

Raport z badania zadowolenia
pasażerów podróżujących autobusami
Przedsiębiorstwa Komunikacji Miejskiej
sp. z o.o. w Tychach

OKRES BADAŃ: 16 MAJ - 17 CZERWIEC 2016 R.



Spis treści

I. WPROWADZENIE	2
II. CHARAKTERYSTYKA ANKIETOWANYCH PASAŻERÓW	4
III. WYNIKI Z PRZEPROWADZONYCH BADAŃ ANKIETOWYCH	7
1. OCENA JAKOŚCI USŁUG PRZEWOZOWYCH ŚWIADCZONYCH PRZEZ PKM SP. Z O.O. W TYCHACH, W OPINII PASAŻERÓW, W SKALI OD 1 DO 5	7
2. OPINIE PASAŻERÓW NA TEMAT MONTOWANIA KAMER W AUTOBUSACH	9
3. OPINIE PASAŻERÓW NA TEMAT WYPOSAŻANIA AUTOBUSÓW W KLIMATYZACJĘ PRZESTRZENI PASAŻERSKIEJ.....	9
4. DOŚWIADCZENIA ANKIETOWANYCH W ZAKRESIE ZAGROŻEŃ ZE STRONY WSPÓLPASAŻERÓW	10
5. NAJBARDZIEJ UCIAŹLIWE ZACHOWANIA WSPÓLPASAŻERÓW WG ANKIETOWANYCH	11
6. DZIAŁANIA, KTÓRE WG ANKIETOWANYCH MOGŁYBY NAJSKUTECZNIEJ ZACHĘCIĆ PODRÓŻUJĄCYCH DO WYBORU PRZEJAZDU AUTOBUSEM ZAMIAST SAMOCHODEM PRYWATNYM	13
7. OPINIE ANKIETOWANYCH NA TEMAT ROZWIĄZAŃ OGRANICZAJĄCYCH RUCH SAMOCHODÓW OSOBOWYCH W MIEŚCIE	14
8. OPINIA PASAŻERÓW NA TEMAT ISTOTNOŚCI PLANOWANYCH EFEKTÓW REALIZACJI STRATEGII ROZWOJU I INTEGRACJI TYSKIEJ KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ	15
9. OPINIA PASAŻERÓW NA TEMAT BEZPŁATNEGO DOSTĘPU DO INTERNETU (Wi-Fi) W AUTOBUSACH PKM-U	16
10. OPINIA PASAŻERÓW NA TEMAT SYSTEMU DYNAMICZNEJ INFORMACJI PASAŻERSKIEJ „TYCHY.KIEDY.PRZYJEDZIE.PL”	16
11. OPINIA ANKIETOWANYCH NA TEMAT LIDERA WŚRÓD PRZEWOŹNIKÓW NA TERENIE MIASTA TYCHY	17
12. OPINIA ANKIETOWANYCH NA TEMAT LIDERA WŚRÓD PRZEWOŹNIKÓW NA TERENIE WOJEWÓDZTWA ŚLĄSKIEGO	18
13. OPINIA ANKIETOWANYCH NA TEMAT NOWEJ WERSJI STRONY INTERNETOWEJ WWW.PKMTYCHY.PL ORAZ FIRMOWEGO PROFILU NA PORTALU SPOŁECZNOŚCIOWYM FACEBOOK	19
14. ZNAJOMOŚĆ WŚRÓD ANKIETOWANYCH OFERTY STACJI PALIW PKM	20
15. OPINIA ANKIETOWANYCH NA TEMAT MIKROBUSÓW MARKI MERCEDES SPRINTER ZAKUPIONYCH PRZEZ PKM.....	20
16. DODATKOWE UWAGI ZGŁOSZONE PRZEZ ANKIETOWANYCH W ZAKRESIE DOSKONALENIA USŁUG PRZEWOZOWYCH PKM	21
IV. PROPOZYCJE ANKIETOWANYCH ZALECANE DO ROZWAŻENIA W KONTEKŚCIE ICH PRAKTYCZNEJ REALIZACJI	23
V. SPIS TABEL	24
VI. SPIS RYSUNKÓW	24

Załączniki:

1. Wzór ankiety badania zadowolenia Pasażera z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach – wyd. 8.
2. Artykuł nt. badania zadowolenia pasażera z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach, wraz z formularzem ankiety, opublikowany w gazecie „Twoje Tychy”.

I. WPROWADZENIE

Wdrożenie i certyfikowanie Zintegrowanego Systemu Zarządzania (**Rysunek 1**), zgodnego z wymaganiami norm ISO 9001 (zarządzanie jakością), ISO 14001 (zarządzanie środowiskowe) i PN-N 18001 (zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy) zobowiązuje Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Tychach (zwane dalej: PKM) m.in. do przeprowadzania okresowych badań zadowolenia pasażerów, w ramach realizacji wymagania określonego w pkt. 8.2.1 normy ISO 9001, pt. „Zadowolenie klienta”.

Rysunek 1: Aktualne certyfikaty ISO PKM sp. z o.o. w Tychach



8-me z kolei badania ankietowe pasażerów przeprowadzono w okresie od 16 maja do 17 czerwca 2016 r. głównie za pośrednictwem:

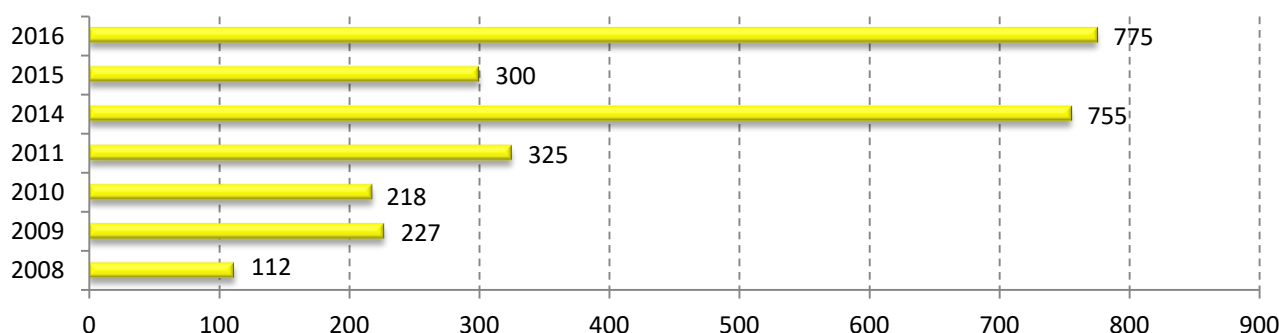
- strony internetowej www.pkmtychy.pl (**Załącznik 1** – wzór ankiety);
- kas biletowych MZK Tychy;
- nauczycieli szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadpodstawowych;
- gazety „Twoje Tychy” (**Załącznik 2** – Artykuł ws. sondażu), w której opublikowano papierową wersję ankiety.

Ilość otrzymanych zwrotnie ankiet to 775 szt., z czego:

- 178 szt. - to ankiety wypełnione elektronicznie za pośrednictwem strony internetowej www.pkmtychy.pl;
- 597 szt. - to ankiety przekazane w wersji papierowej (publikacja w gazecie „Twoje Tychy”).

W porównaniu do 2015 r. (patrz: **Rysunek 2**) ilość ankiet znacząco wzrosła – o ponad 60%.

Rysunek 2: Ilość ankiet otrzymanych zwrotnie w badaniach ankietowych pasażerów PKM



Źródło: Opracowanie własne.

Dane z papierowych i elektronicznych ankiet zostały wprowadzone do odpowiednio przygotowanych arkuszy kalkulacyjnych programu Microsoft Excel w celu ich statystycznego uporządkowania. W rozdziale III niniejszego raportu przedstawiono wyniki badań, a w rozdziale IV – zalecenia możliwe do rozważenia w kontekście ich praktycznej realizacji.

UWAGA:

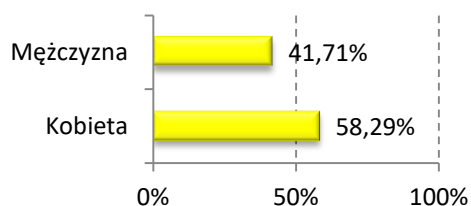
- a) błąd statystyczny przyjęty w badaniach to $\pm 0,1\%$;
- b) dane liczbowe w wykresach i tabelach mogą się różnić $\pm 0,01\%$ z powodu zaokrągleń wartości pomiarowych w arkuszach kalkulacyjnych Excela.

II. CHARAKTERYSTYKA ANKIETOWANYCH PASAŻERÓW

Charakterystyka ankietowanych obejmuje ich podział pod względem:

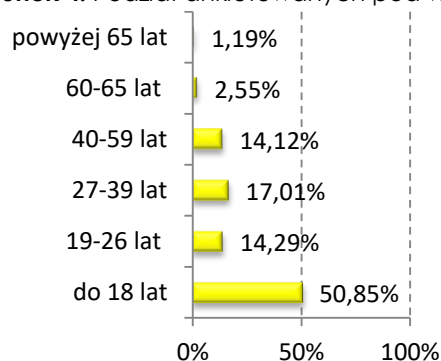
- a) płci;
- b) wieku;
- c) statusu zawodowego;
- d) wykształcenia;
- e) ewentualnego posiadania samochodu;
- f) sposobu realizacji podróży miejskich;
- g) najczęstszych powodów podejmowania podróży miejskich;
- h) częstotliwości korzystania z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach.

Rysunek 3: Podział ankietowanych pod względem płci



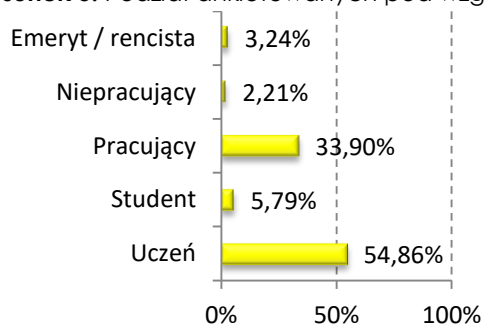
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 4: Podział ankietowanych pod względem wieku



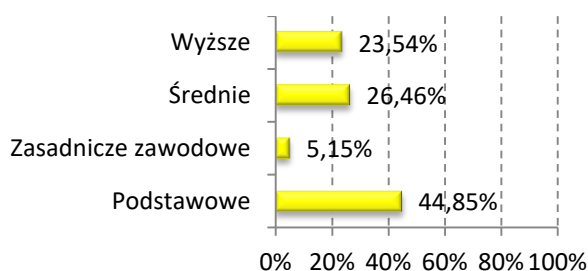
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 5: Podział ankietowanych pod względem statusu zawodowego



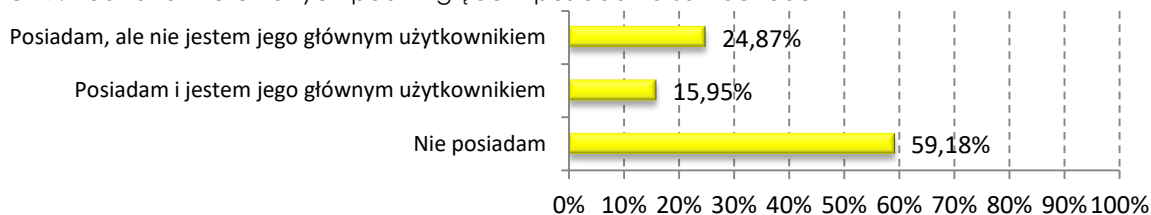
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 6: Podział ankietowanych pod względem wykształcenia



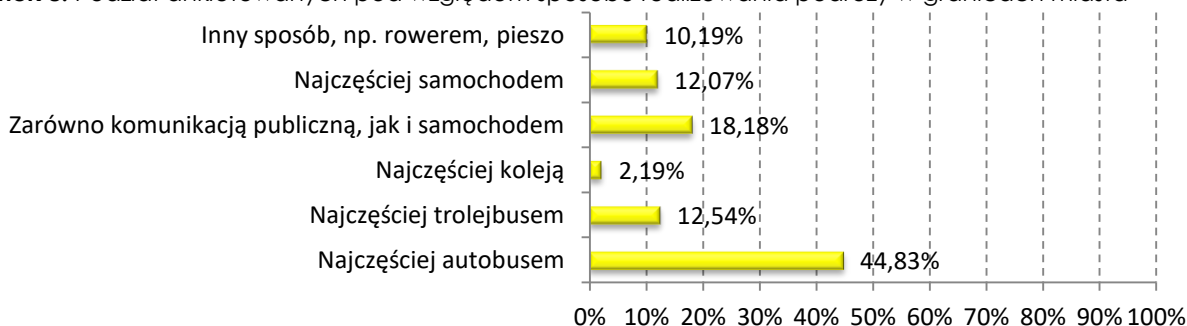
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 7: Podział ankietowanych pod względem posiadania samochodu



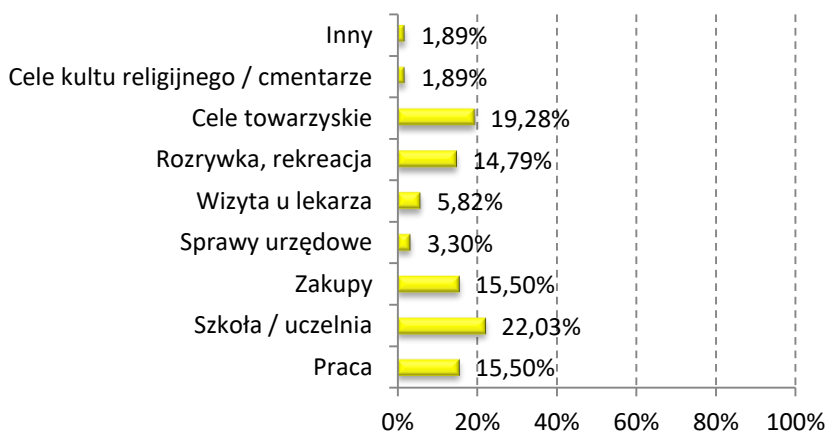
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 8: Podział ankietowanych pod względem sposobu realizowania podróży w granicach miasta



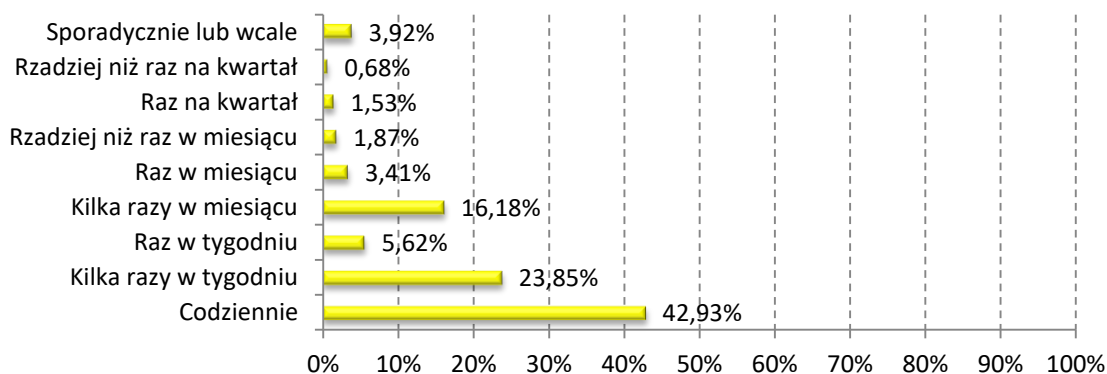
Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 9: Podział ankietowanych pod względem najczęstszych powodów podejmowania podróży miejskich



Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 10: Podział ankietowanych pod względem częstotliwości korzystania z usług przewozowych PKM



Źródło: Opracowanie własne.

Analizując powyższe dane o ankietowanych należy zauważyć, że przeważająca ich część:

- a) codziennie lub prawie codziennie korzysta z komunikacji miejskiej – łącznie: 66,78% (codziennie: 42,93%, a 23,85% kilka razy w tygodniu);
- b) realizuje swe podróże po mieście autobusem PKM (44,83%), a 18,18% z nich przemieszcza się zarówno komunikacją publiczną, jak i samochodem;
- c) jest w wieku 19 do 39 lat - łącznie: 31,3% (19-26 lat: 14,29%; 27-39 lat: 17,01%);
- d) to osoby pracujące: 33,90% lub uczące się - łącznie: 60,65% (studenci: 5,79%, uczniowie: 54,86%);
- e) dojeżdża autobusem PKM do szkoły i na uczelnię –22,03%; w celach towarzyskich: 19,28% i rekreacyjnych: 14,79% oraz do pracy: 15,50%;
- f) to osoby legitymujące się wykształceniem: podstawowym (44,85), średnim (26,46%) i wyższym (23,54%);
- g) nie posiada samochodu (59,18%), a pozostali ankietowani go posiadają, jednak tylko 15,95% z nich jest jego głównym użytkownikiem;
- h) to kobiety: 58,29%.

Na podstawie powyższych danych grupę ankietowanych można uznać za reprezentatywną, a uzyskane wyniki badania za miarodajne i odzwierciedlające stan faktyczny w zakresie aktualnej opinii pasażerów o jakości usług przewozowych świadczonych przez PKM.

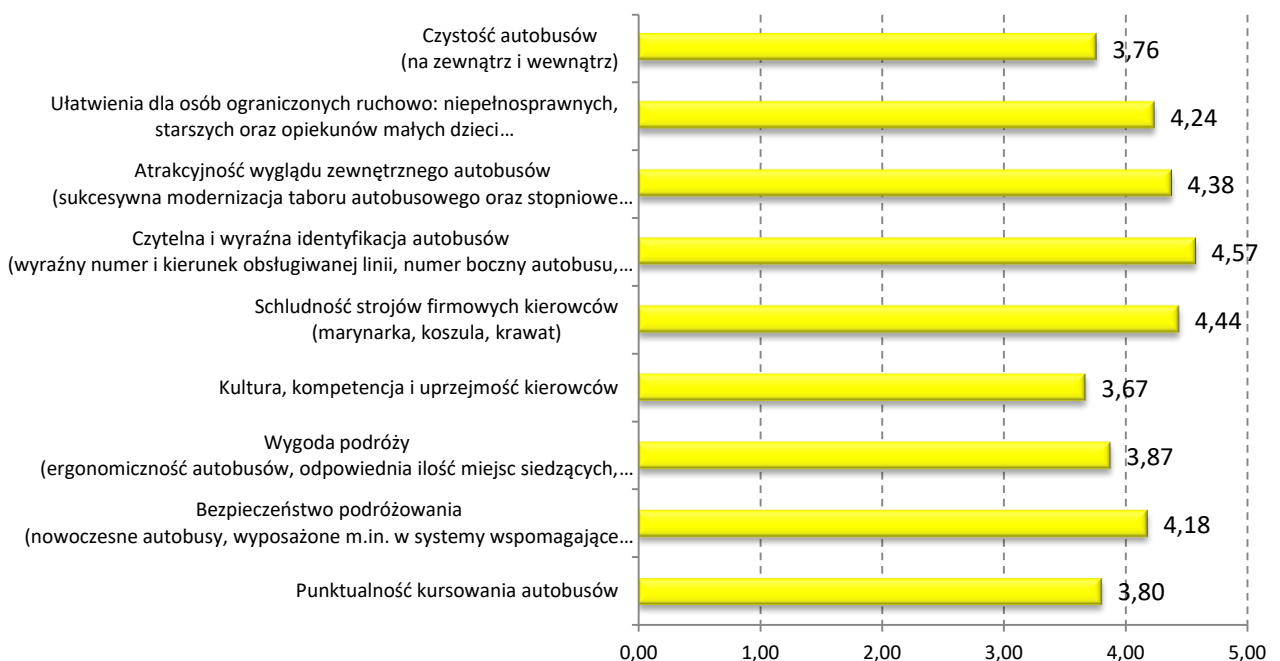
III. WYNIKI Z PRZEPROWADZONYCH BADAŃ ANKIETOWYCH

1. Ocena jakości usług przewozowych świadczonych przez PKM Sp. z o.o. w Tychach, w opinii pasażerów, w skali od 1 do 5

Jakość usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach ankietowani oceniali w skali od 1 do 5 (przy czym: 5 – ocena bardzo dobra, 4 – dobra, 3 – średnia, 2 – niska, 1 – bardzo niska). Ewaluacji podlegały poniższe kryteria:

- punktualność kursowania autobusów;
- bezpieczeństwo podróżowania (nowoczesne autobusy wyposażone m.in. w systemy wspomagające hamowanie typu: EBS, ABS, ASR, systemy gaszenia komory silnika; profesjonalizm kierujących pojazdem, przestrzeganie przez kierowców zakazu prowadzenia rozmów w czasie jazdy lub palenia tytoniu, wyposażenie kabiny kierowcy w gaśnicę ppoż., oznakowanie wyjść ewakuacyjnych, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, monitoring wnętrza pojazdów);
- wygodę podróży (ergonomiczność, odpowiednia ilość miejsc siedzących, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, ogrzewanie wnętrza pojazdów)
- kulturę, kompetencję i uprzejmość kierowców.
- schludność strojów firmowych kierowców.
- czytelną i wyraźną identyfikację autobusów (wyraźny nr i kierunek linii na wyświetlaczach elektronicznych umieszczonych z każdej strony autobusu, kolorystyka autobusu, wyraźne logo „PKM sp. z o.o. w Tychach”, nr boczny pojazdu, itp.)
- atrakcyjność wyglądu zewnętrznego autobusów (sukcesywna modernizacja taboru autobusowego oraz jednolita kolorystyka zielono-żółta)
- ułatwienia dla osób ograniczonych ruchowo: niepełnosprawnych, starszych oraz opiekunów małych dzieci (autobusy niskopodłogowe, miejsca, pasy i przyciski dla niepełnosprawnych na wózkach inwalidzkich, tablice świetlne z wyraźnym numerem i kierunkiem linii)
- czystość autobusów (na zewnątrz i wewnątrz).

Rysunek 11: Ocena jakości usług przewozowych PKM w opinii pasażerów, w skali od 1 do 5, przy czym: 1 - to ocena niedostateczna, a 5 - bardzo dobra (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 1: Ocena jakości usług przewozowych PKM w opinii pasażerów, w skali od 1 do 5 (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp	Kryteria	2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem (różnica ocen):											
			2015	2014	2011	2010	2009	2008						
a)	Punktualność kursowania autobusów	3,80	-0,16	3,96	-0,43	4,23	-0,30	4,10	-0,27	4,07	-0,20	4,00	-0,15	3,95
b)	Bezpieczeństwo podróżowania (nowoczesne autobusy, wyposażone m.in. w systemy wspomagające hamowanie (EBS, ABS, ASR), systemy gaszenia komory silnika; profesjonalizm kierujących pojazdem, przestrzeganie przez kierowców zakazu prowadzenia rozmów w czasie jazdy lub palenia tytoniu, wyposażenie kabiny kierowcy w gaśnicę ppoż., oznakowanie wyjść ewakuacyjnych, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, monitoring wnętrza pojazdów)	4,18	0,24	3,94	-0,19	4,37	-0,07	4,25	0,18	4,00	0,16	4,02	0,23	3,95
c)	Wygoda podróży (ergonomiczność autobusów, odpowiednia ilość miejsc siedzących, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, ogrzewanie wnętrza pojazdów)	3,87	0,01	3,86	-0,33	4,20	-0,26	4,13	-0,10	3,97	-0,22	4,09	0,02	3,85
d)	Kultura, kompetencja i uprzejmość kierowców	3,67	-0,20	3,87	-0,32	3,99	-0,51	4,18	-0,35	4,02	-0,48	4,15	-0,47	4,14
e)	Schludność strojów firmowych kierowców (marynarka, koszula, krawat)	4,44	0,06	4,37	-0,15	4,59	-0,14	4,58	-0,10	4,54	-0,16	4,60	-0,17	4,61
f)	Czytelna i wyraźna identyfikacja autobusów (wyraźny nr i kierunek obsługiwanej linii, nr boczny autobusu, logo przewoźnika: „PKM sp. z o.o. w Tychach” itp.)	4,57	0,09	4,48	-0,19	4,76	-0,08	4,65	0,06	4,51	-0,04	4,61	0,11	4,46
g)	Atrakcyjność wyglądu zewnętrznego autobusów (sukcesywna modernizacja taboru autobusowego oraz stopniowe ujednolicanie kolorystyki na barwy zielono-żółte)	4,38	0,13	4,24	-0,10	4,48	0,04	4,34	0,30	4,08	0,12	4,26	0,17	4,21
h)	Ułatwienia dla osób ograniczonych ruchowo: niepełnosprawnych, starszych oraz opiekunów małych dzieci (autobusy niskopodłogowe, miejsca, pasy i przyciski dla niepełnosprawnych na wózkach inwalidzkich, tablice świetlne z wyraźnym numerem i kierunkiem linii)	4,24	0,03	4,21	-0,30	4,54	-0,09	4,33	0,09	4,15	0,04	4,20	0,03	4,21
i)	Czystość autobusów (na zewnątrz i wewnątrz)	3,76	0,05	3,70	-4,09	4,09	x	x	x	x	x	x	x	x
Średnia arytmetyczna z wszystkich ocen:		4,10	0,03	4,07	-0,22	4,36	-0,18	4,32	-0,02	4,17	-0,10	4,24	-0,03	4,17

Źródło: Opracowanie własne.

W 2016 r. 3 najwyżej ocenione przez pasażerów kryteria to:

- „Czytelna i wyraźna identyfikacja autobusów” – ocena 4,57, tj. o 0,09 pkt. wyżej niż w 2015 r. (to kryterium było także wśród 3 najwyżej ocenianych w poprzednich badaniach);
- „Schludność strojów firmowych kierowców” – ocena 4,44, tj. o 0,06 pkt. wyżej niż w 2015 r. (także to kryterium było także wśród 3 najwyżej ocenianych w poprzednich badaniach);
- „Atrakcyjność wyglądu zewnętrznego autobusów” – ocena 4,38 – punktacja tego kryterium wzrosła o 0,13 pkt. w stosunku do 2015 r.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że 7 na 9 kryteriów zostały przez ankietowanych ocenione korzystniej niż w 2015 r., w przypadku pozostałych 2 odnotowano niewielkie spadki mieszczące się w granicach ok. 0,2 pkt.

Najniżej ocenianymi kryteriami w 2016 r. były:

- „Wygoda podróży” – ocena 3,87 (tj. wyżej o 0,01 pkt. niż w 2015 r.);
- „Punktualność kursowania autobusów” - ocena: 3,8 (spadek o 0,16 pkt. w stosunku do 2015 r.);
- „Czystość autobusów” - ocena: 3,76 (wzrost o 0,05 pkt. w stosunku do 2015 r.);
- „Kultura, kompetencja i uprzejmość kierowców” - ocena: 3,67 (spadek o 0,20 pkt. w stosunku do 2015 r.);

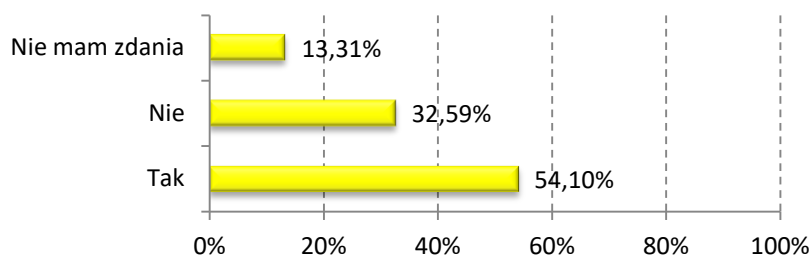
Warto podkreślić niepokojący, roczny spadek oceny kryterium: „Kultura, kompetencja i uprzejmość kierowców”. Porównanie wyniku uzyskanego w 2016 r. z poprzednimi latami wyraźnie wskazuje na spadkowy

trend – uzyskana obecnie ocena jest niższa o: 0,2 pkt w zestawieniu z wynikiem z 2015 r.; 0,32 pkt. z 2014 r.; 0,51 pkt. z 2011 r.; 0,35 pkt. z 2010 r.; 0,48 pkt 2009 r.; 0,47 pkt z 2008 r.

Generalnie ocena jakości usług komunikacyjnych świadczonych przez PKM, liczona jako średnia arytmetyczna z ocen przyznanych kryteriom wymienionym w **Tabeli 1**, wyniosła 4,1 (wzrost o 0,03 pkt. w stosunku do 2015 r.) - zatem można uznać, że ankietowani wciąż dobrze oceniają działalność PKM. Jednak należy zauważyć, że ta ocena jest niższa w stosunku do lat poprzednich – w porównaniu do: 2014 r. o 0,22 pkt., 2011 r. o 0,18 pkt., 2010 r. o 0,02 pkt.; 2009 r. o 0,1 pkt.; 2008 r. o 0,03 pkt.

2. Opinie pasażerów na temat montowania kamer w autobusach

Rysunek 12: Opinie pasażerów nt. tego, czy w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 2: Opinie pasażerów nt. tego czy w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

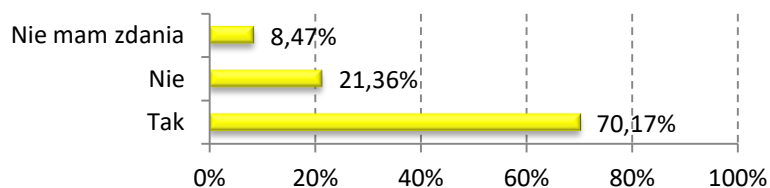
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów						
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:					
			2015	2014	2013	2011		
a)	Tak	54,10	6,10	48,00	9,86	44,24	-10,41	64,51
b)	Nie	32,59	-7,74	40,33	-8,87	41,46	-2,90	35,49
c)	Nie mam zdania	13,31	1,64	11,67	-0,99	14,30	x	x

Źródło: Opracowanie własne.

Z analizy danych przedstawionych w **Tabeli 2** wynika, że wzrosło poparcie pasażerów dla pomysłu instalowania kamer w autobusach - w stosunku do 2015 r. o 6,1%. Natomiast grupa przeciwników tej inicjatywy, wciąż jest liczna i stanowi obecnie 32,59% (spadek o 7,74% w porównaniu do 2015 r.). Nieznacznie wzrósł (o 1,64%) odsetek osób nie mających zdania na ten temat (13,31%).

3. Opinie pasażerów na temat wyposażania autobusów w klimatyzację przestrzeni pasażerskiej

Rysunek 13: Opinie pasażerów nt. tego, czy wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 3: Opinie pasażerów nt. tego, czy wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (porównanie wyników z 2015 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

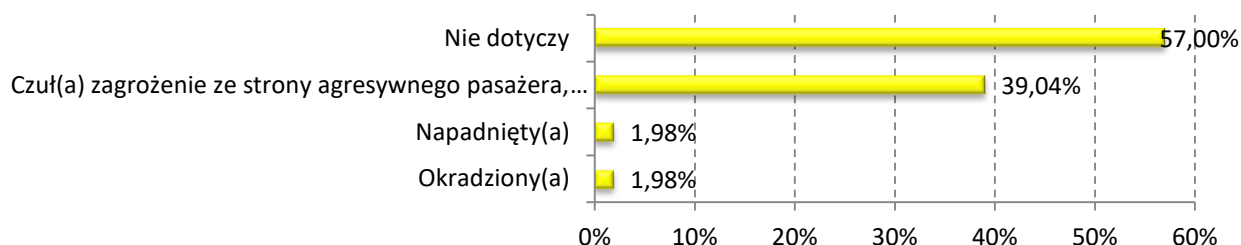
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów						
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:					
			2015	2014	2011	2010	2009	2008
a)	Tak	70,17	4,17	66,00	-3,70	73,87	9,68	60,49
b)	Nie	21,36	-4,64	26,00	1,73	19,63	-18,15	39,51
c)	Nie mam zdania	8,47	0,47	8,00	1,97	6,50	x	x

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z powyższych danych potrzebę instalowania klimatyzacji w przestrzeni pasażerskiej autobusu dostrzega zdecydowana większość ogółu badanych – ponad 70%, co oznacza wzrost w stosunku do 2015 r. o 4,17%. Należy także podkreślić, że 20 respondentów dodatkowo w ogólnych uwagach wpisywanych do ankiet ponownie wskazywała na konieczność realizacji tego wymagania pasażerów.

4. Doświadczenia ankietowanych w zakresie zagrożeń ze strony współpasażerów

Rysunek 14: Doświadczenia ankietowanych w zakresie zagrożeń ze strony współpasażerów (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 4: Doświadczenia ankietowanych w zakresie zagrożeń ze strony współpasażerów (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów												
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:											
			2015	2014	2011	2010	2009	2008						
a)	Okradziony(a).	1,98	0,34	1,64	-0,10	2,08	1,37	0,61	1,50	0,48	1,09	0,89	0,18	1,80
b)	Napadnięty(a).	1,98	1,32	0,66	1,33	0,65	-12,74	14,72	1,98	0,00	1,98	0,00	1,98	0,00
c)	Czuł(a) zagrożenie ze strony agresywnego pasażera, będącego pod wpływem alkoholu / środków odurzających.	39,04	-1,94	40,98	-5,97	45,01	39,04	0,00	17,14	21,90	10,47	28,57	15,62	23,42
d)	Nie dotyczy.	57,00	0,28	56,72	4,73	52,27	-27,66	84,66	-20,62	77,62	-13,54	70,54	-17,77	74,77

Źródło: Opracowanie własne.

Podróżujący autobusami PKM raczej czują się bezpiecznie – ponad połowa z nich (57%) nigdy nie doznała takich przykrych doświadczeń, jak: kradzież, napaść czy agresja ze strony innego pasażera będącego np. pod wpływem alkoholu lub innych środków odurzających. Ten wskaźnik nieznacznie wzrósł o 0,28% w stosunku do 2015 r. Spadł natomiast o 1,94% odsetek osób, które czuły się zagrożone – tak zadeklarowało 39,04% badanych. Na uwagę zasługuje jednak fakt, że od 3 lat ok. 40% grupa pasażerów doświadcza agresji ze strony współpasażerów.

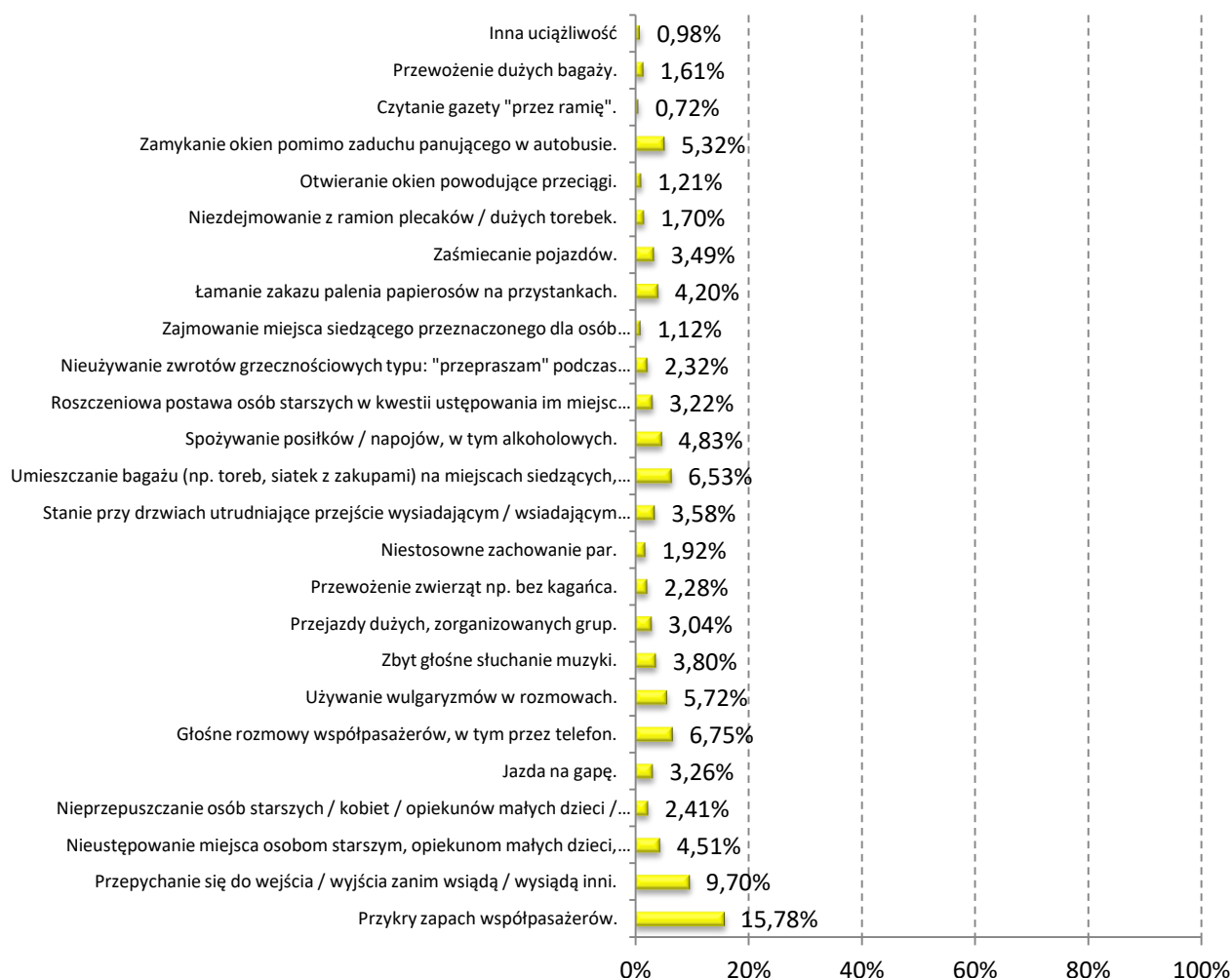
5. Najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów wg ankietowanych

Tabela 5: Najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów wg ankietowanych (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015		2014	
a)	Przepychanie się do wejścia / wyjścia zanim wsiądą / wysiądą inni	15,78	-5,82	21,60	3,02	12,76
b)	Przykry zapach współpasażerów	9,70	-1,57	11,27	-10,49	20,19
c)	Nieustępowanie miejsca osobom starszym, opiekunom małych dzieci, kobietom w ciąży, osobom z widoczną niepełnosprawnością.	4,51	1,14	3,37	2,32	2,19
d)	Nieprzepuszczanie osób starszych / kobiet / opiekunów małych dzieci / kobiet w ciąży do wejścia / wyjścia	2,41	2,06	0,35	1,65	0,76
e)	Jazda na gapę	3,26	-4,41	7,67	-1,80	5,06
f)	Głośne rozmowy współpasażerów, w tym przez telefon	6,75	-0,10	6,85	2,32	4,43
g)	Używanie wulgaryzmów w rozmowach	5,72	0,84	4,88	-0,01	5,73
h)	Zbyt głośne słuchanie muzyki	3,80	-4,56	8,36	-2,65	6,45
i)	Przejazdy dużych, zorganizowanych grup	3,04	0,95	2,09	0,53	2,51
j)	Przewożenie zwierząt np. bez kagańca	2,28	0,65	1,63	0,49	1,79
k)	Niestosowne zachowanie par	1,92	1,22	0,70	1,16	0,76
l)	Stanie przy drzwiach utrudniające przejście wysiadającym / wsiadającym współpasażerom.	3,58	-0,14	3,72	0,22	3,36
m)	Umieszczanie bagażu (np. toreb, siatek z zakupami) na miejscach siedzących, pomimo tłoku w autobusie	6,53	1,30	5,23	-5,10	11,63
n)	Spożywanie posiłków / napojów, w tym alkoholowych	4,83	1,11	3,72	2,19	2,64
o)	Nieużywanie zwrotów grzecznościowych typu: „przepraszam” podczas przepychania się lub „dziękuję” po skorzystaniu z miejsca zwolnionego przez współpasażera	3,22	2,06	1,16	2,28	0,94
p)	Roszczeniowa postawa osób starszych w kwestii ustępowania im miejsc siedzących	2,32	1,97	0,35	-1,66	3,98
q)	Przewożenie dużych bagaży	1,12	-4,11	5,23	1,08	0,04
r)	Łamanie zakazu palenia papierosów na przystankach	4,20	0,95	3,25	-0,59	4,79
s)	Zaśmiecanie pojazdów	3,49	1,86	1,63	1,74	1,75
t)	Niezdejmowanie z ramion plecaków / dużych torebek	1,70	0,07	1,63	-0,63	2,33
u)	Otwieranie okien powodujące przeciągi	1,21	-2,86	4,07	0,72	0,49
v)	Zamykanie okien pomimo zaduchu panującego w autobusie	5,32	5,32	0,00	-0,41	5,73
w)	Czytanie gazety „przez ramię”	0,72	0,49	0,23	0,54	0,18
x)	Zajmowanie miejsca siedzącego przeznaczonego dla osób niepełnosprawnych lub opiekunów małych dzieci	1,61	0,56	1,05	1,25	0,36
y)	Inna uciążliwość	0,98	0,98	0,00	-0,18	1,16

Źródło: Opracowanie własne.

Rysunek 15: Najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów wg ankietyowanych (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Jako najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów, podobnie jak w 2016 r., ankietyowani wskazywali:

- „Przepychanie się do wejścia / wyjścia zanim wsiądą / wysiądą inni”: 15,78% - spadek o 5,82% w stosunku do 2015 r.;
- „Przykry zapach współpasażerów”: 9,7% - spadek o 1,57% w stosunku do 2015 r.;
- „Głośne rozmowy współpasażerów, w tym przez telefon”: 6,75% - spadek o 0,1% w stosunku do 2015 r.;
- „Umieszczanie bagażu (np. toreb, siatek z zakupami) na miejscach siedzących, pomimo tłoku w autobusie”: 6,53% - wzrost o 1,3% w stosunku do 2015 r.;
- „Używanie wulgaryzmów w rozmowach”: 5,72% - wzrost o 0,84% w stosunku do 2015 r.

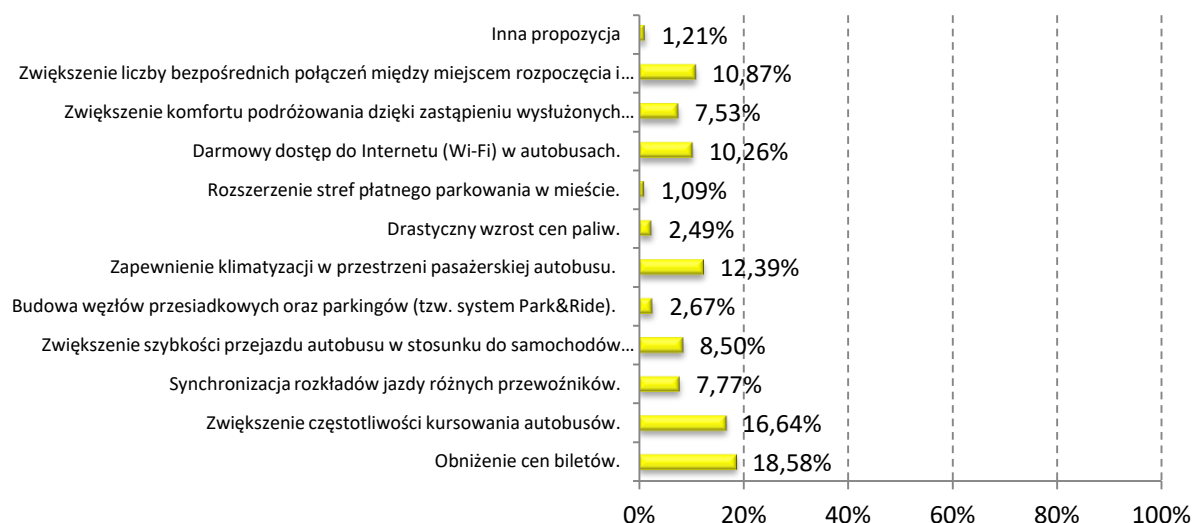
Wśród pozostałych odpowiedzi często wybierano także opcje takie jak:

- „Zamykanie okien pomimo zaduchu panującego w autobusie”: 5,32% ankietyowanych;
- „Spożywanie posiłków / napojów, w tym alkoholowych”: 4,83% (wzrost o 1,11 pkt. w porównaniu do 2015 r.);
- „Nieustępowanie miejsca osobom starszym, opiekunom małych dzieci, kobietom w ciąży, osobom z widoczną niepełnosprawnością.”: 4,51% (wzrost 1,14%);
- „Łamanie zakazu palenia papierosów na przystankach”: 4,20% (wzrost o 0,95%).

Niepokoi fakt, że o 4,41% spadła ilość pasażerów, którzy jako uciążliwość wskazywali przypadek „jazdy na gapę”, zważywszy na fakt, że to kryterium w 2015 r. było w gronie najczęściej wybieranych (obecny wynik to 3,26%).

6. Działania, które wg ankieterowanych mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym

Rysunek 16: Działania, które wg ankieterowanych mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 6: Działania, które wg ankieterowanych mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:		2014	
			2015			
a)	Obniżenie cen biletów	18,58	-0,66	19,24	-0,66	19,24
b)	Zwiększenie częstotliwości kursowania autobusów	16,64	-3,21	19,85	-1,76	18,40
c)	Synchronizacja rozkładów jazdy różnych przewoźników	7,77	-7,03	14,80	-4,20	11,97
d)	Zwiększenie szybkości przejazdu autobusu w stosunku do samochodów osobowych dzięki wydzieleniu tzw. „buspasa” wyłącznie dla komunikacji miejskiej	8,50	-1,98	10,48	-2,78	11,28
e)	Budowa węzłów przesiadkowych oraz parkingów (tzw. system Park&Ride)	2,67	-0,04	2,71	-0,49	3,16
f)	Zapewnienie klimatyzacji w przestrzeni pasażerskiej autobusu	12,39	6,35	6,04	4,32	8,07
g)	Drastyczny wzrost cen paliw	2,49	0,76	1,73	0,49	2,00
h)	Rozszerzenie stref płatnego parkowania w mieście	1,09	0,35	0,74	0,14	0,95
i)	Darmowy dostęp do Internetu (Wi-Fi) w autobusach	10,26	6,93	3,33	3,72	6,54
j)	Zwiększenie komfortu podróżowania dzięki zastąpieniu wystużonych pojazdów nowoczesnymi, bezpiecznymi, ekologicznymi i cichszymi autobusami niskopodłogowymi	7,53	0,62	6,91	-0,27	7,80
k)	Zwiększenie liczby bezpośrednich połączeń między miejscem rozpoczęcia i zakończenia podróży	10,87	-1,46	12,33	1,38	9,49
l)	Inna propozycja	1,21	-0,64	1,85	0,10	1,11

Źródło: Opracowanie własne.

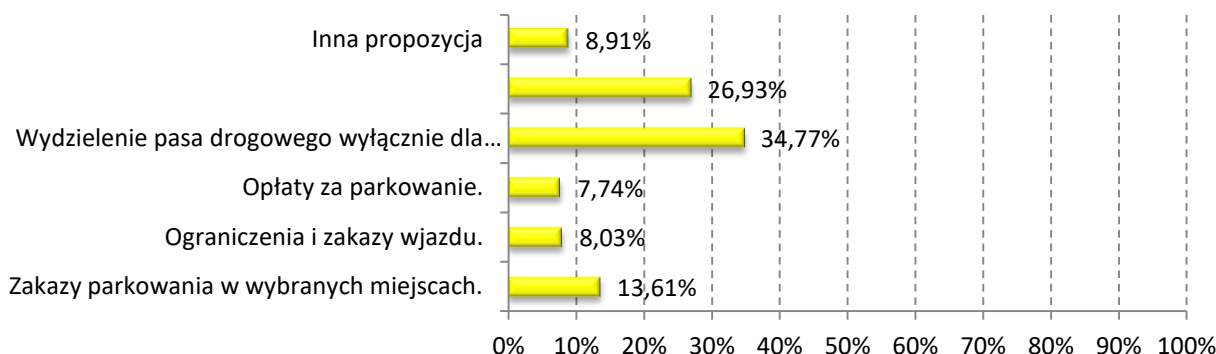
Według ankieterowanych działania, które mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym to:

- „Obniżenie cen biletów”: 18,58% wskazań (spadek o 0,66% w stosunku do ubiegłego roku) – to kryterium było na drugim miejscu w 2015 r.;
- „Zwiększenie częstotliwości kursowania autobusów”: 16,64% wskazań (spadek o 3,21%) – to kryterium było na pierwszym miejscu w ubiegłym roku;

- c) „Zapewnienie klimatyzacji w przestrzeni pasażerskiej autobusu”: 12,39% wskazań (wzrost aż o 6,35% w stosunku do roku 2015);
- d) „Zwiększenie liczby bezpośrednich połączeń między miejscem rozpoczęcia i zakończenia podróży”: 10,87% wskazań (spadek o 1,46%);
- e) „Darmowy dostęp do Internetu (Wi-Fi) w autobusach”: 10,26% wskazań (wzrost o 6,93%);
- f) „Zwiększenie szybkości przejazdu autobusu w stosunku do samochodów osobowych dzięki wydzieleniu tzw. „buspasa” wyłącznie dla komunikacji miejskiej”: 8,5% wskazań (spadek o 1,98%).

7. Opinie ankietowanych na temat rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście

Rysunek 17: Opinia ankietowanych nt. rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 7: Opinia ankietowanych nt. rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015	2014	2013	2012
a)	Zakazy parkowania w wybranych miejscach	13,61	-8,61	22,22	-4,75	18,36
b)	Ograniczenia i zakazy wjazdu	8,03	-7,95	15,98	-5,08	13,11
c)	Opłaty za parkowanie	7,74	-3,18	10,92	-1,09	8,83
d)	Wydzielenie pasa drogowego wyłącznie dla komunikacji miejskiej (tzw. „buspas”)	34,77	-6,56	41,33	-11,12	45,89
e)	Nie akceptuję żadnej z ww. propozycji	26,93	18,55	8,38	25,88	1,05
f)	Inna propozycja	8,91	7,74	1,17	-3,85	12,76

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z danych prezentowanych na **Rysunku 17** najliczniejsza grupa ankietowanych (34,77%) akceptuje ograniczenie ruchu samochodów osobowych polegające na „Wydzieleniu pasa drogowego wyłącznie dla komunikacji miejskiej, tzw. buspasa” (spadek o 6,56% w porównaniu do 2015 r.). Wśród kolejnych chętnie wybieranych odpowiedzi wskazywano także:

- a) „Zakazy parkowania w wybranych miejscach”: 13,61% (spadek o 8,61%);
- b) „Ograniczenia i zakazy wjazdu”: 8,03% (spadek o 7,95%).
- c) „Opłaty za parkowanie”: 7,74% (spadek o 3,18%).

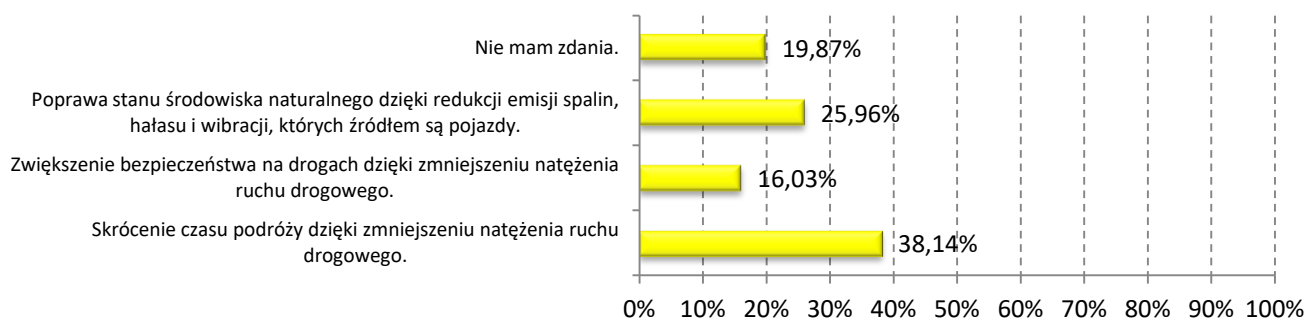
Inne propozycje wskazywane przez 8,91% ankietowanych to:

- a) wprowadzenie w centrum miasta tzw. „szykan”, progów wyspowych, podwyższenie poziomu przejścia dla pieszych;
- b) wprowadzenie darmowej komunikacji publicznej;
- c) zwiększenie intensywności działań straży miejskiej w zakresie karania za parkowanie w niewłaściwych miejscach (parkingi w centrum nieliczne i wyłącznie płatne);
- d) wydzielenie tras rowerowych.

Trzeba jednak zauważyć, że aż o 18,55% wzrósł odsetek ankietowanych sprzeciwiających się tego typu ograniczeniom (26,93% respondentów).

8. Opinia pasażerów na temat istotności planowanych efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej

Rysunek 18: Opinia pasażerów nt. istotności efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 8: Opinia pasażerów nt. istotności efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy (porównanie wyników z 2015 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

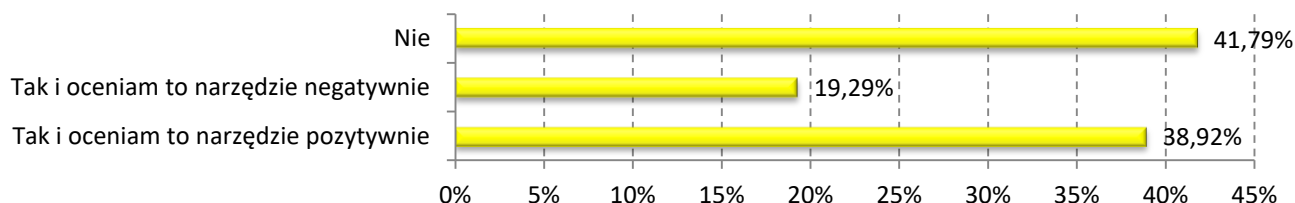
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015	2014	2013	
a)	Skrócenie czasu podróży dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego	38,14	-18,11	56,25	-20,40	58,54
b)	Zwiększenie bezpieczeństwa na drogach dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego	16,03	3,86	12,17	8,22	7,81
c)	Poprawa stanu środowiska naturalnego dzięki redukcji emisji spalin, hałasu i wibracji, których źródłem są pojazdy	25,96	6,22	19,74	9,80	16,16
d)	Nie mam zdania	19,87	8,03	11,84	2,39	17,48

Źródło: Opracowanie własne.

Podobnie jak w poprzednich latach dla ankietowanych wciąż najbardziej pożądanym efektem realizacji przyjętej strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest: „Skrócenie czasu podróży dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego”: 38,14% (spadek aż o 18,11% w stosunku do 2015 r.). Dla prawie 26% respondentów ważna jest także „Poprawa stanu środowiska naturalnego dzięki redukcji emisji spalin, hałasu i wibracji, których źródłem są pojazdy” (istotny wzrost o 6,22%).

9. Opinia pasażerów na temat bezpłatnego dostępu do Internetu (Wi-Fi) w autobusach PKM-u

Rysunek 19: Opinia pasażerów na temat zasadności wyposażania autobusów w bezpłatny dostęp do Internetu Wi-Fi (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 9: Opinia pasażerów na temat zasadności wyposażania autobusów w bezpłatny dostęp do Internetu Wi-Fi (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015		2014	
a)	Tak, pozytywnie	38,92	-43,75	82,67	-45,05	83,97
b)	Tak, negatywnie	19,29	14,96	4,33	16,24	3,05
c)	Nie mam zdania	41,79	28,79	13,00	28,81	12,98

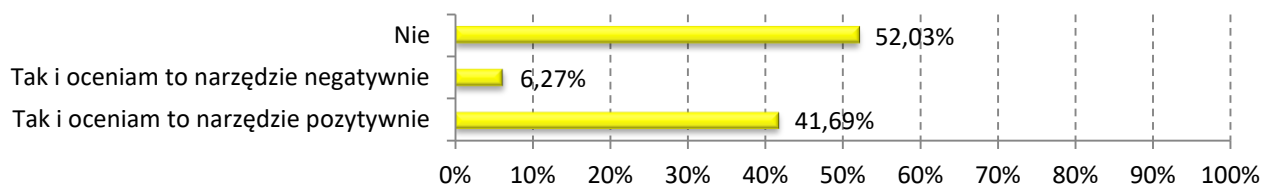
Źródło: Opracowanie własne.

Ilość respondentów pozytywnie oceniających zainstalowanie routerów w części taboru autobusowego PKM-u, umożliwiających pasażerom korzystanie z bezpłatnego dostępu do Internetu, znacząco zmalała i wynosi obecnie 38,92%, co stanowi spadek aż o 43,75% w porównaniu z 2015 r. Z Wi-Fi w 2016 r. korzystało prawie 60% ankietowanych, co jednak i tak oznacza istotny spadek – aż o 28,79%.

Należy dodatkowo podkreślić, że aż 19,29% respondentów, którzy podjęli próbę skorzystania z darmowego Internetu w autobusie PKM-u, uznało to za zniechęcające doświadczenie głównie powodu tego, że w ich ocenie: „Wi-Fi za wolno / słabo działa” (aż 85,44% ankietowanych „niezadowolonych” z Wi-Fi podało taką przyczynę).

10. Opinia pasażerów na temat Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedy.przyjedzie.pl”

Rysunek 20: Opinia pasażerów na temat zasadności wprowadzenia Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedy.przyjedzie.pl” dane z 2016 r.



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 10: Opinia pasażerów na temat zasadności wprowadzenia Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzyjedzie.pl” (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

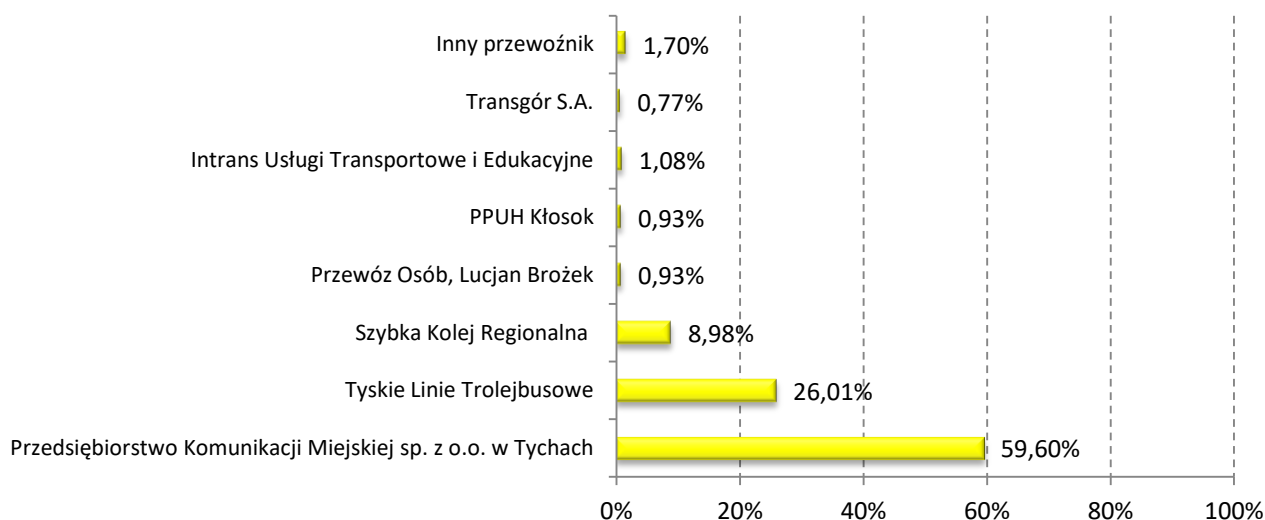
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015	2014		
a)	Tak, pozytywnie	41,69	-37,91	79,60	-26,21	67,90
b)	Tak, negatywnie	6,27	3,93	2,34	2,29	3,98
c)	Nie mam zdania	52,03	33,97	18,06	23,91	28,12

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z powyższych danych prawie 50% pasażerów korzystało z wdrożonego przez PKM w listopadzie 2013 r. Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzyjedzie.pl”, który za pośrednictwem telefonu komórkowego udostępnia bieżącą informację o tym, kiedy dany autobus dotrze do określonego przystanku. Ponadto 41,69% użytkowników ocenia to narzędzie pozytywnie, chwalcąc jego przydatność, częstą aktualizację danych, szybkość działania oraz pomoc w organizacji własnego czasu. Tym niemniej liczba użytkowników tego systemu istotnie rokrocznie maleje – obecny spadek sięgnął aż 37,91% w odniesieniu do 2015 r. oraz 26,21% w porównaniu z ilością użytkowników z 2014 r. Dodatkowo istotnie wzrosła grupa respondentów, która nigdy nie korzystała z tego systemu - aż 52,03% (wzrost o prawie 34%).

11. Opinia ankietowanych na temat lidera wśród przewoźników na terenie miasta Tychy

Rysunek 21: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na terenie miasta Tychy zasługuje na miano lidera w jakości świadczonych usług (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 11: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na terenie miasta Tychy zastępuje na miano lidera w jakości świadczonych usług, szczególnie wykazującego dbałość o zadowolenie, wygodę i bezpieczeństwo pasażera oraz ochronę środowiska naturalnego (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

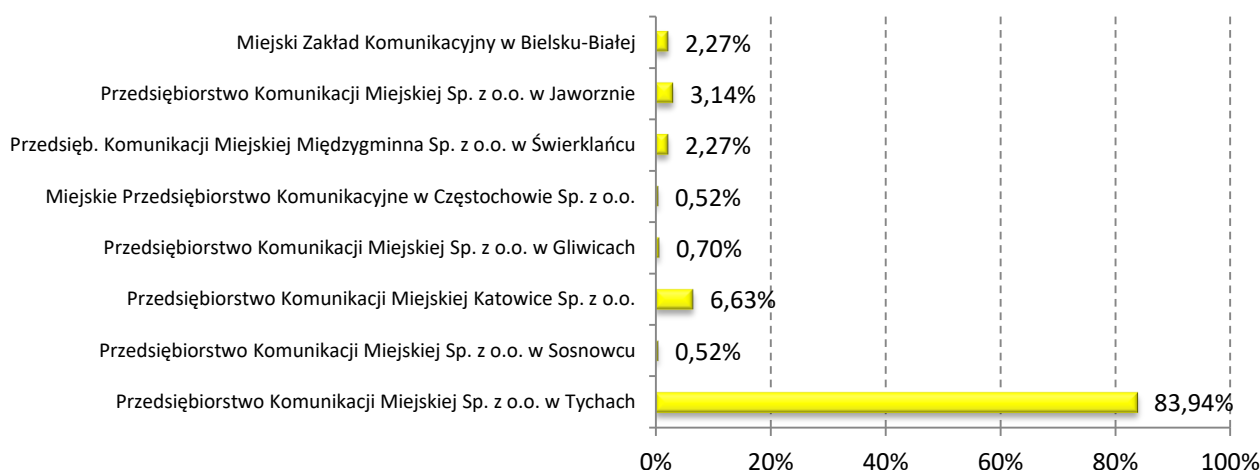
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów												
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:											
		2015	2014	2011	2010	2009	2008							
a)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Tychach	59,60	10,89	48,71	-4,95	64,55	-3,59	63,19	8,47	51,13	2,46	57,14	2,02	57,58
b)	Tyskie Linie Trolejbusowe	26,01	-10,12	36,13	3,92	22,09	1,73	24,28	5,71	20,30	-4,15	30,16	-10,35	36,36
c)	Szybka Kolej Regionalna	8,98	-1,02	10,00	1,44	7,54	1,93	7,05	-13,20	22,18	2,23	6,75	8,98	0,00
d)	Przewóz Osób, Lucjan Brożek	0,93	0,93	0,00	0,53	0,40	x	x	x	x	x	x	x	x
e)	PPUH Kłosok	0,93	0,61	0,32	0,80	0,13	0,67	0,26	-0,95	1,88	0,93	0,00	0,93	0,00
f)	„Intrans” Usługi Transportowe i Edukacyjne	1,08	1,08	0,00	0,95	0,13	0,82	0,26	1,08	0,00	x	x	x	x
g)	Transgór S.A.	0,77	0,12	0,65	0,37	0,40	x	x	x	x	x	x	x	x
h)	Inny przewoźnik	1,70	0,73	0,97	-0,55	2,25	0,92	0,78	0,95	0,75	x	x	x	x

Źródło: Opracowanie własne.

W świadomości większości ankietowanych pasażerów (59,6%) PKM wciąż jest liderem wśród lokalnych przewoźników działających na terenie miasta Tychy w jakości świadczonych usług, szczególnie wykazującym dbałość o zadowolenie i bezpieczeństwo pasażerów oraz ochronę środowiska naturalnego. Należy podkreślić istotny, prawie 11% wzrost respondentów wybierających tą odpowiedź. Oznacza to, że w stosunku do 2015 r. pozycja konkurencyjna Spółki została umocniona – kosztem jej głównego konkurenta, tj. Tyskich Linii Trolejbusowych, które były drugim przewoźnikiem wskazanym w tym kontekście przez 26,01% ankietowanych (spadek o 10,12%). Miejsce trzecie ponownie zajęła Szybka Kolej Regionalna, obsługująca linię S4 Kolei Śląskich, z wynikiem 8,89%, odnotowując 1,02% spadek w porównaniu do 2015 r.).

12. Opinia ankietowanych na temat lidera wśród przewoźników na terenie województwa śląskiego

Rysunek 22: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na obszarze województwa śląskiego najbardziej profesjonalnie świadczy usługi przewozowe taborem autobusowym (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 12: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na obszarze województwa śląskiego najbardziej profesjonalnie świadczy usługi przewozowe taborem autobusowym (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)

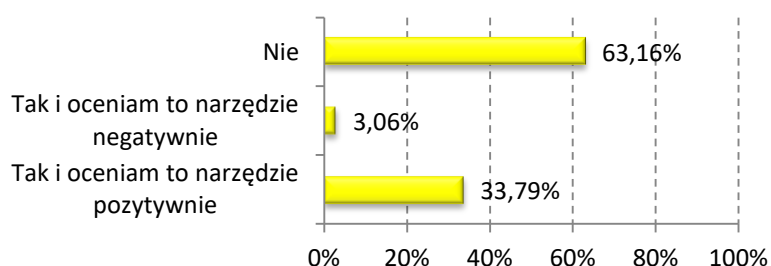
Lp.	Kryteria	% wskazań przez pasażerów				
		2016	Porównanie bieżącego okresu z rokiem:			
			2015	2014		
a)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Tychach	83,94	5,53	78,41	-1,34	85,28
b)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Sosnowcu	0,52	-0,48	1,00	-0,01	0,53
c)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Katowice Sp. z o.o.	6,63	0,32	6,31	1,99	4,64
d)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Gliwicach	0,70	-1,29	1,99	-1,16	1,86
e)	Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne w Częstochowie Sp. z o.o.	0,52	0,52	0,00	0,12	0,40
f)	Przedsięb. Komunikacji Miejskiej Międzygminna Sp. z o.o. w Świerklańcu	2,27	0,61	1,66	1,21	1,06
g)	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Jaworznie	3,14	-6,16	9,30	-0,44	3,58
h)	Miejski Zakład Komunikacyjny w Bielsku-Białej	2,27	0,94	1,33	-0,38	2,65

Źródło: Opracowanie własne.

Wciąż w opinii większości ankietowanych – aż 83,94% - PKM wciąż jest zdecydowanym liderem wśród przewoźników działających na terenie województwa śląskiego, świadczących usługi przewozowe taborem autobusowym. Także w tym przypadku odnotowano wzrost o 5,53% w odniesieniu do 2015 r. Drugim podmiotem wskazanym w tym kontekście przez 6,63% ankietowanych było Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Katowice sp. z o.o. (wzrost o 0,32%), a trzecim - Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Jaworznie, z wynikiem 3,14% (kolejność odwrotna w porównaniu do 2015 r.).

13. Opinia ankietowanych na temat nowej wersji strony internetowej www.pkmtychy.pl oraz firmowego profilu na portalu społecznościowym Facebook

Rysunek 23: Opinia pasażerów nt. nowej wersji strony internetowej www.pkmtychy.pl oraz firmowego profilu na portalu społecznościowym Facebook (dane z 2016 r.)

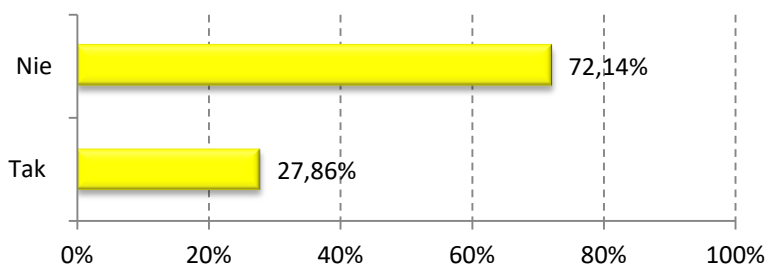


Źródło: Opracowanie własne.

Nową wersję strony internetowej Spółki www.pkmtychy.pl oraz jej profil społecznościowy na portalu Facebook odwiedziło 36,84% ankietowanych, z czego aż 33,79% oceniło je pozytywnie. Nową witrynę internetową najczęściej chwalono za jej przydatność i czytelność umieszczanych tam informacji oraz nowoczesny, profesjonalny projekt. Jednak znacząca grupa pasażerów (63,16%) nie miała jeszcze okazji zajrzeć na firmowe portale internetowe PKM-u.

14. Znajomość wśród ankietowanych oferty stacji paliw PKM

Rysunek 24: Znajomość oferty stacji paliw PKM wśród ankietowanych (dane z 2016 r.)

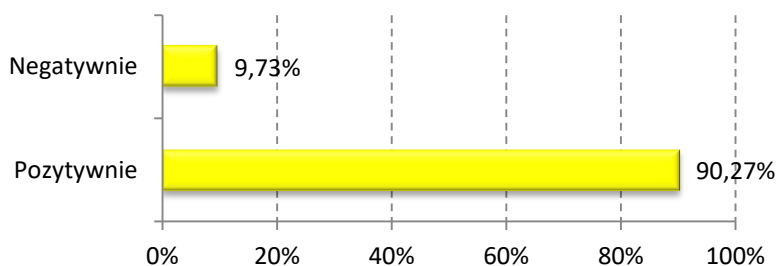


Źródło: Opracowanie własne.

Ponad 72% ankietowanych przyznało, że nie zna oferty stacji paliw PKM. Wydaje się zatem, że warto by opracować strategię marketingową, reklamującą sprzedawane tam produkty, ze szczególnym podkreśleniem możliwości zakupu ekologicznego paliwa, tzn. sprężonego gazu ziemnego CNG.

15. Opinia ankietowanych na temat mikrobusów marki Mercedes Sprinter zakupionych przez PKM

Rysunek 25: Opinia pasażerów nt. na temat mikrobusów marki Mercedes Sprinter zakupionych przez PKM (dane z 2016 r.)



Źródło: Opracowanie własne.

Zakupione w 2015 r. mikrobusy marki Mercedes Sprinter cieszą się pozytywną opinią aż 90,27% ankietowanych, co potwierdza, że te pojazdy zdecydowanie spełniają oczekiwania pasażerów.

16. Dodatkowe uwagi zgłoszone przez ankieterowanych w zakresie doskonalenia usług przewozowych PKM

Tabela 13: Dodatkowe uwagi zgłoszone przez ankieterowanych w zakresie doskonalenia usług przewozowych PKM (dane z 2016 r.)

Dotyczy	Treść uwagi	Ocena	Ilość wskazań
Kierowców autobusowych 34,06% wskazań	1) Zobowiązanie kierowców do kulturalnej i uprzejmej obsługi pasażerów.	10,87%	15
	2) Zakazanie kierowcom prowadzenia autobusów w brawurowy sposób (gwałtowne przyspieszanie i hamowanie, zbyt duża prędkość pojazdu, przejazd na czerwonym świetle itp.).	7,97%	11
	3) Zdyscyplinowanie kierowców w zakresie tego, żeby nie wykonywali pierwszego i ostatniego kursu przed rozkładowym czasem (np. 5 min.)	2,17%	3
	4) Zobowiązanie kierowców do wypraszenia z autobusu jeżdżących najczęściej na gapę osób bezdomnych, nietrzeźwych i nieprzyjemnie pachnących	2,90%	4
	5) Zobowiązanie kierowców do skutecznego egzekwowania systemu wsiadania do autobusów I drzwiami	0,72%	1
	6) Kierowcy za bardzo schładzają autobusy w stosunku do temperatury panującej na zewnątrz	1,45%	2
	7) Zobowiązanie kierowców do reagowania na niewłaściwe zachowania pasażerów, np. palenie papierosów w autobusie, puszczanie muzyki zbyt głośno, agresję względem współpasażerów	0,72%	1
	8) Skuteczniejsze egzekwowanie zakazu palenia papierosów w autobusie przez kierowcę	2,17%	3
	9) Skuteczniejsze egzekwowanie zakazu prowadzenia rozmów telefonicznych przez kierowcę w czasie prowadzenia autobusu.	0,72%	1
	10) Kierowcy za słabo nagrzewają autobusy w stosunku do temperatury panującej na zewnątrz	0,72%	1
	11) Zobowiązanie kierowców do przewietrzania autobusów na przystankach końcowych	1,45%	2
	12) Nieobniżanie podłogi dla osób poruszających się na wózku inwalidzkim oraz dla wózków z dziećmi	1,45%	2
	13) Zobowiązanie kierowców autobusów do włączania routerów (system często nie działa)	0,72%	1
Taboru autobusowego 37,68% wskazań	1) Zapewnienie autobusów przegubowych do obsługi linii najbardziej obciążonych w godzinach szczytu (np. do Gliwic).	6,52%	9
	2) Zakup nowych, niskopodłogowych autobusów	0,72%	1
	3) Zainstalowanie Wi-Fi we wszystkich autobusach.	2,17%	3
	4) Zainstalowanie w autobusach gniazdek USB.	4,35%	6
	5) Zezłomowanie przestarzałych autobusów uciążliwych pod względem emisji spalin i hałasu.	2,17%	3
	6) Zapewnienie klimatyzacji przestrzeni pasażerskiej we wszystkich autobusach	14,49%	20
	7) Poprawa czystości w autobusach (gf. siedzeń).	2,90%	4
	8) Wycofanie autobusów marki MAZ i Volvo z eksploatacji.	1,45%	2
	9) Zainstalowanie automatów biletowych w autobusach.	1,45%	2
	10) Umożliwienie przewożenia roweru autobusem.	1,45%	2
Kontroli biletów 2,17% wskazań	Zwiększenie częstotliwości kontroli biletów	2,17%	3
Inne uwagi 9,42% wskazań	1) Poprawa punktualności kursowania autobusów: np. na trasie Tychy-Gliwice.	5,80%	8
	2) Zezwoleń na wsiadanie pasażerów drzwiami wyjściowymi.	2,17%	3
	3) Rezygnacja z podwykonawców usług komunikacyjnych (np. ze względu na ich stary tabor i niesatysfakcjonującą punktualność) na rzecz PKM Tychy.	1,45%	2
Kompetencji MZK w Tychach 16,67% wskazań	1) Wprowadzenie więcej połączeń w Mikołowie.	2,17%	3
	2) Zwiększenie częstotliwości kursowania autobusów na osiedlach.	0,72%	1
	3) Modernizacja lub wymiana wiat przystankowych.	0,72%	1
	4) Wprowadzenie więcej połączeń w weekendy np. do Katowic.	1,45%	2
	5) Uruchomienie połączenia do Katowic bezpośrednio przez tereny przemysłowe.	0,72%	1
	6) Wprowadzenie wspólnego biletu z KZK GOP.	2,17%	3
	7) Obniżenie cen biletów.	4,35%	6
	8) Dostosowanie rozkładu jazdy do faktycznego przejazdu autobusu.	2,17%	3
	9) Uruchomienie więcej kursów linii nocnych.	2,17%	3

Źródło: Opracowanie własne.

Grupa 24,61% ankietowanych przedstawiła swoje dodatkowe uwagi w zakresie doskonalenia usług przewozowych PKM. Podobnie jak w 2015 r. najczęściej dotyczyły one taboru autobusowego - 37,68% ogółu zgłoszonych sugestii. W 2016 r. ankietowani przede wszystkim zalecali:

- a) zapewnienie klimatyzacji przestrzeni pasażerskiej we wszystkich autobusach - 14,49% wskazań;
- b) zapewnienie autobusów przegubowych do obsługi linii najbardziej obciążonych w godzinach szczytu (np. do Gliwic i Katowic) - 6,52% wskazań;
- c) zainstalowanie w autobusach gniazdek USB - 4,35% wskazań.

Względem kierowców autobusowych (łącznie: 34,06% wskazań) przeważały uwagi odnośnie:

- a) zobowiązania ich do kulturalnej i uprzejmej obsługi pasażerów - 10,87% wskazań;
- b) zakazania im prowadzenia autobusów w brawurowy sposób (gwałtowne przyśpieszanie i hamowanie, zbyt duża prędkość pojazdu, przejazd na czerwonym świetle itp.) - 7,97% wskazań;
- c) zobowiązania ich do wypraszania z autobusu osób bezdomnych, nietrzeźwych i nieprzyjemnie pachnących, jeżdżących najczęściej na gapę - 2,9% wskazań.

Ponadto ankietowani postulowali o poprawę punktualności kursowania autobusów: np. na trasie Tychy-Gliwice - 5,8% wskazań.

Niektóre z uwag pasażerów, interesujące z punktu widzenia doskonalenia jakości usług przewozowych PKM, uwzględniono w części IV niniejszego raportu, pt. „Propozycje ankietowanych zalecane do rozważenia w kontekście ich praktycznej realizacji”.

Pozostałe uwagi dotyczyły kompetencji MZK w Tychach, z czego najliczniej postulowano o obniżenie cen biletów (4,35% wskazań).

IV. PROPOZYCJE ANKIETOWANYCH ZALECANE DO ROZWAŻENIA W KONTEKŚCIE ICH PRAKTYCZNEJ REALIZACJI

Wśród zgłoszonych przez ankietowanych propozycji, wartych rozważenia w kontekście ich praktycznej realizacji, można wymienić:

- a) ponowne przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej na temat Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej tychy.kiedyprzyjedzie.pl, w tym opracowanie prostszej instrukcji jego obsługi oraz upublicznienie informacji o planowanym na październik 2016 r. udostępnieniu darmowej aplikacji „Kiedyprzyjedzie?” na telefony typu smartfon i tablety z systemem operacyjnym Android i iOS Apple (od kwietnia 2016 r. jest już dostępna aplikacja na smartfony z systemem operacyjnym WindowsPhone);
- b) podjęcie działań ukierunkowanych na poprawę szybkości funkcjonowania darmowego Internetu (Wi-Fi) w autobusach oraz zapewnienia go w całym taborze PKM-u;
- c) przygotowanie i uruchomienie skutecznej kampanii promocyjnej stacji paliw – w kontekście oferowanego przez nią ekologicznego paliwa, tzn. sprężonego gazu ziemnego CNG;
- d) rozważenie ekonomicznych i technicznych możliwości wyposażenia autobusów PKM-u w gniazda USB do ładowania np. telefonów, tabletów;
- e) w odniesieniu do kierowców autobusowych – dalsze podnoszenie ich świadomości w zakresie konieczności:
 - kulturalnej i uprzejmej obsługi pasażerów;
 - prowadzenia autobusów w sposób bezpieczny i płynny, bez gwałtownych przyspieszeń i hamowań;
 - przestrzegania punktualności realizacji rozkładu jazdy, szczególnie w czasie pierwszego i ostatniego kursu danej linii, tzn. nie odjeżdżania z przystanku np. 5 min. przed czasem;
 - wypraszania z autobusu osób bezdomnych, nietrzeźwych i nieprzyjemnie pachnących, jeżdżących najczęściej na gapę;
 - dostosowywania temperatury w autobusie do warunków panujących na zewnątrz (tzn. unikania zbyt wysokiego nagrzewania lub schładzania przestrzeni pasażerskiej w pojeździe);
 - reagowania na niewłaściwe zachowania pasażerów, np. na palenie papierosów w autobusie, puszczanie muzyki zbyt głośno, wykazywanie agresji względem współpasażerów.

V. SPIS TABEL

Tabela 1: Ocena jakości usług przewozowych PKM w opinii pasażerów, w skali od 1 do 5 (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	7
Tabela 2: Opinie pasażerów nt. tego czy w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych).....	9
Tabela 3: Opinie pasażerów nt. tego, czy wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (porównanie wyników z 2015 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych).....	9
Tabela 4: Doświadczenia ankietowanych w zakresie zagrożeń ze strony współpasażerów (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	10
Tabela 5: Najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów wg ankietowanych (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	11
Tabela 6: Działania, które wg ankietowanych mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	13
Tabela 7: Opinia ankietowanych nt. rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	14
Tabela 8: Opinia pasażerów nt. istotności efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy (porównanie wyników z 2015 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	15
Tabela 9: Opinia pasażerów na temat zasadności wyposażania autobusów w bezpłatny dostęp do Internetu Wi-Fi (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	16
Tabela 10: Opinia pasażerów na temat zasadności wprowadzenia Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzyjedzie.pl” (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	16
Tabela 11: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na terenie miasta Tychy zasługuje na miano lidera w jakości świadczonych usług, szczególnie wykazującego dbałość o zadowolenie, wygodę i bezpieczeństwo pasażera oraz ochronę środowiska naturalnego (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	17
Tabela 12: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na obszarze województwa śląskiego najbardziej profesjonalnie świadczy usługi przewozowe taborem autobusowym (porównanie wyników z 2016 r. z danymi zebranymi podczas wcześniejszych badań ankietowych)	18
Tabela 13: Dodatkowe uwagi zgłoszone przez ankietowanych w zakresie doskonalenia usług przewozowych PKM (dane z 2016 r.)	21

VI. SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1: Aktualne certyfikaty ISO PKM sp. z o.o. w Tychach	2
Rysunek 2: Ilość ankiet otrzymanych zwrotnie w badaniach ankietowych pasażerów PKM	2
Rysunek 3: Podział ankietowanych pod względem płci.....	4
Rysunek 4: Podział ankietowanych pod względem wieku.....	4
Rysunek 5: Podział ankietowanych pod względem statusu zawodowego	4
Rysunek 6: Podział ankietowanych pod względem wykształcenia.....	4
Rysunek 7: Podział ankietowanych pod względem posiadania samochodu.....	5
Rysunek 8: Podział ankietowanych pod względem sposobu realizowania podróży w granicach miasta	5
Rysunek 9: Podział ankietowanych pod względem najczęstszych powodów podejmowania podróży miejskich...	5
Rysunek 10: Podział ankietowanych pod względem częstotliwości korzystania z usług przewozowych PKM	5
Rysunek 11: Ocena jakości usług przewozowych PKM w opinii pasażerów, w skali od 1 do 5, przy czym: 1 - to ocena niedostateczna, a 5 - bardzo dobra (dane z 2016 r.)	7
Rysunek 12: Opinie pasażerów nt. tego, czy w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (dane z 2016 r.).....	9
Rysunek 13: Opinie pasażerów nt. tego, czy wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów (dane z 2016 r.).....	9
Rysunek 14: Doświadczenia ankietowanych w zakresie zagrożeń ze strony współpasażerów (dane z 2016 r.)	10
Rysunek 15: Najbardziej uciążliwe zachowania współpasażerów wg ankietowanych (dane z 2016 r.)	11
Rysunek 16: Działania, które wg ankietowanych mogłyby najskuteczniej zachęcić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym (dane z 2016 r.)	13

Rysunek 17: Opinia ankietowanych nt. rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście (dane z 2016 r.).....	14
Rysunek 18: Opinia pasażerów nt. istotności efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy (dane z 2016 r.).....	15
Rysunek 19: Opinia pasażerów na temat zasadności wyposażania autobusów w bezpłatny dostęp do Internetu Wi-Fi (dane z 2016 r.).....	16
Rysunek 20: Opinia pasażerów na temat zasadności wprowadzenia Systemu Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzyjedzie.pl” dane z 2016 r.....	16
Rysunek 21: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na terenie miasta Tychy zasługuje na miano lidera w jakości świadczonych usług (dane z 2016 r.).....	17
Rysunek 22: Opinia pasażerów nt. tego, który z przewoźników działających na obszarze województwa śląskiego najbardziej profesjonalnie świadczy usługi przewozowe taborem autobusowym (dane z 2016 r.).....	18
Rysunek 23: Opinia pasażerów nt. nowej wersji strony internetowej www.pkmtychy.pl oraz firmowego profilu na portalu społecznościowym Facebook (dane z 2016 r.).....	19
Rysunek 24: Znajomość oferty stacji paliw PKM wśród ankietowanych (dane z 2016 r.).....	20
Rysunek 25: Opinia pasażerów nt. na temat mikrobusów marki Mercedes Sprinter zakupionych przez PKM (dane z 2016 r.).....	20

(czas trwania sondażu: 16 maja – 17 czerwca 2016 r.)

Szanowni Państwo!

Uprzejmie informujemy, że wyniki niniejszego anonimowego badania ankietowego mają na celu zebranie opinii Pasażerów na temat jakości usług publicznego transportu zbiorowego, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach. Z góry bardzo dziękujemy Państwu za poświęcony czas i wszystkie cenne informacje mogące się przyczynić do doskonalenia naszej pracy, a tym samym wzrostu zadowolenia osób podróżujących autobusami PKM-u.

CZĘŚĆ I – PYTANIA ANKIETOWE (odpowiedzi powinna udzielać tylko jedna osoba)

1. **Jak Pan(i) ocenia jakość usług przewozowych, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach w skali od 1 do 5** (przy czym: 5 – ocena bardzo dobra, 4 – dobra, 3 – średnia, 2 – niska, 1 – bardzo niska).
 - a) Punktualność kursowania autobusów.
 - b) Bezpieczeństwo podróżowania (nowoczesne autobusy wyposażone m.in. w systemy wspomagające hamowanie typu :EBS, ABS, ASR, systemy gaszenia komory silnika; profesjonalizm kierujących pojazdem, przestrzeganie przez kierowców zakazu prowadzenia rozmów w czasie jazdy lub palenia tytoniu, wyposażenie kabiny kierowcy w gaśnicę ppoż., oznakowanie wyjść ewakuacyjnych, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, monitoring wnętrza pojazdów)
 - c) Wygoda podróży (ergonomiczność, odpowiednia ilość miejsc siedzących, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, ogrzewanie wnętrza pojazdów)
 - d) Kultura, kompetencja i uprzejmość kierowców.
 - e) Schludność strojów firmowych kierowców.
 - f) Czytelna i wyraźna identyfikacja autobusów (wyraźny nr i kierunek linii na wyświetlaczach elektronicznych umieszczonych z każdej strony autobusu, kolorystyka autobusu, wyraźne logo „PKM sp. z o.o. w Tychach”, nr boczny pojazdu, itp.)
 - g) Atrakcyjność wyglądu zewnętrznego autobusów (sukcesywna modernizacja taboru autobusowego oraz jednolita kolorystyka zielono-żółta)
 - h) Ułatwienia dla osób ograniczonych ruchowo: niepełnosprawnych, starszych oraz opiekunów małych dzieci (autobusy niskopodłogowe, miejsca, pasy i przyciski dla niepełnosprawnych na wózkach inwalidzkich, tablice świetlne z wyraźnym numerem i kierunkiem linii)
 - i) Czystość autobusów (na zewnątrz i wewnątrz)

2. **Czy Pana(i) zdaniem, m.in. w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa pasażerów, warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów?**
 - a) Tak.
 - b) Nie.
 - c) Nie mam zdania.

3. **Czy Pana(i) zdaniem wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa dla pasażerów, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów?**
 - a) Tak.
 - b) Nie.
 - c) Nie mam zdania.

4. **Czy w okresie 3 ostatnich lat, podczas podróży autobusem PKM sp. z o.o. w Tychach, był(a) Pan(i) - proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi:**
 - a) Okradziony(a).
 - b) Napadnięty(a).
 - c) Czuł(a) się zagrożony(a), np. ze strony agresywnego pasażera, będącego pod wpływem alkoholu, środków odurzających, itp.).
 - d) Nie dotyczy.

5. **Które z poniższych zachowań współpasażerów jest dla Pana(i) najbardziej uciążliwe? Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.**
 - a) Przykry zapach współpasażerów.
 - b) Przepychanie się do wejścia / wyjścia zanim wsiądą / wysiądą inni.
 - c) Nieustępowanie miejsca osobom starszym, opiekunom małych dzieci, kobietom w ciąży, osobom z widoczną niepełnosprawnością.
 - d) Nieprzepuszczanie osób starszych / kobiet / opiekunów małych dzieci / kobiet w ciąży do wejścia / wyjścia.
 - e) Jazda na gapę.
 - f) Głośne rozmowy współpasażerów, w tym przez telefon.
 - g) Używanie wulgaryzmów w rozmowach.
 - h) Zbyt głośne słuchanie muzyki.
 - i) Przejazdy dużych, zorganizowanych grup.
 - j) Przewożenie zwierząt np. bez kagańca.
 - k) Niestosowne zachowanie par.
 - l) Stanie przy drzwiach utrudniające przejście wysiadającym / wsiadającym współpasażerom.
 - m) Umieszczanie bagażu (np. toreb, siatek z zakupami) na miejscach siedzących, pomimo tłoku w autobusie.
 - n) Spożywanie posiłków / napojów, w tym alkoholowych.
 - o) Roszczeniowa postawa osób starszych w kwestii ustępowania im miejsc siedzących.
 - p) Nieużywanie zwrotów grzecznościowych typu: „przepraszam” podczas przepychania się lub „dziękuję” po skorzystaniu z miejsca zwolnionego przez współpasażera.
 - q) Zajmowanie miejsca siedzącego przeznaczonego dla osób niepełnosprawnych lub opiekunów małych dzieci.
 - r) Łamanie zakazu palenia papierosów na przystankach.
 - s) Zaśmiecanie pojazdów.
 - t) Niezdejmowanie z ramion plecaków / dużych torebek.
 - u) Otwieranie okien powodujące przeciągi.
 - v) Zamykanie okien pomimo zaduchu panującego w autobusie.
 - w) Czytanie gazety „przez ramię”.
 - x) Przewożenie dużych bagaży.
 - y) Inna uciążliwość: _____

6. Co Pana(i) zdaniem mogłoby najsukuteczniej skłonić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym? (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

- | | |
|--|--|
| a) <input type="checkbox"/> Obniżenie cen biletów. | g) <input type="checkbox"/> Drastyczny wzrost cen paliw. |
| b) <input type="checkbox"/> Zwiększenie częstotliwości kursowania autobusów. | h) <input type="checkbox"/> Rozszerzenie stref płatnego parkowania w mieście. |
| c) <input type="checkbox"/> Synchronizacja rozkładów jazdy różnych przewoźników. | i) <input type="checkbox"/> Darmowy dostęp do Internetu (Wi-Fi) w autobusach. |
| d) <input type="checkbox"/> Zwiększenie szybkości przejazdu autobusu w stosunku do samochodów osobowych dzięki wydzieleniu tzw. „buspasa” wyłącznie dla komunikacji miejskiej. | j) <input type="checkbox"/> Zwiększenie komfortu podróżowania dzięki zastąpieniu wysłużonych pojazdów nowoczesnymi, bezpiecznymi, ekologicznymi i cichszymi autobusami niskopodłogowymi. |
| e) <input type="checkbox"/> Budowa węzłów przesiadkowych oraz parkingów (tzw. system Park&Ride). | k) <input type="checkbox"/> Zwiększenie liczby bezpośrednich połączeń między miejscem rozpoczęcia i zakończenia podróży. |
| f) <input type="checkbox"/> Zapewnienie klimatyzacji w przestrzeni pasażerskiej autobusu. | l) <input type="checkbox"/> Inna propozycja: _____ |

7. Które z poniższych rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście był(a)by Pan(i) w stanie zaakceptować? (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

- | | |
|--|--|
| a) <input type="checkbox"/> Zakazy parkowania w wybranych miejscach. | d) <input type="checkbox"/> Wydzielenie pasa drogowego wyłącznie dla komunikacji miejskiej (tzw. „buspas”). |
| b) <input type="checkbox"/> Ograniczenia i zakazy wjazdu. | e) <input type="checkbox"/> Zapewnienie na wybranych skrzyżowaniach priorytetu zielonego światła dla autobusów istotnie opóźnionych względem rozkładu jazdy. |
| c) <input type="checkbox"/> Oplaty za parkowanie. | f) <input type="checkbox"/> Nie akceptuję żadnej z ww. propozycji. |

8. Który z planowanych efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. skłonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy:

- | | |
|--|--|
| a) <input type="checkbox"/> Skrócenie czasu podróży dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego. | c) <input type="checkbox"/> Poprawa stanu środowiska naturalnego dzięki redukcji emisji spalin, hałasu i wibracji, których źródłem są pojazdy. |
| b) <input type="checkbox"/> Zwiększenie bezpieczeństwa na drogach dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego. | d) <input type="checkbox"/> Nie mam zdania. |

9. PKM sp. z o.o. w Tychach od grudnia 2012 r. zapewnia Pasażerom bezpłatny dostęp do Internetu (Wi-Fi) w części swego taboru autobusowego – czy miał Pan(i) okazję już korzystać z tej możliwości?

- a) Tak i oceniam to narzędzie: Pozytywnie / Negatywnie – b) Nie.
proszę uzasadnić: _____

10. PKM sp. z o.o. w Tychach od listopada 2013 r., uruchomił System Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzyjedzie.pl”, umożliwiający Pasażerom, posiadającym np. telefon komórkowy z dostępem do Internetu, sprawdzenie tego, za ile minut interesujący ich autobus dotrze do danego przystanku – czy miał(a) Pan(i) okazję już skorzystać z portalu tychy.kiedyprzyjedzie.pl?

- a) Tak i oceniam to narzędzie: Pozytywnie / Negatywnie – b) Nie.
proszę uzasadnić: _____

11. Który z spośród nw. lokalnych przewoźników, działających na terenie miasta Tychy, Pana(i) zdaniem zasługuje na miano lidera w jakości świadczonych usług, szczególnie wykazującego dbałość o zadowolenie i bezpieczeństwo Pasażera oraz ochronę środowiska naturalnego?

- | | |
|---|--|
| a) <input type="checkbox"/> PKM sp. z o.o. w Tychach | e) <input type="checkbox"/> PPUH Kłosok |
| b) <input type="checkbox"/> Tyskie Linie Trolejbusowe | f) <input type="checkbox"/> „Intrans” Usługi Transportowe i Edukacyjne |
| c) <input type="checkbox"/> Szybka Kolej Regionalna | g) <input type="checkbox"/> Transgór S.A. |
| d) <input type="checkbox"/> Przewóz Osób, Lucjan Brożek | h) <input type="checkbox"/> Inny przewoźnik: _____ |

12. Który z spośród wymienionych poniżej przewoźników, działających na obszarze województwa śląskiego, Pana(i) zdaniem świadczy usługi przewozowe taborom autobusowym najbardziej profesjonalnie?

- | | |
|---|--|
| a) <input type="checkbox"/> PKM sp. z o.o. w Tychach | e) <input type="checkbox"/> Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne w Częstochowie sp. z o.o. |
| b) <input type="checkbox"/> Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Sosnowcu | f) <input type="checkbox"/> Przedsięb. Komunikacji Miejskiej Międzygminna sp. z o.o. w Świerklańcu |
| c) <input type="checkbox"/> Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Katowice sp. z o.o. | g) <input type="checkbox"/> Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Jaworznie |
| d) <input type="checkbox"/> Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Gliwicach | h) <input type="checkbox"/> Miejski Zakład Komunikacyjny w Bielsku-Białej |

13. PKM sp. z o.o. w Tychach uruchomił nową wersję strony internetowej www.pkmtychy.pl oraz firmowy profil na portalu społecznościowym Facebook, za pośrednictwem których udostępnia Pasażerom bieżące informacje o swojej działalności. Czy miał(a) Pan(i) okazję zajrzeć na te strony internetowe?

- a) Tak i oceniam te portale: Pozytywnie / Negatywnie – b) Nie.
proszę uzasadnić: _____

14. Stacja paliw PKM (zlokalizowana na terenie zajezdni przy ul. Towarowej 1) oferuje atrakcyjne ceny paliw oraz jako jedyna w Tychach prowadzi sprzedaż sprężonego gazu ziemnego CNG - czy informacja o możliwości zakupu tego ekologicznego paliwa była Panu(i) wcześniej znana?

- a) Tak. b) Nie.

15. Jak ocenia Pan(i) mikrobusy marki Mercedes Sprinter, zakupione w 2015 r. przez PKM?

- a) Pozytywnie. b) Negatywnie - proszę uzasadnić: _____

16. Czy ma Pan(i) jakieś propozycje, uwagi odnośnie możliwości poprawy jakości usług przewozowych, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach? UWAGA: Prosimy o pominięcie kwestii dotyczących: rozkładów jazdy, cen biletów, wiat przystankowych oraz przebiegu tras komunikacyjnych itp., ponieważ te zagadnienia ustala wyłącznie organizator publicznego transportu zbiorowego - tj. Miejski Zarząd Komunikacji w Tychach.

- a) Nie.
b) Tak: _____

CZĘŚĆ II – CHARAKTERYSTYKA ANKIETOWANYCH (proszę zaznaczyć X we właściwym okienku).

1. Płeć

- Kobieta Mężczyzna

2. Wiek

- do 18 lat 27-39 lat 60-65 lat
 19-26 lat 40-59 lat powyżej 65

3. Status zawodowy

- Uczeń Pracujący Emeryt / rencista
 Student Niepracujący

4. Wykształcenie

- Podstawowe Średnie
 Zasadnicze zawodowe Wyższe

5. Posiadanie samochodu

- Nie posiadam. Posiadam i jestem jego głównym użytkownikiem. Posiadam, ale nie jestem jego głównym użytkownikiem.

6. Sposób realizacji podróży miejskich

- Najczęściej autobusem. Najczęściej koleją. Najczęściej samochodem.
 Najczęściej trolejbusem. Zarówno komunikacją publiczną, jak i samochodem. Inny sposób, np. rowerem, pieszo.

7. Najczęstsze powody podejmowania podróży miejskich (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

- Praca. Sprawy urzędowe. Cele towarzyskie.
 Szkoła / uczelnia. Wizyta u lekarza. Cele kultu religijnego / cmentarze.
 Zakupy. Rozrywka, rekreacja. Inny: _____

8. Częstotliwość korzystania z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach

- Codziennie. Kilka razy w miesiącu. Raz na kwartał.
 Kilka razy w tygodniu. Raz w miesiącu. Rzadziej niż raz na kwartał.
 Raz w tygodniu. Rzadziej niż raz w miesiącu. Sporadycznie lub wcale.

Uprzejmie prosimy o zwrot prawidłowo, kompletnie i anonimowo wypełnionej ankiety w nieprzekraczalnym terminie do 17 czerwca 2016 r. poprzez jej:

- a) odesłanie tradycyjną pocztą na adres siedziby Spółki (PKM sp. z o.o. w Tychach, ul. Towarowa 1, 43-100 Tychy);
b) przekazanie – kierowcy autobusu lub pracownikowi PKM w siedzibie Spółki (I piętro, pokój nr 10), ewentualnie w punkcie zakupu biletów MZK.

Dziękujemy.

UWAGA:

Oddając ankietę w kasach biletowych MZK oraz w siedzibie Spółki, przy ul. Towarowej 1 (I piętro, pokój nr 10) ankietowany może otrzymać firmowy gadżet. Ilość gadżetów jest ograniczona.

TWOJE TYCHY



NR 23/446 | 7 CZERWCA 2016

WWW.TYCHY.PL

ISSN 1898-7206

Wypełnij ankietę i odbierz firmowy gadżet PKM sp. z o.o. w Tychach

W dniach od 16 maja do 17 czerwca 2016 r. będzie przeprowadzane ankieta badanie zadowolenia pasażerów korzystających z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach. Spółka, posiadająca od 2005 r. certyfikat Zintegrowanego Systemu Zarządzania, zgodnego z wymaganiami norm: ISO 9001 (zarządzanie jakością), ISO 14001 (zarządzanie środowiskowe) i PN-N 18001 (zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy), co roku przeprowadza tego typu sondaż.

Ankieta można wypełnić elektronicznie na stronie www.pkmtychy.pl, natomiast jej papierowa wersja jest rozpowszechniana głównie za pośrednictwem kas biletowych MZK oraz naszej gazety. Uzupełniony czytelny listem egzemplarz można:

- a) odesłać tradycyjną pocztą na adres siedziby Spółki (ul. Towarowa 1, 43-100 Tychy);
- b) przekazać kierowcy autobusu lub pracownikowi PKM w siedzibie Spółki (I piętro, pokój nr 10), ewentualnie w punkcie zakupu biletów MZK.

Warto zaznaczyć, że oddając papierową wersję ankiety pracownikowi PKM w siedzibie Spółki (I piętro, pokój nr 10) lub w kasach biletowych MZK ankieta ma szansę otrzymania firmowego gadżetu, wybierając spośród takich propozycji jak:

- a) odbłaskowa opaska;
- b) ołówek;
- c) długopis.

UWAGA: Ilość gadżetów jest ograniczona.



Ankieta badania zadowolenia Pasażera z usług przewozowych świadczonych przez Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Tychach

(czas trwania sondażu: 16.05-17.06.2016 r.)

Upewniamy, że wyniki niniejszego anonimowego badania ankietowego mają na celu zebranie opinii Pasażerów na temat jakości usług publicznego transportu zbiorowego, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach. Z góry bardzo dziękujemy Państwu za poświęcony czas i wszystkie cenne informacje mogące się przyczynić do doskonalenia naszej pracy, a tym samym wzrostu zadowolenia osób podróżujących autobusami PKM-u.

Część I – Pytania ankietowe (odpowiedzi powinna udzielać tylko jedna osoba)

1. Jak Pana(i) ocenia jakość usług przewozowych, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach w skali od 1 do 5 (przy czym: 5 – ocena bardzo dobra, 4 – dobra, 3 – średnia, 2 – niska, 1 – bardzo niska).

a) <input type="checkbox"/>	Punktualność kursowania autobusów.
b) <input type="checkbox"/>	Bezpieczeństwo podróżowania (nowoczesne autobusy wyposażone m.in. w systemy wspomagające hamowanie typu :EBS, ABS, ASR, systemy gaszenia komory silnika; profesjonalizm kierujących pojazdem, przestrzeganie przez kierowców zakazu prowadzenia rozmów w czasie jazdy lub palenia tytoniu, wyposażenie kabiny kierowcy w gaśnicę ppoż., oznakowanie wyjść ewakuacyjnych, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, monitoring wnętrza pojazdów)
c) <input type="checkbox"/>	Wygoda podróży (ergonomiczność, odpowiednia ilość miejsc siedzących, uchwyty dla pasażerów podróżujących w pozycji stojącej, ogrzewanie wnętrza pojazdów)
d) <input type="checkbox"/>	Kultura, kompetencja i uprzejmość kierowców.
e) <input type="checkbox"/>	Schludność strojów firmowych kierowców.
f) <input type="checkbox"/>	Czytelna i wyraźna identyfikacja autobusów (wyraźny nr i kierunek linii na wyświetlaczach elektronicznych umieszczonych z każdej strony autobusu, kolorystyka autobusu, wyraźne logo „PKM sp. z o.o. w Tychach”, nr boczny pojazdu, itp.)
g) <input type="checkbox"/>	Atrakcyjność wyglądu zewnętrznego autobusów (sukcesywna modernizacja taboru autobusowego oraz jednolita kolorystyka zielono-żółta)
h) <input type="checkbox"/>	Ułatwienia dla osób ograniczonych ruchowo: niepełnosprawnych, starszych oraz opiekunów małych dzieci (autobusy niskopodłogowe, miejsca, pasy i przyciski dla niepełnosprawnych na wózkach inwalidzkich, tablice świetlne z wyraźnym numerem i kierunkiem linii)
i) <input type="checkbox"/>	Czystość autobusów (na zewnątrz i wewnątrz)

2. Czy Pana(i) zdaniem, m.in. w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa pasażerów, warto instalować kamery monitorujące wnętrze i otoczenie autobusów, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów?

a) <input type="checkbox"/>	Tak.	b) <input type="checkbox"/>	Nie.	c) <input type="checkbox"/>	Nie mam zdania.
-----------------------------	------	-----------------------------	------	-----------------------------	-----------------

3. Czy Pana(i) zdaniem wysoka temperatura, odczuwalna latem w autobusach, jest na tyle uciążliwa dla pasażerów, że instalowanie klimatyzacji jest konieczne, nawet kosztem niewielkiej podwyżki cen biletów?

a) <input type="checkbox"/>	Tak.	b) <input type="checkbox"/>	Nie.	c) <input type="checkbox"/>	Nie mam zdania.
-----------------------------	------	-----------------------------	------	-----------------------------	-----------------

4. Czy w okresie 3 ostatnich lat, podczas podróży autobusem PKM sp. z o.o. w Tychach, był(a) Pan(i): (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

a) <input type="checkbox"/>	Okradziony(a).	c) <input type="checkbox"/>	Czuł(a) się zagrożony(a), np. ze strony agresywnego pasażera, będącego pod wpływem alkoholu, środków odurzających, itp.).
b) <input type="checkbox"/>	Napadnięty(a).	d) <input type="checkbox"/>	Nie dotyczy.

5. Które z poniższych zachowań współpasażerów jest dla Pana(i) najbardziej uciążliwe? Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.

a) <input type="checkbox"/>	Przykry zapach współpasażerów.	n) <input type="checkbox"/>	Spożywanie posiłków / napojów, w tym alkoholowych.
b) <input type="checkbox"/>	Przepychanie się do wejścia / wyjścia zanim wsiądą / wysiądą inni.	o) <input type="checkbox"/>	Roszczeniowa postawa osób starszych w kwestii ustępowania im miejsc siedzących.
c) <input type="checkbox"/>	Nieustępowanie miejsca osobom starszym, opiekunom małych dzieci, kobietom w ciąży, osobom z widoczną niepełnosprawnością.	p) <input type="checkbox"/>	Nieużywanie zwrotów grzecznościowych typu: „przepraszam” podczas przepychania się lub „dziękuję” po skorzystaniu z miejsca zwolnionego przez współpasażera.
d) <input type="checkbox"/>	Nieprzepuszczanie osób starszych / kobiet / opiekunów małych dzieci / kobiet w ciąży do wejścia / wyjścia.	q) <input type="checkbox"/>	Zajmowanie miejsca siedzącego przeznaczonego dla osób niepełnosprawnych lub opiekunów małych dzieci.
e) <input type="checkbox"/>	Jazda na gapę.	r) <input type="checkbox"/>	Łamanie zakazu palenia papierosów na przystankach.
f) <input type="checkbox"/>	Głośne rozmowy współpasażerów, w tym przez telefon.	s) <input type="checkbox"/>	Zaśmiecanie pojazdów.
g) <input type="checkbox"/>	Używanie wulgaryzmów w rozmowach.	t) <input type="checkbox"/>	Niezdjęmowanie z ramion plecaków / dużych torebek.
h) <input type="checkbox"/>	Zbyt głośne słuchanie muzyki.	u) <input type="checkbox"/>	Otwieranie okien powodujące przeciągi.
i) <input type="checkbox"/>	Przejazdy dużych, zorganizowanych grup.	v) <input type="checkbox"/>	Zamykanie okien pomimo zaduchu panującego w autobusie.
j) <input type="checkbox"/>	Przewożenie zwierząt np. bez kagańca.	w) <input type="checkbox"/>	Czytanie gazety „przez ramię”.
k) <input type="checkbox"/>	Niestosowne zachowanie par.	x) <input type="checkbox"/>	Przewożenie dużych bagaży.
l) <input type="checkbox"/>	Stanie przy drzwiach utrudniające przejście wysiadającym / wsiadającym współpasażerom.	y) <input type="checkbox"/>	Inna uciążliwość:
m) <input type="checkbox"/>	Umieszczanie bagażu (np. toreb, siatek z zakupami) na miejscach siedzących, pomimo tłoku w autobusie.		

6. Co Pana(i) zdaniem mogłoby najskuteczniej skłonić podróżujących do wyboru przejazdu autobusem zamiast samochodem prywatnym? (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

a) <input type="checkbox"/>	Obniżenie cen biletów.	g) <input type="checkbox"/>	Drastyczny wzrost cen paliw.
b) <input type="checkbox"/>	Zwiększenie częstotliwości kursowania autobusów.	h) <input type="checkbox"/>	Rozszerzenie stref płatnego parkowania w mieście.
c) <input type="checkbox"/>	Synchronizacja rozkładów jazdy różnych przewoźników.	i) <input type="checkbox"/>	Darmowy dostęp do Internetu (Wi-Fi) w autobusach.
d) <input type="checkbox"/>	Zwiększenie szybkości przejazdu autobusu w stosunku do samochodów osobowych dzięki wydzielaniu tzw. „buspasa” wyłącznie dla komunikacji miejskiej.	j) <input type="checkbox"/>	Zwiększenie komfortu podróżowania dzięki zastąpieniu wysłużonych pojazdów nowoczesnymi, bezpiecznymi, ekologicznymi i cichszymi autobusami niskopodłogowymi.
e) <input type="checkbox"/>	Budowa węzłów przesiadkowych oraz parkingów (tzw. system Park&Ride).	k) <input type="checkbox"/>	Zwiększenie liczby bezpośrednich połączeń między miejscem rozpoczęcia i zakończenia podróży.
f) <input type="checkbox"/>	Zapewnienie klimatyzacji w przestrzeni pasażerskiej autobusu.	l) <input type="checkbox"/>	Inna propozycja:

7. Które z poniższych rozwiązań ograniczających ruch samochodów osobowych w mieście był(a)by Pan(i) w stanie zaakceptować? (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

a) <input type="checkbox"/>	Zakazy parkowania w wybranych miejscach.	d) <input type="checkbox"/>	Wydzielenie pasa drogowego wyłącznie dla komunikacji miejskiej (tzw. „buspas”).
b) <input type="checkbox"/>	Ograniczenia i zakazy wjazdu.	e) <input type="checkbox"/>	Zapewnienie na wybranych skrzyżowaniach priorytetu zielonego światła dla autobusów istotnie opóźnionych względem rozkładu jazdy.
c) <input type="checkbox"/>	Oplaty za parkowanie.	f) <input type="checkbox"/>	Nie akceptuję żadnej z ww. propozycji.

8. Który z planowanych efektów realizacji strategii rozwoju i integracji tyskiej komunikacji miejskiej, mającej na celu m.in. sklonienie mieszkańców do podróżowania środkami transportu publicznego, zamiast samochodem prywatnym, jest dla Pana(i) najistotniejszy:

a) <input type="checkbox"/>	Skrócenie czasu podróży dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego.	c) <input type="checkbox"/>	Poprawa stanu środowiska naturalnego dzięki redukcji emisji spalin, hałasu i wibracji, których źródłem są pojazdy.
b) <input type="checkbox"/>	Zwiększenie bezpieczeństwa na drogach dzięki zmniejszeniu natężenia ruchu drogowego.	d) <input type="checkbox"/>	Nie mam zdania.

9. PKM sp. z o.o. w Tychach od grudnia 2012 r. zapewnia Pasażerom bezpłatny dostęp do Internetu (Wi-Fi) w części swego taboru autobusowego – czy miał Pan(i) okazję już korzystać z tej możliwości?

a) <input type="checkbox"/>	Tak i oceniam to narzędzie: <input type="checkbox"/> Pozytywnie. <input type="checkbox"/> Negatywnie. Proszę uzasadnić:	b) <input type="checkbox"/>	Nie.
-----------------------------	--	-----------------------------	------

10. PKM sp. z o.o. w Tychach od listopada 2013 r. uruchomił System Dynamicznej Informacji Pasażerskiej „tychy.kiedyprzjedzie.pl”, umożliwiający Pasażerom, posiadającym np. telefon komórkowy z dostępem do Internetu, sprawdzenie tego, za ile minut interesujący ich autobus dotrze do danego przystanku – czy miał(a) Pan(i) okazję już skorzystać z portalu tychy.kiedyprzjedzie.pl?

a) <input type="checkbox"/>	Tak i oceniam to narzędzie: <input type="checkbox"/> Pozytywnie. <input type="checkbox"/> Negatywnie. Proszę uzasadnić:	b) <input type="checkbox"/>	Nie.
-----------------------------	--	-----------------------------	------

11. Który z spośród nw. lokalnych przewoźników, **działających na terenie miasta Tychy**, Pana(i) zdaniem zasługuje na miano lidera w jakości świadczonych usług, szczególnie wykazującego dbałość o zadowolenie i bezpieczeństwo Pasażera oraz ochronę środowiska naturalnego?

a) <input type="checkbox"/>	PKM sp. z o.o. w Tychach	e) <input type="checkbox"/>	PPUH Kłosok
b) <input type="checkbox"/>	Tyskie Linie Trolejbusowe	f) <input type="checkbox"/>	„Intrans” Usługi Transportowe i Edukacyjne
c) <input type="checkbox"/>	Szybka Kolej Regionalna	g) <input type="checkbox"/>	Transgór S.A.
d) <input type="checkbox"/>	Przewóz Osób, Lucjan Brozek	h) <input type="checkbox"/>	Inny przewoźnik:

12. Który z spośród wymienionych poniżej przewoźników, **działających na obszarze województwa śląskiego**, Pana(i) zdaniem świadczy usługi przewozowe taborem autobusowym najbardziej profesjonalnie?

a) <input type="checkbox"/>	PKM sp. z o.o. w Tychach	e) <input type="checkbox"/>	Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne w Częstochowie sp. z o.o.
b) <input type="checkbox"/>	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Sosnowcu	f) <input type="checkbox"/>	Przedsięb. Komunikacji Miejskiej Międzygminna sp. z o.o. w Świerkłańcu
c) <input type="checkbox"/>	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Katowice sp. z o.o.	g) <input type="checkbox"/>	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Jaworznie
d) <input type="checkbox"/>	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej sp. z o.o. w Gliwicach	h) <input type="checkbox"/>	Miejski Zakład Komunikacyjny w Bielsku-Białej

13. PKM sp. z o.o. w Tychach uruchomił nową wersję strony internetowej www.pkmtychy.pl oraz firmowy profil na portalu społecznościowym Facebook, za pośrednictwem których udostępni Pasażerom bieżące informacje o swojej działalności. Czy miał(a) Pan(i) okazję zajrzeć na te strony internetowe?

a) <input type="checkbox"/>	Tak i oceniam te portale: <input type="checkbox"/> Pozytywnie. <input type="checkbox"/> Negatywnie. Proszę uzasadnić:	b) <input type="checkbox"/>	Nie.
-----------------------------	--	-----------------------------	------

14. Stacja paliw PKM (zlokalizowana na terenie zajezdni przy ul. Towarowej 1) oferuje atrakcyjne ceny paliw oraz jako jedyna w Tychach prowadzi sprzedaż **sprężonego gazu ziemnego CNG** – czy informacja o możliwości zakupu tego ekologicznego paliwa była Panu(i) wcześniej znana?

a) <input type="checkbox"/>	Tak.	b) <input type="checkbox"/>	Nie.
-----------------------------	------	-----------------------------	------

15. Jak ocenia Pan(i) mikrobusy marki Mercedes Sprinter, zakupione w 2015 r. przez PKM?

a) <input type="checkbox"/>	Pozytywnie.	b) <input type="checkbox"/>	Negatywnie – proszę uzasadnić:
-----------------------------	-------------	-----------------------------	--------------------------------

16. Czy ma Pan(i) jakieś propozycje, uwagi odnośnie możliwości poprawy jakości usług przewozowych, świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach? UWAGA: Prosimy o pominięcie kwestii dotyczących: rozkładów jazdy, cen biletów, wiat przystankowych oraz przebiegu tras komunikacyjnych itp., ponieważ te zagadnienia ustala wyłącznie organizator publicznego transportu zbiorowego - tj. Miejski Zarząd Komunikacji w Tychach.

a) <input type="checkbox"/>	Nie.
b) <input type="checkbox"/>	Tak:

Część II – Charakterystyka ankietowanych (proszę zaznaczyć X we właściwym okienku).

1. Płeć

<input type="checkbox"/>	Kobieta	<input type="checkbox"/>	Mężczyzna
--------------------------	---------	--------------------------	-----------

2. Wiek

<input type="checkbox"/>	do 18 lat	<input type="checkbox"/>	27-39 lat	<input type="checkbox"/>	60-65 lat
<input type="checkbox"/>	19-26 lat	<input type="checkbox"/>	40-59 lat	<input type="checkbox"/>	powyżej 65

3. Status zawodowy

<input type="checkbox"/>	Uczeń	<input type="checkbox"/>	Pracujący	<input type="checkbox"/>	Emeryt / rencista
<input type="checkbox"/>	Student	<input type="checkbox"/>	Niepracujący	<input type="checkbox"/>	

4. Wykształcenie

<input type="checkbox"/>	Podstawowe	<input type="checkbox"/>	Średnie
<input type="checkbox"/>	Zasadnicze zawodowe	<input type="checkbox"/>	Wysze

5. Posiadanie samochodu

<input type="checkbox"/>	Nie posiadam.	<input type="checkbox"/>	Posiadam i jestem jego głównym użytkownikiem.	<input type="checkbox"/>	Posiadam, ale nie jestem jego głównym użytkownikiem.
--------------------------	---------------	--------------------------	---	--------------------------	--

6. Sposób realizacji podróży miejskich

<input type="checkbox"/>	Najczęściej autobusem.	<input type="checkbox"/>	Najczęściej koleją.	<input type="checkbox"/>	Najczęściej samochodem.
<input type="checkbox"/>	Najczęściej trolejbusem.	<input type="checkbox"/>	Zarówno komunikacją publiczną, jak i samochodem.	<input type="checkbox"/>	Inny sposób, np. rowerem, pieszo.

7. Najczęstsze powody podejmowania podróży miejskich (Proszę wybrać maksymalnie 3 odpowiedzi.)

<input type="checkbox"/>	Praca.	<input type="checkbox"/>	Sprawy urzędowe.	<input type="checkbox"/>	Cele towarzyskie.
<input type="checkbox"/>	Szkoła / uczelnia.	<input type="checkbox"/>	Wizyta u lekarza.	<input type="checkbox"/>	Cele kultu religijnego / cmentarze.
<input type="checkbox"/>	Zakupy.	<input type="checkbox"/>	Rozrywka, rekreacja.	<input type="checkbox"/>	Inny:

8. Częstotliwość korzystania z usług przewozowych świadczonych przez PKM sp. z o.o. w Tychach

<input type="checkbox"/>	Codziennie.	<input type="checkbox"/>	Kilka razy w miesiącu.	<input type="checkbox"/>	Raz na kwartał.
<input type="checkbox"/>	Kilka razy w tygodniu.	<input type="checkbox"/>	Raz w miesiącu.	<input type="checkbox"/>	Rzadziej niż raz na kwartał.
<input type="checkbox"/>	Raz w tygodniu.	<input type="checkbox"/>	Rzadziej niż raz w miesiącu.	<input type="checkbox"/>	Sporadycznie lub wcale.

Uporządkuj proszę o zwrot prawidłowo, kompletnie i anonimowo wypełnionej ankiety w **nieprzekraczalnym terminie do 17 czerwca 2016 r.** poprzez jej:

a) odesłanie tradycyjną pocztą na adres siedziby Spółki (PKM sp. z o.o. w Tychach, ul. Towarowa 1, 43-100 Tychy);

b) przekazanie – kierowcy autobusu lub pracownikowi PKM w siedzibie Spółki (I piętro, pokój nr 10), ewentualnie w punkcie zakupu biletów MZK.

UWAGA:

Oddając ankietę w kasach biletowych MZK oraz w siedzibie Spółki, przy ul. Towarowej 1 (I piętro, pokój nr 10) ankietowany może otrzymać firmowy gadżet. Ilość gadżetów jest ograniczona.