

BENEFITY DOPRAVNÍHO SYSTÉMU

BENEFITS OF TRANSPORT SYSTEM

Pavel Šaradín, Pavla Lejsková, Nina Kudláčková¹

Anotace: Příspěvek je věnován problematice přínosů dopravy. V první části se zabývá otázkou přínosů dopravní služby pro zákazníka a hodnoty dopravní služby. Druhá část je věnována přínosům dopravního systému pro další subjekty jako je veřejná správa, operátoři dopravy, provozovatelé atd..

Klíčová slova: benefit, dopravní systém, doprava

Summary: The article deals with benefits of transport. The article is interest in two parts. First part is intent on customer's benefits and value of transport services. The second part of the article deals with benefits of transport system for example subjects – public administration, transport operators etc.

Key words: benefit, transport system, transport

1. ÚVOD

Problematika přínosů dopravy je velice široká a lze na ni nahlížet z více hledisek. Obecně lze říci, že mezi hlavní přínosy dopravního systému patří například nárůst produktivity, způsobený dělbou práce, rozšíření trhu a lepší využití trhu, zvýšená úroveň technických a ekonomických znalostí, vyvolaná prostorovou dělbou práce, využití nových zdrojů a materiálů, urychlení strukturálních změn, nárůst konkurenceschopnosti v mezinárodním obchodě a podobně.

„Soukromé přínosy jsou spojeny s efektem přemístění osob a zboží na určité místo pro daného uživatele dopravy či majitele zboží. Společenské přínosy pak jsou spojeny s pozitivním efektem dopravy pro společnost – tj. pro ekonomiku a ekonomický růst.“ (Brůhová-Foltýnová, 2008)

„Doprava obecně má skutečně celou řadu přínosů, většina těchto přínosů je však „individualizována“ (tj. společenské přínosy jsou rovny přínosům individuálním, na rozdíl od společenských nákladů, které jsou u dopravy vyšší než individuální náklady). Nejedná se tedy o klasické pozitivní externality, ale o přebytek spotřebitele či výrobce. Jde např. o úsporu

¹ Doc. Ing. Pavel. Šaradín, CSc., Vysoká škola logistiky, o. p. s., Palackého 25, 750 02 Přerov, tel.: +420 581 259 128, e-mail: Pavel.Saradin@vslg.cz

Ing. Pavla Lejsková, Ph.D., Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera, Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky, Studentská 95, 532 10 Pardubice, tel.: +420 46603 6392, fax +420 46603 6374, e-mail: pavla.lejskova@upce.cz.

Ing. Nina Kudláčková, Ph.D., Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera, Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky, Studentská 95, 532 10 Pardubice, tel.: +420 46603 6384, fax +420 46603 6374, e-mail: nina.kudlackova@upce.cz.

cestovního času, větší komfort cestování díky kvalitnější dopravní infrastruktuře atd.“ (Brůhová-Foltýnová, 2008)

Na trhu zboží mohou být přínosy odvozené ze spotřeby přesně popsány jako přebytek spotřebitele, odvozený z poptávkové křivky. Pro přínosy z dopravy je třeba respektovat odvozený charakter poptávky. není to pouze spotřeba dopravních služeb, která přináší přínosy, ale spíše možnost poptávat či nabízet zboží nebo služby na různých místech. V těchto případech lze přínosy dopravy nalézt v růstu přebytku spotřebitele nebo výrobce na těchto trzích. Např. můžeme říci, že přínosy z používání infrastruktury rostou na trzích výrobků a služeb a nemohou být sledovány izolovaně od faktorů, které determinují poptávku po dopravě.

2. PŘÍNOS PRO ZÁKAZNÍKA – HODNOTA SLUŽBY

Proces tvorby hodnoty pro zákazníka musí vycházet ze spolupráce mezi marketingovým managementem a managementem kvality při tvorbě a procesu poskytování dopravní služby. Tyto vazby jsou jednou z důležitých podmínek budoucí spokojenosti a loajality zákazníků. Tohoto stavu bude dosaženo pouze za předpokladu, že poskytovatel dopravní služby nabídne zákazníkům hodnoty převyšující nabídky konkurence.

Celá problematika hodnoty dopravní služby vnímané zákazníkem je nedílně spjata s cenou. Protože cena je podstatnou složkou celkových nákladů, musí existovat vztah mezi cenou a názorem zákazníka na přijímanou hodnotu. Čím vyšší je hodnota vnímaná zákazníkem, tím vyšší by měla být hodnota služby. Na druhé straně, pokud cena převyšuje vnímanou hodnotu, je pravděpodobné, že dojde k poklesu prodeje služby. Management firmy by měl mít představu o tom, co od dopravní služby zákazník očekává.

Aplikace teorie vnímané hodnoty dopravní služby by měla patřit mezi priority marketingového útvaru poskytovatele dopravní firmy. Jestliže marketingoví pracovníci dokážou dobře popsat hodnotové portfolio zákazníků, může to velice usnadnit formulování marketingové strategie orientované na segmenty zákazníků. Když se poskytovatel dopravní služby zaměří na ty vlastnosti služby, které zákazník pokládá za nejdůležitější, vytvoří tím předpoklady pro získání nových zákazníků a také pro jejich udržení.

Nejčastěji se používají následující způsoby jak zvyšovat hodnotu dopravní služby pro zákazníka:

- snižování ceny pro zákazníka,
- pomoc zákazníkovi při snižování jeho nákladů,
- doplnění základní nabídky dalšími službami.

V sektoru dopravy existuje malý prostor pro snižování cen za poskytované služby. Cena za přepravu je ovlivňována řadou faktorů, které dopravní firmy nemohou ovlivnit (např. ceny pohonných hmot). Vlivem ostré konkurence na dopravním trhu se ceny v dopravě udržují spíše na nízké úrovni. Je zřejmé, že udržet si dlouhodobě postavení nízkých nákladů v dopravě není vůbec snadné a vítězná strategie nízkých cen se v dlouhodobé perspektivě stává méně spolehlivým nástrojem.

Dopravní firmy používají několik způsobů jak pomáhat zákazníkovi při snižování jeho nákladů. Může to být např. pomoc při snižování administrativních nákladů při objednávání

přepravy, pomoc při snižování skladovacích nákladů, poskytování dopravních a logistických služeb v rámci outsourcingu apod.

Poskytovatelé dopravních služeb znají různé způsoby jak předkládat hodnotnější nabídky služeb nebo soubory přínosů pro zákazníka a tak získat jeho zájem nebo náklonnost. Mohou to být zejména tyto přínosy:

- nabídka individuálních služeb,
- komplexnější služby,
- programy „věrným zákazníkům“,
- rychlejší a flexibilní služby.

Problematika odlišení poskytovaných služeb je v dopravě značně složitá. Zvláště v dopravě je obtížné nějakým originálním způsobem se dlouhodobě odlišit od konkurence. Žádný komplex přidané hodnoty pro zákazníka sice nevydrží věčně, pohotové firmy však nepřetržitě sledují a zkoumají všechny možnosti a investují do nových dopravních a logistických technologií, které jejich zákazníci ocení.

3. POZITIVNÍ VLIVY DOPRAVY

Problematika pozitivních vlivů dopravy je posuzována hlavně v teoretické rovině. Je obtížné aplikovat v této oblasti empirické metody. Důvodem je to, že doprava působí napříč ekonomikou a spojuje různé sektory. Doprava umožňuje překonávat vzdálenosti, zlepšuje dělbu práce, podporuje produktivitu výrobní pracovní síly a kapitálu a tím vzrůstá prosperita, příjmy a zaměstnanost v celé ekonomice. Produktivita a vlivy dopravy na ekonomický růst jsou výsledkem působení velkého množství individuálních faktorů, mezi které lze zahrnout například:

- nové výrobky a vyšší kvalitu výrobků,
- inovace a rozšíření technických znalostí,
- nižší náklady a ceny za zboží a služby,
- nové formy dělby práce v průmyslové výrobě a výnosy z reorganizace,
- rozšíření trhu a úspory z rozsahu,
- novou prostorovou strukturu, speciální využití krajiny, poloha s ohledem na efektivitu nákladů,
- urychlení strukturálních změn.

Technologické externí přínosy lze sledovat v následujících situacích - získání nového exportního trhu, čímž se tento zahraniční trh otevře také pro domácí průmysl. Vývoz je však možný jen pomocí dopravy. Proto část přínosů, zapříčiněných novým exportem, musí být přičtena dopravě. Vzhledem k mobilitě pracovníků mohou společnosti najmout zaměstnance s vyšší kvalifikací. Jejich zlepšená produktivita zvyšuje také efektivitu jiných firem. Rozšíření trhů umožňuje také dosáhnout úspor z rozsahu výroby. Externí přínosy se vyskytnou tehdy, když trh dosáhne takové určité velikosti, aby se nové výrobní technologie staly pro výrobce ziskovými.

Příklady ukazují, že externí přínosy dopravy opravdu existují. „Externí přínosy, které jsou poskytovány pro ekonomický systém zdarma, jsou faktorem, který má vliv na růst společnosti. Protože takové pozitivní účinky se mohou vyskytnout v mnoha případech jen

tehdy, jsou-li k dispozici dopravní služby, část externích přínosů souvisí s dopravním systémem a musí mu být tedy přičtena.“ (Veorhef, E.T.; Nijkamp, P.; Rietveld, P.; Lakshmanan, T.R.,1997)

3.1. Vliv dopravy na ekonomický rozvoj

Doprava, přesněji dopravní investice, podporují ekonomický rozvoj v těchto oblastech:

- trh práce – investice do dopravy mohou rozšířit přístup zaměstnavatelů ke zdrojům kvalifikované pracovní síly,
- trh produktů – investice mohou umožnit rozšíření trhu pro zboží a služby,
- vnitřní investice – podmínkou nebo alespoň jednou z podmínek k výraznému zvýšení jejich atraktivity, je investování do dopravy,
- atraktivita regionu – dopravní investice mohou být prostředkem k posílení image regionu, který vyžaduje regeneraci, (např. snížením cestovních dob pod kritickou hranici),
- zpřístupnění území – mohou se vyskytovat požadavky na dopravní infrastrukturu, s cílem umožnit přístup k dosud dopravně uzavřeným rozvojovým plochám. (CDV, 2002)

V makroekonomických modelech přínos dopravy vyplývá ze zvýšení objemu výroby, zaměstnanosti a příjmů celé národní ekonomiky.

3.2. Doprava a její územně-ekonomické přínosy

Existuje obecně vžitá teze, že projekty dopravní infrastruktury mají významný vliv na rozvoj území či regionální ekonomiky, čímž se často ospravedlňuje přidělování prostředků na dopravní investice. Ale v otázce, jak by měly být tyto vlivy oceňovány, není stále jasno.

Hlavními přímými přínosy nové dopravní obsluhy území jsou:

- úspora času,
- úspora režijních nákladů,
- zvýšení bezpečnosti.

Vedlejšími pozitivními vlivy jsou:

- dostupnost území (může být měřena kvantifikací ekonomických a sociálních aktivit, které lze docílit použitím dopravních služeb),
- přímá zaměstnanost (při výstavbě, provozu a údržbě),
- nepřímá (indukovaná) zaměstnanost,
- výkonnost průmyslu, obchodu a služeb (zlepšení produktivity a distribuce, nové obchodní příležitosti, nárůst konkurence, rozšíření trhu práce, kladný vliv na rozvoj soukromého kapitálu a produktivity práce),
- sociální zařazení (důsledek zmírnění, příp. odstranění sociálních problémů, existujících před zlepšením dostupnosti a mobility). (CDV, 2002)

Pro měření ekonomického vlivu dopravy jsou obvykle využívány čtyři základní přístupy, založené na hodnocení HDP odvětví dopravy, konečné poptávky, HDP vztaženého k dopravě, HDP vyvolaného dopravou.

4. ZÁVĚR

Problematiku přínosů dopravy lze sledovat ze dvou hledisek – z hlediska přínosů dopravní služby pro zákazníka a dále z hlediska dalších subjektů dopravního systému jako je

veřejná správa, operátoři dopravy, provozovatelé a podobně. Jedná se tedy o soukromé přínosy, které jsou spojeny s efektem přemístění osob a zboží na určité místo pro daného uživatele dopravy či majitele zboží. A dále jde o přínosy společenské spojené s pozitivním efektem dopravy pro společnost – tj. pro ekonomiku a ekonomický růst. Z hlediska makroekonomického jsou národohospodářské pozitivní vlivy dopravy tvořeny zvýšením přidané hodnoty, kterou lze zpětně použít ve prospěch mobility a prostorové dělby práce.

Příspěvek vznikl za podpory Institucionálního výzkumu MSM 0021627505 „Teorie dopravních systémů“ Univerzity Pardubice.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BRŮHOVÁ-FOLTÝNOVÁ, H. *Pozitivní externí efekty dopravy* [online]. Enviwiki, [citováno 22. 5. 2008]. Dostupné z: <http://www.czp.cuni.cz/enviwiki/index.php?title=Pozitivn%C3%AD_extern%C3%AD_efekty_dopravy&oldid=3327>.
- [2] EISLER, J. *Ekonomika dopravních služeb a podnikání v dopravě*. 1. vyd. Praha: VŠE. Nakladatelství Oeconomica, 2004. 151 s. ISBN 80-245-07772-2.
- [3] KOTLER, P. *Marketing management*. 9. vyd.. Praha: Victoria Publishing, 1998. 710 s. ISBN 80-7169-600-5.
- [4] KOUSAL, M. *Ku kritériam spoločenskej efektivity rozvoja osobnej dopravy*. Zborník prác VÚD č.22, Praha, Nadas 1980.
- [5] VEORHEF, E.T.; NIJKAMP, P.; RIETVELD, P.; LAKSHMANAN, T.R. *Benefits and costs of transport: classification, methodologies and policies*. . [online]. Tinbergen institut, 1997. [citováno 3. 7. 2008]. Dostupné z: <<http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/97084.pdf>>.
- [6] ZELENÝ, L. *Rozvoj dopravy ve světě*. Praha: VŠE, 2004, 128 s. ISBN 80-245-0671-8.
- [7] *Doprava a ekonomický růst*. [online]. Centrum dopravního výzkumu, 2002, [citováno 21. 6. 2008]. Dostupné z: <http://www.cdv.cz/text/vz/vzl/pvzl_24.pdf>.

Recenzent: prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc.,
Univerzita Pardubice, DFJP, Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky