

Vysoká škola Logistiky o.p.s.

**Posouzení parkovacích míst statutárního
města Prostějov**
(Bakalářská práce)

Přerov 2024

Petr Novotný

VYSOKÁ ŠKOLA LOGISTIKY

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Petr Novotný
Osobní číslo: L21B0021K
Studijní program: B1041P040005 LOGISTIKA
Specializace: Logistika ve službách
Téma práce: Posouzení parkovacích míst statutárního města Prostějov
Zadávající katedra: Katedra bakalářského studia

Zásady pro vypracování

Vedoucí zadávající katedry Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium ve výše uvedeném studijním programu určuje tuto kvalifikační práci.

Využijte teoretických východisek oboru logistika. Čerpejte z literatury doporučené vedoucím práce a při zpracování práce postupujte v souladu s pokyny VŠLG a doporučeními vedoucího práce. Části práce využívající neveřejné informace uveďte v samostatné příloze.

Cíl práce:

Analyzovat a zhodnotit využití parkovacích míst na území statutárního města Prostějov a navrhnout jejich efektivní využití.

Práci zpracujte v těchto bodech:

Úvod

1. Charakteristika služeb a jejich využití v dopravě
2. Zhodnocení aktuálního stavu systému parkování v Prostějově
3. Návrh na efektivní využití parkování ve městě Prostějov

Závěr

Rozsah kvalifikační práce: 35 – 50 normostran

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

DRUČIAK, Marek a Andrea KOCIÁNOVÁ. *Základy dopravného plánovania v mestách*. Žilina: Žilinská univerzita, 2019. ISBN 978-80-554-1552-9.
VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb – efektivně a moderně*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.
ZELENÝ, Lubomír a kol. *Osobní doprava*. Praha: C.H.Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-681-4.

Vedoucí bakalářské práce: Doc. Ing. Josef Kubík, CSc.
Katedra bakalářského studia

Datum zadání bakalářské práce: 31. října 2023
Termín odevzdání bakalářské práce: 26. dubna 2024

vz. Turek

Ing. et Ing. Iveta Dočkalíková, Ph.D.
vedoucí katedry

L.S.

beny

Prof. Ing. Václav Cempírek, Ph.D., DBA
rektor

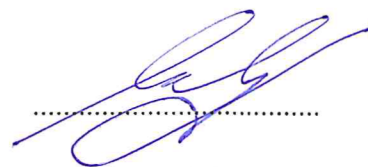
Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a že jsem ji vypracoval samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, a že jsem v práci neporušil autorská práva ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb.; o autorském právu, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Prohlašuji, že jsem byl také seznámen s tím, že se na mou bakalářskou práci plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Vysoká škola logistiky o.p.s. nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat předtím o této skutečnosti prorektora pro vzdělávání Vysoké školy logistiky o.p.s.

Prohlašuji, že jsem byl poučen o tom, že bakalářská práce je veřejná ve smyslu zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 47b. Taktéž dávám souhlas Vysoké škole logistiky o.p.s. ke zpřístupnění mnou zpracované bakalářské práce v její tištěné i elektronické verzi. Souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely. Prohlašuji, že odevzdaná tištěná verze bakalářské práce, elektronická verze na odevzdaném optickém médiu a verze nahraná do informačního systému jsou totožné.

V Prostějově, dne 26. 4. 2024



podpis

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval všem, kteří mi pomohli při tvorbě bakalářské práce, jde hlavně o doc. Ing. Josef Kubík, CSc., který vedl mou bakalářskou práci, poskytoval cenné rady a připomínky a dohlížel nad tím, aby se práce vyvíjela požadovaným směrem. Dále bych chtěla poděkovat také PhDr. Martinu Novotnému Ph.D. za odborné rady a nápomoc při psaní bakalářské práce. Velké poděkování patří také Statutárnímu městu Prostějov za poskytnutí parkovacích studií.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá analýzou současného stavu parkovacích míst v lokalitě Statutárního města Prostějova. Je zaměřena na konkrétně na stav parkovacích míst, a to zejména na současný stav parkovacích míst a jejich zhodnocení. Dále bude práce zaměřena na přiblížení chystané změny v systému parkování na parkovací zóny, které můžeme vidět ve větších městech. Následně se bude tato práce zabývat možným řešením a maximálním využitím daných parkovacích ploch.

Klíčová slova

parkování, parkovací systémy, statutární město Prostějov

Annotation

The bachelor thesis deals with the analysis of the parking places current state in the statutory town of Prostějov. It is specifically focused on the state of parking places, particularly on the current state of parking places and their evaluation. Further, the thesis is focused on the explanation of the planned change in the parking system to the parking zones, which can be seen in larger towns and cities. Subsequently, the thesis deals with a possible solution and utmost utilization of given parking areas.

Keywords

parking, parking systém, statutory town of Prostějov

Obsah

Úvod	9
1 Charakteristika služeb a jejich využití v dopravě.....	10
1.1.1 Základní rysy služeb	11
1.1.2 Další důležité vlastnosti služeb	13
1.1.3 Management služeb	14
1.1.4 Zaměření marketingu ve službách	14
1.1.5 Služby v dopravě	15
1.1.6 Rozdělení služeb v dopravě	16
1.1.7 Další služby v dopravě	18
1.2 Historie a vývoj služeb.....	21
1.3 Marketingový mix.....	22
1.4 Jaké jsou služby uplatňující se v dopravě.....	25
1.5 Charakteristika osobní dopravy	27
1.6 Logistika v osobní dopravě parkování	28
1.7 Městská hromadná doprava a usnadnění parkování.....	29
2 Zhodnocení aktuálního stavu systému parkování.....	31
2.1 Statutární město Prostějov.....	31
2.1.1. Demografická struktura obyvatelstva statutárního města Prostějova.....	33
2.1.2 Socioekonomický profil města Prostějova	33
2.1.3 Přehled o zaměstnání, podnikání a službách.....	34
2.1.4 Kultura, rekreace a volný čas	35
2.1.5 Městská hromadná doprava v Prostějově	36
2.1.6 Zřízení odstavných ploch pro odstavení automobilů	37
2.2 Současný stav parkování ve statutárním městě Prostějov.....	38
2.3. Problémy autovraku v gesci Městské policie	41
2.4. Hlavní cíle nového parkovacího systému.....	41
2.5. Návrh placeného parkování na území města Prostějov.....	43
2.6 SWOT analýza	43
2.7 SWOT analýza nového parkovacího systému	44

2.8	Parkovací dům na ul. Újezd	44
3	Návrh na efektivní využití parkování ve městě Prostějov.....	46
3.1	Zřízení nového parkovacího domu či placeného parkoviště na ploše bývalé sodovkárny ul.	48
	Závěr	50
	Seznam zdrojů	51
	Seznam grafických objektů.....	52

ÚVOD

Název bakalářské práce je Posouzení parkovacích míst v statutárním městě Prostějově. Téma bylo zvoleno s ohledem na osobní zájem autora práce a také skutečností, že má v tomto městě trvalé bydliště a záleží mu na budoucím rozvoji města. Parkování v samotném centru je palčivý problém řady měst v ČR, Prostějov nevyjímaje. Již řadu let se hovoří o změně systému parkování v celém teritoriu města. Toto téma bylo předmětem nejméně jednoho jednání tamního zastupitelstva. Nejkritičtější situace s parkováním je v samém centru. Na vině je poměrně velký počet rezidentů, kteří zde většinou mají zapláceno své vyhrazené stání, čímž je omezen počet parkovacích míst pro ostatní uživatele. Zásadní vliv na růst počtu parkovacích míst v centru města by měla do budoucna vyřešit výstavba nového parkovacího domu v této exponované části. Změna parkovací politiky ve městě se má týkat zavedení systému placených parkovacích míst, se kterými je možné se setkat převážně ve větších městech (Praha, Brno, Plzeň, Ostrava, Olomouc apod.). Jestli bude koncepce rozvoje a systému parkování konečná a prospěšná i v Prostějově ukáže až čas. Ve své bakalářské práci se její autor nejprve věnuje charakteristice služeb a jejich využití v dopravě a parkování, dále se zabývá vyhodnocením aktuálního stavu parkovacích míst a v návrhové části se zaměří na nastínění vhodné koncepce systému parkování, který bude shrnut v závěru bakalářské práce. Jejím cílem je mimo jiné nalezení optimálního řešení a srovnání současného a budoucího parkovacího systému ve Statutárním městě Prostějov.

1 Charakteristika služeb a jejich využití v dopravě

Dnešní doba se vyznačuje celosvětovým růstem služeb. Základní rozdíl mezi marketingem zboží a služeb je v tom, že zboží se prodává, kdežto služba se provádí. Základní definice služeb by se dala charakterizovat dle citace. „*Služby jsou samostatně identifikovatelné, především nehmotné činnosti, které poskytují uspokojení potřeb a nemusí být nutně spojovány s prodejem výrobku nebo jiné služby. Produkce služeb může, ale nemusí vyžadovat užití hmotného zboží. Je-li však toto užití nutné, nedochází k transferu vlastnictví tohoto hmotného zboží.*“ [2, s. 16]. Tato definice jasně vymezuje nehmotnou povahu služeb. Nejčastěji se oblast služeb týká dopravy, cestovního ruchu, ubytování, gastronomie, finančnictví a pojištění, telekomunikace, zdravotnictví, vzdělání, poradenství, kulturní a zábavní služby apod. „*Služba je jakákoliv aktivita nebo výhoda, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je v zásadě nehmotná a nepřináší vlastnictví. Její produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem (Kotler et al. 2007, s. 710)*“ [2, s. 16]. Služby rozdělujeme na kolektivní a individuální. Kolektivní služba je hrazená z veřejných financí ať už ze strany státu či obce. Individuální služba uspokojuje individuální potřeby člověka a je hrazena ze soukromých a vlastních zdrojů. Výsledným produktem služby je užitečný efekt ne hmotný statek (výrobek). [12]

Služby jsou nehmotného statku nebo produktem, který poskytuje jedna strana (poskytovatel) druhé straně (spotřebiteli) výměnou za platbu nebo jinou protihodnotu. Služby jsou na rozdíl od zboží a hmotných statků nehmotného charakteru tzv. služby nejsou fyzicky hmatatelné. Místo toho se služby projevují skrze aktivity, úkony nebo výkony.

Služby mohou zahrnovat širokou škálu odvětví a oborů (zdravotnictví, vzdělání, bankovníctví, cestovní ruch, zábavní průmysl, informační technologie, poradenství apod. Služby představují klíčový prvek v moderní ekonomice a přispívají k zlepšování kvality života. [2]

1.1.1 Základní rysy služeb

1. Nehmotnost

Služby jsou nehmotné povahy, od kterých se odvíjí jejich další charakteristické vlastnosti. Služby nemají žádnou fyzickou podstatu, nelze je skladovat ani prohlédnout si je před zakoupením. Jde o nehmotný produkt, jehož hodnotu tvoří užitek, který zákazníkovi přináší. Službu nelze zhodnotit žádným fyzickým smyslem a nelze si ji před koupi vyzkoušet či prohlédnout. Vlastnosti služeb jsou tak v podstatě přes jejich reklamu a upozornění na ně před zákazníkem skryté. Mezi tyto vlastnosti služeb patří převážně spolehlivost, spokojenost, servis, jistota, důvěryhodnost, osobní přístup poskytovatele služeb apod. Tyto vlastnosti lze ověřit až při jejich nákupu či při jejich spotřebě. Díky těmto skutečnostem se zde vyskytuje určitá nejistota ze strany zákazníků při přijímání služby. To se týká v podstatě všech služeb, ať už se jedná o služby v oblasti tržní, veřejné nebo služby neziskového sektoru. Zákazník tak rozhoduje na základě vlastních zkušeností či doporučení. Proto se marketing služeb snaží posílit marketingový mix, s důrazem na komunikační mix zacílený na značku a název produktu konkrétní služby. Na rozdíl od zboží, které se snaží ke svému hmotnému sortimentu přidat i nehmotné doplňkové služby oproti službám, které usilují o to, co nejvíce zhmotnit nabízenou službu. Nehmotnost služeb je příčinou obtížného hodnocení ze strany zákazníka, obavy z rizik, kladení důrazu na osobní zkušenost a doporučení zákazníka ať už ze strany přátel či rodiny tzv. ústní reklama. Naopak tržní ziskové služby ve veřejném sektoru používají nejčastěji cenu, jako měřítko kvality služby.

2. Neoddělitelnost

Služby jsou obvykle poskytovány současně s jejich spotřebou. Vzniká tak úzká vazba mezi poskytovatelem a zákazníkem, která ovlivňuje kvalitu vnímané služby. Poskytování služeb je produkováno v přítomnosti zákazníka a tím je zákazník součástí poskytování služeb a je jeho neoddělitelnou součástí. Poskytovatel a zákazník by se měli sejít v pravý čas na pravém místě, aby mohla být služba realizována a zákazník získal výhodu ze služby. Neoddělitelnost má zásadní vliv při vývoji služeb. Oproti zboží, které je nejprve vyrobeno, nabízeno, prodáno a následně spotřebováno zatím co služba je nejprve prodána poté produkována a ve stejný čas i spotřebována. Na příkladu si uvedeme zakoupení dovolené, návštěvu kulturní akce, či koupi jízdenky hromadné dopravy. Díky neoddělitelnosti služby od zákazníka vzniká lokální monopol poskytovatele služeb, který má výsadní

postavení v regionu nebo nabízí službu vsutku kvalitní a jedinečnou. Díky této výhodě si poskytovatel služby může dovolit stanovit vyšší cenu. V důsledku vyšších cen, tak vzniká příležitost pro konkurenci, která si těchto věcí všímá a vidí příležitost. Díky neoddělitelnosti služeb se zákazník stává spolu producentem služeb, jehož odměnou je spokojenost se službou.

3. Proměnlivost

Neboli variabilita služeb související se standardem kvality služby. Proces služeb je proměnlivý za přítomnosti zákazníka a poskytovatele, jejichž chování není vždy standartní, ale v určitých případech se dá předpokládat a očekávat, že tyto standardy chování budou dodrženy. Kvalita služeb se může lišit v závislosti na osobě poskytovatele, čase a místě poskytnutí. Vliv na ni má i interakce mezi poskytovatelem a zákazníkem. Na rozdíl od služeb nelze před provedením služby provést kontrolu kvality služby, proto se standardy poskytovatele služeb liší od zákazníka k zákazníkovi, a to i od stejného poskytovatele. Důležitý je však výsledný produkt a spokojenost zákazníka s poskytovatelem služby. U poskytovatele služeb hraje významný prvek i lidský faktor a jeho omylnost. Služby jsou někdy složitě napodobovány a patentovány, proto i u poskytování služeb se můžeme setkat s franchisingem některých služeb nejčastěji pak v gastronomii (KFC, McDonald's, Burger King apod.), hotelnictví (Clarion, Martiny, Hilton apod.) další služby (sít' holičství Barber). Kdy si tyto franchisingové pobočky drží svůj standard, styl, vybavení a charakteristiku služby a vzhled, které musí jejich majitel dodržovat.

4. Pomíjivost

Služby nelze znovu použít ani vrátit nelze je skladovat, uchovávat, vracet nebo znovu prodávat. Jsou jedinečné a neopakovatelné. Pro daný okamžik je služba ztracená a zničena. To však neznamená, že službu nelze reklamovat, buď ji lze nahradit jinou službou, nebo kvalitnější službou. Lze uplatnit i vrácení peněz v případech, že zákazník není spokojen z pochopitelných důvodů s poskytovatelem služeb případně se dohodnout na slevě. Z marketingového hlediska je snaha o sladění nabídky a poptávky. Podíl poptávky a nabídky na trhu služeb může vést k flexibilitě cen služeb. Zničitelnost služby znamená obtížné uplatňování reklamace a záleží na poskytovateli služeb, zda uzná svou vinu a dojde k dohodě při vyřízení reklamace či poskytne slevu zákazníkovi v rámci

kompenzace. Proto je dobré mít stanoven postup pro poskytovatele služeb pro případ při vyřizování reklamací či stížností. V rámci zkvalitňování služeb je třeba mít zaveden systém rezervace, a to v pro případ vytváření fronty apod. a tím možný potencionální odliv zákazníků.

5. Nemožnost vlastnictví

Zákazník si nekupuje samotnou službu, ale pouze právo na její užívání. S tím souvisí nemožnost vlastnit službu, a to i v souvislosti s její nehmotností a zničitelností. Zákazník při poskytování služeb nezískává směnou za peníze od prodávajícího žádné právo vlastnit službu a kupuje si právo na její poskytnutí (parkovací místo, čas poskytovatele služeb, jízdenku na vlak či autobus apod.) U veřejných služeb poskytovaných ze strany státu vzniká zákazníkovi právo na poskytnutí péče sociální a zdravotní financovaných z odvedených daní. Zprostředkovatelé služeb nemají vlastnické právo na rozdíl od zprostředkovatelů výrobku, ale pouze nabízí poskytnutí služby. Poskytovatelé služeb jsou svým způsobem zranitelní z důvodu očekávání úhrady za službu ze strany zákazníka, který si službu díky její nehmotnosti nemůže prohlédnout či vyzkoušet a přesně sdělit požadavky jejím poskytovatelům. To může klást na zaměstnance poskytovatele služeb značné nároky. [2]

1.1.2 Další důležité vlastnosti služeb

1. Neskladovatelnost

Služby nelze skladovat do zásob a ani je uchovávat k pozdějšímu použití na rozdíl od zboží. Jsou tedy určeny převážně k přímé spotřebě či využití.

2. Spolupráce se zákazníkem

Kvalita služby závisí i na aktivní spolupráci zákazníka, který může konkretizovat přesné požadavky na poskytovatele služeb. Dochází k přímému kontaktu se zákazníkem, od kterého dostáváme okamžitou zpětnou reakci a ohodnocení služby.

3. Subjektivita vnímání

Kvalita služby je vnímána subjektivně a liší se od zákazníka k zákazníkovi. Každý ze zákazníků má určitou a jinou představu o poskytnutí služeb a co vyhovuje jednomu zákazníkovi, nemusí nutně vyhovovat druhému, jedná se o tzv. individuální přístup k zákazníkovi.

4. Závislost na lidském faktoru

Kvalita služby je závislá na dovednostech a přístupu poskytovatele. Žádný člověk není neomylný proto by měl být zaměstnanec či poskytovatel služeb co nejlépe vzdělán a vyškolen, tak aby došlo k co nejlepšímu uspokojení zákazníka. [7]

1.1.3 Management služeb

„Marketing je manažerský proces zodpovídající za identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníků při dosahování zisku (Kotler 2004)“ [1, s. 20]. Každá organizace či dodavatel služeb má za cíl získat zákazníky, uspokojovat je a udržet si klientelu. Ke svému chodu potřebuje vytvořit výrobek či službu, která bude užitečná pro zákazníka. Za tuto službu či produkt bude ochoten utratit své finanční prostředky, rád se bude vracet a tvořit dobré jméno dodavateli služeb. Klientu musí být dostatečné množství, tak aby to bylo výhodné pro provozovatele služeb tuto službu provozovat, rozšiřovat a inovovat a zároveň dokázat pokrýt všechny náklady a vytvářet zisk, který bude pravidelný. Zároveň se musí snažit být konkurenceschopný. To se však netíká neziskových a dotovaných organizací. Každá organizace či poskytovatel služeb by měl mít stanovené své cíle a strategie, tak aby nebyla jejich činnost náhodná a instinktivní. Marketing poskytovatele služeb či konkrétní firma by se měla převážně soustředit na uspokojování potřeb zákazníka, a hlavně i na svou spokojenost. Skutečnost je však jiná a dnešní doba je specifická převážně tím, že se vše přepočítává na objem dosažení zisku, schopnost splácet investice, a produktivní a efektivní využití vložených vstupních zdrojů. Vše je převážně přepočítáváno na hodnotu peněz a zisku oproti spokojenosti a vyváženosti.

1.1.4 Zaměření marketingu služeb

Marketing služeb by měl dát důraz na komunikaci, kdy je raději vhodné správně prezentovat nehmotný produkt a zdůraznit jeho užitek pro zákazníka a v tzv. vdechnout mu život. Další podstatnou funkci marketingu služeb je řízení kvality, která je klíčová v poskytování služeb, kdy pro každého poskytovatele služeb by měl být zaveden systém pro její měření a zlepšování.

Vhodným nástrojem pro zlepšování kvality v oblasti poskytování služeb je vhodný nástroj výběru a vzdělávání personálu, jenž sehrává nepostradatelnou roli v poskytování služeb. Je třeba zvážit, kdy je vhodné vybírat vhodné osoby a investovat do jejich vzdělání

a rozvoje. Interakce se zákazníkem představuje situaci, kdy je vhodné vytvořit příjemnou atmosféru a prostředí, tak aby se zákazník cítil příjemně a komfortně. V případě některých služeb je k dosažení kýžených výsledků nezbytná aktivní spolupráce ze strany zákazníka. [8]

1.1.5 Služby v dopravě

Doprava patří mezi nejrozšířenější lidskou činnosti, která se dotýká téměř každého, protože většinou se každý někam dopravuje nebo něco přepravuje. Doprava se týká každé ekonomické činnosti a odvíjí se od ní i finální cena produktu i služeb. Dříve byla doprava spíše používána k dopravě zboží z místa výroby do místa spotřeby a osobní doprava sloužila převážně k dopravě do zaměstnání a zpět. V dnešní době je doprava vnímána jako životní styl a osobní svoboda pohybu. Doprava je vnímána jako určitá hodnota životní úrovně, která se neomezuje pouze na výrobu, ale i například na odvětví zábavního a cestovního ruchu. Dopravní služby zahrnují odvětví obecného hospodářského zájmu jako městská a příměstská doprava či regionální osobní doprava. Na rozdíl od liberalizovaných dopravních služeb, kterými jsou silniční nákladní doprava, nepravidelná silniční či osobní mezinárodní doprava, která je plně liberalizovaná v celé Evropské unii. Dopravní služby jsou zajišťovány státem, krajem a obcemi, které je však neprovozují, ale mají smluvně navázanou spolupráci s dopravci, kteří je pro ně zajišťují. To si klade otázku, zda jsou prostředky na veřejnou dopravu poskytovány efektivně a hospodárně. Neliberalizovaná část veřejné dopravy je provozována v závazku veřejné služby. [1]

Typy dopravy

1. Silniční doprava

Patří mezi nejrozšířenější typ dopravy, je vhodná pro přepravu zboží i osob na různé vzdálenosti. Nabízí se široká škála vozidel, od motocyklů, automobilů, dodávek, kamionů, návěsových souprav až po autobusy.

2. Železniční doprava

Je vhodná pro přepravu velkého množství zboží i nadměrných nákladů a to i na delší vzdálenosti napříč kontinentem. Osobní doprava nabízí komfortní cestování pro cestující, zároveň je šetrnější k životnímu prostředí než silniční doprava a je i ekonomičtější.

3. Letecká doprava

Patří k nejrychlejšímu typu dopravy, v dnešní době je i dostatečně ekonomická pro uživatele převážně osobní dopravy a je ideální pro přepravu na velké vzdálenosti. Využívá se jak pro přepravu osob, tak i zboží. Letecká doprava se používá, protože je čím dál tím dostupnější a v dnešní době i bezpečnější. Tato doprava se využívá jak k dopravě či přepravě v tuzemsku, tak v rámci kontinentu i mezikontinentálně.

4. Vodní doprava

Je vhodná pro přepravu velkého objemu zboží na dlouhou vzdálenost po řekách, mořích a oceánech. Je pomalejší než silniční a letecká doprava, ale je levnější a šetrnější k životnímu prostředí. Lodní doprava je vhodná i pro osobní dopravu.

1.1.6 Rozdělení služeb v dopravě

1. Osobní doprava

Osobní doprava zahrnuje veškeré přepravní prostředky pro přepravu jednotlivců, rodin či skupin cestujících z jednoho místa na druhé a tím uspokojovat jejich osobní potřebu cestování za účelem rekreace, práce, návštěvy apod. Forma dopravy mohou zahrnovat cestování automobilem, motocyklem, autobusem, vlakem, letadlem, lodí, taxislužbou, jízdním kolem, pěšky, veřejnou dopravou (MHD, tramvají, trolejbusem). V posledních letech se k oblasti osobní dopravy připojily nové trendy, kterými jsou sdílené dopravní prostředky, elektrovozidla a autonomní vozidla. Tyto dopravní prostředky využití v osobní dopravě změnilo způsob, jakým se lidé přepravují a tak se mění i městská a regionální infrastruktura (budování cyklostezek), tak aby doprava byla bezpečná a vyhovovala novým trendům v osobní dopravě. Každý z těchto prostředků má své výhody a nevýhody. Například automobily poskytují pohodlí a flexibilitu, zatímco vlaky mohou být rychlejší a ekologičtější volbou pro delší vzdálenosti.

2. Nákladní doprava

Je odvětví dopravy zajišťující přepravu zboží, materiálu nebo i jiných nákladů po silnici (nákladní automobily, kamiony), železnici (nákladní železniční doprava), letecky (nákladní letadla) a námořní dopravou (nákladní lodě a kontejnery). Nákladní doprava může zahrnovat i distribuci zboží. Z jednoho místa na druhé. Toto odvětví hraje důležitou roli v ekonomice, protože umožňuje plynulý pohyb zboží od výrobců ke spotřebitelům

nebo mezi různými fázemi výrobního procesu. Každý z výše uvedených těchto druhů má své výhody a omezení v závislosti na typu zboží, vzdálenosti a dalších faktorech. Podobně jako v osobní dopravě se i v nákladní dopravě objevují nové technologie a trendy, jako jsou autonomní nákladní vozidla, elektrické nákladní lodě a logistické inovace, které pomáhají zlepšovat efektivitu a udržitelnost tohoto odvětví.

3. Logistika

Je obor zabývající se plánováním, organizací, řízením zásob, realizací, koordinací informací a služeb od místa výroby až po spotřebu zboží. Cílem je maximální využití a efektivní minimalizování nákladů. Logistické společnosti často využívají počítačové systémy k dálkovému sledování pohybu zboží a zajištění jeho včasného doručení. Obor logistiky hraje klíčovou roli v podnikání a průmyslu. Slouží k nezbytnému a správnému fungování dodavatelských řetězců. Cílem logistiky je zajistit, aby správné zboží bylo na správném místě, ve správný čas, ve správném množství a ve správné kvalitě. Moderní logistika se stále více spoléhá na technologické inovace, jako jsou informační systémy, automatizace procesů, analytické nástroje a sledování pomocí senzorů. Tyto technologie pomáhají zlepšovat efektivitu, transparentnost a správu rizik v dodavatelských řetězcích.

4. Spedice

Spedice je součástí logistiky a zajišťuje organizaci a realizaci mezinárodní nebo tuzemské přepravy zboží. Jejím hlavním cílem je zajistit, aby zboží bylo přepraveno od odesílatele k příjemci co nejrychleji, nejefektivněji a za co nejvýhodnější cenu. Spediční společnosti, které se specializují na tuto činnost, se zabývají plánováním a organizací přepravy, včetně výběru optimálního dopravního prostředku (například kamiony, lodě, letadla), řízením logistických operací, sledováním zásilek a řešením případných problémů během přepravy. Spediční společnosti také často zajišťují dokumentaci a formality spojené s mezinárodní přepravou, jako jsou celní deklarace, pojištění zboží a další administrativní úkony. Hrají tak klíčovou roli v globálním obchodě umožňující podnikům rozšiřovat své trhy a tím dosáhnout dostatečného uspokojení dodávky i poptávky v celém světě. Speditéři většinou nevlastní žádné dopravní prostředky. Oproti nasmlouvaným dopravním společnostem zajišťující přepravu zboží, a to včetně všech náležitostí. [3]

1.1.7 Další služby v dopravě

1. Pojištění dopravy

Tímto způsobem chráníme hodnotu zboží během přepravy z jednoho místa na místo druhé. Toto pojištění může zahrnovat všechny druhy dopravy (námořní, železniční, silniční, leteckou) nebo i kombinovanou dopravu. Pojištění dopravy je důležité pro firmy zapojené do dopravy a obchodu se zbožím. Chrání zboží proti riziku poškození, zničení či odcizení zboží během jeho přepravy.

Členění jednotlivých pojištění

- ✓ **Pojištění nákladu:** Zajišťuje ochranu zboží nebo nákladu během přepravy. Pokrývá škody způsobené například krádeží, poškození nebo ztrátu zboží.
- ✓ **Pojištění odpovědnosti přepravce:** Pokrývá škody způsobené třetím stranám (například majitelům zboží) během přepravy. Pokud je zboží poškozeno nebo ztraceno kvůli nedbalosti nebo nehodě, pojištění odpovědnosti přepravce může pokrýt náklady na odškodnění.
- ✓ **Pojištění proti riziku ztráty nebo poškození nákladu:** Toto pojištění chrání proti různým rizikům, jako jsou bouře, havárie, krádež a jiné události, které mohou vést k poškození nebo ztrátě nákladu.
- ✓ **Pojištění proti zpoždění přepravce:** Toto pojištění kryje náklady, které mohou vzniknout v důsledku zpoždění dodání zboží, jako jsou náklady na skladování zboží nebo sankce za nesplnění dohodnutých termínů dodání zboží.

2. Celní odbavení

Celní odbavení je proces, kterým prochází zboží, které překračuje státní hranice, aby bylo legálně importováno nebo exportováno. Tento proces zahrnuje řadu právních, administrativních a kontrolních postupů, které mají zajistit dodržování celních předpisů a daňových povinností. Obecný přehled procesu celního odbavení:

- ✓ **Předložení dokumentace:** Přepravce nebo vlastník zboží musí předložit potřebnou dokumentaci týkající se přepravovaného zboží, jako jsou faktury, přepravní listy, licence nebo certifikáty zboží.
- ✓ **Prohlídka a kontrola:** Celní úředníci mohou provést fyzickou prohlídku zboží, prověření zda se zboží shoduje s předloženými dokumenty. Kontrola může zahrnovat kontrolu kvality, hodnoty, jakosti, množství speciálních požadavků či omezení dopravy apod.
- ✓ **Výpočet a placení daní a poplatků:** Na základě hodnoty a charakteru zboží jsou vypočítány příslušná cla a daně. Přepravce nebo vlastník zboží musí tyto částky uhradit, aby mohlo být zboží uvolněno k dalšímu pohybu.
- ✓ **Uvolnění zboží:** Po úspěšném splnění všech celních náležitostí je zboží uvolněno a může být převezeno nebo předáno do cílové země.

Celní odbavení může být složitým procesem, zejména pokud jde o zboží speciálního užití a omezení při dopravě, jako jsou potraviny, léky, zbraně, kulturní artefakty, chemikálie apod. V některých případech mohou být zapotřebí speciální povolení nebo certifikace od příslušného celního úřadu nebo jiných regulačních orgánů. Správné a včasné odbavení je klíčové pro bezproblémový průběh mezinárodního obchodu. Kromě výše uvedených služeb existuje mnoho dalších specializovaných dopravců, kteří se zaměřují na přepravu specifických druhů zboží, jako jsou automobily, umělecké předměty, nebo nebezpečné materiály. Při výběru dopravní služby je důležité zvážit specifické potřeby a požadavky. Klíčové jsou informace o dopravci, jaké služby nabízí, za jakou cenu, spolehlivost apod.

[1]

3. Skladování

Je základní logistický prvek zajišťující fyzické umístění zboží do skladu a jeho následnou správu a manipulaci. Sklady může rozdělit do několika skupin či kategorií.

- ✓ **Distribuční sklady:** Tyto sklady slouží k distribuci zboží mezi výrobními zařízeními a spotřebiteli. Jejich hlavním úkolem je udržovat optimální úroveň zásob a zajišťovat rychlou expedici objednávek.
- ✓ **Centrální sklady:** Jedná se obvykle o velké centrální skladovací plochy, které mohou být vnitřní i venkovní. Toto představuje velké množství zboží a tvoření velkých zásob.

- ✓ **Překladiště:** Tyto sklady slouží k překládání nebo přeposílání zboží. Nejčastěji z jednoho typu dopravního prostředku na druhý, např. z nákladního automobilu na vlak, loď či letadlo apod.
- ✓ **Rezervní sklady:** Slouží k uchování dostatečných zásob zboží pro případ nouze, např. přírodní katastrofy, závady v dodávkách nebo neočekávanou poptávku.
- ✓ **Velkoobchodní sklady:** Tyto sklady mají obvykle velkou skladovací kapacitu a slouží k ukládání velkého množství zboží určeného pro velkoobchodní prodej.
- ✓ **Maloobchodní sklady:** Jsou sklady menšího rozsahu a slouží k ukládání zboží určeného pro maloobchodní prodej nebo k přímému prodeji zákazníkovi.

4. Nadrozměrná přeprava

Slouží k přepravě nadrozměrného nákladu. Tuto službu zajišťují specializované firmy disponující dopravními prostředky či vybavením k bezpečné manipulaci a přepravě zboží či materiálu.

5. Zásilkovny

Ty zajišťují pohodlnou dopravu a vyzvednutí zboží na vámi vybrané pobočce. V současné době vznikla hustá síť zásilkoven, které mohou vznikat v téměř každé prodejně se zbožím vlastním platební terminál, a to na základě smluvních podmínek mezi poskytovatelem a provozovatelem provozovny.

6. Parcelshop

PPL Parcelshop je síť poboček, sloužící k vyzvednutí či doporučit zboží nebo zásilky. V dnešní době se jedná o hojně využívanou službu. Představuje velkou hustotu vybudovaných poboček v městech i menších obcích.

7. Pronájem vozidel

Tato služba slouží ke krátkodobému zapůjčení automobilu. Službu je čím dál tím dostupnější a běžnější. Většinou pak ve velkých městech či rekreačních oblastech. Tuto službu v hojném počtu využívají nejčastěji zahraniční turisté kvůli dostupné a pohodlné dopravě. Záleží na zákazníkovi, jakou službu preferuje či potřebuje.

8. Odtahová služba

Tuto službu zajišťují specializované společnosti při odtahu vozidla při závadě či překážce v silničním provozu. Tato služba bývá v hojném počtu nasmlouvána s magistrátem, policií ČR, pojišťovnami apod. Lze ji využít i pro soukromé účely. [13]

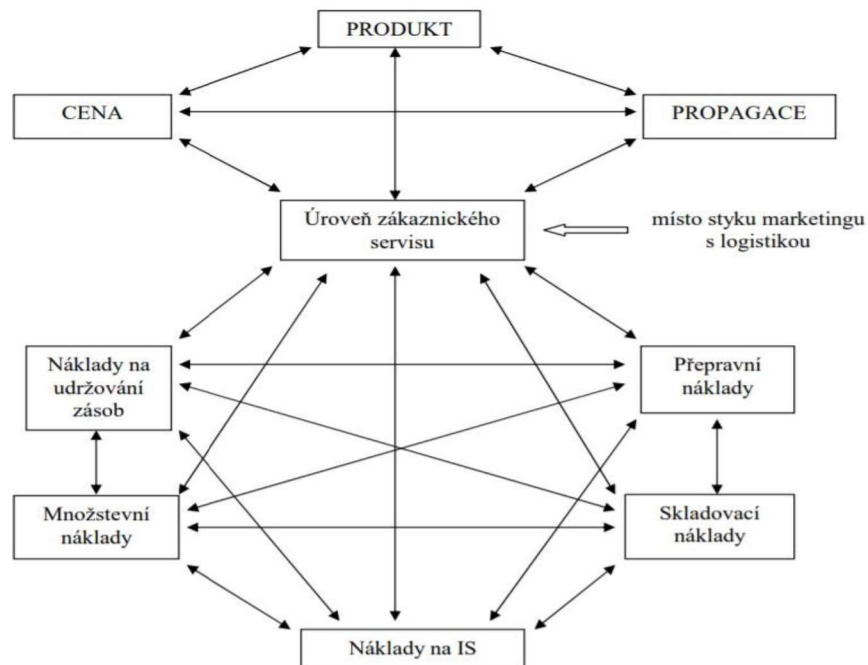
1.2 Historie a vývoj služeb

Historie a vývoj pohledu na služby je úzce spjat s vývojem lidské společnosti a ekonomiky. Služby existují od pradávna a jsou nedílnou součástí každodenního života. Celkově lze uvést, že historie služeb je neustálým procesem adaptace a inovace, z pohledu vývoje a přizpůsobení se změnám ve společnosti. Vývoj služeb:

- 1. Pravěk a starověk:** Služby v této době zahrnovaly převážně např. lov, sběr potravy, léčitelsví, ochranu, kovářství, pohostinství apod. V starověkých civilizacích (Egypt, Mezopotámie, Řecko, Řím apod.) se rozvinula řada profesí a služeb jako obchod, vzdělání, lékařství a vojenství.
- 2. Středověk:** Toto období bylo orientováno spíše na zemědělství a vše kolem něj. V této době převládalo nevolnictví a roboty pro pány, kteří pak poddaným za tuto službu umožňovali přístup k půdě a vodě.
- 3. Renesance a období osvícenství:** Tato doba je charakteristická vznikem cechů, gruntů a korporací poskytujících řemeslné a obchodní služby a také rozvojem nových profesních a obchodních příležitostí.
- 4. Průmyslová revoluce:** Přinesla změnu v ekonomickém a společenském uspořádání společnosti. Vznik manufaktur a moderního pojetí průmyslu. Vznik nových oborů a služeb v dopravě, bankovníctví, pojišťovníctví apod.
- 5. 20 století:** Je charakteristické rozvojem průmyslu a obchodu. Rozvoj technologií, pokroku v informační a telekomunikační sféře. Růst a význam služeb.
- 6. 21 století:** V dnešní době jsou služby čím dál tím důležitější, orientace ekonomiky na poskytování služeb se nadále rozvíjí. Nástup digitálních služeb jako digitální platformy, cloudové služby. Vzestup poradenství a zdravotní péče.

Sektor služeb byl v ČR před rokem 1989 značně zanedbáván. Jeho růst v 90. letech byl proto značný a již v roce 1991 se stal dominantním sektorem v přepočtu na HDP. Díky tomu došlo k částečnému útlumu nezaměstnanosti, který byl způsoben transformací zemědělské a průmyslové výroby. Dynamický nárůst sociálních služeb převážně pak ve

školství a zdravotnictví, ale i služby pro podniky a podnikatele, služby v dopravě. Zapříčinění stagnace komerčních služeb. V následujících letech došlo k růstu podnikatelských služeb převážně pak v bankovníctví, pojišťovnictví a při prodeji nemovitostí. Vývoj vnímání služeb z pohledu marketingu a managementu prošel v průběhu času významnými změnami, které se odrazily na jejich vývoji. Tyto změny byly patrné při jejich poskytování. Pokračuje trend zdůrazňující vnímání služeb, z pohledu jejich důležitosti pro společnost s možností nových příležitostí v oblasti managementu. Inovace, propojení technologií a upřednostňování orientaci na zákazníka vzaly za své v neustále se měnící ekonomice orientované na služby. [2]



Obr. 1.1 Úroveň zákaznického servisu

Zdroj: [12]

1.3 Marketingový mix

Marketingový mix označující se 4P nebo 7P představuje soubor nástrojů patřících mezi základní koncepty marketingu zaměřující se na kombinaci prvků, které firma využívá ke splnění marketingových obchodních cílů. Díky tomu může manažer nebo poskytovatel služeb utvářet vlastnosti služeb, které nabízí zákazníkovi. Jednotlivé prvky marketingového mixu musí být vhodně navrženy, tak aby došlo k vytouženému cíli a tím

je uspokojit potřebu zákazníka a přinést zisk poskytovateli služeb. Koncept marketingového mixu byl poprvé představen v roce 1960 E. J. McCathym a od tohoto okamžiku se stal základem moderního marketingového plánování, kdy marketingový mix se stal důležitým nástrojem pro plánování marketingových aktivit a pomáhá firmám efektivně dosáhnout stanovených cílů a lépe porozumět zákazníkovi.

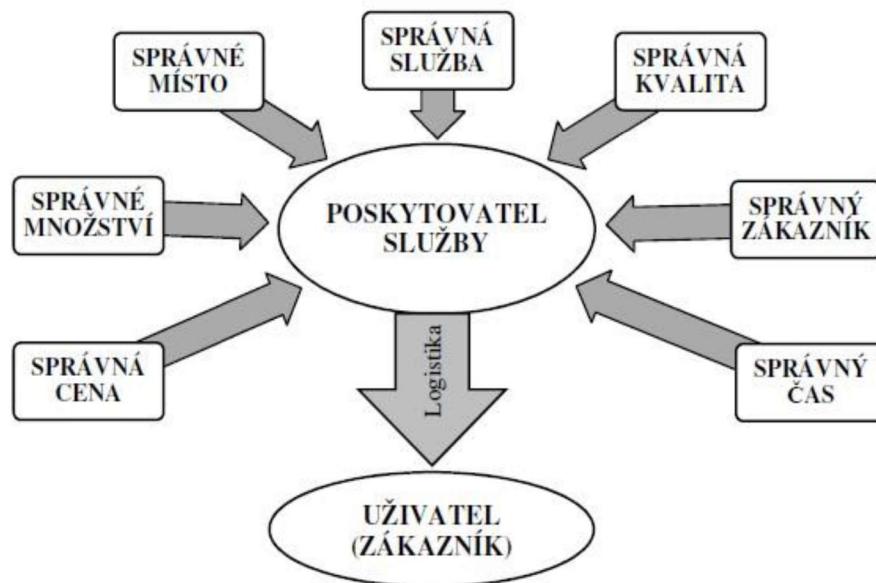
Základní prvky marketingového mixu jsou 4P:

- 1. Produkt:** Produktem se rozumí vše, co poskytovatel služeb či organizace nabízí spotřebiteli a tím uspokojuje jeho hmotné i nehmotné potřeby. Výrobek nebo služba, kterou firma nabízí zákazníkům, která dokáže být na trhu konkurenceschopná.
- 2. Cena:** Je částka vyjádřena v penězích nebo jiná formy hodnoty, která vyjadřuje hodnotu zboží či služeb. Cena je jedním z hlavních faktorů, která ovlivňuje rozhodnutí zákazníka při nákupu. Cena je důležitým prvkem marketingového mixu a může být klíčovým faktorem pro úspěch produktu nebo služby na trhu. Správné stanovení ceny je proto důležitým rozhodnutím pro každou firmu. Cena určuje a stanovuje cenovou politiku firmy. Ta by měla odpovídat kvalitě výrobku a zisku pro firmu a vynaloženým nákladům.
- 3. Distribuce:** Distribuce je proces, který zajišťuje, aby zboží a služby byly k dispozici spotřebitelům ve správný čas, na správném místě a v dostatečném množství. Zaměřuje se na způsob dopravy, distribuční kanály, skladování, logistiku apod. Distribuce je klíčová pro úspěch produktů na trhu. Dobře navržená distribuce může zlepšit dostupnost produktů, zvýšení podvědomí o značce, maximální prodej a lepší i konkurenceschopnost firmy.
- 4. Propagace:** Cílem propagace je informovat, přesvědčit, připomenout a vytvořit pozitivní obraz o produktu či službě směrem k zákazníkovi a podpořit jeho nákup. Hlavním cílem je propagace v potřebném místě, čase a množství. Je to jeden ze základních prvků marketingového mixu, který má za cíl dosáhnout efektivního rozdělení produktů na trhu. Mezi základní nástroj propagace patří reklama, která je placenou formou komunikace, využívající určitá média (televize, rádio, noviny, internet apod.) a orientuje se na stávající nebo potencionální klientelu. Další

nástroje propagace jsou osobní prodej, podpora prodeje, public relation (PR), direct marketing, sponzorství, výstavy apod.

Další 3 body marketingového mixu 7P vztahující se k marketingu ve službách:

5. **Lidé:** Hrají klíčovou roli marketingového mixu a zaměřuje se na všechny osoby, zapojené do procesu poskytování produktů nebo služeb směrem k zákazníkovi. Jsou to většinou zaměstnanci firmy, kteří se podílejí na výrobě, vývoji, poskytování služeb a styku se zákazníkem. Do této skupiny můžeme zařadit i externí pracovníky, zákazníky, distributory, manažery, dodavatele a další zúčastněné osoby. Je důležité, aby osoby zapojené do procesu byli náležitě vyškoleny, motivovány a angažovány, tak aby úspěšně mohly využít marketingovou strategii a dosažení obchodních cílů firmy.
6. **Proces:** V marketingovém mixu zajišťují interakci mezi zákazníkem a poskytovatelem služeb. Týká se postupů a procesů, které firma použije k poskytování služeb zákazníkovi. Zahrnují různé operace, činnosti, které jsou prováděné plánovitě k dosažení vytýčeného cíle. Jejich základním nástrojem je výzkum a analýza trhu, plánování marketingové strategie, vývoj produktů a služeb, stanovení cenové politiky, plánování propagace, distribuce a dodavatelské řetězce, vyhodnocení aktivit apod. Každý z těchto procesů je vzájemně propojen a jejich úspěch vyžaduje koordinaci v rámci organizace.
7. **Materiální prostředí:** Nehmotná povaha služeb znamená nemožnost vyzkoušení konkrétní služby ze strany zákazníka před jejich koupí či využitím, což zvyšuje riziko při nákupu služeb. Materiální prostředí v marketingovém mixu odkazuje na fyzické prvky, které jsou součástí prostředí, v němž dochází ke spotřebě nebo využití služby. Do tohoto prostředí patří fyzické prostory poskytovatele služeb, v němž je služba vykonávána nebo se v něm odehrává. Dále jsou zde zahrnuty všechny hmatatelné prvky ovlivňující vnímání zákazníka a ovlivňují tak jeho spokojenost. Mezi základní prvky materiálního prostředí patří i vizuální prvky, zvukové efekty, charakteristická vůně apod. Správné využití materiálního prostředí může pomoci vytvářet pozitivní zážitek při budování silné značky a zlepšování celkového obrazu o firmě. [2]



Obr. 1.2 Služby s pohledu 7S

Zdroj: [12]

1.4 Jaké jsou služby uplatňující se v dopravě

Služby v oblasti dopravy zahrnují širokou škálu služeb a inovací, zajišťující lepší cestovní podmínky pro jednotlivce i firmy. Služby v oblasti dopravy jsou klíčové pro pohyb osob, zboží a informací z jednoho místa na druhé. Tyto služby jsou zároveň nezbytné pro fungování ekonomiky a umožňují pohyb zboží a osob po celém světě. Jsou nezbytné pro podporu obchodu, cestování, turistiku apod.

1. **Veřejná doprava:** Zahrnuje dopravu nejčastěji pomocí autobusů, trolejbusů, tramvají, metrem a vlakem. Tyto služby jsou provozovány veřejnými orgány nebo soukromými společnostmi. Tyto služby poskytují efektivní a ekonomický způsob přepravy pro veřejnost a přispívají ke snižování dopravních komplikací a kongescí.
2. **Ridesharing a Carpooling:** Tyto služby zajišťují efektivní dopravu v rámci města. Tyto služby zajišťují společnosti, jako je Uber, Lyft, BlaBlaCar a další, které nabízí cestujícím jízdu s jinými lidmi. Toto má následek ve snižování nákladů na provoz a emise. Rovněž i na snížení celkového počtu vozidel na silnici. Pro zákazníka je tato služba ekonomicky výhodná.
3. **Bikesharing:** Tato služba umožňuje uživatelům zapůjčení kola na krátkou vzdálenost a krátkou dobu po městě. Její hlavní výhodou je úbytek jiných

dopravních prostředků ve městě, zlepšení fyzické kondice zákazníka, šetrnější přístup k životnímu prostředí a rychlost. Důležitý je i ekonomický efekt pro uživatele.

4. **Carsharing:** Umožňuje krátkodobé zapůjčení motorového dopravního prostředku na krátkou vzdálenost většinou pro osobní potřebu. Jedná se o alternativní způsob dopravy, který umožňuje lidem využít automobil pouze v případech, kdy jej skutečně potřebují. Tímto způsobem se snižuje celkový počet vozidel v provozu.
5. **Dopravní aplikace:** Jedná se o mobilní aplikace navržené tak, aby poskytovaly informace v dopravě, a to v reálném času. Tyto informace jsou důležité pro nabízení plánování tras, sledování veřejné dopravy, ve městě i mimo něj, rezervaci parkovacích míst, dalších dopravních služeb, nákup jízdenek a parkování on line apod. Tímto způsobem dochází k efektivnímu využití času a úspoře finančních prostředků. Tyto aplikace mohou poskytovat informace o sdílených jízdních kolách, elektrických kolech či skútrech i automobilech apod.
6. **Dopravní bezpečnostní služby:** Tyto služby zajišťují a jsou navržené, tak aby uživatele informovali o bezpečnosti na silnicích, veřejné dopravě i dalších dopravních prostředcích. Cílem této služby je snížení dopravních nehod, zlepšení bezpečnosti uživatelů silnic a minimalizace rizika spojeného s cestováním. K této službě patří policejní dohled, dopravní signalizační zařízení, bezpečnostní kampaně, zlepšení infrastruktury, první pomoc a technologická inovace apod. Celkově tyto služby přispívají k vytváření bezpečných silnic a prostředí pro všechny uživatele v dopravě. Jsou proto důležité při rozvoji dopravy.
7. **Dopravní logistika:** Zajišťuje důležitou správu a optimalizaci logistiky pro firmy. Služby v oblasti dopravní logistiky pomáhají firmám s plánováním a správou dodávek, skladováním zásilek a sledováním jejich pohybu. Tyto služby v oblasti dopravy hrají klíčovou roli v usnadňování cestování, snižování dopravní zátěže a podporování udržitelných dopravních řešení. Inovace a digitalizace v této oblasti přinášejí nové možnosti a efektivitu dopravu pro všechny zúčastněné strany. [13]

1.5 Charakteristika osobní dopravy

Osobní doprava zahrnuje různé prostředky a způsoby, které slouží k přepravě osob z jednoho místa na druhé. To může zahrnovat individuální cestování vlastním automobilem, nebo jiným dopravním prostředkem, stejně jako využití služeb taxi, soukromých jízd (např. Uber, Lyft) nebo limuzínou. Dále je zde veřejná doprava, která zahrnuje autobusy, trolejbusy, tramvaje, vlaky nebo metro. Tyto služby jsou poskytovány veřejnými dopravními společnostmi a slouží k hromadné přepravě osob z místa do místa. Každý typ osobní dopravy má své výhody a nevýhody a může být vhodný v různých situacích v závislosti na potřebách cestujících a podmínkách cesty. Osobní doprava zahrnuje přepravu jednotlivců z jednoho místa na druhé pomocí různých dopravních prostředků.

Hlavní charakteristiky osobní dopravy:

- 1. Individuální flexibilita:** Osobní doprava poskytuje cestujícím flexibilitu a nezávislost na plánech ve srovnání s hromadnou dopravou. Cestující mohou rozhodovat o čase odjezdu, trase a zastávkách podle svých potřeb.
- 2. Rychlost a pohodlí:** V některých případech může být osobní doprava rychlejší a pohodlnější než veřejná doprava, zejména pokud cestujete na delší vzdálenosti nebo do odlehlých oblastí.
- 3. Náklady:** Osobní doprava může být nákladnější než veřejná doprava, zejména pokud se jedná o provoz vlastního vozidla nebo služby taxi. Náklady mohou zahrnovat palivo, parkování, údržbu vozidel nebo cestování na delší vzdálenosti. V dnešní době to až tak pravda není.
- 4. Dostupnost:** Osobní doprava může být omezena v oblastech s omezenou infrastrukturou nebo v oblastech s vysokou hustotou dopravy, kde může být obtížné najít parkovací místo.
- 5. Životní prostředí:** Individuální užívání vozidel může mít negativní dopad na životní prostředí, a to v důsledku emisí skleníkových plynů a znečištění ovzduší. Z tohoto důvodu se hledají ekologičtější alternativy pro osobní dopravu, jako jsou

elektrická vozidla nebo sdílené dopravní služby. Tyto charakteristiky mohou mít vliv na rozhodování o tom, zda využít osobní dopravu nebo zvolit jiné způsoby přepravy v závislosti na konkrétní situaci a preferencích cestujícího.

1.6 Logistika v osobní dopravě při parkování

Logistika parkování v osobní dopravě se zabývá efektivním řízením a organizací parkovacích prostor pro parkující vozidla. Zde je několik klíčových bodů týkajících se logistiky parkování v osobní dopravě, které jsou důležité při zajištění parkování v osobní dopravě:

- 1. Plánování parkovacích zón:** Důležitým prvkem je plánování parkovacích zón v různých částech města nebo obce. To zahrnuje určení oblastí pro rezidentní parkování, krátkodobé parkování, dlouhodobé parkování, parkování pro osoby se zdravotním postižením atd.
- 2. Dostupnost parkovacích míst:** Zajištění dostatečné dostupnosti parkovacích míst je klíčové pro minimalizaci hledání parkovacího místa a zlepšení plynulosti dopravy. Efektivní využití parkovacích prostor může být podporováno pomocí informačních systémů o obsazení parkovišť.
- 3. Parkovací politika:** Stanovení správné parkovací politiky, jako jsou časová omezení, poplatky za parkování, zóny pro rezidenty nebo podpora sdílených parkovacích služeb, může ovlivnit chování řidičů a optimalizovat využití parkovacích míst.
- 4. Bezpečnost parkování:** Zajištění bezpečnosti parkovacích prostor prostřednictvím osvětlení, monitorování kamerami a bezpečnostními opatřeními je důležité pro ochranu vozidel, prevenci kriminality, krádežím a vandalismu.
- 5. Technologické inovace:** Moderní technologie, jako jsou senzory pro sledování obsazenosti parkovacích míst, mobilní aplikace pro rezervaci parkovacích míst nebo platební systémy, mohou vylepšit efektivitu a uživatelský zážitek v oblasti parkování.
- 6. Parkování ve městech:** V hustě osídlených městských oblastech je parkování často drahé a obtížné. Logistika parkování ve městech zahrnuje efektivní využití

prostoru, podporu veřejné dopravy a cyklistiky a plánování parkovací infrastruktury.

Správná logistika parkování v osobní dopravě může přispět ke zlepšení mobility, snížení dopravních kongescí a zlepšení životního prostředí ve městech. Vytváření vyváženého a udržitelného systému parkování je důležité pro celkovou kvalitu dopravní infrastruktury. Vývoj moderních technologií a aplikací také umožňuje lepší parkovací správu parkování a optimalizaci využití míst ve prospěch uživatelů i městských oblastí. [3]

1.7 Městská hromadná doprava a usnadnění parkování

Městská hromadná doprava neboli (MHD) hraje důležitou roli v usnadnění parkování ve městě. Díky dobře fungujícímu systému městské hromadné dopravy můžeme dosáhnout uvolnění dostatečného počtu osobních vozidel, které tak nemusí zajíždět do centra města a obtížně hledat parkovací místa. Existuje několik důležitých způsobů efektivního řízení parkování ve městě. Díky této strategii můžeme efektivně dosáhnout celkového zmenšení počtu vozidel ve městě, usnadnění parkování a podpoření udržitelnosti městské hromadné dopravy. Jde také o snížení emisí výfukových plynů ve městě a snížení dopravních kongescí a zlepšení přístupnosti města. Zde si uvedeme několik způsobů, jak městská hromadná doprava může přispět k řešení problémů s parkováním:

- 1. Zlepšení dostupnosti:** Když je ve městě efektivní a spolehlivá veřejná doprava, mohou lidé snáze tyto služby využít a svá osobní vozidla mohou nechat doma a využít autobusy, tramvaje nebo metro. Tím je menší potřeba parkovacích míst a uleví se tak tlaku na parkování.
- 2. Park and Ride systémy:** Města mohou zavést systémy typu "Park and Ride", kde lidé mohou zaparkovat svá vozidla na okraji města a přestoupit na veřejnou dopravu, aby se dostali do centra města. To může snížit provoz v centru a zlepšit dostupnost parkovacích míst. Tento systém se využívá především ve velkých městech.
- 3. Omezení dopravy ve středu města:** Města mohou zavést omezení pro vjezd vozidel do centra města nebo zón s omezeným provozem. Tím je potřeba nižší

potřeba parkovacích míst a je podporována veřejná doprava a udržitelné způsoby přepravy.

4. **Integrované dopravní systémy:** Propojení různých druhů dopravy, jako jsou autobusy, vlaky a bikesharing apod. Tím dochází k rozšíření možnosti přepravy a snížení závislosti na vozidlech.
5. **Smart Parking:** Některá města zavádějí technologie Smart Parking, které pomáhají řidičům najít volná parkovací místa pomocí mobilních aplikací nebo informačních tabulí. To může zlepšit využití existujících parkovacích míst a snížit potřebu dalších ploch.
6. **Monitoring a informace o stavu parkování:** Některá města včetně Prostějova investují do monitorovacího zařízení, které informuje o stavu a dostupnosti parkovacích míst. [13]

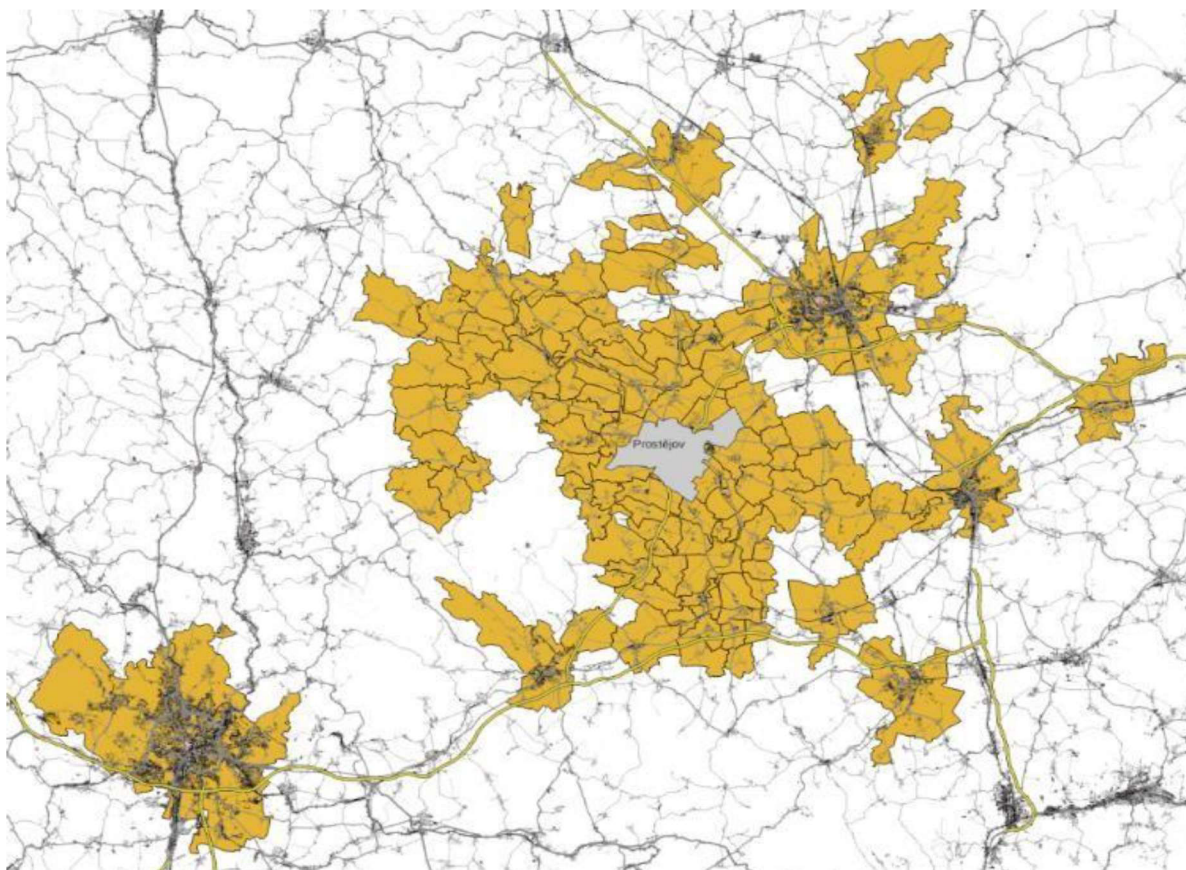
2 Zhodnocení aktuálního stavu systému parkování v Prostějově

Praktická část bakalářské práce je zaměřena se na aktuální stav parkování a parkovacího systému v statutárním městě Prostějov. Nejprve se v ní seznámíme v jednotlivých kapitolách s obecnými informacemi o městě Prostějově od jeho vývoje, struktury obyvatelstva, průmyslu, obchodu a služeb apod. Nashromážděné informace a data budou použity k získání podrobné analýzy, které budou v určitých parametrech porovnány s ostatními městy stejné velikosti. Dále se práce bude zabývat kroky a následně bude navrhovat řešení nové parkovací politiky ve městě Prostějově včetně komunikační koncepce a její realizace. Práce bere zřetel na územní plán města, strategický plán rozvoje města na období let 2022 - 2035, strategii Olomoucké aglomerace, plán udržitelné mobility, dojížděku mezi obcemi, hromadné garáže, sociodemografickou analýzu města Prostějova, odstávku a parkovací plochy atd.

2.1 Statutární město Prostějov

Město Prostějov je okresním městem v Olomouckém kraji, ležící na západním okraji úrodné roviny Hané, v severní části Hornomoravského úvalu, východně od Drahanské vrchoviny. Město a jeho okolí leží v nížině s malým výškovým rozdílem od 212 m do 262 m nad mořem. Prostějov je centrem správního obvodu a je současně je i střediskem průmyslu a obchodu a veškerého rozhodujícího dění v oblasti. Nejvýznamnějším odvětvím mikroregionu je oděvní a textilní průmysl. Dále pak strojírenství, hutnictví, zpracování kovů a stavebnictví. Město Prostějov má bohatou a slavnou historii, leží v místě, kde se odedávna procházela trasa, která spojovala jih a sever Evropy. První písemná zmínka o Prostějovu je z roku 1141 jako nevelká osada Prostějovice od roku 1390 se Prostějov pyšní statutem města. Město Prostějov je od toho roku pověřenou obcí III. stupně pro správní obvod se 75 obcemi. V současné době má město 7 místních částí (Čechovice, Čechůvky, Domamyslice, Krasice, Vrahovice, Žešov a střed města spolu s historickým centrem). Rozloha okresu Prostějov činí 770 km², rozloha samotného města Prostějova včetně přilehlých obcí činí 39 km². V celém okrese Prostějov je registrováno více než 110 tisíc obyvatel. V samotném městě Prostějov včetně přilehlých obcí žije cca 44 000 obyvatel. Město Prostějov je středně velké průmyslové město, které leží v dopravně velmi exponované poloze na hlavním silničním tahu mezi Brnem a Olomoucí. V blízkosti pro-

chází dálniční koridor oblasti vnitřní dopravy. Město Prostějov dlouhodobě sleduje strategický cíl v podobě vybudování vnějšího městského okruhu, který podpoří další dlouhodobý rozvoj města. Což se však zatím nedaří a například na okruhu na ul. Okružní je zákaz vjezdu všem nákladním automobilům. Do dnešního dne se podařilo vybudovat téměř polovinu tohoto okruhu. Prostějovem prochází rovněž elektrifikovaná železniční trať Olomouc – Prostějov – Nezamyslice, která město napojuje na koridorové tratě. V současnosti je Českými drahami připravován projekt modernizace celého koridoru, jehož cílem je vlakové spojení Brna s Olomoucí v termínu do 59 minut. Na území města Prostějova rovněž leží neveřejné vnitrostátní letiště. Město Prostějov má vlastní systém městské hromadné dopravy, který je začleněn do integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje. V rámci zatraktivnění využívání veřejné dopravy probíhá pravidelná modernizace vozového parku a byly vybudovány 2 nové terminály pro autobusovou dopravu. [6]



Obr. 2.3 Přehled vyjížděk a dojížděk z a do Prostějova s intenzitou nad 20 osob.

Zdroj: [4]

2.1.1 Demografická struktura obyvatelstva statutárního města Prostějova

Demografický vývoj města Prostějova kopíruje celospolečenský trend, který je patrný v celé České republice. V 70-tých a 80-tých letech 20. století, což bylo období s vysokou porodností, které vystřídala 90-tá léta, v nichž začala nastávat změna v reprodukčním chování obyvatelstva. Kdy rodičovství ztratilo prioritní význam a nové možnosti a příležitosti měly negativní následek na počet nově narozených dětí, zvyšování průměrného věku rodiček a celkové stárnutí obyvatelstva. Změna obyvatelstva se přirozeně skládá ze dvou základních demografických ukazatelů a to je proces úmrtnosti a procesu porodnosti obyvatelstva, které společně se zohledněnou migrací předurčoval vývoj obyvatelstva. Od roku 2005 se počet nově narozených dětí začal opět zvyšovat, avšak počet nově narozených dětí nedosahuje počtu zemřelých obyvatel města Prostějova. V současné době, však odrodily poslední silné ročníky a lze očekávat sestupný trend u nově narozených dětí. [6]

Tab. 2.1 Vývoj počtu obyvatel dle SLDB ČSÚ

	1950	1961	1970	1980	1991	2001	2011	2021
Počet obyvatel	39 146	39 559	41 572	47 267	48 898	46 910	44 857	43 666
Počet domů	4 659	4 869	4 922	5 086	5 546	5 590	5 988	6 394

Zdroj: [4]

2.1.2 Socioekonomický profil města Prostějova

Díky výše uvedeným jevům bude docházet postupem času k výrazným změnám ve věkové struktuře obyvatelstva. Ještě v roce 1980 byl podíl nejmladší generace do věku 14 let 23 %. V roce 1990, byl zaznamenán pokles na 20 % a v roce 2000 vlivem nízké porodnosti byla překročena hranice 15 %. Toto platí až do roku 2021. U ostatních věkových skupin nedošlo k tak výrazným změnám, což je dáno sníženou porodností a vyšší úmrtností, která je dána dožíváním se vyššího věku. Produktivní složka populace ve věku 15 – 64 let mezi lety 1980 až 2000 dokonce rostla, což trvalo pouze do roku 2021. To bylo

dáno přecházením silných ročníků ze 70-tých a počátku 80. let. V současné době je průměrný věk obyvatele města Prostějova 44,4 let. Což je přibližně celorepublikový průměr. [6]

Tab. 2.2 Věková struktura obyvatelstva ve městě Prostějov

	1980		1990		2000		2011		2021	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
0 - 14	11 464	23	10 436	21	7 496	15	6 277	14	6 519	15
15 - 59	29 118	59	30 395	61	31 837	65	30 020	68	27 287	62
60 +	8 958	18	9 232	18	9 372	19	8 090	18	9 860	23
celkem	49 599	100	50 074	100	48 705	100	44 387	100	43 666	100

Zdroj: [4]

2.1.3 Přehled o zaměstnání, podnikání a službách

Prostějov jako okresní město je centrem správního obvodu, společně se střediskem průmyslu, obchodu a služeb. Zároveň je střediskem téměř veškerého dění v okrese, jak po kulturní, tak i sportovní stránce. Nejvýznamnějším odvětvím mikroregionu zůstává tradičně oděvní a textilní průmysl. Dále následuje strojírenství, hutnictví, zpracování kovů a stavebnictví. Dříve chloubou a největší místní zaměstnavatel textilka OP Prostějov, která zaměstnávala velké množství obyvatel z celého okresu Prostějov již před několika lety zanikla. Nezaměstnanost v celém okrese Prostějov, patří pod celorepublikový průměr. Město Prostějov si vede dobře po hospodářské stránce, kdy celé město si dlouhodobě vede více než dobře a hospodaří s přebytkem bez větších dluhů. Služby ve městě Prostějově jsou na průměrné úrovni vzhledem k velikosti města a vývoji společnosti. Vzhledem ke své strategické poloze dobré dojezdové vzdálenosti po dálnici D46, autobusovým spojem i železniční trati je město dobře dopravně dostupné.

Lze taktéž v případě nedostatku zboží a služeb, či zábavy vyrazit do blízkých krajských měst Olomouce či Brna, kde je větší výběr v uvedených artiklech. Gastronomie ve městě je na udržitelné úrovni vzhledem k velikosti města. V počtu ubytovacích zařízení patří město Prostějov k podprůměru oproti celorepublikovému průměru. Ubytovat se zde je možné v hotelích i penzionech, které v hojném využívají externí pracovníci.

Co se týče podnikatelských a investičních aktivit, je město Prostějov v tomto směru hodně vstřícné a ve městě Prostějově působí dost firem se zahraničním kapitálem. Pro tyto příležitosti je město kompletně vybaveno rozvodnými a inženýrskými sítěmi. S vynikající dopravním napojením na rychlostní komunikaci R 46 Vyškov – Olomouc navazující na dálnici D 1 Vyškov – Praha, a dále také to, že v Prostějově je pro investory dostupná kvalitní a levná pracovní síla. Železniční i autobusové nádraží se nacházejí ve vzdálenosti 1,5 km od průmyslové zóny. Největším zaměstnavatelem v regionu je Nemocnice AGEL Prostějov s 2 750 zaměstnanci. Následují výrobní podniky strojírenské výroby Mubea Stabilizer Bar Systems s.r.o., DT -Výhybkárna a strojírna a.s., které zaměstnávají shodně 1 250 zaměstnanců.

Tab. 2.3 Přehled největších zaměstnavatelů

firma	odhad počtu zaměstnanců
AGEL Středomoravská nemocniční a.s.	2750
Mubea Stabilizer Bar Systems s.r.o.	1250
DT - Výhybkárna a strojírna, a.s.	1250
Toray Textiles Central Europe s.r.o.	750
Mubea IT Spring Wire s.r.o.	375
MAIER CZ, s.r.o.	375
TOMI - REMONT a.s.	375
Železářny-Annahütte, spol. s r.o.	375
WISCONSIN ENGINEERING CZ s.r.o.	375
AMF Reece CR, s.r.o.	375
P.S.EMBROIDERY s.r.o.	375
Beneti, s.r.o.	375
OBALIA, s.r.o.	225
NORMA RZ s.r.o.	225
VAMÍK, s.r.o.	225
MG konfekce, s.r.o.	225
Pekařství M a M, s.r.o.	225

Zdroj: [4]

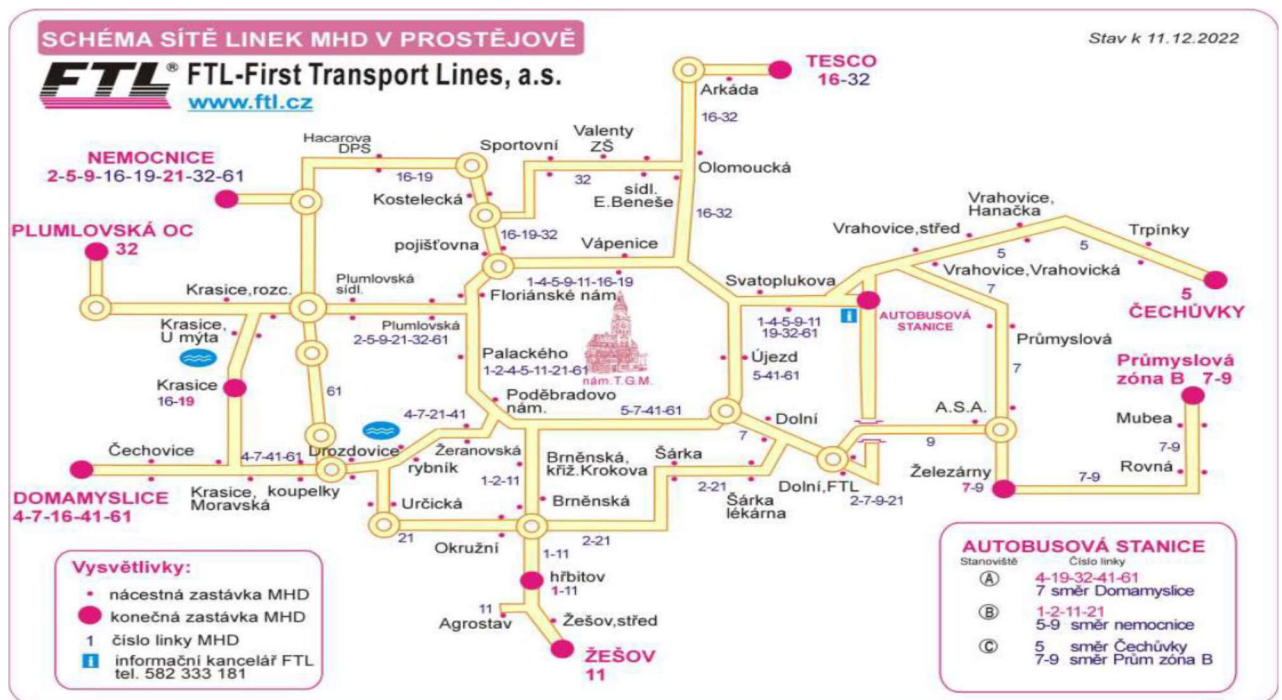
2.1.4 Kultura, rekreace a volný čas

Město Prostějov nabízí spoustu historických památek, mezi nejvýznamnější patří renesanční zámek, radnice, muzeum a Národní dům. Město je známo pořádáním množství kulturních a společenských akcí. K dispozici jsou ve městě kulturní zařízení jako Městské

divadlo, kulturní středisko DUHA, kino Metro, knihovna, hudební kluby apod. Pro volnočasové aktivity je ve městě Prostějov zřízena hustá síť cyklostezek, plavecký bazén, aquapark, volně přístupná sportoviště. Pro chvíle oddechu jsou ve městě Prostějov k dispozici Kolářové sady a lesopark Hloučela. Za zmínku stojí určitě i nedaleká Plumlovská přehrada, která je využívána převážně v letních měsících k rekreaci a pobytu. V současné době ve městě Prostějově chybí zábavný podnik pro setkání mladých lidí, z důvodu špatného postavení klubu v zastavěné oblasti a nevěle ze strany občanů. Tím pádem se mladí lidé nemají kde bavit a za zábavou musí raději navštívit jiná okresní města Olomouc, Brno, Zlín, Ostravu. Situace je obdobná ve stejně velkých městech.

2.1.5 Městská hromadná doprava v Prostějově

Městu Prostějov poskytuje autobusovou dopravu MHD a jeho okolí firma FTL a.s. (First Transport Lines). Tato společnost také nabízí servis užitkových vozidel a autobusů. Na linkách MHD v Prostějově platí tarif a smluvní přepravní podmínky IDSOK (Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje). Ta zajišťuje dopravu na 14 dopravních linkách. Celkově ve všední dny zajistí 198 spojů. V rámci integrovaného dopravního systému provozuje 36 regionálních linek. Město Prostějov v rámci dálkové autobusové dopravy protíná přes 20 spojů (16 směr Brno, 4 směr Zlín). Z těchto dat můžeme usoudit, že město Prostějov má dostatečně pokrytou regionální síť městské hromadné dopravy. Dálkové autobusové spojení je také dostatečně pokryto.



Obr. 2.4 Schématické znázornění autobusových linek MHD v Prostějově

Zdroj: [9]

Nástup do autobusu MHD je povolen cestujícím pouze předními dveřmi, ostatní dveře slouží pro výstup. Jednotlivé jízdné se platí přímo u řidiče. Jízdné do výše 500,- Kč je možné zaplatit i bezkontaktní platební kartou. Průkazy ke slevě jízdného, časové a předplatní jízdenky předkládá cestující bez vyzvání řidiči ke kontrole při nástupu do vozidla. Průkazy ke slevě jízdného je třeba předkládat i při nákupu předplatných jízdenek v Informační kanceláři FTL. Cena jízdného MHD je 12,- Kč. Celkový počet linkových autobusů společnosti zajišťující MHD v Prostějově je 32 ks. [9]

2.1.6 Zřízení odstavných ploch pro odstavení automobilů

Město Prostějov vážně zvažuje zřízení odstavných ploch pro odstavení osobních automobilů na perifériích města, ty by byly vymezeny pro dlouhodobé denní parkování vozidel a to za velmi nízkou cenu nebo případně zadarmo. V katastru města Prostějova bylo vytipováno několik míst, V prvním případě by se jednalo o 12 odstavných ploch pro 723 vozidel (zelené křížky) a dvě odstavné zpevněné plochy s kapacitou 397 parkovacích míst (červené křížky).



Obr. 2.5 Přehled záchytných parkovišť

Zdroj: [4]

V případě realizování těchto odstavných ploch zvaných „Park and Ride“ by se po zaparkování automobilu, umožnilo uživatelům automobilu, aby nastoupili na blízkou zastávku městské hromadné dopravy a přemístili by se blíže do centra města. To by snížilo počet zaparkovaných aut i provoz ve městě. Tento systém je většinou využíván ve větších městech a týkal by se i změny a provozu městské hromadné dopravy. [4]

2.2 Současný stav parkování ve statutárním městě Prostějov

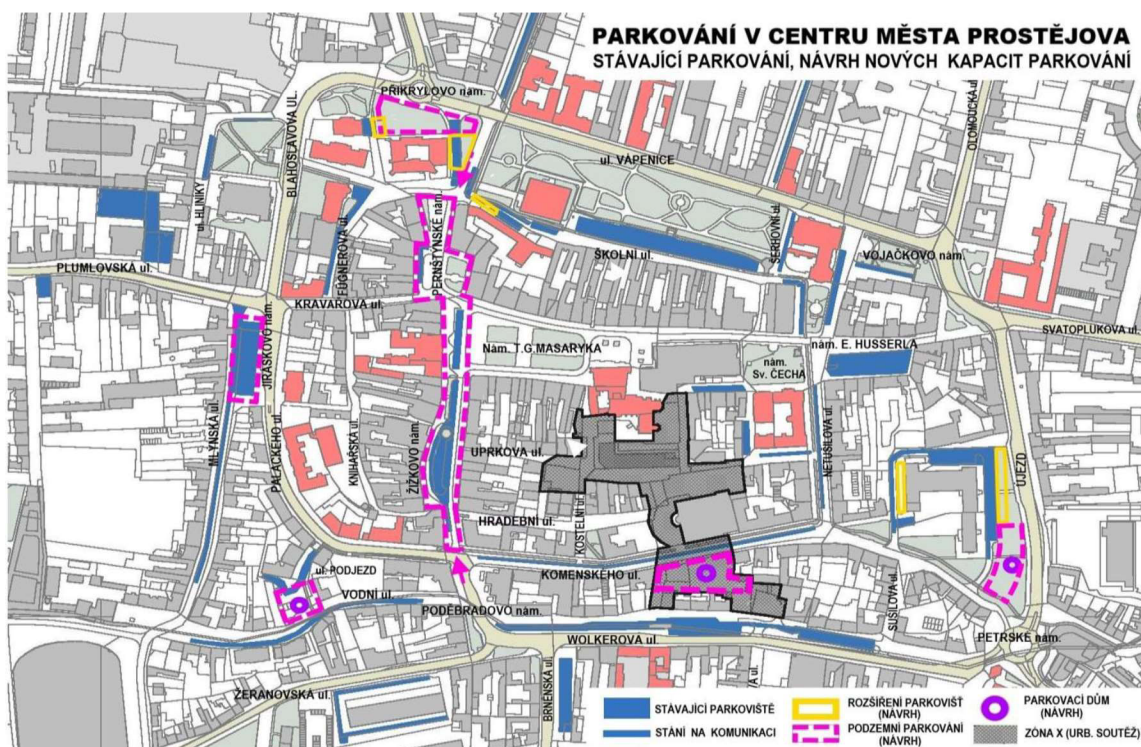
Cílem této kapitoly je přiblížit současný stav parkovacího systému a parkovacích míst ve Statutárním městě Prostějov. Nashromážděná data a informace, budou zohledněna a využita v návrhové části této bakalářské práce. Dále tyto informace budou porovnány s ostatními městy stejné velikosti. Smyslem je získat dostupné informace o stavu statické dopravy ve městě Prostějově a vyhodnotit je. Při analýze a vývoji nových parkovacích míst, musíme brát zřetel na územní plán města, strategický plán rozvoje 2022 – 2035, strategii Olomoucké aglomerace, plán udržitelné mobility, dojížděku mezi obcemi, hromadné garáže, sociodemografická analýza města Prostějova, odstávku a parkovací plochy apod.

Tab. 2.5: Cena za parkování na území města v korunách za hodinu

Provozovatel	1 hod.	2 hod.	3 hod.
Město Prostějov	10	10	10
Parkoviště Koželuhova	20	20	20
Nemocnice AGEL Prostějov	0	20	20
Supermarket Lidl ul. Anenská	0	50	100
Supermarket Lidl ul. Újezd	0	50	100
Supermarket Albert, ul. Janáčkova	0	0	50

Zdroj: [4]

V tabulce můžeme vidět ceník parkovného s přehledem provozovaných placených parkovacích ploch. Z těchto dat jasně vyplývá, že město Prostějov, jakožto provozovatel největšího množství placených parkovacích ploch je oproti konkurenci nejlacinější. Systém krátkodobých placených parkovacích ploch, které jsou na pozemcích statutárního města Prostějov má v nájmu firma FCC s.r.o., která se zároveň o ně stará a spravuje je. Tyto parkovací místa, jejichž celkový počet je 394, jsou situovány v centru města Prostějova. Dále se zde nachází asi 190 soukromých parkovacích stání, které jsou situovány do garáží a vnitrobloků. Z tohoto hlediska je potřeba cca 580 stání pro osobní automobily v uličních prostorech, které slouží jen pro potřeby rezidentního stání. V případě uspokojení rezidentního stání, by tyto plochy byly obsazeny z více jak poloviny. Stupeň automobilizace v městě Prostějově je 1 : 2,5. Stávající parkovací kapacity ve všech zónách, které mají být zpoplatněny představují 1261 míst. Z toho celkový počet vyhrazených míst v zónách je 291 míst. Celkový součet průměrného počtu volných míst je 299 míst, což je 23,7 % neobsazených míst. Vyhrazeným parkovacím místem se rozumí parkovací místo, k jehož užití je nutné mít speciální oprávnění (ZTP, parkovací karta apod.). Finanční odbor Magistrátu města Prostějova informuje občany o možnosti vyhradit si trvalé parkovací místo v centru města a to konkrétně na ulici Fügnerova, Knihařská, na Skálově náměstí, na Žižkově náměstí a na Přikrylově náměstí u kina Metra a dále na ulici Plumlovská. Pro zřízení vyhrazeného parkovacího místa je nejprve nutné si vyřídit povolení zvláštního užívání komunikace na odboru dopravy za správní poplatek 1.000,- Kč. V návaznosti na toto povolení je nutné provést ohlášení k místnímu poplatku na Finančním odboru magistrátu a současně uhradit i místní poplatek za trvale vyhrazené parkovací místo. Sazba místního poplatku je 12.000,- Kč/vozidlo/rok.



Obr. 2.6 Parkovací místa v centru města a návrh nových kapacit parkování
Zdroj: [5]

Obrázek číslo 2.6 znázorňuje přehled parkovacích míst společně s vizí pro výstavbu parkovacích domů a vybudování podzemních parkovišť v historickém centru města. Z výše uvedených bude v blízké budoucnosti realizován pouze parkovací dům na ulici Újezd.

V současné době má společnost FCC s.r.o. ve správě 439 parkovacích míst na území města Prostějova, a to konkrétně veřejná parkoviště v ulicích Mlýnská, Kostelní, Školní, Křížkovského, na Hlaváčkově náměstí., na náměstí E. Husserla, v ulicích Plumlovská a Janáčkova. [4]

2.3 Problémy autovraků v gesci Městské policie

Problémy s parkováním zvláště pak v hustě obydlených oblastech a sídlištích jsou značné. Části těchto parkovacích ploch jsou blokovány nepojízdnými autovraky a nepojízdnými vozidly, které zabírají parkovací místa. Dlouhodobé problémy s autovraky vzalo za své díky platnosti vyhlášky o autovracích na území města Prostějova. Kdy strážníci městské policie Prostějov, zařazení do okrskové služby provádějí pravidelný monitoring

autovraků, které poté oznamují ke správnímu orgánu. V případě, že se nepodaří najít majitele nebo o automobil nejeví nikdo zájem je autovrak odtažen a předán k dražbě či likvidaci. V současné době komplikují situaci také autovraky zaparkované na veřejných prostranstvích. Za posledních sedm let bylo podle statistik prostějovské radnice vybudováno téměř 1 399 nových stání pro řidiče vozidel. Nejvíce parkovacích míst město vybu- dovalo hned v roce 2017, kterým statistika začíná. Tehdy jich bylo 640. Naopak nejméně stání vzniklo v roce 2020, jednalo se o pouhá 4 nová místa. Součástí koncepčního rozvoje města je mimo jiné oblast dopravy včetně budování nových parkovacích míst. K čemuž dochází zejména v rámci investičních akcí a to nejenom při regeneracích sídlišť. Vzhle- dem k velkému počtu parkovacích míst se budují nové parkovací plochy ovšem na úkor zeleně.

Tab. 2.4 Tabulka vybudovaných nových parkovacích míst 2017 – 2023

Období:	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Celkem
Nové parkovací místa:	640 míst	202 míst	129 míst	4 míst	129 míst	242 míst	53 míst	1399 míst

Zdroj: [4]

2.4 Hlavní cíle nového parkovacího systému

Parkovací systém vychází ze strategického plánu rozvoje a plánu na udržitelnost městské mobility na léta 2022 – 2035. V tomto plánu byly definovány dílčí cíle, pro oblast udržitelné mobility, která zefektivní stávajícího parkování pomocí smart opatření, regulací, rezidentních zón parkování, modré zóny, fondu parkování, výstavbou parkovacích domů a jejich podporou apod. Stanovenými cíli budou efektivní využití parkovacích míst pro více uživatelů na krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé parkování. Dále by měl systém dostatečně informovat o stavu parkovacích míst a jejich obsazenosti i alternativních způsobech dopravy. Součástí parkovacího systému jsou veškerá parkoviště a dále pak navigační a informační systém. Správné dimenzování parkovacích ploch je třeba realizovat v jednotlivých částech města s předpokladem možného rozvoje, který zahrnuje správné dimenzování těchto míst v jednotlivých částech města s možností dalšího rozvoje. Nastavení režimu parkování je nutné realizovat na nejvíce žádaných parkovacích místech s nejvyšší rotací parkujících vozidel. Bude vhodná nastavit jasnou cenovou politiku jak pro krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé parkování. Zřídit fond

mobility, kam by šla část prostředků za parkování k údržbě a rozvoji nových parkovacích míst. Musí se vytvářet soulad parkování s MHD, cyklisty a pěšími návštěvníky. Cílem bude informovat a navigovat řidiče na volná parkovací místa. Rezidentům nabídnout parkování v blízkosti bydliště, podnikatelům a abonentům nabídnout vhodné parkování pro dojíždění do práce.



Graf 2.1. Kapacita obsazenosti parkovacích míst v pátek

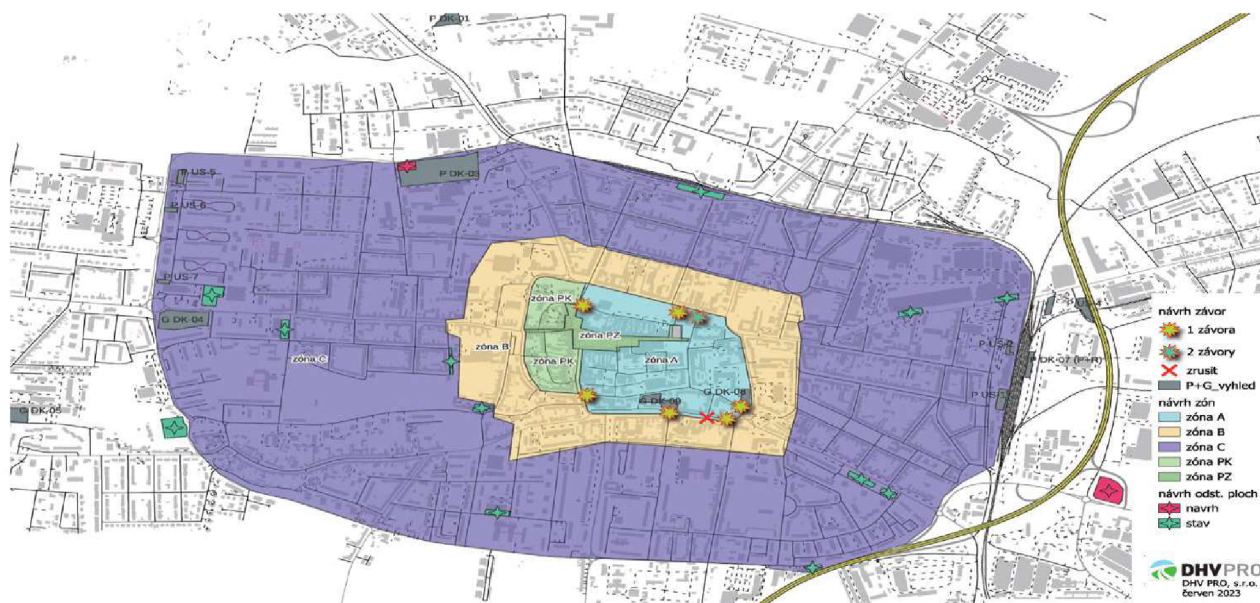
Zdroj: [4]

Z výše uvedeného grafu můžeme usoudit, že placená parkoviště jsou nejvíce vytížena v dopoledních hodinách, kdy převážně dochází k výměně rezidentů, vyjížděčků a dojížděčků do zaměstnání, návštěvám apod. Další výrazný nárůst je pak v odpoledních hodinách od 13 do 15 hodin, což je způsobeno dojížděčkou za zaměstnáním, návštěvami, nákupy, úředními záležitostmi apod.

2.5 Návrh placeného parkování na území města

O novém řešení parkovacího systému ve městě se uvažuje již dlouhodobě, původní návrh z roku 2016 zahrnoval systém dopravního značení formou dopravních značek, které navrhuje zrušení parkování zdarma a zpoplatnění většiny parkovišť např. na ul. Wolkerova, ul. Újezd nebo vyhrazení míst pouze pro držitele parkovací karty, tyto změny však nebyly realizovány. Nový systém parkování v centru města by měl zvýšit sazbu za parkování ze 10,- Kč/h. na 20,- Kč/h. Mimo centrum pak z 0,- Kč na 10,- Kč/den. Proto je třeba zřídit závorový systém pro efektivnější výběr parkovacího, zřídit také naváděcí systém proměnlivých značek k volným místům, zřídit fond mobility, propojení

stávajícího stavu a monitoringu mezi jednotlivými parkovacími místy, zpevnění a označení ploch pro výstavbu nového parkovacího místa, vypracovat projekt a postupně zavádět inovativní změny. Tyto záležitosti je třeba vykonat v rámci řešení před realizací nového parkovacího systému ve městě.



Obr. 2.7 Nový návrh parkovacích zón

Zdroj: [4]

2.6 SWOT analýza

Ke zjištění potřebných informací byla použita SWOT analýza. Díky které jsou analyzovány a identifikovány silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby. Tuto metodu můžeme použít v určitých projektech, strategiích v podnikání, podnikatelským záměrem, rozhodovacích procesech, řízení apod. Tato metoda je využita v marketingu. Umožňuje komplexně vyhodnotit fungování firmy, naleznout problémy nebo nové možnosti růstu. Je součástí strategického plánování společnosti. Patří k základním metodám strategické analýzy, propojuje poznatky z více oblastí a umožňuje zvážit různé možnosti dalšího rozvoje organizace apod.

SWOT je zkratka z anglického originálu, kde

S = Strengths (Silné stránky),

W = Weaknesses (Slabé stránky),

O = Opportunities (Příležitosti),

T = Threats (Hrozby).

SWOT je tedy zkratkou pro vnitřní silné a slabé stránky organizace a příležitosti a hrozby z vnějšího prostředí organizace.

2.7 SWOT analýza nového parkovacího systému

Konkrétní SWOT analýza slouží ke shrnutí informací o novém parkovacím systému ve statutárním městě Prostějov. Zde jsou shrnuty informace potřebné k zjištění a vyhodnocení nového parkovacího systému.

1. **Silné stránky:** Velká kapacita parkovacích míst ve správě města.
2. **Slabé stránky:** Mimořádně nízké ceny a neplacené plochy na parkování v blízkosti centra.
3. **Příležitosti:** Nový parkovací dům Újezd, zřízení fondu mobility, zónová regulace parkování.
4. **Hrozby:** Úbytek dostupných parkovacích míst skrze rezervaci. Neudržitelná ekonomika nákladů a výnosů za stávajících cen. Obavy z výstavby parkování. [4]

2.8 Parkovací dům na ul. Újezd

Jednou z největších investic, která má zahájit svoji výstavbu v letošním roce 2024 a významně ovlivnit dopravní infrastrukturu ve městě je stavba zastřešeného dopravního terminálu autobusové dopravy na ulici Újezd a spolu s ním výstavba vícepodlažního parkovacího domu pro osobní vozidla. Součástí výstavby bude i řešení veřejného prostranství s důrazem na vytvoření dostatečného množství parkovacích míst odpovídajícím architektonickým standardům včetně osázení zelení, vybavení městským mobiliářem a dětským hřištěm. Bude se jednat také o vytvoření dopravního terminálu pro kapacity dopravního terminálu a podstatné navýšení parkovacích míst v přijatelné docházkové vzdálenosti od centra města. Část parkovacích míst, bude umístěna do vícepodlažního objektu. Návrh bude koordinován se stávající technickou infrastrukturou a navržené stavby opatřeny odpovídající novou infrastrukturou. Stavba bude napojena na stávající uliční síť ulic Újezd a Sádky. Dojde k novému řešení části uličního prostoru ul. Újezd. Bude zde vytvořen zastřešený záliv dvou zastávek autobusů v opačném směru. V prostoru vedle vjezdu na parkoviště obchodního centra Lidl bude vytvořen nový přechod pro chodce. Kruhový objezd na Petřském náměstí bude částečně upraven pro obousměrné dopravní připojení ulice Sádky. Stávající dvě místa na napojení dopravního okruhu ve vnitrobloku zůstanou zachována. Stavba bude obsahovat, kromě nového dopravního řešení území autobusového

terminálu se zastřešením, parkovací dům se 132 parkovacími místy, včetně 6 imobilních míst, další parkovací plochy, úpravy komunikace, chodníků, smíšených stezek pro chodce i cyklisty, odvodnění veřejných ploch, veřejné osvětlení, přeložky sítí, sadové úpravy, mobiliář a dětské hřiště. Pro zajištění bezpečnosti pak kamerové zařízení. Parkovací dům bude tvořen železobetonovou monolitickou konstrukcí s ocelovým pláštěm. Vstupy do objektu budou orientovány k dopravnímu terminálu a ulici Sádky. Podélný tvar objektu bude navazovat na autobusový terminál, celkové rozměry objektu jsou 70 m x 32,75 m. Objekt je navržen jako dvoupodlažní (čtyři tzv. „poloviční patra“), kdy jednotlivá patra jsou vůči sobě posunuta vždy o 1,5 m. Parkovací dům bude vybaven sociálním zázemím pro uživatele a také pro blízký autobusový terminál, místností pro úklid a odstavení uklízacích strojů, technická místnost elektro. V domě budou situována parkovací místa i pro vozidla s alternativním pohonem, dobíjecí místa pro elektromobily 4 PS, LPG/CNG 31 PS. Parkovací dům je navržen pro nonstop režim, nepředpokládá se omezená provozní doba. Sledování obsazenosti parkovacího domu bude zobrazeno na informačním panelu u vjezdu. Na severní straně ulice Sádky jsou navrženy podélná parkovací stání v počtu 11 ks, z toho 1 pro imobilního občana. Podélná stání jsou navržena z důvodu zajištění bezpečnosti a rychlého vjezdu a výjezdu vozidel Policie ČR, která sídlí v těsné blízkosti parkovacího domu. Proto bude v této oblasti snížena rychlost na 30 km/h. Ve vnitrobloku je uvažováno celkem 89 parkovacích míst, z toho 5 stání pro vozidla imobilních řidičů. 3 stání jsou podélná, 86 kolmá. Celkový počet parkovacích míst v území bude 232 po realizaci záměru. Nová budova parkovacího domu bude do budoucna obrostlá popínavými dřevinami – např. opadavý přísavník v kombinaci se stále zeleným břečťanem. V říjnu 2023 rada města schválila podání žádosti o dotaci z Integrovaného regionálního operačního programu 2021-2027 Multimodální a osobní doprava. Celkové náklady dopravního terminálu byly aktualizovány na 117, 965 mil. Kč včetně DPH, z toho způsobilé náklady činí 73, 134 mil. Kč, předpokládaná výše dotace činí 61,6 mil. Kč.



Obr. 2.8 Parkovací dům ul. Újezd

Zdroj: [10]

Cenová relace pro uživatele parkovacího domu by měla být cenově příznivá. Cílem bylo, aby se řidiči naučili a zvykli si tento parkování dům v dostatečné míře využívat. Poslední návrh byl stanoven na 80,- Kč/den. Hodinová sazba by měla být stejná pro celé centrum města. [10]

3 Návrh na efektivní využití parkování ve městě Prostějov

Nový parkovací by měl zohlednit všechny aspekty uvedené v této bakalářské práci, která vycházela ze všech dostupných informací v celém teritoriu statutárního města Prostějov. Celkový počet parkovacích míst v celém katastru města je 12 000. Vedení města chce přistoupit ke změně parkovacího systému hlavně z finančních a ekonomických důvodů, které budou pro město Prostějov směrem do budoucna existenční a nepostradatelné. Touto změnou by město Prostějov získalo nemalé finanční prostředky, které by pak dále investovalo do parkování, budování nové infrastruktury, obnovu zeleně, budování sportoviště, provoz města apod.

Tab. 3.5 Přehled cen parkování v ostatních městech

Město	Tisíc obyvatel	1 hod.	2 hod.	3 hod.
Praha	1357	80	80	80
Brno	369	60	60	60
Olomouc	101	40	40	40
Jihlava	52	30	30	30
Teplice	50	10	30	30
Karviná	50	20	20	20
Karlovy Vary	49	50	50	50
Děčín	47	20	20	20
Chomutov	46	20	20	20
Jablonec nad Nisou	45	20	30	30
Mladá Boleslav	45	10	20	20
Prostějov	43	10	10	10
Prerov	41	20	20	20
Česká Lípa	37	30	40	40
Třebíč	34	25	50	50
Třinec	34	20	20	20
Tábor	34	20	20	20
Znojmo	34	20	30	40
Kolín	33	30	30	30
Příbram	32	25	25	25

Zdroj: [4]

Zda v Prostějově bude nový parkovací systém realizován, není zatím vůbec jisté. Určitá změna by měla však nastat, a to v nastavení hodinové sazby za parkování, s výhledem na plán udržitelné mobility a rotaci na jednotlivých parkovacích místech, tak aby si přišli na své všichni uživatelé parkovacích míst, kteří zaparkují automobil na krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé parkování. V první řadě se musí brát zřetel na residenty a abonenty, kteří mají v centru bydliště, zaměstnání či podnikání. Ty by měli mít své parkovací místo v dostatečné vzdálenosti od svého bydliště či zaměstnání. Zónový parkovací systém vzhledem k velikosti města není úplně běžný. Tento systém je zastoupen především ve větších městech. Změna by měla nastat převážně v hodinové sazbě za parkování, kdy město Prostějov v porovnání s ostatními městy viz Tab. 3.5 je značně pod průměrem. Proto by se

měla zvýšit hodinová sazba za jednu hodinu na 20,- Kč, na další hodinu na 30,-Kč a na tu následující na částku 50,- Kč. Celodenní stání by bylo za částku 200,-Kč/den. Vzhledem k značnému počtu neplaticích klientů, kteří bezplatně užívají placené parkoviště by bylo vhodné zvýšit dohled a kontrolu nad těmito parkovišti ze strany městské policie Prostějov.

Dalším vhodným nástrojem v rámci agendy Smart City, je doplnit informační tabule, které by informovaly uživatele parkovišť o počtu parkovacích míst. Informační tabule by měly být mezi sebou propojeny společně s parkovišti. Součástí této strategie by byl i funkční naváděcí systém na další parkoviště, odstavné parkoviště a parkovací dům.

Bude nutností minimalizovat počet bezplatných parkovacích míst v centru města, tak aby uživatelé co nejvíce využívali nové parkovací plochy, a i ty stávající. [4]

3.1 Zřízení nového parkovacího domu či placeného parkoviště na ploše bývalé sodovkárny ul. Komenská

Nezpevněná plocha bývalé sodovkárny, kde je možné bezplatně zaparkovat automobil je v blízkosti centra. Tento pozemek vlastní statutárního města Prostějov je hojně užíván. I zde město Prostějov zvažovalo postavit nový parkovací dům viz. obr. 2.6, ale vzhledem k tomu, že tato plocha je opravdu rozsáhlá, tak by to stálo město Prostějov nemalé finanční prostředky. Proto právě pro tuto oblast hledalo město Prostějov vhodného investora, který by se na tomto projektu podílel. Projekt výstavby parkovacího domu, také počítal se zřízením bytových a komerčních prostor v horních patrech objektu. Vhodný investor se však zatím nenašel. Proto vedení města Prostějova zvažovalo tuto nezpevněnou plochu zpevnit a osadit závorovým zařízením a i zde zřídit placené parkoviště. V případě zpevnění a osazení závorami k využití parkovací plochy na místě bývalé sodovkárny pro placené parkování by však neřešilo otázku nedostatečných parkovacích míst v centru Prostějova, ale pouze příjem města.

Další otázkou je, že plochu bývalé sodovkárny na ulici Komenského užívají v době hodových slavností pro výstavby pout'ových atrakcí. Toto by muselo ustoupit veřejnému zájmu a pout'ové atrakce by se musely umístit někde jinde v teritoriu města Prostějova. Zřízení druhého parkovacího domu na ploše bývalé sodovkárny na ul. Komenská by bylo v řešení parkovací v centru města. Jednalo by se o nemalou finanční investici ze strany města, která by určitě předčila stavbu parkovacího domu na ul. Újezd. Do tohoto záměru

se však zatím nikomu moc nechce vzhledem k značné investici a zátěži pro rozpočet statutárního města Prostějov. Proto přítomnost investora do tohoto projektu je nezbytná. Pro investora by bylo určitě zajímavé využití a výstavba bytových a komerčních prostor ve vrchních patrech parkovacího domu a případný společný podíl na zisku z parkování v domě apod. Údajný zvýšený provoz okolo možného parkovacího domu a snížení kvality bydlení v sousedství ulic Komenského a Újezd, kde má být parkovací dům postaven, byly důvodem, proč 200 místních obyvatel výstavbu odmítlo v petici. Tato petice byla však zamítnuta ze strany zastupitelstva jako neopodstatněná. Rámcové náklady na zbudování parkovacích ploch a objektů dle typu skupiny a investice na jedno parkovací místo povrchové na stávající místní komunikaci (jen dopravní značení) je investice 5.000,- Kč – 10.000,- Kč, na nové pozemní parkoviště (nové zpevněné plochy) 50.000,- Kč – 150.000,- Kč. Cena garáže u parkovacího objektu nadzemního (lehký montovaný) 150.000,- Kč – 300.000,- Kč, parkovací objekt nadzemní (rampový nebo zakladač) 250.000,- Kč – 500.000,- Kč parkovací objekt podzemní 500.000,- Kč – 900.000,- Kč.

[5]

Závěr

Cílem bakalářské práce bylo nalézt optimální variantu při hledání vhodného řešení parkování a systémem parkování v celém katastru statutárního města Prostějov. Stávající systém řeší parkování pouze v centru města a blízkém okolí. Nový systém parkování se dotýká každého obyvatele města vlastníciho automobil. Snaha o kompromis nebude jednoduchá, protože oba systémy jsou naprosto rozdílné a najít uspokojivou změnu nebude snadné. Změna musí přijít a to každopádně v hodinové sazbě za parkování, která je podlimitní. Zda dojde i k dalším změnám v parkovací politice města je otázkou. V dohledné době k tomu však nedojde vzhledem k tomu, že je zde přechodné období mezi komunálními volbami. Nový systém parkování vychází z dostupných a získaných informací o systému parkování a výhledu města směrem do budoucna. V práci jsou uvedena i srovnání s ostatními městy, kde mají zónové parkování. V případě realizace nového parkovacího systému nebude jednoduché správně vytipovat místa pro rezidenty, kteří mají povolené parkování v modré zóně. S tím je rovněž propojeno i dopravní značení a osazení dopravními značkami. Dále zde máme systém kontrol, vyčlenění a vyškolení pracovníků, pořízení a servis dopravního prostředku umožňující monitoring vozidel. V případě zavedení tohoto systému musí být i funkční naváděcí a informační systém města, možnost zakoupení parkovacího stání přes mobilní telefon, dostatek parkovacích ploch, a i postavení druhého funkčního parkovacího domu, který je potřebný, jestliže město Prostějov chce zlepšit parkování v jeho centru. Tyto otázky jsou nedořešené a nezodpovězené. Na jedné straně by se zvýšil zisk do městské pokladny, kterým by bezesporu nový systém parkování zajistil a na druhé straně by se měnily staré způsoby a zvyklosti a zavádět novinky, které by se finančně dotkly peněženek všech majitelů automobilů parkujících v blízkém teritorium města Prostějova. Chuť realizovat nový systém parkování by byl ze strany vedení města na straně druhé, ale jsou zde i hlasy široké veřejnosti. Teoretické aspekty zahrnují územní plán a stav udržitelné mobility na další léta. Další významnou výstavbou bude zřízení a s ním snížen parkovacích míst v samotném centru, jakým je výstavba parku na ul. Kostelní s 50-ti parkovacími místy. V návrhové části této práce, byla uvedena jednotlivá stanoviska k dané problematice. Jedná se však o názor jednotlivce a o samotném řešení problému musí rozhodnout někdo jiný jako např. zastupitelstvo města.

Seznam zdrojů

- [1] DRUČIAK, Marek a Andrea KOCIÁNOVÁ. Základy dopravného plánovania v mestách. Žilina: Žilinská univerzita, 2019. ISBN 978-80-554-1552-9.
- [2] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb – efektivně a moderně. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-5037-8.
- [3] ZELENÝ, Lubomír a kol. Osobní doprava. Praha: C.H.Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-681-4.
- [4] Studie systému parkování FCC města Prostějova 2023
- [5] Studie parkování v centru města Prostějova 2019
- [6] Strategický plán Prostějov 2022 – 2035
- [7] Dušan Halásek a kolektiv. Logistika v odvětví služeb. Přerov 2013. ISBN 978-
- [8] Dušan Halásek a Růžena Caletková. Služby hospodářské povahy. Přerov 2015
- [9] MHD v Prostějově [online]. Prostějov. Dostupné z: [https:// www.ftl.cz/mhd-v -prostejove](https://www.ftl.cz/mhd-v-prostejove)
- [10] Dopravní terminál Újezd včetně parkovacího domu [online]. Prostějov. Dostupné z: <https://rozvijime.prostejov.eu/projekty/58-dopravni-terminal-ujezd-vcetne-parkovaciho-domu>
- [11] Projektový záměr – parkovací dům [online]. Prostějov. Dostupné z: <https://www.prostejov.eu/cs/aktuality-archiv/projektovy-zamer-parkovaci-dum.html>
- [12] Služba obecně (vlastnosti 7S) [online]. Přerov. Dostupné z: <https://vlc.vslg.cz/Teorie/Item/46>
- [13] Služby v dopravě [online]. Plzeň. Dostupné z: <https://www.sluzbyvdoprave.eu/>

Seznam grafických objektů

Graf

Graf 2.1.	Kapacita obsazenosti parkovacích míst v pátek	42
-----------	---	----

Seznam obrázků

Obr. 1.1	Úroveň zákaznického servisu	23
Obr. 1.2	Služby s pohledu 7S	26
Obr. 2.3:	Přehled vyjížděk a dojížděk z a do Prostějova s intenzitou nad 20 osob	33
Obr. 2.4	Schématické znázornění autobusových linek MHD v Prostějově	37
Obr. 2.5	Přehled záchytných parkovišť	38
Obr. 2.6	Parkovací místa v centru města a návrh nových kapacit parkování	40
Obr. 2.7	Nový návrh parkovacích zón	43
Obr. 2.8	Parkovací dům ul. Újezd	46

Seznam tabulek

Tab. 2.1	Vývoj počtu obyvatel dle SLDB ČSÚ	34
Tab. 2.2	Věková struktura obyvatelstva ve městě Prostějov	35
Tab. 2.3	Přehled největších zaměstnavatelů	36
Tab. 2.5	Cena za parkování na území města v korunách za hodinu	39
Tab. 2.4	Tabulka vybudovaných nových parkovacích míst 2017 – 2023	41
Tab. 3.5	Přehled cen parkování v ostatních městech	47