

CENTRUM BADAŃ STOSOWANYCH
ULTEX ANKIETER Sp. z o. o.
60-592 Poznań, ul. Swojska 21A
Tel. 61 862 17 97, fax. 61 862 17 09
NIP 779 20 12 814 REGON 631166870



INSTRUKCJA BADAŃ TERENOWYCH SATYSFAKCJI KLIENTÓW KORZYSTAJĄCYCH Z TRANSPORTU PUBLICZNEGO W POZNANIU I POWIECIE POZNAŃSKIM

*(opracowana w oparciu o zweryfikowaną metodologię
badawczą i wnioski z raportu z badań pilotażowych)*

Projekt realizowany na zlecenie
Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu



Poznań, marzec 2015

SPIS TREŚCI

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PROJEKCIE BADAWCZYM.....	3
1.1. GŁÓWNY PROBLEM BADAWCZY ORAZ SZCZEGÓŁOWE PROBLEMY BADAWCZE	3
1.2. KONCEPTUALIZACJA ORAZ OPERACJONALIZACJA PROBLEMATYKI BADAWCZEJ.....	3
1.3 GRUPA DOCELOWA	5
1.4 TECHNIKI BADAWCZE.....	5
1.5 RAMOWY HARMONOGRAM PRAC BADAWCZYCH	7
2. INSTRUKCJA REALIZACJI BADAŃ TERENOWYCH.....	8
2.1 WYWIADY TELEFONICZNE - CATI	8
2.2 ANKIETA INTERNETOWA - CAWI	9
2.3 WYWIADY KWESTIONARIUSZOWE - PAPI (1).....	11
2.4 WYWIADY KWESTIONARIUSZOWE - PAPI (2).....	14
2.5. ZOGNISKOWANE WYWIADY GRUPOWE - FGI.....	17
3. NARZĘDZIA BADAWCZE	18
3.1 KWESTIONARIUSZ WYWIADU TELEFONICZNEGO CATI	18
3.2 KWESTIONARIUSZ ANKIETY INTERNETOWEJ CAWI.....	20
3.3 KWESTIONARIUSZ WYWIADU PAPI (1)	22
3.4 KWESTIONARIUSZ WYWIADU PAPI (2)	27

1. Podstawowe informacje o projekcie badawczym

1.1. Główny problem badawczy oraz szczegółowe problemy badawcze

Wypracowana metodologia badania odpowiada na problem badawczy sformułowany w postaci **analizy satysfakcji klientów ZTM z oferowanej obsługi, warunków sprzedaży usług oraz usług przewozowych oferowanych przez Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu**. Zgodnie z określoną metodologią badania, niniejszy problem główny został wyeksplikowany do postaci problemów szczegółowych odnoszących się do diagnozy zadowolenia klientów ZTM w zakresie trzech obszarów: sprzedaży, jakości obsługi i usług przewozowych:

1.1 Ocena zadowolenia z warunków sprzedaży w Punktach Obsługi Klienta ZTM

1.2 Ocena zadowolenia z warunków sprzedaży w Punktach Sprzedaży Biletów

1.3 Ocena zadowolenia z warunków sprzedaży internetowej

1.4 Ocena zadowolenia z warunków sprzedaży w biletomatach

2.1 Ocena satysfakcji z jakości obsługi w Biurze Obsługi Klienta ZTM

2.2 Ocena satysfakcji z jakości obsługi w Contact Center

2.3 Ocena satysfakcji z jakości obsługi internetowej

2.4 Ocena zadowolenia z kontroli biletów

3.1 Ocena stanu taboru

3.2 Ocena zadowolenia z infrastruktury przystankowej

3.3 Ocena satysfakcji z warunków komunikacyjnych

3.4 Ocena zadowolenia z informacji pasażerskiej

1.2. Konceptualizacja oraz operacjonalizacja problematyki badawczej

Dla opisanej problematyki badawczej i wyznaczonych trzech głównych obszarów badania wybrano kluczowe aspekty do monitoringu w oparciu o funkcjonujące kanały sprzedaży i obsługi klientów ZTM oraz kluczowe elementy usług przewozowych. Szczegółowo obszary oraz aspekty ewaluacji satysfakcji klientów zestawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Wymiary i aspekty oceny zadowolenia klientów ZTM z warunków sprzedaży, jakości obsługi i usług przewozowych

Obszary oceny zadowolenia:	Wymiary oceny zadowolenia:	Aspekty
1. Warunki sprzedaży	1.1 Punkty Obsługi Klienta	1.1.1 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta
		1.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK
		1.1.3 Ocena efektywności obsługi w POK
	1.2 Punkty Sprzedaży Biletów	1.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów
		1.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów
		1.2.3 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów
	1.3 Internet	1.3.1 Ocena funkcjonowania strony www i Portalu PEKA
		1.3.2 Ocena efektywności sprzedaży internetowej
	1.4 Biletomaty	1.4.1 Ocena funkcjonowania biletomatów
		1.4.2 Ocena dostępności biletomatów
2. Jakość obsługi klienta	2.1 Biuro Obsługi Klienta	2.1.1 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta
		2.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników Biura Obsługi Klienta
		2.1.3 Ocena efektywności obsługi w BOK
		2.1.4 Ocena jakości karty PEKA
	2.2 Contact Center	2.2.1 Ocena dostępności Contact Center
		2.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników Contact Center
		2.2.3 Ocena efektywności obsługi w Contact Center
	2.3 Internet	2.3.1 Ocena funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego
		2.3.2 Ocena efektywności obsługi
	2.4 Kontrola biletów	2.4.1 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów
		2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli
	3. Usługi przewozowe	3.1 Stan taboru
3.1.2 Ocena wygody jazdy w autobusach		
3.1.3 Ocena warunków grzewczych w autobusach		
3.1.4 Ocena stanu technicznego autobusów		
3.1.5 Ocena czystości tramwajów		
3.1.6 Ocena wygody jazdy w tramwajach		
3.1.7 Ocena warunków grzewczych w tramwajach		
3.1.8 Ocena stanu technicznego tramwajów		
3.2 Infrastruktura przystankowa		3.2.1 Ocena czystości przystanków
		3.2.2 Ocena czystości dworców komunikacji miejskiej
		3.2.3 Ocena stanu technicznego infrastruktury przystankowej
3.3 Warunki komunikacyjne		3.3.1 Ocena punktualności autobusów
		3.3.2 Ocena punktualności tramwajów
		3.3.3 Ocena napełnienia pojazdów
		3.3.4 Ocena zawodności
		3.3.5 Ocena częstotliwości kursów
		3.3.6 Ocena układu komunikacyjnego
		3.3.7 Ocena zadowolenia z cen biletów jednorazowych
		3.3.8 Ocena nowej taryfy przystankowej
		3.3.9 Ocena bezpieczeństwa
	3.3.10. Punkty sprzedaży biletów	
3.4 Informacja pasażerska	3.4.1 Ocena czytelność rozkładów jazdy	
	3.4.2 Ocena informacji na temat awarii	
	3.4.3 Ocena informacji na temat zmian w trasach autobusów i tramwajów	
	3.4.4 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	

1.3 Grupa docelowa

Grupę docelową przedsięwzięcia badawczego mającego na celu określenie satysfakcji z warunków sprzedaży, jakości obsługi klienta i oceny usług przewozowych oferowanych na terenie aglomeracji poznańskiej przez Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu stanowią 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. Poszczególne kategorie składające się na grupę docelową, tj. badaną populację.

1.4 Techniki badawcze

W celu określenia satysfakcji klientów ZTM w Poznaniu z warunków sprzedaży usług, jakości obsługi klienta oraz usług przewozowych konieczne jest zastosowanie odmiennych strategii badawczych, uwzględniając zróżnicowane sposoby dotarcia do klientów korzystających z odmiennych kanałów sprzedaży i obsługi. W ramach poddawanej pilotażowi koncepcji pomiaru satysfakcji przeprowadzono kompleksową ocenę zadowolenia klientów z warunków sprzedaży usług i jakości obsługi klienta w oparciu o trzy podstawowe typy technik badawczych – **wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo (CATI), wywiady kwestionariuszowe (PAPI) oraz ankietę internetową (CAWI)**. Badania pilotażowe potwierdziły zasadność zastosowanych technik badawczych, przy pewnych zmianach w zakresie procedury doboru próby do badań realizowanych techniką wywiadów telefonicznych i pewnych zmianach w zakresie zastosowanych pytań wskaźnikowych. Jednocześnie w ramach cyklicznego pomiaru satysfakcji klientów ZTM w Poznaniu rekomenduje się zastosowanie dwóch technik uzupełniających – **wywiadów kwestionariuszowych z klientami realizowanych na próbie adresowej gospodarstw domowych oraz wywiadów zogniskowanych z klientami ZTM**. Wywiady kwestionariuszowe z klientami realizowane na próbie adresowej gospodarstw domowych w Poznaniu i gminach objętych działalnością ZTM pozwolą na zebranie opinii pasażerów komunikacji miejskiej na temat warunków i jakości usług przewozowych oferowanych przez Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu. Z kolei wywiady zogniskowane, realizowane z klientami z Poznania i z gmin objętych działalnością ZTM, umożliwią lepsze rozpoznanie problemów ograniczających satysfakcję klientów diagnozowanych w toku badań monitorujących. Szczegółową instrukcję realizacji badań w ramach rekomendowanych technik badawczych przedstawiono w rozdziale 2. tego opracowania. Poniższa tabela przedstawia problemowy model badania, tj. wizualizację przypisania poszczególnych problemów szczegółowych do technik badawczych. Badania FGI nie zostały uwzględnione w tym schemacie ze względu na przeznaczenie tej

techniki do jakościowych badań ad hoc, których scenariusze opracowywane będą w zależności od bieżących potrzeb wizerunkowych ZTM.

Tabela 2. Model analizy problematyki badawczej ze względu na rekomendowane techniki zbierania danych

Szczegółowe problemy badawcze		PAPI (1)	CATI	CAWI	PAPI (2)
Wymiary oceny zadowolenia z warunków sprzedaży	Punkty Obsługi Klienta				
	Punkty Sprzedaży Biletów				
	Internet				
	Biletomaty				
Wymiary oceny zadowolenia z jakości obsługi	Biuro Obsługi Klienta/ SOS				
	Contact Center				
	Internet				
	Kontrola biletów				
Wymiary oceny zadowolenia z usług przewozowych	Stan taboru				
	Infrastruktura przystankowa				
	Warunki komunikacyjne				
	Informacja pasażerska				

2. Instrukcja realizacji badań terenowych

2.1 Wywiady telefoniczne - CATI

Badana populacja i dobór próby

Rekomenduje się, aby wielkość zrealizowanej próby badawczej wynosiła co najmniej $N=200$ klientów ZTM kontaktujących się telefonicznie z Contact Center ZTM. Ponieważ najlepszym schematem terenowej realizacji próby pozostaje prowadzenie badań bez możliwości zamiany respondentów z próby na innych, to w liczebności próby wylosowanej należy uwzględnić przewidywany wskaźnik realizowalności próby (tj. liczbę osób wylosowanych do próby umniejszoną o odsetek klientów niedostępnych, jak też błędne dane operatu). W celu zmniejszenia błędu związanego z operatem losowania rekomenduje się zastosowanie danych billingowych w zakresie połączeń z infolinią telefoniczną ZTM. Przy takim sposobie losowania próby realnym wydaje się założenie 25-cio procentowej realizacji próby. W przypadku losowania respondentów kontaktujących się z Contact Center spośród wszystkich użytkowników karty PEKA – szacunkowy współczynnik realizacji próby (na podstawie badań pilotażowych) wynosi 2,5%. W takiej sytuacji z operatu – bazy użytkowników karty PEKA należałoby wylosować próbę co najmniej 8000 klientów.

Wskaźniki satysfakcji wyznaczone na podstawie badań CATI

W zakresie oceny funkcjonowania Contact Center (CC) ZTM stworzono dziewięć wskaźników w ramach trzech wyróżnionych aspektów. W tabeli 4 zestawiono wskaźniki wraz z wyznaczonymi wartościami wag dla wyróżnionych aspektów oceny infolinii ZTM.

Tabela 4. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z jakości obsługi w Contact Center ZTM

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
2.2.1 Ocena dostępności Contact Center	0,365	2.2.1.1 Ocena dostępności Contact Center ZTM - Do Contact Center ZTM łatwo się dozwonić	CATI
		2.2.1.2 Ocena dostępności Contact Center ZTM - Godziny pracy Contact Center ZTM są odpowiednie	
		2.2.1.3 Ocena dostępności Contact Center ZTM - W Contact Center ZTM łatwo znaleźć odpowiedniego doradcę	
2.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników Contact Center	0,313	2.2.2.1 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC są uprzejmi	CATI
		2.2.2.2 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC są zaangażowani w obsługę klienta	
		2.2.2.3 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC wzbudzają zaufanie	
		2.2.2.4 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC są profesjonalnie przygotowani do obsługi	
2.2.3 Ocena efektywności obsługi w Contact Center	0,323	2.2.3.1 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	CATI
		2.2.3.2 Ocena pracowników Contact Center - Pracownicy CC udzielają wyczerpujących wyjaśnień	

Badania telefoniczne pozwalają również na wyznaczenie wartości wskaźników satysfakcji z kontroli biletów. W ramach tego wymiaru wyróżniono dwa aspekty – ocenę kultury osobistej kontrolerów biletów oraz ocenę sposobu przeprowadzenia kontroli. Szczegółową listę wskaźników służących do wyznaczenia wskaźnika cząstkowego satysfakcji z kontroli biletów przedstawiono w tabeli 5.

Tabela 5. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z kontroli biletów

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
2.4.1 Ocena kultury osobistej kontrolerów biletów	0,528	2.4.1.1 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy są uprzejmi	CATI/PAPI
		2.4.1.2 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy wzbudzają zaufanie	
2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	0,472	2.4.2.1 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy są profesjonalnie przygotowani do kontroli (np. posiadają identyfikator)	CATI/PAPI
		2.4.2.2 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	

2.2 Ankieta internetowa - CAWI

Badana populacja i dobór próby

Rekomenduje się, aby wielkość zrealizowanej próby badawczej wynosiła co najmniej N=200 klientów ZTM – użytkowników karty PEKA. Szacunkowy wskaźnik realizacji próby wyznaczony na podstawie badań pilotażowych dla badań internetowych wynosi 8%, tzn. z operatu - bazy użytkowników karty PEKA należałoby wylosować próbę co najmniej 2500 klientów.

Wskaźniki satysfakcji wyznaczone na podstawie badań CAWI

W celu określenia satysfakcji ze sprzedaży internetowej zbudowano dwa zintegrowane wskaźniki cząstkowe w oparciu o sześć wskaźników prostych. Szczegółowa lista wskaźników wyznaczanych do oceny tego kanału na podstawie badań realizowanych techniką ankiety internetowej wraz z wagami poszczególnych aspektów przedstawiona została w tabeli 6.

Tabela 6. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z warunków sprzedaży internetowej

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
1.3.1 Ocena funkcjonowania strony PEKA	0,515	1.3.1.1 Ocena strony PEKA- Dzięki stronie Internetowej www.peka.poznan.pl mogę swobodnie zarządzać swoim kontem	CAWI
		1.3.1.2 Ocena strony PEKA- Czuję się bezpiecznie, wiem, że moje dane osobowe są dobrze chronione	
		1.3.1.3 Ocena strony PEKA- Strona Internetowa jest jasna i zrozumiała	
		1.3.1.4 Ocena strony PEKA- Nie mam problemu ze znalezieniem informacji, która mnie interesuje	
		1.3.1.5 Występowanie błędów lub problemów technicznych podczas korzystania ze strony internetowej PEKA	
1.3.2 Ocena efektywności sprzedaży internetowej	0,485	1.3.2.1 Ocena strony PEKA - Możliwość zakupu biletu czy doładowania konta jest dużym komfortem	CAWI

Badania CAWI służą również do określenia satysfakcji z jakości obsługi internetowej. Na tę ocenę składają się dwa wskaźniki częściowe – ocena funkcjonowania strony ZTM oraz ocena efektywności obsługi internetowej (wyznaczona na podstawie oceny możliwości zgłaszania reklamacji z wykorzystaniem konta PEKA). Szczegółowa lista wskaźników wykorzystanych do oceny tego kanału obsługi wraz z wagami poszczególnych aspektów przedstawiona została w tabeli 7.

Tabela 7. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z jakości obsługi internetowej

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
2.3.1 Ocena funkcjonowania strony ZTM	0,526	2.3.1.1 Ocena strony ZTM - Stronę Internetową ZTM wygodnie się przegląda	CAWI
		2.3.1.2 Ocena strony ZTM - Na stronie Internetowej ZTM łatwo jest odnaleźć poszukiwane informacje	
		2.3.1.3 Ocena strony ZTM - Strona Internetowa ZTM wygląda atrakcyjnie	
		2.3.1.4 Ocena strony ZTM - Formularz kontaktowy na stronie ZTM jest łatwy w użytkowaniu	
		2.3.1.5 Występowanie błędów lub problemów technicznych podczas korzystania ze strony internetowej ZTM	
2.3.2 Ocena efektywności obsługi internetowej	0,474	2.3.2.1 Ocena reklamacji - Terminowość – czas uzyskania odpowiedzi	CAWI
		2.3.2.2 Ocena reklamacji - Uzyskanie wyczerpujących informacji	
		2.3.2.3 Ocena reklamacji - Udzielona odpowiedź ukazała się pomocna	

2.3 Wywiady kwestionariuszowe - PAPI (1)

Badana populacja i dobór próby

Populację badaną w ramach wywiadów kwestionariuszowych PAPI (1) stanowią klienci korzystający z Biura Obsługi Klienta i Punktów Obsługi Klienta ZTM. Rekomenduje się, aby wielkość zrealizowanej próby badawczej wynosiła co najmniej N=200 klientów, w tym co najmniej 160 klientów POK i 40 klientów BOK.

Wskaźniki satysfakcji wyznaczone na podstawie badań PAPI (1)

W tabeli 8. zestawiono szczegółowo wagi oraz wykorzystane wskaźniki służące do oceny warunków sprzedaży w Punktach Obsług Klienta ZTM.

Tabela 8. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z warunków sprzedaży w Punktach Obsługi Klienta

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
1.1.1 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta	0,376	1.1.1.1 Ocena dostępności POK - Godziny otwarcia Punktów Obsługi Klienta są dostosowane do potrzeb mieszkańców	PAPI (1)
		1.1.1.3 Ocena dostępności POK - Odpowiada mi rozmieszczenie Punktów Obsługi Klienta w mieście	
		1.1.1.4 Ocena dostępności punktów sprzedaży - Punkty Obsługi Klienta	
1.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	0,290	1.1.2.1 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK są uprzejmi	PAPI (1)
		1.1.2.2 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK są zaangażowani w obsługę klienta	
		1.1.2.3 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK wzbudzają zaufanie	
		1.1.2.4 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK są profesjonalnie przygotowani do obsługi	
		1.1.2.5 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK przekazują informacje w sposób jasny i zrozumiały	
		1.1.2.6 Ocena pracowników POK - Pracownicy POK udzielają wyczerpujących wyjaśnień	
1.1.3 Ocena efektywności obsługi w POK	0,333	1.1.3.1 Ocena obsługi w POK - Czas oczekiwania w kolejce	PAPI (1)
		1.1.3.2 Ocena obsługi w POK - Czas oczekiwania na rozpatrzenie mojej sprawy	
		1.1.3.3 Ocena obsługi w POK - Skuteczność załatwienia sprawy	

W tabeli 9. Zestawiono wykorzystane w ramach badania kwestionariuszowego wskaźniki oceny zadowolenia z warunków sprzedaży w punktach sprzedaży biletów (PSB) wraz z wyznaczonymi wagami poszczególnych aspektów oceny.

Tabela 9. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z warunków sprzedaży w punktach sprzedaży biletów

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
1.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów	0,440	1.2.1.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży - Punkty sprzedaży biletów	PAPI (1)
1.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	0,248	1.2.2.1 Ocena pracowników PSB - Pracownicy PSB są uprzejmi	PAPI (1)
		1.2.2.2 Ocena pracowników PSB - Pracownicy są profesjonalnie przygotowani do obsługi	
		1.2.2.3 Ocena pracowników PSB - Pracownicy przekazują informacje w sposób jasny i zrozumiały	
1.2.3 Ocena efektywności obsługi w PSB	0,312	1.2.3.1 Ocena problemów przy zakupie biletów w PSB - Brak możliwości zakupu biletu i doładowania karty wieczorem i w nocy	PAPI (1)
		1.2.3.2 Ocena problemów przy zakupie biletów w PSB - Brak możliwości zakupu biletu i doładowania karty w weekendy i dni świąteczne	
		1.2.3.3 Ocena problemów przy zakupie biletów w PSB - Problemy z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu	
		1.2.3.4 Ocena problemów przy zakupie biletów w PSB - Zbyt duża kwota pieniędzy pobrana przy doładowaniu	
		1.2.3.5 Ocena problemów przy zakupie biletów w PSB - Brak biletów papierowych o określonych nominałach (np. ulgowych, normalnych 10-minutowych, itp.)	

W tabeli 10. zestawiono wykorzystane w ramach badania wskaźniki oceny zadowolenia z warunków sprzedaży w biletomatach wraz z wyznaczonymi wagami poszczególnych aspektów oceny.

Tabela 10. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z warunków sprzedaży w biletomatach

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
1.4.1 Ocena funkcjonowania biletomatów	0,528	1.4.1.1 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Problem z obsługą biletomatu	PAPI (1)
		1.4.1.2 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Brak możliwości zakupu biletu papierowego - awaria biletomatu, brak papieru	
		1.4.1.3 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Brak możliwości doładowania karty PEKA	
		1.4.1.4 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Problem z obsługą transakcji gotówkowych - biletomat nie przyjmuje monet, banknotów	
		1.4.1.5 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Problem z obsługą transakcji gotówkowych - biletomat nie wydaje reszty	
		1.4.1.6 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Problemy z obsługą transakcji bezgotówkowych - problem z korzystaniem z kart płatniczych	
		1.4.1.7 Występowanie problemów przy zakupie biletów w biletomatach - Pobranie zbyt dużej kwota pieniędzy przy doładowaniu	
1.4.2 Ocena dostępności biletomatów	0,472	1.4.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży - Biletomat stacjonarny	PAPI (1)
		1.4.2.2 Ocena dostępności punktów sprzedaży - Biletomat w pojeździe	

W tabeli 11. zestawiono wykorzystane wskaźniki służące do oceny jakości obsługi w Biurze Obsługi Klienta ZTM wraz z przypisanymi wagami poszczególnym aspektom oceny satysfakcji z jakości obsługi w BOK.

Tabela 11. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z jakości obsługi w Biurze Obsługi Klienta ZTM

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
2.1.1 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta	0,264	2.1.1.1 Ocena dostępności BOK - Godziny otwarcia Biura Obsługi Klienta są dostosowane do potrzeb mieszkańców	PAPI (1)
		2.1.1.3 Ocena dostępności BOK - BOK powinno być otwarte w innych godzinach niż obecnie	
2.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK	0,285	2.1.2.1 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK są uprzejmi	PAPI (1)
		2.1.2.2 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK są zaangażowani w obsługę klienta	
		2.1.2.3 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK wzbudzają zaufanie	
		2.1.2.4 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK są profesjonalnie przygotowani do obsługi	
		2.1.2.5 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK przekazują informacje w sposób jasny i zrozumiały	
		2.1.2.6 Ocena pracowników BOK - Pracownicy BOK udzielają wyczerpujących wyjaśnień	
2.1.3 Ocena efektywności obsługi w BOK	0,297	2.1.3.1 Ocena obsługi w BOK - Czas oczekiwania w kolejce	PAPI (1)
		2.1.3.2 Ocena obsługi w BOK - Czas oczekiwania na rozpatrzenie mojej sprawy	
		2.1.3.3 Ocena obsługi w BOK - Skuteczność załatwienia sprawy	
2.1.4 Ocena jakości karty PEKA	0,153	2.1.4.1 Ocena karty PEKA - Karta PEKA wygląda atrakcyjnie	PAPI (1)
		2.1.4.2 Ocena karty PEKA - Karta PEKA wykonana jest z odpornych na zniszczenie materiałów	
		2.1.4.3 Ocena karty PEKA - Karta PEKA jest łatwa w użyciu	

Szczegółową listę wskaźników służących do wyznaczenia wskaźnika cząstkowego satysfakcji z kontroli biletów przedstawiono w tabeli 12.

Tabela 12. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z kontroli biletów

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
2.4.1 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	0,528	2.4.1.1 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy są uprzejmi	CATI/PAPI (1)
		2.4.1.2 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy wzbudzają zaufanie	
2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	0,472	2.4.2.1 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy są profesjonalnie przygotowani do kontroli (np. posiadają identyfikator)	CATI/PAPI (1)
		2.4.2.2 Ocena pracy kontrolerów ZTM - Kontrolerzy przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	

2.4 Wywiady kwestionariuszowe - PAPI (2)

Badana populacja i dobór próby

Rekomenduje się, aby wielkość zrealizowanej próby badawczej wynosiła co najmniej N=600 klientów. Próba losowa adresowa reprezentatywna dla całego obszaru obsługiwanego przez ZTM w ramach Poznania i aglomeracji poznańskiej. Realizacja N=600 klientów, tj. respondentów korzystających z usług ZTM wyłonionych w oparciu o pytania filtrujące zadawane przed realizacją właściwego wywiadu.

Wskaźniki satysfakcji wyznaczone na podstawie badań PAPI (2)

W tabeli 13. zaprezentowano zestawienie wskaźników wykorzystywanych w ramach narzędzia kwestionariuszowego do oceny poszczególnych aspektów stanu taboru

Tabela 13. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z usług przewozowych - stan taboru

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
3.1.1 Ocena czystości autobusów	0,134	3.1.1.1. Czystość wewnątrz pojazdów	PAPI (2)
3.1.2 Ocena wygody jazdy w autobusach	0,121	3.1.2.1. Dostępność miejsc siedzących	PAPI (2)
		3.1.2.2. Wygoda miejsc siedzących	
		3.1.2.3. Wygoda jazdy na stojąco	
		3.1.2.4. Łatwość wsiadania i wysiadania	
3.1.3 Ocena warunków grzewczych w autobusach	0,094	3.1.3.1. Temperatura wewnątrz pojazdów w lecie	PAPI (2)
		3.1.3.2. Temperatura wewnątrz pojazdów w zimie	
3.1.4 Ocena stanu technicznego autobusów	0,152	3.1.4.1. Stan techniczny pojazdów	PAPI (2)
3.1.5 Ocena czystości tramwajów	0,134	3.1.5.1. Czystość wewnątrz pojazdów	PAPI (2)
3.1.6 Ocena wygody jazdy w tramwajach	0,121	3.1.6.1. Dostępność miejsc siedzących	PAPI (2)
		3.1.6.2. Wygoda miejsc siedzących	
		3.1.6.3. Wygoda jazdy na stojąco	
		3.1.6.4. Łatwość wsiadania i wysiadania	
3.1.7 Ocena warunków grzewczych w tramwajach	0,094	3.1.7.1. Temperatura wewnątrz pojazdów w lecie	PAPI (2)
		3.1.7.2. Temperatura wewnątrz pojazdów w zimie	
3.1.8 Ocena stanu technicznego tramwajów	0,152	3.1.8.1. Stan techniczny pojazdów	PAPI (2)

W tabeli 14. zaprezentowano zestawienie wskaźników wykorzystywanych w ramach narzędzia kwestionariuszowego do oceny poszczególnych aspektów infrastruktury przystankowej.

Tabela 14 Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z usług przewozowych - infrastruktura przystankowa

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
3.2.1 Ocena czystości przystanków	0,268	3.2.1.1. Czystość przystanków komunikacji miejskiej	PAPI (2)
3.2.2 Ocena czystości dworców komunikacji miejskiej	0,272	3.2.2.1. Czystość dworców komunikacji miejskiej	PAPI (2)
3.2.3 Ocena stanu technicznego infrastruktury przystankowej	0,460	3.2.3.1. Dostępność wiat przystankowych	PAPI (2)
		3.2.3.2. Stan techniczny wiat przystankowych	

W tabeli 15. zaprezentowano zestawienie wskaźników wykorzystywanych w ramach narzędzia kwestionariuszowego do oceny poszczególnych aspektów infrastruktury przystankowej.

Tabela 15. Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z usług przewozowych - warunki komunikacyjne

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
3.3.1 Ocena punktualności autobusów	0,142	3.3.1.1. Punktualność w dni powszednie poza godzinami szczytu	PAPI (2)
		3.3.1.2. Punktualność w dni powszednie w godzinach szczytu	
		3.3.1.3. Punktualność w weekendy	
3.3.2 Ocena punktualności tramwajów	0,133	3.3.2.1. Punktualność w dni powszednie poza godzinami szczytu	PAPI (2)
		3.3.2.2. Punktualność w dni powszednie w godzinach szczytu	
		3.3.2.3. Punktualność w weekendy	
3.3.3 Ocena napelnienia pojazdów	0,108	3.3.3.1. Zapelnienie pojazdów w godzinach szczytu	PAPI (2)
3.3.4 Ocena zawodności	0,099	3.3.4.1. Częstotliwość zakłócania podróży przez awarię - autobusy	PAPI (2)
		3.3.4.2. Częstotliwość zakłócania podróży przez awarię - tramwaje	
3.3.5 Ocena częstotliwości kursów	0,130	3.3.5.1. Częstotliwość kursowania w dni powszednie poza godzinami szczytu	PAPI (2)
		3.3.5.2. Częstotliwość kursowania w dni powszednie w godzinach szczytu	
		3.3.5.3. Częstotliwość kursowania w weekendy	
		3.3.5.4. Częstotliwość kursowania w nocy	
3.3.6 Ocena układu komunikacyjnego	0,097	3.3.6.1. Łatwość przesiadek w trakcie podróży	PAPI (2)
3.3.7 Ocena zadowolenia z cen biletów jednorazowych	0,062	3.3.7.1. Ocena ceny biletu normalnego na 10 minut	PAPI (2)
3.3.8 Ocena nowej taryfy przystankowej	0,055	3.3.8.1. Ocena ceny przejazdu 10 przystanków z użyciem tPortmonetki	PAPI (2)
3.3.9 Ocena bezpieczeństwa	0,103	3.3.9.1. Poczucie bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej w ciągu dnia	PAPI (2)
		3.3.9.2. Poczucie bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej wieczorami i w nocy	
3.3.10. Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów	0,070	3.3.10.1. Łatwość dostępu do biletomatów stacjonarnych	PAPI (2)
		3.3.10.2. Łatwość dostępu do biletomatów w pojeździe	
		3.3.10.3. Łatwość dostępu do POK ZTM	
		3.3.10.4. Łatwość dostępu do kiosków i punktów sprzedawcy	
		3.3.10.5. Łatwość zakupu biletu u kierowcy na liniach podmiejskich	
		3.3.10.6. Łatwość zakupu biletu za pomocą telefonu komórkowego	

W tabeli 16. zaprezentowano zestawienie wskaźników wykorzystywanych w ramach narzędzia kwestionariuszowego do oceny poszczególnych aspektów informacji pasażerskiej.

Tabela 16 Wskaźniki oceny zadowolenia klientów ZTM z usług przewozowych - informacja pasażerska

Aspekty	Waga aspektu	Wskaźniki	Technika zbierania danych
3.4.1 Ocena czytelność rozkładów jazdy	0,287	3.4.1.1. Ocena czytelności rozkładów jazdy na tabliczkach przystankowych	PAPI (2)
		3.4.1.2. Ocena czytelności rozkładów jazdy na stronie ZTM	
3.4.2 Ocena informacji na temat awarii	0,287	3.4.2.1. Ocenia sposobu informowania o awariach autobusów i tramwajów	PAPI (2)
		3.4.2.2. Ocena sposobu informowania o awariach systemu PEKA	
3.4.3 Ocena informacji na temat zmian w trasach autobusów i tramwajów	0,284	3.4.3.1. Dostępność informacji o zmianach tras autobusów i tramwajów	PAPI (2)
3.4.4 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	0,142	3.4.4.1. Dostępność informacji o cenach przejazdów komunikacją miejską	PAPI (2)

2.5. Zogniskowane wywiady grupowe - FGI

Zastosowanie techniki Zogniskowanych Wywiadów Grupowych (FGI) ma charakter opcjonalny w ramach projektu badawczego. Decyzja o przeprowadzeniu takiego towarzyszącego badania powinna zapadać w kontekście bieżących potrzeb informacyjnych lub wizerunkowych ZTM.

W ramach pilotażowej realizacji projektu wywiady pogłębione wykorzystane były dla określenia wag poszczególnych wymiarów i aspektów satysfakcji klienta. Nie jest wskazane rokroczne powtarzanie tej procedury. W latach kolejnych konieczne wymagać będzie opracowania nowego scenariusza wywiadu, który stanowić będzie operacjonalizację wybranych do pogłębionego badania problemów badawczych. Narzędziem badawczym jest scenariusz wywiadu zawierający szczegółowe problemy badawcze - zagadnienia ważne z punktu widzenia celów oraz struktury problemowej badania.

Standardowa sekwencja kroków badawczych obejmuje w tym przypadku realizacji projektu FGI następujące czynności:

- 1) Wybór problemu badawczego
- 2) Określenie zestawu szczegółowych pytań badawczych, na które należy znaleźć odpowiedź w celu rozwiązania problemu badawczego (eksplikacja)
- 3) Przełożenie każdego ze szczegółowych pytań badawczych na zestawy pytań zadawanych respondentom (operacjonalizacja)
- 4) Opracowanie scenariusza FGI w oparciu o przeprowadzoną operacjonalizację

3. Narzędzia badawcze

Poniżej zestawiono narzędzia badawcze do oceny satysfakcji klientów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu. Kwestionariusze do badań telefonicznych CATI, internetowych CAWI oraz face-to-face PAPI (1) testowane były w ramach badań pilotażowych, na podstawie których wprowadzono zmiany uwzględnione w prezentowanych narzędziach. Opracowany kwestionariusz wywiadu do badania klientów w ramach badań na próbie adresowej gospodarstw domowych w Poznaniu i powiecie poznańskim PAPI (2) stanowi propozycję narzędzia do oceny zadowolenia z jakości usług przewozowych.

3.1 Kwestionariusz wywiadu telefonicznego CATI

Wprowadzenie

Dzień dobry. Nazywam się..... Jestem pracownikiem Centrum Badań Stosowanych Ultex Ankieter Sp. z o.o. Przeprowadzam badanie dotyczące satysfakcji klientów Contact Center Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu. Przeprowadzane badanie ma charakter w pełni anonimowy, a wyniki prezentowane będą wyłącznie w postaci zbiorczych tabel statystycznych.

Czy może Pan/Pani poświęcić swój czas i odpowiedzieć na kilka pytań dotyczących przedsiębiorstwa?

Tak	→	1	[kontynuować wywiad]
Nie	→	2	[przerwać wywiad]
Nie, ale są szanse na późniejszą realizację	→	2	[umówić kolejną rozmowę telefoniczną]

Pyt. 1. Czy kontaktował się P. z Contact Center ZTM?

1. Tak	1
2. Nie	2

Pyt. 2. Jak często kontaktuje się P. z Contact Center ZTM?

1. Raz w miesiącu lub rzadziej	2
2. Kilka razy w miesiącu	3
3. Kilka razy tygodniowo	4
4. Codziennie	5

Pyt. 3. W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi działania Contact Center ZTM?

	Zdecydowa nie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowa nie się nie zgadzam
1. Do Contact Center ZTM łatwo się dodzwonić	5	4	3	2	1
2. Godziny pracy Contact Center ZTM są odpowiednie	5	4	3	2	1
3. W Contact Center ZTM łatwo znaleźć odpowiedniego doradcę	5	4	3	2	1

Pyt. 4 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi jakości obsługi w Contact Center ZTM:

	Zdecydowa nie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowa nie się nie zgadzam
1. Pracownicy CC są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Pracownicy CC są zaangażowani w obsługę klienta	5	4	3	2	1
3. Pracownicy CC wzbudzają zaufanie	5	4	3	2	1
4. Pracownicy CC są profesjonalnie przygotowani do obsługi	5	4	3	2	1
5. Pracownicy CC przekazują informacji w sposób	5	4	3	2	1

jasny i zrozumiały					
6. Pracownicy CC udzielają wyczerpujących wyjaśnień	5	4	3	2	1

Pyt. 5 Posiadanie karty PEKA

Tak, korzystam z biletu sieciowego	1	Tak, korzystam z tPortmonetki	2	Nie posiadam karty PEKA	3
------------------------------------	---	-------------------------------	---	-------------------------	---

Pyt. 6 Czy w ciągu ostatniego roku był/a P. kontrolowana przez pracownika ZTM w autobusie lub tramwaju w Poznaniu lub w aglomeracji poznańskiej?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 6 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 7 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi pracy kontrolerów ZTM

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Kontrolerzy są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Kontrolerzy wzbudzają zaufanie	5	4	3	2	1
3. Kontrolerzy są odpowiednio przygotowani do kontroli (np. posiadają identyfikator w widocznym miejscu)	5	4	3	2	1
4. Kontrolerzy przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	5	4	3	2	1
5. Kontrola w autobusie lub tramwaju przeprowadzona została sprawnie (np. zablokowano i odblokowano kasowniki w odpowiednim momencie)	5	4	3	2	1

METRYCZKA:

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

M.1 Płeć:

Mężczyzna	1	Kobieta	2	Rok urodzenia
-----------	---	---------	---	---------------	-------

M.2 Rok urodzenia (liczba):

M.3 Miejsce zamieszkania Respondenta:

Poznań	1	Poza Poznaniem	2
Proszę o wskazanie kodu pocztowego do celów statystycznych	Nazwa powiatu:
		Nazwa gminy:
		Nazwa województwa:

M.4 Liczba osób w gospodarstwie domowym (w tym ja)

Dorośli (powyżej 18 roku życia)
Dzieci i młodzież do 18 roku życia

M.5 Czy u P. w gospodarstwie domowym jest samochód?

Tak	1	Nie	2
-----	---	-----	---

M.6. Sytuacja zawodowa:

Uczeń/student	1	Rencista/emeryt	2	Osoba pracująca	3	Bezrobotny	4
Osoba opiekująca się domem	5						

3.2 Kwestionariusz ankiety internetowej CAWI

Wprowadzenie

Badanie, do którego wylosowany został Pana/Pani adres mailowy jest elementem diagnozy satysfakcji Klientów Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu. Głównym celem przedsięwzięcia jest ocena funkcjonowania systemu PEKA w aglomeracji poznańskiej. Czy może Pan/Pani poświęcić swój czas i odpowiedzieć na kilka pytań dotyczących funkcjonowania strony internetowej PEKA i ZTM?

Przeprowadzane badanie ma charakter w pełni anonimowy, a wyniki prezentowane będą wyłącznie w postaci zbiorczych tabel statystycznych.

Pyt.1. Czy korzysta P. z strony ZTM: <http://ztm.poznan.pl>?

1. Tak	1
2. Nie	2

Pyt. 2. Jak często korzysta P. ze strony ZTM: <http://ztm.poznan.pl>?

1. Raz w miesiącu	1
2. Kilka razy w miesiącu	2
3. Kilka razy tygodniowo	3
4. Codziennie	4

Pyt. 3. Czy kiedykolwiek podczas korzystania ze strony Internetowej ZTM pojawiły się błędy lub problemy techniczne?

1. Tak, raz	1
2. Tak, takie sytuacje przydarzyły mi się kilkakrotnie	2
3. Nie, ale słyszałem od innych o takich problemach	3
4. Nigdy	4

Pyt. 4. W jakich celach korzysta P. ze strony Internetowej ZTM?

	Tak	Nie
1. Informacja o planie taryfowym	1	2
2. Informacja o rozkładzie jazdy	1	2
3. Informacja o czasowych zmianach tras tramwajowych i autobusowych	1	2
4. Informacje pozwalające na wyszukanie konkretnej trasy przejazdu	1	2
5. Informacje o promocjach	1	2
6. Informacje kontaktowe ZTM	1	2
7. Informacje o ulgach i zwolnieniu z opłat	1	2
8. Informacje dotyczące PEKA	1	2

Pyt. 5. W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej ZTM?

	Zdecydowa nie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowa nie się nie zgadzam
1. Stronę Internetową ZTM wygodnie się przegląda	5	4	3	2	1
2. Na stronie Internetowej ZTM łatwo jest odnaleźć poszukiwane informacje	5	4	3	2	1
3. Strona Internetowa ZTM wygląda atrakcyjnie	5	4	3	2	1
4. Formularz kontaktowy na stronie ZTM jest łatwy w użytkowaniu	5	4	3	2	1

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

1. Raz w miesiącu	1
2. Kilka razy w miesiącu	2
3. Kilka razy tygodniowo	3
4. Codziennie	4

Pyt. 7. Czy kiedykolwiek podczas korzystania ze strony Internetowej PEKA pojawiły się błędy lub problemy techniczne?

1. Tak, raz	1
2. Tak, takie sytuacje przydarzyły mi się kilkakrotnie	2
3. Nie, ale słyszałem od innych o takich problemach	3
4. Nigdy	4

Pyt. 8. W jakich celach korzysta P. ze strony Internetowej PEKA?

	Tak	Nie
1. Informacja o planie taryfowym	1	2
2. Chęć zakupu biletu przez Internet	1	2
3. Informacja o stanie tPortmonetki	1	2
4. Informacja o stanie konta biletu okresowego	1	2
5. Informacja o sposobie obsługi czytnika kart PEKA	1	2
6. Informacja o Punktach Obsługi Klienta	1	2
7. Informacja o Punktach Sprzedaży Biletów	1	2

Pyt. 9. W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej PEKA?

	Zdecydowa nie się zgadzam	Raczej się zgadzam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowa nie się nie zgadzam
1. Dzięki stronie Internetowej www. peka.poznan.pl mogę swobodnie zarządzać swoim kontem	5	4	3	2	1
2. Czuję się bezpiecznie, wiem, że moje dane osobowe są dobrze chronione	5	4	3	2	1
3. Możliwość zakupu biletu czy doładowania konta jest dużym komfortem	5	4	3	2	1
4. Strona Internetowa jest jasna i zrozumiała	5	4	3	2	1
5. Nie mam problemu ze znalezieniem informacji, która mnie interesuje	5	4	3	2	1
6. Formularz na składanie wniosku był zrozumiały i łatwy do wypełnienia	5	4	3	2	1

Pyt. 10. Czy kiedykolwiek zgłaszał P. reklamację bądź inny wniosek z konta na stronie PEKA?

1. Tak	1
2. Nie	2

Pyt. 11. JEŚLI TAK TO: Jak ocenia P. następujące aspekty:

	Bardzo dobrze	Raczej dobrze	T.P. (nie czytać)	Raczej złe	Bardzo złe
1. Terminowość – czas uzyskania odpowiedzi	5	4	3	2	1
2. Uzyskanie wyczerpujących informacji	5	4	3	2	1
3. Udzielona odpowiedź ukazała się pomocna	5	4	3	2	1

METRYCZKA:

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

M.1 Z jakich opcji karty PEKA P. korzysta

Tak, korzystam z biletu sieciowego	1	Tak, korzystam z tPortmonetki	2	Tak, korzystam z innych funkcji karty PEKA	3	Nie posiadam karty PEKA	4
------------------------------------	---	-------------------------------	---	--	---	-------------------------	---

M.2 Płeć:

Mężczyzna	1	Kobieta	2
-----------	---	---------	---

M.3 Rok urodzenia (liczba):

Rok urodzenia
---------------	-------

M.4 Miejsce zamieszkania Respondenta:

Poznań	1	Poza Poznaniem	2
Proszę o wskazanie kodu pocztowego do celów statystycznych	Nazwa powiatu:
	Nazwa gminy:
	Nazwa województwa:

M.5 Liczba osób w gospodarstwie domowym (w tym ja)

Dorośli (powyżej 18 roku życia)
Dzieci i młodzież do 18 roku życia

M.6 Czy u P. w gospodarstwie domowym jest samochód?

Tak	1	Nie	2
-----	---	-----	---

M.7 Sytuacja zawodowa:

Uczeń/student	1	Rencista/emeryt	2	Osoba pracująca	3	Bezrobotny	4
Osoba opiekująca się domem	5						

3.3 Kwestionariusz wywiadu PAPI (1)

Dzień dobry. Nazywam się..... Jestem pracownikiem Centrum Badań Stosowanych Ultex Ankieter Sp. z o.o. Przeprowadzam badanie dotyczące satysfakcji klientów Punktu Obsługi Klienta Zarządu Transportu Miejskiego.

Pyt. 1 Czy posiada P. kartę PEKA Można wskazać więcej niż 1 odpowiedź

1. Tak, korzystam z biletu okresowego	1
2. Tak, korzystam z tPortmonetki	2
3. Tak, korzystam z innych funkcji karty PEKA (np. opłata za postój w strefie płatnego parkowania, karta biblioteczna)	3
4. Nie posiadam karty PEKA.	4

PYTANIA 2-3 DLA POSIADACZY KARTY PEKA, TJ. DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 1 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 2 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi jakości karty PEKA

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Karta PEKA wygląda atrakcyjnie	5	4	3	2	1
2. Karta PEKA wykonana jest z odpornych na zniszczenie materiałów	5	4	3	2	1
3. Karta PEKA jest łatwa w użyciu	5	4	3	2	1

Pyt. 3 W jaki sposób kupuje P. bilet okresowy lub doladowuje kartę PEKA:

	Często	Rzadko	Nigdy
1. W Punktach Obsługi Klienta ZTM	3	2	1
2. W kioskach i salonach prasowych	3	2	1
3. W sklepach	3	2	1
4. W urzędach pocztowych	3	2	1
5. W biletomatach stacjonarnych	3	2	1
6. Przez Internet	3	2	1

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

Pyt. 4 W jaki sposób najczęściej kupuje P. bilety PAPIEROWE:

	Często	Rzadko	Nigdy
1. Bezpośrednio w Punktach Obsługi Klienta ZTM	3	2	1
2. W kioskach i salonach prasowych	3	2	1
3. W sklepach	3	2	1
4. W urzędach pocztowych	3	2	1
5. W biletomatach stacjonarnych	3	2	1
6. W biletomatach w pojeździe	3	2	1
7. Korzystając z aplikacji na telefony komórkowe (np. moBILET, CallPay, mPay, SkyCash)	3	2	1

Pyt. 5 Czy w ciągu ostatniego roku miał/a P. kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z Punktem Obsługi Klienta ZTM?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA 6-8 DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 5 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 6 W jakich sprawach zgłaszał się P. do POK? Można wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

1. Informacja o obowiązującej taryfie, układzie komunikacyjnym miasta, karcie PEKA, objazdach, promocjach itp.	1
2. Złożenie wniosku o wydanie karty PEKA	2
3. Odbiór kart PEKA	3
4. Doladowanie karty PEKA lub zakup biletu okresowego (tPortmonetka)	4
5. Zakup biletu papierowego	5
6. Reklamacja	6
7. Inny wniosek (oświadczenie, skarga, itp.)	7
8. Inne, jakie?.....	8

Pyt. 7 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi jakości obsługi w Punktach Obsługi Klienta ZTM:

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Pracownicy POK są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Pracownicy POK są zaangażowani w obsługę klienta	5	4	3	2	1
3. Pracownicy POK wzbudzają zaufanie	5	4	3	2	1
4. Pracownicy POK są profesjonalnie przygotowani do obsługi	5	4	3	2	1
5. Pracownicy POK przekazują informacje w sposób jasny i zrozumiały	5	4	3	2	1
6. Pracownicy POK udzielają wyczerpujących wyjaśnień	5	4	3	2	1

Pyt. 8 Jak ocenia P. jakość obsługi klientów ZTM w Punktach Obsługi Klienta pod następującymi względami:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	T.P. (nie czytać)	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. Czas oczekiwania w kolejce	5	4	3	2	1
2. Czas oczekiwania na rozpatrzenie mojej sprawy	5	4	3	2	1
3. Skuteczność załatwienia sprawy	5	4	3	2	1

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

Pyt. 9 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi godzin otwarcia i lokalizacji Punktów Obsługi Klienta ZTM

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Godziny otwarcia POK są dostosowane do potrzeb mieszkańców	5	4	3	2	1
2. Odpowiada mi rozmieszczenie Punktów Obsługi Klienta w mieście	5	4	3	2	1

Pyt. 10 Czy w ciągu ostatniego roku miał/a P. kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z Biurem Obsługi Klienta ZTM (na ulicy Matejki)?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA 11-13 DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 10 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 11 W jakich sprawach zgłaszał się P. do BOK? Można wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

1. Informacja o obowiązującej taryfie, układzie komunikacyjnym miasta, karcie PEKA, objazdach, promocjach itp.	1
2. Odbiór kart PEKA nie odebranych w wybranym POK w terminie	2
3. Uzyskanie pomocy w wypełnianiu wniosku o wydanie karty PEKA czy innych dokumentów.	3
4. Uzyskanie biletu zastępczego na czas wyrobienia duplikatu karty	4
5. Bezpłatnie wyrobienie zdjęcia do wniosku o wydanie karty PEKA	5
6. Rozłożenie na raty opłaty dodatkowej	6
7. Reklamacja	7
8. Inny wniosek (oświadczenie, skarga, itp.)	8
9. Inne, jakie?.....	9

Pyt. 12 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi jakości obsługi w Biurze Obsługi Klienta ZTM:

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Pracownicy BOK są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Pracownicy BOK są zaangażowani w obsługę klienta	5	4	3	2	1
3. Pracownicy BOK wzbudzają zaufanie					
4. Pracownicy BOK są profesjonalnie przygotowani do obsługi	5	4	3	2	1
5. Pracownicy BOK przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	5	4	3	2	1
6. Pracownicy BOK udzielają wyczerpujących wyjaśnień	5	4	3	2	1

Pyt. 13 Jak ocenia P. jakość obsługi klientów ZTM w Biurze Obsługi Klienta pod następującymi względami:

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Czas oczekiwania w kolejce	5	4	3	2	1
2. Czas oczekiwania na rozpatrzenie mojej sprawy	5	4	3	2	1
3. Skuteczność załatwienia sprawy	5	4	3	2	1

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

Pyt. 14 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi godzin otwarcia Biura Obsługi Klienta ZTM

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Godziny otwarcia BOK są dostosowane do potrzeb mieszkańców	5	4	3	2	1
3. BOK powinno być otwarte w innych godzinach niż obecnie	5	4	3	2	1

Pyt. 15 Jak ocenia Pan/i dostęp do niżej wymienionych punktów sprzedaży:?

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	T.P. (nie czytać)	Raczej źle	Zdecydowanie źle	Nie wiem, nie korzystam
1. Biletomat stacjonarny	5	4	3	2	1	888
2. Biletomat w pojeździe	5	4	3	2	1	888
3. Punkt Obsługi Klienta ZTM	5	4	3	2	1	888
4. Kioski i punkty sprzedaży biletów	5	4	3	2	1	888
5. U kierowcy na liniach podmiejskich	5	4	3	2	1	888
6. Za pośrednictwem telefonu komórkowego	5	4	3	2	1	888

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE KORZYSTAŁY Z KIOSKÓW LUB INNYCH PUNKTÓW SPRZEDAŻY BILETÓW, T.J. WSKAZAŁY W PYT. 15.4 ODPOWIEDŹ 1, 2, 3, 4 LUB 5.

Pyt. 16 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi jakości obsługi w Punktach Sprzedaży Biletów (kioskach, sklepach, urzędach pocztowych):

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Pracownicy są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Pracownicy są profesjonalnie przygotowani do obsługi	5	4	3	2	1
3. Pracownicy przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	5	4	3	2	1

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE KORZYSTAŁY Z KIOSKÓW LUB INNYCH PUNKTÓW SPRZEDAŻY BILETÓW

Pyt. 17 Czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z jakimiś trudnościami przy zakupie w Punktach Sprzedaży Biletów (kioskach, sklepach, urzędach pocztowych)?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 17 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 18 Z jakimi problemami najczęściej spotykał(a) się P. przy zakupie biletów w Punktach Sprzedaży Biletów (kioskach, sklepach, urzędach pocztowych):

	Często	Czasami	Nigdy
1. Brak możliwości zakupu biletu i doładowania karty wieczorem i w nocy	3	2	1
2. Brak możliwości zakupu biletu i doładowania karty w weekendy i dni świąteczne	3	2	1
3. Problemy z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu	3	2	1
4. Zbyt duża kwota pieniędzy pobrana przy doładowaniu	3	2	1
5. Brak biletów papierowych o określonych nominałach (np. ulgowych, normalnych 10-minutowych, itp.)	3	2	1
6. Inne, jakie?.....	3	2	1

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE KORZYSTAŁY Z BILETOMATÓW STACJONARNYCH, T.J. WSKAZAŁY W PYT. 15.1 ODPOWIEDŹ 1, 2, 3, 4 LUB 5.

Pyt. 19 Czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z jakimiś trudnościami przy zakupie biletu w biletomatach stacjonarnych ?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE KORZYSTAŁY Z BILETOMATÓW W POJAZDACH, T.J. WSKAZAŁY W PYT. 15.2 ODPOWIEDŹ 1, 2, 3, 4 LUB 5.

Pyt. 20 Czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z jakimiś trudnościami przy zakupie biletu w biletomatach w pojazdach ?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 19 lub 20 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 21 Z jakimi problemami najczęściej spotykał/a się P. przy zakupie biletów w biletomatach:

	Często	Czasami	Nigdy
1. Problem z obsługą biletomatu	3	2	1
2. Brak możliwości zakupu biletu papierowego – awaria biletomatu, brak papieru	3	2	1
3. Brak możliwości doładowania karty PEKA	3	2	1
4. Problem z obsługą transakcji gotówkowych - biletomat nie przyjmuje monet, banknotów	3	2	1
5. Problem z obsługą transakcji gotówkowych - biletomat nie wydaje reszty	3	2	1
6. Problemy z obsługą transakcji bezgotówkowych - problem z korzystaniem z kart płatniczych	3	2	1
7. Pobranie zbyt dużej kwoty pieniędzy przy doładowaniu	3	2	1
8. Inne, jakie?.....	3	2	1

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

Pyt. 22 Czy w ciągu ostatniego roku był/a P. kontrolowana przez pracownika ZTM w autobusie lub tramwaju w Poznaniu lub w aglomeracji poznańskiej?

1. Tak	1
2. Nie	2

PYTANIA DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. 22 ODPOWIEDZIAŁY „TAK”

Pyt. 23 W jakim stopniu zgadza się P. z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi pracy kontrolerów ZTM

	Zdecydowanie się zgadzam	Raczej się zgadzam	T.P. (nie czytać)	Raczej się nie zgadzam	Zdecydowanie się nie zgadzam
1. Kontrolerzy są uprzejmi	5	4	3	2	1
2. Kontrolerzy wzbudzają zaufanie	5	4	3	2	1
3. Kontrolerzy są odpowiednio przygotowani do kontroli (np. posiadają identyfikator w widocznym miejscu)	5	4	3	2	1
4. Kontrolerzy przekazują informacji w sposób jasny i zrozumiały	5	4	3	2	1
5. Kontrola w autobusie lub tramwaju przeprowadzona została sprawnie (np. zablokowano i odblokowano kasowniki w odpowiednim momencie)	5	4	3	2	1

METRYCZKA:

PYTANIA DLA WSZYSTKICH

M.1 Płeć:

Mężczyzna	1	Kobieta	2	Rok urodzenia
-----------	---	---------	---	---------------	-------

M2 Rok urodzenia (liczba):

M.2 Miejsce zamieszkania Respondenta:

Poznań	1	Poza Poznaniem	2
Proszę o wskazanie kodu pocztowego do celów statystycznych	Nazwa powiatu:	
	Nazwa gminy:	
	Nazwa województwa:	

M.3 Liczba osób w gospodarstwie domowym (w tym ja)

Dorośli (powyżej 18 roku życia)
Dzieci i młodzież do 18 roku życia

M.4 Czy u P. w gospodarstwie domowym jest samochód?

Tak	1	Nie	2
-----	---	-----	---

M.5 Sytuacja zawodowa:

Uczeń/student	1	Rencista/emeryt	2	Osoba pracująca	3	Bezrobotny	4
Osoba opiekująca się domem	5						

Imię osoby, z którą przeprowadzono wywiad:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nr telefonu w celu przeprowadzenia kontroli:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Oświadczenie ankietera:

Stwierdzam, że powyższy wywiad przeprowadziłem/am osobiście i bezpośrednio ze wskazaną osobą oraz, że zadałem jej wszystkie zalecane pytania i zapisałem/am wszystkie udzielone odpowiedzi.

Miejscowość:.....

Data:.....

Godzina:.....

Podpis ankietera:.....

3.4 Kwestionariusz wywiadu PAPI (2)

Dzień dobry. Nazywam się..... Jestem pracownikiem Centrum Badań Stosowanych Ultex Ankieter Sp. z o.o. Na zlecenie Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu przeprowadzam badanie dotyczące satysfakcji mieszkańców z działania komunikacji publicznej. Czy może Pan/Pani poświęcić swój czas i odpowiedzieć na kilka pytań dotyczących funkcjonowania transportu publicznego w naszym mieście?

Przeprowadzane badanie ma charakter w pełni anonimowy, a wyniki prezentowane będą wyłącznie w postaci zbiorczych tabel statystycznych.

X: KORZYSTANIE Z TRANSPORTU PUBLICZNEGO

X.1. Czy korzysta Pan/i z transportu publicznego:

1. Tak (przejsć do X.3)	1
2. Nie (przejsć do X.2)	2

FILTR X.2. (TYLKO DLA RESPONDENTÓW NIEKORZYSTAJĄCYCH Z KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ) Proszę się ustosunkować do następującego stwierdzenia: Nie korzystam z komunikacji publicznej, ponieważ: (wybrać maks. 3 najważniejsze)

1. Jeżdżę tylko własnym samochodem	1
2. Nie są one dla mnie opłacalne	2
3. Mam za daleko do przystanku	3
4. Nie stać mnie na przejazdy	4
5. Nie mam zaufania do MPK	5
6. Wszędzie mam blisko, chodzę więc pieszo	6
7. Inne, jakie?.....	7

X.3 Jak często porusza się Pan/Pani po mieście i aglomeracji poznańskiej następującymi środkami transportu:

	Codziennie lub prawie codziennie	Kilka razy w tygodniu	Kilka razy w miesiącu	Przynajmniej raz w miesiącu	Rzadziej	Wcale
1. Autobus	5	4	3	2	1	9
2. Tramwaj	5	4	3	2	1	9
3. Samochód - jako kierowca	5	4	3	2	1	9
4. Samochód - jako pasażer	5	4	3	2	1	9
5. Rower	5	4	3	2	1	9
6. Rowerem miejskim	5	4	3	2	1	9
7. Pociąg	5	4	3	2	1	9

JEŚLI RESPONDENT NIE KORZYSTA Z KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ (AUTOBUS LUB TRAMWAJ) CO NAJMNIEJ RAZ W MIESIĄCU - ZAKOŃCZYĆ WYWIAD

X.4. Jakimi liniami komunikacji miejskiej najczęściej porusza się Pan/i po mieście:

.....

.....

.....

.....

.....

PYTANIA X.5 DLA OSÓB KORZYSTAJĄCYCH Z ROWERU MIEJSKIEGO, T.J. DLA OSÓB, KTÓRE W PYT. X.3.6 ODPOWIEDZIAŁY 1, 2, 3, 4 LUB 5.

X.5. Jak ocenia Pan/i poznański system rowerów miejskich:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. Liczba stacji rowerów miejskich	5	4	3	2	1
2. Dostępność rowerów miejskich na stacjach	5	4	3	2	1
3. Stan techniczny rowerów miejskich	5	4	3	2	1
4. Opłaty za wypożyczenie roweru miejskiego	5	4	3	2	1

A: STAN TABORU

A.1. Jak ocenia Pan/i autobusy komunikacji miejskiej pod następującymi względami:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. Czystość wewnątrz pojazdów	5	4	3	2	1
2. Dostępność miejsc siedzących	5	4	3	2	1
3. Wygoda miejsc siedzących	5	4	3	2	1
4. Wygoda jazdy na stojąco	5	4	3	2	1
5. Łatwość wsiadania i wysiadania	5	4	3	2	1
6. Stan techniczny pojazdów	5	4	3	2	1
7. Temperatura wewnątrz pojazdów w lecie	5	4	3	2	1
8. Temperatura wewnątrz pojazdów w zimie	5	4	3	2	1
9. Zapelnienie pojazdów w godzinach szczytu	5	4	3	2	1

A.2. Jak ocenia Pan/i tramwaje komunikacji miejskiej pod następującymi względami:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. Czystość wewnątrz pojazdów	5	4	3	2	1
2. Dostępność miejsc siedzących	5	4	3	2	1
3. Wygoda miejsc siedzących	5	4	3	2	1
4. Wygoda jazdy na stojąco	5	4	3	2	1
5. Łatwość wsiadania i wysiadania	5	4	3	2	1
6. Stan techniczny pojazdów	5	4	3	2	1
7. Temperatura wewnątrz pojazdów w lecie	5	4	3	2	1
8. Temperatura wewnątrz pojazdów w zimie	5	4	3	2	1
9. Zapelnienie pojazdów w godzinach szczytu	5	4	3	2	1

B: INFRASTRUKTURA PRZYSTANKOWA

B.1. Jak ocenia Pan/i przystanki komunikacji miejskiej pod następującymi względami:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. Czystość przystanków komunikacji miejskiej	5	4	3	2	1
2. Czystość dworców komunikacji miejskiej	5	4	3	2	1
3. Dostępność wiat przystankowych	5	4	3	2	1
4. Stan techniczny wiat przystankowych	5	4	3	2	1

B.2. Czy poruszając się po mieście i aglomeracji poznańskiej komunikacją miejską napotyka Pan/i przystanki, które są szczególnie niewygodne? Złe zaprojektowane, wykonane lub nienależycie utrzymane? Jeśli tak, to które? Na czym polegają problemy?

.....

.....

.....

B.3. Jak ocenia Pan/i poziom bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. W ciągu dnia	5	4	3	2	1
2. Wieczorami i w nocy	5	4	3	2	1

C: WARUNKI KOMUNIKACYJNE

C.1. Jak ocenia Pan/i punktualność autobusów komunikacji miejskiej:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. W dni powszednie poza godzinami szczytu	5	4	3	2	1
2. W dni powszednie w godzinach szczytu	5	4	3	2	1
3. W weekendy	5	4	3	2	1

C.2. Jak ocenia Pan/i punktualność tramwajów:

	Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
1. W dni powszednie poza godzinami szczytu	5	4	3	2	1
2. W dni powszednie w godzinach szczytu	5	4	3	2	1
3. W weekendy	5	4	3	2	1

C.3. Jak często na przestrzeni ostatniego miesiąca Pana/i podróż komunikacją miejską została zakłócona przez awarię:

	Kilka razy	Jeden raz	Nigdy	Trudno powiedzieć/ nie dotyczy
1. Autobusu	3	2	1	0
2. Tramwaju	3	2	1	0

C.4.A. Jak ocenia Pan/i częstotliwość kursowania autobusów komunikacji miejskiej:

	Zdecydowanie nie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie nie źle	Nie dotyczy
1. W dni powszednie poza godzinami szczytu	5	4	3	2	1	0
2. W dni powszednie w godzinach szczytu	5	4	3	2	1	0
3. W weekendy	5	4	3	2	1	0
4. W nocy	5	4	3	2	1	0

C.4.B. Jak ocenia Pan/i częstotliwość kursowania tramwajów:

	Zdecydowanie nie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie nie źle	Nie dotyczy
1. W dni powszednie poza godzinami szczytu	5	4	3	2	1	0
2. W dni powszednie w godzinach szczytu	5	4	3	2	1	0
3. W weekendy	5	4	3	2	1	0

C.5. Czy podczas codziennych podróży miejskich zdarzają się Panu/i przesiadki?

1. Tak	1
2. Nie	2

C.6. Ile razy musi się Pan/i przesiadać w trakcie typowej podróży?

1. 1 raz	1
2. 2 razy	2
3. 3 razy	3
4. Więcej niż 4 razy	4

C.7. Jak ocenia Pan/i łatwość przesiadania się w trakcie podróży:

Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
5	4	3	2	1

C.8. Jak ocenia Pan/i dostęp do niżej wymienionych punktów sprzedaży:?

	Zdecydowa nie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowa nie źle	Nie wiem, nie korzystam
1. Biletomat stacjonarny	5	4	3	2	1	9
2. Biletomat w pojeździe	5	4	3	2	1	9
3. Punkt Obsługi Klienta ZTM	5	4	3	2	1	9
4. Kioski i punkty sprzedaży biletów	5	4	3	2	1	9
5. U kierowcy na liniach podmiejskich	5	4	3	2	1	9
6. Za pośrednictwem telefonu komórkowego	5	4	3	2	1	9

C.9. Czy są Pana/i zdaniem takie miejsca w aglomeracji poznańskiej, gdzie należałoby postawić nowe biletomaty ZTM?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

C.10. Jak Pan/i ocenia ceny następujących typów biletów:

	Zdecydowani e dobrze ocenił	Raczej dobrze ocenił	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej Źle ocenił	Zdecydowani e źle ocenił
1. Bilet Normalny na 10 minut (cena 3,00PLN)	5	4	3	2	1
2. Przejazd 10 przystanków z użyciem tPortmonetka (cena 3,12 PLN)	5	4	3	2	1
3. 30-dniowy bilet sieciowy metropolitalny (cena 99PLN)	5	4	3	2	1

D: INFORMACJA PASAŻERSKA**D.1. Z jakiego źródła informacji dotyczącego korzystania ze środków transportu publicznego najczęściej Pan/i korzysta. (wybrać maks. 3 najważniejsze)**

1. Media lokalne (prasa, radio, telewizja)	1
2. Media społecznościowe (np. Facebook, Twitter)	2
3. Strony internetowe, aplikacje mobilne	3
4. Punkty Obsługi Klienta ZTM	4
5. Informacje na przystankach	5
6. Informacje w pojazdach	6
7. Inne, jakie?.....	7

D.2. Jakich informacji dotyczących korzystania ze środków transportu publicznego najczęściej Pan/i szuka? (wybrać maks. 3 najważniejsze)

1. Rozkład jazdy	1
2. Trasa przejazdu	2
3. Ceny biletów	3
4. Informacje dotyczące zasad korzystania z transportu publicznego	4
5. Zmiany w siatce połączeń w wyniku awarii lub remontów	5
6. Zmiany w siatce połączeń w związku z organizowanymi wydarzeniami np. mecz, koncert,	6
7. Inne, jakie?.....	7

D.3. Jak ocenia Pan/i dostępność informacji o zmianach tras autobusów i tramwajów?

Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
5	4	3	2	1

D.4. Jak ocenia Pan/i dostępność informacji o cenach przejazdów komunikacją miejską?

Zdecydowanie dobrze	Raczej dobrze	Trudno powiedzieć	Raczej źle	Zdecydowanie źle
5	4	3	2	1

D.5. Czy korzysta Pan/i ze strony internetowej ZTM?

1. Tak	1
2. Nie	2 ->D7

D.6. Jak Pan/i ocenia treść informacji na stronie ZTM pod następującymi względami:

	Zdecydowanie dobrze oceniam	Raczej dobrze oceniam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej źle oceniam	Zdecydowanie źle oceniam
1. Jakość	5	4	3	2	1
2. Przystępność	5	4	3	2	1
3. Atrakcyjność	5	4	3	2	1
4. Przejrzystość	5	4	3	2	1

D.7. Jak ocenia Pan/i czytelność rozkładów jazdy:

	Zdecydowanie dobrze oceniam	Raczej dobrze oceniam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej źle oceniam	Zdecydowanie źle oceniam
1. Na tabliczkach przystankowych	5	4	3	2	1
2. Na stronie ZTM	5	4	3	2	1

D.8. Jak ocenia Pan/i sposób informowania o awariach:

	Zdecydowanie dobrze oceniam	Raczej dobrze oceniam	Trudno powiedzieć (nie czytać)	Raczej źle oceniam	Zdecydowanie źle oceniam
1. Autobusów i tramwajów	5	4	3	2	1
2. Systemu PEKA	5	4	3	2	1

METRYCZKA:**M.1 Płeć:**

Mężczyzna	1	Kobieta	2
-----------	---	---------	---

M.2. Rok urodzenia (liczba):

Rok urodzenia

M.2 Miejsce zamieszkania Respondenta:

Poznań	1	Poza Poznaniem	2
Proszę o wskazanie kodu pocztowego do celów statystycznych		Nazwa powiatu:	
		Nazwa gminy :	
		Nazwa województwa:	

M.3 Liczba osób w gospodarstwie domowym (w tym ja)

Dorośli (powyżej 18 roku życia)	
Dzieci i młodzież do 18 roku życia	

M.4 Czy u P. w gospodarstwie domowym jest samochód?

Tak	1	Nie	2
-----	---	-----	---

M.5 Sytuacja zawodowa:

Uczeń/student	1	Rencista/emeryt	2	Osoba pracująca	3
Bezrobotny	4	Osoba opiekująca się domem	5		

Imię osoby, z którą przeprowadzono wywiad:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nr telefonu w celu przeprowadzenia kontroli:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Oświadczenie ankietera:

Stwierdzam, że powyższy wywiad przeprowadziłem/am osobiście i bezpośrednio ze wskazaną osobą oraz, że zadałem jej wszystkie zalecane pytania i zapisałem/am wszystkie udzielone odpowiedzi.

Miejscowość:.....

Data:.....

Godzina:.....

Podpis ankietera:.....