

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Diplomová práce

**Oligopolní konkurence v osobní železniční dopravě
na území České republiky**

Bc. Jiří Rafaj

© 2020 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Jiří Rafaj

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Oligopolní konkurence v osobní železniční dopravě na území České republiky

Název anglicky

Oligopolistic competition of the rail passenger transport market in The Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem práce je popsat současnou oligopolní konkurenci na trhu osobní železniční dopravy v České republice a její vývoj od monopolu.

V teoretické části je dílčím cílem popsat problematiku nedokonalé konkurence a definovat základní pojmy s ní související.

Praktická část práce bude mít za cíl popsat vývoj tržní situace na trhu osobní železniční dopravy v ČR od monopolu přes duopol až k současnému oligopolu, srovnání tří největších železničních dopravců v oblasti osobní železniční

přepravy v ČR (České dráhy, RegioJet a Leo Express) a zjištění preferencí uživatelů osobní železniční dopravy prostřednictvím vlastního dotazníkového šetření.

Metodika

Pro dosažení stanovených cílů diplomové práce bude v teoretické části práce využito deskriptivní metody k popisu a uspořádání dostupných informací o problematice nedokonalé konkurence z odborných publikací i elektronických zdrojů.

V praktické části práce bude využito historické metody ke studiu dokumentů dostupných ze Správy železniční dopravní cesty, Ministerstva dopravy a Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Kromě toho bude v práci využito i metody komparace, a to k porovnání dat souvisejících se službami jednotlivých železničních dopravců.

Poslední metodou praktické části bude standardizované dotazníkové šetření, jehož výsledky budou analyzovány a převedeny do grafické a tabulkové podoby. V rámci analýzy výsledků vlastního výzkumu budou stanoveny hypotézy, které budou testovány přes program IBM SPSS Statistics 24, pomocí Pearsonova χ^2 -testu.

Doporučený rozsah práce

60 – 80

Klíčová slova

monopol, duopol, oligopol, nedokonalá konkurence, železniční doprava, Česká republika, Správa Železniční dopravní cesty, ochrana hospodářské soutěže, České dráhy

Doporučené zdroje informací

BRČÁK, J. – SVOBODA, R. – SEKERKA, B. *Mikroekonomie : teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-453-4.

HOLMAN, R. *Mikroekonomie : středně pokročilý kurz*. V Praze: C.H. Beck, 2018. ISBN 978-80-7400-397-4.

MACÁKOVÁ, L. – SOUKUPOVÁ, J. – HOŘEJŠÍ, B. – SOUKUP, J. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. ISBN 978-80-7261-538-4.

MUSIL, P. *Mikroekonomie : středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. ISBN 978-80-7380-207-3.

SOUKUP, J. *Mikroekonomická analýza : [vybrané kapitoly]*. [Slaný]: Melandrium, 2003. ISBN 80-86175-30-8.

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 11. 6. 2019

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 14. 10. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 08. 03. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci " Oligopolní konkurence v osobní železniční dopravě na území České republiky" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29.3.2020

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval doc. PhDr. Ing. Lucii Severové, Ph.D. za její vstřícný přístup, poskytnutí cenných rad, připomínek a námětů při tvorbě mé diplomové práce.

Oligopolní konkurence v osobní železniční dopravě na území České republiky

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou konkurence v osobní železniční dopravě na území České republiky. Sleduje vývoj konkurenčního prostředí mezi železničními dopravci v oblasti osobní přepravy v České republice od monopolního postavení Českých drah až po současný oligopolní stav, v němž dochází k otevření trhu pro další přepravce, a to především na lince Praha-Ostrava. Kromě identifikace konkurenčních výhod jednotlivých dopravců, kteří na této trase působí, se práce zaměřuje i na predikci dalšího vývoje v oblasti osobní železniční dopravy v ČR po roce 2020. Součástí práce je také vlastní dotazníkové šetření zaměřené na preference cestujících na lince Praha-Ostrava při výběru železničního dopravce.

V teoretické části práce jsou definovány základní pojmy související s problematikou konkurence jako například jednotlivé druhy a modely konkurence nebo institut Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Praktická část se věnuje charakteristice železniční dopravy, historickému vývoji železniční dopravy na českém území a především vývoji konkurenčního prostředí v osobní železniční dopravě v České republice. Analyzuje současnou situaci na trhu osobní železniční dopravy včetně identifikace hlavních bariér pro vstup na trh a srovnává konkurenty z řad železničních dopravců působících na jedné z nejvytíženějších linek mezi Prahou a Ostravou. Zároveň predikuje další vývoj v oblasti osobní železniční dopravy v České republice a analyzuje výsledky vlastního dotazníkového šetření.

Klíčová slova: konkurence, vývoj konkurence, dokonalá konkurence, nedokonalá konkurence, monopol, duopol, oligopol, železniční doprava, železniční dopravci, Česká republika, železniční koridor Praha-Ostrava, otevření trhu dopravcům

Oligopolistic competition of the rail passenger transport market in the Czech Republic

Abstract

The diploma thesis deals with competition in passenger rail transport in the Czech Republic. It is focused on the evolution of competition among passenger railway companies in the Czech Republic starting from the monopolistic situation of České dráhy to current oligopolistic situation connected to liberalisation of railway transport, ongoing especially on railway between Prague and Ostrava. It is also focused on significant competition advantages characteristic for each of main passenger railway companies which are available on this railway line and on prediction relevant to passenger rail transport competition after 2020. The thesis also includes a survey of preferences in passenger railway companies among passengers travelling on Praha-Ostrava railway line.

The theoretical part explains the most important concepts related to the problematics of competition, such as competition types and models or The Office for the Protection of Competition.

Practical part is exploring the situation in passenger rail transport from the historical and also the current perspective with focus on evolution of the liberalisation of passenger railway transport. It is analysing the current situation on that market, including the main barrier. It also compares the main passenger railway companies on one of the most using railway between Prague and Ostrava. Moreover, the further possible evolution on the railway market in the Czech Republic is mentioned, as well as the results of survey taken among passengers.

Keywords: competition, evolution of competition, perfect competition, imperfect competition, monopoly, duopoly, oligopoly, railway transport, railway transport companies, Czech Republic, railway from Prague to Ostrava, railway liberalisation

Obsah

1 Úvod.....	13
2 Cíl práce a metodika	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodika	14
3 Teoretická východiska	16
3.1 Konkurence	16
3.1.1 Dokonalá konkurence	18
3.1.2 Nedokonalá konkurence	19
3.1.2.1 Monopol.....	20
3.1.2.2 Oligopol	26
3.1.2.3 Duopol	30
3.1.3 Monopolistická konkurence	35
3.2 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.....	37
3.2.1 Vývoj podniků v oblasti hospodářské soutěže mezi lety 2014-2018.....	39
4 Vlastní práce	41
4.1 Charakteristika železniční dopravy	41
4.2 Historický vývoj železniční přepravy na českém území.....	42
4.2.1 Vývoj konkurenčního prostředí v osobní železniční dopravě v ČR.....	44
4.3 Současná situace na trhu osobní železniční přepravy na území ČR	47
4.3.1 Bariéry vstupu na trh osobní železniční přepravy	48
4.3.2 Konkurenční boj mezi přepravci v oblasti osobní železniční dopravy na lince Praha - Ostrava	49
4.4 Charakteristika nejvýznamnějších přepravců osobní železniční dopravy v ČR.....	50
4.4.1 České dráhy, a.s.	50
4.4.2 RegioJet a.s.	51
4.4.3 LEO Express Global a.s.	52
4.4.4 GW Train Regio a.s.	52
4.5 Porovnání nejvýznamnějších přepravců osobní železniční dopravy v ČR dle působení na trase Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží.....	53
4.5.1 Informace spojené s jízdním řádem	53
4.5.2 Cena a rezervace jízdenek.....	56
4.5.3 Nákup, storno a kompenzace jízdenek	58

4.5.4	Věrnostní program	60
4.5.5	Služby poskytované cestujícím ve vlaku	601
4.5.6	Shrnutí porovnání všech tří dopravců	602
4.6	Predikce vývoje v oblasti osobní železniční dopravy v České republice po roce 2020	65
4.7	Dotazníkové šetření zaměřené na preference cestujících v osobní železniční dopravě na lince mezi Prahou a Ostravou	66
4.7.1	Pilotní studie dotazníku.....	68
4.7.2	Hypotézy k dotazníkovému šetření.....	69
4.7.3	Výsledky dotazníkového šetření	79
5	Zhodnocení a doporučení	88
5.1	Zhodnocení.....	88
5.2	Doporučení	89
6	Závěr.....	90
7	Seznam použitých zdrojů.....	93
7.1	Seznam literárních zdrojů.....	93
7.2	Seznam internetových zdrojů	94
8	Přílohy	97

Seznam grafů

Graf 1 - Maximalizace zisku monopolu.....	22
Graf 2 - Ztráta z mrtvé váhy v podmínkách monopolu	23
Graf 3 - Optimální výstupy jednotlivých firem smluvního oligopolu.....	27
Graf 4 - Vznik rovnováhy na trhu oligopolu s dominantní firmou.....	29
Graf 5 - Cournotova rovnováha pomocí reakčních křivek.....	32
Graf 6 - Nastolení rovnováhy v Cournotově modelu pomocí reakčních křivek.....	32
Graf 7 - Monopolistická konkurence v KO.....	36
Graf 8 - Organizační struktura Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.....	39
Graf 9 - Důvody pro využívání železniční dopravy na trase mezi Prahou a Ostravou.....	80
Graf 10 - Nejčastější důvody cest na této trase.....	80
Graf 11 - Frekvence cestování vlakem na této trase.....	81
Graf 12 - Nejčastěji využívaný železniční dopravce.....	82
Graf 13 - Využívají cestující na této trase vždy tohoto dopravce?.....	82
Graf 14 - Seřazení dopravců dle preference.....	83
Graf 15 - Hlavní kritéria výběru dopravce.....	83
Graf 16 - Služby poskytované ve vlaku během jízdy.....	85
Graf 17 - Hodnocení jednotlivých dopravců dle služeb.....	86
Graf 18 - Uvítání konkurenčního prostředí i na jiných tratích v ČR.....	87
Graf 19 - Přínosy, které by mohlo mít otevření ostatních tratí více dopravcům.....	87

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 - Druhy tržního uspořádání nedokonalé konkurence.....	20
Tabulka č. 2 - Přehled modelů duopolů.....	30
Tabulka č. 3 - Podněty v oblasti hospodářské soutěže mezi lety 2014-2018.....	39
Tabulka č. 4 - Vývoj podílu dopravců na výkonech osobní železniční dopravy v letech 2010-2019.....	47
Tabulka č. 5 - Přehled zásadních informací z jízdních řádů jednotlivých dopravců.....	54
Tabulka č. 6 - Přehled mezizastávek jednotlivých vlaků mezi stanicemi Praha, hl. nádraží a Ostrava, hl. nádraží.....	55
Tabulka č. 7 - Cena jízdenky ze stanice Praha, hl. nádraží do stanice Ostrava, hl. nádraží pro dospělou osobu.....	56
Tabulka č. 8 - Porovnání cen nejlevnějších a nejdražších jízdenek.....	57
Tabulka č. 9 - Přehled možností nákupu jízdenek u jednotlivých dopravců.....	58
Tabulka č. 10 - Přehled podmínek pro storno jízdenek u jednotlivých dopravců.....	59

Tabulka č. 11 - Přehled podmínek pro kompenzaci ceny jízdenky při zpoždění.....	59
Tabulka č. 12 - Porovnání věrnostních programů dopravců.....	60
Tabulka č. 13 - Přehled služeb poskytovaných dopravci ve vlacích během cesty.....	61
Tabulka č. 14 - Přehled základních demografických charakteristik respondentů.....	68
Tabulka č. 15 - Přehled základních socioekonomických charakteristik respondentů.....	68
Tabulka č. 16 - Věk cestujících/nejčastěji využívaný železniční dopravce.....	71
Tabulka č. 17 - Vyhodnocení H_1	72
Tabulka č. 18 - Síla statistické závislosti u H_1	72
Tabulka č. 19 - Výše příjmu cestujících/nejčastěji využívaný železniční dopravce.....	73
Tabulka č. 20 - Vyhodnocení H_2	74
Tabulka č. 21 - Využití dalšího navazujícího spoje/nejčastěji využívaný dopravce.....	75
Tabulka č. 22 - Vyhodnocení H_3	75
Tabulka č. 23 - Síla statistické závislosti u H_3	75
Tabulka č. 24 - Vzdálenost cesty/nejčastěji využívaný dopravce	76
Tabulka č. 25 - Vyhodnocení H_4	77
Tabulka č. 26 - Hlavní kritérium výběru dopravce/nejčastěji využívaný dopravce.....	78
Tabulka č. 27 - Vyhodnocení H_5	78
Tabulka č. 28 - Síla statistické závislosti u H_5	79

1 Úvod

Vlivem rostoucí koncentrace v oblasti distribuce zboží (či služeb) a zároveň období relativního ekonomického blahobytu většiny produktivního obyvatelstva se na současný trh dostává stále více poskytovatelů, kteří se snaží prodat své zboží/služby. Jejich cíl se však postupem času stává mnohem komplikovanější, než tomu tak bylo například na počátku a v průběhu 20. století (především v éře socialismu).

Dříve byli spotřebitelé zvyklí jen na velmi malou rozmanitost nabídky zboží, neboť bylo takřka nemožné koupit dětem jinou teplákovou soupravu než tu, ve které si venku na hřišti hrála půlka sídliště. Lidé museli respektovat fakt, že si zboží nevybírají na základě svých preferencí, ale především na základě dostupnosti.

Dnes je však situace naprosto odlišná. Díky liberalizaci trhu, globalizaci, rostoucímu HDP jednotlivých zemí, online nakupování a dalším aspektům jsou to především zákazníci, kdo určuje, co je a není zajímavé. Firmy tak při výrobě a prodeji svých produktů a služeb musí stále častěji uvažovat nejen o potřebách zákazníků, ale ve snaze odlišit se od svých konkurentů a maximalizovat tím svůj zisk, apelují i na jejich morální/sociální cítění ve spojení s ohleduplností (například eco/bio/vegan produkty), touhu po inovaci a technologickém pokroku (například trh s elektronikou, kde se minimálně jednou za rok objevuje novější řada dané značky mobilního telefonu nebo notebooku) či dostupnost (zprostředkovanou nejen non stop prodejem, ale i rozvozem zboží přímo domů) apod.

Pojem konkurence se v 21. století stal tak samozřejmým, že si málokdo uvědomuje jeho původní ekonomickou podstatu. Je využíván ve spojení se soky v lásce, v nalezení pracovního uplatnění, ve sportu apod. Děti jsou vychovávány v přesvědčení, že konkurence je zdravá a prospívá jejich vývoji, neboť je žene neustále kupředu. Co ale konkurence znamená z ekonomického hlediska, pro laickou veřejnost není tak atraktivní.

Tato diplomová práce se zabývá problematikou konkurence jak z teoretického hlediska vysvětlením různých pojmů souvisejících s její dokonalou i nedokonalou formou, tak i z praktického hlediska – a to především v kontextu vývoje osobní železniční přepravy v České republice od monopolu až k současnému oligopolnímu stavu pozvolného otevírání trhu pro nové dopravce. Součástí práce je i porovnání jednotlivých dopravců působících na českém trhu osobní železniční přepravy dle jejich základních charakteristik i dle preferencí zákazníků.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je analýza vývoje konkurenčního postavení železničních přepraveců v oblasti osobní železniční přepravy v České republice od historického monopolního postavení Českých drah až po současný oligopolní stav na základě dostupných teoretických i praktických poznatků o této problematice.

Dílčím cílem práce je porovnání jednotlivých dopravců osobní železniční dopravy působících na jedné z nejvytíženějších tratí mezi Prahou a Ostravou, a to na základě jejich zásadních charakteristik i dalších kritérií spojených například s cenou jízdenek, jízdním řádem nebo úrovní a rozsahem poskytovaných služeb během jízdy, aby byly zřejmé jejich konkurenční výhody i nevýhody.

Dalším dílčím cílem práce je na základě vlastního dotazníkového šetření realizovaného mezi cestujícími na železniční trati mezi Prahou a Ostravou identifikovat hlavní kritéria vedoucí k výběru konkrétního přepravce.

V neposlední řadě je dílčím cílem práce predikovat další možný vývoj liberalizace českého trhu osobní železniční dopravy po roce 2020.

Cílem teoretické práce tedy bude především přiblížit problematiku konkurence a definovat pojmy s ní související – např. jaký je rozdíl mezi konkurencí na straně nabídky nebo poptávky, co to je dokonalá konkurence a jak se odlišuje od té nedokonalé, co představuje monopol, duopol či oligopol, nebo čím se zabývá Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

Praktická část práce bude s využitím dostupných dokumentů i výsledků vlastního dotazníkového šetření zaměřena nejen na vývoj osobní železniční dopravy v České republice, ale i na charakteristiku jednotlivých dopravců fungujících na lince Praha-Ostrava a preference jejich zákazníků.

2.2 Metodika

V teoretické části diplomové práce bude k naplnění stanovených cílů využita především **deskriptivní metoda**, prostřednictvím které dojde k popisu a uspořádání dostupných informací o problematice konkurence. Vzhledem k různým typům zdrojů se bude jednat

jak o odborné publikace, tak i o elektronické zdroje uvedené na konci diplomové práce v seznamu použité literatury.

V praktické části práce bude využito **historické metody** ke studiu dokumentů relevantních k historickému vývoji osobní železniční dopravy v České republice a zároveň i **komparativní metody**, a to k porovnání charakteristik a konkurenčních výhod/nevýhod jednotlivých dopravců působících na lince Praha-Ostrava.

Poslední metodou praktické části bude **vlastní výzkum realizovaný formou standardizovaného dotazníkového šetření**, k jehož vyplnění bylo osloveno 256 respondentů. Výsledky dotazníkového šetření budou analyzovány a převedeny do grafické a tabulkové podoby. V rámci analýzy výsledků vlastního výzkumu bude stanoveno i 5 hypotéz týkajících se preferencí cestujících v oblasti osobní železniční dopravy a kritérií vedoucích k volbě konkrétního dopravce z jejich strany. Tyto hypotézy budou testovány přes program IBM SPSS Statistics 24, pomocí Pearsonova χ^2 -testu.

3 Teoretická východiska

3.1 Konkurence

Konkurenci (původně z latinského *concurrere*) můžeme v obecném slova smyslu chápat jako soutěžení, soupeření či rivalitu.

Vzhledem k tomu, že se jedná o pojem s velmi širokým záběrem, neboť na něj můžeme nahlížet například z ekonomického, politického, antropologického (evolučního), kulturního, etického či sociálního hlediska, je vždy potřeba definovat i kontext, v němž o konkurenci uvažujeme.

V mikroekonomickém kontextu můžeme konkurenci definovat jako proces střetu zájmů jednotlivých subjektů tržního systému, kteří mezi sebou soupeří ve snaze dosáhnout určitého cíle - v podmínkách teorie firmy zpravidla o maximalizaci zisku.

Protože konkurence znamená střetávání nabídky a poptávky dvou a více subjektů, může existovat jen v prostředí tržního hospodářství.

I když se většinou lidem při pojmu konkurence vybaví především rivalita mezi prodejci (firmami nabízející stejný nebo velmi podobný druh zboží anebo služeb), je potřeba zmínit, že o konkurenci hovoříme i v kontextu rivality mezi kupujícími, kteří mají zájem o koupi stejných či velmi podobných produktů a služeb.¹ Podle toho, kde se tento přebytek při budování rovnováhy vyskytuje (jestli u výrobců/distributorů nebo u zákazníků/spotřebitelů), je možné konkurenci rozdělit na několik druhů dle chování účastníků trhu na **konkurenci mezi nabídkou a poptávkou**, **konkurenci na straně poptávky** nebo na **konkurenci na straně nabídky**.²

Konkurence mezi nabídkou a poptávkou

Konkurence mezi nabídkou a poptávkou (neboli konkurence napříč trhem) vyjadřuje snahu o maximalizaci zisku všech účastníků trhu – výrobci se snaží o co nejvyšší zisk prostřednictvím prodaného množství výrobků a jejich ceny, zatímco zákazníci vyhledávají

¹ MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada, 2005. s 65-66.

² BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 168

takové produkty či služby, které uspokojí jejich představu nejvýhodnější ceny. Střetáváním nabídky a poptávky na trhu mezi nimi dochází k postupné rovnováze.³

Konkurence na straně poptávky

Poptávková konkurence naopak symbolizuje střet zájmů spotřebitelů vstupujících na trh, jejichž cílem je maximalizace užitku uspokojením svých potřeb – nákup za co nejvýhodnější cenu. Intenzita tohoto druhu konkurence roste v případě nedostatku zboží či služeb na trhu, kdy výrobci tlačí cenu nahoru.⁴

Konkurence na straně nabídky

Konkurence na straně nabídky (nabídková konkurence) nastává v případě, kdy je nabídka výrobků ze strany firem vyšší než jejich poptávka ze stran zákazníků.⁵

Cílem všech výrobců je prodat co největší množství produktů za nejvýhodnějších podmínek (tedy za takovou cenu a při takových nákladech, kdy mohou realizovat maximální zisk) a zároveň oslabit pozici na trhu svých konkurentů.

V podmínkách konkurence na straně nabídky uvažujeme o cenové a necenové konkurenci, případně jejich kombinaci. **Cenová konkurence**, která spočívá ve zvyšování množství prodaného produktu a tím spojených příjmů skrze snižování vlastních cen, je nejvýhodnější pro spotřebitele/zákazníka, který díky tomu nakupuje za nejnižší ceny. Naopak až likvidační důsledky může mít pro menší podniky, které nejsou schopny nižším cenám konkurovat. **Necenová konkurence** je naopak založena na získávání nových a udržení stávajících zákazníků prostřednictvím jiných nástrojů a metod, než je cena (například kvalita výrobku a jeho technologická úroveň, provozní spolehlivost, reklama, design, věrnostní programy, doplňkové služby apod.). Díky tomu může dojít z pohledu výrobce ke zvýšení poptávky po výrobku bez nutnosti snižování cen – naopak může docházet i k vyšší prodejní ceně.⁶

³ HŘEBÍK, František. *Obecná ekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 95-96

⁴ MACÁKOVÁ Libuše. *Mikroekonomie základní kurs*. Slaný: Melandrium, 2003. s. 40

⁵ HŘEBÍK, František. *Obecná ekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 95-96

⁶ MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada, 2005. s. 67

Nabídkovou konkurenci můžeme dále dělit na **dokonalou** a **nedokonalou** podle toho, jestli existuje nebo neexistuje možnost ovlivnění tržní ceny statku a služeb.⁷

3.1.1 Dokonalá konkurence

Dokonalá konkurence představuje trh, v němž si velký počet spotřebitelů může koupit relativně stejné (homogenní) zboží u mnoha různých výrobců, kteří na něj mohou volně vstupovat i z něj odcházet (tedy otevírat nové obchody i zavírat obchody stávající).⁸

Ani jeden z účastníků dokonalého trhu však není schopen ovlivnit tržní cenu výrobků/služeb – prodejci i zákazníci jsou jen příjemci ceny, a proto bývá tento model často označován jako „price taker“. ⁹ Cena statků na dokonalě konkurenčním trhu je dána jen tržní silou, tedy nabídkou a poptávkou.

I přesto, že se jedná v rámci teorie firmy o jeden z nejstarších a nejpropracovanějších modelů tržních struktur, v reálném světě neexistuje moc trhů, které bychom mohli za dokonalé konkurenční považovat.¹⁰ Historicky bývá k tomuto modelu nejvíce připodobňováno období tzv. kapitalismu volné soutěže (od průmyslové revoluce do zhruba 70. let 19. století), které splňuje prvky homogenní struktury.¹¹ V současné době jsou tomuto modelu blízké trhy zemědělské produkce, trhy s cennými papíry, trhy s některými komoditami (například ropa, káva) nebo trhy se zbožím podléhajícím rychlé zkáze (například květiny, ryby a mořské plody).

Předpoklady modelu dokonalé konkurenčního prostředí jsou:^{12,13}

- Kvůli velkému množství kupujících i prodávajících na trhu není ani jeden z těchto subjektů kvůli svému velmi malému vlivu schopen ovlivnit tržní cenu. Individuální

⁷ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 169

⁸ LIPOVSKÁ, Hana. *Moderní ekonomie*. Praha: Grada, 2017. s. 69

⁹ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 169

¹⁰ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 254

¹¹ FUCHS, Kamil a Pavel TULEJA. *Základy ekonomie*. Praha: Ekopress, 2003.

¹² MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 109

¹³ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 254

poptávka po produktech jedné firmy je dokonale elastická a lze ji znázornit jako přímkou rovnoběžnou s horizontální osou vyjadřující množství produktu.

- Veškerá produkce všech firem daného trhu je homogenní a v žádném z aspektů (například cena, kvalita, design) se neliší od produkce ostatních účastníků trhu.
- Pro vstup/výstup z/do daného trhu neexistují žádné limity, takže firmy mohou volně migrovat. Jejich pohyb mezi trhy není spojen s žádnými náklady.
- Všichni účastníci trhu (výrobci i spotřebitelé) mají dokonalé informace o množství, kvalitě a cenách produkce.
- Absence rizika vyplývajícího z odbytu, neboť firmy prodají vše, co vyrobí.
- Výrobci i spotřebitelé usilují o maximalizaci svého užitku - firmy se snaží o co největší zisk, spotřebitelé na druhou stranu o koupi zboží či služeb za co nejvýhodnější cenu a množství.

3.1.2 Nedokonalá konkurence

Většina trhů však v reálném světě vykazuje charakteristiky nedokonalé konkurence, protože na nich existuje alespoň jeden výrobce dostatečně velký na to, aby mohl ovlivnit tržní cenu a definovat poptávkovou křivku po svém produktu jako klesající.¹⁴

I přesto, že na nedokonalé konkurenčním trhu může výrobce ovlivnit cenu svého produktu, neznamená to však, že cenu může definovat zcela libovolně a bez následků. Rozhodování o ceně produktů probíhá vždy s ohledem na maximalizaci zisku, protože zvýšení ceny (především nad úroveň ceny konkurenčních výrobců) může způsobit odchod kupujících směrem ke konkurenci nabízející stejný/podobný produkt.¹⁵

Mezi předpoklady nedokonalé konkurence patří:¹⁶

- Na daném trhu existuje jen omezené množství výrobců produktů. Čím méně firem se v daném odvětví nachází, tím větší mají stupeň tržní síly. Naopak v odvětvích, kde působí velké množství firem, jejich tržní síla klesá.

¹⁴ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 972

¹⁵ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 169

¹⁶ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 132

- Produkce účastníků trhu je diferencovaná (heterogenní).
- Firmy mají možnost určitým způsobem ovlivnit cenu produkce – v modelu nedokonalé konkurence vystupují jako tvůrci ceny („price maker“).
- Existují zde určité bariéry pro výstup/vstup z/do odvětví. Případná migrace mezi nimi je spojena s náklady.
- Firmy na rozdíl od dokonalé konkurence nemají zaručeno, že vše co vyrobí, se jim podaří prodat (existuje tu odbytové riziko).
- Nedokonalá informovanost trhu, na kterém nejsou všechny informace veřejně známé a k jejich získání je potřeba vynaložit jak časové, tak finanční úsilí, které se promítá do firemních nákladů.

V současné době se na trhu můžeme setkat se třemi základními druhy nedokonalého tržního uspořádání diferencovaného především v počtu a velikosti účastníků daného odvětví, úrovni homogenity či heterogenity produktů a v možnostech vstupu/výstupu do/z daného odvětví. Jedná se o monopol, oligopol a monopolistickou konkurenci.¹⁷

Tabulka č. 1 - Druhy tržního uspořádání nedokonalé konkurence

	Počet výrobců	Bariéry vstupu/výstupu	Produkt	Oblast ekonomiky
Monopol	jeden	téměř uzavřen	specifický (bez substitutů)	elektrárenské či plynárenské veřejné podniky
Oligopol	několik málo	těžko překonatelné	určitá diferenciací	auta, počítače
Monopolistická konkurence	mnoho	téměř žádné	diferencovaný (substituty)	maloobchod

Zdroj: Samuelson, 1995, s. 570, Vlastní zpracování

3.1.2.1 Monopol

Monopol jakožto naprostý opak dokonalé konkurence představuje situaci jediného prodávajícího na trhu, který díky neexistenci konkurence z řad jiných firem a

¹⁷ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 567

nenahraditelnosti vyrobených produktů, ovládá a řídí daný trh. Vystupuje v roli cenového tvůrce, protože pokrývá celou tržní nabídku a může rozhodovat o ceně a množství produkovaného zboží. Individuální poptávka firmy se proto rovná poptávce tržní.¹⁸

Důvodem proč monopolní prostředí vzniká, jsou **překážky, které brání ostatním firmám vstoupit do daného odvětví**. Jedná se například o:^{19, 20, 21}

- **Úspory z rozsahu:**

Nabídka celého odvětví je efektivněji zabezpečována produkcí pouze jedné firmy s nižšími průměrnými náklady, než kdyby na trhu bylo firem více. Firma v monopolním postavení je schopná zabezpečit jakékoli poptávané množství produkce při minimálních průměrných nákladech, díky čemuž získává obrovskou tržní sílu. Protože tento vztah nebyl vyvolán žádným umělým zásahem, ale přirozeně (například důsledkem technologického pokroku či efektivnosti výroby), hovoříme o tzv. **přirozeném monopolu**.

- **Ovládání nezbytných zdrojů pro výrobu:**

Všechny vstupy pro výrobu určitého výrobku ovládá pouze jedna firma. Mezi tyto vstupy patří určité know how ohledně receptu, technologie a postupu výroby nebo v případě tzv. **přírodního monopolu** i přírodní zdroje.

- **Zásahy státu:**

Nejstarším způsobem je udělování povolení, licencí či koncesí k provozování činností ze strany státu. Nejčastěji jde o tento tzv. **administrativní monopol** v oblasti veřejných, telekomunikačních, televizních či rozhlasových služeb.

- **Právní restrikce**

Nejčastější právní restrikcí, která může vést ke vzniku dočasného monopolu je patent (případně různé formy ochrany duševního vlastnictví) opravňující k užívání daného produktu/technologie pouze jeho vynálezce.

¹⁸ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 205

¹⁹ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 286

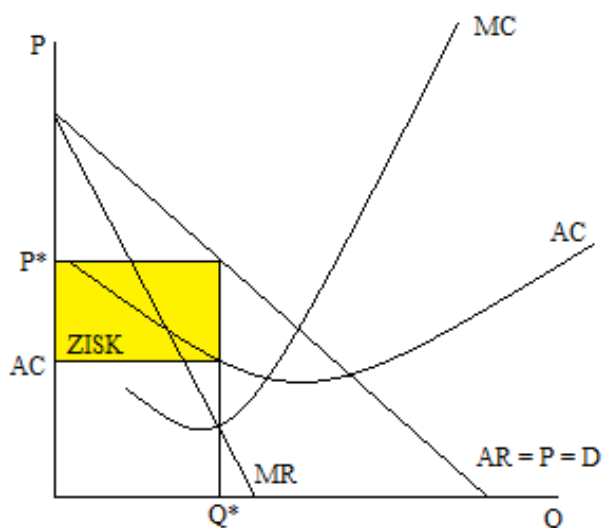
²⁰ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 135

²¹ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 206 - 207

Vzhledem k výše zmíněným bariérám vstupu na daný trh, které brání příchodu konkurenčním firmám, je monopol v postavení, kdy si může kromě vyráběného množství stanovit i prodejní cenu. Cena však musí být nastavená tak, aby jí spotřebitelé akceptovali. Proto pokud chce firma v monopolním postavení realizovat maximální zisk, musí jak cenu, tak i vyráběné množství přizpůsobit poptávce po produktu.²²

I pro monopol platí základní **pravidlo pro maximalizaci zisku**, kterým je co největší rozdíl mezi celkovými příjmy TR a celkovými náklady TC, neboli tzv. zlaté pravidlo, kdy se mezní příjmy MR rovnají mezním nákladům MC.²³

Graf 1 - Maximalizace zisku monopolu



Zdroj: Musil, 2009, s. 137, Vlastní zpracování

Mezní příjem MR je určován klesající individuální tržní poptávkou D , která se rovná ceně P . Pokud chce firma v monopolním prostředí prodat další dodatečnou jednotku, musí snížit cenu všech jednotek výstupu, a proto MR klesá rychleji než P (rychleji než poptávka).

Optimální množství Q^* , které by monopol měl vyrábět pro dosažení největšího zisku, lze poté nalézt vynesemím kolmice k horizontální ose Q procházející průsečíkem MR a MC .

Optimální cenu P^* poté získáme kolmicí k vertikální ose P propojené s bodem, kde se protíná předešlá kolmice s křivkou tržní poptávky.²⁴

²² HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 190-191

²³ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 576

I když monopol vystupuje na trhu jako tzv. price maker a ovlivňuje výši ceny produktu na trhu, cena není úplně libovolná, ale je s ohledem na maximalizaci zisku stanovena na základě poptávky a ochoty poptávajících ji zaplatit.

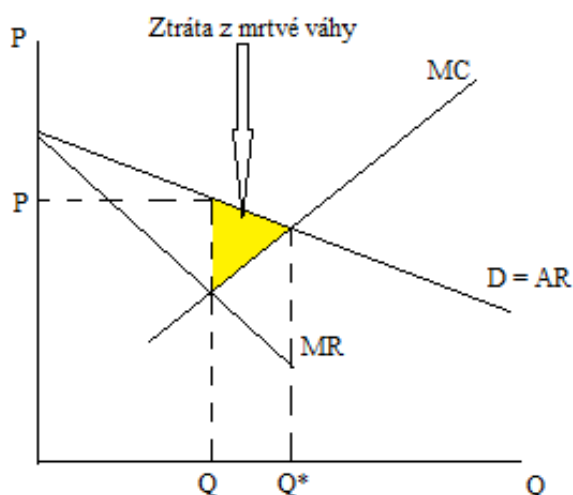
Z grafu číslo 1 je dále viditelné, že rovnovážná cena P^* je vyšší než mezní náklady MC . Tato schopnost je následkem **monopolní tržní síly**, kterou lze vyjádřit tzv. Lernerovým indexem jako podíl rozdílu ceny a mezních nákladů k ceně.

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

U dokonalé konkurence (kde se cena rovná mezním nákladům) je tento index roven 0. Naproti tomu u konkurence nedokonalé, kde $P > MC$, dosahuje velikost Lernerova ineku hodnot v intervalu 0 - 1. Čím více se blíží k 1, tím větší monopolní síly firma dosahuje.²⁵

Schopnost monopolu prodávat produkty za ceny vyšší, než jsou mezní náklady a vyrábět v menším rozsahu, než je jeho rozsah výroby, je spojena s jeho alokační a výrobní neefektivností. Vzniká tak tzv. **ztráta z mrtvé váhy**.

Graf 2 - Ztráta z mrtvé váhy v podmínkách monopolu



Zdroj: Brčák, 2013, s. 212, Vlastní zpracování

²⁴ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 137

²⁵ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 292

V případě konkurenčního odvětví by při dosažení rovnováhy v bodě průniku křivek D a MC došlo k výrobě rovnovážné množství Q^* . V případě monopolu, který je např. podporovaný cly, novou technologií či jiným patentem, je rovnovážné množství nalezeno pomocí zlatého pravidla $MC=MR$.

Na základě zlatého pravidla a grafu číslo 2 je evidentní, že v případě monopolu je vyráběno nižší množství produktu za vyšší cenu, než by tomu bylo v případě konkurence dokonalé. Tzv. ztráta z mrtvé váhy zobrazená žlutým trojúhelníkem tvořeným křivkou poptávky (hodnota statku pro spotřebitele) a křivkou mezních nákladů (mezní náklady monopolní firmy) vyjadřuje veškerou ztrátu společenského užitku.²⁶

Vzhledem k nulové konkurenci na trhu, nemusí se monopol zabývat zvyšováním výroby či kvality produktů, ale může své zisky zvyšovat jednoduše zvyšováním cen. Aby se předcházelo neefektivnosti monopolů a všech jevů s ní spjatých, dochází v mnoha zemích k **regulaci monopolního chování**. Stát skrze různé antimonopolní úřady kontroluje dodržování zákonů týkajících se ochrany hospodářské soutěže (hlavně zakázané dohody ohledně rozdělení trhu, cen či výroby), schvaluje antitrustové zákony a převzetí konkurenčních firem, nastavuje daňovou politiku a v jeho moci je i převzetí konkrétního monopolu a vykonávání dané činnosti skrze vládu.

Nejčastějším způsobem, jakým se snaží stát omezovat monopolní firmy, je cenová regulace spočívající v nastavení maximální ceny, za kterou může monopol své produkty prodávat. Tato cena by měla pokrýt oprávněné náklady a zajistit přiměřený zisk.²⁷

Cenová diskriminace nastává v případě, kdy monopol nestanoví totožnou cenu pro všechny kupující, ale zneužije svého monopolního postavení a nastaví jinou cenu pro různé kategorie spotřebitelů, i když ho k tomu nevedou nákladové důvody. Cílem těchto praktik je dosažení vyšších příjmů a vyššího zisku. Firma v monopolním postavení má hned několik možností, jak cenovou diskriminaci provádět:^{28, 29}

²⁶ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 584

²⁷ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 212

²⁸ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. s. 298 - 305

²⁹ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 214

- **Cenová diskriminace prvního stupně** umožňuje monopolu získat celý spotřebitelský přebytek, a tím eliminovat ztrátu mrtvé váhy díky stanovení maximální ceny, kterou je spotřebitel za daný produkt ochoten zaplatit. Příkladem je tzv. obálková metoda používaná při prodeji/nájmu státních bytů (zájemci do obálek vpisují maximální ceny, které jsou ochotni za byt zaplatit, a následně vyhraje člověk, který do obálky napsal nejvyšší částku). Protože ale firma předem nezná maximální cenu z pohledu spotřebitelů a spotřebitelé nemusí jednat zcela upřímně, setkáváme se s tímto druhem cenové diskriminace jen zřídka.
- **Cenová diskriminace druhého stupně** vychází z prodeje různého množství produktu za diferencovanou jednotkovou cenu, kdy není stanovena maximální cena, kterou jsou zájemci ochotni zaplatit za kus, ale za určité množství daného produktu. V praxi se s tímto způsobem diskriminace setkáváme při množstevních slevách - čím více kusů produktu je koupeno, tím nižší je cena za jeden kus.
- **Cenová diskriminace třetího stupně** diskriminuje podle spotřebitelů, kteří mají vlastní poptávkovou křivku, a tudíž i diferencovanou cenu pro stejný produkt. Aby bylo možné tuto diskriminaci praktikovat, musí existovat kritérium, podle kterého je možné segmentovat trh (např. rozdílná důchodová úroveň či různé preference spotřebitelů) a zároveň spotřebitelům nesmí být umožněn vzájemný pře prodej.

Specifickým druhem nedokonalé konkurence je **monopson**, který můžeme chápat jako zrcadlově obrácený obraz monopolu – tedy jako trh, na kterém existuje jen jeden jediný spotřebitel/kupující.³⁰ Lze se s ním setkat např. ve zbrojním průmyslu, kde zbraně a těžkou techniku vyrábí sice více firem, ale jediným jejich odběratelem je stát (armáda).

Na trhu však může nastat i situace, kdy zboží poskytnuté pouze jednou firmou (monopol) odkupuje jen jeden spotřebitel (monopson). V takovém případě pak mluvíme o tzv. **bilaterálním monopolu**.³¹

³⁰ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 974

³¹ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 216

3.1.2.2 Oligopol

Oligopol představuje tržní strukturu nedokonalé konkurence, na jejímž trhu existuje jen malý počet výrobců dodávající určité zboží.³² Vzhledem k tomu, že přístup na oligopolní trh je omezen, disponuje každá z těchto firem relativně vysokým podílem na trhu.

Díky tomuto tržnímu rozdělení jsou jednotlivé firmy závislé na rozhodování svých konkurentů, která je v konečném důsledku mohou také ovlivnit. Proto navzájem monitorují své činnosti, reagují na sebe a přizpůsobují svá rozhodnutí ohledně např. ceny, kvality, množství vyrobených produktů či technologických změn.³³

Mezi základní předpoklady oligopolu patří:³⁴

- V daném odvětví se vyskytuje pouze malé množství firem (alespoň dvě).
- Vyráběný produkt může být diferencovaný (v případě, kdy ho spotřebitelé vnímají jako substitut – například kosmetika, automobilový průmysl, mobilní operátoři) nebo homogenní (například Organizace zemí vyvážející ropu - OPEC).
- Pokud oligopolní firma disponuje velkým podílem na trhu, může ovlivňovat tržní nabídku a poptávku pomocí ceny a množství produktů. Stejně tak, jako může odhadovat chování svých konkurentů a reagovat na něj.
- Pro vstup na trh existují vysoké bariéry, které mají za cíl udržet jen velmi malý počet firem v daném odvětví. Jedná se například o patentové omezení, vysoké kapitálové náklady nově vznikajících firem, nedůvěru k nové firmě ze strany spotřebitelů či o dohodu mezi firmami, které chtějí své oligopolní postavení udržet.

Podle toho, kolik firem se v daném odvětví vyskytuje, jaká je jejich vzájemná závislost, charakter jejich konkurenčního chování či jak spolu vzájemně spolupracují, lze rozeznat několik modelů oligopolu, které však mají společné určité předpoklady:³⁵

- konstantní počet firem v určitém odvětví;
- každá z firem vyrábí jiné množství produkce;

³² KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Ekonomie pro strategické řízení*. Praha: Nakladatelství C. H. Beck. 2004. s. 116

³³ JUREČKA, Václav a kolektiv. *Mikroekonomie*. Praha: Nakladatelství Grada Publishing. 2013, s. 215-216

³⁴ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 158

³⁵ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 192

- součet produkce jednotlivých firem dává celkovou produkci daného odvětví;
- nemožnost spotřebitelů ovlivnit cenu vzhledem k výskytu dokonalé konkurence na straně poptávky po produkci;
- firmy se snaží o maximální rozdíl mezi celkovými příjmy a náklady tzn. zisk;
- existence inverzní poptávkové funkce po produkci v daném odvětví.

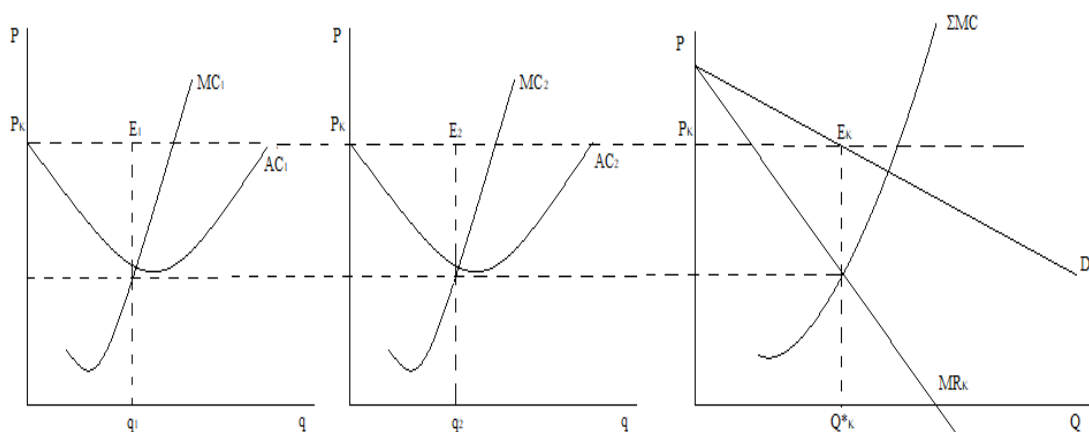
3.1.2.2.1 Smluvní (koluzivní oligopol)

Smluvní oligopol vzniká v případě, kdy malé množství přibližně stejně vlivných oligopolních výrobců na trhu daného produktu uzavře tajnou dohodu o ceně produktu nebo o vzájemném rozdělení trhu.³⁶ Jejich hlavním cílem není maximalizace zisku jednotlivých firem, ale dosažení co největšího zisku daného odvětví, který si následně přerozdělují.

Předmětem uzavírání kartelových dohod bývá především:³⁷

- stanovení stejných cen produkce;
- množství omezení produkce (každá firma vyrábí množství produkce podle dohody, ne podle svých výrobních možností);
- rozdělení trhu na teritoria.

Graf 3 - Optimální výstupy jednotlivých firem smluvního oligopolu



Zdroj: Musil, 2009, str. 160, Vlastní zpracování

Na pravé části grafu č. 3 je zobrazena poptávka po celkové produkci kartelu (DK) v tomto případě tvořeného dvěma firmami. Od ní je následně odvozena křivka mezních příjmů

³⁶ KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Ekonomie pro strategické řízení*. Praha: Nakladatelství C. H. Beck. 2004. s. 116

³⁷ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 159

(MRK) celého kartelu. Horizontálním součtem mezních nákladů obou firem ($MC1 + MC2$) vzniká funkce mezních nákladů celého kartelu (ΣMC). Pomocí zlatého pravidla $MRK = \Sigma MC$ je lze odvodit rovnovážné množství (Q^*K) celého kartelu. K získání rovnovážné ceny PK je potřeba toto množství (Q^*K) dosadit do poptávkové funkce kartelu (DK).

Jelikož obě firmy spolu uzavřely kartelovou dohodu, tato cena (PK) je pro ně závazná, a tudíž právě za tuto cenu budou prodávat své produkty. Rovnovážné množství ($q1$ a $q2$), které budou obě firmy za tuto cenu produkovat, získáme tak, že vyneseme průsečík MRK s ΣMC na funkce mezních nákladů obou firem. Body E_k , $E1$ a $E2$ poté znázorňují rovnováhu celého kartelu, resp. jednotlivých firem.³⁸

Ve většině zemí jsou však kartelové dohody protizákonné, a proto firmy tento způsob úmluv provádějí tajně. V České republice má odhalování kartelových dohod či jiných nekalých praktik na starost Úřad na ochranu hospodářské soutěže.

3.1.2.2.2 Oligopol s dominantní firmou

Oligopol s dominantní firmou vzniká při existenci jedné dominantní firmy, která disponuje významným tržním podílem a je pro ni ekonomicky zajímavé chovat se jako monopol a přenechat část trhu menším konkurenčním firmám, které se označují jako konkurenční lem/okraj. Dominantní firma přejímá roli cenového tvůrce, kterého firmy z konkurenčního lemu respektují a přebírají jim nastavené ceny, protože samy ovládají jen velmi malou část trhu a nejsou schopny ovlivňovat rozsah výroby nebo rozhodnutí o ceně.³⁹

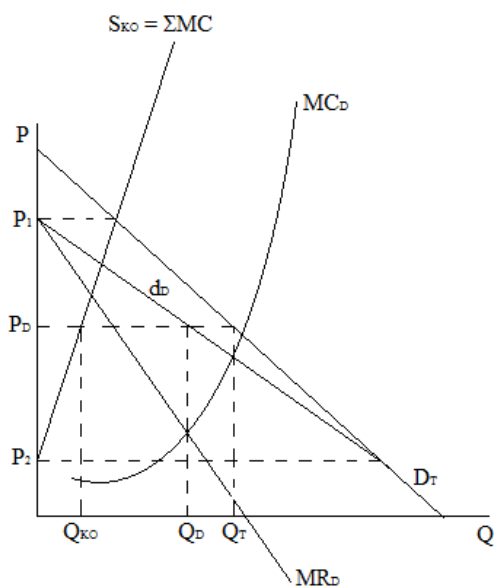
Cílem dominantní firmy je maximalizovat zisk, tedy dodávat takové množství zboží, při kterém dochází k rovnosti mezi mezními příjmy a náklady, z čehož je následně možné odvodit rovnovážnou cenu pro všechny zúčastněné firmy v prostředí oligopolu s dominantní firmou.⁴⁰

³⁸ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 160

³⁹ KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Ekonomie pro strategické řízení*. Praha: Nakladatelství C. H. Beck. 2004. s. 116

⁴⁰ SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. s. 610

Graf 4 - Vznik rovnováhy na trhu oligopolu s dominantní firmou



Zdroj: Hořejší, 2018, str. 343, Vlastní zpracování

V grafu demonstrujícím vznik rovnovážného stavu na oligopolním trhu s dominantní firmou se nacházejí dvě poptávkové křivky – křivka DT , znázorňující celkovou tržní poptávku, a křivka db zobrazující individuální poptávku firmy s dominancí na trhu.

Cílem dominantní firmy je maximalizace zisku, tedy rovnost mezních nákladů a příjmů. Z bodu, kde tato rovnost nastává, je poté možné odvodit množství produkce dominantní firmy QD a po dosazení tohoto množství do individuální poptávky po produkci dominantní firmy db také rovnovážnou cenu $P2$.

Za cenu $P2$ je však trhem poptáváno množství QT , tedy množství vyšší, než které je nabízeno dominantní firmou. Díky tomu zde vzniká místo pro firmy z konkurenčního lemu. Ty nemají tak velký tržní podíl, a proto přebírají cenu od dominantní firmy $P2$, která je rovna jejich mezním příjmům.

Tak jako dominantní firma samotná, tak i firmy z konkurenčního lemu chtějí maximalizovat zisk, a proto budou nabízet takové množství QKO , při kterém se mezní náklady rovnají mezním příjmům. Rovnováha na trhu s dominantní firmou vzniká tehdy, když $QT - QD = QKO$.

Dalším důležitým aspektem jsou ceny $P1$ a $P2$. V případě, že by byla cena vyšší nebo rovna $P1$, dominantní firma by musela opustit trh a veškerá tržní poptávka by byla zajišťována pouze firmami z konkurenčního okraje. Pokud by však byla cena nižší nebo rovna $P2$, firmy na konkurenčním lemu by musely ukončit svou činnost. Celý trh by byl následně zajišťován pouze dominantní firmou, která by se v tu chvíli stala monopolem.⁴¹

3.1.2.3 Duopol

Speciálním druh oligopolní konkurence, v němž je tržní poptávka zajišťována pouze dvěma firmami, se nazývá duopol.

Firmy zde figurují jako konkurenti a mohou mít celou řadu modelů, které se rozlišují především podle předmětu jejich konkurence, boje, soupeření a typů vzájemných reakcí. Soupeří především v tom, jaké budou produkovat množství (tzv. odbytová konkurence) a za jakou cenu budou své produkty prodávat (tzv. cenová konkurence). Oba tyto aspekty přizpůsobují jeden druhému, mají určitá očekávání vyjádřené skrze reakční funkce a předpovídají možné reakce na jednotlivá rozhodnutí.⁴²

Tabulka č. 2 - Přehled modelů duopolů

Vztah mezi firmami	Typ konkurence	Reakce konkurenta na změnu (Q, P)	Model
Konkurence	Odbytová	nereaguje	Cournotův
		Reaguje	Stackelbergův
	Cenová	nereaguje	Bertrandův
		reaguje	se shodnou reakcí
			Chamberlinův
			Sweezyho
Spolupráce	Kooperativní	společné Q	Kartel množstevní
		společné P	Kartel cenový

Zdroj: Hořejší, 2018, str. 132, vlastní zpracování

⁴¹ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. Mikroekonomie. Praha: Management Press, 2018. s. 342

⁴² BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. Mikroekonomie – teorie a praxe. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 197

Odbytová konkurence

Hlavním předmětem soupeření firem v odbytové konkurenci je množství, které jednotlivé firmy prodávají. Cournotův a Stackelbergův model popisují, jakým způsobem bude reagovat první firma na změnu odbytového množství firmy druhé.

a) Cournotův model

Jeden z nejstarších modelů duopolu popsáný francouzským ekonomem a matematikem Augustem A. Cournotem vychází z předpokladu, že na trhu se nacházejí jen dvě firmy vyrábějící homogenní produkt.

Tyto firmy mají stejné nákladové funkce a zároveň znají poptávkovou křivku daného trhu, při rozhodování o vlastním množství produkce však každá z obou firem vychází z poznatků o množství produkce svého konkurenta, které považuje za konstantní – to znamená, že ani jedna z firem neočekává reakci druhé firmy na velikost svého výstupu.⁴³

Obě firmy tedy při volbě velikosti svého odbytu berou v potaz pouze aktuální situaci na trhu, velikost tržní poptávky a své nákladové funkce.

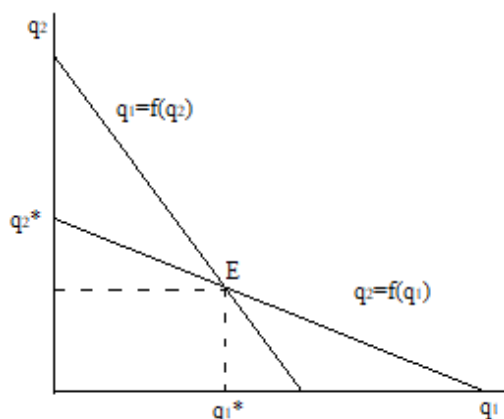
Způsob, jakým obě firmy reagují na tyto aspekty, lze popsat pomocí inverzních funkcí definujících produkci první firmy jako funkci produkce firmy druhé, tzv. reakční křivky. Rovnováha nastává v situaci, kdy obě firmy produkují optimální množství:

$$q_1^* = f(q_2^*) \text{ a } q_2^* = f(q_1^*)$$

Průsečíkem reakčních křivek (zobrazen v následujícím grafu jako bod *E*) lze získat optimální množství výroby obou firem q_1^* a q_2^* , při kterém maximalizují své zisky (jinými slovy rovnováhu v Cournotově modelu).

⁴³ HOLMAN, František. *Mikroekonomie*. Praha: Nakladatelství C H Beck, 2016. s. 337

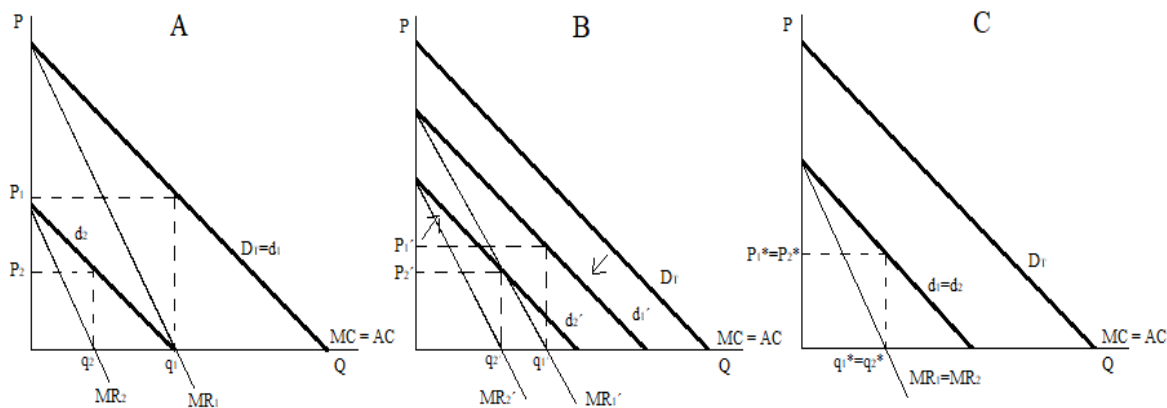
Graf 5 - Cournotova rovnováha pomocí reakčních křivek



Zdroj: Brčák, 2013, str. 201, Vlastní zpracování

Proces, kterým musí obě firmy projít, než dojde k nastolení rovnováhy v Cournotově modelu, je rozdělen do tří tzv. rozhodovacích kol – A, B, C. Pro jednodušší zobrazení budeme předpokládat, že jak mezní, tak průměrné náklady jsou konstantní a nulové.

Graf 6 - Proces nastolení rovnováhy v Cournotově modelu



Zdroj: Musil, 2009, str. 165, Vlastní zpracování

Část A zobrazuje vstup první firmy na trh, která se chová jako monopol a jejíž individuální poptávka po produkci je rovna té tržní ($D_1 = d_1$). Množství zboží, které tato firma pro maximalizaci zisku dodává, vznikne průsečíkem MR_1 a s nulovým MC , na ose $x - q_1$, za cenu P_1 . Protože ale množství poptávaného zboží je větší než to, které je tato firma sama schopna vyrobit, vstupuje na trh další firma, která nejenže také zná tržní poptávku, ale zároveň je schopná odvodit svou individuální poptávku d_2 na základě odpozorovaného množství výroby první firmy. S cílem maximalizace zisku začne tedy vyrábět množství q_2

(získané průsečíkem MR_2 s MC), za cenu P_2 . Tím donutí první firmu změnit množství produkovaného zboží, protože se její podíl na trhu vstupem další firmy na trh snížil.

V rozhodovací fázi B snižuje první firma svou individuální poptávku na d_1 , protože reaguje na situaci, kdy už není na trhu sama a kdy musí reagovat na množství zboží vyrobené druhou firmou. Tím se posouvá i MR_1 na MR_1' a vzniká nové nižší rovnovážné množství q_1' prodávané za nižší cenu P_1' . Na snížení vyráběného množství první firmy reaguje i firma druhá, a to posunem individuální poptávky d_2' vpravo. Opět dochází k posunu MR_2 na MR_2' a vzniku nového rovnovážného množství q_2' a ceny P_2' (oba tyto ukazatele jsou vyšší, než původně). Firmy na sebe takto vzájemně reagují tak dlouho, dokud nenastane rovnováha.

Část C zobrazuje již konečnou fázi rozhodovacích procesů obou firem. Vzhledem k tomu, že došlo ke splynutí jejich individuálních poptávek, a tudíž i k rovnosti jejich prodávaného množství za totožnou cenu, žádná z firem již nemá důvod měnit své chování. Až v tomto případě nastává Cournotova rovnováha.⁴⁴

b) Stackelbergův model

Model německého ekonomy Heinricha von Stackelberga však předpokládá na trhu jednoho homogenního produktu existenci právě dvou konkurenčních firem, které však fungují na trhu, kde existuje asymetrie informací⁴⁵

V případě, že se jedné z firem (tzv. vůdci) podaří zjistit, jak bude druhá firma (tzv. následovník) reagovat na její změny výstupu, získává konkurenční výhodu, která se promítne do vyššího zisku. Druhá firma se dále chová stejně pasivně jako v Cournotově modelu - tedy uvažuje cenu i objem výstupu za daný.

Oproti Cournotově modelu lze v Stackelbergově modelu pozorovat několik rozdílů, a to především:⁴⁶

- Vůdce díky zužitkování informační výhody realizuje větší množství výstupů než následovník (firmy tedy nevyrábí stejné množství výstupu).

⁴⁴ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 165

⁴⁵ SOUKUP, Jinřich. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. s. 137

⁴⁶ SOUKUP, Jinřich. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. s. 138)

- Firmy v odvětví popsaném pomocí Stackelbergova modelu vyprodukují jako celek větší množství než firmy v Cournotově modelu.
- I když v obou modelech vzhledem k homogenitě produktů firmy nabízejí své výstupy za stejnou cenu, ve Stackelbergově modelu je však nabízeno větší množství zboží, díky čemuž jsou firmy v tomto modelu schopny nabízet produkci za nižší cenu než v Cournotově modelu.

Cenová konkurence

Hlavním předmětem soupeření firem v cenové konkurenci je cena P , od které se následně odvíjí velikost produkce jednotlivých firem. Modely, které se touto problematikou zabývají, popisují, jakým způsobem firma reaguje na změnu tržní ceny konkurenta.⁴⁷

a) Bertrandův model

Francouzský matematik Joseph Bertrand prostřednictvím svého modelu tvrdí, že dvě konkurenční firmy vyrábějící homogenní produkt a mající stejnou tržní sílu (vyjádřenou skrze identické nákladové funkce) určují cenu svých produktů nezávisle a současně, protože cenu konkurenčního produktu považují za danou.⁴⁸

V případě, kdy je cena první firmy nižší než firmy druhé, dochází k odlivu zákazníků směrem k první firmě, která tak obsazuje celý trh. Druhá firma následně reaguje snížením ceny pod úroveň ceny první firmy, čímž získá zákazníky opět na svou stranu.

Takto se firmy přetahují, až do doby, kdy obě stanoví ceny ve výši svých mezních nákladů, které jsou vzhledem ke stejné nákladové funkci totožné. Při této ceně dochází ke stabilní rovnováze, kdy každá z firem zajišťuje polovinu tržní poptávky a dosahuje nulového ekonomického zisku. Ani jedna firma tak není motivována ke změně svého chování.⁴⁹

⁴⁷ BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. s. 202

⁴⁸ SOUKUP, Jiří. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. s. 145

⁴⁹ SOUKUP, Jiří. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. s. 146

b) Aktivní reakce konkurenta na změnu P

V prostředí duopolu se lze setkat se třemi druhy reakcí, kdy první firma stanovuje svou cenu P_1 , od které odvodí produkované množství q_1 , a zároveň očekává, že v případě změny ceny bude konkurenční firma reagovat: ⁵⁰

- **Model se shodnou reakcí** – na změnu ceny první firmy reaguje druhá firma identickou změnou ceny.
- **Chamberlingův model** – analogické vyjádření Stackelbergova modelu v prostředí cenové konkurence, kdy má jedna z firem informační výhodu v podobě znalosti potencionální reakce druhé firmy na změnu své ceny.
- **Sweezyho model** – na rozdíl od předešlých modelů je Sweezyho model charakteristický diferencovaným produktem obou firem, které očekávají, že konkurence nebude reagovat na zvýšení cen, ale pouze snížením na jejich snížení.

3.1.3 Monopolistická konkurence

Monopolistická konkurence v sobě nese charakteristiky jak dokonalé, tak nedokonalé konkurence a v současné době se jedná o nejrozšířenější formu konkurence na trhu.

I přesto, že se na trhu monopolistické konkurence vyskytuje velký počet výrobců s podobnými produkty, má každý z nich jen relativně malý tržní podíl a nemůže výrazně ovlivnit cenu a velikost produkce.

Zásadní roli zde hraje diferenciací produktů, ze které vyplývá tržní síla prodejce. Různé firmy sice prodávají velmi podobné produkty, přesto si spotřebitelé mezi nimi vybírají na základě svých preferencí nebo jiných kritérií, které se nemusí omezovat jen na úroveň samotného produktu. Jedná se o prostorovou preferenci (například vzdálenost prodejny), časovou preferenci (důraz kladen na rychlost prodeje nebo na časovou dostupnost během víkendu), věcnou preferenci (zastoupenou především trvanlivostí, barvou, odolností, kvalitou nebo chutí) či v neposlední řadě o osobní preferenci (vztah mezi kupujícím a prodávajícím, kvalita zákaznického servisu, pocit morální odpovědnosti apod.).

Vstup na tento trh je pro firmy volný (případně jen s velmi malými bariérami) a o případných změnách se rychle dozvídají jak konkurenční společnosti, tak spotřebitelé.

⁵⁰ SOUKUP, Jinřich. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. s. 203

Na rozdíl od dokonalé konkurence zde však existuje riziko a firmy tak nemají naprostou jistotu, že vše, co vyrobí, se jim také podaří prodat.⁵¹

Příkladem monopolistické konkurence mohou být například maloobchodní řetězce (například Billa, Lidl, Kaufland, Penny, Tesco, Albert apod.), které nabízejí víceméně podobné zboží za podobnou cenu, ale i přesto se lidé při nákupu v nich rozhodují i na základě jiných preferencí (například dobré/špatné osobní nebo zprostředkované zkušenosti, časové dostupnosti prodejen a jejich vzdálenosti od domova/místa práce, společenské odpovědnosti jednotlivých řetězců apod.).

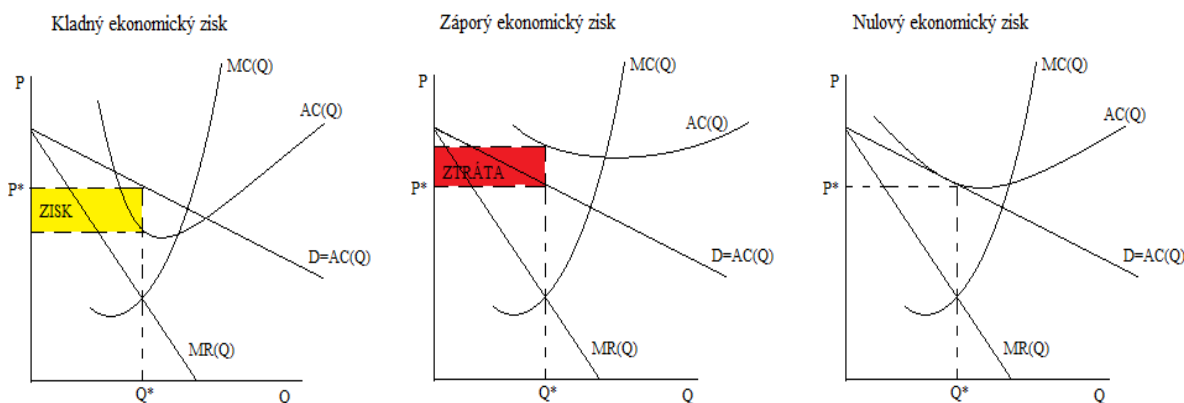
Volba rovnovážného výstupu firmy v prostředí monopolistické konkurence závisí na tom, jestli rovnováhu firmy popisujeme z krátkodobého nebo dlouhodobého hlediska.

Rovnováha v krátkém období:

Firmy v monopolistické konkurenci chtějí stejně jako firmy v prostředí předchozích tržních struktur realizovat maximální zisk. Množství produkce vedoucí k naplnění tohoto cíle lze opět získat pomocí zlatého pravidla, tj. protnutím křivek mezních příjmů a nákladů firmy.

O tom, jestli firma bude zisková, ztrátová nebo bude dosahovat nulového ekonomického zisku, rozhoduje vztah průměrných nákladů k ceně znázorněný v grafu číslo 7.

Graf 7 - Monopolistická konkurence v KO



Zdroj: Musil, 2009, str. 180, Vlastní zpracování

⁵¹ HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. Mikroekonomie. Praha: Management Press, 2018. s. 319,

V případě, že je firma ztrátová, rozhoduje o jejím setrváním na trhu schopnost uhrazení variabilních nákladů pomocí svých příjmů. Pokud firma tyto náklady není schopná uhradit, opouští daný trh.⁵²

Rovnováha v dlouhém období:

V dlouhém období se u monopolistické konkurence v případě udržování rovnováhy s pojmy zisk či ztráta nesetkáme, jelikož zde přetrvává nulový ekonomický zisk.

V případě, kdy by mělo dojít ke kladnému zisku, nastane přísun nových firem na trh, čímž se sníží tržní podíly ostatních firem. Příliv nových firem bude trvat tak dlouho, dokud ekonomický zisk neklesne na 0.

V opačném případě, kdy by mělo dojít ke ztrátě, budou trh opouštět nejvíce ztrátové firmy, protože pro ně nebude ekonomicky výhodné na něm déle setrvávat. Vzhledem k tomu, že poptávka bude stále stejná, začnou růst individuální poptávky firem, které na trhu setrvaly, a jejich ztráta se bude postupně snižovat až do doby, dokud zcela nezmizí a nenastane opět situace nulového ekonomického zisku.⁵³

3.2 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

V roce 1991 byl Zákonem České národní rady č. 173/1991 Sb. zřízen Český úřad pro hospodářskou soutěž, který měl sloužit jako nezávislý arbitr v otázkách hospodářské soutěže. Kvůli co největší nezávislosti byl zřízen v Brně, a ne v Praze jako většina ostatních orgánů státní správy. Vlivem privatizačního procesu i jiných ekonomických změn v republice byl však o rok později nahrazen Ministerstvem pro hospodářskou soutěž, které fungovalo až do podzimu roku 1996, kdy na jeho činnost navázal Úřad pro ochranu hospodářské soutěže.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (zkráceně též ÚOHS) je ústředním orgánem státní správy České republiky s pravomocemi v oblasti ochrany hospodářské soutěže, dohledu nad zadáváním veřejných zakázek, monitoringu a koordinace veřejné podpory, kontroly

⁵² MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 179-180

⁵³ MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. s. 180)

zneužití významné tržní síly a vykonává působnost vyplývající ze zákona č. 284/2009 Sb., o platebním styku.⁵⁴

Jako poradenský, monitorovací a konzultační orgán klade ÚOHS velký důraz na transparentnost a nezávislost. Z tohoto důvodu zveřejňuje všechna svá pravomocná rozhodnutí (na internetových stránkách www.uohs.cz i ve Sbírkách rozhodnutí), vydává tiskové zprávy, organizuje různé semináře a podobně.

Pro zajištění nezávislého rozhodování Úřadu je do jeho čela na základě návrhu vlády prezidentem jmenován předseda, který nesmí být členem žádného politického seskupení (strany nebo hnutí) a může svůj mandát vykonávat jen po omezenou dobu. Funkční období předsedy činí 6 let a je možné, aby se opakovalo pouze jednou – to znamená, že nikdo nesmí být do této funkce jmenován více než dvakrát za sebou. Současný předseda ÚOHS Ing. Petr Rafaj, který je předsedou už od roku 2009 a který momentálně od roku 2015 vykonává již druhé funkční období, už tedy potřetí nesmí být do této funkce jmenován.

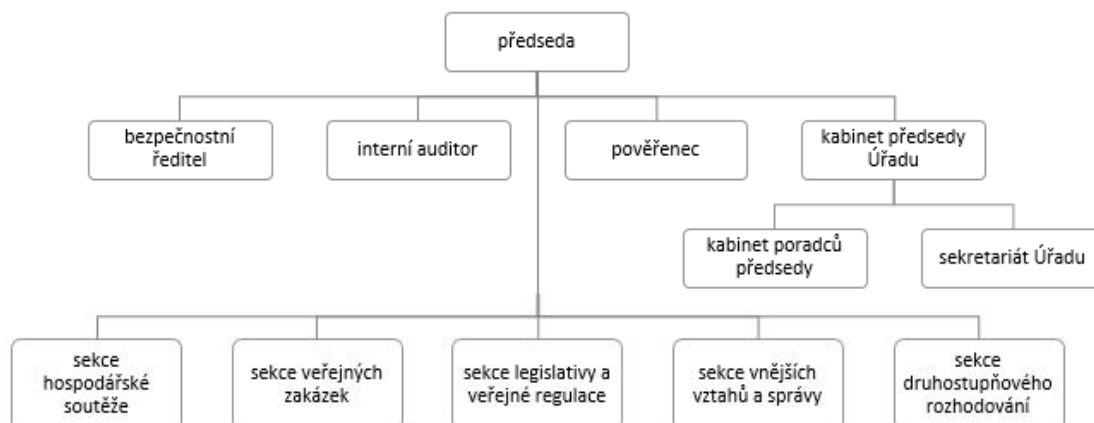
V současné době je činnost Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže vykonávána prostřednictvím 5 různých sekcí/oddělení:

- sekce hospodářské soutěže;
- sekce veřejných zakázek;
- sekce legislativy a veřejné regulace;
- sekce vnějších vztahů a správy;
- sekce druhostupňového rozhodování.

Nezávisle na těchto sekcích jsou v přímé podřízenosti předsedy i pozice bezpečnostního ředitele, interního auditora, pověřence a kabinet předsedy Úřadu dělený dále na kabinet poradců předsedy a sekretariát Úřadu.

⁵⁴ Úřad pro ochranu hospodářské soutěže: úvodní stránka [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/uvodni-stranka.html>

Graf 8 – Organizační struktura Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže



Zdroj: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, 2019, Vlastní zpracování

3.2.1 Vývoj podnětů v oblasti hospodářské soutěže mezi lety 2014-2018

V průběhu posledních několika let dochází dle dostupných statistik a výročních zpráv ÚOHS v oblasti hospodářské soutěže v České republice k různým výkyvům.

Jak vidíme v tabulce níže, v počtu obdržených podnětů, zahájených řízení nebo vydaných rozhodnutí nelze jednoznačně definovat nějaký vývoj – není možné jednoznačně říci, že by se u některé z těchto kategorií daly vypočítat vyloženě vzestupné nebo sestupné tendence nebo jejich vzájemná provázanost. Například i při větším počtu obdržených podnětů (např. v roce 2015) nedochází k úměrnému zvýšení počtu zahájených řízení nebo snad vydaných rozhodnutí.

Tabulka č. 3 – Podněty v oblasti hospodářské soutěže mezi lety 2014-2018

	2018	2017	2016	2015	2014
Obdržené podněty	183	207	454	287	174
Zahájená řízení	76	57	61	42	56
Vydaná rozhodnutí	73	49	64	38	63
Uloženo pokut celkem	198 mil. Kč	383 mil. Kč	466 mil. Kč	2083 mil. Kč	228 mil. Kč

Zdroj: Výroční zprávy ÚOHS z let 2014-2018, Vlastní zpracování

Jedním z důvodů může být např. délka trvání řízení – i přestože podnět může být doručen v roce 2016, může se v zahájených řízeních (případně i vydaných rozhodnutích) objevit až v roce 2017 a v ojedinělých případech například až v roce 2018 apod. Z tohoto důvodu tedy může někdy docházet v přehledu statistik ke zdánlivě zvláštním zápisům. Například v roce 2016 bylo vydáno rozhodnutí k 64 případům, a to i přes to, že jich v tomto roce bylo zahájeno pouze 61.

Stejně tak ani celková výše uložených pokut celkem nemusí úměrně odpovídat počtu vydaných rozhodnutí. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže neukládá při stejných přestupcích pokuty ve stejné výši, ale vždy bere v úvahu i další okolnosti (např. závažnost pochybení, výše zakázky apod.). Z tohoto důvodu si například můžeme v roce 2015 všimnout velmi vysoké výše celkových pokut i přesto, že počet vydaných rozhodnutí je v porovnání s ostatními lety nejmenší. Toto číslo totiž ovlivnila především rekordní pokuta udělaná Úřadem více než deseti různým společnostem za kartel v oblasti stavebnictví, která činila 2 038 000 Kč.

Nejčastějším nálezem ve vydaných rozhodnutí je podle Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže spojování soutěžitelů (fúze) a následně zakázané dohody. Vydaná rozhodnutí z oblasti zneužití dominantního postavení nebo dozor nad orgány veřejné správy (par. 19a ZOHS) jsou v rámci jednotlivých let zatím ojedinělými případy.

4 Vlastní práce

4.1 Charakteristika železniční dopravy

Železniční doprava je jedním z nejstarších a nejvýznamnějších druhů přepravy, který od dob svého vzniku zaznamenal velký technologický pokrok. Úroveň dnešních železničních tratí (ať už pro osobní nebo nákladní dopravu) se nedá s původní podobou kolejových či koněspřežných tratí vůbec srovnávat. Stejně tak se nedá srovnávat podoba, funkčnost, bezpečnost a vybavení jednotlivých vozů (vlaků).

Význam železniční přepravy si však společnost uvědomuje v určitých vlnách. Bezpochyby největší význam zaznamenala železniční doprava hned na počátku svého vzniku, a to nejen pro dopravu jako takovou, ale i pro jednotlivá území, jimiž železniční trať procházela. Vzhledem k vyššímu využití pracovních sil, probíhajícímu technologickému pokroku i rozšiřování obchodu se surovinami/zbožím s okolním územím znamenala stavba železnice pro dané území velký rozmach.⁵⁵

S nástupem a rozvojem silniční dopravy v druhé polovině 20. století však význam železniční dopravy značně poklesl. V posledních několika letech však můžeme opět konstatovat, že význam železniční přepravy ve světě opět narůstá. Státy modernizují stávající železniční sítě, dochází k výstavbám nových tras, rekonstrukcím starých nádražních budov a především technologickému pokroku, který zlepšuje jak komfort a bezpečnost cestujících v osobní železniční dopravě, tak rychlost dodání zboží/surovin v nákladní železniční dopravě.

Nicméně i železniční přeprava má své výhody a nevýhody.

Výhodou železniční dopravy oproti ostatním druhům dopravy je především:⁵⁶

- ekologicky přijatelný způsob dopravy (nízké znečištění ovzduší, relativně malý zábor půdy potřebný pro výstavbu železniční tratě a stanic);
- vysoká přepravní kapacita (do jednoho spoje se vejde více cestujících než například do letadla/auta/autobusu);

⁵⁵ Železniční doprava a regionální rozvoj v české republice: minulost či skutečnost [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: http://www.itregep.cz/media/65137/zeleznice_regionalni_rozvoj_cr.pdf

⁵⁶ RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 65.

- rychlost přepravy (pokud je infrastruktura v adekvátním stavu a nedojde k neočekávaným událostem na trati);
- možnost využít doplňujících přepravních služeb – např. přeprava kol nebo i aut;
- provoz víceméně nezávislý na povětrnostních podmínkách a počasí (na rozdíl například od letecké dopravy, která ve sněhové vánici či mlze nefunguje);
- relativně pravidelný provoz (vlaky jezdí ve dne i v noci dle předem stanovených jízdních řádů s relativně malými intervaly);
- propracovaný systém návaznosti přestupů na další spoje;
- pohodlí cestujících (například oproti cestování autobusem);
- možnost přepravy velkotonážních nebo nebezpečných nákladů v nákladní dopravě;
- nízká nehodovost.

Za nevýhody železniční dopravy můžeme naopak považovat: ⁵⁷

- omezená dostupnost daná výchozím a koncovým terminálem - zastávek (stejně jako například u letecké dopravy není možné začít cestu kdekoliv, ale je nutné se dostavit na nádraží – zpravidla pěšky nebo autem);
- absence železniční tratě v některých oblastech (například v horách);
- riziko poničení nákladu u nákladní přepravy;
- zpoždění v řádech desítek minut i hodin v případě neočekávaných událostí na trati, protože vlak nemůže situaci nijak objet (například nehoda jiného vlaku, skok člověka do kolejiště, technické potíže na trati);
- vysoká regulovanost odvětví;
- železniční dopravce není majitelem infrastruktury - nutnost platit paušální poplatky za použití infrastruktury majiteli (státu).

4.2 Historický vývoj železniční přepravy na českém území

Za úspěšným zrodem železniční přepravy stojí anglický strojník George Stevenson, který v roce 1814 zdokonalením prvních pokusů o konstrukci parní lokomotivy svého anglického předchůdce Richarda Trevithicka sestrojil první funkční parní lokomotivu využitelnou pro veřejnou hromadnou dopravu. Protože kromě toho jako první zavedl

⁵⁷ *Porovnání jednotlivých druhů dopravy* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: https://www.techportal.cz/download/enoviny/enlog/porovnaní_jednotlivých_druhů_dopravy.pdf

rozchod koleje 1435 mm a v letech 1826-1830 řídil technicky velmi komplikovanou výstavbu jedné z prvních železnic z Liverpoolu do Manchesteru, bývá často označován jako otec železnic.⁵⁸

Na českém území došlo k výstavbě první železniční trati v roce 1825. Jednalo se o koněspřežnou trať mezi Českými Budějovicemi a Lincem, která se stala zároveň i první veřejnou železniční dráhou na celém evropském kontinentu. První úsek této trati byl otevřen v roce 1828 a vozy tažené koňmi po jednoduchých kolejích převážely nejprve hlavně náklady soli a zboží. Trať byla dokončena v roce 1832, ale provoz osobních vozů na ní začal až o 4 roky později, tedy v roce 1836, a trval až do 70. let 19. století.⁵⁹

První parní vlak přijel na naše území v roce 1839 po trati Vídeň – Brno soukromé společnosti vídeňského bankéře a finančníka Salomona M. Rothschilda, která nesla název Severní dráha císaře Ferdinanda z Vídně (KFNB – Kaiser Ferdinands Nordbahn). Protože ale společnosti časem chyběly finanční prostředky i motivace k dalšímu rozvoji trati, převzal v roce 1841 iniciativu stát, založil ve Vídni Generální ředitelství státních drah a další výstavbu parní železniční trati zahájil v roce 1842 pod názvem Severní státní dráha.

V roce 1854 se však stát musel další výstavby kvůli finančním potížím vzdát a vydal nový koncesní zákon, který ale umožňoval soukromým společnostem podnikat v oblasti výstavby železniční dopravy na rakousko-uherském území. V této době začala velká výstavba dalších dopravních cest, která bezpochyby přispěla k hustotě naší železniční sítě, neboť jen na českém území bylo za tu dobu vystaveno celkem 3500 km trati - mimo jiné i pražský železniční uzel.

V sedmdesátých a osmdesátých letech 19. století došlo ke znárodnování tratí soukromých společností Císařsko-královskými státními dráhami, které si přebírali jejich tratě i jednotlivé vozy. Díky výstavbě regionálních tratí však na našem území v roce 1903 vznikla první normálně rozchodná elektrifikovaná trať ve střední Evropě. Jednalo se o místní trasu z Tábora do Bechyně, kterou navrhl český elektrotechnik a vynálezce František Křižík.

⁵⁸ GAŠPARÍK, Jozef a Jiří KOLÁŘ. Železniční doprava: technologie, řízení, grafikony a dalších 100 zajímavostí. Praha: Grada Publishing, 2017. s. 10.

⁵⁹ ČD Cargo [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: https://www.cdcargo.cz/cs_CZ/historie

Další vývoj osobní železniční dopravy probíhal však až po první světové válce v Československé republice, kdy byly v roce 1918 zřízena státní instituce Československé státní dráhy (ČSD). Až do druhé světové války, kdy železnice sloužily výhradně pro potřeby armády, prožívaly české dráhy opravdový rozmach – podařilo se jim stávající železniční síť rozšířit o devět dalších drah v celkové délce 370 km.

Po válce bylo nejdůležitějším úkolem odstranit škody a uvést úseky poničené druhou světovou válkou opět do provozu. V rámci pětiletých plánů stanovených poválečným komunistickým režimem, který zahrnoval i trvalé zvyšování výkonu železnic, došlo postupně k elektrifikaci většiny železničních tratí.

Revoluce v roce 1989 a následné zřízení samostatné České republiky přinesly v roce 1993 zřízení státní společnosti České dráhy (ČD).

4.2.1 Vývoj konkurenčního prostředí v osobní železniční dopravě v ČR

Monopol státní společnosti České dráhy na poskytování železniční dopravy v České republice trval téměř přesně deset let. Až na počátku roku 2003 došlo na českých železnicích k liberalizaci trhu v souvislosti s plánovaným vstupem České republiky do Evropské unie, a to prostřednictvím implementace vertikálního oddělení železniční infrastruktury od poskytovatelů služeb železniční přepravy.⁶⁰

Přijetím tzv. **transformačního zákona č. 77/2002 Sb.** (o akciové společnosti České dráhy, státní organizaci Správa železniční dopravní cesty a o změně zákona č. 266/1994 Sb., o dráhách, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 77/1997 Sb., o státním podniku, ve znění pozdějších předpisů) byla tehdejší státní organizace české dráhy rozdělena do tří nových nástupnických organizací:

- České dráhy, a.s.;
- Správa železniční dopravní cesty (státní organizace);
- Drážní inspekce.

Nově vzniklá akciová společnost České dráhy sice měla majetek oddělený od Správy železniční dopravní cesty, ale protože s ní uzavřela smlouvu o zajišťování provozuschopnosti a provozu dráhy, zajistila si tak do budoucna nejen roli dopravce

⁶⁰ TOMEŠ, Zdeněk. Vliv zavádění konkurence na železniční dotace v ČR. In: Konkurence na evropských železnicích – ekonomické, právní a regionální faktory. Brno: Masarykova univerzita, 2010. s. 7

(provozovatele drážní dopravy), ale i výhodné postavení v podobě provozovatele železniční dráhy téměř po celé ČR, což byla situace, se kterou se ostatní přepravci nemohli porovnávat. Vytváření konkurenčního prostředí na železnici tento stav nijak nepomohl a České dráhy si tím byly schopné i nadále udržet svoji monopolní pozici. Ze strany potenciálních nových dopravců nebyla ani snaha za těchto okolností na trh osobní železniční dopravy vstupovat.

Protože Evropská unie, do které Česká republika vstoupila na začátku května roku 2004, apelovala na své členské státy, aby přijaly další nezbytná opatření vedoucí k liberalizaci železniční dopravy, přijala Česká republika **zákon č. 179/2008 Sb.** měnící původní transformační zákon č. 77/2002 Sb. Na základě platnosti tohoto zákona Správa železniční dopravní cesty odkoupila od společnosti České dráhy, a.s., veškeré vybavení potřebné k provozu a údržbě železniční dopravní cesty a stala se jejich provozovatelem. České dráhy tímto opatřením oficiálně ztratily své exkluzivní postavení na trhu se železniční osobní přepravou a teoreticky mohlo dojít k otevření trhu.

Reálně se tomu tak však nestalo, protože Ministerstvo dopravy se společností České dráhy, uzavřelo v roce 2010 tzv. **Velkou smlouvou o ZSV na období 2010-2019** (*Smlouvou o závazku veřejné služby v drážní osobní dopravě ve veřejném zájmu na zajištění dopravních potřeb státu na období od 1.1.2010 do konce platnosti jízdního řádu pro období 2018/19*). Díky této smlouvě si České dráhy zajistily na dalších 10 let pozici provozovatele dálkových vlaků v závazku veřejné služby na většině českých železničních trasách, a to se státní dotací a minimálním rizikem ztrátovosti.⁶¹

Česká republika byla také kvůli této smlouvě zahrnuta do žaloby, kterou podala Evropské unie vůči svým 13 členským státům, kteří z jejího pohledu nerespektovali jednotnou evropskou vizi o zpřístupnění železniční dopravy hospodářské soutěži.

Monopolní situace na trhu osobní železniční přepravy se na českém území změnila až na přelomu roku 2010/2011 s příchodem nového přepravce, společnosti RegioJet a.s., který se rozhodl na trh vstoupit jako komerční subjekt a začal zajišťovat dálkovou osobní přepravu na železnicích i bez státních dotací. I když z počátku tvořil jeho podíl na výkonech osobní

⁶¹ Ministerstvo dopravy: *Velká smlouva o ZSV na období 2010 - 2019* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.mdcr.cz/Dokumenty/Verejna-doprava/Zverejneni-smluv-na-vlakove-dopravy-v-obdobi/Velka-smlouva-o-ZSV-na-obdobi-2010-2019>

dopravy jen velmi malou část (za rok 2011 to bylo jen 0,23 %), jeho vstup na trh znamenal pro českou železniční osobní přepravu zásadní zlom z pohledu utváření konkurence, liberalizace i významu hospodářské soutěže.

O rok později se přidala i další společnost LEO Express Global a.s., která se koncem roku 2011 rozhodla stejně jako RegioJet provozovat dálkovou železniční dopravu na českém území i bez státní podpory, a to také na trati Praha – Ostrava.

I přes veškerou snahu státu a společnosti České dráhy o upevnění jejího monopolu na trhu osobní železniční dopravy, dochází v posledních letech spíše k opačnému trendu. Vstupem soukromých železničních přepravců na železniční trh (především společností RegioJet a LEO Express) se pozice Českých drah mění a její monopolní postavení v oblasti dálkové osobní přepravy už není tak pevné, jako tomu bývalo v minulosti (například v roce 2010). Dříve jednoznačný monopol se pomalými kroky transformuje v oligopol. Procentuální obsazení trhu (tabulka č. 4) vybízí k definování současné situace na trhu osobní železniční dopravy jako oligopolu s dominantní formou.

Důležité je však zmínit, že jak RegioJet, tak LEO Express konkurují Českým drahám zatím pouze na jedné trase: Praha – Ostrava, na které nejen že jsou rovnocenným konkurentem Českých drah, ale dokonce svým vstupem na trh donutili České dráhy výrazně snížit ceny jízdenek a mnohem více se zaměřit i na jiné aspekty ovlivňující konečnou volbu přepravce spotřebitelem (kvalita přepravních souprav, servis, komfort, rychlost, věrnostní program, reklama nebo bezpečnost).

Stejný, i když ne tak znatelný trend můžeme zaznamenat i v oblasti regionální železniční dopravy, ve které získává stále větší podíl na výkonu osobní železniční dopravy společnost GWH Train Regio a.s. (dříve Viamont Regio a.s.). Za posledních 10 let (od roku 2009 do roku 2019) vzrostl její podíl na výkonu o více než 1 %.

Za desetileté období od roku 2010 do roku 2019 (včetně) České dráhy ztratily na podílu dopravců ve výkonech osobní dopravy dle Správy železniční dopravní cesty už 8 %, neboť z původních 99,04 % v roce 2010 klesl jejich podíl dle posledních dostupných dat z období do listopadu 2019 na 91,08 %.

Tabulka č. 4 - Vývoj podílu dopravců na výkonech osobní železniční dopravy v letech 2010-2019

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
České dráhy a.s.	99,04	98,62	97,20	95,61	95,34	95,01	94,43	93,73	91,76	91,08
RegioJet a.s.	0,05	0,23	1,62	1,94	2,09	2,17	2,49	3,06	3,90	4,01
LEO Express a.s.	x	x	0,08	1,65	1,68	1,87	1,90	1,50	1,44	1,75
Viamont Regio a.s.	0,76	0,75	0,70	0,34	0,35	0,35	0,36	0,67	1,83	1,88
Ostatní dopravci	0,15	0,4	0,4	0,46	0,54	0,6	0,82	1,04	1,07	1,28

Zdroj: Výroční zprávy SŽDC z let 2010-2019, Vlastní zpracování

4.3 Současná situace na trhu osobní železniční přepravy na území ČR

I přesto, že železniční doprava není v České republice tím nejpreferovanějším způsobem přepravy osob, má na našem území dlouholetou tradici. Navíc se Česká republika vzhledem ke své strategické středoevropské poloze stala i jedním z tranzitních dopravních uzlů a může se pyšnit velmi hustou železniční sítí – dle dat z roku 2018 disponuje celkem 9 406 km tratí, z nichž je zhruba třetina elektrizována. Většinou se jedná o celostátní nebo regionální dráhy spadající do vlastnictví státní společnosti SŽDC, existují však i vlečky nebo speciální dráhy, jejichž vlastníkem jsou soukromé společnosti nebo svazky.

Mezi hlavní trendy v oblasti železniční osobní dopravy v současné době patří především: ⁶²

- liberalizace - otevírání veřejné železniční dopravy soukromým přepravcům;
- modernizace železničních tratí a další železniční infrastruktury;
- investice do vozidlových parků;
- zvýšení kvality palubních služeb a komfortu pro cestující;
- komerční kategorizace vozů a poskytovaných služeb pro cestující;
- provázanost železniční dopravy s dalšími druhy dopravy (například začlenění regionálních tratí do integrovaných systémů společně s autobusovou dopravou);
- posilování významu hlavních železničních koridorů a následné uvolnění kapacit na nejvytíženějších trasách automobilové dopravy atd.

⁶² České dráhy: *Trendy v osobní dopravě* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.sizi.cz/file.php?nid=14068&oid=4665893>

4.3.1 Bariéry vstupu na trh osobní železniční přepravy

Přestože je vstup na trh železniční dopravy dle platných zákonů teoreticky otevřený a železniční dopravu už neprovozuje jen státní organizace ve formě monopolu, stále existuje velké množství regulatorních i legislativních opatření, které spolu s finančními nároky na tento způsob podnikání představují bariéry pro vstup na tento trh.

K tomu, aby právnická nebo fyzická osoba mohla vstoupit na trh osobní železniční dopravy a provozovat regionální nebo celostátní drážní dopravu, musí splňovat tyto základní podmínky: ⁶³

- být usazena na území ČR (pokud se nejedná o osobu usazenou v jiném členském státě EU, která provozuje přeshraniční osobní drážní dopravu);
- být držitelem platné licence na provozování drážní dopravy (o přidělení licence na základě žádosti rozhoduje Drážní úřad);
- mít s provozovatelem dráhy uzavřenou platnou smlouvu o provozování drážní dopravy (pokud není provozovatel dráhy a dopravce jedna osoba);
- být držitelem platného osvědčení dopravce (bezpečnostního certifikátu vázaného na odbornou způsobilost osob zajišťujících provozování drážní dopravy, který vydává na základě předem podané žádosti Drážní úřad);
- být finančně způsobilý k provozování drážní dopravy (tj. prokázat Drážnímu úřadu schopnost finančně zabezpečit zahájení a řádné provozování drážní dopravy po dobu alespoň 12 měsíců a zároveň nebýt v insolvenčním procesu, nemít nedoplatky na daních, pojistném apod.);
- mít po celou dobu provozování drážní dopravy uzavřeno pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou provozem drážní dopravy a uhrazené pojistné (minimální výše pojistného plnění je na drahách ve vlastnictví SŽDC stanovena na 50.000.000 Kč);
- mít v celém rozsahu provozované drážní dopravy přidělenou kapacitu dráhy (kterou přiděluje vlastník – na drahách vlastněných státem ji přiděluje ŠZDC);
- mít s vlastníkem dráhy sjednanou cenu/poplatek za použití dráhy a zároveň stanoven způsob její úhrady;

⁶³ *Správa železnic: Prohlášení o dráze 2019* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: www.szdc.cz/dopravci/prohlaseni-o-draze/prohlaseni-o-draze-2019

- mít s provozovatelem dráhy sjednány zvláštní technické a provozní podmínky pro případ přepravy mimořádné zásilky nebo mimořádné přechodnosti drážního vozidla.

4.3.2 Konkurenční boj mezi přepravci v oblasti osobní železniční dopravy na lince Praha - Ostrava

Až do konce platnosti jízdního řádu na období 2018/2019 bylo možné konkurenční boj mezi přepravci v oblasti osobní železniční dálkové přepravy sledovat pouze na lince Ex1 (D01, D04) Praha – Pardubice – Olomouc – Ostrava – Polsko/Slovensko. Vzhledem k tomu, že na ni stát v roce 2011 zrušil svoji objednávku závazku veřejné služby (která byla původně zajišťována Českými drahami v rámci Velké smlouvy o ZSV na období 2010-2019), své síly tu mohly změřit všechny tři nejvýznamnější společnosti působící v oblasti dálkové železniční přepravy osob - tedy RegioJet, Leo Express i České dráhy.

Atraktivní železniční trasu, kterou vzhledem k technickému stavu dálnice D1 a častým kolonám na ní se tvořících, využívá velké množství cestujících. Od roku 2011 mají možnost volby dopravce, se kterým na této trase budou cestovat.

A jsou to právě cestující, kteří mají z otevření linky Praha – Ostrava dalším přepravcům největší výhody. Zvýšila se frekvence vypravovaných souprav, komfort a služby dopravců a v neposlední řadě se samozřejmě snížila i cena jízdenky. Před zrušením objednávky závazku veřejné služby v roce 2011 stála základní jednosměrná jízdenka bez dalších slev u ČD z Prahy, hlavního nádraží do Ostravy, hlavního nádraží 438 Kč. Na konci roku 2019 je možné tuto jízdenku za stejných podmínek u stejného dopravce koupit jen za 189 Kč.

Opačnou stranou mince jsou negativní důsledky pro dopravce, kteří kvůli nevytíženosti jednotlivých vlakových souprav a nízko stanoveným cenám často jezdí na této trase se ztrátou. Konkurenční boj o cestující jim zvyšuje náklady a tím se i snižují zisky, kterých by mohly za stejných podmínek na jiných trasách dosáhnout.

Velkým problémem nejen pro dopravce, ale pro fungování železniční dopravy obecně je nedostatečná kapacita dráhy a nevyhovující infrastruktura. Vzhledem k velkému počtu vypravených souprav na lince mezi Prahou a Ostravou dochází ve špičce k „přeplnění“ kolejí, což dále způsobuje například zpoždění regionálních vlaků, které musí ve stanicích čekat často i několik minut, než projedou spoje dálkové. Extrémní je i situace v nákladní železniční dopravě, která na této trase může kvůli přeplněnosti fungovat už jen v noci.

Dosud nevyřešená je i tarifní neprovázanost pro cestující, kteří například využijí jen část linky jednoho dopravce a do cílové stanice pokračují často vlakem jiné společnosti. Nejen, že musí tyto spoje hledat v jízdních řádech různých přepravců, ale musí mít také na každou část cesty nový doklad (jízdenku).

4.4 Charakteristika nejvýznamnějších přepravců osobní železniční dopravy v ČR

Podle evidence Správy železniční dopravní cesty bylo na začátku prosince 2019 celkem 107 společností oprávněných k provozování drážní dopravy. Z toho jich 31 vlastnilo licenci na osobní železniční přepravu. Mezi nejvýznamnější z nich patří bezpochyby čtyři níže představené společnosti, které mají v současné době největší podíl na výkonu osobní železniční přepravy v České republice.

4.4.1 České dráhy, a.s.

Největší český železniční dopravce vznikl v roce 2003 na základě zákona č. 77/2003 Sb. rozdělením původního státního podniku a monopolu v oblasti železniční dopravy České dráhy do tří nových subjektů – České dráhy, a.s., Správa železniční dopravní cesty a Drážní inspekce. Cílem nové akciové společnosti České dráhy je poskytovat služby v oblasti osobní i nákladní železniční dopravy.

Jediným akcionářem společnosti je Česká republika. V čele organizační struktury společnosti je generální ředitel a předseda představenstva v jedné osobě, jehož funkci od září 2019 nově zastává Václav Nebeský. Na jeho činnost a na řízení celé společnosti dále dohlíží představenstvo, valná hromada, dozorčí rada, výbor pro audit a nepřímo i řídicí výbor státní správy.

Společnost patří na trhu osobní železniční dopravy mezi tradiční společnost, která se věnuje převážně dotovanému provozu na regionálních, dálkových i nadnárodních tratích. Její flotilu tvoří vlakové soupravy laděné do modré a šedé barvy se žlutými doplňky rozdělené do různých úrovní komfortu a rychlosti – ať už se jedná o nejmodernější Pendolino, Railjet, InterCity, EuroCity, Expres, Rychlík nebo klasický regionální vlak.⁶⁴

⁶⁴ *České dráhy: Naše vlaky* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/nase-vlaky/default.htm>

Kromě služeb během jízdy, které v podobném rozsahu poskytují i ostatní přepravci (např. občerstvení ve vlaku, WiFi připojení, možnost výběru různých druhů přepravních tříd apod.) poskytuje i služby ve stanicích – konkrétně čekárny, parkoviště, pokladny, úschovny zavazadel nebo půjčovny kol.⁶⁵

4.4.2 RegioJet a.s.

Po úspěchu se žlutými autobusy společnosti Student Agency založil v roce 2009 český podnikatel Radim Janžura dceřinou společností RegioJet a.s. zabývající se osobní železniční dopravu v České republice a na Slovensku.

Od roku 2011 se v České republice RegioJet významně podílí na zajištění osobní železniční přepravy zejména na lince Praha – Ostrava – Žilina – Košice. V roce 2015 rozšířil své působení také na trasu Praha – Olomouc – Přerov a do budoucna plánuje vstup na další trasy, o které je připraven soutěžit v tenderech na státem dotované linky (tzn. na provozování vnitrostátních linek ve veřejném zájmu).

Firemní filozofií společnosti RegioJet (a celého holdingu Student Agency) je poskytovat zákazníkům ty nejlepší služby za skvělé ceny. Jejich žluté vlaky proto zákazníkům nabízejí vysoký standard služeb – například pohodlně vybavené vlakové soupravy s klimatizací, servis palubního personálu (stevardů a stevardek ve firemních stejnokrojích), WiFi připojení či poskytování vybraných nápojů a tiskovin v průběhu jízdy zdarma.⁶⁶

Společnost disponuje 127 vlakovými vozy původem z Rakouska, Švýcarska nebo Rumunska, které jsou na tratích spojovány nejčastěji do devíti vozových souprav řízených lokomotivou značky Škoda. Cestující si během své cesty mohou vybrat z vozů různých tarifních tříd komfortu dle svých preferencí a možností mezi tarify Business, Relax, Standard nebo Low Cost. Na lince Praha – Ostrava – Žilina – Košice je kromě těchto tarifů k dispozici i možnost Spacího vozu.⁶⁷

⁶⁵ *České dráhy: Další služby* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.cd.cz/dalsi-sluzby/sluzby-ve-stanici/default.htm>

⁶⁶ *RegioJet: Náš příběh* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.regiojet.cz/o-nas/nas-pribeh/>

⁶⁷ *RegioJet: Naše flotila* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.regiojet.cz/o-nas/nase-flotila/>

4.4.3 LEO Express Global a.s.

Společnost LEO Express Global a.s. podnikatele Leoše Novotného zahájila svou činnost v oblasti železniční osobní přepravy koncem roku 2012 na lince Praha – Ostrava výhradně komerčním provozem bez jakýchkoliv dotací od státu. Vizí společnosti bylo přinášet cestujícím moderní pojetí cestování, a to nejen v České republice ale v celé střední Evropě. Jako soukromý železniční dopravce figuruje i na slovenském, polském a německém trhu.

Flotilu LEO Expressu tvoří 14 černých vlakových nízkopodlažních souprav. Každá souprava je vždy složena z pěti vlakových vozů, které jsou cestujícím volně průchozí. Různý stupeň komfortu při cestování nabízí společnost prostřednictvím tří tříd – Economy (včetně dětského vozu), Business a Premium. Samozřejmostí ve všech těchto třídách je WiFi připojení zdarma, klimatizace, obsluha a zásuvka a stoleček u každého sedadla.

V současné době se společnost kromě železniční přepravy (která je pro ni stále stěžejní) rozšířila oblast svého působení i na autobusy, minibusy a car sharingovou službu.

Od prosince roku 2019 LEO Express zajišťuje i regionální dopravce v závazku veřejné služby v Pardubickém kraji a částečně i ve Zlínském kraji. Do budoucna má stejně jako RegioJet zájem účastnit se výběrových řízení na další regionální a dálkové linky v ČR, které objednává Ministerstvo dopravy nebo samotné kraje. V roce 2020 by společnost měla na trať vypravit i vlastní sérii elektrických vlaků Sirius, které by měly přepravovat cestující především na trase Praha – Olomouc – Bratislava.

4.4.4 GW Train Regio a.s.

Akciová společnost GW Train Regio vznikla v prosinci roku 2011 jako nástupnická společnost tehdejší VIAMONT Regio a.s. a ve svých oranžovo-zelených vlacích provozuje regionální železniční přepravu osob dle závazku veřejné služby v Karlovarském, Jihočeském, Královéhradeckém a Moravskoslezském kraji. Kromě toho provozuje ještě rychlíkovou linku R25 mezi Plzní a Mostem.

Spolupracuje také se zahraničními drážními přepravci na zajištění osobní železniční dopravy na česko-polských hranicích (linka Královec – Lubawka) a česko-německých hranicích (linka Kraslice – Klingenthal).

Převážná většina linek je zajišťována nízkopodlažními vozy Regio Sprinter RVT, které cestujícím nabízí jen jednu základní tarifní třídu. Vzhledem k tomu, že jednotlivé zastávky

linek od sebe dělí menší časový úsek, je pro dodržení jízdního řádu zásadní rychlá výměna cestujících. Proto jsou tyto vozy vybaveny bezbariérovou nástupní plošinou a neobsahují žádná oddělená kupé – všichni cestující se přepravují společně v otevřeném prostoru, a proto může vůz nabídnout celkem 65 míst k sezení. I přestože se jedná o obyčejnou turistickou třídu, je ve všech vozech samozřejmostí klimatizace, WiFi připojení zdarma, zásuvky 230V a WC včetně přebalovacího pultu.

Výjimkou ve standardu komfortu cestování nabízí rychlíkové spojení mezi Plzní a Mostem, které zajišťují vlaky 628.2. Na této trase je možné za zhruba 16% příplatek ve vlacích využít komfortu 1. třídy.

4.5 Porovnání nejvýznamnějších přepravců osobní železniční dopravy v ČR dle působení na trase Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží

Největší podíl na výkonech osobní železniční dopravy v České republice vykazují dle dat Správy železniční dopravní cesty čtyři společnosti – České dráhy, a.s., RegioJet a.s., LEO Express a.s. a GWH Train Regio a.s.

Každá z firem má jinou minulost, ambice i obchodní strategii. Všechny ale svádí boj o zákazníky. Zatímco společnost GWH Train Regio se orientuje spíše na regionální trasy kratší vzdálenosti se státní dotací, ostatní tři dopravci (České dráhy, RegioJet a LEO Express) se realizují spíše na dálkových tratích. Aktuálně navíc svádí velký konkurenční boj o linku Praha-Ostrava bez státních dotací.

Přehled toho, jakou strategii v konkurenčním boji o cestující uplatňují, v čem jsou jejich zásadní odlišnosti a v čem jsou si naopak podobné, nabízí následující srovnání založené na datech vztahujících se právě k trase Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží. Z tohoto důvodu není společnost GWH Train Regio a.s. do porovnání zahrnuta.

4.5.1 Informace spojené s jízdním řádem

Z jízdního řádu každého dopravce lze vyčíst informace týkající se frekvence vypravených vlaků na lince mezi Prahou a Ostravou, dobou jízdy, počtu mezizastávek apod. Zajímavou informací, která může hrát důležitou roli pro cestující při výběru dopravce, jsou také konkrétní časy příjezdu a odjezdu z/do Prahy nebo Ostravy.

Tabulka č. 5 – Přehled zásadních informací z jízdních řádů jednotlivých dopravců

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Doba jízdy Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží	3h 4min (SC) 3h 25 min (Ex, EC) 3h 36 min (R) 4h 19 min (EuroNight)	3h 19min	3h 28min
Počet mezizastávek mezi stanicemi Praha, hl. nádraží a Ostrava, hl. nádraží	4 mezistanice (SC) 9 mezistanic (Ex, EC) 11 mezistanic (R)	6 mezistanic	11 mezistanic
Počet denně vypravených vlaků na trase Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží	Po-Pá 16x (+ 1x EuroNight) So-Ne 14x	Po-So 10x Ne 9x	Po-Ne 6x
Čas odjezdu prvního vlaku z Prahy do Ostravy	Po-Pá 04:23 (R) So-Ne 6:23 (EX)	Po-So 05:50 Ne 07:50	Po-Ne 08:08
Čas odjezdu posledního vlaku z Prahy do Ostravy	Po-Ne 19:40 (+ 22:15 EuroNight)	Po-Ne 21:50	Po-Ne 20:08
Čas odjezdu prvního vlaku z Ostravy do Prahy	Po-Ne 03:37 (EuroNight)	Po-Ne 02:22	Po-Ne 04:04
Čas odjezdu posledního vlaku z Ostravy do Prahy	Po-Ne 19:15 (SC)	Po-Ne 18:45	Po-Ne 16:04

Zdroj: Jízdní řády společnosti České dráhy, RegioJet a LEO Express, prosinec 2019, Vlastní zpracování

Nejvíce vlaků denně na lince Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží vypraví České dráhy, které díky velikosti svého vlakového parku zvládnou během pracovních dní denně odbavit celkem 34 vlaků (při započítání cesty tam i zpět). Nejčastěji na trase jezdí vlak SC Pendolino, který denně vyjede 14x (7x tam a 7x zpět). Často jezdí také Express vlak (8 jízd denně – 4 tam a 4 zpět) nebo EuroCity (6 jízd denně – 3 tam a 3 zpět). Jednou denně se na trasu tam a opět zpět vypraví i rychlík, vlak InterCity nebo noční autovlak EuroNight sloužící především pro přepravu vozidel na delší vzdálenosti.

Z pohledu na jízdní řády všech tří společností je patrné, že pro cestující spěchající ráno z Prahy do Ostravy, kteří se při volbě dopravce rozhodují především **dle času odjezdu**, bude v pracovních dnech nejvýhodnější využít rychlík Českých drah, který jede z Prahy už v 04:23, v sobotu RegioJet v 05:50 a v neděli Express vlak Českých drah v 6:23. Pokud je

potřeba vyjet z Prahy až posledním možným spojením do Ostravy, vyplatí se cestovat vlakem RegioJet ve 21:50. V opačném směru z Ostravy do Prahy jede jako první RegioJet v 02:22 a nejpозději vyráží v 19:15 SC Pendolino Českých drah.

Počtem vlaků fungujících na této trase jednoznačně vedou České dráhy, kterým ani RegioJet ani LEO Express vzhledem k počtu vlakových souprav nemohou konkurovat. Zajímavou konkurenční výhodou ale může mít RegioJet, jehož vlaky jsou poslední vyjíždějící na trasu z Prahy a naopak prvními vyjíždějícími ráno z Ostravy.

Nejrychleji svou trasu zvládají České dráhy, a to díky vlaku SC Pendolino, který je schopný být v Praze, hl. nádraží z Ostravy, hl. nádraží už za 3 hodiny a 4 minuty. Druhým nejrychlejším přepravcem je RegioJet, který trasu zvládne za 3 hodiny a 19 minut. LEO Express zatím jezdí na trase za 3 hodiny a 28 minut. Zákazníci preferující rychlost přepravy by si ho pravděpodobně kvůli delší době jízdy nevybrali, ale díky svým 11 mezizastávkám může být volbou pro cestující, kterým v jejich stanici např. RegioJet nebo Pendolino nezastavují. Může se jednat o cestující z Kolína, Ústí nad Orlicí, Přerova, Suchdola nad Odrou nebo Studénky. Naopak cestující z České Třebové se s vlakem LEO Express na této trase nesvezou, protože tu jako jediný (kromě Pendolina) nezastavuje.

Tabulka č. 6 - Přehled mezizastávek jednotlivých vlaků mezi stanicemi Praha, hl. nádraží a Ostrava, hl. nádraží

	České dráhy			RegioJet	LEO Express
	Ex + EC	SC	R		
Praha, Libeň	X	X	X	-	X
Kolín	X	-	X	-	X
Pardubice	X	X	X	X	X
Ústí nad Orlicí	X	-	X	-	X
Česká Třebová	X	-	X	X	-
Zábřeh na Moravě	X	-	X	X	X
Olomouc	X	X	X	X	X
Přerov	-	-	-	-	X
Hranice na Moravě	X	-	X	X	X
Suchdol nad Odrou	-	-	X	-	X
Studénka	-	-	X	-	X
Ostrava, Svinov	X	X	X	X	X

Zdroj: Jízdní řády společnosti České dráhy, RegioJet a LEO Express, prosinec 2019, Vlastní zpracování

4.5.2 Cena a rezervace jízdenek

Cenu jízdenky z Prahy, hl. nádraží do Ostravy, hl. nádraží zásadně ovlivňuje výběr konkrétního přepravce a také zvolená úroveň komfortu (třídy) cestování. Rámcově se může cena jednosměrné jízdenky pohybovat od 99 Kč do 2079 Kč, což je rozdíl 1980 Kč. Důležitou roli ale také kromě úrovně komfortu během cesty hraje i den cesty a jak dlouho před odjezdem je koupě jízdenky realizována.

Tabulka č. 7 – Cena jízdenky ze stanice Praha, hl. nádraží do stanice Ostrava, hl. nádraží pro dospělou osobu

Jízdenka zakoupena:	České dráhy	RegioJet	LEO Express
1 den před odjezdem (po-čt)	2. třída 369-439 Kč 1. třída 672-847 Kč	Low cost 139-319 Kč Standard 189-399 Kč Relax 299-499 Kč Business 349-649 Kč	Economy 359-879 Kč Business 609-1149 Kč Premium 1899-1939 Kč
1 den před odjezdem (pá, ne)	2. třída 249-439 Kč 1. třída 672-822 Kč	Low cost 259 Kč Standard 339-399 Kč Relax 419-499 Kč Business 569-649 Kč	Economy 389-899 Kč Business 799-1339 Kč Premium 1489-2079 Kč
1 týden před odjezdem (po-čt)	2. třída 189-360 Kč 1. třída 672-822 Kč	Low cost 139-259 Kč Standard 189-339 Kč Relax 299-419 Kč Business 349-569 Kč	Economy 99-309 Kč Business 359-759 Kč Premium 769-1659 Kč
1 týden před odjezdem (pá, ne)	2. třída 189-404 Kč 1. třída 672-797 Kč	Low cost 259-319 Kč Standard 339-399 Kč Relax 419-499 Kč Business 569-649 Kč	Economy 279-819 Kč Business 359-1049 Kč Premium 639-1869 Kč
1 měsíc před odjezdem (po-čt)	2. třída 189-404 Kč 1. třída 672-772 Kč	Low cost 139-259 Kč Standard 189-339 Kč Relax 299-419 Kč Business 349-569 Kč	Economy 109-229 Kč Business 309-399 Kč Premium 639-779 Kč
1 měsíc před odjezdem (pá, ne)	2. třída 189-404 Kč 1. třída 672-772 Kč	Low cost 259-319 Kč Standard 339-399 Kč Relax 419-499 Kč Business 569-649 Kč	Economy 279-429 Kč Business 359-949 Kč Premium 769-1659 Kč

Zdroj: Jízdní řády společnosti České dráhy, RegioJet a LEO Express, prosinec 2019, Vlastní zpracování

České dráhy jsou ve své cenové politice nejkonstantnější. Jízdenky mohou proto jejich cestující koupit za relativně stejné ceny bez ohledu na to, jestli je kupují týden nebo měsíc předem, protože se jejich cena liší nejvíce o 44 Kč. Nejznamenatelnější navýšení cen je při

koupi jízdenek na poslední chvíli, tedy pouze 1 den před plánovaným odjezdem, kdy se cena jízdenky do 2. třídy může z původních 189 Kč dostat na 369 Kč.

Stejně tak se i společnost **RegioJet** snaží nastavit cenovou politiku tak, aby byla pro jejich zákazníky snadno čitelná. I když se ceny jejich jízdenek do jednotlivých komfortních tříd liší podle toho, v jakém předstihu je člověk kupuje, stále se dají v jejich cenách identifikovat určitá pravidla. Zákazník tak může počítat s tím, že cena jízdenky do základní Low Cost třídy se bude vždy pohybovat v rozmezí od 139 do 319 Kč, do Standard třídy mezi 189 a 399 Kč, do Relax třídy mezi 299 a 499 Kč a do nejpohodlnější Business třídy mezi 349-649 Kč. Navýšení ceny jízdenek je u RegioJetu ovlivněno nejen tím, jak dlouho před odjezdem člověk jízdenku kupuje, ale také poptávkou ze strany ostatních zákazníků. Pokud v konkrétním čase odjezdu zbývá v dané kategorii už jen pár jízdenek, jejich cena jde automaticky nahoru. Velmi často se také stává, že jízdenky pro konkrétní čas jsou už vyprodané, a to i v případě, kdy cestující chce jízdenku zakoupit např. i měsíc předem.

LEO Express stanovuje ceny svých jízdenek naprosto odlišným způsobem než předchozí dvě zmíněné společnosti. Ceny jízdenek do stejných tarifních tříd se mohou velmi lišit dle toho, jak dlouho před odjezdem člověk jízdenku kupuje, dle obsazenosti vlaků, ale i dle konkrétního času odjezdu. Jízdenku do základní Economy třídy z Prahy do Ostravy tak může cestující v určitých časech koupit jen za 99 Kč, což je naprosto nejnižší nabízená cena mezi všemi dopravci, ale jindy se její cena může zvýšit až na 899 Kč, což je rozdíl přesně 800 Kč za tu samou službu. Cena jízdenky v nejvyšší Premium třídě může u tohoto dopravce vyšplhat až na 2079 Kč, což je oproti nejdražší jízdence do 1. třídy Pendolina Českých drah, která může stát až 849 Kč, nebo oproti nejdražší jízdence do nejvyšší Business třídy RegioJetu, která může stát až 649 Kč, velmi vysoká cena.

Tabulka č. 8 – Porovnání cen nejlevnějších a nejdražších jízdenek

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Nejlevnější varianta jízdenky lze koupit za:	189 Kč	139 Kč	99 Kč
Nejdražší varianta jízdenky lze koupit za:	847 Kč	649 Kč	2079 Kč
Největší rozdíl mezi cenou jízdenky v jedné tarifní třídě:	250 Kč v rámci 2. třídy	300 Kč v rámci Business třídy	1440 Kč v rámci Premium třídy

Zdroj: Jízdní řády společnosti České dráhy, RegioJet a LEO Express, prosinec 2019, Vlastní zpracování

Vzhledem k velmi nízkým cenám jednotlivých jízdenek však už společnost RegioJet nenabízí žádné další **dodatečné slevy na jízdném** (kromě zákonných slev na děti, studenty a seniory). Oproti tomu společnost LEO Express nabízí možnost uplatnit skupinovou slevu pro skupinu se čtyřmi a více cestujícími a dále i zpáteční 20% slevu na jízdné. Pro cestující Českých drah může být zajímavá sleva za včasný nákup a především sleva na jízdném při uplatnění In-Karty, která slouží jako elektronická peněženka a zároveň opravňuje držitele ke slevě ve výši 20 %, 50 % nebo 100 % při každé cestě vlakem v závislosti na zvoleném typu karty. Cena karty s tarifem IN 20 je 450 Kč/rok, s tarifem IN 50 činí 2990 Kč/rok a s tarifem IN 100 cestující jezdí neomezeně ve 2. třídě všech vlaků po celý rok neomezeně bez nutnosti nákupu další jízdenky za 19 990 Kč.

4.5.3 Nákup, storno a kompenzace jízdenek

Nejširší síť pro **nákup jízdenek** nabízí společnost LEO Express, u které si cestující může jízdenky koupit nejen osobně na přepážce nebo u provizních partnerů, ale i elektronicky na webu nebo v mobilní aplikaci, telefonicky na zákaznické lince nebo přímo ve vlaku. Tím je oproti svým konkurentům značně napřed. České dráhy nevyužívají možnost prodeje jízdenek přes provizní prodejce, RegioJet neumožňuje prodej jízdenek až přímo ve vlaku, obě dvě společnosti navíc nevyužívají telefonický prodej.

Tabulka č. 9 – Přehled možností nákupu jízdenek u jednotlivých dopravců

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Nákup jízdenek	na přepážce, online na webu, v mobilní aplikaci, přímo ve vlaku	na přepážce, u provizních partnerů, online na webu, v mobilní aplikaci	na přepážce, u provizních partnerů, online na webu, v mobilní aplikaci, telefonicky, přímo ve vlaku

Zdroj: www.cd.cz, www.regiojet.cz, www.leoexpress.com.cz, Vlastní zpracování

Nejflexiblnějším přepravcem z pohledu **storno poplatku** je společnost LEO Express, u které je možné zakoupenou jízdenku zdarma vrátit kdykoliv do odjezdu vlaku. U společnosti RegioJet a u jízdenek z e-shopu společnosti České dráhy je možné jízdenku zdarma stornovat do nejpozději do 15 minut před odjezdem vlaku, poté už činí storno poplatek 100% (čili jízdenku stornovat nelze a propadne). U klasických papírových jízdenek zakoupených na přepážkách Českých drah je storno možné zdarma do 15 minut od zakoupení jízdenky nebo do půlnoci dne, který předchází odjezdu vlaku.

Tabulka č. 10 – Přehled podmínek pro storno jízdenek u jednotlivých dopravců

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Papírová jízdenka vydaná na přepážce	Do 23:59 dne předcházejícímu dni platnosti nebo při vrácení do 15 min od zakoupení: 0 Kč. V ostatních případech 100% storno poplatek	Více než 15 min do odjezdu: 0 Kč, méně než 15 minut do odjezdu: nelze.	Kdykoli až do pravidelného odjezdu spoje zdarma.
Online jízdenka z e-shopu	Do 15 min před začátkem platnosti jízdenky: 0 Kč. Méně než 15 min před začátkem platnosti jízdenky: 100% storno poplatek		

Zdroj: www.cd.cz, www.regiojet.cz, www.leoexpress.com.cz, Vlastní zpracování

Kompence za zpoždění je u všech tří společností nastavena velmi podobně – u společnosti České dráhy a LEO Express dokonce naprosto stejně. Odlišuje se pouze společnost RegioJet, která jako jediná rozlišuje mezi nezaviněným zpožděním (dané nepředvídatelnou situací na dráze) a zaviněným zpožděním (vzniklé na straně společnosti, například poruchou vozů) a v době zpoždění zahrnuje i kategorii nad 181 minut. Cestující má tak možnost dostat od společnosti zpět 100% cenu hodnoty jízdenky. A to navíc naprosto automaticky. Garance včasného příjezdu je pro společnost RegioJet jedním ze zásadních pilířů její vize a strategie, proto není nutné o kompenzaci nikde oficiálně žádat a částka je automaticky poslána na účet cestujícího v podobě kreditu na další jízdenku nebo je možné ji na kterémkoliv výdejním místě vyměnit za hotovost.

Oproti tomu České dráhy trvají při uplatnění kompenzace za zpoždění na vyplnění oficiální žádosti a předložení originálů jízdních dokladů (ať už předaných přímo na přepážce nebo zaslaných poštou), jejíž vyřízení může trvat až 1 měsíc. Stejný postup uplatňuje i společnost LEO Express.

Tabulka č. 11 – Přehled podmínek pro kompenzaci ceny jízdenky při zpoždění

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Nezaviněné zpoždění	60-119 min = 25 % + 120 min = 50 %	60-119 min = 25 % 120-180 min. = 50 % + 181 min = 100 %	60-119 min = 25 % + 120 min = 50 %
Zaviněné zpoždění		31-59 min = 10 % 60-119 min = 50 % +120 min = 100%	

Zdroj: www.cd.cz, www.regiojet.cz, www.leoexpress.com.cz, Vlastní zpracování

4.5.4 Věrnostní program

Protože mají všechny tři společnosti kvůli konkurenčnímu boji na trhu železničních osobních přepravců zájem o co nejvyšší počet cestujících, má každá z nich zavedený svůj vlastní **věrnostní program**, který slouží hlavně k retenci stávajících zákazníků.

Zatímco společnosti České dráhy a LEO Express odměňují své klienty za jednotlivý nákup jízdenek (ať už formou cash back systému nebo sběru bodů, které lze dále vyměnit za různé slevy u obchodních partnerů nebo další jízdenky a služby u dopravce), RegioJet odměňuje každého klienta stejně, nezávisle na obnosu peněz utracených za jízdenky.

Vzhledem k tomu, že RegioJet umožňuje čerpat členům svého věrnostního programu veškeré slevy jen za splnění online registrace, je možné, že někteří všímaví cestující si účet v programu zařídí jen kvůli slevám u obchodních partnerů, ale reálně využívají jízdné Českých drah nebo LEO Expressu.

Tabulka č. 12 - Porovnání věrnostních programů dopravců

	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Název věrnostního programu	ČD Body	Kreditovka	Smile Club
Základní princip fungování programu	Sběr bodů za jízdenky nakoupené přes e-shop.	V zásadě elektronická peněženka, která opravňuje držitele k čerpání slev u obchodních partnerů	Cash back odměna dle úrovně dosavadní útraty: Orange 1-999 Kč = 2,5 % Bronze 1000-2999 Kč = 5 % Silver 3000-9999 Kč = 7,5 % Gold + 10 000 Kč = 10 %
Výhody pro klienty	Uplatnění nasbíraných bodů za slevy nebo vouchery na nákup u obchodních partnerů (např. muzea, divadla, knihkupectví atd.) nebo slevy/voucher na služby ČD (např. půjčení kol, různé druhy jízdenek).	Nákup jízdenek online i na přepážkách za nejnižší ceny, nabíjení kreditu, informace o limitovaných nabídkách, slevy u obchodních partnerů (např. muzea, divadla, knihkupectví, taxi, ubytování apod.).	Cash back odměnu z každého nákupu lze utratit za další jízdné u společnosti nebo za catering ve vlacích. Členové klubu navíc mají ve vlacích lahev vody zdarma a dostávají informace o různých akcích a slevách na jízdné.

Zdroj: www.cd.cz, www.regiojet.cz, www.leoexpress.com.cz, Vlastní zpracování

4.5.5 Služby poskytované cestujícím ve vlaku

Služby poskytované cestujícím není možné porovnávat paušálně, neboť každý dopravce prodává jízdenky do různých úrovní cestovatelských tříd, kde mohou cestující za různou cenu jízdenky využít různou úroveň pohodlí a jiný sortiment nebo objem služeb.

Tabulka č. 13 – Přehled služeb poskytovaných dopravci ve vlacích během cesty

	České dráhy						RegioJet				LEO Express		
	R		Ex, EC, IC		SC Pendolino		Low Cost	Standard	Relax	Business	Economy	Business	Premium
	2. třída	1. třída	2. třída	1. třída	2. třída	1. třída							
WiFi	-	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Klimatizace	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Zásuvka 230V	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Balená voda zdarma	-	X	-	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X
Nápoj zdarma (čaj, káva)	-	-	-	-	-	X	-	X	X	X	-	X	X
Občerstvení zdarma	-	-	-	-	-	X	-	-	-	X	-	X	X
Sluchátka	-	-	-	-	-	-	X	X	X	X	-	-	X
Welcome drink	-	-	-	-	-	X	-	-	-	X	-	-	X
Denní tisk		X	-	X	X	X	X	X	X	X	-	-	-
Prodej občerstvení	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X
Palubní personál	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X
Polohovatelné křeslo	-	-	-	-	-	X	-	-	X	X	-	-	X

Zdroj: www.cd.cz, www.regiojet.cz, www.leoexpress.com.cz, Vlastní zpracování

Z výše uvedeného přehledu služeb poskytovaných jednotlivými dopravci je zřejmé, že cesta vlakem už v dnešní době nepředstavuje jen způsob, jak se dostat z místa A do místa B, ale i určitý prožitek při cestování. Aby dopravci uspěli v konkurenčním boji o cestující

v porovnání s jinými způsoby dopravy (např. leteckou či automobilovou) a zároveň v boji mezi sebou, musí cestujícím k obyčejnému jízdnému nabídnout i něco navíc.

WiFi připojení, klimatizace nebo zásuvka 230V už jsou dnes pro cestující naprostou samozřejmostí - i přesto je ale České dráhy ve vlacích typu Ex poskytují jen ve vybraných vlacích a jejich poskytnutí negarantují). Je tedy potřeba stále hledat nové služby, které by cestující zaujaly a zvýšily tak dopravcovu konkurenční výhodu oproti ostatním. S touto strategií velmi dobře pracuje především RegioJet a LEO Express. České dráhy za nimi v tomto ohledu trochu zaostávají – kromě balené vody a denního tisku pro cestující 1. třídy a možnosti nakoupit si občerstvení u palubního personálu svým cestujícím ve vlacích typu R, EC, Ex nebo IC nenabízí žádnou přidanou hodnotu a s ostatními dopravci v tomto ohledu drží krok pouze ve vlacích typu SC Pendolino.

Na druhou stranu je potřeba posoudit spektrum poskytovaných služeb i s ohledem na cenu jízdenky. Například cestování v nejdražší Business třídě společnosti RegioJet dokáže uspokojit cestující všemi druhy služeb uvedených v přehledu jen za 349-649 Kč, při cestování v 1. třídě vlaku SC Pendolino za podobný komfort (bez sluchátek) zaplatíme minimálně 672 Kč až 847 Kč a při výběru Premium třídy ve vlacích LEO Express dokonce 639-2079 Kč (bez denního tisku, ale zato s pořádným jídlem a neomezenou konzumací nealkoholických nápojů).

Všichni tři zmínění dopravci umožňují svým cestujícím využít ve vyšších komfortních třídách možnosti cestovat tzv. tichým oddílem, kde je zaručen klid na práci. Stejně tak všichni tři nabízí v nejnižších třídách komfortu tzv. dětský oddíl pro dětské cestující. České dráhy mají navíc ve vybraných vozech typu Ex a EC i tzv. dámský oddíl, který byl zřízen na základě podnětů od cestujících výhradně pro ženy a dívky cestující samostatně.

4.5.6 Shrnutí porovnání všech tří dopravců

Každý ze tří výše uvedených dopravců uplatňuje v konkurenčním boji na lince Praha, hl. nádraží – Ostrava, hl. nádraží jinou strategii. Zatímco někdo se primárně orientuje především na vyšší komfortu poskytovaných služeb, pro jiného je prioritou rychlost nebo nízká cena. V dnešní době ale tato primární profilace pro získání nových cestujících a retenci těch stávajících nestačí a společnosti se tak musí snažit zaujmout co nejširší objem zákazníků různou kombinací svých předností.

Na závěr této kapitoly je přeloženo krátké shrnutí těch nejdůležitějších výhod a nevýhod při cestování vlaky jednotlivých společností na trase mezi Prahou a Ostravou.

České dráhy, a.s.:

Mezi největší výhody při cestování vlaky této společnosti patří:

- vysoká frekvence vypravených vlaků na lince Praha-Ostrava (denně se jedná 16 vlaků tam a 16 vlaků zpět);
- rychlost jízdy vlakem SC Pendolino, který je schopný trasu Praha-Ostrava ujet za 3 hodiny a 4 minuty, což ho na této trase dělá nejrychlejším vlakem;
- tradiční a stabilní jméno společnosti;
- zajímavý věrnostní program ČD Body (který by ale do budoucna nebylo špatné rozšířit i pro cestující preferující nákup tradičním papírových jízdenek);
- provázanost navazujících spojů (pokud cesta cestujících nekončí na trase Praha-Ostrava, ale pokračují dále například dalším vlakovým spojem, je velmi pravděpodobné, že se bude jednat o spoj ČD a vyberou si tedy tohoto přepravce na celou délku své cesty, aby jim stačila jedna jízdenka);
- zavedení tzv. dámského oddílu pro ženy a dívky cestující samostatně.

Mezi nevýhody patří:

- nepřehlednost jízdnicích řádů, zařazení různých druhů vlaků na jedné trase a s tím spojená nejednotnost úrovně komfortu poskytovaného v různých druzích vlaku (cestující se tak musí dobře orientovat v tom, kdy jezdí např. Ex vlak s dámským oddílem nebo naopak SC Pendolino s vysokou úrovní poskytovaných služeb);
- nejednotné podmínky pro nákup online a papírových jízdenek;
- komplikované podmínky pro storno papírových jízdenek, které jsou naprosto odlišné od storna jízdenek zakoupených online.

RegioJet a.s.

Mezi největší výhody při cestování vlaky této společnosti patří:

- nejnižší cena jízdenky (i za nadstandardní business třídu);
- velmi dobrá rychlost vlaků, které zvládnou trasu Praha-Ostrava za 3 hodiny a 19 minut (což je jen o 15 minut déle než cesta SC Pendolinem Českých drah);

- garance včasného příjezdu a kompenzace zpoždění, kdy může cestující dostat zpět až 100 % ceny jízdenky a vše probíhá automaticky bez jakékoliv žádosti a prodlev;
- odjezd posledního vlaku na trase z Prahy do Ostravy a naopak prvního vlaku odjíždějícího z Ostravy do Prahy může být velmi zajímavým kritériem pro rozhodování u cestujících, kteří mají například dlouhé jednání/schůzku v jiném městě nebo jednání/schůzku začínající brzo ráno.

Mezi nevýhody patří:

- věnostní program Kreditovka, který vlastně není věnostním programem v pravém slova smyslu, protože klienti nečerpají výhody plynoucí z loajality ke společnosti a nemohou tak využít např. nasbírané body pro nákup dalších jízdenek;
- poskytování dodatečných slev pro různé typy cestujících – například skupinové nebo zpáteční jízdenky;
- nemožnost koupit jízdenku až přímo ve vlaku.

LEO Express Global a.s.

Mezi největší výhody při cestování vlaky této společnosti patří:

- zajímavý věnostní program Smile club, který motivuje cestující k další útratě u společnosti (a zároveň umožňuje vyměnit nasbíranou hotovost za další jízdenky nebo catering poskytovaný ve vlacích);
- výborná úroveň komfortu a luxusu v nejvyšší Premium třídě (především v oblasti občerstvení, neomezené konzumace nealkoholických nápojů, pohodlností sedadel apod., což uspokojí i ty nejnáročnější klienty, kteří si za tyto služby rádi připlatí);
- flexibilní přístup ke stornu jízdenek, které je možné zdarma uplatnit kdykoliv až do doby odjezdu vlaku (zatímco ostatní společnosti storno limitují dobou minimálně 15 minut před odjezdem vlaku);
- zařazení dalších druhů slev do svých tarifů (například skupinová nebo zpáteční sleva na jízdenku);
- široké portfolio kanálů, přes které je možné nakoupit jízdenky do vlaku.

Mezi nevýhody patří:

- ve většině případech vysoká cena za jízdenku na trase Praha-Ostrava (i při výběru nejnižší úrovně komfortu);

- doba jízdy, která trvá skoro stejně dlouho jako jízda obyčejným rychlíkem ČD (a je způsobena především velmi vysokým počtem zastávek na trase);
- malá frekvence vypravených vlaků denně v ne příliš atraktivní časy, protože do Ostravy a zpět vyjede její vlak každý den jen šestkrát.

4.6 Predikce vývoje v oblasti osobní železniční dopravy v České republice po roce 2020

Vytvořit evropský jednotný dopravní prostor tak, jak si ho představuje Evropská unie, se zatím ještě nepovedlo. Rozdělením státní společnosti na České dráhy, a.s., a SŽDC a přijetím dalších novelizačních zákonů o transformaci železniční dopravy sice došlo k omezení státního monopolu a dalšímu otevření trhu, dopad do praxe však stále ještě není příliš významný. K tomu, aby bylo možné trh železniční osobní dopravy opravdu otevřít hospodářské soutěži, stále ještě brání legislativní, technické i administrativní nedostatky. Teprve po jejich odstranění bude možné mluvit o liberálním trhu železniční dopravy, v němž bude každá zakázka přidělena na základě transparentního výběrového řízení.

Naplnit očekávání transparentního přidělování zakázek v osobní železniční dopravě bude ale v naší zemi pravděpodobně ještě „běh na delší trať“. Ministerstvo dopravy totiž už dříve avizovalo, že i do budoucna opět plánuje využít možnosti přímého oslovení dodavatele, ponechat závazek veřejné služby na většině hlavních železničních koridorů především v gesci Českých drah a.s. a nevypisovat klasické výběrové řízení. A to i přesto, že jak společnost RegioJet, tak i LEO Express předem avizovaly, že jsou připravené se výběrových řízení účastnit a zapojit se tak do provozu na dalších železničních koridorech dle závazku veřejné služby.

S platností nového jízdního řádu 2019/2020 by se však situace na českém území mohla opět o něco více zlepšit – vypadá to, že komerční dopravci RegioJet a LEO Express ve svých snahách o zapojení do závazku veřejné železniční dopravy nepolevují a usilovně se snaží bojovat o další linky, na kterých by své vlaky mohly vypravovat (s dotací i bez). Pokud se jim to nakonec skutečně podaří, je možné, že za pět nebo deset let bude podíl na výkonu osobní železniční dopravy v České republice vypadat opět trochu jinak a dříve dominantní monopol Českých drah, a.s. už nebude ve statistikách tak výrazný.

Osobní železniční dopravu do budoucna čekají i další výzvy – vzhledem k nepříliš dobrému technickému stavu některých drážních budov i další železniční infrastruktury, je

potřeba naplánovat a zrealizovat investice do modernizace a revitalizace. V souvislosti s modernizací se už delší dobu mluví i o výstavbě tzv. **vysokorychlostních železnic**, které už dnes běžně fungují například ve Francii, Německu, Japonsku, Belgii, Portugalsku, Rusku, Saudské Arábii i v severských zemích. V České republice ale ještě zatím ne. Výhodou těchto speciálně konstruovaných vysokorychlostních vlaků je především vysoká rychlost jízdy v rozmezí minimálně 200 – 250 km/h, která umožňuje zvýšit kapacitu stávajících tratí – což by mohlo výrazně pomoci například přetížené lince Praha-Ostrava.

Správa železniční dopravní cesty aktuálně spolupracuje na tvorbě manuálu pro projektování a výstavbu vysokorychlostních tratí s francouzskou SNCF, čímž chce urychlit přípravu až o pět let. Francouzská SNCF provozující ve Francii vlaky TGV radí české straně s projekcí mostů, tunelů i trakčního vedení. Samotná výstavba vysokorychlostní tratě na našem území by měla podle Ministerstva dopravy začít v roce 2025.⁶⁸

4.7 Dotazníkové šetření zaměřené na preference cestujících v osobní železniční dopravě na lince mezi Prahou a Ostravou

Následující část této diplomové práce se bude zabývat vlastním výzkumem v podobě dotazníkového šetření zaměřeného na preference cestujících v osobní železniční dopravě na jedné z nejvytíženějších českých železničních tras, a to mezi stanicemi Praha, hlavní nádraží a Ostrava, hlavní nádraží.

Dotazník je považován za jednu ze základních a vysoce efektivních technik sběru informací, protože umožňuje během relativně krátkého časového období získat informace od většího počtu respondentů, a to navíc při velmi nízkých nákladech.⁶⁹

V rámci dotazníku můžeme rozlišovat uzavřené/polouzavřené předem definované odpovědi, které umožní výzkumníkovi odpovědi všech respondentů lépe kategorizovat a standardizovat, nebo otevřené odpovědi, které naopak umožňují každému z respondentů odpovědět na dotaz vlastními slovy.⁷⁰

⁶⁸ *Ministerstvo dopravy: Vysokorychlostní tratě* [online]. [cit. 2020-02-16]. Dostupné z: <https://www.mdcz.cz/Media/Media-a-tiskove-zpravy/Prvni-vysokorychlostni-trate-se-zacnou-stavet-v-ro>

⁶⁹ DISMAN, Miloslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Grada, 2011. s. 141.

⁷⁰ KOTLER, Philip, Veronica WONG, John SAUNDERS a Gary ARMSTRONG. *Moderní marketing*. Praha: Grada, 2007. s. 420.

Pro analýzu preferencí cestujících železniční dopravou na trase mezi Prahou a Ostravou byla v této práci zvolena možnost standardizovaného dotazníku s uzavřenými odpověďmi, a to především kvůli možnosti zpracovat relativně větší množství dat od různých respondentů ve standardizované podobě a dále je i lépe interpretovat.

Dotazníky určené cestujícím využívající osobní železniční dopravu na trase mezi Prahou, hlavním nádražím a Ostravou, hlavním nádražím byly distribuovány v průběhu ledna 2020 elektronickou formou prostřednictvím portálu survio.cz. Nejprve byly cíleně rozeslány rodinným příslušníkům, známým a kolegům z práce, o kterých se vědělo, že na této trase železniční dopravu využívají a následně byl využit výběr tzv. nabalováním (sněhové koule), kdy se další výběr respondentů odvíjel od doporučení respondentů, kteří už dotazník vyplnili. Respondenti byli požádáni, aby popřemýšleli o dalších respondentech, kteří by mohli být pro účely tohoto šetření vhodní (tedy další rodinné příslušníky, známé nebo kolegy, kteří na této trase také využívají služeb železniční dopravy a popřípadě jim i technicky pomohli s vyplněním dotazníku, pokud se jedná například o starší osoby).

Cílem dotazníkového šetření bylo porozumět situaci v oblasti osobní železniční dopravy na jedné z nevytíženějších českých železničních tras mezi Prahou a Ostravou a zjistit:

- hlavní důvody využívání osobní železniční dopravy na této trase;
- preference cestujících ve volbě železničního dopravce;
- hlavní kritéria cestujících vedoucí k výběru železničního dopravce;
- postoje cestujících k nadstandardním službám poskytovaným ve vlaku během jízdy (např. občerstvení, denní tisk, WiFi apod.);
- v čem cestující spatřují přínosy liberalizace železniční osobní dopravy a otevření tohoto trhu pro více přepravců.

Dotazník vyplnilo celkem 256 respondentů, z toho 148 žen a 108 mužů. Nejvíce respondentů bylo ve věkové kategorii 27-65 let (143 respondentů, tedy 58 %) a se středoškolským vzděláním s maturitou (105 respondentů, tedy 41 %). Nejčastěji se jednalo o řadové zaměstnance v soukromém sektoru (79 respondentů, což činí 31 %) s hrubým měsíčním příjmem v kategorii 30.000-39.000 Kč (82 respondentů, tedy 32 % dotázaných).

Tabulka č. 14 – Přehled základních demografických charakteristik respondentů

Pohlaví		Věk		Vzdělání	
				ZŠ, neukončená ZŠ	3 %
				SŠ bez maturity	15 %
		Do 26 let	27 %	SŠ s maturitou	41 %
Žena	58 %	27 – 65 let	56 %	VOŠ	7 %
Muž	42 %	Nad 66 let	17 %	VŠ	34 %

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Tabulka č. 15 – Přehled základních socioekonomických charakteristik respondentů

Hrubý měsíční příjem		Aktuální socioekonomická situace	
		Student	18 %
		OSVČ	13 %
		Řadový zaměstnanec v soukromém sektoru	31 %
Méně než 10.000 Kč	13 %	Vedoucí zaměstnanec v soukromém sektoru	6 %
10.000 - 19.000 Kč	17 %	Řadový zaměstnanec ve státní správě	9 %
20.000 – 29.000 Kč	26 %	Vedoucí zaměstnanec ve státní správě	2 %
30.000 – 39.000 Kč	32 %	Na mateřské/rodičovské dovolené	4 %
40.000 a více	12 %	V důchodu	15 %

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

4.7.1 Pilotní studie dotazníku

Vzhledem k tomu, že výzkumník při sběru dat prostřednictvím elektronicky distribuovaného dotazníku nepřichází s respondenty přímo do kontaktu, je potřeba ho pečlivě připravit a před použitím i vhodně otestovat.⁷¹ Z tohoto důvodu byla nejdříve provedena pilotáž dotazníku, která byla rozeslána celkem 12 lidem tak, aby byly z každé věkové kategorie zastoupeny čtyři osoby ve složení dvou mužů a dvou žen.

Cílem pilotního dotazníku bylo zjistit, jestli jsou všechny otázky respondentům srozumitelné, jestli jsou předem definované odpovědi na jednotlivé otázky pro respondenty dostačující a jestli tento zvolený způsob techniky sběru dat přinese adekvátní informace, které pak bude možné statisticky zpracovat. Všichni ze 12 respondentů účastnících se

⁷¹ KOTLER, Philip, Veronica WONG, John SAUNDERS a Gary ARMSTRONG. Moderní marketing. Praha: Grada, 2007. s. 420.

pilotáže byli následně požádáni o zpětnou vazbu, dle které došlo k úpravě těchto tří otázek/odpovědí na ně:

Otázka č. 7: Pokračujete z cílové stanice této linky ještě nějakým dalším lokálním spojem?
Zpětná vazba respondentů ukazovala, že jim v odpovědích chybí možnost návaznosti na další druhy dopravy, jako je např. metro, tramvaj apod. Z tohoto důvodu byla odpověď *Ano, autobusovým spojem* nově rozšířena na odpověď *Ano, jiným způsobem dopravy (např. autobus, tramvaj apod.)*.

Otázka č. 9: Z jakého důvodu na této trase využíváte zrovna železniční dopravu? Původní bodová škála, v níž měl každý respondent rozdělit 10 bodů mezi jednotlivá kritéria, byla změněna na možnost výběru pouze jedné odpovědi. Jednak si respondenti stěžovali, že 10 bodů je pro tolik možností málo a není to uživatelsky příjemné (starší respondenti například nepochopili, jak se body rozdělují) a jednak při volbě pouze jedné odpovědi bude možné tuto otázku vyhodnotit pomocí Pearsonova χ^2 -testu.

Otázka č. 14: Který přepravce podle Vás poskytuje v jednotlivých kategoriích nejlepší služby? Většina respondentů z pilotáže namítala, že v některých kategoriích (např. bezpečnost) jsou služby dopravců srovnatelné a oni přesto musí vybrat jednoho z nich, čímž může dojít ke zkreslení výsledků. Proto byla do odpovědí přidána možnost *Srovnatelné u všech tří dopravců*.

Na základě pilotáže byla také úplně zrušena otázka *Všiml/a jste si na této lince v posledních zhruba 10 letech nějakých výrazných změn v podmínkách dopravců spojených se vstupem nových dopravců na trh osobní železniční dopravy?* Respondenti se shodli v tom, že nepochopili, že se má jednat o porovnání stavu v době, kdy na lince fungovaly jen České dráhy, a současné situace, kdy na lince funguje i RegioJet nebo LEO Express. Většina respondentů na této lince navíc situaci, kdy na ní působily jen České dráhy, ani nezažila, neboť na této trase začali cestovat až později.

4.7.2 Hypotézy k dotazníkovému šetření

Před zasláním dotazníkového šetření respondentům bylo stanoveno 5 hypotéz o vzájemné nezávislosti testovaných znaků a 5 alternativních hypotéz o vzájemné závislosti těchto znaků vztahujících se k preferenci cestujících ve volbě železničního dopravce. Po

úspěšném sběru a zpracování dat byly následně tyto hypotézy vyhodnoceny statistickým programem IBM SPSS Statistis 24, pomocí Pearsonova χ^2 -testu.

Pro použití tohoto testu je nezbytné splnění následujících podmínek:

- Maximálně 20% očekávaných četností může být nižší než 5;
- Všechny skutečné četnosti musí být vyšší než 0;
- Počet celkových odpovědí musí být vyšší než 50.

Čím vyšší je rozsah výběru n , tím je spolehlivost testu vyšší.

Výsledkem tohoto testu je signifikantní hodnota p , která je porovnávána s hladinou významnosti α (nejčastěji nabývající hodnot 0,01 či 0,05). Na základě tohoto porovnání je možné rozhodnout o vzájemné závislosti/nezávislosti sledovaných znaků:

- pokud je $p > \alpha$, dochází k potvrzení nulové hypotézy H_0 o vzájemné nezávislosti dvou sledovaných znaků, tedy k vyvrácení alternativní hypotézy H_{0A} o vzájemné závislosti sledovaných znaků – lze tedy tvrdit, že na zvolené hladině významnosti **neexistuje** statisticky významná závislost mezi sledovanými znaky;
- pokud je $p < \alpha$, dochází k zamítnutí nulové hypotézy H_0 o vzájemné nezávislosti dvou sledovaných znaků, tedy k nezamítnutí alternativní hypotézy H_{0A} – lze tedy tvrdit, že na zvolené hladině významnosti **existuje** statisticky významná závislost mezi sledovanými znaky.

Pearsonův χ^2 -test však nevyjadřuje sílu případné statistické závislosti. K tomuto účelu bylo použito Cramerovo V , které nabývá hodnot od 0 do 1.

Čím více se hodnota Cramerova V blíží k 1, tím vyšší je síla závislosti sledovaných znaků. Podle toho, ve kterém intervalu se jeho konečná hodnota vyskytuje, lze rozhodnout o přesné míře závislosti mezi zkoumanými znaky:⁷²

- 0,01 – 0,09 žádná závislost
- 0,10 – 0,29 nízká až střední závislost
- 0,30 – 0,49 střední až podstatná závislost

⁷² DAVID DE VAUS. *Surveys in social research*. London: Routledge, 2004. s. 233

- 0,50 – 0,69 podstatná až velmi silná závislost
- 0,70 – 0,89 velmi silná závislost
- 0,90 – 0,99 téměř perfektní závislost.

Všechny hypotézy byly podrobeny tomuto testování a následně okomentovány slovním popisem a doplněny výslednými tabulkami z programu SPSS.

Hypotéza č. 1 (dále H₁)

H₁ = Neexistuje statisticky významná závislost mezi věkem cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem.

Alternativní hypotéza č. 1 (dále H_{1A}):

H_{1A} = Existuje statisticky významná závislost mezi věkem cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem.

V následující tabulce č. 16 je přehled jednotlivých odpovědí respondentů rozdělených dle jejich věku a dopravce, se kterým na této trase cestují nejčastěji. V rámci tabulky je tedy vidět, kolik cestujících z určité věkové kategorie nejčastěji využívá určitého dopravce.

Tabulka č. 16 – Věk cestujících/nejčastěji využívaný železniční dopravce

Věk cestujících/ nejčastěji využívaný dopravce	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Do 26 let	19	36	15
27 – 65 let	46	89	8
Nad 66 let	32	6	5

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Data z tabulky č. 16 byla zpracována pomocí statistického programu IBM SPSS. Podmínky pro použití χ^2 testu byly splněny (žlutě zvýrazněná část v tabulce č. 17), proto lze porovnat signifikantní hodnotu p (červeně zvýrazněná část v tabulce č. 17) se zvolenou hladinou významnosti $\alpha = 0,05$.

Jelikož $p < \alpha$, lze na zvolené hladině významnosti H₁ zamítnout. Existuje tedy statisticky významná závislost mezi věkem a nejčastěji využívaným dopravcem (H_{1A}).

Tabulka č. 17 – Vyhodnocení H₁

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymtotic Significance (2 – sides)
Pearson Chi-Square	44,370 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	45,135	4	,000
Linear-by-Linear Association	16,092	1	,000
N of Valid Cases	256		
a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,70.			

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Modře zvýrazněná část v tabulce č. 18 znázorňuje sílu statistické významnosti mezi sledovanými ukazateli. Hodnotu 0.294 lze po zaokrouhlení nahoru hodnotit jako závislost střední až podstatnou.

Tabulka č. 18 – Síla statistické závislosti u H₁

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,416	,000
	Cramer's V	,0294	,000
N of Valid Cases		256	

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Je tedy prokázána statisticky významná závislost mezi věkem cestujících a nejčastěji zvoleným železničním dopravcem. Zatímco lidé v mladším věku reprezentující kategorii respondentů do 26 let jsou mezi všemi třemi dopravci rozděleni víceméně rovnoměrně, u starších osob je ztelnější tendence k určitému dopravci. Lidé v produktivním věku mezi 27 až 65 lety už (až na výjimky) preferují jen dva dopravce – České dráhy a RegioJet, zatímco respondenti starší 66 let jednoznačně tíhnou k Českým drahám.

Hlavním důvodem tohoto generačního rozdílu může být určitá konzervativnost ze strany starších cestujících, kteří radši využívají osvědčeného dopravce, než aby vyzkoušeli dopravce pro ně neznámého. Stejně tak nemusí mít dostatečné informace o tom, jakým způsobem „nový“ dopravce funguje nebo v čem by pro ně mohl být zajímavější.

Oproti tomu mladší cestující zřejmě nemají problém si veškeré informace o všech dopravcích najít například na internetu, po jejich vzájemném porovnání či vyzkoušení v praxi se pro některého z nich rozhodnout, a proto relativně velký počet respondentů zaznamenala jako nejčastěji využívaného dopravce např. RegioJet nebo LEO Express.

Hypotéza č. 2 (dále H₂)

H₂ = Neexistuje statisticky významná závislost mezi výší hrubého měsíčního příjmu cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem.

Alternativní hypotéza č. 2 (dále H_{2A})

H_{A2} = Existuje statisticky významná závislost mezi výší hrubého měsíčního příjmu cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem.

Následující tabulka č. 19 zobrazuje přehled toho, která příjmová skupina (definovaná dle výše hrubého měsíčního příjmu) nejčastěji využívá určitého železničního dopravce.

Tabulka č. 19 – Výše příjmu cestujících/nejčastěji využívaný železniční dopravce

Výše příjmu/ nejčastěji využívaný dopravce	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Méně než 10.000 Kč	13	17	3
10.000 - 19.000 Kč	15	22	7
20.000 – 29.000 Kč	27	34	6
30.000 – 39.000 Kč	31	40	11
40.000 a více	11	18	1

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Data z tabulky č. 19 byla zpracována pomocí statistického programu IBM SPSS. Podmínky pro použití χ^2 testu byly splněny (žlutě zvýrazněná část v tabulce č. 20, proto lze porovnat signifikantní hodnotu p (červeně zvýrazněná část v tabulce č. 20) se zvolenou hladinou významnosti $\alpha = 0,05$.

Jelikož $p > \alpha$, lze na zvolené hladině významnosti H₂ přijmout a tím pádem zamítnout H_{2A}. Neexistuje tedy statisticky významná závislost mezi hrubým měsíčním příjmem cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem.

Tabulka č. 20 – Vyhodnocení H₂

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymtotic Significance (2 – sides)
Pearson Chi-Square	4.249 ^a	8	,834
Likelihood Ratio	4,698	8	,789
Linear-by-Linear Association	,043	1	,836
N of Valid Cases	256		
a. 3 cells (20%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,28.			

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Na základě výše uvedených dat a jejich následnému otestování nebyla prokázána statisticky významná závislost mezi příjmem cestujících a nejčastěji využívaným dopravcem. Důvodů může být několik. Jednak jsou všichni přepravci schopni svým klientům nabídnout několik komfortních tříd, takže si u jednoho dopravce na své příjdu jak milovníci luxusu, kteří jsou ochotni si za extra služby a pohodlí připlatit, tak i cestující, kteří nemají peněz nazbyt nebo za dopravu nechtějí tolik utrácet a spokojí se s nejnižší tarifní třídou. Navíc cestující, kteří cestují vlakem pravidelně, už zřejmě dokáží odhadnout, kdy je nejlepší čas pro nákup nejvýhodnější jízdenky. Svou roli také může hrát i frekvence cestování – pokud někdo cestuje vlakem jednou nebo dvakrát do roka, klidně si za jízdenku připlatí, ale pokud by měl denně nebo každý týden platit za jízdenky vysoké částky, asi by ho to nepotěšilo. Stejně tak je důležitý i důvod cestování – pokud se jedná o služební cestu, je asi cestujícím jedno, kolik za jízdenku firma zaplatí.

Hypotéza č. 3 (dále H₃)

H₃ = Neexistuje statisticky významná závislost mezi využíváním dalších navazujících vlakových spojů a nejčastěji využívaným dopravcem.

Alternativní hypotéza č. 3 (Dále H_{3A})

H_{3A} = Existuje statisticky významná závislost mezi využíváním dalších navazujících vlakových spojů a nejčastěji využívaným dopravcem.

Protože je předmětem zkoumání této hypotézy pouze oblast osobní železniční dopravy, byla možnost *ano, jiným způsobem dopravy* a *ne* sloučeny do jedné kategorie.

Tabulka č. 21 – Využití dalšího navazujícího spoje/nejčastěji využívaný dopravce

Využití navazujícího spoje/ nejčastěji využívaný dopravce	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Ano vlakovým spojem	38,00	27,00	7,00
Ne nebo jiný způsob dopravy	59,00	104,00	21,00

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Tabulka č. 21 byla zpracována pomocí statistického programu IBM SPSS. Podmínky pro použití χ^2 testu byly splněny (žlutě zvýrazněná část v tabulce č. 22), proto lze porovnat signifikantní hodnotu p (červeně zvýrazněná část v tabulce č. 22) se zvolenou hladinou významnosti $\alpha = 0,05$.

Jelikož $p < \alpha$, lze na zvolené hladině významnosti H_1 zamítnout. Existuje tedy statisticky významná závislost mezi využíváním dalšího navazujícího vlakového spoje a nejčastěji využívaným dopravcem (H_{3A}).

Tabulka č. 22 - Vyhodnocení H_3

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2 – sides)
Pearson Chi-Square	9,654 ^a	2	,008
Likelihood Ratio	9.523	2	,009
Linear-by-Linear Association	6.225	1	,013
N of Valid Cases	256		
a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,88.			

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

V tabulce č. 23 (modře zvýrazněna část) je vyznačena síla statistické významnosti mezi sledovanými ukazateli. Hodnotu 0.194 lze hodnotit jako závislost nízkou až střední.

Tabulka č. 23 – Síla statistické závislosti u H_3

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,194	,008
	Cramer's V	,194	,008
N of Valid Cases		256	

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Na základně výše uvedených dat je prokázána statisticky významná závislost mezi využíváním dalšího navazujícího vlakového spoje a nejčastěji zvoleným dopravcem. To znamená, že lidé, kteří dále pokračují ještě jiným (např. lokálním) vlakem, častěji využívají České dráhy, aby si na cestu nemuseli kupovat dvě různé jízdenky u dvou dopravců (protože např. vlaky společnosti RegioJet nebo LEO Express na další lokální trati nejezdí). Což souvisí s celkovou neprovázaností jízdenkového systému v České republice.

Protože ale prokázaná závislost byla vyhodnocena jako nízká až střední, ukazuje se, že někteří cestující si už na tento režim zvykli a nevádí jim zařizovat si na cestu více jízdenek.

Hypotéza č. 4 (dále H₄)

H₄ = Neexistuje statisticky významná závislost mezi vzdáleností cesty a nejčastěji zvoleným dopravcem.

Alternativní hypotéza č. 4 (dále H_{4A})

H_{4A} = Existuje statisticky významná závislost mezi vzdáleností cesty a nejčastěji zvoleným dopravcem.

Vzdálenost mezi jednotlivými zastávkami, které respondenti označili za začátek nebo konec svých cest na této trase (tj. nejčastější nástupní a výstupní stanici), byla rozdělena do tří kategorií uvedených v následující tabulce č. 24.

Tabulka č. 24 - Vzdálenost cesty/nejčastěji využívaný dopravce

Vzdálenost cesty/ nejčastěji využívaný dopravce	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Do 150 km	35	51	10
151 – 250 km	16	28	3
251 km a více	46	52	15

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Tabulka č. 24 byla zpracována pomocí statistického programu IBM SPSS. Podmínky pro použití χ^2 testu byly splněny (žlutě zvýrazněná část v tabulce č. 25), proto lze porovnat signifikantní hodnotu p (červeně zvýrazněná část v tabulce č. 25) se zvolenou hladinou významnosti $\alpha = 0,05$.

Jelikož $p > \alpha$, lze na zvolené hladině významnosti H₄ přijmout a zamítnout H_{4A}. Neexistuje statisticky významná závislost mezi vzdáleností cesty a nejčastěji využívaným dopravcem.

Tabulka č. 25 - Vyhodnocení H₄

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2 – sides)
Pearson Chi-Square	3.258 ^a	4	,516
Likelihood Ratio	3.370	4	,498
Linear-by-Linear Association	,023	1	,879
N of Valid Cases	256		
a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,14.			

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Na základně výše uvedených dat nebyla prokázána statisticky významná závislost mezi vzdáleností cesty a nejčastěji zvoleným dopravcem.

Opět platí, že vzdálenost cesty jako jediný faktor pro výběr dopravce není až tak zásadním kritériem, ale je potřeba znát i další aspekty, které vedly daného respondenta pro volbu daného dopravce – například jak často člověk na této trase cestuje, z jakých důvodů apod.

Hypotéza č. 5 (dále H₅)

H₅ = Neexistuje statisticky významná závislost mezi hlavním kritériem výběru dopravce a nejčastěji využívaným dopravcem.

Alternativní hypotéza č. 5 (dále H_{5A})

H_{5A} = Existuje statisticky významná závislost mezi hlavním kritériem výběru dopravce a nejčastěji využívaným dopravcem.

Jelikož nikdo z respondentů jako hlavní kritérium při výběru dopravce neuvedl možnost *Bezpečnost a Doporučení známých, přátel, rodiny apod.* byly tyto dvě možnosti z testování vyřazeny a v tabulce č. 26 je tak zobrazen přehled pouze zbývajících možností, které podle respondentů ovlivňují jejich výběr dopravce – cena; rychlost; pohodlí; úroveň služeb a zákaznický servis; nákup, rezervace a storno jízdenek; věrnostní program a v neposlední řadě i jízdní řád (konkrétní časy příjezdu a odjezdu).

Tabulka č. 26 - Hlavní kritérium výběru dopravce/nejčastěji využívaný dopravce

Hlavní kritérium výběru dopravce/ nejčastěji využívaný dopravce	České dráhy	RegioJet	LEO Express
Cena	13	29	6
Rychlost	32	18	2
Pohodlí	20	33	7
Úroveň služeb, zákaznický servis	13	25	8
Nákup, rezervace a storno jízdenek	6	9	1
Věrnostní program	2	8	1
Jízdní řád (konkrétní čas příjezdu, odjezdu)	11	9	3

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Data z tabulky č. 26 byla zpracována pomocí statistického programu IBM SPSS. Podmínky pro použití χ^2 testu byly splněny (žlutě zvýrazněná část v tabulce č. 27), proto lze porovnat signifikantní hodnotu p (červeně zvýrazněná část v tabulce č. 27) se zvolenou hladinou významnosti $\alpha = 0,05$.

Jelikož $p < \alpha$, lze na zvolené hladině významnosti H_5 zamítnout. Existuje tedy statisticky významná závislost mezi hlavním kritériem výběru dopravce a nejčastěji využívaným dopravcem (H_{5A}).

Tabulka č. 27 - Vyhodnocení H_5

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymtotic Significance (2 – sides)
Pearson Chi-Square	22.645 ^a	12	,031
Likelihood Ratio	22.763	12	,030
Linear-by-Linear Association	,231	1	,631
N of Valid Cases	256		
a. 4 cells (19%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,20.			

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

V tabulce č. 28 (modře zvýrazněná část) je vyznačena síla statistické významnosti mezi sledovanými ukazateli. Hodnotu 0.21 lze hodnotit jako závislost nízkou až střední.

Tabulka č. 28 - Síla statistické závislosti u H₅

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,297	,031
	Cramer's V	,210	,031
N of Valid Cases		256	

Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Na základně výše uvedených dat je prokázána statisticky významná závislost mezi hlavním kritériem dopravce a nejčastěji zvoleným dopravcem.

I přesto, že byla u této hypotézy závislost potvrzena, její síla je jen malá až střední, což vypovídá o tom, že stále existují důvody, které vedou cestující k volbě určitého dopravce, ale jejich vliv není jednoznačný.

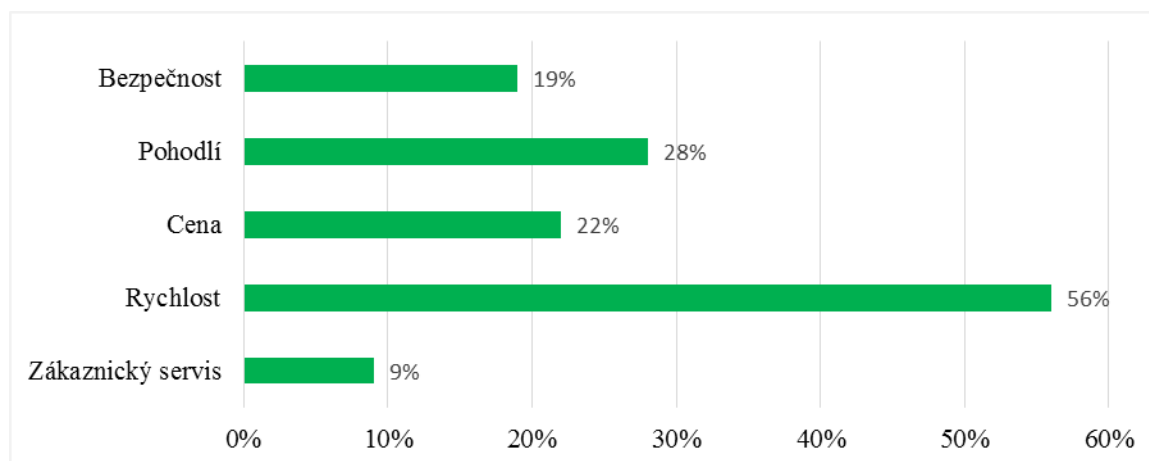
Přepravci musí kvůli konkurenčnímu prostředí na této lince cílit na co největší okruh zákazníků a nabízí tak za různé ceny různé úrovně služeb/komfortu. Jejich nabídka tedy není vyhraněná jen pro určité skupiny zákazníků, ale snaží se zaujmout všechny zákazníky a svou nabídku diferencovat v rámci různých tarifních tříd.

4.7.3 Výsledky dotazníkového šetření

Z analýzy výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že hlavním **důvodem pro využívání železniční dopravy** na této trase mezi Prahou a Ostravou je pro cestující především pohodlí (28 % respondentů), cena a rychlost (obojí vybralo 22 % respondentů). Vyšší hodnocení měla také bezpečnost (19 % respondentů). Všechny tyto důvody mohou souviset se stavem našich silnic/dálnic, kde se kvůli častým uzavírkám nebo nehodám tvoří kolony a lidé tak mnohdy nemají jistotu, jestli se na dané místo stihnou dopravit včas a bezpečně. Ve vlaku navíc nemusí dávat pozor na řízení, ale můžou se věnovat např. práci, čtení, sledování filmů nebo jen tak relaxovat. Pokud by měl člověk cestovat autem sám, nevyplatilo by se mu to také finančně.

Nejméně častým důvodem pro využívání železniční dopravy je zákaznický servis. Nicméně to, že tuto možnost zvolilo jen 9 % respondentů, neznamená, že není pro cestující důležitý – znamená to jen, že bezpečnost, cena, pohodlí a rychlost mají v tomto ohledu přednost a málokdo upřednostní vlak před autem jen proto, že zde dostane vodu nebo tisk.

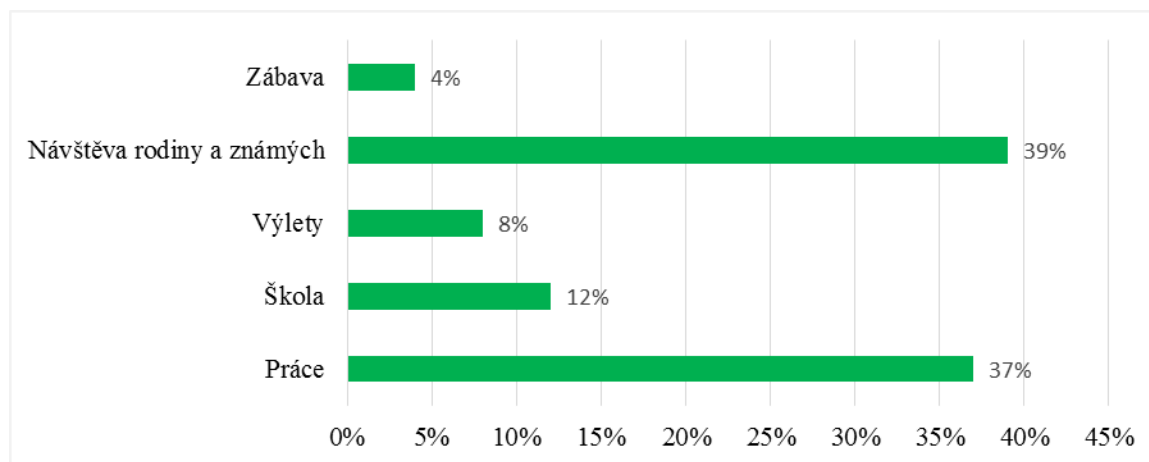
Graf 9 – Důvody pro využívání železniční dopravy na trase mezi Prahou a Ostravou



Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Nejčastějšími důvody, proč lidé na této trase cestují, jsou jednoznačně návštěva rodiny a známých (39 % respondentů) a práce (37 % respondentů). Dalších 12 % respondentů tudy jezdí kvůli škole, 8 % respondentů za výlety a 4 % za jinou zábavou.

Graf 10 – Nejčastější důvody cest na této trase



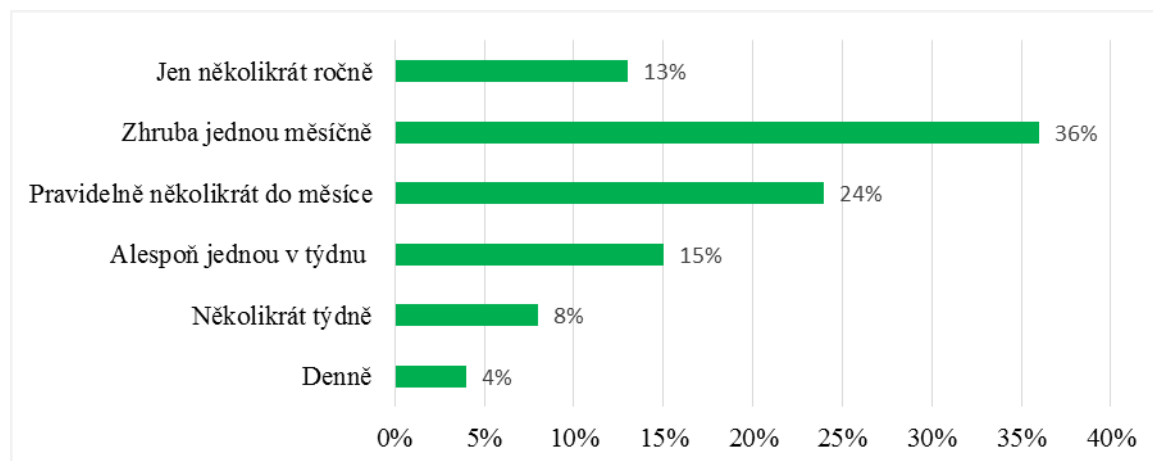
Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Největší počet respondentů v odpovědích uvedlo, že jezdí na této lince zhruba jednou měsíčně (celkem 36 % odpovědí) – z toho u převážné většiny respondentů, kteří zvolili tuto variantu, se jednalo o pracovní cesty (47 % respondentů) nebo návštěvu rodiny a známých (34 % respondentů).

Naopak jen 4 % respondentů uvedlo, že cestuje vlakem na této lince denně a 8 % respondentů několikrát týdně. Z těchto 30 osob (které celkem představují 12 % všech

respondentů, kteří dotazník vyplnili), jich více než ¾ (konkrétně 77 % respondentů), jezdí na této trase vzdálenost do 150 km, 15 % z nich na trase 150-250 km a 8% z nich dokonce trasu delší než 250 km.

Graf 11 – Frekvence cestování vlakem na této trase



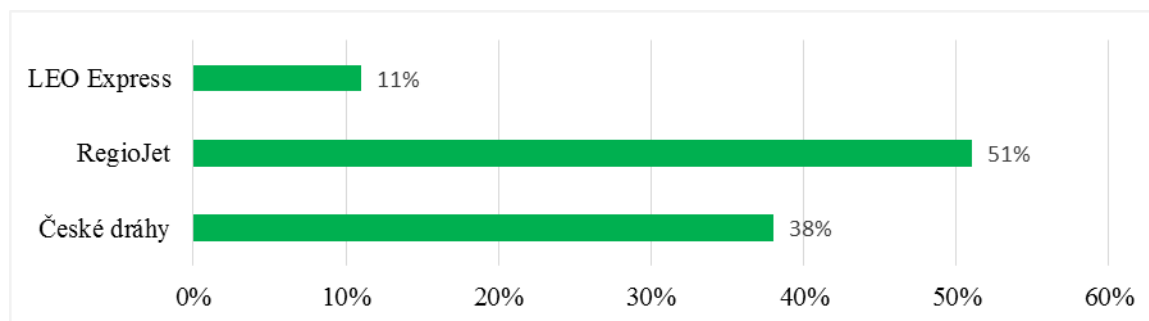
Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Preference cestujících ve volbě konkrétní železniční společnosti dotazník zkoumal ve třech základních rovinách – podle toho jakého dopravce využívají nejčastěji, jestli na této trase využívají vždy tohoto dopravce (tedy jejich loajalitu) a následně seřazením všech tří dopravců dle preference od nejoblíbenějšího k tomu nejméně oblíbenému.

Nejčastěji využívaným železničním dopravcem mezi respondenty, kteří vyplnili dotazník, je společnost RegioJet, kterou zvolilo celkem 51 % všech respondentů. Druhým nejčastěji využívaným dopravcem je společnost České dráhy (celkem 38 % respondentů) a třetím nejvyužívanějším dopravcem je společnost LEO Express (11 % odpovědí).

Jedním z možných vysvětlení toho, proč LEO Express vychází v této otázce nejméně využívaným dopravcem, může být i fakt, že ho někteří lidé ještě nevyzkoušeli – na trh osobní železniční dopravy se přidal jako poslední ze všech tří společností a jeho vlaky navíc jezdí z Prahy do Ostravy jen 6x denně. I tak je ale z odpovědí především mladších lidí do 26 let zřejmé, že své klienty už si tato společnost také našla – jako nejčastěji využívaného dopravce ho zvolilo 21 % respondentů z této věkové kategorie, což je jen o 6 % méně než počet příznivců Českých drah mezi touto kategorií (České dráhy jako nejčastěji využívaného dopravce označilo 27 % respondentů z věkové kategorie do 26 let).

Graf 12 – Nejčastěji využívaný železniční dopravce

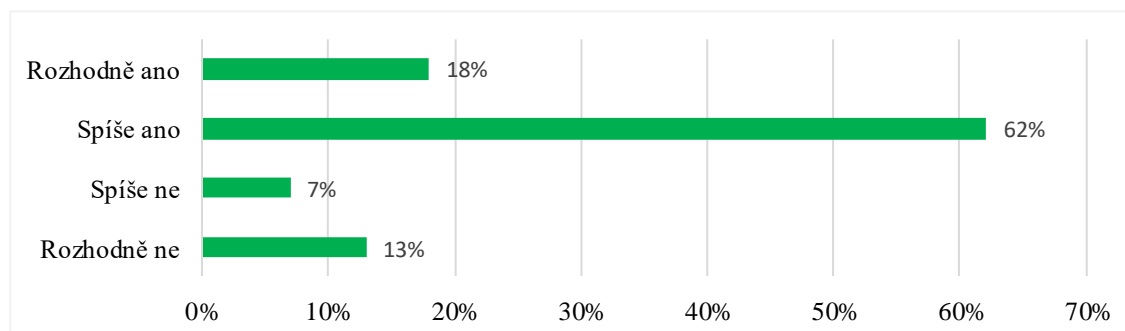


Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Ne všichni respondenti jsou však loajálními klienty svého nejčastěji využívaného dopravce. Pouze 18 % z nich v další otázce *Využíváte na této trase vždy tohoto dopravce?* potvrdilo, že při cestování na této trase vždy využívají dopravce, kterého označili za nejčastěji využívaného. Oproti tomu 13 % respondentů na této trase vždy rozhodně tohoto dopravce nevyužívá.

To dává dopravcům možnost o své loajální klienty na konkurenčním trhu stále bojovat a zlepšovat svoji obchodní strategii, marketing, zákaznickou zkušenost a podobně.

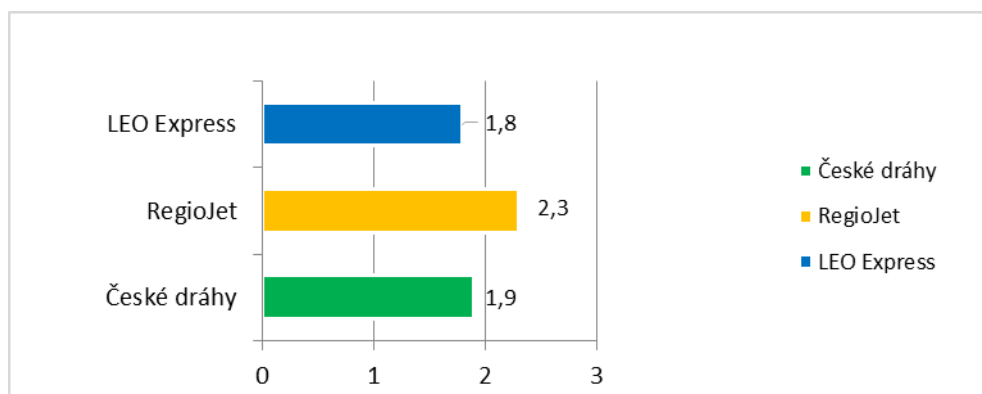
Graf 13 – Využívají cestující na této trase vždy tohoto dopravce?



Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Při seřazení všech tří dopravců dle preference od nejlepšího k nejhoršímu respondenti rozhodli o tom, že nejoblíbenější je pro ně RegioJet, který získal 2,3 bodu ze 3 celkových. Boj mezi Českými drahami a LEO Expressem o druhé a třetí místo je ale dle výsledků dotazníku poměrně těsný – zatímco České dráhy získaly 1,9 bodu, LEO Express jen o jednu desetinu méně. Znamená to, že společnost LEO Express sice není první volbou většiny cestujících, kteří se výzkumu zúčastnili, ale pro relativně velký počet respondentů se stala zajímavou druhou volbou.

Graf 14 – Seřazení dopravců dle preference

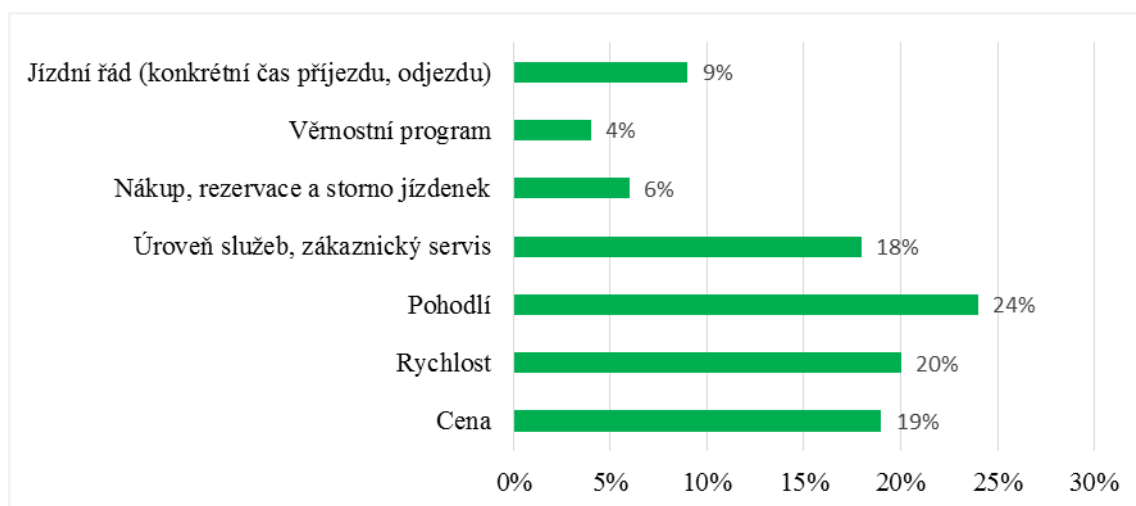


Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Dle odpovědí respondentů se ukázalo, že hlavní kritéria cestujících vedoucí k výběru železničního dopravce je nejčastěji pohodlí (celkem 24 % odpovědí), rychlost (20 % odpovědí), cena (19 % odpovědí) a úroveň služeb ve spojení se zákaznickým servisem (18 % odpovědí).

Naopak se ukázalo, že nejmenší vliv na rozhodnutí o výběru dopravce má věrnostní program (4 % odpovědí) a způsob nákupu, rezervace a storna jízdenek (6 %).

Graf 15 – Hlavní kritéria výběru dopravce



Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Své postoje k nadstandardním službám poskytovaným ve vlaku během jízdy cestující vyjadřovali prostřednictvím čtyř odstupňovaných kategorií, v nichž u každé z definovaných služeb hodnotili, jestli:

- má být daná služba v ceně běžné jízdenky (poskytovaná zdarma);
- by chtěli mít možnost si danou službu během cesty přikoupit, pokud uznají za vhodné (ale neměla by být součástí běžné jízdenky);
- pro ně daná služba není důležitá;
- by si kvůli této službě rádi připlatili za vyšší tarifní třídu.

Mezi služby, které by měly být automaticky zahrnuty už do ceny běžné jízdenky, podle respondentů jednoznačně patří palubní personál - steward nebo průvodčí, kteří by pravidelně procházeli vagonem (83 % odpovědí u této kategorie, které určitě reagují na nejnižší Low Cost tarif společnosti RegioJet, kde nejsou služby palubního personálu zahrnuty, a/nebo na 2. třídu vlaků Českých drah, kde se cestující také často s průvodčím setkat nemusí), WiFi připojení (82 % odpovědí u této kategorie) nebo denní tisk (66 % odpovědí u této kategorie).

Cestující by chtěli mít možnost si během cesty přikoupit občerstvení (78 % odpovědí u této kategorie) a/nebo teplý nápoj (42 % odpovědí u této kategorie), pokud to během cesty uznají za vhodné, ale nechtějí, aby kvůli tomu byla dražší běžná jízdenka.

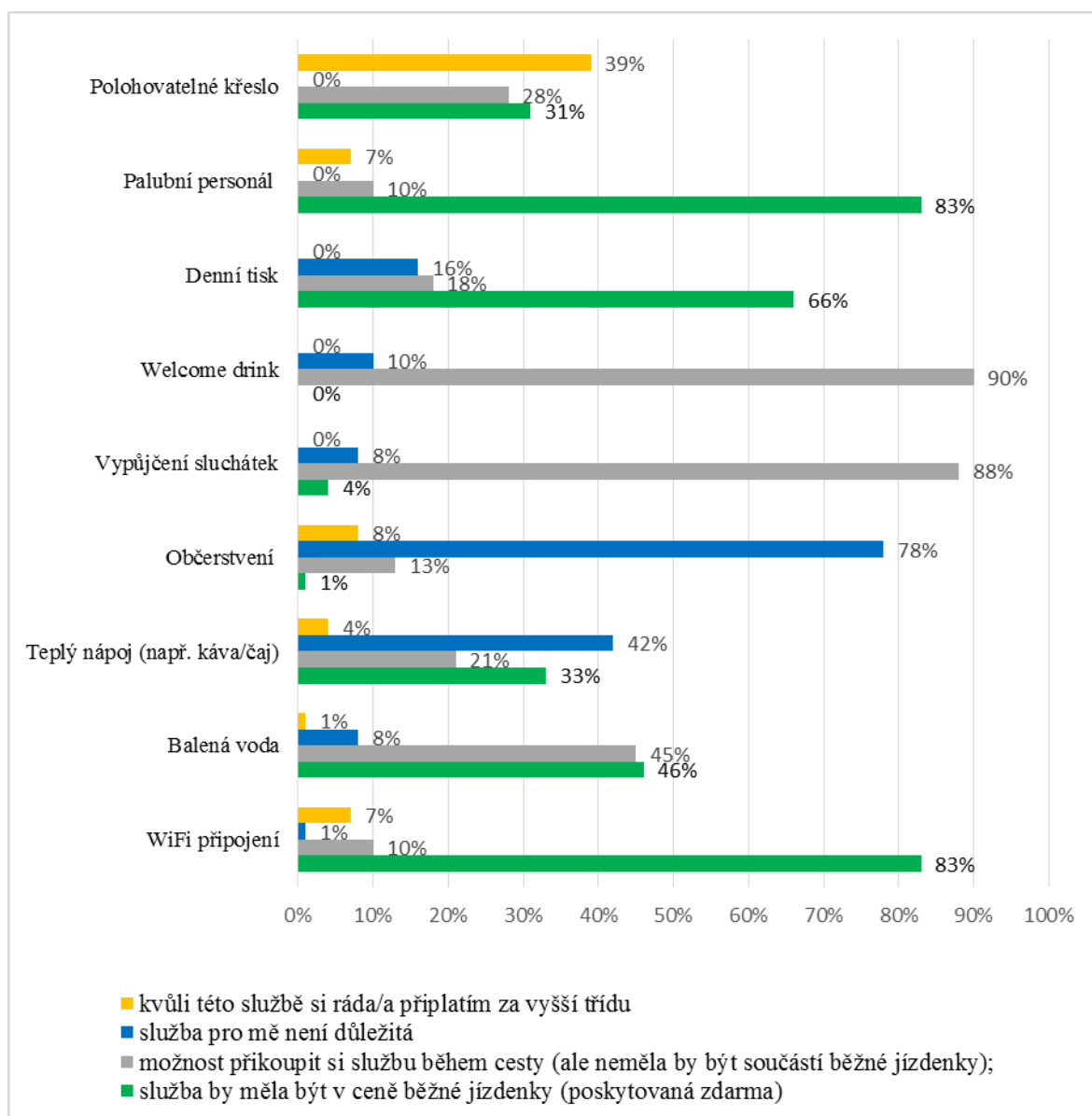
Jako naprosto nedůležité se pro cestující jeví půjčení sluchátek (88 % odpovědí u této kategorie) a alkoholický welcome drink (90 % odpovědí u této kategorie).

Službou, kvůli které jsou cestující ochotni si připlatit za vyšší tarifní třídu je jen polohovatelné křeslo (39 % odpovědí u této kategorie).

Nejspornější je situace u balené vody, kterou 46 % respondentů označilo jako službu, která by měla být v ceně běžné jízdenky, a 45 % respondentů jako službu, která pro ně není důležitá.

Důvodem tohoto relativně sporného hodnocení této služby je především délka vzdálenosti, kterou respondenti vlakem na této lince běžně cestují – pro lidi, kteří jezdí vlakem spíše kratší trasy, balená voda nepřijde důležitá, ale u cestujících jedoucích delší trasy představuje službu, která by měla být automatická a v ceně běžné jízdenky.

Graf 16 – Služby poskytované ve vlaku během jízdy



Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

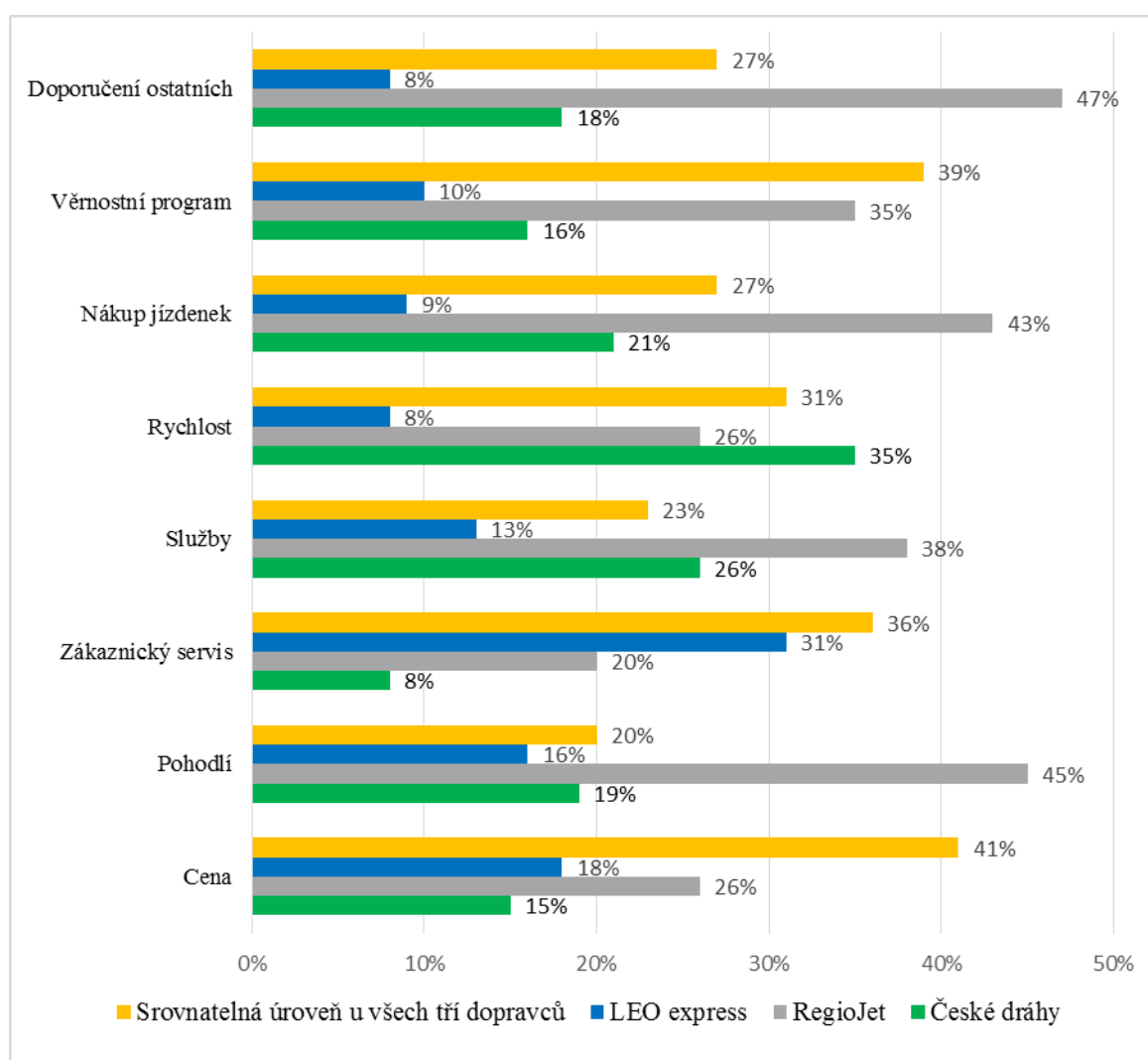
V otázce č. 15 měli respondenti u každé z osmi kategorií vybrat dopravce, který podle jejich názoru v této kategorii poskytuje nejlepší úroveň služeb. Pokud měli dojem, že všichni tři dopravci v dané kategorii poskytují stejnou úroveň, měli možnost vyjádřit i tento svůj dojem.

Kategorií, v níž nejlepší služby poskytují České dráhy, byla rychlost, kterou zvolilo 35 % respondentů. Oproti tomu RegioJet podle respondentů poskytuje svým cestujícím nejlepší pohodlí (45 % respondentů), služby (38 % respondentů), možnost nákupu a rezervace jízdenek (43 % respondentů) a také na něj mají nejlepší doporučení od rodiny a známých

(47 % respondentů). LEO Express neměl v žádné z kategorií prvenství, i když u něj velmi dobře vyšel především zákaznický servis (31 % respondentů).

Ostatní kategorie, tedy cena jízdenky, zákaznický servis a věrnostní program respondenti označili za srovnatelné u všech tří dopravců, což je jistě důsledkem konkurenčního boje všech dopravců na této lince. Žádný z dopravců si nemůže dovolit výrazně předražené jízdenky nebo špatný zákaznický servis, protože by to pro něj mohlo být ve srovnání s ostatními dvěma přepravci až likvidační.

Graf 17 – Hodnocení jednotlivých dopravců dle služeb

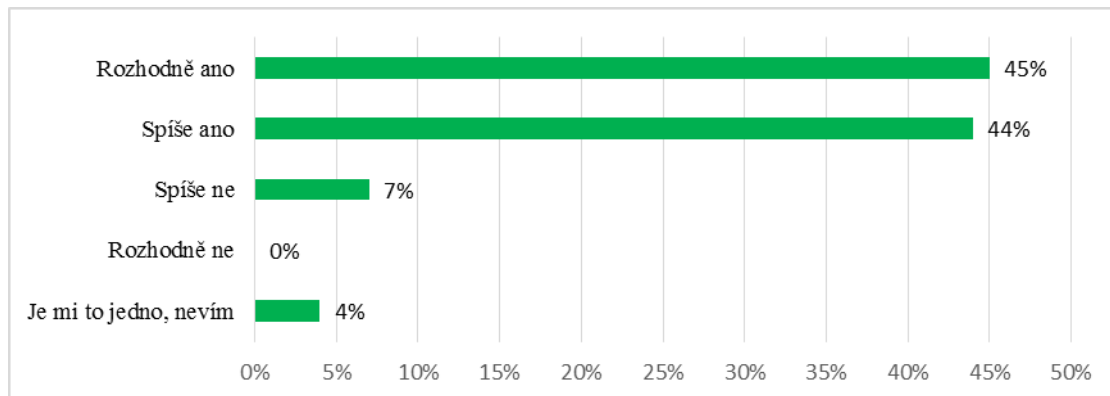


Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Pro další **liberalizaci železniční osobní dopravy** a otevření i ostatních železničních tratí v České republice pro působení několika různých dopravců by bylo celkem 89 % respondentů (pokud vycházíme z odpovědí určitě ano – 45 % a spíše ano – 44 %). Tuto

možnost by spíše nepřivítalo jen 7 % cestujících a 4 % cestujících je to buď jedno, nebo na tuto situaci nemají žádný názor. Rozhodně proti by nebyl nikdo.

Graf 18 – Uvítání konkurenčního prostředí i na jiných tratích v ČR

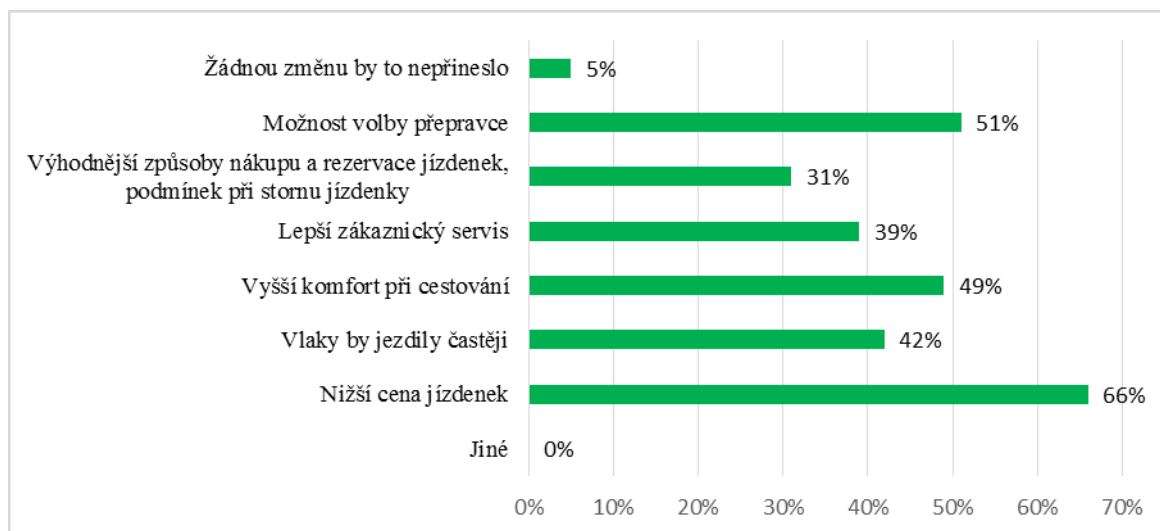


Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

Za hlavní přínosy, které cestující spatřují v další liberalizaci českých železnic a rozšíření konkurenčního prostředí na další vlakové tratě, patří nižší cena jízdenek (69 %), možnost volby přepravce (51 %) a vyšší komfort při cestování (49 %).

Jsou ale i respondenti, kteří jsou k dalšímu otevírání trhu skeptičtí a myslí si, že by to žádnou změnu nepřineslo (5 %).

Graf 19 – Přínosy, které by mohlo mít otevření ostatních tratí více dopravcům



Zdroj: Vlastní výzkum, Vlastní zpracování

5 Zhodnocení a doporučení

5.1 Zhodnocení

V praktické části diplomové práce se na základě informací o historickém vývoji osobní železniční dopravy na českém území podpořených přehledem vývoje legislativního rámce této problematiky (ovlivněného především EU) a vývoje podílů jednotlivých dopravců na výkonech osobní železniční dopravy mezi lety 2010 až 2019 podařilo vykreslit vývoj konkurenčního prostředí na trhu osobní železniční dopravy v České republice od monopolního postavení Českých drah až po současnou oligopolní situaci, což bylo nezbytným předpokladem pro další analýzu současné situace na českých železnicích.

Z analýzy současného konkurenčního boje na lince mezi Prahou a Ostravou, kde v roce 2019 působily tři hlavní dopravní společnosti bez státní podpory, provedené na základě charakteristiky jednotlivých přepravců i porovnání jejich cenové strategie, pro-zákaznické orientace, úrovně poskytovaných služeb i jízdních řádů, vyplývá, že liberalizace trhu osobní železniční dopravy na této trase má pozitivní vliv na zvýšení komfortu cestujících a úrovně služeb jim poskytovaných během jízdy, stejně tak jako na cenovou dostupnost jízdenek i větší časovou flexibilitu cestujících. Zároveň s sebou však tato situace přináší mnohé negativní důsledky pro přepravce, kteří na trase často jezdí s finanční ztrátou.

Vlastní výzkum realizovaný formou standardizovaného dotazníku distribuovaného mezi respondenty využívající vlakové spojení mezi Prahou a Ostravou elektronicky pomohl dokreslit analýzu současného konkurenčního prostředí na této lince a blíže specifikovat jednotlivé postoje a preference cestujících ve vztahu k výběru železničního dopravce. V rámci výzkumu bylo stanoveno pět hypotéz, z nichž byly následným testováním dvě hypotézy potvrzeny a tři vyvráceny. Podařilo se prokázat, že existuje statisticky významná závislost mezi věkem a nejčastěji využívaným dopravcem, mezi využíváním dalších navazujících vlakových spojů a nejčastěji využívaným dopravcem a mezi hlavním kritériem výběru dopravce a nejčastěji využívaným dopravcem. Naopak nebyla zjištěna statisticky významná závislost mezi výší hrubého měsíčního příjmu cestujících a nejčastěji využívaným železničním dopravcem či mezi vzdáleností cesty a nejčastěji zvoleným dopravcem.

5.2 Doporučení

Přestože došlo na trhu osobní železniční dopravy v posledních letech k výraznému posunu směrem k liberalizaci a otevření přepravního prostoru většímu množství soukromých dopravců, do naplnění představy o evropském jednotném prostoru a zlepšení úrovně konkurenčního prostředí v rámci celé České republiky má současná stav ještě daleko.

Problémem je především netransparentní jednání ze strany státu, který převážnou část veřejných zakázek na zajištění dopravní obsluhy pro konkrétní tratě ani nevypisuje, ale využívá možnosti s nabídkou rovnou napřímo oslovit České dráhy, čímž samozřejmě ostatní soukromé dopravce znevýhodňuje.

Situaci nepomáhá ani stále neintegrováný systém nákupu jízdenek, který neumožňuje cestujícímu přehled o jednotlivých časech odjezdu a příjezdu vlaků všech společností na jednom místě, ale nutí ho sledovat několik různých jízdních řádů, aby si vybral vlak, se kterým se například z Prahy do Ostravy dostane před 10h. Možná i to je důvodem, proč si většina cestujících zvykla využívat spíše jednoho dopravce (celkem 80 % respondentů), aby nemusela trávit čas komplikovaným vyhledáváním jízdních řádů a pamatovat si všechna specifika nákupu, rezervace a storno jízdenek u každého z dopravců.

Pokud by navíc existovala možnost, jak cestovat na jednu zakoupenou jízdenku u různých dopravců, což by určitě ocenili lidé, kteří z cílové stanice na lince mezi Prahou a Ostravou pokračují ještě dalšími navazujícími vlakovými spoji například od jiného přepravce, je možné, že by se ochota cestujících pro své cesty využívat různé vlakové přepravce zvýšila.

Vzhledem k tomu, že podle dotazníkového šetření je jedním z hlavních kritérií zásadních pro výběr konkrétního přepravce pro cestující především pohodlí (24 %) a rychlost (20 %), měli by se všichni přepravci snažit o maximální komfort svých klientů během jízdy a zajištění hladkého průběhu cesty. Případně adekvátně kompenzovat v podobě vrácení celé částky ceny jízdenky nebo poskytnutí nadstandardních služeb do budoucna, pokud už ke zpoždění vlaku dojde.

6 Závěr

Diplomová práce se zabývala problematikou konkurence na trhu osobní železniční dopravy v České republice s cílem popsat a analyzovat vývoj konkurenčního prostředí na českém území od historického monopolního postavení Českých drah až po současný oligopolní stav mezi společnostmi České dráhy, RegioJet a LEO Express na lince mezi Prahou a Ostravou, a zároveň porovnat zásadní charakteristiky a obchodní strategie všech výše zmíněných dopravců.

K dosažení tohoto cíle bylo nezbytné nejprve definovat základní pojmy související s problematikou konkurence, jako například vysvětlit rozdíly mezi dokonalou a nedokonalou konkurencí, mezi monopolem, duopolem a oligopolem, a také představit poslání Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, což proběhlo v teoretické části práce.

V návaznosti na teoretické vymezení dané problematiky došlo v praktické části práce k popisu a analýze vývoje konkurenčního prostředí v oblasti osobní železniční dopravy na našem území nejen z historického hlediska, ale také na základě legislativních změn a konkrétním vývoji podílu dopravců na výkonech osobní železniční dopravy v České republice mezi lety 2010 a 2019. Byly tak popsány okolnosti vstupu soukromých společností RegioJet a LEO Express na trh a také jejich postupné úsilí vedoucí k liberalizaci a otevření železniční tratě mezi Prahou a Ostravou pro soukromé dopravce i získávání přízně cestujících, kteří byli do té doby zvyklí na monopol Českých drah.

Stejně tak bylo při porovnání profilů a rozsahu služeb, cen a jízdních řádů všech tří společností (České dráhy, RegioJet a LEO Express) zjištěno, že existence konkurenčního prostředí na trhu osobní železniční přepravy způsobila například snížení cen jízdního nebo vyšší časovou flexibilitu cestujících. Došlo i ke zkvalitnění zákaznického servisu a zvýšení úrovně služeb a komfortu cestujících během jízdy, a to především díky komerční kategorizaci komfortu v rámci jednoho dopravce.

Výhody konkurenčního prostředí na lince mezi Prahou a Ostravou pro cestující jsou však vykompenzovány negativními důsledky, které boj o zákazníky přináší – ať už se jedná o přetíženost kolejové kapacity (která vede často ke zpoždění lokálních spojů, které musí čekat ve stanicích, než projedou dálkové spoje), masivní opotřebování už tak starší a v mnoha ohledech ne zcela vyhovující železniční dopravní cesty a v neposlední řadě finanční nevýhodnost pro dopravce, kteří na trase jezdí bez státních dotací.

V rámci dotazníkového šetření bylo testováno celkem 5 hypotéz týkajících se preferencí a postojů cestujících ve volbě konkrétního železničního dopravce, z nichž byly 3 vyvráceny a 2 potvrzeny. Bylo tedy zjištěno, že existuje staticky významná závislost mezi nejčastěji využívaným dopravcem a hlavním kritériem výběru, věkem či využíváním dalších navazujících vlakových spojů. Naopak nebyla prokázána statisticky významná závislost mezi nejčastěji využívaným železničním dopravcem a výší hrubého měsíčního příjmu cestujících či vzdáleností cesty.

Z odpovědí respondentů bylo zjištěno, že nejzásadnějším důvodem pro využívání železniční dopravy oproti jiným způsobům dopravy je rychlost (56 %) a nejdůležitějším kritériem pro výběr konkrétního dopravce je pohodlí (24 %), což souvisí s tím, že si respondenti rádi připlatí za polohovatelné křeslo (39 %). Naopak možnost zapůjčení sluchátek nebo alkoholický welcome drink na přivítanou je pro ně nedůležitou službou.

Největší počet respondentů využívá vlakovou dopravu na lince mezi Prahou a Ostravou zhruba jednou měsíčně (36 %), převážně kvůli návštěvě rodinných příslušníků a známých (39 %) nebo z pracovních důvodů (37 %). Nejčastěji využívaným dopravcem mezi respondenty se stal RegioJet (51 %).

U cestujících byla také zjištěna tendence využívat na této trase ve většině případů spíše jednoho dopravce (celkem 80 %). I když by 89 % respondentů uvítalo, aby se konkurenční boj mezi železničními dopravci rozšířil i na jiné tratě v rámci České republiky. Mají totiž za to, že takové otevření trhu osobní železniční přepravy by v konečném důsledku znamenalo nižší cenu jízdenek.

Do budoucna se snad postupným rozšiřováním konkurenčního boje mezi dopravci podaří rozšířit i na další železniční tratě v České republice. Bude to však stát nemalé úsilí a určitě i finanční prostředky ze strany soukromých dopravců, aby svou snahu o otevření trhu nevzdávali a dál se snažili dávat státu najevo, že je potřeba, aby byly zakázky na zajištění vlakové dopravy v určitém regionu/železničním koridoru přidělovány na základě transparentních veřejných zakázek, a ne přímo Českým drahám.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Seznam literárních zdrojů

BRČÁK, Josef, Bohuslav SEKERKA a Roman SVOBODA. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-453-4.

DAVID DE VAUS. *Surveys in social research*. London: Routledge, 2004. ISBN 978-04-1526-857-8.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-2461-966-8.

FUCHS, Kamil a Pavel TULEJA. *Základy ekonomie*. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-74-2.

GAŠPARÍK, Jozef a Jiří KOLÁŘ. *Železniční doprava: technologie, řízení, grafikony a dalších 100 zajímavostí*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN 978-80-2719-856-6.

HOLMAN, František. *Mikroekonomie*. Praha: Nakladatelství C H Beck, 2016. ISBN 978-80-7400-278-6.

HOŘEJŠÍ, Bronislava, Jana SOUKUPOVÁ, Libuše MACÁKOVÁ a Jindřich SOUKUP. *Mikroekonomie*. Praha: Management Press, 2018. ISBN 978-80-7261-552-0.

HŘEBÍK, František. *Obecná ekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-467-1.

JUREČKA, Václav a kolektiv. *Mikroekonomie*. Praha: Nakladatelství Grada Publishing. 2013. ISBN 978-80-2478-664-3.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Ekonomie pro strategické řízení*. Praha: Nakladatelství C. H. Beck. 2004. ISBN 978-80-7179-885-9.

KOTLER, Philip, Veronica WONG, John SAUNDERS a Gary ARMSTRONG. *Moderní marketing*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-2471-545-2.

LIPOVSKÁ, Hana. *Moderní ekonomie*. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0120-7.

- MACÁKOVÁ Libuše. *Mikroekonomie základní kurs*. Slaný: Melandrium, 2003. ISBN 978-80-86175-70-6.
- MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada, 2005. ISBN 978-80-247-1277-2.
- MUSIL, Petr. *Mikroekonomie středně pokročilý kurz*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2009. ISBN 978-80-7380-207-3.
- RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- SAMUELSON, Paul a William NORDHAUS. *Ekonomie*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1995. ISBN 80-205-0494-X.
- SOUKUP, Jindřich. *Mikroekonomická analýza*. Slaný: Nakladatelství Melandrium. 2003. ISBN 978-80-861-7512-6.
- TOMEŠ, Zdeněk. *Vliv zavádění konkurence na železniční dotace v ČR*. In: *Konkurence na evropských železnicích – ekonomické, právní a regionální faktory*. Brno: Masarykova univerzita, 2010. ISBN 978-80-210-5309-0.

7.2 Seznam internetových zdrojů

ČD Cargo. Historie [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: https://www.cdcargo.cz/cs_CZ/historie

České dráhy. Další služby [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.cd.cz/dalsi-sluzby/sluzby-ve-stanici/default.htm>

České dráhy. Naše vlaky [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.cd.cz/nase-vlaky/default.htm>

České dráhy. Trendy v osobní dopravě [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.sizi.cz/file.php?nid=14068&oid=4665893>

ITREGEP. Železniční doprava a regionální rozvoj v České republice. Minulost či skutečnost [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: http://www.itregep.cz/media/65137/zeleznice_regionalni_rozvoj_cr.pdf

Leo Express. Naše flotila [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.leoexpress.com/cs/nase-sluzby/nase-flotila>

Leo Express. Naše služby [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.leoexpress.com/cs/nase-sluzby/popis-trid>

Leo Express. O nás [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.leoexpress.com/cs/o-nas>

Ministerstvo dopravy. Velká smlouva o ZVS na období 2010 - 2019 [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.mdcz.cz/Dokumenty/Verejna-doprava/Zverejneni-smluv-na-vlaky-dalkove-dopravy-v-obdobi/Velka-smlouva-o-ZVS-na-obdobi-2010-2019>

Ministerstvo dopravy. Vysokorychlostní tratě [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.mdcz.cz/Media/Media-a-tiskove-zpravy/Prvni-vysokorychlostni-trate-se-zacnou-stavet-v-ro>

Techportal. Porovnání jednotlivých druhů dopravy. Enlog [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z:

https://www.techportal.cz/download/enoviny/enlog/porovnani_jednotlivych_druhu_dopravy.pdf

RegioJet. Náš příběh [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.regiojet.cz/o-nas/nas-pribeh/>

RegioJet. Naše flotila [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.regiojet.cz/o-nas/nase-flotila/>

SŽDC. Documents 2010-2019 [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z:

<https://www.szdc.cz/documents/50004227/87060001/V%C3%BDro%C4%8Dn%C3%AD+zpr%C3%A1va+2010/0a1845ca-35ce-46c6-b56d-93c371f66265>

SŽDC. Prohlášení o dráze 2019 [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: www.szdc.cz/dopravci/prohlaseni-o-draze/prohlaseni-o-draze-2019

ÚOHS. Úvodní stránka [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/uvodni-stranka.html>

ÚOHS. Výroční zprávy [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z [https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2014_CZ__final%20\(1\).pdf](https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2014_CZ__final%20(1).pdf)

ÚOHS. Výroční zprávy [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z [https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2015_CZ__final%20\(1\).pdf](https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2015_CZ__final%20(1).pdf)

ÚOHS. Výroční zprávy [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z [https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2016_CZ__final%20\(1\).pdf](https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2016_CZ__final%20(1).pdf)

ÚOHS. Výroční zprávy [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z [https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2017_CZ__final%20\(1\).pdf](https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2017_CZ__final%20(1).pdf)

ÚOHS. Výroční zprávy [online]. [cit. 2020-02-16].

Dostupné z [https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2018_CZ__final%20\(1\).pdf](https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/vyrocnizpravy/VZ_2018_CZ__final%20(1).pdf)

8 Přílohy

Dotazníkové šetření

Konkurence v osobní železniční dopravě na lince Praha – Ostrava

Dobrý den,

jmenuji se Jiří Rafaj a jsem studentem 2. ročníku navazujícího studia oboru Podnikání a administrativa na Provozně ekonomické fakultě České zemědělské univerzity v Praze. Obracím se na Vás s žádostí o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci, který Vám zabere přibližně 5 minut.

Jedná se o anonymní dotazník, jehož výsledky budou využity ke zpracování praktické části mé diplomové práce na téma Oligopolní konkurence v osobní železniční dopravě na území České republiky.

Předem děkuji za Váš čas a ochotu,

Jiří Rafaj

1. Jste:

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Muž
- b) Žena

2. Kolik je Vám let?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Do 26 let
- b) 27-65 let
- c) Více než 66 let

3. Jaké je Vaše nejvyšší dokončené školní vzdělání?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Základní (případně i neukončené základní vzdělání)
- b) Středoškolské bez maturity, vyučen
- c) Středoškolské s maturitou
- d) Vyšší odborné
- e) Vysokoškolské

4. Jaký je Váš hrubý měsíční příjem?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) méně než 10 000 Kč
- b) 10 000 - 19 999 Kč
- c) 20 000 - 29 999 Kč
- d) 30 000 - 39 999 Kč
- e) 40 000 a více

5. Jaká je Vaše současná socioekonomická situace?

Nápověda k otázce: Jste:

- a) Nezaměstnaný/á
- b) Student
- c) OSVČ
- d) Zaměstnanec v soukromém sektoru
- e) Vedoucí zaměstnanec v soukromém sektoru
- f) Zaměstnanec ve státní správě
- g) Vedoucí zaměstnanec ve státní správě
- h) Aktuálně na mateřské/rodičovské dovolené
- i) V důchodu

6. Označte prosím nejčastější start a cíl Vašich cest vlakem na trase Praha - Ostrava

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď v každém řádku (tj. stanici, v níž obvykle nastupujete, a stanici, v níž obvykle vystupujete)

	Praha, hlavní nádraží	Pardubice	Česká Třebová	Zábřeh na Moravě	Olomouc	Hranice na Moravě	Ostrava, Svinov	Ostrava, hlavní nádraží
Stanice, ze které vlakem nejčastěji vyjždíte								
Stanice, do které vlakem nejčastěji přijíždíte								

7. Pokračujete z cílové stanice této linky ještě nějakým dalším lokálním spojem?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Ano, vlakovým spojem
- b) Ano, jiným způsobem dopravy (např. autobus, tramvaj apod.)
- c) Ne

8. Jak často na této trase cestujete vlakem?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Denně
- b) Několikrát týdně
- c) Alespoň jednou v týdnu
- d) Pravidelně několikrát do měsíce
- e) Zhruba jednou měsíčně
- f) Jen několikrát ročně

9. Z jakého důvodu na této trase využíváte zrovna železniční dopravu?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Bezpečnost
- b) Pohodlí
- c) Cena
- d) Rychlost
- e) Zákaznický servis

10. Jaký je nejčastější důvod Vašich cest na této trase?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Práce
- b) Škola
- c) Výlety
- d) Návštěvy rodiny a známých
- e) Zábava
- f) Jiné - uveďte:.....

11. Jakého dopravce využíváte na této trase nejčastěji?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) České dráhy
- b) Regio Jet
- c) LEO Express

12. Využíváte na této trase vždy tohoto dopravce?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- g) Rozhodně ano, jezdím pouze s tímto dopravcem
- h) Spíše ano, občas ale musím využít i jiného dopravce
- i) Spíše ne, mám dobré zkušenosti se všemi dopravci
- j) Rozhodně ne, rozhoduji se vždy až podle aktuální situace

13. Co je pro Vás hlavním kritériem pro výběr dopravce na této trase?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Bezpečnost
- b) Cena
- c) Rychlost jízdy
- d) Pohodlí
- e) Úroveň služeb, zákaznický servis
- f) Způsob nákupu a rezervace jízdenek, podmínky při storno jízdenky
- g) Věrnostní program dopravce
- h) Doporučení známých, přátel, rodiny apod.
- i) Jízdní řád (konkrétní čas příjezdu, odjezdu)

14. Co si myslíte o následujících službách poskytovaných během jízdy ve vlaku na této lince?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	Měla by být v ceně běžné jízdenky (zdarma)	Chtěl/a bych mít možnost si tuto službu zakoupit během jízdy, pokud uznám za vhodné (ale neměla by být součástí ceny jízdenky)	Tato služba pro mě není důležitá	Kvůli této službě si rád/a připlatím za vyšší třídu
WiFi připojení				
Balená voda				
Teplý nápoj				
Občerstvení				
Vypůjčení sluchátek				
Welcome drink				
Denní tisk				
Palubní personál				
Polohovatelné křeslo				

15. Který přepravce podle Vás poskytuje v jednotlivých kategoriích nejlepší služby?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď v každém řádku

	České dráhy	RegioJet	LEO Express	Stejně u všech tří dopravců
Cena				
Pohodlí				
Zákaznický servis ze strany personálu				
Úroveň a rozsah poskytovaných služeb				
Rychlost jízdy				
Způsob nákupu, rezervace a storna jízdenek				
Věrnostní program				
Doporučení známých, přátel, rodiny apod.				

16. Seřad'te prosím jednotlivé dopravce dle Vaší preference od nejlepšího k nejhoršímu

Nápověda k otázce: 1. - nejlepší, 3. - nejhorší

- LEO Express
 České dráhy
 Regio Jet

17. Na některých trasách v ČR stále jezdí jen vlaky Českých drah a cestující si tak nemohou přepravce vybrat dle svých preferencí. Pokud by však na tyto trasy mohli vstoupit i další dopravci (např. Regio Jet, LEO Express apod.), jaké by to podle Vás mohlo mít pro cestující přínosy?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu nebo více odpovědí

- a) Nižší cena jízdenek
b) Vlaky by jezdily častěji
c) Vyšší komfort při cestování
d) Lepší zákaznický servis ze strany dopravců
e) Výhodnější způsoby nákupu a rezervace jízdenek, podmínek při stornu jízdenky
f) Možnost volby přepravce
g) Žádnou změnu by to nepřineslo
h) Jiné - uveďte:

18. Uvítali byste, aby se konkurenční boj mezi železničními dopravci dostal i na jiné vlakové linky? Aby bylo v ČR více tras, na kterých jezdí vlaky více dopravců a ne jen ČD?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- a) Určitě ano
b) Spíše ano
c) Spíše ne
d) Určitě ne
e) Je mi to jedno, nevím