



DANA E

**Raport z Badania
Satysfakcji Klienta
Zarządu Transportu
Miejskiego
w Poznaniu w 2018 roku**
(FALA II)

LISTOPAD 2018

Zamawiający:

Zarząd Transportu
Miejskiego
w Poznaniu

Ul. Matejki 59

60-770 Poznań

Wykonawca:

Danae

Spółka z o.o.

Ul. Szarotki 10 lok.16

02-609 Warszawa



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	6
1.5. Charakterystyka wskaźników satysfakcji.....	8
2. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie I.....	11
2.1. Charakterystyka respondentów	11
2.2. Korzystanie z karty PEKA oraz sposoby zakupu biletów przez klientów ZTM.....	12
2.3. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży	15
2.2.1 Punkty obsługi klienta.....	18
2.2.2 Punkty sprzedaży biletów.....	24
2.2.3 Biletomaty	30
2.4. Ocena satysfakcji z jakości obsługi	34
2.3.1 Biuro obsługi klienta.....	36
2.3.2 Kontrola biletów	43
3. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie II.....	48
3.1. Charakterystyka respondentów	48
3.2. Ocena satysfakcji z korzystania ze stron internetowych.....	50
3.2.1. www.ztm.poznan.pl.....	51
3.2.2 www.peka.poznan.pl.....	56
4. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie III.....	64
4.1. Charakterystyka respondentów	64
4.1. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych	65
4.1.1. Stan taboru	70
4.1.2. Infrastruktura przystankowa	79
4.1.3. Warunki komunikacyjne	88
4.1.4. Informacja pasażerska	103
4.2. Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego	112
5. PODSUMOWANIE	115
6. SPIS WYKRESÓW	119
7. SPIS TABEL.....	123
Załącznik 1. Wskaźniki satysfakcji klientów ZTM (w formacie Excel)	124

1. ZAŁOŻENIA METODOLOGICZNE PROJEKTU

1.1. Wprowadzenie

Niniejszy raport został stworzony w celu zaprezentowania wyników II fali badania satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej przeprowadzonych w 2018 roku wraz z ich porównaniem do wyników z I fali oraz z wynikami z lat 2015, 2016 oraz 2017. Zarząd Transportu Miejskiego w Poznaniu zleca badania satysfakcji klientów w sposób cykliczny. Prezentowany raport jest kontynuacją procesu monitorowania opinii na temat transportu publicznego wśród osób z niego korzystających.

Badanie satysfakcji Klienta Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu zostało wykonane w oparciu o metodologię opracowaną na zlecenie ZTM oraz schemat prowadzenia badań satysfakcji klientów korzystających z transportu publicznego w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej, zawierający dokładną charakterystykę sposobu realizowania i narzędzi badawczych, w których opracowaniu pomógł proces pilotażu oraz badań przeprowadzonych w latach ubiegłych.

Rozdział I prezentuje główne założenia metodologiczne dotyczące omawianego przedsięwzięcia badawczego.

Rozdziały II, III oraz IV przedstawiają rezultaty jakie uzyskano w ramach przeprowadzonych badań. Wyniki ukazane są z podziałem na wyróżnione kanały sprzedaży i obsługi klienta, a także na jakość usług przewozowych.

Rozdział V traktuje o kluczowych wnioskach płynących z badania wraz z rekomendacjami.

1.2. Cel projektu badawczego

Głównym celem projektu badawczego było sporządzenie długofalowej analizy satysfakcji użytkowników transportu publicznego w Poznaniu z sieci sprzedaży biletów i jakości obsługi, korzystania ze stron internetowych, jakości usług przewozowych.

Zakres problemów szczegółowych, będących składnikami wskaźnikowej diagnozy satysfakcji klienta ZTM Poznań z obsługi, mierzony był poprzez ocenę następujących kanałów sprzedaży usług ZTM:

- punkty obsługi klienta,
- punkty sprzedaży biletów,
- biletomaty,
- system PEKA.

Zakres problemów szczegółowych, które są składnikami wskaźnikowej diagnozy satysfakcji z korzystania ze stron internetowych, mierzony był poprzez ocenę wybranych aspektów poniższych witryn zarządzanych przez ZTM Poznań:

- www.ztm.poznan.pl,
- www.peka.poznan.pl.

Zakres problemów szczegółowych, składających się na wskaźnikową diagnozę satysfakcji z usług przewozowych, mierzony był dzięki ocenie następujących elementów przewozu komunikacją zbiorową:

- stan taboru,

- infrastruktura przystankowa,
- warunki komunikacyjne,
- informacja pasażerska.

1.3. Techniki i narzędzia badawcze

Schemat opracowany na potrzeby realizacji badań satysfakcji klienta, zakładał skorzystanie z technik realizacji terenowej opartych o zróżnicowane kanały dotarcia do klientów. Przeprowadzony pomiar zawiera ocenę satysfakcji klientów obejmującą całościową analizę satysfakcji ze sprzedaży usług ZTM, obsługi klienta przez ZTM oraz z usług przewozowych w ramach miasta Poznań i Aglomeracji Poznańskiej. Sporządzona analiza wszystkich wymienionych wyżej czynników została oparta o trzy techniki badawcze:

- 1) **Badanie TAPI (I)** (wywiady osobiste z wykorzystaniem tabletu w warunkach przestrzeni publicznej) – wywiady realizowane przez ankietera w trakcie bezpośredniego spotkania z respondentem przed Punktami Obsługi Klienta ZTM oraz Biurami Obsługi Klienta ZTM. Technika ta umożliwiła dotarcie do grupy docelowej respondentów, czyli osób korzystających z punktów i biur obsługi klienta. Zarówno pierwsza jak i druga fala badania zostały przeprowadzone w 11 Punktach Obsługi Klienta oraz w dwóch Biurach Obsługi Klienta. Podczas pierwszej fali w każdym z nich przebadano 25 osób, co równa się ogólnej próbie 325 osób dla całości badania. W trakcie II fali przeprowadzono wywiady z 334 osobami i tak jak w poprzedniej fali badania, wynosiła ona przynajmniej 25 wywiadów.
- 2) **Badanie CAWI** (ankieta internetowa) – kwestionariusz w formie elektronicznej zamieszczany na stronach internetowych i przeznaczony do samodzielnego wypełnienia. Metoda ta pozwoliła na dotarcie do grupy respondentów korzystającej z elektronicznych form kontaktu z ZTM Poznań na stronach internetowych www.ztm.poznan.pl oraz www.peka.poznan.pl. W oparciu o tę technikę założony został pomiar na próbie losowej użytkowników stron internetowych ZTM Poznań równej 325 osób. Ostatecznie przebadano 874 respondentów.
- 3) **Badanie TAPI (II)** (wywiady osobiste przeprowadzane z wykorzystaniem tabletu w warunkach przestrzeni publicznej na dworcach i przystankach komunikacji miejskiej) – wywiady przeprowadzane przez ankietera bezpośrednio na spotkaniu z respondentem na przystankach/dworcach komunikacji miejskiej. W badaniu wzięło udział 1200 osób a struktura próby podzielona została na Miasto Poznań (na którym przeprowadzono po 30 wywiadów na siedmiu dworcach, jednej pętli oraz 12 przystankach) oraz na Aglomerację Poznańską, gdzie w zależności od przystanku, przeprowadzono 20 lub 30 wywiadów z respondentami.

W tabeli 1 zaprezentowano problemowy model badania, mający na celu wizualizację przypisania poszczególnych problemów szczegółowych do technik badawczych.

Tabela 1. Model analizy problematyki badawczej ze względu na rekomendowane techniki zbierania danych w roku 2018

Wymiary oceny satysfakcji klienta ZTM		TAPI (I)	CAWI	TAPI (II)
Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży	Punkty Obsługi Klienta			
	Punkty Sprzedaży Biletów			
	Biletomaty			
Ocena satysfakcji 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			

1.4. Charakterystyka badanej populacji oraz dobór prób

Grupą docelową wywiadów osobistych w przestrzeni publicznej (TAPI) i ankiety internetowej CAWI stanowili klienci ZTM. Respondentami więc byli pasażerowie komunikacji publicznej z Poznania oraz powiatu poznańskiego, w tym: uczniowie szkół ponadpodstawowych, studenci, osoby pracujące, emeryci i renciści oraz osoby przyjezdne w celach biznesowych lub turystycznych.

Zasady dotyczące doboru próby do metody TAPI (I): respondenci wybierani byli w sposób losowy w wybranych Punktach Obsługi Klienta i Biurach Obsługi Klienta. Strukturę próby w badaniu TAPI z klientami POK i BOK prezentuje tabela 2.

Tabela 2. Struktura próby klientów korzystających z POK i BOK ZTM

PUNKT OBSŁUGI KLIENTA		LICZBA WYWIADÓW	
		I fala badania	II fala badania
1	POK Dębiec	25	25
2	POK ul. Głogowska	25	28
3	POK Górczyn	25	25
4	POK Junikowo	25	25
5	POK Rondo Kaponiera	25	26
6	POK Pl. Wiosny Ludów	25	26
7	POK Os. Jana III Sobieskiego	25	26
8	POK Rondo Rataje	25	26
9	POK Ogrody	25	25
10	POK Rondo Śródka	25	26
11	POK ul. Matejki	25	25
12	BOK ul. Matejki	25	25
13	BOK Rondo Kaponiera	25	26
RAZEM		325	334

Zasady dotyczące doboru próby do metody CAWI: dobór celowy, użytkownicy elektronicznych form kontaktu z ZTM.

Zasady dotyczące doboru próby do metody TAPI (II): wywiady osobiste z użytkownikami przystanków/dworców komunikacji miejskiej w Poznaniu. Strukturę próby prezentuje tabela 3.

Tabela 3. Struktura próby dla Miasta Poznania

PRYZSTANEK LUB WĘZEŁ TRANSPORTU MIEJSKIEGO		LICZBA WYWIADÓW
1	Dworzec Sobieskiego	30
2	Dworzec Śródka	31
3	Dworzec Rataje	30
4	Dworzec Górczyn	31
5	Dworzec Dębiec	31
6	Dworzec Starołęka	30
7	Dworzec Junikowo	30
8	Pętla Ogrody	32
9	Przystanki Półwiejska	31
10	Przystanki Kórnicka	30
11	Przystanki Most Teatralny	32
12	Przystanki Szymanowskiego (PST)	31
13	Przystanki Wilczak	30
14	Przystanki Uniwersytet Przyrodniczy	30
15	Przystanki Osiedle Lecha	31
16	Przystanki INEA Stadion	30
17	Przystanki Głogowska/Hetmańska	31
18	Przystanki Dworzec Zachodni (ul. Głogowska)	31
19	Przystanki Bałtyk	31
20	Przystanki Wrocławska	31
RAZEM		614

Poniższa tabela prezentuje strukturę próby dla Aglomeracji Poznańskiej.

Tabela 4. Struktura próby dla Aglomeracji Poznańskiej

PRYZSTANEK LUB WĘZEŁ TRANSPORTU MIEJSKIEGO		LICZBA WYWIADÓW
1	Przystanek Koziegłowy/ Os. Karolin	30
2	Przystanek Owińska/Stacja	20
3	Przystanek Murowana Goślina/Nowy Rynek, Kręta	30
4	Przystanek Tulce/Przylesie	30
5	Przystanek Czapury/Leśna	30
6	Przystanek Kamionki/Pętla	30

7	Przystanek Mosina/Rondo	20
8	Przystanek Puszczykowo/Rondo Puszczyk	20
9	Przystanek Luboń/Szkoła nr 3	30
10	Przystanek Luboń/Lubonianka	30
11	Przystanek Luboń/Unijna	36
12	Przystanek Komorniki/Centrum, Zakładowa Wirenka	31
13	Przystanek Plewiska/Skryta	31
14	Przystanek Skórzewo/Kościół	30
15	Przystanek Dąbrówka/Kasztanowa	31
16	Przystanek Przeźmierowo/Kościelna	31
17	Przystanek Tarnowo Podgórne/Centrum	32
18	Przystanek Rokietnica/ROS	31
19	Przystanek Suchy Las/Kościół, Os. Szafirowe	31
20	Przystanek Biedrusko/Park	31
21	Przystanek Swarzędz/Os. Raczyńskiego	31
RAZEM		616

1.5. Charakterystyka wskaźników satysfakcji

Wskaźniki satysfakcji z jakości obsługi klienta i wskaźniki cząstkowe zostały wyznaczone dzięki wyróżnionym wymiarom oraz aspektom ocenianych procesów obsługi i sprzedaży.

Wartości wszystkich wskaźników cząstkowych, w tym sprzedaży, obsługi oraz jakości usług przewozowych zostały wyznaczone po uwzględnieniu wag określających istotność wszystkich wyróżnionych poniżej elementów. Wartość wskaźnika ma za zadanie przedstawić stopień satysfakcji klientów. Wysoki jego poziom oznacza wysokie zadowolenie klientów z danego elementu. Rozpiętość wartości wskaźników satysfakcji: od 0 punktów (całkowity brak satysfakcji) do 100 punktów (całkowita satysfakcja).

Aspekty oraz obszary ewaluacji satysfakcji klientów ZTM ze wszystkich trzech badanych elementów obrazuje tabela 5.

Tabela 5. Wskaźniki satysfakcji

WYMIARY OCENY ZADOWOLENIA WARUNKI SPRZEDAŻY	ASPEKTY
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 Ocena zapewnienia pojazdów Ocena zawodności pojazdów Ocena częstotliwości kursów Ocena układu komunikacyjnego Ocena cen biletów
Informacja pasażerska	Ocena czytelności rozkładów jazdy

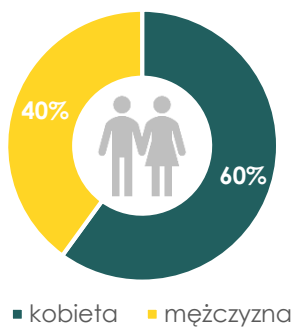
	Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów
	Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach
	Ocena informacji na stronach internetowych

2. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie I

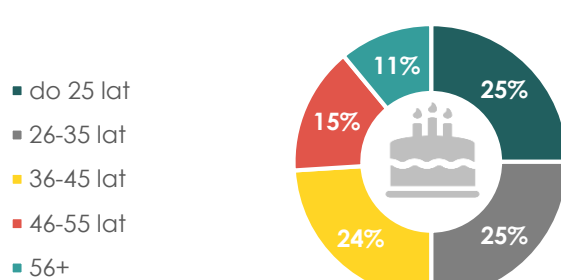
2.1. Charakterystyka respondentów

W badaniu I podczas II fali udział wzięto łącznie **334 respondentów**, z czego ponad połowę stanowiły kobiety (60%). Respondenci do 25 lat stanowili ¼ badaną próbę, podobnie jak osoby w wieku 26-35 lat. Respondenci w wieku 36-45 stanowili 24%. Osoby w wieku 56 lat i więcej stanowiły 7% całej badanej próby.

Wykres 1. Płeć respondentów



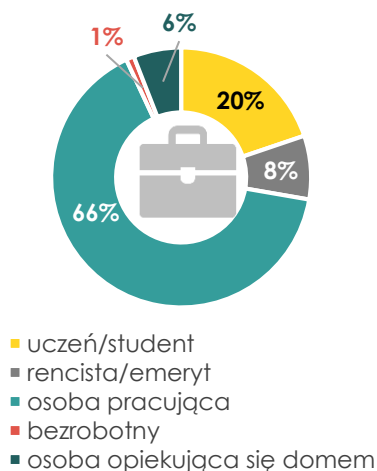
Wykres 2. Wiek respondentów



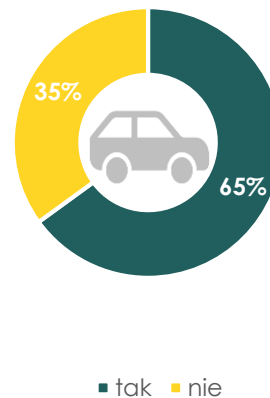
Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

Ponad 60% respondentów biorących udział w badaniu to osoby pracujące (66%). Kolejną pod względem wielkości udziału w badaniu grupą społeczną byli uczniowie i studenci (20%). Najmniej liczne grupy stanowili: renciści i emeryci (8%), osoby zajmujące się domem (6%) oraz osoby bezrobotne (1%). Badanych zapytano również o posiadanie samochodu. Ponad połowa z nich (65%) zadeklarowała, iż w ich gospodarstwie domowym jest samochód.

Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów



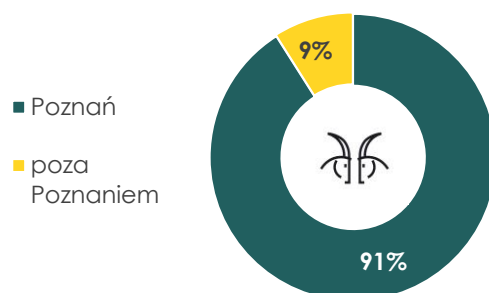
Wykres 4. Posiadanie samochodu



Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

Zdecydowana większość respondentów (91%) biorących udział w badaniu wskazała Poznań jako miejsce zamieszkania.

Wykres 5. Miejsce zamieszkania

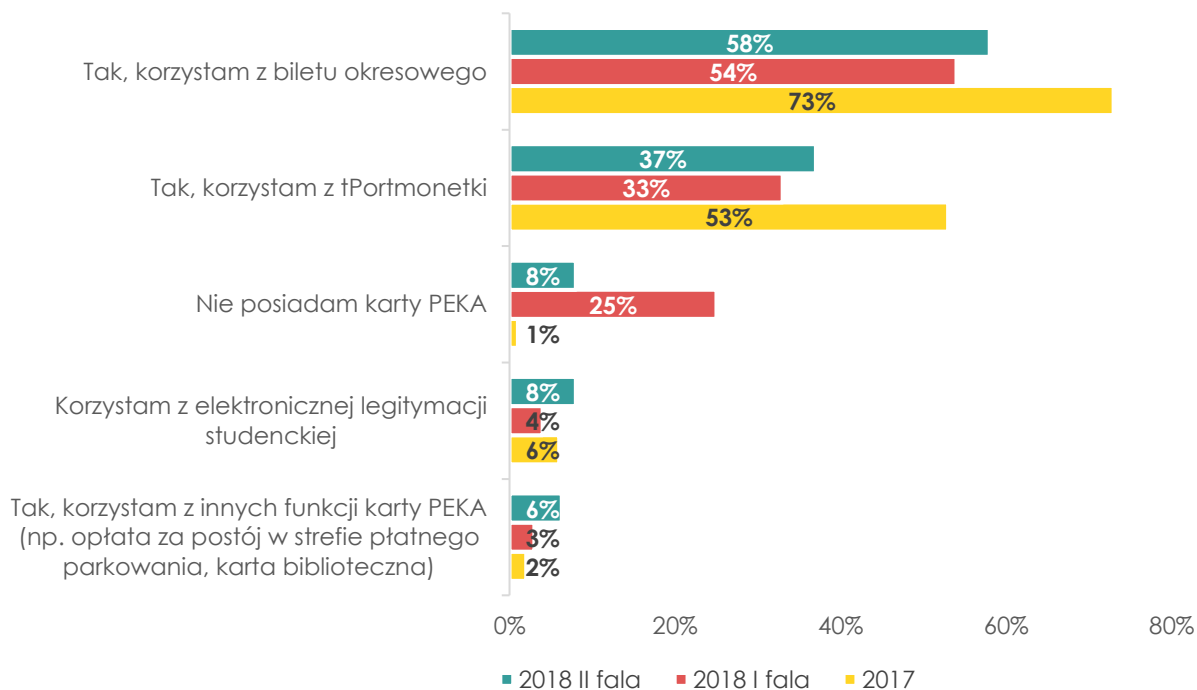


Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

2.2. Korzystanie z karty PEKA oraz sposoby zakupu biletów przez klientów ZTM

Pasażerowie ZTM Poznań wzorem badania z ubiegłego roku zostali zapytani o korzystanie z karty PEKA. W II fali więcej osób wskazało na używanie biletu okresowego (58% w porównaniu do fali I – 54%) oraz tPortmonetki (37% vs. 33% w I fali). W porównaniu z I falą badania można zauważyć, że znacznie więcej respondentów posiada kartę PEKA.

Wykres 6. Posiadanie i wykorzystanie karty PEKA





Podstawa: wszyscy respondenci, N_{2018 I fala}=325, N_{2018 II fala}=334

Przy okazji pytania o wady i zalety systemu PEKA zastosowany został filtr, dzięki któremu na to pytanie odpowiedziały tylko osoby posiadające kartę PEKA. Respondenci, korzystający z karty PEKA pośród jej zalet najczęściej zwracali uwagę na: oszczędność (43%), wygodę w jej użytkowaniu (28%) oraz łatwość i szybkość korzystania (15%).

Wśród wad najczęściej wymienianymi były awaryjność systemu PEKA i jego zawieszanie się (13%), wysokie ceny (5%) oraz potrzeba pamiętania o doładowywaniu i odbijaniu karty (4%). Warto zauważyć, że 57% osób korzystających z karty PEKA deklaruje, iż nie widzi w niej żadnych wad. Pytania o wady i zalety systemu PEKA były pytaniami otwartymi (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź) w związku z czym odpowiedzi nie sumują się do 100%.

W 2017 i 2018 roku wskazano podobne wady i zalety korzystania z systemu PEKA, przy czym w ubiegłym roku do zalet zaliczono również wielofunkcyjność karty, natomiast w obecnym badaniu respondenci podkreślali, że PEKA jest ogólnie dobrym rozwiązaniem. Respondenci w obu badaniach wskazali na podobne wady, przy czym w 2017 roku dodatkowo zwrócono uwagę na zużywanie się karty i problemy z obsługą.

Rysunek 1. Wady i zalety systemu PEKA

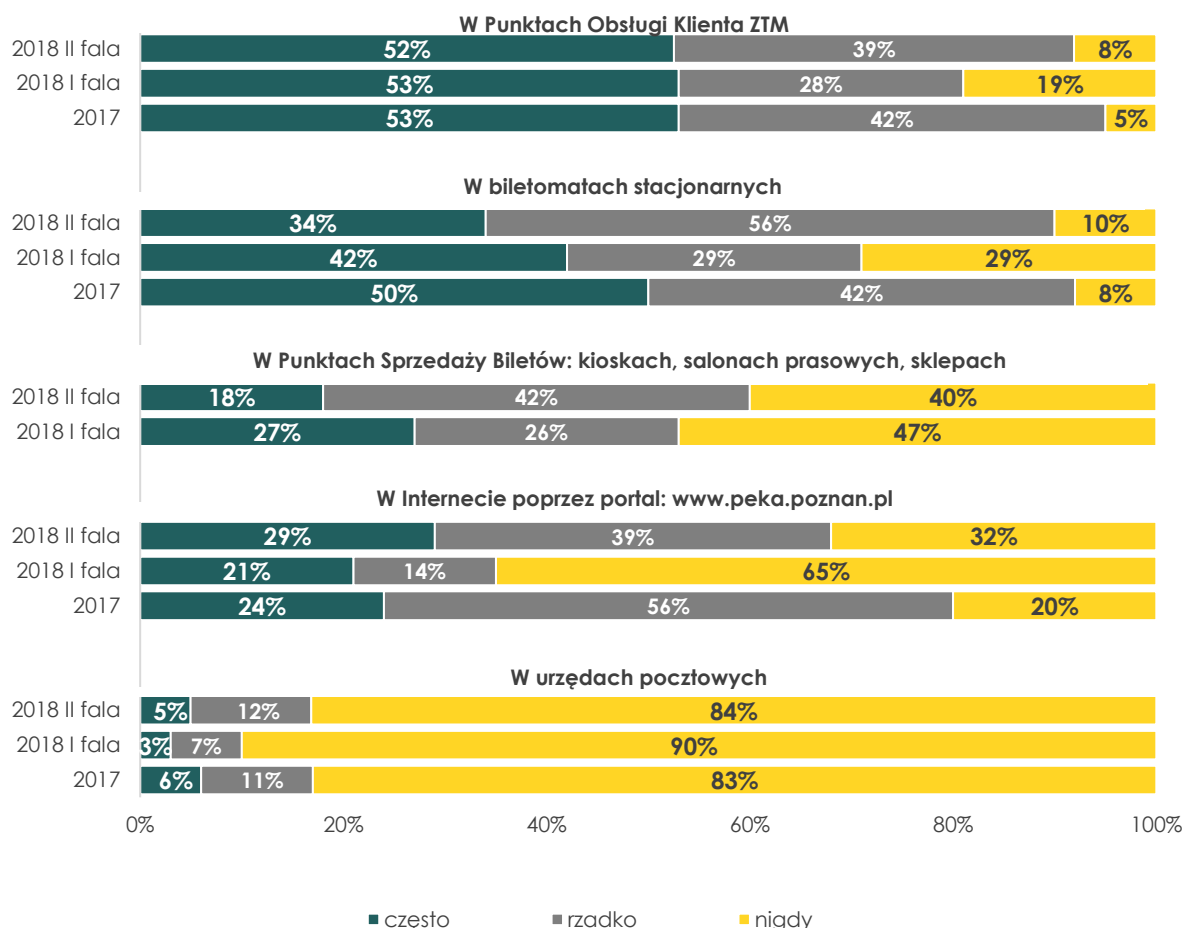
WADY 		ZALETY 	
Brak wad	57%	Oszczędność	43%
System jest awaryjny, zawiesza się	13%	Wygodą	28%
Wysokie ceny	5%	Łatwość oraz szybkość użytkowania	15%
Należy pamiętać o doładowaniu i odbiciu	4%	Jest w porządku	5%
Inne	6%	Inne	13%
Nie wiem	15%	Nie wiem	4%

Podstawa: respondenci posiadający kartę PEKA, N=309

Z odpowiedzi respondentów wynika, iż najczęściej w celu doładowania karty PEKA korzystają z Punktów Obsługi Klienta ZTM (53%) i jest to wynik utrzymujący się na podobnym poziomie w porównaniu do zeszłego roku. Nieco rzadziej korzystają z biletomatów stacjonarnych (34%). Ankietowani najrzadziej korzystają w celu doładowania PEKI z urzędów pocztowych - 84% deklaruje, że nigdy z nich nie korzysta, a 40% nigdy nie korzysta z Punktów Sprzedaży Biletów chcąc doładować swoją kartę. W porównaniu z rokiem ubiegłym jedynie Punkty Obsługi Klienta jako

miejsce doładowań karty PEKA utrzymały identyczny wynik w kwestii częstych doładowań. Uwagę zwraca wzrost odsetka respondentów którzy korzystają z portalu internetowego www.peka.poznan.pl, jest to wzrost w porównaniu z poprzednią falą badania o 33 p.p (w tym roku jest to 68% badanych).

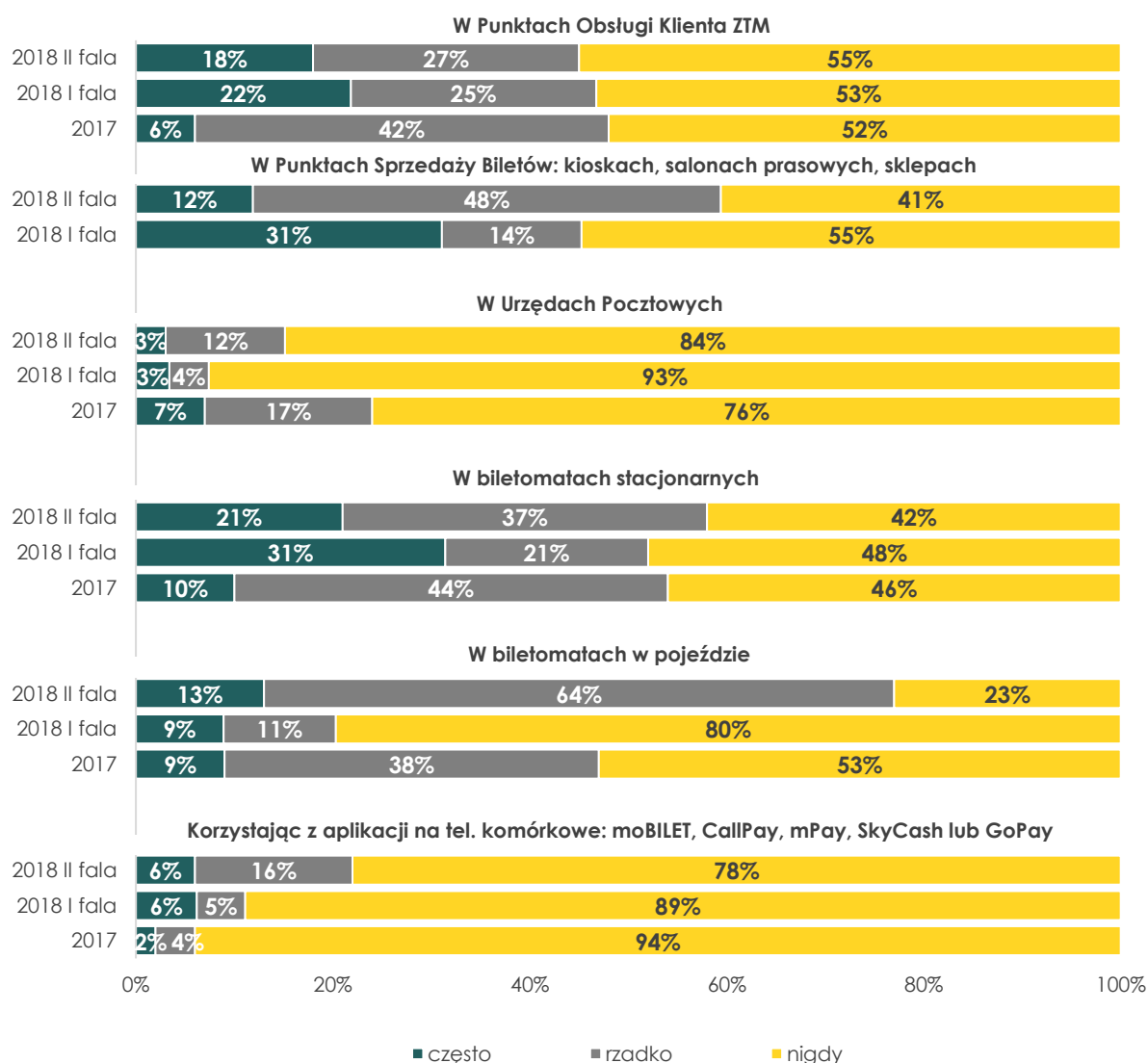
Wykres 7. Miejsca doładowań karty PEKA



Podstawa: respondenci posiadający kartę PEKA, N_{2018 I fala}=243, N_{2018 II fala}=309

Jak wskazują respondenci, bilety czasowe najczęściej kupują w biletomatach stacjonarnych (21% wskazań na odpowiedź „często”) oraz w Punktach Obsługi Klienta ZTM (18% wskazań na odpowiedź „często”). Widoczny jest znaczny spadek liczby respondentów, którzy nigdy nie korzystają z biletomatów w pojeździe (o 57 p.p. względem poprzedniej fali) oraz wzrost wskazań odpowiedzi „rzadko” kosztem „często” przy okazji korzystania z Punktów Sprzedaży Biletów w celu zakupu biletu czasowego (wzrost wskazań odpowiedzi „rzadko” o 34 p.p. odnośnie poprzedniej fali badania).

Wykres 8. Miejsca zakupu biletów czasowych¹



Podstawa: wszyscy respondenci, N_{2018 I fala}=325, N_{2018 II fala}=334

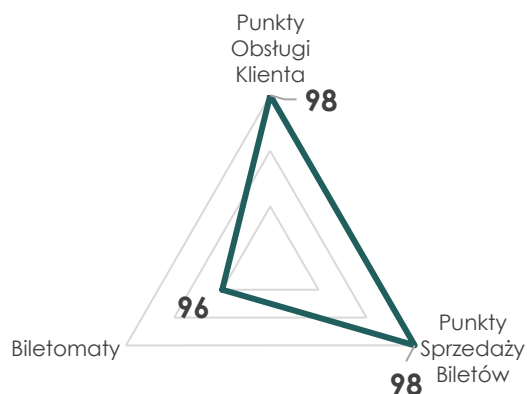
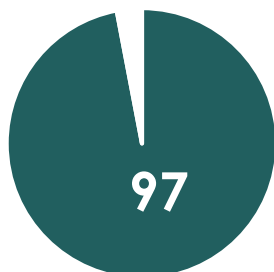
2.3. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży

Na podstawie zebranych wyników, podobnie jak w poprzednich edycjach badania, wyliczono wskaźniki cząstkowe oraz wskaźniki główne. Wartość ogólnego wskaźnika dotyczącego satysfakcji klientów ZTM z warunków sprzedaży wyniósł w tegorocznej edycji badania 97 punktów. Składające się na niego wskaźniki cząstkowe przyjmowały równie wysokie wartości: Punkty Obsługi Klienta - 98, Punkty Sprzedaży Biletów - 98, Biletomaty - 96.

¹ Ze względu na zmiany w kwestionariuszu nie ma możliwości porównania wyników dla odpowiedzi "W Punktach Sprzedaży Biletów: kioskach, salonach prasowych, sklepach" do roku 2017.

Wykres 9. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży

**SATYSFAKCJA KLIENTÓW ZTM Z
WARUNKÓW SPRZEDAŻY**



W porównaniu do poprzednich edycji badania w tym roku odnotowano wzrost wskaźników satysfakcji w takich kanałach sprzedaży jak: Punkty Obsługi Klienta (z 91 w roku 2015 do 98 w roku 2018) oraz Punkty Sprzedaży Biletów (z 92 w roku 2015 do 98 w roku 2018). Ocena satysfakcji klientów z biletomatów również utrzymuje się na wysokim poziomie, który wzrósł w roku 2018 do 96 punktów. Wzrost odnotowano również w przypadku poszczególnych aspektów składających się na ocenę satysfakcji z kanałów sprzedaży. Odnośnie Punktów Obsługi Klienta wszystkie analizowane aspekty osiągnęły w 2018 roku wartość najwyższą spośród wszystkich edycji badania: ocena dostępności POK – 98, ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – 99, ocena efektywności obsługi w POK – 98. Ocena aspektów związanych z Punktami Sprzedaży Biletów pozostawała natomiast na poziomie zbliżonym do lat poprzednich (dostępność PSB – 98 punkty, kompetencje i kultura osobista pracowników PSB – 100). Poziom satysfakcji klientów ZTM z warunków sprzedaży wzrósł o 2 pkt. względem zeszłej fali badania, osiągając poziom 97. Omówione wyniki znajdują się w tabeli poniżej.

Tabela 6. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży - wskaźniki

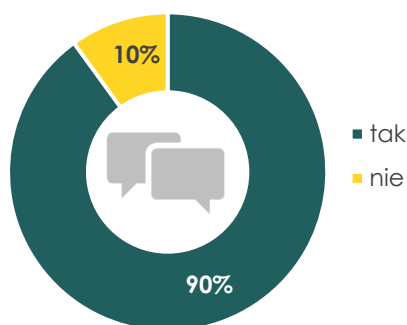
Wymiary oceny zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018		02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018
Punkty Obsługi Klienta	91	90	90	92	92	93	93	96	98	1.1.1 Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta	94	91	90	93	91	92	91	97	98
										1.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	95	93	91	94	94	95	96	99	99
										1.1.3 Ocena efektywności obsługi w POK	84	86	87	91	91	92	93	96	98
Punkty Sprzedaży Biletów	92	91	91	92	94	89	93	94	98	1.2.1 Ocena dostępności punktów sprzedaży biletów	91	87	88	87	88	94	93	93	98
										1.2.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów	91	93	89	92	96	93	95	99	100
										1.2.3 Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów	95	96	96	97	97	80	92	x ²	96
Biletomaty	84	78	81	83	86	85	92	94	96	1.3.1 Ocena funkcjonowania biletomatów	87	85	90	93	94	81	89	97	95
										1.3.2 Ocena dostępności biletomatów	82	70	71	73	78	90	95	91	96
Satysfakcja klientów ZTM z warunków sprzedaży											88	86	87	89	90	88	93	95	97

² Ze względu na zmiany w kwestionariuszu dokonane w I edycji badania 2018 r. (brak odpowiedzi „problemy z doładowaniem karty PEKA w godzinach szczytu” i „zbyt duża kwota pobrana przy doładowaniu”) nie ma możliwości porównania wskaźnika do lat poprzednich.

2.2.1 PUNKTY OBSŁUGI KLIENTA

W ciągu ubiegłego roku kontakt z Punktem Obsługi Klienta zadeklarowało 90% ankietowanych, natomiast 10% wskazało, że nie kontaktowało się z nim w żaden sposób (osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy).

Wykres 10. Kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z POK w ciągu minionego roku

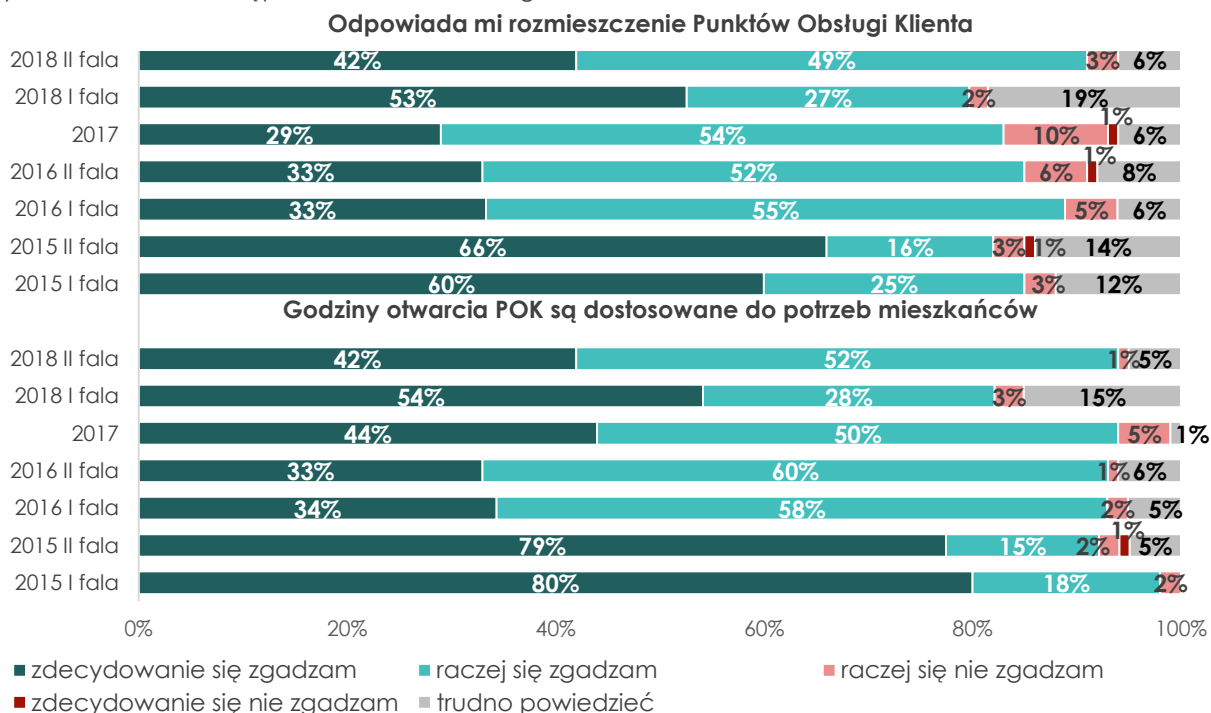


Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

OCENA DOSTĘPNOŚCI PUNKTÓW OBSŁUGI KLIENTA

Na przestrzeni 4 lat wykonywanych badań, respondenci w zdecydowanej większości byli zgodni, iż odpowiada im rozmieszczenie Punktów Obsługi Klienta oraz ich godzin otwarcia. W stwierdzeniu dotyczącym rozmieszczenia POK zauważalny jest wzrost (w porównaniu z falą ubiegłą) odsetka osób, którym odpowiada to rozmieszczenie. Jest to wzrost o 11 punktów procentowych. W przypadku godzin otwarcia POK, wzorem lat ubiegłych, respondenci wykazali się zgodnością co do opinii, iż są one dostosowane do potrzeb mieszkańców.

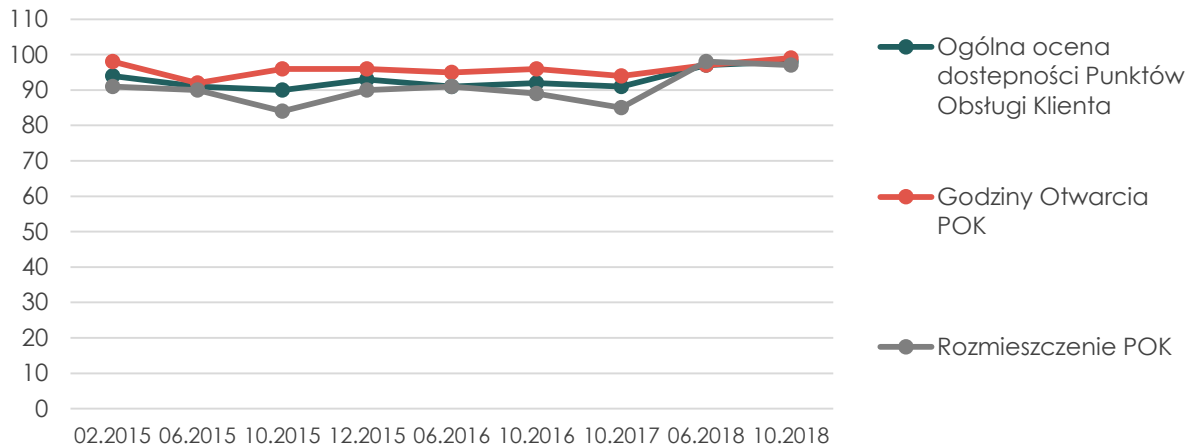
Wykres 11. Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta



Podstawa: wszyscy respondenci, N_{2018 I fala}=325, N_{2018 II fala}=334

Wskaźnik ogólnej oceny dostępności Punktów Obsługi Klienta przyjął w tym roku wartość najwyższą spośród wszystkich edycji badania (98) i wzrost w porównaniu do roku 2017 o 7 punktów. W przypadku godzin otwarcia POK (99) poziom wskaźnika jest zbliżony do wyniku z lutego 2015 roku (98), natomiast rozmieszczenie POK także nadal jest oceniane bardzo wysoko, na poziomie 97.

Wykres 12. Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki



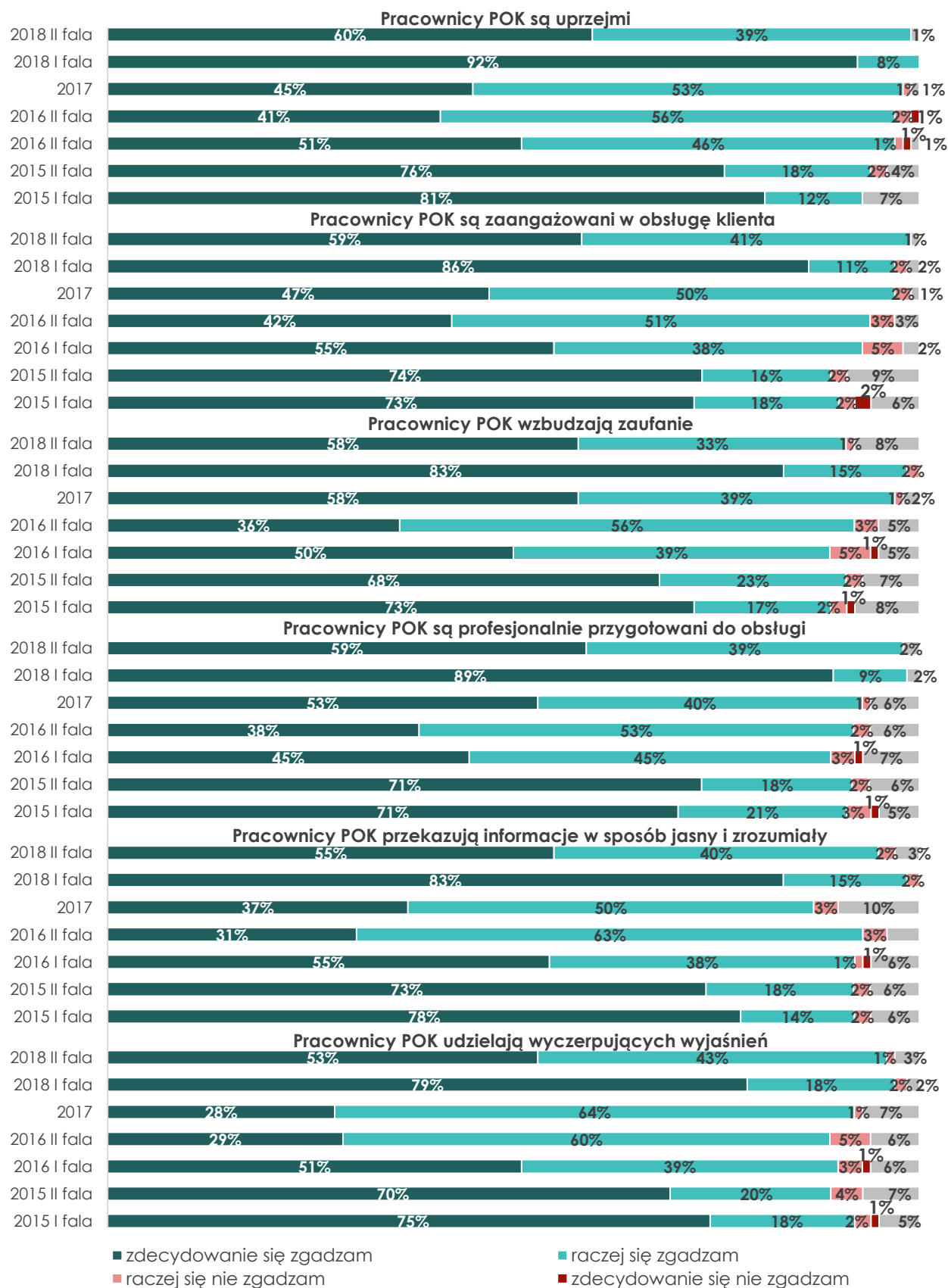
OCENA KOMPETENCJI I KULTURY OSOBISTEJ PRACOWNIKÓW POK

We wszystkich edycjach badania aspekty związane z oceną kompetencji i kultury osobistej wśród osób zatrudnionych w Punktach Obsługi Klienta oceniane były wysoko. Zaznaczyć jednak należy, iż w 2018 roku podczas I fali (po raz pierwszy) wszyscy respondenci byli zgodni co do tego, że pracownicy POK charakteryzują się uprzejmością (wszystkie odpowiedzi miały charakter pozytywny) oraz są profesjonalnie przygotowani do obsługi. Wynik ten pozostał na tym samym poziomie również przy okazji II fali badania.

Biorąc pod uwagę wszystkie badane aspekty w ocenie kompetencji i kultury osobistej pracowników POK zauważyć należy, iż są one oceniane bardzo wysoko przez respondentów od początku wykonywania badań. Ankiety wykonane w roku 2018 podczas dwóch fal badania pokazują, że ta tendencja jest nadal utrzymana i respondenci w zdecydowanej większości zgadzają się w pozytywnych opiniach na temat pracowników POK.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy kontaktowali się z Punktami Obsługi Klienta w ciągu ostatniego roku.

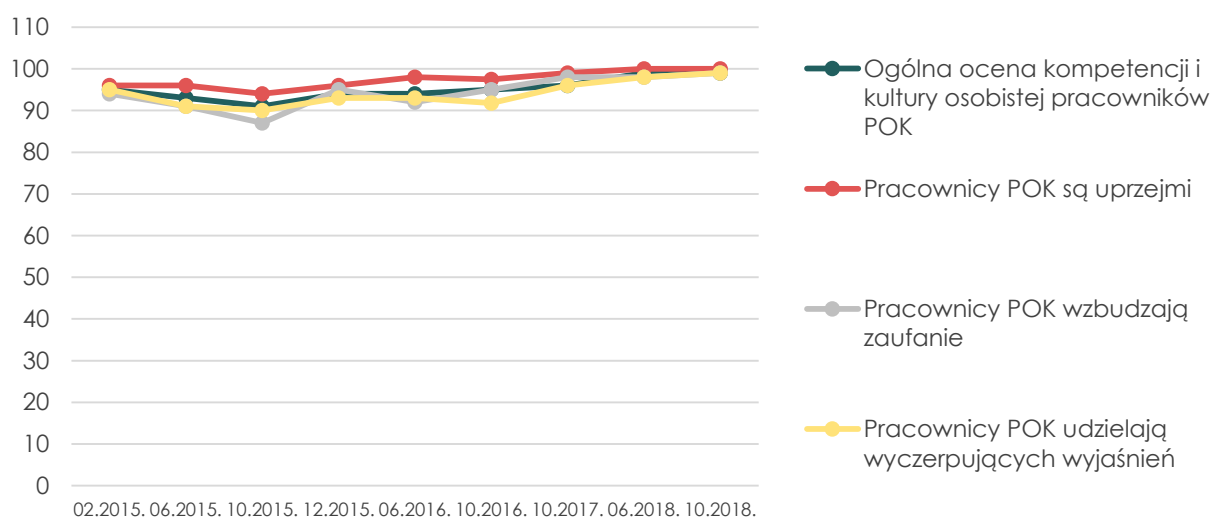
Wykres 13. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK



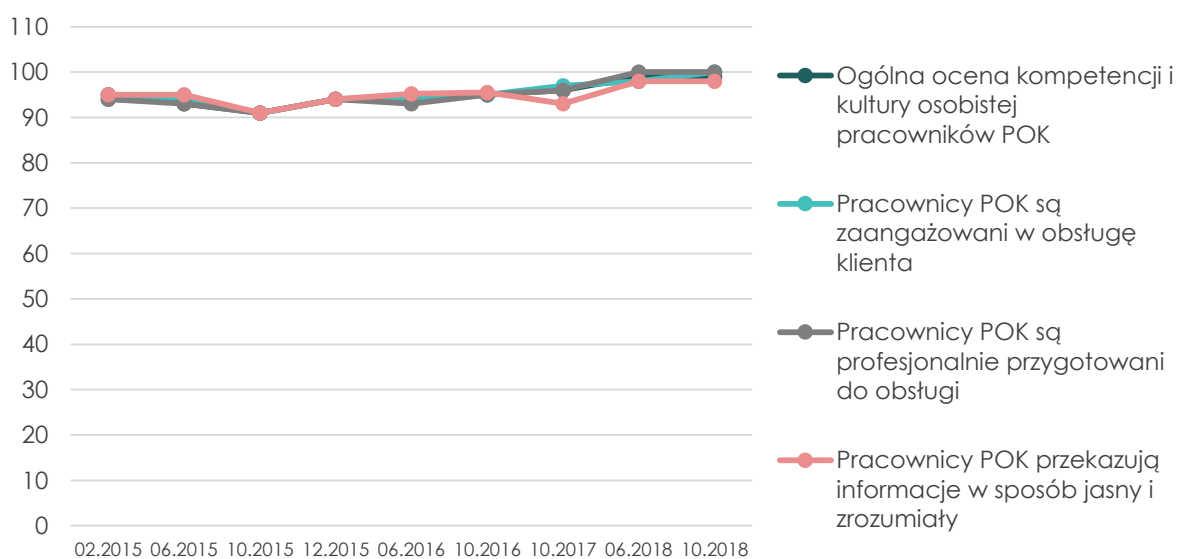
Podstawa: respondenci kontaktujący się z POK w przeciągu ostatniego roku, N=299

Wyliczony na podstawie powyższych odpowiedzi wskaźnik ogólnej oceny kompetencji i kultury osobistej pracowników POK osiągnął w tym roku najwyższy wynik spośród wszystkich edycji badania (99). W porównaniu do poprzedniego roku odnotowano wzrost o 3 punkty. Zauważyć należy, iż wzrost względem roku poprzedniego odnotowano w przypadku prawie wszystkich wskaźników cząstkowych poza „pracownicy POK wzbudzają zaufanie”, który plasuje się na analogicznym poziomie jak w roku 2017. O 1 punkt wzrosły wskaźniki dotyczące uprzejmości pracowników (z 99 w 2017 roku do 100 w 2018) oraz ich zaangażowania w obsługę klienta (z 97 w 2017 roku do 98 w 2018). Większy wzrost zaobserwowano w przypadku udzielania wyczerpujących wyjaśnień przez pracowników (z 96 do 98), profesjonalnego przygotowania do obsługi (z 96 do 100) oraz przekazywania informacji w sposób jasny i zrozumiały (z 93 do 98). W porównaniu z I falą badania w 2018 roku większość wskaźników utrzymała swój wysoki poziom, poza dwoma które nadal są trendzie wzrostowym. Są to: „Pracownicy POK udzielają wyczerpujących wyjaśnień” wzrost o 1 oraz „pracownicy POK są zaangażowani w obsługę klienta”, tutaj wzrost o 2.

Wykres 14. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki I



Wykres 15. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki II

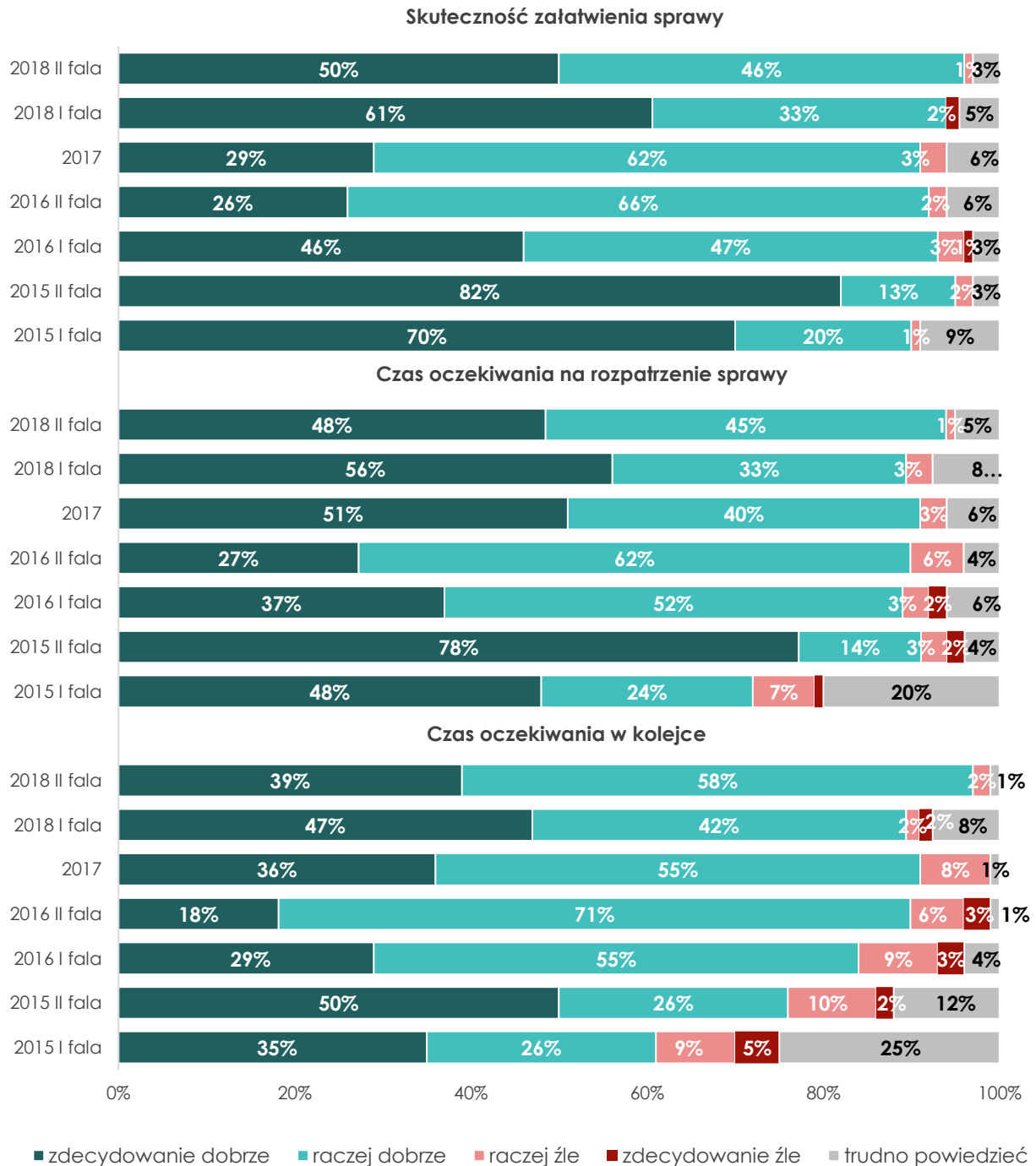


OCENA EFEKTYWNOŚCI OBSŁUGI W PUNKTACH OBSŁUGI KLIENTA

Wzorem lat ubiegłych, respondenci wysoko ocenili efektywność obsługi w Punktach Obsługi Klienta. Widoczny jest zwłaszcza wysoki wzrost liczby ocen pozytywnych w stosunku do pierwszego badania w aspektach czasu oczekiwania na rozpatrzenie sprawy oraz oczekiwania w kolejce.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy kontaktowali się z Punktami Obsługi Klienta w ciągu ostatniego roku.

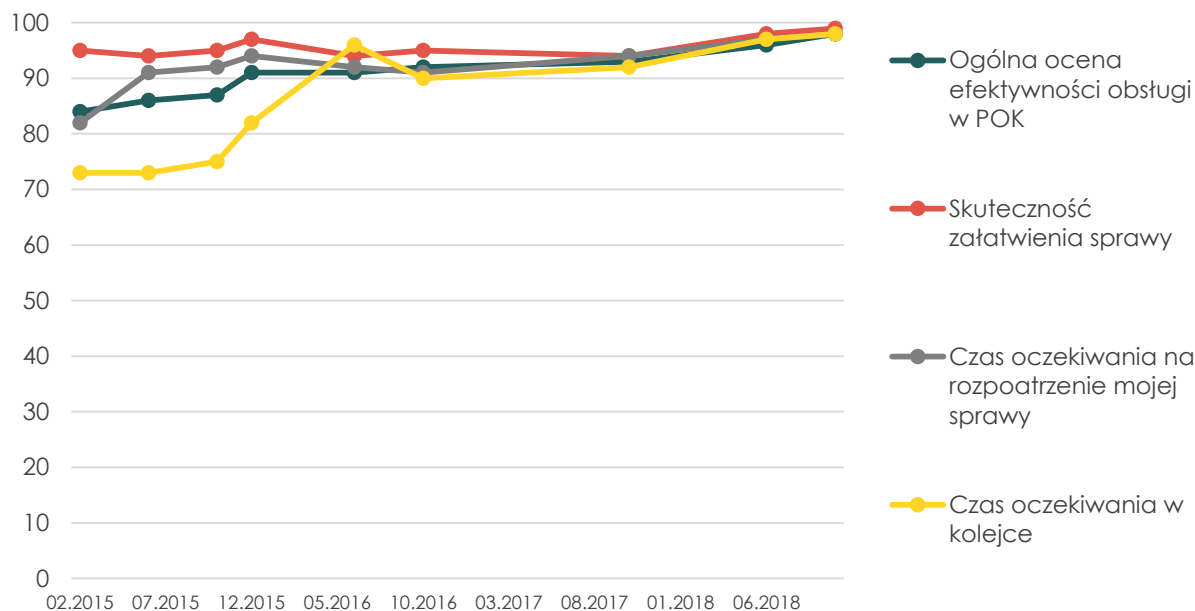
Wykres 16. Ocena efektywności Punktów Obsługi Klienta



Podstawa: respondenci kontaktujący się z POK w przeciągu ostatniego roku, N=299

Wskaźniki wyliczone na podstawie powyższych odpowiedzi wskazują, iż wzrosła ogólna efektywność obsługi w Punktach Obsługi Klienta - w tym roku wskaźnik osiągnął wartość najwyższą spośród wszystkich edycji badania (98). Analogiczną sytuację odnotowano także w przypadku wskaźników cząstkowych. Skuteczność załatwienia sprawy osiągnęła wartość 99 punktów, a czas oczekiwania na rozpatrzenie sprawy oraz czas oczekiwania w kolejce po 98.

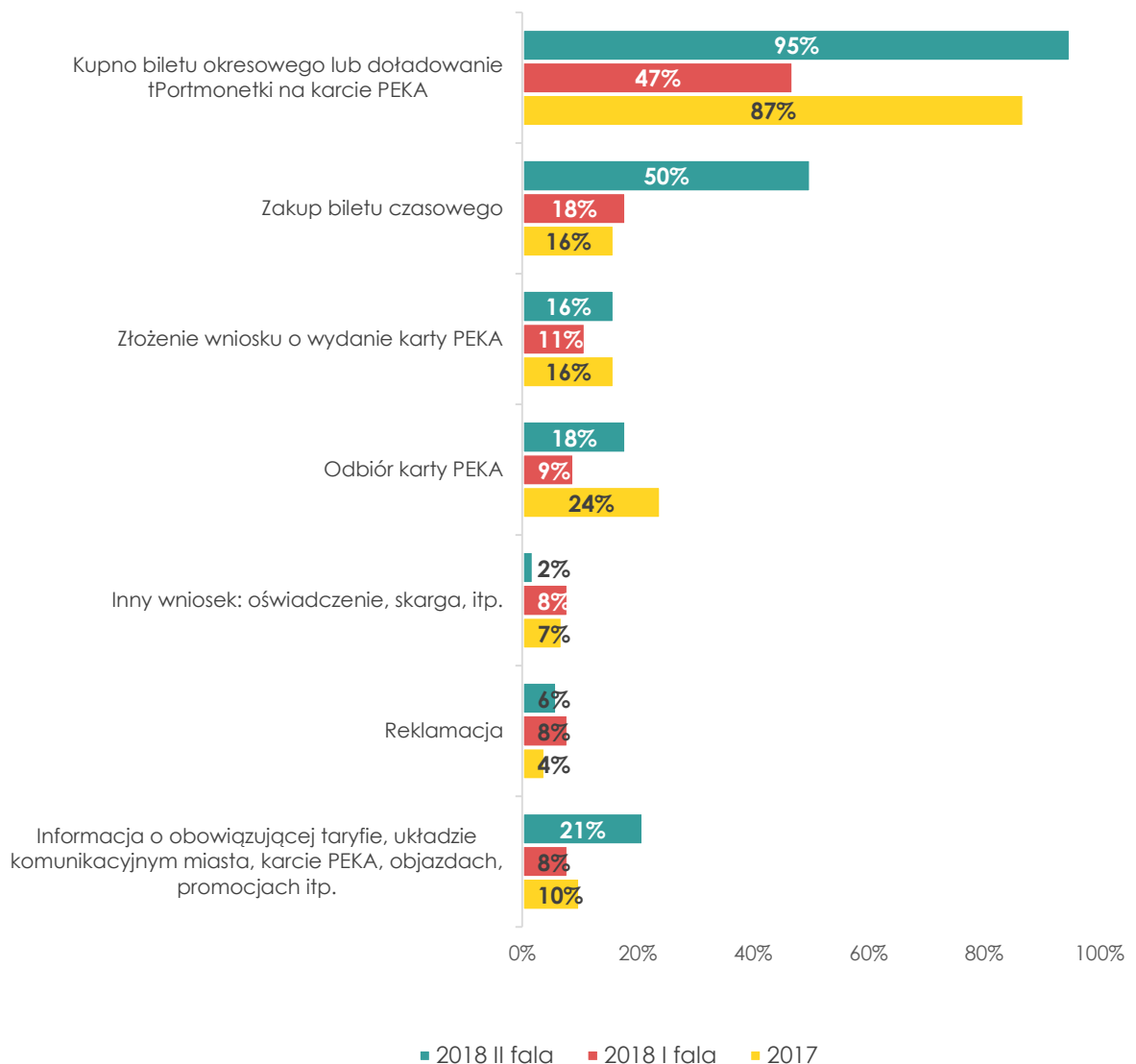
Wykres 17. Ocena efektywności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki



W porównaniu z poprzednimi badaniami, po raz kolejny głównym powodem, który sprawił, że respondenci zgłaszali się do Punktów Obsługi Klienta było kupno biletu okresowego lub doładowanie tPortmonetki na karcie PEKA. Nastąpił również dosyć znaczny wzrost odsetka respondentów, którzy jako powód podali zakup biletu czasowego (w porównaniu z wcześniejszą falą badania jest to wzrost o 32%). Pozostałe aspekty zostały wskazane w podobnym wymiarze procentowym co w zeszłym roku. Uwagę wśród nich zwraca jedynie wzrost liczby osób kontaktujących się z POK w celu uzyskania informacji o obowiązującej taryfie, układzie komunikacyjnym miasta, karcie PEKA, objazdach, promocjach itp. (wzrost o 13 p.p.).

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy kontaktowali się z Punktami Obsługi Klienta w ciągu ostatniego roku. Wyniki nie sumują się do 100% ze względu na możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi.

Wykres 18. Powody zgłaszania się do POK



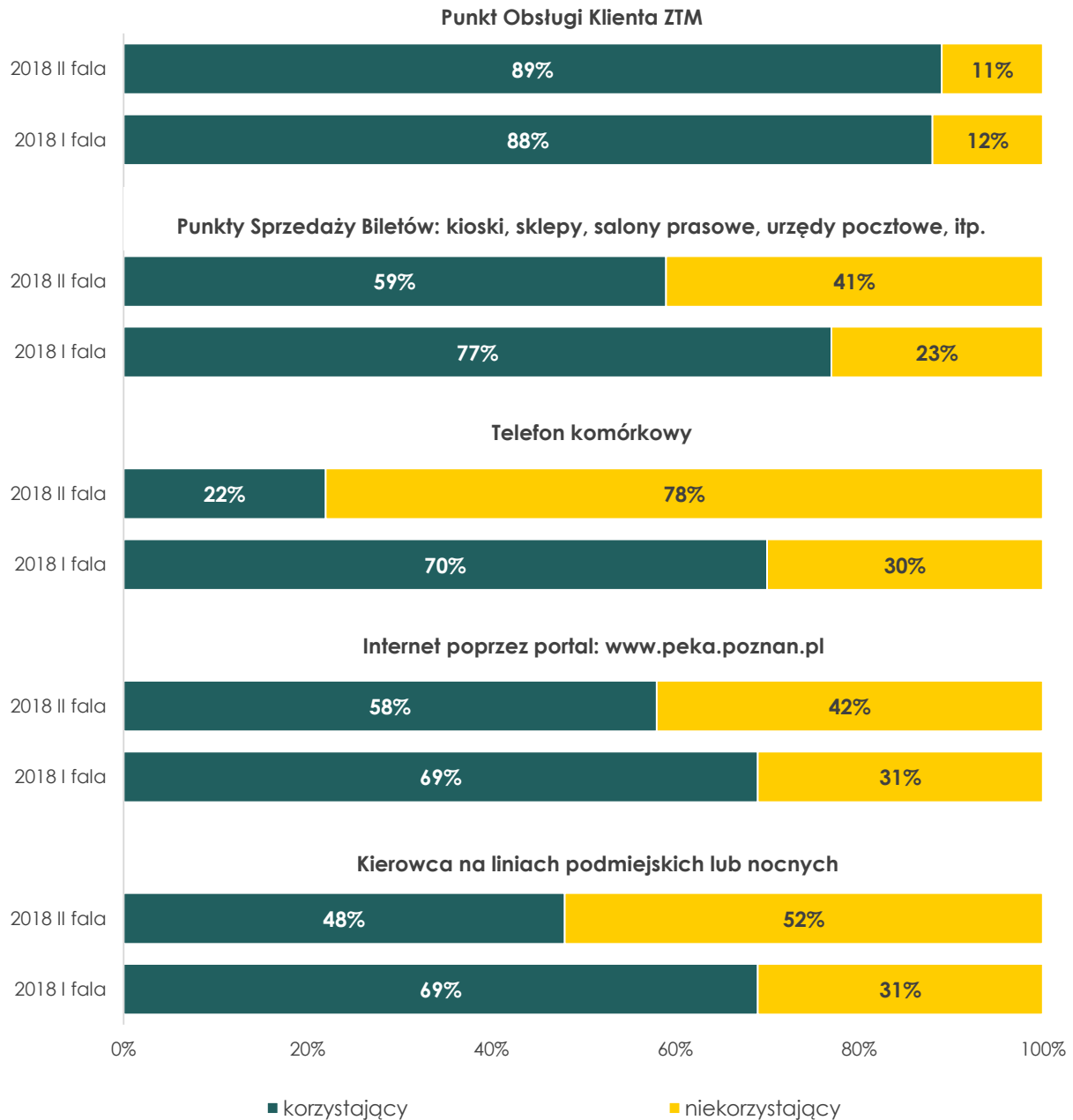
Podstawa: respondenci kontaktujący się z POK w przeciągu ostatniego roku, N=299

2.2.2 PUNKTY SPRZEDAŻY BILETÓW

OCENA DOSTĘPNOŚCI KANAŁÓW SPRZEDAŻY INNYCH NIŻ BILETOMATY

Według deklaracji największa liczba respondentów korzysta z Punktów Obsługi Klienta ZTM (89%) i jest to wynik bardzo zbliżony do poprzedniej fali (88%). Popularne są także Punkty Sprzedaży Biletów takie jak kioski czy sklepy (59%) oraz zakup biletu poprzez portal www.peka.poznan.pl (58%). Najmniej wskazań (22%) uzyskał telefon komórkowy, jest to spadek o 48 p.p. względem poprzedniej fali badania.

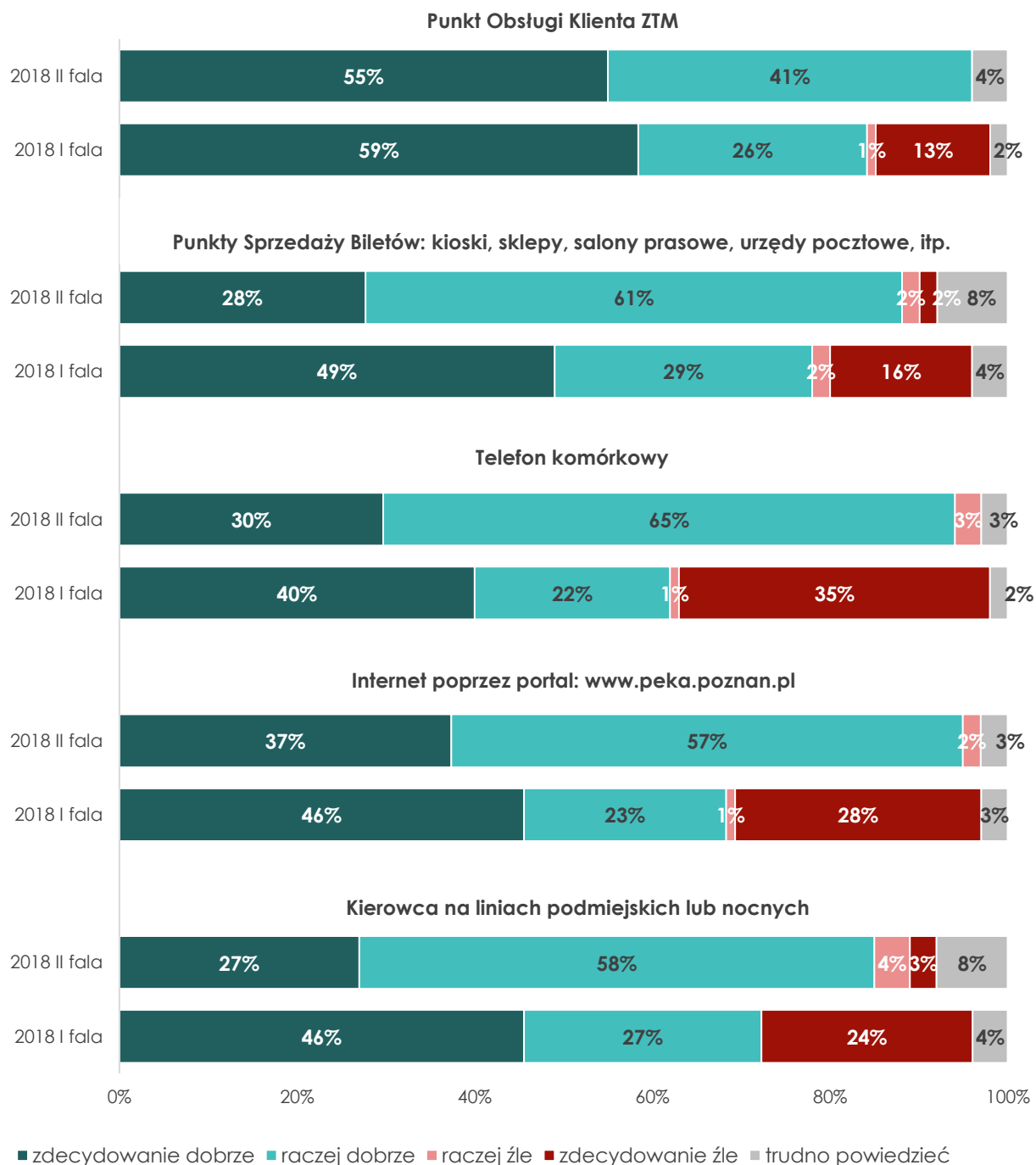
Wykres 19. Użytkownicy poszczególnych kanałów sprzedaży



Podstawa: wszyscy respondenci, $N_{2018\ I\ fala}=325$, $N_{2018\ II\ fala}=334$

Respondenci poproszeni zostali także o ocenę dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty. Odsetek odpowiedzi „zdecydowanie źle” znacząco spadł we wszystkich analizowanych obszarach. Sumując pozytywne oceny, najwyższą z nich otrzymały Punkty Obsługi Klienta ZTM (55% wskazań na zdecydowanie dobrze, a łącznie pozytywnych aż 96%). Najmniej pozytywne zdanie respondenci mieli na temat dostępności kanału sprzedaży przez telefon komórkowy – ale i tak 85% wypowiedziało się o nim pozytywnie, co jest bardzo dobrym wynikiem.

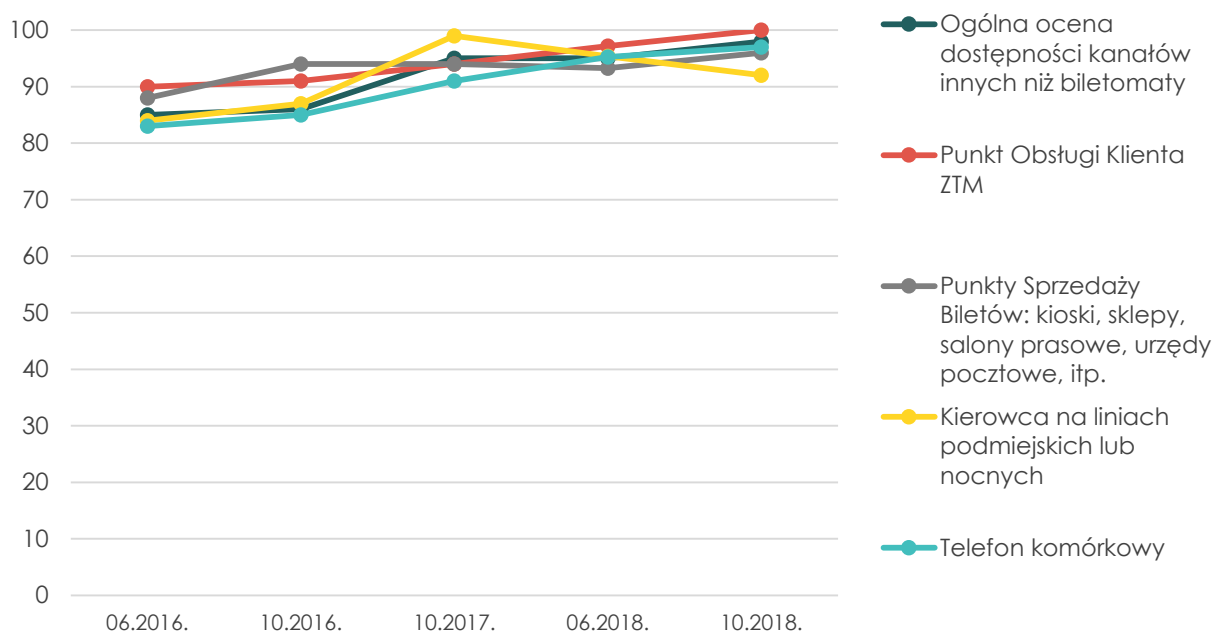
Wykres 20. Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty



Podstawa: wszyscy respondenci, N_{2018 I fala}=325, N_{2018 II fala}=334

Z wyliczonych na podstawie powyższych odpowiedzi wskaźników wynika, że ogólna ocena dostępności obsługi w POK wzrosła w porównaniu do zeszłych badań (od 85 punktów w roku 2016 do 98 w roku 2018). Wzrost odnotowano także w przypadku innych wskaźników. Jedynym wskaźnikiem, który ulega spadkowi od zeszłego roku jest dostępność biletów u kierowcy na liniach podmiejskich lub nocnych. Wskaźnik ten zanotował 7-punktowy spadek w porównaniu z rokiem ubiegłym.

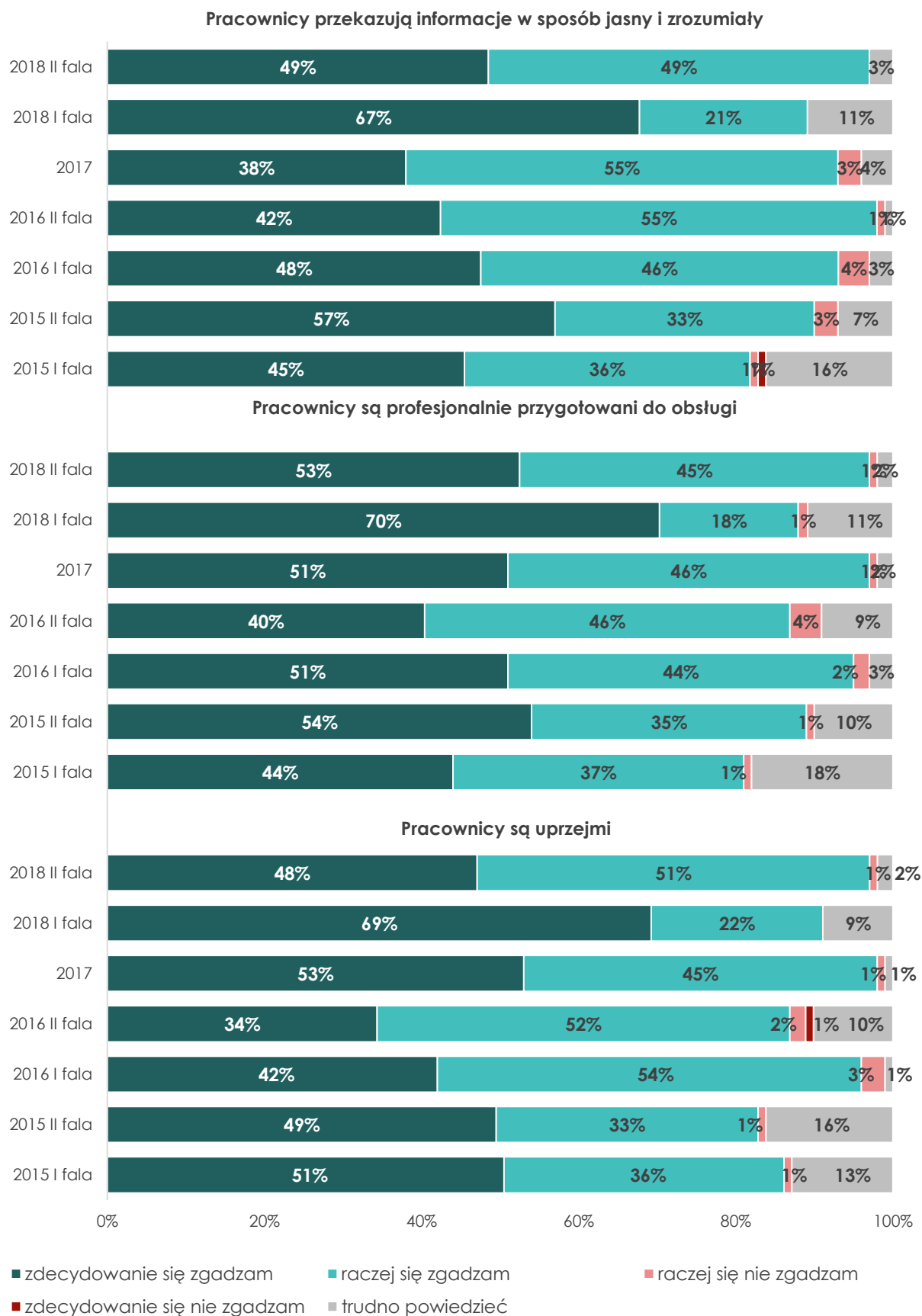
Wykres 21. Wskaźniki dotyczące dostępności kanałów innych niż biletomaty



OCENA KOMPETENCJI I KULTURY OSOBISTEJ PRACOWNIKÓW PUNKTÓW SPRZEDAŻY BILETÓW

Klienci ZTM, podobnie jak w poprzednich latach, bardzo wysoko ocenili kompetencje i kulturę osobistą pracowników punktów sprzedaży biletów. Podczas II fali badania wszystkie analizowane aspekty, czyli: przekazywanie informacji w sposób jasny i zrozumiały, profesjonalizm w przygotowaniu do obsługi oraz uprzejmość otrzymały przynajmniej 88% pozytywnych wskazań respondentów. Od I fali badania w 2015 roku widać, że utrzymuje się ten pozytywny trend, a poziom wskazań negatywnych jest bardzo niski na przestrzeni wszystkich lat.

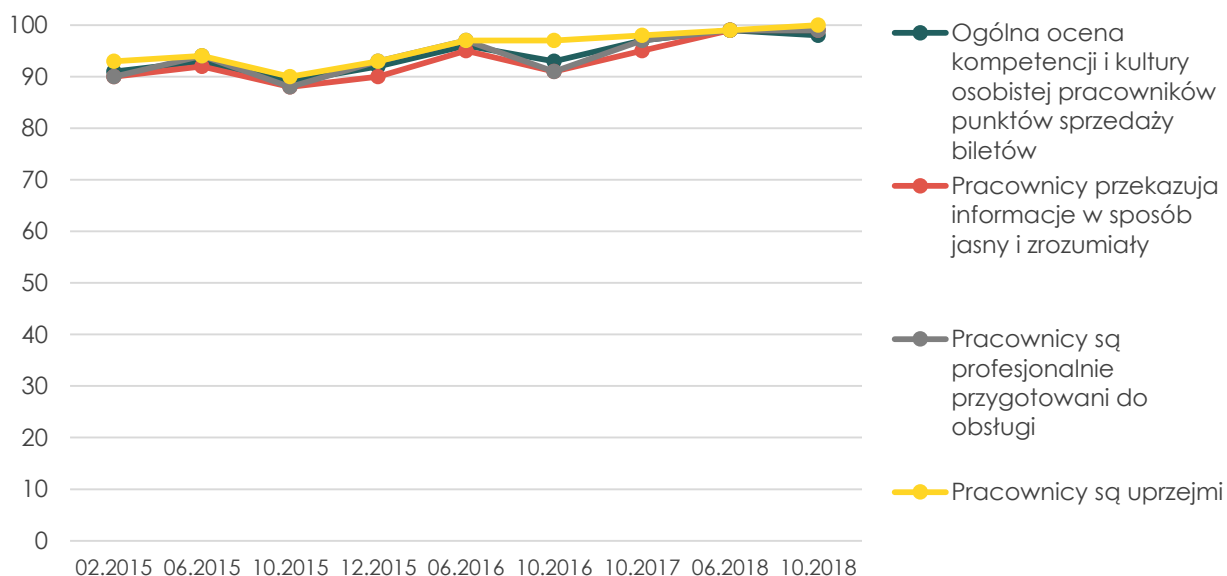
Wykres 22. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów



Podstawa: respondenci korzystający z punktów sprzedaży biletów, N_{2018 I fala}=249, N_{2018 II fala}=198

W porównaniu do poprzednich edycji badania wzrósł wskaźnik dotyczący uprzejmości pracowników punktów sprzedaży biletów (100). Jednocześnie zauważyć należy, iż przyjął on wartość najwyższą spośród wszystkich analizowanych lat. Analogiczna sytuacja ma miejsce w przypadku pozostałych wskaźników cząstkowych: pracownicy przekazują informacje w sposób jasny i zrozumiały (2017 – 95; 2018 – 99), pracownicy są profesjonalnie przygotowani do obsługi (2017 – 97; 2018 – 99). Zauważyć należy, że nieznacznie spadła wartość wskaźnika ogólnej oceny kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów z 99 do 98.

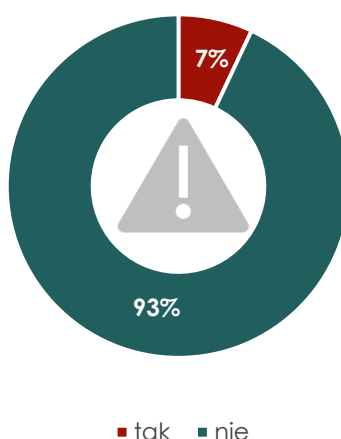
Wykres 23. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów - wskaźniki



OCENA EFEKTYWNOŚCI OBSŁUGI W PUNKTACH SPRZEDAŻY BILETÓW

Respondentów, którzy pozytywnie oceniają dostępność Punktów Sprzedaży Biletów (kioski, sklepy, salony prasowe, urzędy pocztowe) dopytano o to czy w ciągu minionego roku spotkali się z jakimiś trudnościami przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA. Odpowiedzi twierdzącej udzieliło 7% respondentów, natomiast przeczącej 93%.

Wykres 24. Napotkanie na trudności przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA w PSB

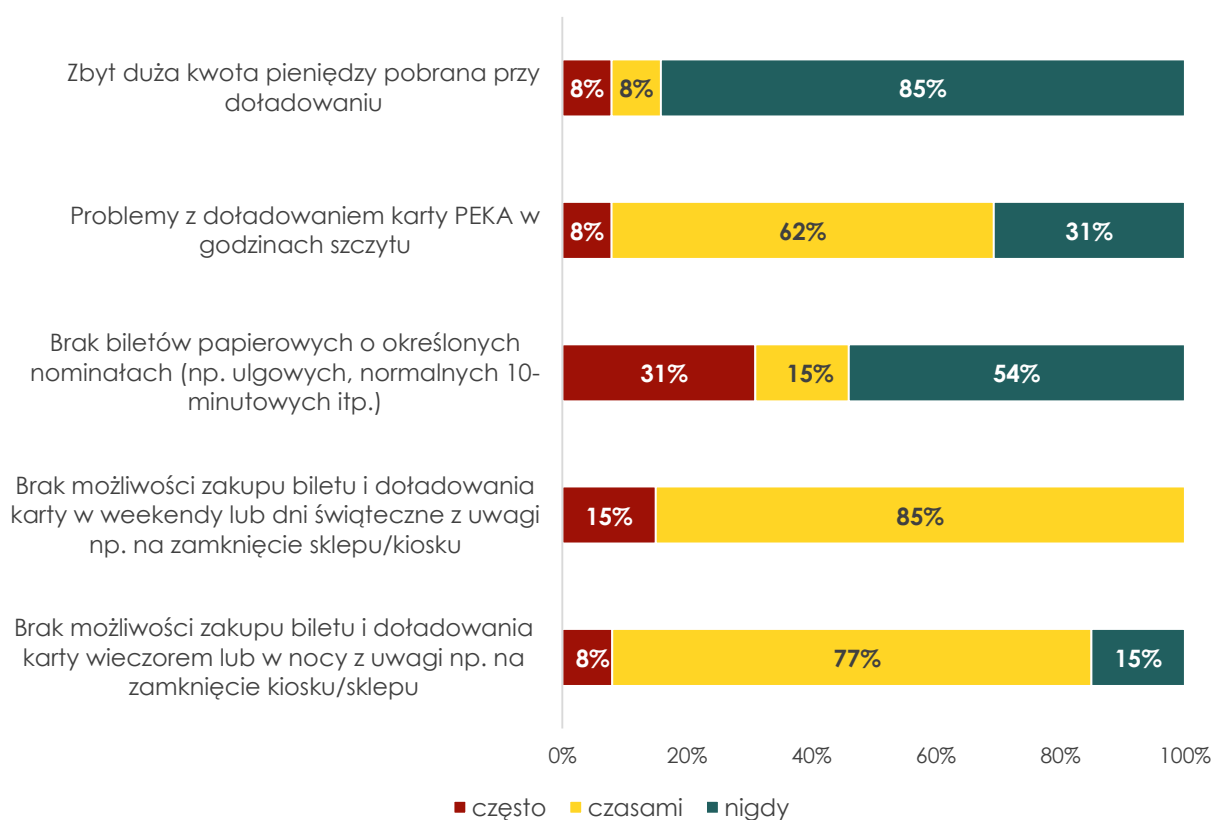


Podstawa: respondenci, którzy korzystali z Punktów Sprzedaży Biletów, N=198

Osoby biorące udział w badaniu satysfakcji klienta ZTM za największą niedogodność związaną z efektywnością obsługi w Punktach Sprzedaży Biletów uznali brak możliwości kupna biletu w weekendy lub dni świąteczne z uwagi np. na zamknięcie interesującego ich sklepu/kiosku. Wszyscy respondenci, którzy spotkali się z trudnościami w Punktach Sprzedaży Biletów częściej lub rzadziej spotykają się z tego typu problemem. Respondenci najrzadziej wskazują na niedogodności związane z zbyt dużą kwotą pieniędzy pobraną przy doładowaniu.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy spotkali się z trudnościami przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA w Punktach Sprzedaży Biletów. Ze względu na niski odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie, przedstawione dane należy traktować poglądowo.

Wykres 25. Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów



Podstawa: respondenci, którzy spotkali się z trudnościami przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA w Punktach Sprzedaży Biletów, N=13

2.2.3 BILETOMATY

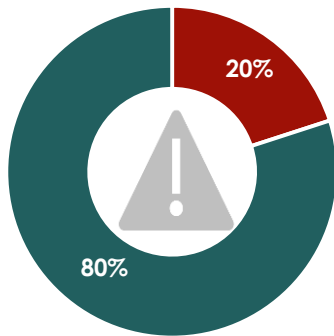
OCENA FUNKCJONOWANIA BILETOMATÓW

Respondentów korzystających z biletomatów stacjonarnych i w pojazdach dopytano o to, czy w ciągu ostatniego roku napotkali na trudności przy zakupie biletu. W przypadku biletomatu stacjonarnego 20% badanych wskazało, iż zdarzyła im się taka sytuacja

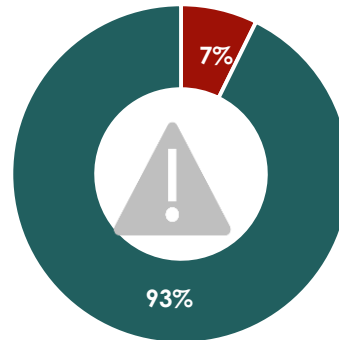
przy zakupie biletu lub doładowaniu karty PEKA. Nieco niższy odsetek wskazań - 7% uzyskano przy trudnościach napotkanych przy zakupie biletu w biletomatach w pojazdach.

Wykres 26. Trudności przy zakupie biletu lub doładowaniu karty PEKA w biletomacie stacjonarnym

Wykres 27. Trudności przy zakupie biletu czasowego w biletomatach w pojazdach



■ tak ■ nie



■ tak ■ nie

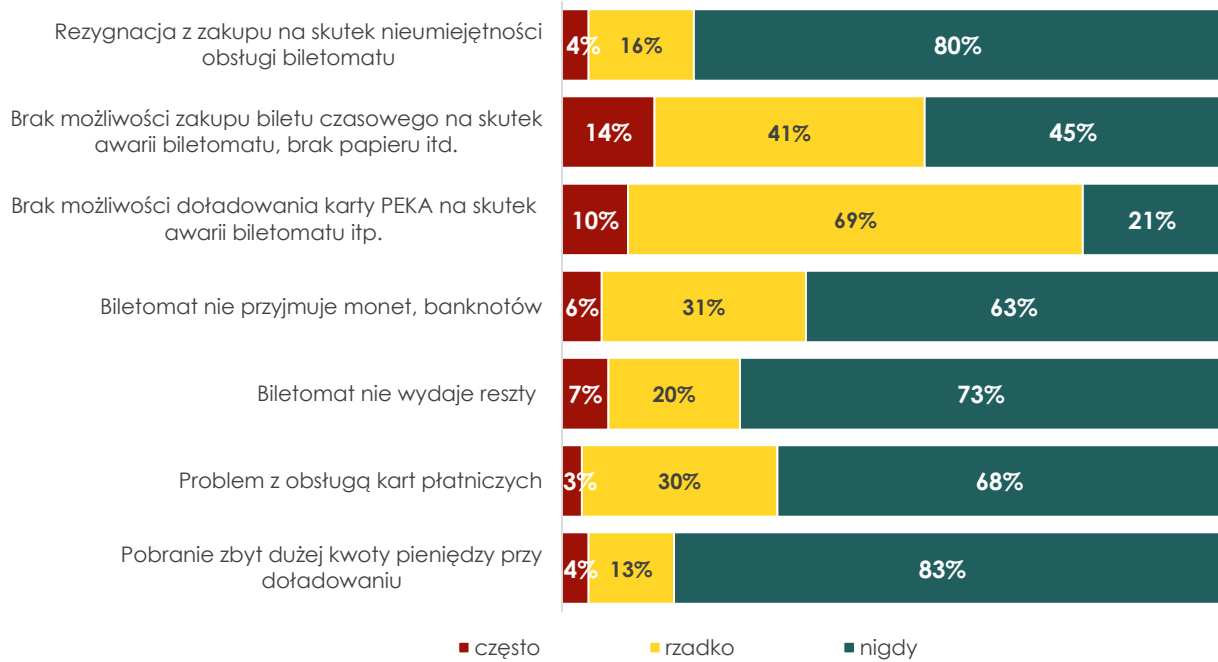
Podstawa: respondenci korzystający z biletomatów stacjonarnych, N=310

Podstawa: respondenci pozytywnie korzystający z biletomatów w pojeździe, N=258

Ankietowani poproszeni o ocenę funkcjonowania biletomatów wśród problemów najczęściej wskazywali na awarie biletomatów skutkujące brakiem możliwości doładowania karty PEKA (zagregowane odpowiedzi: często i rzadko: 79%) oraz awarie (obejmujące także brak papieru) skutkujące brakiem możliwości zakupu biletu czasowego (zagregowane odpowiedzi: często i rzadko: 55%). Ankietowani wskazali także na problemy wynikające z nieprzyjmowania monet, banknotów przez biletomaty (zagregowane odpowiedzi: często i rzadko: 37%) oraz problemy z obsługą kart płatniczych (zagregowane odpowiedzi: często i rzadko: 37%).

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy pozytywnie ocenili dostępność do biletomatów i spotkali się z trudnościami przy zakupie biletów w biletomatach w okresie ostatniego roku. Ze względu na niski odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie, przedstawione dane należy traktować poglądowo.

Wykres 28. Ocena funkcjonowania biletomatów

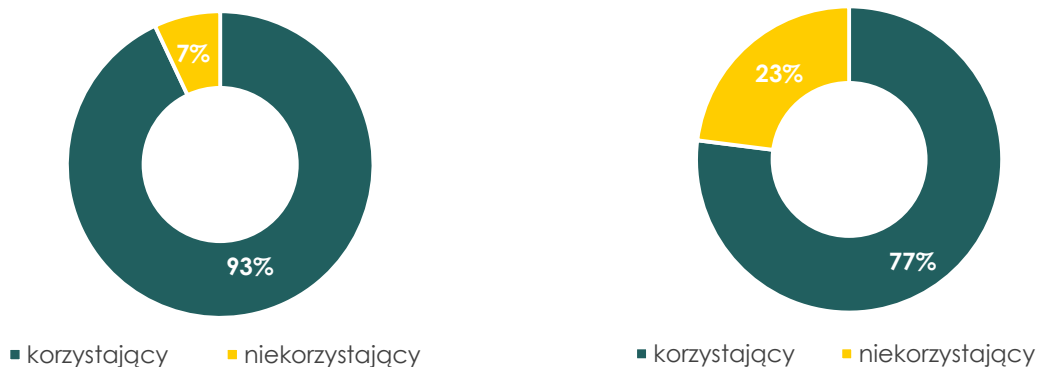


Podstawa: respondenci, którzy spotkali się z trudnościami przy zakupie biletów w biletomatach w czasie ostatniego roku, N=71

OCENA DOSTĘPNOŚCI BILETOMATÓW

Większy odsetek respondentów korzysta z biletomatów stacjonarnych – 93%, aniżeli z biletomatów w pojeździe – 77%.

Wykres 29. Użytkownicy biletomatów stacjonarnych Wykres 30. Użytkownicy biletomatów w pojeździe



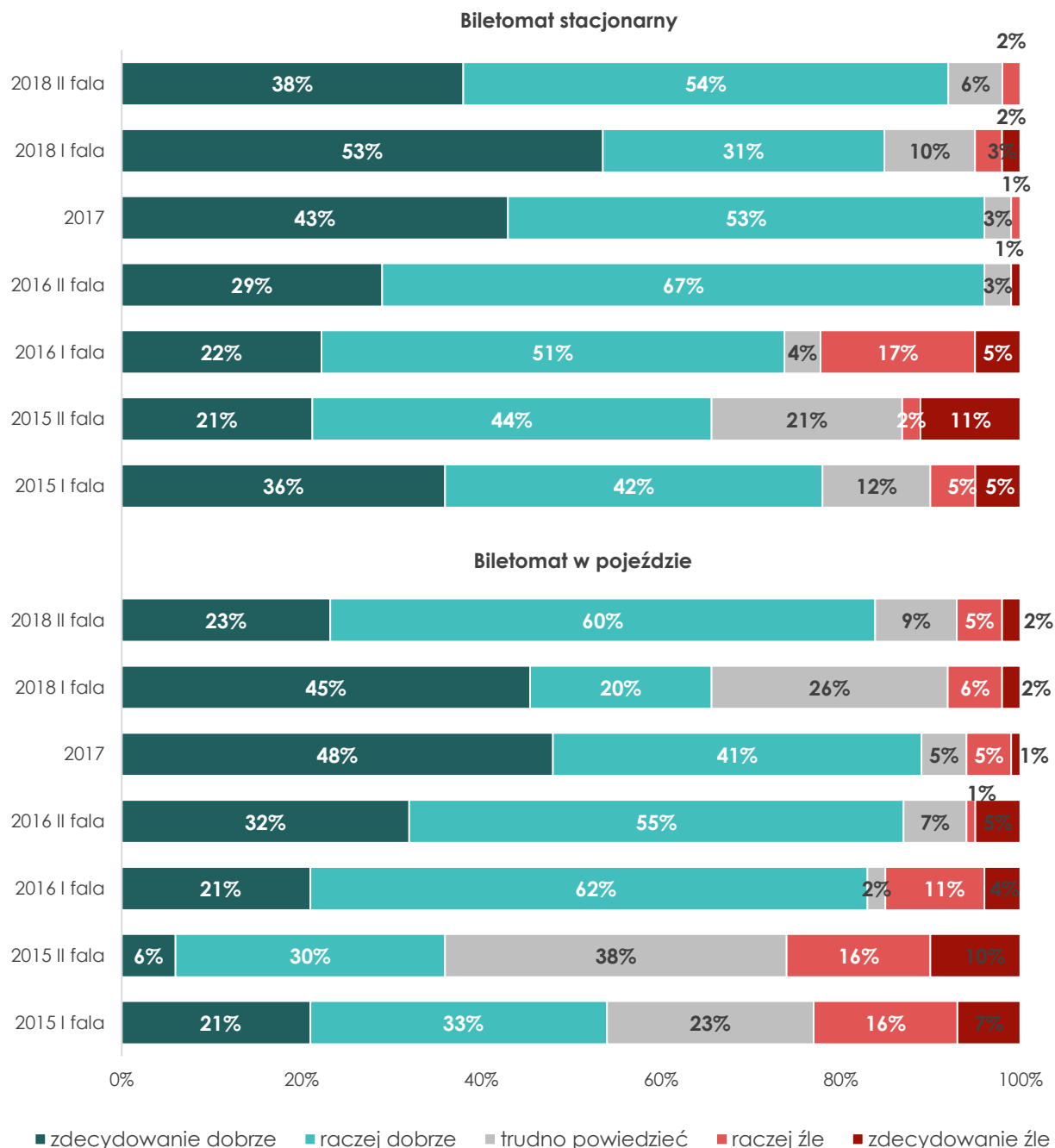
Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

Tak jak w poprzedniej fali tak i tym razem respondenci wyżej ocenili dostępność biletomatów stacjonarnych w porównaniu z ich odpowiednikami w pojazdach. W bieżącym roku pozytywne oceny na temat dostępności biletomatów stacjonarnych wyraziło 92% ankietowanych, a jedynie

2% z nich negatywne. Natomiast biletomaty w pojeździe otrzymały 83% ocen pozytywnych a 7% negatywnych.

Na wykresie przedstawiono dane, z których wyłączone zostały odpowiedzi: „nie wiem, nie korzystam”.

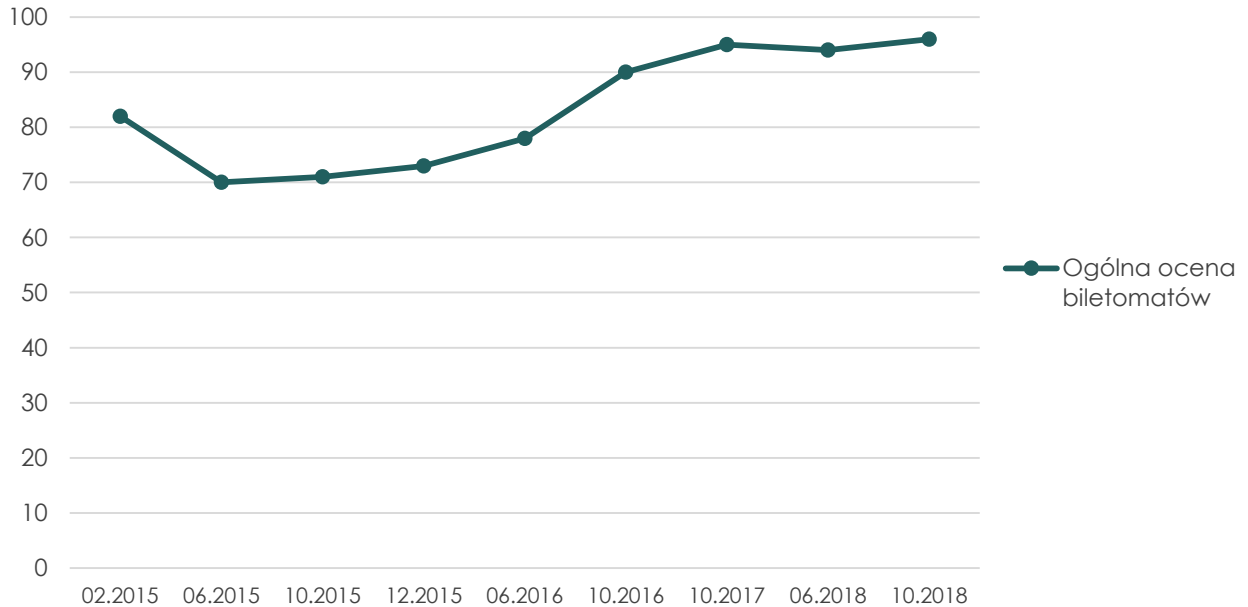
Wykres 31. Ocena dostępności biletomatów



Podstawa: respondenci korzystający odpowiednio z biletomatów stacjonarnych $N_{2018 I fala}=286$, $N_{2018 II fala}=310$, oraz biletomatów w pojeździe $N_{2018 I fala}=262$, $N_{2018 II fala}=258$.

Wskaźnik ogólnej oceny biletomatów we wszystkich edycjach badania wahał się na poziomie 70-95 punktów. W drugiej fali przyjął wartość 96 punktów, co oznacza wzrost względem pierwszej fali badania w 2018 roku o 2 punkty.

Wykres 32. Ocena funkcjonowania biletomatów - wskaźniki

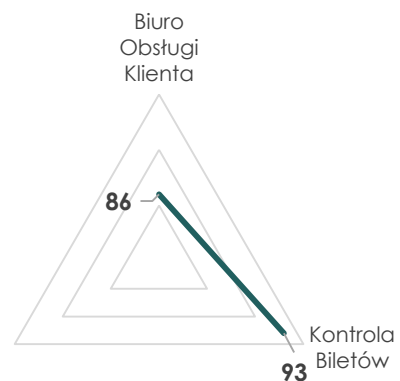


2.4. Ocena satysfakcji z jakości obsługi

Podobnie jak w poprzednich edycjach badania, tak i w tegorocznej, na podstawie uzyskanych wyników badań wyliczono wskaźnik główny dotyczący satysfakcji klientów z jakości obsługi oraz wskaźniki cząstkowe. Wskaźnik główny przyjął w tym roku wartość 92 punktów (o 6 punktów więcej niż podczas I fali badania w 2018 roku), cząstkowy dotyczący Biura Obsługi Klienta - 86, a związany z kontrolą biletów - 93.

Wykres 33. Ocena satysfakcji z jakości obsługi

SATYSFAKCJA KLIENTÓW ZTM Z JAKOŚCI OBSŁUGI



W porównaniu do poprzedniej edycji badania, w tym roku odnotowano spadek wskaźników dotyczących takich aspektów jak ocena dostępności Biura Obsługi Klienta oraz ocena jakości karty PEKA. W przypadku dostępności Biura Obsługi Klienta wskaźnik plasował się na poziomie 80 punktów, co oznacza spadek względem poprzedniej fali o 2 punkty. Jednocześnie zauważyć należy, iż wynik jest wyższy niż w latach 2015-2016. Wskaźnik związany z oceną jakości karty PEKA jest najniższy spośród ostatnich 3 fal badania (2018 II fala – 84; 2018 I fala – 94, 2017 – 94; 2016 II fala - 94), jednak wyższy niż w poszczególnych edycjach badania z 2015 roku. Pozostałe wskaźniki zanotowały wzrost, w tym ogólny wskaźnik satysfakcji klientów ZTM z warunków sprzedaży wzrósł względem ostatniej fali badania o 86 do 92.

W przypadku poszczególnych wymiarów oceny zadowolenia zauważalny jest nieznaczny spadek oceny zadowolenia z Biura Obsługi Klienta, który spadł z 87 do 86. Bardziej istotnym jest wzrost o 9 oceny zadowolenia z kontroli biletów. Wskaźnik ten wzrósł do poziomu 93.

Tabela 7. Ocena satysfakcji z jakości obsługi - wskaźniki

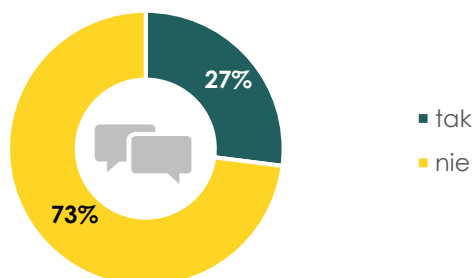
Wymiary oceny zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02. 2015	06. 2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018		02. 2015	06. 2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018
Biuro Obsługi Klienta	68	70	78	78	82	85	90	87	86	2.1.1 Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta	41	40	50	54	62	54	79	82	80
										2.1.2 Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK	81	86	91	91	97	98	95	94	98
										2.1.3 Ocena efektywności obsługi	74	84	88	93	81	93	92	95	98
										2.1.4 Ocena jakości karty PEKA	90	84	83	89	90	94	94	94	92
Kontrola Biletów	76	76	79	79	86	87	91	84	93	2.4.1 Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	71	71	73	74	81	84	89	83	90
										2.4.2 Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	83	83	87	85	91	89	93	87	96
Satysfakcja klientów ZTM z warunków sprzedaży											71	72	77	78	84	86	90	86	92

2.3.1 BIURO OBSŁUGI KLIENTA

W ciągu ubiegłego roku 27% respondentów zadeklarowało w II fali badania kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z jednym z Biur Obsługi Klienta ZTM Poznań.

Respondentów, którzy mieli kontakt z BOK dopytano o jego przyczynę. Ponad połowa z nich wskazała, iż zgłaszali się po informacje dotyczące obowiązującej taryfy, układu komunikacyjnego miasta, karty PEKA, objazdów, promocji itd. Na drugim miejscu znalazły się reklamacje (30%).

Wykres 34. Kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z jednym z Biur Obsługi Klienta w ciągu minionego roku

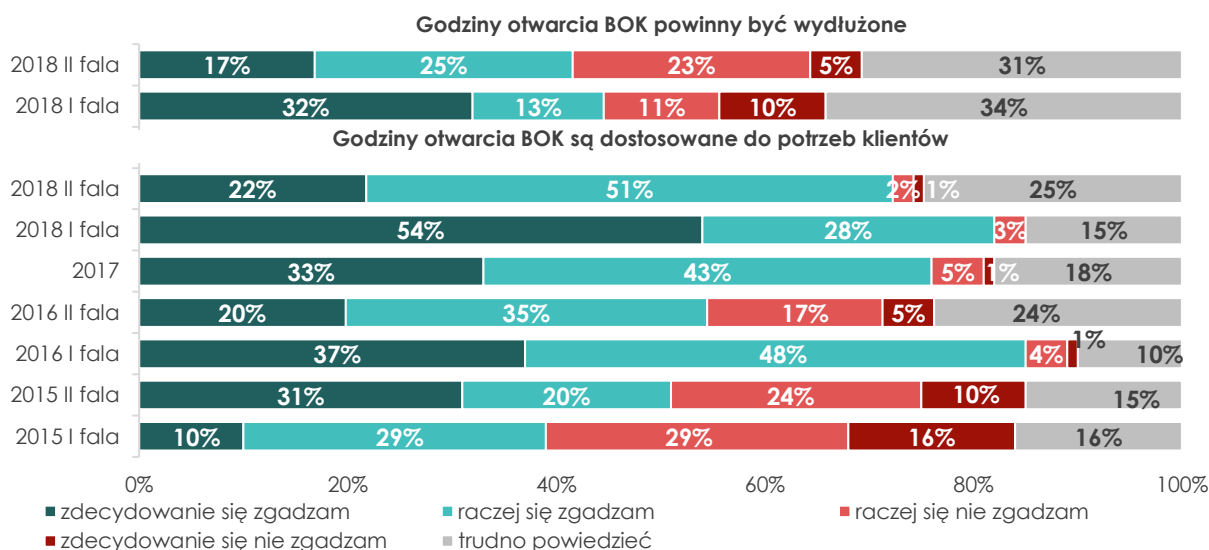


Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

OCENA DOSTĘPNOŚCI BIURA OBSŁUGI KLIENTA

W przypadku oceny dostępności Biura Obsługi Klienta w aspekcie dostosowania godzin otwarcia BOK do potrzeb mieszkańców większość respondentów była zgodna, że są one optymalne (73% pozytywnych odpowiedzi). Porównując kolejne lata, warto zauważyć, że nastąpił zdecydowany wzrost pozytywnych ocen tego aspektu w porównaniu z rokiem 2015, kiedy to zanotowano aż 45% negatywnych ocen. W kolejnych latach negatywne oceny nie przekraczały 6%. W tegorocznej edycji badania respondentów zapytano również o to czy godziny otwarcia BOK powinny być wydłużone. Podczas II fali badania odpowiedzi pozytywne były porównywalne do I fali, w obu falach nie przekroczyły 45%.

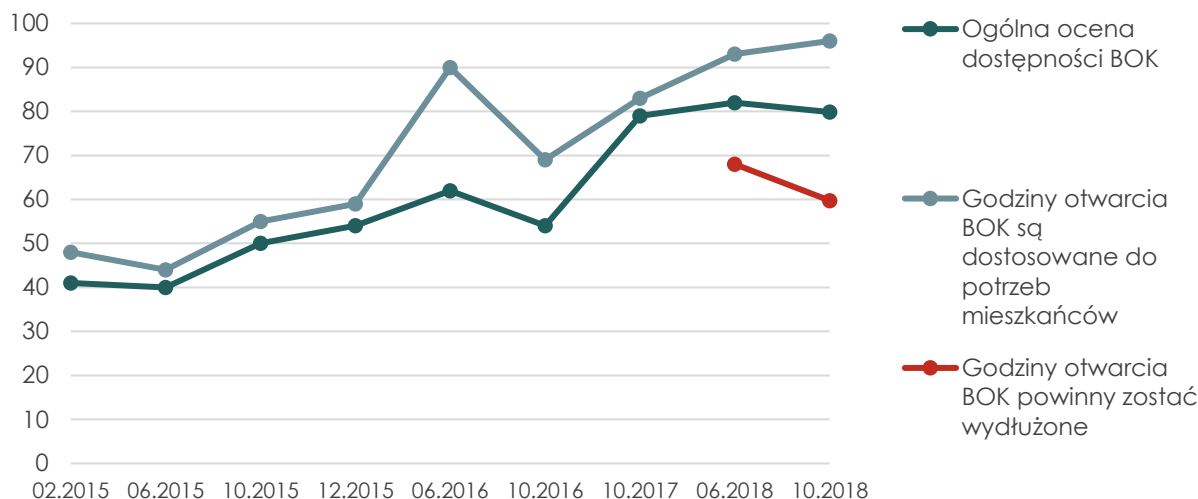
Wykres 35. Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta



Podstawa: wszyscy respondenci, N_{2018 I fala}=325, N_{2018 II fala}=334

Wskaźnik dotyczący ogólnej oceny dostępności BOK osiągnął w październiku 80 punktów, co jest porównywalne z zeszłorocznym pomiarem. Zaznaczyć należy, że z roku na rok w tym zakresie obserwuje się tendencję wzrostową. W przypadku dostosowania godzin otwarcia BOK do potrzeb mieszkańców uzyskano wynik wyższy o 3 punkty (96), w porównaniu do czerwcowego pomiaru (93). Wskaźnik: *godziny otwarcia BOK powinny zostać wydłużone* kształtuje się na poziomie 60 punktów, co oznacza spadek o 8 punktów w stosunku do czerwca.

Wykres 36. Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta - wskaźniki³



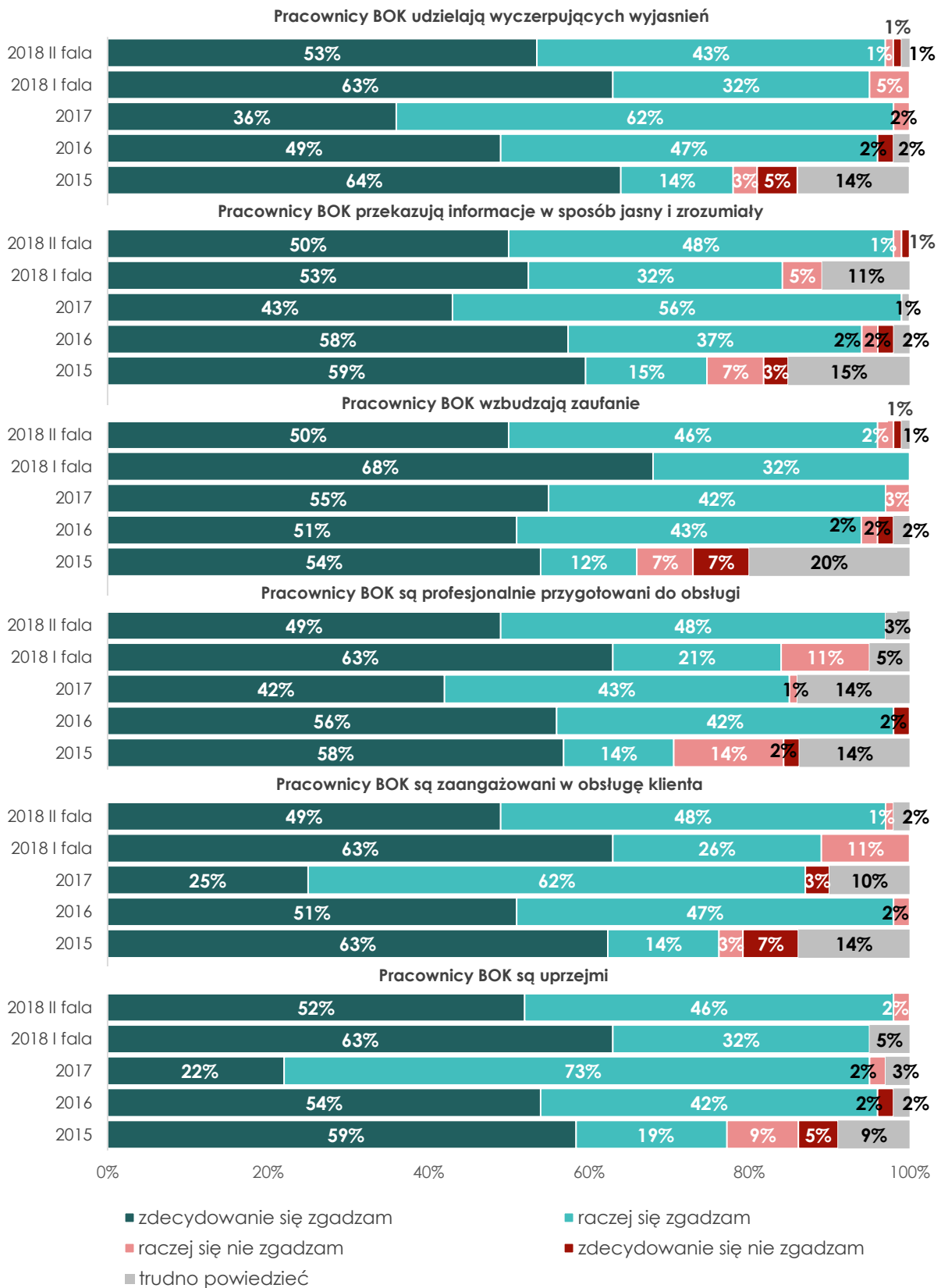
OCENA KOMPETENCJI I KULTURY OSOBISTEJ PRACOWNIKÓW BOK

Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników Biur Obsługi Klienta oparta została na sześciu aspektach. Warto podkreślić, że aspekt profesjonalizmu przygotowania do obsługi wśród pracowników BOK nie otrzymał żadnej negatywnej odpowiedzi i jest to w tym przypadku spadek o 11 p.p. względem ubiegłej fali badania.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy w czasie ostatniego roku kontaktowali się Biurem Obsługi Klienta ZTM.

³ Ze względu na zmiany w kwestionariuszu w I edycji badania 2018 r. nie ma możliwości porównania wskaźnika „godziny otwarcia BOK powinny być wydłużone” z poprzednimi latami.

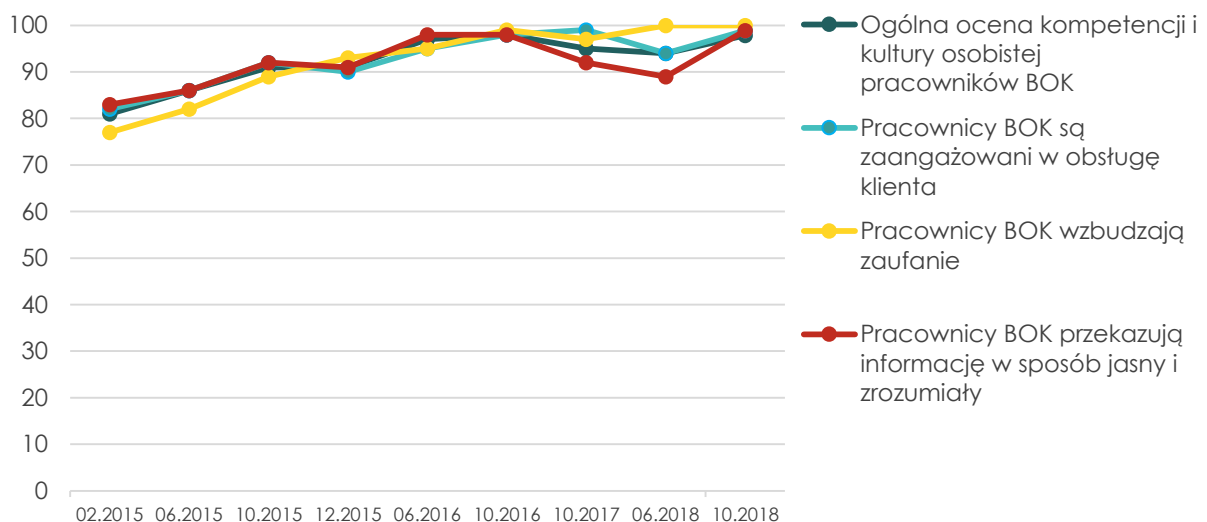
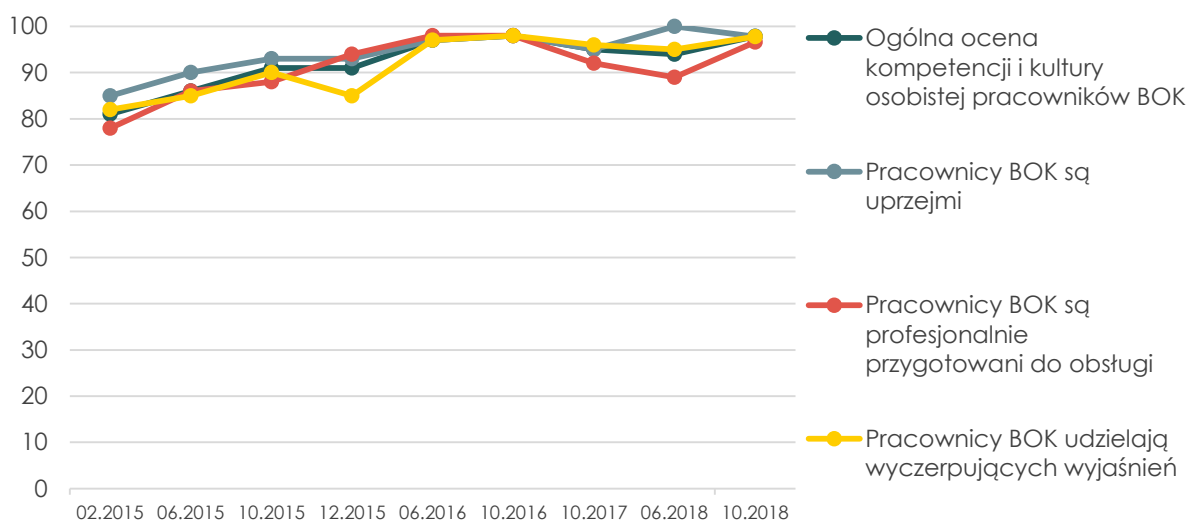
Wykres 37. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK



Podstawa: respondenci, którzy w czasie ostatniego roku kontaktowali się z Biurem Obsługi Klienta ZTM, N=90

Wskaźnik dotyczący ogólnej oceny kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK w październikowej edycji badania przyjął wartość nieco wyższą (98) niż w czerwcu (94). Analogiczną sytuację odnotowano w przypadku profesjonalnego przygotowania pracowników BOK do obsługi (październik – 97; czerwiec – 89), udzielania przez nich wyczerpujących wyjaśnień (październik – 98; czerwiec – 95), zaangażowania w obsługę (październik – 99; czerwiec – 94) oraz przekazywania informacji w sposób jasny i zrozumiały (październik – 99; czerwiec – 89). Do maksymalnej wartości (100) wzrosły natomiast wskaźniki dotyczące wzbudzania zaufania pracowników BOK (ten sam wynik został uzyskany w czerwcu tego roku). Jedynym wskaźnikiem, w którym odnotowano spadek jest ocena uprzejmości pracowników BOK (październik – 98; czerwiec – 100), jednak jest to spadek minimalny (o dwa punkty). Warto odnotować fakt, że wszystkie wskaźniki dotyczące kompetencji i kultury osobistej są na podobnym i wysokim poziomie.

Wykres 38. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK -wskaźniki



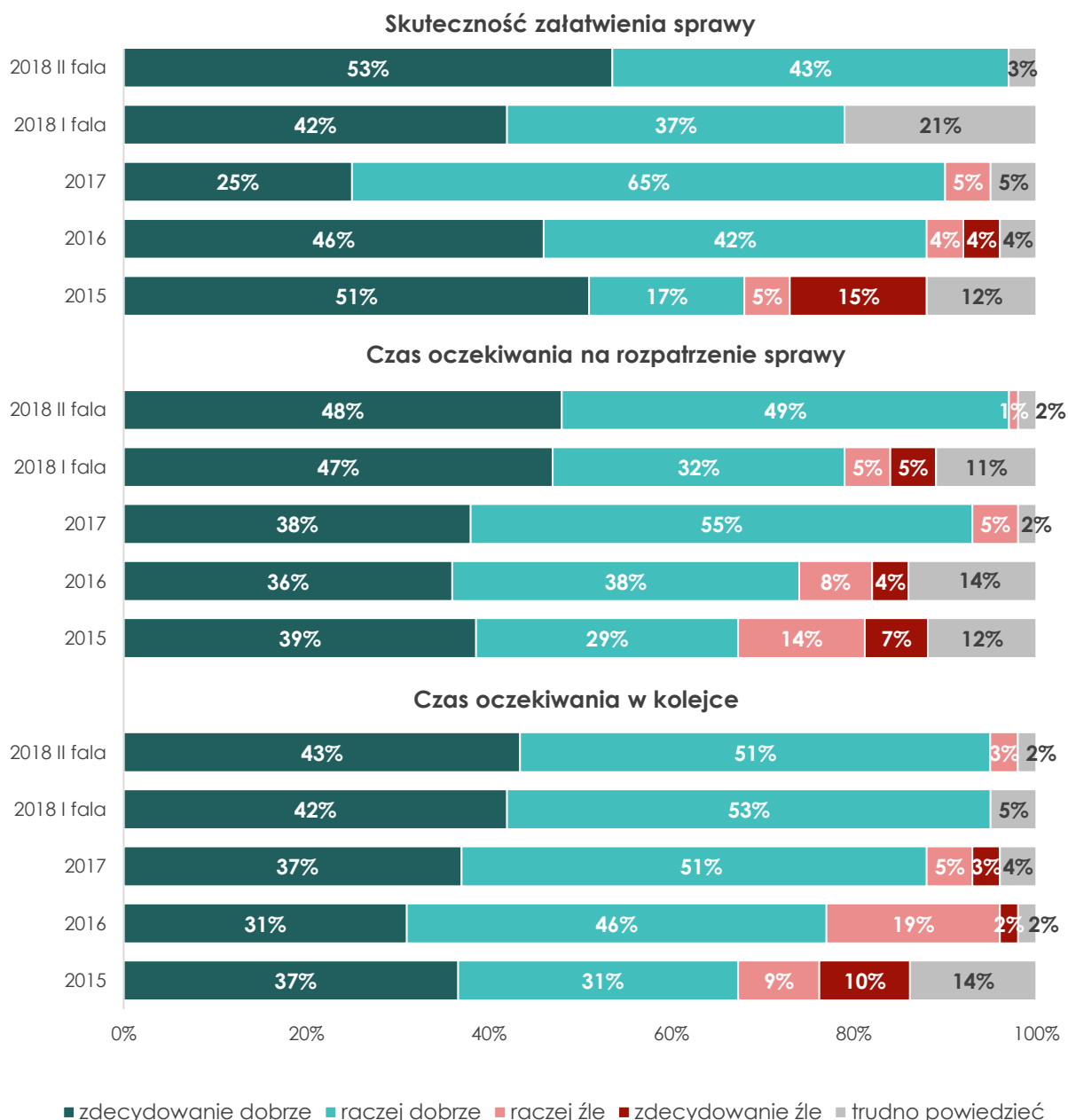
OCENA EFEKTYWNOŚCI OBSŁUGI W BIURZE OBSŁUGI KLIENTA

Tak jak przy ocenie POK, respondenci zostali poproszeni o ocenę efektywności obsługi w Biurach Obsługi Klienta. Ankietowani pozytywnie ocenili wszystkie badane obszary (przynajmniej 94%

pozytywnych wskazań dla każdego z nich). Zauważalny jest trend spadkowy negatywnych odpowiedzi na przestrzeni wszystkich lat badań.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy w czasie ostatniego roku kontaktowali się Biurem Obsługi Klienta ZTM. Ze względu na niski odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie, przedstawione dane należy traktować poglądowo.

Wykres 39. Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta

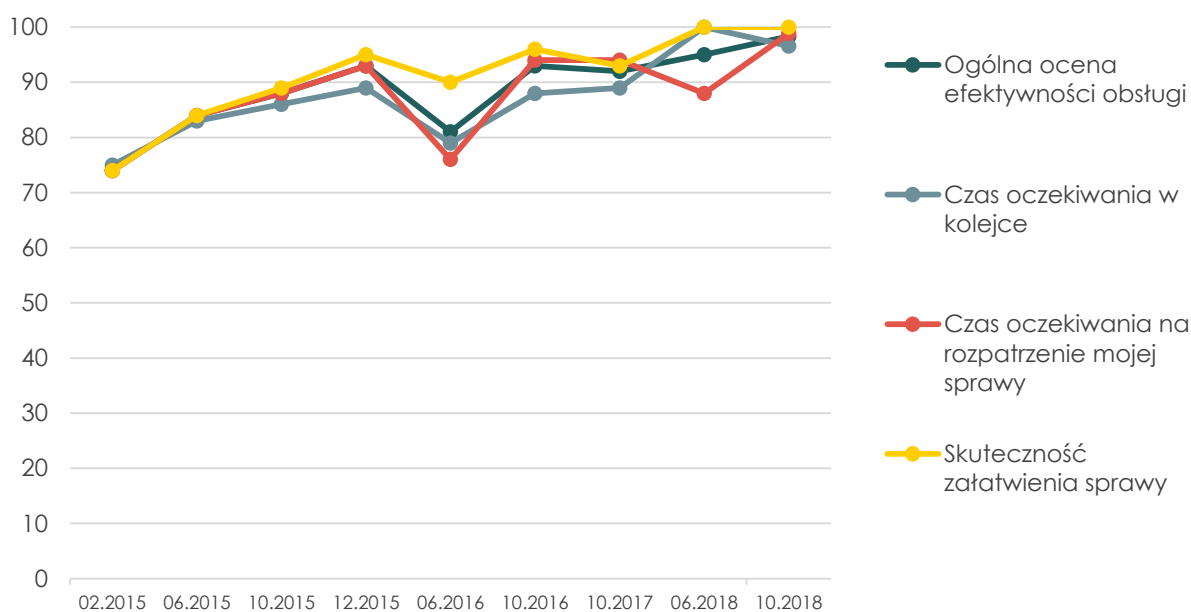


Podstawa: respondenci, którzy w czasie ostatniego roku kontaktowali się z Biurem Obsługi Klienta ZTM, N=90

Wskaźnik oceny efektywności obsługi w październikowej edycji badania przyjął wartość o 3 punkty wyższą niż latem (październik – 98; czerwiec – 95). Zauważyć należy również, iż jest to

najwyższa wartość wskaźnika spośród wszystkich edycji pomiarów, a od października 2017 następuje systematyczny wzrost oceny efektywności obsługi BOK. Najbardziej dynamiczny wzrost, o 11 punktów odnotowano w przypadku czasu oczekiwania na rozpatrzenie sprawy (99). W przypadku skuteczności załatwienia sprawy ponownie osiągnięto wynik maksymalny (100). Nieznaczny spadek wartości wskaźnika odnotowano w przypadku czasu oczekiwania w kolejce (październik – 98; czerwiec – 100).

Wykres 40. Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta - wskaźniki

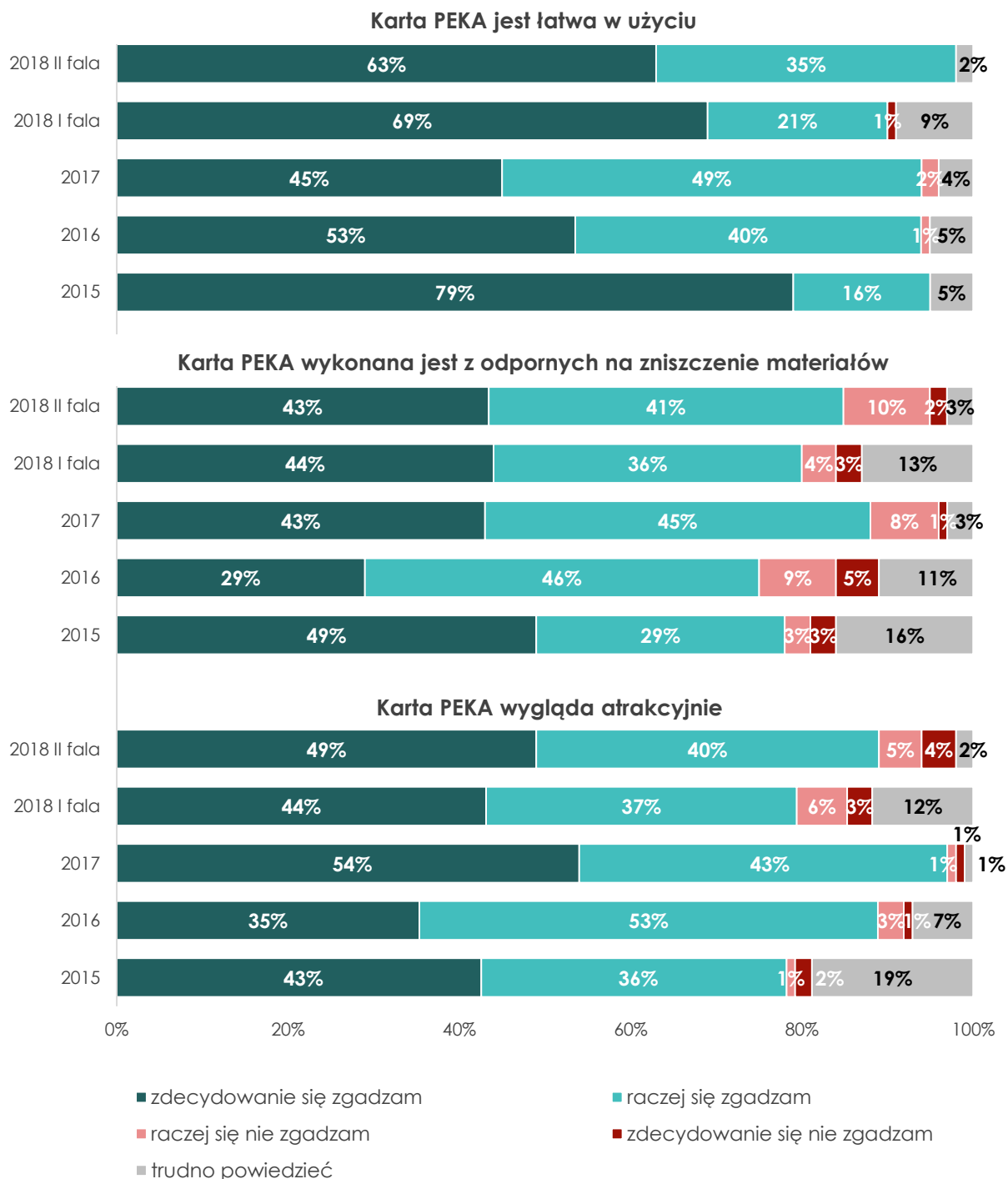


OCENA JAKOŚCI KARTY PEKA

Respondenci biorący udział w badaniu satysfakcji klientów ZTM poproszeni zostali również o ocenę jakości karty PEKA w następujących jej aspektach: łatwość w użyciu, odporność na zniszczenie oraz atrakcyjność wyglądu. Uczestnicy badania, wzorem lat ubiegłych, najwyżej oceniają łatwość w użyciu karty PEKA, który to aspekt otrzymał 98% wskazań pozytywnych. Pozostałe aspekty nadal utrzymują się na wysokim poziomie procentowym (przynajmniej 84%). W przypadku aspektu wykonania karty PEKA z odpornych na zniszczenia materiałów widoczny jest niewielki wzrost negatywnych wskazań względem ubiegłej fali badania (wzrost o 5 p.p.)

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, będących posiadaczami karty PEKA lub korzystających z elektronicznej legitymacji.

Wykres 41. Ocena jakości karty PEKA

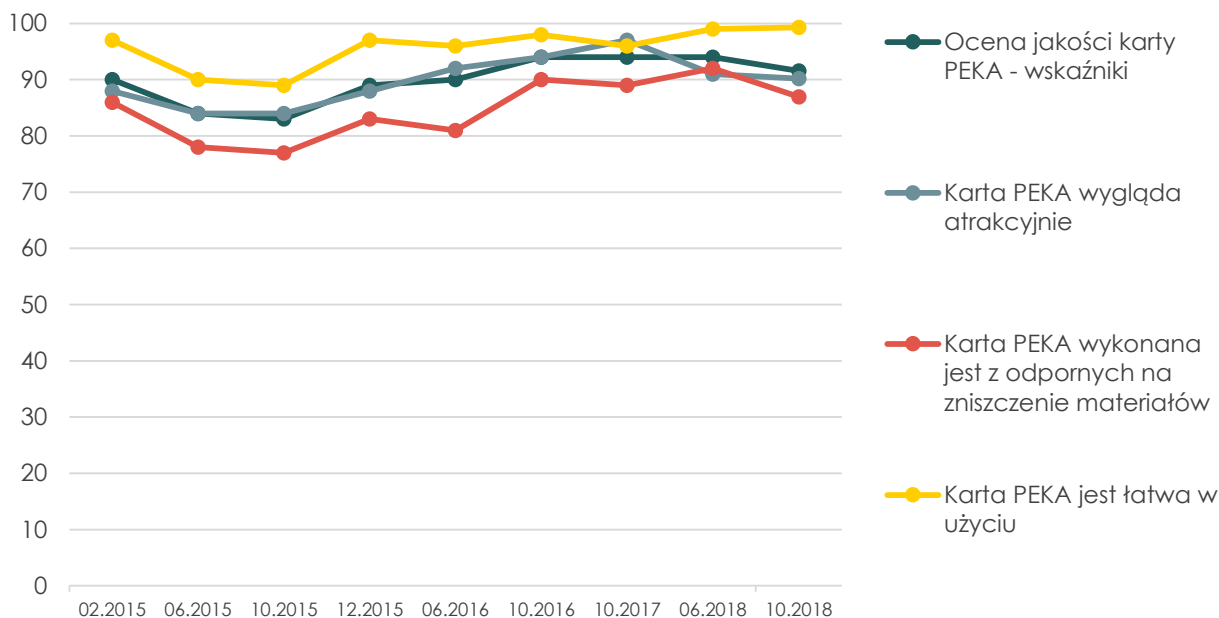


Podstawa: respondenci będący posiadaczami karty PEKA lub korzystający z elektrycznej legitymacji, N_{2018 I fala}=243, N_{2018 II fala}=301

Na podstawie powyższych wyników wyliczono wskaźniki dotyczące Karty PEKA. W przypadku ogólnej oceny jakości karty uzyskano wynik 92 punktów, co w porównaniu do poprzedniego pomiaru jest wartością niższą o 2 punkty. Wskaźniki Karta PEKA wygląda atrakcyjnie oraz Karta

PEKA jest łatwa w użyciu, w porównaniu do czerwcowego pomiaru są na podobnym poziomie i wynoszą odpowiednio 90 i 99. Spadek, o 7 punktów odnotowano wyłącznie we wskaźniku dotyczącym wykonania karty PEKA z odpornych na zniszczenie materiałów, jego wartość wynosi 87 punktów.

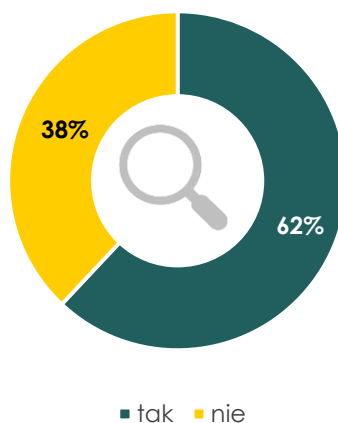
Wykres 42. Ocena jakości karty PEKA - wskaźniki



2.3.2 KONTROLA BILETÓW

Respondentów biorących udział w badaniu zapytano o to, czy w ciągu ostatniego półrocza byli kontrolowani przez kontrolera ZTM w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM (w Poznaniu lub na terenie Aglomeracji Poznańskiej). Ponad połowa badanych zadeklarowała, że spotkała ich kontrola (62%).

Wykres 43. Kontrola w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM



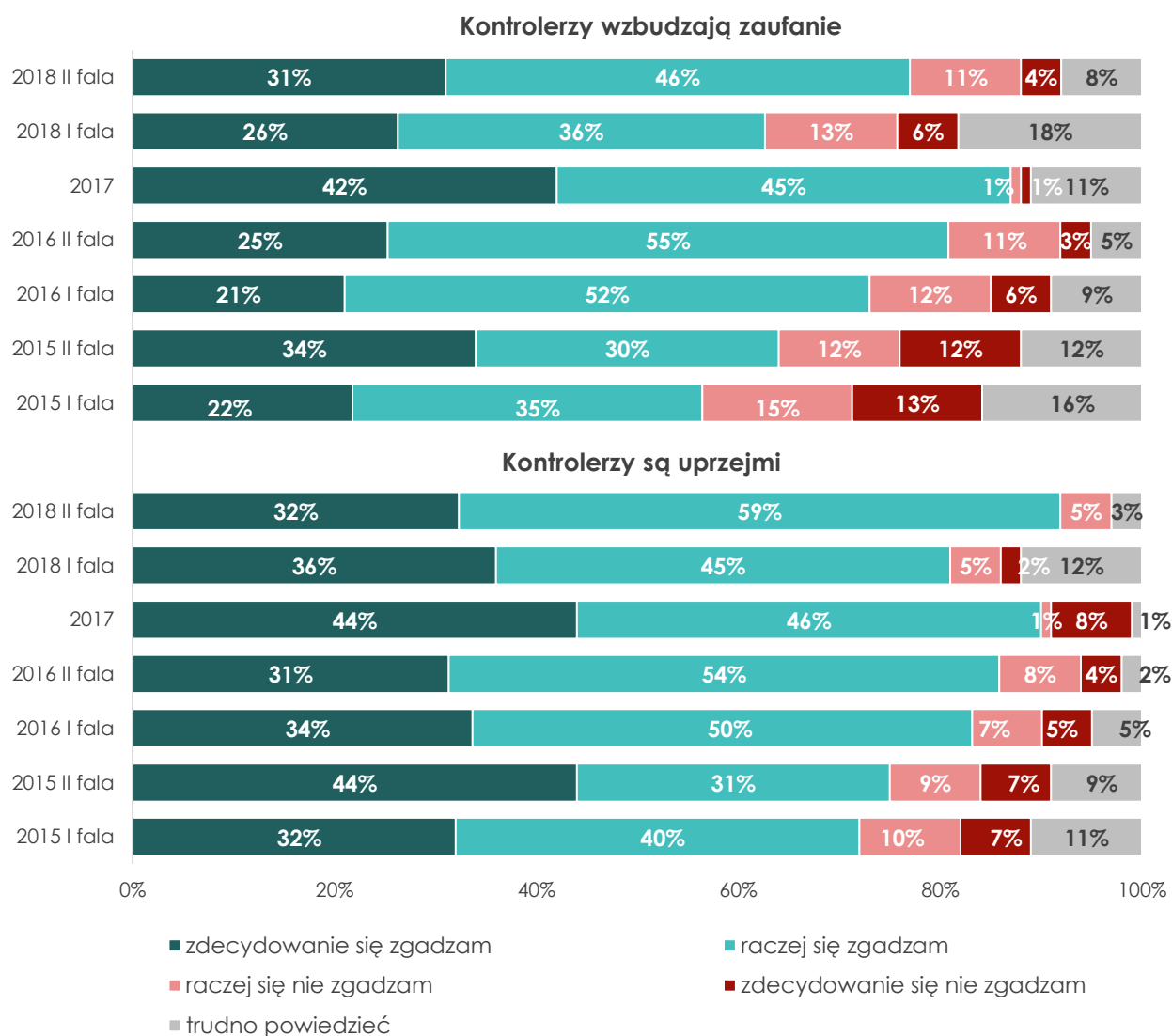
Podstawa: wszyscy respondenci, N=334

OCENA KOMPETENCJI I KULTURY OSOBISTEJ KONTROLERÓW BILETÓW

Wzorem lat ubiegłych, respondenci poproszeni zostali o ocenę kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów. Respondenci wydają się nadal być zgodni, jeżeli chodzi o uprzejmość wśród kontrolerów (91% pozytywnych opinii). Widoczna jest tutaj tendencja wzrostowa od początku prowadzenia badań. W przypadku wzbudzania zaufania przez kontrolerów liczba negatywnych wskazań spadła względem poprzedniej fali badania o 4 p.p., a co ważniejsze nastąpił wzrost odpowiedzi pozytywnych w tym aspekcie o 15 p.p.

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy w czasie ostatniego półrocza byli kontrolowani przez kontrolera ZTM w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM w Poznaniu lub w Aglomeracji Poznańskiej.

Wykres 44. Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów

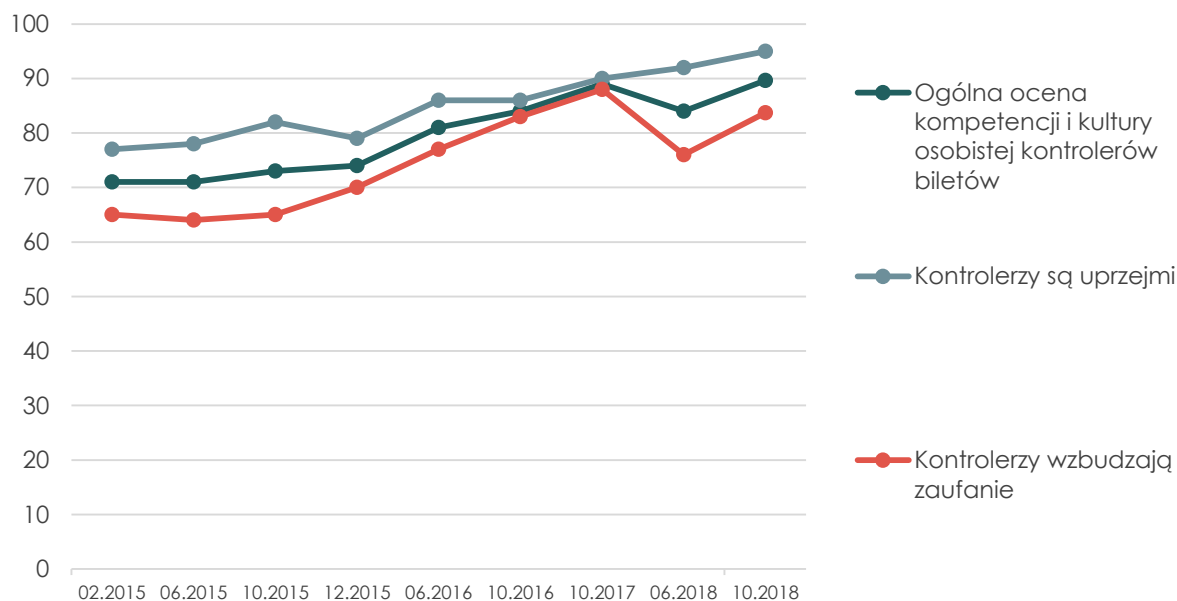


Podstawa: respondenci, którzy w czasie ostatniego półrocza byli kontrolowani przez kontrolera ZTM w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM w Poznaniu lub w Aglomeracji Poznańskiej, N_{2018 I fala}=171, N_{2018 II fala}=207

W porównaniu do czerwcowego pomiaru nastąpił wzrost wszystkich wskaźników dotyczących oceny kompetencji i kultury kontrolerów biletów. Ogólna ocena kompetencji i kultury osobistej

kontrolerów biletów wynosi 90 punktów. Zauważyć jednak należy, iż wskaźnik dotyczący uprzejmości kontrolerów przyjął w tym roku wartość najwyższą (95). Nastąpił wzrost o 8 punktów oceny zaufania wobec kontrolerów, w październiku wyniósł on 84 punkty.

Wykres 45. Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów - wskaźniki

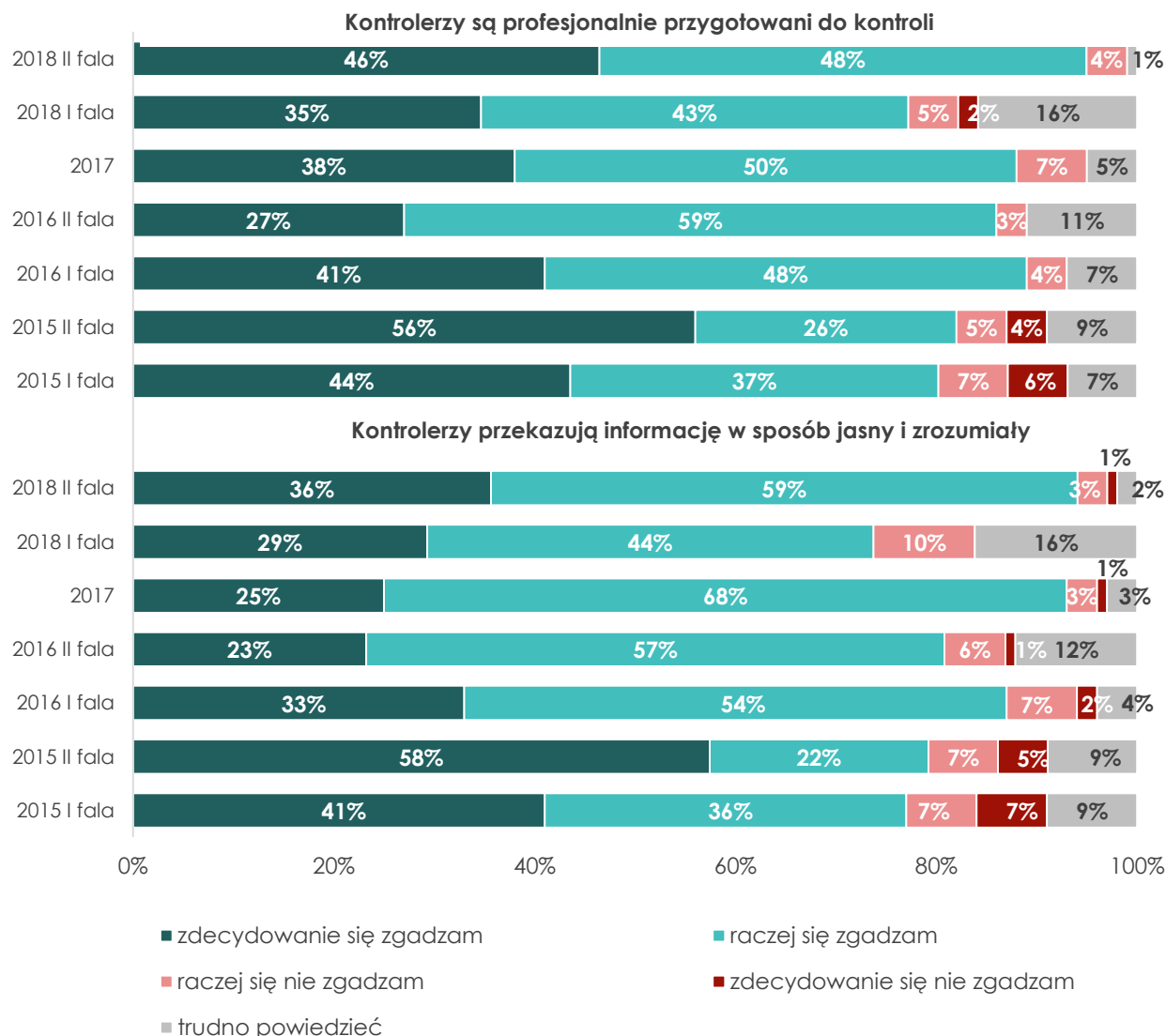


OCENA SPOSOBU PRZEPROWADZENIA KONTROLI

Tak jak w poprzednich badaniach i w tym roku respondenci zostali poproszeni o ocenę sposobu przeprowadzenia kontroli biletów przez kontrolerów. Ocenione zostały następujące aspekty: profesjonalizm przygotowania do kontroli oraz przekaz informacji. Wzorem lat ubiegłych, ankietowani w większości wypowiedzieli się pozytywnie. Profesjonalne przygotowanie do kontroli pozytywnie oceniło blisko 80% badanych, nieco mniej pozytywnych wskazań odnotowano w przypadku przekazywania informacji w sposób jasny i zrozumiały (73%).

Pytanie było skierowane wyłącznie do respondentów, którzy w czasie ostatniego półrocza byli kontrolowani przez kontrolera ZTM w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM w Poznaniu lub Aglomeracji Poznańskiej.

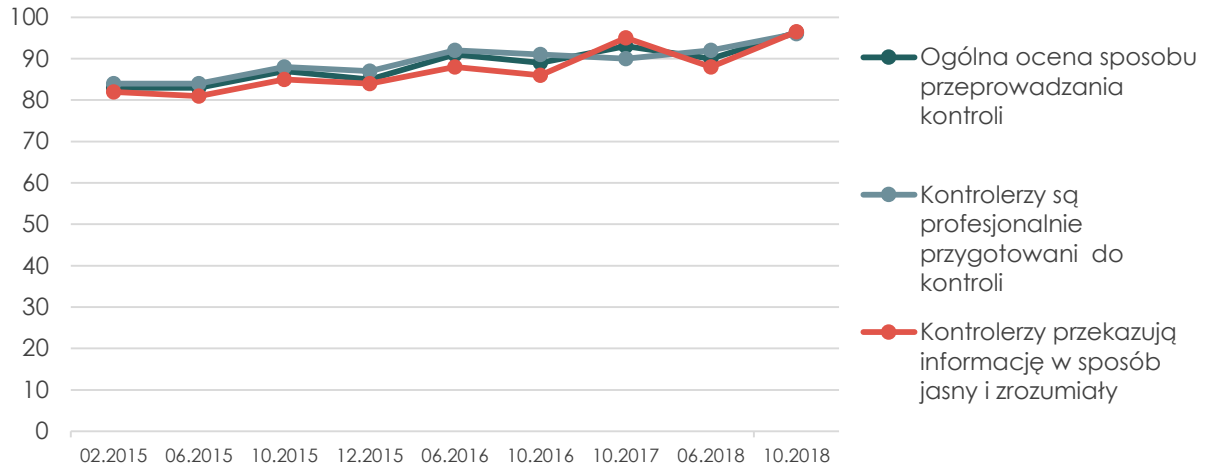
Wykres 46. Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli



Podstawa: respondenci, którzy w czasie ostatniego półrocza byli kontrolowani przez kontrolera ZTM w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM w Poznaniu lub w Aglomeracji Poznańskiej, N=171 N_{2018 I fala}=171, N_{2018 II fala}=207

W październikowej edycji badania odnotowano wzrost wskaźnika ogólnej oceny sposobu przeprowadzania kontroli, z 90 (październik 2017) na 96 (październik 2018). Wskaźnik dotyczący przekazywania przez kontrolerów informacji w sposób jasny i zrozumiały odnotował wzrost, w porównaniu do czerwca 2018 roku (czerwiec - 95; październik - 97). Zaobserwowano również wzrost wskaźnika dotyczącego profesjonalnego przygotowania kontrolerów do kontroli o 4 punkty, względem czerwca (październik - 96; czerwiec - 92).

Wykres 47. Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli - wskaźniki

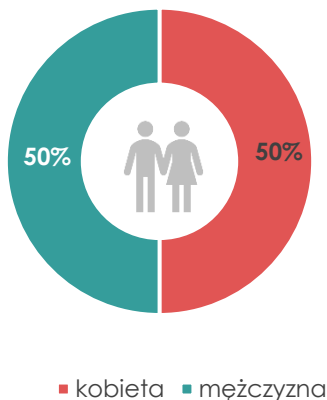


3. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie II

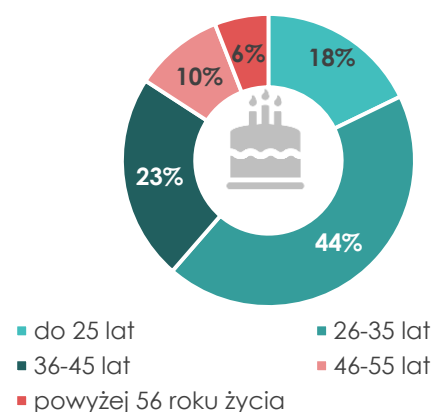
3.1. Charakterystyka respondentów

W badaniu CAWI udział wzięło łącznie **874** internautów, z czego 50% to mężczyźni. Największą grupę badanych stanowiły osoby w wieku 26-35 lat (44%) oraz między 36. a 45. rokiem życia (23%). Wśród internautów biorących udział w badaniu 99,7% stanowili obywatele Polski, natomiast 0,3% to obywatele Czech, Ukrainy i Białorusi.

Wykres 48. Płeć respondentów - badanie II



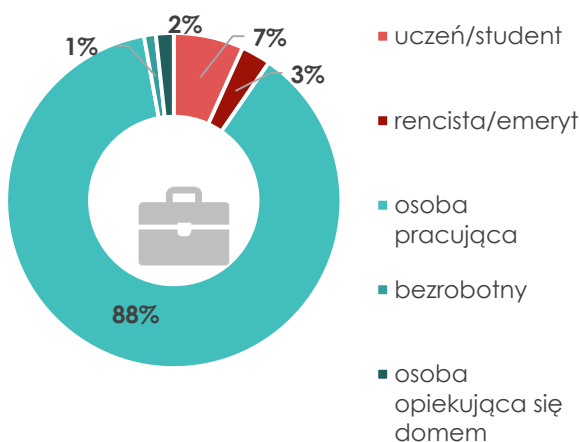
Wykres 49. Wiek respondentów - badanie II



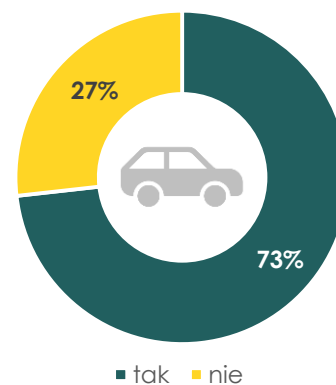
Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Ponad 8 na 10 respondentów biorących udział w badaniu to osoby pracujące (88%). Kolejną, pod względem wielkości udziału w badaniu, grupą społeczną byli uczniowie i studenci (7%). W pozostałych grupach: renciści/emeryci (3%), osoby zajmujące się domem (2%) i bezrobotni (1%). Internautów zapytano również o posiadane samochodu – 73% z nich wskazało, iż posiada samochód.

Wykres 50. Sytuacja zawodowa respondentów - badanie II



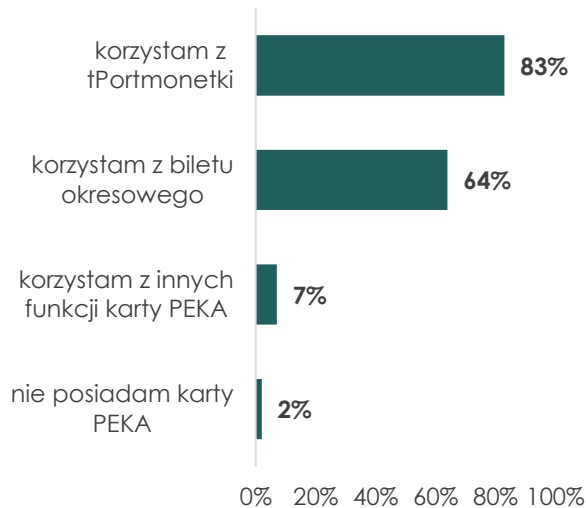
Wykres 51. Posiadanie samochodu - badanie II



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

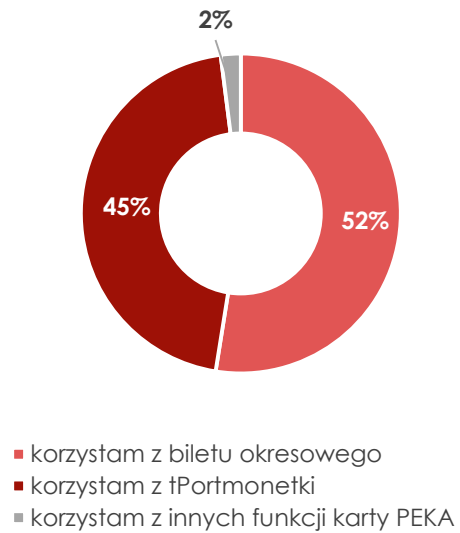
W ramach pytań metryczkowych respondentów zapytano również o to, z których opcji karty PEKA korzystają (odpowiedzi nie sumują się do 100% ze względu na fakt, iż badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Okazuje się, że najwięcej respondentów korzysta z tPortmonetki (83%) oraz biletu okresowego (64%), dużo rzadziej z innych funkcji (7%). Osoby, które posiadają kartę PEKA dopytano również o to z jakich opcji korzystają **najczęściej**. Odpowiedzi rozkładają się niemal równomiernie, 52% respondentów korzysta najczęściej z biletu okresowego, natomiast 45% z tPortmonetki.

Wykres 52. Z jakich opcji karty PEKA Pan/Pani korzysta?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Wykres 53. Z jakich opcji karty PEKA korzysta Pan/Pani najczęściej?



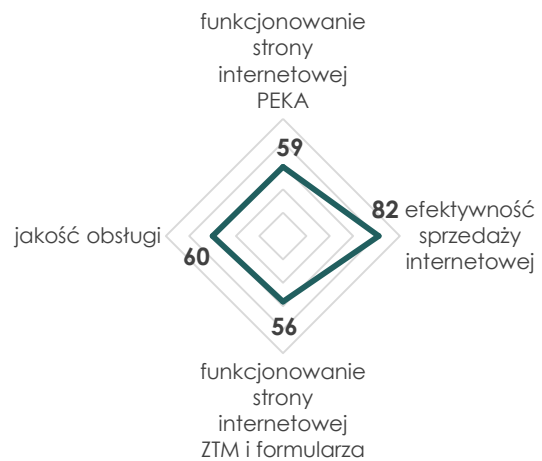
Podstawa: respondenci posiadający kartę PEKA, N=856

3.2. Ocena satysfakcji z korzystania ze stron internetowych

Wartość ogólnego wskaźnika dotyczącego satysfakcji klientów ZTM z jakości usług przewozowych wyniósł w pomiarze październikowym 64 punkty, co jest wartością większą o 8 pkt. od pomiaru czerwcowego. Składające się na niego wskaźniki cząstkowe przyjęły wartości: funkcjonowanie strony internetowej ZTM i formularza – 56 pkt, jakość obsługi – 60 pkt, funkcjonowanie strony internetowej PEKA – 59 pkt, natomiast efektywność sprzedaży internetowej – 82 punkty.

Wykres 54. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych

SATYSFAKCJA Z KORZYSTANIA ZE STRON INTERNETOWYCH



3.2.1. WWW.ZTM.POZNAN.PL

W porównaniu do ostatniego pomiaru z czerwca 2018 roku zaobserwowano wzrost zarówno w ocenie funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego (z 47 do 56), jak i w ocenie jakości obsługi (z 49 do 60). W przypadku poszczególnych aspektów oceny funkcjonowania strony ZTM najniższe noty otrzymano w pozycji: błędy/problemy techniczne uniemożliwiające uzyskanie informacji lub skorzystanie z usługi (28 punkty). Nieco wyższą wartość wskaźnika odnotowano biorąc pod uwagę atrakcyjność wyglądu strony ZTM (57), łatwość odnalezienia poszukiwanych informacji (62) oraz wygodę w przeglądaniu strony (66). Spośród wszystkich aspektów najwyższe noty otrzymała łatwość użytkowania formularza kontaktowego (69). W przypadku aspektów dotyczących oceny jakości obsługi również odnotowano wzrost wartości w porównaniu do czerwcowego pomiaru. Terminowość (czas uzyskania odpowiedzi) plasuje się na poziomie 65 punktów, uzyskanie wyczerpujących odpowiedzi - 59, natomiast pomocność udzielonej informacji - 64. Wskaźnik ogólnej oceny jakości obsługi internetowej przyjął wartość 65 punktów, co stanowi wynik o 18 punktów wyższy niż ten otrzymany w czerwcu tego roku. Mimo wyników istotnie niższych od tych otrzymanych w 2017, w październikowym pomiarze nastąpił dynamiczny wzrost wartości wszystkich wskaźników.

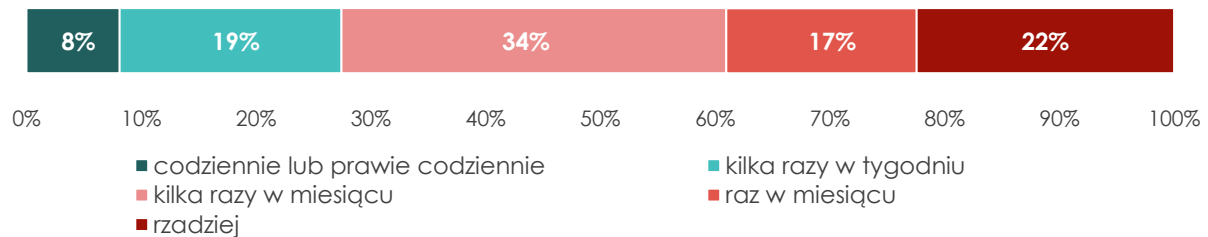
Tabela 8. Ocena warunków jakości obsługi internetowej strona ZTM – wskaźniki

Wymiary ocena zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018		02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018
Ocena funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego										Ocena strony ZTM – Stronę internetową ZTM wygodnie się przegląda	83	84	86	90	85	93	75	53	66
										Ocena strony ZTM – Na stronie internetowej ZTM łatwo jest odnaleźć poszukiwane informacje	74	76	77	81	83	93	71	50	62
	73	75	75	81	80	86	72	47	56	Ocena strony ZTM – Strona internetowa ZTM wygląda atrakcyjnie	69	72	67	77	74	78	70	46	57
										Ocena strony ZTM - Formularz kontaktowy na stronie ZTM jest łatwy w użytkowaniu	82	85	80	88	87	92	78	62	69
										Błędy lub problemy techniczne uniemożliwiające uzyskanie żądanej informacji/usługi	58	58	63	70	70	71	64	23	28

Wymiary ocena zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018		02.2015	06.2015	10.2015	12.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018
Ocena jakości obsługi	64	66	72	74	76	89	73	49	60	Ocena reklamacji – terminowość – czas uzyskania odpowiedzi	67	71	80	77	81	88	77	51	65
										Ocena reklamacji – Uzyskanie wyczerpujących odpowiedzi	62	64	65	72	72	88	70	44	59
										Ocena reklamacji – Udzielona odpowiedź okazała się pomocna	62	65	69	74	75	88	72	50	64
Ocena jakości obsługi internetowej											96	71	73	78	78	87	74	47	65

Blisko 8% respondentów korzysta ze strony internetowej ZTM codziennie/prawie codziennie, 19% kilka razy w tygodniu. 34% respondentów deklaruje korzystanie ze strony kilka razy w miesiącu, natomiast 17% raz w miesiącu. Odpowiedź „rzadziej” (niż wskazane powyżej opcje) zadeklarowało 22% badanych.

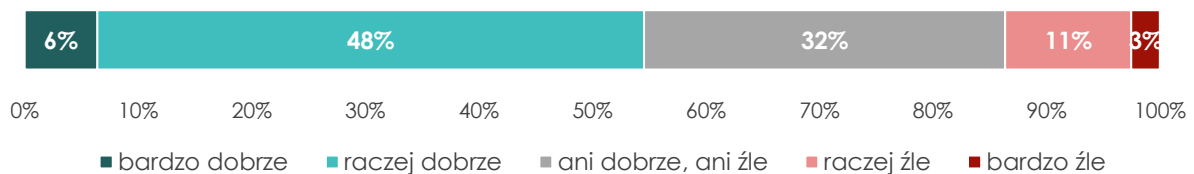
Wykres 55. Jak często korzysta Pan/Pani ze strony: www.ztm.poznan.pl?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Ponad połowa respondentów oceniła funkcjonowanie strony internetowej ZTM pozytywnie („bardzo dobrze” – 6%; „raczej dobrze” – 48%). Odmiennego zdania było 14% badanych („raczej źle” – 11%; „bardzo źle” – 3%). Pozostały odsetek badanych (32%) nie potrafił wskazać jednoznacznej odpowiedzi.

Wykres 56. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie strony internetowej: www.ztm.poznan.pl?

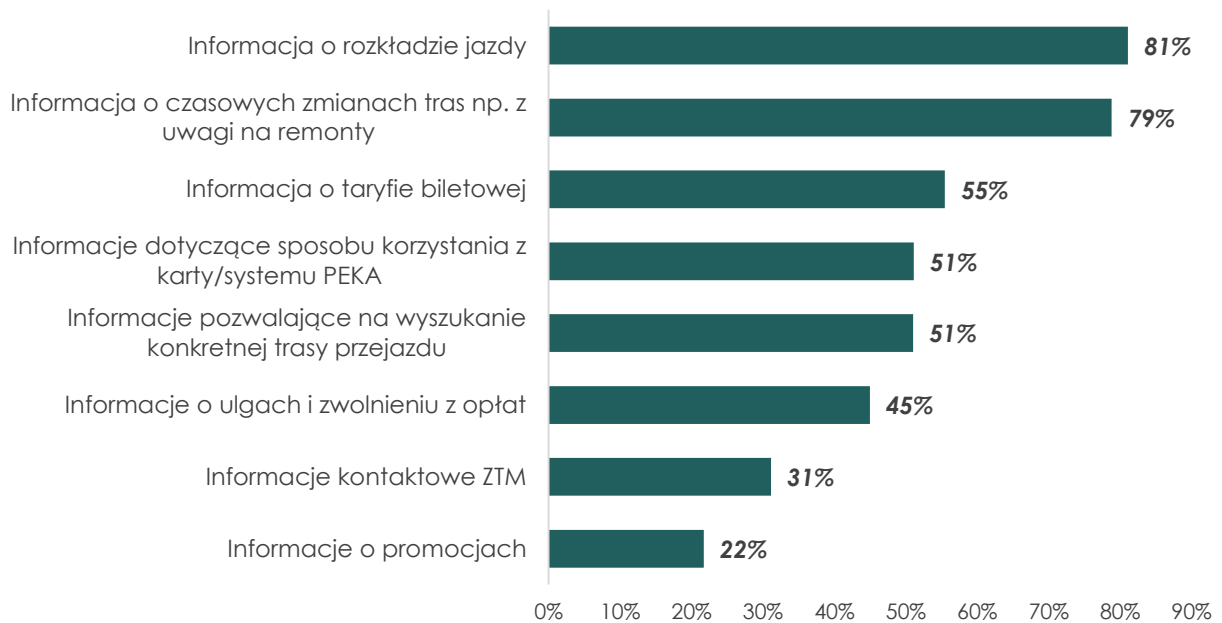


Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Jako cele korzystania ze strony internetowej ZTM respondenci wskazywali najczęściej informacje o rozkładzie jazdy (81%) oraz o czasowych zmianach tras (79%). Ponad połowa poszukuje również informacji o taryfie biletowej (55%), korzystaniu z karty PEKA (51%) oraz wyszukuje konkretne trasy przejazdu (51%). Nieco mniej osób wyszukuje informacji o ulgach i zwolnieniu z opłat (45%). Informacjami najrzadziej poszukiwanymi przez respondentów są dane kontaktowa do ZTM (31%), a także promocje (22%).

Odpowiedzi nie sumują się do 100% ze względu na to, że respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Wykres 57. W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony internetowej ZTM?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Respondentów zapytano również o pojawiające się błędy lub problemy techniczne podczas korzystania ze strony internetowej ZTM. Blisko czterech na dziesięciu użytkowników strony zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku osobiście zetknęło się z występującymi utrudnieniami. Aż 31% odpowiadających przyznało, że takie sytuacje przydarzyły im się kilkakrotnie. Ponadto 31% osobiście nie miało problemów, jednak słyszało o nich od innych osób. Pozostali ankietowani tj. 28%, nigdy nie spotkali się z błędami czy problemami technicznymi na stronie internetowej ZTM.

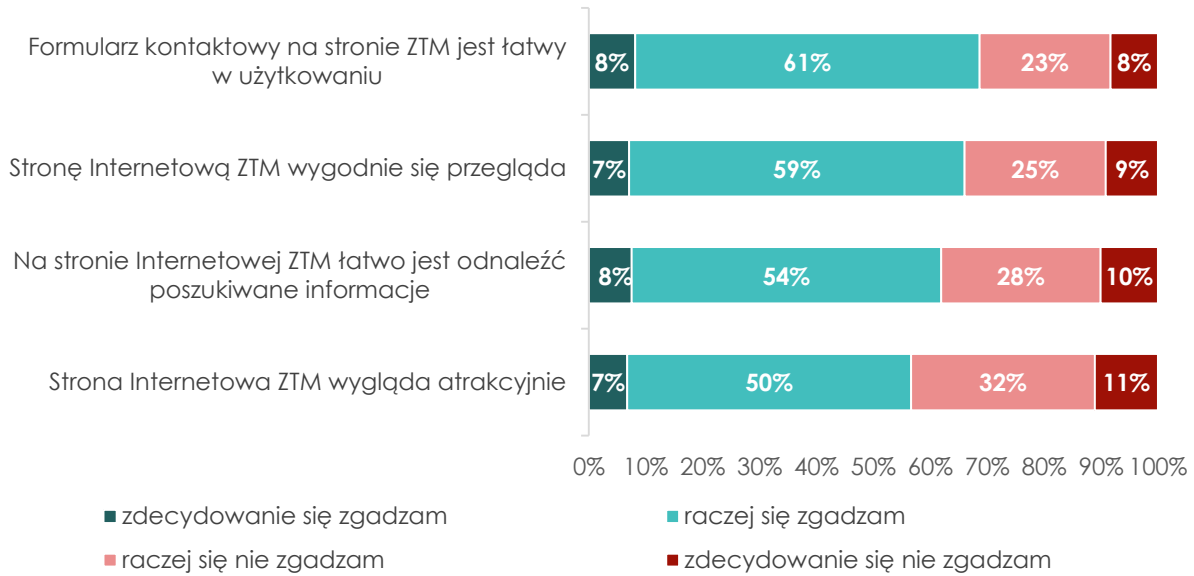
Wykres 58. Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony internetowej ZTM pojawiły się błędy lub problemy techniczne?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Poproszono respondentów o ustosunkowanie się do czterech stwierdzeń dotyczących strony internetowej ZTM. Najwięcej przychylnych odpowiedzi uzyskało stwierdzenie „Formularz kontaktowy na stronie ZTM jest łatwy w użytkowaniu” (69%). Nieco mniej badanych pozytywnie oceniło wygodę przeglądania strony ZTM (66%), poszukiwanie potrzebnych informacji na stronie ZTM (62%) oraz atrakcyjność wyglądu strony (57%).

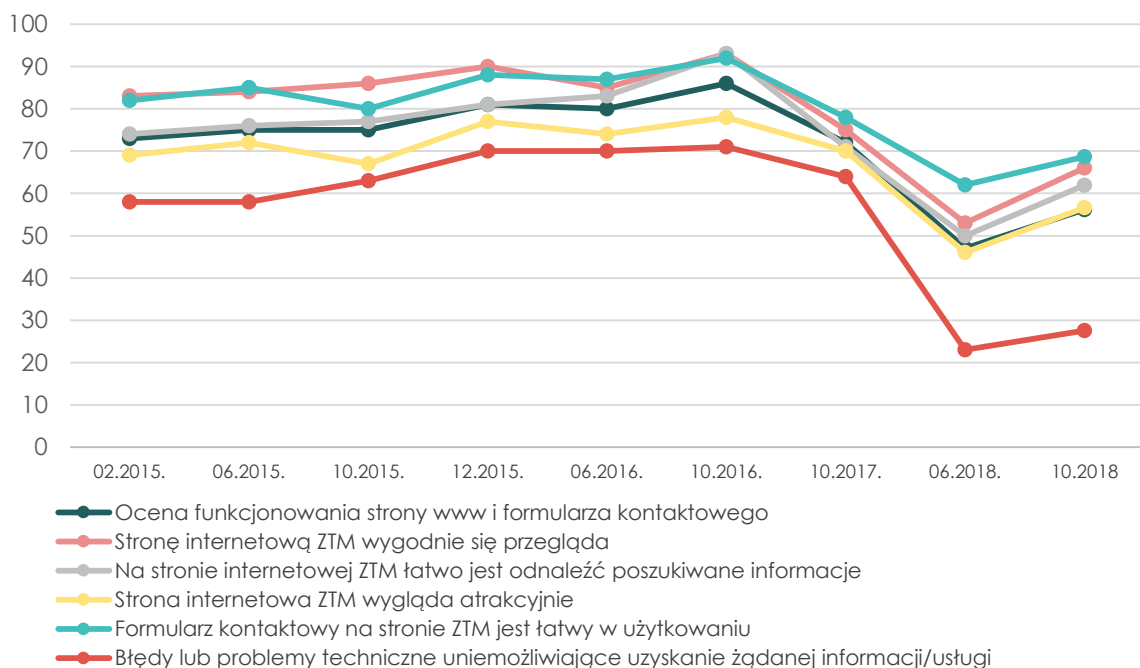
Wykres 59. W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony internetowej ZTM?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

W porównaniu do pomiaru z czerwca 2018 roku w październiku 2018r. odnotowano niewielki wzrost wskaźników. W przypadku ogólnej oceny funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego wskaźnik przyjął wartość o 9 punktów wyższą niż w poprzednim pomiarze (październik – 56; czerwiec – 47). We wskaźnikach cząstkowych najniższe noty dotyczyły błędów lub problemów technicznych uniemożliwiających uzyskanie informacji/usługi (28) oraz atrakcyjnego wyglądu strony ZTM (57). Nieco wyżej oceniono natomiast łatwość wyszukania informacji na stronie (62), jej wygodne przeglądanie (66), a także łatwość w użytkowaniu formularza kontaktowego znajdującego się na stronie (69).

Wykres 60. Ocena funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego – wskaźniki



3.2.2 WWW.PEKA.POZNAN.PL

Wskaźnik ogólny dotyczący oceny funkcjonowania strony internetowej PEKA w tegorocznej edycji badania plasuje się na poziomie wyższym niż w poprzedniej fali badania (06.2018 – 50; 10.2018 – 59). Wzrost odnotowano także we wszystkich wskaźnikach cząstkowych związanych z aspektami funkcjonowania strony. Najniższa ocena dotyczy błędów lub problemów technicznych uniemożliwiających uzyskanie pożądanej informacji/usługi (16). Między 70 a 75 punktów uzyskały natomiast stwierdzenia: „nie mam problemu ze znalezieniem informacji, która mnie interesuje” (70), „strona internetowa jest łatwa w przeglądaniu a zamieszczone treści są zrozumiałe” (73) oraz „dzięki stronie internetowej www.peka.poznan.pl mogę swobodnie zarządzać swoim indywidualnym kontem” (75). Stwierdzenie „czuję się bezpiecznie, wiem, że moje dane osobowe są dobrze chronione” również osiągnęło wzrost (o 8 punktów do 62 pkt.). W przypadku oceny efektywności sprzedaży internetowej oraz możliwości zakupu biletu czy doładowania tPortmonetki odnotowano wynik nieco wyższy niż w poprzedniej fali badania (86). Ogólny wskaźnik oceny warunków sprzedaży internetowej plasuje się na poziomie 64 punktów, co stanowi wzrost względem ostatniego badania (czerwiec 2018) o 8 punktów.

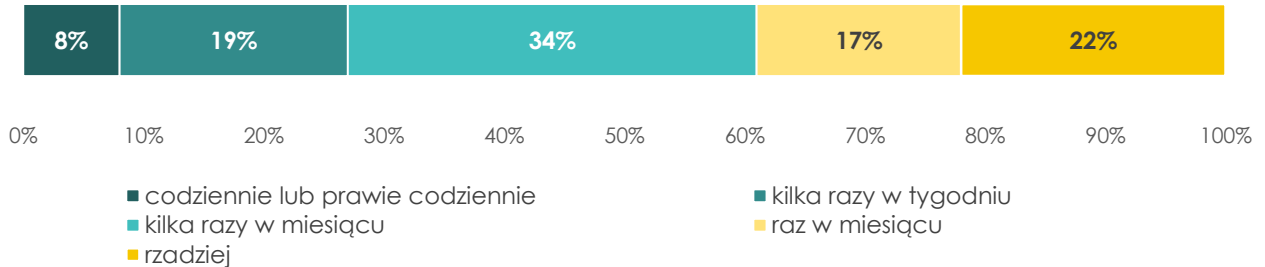
Tabela 9. Ocena jakości obsługi internetowej – strona PEKA

Wymiary oceny zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02. 2015	06.2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018		02. 2015	06. 2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018
Ocena funkcjonowania strony internetowej PEKA										Ocena strony PEKA - Dzięki stronie internetowej www.peka.poznan.pl mogę swobodnie zarządzać swoim indywidualnym kontem	84	84	87	91	89	87	83	64	75
										Ocena strony PEKA - Czuję się bezpiecznie, wiem, że moje dane osobowe są dobrze chronione	77	79	80	86	79	77	69	55	62
	72	74	77	82	80	81	74	50	59	Ocena strony PEKA - Strona internetowa jest łatwa w przeglądaniu, a zamieszczone treści są zrozumiałe	76	80	86	86	83	87	80	63	73
										Ocena strony PEKA - Nie mam problemu ze znalezieniem informacji, która mnie interesuje	75	76	79	83	81	82	78	59	70
										Ocena strony PEKA – Błędy lub problemy techniczne uniemożliwiające uzyskanie żądanej informacji/usługi	49	80	54	63	69	71	59	11	16

Wymiary oceny zadowolenia	Wartość wskaźnika satysfakcji									Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji								
	02. 2015	06. 2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018		02. 2015	06. 2015	10. 2015	12. 2015	06. 2016	10. 2016	10. 2017	06. 2018	10. 2018
Ocena efektywności sprzedaży internetowej	87	88	91	92	89	87	85	76	82	Ocena strony PEKA - Możliwość zakupu biletu czy doładowania tPortmonetki to duży komfort	89	88	92	91	92	86	87	82	86
										Ocena strony PEKA – Formularz na składanie wniosku był zrozumiały i łatwy do wypełnienia	85	87	89	92	87	89	82	70	77
Ocena warunków sprzedaży internetowej											80	81	84	87	85	84	74	63	82

34% badanych korzysta ze strony internetowej PEKA kilka razy w miesiącu, 17% raz w miesiącu, codziennie/prawie codziennie 8%, a kilka razy w tygodniu 19%. Osoby korzystające ze strony rzadziej niż we wskazanych powyżej odpowiedziach stanowiły prawie 1/4 wszystkich internautów biorących udział w badaniu (22%).

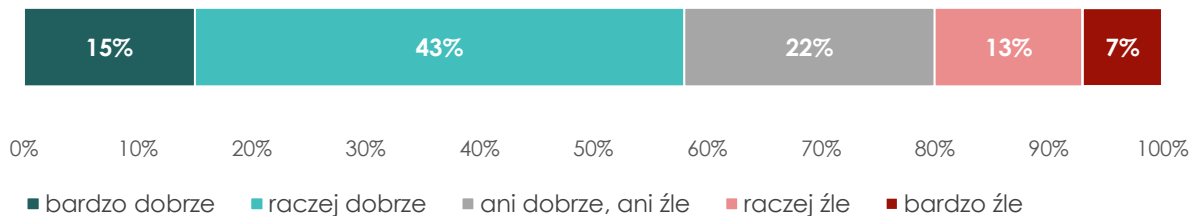
Wykres 61. Jak często korzysta Pan/Pani z posiadanego konta na stronie internetowej PEKA: www.peka.poznan.pl?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Funkcjonowanie systemu PEKA w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej pozytywnie oceniło 58% badanych („bardzo dobrze” – 15% oraz „raczej dobrze” – 43%), jest to wzrost o 14 p.p. Co piąta osoba negatywnie oceniła system PEKA (zagregowane „raczej źle” i „zdecydowanie źle” – 20%).

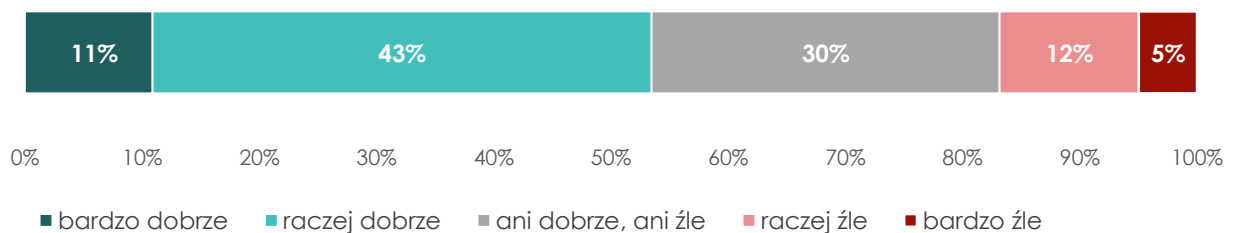
Wykres 62. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie systemu PEKA w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej, w ramach którego funkcjonuje strona <http://www.peka.poznan.pl>?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Ponad 50% internautów biorących udział w badaniu pozytywnie oceniło funkcjonowanie strony internetowej PEKA („bardzo dobrze” 11% i „raczej dobrze” 43%), jest to wzrost o 12 p.p. Witryna PEKA została oceniona negatywnie przez 17% badanych („raczej źle” 12% i „bardzo źle” 5%) i jest to spadek o 15 p.p. Odpowiedź „ani dobrze, ani źle” wskazało 30% respondentów.

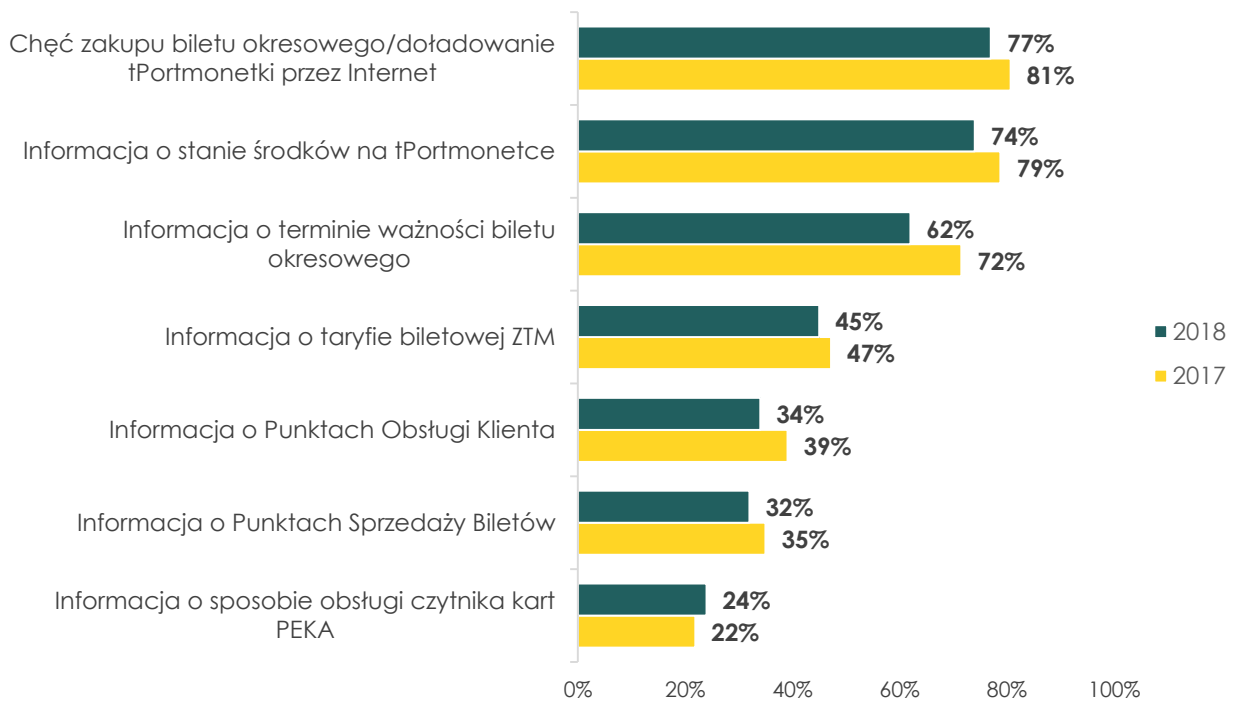
Wykres 63. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie strony internetowej <http://www.peka.poznan.pl>?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Tak jak w poprzedniej fali badania i tym razem respondenci zaznaczyli, że najczęściej korzystają ze strony PEKA w celu zakupu biletu okresowego/doładowania tPortmonetki (77%), uzyskania informacji o stanie środków na tPortmonetce (74%) oraz o terminie ważności biletu okresowego (62%). Nieco rzadziej uzyskują za jej pomocą informacje o taryfie biletowej ZTM (45%), Punktach Obsługi Klienta (34%) oraz Punktach Sprzedaży Biletów (32%). Najmniej wskazań odnotowano w przypadku pozyskiwania informacji o sposobie obsługi czytnika kart PEKA (24%).

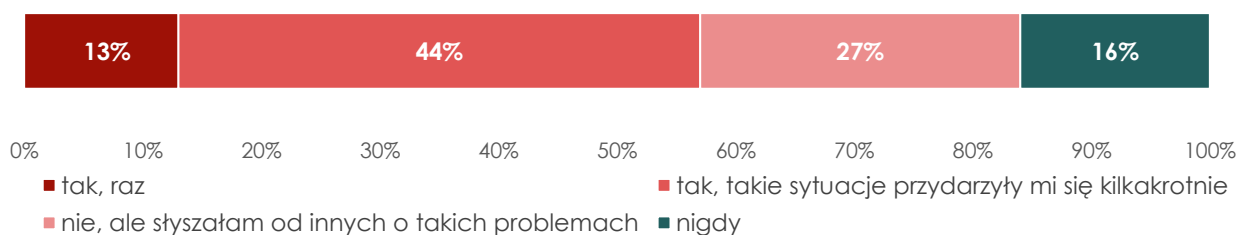
Wykres 64. W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony internetowej PEKA?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Blisko 57% respondentów jest zdania, że w ciągu ostatniego roku korzystania ze strony internetowej PEKA zetknięto się z różnego rodzaju błędami lub problemami technicznymi – taka sytuacja miała miejsce więcej niż jeden raz. Widoczny jest tutaj spadek wartości procentowej o 11 p.p. względem poprzedniej fali badania. Pojedyncze przypadki odnotowało 13% badanych. Ponadto 27% osobiście nie napotkało żadnych problemów, ale słyszało o nich od innych osób. Pozostali respondenci tj. 16%, nigdy nie spotkali się z błędami czy problemami technicznymi na stronie internetowej PEKA.

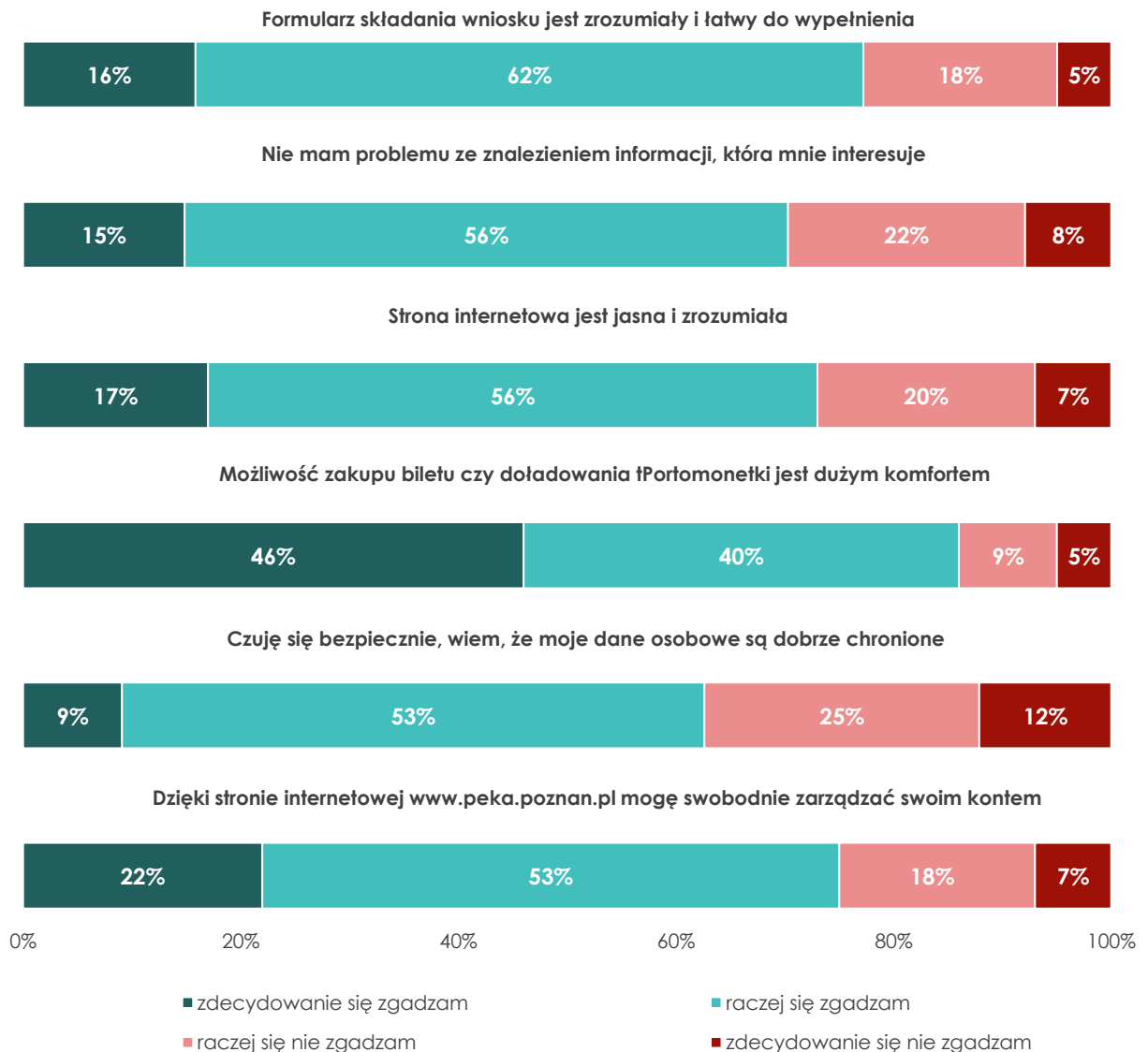
Wykres 65. Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony internetowej PEKA pojawiły się błędy lub problemy techniczne?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Respondenci zostali poproszeni o ustosunkowanie się do sześciu stwierdzeń dotyczących strony internetowej PEKA. Tak jak w poprzedniej fali, każde z nich zostało w większości ocenione pozytywnie. Respondenci wypowiadali się pozytywnie przede wszystkim na temat komfortu związanego z zakupem biletu bądź doładowania konta (86%), ale również w kwestii łatwości wypełniania formularzy składania wniosków (78%) czy swobody zarządzania swoim kontem (75%). Warto zaznaczyć, że wszystkie analizowane stwierdzenia otrzymały więcej pozytywnych opinii w porównaniu z zeszłą falą badania.

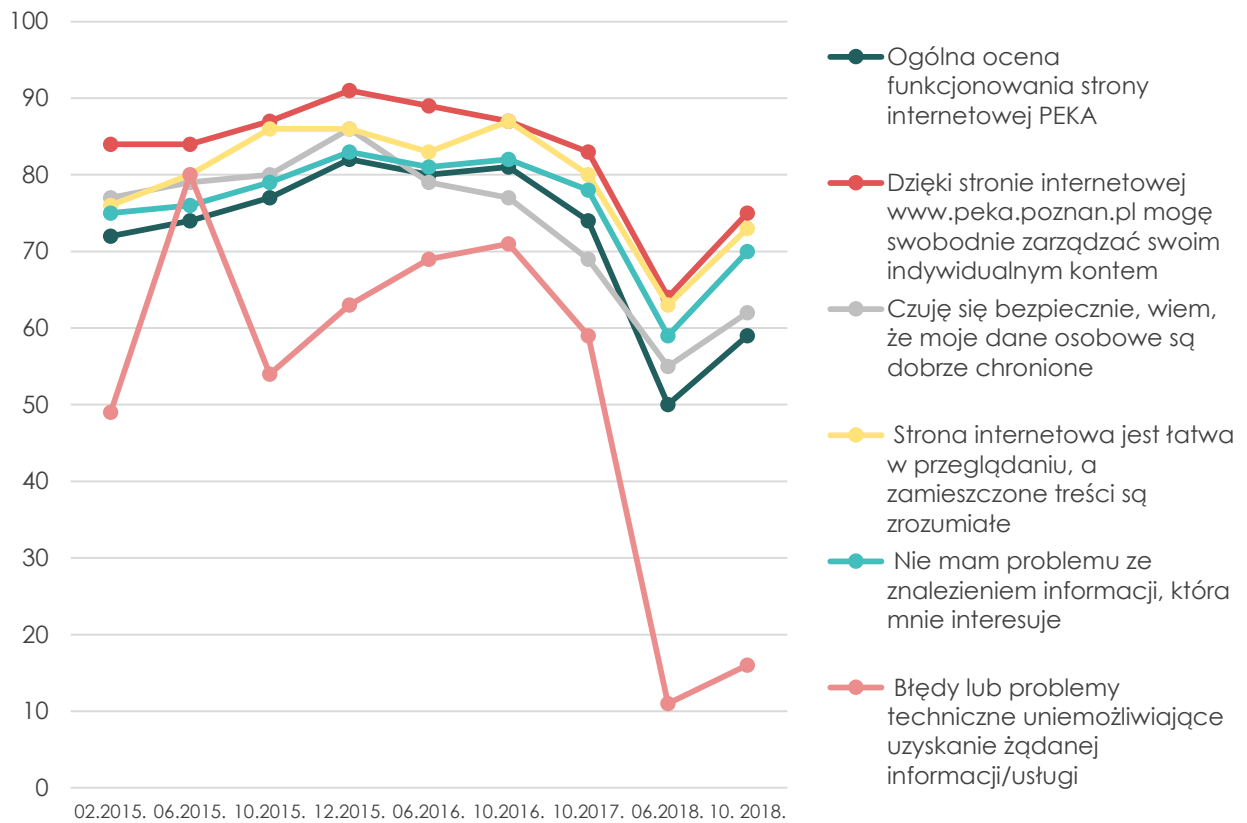
Wykres 66. W jakim stopniu zgadza się Pani/Pan z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej PEKA?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

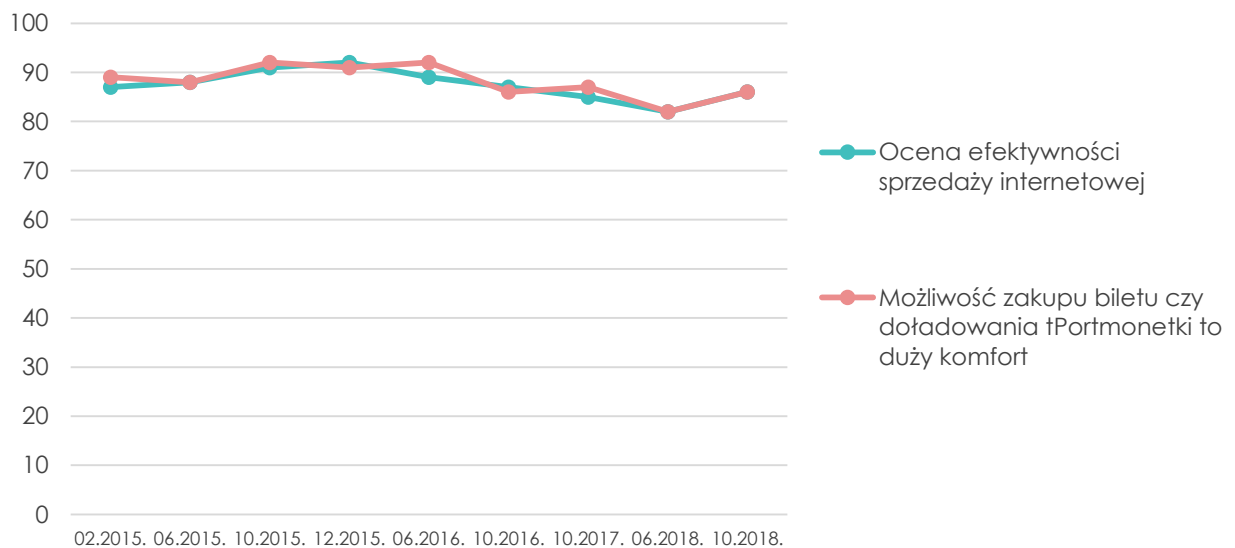
Na podstawie powyższych odpowiedzi wyliczono wskaźnik ogólnej oceny funkcjonowania strony internetowej PEKA oraz wskaźniki częściowe. W przypadku wskaźnika głównego w najnowszym pomiarze odnotowano wzrost wyniku o 9 punktów w porównaniu do pomiaru z czerwca 2018 roku (06.2018-50; 10.2018-59).

Wykres 67. Ocena funkcjonowania strony internetowej PEKA - wskaźniki



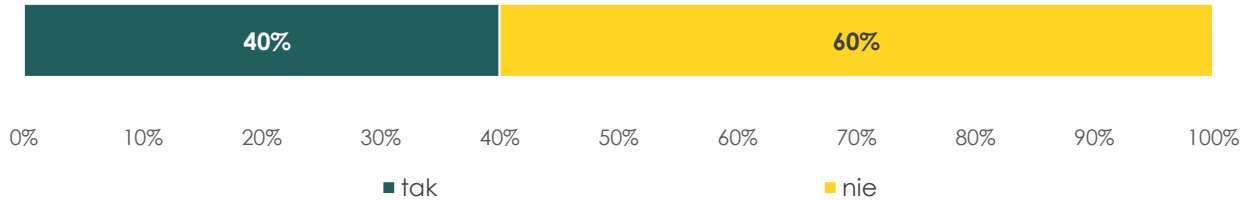
Wzrost wartości wskaźników, względem pomiaru z czerwca 2018 roku, odnotowano także w przypadku oceny efektywności sprzedaży internetowej (06.2018 - 82; 10.2018 - 86). Wskaźnik częściowy dotyczący stwierdzenia: „możliwość zakupu biletu czy doładowania tPortmonetki to duży komfort” również kształtuje się na poziomie wyższym niż w I fali (06.2018 - 82; 10.2018 - 86). W tym przypadku wzrost również wyniósł 4 punkty.

Wykres 68. Ocena efektywności sprzedaży internetowej - wskaźniki



60% badanych twierdzi, że nigdy nie zgłaszało reklamacji bądź innego wniosku ze swojego indywidualnego konta na stronie PEKA.

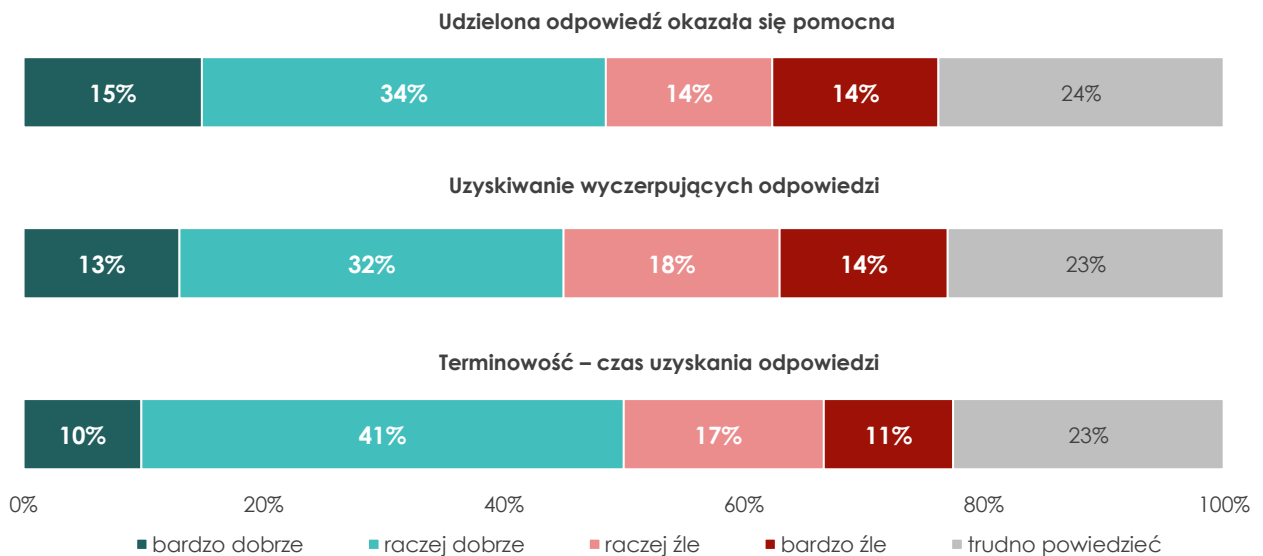
Wykres 69. Czy kiedykolwiek zgłaszała Pani/ zgłaszał Pan reklamację bądź inny wniosek z indywidualnego konta na stronie PEKA?



Podstawa: wszyscy respondenci, N=874

Respondenci, którzy kiedykolwiek zgłaszali reklamację lub wysłali inny wniosek z indywidualnego konta na stronie PEKA ocenili trzy związane z tym aspekty. „Udzielona odpowiedź okazała się pomocna” – z tym stwierdzeniem zgodziło się blisko 49% badanych (wzrost o 10 p.p.), uzyskiwanie wyczerpujących odpowiedzi pozytywnie oceniło jedynie 45% respondentów (wzrost o 12 p.p.), a terminowość 51% (wzrost o 13 p.p.).

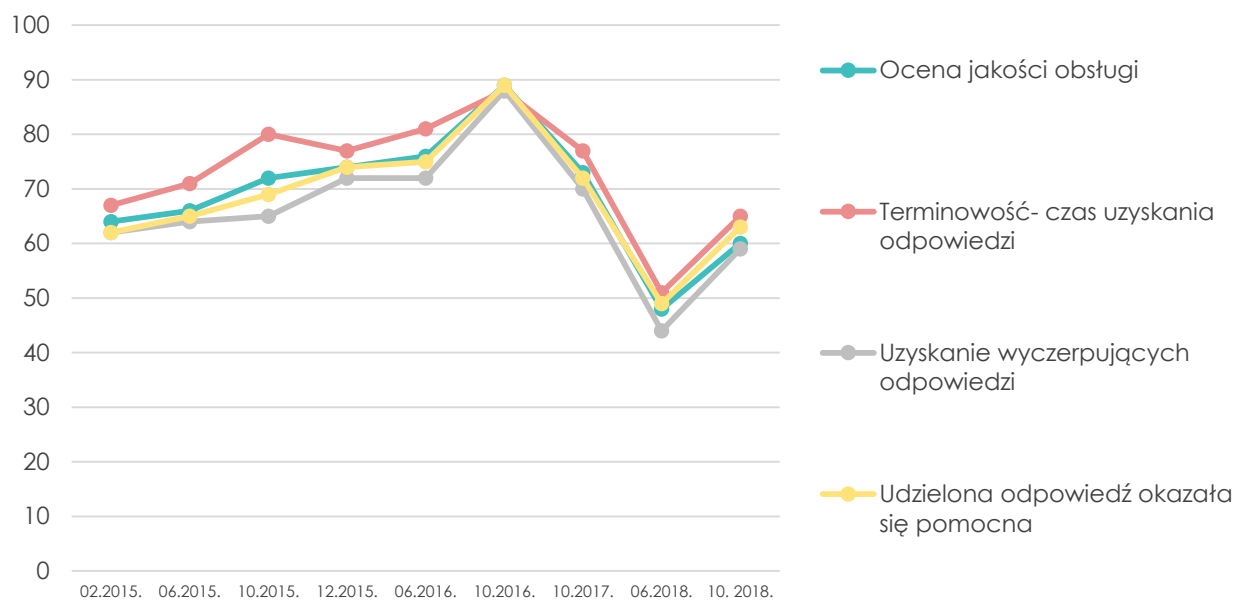
Wykres 70. Jak ocenia Pani/Pan następujące aspekty



Podstawa: respondenci zgłaszający reklamację bądź inny wniosek z indywidualnego konta na stronie PEKA, N=346

Na podstawie powyższych odpowiedzi wyliczono wskaźniki związane z jakością obsługi. W porównaniu do poprzednich edycji badania, w tegorocznym pomiarze odnotowano wzrost zarówno we wskaźniku głównym, jak i w cząstkowych. Ogólna ocena jakości obsługi uzyskała notę 60, co stanowi wartość wyższą o 12 punktów niż w poprzedniej fali (czerwiec 2018). W przypadku „uzyskania wyczerpujących odpowiedzi” uzyskano notę na poziomie 59 punktów, „udzielona odpowiedź okazała się pomocna” na poziomie 63 punktów, a „terminowość” (czas uzyskania odpowiedzi) – 65 punktów.

Wykres 71. Ocena jakości obsługi internetowej - wskaźniki

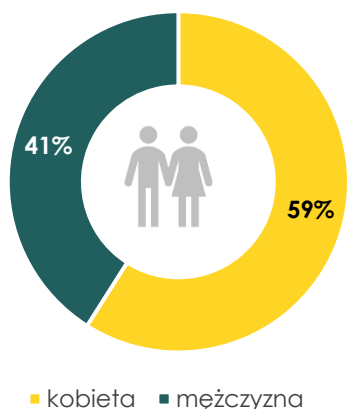


4. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA SATYSFAKCJI KLIENTÓW ZTM – Badanie III

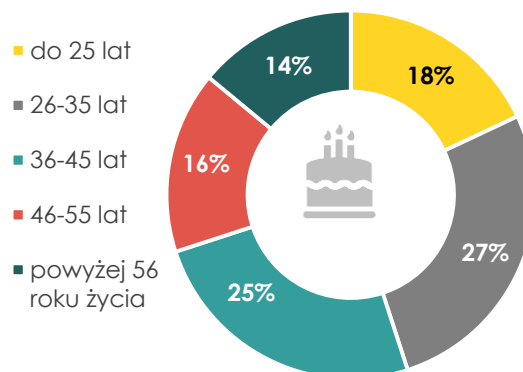
4.1. Charakterystyka respondentów

W badaniu TAPI (III) udział wzięło łącznie **1230** respondentów, z czego ponad połowę stanowią kobiety (59%). Wszyscy respondenci są obywatelami Polski. Niemal 60% respondentów próby stanowią kobiety, 41% odpowiadających to mężczyźni. Prawie 30% respondentów (27%) stanowią osoby w wieku 26-35 lat, natomiast osoby w wieku 36-45 lat stanowią ¼ próby.

Wykres 72. Płeć respondentów- badanie III



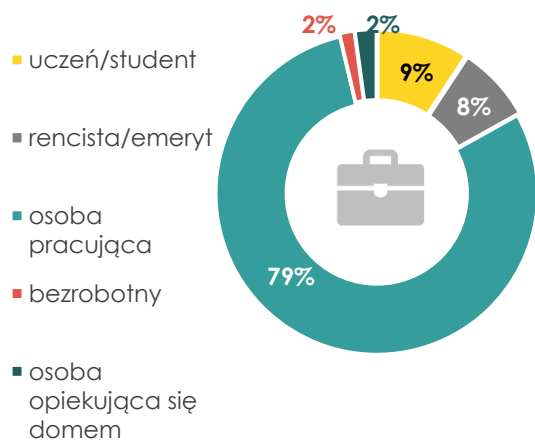
Wykres 73. Wiek respondentów – badanie III



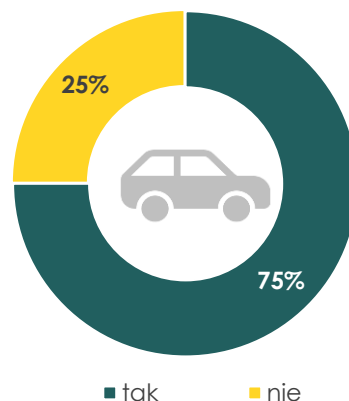
Podstawa: wszyscy respondenci, N=1230

8 na 10 respondentów biorących udział w badaniu to osoby pracujące (79%). Kolejną pod względem wielkości udziału w badaniu grupą społeczną byli uczniowie i studenci (9%) oraz emeryci (8%). Najmniej licznymi grupami były osoby bezrobotne (2%) i zajmujące się domem (2%). Większość respondentów – 75% posiada samochód.

Wykres 74. Sytuacja zawodowa respondentów - badanie III

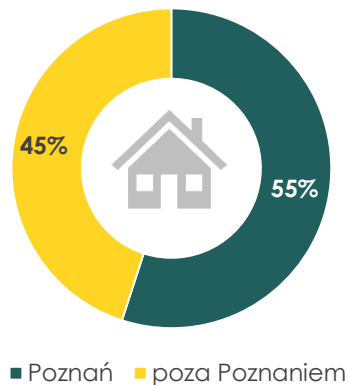


Wykres 75. Posiadanie samochodu – badanie III

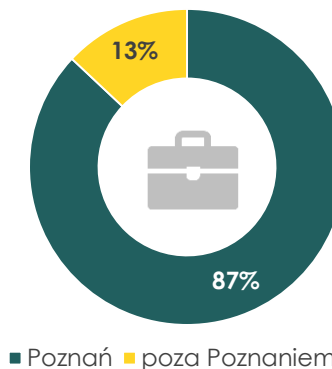


Ponad połowa respondentów (55%) biorących udział w badaniu wskazała Poznań jako miejsce zamieszkania. Odsetek osób mieszkających poza obrębem miasta nie wynosił zatem więcej niż 45%. Niemal 90% respondentów pracuje lub uczy się w Poznaniu.

Wykres 76. Miejsce zamieszkania - badanie III



Wykres 77. Miejsce pracy lub nauki - badanie III



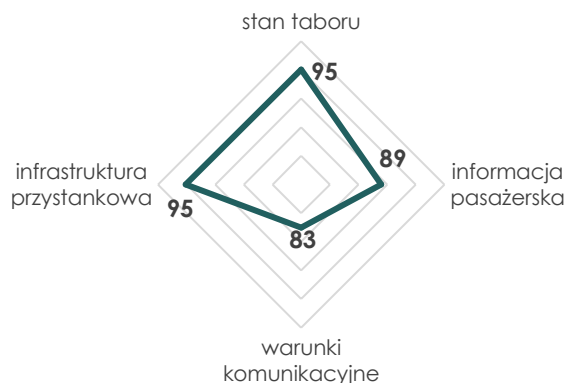
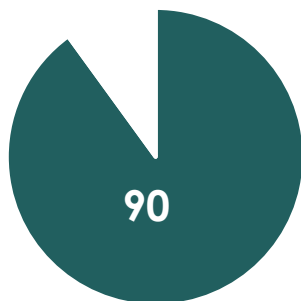
Podstawa: wszyscy respondenci, N=1230

4.1. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych

Wartość ogólnego wskaźnika dotyczącego satysfakcji klientów ZTM z jakości usług przewozowych wyniósł w pomiarze październikowym 90 punktów, co jest wartością o 2 wyższą od pomiaru czerwcowego. Składające się na niego wskaźniki cząstkowe przyjmowały zbliżone wartości: stan taboru – 95 (wzrost o 5 punktów w porównaniu do czerwca), informacja pasażerska – 89 (spadek o 3 punkty), warunki komunikacyjne – 83 (wzrost o 1 punkt), infrastruktura przystankowa – 95 (wzrost o 9 punktów).

Wykres 78. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych

SATYSFAKCJA KLIENTÓW ZTM Z JAKOŚCI USŁUG PRZEWOZOWYCH



Odnotowano niższe wartości w przypadku takich cząstkowych wskaźników jak: ocena napełnienia pojazdów (z 85 do 78), ocena częstotliwości kursów (z 91 do 89), ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów (z 87 do 78), ocena informacji na temat cen usług przewozowych (z 98 do 94). W porównaniu z I falą badania zauważalny jest wzrost pozytywnej opinii o cenach wybranych biletów (z 24 do 37).

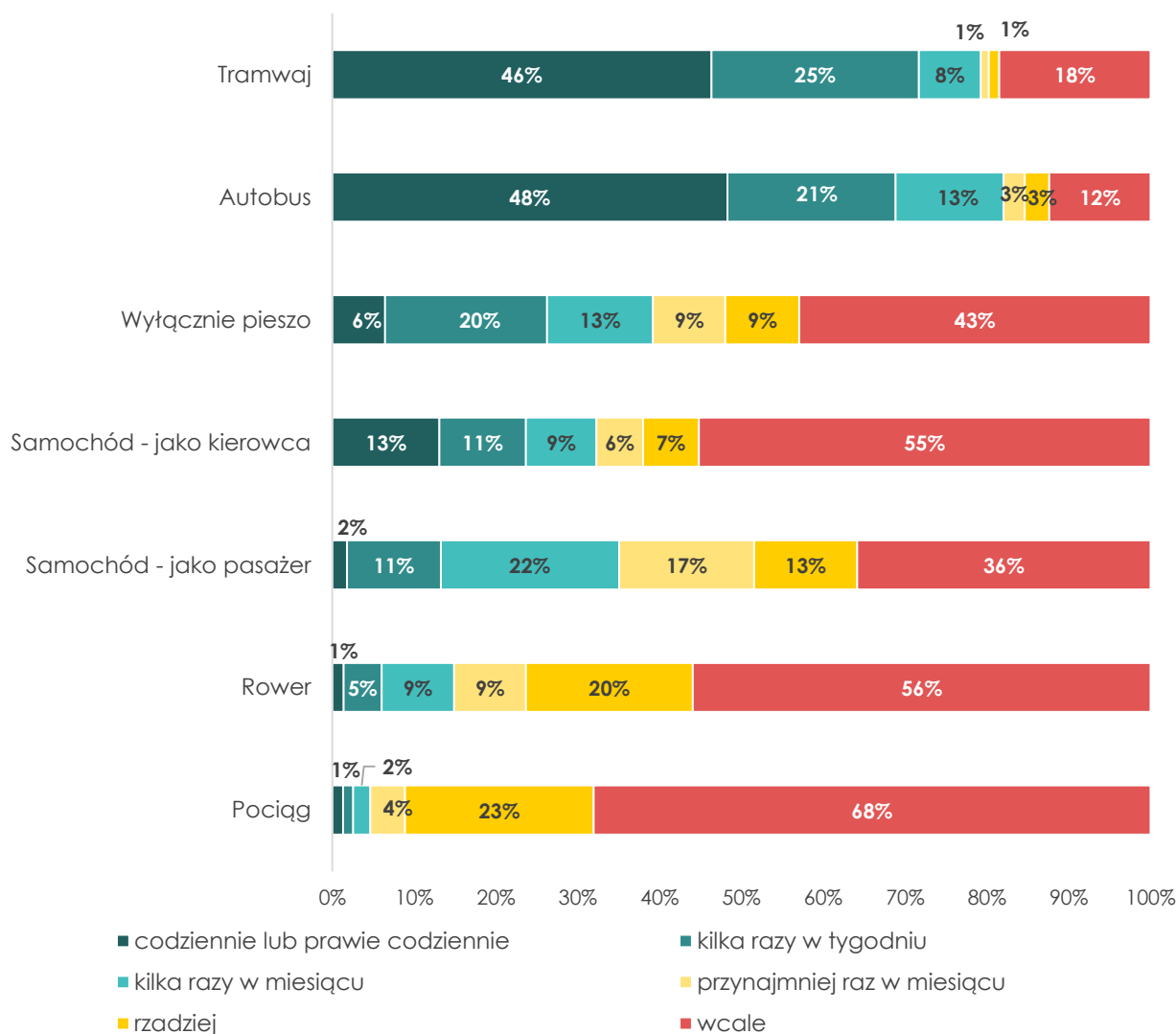
Tabela 10. Ocena z usług przewozowych - wskaźniki

Wymiary usług przewozowych	Wartość wskaźnika satysfakcji						Aspekty	Wartość wskaźnika satysfakcji					
	10.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018		10.2015	06.2016	10.2016	10.2017	06.2018	10.2018
Stan taboru	85	76	86	93	90	95	3.1.1 Ocena czystości taboru (wewnątrz pojazdów)	93	87	93	97	96	99
							3.1.2 Ocena wygody jazdy w autobusach i tramwajach	80	74	86	96	91	93
							3.1.3 Ocena warunków grzewczych w autobusach i tramwajach	72	60	79	88	79	91
							3.1.4 Ocena stanu technicznego autobusów i tramwajów	89	83	87	92	93	97
Infrastruktura przystankowa	84	80	86	95	91	95	3.2.1 Ocena czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej	83	81	86	97	88	94
							3.2.2 Ocena dostępności wiat przystankowych	83	80	87	96	93	96
							3.2.3 Ocena stanu technicznego infrastruktury przystankowej	80	77	82	92	87	96
							3.2.4 Ocena informacji na przystankach	88	85	89	95	94	97
							3.2.5 Ocena bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej	83	79	86	94	94	97
Warunki komunikacyjne	68	66	75	79	80	83	3.3.1 Ocena punktualności autobusów	72	64	79	89	94	94
							3.3.2 Ocena punktualności tramwajów	79	82	87	94	95	96
							3.3.3 Ocena napętnienia pojazdów	69	56	75	90	85	78
							3.3.4 Ocena zawodności pojazdów	85	80	85	81	70	78
							3.3.5 Ocena częstotliwości kursów	75	70	80	88	91	89
							3.3.6 Ocena układu komunikacyjnego	80	87	86	93	99	99

							3.3.7 Ocena cen biletów	19	24	32	20	24	37
Informacja pasażerska	82	82	87	92	96	89	3.4.1 Ocena czytelności rozkładów jazdy	89	90	92	94	98	96
							3.4.2 Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów	65	63	71	77	87	78
							3.4.3 Ocena informacji na temat cen usług przewozowych	86	82	88	100	98	94
							3.4.4 Ocena informacji pasażerskiej w pojazdach	93	87	94	95	96	96
							3.4.5 Ocena informacji na stronach internetowych	93	87	94	95	99	99
Satysfakcja klientów ZTM z usług przewozowych								79	75	82	90	88	90

Zgodnie z deklaracjami badani najczęściej po mieście i Aglomeracji Poznańskiej poruszają się tramwajem (46% - codziennie lub prawie codziennie; 25% - kilka razy w tygodniu) oraz autobusem (48% - codziennie lub prawie codziennie; 21% - kilka razy w tygodniu). Nieco rzadziej wskazywano na poruszanie się pieszo (6% codziennie/kilka razy w tygodniu; 20% - kilka razy w tygodniu) oraz przemieszczanie się samochodem (jako kierowca 13% codziennie/kilka razy w tygodniu, jako pasażer 2% codziennie/kilka razy w tygodniu). Najrzadziej wskazywanym środkiem transportu były rower i pociąg – ponad połowa zadeklarowała, że wcale z nich nie korzysta (rower – 56%; pociąg – 68%).

Wykres 79. Częstotliwość poruszania się po mieście i Aglomeracji Poznańskiej środkami transportu



Podstawa: wszyscy respondenci, N=1230

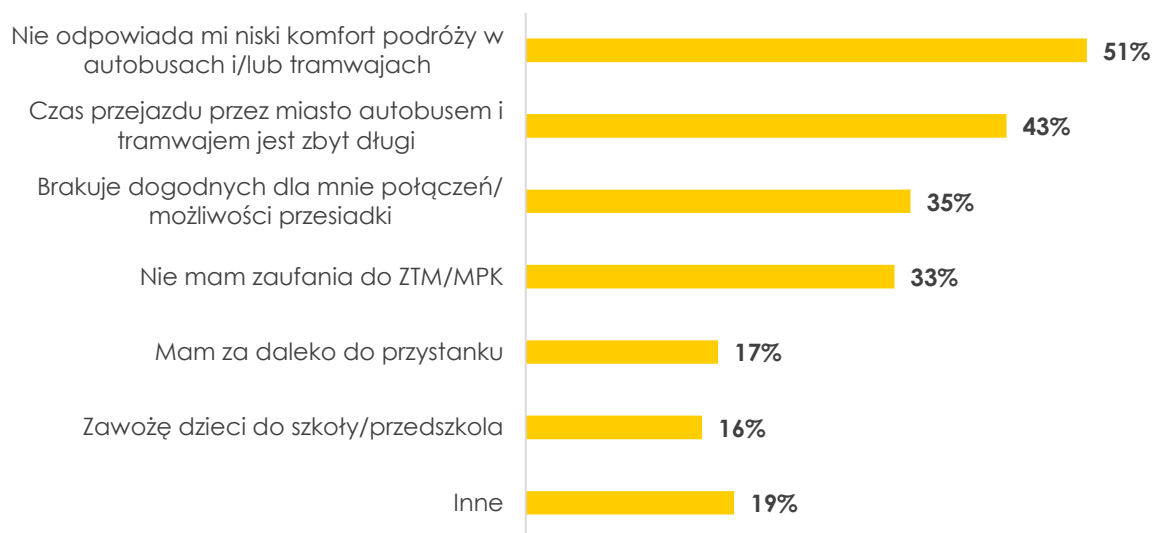
Niemal 6% respondentów nie korzysta z komunikacji miejskiej (respondenci, którzy wskazali, że nigdy nie jeżdżą autobusem i tramwajem). Głównym powodem i jedynym, dla którego badani nie korzystają z komunikacji miejskiej jest fakt, iż przemieszczają się samochodem. Takiej odpowiedzi udzieliło 69 osób nieporuszających się komunikacją miejską.

Respondentów dopytano o powody przemieszczania się samochodem. Najwięcej osób wskazało w tym zakresie na niski komfort podróży w autobusach/tramwajach (51%), zbyt długi czas

przejazdu autobusem/tramwajem (43%), brak dogodnych połączeń/możliwości przesiadek (35%), a także brak zaufania do ZTM/MPK (33%). Nieco rzadziej wskazywanymi powodami były zbyt daleka odległość miejsca zamieszkania od przystanku (17%) oraz podwożenie dzieci do szkoły/przedszkola (16%).

Ze względu na niski odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie, przedstawione dane należy traktować poglądowo.

Wykres 80. Powody przemieszczania się samochodem



Podstawa: respondenci poruszający się tylko i wyłącznie samochodem (nie poruszający się komunikacją miejską), N=69

4.1.1. STAN TABORU

OCENA CZYSTOŚCI TABORU

Respondenci najczęściej deklarowali korzystanie z linii tramwajowych numer 6, 12 i 17 (15 proc. wskazań) oraz 16 (14 proc. wskazań).

Tabela 11. Środki komunikacji, którymi najczęściej poruszali się respondenci

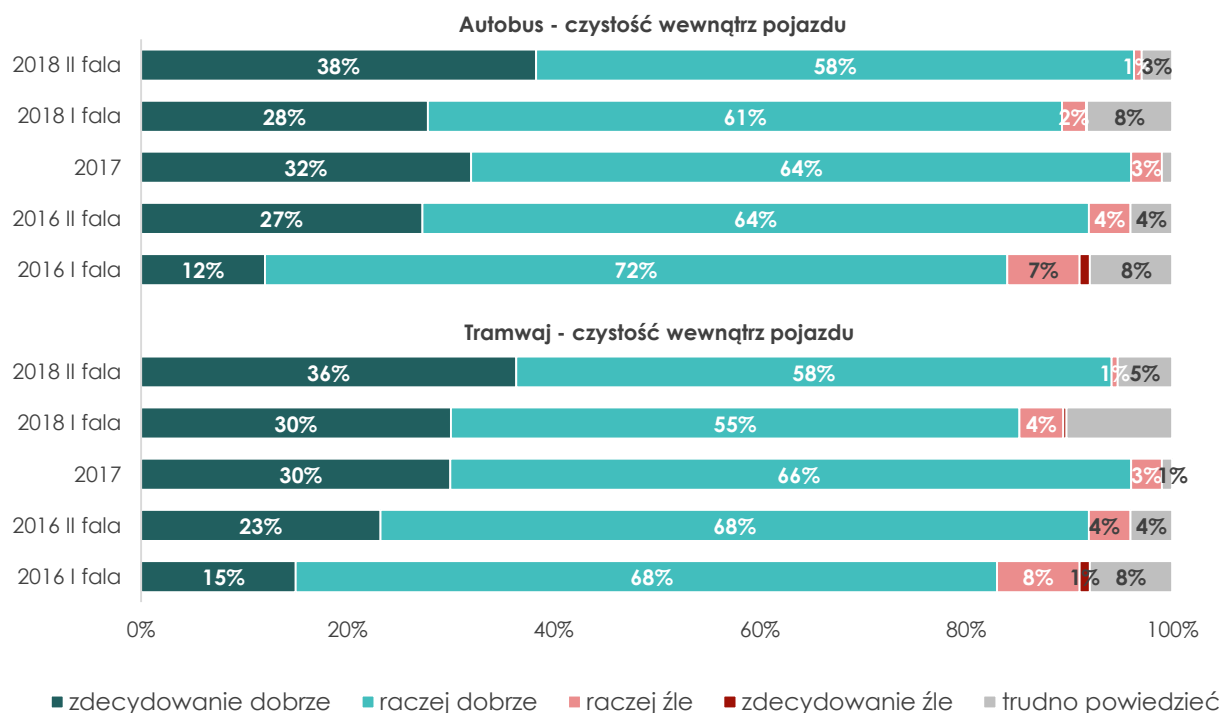
Numer autobusu/tramwaju	Procent respondentów
12	15%
17	15%
6	15%
16	14%
8	13%
13	12%
1	10%

14	10%
18	9%
15	9%
5	9%
4	9%
7	8%
2	8%
11	6%
527	5%
82	5%
inne	76%

Podstawa: respondenci korzystający ze środków komunikacji miejskiej, N=1161

Respondentów korzystających z komunikacji miejskiej poproszono o ocenę czystości wewnątrz pojazdów. Tak jak w poprzednich latach, zdecydowana większość pozytywnie oceniła czystość zarówno w autobusach (96%), jak i w tramwajach (94%). W porównaniu z pomiarem czerwcowym odnotowano wzrost pozytywnych odpowiedzi – w przypadku autobusów o 7 p.p. (z 89% do 96%), natomiast w przypadku tramwajów o 9 p.p. (z 85% do 94%).

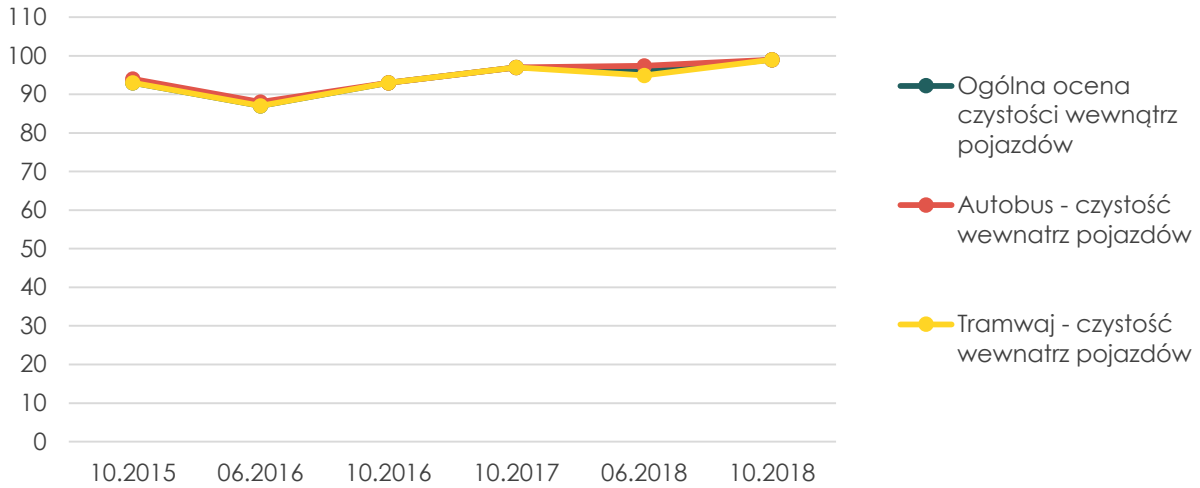
Wykres 81. Ocena czystości taboru



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=992, N_{2018 II fala}=1078 (autobusy), N_{2018 I fala}=965, N_{2018 II fala}=1003 (tramwaje)

Wskaźnik ogólnej oceny czystości wewnątrz pojazdów wyniósł 99 punktów, co jest wartością o 3 punkty wyższą od oceny z badania przeprowadzonego w czerwcu 2018 roku. Wszystkie wskaźniki osiągnęły tę samą wartość, czyli 99 punktów.

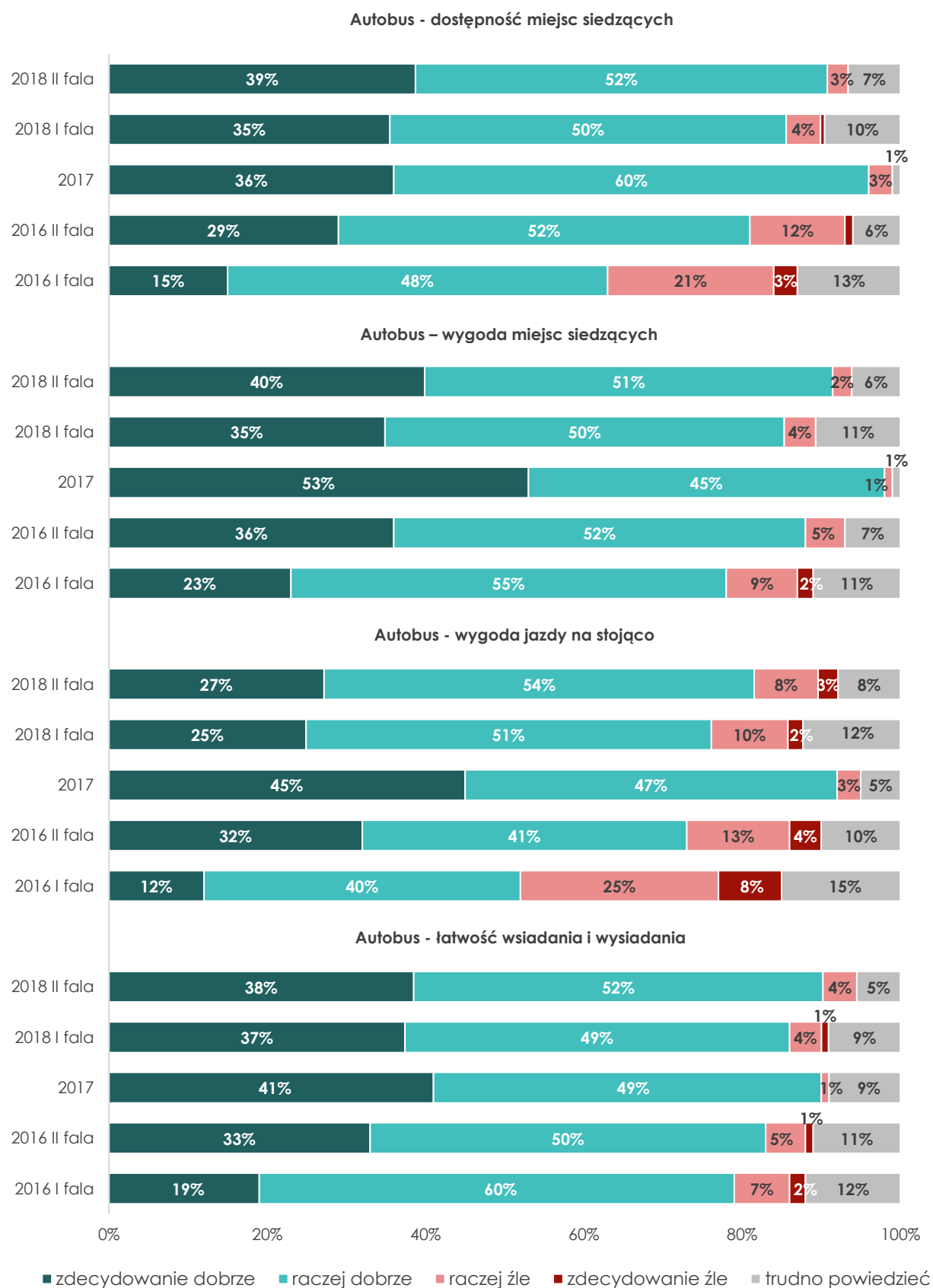
Wykres 82. Ocena czystości taboru - wskaźniki



OCENA WYGODY JAZDY

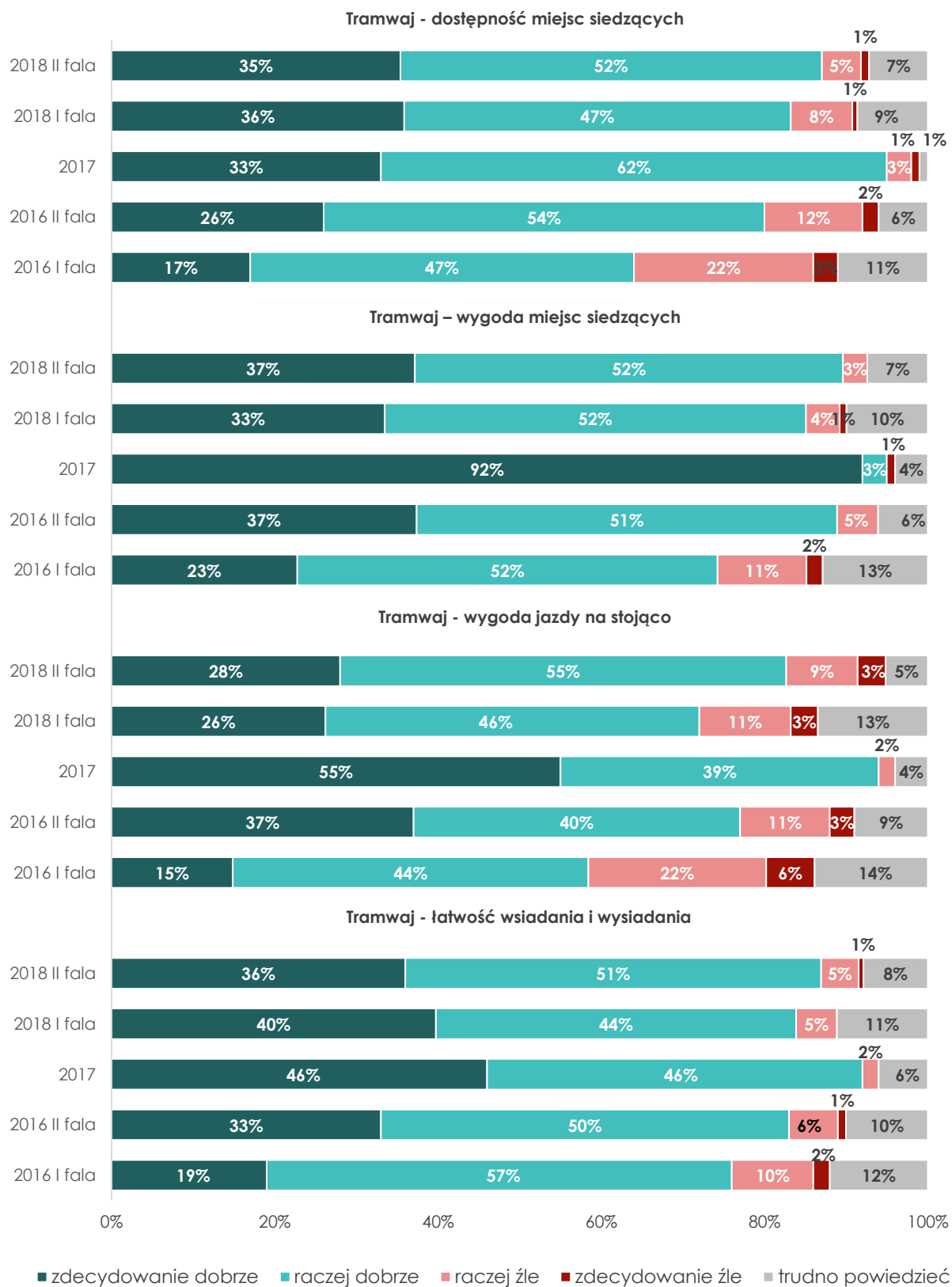
W ramach badań dotyczących „wygody jazdy” ocenie podlegały cztery aspekty: dostępność miejsc siedzących, wygoda miejsc siedzących, wygoda jazdy na stojąco oraz łatwość wsiadania i wysiadania. Każdy z wymienionych aspektów został oceniony bardzo wysoko, zarówno w przypadku autobusów, jak i tramwajów. Przy czym, oceny te są nieco wyższe w porównaniu z pomiarem przeprowadzonym w czerwcu. Dostępność miejsc siedzących w autobusach uzyskała 91% pozytywnych ocen, zaś w tramwajach - 87%. Wygodę miejsc siedzących w autobusach oraz w tramwajach pozytywnie ocenia 91% respondentów. Nieco niższy wynik uzyskał aspekt wygody jazdy na stojąco (81% - autobusy, 83% - tramwaje). Łatwość wsiadania i wysiadania pozytywnie ocenia 90% korzystających z autobusów i 87% korzystających z tramwajów.

Wykres 83. Ocena wygody jazdy autobusem



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=992, N_{2018 II fala}=1078 (autobusy)

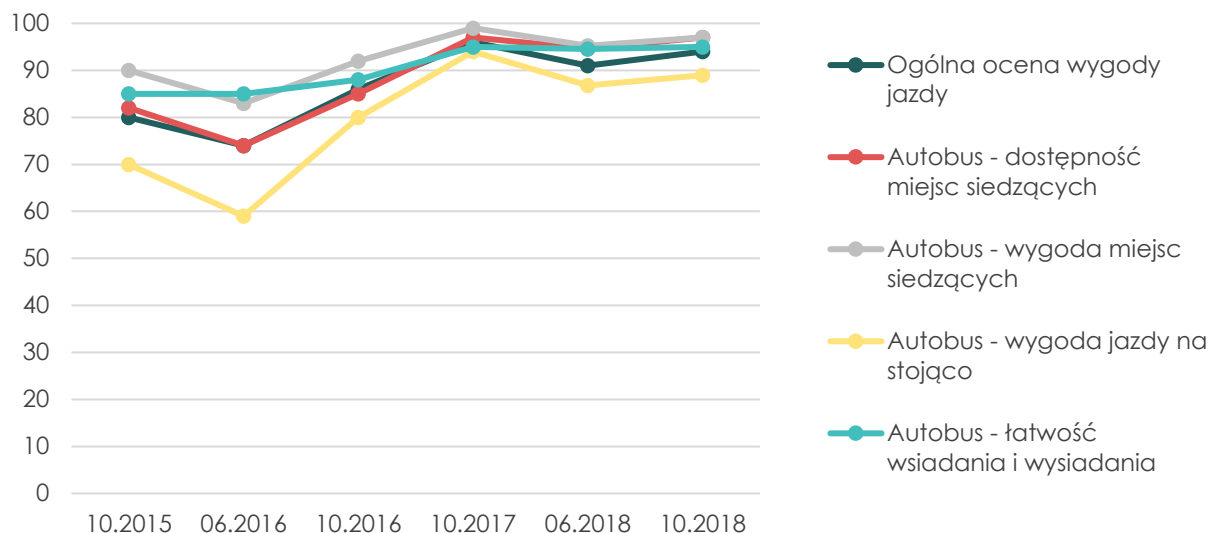
Wykres 84. Ocena wygody jazdy tramwajem



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=965, N_{2018 II fala}=1003 (tramwaje)

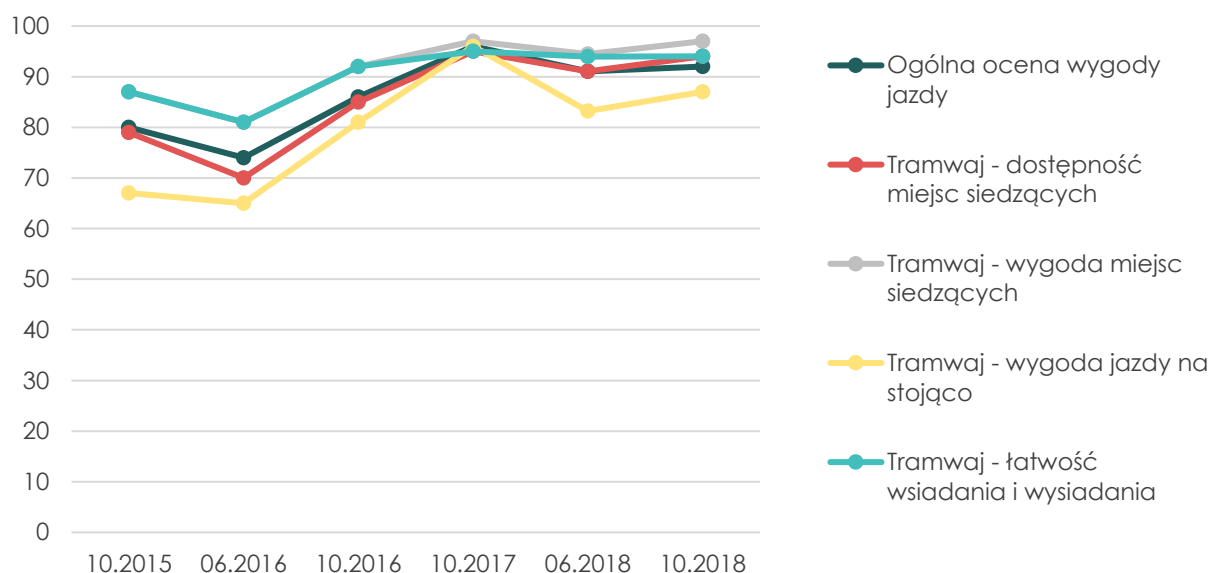
W bieżącym roku wskaźnik ogólnej oceny wygody jazdy ukształtował się na poziomie 94 punktów. Jest to wynik o 3 punkty wyższy w porównaniu do poprzedniego pomiaru. Warto zauważyć, że wartości wskaźników ustabilizowały się lub nieznacznie wzrosły.

Wykres 85. Ocena wygody jazdy autobusem - wskaźniki



Wskaźniki oceny wygody jazdy tramwajem, tak jak i w przypadku ich odpowiedników w autobusach, nie uległy istotnej zmianie. Największy wzrost odnotowano w ocenie wygody podróżowania na stojąco, z 83 do 87 punktów.

Wykres 86. Ocena wygody jazdy tramwajem - wskaźniki

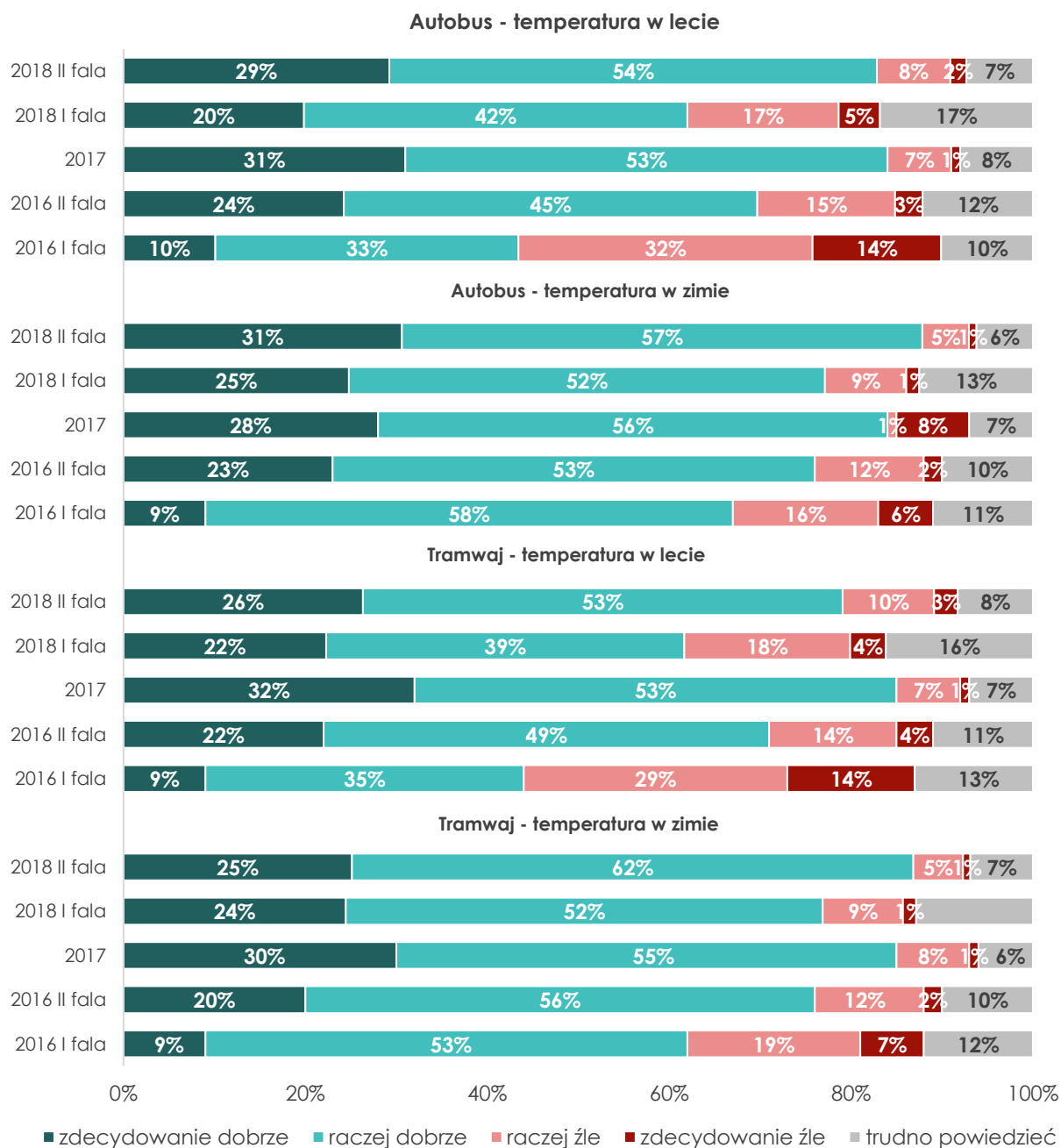


OCENA WARUNKÓW GRZEWCZYCH W POJAZDACH

W ramach badania ankietowani oceniali warunki grzewcze w pojazdach realizujących przewozy na zlecenie ZTM Poznań. Ocena temperatury jest raczej pozytywna, przy czym lepiej oceniana

jest temperatura zimą (91% - autobus; 87% tramwaj). Jednak i latem użytkownicy komunikacji miejskiej pozytywnie oceniają temperaturę (83% - autobus; 79% - tramwaj).

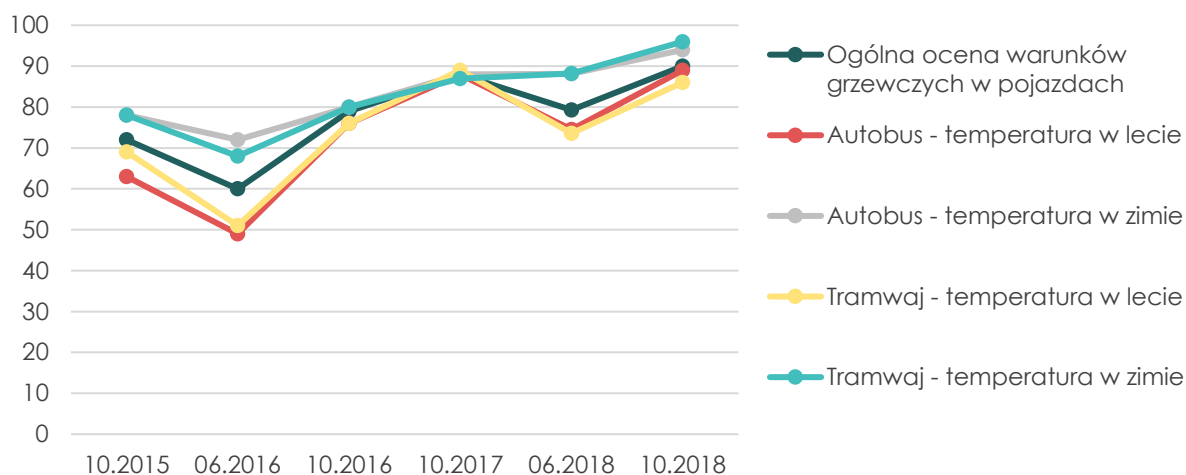
Wykres 87. Ocena warunków grzewczych w pojazdach



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=992, N_{2018 II fala}=1078 (autobusy), N_{2018 I fala}=965, N_{2018 II fala}=1003 (tramwaje)

W przypadku wskaźników oceny warunków grzewczych w pojazdach następuje powolny powrót do wyników otrzymanych rok temu. W przypadku ocen temperatury zimą zauważalny jest systematyczny wzrost ocen pozytywnych: w przypadku autobusów o 6 punktów, natomiast w przypadku tramwajów o 8 punktów. Wskaźnik oceny temperatury latem wyniósł w przypadku autobusów 89 punktów, względem 86 punktów uzyskanych przy ocenie tramwajów.

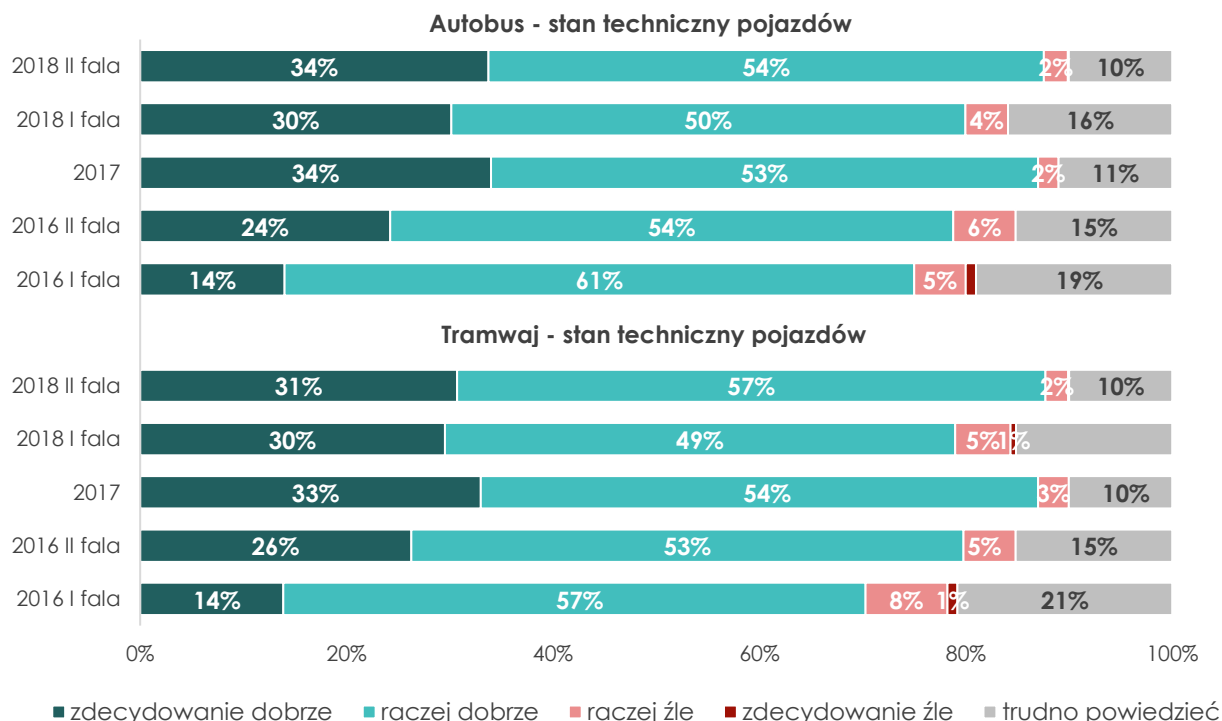
Wykres 88. Ocena warunków grzewczych w pojazdach - wskaźniki



OCENA STANU TECHNICZNEGO POJAZDÓW

Tak jak w poprzednich latach, zdecydowana większość respondentów pozytywnie ocenia ogólny stan techniczny pojazdów (88% - autobusy, 88% - tramwaje). Niewielki odsetek ankietowanych wskazał na negatywną ocenę (2% - autobusy, 2% - tramwaje). W tym pomiarze zaobserwowano najwyższe wyniki oceny stanu technicznego pojazdów w historii badań.

Wykres 89. Ocena stanu technicznego pojazdów

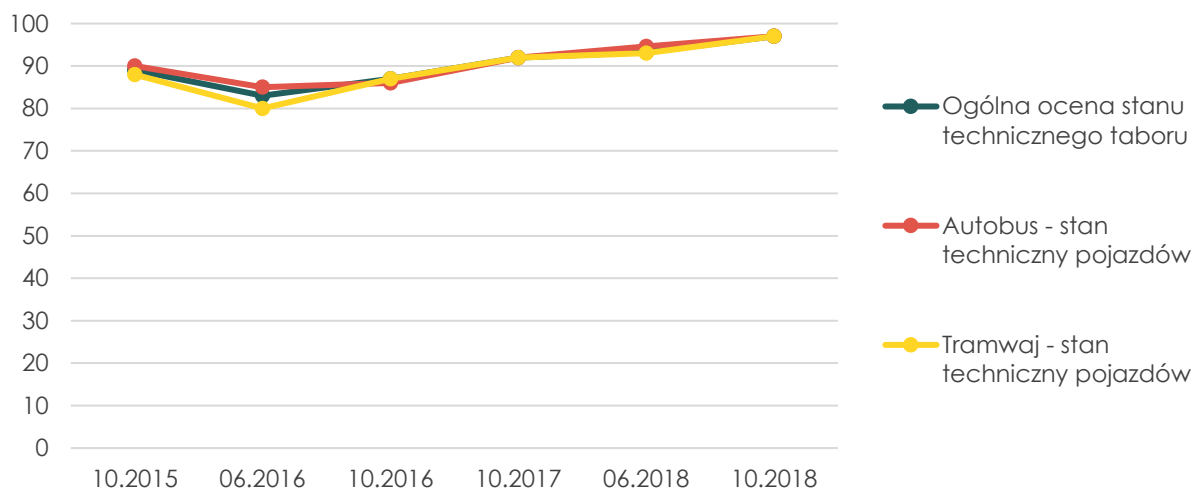


Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=992, N_{2018 II fala}=1078 (autobusy), N_{2018 I fala}=965, N_{2018 II fala}=1003 (tramwaje)

Wskaźnik ogólnej oceny stanu technicznego taboru realizującego przewozy na zlecenie Zarządu Transportu Miejskiego w Poznaniu osiągnął 97 punktów, tym samym uległ poprawie o 4 punkty w

stosunku do roku poprzedniego. Widoczny jest również wzrost w pozostałych dwóch wskaźnikach, dotyczących stanu technicznego autobusów (97 punktów) oraz tramwajów (97 punktów).

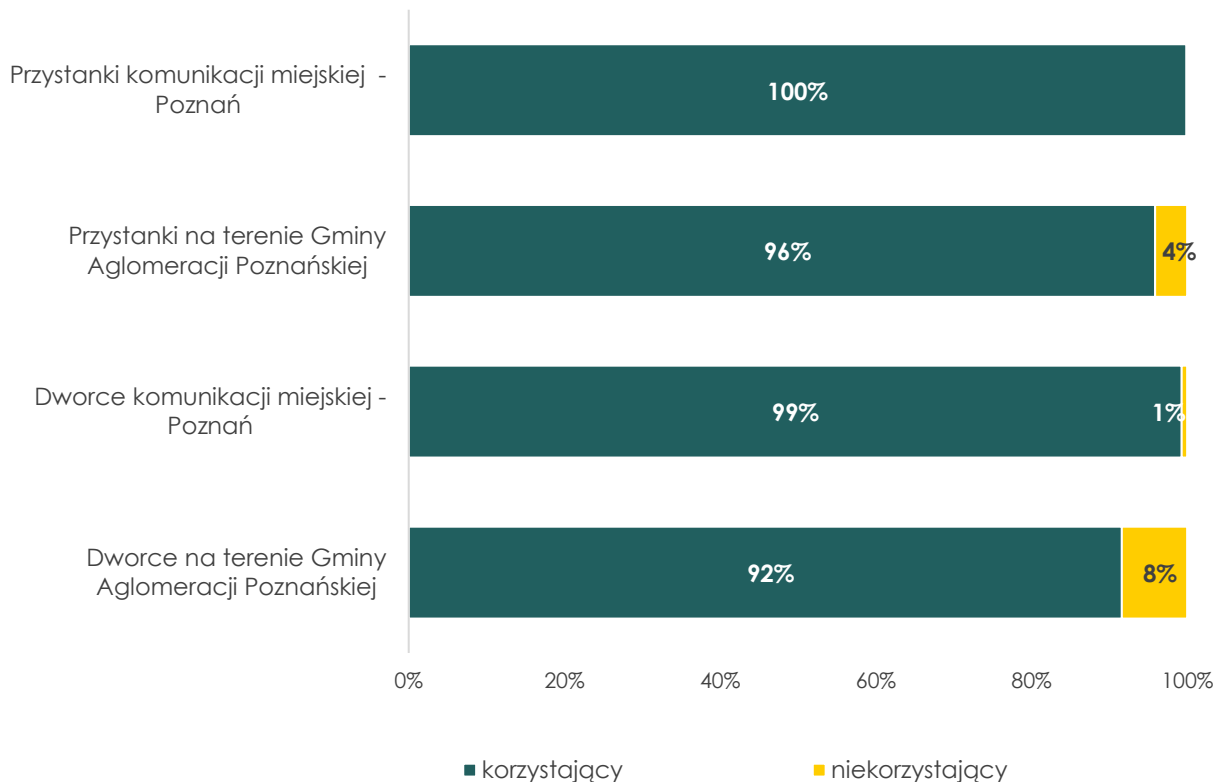
Wykres 90. Ocena stanu technicznego pojazdów - wskaźniki



4.1.2. INFRASTRUKTURA PRZYSTANKOWA

Z przystanków komunikacji miejskiej zlokalizowanych na terenie Poznania korzystali wszyscy badani respondenci, natomiast na terenie gmin Aglomeracji Poznańskiej korzystali niemal wszyscy (96%). Z dworców komunikacji miejskiej w obrębie Poznania korzysta 99 proc. respondentów, natomiast poza Poznaniem - 92% ankietowanych. UWAGA! Za dworzec w przypadku Aglomeracji Poznańskiej przyjęto także pętle/końcówki linii.

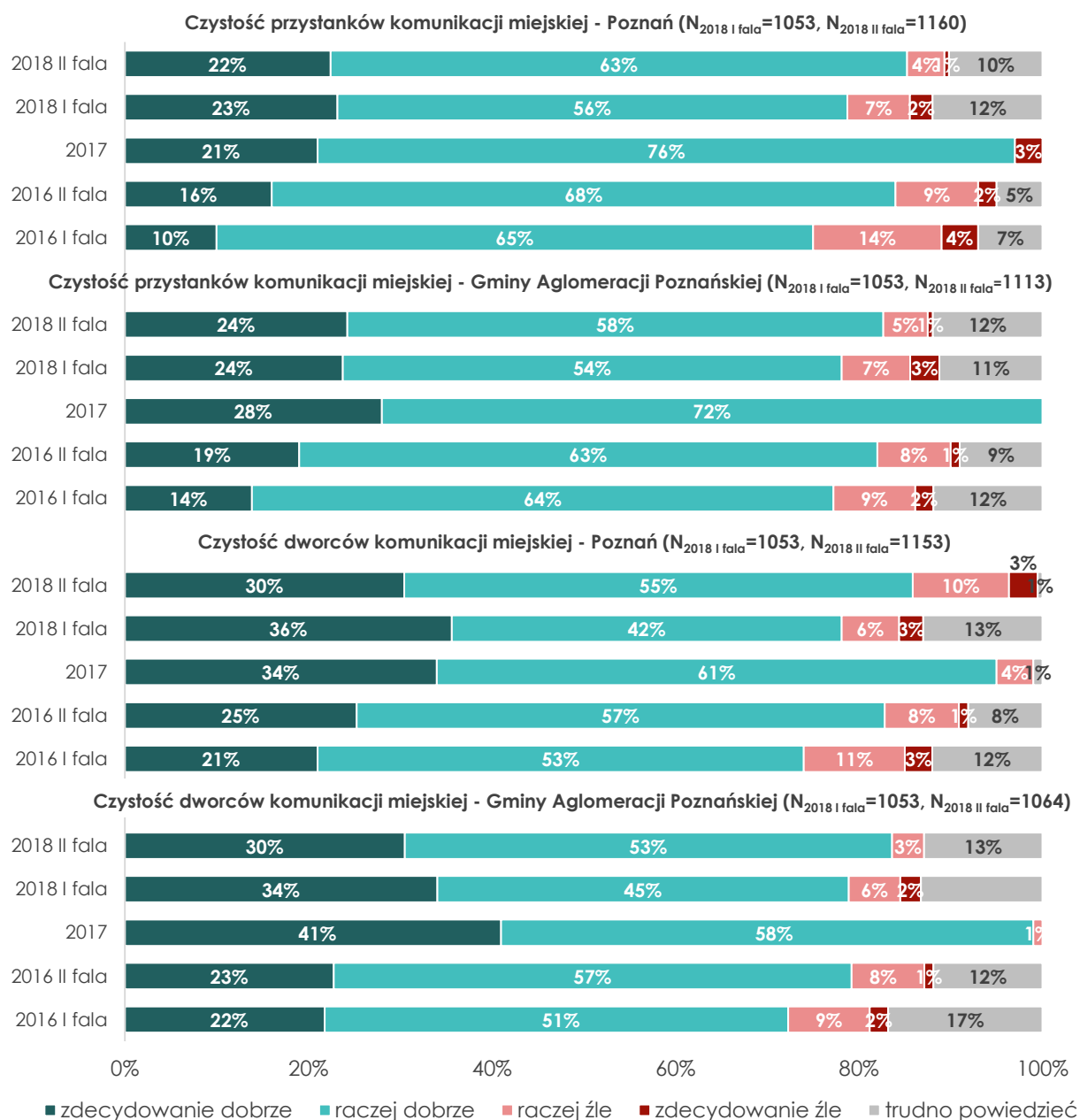
Wykres 91. Odsetek respondentów korzystających z przystanków i dworców w Poznaniu oraz Aglomeracji Poznańskiej, którzy oceniali czystość infrastruktury komunikacji miejskiej



Podstawa: respondenci poruszający się komunikacją miejską, N=1161

W ramach niniejszego obszaru ocenie podlegała czystość przystanków i dworców komunikacji miejskiej. 85% odpowiadających pozytywnie ocenia czystość przystanków komunikacji miejskiej zlokalizowanych w Poznaniu, natomiast poza Poznaniem - 82%. W porównaniu do badania zrealizowanego w czerwcu 2018 odnotowano nieznaczny wzrost pozytywnych ocen (o 4 p.p.) w przypadku przystanków w Poznaniu i o 6 p.p. w przypadku przystanków na terenie gmin Aglomeracji Poznańskiej. Czystość dworców komunikacji miejskiej w Poznaniu uzyskała 85% pozytywnych wskazań, zaś poza Poznaniem – 83%. Zaobserwowano także wzrost pozytywnych wskazań w stosunku do pomiaru czerwcowego, o 7 p.p. – w Poznaniu i 4 p.p. – poza Poznaniem.

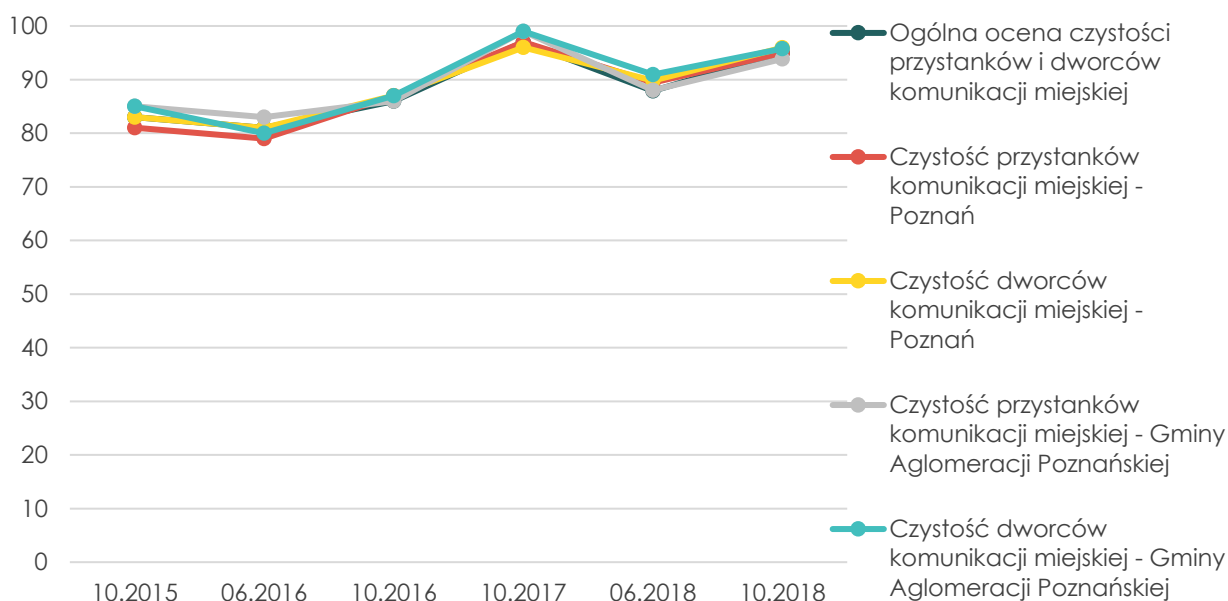
Wykres 92. Ocena czystości przystanków komunikacji miejskiej



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej – z wyłączeniem odpowiedzi „nie korzystam”.

Wartość wskaźnika satysfakcji z czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej wynosi 95 punktów i jest o 7 punktów wyższa od otrzymanej podczas badania zrealizowanego w czerwcu 2018. Analizując poszczególne wskaźniki cząstkowe składające się na ogólną ocenę czystości przystanków i dworców komunikacji miejskiej, należy zauważyć wzrost we wszystkich aspektach.

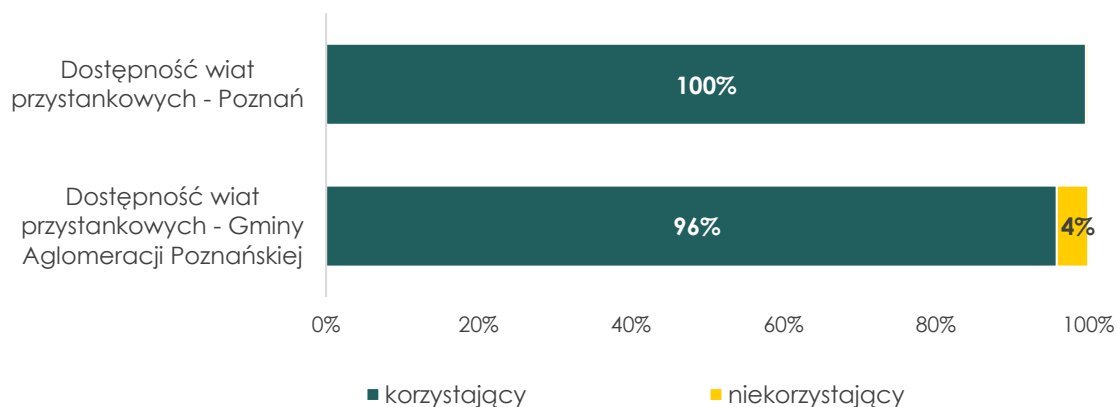
Wykres 93. Ocena czystości przystanków komunikacji miejskiej - wskaźniki



OCENA DOSTĘPNOŚCI WIAT PRZYSTANKOWYCH

Jak wynika z deklaracji respondentów, niemal 100% z nich korzysta z wiat przystankowych zlokalizowanych na terenie Poznania, natomiast z tych położonych w gminach Aglomeracji Poznańskiej 96%.

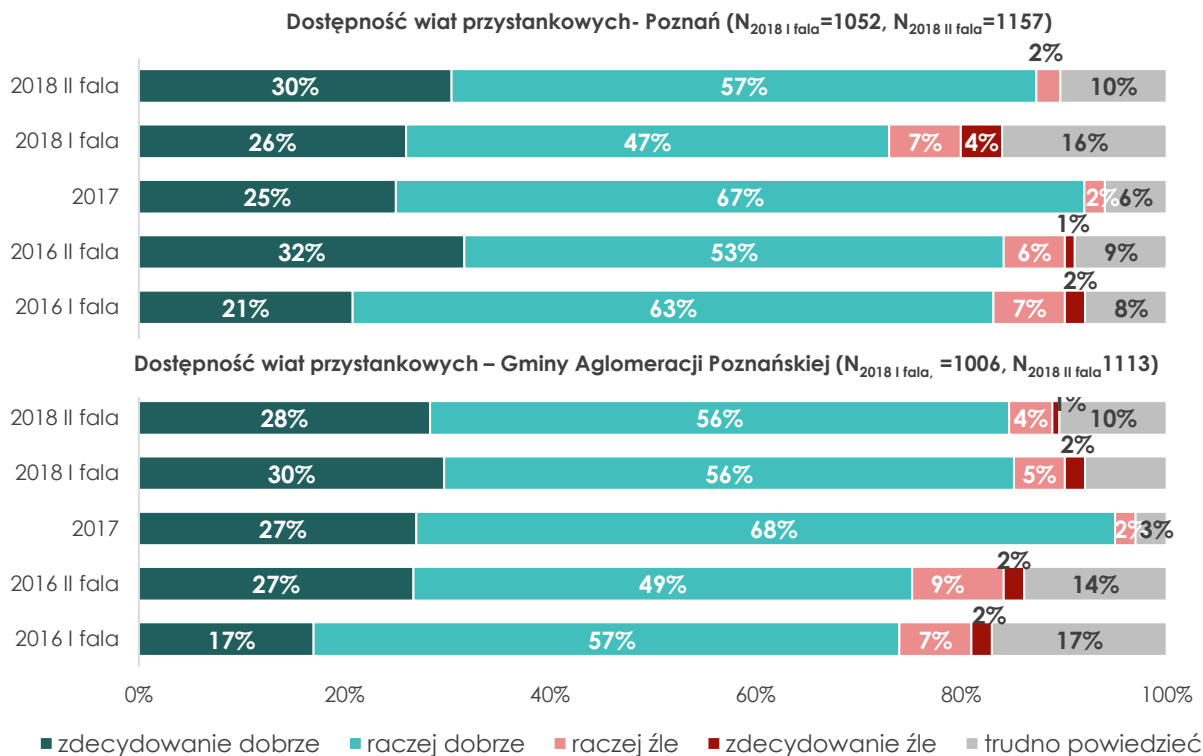
Wykres 94. Użytkownicy korzystający z wiat przystankowych oceniający ich dostępność na przystankach komunikacji miejskiej



Podstawa: respondenci poruszający się komunikacją miejską, N=1161

Uczestnicy badania zostali poproszeni o ocenę dostępności wiat przystankowych. Zdaniem zdecydowanej większości ankietowanych liczba wiat przystankowych zarówno w Poznaniu, jak i na terenie gmin Aglomeracji Poznańskiej jest dostateczna (odpowiednio: 87% i 84%).

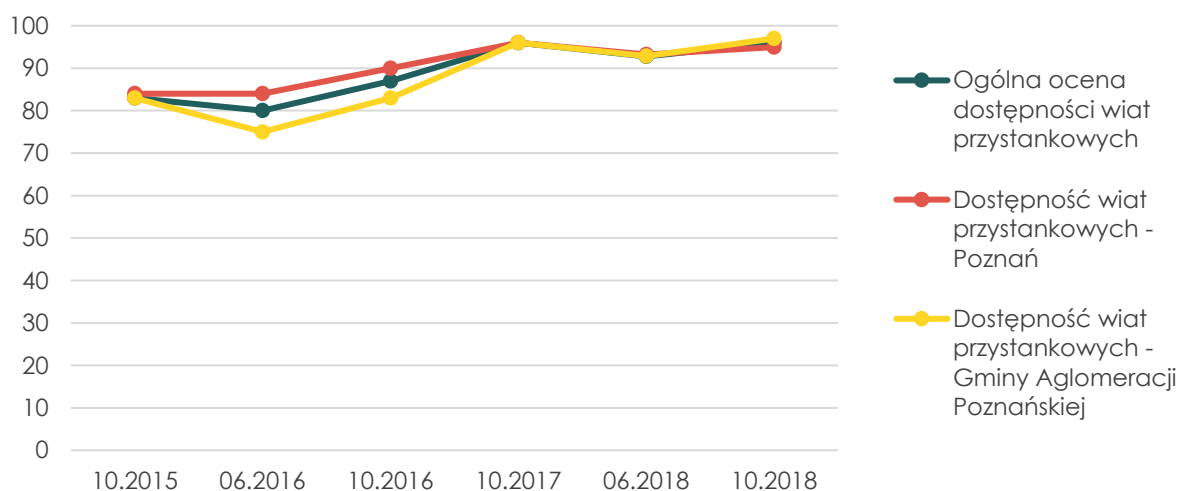
Wykres 95. Ocena dostępności wiat przystankowych



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, z wyłączeniem odpowiedzi „nie dotyczy”

Wskaźnik ogólnej dostępności wiat przystankowych kształtuje się na poziomie 96 punktów. Jest to wynik o 3 punkty wyższy niż otrzymany podczas pomiaru w czerwcu 2018 roku. Dostępność wiat przystankowych w Poznaniu wyniosła 97 punktów. Natomiast dostępność wiat gminach Aglomeracji Poznańskiej oceniono na 94 punkty.

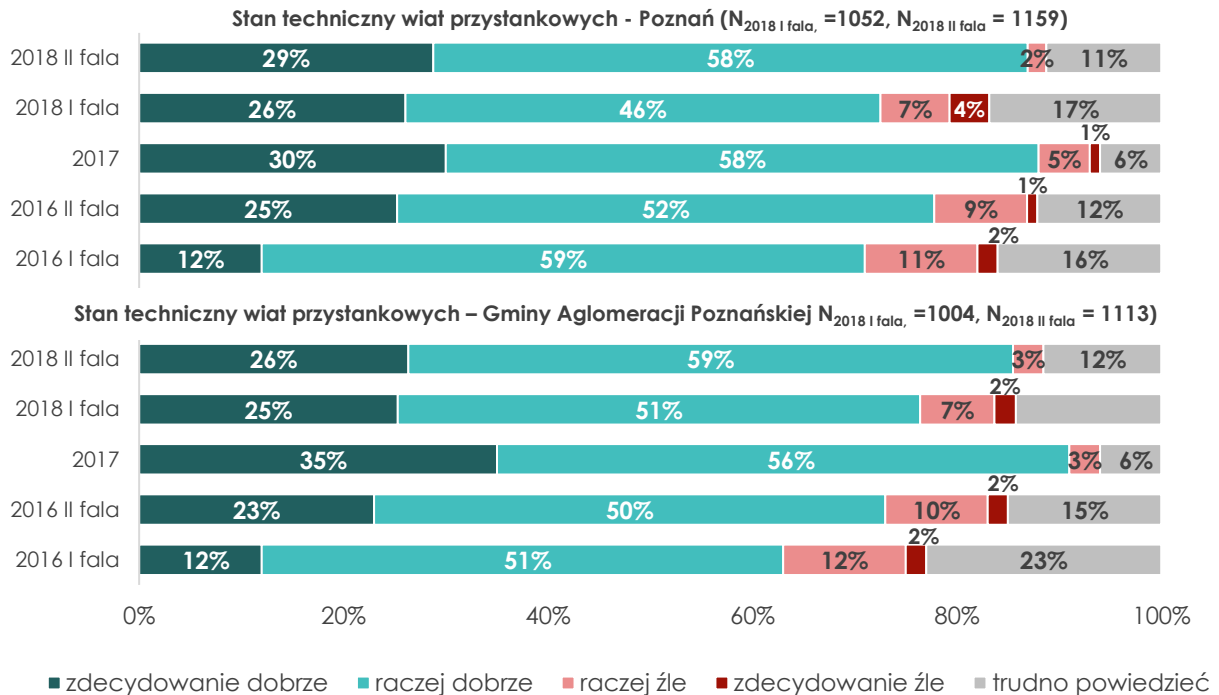
Wykres 96. Ocena dostępności wiat przystankowych - wskaźniki



OCENA STANU TECHNICZNEGO WIAT PRZYSTANKOWYCH

Stan techniczny wiat przystankowych zlokalizowanych w Poznaniu został oceniony pozytywnie przez 87% ankietowanych. Podobnie oceniono wiaty zlokalizowane poza Poznaniem – 85% pozytywnych wskazań. W obu przypadkach odnotowano wzrost pozytywnych odpowiedzi w stosunku do czerwca 2018 (o 15 p.p. – Poznań oraz o 9 p.p. poza Poznaniem).

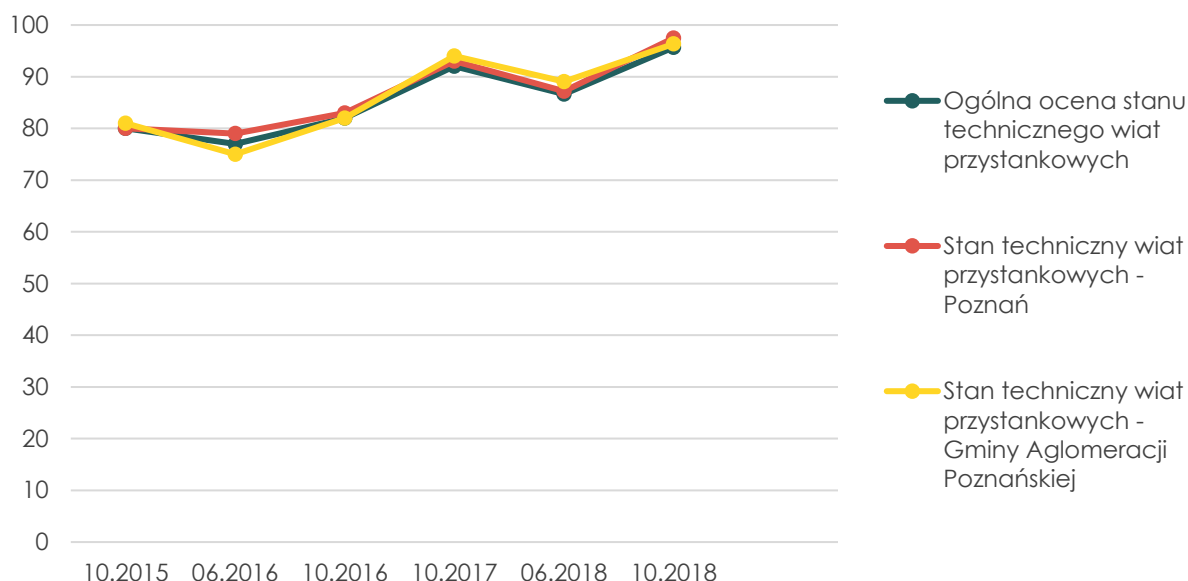
Wykres 97. Ocena stanu technicznego wiat przystankowych



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, z wyłączeniem odpowiedzi „nie dotyczy”

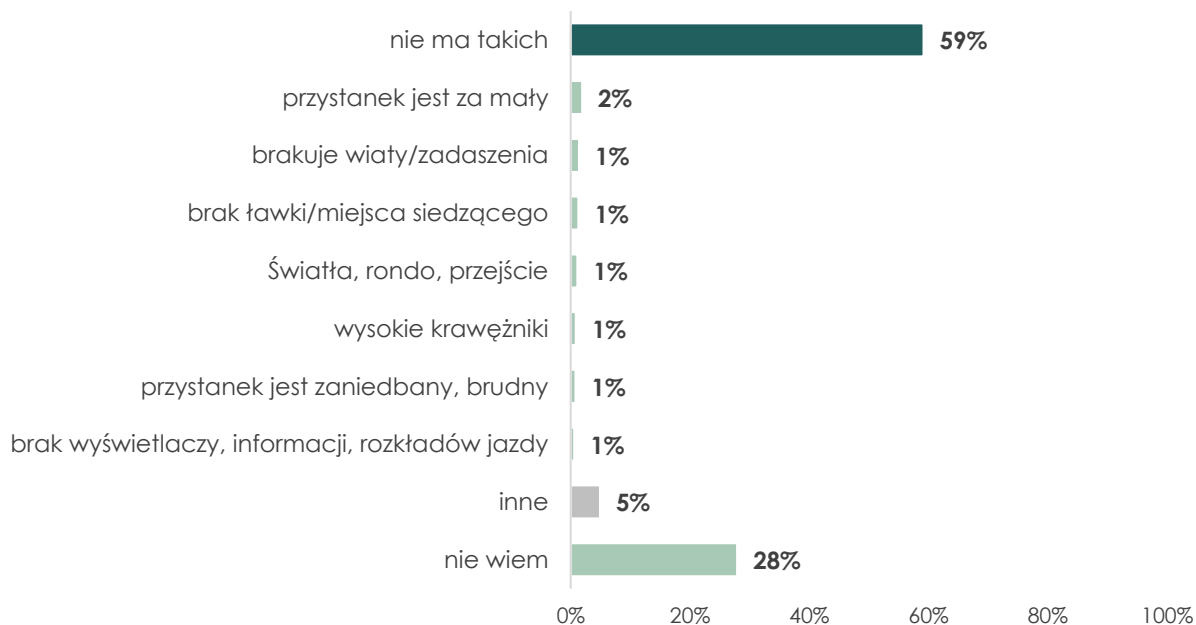
Ogólna ocena stanu technicznego wiat przystankowych ukształtowała się na poziomie 96 punktów. Zaobserwowano wzrost wskaźnika o 9 punktów w porównaniu do czerwca 2018. W obecnym pomiarze wszystkie wskaźniki osiągnęły najwyższe wartości. Są to wzrosty odpowiednio o 10 punktów (w przypadku oceny stanu technicznego wiat przystankowych w Poznaniu) oraz o 7 punktów (w przypadku wiat przystankowych gminy Aglomeracji Poznańskiej).

Wykres 98. Ocena stanu technicznego wiat przystankowych - wskaźniki



Respondenci zapytani o najczęściej napotymane problemy na korzystanych przez siebie przystankach bądź węzłach przesiadkowych, w zdecydowanej większości odpowiedzieli, że nie widzą żadnych problemów (59%), a dopiero 2% respondentów uważa, że przystanek jest zbyt mały lub brakuje wiaty albo zadaszenia (1%).

Wykres 99. Problemy napotkane przez respondentów na przystankach/węzłach przesiadkowych w mieście Poznań i Aglomeracji Poznańskiej



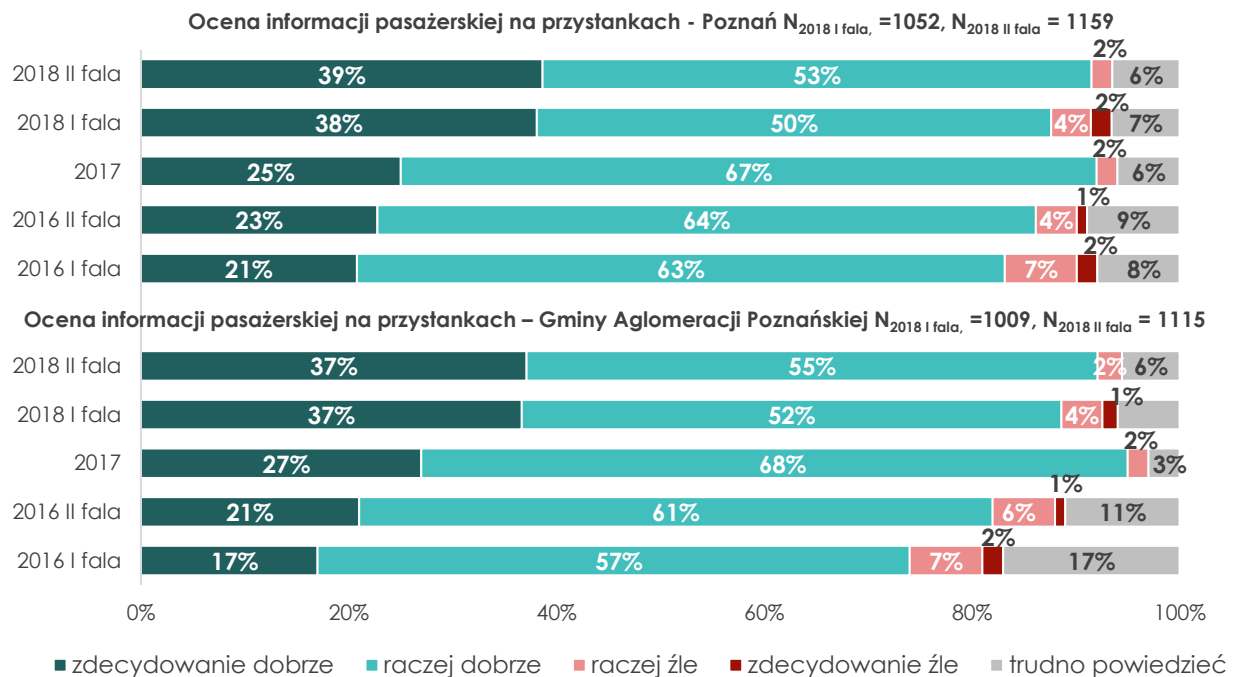
Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej.

Nieliczna grupa respondentów zdecydowała się przekazać informację w jakim miejscu napotkali oni na niedogodności na przystankach. Najczęściej wymieniane miejsca to Małe Garbary (0,3%), oraz Śródka (1%).

OCENA INFORMACJI PASAŻERSKIEJ NA PRZYSTANKACH

W ramach niniejszego badania ocenie podlegała także „informacja na przystankach” (rozkłady jazdy, informacje o cenach biletów, przebiegu linii). Respondenci oceniali ten aspekt w odniesieniu do przystanków zlokalizowanych na terenie Poznania oraz poza Poznaniem (w gminach Aglomeracji Poznańskiej). Na niemal takim samym, wysokim poziomie oceniono informację na przystankach zarówno w Poznaniu, jak i poza Poznaniem. Odpowiednio było to 92% i 93% pozytywnych wskazań. Są to wyniki zbliżone do wyników otrzymanych w 2017 roku. Należy zaznaczyć, iż w 2018 roku zaobserwowano większy odsetek wskazań na odpowiedź „zdecydowanie dobrze”.

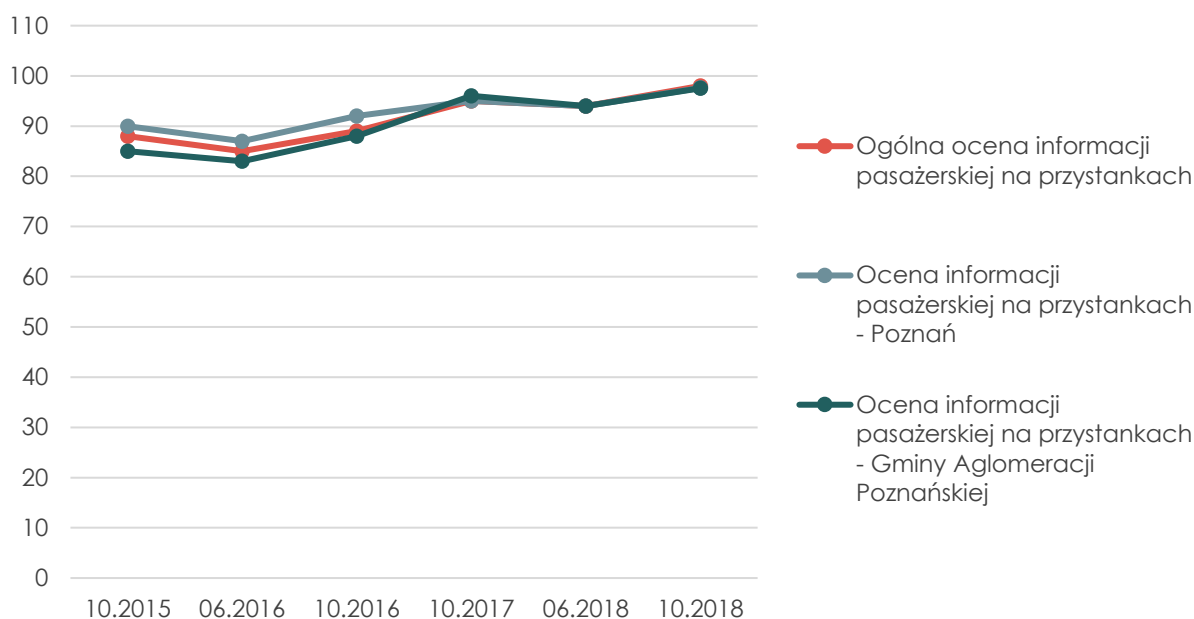
Wykres 100. Ocena informacji pasażerskiej na przystankach



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, z wyłączeniem odpowiedzi „nie dotyczy”

Wyliczone na podstawie powyższych odpowiedzi wskaźniki przyjęły wartości analogiczne dla wszystkich trzech aspektów (98 pkt.). Zaznaczyć należy, że w porównaniu do poprzednich edycji badania, w październiku 2018 odnotowano wzrost w każdym z nich: oceny ogólnej informacji pasażerskiej na przystankach (z 94 do 98 punktów), oceny informacji pasażerskiej na przystankach na terenie Poznania (z 94 do 98) oraz oceny informacji pasażerskiej na przystankach w obrębie gmin Aglomeracji Poznańskiej (z 94 do 98). Wszystkie wskaźniki osiągnęły jak dotąd najwyższą wartość.

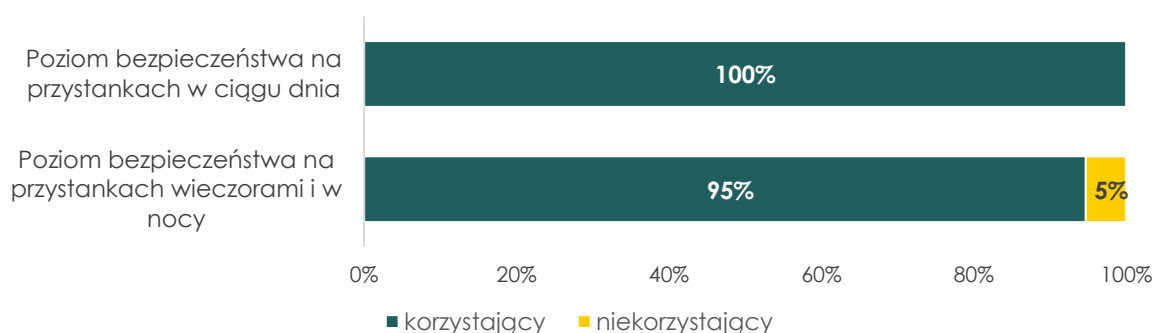
Wykres 101. Wskaźnik dotyczący ogólnej oceny informacji pasażerskiej na przystankach



OCENA POCZUCIA BEZPIECZEŃSTWA NA PRZYSTANKACH

Wszyscy respondenci zadeklarowali, iż korzystają z przystanków komunikacji miejskiej i podmiejskiej w ciągu dnia (100% wskazań), natomiast porą wieczorną i nocą 95% z nich.

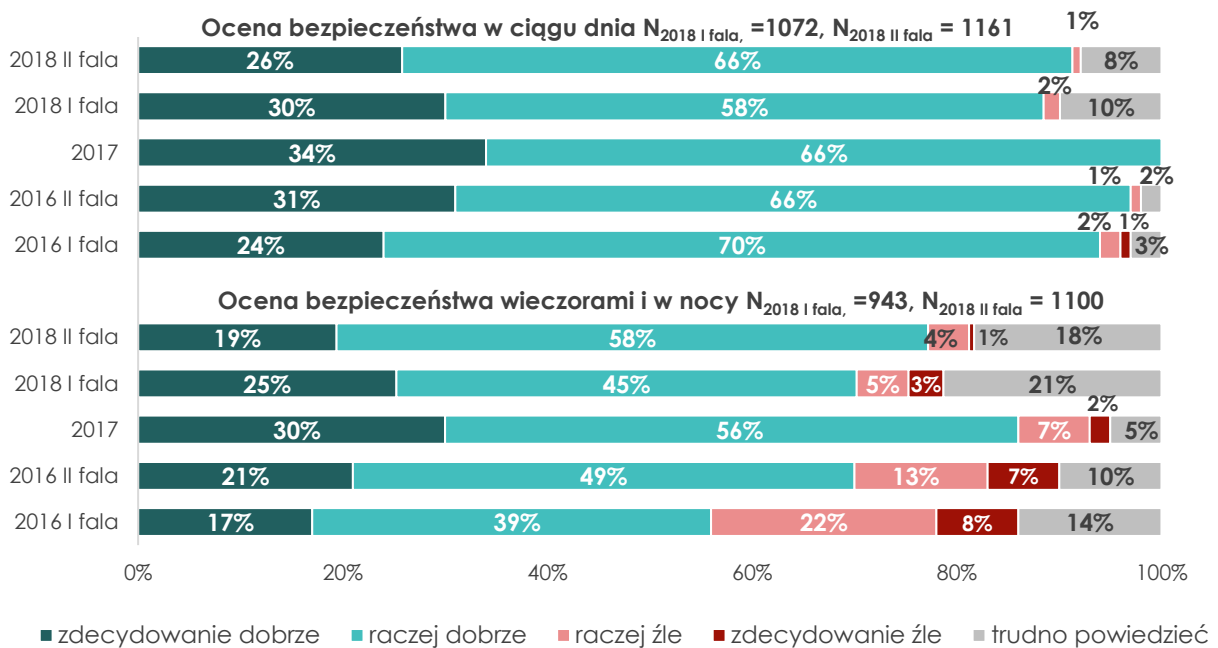
Wykres 102. Użytkownicy oceniający poziom bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej/podmiejskiej w podziale na pory dnia



Podstawa: respondenci poruszający się komunikacją miejską, N=1161

Bezpieczeństwo na przystankach komunikacji miejskiej w Poznaniu zostało ocenione przez pryzmat bezpieczeństwa w ciągu dnia oraz wieczorami i w nocy. Odpowiadający znacznie wyżej ocenili bezpieczeństwo na przystankach w ciągu dnia niż w nocy. Było to odpowiednio 92% i 77% pozytywnych wskazań. W porównaniu z poprzednim pomiarem zaobserwowano wzrost poczucia bezpieczeństwa zarówno w ciągu dnia, jak i w nocy (o 4 p.p. – w ciągu dnia, o 7 p.p. – wieczorami i w nocy).

Wykres 103. Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej

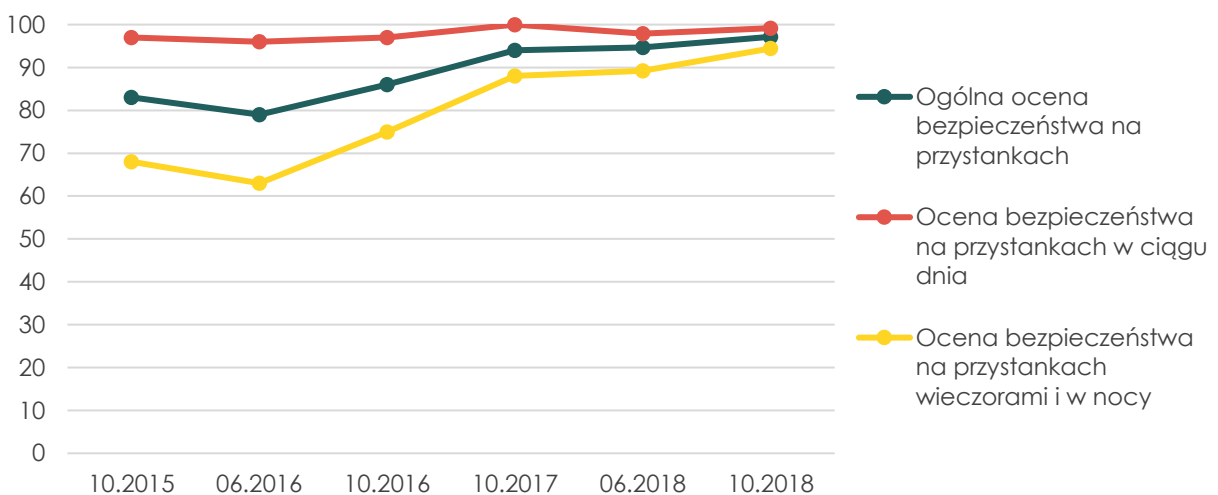


Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, z wyłączeniem odpowiedzi „nie dotyczy”

Respondenci, którzy negatywnie ocenili poziom bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej/podmiejskiej, wskazali czynniki, które wpływają na niski poziom poczucia bezpieczeństwa. Są to: osoby będące po nadmiernym spożyciu alkoholu, tzw. trudna młodzież, osoby agresywne, bezdomni (43%), jest ciemno, brak oświetlenia (29%), brak kamer, monitoringu (7%). Na to pytanie odpowiedziało tylko 56 respondentów, dlatego wskazane odpowiedzi należy traktować tylko pogłównie.

Wskaźnik obrazujący ogólną ocenę bezpieczeństwa na przystankach kształtuje się na poziomie 97 punktów. W porównaniu do badania przeprowadzonego w czerwcu 2018 roku wynik uległ korzystnej zmianie, rosnąc o 2 punkty. Wskaźnik oceny bezpieczeństwa w ciągu dnia jest wysoki, bez względu na datę badania. Natomiast wskaźnik bezpieczeństwa na przystankach wieczorami i w nocy systematycznie rośnie.

Wykres 104. Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej - wskaźniki

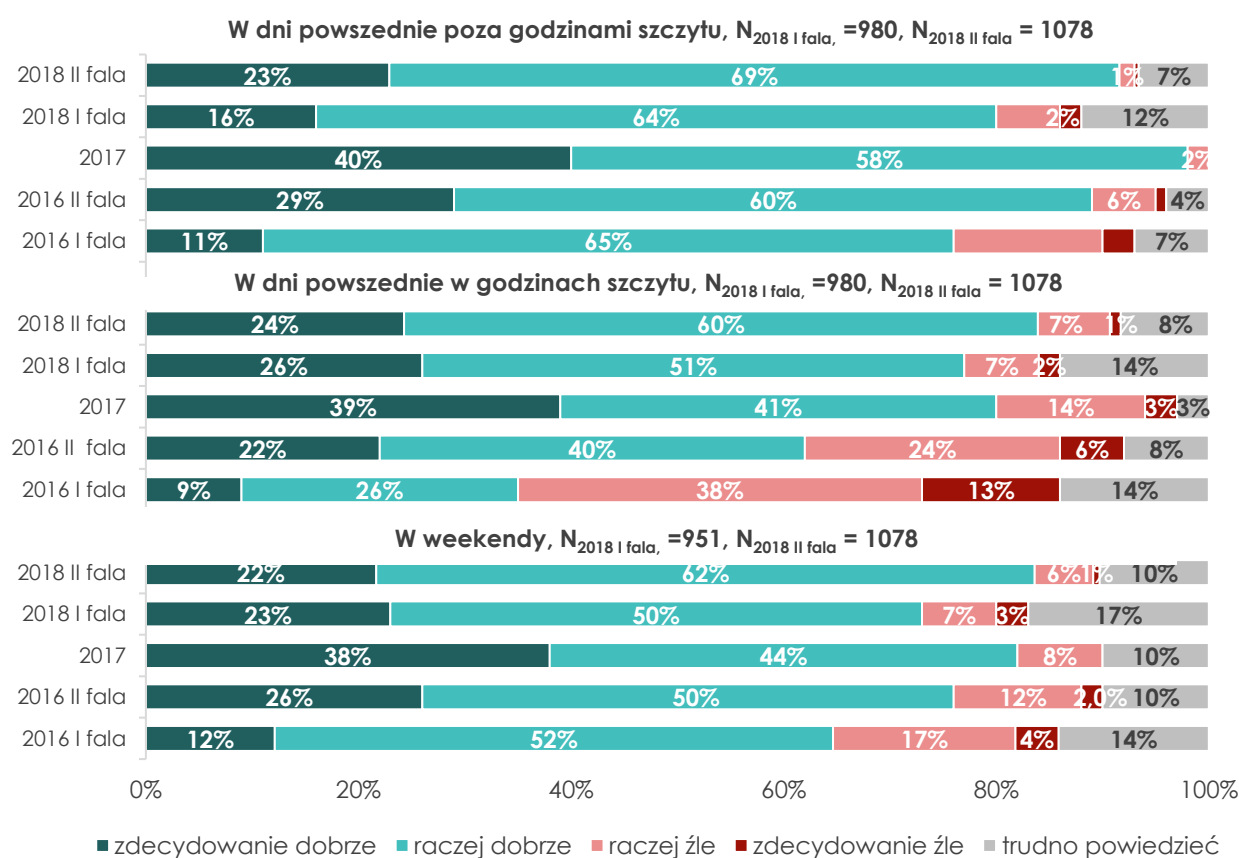


4.1.3. WARUNKI KOMUNIKACYJNE

OCENA PUNKTUALNOŚCI AUTOBUSÓW

Wzorem lat ubiegłych, pasażerowie ZTM Poznań ocenili punktualność autobusów w dni powszednie w godzinach szczytu (przyjęto założenie, że godziny komunikacyjnego szczytu to godz. 7.00-9.00 oraz 15.00-18.00), poza godzinami szczytu oraz w weekendy. Najwyżej oceniono punktualność w dni powszednie poza godzinami szczytu (92%). Punktualność w dni powszednie w godzinach szczytu została oceniona na 84%, na tym samym poziomie oceniono punktualność autobusów w weekendy. W porównaniu do pomiaru czerwcowego, we wszystkich aspektach odnotowano wzrost.

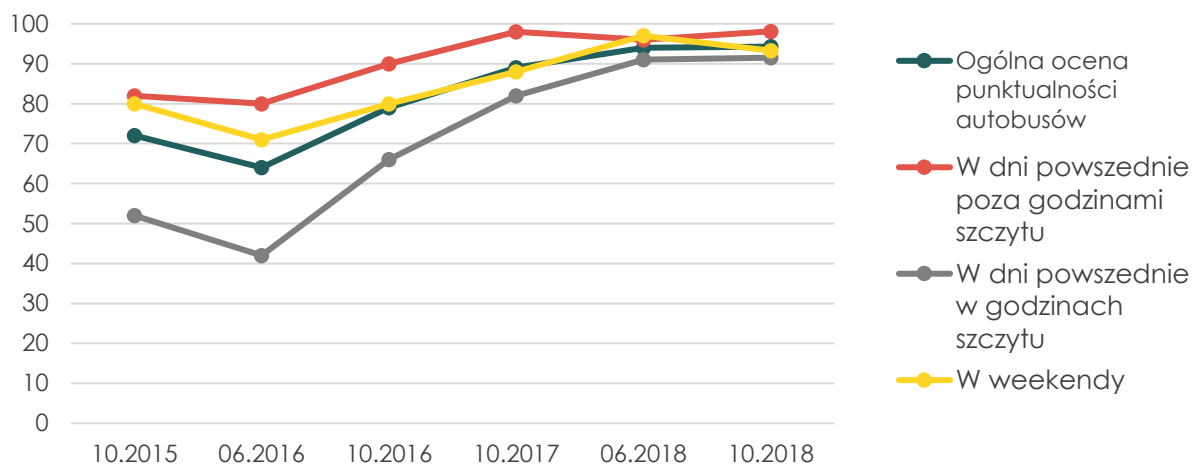
Wykres 105. Ocena punktualności autobusów



Podstawa: respondenci korzystający z autobusów

Wskaźnik ogólnej oceny punktualności autobusów wynosi 94, w poprzednim pomiarze otrzymano ten sam wynik. Wartości wszystkich analizowanych wskaźników ustabilizowały się. Spośród wszystkich wskaźników najwyższą wartość osiągnęła ocena punktualności w dniach powszednich poza godzinami szczytu (98 punktów), najniższy wskaźnik (wynoszący 92 pkt.) odnotowano w ocenie punktualności w dniach powszednich w godzinach szczytu.

Wykres 106. Ocena punktualności autobusów - wskaźniki

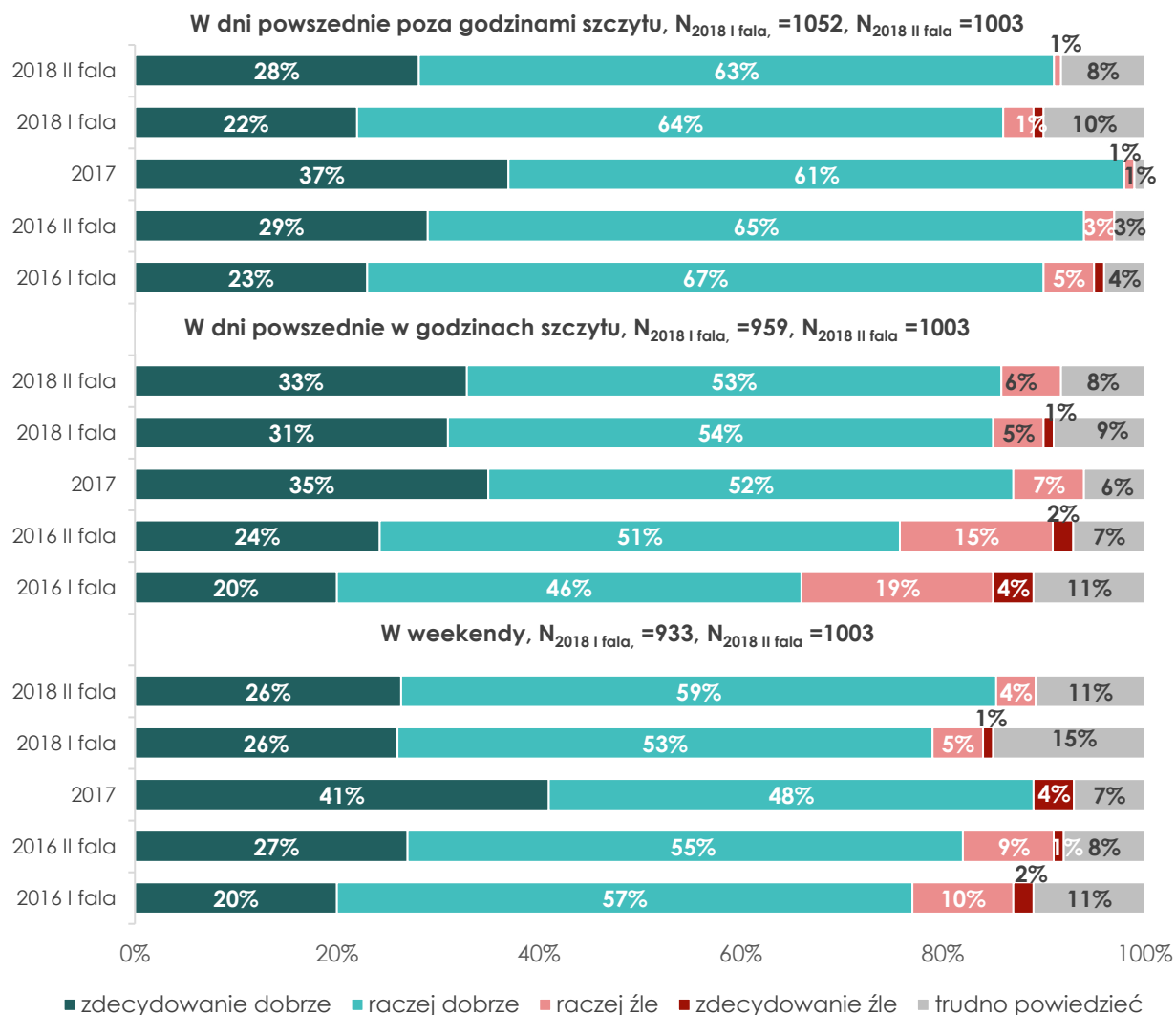


OCENA PUNKTUALNOŚCI TRAMWAJÓW

Analogiczne pytanie skierowane do respondentów dotyczyło oceny punktualności kursowania tramwajów. Podobnie do autobusów, punktualność w dni powszednie poza godzinami szczytu oceniana jest najwyżej – wskaźnik pozytywnych odpowiedzi kształtuje się na poziomie 91%, co oznacza niewielki wzrost w porównaniu z czerwcem 2018 (I fala badania). Kolejnym aspektem oceny, w którym odnotowano wzrost (o 6 p. p.), jest punktualność w weekendy. Ocena

punktualności w dni powszednie kształtuje się na podobnym poziomie jak podczas I fali badania i wyniosła 86%.

Wykres 107. Ocena punktualności tramwajów

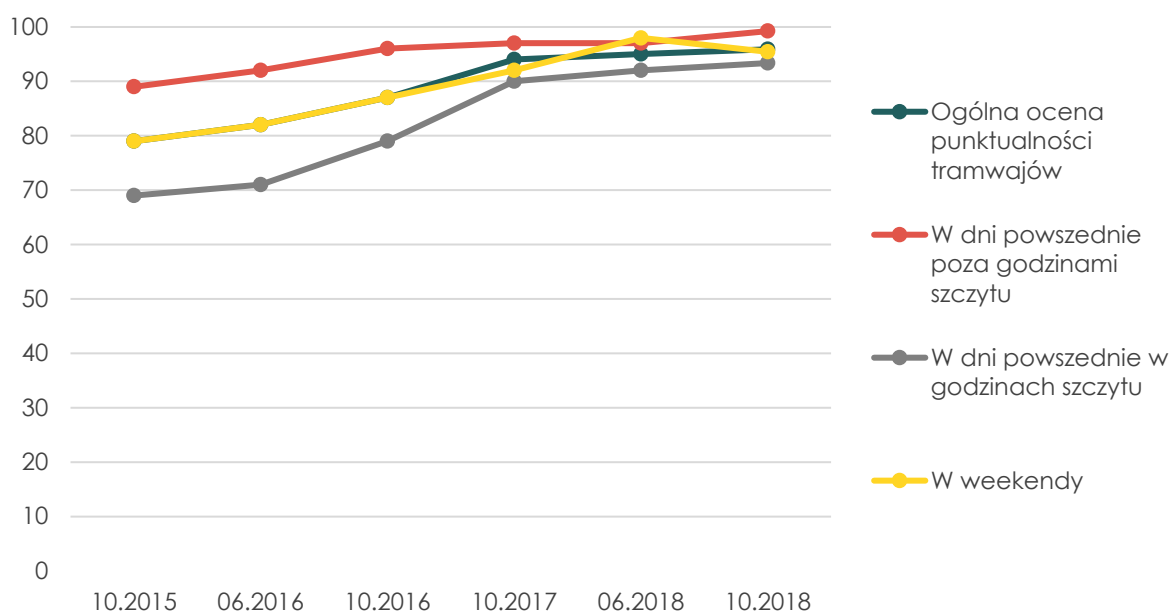


Podstawa: respondenci korzystający z tramwajów

Wskaźnik ogólnej oceny punktualności tramwajów wynosi 96, co stanowi wzrost o 1 punkt. W ciągu kolejnych edycji badania rosły także wskaźniki oceny punktualności w godzinach szczytu (o 2

punkty) oraz w weekendy (o 3 pkt.). Wskaźnik dotyczący punktualności w dni powszednie poza godzinami pracy wzrósł o 1 punkt.

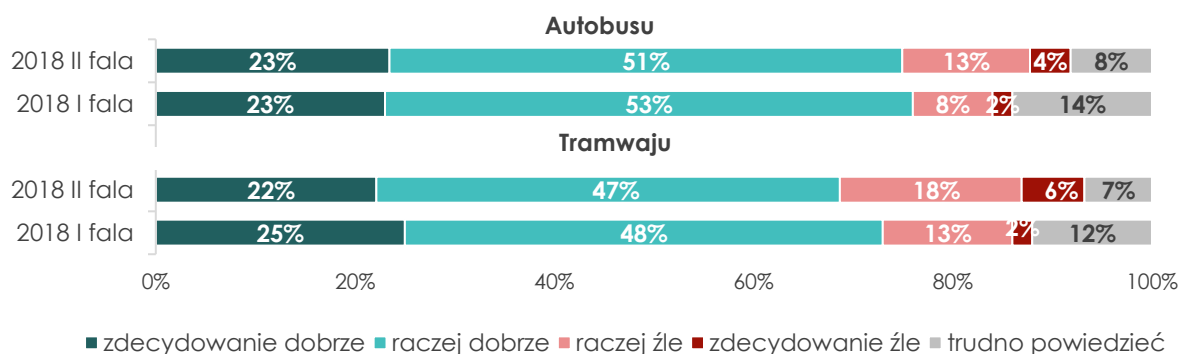
Wykres 108. Ocena punktualności tramwajów - wskaźniki



OCENA NAPEŁNIENIA POJAZDÓW

Respondenci na podobnym poziomie oceniają napełnienie autobusów i tramwajów, które jest ściśle związane z komfortem jazdy. Biorąc pod uwagę zagregowane pozytywne odpowiedzi, nieznacznie lepiej użytkownicy komunikacji publicznej oceniają napełnienie autobusów (74% vs. 69% tramwajów). W porównaniu do czerwcowego pomiaru, ocena napełnienia autobusów jest na podobnym poziomie. Natomiast nieco pogorszyła się (z 73% do 69%) ocena komfortu podróży z uwagi na liczbę pasażerów w tramwajach.

Wykres 109. Ocena napełnienia pojazdów

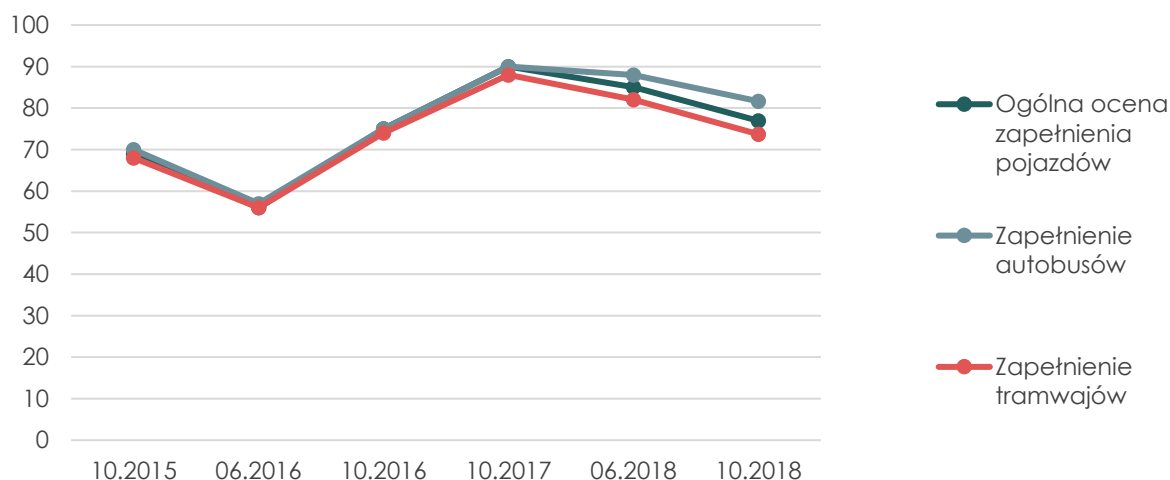


Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=1072, N_{2018 II fala}=1003

Ogólna ocena napełnienia pojazdów plasuje się w tegorocznej edycji badania nieco niżej niż w poprzednim badaniu (79 pkt. wobec 85 pkt. z czerwca 2018 roku). Od października 2017 odnotowuje się spadek oceny jakości podróży z uwagi na napełnienie pojazdów komunikacji

miejskiej. Przy czym wskaźniki odnośnie autobusów są wyższe od dotyczących tramwajów (82 vs. 74).

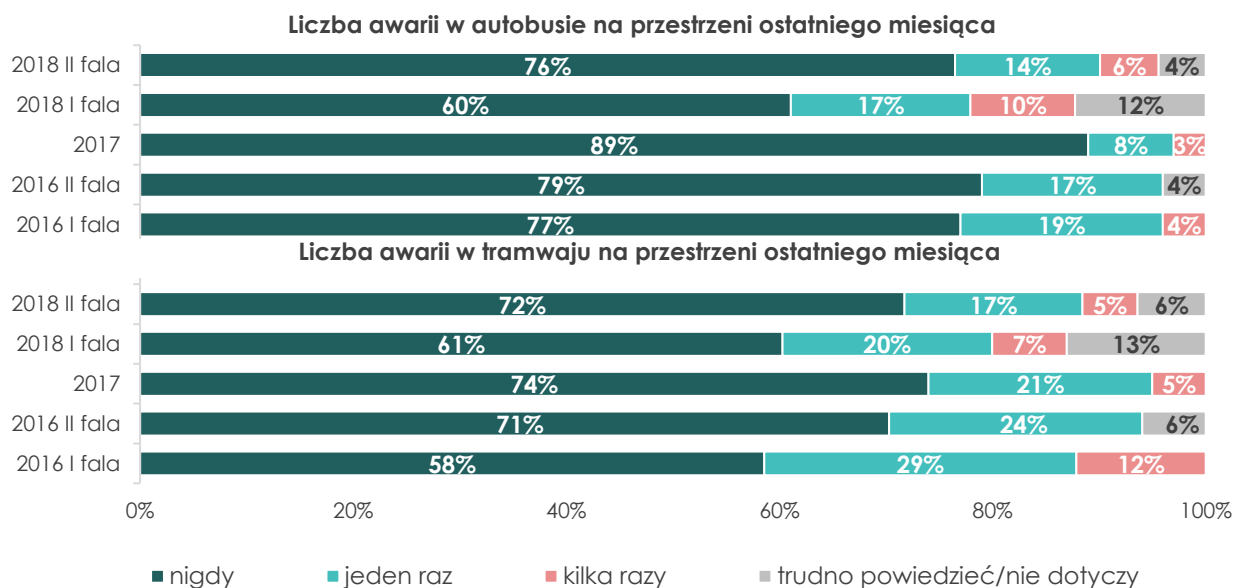
Wykres 110. Ocena napełnienia pojazdów - wskaźniki



OCENA ZAWODNOŚCI POJAZDÓW

Uczestnicy badania zostali poproszeni o wskazanie, czy podczas podróży spotkali się z awarią autobusu bądź tramwaju. 76% respondentów nigdy nie doświadczyło awarii autobusu podczas swojej podróży, jednakże 14% spotkało się z taką sytuacją przynajmniej raz (o 3 punkty procentowe mniej niż w czerwcu tego roku). Biorąc pod uwagę przejazdy tramwajami, 72% badanych nigdy nie doświadczyło awarii tego środka transportu. 17% respondentów doświadczyło awarii przynajmniej raz – jest to jednak o 3 p.p. mniej niż w poprzednim pomiarze.

Wykres 111. Ocena zawodności pojazdów

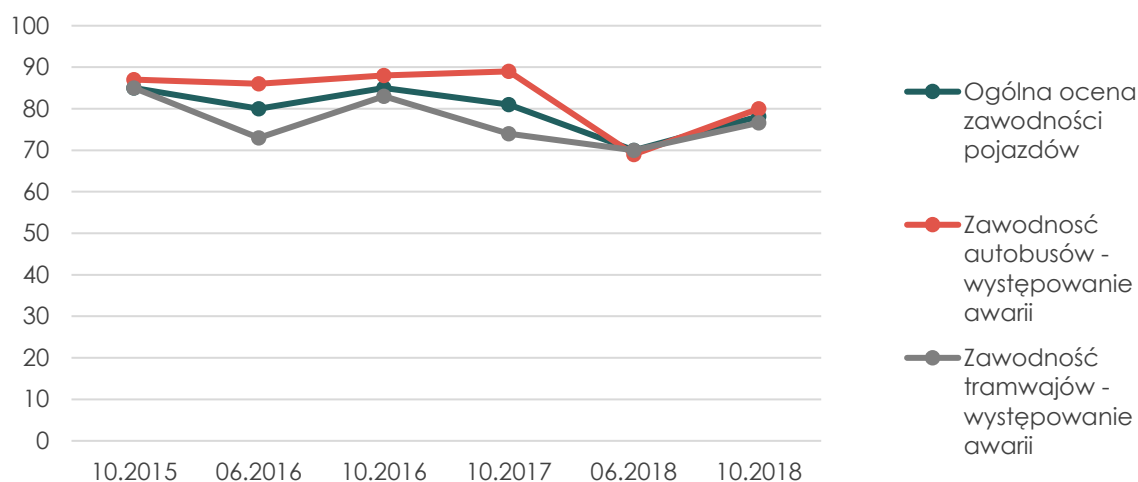


Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=1072, N_{2018 II fala}=1161

Wskaźnik ogólny oceny zawodności pojazdów wynosi 78, co oznacza lepszą ocenę o 8 punktów w odniesieniu do poprzedniego pomiaru. Tendencję wzrostową zauważyć można zarówno w

przypadku oceny zawodności autobusów, jak i tramwajów. Kształtują się one odpowiednio na poziomie 77 i 80 punktów.

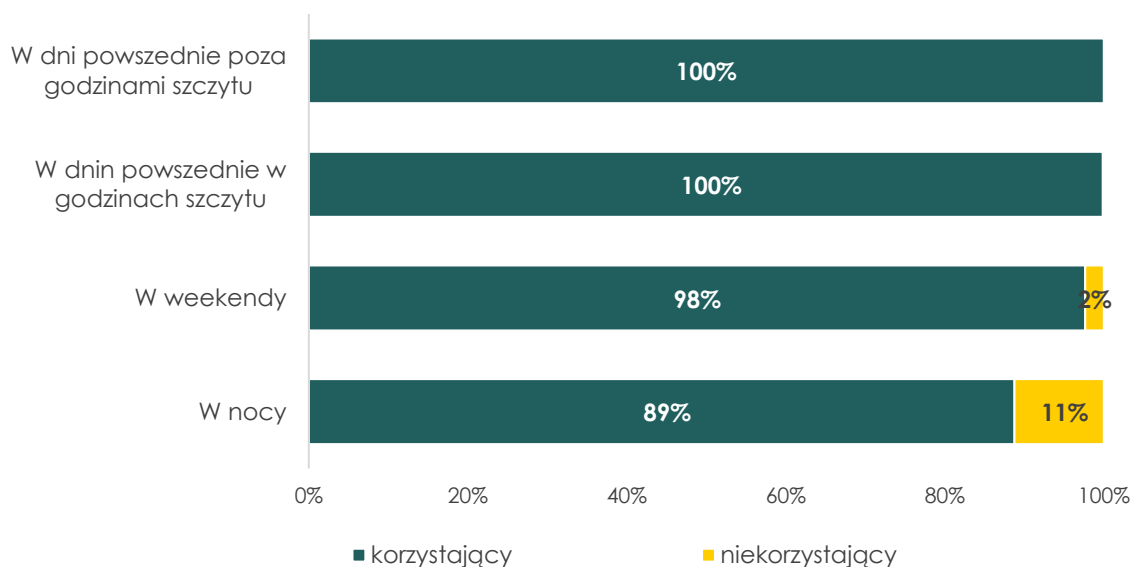
Wykres 112. Ocena zawodności pojazdów - wskaźniki



OCENA CZĘSTOTLIWOŚCI KURSOWANIA

Wszyscy respondenci zadeklarowali, iż korzystają z autobusów komunikacji miejskiej w dni powszednie zarówno poza, jak i w godzinach szczytu. Nieco niższy odsetek wskazał na weekendy – 98%, natomiast najmniej wskazań odnotowano w przypadku nocy (89%).

Wykres 113. Użytkownicy autobusów komunikacji miejskiej (oceniający częstotliwość kursowania autobusów)

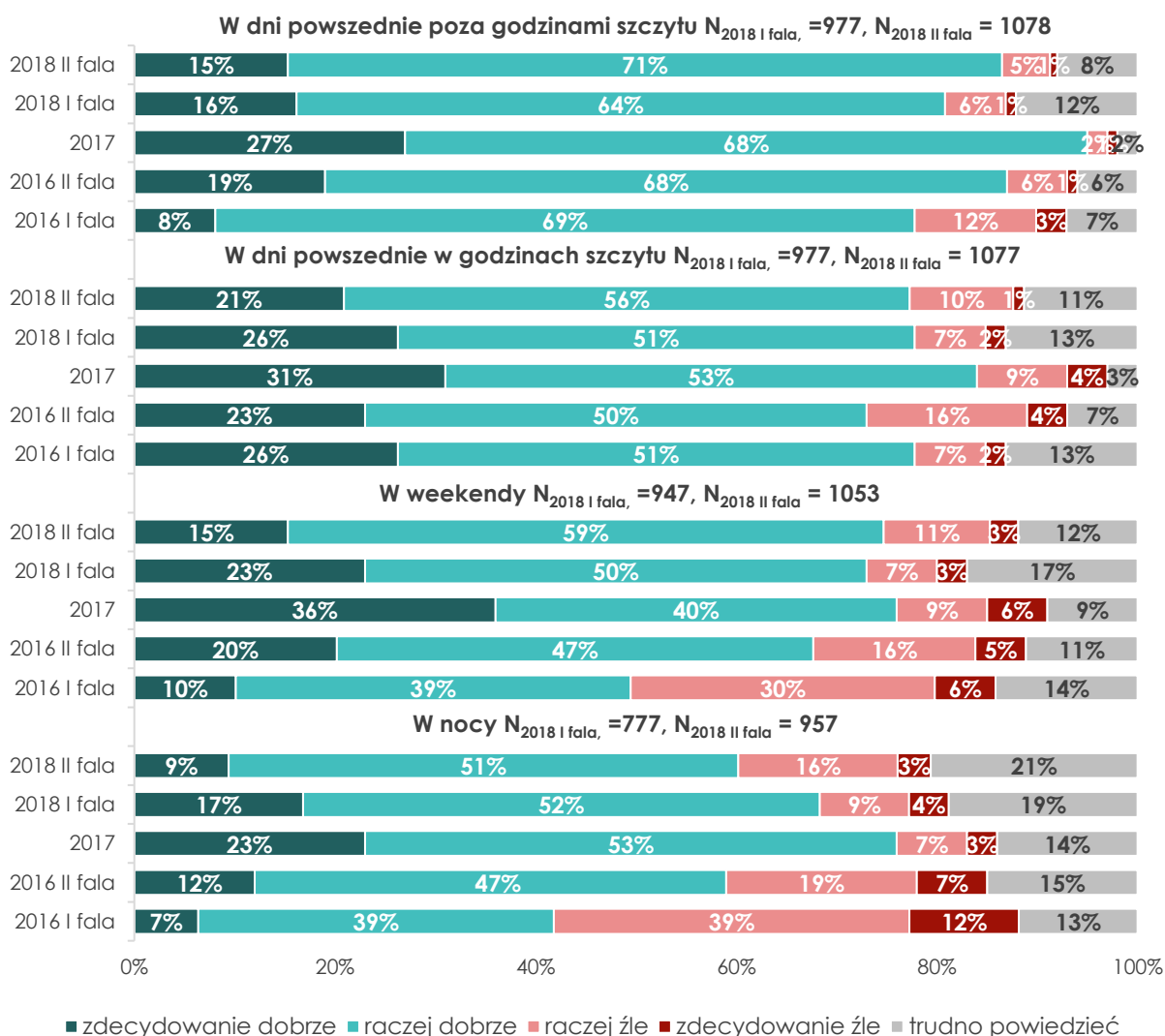


Podstawa: respondenci korzystający z autobusów, N=1078

Największe niezadowolenie z częstotliwości kursowania wyrazili pasażerowie korzystający z linii nocnych – 19% badanych wskazało na odpowiedź raczej i zdecydowanie źle. Jest to do tej pory

najgorszy odnotowany wynik, wśród klientów ZTM. Ponownie, najlepiej ocenione zostały autobusy kursujące w dni powszednie poza godzinami szczytu (86% wskazań na raczej i zdecydowanie dobrze). Ta ocena jest o 6 punktów procentowych wyższa w porównaniu do poprzedniego pomiaru.

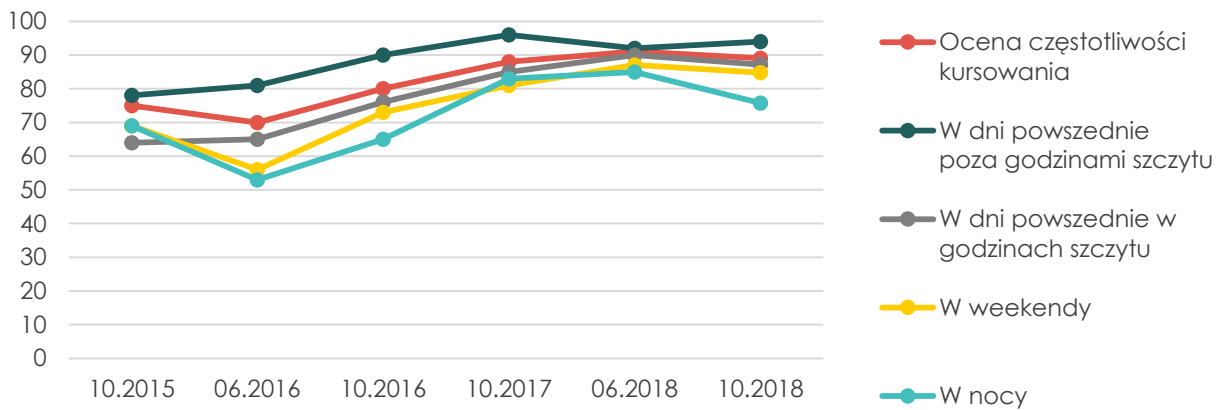
Wykres 114. Ocena częstotliwości kursowania autobusu



Podstawa: respondenci korzystający z autobusów. W 2018 r. nie brano pod uwagę odpowiedzi osób, których nie dotyczyły poszczególne odpowiedzi.

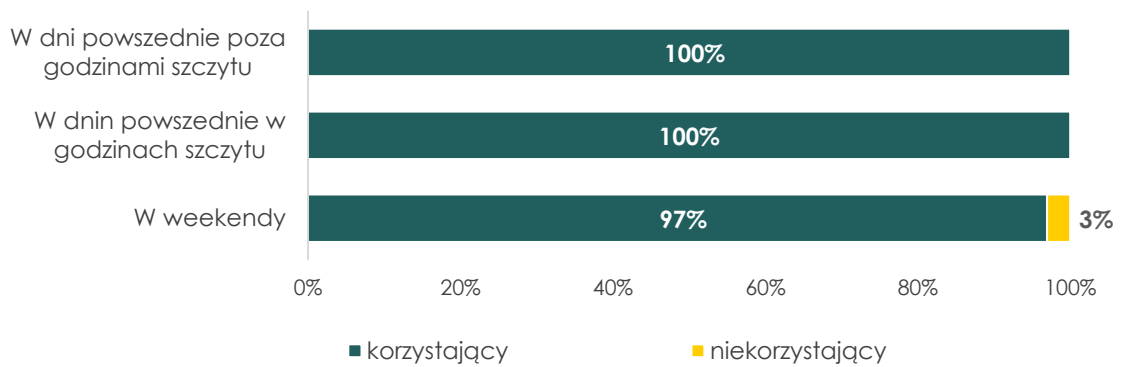
Wskaźnik ogólnej częstotliwości kursowania na liniach autobusowych spadł w stosunku do roku poprzedniego o 2 punkty, kształtując się na poziomie 89. Tendencje spadkowe wykazuje też wskaźnik dotyczący częstotliwości kursowania w nocy (spadek o 9 punktów). Pozostałe wskaźniki są stabilne w porównaniu do pomiarów czerwcowego i z października 2017.

Wykres 115. Ocena częstotliwości kursowania autobusu - wskaźniki



Wszyscy badani zadeklarowali, iż korzystają z tramwajów zarówno poza, jak i w godzinach szczytu (100%). Nieco mniejszy odsetek wskazań odnotowano w przypadku weekendów (97%).

Wykres 116. Użytkownicy tramwajów

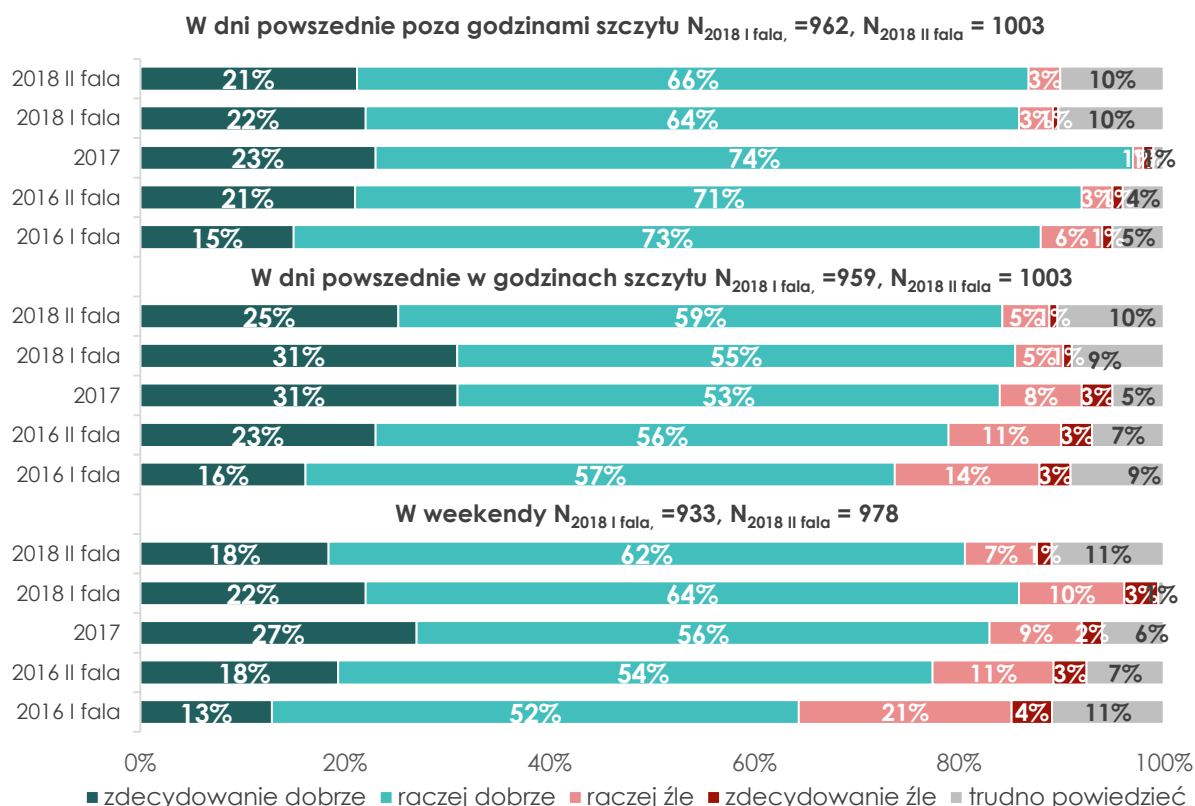


Podstawa: respondenci korzystający z tramwajów, N=965

Respondenci pozytywnie odnosili się do aspektów związanych z częstotliwością funkcjonowania linii tramwajowych. Najlepiej (na poziomie 87%) oceniana była częstotliwość kursowania w dni powszednie, zarówno poza, jak i w godzinach komunikacyjnego szczytu (84%). 8% badanych

negatywnie oceniło częstotliwość kursowania tramwajów w weekendy, czyli o 5 punktów procentowych mniej niż w poprzednim pomiarze.

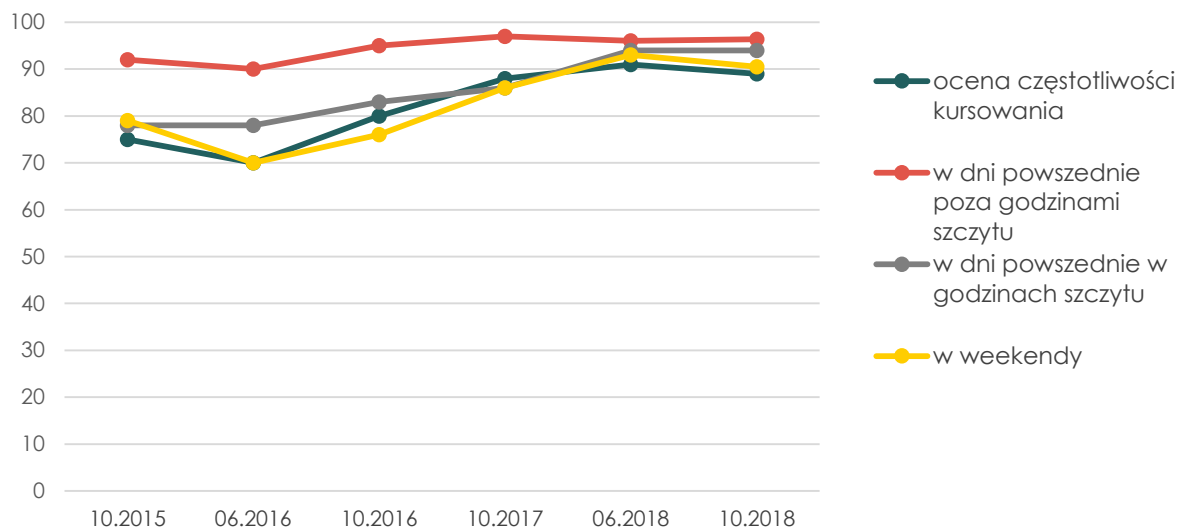
Wykres 117. Ocena częstotliwości kursowania tramwaju



Podstawa: respondenci korzystający z tramwajów. W 2018 r. nie brano pod uwagę odpowiedzi osób, których nie dotyczyły poszczególne odpowiedzi. Oznacza to, że np. osoby korzystające z tramwajów w weekendy nie wypowiedziały się na temat oceny częstotliwości kursowania tego środka komunikacji w dni powszednie.

Najwyżej oceniono częstotliwość kursowania tramwajów w dni powszednie w godzinach szczytu – 89. Jest to wynik porównywalny do wyniku otrzymanego w czerwcu tego roku. Najwyższą wartość wskaźnika otrzymano w przypadku częstotliwości kursowania w dni powszednie poza godzinami szczytu. Dodatkowo, analizując pozostałe pomiary jest to najbardziej stabilny wskaźnik. Nieznaczny spadek odnotowano w przypadku oceny częstotliwości kursowania tramwajów w weekendy (z 93 na 90).

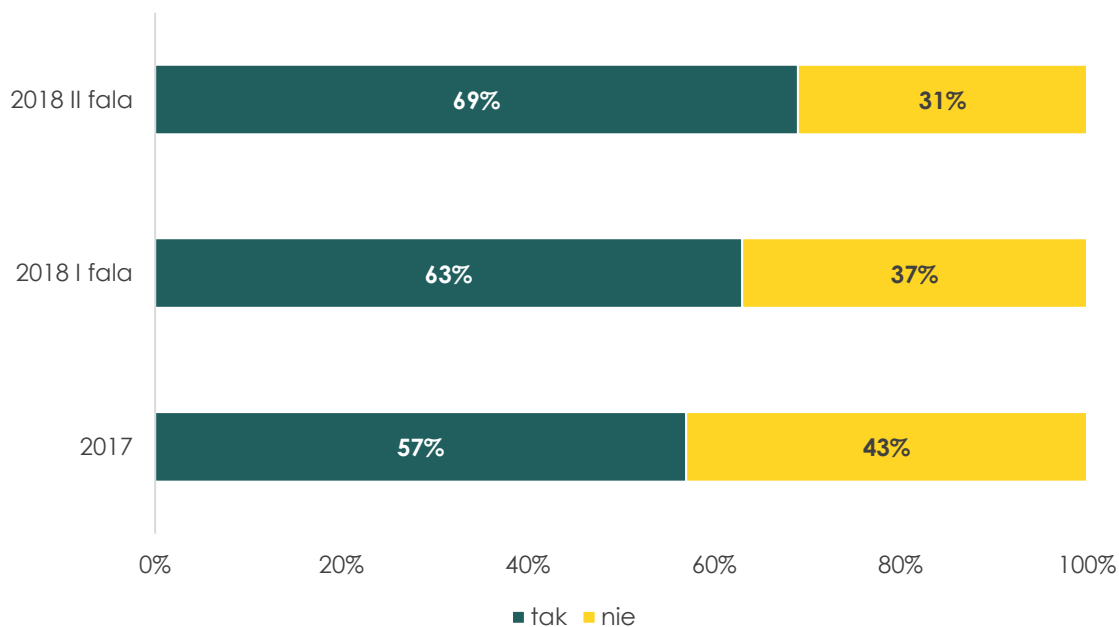
Wykres 118. Ocena częstotliwości kursowania tramwaju - wskaźniki



OCENA UKŁADU KOMUNIKACYJNEGO

69% uczestników badania twierdzi, że przesiada się w trakcie podróży. Warto zauważyć, że liczba osób przesiadających się systematycznie wzrasta.

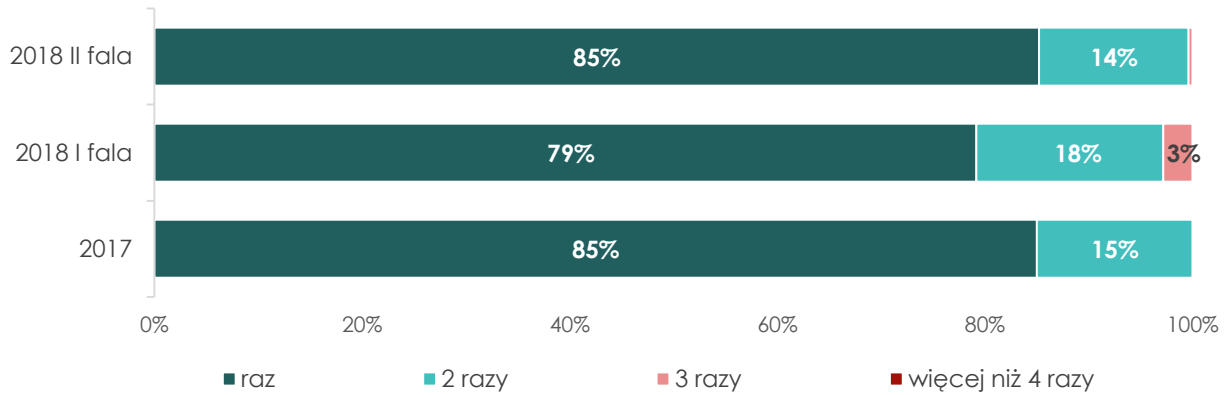
Wykres 119. Przesiadanie się w trakcie podróży



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=1072, N_{2018 II fala}=1161

Największy odsetek pasażerów (85%) przesiada się w ciągu swojej podróży jeden raz. Jest to o 6 p.p. więcej niż w poprzednim pomiarze.

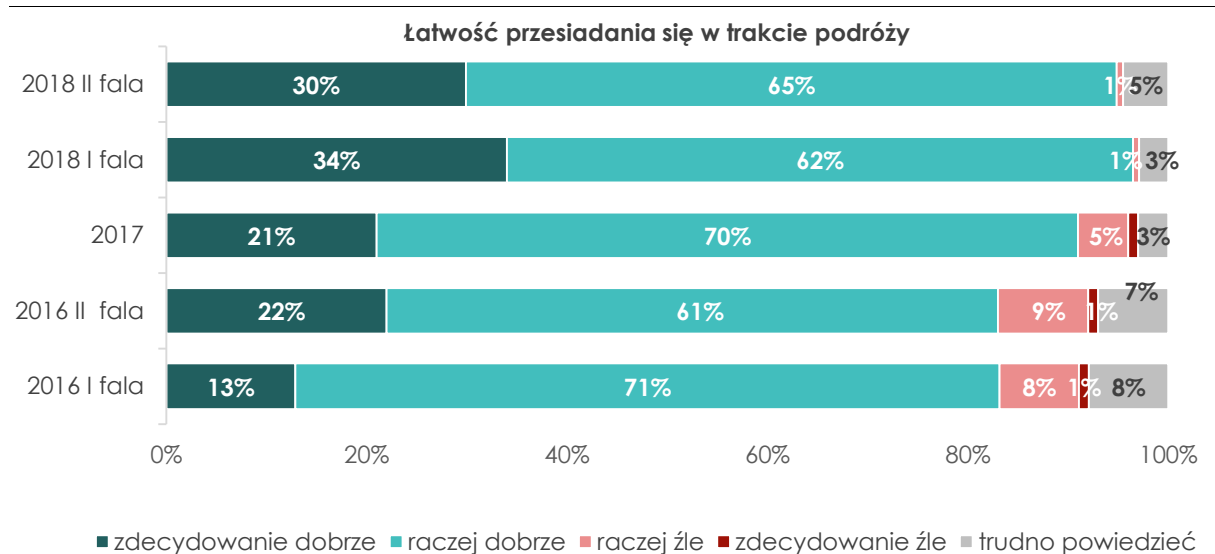
Wykres 120. Liczba przesiadek podczas podróży



Podstawa: respondenci, którzy przesiadają się podczas codziennych podróży transportem zbiorowym, N_{2018 I fala}=679, N_{2018 II fala}=799

Zdecydowana większość respondentów przyznaje, że przesiadanie się w trakcie podróży nie sprawia im większych trudności. Tego zdania jest 95% badanych.

Wykres 121. Ocena układu komunikacyjnego



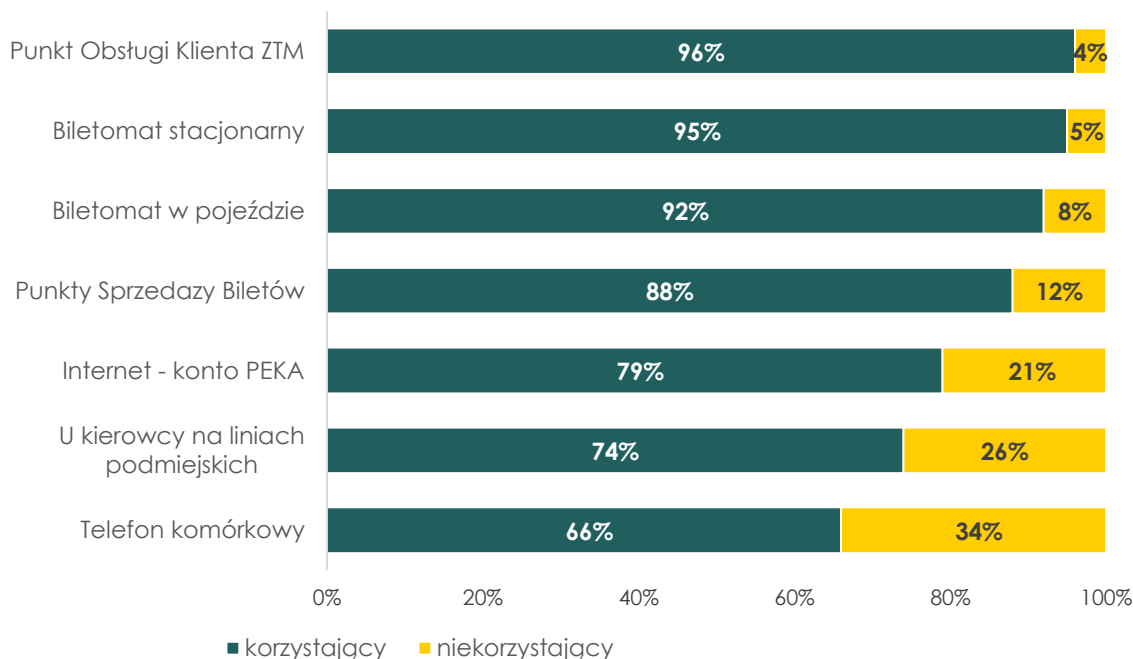
Podstawa: respondenci, którzy przesiadają się podczas codziennych podróży transportem zbiorowym, N_{2018 I fala}=679, N_{2018 II fala}=799

OCENA CEN BILETÓW

Wśród wszystkich kanałów sprzedaży biletów respondenci zadeklarowali, iż najczęściej korzystają z biletomatów stacjonarnych oraz Punktów Obsługi Klienta ZTM (po 96%). Nieco mniejszą, ale wciąż wysoką popularnością cieszą się natomiast Punkty Sprzedaży Biletów (88). Spośród

wszystkich kanałów najmniej wskazań odnotowano w przypadku zakupu u kierowcy (74%) i poprzez telefon komórkowy (66%).

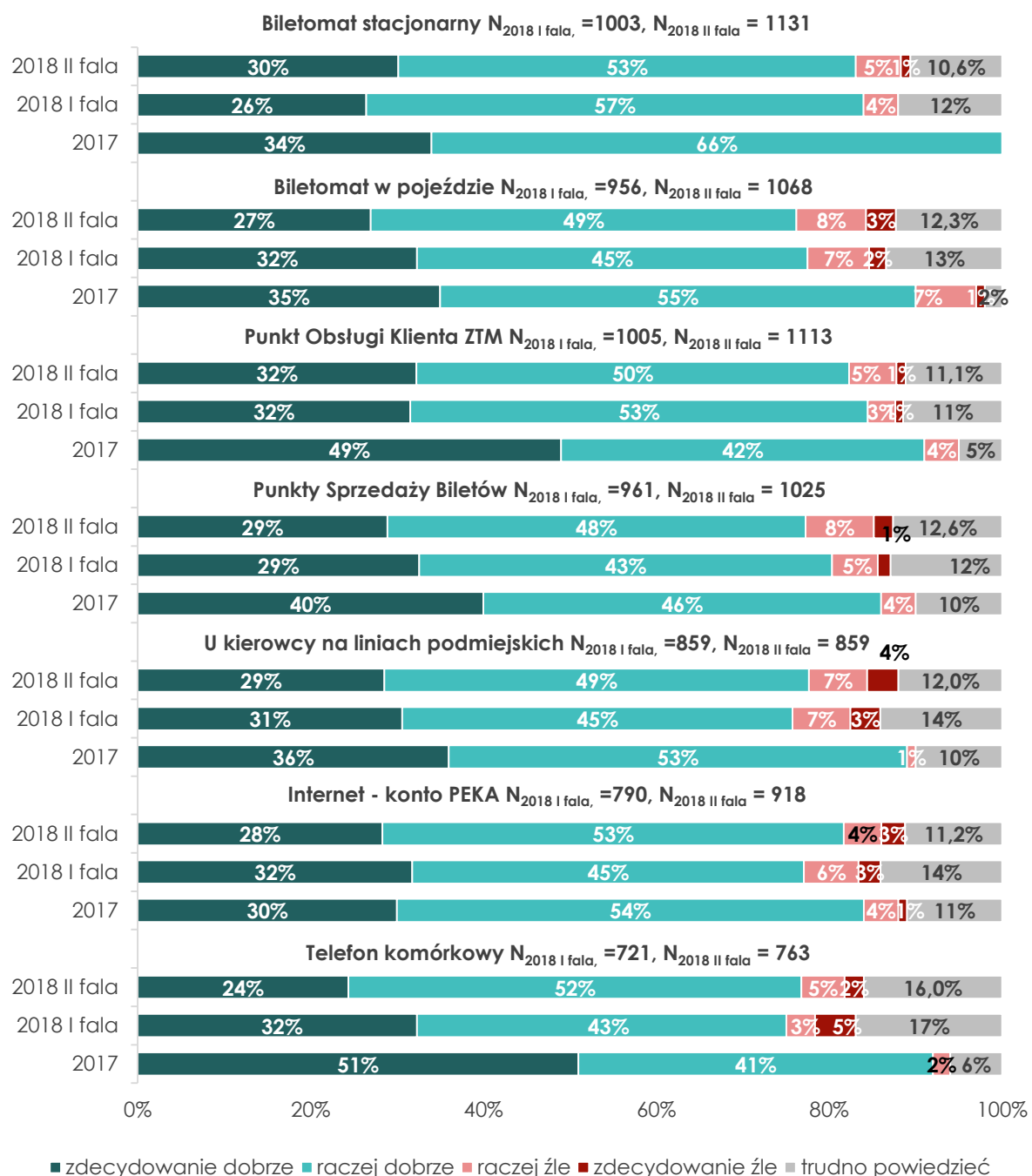
Wykres 122. Użytkownicy poszczególnych kanałów sprzedaży biletów



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N=1161

Użytkownicy komunikacji publicznej najlepiej oceniają kupno biletów w biletomatach stacjonarnych (83%) oraz Punktach Obsługi Klienta (82%). Najmniej zadowoleni są z zakupu w biletomacie w pojeździe (zagregowane odpowiedzi „raczej źle” i „zdecydowanie źle” – 11%). W porównaniu do poprzedniego roku zauważalny jest spadek zadowolenia z każdego kanału sprzedaży. W porównaniu do czerwca wyniki poszczególnych ocen prawie nie zmieniły się.

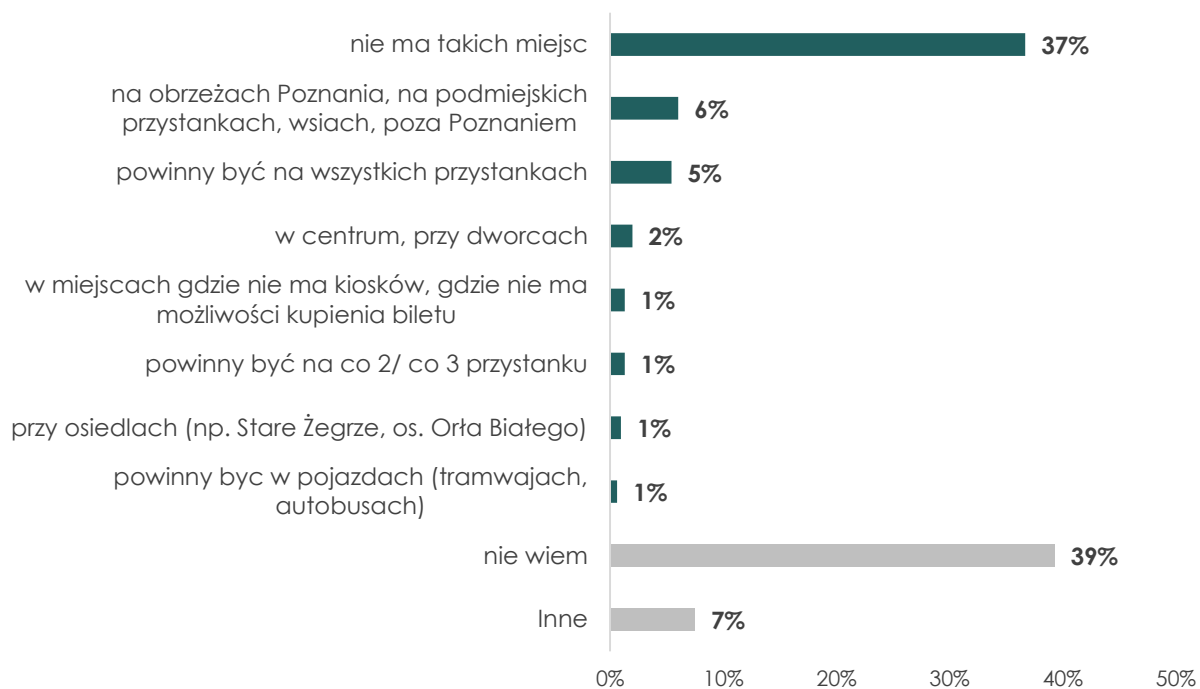
Wykres 123. Ocena kanałów sprzedaży biletów



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej z wyłączeniem osób, które odpowiedziały „nie wiem/nie korzystam”

Respondenci zapytani czy ich zdaniem są jeszcze miejsca w Aglomeracji Poznańskiej, gdzie należałoby postawić nowe biletomaty lub uruchomić punkty sprzedaży biletów twierdzili, że – ich zdaniem - nie ma takich miejsc (37%). Blisko 6% badanych wskazało, że powinno być więcej biletomatów na obrzeżach miasta.

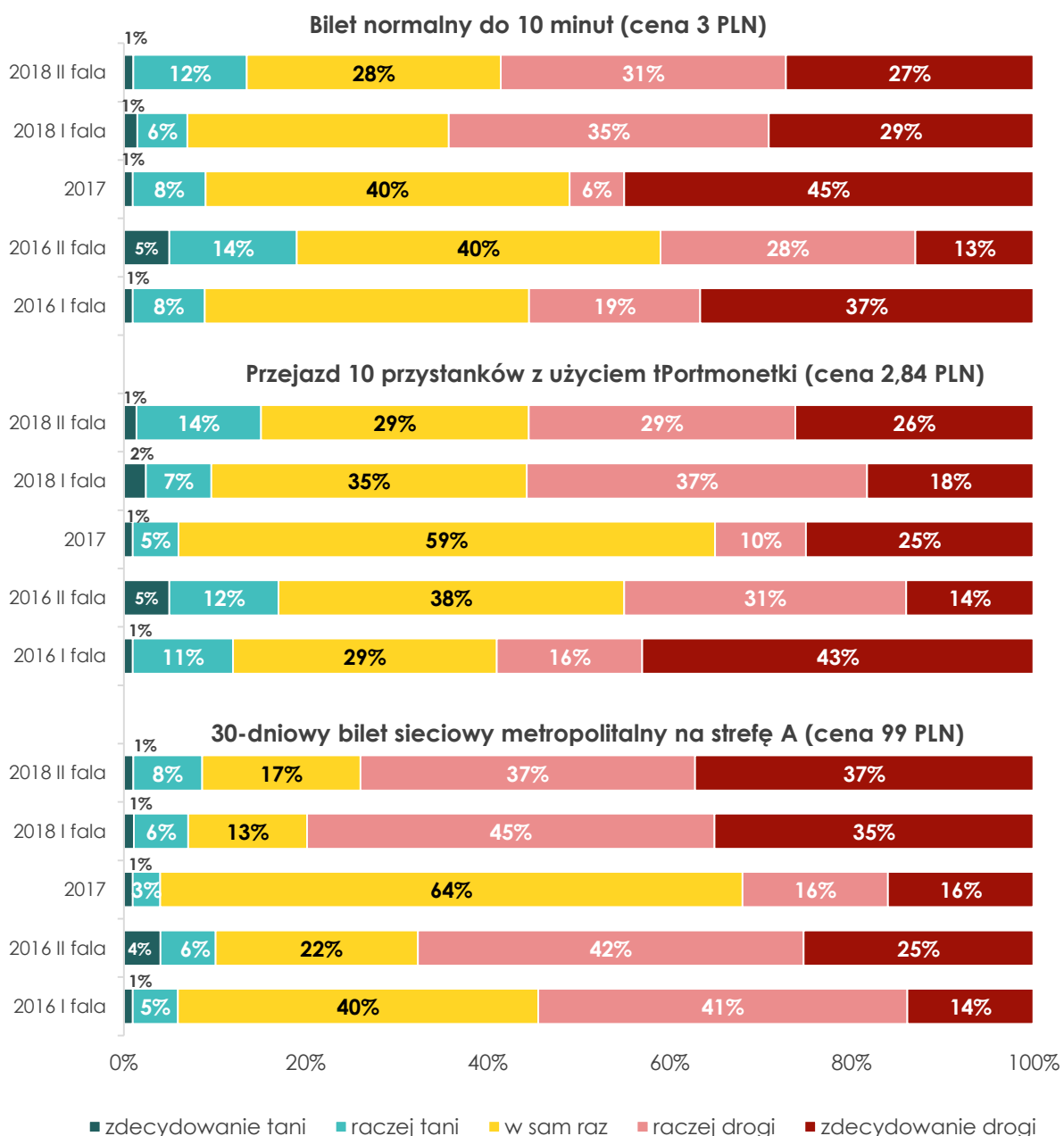
Wykres 124. Miejsca w Aglomeracji Poznańskiej, gdzie należałoby postawić nowe biletomaty lub uruchomić punkt sprzedaży biletów



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N=1161

Respondenci poproszeni o ocenę cen biletów w większości uznali, że 30-dniowy bilet sieciowy metropolitalny na strefę A w cenie 99 zł jest zbyt drogi (74% odpowiedzi negatywnych). Uzyskane wyniki są porównywalne do tych otrzymanych w czerwcu tego roku. Najkorzystniej został oceniony bilet na 10 przejazdów z użyciem tPortmonetki, 15% osób oceniło ten bilet jako tani.

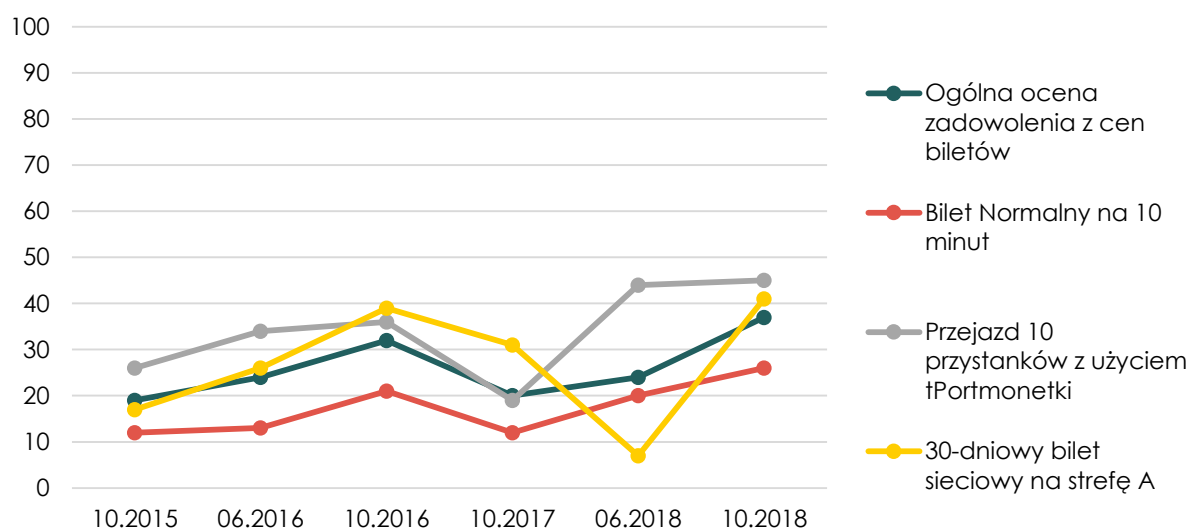
Wykres 125. Ocena cen biletów



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, $N_{2018\ I\ fala}=1072$, $N_{2018\ II\ fala}=1161$

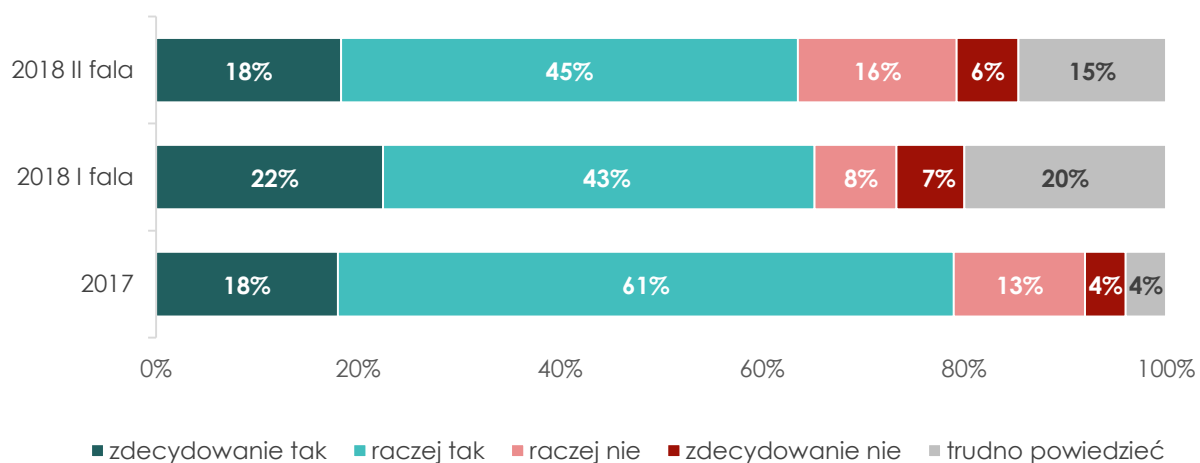
Wskaźniki ocen cen biletów na przestrzeni ostatnich dwóch lat badań charakteryzują się dużą zmiennością. Po bardzo niskich poziomach widocznych w październiku 2017 roku wskaźniki odbiły do góry w badaniu z bieżącego roku. Ogólna ocena zadowolenia z cen biletów wzrosła do 37 punktów, ocena ceny biletu normalnego na 10 minut wzrosła do 26 punktów, a ocena ceny biletu za przejazd 10 przystanków z użyciem tPortmonetki wzrosła do 45 punktów. Znaczny wzrost odnotowano w przypadku sieciowego biletu 30-dniowego na strefę A – z 7 punktów (w I fali) do 41.

Wykres 126. Ocena cen biletów - wskaźniki



Osoby biorące udział w badaniu zostały zapytane, jakie jest ich zainteresowanie możliwością zakupu biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej. Odsetki są porównywalne do tych otrzymanych w czerwcu tego roku.

Wykres 127. Zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, $N_{2018\ I\ fala}=1072$, $N_{2018\ II\ fala}=1161$

4.1.4. INFORMACJA PASAŻERSKA

ŹRÓDŁA INFORMACJI DOTYCZĄCE KORZYSTANIA ZE ŚRODKÓW TRANSPORTU

Wzorem lat ubiegłych, pasażerowie ZTM Poznań zostali zapytani o to, z jakich źródeł korzystają podczas poszukiwania informacji na temat środków transportu publicznego. Mogli wybrać trzy najważniejsze odpowiedzi. W roku 2018 wciąż stosunkowo duża część pasażerów wskazywała stronę internetową ZTM (38%), informacje na przystankach (36%) czy media społecznościowe

(24%). W porównaniu z I falą odnotowano nieznaczny spadek odsetka osób korzystających z mediów społecznościowych (spadek o 3%).

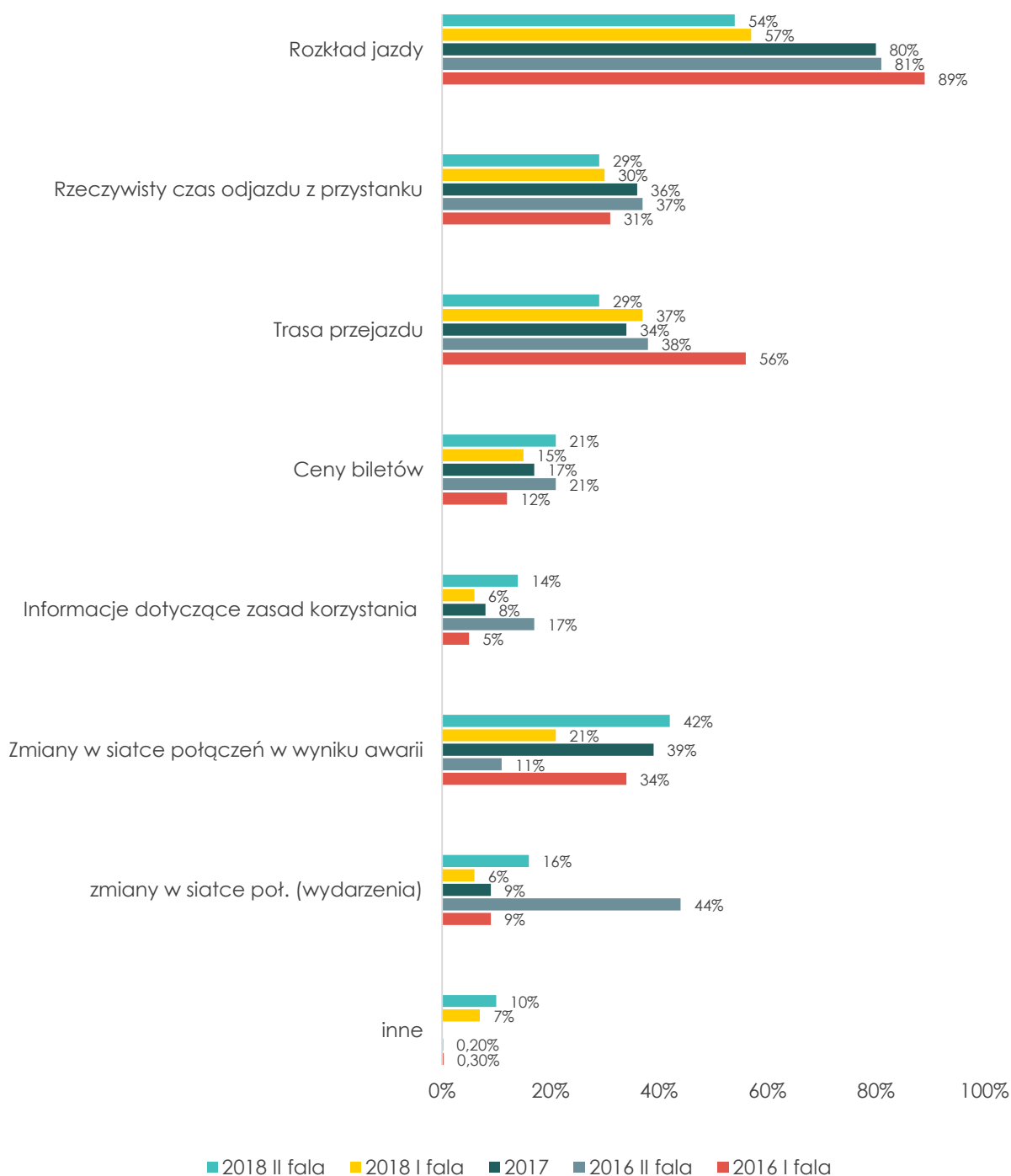
Wykres 128. Źródła informacji dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, $N_{2018\ I\ fala}=1072$, $N_{2018\ II\ fala}=1161$

Respondenci zostali zapytani również o to, jakich informacji dotyczących korzystania ze środków transportu publicznego poszukują najczęściej (możliwość wyboru 3 najważniejszych odpowiedzi). Przeważająca część pasażerów (54%) szuka informacji na temat rozkładu jazdy. Jest to jednak mniej o 3 punkty procentowe w stosunku do I fali 2018r. W porównaniu do I fali więcej pasażerów w poszukuje informacji o zmianach w siatce połączeń w wyniku awarii (42%, wzrost o 21 punktów procentowych). Wciąż duża liczba respondentów szuka informacji na temat rzeczywistego czasu odjazdu z przystanku (29%), tras przejazdu (29%) oraz cen biletów (21%).

Wykres 129. Poszukiwane informacje dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego

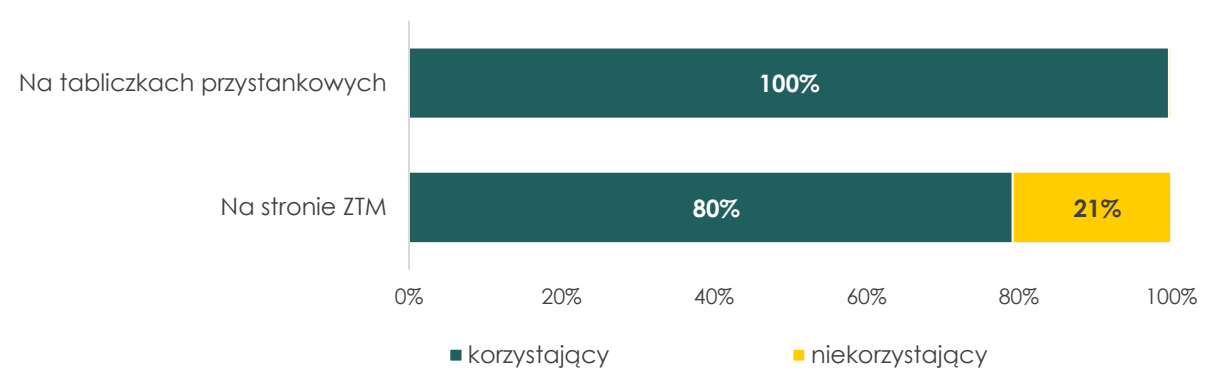


Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, $N_{2018\ I\ fala}=1072$, $N_{2018\ II\ fala}=1161$

OCENA CZYTELNOŚCI ROZKŁADÓW JAZDY

Z deklaracji wynika, że wszyscy respondenci w celu sprawdzenia rozkładów jazdy korzystają z tabliczek przystankowych (100%). W przypadku strony ZTM odnotowano 80% użytkowników.

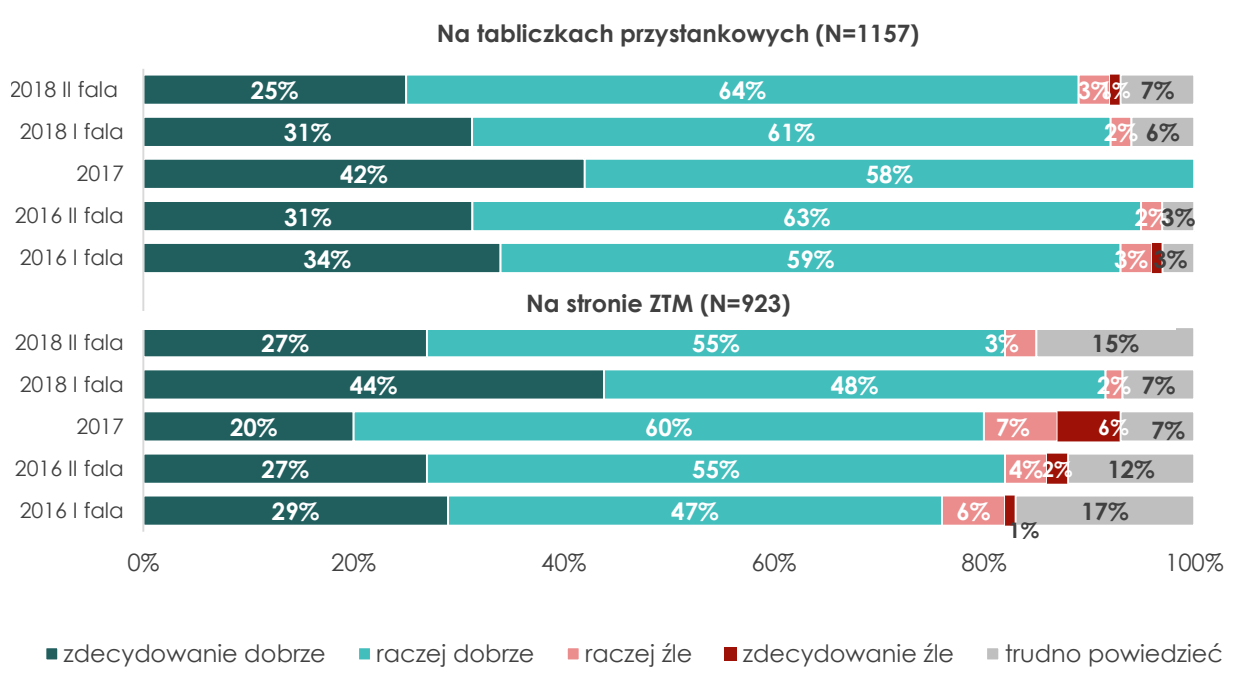
Wykres 130. Użytkownicy rozkładów jazdy



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N=1161

Ogólna czytelność rozkładów jazdy została oceniona pozytywnie. Czytelność rozkładów na tabliczkach przystankowych została oceniona pozytywnie przez 89% respondentów. Czytelność rozkładów jazdy na stronie internetowej ZTM została oceniona nieznacznie gorzej od tabliczek przystankowych – 82% (zagregowane oceny: zdecydowanie dobrze i raczej dobrze).

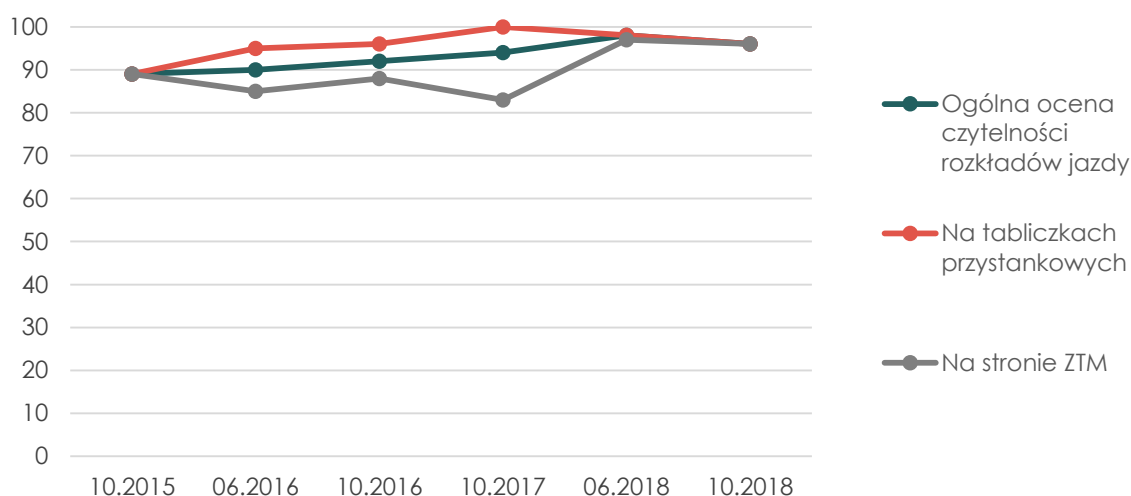
Wykres 131. Ocena czytelności rozkładów jazdy



Podstawa: respondenci korzystający z komunikacji miejskiej, z analizy wyłączono wskazane odpowiedzi „nie dotyczy”.

Ogólna ocena czytelności rozkładów jazdy wynosi 96 punktów. W stosunku do wyników badania z I fali, wskaźnik spadł o 2 punkty (z 98 punktów)

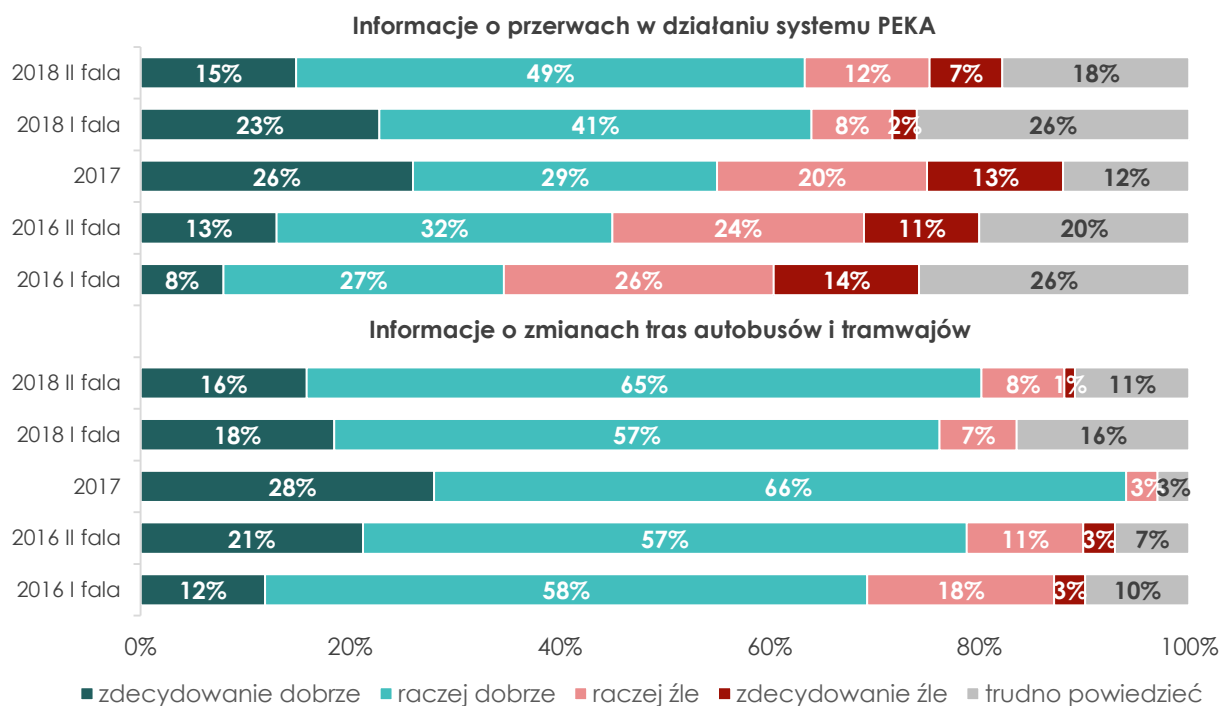
Wykres 132. Ocena czytelności rozkładów jazdy – wskaźniki



OCENA INFORMACJI NA TEMAT AWARII I WYNIKAJĄCYCH Z NICH ZMIAN W TRASACH AUTOBUSÓW I TRAMWAJÓW

Wzorem lat ubiegłych, respondenci zostali poproszeni o ocenę informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów oraz tramwajów. Najwyższą ocenę – 81% pozytywnych wskazań – uzyskały informacje o zmianach tras autobusów i tramwajów. Nieco niżej ocenione zostały informacje nt. przerw w działaniu systemu PEKA-

Wykres 133. Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów

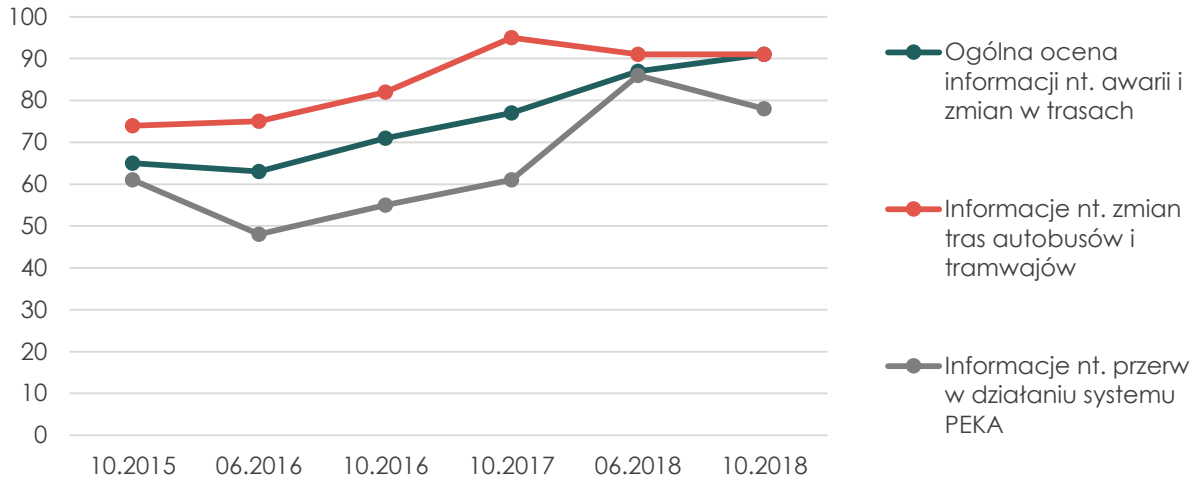


Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=1072, N_{2018 II fala}=1161

Ogólna ocena informacji na temat awarii i wynikających z nich zmian w trasach wynosi 91 punktów. W stosunku do poprzedniej fali badania wskaźnik ten wzrósł o 4 punkty. Zauważalny jest

spadek wskaźnika informacji nt. przerw w działaniu systemu PEKA (o 8 punktów). Wskaźnik informacji nt. zmian tras autobusów i tramwajów pozostał na niezmiennym poziomie 91 punktów.

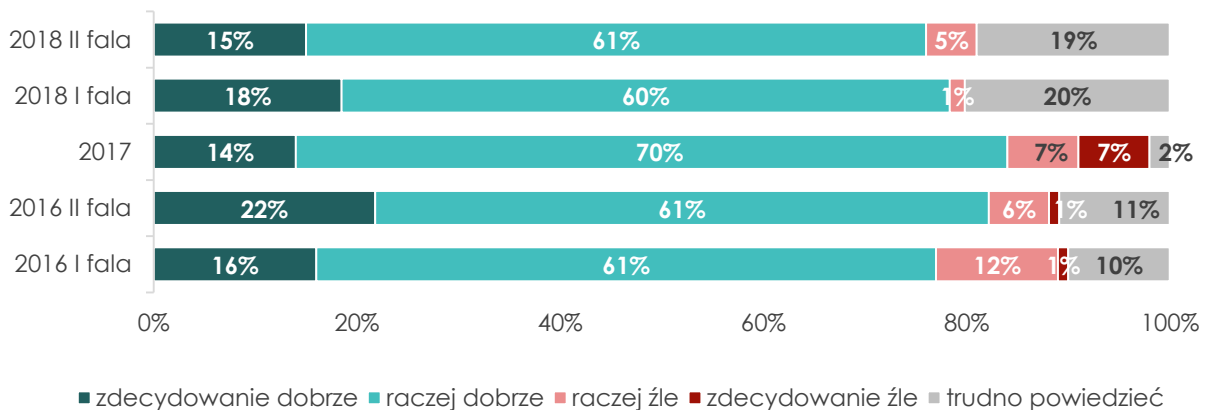
Wykres 134. Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów – wskaźniki



OCENA INFORMACJI O CENACH USŁUG PRZEWOZOWYCH

Na przestrzeni ostatnich lat respondenci pytani byli o ocenę informacji na temat cen usług przewozowych. Najwięcej pozytywnych odpowiedzi było w roku 2017 (84%). Podczas najnowszej fali badania wynik ten spadł o 8 p.p

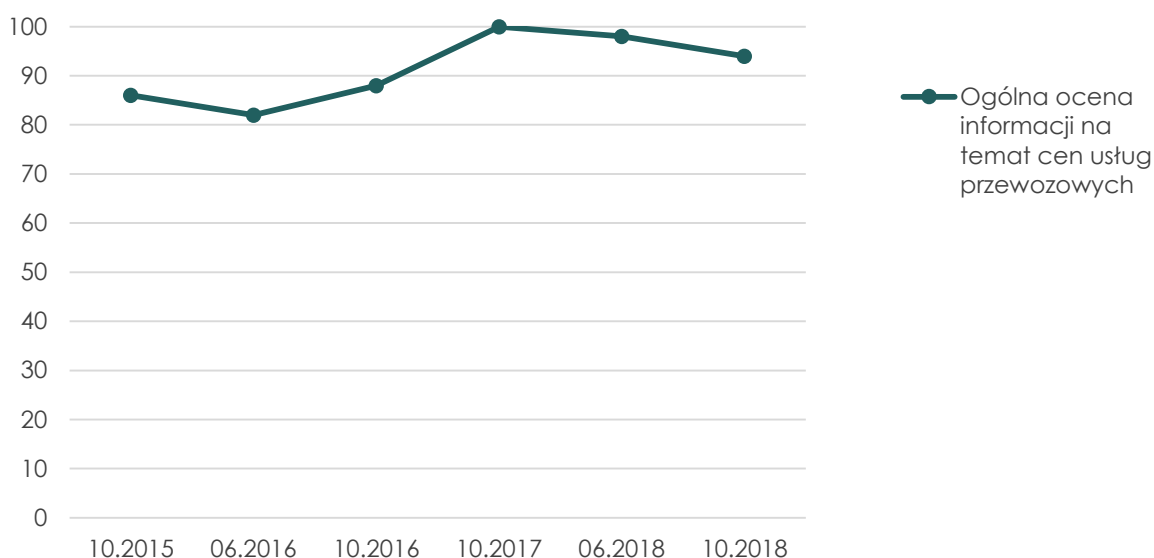
Wykres 135. Ocena informacji na temat cen usług przewozowych



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, N_{2018 I fala}=1072, N_{2018 II fala}=1161

Wskaźnik ogólnej oceny informacji na temat cen usług przewozowych osiągnął w obecnym badaniu nieco niższe wartości niż w roku ubiegłym. Względem poprzedniego pomiaru wskaźnik zmalał o 4 punkty.

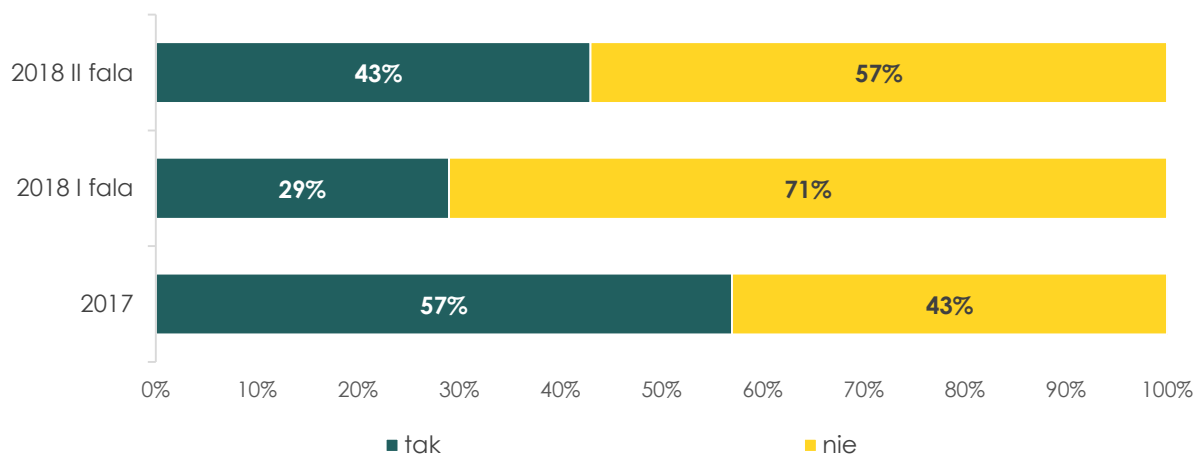
Wykres 136. Ocena informacji pasażerskiej o cenach usług przewozowych – wskaźniki



OCENA INFORMACJI NA STRONIE INTERNETOWEJ ZTM

Ponad 43% respondentów deklaruje, że korzysta ze strony internetowej ZTM (www.ztm.poznan.pl). Jest to więcej niż w badaniu poprzednim. Różnica wynosi 14 pp.

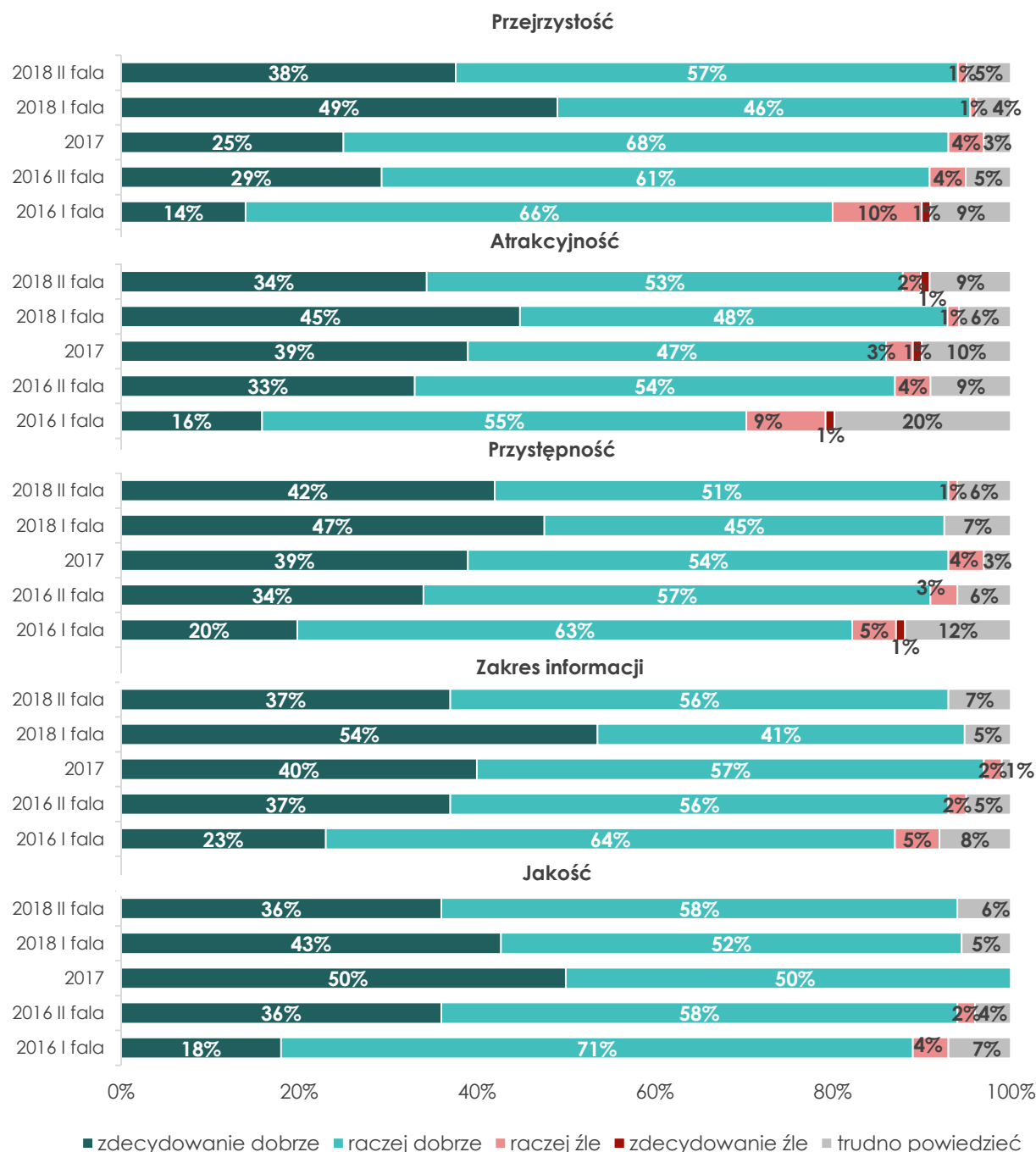
Wykres 137. Osoby korzystające ze strony internetowej ZTM



Podstawa: osoby korzystające z komunikacji miejskiej, w 2018 r. $N_{2018\ I\ fala}=1072$, $N_{2018\ II\ fala}=1161$

Uczestnicy badania zostali poproszeni także o ocenę poszczególnych aspektów informacji na stronie Zarządu Transportu Miejskiego. Wszystkie zostały ocenione pozytywnie, na poziomie minimum 87%. Najwyższy wynik (94%) osiągnęły: przejrzystość oraz jakość. Wystawione oceny były na podobnym poziomie co w przypadku poprzednich badań.

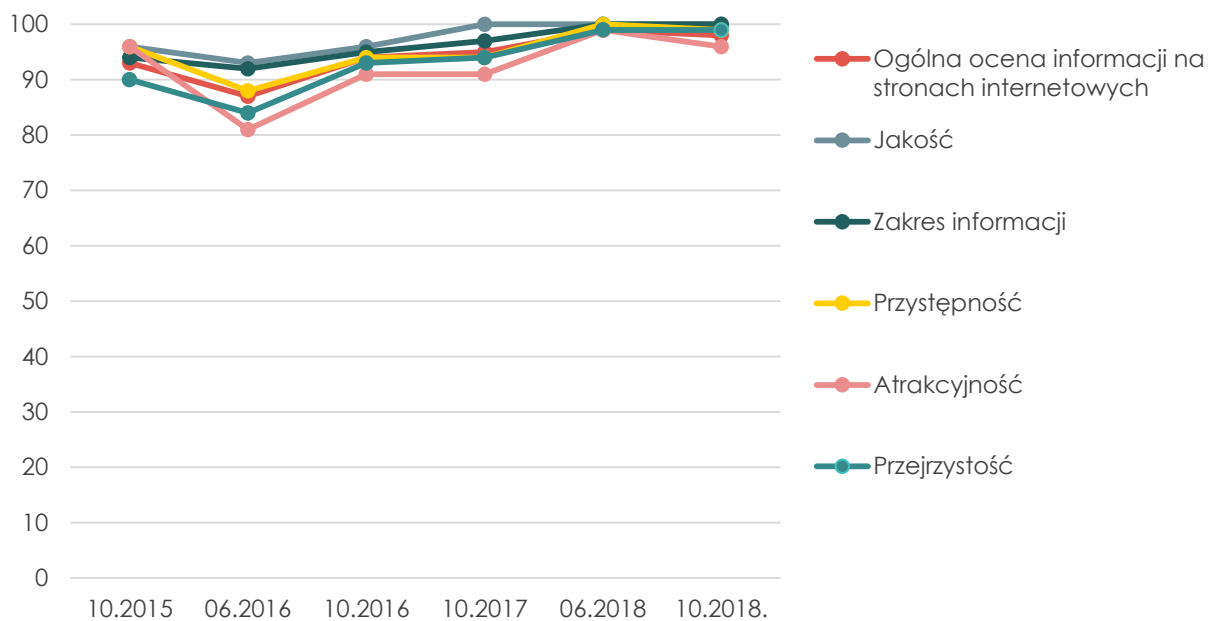
Wykres 138. Ocena informacji na stronie internetowej ZTM



Podstawa: osoby korzystające ze strony internetowej ZTM, N_{2018 I fala}=309, N_{2018 II fala}=497

W najnowszej fali badania odnotowano spadek w niektórych wskaźnikach dotyczących oceny informacji na stronach internetowych. W przypadku ogólnego wskaźnika jego wartość wyniosła 98 punktów (spadek o 1 punkt w porównaniu z poprzednim badaniem). Pomimo niewielkich spadków w poszczególnych aspektach nadal odnotowano wysokie wartości: jakość - 100, zakres informacji - 100, przystępność - 99, atrakcyjność - 96 oraz przejrzystość - 99.

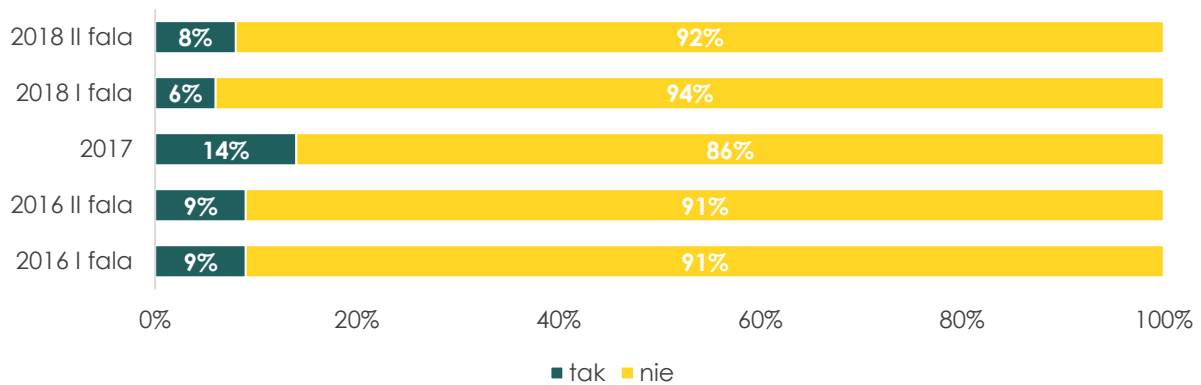
Wykres 139. Wskaźnik ogólnej oceny informacji na stronach internetowych



4.2. Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego

W najnowszej fali badania w 2018 roku odsetek osób korzystających z Poznańskiego Roweru Miejskiego wśród osób biorących udział w badaniu wyniósł 8%. Jest wzrost liczby osób korzystających z tego środka komunikacji w porównaniu z poprzednim badaniem z tego roku, natomiast spadek w porównaniu z poprzednimi badaniami. Porównując do roku poprzedniego jest to spadek o 6 punktów procentowych.

Wykres 140. Korzystanie z Poznańskiego Roweru Miejskiego

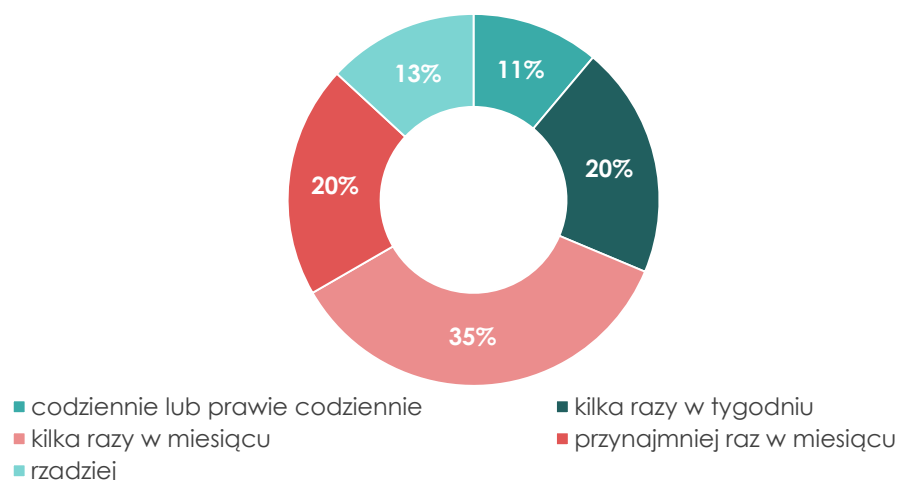


Podstawa: wszyscy respondenci, $N_{2018 \text{ I fala}}=1200$, $N_{2018 \text{ II fala}}=1230$

Respondenci korzystający z Poznańskiego Roweru Miejskiego najczęściej korzystają z niego kilka razy w miesiącu (35%). 13% badanych korzysta z niego codziennie lub prawie codziennie. Respondenci korzystający kilka razy w tygodniu i przynajmniej raz w miesiącu podzielili się po równo, te dwie grupy stanowią po 20%.

Pytanie zostało skierowane wyłącznie do respondentów, którzy korzystali z Poznańskiego Roweru Miejskiego. Ze względu na niski odsetek respondentów, którzy odpowiedzieli na pytanie, przedstawione dane należy traktować poglądowo.

Wykres 141. Częstotliwość korzystania z Poznańskiego Roweru Miejskiego

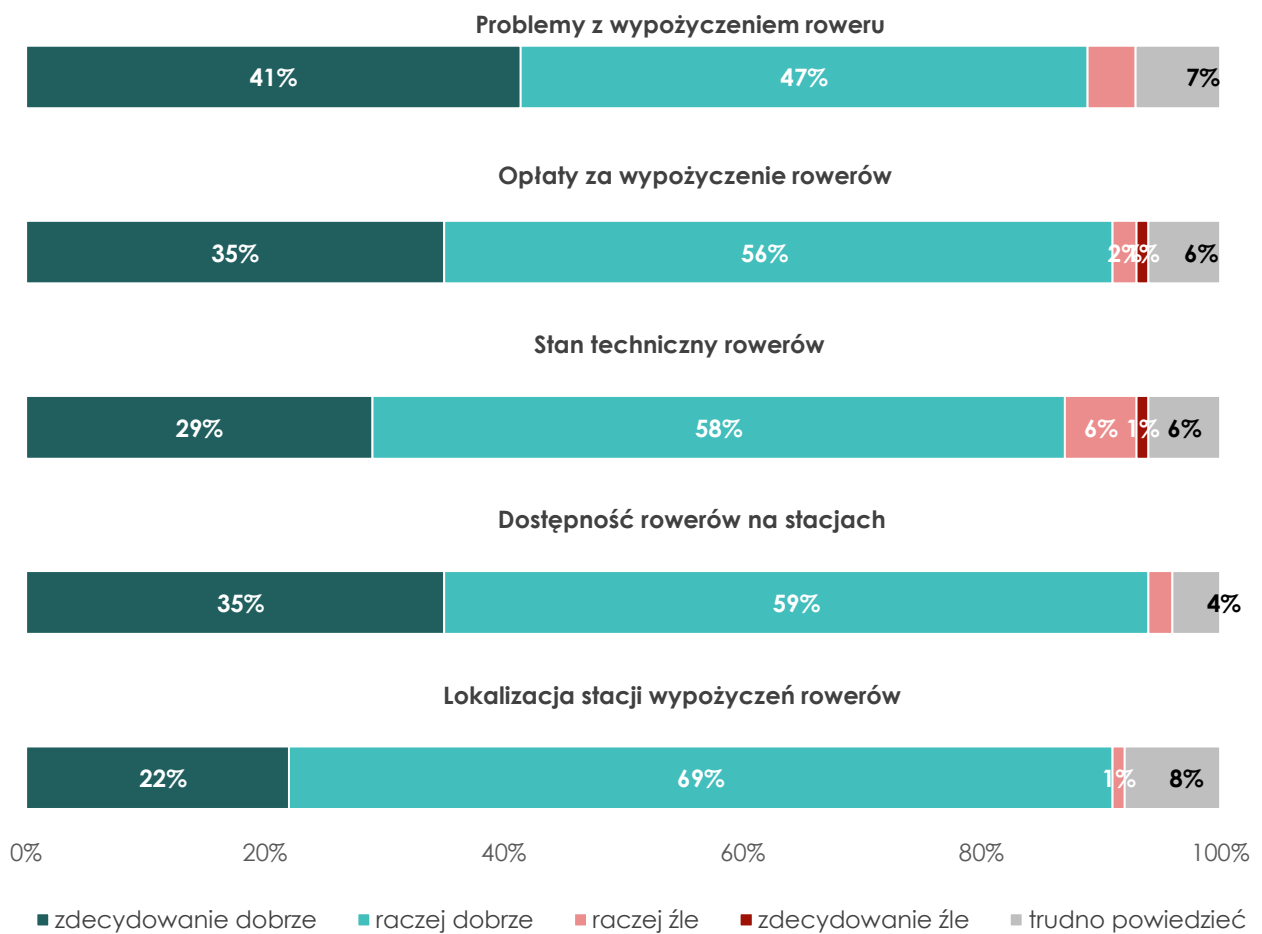


Podstawa: respondenci, którzy korzystają z Poznańskiego Roweru Miejskiego $N=99$

Ankietowani, będący jednocześnie użytkownikami Poznańskiego Roweru Miejskiego zostali poproszeni o jego ocenę w 5 aspektach: problemów z wypożyczeniem roweru, opłat za wypożyczenie, stanu technicznego rowerów, dostępności rowerów na stacjach i lokalizacji stacji wypożyczenia rowerów. Respondenci w większości byli zgodni co do ocen aspektów, zwykle wypowiadając się w sposób pozytywny. Najlepiej ocenione zostały aspekty takie jak: dostępność rowerów na stacjach (94% pozytywnych odpowiedzi, wzrost o 5 p.p. względem poprzedniej fali) oraz lokalizacja wypożyczalni rowerów (91% pozytywnych odpowiedzi, wzrost o 3 p.p. względem poprzedniej fali).

Pytanie zostało skierowane wyłącznie do respondentów, którzy korzystali z Poznańskiego Roweru Miejskiego.

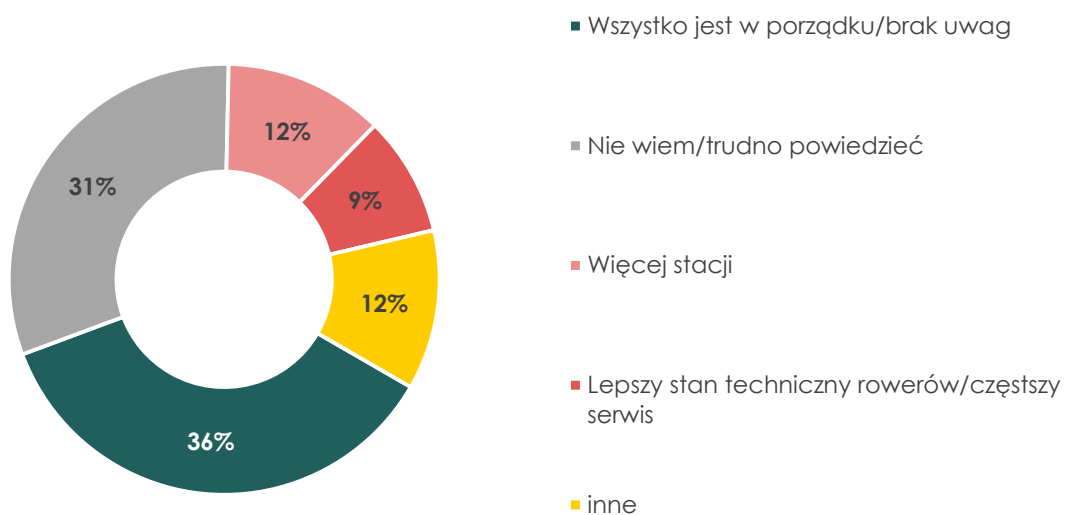
Wykres 142. Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego



Podstawa: respondenci, którzy korzystają z Poznańskiego Roweru Miejskiego N=99

Respondenci korzystający z PRM zostali poproszeni o zaproponowanie rozwiązań mających na celu usprawnienie Poznańskiego Roweru Miejskiego. Większość z nich (36%) odpowiedziało, że nie ma żadnych uwag i wszystko jest w porządku. 12% respondentów zaproponowało stworzenie większej liczby stacji. Z kolei 9% badanych sugeruje poprawę stanu rowerów oraz ich częstszy serwis.

Wykres 143. Rozwiązania mające na celu usprawnienie Poznańskiego Roweru Miejskiego



Podstawa: respondenci, którzy korzystają z Poznańskiego Roweru Miejskiego N=99

5. PODSUMOWANIE

Korzystanie z karty PEKA

- W porównaniu do poprzedniej fali badania spadł odsetek osób deklarujących brak posiadania karty PEKA wśród ankietowanych - z **25% do 8%**. **Wzrósł** natomiast odsetek respondentów **korzystających z biletu okresowego** (z 54% na 58%).
- Ponad połowa respondentów **nie zauważyła wad** systemu PEKA, za to największymi **zaletami są wygoda i oszczędność pieniędzy**.

Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży

- W porównaniu do poprzednich edycji badania w tym roku odnotowano wzrost wskaźników satysfakcji w trzech badanych kanałach sprzedaży jak Punkty Obsługi Klienta, Punkty Sprzedaży Biletów oraz biletomaty.
- W ciągu ubiegłego roku kontakt z Punktem Obsługi Klienta miało **90%** ankietowanych respondentów, natomiast **10%** wskazało, iż nie kontaktowało się z nim w żaden sposób (osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy).
- Wskaźnik ogólnej oceny dostępności Punktów Obsługi Klienta przyjął w tym roku wartość najwyższą spośród wszystkich edycji badania.
- We wszystkich edycjach badania aspekty związane z oceną kompetencji i kultury osobistej wśród osób zatrudnionych w Punktach Obsługi Klienta oceniane były wysoko.
- **Tylko 7% respondentów napotkało trudności** przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA w PSB. Osoby biorące udział w badaniu satysfakcji klienta ZTM za największą niedogodność związaną z efektywnością obsługi w Punktach Sprzedaży Biletów uznali brak możliwości kupna biletu w weekendy lub dni świąteczne oraz brak możliwości zakupu biletu w nocy ze względu na zamknięcie kiosku bądź sklepu.
- Wskaźnik ogólnej oceny biletomatów we wszystkich edycjach badania wahał się na poziomie 70-96 punktów. W II fali tegorocznego badania przyjął wartość 96 punktów, co oznacza wzrost względem I fali 2018 o 2 punkty.

Ocena jakości obsługi klienta

- W porównaniu do poprzedniej edycji badania, w II fali **odnotowano spadek wskaźnika dotyczącego Biura Obsługi Klienta**. W przypadku wskaźnika Kontrola Biletów, wskaźnik ten plasował się na poziomie 93 punktów, co oznacza wzrost względem I fali 2018 o 9 punktów.
- W minionym roku kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z jednym z Biur Obsługi Klienta funkcjonujących w Poznaniu miało **27% respondentów**. 73% zadeklarowało natomiast, iż nie kontaktowało się z BOK.
- Respondenci bardzo wysoko ocenili kompetencje i kulturę osobistą pracowników BOK, udzielając przynajmniej 96% pozytywnych opinii wszystkim badanym aspektom. Jest to duży wzrost zważywszy na fakt, że w badaniu przeprowadzonym w roku 2015 pozytywne wypowiedzi respondentów na analizowane aspekty mieściły się w przedziale pomiędzy 62% a 78%.
- Wskaźnik **oceny efektywności obsługi** BOK w tegorocznej edycji badania przyjął wartość o 3 punkty wyższą niż w badaniu poprzednim (10.2018 – 98; 06.2018 – 95). Jest to **najwyższa wartość wskaźnika** spośród wszystkich edycji pomiarów.

- **62% spośród z badanych zostało skontrolowanych** w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM. Widoczny jest spadek negatywnych opinii zarówno na temat wzbudzania zaufania przez kontrolerów jak i ich uprzejmości w porównaniu badaniem poprzednim (kolejno wzrost pozytywnych opinii o 15 i 10 punktów procentowych).

Warunki sprzedaży – Internet (PEKA)

- Funkcjonowanie systemu PEKA w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej pozytywnie oceniło **58%** internautów.
- Co trzeci badany (**34%**) korzysta ze strony internetowej PEKA kilka razy w miesiącu, kilka razy w tygodniu korzysta 19%, natomiast codziennie/prawie codziennie **8%**. Respondenci za pośrednictwem strony najczęściej **kupują bilet okresowy/doładowują tPortmonetkę, poszukują informacji o stanie środków na tPortmonetce oraz terminie ważności biletu okresowego.**
- **54%** respondentów pozytywnie oceniło funkcjonowanie strony internetowej www.peka.poznan.pl, przy czym zaznaczyć należy, iż **57%** z nich zetknęło się również z różnego rodzaju błędami lub problemami technicznymi w jej obrębie.
- Najbardziej pozytywnym aspektem funkcjonowania strony PEKA, zdaniem badanych, jest przede wszystkim **możliwość zakupu biletu czy doładowania konta** za jej pośrednictwem. W przypadku aspektów negatywnych respondenci najczęściej wskazywali na obawę, iż ich dane osobowe nie są chronione (37%) oraz na problem ze znalezieniem informacji, które ich interesują (30%).
Aspekt oceny jakości obsługi internetowej, tak jak i wskaźniki na niego się składające znalazły odbicie na wykresie po II fali badania w październiku 2018. Respondenci ocenili jakość obsługi 12 punktów wyżej niż podczas I fali, a wszystkie wskaźniki w tym obszarze wzrosły o 13 lub 14 punktów.

Jakość obsługi klienta – Internet (ZTM)

- Blisko **8%** badanych internautów zadeklarowało, iż korzysta ze strony ZTM codziennie/prawie codziennie lub kilka razy w tygodniu, natomiast ponad połowa (**51%**) kilka razy w miesiącu lub raz w miesiącu. Najczęstszym powodem odwiedzania strony jest **poszukiwanie informacji o rozkładzie jazdy oraz czasowych zmianach tras.**
- Ponad połowa respondentów (**54%**) oceniła funkcjonowanie strony www.ztm.poznan.pl pozytywnie. Nieco niższy odsetek (**41%**) zadeklarował, iż w ciągu ostatniego roku zetknął się z błędami lub problemami technicznymi w jej obrębie.
- Prawie trzech na czterech respondentów (69%) oceniła formularz kontaktowy na stronie ZTM jako łatwy w użytkowaniu, a stronę internetową ZTM jako wygodną do przeglądania oceniło 66% badanych. Nieco gorzej oceniono łatwość odnajdywania poszukiwanych informacji (62% ocen pozytywnych) oraz wygląd tejże strony (57% ocen pozytywnych).
- **40%** internautów zgłaszało reklamację bądź inny wniosek z indywidualnego konta na stronie PEKA. Najbardziej negatywnie w ramach reklamacji respondenci ocenili **uzyskanie wyczerpujących informacji** (32% wskazań negatywnych), nieco lepiej natomiast terminowość udzielonej informacji oraz jej pomocność (po **28%** wskazań negatywnych).
- Ogólny wskaźnik oceny jakości obsługi internetowej, jak również wskaźniki na niego się składające znalazły odbicie w swoim trendzie spadkowym dzięki wynikom najnowszej fali badania. Respondenci w październiku 2018 zdecydowali się przyznać 60 punktów ocenie jakości obsługi strony internetowej i jest to wzrost względem ostatniej fali badania o 12

punktów. Pozostałe wskaźniki z tego obszaru dotyczące czasu uzyskania odpowiedzi, szczegółowości odpowiedzi oraz na ile pomocna była ta odpowiedź wzrosły o 14 lub 15 punktów.

Stan taboru

- Respondenci zapytani jakimi liniami komunikacji miejskiej poruszają się najczęściej odpowiedzieli w sposób bardzo zróżnicowany. Najczęściej wybieranym numerem linii był numer 12 wybrany przez 15% respondentów. Podobny odsetek wskazań odnotowano w przypadku numeru 6 i 17.
- Zdecydowana większość odpowiadających **pozytywnie oceniła czystość** zarówno **w autobusach (96%), jak i w tramwajach (94%)**.
- **Wygodę miejsc siedzących w autobusach oraz w tramwajach pozytywnie ocenia 91% respondentów**. Nieco mniej przychylnych wskazań uzyskał aspekt wygody jazdy na stojąco (81% - autobusy, 83% - tramwaje). Łatwość wsiadania i wysiadania pozytywnie ocenia 91% korzystających z autobusów i 87% korzystających z tramwajów.
- **Temperaturę w pojeździe zimą pozytywnie ocenia 88% korzystających z autobusów oraz 78% korzystających z tramwajów**. Tymczasem temperatura latem w autobusach jest odpowiednia według 83% odpowiadających, w tramwajach – według 79% odpowiadających.
- Tak jak w poprzednich latach, ogólny stan techniczny pojazdów zdecydowana większość respondentów **ocenia pozytywnie** (88% - autobusy, 88% - tramwaje). Niewielki odsetek ankietowanych wskazał na negatywną ocenę (2% - autobusy, 2% - tramwaje). Zaobserwowano wzrost pozytywnych odpowiedzi w porównaniu z poprzednią falą badania, w przypadku autobusów o 8 p.p. (z 80% do 88%), natomiast w przypadku tramwajów o 9 p.p. (z 79% do 88%).

Infrastruktura przystankowa

- **Czystość przystanków komunikacji miejskiej w Poznaniu uzyskała 85% pozytywnych wskazań**, zaś poza Poznaniem – 82%.
- Zdaniem zdecydowanej większości ankietowanych liczba wiat przystankowych zarówno w Poznaniu, jak i na terenie gmin Aglomeracji Poznańskiej jest dostateczna (odpowiednio: 87% i 84%).
- Bezpieczeństwo na przystankach komunikacji miejskiej w Poznaniu zostało ocenione przez pryzmat bezpieczeństwa w ciągu dnia oraz wieczorami i w nocy. Odpowiadający znacznie **wyżej ocenili bezpieczeństwo na przystankach w ciągu dnia niż w nocy**. Było to odpowiednio 91% i 73% pozytywnych wskazań.

Warunki komunikacyjne

- Klienci ZTM Poznań ocenili punktualność autobusów w dni powszednie w godzinach komunikacyjnego szczytu, poza godzinami szczytu oraz w weekendy. Punktualność w dni powszednie poza godzinami szczytu oceniana jest najwyżej – **wskaźnik pozytywnych**

- odpowiedzi kształtuje się na poziomie 92%.** Na temat punktualności autobusów w dni powszednie w godzinach szczytu wypowiada się negatywnie 8% respondentów.
- **77% badanych nigdy nie doświadczyło zawodności autobusu podczas swojej podróży w ostatnim czasie.** Jednakże 14% doświadczyło przynajmniej raz – jest to o 3 punkty procentowych więcej niż podczas poprzedniej fali badania.
 - Zdecydowana większość respondentów przyznaje, że przesiadanie się w trakcie podróży nie sprawia im większych trudności. Tego zdania jest 95% badanych.
 - Respondenci zapytani o ocenę częstotliwości kursowania autobusów komunikacji miejskiej wysoką ocenili ją w przypadku kursów w godzinach szczytu (77,2% ocen pozytywnych), natomiast nieco niżej ocenili częstotliwość kursowania autobusów w nocy (53% ocen pozytywnych)

Informacja pasażerska

- Pasażerowie poszukując informacji dotyczących transportu publicznego ZTM najczęściej korzystają z następujących źródeł: **informacje na przystankach (36%), strona internetowa ZTM (38%)** czy **media społecznościowe (24%)**.
- **Przeważająca część pasażerów (54%) szuka informacji na temat rozkładu jazdy.** Stosunkowo duża liczba respondentów szuka informacji na temat zmian w siatce połączeń w związku z awariami lub remontami (42%), tras przejazdu (29%) oraz rzeczywistego czasu odjazdu z przystanku (29%).
- **Ogólna czytelność rozkładów jazdy została oceniona pozytywnie.** Czytelność rozkładów na tabliczkach przystankowych została oceniona pozytywnie przez 89% respondentów, a na stronie ZTM przez 65%.
- Wzorem lat ubiegłych, respondenci zostali poproszeni o ocenę informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów oraz tramwajów. **Najwyższą ocenę – 81% pozytywnych wskazań – uzyskały informacje o zmianach tras autobusów i tramwajów.**
- **Ponad 40% respondentów deklaruje, że korzysta ze strony internetowej ZTM (www.ztm.poznan.pl).** To zdecydowanie więcej niż w roku poprzednim. Różnica na plus wynosi 11 pp.

6. SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Płeć respondentów.....	11
Wykres 2. Wiek respondentów	11
Wykres 3. Sytuacja zawodowa respondentów	11
Wykres 4. Posiadanie samochodu	11
Wykres 5. Miejsce zamieszkania.....	12
Wykres 6. Posiadanie i wykorzystanie karty PEKA	12
Wykres 7. Miejsca doładowań karty PEKA	14
Wykres 8. Miejsca zakupu biletów czasowych	15
Wykres 9. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży	15
Wykres 10. Kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z POK w ciągu minionego roku	18
Wykres 11. Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta	18
Wykres 12. Ocena dostępności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki	19
Wykres 13. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK	20
Wykres 14. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki I.....	21
Wykres 15. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników POK – wskaźniki II	21
Wykres 16. Ocena efektywności Punktów Obsługi Klienta.....	22
Wykres 17. Ocena efektywności Punktów Obsługi Klienta - wskaźniki.....	23
Wykres 18. Powody zgłaszania się do POK	24
Wykres 19. Użytkownicy poszczególnych kanałów sprzedaży	25
Wykres 20. Ocena dostępności kanałów sprzedaży innych niż biletomaty.....	26
Wykres 21. Wskaźniki dotyczące dostępności kanałów innych niż biletomaty	27
Wykres 22. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów.....	28
Wykres 23. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników punktów sprzedaży biletów - wskaźniki.....	29
Wykres 24. Napotkanie na trudności przy zakupie biletów lub doładowaniu karty PEKA w PSB.....	29
Wykres 25. Ocena efektywności obsługi w punktach sprzedaży biletów	30
Wykres 26. Trudności przy zakupie biletu lub doładowaniu karty PEKA w biletomacie stacjonarnym.....	31
Wykres 27. Trudności przy zakupie biletu czasowego w biletomatach w pojazdach	31
Wykres 28. Ocena funkcjonowania biletomatów.....	32
Wykres 29. Użytkownicy biletomatów stacjonarnych.....	32
Wykres 30. Użytkownicy biletomatów w pojeździe	32
Wykres 31. Ocena dostępności biletomatów.....	33
Wykres 32. Ocena funkcjonowania biletomatów - wskaźniki	34
Wykres 33. Ocena satysfakcji z jakości obsługi	34
Wykres 34. Kontakt osobisty, telefoniczny, listowny lub mailowy z jednym z Biur Obsługi Klienta w ciągu minionego roku	36
Wykres 35. Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta	36
Wykres 36. Ocena dostępności Biura Obsługi Klienta - wskaźniki.....	37
Wykres 37. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK.....	38
Wykres 38. Ocena kompetencji i kultury osobistej pracowników BOK -wskaźniki	39
Wykres 39. Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta	40
Wykres 40. Ocena efektywności obsługi w Biurze Obsługi Klienta - wskaźniki.....	41
Wykres 41. Ocena jakości karty PEKA	42
Wykres 42. Ocena jakości karty PEKA - wskaźniki	43

Wykres 43. Kontrola w autobusie lub tramwaju na liniach organizowanych przez ZTM...	43
Wykres 44. Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów	44
Wykres 45. Ocena kompetencji i kultury osobistej kontrolerów biletów - wskaźniki	45
Wykres 46. Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli	46
Wykres 47. Ocena sposobu przeprowadzenia kontroli - wskaźniki	46
Wykres 48. Płeć respondentów - badanie II	48
Wykres 49. Wiek respondentów - badanie II	48
Wykres 50. Sytuacja zawodowa respondentów - badanie II	48
Wykres 51. Posiadanie samochodu - badanie II	48
Wykres 52. Z jakich opcji karty PEKA Pan/Pani korzysta?	49
Wykres 53. Z jakich opcji karty PEKA korzysta Pan/Pani najczęściej?	49
Wykres 54. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych	50
Wykres 55. Jak często korzysta Pan/Pani ze strony: www.ztm.poznan.pl ?	53
Wykres 56. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie strony internetowej: www.ztm.poznan.pl ?	53
Wykres 57. W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony internetowej ZTM?	54
Wykres 58. Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony internetowej ZTM pojawiły się błędy lub problemy techniczne?	54
Wykres 59. W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony internetowej ZTM?	55
Wykres 60. Ocena funkcjonowania strony www i formularza kontaktowego – wskaźniki	55
Wykres 61. Jak często korzysta Pan/Pani z posiadanego konta na stronie internetowej PEKA: www.peka.poznan.pl ?	58
Wykres 62. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie systemu PEKA w Poznaniu i Aglomeracji Poznańskiej, w ramach którego funkcjonuje strona http://www.peka.poznan.pl ?	58
Wykres 63. Jak Pani/Pan ogólnie ocenia funkcjonowanie strony internetowej http://www.peka.poznan.pl ?	58
Wykres 64. W jakich celach korzysta Pan/Pani ze strony internetowej PEKA?	59
Wykres 65. Czy w ciągu ostatniego roku podczas korzystania ze strony internetowej PEKA pojawiły się błędy lub problemy techniczne?	59
Wykres 66. W jakim stopniu zgadza się Pani/Pan z następującymi stwierdzeniami dotyczącymi strony Internetowej PEKA?	60
Wykres 67. Ocena funkcjonowania strony internetowej PEKA - wskaźniki	61
Wykres 68. Ocena efektywności sprzedaży internetowej - wskaźniki	61
Wykres 69. Czy kiedykolwiek zgłaszała Pani/ zgłaszał Pan reklamację bądź inny wniosek z indywidualnego konta na stronie PEKA?	62
Wykres 70. Jak ocenia Pani/Pan następujące aspekty	62
Wykres 71. Ocena jakości obsługi internetowej - wskaźniki	63
Wykres 72. Płeć respondentów- badanie III	64
Wykres 73. Wiek respondentów – badanie III	64
Wykres 74. Sytuacja zawodowa respondentów - badanie III	64
Wykres 75. Posiadanie samochodu – badanie III	64
Wykres 76. Miejsce zamieszkania - badanie III	65
Wykres 77. Miejsce pracy lub nauki - badanie III	65
Wykres 78. Ocena satysfakcji z jakości usług przewozowych	65
Wykres 79. Częstotliwość poruszania się po mieście i Aglomeracji Poznańskiej środkami transportu	69
Wykres 80. Powody przemieszczania się samochodem	70
Wykres 81. Ocena czystości taboru	71
Wykres 82. Ocena czystości taboru - wskaźniki	72

Wykres 83. Ocena wygody jazdy autobusem.....	73
Wykres 84. Ocena wygody jazdy tramwajem.....	74
Wykres 85. Ocena wygody jazdy autobusem - wskaźniki.....	75
Wykres 86. Ocena wygody jazdy tramwajem - wskaźniki.....	75
Wykres 87. Ocena warunków grzewczych w pojazdach.....	76
Wykres 88. Ocena warunków grzewczych w pojazdach - wskaźniki.....	77
Wykres 89. Ocena stanu technicznego pojazdów.....	77
Wykres 90. Ocena stanu technicznego pojazdów - wskaźniki.....	78
Wykres 91. Odsetek respondentów korzystających z przystanków i dworców w Poznaniu oraz Aglomeracji Poznańskiej, którzy oceniali czystość infrastruktury komunikacji miejskiej.....	79
Wykres 92. Ocena czystości przystanków komunikacji miejskiej.....	80
Wykres 93. Ocena czystości przystanków komunikacji miejskiej - wskaźniki.....	81
Wykres 94. Użytkownicy korzystający z wiat przystankowych oceniający ich dostępność na przystankach komunikacji miejskiej.....	81
Wykres 95. Ocena dostępności wiat przystankowych.....	82
Wykres 96. Ocena dostępności wiat przystankowych - wskaźniki.....	82
Wykres 97. Ocena stanu technicznego wiat przystankowych.....	83
Wykres 98. Ocena stanu technicznego wiat przystankowych - wskaźniki.....	84
Wykres 99. Problemy napotkane przez respondentów na przystankach/węzłach przesiadkowych w mieście Poznań i Aglomeracji Poznańskiej.....	84
Wykres 100. Ocena informacji pasażerskiej na przystankach.....	85
Wykres 101. Wskaźnik dotyczący ogólnej oceny informacji pasażerskiej na przystankach.....	86
Wykres 102. Użytkownicy oceniający poziom bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej/podmiejskiej w podziale na pory dnia.....	86
Wykres 103. Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej.....	87
Wykres 104. Ocena poczucia bezpieczeństwa na przystankach komunikacji miejskiej - wskaźniki.....	87
Wykres 105. Ocena punktualności autobusów.....	88
Wykres 106. Ocena punktualności autobusów - wskaźniki.....	89
Wykres 107. Ocena punktualności tramwajów.....	90
Wykres 108. Ocena punktualności tramwajów - wskaźniki.....	91
Wykres 109. Ocena napełnienia pojazdów.....	91
Wykres 110. Ocena napełnienia pojazdów - wskaźniki.....	92
Wykres 111. Ocena zawodności pojazdów.....	92
Wykres 112. Ocena zawodności pojazdów - wskaźniki.....	93
Wykres 113. Użytkownicy autobusów komunikacji miejskiej (oceniający częstotliwość kursowania autobusów).....	93
Wykres 114. Ocena częstotliwości kursowania autobusu.....	94
Wykres 115. Ocena częstotliwości kursowania autobusu - wskaźniki.....	95
Wykres 116. Użytkownicy tramwajów.....	95
Wykres 117. Ocena częstotliwości kursowania tramwaju.....	96
Wykres 118. Ocena częstotliwości kursowania tramwaju - wskaźniki.....	97
Wykres 119. Przesiadanie się w trakcie podróży.....	97
Wykres 120. Liczba przesiadek podczas podróży.....	98
Wykres 121. Ocena układu komunikacyjnego.....	98
Wykres 122. Użytkownicy poszczególnych kanałów sprzedaży biletów.....	99
Wykres 123. Ocena kanałów sprzedaży biletów.....	100
Wykres 124. Miejsca w Aglomeracji Poznańskiej, gdzie należałoby postawić nowe biletomaty lub uruchomić punkt sprzedaży biletów.....	101

Wykres 125. Ocena cen biletów.....	102
Wykres 126. Ocena cen biletów - wskaźniki.....	103
Wykres 127. Zainteresowanie zakupem biletu w pojazdach za pomocą funkcji zbliżeniowej karty płatniczej.....	103
Wykres 128. Źródła informacji dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego.....	104
Wykres 129. Poszukiwane informacje dotyczące korzystania ze środków transportu publicznego.....	105
Wykres 130. Użytkownicy rozkładów jazdy.....	106
Wykres 131. Ocena czytelności rozkładów jazdy.....	106
Wykres 132. Ocena czytelności rozkładów jazdy – wskaźniki.....	107
Wykres 133. Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów.....	107
Wykres 134. Ocena informacji na temat awarii i zmian w trasach autobusów i tramwajów – wskaźniki.....	108
Wykres 135. Ocena informacji na temat cen usług przewozowych.....	108
Wykres 136. Ocena informacji pasażerskiej o cenach usług przewozowych – wskaźniki.....	109
Wykres 137. Osoby korzystające ze strony internetowej ZTM.....	109
Wykres 138. Ocena informacji na stronie internetowej ZTM.....	110
Wykres 139. Wskaźnik ogólnej oceny informacji na stronach internetowych.....	111
Wykres 140. Korzystanie z Poznańskiego Roweru Miejskiego.....	112
Wykres 141. Częstotliwość korzystania z Poznańskiego Roweru Miejskiego.....	112
Wykres 142. Ocena Poznańskiego Roweru Miejskiego.....	113
Wykres 143. Rozwiązania mające na celu usprawnienie Poznańskiego Roweru Miejskiego.....	114

7. SPIS TABEL

Tabela 1. Model analizy problematyki badawczej ze względu na rekomendowane techniki zbierania danych w roku 2018	6
Tabela 2. Struktura próby klientów korzystających z POK i BOK ZTM	6
Tabela 3. Struktura próby dla Miasta Poznania	7
Tabela 4. Struktura próby dla Aglomeracji Poznańskiej	7
Tabela 5. Wskaźniki satysfakcji	8
Tabela 6. Ocena satysfakcji z warunków sprzedaży - wskaźniki	17
Tabela 7. Ocena satysfakcji z jakości obsługi - wskaźniki	35
Tabela 8. Ocena warunków sprzedaży internetowej – wskaźniki	51
Tabela 9. Ocena jakości obsługi internetowej.....	56
Tabela 10. Ocena z usług przewozowych - wskaźniki	67
Tabela 11. Środki komunikacji, którymi najczęściej poruszali się respondenci.....	70

Załącznik 1. Wskaźniki satysfakcji klientów ZTM (w formacie Excel)