

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova

Studijní program: N6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku

Řízení dopravních služeb

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:

doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autor:

Bc. Jiří Gottvald

2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jiří GOTTVALD**
Osobní číslo: **E11782**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Řízení a ekonomika podniku**
Název tématu: **Řízení dopravních služeb**
Zadávací katedra: **Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova**

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

Cíl práce:

Cílem práce bude návrh optimálního řešení pro provoz a řízení služeb městské hromadné dopravy v Českých Budějovicích.

Metodika práce:

Diplomová práce je zaměřena na analýzu dopravních služeb nabízených v rámci městské hromadné dopravy v Českých Budějovicích. Komparována bude aktuální nabídka služeb městské hromadné dopravy ve velkých městech v České republice s nabídkou Dopravního podniku města České Budějovice, analytické metody budou použity na zjištění komponent tvorby hodnoty pro zákazníky. Analyzovány budou dále podmínky makroprostředí pro provoz služeb hromadné dopravy v Českých Budějovicích. Výstupem analýz bude nalezení optimální varianty pro zabezpečení dopravní obslužnosti jak v rámci hromadné osobní dopravy v Českých Budějovicích. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **50 - 70 stran, dle možností**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**
Seznam odborné literatury:

HESKETT, J., SASSER, E., HART, L. Služby - cesta k úspěchu. Victoria Publishing, Praha 1994. 273 s. ISBN: 80-85605-36-8.
JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing služeb. 1.vyd. Grada Publishing, Praha 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.
PARMOVÁ, D. Řízení služeb: přednášky. 1.vyd. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, České Budějovice 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.
PAYNE, A. Marketing služeb. 1.vyd. Grada Publishing, Praha 1996. 248 s., ISBN 80-7169-276-X.
SPÁČIL, A. Péče o zákazníky: co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti. 1.vyd. Grada Publishing, Praha 2003. 116s., ISBN 80-247-0514-1.
STORBACKA, K., LEHTINEN, J. Řízení vztahů se zákazníky. 1.vyd. Grada Publishing, Praha 2002. 168 s., ISBN 80-7169-813-X.
TOMEK, G., VÁVROVÁ, V. Marketing management. ČVUT, Praha 1999. 406 s. ISBN 80-01-01904-7.
ŠTŮSTEK, J. Řízení provozu v logistických řetězcích. C.H. Beck, Praha 2007. ISBN 978-80-7179-534-6.
Kotler, P., Keller, L. Marketing Management. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.

Internetové zdroje:

www.mdcr.cz

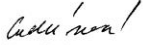
Jiné zdroje:

Moderní řízení - odborné publikace

Vedoucí diplomové práce: **Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra strukturální politiky EU a rozvoje venkova
Datum zadání diplomové práce: **10. února 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2013**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

L.S.


doc. Ing. Eva Cudlinová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 10. února 2012

Prohlašuji, že jsem svoji diplomovou práci vypracoval samostatně, pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce.

Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 31. srpna 2013

.....

Bc. Jiří Gottvald

Poděkování

Rád bych na tomto místě poděkoval všem, kteří mi pomáhali a byli mi oporou při vzniku této práce. Můj dík patří především doc. Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové za její vstřícnost, ochotu a odborné vedení při zpracovávání diplomové práce. Poděkování patří také vedení Dopravního podniku města České Budějovice, za poskytnuté informace a výbornou spolupráci.

Obsah

| | |
|---|----|
| 1 Úvod..... | 4 |
| 2 Cíle a metodika práce..... | 6 |
| 3 Literární rešerše..... | 10 |
| 3. 1 Sféra služeb..... | 10 |
| 3. 2 Definice služeb..... | 12 |
| 3. 3 Charakteristika služeb..... | 13 |
| 3. 4 Mix služeb..... | 15 |
| 3. 5 Dělení služeb..... | 16 |
| 3. 6 Hodnota služeb..... | 19 |
| 3. 7 Ceny služeb..... | 21 |
| 3. 8 Dopravní služby..... | 25 |
| 3. 9 Statistiky silniční dopravy v České republice..... | 28 |
| 4 Analytická část..... | 31 |
| 4. 1 Historie..... | 31 |
| 4. 2 Současný stav MHD v Českých Budějovicích..... | 37 |
| 4. 3 Doprava na pravidelných linkách..... | 39 |
| 4. 4 Páteřní linky..... | 39 |
| 4. 4. 1 Linka č. 1..... | 39 |
| 4. 4. 2 Linka č. 2..... | 40 |
| 4. 4. 3 Linka č. 3..... | 41 |
| 4. 4. 4 Linka číslo 5..... | 45 |
| 4. 4. 5 Linka číslo 9..... | 46 |
| 4. 4. 6 Linka číslo 11..... | 46 |
| 4. 5 Městské a příměstské linky..... | 47 |
| 4. 5. 1 Linka číslo 6..... | 48 |
| 4. 5. 2 Linka číslo 7..... | 48 |
| 4. 5. 3 Linka číslo 8..... | 48 |
| 4. 5. 4 Linka číslo 10..... | 48 |

| | |
|--|-----|
| 4. 5. 5 Linka číslo 12 | 48 |
| 4. 5. 6 Linka číslo 13 | 49 |
| 4. 5. 7 Linka č. 14..... | 49 |
| 4. 5. 8 Linka č. 15..... | 49 |
| 4. 5. 9 Linka č. 18..... | 50 |
| 4. 5. 10 Linka č. 21..... | 50 |
| 4. 6 Noční linky | 50 |
| 4. 6. 1 Linka č. 53..... | 51 |
| 4. 6. 2 Linka č. 59..... | 51 |
| 4. 7 Cena jízdného..... | 52 |
| 4. 7. 1 Jednorázové jízdenky | 52 |
| 4. 7. 2 Časové předplatní jízdenky | 54 |
| 4. 7. 3 SMS jízdenky | 56 |
| 4. 7. 4 Bezplatná přeprava..... | 59 |
| 4. 8 Doprovodné služby poskytované DPmČB..... | 61 |
| 4. 8. 1 Parkovací služba | 61 |
| 4. 8. 2 Služby poskytované motoristům | 62 |
| 4. 8. 3 Reklamní služby..... | 62 |
| 4. 8. 4 Ostatní služby | 63 |
| 4. 9 Finanční ukazatele DPmČB..... | 64 |
| 4. 10 Investiční činnost a cizí kapitál | 68 |
| 5 Dotazníkové šetření..... | 70 |
| 6 SWOT analýza..... | 94 |
| 6. 1 Silné stránky | 94 |
| 6. 2 Slabé stránky..... | 95 |
| 6. 3 Příležitosti..... | 95 |
| 6. 4 Hrozby..... | 96 |
| 7 Návrhová část..... | 101 |
| 7. 1 Oblasti, které by měly zůstat po určitou dobu neměnné | 101 |
| 7. 1. 1 Cena jízdného | 101 |
| 7. 1. 2 Tarif jízdného a tarifní zóny | 102 |

| | |
|---|-----|
| 7. 1. 3 Označení linek a jednotlivé trasy spojů | 102 |
| 7. 2 Pozměňovací návrhy | 103 |
| 7. 2. 1 Nákup a zavedení provozu minibusů | 103 |
| 7. 2. 2 Pozměnění trasy nočních linek | 104 |
| 7. 2. 3 Větší důraz na marketingovou komunikaci s cestujícími | 104 |
| 7. 2. 4 Vybavení zastávek | 106 |
| 7. 2. 5 Zvýšení přesnosti digitálních označků..... | 106 |
| 7. 2. 6 Zavedení kontrol pro správnost poskytování služby | 107 |
| 7. 2. 7 Přestupy mezi jednotlivými spoji..... | 107 |
| 7. 2. 8 Pozměnění ceny SMS jízdenky | 108 |
| 7. 2. 9 Zásahy do legislativy a infrastruktury města | 109 |
| 8 Závěr..... | 110 |
| 9 Summary and keywords | 113 |
| Seznam použité literatury | 115 |
| Seznam obrázků..... | 120 |
| Seznam tabulek..... | 121 |
| Seznam grafů..... | 122 |
| Seznam příloh..... | 123 |

1 Úvod

Lidé vždy hledali možnosti, jak co nejeftivněji překonávat dlouhé i kratší vzdálenosti. Původním motivem cestování bylo především přesouvání se za lepšími klimatickými podmínkami, později pak také transport surovin a jiného zboží mezi jednotlivými osídlenými oblastmi. Za tímto účelem lidé začali využívat tažná zvířata, později pak také lodě a různé typy tažných vozidel. Tento vývoj vyeskaloval vznikem hromadné dopravy v městských aglomeracích.

Za první pokus o městskou hromadnou dopravu lze označit tzv. omnibus, který vznikl v Paříži již v roce 1662. Byl to historicky první dopravní prostředek s rysy veřejné dopravy – byl určen pro osm cestujících a zastavoval na vymezených místech v pravidelných časových intervalech.

První omnibus nebyl příliš úspěšný, a proto se další pokusy o veřejnou dopravu objevují až v první polovině 18. století. V tuto dobu vznikají tehdy nazývané omnibusy v několika větších městech Evropy, konkrétně například v Londýně, Bruselu či Paříži. Tyto přímí předchůdci dnešních vozidel již byly (zásluhou vynálezu parního stroje) poháněny párou, a dokázali vyvinout rychlost okolo 50 km za hod.

Vynálezu parního stroje v roce 1765 a následné probíhající průmyslové revoluci, lze přikládat velký význam právě také z hlediska veřejné dopravy. Probíhající průmyslová expanze se soustředila především do oblastí měst, a zvýšená nabídka práce zapříčinila, že se vysoký počet lidí stěhoval z vesnicí do měst. S přibývajícím počtem obyvatel začala také růst rozloha měst, a cestování tak bylo stále obtížnější. Právě tento problém řeší veřejná hromadná doprava.

Díky dalšímu technologickému pokroku, především pak vývoji možností využití elektřiny a vynálezu spalovacího motoru, mohou dnes využít městskou hromadnou dopravu miliony lidí denně po celém světě.

Tato diplomová práce má za úkol zhodnotit veřejnou hromadnou dopravu ve městě České Budějovice. Vedle seznámení s obecnou charakteristikou služeb, jejich dělením, cenotvorbou apod. budou také obecně popsány dopravní služby.

Práce se zaměří především na popis současné služby městské hromadné dopravy v Českých Budějovicích, její historii a také na důležité aspekty poskytování služby.

V diplomové práci jsou podrobně popsány jednotlivé trasy a linky, využívané dopravní prostředky i přepravní podmínky. Zhodnocen je také finanční vývoj poskytovatele služby, tedy Dopravního podniku města České Budějovice, který vychází především z analýzy tarifů jízdného a komparace poskytovatelů veřejné dopravy v různých městech České republiky.

Dále budou graficky znázorněny a okomentovány výsledky z provedeného dotazníkového šetření. Získané poznatky hrají výraznou roli při provádění SWOT analýz.

Na základě těchto analýz a získaných poznatků, má tato diplomová práce za cíl navrhnout řešení, která by měla v budoucnu vést ke zlepšení služby veřejné hromadné dopravy v Českých Budějovicích.

2 Cíle a metodika práce

Tato diplomová práce je zaměřena na analýzu dopravních služeb nabízených Dopravním podnikem v Českých Budějovicích v rámci provozování městské hromadné dopravy. Cílem práce je zhodnotit, zda je nabízené portfolio služeb dostatečné pro splnění potřeb uživatelů této služby. K tomu, aby bylo tohoto cíle dosaženo, byl vytvořen dotazník pro uživatele služby, který byl zaměřen na zjištění informovanosti, spokojenosti a případných požadavků zákazníka. Dále se diplomová práce zaměří na posouzení prostředí, ve kterém je služba provozována a zároveň také na vnitřní aspekty Dopravního podniku města ČB. Výstupem z těchto kroků poté bude zpracování SWOT analýzy pro posouzení síly podniku. V závěru práce bude poté na základě těchto výstupů nastíněn směr, kterým by se měl Dopravní podnik města ČB ubírat v budoucnu, Zároveň budou také navrženy možnosti zlepšení služeb pro maximální zefektivnění uspokojení zákaznických potřeb.

Metodický postup při vytváření této diplomové lze stručně shrnout v těchto několika krocích:

1. Studium odborné literatury
2. Sběr dat
3. Analýza primárních a sekundárních dat
4. Posouzení nabídky služeb Dopravního podniku v ČB
5. Provedení SWOT analýzy
6. Návrh možných zlepšení

Snaha o maximální porozumění problematice byla podpořena studiem odborné literatury, se zaměřením na důležité poznatky o sektoru služeb. Pozornost byla věnována především charakteristickým vlastnostem služeb, dále poté různým druhům rozdělení služeb v rámci terciálního sektoru. Také byla zpracována oblast tvorby hodnoty pro zákazníka a na ní navazující problematika tvorby ceny. V závěru literární rešerše byly také nastíněny charakteristické znaky služeb dopravních.

V rámci sběru dat lze použít jak data primární tak sekundární. Sekundární data budou čerpána především z účetních výkazů dopravního podniku, které jsou uvedeny ve výročních zprávách a jsou volně přístupné na internetových stránkách podniku. V rámci sběru dat primárních bude využito dotazníkového šetření, ve kterém budou mít

respondenti možnost vyjádřit se ke kvalitě nabízených služeb. Dotazník bude dostupný v klasické tištěné podobě v prodejnách dlouhodobých jízdenek dopravního podniku. Současně bude dotazník šířen i v elektronické podobě prostřednictvím internetu za účelem zvýšení dostupnosti. Dotazník v elektronické podobě bude možno vyplnit na internetových stránkách dopravního podniku města České Budějovice a zároveň bude také šířen prostřednictvím e-mailů a sociálních sítí. Získaná data poté budou zpracována pomocí výpočetní techniky v rámci sady nástrojů MS Office.

Jak uvádí Kozel (2006, s. 161), dotazník je nejpoužívanějším z nástrojů pro sběr primárních dat. Jedná se o určitý formulář obsahující otázky, případně také varianty odpovědí na zadané otázky. Otázky by měly být formulovány dostatečně srozumitelně, aby bylo pro respondenta možné vyplňovat dotazník bez cizí pomoci. V této diplomové práci je použita polostrukturovaná forma dotazníku, ve které jsou kromě otázek uzavřených také kladeny otázky otevřené a filtrační. Přestože je tato forma dotazníku náročnější na vyhodnocení, je možné touto formou zjistit více informací o jednotlivých respondentech. Podobná metodika tvorby dotazníku se osvědčila například v práci *Analýza spokojenosti zákazníků s dopravní společností* od autorky Marcely Lochmanové.

SWOT analýza

Pro posouzení vnitřního a vnějšího prostředí podniku bude použita SWOT analýza. Tichá a Hron (2002, s. 118) uvádí, že SWOT analýza je otevřeným ohodnocením podniku a je velice jednoduchým nástrojem k popsání celkové situace daného podniku. Jak říká Sedláčková (2000, s. 78), SWOT analýza identifikuje hlavní silné a slabé stránky podniku, které poté porovnává s příležitostmi a ohroženími tak, aby výstupem bylo nasměrování podniku k formulaci efektivní strategie. Název SWOT je zkratkou pro čtyři anglická slova: S (strengths), neboli silné stránky podniku, W (weaknesses) je ekvivalentem pro slabé stránky podniku, O (opportunities) označuje příležitosti identifikované ve vnějším prostředí podniku, a oproti tomu T (threats) označuje různé druhy ohrožení. Ve SWOT analýze nejde pouze o sestavení seznamu faktorů v těchto čtyřech oblastech, ale především o identifikaci skutečně relevantních faktorů, posouzení jejich vlivů a nalezení vzájemných souvislostí mezi těmito faktory a chováním podniku.

Jako příklad silných stránek můžeme uvést například, kvalitně školené zaměstnance, dobrou platební morálku, či dostatečné finanční zdroje. Slabinou podniku může být

například slabá reklamní kampaň, přílišné náklady na provoz služby apod. Za příležitost můžeme označit rozšíření stávajícího portfolia služeb, proniknutí na nový trh, případně zavádění nových technologií do provozu dané služby. Za ohrožení bude považován například vstup nových konkurentů na trh, rostoucí podíl substitučních služeb na trhu, či měnící se zákaznické požadavky.

Po stanovení relevantních faktorů, přichází na řadu jejich srovnání a vyhodnocení, podle kterého poté podnik určí, na které oblasti se musí v budoucnu zaměřit. Jednotlivé faktory očíslováme a poté srovnáváme mezi sebou. Pro porovnání faktorů může dobře posloužit například trojúhelníková SWOT matice, ve které jsou porovnávány všechny faktory mezi sebou, podle toho jak důležité jsou pro budoucí efektivní fungování podniku. Toto posouzení by měl provádět vyšší management daného podniku. Po aplikování trojúhelníkové matice je potřeba sečíst výhru každého daného faktoru, a na základě toho je poté možné určit váhu jednotlivých faktorů i váhu jednotlivých skupin faktorů. Dvě skupiny faktorů s převládající vahou poté ukazují, jakou strategii by měl podnik použít. Příklady čtyř různých strategií po provedení SWOT analýzy uvádí ve své publikaci Rolínek (2004, s. 15).

Strategie SO – Formulace těchto strategií je založena na využití silných stránek podniku, k naplnění příležitostí, které se objevují ve vnějším prostředí. Rolínek k tomuto podotýká, že takovýto stav je v praxi pouze zřídka dosažitelný. Jedná se o stav ideálního fungování podniku.

Strategie WO – Tyto strategie se zaměřují na odstranění slabých stránek podniku využitím nabízených příležitostí. Jako příklad může posloužit získání kvalifikovanějších pracovníků, případně spolupráce dvou podniků na společném projektu (tzv. joint venture).

Strategie ST – V rámci těchto strategií používá podnik své silné stránky pro přímou konfrontaci s ohrožením. Jako příklad můžeme uvést využití kvalifikovaných zaměstnanců pro zlepšení komunikace se zákazníky.

Strategie WT – Podniky v tomto pásmu se musí zaměřit na odstranění svých slabín a vyhnout se ohrožení, které vycházejí z vnějšího prostředí. V tomto stavu již podnik bojuje o svoji existenci, a tak může být jedním z možných řešení i likvidace, či vyhlášení bankrotu. Podnik se také může pokusit značně redukovat své výdaje, nebo zvážit fúzi s jiným podnikem.

Pro větší zpřehlednění těchto jednotlivých strategií slouží následující tabulka, kterou Rolínek nazývá SWOT matice:

Obrázek 1: SWOT matice

| | Slabé stránky (W) | Silné stránky (S) |
|------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Příležitosti (O) | WO strategie "Hledání" | SO strategie "Využití" |
| Ohrožení (T) | WT strategie "Vyhýbání" | ST strategie "Konfrontace" |

Zdroj: Rolínek – Teorie a praxe managementu (2004, s. 15)

Po zhodnocení výsledků SWOT analýzy, budou na základě vítězné strategie navržena opatření vedoucí k zefektivnění služeb DPmČB.

3 Literární rešerše

3.1 Sféra služeb

Jak uvádí Parmová (2004, s. 6), sféra služeb zaznamenává dynamický rozvoj, v důsledku čehož dochází k přílivu finančních prostředků a také značnému nárůstu pracovních míst. V současné době je ve světě vytvářen společenský trend, který můžeme nazývat jako „společnost služeb“. Na základě těchto faktorů si podniky z primárního a sekundárního sektoru uvědomují význam služeb, a proto se snaží neustále obohacovat svoji nabídku o dodatečné služby zákazníkům. Toto chování vede k vytvoření konkurenční výhody nad ostatními podniky. V současnosti již tedy není hlavním faktorem úspěšnosti pouze předání výrobku zákazníkovi, ale především poskytnutí komplexní nabídky služeb, která si klade za cíl uspokojit zákaznické požadavky a potřeby.

Vašítková (2008, s. 12) uvádí, že v minulosti, byl význam služeb značně podceňován. V 18. století byly služby popisovány jako neplodné a neproduktivní. Tento názor byl obhajován tím, že jsou služby spotřebovány ve stejném okamžiku, ve kterém jsou produkovány, nepřetvářejí se a nerealizují v jakékoliv prodejní komoditě. Ekonomické sektory byly některými lidmi rozdělovány na produktivní a neproduktivní. Toto rozdělení převzaly i státy s centrálně plánovanou ekonomikou, a proto můžeme říci, že sektor služeb zaostával oproti běžnému vývoji v západních ekonomikách o několik desítek let. Názor na služby se však postupně zlepšil, a lidé si uvědomili, že poskytování (čerpání) služeb vede především k uspokojování potřeb (stejně jako nákup zboží). Nedávné názory také uvádějí, že jediným rozdílem, mezi službou a zbožím je to, že služba nevede ke změně formy zboží.

K těmto názorům můžeme také dodat některé poznámky Parmové (2004, s. 6) o vývojových trendech, které vedou k terciálnímu hospodářství. Můžeme například uvést, že služby a výrobky se vzájemně doplňují a úzce spolu souvisejí. Parmová uvádí příklad kdy při vývoji nových technických inovací je současně kladen důraz na řešení problému nových přístupů k servisním službám na těchto technologiích. Jako další podporující názor pro nárůst podílu služeb můžeme zmínit, že v současnosti již prakticky neexistuje výroba statků bez funkcí služeb. Postupně narůstá podíl zaměstnanců ve výrobních podnicích, kteří se zabývají pouze službami. Můžeme zde hovořit o službách spojených s výzkumem a vývojem, procesem přenosu dat, ale také

o činnostech vykonávaných v průběhu výroby (například administrativa, logistiky, pojištění apod.) a především o službách po výrobních, které jsou spojeny s odbytem výrobků – v tomto případě se jedná například o marketing, PR, podpory prodeje, péče o zákazníky, vyřizování reklamací, informační linky atd.

V předchozím textu byl zmíněn pojem terciér. Tímto pojmem označujeme právě sektor služeb. Primárním sektorem jsou označovány především činnosti spojené s těžbou surovin a produkcí potravin, sekundární sektor se poté zabývá samotnou výrobou a průmyslem. Ne všichni autoři jsou však jednotní s tímto rozdělením a tak můžeme nalézt i podrobnější rozdělení, které ve své publikaci nabízí Vašítková (2008, s. 13). Jedná se o základní klasifikaci služeb, která byla provedena ekonomy Footem a Hattem. Tito dva autoři rozdělují odvětví služeb následovně:

Terciální: Typickými zástupci jsou například restaurace a hotely, prádelny, opravy a údržba domácích přístrojů, rukodělné a řemeslnické práce.

Kvartérní: Do tohoto sektoru jsou zařazeny služby dopravy, komunikace, finance a správy. Jako charakteristický rys je uváděno usnadňování, rozdělování činností a tím zefektivnění práce.

Kvintérní: Rozpoznávacím rysem je to, že poskytované služby své příjemce mění a určitým způsobem zdokonalují. Příkladem mohou být služby zdravotní péče, vzdělávání či rekreace.

Mnoho autorů rozděluje hospodářské sektory pouze na 4 oblasti, kdy do terciéru řadí veškeré poskytované služby (ať už tržní či veřejné). Za kvartální sektor jsou poté považovány činnosti spojené se vzděláním, vědou a výzkumem. Toto rozdělení je autorem považováno za jednoznačnější, a proto je upřednostněno v průběhu celé diplomové práce. Dopravní služby, o kterých tato práce pojednává, jsou tedy zařazeny do terciálního sektoru služeb.

3. 2 Definice služeb

Pouzarová (1998, s. 7) i Parmová (2004, s. 7) se shodují, že je velice těžké jednoznačně definovat služby, například i vzhledem k tomu, že je to velice heterogenní skupina činností. Je ovšem jasné, že lze vysledovat určité rozdíly mezi výrobky a službami. Výrobky můžeme označit jako hmotné předměty, které můžeme obrábět, zpracovávat či vyrábět. Oproti tomu služby můžeme charakterizovat jako činnosti, výhody nebo uspokojení, nabízené na prodej nebo poskytované v souvislosti s prodejem zboží.

Parmová uvádí na výběr z několika definic. Můžeme uvést tyto dvě:

1. Jedná se o poskytování nehmotných statků k uspokojování potřeba za úplatu.
2. Z hlediska výrobního podniku jsou služby jistým doplňkem k nabídce jeho výrobků. Služby umožňují podnikům vytvořit konkurenční výhodou nebo dokonce jedinečnost jeho nabídky.

Podstatu služeb se snaží vystihnout také Kotler a kolektiv (2007, s. 710). Autoři uvádějí, že služba je jakákoliv aktivita, případně výhoda, kterou může nabídnout jedna strana druhé. V zásadě je služba nehmotná a nepřináší vlastnictví. Autoři také doplňují, že produkce služby může, ale také nemusí být spojena s hmotným výrobkem.

Payne (1996, s. 14) definuje službu jako jistou činnost, která obnáší určitý prvek nehmotnosti. Podotýká také, že služba vyžaduje interakci se zákazníkem, případně s jeho majetkem.

Jak je z definic patrné, autoři se shodují při popisu služeb především v tom, že označují službu jako jistou nehmotnou činnost. Dále také panuje shoda v názoru, že služba může být spojena s jiným fyzickým produktem. Tyto základní rysy služeb nás přivádí k tématu vlastností služeb.

3. 3 Charakteristika služeb

Služby se vyznačují několika charakteristickými vlastnostmi, díky nimž je jasné patrný rozdíl mezi zbožím a službou. Vašítková (2008, s. 20) uvádí těchto pět nejběžnějších charakteristik služeb.

1. Nehmotnost – jak již bylo zmíněno výše, je tato vlastnost pro službu absolutně nejcharakterističtější. Parmová (2004, s. 8) říká, že službu jako komplex určitých úkonů, nelze zákazníkům předem nijak demonstrovat. Nevýhodou pro poskytovatele také je, že je služby nelze před jejich poskytnutím skladovat. Z nehmotnosti tedy vyplývá i další z vlastností služeb a to neskladovatelnost.
2. Neoddělitelnost od poskytovatele služby – Služba je produkována až v přítomnosti zákazníka a to znamená, že zákazník se aktivně zúčastní poskytování služby a můžeme tedy říci, že je neoddělitelnou součástí produkce této služby. Parmová (2004, s. 8) k tomuto dodává, že kvalita služby je úzce svázána se schopnostmi jejího poskytovatele. Poskytovatelé služby tedy musí dbát na to, aby byla z dlouhodobého hlediska udržována standardní úroveň těchto služeb.
3. Heterogenita (variabilita) – Tato vlastnost zdůrazňuje proměnlivost poskytované služby. Způsob poskytnutí stejné služby se může v různých okamžicích měnit. Můžeme to přisuzovat působení lidského faktoru a to ať už prostřednictvím poskytovatelů služeb (různá kvalita jednotlivých pracovníků ve stejném podniku, působení únavy apod.), nebo prostřednictvím samotných zákazníků. Spokojenost zákazníka s poskytnutou službou může být ovlivněna různými očekáváním, úrovní jejich potřeb, případně jejich celkovým rozpoložením, či různým chováním. V případě služby nelze přesně stanovit normy chování, ačkoliv u některých služeb tyto normy stanoveny jsou (například pravidla chování cestujících hromadnou dopravou). Heterogenita služeb také vede k tomu, že poskytovatelé mohou své služby pouze obtížně patentovat. Je zde velký prostor pro napodobení a upravení služby, která již byla na trh uvedena. Vstup na trh služeb je díky tomu snadnější a rozhodujícím faktorem

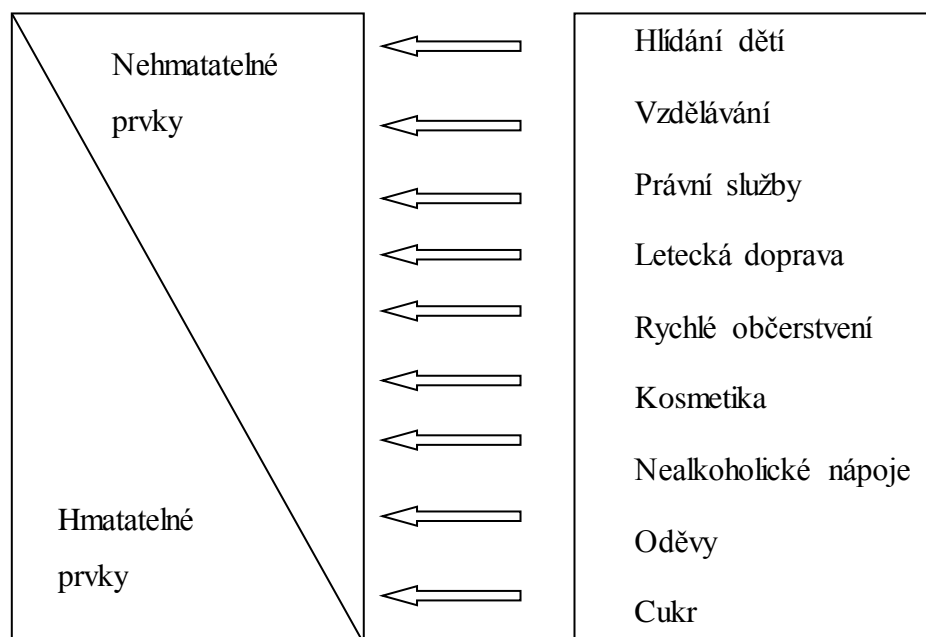
se stává kvalita služby u jednotlivých poskytovatelů. Zákazník nemusí vždy obdržet stejnou kvalitu služby díky výše zmíněným faktorům.

4. Zničitelnost služby – Služby nelze skladovat, znovu prodávat nebo případně vracet. Čerpání poskytnuté služby probíhá současně s její produkcí. Parmová (2004, s 9.) označuje tuto vlastnost jako pomíjivost a dodává, že po poskytnutí služby dochází k uspokojení zákaznických potřeb. Toto uspokojení však po určité době odeznívá a zákazník vyžaduje službu opětovně. To, zda zákazník využije služby u stejného poskytovatele, úzce souvisí s kvalitou první poskytnuté služby.
5. Nemožnost vlastnit službu – Při poskytnutí služby neziskává zákazník směnou za své peníze žádné vlastnictví. Můžeme říci, že zákazník v danou chvíli vlastní pouze právo na čerpání nebo použití dané služby. Spotřebitel má ke službě přístup pouze po omezený časový úsek. Vyplývá z toho také to, že danou službu nelze dále například prodat někomu jinému.

Výše zmíněné charakteristické vlastnosti služeb můžeme plně použít při popisu poskytování pouze čisté služby. Jak již však bylo zmíněno výše, v současné době se velká část služeb vyskytuje i jako doplňková forma pro fyzický produkt. Musíme tedy brát v potaz jisté kontinuum hmatatelnosti, jak uvádí Payne (1996, s. 16). Přestože o službách uvažujeme jako o činnostech, které mají tendenci k výše zmíněným vlastnostem, musíme si uvědomit, že rozdílné služby vykazují také rozdílnou kombinaci těchto vlastností. Například služba rychlého občerstvení bude vykazovat poměrně velkou hmatatelnost (i přesto, že služby by měly být nehmatatelné).

Pro lepší představu o různých kombinacích vlastností služeb a odlišné míře hmatatelnosti slouží následující schéma, které je znázorněné v publikaci Adriana Paynea (1996, s. 16).

Obrázek 2: Kontinuum hmatatelnosti a nehmatatelnosti



Zdroj: A. Payne – Marketing služeb (1996, s. 16)

V podobném duchu se vyjadřuje také Kotler a kolektiv (2007, s. 710), který říká, že v současné době nalezneme na trhu pouze obtížně buďto čistou službu nebo čisté zboží (bez doprovodných služeb).

3. 4 Mix služeb

Kotler a Keller ve své publikaci Marketing management (2007, s. 441) uvádějí pět kategorií nabídky podniků, který můžeme nazvat jako mix služeb.

1. Čistě hmotný produkt – jedná se o čistě hmotný výrobek či zboží jako je například zubní pasta nebo sůl. Hlavním rysem je, že k produktu nejsou nabízeny žádné služby.
2. Hmotný produkt s doprovodnými službami – jedná se o produkt, který je doprovázen jedno či více službami. U některých druhů výrobků jako jsou například automobily či počítače, může být objem prodeje značně závislý právě na kvalitě doprovodných služeb. Do této kategorie můžeme zařadit například dodávku produktu, instalaci, poradenský servis a jiné.

3. Hybridní nabídka – Jde o nabídku, ve které je ve stejném objemu zastoupena jak služba, tak fyzický produkt. Jako příklad bývá uváděna restaurace. Lidé si oblíbí restauraci díky kvalitě a chuti nabízeného jídla (hmotný produkt), i díky ochotě personálu (služba).
4. Převažující služba s menším objemem doprovodného zboží – Tato nabídka v sobě zahrnuje převládající faktor služby, za kterou zákazníci zaplatí. Současně však zákazníci v rámci čerpání této služby dostávají menší hmotný produkt případně další menší doprovodné služby. Tuto kategorii můžeme vysvětlit na příkladu letecké případně také dálkové autobusové dopravy. Zákazník zaplatí za samotnou přepravu (hlavní služba) a zároveň při čerpání služby získává například občerstvení, magazín aerolinií nebo drobné dárky (hmotné produkty). Příkladem menší doprovodné služby může být poté například promítání filmu v průběhu cesty, případně možnost poslechu hudby.
5. Čistá služba – Do této kategorie řadíme pouze čisté služby jako například hlídání dětí, masáže apod.

3. 5 Dělení služeb

Jak podotýká Parmová (2004, s 9), pro velice heterogenní skupinu činností, kterými služby bezpochyby jsou, je vhodné rozdělit služby do různých skupin podle jejich kritérií tak, aby tvořili homogennější celky. Díky těmto různým druhům klasifikace je poté možné na tyto celky aplikovat stejné metody řízení. Jako základní kritérium můžeme použít místo odbytu služby. Rozdělení podle místa odbytu služby poté vypadá následovně:

1. Služby tržní – Služby, které jsou nabízeny na trhu a podléhají tržním mechanismům.
2. Služby netržní – Tyto služby jsou také často nazývány jako veřejné. Na rozdíl od služeb tržních nepodléhají tržním mechanismům, ale jsou naopak

poskytovány podle potřeb sociálního a ekonomického prostředí. Tyto služby mohou zákazníci čerpat buďto bezplatně (ačkoliv z určitého pohledu můžeme říci, že za ně uživatelé již zaplatili ve formě daní či poplatků), anebo za mnohem menší cenu, než by byla cena obdobné služby tržní. Mnohé z těchto služeb jsou v jisté formě dotované státem, a jak podotýká Vašítková (2008, s. 28), pokud je stanovena cena za tyto služby, pak tato cena odráží spíše centrálně stanovené společenské hodnoty než hodnotu pro zákazníka. Charakteristické pro tyto služby také je, že nelze vyloučit žádné skupiny osob z možnosti jejich využívání. Proto je také obtížnější identifikace užší cílové skupiny. Služba proto musí být jednoduše využitelná pro všechny, a měla by všem nabízet stejný objem užítku.

Na rozdíl od tradičních tržních služeb je často výběr poskytovatelů omezen, což je způsobeno tím, že poskytovatelem je v mnoha případech státní instituce. Cílem veřejných služeb je především naplnění společenských potřeb. Jedná se o činnosti související s budováním technické a sociální infrastruktury státem a místní správou. Příkladem může být justice, bezpečnost a obrana, ale i městská hromadná doprava. Parmová ještě k veřejným službám dodává, že díky nízkým cenám, se dá očekávat zvýšená poptávka po těchto službách a vzrůstající trend spotřeby. To může zapříčinit výrazný pokles kvality těchto služeb. Tento jev je nazýván přehušnění a jedním z možných způsobů řešení je zvýšení poplatků za čerpání těchto veřejných služeb.

Barnali Choudhury uvádí ve své publikaci *Public Services and International Trade Liberalization* (2012, s. 67) pohled na definici veřejných služeb., tak jak je uvedena ve Všeobecné dohodě o obchodu a službách (GATS). Právě veřejné služby jsou z této dohody vyjmuty, a tak je přesně vymezeno, jaké má veřejná služba charakteristické vlastnosti. Veřejné služby jsou zde označovány jako služby dodávané při výkonu vládní moci (*governmental authority services*). Charakteristickým znakem je, že služby nejsou dodávány na komerční bázi, a neexistuje soutěž mezi jedním a více poskytovateli (dodavateli) těchto služeb. Autorka v publikaci také dodává, že jednotná definice pro veřejné služby je obtížně formulovatelná, protože se přístup k nim v jednotlivých zemích liší. Charakteristické znaky však zůstávají všude velice podobné.

Jako jedno z dalších kritérií pro rozdělení služeb můžeme využít například určení typu cílového zákazníka. Pomocí tohoto dělení vnímáme cílový trh služeb jako:

1. Služby pro spotřebitele – Do této skupiny můžeme zahrnout všechny služby čerpané fyzickými osobami. Jedná se například o služby pro volný čas a jiné.
2. Služby pro firmy a organizace – Jedná se především o služby spediční, celní a další.

Základním rozdílem mezi těmito dvěma skupinami cílových zákazníků je v mnoha případech kvantita čerpaných služeb v případě čerpání totožných služeb.

Dalším z možných způsobů stanovení odlišnosti služeb je rozdělení na služby interní a externí. Interní služby můžeme charakterizovat jako služby spojené s koupí hmotného produktu (tyto služby tedy zařadíme do druhé skupiny v rámci mixu služeb – viz výše). Do interních služeb řadíme například dodání zboží, montáž či instalaci, záruční servis aj.). Oproti tomu externí služby jsou v mnoha případech čerpány samostatně. Jsou to služby, které poskytují firmy jako svoji hlavní nabídku. Může se jednat o široký okruh služeb jako například vzdělávání, zábava, poradenství a mnohé další.

Kotler s Kellerem (2007, s. 442) poté ještě uvádějí následující rozdělení služeb:

- Služby založené na zařízení (například automatické myčky automobilů nebo prodejní automaty) a služby založené na lidech (např. poradenství nebo mytí oken);
- Služby, které mohou být provozovány v různých formách procesů, jako např. samoobslužná jídelna, restaurace rychlého občerstvení, bufety, či luxusní restaurace;
- Služby, které si žádají přítomnost klientů (zde můžeme uvést například masáž, či lékařské vyšetření) a služby, které nevyžadují přítomnost klientů (např. oprava automobilu v servisu, odvoz komunálních odpadů a další).

Jak vychází z předchozího textu, služby můžeme posoudit i z hlediska míry jejich hmatatelnosti ve spojení s dalšími vybranými kritérii. Propojení stupně nehmotnosti jednotlivých druhů služeb a rozdělení těchto služeb dále na služby pro jednotlivce a organizace ukazuje velice přehledně následující tabulka.

Tabulka 1: Klasifikace služeb podle stupně nehmotnosti a cílové skupiny

| Stupeň nehmotnosti | Služby pro podnikatele | Služby pro spotřebitele |
|---|---|---|
| Služby v zásadě nehmotné | Podnikové poradenství, komunikační technologie, zabezpečovací systémy aj. | Služby pro volný čas, služby cestovního ruchu, seznamovací agentury aj. |
| Služby poskytující přidanou hodnotu k hmotnému produktu | Pojištění, údržby, inženýring, reklama, obalová technika | Prádelny, čistírny, opravy, pojištění, osobní služby (kadeřnictví aj.) |
| Služby zpřístupňující produkt | Velkoobchod, doprava, skladován, financování, výzkum a vývoj na zakázku aj. | Maloobchod, prodejní automaty, poštovní služby, půjčovny, hypotéky, charity aj. |

Zdroj: Parmová – Řízení služeb: přednášky (2004, s. 10)

3. 6 Hodnota služeb

Hodnotu služeb popisuje Heskett a Sasser (1993, s. 27) jako něco, co spotřebitel dostane za zaplacenou cenu. Zároveň autoři dodávají, že hodnota služby není založena pouze na dosaženém výsledku, ale především na způsobu, jakým je dosaženo uspokojení zákaznické potřeby. Proces poskytování služby můžeme tedy označit jako kvalitu služby. Výsledek služby je často velice obtížně definovatelný a to i po samotném uskutečnění této služby. Zároveň má hodnota služby velice subjektivní charakter – jednotliví zákazníci mohou vnímat hodnotu služby zcela odlišně. Tito zákazníci mohou také přisuzovat identickému procesu získávání služby rozdílné výdaje. To vše hraje důležitou roli při vytváření hodnoty pro zákazníka. Tuto hodnotu můžeme nebo také kvalitu služby můžeme vyjádřit vztahem:

Kvalita služby = skutečně poskytnutá služba – služba očekávaná zákazníkem.

Vašítková (2008, s. 30) označuje toto vyjádření hodnoty služby jako míru uspokojení zákaznických potřeb. Zároveň dodává, že zákazník může poměřovat hodnotu nejen rozdílem mezi obdrženou a očekávanou službou ale také srovnáním užítku, který mu přinesla poskytnutá služba a stejná služba poskytnutá konkurentem. Vašítková také dále uvádí, jak vnímají hodnotu služby její poskytovatelé. Pro poskytovatele je hodnota dané služby přímo úměrná ceně, kterou za tuto službu zaplatí spotřebitelé. V případě služeb veřejných poté můžeme vnímat hodnotu služby také jako dotace poskytované státem nebo dary organizací a veřejnosti.

Aby mohl podnik stanovit požadovanou hodnotu služby, je vhodné provést průzkum trhu, jak uvádí Parmová (2004, s. 19). Díky tomuto průzkumu podnik definuje podmínky trhu, na který plánuje vstoupit, a může prozkoumat potřeby a požadavky zákazníků, ať už jsou to zákazníci daného podniku, či potenciální zákazníci, kteří využívají konkurenčních služeb. V procesu stanovení hodnoty služby je také důležité provést zhodnocení portfolia podnikových služeb. Zde se může podnik zaměřit na rozsah a kvalitu poskytovaných služeb, životní cyklus jednotlivých služeb a analýzu vhodnosti služeb vzhledem k potřebám a požadavkům cílových spotřebitelů. Na základě těchto kroků a s přihlédnutím k předchozímu textu můžeme říci, že zákazník se velice úzce podílí na konečné podobě dané služby – hovoříme tedy o vlivu trhu na formulaci nabídky služeb. Podniky vnímají trh ve dvou podobách:

1. Agregovaná podoba trhu – podniky nabízejí svoji služby velké skupině zákazníků. Zákazníci se přizpůsobují službám, které sice zcela neodpovídají jejich požadavkům, ale jsou dostatečně dobré na to, aby splnili zákaznickou potřebu (zde můžeme jako příklad uvést právě městskou hromadnou dopravu).
2. Diferenciovaná podoba trhu – Na takto vnímaných trzích vytvářejí podniky nabídku pro specifitější cílovou skupinu uživatelů ve snaze zcela uspokojit jejich potřeby a nabídnout jim služby šité přímo na míru.

Z uvedeného vyplývá, že hodnota pro zákazníka bude na těchto dvou trzích odlišná. Můžeme říci, že vnímání trhu v agregované podobě bude více vyhovovat službám veřejného charakteru, které nejsou zcela schopny uspokojit potřeby všech zákazníků v plné míře, ale na druhou stranu je možné obsloužit velký počet uživatelů služby. Oproti tomu služby poskytované na diferenciováných trzích více vyhovují službám ve formě tržního charakteru.

K hodnotě služeb dále Vašítková dodává, že jedním z vodítek pro vnímání hodnoty služby zákazníkem je také cena služby. Proto se v dalším textu podrobněji zaměříme na tuto oblast.

3. 7 Ceny služeb

Před vstupem podniku na trh, je nutné nejprve stanovit výši ceny, kterou bude podnik požadovat po zákaznících, jak uvádí Parmová (2004, s. 50). Na základě odvětví služeb, se používají různé názvy cen. U vzdělávacích služeb můžeme použít termín školné, v dopravě je cena vyjádřena jízdným a například zážitek z kulturních akcí je ohodnocen cenou vstupného. Zejména u tržních služeb, musíme brát v potaz to, že cena je významným prostředkem ke krytí nákladů. V mnoha případech však není cena zaplacená za službu cenou konečnou. Zákazníkovi mohou vznikat další dodatečné náklady spojené s čerpáním služby. Tyto náklady nazýváme jako alternativní. Rozdělení alternativních nákladů nabízí ve své publikaci Vašítková (2008, s. 106):

1. Náklady spojené s časem – jedná se o vyjádření nákladů spojených s vyhledáváním požadované služby. Zákazník by mohl tento čas využít jinak
2. Náklady spojené s fyzickým úsilím – Tyto náklady vznikají pouze při poskytování některých služeb, jako jsou např. malování bytu (nutnost odsunutí nábytku apod.) nebo využívání samoobslužných typů služeb (např. samoobslužné restaurace, kdy si zákazník sám vybírá jídlo a pak ho donese k pokladně zaplatit).

3. Náklady spojené s psychickým úsilím – Jde o služby, které vyžadují od spotřebitele určité pochopení služby (například naučit se využívat systém rezervování jízdenek), nebo překonání psychologických a sociálních zábran (např. žádosti o provedení testů u lékaře).

V některých případech (především u veřejných služeb) má také vliv na tvorbu ceny zásah státu, který nazýváme vládní intervence. Jedná se o zásah vlády do nabízených služeb za účelem kontroly, zachování kvality, či cenové regulace. Stát může k tomuto zásahu využívat buďto nutnost udělení povolení – prokázání způsobilosti k provozování služby (např. v oboru gastronomie), a případně také akreditace (např. v oborech jako vzdělávání, či daňový audit). Jak také uvádí Parmová (2004, s. 51), některé z veřejných služeb nebyly privatizovány a vláda tyto služby provozuje prostřednictvím svých vlastních organizací. Příkladem může být například školství nebo některé dopravní služby.

Kvůli vysokému stupni heterogenity služeb a vysokému objemu pracovníků, kteří tyto služby poskytují, je mnohdy velice obtížné zajistit si patentovou ochranu dané služby. Odvětví služeb také nevyžaduje příliš vysoké náklady na vstup do některých odvětví, což vede k velkému počtu substitutů a tím i k vysoké citlivosti spotřebitelů na výši ceny. Tento efekt působící na snižování ceny může vést až k cenovým válkám mezi jednotlivými podniky, což může být především pro menší poskytovatele likvidační.

Podniky nabízející služby mohou stanovit vyšší cenu služeb v případech, kdy je možné službu přiblížit zákazníkovi určitou formou zhmotnění. Příkladem je poskytování diplomů u vzdělávacích institucí. Vyšší cena služby může také odrážet vysoké náklady na získání akreditace, případně vysoké mzdové náklady pro udržení dostatečně kvalifikovaných zaměstnanců.

Tržní služby v některých oborech jsou také velice citlivé na strukturu příjmů potenciálních zákazníků. V případě menších příjmů ze strany spotřebitelů, mohou tito spotřebitelé čerpání některých služeb buďto zcela odložit (především v případě zbytných a luxusních druhů služeb jako např. luxusní restaurace, dovolené apod.), případně nahradit čerpání služeb vlastními schopnostmi (např. drobné opravy).

Ve své publikaci rozlišuje Parmová (2004, s. 53) tři skupiny služeb podléhající různým způsobům tvorby ceny.

1. Služby podléhající veřejné regulaci – Jde o služby, ve kterých zasahuje stát ve formě regulací cen. Může se jednat o zdravotní služby, vzdělávací služby, nebo služby veřejné dopravy. Rozhodující vliv na tvorbu ceny mají určitá sociální a politická hlediska. Jde zejména o zajištění dostupnosti těchto služeb, nebo v opačném případě o zamezení negativních vlivů přílišného využívání služby. Cena může být placena buď přímo při využívání služby, nebo ve formě přímých a nepřímých daní. Při tvorbě ceny v této kategorii služeb je potřeba brát v potaz i případné alternativní náklady, které by vznikly v případě nepřítomnosti nebo nedostatečné dostupnosti těchto veřejných služeb.
2. Služby podléhající samoregulaci – Jsou to služby, které podléhají regulacím různých profesních institucí a asociací. Samoregulací je možné omezit příliš intenzivní cenovou politiku.
3. Tržní služby – Jsou to všechny služby, které jsou předmětem směny na trhu a jako takové podléhají všem tržním mechanismům. Cena těchto služeb vyplývá z mnoha faktorů, ať už jsou spojeny s náklady podniku, nebo s potřebami jednotlivých spotřebitelů.

Při tvorbě ceny musí mít podnik jasně stanovenou cenovou strategii, která by měla být vytvořena na základě celkové strategie. Cenová strategie se zabývá především stanovením cen na základě tří hlavních faktorů (Vašítková, 2008, s. 109):

- a) Náklady – stanovení nákladů je důležité pro stanovení ceny, která tyto náklady pokryje a zároveň umožní podniku vytvářet zisk. Rozlišujeme zde náklady fixní (například nájemné, platby za energie apod.), semivariabilní – které vzrůstají při větším objemu obsluhovaných zákazníků (např. úklid pracovních prostorů), a variabilní, které odrážejí navýšení nákladů při prodeji další jednotky služby (např. pronajmutí

dalšího sedadla ve vlaku). Náklady také můžeme rozdělit na přímé a nepřímé podle toho, zda je lze přesně kvantifikovat na jednotku služby.

- b) Konkurence – Díky velkému počtu substitutů na trhu služeb je pro podnik nezbytné neustále sledovat ceny konkurentů a kvalitu jejich služeb. Na základě toho potom můžeme poté podnik lépe stanovit vlastní ceny, s ohledem na zvolenou strategii (ceny stejné, větší, nebo menší než průměrné ceny). Pokud se na trhu vyskytuje podnik s dominantnějším postavením, nazýváme tento podnik cenovým vůdcem. Tento cenový vůdce si sám diktuje ceny na trhu a ostatní menší firmy jeho posuny cen pouze kopírují.

- c) Hodnota služby pro zákazníka – Tento faktor udává užitek, který pro spotřebitele představuje spotřebovaná služba. Je důležité, aby podniky zvyšovali spotřebitelský přebytek (jinak řečeno, aby co nejvíce předčili očekávání zákazníka) zvyšováním užítku pro zákazníka, snížením svých nákladů, nebo ideálně kombinací obojího. Hodnota služby pro zákazníka je podrobněji popsána dříve v tomto textu.

V rámci tržních služeb existuje mnoho taktik a přístupů k tvorbě cen. Může se jednat o cenu vykalkulovanou na základě nákladů na jednotlivou službu, uvedení služby na trh v nižší ceně pro rychlejší přilákání spotřebitelů, případně cena, která je stanovena s ohledem na cenového vůdce odvětví, nebo také nulová cena, kdy náklady na službu zaplatí inzerce. V této diplomové práci je však řešena problematika služeb veřejných, kde je tvorba ceny poněkud odlišná.

Jak říká Vašítková (2008, s. 120), cena je jako prvek marketingového mixu u veřejných služeb značně limitována. U veřejných služeb je mnohdy obtížnější a v některých případech i nežádoucí nechat na spotřebitele působit hodnotové vztahy tvorby cen bez jakýchkoliv zásahů. Dále uvádí autorka několik důvodů pro zásah států do sektoru veřejných služeb:

1. Poskytování těchto služeb přináší značné výhody pro spotřebitele. Tyto výhody si poskytovatel nemůže přivlastnit, případně ocenit a vybírat za ně poplatky. Jako příklad je udávána přítomnost dopravní policie u dopravních nehod.
2. Cenu nelze použít v případech, kdy není možné vyloučit jakékoliv skupiny osob ze spotřeby a množství služby zůstává neměnné při použití další jednotky služby dalším spotřebitelem (nedělitelnost služby). Příkladem je využívání veřejného osvětlení.
3. Zásah je důležitý v případě, že výhody pro společnost převyšují výhody pro jednotlivce. Zde můžeme uvést obory jako školství, či zdravotnictví.
4. Ceny jsou využívány jako nástroj sociální politiky. Příkladem je například jízdné v rámci městské dopravy, které je dotováno státem, zlevněné vstupné na kulturní akce pro seniory apod.

Přítomnost veřejných služeb mnohdy nevylučuje možnost, stejného typu tržní služby, poskytované za tržní ceny.

3. 8 Dopravní služby

Vzhledem k zaměření této práce, se následující text bude věnovat specifickému oboru služeb a to službám dopravním.

Na dopravní služby se vztahují stejné vlastnosti, které jsou typické pro všechny ostatní obory služeb. I zde tedy můžeme souhlasit s definicí využívanou Kotlerem, která říká, že služba je činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout straně druhé. Služba také může být spojena s hmotným produktem. Tuto definici můžeme v případě služeb dopravního charakteru také rozšířit podle Rezníčka a Šaradína (2001, s. 15) takto: Jsou to činnosti poskytovatele dopravní služby při přemísťování osob nebo nákladu z výchozího místa do cílového místa.

K tomu abychom si mohli lépe představit, jaké spektrum oborů zahrnuje termín dopravní služby, použijeme klasifikaci CPC. CPC neboli Central Product Classification je rozdělení všech oblastí služeb do 11 specifických kategorií a jedné obecné. Tato klasifikace byla vytvořena OSN a její prozatím poslední úprava proběhla v roce 2008. Oblast služeb v sobě zahrnuje následující obory (Řezníček a Šaradín, 2001, s 15):

- Námořní dopravní služby včetně osobní a nákladní povahy, a dále podpůrné služby v námořní dopravě (pronájem, údržba, opravy lodí apod.);
- Vnitrozemská vodní doprava;
- Letecká doprava včetně podpůrných služeb;
- Kosmická doprava;
- Železniční doprava a k ní se vztahující podpůrné služby;
- Silniční doprava a k ní se vztahující podpůrné služby;
- Potrubní doprava, zahrnující i dopravu paliv a ostatních druhů zboží;
- Služby, které doplňují všechny způsoby dopravy, včetně manipulace s nákladem, skladové služby apod.;
- Ostatní dopravní služby

Do veřejné přepravy můžeme podle Whitea (2009, s. 17) zahrnout všechny různé druhy přepravy bez ohledu na to, kdo je jejich provozovatelem. Do veřejné přepravy lze kromě železniční přepravy, či standardních autobusů zahrnout také taxislužbu, dálkové autobusy, dopravní prostředky pronajímané od živnostníků, či například prostředky zajišťující dopravu dětí do škol.

Řezníček a Šaradín ve své publikaci popisují několik oblastí, kvůli kterým, je řízení dopravních služeb specifickou záležitostí. Zde jsou popsány některé případy, které si lze dobře představit u městské hromadné dopravy:

- regulační opatření ze strany státu, která se týkají například omezení doby jízdy, či zátěže, ustanovení jízdního řádu, ale také regulace cen (slevy na osobní přepravu dětí, seniorů apod.);

- poptávka po dopravních službách je odvozená a je ovlivněna individuální potřebou cestujících (cestuje se pouze v takovém množství, v jakém lidé potřebují);
- marketingové nástroje bývají u dopravních služeb speciálně definovány (např. nastavování cen jízdného);
- nutnost zvládnutí tzv. dopravních špiček – přebytečná potřeba záložních kapacit dopravních prostředků a zařízení;
- veřejné zásahy často ovlivňují zájem o tržní orientaci dané služby

Určitou pomocí k zefektivnění řízení dopravních služeb může být pro management marketing dopravních služeb. Marketing dopravních služeb by neměl být vnímán pouze jako reklama, či průzkum trhu, ale měl by to být určitý komplexní proces v rámci oboru dopravy, kterým může podnik rozeznat, předvídat a v konečné fázi uspokojovat měnící se potřeby a přání zákazníků, přičemž dosahuje splnění vlastních cílů. Tuto definici uvádí ve své publikaci Světlík (2005, str. 8).

Marketing u podniků zabývajících se dopravními službami má význam nejen pro poskytovatele dopravní služby (dopravce), ale především pro uživatele této služby (cestující). Požadavky a potřeby zákazníků může podnik uspokojovat pomocí tří alternativních cílů dopravního marketingu, jak uvádí Řezníček a Šaradín (2001, s. 19):

1. Maximalizace spokojenosti zákazníků – toho dosáhne podnik vytvořením nabídky svých služeb, která odpovídá požadavkům zákazníka.
2. Maximalizace výběru poskytovatele dopravní služby – tento alternativní cíl můžeme vysvětlit jako možnost zákazníka najít si dopravce přesně odpovídajícího jeho potřebám. V případě městské hromadné dopravy můžeme tento cíl spíše vysvětlit jako možnost využívání takové linky, která je pro cestujícího nejvhodnější (např. z hlediska blízkosti bydliště apod.).
3. Maximalizace kvality života – tento cíl můžeme označit jako určitý sociální dopad veřejných dopravních služeb. Dobře fungující dopravní služby mají vliv

na zkvalitnění života všech obyvatel a přispívají taktéž k trvale udržitelnému rozvoji, díky své šetrnosti k životnímu prostředí (možnost využití jednoho dopravního prostředku pro vysoký počet uživatelů). Kvalita života společnosti je nejvyšším hodnotovým cílem, kterého může marketing dopravních služeb dosáhnout.

Konkrétnějšími dopravními cíli pro službu městské hromadné dopravy pak může být například:

- poskytování služeb na nejvyšší možné úrovni;
- dosahování vysokého stupně bezpečnosti pro cestující i ostatní účastníky dopravního provozu;
- flexibilní reakce na měnící se potřeby cestujících (např. posílení nejvíce vytížených linek);
- udržení požadované míry dopravní obslužnosti v jednotlivých částech města;
- řízení a provozování dopravních služeb v co nejefektivnější míře;
- vytváření dobrých pracovních podmínek pro všechny zaměstnance podniku

Jedním z obtížnějších cílů, které však mohou značně zvýšit funkčnost MHD je zavedení tzv. IDS neboli integrovaného dopravního systému. Vonka a Drdla (2004, s. 44) charakterizují integrovaný dopravní systém jako takový systém, který uspokojí přepravní potřeby obyvatel v určitém regionu pomocí vzájemné prostorové i časové koordinace dopravních prostředků různých druhů dopravy, které fungují v rámci přepravního systému. Jedná se tedy o optimalizaci celého dopravního procesu za účelem větší dostupnosti veřejné dopravy zákazníkům.

3. 9 Statistiky silniční dopravy v České republice

MHD je důležitým prvkem silniční dopravy ve všech zemích světa. Využíváním hromadných dopravních prostředků je značně ekologičtější díky možnosti přepravy většího počtu osob najednou. Zvyšující se objem přepravy uskutečňovaný v rámci MHD také výrazně zlepšuje dopravní situaci a finančně je pro cestující výrazně levnější, než využití osobního automobilu. Jak však vyplývá z následujících statistik, objem přepravy v prostředcích MHD každoročně klesá.

Tabulka 2: Srovnání vývoje počtu osobních automobilů a dopravních prostředků MHD v ČR

| | 2005 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Osobní automobily | 3 958 708 | 4 280 081 | 4 423 370 | 4 435 052 | 4 496 232 | 4 581 642 |
| Mikrobusy a autobusy | 20 134 | 20 416 | 20 375 | 19 943 | 19 653 | 19 674 |
| Trolejbusy | 719 | 740 | 738 | 733 | 735 | 728 |
| Tramvaje | 1 855 | 1 877 | 1 882 | 1 866 | 1 826 | 1 828 |
| Vozy metra | 420 | 567 | 576 | 610 | 635 | 685 |

Zdroj: Ministerstvo dopravy – ročenka, Dostupné z: http://www.mdcz.cz/cs/Statistika_dopravy/

Jak je vidět z předchozí tabulky, počet registrovaných autobusů a mikrobusů v České republice postupně klesá. U ostatních prostředků MHD zůstává jejich počet přibližně stejný, až na vozy metra, jejichž počet postupně roste. Klesající trend počtu autobusů můžeme vysvětlit modernizací vozového parku a vyřazováním starších vozů. Znepokojivým faktorem pro MHD je však neustále se zvyšující počet osobních automobilů, který v roce 2011 přesáhl počet čtyř a půl milionu vozů.

Fakt, že lidé v posledních letech čím dál tím více upřednostňují osobní dopravu před hromadnou dopravou, potvrzuje i následující tabulka, která zobrazuje počty přepravených osob v prostředcích MHD od roku 2005 do roku 2011.

Tabulka 3: Počet osob přepravených v prostředcích MHD v rozmezí let 2005 - 2011

| | 2005 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Přeprava cestujících celkem | 2 268,9 | 2 258,4 | 2 323,8 | 2 262,0 | 2 260,3 | 2 138,5 |
| Z toho: | | | | | | |
| Trolejbusy | 194,3 | 195,6 | 200,6 | 191,7 | 191,3 | 186,5 |
| Tramvaje | 716,1 | 690,1 | 697,9 | 673,8 | 673,8 | 641,1 |
| Metro | 515,1 | 537,3 | 596,9 | 584,9 | 578,5 | 530,5 |
| Autobusy | 843,4 | 835,4 | 828,3 | 811,6 | 816,6 | 780,3 |

Pozn.: Údaje jsou uvedeny v milionech osob

Zdroj: Ministerstvo dopravy – ročenka, Dostupné z: http://www.mdcz.cz/cs/Statistika_dopravy/

Z tabulky je patrné, že po nárůstu poptávky po přepravě v roce 2008 poté v dalších letech počet přepravovaných osob graduálně klesá a dostává se hluboko pod úroveň výchozího roku 2005. Významný pokles poptávky po přepravě můžeme zaznamenat především mezi roky 2010 a 2011. Největší objem přepravy zajistí standardní autobusy, nejmenší počet cestujících naopak přepraví trolejbusy. Za tímto výrazným snížením počtu přepravených cestujících může stát zdražení jízdenek, které bylo nutné kvůli zvyšující se sazbě DPH a také kvůli narůstajícím cenám elektrické energie a pohonných hmot. Podle článku internetového deníku idnes.cz ze 17. srpna roku 2012 je také na vině to, že se výrazně investuje do infrastruktury pro osobní dopravu, avšak investice např. do nových tramvajových či trolejbusových vedení stagnují. Článek také poukazuje na skutečnost, že stále více cestujících používá pouze jednorázové jízdenky, a prodej předplatných jízdenek klesá. Tato situace paradoxně může vést k dalšímu zvýšení jízdného, či omezení počtu spojů, čímž by mohlo dojít k dalšímu úbytku cestujících. Cestou z tohoto začarovaného kruhu může být zachování ceny jízdného (případně navýšení postupnými malými částkami a ne skokově) a zvýšení investic do rozvoje MHD. Tím by bylo možné zkvalitnit stávající službu, a přilákat tako nové potenciální zákazníky.

4 Analytická část

Následující část práce je zaměřena na analyzování a následné podrobné posouzení současného stavu MHD v Českých Budějovicích.

4.1 Historie

Městská hromadná doprava má v Českých Budějovicích poměrně dlouhou a bohatou historii. Její počátek se datuje již do roku 1909, a to konkrétně k datu 15. června, kdy byl zahájen pravidelný provoz. Tehdejším záměrem bylo především zajistit propojení mezi nádražím a centrem Českých Budějovic. Za tímto účelem byla vybudována jednokolejná tramvajová dráha s výhybkami, které umožňovali vyhnout se protijedoucím vlakům.

Trat' měla svůj začátek před budovou českobudějovického nádraží a končila u dělostřeleckých kasáren (v prostoru dnešního Mariánského Náměstí). Na své zhruba tři kilometry dlouhé cestě tramvaj projela dnešní Žižkovou ulicí, poté projela Senovážným náměstím a ulicí Karla IV., dále přes východní a severní stranu náměstí Přemysla Otakara II., poté tramvaj pokračovala Krajinskou třídou, přes most přes Mlýnskou stoku a Pražskou ulici až na konečnou zastávku, u již zmíněných dělostřeleckých kasáren (Plzeňská zastávka).

Tato trasa byla zvolena díky vysokému počtu obyvatel v Pražském předměstí, přes které trat' vedla. Podle toho byla také označena jako linka P. Po dlouhých jednáních, byl také 16. dubna roku 1910 zaveden provoz druhé linky s označením L. Trasa této linky se zčásti shodovala s linkou P – začátek linky byl taktéž u nádraží a kolejová dráha vedla až k náměstí. Před náměstím však linka L zatočila směrem k divadlu (dnešní ulice Dr. Stejskala), překonala most a vjela na dnešní Lidickou ulici (dříve tato ulice měla název Linecká, a od toho byl také odvozen název této linky). Z Lidické ulice poté tramvaj odbočila do dnešní Heydukovy ulice a zakončila svoji jízdu u Jižní zastávky.

Před samotným pravidelným provozem obou linek bylo třeba posoudit bezpečnost tratí, především pak v úsecích, kde trati přecházeli mosty. Na základě rozhodnutí ministerstva železnic nebylo povoleno lince L překonávat most vedoucí přes Malší. Výjimka byla nakonec udělena převozu prázdného motorového vozu. V praxi tedy vypadala cesta tak, že tramvaj dovezla cestující před již zmíněný most, přes který

museli projít pěšky, a na druhé straně mostu nastoupili do již přistaveného prázdného tramvajového vozu.

Tato situace byla vyřešena až v průběhu 1. Světové války, kdy byl vystavěn most zcela nový, který prošel přísnou zatěžkávací zkouškou a tak bylo možné ode dne 15. června 1916 absolvovat celou trasu na lince L bez nutnosti přestupu. Rok 1909 byl také spojen s debutem dalšího dnes velice hojně využívaného dopravního prostředku a to konkrétně trolejbusu. Trasa trolejbusu byla zřízena proto, aby měli cestující také přímé a rychlé spojení ke hřbitovu Sv. Otýlie. Tramvaj tuto trasu nemohla vykonat, protože nebylo možné, aby koleje křížovaly dva poměrně frekventované železniční přejezdy.

Trolejbusem bylo možné cestovat od 27. října 1909, avšak pouze krátkou dobu. Vzhledem k nedokonalé technologii reflektující svoji dobu, byly trolejbusy značně nespolehlivé a tak byl jejich provoz po pěti letech ukončen.

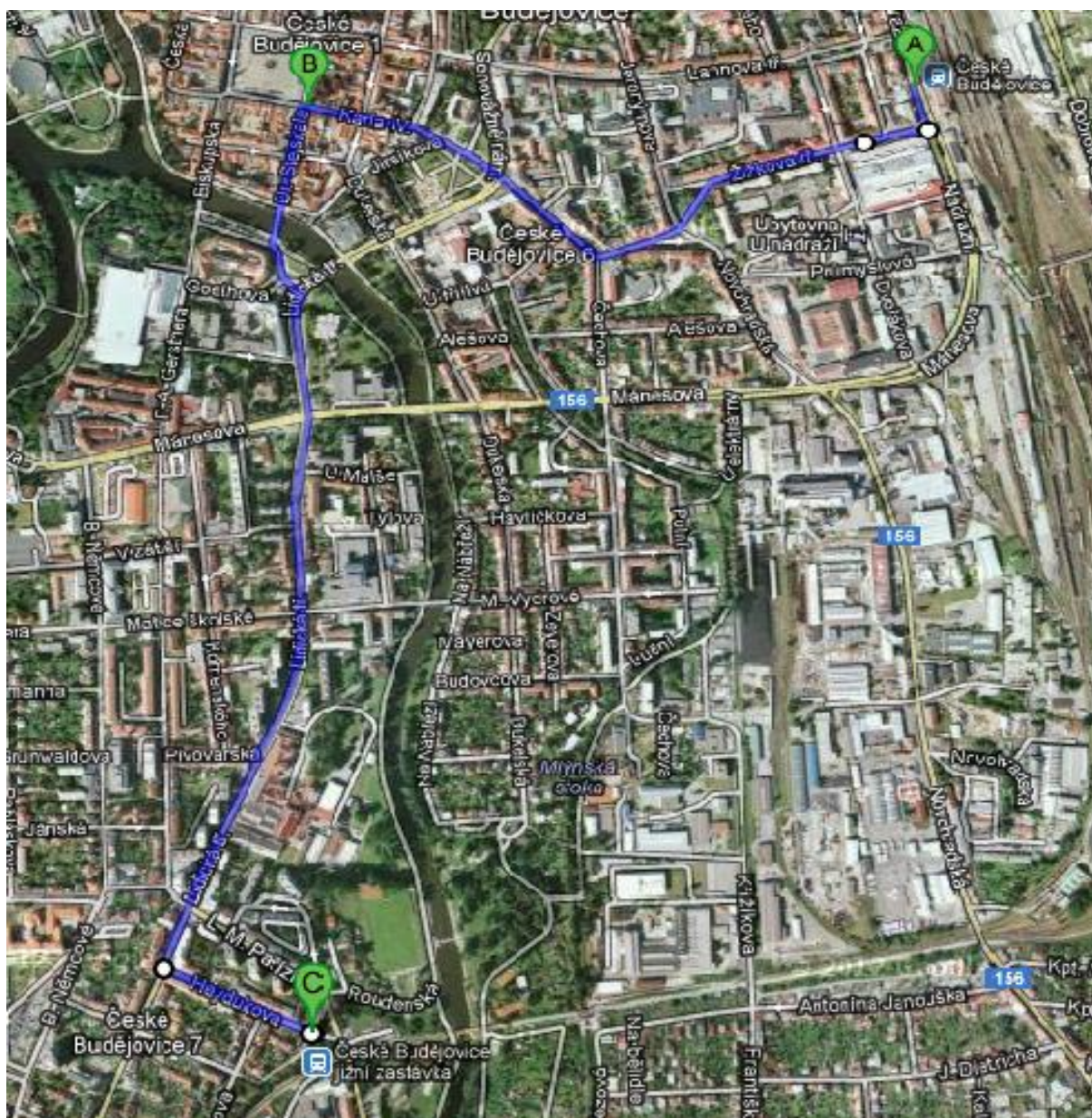
Pro lepší představu o trasách prvních linek Českobudějovické MHD slouží následující obrázky.

Obrázek 3: Trasa Linky P z roku 1909 na současné mapě



Zdroj: Autor

Obrázek 4: Trasa Linky L na současné mapě



Zdroj: Autor

Pozn.: Na obou obrázcích je bodem A označen začátek trasy u nádraží. Bod B poté označuje místo, kde se každá linka vydala jiným směrem. Body C označují cílové destinace obou tratí. V případě Linky P u Dělostřeleckých kasáren v Pražské ulici a v případě Linky L u jižní zastávky ulici Heydukova.

V období po 1. Světové válce byly navrhovány další varianty pro rozšíření tramvajové sítě. Tyto návrhy však zůstaly nere realizovány. Jedním z nich bylo například rozšíření tramvajové trati od Nádraží přes ulici Rudolfůvská. Dále měla linka

pokračovat přes ulice Na Sadech a Jírovcova, aby poté zatočila do ulice Fráni Šrámka a napojila se na již existující tramvajovou trať na Pražské třídě. Tento projekt nebyl uskutečněn také kvůli nezájmu tehdejších vlastníků tramvajových drah, kteří později neměli zájem ani o provoz. Proto v roce 1925 zakoupili dráhy Jihočeské elektrárny, které zajišťovaly jejich provoz až do roku 1950.

Dalším z projektů byla snaha o zřízení linky mezi Rudolfovem a českobudějovickým nádražím a to především díky vysokému počtu obyvatel, kteří denně cestovali za prací, či za vzděláním do Českých Budějovic. Provoz byl však na základě předpokládaných nákladů vykalkulován jako ztrátový a nebyl uskutečněn.

Roku 1936 tedy proběhla jediná uskutečněná změna na jednotlivých drahách. Linka L již nezabočovala do Heydukovy ulice, ale byla prodloužena dále po Lidické. Konečná zastávka byla přesunuta do ulice Erbenova. Na náměstí Přemysla Otakara II. byla zřízena výhybna a byl také upraven roh náměstí v ulici Karla IV. tak, aby mohla Linka L obsluhovat celý úsek mezi Lidickou (tehdejší Linecké předměstí) a Pražským předměstím. Tato linka byla určena jako hlavní, a byla označena čísly I a III podle toho, jakým směrem jela. Druhá linka obsluhovala zbylý úsek mezi Nádražím a Náměstím a byla označena stejně jako linka hlavní. I přes tuto změnu však docházelo ke střetům mezi potřebou hromadné dopravy a náklady vynaloženými na její realizaci.

Vozový park i tramvajové tratě začaly pomalu zastarávat a náklady na obnovu těchto tratí byly značně vysoké. Již roku 1938 byla tedy mezi městem a Jihočeskými elektrárnami uzavřena smlouva nahrazování tramvají elektrobusey. K definitivnímu úpadku tramvají přispělo také bombardování dne 24. března 1945, které značně poškodilo část trati, a které zcela vyřadilo jeden tramvajový vůz. Kvůli nižšímu počtu vozů a zvyšující se poruchovosti (vozy již byly velice staré) nebyla tramvajová doprava schopna plnit jízdní řády, což mělo za následek omezení využívání hromadné dopravy ze strany cestujících.

V Českých Budějovicích v tuto dobu začínala doba trolejbusů. První trolejbusová linka byla vedena v roce 1948 do Čtyř Dvorů, které tehdy nebyly součástí města. Postupně byly přidávány další trolejbusové tratě – na Pražské předměstí a do Rožnova - a v roce 1949 byl stanoven místem obratiště prostor před Nádražím. Tento krok již značně omezil tramvajovou síť. Kvůli prozatímnímu nedostatku nových trolejbusů místy ještě vypomáhaly již zastaralé tramvaje. Po nákupu nových trolejbusových vozů

definitivně skončila na přelomu února a března roku 1950 doba tramvají v Českých Budějovicích.

Městskou hromadnou dopravu v letech 1950 – 1971 tedy zajišťovaly výhradně trolejbusy. V tuto dobu už se nejednalo o značně nespolehlivé a poruchové stroje jako tomu bylo v roce 1909. S těmito moderními stroji měla dobrou zkušenost již hromadná doprava v Praze, která je začala používat v roce 1936, ale také například v Plzni či Zlíně. Namísto Jihočeských elektráren bylo 1. ledna 1950 provozování městské hromadné dopravy svěřeno nově ustanovenému Dopravnímu podniku.

Současně s rozmachem trolejbusové dopravy však začalo i postupné experimentování s přepravou autobusovou. První autobusová linka byla zřízena pro obsluhu oblasti Mladé a byla zpočátku zajišťována pouze menšími autobusy PRAGA. Autobusy na této lince byly používány, protože selhala snaha postavit zamýšlenou trolejbusovou trať do této oblasti. Díky neustále narůstající potřebě přepravovat se po rozrůstajícím se městě rychleji a pohodlněji, bylo v roce 1960 k dispozici již 5 autobusových linek, které zajišťovaly provoz na trase dlouhé téměř 30 kilometrů.

Přestože během 50. a 60. let byla stěžejní složkou přepravy trolejbusová doprava, na sklonku 60. let se přikročilo k rozhodnutí zajišťovat přepravu pouze pomocí autobusů. Není zcela jisté, zda za rozhodnutím stála nákladnost budování trolejbusových sítí, snaha o inovaci vozového parku rychle se vyvíjejícími autobusy, či jiný důvod, avšak 24. září roku 1971 se trolejbusy slavnostní jízdou rozloučili s cestujícími v Českých Budějovicích.

Hromadnou dopravu v Českých Budějovicích zajišťovaly po dobu následujících dvaceti let pouze autobusy, jejichž síť neustále rostla. V roce 1972 mohli občané využít již 11 linek, které obsluhovali trasu o délce 87 kilometrů. Ke konci roku 1988 byla celková délka již 200 kilometrů.

V roce 1991 opět začala výstavba trolejbusových sítí a také byl opět spuštěn provoz trolejbusů. Původním cílem bylo spojení Českých Budějovic s Jadernou Elektrárnou Temelín. Jaké by byly náklady na výstavbu takto dlouhé trolejbusové sítě, a jak by vypadal provoz, se již nikdy nedozvíme, protože z tohoto záměru poměrně rychle sešlo. To však nezabránilo významnému rozšíření trolejbusů v následujících letech, a to především do sídlišť a okrajových částí města. Trolejbusy se tedy postupně objevily

v Nemanicích, Borku a Rožnově (rok 1992, linka č. 2), v Suchém Vrbném a na Šumavě (rok 1996), ve Strakonické ulici, kde slouží jako důležité propojení mezi Pražskou třídou a sídlištěm Čtyři Dvory (rok 1998), a také v Pekárenské ulici jako propojení Pražské Třídy s Nádražím (rok 2003).

Od roku 2000 funguje v MHD v Českých Budějovicích nový informační systém zajišťovaný palubními počítači v jednotlivých dopravních prostředcích. Vozidla byla také vybavena novými označnickými jízdenkami. Díky tomuto informačnímu systému mohou MHD používat také nevidomí spoluobčané. Pro zlepšení komfortu cestujících jsou také pravidelně investovány nemalé finanční prostředky do obnovy vozového parku. V rámci této obnovy jsou kupovány nízkopodlažní dopravní prostředky, které umožňují rychlejší a jednodušší nástup občanům na vozíčku, cestujícím s kočárky, či starším občanům. Ve větší míře jsou také využívány moderní technologie, které vedou k lepší informovanosti cestujících a jejich snadnější orientaci při přepravě.

Významnou událostí je také účast dopravních prostředků MHD v systému IDS. Integrovaný dopravní systém se snaží propojit a optimalizovat dopravu v rámci propojení přepravy pomocí vlaků, dopravních prostředků MHD a meziměstských linek. DPmČB za tímto účelem provozuje od roku 2001 linku číslo 104 (v současnosti linka číslo 4), která zajišťuje dopravu z Českých Budějovic do Hluboké nad Vltavou, kde také zčásti plní funkci městské hromadné dopravy v časech, kdy vyžaduje přepravu vyšší počet cestujících. Rok 2009 byl rokem významného jubilea – MHD v Českých Budějovicích oslavila 100 let od svého založení.

4. 2 Současný stav MHD v Českých Budějovicích

Během sta let provozu hromadné dopravy v Českých Budějovicích, prošla tato služba výraznými změnami. Zmapování a analyzování současného stavu je cílem této kapitoly. Celkem je možné v Českých Budějovicích využít provoz na 21 linkách. Z toho osm linek je zajištěno trolejbusy, které pokrývají trasu o celkové délce přibližně 63 kilometrů. Zbýlých třináct linek obsluhují autobusy a to na celkové délce 165 kilometrů. Cestující má možnost využít přepravu na 19 linkách mezi 4:00 až do přibližně 24:00. Pro přepravu mezi tímto intervalem je možné využít dvě noční linky – konkrétně linky číslo 53 a 59.

MHD v Českých Budějovicích je rozdělena do 2 tarifních pásem. Do prvního tarifního pásma je zařazena doprava přímo v centru a širším okolí. V druhém tarifním pásmu jsou poté zařazeny vzdálenější oblasti. Do druhého tarifního pásma jsou konkrétně zařazeny oblasti: Hluboká nad Vltavou, Borek, Rudolfov, Dobrá Voda, Srubec, Staré Hodějovice, Vidov, Roudné, Včelná, Boršov, Vrábče, Litvínovice a Homole.

Vozový park se skládá z 51 kloubových trolejbusů, které mají kapacitu až 150 cestujících. Při plném provozu je využito 37 těchto vozů, a zbytek je udržován v takovém stavu, aby bylo možné je ihned použít například v případě poruchy. Z tohoto počtu je 26 trolejbusů nízkopodlažních, což zajišťuje větší komfort a snadnější nástup a výstup především pro cestující s pohybovým omezením. DPmČB využívá trolejbusy značky Škoda a to konkrétně:

- Škoda 15Tr – tyto trolejbusové vozy byly vyrobeny mezi lety 1991 – 1992, vozy jsou průběžně modernizovány a postupem času nahrazovány jiným typem vozidla
- Škoda 25Tr Irisbus – tento trolejbusový vůz je vyráběn od roku 2004 a od roku 2005 postupně nahrazuje v Českých Budějovicích starší vozidla. Jeho výhodou oproti staršímu typu je především skutečnost, že je nízkopodlažní.

Na linkách, které nejsou přizpůsobeny k provozu trolejbusů, je využíváno celkem 63 autobusů s naftovým pohonem. V případě potřeby je ve vozovém parku DPmČB k dispozici ještě 29 autobusů. Převážně jsou využívány vozy značek Karosa a Iveco.

V současnosti je již většina autobusů nízkopodlažních, a nedávno zakoupené typy splňují nejpřísnější emisní normu Euro V. Kapacita jednotlivých vozidel se pohybuje od 100 do 150 cestujících.

V průběhu dalších let můžeme očekávat další modernizaci vozového parku. Zatím poslední investicí bylo zakoupení pěti moderních nízkopodlažních autobusů Iveco Irisbus Citelis 12 na konci roku 2012. Ředitel DPmČB také prozradil, že se díky dobře vyjednaným podmínkám podařilo na nákupu těchto autobusů ušetřit přibližně 5 miliónů Kč. Autobusy jsou nyní již k využití v rámci přepravy a cestující je mohou jednoduše poznat díky charakteristické červené barvě.

Dopravní podnik informoval, že červená barva bude v budoucnu použita i na ostatní vozidla MHD. Červená barva je jednou z barev Statutárního města České Budějovice. Je také výrazně viditelná a rozpoznatelná. Použití červené barvy na všechna vozidla MHD v ČB by výrazně přispělo k uniformitě služby, čímž by se mohla zvýšit prestiž a bylo by možné přilákat větší množství cestujících.

4.3 Doprava na pravidelných linkách

Od roku 2011 je v MHD v Českých Budějovicích uplatňován systém tzv. páteřních linek. Páteřní linky jsou trasy s největší výtěžností a můžeme je považovat za stěžejní prvek celé dopravy ve městě. Především pomocí těchto linek je organizována celá doprava. Pokud je potřeba přenastavit časy linek z hlediska návaznosti, zpravidla se začíná právě u linek páteřních – tyto linky mají tedy strategický význam při organizování dopravy. Páteřní linka se vyznačuje především vysokou frekvencí spojů, obsluhou nejvíce frekventovaných oblastí, rychlou a kvalitní přepravou cestujících, a neustálým zlepšováním komfortu při přepravě. Za tímto účelem je vynakládána snaha o:

- nasazování nových nízkopodlažních vozů s vysokou kapacitou;
- zkracování intervalu jízd;
- přehledné a jednoduše zapamatovatelné odjezdy ve všech dnech v týdnu (tzv. taktový jízdní řád);
- zavádění vyhrazených jízdních pruhů pro dopravní prostředky MHD;
- podpora informovanosti cestujících na zastávkách a ve vozidlech

4.4 Páteřní linky

V současnosti funguje v Českých Budějovicích šest páteřních linek, z toho čtyři z nich jsou zajišťovány pomocí trolejbusů.

4.4.1 Linka č. 1

Tato linka zajišťuje dopravu na trase od zastávky Máj – M. Horákové přes navazující zastávky Václava Talicha, Evžena Rošického, U parku, Výstaviště, U zelené ratolesti,

Poliklinika Sever, Senovážné Náměstí – Pošta, a její trasa končí v zastávce Nádraží. Důležitým úsekem této linky je především trasa v rozmezí zastávek Evžena Rošického a Výstaviště. Tento úsek totiž kromě linky č. 1 zajišťuje pouze linka č. 14, která ovšem mimo špičku (tzn. mezi 9:00 až 12:00 a poté od 17:00 dále) nejezdí.

V souvislosti s touto linkou je potřeba zmínit také důležitou linku č. 21, která není páteřní, avšak značně posiluje možnost přepravy na této trase. Linka č. 21 prodlužuje trasu linky č. 1 na jednom konci o úsek Haklovy Dvory – Máj M. Horákové, a na druhém konci o úsek Nádraží – Rudolfov – Hlincová Hora. Obě dvě tyto linky jezdí ve špičce v pravidelném intervalu 15 minut, a mimo špičku poté v intervalu 30 minut. Jednotlivé časy odjezdů jsou naplánovány tak, aby bylo možné mezi těmito linkami plynule přestupovat. Díky kombinaci těchto linek tedy můžeme říci, že na úsek jejich společné trasy je ve špičce vypraveno osm vozidel MHD a tudíž čekací doba nepřesáhne osm minut. Linka č. 21 také jako jediná zajišťuje na této trase přepravu během víkendů a svátků a to celodenně v intervalu 30 minut.

4. 4. 2 Linka č. 2

Tato linka je důležitá především zajištěním přepravy cestujících z příměstské oblasti Borek a ze sídliště Nemanice směrem k centru města. Z opačné strany pak linka zajišťuje přepravu od českobudějovické nemocnice přes Lidickou třídu opět směrem do centra. Konkrétně vede trasa linky č. 2 přes tyto zastávky: Borek, Nemanice, Hřbitov, Budvar, Družba-IGY, Poliklinika Sever, Senovážné Náměstí, U nemocnice, Papírenská, Náměstí Bratří Čapků.

Na tomto místě je třeba zmínit změnu trasy, která se odehrála právě v souvislosti se zavedením systému páteřních linek. Původně totiž vozy na této trase odbočovaly ze Senovážného Náměstí směrem k Nádraží a odtud se vracely Rudolfovskou ulicí na již výše nastíněnou trasu. Trasa byla v původní podobě velice dlouhá a značně prodlužovala dobu přepravy u cestujících, kteří mířili směrem od Lidické třídy do centra města. Linka byla z tohoto důvodu napřimena. Pro přepravu na zmíněném úseku je možné využít značný počet jiných linek.

Je třeba říci, že krajní úseky trasy, od Borku do Nemanic a od Papírenské k Náměstí Bratří Čapků, jsou obsluhovány menším počtem spojů než zbytek trasy – v průměru však alespoň dvěma spoji za hodinu. Z tohoto pohledu je pro uživatele důležité pozorně sledovat jízdní řády, kde jsou přehledně označeny spoje, které zajišťují přepravu

i do těchto krajních oblastí. Hlavní úsek linky č. 2 je poté pravidelně obsluhován každých 10 minut ve špičce. Mimo špičku je interval příjezdu nastaven na 15 minut, ve večerních hodinách poté 30 minut. Přepravě na trase Nemanice – Budvar dále vypomáhá linka č. 8, v které je možné využít přepravu dvakrát za hodinu ve špičce a jednou za hodinu mimo špičku. Linka č. 8 je také důležitá pro cestující z Nemanic, kteří nechtějí cestovat do centra města. Tato linka jim nabízí možnost cestovat po obchvatu Strakonická přes sídliště Vltava až na sídliště Máj. Přeprava na páteřní lince č. 2 je zajišťována výhradně pomocí trolejbusů.

4. 4. 3 Linka č. 3

Nejvytíženější linka v rámci MHD v Českých Budějovicích. Tato linka zajišťuje přepravu ze sídliště Máj k českobudějovickému Nádraží. Na své cestě protíná důležité a značně frekventované oblasti. Konkrétně linka prochází přes následující zastávky: Máj Antonína Barcala, Jaroslava Bendy, Šumava, Jihočeská univerzita, Vysokoškolské koleje, Výstaviště, U zelené ratolesti, Poliklinika Sever, Senovážné Nám. – Pošta, Nádraží. Velká poptávka po přepravě v těchto oblastech je zapříčiněna mimo jiné velkým množstvím studentů, pro které je tato linka stěžejní ať už při cestě do centra či na nádraží. Lidem v centru trasa linky č. 3 umožňuje rychlý přesun buďto na sídliště Máj, či opět na nádraží. Pro oblasti v zastávkách Šumava – Vysokoškolské koleje je tato linka jedinou přímou trasou do centra města.

Díky vysokému počtu cestujících je nutné dbát na vysokou frekvenci spojů na této trase. V časech mimo špičku přijíždí spoj na zastávku každých 7 – 8 minut. V době dopravní špičky je pak interval snížen na pouhých 5 minut. V kritickém úseku mezi 7:00 a 8:00 ráno, kdy velké množství obyvatel cestuje za prací či za vzděláním je interval zkrácen dokonce na 4 minuty. To znamená, že v kritickou hodinu je možné využít až 15 spojů. Velice dobrou dopravní obslužnost můžeme také zaznamenat o víkendech a svátcích, kdy linka č. 3 přijede na zastávku každých 10 minut v průběhu dne. V brzkých ranních hodinách a ve večerních hodinách je poté interval posunut na 15 minut. Linka je obsluhována výhradně velkokapacitními trolejbusovými vozy s převažujícím množstvím vozů moderních a nízkopodlažních.

Přes výborné nastavení intervalů a trasy této linky se velice často stává, že obslužnost není příliš dobrá. Jde především o zdržení linek, nedodržování jízdních řádů a následnou přeplněnost jednotlivých vozů. Tyto situace jsou způsobeny

nevyhovující infrastrukturou celého města a především velkým počtem osobních vozů v úsecích, kudy linka č. 3 projíždí. V čase dopravních špiček vznikají časté dopravní zácpy a to především v úseku Husovy třídy, v ulici Na Sadech a v prostoru Senovážného Náměstí. DPmČB se ve spolupráci se statutárním městem České Budějovice rozhodl tuto situaci řešit pomocí projektu s názvem „Koridor MHD“.

Koridor MHD

Koridor MHD lze paralelně chápat zcela stejně, jako nastavení činností v podnicích pomocí procesního přístupu k řízení. Jedná se zde o kompletní úpravu jednotlivých prvků přepravy tak, aby poskytovali cestujícímu kvalitní přepravní zkušenost již od zjišťování informací o daném spoji až po samotný výstup z dopravního prostředku. V rámci tohoto procesního přístupu je tedy řešena následující problematika:

- moderní a vybavené zastávky – v ideálním případě zastřešené zastávky, které jsou vybavené elektronickými informačními panely. Všechny zastávky na trase koridoru by také měly obsahovat jízdenkový prodejní automat;
- vznik nových zastávek – především za účelem lepší dostupnosti chodců;
- nové moderní dopravní prostředky – snaha o co nejnižší věkový průměr vozidel MHD, nasazování nízkopodlažních vozidel;
- stavební úpravy dopravních komunikací – zavádění vyhrazených jízdních pruhů pro MHD, rozšíření dopravní komunikace, úprava špatného povrchu komunikace, budování nových a bezpečnějších přechodů pro chodce;
- přenastavení organizace dopravy v úseku koridoru – omezení vjezdu osobních vozidel do daného úseku, preference jízdy MHD na světelných křižovatkách.

Projekt koridoru MHD začal být v Českých Budějovicích realizován již v roce 2012, kdy byla rekonstruována Žižkova ulice. Zastávka v této ulici byla posunuta naproti České Poště a byla pojmenována Senovážné Náměstí – Pošta. Díky nové zastávce je MHD mnohem lépe přístupnější a rychleji z peší zóny Lannova Třída. V místě předchozí zastávky vznikla důležitá parkovací místa pro rezidenty v této oblasti. Projekt je dále rozdělen do dvou etap. Start první etapy je naplánován

na léto roku 2013, druhá etapa by poté měla začít na podzim roku 2014. V první etapě projektu budou realizovány následující změny:

- všechna vozidla budou vybavena zařízením, které jim umožní rychlou komunikaci s řadiči křižovatek, na základě toho bude vozům MHD umožněn přednostní průjezd křižovatkou;
- v úseku od zastávky Výstaviště do křižovatky Husovy třídy s ulicí Na zelené louce bude vyhrazen pro vozidla MHD speciální BUS pruh. Stejný pruh bude vymezen také v úseku od zastávky U zelené ratolesti až k zastávce Poliklinika Sever;
- v oblasti Mariánského náměstí vznikne by-pass pro větší plynulost osobní dopravy, odbočení z ulice Na Sadech do Husovy třídy bude ve všedních dnech mezi 6:00 až 18:00 vyhrazeno pouze pro vozy MHD. Stejný systém bude uplatněn v úseku na křižovatce v ulici Na Sadech při odbočování do ulice Rudolfovská. V těchto směrech se objeví na semaforech zelená pouze při rozpoznání příjezdu vozidel MHD. Ušetřený čas bude rovnoměrně distribuován pro odbočení všech vozidel do jiných směrů, což by mělo opět výrazně podpořit plynulost dopravy;
- vzniknou nové světelně označené přechody v blízkosti zastávek Výstaviště a U Zelené Ratolesti – cestující tak budou moci bezpečněji a rychleji dorazit k těmto zastávkám

Cílem těchto opatření je především omezit počet osobních automobilů v inkriminovaných úsecích a tím zlepšit rychlost přepravy MHD. Dopravní modely však předpovídají nárůst počtu osobních automobilů například v ulicích Na Dlouhé Louce či v Pekárenské. Rozdílem je, že v těchto ulicích nejezdí takové množství linek jako v úseku koridoru. Zrychlení a zkvalitnění přepravy pomocí MHD na tomto úseku si také klade za cíl navýšení počtu cestujících, kteří zvolí rychlou a přesnou přepravu veřejnou dopravou namísto osobních automobilů. Pokud se opravdu navýší počet cestujících na úkor osobních automobilů, není třeba se obávat komplikací na úsecích, kam bude odkloněna osobní doprava.

Tyto cíle podpoří i změny provedené v druhé etapě, která budou realizovány od podzimu roku 2014:

- na trase koridoru vzniknou nové obousměrné zastávky a to konkrétně zastávku Multikino, která bude umístěna před vchod do obchodního centra Čtyři Dvory. Dále vznikne obousměrná zastávka v prostoru náměstí u křižovatky ulic Novohradská a Žižkova. Tyto zastávky opět přiblíží možnost přepravy potenciálním cestujícím v oblasti Lannovy třídy;
- vznik nových světelných křižovatek na výjezdech z ulice Jana Opletala, které vždy nastaví zelenou pro průjezd vozidel MHD tak, aby vozidla nemusela zastavovat;
- významné změny budou provedeny v oblasti obchodního centra Mercury a českobudějovického nádraží. Stávající zastávky budou přesunuty blíže nádraží, aby bylo možné lépe navázat na příjíždějící vlaková spojení a také zkrátit čas cestu, kterou je nutné vykonat při přestupech na MHD z opačné strany ulice;
- Průmyslová ulice již nebude vyhrazena pro veřejnou dopravu. Tuto úlohu převezme ulice Žižkova v úseku od Chelčického ulice k ulici Nádražní. Tento úseku bude určen výhradně pro vozy MHD. Díky této změně bude možné pro řidiče osobních automobilů zvolit po výjezdu z podzemních garáží obchodního centra přímou trasu na Nádražní ulici. Toto opatření by mělo výrazně pomoci dopravě v oblasti Senovážného Náměstí;
- vznik nové světelné křižovatky ulic Žižkovy a Nádražní, která bude řízena v koordinaci se všemi světelnými křižovatkami v Nádražní ulici. V prostoru této křižovatky také vzniknou nové úroňové přechody pro chodce.

V průběhu obou etap budou také modernizovány všechny zastávky v koridoru. Na každé zastávce bude umístěn elektronický informační panel a také jízdenkový prodejní automat. Dále budou všechny zastávky vybaveny přístřeškem a bude také navýšen počet míst k sezení. Zároveň bude tato trasa obsluhována co nejnovějšími nízkopodlažními vozy s vysokou kapacitou.

Financování projektu zajistí společně s DPMČB také Statutární město České Budějovice. Statutární město dle plánu vynaloží v obou etapách celkem 20,5 milionu

Kč a to především na stavební úpravy komunikací, vybavení křižovatek a dopravní značení. Dopravní podnik se poté bude na celém projektu podílet částkou přibližně 7,8 milionu Kč. Tyto prostředky budou vynaloženy především na lepší vybavení dopravních prostředků a také nadstandardní vybavení zastávek.

Přestože je projekt koridoru realizován na trase linky č. 3, neznamená to, že by ze všech provedených změn těžila pouze tato linka. Provedené změny se totiž budou úzce dotýkat většiny páteřních linek a v oblasti nádraží také převážného počtu linek městských. Projekt by měl také příznivě ovlivnit situaci osobní dopravy v celých Českých Budějovicích. To, zda provedené změny opravdu omezí počet osobních automobilů v ulicích a přimějí obyvatele Českých Budějovic k hojnějšímu využívání prostředků MHD, bude zpětně analyzováno jak Dopravním podnikem, tak statutárním městem České Budějovice.

4. 4. 4 Linka číslo 5

Tato linka vznikla spojením dřívějších linek číslo 5, 15 a 17. Poměrně dlouhá trasa spoje má svůj začátek na sídlišti Máj a končí svojí cestu v zastávce Rožnov, která je umístěna na konci Lidické třídy. Trasa tohoto spoje vede přes výrazně frekventovaná místa Českých Budějovic a je také jediným spojem v ulici Pekárenská, čímž získává důležitost především pro cestující v hustě osídlené oblasti Palackého Náměstí. Konkrétněji spoj projíždí přes následující zastávky: Máj – Antonína Barcala, Václava Talicha, Vltava střed, Strakonická Möbelix, Družba – IGY, Palackého Náměstí, Nádraží, Senovážné Náměstí (Dům kultury), Poliklinika Jih, Nemocnice, Nám. Bratří Čapků, Rožnov.

Spoj přijíždí v době dopravní špičky každých 10 minut a mimo špičku poté každých 15 minut. O víkendech a svátcích přijíždí spoj po většinu dne ve dvacetiminutových intervalech a ve večerních hodinách je tento interval prodloužen na 30 minut. Situace na této lince bývá komplikovaná mezi 16:00 až 17:00 a to především v úseku mezi zastávkami Vltava střed - Strakonická Möbelix. Úsek je důležitým obchvatem pro osobní dopravu. Do roku 2020 je výhledově naplánována stavba nového přemostění řeky Vltavy v ulici U trojice, kudy bude linka č. 5 projíždět. Tímto napřímením stávající trasy bude možné vyhnout se komplikované dopravní situaci v ulici Strakonická a výrazně zkrátit čas přepravy na celé trase. Zároveň bude znovu uvedena do provozu

zastávku TESCO, která není v současné době obsluhována. Posílí se také výrazně možnost přepravy cestujících v Pražském Sídlišti.

Dalším komplikovaným úsekem této linky byla oblast u křižovatky ulic Nádražní a Rudolfovská, kde docházelo v čase dopravních špiček k výraznému zpoždění. Situace byla značně vylepšena modernizací viaduktu u ulice Pekárenská a stavbou nové silniční komunikace za tímto viaduktem. Tato komunikace odklání velkou část osobní dopravy, která směřuje do oblastí Suché Vrbné a Rudolfov, což komplikované situaci v úseku zmíněné křižovatky výrazně pomáhá.

4. 4. 5 Linka číslo 9

Tato linka zajišťuje přepravu obyvatel ze čtvrti Suché Vrbné do všech důležitých oblastí města. Zároveň linka jako jediná umožňuje cestovat přímo k obchodnímu centru Géčko v oblasti České Vrbné. Tento spoj obsluhuje následující důležité zastávky: Suché Vrbné, Plynárna, Nádraží, Senovážné Náměstí, Poliklinika Sever, Družba – IGY, Vltava střed, Vltava, Globus, České Vrbné.

Spoje jsou na trasu vysílány v intervalu 7 – 8 minut v časech dopravní špičky, mimo špičku poté každých 15 minut a ve večerních hodinách po 30 minutách. V průběhu víkendu přijíždí spoj na zastávku každých 20 – 30 minut. Ne všechny spoje jedoucí ve směru od Suchého Vrbného, absolvují kompletní trasu až do konečné zastávky České Vrbné. Konečnou zastávkou některých spojů na této lince se stává zastávka Vltava. Cestující jsou o těchto zkrácených spojích informováni poznámkou v jízdním řádu. Oblast za zastávkou Vltava je však i přesto obsluhována velice dobře, a to prostřednictvím čtyř spojů za hodinu, v pravidelných intervalech po 15 minutách.

Možností pro další zrychlení přepravy na této lince je plánované napřímení trasy od zastávky Pětidomí směrem k zastávce Nádraží. Toto napřímení bude provedeno až v případě, že proběhne stavba podjezdu pod kolejíštěm u nádraží. Datum realizace této stavby však není prozatím stanoveno.

4. 4. 6 Linka číslo 11

Poslední páteřní linka se od ostatních výše zmíněných linek odlišuje především tím, že na rozdíl od ostatních linek má tento spoj pouze jednu konečnou zastávku. Předchozí linky absolvovali svoji trasu v obou směrech, z bodu A do bodu B. Linka č. 11 však zakončuje svoji cestu ve stejném bodě, ve kterém trasu započala. Tato

zvláštnost je způsobena zajištěním přepravy v oblasti Pražského sídliště. Infrastruktura v této oblasti neumožňuje existenci obousměrných zastávek, a tak linka absolvuje okružní cestu po tomto sídlišti a vrací se zpět do počáteční zastávky Nové Hodějovice (nebo v některých případech do zastávky Staré Hodějovice – Náves). Tato linka zajišťuje jako jediná přepravu cestujících z oblasti Pražského sídliště.

V časech dopravní špičky je interval mezi jednotlivými spoji nastaven na 10 minut, mimo dopravní špičku poté na 15 minut. O víkendech je možné využít spoje této linky každých 30 minut. Spoj projíždí na své trase přes následující důležité zastávky: Nové Hodějovice, Mladé – točna, Dopravní Podnik, Nádraží, Poliklinika Sever, Družba – IGY, Strakonická – Möbelix, Pražské Sídliště, Čěcova, U Trojice.

Všechny páteřní linky mají společné to, že kromě krajních zastávek linek číslo 2 a 11, jsou všechny oblasti, ve kterých uskutečňují přepravu, zařazeny do 1. tarifní zóny. Můžeme tedy říci že na linky, které uskutečňují převážný objem dopravy, nejsou z hlediska cestujícího uvaleny tak vysoké finanční nároky, jaké by vznikly v případech, kdyby vzdálenější oblasti spadaly do 2. tarifní zóny. Toto můžeme považovat za velice vstřícný krok k velkému počtu cestujících.

4. 5 Městské a příměstské linky

Městské linky můžeme chápat jako spoje, které doplňují nabídku přepravy linek páteřních a to především v místech, kde není objem cestujících tak velký. I přesto je však zajištění přepravy v těchto místech velice důležité. Jedná se především o některé městské čtvrti, případně důležité spoje s většími průmyslovými podniky. Městské linky slouží, jak vyplývá z názvu, především k propojení těchto oblastí s centrem města. Jízdní řady jsou konstruovány v návaznosti na linky páteřní, což je největší rozdíl mezi městskou a příměstskou linkou.

Příměstská linka by svým charakterem měla plnit především funkci MHD v dané obci. DPmČB se snaží o co nejlepší nastavení přepravních časů tak, aby odpovídaly požadavkům obce. Příměstské linky obsluhují oblasti vzdálenější od Českých Budějovic. Příkladem příměstského spoje je linka číslo 4, která obsluhuje obec Hluboká nad Vltavou. Tato linka právě v této obci plní i funkci MHD. Do tohoto typu linek dále zařazujeme i spoj číslo 16, který spojuje centrum Českých Budějovic s oblastmi Mokré a Litvínovice, a také spoj číslo 19 vedoucí z nádraží přes Planou až do Nových Homolí.

Společným znakem příměstských linek je také to, že jejich trasa je vedena přes obě tarifní zóny. Dopravní podnik by také mohl v budoucnu využít možnosti zavedení příměstských linek i do vzdálenějších oblastí v prostředí jihočeského kraje, čímž by byla doplněna stávající možnost přepravy v rámci meziměstské linkové dopravy. Cílem této dopravy by mohly být menší města a obce v okolí Českých Budějovic jako například Český Krumlov, Kamenný újezd, Třebín, Dubné, Dasný, Češňovice apod.

Nyní v stručnosti charakterizujeme jednotlivé městské linky.

4. 5. 1 Linka číslo 6

Linka vedoucí od nádraží přes centrum města až od obcí Hrdějovice a Hosín. Tento spoj je také velice důležitý pro zaměstnance podniků Motor Jikov a Robert Bosch České Budějovice. V časech příjezdu a odjezdu zaměstnanců těchto firem je linka zastoupena čtyřmi (mezi 17:00 až 18:00 dokonce pěti) spoji za hodinu. V ostatních časech jezdí spoje v pravidelných půlhodinových intervalech.

4. 5. 2 Linka číslo 7

Spoj ze sídliště Máj, který vede až do obce Vrábče. Tuto linku využívají také cestující z obcí Včelná a Boršov. Intervaly spojů jsou nastaveny na 15 minut v dopravní špičce a 30 minut mimo špičku.

4. 5. 3 Linka číslo 8

Trasa této linky podporuje páteřní linku číslo 2. Tato linka byla podrobněji popsána výše.

4. 5. 4 Linka číslo 10

Tento spoj zajišťuje přepravu z obce Kaliště z jedné strany a z obcí Vidov a Roudné ze strany druhé. Spoj jezdí v intervalech 20 – 30 minut ve špičce a jednou za hodinu mimo špičku. O víkendu je situace poněkud horší. Cestující mohou využít pouze jednoho spoje za jednu až dvě hodiny.

4. 5. 5 Linka číslo 12

Trasa je vedena z Havlíčkovy kolonie, přes nádraží, do ulice Okružní. Spoj jezdí mezi sebou interval 30 minut ve špičce a 60 minut mimo špičku. Pro cestující je

důležité pozorně sledovat jízdní řády, protože každý spoj směřuje do jiné konečné zastávky. Spoje této linky mohou využít především studenti Vysoké školy technické a ekonomické jako další alternativu k lince číslo 18.

4. 5. 6 Linka číslo 13

Tato linka je spojením cestujících z obce Srubec s centrem města a využijí ji také obyvatelé sídliště Suché Vrbné. Trasa linky v první polovině kopíruje trasu linky č. 10. Do budoucna je naplánováno spojení právě těchto dvou linek za účelem zefektivnění provozu. Trasa této linky vede přes Nádraží směrem k Senovážnému Náměstí a dále pokračuje po Lidické třídě, okolo zimního stadionu až ke konečné. Konečnou zastávkou je zastávka Papírenská, tedy stejná konečná zastávka jako u páteřní linky č. 2. Během víkendu se v této zastávce linka plynule změní na linku č. 15 a pokračuje bez přerušení dále. Spoje jsou na trasu vypravovány ve všední dny jednou až dvakrát za hodinu, během víkendu poté jednou za jednu až dvě hodiny.

4. 5. 7 Linka č. 14

Trasa této linky z převážné části kopíruje trasu linky číslo 21 s tím rozdílem, že je napřímena v úseku od zastávky Dobrovodská – Poliklinika Sever. Díky tomu se spoj vyhne vysoce frekventované oblasti nádraží. Trasa linky je vedena z Nového Vrata až do konečné zastávky Vltava. Můžeme tedy říci, že tato linka se stává podporou především pro spoje na lince č. 21 a 9. Tomu odpovídají i jednotlivé časy odjezdů. V čase špičky je spoj na trasu vypraven dvakrát až třikrát za hodinu. Mimo špičku vyjíždí spoj pouze výjimečně. O víkendech tato linka nejezdí.

4. 5. 8 Linka č. 15

Tuto linku můžeme označit jako další výraznou podporu páteřní linky č. 9. Na rozdíl od ní však trasa linky č. 15 nabízí cestujícím ze sídliště Vltava cestu směrem k sídlišti Máj, okolo Jihočeské univerzity, přes obchvat Dlouhá Louka až do zastávky Papírenská na Lidické Třídě. Tato linka je důležitým přímým a rychlým spojením pro cestující ze sídlišť Vltava a Šumava, kteří cestují k českobudějovické nemocnici. Spoj má velice dobrou frekvenci jednotlivých spojů ve všedních dnech. Ve špičce jede linka č. 15 v intervalu 15 minut, mimo špičku je poté interval navýšen na 30 minut. Prozatím

na lince přepravují autobusy, avšak v plánu je zavedení trolejového vedení v oblasti Dlouhá Louka a přechod na trolejbusové vozy.

4. 5. 9 Linka č. 18

Spoj vysoce důležitý pro studenty Vysoké školy technické a ekonomické v Českých Budějovicích a také jediná linka, která právě díky tomuto faktu volí cestu směrem po Okružní ulici až k zastávce Nové Vráto. Spoj vyráží ze zastávky Máj – Antonína Barcala a končí v zastávce Nádraží. Trasa zčásti kopíruje trasu páteřní linky č. 5 a po vjezdu na Rudolfovskou třídu pokračuje po stejné trase jako linka č. 21. Důležité je však pro studenty především spojení mezi Nádražím a VŠTE. Tomuto spojení jsou také přizpůsobeny časy odjezdů jednotlivých spojů. Největší počet spojů je na trasu vyslán mezi 7:00 až 8:00 a poté mezi 14:00 až 16:00 (dva až tři spoje za hodinu, převážně v 30 minutových intervalech). Některé ze spojů zajíždějí přímo k areálu zmíněné školy (zastávka Areál VŠTE), jiné však z důvodu zrychlení obslužnosti trasy pouze projíždějí zastávkou Okružní – VŠTE. O víkendech tuto trasu neobsluhují žádné spoje.

4. 5. 10 Linka č. 21

Tato linka tvoří výraznou podporu páteřní linky č. 1. Podrobnosti o její trase a frekvenci jednotlivých spojů jsou zmíněny výše.

4. 6 Noční linky

Tyto linky zajišťují přepravu cestujících mezi 0:00 až 4:00. Zajištění přepravy v tomto čase je pro DPmČB finančně nevýhodné vzhledem k nízkému počtu přepravovaných osob, a ztráty jsou převážně kryty z úspor získaných při denním provozu. Noční linky jsou dobrým příkladem služby, která slouží veřejnosti, aniž by produkovala zisk. Tyto linky mají tedy výrazný sociální aspekt.

Zvláštností je, že právě kvůli nízké rentabilitě, bylo v roce 2009 rozhodnuto o zrušení těchto linek. Toto rozhodnutí vedlo k velké nevoli cestujících, a vyústilo v sepsání petice za jejich znovuoobnovení. Tento krok vedl zastupitele k zvážení situace a následnému zavedení alespoň jedné noční linky, která však podléhala speciálnímu tarifu, který činil 30 Kč za jízdu. V roce 2011 bylo nakonec rozhodnuto o navrácení

nočních linek k jejich původnímu stavu. Cena za přepravu se nyní řídí standardním denním tarifem.

Přestože tyto spoje nevyužívá mnoho lidí, pro některé může být přeprava na těchto spojích zcela zásadní, a proto je dobře, že zůstala pravidelná přeprava na těchto linkách zachována. Konkrétně zajišťují noční přepravu v Českých Budějovicích tyto linky.

4. 6. 1 Linka č. 53

Tato linka směřuje ze zastávky Máj – Antonína Barcala přes zastávky: Jihočeská univerzita, Výstaviště, Poliklinika Sever, Nádraží, Senovážné Náměstí, a dále po Lidické Třídě až do konečné zastávky Náměstí Bratří Čapků. Cestující si mohou linku lépe představit jako kombinaci páteřních linek č. 3 (až k Nádraží) a č. 5 (od Nádraží směrem ke konečné zastávce Nádraží Bratří Čapků). Spoj je možné využít v pravidelném intervalu 40 minut.

4. 6. 2 Linka č. 59

Spoje této linky zajišťují během noci důležitou možnost přepravy do dalších velkých sídlišť v Českých Budějovicích. Konkrétně se jedná o oblasti Vltava, Pražské sídliště a Pražské Předměstí a také Suché Vrbné. Trasa této linky je zcela stejná jako trasa páteřní linky č. 9. Spojů je možno využít v pravidelném intervalu 40 minut stejně jako u linky č. 53.

Jak je z popisu těchto dvou linek patrné, trasy jsou koncipovány tak, aby zajistili spojení nejdůležitějších a nejvytíženějších oblastí po celých Českých Budějovicích. Jízdní řády jsou sestaveny tak, aby bylo možno mezi těmito linkami plynule přestoupit a pokračovat v cestě. K tomuto je určen centrální přestupní bod, který se nachází na zastávce Nádraží. Obě dvě linky se v tomto bodě střetávají v naprosto stejných časech a posilují tak možnost přepravy v nočních hodinách po celém městě.

Jedním z možných návrhů pro zlepšení funkce této linky by mohlo být přeplánování trasy linky č. 59. Obě noční linky totiž kopírují stejnou trasu v úseku od Polikliniky Sever až k Nádraží. Linka č. 59 by mohla být vedena přes zastávky Palackého Náměstí a Skuherského a její trasa by opět pokračovala až do zastávky Nádraží. Tímto krokem

by bylo možné obsloužit frekventovanou oblast ulice Pekárenská a Palackého Náměstí, čímž by byla dále rozšířena variabilita noční přepravy.

Pro lepší představu o trasách jednotlivých spojů a pochopení souvislostí je v příloze této práce přiloženo k nahlédnutí kompletní schéma linek MHD v Českých Budějovicích.

4. 7 Cena jízdného

K využití možnosti přepravy pomocí MHD je samozřejmě nutné, aby cestující zaplatil odpovídající jízdné. MHD v Českých Budějovicích nabízí cestujícím tři způsoby, kterými lze jízdné zaplatit.

4. 7. 1 Jednorázové jízdenky

Toto jízdné je určeno především pro cestující, kteří nevyužívají službu MHD pravidelně. Tyto jízdenky mají rozdílnou cenu pro cestující od 6 do 15 let a pro cestující od 16 do 70 let. Jednotlivé typy jednorázových jízdenek a jejich ceny uvádí následující tabulka.

Tabulka 4: Ceny jednorázových jízdenek v MHD ČB

| Doba trvání | 20 minut | 60 minut | 24 hodin | 168 hodin | 30 minut |
|---------------------------------|----------|----------|----------|-----------|----------|
| Základní jízdenka (16 - 70 let) | 13 Kč | 16 Kč | 50 Kč | 190 Kč | 25 Kč |
| Zlevněná jízdenka (6 - 15 let) | 6 Kč | 7 Kč | 20 Kč | 190 Kč | 10 Kč |

Zdroj: Webové stránky DPmČB, Dostupné z: <http://www.dpmcb.cz/>

Všechny tyto jízdenky jsou přestupní, a platné pro jednu tarifní zónu. V případě přejezdu do jiné tarifní zóny musí mít cestující připravenou další tištěnou jízdenku. Tyto jednorázově tištěné jízdenky je možné pořídit prostřednictvím jízdenkových automatů umístěných na některých zastávkách, na prodejních místech DPmČB, a případně také u dalších smluvních prodejců (převážně trafiky). Cestující mají také možnost využít doplňkového prodeje jízdenek přímo u řidičů jednotlivých vozidel MHD. Doba trvání takto pořízeného lístku je pak 30 minut a cena je stanovena na 25 Kč (respektive 10 Kč v případě dětské zlevněné jízdenky).

Kromě těchto standardních typů jednorázových tištěných jízdenek jsou ještě v nabídce zařazeny dva typy tzv. hromadných jízdenek. Konkrétně jsou to jízdenky rodinné a hromadné školní. Rodinnou jízdenku mohou využít 2 lidé starší 16, společně až se třemi cestujícími do věku 15 let. Cena této jízdenky je stanovena na 100 Kč a zájemci ji mohou využít vždy o víkendu, přičemž doba platnosti je stanovena na celých 48 hodin. V případě navazujícího státního svátku je doba této jízdenky žáků do 15 let věku, společně s doprovodem dvou dospělých osob. Doba trvání této jízdenky je stanovena na 240 minut (tj. 4 hodiny), a cestující za ni zaplatí 200 Kč.

Jak vypadají ceny jednorázových jízdenek, v porovnání s MHD v ostatních městech, znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 5: Porovnání ceny jednorázových jízdenek v jednotlivých městech

| Město | Doba trvání a cena jednotlivých jízdenek | | | |
|------------------|--|---------------|-----------|----------|
| | 20 minut | 40 - 60 minut | 60 minut | 24 hodin |
| České Budějovice | 13 Kč | X | 16 Kč | 50 Kč |
| Hradec Králové | 15 Kč pro 1 z tarifních pásem | | | |
| Liberec | X | 20 Kč | X | X |
| Olomouc | X | 14 Kč | X | 46 Kč |
| Ostrava | 16 Kč* | X | 26 Kč | 75 Kč |
| Pardubice | 15 Kč - 1 zóna, 17 Kč 2 zóny | | | |
| Plzeň | 16 Kč** | X | 20 Kč | 60 Kč |
| Praha | 24 Kč** | X | 32 Kč*** | 110 Kč |
| Ústí nad Labem | 16 Kč | 18 Kč | 23 Kč**** | 80 Kč |

Pozn.: *15 minut, **30 minut, ***90 minut, ****75 minut

Zdroj: Webové stránky Dopravních podniků v jednotlivých městech

Porovnávání cen jednorázových jízdenek je zkomplikováno především faktem, že některé Dopravní Podniky (zde Hradec Králové a Pardubice), již používají výlučně systém městských (čipových) karet, u kterého není hlavním faktorem přepravy čas, nýbrž počet tarifních pásem, zón, či případně počet projetých zastávek. Jiná města (například Olomouc) využívá systém městské karty pouze ke zvýhodnění stálých cestujících.

Podmínky přepravního tarifu jsou v jednotlivých městech značně specifické a mnohdy také poměrně složité. DPmČB přistoupil v minulosti k zjednodušení tarifu, a tak je orientace v něm poměrně snadná i pro občany žijící mimo České Budějovice. Samotné srovnání ukazuje, že přeprava je nejvýhodnější ve městech Hradec Králové a Pardubice a to především proto, že je stanoven nízký tarifní poplatek za jízdu bez ohledu na dobu trvání jízdy. Mezi městy se standardními jednorázovými jízdenkami je poté přeprava výhodná právě v Českých Budějovicích. Výrazně vyšší jízdné než v Českých Budějovicích je vyžadováno ve zcela srovnatelně velkém Ústí nad Labem. Nejdražší jízdné zaplatí za přepravu cestující v Praze. Tato cena však odpovídá rozsahu sítě a možnosti využití mnoha dopravních prostředků a tras.

4. 7. 2 Časové předplatní jízdenky

Časové jízdenky jsou dostupné na prodejních místech Dopravního podniku. Po zakoupení této jízdenky může cestující využívat přepravu v rámci MHD neomezeně po dobu 7 až 365 dnů. Jednotlivé druhy jsou rozděleny podle věku a počtu tarifních zón. Dále Dopravní podnik nabízí v této formě zvýhodněné jízdné pro studenty od 16 do 26 let věku a důchodce (starobní či invalidní) do 70 let. Ceny předplatných jízdenek pro různé skupiny cestujících uvádí následující tabulka.

Tabulka 6: Nabídka předplatných jízdenek v MHD ČB

| Doba trvání | Počet TZ | Cestují od 6 do 15 let | Osoby starší 16 let | Studenti od 16 do 26 let | Důchodci do 70 let |
|-------------|----------|------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------|
| 7 denní | 1 TZ | 43 Kč | 115 Kč | 57 Kč | 65 Kč |
| | 2 TZ | 70 Kč | 187 Kč | 93 Kč | 105 Kč |
| 15 denní | 1 TZ | 80 Kč | 215 Kč | 107 Kč | 120 Kč |
| | 2 TZ | 130 Kč | 350 Kč | 175 Kč | 185 Kč |
| 30 denní | 1 TZ | 142 Kč | 380 Kč | 190 Kč | 200 Kč |
| | 2 TZ | 215 Kč | 585 Kč | 285 Kč | 285 Kč |
| 90 denní | 1 TZ | 380 Kč | 1 020 Kč | 510 Kč | 510 Kč |
| | 2 TZ | 575 Kč | 1 535 Kč | 767 Kč | 770 Kč |
| 180 denní | 1 TZ | x | 1 900 Kč | x | x |
| | 2 TZ | x | 2 940 Kč | x | x |
| roční | 1 TZ | x | 3 630 Kč | x | x |
| | 2 TZ | x | 5 600 Kč | x | x |

Pozn.: TZ = tarifní zóna

Zdroj: Webové stránky DPmČB, Dostupné z: <http://www.dpmcb.cz/>

Z tabulky je jasně patrné především výrazné zvýhodnění studentů oproti cestujícím, kteří tento statut nemají. Při porovnání cen vidíme, že studenti zaplatí u všech typů jízdného pouze poloviční částku oproti nezvýhodněným cestujícím. Děti a žáci od 6 let do 15 let poté zaplatí přibližně třetinu nezvýhodněné ceny. Předplatní jízdenky s dobou trvání půl roku a rok jsou dostupné pouze pro skupinu osob starších 16 let bez zvýhodnění.

Časové předplatní jízdenky je možné zakoupit na prodejních místech DPmČB. V Českých Budějovicích je umístěno celkem pět těchto prodejních míst. V současné době je také možné zakoupit předplatní jízdenku elektronickou formou přímo na stránkách Dopravního podniku. Pro to aby mohl cestující tuto možnost využít, stačí pouze zakoupit na jednom z předprodejních míst elektronický čip, který je poté umístěn ve formě samolepicí fólie přímo na jízdní doklad. Za tento čip zaplatí cestující 30 Kč a ihned po jeho aktivaci může využít nákupu předplatní jízdenky prostřednictvím e-shopu. Ceny takto zakoupených jízdních dokladů jsou zcela shodné s cenami jízdenek zakoupených na předprodejních místech. Zákazník může platbu uskutečnit pomocí převodu z bankovního účtu, či platební kartou.

Stejně jako u jednorázových jízdenek bude v následující tabulce provedeno porovnání cen předplatných jízdenek v jednotlivých městech. Za účelem porovnání byly vybrány předplatní jízdenky určené pro osoby ve věku 16 – 70 let, tedy bez cenového zvýhodnění. Všechny porovnávané předplatní jízdenky jsou také určeny pro jedno tarifní pásmo.

Tabulka 7: Porovnání nabídky předplatních jízdenek v jednotlivých městech

| Město | Doba trvání a cena předplatní jízdenky | | | | | |
|------------------|--|----------|----------|----------|-------------|----------|
| | týdenní | 15 denní | 30 denní | 90 denní | pololetní | roční |
| České Budějovice | 115 Kč | 215 Kč | 380 Kč | 1 020 Kč | 1 900 Kč | 3 630 Kč |
| Hradec Králové | 160 Kč | 240 Kč | 420 Kč | 1 120 Kč | 2 100 Kč | 3 460 Kč |
| Liberec | 175 Kč | X | 580 Kč | 1 520 Kč | X | 5 520 Kč |
| Olomouc | 126 Kč | X | 350 Kč | 900 Kč | X | X |
| Ostrava | 172 Kč* | X | 360 Kč | 972 Kč | 1 836 Kč | 3 420 Kč |
| Pardubice | 145 Kč | 270 Kč | 435 Kč | 1 170 Kč | 1 535 Kč** | 3 990 Kč |
| Plzeň | X | X | X | X | 2 260 Kč | 3 910 Kč |
| Praha | X | X | 550 Kč | 1 480 Kč | 2 450 Kč*** | 4 750 Kč |
| Ústí nad Labem | 195 Kč | 310 Kč | 535 Kč | 1 395 Kč | 2 570 Kč | 4 845 Kč |

Pozn.: *přenosná jízdenka, **120 denní jízdenka, ***5 měsíční jízdenka

Zdroj: Webové stránky Dopravních podniků v jednotlivých městech

Z porovnání jasně vyplývá, že za týdenní a dvoutýdenní předplatní jízdenky zaplatí cestující nejméně peněz v Českých Budějovicích. Jízdenky 30 denní a 90 denní jsou pak nejvýhodnější v Olomouci a Ostravě. Výhodné ceny přepravy v Ostravě můžeme vysvětlit především tím, že ceny jsou porovnávány z hlediska jednoho tarifního pásma. Ostrava je rozdělena na více tarifních pásem než například Olomouc, nebo České Budějovice a cestující se přepravují do těchto pásem častěji. To má také výrazný vliv na cenu předplatných jízdenek.

Zajímavým faktem je, že v MHD ve městě Olomouc, v jako jediném z porovnávaných měst, nemohou cestující využít pololetní a roční předplatné kupony. Právě roční předplatný kupon je nejvýhodnější pro cestující v Hradci Králové. Závěrem můžeme konstatovat, že nejlevnější předplatní kupony mohou využívat cestující v Hradci Králové, Olomouci a Českých Budějovicích. Naopak poměrně vysokou cenu musí zaplatit cestující ve srovnatelně velkých městech Ústí nad Labem a Liberci.

4. 7. 3 SMS jízdenky

Od roku 2011 mají cestující v Českých Budějovicích také možnost využít k zaplacení přepravy elektronickou SMS jízdenku. K použití SMS jízdenky stačí mít aktivovanou službu Premium SMS. Poté je potřeba na mobilním telefonu zadat při psaní zprávy text BUD – pro 60 minutovou jízdenku, či text BUD24 – pro koupi jízdenky na 24 hodin. Tento text je poté potřeba odeslat na jednotné číslo 902 06. Do dvou minut od odeslání zprávy by měla cestujícímu do mobilního telefonu dorazit SMS jízdenka, která je platným přestupním dokladem o zaplacení jízdého. Cestující je povinen tuto zprávu v mobilním telefonu zachovat po celou dobu přepravy, aby bylo možné v případě přepravní kontroly jednoduše ověřit její platnost. V případě, že je SMS jízdenka omylem smazána z mobilního telefonu, má cestující možnost zaslání duplikátu, odesláním shodné zprávy jako při objednávání na číslo 9000603. Cena zaslání duplikátu je poté 3 Kč. K cenám za SMS jízdenku je ještě potřeba připočítat cenu za zaslání SMS zprávy, dle tarifu operátora, jehož služby cestující využívá.

Tato forma placení jízdého je moderní doplňkovou službou, kterou lze využít především v místech, které nejsou osazeny jízdenkovými automaty. V současné době je mobilní telefon standardní výbavou převážné většiny obyvatel a počet cestujících, kteří by mohli tuto službu využít je tedy poměrně vysoký. Přesto si služba v Českých

Budějovicích nezískala přílišnou oblíbenost, jak také ukazují výsledky z provedeného dotazníkového šetření (viz kapitola 5). Tuto skutečnost lze vysvětlit několika faktory:

- nedostatečná propagace – přestože SMS jízdenku zná více než 93% cestujících, celých 69% cestujících ji nikdy nevyužilo. Respondenty tato možnost mnohdy ani nenapadne, protože není DP dostatečně komunikována;
- náročnost a nevíra v technologii – některým cestujícím se může zdát postup pro objednání SMS jízdenky velice složitý. Zároveň také panuje obava, že cestující jízdenku neobdrží a přijde tak o své peníze. Tyto faktory jsou relevantní především pro cestující ve vyšší věkové skupině;
- cena SMS jízdenky – až donedávna byla SMS jízdenka pro cestující značně nevýhodná. Verze jízdenky za 25 Kč nabízela pouze 30 minutovou možnost přepravy. Od 1. 8. 2013 byl tento čas navýšen na 60 minut a SMS jízdenka se tak stává o něco výhodnější. Navýšení časového limitu bylo jistě krokem vpřed, přesto však je jízdenka o celých 9 Kč (bez započítání ceny samotné SMS) dražší oproti jednorázové 60 minutové jízdence, kterou lze pořídit za 16 Kč. Při výrazné citlivosti cestujících na cenu jízdného je tento rozdíl přímo propastný

Za největší slabinu SMS jízdenky můžeme tedy považovat její cenu. Jak si cena SMS jízdenky v Českých Budějovicích vede v porovnání s ostatními městy, nabízejícími tuto službu, ukazuje následující tabulka.

Tabulka 8: Porovnání cen a doby trvání SMS jízdenek v jednotlivých městech

| Město | SMS jízdenka | | Srovnatelná jednorázová jízdenka | |
|------------------|--------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|
| | Cena | Doba trvání | Cena | Doba trvání |
| Hradec Králové | 18 Kč | 45 min. (60 min.) | 15 Kč | Dle počtu zastávek |
| | 55 Kč | 24 hod. | | |
| Liberec | 25 Kč | 60 minut | 18 Kč | 40 minut |
| Olomouc | 18 Kč | 50 minut (70 minut) | 14 Kč | 40 minut (60 minut) |
| Ostrava | 26 Kč | 70 minut | 26 Kč | 60 minut |
| Pardubice | 25 Kč | 45 minut (60 min.) | 15 - 17 Kč | Dle počtu zón |
| | 65 Kč | 24 hodin | | |
| Plzeň | 20 Kč | 35 minut | 16 Kč | 30 minut |
| | 70 Kč | 24 hodin | 70 Kč | 24 hodin |
| Praha | 24 Kč | 30 minut | 24 Kč | 30 minut |
| | 32 Kč | 90 minut | 32 Kč | 90 minut |
| | 110 Kč | 24 hodin | 110 Kč | 24 hodin |
| | 310 Kč | 72 hodin | 310 Kč | 72 hodin |
| Ústí nad Labem | 18 Kč | 60 minut | 18 Kč | 45 minut |
| | 80 Kč | 24 hodin | 80 Kč | 24 hodin |
| České Budějovice | 25 Kč | 60 minut | 16 Kč | 60 minut |
| | 70 Kč | 24 hodin | 50 Kč | 24 hodin |

Pozn.: Doba trvání uvedená v závorce je platná pouze o víkendech.

Zdroj: Webové stránky Dopravních podniků v jednotlivých městech

Z tabulky je patrné, že prodloužením doby platnosti SMS jízdenky je nyní její cena v poměru k době trvání, srovnatelná s ostatními městy. Nejlevnější 60 minutové SMS jízdenky mohou cestující využít ve městech Hradec Králové či Ústí nad Labem (18 Kč). Nejvýhodnější 24 hodinovou verzi jízdenky mohou cestující využít v Hradci Králové. Tabulka dále potvrzuje, že ve většině měst (včetně Českých Budějovic) je využití SMS jízdenky oproti standardním jízdenkám dražší variantou. Výjimkou je pouze Praha, Ústí nad Labem a Ostrava. V posledních dvou jmenovaných městech je dokonce využití SMS jízdenky výhodnější než využití standardní papírové jízdenky.

Podpoření zájmu o SMS jízdenky v Českých Budějovicích by mohlo napomoci právě zlevnění SMS jízdenky na cenu obyčejné jízdenky. Zajímavou možností, jak zvýšit prodej SMS jízdenek je také zavedení soutěže o reklamní předměty Dopravního Podniku pro cestujícího s největším počtem SMS jízdenek objednaných za měsíc. Tento krok využívá jako podporu prodeje Dopravní podnik Ostrava. V Českých Budějovicích je pro cestující nově také možnost využít k objednání SMS jízdenky pomocí QR kódu. Tuto techniku mohou využít vlastníci takzvaných „smart“ telefonů. Vyfocením QR kódu se prostřednictvím internetu v mobilu vyšle požadavek na zaslání SMS jízdenky, a cestujícímu je tak při objednání výrazně ulehčena práce. Zajímavou možnost využívá také Hradec Králové, který umožňuje objednat SMS jízdenku formou pouhého „prozvonění“. Tyto techniky objednávání mohou pomoci k zvýšení objemu prodeje SMS jízdenek.

4. 7. 4 Bezplatná přeprava

Dopravní Podnik města České Budějovice také vymezuje skupiny obyvatel a věcí, které mohou uskutečnit přepravu bezplatně. Patří mezi ně především:

- a) Děti do 6 let
- b) Cestující starší než 70 let
- c) Držitelé průkazu ZTP
- d) Představitelé státní moci a městská policie
- e) Dětské kočárky a pojízdná taška na kolečkách

Po provedených porovnáních jízdného mezi jednotlivými městy, která provozují MHD lze konstatovat, že MHD v Českých Budějovicích se v současnosti řadí mezi města s velice výhodnou cenou přepravy pro cestující. Dopravní Podnik vždy musí volit kompromis mezi takovou cenou, která bude pro cestující dostatečně motivující k využití přepravy a cenou, která zajistí co nejlepší možné pokrytí provozních nákladů. Důležité je tedy i zjistit, o kolik se sníží počet přepravovaných osob při zvýšení ceny jízdného. Následující tabulka ukazuje počty přepravených osob, výnosy utržené za jízdné a ceny jednorázových jízdenek v jednotlivých letech.

Tabulka 9: Vývoj počtu přepravených osob v závislosti na ceny jízdného

| Rok | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Cena jízdenek (20 minut, 60 minut) | 10, 14 | 10, 14 | 12, 16 | 12, 16 | 12, 16 | 12, 16 | 13, 16 |
| Počet přepravených osob | 42 397 | 42 222 | 40 974 | 40 279 | 40 215 | 38 564 | 38 091 |
| Výnosy z vybraného jízdného | 114 118 | 122 074 | 134 699 | 129 531 | 130 489 | 125 706 | 128 148 |
| Podíl výnosů předplatných jízdenek | 55 684 | 61 008 | 67 582 | 63 491 | 57 733 | 57 645 | 58 273 |
| Podíl výnosů jednorázových lístků | 30 945 | 32 948 | 33 350 | 30 366 | 31 973 | 29 188 | 28 871 |
| Podíl výnosů z lístků zakoupených v automatech | 27 489 | 28 118 | 33 767 | 35 674 | 40 783 | 38 873 | 41 004 |

Pozn.: Ceny jízdenek jsou uvedeny v Kč, ostatní ukazatele v tis. Kč, respektive v tis.

Zdroj: Webové stránky DPmČB - ročenky, Dostupné z: <http://www.dpmb.cz/>

Z tabulky je patrné, že cestující jsou velice citliví na každou změnu ceny jízdného. Tento fakt potvrzuje především pokles počtu přepravených osob mezi roky 2007 až 2008. Od tohoto roku počet přepravených cestujících graduálně klesá. Na vině není pouze zdražení jízdenek jednorázových, ale postupné zdražování předplatných kuponů, které je také zřetelné mezi roky 2008 – 2010.

Pozitivní je jistě fakt, že přestože se v minulém roce počet přepravených osob o něco snížil, podařilo se DPmČB díky drobnému navýšení ceny jednorázových jízdenek zastavit pokles výnosů, který je patrný právě od roku 2008. Od roku 2010 se stabilizovaly také výnosy za předplatní kupony. Vzhledem k vysoké citlivosti cestujících na změnu ceny lze doporučit na určitou dobu zafixovat cenu jízdného a pokusit se tak opět přilákat větší počet potenciálních cestujících.

4. 8 Doprovodné služby poskytované DPmČB

Moderní podnik, který chce v současné době udržet krok se svými konkurenty, nemůže spoléhat pouze na poskytování jedné jediné služby či výrobku. Naopak je důležité neustále rozšiřovat portfolio služeb tak, aby bylo možné oslovit vyšší počet potenciálních zákazníků. DPmČB proto v posledních několika letech nabízí služby, které jsou zaměřené především na oblast osobních automobilů, ale také doplňují rozsah nabídky hlavní služby.

4. 8. 1 Parkovací služba

DPmČB vykonává správu městských placených parkovacích míst od 1. 5. 2012. Jedná se o zajištění správného fungování parkovacích automatů, kontrolu správnosti parkování (zda dané splňuje všechny podmínky pro parkování na daném místě), případně řešení přestupků ve spolupráci s městskou policií. Tato veřejná parkoviště jsou rozdělena do dvou tarifních zón podle vzdálenosti od centra města. Podle je také stanovena cena za parkování. V zóně A stojí uživatelé této služby první hodina parkování 30 Kč a každá další započatá hodina 60 Kč. V zóně B, která je ve větší vzdálenosti od centra města, zaplatí uživatel služby 10 Kč za každou započatou hodinu.

Celkem je v současné době v Českých Budějovicích k dispozici 583 veřejných parkovacích míst. Kromě správy veřejných parkovacích míst zajišťuje DPmČB také správu míst pro rezidenty a abonenty. Pro získání rezidentní karty je nutno prokázat místo bydliště v dané lokaci a také zaplatit roční poplatek 2 000 Kč. DPmČB spravuje v současnosti 302 těchto parkovacích míst.

Zpoplatňování většího množství veřejných parkovacích míst (či nárůst poplatku za využívání této služby) je jedním z kroků, který může zvýšit využitelnost prostředků městské hromadné dopravy. V případě, že bude příliš složité, či drahé zaparkovat přímo u centra města, dá se očekávat nárůst poptávky po přepravě v těchto místech. Jedním z možných řešení by také bylo zavedení jakéhosi mýtného pro osobní automobily, pokud by řidiči chtěli vjet přímo do historického centra Českých Budějovic. Toto opatření by mělo kromě posílení vlivu MHD také ekologický dopad. Zabránilo by se také dopravním zácpám v okolí centra města.

4. 8. 2 Služby poskytované motoristům

DmČB nabízí veřejnosti i firmám prodej nafty za výhodnou cenu. Čerpací stanice je umístěna přímo u provozovny autobusové divize a je řidičům přístupna non-stop. Aktuální cena, za jakou je nafta prodávána, je vždy k vidění na internetových stránkách Dopravního podniku a je průběžně aktualizována.

Dále můžeme v areálu autobusové divize dopravního podniku nalézt také dvě moderní automatické myčky určené pro všechny typy vozidel, od nákladních tahačů s návěsy až po osobní automobily. Stejně jako čerpací stanice jsou i tyto myčky přístupny všem motoristům non-stop. Ceny se pohybují u větších vozidel podle typu od 200 Kč do 700 Kč, u osobních automobilů jsou poté ceny v rozmezí od 79 Kč do 109 Kč podle použitého programu.

Motoristé mohou také využít servisu vozidel, který je taktéž přístupný v prostorách areálu DmČB. Provozní doba této služby je od pondělí do pátku vždy od 6:00 do 14:00. V rámci servisu mohou motoristé kromě standardního rozsahu oprav a údržby vozidla také využít služeb lakovny, či ošetření automobilu antikorozií ochranou.

4. 8. 3 Reklamní služby

Dopravní prostředky městské hromadné dopravy jsou skvělým místem pro umístění reklamy. Denně přepraví vozy více než 100 tisíc cestujících a díky tomu, že se reklama na voze pohybuje v prostoru celých Českých Budějovic, je počet potenciálních zákazníků oslovených reklamou ještě vyšší. DmČB proto nabízí širokou škálu možností, jak a prostředků, které mohou firmy využít pro svoji propagaci. Plochy pro reklamu můžeme rozdělit na vnitřní plochy ve vozidlech MHD a venkovní plochy na vozidlech.

Uvnitř dopravního prostředku mohou být k propagaci použity především papírové letáky, které jsou umístovány mezi okna a střechem dopravního prostředku. Dále je možné využít plastová držadla, či umístění reklamní fólie. Všechny tyto prostředky jsou velice dobře viditelné, především pak leták umístěný v plastovém držadle, které se nachází přímo v prostoru očí stojícího cestujícího. Moderním nástrojem pro využití reklamy uvnitř dopravních prostředků jsou LCD obrazovky, které jsou umístěny v modernějších dopravních prostředcích. Tento propagační nástroj je nazýván

CityDisplay, a v současné době je umístěn ve více než 30 vozidlech MHD v Českých Budějovicích.

CityDisplay slouží k vysílání reklamních spotů, případně také k informování o kulturních či sportovních akcích, či o důležitých informacích o fungování MHD. Ceny se pohybují v rozmezí od 2 500 Kč do 5 000 Kč v závislosti na délce spotu. V případě zájmu o propagaci v delším časovém horizontu může zájemce ušetřit i několik tisíc Kč. Tento moderní prostředek by mohl být kromě reklamy využit také samotným Dopravním podnikem pro zvýšení komfortu cestujících. Prostřednictvím obrazovky by mohly být cestujícím poskytovány například informace o tom, na jaké linky je možné přestoupit v určitých zastávkách, či za jak dlouho dobu se dopravní prostředek dostane do požadovaného místa.

Vnější reklamou na vozidlech MHD označujeme reklamní fólie, které je možné využít v různých velikostech. V současné době je díky tzv. perforované fólii možné využít i prostor bočních oken, což významně zvyšuje velikost dané reklamy. Perforovaná fólie přitom neomezuje cestující uvnitř autobusu, protože je přes ni vidět. Ceny celoplošné reklamní fólie se pohybují v rozmezí od 7 100 Kč do 11 675 Kč za měsíc provozování reklamy v závislosti na typu vozidla. Zájemce o reklamu má však také možnost využít menšího prostoru, např. pouze prostor zádi dopravního prostředku, či prostor pod okny. Při volbě této menší reklamy se ceny pohybují od 2 000 do 7 000 Kč v závislosti na umístění.

4. 8. 4 Ostatní služby

DPmČB dále nabízí možnost pronájmu vozidel a mechanizace. Jedná se o dodávková a osobní vozidla, montážní plošiny, či vysokozdvizné vozíky. V souvislosti se svojí hlavní přepravní činností také není překvapením nabídka dopravy na objednávku. V rámci této služby je možné zajistit přepravu větší skupiny osob v případě různých

událostí. Tato služba je hojně využívána například při exkurzích škol, sportovních akcích, na svatbách či pohřbech apod. Další doplňkovou službou Dopravního podniku je také nabídka jízdy v historickém trolejbusu Škoda 9 Tr, či zajištění každoročního provozu Mikulášské jízdy v tomu odpovídajícím čase.

4.9 Finanční ukazatele DPmČB

Jak již bylo zmíněno v předchozím textu, MHD v Českých Budějovicích v současné době zajišťuje Dopravní podnik města České Budějovice. DPmČB je akciovou společností, jejíž jediným a tudíž stoprocentním vlastníkem je statutární město České Budějovice. Městská hromadná doprava ve všech městech České republiky funguje na základě smluv od objednatelů této služby. V Českých Budějovicích je převážným objednatelům přepravy především Statutární město ČB a dále také Jihočeský kraj a některé příměstské obce. Na základě objednané přepravy poté Dopravní podnik společně s objednateli hledá ideální řešení fungování přepravy. Při těchto jednáních hrají významnou roli především zkušenosti nabyté provozováním MHD v minulých letech, případně jsou také projednávány stížnosti či požadavky od cestujících a vypracované průzkumy.

Nezanedbatelnou roli při tvorbě dopravních řádů zastávají také instituce (např. velcí zaměstnavatelé, či školy) v Českých Budějovicích. Dopravní podnik se snaží najít takové řešení, které optimálně pokryje potřebu přepravy do těchto institucí v požadovaném čase. Po sestavení jízdních řádů a následném schválení objednavatelem, předkládá Dopravní podnik na základě kalkulace nákladů na 1 kilometr přepravy, objem prokazatelné ztráty, kterou by měl objednavatel uhradit. Výpočet prokazatelné ztráty vychází z Dodatku č. 5 - ke Smlouvě o závazku veřejné služby k zajištění dopravní obslužnosti zájmového území města České Budějovice a o úhradě prokazatelné ztráty z městské hromadné dopravy pro rok 2009 – 2018. Výpočet prokazatelné ztráty má v tomto dodatku následující podobu:

$$\text{ÚVN} + \text{přiměřený zisk} - \text{Tržby} = \text{prokazatelná ztráta}$$

$$\text{ÚVN} - \text{Tržby} = \text{účetní ztráta z přepravní činnosti}$$

Pozn.: ÚVN = úplné vlastní náklady

Přiměřený zisk vychází také z dodatku k uzavřené smlouvě, a je rozdělen na autobusové a trolejbusové vozy. V současné době Dopravnímu podniku není vyplácen žádný přiměřený zisk, jak vyplývá z účetních výdajů. Přiměřený zisk byl

Dopravnímu podniku naposledy vyplacen v roce 2009 a to ve výši 6 055 ti. Kč. Jak také vyplývá z účetních výkazů, v posledních letech není prokazatelná ztráta uhrazena v plné výši, a tak Dopravní podnik hospodaří se ztrátou, která je v současné době kryta nerozděleným ziskem z minulých let. Vývoj nákladů, výnosů a úhrady prokazatelné ztráty je patrný z následující tabulky.

Tabulka 10: Vývoj finančních ukazatelů Dopravního podniku města České Budějovice

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Počet ujetých km | 6 041 | 6 095 | 6 087 | 6 019 | 5 733 | 5 649 | 5 673 |
| Úplné vlastní náklady | 388 277 | 423 218 | 450 143 | 440 033 | 437 325 | 414 449 | 419 872 |
| Celkové výnosy z vlastní činnosti | 195 210 | 219 174 | 257 709 | 228 419 | 225 895 | 209 751 | 204 656 |
| Prokazatelná ztráta | 193 067 | 204 044 | 192 434 | 211 614 | 211 430 | 204 698 | 215 216 |
| Celková úhrada prokazatelné ztráty | 196 626 | 205 302 | 194 935 | 214 669 | 204 317 | 201 528 | 202 071 |
| Úhrada prokazatelné ztráty - město ČB | 179 400 | 186 340 | 174 534 | 192 738 | 183 065 | 180 000 | 180 000 |
| Úhrada prokazatelné ztráty - ostatní | 17 226 | 18 962 | 20 401 | 21 931 | 21 252 | 21 528 | 22 071 |
| Přiměřený zisk | 3559 | 12 973 | 24 300 | 6 055 | 0 | 0 | 0 |
| Výsledek hospodaření | 3 559 | 14 231 | 26 801 | 9 110 | - 7 113 | - 3 170 | -13 145 |

Pozn.: Čísla jsou uvedena v tisících.

Zdroj: Webové stránky DPmČB - ročenky, Dostupné z: <http://www.dpmb.cz/>

Z výše uvedené tabulky je jasně vidět, že od roku 2006 má hospodaření DPmČB vzrůstající trend, který kulminoval v roce 2008. Přestože se poměrně výrazně zvýšili náklady, a to především zvýšením ceny pohonných hmot, bylo toto zvýšení současné provázeno také značným nárůstem celkových výnosů. Nárůst výnosů byl zapříčiněn

zavedením dražšího jízdného a také výrazným výkonem v oblasti doprovodných služeb (zajištění mimořádné dopravy v době výluky Českých Drah). Tyto skutečnosti výrazně snížily závazek města České Budějovice v rámci úhrady prokazatelné ztráty, a tak byly vyhrazené peníze přirknuty Dopravnímu podniku ve formě rekordní úhrady přiměřeného zisku. V inkriminovaném roce 2008 tedy Dopravní podnik vykázal zisk v celkové hodnotě 26 801 tisíc Kč.

Následující roky však již pro Dopravní podnik nebyly tak úspěšné. V roce 2009 klesly výnosy o téměř 30 miliónů Kč, zatímco náklady se podařilo snížit přibližně o 10 miliónů Kč. Tento pokles můžeme vysvětlit především navrácením výnosů z ostatních služeb na průměrnou úroveň roku 2007. Pro představu: výnosy z ostatních činností v roce 2008 činily 121 608 tisíc (z toho více než 16 miliónů mimořádná přeprava), v roce 2009 to bylo 97 817 tisíc (mimořádná přeprava vykázala výnosy v hodnotě necelých 5 miliónů).

V roce 2009 přesto Dopravní podnik zaznamenal zisk ve výši 9 miliónů Kč, a to především díky rekordní úhradě prokazatelné ztráty (úhrada od města České Budějovice činila více než 192 mil. Kč) a přirknutí přiměřeného zisku ve výši 6 miliónů Kč. V letech 2010 a 2011 se naplno projevil dopad celosvětové krize, a to především v narůstajících cenách pohonných hmot a elektrické energie. Celkový objem zajištěné přepravy klesl o necelých 300 tisíc kilometrů, a přesto se náklady snížili pouze o 3 miliony Kč. Výrazně se také snížila úhrada ztráty a to především ze strany města. Díky všem těmto faktorům hospodařil DPmČB se ztrátou větší než 7 miliónů Kč. V roce 2011 klesly celkové výnosy, avšak díky usilovné práci o zefektivnění procesů se podařilo výrazně snížit také vynaložené náklady. Podařilo se tak snížit negativní vlivy probíhající ekonomické situace a minimalizovat celkovou ztrátu přibližně na 3 miliony Kč.

V době psaní této práce nebyla ještě k dispozici souhrnná hospodářská data za rok 2012, avšak můžeme předpokládat, že současný negativní trend bude pokračovat a to především díky kontinuálnímu a výraznému růstu ceny pohonných hmot a energií, které tvoří významnou část nákladů společnosti. Pro rok 2013 se také ještě více sníží částka k úhradě prokazatelné ztráty z objednaných přepravních služeb. Statutární město České Budějovice má pro Dopravní podnik v roce 2013 vymezeno 174 240 tisíc, jak vyplývá z veřejně dostupného návrhu rozpočtu. Předpokládaná prokazatelná ztráta je přitom předběžně vyčíslena na hodnotu 180 miliónů Kč. Následující tabulka ukazuje

vývoj nákladů vynaložených na pohonné hmoty a elektrickou energii v závislosti na vlivu ceny nafty.

Tabulka 11: Vývoj celkových nákladů v závislosti na ceně PHM

| Rok | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Průměrná cena nafty | 29,5 Kč | 28,1 Kč | 31,2 Kč | 28,5 Kč | 27,2 Kč | 30,8 Kč | 34,7 Kč | 36,5 Kč |
| Počet odjetých km za rok | 6 041 | 6 095 | 6 087 | 6 019 | 5 733 | 5 649 | 5 673 | x |
| Náklady na PHM a el. energii | 59 115 | 61 436 | 69 328 | 58 109 | 61 749 | 65 983 | 70 510 | x |
| Celkové náklady | 388 277 | 423 218 | 450 143 | 440 033 | 437 325 | 414 449 | 419 872 | x |
| Podíl PHM na CN | 15,22% | 14,52% | 15,40% | 13,21% | 14,12% | 15,92% | 16,79% | x |

Pozn.: Čísla jsou uvedena v tisících

Zdroj: Webové stránky DPmČB - ročenky, Dostupné z: <http://www.dpmeb.cz/>

Z uvedené tabulky je jasně patrné, že náklady na pohonné hmoty vykazují čím dál tím větší podíl na celkových nákladech společnosti, přestože počet odjetých kilometrů každým rokem klesá. Dopravní podnik se snaží neustále omezovat ostatní náklady, aby tak byla kompenzována právě stoupající cena pohonných hmot. Hlavním způsobem omezování nákladů je zajištění oprav vlastními prostředky a také preference použití repasovaných náhradních dílů před díly zcela novými. Oproti roku 2009 byly náklady vynaložené na materiál a náhradní díly sníženy z 60 029 tisíc Kč na 35 560 tisíc Kč v roce 2011. Přestože v tabulce nemohly být uvedeny údaje z let 2012 a 2013, uvedené rekordní ceny nafty naznačují, že podíl nákladů vynaložených na pohonné hmoty bude v těchto letech a blízké budoucnosti výrazně růst.

Poznámka autora: po publikování výroční zprávy za rok 2012 je patrné, že cena PHM ovlivňuje náklady společnosti stále výrazněji.

4. 10 Investiční činnost a cizí kapitál

I přestože v posledních letech hospodaří Dopravní podnik se ztrátou a čelí neustálé hrozbě v podobě zvyšujících se nákladů, není zapomínáno na investice nutné pro zvýšení efektivnosti služby a také přilákání dalších potenciálních zákazníků.

Za tímto účelem je v posledních letech značně investováno a to především do nákupu moderních dopravních prostředků. K uskutečnění těchto investic je zapotřebí velké množství finančních prostředků, které DPmČB získává ve formě úvěrů od různých bankovních institucí, či ve formě investičních dotací, které mohou být poskytnuty ze státního rozpočtu České republiky, statutárního města České Budějovice, nebo z regionálních operačních programů.

V roce 2011 bylo v rámci projektu s názvem „Nákup 14 trolejbusů“ pořízeno celkem 9 kusů kloubových nízkopodlažních trolejbusů v celkové hodnotě přesahující 119 miliónů Kč. Tento projekt byl realizován v rámci ROP NUTS II Jihozápad, ze kterého byla Dopravnímu podniku vyplaceno dotace v maximální možné výši 45 246 tisíc Kč. Další investice v hodnotě přesahující 13 miliónů Kč byly realizovány v oblastech obnovy technologických zařízení, ekologických opatření a programu energetických úspor. Pro financování těchto (a předcházejících) investičních záměrů byly použity následující dlouhodobé úvěry.

1. úvěr u Komerční banky ve výši 83 miliónů Kč za účelem nákupu nových dopravních prostředků. Úvěr byl uzavřen v roce 2006 a byl z něj financován nákup 5 kusů trolejbusů značky ŠKODA ELECTRIC a 6 kusů nízkopodlažních autobusů značky KAROSA. Splatnost úvěru byla stanovena k datu 20. 12. 2012
2. úvěr od Komerční banky ve výši 80 miliónů za stejným účelem jako předcházející úvěr. Splatnost úvěru je stanovena k datu 20. 11. 2013. Na konci roku 2011 byl zůstatek úvěru roven částce 13 449 tisíc Kč
3. úvěr u České spořitelny s možností čerpání až do výše 174 miliónů Kč za účelem financování výše zmíněného projektu „Nákup 14 trolejbusů“. Úvěr

je splatný ke dni 30. 6. 2019. Na konci roku 2011 činil zůstatek tohoto úvěru částku 92 470 tisíc Kč

Kromě těchto úvěrů, byla také v roce 2011 čerpána další dotace z ROP NUTS II Jihozápad, a to konkrétně na projekt „Informační systém pro cestující MHD v Českých Budějovicích“ v rámci něžž došlo k nákupu 70 digitálních označků, které informují cestující o dobách příjezdů jednotlivých vozidel na zastávky. Celková investice v roce 2010 činila 28 miliónů Kč. V rámci dotace byla v roce 2011 uhrazena Dopravnímu podniku částka v hodnotě 17,9 mil. Kč.

Příkladem dalších významných investic může být například zakoupení pěti nových nízkopodlažních autobusů na konci roku 2012, či plánovaný projekt „Koridor MHD“, který bude uskutečněn v letech 2013 – 2014. Plánovaná investice do tohoto projektu je ze strany Dopravního podniku přibližně 8 miliónů Kč. Další více než 20 miliónů Kč poté na projekt poskytne Statutární město České Budějovice.

5 Dotazníkové šetření

Tato část práce je zaměřena na analyzování a vyhodnocení dotazníkového šetření. Dotazníkové šetření bylo prováděno za účelem sběru informací o uživatelích MHD v Českých Budějovicích a ke zjištění jejich preferencí a názorů. Dotazník byl vytvořen v aplikaci Google Disk (dříve také známé pod jménem Google Docs). Tato jednoduchá aplikace umožňuje uživatelům vytvářet textové dokumenty, tabulky či dotazníky a následně je šířit elektronickou formou. Dotazník byl šířen pomocí sdílení odkazů na sociálních sítích, či přeposíláním e-mailů. Autor také navázal spolupráci s DPmCB a dotazník bylo tedy možné v průběhu měsíce března roku 2013 vyplnit i na oficiálních stránkách Dopravního Podniku.

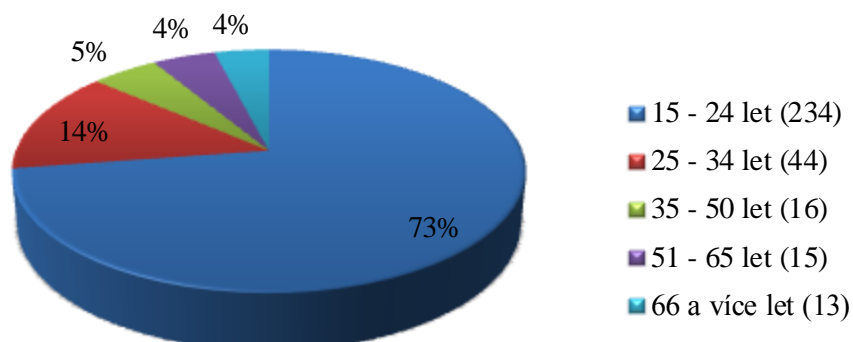
Kromě elektronické formy byl dotazník také šířen v klasické textové podobě a to především za účelem sběru informací od respondentů zařazených do vyšší věkové skupiny. V textové podobě byl dotazník k vyplnění v předprodejních místech Dopravního podniku. Dotazník mohli respondenti vyplnit také při čekání na zastávkách, kdy se o pokládání otázek staral sám autor. Ochota respondentů k vyplnění dotazníků v textové podobě nebyla ze zjevných důvodů (nedostatek času a pohodlí) příliš vysoká. Klasická verze dotazníku byla také ve spolupráci s Jihočeskou univerzitou nabídnuta k vyplnění studentům navštěvujícím kurzy celoživotního vzdělávání.

Samotný dotazník byl rozdělen na dvě části. První část byla zaměřena přímo na uživatele služby. Respondenti odpovídali na otázky o důvodu využití MHD, o jejich obvyklé trase, způsobu placení jízdného, či znalosti ostatních doprovodných služeb DPmCB. Ke konci první části respondenti také uváděli důležité informace o jejich profilu (věk, zaměstnání, pohlaví). Druhá část byla zaměřena přímo na samotnou přepravní službu a její jednotlivé aspekty. Respondenti měli možnost posoudit přepravu v celkem 26 kategoriích a to jak z hlediska jejich osobní spokojenosti, tak z hlediska důležitosti, kterou jednotlivým faktorům přiřkládají. V úplném závěru dotazníku měli poté respondenti prostor ve formě otevřených otázek ke sdělení svého názoru.

Dotazníkové šetření se celkově zúčastnilo přesně 322 respondentů, z nichž 75% byly ženy, a zbylých 25% muži. Věkovou strukturu dotazovaných ukazuje následující graf.

Graf 1: Věková struktura respondentů

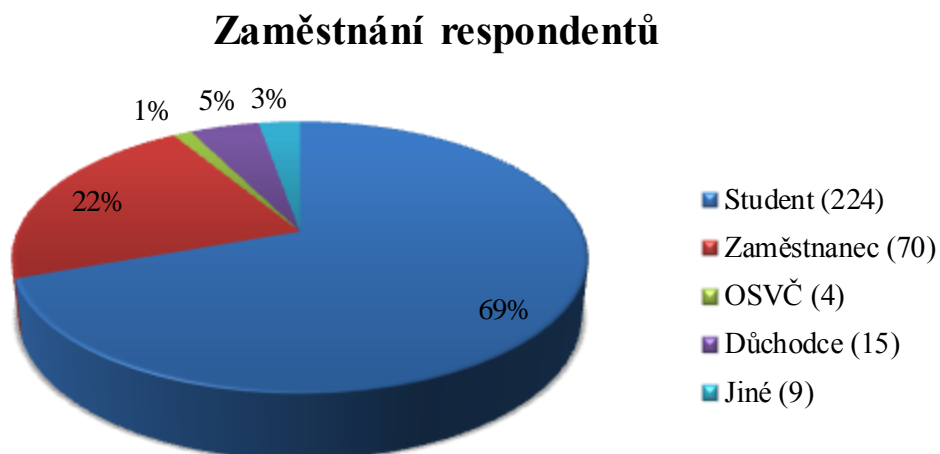
Věková struktura respondentů



Zdroj: Autor

Z grafu je patrné, že nejvíce dotazovaných bylo věku od 15 do 24 let. Tento údaj sice může být částečně ovlivněn tím, že dotazník byl šířen především elektronicky, ale vypovídá také o jedné z největších skupin, která využívá MHD, a to o studentech. S přibývajícím věkem lidé preferují cestování vlastním osobním automobilem. Většina lidí v mladším věku však osobní automobil za tímto účelem nevyužívá a to ať už kvůli omezením legislativním (řidičské oprávnění v ČR od 18 let), nebo převážně kvůli omezením finančním. Využití MHD je pro tuto věkovou skupinu dobrou alternativou. Fakt, že studenti tvoří početnou skupinu cestujících, znázorňuje i graf následující, ve kterém je uvedeno zaměstnání respondentů.

Graf 2: Zaměstnání respondentů



Zdroj: Autor

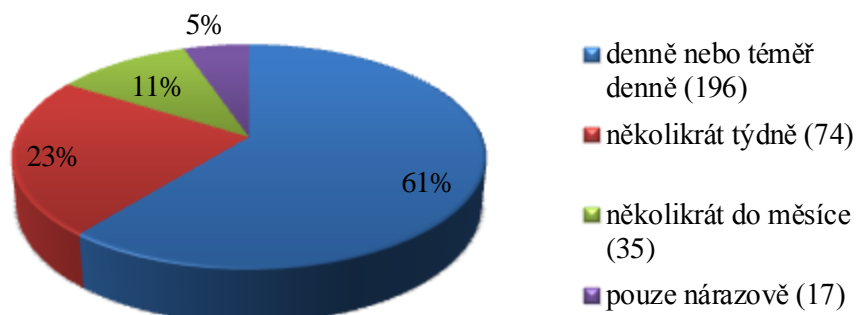
Graf zaměstnání respondentů pouze potvrzuje výše uvedený poznatek. Jak je vidno, téměř 70% všech respondentů stále studuje. Druhou nejpočetnější skupinou jsou poté zaměstnaní lidé. Nejméně početnou skupinou cestujících jsou podnikatelé. Lidé v důchodovém věku zauímají podle dotazníkového šetření pouze 5% všech cestujících. Jak již však bylo zmíněno výše, může být tento údaj poněkud zkreslený díky elektronické distribuci dotazníku. Přestože byl dotazník šířen i formou textovou, ochota k jeho vyplnění nebyla na dostatečné úrovni, a proto nemůže být s jistotou řečeno, zda takto malé procento cestujících ve vyšším věku odpovídá skutečnosti. Na dominantním postavení studentů, respektive postavení lidí do 25 let však tento fakt nic nemění.

Do souboru otázek ohledně profilu respondentů byla také zařazena otázka zaměřená na nejvyšší dosažené vzdělání. Nejpočetnější skupinou byli lidé se středoškolským vzděláním (60 % dotázaných), dále následovali lidé s vysokoškolským vzděláním (33% dotázaných). Zbýlých 7% respondentů poté dosáhlo buďto vyučení, případně základního vzdělání.

Další skupina otázek byla zaměřena na přepravní návyky respondentů. Následující graf ukazuje, jak často respondenti využívají přepravu na pravidelných linkách.

Graf 3: Frekvence využívání MHD

Jak často využíváte MHD v Českých Budějovicích?



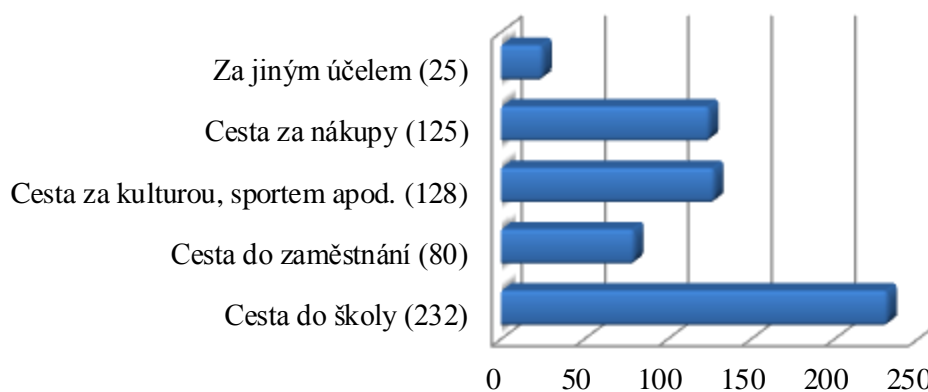
Zdroj: Autor

Více než 60% všech dotázaných využívá MHD v Českých Budějovicích denně nebo téměř denně. Celkem 23% procent cestujících využije přepravu několikrát do týdne a 11% pouze několikrát v měsíci. Zbýlých 5% respondentů využívá služeb DPmČB pouze nárazově.

Další graf znázorňuje účel, za jakým je přeprava v MHD nejčastěji využívána. Respondenti mohli v této otázce označit více možností.

Graf 4: Účel využívání MHD

Za jakým účelem nejčastěji využíváte MHD?

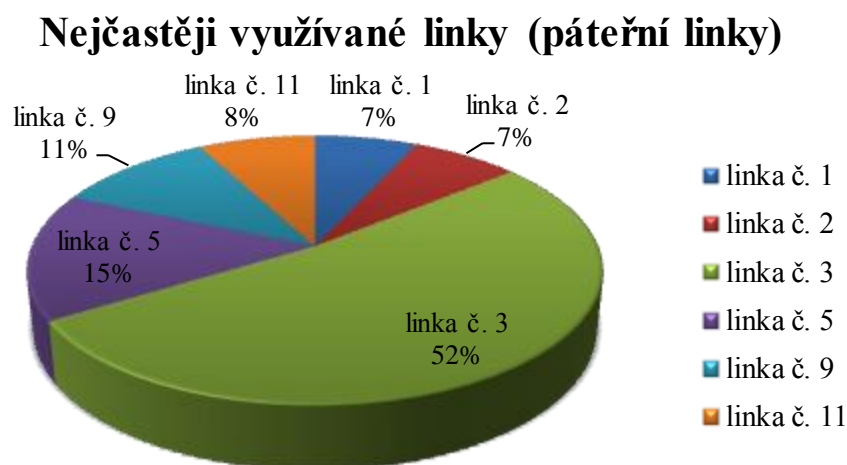


Zdroj: Autor

Z grafu je jasně patrné, že nejčastějším účelem cesty je přeprava za vzděláním. Tento výsledek koresponduje s početným výskytem studentů v linkách MHD. Dále je MHD poměrně hojně využívána při cestování za nákupy, případně také při cestou za kulturou, či sportem, kdy je mnohdy využití osobního automobilu překážkou. Pouze 80 respondentů nejčastěji využívá MHD při cestě do práce.

Respondenti byli také dotázáni na jimi nejčastěji využívanou linku. I v tomto případě, měli účastníci průzkumu možnost zvolit více linek. Z celkových 413 hlasů bylo více než 77% (320 hlasů) přiděleno linkám páteřním (viz výše), jako nejčastěji využívaným. Poměr hlasů mezi přepravou na páteřních linkách zobrazuje následující graf.

Graf 5: Využití jednotlivých linek – páteřní linky

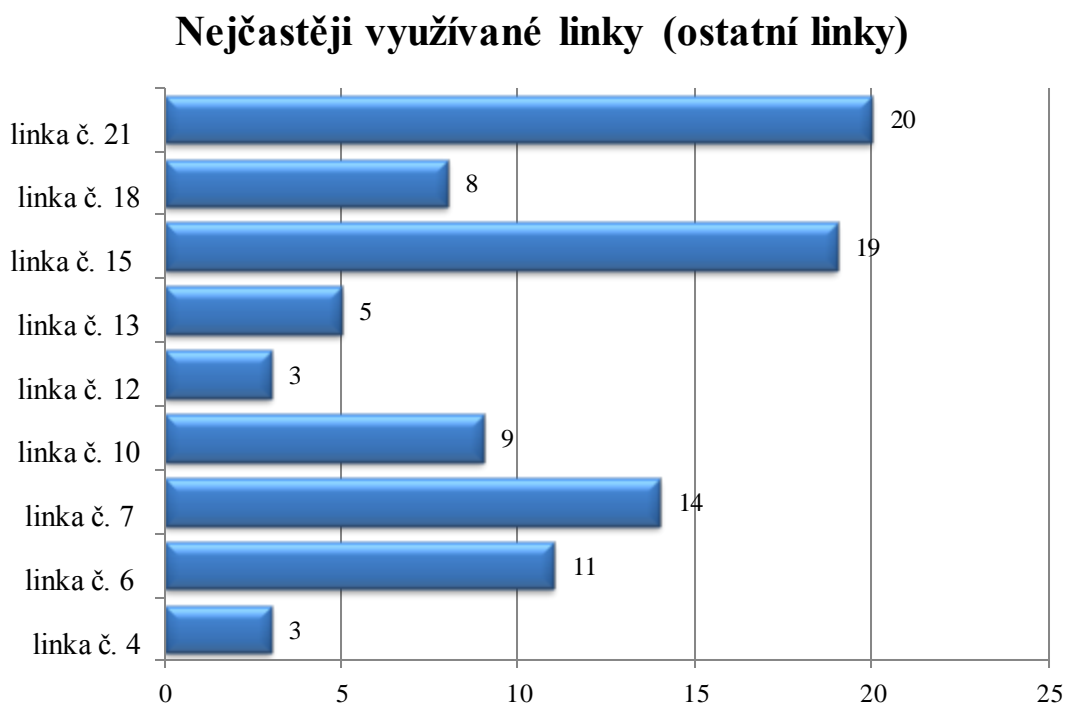


Zdroj: Autor

Výsledky grafu ukazují, že nejčastěji používanou linkou je zcela jistě linka č. 3 s 52%. Mezi všemi linkami označilo linku č. 3 celkem 40% všech respondentů. S jistotou lze tedy říci, že tato linka byla správně zvolena na projekt „Koridor“ (viz výše), který by měl provoz na této trase ještě více zefektivnit. Z řady ostatních páteřních linek ještě vybočuje linka č. 5. Důvodem je nejspíše to, že její trasa jako jediná vede od Nádraží přes hustě obydlenou oblast Palackého náměstí. Ostatní páteřní linky jsou využívány podobným počtem cestujících.

Pro úplnost je níže uveden také graf nejčastěji využívaných městských a příměstských linek, které byly v porovnání s páteřními linkami označeny ve 23% případů (93 hlasů).

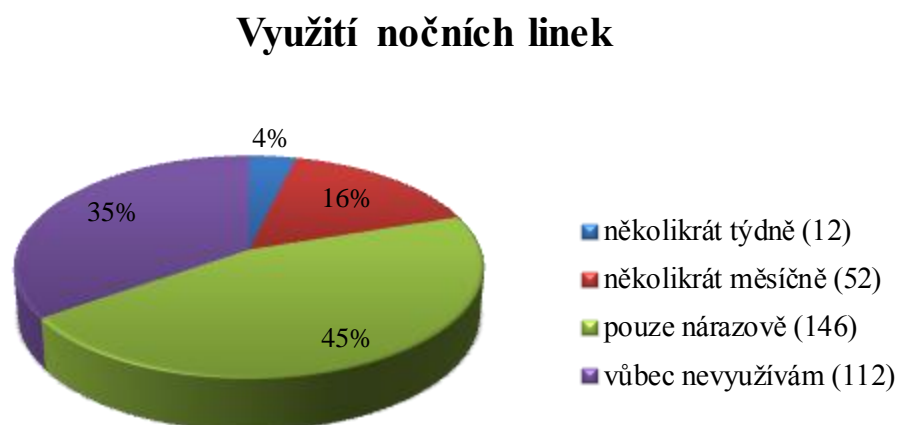
Graf 6: Využití jednotlivých linek - ostatní linky



Zdroj: Autor

Nejčastěji využívanou městskou linkou je linka č. 21, jak je patrné z grafu výše. Tato linka kopíruje trasu páteřní linky č. 1. Na jednotlivé zastávky přijíždí právě mezi jednotlivými spoji linky č. 1 a tak je hojně využívána. Využití linky č. 15 pak souvisí s její trasou, která vede okolo areálu školy VŠTE. Mezi výše znázorněnými linkami chybí linky č. 8, 14 a 16, které respondenti neoznačili ani jednou. Žádný z respondentů také neoznačil noční linky č. 53 a 59 jako nejčastěji využívané. Přesto však noční linky mají své opodstatnění. Jak často jsou tyto dvě linky využívány, znázorňuje následující graf.

Graf 7: Frekvence využívání nočních linek



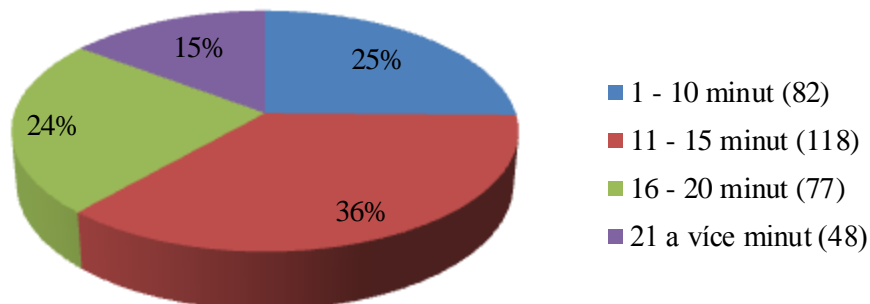
Zdroj: Autor

Z grafu je patrné, že přibližně pro 20% respondentů, kteří využijí přepravu na nočních linkách několikrát týdně nebo alespoň několikrát do měsíce, je zachování tohoto druhu přepravy skutečně důležité. Celých 45% dotázaných sice nevyužívá tyto linky pravidelně, ale v určitých situacích je pro ně tato přeprava vítána. Zbylých 35% ze všech respondentů uvedlo, že noční linky vůbec nevyužívají. U přepravy v nočních hodinách jistě nelze očekávat velký objem cestujících, a náklady na provoz jsou díky tomu poměrně vysoké. Pro některé občany je však tato přeprava jedinou možností jak se pohodlně a rychle dostat domů v případě mimořádné pracovní doby. Tyto linky mají významný sociální aspekt, a přestože již v minulosti byl jejich provoz zastaven, díky nevoli ze strany občanů začala být přeprava opět uskutečňována. Z toho je patrné, že noční linky rozhodně nejsou pouze zbytečným doplňkem ve větším objemu ostatních linek.

V dalších otázkách byli cestující tázáni, na čas, který zabere jejich obvyklá cesta, a také na celkový čas, který obvykle denně stráví v dopravních prostředcích MHD. Výsledky ukazují následující grafy.

Graf 8: Obvyklá délka jedné cesty

Obvyklá délka jedné cesty

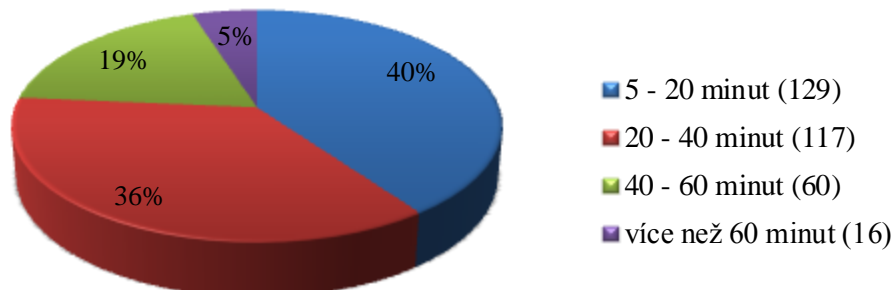


Zdroj: Autor

Nejvíce respondentů volilo čas jedné cesty v rozmezí 11 – 15 minut (36% dotázaných). Přibližně čtvrtina lidí cestuje dobu kratší, tedy do 10 minut. Další čtvrtina cestujících potřebuje na svojí obvyklou trasu 16 – 20 minut jízdy. Zbylým 15% cestujících zabere jedna cesta více než 20 minut. Většina cest je absolvována v rozmezí 10 – 20 minut (necelých 78%), přičemž průměrná doba jedné cesty, která byla vypočítána ze všech odpovědí, činí přibližně 16,75 minuty. Respondenti nejčastěji uváděli 15 minut, jako obvyklý čas strávený na cestě.

Graf 9: Průměrný čas strávený v MHD za jeden den

Celkový čas strávený v MHD za jeden den



Zdroj: Autor

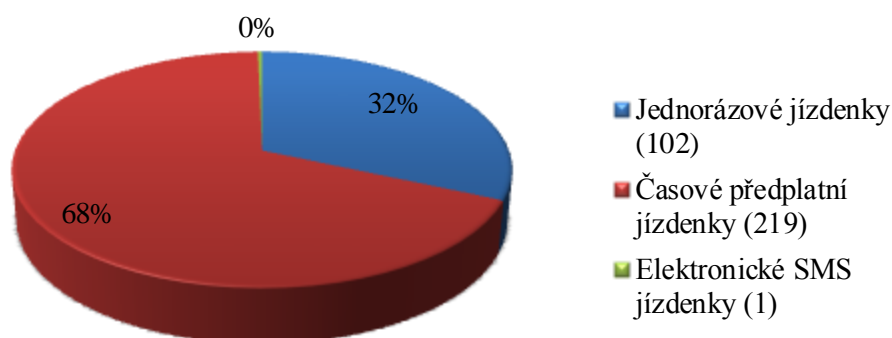
Výše uvedený graf ukazuje, jaký celkový čas stráví respondenti denně v prostředcích MHD. Nejčastěji uváděnou odpovědí byl čas v rozmezí 5 – 20 minut (40% případů). Jen o něco málo méně cestujících poté denně cestuje od 20 do 40 minut (36% odpovědí). Celkem 19% cestujících stráví na cestách za jeden den 40 – 60 minut a pouze zbylých 5% více než hodinu. V porovnání s předchozím grafem by se dalo očekávat, že nejpočetnější zastoupení bude mít skupina v rozmezí 20 – 40 minut, ovšem není tomu tak. Výsledek je jistě ovlivněn tím, že ne všichni respondenti cestují každý den, a proto se průměrná doba strávená přepravou snižuje.

V průzkumu bylo také zjištěno, že většina cestujících nevyužívá při své obvyklé trase žádného přestupu (76% dotazovaných). Celkem 22% procent respondentů poté při své cestě jednou přestupuje a zbylá 2% musí dokonce přestoupit více než jednou. Je tedy patrné, že cestující raději volí trasu bez přestupu a zbytek cesty raději dojdou pěšky, než aby museli využít přestupu na další linku. Tento fakt může být způsoben tím, že k využití přestupů je třeba poměrně dobré znalosti ostatních linek, protože přestupy nejsou na jednotlivých zastávkách dostatečně označeny. Cestující může k naplánování trasy využít jízdní řády na jednotlivých zastávkách, ovšem lepším řešením by bylo zvýraznit možnost přestupu například na velice oblíbených elektronických ukazatelích, nebo případně nabízet přestup přímo v jednotlivých dopravních prostředcích. Nová metodika značení přestupů by mohla pomoci v orientaci také cizincům.

Jednou z nejdůležitějších součástí jakékoliv osobní přepravy je jízdné, neboli cena za využití služby. V Českých Budějovicích mohou cestující využít tři formy zaplacení jízdného: časovou předplatní jízdenku, jednorázovou jízdenku, a elektronickou SMS jízdenku. Kterou z těchto variant preferují dotázaní cestující ukazuje následující graf.

Graf 10: Nejčastěji využívaný druh jízdenek

Jaký druh jízdenek využíváte nejčastěji?

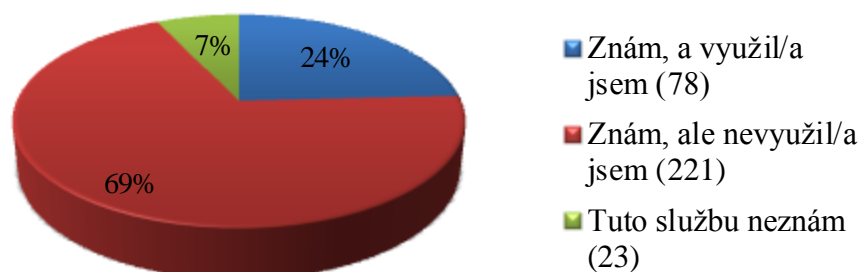


Zdroj: Autor

Z grafu je jasné, že respondenti upřednostňují časové předplatní jízdenky (v 68 % případů). Zbýlých 32% tázaných využívá častěji jízdenky jednorázové. Tento fakt samozřejmě úzce souvisí s frekvencí využívání MHD. Cestujícím, kteří využívají přepravní služby každý den, se cenově vyplatí investovat do předplacených jízdenek, které vycházejí cenově lépe oproti využívání jízdenek jednorázových. Navíc je u tohoto typu jízdenky možné využít různé typy slev (například studentskou). Z grafu je také patrné, že SMS jízdenka není cestujícími využívána pravidelně. Otázkou zůstává, zda cestující vůbec vědí o možnosti využít tuto novou formu úhrady jízdného.

Graf 11: Využití SMS jízdenky

Znáte a využil/a jste někdy možnost objednání elektronické jízdenky přes SMS?



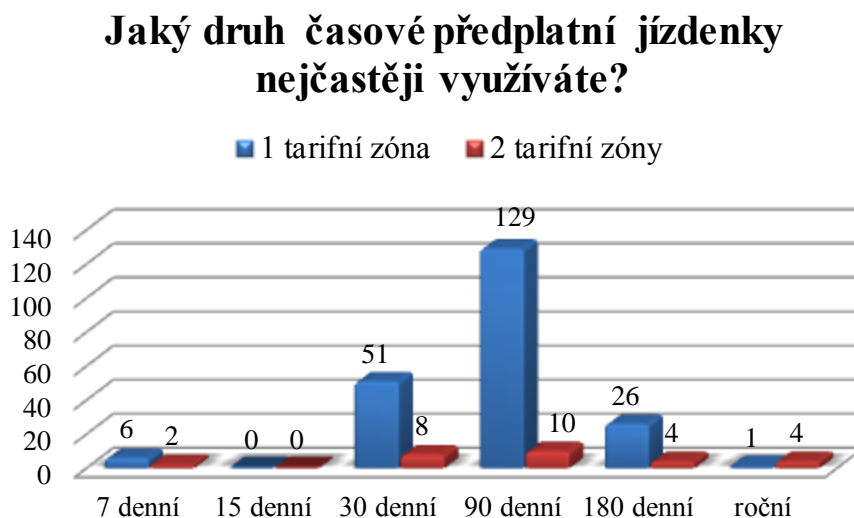
Zdroj: Autor

Jak je z grafu patrné, cestující jsou s možností objednání SMS jízdenky velice dobře seznámeni. Tuto službu zná celých 93% respondentů. Poměrně vysoké procento dotázaných (69%) však tuto službu nikdy nevyužilo. Zbýlých 7% cestujících tuto službu až do chvíle vyplnění dotazníku vůbec neznalo. Důvody toho, proč není SMS jízdenka využívána častěji může být více.

Prvním z nich je zcela jistě určitě nevíra cestujících ve funkčnost tohoto systému. Služba je však dostupná již od roku 2011, tudíž by problémy s funkčností měly být zcela vyřešeny. Hlavním důvodem je však zcela jistě cena SMS jízdenky, která je oproti standardním jednorázovým jízdenkám poměrně vysoká. Za 30 minutovou SMS jízdenku zaplatí cestující 25 Kč (+ poplatek za SMS dle svého tarifu). V porovnání s jízdenkou 60 minutovou, která je k dostání za 16 Kč, je rozdíl v ceně opravdu výrazný. Situace by se měla brzy značně zlepšit, protože DPmČB se rozhodl navýšit časovou platnost SMS jízdenky z původních 30 minut na 60 minut při zachování stávajících cen.

Jak již bylo zmíněno výše, respondenti nejčastěji využívají k zaplacení jízdného časově předplatní jízdenky. Následující graf ukazuje, které druhy z nabídky předplatných kuponů jsou využívány nejčastěji.

Graf 12: Využití jednotlivých druhů předplatných jízdenek



Zdroj: Autor

Přeprava v rámci MHD je v Českých Budějovicích rozdělena do dvou tarifních pásem. Jak je vidno, o dvou tarifní předplatní jízdenky není příliš velký zájem. Toto je zcela jistě způsobeno tím, že většina přepravy se uskuteční v blízkosti centra města. Cestující ze vzdálenějších oblastí, které již spadají právě do druhé tarifní zóny, raději využívají k přepravě vlastní osobní automobil. Jak je z výsledků patrné, nulový zájem je o jízdenky 15 denní a pouze velice malý zájem o jízdenky na jeden týden. Cestující preferují kupony s delší časovou platností. Nejvyužívanějšími jsou mezi cestujícími 30 denní a především pak 90 denní předplatní jízdenky. Zájem je také o jízdenky půlroční. Roční jízdenku preferuje pouze malý počet cestujících. Přestože je finančně nejvýhodnější, cestující nechtějí investovat větší objem peněz jednorázově.

V rámci tématu využití jízdenek byli také respondenti tázáni, zda by uvítali možnost zavedení přenosné předplatní jízdenky. Jak již název napovídá, tento typ jízdenky by mohlo využívat více cestujících, a hodila by se především pro cestující, kteří nevyužívají přepravy každý den. Tento typ jízdenky mohou v současnosti použít například cestující v Hradci Králové, Liberci, Ústí nad Labem, Praze či Pardubicích. Obvyklá doba trvání tohoto typu jízdenek ve zmíněných městech je 30 dní (v Praze však až roční), a ceny se pohybují od 690 Kč (Hradec Králové), do 925 Kč (Liberec).

Z výsledků vyplynulo, že 53% cestujících vyhovuje současná nabídka jízdenek, a o tuto doplňkovou formu jízdného nemají zájem. Zbylých 47% respondentů by poté zavedení tohoto typu předplatného kuponu rádo využilo. Těchto 47% rozdělilo své hlasy mezi různé doby platnosti této jízdenky, přičemž větší zájem byl projevován spíše o kupony s delší dobou platnosti. Nejvíce hlasů získala možnost měsíční přenosné jízdenky (78 hlasů), dále následovala možnost využití půlročního kuponu (40 hlasů). Roční přenosnou předplatní jízdenku by bylo ochotno si pořídit 6% cestujících (20 hlasů). Oproti současnému využití předplatných jízdenek lze tedy zaznamenat nárůst poptávky u půlroční varianty a především pak u roční varianty přenosné jízdenky. Nárůst poptávky po jízdenkách s delší dobou trvání lze vysvětlit především tím, že cestující nevyužívají MHD každodenně po celý rok (například při dovolených). S touto formou jízdenky by bylo možné umožnit cestování v tomto čase například někomu z rodiny. Graf k této problematice je uveden níže.

Graf 13: Zájem respondentů o přenosnou předplatní jízdenku



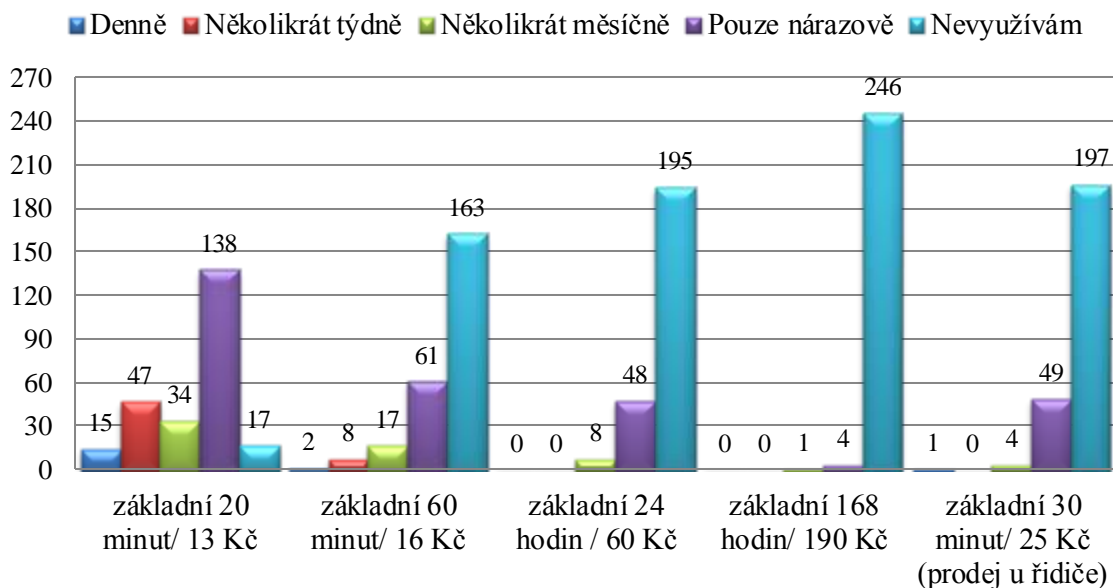
Zdroj: Autor

Ve výše uvedeném textu byly rozebírány preference cestujících využívajících předplatní jízdenky. Pro uzavření tématu je ještě potřeba zhodnotit preference

cestujících, kteří platí za přepravní službu pomocí jednorázových jízdenek. Využití jednotlivých typů ukazuje následující graf.

Graf 14: Četnost a frekvence využívání jednorázových jízdenek

Četnost a frekvence využívání jednorázových jízdenek



Zdroj: Autor

Respondenti měli v této otázce možnost zvolit si jimi nejvyužívanější typ jednorázové jízdenky a také určit, jak často tuto jízdenku využívají. Z grafu je patrné, že nejčastěji se využívá jízdenka základní, jejíž doba platnosti je 20 minut. Tento fakt koresponduje se zjištěním, že se drtivá většina přepravy uskuteční právě do časového intervalu 20 minut.

Graf také potvrzuje, že cestující v ČB nejsou zvyklí na časté využívání přestupů (viz výše), což je patrné z menší oblíbenosti jízdenky 60 minutové. Cestující raději zvolí trasu, která je bez přestupu a trvá do 20 minut. Takto zvolená trasa však nemusí vést přímo do cíle cesty, a proto cestující začátek nebo konec překoná chůzí, jen aby se vyhnul přestupu. Při jasnějším vyznačení přestupů, by lidé ztratili z přestupů obavy, přímo v MHD by poté mohli strávit více času (přestože celková délka cesty by se zkrátila) a došlo by k nárůstu poptávky po 60 minutových jízdenkách. Současně

s tímto opatřením by byl kladen veliký důraz na přesnost příjezdů přestupních spojů. Pouze za tohoto předpokladu by bylo možné podnítit cestující k využití přestupů a tak také ulevit přílišné obsazenosti některých linek.

Z grafu je dále patrné, že velice málo využívanými variantami jsou jízdenky na 24 hodin respektive na jeden týden. Vzhledem k jejich vyšší ceně je pro pravidelného cestujícího výhodnější použít předplatní jízdenky. Tento typ jízdenek však má v nabídce své opodstatnění a to především pro návštěvníky města a turisty.

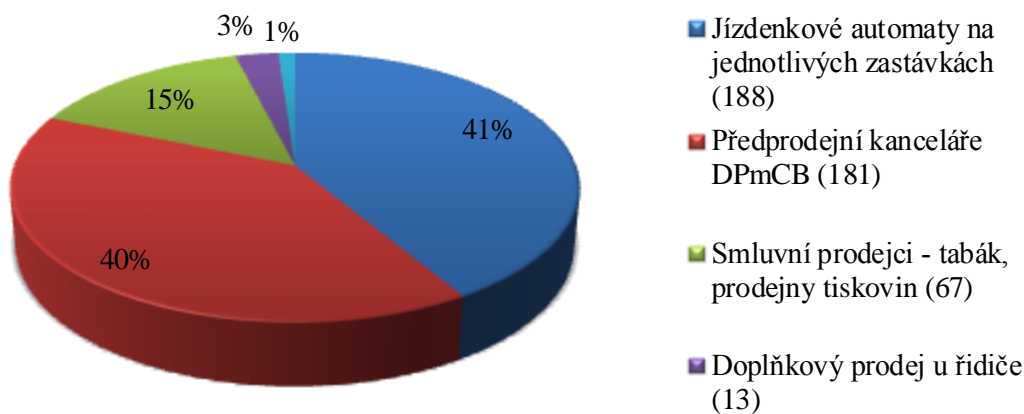
Poslední kategorií v tomto grafu je doplňkový prodej jízdenek u řidiče dopravního prostředku MHD. Tato možnost je zcela logicky využívána pouze nárazově v případech, kdy není dostupná jiná možnost koupě jízdenky. Pro zvýšení plynulosti MHD by bylo zcela jistě nejlepší tuto možnost zcela vyloučit, případně alespoň zajistit, aby byla tato možnost využívána minimálně. Je pochopitelné, že při prodeji jízdenek více cestujícím nabírá spoj další ztrátu. Přestože tento problém není kritický, je možné se mu zcela vyhnout zajištěním dalších prodejních automatů v místech zastávek MHD.

K tomuto doplňkovému prodeji je třeba ještě dodat, že cena jízdenek byla v porovnání s dobou platnosti poměrně vysoká a proto se DPMČB rozhodl od 1. 8. roku 2013 prodloužit jejich dobu platnosti z původních 30 minut na minut 60.

Poslední věcí k tématu jízdného je způsob pořízení jízdenek. Preference cestujících znázorňuje následující graf.

Graf 15: Nejčastější způsob pořízení jednorázových jízdenek

Nejčastější způsob pořízení jízdenek



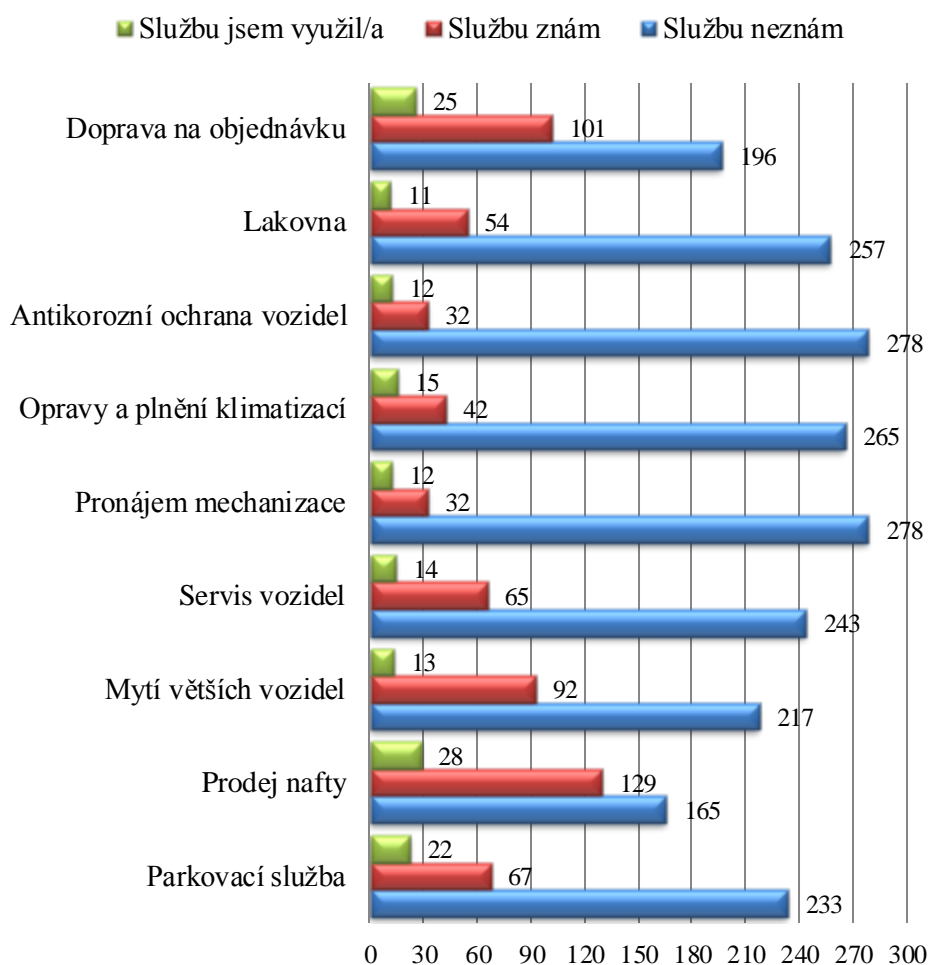
Zdroj: Autor

V této otázce mohli respondenti označit více možností. Nejčastěji si podle výsledku cestující pořizují jízdenky v jízdenkových automatech umístěných na jednotlivých zastávkách – celkem 41% hlasů. Další využívanou možností je poté pořízení v předprodejních kancelářích DPmČB. V 15% cestující nejčastěji využívají koupi u smluvních prodejců, a pouze 3% respondentů nejčastěji využívá doplňkový prodej u řidičů MHD.

V současné době už si lze pouze těžko představit, že se určitý podnik zaměří čistě jen na jednu jedinou službu. Proto, aby bylo možné rozšířit svoji působnost mezi jednotlivé spotřebitele, a tak účinně bojovat proti konkurenci, využívají jednotlivé firmy stále ve větší míře rozšiřování svého portfolia služeb. Nejinak je tomu i v případě DPmČB, který nabízí služby se zaměřením na všechny skupiny motoristů. Doprovodné služby mohou v mnoha případech generovat poměrně vysoký zisk, a také napomáhají tomu, aby byl poskytovací podnik více rozšířen do povědomí spotřebitelů. Jak jsou doprovodné služby DPmČB známé a využívané mezi cestujícími lze vyčíst z následujícího grafu.

Graf 16: Ostatní služby DPmČB

Využití ostatních služeb DpmČB



Zdroj: Autor

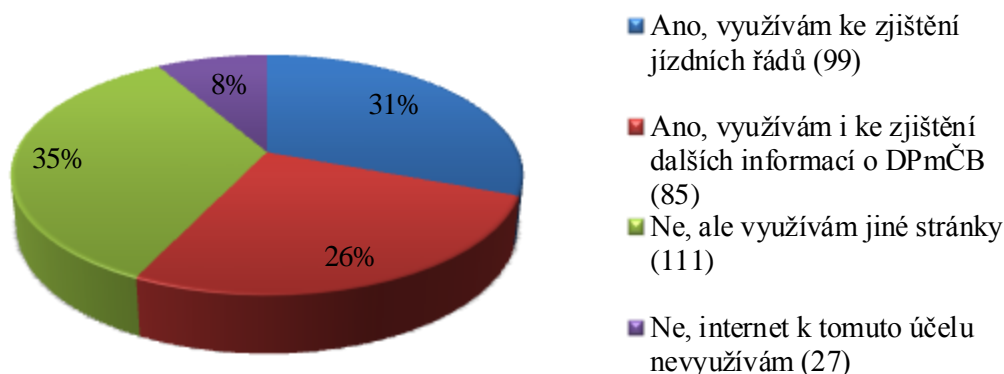
Ohledně prvním pohledu na graf je patrné, že doprovodné služby DPmČB bohužel nejenže nejsou příliš využívány, ale mnoho cestujících ani neví o jejich nabídce a tyto služby jednoduše nezná. Informace mohou být trochu zkreslené u služby parkovací, kterou Dopravní podnik provozuje teprve od roku 2012, a uživatelé nejsou dostatečně informováni, že je tato služba provozována právě Dopravním podnikem. Situace je však poměrně kritická například u služeb antikoroziční ochrany vozidel, opravy a plnění klimatizací, či pronájem mechanizace.

Mezi uživateli je poměrně známá alespoň možnost nákupu nafty, která je mezi danými službami také nejvyužívanější. Dále jsou cestující alespoň zčásti obeznámeni se službou dopravy na objednávku, či mytím větších vozidel. Celkově jsou však všechny doprovodné služby velice málo využívány a známy. Dopravní podnik by měl zaměřit větší pozornost na propagaci těchto služeb a tím přilákat větší počet potenciálních spotřebitelů.

S doprovodnými službami v současné době také úzce souvisí prezentace firmy prostřednictvím internetu, a tak byla respondentům položena otázka týkající se tématu využití internetových stránek DPmČB. Zda uživatelé využívají tuto stránku ke zjišťování dodatečných informací o Dopravním Podniku, ukazuje níže uvedený graf.

Graf 17: Využití webových stránek www.dpmcb.cz

Využíváte internetovou stránku www.dpmcb.cz k zjištění informací o MHD?



Zdroj: Autor

Celkem 57% respondentů využívá oficiální internetové stránky Dopravního Podniku - z toho 31% pouze ke zjišťování jízdních řádů a 26% také ke zjištění dalších dodatečných informací o MHD. Zbylí respondenti buďto za účelem zjištění informací o MHD využívají jiné internetové stránky (v 35% případů), či za tímto účelem internet vůbec nevyužívají.

V druhé části dotazníku měli respondenti možnost posoudit zvolené aspekty přepravní služby MHD z hlediska jejich vlastní spokojenosti a také z hlediska

důležitosti, kterou těmto jednotlivým aspektům přiřkládají. Autorem práce bylo vybráno celkem 26 faktorů, mezi nimiž nechyběly například: vzdálenost a vybavenost jednotlivých zastávek, chování a jízda řidičů, spokojenost s vozovým parkem, či dostupnost informací ať už ve vozech, či na zastávkách. Respondenti tyto faktory ohodnotili známkou od 1 do 5, kde 1 znamenala absolutní spokojenost (respektive důležitost) a 5 absolutní nespokojenost (respektive nedůležitost daného faktoru). Dalo by se tedy říci, že respondenti tak vystavili pomyslné vysvědčení MHD v Českých Budějovicích. Ze všech udělených známek byl poté zhotoven aritmetický průměr. Průměrné známky jednotlivých faktorů jsou zaneseny v následující tabulce.

Tabulka 12: Průměrné známky jednotlivých faktorů

| Faktor | Průměrná známka | | Alternativní pořadí faktorů podle jejich důležitosti |
|--|-----------------|------------|--|
| | Spokojenost | Důležitost | |
| Počet zastávek | 1,795 | 1,652 | 11 |
| Vzdálenost zastávek od místa bydliště či zaměstnání | 1,842 | 1,699 | 13 |
| Dostupnost zastávek | 1,922 | 1,525 | 7 |
| Celkový rozsah sítě MHD | 1,947 | 1,429 | 3 |
| Rozsah nabídky jízdenek | 2,155 | 2,134 | 21 |
| Dostupnost informací na zastávkách | 2,199 | 1,860 | 18 |
| Stav vozidel | 2,320 | 1,839 | 17 |
| Dostupnost prodeje jednorázových jízdenek | 2,401 | 1,888 | 19 |
| Bezpečná jízda řidičů | 2,404 | 1,354 | 2 |
| Dostupnost informací v dopravních prostředcích | 2,444 | 2,422 | 25 |
| Kvalita přepravy | 2,444 | 1,596 | 9 |
| Počet míst prodeje předplatných jízdenek | 2,516 | 2,242 | 22 |
| Informace na monitorech v dopravních prostředcích | 2,556 | 2,761 | 26 |
| Počet míst k sezení | 2,587 | 2,360 | 23 |
| Frekvence jednotlivých spojů v čase dopravních špiček | 2,602 | 1,488 | 4 |
| Rychlost přepravy | 2,615 | 1,516 | 5 |
| Vybavenost a upravenost zastávek | 2,630 | 2,391 | 24 |
| Pohodlnost dopravy | 2,640 | 2,065 | 20 |
| Ochota řidičů | 2,665 | 1,761 | 15 |
| Dodržování jízdního řádu | 2,745 | 1,267 | 1 |
| Návaznost jednotlivých linek | 2,758 | 1,578 | 8 |
| Frekvence jednotlivých spojů mimo dopravní špičku | 2,761 | 1,643 | 10 |
| Přesnost elektronických informačních tabulí | 2,820 | 1,661 | 12 |
| Vybavenost zastávek jízdenkovými automaty | 2,839 | 1,745 | 14 |
| Cena jízdného | 2,842 | 1,516 | 6 |
| Frekvence jednotlivých spojů o víkendech a prázdninách | 3,155 | 1,804 | 16 |

Zdroj: Autor

Jednotlivé faktory jsou ve výše uvedené tabulce seřazeny sestupně dle průměrné známky z hlediska spokojenosti, zároveň je také uvedena průměrná známka důležitosti, kterou přisuzují jednotlivým faktorům respondenti a alternativní pořadí faktorů podle důležitosti.

Z výsledků vyplývá, že cestující jsou nejvíce spokojeni počtem zastávek a s jejich vzdáleností od místa bydliště případně od místa zaměstnání. Dále byly z větší části pozitivně hodnoceny faktory: dostupnost jednotlivých zastávek a celkový rozsah sítě MHD. Celkový rozsah sítě byl také z hlediska důležitosti hodnocen jako zcela nejdůležitější faktor. Lze konstatovat, že právě rozsah sítě je jednou z nejsilnějších stránek MHD v Českých Budějovicích. Nejhůře byla naopak hodnocena frekvence spojů o víkendech a prázdninách, a to oproti ostatním faktorům poměrně výrazně (průměrná známka 3,155). U tohoto faktoru respondenti nejčastěji uváděli jako příklad situaci, ke které dochází především v nedělních večerech, kdy do Českých Budějovic dorazí lidé, kteří ve městě přes týden studují či pracují a víkend strávili mimo město. Nejen frekvence ale také kapacita spojů je v danou chvíli zcela nedostatečná.

Dále nejsou cestující spokojeni s cenou jízdného, a vybaveností zastávek jízdenkovými automaty. Z výsledků zcela očekávaně vyplynulo, že cena jízdného je pro respondenty jedním z důležitějších faktorů (z hlediska důležitosti na 6. místě). Přestože došlo v posledních letech k mírnému zdražení jízdného, v porovnání s ostatními městy, které provozují MHD, zůstávají ceny stanovené za přepravu v ČB jedny z vůbec nejnižších (i přesto, že náklady na provoz každoročně více rostou). Logickým krokem DP by bylo navýšení těchto cen, což by ovšem vzhledem k citlivosti cestujících na ceny mohlo vést k dalšímu poklesu přepravených osob. Zvyšování cen v dané situaci by vedlo do situace začarovaného kruhu, kdy díky nárůstu ceny, poklesne počet přepravených osob, tím dojde k poklesu výnosů DP, poklesu kvality služby a následnému opakovanému zdražení pro pokrytí nákladů. Skokové navýšení současných cen přepravného tedy nepřichází v úvahu a může být doporučeno spíše navyšování graduální. V současné situaci by však bylo nejlepším řešením cenu přepravného ponechat zafixovanou na současné úrovni.

Podprůměrně byla také hodnocena frekvence spojů mimo špičku, návaznost jednotlivých spojů a především také dodržování jízdního řádu. Faktor dodržování jízdního řádu byl zároveň respondenty označen jako nejdůležitější. Zpoždění, ke kterým pravidelně dochází na některých spojích, se snaží DP neustále kontinuálně řešit

a především v posledních letech dochází k opatřením, která by měla pomoci danou situaci vylepšit (např. zavádění speciálních bus pruhů, nebo Projekt Koridor – viz kapitola 4. 4. 3).

Zpoždění může být samozřejmě zapříčiněno velkým množstvím faktorů, jedním z velkých viníků je ve městě České Budějovice samotná infrastruktura města, a také neustále se zvětšující počet osobních automobilů. V době dopravních špiček je situace stejně obtížná jak pro dopravní prostředky MHD, tak pro řidiče osobních automobilů, a to především v ulicích Nádražní, Husova, či Rudolfovská. Problémy s dopravou ve městě jsou v posledních také vehementně řešeny a dochází ke stavbě nových obchvatů, které mají za cíl ulevit přeplným úsekům a zrychlit tak všeobecně dopravu v celém městě.

Věcí k zamyšlení zůstává, jestli by všechna tato opatření byla nutná, kdyby více občanů využívalo právě služeb MHD. Díky tomu by došlo k úbytku osobních automobilů a doprava MHD by byla plynulejší a bez zpoždění. To by zapříčinilo nárůst popularity a také věrohodnosti hromadné dopravy. Faktem také zůstává, že cesta vlastním automobilem, stojí uživatele mnohem více peněz, než srovnatelná cesta dopravními prostředky MHD. Z druhého pohledu však nelze cestě ve vlastním osobním automobilu upřít větší pohodlnost a variabilitu z hlediska volby trasy.

Za důležitou je také považována bezpečná jízda řidičů, která je z hlediska spokojenosti hodnocena pouze lehce nadprůměrně a je tedy třeba apelovat na řidiče MHD ohledně důsledného dodržování dopravních předpisů. Na rovinu je ovšem třeba říci, že ostatní účastníci dopravního provozu situaci často výrazně komplikují, a to především tím, že MHD ignorují například při výjezdech ze zastávek, kde mnohdy dochází k nebezpečným situacím. Spoje i díky těmto situacím poté nabírají zpoždění, které se řidiči MHD snaží zredukovat za cenu rychlejší a mnohdy nebezpečnější jízdy.

Závěrem k tomuto grafu lze ještě dodat, že respondentům přijdou nepodstatné především informace uvnitř dopravních prostředků, vzhled jednotlivých zastávek a poměrně překvapivě také pohodlnost přepravy či počet míst k sezení. Především u informací, které jsou poskytovány cestujícím ve vozech MHD, je skryt nevyužitý potenciál, který by mohl zvýšit hodnotu služby a zpřístupnit ji i dalším cestujícím.

V úplném závěru dotazníku měli respondenti možnost formou otevřených otázek sdělit své názory, co se jim na MHD líbí, a co naopak považují za největší slabinu.

Velice kontroverzním tématem se v tomto případě stala opět cena jízdného. Mnoho lidí považuje právě cenu za velice výhodnou ve srovnání s ostatními městy provozujícími MHD. Naopak někteří lidé jsou s cenou zcela nespokojeni, a mnohdy byl vysloven i názor, že díky kvalitě služby MHD je výhodnější využít i osobní přepravy.

Nejčastěji bylo kladně hodnoceno především zavedení světelných informačních panelů na jednotlivých zastávkách, modernizace vozového parku a v neposlední řadě také, celá linka č. 3 (ať už z hlediska trasy, či z hlediska intervalů mezi jednotlivými spoji). Cestující také kladně hodnotí snahu o lepší rozmístění dosavadních zastávek – především při přestupech, kdy již na některých místech není potřeba přecházet komunikací, či absolvovat delší úsek pěšky. Respondenti také ocenili, že jednotlivé zastávky jsou dobře rozmístěné a jsou si poměrně blízko.

Není překvapivé, že negativních komentářů bylo v odpovědích zahrnuto o něco více než pozitivních. Nejčastěji respondenti zmiňovali především chování a styl jízdy řidičů, a také nepřesnost již výše zmíněných informačních panelů. Často bylo také zmíněno zpoždění jednotlivých spojů a s tím související problém přestupů. Přestupy jsou sice naplánovány logicky, a tak aby jednotlivé linky správně navazovali, ovšem právě díky častému zpoždění se mnoho přestupů nemůže uskutečnit. Toto může být jednou z příčin, díky které cestující raději volí přímé trasy a některé linky jsou poté přeplněny.

Poměrně překvapivé je zjištění, velký počet respondentů uvedl jako důvod nespokojenosti nečistotu ve vozech MHD. Ve větším počtu bylo také zastoupeno mezi negativními komentáři zrušení linky č. 41, která vedla k hypermarketu TESCO a byla důležitým spojem také pro studenty zdravotně-sociální fakulty JČU. Na tomto faktu je poměrně zajímavé to, že tato linka byla zavedena právě na žádost hypermarketu, a tento hypermarket také na tento spoj poskytoval finanční prostředky. Přestože je zrušení této linky vyčítáno DPmČB, o zrušení fakticky rozhodl právě hypermarket, který považoval provoz za nepřínosný.

Na tomto příkladu lze pozorovat dvě zásadní myšlenky. Nevole ze strany cestujících vůči DPmČB v tomto případě pouze potvrzuje, že přenos informací směrem k cestujícím je v současné době nedostatečný, a že je potřeba více se zaměřit na lepší vztah s cestujícími a to především formou marketingu. Druhá myšlenka se týká výstavby nových nákupních středisek a center, které bývají ve většině případů umístěny na okraji města, a je potřeba vybudovat také nové komunikace pro osobní dopravu.

Legislativně však není nařízeno také vybudování sítí pro dopravu hromadnou. Přínosem by bylo tuto situaci řešit, a při výstavbě těchto nových center v budoucnu zavést podmínku podpory MHD a platby za tyto speciálně řízené linky. Výstavba těchto center stojí značné finanční prostředky, které jsou využívány i pro stavbu přilehlých komunikací a především velice rozměrných parkovišť a zahrnutí MHD do těchto plánů výstavby by již nebylo finančně o tolik více finančně nákladné. Propojení sítě MHD s těmito novými centry na okraji města by bylo výhodně jak pro občany města, tak pro daný obchod, který by tímto podpořil i svoji propagaci.

V negativním smyslu bylo také nahlíženo na SMS jízdenky a frekvenci spojů o víkendech. Obě tato témata byla zmíněna v této práci již dříve.

Textová verze dotazníku je v kompletním provedení přiložena v příloze práce.

6 SWOT analýza

Pro ohodnocení situace podniku v současné době, byla provedena SWOT analýza. Jednotlivé faktory zahrnuté v analýze byly vybrány na základě výsledků z dotazníkového šetření, a také ve spolupráci s managementem DPmČB. U vysvětlení významu jednotlivých faktorů jsou ponechána čísla, která jsou použita pro daný faktor v navazující trojúhelníkové matici.

6.1 Silné stránky

1. Rozsah sítě – tento faktor je jistě jedním z nejdůležitějších pro MHD v jakémkoliv městě. S ohledem na výsledky dotazníkového šetření může být tento faktor jednoznačně zařazen do silných stránek podniku.
2. Kontinuální zlepšování – jedná se o proces neustálého proaktivního navrhování variant zlepšování, které jsou poté co nejplynuleji implementovány do procesu služby MHD. Především v posledních letech je tento proces díky implementaci značného množství vylepšení jasně patrný.
3. Ceny jízdného – v porovnání s ostatními městy je MHD v Českých Budějovicích jednou z nejlevnějších přepravních služeb. Tento faktor je jednoznačně zařazen do silných stránek i přesto, že názory respondentů jsou v tomto ohledu nejednoznačné.
4. Moderní vozový park – v posledních letech došlo k výrazné modernizaci dopravních prostředků a podobné kroky jsou plánovány i do budoucna. Dopravní prostředky tvoří vizuální stránku služby a jak je vidět, z výsledku dotazníkového šetření, respondenti si modernizace všímají.
5. Šetrnost k životnímu prostředí – vychází ze samotné podstaty MHD. V Českých Budějovicích je také stále poměrně silné zastoupení trolejbusových linek.

6. 2 Slabé stránky

6. Nedodržování jízdního řádu – i tento faktor vyplývá z výsledků dotazníkového šetření. K tomuto problému negativně přispívá velké množství jiných aspektů, ať už se jedná o infrastrukturu města, chování řidičů osobních automobilů, či celková dopravní situace ve městě. Snaha o řešení tohoto problému probíhá nepřetržitě již do vzniku samotné MHD.
7. Vybavení zastávek – jedná se především o vybavení jednotlivých zastávek jízdenkovými automaty, případně také o prostor k čekání na jednotlivých zastávkách (lavičky, zastřešení apod.).
8. Nedostatečný marketing – tento faktor vychází především z poznatku, že mnoho cestujících je nedostatečně informováno o změnách, které jsou uskutečňovány. Velice nízká je také informovanost respondentů o ostatních službách Dopravního podniku.
9. Chování řidičů – velice často zmiňovaný nedostatek, který odrazuje některé cestující od využití služby.
10. Přehlnutost některých linek v určitých časech – především v čase dopravních špiček jsou některé linky přetíženy. Toto souvisí také s poměrně nízkým využíváním přestupů. U některých linek se dá situace řešit posílením spojů, případně přenastavením časových rozestupů mezi spoji.

6. 3 Příležitosti

11. Alternativní druhy paliva – v současnosti jsou již k dispozici technologie, které umožňují například využití hybridních technologií. Přejít na tuto alternativu by mohl i přes počáteční vyšší investice, přinést v budoucnu značné úspory a také další omezování uhlíkové stopy, a tím ulehčení životnímu prostředí.

12. Zásahy do infrastruktury města – jedná se především o zavádění speciálních dopravních pruhů pro vozidla městské hromadné dopravy, případně také vybudování obchvatů pro osobní automobily, díky čemuž je možné ulehčit nejvíce frekventovaným úsekům prostým snížením objemu vozidel.
13. Legislativní podpora MHD a omezení osobní dopravy – v tomto případě by se jednalo především o zavedení upřednostnění vozů MHD na světelných křižovatkách (v současnosti se již uvažuje o zavedení), dále také o zavedení emisních zón, které by omezily počet automobilů v jistých částech města (například v blízkém okolí centra). Pomoci by také mohlo zavedení více pěších zón pro další omezení počtu automobilů.
14. Sjednocení provozoven – v současné době je Dopravní Podnik umístěn ve dvou provozovnách (jedna je určena motorovým vozům, druhá poté trolejbusům). Sloučení těchto provozoven by v budoucnu pomohlo ušetřit značné provozní náklady. Cena sloučení je odhadována na 150 mil Kč. Plánovaný odhad návratnosti investice je 10 let.
15. Zavedení IDS – především ve větších městech je integrovaný dopravní systém v provozu již několik let, a zlepšuje dostupnost služby pro cestující, kteří častěji cestují za hranici města.

6. 4 Hrozby

16. Nárůst cen PHM – v současnosti poměrně závažný problém. Neustálé zvyšování ceny ropy, ale také elektrické energie zvyšuje značným způsobem náklady na provozování služby. Pokud budou náklady PHM dále růst, bude muset být tento nárůst vykompenzován zvýšením cen jízdného, což v případě, kdy se služba nestane atraktivnější, může vést k dalšímu poklesu přepravených osob.
17. Úbytek cestujících – Vývoj počtu přepravených osob dopravními prostředky MHD má klesající tendenci nejen v Českých Budějovicích, ale po celé ČR

(jak vyplývá z výše uvedených statistik). Pokud bude počet cestujících i nadále klesat, ovlivní to negativně úroveň služby – bude vybráno méně peněz za uskutečnění přepravy, a pro samotná města, se může stát provoz MHD daleko více finančně náročný, a tudíž i neperspektivní.

18. Nízká finanční podpora – z výročních zpráv vyplývá, že finanční podpora ze strany města České Budějovice je každoročně menší. Finanční prostředky na zajištění provozu musí být omezovány, a to negativně ovlivňuje kvalitu služby.
19. Zvyšující se počet osobních automobilů – v posledních letech se stávají osobní automobily finančně čím dál tím více dostupnější než dříve, a jejich počet roste vysokým tempem. Města jsou často přeplněná, což ovlivňuje i fungování MHD.
20. Poruchy na trakčním vedení – přestože Dopravní Podnik pravidelně provádí preventivní kontroly na trakčním vedení, je toto vedení již poměrně letité a zvyšuje se pravděpodobnost jeho poruchy. Tyto poruchy mohou vést k následné nefunkčnosti služby, což může opět odradit cestující.

Výše uvedené faktory budou nyní podrobeny SWOT analýze prostřednictvím trojúhelníkové matice. V této matici je možné porovnat všechny ukazatele mezi sebou z hlediska jejich důležitosti a závažnosti. Faktory, které vyhrály v porovnání, jsou v matici označeny barevně. Po posouzení všech faktorů bude uvedena tabulka s četností výher těchto faktorů a jejich procentuální vyjádření v poměru k ostatním. Na základě této metody bude poté možné určitě strategii, kterou by měl DPmČB v budoucnu uplatnit.

Obrázek 5: Trojúhelníková SWOT matice

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | |
| | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | |
| | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | |
| | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | |
| | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | |
| | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | |
| | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | |
| | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | |
| | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | |
| | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | |
| | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |
| | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | |
| | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 2 |
| | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | |
| | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 |
| | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | |
| | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | | |
| | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| | 17 | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 |
| | 18 | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| | 19 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |

Zdroj: Autor

Žlutá barva ve výše uvedené SWOT matici označuje výhru daného faktoru. Počty vítězství jednotlivých faktorů v porovnání s ostatními znázorňuje následující tabulka.

Tabulka 13: Počet vítězství jednotlivých faktorů

| Název faktoru | Číslo faktoru | Absolutní četnost | Relativní četnost | Celkový podíl skupiny |
|----------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------|
| Silné stránky (S) | | | | |
| Rozsah sítě | 1 | 12 | 6,316% | 26,316% |
| Kontinuální zlepšování | 2 | 8 | 4,211% | |
| Ceny jízdného | 3 | 14 | 7,368% | |
| Moderní vozový park | 4 | 9 | 4,737% | |
| Šetrnost k životnímu prostředí | 5 | 7 | 3,684% | |
| Slabé stránky (W) | | | | |
| Nedodržování jízdního řádu | 6 | 14 | 7,368% | 24,737% |
| Vybavení zastávek | 7 | 5 | 2,632% | |
| Nedostatečný marketing | 8 | 13 | 6,842% | |
| Chování řidičů | 9 | 8 | 4,211% | |
| Přeplněnost linek | 10 | 7 | 3,684% | |
| Příležitosti (O) | | | | |
| Alternativní druhy paliva | 11 | 7 | 3,684% | 21,053% |
| Zásahy do infrastruktury města | 12 | 9 | 4,737% | |
| Legislativní podpora | 13 | 13 | 6,842% | |
| Sjednocení provozoven | 14 | 3 | 1,579% | |
| Zavedení IDS | 15 | 8 | 4,211% | |
| Ohrožení (T) | | | | |
| Nárůst cen PHM | 16 | 15 | 7,895% | 27,895% |
| Úbytek cestujících | 17 | 18 | 9,474% | |
| Nízká finanční podpora | 18 | 12 | 6,316% | |
| Nárůst počtu osobních automobilů | 19 | 5 | 2,632% | |
| Poruchy na trakčním vedení | 20 | 3 | 1,579% | |
| Suma | | 190 | 100% | 100% |

Zdroj: Autor

Z tabulky je patrné, že největší důležitost je přikládána faktorům ohrožující podnik. Největší ohrožení spočívá v dalším úbytku cestujících. Ve vnitřním prostředí podniku zvítězily faktory zastupující silné stránky podniku. Nejvýznamnější silnou stránkou je již několikrát zmíněná cena jízdného. Nejslabší stránkou podniku je podle výsledků nedodržování jízdního řádu, a největší příležitostí, kterou by bylo možné v budoucnu využít je legislativní posílení pravomocí MHD a omezení osobní dopravy.

Na základě dvou převažujících skupin silných stránek a ohrožení může být podnik zahrnut do strategie konfrontace, jak ukazuje následující obrázek.

Obrázek 6: Výsledná SWOT matice

| | Slabé stránky (W) | Silné stránky (S) |
|------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Příležitosti (O) | WO strategie "Hledání" | SO strategie "Využití" |
| Ohrožení (T) | WT strategie "Vyhýbání" | ST strategie "Konfrontace" |

Zdroj: Autor

Ve strategii konfrontace by měl podnik využít své silné stránky k tomu, aby se postavil ohrožení vycházejícímu z vnějšího prostředí. V tomto konkrétním případě může být strategie závislá na udržení dosavadní ceny, pro zamezení úbytku cestujících. Prostřednictvím ostatních silných stránek a příležitostí by pak měl být podnik schopen ztraktivnit dosavadní službu, přilákat zákazníky a generovat tak větší příjmy, které mohou být použity na vykrytí nákladů za pohonné hmoty a také vykrytí snižující se finanční podpory města. Příležitosti především ve formě legislativní podpory MHD by pomohly vyřešit největší slabinu dosavadní služby – zpoždění.

7 Návrhová část

Díky poznatkům získaným od cestujících prostřednictvím dotazníkového šetření, a z výsledků navazující SWOT analýza lze nyní určit jisté oblasti, na které by se měl DPmČB v budoucnu zaměřit. Výsledkem využití těchto návrhů by mělo být zvýšení a zkvalitnění současné úrovně služby. Návrhy můžeme rozdělit do dvou oblastí, a to:

1. Oblasti, které by měly zůstat po určitou dobu neměnné
2. Pozměňovací návrhy za účelem zatraktivnění služby.

7. 1 Oblasti, které by měly zůstat po určitou dobu neměnné

Do oblastí, které by měly být ponechány v současném stavu, můžeme zařadit následující.

7. 1. 1 Cena jízdného

Z vývoje počtu přepravených osob v jednotlivých letech v porovnání s vývojem ceny za jízdné je zřejmé, že i nepatrná změna ceny může vyvolat značný úbytek cestujících. I přes zdražení jízdného v posledních letech, zůstává MHD v Českých Budějovicích jednou z nejlevnějších (v komparaci s ostatními podobně velkými městy). Zdražení jízdného bylo v posledních letech nevyhnutelným krokem a to kvůli zvyšování nákladů na provoz služby, především pak kontinuální zvyšování ceny ropy. Vzhledem k úbytku cestujících, které tyto změny v ceně vyvolají, však zůstávají příjmy za jízdné na srovnatelné úrovni jako před zdražením.

Přestože by se jako nejvíce populistické mohlo jevit snížení cen za přepravu, nelze tento krok, vzhledem k výši provozních nákladů, doporučit. Doporučením je naopak fixace současných cen a zaměření na vylepšování ostatních aspektů přepravy. Tímto krokem by bylo možné opět přilákat větší počet cestujících, což by mělo za následek také rostoucí příjmy za přepravu.

7. 1. 2 Tarif jízdného a tarifní zóny

Úzce s cenou jízdného také působí další aspekt, a to nabídka tarifů jízdného a tarifní zóny. V minulosti byly České Budějovice rozděleny až do pěti tarifních zón, čemuž také odpovídala rozsáhlá nabídka předplatných jízdenek. Množství tarifních pásem značně znesnadňovalo orientaci uživatelů při výběru druhu jízdného. V nabídce jednorázových jízdenek byly zahrnuty kromě dnes standardních také 10 minutová a 40 minutová jízdenka. Všechny tyto aspekty činily MHD pro uživatele velice komplikovanou a nepřehlednou záležitostí.

V současné době je přeprava v Českých Budějovicích rozdělena do dvou tarifních pásem, čemuž je také uzpůsobena nabídka jízdného. Tarify i přepravní podmínky jsou jednoduché a pro cestujícího také zcela přehledné. Doporučením tedy je zbytečně nepřekombinovat nabídku tarifů a rozdělení do tarifních zón. Tento aspekt zcela jistě úzce souvisí také s velikostí dané sítě MHD, a je zcela pochopitelné, že větší města, jako například Praha či Brno, mají také komplikovanější přepravní tarify. V Českých Budějovicích je však současná situace zcela vyhovující, a tak by měl současný stav být zachován i v budoucnosti.

7. 1. 3 Označení linek a jednotlivé trasy spojů

V roce 2011 proběhla v Českých Budějovicích výrazná změna právě v rámci přepravy pomocí MHD. Díky novému systému páteřních linek byly některé trasy nově navrženy a bylo také změněno označení jednotlivých linek. Přestože byl tento krok zcela jistě nevyhnutelným a nutným, mnoho cestujících, nebylo spokojeno. Označení linek se může jevit jako triviální drobnost, avšak i tento aspekt má vliv na spokojenost cestujících. Při častých změnách dochází pouze ke zvýšení nepřehlednosti daného systému MHD. Jak již bylo řečeno, kompletní rekonstrukce systému MHD v roce 2011 bylo nutným krokem a v současné době jsou již cestující zvyklí na novou podobu sítě. Doporučením tedy je, aby byla tato podoba zachována, ať už ve formě současných tras, či označení jednotlivých linek.

7. 2 Pozměňovací návrhy

Nyní bude pozornost zaměřena na specifické zlepšovací návrhy, které by měly vést k zatraktivnění MHD v Českých Budějovicích.

7. 2. 1 Nákup a zavedení provozu minibusů

DPmČB by měl při modernizaci vozového parku využít možnosti nákupu tzv. minibusů. Tyto dopravní prostředky mají oproti běžným vozidlům MHD nižší pořizovací cenu, a vzhledem ke své menší velikosti, také nižší provozní náklady. Minibusy by bylo možné využít především na trasách méně frekventovaných, či v hodinách mimo dopravní špičku, kdy je počet cestujících menší. Ideálním řešením by mohlo být využití minibusů jako nočních spojů. V hodinách dopravních špiček, kdy je naopak počet přepravovaných osob nejvyšší by naopak minibusy mohly posílit obvyklé spoje.

Průměrnou cenu nízkopodlažního typu autobusu lze odvodit z posledního nákupu těchto dopravních prostředků v roce 2012. Pět nových nízkopodlažních autobusů značky Iveco CITE LIS 12m bylo pořízeno za celkovou cenu 19,3 milionu Kč. Průměrná cena jednoho autobusu tedy činí 3 860 000 Kč. Na tomto místě je však třeba podotknout, že tyto vozy byly pořízeny za velice výhodnou cenu a na nákup jsou také čerpány různé dotace. Podle odhadu generelu se nákup tohoto typu autobusu pohybuje okolo 5 500 000 Kč. Oproti tomu pořizovací cena minibusů je odhadnuta na 3 000 000 Kč. Cena trolejbusů je poté necelých 10 milionů Kč a cena článkových trolejbusů již překonává hranici 13 mil. Kč. V těchto cenách je zahrnuto i vybavení, které je potřebné k provozu služby MHD. Vzhledem k tomu, že vozový park je neustále obnovován, právě nákup minibusů může vést k vysokým úsporám. Oproti standardnímu autobusu je tedy cena minibusu o přibližně 2 500 000 menší.

Minibusy jsou taky značně výhodnější v dlouhodobém horizontu vzhledem ke spotřebě paliva. Průměrná spotřeba paliva minibusu se pohybuje okolo 16 litrů/100 km. Spotřeba autobusu se může v městském provozu vyšplhat až na 45 litrů/100 km. Průměrná cena jednoho litru nafty v době psaní této práce je přibližně 35,6 Kč. Vynásobením těchto hodnot lze jednoduše zjistit, že náklady na pohonné hmoty u minibusu jsou 570 Kč, a standardního autobusu přibližně 1 600 Kč. Rozdíl jednoho tisíce Kč je vzhledem k ujeté vzdálenosti poměrně markantní. Vezmeme-li v potaz, že každý z vozů MHD ujede ročně desítky tisíc kilometrů, může být nákup minibusů

výrazným způsobem, jak snížit operační náklady, a zefektivnit tak fungování celého podniku. Investice do minibusů je z dlouhodobého hlediska značně výhodná.

7. 2. 2 Pozměnění trasy nočních linek

Přestože v předchozím textu je nastíněno doporučení k zachování stávajících tras linek, tato změna by mohla pomoci k větší dostupnosti MHD cestujícím. V současné době jsou pro noční přepravu pomocí MHD využívány v Českých Budějovicích linky č. 53 a 59. Oba dva spoje absolvují shodnou trasu mezi zastávkami Poliklinika Sever až Nádraží. Tyto zastávky jsou vedeny jako přestupní body, a cestující má tak možnost – právě díky přestupu – absolvovat trasu do čtyř velkých sídlišť v Českých Budějovicích (Máj, Vltava, Suché Vrbné, Rožnov).

Návrhem je ponechání pouze jediného přestupního bodu na zastávce Nádraží, a odklon linky č. 59. Pozměněná trasa linky by byla vedena přes zastávky Družba – IGY, Palackého Náměstí, Skuherského a Nádraží. Touto trasou by tedy bylo zachováno přestupní místo v prostoru Nádraží, a současně by bylo možné obsloužit také poměrně hustě obydlenou oblast Palackého Náměstí. Náklady na tuto změnu jsou zcela zanedbatelné, jedná se pouze o náklady spojené s tiskem nových jízdních řádů. Další neobsluhovanou noční trasou je trasa na cestě do přílehlého sídliště Nemanice. Pro tuto trasu by však bylo třeba zřídit novou noční linku, což je v současných podmínkách (vysoké náklady na provoz nočních spojů) nereálné.

7. 2. 3 Větší důraz na marketingovou komunikaci s cestujícími

Přestože DPmČB nabízí svým cestujícím v rámci MHD mnoho doprovodných služeb, tyto služby se neseťkávají s příliš velkou odezvou. Na vině jistě může právě komunikace se zákazníky. Dobrým příkladem je například nedávné prodloužení doby platnosti SMS jízdenky a zavedení využití QR kódů pro jejich objednávání. Tuto skutečnost bylo možné zjistit v případě návštěvy internetových stránek Dopravního Podniku, či ze samolepicích letáků. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že celých 43% cestujících, internetové stránky Dopravního Podniku nenavštěvuje, a tak není možné spoléhat se na šíření informací pouze touto cestou. Umístění samolepicích letáků by tedy mohlo být odpovídajícím řešením. Tyto letáky jsou však bohužel nalepeny pouze na předních dveřích dopravních prostředků a na označnicích některých zastávek –

zdaleka však ne všech. Jak by bylo možné použít QR kód k objednání SMS jízdenky nevysvětluje ani jedno toto propagační médium.

To, že cestující nejsou příliš dobře informováni, lze také pozorovat na zhodnocení povědomí o ostatních doprovodných službách, které Dopravní Podnik nabízí. Většina respondentů o některých těchto službách nikdy neslyšela.

Vzhledem k finančním výsledkům DPmČB v posledních letech, je patrné, že na marketingovou komunikaci se zákazníkem nemohou být vyčleňovány příliš velké finanční obnosy. V současnosti je však možné využít prostředků, které již Dopravní Podnik ve vlastnictví má. Řeč je například o možnosti využití LCD obrazovek, které jsou přístupné v několika vozech MHD. Tyto obrazovky jsou velice často pouze vypnuté, a tedy nevyužité. V případě, že není právě dostupné žádné vysílání inzerentů, mohou být tyto obrazovky využívány k podávání informací o DP. Informace by se měly týkat doprovodných služeb, aktuální situace dopravy ve městě, či například možností přestupu (viz níže).

K dalšímu zvýšení povědomí o postupech a doprovodných službách MHD mohou být využity také polepy na jednotlivých vozech MHD (opět v případě, že nejsou již využity inzerentem), nevyužitá madla, nezaplňené reklamní tabule na jednotlivých zastávkách, či dokonce zadní strany sedaček ve vozech. Některá z výše uvedených médií komunikace sice využívána jsou, ovšem ne v dostatečné míře. Přitom právě takovéto alternativy jsou značně levnější než například reklama v rádiu, či pomocí velkoplošné reklamy.

K tomuto tématu lze také dodat, že by měla být tato komunikace také cílena na určité vzdělávání všech občanů v rámci ekologické zodpovědnosti. Mohlo by být například propagováno, o kolik je využití MHD šetrnější k životnímu prostředí, čistšímu vzduchu ve městě apod. Komunikována může být například také úspora času oproti osobnímu automobilu v případě, že vozy MHD využívají speciálních BUS pruhů a upravení přednosti na světelných křižovatkách. Tímto by bylo možné zvýšit v očích obyvatel zájem o přepravu pomocí MHD. Obyvatelé by si také více uvědomovali, jaký má tento druh přepravy význam.

7. 2. 4 Vybavení zastávek

Přestože se v posledních letech vybavenost jednotlivých zastávek značně zlepšuje, především stavbou krytých stání, umístěním laviček apod., stále se najde mnoho zastávek (především na okrajích města), kde nejsou umístěny jízdenkové prodejní automaty.

Tato situace se zcela jistě nedá řešit pouze doplňkovým prodejem u řidiče dopravního prostředku, neboť je to pro obě zúčastněné strany nevýhodné. Pro cestujícího především z hlediska ceny za jízdné, pro MHD pak tím, že doplňkovým prodejem vzniká zpoždění. Dovybavení zcela všech zastávek jízdenkovými automaty je tedy v budoucnu nutností. Nevyužití reklamní prostor na zastávkách může být také opět použit na poskytování důležitých informací o Dopravním Podniku a MHD. Pro lepší orientaci by také mělo být na všech zastávkách dostupné grafické schéma linek, které je nahlédnutí v příloze této práce.

7. 2. 5 Zvýšení přesnosti digitálních označků

Od roku 2011 je na přibližně 70 zastávkách po Českých Budějovicích umístěn digitální označků, který informuje cestující o době příjezdu spojů na danou zastávku. Tyto označků si ihned po svém zavedení získaly velkou oblibu mezi všemi cestujícími. Doba zbývající do příjezdu spoje je vidět z větší dálky a cestující nemusí hledat přesný čas příjezdu v jízdním řádu (který je však zcela správně stále dostupný na všech zastávkách). Na těchto tabulích se postupem času začaly objevovat také informace o tom, že je provoz zdržen například v důsledku nepříznivého počasí apod.

Problémem těchto označků je, že zobrazované časy často nekorrespondují s reálnými časy příjezdů, a cestující se tak na zobrazované informace nemůže zcela spolehnout. K zlepšení přesnosti by mohlo být například využito umístění GPS přijímačů do vozů MHD. Tyto přijímače by zasílaly na dispečink informace o skutečné poloze MHD, podle kterých by bylo možné vypočítat skutečný čas příjezdu spoje, a tento čas promítnout na digitální označků. Takovýto systém využívá již několik let například MHD v Hradci Králové. Pro lepší představu by také mohly být reálně zobrazovány například jména zastávek, na kterých se právě daný spoj nachází.

Jako doplňkovou službu po implementaci GPS přijímačů by také bylo možné nabídnout uživatelům chytrých mobilních telefonů nabídnout aplikaci pro sledování aktuální polohy vozidel MHD. Digitální označnický systém jsou také poměrně často zcela mimo provoz, a tak je potřeba dbát zvýšené kontroly jejich funkčnosti.

7. 2. 6 Zavedení kontrol pro správnost poskytování služby

Mnoho respondentů prostřednictvím dotazníku vyjádřilo svoji nespokojenost s chováním a stylem jízdy některých řidičů. Právě tato oblast je pro přepravní službu jednou z nejzásadnějších a právě styl chování řidičů utváří velkou část obrazu této služby. Řidiči jsou bohužel mnohdy nuceni k nebezpečné jízdě, aby byli schopni dodržovat jízdní řád.

Řešením může být zavedení bodového systému pro řidiče MHD. Tento systém by mohl být podobný bodovému systému, který je využit v rámci osobní dopravy. Na správnost poskytování služby by mohli dohlížet kontroloři, kteří by hodnotili ochotu řidičů i styl jejich jízdy. Tato kontrola by mohla probíhat podobně jako například mystery shopping. Řidiči by byli hodnoceni zápornými body, a po dosažení určitého počtu těchto bodů by museli být sankcionováni. Z počátku by tyto kontroly měly probíhat pouze ve zkušebním provozu, což by mohlo poskytnout důležitou zpětnou vazbu právě od řidičů a to např. jestli není potřeba mezi některými zastávkami prodloužit interval, na jakých zastávkách jsou vozy nejčastěji zdržovány apod. Kromě řidičů by mohla být také kontrolována čistota interiéru vozidel, se kterou respondenti také nebyli příliš spokojeni. Dle vyjádření managementu DPmČB se právě situace s úklidem jednotlivých vozidel v současnosti vehementně řeší.

7. 2. 7 Přestupy mezi jednotlivými spoji

Přestože je současná síť nastavena tak, aby bylo možné co nejvíce využívat přestupů mezi jednotlivými linkami, cestující příliš často přestupy neuskutečňují (viz dotazníkové šetření v kapitole č. 5). Cestující neradi využívají přestupů především kvůli tomu, že díky zpoždění na jednotlivých spojích nelze přestup uskutečnit. Dalším z faktorů může být nutnost znalosti tras a jízdních řádů ostatních linek.

Zájem o přestupy by mohl být podpořen především zlepšením informovanosti cestujících a to přímo v dopravních prostředcích, ale také zvýrazněním na zastávkách. Ve vozech by mohly být k informování využity opět LCD obrazovky, či digitální tabule

ukazující následující zastávku. Informace by také mohla být poskytována hlasově, při hlášení o dalších zastávkách. Na jednotlivých zastávkách by za účelem zvýraznění přestupů byly využity především digitální označníky, a pozměněné jízdní řády, ve kterých by byly přestupy vyobrazeny například barevně. Dále by mohly být také použity nové panely, které by informovaly cestujícího graficky.

7. 2. 8 Pozměnění ceny SMS jízdenky

Tato moderní forma placení jízdného, není v Českých Budějovicích příliš často využívána, přestože v sobě jistě skrývá velký potenciál. Důvody, proč je SMS jízdenka poměrně málo využívána jsou uvedeny již dříve v této práci. Za jeden z nejzásadnějších důvodů může být považována právě cena SMS jízdenky. Oproti srovnatelné 60 minutové tištěné jízdence je tato elektronická varianta o celých 9 Kč dražší, a to bez započítání poplatku za odeslání SMS (tento poplatek je řízen dle tarifní sazby jednotlivých telefonních operátorů).

Z porovnání cen SMS jízdenek v různých městech bylo zjištěno, že například Ostrava, Praha, či srovnatelně velké Ústí nad Labem poskytují svým zákazníkům SMS jízdenky za stejnou cenu jako jízdenku tištěnou. SMS jízdenka v Ostravě a Ústí nad Labem je dokonce z hlediska doby platnosti výhodnější než tištěná jednorázová jízdenka. Doporučením DPmČB je tedy zlevnění SMS jízdenky. Hodinová SMS jízdenka by měla být poskytována za cenu stejně vysokou jako jízdenka tištěná. Tímto opatřením by bylo možné zvýšit popularitu SMS jízdenky, a také částečně vyřešit problém s chybějícími prodejními automaty na některých zastávkách – pro uživatele by využití SMS jízdenky nebylo o nic dražší.

Budeme-li předpokládat, že SMS jízdenku pravidelně využívá přibližně 1% všech cestujících (což je však odhad značně nadnesený) můžeme na základě tohoto údaje vypočítat příjmy plynoucí z prodeje. V roce 2012 bylo v Českých Budějovicích přepraveno více než 38 milionů osob. Odhadované 1% by tedy činilo přibližně 381 000 cestujících. Tito cestující by v současné době zaplatili za využití SMS jízdenek celkem 9 525 000 Kč. Jedna jízdenka nyní stojí 25 Kč. Předpokládejme však, že by snížení ceny SMS jízdenky na cenu jízdenky tištěné, tedy na 16 Kč, znamenalo nárůst cestujících, využívajících SMS jízdenky, o 1%. V tom případě by celkem 762 000 cestujících vynaložilo na nákup SMS jízdenky obnos přesahující 12,2 milionu Kč, což je skoro o 3 miliony Kč větší obrát, než v předchozím případě. Přestože jsou tato

čísla pouze ilustrativní, lze předpokládat, že snížení ceny SMS jízdenky na cenu jízdenky tištěné by způsobilo větší nárůst cestujících, využívající tento typ jízdného, než zmíněné jedno procento. Samozřejmě je také třeba si uvědomit, že zvyšující se obrat u SMS jízdenek zákonitě musí snížit obrat u jízdenek tištěných, tento pokles však může být menší. Snížená cena SMS jízdenky totiž může přilákat nové cestující, kteří doposud služby MHD nevyužívali.

7. 2. 9 Zásahy do legislativy a infrastruktury města

Tento návrh lze shrnout do několika bodů a to konkrétně:

- zavádění dalších speciálních BUS pruhů;
- upravení přednosti pro vozidla MHD na světelných křižovatkách;
- omezení dostupnosti centra pro osobní dopravu;
- budování nových obchvatů a komunikací

Se zaváděním speciálních BUS pruhů se již začalo v minulosti, a pomohlo to výrazně omezit zdržení dopravních prostředků MHD. Další výstavba těchto pruhů je naplánována na následující roky především díky projektu Koridor MHD.

Tento projekt také řeší právě upravení přednosti pro vozidla MHD na světelných křižovatkách. Ve městě také v posledních letech kontinuálně probíhají úpravy stávajících a budování nových komunikací, které pomáhají ulevit přetíženým dopravním tahům. Tyto úpravy by měly pokračovat i nadále, protože to výrazně zvyšuje plynulost nejen MHD, ale také dopravy osobní.

Problém s vysokým počtem automobilů ve městě by mohl být řešen například záchytnými parkovišti na okrajích města, emisními zónami v centru, snížením možnosti parkování v centru města apod. Omezení dostupnosti centra pro osobní vozy by bylo zcela jistě velice kontroverzním opatřením, které si žádá rozsáhlou diskuzi a podrobnější analýzu. Představa rozsáhlého omezení osobní dopravy je pro MHD sice lákavá, ale v současnosti ne příliš reálná.

8 Závěr

Tato práce je zaměřena na analýzu městské hromadné přepravy v Českých Budějovicích. V rámci práce bylo provedeno posouzení současného stavu této veřejné služby. Prostřednictvím dotazníkového šetření byly sesbírány ohlasy cestujících, kteří službu využívají. V kombinaci s vytvořenou SWOT analýzou poté bylo možné uvést několik návrhů řešení, které by v budoucnu mohli vést k zatraktivnění MHD v Českých Budějovicích.

Z výsledků práce vyplývá, že největším problémem veřejné dopravy v Českých Budějovicích je neustále klesající finanční podpora ze strany města, a také ubývající počet obyvatel, kteří tuto přepravní službu využívají. Ubývající počet cestujících se dá vysvětlit především tím, že se v poslední době dostupnost osobních automobilů značně zvýšila (jak vyplývá ze statistik), a hromadná doprava je vnímána, jako cosi neatraktivního.

Častým argumentem obyvatel je, že hromadná doprava nejezdí v předem určených časech (čili dochází ke zpoždění), případně že je hromadná doprava pomalá, a nekomfortní. Je zcela jistě nevyvratitelné, že osobní doprava má svoje nevýhody. Cestující musí využít předem určených časů a především zastávkových míst – není tedy možné cestovat tzv. od vlastních dveří a přesně v čase, který cestujícímu vyhovuje. Další nevýhodou je zastavování na zastávkách, které cestující nevyužívá, čímž se pro něj čas přepravy zvyšuje. Dále mohou být některé spoje příliš přeplněné, či případně může dojít v lokalitách vzdálenějších od centra k nedostatečné frekvenci spojů.

Na obhajobu veřejné dopravy, je však třeba zmínit, že bez těchto předem určených pravidel by jakákoliv hromadná přeprava osob nemohla vůbec fungovat. Hromadná doprava má díky počtu přepravených osob jedním dopravním prostředkem výrazný dopad na životní prostředí. Při využití elektrického pohonu (trolejbusy a tramvaje) je uhlíková stopa, prakticky nulová. Je také třeba si uvědomit, že mnoho obyvatel nemůže využít k přepravě jiný dopravní prostředek a to ať už z důvodů legislativních (řidičský průkaz je možné získat až v 18 letech), či v převážné většině také finančních. Při zmínce o financích je také třeba dodat, že pravidelné cestování městskou hromadnou dopravou je několikanásobně levější než užívání osobního automobilu. Konkrétně

v Českých Budějovicích je právě cena jízdného v komparaci s poskytovateli v ostatních městech nepochybně jednou z nejvýhodnějších.

Paradoxem je, že příčinou většiny nevýhod, které jsou často zmiňovány v souvislosti s veřejnou přepravou, je právě narůstající počet osobních automobilů. Ulice měst jsou přeplněné a dochází tak nejen k nefunkčnosti MHD, ale k celkové nefunkčnosti celé dopravy. V čase dopravních špiček vznikají rozsáhlé kolony, které znemožňují všem obyvatelům, bez ohledu na to, jakým dopravním prostředkem cestují, plynulou přepravu.

Lze si představit přepravu ve městech bez osobních automobilů. Zároveň lze také předpokládat, že jeden dopravní prostředek městské hromadné dopravy, přepraví stejně obyvatel, jako 30 osobních automobilů. V případě, že by byla přeprava zajišťována pouze hromadnou dopravou, výrazně by ubylo především znečištění ovzduší, ale také například hluku. Město by bylo zcela průchodné, a tak by nedocházelo k žádným zpožděním. Vzhledem k vysokému počtu přepravovaných osob by bylo nutné značně zkrátit intervaly spojů a navýšit také jejich počet. V tomto případě by to ovšem neznamenalo z hlediska financí výrazný problém, protože vysoký počet přepravovaných osob by také zajistil vysoké příjmy, ze kterých by mohla být služba financována. Zákonitě by se zvedla i kvalita přepravy. Tato představa je poměrně utopická, protože není dost dobře možné ze dne na den legislativně zakázat využívání osobních automobilů ve městech.

Podobnou situaci si však lze také představit v opačném pořadí, a to v případě, že by nebyla přítomna městská hromadná doprava. Lidé by se buďto museli přepravovat pěšky, což je však při dnešní rozloze měst poměrně těžko představitelné, nebo by museli všichni obyvatelé využít osobní dopravu. Vezmeme-li v potaz, že například v Českých Budějovicích je denně přepraveno více než 100 000 osob, a tyto osoby by využily osobní dopravu, výsledkem by byl absolutní kolaps celé dopravní sítě ve městě.

Přestože jsou oba výše zmíněné případy zcela utopické, je na nich dobře vidět, že hromadná doprava má v dnešním přepravním systému nezpochybnitelný význam, který však především v posledních letech není obyvateli měst dostatečně vnímán. V souvislosti s tímto faktem je také třeba zmínit, že kvalita jakékoliv služby závisí především na lidech, a to nejen na lidech poskytujících službu, ale také na lidech, kteří

službu čerpají. V souvislosti s veřejnou dopravou však kvalita této služby závisí také na lidech, kteří tuto službu nevyužívají. Tyto obyvatele je třeba přesvědčit, že hromadná doprava není zastaralým způsobem cestování, ale naopak efektivní a výhodnou službou, která může pomoci ke zlepšení životních podmínek všech obyvatel města.

Dopravní Podnik města Českých Budějovic uskutečnil v posledních letech i přes nepříznivou finanční situaci, poměrně rozsáhlé změny, které zcela jistě vedly ke zvýšení hodnoty a kvality MHD v Českých Budějovicích. V tomto trendu je však třeba pokračovat a zaměřit se především na vyšší informovanost cestujících a na jejich vzdělávání v oblasti důležitosti a významu hromadné dopravy. Jedině díky neustálému postupnému zlepšování této služby může více než stoletá tradice Českobudějovické hromadné dopravy pokračovat.

9 Summary and keywords

People always looked for the ways, how to most effectively overcome the long and short distances. The original motive for traveling was searching of better climatic conditions, and later also the transport of raw materials and other goods. For this purpose, people started to use animals, and later also boats and various types of primitive non-motorized vehicles. This development has escalated with the emergence of public transport in urban areas. Nowadays, millions people all over the world are using public transport services every day.

The main goal of this theses is to evaluate the public transportation service in České Budějovice. The theoretical part of this thesis offers the reader, basic information about services, their characteristics, features, but also information about pricing and types of services. Reader will be also acquainted with information about transportation services.

Analytical part of the thesis describes actual status of public transportation in České Budějovice. The various routes, means of transport and conditions for transportation are described in detail. The financial development of public transport provider, Dopravní podnik města České Budějovice, is also evaluated.

In order to achieve the main goal of thesis, the questionnaire with the focus on customer needs, was created. Thanks to the responses of the passengers, it was possible to determine which are the most important positives and negatives of public transportation in České Budějovice. Subsequently, the SWOT analysis was made. The SWOT analysis determined, what strategy the company should select in the future.

Based on the results from performed analysis, it was then possible to suggest some proposals, that would in the future lead to improvement of public transportation service of České Budějovice.

The results of this thesis shows, that the biggest problem of public transportation in České Budějovice, is continuously decreasing financial support from the city, and also decreasing amount of passengers, that are using this service.

Despite the unfavorable financial situation, the significant changes, that led to increased value and quality of public transportation in České Budějovice, were made by the provider of the service.

The trend of the continuous improvement must, however, continue and it must be also focused on the increasing of awareness and education of passengers in area of importance, necessity, and significance of public transport.

Keywords: transportation, public transportation, urban transport, means of public transport, services, public services, SWOT analysis, questionnaire survey,

Seznam použité literatury

Tištěné zdroje

1. HESKETT, James L a W. Earl SASSER. *Služby - cesta k úspěchu*. Praha: Victoria Publishing, 1993, 273 s. ISBN 80-856-0536-8.
2. CHOUDHURY, Barnali. *Public services and international trade liberalization: human rights and gender implications*. New York: Cambridge University Press, 2012, xvi, 362 p. ISBN 978-110-7026-568.
3. KOTLER, Philip a Kevin KELLER. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
4. KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
5. LOCHMANOVÁ, Marcela. *Analýza spokojenosti zákazníků s dopravní společností*. Brno: Vysoké Učení technické v Brně, fakulta podnikatelská, 2009. 96 s. Vedoucí diplomové práce doc. Ing. Vladimír Chalupský, CSc., MBA. [online]. 2013 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: http://www.vutbr.cz/www_base/zav_prace_soubor_verejne.php?file_id=14775
6. KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
7. PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 247 s. ISBN 80-716-9276-X.

8. POUZAROVÁ, Iveta. *Řízení služeb: (vybrané kapitoly)*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 1998, 106 s. ISBN 80-704-0259-8.
9. ROLÍNEK, Ladislav. *Strategické řízení: Studijní text*. 2004. vyd. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta.
10. ROLÍNEK, Ladislav. *Teorie a praxe managementu: (vybrané kapitoly)*. 2004. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2003, 95 s. ISBN 80-704-0613-5.
11. ŘEZNÍČEK, Bohumil a Pavel ŠARADÍN. *Marketing v dopravě*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001, 197 s. ISBN 80-247-0051-4.
12. SEDLÁČKOVÁ, Helena. *Strategická analýza*. Vyd. 1. Praha: C. H. Beck, 2000, 101 s. ISBN 80-717-9422-8.
13. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing - cesta k trhu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005, 340 s. ISBN 80-868-9848-2.
14. ŠKODOVÁ-PARMOVÁ, Dagmar. *Řízení služeb: přednášky*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2004, 93 s. ISBN 80-704-0673-9.
15. TICHÁ, Ivana a Jan HRON. *Strategické řízení*. Vyd. 1. Praha: Provozně ekonomická fakulta ČZU v Praze ve vydavatelství Credit, 2002, 235 s. ISBN 978-80-213-0922-7.
16. VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

17. VONKA, Jaroslav a Pavel DRDLA. *Osobní doprava*. Vyd. 2., zkr. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004, 162 s. ISBN 80-719-4630-3.
18. WHITE, Peter. *Public transport: its planning, management and operation*. 5th ed. New York: Routledge, 2009, 226 p. ISBN 02-038-9228-3.

Elektronické zdroje

19. ČESKÁ TELEVIZE. *Česká televize* [online]. © 1996 - 2013 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/doprava/104989-jizdni-rady-mhd-se-v-hradci-kralove-ridi-pres-gps/>
20. DOPRAVNÍ PODNIK HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY. *Dopravní podnik hlavního města Prahy* [online]. 2013 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.dpp.cz/>
21. DOPRAVNÍ PODNIK MĚST LIBERCE A JABLONCE N. N., a. s. *Dopravní Podnik měst Liberce a Jablonce n. N., a. s.* [online]. 2013 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.dpmlj.cz/>
22. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA ČESKÉ BUDĚJOVICE, a. s. *Dopravní podnik města České Budějovice, a. s.* [online]. © 2009-2013 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.dpmcb.cz/>
23. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA ČESKÉ BUDĚJOVICE, a.s. *Koridor MHD* [online]. © 2012 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://www.koridormhd.cz/>

24. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA HRADCE KRÁLOVÉ, a. s. *Dopravní podnik města Hradce Králové, a. s.* [online]. © 2011 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://dpmhk.cz/>
25. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA OLOMOUCE, a. s. *Dopravní podnik města Olomouce, a. s.* [online]. 2013 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://dpmo.cz/novinky.asp>
26. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA PARDUBIC, a. s. *Dopravní podnik města Pardubic, a. s.* [online]. © 2009 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.dpmp.cz/>
27. DOPRAVNÍ PODNIK MĚSTA ÚSTÍ NAD LABEM, a. s. *Dopravní podnik města Ústí nad Labem, a. s.* [online]. © 2011 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://www.dpmul.cz/>
28. DOPRAVNÍ PODNIK OSTRAVA. *Dopravní podnik Ostrava* [online]. © 2006 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.dpo.cz/>
29. MINISTERSTVO DOPRAVY. *Ministerstvo dopravy* [online]. © 2006 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: http://www.mdcz.cz/cs/Statistika_dopravy/
30. MOTT MACDONALD PRAHA, spol. s r.o. *Generel městské dopravy v Českých Budějovicích: 3. Strategická část.* 2010. Dostupné z: http://www.dpmcb.cz/files/File/pdf/gen_strategie_web.pdf
31. PLZEŇSKÉ MĚSTSKÉ DOPRAVNÍ PODNIKY, a. s. *Plzeňské městské dopravní podniky, a.s.* [online]. © 2012 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://www.pmdp.cz/>

32. PODNIKATEL.CZ. *Podnikatel.cz* [online]. © 2007 – 2013 [cit. 2013-08-25].
Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/zmeny-v-cestovnich-nahradach-2013/>
33. SPOLEČNOST PRO VEŘEJNOU DOPRAVU. *Společnost pro veřejnou dopravu* [online]. © 2012 [cit. 2013-08-24]. Dostupné z: <http://spvd.cz/index.php/318-clanky/cz/ceskebudejovice/1187-tramvaje-a-Ceske-budejovice>
34. SŮRA, Jan. Zájem o MHD klesá kvůli drahému jízdnému i zanedbaným tratím. *IDNES: Ekonomika* [online]. © Copyright 1999 – 2013 [cit. 2013-08-24].
Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/zajem-o-mhd-v-cesku-klesa-08d-/ekonomika.aspx?c= A120816_193220_ekonomika_ert

Seznam obrázků

| | |
|---|-----|
| Obrázek 1: SWOT matice | 9 |
| Obrázek 2: Kontinuum hmatatelnosti a nehmataelnosti | 15 |
| Obrázek 3: Trasa Linky P z roku 1909 na současné mapě | 33 |
| Obrázek 4: Trasa Linky L na současné mapě | 34 |
| Obrázek 5: Trojúhelníková SWOT matice | 98 |
| Obrázek 6: Výsledná SWOT matice | 100 |

Seznam tabulek

| | |
|---|----|
| Tabulka 1: Klasifikace služeb podle stupně nehmotnosti a cílové skupiny | 19 |
| Tabulka 2: Srovnání vývoje počtu osobních automobilů a dopravních prostředků MHD v ČR | 29 |
| Tabulka 3: Počet osob přepravených v prostředcích MHD v rozmezí let 2005 - 2011... 29 | |
| Tabulka 4: Ceny jednorázových jízdenek v MHD ČB | 52 |
| Tabulka 5: Porovnání ceny jednorázových jízdenek v jednotlivých městech | 53 |
| Tabulka 6: Nabídka předplatných jízdenek v MHD ČB | 54 |
| Tabulka 7: Porovnání nabídky předplatných jízdenek v jednotlivých městech..... | 55 |
| Tabulka 8: Porovnání cen a doby trvání SMS jízdenek v jednotlivých městech | 58 |
| Tabulka 9: Vývoj počtu přepravených osob v závislosti na ceny jízdného | 60 |
| Tabulka 10: Vývoj finančních ukazatelů Dopravního podniku města České Budějovice..... | 65 |
| Tabulka 11: Vývoj celkových nákladů v závislosti na ceně PHM..... | 67 |
| Tabulka 12: Průměrné známky jednotlivých faktorů..... | 89 |
| Tabulka 13: Počet vítězství jednotlivých faktorů..... | 99 |

Seznam grafů

| | |
|--|----|
| Graf 1: Věková struktura respondentů | 71 |
| Graf 2: Zaměstnání respondentů | 72 |
| Graf 3: Frekvence využívání MHD | 73 |
| Graf 4: Účel využívání MHD | 73 |
| Graf 5: Využití jednotlivých linek – páteřní linky | 74 |
| Graf 6: Využití jednotlivých linek - ostatní linky | 75 |
| Graf 7: Frekvence využívání nočních linek | 76 |
| Graf 8: Obvyklá délka jedné cesty | 77 |
| Graf 9: Průměrný čas strávený v MHD za jeden den..... | 78 |
| Graf 10: Nejčastěji využívaný druh jízdenek | 79 |
| Graf 11: Využití SMS jízdenky..... | 80 |
| Graf 12: Využití jednotlivých druhů předplatných jízdenek | 81 |
| Graf 13: Zájem respondentů o přenosnou předplatní jízdenku..... | 82 |
| Graf 14: Četnost a frekvence využívání jednorázových jízdenek | 83 |
| Graf 15: Nejčastější způsob pořízení jednorázových jízdenek | 85 |
| Graf 16: Ostatní služby DPmČB | 86 |
| Graf 17: Využití webových stránek www.dpmcb.cz | 87 |

Seznam příloh

Příloha 1: Schéma sítě MHD České Budějovice

Příloha 2: Dotazník pro cestující

Příloha 2: Dotazník pro cestující

Průzkum uživatelů MHD v Českých Budějovicích

Vážení uživatelé MHD v Českých Budějovicích, následující dotazník se zabývá zhodnocením služeb nabízených v rámci MHD v našem městě. Tímto bych Vás chtěl požádat o Váš čas a Vaše cenné názory, které mohou pomoci, v budoucnu tyto služby vylepšit tak, aby co nejvíce odpovídali právě Vaším potřebám a požadavkům. Dotazník je rozdělen do dvou částí. První část je podrobně zaměřena na Vás, jako uživatele MHD a podrobně se zabývá Vašimi cestovními návyky. V druhé části potom budete mít možnost ohodnotit přepravní službu MHD podle Vašich zkušeností a vyjádřit podrobněji svůj názor. Získaná data budou použita ke zpracování diplomové práce a budou také konzultována s vedením DPmČB. Každý Váš názor je proto velice důležitý a může vést ke zlepšení dosavadní úrovně služeb.

1. Jak často využíváte MHD v Českých Budějovicích?

- denně nebo téměř denně
- několikrát týdně
- několikrát do měsíce
- pouze narázově

2. Za jakým účelem nejčastěji využíváte MHD?

- cesta do školy
- cesta do zaměstnání
- cesta za kulturou, sportem apod.
- cesta za nákupy
- jiné:

3. Jak dlouho trvá cesta na Vaši obvyklé trase?

4. Jakou linku nejčastěji využíváte?

5. Musíte při Vaší obvyklé trase využívat přestupů?

- ano, více než jednou
- ano, pouze jednou
- ne, při své obvyklé trase nepřestupuji

6. Kolik času denně obvykle trávíte v dopravních prostředcích MHD?

- 5 – 20 minut
- 20 – 40 minut
- 40 – 60 minut
- více než 60 minut

7. Jak často využíváte nočních linek?

- několikrát týdně
- několikrát měsíčně
- pouze narázově
- vůbec nevyžívám

8. Znáte a využil/a jste někdy možnost objednání elektronické jízdenky přes sms?

- znám a využil jsem
- znám, ale nevyužil jsem
- službu neznám

9. Jaký druh jízdenek využíváte nejčastěji?

- jednorázové jízdenky
- časové předplatní jízdenky
- sms jízdenky

10. Zaškrtněte prosím, jaké druhy jednorázových jízdenek a jak často používáte: (D – denně, NT – několikrát týdně, NM – několikrát měsíčně, V – vůbec nevyžívám). Pokud nikdy nevyžíváte, přesuňte se k otázce č. 11.

| | D | NT | NM | VN |
|--|---|----|----|----|
| Základní 20 minut /13 Kč | | | | |
| základní 60 minut /16 Kč | | | | |
| základní 24 hodin / 60 Kč | | | | |
| základní 168 hodin/ 190 Kč | | | | |
| základní 30 minut/ 25 Kč (prodej u řidiče) | | | | |

11. Jaký druh časové předplatní jízdenky nejčastěji využíváte? (pokud nevyžíváte, přesuňte se k další otázce)

| | 1 tarifní zóna | 2 tarifní zóny |
|-----------|----------------|----------------|
| 7 denní | | |
| 15 denní | | |
| 30 denní | | |
| 90 denní | | |
| 180 denní | | |

12. Měl/a byste zájem o přenosné předplatní jízdenky? Pokud ano, tak s jakou délkou trvání?

- ano, o týdenní přenosnou předplatní jízdenku
- ano, o měsíční přenosnou předplatní jízdenku
- ano, o půlroční přenosnou předplatní jízdenku
- ano, o roční přenosnou předplatní jízdenku
- ne, současná nabídka jízdenek mi vyhovuje

13. Na jakých místech nejčastěji nakupujete jízdenky

- jízdenkové automaty na zastávkách
- předprodejní kanceláře DPmCB
- smluvní prodejci – tabák, prodejny tiskovin
- doplňkový prodej u řidiče
- jiné:

14. Nyní prosím zaškrtněte, které z dalších uvedených služeb DPmČB znáte a využíváte.

| | Službu znám | Službu jsem využil/a |
|-----------------------------|-------------|----------------------|
| Parkovací služba | | |
| Prodej nafty | | |
| Mytí větších vozidel | | |
| Servis vozidel | | |
| Pronájem mechanizace | | |
| Opravy a plnění klimatizací | | |
| Antikorozní ochrana vozidel | | |
| Lakovna | | |
| Doprava na objednávku | | |

15. Využíváte internetovou stránku www.dpmcb.cz k zjištění informací o MHD?

- ano, využívám ke zjištění jízdních řádů
- ano, využívám i ke zjištění dalších informací o DPmČB
- ne, ale využívám jiné stránky
- ne, internet k tomuto účelu nevyužívám

16. V závěru první části ještě prosím uveďte Vaše pohlaví.

- muž
- žena

17. Jaký je Váš věk?

- 15 – 24 let
- 25 – 34 let
- 35 – 50 let
- 50 – 65 let
- 65 a více let

18. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- vyučen/a
- středoškolské
- vysokoškolské

19. Jaké je Vaše zaměstnání?

- student
- zaměstnanec
- OSVČ
- důchodce
- jiné:

20. V následující části bychom rádi zjistili, jak jste spokojen/a s jednotlivými aspekty MHD v Českých Budějovicích a jakou jim přiřadíte důležitost. Ke každému faktoru přiřadte známku podle Vaší spokojenosti od 1 do 5 (1 – zcela spokojen, 5 – zcela nespokojen) a podle důležitosti, kterou podle Vašeho názoru daný faktor má (1 – vysoce důležitý, 5 – zcela nedůležitý).

| | Spokojenost s faktorem | | | | | Důležitost faktoru | | | | |
|--|------------------------|---|---|---|---|--------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Celkový rozsah sítě MHD | | | | | | | | | | |
| Počet zastávek | | | | | | | | | | |
| Dostupnost zastávek | | | | | | | | | | |
| Vzdálenost zastávek od místa bydliště či zaměstnání | | | | | | | | | | |
| Stav vozidel | | | | | | | | | | |
| Rychlost přepravy | | | | | | | | | | |
| Vybavenost a upravenost zastávek | | | | | | | | | | |
| Dostupnost informací na zastávkách | | | | | | | | | | |
| Dostupnost informací v dopravních prostředcích | | | | | | | | | | |
| Pohodlnost dopravy | | | | | | | | | | |
| Počet míst k sezení | | | | | | | | | | |
| Dodržování jízdního řádu | | | | | | | | | | |
| Přesnost elektronických informačních tabulí | | | | | | | | | | |
| Informace na monitorech v dopravních prostředcích | | | | | | | | | | |
| Frekvence jednotlivých spojů v čase dopravních špiček | | | | | | | | | | |
| Frekvence jednotlivých spojů mimo dopravní špičku | | | | | | | | | | |
| Frekvence jednotlivých spojů o víkendech a prázdninách | | | | | | | | | | |
| Dostupnost prodeje jednorázových jízdenek | | | | | | | | | | |
| Rozsah nabídky jízdenek | | | | | | | | | | |
| Vybavenost zastávek jízdenkovými automaty | | | | | | | | | | |
| Návaznost jednotlivých linek | | | | | | | | | | |
| Počet míst prodeje předplatních jízdenek | | | | | | | | | | |
| Bezpečná jízda řidičů | | | | | | | | | | |
| Ochota řidičů | | | | | | | | | | |
| Kvalita přepravy | | | | | | | | | | |
| Cena jízdného | | | | | | | | | | |

21. Co se Vám nejvíce líbí na MHD v Českých Budějovicích?

22. S čím jste nejméně spokojeni v rámci využívání MHD v Českých Budějovicích?

23. Máte nějaké návrhy na zlepšení funkčnosti MHD v Českých Budějovicích?

Dotazník je také možné vyplnit prostřednictvím internetu na odkazu:

https://docs.google.com/forms/d/1H_kxsm5ITffYvDBH19X1jglMft1MMv5dyRtQI8vOc6M/viewform