodnoty (HPH) kraje: zpracovatelský průmysl, jehož podíl na HPH kraje v roce 2007 dosáhl 32,6 %, skupina doprava, skladování a spoje (11,6 %), obchod (10,5 %), činnosti v oblasti nemovitostí a pronájmu (10,4 %) a stavebnictví (7,3 % HPH kraje).<sup>[10]</sup>

### **2.1.3 Dopravní významnost**

Z hlediska dopravy je v Pardubickém kraji nejvíce využívaná síť silniční a železniční.

Na území kraje je 545 km železničních tratí a krajské město tvoří jeden z nejvýznamnějších železničních uzlů v republice. Je součástí mezinárodní železniční magistraly E040 (Paříž – Norimberk – Praha – Vídeň) a zároveň i E061 (Berlín – Praha – Brno – Vídeň). Na hlavní koridor jsou v Pardubicích napojeny celostátně významné trati ve směru na Liberec a přes Chrudim a Hlinsko na Havlíčkův Brod.

Současná silniční síť dosahuje celkové délky 3 581 km (z toho silnice I. třídy 445 km, II. třídy 914 km, III. třídy 2 222 km). Nejdůležitější silniční spojení představuje silnice č. I/37, směřující od severu přes Pardubice a Chrudim ke Ždírci nad Doubravou. Zásadní změnu v silniční dopravě Pardubického kraje by mělo do budoucna přinést dokončení stavby dálnice od stávajícího úseku Praha – Poděbrady dále na východ. Na připravenou dálnici severně od Pardubic by měla navázat rychlostní silnice R35, která bude tvořit páteřní komunikaci kraje.

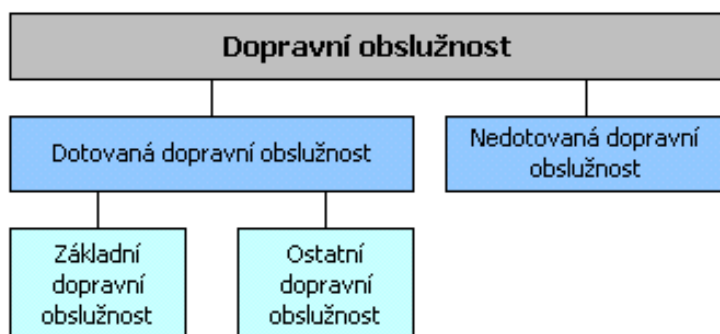
V letecké dopravě hraje rozhodující úlohu veřejné mezinárodní letiště v Pardubicích se smíšeným vojenským a civilním provozem. Mimo něj se v kraji nachází dalších 8 letišť.

K říční dopravě slouží v Pardubickém kraji pouze krátký splavný úsek řeky Labe. Nutnou podmínkou pro realizaci přístavní dopravně logistické zóny v Pardubicích je splavnění 23 km dlouhého úseku Pardubice – Chvaletice. Tak budou Pardubice přímo napojeny nejen na významný námořní přístav Hamburk, ale také na celou síť evropských vodních cest.

## 2.2 Dopravní obslužnost

Stát garantuje určitý rozsah dopravních služeb tak, aby obyvatelům zajistil přístup k základním právům jako je dostupnost základního vzdělání, zaměstnání, za základní zdravotnickou péči a do potřebných úřadů. Veřejná osobní doprava se řídí zákonem o silniční dopravě 111/1994 Sb. a doplňuje ho zákon 266/1994 o drahách, který upravuje železniční dopravu a drážní městskou dopravu.

Obr. č. 4: Rozdělení dopravní obslužnosti



Zdroj: [16]

**Základní dopravní obslužnost** území je doprava do škol, do úřadů, k soudům, do zdravotnických zařízení poskytujících základní zdravotní péči, včetně dopravy zpět. Rozsah podílu státu na jejím zajištění stanoví podle místních podmínek území příslušný dopravní úřad s přihlédnutím k zajištění základní dopravní obslužnosti veřejnou osobní dopravou.

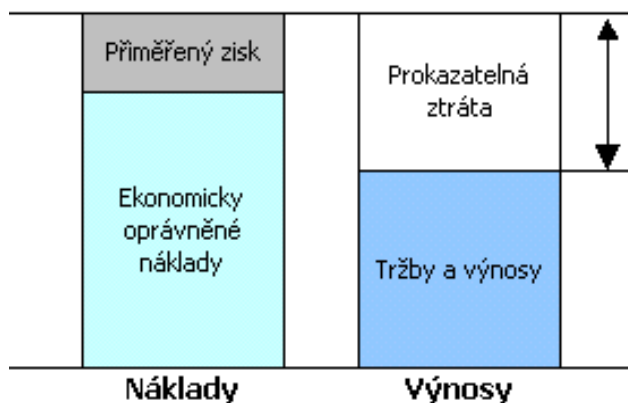
**Ostatní dopravní obslužností** se rozumí zbývající dopravní potřeby území. Ostatní dopravní obslužnost, pokud není zajištěna v rámci rozhodování o licenci nebo při schvalování jízdních řádů, zabezpečuje obec nebo svazek obcí smlouvou o závazcích veřejné služby.

Veřejná hromadná doprava je vzhledem k regulaci jízdného ekonomicky nevýhodnou činností a proto je zákonem definován tzv. závazek veřejné služby a prokazatelná ztráta.

**Závazek veřejné služby** je závazek dopravce, který přijal ve veřejném zájmu a který by jinak pro jeho ekonomickou nevýhodnost nepřijal nebo by jej přijal pouze zčásti. Závazek veřejné služby sjednává s dopravcem stát popř. samospráva a hradí dopravci prokazatelnou ztrátu vzniklou jeho plněním.

**Prokazatelná ztráta** je rozdíl mezi ekonomicky oprávněnými náklady vynaloženými dopravcem na splnění závazku veřejné služby včetně přiměřeného zisku vztahujícího se k těmto nákladům a tržbami a výnosy dosaženými dopravcem z tohoto závazku. <sup>[16]</sup>

**Obr. č. 5: Prokazatelná ztráta**



Zdroj: [16]

Veřejnou osobní dopravu musíme chápat v širším pohledu, do něhož musíme zahrnout všechny druhy veřejné osobní dopravy, tj. železniční dopravu, linkovou autobusovou dopravu i MHD. Plusem je propojení těchto systémů a vytvoření jednoho komplexního celku, integrovaného dopravního systému. Podívejme se teď blíže na dopravu na Pardubicku.

### 2.2.1 Železniční doprava

Železniční dopravu zajišťuje akciová společnost České dráhy, jejíž nabídka je silně ovlivněna finančními dotacemi na dopravní obslužnost v dané oblasti. Regionem Pardubice prochází nejdůležitější a nejvytíženější železniční trať republiky: Praha – Pardubice – Česká Třebová.

**Tab. č. 1: Přeprava cestujících po železnici v rámci regionu (tis. osob)**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Přeprava cestujících po železnici v rámci regionu</b>	*	5 522,0	5 516,0	5 781,9	6 070,0	5 781,0

Zdroj: [10]

### 2.2.2 Autobusová meziměstská doprava

V silniční osobní dopravě působí několik autobusových dopravců. Od padesátých let v Pardubickém kraji existuje společnost ČSAD Chrudim, kterou v roce 2001 koupila společnost Connex Transport a v září roku 2008 byla přejmenována na Veolia Transport

Východní Čechy a.s. Tato společnost kromě pravidelné autobusové dopravy provozuje v Pardubickém kraji i MHD v Chrudimi. Dalšími linkovým dopravci se sídlem na území kraje je ČSAD Ústí nad Orlicí, a.s. a CAR-TOUR spol. s r.o. Mimo nich regionem projíždí mnoho dalších přepravců, jejichž služeb můžeme využít, např.: Zlatovánek, spol. s r.o., BUS VYSOČINA, atd.

**Tab. č. 2: Přeprava cestujících ve veřejné autobusové dopravě (tis. osob)**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Přeprava cestujících ve veřejné autobusové dopravě v rámci regionu	19 830,7	17 739,9	17 847,3	14 540,5	18 698,4	19 064,3

Zdroj: [10]

Při počtu obyvatel 511 400 (k 31.12.2007), které v Pardubickém kraji žijí, je zřejmé, že není možnost zajistit pravidelnou veřejnou dopravu, která by byla schopna si na sebe vydělat a přitom být stále cenově dostupná pro všechny skupiny obyvatel. V podstatě každá taková doprava potřebuje částečné financování z veřejných zdrojů. Tyto dotace se rok od roku zvyšují, nepramení však už jen ze státního rozpočtu, ale jsou ve velké míře dotovány z rozpočtů územně správních celků a železniční doprava skrze Státní fond dopravní infrastruktury.

**Tab. č.: 3: Dotace do pravidelné veřejné přepravy osob (mil. Kč)**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Linková autobusová doprava (bez MHD)</b>						
Státní rozpočet	1 214	0	0	0	0	0
Rozpočty krajských (okresních) úřadů <sup>1)</sup>	848	2 785	2 964	3 691	3 545	3 816
Rozpočty obcí	429	336	319	640	554	253
<b>Celkem</b>	<b>2 491</b>	<b>3 121</b>	<b>3 283</b>	<b>4 331</b>	<b>4 099</b>	<b>4 069</b>
<b>Železniční osobní doprava</b>						
Státní rozpočet	7 021	5 021	4 825	2 620	2 542	3 491
Dotace z krajských (okresních) úřadů	0	2 247	2 247	4 546	4 792	4 529
<b>Celkem</b>	<b>7 021</b>	<b>7 268</b>	<b>7 072</b>	<b>7 166</b>	<b>7 334</b>	<b>8 020</b>
<b>Celkem dotace</b>	<b>9 512</b>	<b>10 389</b>	<b>10 355</b>	<b>11 497</b>	<b>11 433</b>	<b>12 089</b>

Zdroj: [9]

### 2.2.3 MHD

Dopravní podnik města Pardubic je akciovou společností, která zajišťuje základní i ostatní dopravní obslužnost ve městě Pardubice i v jeho blízkém okolí. Podnik se snaží nabízet stále kvalitnější služby pro cestující, ať už modernizací a nákupem nových vozidel, či

zavedením nového odbavovacího systému. DPMP v současnosti provozuje 11 trolejbusových linek a 16 autobusových.

**Tab. č. 4: Přeprava cestujících MHD podle trakcí (mil. osob)**

	2000	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Přeprava cestujících celkem</b>	<b>31,1</b>	<b>32,3</b>	<b>32,2</b>	<b>32,1</b>	<b>31,3</b>	<b>29,4</b>
<i>z toho v:</i>						
trolejbusy	11,0	13,3	13,3	12,9	11,4	11,9
autobusy	20,0	19,0	18,9	19,2	20,0	17,5

Zdroj: [9]

## 2.2.4 Integrovaný dopravní systém

Posláním integrovaného dopravního systému hromadné přepravy osob (IDS) v širších městských aglomeracích České republiky je vytvoření takového systému, který při daných ekonomických možnostech uspokojí přiměřeně optimálním způsobem přepravní potřeby obyvatel a návštěvníků daného regionu, tj. poskytne dostatečně kvalitní a cenově přístupnou nabídku potenciálním zákazníkům. Obecně to znamená použití společného jízdního dokladu (přestupních jízdenek) bez ohledu na konkrétního provozovatele dopravy a vzájemnou časovou i prostorovou koordinaci dopravních prostředků jednotlivých druhů dopravy participujících na IDS, tedy optimalizovat dopravní proces. Rozhodujícím kritériem by měla totiž být dostupnost cílů cest co nejefektivnějším způsobem. <sup>[2]</sup>

V rámci IDS je dobré zřídit právnickou osobu, která bude fungovat jako organizátor IDS. Po přechodnou dobu tuto činnost může vykonávat organizační složka státní správy, nicméně pokud existují více jak dva dopravci v rámci IDS je tato funkce pro koordinaci systému nezbytná. Organizátor tvoří jakýsi mezičlánek subjektů, které zajišťují dopravní obslužnost a na druhé straně krajských úřadů a obcí, které poptávají dopravu pro své občany. Mezi jeho činnosti však nepatří pouze organizační zajištění dopravy a projednávání s příslušnými orgány, ale také ekonomické zajištění této dopravy, sledování a optimalizace přepravních vztahů, vytváření konkurenčního prostředí mezi dopravci nebo výběr dopravců pomocí veřejné soutěže. Ve vztahu k dopravcům zejména definuje požadované přepravní výkony, zajišťuje dělbu práce, zajišťuje dispečerskou činnost a koordinuje jízdní řády. Na druhou stranu, ve vztahu k cestujícím, organizátor zajistí jednotný tarifní systém, informační systém, jízdní doklady a snaží se zkvalitňovat systém veřejné dopravy.

V Pardubickém kraji existuje od roku 2002 Východočeský dopravní integrovaný systém VYDIS, který spojuje následující dopravce:

- České dráhy, a.s.,
- Dopravní podnik města Pardubic, a.s.,
- Dopravní podnik města Hradce Králové, a.s.,
- ORLOBUS, a.s.

Dalším systémem v kraji od roku 2008 je IDS Pk, který spojuje následující dopravce:

- Veolia Transport Východní Čechy a.s.,
- České dráhy, a.s.,
- Dopravní podnik města Pardubic a.s.,
- ČSAD Ústí nad Orlicí a.s.,
- Zlatovánek, spol. s r.o.,
- ZDAR, a.s.,
- CAR – TOUR,
- František Pytlík - BUS Vysočina.

## **2.3 Průzkum současného stavu dojížděk a vyjížděk**

Hodnocení současného stavu vychází ze sekundárních údajů, z ročenek Ministerstva dopravy a z publikace Sčítání lidu, domů a bytů k 1.3. 2001.

Osoby *vyjíždějící do zaměstnání a škol* jsou osoby, které uvedly, že místo jejich pracoviště nebo školy bylo v jiném domě, (resp. v jiné obci nebo v jiném státu) než ve kterém měly trvalý (dlouhodobý) pobyt.

*Vyjíždějící mimo obec* jsou osoby, jejichž obec pracoviště, školy byla jiná než obec trvalého pobytu, případně jejichž místo pracoviště bylo v zahraničí.

*Čas strávený dojížděnkou* se týká každodenního dojíždění (docházení) do zaměstnání nebo školy. Údaj odpovídal celkové době, která uplyne od opuštění domova do registrace na pracovišti nebo vstupu do školy, tj. včetně pěší chůze na stanici a od stanice veřejné dopravy, čekání na příjezd, přestup, apod.

*Směrový proud vyjížděky* je definován jako vyjíždějící osoba/osoby z obce trvalého pobytu do obce pracoviště nebo z obce trvalého pobytu do jiného státu (při dojížděce do zahraničí).

### 2.3.1 Vyjížděka pracujících za prací a vyjížděka do škol a učilišť podle obcí

Z tabulky v příloze č. 2 vidíme souhrn obcí v okrese Pardubice a počty vyjíždějících občanů do zaměstnání a do škol. Denně průměrně vyjíždí 84 % občanů.

### 2.3.2 Vyjížděka pracujících podle času stráveného na cestě

V následující tabulce jsou uvedeny vyjížděky podle času stráveného na cestě v okresních městech Pardubického kraje. Nejdelsí průměrné vyjížděky za prací jsou v okrese Pardubice. Oproti předchozímu průzkumu z roku 2001 je jasný posun ke kratším vyjížděkám.

**Tab. č. 5: Denní vyjížděka za prací podle času stráveného na cestě**

Kraj, okres	1991					2001					průměrný čas strávený na cestě (v min.) <sup>1)</sup>
	denně vyjíždí za prací z obce bydliště	struktura (v %) podle času stráveného na cestě				denně vyjíždí za prací z obce bydliště	struktura (v %) podle času stráveného na cestě				
		do 14 minut	15 - 29 minut	30 - 59 minut	60 min. a více		do 14 minut	15 - 29 minut	30 - 59 minut	60 min. a více	
<b>Kraj celkem</b>	<b>87 093</b>	<b>5,6</b>	<b>21,5</b>	<b>51,2</b>	<b>21,7</b>	<b>80 561</b>	<b>17,8</b>	<b>40,5</b>	<b>34,8</b>	<b>6,6</b>	<b>32</b>
Chrudim	21 443	4,8	20,6	53,2	21,4	18 232	18,7	41,0	33,4	6,7	31
Pardubice	25 831	5,7	20,1	51,0	23,2	24 868	14,6	37,5	39,4	8,1	34
Svitavy	18 334	5,8	22,2	50,1	21,9	16 263	19,1	42,8	32,6	5,3	30
Ústí nad Orlicí	21 485	6,1	23,2	50,6	20,2	21 198	19,8	41,9	32,3	5,8	30

<sup>1)</sup> vážený průměr počítaný ze středů intervalů, tj. 7,5; 22,5; 45 a 85 minut

Zdroj: [10]

### 2.3.3 Struktura vyjížděky do zaměstnání podle prostorového typu vyjížděky

Z celkového počtu 87 093 vyjíždějících v Pardubickém kraji jich 12,3 % cestuje do jiných okresů kraje a 17,5 % do jiných krajů.

Tab. č. 6: Struktura vyjížděky do zaměstnání podle prostorového typu vyjížděky

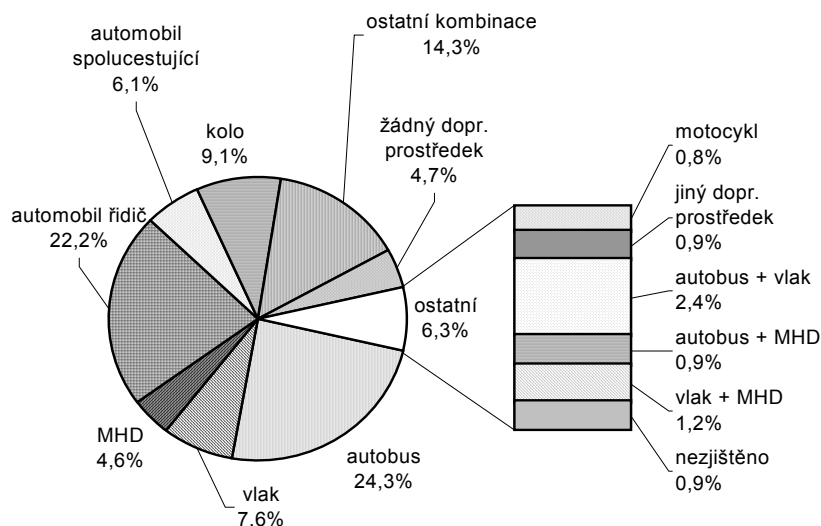
Kraj	Vyjíždějící celkem		Vyjíždějící z obce						z okresů celkem
	v obci	z obce	do zahraničí	v ČR	do jiných obcí okresu	do jiných okresů kraje	do jiných krajů	do jiných obcí kraje	
Hl.m.Praha	94,3	5,7	11,5	88,5	x	x	88,5	x	100,0
Středočeský	39,3	60,7	0,5	99,5	50,9	10,8	37,8	61,7	49,1
Jihočeský	54,5	45,5	2,4	97,6	71,3	14,9	11,3	86,3	28,7
Plzeňský	55,2	44,8	2,7	97,3	51,7	35,8	9,8	87,5	48,3
Karlovarský	56,1	43,9	2,5	97,5	72,4	13,2	12,0	85,5	27,6
Ústecký	56,3	43,7	1,0	99,0	69,4	14,4	15,1	83,9	30,6
Liberecký	59,5	40,5	1,0	99,0	66,0	14,1	18,9	80,1	34,0
Královéhradecký	55,3	44,7	0,8	99,2	72,0	12,3	14,9	84,2	28,0
Pardubický	52,1	47,9	0,7	99,3	69,5	12,3	17,5	81,8	30,5
Vysočina	53,5	46,5	0,9	99,1	71,4	7,4	20,2	78,9	28,6
Jihomoravský	56,6	43,4	1,7	98,3	52,4	35,8	10,1	88,2	47,6
Olomoucký	53,3	46,7	1,0	99,0	73,8	10,4	14,8	84,3	26,2
Zlínský	49,5	50,5	1,2	98,8	75,1	11,3	12,4	86,3	24,9
Moravskoslezský	57,9	42,1	1,3	98,7	56,3	32,4	10,1	88,6	43,7

Zdroj: [10]

### 2.3.4 Struktura podle použitého dopravního prostředku

Denně vyjíždějící občané využívají nejčastěji linkový autobus a individuální automobilovou dopravu. Další použité prostředky, včetně kombinací, jsou dobře čitelné z následujícího grafu.

Obr. č. 7: Vyjíždějící denně za prací podle použitého dopravního prostředku



Zdroj: [10]

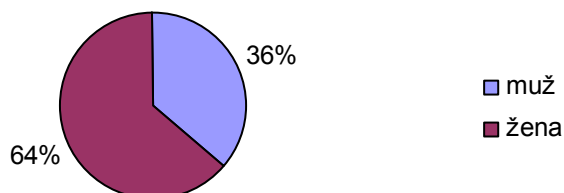
## 2.4 Zjištěné výsledky dotazování

Cílem marketingového průzkumu bylo zachycení stavu dopravní obslužnosti na Pardubicku pomocí názorů samotných cestujících a položit tak informativní základ pro případné návrhy na zlepšení. Průzkum byl proveden pomocí dotazníků, tato metoda je poměrně finančně nenáročná a rychlá. Pro důkladné prozkoumání situace dopravní obslužnosti v celém Pardubickém kraji by bylo třeba provést průzkum většího rozsahu, na úrovni marketingové společnosti. Pro toto dotazování byl vybrán pouze menší vzorek cestujících, není v možnostech této práce obsáhnout kompletní průzkum situace.

### 2.4.1 Rozdělení respondentů podle pohlaví

Tato otázka je víceméně druhořadá, má pouze informativní charakter, tzn. přibližuje nám, jaký vzorek se dotazování zúčastnil.

**Obr. č. 8: Rozdělení respondentů podle pohlaví**

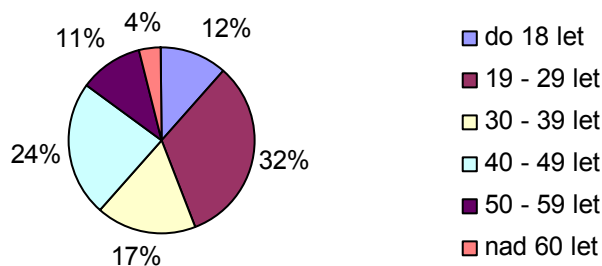


Zdroj: vlastní průzkum

### 2.4.2 Věkové složení cestujících

Následující graf znázorňuje věkové složení cestujících, kteří se průzkumu zúčastnili. Ačkoli byl vzorek dotazujících náhodný, přibližně odpovídá složení cestujících veřejnou osobní dopravou na Pardubicku.

**Obr. č. 9: Rozdělení respondentů podle věku**

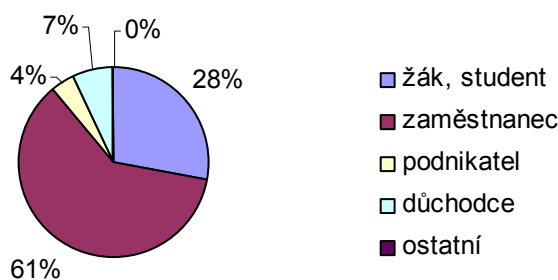


Zdroj: vlastní průzkum

### 2.4.3 Povolání

Graf znázorňuje jaký vzorek občanů se zúčastnilo průzkumu.

**Obr. č. 10: Rozdělení respondentů podle povolání**

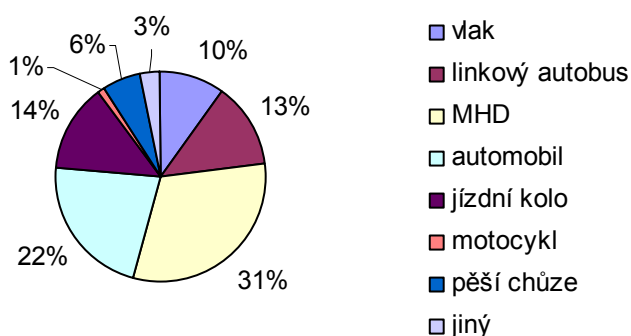


Zdroj: vlastní průzkum

### 2.4.4 Nejčastěji využívaný dopravní prostředek

Cestující za dosažením svého cíle nejčastěji využívají MHD. Na druhém místě upřednostňují automobil, jehož provoz je sice dražší než ostatní formy dopravy, nicméně z pohledu cestujících pohodlnější a rychlejší než ostatní varianty.

**Obr. č. 11: Nejčastěji využívané dopravní prostředky**

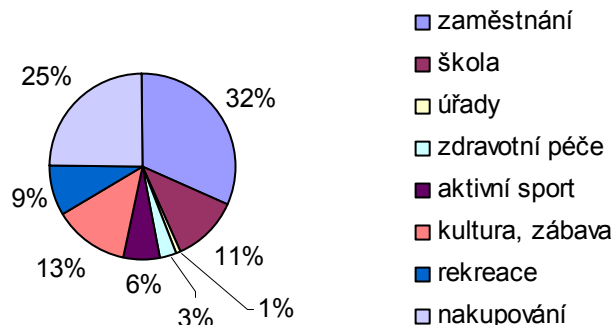


Zdroj: vlastní průzkum

#### 2.4.5 Nejčastější cíle cest

Z následujícího grafu vidíme, že nejčastěji občané cestují do zaměstnání, poté za nákupy, zábavou a kulturou.

**Obr. č. 12: Nejčastější cíle cest**

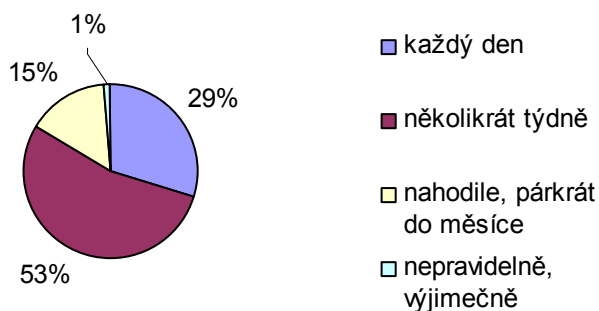


Zdroj: vlastní průzkum

#### 2.4.6 Četnost využívání veřejné dopravy

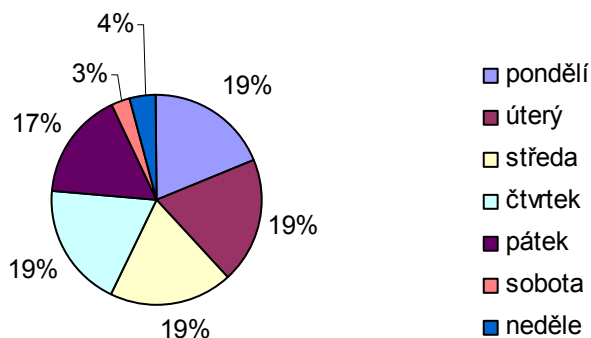
Jak vyplývá z následujících dvou grafů, je zřejmé, že většina cestujících využívá veřejné hromadné dopravy především přes týden. Je pravděpodobné, že častými cíli je doprava do zaměstnání či do škol. O víkendech pak zaznamenáváme velký pokles poptávky po dopravě.

**Obr. č. 13: Četnost využívání veřejné dopravy**



Zdroj: vlastní průzkum

**Obr. č. 14: Četnost využívání veřejné dopravy podle dní v týdnu**



Zdroj: vlastní průzkum

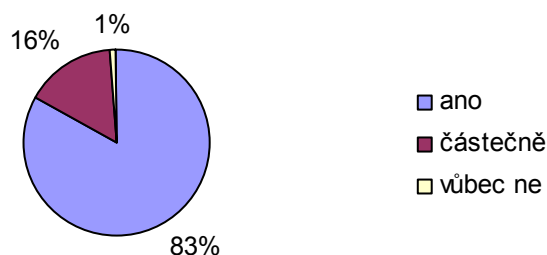
### 2.4.7 Nejfrekventovanější zastávky

Z provedeného průzkumu vyplývá, že mezi nejpoužívanější stanice patří Hlavní nádraží, Třída Míru, Masarykovo nádraží či Dubina centrum.

### 2.4.8 Trasa přepravy

Většina cestujících je s trasováním linek spokojená. Žádný z respondentů nevyužil možnosti vyjádřit, do kterých míst by mu spoje chyběly.

**Obr. č. 15: Spokojenost s trasováním spojů**

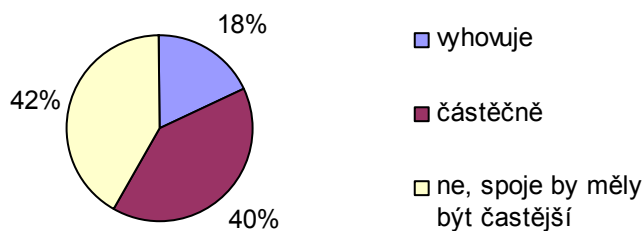


Zdroj: vlastní průzkum

### 2.4.9 Časové rozložení spojů

Dotazovaní cestující by si přáli zvýšení spojů především na hodně vytížených trasách především linek MHD (jako je např. linka 2, 3 nebo 13), kde se do vozidel kolikrát všichni cestující čekající na zastávkách nedostanou. Protipólem jsou pak linky zajíždějící do příměstských částí, kde není frekvence tak častá, tyto spoje jsou však málo využívané a tudíž ztrátové.

**Obr. č. 16: Spokojenost s četností spojů**

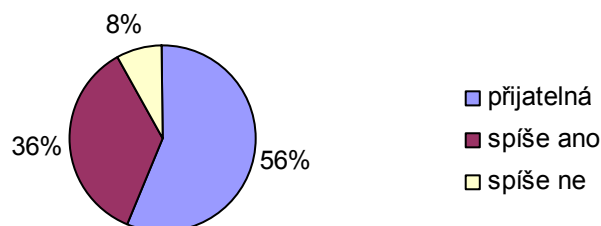


Zdroj: vlastní průzkum

### 2.4.10 Přijatelnost cen

Na otázku, zda se respondentům zdá cena za jízdné přijatelná, trochu překvapivě více jak polovina odpověděla, že ano. Z toho vyplývá, že zákazníci jsou spokojeni s nabízenými službami v poměru k ceně.

**Obr. č. 17: Spokojenost s výší ceny**

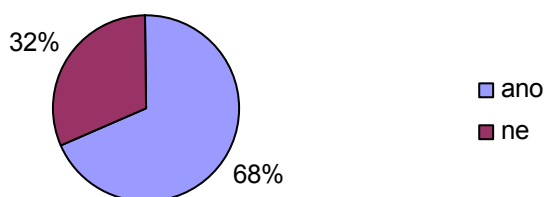


Zdroj: vlastní průzkum

#### **2.4.11 Využívání slev**

Z průzkumu vyplývá, že 68 % dotazovaných využívá nabízených výhod dopravců. Ve většině případů se jednalo o předplatné jízdné nebo elektronickou peněženku.

**Obr. č. 18: Využívání slev**

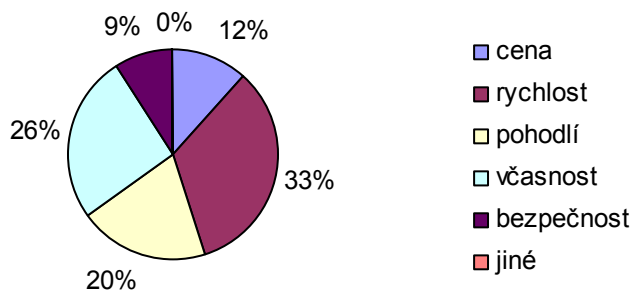


Zdroj: vlastní průzkum

#### **2.4.12 Faktory ovlivňující výběr dopravního prostředku**

Na otázku, který z faktorů cestující preferují při výběru dopravního prostředku, který použijí pro svou cestu, vidíme, že za nejdůležitější považují rychlost, která je následována včasností spojů. Překvapivým výsledkem může být umístění ceny jízdného v tomto žebříčku - z toho můžeme usuzovat, že pokud by se podařilo docílit rychlé veřejné dopravy bez zpoždění, ubylo by individuální automobilové dopravy.

**Obr. č. 19: Faktory ovlivňující výběr dopravního prostředku**



Zdroj: vlastní průzkum

## **3 Návrhy na vylepšení osobní dopravy na Pardubicku**

### **3.1 Jednotný systém veřejné dopravy**

Pro dosažení dobré koordinace dopravního systému je nutná spolupráce místních dopravců veřejné hromadné dopravy. Pro cestující veřejnost je zajímavější a přitažlivější doprava, pokud ho doveze přímo na jeho cílové místo, za přijatelnou cenu a s co nejmenšími časovými prodlevami. V duchu této myšlenky je proto záhodno vytvořit takový systém veřejné dopravy, který by splňoval požadavky cestující veřejnosti a uspokojil tak jejich potřeby. Pro menší obce stačí v tomto směru spolupráce s domluva tamějších dopravců, ve větších obcích je to otázkou kvalitního IDS. Je vhodné sestavit skupinu zástupců jednotlivých dopravců regionu a zaměřit se na kvalitu nabízených služeb, harmonizaci dopravní obslužnosti a konkurenceschopnost, a to zejména v příměstských oblastech, kde dochází k největšímu odlivu cestujících, kteří z důvodů časově nevhodného spojení volí jiný druh přepravy, nejčastěji osobní automobil, což má negativní vliv na vznik kongescí a na životní prostředí.

První náznaky IDS na Pardubicku jsou z roku 1996, kdy se domluvil DPmP a ČSAD – BUS Chrudim na spolupráci. Cestující, kteří vlastnili minimálně měsíční předplatnou jízdenku na MHD v Pardubicích, mohli využít vybrané zastávky směrem do města Pardubice, ze kterých mohli zdarma využít služeb společnosti ČSAD - BUS Chrudim.

Tato společnost se také snaží o spolupráci na návaznosti na spoje ČD v některých obcích okresu Pardubice, zejména pak přímo v krajském městě, v Holicích či Přelouči. Tato návaznost je však problematická především v Pardubicích, kde autobusové a vlakové nádraží dělí cca 500 metrů přes frekventovanou komunikaci. V době výstavby se na tuto skutečnost opomnělo, přitom v té době bylo volné prostranství na východ od vlakového nádraží, v místech, kde stojí Česká pošta. S obdobným problémem se potýkají i v Holicích, kde jsou nádraží od sebe necelých 700 metrů a též přecházejí přes frekventovanou křižovatku, navíc bez světelného zařízení.

### 3.1.1 Zřízení přestupních bodů

Pro kvalitní fungování IDS je vhodné sjednocení zastávek jednotlivých druhů dopravy. Ty by měly být pro jednoduchost jednotně značené a obsahovat srozumitelné informace o příjezdech a odjezdech dopravních prostředků. Inspirací může být informační systém pro MHD používaný v sousedním městě Hradec Králové, kde jsou zastávky vybaveny označníky s oboustrannou prosvětlenou vitrínou s digitálním zobrazením aktuálního času a nejbližších příjíždějících spojů.

Obr. č. 20: Označník s digitálním zobrazením spojů



Zdroj: [18]

Můžeme jít však ještě dále a zřít multimodální terminály, kde se setkává MHD s linkovou autobusovou dopravou a železniční dopravou. Takové přestupní body jsou do budoucna jedním z předpokladů kvalitní veřejné dopravy ve větších městech. Jak již je uvedeno výše, v Pardubicích jsou od sebe nádraží více vzdálena, což snižuje kvalitu cestování a IDS. Možným řešením by byla přestavba prostranství před Hlavním nádražím. V současné době jsou před nádražím umístěny zastávky MHD a v době železničních výluk slouží i pro nástup cestujících do náhradních autobusových spojů. Pokud se podíváme na níže umístěnou mapku místa, nalevo od nádraží je umístěno parkoviště, které není plně využíváno. Občané, kteří k nádraží přijedou vlastním automobilem a dále pokračují v cestě vlakem, zpravidla parkují na parkovišti hypermarketu Hypernova, které je nedaleko a je bezplatné. Proto by bylo možné toto parkoviště zmenšit pouze na úsek vyznačený na mapce modrým obdélníkem –

získáme tak 13 parkovacích míst, z toho 4 rozšířená místa pro invalidní občany. Červený obdélník pak vyznačuje místo, které by bylo možné použít pro výstavbu 3 nástupišť pro linkovou autobusovou dopravu.

**Obr. č. 21: Mapa Hlavního nádraží a okolí**



Zdroj: [13]

### **3.1.2 Společné podmínky**

Společné přepravní a tarifní podmínky usnadňují orientaci pro cestující. Zkvalitnění služeb docílíme zejména vzájemným uznáváním jízdních dokladů, případně společným jízdním dokladem. Může se jednat o papírovou jízdenku, případně o zavedení čipových karet. Takový systém je sice finančně náročný, nicméně je pohodlnější a jednodušší jak pro cestující, tak pro dopravce a samotné řidiče linkových autobusů.

V Pardubickém kraji by bylo vhodné sjednotit oba IDS, kde by hlavním dokladem byla čipová karta vydaná jakýmkoliv dopravcem v rámci IDS, kterou by uznávali všichni ostatní dopravci v systému. Umožnit zákazníkům od nastoupení až do výstupu použít jeden jízdní doklad bez ohledu na dopravce značně zvyšuje kvalitu cestování. V rámci IDS Pk vidíme, že sjednocení dokladů není jednoduchá záležitost. Když DPmP přistupoval v létě roku 2008 do IDS Pk, počítalo se, že Pardubickou kartou (čipová karta používaná pro MHD v Pardubicích) bude též možno platit u ostatních dopravců – ani třičtvrtě roku je poté je karta nefunkční.

## **3.2 Zvyšování atraktivity veřejné dopravy pro cestující**

### **3.2.1 IDS**

Vyšší atraktivnosti pro cestující docílíme zavedením kvalitní IDS. V praxi to především znamená sjednocení zastávek, přepravních a tarifních podmínek, koordinace jízdních řádů a uznávání jízdních dokladů. Inspirací může být Švýcarský model, kde IDS funguje téměř dokonale. Páteční dopravou je železnice, která maximálně v hodinovém taktu jezdí mezi pátou ranní a půlnocí. Přípojné vlaky na sebe navazují a v případě zpoždění, které však bývá maximálně pár minut, na sebe čekají. Na vlakové spoje navazují autobusové, které jezdí většinou také v hodinovém taktu a zastávky jsou vzdálené maximálně několik desítek metrů. Souběhy mezi jednotlivými druhy dopravy neexistují. Zajímavostí je využití žlutých poštovních autobusů, které jezdí v hodinovém taktu a kromě poštovních zásilek vozí i cestující. Jedná se opravdu o rychlou a dokonale fungující dopravu, která je postavena na dobré dělbě přepravní práce.

### **3.2.2 Informační systémy**

Kvalitní informační systém o jízdních řádech je potřeba jak na zastávkách, tak i přímo v dopravních prostředcích, zejména ve vozech MHD. Všechna vozidla by měla být označena vnějšími panely, které by měly uvádět konečné zastávky, případně i zastávky nácestné, u MHD také číslo linky. Tyto panely by měly být umístěny ze všech stran, měly by být dostatečně čitelné a osvětlené. Uvnitř dopravního prostředku je vhodný nejen tento informační panel, ale i verbální ohlašování stanic.

Na zastávkách by bylo vhodné nainstalovat informační zařízení, která by mohla zároveň i vyhledávat požadované spoje. Tato zařízení by byla vybavena dotykovou obrazovkou, stačilo by zadat cílovou zastávku, případně význačné místo v Pardubicích (úřady, společenská, kulturní nebo sportovní zařízení, atd.), a na obrazovce by se zobrazila nejvýhodnější trasa včetně časového údaje nejbližšího možného spojení.

Další možností je informační digitální tabule, na které by byly uvedeny časy odjezdů a trasy jednotlivých linek.

### 3.2.3 Kvalita cestování

Kvalitu dopravního podniku můžeme hodnotit ze tří základních hledisek:

- rychlost přepravy,
- bezpečnost přepravy,
- pravidelnost, četnost a přesnost přepravy.

Z pohledu zákazníků jsou však důležitá i další hlediska. Cestující vnímá komfort služeb, které mu dopravce nabízí. Tento proces začíná propagací dopravce, pokračuje příchodem na zastávku, respektive na nádraží, kde zákazník vnímá prostor, upravenost a dostupné služby. Na terminálech a nádražích je třeba vytvořit dostatečně pohodlné čekací prostory, kde cestující může vykonat základní potřeby, které mohou být vybaveny různými občůdky, občerstvením, informačními turistickými centry, bezdrátovým internetovým připojením, atd. V dnešní internetové době je právě poslední uvedený bod atraktivní. Cestující společnosti Veolia Transport Východní Čechy mohou od dubna letošního roku využít internetového připojení na třech linkách: linka 610 170 Hradec Králové-Pardubice-Humpolec-Pelhřimov-Jindř.Hradec-České Budějovice, linka 620 130 Hlinsko-Chrudim-Pardubice-Hradec Králové-Jičín-Turnov-Liberec a linka 610 100 Hradec Králové-Svitavy-Brno. Toto je dozajista krok kupředu a zatraktivnění používání linkové autobusové dopravy. Další možností zatraktivnění dopravy je i poskytování výhodnějších předplacených jízdných a různých slev.

Z provedeného marketingového průzkumu vidíme (viz str. 33), že cestující veřejnost za nejdůležitější faktor veřejné hromadné dopravy považují rychlost (30 %), která je následována včasností spojů (26 %). Možná překvapivým výsledkem může být umístění ceny jízdného (12 %) v tomto žebříčku - z toho můžeme usuzovat, že pokud by se podařilo docílit rychlé veřejné dopravy bez zpoždění, ubylo by individuální automobilové dopravy. Rychlost přepravy je ovlivňována především technickými parametry dopravních prostředků a dopravní cesty. Z toho vyplývá, že rychlost přepravy můžeme zvyšovat neustálou modernizací vozového parku. Další možností zrychlení dopravy je zavedení preference vozidel IDS.

### **3.2.4 Preference IDS**

Preference IDS je činnost, jejímž hlavním cílem je zvýšení rychlosti, plynulosti a tím i atraktivity hromadné osobní dopravy oproti individuální dopravě, zejména automobilové. Potřeba preference je důležitá především ve městech přetížených dopravou, kde dochází k častým kongescím.

V autobusové a trolejbusové dopravě je preference možná zřizováním vyhrazených jízdních pruhů nebo celých samostatných komunikací sloužících pouze hromadné osobní dopravě.

Hlavní podíl na zpoždění mívají především doby čekání na světelných křižovatkách. Tato zpoždění nelze ovlivnit technickými prostředky, můžeme je však eliminovat preferencí IDS. Pokud eliminujeme zpoždění, odrazí se nám to ve snížení celkové doby jízdy, zvýšení rychlosti, snížení počtu vozidel potřebných na lince, zkrátí se nám interval jízdy. Takto zvýšíme kvalitu přepravy a následně i spokojenost cestujících.

## **3.3 Alternativy veřejné dopravy**

Pro menší obce je finančně náročné dotovat veřejnou dopravu. Jedním z řešeních může být sdružení menších obcí a vytvoření obchodní společnosti s předmětem podnikání ve veřejné autobusové dopravě. Lze nasadit pouze nízkokapacitní vozy, které by měly funkci kyvadlové dopravy k železniční stanici v návaznosti na vlakové spoje.

Můžeme se inspirovat na Plzeňsku na železniční trati Pňovany – Bezručice, kde si v dopoledních a večerních hodinách můžete pro skupiny (cena odpovídá minimálně 40 jízdenkám) objednat VLAKOTAXI. Bez této služby by lokálka byla silně prodělečná a došlo by k jejímu uzavření.

Alternativou může být též RadioBUS, což je linková doprava nízkokapacitními autobusy, která jezdí podle jízdního řádu po určené trase, ale pouze v případě, že alespoň jeden cestující potvrdí použití spoje. Jedná se o efektivní a ekonomické řešení pro menší obce, ale i pro mikroregiony. Tento systém od roku 2003 úspěšně funguje v Rychnově nad Kněžnou, kde ji provozuje firma AUDIS BUS s.r.o. Kromě této služby provozuje RadioBUS Partner - rozvoz od večerních vlaků, svoz a rozvoz seniorů po nákupních centrech a přeprava dětí do a ze zájmových kroužků; RadioBUS Asistent pro přepravu handicapovaných dětí a RadioBUS Turista pro poznávání Orlických hor, včetně přepravy lyží nebo jízdních kol.

V Nizozemí je oblíbené TREINTAXI, která od roku 1990 zajišťuje spojení do vlakových stanic. Objednání musí proběhnout minimálně půl hodiny před jízdou a je možné pouze s platnou jízdenkou z vlaku. V současné době TREINTAXI zajíždí ke 111 železničním stanicím a za rok přepraví přes 3 miliony cestujících.

Ve Francii mají systém TAXITUB, který využívá telematiky k evidenci a svazování objednávek, aby bylo možné obsloužit cestující s minimálním počtem vozidel.

## **4 Vyhodnocení přínosu navrženého řešení**

### **4.1 Jednotný systém veřejné dopravy**

Pro zkvalitnění jednotného systému veřejné dopravy je třeba sjednotit oba systémy IDS, které v Pardubickém kraji existují. Jak vyplývá z průzkumu a z ohlasů cestujících veřejnosti, většina z nich neví, jak přesně tyto systémy fungují, jaký je rozsah služeb a co vše mohou využít. Sjednocení systémů by bylo finančně náročné, nicméně pokud by se sjednotili přepravní podmínky a dopravci by vzájemně uznávali jízdní doklady, cestování by se značně zkvalitnilo a zatraktivnilo.

Vytvoření multimodálního terminálu je náročné na projektování a na finanční rozpočet. Není možné v rozsahu této práce provést celý projekt. Stávající autobusové nádraží je vzdáleno zhruba 700m od vlakového, během pár let byla uzavřena polovina nástupišť, bylo by vhodné provést rekonstrukci. Rekonstrukce stávajícího nádraží by byla sice finančně méně zatěžující, nicméně přidaná hodnota pro cestující by nebyla tak vysoká, jako kdyby došlo k přemístění autobusového nádraží na prostranství k vlakovému nádraží. Investice by byla finančně náročná, ale získali bychom přestupní bod, kde se stýká železniční doprava, linková autobusová i MHD.

### **4.2 Informační systém**

Kvalitní informační systémy značně zvyšují kvalitu hromadné dopravy. Jejich používání je však značně náročné, především pak z hlediska finančního. Dopravci v Pardubickém kraji by se měli zaměřit zejména na dobře čitelné panely na dopravních prostředcích, které cestujícím podají stručné, ale podstatné informace o dané lince.

Sjednocení zastávek je možné pouze v příměstských částech Pardubic. Pokud to není možné, je vhodné zastávky jednotlivých druhů dopravců od sebe umístit maximálně do pár desítek metrů. Důležitá je informovanost cestujících – navržený systém označnicků s digitálním zobrazením následujících spojů je efektivní a zkvalitňuje přepravní službu. DPmP v roce 2007 nainstaloval před budovu Hlavního nádraží digitální tabuli se zobrazením

odjezdů následujících linek. V tom duchu by se mělo pokračovat, možností je rozšíření služeb tabule o údaje o zpoždění spojů, nebo přidání odjezdů linkových autobusů a vlaků.

**Obr. č. 22: Digitální tabule odjezdů MHD**



Zdroj: [13]

### **4.3 Preference IDS**

IDS v Pardubickém kraji spojuje železniční dopravu, linkovou autobusovou dopravu a MHD. Preference vozidel IDS by se týkala autobusů i trolejbusů a byla by možná vyhrazením jízdních pruhů nebo celých samostatných komunikací.

Taková opatření jsou v rámci Pardubic neproveditelná z důvodu již zavedených komunikací, které není možné rozšiřovat.

### **4.4 Kvalita cestování**

Spokojenost cestujících můžeme zvýšit, pokud navýšíme frekvenci spojů. Tato operace je však velice složitá, mělo by se s ní počítat při příštím sestavování jízdního řádu, zasluhuje si však hlubšího zkoumání. Bylo by nutné přesně zjistit přepravní toky na jednotlivých linkách v jednotlivých dnech a denních dobách. Pak následuje důležité rozhodnutí, zda je potřeba frekvenci spojů zvýšit. Musíme však zvážit, jestli tento krok nebude příliš ztrátový a pro podnik nevýhodný.

Podobný postup použijeme i v případě rozhodování o cenách za jízdné. Přestože se jednotlivé jízdné zvyšuje více, než by si zákazníci přáli, je třeba mít na vědomí fakt, že samotné tržby za jízdné nestačí k pokrytí nákladů a dopravci zajišťující dopravní obslužnost musí být dotovány ze státního rozpočtu, rozpočtu kraje i obcí.

Doprovci by měli rozhodně zkvalitnit Pardubická nádraží. Autobusové vypadá značně zchátrale, je těžká orientace mezi nástupišti, jízdní řády na označnicích jsou poškozené, chybí uzavřená čekárna s doplňkovými službami a přehledný informační systém pro odjezd spojů. Vlakové nádraží má dobrou vybavenost, ať už jde o prodej jízdenek, informační služby, občerstvení, prodej suvenýrů či internetovou kavárnu. České dráhy by se ale měly zaměřit na reprezentativní vzhled nádraží.

## **4.5 Alternativy veřejné dopravy**

V souladu se zásadami trvale udržitelného rozvoje by měla být upřednostňována veřejná osobní doprava. Doprava na regionálních linkách zaznamenává neustálý pokles cestujících, proto bylo třeba snižovat počty spojů. Tím ale dochází k nedostatečnému pokrytí dopravní obslužnosti regionu a je třeba hledat nové alternativy dopravy.

V Pardubickém regionu by bylo vhodné zavést systém RadioBUSU do obcí, kde jezdí málo spojů. Například do Dašic je o víkendu v sobotu nejde žádný spoj, v neděli dva páry spojů.

Pro tuto obec by bylo vhodným řešením zavedení systému TAXITUB, nebo méně finančně náročného TREINTAXI, které by rozvázeli cestující od vlakové stanice Kostěnice. Zajímavým řešením by bylo i v Pardubicích, kde v pozdních hodinách na příjíždějící vlakové spoje nenavazují linkové autobusy ani MHD. Jediným řešením pro zákazníky je pak finančně náročnější klasické taxi.

## Závěr

Silniční doprava zažívá neustálý rozmach, narůstající počet osobních automobilů vyplývá z větší prosperity a na jednu stranu nám dává pocit větší svobody, ale na stranu druhou v jeho důsledku dochází k neustálému navyšování kongescí v městských oblastech a k nepříznivému vlivu na životní prostředí i na člověka samotného. Musíme si uvědomit, že silniční automobilová doprava se rozšiřuje nad ekologicky i ekonomicky únosnou mez.

Doprava nás provází každá den, umožňuje jednu ze základních potřeb člověka – jeho vlastní přemístění nebo přemístění nákladu. Přesto se musíme pokusit dopravu usměrňovat, zvláště pak individuální automobilovou dopravu. Určitým řešením vytvoření atraktivního, dostupného a kvalitního systému veřejné osobní dopravy. Takovou hromadnou dopravou můžeme docílit zlepšení životního prostředí ve velkých městech, zvyšování mobility obyvatelstva a především omezování individuální automobilové dopravy. Podpora veřejné hromadné dopravy je hlavních cílem udržitelného rozvoje.

Z provedeného marketingového průzkumu vyplývá, že většina cestujících je spokojena s trasováním spojů i s jejich cenou. Četnost spojů přijde respondentům nedostačující. Při výběru dopravního prostředku dávají přednost MHD a osobnímu automobilu, nejčastěji jezdí do zaměstnání a za nákupy. Veřejnou osobní dopravu využívají především v pracovním týdnu, což souvisí s cílem cesty do zaměstnání či do škol. Většina z dotázaných využívá slev, především se jedná o časové předplacené jízdné. Při výběru dopravního prostředku respondenti označují nejčastěji faktory rychlost a včasnost. Z toho můžeme usuzovat, že pokud nabídneme dostatečně rychlou a spolehlivou dopravu bez zpoždění, cestující budou spokojenější a využijí veřejné dopravy ve větším rozsahu. Z průzkumu vyplývá, že cena pro respondenty není určující.

Zatraktivnění veřejné dopravy můžeme docílit zavedením kvalitně fungujícího IDS, která bude spojena multimodálními terminály, dopravci budou mít jednotný přepravní a řád, budou vzájemně uznávat jízdní doklady, případně jednotný tarifní řád. Veřejná doprava by měla být zkvalitněna pohodlnými nádražími a čekárnami, srozumitelným informačním systémem. K podpoře hromadné dopravy můžeme také přispět preferencí vozidel IDS nebo třeba omezením jízd do měst, případně zřízením záchytných parkovišť.

Preference IDS na Pardubicku by byla zřejmě neuskutečnitelná. Služby by bylo vhodné zkvalitnit modernějším informačním systémem, který by napomáhal orientaci

v dopravě pro všechny cestující. Zajímavá je myšlenka vybudování autobusového nádraží na prostranství před vlakovým nádražím, která by si žádala podrobnější rozbor.

Práce se zabývá analýzou současného stavu dopravní obslužnosti osobní dopravy na Pardubicku. V první části zachycuje teoretické poznatky marketingového průzkumu – jeho proces, metody, techniky a nástroje. V druhé kapitole je stručná charakteristika Pardubického kraje, dopravní obslužnosti na Pardubicku a analýza vyjížděk podle Ročenek Ministerstva dopravy a pramenů Českého statistického úřadu. Podstatnou část analýzy tvoří marketingový průzkum, který se stal podkladem pro následné návrhy na vylepšení.

Cílem práce bylo zmapovat současnou situaci a nastínit možné varianty, kterými by se mohla osobní doprava na Pardubicku ubírat. Tato otázka by si nicméně zasloužila větší pozornosti, není v možnostech této práce získat přesný plán pro optimalizaci a zkvalitnění dopravní obslužnosti. Pro důkladný marketingový průzkum by bylo třeba materiálně a finančně průzkum zajistit a provést ho na úrovni marketingových agentur.

## POUŽITÁ LITERATURA

- [1] CEMPÍREK, Václav; PIVOŇKA, Karel; ŠIROKÝ, Jaromír. *Základy technologie a řízení dopravy*. 3. přepracované vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2002. ISBN 80-7194-471-8
- [2] DRDLA, Pavel; VONKA, Jaroslav; BÍNA, Ladislav; Široký, Jaromír. *Osobní doprava*. 2. zkrácené vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004. ISBN 80-7194-630-3 43 s.
- [3] FORET, M; STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0385-8. 159 s.
- [4] KAMPF, Rudolf. *Dopravní obslužnost regionů: sborník přednášek*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 1999. ISBN 55-712-99.
- [5] KAMPF, Rudolf; PIVOŇKA, Karel. *Marketing v dopravě*. 1. vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 1994. ISBN 80-85113-82-1.
- [6] KOTLER, Philip. *Marketing management*. 3. doplněné vydání. Rychnov nad Kněžnou: Uniprint, 1997. ISBN 80-85605-08-2. 111 s.
- [7] MELICHAR, Vlastimil; JEŽEK, Jindřich. *Ekonomika dopravního podniku*. 3.přepracované vydání. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004. ISBN 80-7194-711-3.
- [8] PELTRÁM, Antonín; KOŘÍNKOVÁ, Květoslava. *Dopravní politika*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 1995. ISBN 55-709-95.

### Elektronické dokumenty

- [9] *Ročenka dopravy 2007* [online]. [cit. 2009-05-15]. Dostupný na WWW: <<http://www.mdcr.cz>>
- [10] *Charakteristika Pardubického kraje* [online]. [cit. 2009-03-30]. Dostupný na WWW: <<http://www.czso.cz/kraje/pa/cisla/charakt.htm>>
- [11] *Integrovaný dopravní systém Pardubického kraje* [online]. [cit. 2009-05-01]. Dostupný na WWW: <<http://idspk.pardubickykraj.cz/>>
- [12] *Mapy krajů* [online]. [cit. 2009-04-10]. Dostupný na WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:CoA\\_CZ\\_regions.png](http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:CoA_CZ_regions.png)>
- [13] *Mapa Pardubic* [online]. [cit. 2009-04-10]. Dostupný na WWW: <<http://amapy.atlas.cz/default.aspx?q=pardubice#x=-648690@y=-1061223@cs=1@sidx=11@pg=1@pl=@app=2@sbar=e>>
- [14] *Veolia Transport Východní Čechy* [online]. [cit. 2009-05-10]. Dostupný na WWW: <<http://www.veolia-transport.cz/>>
- [15] *Audis BUS* [online]. [cit. 2009-05-10]. Dostupný na WWW: <<http://www.audis.cz>>
- [16] *Dotace* [online]. [cit. 2009-05-10]. Dostupný na WWW: <<http://www.organizator.cz/vhd.htm>>
- [17] *České dráhy* [online]. [cit. 2009-05-10]. Dostupný na WWW: <<http://www.cd.cz>>
- [18] *Dopravní podnik města Pardubic*. [online]. [cit. 2009-05-10]. Dostupný na WWW: <<http://www.dpmp.cz>>

# SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1: Proces marketingového průzkumu .....	11
Obr. č. 2: Rozdělení krajů.....	17
Obr. č. 3: Rozdělení Pardubického kraje na okresy .....	18
Obr. č. 4: Rozdělení dopravní obslužnosti .....	20
Obr. č. 5: Prokazatelná ztráta.....	21
Obr. č. 7: Vyjíždějící denně za prací podle použitého dopravního prostředku .....	26
Obr. č. 8: Rozdělení respondentů podle pohlaví .....	27
Obr. č. 9: Rozdělení respondentů podle věku.....	28
Obr. č. 10: Rozdělení respondentů podle povolání .....	28
Obr. č. 11: Nejčastěji využívané dopravní prostředky .....	29
Obr. č. 12: Nejčastější cíle cest.....	29
Obr. č. 13: Četnost využívání veřejné dopravy .....	30
Obr. č. 14: Četnost využívání veřejné dopravy podle dní v týdnu .....	30
Obr. č. 15: Spokojenost s trasováním spojů .....	31
Obr. č. 16: Spokojenost s četností spojů.....	31
Obr. č. 17: Spokojenost s výší ceny .....	32
Obr. č. 18: Využívání slev .....	32
Obr. č. 19: Faktory ovlivňující výběr dopravního prostředku.....	33
Obr. č. 20: Označnick s digitálním zobrazením spojů .....	35
Obr. č. 21: Mapa Hlavního nádraží a okolí .....	36
Obr. č. 22: Digitální tabule odjezdů MHD .....	42

## SEZNAM TABULEK

Tab. č. 1: Přeprava cestujících po železnici v rámci regionu (tis. osob) .....	21
Tab. č. 2: Přeprava cestujících ve veřejné autobusové dopravě (tis. osob) .....	22
Tab. č. 4: Přeprava cestujících MHD podle trakcí (mil. osob) .....	23
Tab. č. 5: Denní vyjížďka za prací podle času stráveného na cestě .....	25
Tab. č. 6: Struktura vyjížďky do zaměstnání podle prostorového typu vyjížďky .....	26

## SEZNAM ZKRATEK

DpPmP.....	Dopravní podnik města Pardubice
IDS.....	Integrovaný dopravní systém
IDS Pk .....	Integrovaný dopravní systém Pardubického kraje
MHD.....	Městská hromadná doprava
PPS .....	Purchasing Parity Standard, Parita kupní síly
VYDIS .....	Východočeský integrovaný systém

# SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 .....Dotazník

Příloha č. 2 .....Vyjíždka pracujících za prací a vyjíždka do škol a učilišť

Příloha č. 3 .....Uspořádání zón VYDIS

Příloha č. 4 .....Ceník jízdného VYDIS

Příloha č. 5 .....Ceník IDS Pk



# Dotazník

## Zjišťování dopravní obslužnosti na Pardubicku

TENTO DOTAZNÍK SLOUŽÍ JAKO PODKLAD MARKETINGOVÉHO PRŮZKUMU PRO DIPLOMOVOU PRÁCI PŘI UNIVERZITĚ PARDUBICE. DOTAZNÍK JE ZCELA ANONYMNÍ. DĚKUJI ZA SPOLUPRÁCI.

### 1. Vaše bydliště:

.....

### 2. Pohlaví: žena

muž

### 3. Věk: .....

### 4. Jste: žák, student

zaměstnanec

podnikatel

důchodce

ostatní

### 5. Jaký dopravní prostředek používáte nejčastěji: (maximálně 2 odpovědi)

vlak

automobil

pěší chůze

linkový autobus

jízdní kolo

jiný:

MHD

motocykl

.....

### 6. Nejčastější cíl Vaší cesty: (maximálně 2 odpovědi)

zaměstnání

zdravotní péče

rekreace

škola

aktivní sport

nákupy

úřady

kultura, zábava

ostatní

### 7. Jak často využíváte veřejnou dopravu:

každý den

nahodile, párkrát do měsíce

několikrát týdně

nepravidelně, výjimečně

### 8. Které dny nejčastěji využíváte veřejnou dopravu: (libovolný počet odpovědí)

pondělí

čtvrtek

neděle

úterý

pátek

středa

sobota

**9. Které zastávky využíváte nejčastěji:**

.....

**10. Vyhovují Vám trasy přepravy:**

- ano  vůbec  
 částečně ne:.....

**11. Vyhovuje Vám časové rozložení spojů:**

- ano  částečně  ne, měly by být čtenější

**12. Zdá se Vám cena za jízdné přijatelná:**

- ano  spíše ano  spíše ne

**13. Využíváte nějakých slev:**

- ne  ano, jaké: .....

**14. Co preferujete při výběru dopravního prostředku: (maximálně 2 odpovědi)**

- cena  pohodlí  bezpečnost  
 rychlost  včasnost  jiné: .....

**15. Vaše připomínky a návrhy:**

.....  
.....

Zdroj: vlastní

## Vyjíždka pracujících za prací a vyjíždka do škol a učilišť podle obcí Příloha č. 2

	Pracující vyjíždějící z obce za prací		z toho denně					Žáci, studenti a učni vyjíždějící z obce do škol	
	celkem	v % z pracujících celkem	celkem	v % z vyjíždějících celkem	s dobou cesty			celkem	v % ze žáků, studentů a učňů
					do 29 minut	30 - 59 minut	60 minut a více		
<b>Správní obvod celkem</b>	<b>18 397</b>	<b>31,5</b>	<b>15 449</b>	<b>84,0</b>	<b>7 944</b>	<b>6 182</b>	<b>1 279</b>	<b>6 861</b>	<b>33,1</b>
v tom obce:									
Barchov	57	82,6	51	89,5	32	18	1	26	96,3
Bezděkov	105	85,4	94	89,5	59	27	8	39	100,0
Borek	66	71,0	59	89,4	26	30	3	33	86,8
Bukovina nad Labem	82	84,5	79	96,3	44	33	2	35	100,0
Bukovka	147	80,8	132	89,8	67	59	6	80	100,0
Časy	46	61,3	43	93,5	31	11	1	36	100,0
Čeperka	358	74,1	325	90,8	184	121	18	148	83,6
Čepí	144	80,0	132	91,7	83	47	2	78	98,7
Černá u Bohdanče	90	76,9	84	93,3	58	22	4	46	100,0
<b>Dašice</b>	<b>428</b>	<b>54,5</b>	<b>386</b>	<b>90,2</b>	<b>206</b>	<b>156</b>	<b>23</b>	<b>129</b>	<b>41,5</b>
Dolany	138	83,6	125	90,6	80	38	7	60	100,0
Dříteč	84	77,8	77	91,7	43	33	1	19	73,1
Dubany	79	81,4	69	87,3	38	26	5	22	100,0
Hostovice	69	65,7	64	92,8	43	17	4	41	100,0
Hrobice	70	76,1	67	95,7	49	13	5	30	90,9
Choteč	101	74,8	97	96,0	63	31	3	52	92,9
Chýst'	57	57,0	50	87,7	25	23	2	38	100,0
Jezbořice	82	62,6	76	92,7	45	30	1	46	93,9
Kasalice	69	77,5	61	88,4	27	27	6	37	100,0
Kostěnice	153	65,9	144	94,1	102	40	2	94	100,0
Kříčeň	87	73,1	82	94,3	37	43	1	39	100,0
Kunětice	90	79,6	84	93,3	46	36	2	49	100,0
Lány u Dašic	39	66,1	36	92,3	25	10	1	27	93,1
<b>Lázně Bohdaneč</b>	<b>1 007</b>	<b>67,4</b>	<b>912</b>	<b>90,6</b>	<b>558</b>	<b>296</b>	<b>57</b>	<b>274</b>	<b>46,8</b>
Libišany	172	83,5	161	93,6	107	53	1	44	89,8
Malé Výkleky	36	75,0	34	94,4	19	11	4	23	100,0
Mikulovice	290	76,9	271	93,4	172	92	6	100	71,9
Moravany	540	68,4	484	89,6	209	221	52	143	52,0
Němčice	54	85,7	43	79,6	20	20	3	23	100,0
Neratov	32	72,7	32	100,0	11	16	4	7	100,0
Opatovice nad Labem	687	63,4	615	89,5	331	257	27	176	43,3
Ostřešany	302	74,2	275	91,1	141	131	3	118	75,6
<b>Pardubice</b>	<b>8 248</b>	<b>18,7</b>	<b>6 244</b>	<b>75,7</b>	<b>2 683</b>	<b>2 687</b>	<b>852</b>	<b>3 238</b>	<b>20,9</b>
Plich	27	79,4	22	81,5	12	8	2	11	100,0
Podůšany	70	92,1	62	88,6	31	31	-	25	100,0
Pravy	26	72,2	18	69,2	10	6	2	13	92,9
Ráby	189	76,8	170	89,9	106	61	3	70	93,3
Rohovládova Bělá	126	64,0	115	91,3	71	42	1	28	35,4
Rohoznice	96	73,8	90	93,8	34	53	3	34	100,0
Rokytno	222	63,6	201	90,5	101	86	13	91	67,9
Rybitví	396	68,2	355	89,6	256	90	8	95	47,7
<b>Sezemice</b>	<b>1 002</b>	<b>70,4</b>	<b>891</b>	<b>88,9</b>	<b>490</b>	<b>353</b>	<b>47</b>	<b>215</b>	<b>44,6</b>
Slepotice	152	82,2	142	93,4	73	60	8	71	97,3
Spojil	72	66,1	61	84,7	37	23	1	37	84,1
Srch	355	78,0	319	89,9	197	111	11	133	83,6
Srnjedy	97	68,8	90	92,8	49	35	3	36	92,3
Staré Hradiště	407	67,1	372	91,4	233	125	14	190	96,0
Staré Jesenčany	86	80,4	77	89,5	42	33	2	32	97,0
Staré Ždánice	210	75,3	192	91,4	94	88	9	76	73,8
Starý Mateřov	113	77,4	96	85,0	59	36	1	39	97,5

	Pracující vyjíždějící z obce za prací		z toho denně					Žáci, studenti a učni vyjíždějící z obce do škol	
	celkem	v % z pracujících celkem	celkem	v % z vyjíždějících celkem	s dobou cesty			celkem	v % ze žáků, studentů a učňů
					do 29 minut	30 - 59 minut	60 minut a více		
Stěblová	60	83,3	54	90,0	35	18	1	37	94,9
Třebosice	37	58,7	37	100,0	23	14	-	32	80,0
Úhřetická Lhota	82	90,1	78	95,1	57	19	2	38	95,0
Újezd u Sezemic	41	78,8	37	90,2	15	18	4	17	100,0
Vičí Habřina	104	73,2	95	91,3	40	45	9	48	98,0
Voleč	102	67,1	93	91,2	50	40	3	39	95,1
Živanice	316	80,0	294	93,0	165	112	15	104	72,7

Zdroj: [10]

## Uspořádání zón VYDIS



Zdroj: [17]

## Ceník jízdného VYDIS

### 1. Předplatní jízdenky VYDIS jednodenní:

zóny	občanská - O	zlevněná - D děti 6 - 15 let	zlevněná - D důchodci	zlevněná - S žáci a studenti 15 - 26 let
1-2-3	<b>114 Kč</b>	<b>58 Kč</b>	<b>58 Kč</b>	<b>97 Kč</b>

### 2. Časové jízdenky VYDIS sedmidenní a třicetidenní:

zóny	sedmidenní			třicetidenní		
	občanská - O	zlevněná žáci do 15 let	zlevněná žáci a studenti 15 - 26 let	občanská	zlevněná žáci do 15 let	zlevněná žáci a studenti 15 - 26 let
1 - 2 - 3	485 Kč	231 Kč	292 Kč	1505 Kč	744 Kč	988 Kč
1 - 3	350 Kč	166 Kč	222 Kč	1105 Kč	564 Kč	788 Kč
2 - 3	345 Kč	161 Kč	222 Kč	1135 Kč	564 Kč	808 Kč
1 - 4	314 Kč	150 Kč	190 Kč	979 Kč	500 Kč	660 Kč
2 - 5	471 Kč	217 Kč	310 Kč	1576 Kč	788 Kč	1160 Kč
2 - 6	267 Kč	121 Kč	166 Kč	862 Kč	404 Kč	584 Kč
1 - 7	404 Kč	190 Kč	262 Kč	1294 Kč	660 Kč	948 Kč
1 - 8	260 Kč	126 Kč	158 Kč	790 Kč	404 Kč	532 Kč
2 - 9	423 Kč	193 Kč	278 Kč	1408 Kč	692 Kč	1032 Kč
1 - 4 - 30	398 Kč	182 Kč	253 Kč	1219 Kč	590 Kč	840 Kč
4 - 30	258 Kč	112 Kč	183 Kč	849 Kč	410 Kč	660 Kč
10 - 30	180 Kč	72 Kč	127 Kč	576 Kč	250 Kč	436 Kč
1 - 11	284 Kč	134 Kč	174 Kč	874 Kč	436 Kč	596 Kč
1 - 12	344 Kč	158 Kč	214 Kč	1084 Kč	532 Kč	756 Kč
1 - 13	284 Kč	134 Kč	174 Kč	874 Kč	436 Kč	596 Kč
1 - 14	392 Kč	182 Kč	254 Kč	1252Kč	628 Kč	916 Kč
1 - 15	470 Kč	222 Kč	310 Kč	1525 Kč	788 Kč	1140 Kč
1 - 16	290 Kč	134 Kč	174 Kč	895 Kč	436 Kč	596 Kč
2 - 17	279 Kč	129 Kč	174 Kč	904 Kč	436 Kč	616 Kč
2 - 18	369 Kč	169 Kč	238 Kč	1219 Kč	596 Kč	872 Kč
2 - 19	285 Kč	129 Kč	174 Kč	925 Kč	436 Kč	616 Kč
2 - 20	357 Kč	161 Kč	230 Kč	1177 Kč	564 Kč	840 Kč

Zdroj: [17]

## Ceník IDS Pk

Počet zón	Platba čipovou kartou jednotlivá jízda (možnost přestupu)						Platba v hotovosti jednotlivá jízda					
	Obyčejné	75% obyčejného	50% obyčejného	37,5% obyčejného	25% obyčejného	zavazadlo	Obyčejné	75% obyčejného	50% obyčejného	37,5% obyčejného	25% obyčejného	zavazadlo
	Kč	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	Kč	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)
1	8,0	6,0	4,0	3,0	2,0	4,0	10,0	7,0	5,0	3,0	2,0	5,0
2	14,0	10,5	7,0	5,3	3,5	10,0	16,0	12,0	8,0	6,0	4,0	10,0
3	20,0	15,0	10,0	7,5	5,0	10,0	22,0	16,0	11,0	8,0	5,0	10,0
4	26,0	19,5	13,0	9,8	6,5	10,0	28,0	21,0	14,0	10,0	7,0	10,0
5	32,0	24,0	16,0	12,0	8,0	10,0	34,0	25,0	17,0	12,0	8,0	10,0
6	38,0	28,5	19,0	14,3	9,5	10,0	40,0	30,0	20,0	15,0	10,0	10,0
7	44,0	33,0	22,0	16,5	11,0	10,0	46,0	34,0	23,0	17,0	11,0	10,0
8	50,0	37,5	25,0	18,8	12,5	10,0	52,0	39,0	26,0	19,0	13,0	10,0
9	56,0	42,0	28,0	21,0	14,0	10,0	58,0	43,0	29,0	21,0	14,0	10,0
10	62,0	46,5	31,0	23,3	15,5	10,0	64,0	48,0	32,0	24,0	16,0	10,0
11	68,0	51,0	34,0	25,5	17,0	10,0	70,0	52,0	35,0	26,0	17,0	10,0
12	74,0	55,5	37,0	27,8	18,5	10,0	76,0	57,0	38,0	28,0	19,0	10,0
13	80,0	60,0	40,0	30,0	20,0	10,0	82,0	61,0	41,0	30,0	20,0	10,0
14	86,0	64,5	43,0	32,3	21,5	10,0	88,0	66,0	44,0	33,0	22,0	10,0
15	92,0	69,0	46,0	34,5	23,0	10,0	94,0	70,0	47,0	35,0	23,0	10,0
16	98,0	73,5	49,0	36,8	24,5	10,0	100,0	75,0	50,0	37,0	25,0	10,0
17	104,0	78,0	52,0	39,0	26,0	10,0	106,0	79,0	53,0	39,0	26,0	10,0
18	110,0	82,5	55,0	41,3	27,5	10,0	112,0	84,0	56,0	42,0	28,0	10,0
19	116,0	87,0	58,0	43,5	29,0	10,0	118,0	88,0	59,0	44,0	29,0	10,0
20	122,0	91,5	61,0	45,8	30,5	10,0	124,0	93,0	62,0	46,0	31,0	10,0
21	128,0	96,0	64,0	48,0	32,0	10,0	130,0	97,0	65,0	48,0	32,0	10,0
22	134,0	100,5	67,0	50,3	33,5	10,0	136,0	102,0	68,0	51,0	34,0	10,0
23	140,0	105,0	70,0	52,5	35,0	10,0	142,0	106,0	71,0	53,0	35,0	10,0
24	146,0	109,5	73,0	54,8	36,5	10,0	148,0	111,0	74,0	55,0	37,0	10,0

Počet zón	7 denní jízdné				30 denní jízdné				90 denní jízdné			
	Obyčejné	75% obyčejného	50% obyčejného	37,5% obyčejného	Obyčejné	75% obyčejného	50% obyčejného	37,5% obyčejného	Obyčejné	75% obyčejného	50% obyčejného	37,5% obyčejného
	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)	(Kč)
1	80	60	40	30	230	173	115	86	630	473	315	236
2	120	90	60	45	370	278	185	139	1 000	750	500	375
3	180	135	90	68	580	435	290	218	1 500	1 125	750	563
4	240	180	120	90	760	570	380	285	2 000	1 500	1 000	750
5	300	225	150	113	940	705	470	353	2 500	1 875	1 250	938
6	360	270	180	135	1 120	840	560	420	3 000	2 250	1 500	1 125
7	420	315	210	158	1 300	975	650	488	3 500	2 625	1 750	1 313
8	480	360	240	180	1 480	1 110	740	555	4 000	3 000	2 000	1 500
9	540	405	270	203	1 660	1 245	830	623	4 500	3 375	2 250	1 688
10	600	450	300	225	1 840	1 380	920	690	5 000	3 750	2 500	1 875
11	660	495	330	248	2 020	1 515	1 010	758	5 500	4 125	2 750	2 063
12	720	540	360	270	2 200	1 650	1 100	825	6 000	4 500	3 000	2 250
13	780	585	390	293	2 380	1 785	1 190	893	6 500	4 875	3 250	2 438
14	840	630	420	315	2 560	1 920	1 280	960	7 000	5 250	3 500	2 625
15	900	675	450	338	2 740	2 055	1 370	1 028	7 500	5 625	3 750	2 813
16	960	720	480	360	2 920	2 190	1 460	1 095	8 000	6 000	4 000	3 000
17	1 020	765	510	383	3 100	2 325	1 550	1 163	8 500	6 375	4 250	3 188
18	1 080	810	540	405	3 280	2 460	1 640	1 230	9 000	6 750	4 500	3 375
19	1 140	855	570	428	3 460	2 595	1 730	1 298	9 500	7 125	4 750	3 563
20	1 200	900	600	450	3 640	2 730	1 820	1 365	10 000	7 500	5 000	3 750
21	1 260	945	630	473	3 820	2 865	1 910	1 433	10 500	7 875	5 250	3 938
22	1 320	990	660	495	4 000	3 000	2 000	1 500	11 000	8 250	5 500	4 125
23	1 380	1 035	690	518	4 180	3 135	2 090	1 568	11 500	8 625	5 750	4 313
24	1 440	1 080	720	540	4 360	3 270	2 180	1 635	12 000	9 000	6 000	4 500

Zdroj: [13]