



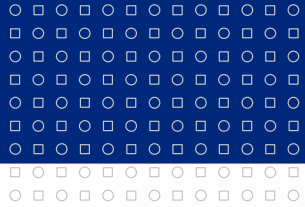
MASARYKOVA UNIVERZITA

Vozidla jako nástroj konkurenceschopnosti železnice

Martin Kvizda

Telčská
skupina

Konstantinovy Lázně, říjen 2014



Obsah

- Vysvětlení pojmů
- Vozidla ve firemní strategii → formování nabídky
- Vozidla ve spotřebitelské strategii → formování poptávky
- Doprava jako business → marketing
- Doprava jako veřejná služba → objednávka
- Závěr



Pojmy

- trh = nabídka + poptávka \Leftrightarrow cena
- **nabídka** \rightarrow firmy = **dopravci**
 - zisk \Leftrightarrow **konkurenceschopnost** = dostatek zákazníků
 - konkurence intramodální / intermodální
- **poptávka** \rightarrow spotřebitelé = **cestující**
 - užitek \Leftrightarrow výběr z konkurenčních nabídek

- luxusní vozidlo



- vysoké investiční i provozní náklady

- obyčejné vozidlo

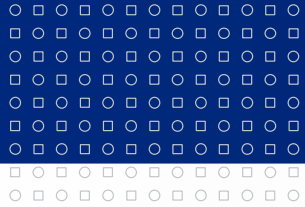


- nízké investiční náklady
- ??? provozní náklady

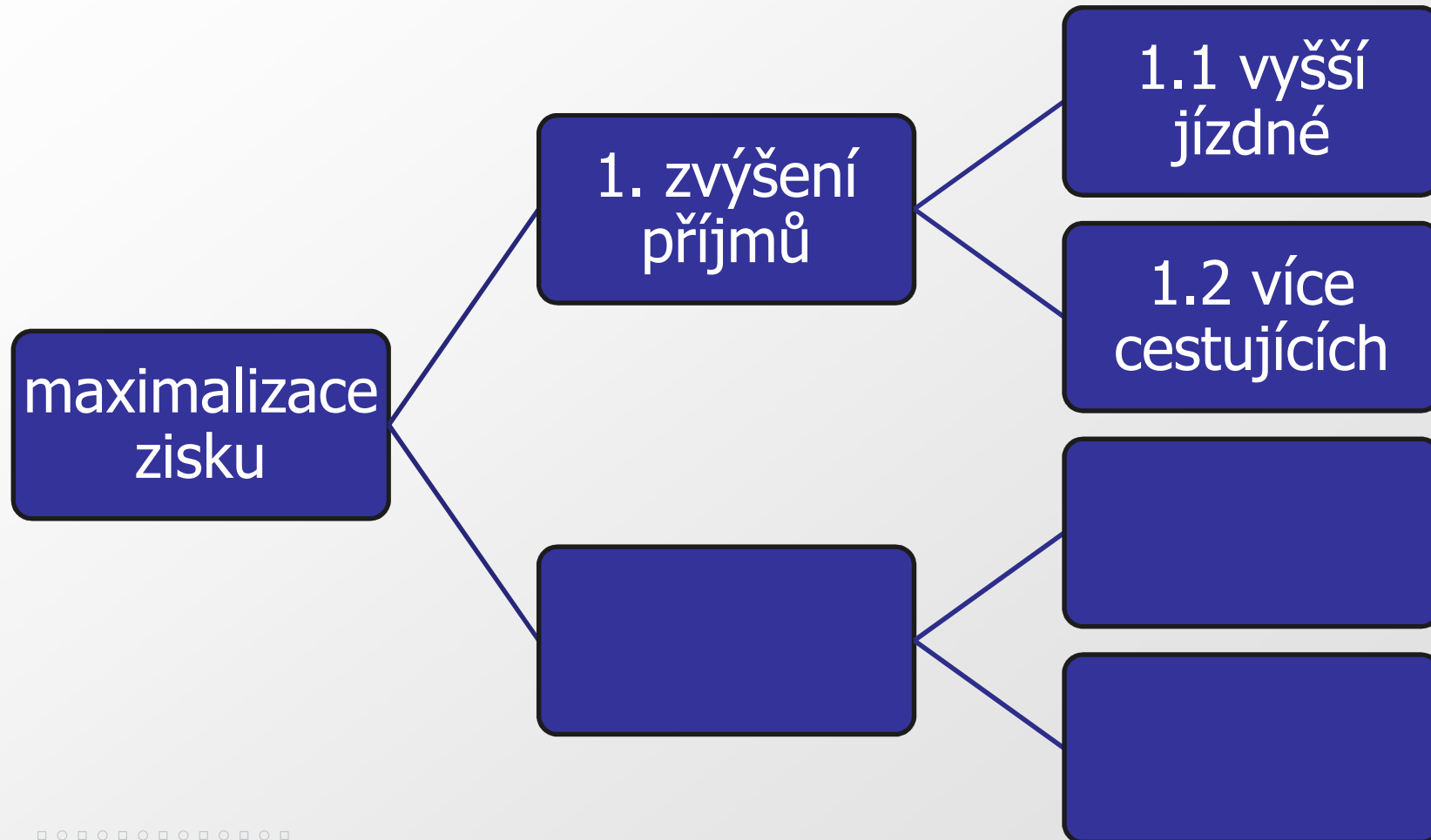
- úsporné vozidlo

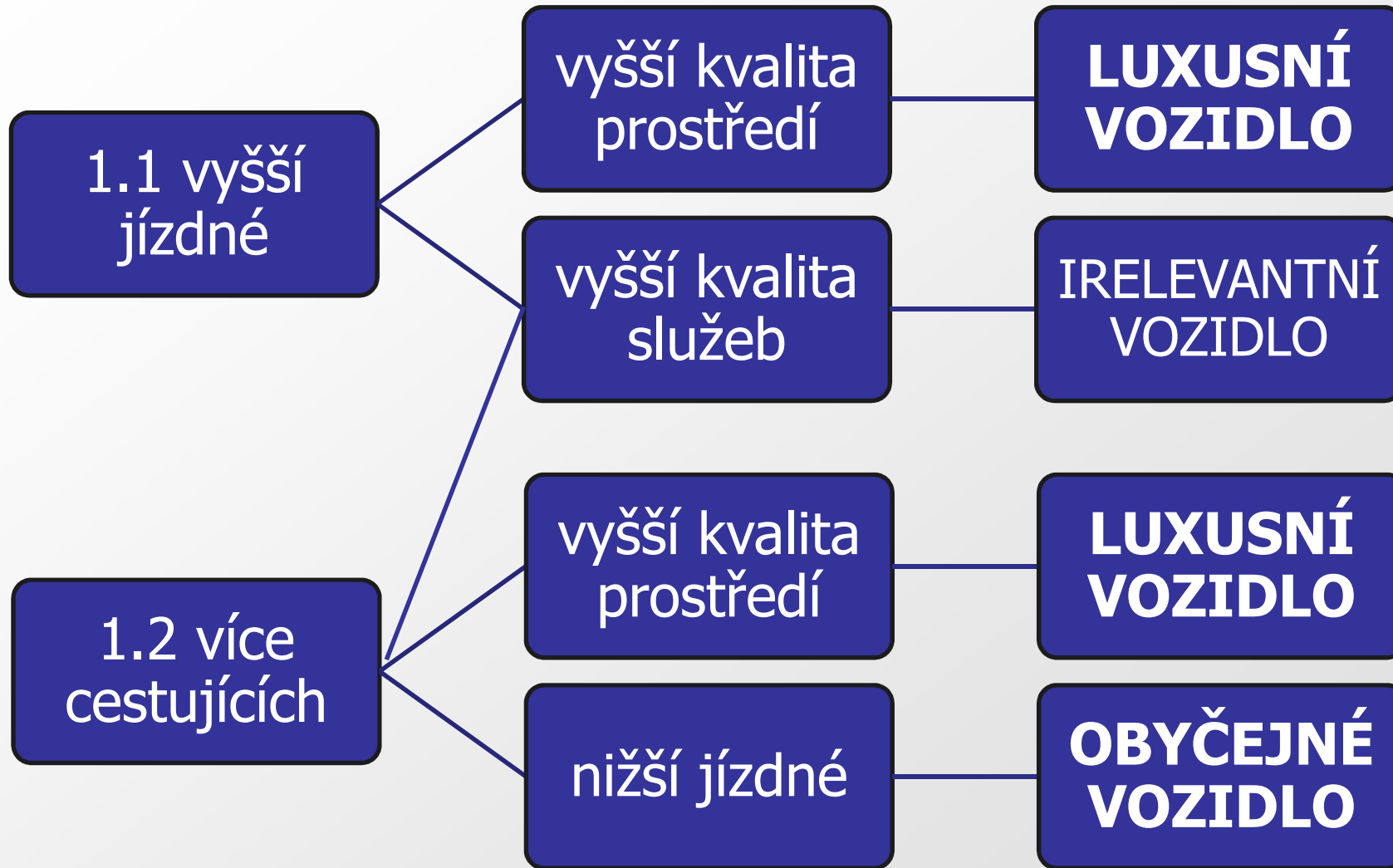
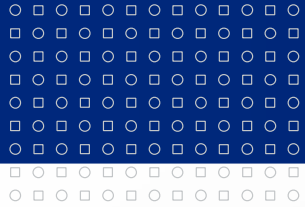


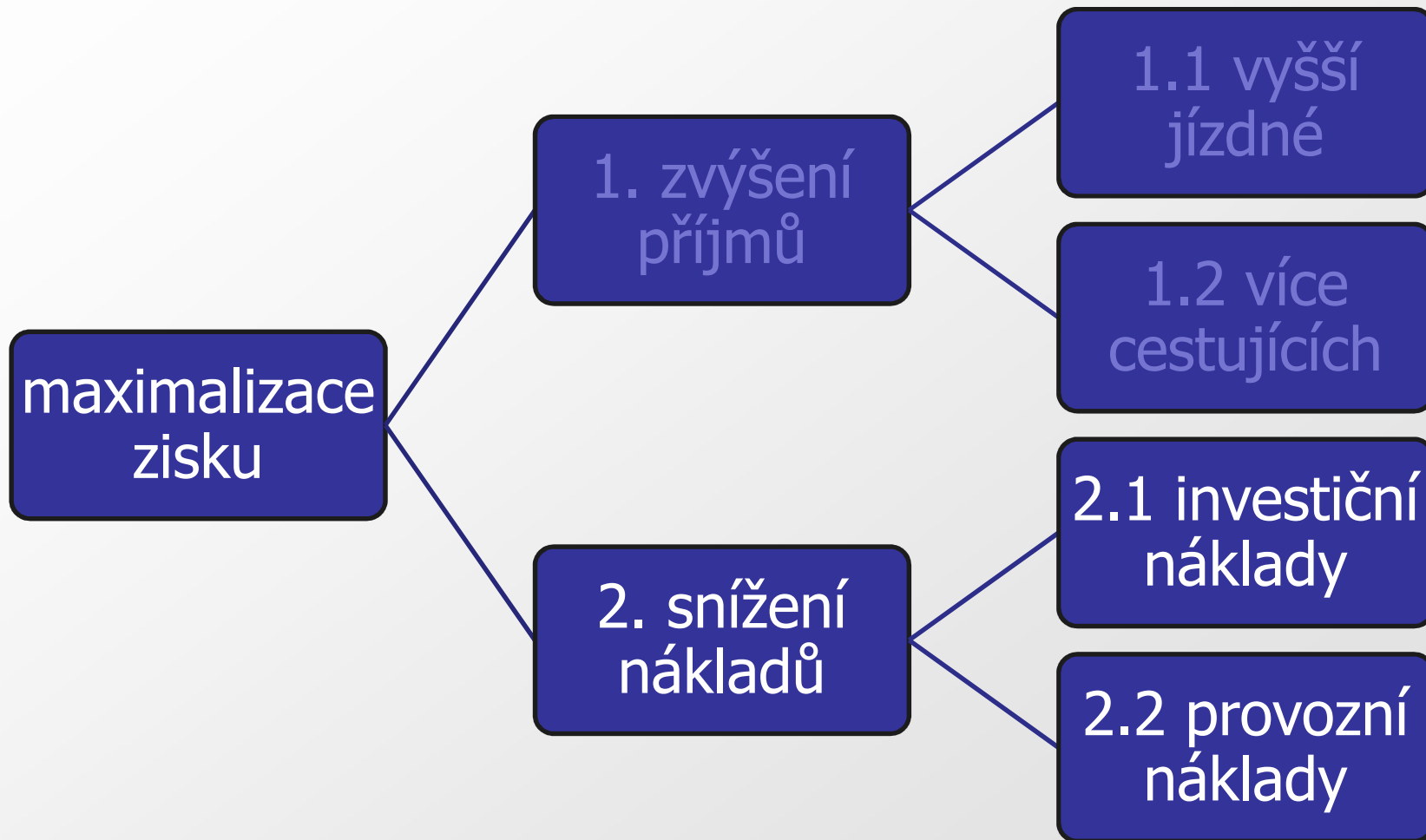
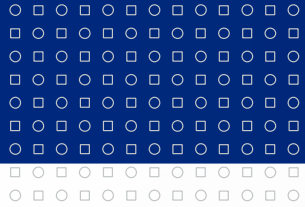
- nízké provozní náklady
- ??? investiční náklady



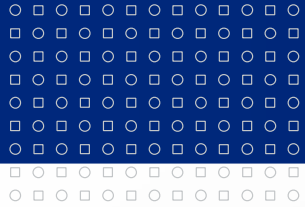
Vozidla ve firemní strategii - dopravce









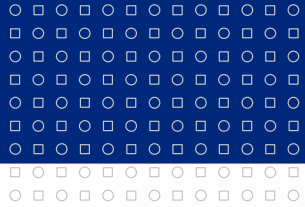


Formování nabídky dopravních služeb

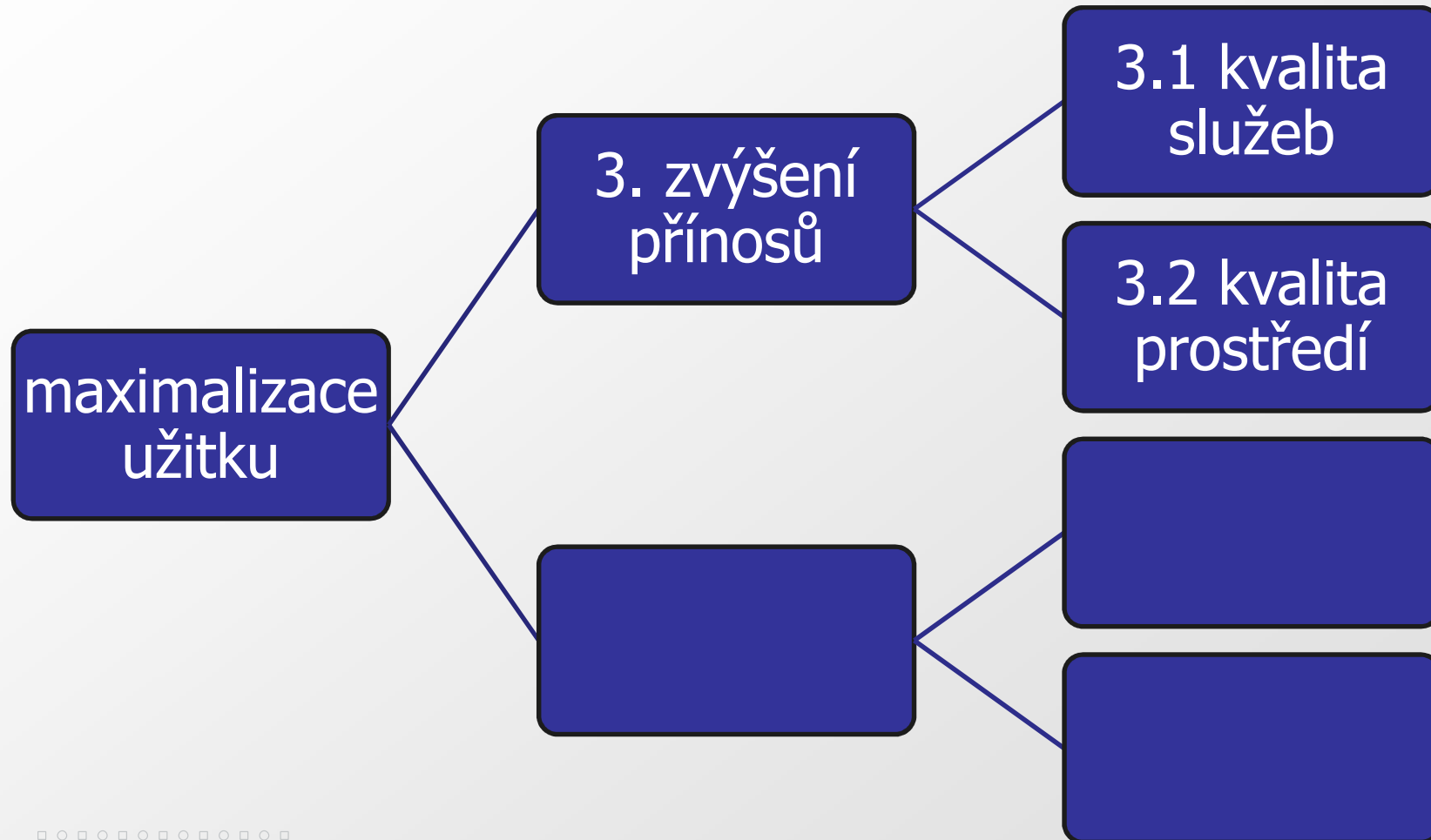
- **příjmová** strategie:
 - vyšší jízdné + vyšší kvalita prostředí
 - nižší jízdné + více cestujících
 - LUXUSNÍ vs. OBYČEJNÉ vozidlo

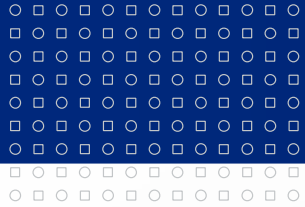
- **nákladová** strategie:
 - nižší kvalita prostředí
 - úspora nákladů
 - OBYČEJNÉ vs. ÚSPORNÉ vozidlo





Vozidla ve spotřebitelské strategii – cestující





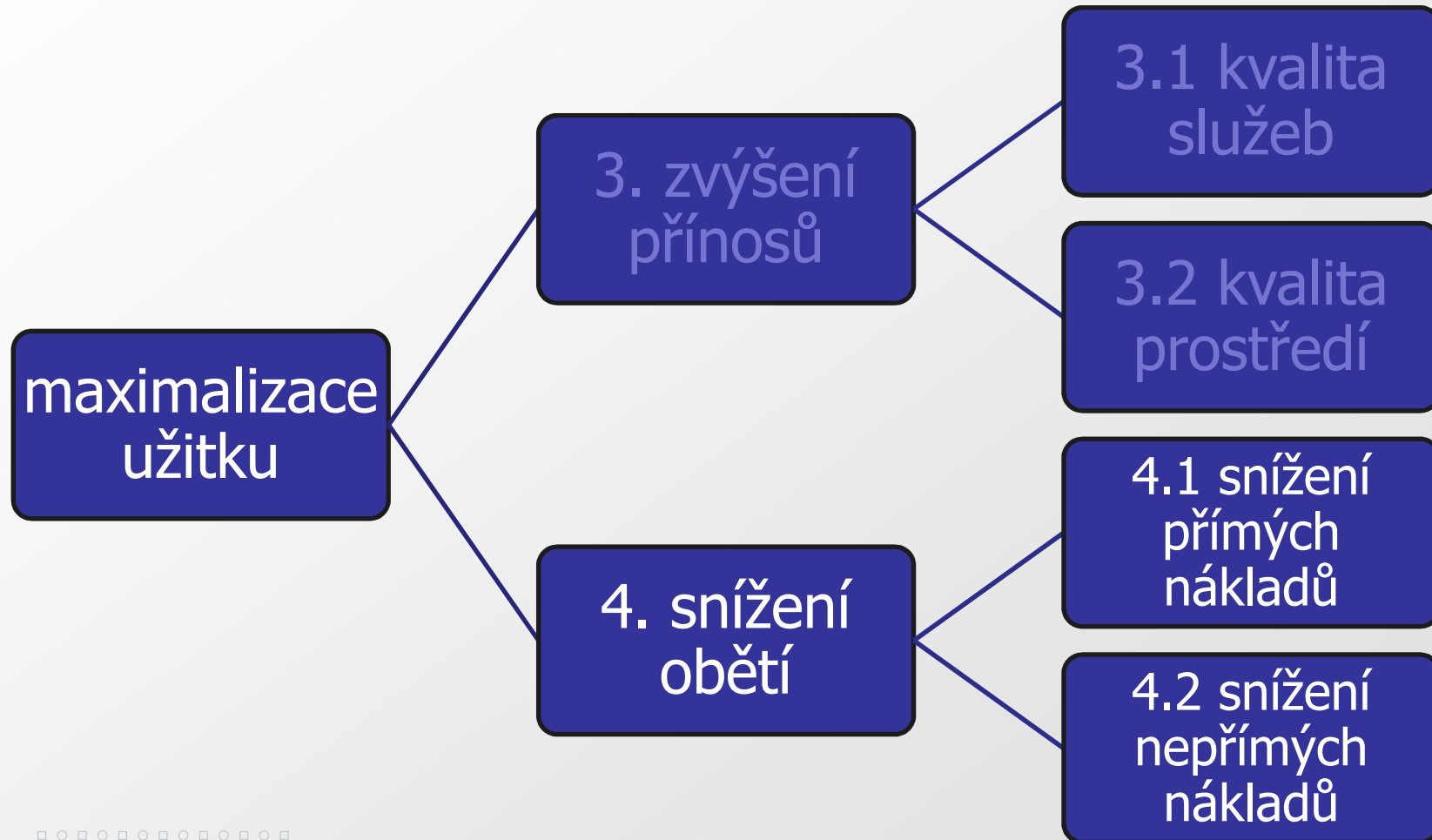
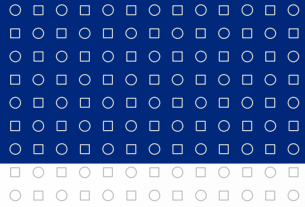
3.1 kvalita služeb

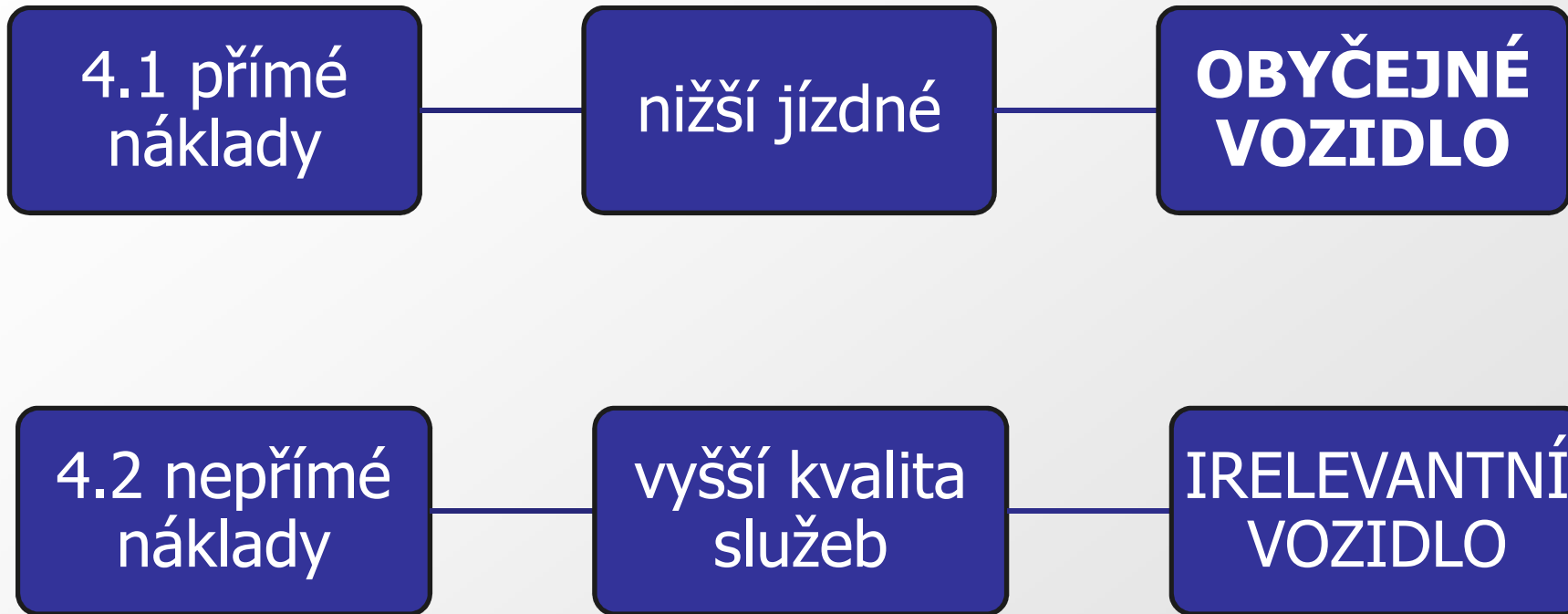
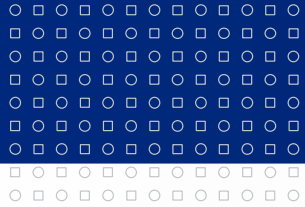
IRELEVANTNÍ VOZIDLO

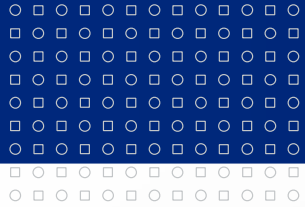
3.2 kvalita prostředí

LUXUSNÍ VOZIDLO









Formování poptávky po dopravních službách

- strategie **spokojenosti**:
 - vyšší kvalita prostředí – vyšší jízdné
 - vyšší kvalita služeb – vyšší jízdné
 - LUXUSNÍ vozidlo

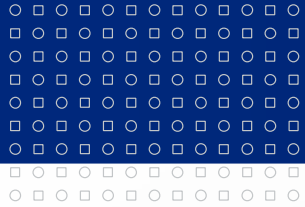
- **úsporná** strategie:
 - úspora přímých nákladů – nižší jízdné
 - úspora nepřímých nákladů
 - OBYČEJNÉ vozidlo



Rozhodovací matice

nabídka

		nabídka	
		příjmová strategie	nákladová strategie
poptávka	strategie spokojenosti	<p>LUXUSNÍ VOZIDLO</p> <p>vyšší jízdné</p>	<p>LUXUSNÍ VOZIDLO</p> <p>vs.</p> <p>OBYČEJNÉ VOZIDLO</p>
	úsporná strategie	<p>OBYČEJNÉ VOZIDLO</p> <p>vs.</p> <p>LUXUSNÍ VOZIDLO</p>	<p>OBYČEJNÉ VOZIDLO</p> <p>(ÚSPORNÉ)</p> <p>nižší jízdné</p>

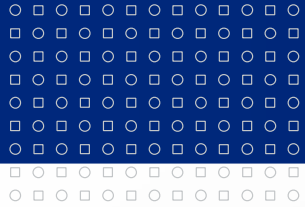


Doprava jako business – marketing

„Prodat to, co nikdo nepotřebuje, za peníze, které nemá.“

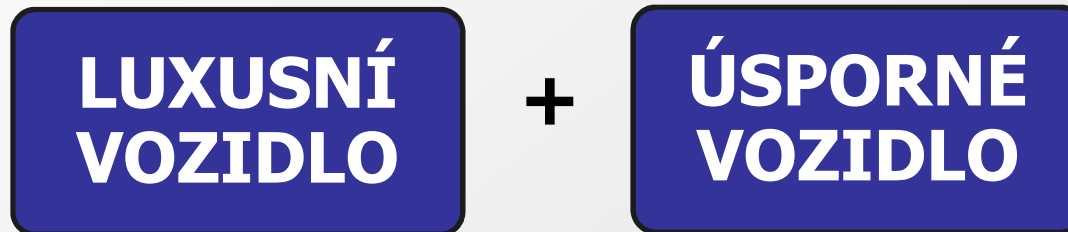
- **určující je poptávka** – dopravci ji ovlivňují
- poptávka po dopravě ODVOZENÁ:
 - limitovaná dopravním proudem
 - limitovaná intermodální konkurencí
- **limity nabídky** – parametry a kapacita infrastruktury

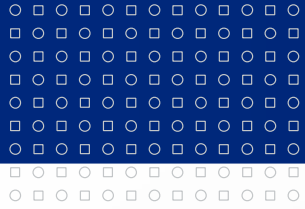




1. strategie pro „velké linky“

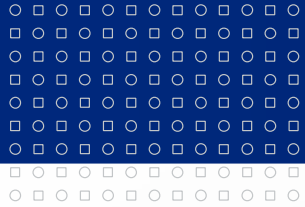
- přitáhnout dobře placící klientelu
- šetřit provozní náklady





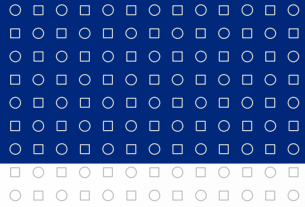
West Bahn (Wien – Salzburg)





NTV (Milano – Roma – Napoli)



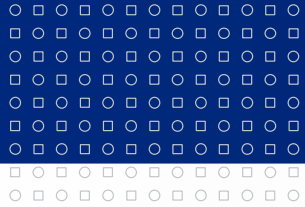


2. strategie pro „niche market“

- přitáhnout novou klientelu/šetřivou klientelu
- šetřit veškeré náklady

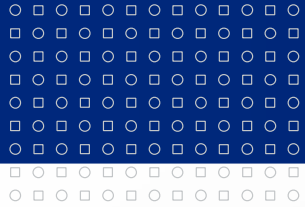
**OBYČEJNÉ
VOZIDLO**





HKX Hamburg-Köln-Express



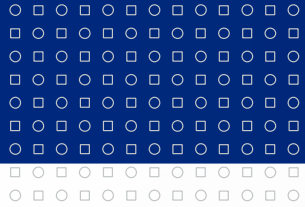


Doprava jako veřejná služba – objednávka

„Garantovat dopravní obsluhu za veřejné peníze.“

- **určující je nabídka** – stanovená státem, krajem
- nabídka dopravy je OMEZENÁ:
 - limitovaná parametry a kapacitou infrastruktury
 - limitovaná veřejnými rozpočty
 - limitovaná politickou vůlí
- **poptávka** významná u **netto** smluv





Strategické rozhodnutí:



- stanovení standardu kvality prostředí (vozidla)
- parametr pro nabídkové řízení
- vzájemná optimalizace standardů vozidel a infrastruktury



Závěr

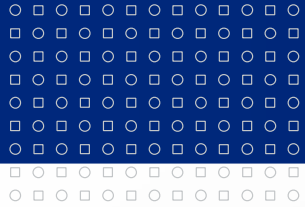
Rozhodnutí o optimálním **konkurenceschopném** vozidle:

- **na volném trhu**

- stabilní vnější podmínky + plán rozvoje infrastruktury
- využití velkosériových vozidel (LUXUS + ÚSPORA)

- **nabídková řízení**

- definované standardy kvality prostředí a kvality služeb (LUXUS vs. OBYČ)
- stabilní finanční rámec
- pravidla převzetí vozidel (velkosériových)



Děkuji za pozornost!

www.ekonomiedopravy.cz

