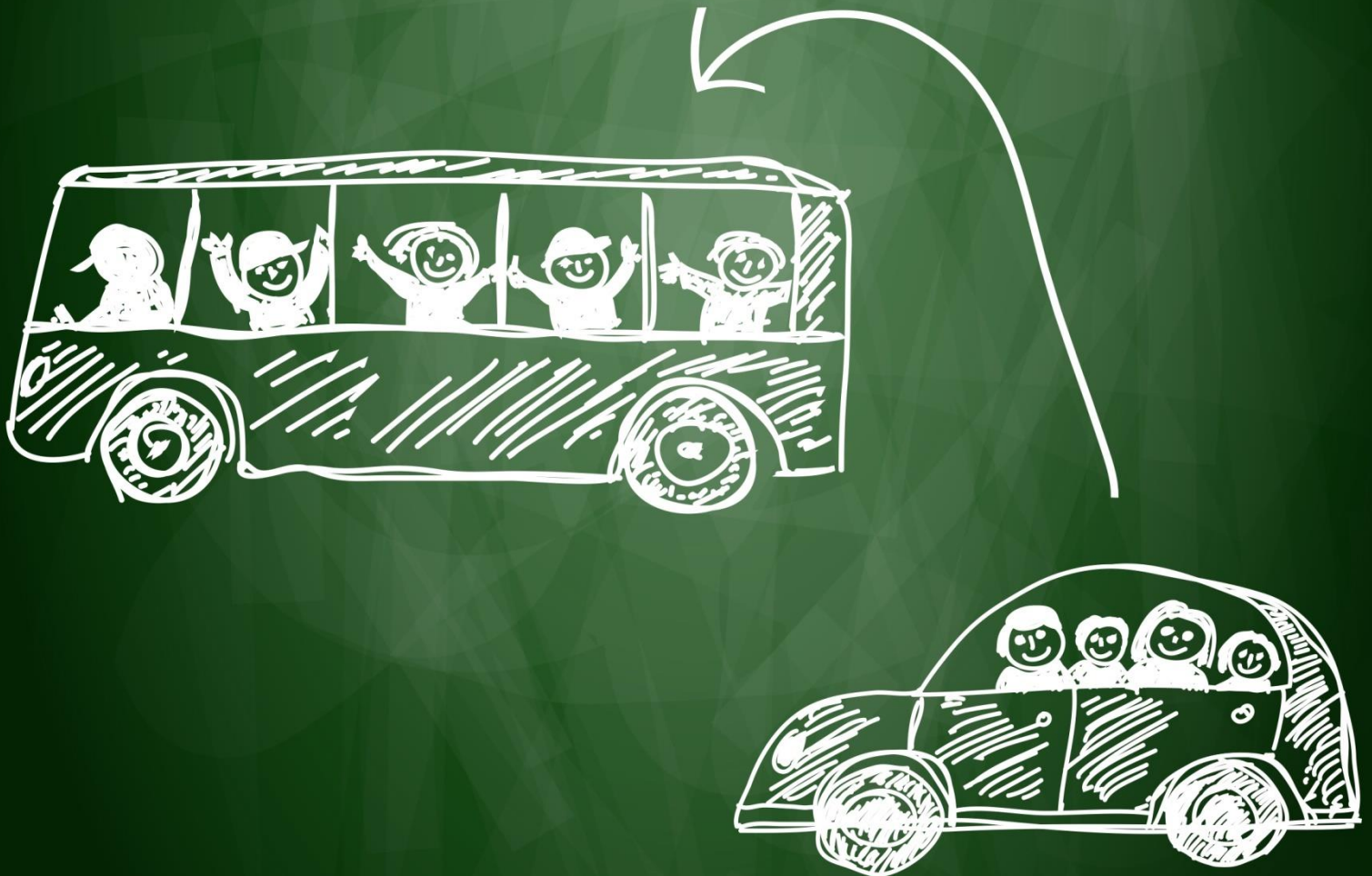


*Raport z badania satysfakcji
klientów korzystających
z transportu publicznego
w Poznaniu*



ZAMAWIAJĄCY:

Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu

ul. Matejki 59

60-770 Poznań



WYKONAWCA:

EU-CONSULT sp. z o.o.

ul. Toruńska 18C, lokal D

80-747 Gdańsk



Poznań, 2017

SPIS TREŚCI

1.	Założenia metodologiczne projektu	4
1.1.	Wprowadzenie	4
1.2.	Cel projektu badawczego.....	4
1.3.	techniki i narzędzia badawcze	5
1.4.	Charakterystyka badanej populacji oraz dobór prób	7
1.5.	charakterystyka wskaźników satysfakcji	9
2.	Prezentacja wyników badania satysfakcji klientów ZTM	10
2.1.	Korzystanie z karty PEKA oraz sposoby zakupu biletów przez klientów ZTM	10
2.2.	Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży	12
2.2.1.	Punkty Obsługi Klienta.....	14
2.2.2.	Punkty Sprzedaży Biletów	19
2.2.3.	Biletomaty	23
2.3.	Ocena satysfakcji z jakości obsługi	25
2.3.1.	Biuro Obsługi Klienta	27
2.3.2.	Kontrola Biletów	33
2.4.	Ocena satysfakcji z korzystania ze stron internetowych.....	36
2.4.1.	www.ztm.poznan.pl.....	36
2.4.2.	www.peka.poznan.pl.....	40
2.5.	ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych	46
2.5.1.	Stan taboru	49
2.5.2.	Infrastruktura przystankowa.....	56
2.5.3.	Warunki komunikacyjne.....	62
2.5.4.	Informacja pasażerska	73
2.6.	Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego	81
2.7.	Ocena Dnia Bez Samochodu	83
3.	Podsumowanie	88
4.	Prezentacja wskaźników satysfakcji klientów ZTM	97
5.	Wykaz tabel i wykresów	103

1. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE PROJEKTU

1.1. WPROWADZENIE

Prezentowany raport stanowi opracowanie wyników badania satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej przeprowadzonych w październiku 2017 roku. Badania satysfakcji klientów prowadzone są cyklicznie na zlecenie Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu. Niniejsze opracowanie stanowi kontynuację procesu monitoringu i odnosi się również do wyników badań przeprowadzonych w latach 2015 – 2016.

Badanie satysfakcji Klienta Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu wykonano na podstawie opracowanej i będącej własnością ZTM metodologii i koncepcji prowadzenia badań satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej, zawierającej opis sposobu realizacji i narzędzia badawcze opracowane na podstawie pilotażu, a następnie badań przeprowadzonych w 2015 i 2016 roku.

W rozdziale I przedstawiono kluczowe założenia metodologiczne realizowanego przedsięwzięcia badawczego.

W rozdziale II. zaprezentowano wyniki uzyskane w ramach przeprowadzonych badań z podziałem na wyróżnione kanały sprzedaży i obsługi klienta oraz jakości usług przewozowych.

W ostatnim rozdziale przedstawiono najważniejsze wnioski z badania wraz z rekomendacjami.

1.2. CEL PROJEKTU BADAWCZEGO

Podstawowym celem projektu było wykonanie długofalowej analizy poziomu satysfakcji użytkowników transportu publicznego w Poznaniu z warunków sprzedaży, jakości obsługi, korzystania ze stron internetowych, jakości usług przewozowych oraz oceny Poznańskiego Roweru Miejskiego i inicjatywy pn. Dzień Bez Samochodu.

W zakresie problemów szczegółowych składających się na wskaźnikową diagnozę satysfakcji z obsługi klienta ZTM Poznań przedmiotem pomiaru było zadowolenie z następujących kanałów sprzedaży usług ZTM:

- Punkty Obsługi Klienta
- Punkty Sprzedaży Biletów
- Biletomaty

W zakresie problemów szczegółowych składających się na wskaźnikową diagnozę satysfakcji z obsługi klienta przedmiotem pomiaru była obsługa świadczona przez następujące kanały kontaktu:

- Biuro Obsługi Klienta
- Kontrola biletów

W zakresie problemów szczegółowych składających się na wskaźnikową diagnozę satysfakcji z korzystania ze stron internetowych przedmiotem pomiaru była ocena korzystania z następujących kanałów kontaktu:

- System PEKA
- www.ztm.plznan.pl
- www.peka.poznan.pl

W zakresie problemów szczegółowych składających się na wskaźnikową diagnozę satysfakcji z usług przewozowych przedmiotem pomiaru była ocena następujących elementów przewozu komunikacją zbiorową:

- Stan taboru
- Infrastruktura przystankowa
- Warunki komunikacyjne
- Informacja pasażerska

1.3. TECHNIKI I NARZĘDZIA BADAWCZE

Opracowana koncepcja realizacji badań satysfakcji klienta zakładała wykorzystanie komplementarnych technik realizacji terenowej opartych na zróżnicowanych kanałach dotarcia do klientów. W ramach przeprowadzonego pomiaru ocena zadowolenia klientów obejmowała kompleksową analizę satysfakcji z obsługi klienta oraz zadowolenia ze sprzedaży usług ZTM i satysfakcji z usług przewozowych w oparciu o trzy techniki badawcze:

1. **Badanie PAPI (1) (wywiady osobiste w przestrzeni publicznej)** - wywiady realizowane przez ankietera w trakcie bezpośredniego spotkania z respondentem przed wybranymi punktami sprzedaży oraz obsługi. Realizacja wywiadów osobistych umożliwiła dotarcie do klientów Punktów Obsługi Klienta i Punktów Biura Obsługi Klienta. Zastosowanie wywiadów osobistych w przestrzeni publicznej pozwoliło na dotarcie do losowej próby użytkowników poszczególnych kanałów kontaktu z ZTM. Badanie polegało na przeprowadzeniu 325 wywiadów z klientami ZTM. Do badania wybrano 11 Punktów Obsługi Klienta ZTM oraz 2 Biura Obsługi Klienta ZTM.
2. **Badanie internetowe CAWI (ankieta internetowa)** - ankieta w formie elektronicznej zamieszczana na stronach internetowych i przeznaczona do samodzielnego wypełnienia przez respondenta pozwoliła na przeprowadzenie badań z klientami korzystającymi z elektronicznych form kontaktu z ZTM. Zakładana minimalna liczebność próby wynosiła 325 osób.

3. **Badanie PAPI (2) (wywiady na przystankach/ dworcach komunikacji miejskiej)** – wywiady realizowane przez ankietera w trakcie bezpośredniego spotkania z respondentem na przystankach/dworcach komunikacji miejskiej. W ramach badania planowano przeprowadzenie 600 wywiadów z klientami ZTM.
4. **Badanie PAPI (Badanie skłonności mieszkańców Poznania oraz Aglomeracji Poznańskiej do korzystania z transportu publicznego w dniu 22.09.2017r. oraz ich świadomości, opinii i stosunku do inicjatywy „Dzień Bez Samochodu”)** – wywiady realizowane przez ankietera w trakcie bezpośredniego spotkania z respondentem na wskazanych przez Zamawiającego dworcach/przystankach komunikacji miejskiej. W ramach badania planowana próba wynosiła 600 respondentów.

Szczegółowy model badania prezentujący poszczególne wymiary oceny przypisane do technik badawczych w kontekście zaplanowanych pomiarów satysfakcji przedstawiono w poniższej tabeli:

Tabela 1 Model analizy problematyki badawczej ze względu na rekomendowane techniki zbierania danych badania w roku 2017

Wymiary oceny satysfakcji klienta ZTM		PAPI (1)	CAWI	PAPI (2)
Ocena zadowolenia z warunków sprzedaży	Punkty Obsługi Klienta			
	Punkty Sprzedaży Biletów			
	Biletomaty			
Ocena zadowolenia z jakości obsługi	Biuro Obsługi Klienta			
	Kontrola Biletów			
Ocena satysfakcji z korzystania ze stron internetowych	System PEKA			
	www.ztm.poznan.pl			
	www.peka.poznan.pl			
Ocena zadowolenia z jakości usług przewozowych	Stan taboru			
	Infrastruktura przystankowa			
	Warunki Komunikacyjne			
	Informacja pasażerska			

Źródło: opracowanie własne

1.4. CHARAKTERYSTYKA BADANEJ POPULACJI ORAZ DOBÓR PRÓB

Grupę docelową zrealizowanych przedsięwzięć badawczych opartych na realizacji wywiadów osobistych w przestrzeni publicznej (PAPI) i ankiety internetowej CAWI stanowili klienci ZTM, tj. pasażerowie komunikacji publicznej z Poznania oraz powiatu poznańskiego, w tym: uczniowie szkół ponadpodstawowych, studenci, osoby pracujące, emeryci i renciści, jak również osoby przyjezdne w celach biznesowych lub turystycznych.

Tabela 2 Zakładana i zrealizowana wielkość prób badawczych w ramach badania Satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i powiecie poznańskim w 2017 r.

	Próba zakładana	Próba zrealizowana
PAPI (1)	325	325
CAWI	325	1265
PAPI (2)	600	601
PAPI (Dzień Bez Samochodu)	600	600

Źródło: opracowanie własne.

- I. Zasady doboru próby PAPI (1): Zgodnie z wypracowaną w toku badania pilotażowego metodologią doboru próby respondenci wybierani byli losowo w wybranych Punktach Obsługi Klienta i Biurach Obsługi Klienta.

W poniższej tabeli zaprezentowano strukturę próby w badaniu PAPI z klientami POK i BOK:

Tabela 3 Wielkość i struktura próby klientów korzystających z POK i BOK ZTM

Punkt Obsługi Klienta		Liczba wywiadów
1	POK Dębiec	25
2	POK ul. Głogowska	25
3	POK Górczyn	25
4	POK Junikowo	25
5	POK Most Teatralny	25
6	POK Pl. Wiosny Ludów	25
7	POK Os. Jana III Sobieskiego	25
8	POK Rondo Rataje	25
9	POK Ogrody	25
10	POK Rondo Śródka	25
11	POK ul. Matejki	25
12	BOK ul. Matejki	25
13	BOK Rondo Kaponiera	25
RAZEM		325

- II. Zasady doboru CAWI: Dobór ma charakter losowy w oparciu o operat użytkowników systemu PEKA korzystających z elektronicznych form kontaktu z ZTM.
- III. Zasady doboru próby PAPI (2): Wywiady przeprowadzono na wybranych przystankach/ dworcach komunikacji miejskiej w Poznaniu.

W poniższej tabeli zaprezentowano liczbę wywiadów zrealizowanych na poszczególnych przystankach dworcach:

Tabela 4 Struktura próby

	Punkt Obsługi Klienta	Liczba wywiadów
1	Dworzec Sobieskiego	30
2	Dworzec Śródka	30
3	Dworzec Rataje	30
4	Dworzec Górczyn	30
5	Dworzec Dębiec	30
6	Dworzec Starołęka	30
7	Dworzec Junikowo	30
8	Pętla Ogrody	30
9	Przystanek Półwiejska	30
10	Przystanek Kórnicka	30
11	Przystanek Most Teatralny	30
12	Przystanek Kurpińskiego	30
13	Przystanek Słowiańska	30
14	Przystanek Rondo Starołęka	30
15	Przystanek Osiedle Lecha	30
16	Przystanek Traugutta	30
17	Przystanek Głogowska/ Hetmańska	30
18	Przystanek Dworzec Zachodni (PST)	30
19	Przystanek Bałtyk	30
20	Przystanek Wrocławska	30
RAZEM		600

- IV. Zasady doboru próby PAPI (Dzień Bez Samochodu): Wywiady przeprowadzono na wybranych przystankach/ dworcach komunikacji miejskiej w Poznaniu.
- Struktura próby jest analogiczna do badania III – PAPI (2).

1.5. CHARAKTERYSTYKA WSKAŹNIKÓW SATYSFAKCJI

Wskaźniki częściowe oraz zintegrowane wskaźniki satysfakcji z jakości obsługi klienta i warunków sprzedaży wyznaczone zostały w oparciu o wyróżnione wymiary i aspekty ocenianych procesów obsługi i sprzedaży. Wartość każdego ze wskaźników częściowych sprzedaży, obsługi i jakości usług przewozowych wyznaczona została w oparciu o deklarowane oceny respondentów, uwzględniając wagę określającą istotność wyróżnionych elementów sprzedaży, obsługi klienta i jakości usług przewozowych. Wartość wskaźnika wskazuje na stopień satysfakcji klientów – im wyższa wartość wskaźnika satysfakcji, tym satysfakcja klientów z danego aspektu jest wyższa. W badaniu wykorzystano metodologię obliczania wartości wskaźników zastosowaną w badaniach zrealizowanych w 2015 roku. Wskaźniki satysfakcji mogą przybrać wartość od 0 (całkowity brak satysfakcji) do 100 punktów (pełna satysfakcja).

Szczegółowo obszary oraz aspekty ewaluacji satysfakcji klientów ZTM z warunków sprzedaży i jakości obsługi oraz usług przewozowych zestawiono w poniższej tabeli.

Tabela 5 Wskaźniki satysfakcji

Wymiary oceny zadowolenia	Aspekty
Warunki sprzedaży	
Punkty Obsługi Klienta	Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta
	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK
	Ocena efektywności obsługi w POK
Punkty Sprzedaży Biletów	Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów
	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów
	Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów
Biletomaty	Ocena funkcjonowania biletomatów
	Ocena dostępności biletomatów
Jakość obsługi	
Aspekty	
Biuro Obsługi Klienta	Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta
	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK
	Ocena efektywności obsługi
	Ocena jakości karty PEKA
Kontrola biletów	Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów
	Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli
Usługi przewozowe	
Aspekty	
Stan taboru	Ocena czystości taboru (wewnątrz pojazdu)
	Ocena wygody jazdy
	Ocena warunków grzewczych w pojazdach
	Ocena stanu technicznego pojazdów
Infrastruktura przystankowa	Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej
	Ocena dostępności wiat przystankowych
	Ocena stanu technicznego wiat przystankowych
	Ocena informacji pasażerskiej na przystankach
	Ocena bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej
Warunki komunikacyjne	Ocena punktualności autobusów

	Ocena punktualności tramwajów
	Ocenaapełnienia pojazdów
	Ocena zawodności pojazdów
	Ocena częstotliwości kursów
	Ocena układu komunikacyjnego
	Ocena cen biletów
Informacja pasażerska	Ocena czytelności rozkładów jazdy
	Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów
	Ocena informacji na temat cen usług przewozowych
	Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach
	Ocena informacji na stronach internetowych

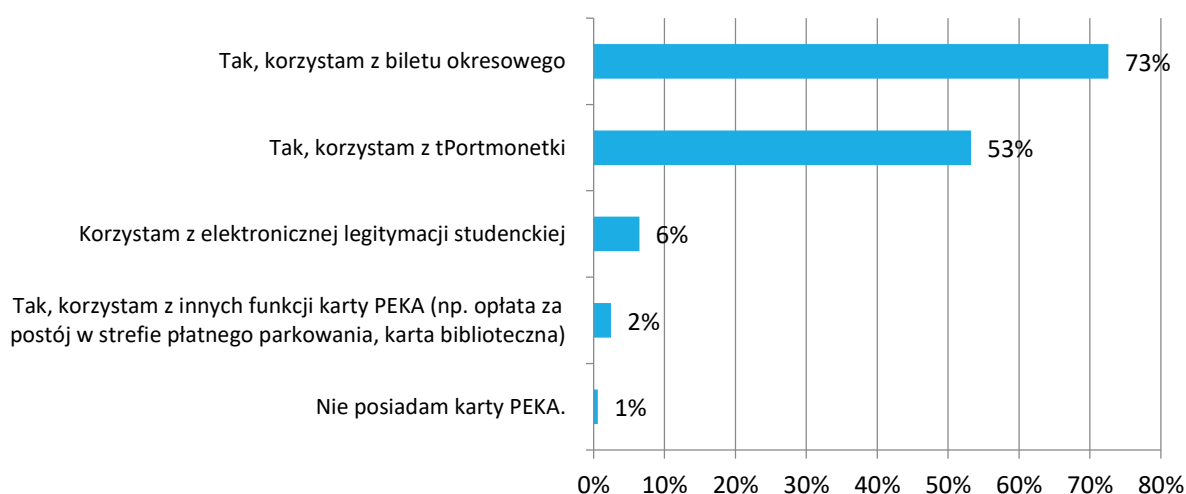
2. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM

2.1. KORZYSTANIE Z KARTY PEKA ORAZ SPOSOBY ZAKUPU BILETÓW PRZEZ KLEINTÓW ZTM

Pasażerowie ZTM Poznań zapytani zostali o wykorzystanie karty PEKA. Zdecydowana większość uczestników badania korzysta z karty PEKA – 73% ankietowanych wskazało na korzystanie z biletu okresowego, 53% na korzystanie z tPortmonetki, natomiast 6% na korzystanie z elektronicznej legitymacji studenckiej.

Osoby korzystające z karty PEKA wśród jej zalet najczęściej wskazują przede wszystkim niższą cenę w stosunku do biletów jednorazowych, wygodę użytkowania, wielofunkcyjność karty, łatwość doładowania oraz brak konieczności zakupu biletów papierowych przed rozpoczęciem podróży. Natomiast najczęściej wymieniane wady karty to przede wszystkim: zacinanie się w pojazdach, nieprawidłowo naliczane opłaty, zużywanie się karty, problemy z obsługą oraz wysokie stawki za krótkie trasy.

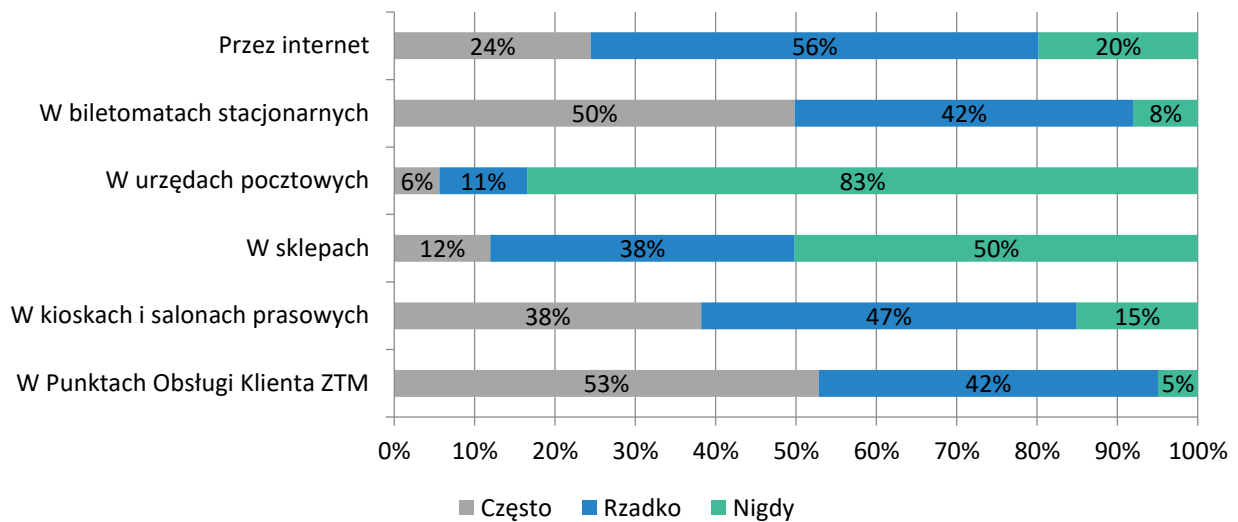
Rysunek 1 Posiadanie i wykorzystanie karty PEKA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Uczestnicy badania zapytani o częstotliwość i formę doładowania karty PEKA najczęściej wskazywali na Punkty Obsługi ZTM (**53%** - Często, **42%** - Rzadko) oraz biletomaty stacjonarne (**50%** - Często, **42%** - Rzadko). Z kolei najrzadziej wybraną metodą doładowania karty PEKA są urzędy pocztowe (**83%** - Nigdy) oraz sklepy (**50%**).

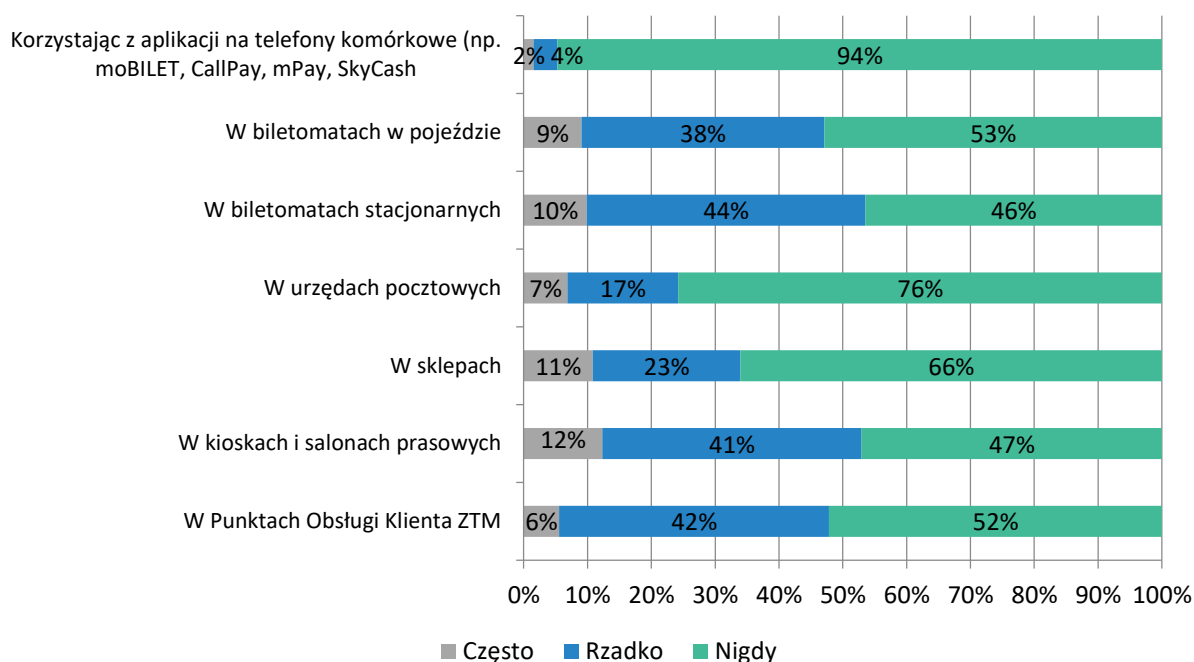
Rysunek 2 Formy doładowania karty PEKA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Najczęściej wybraną metodą zakupu biletów czasowych (10-minutowy, 40-min. lub na 1 przejazd, 24h, 48h, 72h lub 7 dniowy) są biletomaty stacjonarne (**10%** - Często, **44%** - Rzadko) oraz kioski i salony prasowe (**12%** - Często, **41%** - Rzadko). Z kolei uczestnicy badania najrzadziej do zakupu biletów czasowych wykorzystują aplikacje na telefony komórkowe (**94%** - Nigdy).

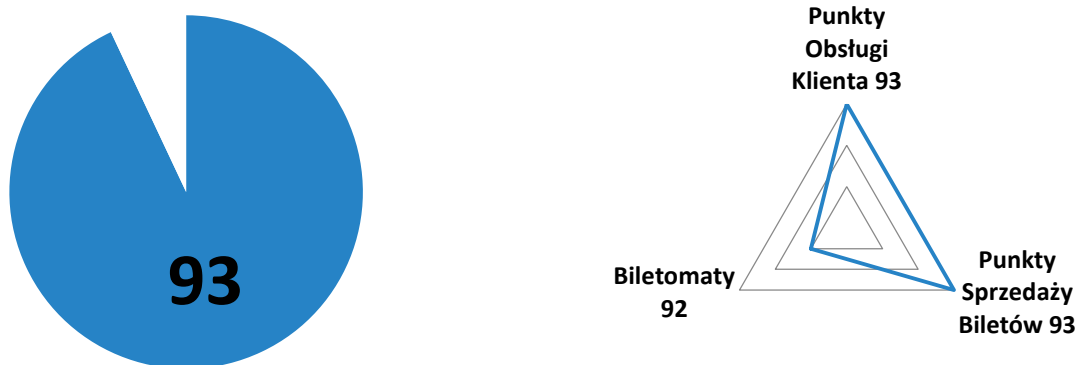
Rysunek 3 Formy zakupu biletów czasowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2. OCENA SATYSFAKCJI Z WARUNKÓW SPRZEDAŻY

Rysunek 4 Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Bardzo wysoko ocenione zostały warunki sprzedaży – 93 punkty w skali od 0 do 100. W porównaniu do poprzedniego badania wartość wskaźnika wzrosła o 5 punktów. Najwyżej oceniono Punkty Obsługi Klienta oraz Punkty Sprzedaży Biletów (93 punkty).

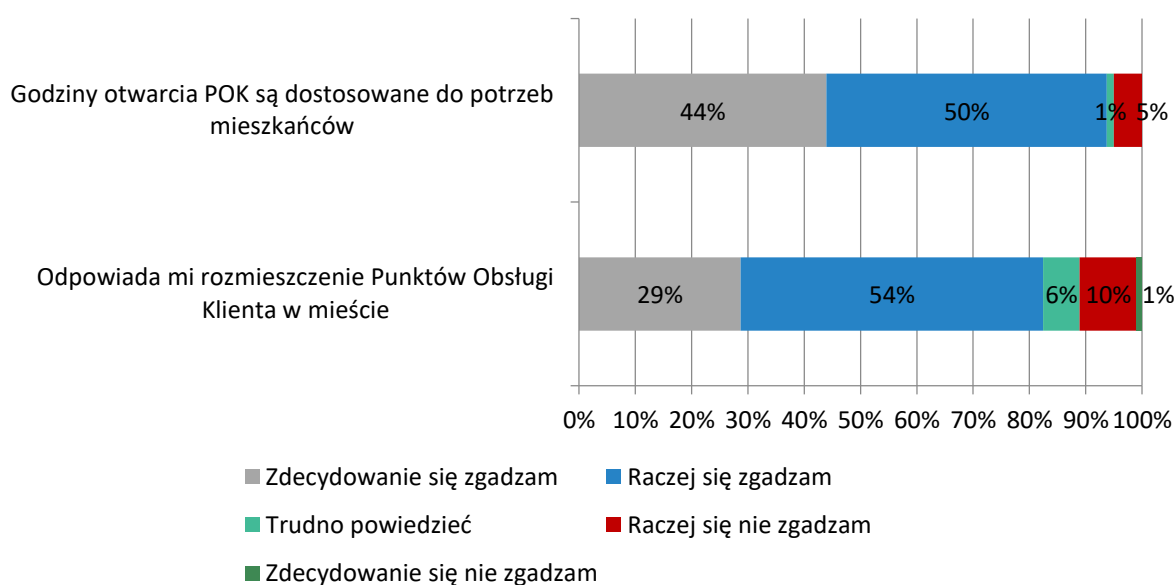
Wymiary /kanały sprzedaży:	Wartość wskaźnika satysfakcji							Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji						
	02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17		02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17
Punkty Obsługi Klienta	91	90	90	92	92	93	93	1.1.1 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta	94	91	90	93	91	92	91
								1.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	95	93	91	94	94	95	96
								1.1.3 Ocena efektywności obsługi w POK	84	86	87	91	91	92	93
Punkty Sprzedaży Biletów	92	91	91	92	94	89	93	1.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów	91	87	88	87	88	94	93
								1.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	91	93	89	92	96	93	95
								1.2.3 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów	95	96	96	97	97	80	92
Biletomaty	84	78	81	83	86	85	92	1.3.1 Ocena funkcjonowania biletomatów	87	85	90	93	94	81	89
								1.3.2 Ocena dostępności biletomatów	82	70	71	73	78	90	95
Satysfakcja klientów ZTM z warunków sprzedaży									88	86	87	89	90	88	93

2.2.1. Punkty Obsługi Klienta

2.2.1.1. Ocena dostępności punktów obsługi klienta

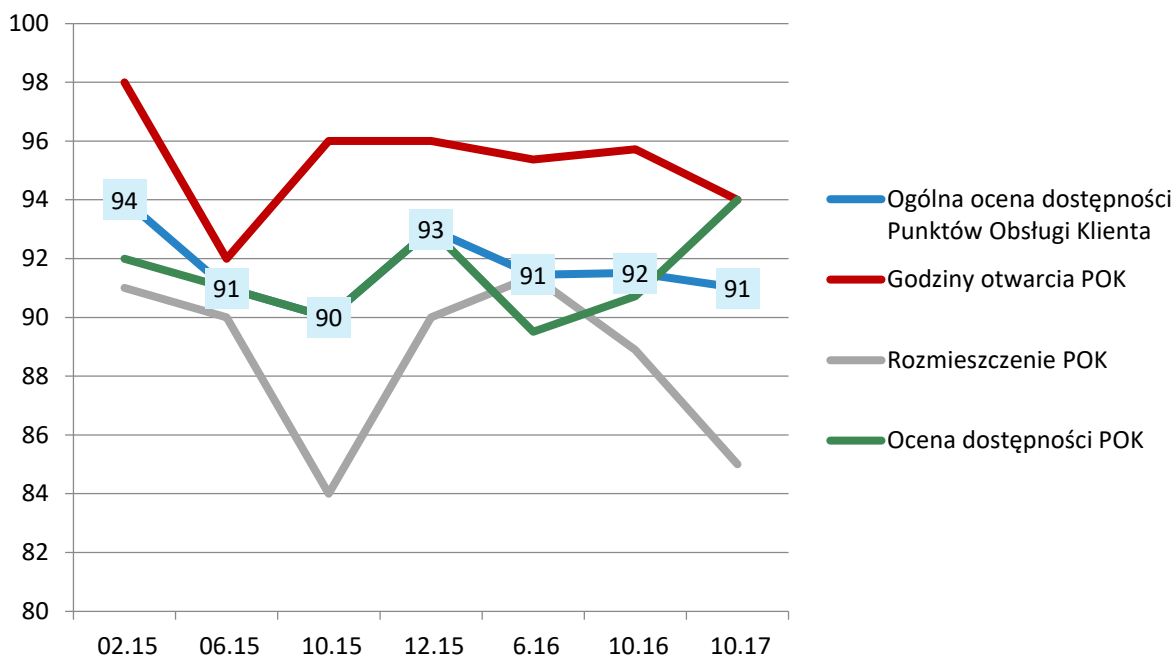
Ogólna ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta w październiku 2017 roku została oceniona na 91 punktów (w skali od 0 do 100). Oznacza to spadek o 1 punkt w stosunku do analogicznego badania, które odbyło się w październiku 2016 r. **94%** uczestników badania wskazało, że godziny otwarcia POK są dostosowane do potrzeb mieszkańców. W tym aspekcie również zanotowano spadek w stosunku do poprzedniego badania (z 96 do 94 punktów). Zdecydowanej większości respondentów (**83%**) odpowiada rozmieszczenie POK w mieście. Jednocześnie warto zwrócić uwagę, że wartość odpowiedzi potwierdzających pozytywną ocenę rozmieszczenia POK (*zdecydowanie się zgadzam, zgadzam się*) spadła o 2 pp względem badania w roku ubiegłym.

Rysunek 5 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 6 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki



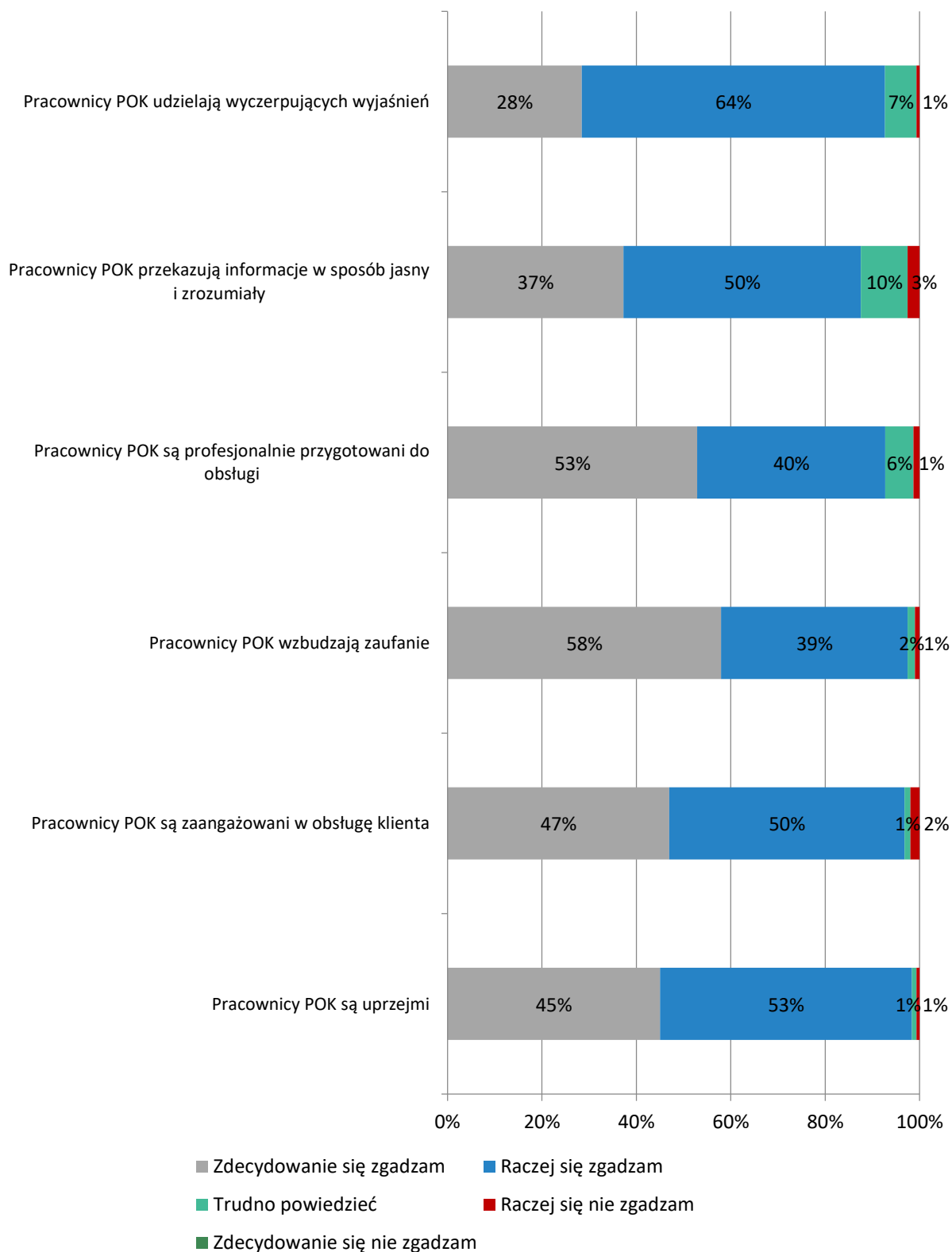
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2.1.2. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK

Ogólna ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK wzrasta sukcesywnie od października 2015 – na przestrzeni analizowanego okresu wskaźnik satysfakcji wzrósł o 5 punktów (z 91 w październiku 2015 r. do 96 w październiku 2017 r.).

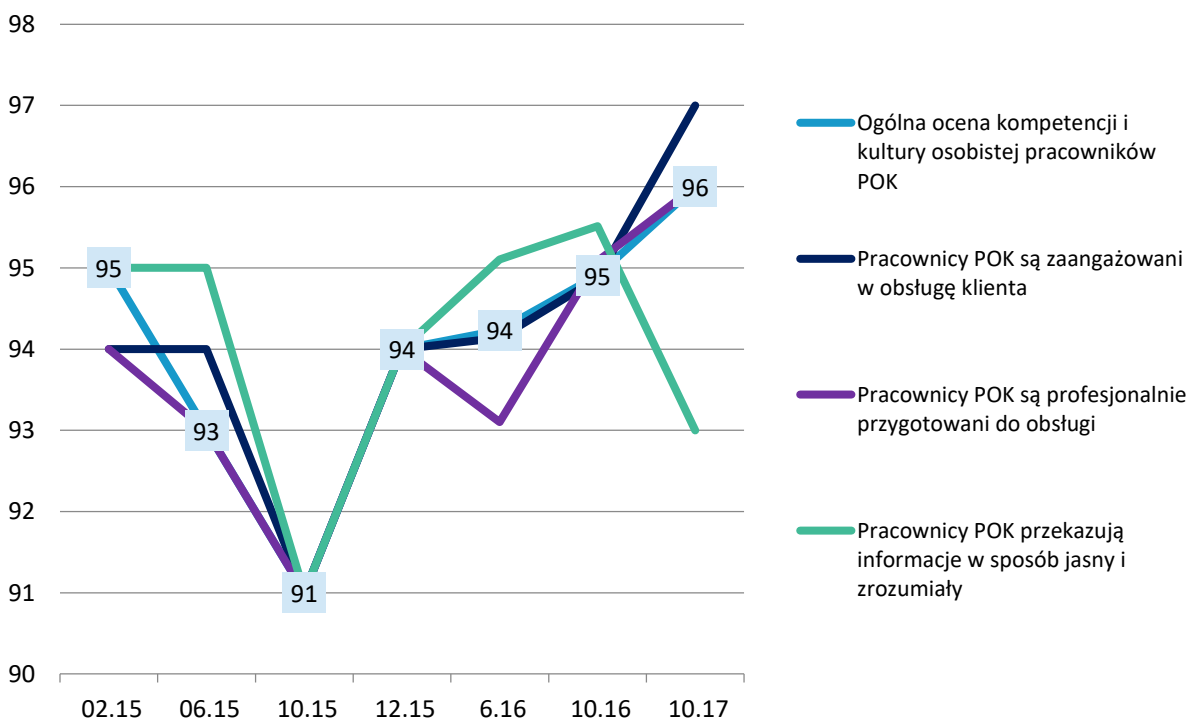
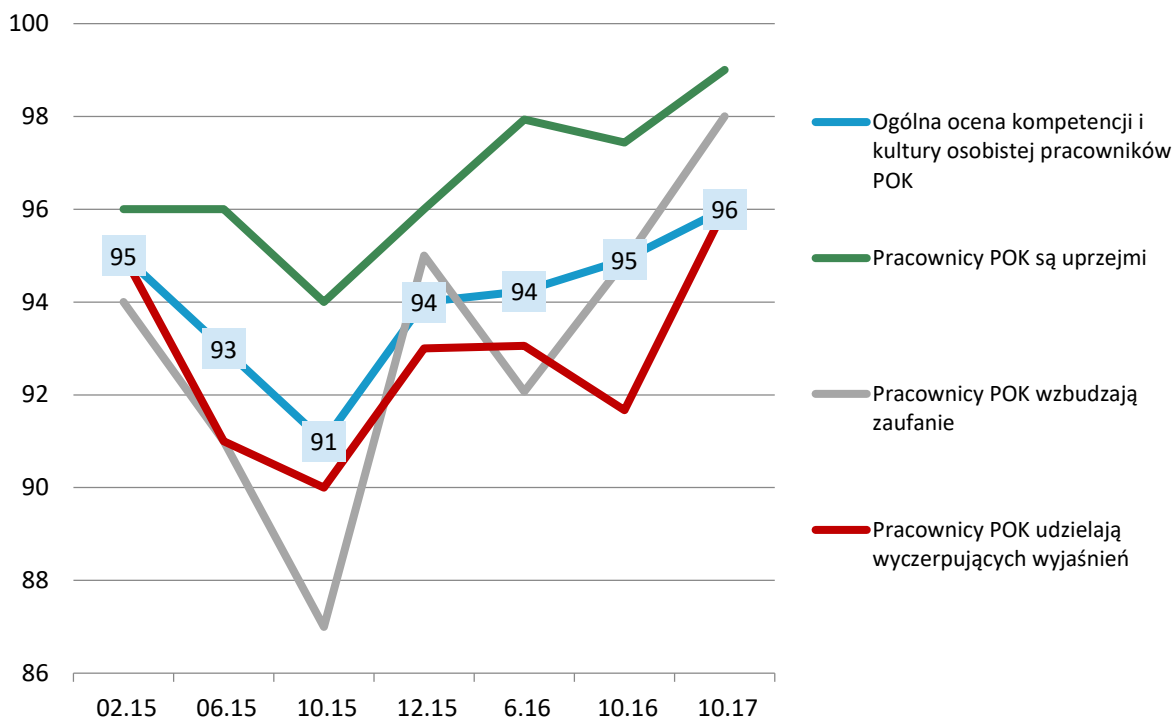
Wszystkie aspekty związane z oceną kompetencji i kultury osobistej pracowników Punktów Obsługi Klienta zostały wysoko ocenione przez klientów ZTM, biorących udział w badaniu. Najwyżej, podobnie jak w przypadku poprzednich edycji badania, respondenci ocenili uprzejmość pracowników POK (98% odpowiedzi pozytywnych). Natomiast 97% odpowiedzi potwierdzających uzyskały odpowiedzi świadczące, że pracownicy POK są zaangażowani w obsługę klienta oraz pracownicy POK wzbudzają zaufanie.

Rysunek 7 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 8 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki



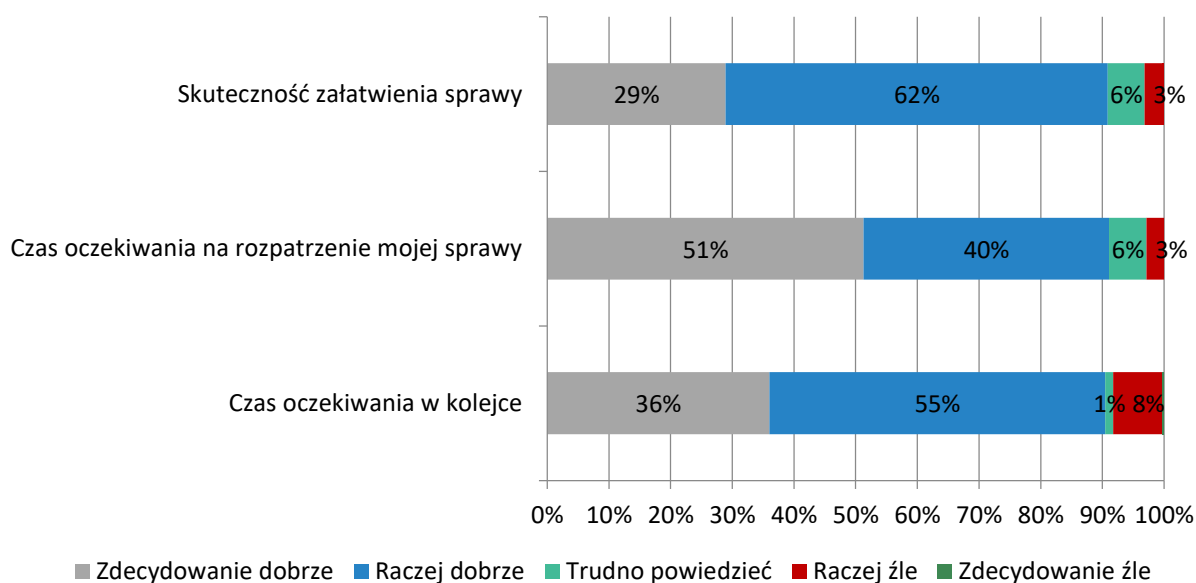
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2.1.3. Ocena efektywności obsługi w Punktach Obsługi Klienta

Klienci ZTM uczestniczący w badaniu satysfakcji bardzo wysoko ocenili również efektywność obsługi POK – wskaźnik ogólnej oceny efektywności obsługi POK wyniósł 93 punkty, co oznacza wzrost o 1 punkt w stosunku do badania w październiku 2016 r.

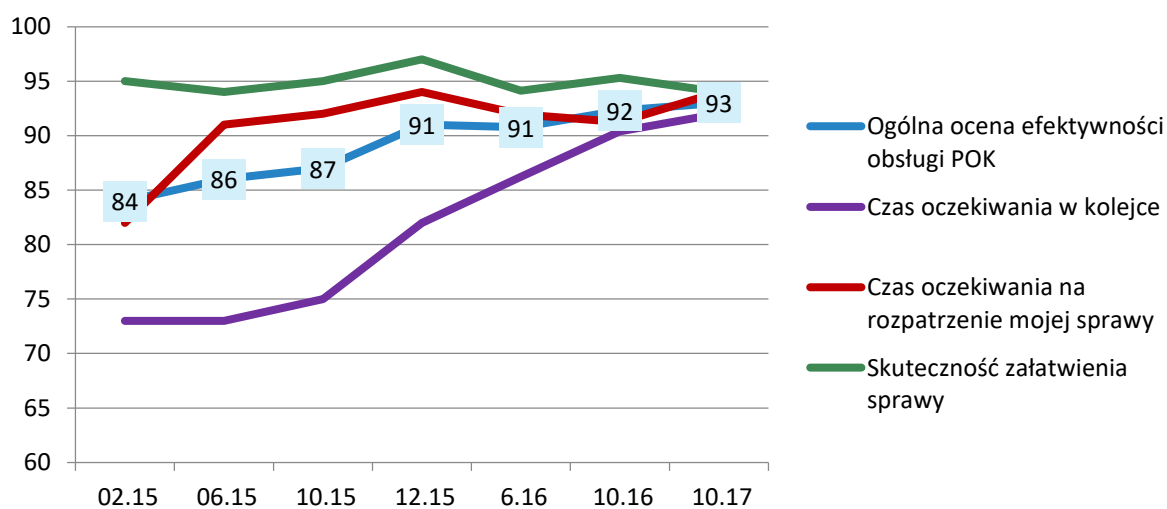
Wszystkie analizowane aspekty (skuteczność załatwienia sprawy, czas oczekiwania na rozpatrzenie sprawy, czas oczekiwania w kolejce) zostały ocenione przez respondentów bardzo wysoko – po **91%** odpowiedzi pozytywnych.

Rysunek 9 Ocena efektywności obsługi w Punktach Obsługi Klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

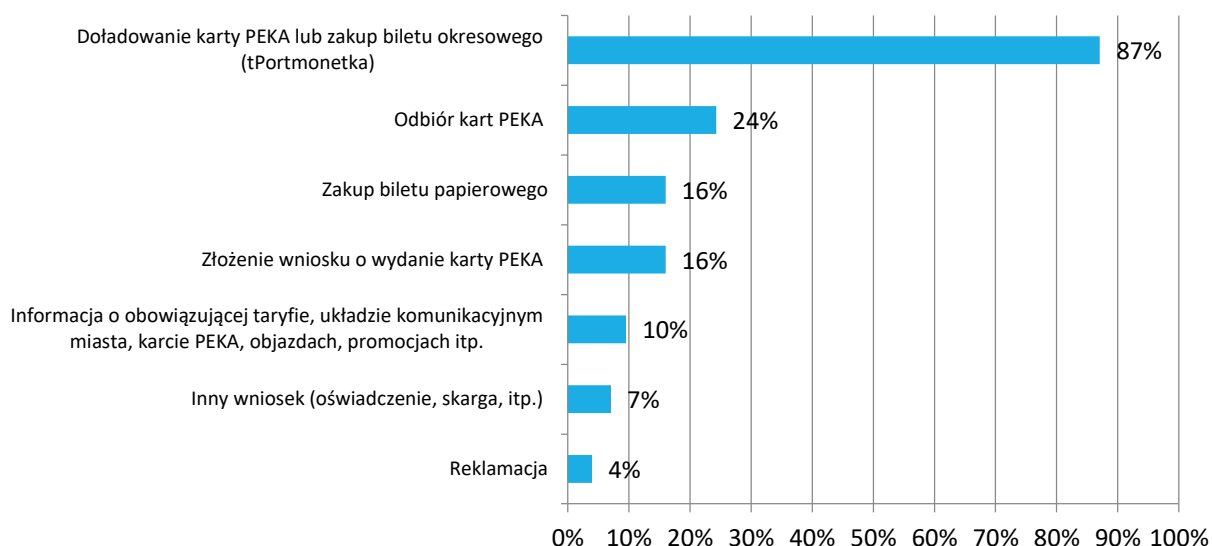
Rysunek 10 Ocena efektywności obsługi w Punktach Obsługi Klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zdecydowanie najwięcej pasażerów uczestniczących w badaniu wskazało, że celem ich wizyty w POK było doładowanie karty PEKA lub zakup biletu okresowego (87%). 24% respondentów wskazało, że do POK zgłosiło się po odbiór karty PEKA, a po 16% ankietowanych – złożenie wniosku o wydanie karty PEKA oraz uzyskanie informacji. Celem 7% pasażerów było złożenie wniosku, natomiast 4% - złożenie reklamacji.

Rysunek 11 Powody zgłaszania się do POK



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

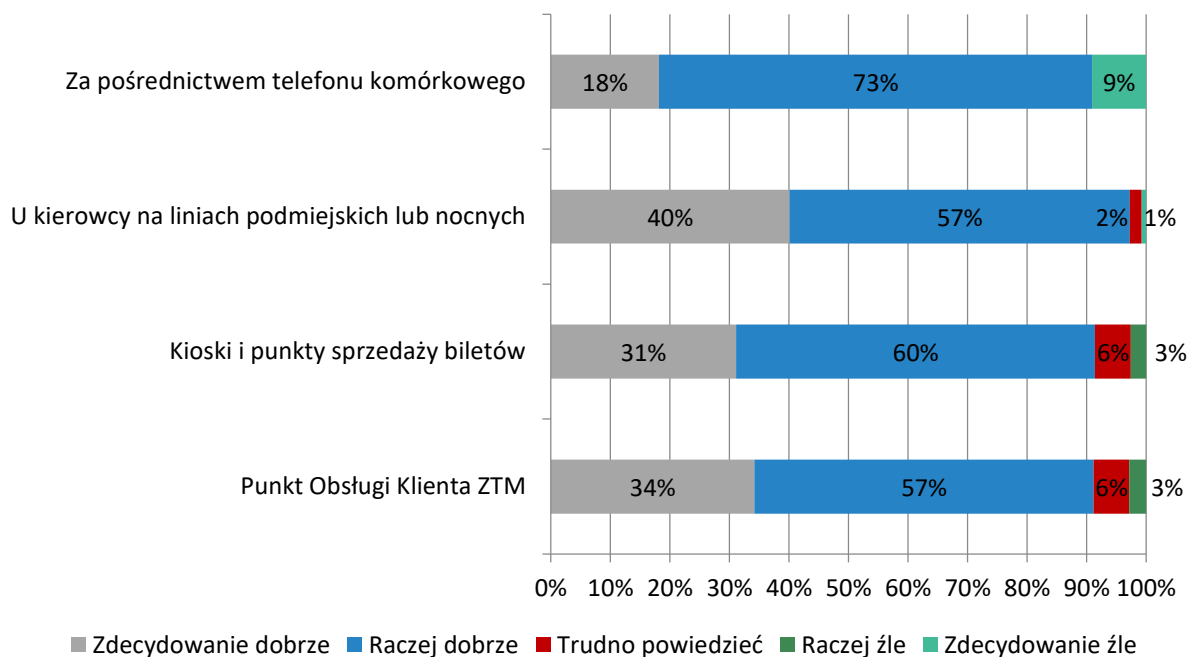
2.2.2. Punkty Sprzedaży Biletów

2.2.2.1. Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty

Uczestnicy badania zostali poproszeni również o ocenę dostępności kanałów sprzedaży. Najwyżej oceniona (97%) została dostępność biletów u kierowcy na liniach podmiejskich lub nocnych. Wysoko oceniona została również dostępność biletów w kioskach i punktach sprzedaży oraz w Punktach Obsługi Klienta (po 91% odpowiedzi: *Zdecydowanie dobrze* i *Raczej dobrze*). Natomiast najniżej, analogicznie do badań przeprowadzonych w roku 2016, oceniona została dostępność kanału sprzedaży za pośrednictwem telefonu komórkowego.

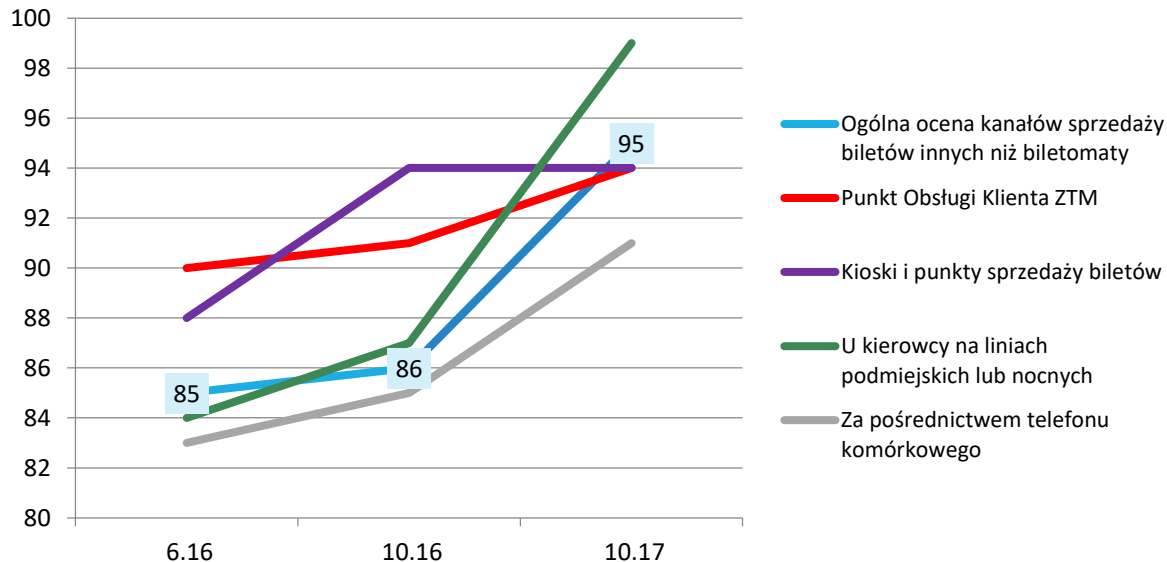
Ogólny wskaźnik oceny dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty wynosi 95, co stanowi wzrost o 9 punktów względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku.

Rysunek 12 Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 13 Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty - wskaźniki



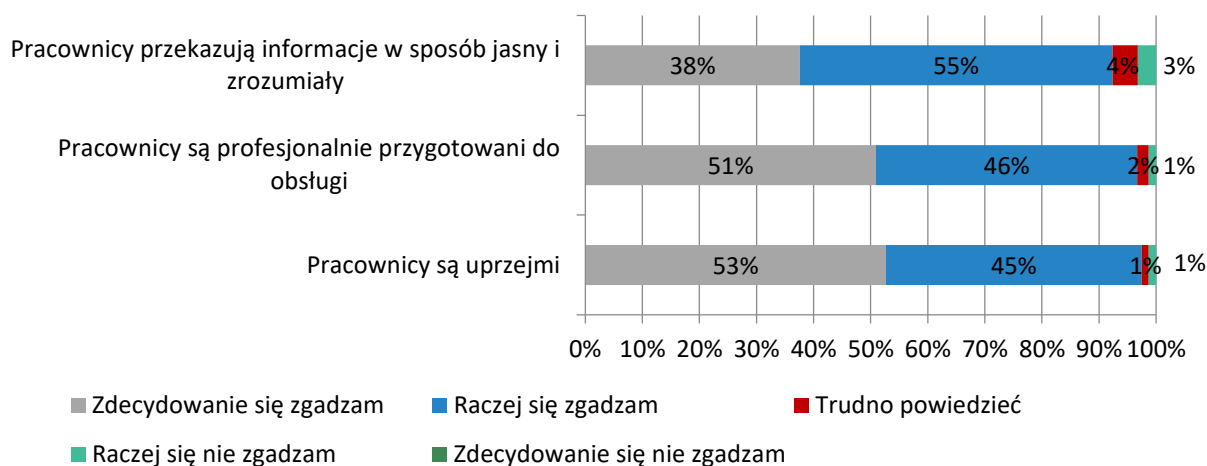
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2.2.2. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów

Ogólna ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów wynosi 97, co stanowi ocenę wyższą, w stosunku do roku ubiegłego, o 4 punkty.

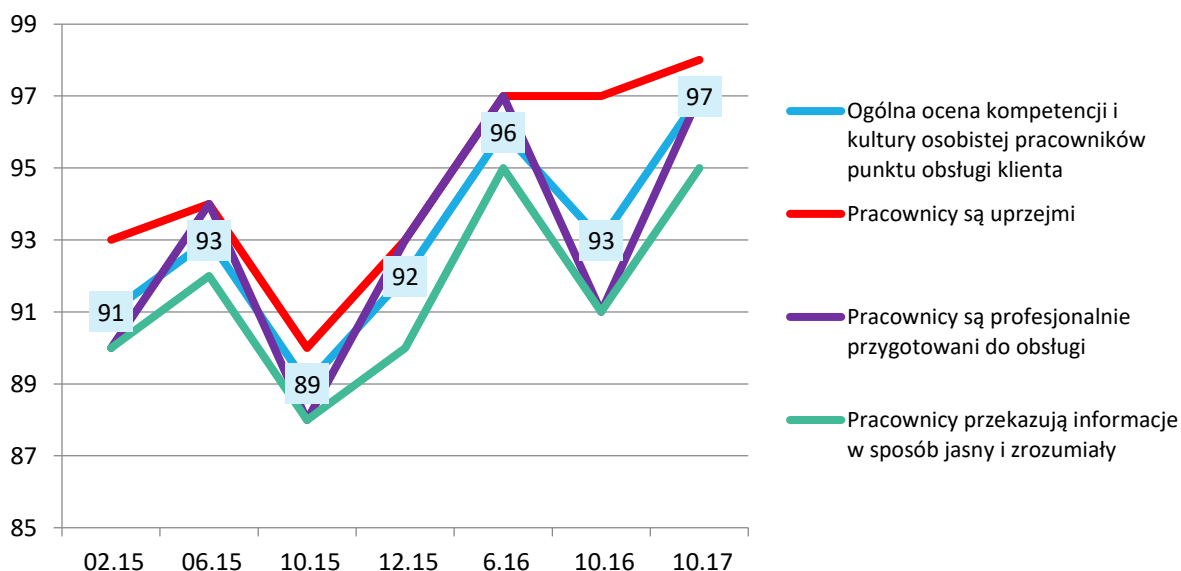
Najwyżej klienci ZTM oceniają uprzejmość oraz profesjonalne przygotowanie do obsługi pracowników punktów sprzedaży biletów (97% odpowiedzi pozytywnych). Najniżej, biorąc pod uwagę wyniki poprzednich edycji badań satysfakcji klienta, respondenci oceniają jasny i zrozumiały przekaz pracowników punktów sprzedaży biletów (93% odpowiedzi pozytywnych w październiku 2017 roku).

Rysunek 14 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 15 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów - wskaźniki



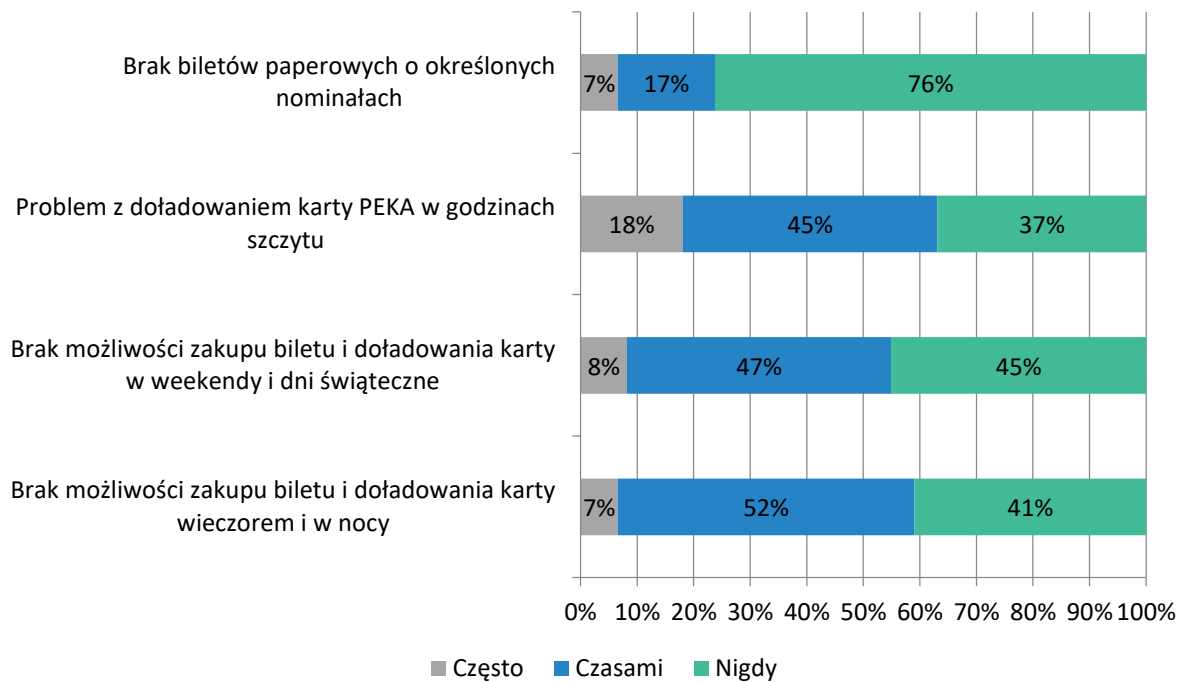
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2.2.3. Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów

Uczestniczący w badaniu klienci Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu poproszeni zostali o ocenę efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów. Analizując strukturę odpowiedzi respondentów można zauważyć, że najczęściej występującą niedogodnością jest problem z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu (63% odpowiedzi świadczących o pojawieniu się problemu) oraz brak możliwości zakupu biletu i doładowania karty wieczorem i w nocy (59%).

Ponadto ankietowani często wskazywali na problemy związane z brakiem możliwości zakupu biletu i doładowania karty w weekendy i dni świąteczne (55%). Natomiast najrzadziej występującym problemem, w opinii uczestników badania, jest aspekt brakujących biletów papierowych o określonych nominałach (24%).

Rysunek 16 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

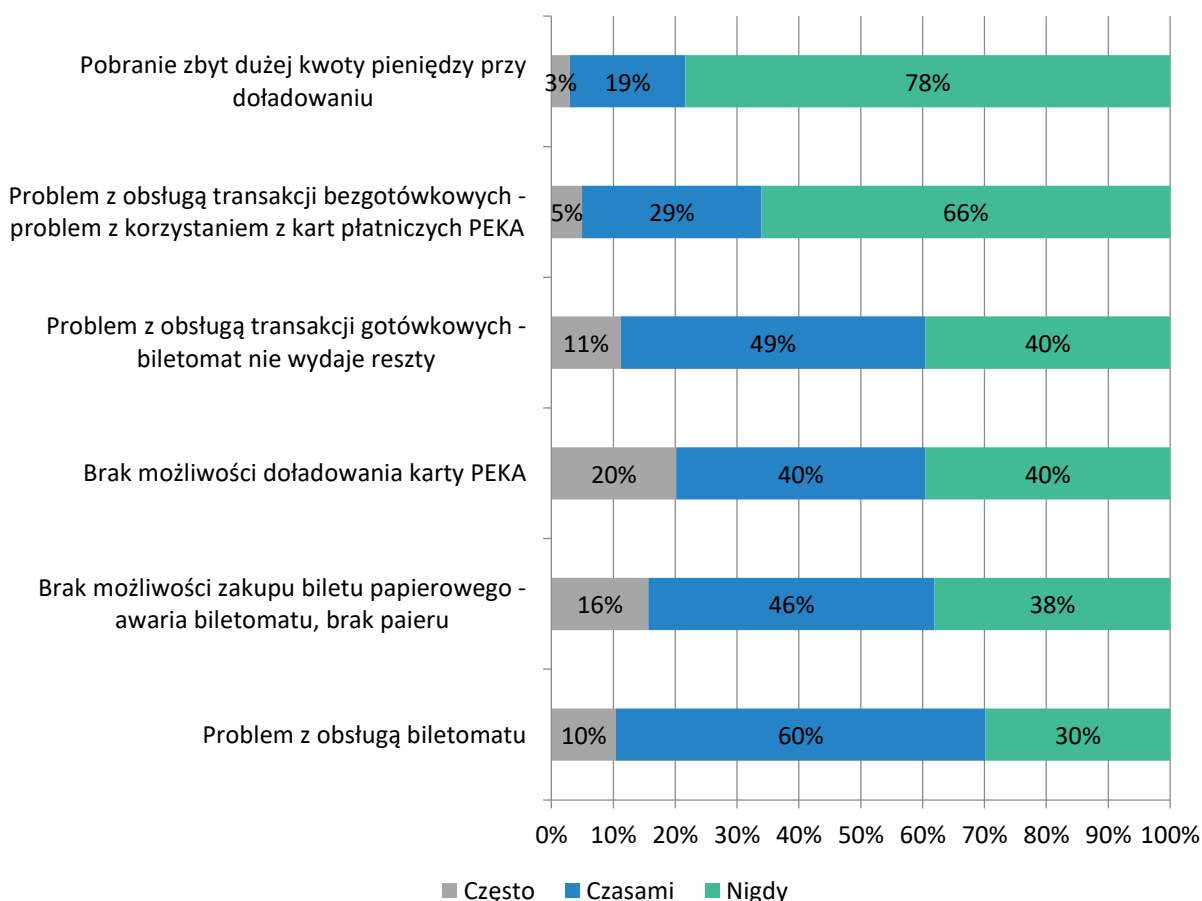
2.2.3. Biletomaty

2.2.3.1. Ocena funkcjonowania biletomatów

Uczestnicy badania oceniając funkcjonowanie biletomatów najczęściej wskazywali na powtarzające się problemy związane z obsługą biletomatu (70%) oraz brak możliwości zakupu biletu papierowego – awarię biletomatu, brak papieru (62%). Często respondenci wskazywali na takie problemy związane z funkcjonowaniem biletomatów jak: *Problem z obsługą transakcji gotówkowych* oraz *Brak możliwości doładowania karty PEKA* (po 60% odpowiedzi świadczących o występowaniu problemów).

Natomiast, zdaniem respondentów, najrzadziej występujące problemy związane z funkcjonowaniem biletomatów, to: *Pobranie zbyt dużej kwoty pieniędzy przy doładowaniu* (22%) oraz *Problem z obsługą transakcji bezgotówkowych – problem z korzystaniem z kart płatniczych PEKA* (34%).

Rysunek 17 Ocena funkcjonowania biletomatów



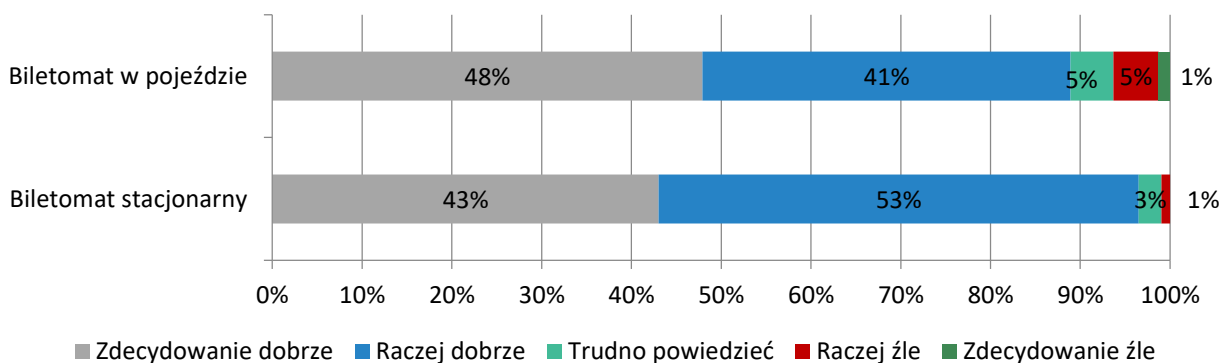
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.2.3.2. Ocena dostępności biletomatów

Ogólna ocena dostępności biletomatów wynosi 95, co stanowi wzrost o 5 punktów względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 r. Na przestrzeni lat wskaźnik ogólnej dostępności biletomatów wzrósł o 13 punktów, co stanowi odzwierciedlenie zwiększającej się liczby biletomatów stacjonarnych.

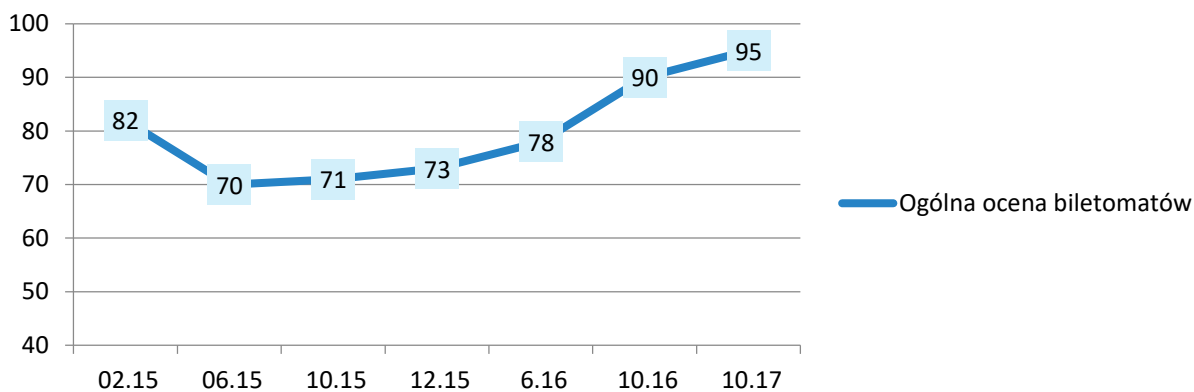
Uczestnicy badania wyżej ocenili dostępność biletomatów stacjonarnych (96% odpowiedzi pozytywnych), a niżeli dostępność biletomatów w pojazdach (89%).

Rysunek 18 Ocena funkcjonowania biletomatów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

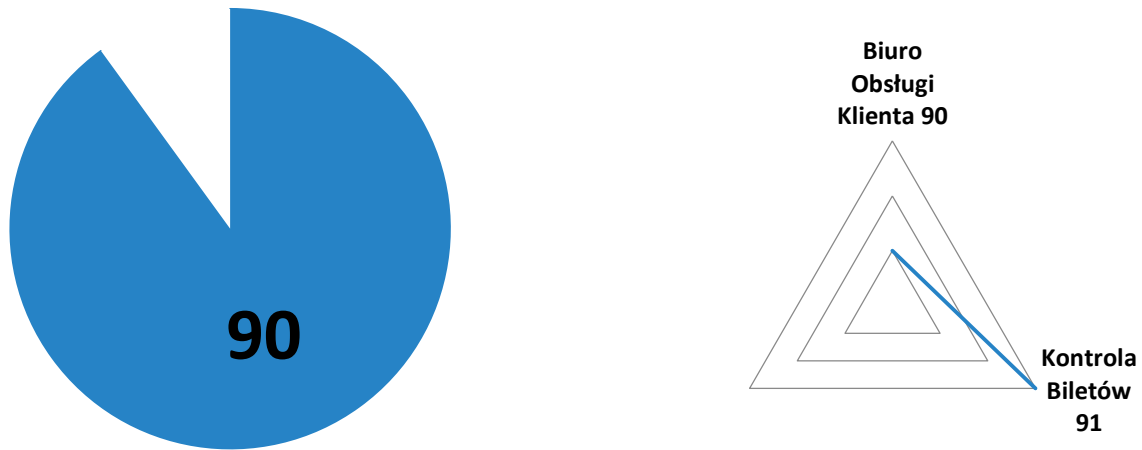
Rysunek 19 Ocena funkcjonowania biletomatów - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.3. OCENA SATYSFAKCJI Z JAKOŚCI OBSŁUGI

Rysunek 20 Ocena satysfakcji z jakości obsługi



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Klienci Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu ocenili jakość obsługi wysoko, na 90 punktów w skali od 0 do 100. Oznacza to wzrost względem ostatniego pomiaru o 2 punkty. Wartość tego wskaźnika na przestrzeni poszczególnych badań, począwszy od lutego 2015 r., charakteryzuje się stopniowym wzrostem.

Ocena poszczególnych aspektów satysfakcji z jakości obsługi, takich jak: funkcjonowanie Biura Obsługi Klienta lub standardu kontroli biletowej, w porównaniu do poprzedniego pomiaru wzrosła odpowiednio o 5 i 4 punkty.

Wymiary - kanały obsługi:	Wartość wskaźnika satysfakcji							Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji						
	02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17		02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17
Biuro Obsługi Klienta	68	70	78	78	82	85	90	2.1.1 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta	41	40	50	54	62	54	79
								2.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK	81	86	91	91	97	98	95
								2.1.3 Ocena efektywności obsługi	74	84	88	93	81	93	92
								2.1.4 Ocena jakości karty PEKA	90	84	83	89	90	94	94
Kontrola biletów	76	76	79	79	86	87	91	2.4.1 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	71	71	73	74	81	84	89
								2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	83	83	87	85	91	89	93
Satysfakcja klientów ZTM z jakości obsługi									71	72	77	78	84	86	90

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

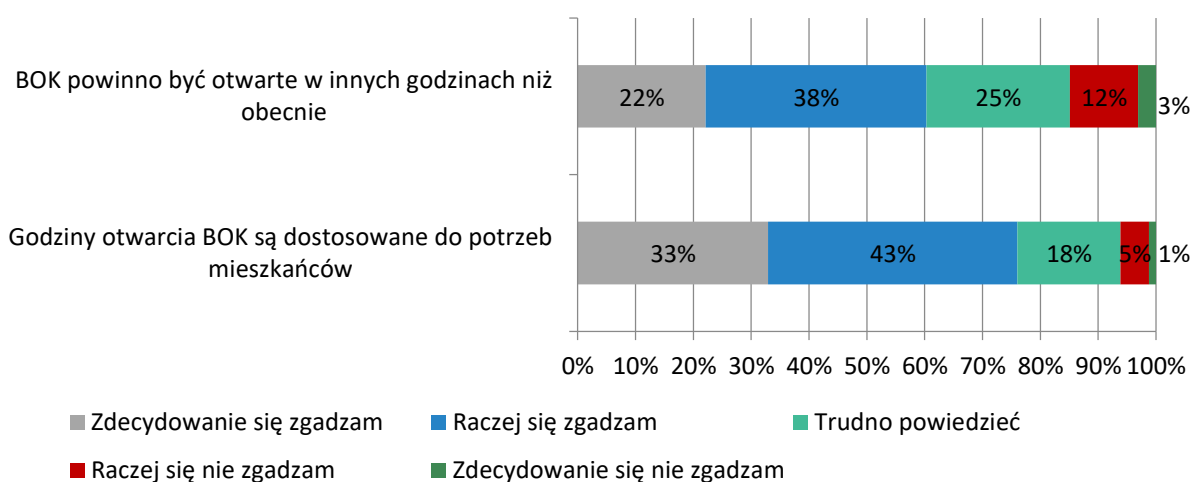
2.3.1. Biuro Obsługi Klienta

2.3.1.1. Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta

Ogólna ocena dostępności Biura Obsługi Klienta została oceniona przez klientów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu na 79, co stanowi wzrost względem ubiegłej edycji badania aż o 25 punktów.

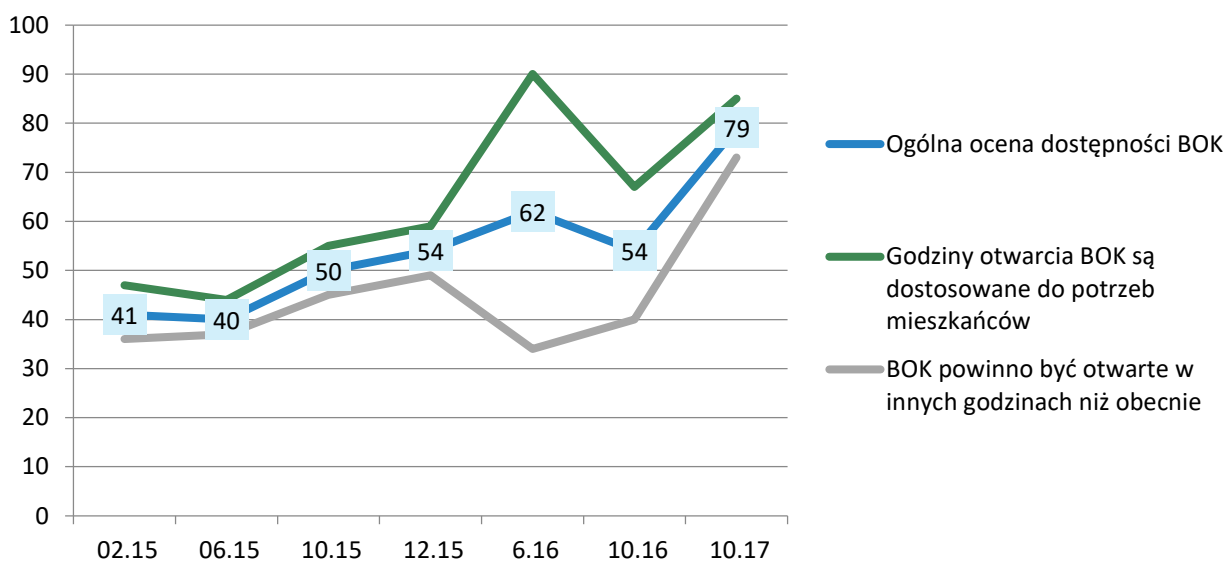
Zdaniem większości respondentów godziny otwarcia BOK są dostosowane do potrzeb mieszkańców (76% odpowiedzi pozytywnych), jednocześnie blisko dwie trzecie (60%) uczestników badania jest zdania, że BOK powinno być otwarte w innych godzinach niż obecnie.

Rysunek 21 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 22 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta - wskaźniki



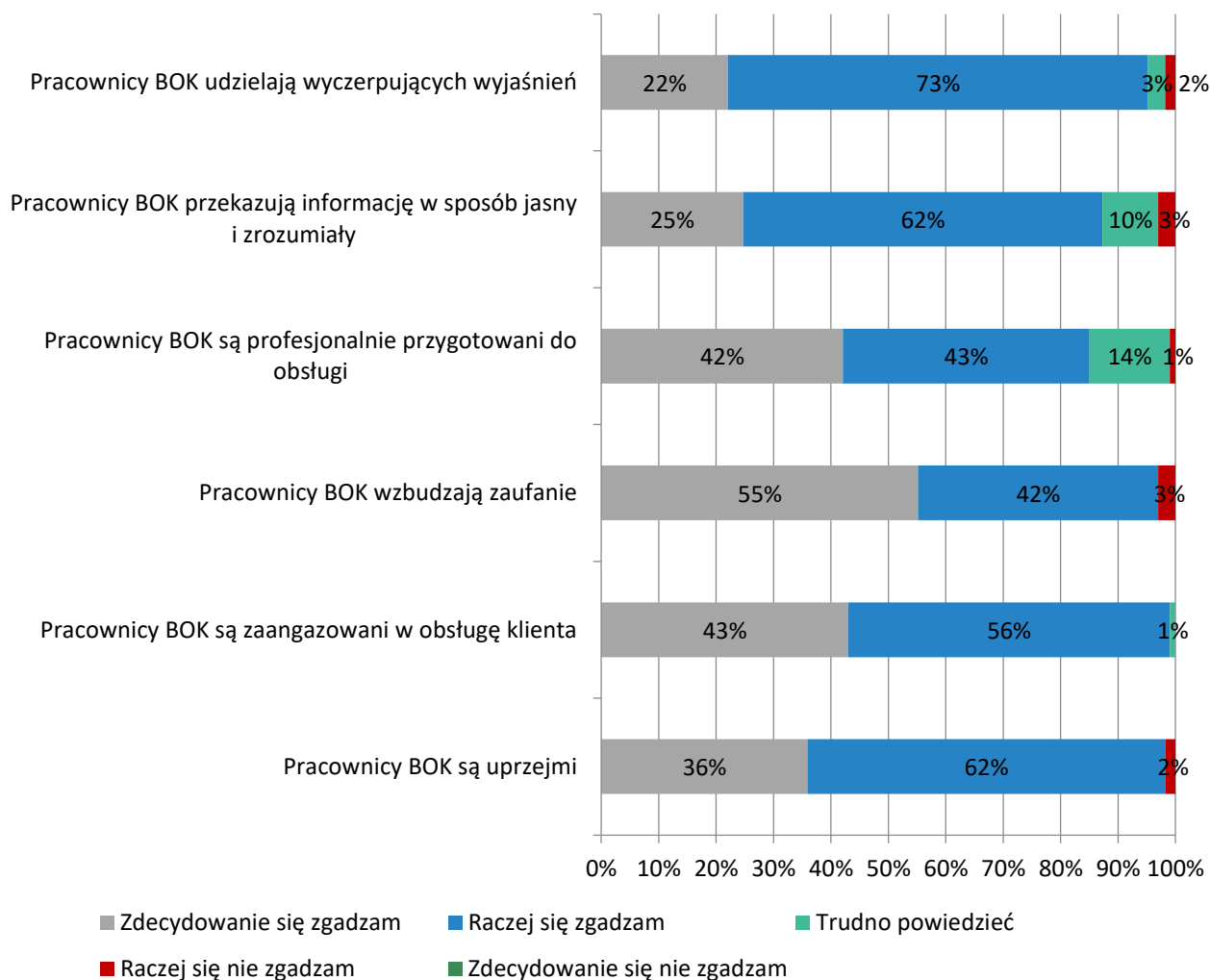
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.3.1.2. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK

W przypadku kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK ocenie podlegało sześć aspektów: uprzejmość, zaangażowanie w obsługę klienta, wzbudzanie zaufania, profesjonalizm przygotowania do obsługi, przekazywanie informacji w sposób jasny i zrozumiały oraz udzielanie wyczerpujących wyjaśnień. Każdy z nich oceniony został pozytywnie przez minimum 85% respondentów.

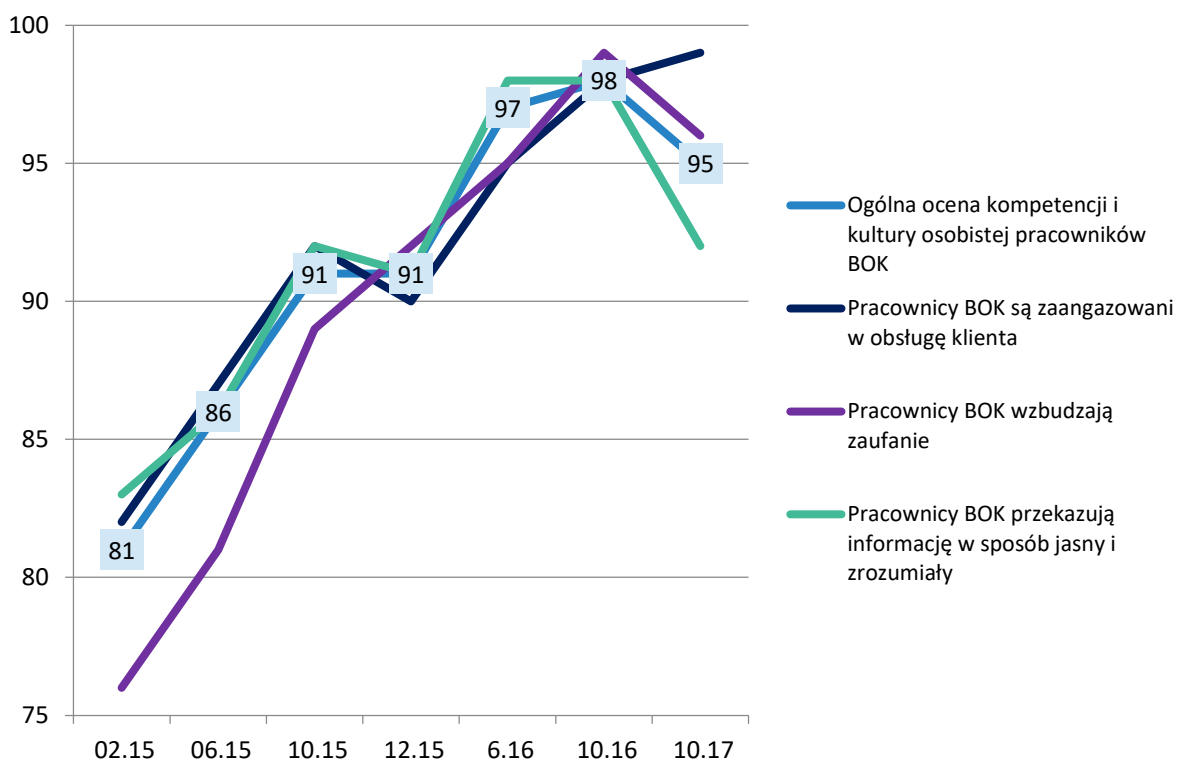
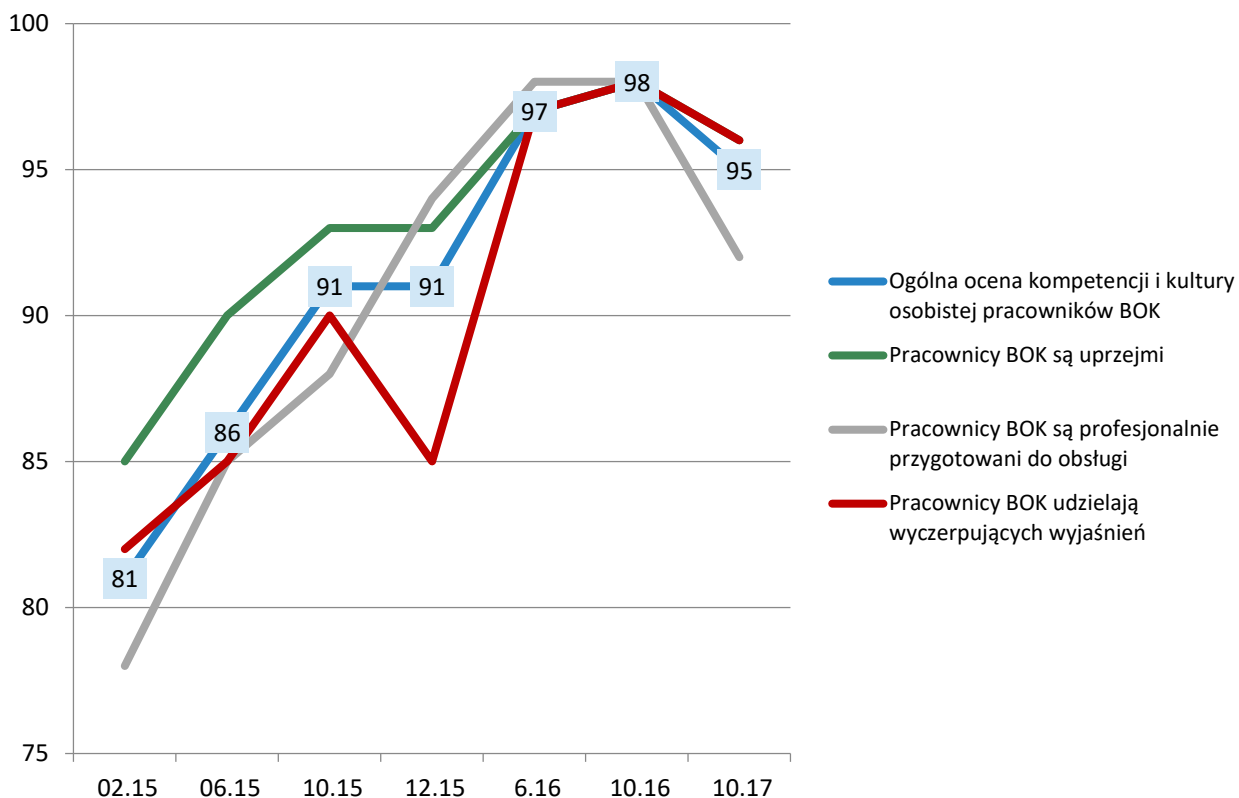
Ogólna ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK ukształtowała się na poziomie 95 punktów. Wartość tego wskaźnika w porównaniu do badania zrealizowanego w październiku 2016 r. spadła o 3 punkty. Analizując poszczególne zmienne składające się na ocenę kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK, należy zauważyć, że spadek odnotowano w przypadku trzech części składowych oceny – wzbudzaniu zaufania, udzielania wyczerpujących informacji oraz zaangażowania w obsługę klienta, przy czym spadek ten był niewielki.

Rysunek 23 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 24 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK – wskaźniki



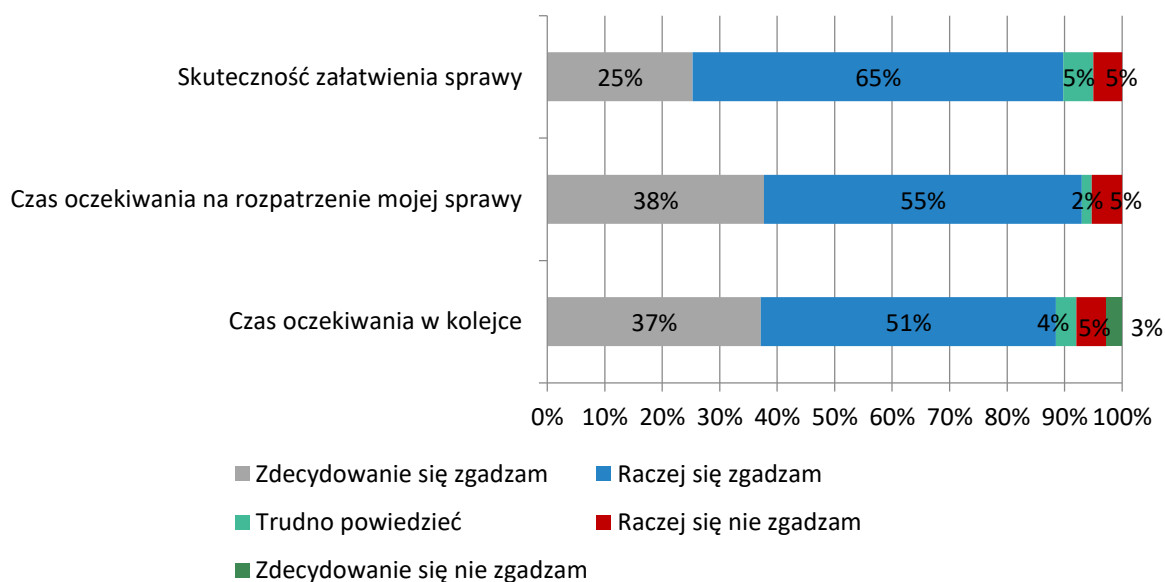
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.3.1.3. Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta

Respondenci ocenili również trzy aspekty związane z efektywnością obsługi w BOK. Ogólny wskaźnik satysfakcji dotyczący efektywności obsługi BOK wynosi 92, co stanowi spadek o 1 punkt w stosunku do badania przeprowadzonego w roku ubiegłym. Jednakże na przestrzeni lat 2015 – 2017 wskaźnik ten wzrósł o 18 punktów.

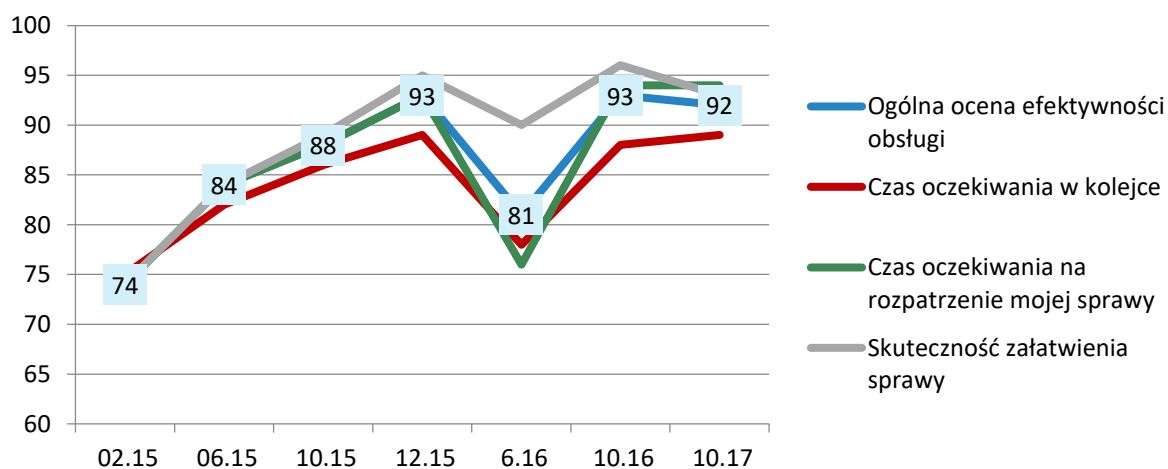
Najwyżej uczestnicy badania ocenili czas oczekiwania na rozpatrzenia sprawy (93% odpowiedzi pozytywnych) oraz skuteczność załatwienia sprawy (90%). Również trzeci z analizowanych aspektów (czas oczekiwania w kolejce) charakteryzuje się wysokim odsetkiem odpowiedzi świadczących o wysokim poziomie satysfakcji klientów ZTM (88%).

Rysunek 25 Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

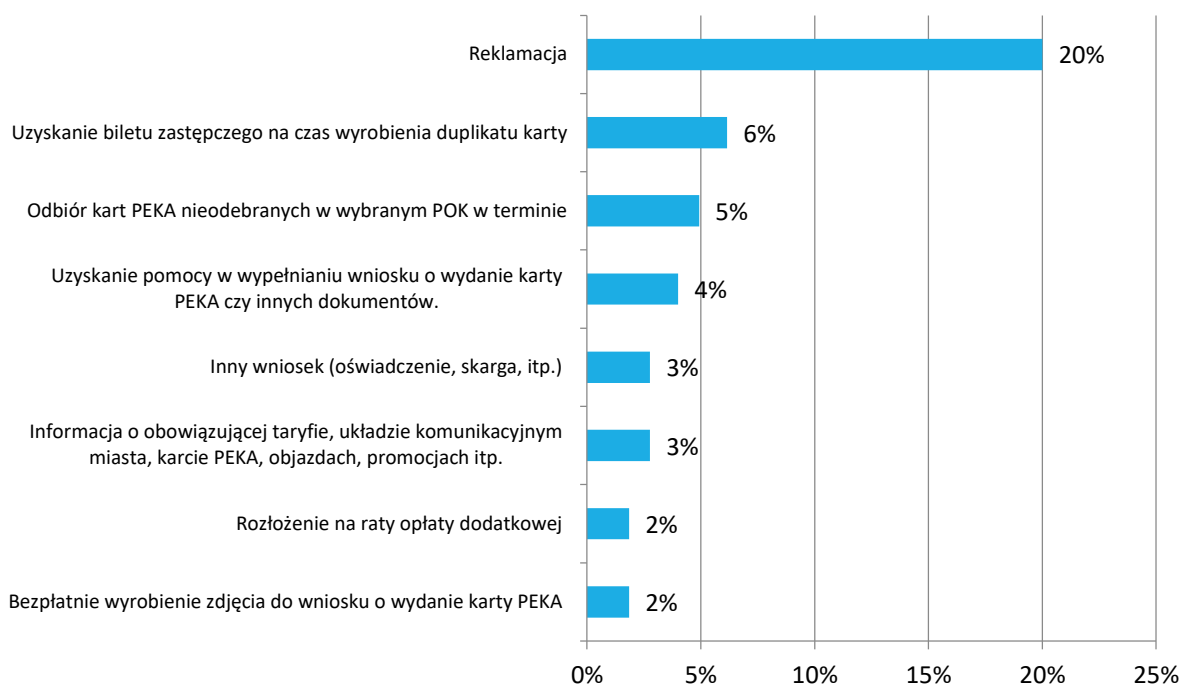
Rysunek 26 Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zdecydowanie najwięcej osób zgłaszających się do BOK – udało się tam w celu złożenia reklamacji (20%). Celem 6% ankietowanych było uzyskanie biletu zastępczego na czas wyrobienia duplikatu karty, 5% - odbiór karty PEKA nieodebranych w wybranym POK terminie, a dla 4% - uzyskanie pomocy w wypełnianiu wniosku o wydanie karty PEKA czy innych dokumentów.

Rysunek 27 Powody zgłaszania się do BOK



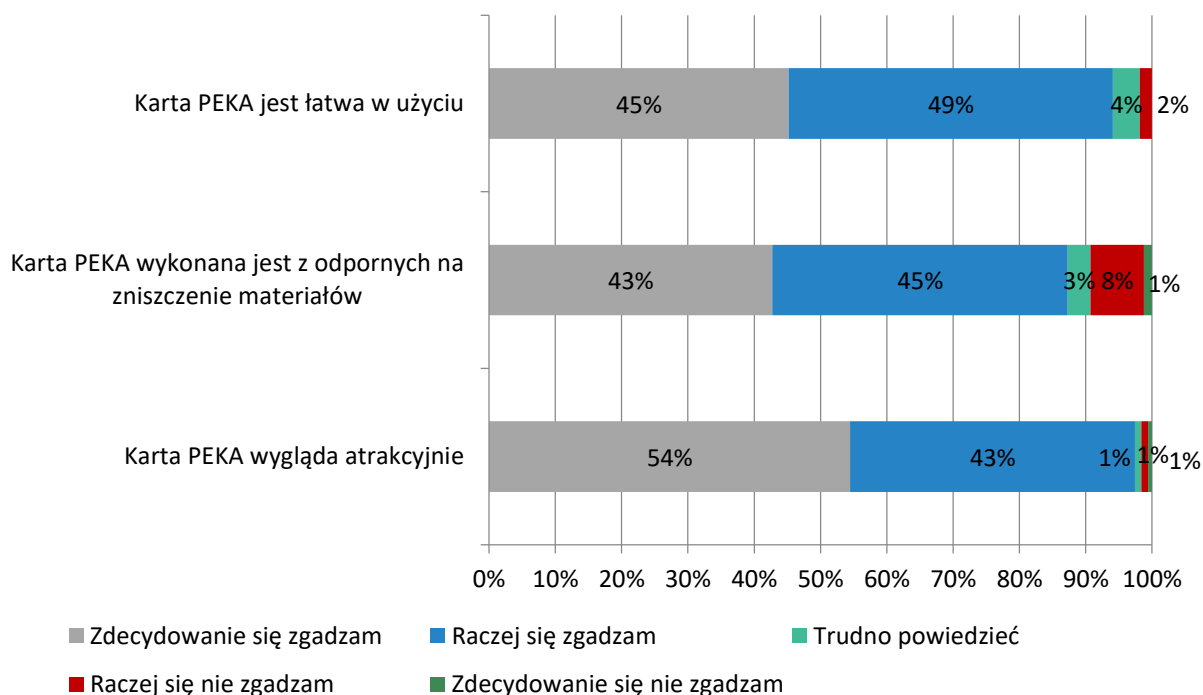
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.3.1.4. Ocena jakości karty PEKA

Uczestnicy badania satysfakcji klientów ZTM oceniali również łatwość użycia, odporność na zniszczenie oraz atrakcyjność wyglądu Karty PEKA. Każdy z powyższych aspektów oceniony został przez badanych na minimum **88%**, z czego najwyższej oceniony został atrakcyjny wygląd Karty PEKA (97% odpowiedzi pozytywnych). Łatwość użycia oceniona została na poziomie **94%**, natomiast wykonanie Karty z odpornych na zniszczenie materiałów na **88%**.

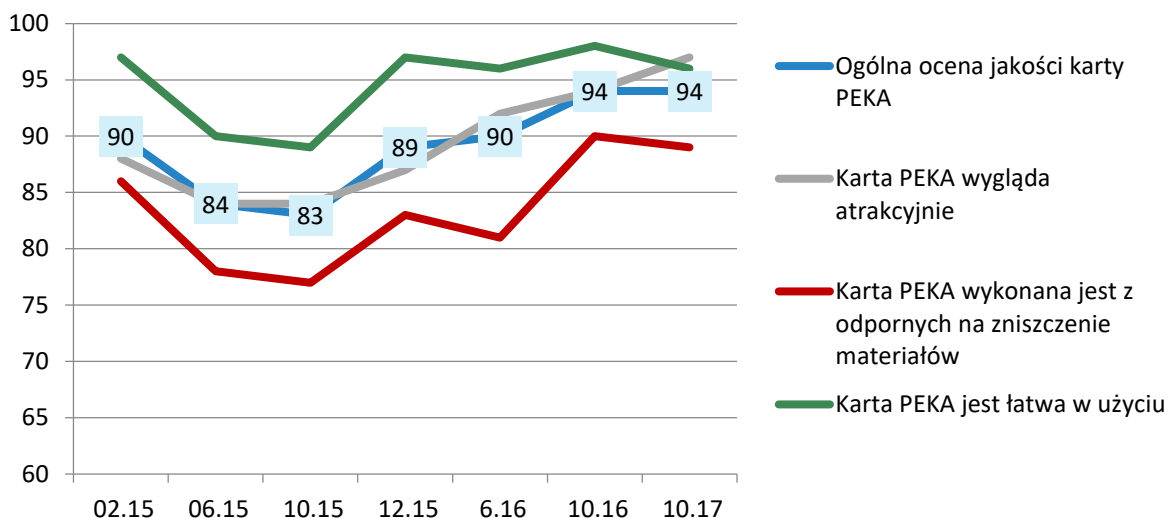
Ogólna ocena jakości Karty PEKA kształtuje się na poziomie 94 punktów i nie zmieniła się względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku.

Rysunek 28 Ocena jakości karty PEKA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 29 Ocena jakości karty PEKA - wskaźniki



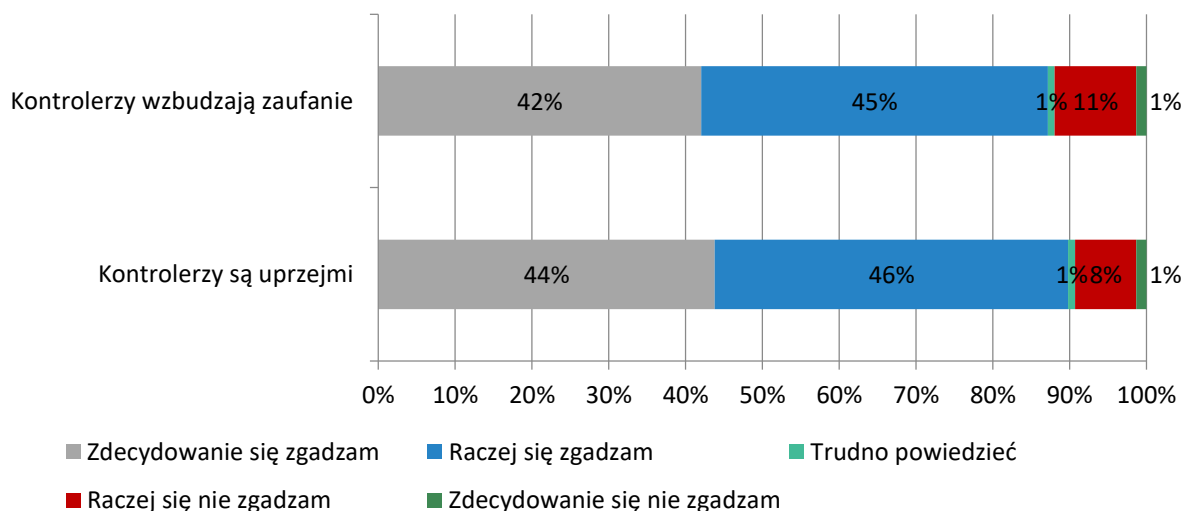
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.3.2. Kontrola Biletów

2.3.2.1. Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów

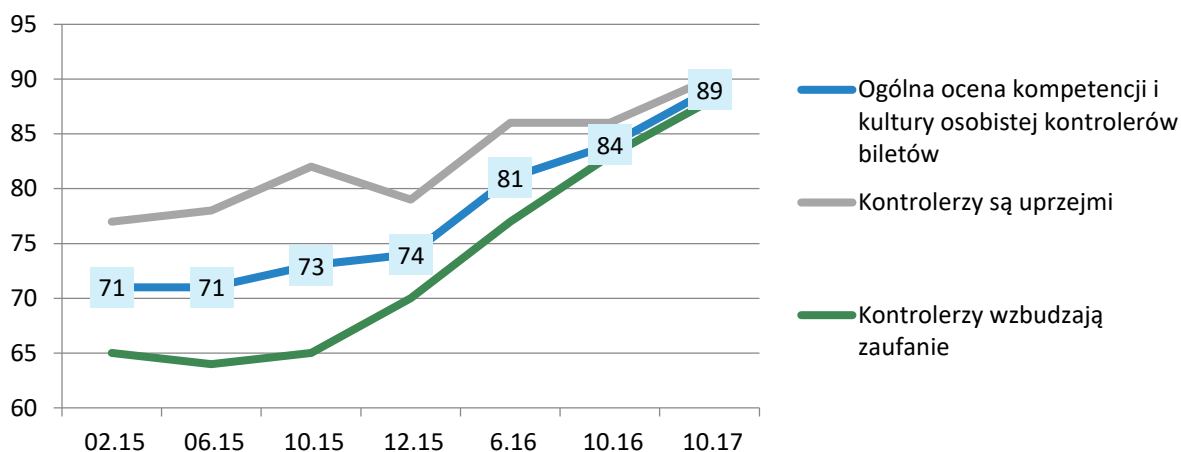
Respondenci zostali poproszeni o ocenę kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów. Zdaniem **87%** badanych kontrolerzy wzbudzają zaufanie, zaś przeciwnego zdania było **12%** respondentów. W opinii **90%** badanych kontrolerzy są uprzejmi (przeciwnego zdania było **9%** ankietowanych). Ogólna ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów ukształtowała się na poziomie 89 punktów, co stanowi wzrost o 5 punktów względem poprzedniego badania. Analizując poszczególne zmienne składające się na ocenę kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów, należy zauważyć, że na wynik ten miał wpływ wzrost zadowolenia z każdego z ocenianych elementów, przy czym aspekt uprzejmości kontrolerów odnotował najwyższe wartości wskaźników na przestrzeni poszczególnych edycji badania.

Rysunek 30 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 31 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

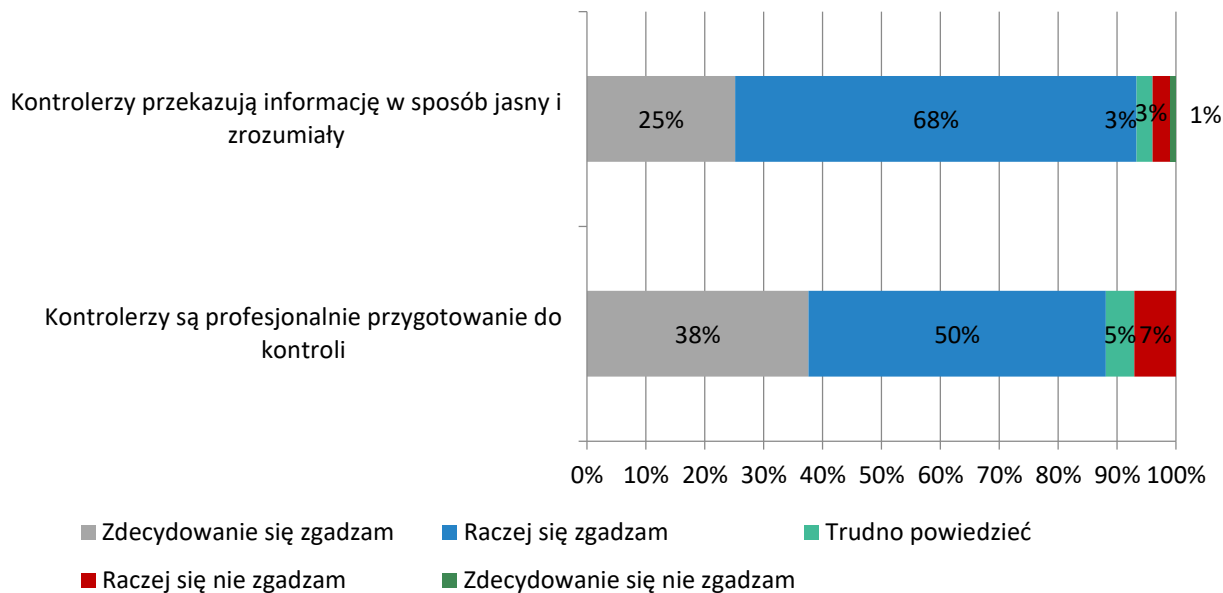
2.3.2.2. Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli

Uczestnicy badania poproszeni zostali o ocenę sposobu przeprowadzenia samej kontroli, w poszczególnych aspektach: przekazanie przez kontrolerów w jasny i zrozumiały sposób oraz profesjonalne przygotowanie do kontroli. Zdaniem zdecydowanej większości ankietowanych (93%) kontrolerzy przekazują informację w sposób jasny i zrozumiały, natomiast 88% respondentów uważa, że kontrolerzy są profesjonalnie przygotowani kontroli.

Ogólny wskaźnik oceny sposobu przeprowadzenia kontroli kształtuje się na poziomie 93 punktów. W stosunku do badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku wzrósł o 4 punkty. Warto zwrócić uwagę na odwrócenie w 2017 roku tendencji wskaźników dotyczących

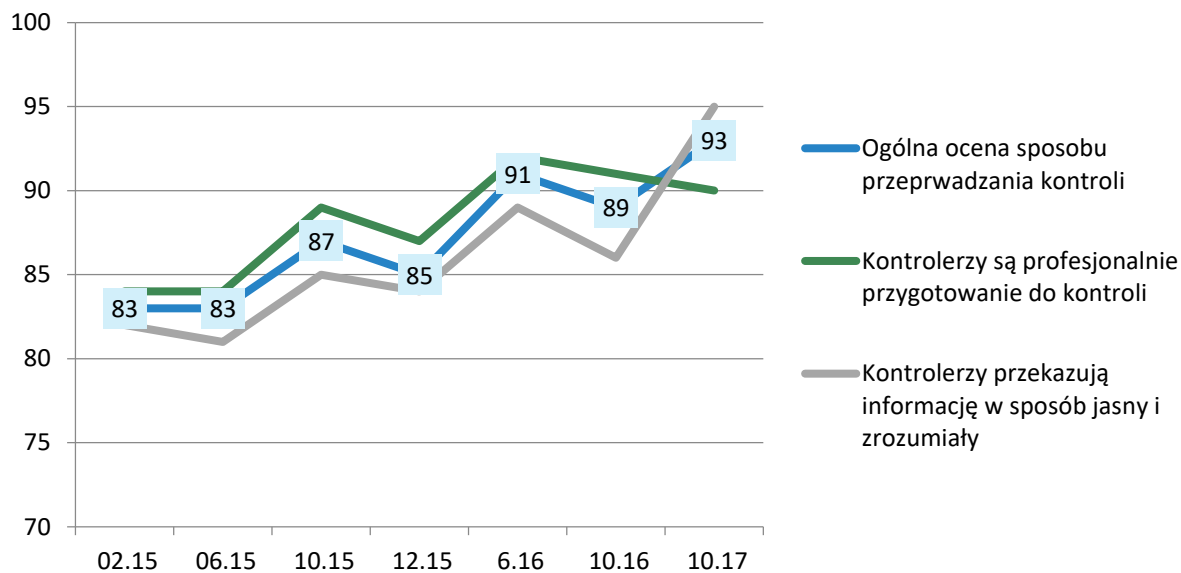
profesjonalnego przygotowania (wartość poniżej ogólnej oceny sposobu przeprowadzenia kontroli) oraz przekazu informacji (wartość powyżej ogólnej).

Rysunek 32 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 33 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli - wskaźniki



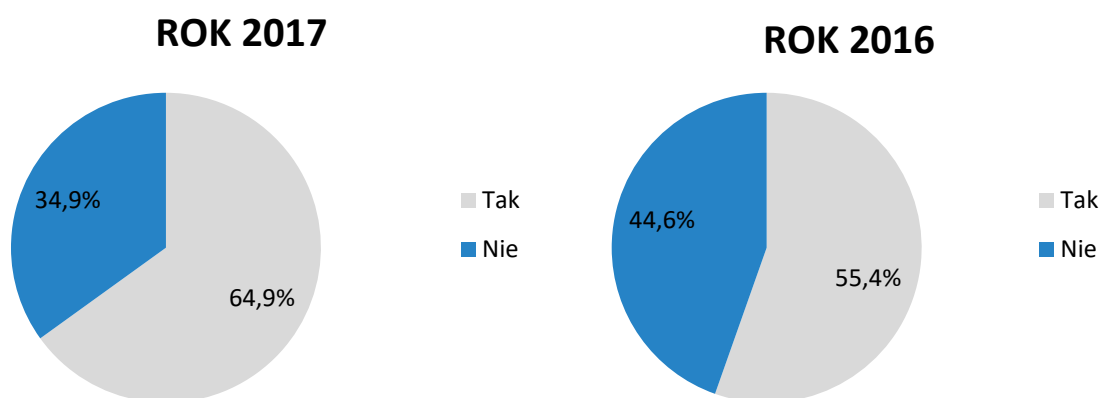
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.4. OCENA SATYSFAKCJI Z KORZYSTANIA ZE STRON INTERNETOWYCH

2.4.1. www.ztm.poznan.pl

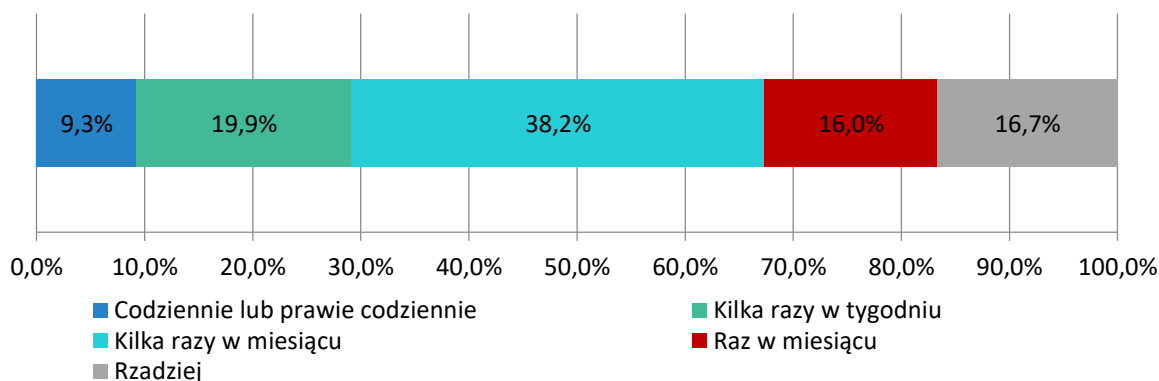
Respondentów zapytano także o korzystanie ze strony internetowej <http://ztm.poznan.pl>, która pozwala m.in. na uzyskanie informacji o przejazdach, zmianach w rozkładzie czy cenach biletów. Ze strony internetowej ZTM korzysta **64,9%** osób biorących udział w badaniu, co wskazuje na wzrost liczby odwiedzających stronę w porównaniu do roku 2016 (**55,4%** korzystających respondentów). Co dziesiąty respondent (**9,3%**) korzysta z niej codziennie lub prawie codziennie, zaś co piąty (**19,9%**) kilka razy w tygodniu. Najliczniejszą grupę badanych stanowiły osoby odwiedzające stronę kilka razy w miesiącu (**38,2%**). Raz w miesiącu i rzadziej ze strony ZTM korzysta **32,7%** ankietowanych.

Wykres 1 Czy korzysta Pan/ Pani ze strony ZTM: <http://ztm.poznan.pl>?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

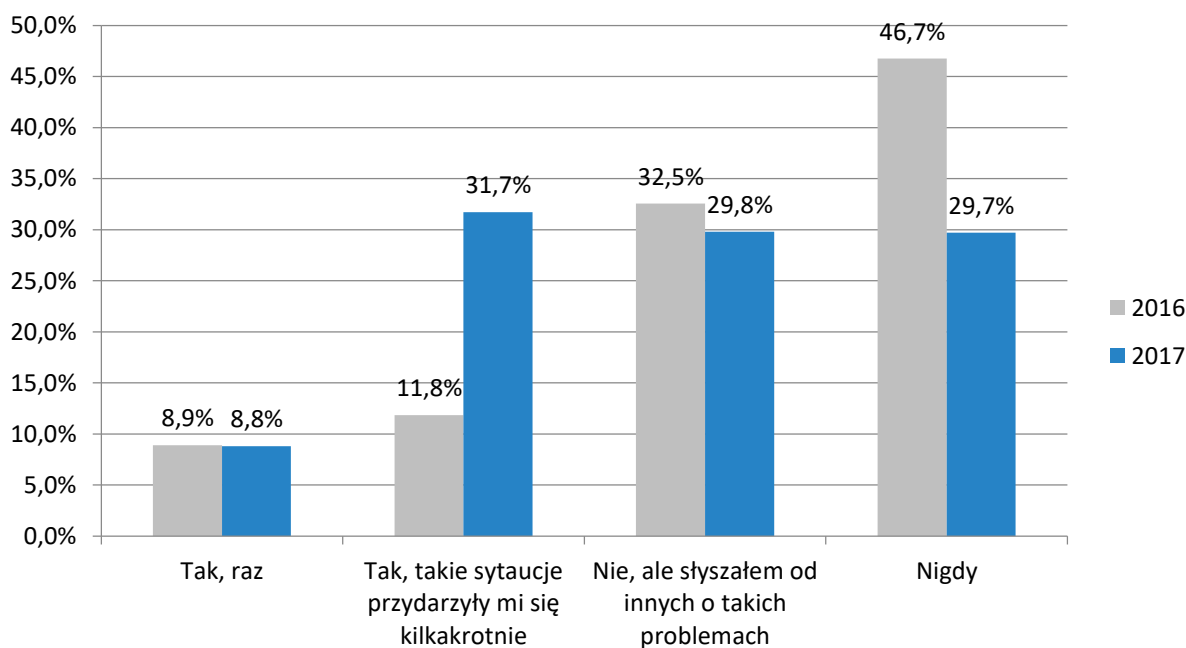
Wykres 2 Jak często korzysta Pan/Pani ze strony ZTM: <http://ztm.poznan.pl>?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Badanych zapytano także o występowanie problemów technicznych w korzystaniu ze strony internetowej ZTM. **40,4%** z nich osobiście spotkało się z takim utrudnieniem, w tym **31,7%** więcej niż jeden raz w ciągu ostatniego roku. Rok wcześniej z problemami spotkało się **21,0%** osób. Niespełna co trzeci respondent (**29,8%**) osobiście nie miał takich problemów, jednak słyszał o nich od innych osób. Zbliżony odsetek osób (**29,7%**) nigdy się z takimi utrudnieniami nie spotkał. W roku 2016 żadnych problemów technicznych nie miało **47,0%** ankietowanych.

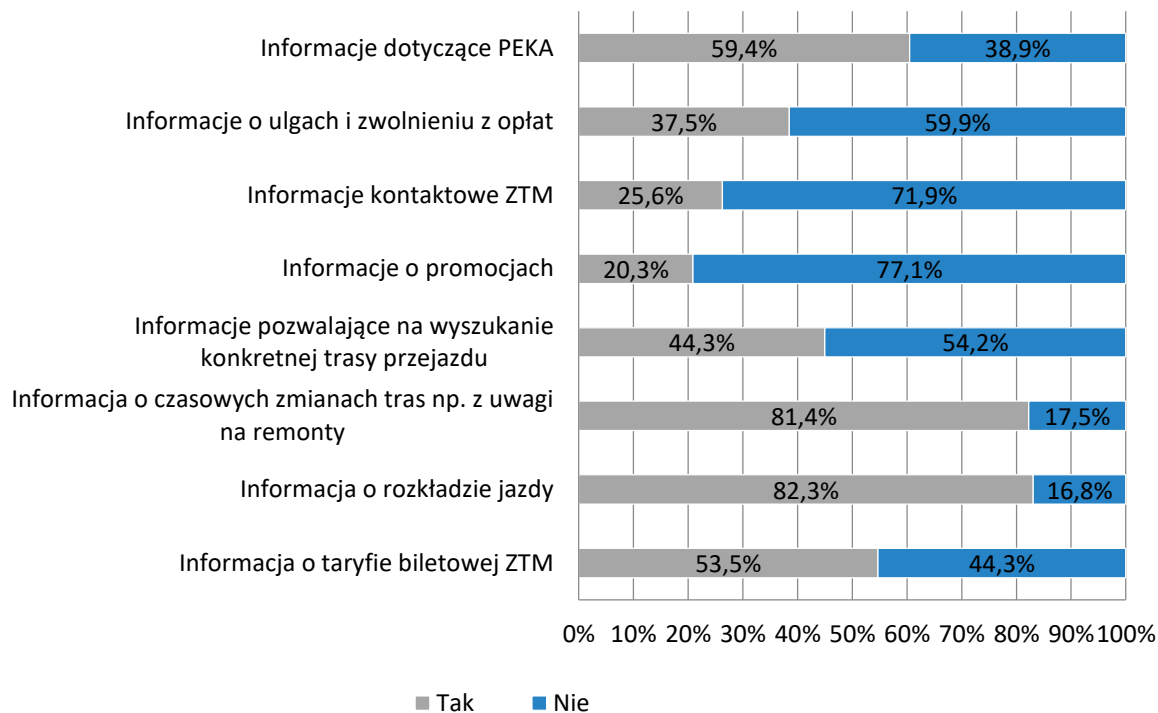
Wykres 3 Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony Internetowej ZTM pojawiły się błędy lub problemy techniczne?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Zdecydowanie najczęstszym celem korzystania ze strony internetowej ZTM jest informacja o bieżących przejazdach – sprawdzany jest rozkład jazdy (**82,3%**) oraz informacje o czasowej zmianie tras (**81,4%**). Ponad połowa respondentów używa strony do zdobycia informacji o cenie biletu ZTM oraz systemie PEKA (odpowiednio **53,5%** oraz **59,4%**). Najbardziej wyszukiwanymi informacjami na stronie są dane kontaktowe ZTM oraz informacje o promocjach.

Wykres 4 W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony Internetowej ZTM?

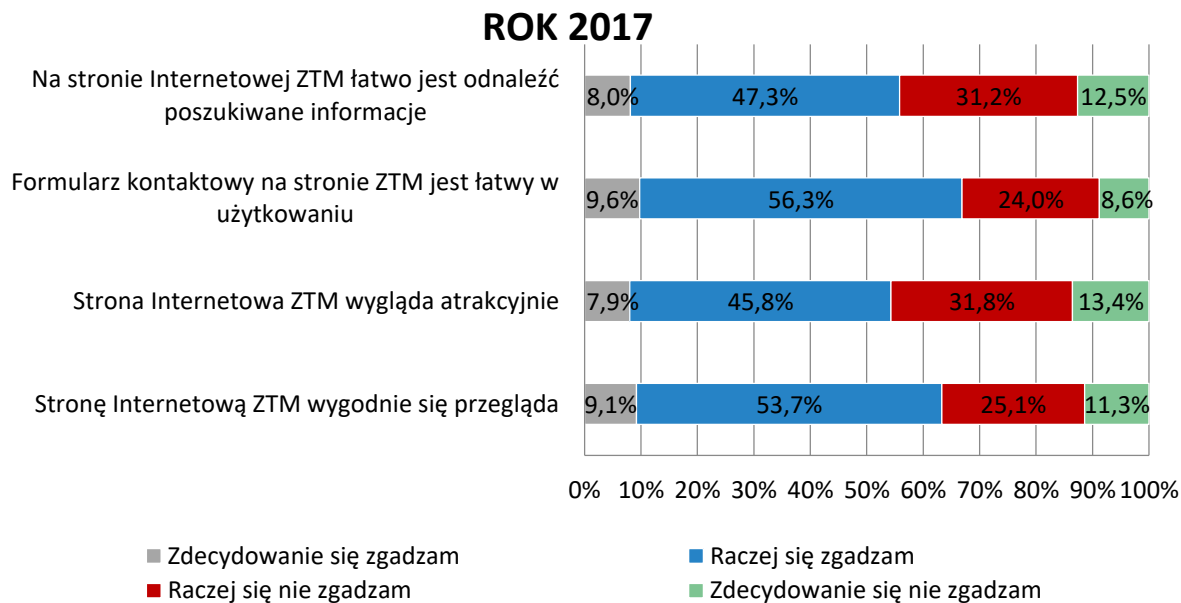


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

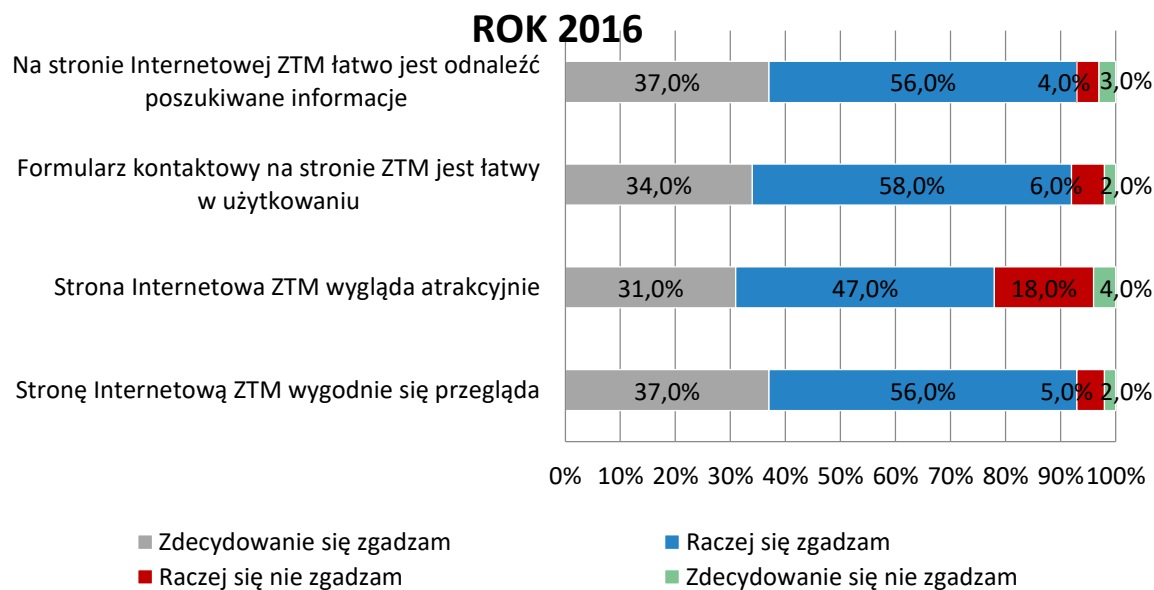
Badanych zapytano o wygodę korzystania ze strony internetowej ZTM oraz jej atrakcyjność. Ponad połowa badanych oba te aspekty oceniła raczej pozytywnie – po **62,9%** ankietowanych zgadza się ze stwierdzeniem, że formularz kontaktowy na stronie ZTM jest łatwy w użytkowaniu oraz że stronę internetową ZTM wygodnie się przegląda. Mimo raczej pozytywnej oceny, warto jednak zaznaczyć także dość znaczny odsetek ocen negatywnych. Najgorzej spośród wymienionych aspektów oceniona została atrakcyjność strony (**45,2%** ocen negatywnych) oraz łatwość w odnalezieniu poszukiwanych informacji (**43,7%** ocen negatywnych).

W roku poprzednim wszystkie wymienione aspekty ocenione zostały lepiej – wygodę przeglądania strony internetowej ZTM zauważyło **93,0%** osób, zaś najgorzej oceniany aspekt w roku 2017 (atrakcyjny wygląd) w roku 2016 otrzymał jedynie **22,0%** ocen negatywnych.

Wykres 5 W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej ZTM?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

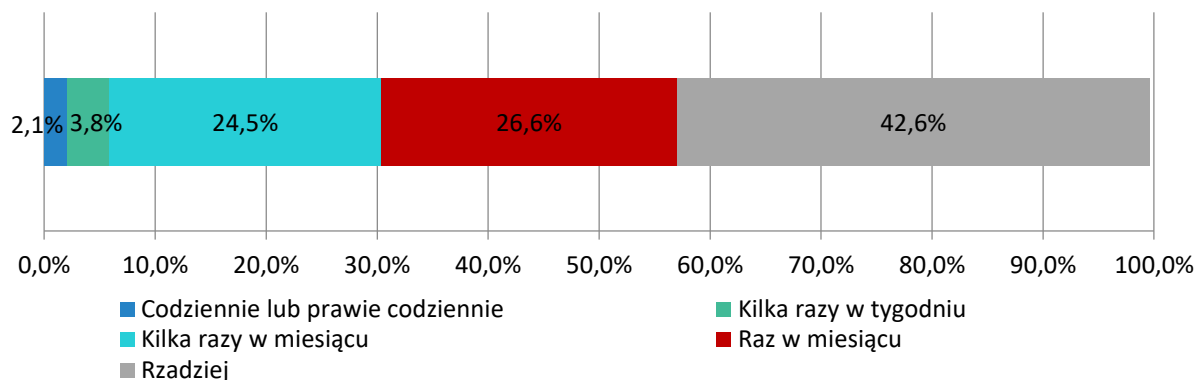


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.4.2. www.peka.poznan.pl

Badanych zapytano także o częstotliwość korzystania z konta na stronie internetowej PEKA. Częściej niż raz w tygodniu korzysta z niego jedynie **5,8%** respondentów. Średnio co czwarty używa go kilka razy w miesiącu lub raz w miesiącu (odpowiednio **24,5%** i **26,6%**). Najczęściej udzielaną odpowiedzią było korzystanie z konta rzadziej niż raz w miesiącu (**42,6%**).

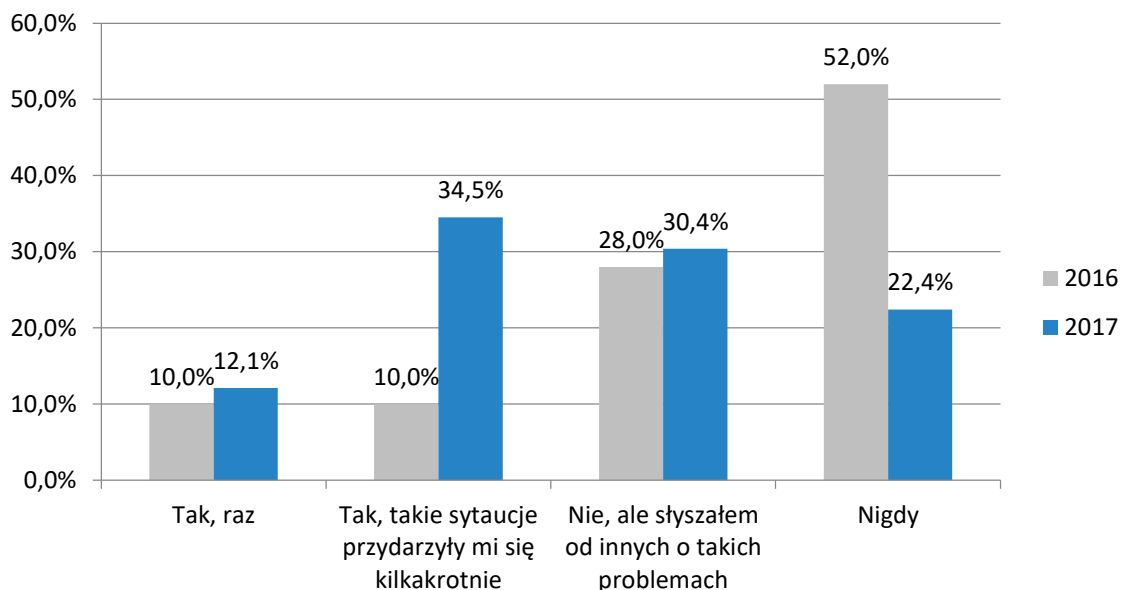
Wykres 6 Jak często korzysta Pan/Pani z posiadanego konta na stronie Internetowej PEKA: <http://www.peka.poznan.pl?>



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

Podobnie jak w przypadku strony ZTM, badanych zapytano także o problemy techniczne podczas korzystania ze strony internetowej PEKA. **12,1%** respondentów w ciągu minionego roku spotkała się z takim problemem raz, z kolei – **34,5%** ankietowanych taka sytuacja przydarzyła się kilkakrotnie. W sumie **46,6%** respondentów spotkało się przynajmniej raz z błędami lub problemami technicznymi strony internetowej PEKA - to ponad dwukrotnie więcej niż w roku poprzednim (**20,0%** w roku 2016), co wskazuje na zwiększenie się liczby sytuacji problemowych. Kolejne **30,4%** osób osobiście nie doświadczyło takiej sytuacji, słyszało jednak o niej od innych osób. Żadnych problemów z funkcjonowaniem strony nie miało **22,4%** respondentów (w roku 2016 odsetek ten był wyższy o **29,6** punktów procentowych).

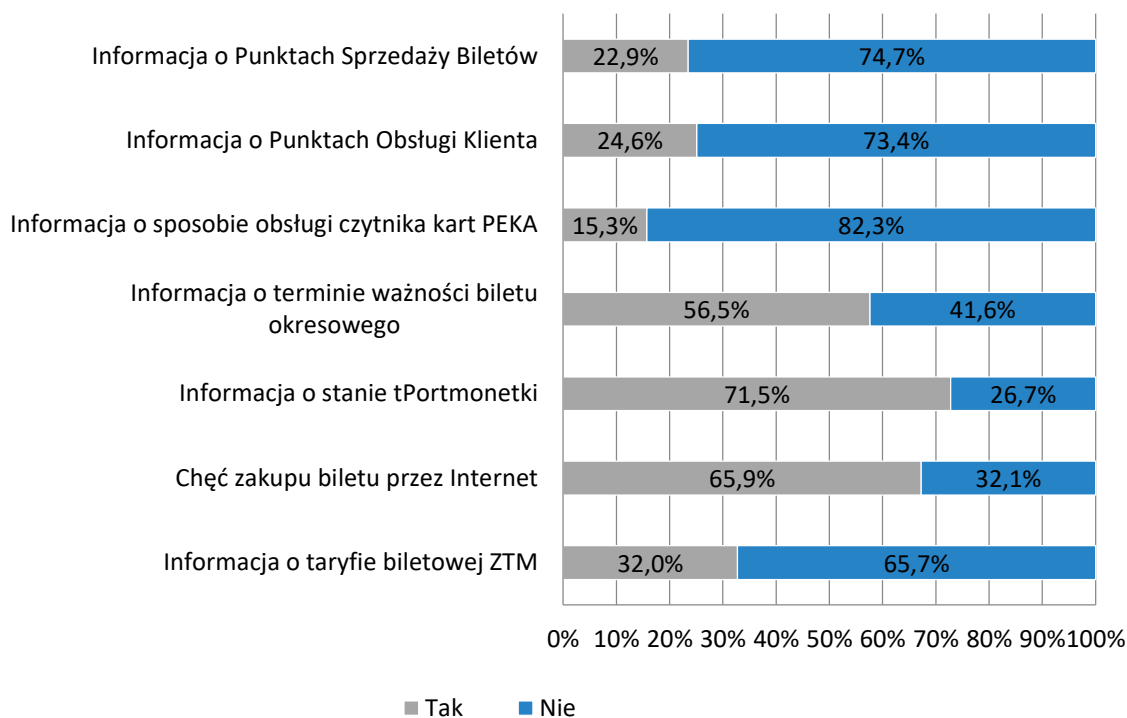
Wykres 7 Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony Internetowej PEKA pojawiły się błędy lub problemy techniczne?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

Zdecydowanie najczęstszym powodem korzystania ze strony internetowej PEKA jest sprawdzanie stanu tPortmonetki (takiej odpowiedzi udzieliło **71,5%** ankietowanych). Ponad połowa respondentów używa strony do zakupu biletu przez Internet (**65,9%**) oraz uzyskania informacji o terminie ważności biletu okresowego (**56,5%**). Niespełna co czwarty badany na stronie szukał informacji o Punktach Obsługi Klienta (**24,6%**) oraz informacji o Punktach Sprzedaży Biletów (**22,9%**). Najrzadziej wykorzystywaną funkcją strony jest informacja o sposobie obsługi czytnika kart PEKA, co jest związane z faktem, iż znaczna część użytkowników korzysta z kart od dłuższego czasu (jedynie **15,3%** badanych).

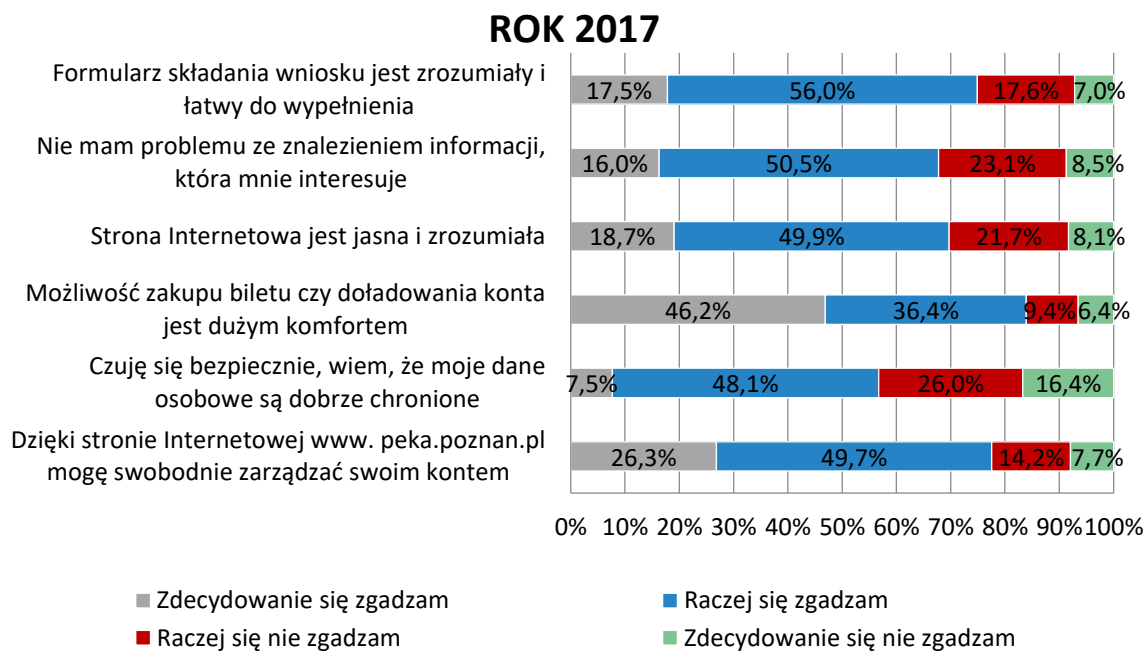
Wykres 8 W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony Internetowej PEKA?



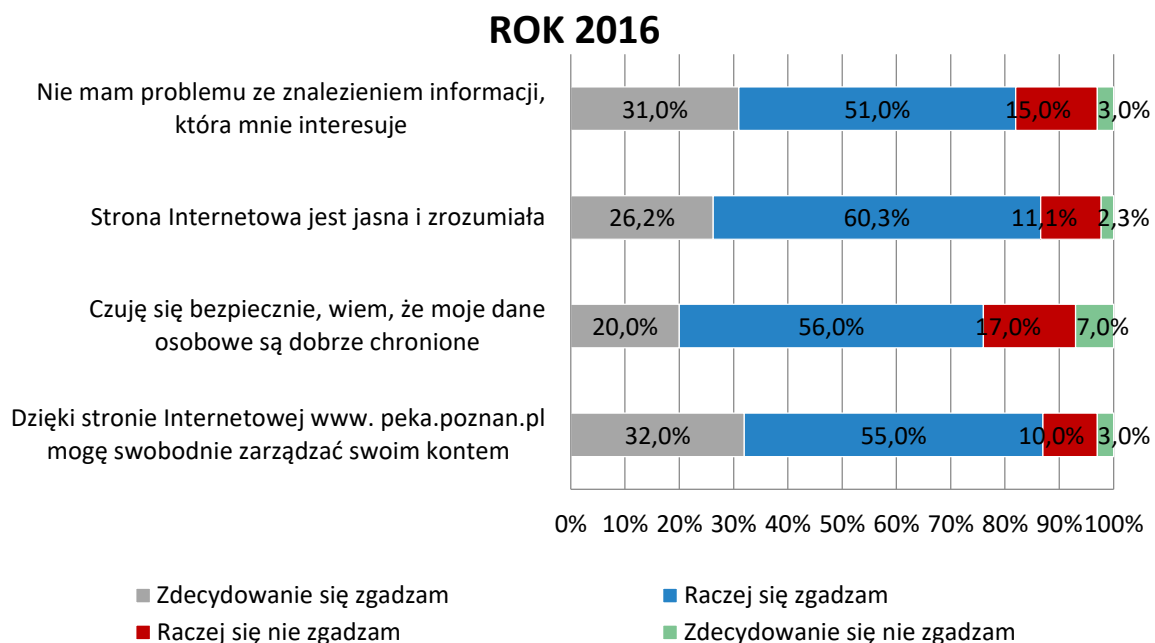
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

Funkcjonowanie całej strony PEKA zostało ocenione raczej pozytywnie. Badani dostrzegali bardzo duże ułatwienie w możliwości zakupu biletu oraz doładowania konta przez Internet (**82,6%** ocen pozytywnych). Respondenci podkreślali także swobodę zarządzania kontem (**76,0%** ocen pozytywnych) oraz zrozumiałość i łatwość w wypełnianiu i składaniu wniosku (**73,5%**). Podobnie jak w latach poprzednich, najgorzej ocenione zostało bezpieczeństwo danych i w porównaniu do poprzedniego roku, obawa ta wzrosła (**24,0%** ocen negatywnych w roku 2016, zaś w roku 2017 już **42,4%**).

Wykres 9 W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej PEKA?

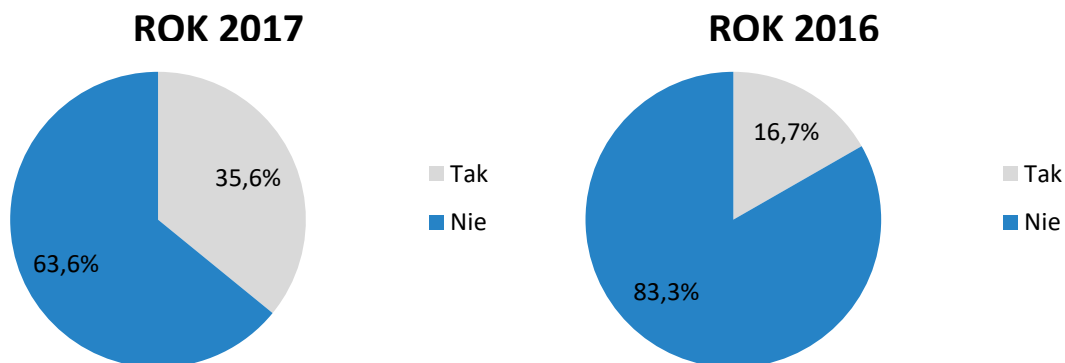


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.



Reklamację bądź inny wniosek z konta na stronie PEKA zgłaszało **35,6%** respondentów. Pozostałe osoby takich wniosków nie składały (**63,6%**) bądź odmówiły odpowiedzi na pytanie. Dla porównania, w roku 2016 wnioski, w tym wnioski reklamacyjne, złożyło jedynie **16,7%** ankietowanych.

Wykres 10 Czy kiedykolwiek zgłaszał/a Pan/Pani reklamację bądź inny wniosek z konta na stronie PEKA?

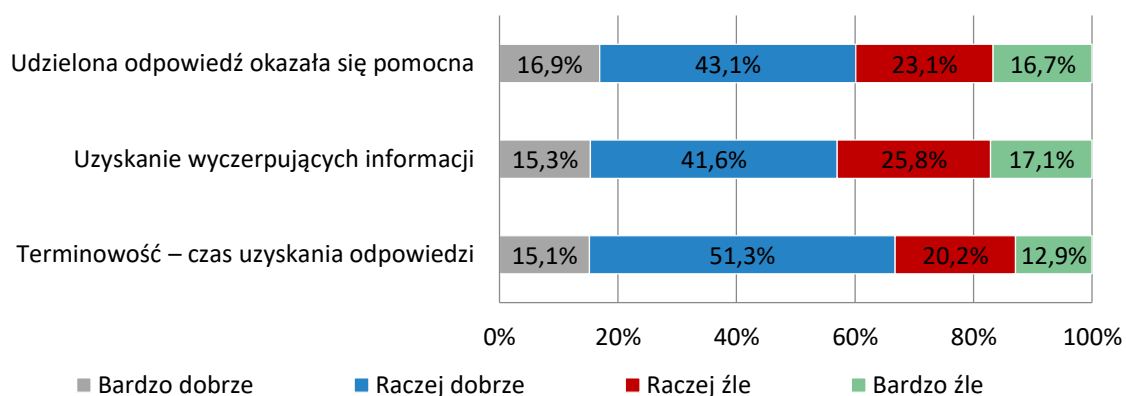


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

W związku ze zgłaszanymi wnioskami, w tym w związku z reklamacją, badanych zapytano o jakość związanej z tym usługi. Najlepiej oceniony został czas uzyskania informacji – **66,4%** respondentów oceniło tą cechę pozytywnie. Pomocność udzielonych odpowiedzi oceniona została pozytywnie przez **60,0%** osób. Najgorzej spośród wymienionych aspektów ocenione zostało uzyskanie wyczerpujących informacji – aż **42,9%** badanych była z tego powodu niezadowolona.

Poniższe dane pokazują, że warto poprawić jakość procesu reklamacyjnego, który dla wielu użytkowników kart PEKA wiąże się z dużym niezrozumieniem, stresem i utrudnieniem w podróżowaniu komunikacją publiczną.

Wykres 11 Jak ocenia Pan/Pani następujące aspekty:

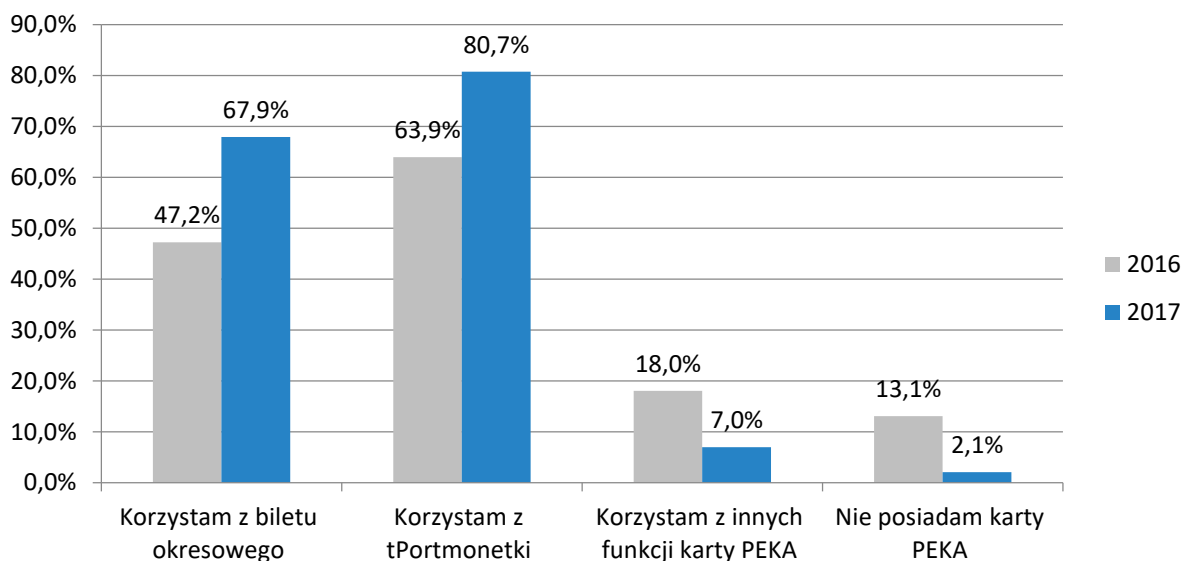


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

W stosunku do roku 2016, wzrósł odsetek badanych posiadających kartę PEKA (w roku 2016 nie posiadało jej 13,1% respondentów, zaś w roku 2017 jedynie 2,1%), co wskazuje na rosnącą popularność tego rozwiązania. Zdecydowanie najczęściej wykorzystywaną przez

ankietowanych opcją karty PEKA jest tPortmonetka – korzysta z niej **80,7%** osób. Jest to znaczny wzrost względem roku poprzedniego – w 2016 roku z opcji tej korzystało **63,9%** badanych. Podobny wzrost obserwuje się wśród osób, które bardzo dużo poruszają się po mieście za pomocą komunikacji ZTM. Z biletu okresowego w 2017 roku korzysta **67,9%** ankietowanych, zaś w roku 2016 było ich o 20,7 punktów procentowych mniej. Jedynie **7,0%** ankietowanych korzysta z innych funkcji karty PEKA.

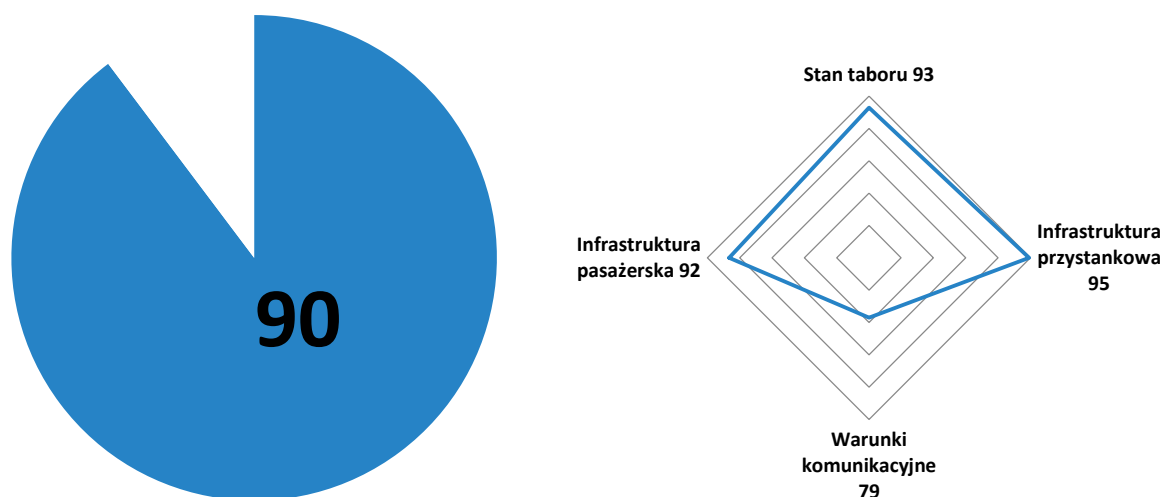
Wykres 12 Z jakich opcji karty PEKA Pan/Pani korzysta?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu możliwości udzielenia więcej niż jednej odpowiedzi.

2.5. OCENA SATYSFAKЦИИ Z JAKOŚCI USŁUG PRZEWOZOWYCH

Rysunek 34 Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych



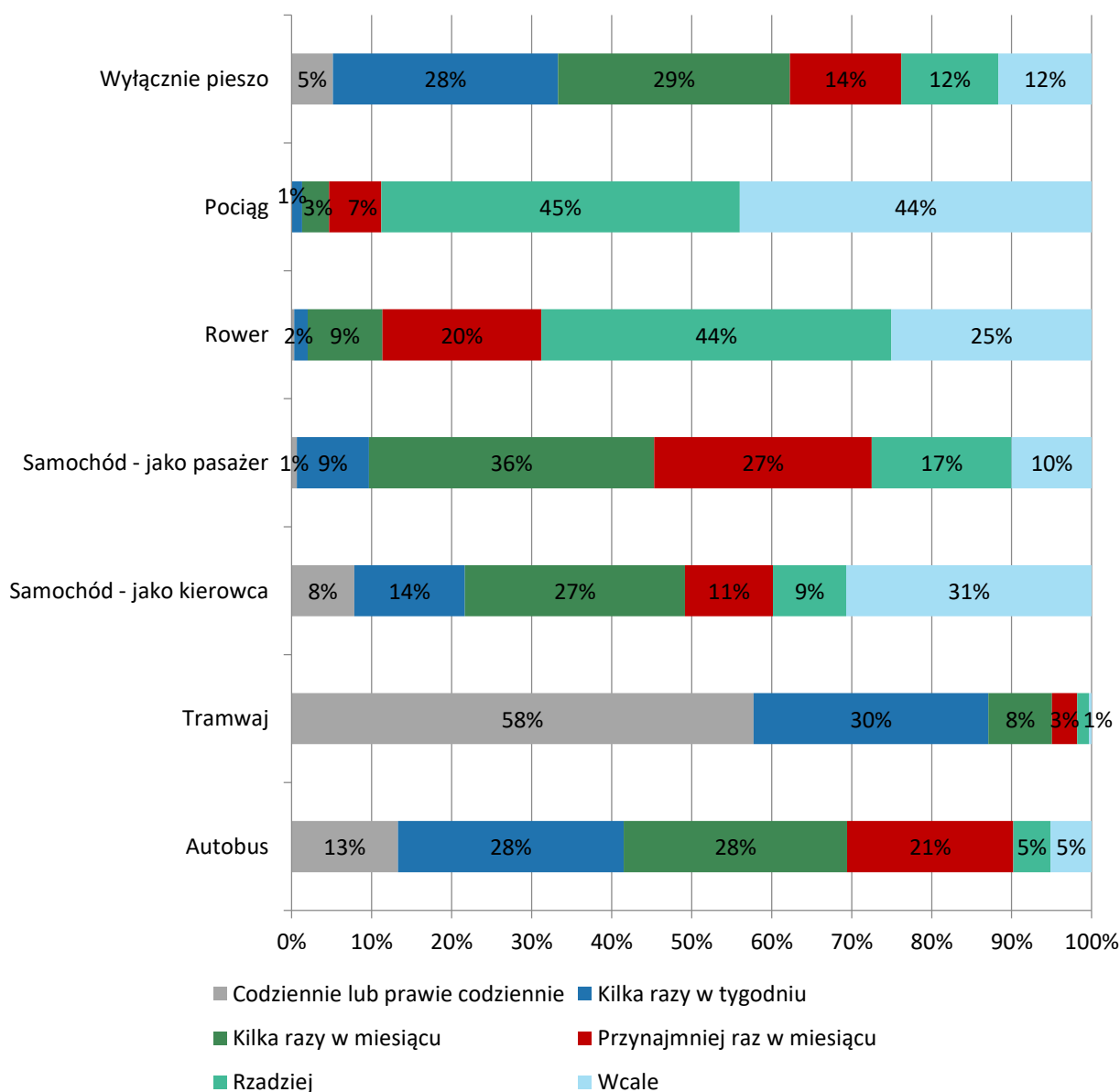
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Ogólna ocena satysfakcji klientów ZTM z jakości usług przewozowych ukształtowała się na bardzo wysokim poziomie i wynosi 90 punktów. Wartość tego wskaźnika wzrosła o 8 punktów względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku.

Najwyżej ocenionym aspektem dotyczącym jakości usług przewozowych była infrastruktura przystankowa (95 punktów) oraz stan taboru (93 punkty). Natomiast najniższą ocenę uzyskały warunki komunikacyjne (79 punktów), co jest konsekwencją bardzo negatywnych opinii dotyczących cen biletów.

Respondenci zostali zapytani o częstotliwość korzystania z poszczególnych środków transportu. Najpopularniejsze okazały się tramwaje oraz autobusy. Tramwajami codziennie lub prawie codziennie porusza się **58%** respondentów, zaś kilka razy w tygodniu **30%**, natomiast autobusami codziennie lub prawie codziennie porusza się **13%** ankietowanych, a kilka razy w tygodniu **28%**. Nieco rzadziej ankietowani poruszają się wyłącznie pieszo (**5%** odpowiedzi „codziennie lub prawie codziennie” oraz **28%** odpowiedzi *kilka razy w tygodniu*) lub *samochodem jako kierowca* (**8%** odpowiedzi *codziennie lub prawie codziennie* oraz **14%** odpowiedzi *kilka razy w tygodniu*). Z samochodu w roli pasażera codziennie lub prawie codziennie korzysta **1%** badanych, natomiast kilka razy w tygodniu **9%**. Niewielką popularnością cieszą się pociągi i rowery – odpowiednio **31%** i **25%** respondentów w ogóle nie wykorzystuje tych środków transportu

Rysunek 35 Zestawienie środków transportu oraz częstotliwości korzystania z nich



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wymiary usług przewozowych:	Wartość wskaźnika satysfakcji				Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji			
	10.15	06.16	10.16	10.17		10.15	06.16	10.16	10.17
Stan taboru	85	76	86	93	3.1.1 Ocena czystości taboru (wewnątrz pojazdu)	93	87	93	97
					3.1.2 Ocena wygody jazdy	80	74	86	96
					3.1.3 Ocena warunków grzewczych w pojazdach	72	60	79	88
					3.1.4 Ocena stanu technicznego pojazdów	89	83	87	92
Infrastruktura przystankowa	84	80	86	95	3.2.1 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej	83	81	86	97
					3.2.2 Ocena dostępności wiat przystankowych	83	80	87	96
					3.2.3 Ocena stanu technicznego infrastruktury przystankowej	80	77	82	92
					3.2.4 Ocena informacji na przystankach	88	85	89	95
					3.2.5 Ocena bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej	83	79	86	94
Warunki komunikacyjne	68	66	75	79	3.3.1 Ocena punktualności autobusów	72	64	79	89
					3.3.2 Ocena punktualności tramwajów	79	82	87	94
					3.3.3 Ocena zapelnienia pojazdów	69	56	75	90
					3.3.4 Ocena zawodności pojazdów	85	80	85	81
					3.3.5 Ocena częstotliwości kursów	75	70	80	88
					3.3.6 Ocena układu komunikacyjnego	80	87	86	93
					3.3.7 Ocena cen biletów	19	24	32	20
Informacja pasażerska	82	82	87	92	3.4.1 Ocena czytelności rozkładów jazdy	89	90	92	94
					3.4.2 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów	65	63	71	77
					3.4.3 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	86	82	88	100
					3.4.4 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach	91	87	88	92
					3.4.5 Ocena informacji na stronach internetowych	93	87	94	95
Satysfakcja klientów ZTM z usług przewozowych						79	75	82	90

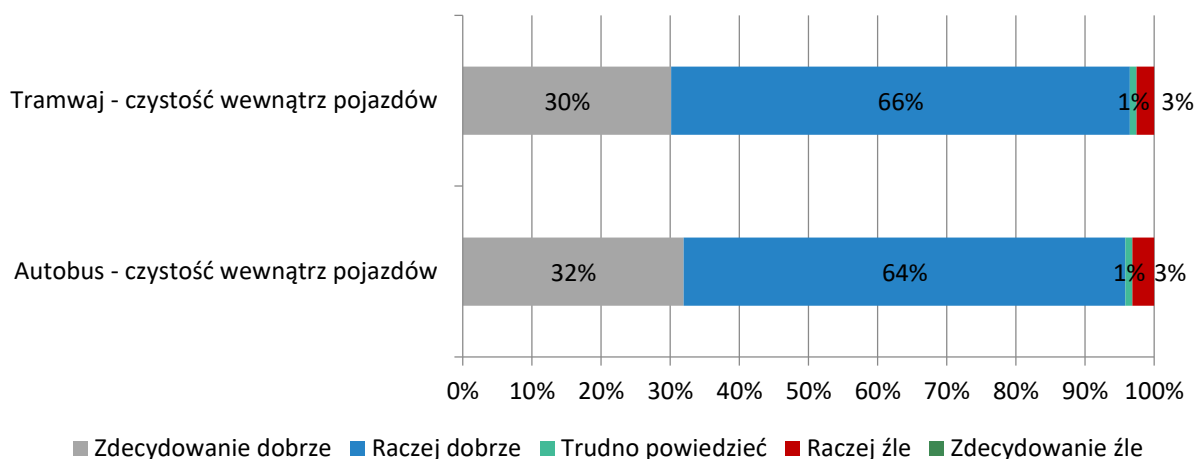
2.5.1. Stan taboru

2.5.1.1. Ocena czystości taboru

Uczestnicy badania satysfakcji klientów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu bardzo wysoko ocenili czystość zarówno w tramwajach (96% odpowiedzi pozytywnych), jak również czystość w autobusach (96%).

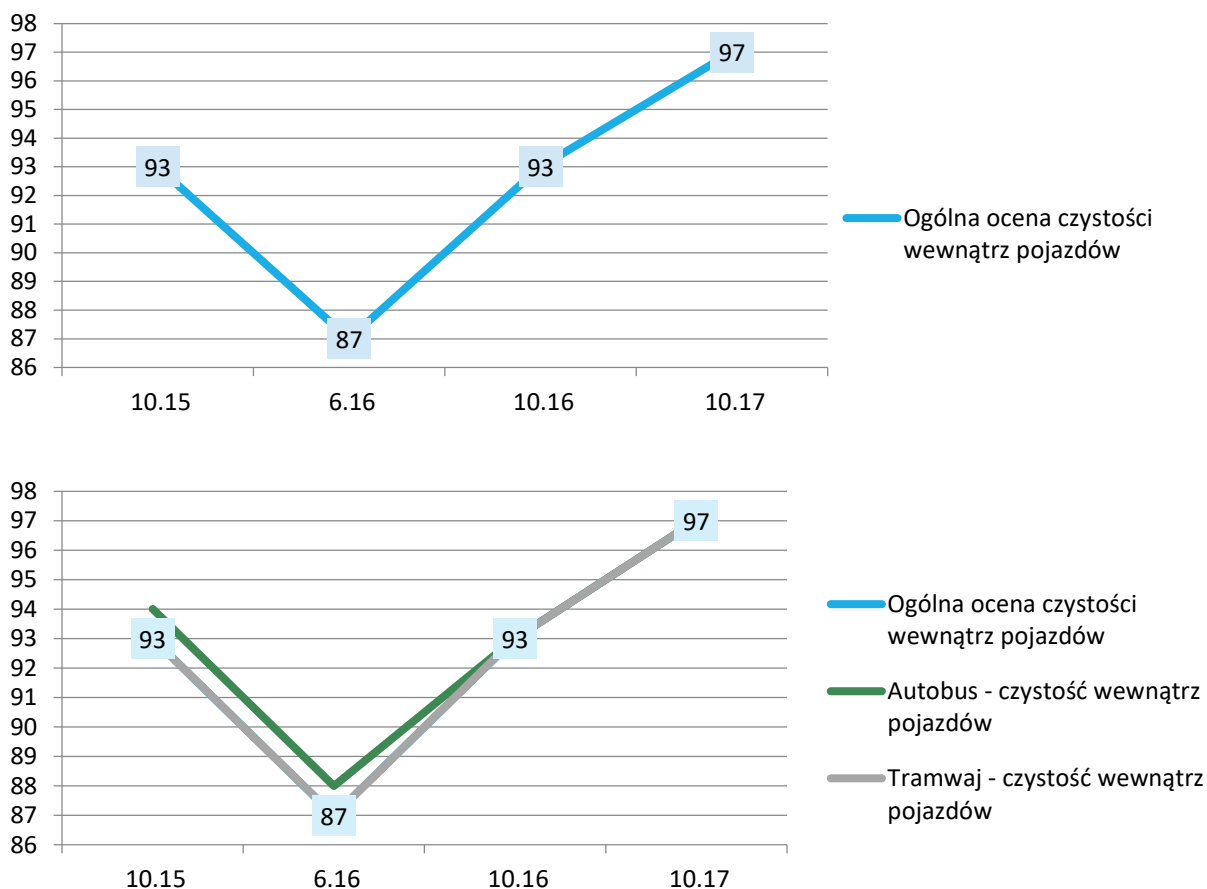
Ogólna ocena czystości wynosi 97, co stanowi wzrost o 4 punkty w stosunku do badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku. Wartość analizowanego wskaźnika w porównaniu do badania zrealizowanego w czerwcu 2016 r. wzrosła o 10 punktów. Analizując poszczególne zmienne składające się na ocenę czystości taboru ZTM, należy zauważyć, że na wzrost satysfakcji miała wpływ poprawa zadowolenia z każdego z omawianych aspektów.

Rysunek 36 Ocena czystości taboru



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 37 Ocena czystości taboru – wskaźniki



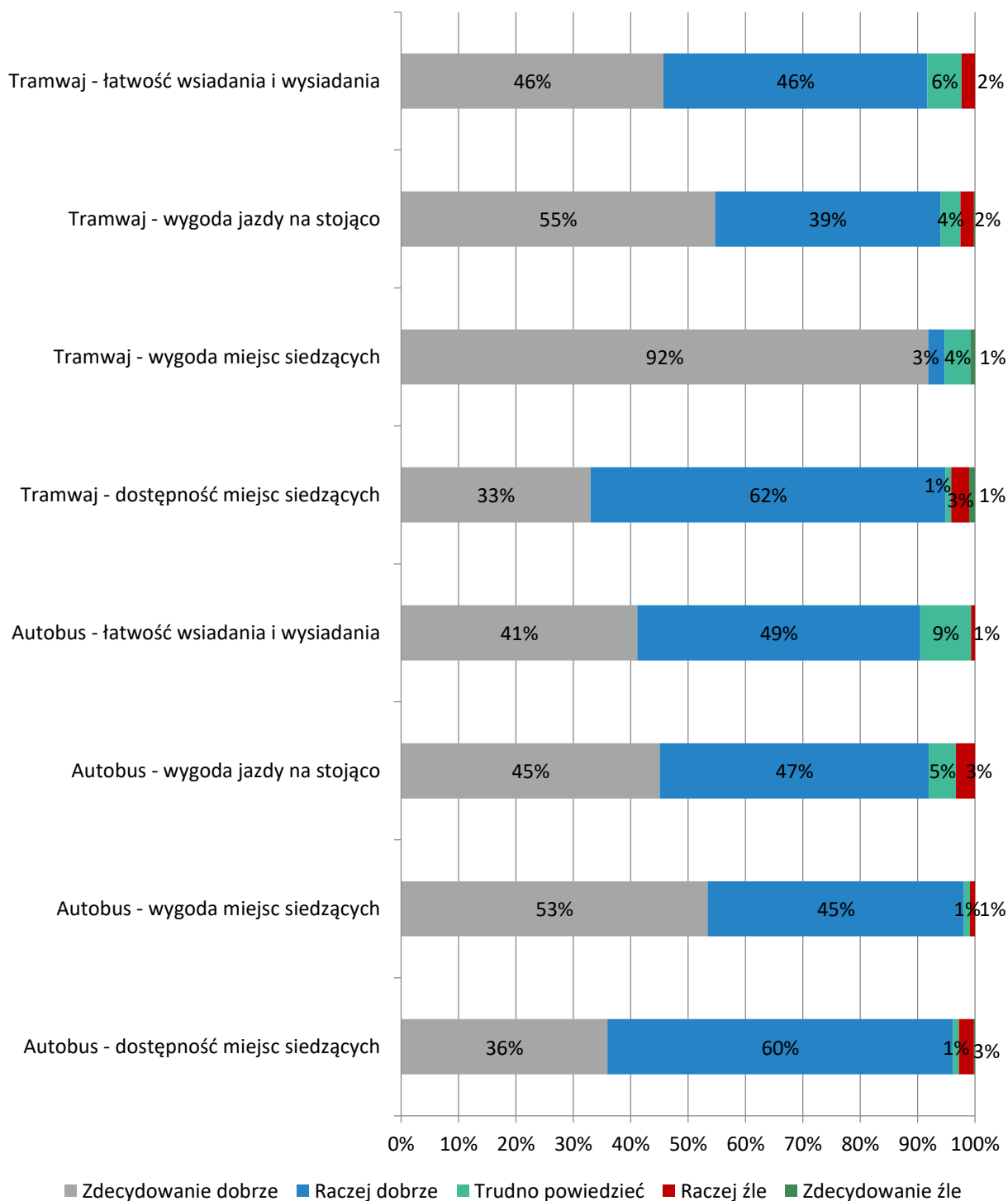
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.1.2. Ocena wygody jazdy

W przypadku wygody jazdy ocenie podlegały cztery aspekty: łatwość wsiadania i wysiadania, wygoda jazdy na stojąco, wygoda miejsc siedzących oraz dostępność miejsc siedzących. Wszystkie z wymienionych aspektów zostały ocenione przez uczestników badania bardzo wysoko. Wygoda jazdy na stojąco w tramwajach i autobusach uzyskała odpowiednio **84%** i **92%** ocen pozytywnych, natomiast dostępność miejsc siedzących w tramwajach i autobusach oceniło pozytywnie odpowiednio **95%** i **96%** ankietowanych. Dla pozostałych aspektów odnotowano co najmniej po **90%** odpowiedzi *zdecydowanie dobrze* bądź *raczej dobrze*.

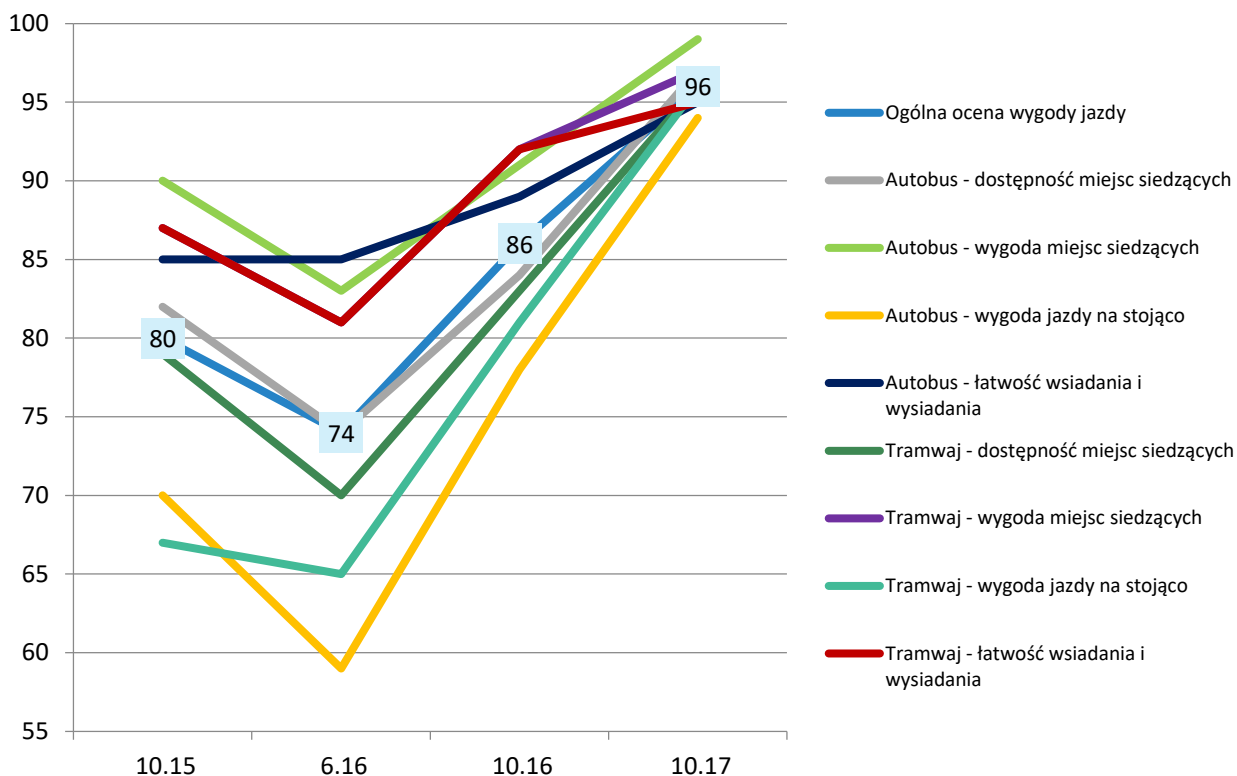
Ogólna ocena wygody jazdy ukształtowała się na poziomie 96 punktów. Wartość tego wskaźnika w porównaniu do poprzedniego badania wrosła o 10 punktów, co oznacza znaczną poprawę w tym zakresie. Na przestrzeni poszczególnych edycji badania wartość wskaźnika wrosła o 16 punktów. Analizując poszczególne zmienne składające się na wygodę jazdy, należy zauważyć, że na wzrost wartości omawianego wskaźnika wpływ miała poprawa zadowolenia z każdego z czterech aspektów.

Rysunek 38 Ocena wygody jazdy



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 39 Ocena wygody jazdy - wskaźniki



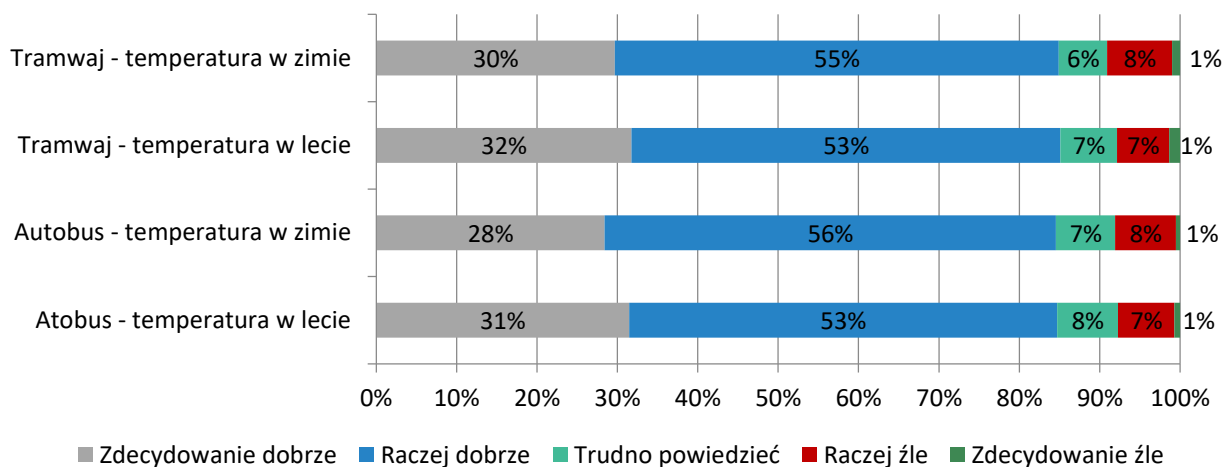
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.1.3. Ocena warunków grzewczych w pojazdach

Uczestnicy badania zostali poproszeni również o ocenę warunków grzewczych w pojazdach ZTM Poznań. Zdaniem respondentów temperatura w pojazdach, zarówno latem, jak i zimą dostosowana jest do potrzeb i oczekiwań pasażerów. Temperatura w tramwajach oceniona została pozytywnie przez **85%** badanych, natomiast w autobusach odsetek odpowiedzi pozytywnych ukształtował się na poziomie **84%**.

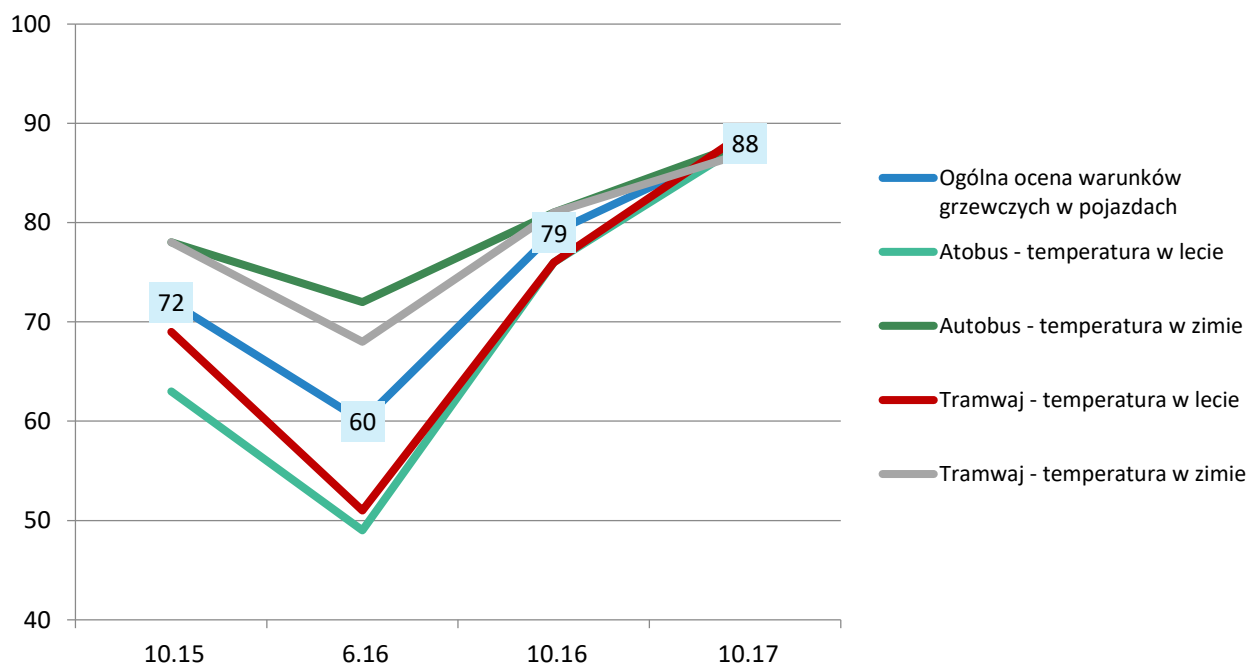
Wskaźnik ogólnej oceny warunków grzewczych w pojazdach wynosi 88 punktów, co stanowi wzrost względem roku ubiegłego o 9 punktów. Tak wysoki progres wskaźnika świadczy o dostosowaniu temperatury w pojazdach do warunków pogodowych.

Rysunek 40 Ocena warunków grzewczych w pojazdach



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 41 Ocena warunków grzewczych w pojazdach - wskaźniki



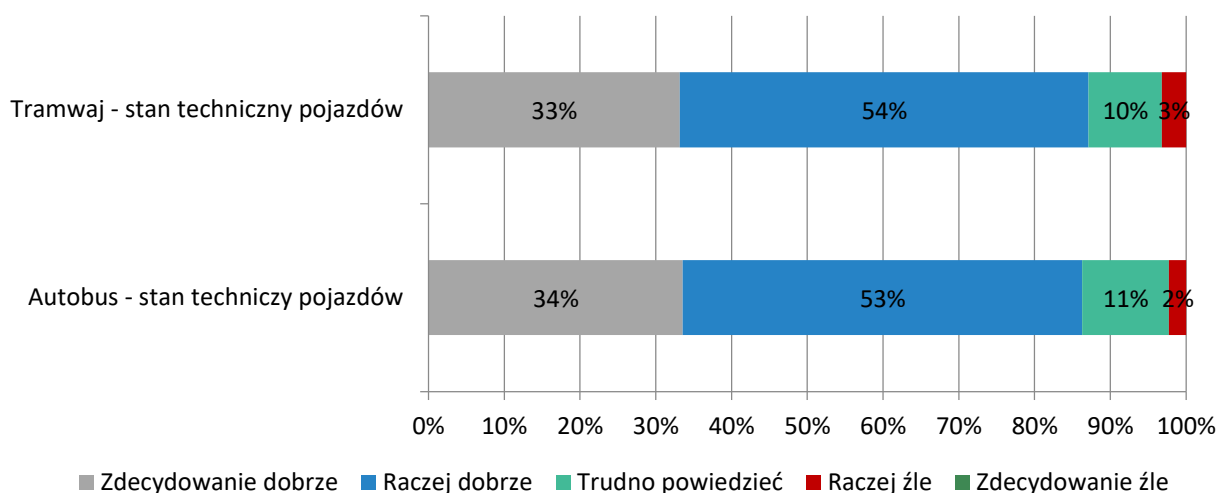
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.1.4. Ocena stanu technicznego pojazdów

Ogólna ocena stanu technicznego pojazdów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu ukształtowała się na poziomie 92 punktów. W porównaniu do badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku, wskaźnik satysfakcji wzrósł o 5 punktów.

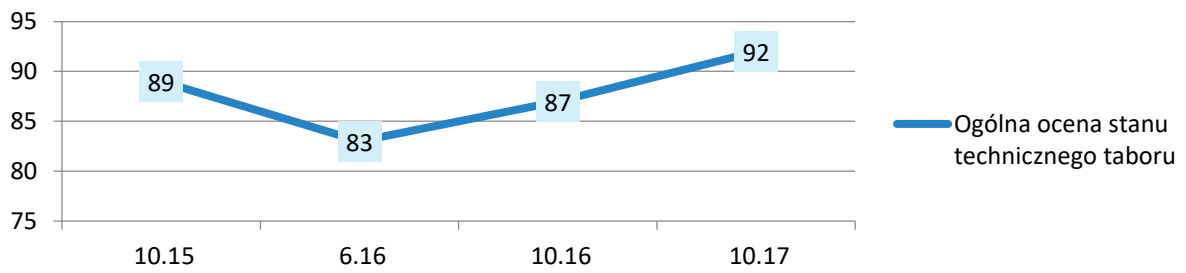
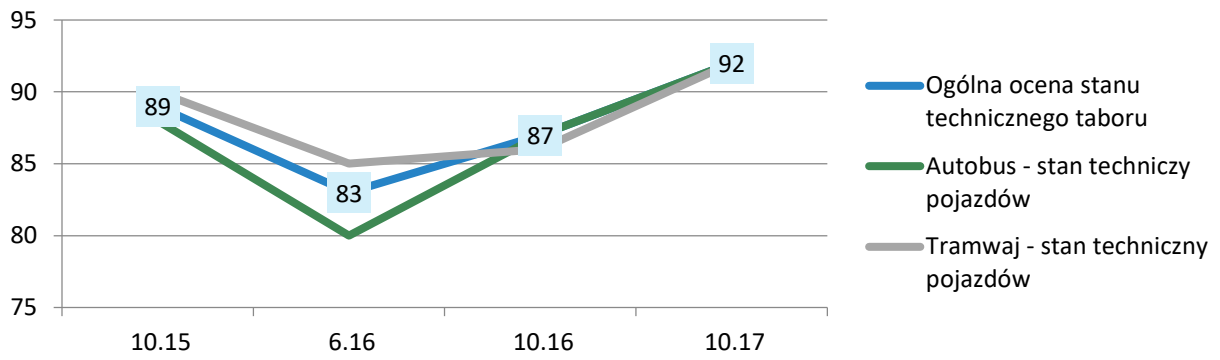
Stan techniczny pojazdów został pozytywnie oceniony przez zdecydowaną większość ankietowanych – zarówno w przypadku autobusów oraz tramwajów odsetek odpowiedzi pozytywnych wynosi **87%**.

Rysunek 42 Ocena stanu technicznego pojazdów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 43 Ocena stanu technicznego pojazdów – wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

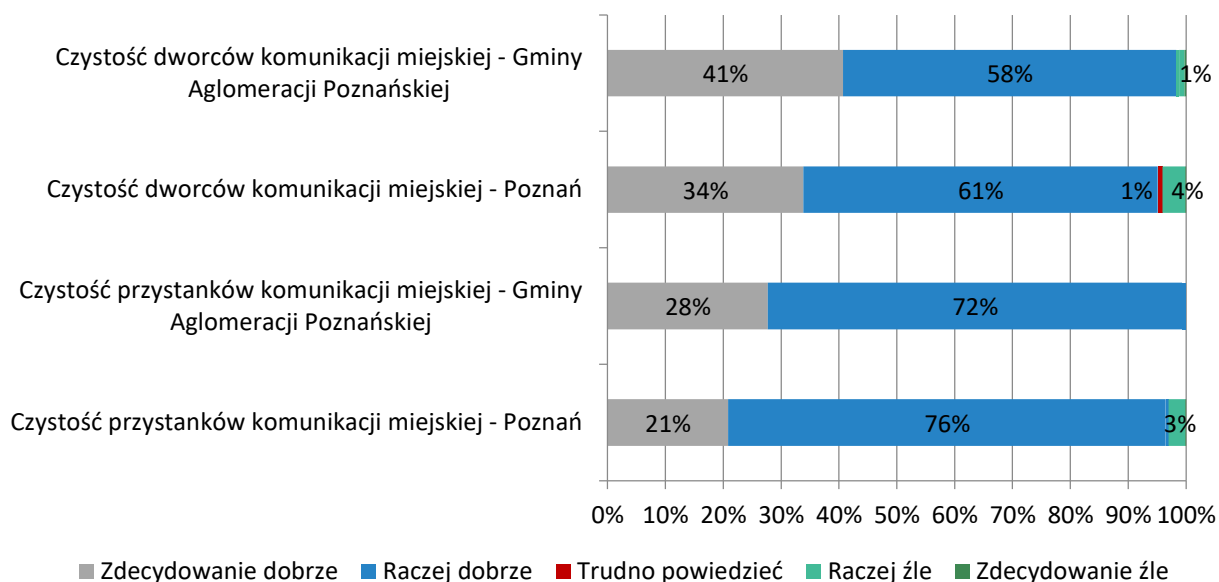
2.5.2. Infrastruktura przystankowa

2.5.2.1. Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej

W trakcie badania zapytano respondentów o czystość przystanków i dworców komunikacji miejskiej. Ocenie podlegały cztery aspekty: czystość dworców komunikacji miejskiej w gminach Aglomeracji Poznańskiej, czystość dworców komunikacji miejskiej w Poznaniu, czystość przystanków w gminach Aglomeracji Poznańskiej oraz czystość przystanków w Poznaniu. Każdy z nich uzyskał bardzo wysokie wyniki kształtujące się na poziomie minimum 95% opinii pozytywnych, aczkolwiek największy odsetek odpowiedzi negatywnych odnotowano w przypadku czystości dworców w Poznaniu (4%).

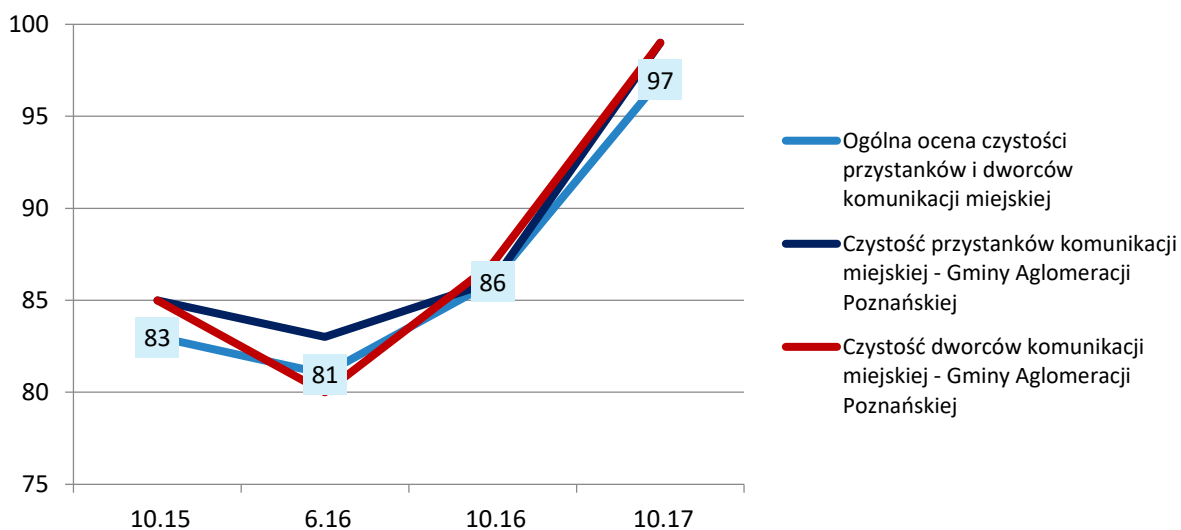
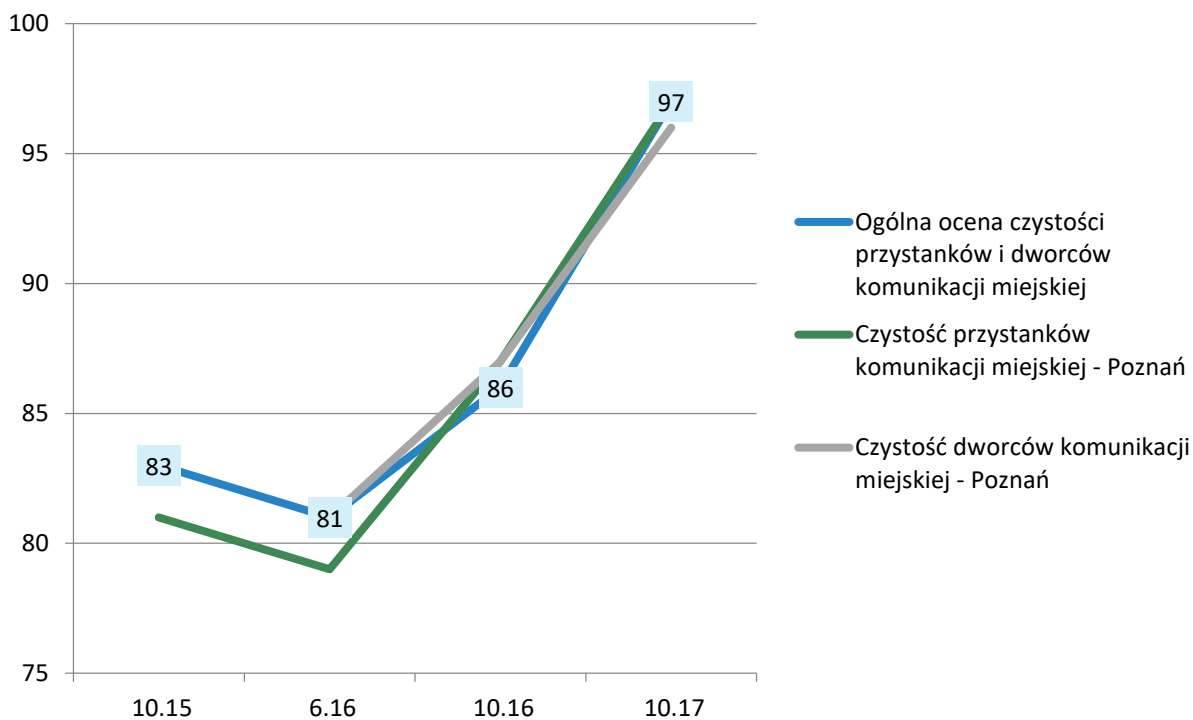
Ogólna ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej ukształtowała się na poziomie 97 punktów. Wartość analizowanego wskaźnika, w porównaniu do badania zrealizowanego w październiku 2016 r. wzrosła o 11 punktów. Analizując poszczególne zmienne składające się na ocenę czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej, należy zauważyć, że na zaobserwowaną poprawę miał wpływ wzrost satysfakcji z każdego z analizowanych aspektów.

Rysunek 44 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 45 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej – wskaźniki



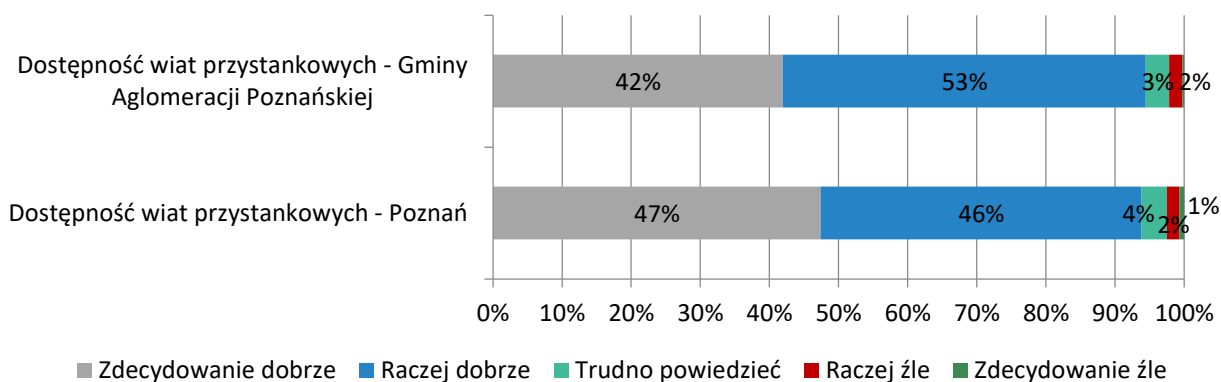
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.2.2. Ocena dostępności wiat przystankowych

Uczestnicy badania poproszeni zostali również o ocenę dostępności wiat przystankowych. Dostępność wiat przystankowych w Poznaniu i na terenie Gmin Aglomeracji Poznańskiej została oceniona bardzo wysoko – kolejno **93%** i **95%** pozytywnych odpowiedzi.

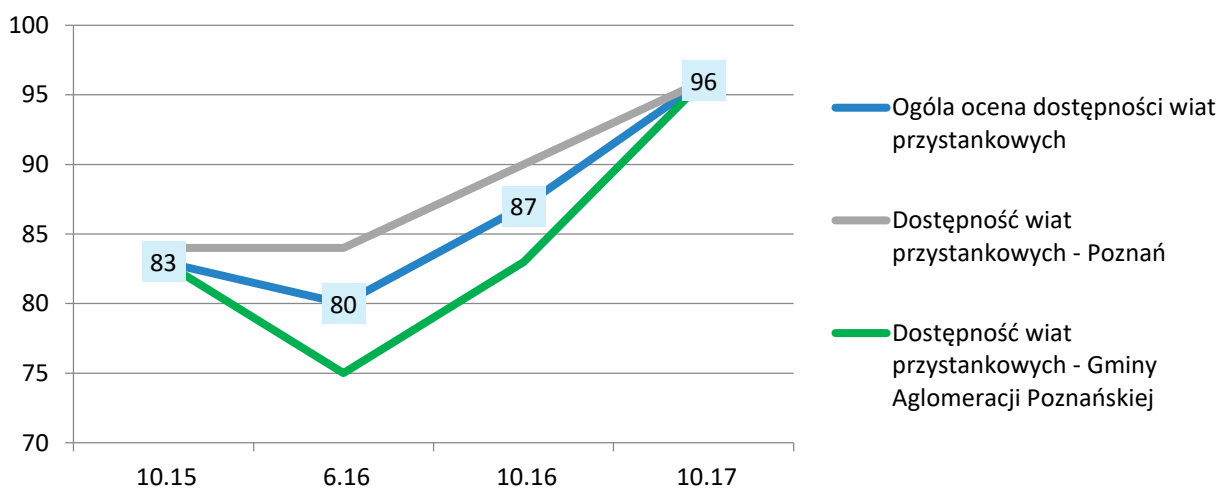
Wskaźnik ogólnej oceny dostępności wiat przystankowych wynosi 96 punktów i w stosunku do roku ubiegłego wzrósł o 9 punktów. Na przestrzeni lat 2015 – 2016 wskaźnik ten wzrósł o 13 punktów procentowych, co świadczy o sukcesywnym zwiększaniu liczby wiat przystankowych na analizowanym obszarze.

Rysunek 46 Ocena dostępności wiat przystankowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 47 Ocena dostępności wiat przystankowych - wskaźniki



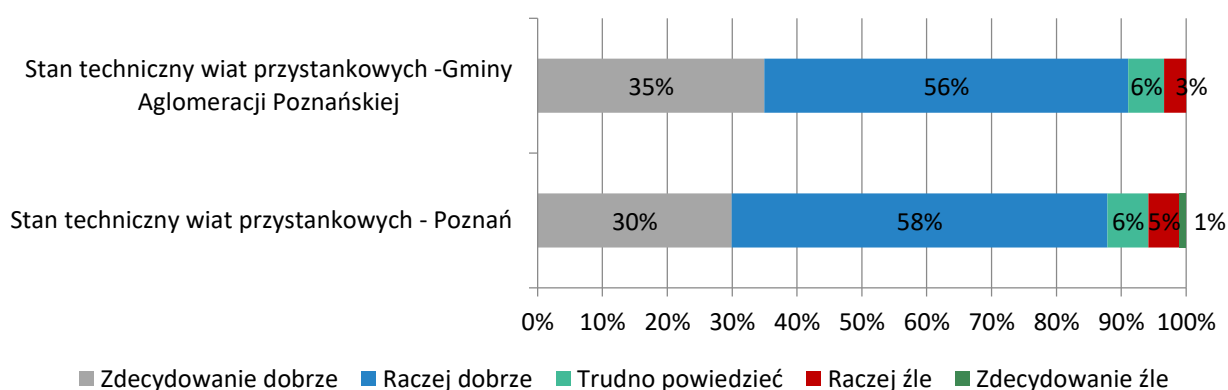
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.2.3. Ocena stanu technicznego wiat przystankowych

Z kolei stan techniczny wiat przystankowych w Poznaniu i na obszarze Gmin Aglomeracji Poznańskiej oceniony został pozytywnie kolejno przez **88%** i **91%** ankietowanych.

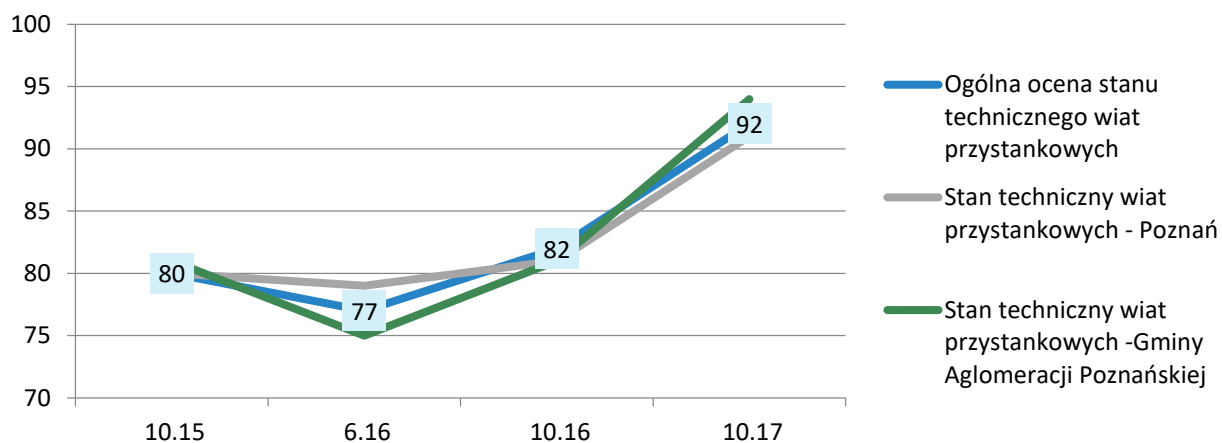
Ogólna ocena stanu technicznego wiat przystankowych ukształtowała się na poziomie 92 punktów, co stanowi wzrost względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku o 10 punktów. Analogicznie do dostępności wiat, w ciągu kolejnych edycji badania satysfakcji klientów ZTM, wzrasta poziom zadowolenia respondentów z ich stanu technicznego (wzrost o 12 punktów od października 2015 r.).

Rysunek 48 Ocena stanu technicznego wiat przystankowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 49 Ocena stanu technicznego wiat przystankowych - wskaźniki



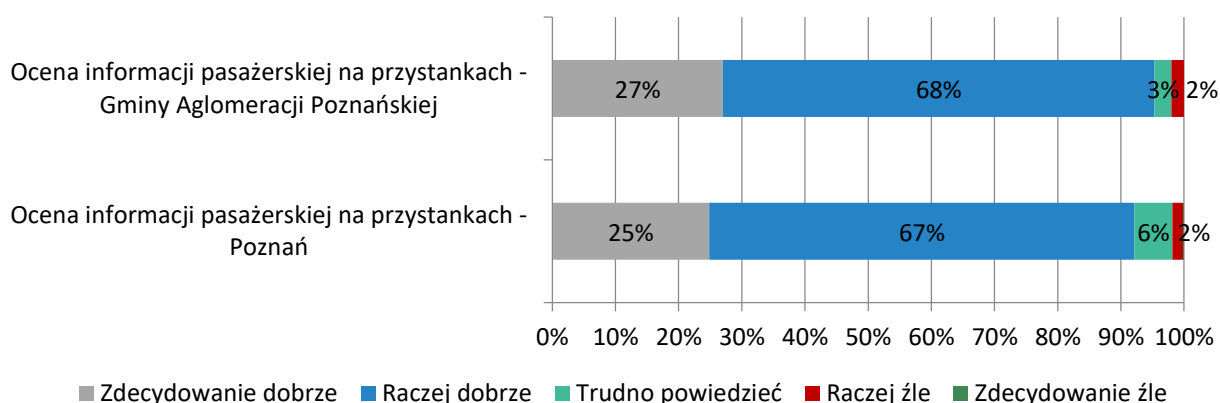
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.2.4. Ocena informacji pasażerskiej na przystankach

Również w przypadku zadowolenia z informacji pasażerskiej na przystankach ocenie podlegały dwa aspekty: informacja pasażerska na przystankach w gminach Aglomeracji Poznańskiej oraz informacja pasażerska na przystankach w Poznaniu. Informację pasażerską na przystankach w Poznaniu oceniono nieco niżej niż informację pasażerską na przystankach gmin Aglomeracji Poznańskiej. Uzyskała ona mniej opinii pozytywnych (92% w stosunku do 95%) oraz więcej opinii negatywnych (9% wobec 6%).

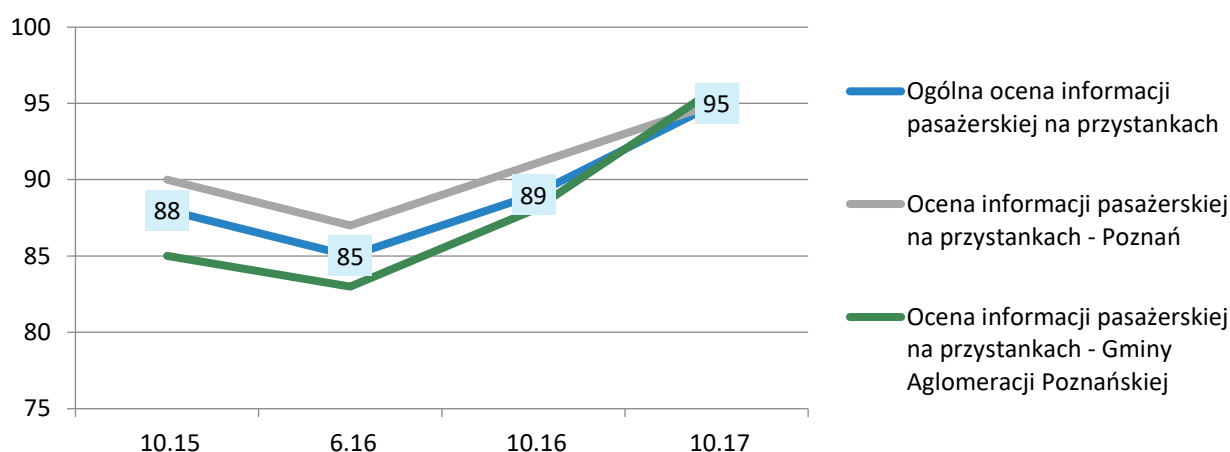
Ogólna ocena informacji pasażerskiej na przystankach ukształtowała się na poziomie 95 punktów. Wartość tego wskaźnika w porównaniu do badania zrealizowanego w październiku 2016 r. wzrosła o 6 punktów. Poprawa nastąpiła zarówno jeżeli chodzi o ocenę informacji na przystankach w Poznaniu, jak i innych gminach.

Rysunek 50 Ocena informacji pasażerskiej na przystankach



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 51 Ocena informacji pasażerskiej na przystankach - wskaźniki

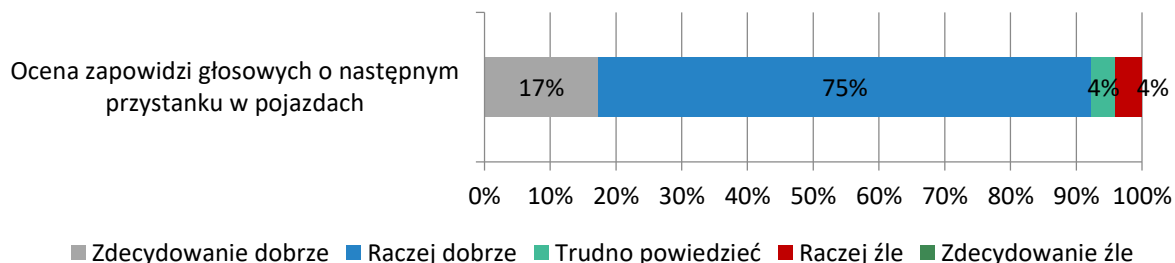


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Uczestnicy badania poproszeni zostali również o ocenę zapowiedzi głosowych o następnym przystanku w pojazdach. Zdecydowana większość respondentów wysoko oceniła zapowiedzi

(92% odpowiedzi pozytywnych), przy zaledwie 4% odpowiedzi świadczących o ich negatywnej ocenie.

Rysunek 52 Ocena zapowiedzi głosowych o następnym przystanku w pojazdach



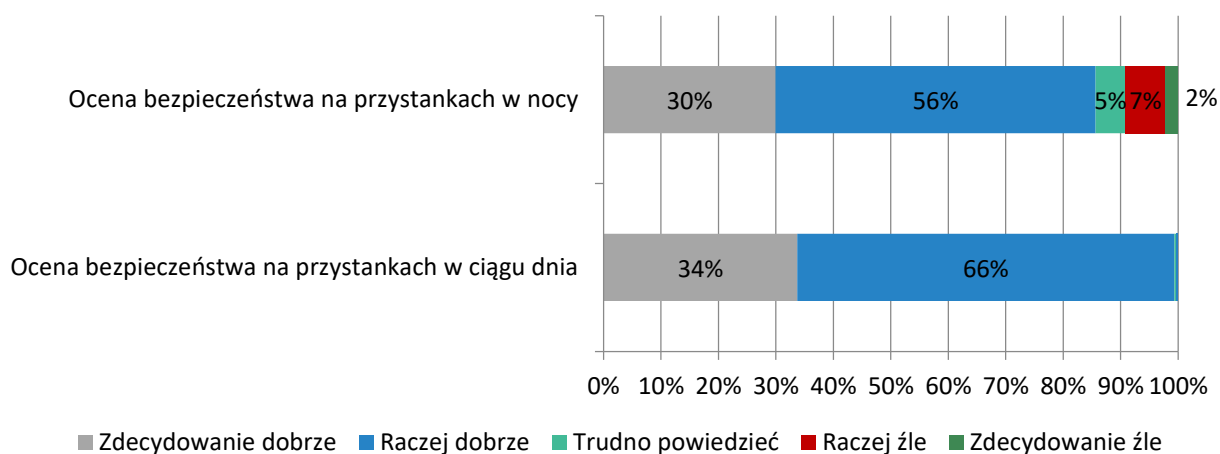
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.2.5. Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej

Bezpieczeństwo na przystankach ocenione zostało przez pryzmat poziomu poczucia bezpieczeństwa w ciągu dnia oraz w nocy. Uczestnicy badania zdecydowanie wyżej ocenili bezpieczeństwo na przystankach w ciągu dnia (100% odpowiedzi świadczących o wysokim poziomie poczucia bezpieczeństwa), w stosunku do 86% odpowiedzi pozytywnych odnoszących się do bezpieczeństwa na przystankach w nocy.

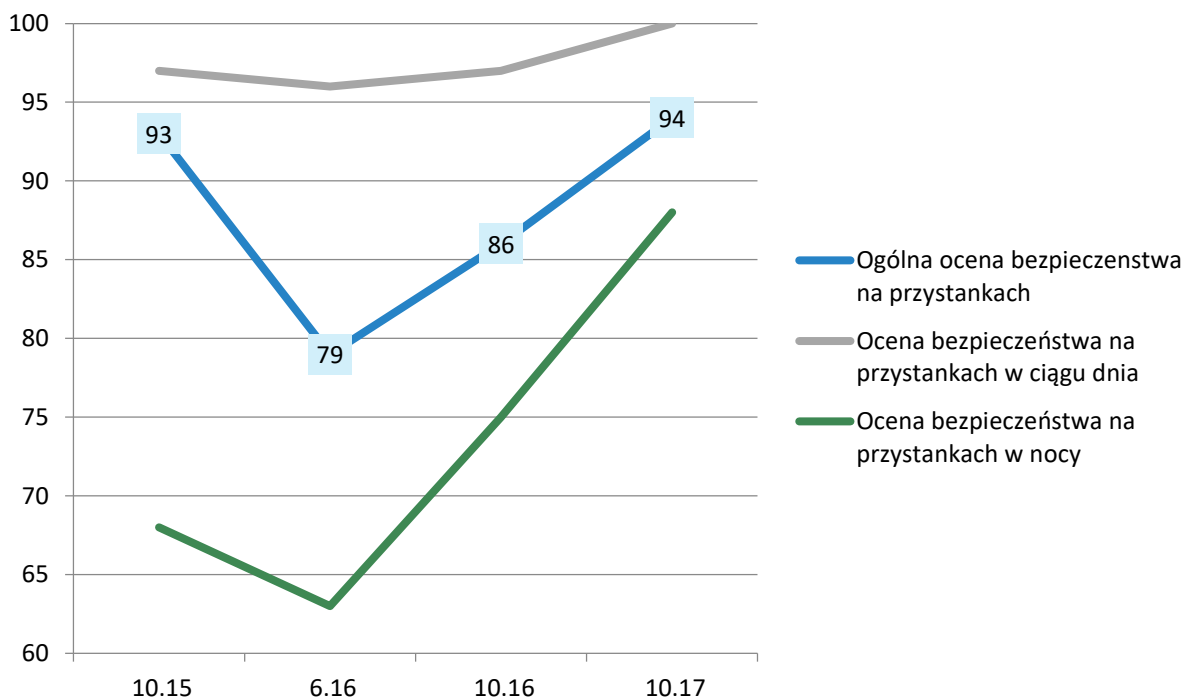
Ogólny wskaźnik obrazujący ocenę bezpieczeństwa na przystankach kształtuje się na poziomie 94 punktów. W porównaniu do badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku wzrósł o 8 punktów. Warto zwrócić uwagę na wzrost poczucia bezpieczeństwa zarówno w ciągu dnia, jak również w nocy.

Rysunek 53 Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 54 Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

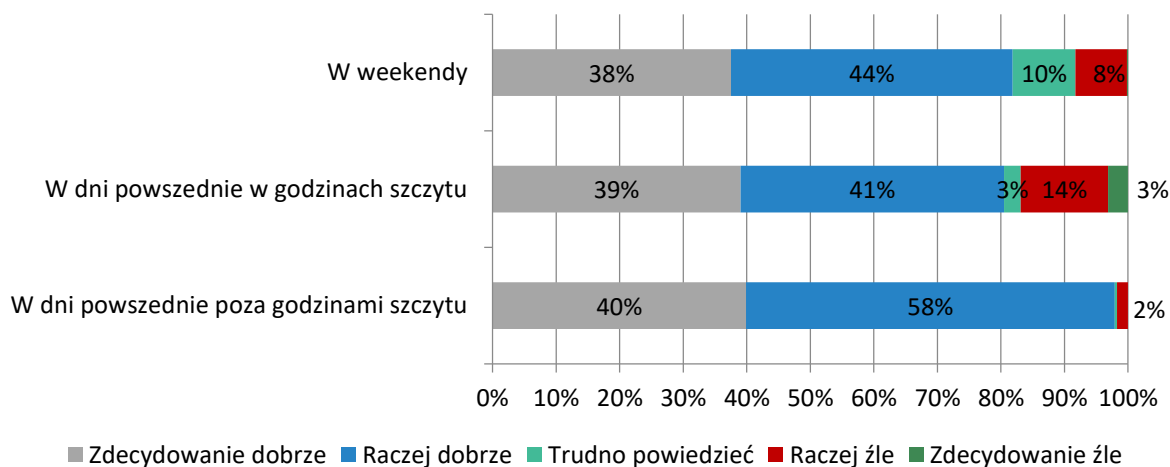
2.5.3. Warunki komunikacyjne

2.5.3.1. Ocena punktualności autobusów

Respondenci oceniali punktualność autobusów w weekendy, w dni powszednie w godzinach szczytu oraz w dni powszednie poza godzinami szczytu. Punktualność autobusów w dni powszednie w godzinach szczytu, oceniana została najniżej – wskaźnik odpowiedzi świadczących o punktualności kształtuje się na poziomie **80%**, jednakże w stosunku do badania przeprowadzonego w roku ubiegłym wzrósł aż o 14 pp.

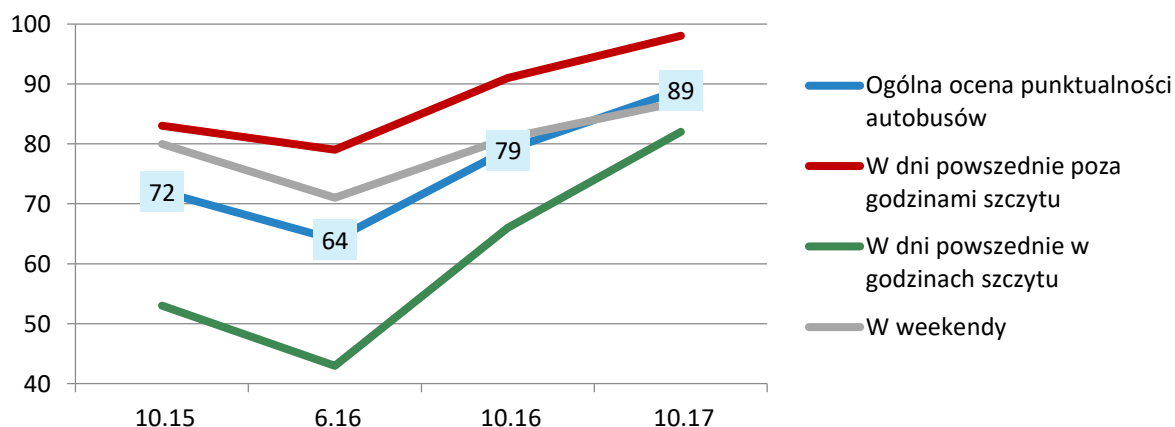
Ogólna ocena punktualności autobusów wzrosła o 10 pkt. procentowych z **79%** w październiku 2016r. do **89%** w analogicznym miesiącu 2017r..

Rysunek 55 Ocena punktualności autobusów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 56 Ocena punktualności autobusów - wskaźniki



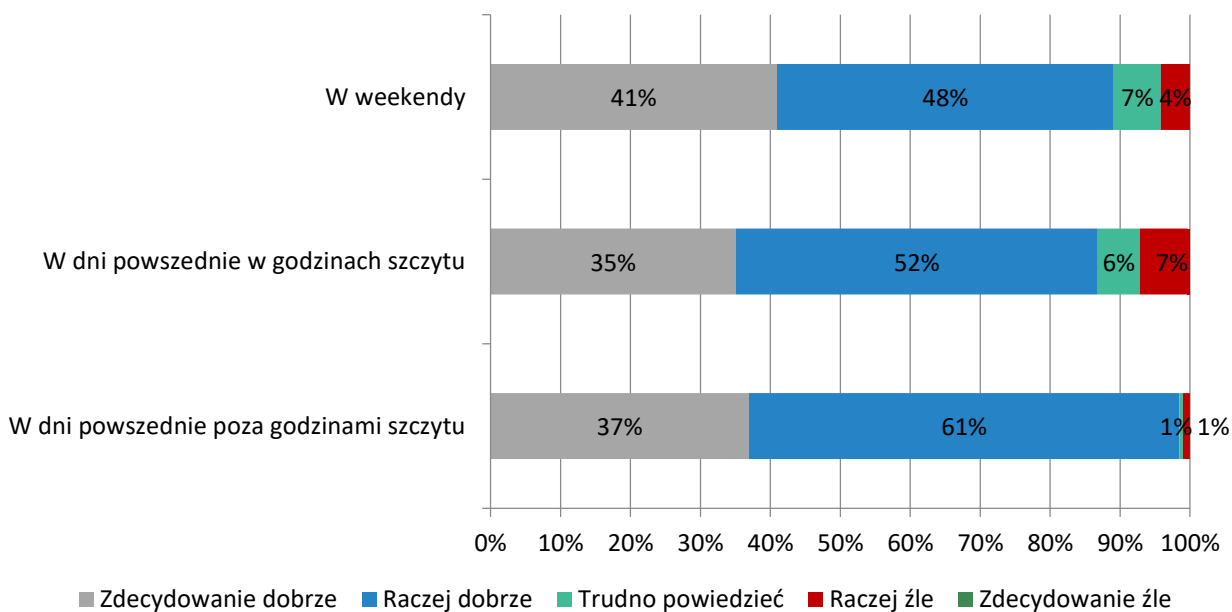
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.2. Ocena punktualności tramwajów

Analogiczne pytanie, skierowane do uczestników badania, dotyczyło punktualności tramwajów. Ponownie analizie poddane zostały odpowiedzi świadczące o punktualności w weekendy, w dni powszednie w godzinach szczytu oraz w dni powszednie poza godzinami szczytu. W przypadku tramwajów również najniżej oceniona została punktualność pojazdów w dni powszednie w godzinach szczytu (**87%** odpowiedzi świadczących o punktualności, przy **89%** w weekendy oraz **98%** w dni powszednie poza godzinami szczytu).

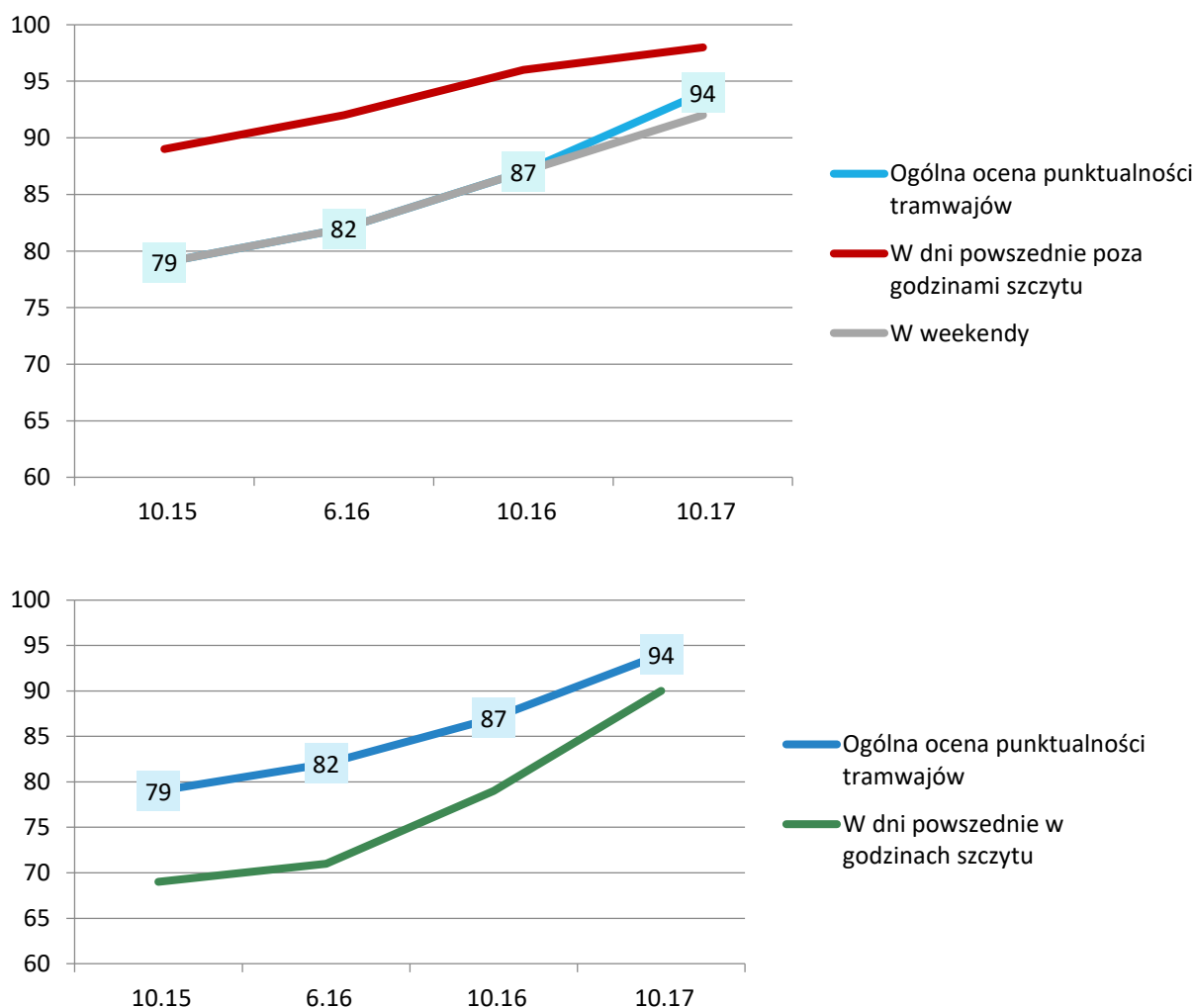
Wskaźnik ogólnej oceny punktualności tramwajów wynosi 94, co stanowi wzrost o 7 punktów. W ciągu kolejnych edycji badania satysfakcji klientów ZTM wskaźnik oceny punktualności wzrósł o 15 punktów, co obrazuje regularny progres związany z dotrzymywaniem rozkładowych czasów przyjazdu i odjazdu tramwajów.

Rysunek 57 Ocena punktualności tramwajów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 58 Ocena punktualności tramwajów – wskaźniki



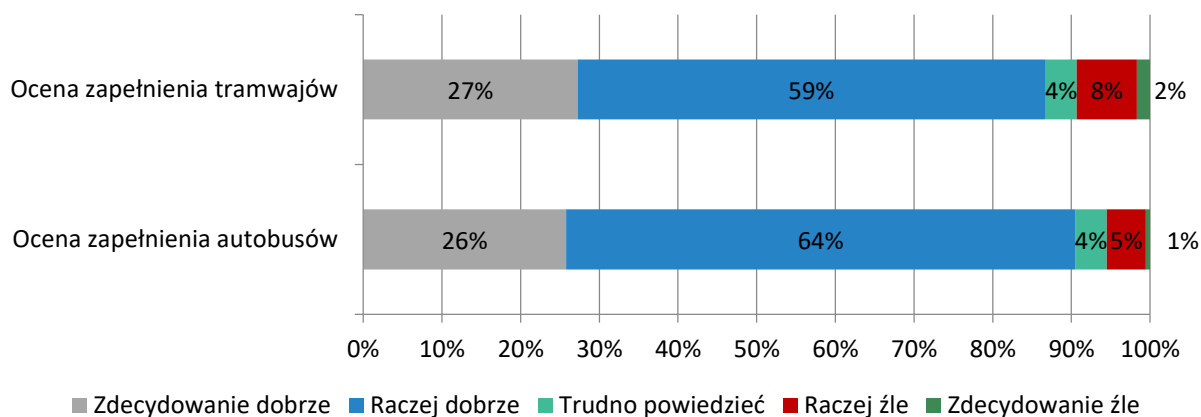
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.3. Ocena zapełnienia pojazdów

Osoby ankietowane poproszone zostały również o ocenę komfortu podróży w kontekście zapełnienia pojazdów na liniach organizowanych przez Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu. Wyższy wskaźnik odpowiedzi pozytywnych charakteryzował zapełnienie autobusów – 90%, natomiast ocena standardu podróży tramwajami pod kątem ich zapełnienia osiągnęła 88% wskaźnik pozytywnych..

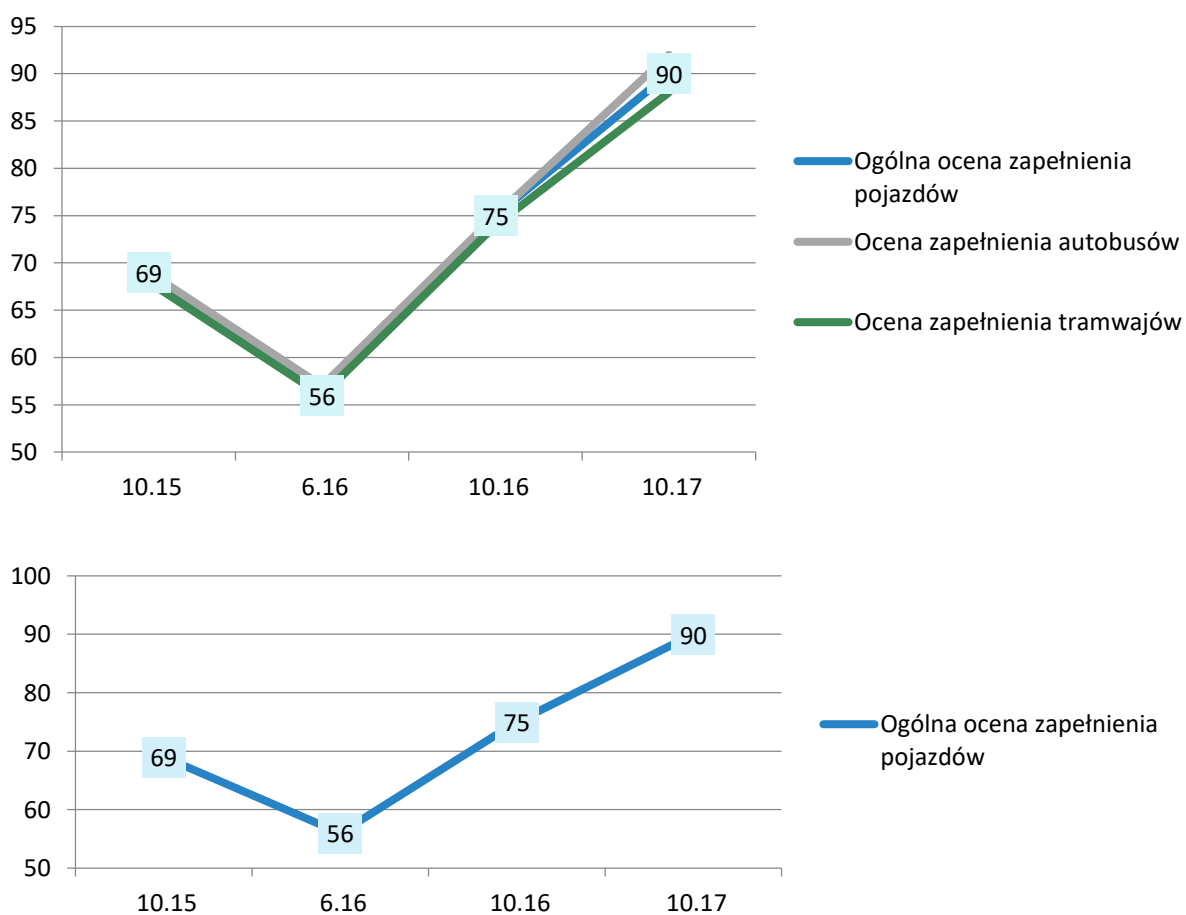
Ogólny wskaźnik oceny komfortu podróży w kontekście zapełnienia pojazdów ukształtował się na poziomie 90 punktów. W stosunku do badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku wzrósł aż o 15 punktów, co może wskazywać pozytywny efekt inwestowania w tabor oraz dostosowanie połączeń i rozkładów jazdy do potrzeb i oczekiwań pasażerów.

Rysunek 59 Ocena zapełnienia pojazdów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 60 Ocena zapełnienia pojazdów – wskaźniki

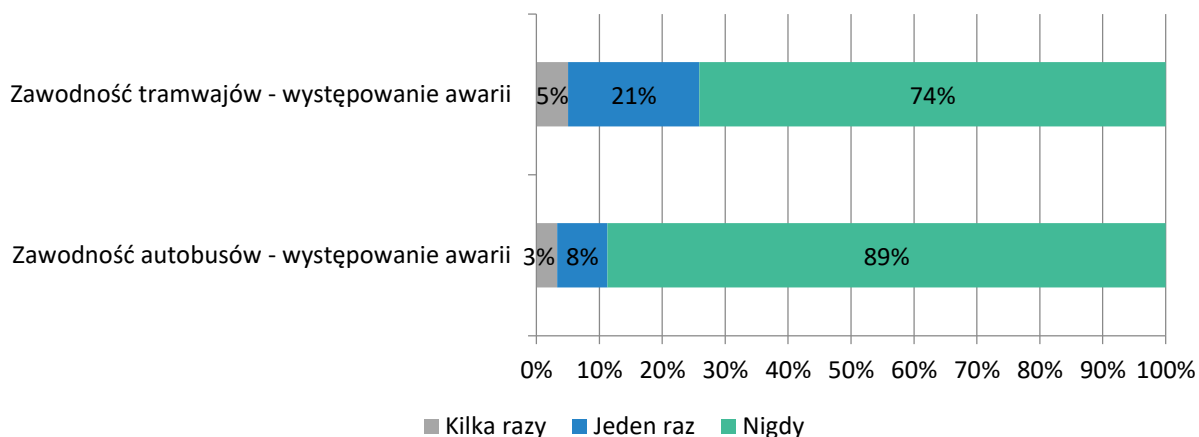


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.4. Ocena zawodności pojazdów

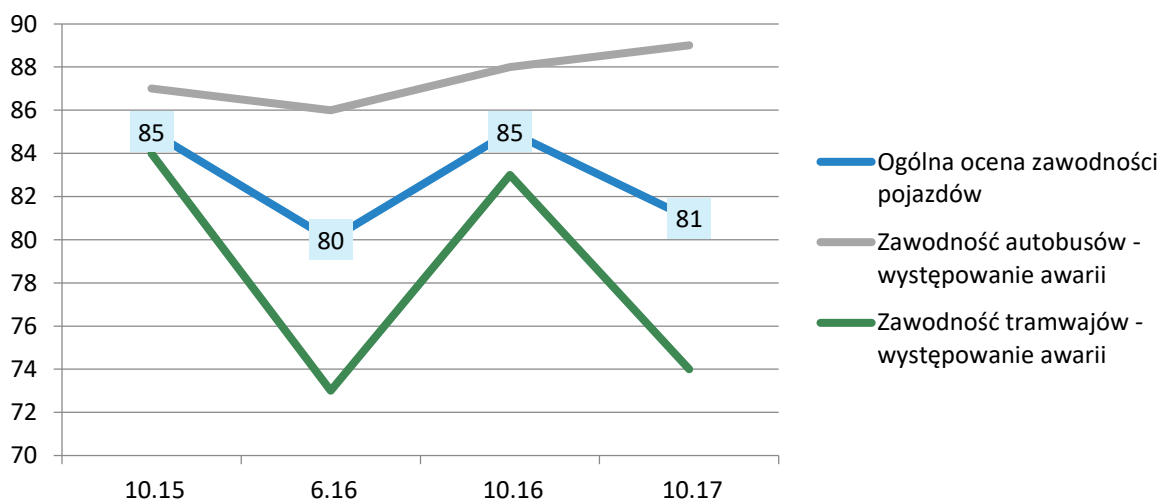
Uczestnicy badania ankietowego PAPI poproszeni zostali o wskazanie, czy podczas podróży, spotkali się z występowaniem awarii autobusów i tramwajów. Zdecydowanie większy odsetek respondentów wskazał na doświadczenia związane z zawodnością tramwajów – **26%**, przy **10%** wskazań na rzecz autobusów.

Rysunek 61 Ocena zawodności pojazdów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 62 Ocena zawodności pojazdów - wskaźniki



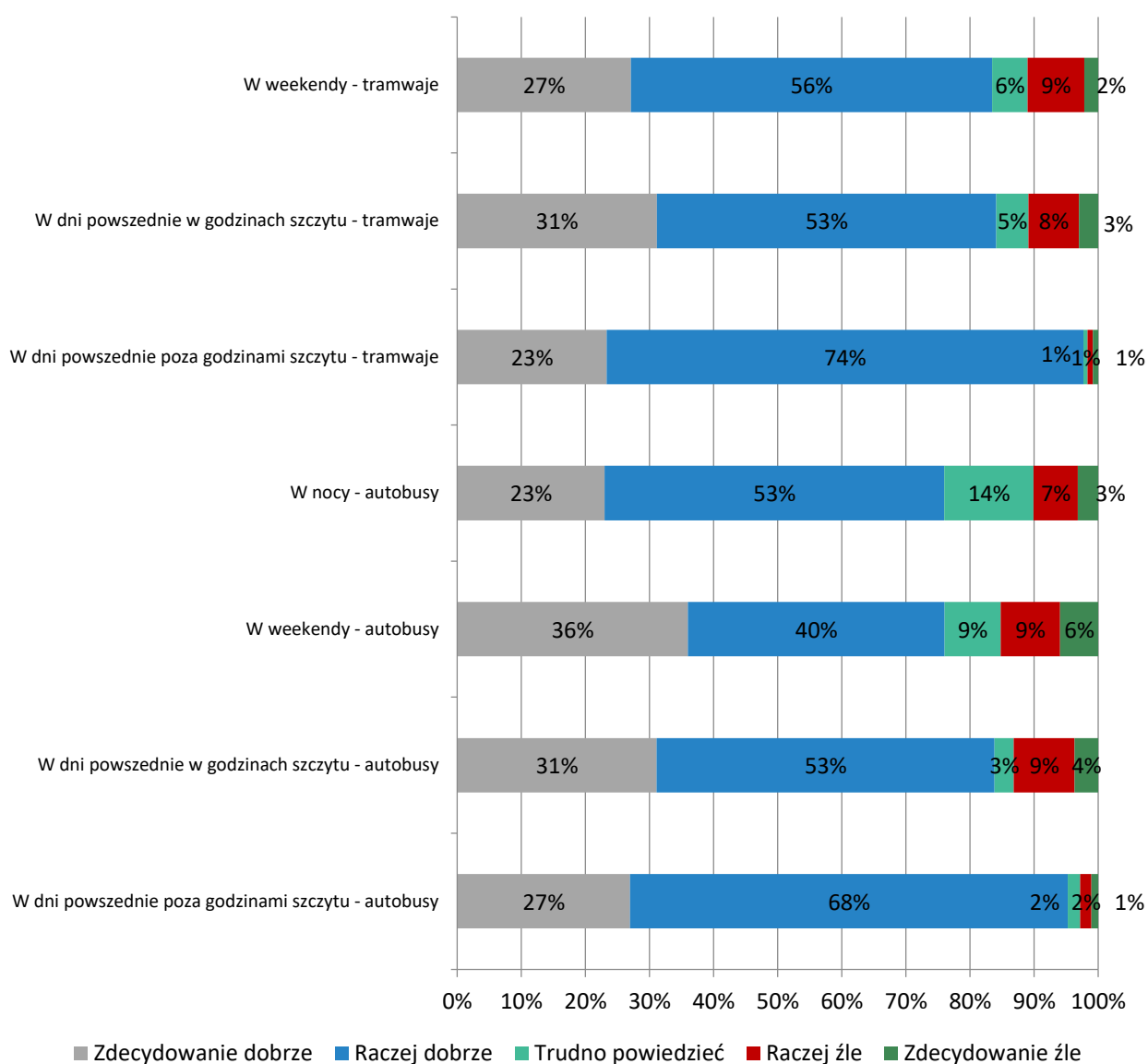
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.5. Ocena częstotliwości kursowania

Analizując zadowolenie respondentów z częstotliwości kursowania pojazdów komunikacji publicznej, można zaobserwować wzrost wartości wszystkich badanych aspektów. Poprawa spowodowała, że ogólna wartość wskaźnika satysfakcji z częstotliwości kursowania wyniosła 88 punktów, o 8 więcej niż w badaniu zrealizowanym w roku ubiegłym.

Najwyżej ocenianymi zagadnieniami są częstotliwość kursowania tramwajów i autobusów w dni powszednie poza godzinami szczytu (odpowiednio 97% i 95% pozytywnych odpowiedzi). Najniższe noty przyznano z kolei częstotliwości kursowania autobusów w nocy i w weekendy, (po 76%).

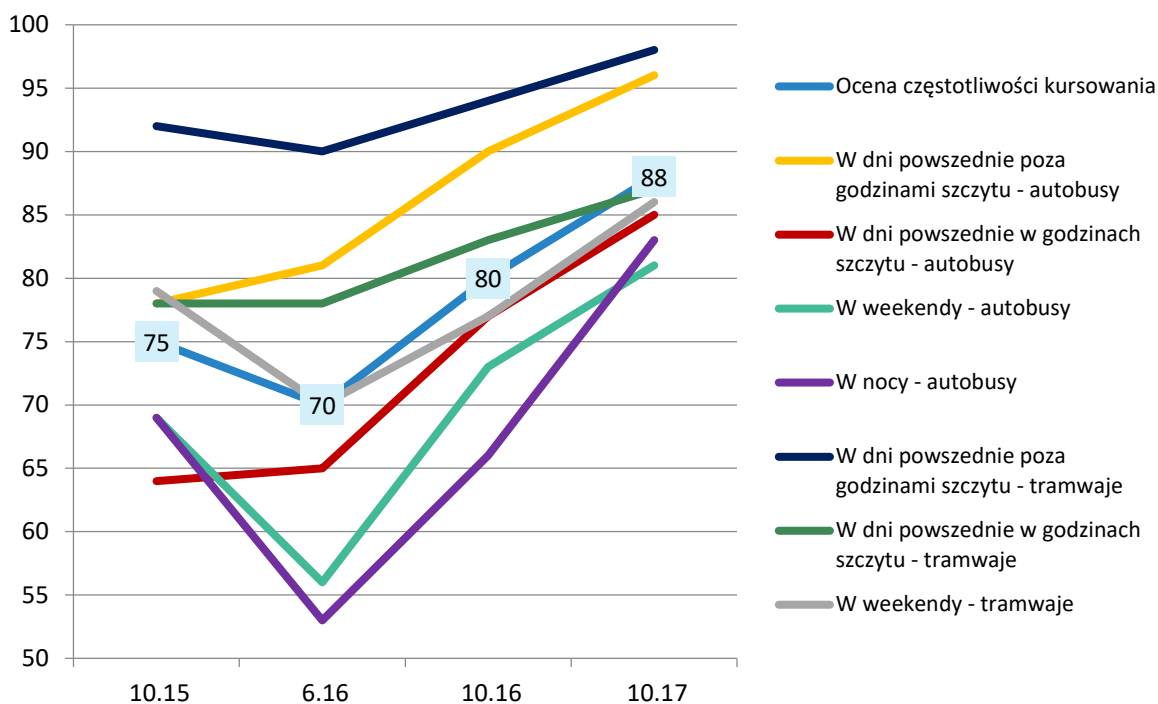
Rysunek 63 Ocena częstotliwości kursowania



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 64 Ocena częstotliwości kursowania - wskaźniki

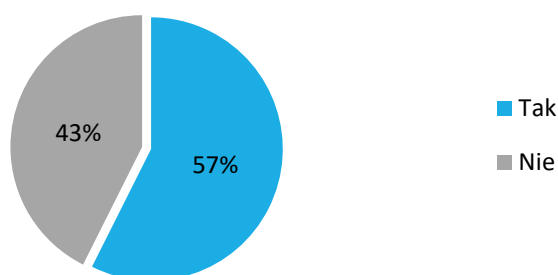


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.6. Ocena układu komunikacyjnego

Ponad połowa (57%) uczestniczących w badaniu pasażerów ZTM przesiada się w trakcie swojej codziennej podróży.

Rysunek 65 Przesiadanie się w trakcie podróży

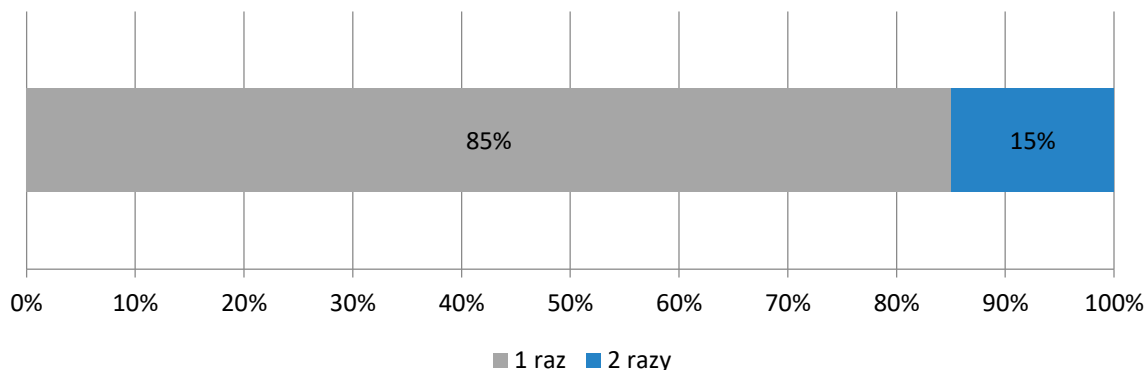


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Wśród ankietowanych przesiadających się podczas podróży zdecydowaną większość stanowią osoby przesiadające się raz (85%). 15% respondentów przesiada się dwukrotnie, natomiast żaden z uczestników badania nie przesiada się więcej niż dwa razy podczas jednej podróży.



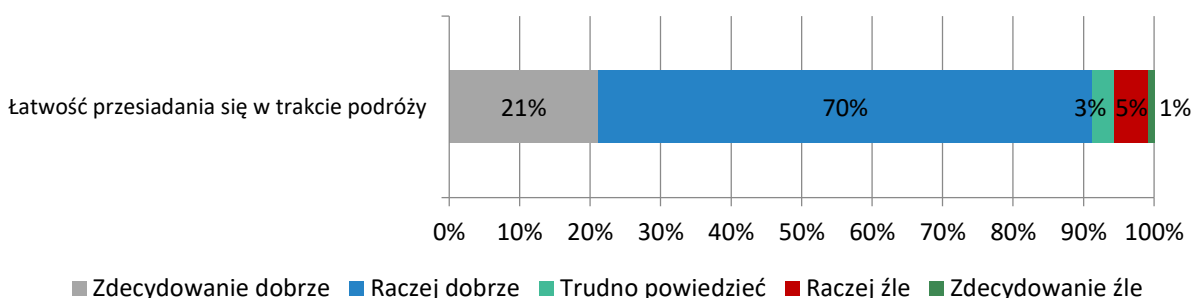
Rysunek 66 Liczba przesiadek podczas podróży



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Ocenę układu komunikacyjnego ukazuje wskaźnik odnoszący się do łatwości przesiadania się w trakcie podróży. Zdecydowana większość respondentów pozytywnie ocenia łatwość przesiadania się w trakcie podróży na analizowanym obszarze (91% odpowiedzi pozytywnych, przy 6% wskazań odpowiedzi: zdecydowanie źle i raczej źle).

Rysunek 67 Ocena układu komunikacyjnego



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.3.7. Ocena cen biletów

Podobnie jak w przypadku badania satysfakcji klientów ZTM zrealizowanego w październiku 2016 roku, tak i w 2017 roku zdecydowanie najniżej oceniony został aspekt cen biletów.

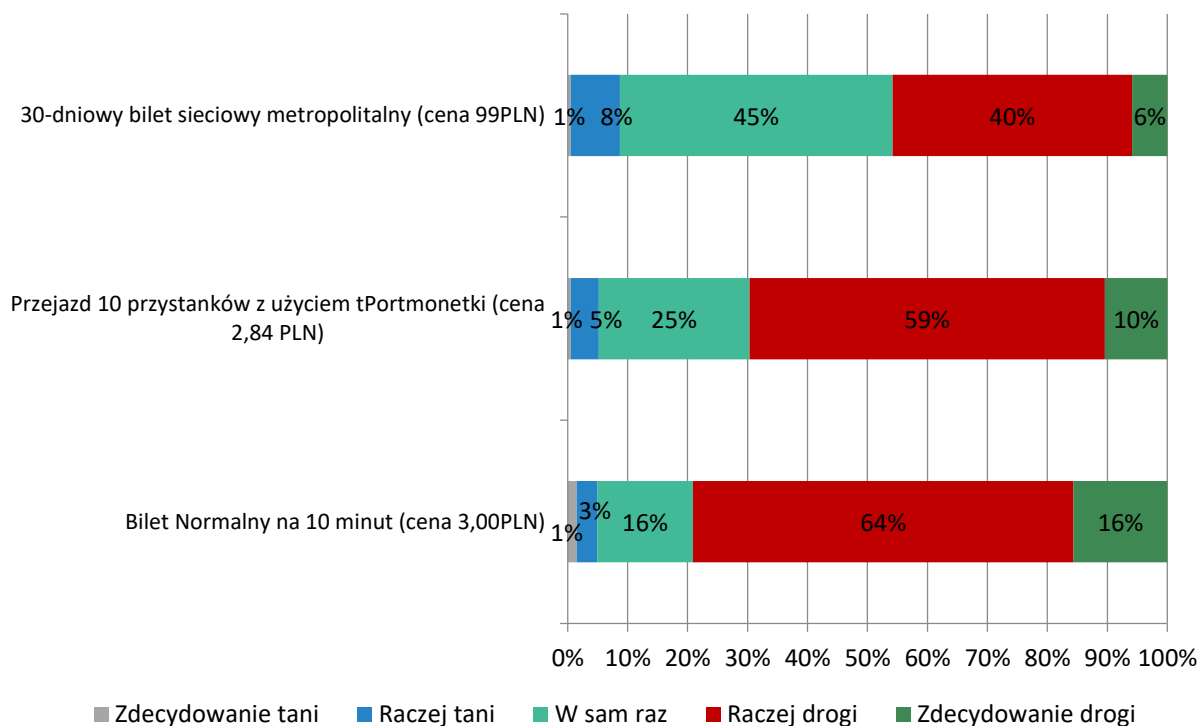
W dodatku ogólny wskaźnik satysfakcji spadł w tym przypadku o 12 punktów, osiągając tym samym poziom 20 punktów (32 w październiku 2016 r.). Ponadto wskaźniki obrazujące niezadowolenie osób ankietowanych w 2017 r. dotyczą wszystkich analizowanych biletów (bilet normalny na 10 minut, przejazd 10 przystanków z użyciem tPortmonetki, 30-dniowy bilet sieciowy metropolitalny na strefę A).

Najniższy wskaźnik satysfakcji odnotowano w przypadku biletu normalnego na 10 minut (80 % wskazań odpowiedzi świadczących o zbyt wysokiej cenie biletu), przejazd 10 przystanków



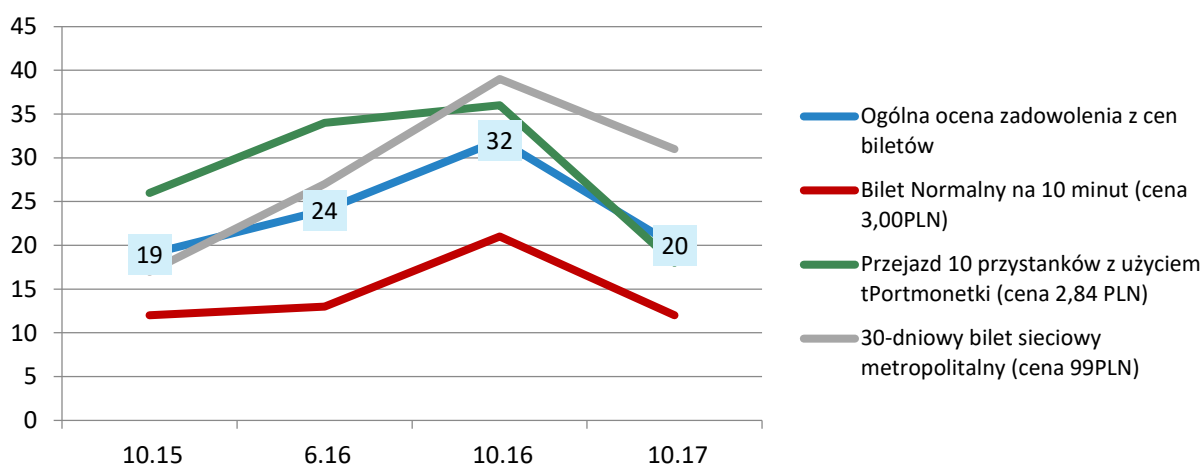
opłacany z tPortmonetki na karcie PEKA jest zbyt drogi zdaniem **70%** respondentów, natomiast bilet 30-dniowy sieciowy metropolitalny – zdaniem **46%** badanych.

Rysunek 68 Ocena cen biletów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 69 Ocena cen biletów - wskaźniki



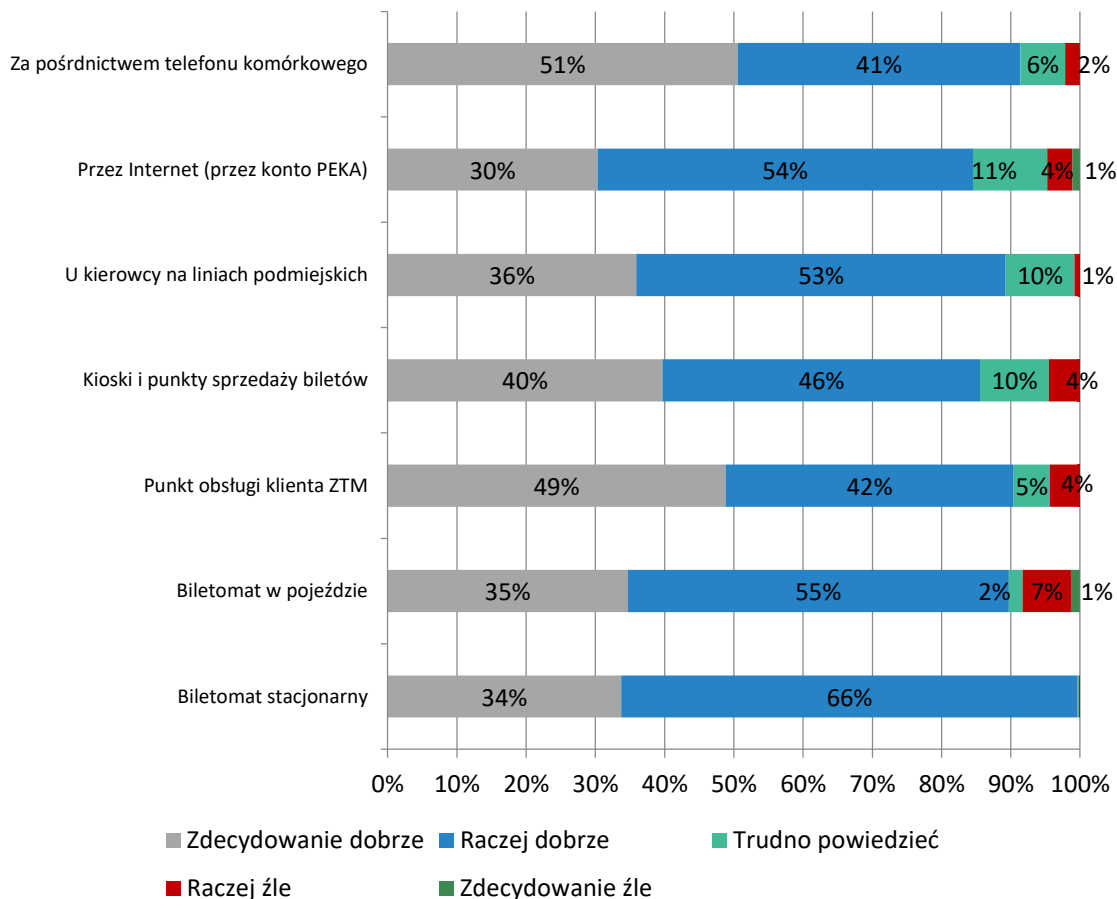
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Pasażerowie ZTM uczestniczący wysoko oceniają wszystkie dostępne kanały sprzedaży biletów (powyżej **84%** pozytywnych odpowiedzi). Najlepszą oceną cechują się biletomaty stacjonarne



(100%) oraz zakup biletów za pośrednictwem telefonu komórkowego (92%). Z kolei respondenci najniżej ocenili biletomaty w pojeździe (8% odpowiedzi negatywnych).

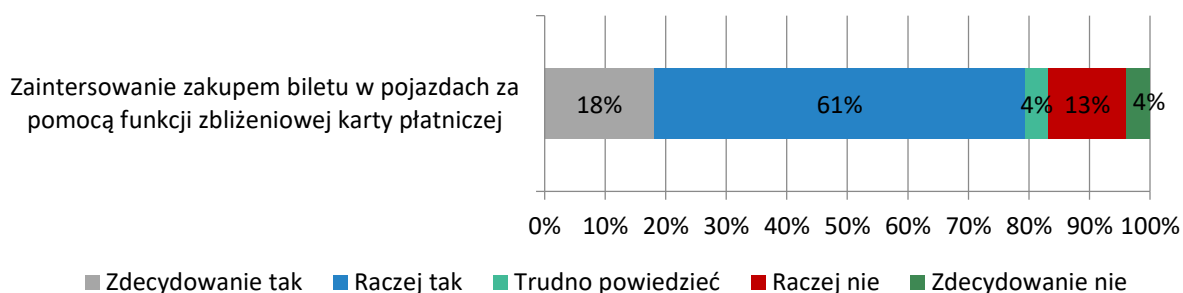
Rysunek 70 Ocena kanałów sprzedaży biletów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Uczestnicy badania zapytani zostali również o zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej. Zdecydowana większość (79%) ankietowanych udzieliło odpowiedzi potwierdzającej zainteresowanie.

Rysunek 71 Zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

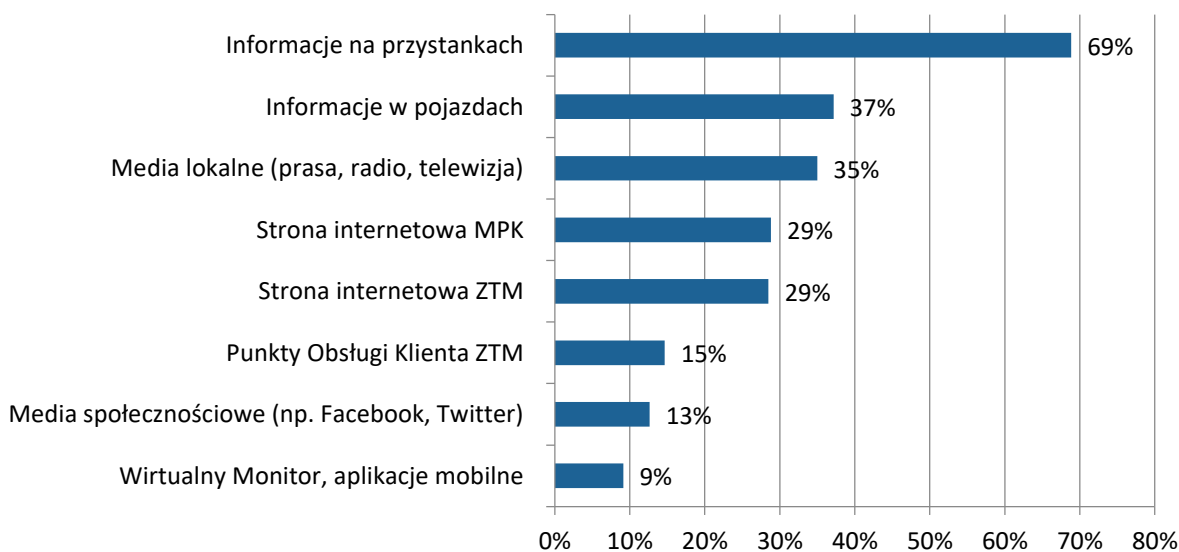


2.5.4. Informacja pasażerska

2.5.4.1. Źródła informacji dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego

Uczestnicy badania ankietowego zapytani zostali o źródła pozyskiwania informacji dotyczących korzystania ze środków transportu publicznego. Blisko **70%** respondentów wskazało *informacje na przystankach*, jako źródło wiedzy na temat korzystania ze środków transportu publicznego. Ponad jedna trzecia (kolejno **37%** i **35%**) ankietowanych wskazało informacje umieszczone bezpośrednio w pojazdach oraz w mediach lokalnych. **29%** uczestników badania pozyskuje informacje poprzez strony internetowe MPK i ZTM, natomiast ponad jedna dziesiąta badanych w Punktach Obsługi Klienta ZTM (**15%**) oraz mediów społecznościowych (**13%**). Najmniejszy wskaźnik odpowiedzi charakteryzował Wirtualny Monitor, aplikacje mobilne, które jako źródło pozyskiwania informacji wskazało mniej niż **10%** respondentów.

Rysunek 72 Źródła informacji dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego



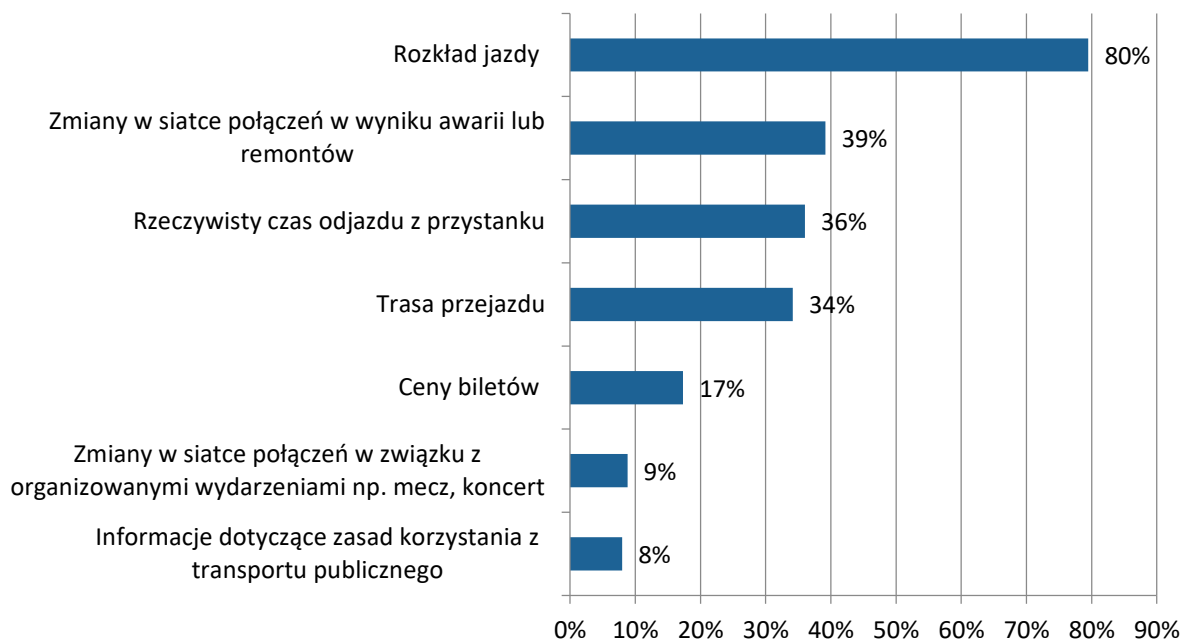
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

W celu profilowania pozyskiwanych informacji uczestnicy badania zapytani zostali o celowość poszukiwania informacji odnośnie do korzystania ze środków transportu publicznego.

Największy odsetek (**80%**) respondentów poszukuje rozkładów jazdy. Niższą wartością wskaźnika charakteryzują się takie informacje jak: zmiany w siatce połączeń w wyniku awarii lub remontów (**39%**), rzeczywisty czas odjazdu z przystanku (**36%**), trasa przejazdu (**34%**), ceny biletów (**17%**). Natomiast blisko co dziesiąty uczestnik badania wskazał zmiany w siatce połączeń w związku organizowanymi wydarzeniami (**9%**) oraz informacje dotyczące zasad korzystania z transportu publicznego (**8%**).



Rysunek 73 Poszukiwane informacje dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego



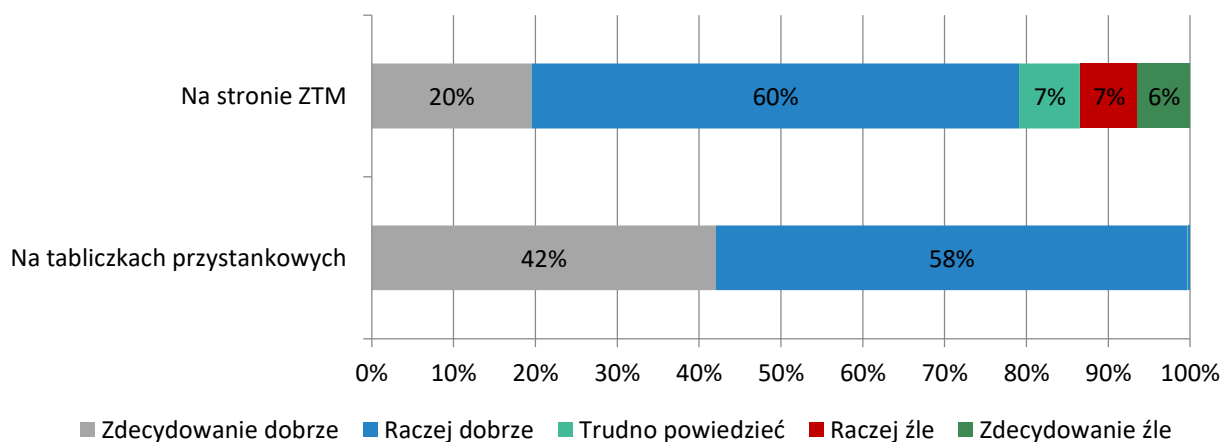
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.4.2. Ocena czytelności rozkładów jazdy

Ogólna ocena czytelności rozkładu jazdy wzrosła o 2 punkty względem pomiaru przeprowadzonego w październiku 2016 r. (z 92 na 94 punkty). Jednakże wskaźnik oceny rozkładu umieszczony na stronie ZTM w stosunku do roku 2016 wyraźnie spadł.

Rozkład jazdy na stronie ZTM jest oceniany wyraźnie gorzej niż rozkład jazdy umieszczony na tabliczkach przystankowych (różnica ocen pozytywnych wyniosła 20 pp), niemniej jednak w aspekcie odnoszącym się do czytelności tabliczek przystankowych odnotowano wzrost w stosunku do poprzedniego pomiaru.

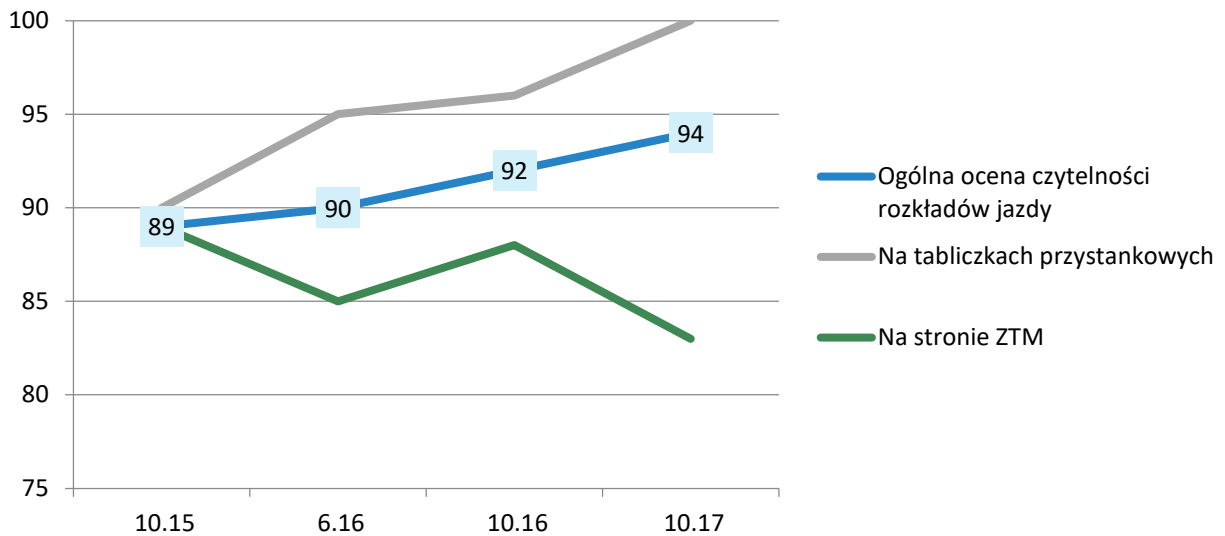
Rysunek 74 Ocena czytelności rozkładów jazdy



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 75 Ocena czytelności rozkładów jazdy - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

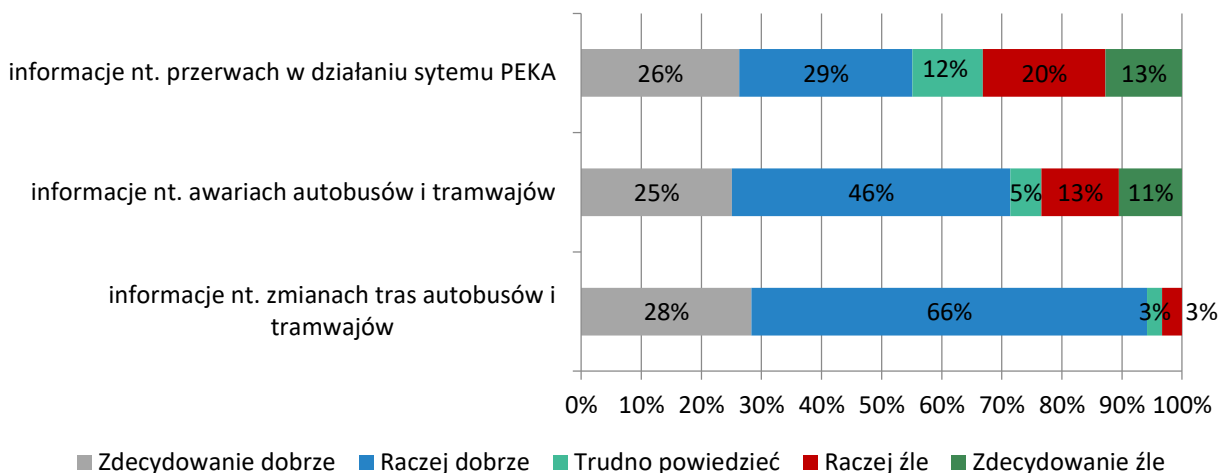
2.5.4.3. Ocena informacji na temat awarii i wynikających z nich zmian w trasach autobusów i tramwajów

Uczestnicy badania poproszeni zostali o ocenę informacji na temat awarii i wynikających z nich zmian w trasach autobusów i tramwajów. Zdecydowanie najwyższą ocenę uzyskały informacje nt. zmian tramwajów i autobusów (94% odpowiedzi pozytywnych), natomiast najgorzej oceniane są informacje nt. przerw w działaniu systemu PEKA (33% odpowiedzi świadczących o negatywnej ocenie).

Ogólna ocena informacji nt. awarii i wynikających z nich zmian w trasach wynosi 77 punktów. W stosunku do badania przeprowadzonego w roku 2016 wskaźnik wzrósł o 6 punktów, natomiast na przestrzeni lat 2015 – 2017, wzrósł aż o 12 punktów.

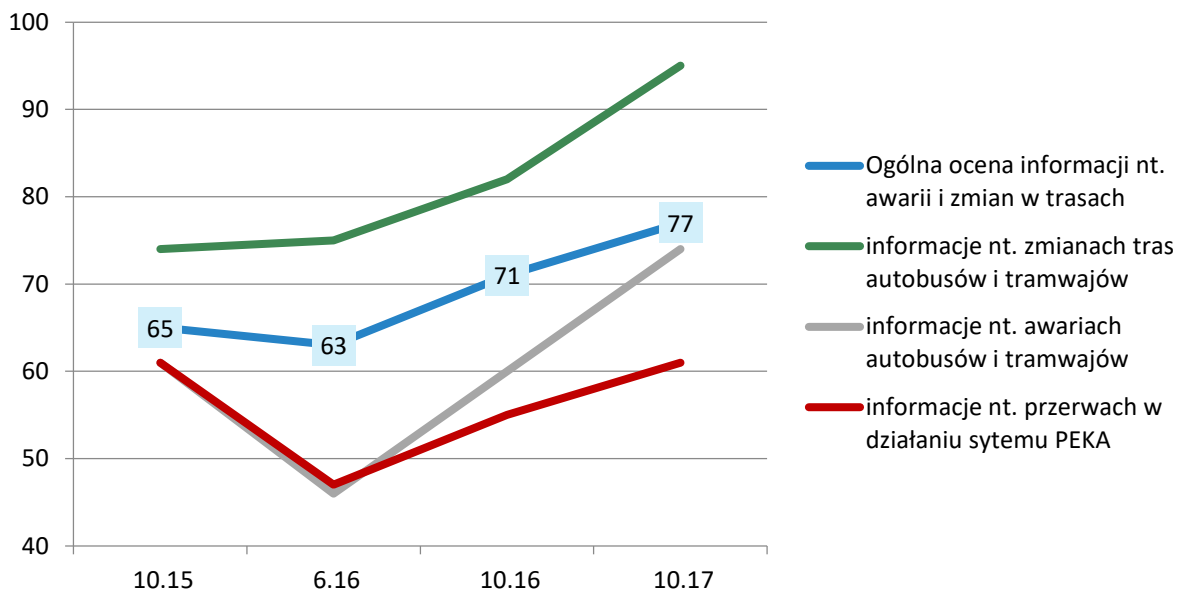


Rysunek 76 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 77 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów - wskaźniki



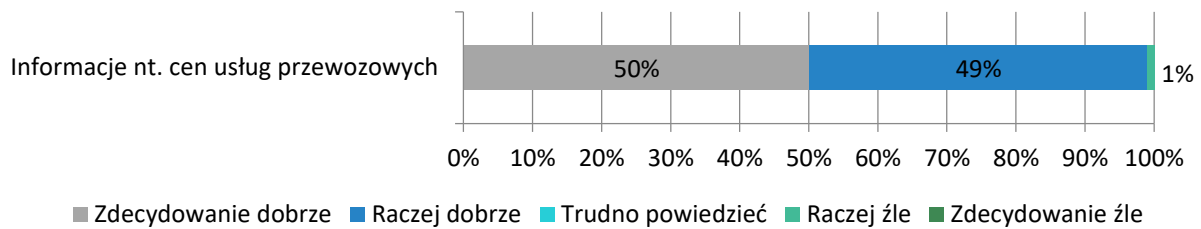
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.4.4. Ocena informacji o cenach usług przewozowych

Informacje na temat cen usług przewozowych zostały ocenione pozytywnie przez **99%** uczestników badania ankietowego, z kolei wskaźnik ogólnej oceny informacji na temat usług przewozowych osiągnął wartość maksymalną – 100, co świadczy o bardzo wysokiej ocenie satysfakcji w tym aspekcie. Względem poprzedniego pomiaru wskaźnik ten wzrósł aż o 12 punktów.

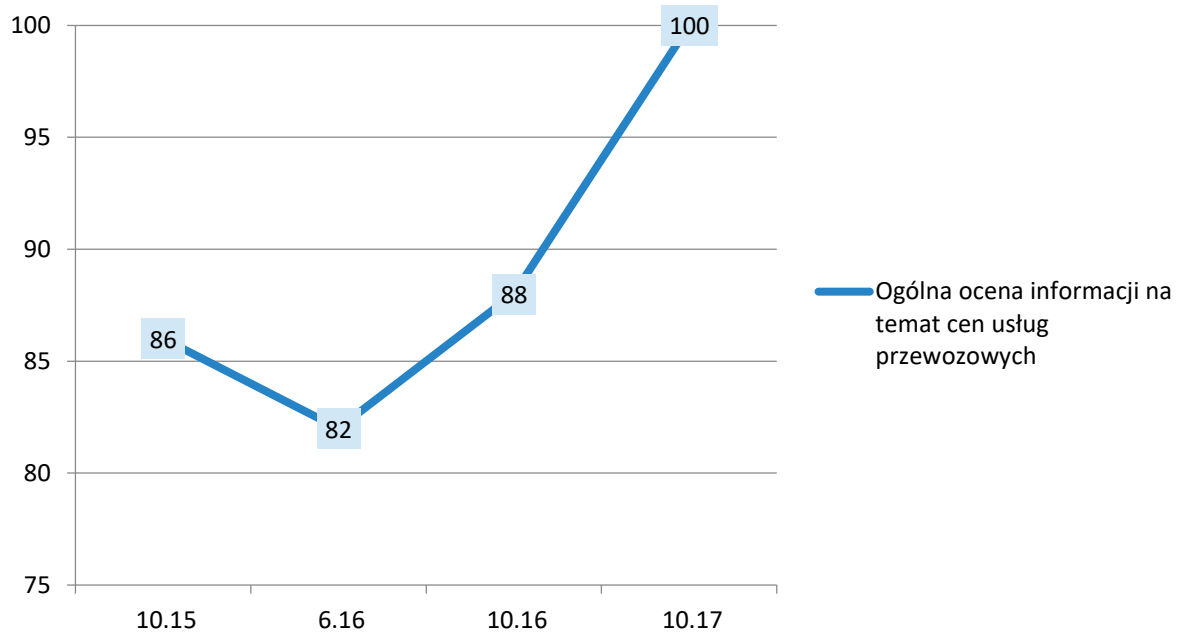


Rysunek 78 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 79 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych - wskaźniki

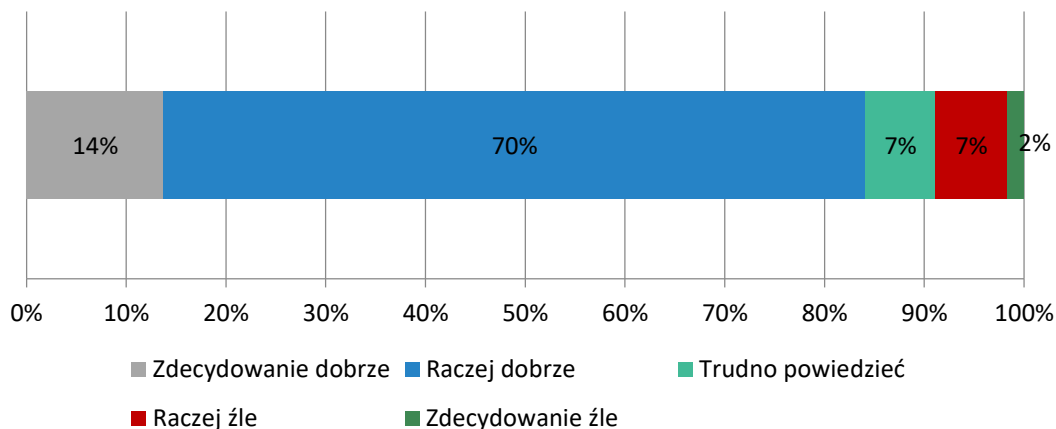


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Ponadto uczestników badania zapytano o ocenę dostępności informacji o cenach przejazdów komunikacją miejską. **84%** respondentów ocenia dostępność informacji pozytywnie (**14%** - wskazało odpowiedź Zdecydowanie dobrze, natomiast **70%** - Raczej dobrze). Z kolei dostępność tych informacji oceniona została negatywnie przez mniej niż **10%** ankietowanych (**7%** - Raczej źle, **2%** - Zdecydowanie źle).



Rysunek 80 Ocena dostępności informacji o cenach przejazdów komunikacją miejską

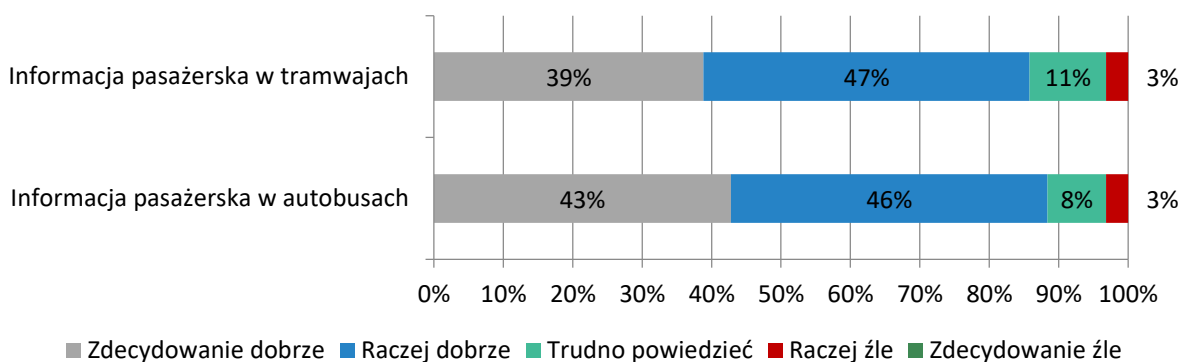


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.4.5. Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach

Informacja pasażerska w tramwajach oraz w autobusach została oceniona pozytywnie przez kolejno: **86%** i **89%** respondentów. Wskaźnik satysfakcji z tego aspektu wzrósł o 4 punkty względem poprzedniego pomiaru i wyniósł 92 punkty. Na wysoki poziom wskaźnika miał wpływ zarówno rosnący poziom satysfakcji z informacji pasażerskiej w autobusach, jak również w tramwajach.

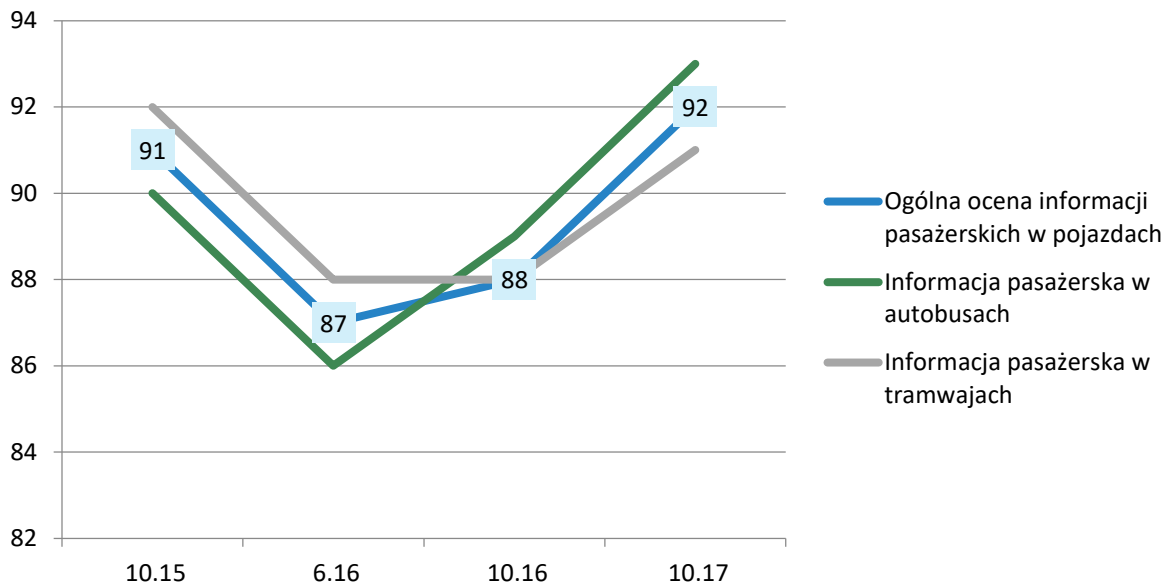
Rysunek 81 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 82 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach - wskaźniki

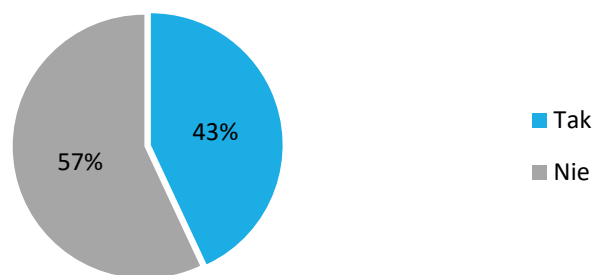


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

2.5.4.6. Ocena informacji na stronie internetowej ZTM

Ponad połowa (**57%**) pasażerów biorących udział w badaniu nie korzysta ze strony internetowej Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu. Natomiast **43%** respondentów zadeklarowało korzystanie ze strony ZTM w celu pozyskiwania informacji.

Rysunek 83 Osoby korzystające ze strony internetowej ZTM



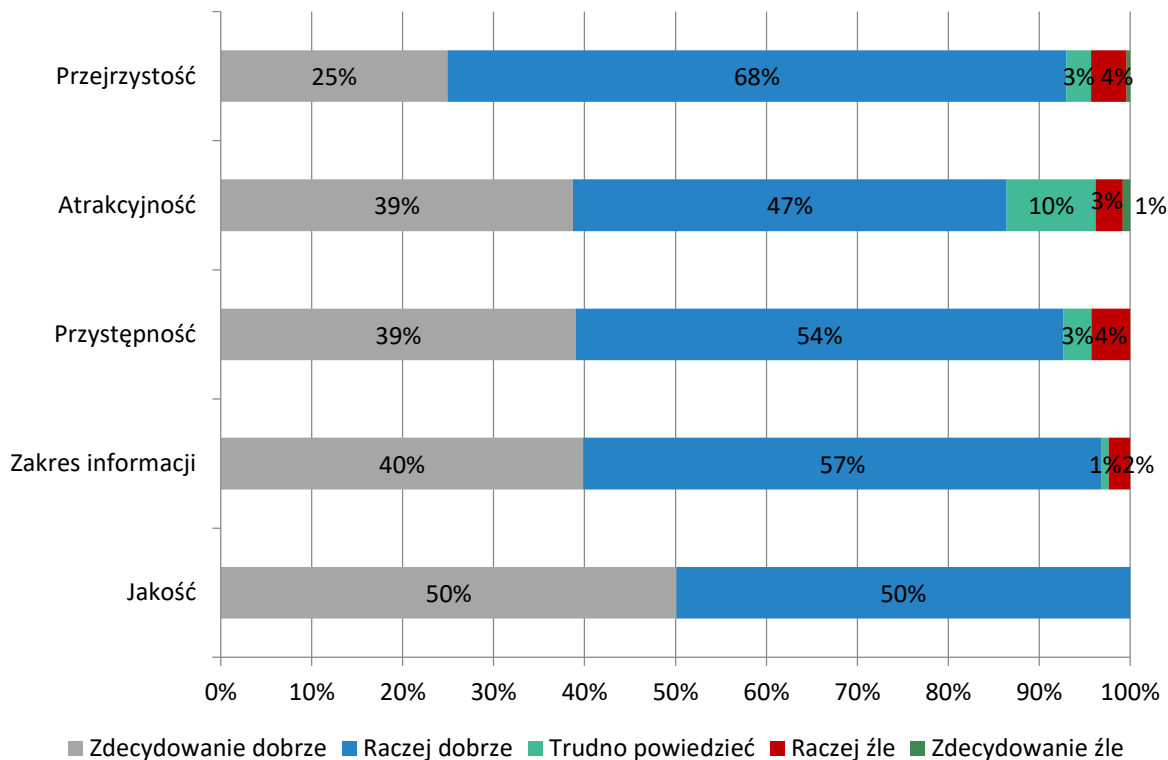
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Uczestnicy badania poproszeni zostali również o ocenę informacji na stronie Zarządu Transportu Miejskiego. Wszystkie analizowane aspekty osiągnęły minimum **85%** pozytywnych odpowiedzi, z czego najwyższy wskaźnik odnotowano w przypadku jakości informacji (**100%**). Ponad 9 na 10 respondentów oceniło pozytywnie również przystępność (**93%**), przejrzystość (**93%**) oraz zakres informacji (**97%**). Najniżej oceniono atrakcyjność informacji, która uzyskała **86%** pozytywnych odpowiedzi, przy **4%** odpowiedzi obrazujących negatywną ocenę.



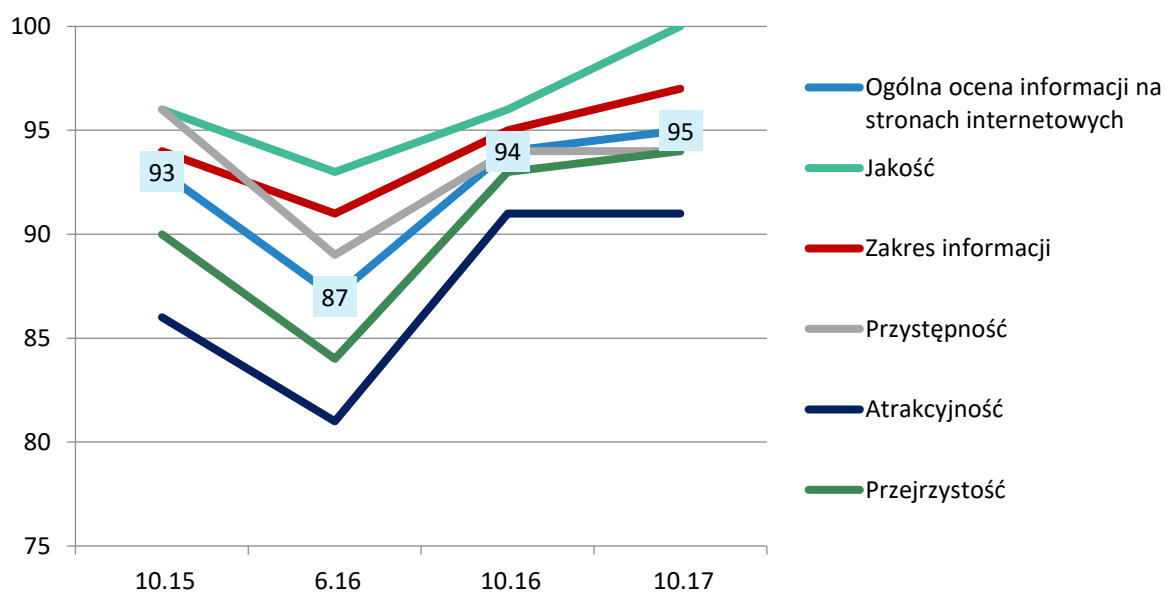
Ogólna ocena informacji na stronach internetowych kształtuje się na poziomie 95 punktów, co oznacza wzrost o 1 punkt względem poprzedniego badania.

Rysunek 84 Ocena informacji na stronie internetowej ZTM



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 85 Ocena informacji na stronie internetowej ZTM - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

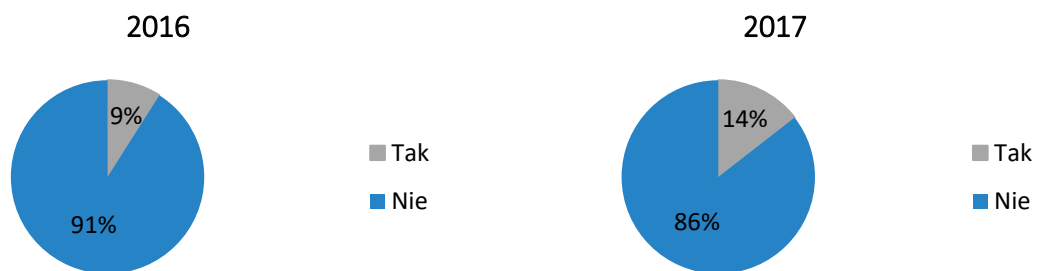


2.6. OCENA POZNAŃSKIEGO ROWERU MIEJSKIEGO

Spośród wszystkich osób biorących udział w badaniu satysfakcji klientów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu **14%** stanowią użytkownicy Poznańskiego Roweru Miejskiego.

W porównaniu do badania przeprowadzonego w październiku 2016 r. odsetek osób korzystających z PRM wzrósł o 5 pp (z **9%** w październiku 2016 r. do **14%** w październiku 2017 r.), co stanowi zobrazowanie rosnącej popularności roweru miejskiego w Poznaniu.

Rysunek 86 Korzystanie z Poznańskiego Roweru Miejskiego



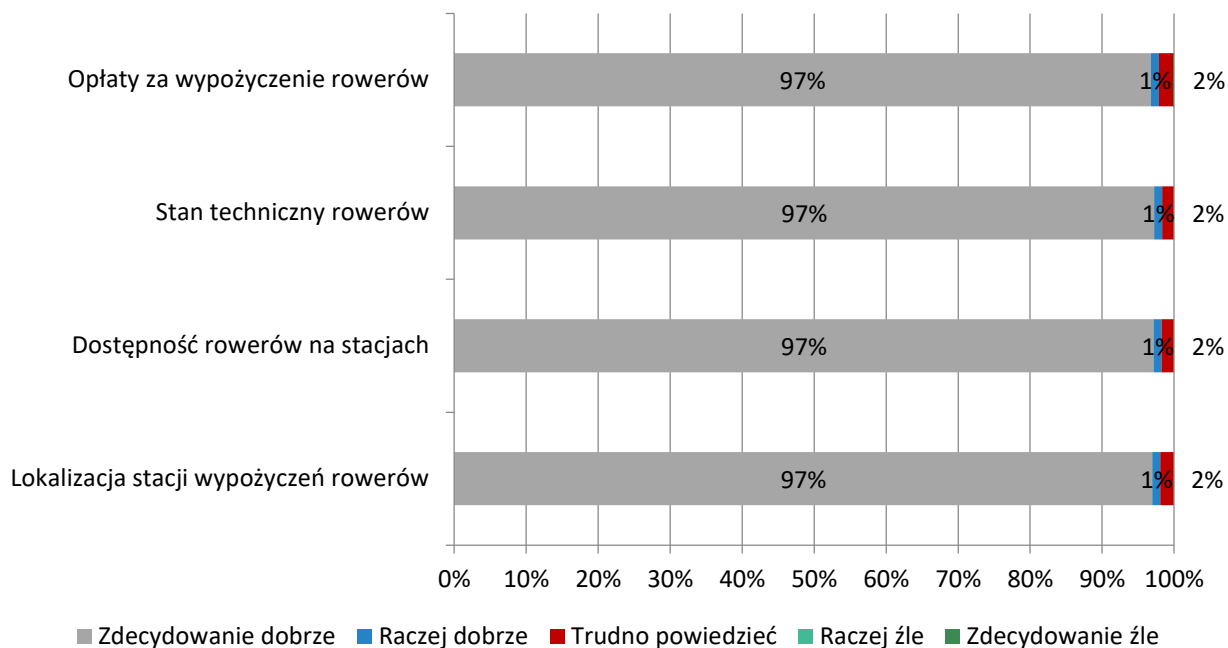
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Użytkowników Poznańskiego Roweru Miejskiego zapytano o ocenę PRM w czterech aspektach: opłat za wypożyczenie, stanu technicznego rowerów, dostępności rowerów na stacjach oraz lokalizacji stacji wypożyczenia rowerów. Struktura odpowiedzi dotycząca wszystkich powyższych aspektów ukształtowała się na identycznym poziomie. **98%** uczestników badania pozytywnie ocenia omawiane aspekty, natomiast odsetek negatywnych odpowiedzi nie przekracza **2%**.

Z kolei wskaźnik ogólnej oceny Poznańskiego Roweru Miejskiego kształtuje się na poziomie 98 punktów, co stanowi wzrost o 12 punktów w porównaniu do badania przeprowadzonego w roku ubiegłym. Warto odnotować, że na wzrost wskaźnika ogólne wpływ miały rosnące wartości wszystkich analizowanych wskaźników, z czego najwyższą zmianą charakteryzuje się ocena stanu technicznego rowerów.

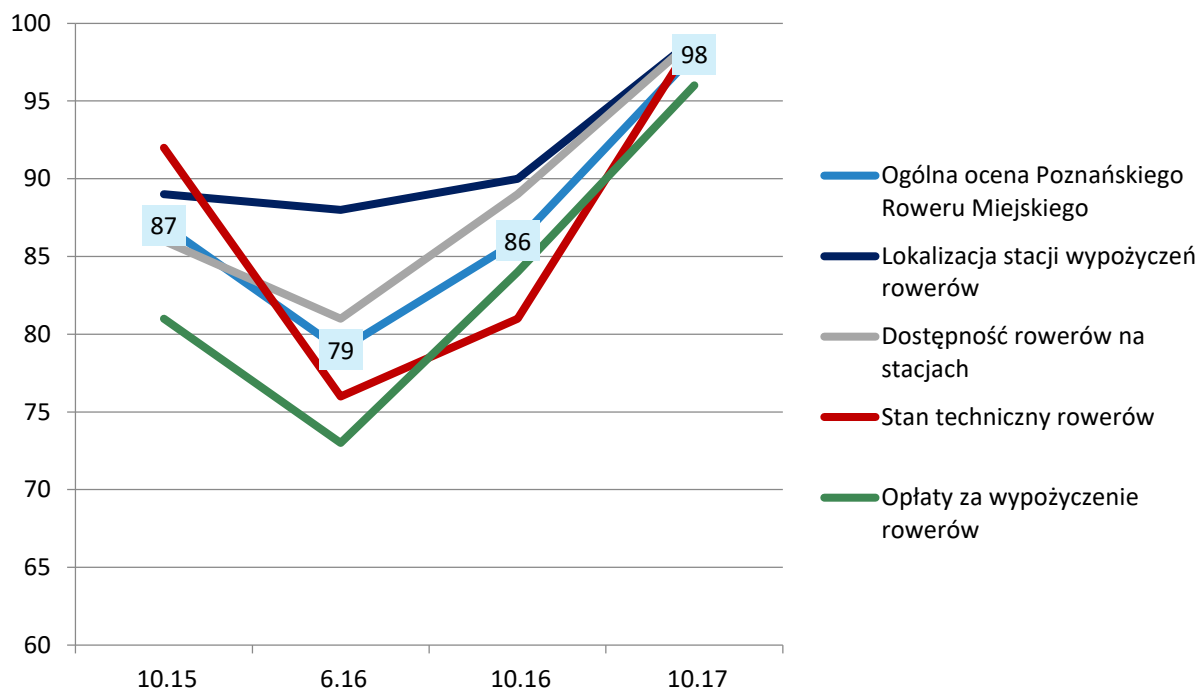


Rysunek 87 Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Rysunek 88 Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego - wskaźniki



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

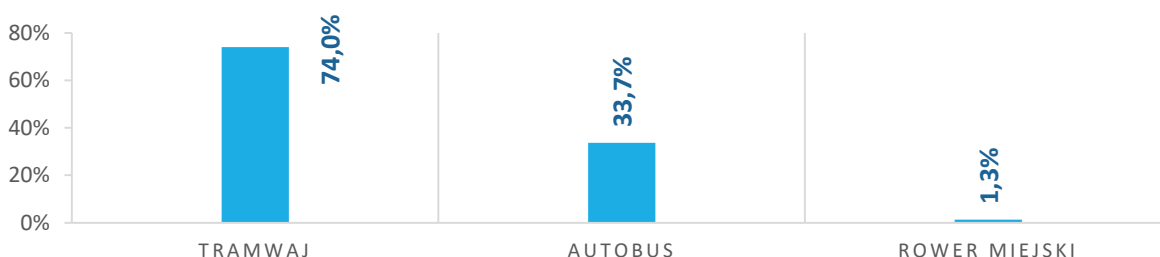


2.7. OCENA DNIA BEZ SAMOCHODU

Ankietowani, którzy wzięli udział w badaniu, podczas *Dnia Bez Samochodu* korzystali z następujących środków transportu:

- tramwaj – 74,0%;
- autobus – 33,7%;
- rower miejski – 1,3%

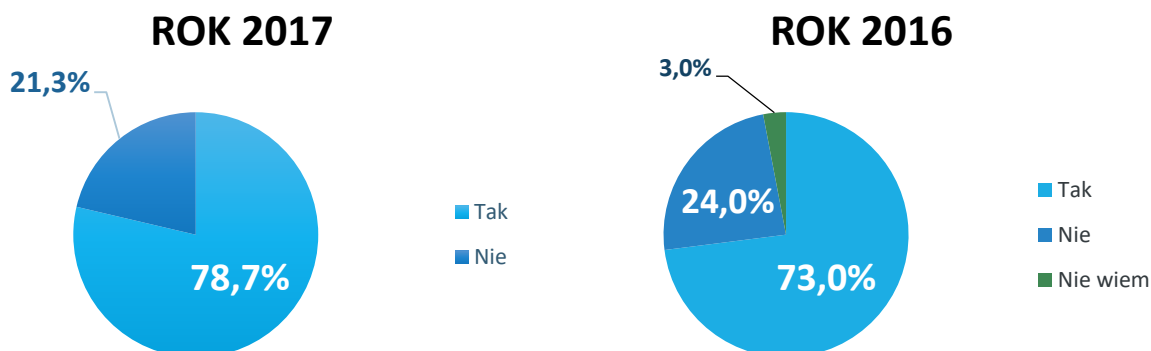
Wykres 13 Środek transportu, z którego korzystał respondent 22.09.2017 roku (pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondenci zostali zapytani o to, czy słyszeli o *Dniu Bez Samochodu* organizowanym przez Miasto Poznań. Odpowiedzi twierdzącej udzieliło 78,7% ankietowanych, co oznacza, że informacja na temat tego międzynarodowego wydarzenia dotarła do większości osób korzystających z komunikacji publicznej. W roku 2016 odsetek ten wyniósł 73,0% - wnioskować można więc, że komunikaty dotyczące tej kampanii docierają do coraz większej grupy mieszkańców Poznania.

Wykres 14 Czy słyszał/a Pan/i o Dniu Bez Samochodu, organizowanym przez Miasto Poznań?



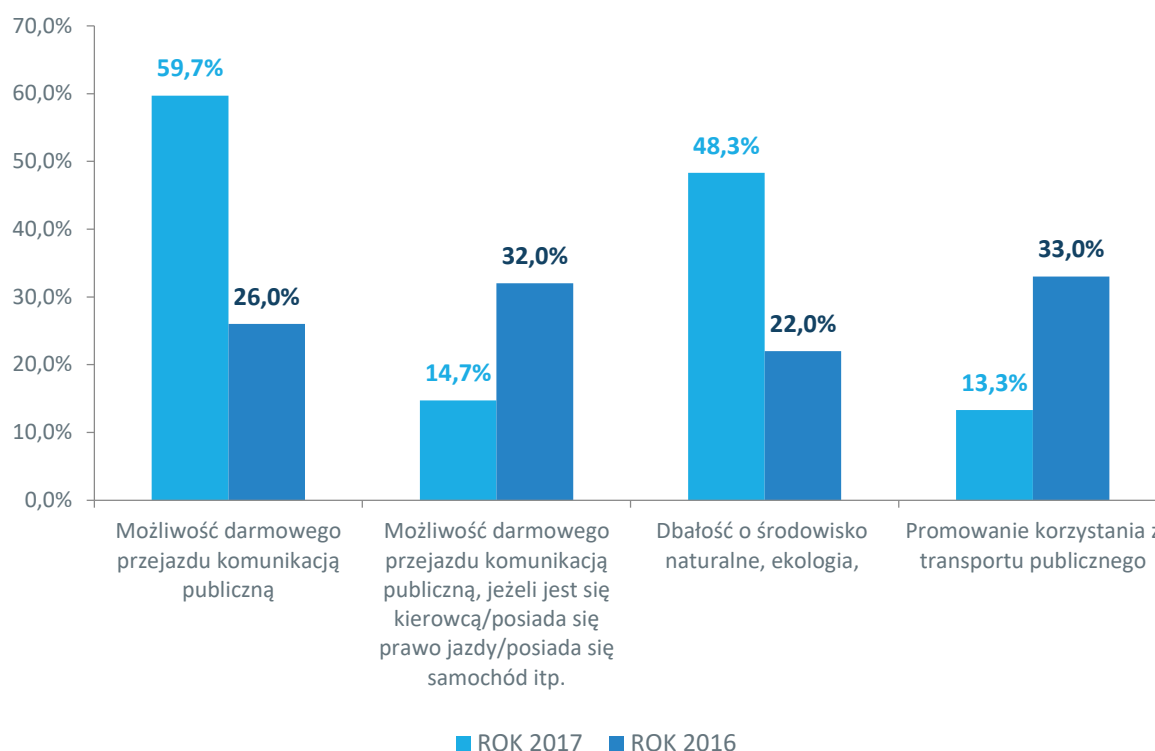
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dzień Bez Samochodu ponad połowie (59,7%) badanych (pytanie zadano respondentom, którzy słyszeli o tej inicjatywie) kojarzy się z możliwością darmowego przejazdu komunikacją



publiczną, jednak już tylko **14,7%** łączy kampanię z możliwością darmowego przejazdu komunikacją publiczną, tylko jeżeli jest się kierowcą, posiada się prawo jazdy, posiada się samochód etc. (podczas *Dnia Bez Samochodu 2017* za darmo można było korzystać z transportu publicznego ZTM Poznań w przypadku posiadania ważnego dowodu rejestracyjnego samochodu - jeden ważny dowód rejestracyjny auta upoważniał do darmowego przejazdu komunikacją miejską jedną osobę). Niespełna połowa ankietowanych (**48,3%**) kojarzy wydarzenie z dbałością o środowisko naturalne i działaniami proekologicznymi, a **13,3%** - z promowaniem korzystania z transportu publicznego.

Wykres 15 Z czym kojarzy się Panu/i Dzień Bez Samochodu? (pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Dzień Bez Samochodu oraz związane z nim zasady (wspomniana już reguła, która mówi o tym, że jeden ważny dowód rejestracyjny auta upoważnia do darmowego przejazdu jedną osobę) ocenione zostały pozytywnie przez niemal wszystkich respondentów – **97,7%** badanych wybrało odpowiedź *zdecydowanie dobrze* lub *raczej dobrze*. Rok wcześniej odsetek osób, które pozytywnie oceniają inicjatywę był niższy i wynosił **76,3%**, co wskazuje, że wydarzenie jest oceniane coraz lepiej przez mieszkańców Poznania.

Jako powód swojej pozytywnej oceny badani wskazywali przede wszystkim na:

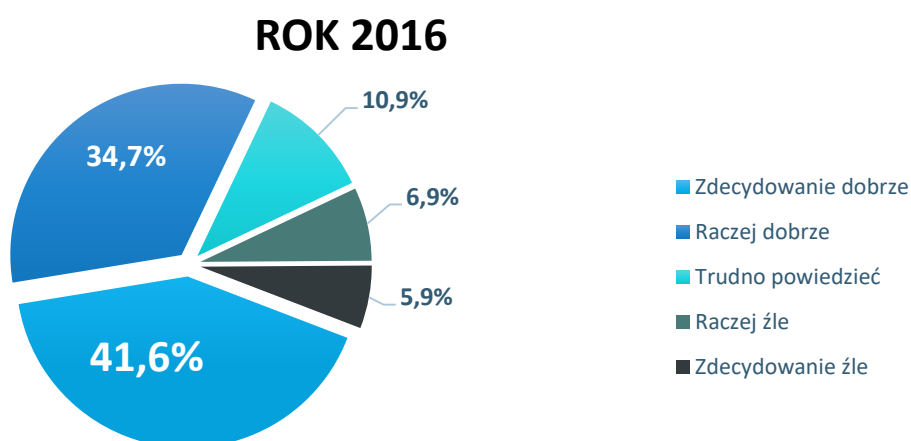
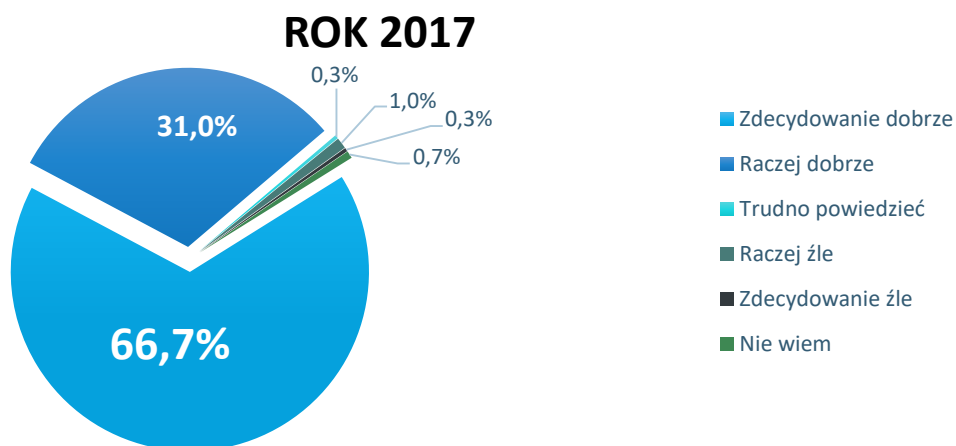
- mniejsze koszty przemieszczania się w obrębie miasta (darmowy przejazd) – 18,1%;
- dbanie o środowisko oraz promowanie postaw proekologicznych – 15,7%;



- mniejsze korki – 14,3%;
- mniejsze zanieczyszczenie powietrza – 9,6%;
- promowanie przemieszczania się transportem publicznym – 8,2%.
- mniej wypadków w ruchu rogowym – 0,3%;
-

Ponadto blisko **19%** badanych uznało, iż jest to po prostu bardzo dobra inicjatywa i powinna być organizowana częściej. Ankietowani, którzy negatywnie ocenili *Dzień Bez Samochodu* (**1,3%** odpowiedzi *raczej źle* oraz *zdecydowanie źle*) jako powód swojej opinii wskazywali na nadmierny tłok w środkach transportu zbiorowego.

Wykres 16 W ramach Dnia Bez Samochodu można za darmo korzystać z transportu publicznego, organizowanego przez ZTM na podstawie ważnego dowodu rejestracyjnego samochodu. Jeden ważny dowód rejestracyjny auta upoważnia do darmowego przejazdu jedną osobę. Jak ocenia Pan/i tę inicjatywę?

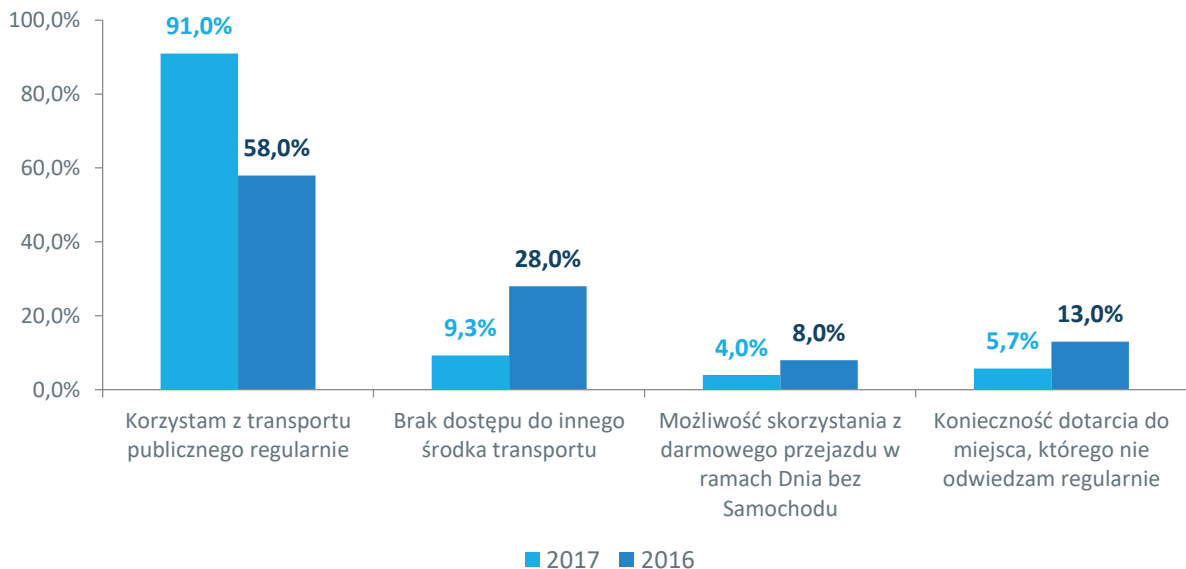


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Badanych zapytano o to, co w *Dniu Bez Samochodu*, skłoniło ich do skorzystania z transportu publicznego. Niemal wszyscy ankietowani (**91,0%**) korzystają z transportu publicznego regularnie. Dla **9,3%** bodźcem okazał się brak dostępu do innego środka transportu, **4,0%** wskazało na możliwość skorzystania z darmowego przejazdu w ramach wydarzenia, a **5,7%** odpowiedziało, że tego dnia spotkało się z koniecznością dotarcia do miejsca, które nie jest przez nich odwiedzane regularnie.

Wykres 17 Co skłoniło Pana/Panią do skorzystania w dniu dzisiejszym z transportu publicznego? (pytanie wielokrotnego wyboru – wartości procentowe nie sumują się do 100)



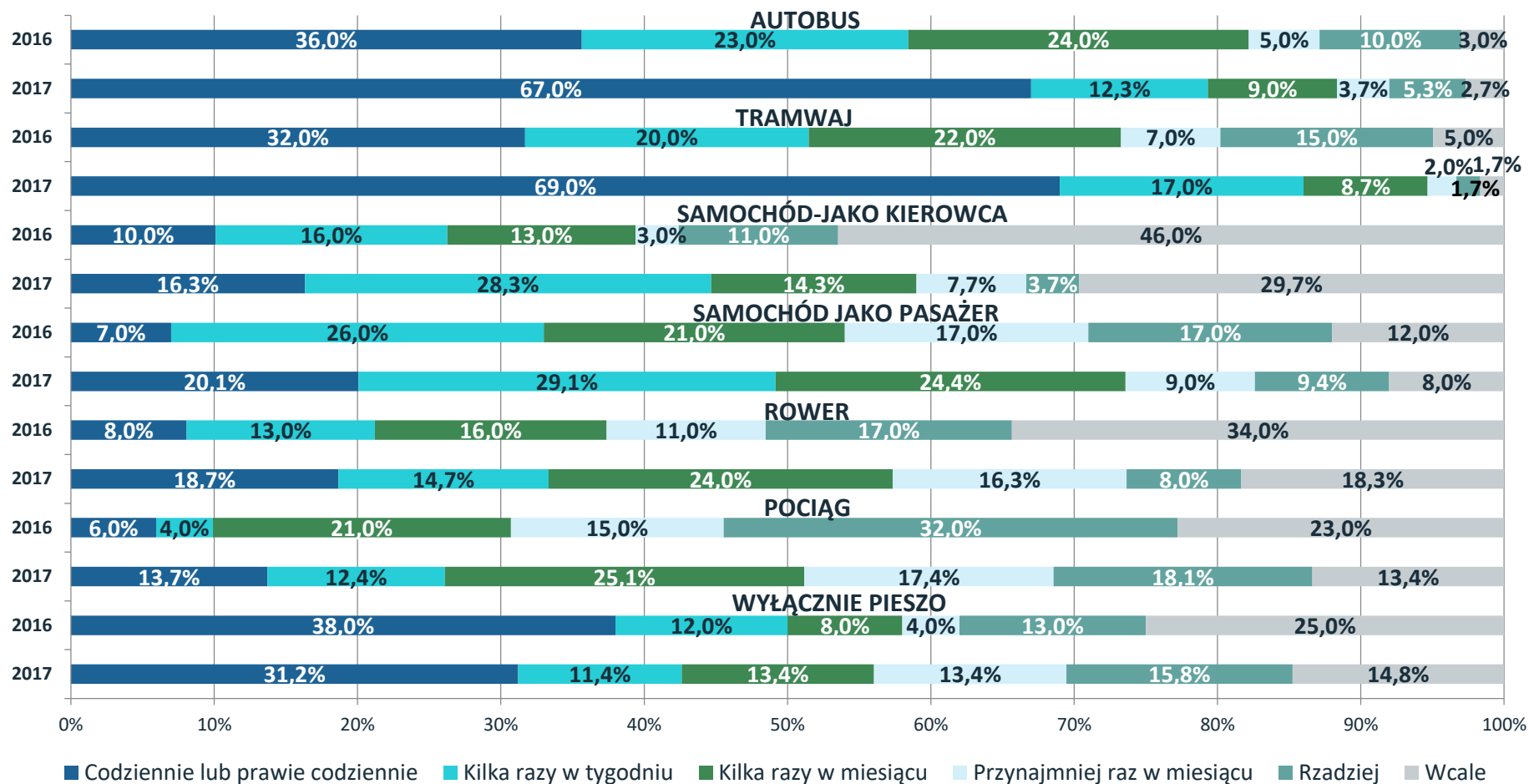
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Respondentów poproszono o wskazanie jak często poruszają się różnymi środkami transportu po mieście i aglomeracji poznańskiej. Najczęściej wybieranymi przez ankietowanych środkami lokomocji okazały się być tramwaje (codziennie, prawie codziennie lub kilka razy w tygodniu korzysta z nich **86,0%** uczestników badania) oraz autobusy (**79,3%**). Co najmniej kilka razy w tygodniu niemal połowa uczestników badania przemieszcza się przy pomocy samochodu jako pasażer (**49,2%**) lub jako kierowca (**44,6%**). Niewiele mniej (**42,6%**) co najmniej kilka razy w tygodniu przemieszcza się wyłącznie pieszo. W przypadku roweru i pociągu, odpowiedzi *codziennie, prawie codziennie* oraz *kilka razy w tygodniu* wskazało kolejno **33,4%** i **26,1%** badanych. Należy podkreślić, że **29,7%** respondentów nigdy nie porusza się po mieście i aglomeracji jako kierowca samochodu, a **18,3%** nigdy nie wykorzystuje w tym celu roweru.

Udzielone odpowiedzi świadczą o tym, że transport publiczny stanowi dla ankietowanych kluczowy środek transportu. Pozytywnie należy ocenić fakt, że część ankietowanych korzysta z tej formy przemieszczania się pomimo dostępu do auta, co oznacza, że są oni skłonni do rezygnacji z przemieszczania się tym środkiem lokomocji.

Szczegółowy rozkład odpowiedzi zaprezentowano na poniższym wykresie:

Wykres 18 Jak często porusza się Pan/Pani po mieście i aglomeracji poznańskiej następującymi środkami transportu?

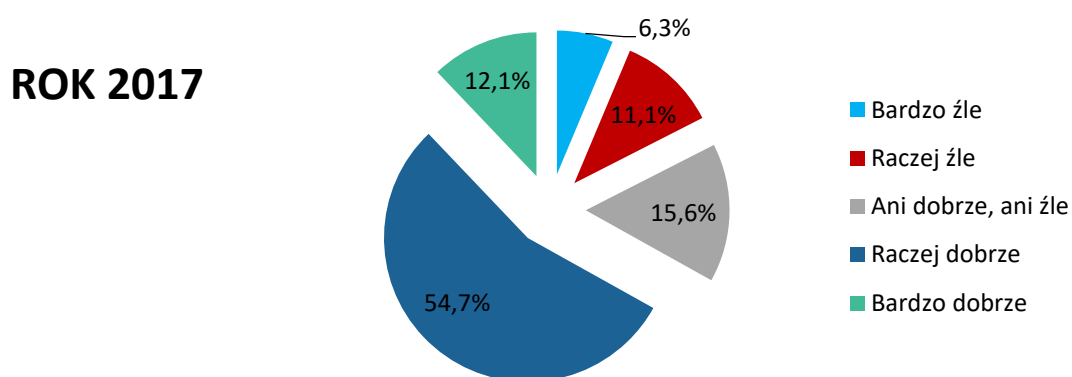


Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

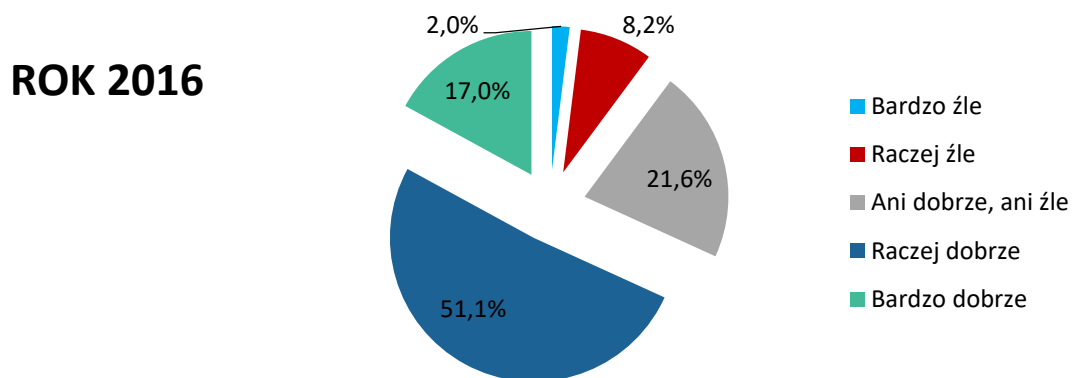
3. PODSUMOWANIE

Ankietowani zostali zapytani o ogólną ocenę funkcjonowania systemu PEKA w Poznaniu i aglomeracji poznańskiej. Ponad połowa respondentów stwierdziła, że system ten ocenia dobrze (54,7% odpowiedzi „raczej dobrze” i 12,1% odpowiedzi „bardzo dobrze”). Zbliżony odsetek badanych ocenił pozytywnie system PEKA w roku 2016 (51,1% odpowiedzi „raczej dobrze” i 17,0% odpowiedzi „bardzo dobrze”). Pewne zastrzeżenia do funkcjonowania PEKI miało 15,6% ankietowanych. Podobny odsetek stwierdził, że system wymaga poprawy, ponieważ funkcjonuje źle (11,1% odpowiedzi „raczej źle” i 6,3% odpowiedzi „bardzo źle”).

Wykres 19 Jak Pan/ Pani ogólnie ocenia funkcjonowanie systemu PEKA w Poznaniu i aglomeracji poznańskiej?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań. Wyniki nie sumują się do 100% z powodu odmowy odpowiedzi.

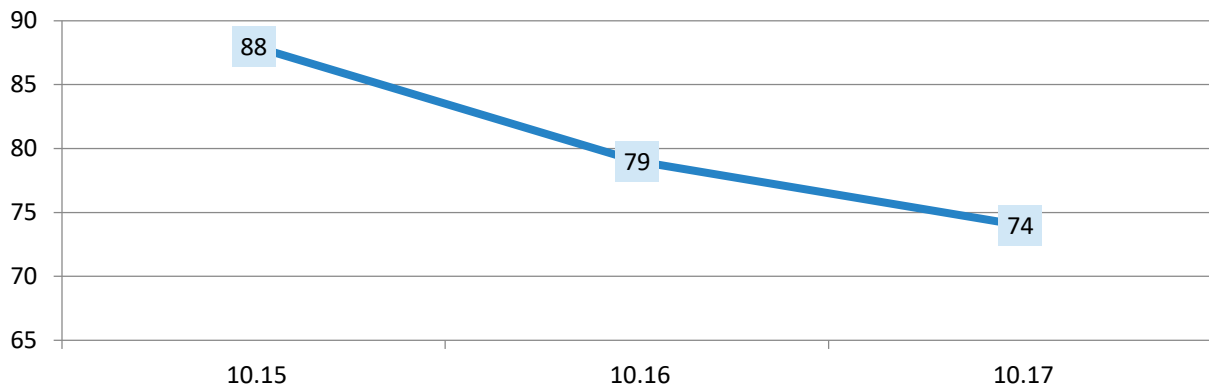
Tabela 6 Ogólna ocena systemu PEKA

	10.15 - ogół respondentów	10.16 - ogół respondentów	10.17 – ogół respondentów
Ogólna ocena systemu PEKA	88	79	75

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Rysunek 89 Ogólna ocena systemu PEKA



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

1. Respondenci uczestniczący w badaniu, w 2017 roku, system PEKA ocenili na 75 punktów. Wartość wskaźnika jest o 4 punkty niższa w porównaniu do pomiaru przeprowadzonego w październiku 2016 roku i o 13 punktów mniejsza niż w 2015 roku.
2. Bardzo wysoko ocenione zostały warunki sprzedaży – 93 punkty w skali od 0 do 100. W porównaniu do poprzedniego badania wartość wskaźnika wzrosła o 5 punktów. Najwyżej oceniono Punkty Obsługi Klienta oraz Punkty Sprzedaży Biletów (93 punkty).
3. Klienci Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu ocenili jakość obsługi wysoko, na 90 punktów w skali od 0 do 100. Oznacza to wzrost względem ostatniego pomiaru o 2 punkty. Wartość tego wskaźnika na przestrzeni poszczególnych badań, począwszy od lutego 2015 r., charakteryzuje się stopniowym wzrostem. Ocena poszczególnych aspektów satysfakcji z jakości obsługi, takich jak: funkcjonowanie Biura Obsługi Klienta lub standardu kontroli biletowej, w porównaniu do poprzedniego pomiaru wzrosła odpowiednio o 5 i 4 punkty. Ogólna ocena satysfakcji klientów ZTM z jakości usług przewozowych ukształtowała się na bardzo wysokim poziomie i wynosi 90 punktów. Wartość tego wskaźnika wzrosła o 8 punktów względem badania przeprowadzonego w październiku 2016 roku. Najwyżej ocenionym aspektem dotyczącym jakości usług przewozowych była infrastruktura przystankowa (95 punktów) oraz stan taboru (93 punkty). Natomiast najniższą ocenę uzyskały warunki komunikacyjne (79 punktów), co jest konsekwencją bardzo negatywnych opinii dotyczących cen biletów.



4. Wskaźnik ogólnej oceny Poznańskiego Roweru Miejskiego kształtuje się na poziomie 98 punktów, co stanowi wzrost o 12 punktów w porównaniu do badania przeprowadzonego w roku ubiegłym. Warto odnotować, że na wzrost wskaźnika ogólne wpływ miały rosnące wartości wszystkich analizowanych wskaźników, z czego najwyższą zmianą charakteryzuje się ocena stanu technicznego rowerów.
5. *Dzień Bez Samochodu* oraz związane z nim zasady (wspomniana już reguła, która mówi o tym, że jeden ważny dowód rejestracyjny auta upoważnia do darmowego przejazdu jedną osobę) ocenione zostały pozytywnie przez niemal wszystkich respondentów – **97,7%** badanych wybrało odpowiedź *zdecydowanie dobrze* lub *raczej dobrze*. Rok wcześniej odsetek osób, które pozytywnie oceniają inicjatywę był niższy i wynosił **76,3%**, co wskazuje, że wydarzenie jest oceniane coraz lepiej przez mieszkańców Poznania.

Na podstawie przeprowadzonych badań oceny satysfakcji klientów ZTM sformułowano następujące rekomendacje:

Tabela 7 Rekomendacje

<u>Rekomendacja</u>	<u>Uzasadnienie</u>
Zminimalizowanie czasu oczekiwania w kolejce w Punktach Obsługi Klienta	Oceniając efektywność obsługi w Punktach Obsługi Klienta najniższą ocenę spośród wszystkich analizowanych aspektów uzyskał czas oczekiwania w kolejce (8% odpowiedzi negatywnych).
Kontynuowanie prac nad zwiększeniem dostępności kanału sprzedaży biletów za pośrednictwem telefonu komórkowego	Mimo wzrostu wartości wskaźnika satysfakcji z dostępności kanału sprzedaży za pośrednictwem telefonu komórkowego, w dalszym ciągu jest to najniżej oceniany kanał sprzedaży biletów ZTM Poznań. Zaledwie 18% respondentów październiku 2017 oceniło ten kanał sprzedaży „Zdecydowanie dobrze”.
Podjęcie działań zmierzających do rozwiązania problemów związanych z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu.	Aż 63% respondentów zadeklarowało sporadyczne lub częste spotykanie się z problemem związanym z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu. Stanowi to wzrost względem ubiegłego badania o 5 punktów procentowych.



Poprawa działania biletomatów.	Blisko trzy czwarte pasażerów uczestniczących w badaniu (70%) zadeklarowało występowanie problemów z obsługą biletomatu. Ok. 60% respondentów zadeklarowało również występowanie innych problemów: brak możliwości zakupu biletu papierowego – awaria biletomatu, brak papieru; problem z obsługą transakcji gotówkowych – biletomat nie wydaje reszty oraz brak możliwości doładowania karty PEKA.
Podjęcie działań zmierzających do zwiększenia dostępności Biura Obsługi Klienta poprzez dopasowanie godzin funkcjonowania BOK do potrzeb mieszkańców	Ogólna ocena dostępności BOK wzrosła o 15 punktów względem poprzedniej edycji badania. Jednakże, w dalszym ciągu, część ankietowanych uważa, że Biura Obsługi Klienta powinny działać w innych godzinach niż obecnie (15%).
Poprawa przejrzystości i funkcjonalności strony www.ztm.poznan.pl	Mimo raczej pozytywnej oceny strony www.ztm.poznan.pl , warto jednak zaznaczyć także dość znaczny odsetek ocen negatywnych. Najgorzej spośród wymienionych aspektów oceniona została atrakcyjność strony (45,2% ocen negatywnych) oraz łatwość w odnalezieniu poszukiwanych informacji (43,7% ocen negatywnych). W roku ubiegłym wszystkie wymienione aspekty ocenione zostały lepiej – wygodę przeglądania strony internetowej ZTM zauważyło 93,0% osób, zaś najgorzej oceniany aspekt w roku 2017 (atrakcyjny wygląd) w roku 2016 otrzymał jedynie 22,0% ocen negatywnych.
Zwiększenie poczucia bezpieczeństwa użytkowników strony internetowej www.peka.poznan.pl w zakresie ochrony danych osobowych.	Podobnie jak w latach poprzednich, najgorzej ocenione zostało bezpieczeństwo danych i w porównaniu do poprzedniego roku, obawa ta wzrosła (24,0% ocen negatywnych w roku 2016, zaś w roku 2017 już 42,4%).
Kontynuacja działań mających na celu zwiększenie wygody jazdy w pojazdach ZTM Poznań.	Ogólna ocena wygody jazdy ukształtowała się na poziomie 96 punktów. Wartość tego wskaźnika w porównaniu do poprzedniego badania wrosła o 10 punktów, co oznacza znaczną poprawę w tym zakresie. Na przestrzeni poszczególnych edycji badania wartość wskaźnika wzrosła o 16 punktów.



Podjęcie działań mających na celu zwiększenie poczucia bezpieczeństwa na przystankach w nocy	Uczestnicy badania zdecydowanie wyżej ocenili bezpieczeństwo na przystankach w ciągu dnia (100% odpowiedzi świadczących o wysokim poziomie poczucia bezpieczeństwa), w stosunku do 86% odpowiedzi pozytywnych odnoszących się do bezpieczeństwa na przystankach w nocy.
Kontynuowanie działań zmierzających do zwiększenia punktualności komunikacji miejskiej w dni powszednie w godzinach szczytu.	Pomimo że odnotowano wzrost wskaźnika satysfakcji z punktualności komunikacji miejskiej w godzinach szczytu, nadal jest to najslabiej oceniany aspekt punktualności zarówno autobusów (80 punktów), jak i tramwajów (87 punktów).
Podjęcie działań zmierzających do podniesienia satysfakcji użytkowników ZTM z cen biletów.	Względem ubiegłorocznej edycji badania odnotowano spadek satysfakcji z cen biletów o 12 punktów z 32 w 2016 r. do 20 w roku 2017. Najniższy wskaźnik satysfakcji odnotowano w przypadku biletu normalnego na 10 minut (80 % wskazań odpowiedzi świadczących o zbyt wysokiej cenie biletu), przejazd 10 przystanków opłacany z tPortmonetki na karcie PEKA jest zbyt drogi zdaniem 70% respondentów, natomiast bilet 30-dniowy sieciowy metropolitalny – zdaniem 46% badanych.
Wprowadzenie możliwości zakupu biletów w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej	Uczestnicy badania zapytani zostali również o zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej. Zdecydowana większość (79%) ankietowanych udzieliło odpowiedzi potwierdzającej zainteresowanie.
Poprawa czytelności rozkładów jazdy na stronie ZTM	Rozkład jazdy na stronie ZTM jest oceniany wyraźnie gorzej niż rozkład jazdy umieszczony na tabliczkach przystankowych (różnica ocen pozytywnych wyniosła 20 pp).
Poprawienie promocji Poznańskiego Roweru Miejskiego mającej na celu powiększenia grona użytkowników tej usługi.	Mimo wzrostu liczby użytkowników Roweru Miejskiego względem roku 2016, w aktualnej edycji badania tylko 14% ankietowanych zadeklarowało korzystanie z Poznańskiego Roweru Miejskiego. Fakt ten może wynikać z ograniczonej wiedzy pasażerów na temat dostępności tej usługi oraz jej zalet. Nasilenie działań marketingowych w tym zakresie może poszerzyć grono użytkowników.



Podjęcie działań zmierzających do zwiększenia satysfakcji klientów z systemu PEKA.

Osiągnięty wskaźnik satysfakcji klientów z systemu PEKA kształtuje się na dość wysokim poziomie (75 punktów), jednak odnotowano w tym zakresie spadek względem poprzedniej edycji badania (o 4 punkty) oraz względem badania w 2015 roku, aż o 13 punktów. Warto rozpoznać, które aspekty są problematyczne, aby następnie móc przeprowadzić interwencję.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 8 Wartości wskaźników satysfakcji z jakości obsługi

Wymiary /kanały sprzedaży:	Wartość wskaźnika satysfakcji							Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji						
	02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17		02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17
Punkty Obsługi Klienta	91	90	90	92	92	93	93	1.1.1 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta	94	91	90	93	91	92	91
								1.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	95	93	91	94	94	95	96
								1.1.3 Ocena efektywności obsługi w POK	84	86	87	91	91	92	93
Punkty Sprzedaży Biletów	92	91	91	92	94	89	93	1.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów	91	87	88	87	88	94	93
								1.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	91	93	89	92	96	93	95
								1.2.3 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów	95	96	96	97	97	80	92
Biletomaty	84	78	81	83	86	85	92	1.3.1 Ocena funkcjonowania biletomatów	87	85	90	93	94	81	89
								1.3.2 Ocena dostępności biletomatów	82	70	71	73	78	90	95
Satysfakcja klientów ZTM z warunków sprzedaży									88	86	87	89	90	88	93
Wymiary - kanały obsługi:	Wartość wskaźnika satysfakcji							Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji						
	02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17		02.15	06.15	10.15	12.15	06.16	10.16	10.17
Biuro Obsługi Klienta	68	70	78	78	82	85	90	2.1.1 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta	41	40	50	54	62	54	79
								2.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK	81	86	91	91	97	98	95
								2.1.3 Ocena efektywności obsługi	74	84	88	93	81	93	92
								2.1.4 Ocena jakości karty PEKA	90	84	83	89	90	94	94
Kontrola biletów	76	76	79	79	86	87	91	2.4.1 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	71	71	73	74	81	84	89
								2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	83	83	87	85	91	89	93
Satysfakcja klientów ZTM z jakości obsługi									71	72	77	78	84	86	90
Wymiary usług przewozowych:	Wartość wskaźnika satysfakcji				Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji									
	10.15	06.16	10.16	10.17		10.15	06.16	10.16	10.17						



Stan taboru	85	76	86	93	3.1.1 Ocena czystości taboru (wewnątrz pojazdu)	93	87	93	97
					3.1.2 Ocena wygody jazdy	80	74	86	96
					3.1.3 Ocena warunków grzewczych w pojazdach	72	60	79	88
					3.1.4 Ocena stanu technicznego pojazdów	89	83	87	92
Infrastruktura przystankowa	84	80	86	95	3.2.1 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej	83	81	86	97
					3.2.2 Ocena dostępności wiat przystankowych	83	80	87	96
					3.2.3 Ocena stanu technicznego infrastruktury przystankowej	80	77	82	92
					3.2.4 Ocena informacji na przystankach	88	85	89	95
					3.2.5 Ocena bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej	83	79	86	94
Warunki komunikacyjne	68	66	75	79	3.3.1 Ocena punktualności autobusów	72	64	79	89
					3.3.2 Ocena punktualności tramwajów	79	82	87	94
					3.3.3 Ocena zapewnienia pojazdów	69	56	75	90
					3.3.4 Ocena zawodności pojazdów	85	80	85	81
					3.3.5 Ocena częstotliwości kursów	75	70	80	88
					3.3.6 Ocena układu komunikacyjnego	80	87	86	93
					3.3.7 Ocena cen biletów	19	24	32	20
Informacja pasażerska	82	82	87	92	3.4.1 Ocena czytelności rozkładów jazdy	89	90	92	94
					3.4.2 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów	65	63	71	77
					3.4.3 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	86	82	88	100



					3.4.4 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach	91	87	88	92
					3.4.5 Ocena informacji na stronach internetowych	93	87	94	95
Satysfakcja klientów ZTM z usług przewozowych						79	75	82	90

4. PREZENTACJA WSKAŹNIKÓW SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM

Tabela 9 Wskaźnik satysfakcji z warunków sprzedaży

	Ocena dostępności POK	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	Ocena efektywności obsługi w POK	Ocena dostępności punktów obsługi klienta	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta	Ocena funkcjonowania biletomatów
Ogółem	91	96	93	91	97	93	95
Płeć:							
Mężczyzna	91,1	98,7	95,5	95,1	94,5	95,3	97,2
Kobieta	97,1	98,8	91,4	94,7	96,7	93,4	93,4
Wiek:							
18-25 lat	100,0	100,0	100,0	97,9	100,0	98,7	100,0
26-35 lat	87,0	98,3	92,5	94,3	93,9	94,1	95,4
36-45 lat	87,0	98,3	89,9	95,3	94,3	92,5	94,6
46-55 lat	88,8	99,1	94,0	94,1	95,8	95,4	94,1
Powyżej 55 roku życia	98,0	98,5	96,1	96,6	90,0	87,9	92,3
Miejsce zamieszkania:							
Poznań	89,7	98,7	93,4	94,7	95,6	94,1	98,0
Poza Poznaniem	90,4	100,0	91,7	97,6	95,2	92,9	94,1
Sytuacja zawodowa:							
Uczeń/ student	100,0	100,0	93,1	98,5	100,0	99,8	100,0
Rencista/ emeryt	100,0	100,0	83,3	94,7	100,0	99,8	93,3
Osoba pracująca	89,8	98,5	93,1	94,7	95,3	91,0	91,1
Typ PEKA:							
Bilet okresowy	89,8	100,0	95,9	95,2	97,3	95,4	96,1
Portmonetka	91,9	100,0	93,4	95,4	94,3	92,1	97,2
Inne funkcje karty PEKA	78,6	100,0	76,2	90,3	83,3	87,8	93,2
Posiadanie samochodu:							
Tak	89,7	98,8	92,1	94,6	95,1	94,3	98,2
Nie	96,1	98,7	95,1	95,4	96,2	91,1	94,1
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym:							
1 osoba	100,0	100,0	95,8	98,1	98,6	95,4	93,2
2 osoby	93,1	98,7	94,0	95,1	96,5	93,1	94,4
3 osoby	88,8	99,0	91,7	94,9	92,3	91,8	
4 i więcej osób	94	97,9	91,1	92,7	93,8	90,1	95,8
Liczba dzieci w gosp. domowym.:							
Brak dzieci	98,9	98,9	93,	94,8	95,3	95,3	97,4
1 dziecko	98,3	98,3	94,0	94,9	94,5	93,2	95,2
2 dzieci	98,8	98,8	88,9	94,4	98,7	93,2	91,2
3 i więcej dzieci	100,0	100,0	97,6	100,0	100,0	91,3	
POK:							
Dębiec	100,0	79,0	73,6	87,3	72,4	76,5	89,9
ul. Głogowska	100,0	100,0	98,6	95,8	100,0	100,0	100,0
Górczyn	100,0	100,0	98,0	99,2	100,0	92,3	97,2
Junikowo	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Pl. Wiosny Ludów	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Os. Sobieskiego	97,5	95,5	96,0	94,7	92,9	94,5	95,2
Rondo Rataje	97,2	90,9	83,3	89,5	91,3	91,5	92,0
Ogrody	95,5	94,3	89,3	91,7	93,2	93,2	92,0
Rondo Śródka	100,0	100,0	100,0	96,8	100,0	100,0	100,0
Matejki	88,9	95,6	91,3	88,7	92,4	89,6	94,5
BOK ul. Matejki	100,0	93,8	91,3	94,5	93,4	92,3	96,2
BOK Rondo Kaponiera	97,1	96,0	87,8	88,6	97,1	98,5	97,2



Tabela 10 Wskaźnik satysfakcji z jakości obsługi

	Ocena dostępności BOK	Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK	Ocena efektywności obsługi w BOK	Ocena jakości karty PEKA	Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli
Ogółem	79	95	92	94	89	93
Płeć:						
Mężczyzna	80,2	95,3	90,7	95,2	89,5	93,2
Kobieta	84,0	95,2	91,6	92,6	89,9	93,4
Wiek:						
18-25 lat	88,6	96,4	94,2	93,1	84,5	87,2
26-35 lat	92,0	94,6	95,2	93,3	91,5	94,1
36-45 lat	61,6	91,0	80,0	92,7	92,5	96,4
46-55 lat	71,1	92,6	88,1	91,7	90,3	94,4
Powyżej 55 roku życia	71,9	97,8	92,1	94,8	94,5	99,2
Miejsce zamieszkania:						
Poznań	83,4	94,9	91,4	93,0	89,6	93,0
Poza Poznaniem	79,3	97,3	91,0	95,4	91,9	95,4
Sytuacja zawodowa:						
Uczeń/ student	91,5	98,5	95,8	91,7	85,9	90,0
Rencista/ emeryt	85,5	97,9	92,9	91,2	95,3	99,7
Osoba pracująca	79,6	93,7	89,9	95,2	90,2	93,3
Typ PEKA:						
Bilet okresowy	85,3	96,1	92,4	92,3	89,6	92,9
Portmonetka	79,6	95,8	90,1	93,2	91,1	95,3
Inne funkcje karty PEKA	82,5	96,2	91,5	93,2	88,3	93,2
Posiadanie samochodu:						
Tak	83,1	94,2	91,1	93,6	91,5	93,5
Nie	83,5	97,1	92,8	95,2	90,8	94,7
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym:						
1 osoba	81,2	94,5	90,2	93,1	91,4	94,0
2 osoby	85,1	96,3	93,4	95,7	89,6	96,0
3 osoby	81,5	94,4	90,7	90,3	85,9	87,3
4 i więcej osób	83,2	95,3	91,5	93,1	91,0	93,0
Liczba dzieci w gosp. domowym.:						
Brak dzieci	85,1	98,3	93,4	94,9	86,9	95,0
1 dziecko	74,6	92,5	87,9	97,9	89,3	97,2
2 dzieci	76,0	92,0	84,6	83,3	80,6	86,1
3 i więcej dzieci	84,2			100,0	93,2	96,7
POK:						
Dębiec	81,7	89,9	85,1	91,7	94,0	95,0
ul. Głogowska	85,5	100,0	100,0	92,1	93,6	97,9
Górczyn	92,9	97,2	92,1	91,7	98,5	96,5
Junikowo	82,7	100,0	95,4	96,7	88,3	91,4
Pl. Wiosny Ludów	100,0	100,0	100,0	100,0	89,5	100,0
Os. Sobieskiego	91,0	95,2	95,3	83,3	80,7	95,0
Rondo Rataje	71,0	92,0	85,2	96,7	83,7	91,7
Ogrody	74,8	92,0	89,0	91,7	86,8	94,9
Rondo Srodka	70,0	100,0	91,5	92,6	90,1	86,8
Matejki	68,9	94,5	84,5	89,9	83,2	86,2
BOK ul. Matejki	80,9	96,2	92,3	91,3	86,5	93,0
BOK Rondo Kaponiera	77,1	97,2	95,4	98,6	87,6	95,4



Tabela 11 Wskaźnik satysfakcji z jakości usług przewozowych (stan taboru)

	Ocena czystości taboru	Ocena wygody jazdy	Ocena warunków grzewczych w pojazdach	Ocena stanu technicznego pojazdów
Ogółem	97	96	88	92
Płeć:				
Mężczyzna	99,0	92,0	91,7	90,7
Kobieta	92,9	85,9	87,0	91,6
Wiek:				
18-25 lat	93,8	86,8	90,9	94,2
26-35 lat	97,6	90,6	90,8	95,2
36-45 lat	93,8	86,8	87,8	80,0
46-55 lat	99,1	94,1	85,3	88,1
Powyżej 55 roku życia	87,0	85,0	79,4	92,1
Miejsce zamieszkania:				
Poznań	93,3	86,3	88,8	91,4
Poza Poznaniem	99,7	92,7	88,2	91,0
Sytuacja zawodowa:				
Uczeń/ student	100,0	95,0	95,0	95,8
Rencista/ emeryt	83,9	86,9	75,0	92,9
Osoba pracująca	94,1	87,1	88,2	89,9
Posiadanie samochodu:				
Tak	90,3	83,3	85,4	92,4
Nie	96,5	89,5	89,6	90,1
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym:				
1 osoba	93,7	86,7	88,4	91,5
2 osoby	94,2	87,2	87,3	91,1
3 osoby	97,6	90,6	92,2	92,8
4 i więcej osób	94,2	87,2	88,5	90,2
Liczba dzieci w gosp. domowym.:				
Brak dzieci	93,6	86,6	85,9	93,4
1 dziecko	96,7	89,7	91,2	90,7
2 dzieci	92,6	89,6	91,7	91,5
3 i więcej dzieci	90,9	90,9	91,0	93,4



Tabela 12 Wskaźnik satysfakcji z jakości usług przewozowych (infrastruktura przystankowa)

	Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej	Ocena dostępności wiat przystankowych	Ocena informacji na temat awarii i wynikających z nich zmian w trasach autobusów i tramwajów	Ocena informacji pasażerskiej na przystankach	Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej
Ogółem	97	96	77	95	94
Płeć:					
Mężczyzna	97,3	95,4	78,5	95,2	93,2
Kobieta	97,2	96,1	73,9	92,6	93,4
Wiek:					
18-25 lat	98,4	99,2		93,1	87,2
26-35 lat	96,6	92,3	72,2	93,3	94,1
36-45 lat	93,0	95,4	76,1	92,7	96,4
46-55 lat	94,6	91,3	71,7	91,7	94,4
Powyżej 55 roku życia	99,8	90,1	78,4	94,8	99,2
Miejsce zamieszkania:					
Poznań	96,9	98,2	83,0	93,0	93,0
Poza Poznaniem	99,3	96,8	76,0	95,4	95,4
Sytuacja zawodowa:					
Uczeń/ student	100,0	100,0	73,0	91,7	90,0
Rencista/ emeryt	99,9	92,3	70,8	91,2	99,7
Osoba pracująca	95,7	91,5	87,4	95,2	93,3
Posiadanie samochodu:					
Tak	98,1	97,4	75,4	92,3	92,9
Nie	97,8	95,1	75,3	93,2	95,3
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym:					
1 osoba	98,2	97,1	76,0	93,2	93,2
2 osoby	96,2	95,4		93,6	93,5
3 osoby	99,1	95,2	75,9	95,2	94,7
4 i więcej osób	96,5	93,1	75,2	93,1	94,0
Liczba dzieci w gosp. domowym.:					96,0
Brak dzieci	98,3	98,1	77,3	95,7	
1 dziecko	96,4	99,2	76,9	90,3	87,3
2 dzieci	97,3	96,4	77,8	93,1	93,0
3 i więcej dzieci	99,3	92,3	70,2	94,9	95,0



Tabela 13 Wskaźnik satysfakcji z jakości usług przewozowych (warunki komunikacyjne)

	Ocena punktualności autobusów	Ocena punktualności tramwajów	Ocena zapełnienia pojazdów	Ocena zawodności pojazdów	Ocena częstotliwości kursowania	Ocena układu komunikacyjnego	Ocena cen biletów
Ogółem	89	94	90	81	88	93	20
Płeć:							
Mężczyzna	89,5	95,2	89,5	80,2	89,0	95,2	18,8
Kobieta	89,9	92,6	89,9	82,3	86,9	92,6	21,1
Wiek:							
18-25 lat	84,5	93,1	84,5	81,5	86,8	93,1	21,9
26-35 lat	91,5	93,3	91,5	83,9	90,6	93,3	17,7
36-45 lat	92,5	92,7	92,5	75,6	86,8	92,7	22,4
46-55 lat	90,3	91,7	90,3	89,0	94,1	91,7	23,2
Powyżej 55 roku życia	94,5	94,8	94,5	83,6	80,0	94,8	20,6
Miejsce zamieszkania:							
Poznań	89,6	93,0	89,6	82,8	86,3	93,0	16,5
Poza Poznaniem	91,9	95,4	91,9	80,6	92,7	95,4	41,7
Sytuacja zawodowa:							
Uczeń/ student	85,9	91,7	85,9	81,2	95,0	91,7	16,0
Rencista/ emeryt	95,3	91,2	95,3	85,8	76,9	91,2	28,0
Osoba pracująca	90,2	95,2	90,2	79,8	87,1	95,2	21,6
Posiadanie samochodu:				78,7			
Tak	89,6	92,3	89,6		83,3	92,3	22,4
Nie	91,1	93,2	91,1	77,7	89,5	93,2	12,9
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym:							
1 osoba	88,3	93,2	88,3	80,3	86,7	93,2	23,8
2 osoby	91,5	93,6	91,5	80,8	87,2	93,6	15,8
3 osoby	90,8	95,2	90,8		90,6	95,2	17,9
4 i więcej osób	91,4	93,1	91,4	81,3	87,2	93,1	17,0
Liczba dzieci w gosp. domowym.:			89,6				
Brak dzieci	89,6	95,7		79,4	86,6	95,7	29,5
1 dziecko	85,9	90,3	85,9	86,3	89,7	90,3	37,2
2 dzieci	80,6	93,1	91,0	76,8	89,6	93,1	17,4
3 i więcej dzieci	86,9	94,9	86,9	84,2		94,9	13,1



Tabela 14 Wskaźnik satysfakcji z jakości usług przewozowych (informacja pasażerska)

	Ocena czytelności rozkładów jazdy	Ocena informacji na temat awarii i wynikających z nich zmian w trasach autobusów i tramwajów	Ocena informacji o cenach usług przewozowych	Ocena informacji pasażerskiej na przystankach	Ocena informacji na stronie internetowej ZTM
Ogółem	94	77	100	92	95
Płeć: Mężczyzna Kobieta	92,3 98,8	76,1 78,4	99,9 99,8	94,2 91,6	96,3 96,2
Wiek: 18-25 lat 26-35 lat 36-45 lat 46-55 lat Powyżej 55 roku życia	98,0 97,6 96,5 95,7 92,1	72,2 76,1 71,7 78,4 83,0	100,0 100,0 99,7 98,9 98,9	92,1 92,3 91,7 90,7 93,8	97,4 95,6 92,0 93,6 98,8
Miejsce zamieszkania: Poznań Poza Poznaniem	98,7 92,1	76,0 73,0	100,0 99,8	92,0 94,4	95,9 98,3
Sytuacja zawodowa: Uczeń/ student Rencista/ emeryt Osoba pracująca	97,2 95,1 94,6	70,8 87,4 75,4	100,0 99,5 98,4	90,7 90,2 94,2	99,5 98,9 94,7
Posiadanie samochodu: Tak Nie	95,8 96,1	75,3 71,2	99,9 99,9	91,3 92,2	97,1 96,8
Liczba osób dorosłych w gosp. domowym: 1 osoba 2 osoby 3 osoby 4 i więcej osób	95,9 97,0 93,5 93,1	77,3 76,9 77,8 70,2	99,7 99,5 99,9 96,8	92,2 92,6 93,2 91,1	97,2 95,2 98,1 95,5
Liczba dzieci w gosp. domowym.: Brak dzieci 1 dziecko 2 dzieci 3 i więcej dzieci	98,1 95,3 90,1 96,3	75,2 77,1 68,3 73,4	100,0 99,7 99,9 96,1	94,7 89,3 92,1 93,9	97,3 95,4 96,3 98,3

5. WYKAZ TABEL I WYKRESÓW

Tabela 1 Model analizy problematyki badawczej ze względu na rekomendowane techniki zbierania danych badania w roku 2017.....	6
Tabela 2 Zakładana i zrealizowana wielkość prób badawczych w ramach badania Satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i powiecie poznańskim w 2017 r.	7
Tabela 3 Wielkość i struktura próby klientów korzystających z POK i BOK ZTM.....	7
Tabela 4 Struktura próby.....	8
Tabela 5 Wskaźniki satysfakcji	9
Tabela 6 Ogólna ocena systemu PEKA	88
Tabela 7 Rekomendacje	90
Tabela 8 Wartości wskaźników satysfakcji z jakości obsługi	94
Rysunek 1 Posiadanie i wykorzystanie karty PEKA	10
Rysunek 2 Formy doładowania karty PEKA	11
Rysunek 3 Formy zakupu biletów czasowych	12
Rysunek 4 Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży.....	12
Rysunek 5 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta.....	14
Rysunek 6 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki.....	15
Rysunek 7 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK.....	16
Rysunek 8 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki	17
Rysunek 9 Ocena efektywności obsługi w Punktach Obsługi Klienta	18
Rysunek 10 Ocena efektywności obsługi w Punktach Obsługi Klienta	18
Rysunek 11 Powody zgłaszania się do POK	19
Rysunek 12 Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty	20
Rysunek 13 Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty - wskaźniki	20
Rysunek 14 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	21
Rysunek 15 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów - wskaźniki	21
Rysunek 16 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów	22
Rysunek 17 Ocena funkcjonowania biletomatów	23
Rysunek 18 Ocena funkcjonowania biletomatów	24
Rysunek 19 Ocena funkcjonowania biletomatów - wskaźniki.....	24
Rysunek 20 Ocena satysfakcji z jakości obsługi.....	25
Rysunek 21 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta.....	27
Rysunek 22 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta - wskaźniki.....	27
Rysunek 23 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK.....	28
Rysunek 24 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK – wskaźniki	29
Rysunek 25 Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta	30
Rysunek 26 Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta - wskaźniki	30



Rysunek 27 Powody zgłaszania się do BOK.....	31
Rysunek 28 Ocena jakości karty PEKA	32
Rysunek 29 Ocena jakości karty PEKA - wskaźniki	33
Rysunek 30 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	34
Rysunek 31 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów - wskaźniki	34
Rysunek 32 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	35
Rysunek 33 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli - wskaźniki.....	35
Rysunek 34 Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych.....	46
Rysunek 35 Zestawienie środków transportu oraz częstotliwości korzystania z nich	47
Rysunek 36 Ocena czystości taboru	49
Rysunek 37 Ocena czystości taboru – wskaźniki.....	50
Rysunek 38 Ocena wygody jazdy.....	51
Rysunek 39 Ocena wygody jazdy - wskaźniki	52
Rysunek 40 Ocena warunków grzewczych w pojazdach	53
Rysunek 41 Ocena warunków grzewczych w pojazdach - wskaźniki	53
Rysunek 42 Ocena stanu technicznego pojazdów	54
Rysunek 43 Ocena stanu technicznego pojazdów – wskaźniki	55
Rysunek 44 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej.....	56
Rysunek 45 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej – wskaźniki	57
Rysunek 46 Ocena dostępności wiat przystankowych	58
Rysunek 47 Ocena dostępności wiat przystankowych - wskaźniki	58
Rysunek 48 Ocena stanu technicznego wiat przystankowych	59
Rysunek 49 Ocena stanu technicznego wiat przystankowych - wskaźniki	59
Rysunek 50 Ocena informacji pasażerskiej na przystankach	60
Rysunek 51 Ocena informacji pasażerskiej na przystankach - wskaźniki	60
Rysunek 52 Ocena zapowiedzi głosowych o następnym przystanku w pojazdach.....	61
Rysunek 53 Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej	61
Rysunek 54 Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej - wskaźniki	62
Rysunek 55 Ocena punktualności autobusów	63
Rysunek 56 Ocena punktualności autobusów - wskaźniki	63
Rysunek 57 Ocena punktualności tramwajów	64
Rysunek 58 Ocena punktualności tramwajów – wskaźniki	65
Rysunek 59 Ocena zapełnienia pojazdów	66
Rysunek 60 Ocena zapełnienia pojazdów – wskaźniki	66
Rysunek 61 Ocena zawodności pojazdów.....	67
Rysunek 62 Ocena zawodności pojazdów - wskaźniki.....	67
Rysunek 63 Ocena częstotliwości kursowania	68
Rysunek 64 Ocena częstotliwości kursowania - wskaźniki	69
Rysunek 65 Przesiadanie się w trakcie podróży.....	69



Rysunek 66 Liczba przesiadek podczas podróży	70
Rysunek 67 Ocena układu komunikacyjnego	70
Rysunek 68 Ocena cen biletów	71
Rysunek 69 Ocena cen biletów - wskaźniki	71
Rysunek 70 Ocena kanałów sprzedaży biletów	72
Rysunek 71 Zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej.....	72
Rysunek 72 Źródła informacji dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego	73
Rysunek 73 Poszukiwane informacje dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego	74
Rysunek 74 Ocena czytelności rozkładów jazdy	74
Rysunek 75 Ocena czytelności rozkładów jazdy - wskaźniki	75
Rysunek 76 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów	76
Rysunek 77 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów - wskaźniki	76
Rysunek 78 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	77
Rysunek 79 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych - wskaźniki.....	77
Rysunek 80 Ocena dostępności informacji o cenach przejazdów komunikacją miejską	78
Rysunek 81 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach.....	78
Rysunek 82 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach - wskaźniki.....	79
Rysunek 83 Osoby korzystające ze strony internetowej ZTM.....	79
Rysunek 84 Ocena informacji na stronie internetowej ZTM	80
Rysunek 85 Ocena informacji na stronie internetowej ZTM - wskaźniki.....	80
Rysunek 86 Korzystanie z Poznańskiego Roweru Miejskiego	81
Rysunek 87 Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego.....	82
Rysunek 88 Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego - wskaźniki.....	82
Rysunek 89 Ogólna ocena systemu PEKA.....	89