

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

Obor č. 13: Ekonomika a řízení

Cenové války autobusových a železničních dopravců

Lenka Hlucháňová
Jihomoravský kraj

Brno 2019

STŘEDOŠKOLSKÁ ODBORNÁ ČINNOST

Obor č. 13: Ekonomika a řízení

Cenové války autobusových a železničních dopravců Prize Wars between Bus and Railway Carriers

Autor: Lenka Hlucháňová

Škola: Gymnázium Brno, Vídeňská, příspěvková organizace, Vídeňská 55/47, 639 00 Brno

Kraj: Jihomoravský kraj

Konzultant: Ing. Hana Lipovská, Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity, katedra ekonomie

Brno 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou práci SOČ vypracovala samostatně a použila jsem pouze prameny a literaturu uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašuji, že tištěná verze a elektronická verze soutěžní práce SOČ jsou shodné.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

V Brně dne 13. 5. 2019

Lenka Hlucháňová

Poděkování

Ráda bych poděkovala Ing. Haně Lipovské z Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity za cenné rady, připomínky, přínosné konzultace a v neposlední řadě trpělivé vysvětlení problémů při psaní této práce. Také bych chtěla poděkovat Ing. Blance Hanslianové, Ph.D., z Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže za odborné rady při psaní teoretické části práce.

Anotace

Tato práce se zabývá současným soubojem českého dopravce RegioJet (dříve Student Agency) a německého dopravce FlixBus na trase Praha – Brno. O tomto sporu se dá též mluvit jako o cenových válkách. V minulosti již na zmíněné trase jeden spor probíhal. Společnost ASIANA tu čelila nekalým praktikám společnosti Student Agency. Cílem této práce je přiblížit jak minulý, tak současný spor dopravců a porovnat zákazníky, kteří využívají služeb RegioJetu nebo FlixBusu. Za tímto účelem jsem jako základ praktické části vytvořila dotazníkové šetření a tyto zákazníky dále zkoumala.

Klíčová slova

RegioJet; FlixBus; cenové války; Student Agency; ASIANA

Annotation

This thesis deals with dispute between the Czech carrier RegioJet (earlier Student Agency) and the German carrier FlixBus. Both of them offer intercity bus service between Prague and Brno. We can call this dispute prize wars. In the past, there was also one dispute. Bus carrier ASIANA has faced unfair practices of Student Agency. The goal of this thesis is to focus on these two disputes and compare customers who travel with RegioJet or FlixBus. I created a form, which is a basis of the practical part, for the purpose of examining these customers.

Keywords

RegioJet; FlixBus; prize wars; Student Agency; ASIANA

Obsah

1 Úvod	6
2 Uvedení do problematiky	8
2.1 Historie společností RegioJet a Student Agency.....	8
2.2 Historie společnosti FlixBus.....	10
2.2.1 Počátky působení FlixBusu na českém trhu.....	11
2.3 Popis sporu Student Agency a ASIANY.....	11
2.3.1 Provozování dopravy na trase Praha – Brno společností ASIANA.....	11
2.3.2 Provozování dopravy na trase Praha – Brno společností Student Agency.....	12
2.4 Popis sporu RegioJetu a FlixBusu.....	16
2.5 Co to jsou cenové války?.....	16
2.6 Relevantní trh a jeho vymezení.....	17
3 Metodika a data	18
3.1 Základní charakteristika dotazníku.....	18
3.2 Obsah dotazníku.....	19
3.3 Odpovědi.....	19
3.4 Hypotézy.....	20
3.5 Statistické metody.....	23
3.5.1 Aritmetický průměr.....	23
3.5.2 Směrodatná odchylka.....	23
3.5.3 Koeficient korelace.....	23
3.5.4 T – test.....	24
4 Výsledky	24
4.1 Výsledky hypotéz.....	24
4.2 Odpovědi.....	31
4.2.1 Odpovědi týkající se stavu respondentů.....	31
4.2.2 Odpovědi týkající se věku respondentů.....	32
4.2.3 Odpovědi týkající se služeb a počtu cest.....	35
4.3 Odpovědi zákazníků FlixBusu.....	40
4.4 Odpovědi zákazníků RegioJetu.....	41
4.5 Profily typických zákazníků RegioJetu a FlixBusu.....	42
5 Závěr	44
6 Závěrečná bibliografie	45
7 Seznam tabulek	49
8 Seznam obrázků	50
9 Příloha č. 1 - Dotazník týkající se cestování na trase Praha – Brno (Brno – Praha)	52

1 Úvod

V současné době jsme svědky stále vzrůstající důležitosti veřejné dopravy, a to jak železniční, tak i autobusové. Přestože počet osobních automobilů v České republice byl na konci roku 2018 vyšší než 5,7 milionu,¹ mnoho cestujících volí pro přepravu na trase Praha – Brno z několika důvodů cestu autobusem, nebo ještě častěji vlakem. Jedním z důvodů je stále nekončící rekonstrukce dálnice D1 a s tím spojené dlouhé kolony, omezení rychlosti ze 130 km/h na 80 km/h nebo zúžené pruhy, ve kterých často dochází k dopravním nehodám. Lidé proto stále častěji volí spolehlivější vlak, protože nehrozí riziko, že uvíznou na dlouhé hodiny v kolonách.

Přibližně do cca roku 2004 se nejčastěji jezdilo se zavedeným dopravcem, kterým byl Čebus.² U osobní vlakové dopravy se naopak nejvíce jezdilo Českými drahami (ČD).³ V následujících letech začali pronikat na silnice a železnice noví soukromí dopravci jako autobusový dopravce Student Agency, železniční dopravce RegioJet (oba později sjednoceni pod značkou RegioJet), autobusový i železniční dopravce Leo Express a v posledních třech letech i autobusový dopravce FlixBus, který v zahraničí působí i jako dopravce železniční.

Mou motivací pro výběr tohoto tématu byla snaha dozvědět se více o cenových válkách, které podle některých autorů⁴ v současnosti probíhají na tuzemských silnicích i železnicích.⁵ Cenové války na první pohled nepředstavují pro trh nebezpečí: pokud jeden dopravce prodává levnější jízdenky, ostatní jsou často nuceni také zlevnit nebo zlepšit kvalitu svých služeb, aby se mu alespoň částečně vyrovnali. Dá se tedy říci, že jediným, kdo z těchto cenových válek těží, je zákazník. Cenové války vedly k několika sporům, které musely řešit až české soudy. Jedním z nich je spor Student Agency (později RegioJet) a ASIANY, jenž skončil až ústavní stížností ze strany Student Agency.⁶ V současné době jsme svědky dalšího sporu, který hýbe Českou republikou. Tím je spor dvou dopravců, českého RegioJetu a německého FlixBusu.

Jedním z cílů této práce je zjistit, zda RegioJet a Flixbus soupeří o stejné zákazníky. Za tímto účelem bylo vypracováno dotazníkové šetření.

¹ Počet aut v ČR: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:

<<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/v-cesku-je-registrovano-pres-5-7-milionu-osobnich-aut/1650740>>

² Provozování trasy Praha – Brno Čebusem: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:

<<http://www.busportal.cz/modules.php?name=article&sid=662>>

³ ČD na trase Praha – Brno: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:

<https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_dr%C3%A1hy>

⁴ Například podle Daniela Morávka, zástupce šéfredaktora serveru Podnikatel.cz, nebo Jana Sůry, redaktora serveru Zdopravy.cz.

⁵ Probíhají v ČR cenové války?: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:

<<https://www.podnikatel.cz/clanky/cenova-valka-autobusu-jancurovi-se-vraci-co-sam-zasel/>>

⁶ Stížnosti ze strany Student Agency: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:

<<https://www.novinky.cz/ekonomika/411661-ustavni-soud-odmitl-stiznost-student-agency-proti-pokute.html>>

Samotná práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části se budu zabývat historií Student Agency (později RegioJet), ASIANY, FlixBusu a jejich působením na českém trhu. V oblasti mého zájmu bude také spor ASIANY a Student Agency. Praktickou část bude tvořit dotazníkové šetření, jehož výsledky budu dále zpracovávat.

2 Uvedení do problematiky

2.1 Historie společností RegioJet a Student Agency

Firma Student Agency, s.r.o.,⁷ byla zapsána do obchodního rejstříku, který je veden Krajským soudem v Brně, dne 11. 11. 1996. Jejím stoprocentním vlastníkem je Ing. Radim Jančura. Firma byla založena s předmětem podnikání: cestovní kancelář, obchodní živnost - koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej, reklamní činnost a vydavatelství a nakladatelství. Ke dni 16. 12. 2010 byly všechny tyto předměty podnikání vymazány a nahrazeny jinými. Ve stejný den bylo do obchodního rejstříku zapsáno provozování silniční motorové dopravy - nákladní vnitrostátní provozované vozidly o největší povolené hmotnosti do 3,5 tuny včetně, nákladní vnitrostátní provozované vozidly o největší povolené hmotnosti nad 3,5 tuny, vnitrostátní příležitostné osobní, mezinárodní příležitostné osobní, vnitrostátní veřejné linkové, mezinárodní linkové a mezinárodní kyvadlové dopravy. Posledním předmětem podnikání (platným ke dni 4. 1. 2019), jenž byl této firmě zapsán do obchodního rejstříku dne 23. 7. 2014, je silniční motorová doprava: osobní doprava provozovaná vozidly určenými pro přepravu více než 9 osob včetně řidiče, nákladní doprava provozovaná vozidly nebo jízdními soupravami o největší povolené hmotnosti nepřesahující 3,5 tuny, jsou-li určeny k přepravě zvířat nebo věcí, a osobní doprava provozovaná vozidly určenými pro přepravu nejvýše 9 osob včetně řidiče.⁸

Do roku 2000 se společnost zabývala především zprostředkováním jazykových pobytů a programů v zahraničí. Student Agency nabízela jazykové, pracovní či au-pair pobyty v destinacích jako USA, Velká Británie, Nový Zéland nebo západní a jižní Evropa.⁹ Po roce 2000 společnost zahájila prodej letenek a zároveň se stala členem IATA (asociace leteckých dopravců a prodejců).¹⁰

Od roku 2004 Student Agency působí na poli vnitrostátní veřejné linkové autobusové dopravy. První linkou, na kterou žluté autobusy vyjely, byla trasa Praha – Brno. Do konce tohoto roku ještě byla zavedena linka Praha – Plzeň. Další trasy spojů přibýly v následujících letech a koncem roku 2016 měla Student Agency (koncem tohoto roku již RegioJet) pravidelné linky na trasách Praha – Plzeň, Praha – Liberec, Praha – Hradec Králové, Brno – České Budějovice, Praha – Most – Chomutov atd. V pozdějších letech byly některé z těchto linek (nebo jen části linek) zrušeny, částečně nahrazeny vlakem nebo novým spojem. V následujících letech byly

⁷ Později vystupuje pod značku RegioJet, viz níže.

Zdroj: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/RegioJet>>

⁸ Založení společnosti Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=585836&typ=UPLNY>>

⁹ Historie Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency>

¹⁰ Letenky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.studentagency.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>>

spuštěny další mezinárodní linky.¹¹ Do roku 2008 provozovala společnost mezistátní linky například do Německa, Maďarska, Francie, Velké Británie, Nizozemska či na Slovensko.¹² Tato firma byla jedinečná v tom, že v této době dokázala zákazníkům nabídnout něco úplně nového, co na českém trhu ještě nikdo předtím nenabízel. V autobusech obsluhovaných stewardy byl nabízen denní tisk a teplý nápoj v ceně jízdenky. Cestující měli také možnost zapůjčit si sluchátka a během cesty poslouchat hudbu či sledovat film. Později přibýlo i bezplatné wifi připojení. Na palubě byla k dispozici toaleta a stewardi po celou dobu jízdy nabízeli občerstvení a nápoje za poplatek. Student Agency nasadila nízké ceny svých jízdenek, čímž své konkurenty donutila zlevnit.¹³

V roce 2006 Radim Jančura vyjádřil názor, že by se Student Agency mohla stát i železničním dopravcem. Jeho prvotním záměrem bylo provozování vlakové linky na trase Praha – Brno a Praha – Ostrava, kde by konkuroval Pendolinům Českých drah.¹⁴ Ještě pod hlavičkou Student Agency se v roce 2008 společnost účastnila výběrového řízení na provozování dotovaných vlaků v Libereckém kraji (označované jako Jizerskohorská železnice). Z tohoto výběrového řízení kvůli údajným dupingovým (podnákladovým) cenám Českých drah odstoupila.¹⁵ Student Agency v dalších výběrových řízeních týkajících se provozování železniční dopravy vystupovala pod hlavičkou společnosti RegioJet.

Společnost RegioJet a.s. byla zapsána do obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Brně dne 20. 3. 2009 s předmětem podnikání v oblasti provozování dráhy a drážní dopravy. V roce 2014 přidala pronájem nemovitostí a nebytových prostor.¹⁶ Vznikla jako dceřiná společnost Student Agency k.s. a dnes je provozovatelem železniční a autobusové dopravy. Jejím stoprocentním vlastníkem je přes Student Agency k.s. Radim Jančura.

Ve svých prvopočátcích se RegioJet snažil od státu a od krajů získat podíl na provozování železniční dopravy, která byla většinou v režii Českých drah. V roce 2009 podal Ministerstvu dopravy levnější nabídku na provozování rychlíků na 15 trasách, jež předtím provozovaly pouze České dráhy.¹⁷ V Plzeňském kraji se také snažil získat podíl na tamější železniční dopravě, ale výběrové řízení bylo ze strany Plzeňského kraje zrušeno, přestože cenová nabídka společnosti

¹¹ Vnitrostátní linky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency#cite_note-12>

¹² Mezistátní linky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.busportal.cz/modules.php?name=article&sid=3690>>

¹³ Služby Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency#cite_note-12>

¹⁴ Záměr Student Agency proniknout na železnici: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/jancura-nas-vlak-bude-hezci-nez-pendolino.A060407_124455_ekonomika_ma_f>

¹⁵ Odstoupení Student Agency z výběr. řízení v Libereckém kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/ekonomika/doprava/student-agency-odstoupila-od-souboje-o-regionalni-vlaky.A090608_081745_eko-doprava_pin>

¹⁶ Založení společnosti RegioJet: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=583192&typ=UPLNY>>

¹⁷ Nabídka RegioJetu Ministerstvu dopravy: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.novinky.cz/ekonomika/171273-regiojet-majitele-student-agency-chce-rychliky-na-15-linkach.html>>

RegioJet byla o cca 40 milionů ročně nižší než nabídka Českých drah. V následujících letech se RegioJet (jakožto soukromý dopravce) snažil na úkor státních Českých drah získat nové linky.¹⁸ V roce 2011 společnost konečně získala první trasu, Praha – Ostrava – Žilina - Košice. Později přibyly další trasy jako např.: Praha – Olomouc – Přerov – Staré Město u Uherského Hradiště, Praha – Brno – Bratislava/Vídeň nebo Praha – Havířov – Žilina – Košice – Humenné, Praha – Zvolen, Brno - Přerov - Bohumín atd.¹⁹

Koncem roku 2015 byl zveřejněn záměr převést autobusové linky Student Agency pod jednu značku se společností RegioJet. Dne 4. 4. 2016 je oficiálně tento záměr realizován a obě tyto společnosti se dále prezentují pod jednou marketingovou značkou RegioJet.²⁰

Působení Student Agency (a později RegioJetu) na českém trhu doprovází několik sporů. Jedním z nich je spor s dopravcem ASIANA, spol. s r.o., na trase Praha – Brno, který se podobá novodobému sporu RegioJetu s FlixBusem CZ s.r.o..

2.2 Historie společnosti FlixBus

Společnost FlixBus GmbH (jako jediný společník FlixBus CZ s.r.o.)²¹ byla založena jako startup André Schwämmleinem, Danielem Kraussem a Jochenem Engertem v Mnichově roku 2013. Pod značkou FlixBus provozuje autobusovou a železniční dopravu na mnoha linkách napříč celou Evropou i v USA (od 31. 5. 2018). Sám FlixBus funguje pouze jako marketingová střecha, pod kterou regionální dopravci provozují autobusy. FlixBus se stará o marketing, prodej jízdenek, zákaznický servis či plánování sítě. Místní dopravci jezdí v jeho barvách a na oplátku mu odvádějí cca 30 % tržeb. Sám tedy žádné dopravní prostředky nevlastní (formálně vlastní jeden autobus stojící v garáži v Berlíně).²² Stojí za ním silní investoři jako General Atlantic (GA) či Holtzbrink Publishing Group.

Od roku 1934 v Německu nebylo možné provozovat soukromou dopravu a konkurovat tak státním Deutsche Bahn, které držely monopol.²³ Po deregulaci německého trhu FlixBus naplno spustil expanzi. Už v roce 2015 (po spojení se startupem MeinFernBus) začal expandovat po Evropě a v Německu držel již 71 % tamního trhu. Od roku 2015 pronikal do zemí západní Evropy a v Itálii nebo Francii založil dceřiné společnosti. V lednu 2016 oznámil vstup na trhy zemí východní a střední Evropy jako Česká republika, Slovensko, Rumunsko či Polsko.

¹⁸ Spor RegioJetu v Plzeňské kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://plzen.rozhlas.cz/vlaky-spolecnosti-regiojet-na-plzensku-jezdit-nebudou-6750161>>

¹⁹ Trasy RegioJetu: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/RegioJet#cite_note-45>

²⁰ Rebranding společnosti Student Agency: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/zlute-autobusy-student-agency-se-prejmenuji-na-regiojet.A151106_093319_ekoakcie_chrs>

²¹ Výpis z obchodního rejstříku týkající se FlixBusu: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=970833&typ=UPLNY>>

²² Marketing FlixBusu: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.flixbus.cz/o-nas/pro-media/tiskove-zpravy/cesti-dopravci-ve-flixbusu-2018>>

²³ Německý trh: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/FlixBus>>

Ve stejném roce již ovládal 90 % trhu autobusové dopravy v Německu. I v dalších zemích velmi rychle po svém vstupu místní trh zcela ovládl. Na začátku roku 2018 byl zveřejněn záměr na vstup na americký trh. Dne 31. 5. 2018 spustil provoz autobusových linek na jihozápadě USA, především mezi městy Los Angeles, Las Vegas, San Diego, Tucson a Phoenix.²⁴

2.2.1 Počátky působení FlixBusu na českém trhu

V lednu 2016 FlixBus, dosud zabývající se zajišťováním mezinárodních linek z pražské Florence, zavedl první vnitrostátní linky z Karlových Varů, Chebu, Znojma a Jihlavy.²⁵ V roce 2016 FlixBus zahájil spolupráci s Leo Expressem. Vzájemně si prodávají jízdenky na své spoje. V srpnu 2017 pronikl i na nejvýznamnější české trasy mezi Prahou, Brnem, Libercem, Plzní, Karlovými Vary a Českým Krumlovem. FlixBus v České republice zažil rozmach, ale ne takový, jak by si představoval podle zkušeností z jiných států, ve kterých se mu podařilo velmi rychle ovládnout celý trh. Důvodů může být několik. Jedním z nich byla nepřipravenost startu. Autobusy byly často zpožděné a ani sami řidiči dobře neznali trasu, po které měli jet. Mnoho lidí také o FlixBusu nemělo žádné povědomí, protože jeho reklamy se vyskytovaly především v okolí autobusového nádraží Florenc v Praze. Dalším důvodem byl složitý rezervační systém a například nemožnost stornovat zdarma objednávku.²⁶ Na rozdíl od RegioJetu má FlixBus z hlediska komfortu lepší autobusy. Jsou prostornější a wifi je také kvalitnější než u RegioJetu. Na druhou stranu si dlouho nebylo možné rezervovat konkrétní sedadlo tak, jak má zavedeno RegioJet. Po zavedení rezervace sedadla je ale tato služba zpoplatněna.²⁷ V České republice pod značkou FlixBus jezdí dopravci jako např. UMBRELLA Services s.r.o., jež sídlí v Liberci.²⁸

2.3 Popis sporu Student Agency a ASIANY

Dne 22. 2. 2008 oficiálně začal spor mezi těmito dvěma dopravci podáním stížnosti „ve věci možného porušení § 11 odst 1 zákona č. 143/ 2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže“ ze strany Student Agency.²⁹ Nejprve je ale nutné se podívat na oba tyto dopravce a na to, co sporu předcházelo.

2.3.1 Provozování dopravy na trase Praha – Brno společností ASIANA

V minulých letech jezdil na trase Praha – Brno také autobusový dopravce ASIANA. Od roku 2005 byla tato trasa součástí linky Brno – Karlovy Vary. Asiana tu zajišťovala jeden spoj denně

²⁴ Počátky FlixBusu: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Flixbus>>

²⁵ Spor RegioJetu v Plzeňské kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://byznys.ihned.cz/c1-65091380-zelene-autobusy-nemeckeho-flixbusu-expanduji-v-cesku-propoji-prahu-s-me-nsimi-mesty-i-zahranicim>>

²⁶ Proč FlixBus neporáží RegioJet: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://zdopravy.cz/sedm-duvodu-proc-flixbus-v-cesku-neporazi-regiojet-5377/>>

²⁷ Rezervace klasického sedadla stojí 9 Kč, sedadla v první řadě 29 Kč

²⁸ FlixBus v ČR: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.flixbus.cz/o-nas/pro-media/tiskove-zpravy/cesti-dopravci-ve-flixbusu-2018>>

²⁹ Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

v obou směrech, přičemž cílovou stanicí v Brně bylo autobusové nádraží Zvonařka. V říjnu roku 2007 zahájila tato společnost provoz pravidelné linky na trase Brno – Praha s osmi spoji denně v obou směrech a cílovou stanicí v Brně u hotelu Grand. Od prosince 2007 společnost snížila počet spojů na pět denně v obou směrech a od března 2008 tuto trasu opustila a provozovala ji opět v rámci linky Karlovy Vary – Praha – Brno. Důvodem tohoto kroku bylo vylučovací jednání společnosti Student Agency. Od června 2008 ASIANA ruší linku Karlovy Vary – Brno.

Cena nastavená společností ASIANA do konce září 2007 činila 160 Kč, začátkem října se zvýšila na 180 Kč. Pro držitele karty Megabus byla cena stanovena na 50 Kč. Za stejnou cenu mohli jízdenku pořídit také lidé, kteří na rezervačním portálu megabus.cz on-line koupili a platební kartou jízdenku zaplatili. Tato nabídka byla platná do 22. 12. 2007. Po tomto datu byla nahrazena novým platebním systémem a základní jízdné bylo navýšeno na 190 Kč. V období do konce září 2007 byla trasa zisková, ale až do ukončení provozu v červnu 2008 vykazovala ztrátu.³⁰

2.3.2 Provozování dopravy na trase Praha – Brno společností Student Agency

Společnost Student Agency zahájila provoz pravidelné linky na této trase v roce 2004. Oproti ostatním dopravcům Student Agency nabízela výrazně vyšší úroveň služeb a lepší komfort.³¹ Z Brna tento dopravce jezdil z autobusového stanoviště u hotelu Grand a z Prahy z autobusového nádraží Florenc. Od roku 2006 spoje jezdily (s výjimkou nočních hodin) po 30 minutách. Student Agency tuto trasu provozovala jednak samostatně, jednak jako součást linek Praha – Ostrava a Praha – Zlín.³²

Student Agency na této lince uplatňovala dva typy cen: tzv. „normal“ a „economy“. Typ „normal“ znamenal jízdu autobusem se servisem stevardky, „economy“ jízdu bez servisu. Ceny „economy“ byly o 10 Kč nižší. Společnost reagovala na vstup konkurenčního dopravce ASIANA na samostatnou linku Praha – Brno plošným snížením cen u kreditových jízdenek³³ na 50 Kč. Společnost ale ponechala původní ceny u jízdenek spadajících do kategorií dospělý open a student open³⁴. Když Asiana snížila počet spojů na této lince z osmi na pět denně, Student Agency začala uplatňovat snížené ceny pouze na spoje, které si konkurovaly (u nekonkurenčních spojů zvýšila ceny na původní úroveň před zlevněním). Po opuštění samostatné trasy Praha – Brno ASIANA v březnu 2008 Student Agency navýšila ceny všech jízdenek na úroveň platnou pro nekonkurenční spoje (200 Kč u kategorie dospělý open a 160 Kč u kategorie dospělý kredit, 150 Kč u kategorie student open a 140 Kč u kategorie student kredit). Společnost také

³⁰ Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

³¹ Úroveň služeb Student Agency: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.studentagency.cz/o-nas/historie/>>

³² Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

³³ Jízdenky, u nichž je nutná předchozí registrace. Zakoupené pro konkrétní linku bez rezervace určitého sedadla.

³⁴ Jízdenka zakoupená na konkrétní trasu, ale bez rezervace data a času.

navyšovala počet spojů, pokud ASIANA měla nejméně pět autobusů na každé trase. Po opuštění této trasy konkurenční společností přišla Student Agency s novým ceníkem.³⁵

Dne 22. 2. 2008 podala společnost ASIANA na Student Agency stížnost ve věci možného narušení hospodářské soutěže k Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). ASIANA poukazovala na to, že konání Student Agency má pouze jediný cíl, a to vytlačit ji z provozování autobusové linky na trase Praha – Brno. Uváděla, že Student Agency vytváří bariéry pro vstup a rozvoj konkurence na lince Praha – Brno minimálně od počátku roku 2008, a to tím, že snižuje selektivně ceny na svých spojích v časech, které se shodují s časy spojů, které na lince provozuje ASIANA, či jim jsou časově blízké. Na ostatních spojích Student Agency zachovala ceny v původní výši. Společnost ASIANA také poukazovala na to, že společnost Student Agency záměrně a bezdůvodně nasazovala na tzv. konkurenční spoje posilové autobusy za účelem získání jejich potencionálních zákazníků. Dále si společnost ASIANA stěžovala, že autobusy Student Agency jí bránily v užívání autobusového nádraží u hotelu Grand tím, že často stály odstavené na nástupních stanovištích. Jako poslední důvod uvedla, že kvůli Student Agency byla zmařena dohoda o prodeji jízdenek s novinovým stánkem na autobusovém nádraží u hotelu Grand.³⁶

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže na základě předběžného šetření dospěl k závěru, že obvinění může být opodstatněné, a dne 9. 6. 2008 zahájil správní řízení. Možné porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže ve formě zneužití dominantního postavení viděl v selektivních cenách jízdenek uplatňovaných Student Agency. Toto jednání mělo dle ÚOHS přinejmenším znemožnit či ztížit vstup konkurenta - společnosti ASIANA na linku Praha – Brno. Následující rok ÚOHS rozšířil předmět správního řízení o možné zneužití dominantního postavení.³⁷

Společnost Student Agency uvedla, že přistoupila na snížení cen kreditových jízdenek za jednosměrnou přepravu na 50, později 95 Kč, kvůli tomu, že ASIANA prodávala své jízdenky s kartou Megabus za 50 Kč (bez karty také za 50 Kč při platbě online platební kartou). Snížení cen bylo podle Student Agency nutné, aby se provoz linky nestal ztrátovým z důvodu nízké obsazenosti autobusů. Snížené ceny platné pouze pro konkurenční spoje Student Agency zdůvodnila snahou o naplnění autobusů, které by jinak jezdily prázdné. Nasazování posilových autobusů společnost odůvodnila stále se zvyšujícím počtem cestujících. Tuto argumentaci Student Agency Úřad neuznal, neboť na spoje se sníženým jízdným nasazovala posilové autobusy. Nejednalo se tedy o snahu zaplnit prázdné autobusy. Následné navýšení cen po opuštění této trasy společností ASIANA údajně nastalo kvůli zvýšení DPH a rostoucí ceně nafty. Podle vyjádření Student Agency tento spor vznikl kvůli reklamní kampani ASIANA. ASIANA se v reklamě prohlašovala za „jedničku na trhu letenek“, s čímž Student Agency nesouhlasí, protože v této době údajně byla větším prodejcem letenek ona. Z tohoto důvodu

³⁵ Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

³⁶ Tamtéž

³⁷ Tamtéž

společnost Student Agency začala konkurovat Asianě na trase Praha – Karlovy Vary. Odezvou byl prý vstup ASIANY na trasu Praha – Brno, kde na druhou stranu vládla Student Agency.³⁸

Dne 3. 11. 2010 ÚOHS vydal prvostupňové rozhodnutí, v němž deklaroval porušení zákona o ochraně hospodářské soutěže. Dle ÚOHS společnost Student Agency zneužila svého dominantního postavení tím, že ve zkoumaném období uplatňovala tzv. predátorské ceny, tzn. že její průměrné měsíční ceny jízdného na trase Praha – Brno a zpět byly nižší než průměrné měsíční náklady a že tuto cenovou politiku praktikovala s úmyslem vytlačit ASIANU z trhu autobusové dopravy na této lince. Do budoucna ÚOHS takové jednání společnosti Student Agency zakázal a udělil jí pokutu ve výši 6 185 000 Kč.³⁹

V průběhu řízení ÚOHS prokázal jak uplatňování podnákladových cen jízdného, tak i úmysl Student Agency vytlačit ASIANU z trhu. Jedním ze zajímavých aspektů případu bylo vymezení relevantního trhu. ÚOHS zvažoval, zda relevantní trh na dané lince představuje pouze autobusová doprava, nebo autobusová doprava ve spojení s vlakovou dopravou. Kromě zhodnocení mnoha kritérií pro vymezení relevantního trhu ÚOHS provedl podrobnou ekonomickou analýzu (cenově-korelační analýzu, analýzu křížové elasticity, analýzu stacionarity). Na jejím základě dospěl k závěru, že autobusová a vlaková doprava netvořila v posuzovaném období stejný relevantní trh. Tento trh tedy vymežil jako trh poskytování služeb veřejné linkové autobusové dopravy na trase Praha – Brno. Na tomto trhu činil podíl Student Agency 75 %. I v případě, že by relevantní trh zahrnoval na trase Praha – Brno a zpět vlakovou dopravu, podíl společnosti Student Agency by převyšoval 60 %.⁴⁰

Po přezkoumání protisoutěžního jednání společnosti Student Agency byl zjištěn „*podstatný úmysl vyloučit konkurenční společnost ASIANA z tohoto trhu. Úřad nepokutoval společnost Student Agency za nízké ceny, nýbrž za jejich cílené použití k vytlačení jiného soutěžitele z trhu. Je příznačné, že po odchodu společnosti ASIANA z uvedené linky Student Agency své nízké ceny na konkurenčních spojích neponechala v platnosti*“ a na počátku března roku 2008 upustila od uplatňování slev a cenu přepravy zvýšila nad původní výši.⁴¹

ÚOHS bylo naopak zjištěno, „*že nízké ceny pro vybrané jízdenky stanovené společností ASIANA měly zaváděcí charakter*“, to znamená, „*že tyto ceny byly vedeny snahou upozornit zákazníka na nově vstupujícího dopravce na trh osobní autobusové přepravy na trase Praha – Brno a zpět. Navíc se společnost ASIANA jako nově vstupující soutěžitel nenacházela v dominantním postavení, její jednání proto nepředstavovalo porušení zákona.*“⁴²

Společnost Student Agency s rozhodnutím ÚOHS nesouhlasila. V tiskové zprávě uvedla, že podle ní ÚOHS chybně vymežil relevantní trh, který omezil pouze na autobusovou dopravu na trase Praha – Brno, a rozhodl, že vlaky, autobusy a osobní automobily si na zmíněné lince

³⁸ Tamtéž

³⁹ Tamtéž

⁴⁰ Tamtéž

⁴¹ Tamtéž

⁴² Tamtéž

nekonkurují. Student Agency také ÚOHS vytýkala pomínutí levnějších nabídek Českých drah⁴³, neochotu se zabývat dalšími důkazy předloženými během šetření a chybným určením dominance Student Agency na zkoumané trase.⁴⁴

Z těchto důvodů v zákonné lhůtě podala rozklad, o kterém rozhodl předseda ÚOHS Ing. Petr Rafaj. Předseda rozhodnutí ÚOHS potvrdil, ale pokutu Student Agency snížil z 6 185 000 Kč na 5 145 000 Kč.⁴⁵

Student Agency se s dalším rozhodnutím ÚOHS neztotožnila a podala žalobu proti rozhodnutí předsedy ÚOHS ke Krajskému soudu v Brně. Ten jí dal za pravdu a více než pětimilionovou pokutu zrušil.⁴⁶ S tímto verdiktem naopak nesouhlasil ÚOHS a podal kasační stížnost k Nejvyššímu správnímu soudu (NSS). Nejvyšší správní soud rozsudek Krajského soudu zrušil a vrátil mu věc k dalšímu přezkoumání.⁴⁷ Krajský soud v Brně byl při svém novém rozhodování vázán právním názorem NSS. Proti rozhodnutí Krajského soudu v Brně podala Student Agency kasační stížnost. Konečný verdikt připadl Nejvyššímu správnímu soudu, který rozsudkem ze dne dne 27. 9. 2015 kasační stížnost zamítl a potvrdil rozhodnutí předsedy ÚOHS, tedy, že Student Agency zneužila svého dominantního postavení a potvrdil i uloženou pokutu.⁴⁸ V roce 2015 Student Agency podala proti všem výše zmíněným rozsudkům ústavní stížnost k Ústavnímu soudu. Společnost si stěžovala, že postupem zmíněných orgánů došlo k porušení práva na spravedlivý proces a práva na podnikání. Zdůrazňovala, že nebylo přihlédnuto k jí podaným důkazům a skutečnostem svědčícím v její prospěch. Za základní nedostatek považovala nesprávné vymezení relevantního trhu. Ústavní soud neshledal porušení základního práva této společnosti, a proto ústavní stížnost zamítl.⁴⁹

ASIANA zažalovala Student Agency (teď již RegioJet) o náhradu škody, kterou jí způsobil predátorskými cenami v letech 2007 a 2008. Požaduje 16 milionů Kč. RegioJet s touto pokutou nesouhlasí, protože podle jeho vlastních výpočtů má škoda činit jen přibližně 1,5 milionu Kč.⁵⁰ Dne 20. 12. 2018 Krajský soud v Brně rozhodl, že společnost RegioJet musí ASIANĚ zaplatit

⁴³ ČD na trase Praha – Brno jezdily za 35,- Kč (tarif Šťastná e-Liška).

⁴⁴ Tisková zpráva Student Agency k rozhodnutí ÚOHS: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.studentagency.cz/o-nas/pro-media/archiv/ÚOHS-vydal-nesmyslne-rozhodnuti.html>>

⁴⁵ Rozhodnutí předsedy ÚOHS v řízení o rozkladu ze dne 18. 2. 2011: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9079.html>>

⁴⁶ Zrušení pokuty pro Student Agency ze dne 9. 11. 2012: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1135567-soud-zrusil-pokutu-pro-student-agency>>

⁴⁷ Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu ze dne 30. 9. 2013: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2012/0082_2Afs_120_20130930154053_prevedeno.pdf>

⁴⁸ Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu ze dne 17. 9. 2015: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2014/0187_2As_1400086_20150925074458_prevedeno.pdf>

⁴⁹ Rozhodnutí Ústavního soudu ze dne 21. 7. 2016: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=93692&pos=1&cnt=4&typ=result>>

⁵⁰ Náhrada škody ASIANĚ: [online]. [cit. 19. 1. 2018]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/brno/zpravy/soud-autobusova-linka-brno-praha-student-agency-asiana.A180417_154829_brno-zpravy_krut>

11,7 milionu jako náhradu škody. Obě strany si ponechaly lhůtu na odvolání a společnost RegioJet již avizovala, že se odvolávat bude (stav ke dni 20. 1. 2019).⁵¹

2.4 Popis sporu RegioJetu a FlixBusu

V srpnu 2017 FlixBus vstoupil na trasu Praha – Brno, jež byla několik let poměrně v klidu ovládána RegioJetem. Za FlixBusem stojí silní investoři, tudíž si už od začátku mohl dovolit ceny jízdenek nastavit velmi nízko. Jízdenka pro dospělého se dala koupit již od 29 Kč. Majitel RegioJetu Radim Jančura se domnívá, že se Flixbus snaží nízkými cenami ovládnout celý český trh, vytlačit konkurenci a následně zdražit. Proto 28. 5. 2018 Flixbusu zaslal předžalobní výzvu, ve které po něm požaduje zvýšení cen. Zároveň se obrátil na Evropskou komisi a požádal ji o „*prošetření počinání konkurenta v celoevropském měřítku s ohledem na udržení funkčního a zákaznický prospěšného konkurenčního prostředí.*“ Také tvrdí, že Flixbus jezdí devět měsíců od vstupu na český trh za podnákladové ceny, které pokrývají zhruba jen 55 % nákladů.⁵² Společnost Flixbus s tímto názorem nesouhlasí a uvádí, že může pracovat s nižší cenou než konkurence. Zavedla rovněž dynamické ceny, které se na základě obsazenosti a času koupě zvyšují.⁵³ Souvislost se sporem s ASIANOU Radim Jančura odmítá, protože podle něj RegioJet (tehdy Student Agency) prodával jízdenky za stejnou cenu jako konkurence a níž nešel. Celá linka také podle něj byla v zisku, neboť Student Agency jezdila na nekonkurenčních spojích za vyšší cenu.⁵⁴

V reakci na nízké ceny FlixBusu RegioJet zrušil prodělečné linky a snížil cenu. Podle vyjádření majitele RegioJetu přešlo ke konkurenci jen asi 5 % jeho zákazníků. Také se snaží více cílit na provoz vlaků. Jančura FlixBusu nabídl prodej autobusové sekce své firmy, ale údajně požadoval příliš mnoho. Flixbus naopak nabízel přebarvení autobusů RegioJetu nazeleno, s tím, že by RegioJet platil 30 % marži Flixbusu. S tímto naopak nesouhlasil Jančura.⁵⁵

2.5 Co to jsou cenové války?

Cenová válka je situace, kdy (většinou dva) konkurenti střídavě snižují cenu. Pokud jeden cenu sníží, ihned následuje snížení ceny ze strany druhého. Většinou postupně snižují ceny tak

⁵¹ RegioJet musí ASIANĚ zaplatit náhradu škody: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.novinky.cz/ekonomika/492604-student-agency-musi-zaplatit-konkurenci-11-7-milionu.html>>

⁵² Předžalobní výzva RegioJetu zasláná Flixbusu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://byznys.ihned.cz/c1-66151350-flixbus-chce-agresivne-ovladnout-trh-v-cesku-a-pak-zdrazit-jizdenky-stezuje-si-jancura-firme-zasila-predzalobni-vyzvu-a-stezuje-si-i-v-bruselu>>

⁵³ Reakce Flixbusu na tvrzení RegioJetu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/jancura-posle-flixbusu-predzalobni-vyzvu-stezuje-si-na-nekalou-soutez-1345610>>

⁵⁴ RegioJet mluví o nekalé soutěži: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://echo24.cz/a/S7hWV/valka-dopravcu-jancura-poslal-flixbusu-predzalobni-vyzvu-mluvi-o-nekale-soutezi>>

⁵⁵ Prodej RegioJetu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <https://www.lidovky.cz/byznys/doprava/jancura-platit-flixbusu-30-procent-radi-napodobim-boj-proti-svedske-pre-sile.A170823_172209_in-doprava_pave>

dlouho, dokud jeden z nich trh neopustí.⁵⁶ Cenová válka může být prováděna z několika důvodů. Jedním z nich je krátkodobé zvýšení příjmů nebo získání dlouhodobého podílu na trhu. Dalším je vypuzení konkurenta z trhu.⁵⁷ Cílem je nízkými cenami zaujmout a přilákat zákazníky, přestože se nějaký čas produkt či služba prodává se ztrátou. Nakonec se dosáhne cenového bodu, který si může dovolit pouze jedna společnost.⁵⁸

K cenovým válkám se váže zneužití dominantního postavení. Tím se zabývá zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže.⁵⁹

2.6 Relevantní trh a jeho vymezení

Paragraf 2 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů, relevantní trh definuje jako „trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území.“⁶⁰ Můžeme tedy říci, že relevantní trh je souhrn zboží, které je tak blízkými substituenty na to, abychom je mohli považovat za konkurenční. Relevantní trh jednoho konkrétního produktu vymezujeme pokud tento produkt nemá blízký substituent.⁶¹

Pokud je nutné vymezovat nějaký relevantní trh, vychází se z pokynů Evropské komise (z tzv. guidelines). Za tímto účelem jsou prováděny analýzy, jejichž cílem je identifikovat zdroje konkurenčních omezení. Relevantní trh je většinou vymezován za účelem zjištění, zda se producent (firma) nachází v dominantním postavení či nikoli.⁶² Při vymezování relevantního trhu

⁵⁶ Definice cenové války: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<http://www.businessdictionary.com/definition/price-war.html>>

⁵⁷ Důvody cenové války: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.investopedia.com/terms/p/price-war.asp>>

⁵⁸ Cíl cenových válek: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.investopedia.com/terms/p/price-war.asp>>

⁵⁹ Zneužití dominantního postavení: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-143>>

⁶⁰ Zákon o ochraně hospodářské soutěže: [online]. [cit. 27. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-143>>

⁶¹ REDERER, Václav. *Vymezování relevantního trhu a aplikace SSNIP testu v odvětví železniční přepravy* [online]. Brno, 2018 [cit. 2019-01-27]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/t7wcc/DP_Rederer_final2018.pdf. Dizertační práce obhájená na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity, vedoucí práce doc. Ing. Martin Kvizda, Ph.D.

⁶² Tamtéž

se také používají různé ekonomické analýzy.⁶³ Tyto analýzy použil například Úřad pro ochranu hospodářské soutěže pro vymezení relevantního trhu při sporu Asiany a Student Agency.⁶⁴

3 Metodika a data

Základem praktické části výzkumu je *Dotazník týkající se cestování na trase Praha – Brno (Brno – Praha)*. Cílem dotazníku bylo zjistit, jak se chovají a jaké mají preference různí zákazníci RegioJetu a Flixbusu.

3.1 Základní charakteristika dotazníku

Dotazník byl distribuován jak v papírové, tak v elektronické podobě. Na vytvoření elektronické podoby dotazníku jsem využila program Formuláře Google (angl. Google Forms). Formuláře v papírové podobě jsem nejprve vytvořila v programu Dokumenty Google (angl. Google Docs) a poté vytiskla.

Samotný výzkum trval v období od 17. 8. 2018 do 28. 9. 2018. Šetření s papírovou formou dotazníku jsem prováděla na vlakových stanicích Brno, hlavní nádraží, Brno – Židenice a na autobusovém nádraží Brno, AN u hotelu Grand. Z těchto vlakových stanic odjíždí mimo jiné vlaky společnosti RegioJet a z autobusového nádraží odjíždí jak autobusy společnosti RegioJet, tak konkurenční společnosti FlixBus. Na těchto stanicích jsem oslovovala zákazníky RegioJetu a Flixbusu, jejichž cílová stanice je Praha.

Dotazník v elektronické podobě jsem distribuovala prostřednictvím e-mailu vybranému panelu respondentů⁶⁵. Dalším distribučním kanálem byla sociální média (skupiny na Facebooku, kam jsem posílala odkazy na dotazník), které se samy o sobě dotazníky zabývají.⁶⁶ Za cíl jsem si dala nasbírat kolem 200 odpovědí. Po dosažení této hranice jsem uzavřela sběr odpovědí v elektronickém dotazníku, exportovala nasbíraná data do Tabulek Google (angl. Google Sheets) a papírový dotazník jsem ručně přepsala do téhož programu. Obě formy dotazníku jsem si uložila do jedné tabulky. Z důvodu rozlišení původu jsem odpovědi z elektronické podoby dotazníku označila E1, E2, E3 atd. a z papírové formy P1, P2, P3 atd. S takto rozříděnými daty jsem pak dále pracovala.

⁶³ Například cenově-korelační analýza, analýza křížové elasticity či analýza stacionarity.

⁶⁴ Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 27. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

⁶⁵ Především studenti a jejich rodinní příslušníci, ale i známí, rodina a cizí lidé

⁶⁶ Facebookové skupiny jako např.: Dotazníky k vyplnění, Dotazníky či Studentské dotazníky.

3.2 Obsah dotazníku

Samotné dotazníkové šetření sestávalo z deseti otázek – čtyř uzavřených (respondent zvolil odpověď z nabídky) a dvou otevřených (respondent napsal svou vlastní odpověď), resp. čtyř kombinujících obě možnosti.

První otázka se týkala věku cestujícího. Následující charakterizovala ekonomický stav cestujícího (důchodce, student, podnikatel, zaměstnanec, nezaměstnaný a osoba na rodičovské dovolené). Třetí otázka zkoumala, se kterým dopravcem zákazník cestuje. Zákazník mohl vybrat i více odpovědí, pokud využívá služeb obou konkurentů. Čtvrtá otázka se týkala účelu, za jakým respondent cestuje. Na výběr bylo cestování pracovní nebo soukromě. Při stanovování hypotéz jsem předpokládala, že osoby cestující pracovní absolvují více cest. Pátá (otevřená) otázka zkoumala, jak dlouho lidé cestu plánují. Šestá otázka se zabývala počtem cest a dopravními prostředky, kterými lidé cestují na trase Brno – Praha. Z nabídky, která se skládala z možností auto, autobus, vlak a motorka, cestující zvolil jeden či více dopravních prostředků. Touto otázkou jsem chtěla zjistit to, zda zákazníci jednoho dopravce absolvují více cest než zákazníci druhého dopravce. Další otázka zkoumala to, co by zákazník hypoteticky dělal, kdyby nejel se zvoleným dopravcem. Odpověď si mohl zvolit z nabídky: jiný dopravce, vlastní dopravní prostředek nebo do kolonky jiné mohl uvést vlastní volbu. Osmá otázka se týkala ceny, za kterou zákazník jízdenku koupil. Tato otázka byla opět otevřená, tudíž tu zákazník mohl vyplnit jakoukoli cenu. V návaznosti na hypotézy jsem chtěla zjistit, zda se zákazníci konkurentů liší cenou. Podotázka k této otázce poté zkoumala, zda zákazník využil nějakou slevu. Mohl vybrat z široké nabídky slev (studentská, ZTP/P). Pomocí hypotéz jsem chtěla zjistit, zda má sleva vliv na počet cest respondentů. Jedna z nejdůležitějších otázek byla otázka číslo devět. Zabývala se tím, co by zákazník dělal, kdyby dopravce, se kterým cestuje, hypoteticky zdražil o 10 %. Zákazník svou odpověď mohl zvolit ze čtyř možností: nic by se pro mě nezměnilo, jel/a bych s jiným dopravcem, nejel/a bych vůbec a jel/a bych vlastním dopravním prostředkem. Díky této otázce jsme si mohli pomocí hypotéz snadno ověřit, zda by zákazník byl věrný svému dopravci i po zdražení. Poslední otázka zkoumala, jaké služby na cestě zákazník nejvíce preferuje. Mohlo se vybrat z jedné nebo více odpovědí. Na výběr bylo: komfort, občerstvení, wifi, denní tisk či jiné. V hypotézách jsem dále zkoumala vliv věku na výběr wifi jakožto služby.

3.3 Odpovědi

Datový soubor tvoří 202 odpovědí, z toho 106 z dotazníku v papírové podobě a 96 z dotazníku v elektronické podobě. Některé odpovědi jsem byla nucena vyřadit, protože byly nesmyslné. Například respondent (kód – např.: E12) uvedl, že cestu plánuje několik století nebo jako službu na cestě preferuje náhradní zuby. Někteří respondenti také místo odpovědi uvedli otazník atd. Po vyčištění datového souboru sestával soubor z 91 odpovědí z elektronického dotazníku a 106 odpovědí z papírového dotazníku – tedy celkem 197 respondentů.

3.4 Hypotézy

Prvním problémem, který jsem se rozhodla zkoumat, byl vliv hypotetického zdražení jízdenky o 10 % na preference zákazníků. Nejprve jsem si ale v dotazníku, který jsem již dříve převedla do tabulky, překódovala sloupec nazvaný Zdražení. Odpovědím „nic by se pro mě nezměnilo“, jsem přiřadila kód 0, odpovědím „jel/a bych s jiným dopravcem“, pak byl přiřazen kód 1. Celkově jsem stanovila dvanáct teoretických hypotéz:

H1: Věk respondentů, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1), se neliší od věku těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0). Osobně jsem zastávala takový názor, že se tyto cestující věkem liší. Domnívám se, že zvláště studenti a důchodci jsou osoby velmi citlivé na zdražení jízdného. Na druhou stranu některé osoby si nechtějí zvykat na nic nového, tudíž se zdražení na jejich volbě nijak neprojeví.

H2: Počet cest respondentů, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0). Podle mého mínění se tyto dvě skupiny počtem cest neliší. Pokud se člověk musí dostat z bodu A do bodu B, nezáleží na tom, zda si po hypotetickém zdražení vybere jiného dopravce nebo zůstane věrný stávajícímu.

H3: Cena za jízdenku, kterou by zaplatili respondenti, jež by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1) se neliší od ceny za jízdenku těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0). Domnívala jsem se, že se tyto respondenti cenou za jízdenku liší. Většinou lidé, kterým záleží na ceně, se při zdražení rozhodnou změnit dopravce jako první.

Druhým problémem, na který jsem se zaměřila, bylo chování cestujících, pokud by museli jet s jiným dopravcem. V tabulce jsem si překódovala sloupec nazvaný „Druhá volba“. Respondenty, kteří jako odpověď označili možnost „vlastní dopravní prostředek“, jsem označila číslem 0 a ty, kteří jako odpověď zvolili možnost „jiný dopravce“, jsem označila číslem 1. Poté jsem stanovila první domněnku:

H4: Věk respondentů, kteří by jako druhou volbu zvolili jiného dopravce (jiný dopravce = 1), se neliší od těch, kdo by jako druhou volbu zvolili vlastní dopravní prostředek (vlastní dopravní prostředek = 0). O této hypotéze se domnívám, že pravdivá není. Podle mého názoru se tyto lidé věkem liší, protože například studenti nebo důchodci většinou nevlastní dopravní prostředek, tudíž jsou nuceni využít služby jiného dopravce, kdežto dospělí lidé většinou dopravní prostředek vlastní, mohou ho tedy využít.

H5: Počet cest respondentů, kteří by jako druhou volbu zvolili jiného dopravce (jiný dopravce = 1), se neliší od těch, kdo by jako druhou volbu zvolili vlastní dopravní prostředek (vlastní dopravní prostředek = 0). Podle mého názoru se tyto skupiny počtem cest neliší, protože počet

absolvovaných cest nezávisí na tom, zda cestující jako druhou volbu zvolil jiného dopravce nebo vlastní dopravní prostředek.

Dalším problémem, který jsem se rozhodla zkoumat, byly hypotézy zabývající se účelem cesty zákazníků. Opět jsem si v tabulce překódovala osoby jezdící pracovně jako číslo 0 a osoby jezdící soukromě jako číslo 1. Nastolila jsem první otázku:

H6: Počet cest respondentů, kteří jezdí soukromě (soukromě = 1), se neliší od těch, kdo jezdí pracovně (pracovně = 0). Domnívala jsem se, že se tyto dvě skupiny počtem cest liší. Zákazníci cestující kvůli pracovním povinnostem podle mého jezdí častěji než osoby, které jezdí soukromě.

H7: Cena za jízdenku u osob, které jezdí soukromě (soukromě = 1), se neliší od těch, kdo jezdí pracovně (pracovně = 0). Dle mého názoru se tyto osoby cenou za jízdenku liší. Jako jeden z důvodů může být to, že lidé jezdící pracovně mají jízdenku proplacenou od zaměstnavatele, tudíž si mohou dopřát více luxusu a jet například vyšší třídou. Naopak lidé cestující soukromě se většinou uskromní a upřednostní levnější variantu jízdenky.

Čtvrtým tématem, kterým jsem se rozhodla zabírat, byli samotní dopravci. Znovu jsem překódovala zákazníky jezdící společností Flixbus jako číslo 1 a zákazníky jezdící společností RegioJet jako číslo 0. Nejprve jsem se zaměřila na věk cestujících a stanovila jsem první problém:

H8: Věk respondentů, kteří jezdí Flixbusem (FlixBus = 1), se neliší od věku těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0). Podle mého mínění se tyto dvě skupiny věkem neliší, ale je možné, že FlixBusem jakožto poměrně novým dopravcem jezdí více studentů než seniorů. Studenti totiž častěji využívají internet a sociální sítě, kde se velmi často reklama FlixBusu vyskytuje.

Druhým problémem, kterým jsem se zabývala, byl počet cest.

H9: Počet cest cestujících, kteří jezdí FlixBusem (FlixBus = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0). Podle mého názoru se počtem cest neliší. Zde záleží na nutnosti či zájmu cestovat, nikoli však na dopravci.

H10: Cena za jízdenku, kterou zaplatí zákazníci, jež jezdí FlixBusem (FlixBus = 1), se neliší od ceny za jízdenku těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0). Domnívám se, že se cenou velmi liší. Zejména ceny jízdenek FlixBusu pro důchodce a studenty jsou nižší než ceny jízdenek RegioJetu pro důchodce a studenty. Od 1. 9. 2018 mají senioři nad 65 let a studenti od 18 do 26 let nárok na slevu 75 % z ceny plného jízdného.⁶⁷ To znamená, že by při cestování s FlixBusem

⁶⁷ Sleva pro studenty a seniory: [online]. [cit. 31. 12. 2018]. Dostupné z URL: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:

<https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/hromadna-doprava-jizdne-sleva-autobusy-vlaky-studenti-duchodci.A180831_204047_domaci_pmk>

mohli kupovat jízdenku již od 7,25 Kč.^{68,69} Naopak při cestování s RegioJetem by mohli kupovat jízdenku již od 28 Kč při cestě vlakem⁷⁰ a od 42 Kč při cestě autobusem⁷¹. Také v cenách jízdenek pro dospělé FlixBus jasně předčí RegioJet.

Dalším tématem, jímž jsem se zabývala, byl vliv slevy a počtu cest. Cestující, využívající při cestování nějakou formu slevy, jsem si označila jako číslo 1 a ostatní jako číslo 0. Vytyčila jsem si problém:

H11: Počet cest cestujících, kteří při cestě využívají nějakou formu slevy (sleva = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo žádnou slevu nevyužívají (žádná sleva = 0). Zastávám názor, že se tyto skupiny liší. Dle mého mínění lidé, jež jezdí velmi často jsou ochotni vyřídit si slevové karty jako například ISIC nebo žákovský průkaz. Na druhou stranu lidem, kteří jezdí málo, se tato možnost nevyplatí.

Posledním zajímavým tématem je srovnání věku respondentů a preferencí wifi. Osoby, jež jako preferovanou službu na cestě zvolily (mimo jiné) wifi, jsem si označila číslem 1 a ostatní číslem 0. Uvedla jsem domněnku:

H12: Věk respondentů, kteří jako službu na cestě preferují wifi (wifi = 1), se neliší od věku těch, kdo preferují něco jiného (něco jiného = 0). Podle mého názoru se věkem velmi liší. Jak víme, mnoho mladých lidí wifi na cestě aktivně využívá a sleduje videa, užívá sociální sítě nebo si prohlíží internet. Naopak starší lidé podle mě více preferují jiné služby jako například denní tisk či občerstvení.

⁶⁸ Cena jízdenky FlixBusu pro důchodce: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z

URL:<https://shop.flixbus.cz/search?departureCity=9638&arrivalCity=1374&route=Brno-Praha&rideDate=14.01.2019&backRideDate=14.01.2019&adult=0&senior=1&_locale=cs&backRide=1&wt_eid=2152951046513621366&wt_t=1545396160419&affiliate=%28not+set%29%2C&_ga=2.141247346.1505186358.1545396144-433473119.1529510468>

Cena jízdenky Flixbusu pro studenty: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z

URL:<https://shop.flixbus.cz/search?departureCity=9638&arrivalCity=1374&route=Brno-Praha&rideDate=14.01.2019&backRideDate=14.01.2019&adult=0&student=1&_locale=cs&backRide=1&wt_eid=2152951046513621366&wt_t=1545396207794&affiliate=%28not+set%29%2C&_ga=2.220983128.1505186358.1545396144-433473119.1529510468>

⁶⁹ V tomto případě ale záleží na obsazenosti spoje a na tom, jak dlouho dopředu jízdenku kupujete.

⁷⁰ Cena za jízdenku RegioJetu pro studenty a důchodce při cestě vlakem: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z

URL:<<https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/3088864001/to/372825000/tarif/ISIC/departure/20190116/retdep/20190116/return/false?2#search-results>>

⁷¹ Cena za jízdenku RegioJetu pro studenty a důchodce při cestě autobusem: [online]. [cit. 20. 12. 2018].

Dostupné z URL:

<<https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/10204002/to/10204003/tarif/ISIC/departure/20190116/retdep/20190116/return/false?4#search-results>>

3.5 Statistické metody

Při ověřování hypotéz a samotné práci s nimi jsem užívala metody deskriptivní statistiky i základní statistické testy: aritmetický průměr, směrodatnou odchylku i Pearsonův koeficient korelace a dvojitý t-test.

3.5.1 Aritmetický průměr

Aritmetický průměr definujeme jako součet všech hodnot vydělený jejich počtem.⁷² V programu Google Docs jsem použila funkci PRŮMĚR⁷³ pro prvotní testování hypotéz.

3.5.2 Směrodatná odchylka

Směrodatnou odchylku definujeme jako číslo, které určuje, jak moc jsou hodnoty rozptýleny či odchýleny od průměru hodnot. Výsledek se zároveň rovná odmocnině z rozptylu.⁷⁴ Jako funkci v programech Microsoft Excel či Google Docs ji můžeme vypočítat pomocí funkcí STDEVP či SMODCH.⁷⁵

3.5.3 Koeficient korelace

Korelace je vzájemný vztah mezi dvěma procesy nebo veličinami. Pokud se jedna veličina mění, mění se i veličina druhá. Pokud mezi těmito procesy vznikne korelace, je pravděpodobné, že veličiny na sobě závisejí. Míru korelace vyjadřuje koeficient korelace (někdy Pearsonův korelační koeficient), který může nabývat hodnot od -1 do +1. Pokud je výsledkem číslo, jehož hodnota se blíží nule, můžeme říci, že mezi zkoumanými proměnnými neexistuje žádná závislost. Pokud se naopak blíží k hodnotě +1, tak vysoké hodnoty jedné proměnné závisí na vysokých hodnotách druhé proměnné. Pokud se hodnota výsledku blíží číslu -1, tak řekneme, že vysoké hodnoty jedné proměnné závisí na nízkých hodnotách druhé proměnné.⁷⁶ Jako funkci v programech Microsoft Excel či Google Docs ji můžeme vypočítat pomocí funkcí PEARSON nebo CORREL.⁷⁷

⁷² Aritmetický průměr: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Aritmetick%C3%BD_pr%C5%AFm%C4%9Br>

⁷³ Průměr v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://office.lasakovi.com/excel/funkce-statisticke/PRUMER-AVERAGE-statistica-funkce-Excel/>>

⁷⁴ Směrodatná odchylka: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://matematika.cz/smerodatna-odchylka>>

⁷⁵ Směrodatná odchylka v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://office.lasakovi.com/excel/funkce-statisticke/SMODCH-STDEVP-smerodatna-odchylka-Excel/>>

⁷⁶ Koeficient korelace: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/Korelace>>

⁷⁷ Koeficient korelace v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://support.office.com/cs-cz/article/correl-funkce-995dcef7-0c0a-4bed-a3fb-239d7b68ca92>>

3.5.4 T – test

Jako t – test definujeme funkci, která se používá k testování rozdílnosti nebo shodnosti středních hodnot dvou výběrů nebo jednoho výběru testovaného dvakrát.⁷⁸ T–test v programech Microsoft Excel nebo Google Docs vypočítáme pomocí funkce T.TEST.⁷⁹ Číslem, které nám tímto výpočtem vyjde, je tzv. p–hodnota. Pokud je p–hodnota větší než 0,05, tak říkáme, že text hypotézy platí (nulovou hypotézu nezamítáme). Tuto funkci jsem využívala pro druhotné testování.

4 Výsledky

4.1 Výsledky hypotéz

Na začátku psaní Středoškolské odborné činnosti jsem si stanovila několik hypotéz, které jsem pomocí statistických metod zkoumala a ověřovala jejich pravdivost.

H1: Věk respondentů, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1), se neliší od věku těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0).

Tabulka 1 - První hypotéza

Věk u skupiny 0 [roky]	Věk u skupiny 1 [roky]	Průměrný věk skupiny 0 [roky]	Průměrný věk skupiny 1 [roky]	
26	29	36,84	36,47	
49	17			
58	17	p–hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,89	15,33	16,97

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Nejprve jsem si pomocí filtrů oddělila zákazníky, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem, a poté zákazníky, kteří by s ním po zdražení jezdit nepřestali. U obou těchto skupin jsem spočítala jejich průměrný věk. Po prvotním testování jsem došla k závěru, že se věkem liší o méně než jeden rok. Přešla jsem tedy k testování druhotnému. Pomocí statistické metody t – test jsem spočítala tzv. p–hodnotu. Pokud by p–hodnota vyšla méně než 0,05, tak bychom řekli, že text hypotézy neplatí (nulovou hypotézu zamítáme). Zde p–hodnota vyšla 0,89, což je mnohonásobně více než 0,05. Nulovou hypotézu nezamítáme a můžeme říci, že průměrný věk respondentů v obou skupinách je stejný. Lidé, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným

⁷⁸ T–test: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:

<<https://support.office.com/cs-cz/article/t-test-funkce-d4e08ec3-c545-485f-962e-276f7cbcd055>>

⁷⁹ T–test v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:

<<https://support.office.com/cs-cz/article/t-test-funkce-d4e08ec3-c545-485f-962e-276f7cbcd055>>

dopracem, nejsou ani mladší, ani starší než ti, kdo by s ním jezdit nepřestali. Došla jsem tedy k závěru, že zkoumaná hypotéza platí.

H2: Počet cest respondentů, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0).

Tabulka 2 - Druhá hypotéza

Počty cest u skupiny 0	Počty cest u skupiny 1	Průměrný počet cest u skupiny 0	Průměrný počet cest u skupiny 1	
4	15	5,17	4,85	
6	1			
2	1	p–hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,60	4,30	3,57

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Ze začátku jsem si pomocí filtrů oddělila zákazníky, kteří by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem, a poté zákazníky, kteří by s ním po zdražení jezdit nepřestali. U obou těchto skupin jsem spočítala jejich průměrný počet cest absolvovaných za rok. Došla jsem k závěru, že se po prvotním testování počtem cest liší jen velmi málo (o méně než jednu cest/rok). Následovalo testování druhotné. Opět jsem pomocí statistické metody t – test spočítala p–hodnotu. P–hodnota vyšla 0,60, což je mnohem vyšší číslo než 0,05. Nulovou hypotézu nemůžeme zamítnout. Vzhledem k výsledkům druhotného testování jsme došli k závěru, že tato hypotéza je pravdivá. Lidé, kteří by po hypotetickém zdražení o 10 % využili služeb jiného dopravce, se počtem cest vykonaných za rok neliší od těch, kdo by po zdražení zůstali věrni původnímu dopravci.

H3: Cena za jízdenku, kterou by zaplatili respondenti, jež by po zdražení přestali jezdit s daným dopravcem (zdražení = 1) se neliší od ceny za jízdenku těch, kdo by s ním jezdit nepřestali (zdražení = 0).

Tabulka 3 - Třetí hypotéza

Cena u skupiny 0 [Kč]	Cena u skupiny 1 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 0 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 1 [Kč]	
29	210	124,86	140,33	
159	200			
200	100	p–hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,18	68,76	72,98

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Nejdříve jsem spočítala průměrné ceny, za které kupují jízdenku lidé, kteří by po zdražení přestali jezdit zvoleným dopravcem. Průměrná cena jízdenky u těchto zákazníků vyšla 140 Kč, zatímco průměrná cena jízdenky u zákazníků, jež by se zvoleným dopravcem jezdit nepřestali, mi vyšla 125 Kč. Zde je pravděpodobná závislost ceny na věrnosti dopravci. Lidé, kteří kupují jízdenku za vyšší obnos peněz, jsou ochotni po zdražení změnit dopravce, zatímco zákazníci, jež za jízdenku utratí méně peněz, jsou po hypotetickém zdražení svému dopravci věrni mnohem více. Tato skutečnost by odpovídala tomu, že vyřčená domněnka není pravdivá. Druhotné testování tuto skutečnost nepotvrdilo, protože p–hodnota vyšla 0,18. Toto číslo je sice vyšší než 0,05, nulovou hypotézu zamítnout nemůžeme, nicméně se p–hodnota tomuto číslu blíží.

H4: Věk respondentů, kteří by jako druhou volbu zvolili jiného dopravce (jiný dopravce = 1), se neliší od těch, kdo by jako druhou volbu zvolili vlastní dopravní prostředek (vlastní dopravní prostředek = 0).

Tabulka 4 - Čtvrtá hypotéza

Věk u skupiny 0 [roky]	Věk u skupiny 1 [roky]	Průměrný věk u skupiny 0 [roky]	Průměrný věk u skupiny 1 [roky]	
49	26	34,68	37,94	
17	29			
12	58	p–hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,14	14,46	16,99

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Pomocí filtrů v tabulce jsem vypočítala průměrný věk obou skupin cestujících. Prvotní testování naznačovalo, že se skupiny věkem liší velmi málo (o cca 3 roky). Tuto skutečnost nám potvrdilo i testování druhotné. Po výpočtu p–hodnoty, která vyšla 0,14, jsem došla k závěru, že je větší než 0,05, tudíž nulovou hypotézu nezamítáme a potvrzujeme, že předložená domněnka je pravdivá. Lidé, kteří zvolili jako druhou možnost jiného dopravce nebo vlastní dopravní prostředek, se neliší věkem. Zastávala jsem takový názor, že se věkem liší, protože studenti a důchodci většinou nevlastní dopravní prostředek a jsou nuceni využít služeb jiného dopravce.

H5: Počet cest respondentů, kteří by jako druhou volbu zvolili jiného dopravce (jiný dopravce = 1), se neliší od těch, kdo by jako druhou volbu zvolili vlastní dopravní prostředek (vlastní dopravní prostředek = 0).

Tabulka 5 - Pátá hypotéza

Počet cest u skupiny 0	Počet cest u skupiny 1	Průměrný počet cest u skupiny 0	Průměrný počet cest u skupiny 1	
6	4	5,38	4,95	
1	15			
1	2	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,52	4,47	3,93

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Opět jsem jako první krok provedla prvotní testování. Spočítala jsem průměrný počet cest zákazníků, kteří by jako druhou volbu zvolili jiného dopravce, a zákazníků, kteří by zvolili vlastní dopravní prostředek. Došla jsem k závěru, že se po prvotním testování tyto skupiny osob téměř neliší. Následovalo testování druhotné. Výsledná p-hodnota vyšla 0,52, což je mnohem vyšší číslo než 0,05. Nulovou hypotézu nezamítáme.

H6: Počet cest respondentů, kteří jezdí soukromě (soukromě = 1), se neliší od těch, kdo jezdí pracovně (pracovně = 0).

Tabulka 6 - Šestá hypotéza

Počet cest u skupiny 0	Počet cest u skupiny 1	Průměrný počet cest u skupiny 0	Průměrný počet cest u skupiny 1	
6	4	8,63	4,39	
7	15			
4	1	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,003	7,03	2,76

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Prvotní testování naznačilo, že se tyto dvě skupiny cestujících lišit budou. Průměrný počet cest u zákazníků, kteří jezdí pracovně, vyšel 9, zatímco průměrný počet cest u zákazníků jezdících soukromě vyšel 4. Už po tomto testování je zřejmé, že se tito lidé liší. Tuto domněnku potvrdil i výpočet p-hodnoty, jež vyšla 0,003. Jelikož je toto číslo mnohem nižší než 0,05, jsme nuceni poprvé nulovou hypotézu zamítnout. Jedním z důvodů takového výsledku může být skutečnost, že lidé, kteří jezdí pracovně, absolvují více cest kvůli pracovním povinnostem či na pokyn svého zaměstnavatele. Na druhou stranu cestující jezdící soukromě naopak mohou jezdit méně, protože si kvůli ceně cestu rozmyslí nebo jedou vlastním dopravním prostředkem ve více lidech.

H7: Cena za jízdenku u osob, které jezdí soukromě (soukromě = 1), se neliší od těch, kdo jezdí pracovně (pracovně = 0).

Tabulka 7 - Sedmá hypotéza

Cena u skupiny 0 [Kč]	Cena u skupiny 1 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 0 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 1 [Kč]	
159	29	159,47	125,33	
149	210			
149	200	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,02	72,9	68,21

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Po výpočtu průměrných cen za jízdenku u obou skupin cestujících zjistíme, že se liší o 34 Kč. Lidé, kteří jezdí pracovně, ji tedy kupují o mnoho dražší. Jako jeden z důvodů může být to, že mají jízdenku proplacenou od zaměstnavatele, tudíž si mohou dopřát více luxusu a jet například lepší třídou. Na druhou stranu lidé, jež jezdí soukromě, jsou na cenu citlivější, tudíž většinou vyhledávají nejlevnější možnou variantu. I po druhotném testování dojdeme k závěru, že průměrné ceny za jízdenku jsou různé. P-hodnota vyšla 0,02, což je opět méně než 0,05. Nulovou hypotézu proto můžeme znovu zamítnout a říci, že osoby jezdící pracovně a osoby jezdící soukromě se cenou za jízdenku liší.

H8: Věk respondentů, kteří jezdí FlixBusem (FlixBus = 1), se neliší od věku těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0).

Tabulka 8 - Osmá hypotéza

Věk u skupiny 0 [roky]	Věk u skupiny 1 [roky]	Průměrný věk u skupiny 0 [roky]	Průměrný věk u skupiny 1 [roky]	
49	29	35,99	38,38	
29	210			
17	200	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,31	13,77	17,7

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Jako první krok jsem opět provedla výpočet průměru. Zjistila jsem, že se průměrný věk respondentů, již využívají služeb RegioJetu, se liší pouze o 2 roky oproti těm, kteří jezdí FlixBusem. I výsledek p-hodnoty při druhotném testování ukazuje, že se lidé, kteří jezdí FlixBusem věkem neliší od těch, kdo jezdí RegioJetem. Výsledek je pro mě překvapivý, protože jsem se domnívala, že RegioJetem jezdí starší lidé. Jednak díky tomu, že FlixBus je poměrně nový dopravce, tudíž umísťuje reklamy především na sociální sítě, jež používá především mladá

generace. Z vlastní zkušenosti při oslovování respondentů vím, že starší osoby neměly o FlixBusu takové povědomí.

H9: Počet cest cestujících, kteří jezdí FlixBusem (FlixBus = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0).

Tabulka 9 - Devátá hypotéza

Počet cest u skupiny 0	Počet cest u skupiny 1	Průměrný počet cest u skupiny 0	Průměrný počet cest u skupiny 1	
6	4	5,07	5,13	
15	5			
1	5	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,92	4,27	3,91

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Zákazníci, jež využívají služeb RegioJetu, za rok průměrně vykonají 5 cest, zatímco lidé, kteří jezdí s FlixBusem, jich vykonají mírně více. Už prvotní testování ukazuje, že se tyto dvě skupiny téměř neliší. Tuto skutečnost potvrdilo i druhotné testování. P-hodnota, jejíž hodnota se blíží číslu 1,00, vyšla 0,92. Z tohoto testování je zřejmé, že cestující, kteří jezdí FlixBusem, se neliší počtem cest od cestujících, již jezdí RegioJetem. Nulovou hypotézu nezamítáme.

H10: Cena za jízdenku, kterou zaplatí zákazníci, již jezdí FlixBusem (FlixBus = 1), se neliší od ceny za jízdenku těch, kdo jezdí RegioJetem (RegioJet = 0).

Tabulka 10 - Desátá hypotéza

Cena u skupiny 0 [Kč]	Cena u skupiny 1 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 0 [Kč]	Průměrná cena u skupiny 1 [Kč]	
159	29	164,9	86,02	
210	200			
200	79	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,0000	57,34	61,28

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

O této hypotéze jsem se od začátku domnívala, že nebude pravdivá. Ceny jízdenek FlixBusu jsou o mnoho nižší než ceny jízdenek RegioJetu. Od 1. 9. 2018 mají také senioři nad 65 let a studenti od 18 do 26 let nárok na slevu 75 % z ceny plného jízdného. Tudíž po této slevě také studenti nebo senioři, kteří využívají FlixBus, mají jízdenku o mnoho levnější než ti, kdo jezdí s RegioJetem. Tomuto faktu napovídají i průměrné ceny utracené za jízdenky u obou dopravců. Zákazníci RegioJetu za jízdenku utratí průměrně 165 Kč, kdežto zákazníci FlixBusu 86 Kč, tedy o 79 Kč méně. P-hodnota vyšla velmi malé číslo, nulovou hypotézu proto můžeme zamítnout.

Došli jsme k závěru, že zákazníci RegioJetu a zákazníci FlixBusu se cenou za jízdenku liší, nulovou hypotézu zamítáme.

H11: Počet cest cestujících, kteří při cestě využívají nějakou formu slevy (sleva = 1), se neliší od počtu cest těch, kdo žádnou slevu nevyužívají (žádná sleva= 0).

Tabulka 11 - Jedenáctá hypotéza

Počet cest u skupiny 0	Počet cest u skupiny 1	Průměrný počet cest u skupiny 0	Průměrný počet cest u skupiny 1	
4	4	5,22	4,82	
15	6			
2	1	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,48	4,56	3,22

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Nejprve jsem se věnovala prvotnímu testování. Zjistila jsem, že průměrný počet cest zákazníků, kteří při cestování nevyužívají žádnou slevu, je o méně než jednu cestu/rok vyšší. P-hodnota vyšla 0,48, což je násobně více než 0,05. Nulovou hypotézu nezamítáme a konstatujeme, že počet cest cestujících, jež při cestě využívají nějakou formu slevy, se neliší od počtu cest těch, kdo žádnou slevu nevyužívají.

H12: Věk respondentů, kteří jako službu na cestě preferují wifi (wifi = 1), se neliší od věku těch, kdo preferují něco jiného (něco jiného = 0).

Tabulka 12 - Dvanáctá hypotéza

Věk u skupiny 0 [roky]	Věk u skupiny 1 [roky]	Průměrný věk u skupiny 0 [roky]	Průměrný věk u skupiny 1 [roky]	
49	26	48,64	30,22	
58	29			
55	17	p-hodnota	Směrodatná odchylka u skupiny 0	Směrodatná odchylka u skupiny 1
...	...	0,0000	16,22	10,96

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Domnívala jsem se, že se tyto skupiny věkem liší. Wifi upřednostňuje narozdíl od starších mnoho mladých lidí. Tuto domněnku potvrzují jak průměrné věky obou skupin, tak p-hodnota. Průměrné věky obou skupin se liší o více než 18 let, což je vcelku vysoké číslo. P-hodnota vyšla 0,0000000000002, což je mnohem méně než 0,05. Nulovou hypotézu můžeme zamítnout a říkáme, že se lidé, jež na cestě preferují wifi, věkem liší od těch, kdo preferují něco jiného.

4.2 Odpovědi

Již vyčištěný datový soubor sestával celkově ze 197 odpovědí. Z papírové formy dotazníku jsem nasbírala 106 odpovědí a z elektronické formy 91 odpovědí. Z celkového počtu 197 odpovědí se 88 týkalo zákazníků Flixbusu, 106 zákazníků RegioJetu a 3 zákazníků využívajících služeb obou konkurentů.

4.2.1 Odpovědi týkající se stavu respondentů

V dotazníku jsem nasbírala celkově 88 odpovědí, jež jako dopravce označují FlixBus. Co se týče stavu respondentů, nejvíce zastoupenou skupinou byli zaměstnanci (47 %, 41 odpovědí), poté studenti (28 %, 25 odpovědí), důchodci (13 %, 11 odpovědí), podnikatelé (11 %, 10 odpovědí) a osoby na mateřské dovolené (1 %, 1 odpověď).

Nasbírala jsem také 106 odpovědí, jež jako dopravce označují RegioJet. Nejvíce zastoupenou skupinou dle stavu tu byli zaměstnanci (59 %, 63 odpovědí), dále studenti (25 %, 26 odpovědí), podnikatelé (11 %, 12 odpovědí), důchodci (3 %, 3 odpovědi) a osoby na mateřské dovolené (2 %, 2 odpovědi).

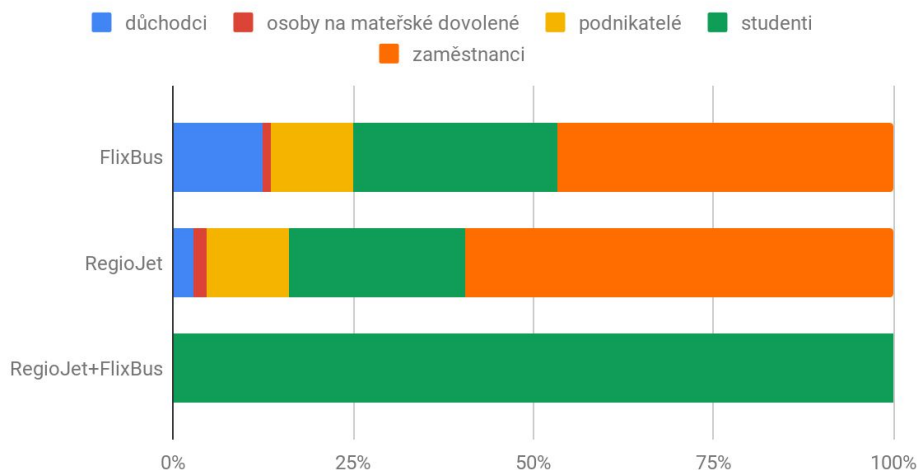
Zbylé 3 odpovědi se týkaly zákazníků, již využívají služeb obou konkurenčních dopravců. Jedinou, a zároveň nejvíce zastoupenou skupinu, tvořili studenti (100 %, 3 odpovědi).

Tabulka 13 - Stav zákazníků

	FlixBus	RegioJet	RegioJet+FlixBus
Důchodci	13 %	3 %	0 %
Osoby na mateřské dovolené	1 %	2 %	0 %
Podnikatelé	11 %	11 %	0 %
Studenti	28 %	25 %	100 %
Zaměstnanci	47 %	59 %	0 %
Celkem	100 %	100 %	100 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Stav



Obr. 1: Stav cestujících RegioJetu a Flixbusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Z tabulky je patrné, že služby FlixBusu využívá mnohem více seniorů než služby RegioJetu. Jedním z možných vysvětlení této skutečnosti by mohla být cena. Ceny jízdenek FlixBusu pro seniory jsou nižší než ceny jízdenek RegioJetu. Od 1. 9. 2018 mají také senioři nad 65 let nárok na slevu 75 % z ceny plného jízdneho. Zajímavé může být to, že FlixBus, jakožto na českém trhu nového dopravce, vyhledává poměrně mnoho osob z této skupiny. Jak je známo, FlixBus svou reklamou cílí především na sociální sítě, proto je velmi zajímavé, že osoby tohoto věku o něm mají vysoké povědomí. Respondentů na mateřské dovolené jezdí s oběma dopravci téměř stejný počet, tudíž tu cena ani jiné služby žádnou zásadní roli hrát nemusí. Patrné je také to, že s oběma konkurenty jezdí naprosto stejné procento podnikatelů. Co se týče studentů, u této skupiny se číslo mírně liší, protože jich s FlixBusem jezdí o 3 % více. S oběma dopravci jich jezdí dokonce 100 %. Je možné, že tito lidé upřednostňují čas odjezdu a na ceně či jiných službách jim nezáleží, ale důvodů mohou mít více (nedostatek míst). Pokud by byl celý výzkum prováděn po 1. 9. 2018, je možné, že by se podíl studentů změnil. Měli by totiž, stejně jako osoby nad 65 let, nárok na slevu 75 % z ceny plného jízdneho.⁸⁰

4.2.2 Odpovědi týkající se věku respondentů

- studenti (0-26 let): u studentů, jež jezdí FlixBusem nebo RegioJetem, se věk téměř neliší. O cca 5 let je nižší u studentů, jež jezdí oběma dopravci. Dalším ukazatelem, počtem cest, se také studenti jezdící zkoumanými dopravci neliší vůbec nebo jen velmi nepatrně. Kategorii, kterou se naopak liší velmi, je cena. Studenti, jež jako dopravce využívají Flixbus, zaplatí za jízdenku cca o 81 Kč méně než ti, kdo jezdí s RegioJetem.

⁸⁰ Slevy na jízděm 75 %: [online]. [cit. 25. 1. 2018]. Dostupné z URL:

<<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/prehledne-kdy-muzou-seniori-vyuzit-75-slevu-na-jizdne-a-kdy-maji-narozdil-od-studentu-smulu-54891>>

Pravděpodobně je to dáno tím, že FlixBus nabízí jednoznačně nejlevnější jízdenky na trase Brno-Praha na trhu. Při použití studentské slevy začínají na 20 Kč, ale v závislosti na čase objednání, počtu volných míst a odjezdu se mohou vyšplhat výše. Studenti, jež využívají služeb obou konkurentů, zaplatí průměrně o cca 18 Kč více než studenti, kteří jezdí RegioJetem.

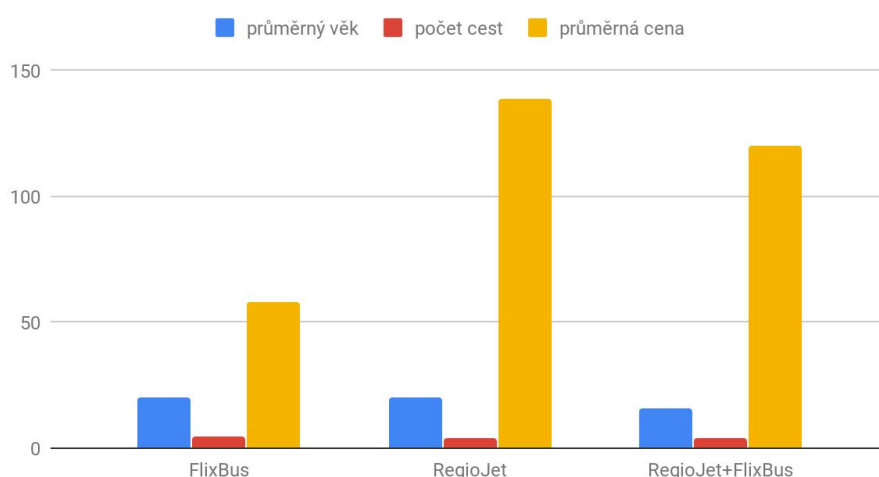
Pokud bychom výsledky shrnuli, tak se studenti výrazněji liší pouze cenou za jízdenku.

Tabulka 14 - Srovnání studentů

	FlixBus	RegioJet	RegioJet+FlixBus
Průměrný věk [roky]	20,1	20,2	15,7
Průměrný počet cest	4,7	4,3	4,3
Průměrná cena [Kč]	57,7	138,5	120

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Věk: a) studenti (0-26 let)



Obr. 2: Studenti cestují RegioJetem a (nebo) FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

b) zaměstnanci (27- 65 let): tato skupina se věkem ani průměrný počtem cest téměř neliší. Naopak průměrná cena za jízdenku se opět výrazně liší, a to o cca 69 Kč. Tato skutečnost je opět dána tím, že FlixBus celkově nabízí levnější jízdné.

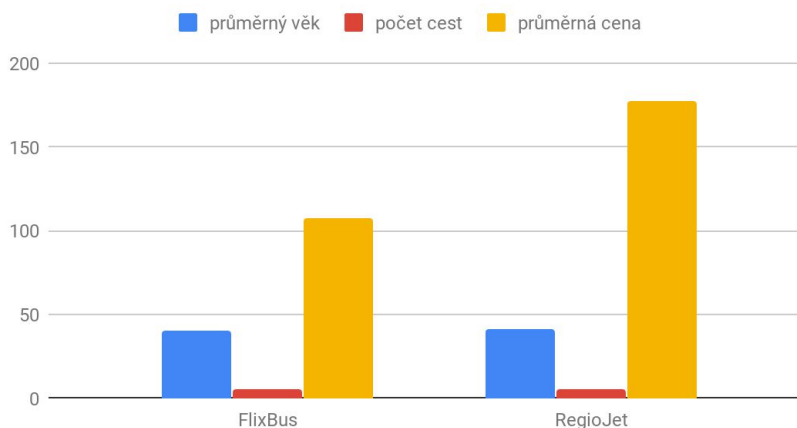
Porovnání zaměstnanců přináší podobný výsledek jako porovnání studentů: tato skupina se opět liší pouze cenou.

Tabulka 15 - Srovnání zaměstnanců

	FlixBus	RegioJet
Průměrný věk [roky]	40,6	41,1
Průměrný počet cest	5,5	5,3
Průměrná cena [Kč]	107,9	177,8

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Věk: b) zaměstnanci (27-65 let)



Obr. 3: Zaměstnanci cestující RegioJetem nebo FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

c) důchodci (65 a více let): skupina seniorů, jež využívá zlevněné jízdné, se na rozdíl od ostatních věkových kategorií průměrným věkem liší nejvíce, a to o cca 5 let. Tudíž se dá říci, že zákazníci nad 65 let, jež jezdí FlixBusem, jsou starší. Počet cest je také velmi rozdílný. Zákazníci RegioJetu jezdí průměrně devětkrát za rok, zatímco zákazníci FlixBusu pouze 3,8krát. Může to být dáno tím, že tyto zákazníci neradi zkoušejí něco nového a raději spoléhají na již ověřený způsob přepravy. Jiným důvodem může být to, že nemají o novém dopravci takové povědomí. Průměrná cena zaplacená těmito zákazníky se stejně jako u předchozích dvou kategorií velmi liší. Důvodem jsou nižší ceny pro důchodce a také 75% sleva na základním jízdném od 1. 9. 2018.⁸¹

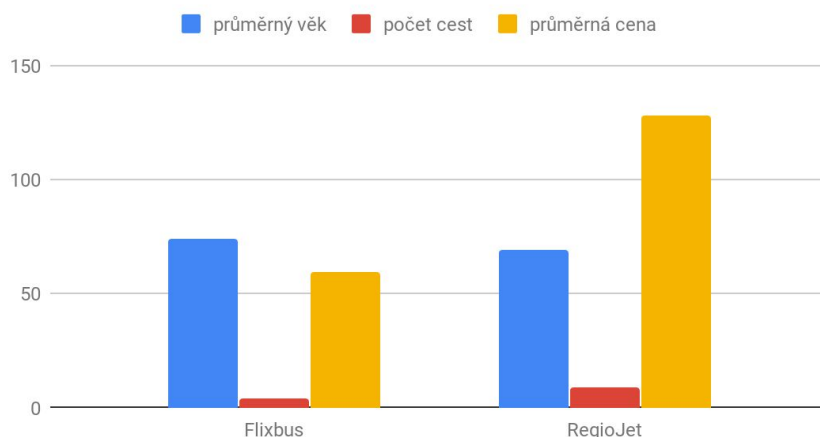
Tabulka 16 - Srovnání důchodců

	FlixBus	RegioJet
Průměrný věk [roky]	73,9	69
Průměrný počet cest	3,8	9
Průměrná cena [Kč]	59,7	128

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

⁸¹ Slevy na jízdném 75 %: [online]. [cit. 25. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/prehledne-kdy-muzou-seniori-vyuzit-75-slevu-na-jizdne-a-kdy-maji-narozdil-od-studentu-smulu-54891>>

Věk: c) důchodci (65 a více let)



Obr. 4: Důchodci cestující RegioJetem nebo FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

4.2.3 Odpovědi týkající se služeb a počtu cest

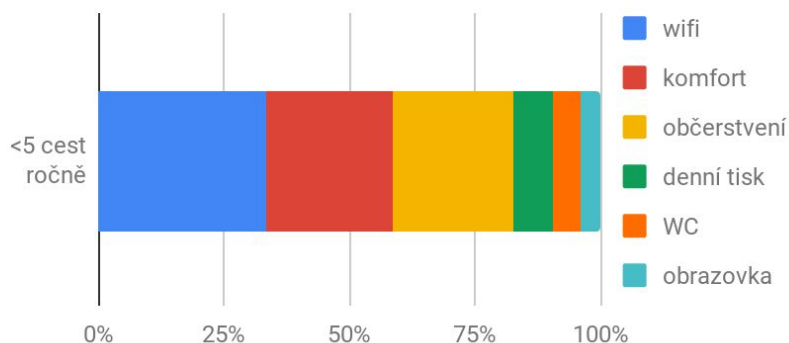
- a) FlixBus: z tabulky je patrné, že lidé, kteří jezdí méně jak pětkrát ročně, nejvíce jako službu na cestě preferují wifi. Wifi ve své odpovědi uvedlo celkem 50 % respondentů. S odstupem následuje komfort a občerstvení, což jsou pro stále více lidí důležitější služby.

Tabulka 17 - Srovnání služeb a počtu cest u FlixBusu (< 5 cest ročně)

FlixBus	< 5 cest ročně
Wifi	50 %
Komfort	38 %
Občerstvení	36 %
Denní tisk	12 %
WC	8 %
Obrazovka	6 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Počet cest, služby: a) FlixBus: < 5 cest ročně



Obr. 5: Počet cest a služby u zákazníků FlixBusu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

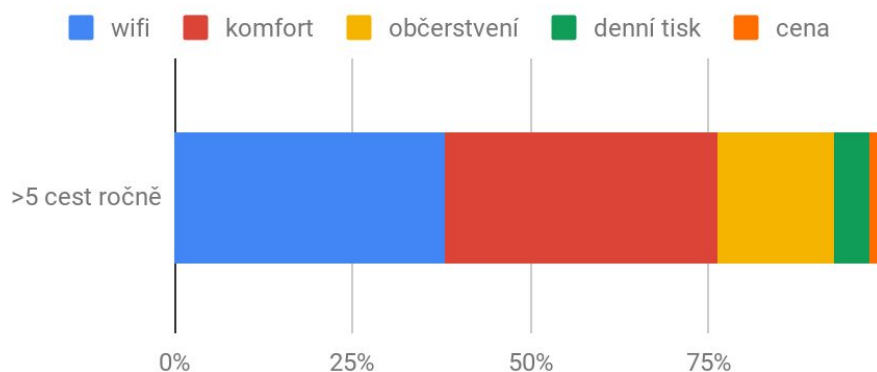
Na druhou stranu pro respondenty, kteří jezdí FlixBusem více jak pětkrát ročně, je důležitější komfort a wifi, jež shodně uvedlo 62 % lidí. Nově se tu vyskytla jako odpověď cena. Čím častěji lidé jezdí, tím více se mohou snažit ušetřit a na cenu jsou citlivější.

Tabulka 18 - Srovnání služeb a počtu cest u FlixBusu (> 5 cest ročně)

FlixBus	> 5 cest ročně
Wifi	62 %
Komfort	62 %
Občerstvení	27 %
Denní tisk	8 %
Cena	4 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Počet cest, služby: a) FlixBus: > 5 cest ročně



Obr. 6: Počet cest a služby u zákazníků FlixBusu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Všichni zákazníci FlixBusu, nehledě na počet cest, které absolvují, jednoznačně preferují přítomnost wifi. U zákazníků, kteří ročně cestují více než pětkrát, dokonce zvolilo tuto možnost více než 60 % oslovených. Druhou nejvíce vyhledávanou službou na cestě je komfort. Podle mého názoru by mělo jeho zastoupení se zvyšujícím se počtem cest růst, což se na výsledcích dotazníku potvrzuje. Naopak méně zmiňovanými službami je například WC. Můžeme si to vysvětlit tím, že toaleta v autobuse či vlaku je standard a dá se s ním obecně počítat. Pro některé cestující je výhodou i cena, která je u tohoto dopravce velmi nízká.

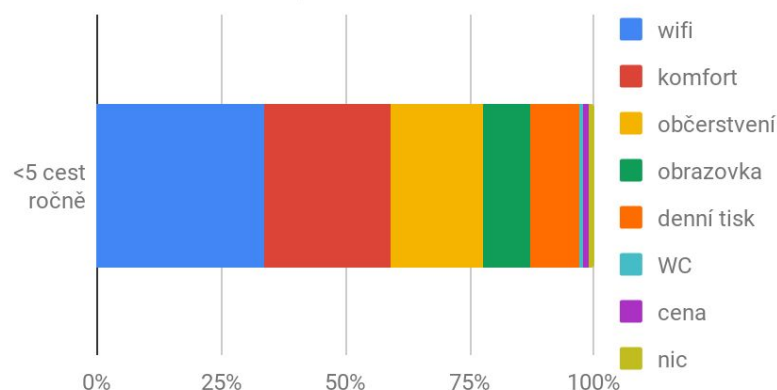
b) RegioJet: u zákazníků RegioJetu, jež jezdí méně než pětkrát ročně, mnoho cestujících upřednostňuje wifi. Opět vysoké procento zastoupení má také komfort a občerstvení. Pětina cestujících oceňuje denní tisk, který na cestě zdarma dostanou.

Tabulka 19 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu (< 5 cest ročně)

RegioJet	< 5 cest ročně
Wifi	63 %
Komfort	48 %
Občerstvení	35 %
Denní tisk	18 %
WC	2 %
Cena	2 %
Nic	2 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Počet cest, služby: b) RegioJet: < 5 cest ročně



Obr. 7: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

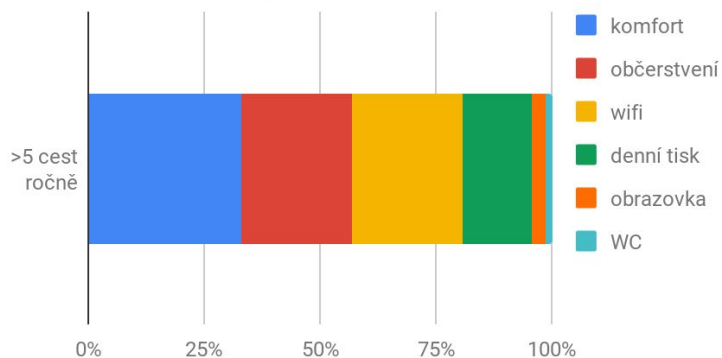
Pro respondenty, kteří jezdí RegioJetem více jak pětkrát ročně, je na rozdíl od předchozí skupiny nejdůležitější komfort. Naopak až na druhém místě preferují wifi připojení a občerstvení. Více zastoupenou službou je denní tisk, jež upřednostňuje každý třetí cestující.

Tabulka 20 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu (> 5 cest ročně)

RegioJet	> 5 cest ročně
Komfort	65 %
Wifi	47 %
Občerstvení	47 %
Denní tisk	29 %
Obrazovka	6 %
WC	3 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Počet cest, služby:b) RegioJet: > 5 cest ročně



Obr. 8: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

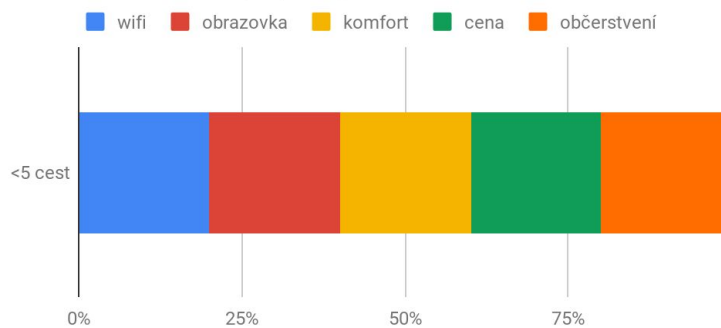
c) RegioJet + FlixBus: tři zákazníci, kteří využívají oba dopravce, shodně preferují wifi, obrazovku, komfort, cenu a občerstvení. Tento výsledek si můžeme vysvětlit tím, že na každém dopravci preferují něco jiného. Na RegioJetu například možnost sledovat obrazovku a na FlixBusu například nízkou cenu jízdenky.

Tabulka 21 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu a FlixBusu (> 5 cest ročně)

RegioJet + FlixBus	< 5 cest ročně
Wifi	50 %
Komfort	50 %
Občerstvení	50 %
Cena	50 %
Obrazovka	50 %

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Počet cest, služby:c) RegioJet+FlixBus: < 5 cest



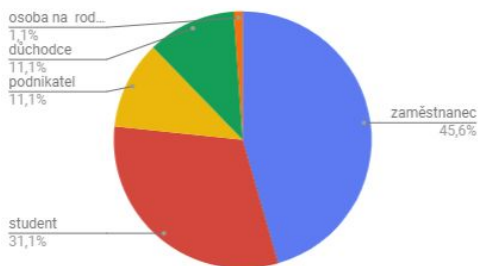
Obr. 9: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu a FlixBusu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Všichni zákazníci RegioJetu nehledě na počet cest dávají přednost především wifi, komfortu a občerstvení. Lidé cestující často dokonce komfort uvádějí v 65 % případů.

4.3 Odpovědi zákazníků FlixBusu

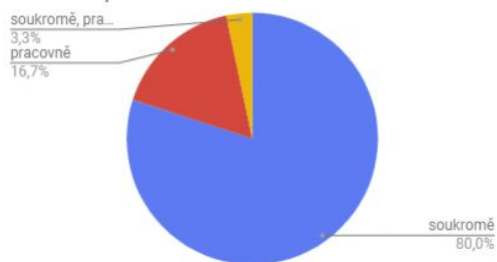
Celkem se mi podařilo nasbírat 88 odpovědí zákazníků FlixBusu. Odpovědi jsem zpracovala do tabulky a následně do grafů, aby je bylo možné snadno porovnat.

Graf 1: Stav



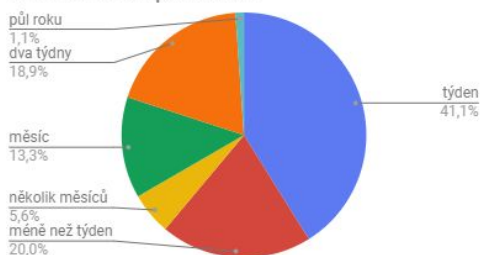
Obr. 10: Stav zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Graf 2: Způsob



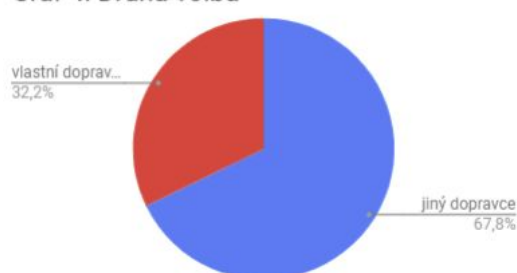
Obr. 11: Způsob cest zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Graf 3: Délka plánování



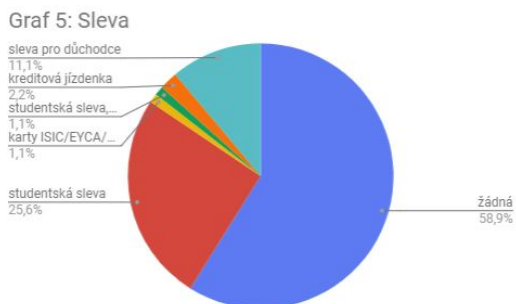
Obr. 12: Délka plánování zákazníků FlixBusu.

Graf 4: Druhá volba



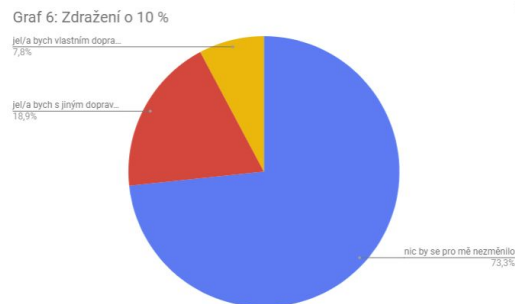
Obr. 13: Druhá volba dopravce zákazníků FlixBusu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

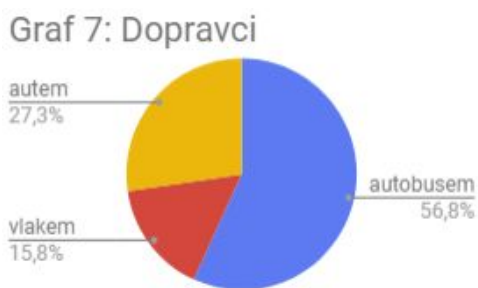


Obr. 14: Slevy u zákazníků FlixBusu
Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

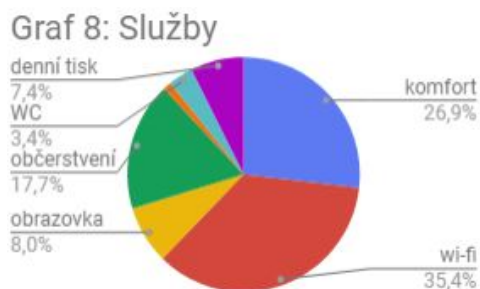
Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.



Obr. 15: Zdražení u zákazníků FlixBusu
Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.



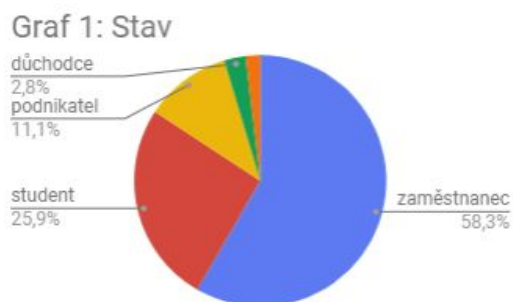
Obr. 16: Dopravci u zákazníků FlixBusu
Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.



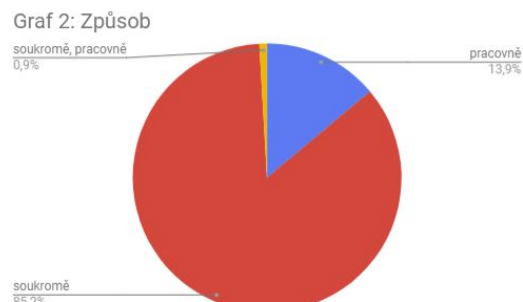
Obr. 17: Služby u zákazníků FlixBusu
Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

4.4 Odpovědi zákazníků RegioJetu

Také jsem nasbírala 106 odpovědí zákazníků RegioJetu. Odpovědi jsem zpracovala do tabulky a následně do grafů, aby je bylo možné snadno porovnat.



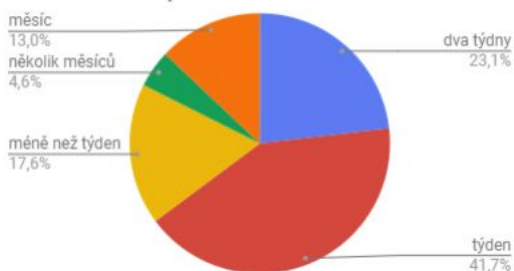
Obr. 18: Stav u zákazníků RegioJetu



Obr. 19: Způsob cest u zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Graf 3: Délka plánování

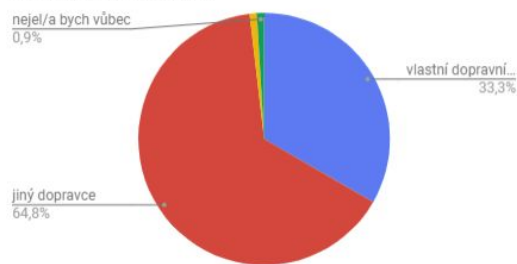


Obr. 20: Délka cestování u zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

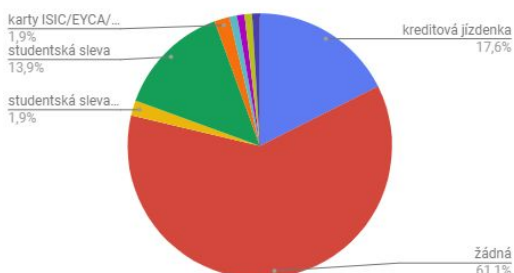
Graf 4: Druhá volba



Obr. 21: Druhá volba u zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

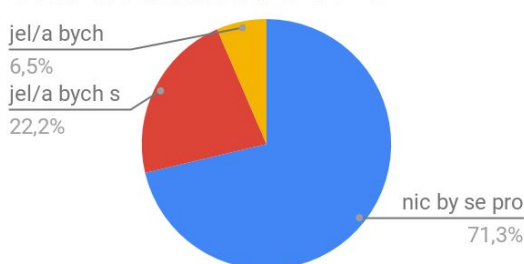
Graf 5: Sleva



Obr. 22: Sleva u zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

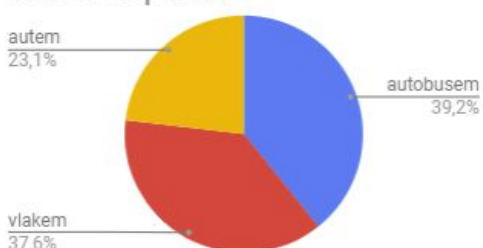
Graf 6: Zdražení o 10 %



Obr. 23: Zdražení u zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

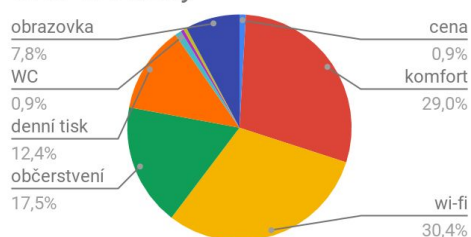
Graf 7: Dopravci



Obr. 24: Dopravci zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Graf 8: Služby



Obr. 25: Služby zákazníků RegioJetu

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

4.5 Profily typických zákazníků RegioJetu a FlixBusu

Po zpracování dotazníku jsem mohla sestavit profily typických zákazníků obou dopravců a následně je porovnat.

Tabulka 22 - Profil typického zákazníka FlixBusu

FlixBus	
Věk [roky]	35,99
Stav	zaměstnanec
Dopravce	Flixbus
Způsob	soukromě
Délka plánování	týden
Počet cest	5,13
Dopravci	autobus
Druhá volba	jiný dopravce
Cena [Kč]	88,50
Sleva	žádná
Zdražení	nic by se pro mě nezměnilo
Služby	wifi

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 23 - Profil typického zákazníka RegioJetu

RegioJet	
Věk [roky]	38,38
Stav	zaměstnanec
Dopravce	RegioJet
Způsob	soukromě
Délka plánování	týden
Počet cest	5,07
Dopravci	autobus
Druhá volba	jiný dopravce
Cena [Kč]	164,90
Sleva	žádná
Zdražení	nic by se pro mě nezměnilo
Služby	wifi

Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku

Je zřejmé, že se typičtí zákazníci obou dopravců nijak významně neliší. Rozdíl jejich věků činí pouze cca 2 roky a rozdíl v počtu cest je také zanedbatelný. Oba jsou zaměstnanci, oba jezdí soukromě, na trase Praha – Brno a zpět jezdí nejčastěji autobusem a jako druhou volbu by zvolili jiného dopravce. Většinou při cestách nevyužívají žádnou slevu, což souvisí s tím, že jsou zaměstnanci. Zajímavé je, že oba by po případném zdražení o 10 % zůstali věrní svému současnému dopravci. Služba, kterou oba nejvíce preferují, je wifi.

5 Závěr

Zákazníci v této době na souboji dvou konkurentů vydělávají, ale do budoucna by si mohli za současné přepravní podmínky velmi připlatit. Pokud se FlixBusu podaří svého konkurenta z českého trhu odstranit, může se stát, že výrazně zdraží.

Cíl této práce jsem si stanovila hned na začátku: zjistit o tomto tématu co nejvíce a pomocí dotazníkového šetření porovnat zákazníky RegioJetu a FlixBusu. Došla jsem k závěru, že se tito zákazníci neliší (profily typických zákazníků těchto dopravců jsou téměř totožné), **oba dopravci tedy soutěží o stejné zákazníky**. Typičtí zákazníci FlixBusu jsou o cca 2 roky starší než typičtí zákazníci RegioJetu a průměrně platí za jízdenku o cca 76 Kč méně. Stanovila jsem také několik hypotéz, z nichž se některé potvrdily a některé vyvrátily. Zajímavé pro mě bylo například zjištění, že se cenou za jízdenku a počtem cest za rok liší respondenti, kteří jezdí soukromě od těch, kteří jezdí pracovně. **Také jsem došla k závěru, že zákazníci obou dopravců jsou po hypotetickém zdražení o 10 % stále věrni svému stávajícímu dopravci**. Tato hypotéza platí i přes to, že jízdenky kupují za různě vysoké ceny. **Ochota měnit dopravce je tedy i přes zdražení velmi nízká**.

Podle mého názoru se tu o cenových válkách mluvit dá, i když dle výsledků mého průzkumu zákazníci na cenu citliví nejsou. Může se ale stát, že přijde hospodářská krize a lidé se na cenu jízdenky budou zaměřovat o to více.

Řekla bych, že použitá metoda (dotazníkové šetření) splnila svůj účel. Výsledky by mohly být ovlivněny použitou metodou, ale ne nijak výrazně.

Na tuto práci by bylo možné navázat. Dalo by se více zamýšlet nad skutečnostmi, které jsem nebrala v potaz. Také by bylo vhodné v dotazníku oslovit více respondentů než 200 pro širší vzorek cestujících. Dále by bylo možné práci více rozpracovat a zevrubněji se zabývat výsledky dotazníkového šetření, avšak to by bylo již nad rámec této SOČ.

6 Závěrečná bibliografie

- Počet aut v ČR: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/v-cesku-je-registrovano-pres-5-7-milionu-osobnich-aut/1650740>>
- Provozování trasy Praha – Brno Čebusem: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<http://www.busportal.cz/modules.php?name=article&sid=662>>
- ČD na trase Praha – Brno: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A9_dr%C3%A1hy>
- Probíhají v ČR cenové války?: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://www.podnikatel.cz/clanky/cenova-valka-autobusu-jancurovi-se-vraci-co-sam-zasel/>>
- Stížnosti ze strany Student Agency: [online]. [cit. 24. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://www.novinky.cz/ekonomika/411661-ustavni-soud-odmitl-stiznost-student-agency-proti-pokute.html>>
- Značka RegioJet: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/RegioJet>>
- Založení společnosti Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=585836&typ=UPLNY>>
- Historie Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency>
- Letenky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://www.studentagency.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>>
- Vnitrostátní linky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency#cite_note-12>
- Mezistátní linky Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<http://www.busportal.cz/modules.php?name=article&sid=3690>>
- Služby Student Agency: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Student_Agency#cite_note-12>
- Záměr Student Agency proniknou na železnici: [online]. [cit. 4. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/jancura-nas-vlak-bude-hezci-nez-pendolino.A060407_124455_ekonomika_maf>
- Odstoupení Student Agency z výběr. řízení v Libereckém kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<https://www.idnes.cz/ekonomika/doprava/student-agency-odstoupila-od-souboje-o-regionalni-vlaky.A090608_081745_eko-doprava_pin>
- Založení společnosti RegioJet: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=583192&typ=UPLNY>>
- Nabídka RegioJetu Ministerstvu dopravy: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://www.novinky.cz/ekonomika/171273-regiojet-majitele-student-agency-chce-rychliky-na-15-linkach.html>>
- Spor RegioJetu v Plzeňské kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL:
<<https://plzen.rozhlas.cz/vlaky-spolecnosti-regiojet-na-plzensku-jezdit-nebudou-6750161>>
- Trasy RegioJetu: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://cs.wikipedia.org/wiki/RegioJet#cite_note-45>

Rebranding společnosti Student Agency: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/zlute-autobusy-student-agency-se-prejmenuji-na-regiojet.A151106_093319_ekoakcie_chrs>

Výpis z obchodního rejstříku týkající se FlixBusu: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=970833&typ=UPLNY>>

Marketing FlixBusu: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.flixbus.cz/o-nas/pro-media/tiskove-zpravy/cesti-dopravci-ve-flixbusu-2018>>

Německý trh: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/FlixBus>>

Počátky FlixBusu: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Flixbus>>

Spor RegioJetu v Plzeňské kraji: [online]. [cit. 5. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://byznys.ihned.cz/c1-65091380-zelene-autobusy-nemeckeho-flixbusu-expanduji-v-cesku-propoji-prahu-s-mesimi-mesty-i-zahranicim>>

Proč FlixBus neporáží RegioJet: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://zdopravy.cz/sedm-duvodu-proc-flixbus-v-cesku-neporazi-regiojet-5377/>>

FlixBus v ČR: [online]. [cit. 8. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.flixbus.cz/o-nas/pro-media/tiskove-zpravy/cesti-dopravci-ve-flixbusu-2018>>

Rozhodnutí ÚOHS ve věci možného porušení hospodářské soutěže ze dne 3. 11. 2010: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9078.html>>

Úroveň služeb Student Agency: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.studentagency.cz/o-nas/historie/>>

Tiskový zpráva Student Agency k rozhodnutí ÚOHS: [online]. [cit. 15. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://www.studentagency.cz/o-nas/pro-media/archiv/UOHS-vydal-nesmyslne-rozhodnuti.html>>

Rozhodnutí předsedy ÚOHS v řízení o rozkladu ze dne 18. 2. 2011: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://www.uohs.cz/cs/hospodarska-soutez/sbirky-rozhodnuti/detail-9079.html>>

Zrušení pokuty pro Student Agency ze dne 9. 11. 2012: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1135567-soud-zrusil-pokutu-pro-student-agency>>

Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu ze dne 30. 9. 2013: [online]. [cit. 17. 1. 2019]. Dostupné z URL: <http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2012/0082_2Afs_120_20130930154053_prevedeno.pdf>

Rozhodnutí Nejvyššího správního soudu ze dne 17. 9. 2015: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <http://www.nssoud.cz/files/SOUDNI_VYKON/2014/0187_2As_1400086_20150925074458_prevedeno.pdf>

Rozhodnutí Ústavního soudu ze dne 21. 7. 2016: [online]. [cit. 19. 1. 2019]. Dostupné z URL: <<http://nalus.usoud.cz/Search/ResultDetail.aspx?id=93692&pos=1&cnt=4&typ=result>>

Náhrada škody ASIANĚ: [online]. [cit. 19. 1. 2018]. Dostupné z URL: <https://www.idnes.cz/brno/zpravy/soud-autobusova-linka-brno-praha-student-agency-asiana.A180417_154829_brno-zpravy_krut>

RegioJet musí ASIANĚ zaplatit náhradu škody: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL: <<https://www.novinky.cz/ekonomika/492604-student-agency-musi-zaplatit-konkurenci-11-7-milionu.html>>

Předžalobní výzva RegioJetu zaslaná FlixBusu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://byznys.ihned.cz/c1-66151350-flixbus-chce-agresivne-ovladnout-trh-v-cesku-a-pak-zdrazit-jizdenky-stezuje-si-jancura-firme-zasila-predzalobni-vyzvu-a-stezuje-si-i-v-bruselu>>

Reakce FlixBusu na tvrzení RegioJetu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/jancura-posle-flixbusu-predzalobni-vyzvu-stezuje-si-na-nekalou-soutez-1345610>>

RegioJet mluví o nekalé soutěži: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://echo24.cz/a/S7hWV/valka-dopravcu-jancura-poslal-flixbusu-predzalobni-vyzvu-mluvi-o-nekale-soutezi>>

Prodej RegioJetu: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<https://www.lidovky.cz/byznys/doprava/jancura-platit-flixbusu-30-procent-radi-napodobim-boj-proti-svedske-pre-sile.A170823_172209_in-doprava_pave>

Definice cenové války: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<http://www.businessdictionary.com/definition/price-war.html>>

Důvody cenové války: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.investopedia.com/terms/p/price-war.asp>>

Cíl cenových válek: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.investopedia.com/terms/p/price-war.as>>

Zneužití dominantního postavení: [online]. [cit. 20. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-143>>

Zákon o ochraně hospodářské soutěže: [online]. [cit. 27. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-143>>

REDERER, Václav. Vymezení relevantního trhu a aplikace SSNIP testu v odvětví železniční přepravy [online]. Brno, 2018 [cit. 2019-01-27]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/t7wcc/DP_Rederer_final2018.pdf>. Dizertační práce obhájená na Ekonomicko-správní fakultě Masarykovy univerzity, vedoucí práce doc. Ing. Martin Kvizda, Ph.D.

Sleva pro studenty a seniory: [online]. [cit. 31. 12. 2018]. Dostupné z URL: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/hromadna-doprava-jizdne-sleva-autobusy-vlaky-studenti-uchodci.A180831_204047_domaci_pmk>

Cena jízdenky FlixBusu pro důchodce: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<https://shop.flixbus.cz/search?departureCity=9638&arrivalCity=1374&route=Brno-Praha&rideDate=14.01.2019&backRideDate=14.01.2019&adult=0&senior=1&_locale=cs&backRide=1∓wt_eid=2152951046513621366&wt_t=1545396160419&affiliate=%28not+set%29%2C&_ga=2.141247346.1505186358.1545396144-433473119.1529510468>

Cena jízdenky FlixBusu pro studenty: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<https://shop.flixbus.cz/search?departureCity=9638&arrivalCity=1374&route=Brno-Praha&rideDate=14.01.2019&backRideDate=14.01.2019&adult=0&student=1&_locale=cs&backRide=1∓wt_eid=2152951046513621366&wt_t=1545396207794&affiliate=%28not+set%29%2C&_ga=2.220983128.1505186358.1545396144-433473119.1529510468>

Cena za jízdenku RegioJetu pro studenty a důchodce při cestě vlakem: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/3088864001/to/372825000/tarif/ISIC/departure/20190116/retdep/20190116/return/false?2#search-results>>

Cena za jízdenku RegioJetu pro studenty a důchodce při cestě autobusem: [online]. [cit. 20. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://jizdenky.regiojet.cz/Booking/from/10204002/to/10204003/tarif/ISIC/departure/20190116/retdep/20190116/return/false?4#search-results>>;

Aritmetický průměr: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<https://cs.wikipedia.org/wiki/Aritmetick%C3%BD_pr%C5%AFm%C4%9Br>

Průměr v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://office.lasakovi.com/excel/funkce-statisticke/PRUMER-AVERAGE-statisticka-funkce-Excel/>>

Směrodatná odchylka: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://matematika.cz/smerodatna-odchylka>>

Směrodatná odchylka v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://office.lasakovi.com/excel/funkce-statisticke/SMODCH-STDEVP-smerodatna-odchylka-Excel/>>

Koeficient korelace: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL: <<https://cs.wikipedia.org/wiki/Korelace>>

Koeficient korelace v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://support.office.com/cs-cz/article/correl-funkce-995dcef7-0c0a-4bed-a3fb-239d7b68ca92>>

T–test: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://support.office.com/cs-cz/article/t-test-funkce-d4e08ec3-c545-485f-962e-276f7cbcd055>>

T–test v Excelu: [online]. [cit. 17. 12. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://support.office.com/cs-cz/article/t-test-funkce-d4e08ec3-c545-485f-962e-276f7cbcd055>>

Slevy na jízdném 75 %: [online]. [cit. 25. 1. 2018]. Dostupné z URL:
<<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/prehledne-kdy-muzou-seniori-vyuzit-75-slevu-na-jizdne-a-kdy-maji-narozdil-od-studentu-smulu-54891>>

7 Seznam tabulek

Tabulka 1 - První hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 2 - Druhá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 3 - Třetí hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 4 - Čtvrtá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 5 - Pátá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 6 - Šestá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 7 - Sedmá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 8 - Osmá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 9 - Devátá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 10 - Desátá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 11 - Jedenáctá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 12 - Dvanáctá hypotéza. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 13 - Stav zákazníků. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 14 - Srovnání studentů. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 15 - Srovnání zaměstnanců. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 16 - Srovnání důchodců. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 17 - Srovnání služeb a počtu cest u FlixBusu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 18 - Srovnání služeb a počtu cest u FlixBusu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 19 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 20 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 21 - Srovnání služeb a počtu cest u RegioJetu a FlixBusu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 22 - Profil typického zákazníka FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Tabulka 23 - Profil typického zákazníka RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

8 Seznam obrázků

- Obr. 1: Stav cestujících RegioJetu a FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 2: Studenti cestují RegioJetem a (nebo) FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 3: Zaměstnanci cestující RegioJetem nebo FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 4: Důchodci cestující RegioJetem nebo FlixBusem. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 5: Počet cest a služby u zákazníků FlixBusu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 6: Počet cest a služby u zákazníků FlixBusu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 7: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 8: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu (> 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě
- Obr. 9: Počet cest a služby u zákazníků RegioJetu a FlixBusu (< 5 cest ročně). Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 10: Stav zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 11: Způsob cest zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 12: Délka plánování zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 13: Druhá volba zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 14: Slevy zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 15: Zdražení u zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 16: Dopravci u zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 17: Služby u zákazníků FlixBusu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 18: Stav u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 19: Způsob cest u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 20: Délka plánování u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 21: Druhá volba u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.
- Obr. 22: Sleva u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Obr. 23: Zdražení u zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Obr. 24: Dopravci zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

Obr. 25: Služby zákazníků RegioJetu. Zdroj: vlastní zpracování na základě výsledků dotazníku.

9 Příloha č. 1 - Dotazník týkající se cestování na trase Praha – Brno (Brno – Praha)

1. Věk?

2. Jste: důchodce student zaměstnanec
 podnikatel osoba na rodičovské dovolené nezaměstnaný

3. Kterého dopravce jste si zvolil/a?

RegioJet Flixbus

4. Jaký je účel Vaší cesty? jedu soukromě jedu pracovně

5. Jak dlouho dopředu jste plánoval/a cestu?

6. Kolik cest na trase Praha- Brno ročně absolvujete a jakými prostředky?

autem vlakem
 autobusem na motorce

7. Kdybyste nejel/a zvoleným dopravcem, co by byla Vaše druhá volba?

vlastní dopravní prostředek jiný dopravce
 jiné:

8. Za jakou cenu jste jízdenku koupil/a?.....

8.1 Využil/a jste při nákupu této jízdenky nějakou slevu? Pokud ano, jakou?

sleva pro důchodce ZTP/P karty ISIC/EYCA/ALIVE
 studentská sleva kreditová jízdenka doprovázené dítě <6 let

9. Pokud by Váš dopravce zdražil o 10 %, jak byste reagoval/a?

nic by se pro mě nezměnilo jel/a bych s jiným dopravcem
 nejel/a bych vůbec jel/a bych vlastním prostředkem

10. Jaké služby na cestě jsou pro Vás důležité?

komfort občerstvení wi-fi denní tisk jiné: