

dopady opatření na:



emise



dopravní
nehody



modal
split



sociální inkluze
v dopravě



ekonomický
přínos dopravy

Popis opatření:

Celá řada služeb, např. předplatné novin a časopisů, telekomunikační služby a další služby fungující na principu předplatného nebo členství, je zákazníkům nabízena nejprve na určité zkušební dobu zdarma. Služba si tak získá dostatečnou pozornost a zájem potenciálních zákazníků a motivuje je k tomu, aby si ji vyzkoušeli. Cílem takové nabídky je narušit zákazníkům zvyk a vytvořit mu pozitivní vztah k nové službě, který se promítne do toho, že si zákazník službu zaplatí, i když už ji nebude mít zadarmo. Tuto metodu lze využít i v případě propagace cestování hromadnou dopravou, kde velká část cestujících využívá různé časové jízdenky a hromadná doprava je tak pro ně také formou předplacené služby. Proto jsou i v propagaci hromadné dopravy využívány podobné metody jako v marketingu výše uvedených služeb. Potenciálním cestujícím, kteří hromadnou dopravu pravidelně nevyužívají a dojíždějí jiným způsobem, především osobními automobily, je nabídnuta možnost cestovat po určité dobu hromadnou dopravou zdarma. Cílem je, aby si na službu zvykli, naučili se hromadnou dopravu pro své cesty využívat pravidelně a zůstali u ní i po skončení bezplatného testovacího období. Společně s časovou jízdenkou cestující většinou dostanou detailní informace o dopravních tarifech, tarifních zónách, jízdních řádech, nákupu jízdenek a např. také používání mobilních aplikací pro plánování cest hromadnou dopravou. Toto opatření se ve většině případů používá jako experiment nebo jednorázová marketingová akce. Jízdenka zdarma je většinou poskytována na poměrně krátké období, nejčastěji měsíc (např. Abou-Zeid a Ben-Akiva, 2012; Friman, 2019; Thøgersen, 2006).

Investor / provozovatel:

Veřejný sektor

Inovační aspekty – kontext SMART City:


- * I přesto, že cestující cestuje zdarma, je důležité pomocí čipové karty či jiným způsobem sbírat data o využívání hromadné dopravy pro následné vyhodnocení.
- * Pokud chceme přilákat cestující do prostředků hromadné dopravy, je pro cestující kromě finančních nákladů důležitý i komfort. Zatraktivnit cestu hromadnou dopravou může třeba wi-fi ve veřejném prostředí nebo informační panel s aktualitami.

Ekonomické aspekty:

Nízkonákladové

Hlavní dopady opatření:

Toto opatření má přispět ke zvýšení počtu cestujících hromadnou dopravou na úkor cestování osobními automobily

	Dopady na modal split	Krátkodobé zvýšení počtu cest hromadnou dopravou v době vlastnictví bezplatné časové jízdenky (z 5 % na 10 % cest realizovaných MHD), 5 měsíců po ukončení zkušební doby ale počet cest hromadnou dopravou jen mírně vyšší než před opatřením (7 %) (Kodaň; Thøgersen, 2009).
	Dopady na životní prostředí	Potenciál pro snížení počtu cest automobilem znamená potenciální redukci emisí.
	Dopady na dopravní nehody	Opatření cílí na přesun uživatelů z osobních automobilů do hromadné dopravy, míří tím i ke snížení rizika dopravních nehod.
	Dopady na zdraví	Opatření přispívá k lepším podmínkám pro veřejné zdraví.
	Sociální a ekonomické dopady	Nejvíce na nabídku reagují osoby s nižšími příjmy, pro které jsou náklady na dopravu nejdůležitější (Abou-Zeid a Ben-Akiva, 2012).
	Dopady na dopravní zátěž, kongesci, dopravní proudy atd.	Vyšší využívání hromadné dopravy obecně vede ke snížení kongescí a dopravní zátěže ve městě.

Vztah k dalším dopravním opatřením:

Vhodné doplnit o opatření typu

- * Informační systém v hromadné dopravě
- * Real-time informace ve veřejné dopravě
- * Inteligentní jízdenky
- * Obnova vozového parku – vedle ekologičnosti i komfort
- * Nízkoemisní zóny
- * Kampaně na podporu cestování hromadnou dopravou
- * Parkovací politika regulující množství osobních automobilů ve zklidněných nebo dopravně exponovaných částech města, včetně zbudování záchytných parkovišť na okrajích města

Zkušenosti a doporučení praxe z měst:

Propagovat hromadnou dopravu s využitím časových jízdenek zdarma má smysl pouze v případech, že její využití není významně omezeno jinými důležitými strukturálními podmínkami (např. jízdní řád, trasy linek, frekvence spojů). Tyto problémy by měly být vyřešeny před tím, než začne provozovatel zvažovat cenovou propagaci nebo jiné měkké nástroje (Thøgersen, 2009).

Pro rozhodnutí cestujících, zda pravidelně dojíždět autem či hromadnou dopravou, nehraje největší roli cena jízdného, ale především náklady na dojíždění autem, město by tedy mělo propagaci MHD kombinovat se zvyšováním nákladů na cestování autem (např. vyšší parkovné, zpoplatnění průjezdů městem apod.) (Cats a kol., 2017).

Situace v ČR:

V Čechách se tento způsob propagace MHD příliš nevyužívá. Jako jednorázovou propagační akci rozdával celodenní jízdenky pražský magistrát v roce 2015, když došlo ke zlevnění ročního kuponu na městskou hromadnou dopravu v Praze.

V Českých Budějovicích byla zavedena autobusová linka zdarma krátkodobě, po dobu jednoho týdne. Na zkoušku byla zdarma nabídnuta frekventovaná trasa mezi hlavním náměstím Přemysla Otakara II. a sídlištěm Máj – s cílem pomoci kvalitní a cílené hromadné dopravy redukovat cesty osobními automobily do centra města. Už během prvních čtyř dnů linku využilo 1 500 cestujících. Akce zároveň splnila cíl – zkušební provoz midibusu, který se díky svým parametrům osvědčil jako vhodný do historického centra s užšími ulicemi. Na základě úspěšné zkoušky se město rozhodlo více podpořit hromadnou dopravu, a to komplexněji. Postupně je přizpůsobována také parkovací politika, kdy je využití osobních automobilů v centru města regulováno počtem míst, tarifací a související nabídkou MHD. Součástí je i systém postupně budovaných záchytných parkovišť P+G („Zaparkuj a jeď / jdi“), kdy lze k přesunu využít i hromadnou dopravu.

Také Cheb se v r. 2018 rozhodl nabídnout svým občanům MHD zdarma, a to na půl roku (srpen až listopad 2018). Cílem tohoto opatření bylo snížit počet cest autem a větší využití MHD. Díky tomuto experimentu město získalo důležitá data o potenciálu pro změnu dopravního chování místních. Půlroční pilotní období město přišlo na cca 1,6 mil. Kč. Lidé s trvalým pobytem v Chebu si tak mohli za 100 Kč pořídit čipovou kartu, kterou jim město nabílo dvakrát na tři měsíce zdarma. Návštěvníci Chebu platili stejně jako dosud. Po půl roce město vyhodnotilo dopad „MHD na půl roku zdarma“ a zjistilo se, že efekt v podobě přesunu cestujících z osobních automobilů do MHD byl nízký. Vedení města tedy přistoupilo k tomu, že rozšířilo slevy vybraným skupinám cestujících (děti, senioři, studenti, zdravotně či sociálně znevýhodnění občané), za ty ročně zaplatí přibližně 1 mil. Kč ze svého rozpočtu.

Pro další praxi viz také opatření č. 22 – Hromadná doprava zdarma, např. Hradec Králové.

Příklady dobré praxe:

Lucembursko je jedinečným příkladem experimentu, kdy byla v loňském roce (od března 2020) zavedena veřejná doprava celoplošně zdarma, jak pro obyvatele, tak pro návštěvníky.

Vláda se k tomu rozhodla na základě dopravních dat. Vyplývá z nich, že ekonomicky úspěšné Lucembursko má nejvyšší míru automobilizace v EU a podíl cest do práce osobním automobilem významně převyšuje podíl cest veřejnou dopravou: 60 % autem oproti 19 % veřejnou dopravou. Cíl je tedy zřejmý – docílit změny dopravního chování a z ekologických důvodů motivovat cestující k využití veřejné dopravy. Vláda cílí také na osoby přijíždějící ze zahraničí, protože polovina pracujících přijíždí z okolních zemí, z Německa, Belgie, Francie a svými automobily přetěžují dopravní komunikace a městské prostředí v Lucembursku. Veřejná doprava zdarma je s velmi kladnou odezvou umožněna i jim.

Už teď byla lucemburská veřejná doprava výrazně zvýhodněna oproti jiným zemím – zdarma ji využívali mladí lidé do 20 let, studenti do 30 let a osoby pobírající minimální mzdu. Ceny pro ostatní uživatele byly také příznivé – dvouhodinová jízdenka stála 2 Eura a celodenní jízdenka ve 2. třídě 4 Eura. Za integrovanou měsíční jízdenku pro všechny druhy veřejné dopravy pak uživatel platil 50 Euro. Národní strategie pro udržitelnou mobilitu je realizována od r. 2018 a směřuje k maximálnímu zdokonalení veřejné dopravy (modernizace, ekologičnost, komfort, intermodalita, multimodalita), s nulovým jízdným pro všechny, aby bylo co nejvíce výhod na straně těchto druhů dopravy. Za úspěšnou bude strategie považována, pokud do veřejné dopravy přivede dalších 20 % uživatelů. Čas ukáže, jestli je tento velký experiment životaschopný, a především do jaké míry mají všechny tyto snahy vliv na dopravní chování cestujících (Cities Today, 11th March 2020).



Foto: Město Lucemburk má něco málo přes 122 tis. obyvatel

Zdroj: <https://edition.cnn.com/travel/article/luxembourg-free-public-transport/index.html>

Zajímavé internetové odkazy k opatření:

<https://www.cheb.cz/mesto-zavadi-pilotni-projekt-mhd-zdarma/d-970351/p1=56554>

https://ceskobudejovicky.denik.cz/zpravy_region/autobus-na-zkousku-na-namesti-v-budejovicich-vyuzily-stovky-lidi-20150503.html

<https://cities-today.com/what-benefits-can-cities-expect-from-fare-free-transport/>

Použitá literatura:

ABOU-ZEID, M.; BEN-AKIVA, M. (2012). Travel mode switching: Comparison of findings from two public transportation experiments. *Transport Policy*. 2012, 24, 48-59. DOI: 10.1016/j.tranpol.2012.07.013.

CAREY, CH. (2020). What benefits can cities expect from fare-free transport. *Cities Today*. [Webová stránka globální journal.] 11th March 2020. PFD Media Group. Dostupné z: <https://cities-today.com/what-benefits-can-cities-expect-from-fare-free-transport/>.

CATS, O.; SUSILO, Y. O.; REIMAL, T. (2017). The prospects of fare-free public transport: evidence from Tallinn. *Transportation*, 2017, 44(5), 1083-1104. ISSN 1572-9435. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11116-016-9695-5>.

FRIMAN, M.; MAIER, R.; OLSSON, L. E. (2019). Applying a motivational stage-based approach in order to study a temporary free public transport intervention. *Transport Policy*. 2019, 81, 173-183. ISSN 0967070X. DOI: 10.1016/j.tranpol.2019.06.012.

THØGERSEN, J. (2009). Promoting public transport as a subscription service: Effects of a free month travel card. *Transport Policy*. 2009, 16(6), 335-343. ISSN 0967070X. DOI: 10.1016/j.tranpol.2009.10.008.