

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření úrovně dopravní obslužnosti v regionu

Customer Satisfaction Measurement with Transport Services in the Region

Student: Bc. Lucie Kašparová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jana Valečková

Ostrava 2014

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Lucie Kašparová**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod
Téma: **Měření spokojenosti zákazníků s dopravní obslužností v regionu**
Customer Satisfaction Measurement with Transport Services in the
Region

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Charakteristika regionu Jesenicko
 3. Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků
 4. Metodika sběru dat
 5. Analýza výsledků výzkumu spokojenosti
 6. Návrhy a doporučení na zvýšení spokojenosti
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- LEHTINEN, R. Jarmo. *Aktivní CRM – Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada, 2007. 160 s. ISBN 978-80-247-1814-9.
- ŘEZNÍČEK, Bohumil a Pavel ŠARADÍN. *Marketing v dopravě*. Praha: Grada, 2001. 200 s. ISBN 80-247-0051-4.
- V AŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Jana Valečková**

Datum zadání: 22.11.2013
Datum odevzdání: 25.04.2014




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení:

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci vypracovala samostatně, včetně všech příloh.“

V Ostravě dne 25. dubna 2014

Lucie Kašparová

Lucie Kašparová

Poděkování:

„Chtěla bych tímto poděkovat Ing. Janě Valečkové, vedoucí mé diplomové práce, za odborné vedení, cenné rady, za pomoc a čas strávený při zpracovávání této diplomové práce. Dále bych také chtěla poděkovat Ing. Daně Kašparové, za pomoc a čas, který mi věnovala. A také za poskytnutí písemných podkladů, potřebných pro tuto diplomovou práci“

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Charakteristika regionu Jesenicko	10
2.1	Historie regionu Jesenicko.....	10
2.2	Obecná charakteristika regionu Jesenicko.....	11
2.2.1	Zaměstnanost	12
2.2.2	Ekonomické subjekty.....	12
2.2.3	Vzdělávání	12
2.3	Doprava v regionu	13
2.3.1	Historie dopravy v regionu	13
2.3.2	Současná doprava v regionu	14
2.3.3	Územní plány dopravy v regionu.....	16
2.4	SWOT analýza regionu	17
3	Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků.....	23
3.1	Služby	23
3.2	Služby v dopravě	24
3.2.1	Vlastnosti služeb v dopravě	24
3.2.2	Trh dopravních služeb	26
3.2.3	Základní terminologie služeb v dopravě.....	27
3.3	Spokojenost zákazníků	28
3.3.1	Model spokojenosti.....	30
3.3.2	Maslowova pyramida.....	31
3.3.3	Nákupní motivy	32
3.4	Měření spokojenosti	33
3.4.1	Význam měření spokojenosti.....	33
3.4.2	Metody měření spokojenosti.....	34
3.5	Řízení vztahu se zákazníky.....	39
3.5.1	Know-ledge management	40
3.5.2	Customer Relationship Management.....	40
4	Metodika sběru dat.....	42
4.1	Přípravná fáze	42
4.1.1	Definice problém	42
4.1.2	Cíl výzkumu.....	42
4.1.3	Hypotézy	42

4.1.4	Plán marketingového výzkumu	43
4.2	Realizační fáze.....	45
5	Analýza výsledků výzkumu spokojenosti.....	50
5.1	Faktory výběru přepravy	50
5.2	Prostředky přepravy.....	51
5.2.1	Pořadí využívaných dopravních prostředků	51
5.2.2	Nejčastější dopravní prostředek dle pohlaví.....	52
5.3	Veřejná doprava v regionu	53
5.3.1	Účel přepravy.....	55
5.3.2	Frekvence přepravy.....	56
5.3.3	Využívání přepravy dle času.....	57
5.3.4	Zastávky veřejné dopravy	58
5.4	Měření spokojenosti s vybranými faktory	60
5.4.1	Celková spokojenost	60
5.4.2	Důležitost faktorů týkající se veřejné dopravy v regionu	62
5.4.3	Spokojenost s jednotlivými faktory veřejné dopravy	65
5.4.4	Poziční mapa spokojenosti.....	70
5.5	Silniční síť v regionu	72
5.6	Zlepšení kvality dopravní obslužnosti v regionu.....	73
5.7	Vyhodnocení hypotéz	74
6	Návrhy a doporučení na zvýšení spokojenosti.....	76
6.1	Silniční tunel.....	76
6.2	Klíčová železniční trať	78
6.3	Vyšší počet spojů.....	79
6.4	Rekonstrukce komunikací v regionu	81
7	Závěr	83
	Seznam použité literatury	85
	Seznam zkratk.....	91
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

Tématem této diplomové práce je analýza dopravní obslužnosti v regionu Jesenicka a s ní související průzkum spokojenosti obyvatel s dopravní obslužností v regionu. Jelikož v tomto regionu bydlím prakticky od narození a problémy s dopravní obslužností v regionu se mě přímo týkají, rozhodla jsem se touto situací blíže zabývat.

Cílem této diplomové práce je navrhnout určitá doporučení či opatření, která by mohla zkvalitnit dopravu v rámci Jesenického regionu a tím zvýšit i spokojenost obyvatel tohoto regionu s místní dopravní obslužností. Tato doporučení se budou týkat především nejčastěji využívaných druhů dopravy.

Jesenický region se nachází na severovýchodě České republiky v severní části Olomouckého kraje, při hranicích s Polskem. Rozloha tohoto regionu přibližně odpovídá rozloze bývalého okresu Jeseník, bezmála tedy asi 719 km². Jesenický region je dále rozdělen do čtyř mikroregionů, konkrétně mikroregiony Jesenicko, Žulovsko, Javornicko a Zlatohorský mikroregion. Celý Jesenický region se setkává s řadou nejrůznějších problémů, ať už geografických, demografických, sociálních či finančních.

V Jesenickém regionu žije přibližně 40 tisíc obyvatel, pro které jsou dopravní spoje nedílnou součástí každodenního života. Ať už se jedná o využívání dopravních služeb při dojíždění místních obyvatel do zaměstnání, studentů do škol, cestování nebo za jiným účelem. Proto je kvalita a četnost dopravních spojů, především pak veřejné dopravy, v této oblasti velice důležitá pro kvalitu života obyvatel Jesenicka. V současné době je aktuálním a často diskutovaným problémem v tomto regionu špatná dopravní obslužnost. Čím dál častější rušení některých místních a dálkových spojů autobusové i železniční dopravy způsobuje nemalé problémy většině místních obyvatel.

Region Jesenicko je také významnou turistickou oblastí. Nachází se zde mnoho významných turistických tras, cyklistických stezek, dále řada sportovních center či nejrůznějších přírodních úkazů. V zimních měsících je pak oblast Jeseníků vyhledávána turisty díky vynikajícím podmínkám pro různorodé zimní sporty. Proto je kvalita místního dopravního spojení důležitá nejen pro místní občany, ale také pro návštěvníky, turisty a sportovce.

Hlavní příčinou výše uvedených problémů je především nedostatek financí k provozování jednotlivých dopravních spojů, proto dochází k jejich redukci. Vzhledem k nižší velikosti populace v Jesenickém regionu je zde i nižší ekonomická efektivita spojená s využíváním spojů veřejné dopravy. Což se následně odráží i v malém množství finančních prostředků, které do regionu proudí. Většina dopravních spojů v Jesenickém regionu je financována Olomouckým krajem a částečně se na financování spolupodílejí i jednotlivé obce. Z tohoto důvodu jsou investice kraje do místních dopravních linek stále nižší a jsou rušeny méně využívané spoje.

Pro analýzu dopravní obslužnosti v regionu Jesenicka bylo využito především primární zdrojů získaných z výzkumu následně doplněné o sekundární zdroje informací. Ty byly čerpány odborných publikací, článků, z již provedených studií a dalších odborných materiálů, které se tématu dopravní obslužnosti věnují.

2 Charakteristika regionu Jesenicko

V této části diplomové práce je hlavním záměrem charakterizovat samotný region Jesenicko a představit stručně jeho historii a vývoj až po současnost.

2.1 Historie regionu Jesenicko

Jesenický region byl po dlouhá léta téměř neobydlenou oblastí. Nacházel se v pohraničí a odděloval Čechy a Moravu od Slezska. Již v dávných dobách toto území Keltové nazývali „Sudety“, v překladu „Kancí les“. Některé informace tvrdí, že tato oblast byla osídlena již v mladší době kamenné (*Jeseník, 2013*).

Jedny z prvních dochovaných informací o osídlení obcí v tomto periferním území Českého státu pocházejí z 13. století. Území bylo převážnou část své doby velice ovlivňováno působením okolních zemí.

Zmínky z raného středověku uvádějí, že již v tomto období sem začali přicházet nejrůznější řemeslníci a obchodníci z Německa, kteří se zde usazovali. Nově příchozí obyvatelé se rychle přizpůsobili místním podmínkám a brzy získali početní převahu nad původními slovanskými obyvateli. Tomu se také přizpůsobila většina úřadů a veřejných institucí. Oblast Jesenicka se tak stala jazykově i kulturně více německá. Díky přirozenému vývoji a své poloze se centrem regionu stal Freiwaldau (Frývaldov), dnešní Jeseník. Zde byly soustředěny veškeré úřady, stalo se centrem řemeslné výroby a obchodu.

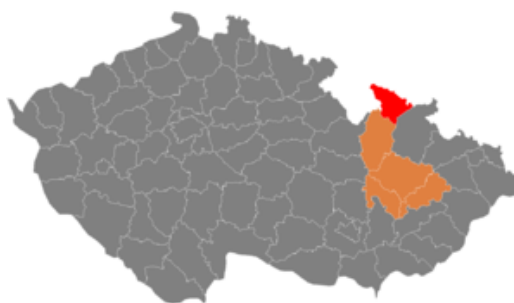
Nejvýznamnější rozmach v regionu nastal v 18. - 19. století. V tomto období se začal rozvíjet těžební průmysl. Především pak těžba žuly, kaolinu a dalších surovin. V oblasti pak byla bohatá naleziště rud, zlata a barevných kovů. I díky tomu zde významně rostl počet obyvatel. V roce 1890 zde byla vystavěna místní nemocnice a město se postupně začalo modernizovat.

Dalším významným mezníkem ve vývoji regionu byl konec 2. světové války, kdy byli odsunuti všichni obyvatelé německého původu, kteří v té době tvořili téměř 80 % veškerého místního obyvatelstva. Na jejich místo přišli čeští obyvatelé z vnitrozemí a také cizí státní příslušníci. To vše mělo za následek úpadek původních řemesel a kolektivizaci zemědělství.

Období po revoluci v roce 1989 bylo pro město Jeseník obdobím pozitivních změn. Především pak samotné obnovy města a většiny významných památek v okolí. Např. Kostel Panny Marie Pomocné, který je významným poutním místem či oprava Městského muzea v Javorníku apod. (Rumpel, 2009; Jeseník, 2013).

2.2 Obecná charakteristika regionu Jesenicko

Jesenický region leží ve výběžku v severní části Olomouckého kraje (viz Obr. 2.1). Nachází se zde celkem 24 obcí, z toho 5 obcí získalo statut města. Celý region je rozdělen na čtyři mikroregiony – Jesenicko, Žulovsko, Javornicko a Zlatohorsko (viz Obr. 2.2). Pod záštitu každého z těchto čtyř mikroregionů spadá několik měst a obcí. Jesenický region zahrnuje centrální město Jeseník a dále obce Lipová-lázně, Ostružná, Česká Ves a Bělá pod Pradědem. V Žulovském regionu jsou to dvě města, Žulová a Vidnava, a šest obcí, Velká Kraš, Kobylá, Skorošice, Vápenná, Černá Voda a Stará Červená Voda. Severně od Žulovska se nachází Javornický mikroregion, ve kterém leží město Javorník a dále obce Bílá Voda, Uhelná, Bernartice a Vlčice. V nejvýchodněji ležícím Zlatohorském mikroregionu se pak nachází město Zlaté Hory a obce Písečná, Supíkovice, Mikulovice, Hradec-Nová Ves a Velké Kunčice (Jeseník, 2013; Vláda České republiky, 2013).



Obr. 2.1 Orientační mapa Jesenického regionu
Zdroj: Jeseník, 2013



Obr. 2.2 Orientační mapa jednotlivých mikroregionů
Zdroj: Jeseník, 2013

V rámci České republiky má region Jesenicka svou jedinečnou geografickou polohu. Tato část je od zbytku Moravy odříznuta horským pásmem Jeseníků a ohraničení vytváří Zlatohorská vrchovina a část Rychlebských hor. Samotné Jesenicko se nachází v příhraniční oblasti s Polskem. Typickým rysem regionu je nízká hustota osídlení a vysoká míra nezaměstnanosti (Jeseník, 2013).

2.2.1 Zaměstnanost

V regionu Jesenicka je dlouhodobě zaznamenávána velice vysoká míra registrované nezaměstnanosti. Ke konci roku 2012 bylo v Jesenickém regionu zaznamenáno téměř 16,5 % registrované míry nezaměstnanosti. To řadí Jesenický okres na druhé místo v míře nezaměstnanosti okresů České republiky, hned po okrese Bruntál. Nejinak je tomu i v počtu pracovních míst. Nedostatek pracovních míst způsobuje značné problémy obyvatelům celého regionu. Na jednu volnou pracovní pozici připadá 94,6 obyvatel, což opět řadí Jesenický okres celorepublikově na druhém místě (*Český statistický úřad, 2013*).

2.2.2 Ekonomické subjekty

V rámci Jesenického regionu bylo ke konci roku 2012 registrováno 9 902 ekonomicky činných subjektů. Největší zastoupení mají soukromí podnikatelé podnikající podle živnostenského zákona, celkem 7 837 podnikatelů, což je bezmála 80 % všech ekonomických subjektů v regionu Jesenicko. Dále na území působí 607 obchodních společností, 44 družstev a 2 státní podniky (*Český statistický úřad, 2013*).

Přibližně 29 % všech ekonomických subjektů působícím v Jesenickém regionu nemá žádné zaměstnance. Z těch společností, které mají své zaměstnance, jich nejvíce tvoří menší firmy s 1-5 zaměstnanci, okolo 600 subjektů. V jesenickém regionu působí pouze 4 společnosti, které mají od 250 do 499 zaměstnanců. Nejvíce zaměstnavatelů pak působí v oblasti strojírenského průmyslu, těžby a zdravotnictví (*Český statistický úřad, 2013*).

2.2.3 Vzdělávání

Dle údajů Českého statistického úřadu na území Jesenického regionu v roce 2013 fungovalo 28 mateřských škol, kdy na jednu mateřskou školu připadalo přibližně 50 dětí.

V roce 2013 byl Jesenický region registrován jako okres s nejnižším počtem základních škol v celé České republice, celkem 18. Některé děti jsou nuceny dojíždět či docházet do základních škol mimo místo svého bydliště, nejčastěji do nejbližší obce. Jedná se zejména o děti bydlící v obci Velké Kuněticko vzdálené od nejbližší školy v Písečné asi 6,5 km. Dále děti z obce Velká Kraš dojíždějící do nejbližší školy ve Vidnavě, přibližně 3 km. Pro děti z obce Uhelná je nejbližší škola v Javorníku, vzdálená více než 4 km. Z obce Bílá voda se její obyvatelé dostanou do nejbližší školy v Javorníku po 9 km. Kobylá nad Vidnávkou je od nejbližší základní školy v Žulové vzdálená téměř 5 km. Obyvatelé obce

Ostružná mají nejbližší školu v Lipové-lázních, cca 10 km a obyvatelé obce Hradec-Nová Ves se k nejbližší škole v Písečné mohou dostat po 2 km.

Střední školy a odborná učiliště jsou soustředěny především do bývalého okresního města Jeseník. Celkem se na území Jesenického regionu nachází 7 středoškolských subjektů, z toho 5 přímo ve městě Jeseník. Jedná se o:

- Gymnázium Jeseník,
- Hotelová škola Vincence Priessnitze v Jeseníku,
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště Strojírenské a stavební v Jeseníku,
- Soukromá střední odborná škola Jeseník, s.r.o.,
- Střední odborné učiliště potravinářské v Jeseníku,
- Odborné učiliště a Praktická škola, Lipová-lázně,
- Střední odborná škola a Střední odborné učiliště zemědělské, Horní Heřmanice.

V oblasti vysokoškolského vzdělávání zde působí pouze soukromá Vysoká škola podnikání, a.s., která má svou pobočku ve městě Jeseník (*Český statistický úřad, 2013*).

2.3 Doprava v regionu

Dopravní infrastruktura je nedílnou součástí každého regionu. Kvalitní dopravní infrastruktura napomáhá k rozvoji regionu.

2.3.1 Historie dopravy v regionu

V jesenickém regionu vznikla moderní dopravní infrastruktura později, než tomu bylo u jiných regionů. Dlouhou dobu neexistovala v regionu žádná železniční trať, která by jej spojovala s okolním světem. První železniční spoj vznikl až v 70. letech 19. století. Podobně tomu bylo i se spoji v silniční dopravě. První moderní státní silnice zde byla vystavěna na přelomu 70. a 80. let 19. století, tudíž třicet let od dokončení výstavby státní silniční sítě.

Výstavbou železniční sítě na území Jesenicka se zabývali především průmyslníci a podnikatelé Joseph Latzel z Bernartic, dále Ignaz Seidel, Karl Oberleitner a v neposlední řadě Johann Ripper, zeť Vincence Priessnitze. Díky jejich úsilí byla roku 1874 povolena

příprava projektu k výstavbě železnice v úseku Hanušovice-Supíkovice-Bernartice. Bohužel byl projekt zamítnut díky své nákladnosti a nerentabilitě.

Po roce 1880 byl v Jeseníku ustaven výbor pro výstavbu železnic. Na základě jednání s rakouskou společností byla o 6 let později zahájena výstavba železniční trati v úseku Hanušovice-Glucholazy. Postupně k tomuto hlavnímu železničnímu tahu přibývaly menší lokální dráhy a vznikla tak regionální železniční síť, která zde prakticky funguje dodnes. Změna nastala pouze ve výměně parních lokomotiv za motorové soupravy a ve zrušení menších lokálních spojů (*Rumpel, 2009*).

2.3.2 Současná doprava v regionu

Dopravní obslužnost je jedním z hlavních faktorů pro posuzování kvality života, ať ve městě či na venkově. Lidé využívají služby dopravy z nejrůznějších důvodů. Dojíždění do práce, do školy, k lékaři a za dalšími základními službami v regionu i mimo něj.

Jesenický region se nachází v příhraniční oblasti s Polskem a z druhé strany oddělen pohořím Jeseníků a částečně Rychlebských hor. To z velké části ovlivňuje jeho dostupnost z okolních částí. V regionu chybí hlavní koridory v oblasti silniční i železniční dopravy.

Dopravní dostupnost a také její kvalita dopravních spojů venkovských oblastí v Jesenickém regionu hraje významnou úlohu v životě všech obyvatel regionu. Zvyšující se význam dobrého dopravního spojení v těchto venkovských oblastech je značně ovlivněna stále vyšší koncentrací pracovních příležitostí a základních poskytovaných služeb (např. zdravotnická zařízení, různé stupně školských zařízení, obchody, restaurace apod.) do větších sídelních středisek, v tomto případě do centrálních mikroregionálních měst Jeseník, Javorník, Žulová či Zlaté Hory (*Rumpel, 2009*).

V Jesenickém regionu žije 41 155 obyvatel, z toho pouze 11 711 obyvatel žije přímo v bývalém okresním městě Jeseník. Zbytek obyvatel žije v jednotlivých menších městech a obcích po celém regionu. Tudíž je doprava pro většinu obyvatel regionu potřebnou a nepostradatelnou součástí každodenních aktivit. Ke konci roku 2012 bylo v regionu zaznamenáno 27 934 osob v produktivním věku, z toho ekonomicky aktivních obyvatel bylo 21 765. Do zaměstnání pak dle statistik dojíždí z místa svého bydliště 2 884 osob, což je průměrně něco málo přes 10 % a do škol dojíždí ze svého bydliště 1 134 žáků starších 15 let, tedy asi 4 %. Údaje za jednotlivá města a obce se však značně liší. Nejvyšší počet obyvatel dojíždějících za prací mimo místo svého bydliště byl zaznamenán v obci Ostružná,

kde za prací dojíždí 46 % obyvatel. Dále kvůli zaměstnání dojíždí bezmála 20 % obyvatel z obce Supíkovice a 12 % obyvatel města Žulová. Do škol pak nejvíce dojíždějí žáci ze Supíkovic, Žulové a z Lipové-lázních (*Český statistický úřad, 2013*).

Nejvýznamnější spojnici Jesenicka s okolím je hlavní silnice 1. třídy spojující severní část od Polska, dále vedoucí na jih přes město Šumperk až po Mohelnici. S východní částí České republiky pak Jesenicko spojuje silnice vedoucí na Krnov a Opavu. Podobná situace je i v železniční dopravě. Hlavní tepnou pro Jesenicko je železnice vedoucí z Jeseníku na jih do města Zábřeh na Moravě. Další hlavní železniční trať směřuje z Jeseníku přes Polsko do Krnova a dále do Opavy (*Rumpel, 2009*).

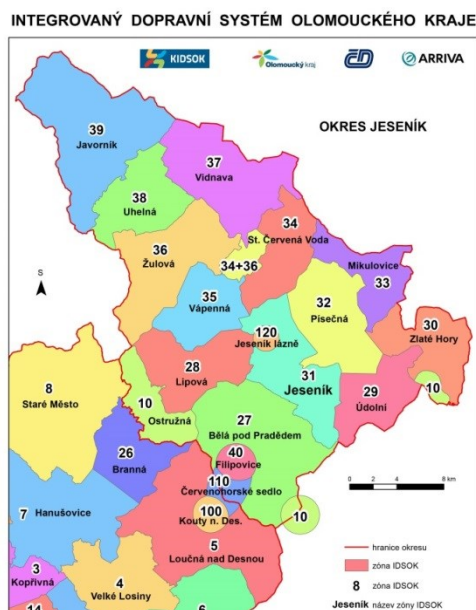
V oblasti hromadné silniční dopravy působila doposud na území Jesenicka společnost Veolia Transport Morava a.s., která má sídlo v Ostravě. Tuto společnost nyní nahradila společnost Arriva Morava a.s., se sídlem v Ostravě. Tato společnost nabízí služby místní a regionální autobusové přepravy, dále služby dálkového autobusového spojení a v neposlední řadě také rekreační a zájezdové spoje. Služby této společnosti jsou doplněny o nabídku menších autodopravců, kteří v regionu taktéž působí.

V Olomouckém kraji se právě Jesenicko vyznačuje velice nízkou hustotou silniční sítě. Konkrétně $0,4 \text{ km/km}^2$, což je pouze poloviční hustota silnic oproti průměru v celém Olomouckém kraji. Tato skutečnost způsobuje v regionu nemalé problémy. Celkově je Jesenický region protkán 296 km silnic. Nejmenší podíl mají silnice 1. třídy, které mají celkovou délku 70 km. Nejčastěji se v regionu vyskytují silnice 2. třídy, které mají dohromady 124 km následované 101 km silnic 3. třídy. V Jesenickém regionu se nenalézají žádné dálnice ani rychlostní silnice (*Český statistický úřad, 2013*).

Další příčinou problémů v regionu, především v zimním období, je jeho geografická poloha a dále pak nedostatečná kapacita dopravní sítě, která by pokryla veškeré nároky. Mezi hlavní silniční tahy v regionu patří silnice na trase Velké Losiny-Mikulovice a silnice z Jeseníku do Bílého Potoku (*Rumpel, 2009*).

V oblasti železniční dopravy zde dlouhodobě působí pouze jedna společnost, a to společnost České dráhy a.s., se sídlem v Praze. Železniční síť má podobně jako silniční doprava velice nízkou hustotu. Nejvýznamnějším je zde trať ve směru Šumperk-Jeseník-Krnov. Tento koridor je hlavní a jedinou spojnici s okolním územím za pomoci železnice.

Na území Jesenického regionu je od roku 2003 využíván integrovaný dopravní systém Olomouckého kraje (IDSOK). Doprava v rámci tohoto systému je rozdělena na několik zón (viz Obr. 2.3) se specifickými tarify jízdného a jednotným tarifem jízdného, vzájemně uznávaným mezi smluvními dopravci. Výhodou pro cestující je pak možnost přestupu mezi linkami jednotlivých přepravců, kteří spadají do systému IDSOK. V Jesenickém regionu jsou těmito dopravci České dráhy a.s. a společnosti Arriva Morava a.s. Lze tak využít i kombinaci vlakové a autobusové dopravy v rámci zóny za jednotnou cenu (*Koordinátor integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje, 2013*).



Obr. 2.3 Mapa tarifních zón IDSOK

Zdroj: KIDSOK, 2013

2.3.3 Územní plány dopravy v regionu

Dopravní obslužnost a dostupnost Jesenicka je jednou z priorit územního plánování na území Olomouckého kraje. V územně plánovací dokumentaci kraje, tzv. Zásadách územního rozvoje Olomouckého kraje, jsou mimo jiné vymezeny osy a koridory pro dopravní infrastrukturu. Tyto koridory jsou přesněji vymezovány v územních plánech jednotlivých obcí.

Plánovaná **stavba Červenohorské sedlo – jih** zastřešuje modernizaci stávající silnice I/44 z města Jeseník do města Šumperk vedoucí právě přes Červenohorské sedlo. Dokumentace z června roku 2003 zahrnuje 2 možné návrhy tunelu a 1 návrh rekonstrukce stávající komunikace přes Červenohorské sedlo. V říjnu roku 2003 odsouhlasilo tyto varianty i Ministerstvo životního prostředí ČR a v listopadu 2004 byla zpracována dokumentace

potřebná pro stavební povolení. Jelikož se stavba nachází v pásmu CHKO Jeseníky, byly některé části rekonstrukce zrušeny. Realizace této stavby, konkrétně rekonstrukce stávající silnice na šumperské straně, je plánována v období od dubna 2014 do prosince 2015 (*Dálnice-silnice, 2013*).

Stavba Červenohorské sedlo – tunel je nejvýznamnější stavbou, která by měla zvýšit dopravní dostupnost Jesenického regionu. Návrh stavby počítá s raženým tunelem za pomoci nové rakouské tunelovací metody. Tunel by měl být dlouhý 9,8 km, se stoupáním 0,35 % a výškovým rozdílem 46 m. Nejvyšší bod tohoto tunelu by měl být ve výšce 652 m, zatímco v současné době je přejezd přes Červenohorské sedlo ve výšce 1010 m. Touto stavbou se podstatně zkrátí a zrychlí cestování do i z Jesenického regionu (*Dálnice-silnice, 2013*).

Stavba Bělá pod Pradědem by do budoucna měla navazovat na stavbu tunelu pod Červenohorským sedlem. Stavba by měla začínat v obci Domašov a vést by měla podél současné trasy hlavní silnice až k hranicím města Jeseník. Plánovaný obchvat by měl zajistit odklon osobní i nákladní silniční dopravy mimo stávající obce (*Dálnice-silnice, 2013*).

Úsek Bělá pod Pradědem – Mikulovice by se měl napojit na stávající komunikaci ve směru Jeseník – Česká Ves a dále na plánovaný tunel pod Křížovým vrchem. V Mikulovicích se plánuje napojení silnice na již vybudovaný silniční obchvat vedoucí kolem města (*Dálnice-silnice, 2013*).

2.4 SWOT analýza regionu

Tato SWOT analýza byla vytvořena na základě situační analýzy Jesenického mikroregionu z roku 2002 a její následné aktualizaci v následujících letech.

A. *Silné stránky*

a) **Poloha regionu**

Region Jesenicko se nachází na severovýchodě České republiky, konkrétně na severu Olomouckého kraje. Region je z jižní strany oddělen horským pásmem Jeseníků, Rychlebských hor a Zlatohorské vrchoviny. Hlavní tažnou silou tohoto regionu je především cestovní ruch. A to především v zimních měsících, díky lyžařským střediskům a běžkařským trasám. V poslední době ale významnou úlohu zastává letní turistika. Nachází se zde řada významných a atraktivních lokalit jako např. Rejvíz, Praděd, Obří skály apod. Turistickému ruchu značně pomohlo také vybudování cyklistických tras a stezek v regionu.

b) Přírodní zdroje

Jesenický region je typický svou pestrostí a různorodostí krajiny. Velkou plochu území zaujímají lesní porosty a většina území je zahrnuta mezi chráněné krajinné oblasti a chráněná území. Významnou součástí přírodních památek je nepřeborné množství přírodních a léčivých pramenů na celém území Jesenicka. Zároveň slouží region jako zdroj pitné vody nejen pro Jesenický region, ale i pro sousední Polsko. Existují zde také vzácné biotopy s unikátními druhy rostlin a živočichů. Rozsáhlé přírodní bohatství a dobré životní prostředí vytváří pozitivní image regionu a je tak jednou z hlavních silných stránek regionu.

c) Léčebné lázně

Jedním z hlavních faktorů posilující pozici tohoto regionu jsou místní léčebné lázně. Nejvýznamnější a také nejznámější jsou Priessnitzovy léčebné lázně Jeseník, které nabízí pacientům a návštěvníkům nepřeborné množství lázeňských procedur. Léčebné techniky v těchto lázních jsou založeny na dlouholeté tradici, zavedené zakladatelem lázní Vincencem Priessnitzem za pomoci ledové vody. Tradiční metody jsou pak doplněny řadou moderních technologií. Další léčebné lázně se nachází nedaleko Jeseníku, v obci Lipová-lázně. V současné době se však tyto lázně potýkají ekonomickými problémy a tak je jejich fungování značně omezeno.

B. Slabé stránky

a) Poloha regionu

Umístění Jesenického regionu je do značné míry výhodou, zároveň však způsobuje řadu problémů. Jedná se především problémy v oblasti obchodu a dopravy, kdy veškeré důležité dopravní tahy vedou právě mimo tento region. A to jak v rámci České republiky, tak i v rámci celé Evropy.

b) Dopravní dostupnost

Z tohoto pohledu je v Jesenickém regionu obtížná dopravní dostupnost a dopravní obslužnost. Zejména pak v zimních měsících jsou místní dopravní tahy obtížně sjízdné. A to jak trasy silniční, tak i železniční. Proto je velmi obtížná doprava osob či nákladu zejména z vnitrozemí České republiky, kdy je potřeba překonat především horské pásmo. V rámci dopravní dostupnosti je také problémem nízká kvalita zdejších komunikací a také nízká propustnost týkající se špatné kvality mostů na území Jesenicka. Další slabinou regionu

je nedostatečné značení na místních komunikacích. To způsobuje nemalé problémy zejména turistům a návštěvníkům z jiných oblastí nebo ze zahraničí.

c) Lidské zdroje

Úroveň vzdělanosti místních obyvatel dosahuje průměrných či dokonce podprůměrných hodnot. Hlavní příčinou je především nízký podíl středních škol v regionu. Další příčinou je odchod středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaných obyvatel do větších měst s větší nabídkou pracovních příležitostí přiměřených jejich vzdělání. To vše se odráží i v nízké aktivitě a nízkém sebevědomí místních obyvatel.

Přestože cestovní ruch je jednou z hlavních ekonomických činností v regionu, lze za slabinu považovat nedostatek zkušeností a profesionality právě v oblasti cestovního ruchu. Pro rozvoj je důležité především plánování a komunikace mezi jednotlivými organizacemi v soukromém i veřejném sektoru. Nízkou úroveň ovlivňuje i nízká jazyková vybavenost místních obyvatel a špatná informovanost o možnostech cestovního ruchu v rámci regionu.

d) Podnikání

Podnikatelské aktivity v regionu jsou na velice nízké úrovni, především díky jejich nízké podpoře a nedostatku místního kapitálu. Subjekty jsou často provozně nestabilní, a proto není možné počítat s veřejnými granty či jinou formou veřejné podpory. Na podnikání v místním regionu má vliv i vysoká nezaměstnanost místních obyvatel a tím následně i nízká kupní síla.

C. Příležitosti

a) Tradice

Jesenický region má bohatou historii, čehož lze využít v cestovním ruchu. Místní subjekty mohou využít zájmu turistů o tzv. produktové balíčky, které mohou zahrnovat nejrůznější místní atrakce či tradiční výrobu v oblasti kamenictví, vápenictví apod.

b) Cestovní ruch

Ideální prostředí pro poskytování volnočasových a outdoorových aktivit lze využít v oblasti sportu a turistiky. Možností by byla nabídka speciálních programů, jako např. agroturistika, hippoturistika apod., propojující horskou přírodu, zdravé ovzduší a typický

životní styl zdejších obyvatel. Tyto aktivity je možné také volně propojit se zdejším tradičním lázeňstvím.

Zvýšení atraktivity místního regionu by mohlo být dosaženo lepším financováním v oblasti rekultivace místní krajiny, především některých jejích poškozených částí. Dále snaha o získání finanční podpory na dobudování sítě cyklostezek a běžkařských tras.

c) Podnikání

V oblasti podnikání je příležitostí především využívání místních přírodních zdrojů. Současný trend zdravého životního stylu nahrává vhodnému prostředí pro zemědělství. U potravin se jedná o produkci zdravých produktů z místních plodin. Vzhledem k řemeslům, které zde mají dlouholetou tradici, by další možností byla nabídka produktů z přírodních materiálů jako mramor, kámen či dřevo, o které je v současnosti stále větší zájem.

D. Hrozby

a) Investice

Největší hrozbou pro Jesenický region je především velký konkurenční tlak při získávání investic a finančních dotací. Pokud by do regionu neproudily finanční prostředky, mělo by to negativní dopad na cestovní ruch, turismus a na celé podnikatelské odvětví na tomto území, což by se značně dotklo i života místních obyvatel.

b) Výstavba

V rámci plánu budování infrastruktury je dalším výrazným rizikem poškozování zdejší krajiny. Neuvážená výstavba by mohla fatálně poznamenat zdejší vzácnou faunu i flóru, což by negativně poznamenalo image Jesenického regionu.

c) Ekonomika regionu

Ekonomická situace v Jesenickém regionu je ovlivňována stále častější migrací kvalifikovaných pracovníků za hranice regionu a do větších měst. Situaci poznamenává i uzavírání místních podniků, rušení pracovních míst a stále se zvyšující míra nezaměstnanosti místních obyvatel (*Město Jeseník, Strategický plán rozvoje 2013; SWOT analýza 2013*).

E. Vyhodnocení SWOT analýzy mikroregionu Jesenicko

Tab. 2.1 SWOT analýza Jesenického regionu

SILNÉ STRÁNKY		Váha	Hodnocení	Výsledné hodnocení	Součet
S1	Strategická poloha regionu – cestovní ruch	0,3	2	0,6	
S2	Přírodní zdroje – chráněné krajinné oblasti, vodní prameny atd.	0,2	4	0,8	
S3	Léčebné lázně	0,5	4	2	3,4
SLABÉ STRÁNKY					
W1	Poloha regionu – mimo dopravní tepny	0,2	-3	-0,6	
W2	Dopravní dostupnost – obtížná dostupnost	0,3	-5	-1,5	
W3	Lidské zdroje – málo zkušeností, nízká profesionalita	0,2	-3	-0,6	
W4	Podnikání – ekonomicky nestabilní podnikatelské subjekty	0,3	-4	-1,2	-3,9
PŘÍLEŽITOSTI					
O1	Tradice – místní výroba (kamenictví apod.)	0,2	3	0,6	
O2	Cestovní ruch – outdoorové aktivity	0,5	4	2	
O3	Podnikání – místní přírodní zdroje	0,3	5	1,5	4,1
HROZBY					
T1	Investice – obtížné získávání finančních prostředků	0,4	-4	-1,6	
T2	Výstavba – narušení místního ekosystému	0,3	-3	-0,9	
T3	Ekonomika – krachující podniky a migrace pracovníků	0,3	-5	-1,5	-4

F. Konfrontační matice

Pro Jesenický region je nejsilnější stránkou místní dlouhá tradice lázeňství, které do regionu láká řadu návštěvníků. S tím souvisí i hlavní příležitost, která spočívá v cestovním ruchu. Pro přilákání zájmu turistů je však potřeba modernizovat současná zařízení a také propagovat nové atraktivní možnosti využití volného času.

Naopak slabou stránkou regionu je především jeho dopravní dostupnost, která je dosti složitá, časově náročná a v zimních měsících velice komplikovaná. Hlavní hrozbou pro region je místní ekonomika, kdy především díky nedostatku finančních prostředků krachuje řada místních podniků jak v cestovním ruchu, tak i v ostatních odvětvích (viz Obr. 2.4).

		Silné stránky			Slabé stránky					
		Strategická poloha regionu	Přírodní zdroje	Léčebné lázně	Poloha regionu	Dopravní dostupnost	Lidské zdroje	Podnikatelské subjekty		
Příležitosti	Tradice	+	+	+	-	0	0	-	3	2
	Cestovní ruch	+	-	+	0	-	-	-	2	4
	Podnikání	-	+	+	-	-	0	+	3	3
Hrozby	Investice	0	+	-	-	-	-	-	1	5
	Výstavba	-	-	+	0	-	0	0	1	3
	Ekonomika	-	0	-	-	-	-	-	0	6
	+	2	3	4	0	0	0	1		
	-	3	2	2	4	5	3	4		

Obr. 2.4 Konfrontační matice
Zdroj: Vlastní zpracování

3 Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků

Společně se samotným vymezením východisek pro měření spokojenosti je třeba definovat i další pojmy. Základní je obecná charakteristika služeb, která je doplněna o popis služeb poskytovaných v rámci dopravy. Dále je nutná charakteristika trhu dopravních služeb, rozlišení základních pojmů v dopravě a následně pak zaměření na spokojenost zákazníků, význam a možnosti jejího měření.

3.1 Služby

Za službu lze většinou považovat ekonomickou aktivitu nebo lidskou činnost, díky které jsou uspokojovány určité potřeby a přání spotřebitelů. Jasná a přesná definice služeb není přesně dána a proto bývá tento pojem definován různými způsoby. Odvíjí se především od toho, v kterém odvětví či oblasti jsou služby poskytovány. Konkrétní definice se mohou individuálně lišit podle autorů. Nejčastěji se však v literatuře vyskytuje následující definice služeb (Hesková, 2012).

„Služba je jakákoli aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem“ (Kotler et al, 2007, s. 710).

Přesným vymezením služeb se v minulosti zabývalo mnoho významných ekonomů. Jedním z nich byl například anglický ekonom 18. století a představitel klasické školy Adam Smith. Ten popsal službu jako ekonomický statek, který ovšem nevytváří žádnou hodnotu.

Dalším ekonomem zabývajícím se širokou problematikou služeb byl Jean Baptiste Say, který poukázal na to, že ekonomické statky mohou být produkovány i v nehmotné podobě. Za produktivní aktivity označoval ty, které jsou pro člověka užitečné a mohou mu přinést konkrétní uspokojení.

Kritický pohled na služby zaujímal i německý filosof a ekonom Karel Marx. Ten odlišoval dvě skupiny produkovaných služeb, produktivní a neproduktivní. Do kategorie produktivních činností řadil služby vzájemně si poskytované mezi jednotlivci, firmami či státem. Naproti tomu do neproduktivních činností zařadil služby poskytované při přepravě zboží, obchod, servisní služby apod. (Hesková, 2012).

„Sektor služeb zahrnuje veškeré ekonomické aktivity, jejichž výstupem není fyzický produkt nebo konstrukce, ke spotřebě dochází většinou ve stejnou dobu, kdy je produkována, a poskytuje přidanou hodnotu ve formě, která je svým prvním kupujícím vnímána jako převážně nehmotná“ (Kincl et al, 2004, s. 114).

Pojem služba je také přesně vymezen v legislativě Evropské unie, která se týká pohybu služeb na vnitřním trhu.

Dle směrnice *Evropského parlamentu a Rady (2006) „Službou se rozumí jakákoliv samostatná výdělečná činnost poskytovaná zpravidla za úplatu“.*

3.2 Služby v dopravě

Existují všeobecné definice pro služby a stejně tak lze zvlášť definovat služby dopravní. Dopravní služba zahrnuje činnosti poskytovatele dopravních služeb, zajišťující přesun osob či nákladu z výchozího bodu do cílového místa. Dopravní služby může poskytovat právnická či fyzická osoba, která tyto dopravní služby poskytuje svým zákazníkům. Zákazníkem pak může být odesílatel zásilky, cestující, objednavatel přepravy apod. Pro realizaci dopravních služeb je potřeba především dopravních, přepravních a dalších manipulačních prostředků (*Řezníček, 2001*).

3.2.1 Vlastnosti služeb v dopravě

Služby jsou typické svými specifickými vlastnostmi. Od hmotného zboží se služby odlišují několika vlastnostmi.

Základní vlastností je **nehmotnost**. Pro služby typická vlastnost, kterou se odlišuje od hmotného produktu. Služba je tedy nehmatatelná. Nelze ji uchopit, prohlédnout, ochutnat či si ji poslechnout, což značně stěžuje zákazníkovi hodnocení dané služby. Kvalita služby je tak zákazníkovi odhalena až při koupi a samotné spotřebě. Nehmotnost lze u služeb částečně kompenzovat posílením marketingového mixu prvkem materiálního prostředí, silné komunikace, posílení značky či jména společnosti.

Další typickou vlastností je **neoddělitelnost**. V tomto případě je služba produkována a spotřebovávána současně. Služby jsou zákazníkovi poskytovány jejich producentem v určitém čase, místě a ve většině případů je potřeba osobní účast zákazníka (např. přeprava osob, aj.). V takovém případě se zákazník stává spolu-producentem poskytované služby.

Neoddělitelnost služby tak značně ovlivňuje využívání marketingových nástrojů při vývoji i prodeji služeb.

Typickou vlastností je také **proměnlivost** neboli variabilita služeb. Tento faktor především charakterizuje samotnou službu, její průběh, kvalitu a závislost na poskytovateli dané služby. Např. dvě stejné autobusové linky vedoucí po stejné trase nikdy nebudou identické. Jízda je ovlivněna jak předvídatelnými faktory, tak i faktory, které předvídat nelze. Zvýšení variability služeb lze dosáhnout rozšířením sortimentu, výběrem a přípravou kvalifikovaných pracovníků či marketingovým výzkumem.

Služby se vyznačují také svou **neskladovatelností**. Pochopitelně služby nelze skladovat či jinak uchovávat, což platí i pro služby dopravní. Dopravní služby je nutné poskytovat za každé situace (např. proměnlivé počasí, změna politické situace a další). Ideální je pravidelná poptávka po dopravních službách, které je pak přizpůsobena i nabídka. Na poptávku po dopravě má vliv několik faktorů. Především pak dopravní špička, sezónnost přepravy aj. Poskytovatelé dopravních služeb jsou ovlivňováni i dalšími faktory.

Jedním z takových faktorů jsou bezpochyby *legislativní a regulační omezení*. V rámci poskytování dopravních služeb se jedná především o omezení jízd o nedělích a svátcích, omezení doby jízdy, omezení rychlosti, požadavky na dodržování stanoveného jízdního řádu a dalších pracovních předpisů či nutnost povolení při zahraniční přepravě. U ceny služeb se jedná hlavně o regulaci cen v dopravě a poskytování slev. Důležité je dbát i na společenské zájmy, zejména pak ochrana vybraných území, chráněné krajinné oblasti apod. Dalším faktorem je *poptávka po dopravních službách*. V dopravě je tato poptávka poptávkou odvozenou. Proto záleží na individuálních potřebách cestujících nebo výrobních potřebách firem, zda budou služeb přepravy využívat. Samotná *realizace dopravních služeb* je často spojena s rozdílnými druhy dopravy a dalšími službami. *Speciální marketingové nástroje* vyžadují specifickou definici pro oblasti služeb na trhu dopravy. Existence *nepředvídatelných výkyvů* v poptávce po dopravě nutí poskytovatele mít k dispozici dostatečnou záložní kapacitu dopravních prostředků, aby mohli uspokojit danou poptávku. Existují určité **rozdíly** při poskytování služeb v osobní a nákladní dopravě. Svou roli při poskytování dopravních služeb hrají i veřejné *zásahy státu* (Řezníček, 2001).

Jednou z posledních vlastností služeb je **nemožnost jejich vlastnictví**. Služby nelze za žádných okolností vlastnit. Zákazníkovi je tak pouze prodáváno právo na využití

poskytované služby (např. jízdenku, která mu dává právo využít přepravu v MHD), (*Řezníček, 2001; Vašítková, 2008*).

3.2.2 Trh dopravních služeb

Na trhu dopravních služeb probíhá určitý proces, do kterého spadají činnosti poskytovatelů dopravních služeb a jejich nabídka, a také zákazníci, kteří dané dopravní služby poptávají.

Samotný trh dopravních služeb lze rozdělit dle určitých kritérií na několik úrovní. Podle *Řezníček (2001)*:

- **Předmětu dopravy** – jedná se především o druh dopravy, tedy zda se jedná o dopravu osobní nebo nákladní.
- **Prostoru působení dopravy** – záleží, kde společnost poskytující dopravní služby působí. Může se jednat o trh místní, regionální, vnitrostátní nebo mezinárodní,
- **Stupně regulace** – zda se jedná o působení liberálním trhu či trhu regulovaném, aj.
- **Konkurence** – neopomenutelná je i samotná konkurence. Dopravní služby se přizpůsobí tomu, zda firma působí na trhu s dokonalou či nedokonalou konkurencí.

Všeobecně je na trhu dopravních služeb prioritní strana poptávky. Základním faktorem pro poptávku je existující potřeba přepravy. Stranu poptávky na trhu dopravy lze rozdělit do tří úrovní dle *Řezníček (2001)*:

- **Přepravní potřeba** – ze všech tří úrovní je potřeba nejméně konkrétní formou přání potencionálního zákazníka přemístit se. Jedná se pouze o obecnou vědomou potřebu přemístit sebe nebo zboží z místa na místo,
- **Přepravní požadavek** – proti potřebě má požadavek přesnější formu realizace. Potencionální zákazník uvažuje o konkrétním a vhodném druhu přepravy,
- **Přepravní poptávka** – jedná se o nejkonkrétnější podobu přání zákazníka, který je schopen a ochoten koupit si a využít danou dopravní službu od konkrétního poskytovatele dopravních služeb.

Na trhu dopravních služeb je rozlišována poptávka původní a poptávka odvozená. Jen malá část poptávky má původní charakter. Jedná se pak o poptávku vyvolanou vlastní

vůli, jako např. láska k cestování. Ovšem velkou část tvoří právě poptávka odvozená. Příčiny takovéto poptávky mohou být různorodé.

V osobní dopravě jsou to nejčastěji příčiny ekonomické (např. přeprava do zaměstnání, do školy apod.). Další příčiny mohou být společenské, především pak využívání volného času, kultura, společenské kontakty a další. V nákladní dopravě se jedná zejména o přepravu materiálu, surovin a polotovarů z místa vzniku do výroby a následná distribuce hotových výrobků k zákazníkům.

Velikost nabídky na straně poskytovatelů dopravních služeb je ovšem omezená. A to zejména díky regulačním opatřením a cenovým zásahům. Změnu nabídky ovlivňuje i preference a nákupní chování zákazníků. To vše má vliv na množství, kvalitu a následně i cenu poskytovaných dopravních služeb (*Řezníček, 2001; Vašítková, 2008*).

3.2.3 Základní terminologie služeb v dopravě

Při poskytování služeb v dopravě se rozlišují dva základní termíny, které se často zaměňují.

A. Dopravní obslužnost

Dopravní obslužností se rozumí především poskytování veřejných dopravních služeb občanům na určitém vymezeném území, např. území obce, města či kraje apod. Jelikož se jedná o veřejnou službu, zajišťuje jejich provoz zejména stát, respektive kraj prostřednictvím smluvního vztahu s konkrétními dopravci (*Zelený, 2007*).

„Dopravní obslužností se rozumí zabezpečení dopravy pro všechny dny v týdnu především do škol a školských zařízení, k orgánům veřejné moci, do zaměstnání, do zdravotnických zařízení poskytujících základní zdravotní péči a k uspokojení kulturních, rekreačních a společenských potřeb, včetně dopravy zpět, přispívající k trvale udržitelnému rozvoji územního obvodu.“ (*Sbírka zákonů, 2010*).

B. Dopravní dostupnost

Dopravní dostupnost může být vyjádřena jako ukazatel, pomocí kterého se měří přístupnost nebo dosažitelnost zkoumaného objektu vůči jiným objektům. Díky tomu lze určit postavení daného objektu v prostoru (*Kusendová, 1996, s. 35*).

Dle Kalaanidhi & Gunasekaran (2013) lze dostupnost charakterizovat, jako míru s jakou může jedinec snadno překonat určitou vzdálenost na daném území a to v určitém čase a při daných možnostech přepravy.

3.3 Spokojenost zákazníků

Zákazník má před nákupem služby určitá očekávání, která jsou po nákupu buď naplněna či nikoli. To, do jaké míry jsou tato očekávání naplněna, úzce souvisí s vnímáním a následným hodnocením poskytované služby a tedy i se spokojeností zákazníka. Pokud zákazník dlouhodobě vykazuje spokojenost se službou, může se takový zákazník stát loajální k dané službě či značce. Vztah mezi spokojeností a loajalitou zákazníka je zcela zřejmý (*Zamazalová, 2009*).

Subjektivní potřeba či určitý nedostatek spotřebitele jsou hlavním podnětem k nastartování nákupního procesu. Ne vždy to ovšem znamená, že zákazník se rozhodne tuto potřebu uspokojit nebo odstranit konkrétní nedostatek. Ve chvíli, kdy u zákazníka existuje konkrétní kupní motiv, přichází rozhodnutí zákazníka vyhledávat konkrétní výrobek či službu v konkrétním obchodě (*Vysekalová, 2011*).

Pro dosažení spokojenosti zákazníka musí obchodník odhalit konkrétní motiv nákupu. Pokud tento motiv skutečně odhalí, může zákazníkovi nabídnout vhodný výrobek či službu. Ve chvíli obchodník uspokojí konkrétní potřebu zákazníka a zná jeho nákupní motiv, je výsledkem tohoto procesu spokojený zákazník (*Vysekalová, 2011*).

Jednotlivý spotřebitelé se od sebe mohou velice lišit a tudíž i uspokojení jejich potřeb je individuální. Někteří spotřebitelé jsou méně nároční, jiní naopak mají velmi vysoké nároky a uspokojit jejich potřeby je často obtížné. Spokojenost zákazníka je tedy čistě subjektivní záležitostí, jejíž hodnocení je nutno provádět na individuální škále. Z tohoto důvodu jsou často zákazníci rozděleni do skupin podle toho, v jakém vztahu poměříme jeho spokojenost. Pro hodnocení spokojenosti je nezbytné brát v úvahu odhadovaný podíl racionálních a emocionálních faktorů zákazníka. Spokojenost zákazníka je posuzována jako míru naplnění jeho očekávání ve vztahu k dalším vnímaným kritériím (*Nový, 2006*).

Vztah vlastního očekávání zákazníka, spojeného s poskytovanou službou

Spokojenost zákazníka se většinou odvíjí od toho, zda byla naplněna jeho očekávání či nikoli. Při výběru služby si zákazník utváří určitou představu, jak by služba měla vypadat

a jakým způsobem by měla být poskytována. Samotná koupě služby je pak spojena s pozitivní představou či dokonce s představou vysněnou. Obchodník by měl znát představy a očekávání zákazníka a na základě toho nabídnout nejvhodnější možnou službu. Bohužel ne vždy je možné splnit naprosto všechna přání a očekávání zákazníka.

Vztah k předchozím zkušenostem zákazníka

Rozhodování o nákupu bezpochyby ovlivňují také předchozí zkušenosti zákazníka. Zákazník již dříve službu nakoupil a může tak zhodnotit a posoudit její přínosy či zápory. Pokud má zákazník s nákupem takové služby pozitivní zkušenosti, je ochoten nákup opakovat. Naopak, pokud jsou jeho předchozí zkušenosti negativní, k opakovanému nákupu dané služby již nedojde a zákazník hledá jiné alternativy k uspokojení svých potřeb. Jelikož každý zákazník je jinak náročný na uspokojování svých potřeb, je potřeba individuálně nahlížet na hodnocení jednotlivých zákazníků.

Vztah k ceně

Spousta zákazníků přizpůsobuje své nákupy především ceně. Absolutní výše ceny určuje zákaznickou hranici, kterou v případě nákupu nechce překročit. V tomto případě má obchodník pouze minimální prostor pro jednání se zákazníkem. Naopak v případě relativní výše ceny je prostor pro jednání značně širší a existuje zde možnost, že zákazník bude za kvalitnější službu ochoten zaplatit cenu vyšší.

Vztah k normám, standardům a předpisům

Velice často se zákazník při nákupním procesu odkazuje na všeobecně uznávané normy či obecné zvyklosti. Požaduje tedy to, co je v jeho okolí samozřejmé a běžné. Takové chování většinou bezprostředně souvisí se zařazením zákazníka do určité sociální skupiny či společenské vrstvy. Jedinec spadající do takové skupiny pak respektuje a uznává společné hodnoty a názory, normy nebo předpisy a těm přizpůsobuje i své nákupní chování a zvyklosti.

Vztah k uspokojení potřeb zákazníka

Spokojenost zákazníka je hodnocena na základě míry uspokojení potřeb, ať už momentálních, krátkodobých nebo těch dlouhodobých. Nedostatek a konkrétní potřeba zákazníka je hlavním motivem nákupního jednání. Podle aktuálnosti potřeby si pak zákazník vybírá nejvhodnější nabízenou službu.

Vztah k řešení konkrétního problému

Pokud se zákazník potýká s nějakým problémem či obtížnou situací, stává se nákup služby vhodnou možností, jak takový problém vyřešit a dosáhnout maximální spokojenosti zákazníka. Oproti výrobkům mají právě služby tu výhodu, že mohou být na míru přizpůsobeny konkrétním potřebám zákazníka.

Vztah k ostatním lidem

Míra spokojenosti zákazníků je často závislá na tom, jakým způsobem nákup konkrétní služby ovlivní vztah zákazníka k ostatním jedincům. Příkladem může být využití zakoupené služby více členy rodiny, přáteli apod. Zákazník v takovém případě nejedná pouze sám za sebe, ale bere ohled i na jiné osoby, které jej ovlivňují (Nový, 2006).

3.3.1 Model spokojenosti

První hypotetickou proměnnou představuje celková image. Jedná se tedy o vztah zákazníka k firmě či značce a tvoří tak základní stavební kámen pro analýzu spokojenosti zákazníků. Celkovou image může ovlivnit stabilita společnosti, důvěra v činnosti firmy, značka a její známost apod.

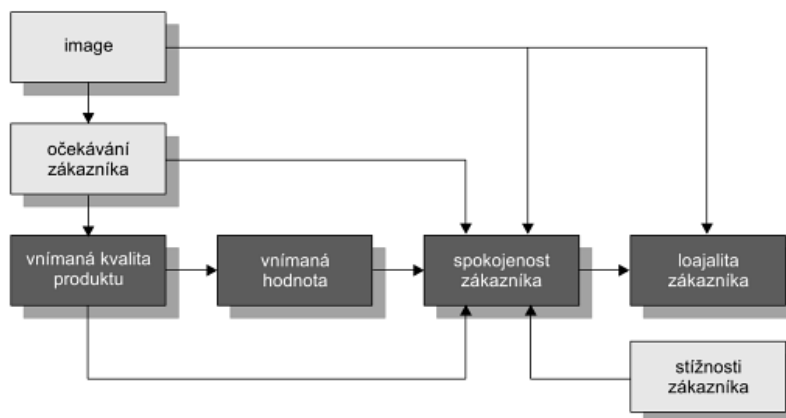
Zákazník si před samotným nákupem vytvoří určité představy o produktu či službě. Tato očekávání mohou vzniknout na základě předchozích zkušeností zákazníka či jiných dostupných informací a přímo ovlivňují spokojenost zákazníka. V rámci očekávání zákazníka lze měřit kvalitu a cenu dané služby, dostupnost atd. (Kozel, 2011).

Se spokojeností zákazníka souvisí také jeho vnímání kvality služby a její dostupnost. Vnímání kvality do značné míry ovlivňuje poskytování doprovodných služeb, kvalita a dostupnost servisních služeb, záruka apod. (Kozel, 2011).

Vnímaná hodnota zahrnuje především hodnocení poměru ceny a vnímaného užítku z dané služby. Hodnotu pak může zvýšit úroveň komunikace, odbornost a ochota personálu, samotná pozice značky na daném trhu aj. (Kozel, 2011).

Pokud nastane negativní rozpor mezi očekáváním zákazníka a skutečným výkonem, jsou výsledkem především stížnosti zákazníka. Celková spokojenost zákazníků pak závisí na počtu stížností, rychlosti vyřízení reklamací a ochotě společnosti řešit vzniklý problém (Kozel, 2011).

Naopak pokud vznikne pozitivní nerovnováha a skutečnost předčí očekávání zákazníka, je možné počítat s opakovaným nákupem. V takovém případě se utváří loajální zákazník a je možné počítat s pozitivními referencemi v okolí zákazníka (viz Obr. 3.1), (Kozel, 2011).

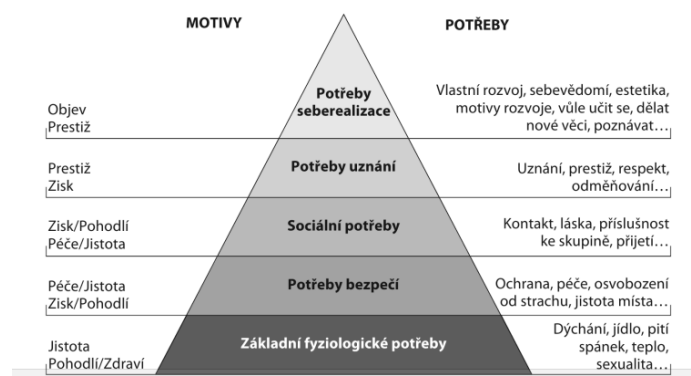


Obr. 3.1 Model spokojenosti zákazníka
Zdroj: Kozel, 2011, s. 243

3.3.2 Maslowova pyramida

Hierarchii potřeb a motivy jejich uspokojování odhalil již Abraham Maslow. Ten sestavil pyramidu konkrétních potřeb člověka. Pokud jsou tyto potřeby neuspokojeny, pociťuje člověk nespokojenost, což se často projevuje v negativním chování člověka.

Hlavním principem Maslowovy pyramidy potřeb uspokojit v první řadě ty nejzákladnější a nejnutnější lidské potřeby a až po jejich naplnění se snažit uspokojit potřeby na dalších úrovních (viz Obr. 3.2).



Obr. 3.2 Maslowova hierarchie potřeb
Zdroj: Nový, 2006

Základní potřeby jsou znázorněny ve spodní části pyramidy. Jedná se o nejnižší úroveň, kam spadají především základní fyziologické potřeby jako např. potřeba dýchat, přijímat potraviny a tekutiny, spánek apod. Tyto potřeby člověk uspokojuje jako první a základním kupním motivem u těchto potřeb je pocit zdraví, pohodlí a jistoty.

Do vyšší úrovně potřeb v Maslowově pyramidě spadá především potřeba bezpečí. V této fázi vyvstávají na povrch skryté obavy lidí z možného nebezpečí třeba v oblasti zaměstnání, bydlení atd. Motivem spotřebitele je tedy jistota péče, pohodlí a případně zisk.

Do třetí úrovně ve struktuře pyramidy patří potřeby sociálního charakteru. Člověk si v životě vytváří určité mezilidské vztahy, vyžaduje náklonnost ostatních osob, přátelství či lásku druhých lidí.

Maslow čtvrtý stupeň pyramidy řadí lidskou potřebu uznání či respektu od ostatních lidí. Pro mnoho lidí je velmi důležité, co si o nich okolí myslí a určitou prestiž a uznání získávají nákupem drahých a značkových věcí.

Na samém vrcholu Maslovovy pyramidy se nachází potřeba člověka se rozvíjet a seberealizovat. V tomto stádiu si lidé často vynahrazují neuspokojené potřeby z nižších úrovní pyramidy nebo naopak již uspokojili všechny potřeby a touží po dalším úspěchu v dalších oblastech (*Vysekalová, 2011; Nový, 2006*).

3.3.3 Nákupní motivy

Existují určité motivy, které podněcují spotřebitele ke koupi daného výrobku či služby. A právě tyto motivy spotřebitelů lze rozdělit do několika skupin.

Hlavním motivem koupě bývá ve většině případů vidina **zisku** nebo naopak možnost úspory při koupi. Každý spotřebitel vynakládá velké úsilí k tomu, aby získal co největší hodnotu pokud možno při vynaložení co nejmenšího množství investic.

Dalším velice důležitým motivem koupě je **jistota** spotřebitele. Velká část spotřebitelů nakupuje pouze ty produkty či služby, které jim zaručují kvalitu. Vyhýbají se tak riziku neuspokojení svých potřeb a přání.

Spotřebitelé toužící po potřebě **uznání** vynakládají prostředky na koupi těch nejdražších produktů a služeb. U takových spotřebitelů nehraje výše vynaložených prostředků žádnou roli a naopak hlavním nákupním motivem je především prestiž a obdiv.

K neodmyslitelným vlastnostem člověka patří jeho zvědavost a touha objevovat. A právě s těmito vlastnostmi souvisí nákupní motiv **objevování**. Toto často využívají obchodníci a na trh uvedou nový či inovovaný výrobek.

V moderní uspěchané době se spousta lidí snaží usnadnit či zpříjemnit si život nejrůznějšími způsoby. To částečně platí i nákupního rozhodování a prosazuje se zde motiv **pohodlnosti**.

Zákazníky motivuje ke koupi i **jistota péče** a pomoci, kterou mu obchodník nabídne. Při potenciálních problémech či riziku nebezpečí má zákazník alespoň určitou jistotu pomoci.

Rostoucí význam má v oblasti nákupu i **blaho** spotřebitele. Jde především o fyzickou a duševní spokojenost zákazníka, kterou uspokojí nákupem daného produktu či služby (Vysekalová, 2011; Nový, 2006).

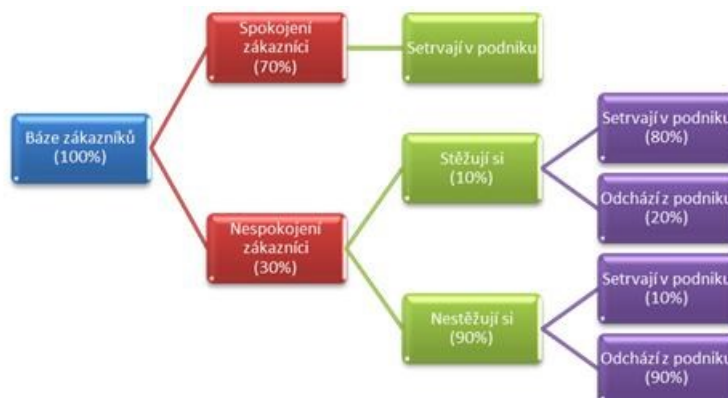
3.4 Měření spokojenosti

Počátky měření spokojenosti zákazníků se datují již od 70. let 20. století a velký rozvoj zaznamenává v 80. letech, kdy podniky získávají od zákazníků zpětnou vazbu, zda byly uspokojeny jejich základní požadavky. Později se pozornost začala přesouvat k samotné kvalitě nabízených produktů a služeb. Výzkum probíhal především v oblasti, která se týkala vnímání kvality zákazníkem a jeho následná loajalita. Nabídkou konkrétní přidané hodnoty pro zákazníka se podniky snaží posilovat vzájemné vztahy a zajišťovat si zákaznickou loajalitu (Lehtinen, 2007).

3.4.1 Význam měření spokojenosti

Pro každou tržně orientovanou společnost je velmi důležitá spokojenost zákazníků. Míra jejich spokojenosti či nespokojenosti je zároveň určitým měřítkem výkonnosti a následně i ziskovosti daného podniku. Na základě výsledků řady studií bylo prokázáno, že pokud je zákazník nespokojen, podělí o své negativní zkušenosti s dalšími lidmi. Což vede ke ztrátě zákazníků a odráží se negativně na ziskovosti podniku. Naopak spokojení zákazníci zůstanou věrni a mohou stát loajálními zákazníky, kteří dále sdílejí své pozitivní postoje k podniku. Z tohoto důvodu je měření spokojenosti zákazníků pro podnik velmi důležité.

Vliv spokojenosti či nespokojenosti zákazníků vyjadřuje přehledně následující schéma (viz Obr. 3.3).



Obr. 3.3 Vliv spokojenosti na setrvání zákazníků
Zdroj: Lošťáková, 2009. Úprava vlastní

V rámci spokojenosti zákazníků se vyskytuje definice spokojenosti, která vychází z tzv. teorie rozporu. Ta je založena na konfrontaci určité představy zákazníka o dané službě a skutečnými charakteristikami a užitek z dané služby. Pokud se skutečnost shoduje s očekáváním zákazníka, dochází zde k souladu. Často se ovšem skutečnost od očekávání odlišuje a to buď ve smyslu pozitivním, kdy skutečnost předčí očekávání zákazníka, nebo naopak zákaznická očekávání převyšují skutečnost (Chlebovský, 2005).

Existuje celá řada důvodů, proč je důležité zabývat se spokojností zákazníků. Jedním z hlavních důvodů je především vliv spokojeného zákazníka na ekonomickou výkonnost firmy. Dalším významným důvodem je možnost porovnat jednotlivé firmy dle zákaznické spokojenosti, lépe řečeno dle indexů spokojenosti konkrétních firem (Chlebovský, 2005).

3.4.2 Metody měření spokojenosti

Celý systém měření spokojenosti je založen na měření celkové spokojenosti, která je následně rozdělena na dílčí faktory dle jejich důležitosti pro samotného zákazníka. Úspěšného měření spokojenosti lze dosáhnout získáním co největšího množství konkrétních informací o potřebách spotřebitele. Informace o spotřebitelích jsou nejčastěji získávány pomocí konkrétních metod (Tomek, 2004; Kozel, 2011).

A. Metoda vnímaných diferencí

Tato metoda je založena na kontaktu se zákazníkem, kdy je na základě dotazování zjišťován rozdíl mezi tím, co zákazník od dané služby očekával a tím, co mu bylo skutečně poskytnuto. Zjištěné údaje jsou pak rozděleny do jednotlivých úrovní.

První z nich je **nepřijatelná úroveň faktorů**. Jedná se o nízkou úroveň, která by mohla vyvolat stížnosti zákazníků a následně by mohla snížit image dané služby či celého podniku.

Očekávaná úroveň faktorů je pro zákazníky úrovní optimální. Při dané cenové hladině lze očekávat určitou kvalitu poskytnutých služeb, která je pro zákazníka optimální.

Úroveň, kterou zákazník při využívání služeb pocítuje, je nazývána jako **vnímaná úroveň faktorů**.

Úroveň vnímání, při které lze očekávat zlepšení poskytovaných služeb lze považovat jako **priority zlepšení** do budoucna (*Spáčil, 2004*).

B. Model významnosti a spokojenosti

- **Index významnosti faktorů**

Celková spokojenost zákazníka je tvořena dílčí spokojeností s konkrétními faktory. Každý zákazník vnímá tyto faktory odlišně a přisuzuje jim jinou míru důležitosti. Pro měření významnosti jednotlivých faktorů je třeba jejich kategorizace na kritéria výběru a na motivátory. Kritéria výběru jsou velmi důležitá před samotným rozhodnutím o výběru dané služby. Naproti tomu motivátory jsou prvky, které podněcují zákazníka, aby setrval v daném podniku.

Pro měření významnosti faktorů se nejčastěji rozlišují metody přímé a nepřímé. U přímé metody zákazník vybírá hlavní faktory, které ovlivňují nebo naopak neovlivňují jeho spokojenost nebo hodnotí jednotlivé faktory dle důležitosti na předem dané škále. U nepřímé metody se nejčastěji využívá metody korelace, tedy míru ovlivnění celkové spokojenosti jednotlivými faktory.

Důležitým krokem pro měření významnosti je výpočet koeficientu významnosti u jednotlivých faktorů pomocí následujícího vzorce (*Spáčil, 2004*):

$$KV = \frac{0 * n_1 + 1 * n_2 + 2 * n_3 + 3 * n_4 + \dots + x * n_x}{100}, \quad (3.1)$$

KV koeficient významnosti,

n_x počet odpovědí x-tého faktoru.

- **Index spokojenosti zákazníků**

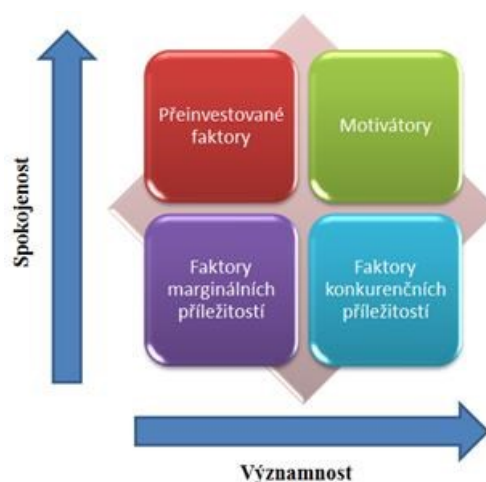
Faktor spokojenosti zákazníků spadá mezi intenzivní zdroje rozvoje společnosti a jsou nepostradatelnou součástí při vytváření konkurenceschopné pozice firmy na trhu. Jednou z často používaných metod pro měření spokojenosti zákazníků s produktem či službou je index spokojenosti. Existují dva základní přístupy k měření spokojenosti na základě indexu, evropský a americký přístup. Prvním je tedy Evropský model spokojenosti zákazníka (zkráceně ECSI), který je založen na stanovení 7 hypotetických proměnných. Každá z těchto proměnných je dále určována předem daným počtem proměnných. Vzájemné vztahy těchto proměnných mohou být vyjádřeny právě pomocí modelu (Kozel, 2011).

Index spokojenosti je vypočítán u každého dílčího faktoru. Pro výpočet bývá využíváno vzorce dle zvolené škály. Nejčastěji se doporučuje sedmibodová škála a vzorec pro výpočet indexu vypadá následovně (Spáčil, 2004):

$$IS = \left[1 - \frac{(7-1)-(7-PZS)}{(7-1)} \right] * 100 (\%) \quad (3.2)$$

PZS průměrná známka spokojenosti

Tyto dva indexy se nejčastěji využívají v modelu důležitosti a spokojenosti. Pomocí jednoduché kvadrantové mapy lze snadno určit, které faktory spadají do oblastí s vysokou významností a vysokou spokojeností. Takové faktory označujeme jako motivátory. Dále zda jsou dané faktory přeinvestované či mohou být příležitostí pro konkurenci, či spadají do oblastí s nízkou spokojeností i důležitostí, tedy mezi faktory marginálních příležitostí (viz Obr. 3.4).



Obr. 3.4 Pozicní mapa spokojenosti a významnosti faktorů
Zdroj: Spáčil, 2004. Úprava vlastní.

C. KANO model spokojenosti zákazníků

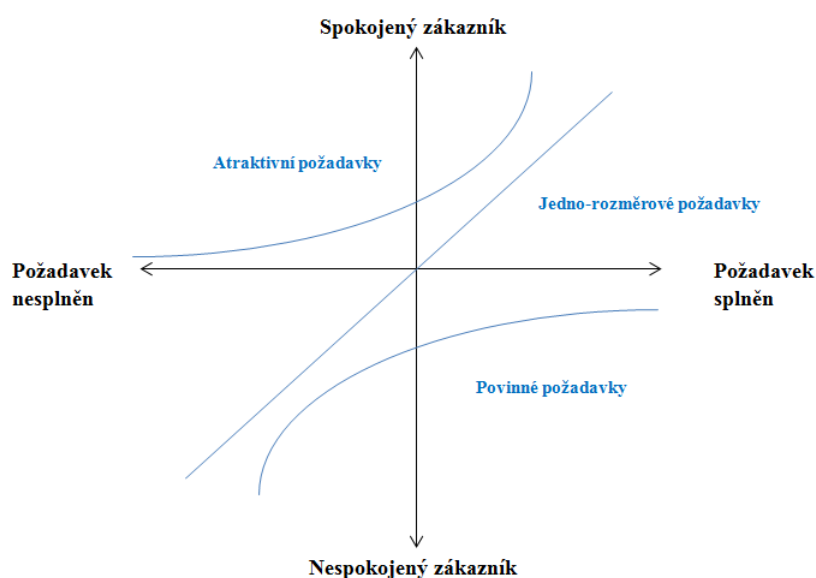
Jednou z možností jak měřit zákaznickou spokojenost je model KANO. Na základě této metody jsou vlastnosti daného produktu či služby rozděleny dle požadavků do tří skupin.

První skupinou jsou **povinné požadavky**. Naplnění těchto požadavků přímo ovlivňuje spokojenost zákazníka. Čím je větší míra naplnění daných požadavků, tím větší je i spokojenost na straně zákazníka. Pokud tyto požadavky naplněny nejsou, je výsledkem velmi nespokojený zákazník. Jedná se především o nejzákladnější kritéria hodnocení služby.

Další jsou **jedno-rozměrové požadavky**. Tato kritéria produktu jsou lineárně závislé na spokojenosti zákazníka. Čím více jsou naplněna očekávání a požadavky zákazníka, tím vyšší je jeho spokojenost.

Poslední skupinou jsou **atraktivní požadavky**. Ty nejvíce ovlivňují spokojenost zákazníků. S rostoucí mírou naplnění těchto požadavků proporcionálně roste i spokojenost zákazníků. Zároveň však s klesající mírou naplnění spokojenost proporcionálně klesá (Chlebovský, 2005).

Přehledné znázornění jednotlivých požadavků lze vidět na schématu níže (viz Obr. 3.5).

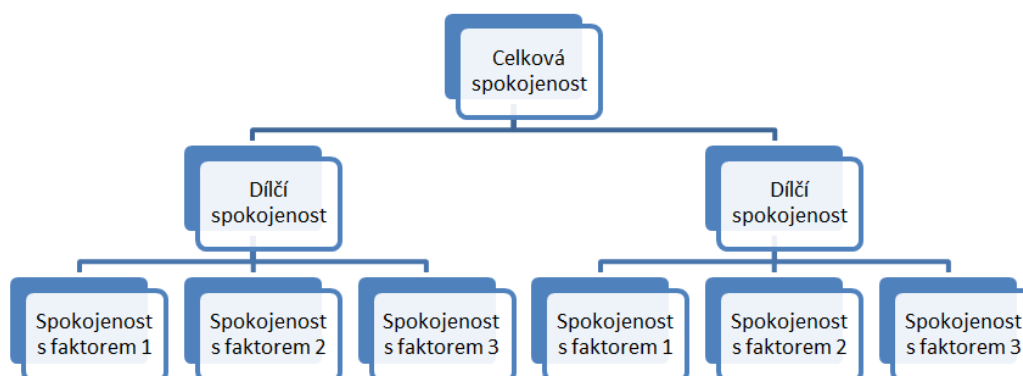


Obr. 3.5 KANO Model spokojenosti zákazníků
Zdroj: Chlebovský, 2005, s. 49. Úprava vlastní.

D. Metoda satisfakčních pyramid

Při měření míry spokojenosti zákazníků lze použít nejrůznější výzkumné metody měření. Bez ohledu na volbu metody je nutné v první řadě danou službu rozdělit na konkrétní dílčí faktory, u kterých bude spokojenost zákazníka posuzována. Dále je nezbytné umět posoudit významnost těchto faktorů, díky čemuž se lze zaměřit na ty nejvýznamnější, které zásadně ovlivňují celkovou spokojenost zákazníků a tím i prosperitu podniku.

Celková spokojenost zákazníků je ovlivňována spokojeností s jednotlivými dílčími faktory. Princip metody satisfakčních pyramid spočívá v tom, že vrcholek pyramidy představuje celkovou spokojenost zákazníků s danou službou. Celková spokojenost je pak tvořena z jednotlivých dílčích faktorů spokojenosti, které lze dále rozdělovat na podrobnější prvky (viz Obr. 3.6). V praxi se tak můžeme setkat s pyramidou o dvou, třech či dokonce více úrovních jednotlivých faktorů (Spáčil, 2004).



Obr. 3.6 Schéma satisfakční pyramidy
Zdroj: Spáčil, 2004. Úprava vlastní.

E. Metoda přání a stížností

Jedná se o nepoužívanější a nejsnazší metodu měření spokojenosti. Tento systém umožňuje zákazníkům vyjádřit své požadavky a přání nebo naopak svou nespokojenost. Společnosti využívají především formu schránek, které jsou umístěny přímo v dané společnosti tak, aby byly zákazníkům snadno dostupné. Zákazníci poté mohou anonymně vyjadřovat svou spokojenost s danou službou či společností obecně (Kotler, 2007).

F. Analýza ztracených zákazníků

Poněkud náročnější metodou pro společnost je právě analýza ztracených zákazníků. Jedná se o metodu, při které společnost zjišťuje, proč přešli její zákazníci ke konkurenci.

Firma musí sledovat počty svých zákazníků a vybrané zákazníky přímo kontaktovat a zjistit, jaký důvod je vedl k přechodu od jejich firmy k té konkurenční (Kotler, 2007).

G. Metoda Mystery shopping

Metoda zvaná Mystery Shopping je velice často využívána tam, kde zákazník přichází do přímého kontaktu s prodávajícím či poskytovatelem služeb. Což je případ např. i veřejné dopravy, kdy je cestující v přímém osobním kontaktu s řidičem či průvodčím apod. Princip metody spočívá v tom, že pověřená nezávislá osoba provede zkušební nákup dané služby a následně hodnotí aspekty dané služby dle jejího vnímání. Osoba, která daný nákup realizuje je v pozici běžného zákazníka a nákup musí být anonymní, aby to hodnocený subjekt nemohlo ovlivnit. Hlavním cílem této metody je nezávisle zhodnotit chování pracovníků firmy, celkového systému a kvality poskytování služeb a tím přimět vedení dané společnosti, aby se zabývala vylepšováním kvality služeb a tak i zvyšování spokojenosti zákazníků.

Metoda Mystery Shopping má v současnosti různé podoby. Může se jednat o zkušební nákupy za pomoci telefonu, tzv. Mystery Calling, nebo pomocí e-mailu, tzv. Mystery Mail apod. (Kotler, 2007).

H. Průzkum spokojenosti

Průzkumy jsou často prováděny formou telefonického nebo osobního dotazování předem vybraných skupin zákazníků. Díky těmto průzkumům může firma zjistit zákaznické hodnocení vybraných aspektů dané firmy. Na základě výsledků takového průzkumu může firma podniknout konkrétní kroky, vedoucí k zajištění spokojenosti zákazníka nebo naopak k odstranění jeho nespokojenosti. Negativní reference nespokojených zákazníků by mohly ovlivnit image a postavení společnosti na trhu (Kotler, 2007).

3.5 Řízení vztahu se zákazníky

Pro dodavatelské firmy, které usilují o prosperitu v současné tržní ekonomice, je důležité nejen uspokojit přání a potřeby zákazníka, ale také vytvořit si s takovými zákazníky dlouhodobé vztahy. Výsledkem vzájemné dlouhodobé spolupráce firmy a zákazníka je spokojenost na obou stranách. Rostoucí potřeba znát potřeby svých zákazníků přispěla k vytvoření nových koncepcí pro přístup k trhům. Dvě hlavní směry zaměřující se na péči o zákazníka jsou koncepce Know-ledge Management (Řízení znalostí) a koncepce Customer Relationship Management (neboli Řízení vztahů se zákazníkem). Pro správné

fungování obou koncepcí jsou nepostradatelné především lidské zdroje, vhodná technologie a dynamická struktura firemních procesů (*Lehtinen, 2007; Chlebovský, 2005*).

3.5.1 Know-ledge management

Marketingová disciplína, díky níž je možné v každé organizaci vymezit procesy vedoucí k tvorbě určité užitné hodnoty. Toho může firma dosáhnout správným využitím kolektivních znalostí a intelektuálního kapitálu. Mezi samotnými zaměstnanci, podnikovými odděleními či samotnými podniky dochází k výměně znalostí, nikoli však informací, které jsou důležité pro získání výhody na všech stranách. Pro úspěšné řízení zákaznických vztahů je nezbytné, aby know-ledge management správně fungoval. Zaměstnanci podniku musí vědět, že firma se touto cestou nesnaží kontrolovat jejich práci či zneužívat jejich nápady, ale naopak využít získaných hodnot k podnikovému růstu.

Hlavní složku know-ledge managementu tvoří viditelná aktiva podniku. Jedná se především o dokumenty v podobě patentů, obchodních značek, zákaznických databází apod., tedy vše co lze snadno archivovat. Další složkou jsou aktiva skrytá, které naopak nelze uchovávat ve fyzické podobě, jelikož jde o nápady a know-how samotných zaměstnanců firmy. Spojením obou těchto složek může firma dosáhnout celkového znalostního růstu a dalších přínosů. Ty spočívají především v podobě rychlejších inovací a zapojení moderních technologií v podniku. Technologie v tomto případě působí jako vhodný podpůrný prostředek pro lepší řízení znalostí v podniku. Nejčastěji se využívají znalostní databáze, programy e-learningu či datamining. Díky získaným znalostem a jejich vhodného využití může podnik lépe plnit požadavky a potřeby zákazníku. Lze zavádět takové procesní změny, které vedou k efektivnějším výsledkům. Výhodou může být i intenzivnější a plnohodnotné zapojení zaměstnanců do podnikového procesu v oblasti znalostí (*Lehtinen, 2007; Chlebovský, 2005*).

3.5.2 Customer Relationship Management

Customer Relationship Management neboli také řízení vztahu se zákazníky je vnitřní proces organizace, pomocí něhož se firma utváří trvalé vzájemné vztahy se svými zákazníky. Snaží tak o rovnováhu ve vynakládání firemních zdrojů a spokojeností zákazníka. Perspektivní rovnováhy je pak dosaženo, jestliže firma i zákazníci získají přidanou hodnotu.

Podstatou efektivního řízení vztahů mezi podnikem a zákazníkem je sestavení zákaznické databáze. Ty jsou v současné době závislé především na inovacích a moderních

technologií, které značně usnadňují provoz těchto databází (*Lehtinen, 2007; Chlebovský, 2005*).

4 Metodika sběru dat

Výzkum trhu je rozdělen do dvou samostatných částí. První z nich je částí přípravnou a druhá částí realizační. V přípravné části byl definován především problém daného výzkumu. Na základě toho byl dále stanoven hlavní cíl výzkumu. Hypotézy byly stanoveny na základě informací o výsledcích dřívějších výzkumu na území Jesenického regionu. Jako zdroje informací byla využita především primární data z realizovaného výzkumu doplněna o sekundární data z dostupných zdrojů Koordinátora integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje, Městského úřadu Jeseník, Sdružení měst a obcí Jesenicka a dalších dostupných publikací o Jesenickém regionu.

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Definice problém

Region Jesenicka je známou a často vyhledávanou turistickou oblastí. Ovšem tento region se také potýká s celou řadou problémů. Jedním z nich je jeho geografická poloha a s ní související nízká dopravní obslužnost většiny lokalit Jesenicka. Hlavním problémem je špatná dopravní obslužnost především okrajových obcí regionu a stále častější rušení některých dopravních spojů, především pro nedostatek finančních prostředků. Což značně komplikuje každodenní život obyvatelům tohoto regionu a částečně také narušuje místní turistický ruch.

4.1.2 Cíl výzkumu

Primárním cílem výzkumu bylo tedy provést průzkum a měření spokojenosti místních obyvatel s dopravní obslužností v regionu a jednotlivých mikroregionech. A to jak spokojenost s místní veřejnou dopravou, tak i se stavem místních dopravních sítí. Dílčím cílem bylo pak zjistit, co by podle obyvatel zlepšilo dopravní obslužnost regionu. Na základě zjištěných výsledků bylo cílem navrhnout možná řešení pro zlepšení situace a tím zvýšení spokojenosti obyvatel regionu.

4.1.3 Hypotézy

Na základě vlastních poznatků a zkušeností byly stanoveny následující hypotézy.

Hypotéza č. 1: S četností spojů jsou ženy méně spokojeny než muži.

Hypotéza č. 2: Více než polovina respondentů by pro zlepšení dopravní dostupnosti regionu uvítala výstavbu tunelu pod Červenohorským sedlem.

4.1.4 Plán marketingového výzkumu

A. Základní soubor

Základní soubor tohoto výzkumu tvoří všichni obyvatelé, kteří bydlí na území Jesenického regionu. Velikost základního souboru je přibližně 41 155 osob, dle údajů ČSÚ z roku 2013.

B. Zdroje a typy použitých dat

Pro tento výzkum byla využita především primární data získaná z výzkumu měření spokojenosti obyvatel s dopravní obslužností v rámci Jesenického regionu. Výzkum byl dle plánu založen na elektronickém dotazování mezi obyvateli regionu Jesenicko.

Primární data byla doplněna o sekundární data. Konkrétně pak písemné materiály popisující samotný mikroregion Jesenicko, dále také předešlé průzkumy týkající se místní dopravní obslužnosti, Generel dopravy a další materiály Koordinátora Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje. Předpokládané plány do budoucna budou poskytnuty z Městského úřadu Jeseník, oboru územního plánování.

C. Metoda marketingového výzkumu

Pro potřeby této práce byl zvolen kvantitativní výzkum. Jako nejvhodnější metoda sběru dat pro tuto diplomovou práci byla vybrána metoda dotazníkového šetření pomocí elektronického dotazování. Volba byla především díky relativně nízké finanční a časové náročnosti této metody. Konkrétně byla použita kvazireprezentativní technika kvótního výběru. Základní kvóty byly stanoveny v oblasti věkové kategorie a počtu obyvatel jednotlivých mikroregionů. U věkové kategorie byla stanovena kvóta hranice dosaženého věku minimálně 15 let. Dále byla stanovena kvóta na základě procentuálního podílu počtu obyvatel jednotlivých mikroregionů na celkovém počtu obyvatel Jesenického regionu (viz Tab. 4.1).

Tab. 4.1 Kvóty pro výběr respondentů na základě počtu obyvatel v mikroregionech

MIKROREGIONY			
	Celkový počet obyvatel	Obyvatele/km2	% Obyvatel
Jesenický mikroregion	19513	87,0	47,4%
Javornický mikroregion	5073	34,5	12,3%
Žulovský mikroregion	7177	39,6	17,4%
Zlatohorský mikroregion	9392	80,0	22,8%
Jesenický region	41155	61,4	100,0%

Zastoupení respondentů bylo stanoveno také na základě kvót dle věkových kategorií. V rámci celého Jesenického regionu mají největší zastoupení obyvatelé ve věkové kategorii 46 – 55 let a dále věková kategorie 15 – 25 let. Což se odráží i ve výběru respondentů. Lidé starší 56 let mají ve výzkumu menší zastoupení stejně jako u skutečného podílu na celkovém počtu obyvatel v regionu (viz Tab. 4.2). Zbýlých 16 % tvoří obyvatelé regionu, kteří jsou mladší než 15 let.

Tab. 4.2 Kvóty pro výběr respondentů dle věkových kategorií

VĚKOVÉ KATEGORIE			
	Počet obyvatel	% obyvatel	
Věk	15-25 let	6679	16,2%
	26-35 let	6209	15,1%
	36-45 let	5623	13,7%
	46-55 let	6926	16,8%
	56-65 let	4257	10,3%
	66 let a více	4891	11,9%
	Total	34585	84,0%

Dále bylo využito techniky tzv. sněhové koule. Dotazník byl tedy poskytnut 10 respondentům z každého ze 4 mikroregionů, kteří předají dotazník dalším respondentům a ti zase dalším respondentům atd.

Plánem bylo oslovit minimálně 40 obyvatel z každého ze čtyř mikroregionů, kteří zde trvale žijí a problém dopravní obslužnosti se jich tak přímo týká. Celkově tedy 160 respondentů. Jediným omezením pro vyplnění dotazníku je dovršení věku alespoň 15 let a bydliště respondentů v Jesenickém regionu.

Následně budou všechna získaná data zaznamenána v programu MS Excel a dle potřeby zpracována ve statistickém programu IBM SPSS.

D. Rozpočet výzkumu

Náklady jsou vyčísleny pouze na náklady obětované příležitosti v podobě vynaloženého času a práce.

E. Plánovaný časový harmonogram činností

Dále byl sestaven konkrétní harmonogram činností (viz Tab. 4.3).

Tab. 4.3 Harmonogram činností

HARMONOGRAM ČINNOSTÍ								
Realizace	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	Leden	Únor	Březen	Duben
Mesíc/Rok	2013	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2014
Definování problému								
Sběr sekundárních dat								
Vypracování metodiky								
Tvorba dotazníku								
Pilotáž dotazníku								
Sběr primárních dat								
Zpracování získaných dat								
Vyhodnocení získaných dat								
Interpretace výsledků								
Návrhy a doporučení								
Celkové zpracování práce								

F. Pilotáž dotazníku

V první fázi před samotným dotazováním proběhla pilotáž dotazníku. V měsíci lednu se jí zúčastnilo 15 respondentů, a to především rodinní příslušníci, známí a přátelé, žijící v Jesenickém regionu.

4.2 Realizační fáze

Průzkum spokojenosti obyvatel s dopravní obslužností Jesenického regionu probíhal v měsíci únoru 2014. Dotazník obsahoval 17 otázek a byl respondentů poskytnut v on-line podobě na internetových stránkách pomocí aplikace Google documents. Díky metodě tzv. sněhové koule byl odkaz na příslušný dotazník rozšiřován mezi obyvateli Jesenického regionu. Bylo osloveno 5 obyvatel z každého ze 4 mikroregionů, aby dotazník vyplnili a rozšířili dále.

Jako další prostředek rozšiřování dotazníku bylo využito sociální sítě Facebook, kde byl umístěn odkaz na dotazník ohledně měření spokojenosti s místní dopravní obslužností.

Následně byly všechny získané dotazníky podrobeny kontrole a nežádoucí dotazníky byly vyřazeny. Po kontrole byly odpovědi z dotazníků převedeny do programu MS Excel

a následně přiřazeny kódy jednotlivým odpovědím. Na základě těchto úprav mohly být data převedeny do statistického programu IBM SPSS a dále zpracovány. Byly vytvořeny tabulky s četnostmi odpovědí na dané otázky, dále proběhlo testování především pomocí Chí-kvadrát testu či T-testu a další.

Struktura respondentů

Celkový počet sesbíraných dotazníků činil 208. Ovšem do výběrového souboru jich bylo zařazeno pouze 200. Zbýlých 8 dotazníků muselo být vyřazeno. Někteří respondenti uvedli do dotazníku jako místo bydliště město či obec ležící mimo Jesenický region, další z dotazníku obsahoval nežádoucí odpovědi, u jiného zase nebyl zcela pochopen smysl dotazování. Proto tyto dotazníky nebyly zařazeny do analýzy.

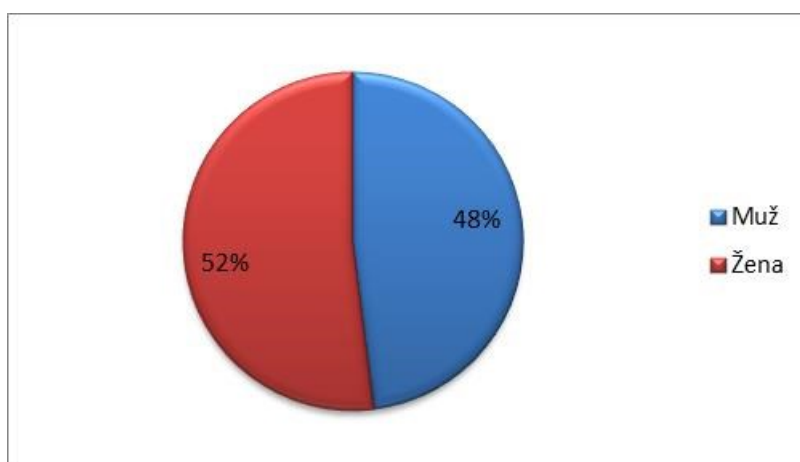
Poměr respondentů dle pohlaví byl relativně vyrovnaný. Větší část dotazovaných tvořily ženy. Z celkového počtu dotazovaných bylo 104 žen a 96 mužů (viz Tab. 4.4).

Tab. 4.4 Pohlaví respondentů

Pohlaví		
	Počet	Procenta
Muž	96	48,0%
Žena	104	52,0%
Total	200	100,0%

Tab. 4.3 Pohlaví respondentů

Pokud se jedná o vyjádření procentuální, z celkového počtu respondentů bylo 52 % žen a 48 % mužů (viz Obr. 4.1).



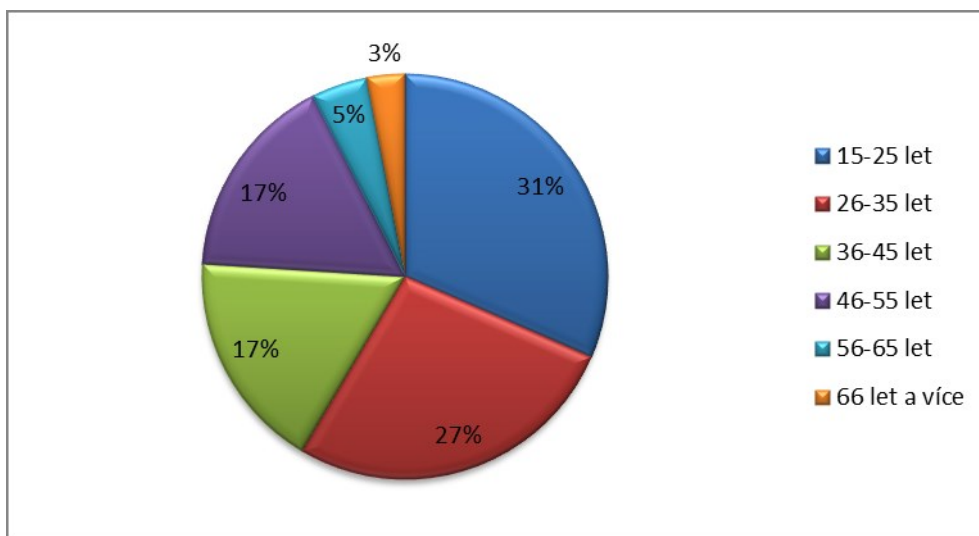
Obr. 4.1 Graf pohlaví respondentů

Všichni respondenti splnili podmínku věkové hranice min, 15 let. Dle uvedeného věku byli respondenti přiřazeni do jednotlivých věkových kategorií. Nejvíce respondentů spadá do věkové kategorie 15-25 let, 31,5 %. Druhý nejvyšší počet tvoří respondenti ve věku 26-35 let. Naopak nejnižší počet dotazovaných tvoří lidé ve věku od 56 do 65 let věku a lidé starší (viz. Tab. 4.5).

Tab. 4.5 Věkové kategorie respondentů

Věk		
	Počet	Procenta
15-25 let	63	31,5%
26-35 let	54	27,0%
36-45 let	35	17,5%
46-55 let	33	16,5%
56-65 let	9	4,5%
66 let a více	6	3,0%
Total	200	100,0%

Podíl respondentů z jednotlivých věkových kategorií lze názorně vidět v následujícím grafu (viz. Obr. 4.2).



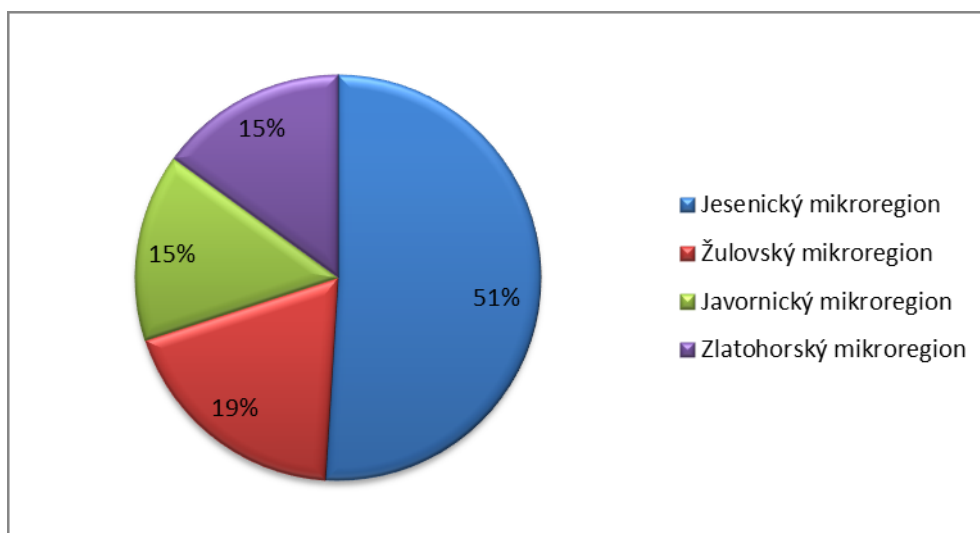
Obr. 4.2 Graf věkové kategorie respondentů

Respondenti byli na základě místa bydliště přiřazeni do určitého mikroregionu. Na základě předem stanovených kvót má Jesenický mikroregion větší zastoupení respondentů než ostatní mikroregiony. Jednotlivé mikroregiony se liší nejen počtem obyvatel, ale také svou rozlohou (viz Tab. 4.6).

Tab. 4.6 Podíl jednotlivých mikroregionů na celkové rozloze regionu

MIKROREGIONY		
	Rozloha v km2	% Rozlohy
Jesenický mikroregion	224,3	33,5%
Javornický mikroregion	147,1	22,0%
Žulovský mikroregion	181,2	27,0%
Zlatohorský mikroregion	117,3	17,5%
Jesenický region	670,0	100,0%

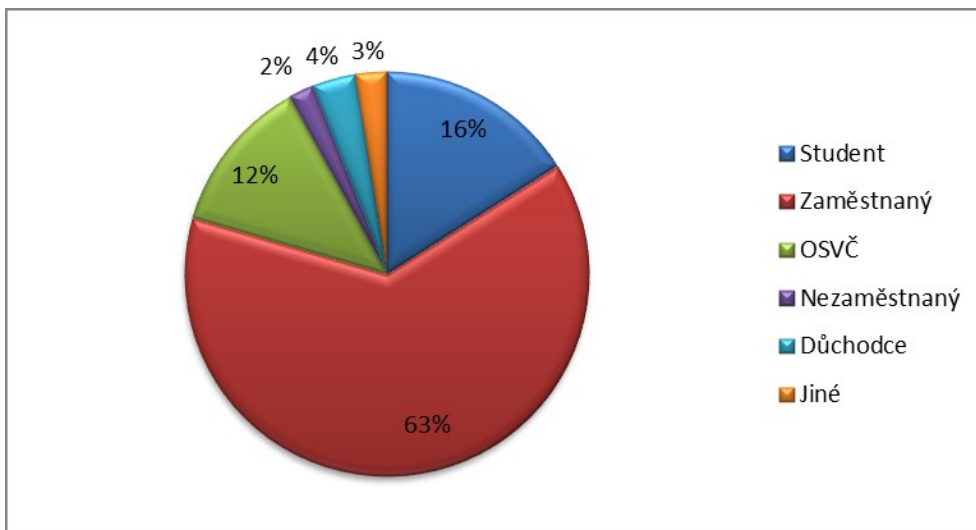
Přibližně 51 % dotazovaných, konkrétně pak 102 respondentů uvedlo jako místo svého bydliště město či obec v Jesenickém mikroregionu. Dalších 19 % dotazovaných, tedy 38 respondentů pochází z Žulovského mikroregionu. Javornický a Zlatohorský mikroregion jsou shodně reprezentováni každý 15 % ze všech dotazovaných, tedy každý 30 respondenty. Konkrétní procentuální vyjádření lze vidět v grafu níže (viz. Obr. 4.3).



Obr. 4.3 Respondenti podle mikroregionů

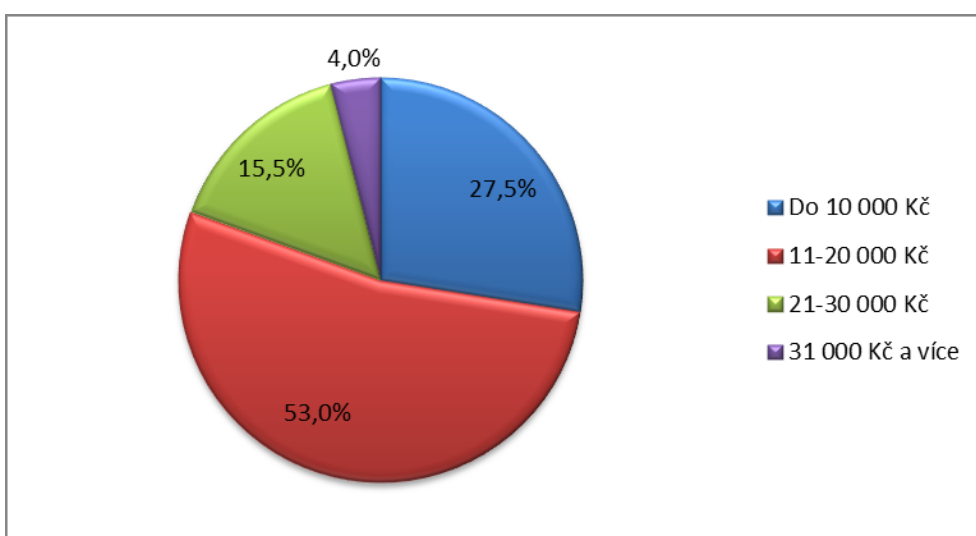
Kvóty výběru respondentů na základě procentuálního zastoupení dle jednotlivých mikroregionů byly splněny u tří ze čtyř mikroregionů. U Zlatohorského mikroregionu byla kvóta stanovena na 22,8 %, ovšem naplněno bylo jen 15 %. To bylo způsobeno především menší ochotou respondentů vyplnit požadovaný dotazník.

Dalším faktorem rozdělení respondentů byl jejich sociální status. Největší zastoupení zde mají zaměstnaní respondenti, kteří tvoří bez mála 64 % ze všech dotazovaných. Druhou největší skupinu tvoří studenti s 16 %. Třetí největší zastoupení mezi respondenty mají místní podnikatelé a jiné samostatně výdělečné osoby. Zbytek pak tvoří nezaměstnaní, důchodci a osoby na mateřské dovolené apod. Přehledný graf je znázorněn níže (viz Obr. 4.4).



Obr. 4.4 Rozdělení dle sociálního statusu

Na základě čistého měsíčního příjmu byli respondenti rozděleni do 4 základních skupin. Nadpoloviční většina respondentů, celých 53 % uvedlo, že jejich čistý měsíční příjem tvoří 11 – 20 tisíc Kč. Další skupinu s 27,5% tvořili respondenti s příjmem maximálně do 10 tisíc Kč. To se odvíjí od ekonomické situace místních podniků, které zaměstnávají většinu obyvatel na Jesenicku, a také od vysoké míry nezaměstnanosti na tomto území. Dále 15,5 % dotazovaných uvedlo, že jejich příjem spadá do kategorie 21 – 30 tisíc Kč. Pouze 4 % respondentů spadají do té bohatší vrstvy a jejich čistý měsíční příjem je vyšší než 31 tisíc korun (viz Obr. 4.5).



Obr. 4.5 Rozdělení dle příjmu

5 Analýza výsledků výzkumu spokojenosti

Hlavní náplní této části diplomové práce je analyzovat spokojenost obyvatel Jesenického regionu s místní dopravní obsluhností. Data pro analýzu spokojenosti byla získána pomocí elektronického dotazníkového šetření a následně vyhodnocena v programu MS Excel a statistickém programu IBM SPSS. Jednotlivé otázky byly analyzovány pomocí konkrétních tabulek, grafů a testů závislosti daných proměnných. Předem stanovené hypotézy jsou hodnoceny v závěru této kapitoly.

5.1 Faktory výběru přepravy

V rámci dotazníkového šetření byla jedna z otázek zaměřena na konkrétní faktory, podle kterých si respondenti vybírají konkrétní způsob přepravy. Respondenti měli možnost volby max. 2 faktorů, které nejvíce ovlivňují jejich volbu způsobu přepravy. Z výsledků výzkumu je patrné, že pro 113 respondentů, tedy téměř pro 57 %, je při přepravě důležité pohodlí. Dalším důležitým faktorem při volbě způsobu přepravy je možnost nezávislosti respondentů, tu upřednostňuje přes 43,5 % dotazovaných. Třetí důležitý faktor pak souvisí s potřebnými náklady, které je nutno na přepravu vynaložit. Na základě výše vynaložených nákladů pak volí způsob přepravy 40 % dotazovaných. Nejčastěji respondenti volili kombinaci faktorů pohodlí a nezávislosti při přepravě. Rozdíly mezi muži a ženami se nejvíce projeví u nákladů na přepravu a nezávislosti. Přes 45 % žen si způsob přepravy vybírá právě podle výše vynaložených nákladů, naproti tomu 34,7 % mužů upřednostňuje nezávislost při přepravě (viz Tab. 5.1).

Tab. 5.1 Faktory rozhodující o způsobu přepravy respondentů

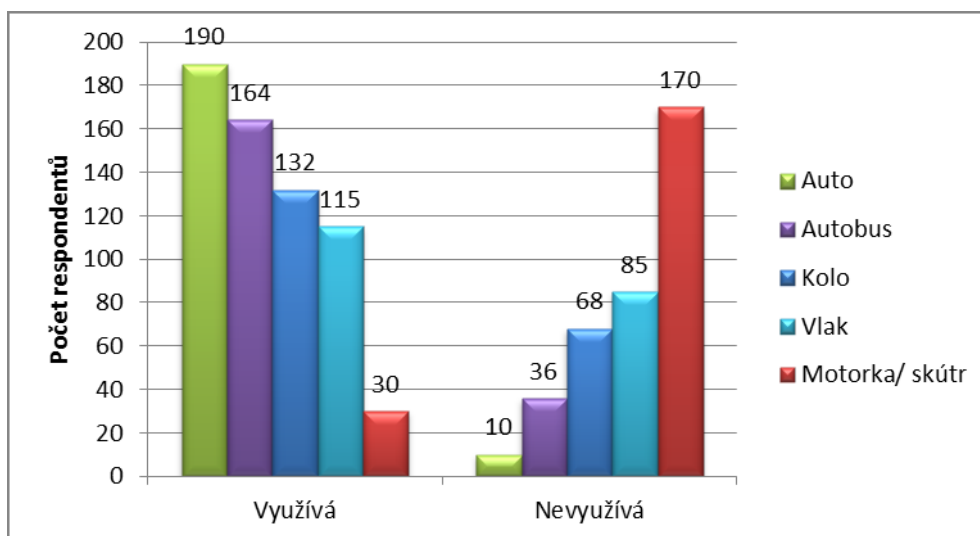
%

		Pohlaví		Celkem
		Muž	Žena	
Faktory	Pohodlí	57,3%	56,7%	57,0%
	Nezávislost	47,9%	38,5%	43,2%
	Náklady na přepravu	34,4%	45,2%	39,8%
	Bezpečnost	14,6%	10,6%	12,6%
	Vzdálenost zastávky	14,6%	18,3%	16,5%
	Čas	3,1%	3,8%	3,5%
	Ostatní	2,1%	1,0%	1,6%

5.2 Prostředky přepravy

V rámci výzkumu dopravní obslužnosti v Jesenickém regionu bylo důležité zjistit, jakým způsobem se místní obyvatelé nejčastěji přepravují. Jako prostředky přepravy byly do výzkumu začleněny kolo, motorka/skútr, automobil, autobus a vlak. Jelikož je výzkum zaměřen na dopravní obslužnost, nebyla do odpovědí zařazena možnost přepravy pěšky. Respondenti měli následně seřadit prostředky podle toho, který nejčastěji využívají. V případě, že některou možnost nevyužívají, mohli takto danou variantu označit.

Nejvyužívanější možností přepravy je dle respondentů automobil. Ten využívá celých 190 z 200 dotazovaných. Autobusovou přepravu využívá 164 dotazovaných. Na kole se přepravuje 132 z dotazovaných obyvatel Jesenicka. Méně než kolo i autobus jsou využívána vlaková spojení. Těmi cestuje 115 dotazovaných. Možnost přepravy na motorce či skútru byla v rámci dotazování respondenty označena jako nejméně využívaná. To je dáno především tím, že pouze malé procento obyvatel Jesenicka vlastní motorku či skútr (viz Obr. 5.1).

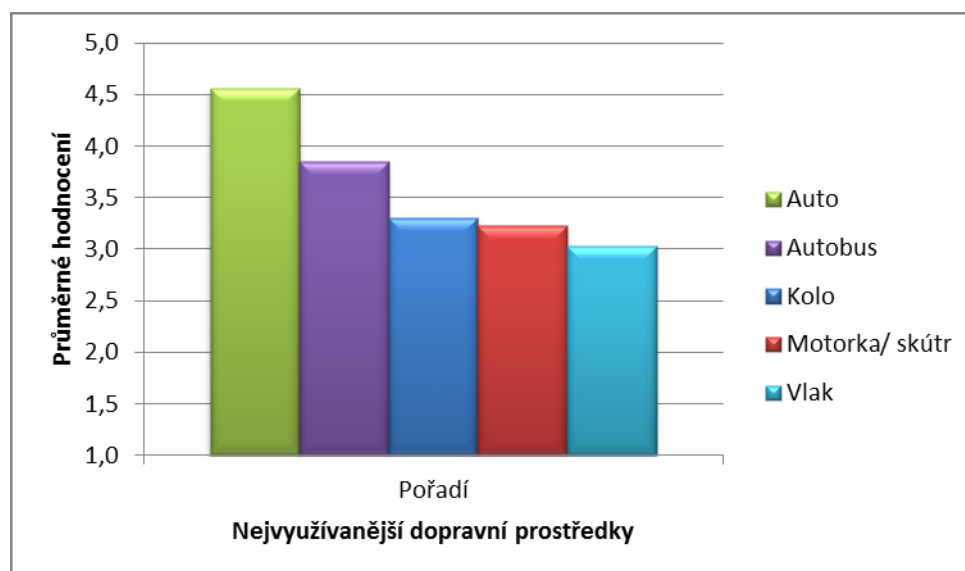


Obr. 5.1 Využívání dopravních prostředků

5.2.1 Pořadí využívaných dopravních prostředků

Pro určení pořadí jednotlivých dopravních prostředků byly zjištěny absolutní četnosti pořadí dopravních prostředků, které byly následně přepočteny na body. Dopravní prostředky označené respondenty na prvním místě byly ohodnoceny nejvyšší hodnotou, tedy 5 body a nejméně využívané prostředky pak 1 bodem. Součet těchto bodů byl vydělen celkovým počtem respondentů, kteří daný prostředek využívají a tím bylo zjištěno celkové pořadí

jednotlivých dopravních prostředků podle nejvyužívanějších. Výsledky byly zaznamenány do grafu (viz Obr. 5.2). Oslovení obyvatelé Jesenického regionu nejčastěji cestují automobilem. Pro většinu obyvatel je tento způsob nejvýhodnější, jelikož se mohou dopravit, kam potřebují v potřebnou dobu a nejsou vázáni na jiné osoby či jízdní řády místní veřejné dopravy. Tomu odpovídá i již výše zmíněné zjištění, že respondenti si způsob přepravy vybírají na základě pohodlí a nezávislosti. Což je při přepravě automobilem naplněno. Jako druhý nejčastější prostředek přepravy využívají respondenti místní autobusovou přepravu. Kolo využívá k přepravě 66 % respondentů, což jej řadí na třetí místo nejvyužívanějších dopravních prostředků. Přepravu na motorce či skútru využívají oslovení respondenti jako 4 nejčastější prostředek přepravy. Vzhledem k nízkému a stále se redukcujícímu počtu vlakových spojení v Jesenickém regionu využívá možnosti přepravy vlakem čím dál méně lidí a proto je tento prostředek i nejméně využívaný mezi respondenty.



Obr. 5.2 Pořadí dopravních prostředků

5.2.2 Nejčastější dopravní prostředek dle pohlaví

Při rozlišení respondentů podle pohlaví se ukázalo, že o něco více využívají automobil muži. Auto k přepravě využívá 71,9 % mužů a 55,8 % žen (viz Tab. 5.2).

Tab. 5.2 Nejčastější prostředek přepravy dle pohlaví

%

		Pohlaví	
		Muž	Žena
Prostředky přepravy	Na kole	7,3%	6,7%
	Na motorce/skútru	2,1%	0,0%
	Autem	71,9%	55,8%
	Autobusem	13,5%	32,7%
	Vlakem	5,2%	4,8%
	Celkem	100,0%	100,0%

Byla testována závislost typu dopravního prostředku na pohlaví, věku dotazovaných, ekonomické aktivitě i na čistém měsíčním příjmu respondentů. Pomocí chí – kvadrát testu byla prokázána závislost pouze u pohlaví a kola, jako dopravního prostředku. Hodnota Sig. byla menší než hodnota 0,05, proto můžeme hovořit o závislosti (viz Tab. 5.3). To, zda respondenti cestují na kole, je závislé na jejich pohlaví. Z výsledků je patrné, že ženy cestují na kole více než muži. U ostatních faktorů závislost prokázána nebyla nebo nebyly splněny podmínky pro testování.

Tab. 5.3 Chí-kvadrát test závislosti typu dopravního prostředku na pohlaví

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,041 ^a	5	,001
Likelihood Ratio	24,299	5	,000
Linear-by-Linear Association	10,356	1	,001
N of Valid Cases	200		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,96.

5.3 Veřejná doprava v regionu

Pro další analýzu bylo nutno rozlišit respondenty, kteří využívají místní veřejnou dopravu zajišťující dopravní obslužnost regionu a respondenty, kteří se přepravují jiným způsobem. Z celkového počtu dotazovaných využívá služeb autobusové a vlakové přepravy 67,5 % respondentů. Zbýlých 32,5 % dotazovaných se přepravuje vlastními dostupnými prostředky a veřejnou dopravu tudíž nevyužívají (viz Obr. 5.3).



Obr. 5.3 Využívání veřejné dopravy v regionu

Využívání veřejné dopravy bylo hodnoceno i na základě toho, ve kterém městě či obci respondenti žijí. Odpovědi respondentů přímo z města Jeseník byly poměrně vyrovnané, přesto však nadpoloviční většina respondentů, téměř 51 % veřejnou přepravu nevyužívá. Na území města Jeseník je výhodnější pohybovat se pěšky, jelikož zastávky veřejné přepravy jsou od sebe relativně vzdálené. Z těch respondentů, kteří uvedli jako místo svého bydliště obce Lipová-lázně, Kobylá, Bílá Voda a Mikulovice, využívají veřejnou přepravu všichni dotázaní. V rámci obce Lipová-lázně je to pochopitelné, jelikož touto obcí projíždí většina místních spojů veřejné přepravy a tak mohou místní obyvatelé využít častějších spojů než třeba v jiných obcích. Polovina respondentů bydlících v Žulové, Velké Kraši a Skorošicích veřejnou přepravu využívá a druhá polovina pak nikoli. Naopak žádný z respondentů z obce Hradec – Nová veřejnou přepravu nevyužívá (viz Tab. 5.4). Důvodem může být především to, že vlakové spoje zde prakticky nezastavují a tak obyvatelé nemají možnost je využít a autobusová doprava je zde také velmi omezená. Proto jsou obyvatelé této obce odkázáni na vlastní dopravní prostředky.

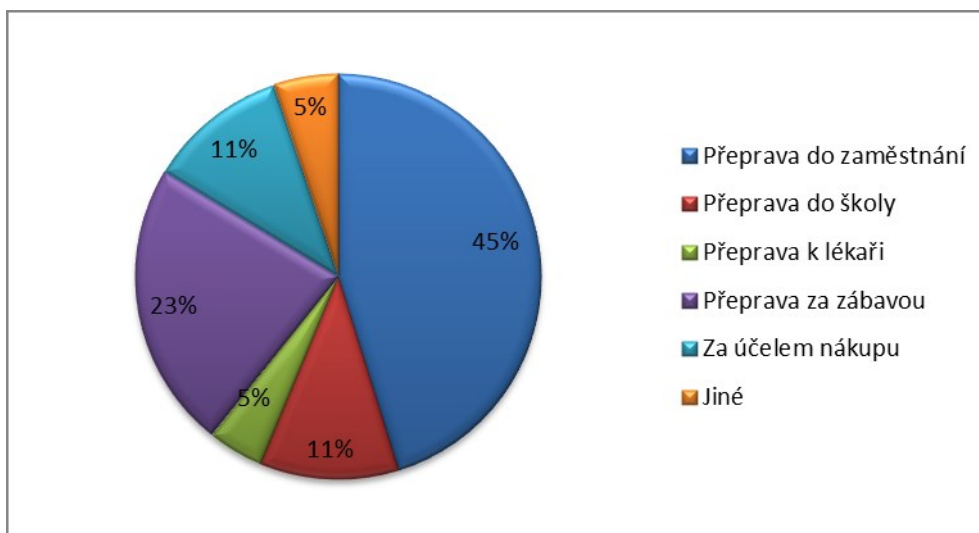
Tab. 5.4 Využívání přepravy dle místa bydliště respondentů

%

		Využíváte veřejnou dopravu?		Total
		Ano	Ne	
Město/obec	Jeseník	49,2%	50,8%	100,0%
	Lipová-lázně	100,0%	0,0%	100,0%
	Ostružná	66,7%	33,3%	100,0%
	Česká Ves	75,0%	25,0%	100,0%
	Bělá pod Pradědem	83,3%	16,7%	100,0%
	Žulová	50,0%	50,0%	100,0%
	Vidnava	50,0%	50,0%	100,0%
	Velká Kraš	50,0%	50,0%	100,0%
	Kobylá	100,0%	0,0%	100,0%
	Skorošice	50,0%	50,0%	100,0%
	Vápenná	83,3%	16,7%	100,0%
	Černá Voda	66,7%	33,3%	100,0%
	Stará Červená Voda	55,6%	44,4%	100,0%
	Javorník	83,3%	16,7%	100,0%
	Uhelná	85,7%	14,3%	100,0%
	Bernartice	80,0%	20,0%	100,0%
	Vičice	66,7%	33,3%	100,0%
	Bílá Voda	100,0%	0,0%	100,0%
	Zlaté Hory	85,7%	14,3%	100,0%
	Písečná	60,0%	40,0%	100,0%
	Supíkovice	83,3%	16,7%	100,0%
	Mikulovice	100,0%	0,0%	100,0%
	Hradec-Nová Ves	0,0%	100,0%	100,0%
Velké Kunětice	75,0%	25,0%	100,0%	

5.3.1 Účel přepravy

Veřejnou přepravu využívají obyvatelé Jesenického regionu z nejrůznějších důvodů. Někdo pro přepravu do zaměstnání či do školy, jiní zase cestují za rodinou či přáteli. Dle vyhodnocených dat využívají respondenti veřejnou dopravu k přepravě do zaměstnání, a to více než 45 % dotazovaných. Další důvody přepravy jsou značně méně zastoupeny, přesto respondenti často využívají místní veřejnou přepravu, když se přepravují za zábavou. Nejčastěji pak na nejrůznější setkání s přáteli, na místní diskotéky či posezení v restauračních zařízeních v Jesenickém regionu. Přibližně pro 11 % respondentů je veřejná přeprava nepostradatelná v případě, že potřebují nakoupit nejrůznější potraviny či jiné spotřební zboží. Stejně procento dotazovaných pak autobusy a vlaky využívá k přepravě do škol. Něco málo přes 5 % dotazovaných uvedlo, že místních veřejných linek využívá především při návštěvě rodin nebo přátel, kteří bydlí v jiných částech Jesenického regionu či mimo něj. Bez mála 5 % respondentů pak využívá veřejnou dopravu v případě návštěvy lékaře. Jedná se především o respondenty v důchodovém věku (viz Tab. 5.5), kteří nemají jiné možnosti přepravy nebo jsou na tento způsob dopravy zvyklí (viz Obr. 5.4).



Obr. 5.4 Důvody využívání veřejné dopravy

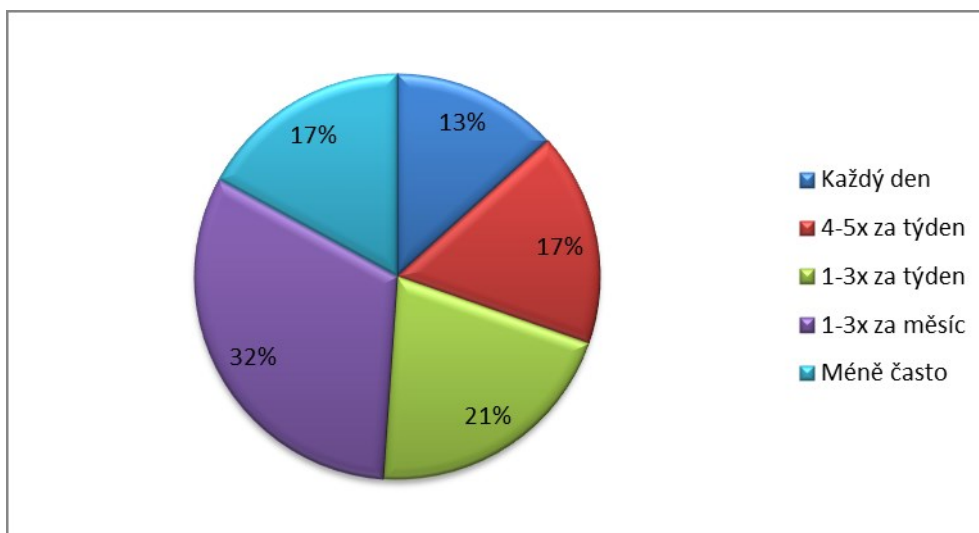
Následující tabulka pak znázorňuje důvody využívání dopravy dle ekonomické aktivity respondentů (viz Tab. 5.5).

Tab. 5.5 Účel přepravy v závislosti na ekonomické aktivitě

	Důvod využívání veřejné dopravy						Total
	Přeprava do zaměstnání	Přeprava do školy	Přeprava k lékaři	Přeprava za zábavou	Za účelem nákupu	Jiné	
Student	3,7%	44,5%	0,0%	40,7%	11,1%	0,0%	100,0%
Zaměstnaný	64,7%	3,5%	0,0%	17,6%	7,1%	7,1%	100,0%
OSVČ	36,4%	0,0%	0,0%	36,4%	18,2%	9,1%	100,0%
Nezaměstnaný	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	66,7%	0,0%	100,0%
Důchodce	0,0%	0,0%	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	100,0%
Jiné	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	100,0%

5.3.2 Frekvence přepravy

Od účelu přepravy respondentů se také odvíjí četnost jejího využívání. Z těch respondentů, kteří místní veřejnou dopravu využívají, jejich služeb využívá 32 % pouze 1-3x za měsíc. 20,7 % dotazovaných uvedlo, že se přepravuje 1-3x za týden. 17 % respondentů uvedlo, že se přepravují 4-5x za týden a stejné procento dotazovaných se naopak nepřepravuje ani 1x měsíčně. Každodenně se místními linkami přepravuje jen 13,3 % dotazovaných (viz Obr. 5.5).



Obr. 5.5 Frekvence přepravy respondentů

5.3.3 Využívání přepravy dle času

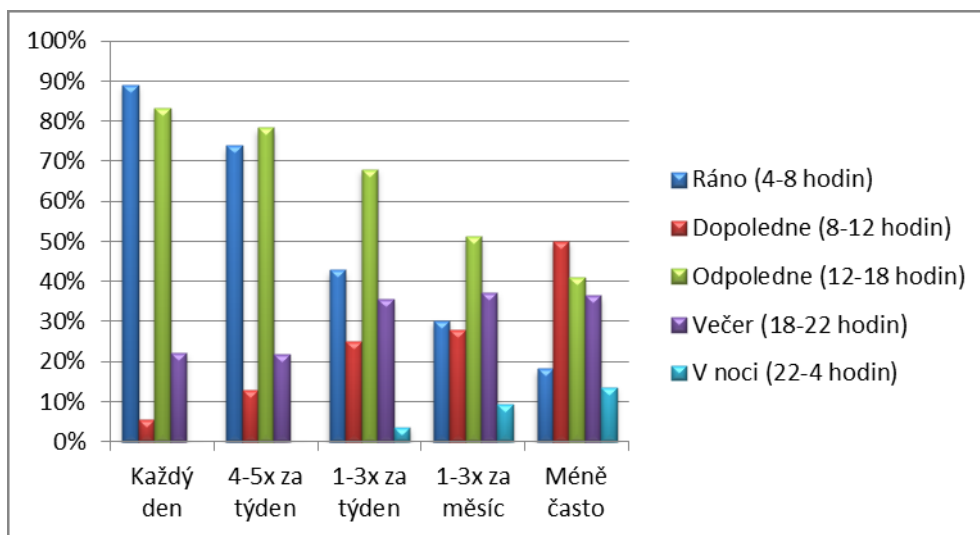
Obyvatelé regionu využívají místní veřejnou dopravu v různých časových horizontech. Respondenti měli možnost označit dva nejčastější časy přepravy. Nejvíce respondentů využívá místní veřejné dopravy v odpoledních hodinách, tedy v čase od 12 hodin dopoledne do 18 hodin. V tomto čase cestuje autobusem nebo vlakem přes 64 % respondentů. Druhým nejvytíženějším časem, kdy cestuje nadpoloviční většina respondentů, jsou ranní hodiny od 4 do 8 hodin ráno (viz Tab. 5.6).

Tab. 5.6 Časy využívání veřejné dopravy

	Jak často využíváte?					Total
	Každý den	4-5x za týden	1-3x za týden	1-3x za měsíc	Méně často	
Ráno (4-8 hodin)	88,9%	73,9%	42,9%	30,2%	18,2%	50,8%
Dopoledne (8-12 hodin)	5,6%	13,0%	25,0%	27,9%	50,0%	24,3%
Odpoledne (12-18 hodin)	83,3%	78,3%	67,9%	51,2%	40,9%	64,3%
Večer (18-22 hodin)	22,2%	21,7%	35,7%	37,2%	36,4%	30,6%
V noci (22-4 hodin)	0,0%	0,0%	3,6%	9,3%	13,6%	5,3%

Výsledky preferovaných časů přepravy a četnost jejího využívání je vyobrazeno v grafu níže (viz Obr. 5.6). Lidé využívající veřejnou přepravou každý den nejvíce cestují v ranních a odpoledních hodinách. Ranních a odpoledních spojů využívají nejvíce i respondenti jezdící místními linkami 4-5x za týden a 1-3x za týden, převážně tedy v pracovních dnech od pondělí do pátku. Nejčastěji jde o obyvatele přepravující se do zaměstnání ráno a domů se vracení odpoledne. Někteří obyvatele využívají veřejnou přepravu jen 1-3x za měsíc. U této kategorie již rozdíly nejsou tak patrné. Přesto nejčastěji

využívané spoje jsou ty odpolední, které využívá 16,4 % respondentů. Téměř 12 % dotazovaných osob využívá místních veřejných linek ve večerních hodinách. Ti nejčastěji cestují za účelem zábavy, či návštěvy rodinných příslušníků a známých. Proto nejsou tyto cesty tak časté, jako při přepravě do zaměstnání, do škol apod.



Obr. 5.6 Graf četnosti a časů přepravy

Následující tabulka ukazuje, z jakého důvodu respondenti nejčastěji cestují v daných časech. Spoje veřejné dopravy využívá v ranních hodinách nejvíce lidí, přepravujících se do zaměstnání. V odpoledních a večerních hodinách je tomu obdobně, kdy lidé naopak cestují z práce zpět domů. Večerní a noční spoje jsou zase nejvíce využívány, pokud se místní obyvatelé chtějí přepravit za zábavou a případně se posilnit alkoholem (viz Tab. 5.7).

Tab. 5.7 Časy využívání veřejné dopravy dle účelu přepravy

	Časy ^a				
	Ráno (4-8 hodin)	Dopoledne (8-12 hodin)	Odpoledne (12-18 hodin)	Večer (18-22 hodin)	V noci (22-4 hodin)
Přeprava do zaměstnání	76,3%	30,0%	51,3%	51,2%	12,5%
Přeprava do školy	15,3%	13,3%	15,4%	7,3%	12,5%
Přeprava k lékaři	5,1%	13,3%	1,3%	0,0%	0,0%
Přeprava za zábavou	3,4%	23,3%	17,9%	36,6%	75,0%
Za účelem nákupu	0,0%	20,0%	14,1%	4,9%	0,0%

5.3.4 Zastávky veřejné dopravy

Dalším faktorem týkajícím se veřejné přepravy v regionu je vzdálenost nejbližší autobusové či vlakové zastávky od bydliště respondentů. Nejbližše svému domovu

má zastávku 16,5 % respondentů. Ti uvedli, že nejbližší zastávka je vzdálená maximálně 50 m od jejich bydliště. V této vzdálenosti bydlí dle výsledků více žen, 23,1 % a jen 9,4 % mužů. 21,5 % respondentů bydlí od nejbližší zastávky veřejné dopravy dále jak 50 m ovšem maximálně do vzdálenosti 150 m. Nejvíce dotazovaných musí na nejbližší zastávku absolvovat vzdálenost 151 – 300 m, celých 27 % dotazovaných. 19 % respondentů bydlí 301 – 500 m a 11 % respondentů 501 – 1000 m od nejbližší autobusové či vlakové zastávky. Nejdlejší trasu k zastávce veřejné dopravy musí překonat 5 % dotazovaných (viz Obr. 5.8).

Tab. 5.8 Vzdálenost nejbližší zastávky veřejné dopravy

		Pohlaví		Total
		Muž	Žena	
Vzdálenost nejbližší zastávky od domova	Do 50 m	9,4%	23,1%	16,3%
	51-150 m	20,8%	22,1%	21,5%
	151-300 m	30,2%	24,0%	27,1%
	301-500 m	18,8%	19,2%	19,0%
	501-1000 m	15,6%	6,7%	11,1%
	Více než 1000 m	5,2%	4,8%	5,0%

Vzdálenost nejbližší zastávky je závislá i na tom, zda respondenti bydlí ve městě či v menší obci na okraji regionu. Rozdíly lze vidět v následující tabulce (viz Tab. 5. 9). Nejkratší vzdálenost na zastávku veřejné dopravy absolvují obyvatelé města Vidnava. V centru města leží náměstí s autobusovou zastávkou a většina obyvatel bydlí právě v blízkosti tohoto náměstí. Také 16,7 % obyvatel České Vsi i Supíkovice uvedlo, že má zastávku veřejné přepravy v blízkosti do 50 m od domu a to zejména proto, že tyto obce leží podél hlavních silnic i železničních tratí. Jeseníku. 48,5 % respondentů právě z Jeseníku uvedlo, že na nejbližší zastávku je to max. 50 m. Nejdlejší trasu na zastávku veřejné dopravy mají respondenti z Bílé Vody. Vzdálenost od 51 do 100 m musí na zastávku absolvovat 60 % obyvatel obce Písečná. Přes 57 % respondentů ze Zlatých Hor pak musí docházet na zastávku vzdálenost 301-500 m.

Tab. 5.9 Vzdálenost zastávky dle místa bydliště respondentů

	Vzdálenost nejbližší zastávky od domova					
	Do 50 m	51-150 m	151-300 m	301-500 m	501-1000 m	Více než 1000 m
Jeseník	25,4%	28,6%	22,2%	15,9%	6,3%	1,6%
Lipová-lázně	58,3%	0,0%	16,7%	25,0%	0,0%	0,0%
Ostružná	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Česká Ves	16,7%	33,3%	16,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Bělá pod Pradědem	25,0%	16,7%	33,3%	25,0%	0,0%	0,0%
Žulová	33,3%	16,7%	33,3%	16,7%	0,0%	0,0%

Vidnava	16,7%	16,7%	16,7%	33,3%	0,0%	16,7%
Velká Kraš	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Kobylá	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
Skorošice	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%
Vápenná	0,0%	50,0%	16,7%	16,7%	16,7%	0,0%
Černá Voda	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%	0,0%
Stará Červená Voda	0,0%	0,0%	33,3%	22,2%	33,3%	11,1%
Javorník	0,0%	33,3%	50,0%	8,3%	8,3%	0,0%
Uhelná	0,0%	14,3%	14,3%	28,6%	14,3%	28,6%
Bernartice	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Vlčice	0,0%	0,0%	33,3%	33,3%	0,0%	33,3%
Bílá Voda	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Zlaté Hory	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	0,0%	0,0%
Písečná	0,0%	60,0%	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%
Supíkovice	16,7%	50,0%	16,7%	0,0%	16,7%	0,0%
Mikulovice	0,0%	33,3%	50,0%	0,0%	16,7%	0,0%
Hradec-Nová Ves	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
Velké Kunčice	25,0%	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	0,0%

5.4 Měření spokojenosti s vybranými faktory

5.4.1 Celková spokojenost

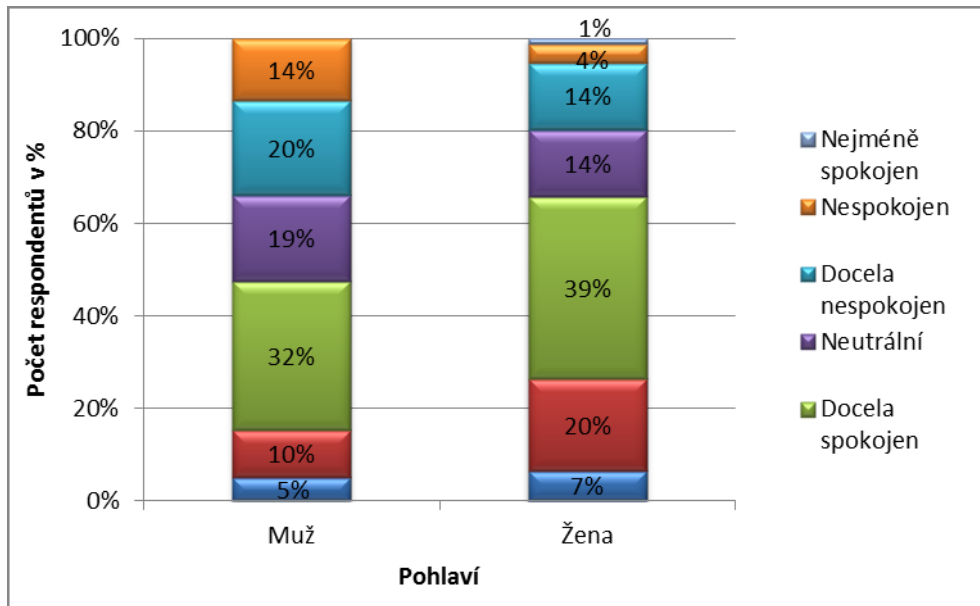
V průměru je celková spokojenost respondentů s veřejnou dopravou v Jesenickém regionu dle získaných výsledků lehce nadprůměrná. Obecně tedy lze říci, že obyvatelé regionu jsou s místní veřejnou dopravou spokojeni (viz Tab. 5.10).

Tab. 5.10 Jednovýběrový T-test

	One-Sample Test					
	Test Value = 4					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				Lower	Upper	
Spokojenost s veřejnou dopravou	-4,241	134	,000	-,4963	-,728	-,265

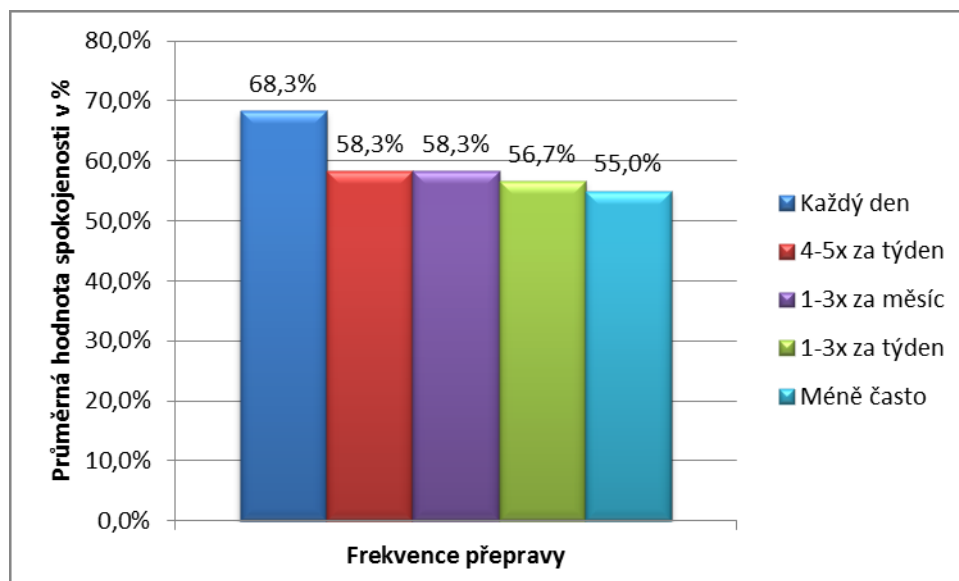
U spokojenosti s místní veřejnou dopravou jsou patrné určité rozdíly mezi muži a ženami. Spokojenost s veřejnou přepravou u ženského pohlaví je 62 %, zatímco muži projevili pouze 53% spokojenost s místní veřejnou dopravou. Velmi spokojeno s veřejnou dopravou je relativně malé procento respondentů. U mužů je to 5,1 % dotazovaných. U žen je toto procento o něco větší, 6,6 % dotazovaných. Téměř 40 % z dotazovaných žen bylo s místní veřejnou dopravou docela spokojeno. Obdobně tomu bylo i u mužské části dotazovaných, kdy relativní spokojenost s dopravou vyjádřilo 32,2 % oslovených mužů. Naopak nespokojenost s veřejnou dopravou na Jesenicku projevila spíše mužská část

dotazovaných. Necelých 14 % mužů je s dopravou nespokojeno, oproti tomu u žen tuto nespokojenost vyjádřilo jen 3,9 % žen. Naprostou nespokojenost pak vyjádřilo necelé 1 % respondentů, konkrétně 1 oslovená žena (viz Obr. 5.7).



Obr. 5.7 Spokojenost dle pohlaví

Míra celkové spokojenosti s veřejnou dopravou v regionu byla pozorována i na základě toho, jak často respondenti veřejnou dopravu využívají. Míra spokojenosti byla přepočítána na průměrné hodnoty spokojenosti v procentech u jednotlivých kategorií frekvence využívání přepravy. Nejvyšší míru spokojenosti projevili lidé, kteří cestují veřejnou dopravou pravidelně každý den. Také lidé cestující pravidelně ve všední dny 4-5x za týden jsou s dopravou spokojeni. Nejméně jsou pak s místními linkami spokojeni ti respondenti, kteří je využívají jen výjimečně. Může to být tím, že tito lidé jsou zvyklí na jinou úroveň přepravy a proto jim služby veřejné přepravy nepostačují (viz Obr. 5.8).



Obr. 5.8 Průměrná spokojenost v závislosti na frekvenci využívání veřejné dopravy

Konkrétní procentuální míru spokojenosti lze vidět v následující tabulce níže (viz Tab. 5.11).

Tab. 5.11 Spokojenost s veřejnou dopravou v závislosti na frekvenci cestování

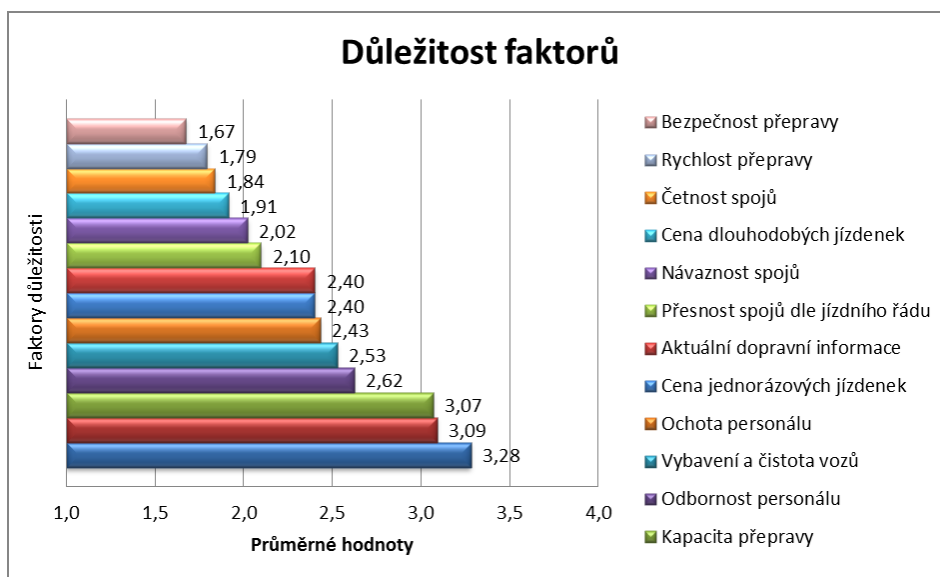
		Jak často využíváte?				
		Každý den	4-5x za týden	1-3x za týden	1-3x za měsíc	Méně často
Spokojenost s veřejnou dopravou	Velmi spokojen	11,1%	0,0%	7,1%	4,7%	8,7%
	Spokojen	22,2%	26,1%	10,7%	11,6%	13,0%
	Docela spokojen	38,9%	30,4%	35,7%	46,5%	21,7%
	Neutrální	22,2%	13,0%	14,3%	11,6%	26,1%
	Docela nespokojen	5,6%	26,1%	25,0%	11,6%	17,4%
	Nespokojen	0,0%	4,3%	7,1%	14,0%	8,7%
	Nejméně spokojen	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%

5.4.2 Důležitost faktorů týkající se veřejné dopravy v regionu

V rámci dotazování bylo úkolem respondentů ohodnotit konkrétní faktory týkající se veřejné dopravy a to podle jejich důležitosti pro samotného respondenta. Každý z uvedených faktorů mohl respondent ohodnotit na škále 1-7, přičemž 1 značila značnou důležitost a 7 nejmenší důležitost. Pokud respondent nemohl daný faktor ohodnotit či posoudit, mohl jej označit hodnotou N.

Důležitost faktorů byla hodnocena na základě četností odpovědí ze sedmibodové škály důležitosti. Nejdůležitějším faktorem pro respondenty využívající veřejnou dopravu je především bezpečnost samotné přepravy. Tu hodnotilo jako velmi důležitou, tedy číslem 1,

přes 56 % respondentů. Téměř 52 % dotazovaných považuje za důležité především dostatečný počet spojů v regionu, a to především v době dopravní špičky kdy lidé cestují do zaměstnání či do škol a zpět domů. Častým problémem je potom odlišnost pracovní doby u jednotlivých respondentů. U některých je pracovní doba nepravidelná a často pracují na směny. Což znamená problém zejména pro ty, kteří pracují odpoledne či v nočních hodinách. Pro přibližně 50 % respondentů je kromě bezpečnosti a četnosti spojů velice důležité, jak rychle se mohou místní veřejnou dopravou přepravit tam, kam potřebují. Čím kratší dobu cestují, tím více času mají na jiné povinnosti či zájmy. Naopak jako méně důležité označili respondenti například prodejní místa jízdenek. To je způsobeno především tím, že dlouhodobé či krátkodobé jízdenky je možno zakoupit přímo u řidiče autobusu či u personálu vlaku. V tomto případě nemusí lidé vyhledávat konkrétní prodejní místa jízdenek jako je tomu např. u hromadné dopravy ve větších městech. Rozdíl v průměrném hodnocení jednotlivých faktorů je vidět na grafu níže (viz Obr. 5.9).



Obr. 5.9 Průměrné hodnocení důležitosti faktorů dle respondentů

Na základě provedeného testu je zřejmé, že mezi některými faktory existuje lineární závislost. U některých pouze slabá a u některých silná. Největší závislost byla zjištěna u ochoty a odbornosti personálu. Personál veřejné dopravy, ať už vlakové či autobusové by měl být vyškolen jak po odborné stránce, tak i po stránce lidské a profesionální.

Další silná závislost se projevila u faktorů návaznosti spojů a jejich přesností dle jízdního řádu. Z logického hlediska spolu tyto faktory souviset musejí, zejména pak pokud se některý z místních spojů zpozdí, odrazí se to v návaznosti ostatních linek, hlavně těch dálkových, které na místní linky nečekají (viz Tab. č. 23, Příloha č. 5).

Důležitost faktorů dle pohlaví

Třídění druhé stupně na základě pohlaví vykázalo jen mírné rozdíly mezi muži a ženami. Asi největší rozdíl byl prokázán u faktoru týkajícího se počtu zastávek v regionu. Pro ženy je tento faktor důležitější než pro muže. Nejmenší rozdíl byl pozorován u vybavení a čistoty vozů, kde se muži i ženy shodli na stejné úrovni důležitosti (viz Obr. 5.12).

Tab. 5.12 Průměrné známky důležitosti faktorů dle pohlaví

	Průměr dle pohlaví		Celkový průměr
	Muž	Žena	
Bezpečnost přepravy	1,7	1,7	1,7
Rychlost přepravy	1,8	1,9	1,9
Kapacita přepravy	3,1	3,1	3,1
Cena jednorázových jízdenek	2,4	2,4	2,4
Cena dlouhodobých jízdenek	1,9	1,9	1,9
Četnost spojů	2,0	1,9	2,0
Přesnost spojů dle jízdního řádu	2,2	2,1	2,1
Návaznost spojů	2,9	1,9	2,4
Dostatečný počet zastávek	2,5	3,2	2,9
Vybavení a čistota vozů	2,6	2,5	1,6
Odbornost personálu	2,5	2,6	1,6
Ochota personálu	2,5	2,5	2,5
Prodejní místa jízdenek	3,2	3,2	3,2
Aktuální dopravní informace	2,6	2,6	2,6

Důležitost faktorů dle věku

Úroveň důležitosti faktorů byla odlišně hodnocena i u různých věkových kategorií. Pro mladší obyvatelé regionu ve věkové kategorii 15 - 25 let a 26 – 35 let je dle výsledků důležité zejména to, že se rychle a zároveň bezpečně přepraví tam, kam potřebují. Lidé ve věkové kategorii 36 – 45 let považují kromě rychlosti a bezpečnosti za důležité také množství linek a jejich přesnost. Obdobné výsledky byly i u lidí ve věku 56 – 65. Lidé ve věku od 46 do 55 let se zase spíše zaměřují na to, jak časté jsou spoje v regionu a také na finanční stránku. Respondenti starší 65 let přikládají velký význam bezpečnosti při jízdě a ceně, kterou musí za přepravu zaplatit (viz Tab. č. 11, Příloha č. 3).

Důležitost faktorů dle příjmu

Bez ohledu na výši příjmu respondentů je velmi důležitou složkou veřejné dopravy její rychlost a bezpečnost. Pro respondenty s čistým měsíčním příjmem do 10 tisíc Kč je, kromě bezpečné a rychlé možnosti přepravy, důležitý počet spojů v rámci regionu a také cena jízdenek veřejné hromadné dopravy. Cena dlouhodobých jízdenek je pak důležitá

pro obyvatele s příjmem do 20 tisíc Kč. Respondenty v příjmové kategorii 21 – 30 tisíc korun nejvíce zajímá množství uskutečňovaných spojů. Respondenti s čistým měsíčním příjmem nad 31 tisíc Kč zase upřednostňují nižší cenu jednorázových jízdenek množství a četnosti spojů (viz Tab. č. 12, Příloha č. 3).

Důležitost dle účelu přepravy

Každý respondent využívá veřejnou dopravu v regionu z jiného důvodu. A právě účel přepravy se může odrážet v tom, jak respondenti hodnotí důležitost jednotlivých faktorů. Obyvatelé cestující do zaměstnání se chtějí co nejrychleji a nejbezpečněji dostat na místo, kde pracují. Zároveň je pro ně velmi důležitá četnost spojů, které mohou využívat. Méně důležité jsou pro zaměstnané lidi místa, kde mohou zakoupit jízdenky. Většina zaměstnaných obyvatel využívá možnost dlouhodobých jízdenek, které si kupují jednou za určité období.

Studenti zase vyžadují větší množství rychlejších spojů. Při cestování jsou nuceni často přestupovat, a proto za důležité považují i to, jak na sebe jednotlivé spoje navazují. Stejně jako u pracujících obyvatel není pro studenty příliš důležitý počet míst, kde mohou zakoupit jízdenky. Většinu jízdenek lze zakoupit přímo u řidičů autobusu či průvodčích vlaků.

Lidé využívající veřejnou dopravu, když se potřebují přepravit k lékaři, považují za důležité především rychlost a také cenu jednorázových jízdenek. Jedná se především o obyvatele v důchodovém věku, kteří k lékaři nejezdí pravidelně a jízdenky kupují jednorázově. Jelikož k lékaři cestují především v pozdějších ranních či dopoledních hodinách, nejsou spoje veřejné dopravy tolik vytížené, tudíž nepovažují za důležitý faktor kapacity přepravy.

Lidé cestující za zábavou nebo za účelem nákupu se chtějí bezpečně a rychle přepravit na místo určení, proto tyto faktory považují při přepravě za rozhodující. Naopak počet prodejních míst jízdenek či počet zastávek nepovažují za příliš důležitý (viz Tab. č. 13, Příloha č. 3).

5.4.3 Spokojenost s jednotlivými faktory veřejné dopravy

Průzkum spokojenosti ovlivňuje nejen důležitost faktorů týkající se veřejné dopravy, ale také samotná spokojenost dotazovaných s jednotlivými faktory. A právě otázka týkající se spokojenosti konkrétních faktorů byla součástí dotazníku. Respondenti měli za úkol ohodnotit dle svého uvážení spokojenost se čtrnácti faktory, které se týkaly veřejné dopravy

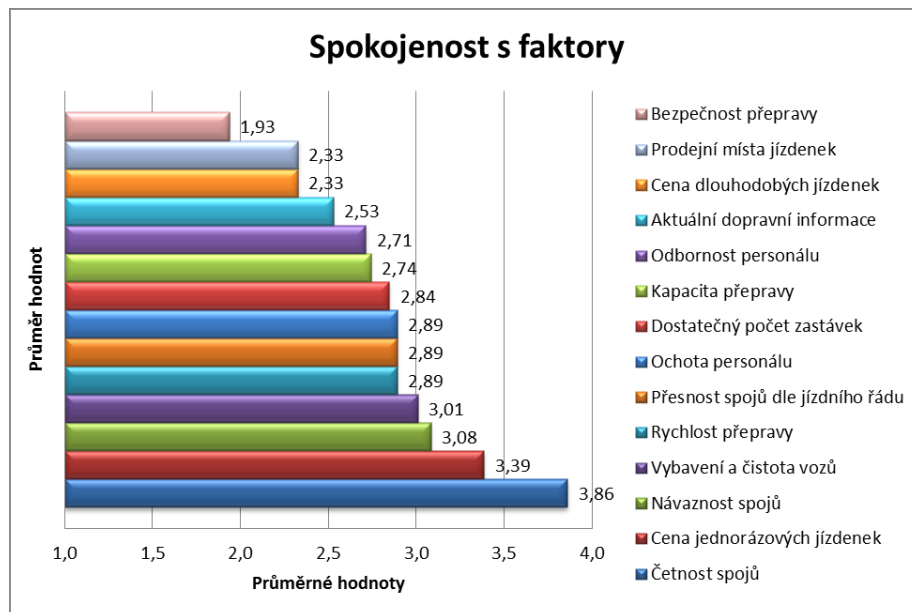
v Jesenickém regionu. Z celkového pohledu byly všechny faktory hodnoceny nadprůměrně. Pouze hodnocení spokojenosti s četností spojů se na základě výsledků provedeného jedno-výběrového T-testu blíží spíše průměrným hodnotám. Respondenti tak s počtem linek veřejné dopravy v regionu nejsou příliš spokojeni (viz. Tab. 5.13).

Tab. 5.13 Průměrné hodnocení spokojenost jednotlivých faktorů v %
Spokojenost

	Hodnoty spokojenosti (%)
Bezpečnost přepravy	84,4%
Rychlost přepravy	68,5%
Kapacita přepravy	71,0%
Cena jednorázových jízdenek	60,3%
Cena dlouhodobých jízdenek	77,9%
Četnost spojů	52,4%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	68,5%
Návaznost spojů	65,3%
Dostatečný počet zastávek	69,3%
Vybavení a čistota vozů	66,5%
Odbornost personálu	71,5%
Ochota personálu	68,5%
Prodejní místa jízdenek	77,9%
Aktuální dopravní informace	74,6%

Dotazník byl zaměřen nejen na důležitost faktorů, ale také respondenti vyjadřovali míru spokojenosti s těmito faktory. Stejně jako u důležitosti byla i u spokojenosti nejlépe hodnocena bezpečnost dopravy. S tou je velmi spokojeno přes 43 % dotazovaných a více než 30 % je dokonce s bezpečností velmi spokojeno. Dalšími kladně hodnocenými faktory jsou ceny dlouhodobých jízdenek a také množství míst, kde mohou cestující jízdenky zakoupit. Spokojenost s rychlostí přepravy dosahuje pouze lehce nadprůměrné hodnoty, přestože pro dotazované cestující je tento faktor velice důležitý a může tak ovlivnit to, zda lidé využijí služeb veřejné dopravy či nikoli. Podobně je tomu i u přesnosti a návaznosti spojů. Spousta obyvatel cestuje i na delší trasy a jsou nuceni při jedné cestě i několikrát přestupovat. V případě, že spoje na sebe nijak nenasazují či nejsou dodržovány časy uvedené v jízdních řádech, vznikají cestujícím značné komplikace. V takovém případě není výjimkou, že lidé raději cestují vlastním automobilem či jiným vlastním dopravním prostředkem. Přestože takový způsob může znamenat vyšší finanční náklady, na druhou to znamená značnou úsporu času. Nejnižší spokojenost respondenti projeví u počtu spojů, které jsou v regionu provozovány. Více než 41 % respondentů vyjádřilo svou nespokojenost s tím, jaké množství spojů je v regionu provozováno. Především v ranních hodinách jsou téměř veškeré spoje zcela vytížené a v odpoledních či večerních hodinách jsou spoje redukovány. To způsobuje problémy především lidem pracujícím na směny, kteří spoje nestihnou, a proto musí čekat

někdy i hodiny na další spojení. Pouhá 3 % dotazovaných uvedla, že je s množstvím spojů spokojena (viz Obr. 5.10).



Obr. 5.10 Spokojenost respondentů s jednotlivými faktory

Spokojenost dle pohlaví

Rozdíly ve spokojenosti u jednotlivých faktorů jsou patrné z výsledků třídění druhého stupně dle pohlaví. Nižší spokojenost než muži projevily ženy pouze u bezpečnosti přepravy. To se může odrážet ve faktu, že veřejnou dopravu využívají častěji spíše ženy než muži. Citlivěji ženy vnímají také to, jak jsou linky místní veřejné dopravy čisté a vybavené. Spokojenost s tímto faktorem je tak u žen menší než u mužů. Muži jsou naopak méně spokojeni s rychlostí a přesností linek a s tím, že není přizpůsobena návaznost spojů (viz Tab. 5.14).

Tab. 5.14 Míra spokojenosti s jednotlivými faktory dle pohlaví

	Průměr dle pohlaví		Celková spokojenost
	Muž	Žena	
Bezpečnost přepravy	85,0%	85,0%	85,0%
Rychlost přepravy	66,7%	70,0%	68,4%
Kapacita přepravy	70,0%	73,3%	71,7%
Cena jednorázových jízdenek	60,0%	61,7%	60,9%
Cena dlouhodobých jízdenek	73,3%	81,7%	77,5%
Četnost spojů	50,0%	55,0%	52,5%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	66,7%	71,7%	69,2%
Návaznost spojů	60,0%	68,3%	64,2%
Dostatečný počet zastávek	68,3%	71,7%	70,0%
Vybavení a čistota vozů	68,3%	66,7%	67,5%
Odbornost personálu	70,0%	73,3%	71,7%
Ochota personálu	66,7%	70,0%	68,4%
Prodejní místa jízdenek	73,3%	81,7%	77,5%
Aktuální dopravní informace	71,7%	76,7%	74,2%

Spokojenost dle věku

Respondenti všech věkových kategorií jsou nejvíce spokojeni s tím, že je místní veřejná doprava bezpečná. Mladí lidé ve věku od 15 do 25 let nejvíce oceňují výši ceny dlouhodobých jízdenek jako např. měsíčníky apod. Pravidelné dojíždění do škol či zaměstnání je pro obyvatele nezbytné a tak je pro ně důležitá i finanční stránka věci. Respondenti ve věku 26 - 35 let jsou kromě ceny dlouhodobého jízdného spokojeni s tím, kde všude je možno jízdenky zakoupit. Respondenti mezi 36 a 45 rokem projevili spokojenost především s tím, jakým způsobem jsou místními dopravci informováni o aktuálních změnách či novinkách v dopravě. U ostatních věkových kategorií jsou výsledky průzkumu podobné. Větší spokojenost s faktory veřejné dopravy projevují lidé na 66 let. Nejméně spokojeni jsou pak respondenti s množstvím spojů, které jsou v regionu provozovány. Bez ohledu na věkové kategorie je množství spojů považováno za nedostatečné (viz Tab. č. 14, Příloha č. 3).

Spokojenost dle účelu přepravy

Určité rozdíly jsou znát i v případě toho, proč lidé využívají místních linek veřejné dopravy. Jak již bylo zmíněno, největší spokojenost vyjadřují lidé s bezpečností spojů. Zaměstnaní lidé jsou pak nejvíce spokojeni s náklady na jízdné v případě, že využívají dlouhodobějších časových jízdenek. Příliš spokojeni však nejsou s množstvím provozovaných spojů. Studenti pak oceňují především rychlost přepravy, která je podle nich relativně dostatečná. Tak jako ostatní respondenti ovšem nejsou spokojeni s množstvím spojů v regionu. U osob využívající místní spoje v případě, že cestují za zábavou, byla zaznamenána

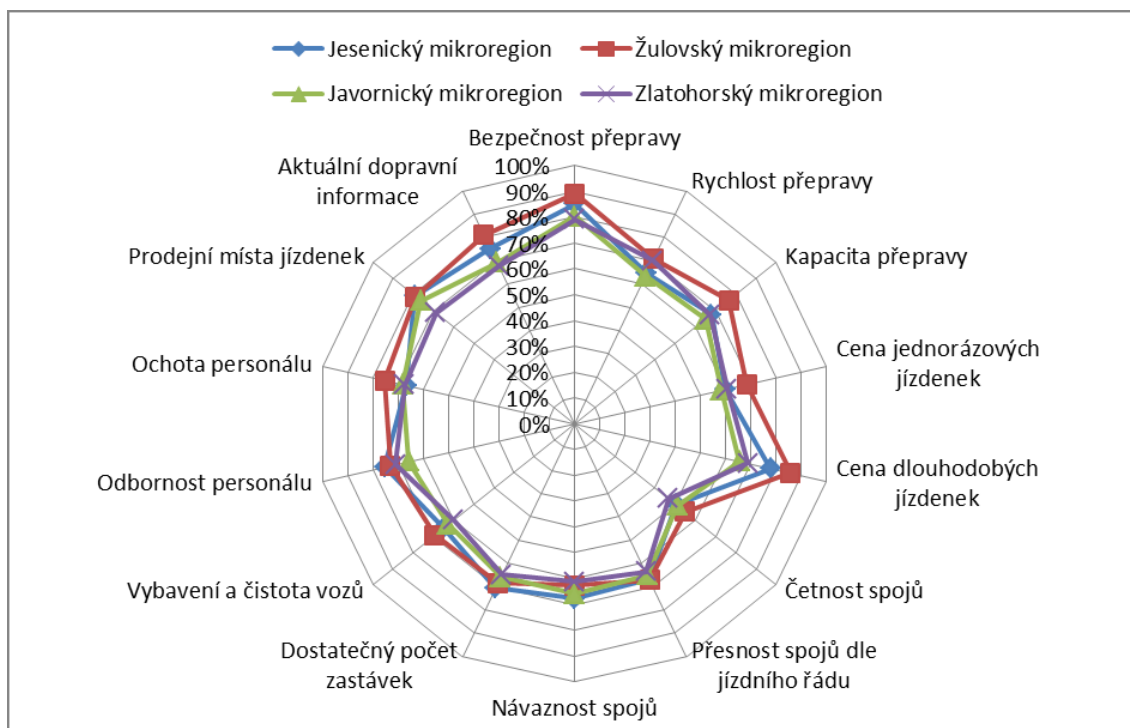
nespokojenost s personálem veřejné dopravy. Ten podle nich není příliš vřelý a ochotný, zejména pak ve večerních a nočních linkách. Respondenti, kteří místní veřejnou dopravu cestují za účelem nákupu, by například uvítali nižší ceny jednorázového jízdného, které je podle nich příliš vysoké (viz Tab. č. 15, Příloha č. 3).

Spokojenost dle frekvence přepravy

Celkově nejlépe hodnocený faktor bezpečnosti přepravy v závislosti na frekvenci jejího využívání nejlépe hodnotili respondenti, kteří cestují 4-5x týdně. Rychlost linek veřejné dopravy zase nejlépe hodnotí lidé, využívající veřejnou dopravu každodenně, stejně jako množství spojů, které bylo celkově nejhůře hodnoceno. Lidé cestující pravidelně vědí, kdy místní spoje jezdí a jsou schopni se jim přizpůsobit. Personální faktory nejlépe hodnotili respondenti, kteří jezdí pravidelně převážně ve všední dny, tedy 4-5x za týden. Naopak nejhůře ohodnoceny byly respondenty cestující veřejnou dopravou maximálně 3x do měsíce (viz Tab. č. 16, Příloha č. 3).

Spokojenost dle mikroregionu

Spokojenost byla zjišťována i podle toho, ve kterém mikroregionu oslovení respondenti bydlí. Průměrné hodnoty spokojenosti v jednotlivých mikroregionech byly body ze škály spokojenosti přepočteny na procentuální míru spokojenosti dle vzorce pro výpočet spokojenosti. A na základě toho byl vytvořen graf (viz Obr. 5.11) znázorňující míru spokojenosti respondentů v jednotlivých mikroregionech. V Žulovském mikroregionu jsou respondenti nejvíce spokojeni s bezpečností přepravy, cenou dlouhodobých jízdenek a také s informovaností ohledně veřejné dopravy. V Jesenickém a Javornickém mikroregionu jsou lidé také nejvíce spokojeni s bezpečností přepravy, ostatní faktory hodnotí spíše průměrně. Obyvatelé Zlatohorského mikroregionu, kteří byli dotazováni, hodnotí faktory v rozmezí od 60 do 80 % spokojenosti. Nejhůře pak hodnotí respondenti všech čtyř mikroregionů množství spojů, které jsou v Jesenickém regionu provozovány. Tabulka s přesnými hodnotami spokojenosti je umístěna v příloze (viz Tab. č. 16, Příloha č. 3).



Obr. 5.11 Graf spokojenosti dle mikroregionů

5.4.4 Poziční mapa spokojenosti

V rámci měření spokojenosti respondentů se službami veřejné dopravy v Jesenickém regionu byla použita přímá metody hodnocení významnosti zvolených faktorů na sedmibodové škále. U každého ze čtrnácti faktorů byl vypočten koeficient významnosti dle následujícího vzorce (Spáčil, 2004):

$$KV = \frac{0 * n_1 + 1 * n_2 + 2 * n_3 + 3 * n_4 + \dots + x * n_x}{100}, \quad (5.1)$$

KV koeficient významnosti,

n_x počet odpovědí x-tého faktoru.

Pro výpočet indexu spokojenosti byly využity hodnoty ze sedmibodové škály, na které respondenti hodnotili svou spokojenost s konkrétními faktory. Pro výpočet byl využit následující vzorec (Spáčil, 2004):

$$IS = \left[\frac{(7 - PZS)}{(7 - 1)} \right] * 100 (\%), \quad (5.2)$$

PZS průměrná známka spokojenosti.

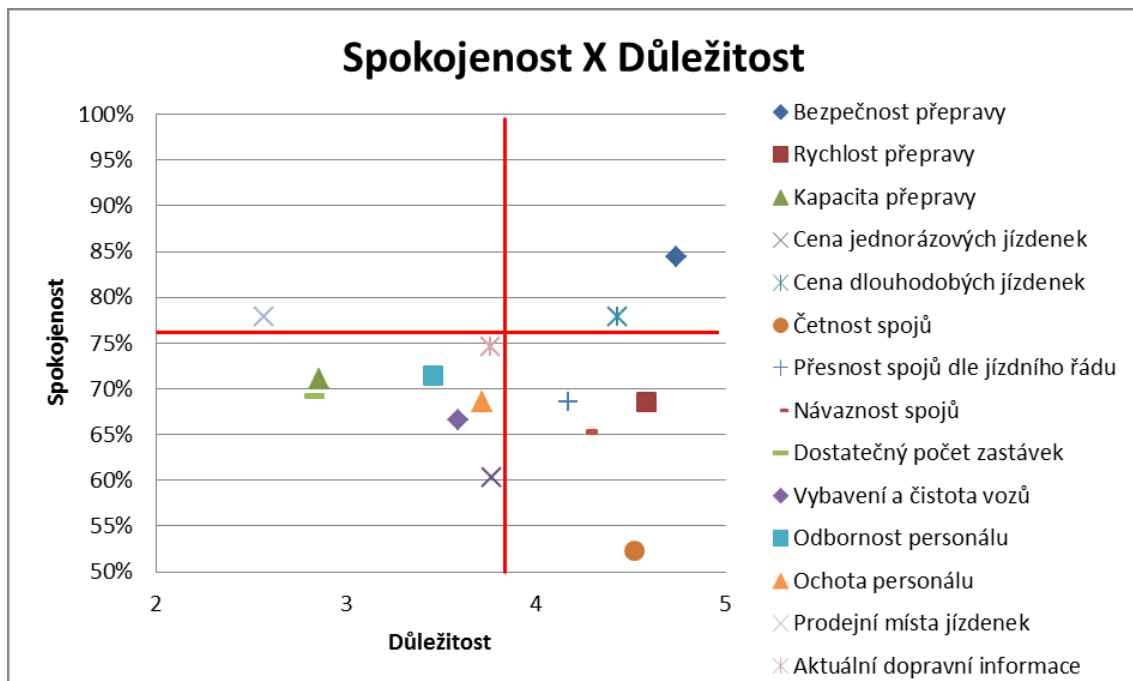
Na základě modelu důležitosti a spokojenosti konkrétních prvků byla vytvořena poziční mapa, zobrazující kombinaci těchto faktorů ve čtyřech kvadrantech (viz Obr. 5.12). Osy rozdělení kvadrantů byly umístěny podle průměrného hodnocení spokojenosti a důležitosti respondentů. Do pravého horního kvadrantu spadají faktory, které jsou pro respondenty velmi důležité a zároveň u těchto faktorů vyjadřují vysokou spokojenost. Tyto faktory tak mohou být motivátorem k využívání místní veřejné dopravy. Respondenti ohodnotili jako nejdůležitější bezpečnost dopravy. Zároveň také vyjádřili s tímto faktorem i největší spokojenost. Dalším důležitým faktorem pro respondenty je i cena dlouhodobých jízdenek, se kterou jsou respondenti také spokojeni. Pouze tyto dva faktory spadají do pravého horního kvadrantu a mohou cestující motivovat k tomu, aby služeb veřejné přepravy využili.

Spokojeni jsou respondenti i s tím, kde mohou zakoupit jízdenky pro veřejnou dopravu v regionu. Ovšem tento faktor je pro ně nejméně důležitý. Pozornost respondenti tomuto faktoru nevěnují zejména proto, že krátkodobé i dlouhodobé jízdenky lze zakoupit přímo v autobusu či vlaku. Proto je potřeba zajistit přiměřené financování tohoto faktoru v poměru s tím, jakou váhu jim přiřkládají obyvatelé, využívající služeb místní veřejné dopravy.

Velký význam přiřkládají respondenti faktorům spojeným přímo s danými linkami veřejné dopravy v regionu. Především pak množství provozovaných spojů, které je dle respondentů nedostatečné, a s nimiž jsou pak nejméně spokojeny ze všech hodnocených faktorů. Dalším faktorem je také návaznost těchto spojů v případě, že respondenti cestující veřejnou dopravou a musí v rámci jízdy přesehat na jiné spoje. Ve většině případů musí čekat, jelikož spoje nenavazují. Nízkou spokojenost projeví respondenti i s tím, jak jsou dodržovány jízdní řády. V případě nízké spokojenosti u těchto faktorů hrozí riziko, že respondenti začnou k přepravě využívat vlastních dopravních prostředků a tím bude dále ohroženo množství spojů a celkově veřejná přeprava v Jesenickém regionu.

V levém dolním kvadrantu jsou tzv. faktory marginálních příležitostí. Takovýmto faktorům je nutné věnovat zvýšenou pozornost, aby mohlo dojít u cestujících ke zvýšení zájmu i zvýšení spokojenosti cestujících. V tomto případě respondenti nízkou spokojenost vyjádřili především s cenou jednorázových jízdenek, která je poměrně vysoká. Zároveň však tento faktor považují za průměrně důležitý a tím, že tyto jízdenky využívají zejména lidé cestující občasně, jsou ochotni tuto cenu akceptovat. Podobně je tomu i u personálních faktorů jako je ochota řidičů a průvodčích a jejich odborné znalosti. Méně spokojeni jsou oslovení

obyvatelé regionu i s čistotou a vybavením autobusových a vlakových linek, dále také s kapacitou a množstvím zastávek místní veřejné přepravy. Významnost těchto faktorů ovšem není vysoká a tak nemá ani přílišný vliv na rozhodování respondentů o využívání veřejné přepravy.



Obr. 5.12 Poziční mapa spokojenosti

5.5 Silniční síť v regionu

V Jesenickém regionu není silniční síť příliš rozvinutá. Respondenti měli vyjádřit svou spokojenost se třemi faktory, které se týkaly právě regionální silniční sítě. Na škále od 1 do 7 měli ohodnotit faktory dle toho, zda jsou dostačující či nikoli. Z výsledků je patrné, že respondenti považují za relativně dostatečnou hustotu místní silniční sítě. Přesto jejich spokojenost není úplná a vybudování nových silničních tahů by mohlo spokojenost místních obyvatel zvýšit a usnadnit jim tak řadu zbytečných komplikací při cestování. Naopak nejhůře hodnoceným faktorem je technický stav místních komunikací, který je dle respondentů nedostačující. Bohužel především díky nedostatku finančních prostředků je většina místních komunikací rozbitá, některé jsou dokonce ve velmi špatném technickém stavu a je na zvážení každého, zda těchto komunikací využije či nikoli. Ovšem většině místních obyvatel nezbyvá nic jiného, než po takových silnicích jezdit. Relativně nedostatečně je hodnocena i údržba místních silničních tahů a to zejména v zimních měsících. Díky poloze Jesenického regionu je údržba komplikovaná a díky nedostatku finančních prostředků je údržba také obtížná.

Hodnocení silniční sítě bylo obdobné u mužské i ženské části respondentů, kde byly rozdíly jen nepatrné nebo téměř žádné (viz Tab. 5.15).

Tab. 5.15 Hodnocení dostatečnosti silniční sítě v %

	Muž	Žena	Celkový průměr
Hustota silniční sítě	73,3%	73,3%	73,3%
Technický stav silniční sítě	40,0%	38,3%	38,3%
Údržba silniční sítě	45,0%	45,0%	45,0%

5.6 Zlepšení kvality dopravní obslužnosti v regionu

V rámci dotazování bylo cílem přimět respondenty k zamyšlení a k vyjádření svého subjektivního názoru týkajícího se dopravní obslužnosti v Jesenickém regionu. Otázka v dotazníku byla konkrétně zaměřena na to, co by mohlo dle dotazovaných vylepšit současnou situaci místní dopravní obslužnosti. Pouze 4 % respondentů považují místní dopravní obslužnost za dostatečnou a neshledávají podstatným cokoliv v rámci dopravy měnit. Přibližně 15 % dotazovaných neví, co by mohl situaci zlepšit. Důvodem může být nedostatečný zájem či povědomí respondentů o problematice dopravní obslužnosti v regionu.

Převážná většina dotazovaných však má jasnou představu o tom, co by mohlo obslužnost v Jesenickém regionu zlepšit. Více než 34 % respondentů uvedlo, že místní dopravní obslužnosti by pomohlo vybudování silničního tunelu vedoucího pod Červenohorským sedlem. Budování tohoto tunelu je již dlouho diskutovaným tématem v různých kruzích, ovšem dosud nebyl návrh schválen. Přitom vybudování takového tunelu by zvýšilo dostupnost místního regionu, který je od okolních oblastí odříznut pásmem hor. Dále by mohl takový projekt přilákat řadu tuzemských i zahraničních investorů, vznikly by vhodnější podmínky pro řadu dalších projektů a důsledkem by mohla být daleko vyšší zaměstnanost v regionu. Dále respondenti vidí vážný problém v technickém stavu a kvalitě místních komunikací. Díky rekonstrukcím místních dopravních sítí by se zlepšila jak dopravní obslužnost regionu, tak i jeho celková dostupnost. Tento názor vyjádřilo při dotazování 24,1 % respondentů. Podle 17,6 % dotazovaných by se místní dopravní obslužnost zlepšila zavedením dalších dopravních spojů v době nejvíce frekventovaných času a především pak ve večerních a nočních hodinách. Další návrhy na zlepšení pak dle respondentů jsou zlepšení návaznosti místních i dálkových spojení, získání většího množství finančních

prostředků zejména ve spolupráci s Olomouckým kraje a dotace z Evropských fondů apod. (viz Tab. 5.16).

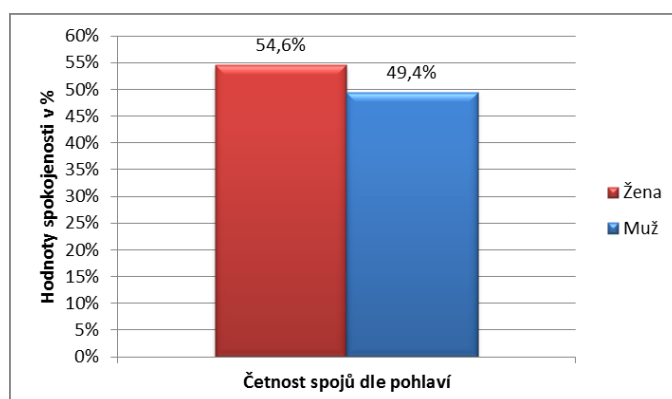
Tab. 5.16 Návrhy respondentů na zlepšení dopravní obslužnosti

	% respondentů
Tunel pod Červenohorským sedlem	34,2%
Lepší technický stav a kvalita silnic	24,1%
Lepší návaznost spojů	8,0%
Více spojů, především o víkendech a v noci	17,6%
Větší ochota řidičů	1,0%
Více finančních prostředků na infrastrukturu a zájem kraje	5,0%
Více zastávek	2,5%
Obslužnost je dostačující	4,0%
Nevím	15,1%
Jiné	9,0%
Total	120,6%

5.7 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1: S četností spojů jsou ženy méně spokojeny než muži.

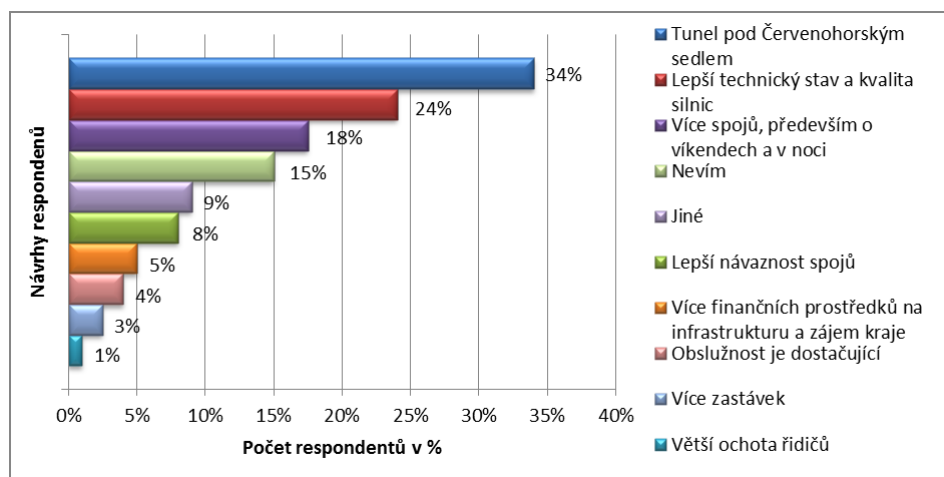
Ze všech faktorů vyjádřili respondenti nejmenší spokojenost s množstvím spojů v rámci Jesenického regionu. Průměrné hodnoty u tohoto faktoru v závislosti na pohlaví byly následně přepočítány na procenta. Lépe hodnotili četnost spojů autobusové a vlakové dopravy ženy. U ženského pohlaví získala spokojenost téměř 55 %, naproti tomu muži spokojenost s tímto faktorem hodnotili pouze na 49,4 % (viz Obr. 5.13).



Obr. 5.13 Spokojenost s četností spojů dle pohlaví respondentů

Hypotéza č. 2: Více než 1/3 respondentů by pro zlepšení dopravní dostupnosti regionu uvítala výstavbu tunelu pod Červenohorským sedlem.

Často diskutovaná témata ohledně výstavby tunelu, stavu místních komunikací či rušení byly podnětem k tomu, zařadit do dotazníku otázku, kde by respondenti mohli vyjádřit svůj názor na aktuální situaci dopravní obslužnosti i dostupnosti celého regionu. Jako nejčastější odpověď respondenti uváděli právě výstavbu silničního tunelu pod Červenohorským sedlem, který by propojil odříznutý Jesenický regionu se Šumperským regionem a tím umožnil lepší dostupnost tohoto regionu. Pro výstavbu tunelu se vyjádřilo 34 % dotazovaných (viz Obr. 5.14). O necelé 1 % tak byla překonána hranice, potvrzující danou hypotézu.



Obr. 5.14 Návrhy na zlepšení dopravní obslužnosti v regionu

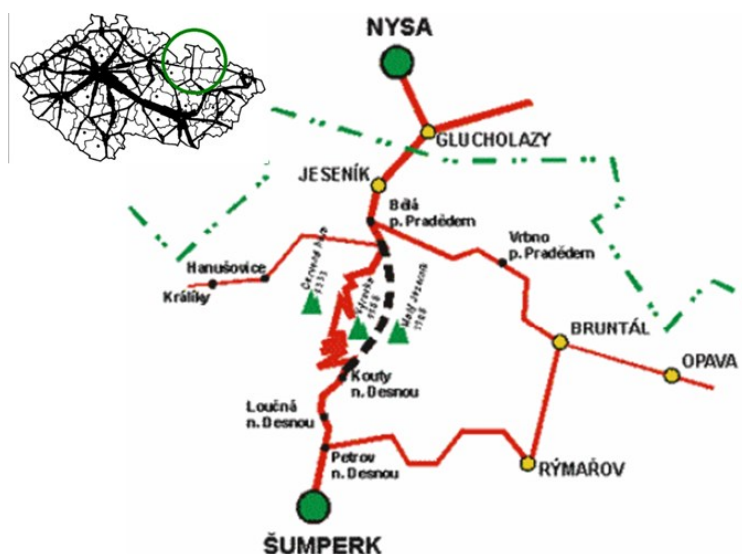
6 Návrhy a doporučení na zvýšení spokojenosti

V předchozí kapitole byla analyzována spokojenost obyvatel Jesenického regionu a na základě zjištěných výsledků byly navrženy možnosti, díky kterým by se mohla zlepšit dopravní obslužnost v regionu i jeho celková dostupnost.

6.1 Silniční tunel

Největším problémem komplikujícím dopravní obslužnost a celkovou dostupnost regionu je jeho geografická poloha. Ze severní strany je Jesenický region obklopen polskými hranicemi a od vnitrozemí jej dělí pásmo hor. Nejdůležitější spojnici regionu je hlavní silnice I/44 spojující města Jeseník a Šumperk s návazností na další okresy na Moravě. Ovšem trasa silnice I. třídy vede přes Červenohorské sedlo a průjezd v tisíci metrech nad mořem je obtížný zejména v zimních měsících.

Zvýšení dopravní dostupnosti Jesenického regionu by mohla pomoci výstavba silničního tunelu pod Červenohorským sedlem v délce asi 6 km, který by vzájemně dopravně propojil Jesenický a Šumperský region (viz Obr. 6.1). Jak je patrné i z výsledků dotazníkového šetření, zájem o tento projekt má i velká část občanů Jesenicka, která se zúčastnila dotazníkového šetření. O čemž svědčí i potvrzení hypotézy v rámci průzkumu spokojenosti. O projektu výstavby tunelu se jedná již od roku 1996. V roce 2004 tento projekt odsouhlasilo i Ministerstvo životního prostředí České republiky. Přesto tento projekt nezískal statut veřejné stavby a všechna jednání tak nebyla úspěšná. Hlavními důvody byly především nedostatek finančních prostředků a také protesty ochránců přírody. Náklady na výstavbu byly tehdy odhadnuty na 3,5 miliardy Kč. Nyní je projekt výstavby silničního tunelu zase aktuální. V současnosti jsou náklady na jeho výstavbu odhadovány na 4,7 miliard Kč. Finanční prostředky by bylo možné získat z fondů Evropské unie. Podmínkou by však bylo propojení tunelu na transevropské silniční síť, konkrétně propojení se silniční sítí v Polsku. O této možnosti by měl jednat prezident Miloš Zeman v dubnu 2014 s polským prezidentem Bronislawem Komorowským.



Obr. 6.1 Umístění tunelu

Zdroj: Studie Silniční tunel Červenohorské sedlo, 2001

V tomto případě doporučuji pokračovat především v šíření petice na výstavbu tunel pod Červenohorským sedlem mezi veřejností. Pouze tak je možné přimět politiky a veřejné činitele, aby se tímto problémem začali zajímat. Dále také doporučuji intenzivní a pravidelnou komunikaci místních politiků a představitelů měst a obcí s prezidentem České republiky Milošem Zemanem, který projevil zájem a ochotu se touto problematikou zabývat. Výstavba Červenohorského tunelu by mohla do regionu přilákat především investory z tuzemska i zahraničí. Ti díky špatné dostupnosti regionu realizují své podnikatelské záměry ve výhodnějších lokalitách a právě výstavbou by mohli přesunout své investice do Jesenického regionu. S tím souvisí i vysoká regionální nezaměstnanost, která by se s touto změnou mohla snížit. Výstavbou by se celkově usnadnil život místních obyvatel i turistů, zvýšila by se dostupnost regionu a s ní související obslužnost veřejnou dopravou, značně by se snížily náklady na dopravu jak osobní tak i nákladní a řada dalších. Díky těmto krokům by zvýšil Jesenický region svou atraktivitu a jeho marketingová propagace by byla jednodušší a zajímavější.

6.2 Klíčová železniční trať

Velmi důležitou spojnicí mezi Olomouckým a Moravskoslezským krajem tvoří železniční trať mezi městy Jeseník a Krnov. Tato trať tvoří důležitou dopravní tepnu Jesenického regionu. Trať ovšem vede přes území Polska, což značně komplikuje její provoz. Jelikož polská strana tuto železnici nevyužívá, odmítá investovat finanční prostředky na její opravy. Přestože Česká republika, konkrétně Olomoucký a Moravskoslezský platí nemalé roční poplatky v řádech milionů korun za pronájem trati, není polská strana ochotna se podílet na opravách či rekonstrukcích trati. Proto tamní trať stále chátrá a v současné době je ve velmi špatném technickém stavu.

V posledních letech se Jesenický region stále častěji potýká s rušením místních i dálkových spojů převážně v oblasti železniční dopravy. V roce 2012 se změny nejvíce dotkly právě železničního spojení na trase Jeseník – Krnov, kdy byl provoz značně omezen. Do té doby jezdilo na této trase osm párů vlakových spojů v obou směrech každý den. Od roku 2012 se počet spojů snížil na polovinu a vypravovány jsou tedy dohromady jen čtyři páry vlaků denně v obou směrech. Navíc byly rychlíky zaměněny na spěšné vlaky a tak se prodloužila i doba jízdy. Počátkem roku 2014 se rozhodlo o zrušení vlakového spojení mezi Jeseníkem a Krnovem. Od 15. června 2014 by tak měly vlaky na této trati přestat jezdit úplně. Což by způsobilo nemalé problémy místním obyvatelům. Cestující, kteří by se chtěli dostat do Krnova či Ostravy by museli využít spojů přes Olomouc, což by znamenalo prodloužení doby jízdy minimálně o 2 až 3 hodiny. Další možností pro cestující je využití autobusových spojení, které v tomto směru jezdí pouze 4x za den a kapacita je značně omezená.

Řešení této situace je možné pouze při intenzivní komunikaci vedení Českých drah a Ministerstva dopravy České republiky s polskou stranou. Primárním cílem je přisvědčit Polskie linie kolejowe (dále jen PLK), aby se zapojily do rekonstrukce této železniční trati. Tato polská společnost je správcem polských železničních sítí a je zodpovědná za jejich údržbu a investice. Pokud by se české straně podařilo polskou stranu přesvědčit, aby souhlasila s rekonstrukcí, financování oprav trati by pak probíhalo z fondů Evropské unie. Dalším problémem je pak financování samotných spěšných vlaků. Jelikož se Moravskoslezský kraj odmítá již podílet na spolufinancování provozu trati, je jediným možným řešením převzetí financování Ministerstvem dopravy České republiky.

Proto hlavním návrhem je sestavení týmu odborníků, aby zejména z pozice ministerstva vyjednali se společností PLK dohodu o opravě železniční trati vedoucí přes Polské území a uzavřeli dohodu o dalším provozu na této trati. Současně doporučuji zintenzivnit jednání i s představiteli společnosti České dráhy a.s., aby se o situaci začala více zajímat. Tento krok podněcuje v současné chvíli probíhající petice za zachování vlakového spojení Jeseník – Krnov, které počátkem dubna 2014 obsahovala již 1 736 podpisů místních obyvatel (viz Obr. 6.2).

Obr. 6.2 Petice pro zachování vlakového spojení Jeseník - Krnov
Zdroj: E-petice, 2013

Další možností jak upozornit na tento problém je uspořádat protestní akci přímo před sídlem ministerstva dopravy. V současné době má velkou moc propagace pomocí televize a sociálních sítí. Proto by k této akci byly přizvány i štáby televize a současně by probíhala osvěta tohoto problému přímo na sociálních sítích. Zde by byla vytvořena konkrétní událost, kde by byly zaznamenány veškeré informace týkající se daného problému a lidé by mezi sebou mohli diskutovat a informace šířit dále do okolí. Bylo by tak možné oslovit nejen obyvatele Jesenického regionu, ale i lidi, kteří v Jesenickém regionu přímo nežijí, ale často do regionu jezdí nebo zde mají své příbuzné a známé. Ve spolupráci např. s Informačním centrem v Jeseníku by vážnost situace získala o něco větší váhu.

6.3 Vyšší počet spojů

Na území Jesenického regionu funguje veřejná doprava, která je zajišťována místními autobusy nebo vlaky. V současné době je ovšem velkým problémem rušení některých spojů,

především v železniční dopravě. V roce 2011 byly například zrušeny vlakové spoje na trati Vidnava - Velká Kraš a byly nahrazeny autobusovou dopravou. Ovšem i ta je relativně omezená, především do okrajových oblastí. V roce 2012 byly zrušeny vlaková spojení ze Zlatých Hor do Jeseníku, které byly opět nahrazeny pouze autobusovou dopravou. Tyto zásahy značně komplikují život lidem dojíždějícím za prací či do škol. Nejvíce se pak dotknou obyvatel obce Hradec-Nová Ves. Vlaky touto obcí pouze projíždí, a tudíž obyvatelé nemohou využívat služby železnice.

Zlepšení dopravní obslužnosti závisí podle velké části dotazovaných obyvatel regionu především na větším počtu místních linek veřejné přepravy. Dle mého názoru způsobuje rušení spojů značné problémy místním obyvatelům i ostatním cestujícím a následně vede k tomu, že lidé hledají náhradní možnosti přepravy a tím dále klesá vytíženost místních spojů. V tomto případě bych doporučila provést studii vytíženosti jednotlivých vlakových i autobusových linek a na základě zjištěných výsledků lze provést určitá úsporná opatření, ovšem ne na úkor omezování cestujících.

V autobusové dopravě by bylo vhodné zavést např. minibusy (viz Obr. 6.3), které by zajistily převoz cestujících v době, kdy je vytíženost přepravy nízká. Například v dopoledních hodinách, ale především pak ve večerních a nočních hodinách, kdy autobusy téměř nejezdí. Tyto minibusy by mohly být spolufinancovány v rámci více obcí, které by tuto přepravu smluvně zajišťovali u místního přepravce. Náklady na takový provoz by byly nižší, než u klasických autobusových linek, které jezdí „naprázdno“. Zároveň by však mohla být maximální využitelnost těchto menších autobusů, které by jezdily dle aktuálních potřeb.



Obr. 6.3 Minibus - návrh
Zdroj: Auto, 2013

Ekonomické a zároveň ekologické by bylo využít dopravní prostředky, které využívají pohonu např. stlačený zemní plyn (tzv. CNG). Doporučením pro dopravní společnost Arriva Morava a.s., zajišťující místní autobusovou dopravu, je počítat s postupným nákupem autobusů či minibusů s pohonem CNG. Kladným faktorem hovořícím pro tuto variantu jsou především nízké náklady na provoz. Další výhodou je, že autobusy či minibusy jezdící na tento pohon nemusí platit silniční daň a daň spotřební je cca 3x nižší než u klasické nafty či benzínu.

U vlakové dopravy by bylo zapotřebí přistoupit k elektrifikaci železnic a vlakových souprav. Díky nízké vytíženosti vlakových linek byly některé spoje úplně zrušeny. Navrhovala bych využít pro přepravu cestujících například pouze jednoho vlakového vozu, namísto celé soupravy. Snížily by se náklady a zároveň by se zachovala potřebná dopravní spojení.

Nejdůležitějším krokem v rámci místní veřejné dopravy je ovšem zajištění návaznosti místních autobusových i vlakových spojů. Bohužel v současné době jsou jízdní řády zcela nesmyslně sestavené, takže prakticky neexistuje návaznost spojů a lidé jsou nuceni často čekat třeba i hodiny na další spoje. Je tedy nutné provést úpravu autobusových i vlakových jízdních řádů tak, aby místní linky navazovaly nejen na dálkové spoje, ale aby bylo možné plynule přestupovat také v rámci místních linek veřejné dopravy v Jesenickém regionu.

6.4 Rekonstrukce komunikací v regionu

Z výsledků průzkumů dopravní obslužnosti je patrné, že obyvatelé Jesenického regionu trápí také stav místních komunikací. Jedná se nejen o silnice I. třídy, ale především o silnice II. a III. třídy, které jsou někdy na hranici technické způsobilosti k užívání. Vzhledem ke stále narůstající osobní i nákladní dopravě na hlavním silničním tahu Mohelnice – Jeseník – Polsko, který vede právě přes Jesenický region je nutná rekonstrukce tohoto silničního tahu a na něj navazující okolní komunikace. Tyto přilehlé komunikace jsou často jedinou přístupovou cestou do odlehlejších obcí v Jesenickém regionu a jsou tak pro místní obyvatele nezbytné.

Největším problémem je především nedostatek finančních prostředků, které proudí do místní infrastruktury. Proto je nutné, aby se představitelé měst a obcí více angažovali při získávání finančních prostředků z Olomouckého kraje. Důležitým krokem, který by pomohl

zlepšit kvalitu místní infrastruktury je napojení na evropskou silniční síť, díky čemuž by mohly být čerpány finanční prostředky z evropských fondů.

7 Závěr

Hlavním cílem této diplomové práce bylo zjistit, jak jsou obyvatelé Jesenického regionu spokojeni s místní veřejnou dopravou zajišťovanou místními dopravci pomocí autobusů a vlaků. Díky dlouhodobých osobním zkušenostem vím, že se rok od roku stupňují problémy související především s rušením méně vytižených dopravních spojů. Časté stížnosti obyvatel regionu a především lidí z mého okolí mě přimělo zabývat se tématem dopravní obslužnosti a spolu s tím i celkovou dostupností regionu. S tím souvisí i aktuální téma výstavby silničního tunelu vedoucího pod Červenohorským sedlem, které by značně usnadnilo život místním obyvatelům, přilákalo by investory a zvýšila by se zaměstnanost. Samotná diplomová práce je rozdělena do dvou hlavních částí a to část teoretická a následně navazující praktická část.

V rámci teoretické části je práce zaměřena především na obecnou charakteristiku Jesenického regionu a nastínění historického vývoje této oblasti. Následně je popsána historická i současná stránka dopravy v Jesenickém regionu a stručně jsou shrnuty také silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby regionu Jesenicko v přehledné SWOT analýze. Teoretická východiska práce se zabývají popisem služeb v obecné rovině, které plynule přechází do popisu dopravních služeb. Na teorii služeb navazuje teorie zaměřená na spokojenost zákazníků, v tomto případě cestujících, a dále na samotné měření spokojenosti.

Metodická část práce je rozdělena na fázi přípravnou, která zahrnuje definici problému, stanovení hlavního cíle a plán samotného marketingového výzkumu. Přípravná fáze je doplněna o fázi realizační.

Praktická část zahrnuje hodnocení zpracovaných výsledků dotazníkového šetření v rámci regionu. Pomocí dotazníku bylo zjišťováno, jaké prostředky přepravy místní obyvatelé nejčastěji využívají, zda využívají i možnost přepravy místní veřejnou dopravou a jak jsou s touto dopravou spokojeni. Současně měli respondenti možnost, vyjádřit svůj názor na současnou situaci s dopravní obslužností a navrhnout možná řešení, která by mohla přispět ke zlepšení dopravní obslužnosti a dostupnosti regionu. Výsledky ukázaly, že lidé by uvítali především výstavbu silničního tunelu pod Červenohorským sedlem a také větší počet spojů v regionu, a to zejména ve večerních a nočních hodinách a také o víkendech.

Na výsledky dotazníkového šetření navazuje i další část diplomové práce, která se zabývá konkrétními návrhy a doporučeními. Tyto návrhy se týkají právě zlepšení dopravní obslužnosti a s ní související dostupností relativně odříznutého Jesenického regionu. Návrhy mají reálné základy zakotvené v podkladech územních plánů Jesenicka, ovšem jejich realizaci brzdí zejména nezáměr politiků a dalších kompetentních osob. Dále je problémem nedostatek finančních prostředků, přestože by se dalo využít možnosti financování z fondů Evropské unie.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje

- [1] BÁRTOVÁ, H., V. BÁRTA a J. KOUDELKA. *Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum*. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.
- [2] BOUČKOVÁ, Jana et al. *Základy marketingu*. 3. vyd. Praha: Oeconomia, 2008. 220 s. ISBN 978-80-245-1169-6.
- [3] BURNETT, Ken. *Klíčoví zákazníci a péče o ně*. Brno: Computer Press, 2005. 382 s. ISBN 80-7226-655-1.
- [4] FORET M., STÁVKOVÁ J. *Marketingový výzkum. Jak poznávat své zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. 160 s. ISBN 80-247-0385-8.
- [5] FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum*. 2. akt. vyd. Brno: BizBooks 2012. 116 s. ISBN 978-80-265-0038-4.
- [6] HESKOVÁ, Marie. *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. 183 s. ISBN 978-80-87472-25-5.
- [7] CHLEBOVSKÝ, Vít. *CRM - řízení vztahu se zákazníky*. Brno: Computes Press, 2005. 190 s. ISBN 80-251-0798-1.
- [8] JAKUBÍKOVÁ Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-8.
- [9] JANEČKOVÁ Lidmila a Miroslava Vašítková. *Marketing služeb*. Praha: Grada, 2000. ISBN 978-80-7169-995-0.
- [10] KINCL, Jan et al. *Marketing podle trhů*. Praha: Alfa, 2004. 176 s. ISBN 80-86851-02-8.
- [11] KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [12] KOUDELKA, Jan. *Spotřební chování*. Praha: Oeconomica, 2010. 158 s. ISBN 978-80-245-1698-1.
- [13] KOZEL, R., L. Mynářová a H. Svobodová. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- [14] LEHTINEN, R. Jarmo. *Aktivní CRM – Řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada, 2007. 160 s. ISBN 978-80-247-1814-9.
- [15] LOŠŤÁKOVÁ, Hana. *Diferencované řízení vztahů se zákazníky*. Praha: Grada, 2009. 272 s. ISBN 978-80-247-3155-1.

- [16] NOVÝ, Ivan a Jörg PETZOLD. *(NE)spokojený zákazník - náš cíl?!: Jak získat zákazníka špičkovými službami*. Praha: Grada, 2006. 160 s. ISBN 80-247-1321-7.
- [17] RUMPEL, P., T. Bořuta a D. W. Novák. *Analýza příčin regionálních disparit modelovém regionu Jesenicko v kontextu teorie regionálního marketingu*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2009. 228 s. ISBN 978-80-7368-453-2
- [18] ŘEZANKOVÁ, Hana. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 3. vyd. Praha: Professional, 2011. 224 s. ISBN 978-80-7431-062-1.
- [19] ŘEZNÍČEK Bohumil a Pavel Šaradín. *Marketing v dopravě*. Praha: Grada, 2001. 200 s. ISBN 978-80-247-0051-4.
- [20] SPÁČIL, Aleš. *Péče o zákazníky: Co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. Praha: Grada, 2003. 116 s. ISBN 80-247-0514-1.
- [21] SPÁČIL, Vojtěch. *Business marketing: sylaby a případové studie*. Ostrava: Repronis, 2004. 102 s. 80-7329-058-8 (brož.).
- [22] TOMEK, Gustav a Věra Vávrová. *Střety v marketingu*. Praha: C. H. Beck, 2004. 216 s. ISBN 80-77179-887-8.
- [23] VAŠTIKOVÁ Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.
- [24] VYSEKALOVÁ, Jitka et al. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3.
- [25] WILLEMSSEN, David. *The Measurement of Customer Satisfaction*. GRIN Verlag, 2011. 80 p. ISBN 978-36-408-3445-7.
- [26] ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada, 2009. 240 s. ISBN 978-80-247-2049-4.
- [27] ZELENÝ, Lubomír. *Osobní přeprava*. Praha: ASPI, 2007. 351 s. ISBN 978-80-735-7266-2.

Periodika

- [28] KALAANIDHI, S. & K. Gunasekaran. Estimation of Bus Transport Ridership Accounting Accessibility. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2013, v. 104, p. 885-893. ISSN 1877-0428. Dostupné také z: http://ac.els-cdn.com/S1877042813045746/1-s2.0-S1877042813045746-main.pdf?_tid=89b11cb2-caaf-11e3-bbab-00000aacb360&acdnt=1398234283_0e3f72ac3f83a3d7491f078eb5f72958

- [29] NEDELIÁKOVÁ, Eva et al. Methodics of identification level of service quality in railway transport. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014, v. 110, p. 320-329. ISSN 1877-0428. Dostupné také z: http://ac.els-cdn.com/S187704281305516X/1-s2.0-S187704281305516X-main.pdf?_tid=37e44e96-caae-11e3-9dad-0000aacb360&acdnat=1398233716_c3e101e84f3ff19aa661f6ec3336632c.
- [30] NELSON, John et al. Recent developments in Flexible Transport Services. *Research in Transportation Economics*. 2010, v. 29, p. 243-248, ISSN 0739-8859. Dostupné také z: http://ac.els-cdn.com/S0739885910000600/1-s2.0-S0739885910000600-main.pdf?_tid=898d04c0-cab0-11e3-b576-00000aab0f6b&acdnat=1398234712_b48357a9916d6606c40993e76890f47b.
- [31] OLSSON, E. Lars. Measuring service experience: Applying the satisfaction with travel scale in public transport. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2012, v. 19, p. 413-418. ISSN 0969-66989. Dostupné také z: http://ac.els-cdn.com/S0969698912000458/1-s2.0-S0969698912000458-main.pdf?_tid=349d13ae-cab2-11e3-9f3d-00000aacb35e&acdnat=1398235428_74f14cb74ab58978487d2fd411c2eabc
- [32] POVA, Patrik. Analýza dopravní obslužnosti s důrazem na dopravu jako významný faktor rozvoje regionu. *Perner's contacts: Elektronický odborný časopis o technologii, technice a logistice v dopravě* [online]. 2009, roč. 4, č. I, p. 164-174 [cit. 2013-10-20]. ISSN 1801-674X. Dostupné z: http://pernerscontacts.upce.cz/13_2009/pova.pdf.

Internetové zdroje

- [33] ČERBA, Otakar. Kapitola 15. Geografie dopravy. IN. *Databázové systémy GIS* [online]. 2004. [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/ch15.html>.
- [34] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Ekonomicky aktivní podle pohlaví, věkových skupin a odvětví ekonomických činnosti – okres Jeseník* [online]. © 2013 [cit. 2014-01-26]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/ekonomicky_aktivni_podle_pohlavi_vekovych_skupin_a_odvetvi_ekonomicke_cinnosti_okres_jesenik.
- [35] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Ekonomicky aktivní podle pohlaví, věkových skupin a odvětví ekonomických činnosti – okres Jeseník* [online]. [cit. 2014-01-26]. Dostupné z: http://www.czso.cz/xm/redakce.nsf/i/ekonomicky_aktivni_podle_pohlavi_vekovych_skupin_a_odvetvi_ekonomicke_cinnosti_okres_jesenik.

- [36] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Malý lexikon obcí České republiky 2013* [online]. © 2013 [cit. 2014-01-26]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/p/1302-13>.
- [37] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistická ročenka Olomouckého kraje 2013* [online]. © 2013 [cit. 2014-01-25]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/krajkapitola/711011-13-r_2013-17.
- [38] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistická ročenka Olomouckého kraje 2013* [online]. © 2013 [cit. 2014-01-25]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/csu_a_uzemne_analyticke_podklady.
- [39] ČT24. Zeman: Tunel pod Červenohorským sedlem nemá smysl bez napojení na Polsko. In: česká televize [online]. 5. 3. 2014, 15:42 [cit. 2014-03-30]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/regiony/265263-zeman-tunel-pod-cervenohorskym-sedlem-nema-smysl-bez-napojeni-na-polsko/>.
- [40] DÁLNIČNÍ A SILNIČNÍ SÍTĚ. Silnice I/44. *Dalnice-silnice.cz* [online]. © 2002 – 2014 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <http://www.dalnice-silnice.cz/I/I-44.htm>.
- [41] E-PETICE. Petice za zachování vlakového spojení mezi Jeseníkem a Krnovem. *E-petice.cz* [online]. © 2013 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://e-petice.cz/petitions/petice-za-zachovani-vlakoveho-spojzeni-mezi-jesenikem-a-krnovem.html>
- [42] FAKULTA APLIKOVANÝCH VĚD. *Kapitola 15. Geografie dopravy* [online]. © 2013 [cit. 2014-01-25]. Dostupné z:
- [43] HORÁK, J. et al. *Možnosti analýzy a hodnocení dopravní obslužnosti* [online]. © 2000 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: http://gis.vsb.cz/pan-old/Skoleni_Texty/PrikladyCviceni/DOSTUP.pdf
- [44] INTEGROVANÝ DOPRAVNÍ SYSTÉM OLOMOUCKÉHO KRAJE. Informace. *Jesenik.org* [online]. © 2014 [cit. 2014-02-13]. Dostupné z: http://www.jesenik.org/storage/ODSH/informace/A3_Jesenik.pdf.
- [45] JESENICKO. Historie regionu. *Jesenik.org* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-05]. Dostupné z: <http://www.jesenik.org/jesenicko/36818-historie-regionu.html>
- [46] KIDSOK. Plán dopravní obslužnosti území Olomouckého kraje. *Kidsok.cz* [online] © 2011. [cit. 2013-10-06]. Dostupné z: <http://www.kidsok.cz/pdf/plan-dopravni-obslužnosti-ok.pdf>.
- [47] KUBOVÁ, Hana. Tunel pod Červenohorským sedlem je nyní jen zapomenutou vizí. In: Šumperský deník [online]. 22. 3. 2012, 10:37 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z:

- http://sumpersky.denik.cz/zpravy_region/tunel-pod-cervenohorsky-sedlem-je-nyni-zen-zapomenutou-vizi-20120322.html.
- [48] KUKLA, Josef. Červenohorské sedlo a další problémy Jesenicka. In: Idnes [online]. 5. prosinec 2013, 20:07 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://josefkukla.blog.idnes.cz/c/384385/Cervenohorske-sedlo-a-dalsi-problemy-Jesenicka.html>.
- [49] MAČÁK, Alois, J. Tomík. Zajištění dopravní obslužnosti regionální železniční osobní dopravou v roce 2013 v Olomouckém kraji. In: KIDSOK 2012: Zasedání Zastupitelstva Olomouckého kraje konané dne 21. 12. 2012: dokumenty [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: <http://www.kidsok.cz/data/novinky/75/dokumenty/zajisteni-dopravni-obslužnosti-regionalni-zeleznicni-osobni-dopravou.pdf>.
- [50] MAČÁK, Alois, J. Tomík. Zajištění dopravní obslužnosti veřejnou linkovou osobní dopravou v roce 2013 v Olomouckém kraji. In: KIDSOK 2012: Zasedání Zastupitelstva Olomouckého kraje konané dne 21. 12. 2012: dokumenty [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: <http://www.kidsok.cz/data/novinky/75/dokumenty/zajisteni-dopravni-obslužnosti-verejnou-linkovou-osobni-dopravou.pdf>
- [51] MIKROREGION JAVORNICKO. O mikroregionu. *Javornicko.rychleby.cz* [online]. ©2013 [cit. 2013-10-06]. Dostupné z: http://www.javornicko.rychleby.cz/index.php?id=o_mikroregionu.html
- [52] MIKROREGION JESENICKO. O nás. *Jesenicko.org* [online]. © 2006 - 2013 [cit. 2013-10-06]. Dostupné z: <http://www.jesenicko.org/o-nas>
- [53] MIKROREGION ŽULOVSKO. Obce. *Žulovsko.cz* [online]. [cit. 2013-10-06]. Dostupné z: <http://www.zulovsko.cz/obce.htm>
- [54] PAVLŮ, František. Petice za vybudování tunelu pod Červenohorským sedlem v Jeseníkách. In: e-petice [online]. 1. 11. 2013 [cit. 2014-04-01]. Dostupné z: <http://www.e-petice.cz/petitions/petice-za-vybudovani-tunelu-pod-cervenohorsky-sedlem.html>
- [55] TAUBEROVÁ, Daniela. Tunel pod sedlem? Proberu to s Poláky, slíbil Zeman. In: Šumperský deník [online]. 5. 3. 2014, 16:28 [cit. 2014-03-29]. Dostupné z: http://sumpersky.denik.cz/zpravy_region/tunel-pod-sedlem-proberu-to-s-polskym-prezidentem-slibil-zeman-20140305-gcbm.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=newsletter
- [56] TRČKA, Jan. *Vývoj dopravní obslužnosti v ČR ve vybraném období*. Ostrava, 2013. Diplomová práce. Vysoká škola báňská – technická univerzita, Fakulta hornicko-

geologická, Institut geoinformatiky. Dostupné také z: http://gis.vsb.cz/GISacek/GISacek_2013/referaty/trcka.pdf

- [57] VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. Jesenicko. *Vlada.cz* [online]. © 2009 - 2013 [cit. 2013-10-05]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/scripts/detail.php?id=40107>
- [58] ZLATOHOŘSKO. Mikroregion Zlatohorsko. *Zlatohorsko.cz* [online]. [cit. 2013-10-06]. Dostupné z: <http://zlatohorsko.cz/index.htm>

Zákony

- [59] ČESKO. Zákon č. 194 ze dne 20. května 2010 o veřejných službách v přepravě cestujících a o změně dalších zákonů. In: Sběrka zákonů České republiky. 2010, částka 65, s. 2210. Dostupné také z: <file:///C:/Users/Asus/Downloads/sb0065-2010.pdf>
- [60] EVROPSKÁ UNIE. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/123/ES ze dne 12. prosince 2006 o službách na vnitřním trhu. In: Úřední věstník Evropské unie. 2006, I. 376/36. Dostupné také z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0036:0068:CS:PDF>

Seznam zkratek

a.s.	Akciová společnost
Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
Atd.	A tak dále
CHKO	Chráněná krajinná oblast
Km	kilometr
Obr.	Obrázek
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
Tzv.	Tak zvaný
VŠB - TU	Vysoká škola báňská – Technická univerzita

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavře licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- byla sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB.TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do její skutečné výše).

V Ostravě dne 25. dubna 2014



Lucie Kašparová

Seznam příloh

- Příloha č. 1 Dotazník
- Příloha č. 2 Frekvenční tabulky
- Příloha č. 3 Kontingenční tabulky
- Příloha č. 4 Chí-kvadrát test
- Příloha č. 5 Tabulky korelace

Přílohy

Příloha č. 1

Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Lucie Kašparová a jsem studentkou 2. ročníku navazujícího magisterského studia na Ekonomické fakultě VŠB-TU Ostrava, katedra Marketingu a obchodu. Tímto bych Vás chtěla požádat o vyplnění dotazníku týkající se dopravní obslužnosti v Jesenickém regionu. Dotazník je anonymní a jeho výsledky budou využity pouze pro účely diplomové práce.

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Bc. Lucie Kašparová

Odpovědi označte křížkem do uvedených políček.

Pokud není uvedeno jinak, označte vždy jen jednu odpověď.

1. Jakým způsobem se nejčastěji přepravujete?

Seřadte nejčastěji používané způsoby dopravy od 1 - nejčastější po 5 - neméně často. Pokud označíte položku např. číslem 1, nesmí se již toto číslo opakovat u následujících odpovědí. Pokud některý ze způsobů přepravy nevyužíváte, zaškrtněte možnost nevyužívám - tuto odpověď je možno označit u více odpovědí. (Možnost pěšky není zahrnuta do faktorů dopravní obslužnosti Jesenicka).

	1	2	3	4	5	N
1.1. Na kole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2. Na motorce/skútru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3. Autem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4. Autobusem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5. Vlákem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Co je pro Vás důležité při výběru způsobu přepravy?

Označte max. 2 odpovědi. U možnosti jiné prosím doplňte konkrétně.

- 2.1. Pohodlí
- 2.2. Nezávislost
- 2.3. Náklady na přepravu
- 2.4. Bezpečnost
- 2.5. Vzdálenost zastávky od domova
- 2.6. Jiné.....

3. Využíváte k přepravě veřejnou dopravu v Jesenickém regionu?

Pokud odpovíte „ne“, přejděte k otázce č. 10

- 3.1. Ano
- 3.2. Ne

4. Jak často využíváte veřejnou dopravu?

- 4.1. Každý den
- 4.2. 4-5x za týden

- 4.3. 1-3x za týden
 4.4. 1-3x za měsíc
 4.5. Méně často

5. Jak jste spokojeni s místní veřejnou dopravou?

1 - velmi spokojen, 7 - nejméně spokojen

	1	2	3	4	5	6	7	
Velmi spokojen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nejméně spokojen

6. Z jakého důvodu nejčastěji využíváte místní veřejnou dopravu?

U možnosti „jiné“ prosím doplňte konkrétně.

- 6.1. Přeprava do zaměstnání
 6.2. Přeprava do školy
 6.3. Přeprava k lékaři
 6.4. Přeprava za zábavou
 6.5. Za účelem nákupu
 6.6. Jiné.....

7. Ohodnoťte následující faktory dle toho, jak jsou pro Vás DŮLEŽITÉ?

1 - velmi důležité, 7 - nejméně důležité, N- nevyužívám. Prosím ohodnoťte všechny faktory.

	1	2	3	4	5	6	7	N
7.1. Bezpečnost přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2. Rychlost přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3. Kapacita přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4. Cena jednorázových jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5. Cena dlouhodobých jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6. Četnost spojů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7. Přesnost spojů dle jízdního řádu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.8. Návaznost spojů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.9. Dostatečný počet zastávek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.10. Vybavení a čistota vozů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.11. Odbornost personálu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.12. Ochota personálu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.13. Prodejní místa jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.14. Aktuální dopravní informace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Ohodnořte Vaři SPOKOJENOST s následujícími faktory?

1 - velmi spokojen, 7 - nejméně spokojen, N - nevyuřívám

	1	2	3	4	5	6	7	N
8.1. Bezpečnost přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2. Rychlost přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.3. Kapacita přepravy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4. Cena jednorázových jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5. Cena dlouhodobých jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6. Četnost spojů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7. Přesnost spojů dle jízdního řádu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.8. Návaznost spojů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.9. Dostatečný počet zastávek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.10. Vybavení a čistota vozů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.11. Odbornost personálu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.12. Ochota personálu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.13. Prodejní místa jízdenek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.14. Aktuální dopravní informace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Kdy využíváte veřejnou dopravu?

Označte max. 2 odpovědi.

- 9.1. Ráno (4-8 hodin)
- 9.2. Dopoledne (8-12 hodin)
- 9.3. Odpoledne (12-18 hodin)
- 9.4. Večer (18-22 hodin)
- 9.5. V noci (22-4 hodin)

10. Ohodnořte následující faktory dle toho, jak jsou podle Vás v regionu dostačující?

1 - zcela dostačující, 7 - zcela nedostačující, N - nemohu posoudit.

	1	2	3	4	5	6	7	N
10.1. Hustota silniční sítě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2. Technický stav silniční sítě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3. Údržba silniční sítě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Co by podle Vás zlepřilo kvalitu dopravní obsluřnosti v Jesenickém regionu?

.....

.....

.....

.....

.....

12. Jaké je Vaře pohlaví?

- 12.1. Muř
- 12.2. Žena

13. Jaký je Váš věk?

- 13.1. 15-25 let
- 13.2. 26-35 let
- 13.3. 36-45 let
- 13.4. 46-55 let
- 13.5. 56-65 let
- 13.6. 66 a více let

14. Jaký je Váš čistý měsíční příjem?

- 14.1. Do 10 000 Kč
- 14.2. 11-20 000 Kč
- 14.3. 21-30 000 Kč
- 14.4. 31 000 Kč a více

15. Vaše ekonomická aktivita?

U možnosti „jiné“ prosím doplňte konkrétně.

- 15.1. Student
- 15.2. Zaměstnaný
- 15.3. OSVČ
- 15.4. Nezaměstnaný
- 15.5. Důchodce
- 15.6. Jiné

16. Jak daleko je nejbližší autobusová/vlaková zastávka od vašeho bydliště?

- 16.1. Do 50 m
- 16.2. 51-150 m
- 16.3. 151-300 m
- 16.4. 301-500 m
- 16.5. 501-1000 m
- 16.6. Více než 1000 m

17. Město/obec, kde žijete?

.....
.....

Příloha č. 2 Frekvenční tabulky

Tab. č. 1: Počet respondentů z jednotlivých měst/obcí

Město/obec		
	Počet	%
Jeseník	65	32,5%
Lipová-lázně	12	6,0%
Ostružná	3	1,5%
Česká Ves	12	6,0%
Bělá pod Pradědem	12	6,0%
Žulová	6	3,0%
Vidnava	6	3,0%
Velká Kraš	2	1,0%
Kobylá	2	1,0%
Skorošice	4	2,0%
Vápenná	6	3,0%
Černá Voda	3	1,5%
Stará Červená Voda	9	4,5%
Javorník	12	6,0%
Uhelná	6	3,0%
Bernartice	5	2,5%
Vlčice	3	1,5%
Bílá Voda	3	1,5%
Zlaté Hory	7	3,5%
Písečná	5	2,5%
Supíkovice	6	3,0%
Mikulovice	6	3,0%
Hradec-Nová Ves	2	1,0%
Velké Kunětice	3	1,5%
Total	200	100,0%

Tab. č. 2: Počet respondentů podle vzdálenosti nejbližší zastávky od domova

Vzdálenost nejbližší zastávky od domova		
	Frequency	Percent
Do 50 m	33	16,5%
51-150 m	43	21,5%
151-300 m	54	27,0%
Valid 301-500 m	38	19,0%
501-1000 m	22	11,0%
Více než 1000 m	10	5,0%
Total	200	100,0%

Tab. č. 3: Počet respondentů dle ekonomické aktivity

Ekonomická aktivita		
	Frequency	Percent
Student	32	16,0%
Zaměstnaný	127	63,5%
OSVČ	25	12,5%
Valid Nezaměstnaný	4	2,0%
Důchodce	7	3,5%
Jiné	5	2,5%
Total	200	100,0%

Tab. č. 4: Počet respondentů dle čistého měsíčního příjmu

Čistý měsíční příjem		
	Frequency	Percent
Do 10 000 Kč	55	27,5%
11-20 000 Kč	106	53,0%
Valid 21-30 000 Kč	31	15,5%
31 000 Kč a více	8	4,0%
Total	200	100,0%

Tab. č. 5: Faktory ovlivňující výběr druhu přepravy

\$Faktory Frequencies				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Faktory při výběru přepravy ^a	Pohodlí	113	32,6%	56,8%
	Nezávislost	86	24,8%	43,2%
	Náklady na přepravu	80	23,1%	40,2%
	Bezpečnost	25	7,2%	12,6%
	Vzdálenost zastávky	33	9,5%	16,6%
	Čas	7	2,0%	3,5%
	Ostatní	3	0,9%	1,5%
Total		347	100,0%	174,4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Tab. č. 6: Spokojenost s veřejnou dopravou

Spokojenost s veřejnou dopravou		
	Frequency	Valid Percent
Velmi spokojen	8	5,9%
Spokojen	21	15,6%
Docela spokojen	49	36,3%
Valid Neutrální	22	16,3%
Docela nespokojen	23	17,0%
Nespokojen	11	8,1%
Nejméně spokojen	1	0,7%
Total	135	100,0%

Tab. č. 7: Počet respondentů dle důvodů využívání veřejné přepravy

Důvod využívání veřejné dopravy		
	Frequency	Valid Percent
Přeprava do zaměstnání	61	45,2%
Přeprava do školy	15	11,1%
Přeprava k lékaři	6	4,4%
Přeprava za zábavou	31	23,0%
Za účelem nákupu	15	11,1%
Jiné	7	5,2%
Total	135	100,0%

Tab. č. 8: Spokojenost s hustotou silniční sítě

Hustota silniční sítě		
	Frequency	Valid Percent
Nemohu posoudit	5	2,5%
Zcela dostačující	36	18,0%
Dostačující	59	29,5%
Téměř dostačující	59	29,5%
Neutrální	28	14,0%
Téměř nedostačující	8	4,0%
Nedostačující	2	1,0%
Zcela nedostačující	3	1,5%
Total	200	100,0%

Tab. č. 9: Spokojenost s technickým stavem silnic

Technický stav silniční sítě		
	Frequency	Valid Percent
Nemohu posoudit	4	2,0%
Dostačující	11	5,5%
Téměř dostačující	29	14,5%
Neutrální	44	22,0%
Téměř nedostačující	48	24,0%
Nedostačující	38	19,0%
Zcela nedostačující	26	13,0%
Total	200	100,0%

Tab. č. 10: Spokojenost s údržbou silnic

Údržba silniční sítě		
	Frequency	Valid Percent
Nemohu posoudit	4	2,0%
Zcela dostačující	1	0,5%
Dostačující	23	11,5%
Téměř dostačující	30	15,0%
Neutrální	47	23,5%
Téměř nedostačující	52	26,0%
Nedostačující	29	14,5%
Zcela nedostačující	14	7,0%
Total	200	100,0%

Příloha č. 3 Kontingenční tabulky

Tab. č. 11: Průměrné hodnoty důležitosti faktorů dle věku respondentů

Mean

	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56-65 let	66 let a více	Total
Bezpečnost přepravy	1,98	1,73	1,50	1,52	1,25	1,00	1,67
Rychlost přepravy	2,02	1,73	1,55	1,69	1,38	2,40	1,79
Kapacita přepravy	3,42	3,20	2,95	2,83	2,50	2,00	3,07
Cena jednorázových jízdenek	2,42	2,90	2,05	2,34	2,13	1,40	2,40
Cena dlouhodobých jízdenek	2,23	2,30	1,70	1,52	1,75	,20	1,91
Četnost spojů	2,14	2,03	1,60	1,48	1,50	1,60	1,84
Přesnost spojů dle jízdního řádu	2,42	2,17	1,60	2,00	2,00	1,60	2,10
Návaznost spojů	2,02	2,20	1,85	1,93	2,25	1,80	2,02
Dostatečný počet zastávek	3,53	3,47	2,50	2,83	2,25	2,20	3,09
Vybavení a čistota vozů	2,70	2,60	2,15	2,48	2,75	2,00	2,53
Odbornost personálu	3,37	2,70	2,00	2,03	2,38	2,00	2,62
Ochota personálu	2,58	2,43	2,15	2,62	2,25	1,40	2,43
Prodejní místa jízdenek	3,95	3,47	2,55	3,10	2,63	1,40	3,28
Aktuální dopravní informace	2,51	2,27	2,00	2,69	2,75	1,60	2,40

Tab. č. 12: Průměrné hodnoty důležitosti dle čistého měsíčního příjmu

Mean

	Do 10 000 Kč	11-20 000 Kč	21-30 000 Kč	31 000 Kč a více	Total
Bezpečnost přepravy	1,73	1,66	1,67	1,00	1,67
Rychlost přepravy	1,98	1,74	1,58	1,00	1,79
Kapacita přepravy	3,38	3,03	2,17	3,00	3,07
Cena jednorázových jízdenek	2,38	2,47	2,25	1,00	2,40
Cena dlouhodobých jízdenek	2,47	1,57	2,08	1,50	1,91
Četnost spojů	2,09	1,74	1,67	1,00	1,84
Přesnost spojů dle jízdního řádu	2,40	1,95	1,83	2,50	2,10
Návaznost spojů	2,20	1,93	2,00	1,50	2,02
Dostatečný počet zastávek	3,49	2,84	3,08	3,50	3,09
Vybavení a čistota vozů	2,60	2,41	2,92	3,00	2,53
Odbornost personálu	3,22	2,25	2,67	3,00	2,62
Ochota personálu	2,56	2,32	2,58	3,00	2,43
Prodejní místa jízdenek	3,36	3,12	3,75	5,00	3,28
Aktuální dopravní informace	2,47	2,30	2,58	3,50	2,40

Tab. č. 13: Průměrné hodnoty důležitosti dle účelu přepravy

Mean

	Přeprava do zaměstnání	Přeprava do školy	Přeprava k lékaři	Přeprava za zábavou	Za účelem nákupu	Jiné	Total
Bezpečnost přepravy	1,57	1,80	1,00	1,90	1,73	1,71	1,67
Rychlost přepravy	1,62	1,40	2,17	2,00	2,00	2,43	1,79
Kapacita přepravy	3,02	2,60	2,83	3,35	3,33	2,86	3,07
Cena jednorázových jízdenek	2,15	2,00	1,33	2,84	2,67	3,86	2,40
Cena dlouhodobých jízdenek	1,87	1,87	,50	1,94	3,27	,57	1,91
Četnost spojů	1,57	1,53	1,17	2,58	2,27	1,14	1,84
Přesnost spojů dle jízdního řádu	1,77	1,80	1,33	2,71	2,53	2,57	2,10
Návaznost spojů	1,74	1,53	1,83	2,74	2,47	1,57	2,02
Dostatečný počet zastávek	2,80	2,53	1,50	4,00	3,67	2,86	3,09
Vybavení a čistota vozů	2,39	2,60	2,17	2,84	2,67	2,14	2,53
Odbornost personálu	2,31	2,73	2,00	3,19	3,07	2,14	2,62
Ochota personálu	2,52	2,07	1,50	2,42	3,00	2,00	2,43
Prodejní místa jízdenek	3,15	2,87	1,33	4,45	3,07	2,29	3,28
Aktuální dopravní informace	2,41	2,00	1,83	2,74	2,80	1,29	2,40

Tab. č. 14: Spokojenost s jednotlivými faktory dle čistého měsíčního příjmu

%

	Do 10 000 Kč	11-20 000 Kč	21-30 000 Kč	31 000 Kč a více	Total
Bezpečnost přepravy	83,3%	84,7%	87,5%	83,3%	84,5%
Rychlost přepravy	64,5%	71,3%	65,3%	75,0%	68,5%
Kapacita přepravy	68,2%	72,7%	70,8%	75,0%	71,0%
Cena jednorázových jízdenek	50,0%	65,2%	68,0%	58,3%	60,2%
Cena dlouhodobých jízdenek	68,8%	81,8%	84,7%	91,7%	77,8%
Četnost spojů	48,2%	56,0%	45,8%	50,0%	52,3%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	67,3%	69,5%	65,3%	75,0%	68,5%
Návaznost spojů	68,5%	63,2%	65,3%	75,0%	65,3%
Dostatečný počet zastávek	70,3%	68,5%	69,5%	75,0%	69,3%
Vybavení a čistota vozů	63,0%	67,8%	72,2%	66,7%	66,5%
Odbornost personálu	71,8%	71,5%	72,2%	58,3%	71,5%
Ochota personálu	68,5%	67,5%	76,3%	58,3%	68,5%
Prodejní místa jízdenek	81,8%	75,5%	79,2%	75,0%	77,8%
Aktuální dopravní informace	75,2%	73,2%	80,5%	75,0%	74,5%

Tab. č. 15: Spokojenost s jednotlivými faktory dle účelu přepravy

%

	Přeprava do zaměstnání	Přeprava do školy	Přeprava k lékaři	Přeprava za zábavou	Za účelem nákupu	Jiné	Total
Bezpečnost přepravy	85,2%	82,2%	97,2%	81,2%	84,4%	85,7%	84,4%
Rychlost přepravy	70,5%	56,7%	80,6%	65,6%	75,6%	64,3%	68,5%
Kapacita přepravy	69,1%	78,9%	83,3%	68,8%	65,6%	81,0%	71,0%
Cena jednorázových jízdenek	60,1%	56,7%	58,3%	58,1%	66,7%	66,7%	60,2%
Cena dlouhodobých jízdenek	71,0%	71,1%	111,1%	83,9%	68,9%	0,0%	77,9%
Četnost spojů	50,8%	43,3%	69,4%	50,0%	68,9%	45,2%	52,3%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	63,9%	71,1%	88,9%	69,9%	71,1%	73,8%	68,5%
Návaznost spojů	60,4%	56,7%	86,1%	70,4%	75,6%	64,3%	65,3%
Dostatečný počet zastávek	65,3%	67,8%	86,1%	72,0%	71,1%	76,2%	69,3%
Vybavení a čistota vozů	65,0%	62,2%	72,2%	67,7%	67,8%	76,2%	66,5%
Odbornost personálu	69,7%	70,0%	77,8%	72,6%	70,0%	83,3%	71,5%
Ochota personálu	67,5%	66,7%	91,7%	64,5%	67,8%	81,0%	68,5%
Prodejní místa jízdenek	71,9%	78,9%	100,0%	83,3%	77,8%	85,7%	77,9%
Aktuální dopravní informace	70,2%	66,7%	88,9%	80,1%	73,3%	95,2%	74,6%

Tab. č. 16: Spokojenost dle frekvence přepravy

%

	Každý den	4-5x za týden	1-3x za týden	1-3x za měsíc	Méně často
Bezpečnost přepravy	85,2%	87,0%	83,9%	82,6%	85,5%
Rychlost přepravy	74,1%	72,5%	67,3%	65,5%	67,4%
Kapacita přepravy	74,1%	68,1%	74,4%	68,2%	72,5%
Cena jednorázových jízdenek	63,0%	61,6%	59,5%	61,2%	55,8%
Cena dlouhodobých jízdenek	75,0%	68,8%	69,1%	81,8%	92,8%
Četnost spojů	57,4%	54,4%	51,2%	50,8%	50,7%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	69,5%	72,5%	66,7%	66,7%	69,6%
Návaznost spojů	64,8%	60,9%	67,3%	65,1%	68,1%
Dostatečný počet zastávek	68,5%	68,8%	73,2%	64,3%	74,6%
Vybavení a čistota vozů	68,5%	69,6%	63,7%	65,9%	66,7%
Odbornost personálu	73,2%	77,5%	69,1%	65,1%	79,0%
Ochota personálu	71,3%	73,2%	69,1%	64,7%	68,1%
Prodejní místa jízdenek	72,2%	76,8%	78,6%	75,2%	87,7%
Aktuální dopravní informace	71,3%	75,4%	69,1%	73,7%	84,8%

Tab. č. 17: Spokojenost dle mikroregionů

%

	Jesenický mikroregion	Žulovský mikroregion	Javornický mikroregion	Zlatohorský mikroregion
Bezpečnost přepravy	85,1%	89,1%	80,2%	79,0%
Rychlost přepravy	64,6%	70,9%	63,2%	70,0%
Kapacita přepravy	67,8%	76,5%	64,9%	67,3%
Cena jednorázových jízdenek	59,9%	68,5%	58,3%	60,6%
Cena dlouhodobých jízdenek	77,9%	85,9%	65,6%	68,9%
Četnost spojů	50,4%	54,8%	50,8%	46,6%
Přesnost spojů dle jízdního řádu	66,6%	67,2%	65,1%	63,7%
Návaznost spojů	67,8%	62,6%	65,9%	61,3%
Dostatečný počet zastávek	70,7%	68,5%	68,8%	64,8%
Vybavení a čistota vozů	64,9%	69,2%	62,7%	59,8%
Odbornost personálu	75,3%	73,1%	65,8%	71,0%
Ochota personálu	66,8%	75,3%	68,1%	67,6%
Prodejní místa jízdenek	79,2%	78,8%	76,2%	68,7%
Aktuální dopravní informace	75,2%	81,1%	69,3%	67,7%

Příloha č. 4 Chí – kvadrát test

Tabulka č. 18: Závislosti dopravního prostředku kolo na pohlaví

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,041 ^a	5	,001
Likelihood Ratio	24,299	5	,000
Linear-by-Linear Association	10,356	1	,001
N of Valid Cases	200		

a. 2 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,96.

Tab. č. 19: Závislosti dopravního prostředku motorka/skútr na pohlaví

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,359 ^a	5	,004
Likelihood Ratio	19,502	5	,002
Linear-by-Linear Association	8,418	1	,004
N of Valid Cases	200		

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,96.

Tab. č. 20: Závislost dopravního prostředku auto na pohlaví

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,126 ^a	4	,038
Likelihood Ratio	11,065	4	,026
Linear-by-Linear Association	,225	1	,635
N of Valid Cases	200		

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,96.

Tab. č. 21: Závislost dopravního prostředku autobusu na pohlaví

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,767 ^a	5	,026
Likelihood Ratio	13,869	5	,016
Linear-by-Linear Association	1,443	1	,230
N of Valid Cases	200		

a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,96.

Tab.č. 22: Závislost dopravního prostředku vlaku na pohlaví

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,746 ^a	5	,012
Likelihood Ratio	16,160	5	,006
Linear-by-Linear Association	,557	1	,456
N of Valid Cases	200		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,44.

Příloha č. 5 Korelace

Tab. č. 23: Důležitost jednotlivých faktorů

Correlations

Sig. (2-tailed)

	Bezpečnost přepravy	Rychlost přepravy	Kapacita přepravy	Cena jednorázových jízdének	Cena dlouhodobých jízdének	Četnost spojů	Přesnost spojů dle jízdního řádu	Návaznost spojů	Dostatečný počet zastávek	Vybavení a čistota vozů	Odbornost personálu	Ochota personálu	Prodejní místa jízdének	Aktuální dopravní informace
Bezpečnost přepravy		.003	.282	.299	.513	.796	.859	.999	.494	.000	.000	.010	.042	.499
Rychlost přepravy	.003		.274	.068	.181	.206	.571	.048	.350	.682	.695	.792	.967	.280
Kapacita přepravy	.282	.274		.024	.003	.095	.002	.645	.000	.024	.000	.169	.001	.679
Cena jednorázových jízdének	.299	.068	.024		.000	.000	.000	.000	.432	.196	.947	.832	.635	.635
Cena dlouhodobých jízdének	.513	.181	.003	.000		.000	.008	.001	.003	.565	.022	.183	.052	.074
Četnost spojů	.796	.206	.095	.000	.000		.000	.000	.003	.467	.094	.597	.070	.124
Přesnost spojů dle jízdního řádu	.859	.571	.002	.000	.008	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
Návaznost spojů	.999	.048	.645	.000	.001	.000	.000		.000	.013	.001	.002	.020	.000
Dostatečný počet zastávek	.494	.350	.000	.000	.003	.003	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.018
Vybavení a čistota vozů	.000	.682	.024	.432	.565	.467	.000	.013	.000		.000	.000	.000	.000
Odbornost personálu	.000	.695	.000	.196	.022	.094	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
Ochota personálu	.010	.792	.169	.947	.832	.597	.001	.002	.001	.000	.000		.000	.000
Prodejní místa jízdének	.042	.967	.001	.832	.052	.070	.000	.020	.000	.000	.000	.000		.000
Aktuální dopravní informace	.499	.280	.679	.635	.074	.124	.000	.000	.018	.000	.000	.000	.000	

Correlations

Pearson Correlation

	Bezpečnost přepravy	Rychlost přepravy	Kapacita přepravy	Cena jednorázových jízdének	Cena dlouhodobých jízdének	Četnost spojů	Přesnost spojů dle jízdního řádu	Návaznost spojů	Dostatečný počet zastávek	Vybavení a čistota vozů	Odbornost personálu	Ochota personálu	Prodejní místa jízdének	Aktuální dopravní informace
Bezpečnost přepravy	1	.257**	.093	-.090	-.057	-.023	-.015	.000	.059	.352**	.296**	.221**	.176*	.059
Rychlost přepravy	.257**	1	.095	.157	.116	.110	.049	.170*	.081	.036	.034	.023	-.004	.094
Kapacita přepravy	.093	.095	1	.194*	.253**	.144	.258**	.040	.465**	.194*	.299**	.119	.289**	.036
Cena jednorázových jízdének	-.090	.157	.194*	1	.460**	.460**	.421**	.296**	.308**	-.068	.112	-.006	.018	.041
Cena dlouhodobých jízdének	-.057	.116	.253**	.460**	1	.493**	.229**	.294**	.255**	.050	.197*	.115	.168	.154
Četnost spojů	-.023	.110	.144	.460**	.493**	1	.349**	.371**	.251**	.063	.145	.046	.156	.133
Přesnost spojů dle jízdního řádu	-.015	.049	.258**	.421**	.229**	.349**	1	.539**	.464**	.312**	.491**	.285**	.336**	.319**
Návaznost spojů	.000	.170*	.040	.296**	.294**	.371**	.539**	1	.319**	.214*	.291**	.266**	.200*	.340**
Dostatečný počet zastávek	.059	.081	.465**	.308**	.255**	.251**	.464**	.319**	1	.337**	.453**	.284**	.487**	.203*
Vybavení a čistota vozů	.352**	.036	.194*	-.068	.050	.063	.312**	.214*	.337**	1	.546**	.467**	.454**	.341**
Odbornost personálu	.296**	.034	.299**	.112	.197*	.145	.491**	.291**	.453**	.546**	1	.700**	.491**	.324**
Ochota personálu	.221**	.023	.119	-.006	.115	.046	.285**	.266**	.284**	.467**	.700**	1	.478**	.439**
Prodejní místa jízdének	.176*	-.004	.289**	.018	.168	.156	.336**	.200*	.487**	.454**	.491**	.478**	1	.459**
Aktuální dopravní informace	.059	.094	.036	.041	.154	.133	.319**	.340**	.203*	.341**	.324**	.439**	.459**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tab. č. 24: Spokojenost s jednotlivými faktory

Correlations

Sig. (2-tailed)

	Bezpečnost přepravy	Rychlost přepravy	Kapacita přepravy	Cena jednorázových jízdének	Cena dlouhodobých jízdének	Četnost spojů	Přesnost spojů dle jízdního řádu	Návaznost spojů	Dostatečný počet zastávek	Vybavení a čistota vozů	Odbornost personálu	Ochota personálu	Prodejní místa jízdének	Aktuální dopravní informace
Bezpečnost přepravy		,000	,000	,025	,004	,010	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Rychlost přepravy	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,011	,000
Kapacita přepravy	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
Cena jednorázových jízdének	,025	,000	,000		,000	,001	,000	,088	,011	,000	,003	,033	,272	,001
Cena dlouhodobých jízdének	,004	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,004	,000	,000
Četnost spojů	,010	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Přesnost spojů dle jízdního řádu	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002
Návaznost spojů	,001	,000	,000	,088	,001	,000	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000
Dostatečný počet zastávek	,000	,000	,000	,011	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,000	,000
Vybavení a čistota vozů	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,001	,000
Odbornost personálu	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
Ochota personálu	,000	,000	,001	,033	,004	,000	,000	,001	,001	,000	,000		,000	,000
Prodejní místa jízdének	,000	,011	,000	,272	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000
Aktuální dopravní informace	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

Correlations

Pearson Correlation

	Bezpečnost přepravy	Rychlost přepravy	Kapacita přepravy	Cena jednorázových jízdének	Cena dlouhodobých jízdének	Četnost spojů	Přesnost spojů dle jízdního řádu	Návaznost spojů	Dostatečný počet zastávek	Vybavení a čistota vozů	Odbornost personálu	Ochota personálu	Prodejní místa jízdének	Aktuální dopravní informace
Bezpečnost přepravy	1	,470**	,364**	,192*	,244**	,222**	,330**	,278**	,312**	,327**	,495**	,365**	,360**	,394**
Rychlost přepravy	,470**	1	,425**	,347**	,306**	,469**	,415**	,435**	,327**	,490**	,336**	,308**	,219*	,386**
Kapacita přepravy	,364**	,425**	1	,478**	,445**	,357**	,459**	,365**	,407**	,456**	,356**	,285**	,319**	,416**
Cena jednorázových jízdének	,192*	,347**	,478**	1	,585**	,294**	,359**	,147	,217*	,329**	,256**	,183*	,095	,282**
Cena dlouhodobých jízdének	,244**	,306**	,445**	,585**	1	,363**	,454**	,276**	,319**	,306**	,336**	,248**	,349**	,431**
Četnost spojů	,222**	,469**	,357**	,294**	,363**	1	,529**	,545**	,402**	,390**	,336**	,383**	,321**	,324**
Přesnost spojů dle jízdního řádu	,330**	,415**	,459**	,359**	,454**	,529**	1	,544**	,468**	,372**	,458**	,307**	,415**	,269**
Návaznost spojů	,278**	,435**	,365**	,147	,276**	,545**	,544**	1	,653**	,362**	,394**	,290**	,402**	,375**
Dostatečný počet zastávek	,312**	,327**	,407**	,217*	,319**	,402**	,468**	,653**	1	,412**	,382**	,293**	,333**	,401**
Vybavení a čistota vozů	,327**	,490**	,456**	,329**	,306**	,390**	,372**	,362**	,412**	1	,415**	,329**	,285**	,519**
Odbornost personálu	,495**	,336**	,356**	,256**	,336**	,336**	,458**	,394**	,382**	,415**	1	,444**	,400**	,483**
Ochota personálu	,365**	,308**	,285**	,183*	,248**	,383**	,307**	,290**	,293**	,329**	,444**	1	,325**	,374**
Prodejní místa jízdének	,360**	,219*	,319**	,095	,349**	,321**	,415**	,402**	,333**	,285**	,400**	,325**	1	,530**
Aktuální dopravní informace	,394**	,386**	,416**	,282**	,431**	,324**	,269**	,375**	,401**	,519**	,483**	,374**	,530**	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

