

Vysoká škola logistiky o.p.s.

**Hodnocení kvality vybraných služeb
firmy**

(Diplomová práce)

Přerov 2020

Bc. Tomáš Novák, DiS.



**Vysoká škola
logistiky
o.p.s.**

Zadání diplomové práce

student	Bc. Tomáš Novák, DiS.
studijní program	Logistika
obor	Logistika

Vedoucí Katedry magisterského studia Vám ve smyslu čl. 22 Studijního a zkušebního řádu Vysoké školy logistiky o.p.s. pro studium v navazujícím magisterském studijním programu určuje tuto diplomovou práci:

Název tématu: Hodnocení kvality vybraných služeb firmy

Cíl práce:

Zhodnotit úroveň vybraných služeb Plzeňského městského dopravního podniku a navrhnout jejich zlepšení.

Zásady pro vypracování:

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.

Diplomovou práci zpracujte v těchto bodech:

Úvod

1. Teoretická východiska kvality služeb v městské hromadné dopravě
2. Analýza kvality služeb Dopravního podniku města Plzně
3. Návrhy na zlepšení kvality služeb Dopravního podniku města Plzně
4. Zhodnocení návrhů.

Závěr

Rozsah práce: 55 – 70 normostran textu

Seznam odborné literatury:

EISLER, Jan. Ekonomika dopravních služeb a podnikání v dopravě. 1. vyd. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, 2005. ISBN 80-245-0772-2.

DRDLA, Pavel. Technologie a řízení dopravy - městská hromadná doprava. Vyd. 1. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. ISBN 80-719-4804-7.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

ŘEZANKOVÁ, Hana, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Analýza dat z dotazníkových šetření. (Čtvrté přepracované vydání). Praha: Professional Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-906594-8-3.

Vedoucí diplomové práce:

doc. Ing. Stanislava Grosová, CSc.

Datum zadání diplomové práce:

31. 10. 2019

Datum odevzdání diplomové práce:

14. 5. 2020

Přerov 31. 10. 2019



doc. Ing. Zdeněk Čujan, CSc.
vedoucí katedry



doc. Ing. Ivan Hlavoň, CSc.
rektor

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová 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 diplomovou 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 diplomové práce pro pedagogické, vědecké a prezentační účely školy. Užiji-li svou diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti Vysokou školu logistiky o.p.s.

Prohlašuji, že jsem byl poučen o tom, že diplomová 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 diplomové práce v její tištěné i elektronické verzi. Tímto prohlášením souhlasím s případným použitím této práce Vysokou školou logistiky o.p.s. pro pedagogické, vědecké a prezentační účely.

V Přerově, dne 14. 05. 2020

.....

podpis

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval vedoucímu bakalářské práce paní doc. Ing. Stanislavě Grosové, CSc., za odborné vedení a udělování cenných rad při zpracování práce.

Anotace

Diplomová práce na téma „Hodnocení kvality vybraných služeb firmy“ je rozdělena do čtyř hlavních částí. V první části jsou řešena teoretická východiska v městské hromadné dopravě. Je zde popsáno, co je doprava a MHD, faktory a kvalita MHD, služby a marketingový výzkum. V druhé části se nacházejí informace o vybraném dopravním podniku, o mém výzkumu, charakteristice respondentů a SWOT analýza dopravního podniku. Třetí část práce zpracovává návrhy na řešení problémů vzniklých ze SWOT analýzy. Závěrečná část práce hodnotí navrhovaná řešení z předchozí části.

Klíčová slova

městská hromadná doprava, hodnocení kvality, úroveň služeb, SWOT analýza

Annotation

The diploma thesis "Quality assessment of selected company services" is divided into four main parts. In the first part are solved theoretical starting points in urban public transport. It describes what is transport and public transport, factors and quality of public transport, services and marketing research. In the second part there is information about selected transport company, about my research, characteristics of respondents and SWOT analysis of the transport company. The third part of the thesis shall propose solutions to problems arising from the SWOT analysis. The last part of the thesis evaluates the proposed solutions from the previous part.

Keywords

municipal transport, quality assessment, services level, SWOT analysis

Obsah

Úvod.....	9
1 Teoretická východiska kvality služeb v městské hromadné dopravě.....	10
1.1 Doprava.....	10
1.2 Městská hromadná doprava.....	11
1.2.1 Charakteristika městské hromadné dopravy	12
1.2.2 Dopravní prostředky městské hromadné dopravy	14
1.3 Faktory a kvalita městské hromadné dopravy.....	15
1.3.1 Faktory ovlivňující městskou hromadnou dopravu	15
1.3.2 Kvalita a standardy kvality v městské hromadné dopravě	16
1.4 Služby.....	18
1.5 Marketingový výzkum	19
1.5.1 Proces marketingového výzkumu	20
1.5.2 Cíle výzkumu.....	21
1.5.3 Zdroje dat.....	21
1.5.4 Metody a techniky sběru dat.....	22
1.5.5 Velikost vzorku.....	24
1.5.6 Analýza získaných dat	25
1.5.7 Tvorba dotazníku	25
2 Analýza kvality služeb Dopravního podniku města Plzně	28
2.1 Dopravní podnik města Plzně	28
2.1.1 Strategie Plzeňského městského dopravního podniku.....	30
2.1.2 Poskytované služby.....	31
2.1.3 Vozový park.....	32
2.2 Výzkum spokojenosti se službami poskytovanými Plzeňskými městskými dopravními podniky	34
2.3 Charakteristika respondentů.....	36

2.4	Nástroje pro zjištění konkrétního stavu nabízených služeb Plzeňskými městskými dopravními podniky	39
2.4.1	SWOT analýza	39
2.4.2	SWOT analýza PMDP	42
3	Návrhy na zlepšení kvality služeb Dopravního podniku města Plzně	43
3.1	Kvalita poskytovaných služeb.....	43
3.2	Nedostatek řidičů v městské hromadné dopravě.....	52
3.3	Modernizace vozového parku	58
3.4	Bezpečnost řidičů a cestujících	62
4	Zhodnocení návrhů	66
	Závěr	69
	Seznam zdrojů.....	71
	Seznam grafických objektů.....	73
	Seznam zkratk	75
	Seznam příloh	76

Úvod

Cílem této diplomové práce je zhodnotit úroveň vybraných služeb Plzeňského městského dopravního podniku a navrhnout jejich zlepšení. Zákazníci a jejich potřeby se neustále mění, a proto by Dopravní podnik města Plzeň, a.s. měl neustále zjišťovat spokojenost svých zákazníků. Jelikož pracuji s lidmi rád a zajímají mě názory lidí, zvolil jsem jako téma své diplomové práce „Hodnocení kvality vybraných služeb firmy“.

Diplomová práce je členěna na část teoretickou a část praktickou.

V teoretické části se nejdříve zabývám co je doprava a poté podrobněji popíši MHD a jaké jsou faktory kvality služeb MHD. Dále v teoretické části popisuji služby, jelikož provozování MHD je služba v obecném hospodářském zájmu. Poslední částí je marketingový výzkum, poněvadž sestavím dotazník a budu hodnotit spokojenost zákazníků využívající služby dopravního podniku města Plzně.

V praktické části je představen dopravní podnik města Plzeň. Dále jsem představil můj výzkum a charakterizoval respondenty. Poté jsem na základě mých zkušeností a odpovědí respondentů vytvořil SWOT analýzu. V této SWOT analýze vyberu vždy jeden bod ze silných a slabých stránek, z příležitostí a hrozeb a navrhu určitá řešení, která vedou ke zlepšení nabízených služeb a získání dalších spokojených zákazníků.

V závěru diplomové práce je provedeno zhodnocení navrhovaného řešení, které by mělo být kladným přínosem vybraného dopravního podniku.

1 Teoretická východiska kvality služeb v městské hromadné dopravě

K řešení diplomové práce je nutné využít dostupných teoretických předpokladů. Nejdříve se budu zabývat obecným pojetím dopravy, městské hromadné dopravy, rozdělením dopravních prostředků užívaných v MHD a faktory a kvalitou MHD. Dále se budu zabývat postupy a metodami marketingového výzkumu, tak aby bylo možné identifikovat spokojenost s vybranými službami MHD a získat návrhy a doporučení ze strany uživatelů MHD.

1.1 Doprava

Doprava je proces, při kterém dochází k pohybu dopravních prostředků po dopravních cestách. Dopravu lze definovat jako „činnost spjatou s cílevědomým přemísťováním osob a hmotných předmětů v nejrůznějších objemových, časových a prostorových souvislostech za použití různých dopravních prostředků a technologií“. [1, str. 7]

Další definice podle Sdružení dopravních podniků ČR je velmi podobná od Drdly, jen se spíše věnuje na přemísťování osob: „Pod MHD se rozumí veřejná hromadná doprava osob na území měst, organizovaná systémem linek a zastávek, provozovaná odbornou osobou za použití vozidel autobusových, tramvajových a trolejbusových, popř. Lanových.“ [2]

Mezi základní body dopravy patří dopravní prostředky, dopravní cesty a dopravní zařízení. Dopravu můžeme dělit podle různých segmentů. Dělíme například podle druhu dopravní cesty – silniční, dráhová, vodní, letecká, potrubní, nekonvenční. Dále dělíme podle předmětu přepravy – osobní, nákladní. [3]

Rozdělení dopravy v ČR můžeme vidět na obrázku č. 1.1.

Osobní doprava	Nákladní doprava
Veřejná (pro cizí potřebu)	
Železniční	Železniční
Silniční	Silniční
Vodní	Vodní
Letecká	Letecká
Městská hromadná	
Taxislužba	
Pro vlastní potřebu (neveřejná)	
Silniční (autobusy, služební vozidla)	Silniční
Individuální motorismus (zcela soukromá konečná spotřeba)	Železniční
Ostatní (cyklistika a pěší doprava)	Speciální (potrubní, pásová)

Obr. 1.1 Rozdělení dopravy v ČR

Zdroj: [1].

1.2 Městská hromadná doprava

Důvodem vzniku městské hromadné dopravy (dále MHD) je technický rozvoj po zrušení nevolnictví, kdy docházelo k rozrůstání měst. Vznikala nová síla z venkova do nových obytných aglomerací průmyslové zóny. Bylo potřeba zajistit dopravu velkého množství pracujících z městských čtvrtí do zaměstnání a ze zaměstnání zase domů. A tak vzniká městská hromadná doprava. Na začátku se městská hromadná doprava musela přizpůsobit městským komunikacím, později s rozvojem města a potřeb rostoucí dopravy začali vznikat nové komunikace nebo jen samostatné dopravní cesty MHD.

S nástupem elektřiny ve druhé polovině 19. století začali vznikat tramvaje a trolejbusy a od začátku 20. století se začínají uplatňovat autobusy. Kvůli nevhodnému umístění starých zástaveb a rozvoji městské hromadné dopravy začali vznikat podzemní železnice, nyní metro. Postupem času docházelo ke komplexnímu rozvoji MHD a tak různé druhy dopravy se navzájem doplňují a ovlivňují. Technickou základnu MHD

tvoří stabilní základna – tramvajové, trolejbusové a autobusové dopravní cesty, do dopravních cest můžeme zařadit i zastávky MHD a dopravní zařízení – budovy dispečinku, pevná trakční zařízení, semaforey, vozovny atd. Mobilní technickou základnu MHD tvoří tramvaje, trolejbusy, autobusy a rychlodrážní vozidla. Ve větších městech zajišťují činnost MHD dopravní podniky, v menších městech dopravní podniky jako například ČSAD nebo Arriva.

1.2.1 Charakteristika městské hromadné dopravy

Společným znakem MHD je velký počet cestujících na malém území. MHD lze charakterizovat do deseti bodů:

1. Dopravní a přepravní nerovnosti

Během dne dochází k nerovnostem množství cestujících, kteří využívají MHD. Podle intenzity cestujících dělíme přepravní proud na přepravní špičku a přepravní sedlo. U přepravní špičky je přepravní proud vyšší než celodenní průměr. Přepravní špička je buď ranní, nebo odpolední. Ranní přepravní špička je kratší a intenzivnější, než ta odpolední, jelikož ráno je shodný začátek pracovní doby s vyučováním ve školách a odpoledne je různá délka konce vyučování a konec pracovní doby. Pokud je intenzita přepravní proudu menší, než denní průměr jde o přepravní sedlo. [1]

2. Periodický charakter MHD

Zde se jedná o periodičnost MHD v intervalech mezi dvěma spoji. Během přepravní špičky je interval kratší než v době přepravních sedel. V době přepravních sedel se doporučuje interval v rozmezí 15 – 20 minut, u přepravní špičky co nejkratší, zhruba 1,5 minuty z technických důvodů. [1]

3. Kyvadlový charakter provozu

Kyvadlová doprava se provozuje mezi konečnými stanicemi nebo linkami na trase. [1]

4. Krátké vzdálenosti mezi místy zastavení

Tramvajové zastávky jsou z pravidla kratší než autobusové nebo trolejbusové zastávky. V centru města jsou zastávky cca po 500 metrech, na okraji města mohou být zastávky po delší vzdálenosti cca 1500 metrech. [1]

5. Citlivost na poruchy a nerovnoměrnosti

MHD navazuje na ostatní dopravní systémy, a proto je citlivá na provozní poruchy. U tramvají se navíc objevuje i citlivost na technické, dopravní a organizační poruchy. Tímto dochází ke zpoždování spojů v místě poruch. [1]

6. Pružnost a dispečerské řízení

Pokud lze očekávat větší nebo menší počet cestujících, operativně se připojují či naopak odpojují další vozy. Pokud dojde ve městě například k nehodě, očekává se zapojení dopravního dispečinku MHD a řešení následné situace. [1]

7. Jednotnost dopravního systému

Tato charakteristika nám především poukazuje na smysluplné řízení celé MHD, aspoň tak cestující vnímá jednotný fungující dopravní systém. [1]

8. Jednotný tarifní systém

V jednotném dopravním systému je výhodný jednotný tarif. Ten nabízí:

- přestupní jízdné, které umožňuje cestujícímu jednotné jízdné, ale využití více druhů dopravních prostředků nebo spojů v rámci MHD,
 - rozdělení území na tarifní zóny a pásma a pro každé z nich vytvořit vhodný tarif.
- [1]

9. Tarifní jednoduchost

Tarifní jednoduchost je nezbytná pro rychlosti nastupování, od které se odráží i cestovní rychlost. [1]

10. Charakteristické znaky vozidel MHD:

- *„široké a četné dveře s dálkovým ovládním,*
- *malý počet sedadel (počítá se i s překračováním kapacity vozidel ve špičkách),*
- *nízkopodlažní uspořádání (nejen pro zdravotně handicapované cestující),*
- *velké zrychlení a zpomalení vozidel,*
- *velký specifický výkon na hmotnost prázdného vozidla,*
- *u kolejových vozidel pokud možno všechny dvojkolí trakční,*
- *bezpečnostní brzda, automatický rozjezd a brzdění,*

- *umožnění jízdy na brzdovou vzdálenost.*“ [1, str. 15]

1.2.2 Dopravní prostředky městské hromadné dopravy

Každé město má podle různých faktorů jako například historický vývoj města, přírodní podmínky, ekonomickou strukturu nebo jen díky ekologickým trendům různé druhy dopravních prostředků. Nejčastějšími dopravními prostředky MHD jsou podzemní, pozemní nebo nadzemní rychlodráhy, tramvaje, trolejbusy nebo autobusy. Méně časté druhy dopravních prostředků jsou vodní doprava nebo lanové dráhy.

Autobusy

Autobusová doprava se využívá především tam, kde nejsou vybudovány podzemní, pozemní nebo nadzemní rychlodráhy a tramvaje, což je především na okrajích měst, nebo když dojde na těchto drahách k výluce nebo nehodě. Autobusy se přesouvají po silničních komunikacích spolu s ostatními účastníky silničního provozu a tím dochází k jejich nízké cestovní rychlosti a odchylkám od jízdního řádu. Výhodou autobusové dopravy jsou nízké náklady na zřizování dopravních cest, jelikož cesty jsou již vybudovány pro automobilovou dopravu. [6]

Trolejbusy

Trolejbusy jsou závislé na elektrické trakci a pohybují se na silničních komunikacích společně s osobními automobily. Existují hybridní trolejbusy, které jsou poháněny i spalovacím motorem. Také trolejbusy tvoří ve městech, kde je vybudována kolejová dopravní síť, doplňkový provoz. Na rozdíl od autobusů jsou šetrnější k životnímu prostředí a méně hlučné. To je důvodem, proč mohou tvořit páteřní síť MHD v lázeňských nebo menších městech. [7]

Tramvaje

Tramvaje využívají pozemní elektrické dráhy. Jsou vybudovány v úrovni silniční komunikace souběžně s účastníky městského silničního provozu nebo na samostatném tělese. Dochází ke křížování s jinými dopravními prostředky a tím cestující mohou využít pohodlnější cestu do cíle. Tam, kde není vybudována rychlodráha, tvoří tramvaje páteř MHD, a když vybudována je, tvoří tramvaje doplňkovou dopravní obsluhu. [7]

Rychlodráhy

Rychlodráhy mohou být pozemní, podzemní nebo nadzemní. Rychlodráhy jsou kolejová vozidla, která jsou vždy vedena na autonomních drahách a nikde nepřicházejí do styku s jinými dopravními cestami a prostředky. Proto jsou spolehlivé a bezpečné. Rychlodráhy jsou budovány ve velkých městech a tvoří páteř městské hromadné dopravy. Jsou to nejrychlejší prostředky MHD. Mezi městskou rychlodráhu patří metro. Metro je vybudováno často v podzemí, ale na okrajích měst může být na povrchu. [6]

Vodní doprava

Mezi městskou hromadnou dopravu patří i vodní doprava, i když je spíše neobvyklá. Využívá se především jako místní rekreační či doplňková doprava na řekách nebo na jezerech. V některých městech jako jsou například Benátky, může však mít i linkový charakter. [6]

1.3 Faktory a kvalita městské hromadné dopravy

Městská hromadná doprava je ovlivňována různými faktory. Uživatelé MHD se těmito faktory rozhodují, zda využijí MHD či nikoli. Stejně na cestující působí i faktory kvality. [8]

1.3.1 Faktory ovlivňující městskou hromadnou dopravu

- Cena – je jeden z hlavních důvodů při výběru druhu dopravy. Zahrnuje peněžní náklady na jízdné, ale i ostatní cenové náklady jako např. časové náklady, čekání či nejistotu. Cestujícím se musí nabídnout takové podmínky, které uspokojí jejich požadavky na dopravu i z hlediska vynaložených nákladů.
- Úroveň příjmů – změny a výše příjmů ovlivňují poptávku po dopravě dvojnásobem. Do určité částky příjmu si zákazník dopravní službu nemůže dovolit a od určité částky už zase dopravní službu ztrácí zájem. S růstem příjmů roste počet jízd nebo počet vlastněných vozidel, a tak se snižuje využití veřejné dopravy.
- Rychlost služby – souvisí s technickými parametry dopravních prostředků, kvalitou dopravních cest a provozní technologií příslušného druhu dopravy. Veřejná doprava musí být konkurenceschopná k individuální automobilové dopravě.

- Bezpečnost – jedná se o jeden z hlavních prvků kvality služeb, především snížení rizika nehod.
- Spolehlivost – nedodržení přepravní doby cestujících a tím i nemožnost přestupu na navazující spoj může být důvodem pro úbytek zákazníků.
- Frekvence – dalším z hlavních prvků je pravidelnost a přesnost dopravního spojení.
- Úroveň služby – dopravní podniky poskytuje takové služby, které musí uspokojit všechny zákazníky.
- Pohodlí – patří do úrovně služeb, provozovatelé veřejné dopravy musí navyšovat tuto službu, pokud chtějí navýšit poptávku po svých službách. Zvýšením kvality přepravy rostou přímé náklady dopravy, tedy vlastní náklady dopravního podniku a cena roste za poskytované přepravní služby. [8]

Další faktory

Další faktory kvality potřebné k tomu, aby byla veřejná doprava konkurenceschopná k individuální dopravě, kdy je potřeba zajistit:

- konkurenceschopnost doby cestování od dveří ke dveřím,
- zlepšení pohodlí cestování,
- zvýšení bezpečnosti cestování,
- bezbariérovost dopravních vozů MHD a dopravních terminálů,
- přestupní vazby mezi stejnými nebo různými druhy dopravy v přestupních uzlech,
- poskytování informací cestujícím z domova např. o jízdním řádu. [8]

1.3.2 Kvalita a standardy kvality v městské hromadné dopravě

Kvalita služeb veřejné dopravy se měří především podle cestujících. [8]

Cestující hodnotí kvalitu služeb podle svých osobních zkušeností. Standardy kvality se hodnotí pozorováním a porovnáváním. Neustále dochází k zavádění a zlepšování nových standardů, jejichž úkolem je sledování kvality a následné zdokonalování a přizpůsobování potřebám zákazníků. Na zlepšování těchto standardů kladou zákazníci

zvláštní důraz. Zde zákazník určuje rozdíl mezi kvalitní a nekvalitní službou. Mezi nejdůležitější standardy kvality MHD patří:

- Přesnost provozu – zde je důležité dodržování jízdního řádu. Sleduje se, jak velké zpoždění či náskok si dopravní prostředek během cesty vytvoří na výchozích, nácestných a cílových stanicích.
- Délka cestovní doby – délka doby cesty na městském území by neměla přesáhnout únosnou míru, která by měla být úměrná velikosti města.
- Obsazenost vozidel – zde se hodnotí pohodlí cestujících při dané přepravě odvozené od počtu osob, které se současně nacházejí ve vozidle MHD.
- Snadnost nastupování a vystupování – zde je snahou nakupovat nízkopodlažní vozy MHD, kde je nástup a výstup usnadněn především pro osoby se špatnou pohyblivostí nebo pro kočárky nebo vozičkáře.
- Spolehlivost – přesnost, a provozní spolehlivost dopravního systému hodnotí cestující jako velmi důležitý bod služby, který ovlivňuje náhled celý systém veřejné dopravy.
- Počet přestupů – na území města by počet přestupů neměl přesáhnout únosnou úroveň ve vzdálenosti místa zdroje a místa cíle cesty. Za únosnou míru se považují maximálně dva přestupy. Kvalitu služby zvyšuje snadný přestup cestujících, s dostupnými informacemi o dalších spojkách s minimální dobou čekání. Místo pro přestup by mělo nabídnout vybavení pro pohodlí cestujících, především by se zde měli vyhnout změnou počasí.
- Prostředí pro čekání – přestupní místa si kladou za úkol zlepšit komfort, pohodlí a bezpečnost cestujících, které dané místo využívají například k nástupu nebo přestupu z jednoho druhu dopravy na jiný.
- Stejnokrojová kázeň – tento standard nařizuje řidičům, ale i dalším pracovníkům dopravního podniku povinnost být oblečen podle jednotného stylu.
- Komunikativnost pracovníků – pro vnější pohled je důležitá úroveň komunikace mezi pracovníkem MHD a cestujícím. Velmi neochotný personál může poškodit náhled na dopravní společnost. [8]

- Čistota vozidel – jedná se o přijatelný stav vnitřní i vnější čistoty vozidel používaných k přepravě cestujících.
- Klima ve vozidlech – myšleno úroveň teploty v dopravních prostředcích, která by se měla udržovat adekvátní ke stavu teploty venkovní.
- Informovanost cestujících – zde je důležitá aktuálnost informací a forma předání k zákazníkovi. [8]

1.4 Služby

Definice služby zní „*Služba je činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé, je naprosto nehmotatelná a nevytvorí žádné nabyté vlastnictví. Její realizace může, ale nemusí být spojena s fyzickým výrobkem*“. [9, str. 490]

Mezi nejvýznamnější vlastnosti služeb patří:

Nehmotnost – cestující si před jízdou nemůže službu vyzkoušet, ohmatat, poslechnout či jinak otestovat. Zhmotnění MHD může dopravní podnik dosáhnout např. kvalitně zpracovanými propagačními materiály, dostatkem pracovníků na zákaznických centrech, aby nevznikaly fronty, moderními vozidly MHD nebo čistými exteriéry a interiéry těchto vozidel. [9]

Proměnlivost – každá jízda v MHD může být trochu jiná. Tyto výkyvy mohou být způsobeny stylem jízdy řidiče, ostatními cestujícími, počasím atd. Podobné kvality služeb lze dosáhnout pravidelným školením zaměstnanců. Ke zlepšení úrovně pomáhají i názory zákazníků, jejichž stížnosti mohou dopravní podnik upozornit na nějaký nedostatek. [9]

Nedělitelnost – znamená, že k vytvoření a spotřebování služby dochází ve stejném okamžiku. Pokud si zákazník koupí časové předplatné, nemůže toto předplatné využít po uplynutí jeho doby platnosti. [9]

Pomíjivost – vlastnost, která nelze uskladnit. Tato nemožnost uskladnění je dána střídavou poptávkou. Střídání poptávky u MHD se projevuje dopravními a přepravními nerovnostmi během dne. Důsledkem těchto nerovností musí mít dopravní podnik více

vozidel, které může v dopravních špičkách nasadit, než kdyby byla poptávka o MHD po celý den stejná. [9]

Zákazník má také možnost si ověřit kvalitu poskytovaných služeb na základě udělených certifikátu kvality nebo referencí. [9]

1.5 Marketingový výzkum

Marketingové prostředí se stále mění a to díky rozvoji technologií a globalizace. Proto dochází ke změnám chování na trhu. Manažeři podniků musí neustále obnovovat a přizpůsobovat se novým podmínkám a situacím, shromažďovat a analyzovat informace o trhu a správně se rozhodovat, aby vedli účinnou marketingovou strategii. Firma musí neustále sledovat stav, který se odehrává na trhu a reagovat na něj, pokud se chce uplatnit na trhu. Dále firma musí předpovídat budoucí vývoj na trhu, aby se dokázala vyhnout případným problémům, nebo naopak využít výhodné příležitosti. Zákazníci jsou stále více a více náročnější, především na kvalitu produktů nebo služeb. Snahou firmy je pochopit přání zákazníka a proto je potřeba investovat do marketingového výzkumu. [10]

Cílem marketingového výzkumu je především řešit a zdokonalovat marketingová rozhodnutí a vybírat optimální možnosti. Získané informace z marketingového výzkumu nám umožňují porozumět trhu, na kterém určitý podnik působí nebo podniká, dále porozumět příležitostem nebo problémům vzniklé v souvislosti s podnikáním na tomto trhu a hodnotit její výsledky. [10]

Marketingový výzkum zasahuje do oborů například jako matematika, statistika, psychologie, sociologie, informatiky a jiných. Postupem času docházelo ke vzniku vlastního systému metod a postupů pro práci s marketingovými informacemi a pořád dochází k aktualizaci s vývoji těchto vědních oborů. [10]

Definice marketingového výzkumu: *„Marketingový výzkum je funkce, která spojuje spotřebitele, zákazníka a veřejnost s marketingovým pracovníkem prostřednictvím informací – informací užívaných k zajišťování a definování marketingových příležitostí a problémů, k tvorbě, zdokonalování a hodnocení marketingových akcí, monitorování marketingového úsilí a ke zlepšení pochopení marketingu jako procesu. Marketingový*

výzkum specifikuje požadované informace podle vlastnosti k řešení těchto problémů, vytváří metody pro sběr informací, řídí a uskutečňuje proces sběru dat, analyzuje výsledky a sděluje zjištěné poznatky a jejich důsledky.“ [10, str. 13]

1.5.1 Proces marketingového výzkumu



Obr. 1.2 Proces marketingového výzkumu

Zdroj: [10].

Marketingový výzkum se zabývá složitějšími i méně složitějšími úkoly. Někdy se zjišťuje pouze například tržní podíl firmy, nebo naopak širší informace jako zjišťování věrnosti daného produktu. Každý marketingový výzkum je jedinečný a hlavní části na sebe logicky navazují. Před marketingovým výzkumem se vymezuje přesný cíl a definuje se daný problém. Dále se musí stanovit zdroje dat, které jsou buď primární, nebo sekundární. Následuje vymezení metod a techniky sběru dat. Data zjišťujeme dotazováním, pozorováním nebo experimentováním. Dotazování se provádí osobně, písemně nebo telefonicky. Poté se musí správně určit optimální velikost výběrového souboru. Dalším krokem je shromažďování dat. Zjištěná data nevysvětlují žádný problém. Získaná data se musí zpracovat a analyzovat. Posledním krokem marketingového výzkumu je zpracování závěrečné zprávy. [10]

1.5.2 Cíle výzkumu

Cíle výzkumu jsou definovány následovně: „*Transformace marketingového plánu do problému výzkumného, do cílů a zadání pro marketingový výzkum, je důležitou vstupní etapou, která významně rozhoduje o úspěchu výzkumného projektu. V této etapě je nutné přesně definovat cíle výzkumu v souvislosti s jeho základním zaměřením buď na zmapování situace, hledání souvislostí, nebo kvantifikaci vztahů mezi jevy. K přesné formulaci výzkumného problému a jeho rozpracování do dílčích výzkumných cílů slouží formulace hypotéz a předvýzkum.*“ [10, str. 35]

Zde dochází k nejtěžší části marketingového výzkumu a to přesné definování problému. Definováním problému se myslí účel výzkumu a vymezení cíle. Cíl výzkumu by měl být dokonalý, zahrnovat celý problém a soustředit se na základní vztahy, které jsou zkoumány. Nesmí být stanovené špatné cíle, to povede ke špatnému výzkumu. Cíle by měly být stručné. Pokud správně nazveme marketingový problém a tím vymežíme účel výzkumu a dané cíle, následuje další část, kdy dochází k formulování hypotézy možného řešení problému. [10]

Hypotézy formulují jednotlivé možnosti odpovědí na otázky výzkumu. Hypotézy pomáhají při hledání optimálních informačních zdrojů, dopředu určují, kde máme hledat a tím dochází k šetření časových a finančních prostředků. Někdy dochází k zapomínání na část tzv. předvýzkum. Správný předvýzkum nám šetří náklady a pocit zklamání, která mohou vzniknout pochybením během výzkumu. [10]

1.5.3 Zdroje dat

Zdroje dat dělíme:

Primární - Primární data jsou data získaná z vlastního výzkumu. Jde o terénní sběr dat, kde se zkoumají data od jednotlivců, domácností, organizací, škol atd. a zabývají se přímo určitým problémem. Popisují současnou situaci, stav nebo určité názory, postoje a jiné psychologické procesy zkoumané jednotky. [10]

Sekundární - Sekundární data jsou data, která byla shromážděna za jiným účelem a jsou stále k dispozici. Výhodou sekundárních dat je jejich snadné získání a tak nízké náklady na jejich pořízení. Sekundární data mohou být ale zastaralé a nepřesné. Sekundární zdroje se dále dělí na interní a externí. [10]

Interní zdroje získáváme uvnitř firmy, jde o evidování vlastní činnosti, jako například firemní informace o prodeji a cenách výrobků, surovin a služeb, zápisy z jednání, zprávy ze služebních cest, bilance zisků a ztrát, vyhodnocení reklamací, stížností nebo reakce na dopisy zákazníků. [10]

Externí zdroje vycházejí z dat shromažďovaných institucemi k nejrůznějším účelům. Dělíme je do čtyř skupin: klasické statistické přehledy, agenturní výzkum, databáze a ostatní zdroje. [10]

1.5.4 Metody a techniky sběru dat

Metody sběru dat dělíme do dvou základních skupin, kvalitativní výzkum a kvantitativní výzkum, které se dále dělí na další techniky sběru dat a to hloubkové interview, skupinový rozhovor, pozorování a experiment. [10]

Kvalitativní výzkum se zabývá porozuměním, nejde o žádné měření. Přednost kvalitativního výzkumu je možnost sbírat většinu dat osobně. Důležitá práce při kvalitativním výzkumu je práce zkušených odborníků, kteří získaná data vyzdvihnou a promění ve výsledky. [10]

Kvalitativní výzkum je definován jako: *„Podstatou kvalitativního psychologického výzkumu je analýza vztahů, závislostí a příčin přímo u zkoumané jednotky jejich zobecnění. Proto je možné použít kvalitativní výzkum trhu v těch případech, kdy jde o hloubkový rozbor některých dílčích jevů a jejich psychologických kvalit. Tento typ výzkumu vyžaduje použití náročných psychologických postupů z hlediska výběru metod i zpracování výsledků. Zároveň ale umožňuje dělat výzkum na menším vzorku, než je běžné při kvantitativních výzkumech.“* [10, str. 53]

Hloubkové interview

Jedná se o rozhovor tazatele s jedním respondentem. Výhodou je volnost respondenta hovořit o daném problému, naopak nevýhodou je, že se respondent může nechat ovlivnit od tazatele, který klade otázky, které potřebuje. Důležité u této metody je naslouchání. Tyto rozhovory se většinou nahrávají na záznamové zařízení. [10]

Skupinový rozhovor

Tato metoda patří mezi nejpoužívanější z kvalitativního výzkumu. Zde se vede diskuze mezi 8 až dvanácti respondenty pod vedením psychologa nebo sociologa. Ten

usměrňuje daný rozhovor. Nejdříve se téma zabývá v širším měřítku, poté se rozvíjí. Skupinový rozhovor se využívá například při zavádění nového výrobku. [10]

Pozorování

Pozorování se využívá především u dětí, jelikož se ještě nedokáží vyjádřit. Využívá se ale i v obchodních výzkumech, kde se sleduje například, jakým stylem zákazník vybírá zboží při nákupu, jakým stylem otvírají různá balení nebo jak čtou instrukce na obalech. [10]

Experiment

Touto metodou se sledují reakce na nově vzniklé situace. [10]

Kvantitativní výzkum

Kvantitativní výzkum pracuje s větším množstvím respondentů než výzkum kvalitativní. [10]

Definice kvantitativního výzkumu zní: „Kvantitativní výzkum je téměř vždy založen na určitých, více či méně spolehlivých výběrových metodách, které předpokládají, že sebraná data mohou zastupovat danou populaci či oblast. Výsledná data mohou tedy reprezentovat populaci nebo poskytnout základ pro vytvoření celkové představy.“ [10, str. 77]

Nejpoužívanější metodou u sběru dat je dotazování. Rozlišujeme čtyři typy dotazování: osobní dotazování, písemné dotazování, telefonické dotazování a elektronické dotazování. [10]

Osobní dotazování

Osobní dotazování je nejvýznamnější metoda ve sběru informací. Předností je přímý kontakt tazatele a respondenta, který přináší možnost lepšího vysvětlení otázek, kterým respondent nerozumí. Nevýhodou osobního dotazování je vyšší finanční a časová náročnost. [10]

Písemné dotazování

Písemné dotazování si respondent vyplňuje sám, což klade důraz na správně formulovaný dotazník. Respondent má dostatek času na rozmyšlení a zodpovězení.

Výhodou písemného dotazování jsou nízké náklady s porovnáním s osobním dotazováním. [10]

Telefonické dotazování

Telefonické dotazování je podobné jako osobní dotazování. Tazatel ihned dostává odpovědi, navíc může položit respondentovi i další doplňující otázky. Výhodou dotazování je rychlé získání potřebných dat. [10]

Elektronické dotazování

Elektronické dotazování je stále více a více využíváno. Dotazování funguje především za pomoci internetového připojení. Výhodou dotazování jsou nízké náklady a zaměření na danou cílovou skupinu. [10]

1.5.5 Velikost vzorku

„Vzorek 500 vybraných zástupců milionové populace bude stejně přesný jako vzorek 500 zástupců z pětimilionové populace“. [11, str. 92]

Tabulka č. 1.1 znázorňuje doporučenou velikost vzorku pro různě velké populace. S klesajícím počtem populace je vzorek neúměrně vyšší, tedy čím menší populace tím větší je potřebný vzorek pro objektivitu výsledku. Od populace nad 100 000 se vzorek neliší a je konstantní. Tabulka je počítána s 95% jistotou, že chyba vzorku nebude větší než 5 %. [11]

Tab. 1.1 Doporučená velikost vzorku s 5% chybou vzorku pro 95% důvěrnost

populace	vzorek	populace	vzorek
10	10	550	228
30	28	1 100	285
60	52	1 700	313
80	66	2 400	331
110	86	4 000	351
170	118	8 000	367
210	136	20 000	377
320	175	100 000	384

Zdroj: [11].

1.5.6 Analýza získaných dat

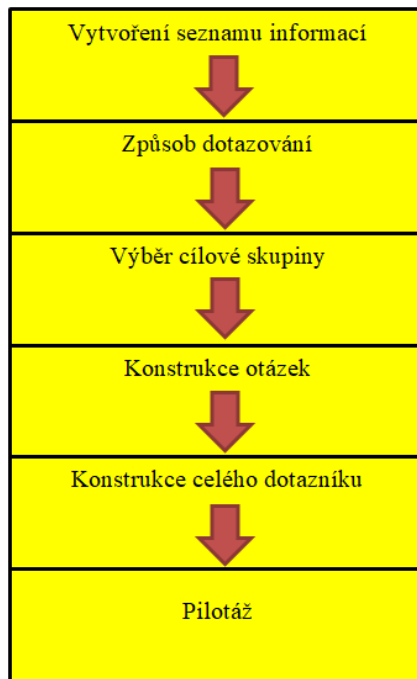
Další součástí marketingového výzkumu je kontrola dat. V této části se kontrolují vyplněné dotazníky a vyřazují se neúplné, nebo které neobstály při logické kontrole. Musí se dávat zřetel na dotazníky, kde při odpovědi na danou otázku respondent zodpověděl „nevím“. Může to znamenat neznalost nebo neochotu odpovědět na danou otázku. Proto by se mělo zvážit, zda tento dotazník zařadit do zpracování. Aby se dala analyzovat získaná data, převádí se odpovědi do počítačového zpracování. Zde se data roztrídí a klasifikují. Zjišťují se četnosti výskytů sledovaných veličin z různých hledisek.

Dalším krokem je zpracování závěrečné zprávy. Zpráva by měla být srozumitelná, měla by obsahovat tabulky, grafy a diagramy. Výsledky marketingového výzkumu pak prezentujeme zadavateli výzkumu. [12]

1.5.7 Tvorba dotazníku

Definice dotazníku zní: *„Dotazník je strukturovaný sled otázek, navržený za účelem zjištění názorů a faktů a následného zaznamenání těchto údajů“*. [11, str. 103]

Dotazníky slouží pro získání přesných informací od respondentů. Jsou využívány jako struktura rozhovorů z důvodu, aby respondenti dostávali stejné otázky. Dotazník usnadňuje zpracování dat, jelikož každá odpověď se může vyhledat, zapsat a spočítat. [11]



Obr. 1.3 Postup tvorby dotazníku

Zdroj: [11].

Vytvoření seznamu informací

Podle stanovených cílů bychom měli vědět, jaké budeme pokládat otázky. Pokud nebudou stanovené cíle, může se stát, že se budou zjišťovat zbytečné informace. [11]

Způsob dotazování

Zde se vybírá, jakým způsobem se budeme dotazovat. Na výběr máme z osobního dotazování, písemného dotazování, telefonického dotazování nebo elektronického dotazování. [11]

Výběr cílových skupin

Výběr je důležitý, jelikož nám pomůže správně formulovat otázky, například zda využívat odborné výrazy nebo otázky raději zjednodušovat. [11]

Konstrukce otázek

Dotazy rozdělujeme na otázky otevřené, uzavřené a polouzavřené. Pomocí otevřených otázek se může respondent vyjádřit vlastními slovy. Tyto otázky jsou složitější na vyhodnocení. Uzavřené otázky mají na výběr odpovědi, kdy respondent vybírá jednu z nich anebo je na výběr více možností. U polouzavřených otázek respondent již

má předepsané varianty a může se i vyjádřit svými slovy. Dále jako odpověď může být vybíráno například z numerické škály, kdy se daný výrobek nebo služba hodnotí například jako ve škole, kdy číslo 1 znamená pozitivní výsledek a číslo 5 negativní výsledek. [11]

Konstrukce celého dotazníku

Začátek dotazníku by měl mít svůj název. Následně v úvodu by měl být krátký úvodní popis, kde respondenta požádáme o vyplnění, seznámíme s cílem výzkumu, slíbíme mu anonymitu a nezneužití údajů, vysvětlíme způsob vyplnění a poděkujeme. Dotazník by měl mít logický sled otázek a jejich uspořádání. Složitější otázky se doporučuje ihned zařadit na začátek dotazníku, naopak otázky třídící a identifikační je dobré zařadit zpravidla nakonec dotazníku, kdy respondent už tolik nevnímá předepsaný text. [11]

Pilotáž

Každý vytvořený dotazník by měl být vyzkoušen na menším počtu respondentů, zda vyhovuje, funguje a neobsahuje chyby. [11]

Pravidla sestavování dotazníků

Zde jsou jen ty nejdůležitější pravidla:

- ptát se přímo,
- ptát se jednoduše,
- pokládat otázky tak lehké, jak jen to jde,
- užívat známý slovník,
- nepoužívat slang a zkratky,
- nepoužívat dvojsmyslná slova,
- ptát se konkrétně,
- nepoužívat zaujaté otázky,
- nepoužívat negativní otázky,
- snížit citlivost otázek,
- ujistit se, že se dané odpovědi nepřekrývají. [11]

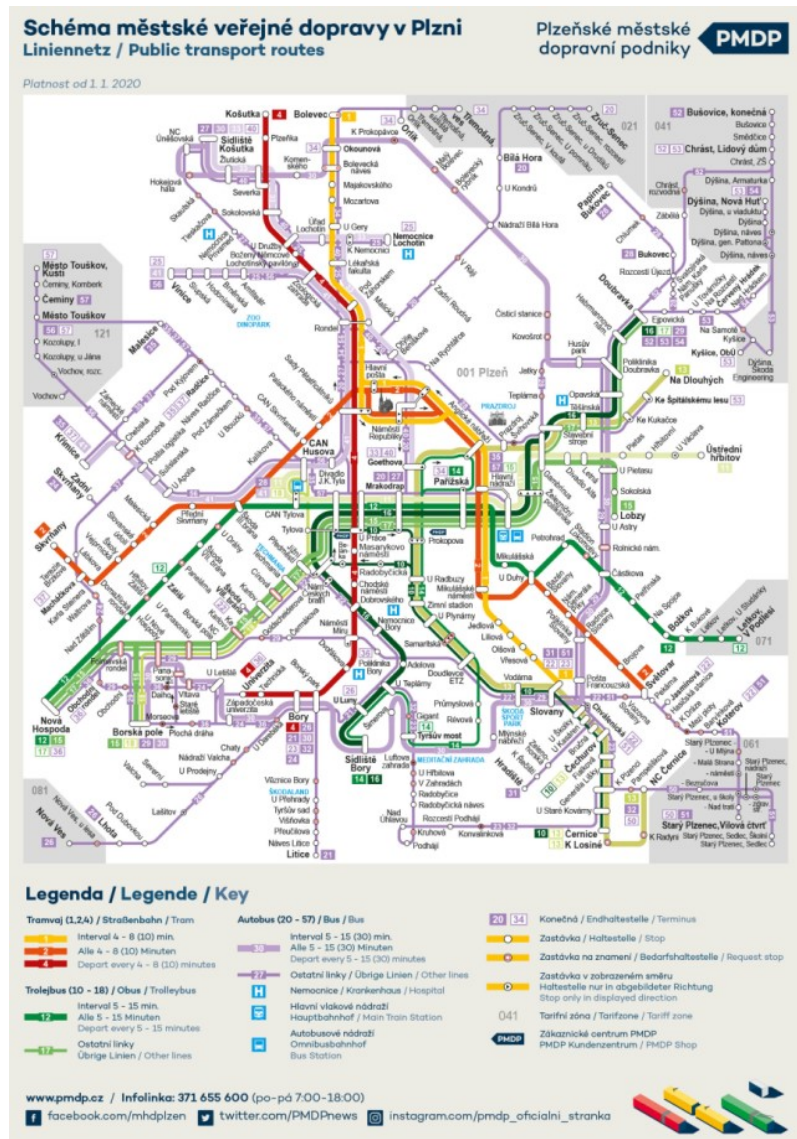
2 Analýza kvality služeb Dopravního podniku města Plzně

V této kapitole představím dopravní podnik, v podmínkách kterého byla zpracována tato práce. Dále představím můj výzkum a respondenty, které jsem oslovil. Na konci této kapitoly je SWOT analýza dopravního podniku města Plzně.

2.1 Dopravní podnik města Plzně

Plzeňské městské dopravní podniky, a.s. (dále jen PMDP) zajišťují veřejnou dopravu na území města Plzně a jeho přilehlém okolí. Jediným akcionářem společnosti je město Plzeň. Veřejná osobní doprava je zajišťována tramvajemi, trolejbusy a autobusy. Obyvatelé a návštěvníci Plzně mají k dispozici rozsáhlou síť 49 linek s délkou přes 585 kilometrů. Tramvaje v Plzni se skládají ze tří linek, které spojují největší předměstí s centrem města, autobusovým a vlakovým nádražím. Dále je to podobné s autobusovou a trolejbusovou dopravou. Autobusové linky navíc zajišťují spojení do menších částí města Plzně. Každý druh osobní dopravy má určenou kombinaci barev. Barvy jsou rozděleny podle znaku města. Zelenou barvu mají trolejbusy, červenou barvu autobusy a žlutou barvu tramvaje. Jelikož dvě třetiny dopravních výkonů zajišťují tramvaje a trolejbusy, které nezatěžují životní prostředí města škodlivinami, tak veřejná doprava v Plzni patří mezi nejekologičtější městské dopravní systémy v Evropě. [13]

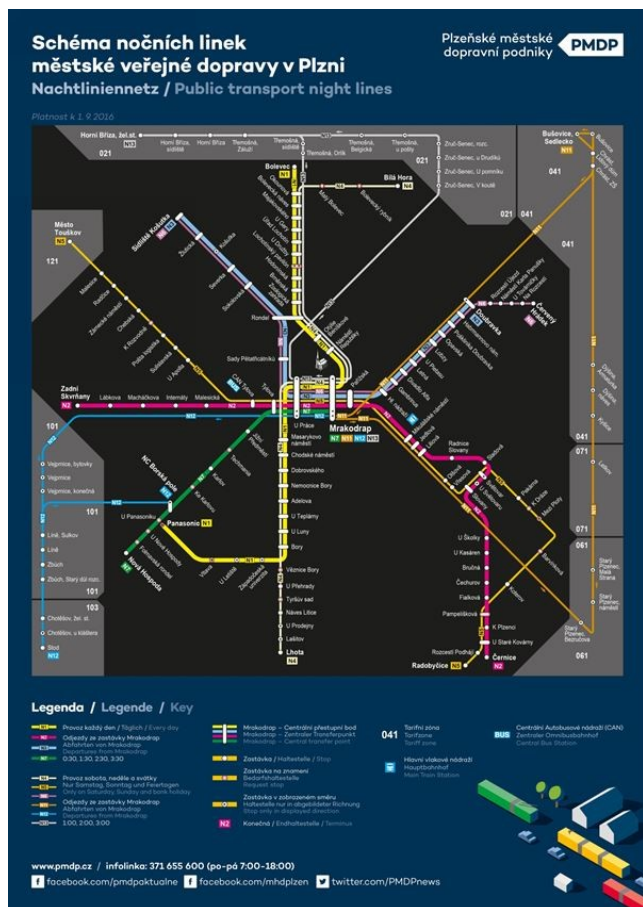
Na obrázku č. 2.4 lze vidět denní schéma přestupního uzlu v Sadech Pětatichtníků v centru města. Na obrázku můžeme vidět čísla jednotlivých linek a názvy zastávek.



Obr. 2.4 Denní schéma linek a zastávek

Zdroj: [13].

Obrázek č. 2.5 představuje noční schéma linek a zastávek, kde jednotlivé druhy městské dopravy obsluhují. Zde je opět vidět dopravní uzel v centru města.



Obr. 2.5 Noční schéma linek a zastávek
Zdroj: [13].

2.1.1 Strategie Plzeňského městského dopravního podniku

Hlavním cílem společnosti Plzeňské městské dopravní podniky (dále PMDP) je zajišťování dostupné, spolehlivé a bezpečné veřejné dopravy na území města Plzně i v přilehlém okolí. Zaměstnanci se snaží o uspokojení všech zákazníků, ale také o udržení jejich důvěry a své služby neustále zlepšovat. Mezi největší přednosti společnosti se může zařadit dynamický systém řízení dopravy, elektronické odbavování cestujících a bezkonkurenční kapacita vozidel, ale i moderní a stále obnovovaný vozový park, díky jemuž je doprava co nejekologičtější. Společnost zavedla systém environmentální řízení dle norem v integraci se systémem řízení kvality. Snahou je tedy systematicky řídit a snižovat dopady činností společnosti na životní prostředí. Společnost je držitelem certifikátu „Zelená firma“. [13]

2.1.2 Poskytované služby

Hlavní poskytovanou službou PMDP je zajišťování přepravy cestujících za účelem poskytnutí dopravní obslužnosti města Plzně a v bezprostředním okolí. PMDP poskytují také další služby, jako například:

Senior Expres

Senior Express je služba, která poskytuje za malou úplatu přepravu starších občanů nad 70 let nebo držitele průkazů ZTP a ZTP/P. Tito občané mohou využít přepravu k lékaři, na nákup nebo za přáteli na území města Plzně. [13]

Pronájem historických vozidel MHD

PMDP provozují pronájem historický vozidel k mimořádným situacím, jako jsou různé oslavy, svatby atd. Pronajmout lze vozidla jako například tramvaj Křižík a Brožík z roku 1899 nebo Autobus Karosa z roku 1973. [13]

Pronájem vozidel MHD

Tato služba nabízí pronájem tramvajů, trolejbusů a autobusů k odvozu například z firemního večírku, maturitního večírku anebo pro svou potřebu. [13]

Autoškola

Autoškola nabízí výuku a výcvik pro získání řidičského oprávnění skupiny A, B, C, D, kondiční jízdy nebo školení vozidel. Dále nabízí získat oprávnění řidičů vozíků nebo jeřábů. [13]

Reklamní služby

Zde si zákazník může nechat vystavit nebo vylepit reklamní banner vně nebo uvnitř dopravních prostředků. Další nabídkou reklamních služeb je přenos reklamy na informační systém LCD obrazovek umístěných v interiérech vozidel. [13]

Doprovod nadměrných nákladů

Dopravní podnik jako jediný poskytuje službu doprovodu nadměrných nákladů, kde dokáže odborně zajistit podjízdení trakčního vedení a dalších překážek na trase transportu nadměrného nákladu. [13]

Parking

Od roku 2017 spravuje, organizuje a provozuje městský parkovací systém. [13]

Veřejné osvětlení

Od roku 2017 provozuje, spravuje a udržuje veřejné osvětlení ve všech částí města Plzně. [13]

Správu světelné signalizace

Od roku 2018 dopravní podnik zajišťuje provoz a údržbu světelně řízených a samostatně světelně řízených přechodů pro chodce na území města Plzně. [13]

Carsharing Karkulka

Karkulka jsou červeně volně přístupné automobily, které po registraci může člověk jednoduše a rychle zapůjčit. Tato služba je pro lidi, kteří nepotřebují nebo nechtějí vlastnit vůz, ale občas ho potřebují. Automobil si lze zapůjčit na den, týden, ale i na jednu hodinu. [13]

2.1.3 Vozový park

Dopravní podnik města Plzně vlastní 116 tramvajových vozidel, 93 trolejbusů a 121 autobusů. Vozidla dopravního podniku podléhají neustálým inovacím jak z pohledu pro cestující tak z pohledu pro minimalizaci negativního dopadu pro životní prostředí. Snahou dopravního podniku je každý rok obnovovat vozový park. Trendem je nákup nízkopodlažních vozů. [13]

Ve vozovém parku se ale nadále nachází i starší vozidla, která jsou méně šetrná k přírodě a méně komfortní pro cestující. Jde například o tramvaj T3R-P, viz obrázek č. 2.6.



Obr. 2.6 Tramvaj T3R-P

Zdroj: [13].

Na obrázku č. 2.7 můžeme vidět novější typ tramvaje. Jde o nízkopodlažní tramvaj EVO2. Dopravní podnik vlastní 9 vozů od roku 2019. Vozy jsou vybaveny kamerovým systémem, automatickým počítáním cestujících, klimatizací a ventilací prostoru pro cestující. Uvnitř vozu se nachází informační LCD systém. Oproti tramvaji T3R-P, která má maximální rychlost 65 km/h, tramvaj EVO2 je schopna zvýšit svojí rychlost na 70 km/h. Dále novější tramvaj má i větší kapacitu jak na stání, tak pro sezení cestujících. [13]



Obr. 2.7 Tramvaj EVO2

Zdroj: [13].

Dalším dopravním prostředkem plzeňských dopravních podniků jsou trolejbusy. Jsou označeny zeleno-bílou barvou. I zde se snaží dopravní podniky vyměňovat vozidla za modernější a bezbariérová vozidla. Na obrázku č. 2.8, můžeme vidět nejnovější vozidlo Škoda 27 TRNU SOLARIS s trakční baterií. Baterie lze využít mimo troleje do vzdálenosti 12 kilometrů. Těchto vozů vlastní 7. I tyto vozidla jsou vybavena kamerovým systémem, automatickým počítáním cestujících, klimatizací a ventilací prostoru pro cestující. Uvnitř vozu se nachází i informační LCD systém. [13]



Obr. 2.8 Škoda 27 TRNU SOLARIS

Zdroj: [12].

Posledním dopravním prostředkem plzeňských dopravních podniků jsou autobusy. Jsou označeny červeno-bílou barvou. Na obrázku č. 2.9 je opět nejnovější autobus SOR NS 12. Je plně přístupný pro osoby se sníženou pohyblivostí, pro maminky s kočárky nebo starší cestující. [13]



Obr. 2.9 SOR NS 12

Zdroj: [13].

2.2 Výzkum spokojenosti se službami poskytovanými Plzeňskými městskými dopravními podniky

Cíl výzkumu

Hlavním cílem tohoto marketingového výzkumu je zjistit spokojenost zákazníků PMDP využívající jejich služby.

Volba zdrojů dat

Jako zdroje dat byla použita primární data prostřednictvím vlastního výzkumu. Sekundární data nemohla být využita, jelikož PMDP žádný podobný výzkum předtím nebyl proveden.

Metody sběru dat

Bylo použito kvantitativního výzkumu, a to písemného a elektronického dotazování.

Sestavení dotazníku

Dotazník byl sestavován za účelem získání odpovědí na otázky, které mají přispět k dosažení cílů výzkumu. K tomu bylo použito 15 uzavřených a polouzavřených otázek. První otázky zjišťují, zda využívají služby PMDP a jak často. Po úvodních otázkách byly zařazeny otázky, které zjišťují názor na vybrané služby PMDP, bezpečí při cestování ve vozech MHD nebo na zastávkách, chování řidičů MHD a získat další náměty ke zlepšení služeb. V samotném závěru jsou otázky identifikačního charakteru a snažím se v nich zjistit věk a rod respondentů. Dotazník je uvedený v příloze A.

Určení velikosti vzorku

Před samotným výzkumem bylo cílem získat alespoň 384 vyplněných dotazníků, podle doporučené velikosti vzorku, jak lze vidět v podkapitole 1.5.5 Velikost vzorku v tabulce č. 1.1. Byl využitý výběr nevyčerpávající, přesněji záměrný výběr, který byl zobecněn na celý základní soubor. Základním souborem jsou myšleni všichni zákazníci PMDP. Podmínka alespoň 384 vyplněných dotazníků byla splněna, celkem bylo získáno 419 použitelných dotazníků. Některé dotazníky musely být vyřazeny z důvodu velkého počtu nevyplněných či neúplně zodpovězených otázek.

Sběr dat

Sběr dotazníků byl prováděn po dobu dvou měsíců od 15. 12. 2019 do 16. 02. 2020. Písemné dotazování bylo prováděno formou dotazníků, které byly osobně předány do rukou respondentů. Elektronický dotazník byl rozposlán e-mailem mým přátelům, známým, spolužákům a jejich rodinám.

Zpracování a analýza dat

Data byla zpracovávána pomocí aplikace Microsoft Office Excel a výsledky byly zaneseny do předem připravených tabulek. Zpracovaná data byla pro názornost zpracována do grafů.

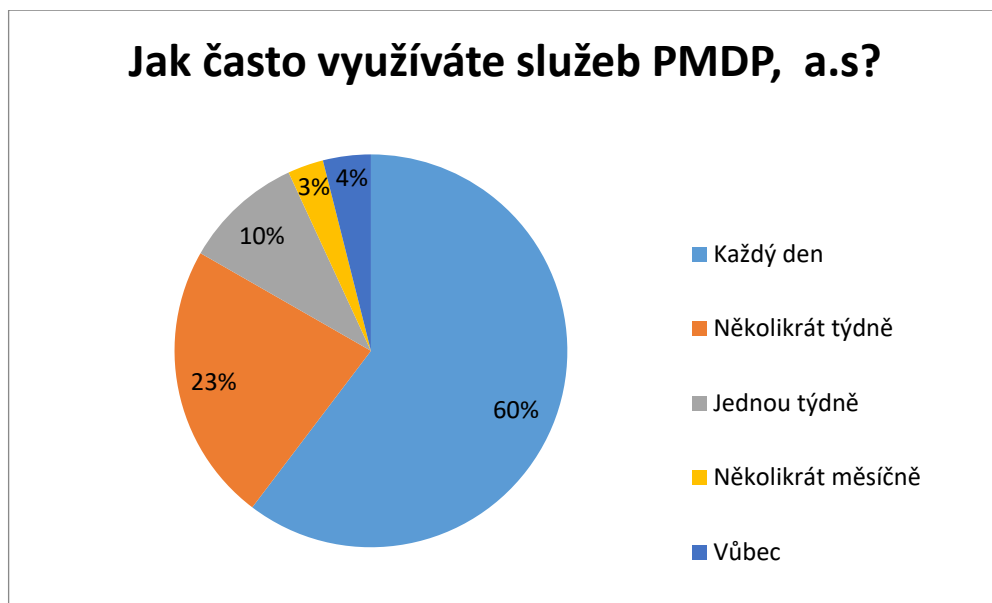
Zpracování a prezentace závěrečné zprávy

Grafy a závěry z nich vyvozené jsou prezentovány níže v mé diplomové práci. Poté jsem vytvořil SWOT analýzu na základě mých zkušeností a získaných dat z dotazníku a navrhoval řešení pro zlepšení služeb PMDP.

2.3 Charakteristika respondentů

V rámci mého sestaveného dotazníku sloužícího k zjištění spokojenosti a návrhů na zlepšení služeb PMDP, a.s., jsem roztřídil respondenty podle pohlaví, věku, nejvyššího dosaženého vzdělání, ekonomické aktivity, primárního důvodu a četnosti cestování v MHD. V závěrečném součtu se sešlo 419 použitelných dotazníků. Některé dotazníky musely být vyřazeny z důvodu velkého počtu nevyplněných či neúplně zodpovězených otázek.

Z celkového počtu 419 respondentů využívá služby PMDP 60% každý den, 23 % respondentů je využívá několikrát týdně, 10 % respondentů jednou týdně, 3 % několikrát měsíčně a 4 % respondentů vůbec. Především jde o využití služeb MHD. Jak odpovídali respondenti na otázku využití služeb, lze vidět v grafu č. 2.1.

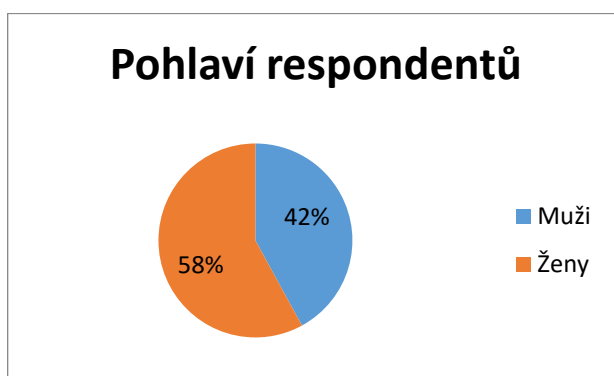


Graf 2.1 Využití služeb

Zdroj: Vlastní zpracování

Ze 419 respondentů celkem 4 % nevyužívá služby PMDP. Proto se s touto skupinou respondentů už dále v rámci mé diplomové práce nezabývám a zkoumám pouze ty, kteří využívají služby PMDP. Na souboru s těchto respondentů analyzuji názor na služby poskytované PMDP a navrhuji řešení pro zvýšení kvality služeb.

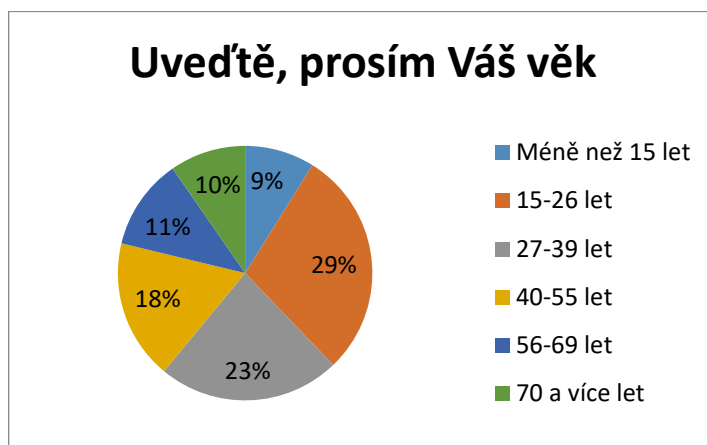
V závěru dotazníku jsou podle pravidel sestavení dotazníku lehčí otázky, tedy otázky rozřazovací. Dotazník vyplnilo z respondentů 58 % žen a zbylých 42 % v dotazníkovém šetření zastoupila skupina mužů. Rozdělení pohlaví respondentů lze vidět v grafu číslo 2.2.



Graf 2.2 Pohlaví respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

Podle věku je nejvíce zastoupena skupina lidí mezi 15-26 rokem, kterých je z celkového počtu respondentů 29 %. Další skupinou podle počtu respondentů je skupina lidí mezi 27-39 rokem. Poté následuje skupina v rozmezí 40-55 let. Další skupinou lidí tvoří v rozmezí 56-69 let. Poslední dvě skupiny a to jsou děti do 15 let a senioři nad 70 let tvoří podobné skupiny s počtem respondentů. Procentuální rozdělení věku lze vidět v grafu č. 2.3.



Graf 2.3 Věk respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

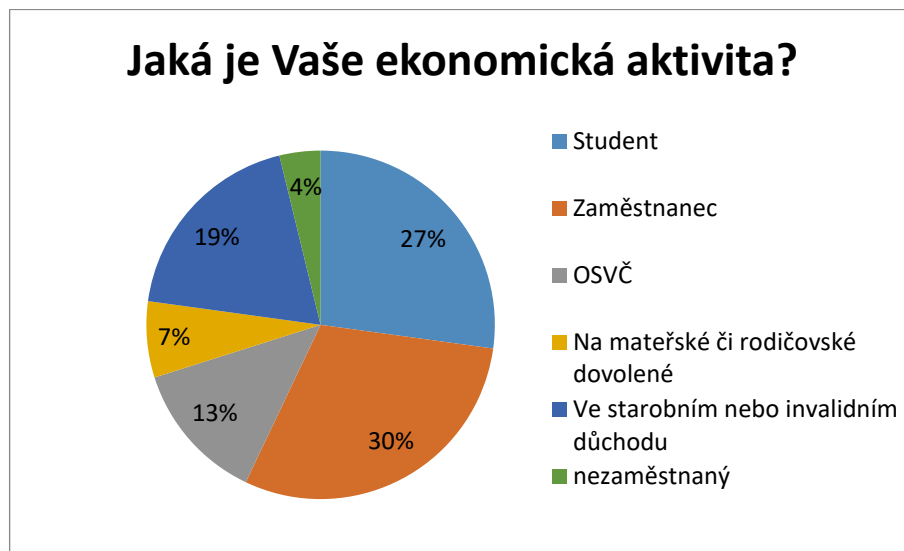
Dalším rozřazením respondentů bylo podle nejvyššího dosaženého vzdělání. Jak lze vidět v grafu č. 2.4, největší skupinou respondentů tvořila skupina se středním vzděláním s maturitou. Druhou největší skupinou tvořila skupina, které je vyučena. Se základním nebo vyšším odborném a vysokoškolském vzděláním odpovídala na dotazník podobně velká skupina.



Graf 2.4 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední rozřazení respondentů je podle jejich ekonomické aktivity. Největší skupinou respondentů je skupina zaměstnaných, poté následuje skupina studentů. 19 % respondentů je ve starobním nebo invalidním důchodu. 13 % jsou osoby samostatně výdělečně činné. Předposlední skupinou podle počtu respondentů tvoří skupina lidí na mateřské či rodičovské dovolené. Poslední skupinou jsou osoby nezaměstnané. Podrobný přehled lze vidět v grafu č. 2.5.



Graf 2.5 Ekonomická aktivita respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

2.4 Nástroje pro zjištění konkrétního stavu nabízených služeb Plzeňskými městskými dopravními podniky

Nástroji pro zjištění konkrétního stavu se myslí určité analýzy. Analýza obecně znamená rozvazovat nebo rozebírat. Existuje mnoho analýz, které slouží k odhalení nedostatků nebo slabých míst nejen společností. Ve své práci jsem použil SWOT analýzu.

2.4.1 SWOT analýza

Nejjednodušší analýzou vedoucí k zjištění silných a slabých stránek firmy, k vymezení příležitostí či hrozeb je SWOT analýza. [14]

SWOT analýza je metoda, přes kterou můžeme zjistit silné (angl. Strengths) a slabé (angl. Weaknesses) stránky, příležitosti (angl. Opportunities) a hrozby (angl. Threats)

dané firmy. Pomocí této metody je možné celkově vyhodnotit fungování firmy, vyhledat problémy, ale i nové možnosti, které povedou k růstu společnosti. Používá se při strategickém a dlouhodobém plánování firmy. [15]

SWOT analýza analyzuje vnitřní a vnější prostředí firmy. [15]

Vnitřní prostředí určuje silné a slabé stránky firmy. Ty může firma sama ovlivňovat na rozdíl od příležitostí a hrozeb z vnějšího prostředí. [15]

Silné stránky řeší vnitřní situaci podniku a říkají o podniku, v čem je podnik lepší než konkurence, tedy v čem vyniká oproti ostatním firmám. [16]

Slabé stránky řeší vnitřní situaci podniku a varují před tím, co podnik znehodnocuje či znevýhodňuje. Při správném zjištění a zásahu firmy proti zjištěným nedostatkům, se podnik může na základě zjištěných informací zlepšovat. [16]

Příležitosti jsou pro podnik velmi důležitá činnost, pro správnou funkčnost podniku a pro jeho úspěch. [16]

Hrozby mohou negativně ovlivnit činnost podniku. [16]

Tab. 2.2 SWOT

Vnitřní prostředí	Silné stránky S trengths	Slabé stránky W eaknesses
Vnější prostředí	Příležitosti O pportunities	Hrozby T hreats

Zdroj: Vlastní zpracování

2.4.2 SWOT analýza PMDP

Na základě mých zkušeností a získaných dat z dotazníku jsem vytvořil SWOT analýzu PMDP.

Tab. 2.3 SWOT analýza dopravního podniku

S	Silné stránky: <ul style="list-style-type: none">- odborně vzdělání zaměstnanci- kvalita poskytovaných služeb- neexistence přímé konkurence- dobré jméno společnosti- široký vozový park	Slabé stránky: <ul style="list-style-type: none">- nedostatek řidičů- zastaralý vozový park- lidský faktor- nedostatečná informovanost zákazníka o poskytovaných službách	W
O	Příležitosti: <ul style="list-style-type: none">- modernizace vozové parku- technologická vylepšení a inovace- poskytování slev- ekologická vozidla	Hrozby: <ul style="list-style-type: none">- bezpečnost řidičů a cestujících, vandalismus- zvyšování cen pohonných hmot a energií- automobilová doprava	T

Zdroj: Vlastní zpracování

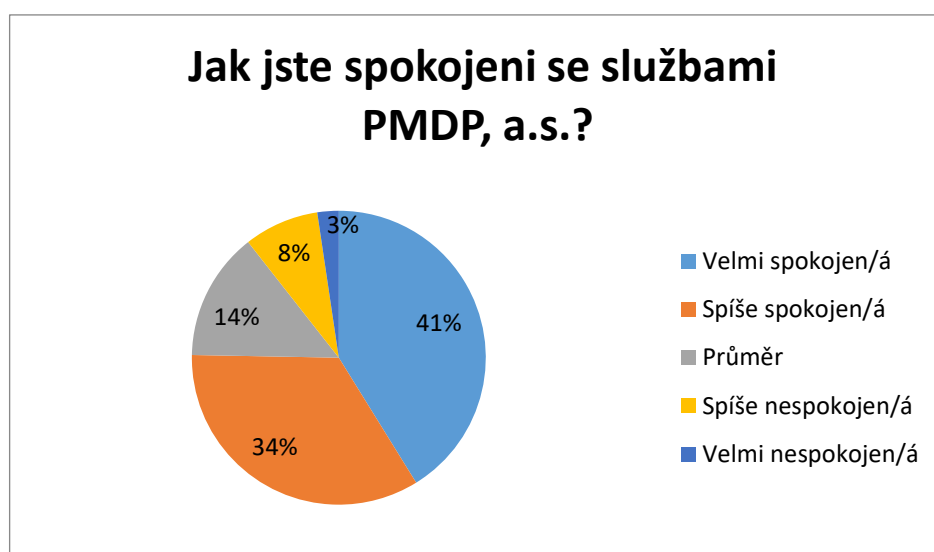
3 Návrhy na zlepšení kvality služeb Dopravního podniku města Plzně

Ze SWOT analýzy byly vybrány čtyři hlavní body. Ze silných stránek jde o bod „kvalita poskytovaných služeb“, ze slabých stránek o bod „nedostatek řidičů v MHD“, z příležitostí o bod „modernizace vozového parku“ a z hrozeb bod „bezpečnost řidičů a cestujících“ plzeňských městských dopravních podniků.

3.1 Kvalita poskytovaných služeb

Kvalita poskytovaných služeb patří mezi silné stránky společnosti PMDP. Jak již jsem psal v teoretické části, společnost PMDP nabízí mnoho služeb. Největší a nejrozšířenější službou dopravních podniků je provoz MHD, tedy přeprava cestujících. Proto se v mé práci více zaměřuji na službu provoz MHD. Mezi další služby PMDP patří pronájem vozidel MHD, pronájem historických vozidel MHD, carsharing Karkulka, senior express, správa světelné signalizace, veřejné osvětlení, parking, autoškola a doprovod nadměrných nákladů.

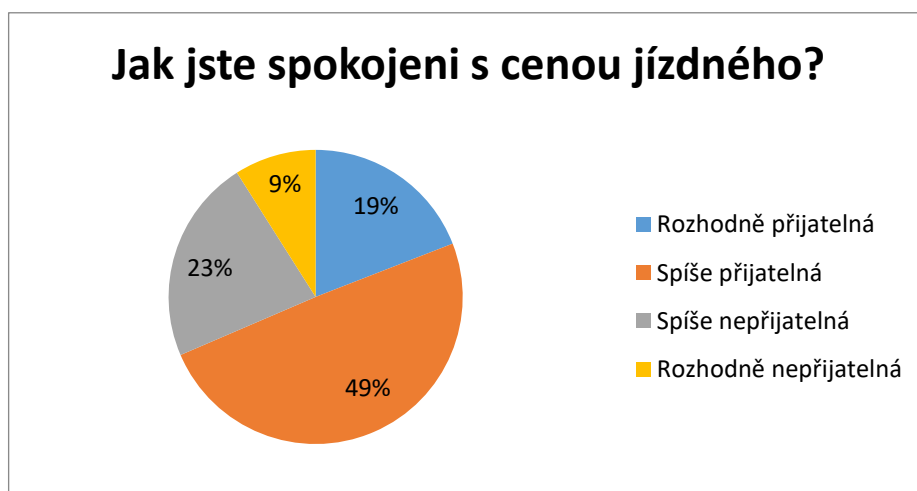
Z mého vytvořeného dotazníku bylo zjištěno, že na otázku „jak jsou spokojeni se službami PMDP, a.s.“, odpovídali pozitivně tedy celkově 75 %. Zbytek tedy 25 % odpovídalo neutrálně nebo negativně. Strukturu odpovědí lze vidět v grafu č. 3.6.



Graf 3.6 Spokojenost respondentů se službami

Zdroj: Vlastní zpracování

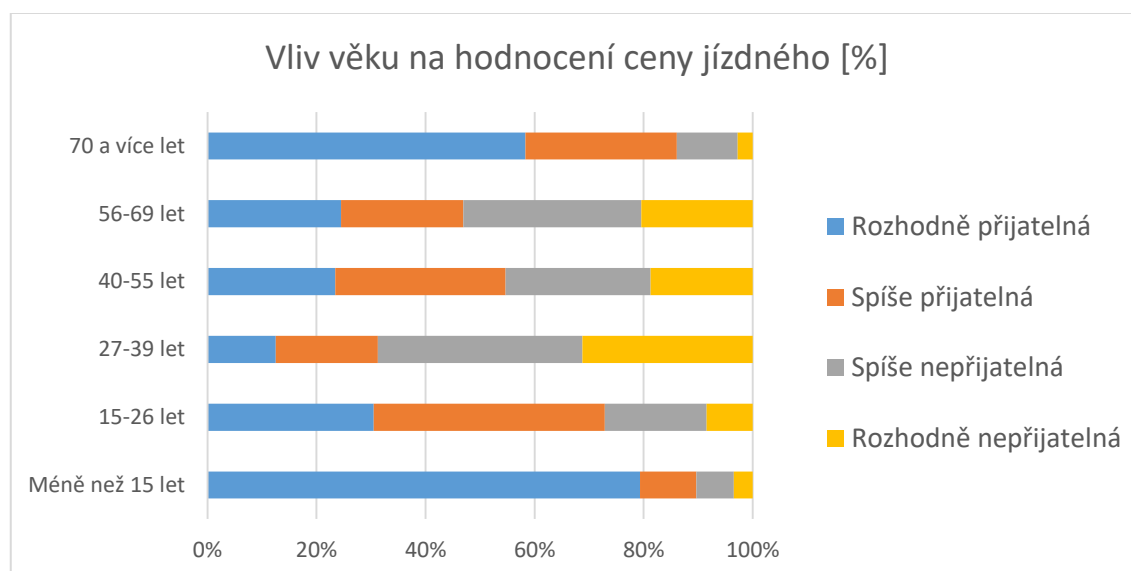
Další otázkou z mého vytvořeného dotazníku je spokojenost s cenou jízdného. Jak lze vidět v grafu č. 3.7, pro téměř dvě třetiny cestujících v plzeňské MHD je cena jízdného přijatelná.



Graf 3.7 Spokojenost ceny jízdného

Zdroj: Vlastní zpracování

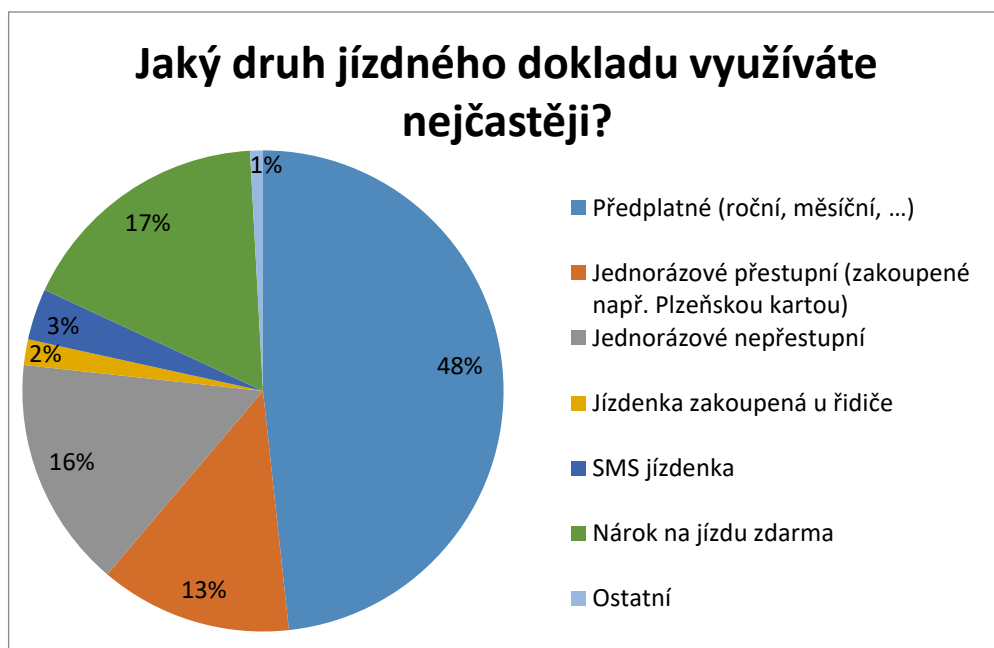
Především jde o skupinu cestujících do 15 let nebo o skupinu cestujících nad 70 let, jelikož mají jízdné zdarma, anebo skupinu studentů do 26 let, kteří mají zvýhodněnou cenu. Výsledky hodnocení ceny jízdného podle věku lze vidět v grafu č. 3.8.



Graf 3.8 Vliv věku na hodnocení ceny jízdného

Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka z dotazníku byla, jaký druh jízdního dokladu cestující využívají. Jak lze vidět v grafu č. 3.9, nejčastější druh jízdního dokladu využívají cestující pomocí předplatného, které nejvíce využívají studenti, ekonomicky aktivní respondenti do 55 let a také ti, kteří jezdí častěji v MHD několikrát týdně. PMDP nabízejí předplatné na určitý počet dní nebo měsíců. Dále si lze předplatit jízdné čtvrtletně nebo ročně. Jednorázovou přestupní jízdenku zakoupenou přes Plzeňskou kartu nebo přes platební kartu využívá 13 % respondentů, kteří jezdí MHD jednou týdně, což je 10 % dotázaných. Jednorázové nepřestupní jízdenky používá 16 % respondentů. Jde o skupinu zákazníků, kteří využívají MHD několikrát měsíčně, což jsou 3 % zákazníků. Tito zákazníci většinou nevlastní Plzeňskou kartu nebo například nechtějí platit bankovní kartou ve vozidlech. Dále je to skupina turistů. Větší skupina respondentů využívá nárok na jízdu zdarma. Jsou to většinou důchodci nad 70 let, děti do 15 let, pokud mají aktivovanou slevu na Plzeňské kartě, držitelé průkazu ZTP nebo ZTP/P.



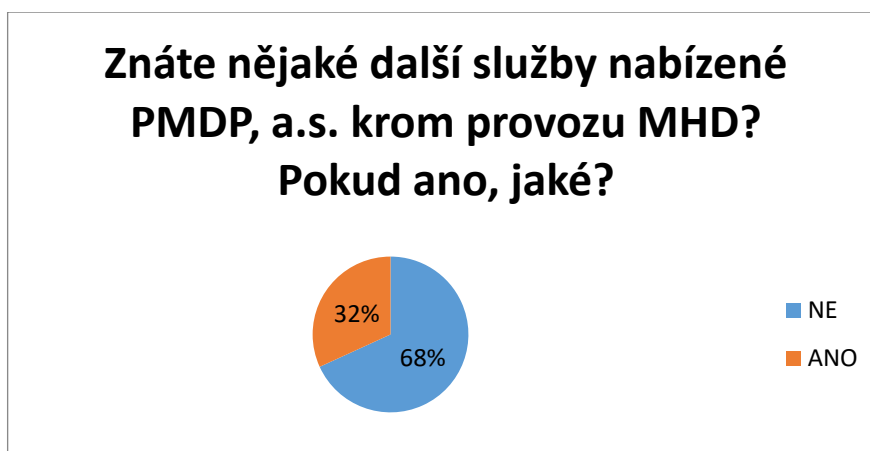
Graf 3.9 Nejčastější druh dokladu

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak již jsem psal na začátku kapitoly, kvalita poskytovaných služeb patří mezi silné stránky společnosti. Ale i zde se najdou nějaké návrhy ke zlepšení poskytování služeb.

Při dotazování bylo zjištěno, viz graf č. 3.10, že polovina respondentů nevěděla, jaké další služby PMDP nabízí. Tudíž chybí informovanost o dalších nabízených službách

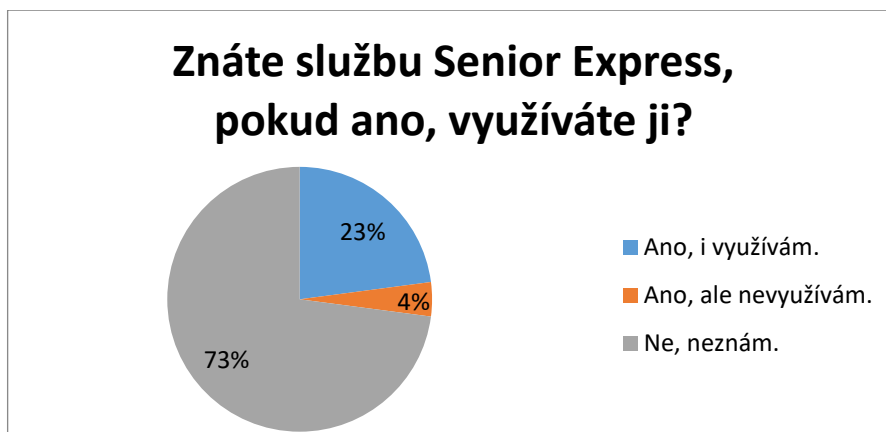
PMDP. Z dotazníku bylo zjištěno, že polovina respondentů, kteří nevěděli o nabízených službách, byli starší lidé, převážně lidé v důchodu. Tento problém vznikl, protože senioři nevyužívají nebo neumí hledat informace na internetu. Starší lidé jsou naučeni hledat informace v novinách. Proto bych navrhl zřídit bezplatnou infolinku, která by sloužila k zjištění potřebných informací nabízených služeb PMDP. Tato infolinka by samozřejmě byla zřízena pro všechny, kteří chtějí zjistit nějaké informace o nabízených službách. Zřízení a číslo infolinky, pro zjištění informací, by bylo vytištěno v novinách a ve vozech MHD, především kvůli starším lidem, aby se k nim tato informace dostala.



Graf 3.10 Znalost dalších služeb

Zdroj: Vlastní zpracování

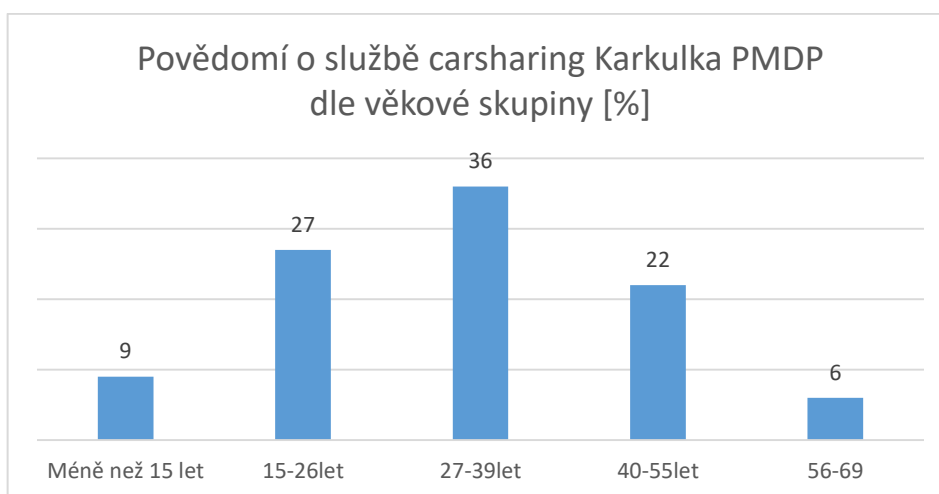
Přímo pro seniory a držitele průkazu ZTP nebo ZTP/P byla zavedena služba Senior Expres. Další otázka z dotazníku byla, zda lidé starší 70 let, znají službu Senior Expres a zda ji využívají. Jak lze vidět v grafu č. 3.11, většina starších lidí o této službě neví. Součástí otázky také bylo, když tuhle službu znají, zda jí využívají. 23 % seniorů tuto službu využívá. Jak již jsem psal, služba Senior Expres slouží pro seniory nad 70 let, dále pro držitele průkazu ZTP nebo ZTP/P. Vozový park pro danou službu tvoří sedm osobních aut. Tato auta vozí zákazníky do obchodu, k lékaři atd. Je zde účtován poplatek 30 Kč na území města. Podle sdělení zaměstnance pracujícího v PMDP je využitost sdílených aut převyšující až dvojnásobkem počtu aut.



Graf 3.11 Znalost služby Senior Express

Zdroj: Vlastní zpracování

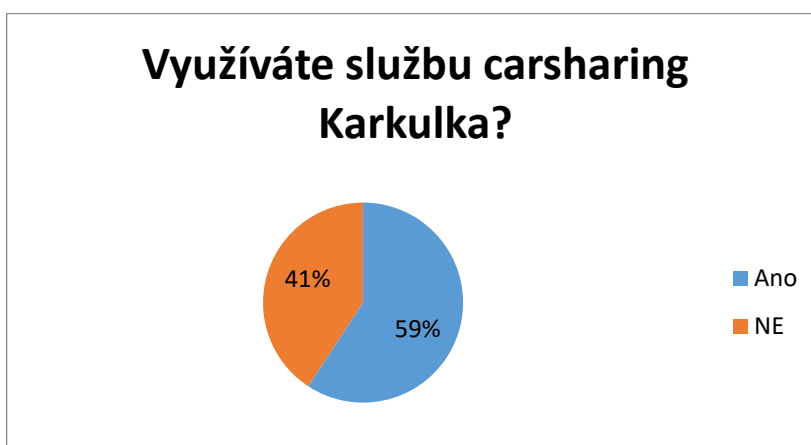
Další otázkou v dotazníku je využití služby carsharingu Karkulka. Karkulka jsou červená auta, která jsou volně přístupná. Po registraci si člověk může jednoduše a rychle zapůjčit. Tato služba je pro lidi, kteří nepotřebují nebo nechtějí vlastnit vůz, ale občas ho potřebují. Automobil si lze zapůjčit na den, týden, ale i na jednu hodinu. Využití této služby má určité podmínky. Potencionální zákazník se nejdříve musí přihlásit do systému. Zde se vyplní registrační údaje, vloží fotografie řidičského průkazu a potvrdí se souhlas s podmínkami využití služby. Poté si zákazník může vybrané vozidlo zarezervovat. Tuto službu využívají především mladší lidé, především studenti, jelikož ti si ještě nestihli našetřit na svůj vlastní vůz. V grafu č. 3.12 lze vidět, zda službu carsharing Karkulka znají podle věku. Jak již jsem zmiňoval, největší povědomí o této službě mají mladší respondenti ve věku 15-39let.



Graf 3.12 Povědomí o službě carsharing Karkulka PMDP dle věkové skupiny

Zdroj: Vlastní zpracování

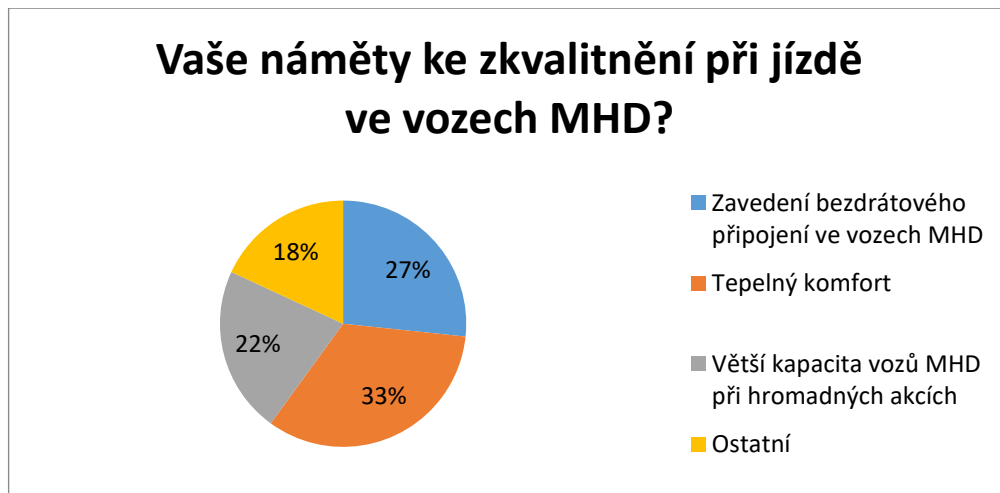
Podle dotazníku, se služba půjčování aut zdá nevyužívána, viz graf č. 3.13. Naopak kapacita vozového parku Karkulka je plně obsazena. Problémem je, že někteří zákazníci carsharingu Karkulka, kteří si půjčují vozidla, je odevzdávají znečištěná (vnitřek interiéru je špinavý např. od bláta, domácích mazlíčků i jiného nepořádku). Na to si pak stěžují ti zákazníci, kteří auto přebírají (sdělení zaměstnance PMDP). To kazí celé službě dojem. PMDP, které tuto službu provozují, nemůže po každém zákazníkovi kontrolovat čistotu vozu jak uvnitř tak zvenku. Dále čištění vozu po neohleduplném zákazníkovi je finančně náročné. Proto navrhuji, po každém vrácení vozu, zákazník vnitřní a venkovní stav vozidla nafotí a vloží do rezervačního portálu. Toto opatření především bude sloužit k preventivnímu opatření proti neohleduplným zákazníkům. Věřím, že po zavedení tohoto opatření, se čistota všech vozů zvýší.



Graf 3.13 Využití služby carsharing Karkulka

Zdroj: Vlastní zpracování

Dalším bodem ke zlepšení přepravních služeb v MHD je cestování na velké akce např. fotbalové zápasy, hokejové zápasy, kulturní události, tak cestování po skončení těchto událostí. Dále jsou vozy MHD přeplněné při ranní a odpolední špičce, kdy cestující jedou do práce nebo do školy a naopak odpoledne zase ze školy nebo z práce. Respondenti v dotazníku často zmiňovali tento problém, viz graf č. 3.14 níže.



Graf 3.14 Náměty ke zkvalitnění od respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

Vozy MHD jsou přeplněné a například maminky s kočárkem nemají možnost nastoupit do těchto vozů. Není možné zkrátit interval z důvodu propustnosti trasy, velkých dopravních uzlů a křižovatek. Proto navrhuji nasazení velkokapacitních vozů. Tím se prodlouží interval mezi spoji, takže nebude docházet ke sjíždění a přeplňování spojů, čímž také dojde ke zpravidelnění provozu, snížení potřeby řidičů a navýší se požadovaná kapacita.

Níže v tabulce č. 3.4 jsem uvedl modelovou situaci pro představu, jak je efektivní využívat velkokapacitní vozy.

Jako velkokapacitní vůz jsem si vybral tříčlankovou tramvaj Vario LF3/2 viz obrázek č. 3.10. Tato tramvaj je nízkopodlažní a je určena pro provoz na městských a rychlodrážních tratích. Vozidlo je konstruováno pro obousměrný provoz. Tramvaj včetně spráhel měří 31,2 metru. Důležitý údaj, který potřebuji k řešení modelové situace, je maximální obsaditelnost. Ta je 334 osob, počítáno při 8 osob/m². [17]



Obr. 3.10 Tramvaj Vario LF3/2

Zdroj: [17].

Opakem k řešení modelové situace je běžný tramvajový vůz, Vario LF2 plus viz obrázek č. 3.11. Tato tramvaj je pouze dvoučlanková. Její délka včetně spřáhel je 23,7 metru. Maximální obsaditelnost při 8 osob/m² je 234 osob. [17]



Obr. 3.11 Tramvaj Vario LF2 plus

Zdroj: [17].

Situace č. 1

Tyto tramvaje absolvují stejnou trasu z bodu A do bodu B v ranní špičce. K zastávce A přijela velkokapacitní tramvaj Vario LF3/2. Nastoupí stejný počet cestujících, tedy 250 osob. Maximální obsaditelnost vozu Vario LF3/2 je 334 osob. Po výpočtu podle vzorce, jsem zjistil hodnotu kapacity naplnění vozu 74,9 %. Což je podle mého názoru komfortní pro cestující.

Vzorec má následující tvar

$$C = \frac{O}{K} * 100 \quad [\%] \quad (3.1)$$

kde: C – kapacita vozu,

O – celkový počet přepravených osob z bodu A do bodu B,

K – maximální obsaditelnost vozu.

Situace č. 2

Ke stejné zastávce A přijela tramvaj Vario LF2 plus. Zde se chystá nastoupit stejný počet cestujících, tedy 250 osob.

Maximální obsaditelnost vozu Vario LF2 plus je 234 osob. Po výpočtu podle vzorce jsem zjistil, přesahují hodnotu kapacity vozu 106,8 %, což znamená, že vůz byl již zcela naplněn a dalších 34 cestujících se do vozu nevešlo. Naplněný vůz pro cestující určitě není komfortní služba, jak již zmiňovali v dotazníku. V naplněném voze také dochází k problému ovzduší, kdy technologie vozu nedokáže obměňovat čerstvý vzduch a dochází k vydýchání vzduchu, což v létě může být i zdravotně nebezpečné. Přeplněné vozy nahrávají zlodějům, kteří tato přeplněná místa vyhledávají. Zloději mají větší možnost okrást nějakého cestujícího, jelikož cestující nemá takový přehled v přeplněném vozidle o svých věcech.

Tab. 3.4 Porovnání obsaditelnosti

Tramvaj	Vario LF3/2	Vario LF2 plus
Maximální obsaditelnost (8 osob/m ²)	334 osob	234 osob
Počet osob	250 osob	250 osob
Kapacita vozidla	74,9 %	106,8 %

Zdroj: Vlastní zpracování

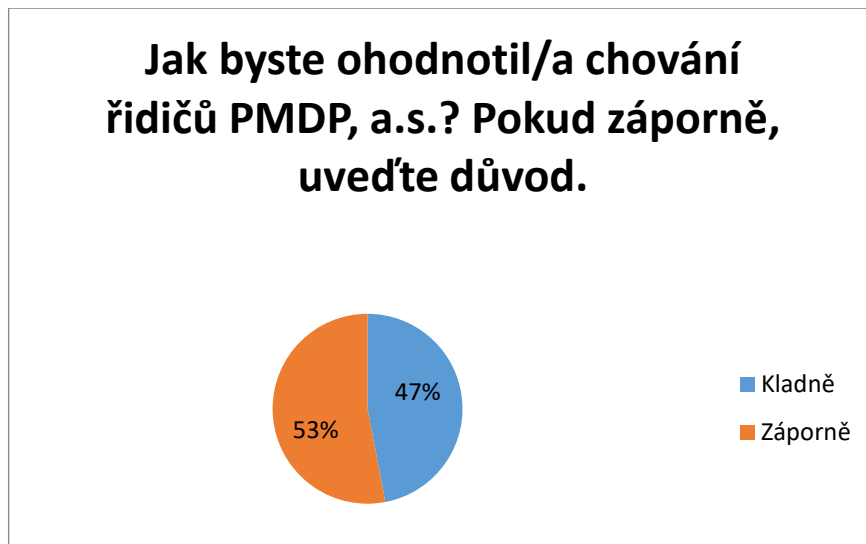
Jak již jsem psal, nákupem a nasazováním velkokapacitních vozů se zvýší cestovní komfort cestujících.

3.2 Nedostatek řidičů v městské hromadné dopravě

Nedostatek řidičů patří mezi podstatné slabé stránky společnosti. Nejde ale jen o nedostatek v této společnosti, ale o nedostatek v celé České republice. Tyto problémy mají dopravní podniky ve všech regionech, zejména v Jihočeském, Karlovarském, Ústeckém a Plzeňském kraji, kde sídlí i dopravní společnost. Hlavním důvodem jsou nízké platy řidičů. Proto řidiči žijící v regionech sousedících s Německem nebo Rakouskem často odcházejí pracovat do zahraničí ke konkurenčním dopravním podnikům, jelikož v těchto zemích mají za tuto zodpovědnou práci podstatně vyšší mzdy, nebo odcházejí pracovat úplně do jiného oboru.

Být řidičem městské hromadné dopravy je náročné a nebezpečné povolání. Řidič musí být neustále soustředěný a sledovat situaci, zda mu před vozidlo nevběhne nepozorný chodec, nebo nevjede nepozorný řidič, cyklista. Na zastávkách sleduje a zajišťuje bezpečný nástup nebo výstup cestujících. Přebírá značnou zodpovědnost i za svěřený majetek. V případě dopravní nehody zaviněné řidičem, doplácí řidič na škody na vozidle. Navíc řidič je neustále sledován dopravním dispečinkem, zda dodržuje jízdní řád. Tato práce je velmi stresující.

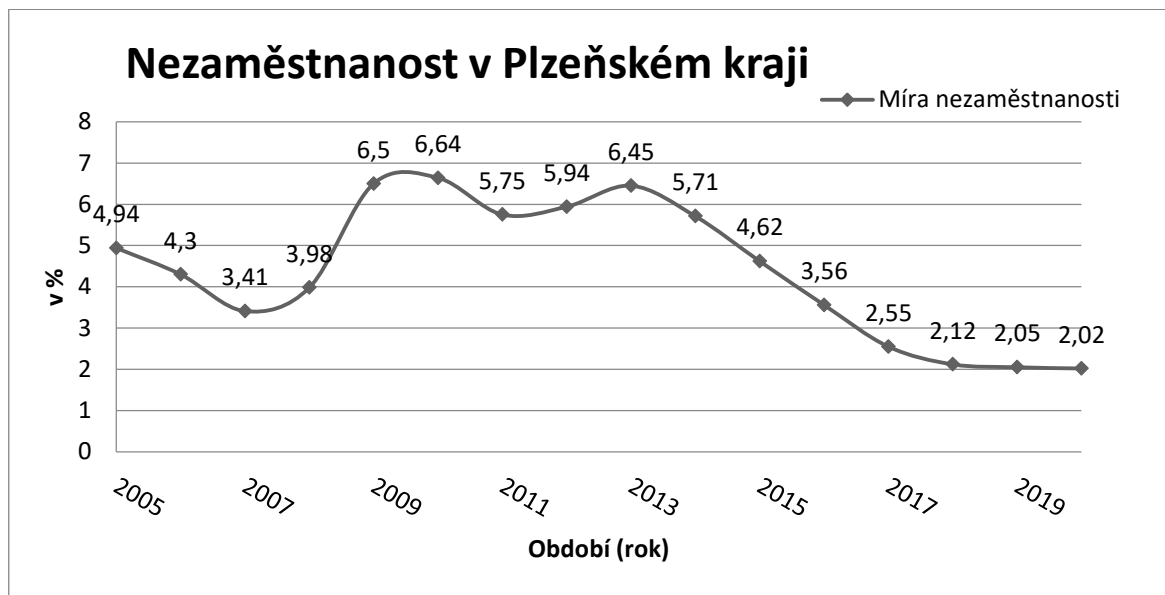
Dalším důvodem nedostatku řidičů je jejich pracovní doba. Pracovní doba řidičů v MHD je 40 hodin týdně, ale velice často pracují přesčas, z důvodu nedostatku řidičů. Pracovní doba je nepravidelná. Skládá se ze dvou typů. Prvním typem pracovní doby je turnusová směna. Tato směna se dělí na dny, kdy se pracuje a na dny kdy má řidič volno. Většinou řidič čtyři dny pracuje v kuse a dva dny má volno. Druhým typem pracovní směny je dělená směna. Zde řidič jezdí jen v době ranních a odpoledních špiček. Mezi špičkami má volno. Tato směna se vykonává jen v pracovních dnech. Další směny jsou noční nebo jako náhradní doprava při výlukách nebo plánovaných akcích. Důvodem nepravidelnosti těchto pracovních směn jsou unavení a až agresivní řidiči. Na tento problém si v dotazníku často stěžují zákazníci využívající služby PMDP, kteří nejsou občas spokojeni s řidiči, viz graf č. 3.15.



Graf 3.15 Hodnocení řidičů PMDP, a.s.

Zdroj: Vlastní zpracování

Nízká nezaměstnanost v České republice je dalším faktorem nedostatku řidičů v PMDP. Jak lze vidět v grafu č. 3.14 v posledních třech letech je v České republice a zároveň v Plzeňském kraji nízká nezaměstnanost, což dokládají velice nízké hodnoty nezaměstnanosti od roku 2018.



Graf 3.16 Nezaměstnanost v Plzeňském kraji

Zdroj: [18].

Dalším problémem u řidičů MHD, je povolení řídit dopravní prostředek MHD osobám starším 21 let. Student po dosažení vzdělání si tedy musí hledat práci v jiném oboru a většinou už v tomto oboru zůstane. Řešením by bylo snížit hranici věku řízení v MHD od 19 let a poupravit tak zákon.

Další změnou v zákonu, která by pomohla snížit nedostatek řidičů v MHD je úprava nároků na řízení trolejbusů a tramvají. Řidičem autobusu, trolejbusu a tramvaje se může stát osoba, která je starší 21 let a zároveň je držitelem příslušného řidičského oprávnění. Řidič trolejbusu nebo tramvaje musí mít navíc průkaz způsobilosti k řízení drážního vozidla.

Aby dopravní podnik udržel a nalákal na pracovní pozici řidiče MHD v Plzni, vypsals jsem „zaměstnanecké benefity“, které by měly být nabízeny v každé společnosti. Zaměstnanecké benefity povedou k lepší motivaci firemních zaměstnanců, především řidičů a mohou se stát i rozhodujícím prvkem pro potenciální řidiče, kteří budou hledat práci v PMDP. Dopravní podnik by měl nabízet minimálně 5 benefitů například:

- věnostní a vánoční prémie,
- stravenky,
- týden dovolené navíc,
- příspěvek na životní pojištění,
- vzdělávací kurzy,
- příspěvky na rekreaci,
- příspěvek na dojíždění do zaměstnání,
- příspěvek při narození dítěte, uzavření sňatku, při pohřbu, životní jubileu 50. let,
- příspěvek při pracovním výročí (5, 10, 15, 20, ... let),
- prémie za jízdy bez nehod,
- jízdní výhody pro zaměstnance a rodinné příslušníky.

Dalším dá se říct benefitem pro nové řidiče MHD je pořízení patričného oprávnění k řízení MHD vozidel zdarma. Dopravní podnik investuje do nového řidiče pořízením jeho oprávnění. Zde je podmínka podepsání pracovní smlouvy u dopravního podniku na minimálně 5 let. Zde bych navrhl, aby dopravní podnik pořádal jednou ročně bezplatné kurzy. Například pro 10 zájemců pro získání řidičského oprávnění, aniž by potenciální řidič nemusel opouštět své stávající zaměstnání a byl zaměstnán pouze

na dohodu o pracovní činnosti nebo na dohodu o provedení práce v dopravních podnicích města Plzně. Jednalo by se o tzv. brigádu řidiče MHD. Když by potencionální řidič odpracoval maximálně 300 hodin ročně a jeho odměna by byla do 10 000 Kč za měsíc, nemusel by platit sociální a zdravotní pojištění, což by bylo výhodné jak pro zaměstnavatele, tak pro zaměstnance.

Společnost PMDP se snaží sice udržovat své řidiče navyšováním mezd a poskytováním různých benefitů, ale to se značně projevuje na nákladech společnosti. Aby osobní náklady nebyly tak vysoké, popsal jsem „zaměstnanecké benefity“, které by měly řidiče motivovat k zaměstnání v PMDP. Výhodou pro dopravní společnost bude, že u těchto „zaměstnaneckých benefitů“ nepovede razantně ke zvýšení osobních nákladů, jelikož na vybrané „zaměstnanecké benefity“ bude „přispívat stát“. Stát neposkytuje žádné finanční balíčky, ale přispívá formou zvýhodněných daní. Jde o daňové uznatelné náklady.

Penzijní připojištění

Mezi velmi výhodný zaměstnanecký benefit jsem zařadil příspěvek na penzijní připojištění. Penzijní připojištění je výhodné jak pro zaměstnance, tak pro zaměstnavatele – tedy pro PMDP. Tento příspěvek navýší čistý příjem zaměstnance, aniž by se mu zvýšila hrubá mzda, protože podle výše hrubé mzdy se odvádí sociální a zdravotní pojištění a také daň. Pro společnost tento příspěvek znamená, že si jej může promítnout do daňové uznatelných nákladů a zároveň nebude podléhat ani dani z příjmu, ani zdravotnímu a sociálnímu pojištění. [19]

Pro pochopení jsem zde uvedl příklad. V prvním sloupci jsou dané položky. V druhém sloupci jsem uvedl, jaká nastane situace, když se navýší zaměstnanci mzda o 2000 Kč a ve sloupci třetím, když poskytne společnost příspěvek na penzijní připojištění. [19]

Tab. 3.5 Zaměstnanci - porovnání

	Zvýšení mzdy	Příspěvek na penzijní připojištění
Částka	2000 Kč	2000 Kč
Sociální a zdravotní pojištění – zaměstnavatel	680 Kč	0 Kč
Sociální a zdravotní pojištění, daň – zaměstnanec	622 Kč	0 Kč
Firemní náklady na zaměstnance	2680 Kč	2000 Kč
Skutečný příjem zaměstnance	1378 Kč	2000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky č. 3.5 jsem zjistil, jaký je finanční rozdíl mezi zvýšením mzdy a poskytnutím příspěvku na penzijní připojištění. Zaměstnanci se navýší mzda o 2000 Kč, ale po odečtu daně a sociálního a zdravotního pojištění dostane 1378 Kč čisté mzdy. Při příspěvku na penzijní připojištění se sociální a zdravotní pojištění a ani daň neodečítá. Jak je vidět v tabulce, tak pro společnost je výhodnější zvolit tento příspěvek hned ze dvou důvodů. První důvod je, že se sníží firemní náklady na jednoho zaměstnance až o 680 Kč a druhým důvodem je, že si celý příspěvek na připojištění započte do nákladů společnosti. Další výhodou je, že k příspěvku na penzijní připojištění zaměstnanců přispívá i stát. [19]

Vzdělávací kurzy

Dalším zaměstnaneckým benefitem, který jsem navrhl, jsou vzdělávací kurzy. Navrhl bych kurzy znalostí a situací, se kterými se řidiči setkávají denně, ale je potřeba se stále zdokonalovat. Půjde například o kurz silničních a drážních pravidel. Dalším kurzem by mohl být kurz výuky cizího jazyka nebo kurz sebeobrany.

Investice do kurzů jsou pro tuto společnost též výhodné. Jde o zaměstnanecký benefit, na který se nevztahuje daň z příjmu ze závislé činnosti a zaměstnanec z něj nemusí odvádět daň. Aby tento benefit byl výhodný, musela by dopravní společnost kurzy zaplatit přímo poskytovateli kurzu. Nesmí dojít k poskytnutí finančního příspěvku na jakýkoliv kurz do mzdy zaměstnance, protože by se musela odvádět daň z příjmu,

sociální a zdravotní pojištění. Podstatnější pro dopravní společnost je, že kurzy patří mezi daňové uznatelné náklady. [19]

Stravenky

Dalším benefitem, který by měl být už samozřejmostí, jsou stravenky. Jsou výhodné jak pro zaměstnance, tak pro dopravní podnik. Díky stravenkám dostanou zaměstnanci větší měsíční odměnu a podnik zároveň ušetří na daních, zdravotním a sociálním pojištění. Těmito stravenkami lze platit ve většině restaurací nebo ve většině obchodů. Dopravní společnost tak zvýší příjem zaměstnance s nižšími náklady, než jaké by musel investovat do hrubé mzdy o stejnou částku. Podnik navíc ušetří na daních. [19]

Podle zákona č. 586/1992 Sb. o daních z příjmu lze až 55 % z hodnoty stravenky dát do daňové uznatelných nákladů. Zbýlých 45 % si hradí každý zaměstnanec sám. Výši stravenky si určuje každá společnost podle sebe. [19]

Zde uvedu příklad, kolik se ušetří při zavedení stravenek. Já navrhuji stravenku v hodnotě 100 Kč, kterou zaměstnanec dostane za každý odpracovaný den. Podnik přispěje zaměstnanci 55 %, což ze 100 Kč je 55 Kč. Zbýlých 45 Kč se strhne zaměstnanci ze mzdy. Pro příklad uvedu, že v dopravních podnicích pracuje 100 řidičů.

100 zaměstnanců	x 55 Kč
5500 Kč	x 240 dní (pracovní dny včetně dovolené)
1 320 000 Kč	x 0,31 (sazba daně)
409 200 Kč	

Podle mého výpočtu dopravní podnik se 100 řidiči ušetří 409 200 Kč za rok na dani z příjmu. Stravenky tak umožní zvýšit příjem řidičů s nižšími náklady, lépe než kdyby dopravní podnik zvýšil jejich hrubou mzdu.

Stravenky patří mezi nejoblíbenější zaměstnanecké benefity. Dopravní podnik tím zvýší motivaci zaměstnanců a zároveň jejich příjem za odvedenou práci.

Příspěvky a poukázky

Mezi další zaměstnanecké benefity, které jsou pro společnost daňové uznatelnými náklady, jsou například příspěvky na rekreaci a sportovní a kulturní akce. Zde firma

může poskytnout svým řidičům např. různé poukázky do bazénu, posiloven nebo nějaké poukázky ke zlepšení zdravotního stavu jako jsou např. masáže nebo vitamíny. [19]

V dnešních firmách je poskytování zaměstnaneckých benefitů běžné, ale pro dopravní podnik příliš nákladné. A proto jsem navrhl alespoň pár způsobů, které jsou jak pro zaměstnance, tak pro zaměstnavatele výhodné.

3.3 Modernizace vozového parku

Bod modernizace vozového parku patří do části příležitosti ve SWOT analýze PMDP.

Modernizací vozového parku se myslí nákup nových vozů, než těch co vlastní dopravní podniky. Nákup nových vozidel MHD je finančně náročné pro každou dopravní společnost, ale zvýší se profesionální a především technická úroveň dopravní společnosti. Každá dopravní společnost považuje za důležité vlastnit vozový park na vysoké technické úrovni. To ovlivňuje především produktivitu dopravní společnosti a komfort pro cestující. Nový dopravní prostředek má menší pravděpodobnost poruchy a nemusí tak docházet k problémům během přepravy cestujících např. zpoždění. Toho si pak všímají především cestující.

Jak již psal, modernizace vozového parku je finančně náročná. Proto navrhuji nákup nových vozů anebo alespoň rekonstrukci systému motoru. Tento systém mění funkci motoru. Při brždění tramvaj energii nespotřebovává, ale vyrábí a vrací zpět do vedení. Tuto energii je možné použít do dalších tramvajů nebo např. do vytápění výhybek nebo tramvajových ostrůvků. Tímto systémem celkově spotřeba elektřiny na ujetý kilometr klesá.

Modernizací vozového parku dochází k šetření množství spotřebované nafty nebo energie. Obecně můžeme říci, že novější vozidlo má menší průměrnou spotřebu nafty nebo energie. Na první pohled tento údaj může být bezvýznamný, ale když vezmeme v potaz veškeré množství dopravních prostředků MHD, je jasné, že se jedná o výrazné šetření energie a nafty.

Níže v tabulce č. 3.6 jsem uvedl modelovou situaci, kde jsem porovnal spotřebu energie starší tramvaje a tramvaje nové.

Průměrná spotřeba starší tramvaje je 4,2 kWh, průměrná spotřeba novější tramvaje je 2,7 kWh. [20]

Tab. 3.6 Spotřeba energie

	Starší tramvaj	Novější tramvaj
Počet kilometrů za rok	47 000 km	47 000 km
Průměrná spotřeba energie	4,2 kWh	2,7 kWh
Roční spotřeba energie	197 400 kWh	126 900 kWh

Zdroj: Vlastní zpracování

Při ujetí jedné starší tramvaje 47 000 km za rok a její průměrné spotřebě za kilometr 4,2 kWh dojde k roční spotřebě 197 400 kWh. Při ujetí stejného počtu km za rok nové tramvaje, kde spotřeba je nižší 2,7 kWh, dojde k roční spotřebě 126 900 kWh. Rozdíl mezi starší a novější tramvají je 70 500 kWh. Při počtu zhruba sto tramvají, které vlastní PMDP, dochází k velkým úsporám za rok na spotřebované energii.

Nejenže novější vozy MHD mají nižší spotřebu, ale šetří se tím i životní prostředí.

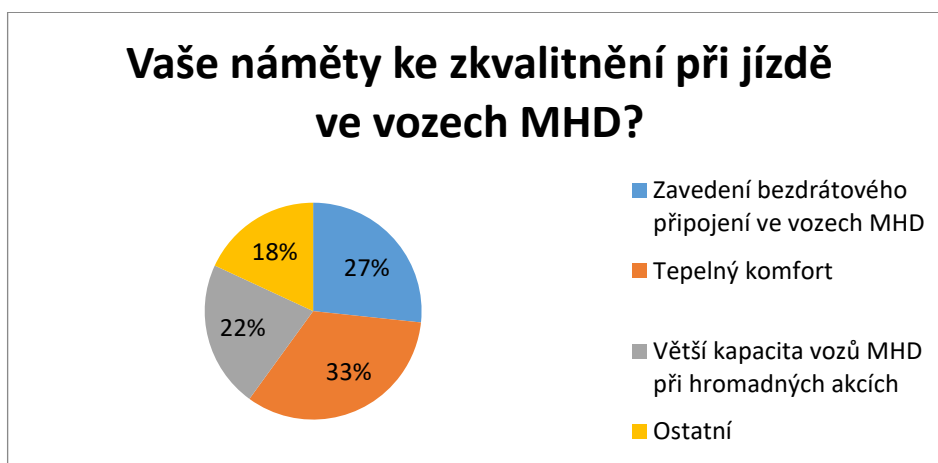
Zde jsem řešil finanční stránku nákupu novějších nebo alespoň rekonstrukci vozů, které povedou ke snížení spotřeby energie nebo nafty a šetření životního prostředí. Tyto aspekty zákazníci moc neberou na vědomí. Dále budu navrhovat další modernizaci vozů, což už zákazníci pocítí při přepravě.

Další modernizací vozů MHD pro usnadnění nástupu a výstupu starších cestujících, kočárků nebo cestujících s horší pohyblivostí jsou nízkopodlažní vozy. Vysokopodlažní vozidla stále patří do vozového parku PMDP. Nízkopodlažnost zvyšuje komfort cestujících při nástupu a výstupu, zrychluje dopravu a umožňuje přepravu handicapovaných osob.

Moderní vozidla působí na zákazníky lépe, než vozidla stará. Navíc pokud jsou více spolehlivá a napomohou zrychlení cestování, může zlepšení stavu vést k získání dalších cestujících. Proto i nadále je potřeba cestujícím zpříjemňovat cestu MHD. Proto navrhuji více se zabývat designem vozů MHD. V Plzni, jak již jsem zmiňoval v představení společnosti, jsou barevně rozděleny druhy vozů MHD podle barev ve znaku města Plzeň. Zelenou barvu mají trolejbusy, červenou barvu mají autobusy a žlutou barvu tramvaje. Vnější vzhled lze řešit různými polepy, například městskými institucemi, kterými se může město Plzeň chlubit a zároveň poslouží i jako reklama. Vůz bych polepil různými zvířaty, což by byla reklama na plzeňskou zoo. Což by se líbilo nejvíce miminkám s dětmi. Dále bych navrhl hokejový nebo fotbalový vůz, což

by získalo oblibu především i mužů. Některé designové polepy již vozy MHD v Plzni existují, ale je jich málo. Proto navrhuji zvýšit tyto polepy. Vozy by dále mohly být polepeny symboly a pozvánkou do městského divadla, galerie, muzea, bazénu nebo do místního pivovaru.

Z dotazníku bylo zjištěno, viz graf č. 3.17, že cestující by ocenili lepší teplotní komfort. V zimním období by mělo být ve vozech MHD vyšší teplota a v letním období by měly být vozy více klimatizovány. To starší vozy MHD technologicky nedokáží. Klimatizace se dodatečně instalovala pouze do kabin řidiče. V prostorech pro cestující musejí stačit otevřená okénka, což v letních obdobích vhání teplejší vzduch do vozu a to není ideální. Proto by měly být nové vozy opatřeny klimatizací a tím se zvýší komfort pro cestující.



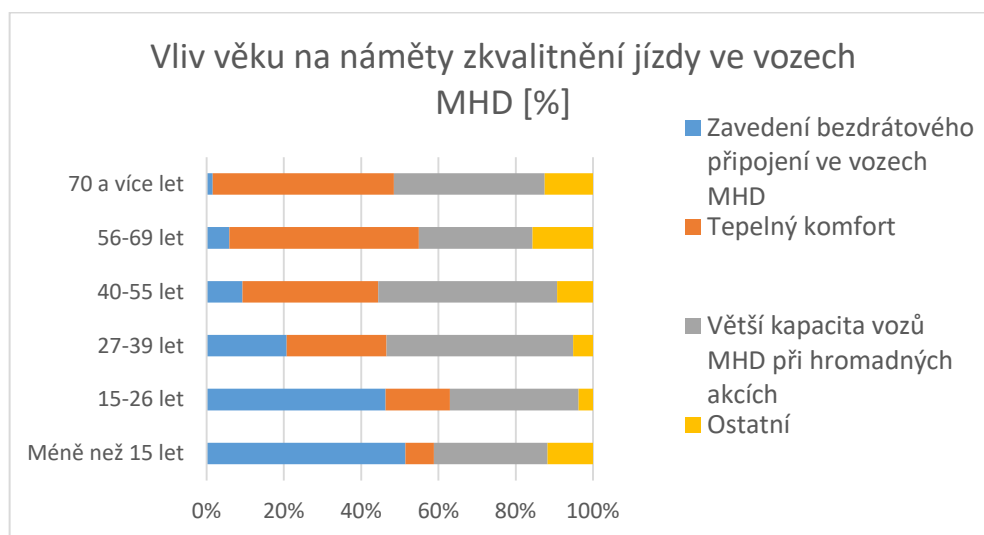
Graf 3.17 Náměty ke zkvalitnění od respondentů

Zdroj: Vlastní zpracování

Po teplotním komfortu ve vozidlech MHD respondenti v dotazníku často zmiňovali připojení k bezdrátové síti ve vozech zdarma, viz graf č. 3.17. V dnešní době, s vývojem inteligentních telefonů a dalších zařízení, které podporují bezdrátové připojení, je tato služba velmi žádaná, především u mladých lidí. Cestující vnímají MHD jako zastaralou formu cestování s nedostatečným komfortem, a tak je za potřebí cestu v MHD zpříjemnit. Navíc vnímají délku cesty mnohem delší než je tomu ve skutečnosti. Proto navrhuji zavedení bezdrátového připojení do jednotlivých vozů tramvají, trolejbusů a autobusů a zastávek, které tyto vozy obsluhují. Díky bezdrátovému připojení umožňuje při cestě do zaměstnání nebo do školy vyřídit pracovní maily, prohlížet si zprávy nebo hledat jízdní řády MHD. Tímto zavedením se zkrátí subjektivně vnímaná doba jízdy.

Tento návrh uvažuje poskytnutí bezdrátového připojení reklamním účelům. Náklady na tuto služby by se rozdělily na více subjektů. Při připojení k bezdrátové síti by byla nastavená reklamní úvodní stránka. Což by cestujícím nevadilo, jelikož tato služba je poskytována zdarma.

Jak lze vidět v grafu č. 3.18, mladší respondenti by rádi zavedli bezdrátové připojení ve vozech MHD. Naopak větší procento starších respondentů by ocenilo tepelný komfort.



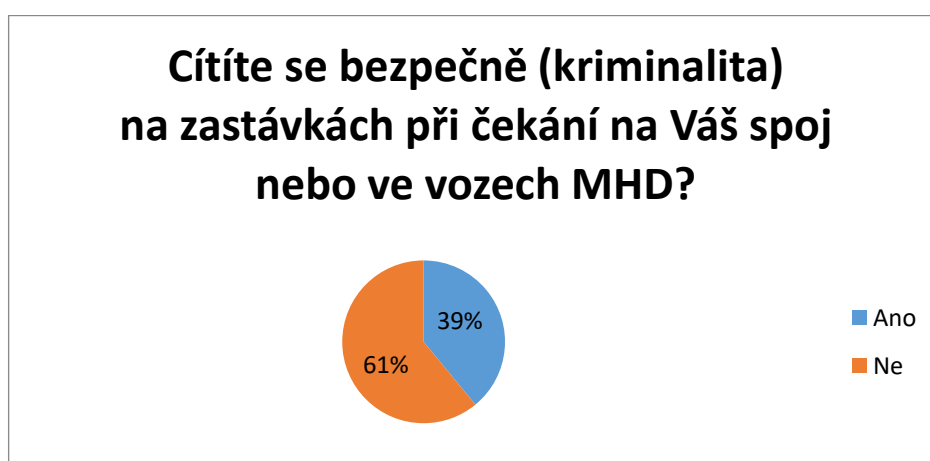
Graf 3.18 Vliv věku na náměty zkvalitnění jízdy ve vozech MHD

Zdroj: Vlastní zpracování

3.4 Bezpečnost řidičů a cestujících

Bezpečnost řidičů a cestujících

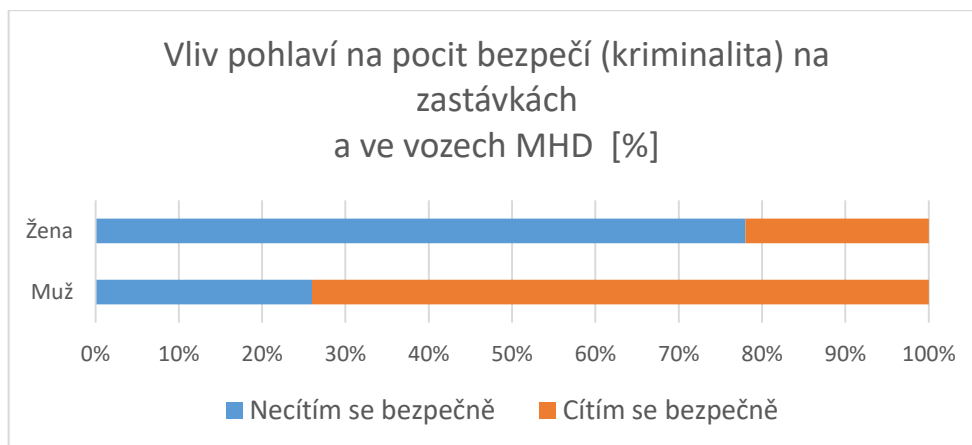
Bezpečnost řidičů a cestujících patří do slabých stránek PMDP. Přestože dopravní podniky nemůžou ovlivnit tento jev, musí se pokusit s tímto problémem nějak vypořádat. Město Plzeň se řadí mezi města, kde je zvýšená kriminalita a lidé se tak strachují o svou bezpečnost. Jde o celorepublikový problém, kdy se zvýšil příchod lidí ze zahraničí, hlavně lidí z východní Evropy, za prací. Tímto dochází k častějšímu ničení majetku PMDP, ohrožení zdraví řidičů a cestujících. Podle dotazníku jak lze v grafu č. 3.19 vidět, se často cestující bojí při čekání na spoj nebo ve vozech MHD především v ranních a ve večerních hodinách.



Graf 3.19 Bezpečnost ve vozech a zastávkách MHD

Zdroj: Vlastní zpracování

V grafu č. 3.20 lze vidět, že ve vozech MHD nebo při čekání na spoj na zastávce se necítí bezpečně větší podíl žen.



Graf 3.20 Vliv pohlaví na pocit bezpečí (kriminalita) na zastávkách a ve vozech MHD

Zdroj: Vlastní zpracování

Dále v otevřených otázkách respondenti často poukazovali na problém agresivních cestujících a lidí, kteří žijí na ulici a na silně zapáchají a jejich nevkusný vzhled. Zde jsem vybral tři směry, které ovlivňují bezpečnost řidičů a cestujících, a proto jsem navrhl opatření, které by mohlo zmírnit tento problém.

Vandalismus

Všechny dopravní podniky se potýkají s vandalismem. Mezi podniky patří i Plzeňský dopravní podnik. Vandalové ničí zastávky a vozy MHD. Vandalové ničí majetek sprejováním či vyrýváním různých nápisů, rozbíjejí nebo poškrábou skleněné výplně, ničí sedadla ve vozech atd. To má záporný vliv na vzhled a cestující se pak strachují nastoupit do těchto zničených vozů. Dopravní podnik musí platit vysoké částky na odstraňování škod, které se pohybují v desítkách milionů korun.

Lidé bez domova

Další řadou lidí, kteří ničí dojem z přepravy cestujících jsou lidé bez domova. Lidé bez domova budí špatný dojem, jelikož nemají hygienické návyky. Tito lidé často zapáchají a jsou špinaví. Dále otravují cestující a žebrají po nich peníze. Největší problém je v zimním období, nebo když venku prší, pak se tyto lidé chodí do vozů MHD schovat a ohřát. Lidé bez domova využívají zastřešené zastávky jako svůj domov. Lavičky slouží jako jejich postel. Lidé bez domova nemají problém vykonávat potřebu přímo na zastávce.

Agresivní cestující

Agresivní cestující jsou většinou pod vlivem omamných látek nebo alkoholu. K útokům dochází buď na řidiče, ostatní cestující nebo na revizory. Většina útoků probíhá na revizory. Revizor má za úkol zkontrolovat cestující, zda mají platný jízdní doklad. Agresivní cestující, často jezdí bez platného jízdního dokladu a poté si vybíjí zlost na již zmiňované revizory. Dalšími oběťmi agresivních cestujících jsou řidiči. Bývají napadeni bezdůvodně. Často tyto útoky končí pracovní neschopností zaměstnanců PMDP.

Sprejerství se nedá plně zamezit, ale existuje řešení, které zmírní následky vandalismu. Jelikož posprejování např. vozu MHD trvá i jen několik vteřin, odstranění spreje je několika hodinové. Prvním návrhem jak předejít větším škodám na vozech MHD proti sprejerství je antigraffiti ochrana. Tato ochrana je nanovrstva, která zabrání vsáknutí spreje do pokladu a následné odstranění graffiti je snadnější.

Pořízení kamer na zastávkách a ve vozech MHD by určitě snížilo nebezpečí řidičů a cestujících, ale pořízení tohoto zařízení je finančně náročné. Každý rok pořizuje dopravní podnik kamery do vozů MHD v desítkách milionu korun. Proto si myslím, že pořizování kamer už je nutností. Kamery bych zavedl do všech vozů MHD. Kamerový záznam by měl být napojen na Policii ČR. Podle mého názoru zavedení kamer do vozů zmírní páchaní přestupků. Sníží se ničení vozů MHD, útoků na revizory nebo řidiče a podaří se vypátrat pachatele. Po vypátrání pachatele bude dopravní podnik požadovat peníze za vzniklé škody. Dále se tím zvýší bezpečnost ve vozidlech a cestující budou více spokojeni. Dále bych navrhl kamery i na zastávky MHD. Začal bych pořizovat kamery na odlehlejší zastávky na okrajích měst, kde hrozí větší nebezpečí než v centru města, kde je větší pohyb lidí. Napojením kamerového záznamu na policii by řešilo rychlejší zásah na zastávkách MHD.

Dalším návrhem pro bezpečnost především řidičů ale i cestujících jsem navrhl kurz sebeobrany pro řidiče. Tento kurz by byl pro řidiče zdarma jako benefit, které jsem nabízel v předešlé kapitole.

V kurzu sebeobrany se řidiči naučí řešit nejčastější typy útoků a napadení ve vozidle MHD, jako je agresivní strkání, facky, úchop za oblečení nebo pod krkem, následné napadení údery, pokusy o stržení na zem atd. Řidiči budou trénovat co nejrychleji a nejefektivněji eliminovat bez ohledu na rozdíly ve fyzických dispozicích mezi

útočníkem a řidičem. Součástí kurzu se naučí i ovládat bojovou psychologii a jak překonat strach. Část výuky by probíhalo ve vozidlech MHD. Zde by se řidiči naučili triky a tipy, jak se ubránit napadení. Další částí výuky by se řidiči naučili, jak útočníka uklidnit bez fyzického násilí. Kurz sebeobrany by zahrnoval i výuku první pomoci. Tento kurz by probíhal dvakrát týdně zhruba tři měsíce po menších skupinkách, aby se dosáhlo co nejefektivnějšímu výsledku.

Zavedením tzv. „ochranky“ ve vozidlech MHD by se zvýšila bezpečnost řidičů a cestujících. „Ochranka“ by se skládala ze dvou členů pronajaté bezpečnostní služby. Těchto dvojic by se po městě pohybovalo minimálně deset. „Ochranka“ by měla za úkol kontrolovat vozy MHD, zastávky a veškerý majetek PMDP. „Ochranka“ by pomáhala zajišťovat bezpečnost revizorů při kontrolách cestujících. Dále by vykazovala z přepravy lidí bez domova, kteří vozy MHD využívají jako úschovu nebo spí na lavičkách na zastávkách.

Dalším návrhem proti vandalismu bych navrhnul zapojit veřejnost – cestující. Pokud by cestující zahlédl nějaký protiprávní čin ohledně ničení majetku PMDP, stačilo by, aby cestující pachatele vyfotil nebo natočil a sdílel na určenou webovou stránku. Každý kdo by pomohl prokazatelně dopadnout pachatele, čekala by ho odměna např. dlouhodobé jízdné v MHD v Plzni. Už jen při zavedení takového opatření, by vandalové od svých negativních činů mohli opustit.

4 Zhodnocení návrhů

Při zhodnocení navrhovaného řešení jsem vycházel ze SWOT analýzy a návrhů řešení. Z kritérií SWOT analýzy jsem vybral čtyři body s nejvyšší důležitostí na základě svých zkušeností a odpovědí respondentů a stanovil návrhy řešení, viz tab. 4.7.

Tab. 4.7 Zhodnocení návrhů

SWOT analýza		návrhy řešení
Silná stránka	kvalita poskytovaných služeb	bezplatná infolinka pro zjištění informací, po vrácení sdíleného vozu zpětná fotodokumentace, nasazení velkokapacitních vozů
Slabá stránka	nedostatek řidičů v MHD	úpravy požadavků pro řízení MHD vozidel, zaměstnanecké benefity
Příležitost	modernizace vozového parku	nákup nebo rekonstrukce vozidel MHD
Hrozba	bezpečnost řidičů a cestujících	pořízení kamer do vozů MHD a zastávek, kurz sebeobranu pro řidiče, zavedení „ochranky“

Zdroj: Vlastní zpracování

Ze SWOT analýzy a jejich silných stránek jsem vybral bod „kvalita poskytovaných služeb“. Zde jsem navrhl bezplatnou infolinku, kde si potenciální zákazníci mohou zjistit informace o nabízených službách PMDP. Tato infolinka by se zřídila především pro seniory, jelikož ti neumí zjišťovat informace na webových stránkách. Infolinku samozřejmě mohou využívat všichni zákazníci. Dále u služby carsharing Karkulka, tedy služby sdílení osobních aut v Plzni, jsem navrhl opatření zpětné fotodokumentace vnějšího a vnitřního prostoru vozu. Toto opatření by mělo zamezit předávání znečištěných vozů dalším zákazníkům. Posledním návrhem v bodě „kvalita poskytovaných služeb“ jsem navrhl nákup a nasazení velkokapacitních vozů při konání společenských, sportovních, kulturních událostí a při ranních a odpoledních špičkách.

Při tomto návrhu jsem vytvořil modelovou situaci, kde se můj návrh potvrdil jako efektivní pro zlepšení poskytovaných služeb společnosti PMDP.

Slabou stránkou této společnosti je „nedostatek řidičů v MHD“. Zde jsem pro podporu řidičů MHD navrhl pozměnit zákon na základě snížení věkové hranice z 21 let na 19 let pro řízení vozů MHD. Dál bych upravil požadavky na řízení trolejbusů a tramvají, kdy tyto řidiči musí mít navíc průkaz způsobilosti k řízení drážního vozidla, což je pro některé potencionální řidiče limitující. Dalším návrhem pro získání nebo udržení svých řidičů jsem navrhl nabízení minimálně 5 zaměstnaneckých benefitů jako například věrnostní a vánoční prémie, týden dovolené navíc, příspěvky na životní pojištění nebo rekreaci, prémie za jízdy bez nehod nebo vzdělávací kurzy pro řidiče zdarma. Zaměstnanecké benefity zvyšují náklady společnosti, ale některé jsou „výhodné“ i pro společnost. Například penzijní připojištění si může společnost promítnout do daňově uznatelných nákladů. Zavedením „brigád“ pro řidiče je další návrh pro zvýšení kapacity řidičů MHD. Řidič by měl svojí práci na hlavní úvazek a jako řidič MHD bude zaměstnán na dohodu o provedení práce nebo na dohodu o pracovní činnosti. Navíc pro deset zájemců o tuto pracovní pozici bude nabídnuto získání řidičského oprávnění zdarma za podmínky podepsání pracovní smlouvy na minimálně 5 let.

Mezi příležitosti PMDP patří modernizace vozového parku. Modernizací vozového parku se myslí nákup nových vozů nebo alespoň jejich rekonstrukce. Vše záleží na finanční situaci společnosti. Proto jsem nejdříve navrhnul, jak ušetřit spotřebovanou naftu a energii. Rekonstrukcí systému motoru u starších vozů se sníží spotřebované energie, jelikož nový systém například u brždění vozu energii nespotebovává, ale vyrábí zpět do vedení. Dále jsem vytvořil další modelovou situaci, kde jsem porovnával spotřebu starší a novější vůz tramvaje. Porovnáním těchto dvou tramvají, jsem zjistil značný rozdíl ve prospěch novějšího vozu. Když vezmeme v potaz všechny vozy MHD, dojde k velikému ušetření spotřebované energie a nafty. Nákupem nových vozů MHD nejenže dojde k šetření spotřebované nafty a energie, ale i k šetření životního prostředí. Dále se nákupem nových vozů zvýší jejich spolehlivost, jelikož u starších vozů dochází k častějším poruchám na vozidle na základě opotřebení materiálu, což snižuje kvalitu poskytovaných přepravních služeb. Dalším návrhem je design vozů MHD. Zde jsem vymyslel polepy vozidel na téma různých institucí města jako například městská zoo a zároveň polepy budou sloužit jako reklama. Modernizovat vozy MHD

by se měli i klimatizací v prostorech pro cestující nebo v zimě lepším topením. Posledním návrhem jak modernizovat vozy MHD je zavedení bezdrátového připojení do vozů MHD.

Hrozbou společnosti PMDP je bezpečnost řidičů a cestujících. S tímto problémem se musí dopravní podniky nějak vypořádat, a proto jsem jim pomohl, navrhnou některá opatření. Největší hrozbou PMDP jsou vandalové, lidé bez domova a agresivní cestující. První z mých opatření je zavedení kamerového systému do vozů a zastávek MHD a následně by tento systém měl být napojen na Policii ČR. Toto opatření je určitě finančně náročné, ale postupem času se zjistí, že je efektivní. Dalším opatřením přímo proti sprejerům je nanesení antigrafitové nanovrstvy na místa, kde nejvíce útočí sprejeři, jako jsou skla na vozech MHD nebo zastávkách. Tato antigrafitová ochrana zabrání vsáknutí barvy do podkladu a tím je pak odstranění grafitu snadnější. Pro bezpečnost řidičů a cestujících jsem navrhl, aby hlídkovali tzv. „ochranky“ ve vozech MHD a na zastávkách. „Ochranka“ by se skládala ze dvou členů bezpečnostní služby, která by kontrolovala veškerý majetek PMDP, pomáhala revizorům s agresivními cestujícími nebo vykazovala lidi bez domova z míst patřících pro cestující. Posledním návrhem pro zvýšení bezpečnosti řidičů a cestujících by byl kurz sebeobrany pro řidiče MHD. V kurzu by se řidiči naučili řešit nejčastější typy útoků a napadení ve vozidle MHD a překonávat strach.

Tyto veškeré návrhy a opatření povedou ke zlepšení nabízených služeb společnost PMDP.

Závěr

Po sestavení dotazníku na základě mých zkušeností se společností PMDP následoval marketingový průzkum, který probíhal od 15. 12. 2019 do 16. 02. 2020. Poté jsem vytvořil SWOT analýzu na základě mých zkušeností a získaných dat z dotazníku a navrhoval řešení pro zlepšení služeb PMDP. Ze SWOT analýzy byly vybrány čtyři hlavní body. Jednalo se o hlavní bod „kvalita poskytovaných služeb“ ze silných stránek, o hlavní bod „nedostatek řidičů v MHD“ ze slabých stránek, o hlavní bod „modernizace vozového parku“ z příležitostí a z oblasti hrozeb „bezpečnost řidičů a cestujících“. Poté jsem sestavil pro každý tento bod návrhy řešení.

V prvním bodě, i když společnost PMDP nabízí služby na vysoké úrovni a proto se tento bod řadí do silných stránek, jsem navrhl opatření, která povedou ještě více ke zlepšení nabízených služeb. První z opatření, které jsem navrhl, je zavedení bezplatné infolinky, kde si zákazníci mohou zjistit informace o nabízených službách. Dále u služby carsharing Karkulka jsem navrhl opatření zpětné fotodokumentace vnějšího a vnitřního prostoru vozu, které má zamezit předávání znečištěných vozů dalším zákazníkům. Posledním návrhem v tomto bodě jsem navrhl nákup a nasazení velkokapacitních vozů při ranních a odpoledních špičkách a při konání společenských, sportovních a kulturních událostí.

Slabou stránkou této společnosti je nedostatek řidičů vozů MHD. Zde jsem navrhl pozměnit zákon na základě snížení věkové hranice z 21 let na 19 let pro řízení vozů MHD. Dál bych upravil nároky na řízení trolejbusů a tramvají, kdy tito řidiči musí mít navíc průkaz způsobilosti k řízení drážního vozidla. Dále jsem navrhl nabízení minimálně 5 různých zaměstnaneckých benefitů. Poté jsem doporučil některé benefity, na které přispívá i stát formou zvýhodněných daní. Posledním návrhem, který zmírní nedostatek řidičů MHD, bylo zavedení „brigád“, kdy řidič by měl svojí práci na hlavní úvazek a jako řidič MHD by byl zaměstnán na dohodu o provedení práce nebo na dohodu o pracovní činnosti. Navíc pro deset zájemců o tuto pracovní pozici bude nabídnuto získání řidičského oprávnění zdarma za podmínky podepsání pracovní smlouvy na minimálně 5 let.

Dalším hlavním bodem z příležitostí společnosti je modernizace vozového parku. Zde jsem navrhl nákup nebo alespoň rekonstrukci vozů MHD, což povede ke zvýšení spolehlivosti vozů, ke snížení spotřebované nafty a energie a k šetření životního prostředí. Zavedením klimatizace, zvýšení teplotního komfortu v zimě a bezdrátového připojení ve vozech MHD povede k lepšímu komfortu pro cestující a ke zlepšení nabízených služeb. Posledním návrhem je design vozů MHD. Zde jsem vymyslel polepy vozidel na téma různých institucí města jako například městská zoo a zároveň polepy poslouží jako reklama.

Posledním hlavním bodem SWOT analýzy z části hrozeb je bezpečnost řidičů a cestujících. Zde jsem navrhl zavedení kamerového systému do vozů a zastávek MHD a následné napojení na Policii ČR. Dalším opatřením proti vandalům, lidí bez domova a agresivním cestujícím bych zavedl hlídkování „ochranky“, což jsou lidé z pronajaté bezpečností služby. Pro řidiče MHD bych navrhl kurz sebeobrany. V kurzu by se řidiči naučili řešit nejčastější typy útoků a napadení ve vozidle MHD a překonávat strach.

V práci byly stanoveny a popsány návrhy řešení na čtyři hlavní body spojené se společností PMDP, kde společnost může provést optimalizaci vedoucí ke zlepšení jejich nabízených služeb.

Návrhy na zlepšení kvality nabízených služeb v této práci byly řešeny z pohledu zákazníka.

Dle mého názoru jsem pomohl vytvořit návrhy ke zlepšení některých nabízených služeb, které povedou k růstu společnosti a získání dalších spokojených zákazníků, a proto byl cíl této práce splněn.

Seznam zdrojů

- [1] DRDLA, Pavel. Technologie a řízení dopravy – městská hromadná doprava. Vyd. 1. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2005. ISBN 80-719-4804-7.
- [2] MACHÁČEK, Antonín. Jak je na tom MHD? [online]. Webové stránky Sdružení dopravních podniků ČR. Vydáno 18. 9. 2012. [cit. 2020-02-03]. Dostupné z: http://www.sdp-cr.cz/zajimavosti/vite-ze/object/jak-je-na-tom-mhd-13978/doc_2c.htm
- [3] EISLER, Jan. Ekonomika dopravních služeb a podnikání v dopravě. 1. vyd. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, 2005. ISBN 80-245-0772-2.
- [4] HABARDA, Dušan. Městská hromadná doprava. 2. Přepřacované vydání. Bratislava: alfa, 1988.
- [5] OLIVKOVÁ, Ivana. Integrované dopravní systémy (IDS). In KŘIVDA, Vladislav, FOLPRECHT, Jan, OLIVKOVÁ, Ivana. Dopravní geografie I. 1. Vydání. Ostrava: Vysoká škola báňská, 2006.
- [6] ZELENÝ, Lubomír. Osobní přeprava. Praha: ASPI, a. s., 2007. ISBN 978-80-7357-266-2.
- [7] LACEK, Mikuláš. Organizace a řízení provozu – Městská doprava. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1990. ISBN 80-7079-972-2.
- [8] Vilím, Horynová, Kampf, 2012. Faktory kvality městské hromadné dopravy. [online]. [cit. 2020-01-04]. Dostupné z www.pernerscontacts.upce.cz/25_2011
- [9] KOTLER, Philip, KELLER, Kevin, Lane. Marketing management. Boston: Pearson Education, 2012. ISBN 978-0-273-75502-9.
- [10] PŘIBOVÁ, Marie, et al. Marketingový výzkum v praxi. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. ISBN 80-7169-299-9.
- [11] HAGUE, Paul. Průzkum trhu. 3. vyd. Brno: Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-917-8.

- [12] ŘEZANKOVÁ, Hana, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Analýza dat z dotazníkových šetření. (Čtvrté přepracované vydání). Praha: Professional Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-906594-8-3.
- [13] Plzeňské městské dopravní podniky. [online]. [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: www.pmdp.cz
- [14] KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
- [15] Ipodnikatel. SWOT analýza. [on-line]. [cit. 2020-02-04]. Dostupné z: www.ipodnikatel.cz/Marketing/swot-analyza-odhali-pravdivou-tvar-vasi-firmy-a-pomuze-vam-nahlednout-do-budoucnosti.html
- [16] SLAVÍK, Jakub, 2014. Marketing a strategické řízení ve veřejných službách: Jak poskytovat zákaznický orientované veřejné služby. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4519-1.
- [17] Dopravní podnik Ostrava. [online]. [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: www.dpo.cz/o-spolecnosti/vozy/tramvaje
- [18] Český statistický úřad. [online]. [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: www.czso.cz
- [19] Novák, Tomáš. Možnosti snížení vlastních nákladů vybrané dopravní společnosti. Přerov:2018. Bakalářská práce. Vysoká škola logistiky o.p.s.
- [20] T-UNI. [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: www.tuni.tul.cz/rubriky/univerzita/fakulta-mechatroniky-informatiky-a-mezioborovych-studii/id:19580/tul-meri-spotrebu-elektricke-energie-tramvaji

Seznam grafických objektů

Graf 2.1	Využití služeb	37
Graf 2.2	Pohlaví respondentů	37
Graf 2.3	Věk respondentů	38
Graf 2.4	Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů	38
Graf 2.5	Ekonomická aktivita respondentů	39
Graf 3.6	Spokojenost respondentů se službami	43
Graf 3.7	Spokojenost ceny jízdného	44
Graf 3.8	Vliv věku na hodnocení ceny jízdného	44
Graf 3.9	Nejčastější druh dokladu	45
Graf 3.10	Znalost dalších služeb	46
Graf 3.11	Znalost služby Senior Express	47
Graf 3.12	Povědomí o službě carsharing Karkulka PMDP dle věkové skupiny	47
Graf 3.13	Využití služby carsharing Karkulka	48
Graf 3.14	Náměty ke zkvalitnění od respondentů	49
Graf 3.15	Hodnocení řidičů PMDP, a.s.	53
Graf 3.16	Nezaměstnanost v Plzeňském kraji	53
Graf 3.17	Náměty ke zkvalitnění od respondentů	60
Graf 3.18	Vliv věku na náměty zkvalitnění jízdy ve vozech MHD	61
Graf 3.19	Bezpečnost ve vozech a zastávkách MHD	62
Graf 3.20	Vliv pohlaví na pocit bezpečí (kriminalita) na zastávkách a ve vozech MHD	63
Obr. 1.1	Rozdělení dopravy v ČR	11
Obr. 1.2	Proces marketingového výzkumu	20
Obr. 1.3	Postup tvorby dotazníku	26
Obr. 2.4	Denní schéma linek a zastávek	29
Obr. 2.5	Noční schéma linek a zastávek	30
Obr. 2.6	Tramvaj T3R-P	32
Obr. 2.7	Tramvaj EVO2	33
Obr. 2.8	Škoda 27 TRNU SOLARIS	34
Obr. 2.9	SOR NS 12	34

Obr. 3.10	Tramvaj Vario LF3/2	50
Obr. 3.11	Tramvaj Vario LF2 plus	50
Tab. 1.1	Doporučená velikost vzorku s 5% chybou vzorku pro 95% důvěrnost.....	24
Tab. 2.2	SWOT.....	41
Tab. 2.3	SWOT analýza dopravního podniku	42
Tab. 3.4	Porovnání obsaditelnosti	51
Tab. 3.5	Zaměstnanci - porovnání	56
Tab. 3.6	Spotřeba energie	59
Tab. 4.7	Zhodnocení návrhů	66

Seznam zkratek

a.s.	Akciová společnost
angl.	Anglicky
atd.	A tak dále
cca	Circa
č.	Číslo
ČR	Česká republika
ČSAD	Česká státní automobilová doprava
Kč	Korun českých
km	Kilometr
km/h	Kilometr za hodinu
kWh	Kilowatthodina
LCD	Displej s kapalnými krystaly / Liquid Crystal Display
m ²	Metr čtvereční
MHD	Městská hromadná doprava
např.	Například
Obr.	Obrázek
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
PMDP	Plzeňské městské dopravní podniky
popř.	Popřípadě
Sb.	Sbírka zákonů
Tab.	Tabulka
tzv.	Tak zvané
viz	Vidět
ZTP/P	Zvlášť tělesně postižený s průvodcem

Seznam příloh

Příloha A Dotazník

Dotazník

Dotazník kvality služeb PMDP, a.s.

Vážení respondenti,

dovoluji si Vás požádat o vyplnění dotazníku, který poslouží k vypracování mé diplomové práce na téma Hodnocení kvality vybraných služeb firmy. Cílem dotazníku je zjistit nedostatky nabízených služeb PMDP, a.s. a navrhnout jejich zlepšení. Všechny Vámi poskytnuté údaje jsou anonymní a budou použity pouze k účelu diplomové práce. V otázkách, kde je na výběr více odpovědí, zvolte jen jednu možnost. Vyplnění dotazníku Vám zabere asi 3 minuty.

Děkuji předem za Vaši ochotu a čas.

Tomáš Novák, student Vysoké školy Logistiky.

1. Jak často využíváte služeb PMDP, a.s.?

- Každý den
- Několikrát týdně
- Jednou týdně
- Několikrát měsíčně
- Vůbec

2. Městskou hromadnou dopravu primárně využíváte k cestám:

- Do školy
- Do zaměstnání
- Na úřady
- Za kulturou
- K lékaři
- Za sportem
- Na nákupy

3. Jak jste spokojeni se službami PMDP, a.s.?

- Velmi spokojen/á
- Spíše spokojen/á
- Průměr
- Spíše nespokojen/á
- Velmi nespokojen/á

4. Cítíte se bezpečně (kriminalita) na zastávkách při čekání na Váš spoj nebo ve vozech MHD?

- Ano
- Ne

Pokud ano, čeho se strachujete?

5. Znáte nějaké další služby nabízené PMDP, a.s. krom provozu MHD? Pokud ano, jaké?

- Ne
- Ano,

6. Otázka pro seniory starší 70 let, pokud jste mladší, přejděte na otázku číslo 7. Znáte službu Senior Express, pokud ano, využíváte ji?

- Ano, i využívám.
- Ano, ale nevyžívám.
- Ne, neznám.

7. Otázka pro respondenti mladší 70 let, pokud jste starší, pokračujte v dotazníku. Využíváte službu carsharing Karkulka?

- Ano
- NE

Pokud ano, co bychom měli vylepšit na této službě?

8. Jak byste ohodnotil/a chování řidičů PMDP, a.s.? Pokud záporně, uveďte důvod.

- Kladně
- Záporně

.....

9. Vaše náměty ke zkvalitnění při jízdě ve vozech MHD?

.....

10. Jaký druh jízdního dokladu využíváte nejčastěji?

- Předplatné (roční, měsíční, ...)
- Jednorázové přestupní (zakoupené např. Plzeňskou kartou)
- Jednorázové nepřestupní
- Jízdenka zakoupená u řidiče
- SMS jízdenka
- Nárok na jízdu zdarma
- Ostatní

11. Jak jste spokojeni s cenou jízdného?

- Rozhodně přijatelná
- Spíše přijatelná
- Spíše nepřijatelná
- Rozhodně nepřijatelná

12. Jste

- Žena
- Muž

13. Uveďte, prosím Váš věk

- Méně než 15 let
- 15-26 let
- 27-39 let
- 40-55 let
- 56-69 let
- 70 a více let

14. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání je:

- Základní
- Vyučený/á
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské
-

15. Jaká je Vaše ekonomická aktivita?

- Student
- Zaměstnanec
- OSVČ
- Na mateřské či rodičovské dovolené
- Ve starobním nebo invalidním důchodu
- Nezaměstnaný

Autor	Bc. Tomáš Novák, DiS.
Název DP	Hodnocení kvality vybraných služeb firmy
Studijní obor	LOG
Rok obhajoby DP	2020
Počet stran	62
Počet příloh	1
Vedoucí DP	doc. Ing. Stanislava Grosová, CSc.
Anotace	Diplomová práce na téma „Hodnocení kvality vybraných služeb firmy“ je rozdělena do čtyř hlavních částí. V první části jsou řešena teoretická východiska v městské hromadné dopravě. Je zde popsáno, co je doprava a MHD, faktory a kvalita MHD, služby a marketingový výzkum. V druhé části se nacházejí informace o vybraném dopravním podniku, o mém výzkumu, charakteristice respondentů a SWOT analýza dopravního podniku. Třetí část práce zpracovává návrhy na řešení problémů vzniklých ze SWOT analýzy. Závěrečná část práce hodnotí navrhovaná řešení z předchozí části.
Klíčová slova	městská hromadná doprava, hodnocení kvality, úroveň služeb, SWOT analýza
Místo uložení	ITC (knihovna) Vysoké školy logistiky v Přerově
Signatura	

