

**Petr Šmíd, Petra Lukešová, Daniel Mourek**

# **Plány mobility**

Přínos pro podniky a instituce



**Nadace Partnerství**

**2011**



# Plány mobility

## **Plány mobility: Přínos pro podniky a instituce**

**Autoři publikace:** Petr Šmíd, Petra Lukešová (Školní plány mobility), Daniel Mourek (Příklady dobré praxe)

**Editor:** Petr Šmíd

**Jazyková korektura:** Vladimír Kolár

**Fotografie:** archiv Nadace Partnerství

**Grafická úprava:** Petr Šabach, František Eliáš (obálka)

**Sazba:** Petr Šabach

**Tisk:** Print Matula, s. r. o., Brno; vytištěno na recyklovaný papír

**Náklad:** 500 výtisků



nadace  
**partnerství**

| LIDÉ A PŘÍRODA

### **Vydavatel a distribuce:**

Nadace Partnerství

Údolní 33, 602 00 Brno

tel.: 515 903 111

[www.nadacepartnerstvi.cz](http://www.nadacepartnerstvi.cz)

© **Nadace Partnerství 2011**

**ISBN 978-80-904918-0-9**

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2 O MANAGEMENTU MOBILITY .....</b>	<b>5</b>
2.1 Základní informace .....	5
2.2 Hlavní přínosy managementu mobility .....	7
2.3 Organizace managementu mobility .....	7
2.4 Spolupráce v rámci managementu mobility .....	9
2.5 Financování managementu mobility .....	9
2.5.1 Potřeby financování .....	9
2.5.2 Zdroje financování .....	9
2.6 Nástroje managementu mobility .....	12
2.6.1 Manažer mobility .....	12
2.6.2 Centrum mobility .....	12
2.6.3 Konzultant mobility .....	13
2.6.4 Místní středisko mobility .....	13
2.6.5 Koordinátor mobility .....	13
2.6.6 Plán mobility .....	13
<b>3 PLÁN MOBILITY JAKO NEJÚČINNĚJŠÍ NÁSTROJ MANAGEMENTU MOBILITY .....</b>	<b>15</b>
3.1 Analytická část plánu mobility .....	16
3.2 Návrhová část plánu mobility .....	18
3.2.1 Informační opatření .....	19
3.2.2 Propagační opatření .....	19
3.2.3 Organizační a koordinační opatření .....	20
3.2.4 Vzdělávací a školicí opatření .....	20
3.2.5 Telekomunikace a pružná organizace pracovní doby .....	21
3.2.6 Opatření motivující k využívání veřejné dopravy .....	21
3.2.7 Opatření podporující pěší nebo cyklistickou dopravu do zaměstnání .....	22
3.2.8 Opatření pro racionálnější organizaci parkování motorových vozidel .....	22
3.3 Akční plán .....	23
3.4 Hodnotící část plánu mobility .....	24
<b>4 POSTUP PŘI TVORBĚ PODNIKOVÉHO PLÁNU MOBILITY .....</b>	<b>27</b>
4.1 Přípravná fáze .....	27
4.2 Analýza výchozího stavu .....	28
4.2.1 Průzkum dopravního chování .....	28
4.2.2 Analýza území .....	31
4.2.3 Ekonomické faktory výchozí situace .....	31
4.2.4 Průzkum dopravního chování .....	31
4.3 Vytvoření akčního plánu .....	31
4.4 Monitoring, vyhodnocení, aktualizace .....	31
<b>5 NÁSTROJE K DOSAŽENÍ CÍLŮ PODNIKOVÉHO PLÁNU MOBILITY .....</b>	<b>33</b>
5.1 Snížení frekvence pravidelného dojíždění do zaměstnání .....	33
5.2 Snížení potřeby mimopracovních cest zaměstnanců .....	34
5.3 Zavedení a podpora zaměstnanecké dopravy .....	34
5.3.1 Firemní autobus .....	34
5.3.2 Smluvní taxislužba .....	34
5.3.3 Van-pooling .....	35
5.3.4 Bike & Ride .....	35
5.3.5 Park & Ride .....	36
5.4 Zvýšení atraktivity veřejné dopravy .....	36
5.4.1 Lobování za zkvalitnění veřejné dopravy .....	36
5.4.2 Prodej jízdenek v areálu podniku .....	36
5.4.3 Finančně zvýhodněné cestování veřejnou dopravou .....	37
5.4.4 Poskytování poradenských služeb o možnostech veřejné dopravy .....	37
5.4.5 Marketing a propagace veřejné dopravy .....	38
5.5 Car-pooling .....	38
5.5.1 Zavedení zprostředkovací služby car-poolingu .....	38
5.5.2 Motivační opatření pro rozvoj car-poolingu .....	38
5.5.3 Lobování za zlepšení podmínek pro uživatele car-poolingu .....	39
5.5.4 Garantovaná doprava domů v případě neočekávané situace .....	39

<b>5.6 Opatření pro zvýšení atraktivity pěší a cyklistické dopravy.....</b>	<b>39</b>	5.6.4 Marketing a propagace cyklistické a pěší dopravy	40
5.6.1 Zlepšení infrastruktury pro pěší a cyklistickou dopravu	39	5.6.5 Pracovní cesty na kole	41
5.6.2 Bezplatná údržba jízdních kol	40	<b>5.7 Podpora využívání alternativních způsobů dopravy při služebních cestách .....</b>	<b>41</b>
5.6.3 Finanční příspěvek na jízdní kola a cyklistické vybavení	40	<b>5.8 Organizace parkování.....</b>	<b>42</b>
		<b>5.9 Motivace k úspěšnějšímu využívání automobilů... </b>	<b>42</b>
<b>6 ŠKOLNÍ PLÁNY MOBILITY .....</b>	<b>45</b>		
<b>6.1 Obsah školního plánu mobility.....</b>	<b>46</b>	6.2.1 Vznik pracovní skupiny a stanovení základních cílů ŠPM	47
6.1.1 Analytická část ŠPM	46	6.2.2 Rozbor současného stavu	47
6.1.2 Návrhová část ŠPM	46	6.2.3 Vypracování akčního plánu	48
6.1.3 Akční plán ŠPM	47	6.2.4 Monitoring a vyhodnocení	48
6.1.4 Hodnotící část ŠPM	47	<b>6.3 Propagace školního plánu mobility .....</b>	<b>49</b>
<b>6.2 Vytvoření školního plánu mobility.....</b>	<b>47</b>		
<b>7 PLÁNY MOBILITY VELKÝCH MĚST A AGLOMERACÍ.....</b>	<b>51</b>		
<b>7.1 Evropská legislativa.....</b>	<b>52</b>	<b>7.4 Nástroje k dosažení cílů plánu mobility velkého města nebo aglomerace.....</b>	<b>55</b>
<b>7.2 Postup při tvorbě městského plánu mobility.....</b>	<b>52</b>	7.4.1 Systémy automatických půjčoven jízdních kol	55
7.2.1 Přípravná fáze	52	7.4.2 Car-sharing	57
7.2.2 Analýza výchozího stavu	53		
7.2.3 Vytvoření akčního plánu	53		
<b>7.3 Přehled doporučených okruhů městského plánu mobility.....</b>	<b>54</b>		
<b>8 PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE .....</b>	<b>59</b>		
<b>8.1 Město, aglomerace .....</b>	<b>59</b>	<b>8.2 Velký podnik .....</b>	<b>62</b>
8.1.1 Podpora podnikových plánů mobility na úrovni aglomerace (Nantes/Francie)	59	<b>8.3 Malý podnik .....</b>	<b>62</b>
8.1.2 Systémy veřejných půjčoven kol ve Francii	60	<b>8.4 Úřad státní správy .....</b>	<b>63</b>
8.1.3 Car Liberté – car-sharing v Savojsku (Francie)	61		







# 1

## ÚVOD

Téměř 28 % skleníkových plynů je v Evropě vypouštěno dopravními prostředky. Emise z dopravy vzrostly nejvíce za posledních 10 let. Značnou část realizovaných cest představují cesty za prací – do zaměstnání nebo na služební cesty. Dojždění do práce autem přispívá velikou měrou k dopravním zácpám ve špičkách, lidé pak cestují autem i za dalšími aktivitami, na nákupy, za sportem a doprovázejí děti, automobily zabírají prostor ve městě. Provoz automobilu silně zatěžuje rozpočet domácností, náklady na dopravu do práce mohou představovat až 30 % rozpočtu a mají vliv na neustále stoupající cenu ropy.

Existují však jednoduchá a efektivní řešení, jak zmírnit tento neblahý vliv: plány mobility, které mohou levně a rychle ovlivnit tyto negativní dopady. Nabídka dopravních sítí, ať už železniční, městské, či meziměstské hromadné dopravy je nutná k nastartování (finančního) úsilí.

V rámci plánů mobility mohou firmy pomocí měkkých organizačních a komunikačních opatření optimalizovat stávající nabídku a vytvářet alternativy k individuální automobilové dopravě. Plány mobility zavádějí na základě analýzy situace, stávajících způsobů dopravy, vzdálenosti sídla firmy od bytlišť zaměstnanců, na základě podmínek parkování, dostupnosti firmy a ochoty zaměstnanců měnit své

dopravní návyky pomocí opatření, kterými motivují zaměstnance k tomu, aby nechali automobil v garáži. Patří mezi ně například podrobné informace o hromadné dopravě, příspěvky na sezonní jízdenky, příspěvek na nákup elektrokola, zřízení půjčovny kol, podpora práce z domova...

S plány mobility přišly poprvé před 10 lety velké společnosti v západní Evropě, hlavně v Belgii, Švýcarsku, Rakousku, ve Skandinávii a také ve Velké Británii, Holandsku a Francii.

Podle nejnovějšího průzkumu, který probíhal ve Francii, existuje asi 1200 plánů mobility firem, které se týkají 5 % všech zaměstnanců. V některých oblastech jde až o 30 %. Mohou být řešením pro tři základní pilíře firemní kultury – ekonomický, ekologický a sociální. Tato strategie přináší výhody zaměstnancům, firmě i společnosti. Cesty do práce se stávají levnější, méně stresující a bezpečnější. Sídla firem jsou dostupnější, jejich okolí přívětivější, snižuje se potřeba parkovacích míst a nárok na prostor. V okolí sídla nedochází ve špičce k zácpám a dochází k optimalizaci používání hromadné dopravy. Firma se stává atraktivnější pro potenciální nové zaměstnance.

V této publikaci je uvedena podrobná metoda zpracování plánu mobility. Spočívá v analýze lokality a její dostupnosti, dotazníkového šetření mezi zaměstnanci, vyčíslení firemní náklady na dopravu a nabízí opatření šitá na míru konkrétní situaci.

Podnět z vedení firmy, široké zapojení zaměstnanců, schopný koordinátor projektu a motivovaní lidé z odboru lidských zdrojů jsou nezbytní spoluhráči při zavádění plánu mobility.

Z výsledků národního výzkumu, který proběhl nedávno ve Francii, je patrné, že plány mobility mohou zredukovat individuální automobilovou dopravu

o 10 % během několika měsíců: v rámci nejstarších plánů se podařilo snížit IAD až o 30 %. To je případ ST Micro Electronic v Grenoblu, Indiggo v Chambéry a mnoha dalších. Přijatá opatření se liší podle konkrétní geografické situace a podle zaměření firmy, ale od zavedení prvních plánů mobility dochází ke zlepšení podmínek v hromadné dopravě plošně po celé Francii. Zavedením opatření na podporu cyklistiky se podařilo v Grenoblu a okolí zvýšit počet lidí dojíždějících do práce na kole z 5 % na 15 % ve většině zapojených institucí. Cyklistika a chůze mají mimo jiné také vynikající účinek na lidské zdraví: 30 minut chůze nebo jízdy na kole denně snižuje riziko vzniku kardiovaskulárních nemocí, cukrovky a osteoporózy, deprese a některých forem rakoviny.

Ke spolujízdě jako nejúspěšnějšímu opatření se ve třech průmyslových zónách v oblasti Lyonu, kde pracuje 20 tisíc zaměstnanců, připojilo z původních 5 % úžasných 15 % lidí za 9 měsíců. V průmyslovém parku v Plaine de l'Ain, kde pracuje 5 tisíc lidí, se dokonce zvýšil počet lidí užívajících spolujízdu ze 7 % na 23 % během jednoho roku. Každý nový uživatel znamená snížení emisí výfukových plynů o jednu tunu ročně.

Klíčové faktory úspěchu plánů mobility jsou dnes již dobře známé: schopné vedení projektu a motivace všech zapojených článků: zaměstnanců včetně vedení podniku, zástupců operátorů hromadné dopravy apod. Pokud projekt, který je velkou měrou založený na lidech, opustí schopný koordinátor, může to mít velmi negativní účinek. Je nanejvýš důležité pořádat pravidelné informační a propagační akce. Je potřeba mít na paměti, že situace zaměstnanců se mění: velmi účinné je zaměřit se na zaměstnance, co bydlí daleko, zrovna se přestěhovali nebo nově nastoupili do podniku.

Firma musí nalézt vazby mezi svým pracovním kolektivem a provozovateli hromadné dopravy. Zřízením centra mobility pro jednotlivé aglomerace se podařilo v Chambéry, Nantes, Grenoblu nebo Montpellier urychlit proces a zvýšit dopad opatření a zapojit od 5 % do 30 % zaměstnanců během několika let.

Mnoho faktorů může ovlivnit výsledky: například snížení počtu parkovacích míst může urychlit zavedení plánů mobility. Silná hustota městské zástavby bude nahrávat chůzi a používání hromadné dopravy. Kolo bude nejoblíbenějším dopravním prostředkem – dokonce i manažerů – v lokalitách s nižší hustotou dopravy a nejvíce bude využíváno pro přímé cesty nebo také v příměstských oblastech, které nejsou dobře obsluhovány hromadnou dopravou.

Práce přes den v pravidelném čase a na stejném místě usnadňuje organizaci dopravy. Plány mobility mohou být uplatňovány v nejrůznějších podmínkách a v nejrůznějších lokalitách. Výsledky, kterých bylo dosaženo v posledních 10 letech, dokazují, že poměr mezi cenou a účinkem plánů mobility je skvělý: díky zavedeným opatřením se podařilo změnit 7 % až 10 % všech cest realizovaných autem na jiné dopravní prostředky při minimálních nákladech. Nabyté zkušenosti nám umožňují si představit další sféry uplatnění plánů mobility: všechny velké podniky jsou dnes již zapojeny do procesu, ale je mnohem těžší oslovit malé a střední podniky. Organizace mezipodnikového plánu mobility nebo hromadné zapojení 7 či 8 menších podniků v jedné lokalitě nebo industriální oblasti se ukazuje jako nadějná cesta. Nákupní zóny na okrajích měst generují velkou dopravní zátěž a jsou jen těžko ovlivnitelné. Organizátoři velkých sportovních nebo kulturních akcí, provozovatelé arén a stadionů mohou také těžit z postupů této metody, a lépe tak zajistit odpovídající nabídku dopravy pro volný čas. Z vyhodnocení vyplývá, že nejefektivnější jsou opatření šitá na míru podle konkrétních podmínek.



**Automobilová doprava přináší stále více negativních dopadů na každodenní život**

V národním nebo mezinárodním měřítku může rychlé výsledky přinést vzájemná výměna příkladů dobré praxe a technických nástrojů. Velkým přínosem je pravidelné hodnocení v rámci platformy EPOMM, ale zvláště neúnavná snaha o informovanost a motivaci společnosti.

Nadace Partnerství se vydala správným směrem a zahájila proces kultivace dopravního prostředí: organizuje exkurze, založila pracovní skupinu, vydává metodiky. V dnešní době se domácnosti stále více motorizují a užívání individuální automobilové dopravy stále stoupá. Opatření zahrnutá v plánech mobility umožňují všem přispívat k lepší ochraně planety a těžit z vyšší kvality života z hlediska bezpečnosti a čistoty životního prostředí při minimálních finančních nákladech.



# 2

## O MANAGEMENTU MOBILITY

### 2.1 Základní informace

Management (řízení) mobility (MM) je moderní strategie rozvoje dopravy, která se postupně vyvinula jako odpověď na narůstající problémy související s dopravou (neúměrně vysoká intenzita provozu, dopravní zácpy, negativní vlivy na životní prostředí a zdraví apod.). Cílem správného managementu mobility je zavedení opatření vedoucích k uskutečnění potřebné přepravy osob a zboží za současného snížení nepříznivého dopadu na životní prostředí a snížení ekonomické zátěže.

Management mobility je orientovaný především na ovlivňování poptávky v osobní i nákladní dopravě pomocí tzv. „měkkých“ opatření, tedy řešení založených spíše na organizaci, koordinaci, motivaci, propagaci a přenosu informací než na větších investicích do infrastruktury. Jeho hlavním cílem je dosažení změny dopravního chování obyvatel směrem k udržitelnějším způsobům dopravy, výsledkem čehož by bylo omezení individuální automobilové dopravy (zejména sólo-jízdy motorových vozidel) a vlastnictví osobních automobilů vůbec.

Úkolem „měkkých“ opatření je nejčastěji zlepšení účinnosti „tvrdých“ opatření používaných v městské dopravě (jako jsou nové tramvajové linky, sil-

nice nebo cyklostezky). Opatření managementu mobility (ve srovnání s „tvrdými“ opatřeními) nevyžadují nutně velké finanční investice a zároveň mohou vykazovat vysoký přínos v poměru k nákladům (BCR – Benefit Cost Ratio).

„měkká“ opatření (management mobility)
organizace, marketing, osvěta
informace
plán mobility
nižší investiční náročnost rychlá realizovatelnost snadná modifikovatelnost
„tvrdá“ opatření (investice do infrastruktury, vozidlového parku, řízení dopravního provozu)
budování infrastruktury
údržba a modernizace vozidel
řízení dopravního provozu
velká investiční náročnost časová náročnost obtížná modifikovatelnost

Vývojem koncepce udržitelné mobility se mohou zabývat místní a regionální úřady, vlastníci pozemků nebo jejich správci, veřejní dopravci, organizátoři společenských akcí, komerční zájmové skupiny, obchodní spolky a zaměstnanecké organizace, chodci, cyklisté nebo jiné skupiny silniční dopravy, komunitní skupiny apod. Management mobility bývá realizován na úrovni regionů, měst nebo obcí (např. zřizování konzultačních informačních

a servisních center, zapojování veřejnosti do dopravních problémů, marketing a kampaně), podniků, úřadů a jiných organizací (např. management parkování, plány mobility), škol a univerzit (výchova a osvěta), zákaznického a turistického servisu (např. dovážkový servis, speciální lístky pro turisty) a nákladní dopravy (logističtí operátoři, skupiny dopravců na městské a regionální úrovni).

Významným novým prvkem je přitom zakládání kooperačních vztahů, například mezi územně-správními celky, dopravními podniky, operátory mobility, podniky, školami i uživateli veřejné dopravy. Na managementu mobility se aktivně podílejí veřejné i soukromé složky.



Management mobility využívá především organizačních, marketingových a informačních nástrojů

## 2.2 Hlavní přínosy managementu mobility

### Pro podnik nebo instituci

- zmírnění problémů způsobených nedostatkem parkovacích míst,
- úspora nákladů na provoz a údržbu parkovacích ploch,
- snížení nákladů na služební cesty,
- zkrácení doby nutné pro cestování zaměstnanců do/z práce, omezení zpoždění z důvodů dopravní zácpy,
- zmírnění intenzity provozu v okolí podniku/instituce
- snížení nákladů na údržbu vozového parku,
- zlepšení zdravotního stavu zaměstnanců, méně absencí z důvodu nemoci,
- snazší získávání nových zaměstnanců i udržení těch stávajících (z důvodu lepší dopravní dostupnosti),
- naplnění stanovených cílů v oblasti společenské zodpovědnosti,
- zlepšení image u zákazníků i sousedů,
- zlepšení dostupnosti podniku/instituce většímu počtu klientů,
- zefektivnění zásobování a pohybu zboží.

### Pro školu

- zmírnění intenzity provozu v okolí školy,
- zlepšení zdravotního stavu žáků,
- snížení dopravněbezpečnostních rizik při cestách žáků do školy,
- zvýšení vnímavosti žáků vůči svému okolí.

### Pro město

- přeměna parkovacích ploch na kvalitnější veřejné prostory,
- úspora nákladů na provoz a údržbu parkovacích ploch,
- zlepšení životního prostředí ve městě,
- zvýšení atraktivity města pro obyvatele i návštěvníky,
- zlepšení dostupnosti pro znevýhodněné skupiny obyvatel.

## 2.3 Organizace managementu mobility

Opatření managementu mobility jsou velmi různorodá a mohou být realizována různým způsobem v závislosti na místních podmínkách.

Podle zaměření, rozsahu a dopadu managementu mobility rozlišujeme dvě základní úrovně:

- plošný management mobility (pro část města, město, region),
- místní management mobility (pro objekt, podnik, instituci).

Třebaže cíle plošného i místního managementu mobility jsou víceméně stejné, v organizačním zajištění a jednotlivých krocích se mohou lišit.

**Plošný management mobility** bývá založen na poskytování služeb v rámci města nebo regionu se zaměřením na:

- širokou veřejnost,
- specifické cílové skupiny – např. děti a mládež, handicapovaní obyvatelé, návštěvníci apod.,
- specifické druhy cestování – např. dojíždění do práce, nákupy, zábava a rekreace apod.

Dalším úkolem plošného MM je motivovat původce dopravy (zaměstnavatele, nákupní střediska apod.) k zavedení vlastního MM na místní úrovni.

Organizátorem plošného MM mohou být například orgány místní nebo regionální správy, provozovatelé veřejné dopravy nebo zájmová sdružení.

Místní management mobility je založen především na poradenství, osvětě a poskytování informací;

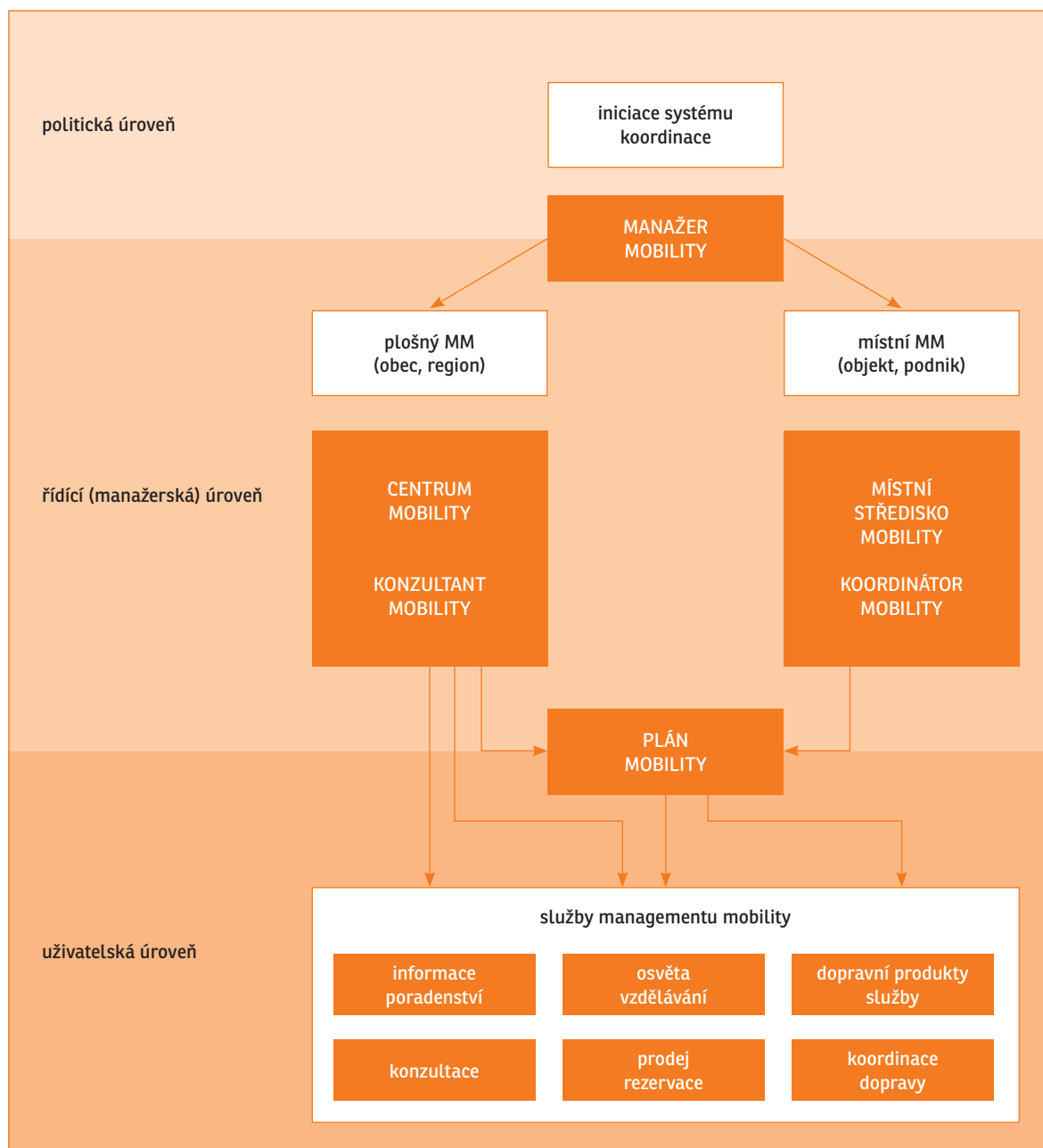


Schéma organizace managementu mobility



zahrnuje však také nabídku alternativ a škálu motivačních opatření. Cílovou skupinou jsou uživatelé daného objektu nebo místa – zaměstnanci, návštěvníci, zákazníci, studenti apod. Organizátorem místního MM může být vlastník nebo provozovatel objektu, sdružení uživatelů apod.

Proces managementu mobility může začít na jedné úrovni a postupně prorůst do druhé. Místní MM se tedy může vyvinout v celoměstskou strategii, plošný MM zase může generovat rozvoj místních MM.

---

## 2.4 Spolupráce v rámci managementu mobility

---

Nezbytným předpokladem úspěšného zavedení managementu mobility je zapojení všech relevantních klíčových aktérů do procesu, a to již ve fázi přípravy. Koordinaci činností v rámci MM zajišťuje pracovní skupina, v níž by měly být zastoupeny všechny spolupracující strany. V zájmu výměny informací a zkušeností je také důležité navázat stálé kontakty s dalšími městy nebo regiony, které již management mobility zavedly.

---

## 2.5 Financování managementu mobility

---

Spolehlivé financování je klíčovou záležitostí, ostatně jako u každého projektu. I jinak dobře připravený MM jen stěží dosáhne všech svých cílů bez zajištěného financování.

### 2.5.1 Potřeby financování

U každého MM je třeba finančně pokrýt:

- jednorázové vstupní náklady – např. vypracování studie proveditelnosti, vývoj konceptu implementace, zřízení centra mobility apod.,
- provozní náklady – personál, nájmy, údržba, komunikace, informační materiály apod.

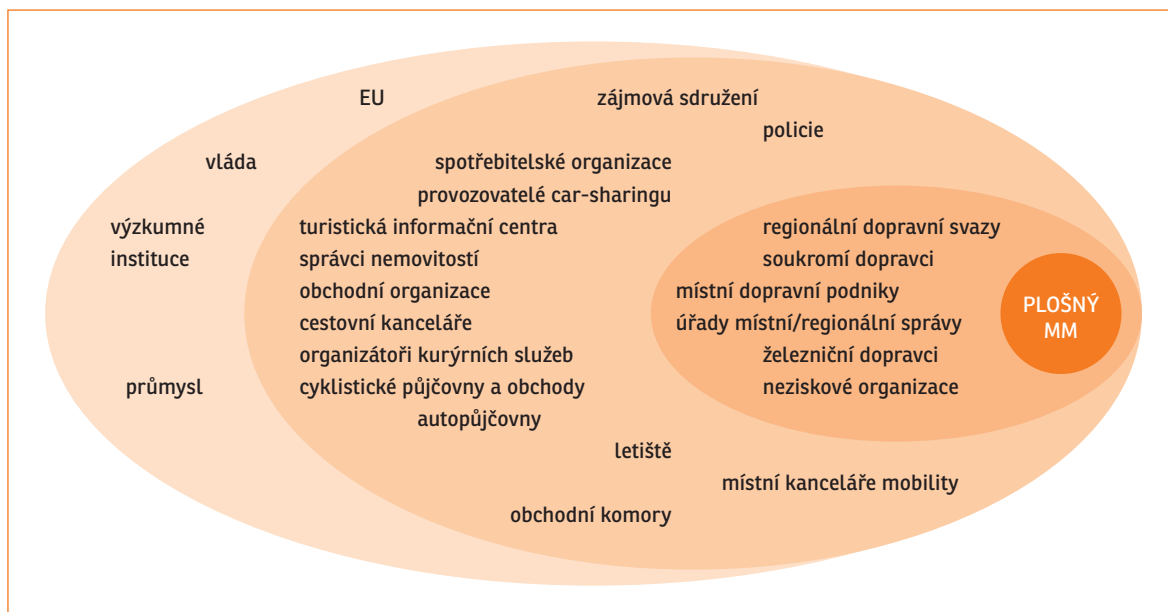
Výše nákladů samozřejmě závisí na rozsahu projektu: roční výdaje na osvětové kampaně nebo podobné méně náročné aktivity mohou být až o několik řádů nižší než provozní náklady nově vybudovaného centra mobility ve středu města.

Náklady na MM lze snížit dvěma základními cestami:

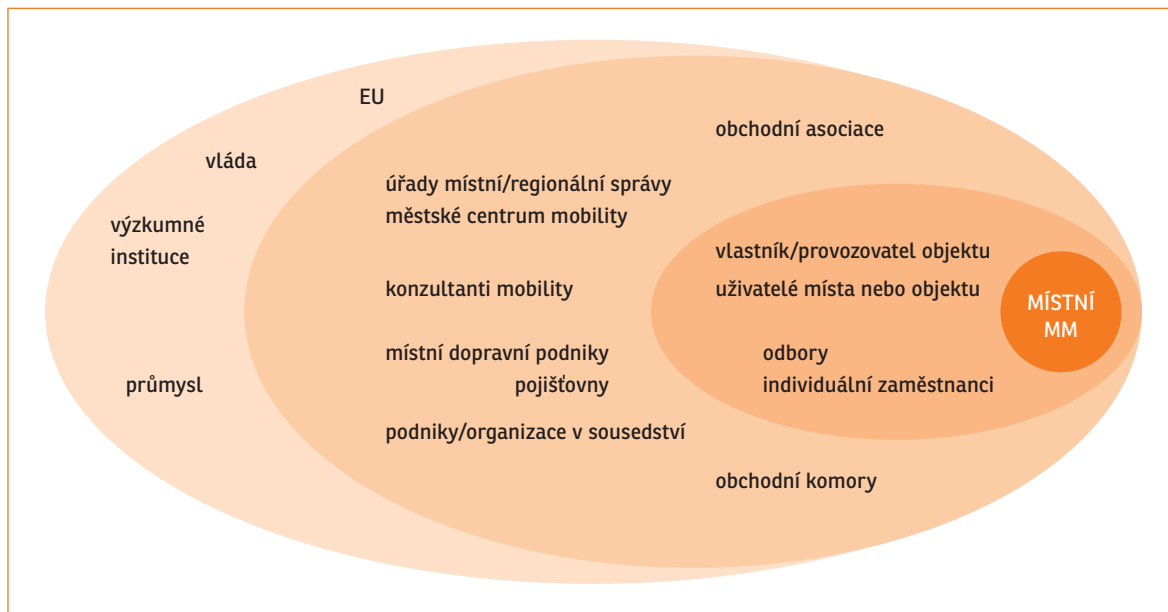
- využití synergického efektu (příklad: integrované centrum mobility uspoří náklady dříve vynakládané na provoz oddělených zákaznických a informačních středisek),
- využití stávajících zdrojů (příklad: na koordinátora mobility je vyškolená osoba, která se předtím zabývala organizací služebních cest).

### 2.5.2 Zdroje financování

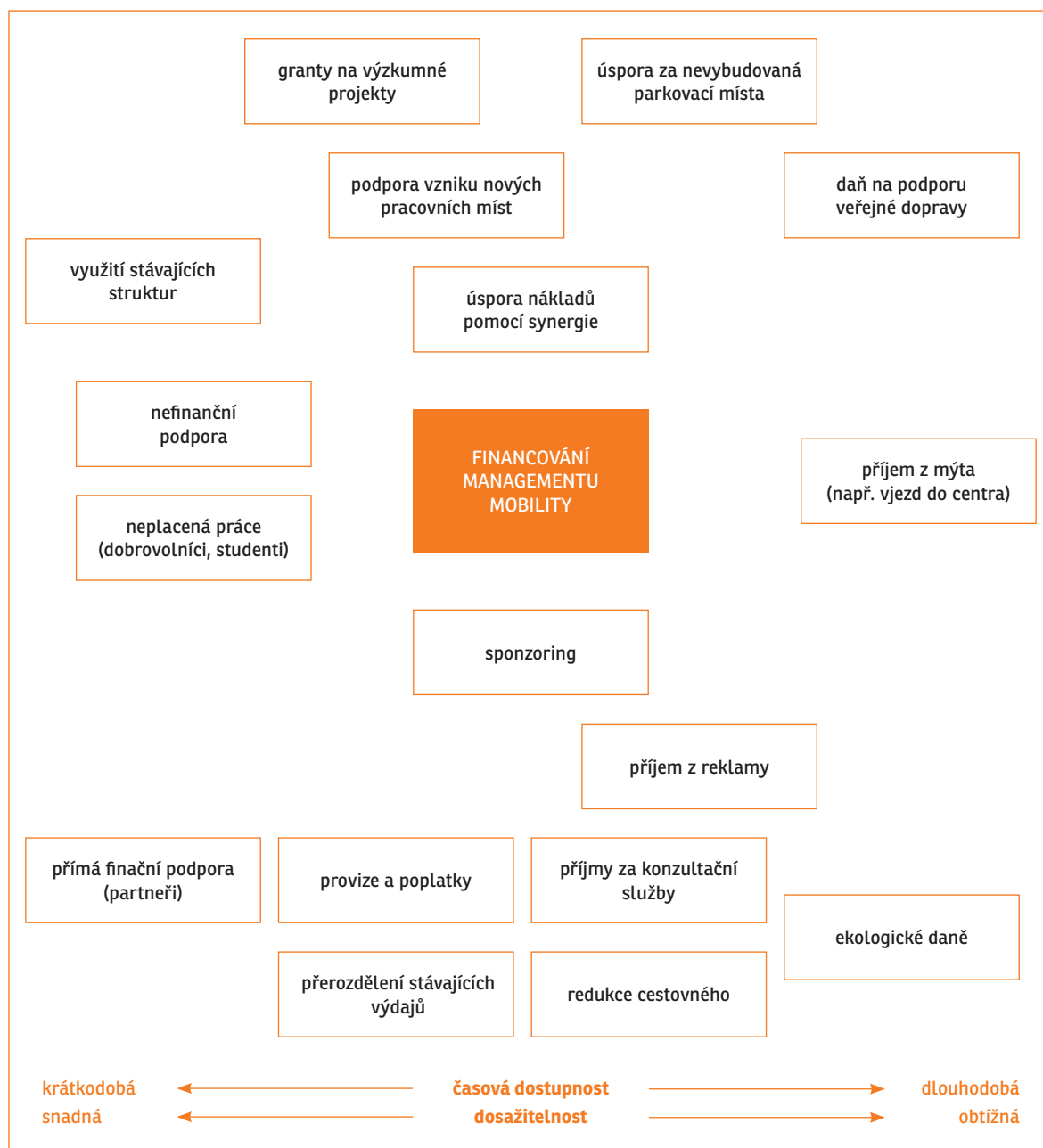
Pro zajištění financování MM je v závislosti na místních podmínkách vhodné kombinovat získání finančních zdrojů (např. granty, dotace) s přerozdělením stávajících výdajů (např. úspory získané omezením parkovacích ploch). Dalším zdrojem spolufinancování mohou být služby poskytované v rámci samotného MM. Centrum mobility sice pravděpodobně nebude finančně zcela soběstačné, nicméně příjmy z konzultací nebo reklamy a provize z prodejů a půjčovního atd. mohou přinést poměrně slušný příspěvek do celkového rozpočtu.



**Potenciální partneři managementu mobility na úrovni města nebo regionu**



**Potenciální partneři managementu mobility na úrovni místa nebo objektu**



**Financování managementu mobility**

## 2.6 Nástroje managementu mobility

Uvedení managementu mobility do praktického života umožňují různé navzájem se doplňující nástroje. Mezi ty základní patří:

- manažer mobility,
- centrum mobility,
- konzultant mobility,
- místní středisko mobility,
- koordinátor mobility,
- plán mobility.

Pro realizaci MM a navazující koncepční práci je třeba zajistit odpovídající institucionální a personální zázemí zahrnující jak kvalifikované odborníky, tak spolupracovníky, kteří mohou být vyškoleni v rámci MM. Počet pracovníků přitom závisí na rozsahu celého projektu; na začátku to může být jedna nebo několik osob, později může jít třeba i o desítky zaměstnanců plně rozvinutého centra mobility.

### 2.6.1 Manažer mobility

Je celkově zodpovědný za vývoj strategie a zavedení příslušných opatření. Zastává významnou koordinační funkci – v daném městě/regionu/podniku je totiž klíčovým prostředníkem mezi politickou a řídicí (manažerskou) úrovní. Měl by být v kontaktu se všemi relevantními partnery. Jeho činnosti a pravomoci mohou být případně sdíleny i více osobami. Roli manažera mobility může zastávat například vhodný pracovník místního úřadu, dopravního podniku, nevládní organizace apod.

### 2.6.2 Centrum mobility

Provozní jednotka na místní nebo regionální úrovni zajišťující poskytování služeb souvisejících s mobilitou. Dobře pracující Centrum mobility (CM) musí splňovat dva základní předpoklady:

- multimodální přístup k poskytování služeb,
- individuální přístup ve vztahu ke klientům.

CM nabízí informace a služby pro mobilitu, zahrnující např. prodej jízdenek – obvykle pro několik druhů veřejné dopravy (autobusy, metro, tramvaje, vlaky), ale také jiná řešení (parkovací místa pro osobní automobily, car-sharing – sdílení automobilů, car-pooling – koordinace spolujízdy). Centrum mobility někdy zpracovává plány mobility pro místa, která svým působením vytvářejí dopravní provoz, jako jsou školy, firmy apod.

Jeho existence může pomoci pozitivně prezentovat management mobility v očích veřejnosti. Kontakt s uživateli může probíhat jednak osobně, jednak telefonicky, pomocí internetu, informačních terminálů, apod. Centrum mobility s celoměstskou působností by mělo být umístěno v dobře dostupné lokalitě v centrální části města (ideálně na hlavní



Centrum mobility

železniční stanici, důležitém přestupním bodu apod.). Mohou být ovšem zřizována centra mobility zaměřená pouze na určité cílové skupiny, popřípadě přechodná CM související s organizací určité akce (kulturní nebo sportovní události, veletrhy apod.)

### 2.6.3 Konzultant mobility

Je osoba, která poskytuje informace o dopravních možnostech na základě individuálních potřeb cestujících (v takovém případě pracuje často pro centrum mobility), nebo osoba nabízející poradenství a odbornou pomoc při zpracování, realizaci a vyhodnocení plánů mobility. Kromě toho organizuje informační a vzdělávací kampaně. Funkce konzultanta mobility bývá obvykle zřizována v rámci plošného managementu mobility určitého města nebo regionu.

### 2.6.4 Místní středisko mobility

Může být zřízeno na úrovni podniku nebo instituce. V takovém případě slouží pouze zaměstnancům nebo klientům dané organizace. Jeho podoba může být různá: od telefonního čísla obsluhovaného jedním pracovníkem (např. recepčním) až po specializovanou kancelář. Středisko mobility může být také zodpovědné za implementaci místního plánu mobility.

### 2.6.5 Koordinátor mobility

Je zodpovědný za přípravu, realizaci a vyhodnocení plánu mobility zpracovaného pro určitý podnik, instituci, organizaci nebo objekt. Provádí průzkumy mezi uživateli, navrhuje konkrétní opatření, komunikuje s relevantními vnějšími partnery (místní úřady, dopravní podniky apod.) Z organizačního hlediska je ideální, pokud je funkce koordinátora mobility pevně začleněna do organizační struktury daného podniku, instituce nebo organizace.

## 2.6.6 Plán mobility

Jeden z nejúčinnějších nástrojů managementu mobility. Je to strategický dokument vytvořený pro konkrétní subjekt (podnik nebo instituci, region, obec nebo část obce, školu apod.). Jsou v něm formulovány konkrétní cíle, akční plán k jejich dosažení, způsoby jejich zavedení a zodpovědnost konkrétních osob. Plán mobility je sestaven na určité období a je třeba jej průběžně aktualizovat na základě měnících se podmínek.



# PLÁN MOBILITY JAKO NEJÚČINNĚJŠÍ NÁSTROJ MANAGEMENTU MOBILITY

Plán mobility (PM) je sada opatření, která jsou zacílena na sladění dopravních potřeb zaměstnanců či jiných cílových skupin (turistů, obyvatel městských zón atd.) v rámci dané lokality. Opatření míří k prosazení co nejšetrnějších způsobů dopravy. Jedná se o omezení automobilové dopravy na nejnížší možnou míru (pouze nezbytné jízdy automobily, a pokud je nutno automobil použít, cílem je alespoň koordinovat jízdy a vytížit kapacitu vozidel k dopravě většího počtu osob). Vhodnými způsoby je také v rámci plánu mobility řešena přeprava zboží a využití stávajících služeb.

Plány mobility můžeme podle jejich zaměření dělit do dvou základních kategorií:

## a) cílové (destinační) plány mobility

Jsou vytvářeny s cílem především zvýšit využívání udržitelných způsobů dopravy při přesunech do určité destinace, např. pracoviště, škola, nemocnice, turistická atrakce atd., přičemž důvod pro uskutečnění většiny cest do/z této destinace bývá obdobný.

## b) zdrojové (rezidenční) plány mobility

Bývají zaměřeny na lokalitu (obvykle bydliště), odkud jsou uskutečňovány cesty na různá místa z různých důvodů.

časová platnost PM	rozsah PM	příklad PM
trvalý	území	region, aglomerace, město
	místo, objekt	úřad, podnik, banka, nemocnice, kulturní nebo rekreační zařízení apod.
	škola	MŠ, ZŠ, SŠ
dočasný	jednorázová událost	společenská, kulturní nebo sportovní akce, veletrh apod.

### Různá členění typů plánů

Pokud je to účelné, v určité lokalitě mohou být současně vyvíjeny plány mobility spadající do obou kategorií – jejich koordinace by měla být zajištěna v rámci dopravní politiky dané municipality.

Jiné rozčlenění typů plánů mobility může být podle časové platnosti, rozsahu a úrovně detailního rozpracování cílů i prostředků k jejich dosažení.

Každý plán mobility musí obsahovat:

- ▣ **analytickou část** (detailní rozbor výchozí situace),
- ▣ **návrhovou část** (podrobný popis cílů plánu mobility a navržených opatření vedoucích k dosažení těchto cílů),
- ▣ **závaznou část** (akční plán, harmonogram aktivit),
- ▣ **hodnotící část** (monitoring, aktualizace).

Tato základní struktura je nutným minimem, které by mělo být ve všech případech dodrženo. Vše ostatní (rozsah, detailní členění jednotlivých kapitol apod.) je již věcí zpracovatelů konkrétního plánu mobility a bude se zákonitě případ od případu lišit.

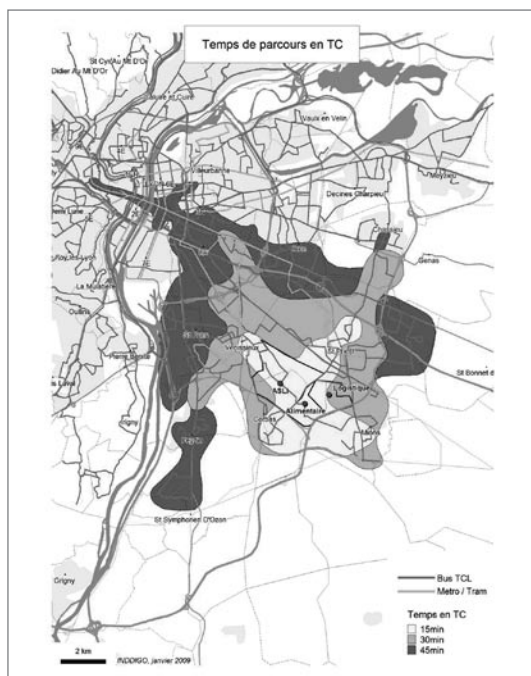
Názornosti a srozumitelnosti plánu mobility velmi přispěje použití obrazových materiálů – mapky, grafy, fotografie apod.

## 3.1 Analytická část plánu mobility

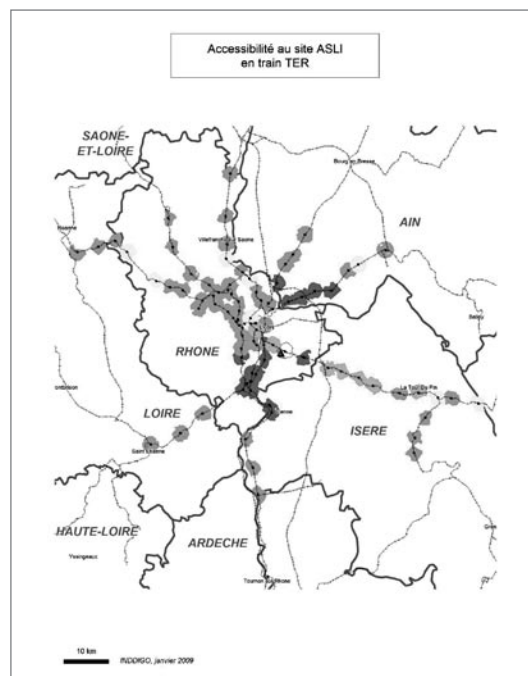
Měl by zde být co nejpodrobněji popsán současný stav a identifikovány hlavní problémy a nedostatky. Z obsahu by mělo být zřejmé například:

- ▣ jaká je dostupnost řešení lokality jednotlivými druhy dopravy,
- ▣ jaká jsou nejslabší místa v dopravní obslužnosti a jak obtížný by byl případný proces nápravy,
- ▣ jaké jsou dopravní potřeby uživatelů (lokalizace jejich domovů),
- ▣ která místa v řešeném území jsou problematická z hlediska bezpečnosti nebo komfortu pěších, cyklistů či uživatelů veřejné dopravy,
- ▣ jaké je dopravní chování a preference cílové skupiny (tzn. jak se zaměstnanci, žáci apod. obvykle dopravují a za jakých okolností by byli ochotni změnit způsob dopravy),
- ▣ jaké je uživatelům k dispozici vybavení (parkování, stojany na kola, kryté přístřešky na zastávkách hromadné dopravy apod.),
- ▣ jaké jsou současné náklady na dopravu (údržba vozového parku, údržba parkovacích míst),
- ▣ jaké jsou vedlejší ekonomické ukazatele (nemocnost zaměstnanců, pozdní příchody v důsledku dopravní zácpy).

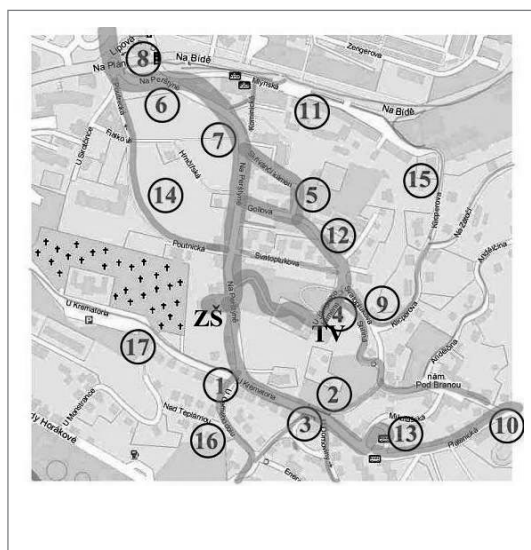




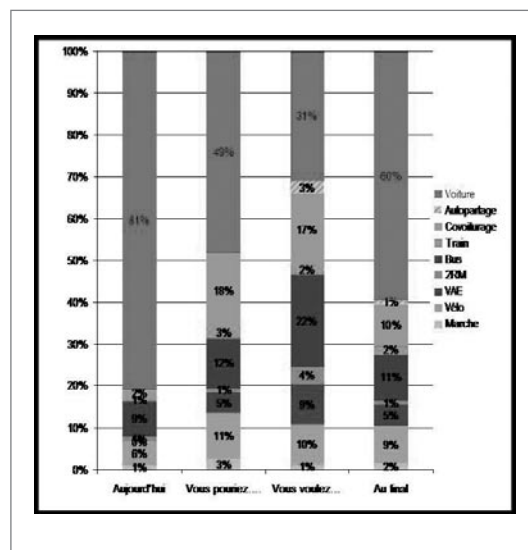
## Mapa časové dostupnosti prostředky MHD



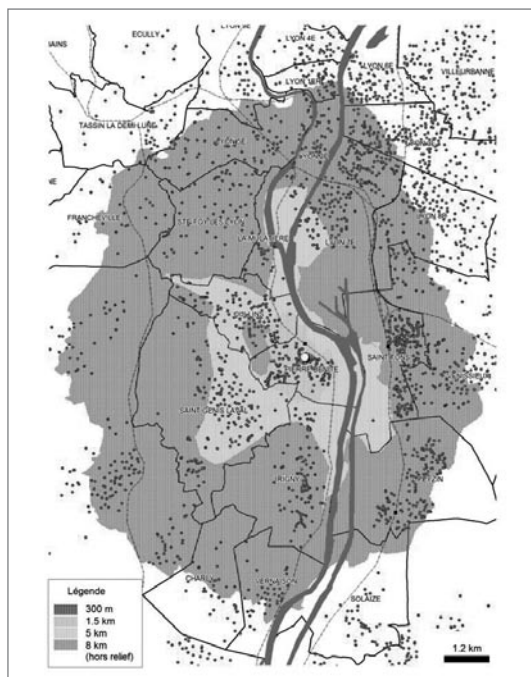
## Mapa časové dostupnosti železniční dopravou



### Školní PM: riziková místa z hlediska dopravní bezpečnosti



### Graf dopravního chování a preferencí

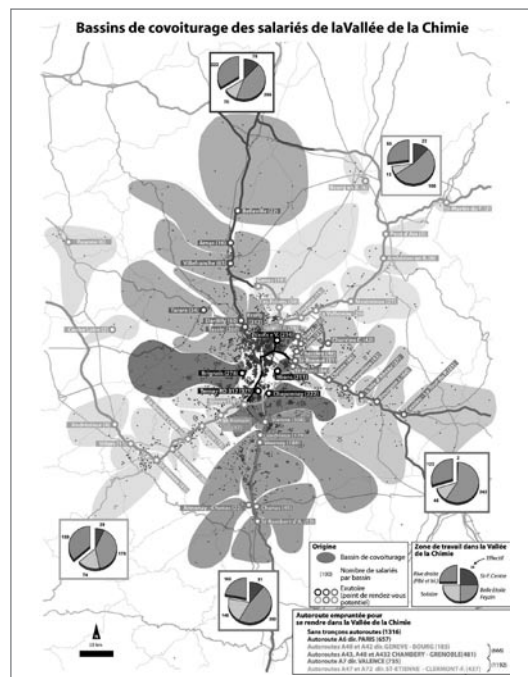


**Lokalizace bydlišť zaměstnanců**

Součástí tohoto oddílu může být i rozbor možností pro případné zavedení car-poolingu. Je také vhodné zrekapitulovat, zda jsou k dispozici nějaké informační a propagační materiály zaměřené na mobilitu – mapky, letáky, výstavní panely, prezentace apod.

## 3.2 Návrhová část plánu mobility

Návrhová část specifikuje konkrétní opatření, která mají vést k dosažení cílů daného plánu mobility. Mezi hlavní strategické cíle každého plánu mobility bude pravděpodobně patřit racionalizace využívání automobilové dopravy a zvyšování podílu



**Mapa možností pro využití car-poolingu**

udržitelnějších způsobů dopravy na celkové přepravní práci. Mezi dílčí cíle může patřit například:

- zkvalitnění dopravní obslužnosti dané lokality veřejnou dopravou,
- zlepšení podmínek pro pěší a cyklisty,
- omezení nabídky parkovacích míst pro automobilovou dopravu,
- finanční úspora vyplývající ze snížení počtu nutných jízd,
- snížení finančních ztrát způsobených např. nemocností zaměstnanců, pozdními příchody v důsledku dopravní zácpy apod.

Cílů vyjmenovaných v návrhové části plánu mobility je možno dosáhnout realizací některých z níže uvedených dílčích opatření a aktivit (nejedná se však o vyčerpávající přehled).

### 3.2.1 Informační opatření

#### a) na úrovni města nebo regionu

- informace a služby v oblasti plánování individuálních cest (v pracovním i volném čase) nabízené místními centry mobility,
- informace užitečné pro konkrétní cestu poskytované s použitím různých technologií před odjezdem a v průběhu cesty,
- popularizace udržitelných druhů dopravy realizovaná formou reklamy a s využitím jiných marketingových technik, jako je distribuce informačních materiálů až do domu,

#### b) na úrovni podniku nebo instituce

- informace o možnostech dopravy do objektu uváděné v různých formách – na internetu, dopravním značením pro pěší apod.,
- zřízení funkce koordinátora mobility a otevření místního střediska mobility.

### 3.2.2 Propagační opatření

Jádrem opatření v této kategorii je snaha povzbudit k dobrovolné změně návyků, a to zvyšováním povědomí, popularizací alternativních dopravních prostředků k osobním automobilům a poskytováním vhodných informací. Znamená to, že při používání těchto nástrojů nejsou poskytovány další alternativy k osobním automobilům, ale snahou je zvýšit povědomí a povzbudit k využívání již dostupných alternativ. Mezi tato opatření patří:

#### a) na úrovni města nebo regionu

- systém osobního poradenství v dopravě (PTA – Personalised Travel Assistance), pomáhající cestujícím ověřit, jakým způsobem mohou omezit používání osobního automobilu ve vztahu ke konkrétnímu schématu jejich cest,



Letáček informující o přípravě plánu mobility

- reklamní kampaně a propagační akce jiného typu (např. Evropský den bez aut), které vybízejí k pohybu pěšky, na kole a využívání hromadné dopravy (někdy v souvislosti s popularizací zdravého životního stylu),
- cílená propagace alternativních druhů dopravy a omezování/propojování cest – tato opatření mohou zahrnovat propagační projekty, v rámci nichž společnosti provozující veřejnou dopravu propagují u školních dětí nebo u všech domácností v dané lokalitě „zdroje“ různého druhu (např. místní průvodce nebo průvodce pro nakupování), s cílem povzbudit cestující k přehodnocení a postupné změně jejich dopravních návyků,

#### b) na úrovni podniku nebo instituce

- propagace různých možností dopravy do objektu s cílem ozřejmit jejich dostupnost.

### 3.2.3 Organizační a koordinační opatření

V rámci této kategorie jsou nabízeny, organizovány a koordinovány různé druhy služeb řízení mobility poskytované v daných lokalitách a jsou zaměřeny na způsoby alternativního cestování oproti individuálním jízdám automobilem.

#### a) na úrovni města nebo regionu

- služby **car-poolingu** poskytované v daném regionu nebo lokalitě, spočívající v přiřazování cest ve stejném směru tak, aby se cesta uskutečnila v jednom vozidle zpřístupněném jedním z cestujících,
- služby **car-sharingu** v dané lokalitě (popř. pružný systém pronajímání kol); v rámci těchto služeb je nabízena alternativa vůči vlastnictví automobilu (nebo jízdního kola), spočívající v pronajímání osobních automobilů nebo jiných vozidel na dostupných místech v určité lokalitě – díky systému vstupní registrace a často členství v určitém druhu klubu je zaručen rychlý proces rezervací a pronajímání osobních vozidel (obvykle probíhající přes internet) a vozidlo je zpřístupněno pomocí systémů dálkově ovládané komunikace,
- služby veřejné dopravy přístupné na požádání, občas nazývané také „paratransit“, např. v Německu, Rakousku a ve Švýcarsku známé jako „Anrufsammeltaxi“, v Nizozemsku jako „Treintaxi“ (taxi ve spojení s vlakovou dopravou za výhodné tarify nasmlouvané mezi železniční společností a taxislužbou),

#### b) na úrovni podniku nebo instituce

- podnikový systém car-poolingu umožňující propojit osoby cestující pravidelně na dané trase tak, aby cestovaly společně,
- sdílené používání firemních vozidel na služebních cestách,
- **van-pooling**, kdy skupina zaměstnanců dojíždí do objektu a zpět jedním mikrobusem, někdy dotovaným firmou,



**Vozidlo car-sharingové společnosti a magnetická karta umožňující jeho zapůjčení**

- služba garantovaného odvozu domů, která lidem využívajícím systém car-poolingu umožní dostat se domů v neočekávaných situacích, například onemocní-li jim dítě,
- reorganizace a racionalizace dodávek realizovaných firmou nebo dodavateli pro omezení přepravy nákladu do a z objektu,
- vybavení sídla některými službami, což umožní omezit odchody zaměstnanců z objektu v průběhu přestávek.

### 3.2.4 Vzdělávací a školicí opatření

Tato kategorie opatření zahrnuje integraci řízení mobility do vzdělávacích a školicích systémů pro



zaměstnance v otázkách souvisejících s jejich denním dojížděním. Příklady:

- školení zaměstnanců hotelu nebo obchodního centra o tom, jakým způsobem poskytovat klientům informace k dopravním možnostem,
- kurzy zaměřené na řízení mobility pro cílové skupiny, jakými jsou personál centra mobility nebo koordinátoři pro otázky mobility,
- vzdělávání na téma mobility – mobilita a způsoby řízení mobility za účelem omezení používání osobních automobilů jako součást vyučovacích programů na školách a v jiných institucích.

### 3.2.5 Telekomunikace a pružná organizace pracovní doby

Organizace a jiné subjekty mohou používat určitá opatření pro omezení potřeby cestování, kdy jsou jednotlivé cesty nahrazeny telekomunikací nebo reorganizací práce. Mezi účinná opatření patří:

- změna pracovní doby nebo harmonogramu jednání s vyloučením přesunů během dopravní špičky a koordinace pracovní doby s odjezdy dopravních prostředků hromadné dopravy,
- umožnění občasné práce doma a pomoc při uspořádání takového systému práce, rovněž usnadnění nákupů z domova bez nutnosti cestování do daného objektu,
- reorganizace a racionalizace služebních cest a nahrazení některých cest použitím telekomunikačních systémů.

### 3.2.6 Opatření motivující k využívání veřejné dopravy

Podnik nebo instituce může zavést některá opatření bez nutnosti složitého vyjednávání s provozovatelem veřejné dopravy.

Větší využívání veřejné dopravy může podpořit:



**Spolehlivá, pohodlná a dostupná veřejná doprava může úspěšně konkurovat automobilové**

- změna systému cestovních náhrad za používání vlastního vozidla pro služební cesty s cílem podpořit dopravní prostředky a způsoby cestování příznivější pro životní prostředí (například náklady na delší cesty by byly proplaceny pouze do výše vlakové jízdenky bez ohledu na použitý druh dopravního prostředku, bez náhrad dle sazby za ujetý kilometr osobním vozem; vyšší sazby náhrad za ujetý kilometr při použití jízdního kola oproti použití automobilu apod.) – cílem těchto opatření je změna volby dopravního prostředku pro služební účely a také omezení výhod pro dojíždění automobilem do zaměstnání, což ovlivní motivaci těch, kteří původně usilovali o finanční pobídky při využívání vlastního automobilu pro služební cesty,

- prodej jízdenek na veřejnou dopravu v daném objektu,
- vyplácení prémie zaměstnancům (na základě záznamů jejich denních cest) za používání alternativních dopravních prostředků do zaměstnání (používané obvykle jen v případě dojíždění do zaměstnání),
- nabízení zkušebních jízdenek s omezenou platností osobám, které zatím nevyužívají veřejnou hromadnou dopravu, aby si mohly během týdne nebo měsíce vyzkoušet tento druh dopravy za nízkou cenu, příp. zdarma.

Pro úspěšné zavedení některých opatření je nutno navázat úzkou spoluprací s provozovatelem veřejné dopravy, případně s organizací koordinující činnost integrovaného dopravního systému. Patří k nim například:

- kyvadlová autobusová doprava mezi objektem a nejbližšími dopravními uzly nebo systémy „park and ride“ (může se jednat o systém řízený samosprávou nebo systém otevřený pouze pro uživatele z organizace, která jej využívá),
- vyšší frekvence stávajících spojů,
- zavedení nových spojů za účelem přímého spojení objektu s oblastmi, ve kterých bydlí mnoho jeho uživatelů,
- zřízení nových nebo přemístění stávajících zastávek,
- slevy na jízdenky pro uživatele objektu,
- zpřístupnění zaměstnaneckých jízdenek nabízených dojíždějícím a snížení cen jízdenek pro cestující používající pravidelně hromadnou dopravu.

### 3.2.7 Opatření podporující pěší nebo cyklistickou dopravu do zaměstnání

- Zřízení sprch, převlékárny a šaten dostupných pro zaměstnance docházející do práce pěšky nebo příjíždějící na jízdních kolech,
- zajištění bezpečného parkování jízdních kol,
- poskytnutí finančního příspěvku na nákupy jízdních kol a dalšího vybavení,
- půjčování služebních jízdních kol,
- bezplatný servis jízdních kol na začátku



**Přístřešek pro bezpečné parkování jízdních kol**

- cyklistické sezony přímo na pracovišti,
- vybudování bezpečných a přímých cyklostezek a chodníků pro pěší, propojujících budovy a areálu se všemi vstupy do objektu.

### 3.2.8 Opatření pro racionálnější organizaci parkování motorových vozidel

Správa parkovacích míst pro osobní automobily představuje velmi důležitý mechanismus, který významně ovlivňuje způsob dojíždění do objektu.

V případě, že je počet parkovacích míst nedostačující, může správa parkování v areálu objektu probíhat takto:

- od všech nebo některých uživatelů lze vybírat poplatky za denní, měsíční nebo roční používání parkoviště podle paušálních sazeb nebo sazeb odvíjejících se od různých kritérií (např. dle příjmů zaměstnance nebo v závislosti na kvalitě a místě parkovacího místa),
- lze zavést určitá omezení – např. zaměstnanci mohou svá parkovací místa používat čtyřikrát během pěti dnů,
- nejlepší parkovací místa mohou být rezervována pro osoby používající systémy sdíleného dojíždění vozidly, což bude určitou pobídkou pro zaměstnance, aby pro dojíždění do práce využívali car-pooling,

- parkovací místa mohou být přidělována podle jasně stanovených kritérií, například podle délky služební praxe nebo doby cestování do daného místa osobním automobilem oproti dojíždění hromadnou dopravou, podle rodičovských povinností apod. ,
- přístup na parkoviště může být omezen časově, například parkoviště u obchodního centra může být uzavřeno do 10 hod., aby se zamezilo jeho využívání dojíždějícími (zaměstnanci),
- zaměstnanci mohou dostávat finanční ekvivalent za nevyužívání svých parkovacích míst.

### 3.3 Akční plán

Tato část podrobně popisuje postupné kroky celého procesu. Jsou zde definovány dílčí cíle, časový harmonogram jednotlivých akcí, personální zodpovědnost, způsob financování a indikátory úspěšnosti. Měla by být naplánovaná i propagace plánu mobility a způsob motivace zaměstnanců na všech úrovních. Součástí akčního plánu musí být také rozpočet.

typ PM	vhodné dílčí cíle	indikátory
PM podniku nebo úřadu	<p>procento zaměstnanců jezdících do práce autem nepřesáhne X %</p> <p>daný objekt nevygeneruje denně více než X výjezdů motorových vozidel</p> <p>omezení jízd během dopravní špičky</p>	<p>% cest uskutečněných pěšky</p> <p>% cest uskutečněných na kole</p> <p>% cest uskutečněných autobusem</p> <p>% cest uskutečněných vlakem</p> <p>% cest uskutečněných autem jako spolucestující</p>
školní PM	<p>procento dětí, které do školy vozí rodiče autem nepřesáhne X %</p> <p>škola nevygeneruje denně více než X výjezdů motorových vozidel</p> <p>procento dětí dopravujících se do školy pěšky nebo na kole bude minimálně X %</p> <p>výše uvedené dílčí cíle by se měly týkat i zaměstnanců školy</p>	<p>% cest uskutečněných pěšky</p> <p>% cest uskutečněných na kole</p> <p>% cest uskutečněných autobusem</p> <p>% cest uskutečněných vlakem</p> <p>% cest uskutečněných způsobem „zaparkuj a jdi“</p>
plošný PM (město, region)	<p>počet výjezdů motorových vozidel nepřekročí X na obytnou jednotku</p>	<p>počet pěších cest na obytnou jednotku denně</p> <p>počet jízd na kole na obytnou jednotku denně</p> <p>počet jízd autobusem na obytnou jednotku denně</p> <p>počet jízd vlakem na obytnou jednotku denně</p>

**Příklady dílčích plánů pro různé typy plánů mobility**

cíl	indikátor	aktivita k dosažení cíle	termín(y) realizace	způsob financování	zodpovídá
zvýšení počtu zaměstnanců pravidelně se dopravujících do/z práce na kole na X % z celkového počtu	kolik % z uskutečněných cest do/z práce bylo za určitou časovou jednotku vykonáno na kole	vybudování krytého přístřešku na kola	do 30. 4. 2011	grantový program XYZ	koordinátor mobility
		zavedení servisního dne pro cyklisty (tento den bude k dispozici bezplatný servis kol)	1. 5. 2011 1. 7. 2011 1. 9. 2011	podnikový fond sociálních a kulturních potřeb	zaměstnanec XYZ
		zavedení finančního příspěvku pro zaměstnance dojíždějící na kole	od 1. 5. 2011	mzdový fond	koordinátor mobility

**Příklad struktury akčního plánu**

### 3.4 Hodnoticí část plánu mobility

Aby bylo možné zjistit, jestli se daří plnit cíle stanovené v akčním plánu, je třeba přijmout závazná pravidla pro monitorování a vyhodnocování jednotlivých aktivit. Monitorování a vyhodnocování jsou průběžné a dlouhodobé činnosti, které by měly probíhat v pravidelných, předem určených časových intervalech, a to prakticky po celou dobu platnosti plánu mobility. Na základě vyhodnocení je pak plán mobility průběžně aktualizován.

Stálé monitorování klíčových aktivit může pomoci najít a napravit případné chyby, omyly nebo nesprávné předpoklady, které mohly být zapracovány do akčního plánu. Výstupem monitorování

jsou data, která mohou být následně použita v průběžných zprávách o vývoji daného plánu mobility, a být tak důležitým argumentem ve prospěch další podpory ze strany partnerů.

Mezi nejběžnější způsoby získávání podkladů pro monitoring a vyhodnocování patří dotazníkový průzkum mezi předpokládanými uživateli plánu mobility (zaměstnanci, žáci apod.); je však třeba počítat s tím, že rozsáhlejší průzkumy mohou být organizačně dosti náročné. Další možností je například expertní posudek.

Všechny monitorované a vyhodnocované aktivity mohou být posuzovány z různých hledisek, například:

- způsob realizace,
- komunikační materiál a jeho distribuce,



- kvalita služeb a úroveň personálu,
- míra využívání nově zavedených služeb,
- efektivita zavedených opatření (změna postojů a dopravního chování cílové skupiny),
- poměr nákladů a výnosů.

Pro každé hledisko může být specifikováno několik evaluačních kritérií. V některých případech je možné vycházet z tvrdé statistiky (například počet hovorů na zřízené telefonní lince pro otázky mobility), jindy je třeba vypracovat obšírnější hodnocení (např. změny v postojích posuzované pomocí podrobnějšího dotazníkového průzkumu).

Hodnocení plánu mobility má obecně čtyři fáze:

- před implementací (předběžné testování); většinou se týká navržených komunikačních materiálů (vybraní členové cílové skupiny mohou být například dotazováni na svůj názor na obsahovou i grafickou úroveň navrženého letáčku, informační brožurky apod.),
- během implementace,
- po implementaci; srovnání aktuálních hodnot jednotlivých ukazatelů s hodnotami před zavedením plánu mobility,
- pravidelné hodnocení v delších časových intervalech (např. jednou ročně); na základě jeho výsledků mohou být určité aktivity přizpůsobeny měnícím se okolnostem.

Každý evaluační proces má v zásadě čtyři kroky:

- identifikace kritérií a nastavení srovnávacích standardů, na základě kterých bude porovnáváno plnění úkolů – tento krok by měl být zahrnut již v akčním plánu,
- měření plnění úkolů a porovnání výsledků s definovanými standardy,
- diagnóza, tj. určení, které faktory byly příčinou zjištěných výsledků,
- závěr a případná opatření k nápravě v případě negativních výsledků.

Je třeba zdůraznit, že je nutné důkladně zmapovat výchozí situaci před zavedením plánu mobility. Dělat první průzkum až po realizaci opatření nemá význam, neboť není co s čím srovnávat.



# 4

## POSTUP PŘI TVORBĚ PODNIKOVÉHO PLÁNU MOBILITY

Podniky, úřady, banky, nemocnice, kulturní nebo sportovní zařízení apod. patří k významným zdrojům individuální automobilové dopravy. Značný podíl z celkového počtu cest realizovaných automobilem totiž představují cesty do zaměstnání nebo za dalšími aktivitami. Dojíždění do práce autem přispívá velikou měrou k dopravním zácpám ve špičkách, automobily zabírají prostor ve městě.

Podnikový plán mobility je efektivním, levným a rychlým způsobem, jak změnit dopravní návyky zaměstnanců nebo návštěvníků.

Zatímco předchozí kapitoly se zabývaly obecnými požadavky na plán mobility a jeho obsah, tato

kapitola popisuje specifika plánu mobility pro podnik nebo instituci a doporučený postup při jeho vytváření.

---

### 4.1 Přípravná fáze

---

V této fázi by měla být sestavena pracovní skupina, stanoveny základní cíle a vymezen rozsah území, kterého by se měl vznikající plán mobility týkat.

U menšího podniku nebo instituce (v závislosti na místních podmínkách, přibližně do 500

zaměstnanců) postačí jedna pracovní skupina, jejímiž členy jsou například:

- koordinátor mobility (→ 2.6.5),
- konzultant mobility (→ 2.6.3),
- správce objektu,
- zástupce managementu,
- zástupce zaměstnanců,
- zástupce úřadu místní správy,
- zástupce příslušného dopravního podniku.

Pokud je plán mobility zpracováván pro větší podnik nebo instituci (přibližně nad 500 zaměstnanců), může být vytvořeno několik pracovních skupin na různé úrovni:

- pracovní skupina na úrovni managementu; schvaluje akční plán a rozpočet,
- pracovní skupina na úrovni zaměstnanců; provádí průzkum mezi zaměstnanci, navrhuje a testuje konkrétní opatření,
- pracovní skupina v rámci oddělení pro lidské zdroje; organizuje informační kampaň a motivační akce pro ostatní zaměstnance, slouží jako záruka sladění projektu s celkovou kulturou firmy.

Pracovní skupina na úrovni managementu má velkou možnost motivovat zaměstnance ke spolupráci při vytváření plánu mobility – přímým nařízením, osobním příkladem apod.

Je třeba jednoznačně definovat, co konkrétně by měl plán mobility zlepšit. Přitom lze vzít v úvahu faktory jako například:

- logická návaznost,
- přímost,
- bezpečnost,
- komfort,
- atraktivita,
- dostupnost,
- rovný přístup pro všechny uživatele.

Stanovené cíle by měly být jasné, realizovatelné a dosažitelné v rozumném časovém horizontu.

Při definování cílů je důležité prověřit, zda již neproběhly nebo neprobíhají některé dílčí aktivity, na něž by bylo možné při tvorbě plánu mobility navázat.

---

## 4.2 Analýza výchozího stavu

---

### 4.2.1 Průzkum dopravního chování

Pro úspěšné sestavení funkčního plánu mobility a jeho uvedení do praxe má rozhodující význam dobře připravený a správně vedený průzkum dopravního chování cílové skupiny (obvykle zaměstnanců). Hlavním cílem plánu mobility je změna dopravního chování; proto je důležité maximální možné zapojení cílové skupiny do rozhodovacího procesu.

Lepší pochopení současného dopravního chování a jeho důvodů vede k lepšímu porozumění možným dopadům různých opatření. Na úrovni řízení (management podniku) je obvykle možné získat pouze obecnější data a cíle, průzkumem mezi cílovou skupinou, tedy budoucími uživateli plánu mobility, však získáme přesnější představu o jejich ochotě změnit své dopravní chování a o podmínkách této změny. Tato data o potenciálních uživateli různých opatření mohou v pozdější fázi pomoci přimět další organizace (např. provozovatele hromadné dopravy, správce infrastruktury apod.) k zlepšení nabídky služeb, zkvalitnění infrastruktury apod. v zájmu těchto uživatelů.

Průzkum dopravního chování může být zároveň příležitostí k současnému zorganizování přímých – a tím pádem efektivnějších – marketingových aktivit zaměřených na podporu udržitelných způsobů dopravy.

## Obsah průzkumu

Na základě průzkumu dopravního chování zaměstnanců je možno získat:

### a) údaje o dopravním chování

- upřesnění údajů o způsobech dopravy do zaměstnání, o služebních cestách zaměstnanců (používané dopravní prostředky, čas strávený dopravou do práce, další aktivity spojené s cestováním atd.),
- názory zaměstnanců dopravujících se udržitelným způsobem (pěšky, na kole, veřejnou dopravou...) na současné podmínky, za jakých se uskutečňují jejich cesty do zaměstnání – kvalita, úroveň služeb, spojení apod.,
- míra ochoty automobilem se dopravujících zaměstnanců zvážit možnost používat jiný dopravní prostředek a podmínky, za jakých jsou ochotni změnit své dopravní chování.

### b) údaje o organizaci práce ve společnosti

V této části průzkumu jsou zjišťovány údaje o pracovní době zaměstnanců. Na základě získaných dat je možno vysledovat vztah mezi pracovním režimem a dopravním chováním.

### c) osobní údaje

Pokud je to účelné, získaná data mohou být spojena s osobními údaji (jméno, adresa...), což umožní získat ještě jemnější rozčlenění: zeměpisné, se zaměřením na umístění pracoviště, na pracovní pozici zaměstnance apod.

### Několik rad, jak získat maximální počet odpovědí

Před vlastním průzkumem zorganizujte kampaň zaměřenou jak na samotný průzkum, tak na vysvětlení smyslu plánu mobility. Kampaň je potřeba dobře načasovat – je vhodné zveřejnit

**Mobility management**  
**Dotazník pro zaměstnance**

Název sídla zaměstnavatele \_\_\_\_\_  
Adresa příslušného pracoviště \_\_\_\_\_

**1. Pracovní situace**

1.1. Kolik dní týdně v průměru pracujete na příslušném pracovišti? \_\_\_\_\_

1.1.1. Pokud pracujete na tomto pracovišti méně než 4 dny týdně, je to z těchto důvodů:  
☐ 01 Pracuji na částečný úvazek  
☐ 02 Pracuji doma  
☐ 03 Ka k čtením (pošle na služební cestu jízdním lístky z domova)  
☐ 04 Jiné důvody \_\_\_\_\_

1.2. Uprášení pracovní doby:  
(zakrtněte pouze jednu odpověď)

Pracovní doba	začátek (hodiny)	koniec (hodiny)	číslo směny
<input type="checkbox"/> 01 Pracuji ve více směrném provozu			
<input type="checkbox"/> 02 Pracuji v jednosměrném provozu (pracovní dobu mi určí zaměstnavatel)			
<input type="checkbox"/> 03 Pracuji v jednosměrném provozu (pracovní dobu jsem si mohla určit sám sama)			
<input type="checkbox"/> 04 Můj pracovní čas je nepravidelný (rozsah mi určuje zaměstnavatel)	(je)		
<input type="checkbox"/> 05 Můj pracovní čas je nepravidelný (rozsah si určuji sám sama)	(je)		

**2. Způsob dopravy do zaměstnání**

2.1. Který způsob dopravy z domova do zaměstnání a zpět je pro Vaši cestu ROZHODUJÍCÍ?  
(uváděte druh dopravy, který používáte na nejdélejší úseku. Vaši cesty: zakrtněte pouze jednu odpověď)

☐ 01 Chůze  
☐ 02 Jízda na kole  
☐ 03 Moped  
☐ 04 Motocykl  
☐ 05 MHD (metro, tramvaj, trolejbus, autobus)  
☐ 06 Firemní autobus  
☐ 07 Vlak  
☐ 08 Vlastní automobil (jedu v něm sám sama, popř. pouze s členy vlastní domácnosti)  
☐ 09 Spolužák\* (vždy jedu jako pasažér)  
☐ 10 Spolužák\* (vždy řídím)  
☐ 11 Spolužák\* (někdy řídím a někdy jedu jako pasažér)  
☐ 12 Jiný způsob \_\_\_\_\_  
\*spolužák: v jednom automobilu jede více osob z různých domácností

Pokud jste zvolila odpověď 06, 09, 10 nebo 11, přeskákejte prosím otázku 2.1.1.

2.1.1. Vykonaláte část Vaší cesty do/z zaměstnání automobilem?  
☐ 01 Ano, přibližně délka této trasy ujeté automobilem je denně \_\_\_\_\_ km  
☐ 02 Ne

2.2. Využíváte někdy ještě jiné než výše uvedené způsoby dopravy?  
☐ 01 Ne  
☐ 02 Ano, zakrtněte pouze jednu odpověď:  
☐ 02 Ano, s ohledem na roční období  
☐ 03 Ano, v určitých dnech v týdnu  
☐ 04 Ano, v závislosti na jiných okolnostech

Pokud jste zvolila odpověď 01, přeskákejte prosím otázku 2.2.1.

2.2.1. O který dopravní způsob dopravy jde především?  
(uváděte druh dopravy, který používáte na nejdélejší úseku. Vaši cesty: zakrtněte pouze jednu odpověď)

☐ 01 Chůze  
☐ 02 Jízda na kole  
☐ 03 Moped  
☐ 04 Motocykl  
☐ 05 MHD (metro, tramvaj, trolejbus, autobus)  
☐ 06 Firemní autobus  
☐ 07 Vlak  
☐ 08 Vlastní automobil (jedu v něm sám sama, popř. pouze s členy vlastní domácnosti)  
☐ 09 Spolužák\* (vždy jedu jako pasažér)  
☐ 10 Spolužák\* (vždy řídím)  
☐ 11 Spolužák\* (někdy řídím a někdy jedu jako pasažér)  
☐ 12 Jiný způsob \_\_\_\_\_  
\*spolužák: v jednom automobilu jede více osob z různých domácností

2.3. Na jakou vzdálenost cestujete z Vašeho bydliště do zaměstnání?  
"od dveří ke dveřím", v jednom směru \_\_\_\_\_ km

2.4. Jak dlouho Vám obvykle tato cesta trvá?  
"od dveří ke dveřím", v jednom směru \_\_\_\_\_ hodin: \_\_\_\_\_ minut:

### Dotazník pro zaměstnance

první informace o připravovaném plánu mobility a dotazníkovém průzkumu ne příliš dlouho před distribucí formulářů (max. 1 měsíc). Zaměstnanci by měli být zapojeni do procesu od jeho počátku. Další informace by již měla být načasovaná těsně před distribucí dotazníků. Proces tvorby plánu mobility

může být vysvětlen i např. pomocí plakátů vyvěšených na všech pracovištích.

Dotazníky by měly být rozdávány současně s doprovodným dopisem. V tomto dopise by měla společnost vysvětlit účel plánu mobility a jeho možné výhody pro zaměstnance. Uvedené výhody by samozřejmě měly být pro zaměstnance relevantní (např. nemá smysl argumentovat dopravními zácpami, pokud se s nimi zaměstnanci konkrétního podniku nesetkávají). V dopise by mělo být výslovně uvedeno, že vedení společnosti, odbory apod. podporují celý projekt. Je třeba vysvětlit, že je důležité, aby dotazník vyplnil každý, včetně těch zaměstnanců, kteří už používají udržitelné způsoby dopravy – mohou se vyjádřit ke kvalitě spojení, úrovni služeb atd. V dopise by mělo být zdůrazněno, že se získanými informacemi bude zacházeno jako s důvěrnými a budou použity pouze pro popsané účely.

Dobře zorganizovaná distribuce a sběr dotazníků má pro úspěch akce zásadní význam. Distribuce by měla mít co možná nejosobnější charakter. Pro různé jednotky (pracoviště) společnosti by měly být určeny zodpovědné kontaktní osoby, které potom rozdají dotazníky přímo zaměstnancům. Neosobní zasílání dotazníků poštou má obecně za následek jejich nižší návratnost. Kontaktní osoby mohou rovněž zodpovídat za sběr vyplněných dotazníků. Zaměstnanci by vyplněné dotazníky měli odevzdávat v zalepené nepopsané obálce, čímž bude zaručena anonymita.

Počet odevzdaných dotazníků lze také zvýšit tím, že například týden po předání formulářů kontaktní osoby připomenou konání akce těm zaměstnancům, kteří ještě dotazníky nevrátili, a vyzvou je k vyplnění formulářů.

Výsledky průzkumu budou použitelnější, pokud budou obsahovat osobní data, je ale třeba pře-

svědčit zaměstnance, že data nebudou použita pro jiné účely. Ideální situace by měla vypadat takto:

- nežádejte po zaměstnancích, aby sami vyplňovali své osobní údaje, ale použijte nálepku s jejich jménem a adresou, popř. tyto údaje rovnou předtiskněte na formulář (výhodou je i úspora času při vyplňování a snížení rizika vzniku případných chyb),
- vybírejte vyplněné formuláře v zalepených obálkách,
- na formuláři uveďte, že s daty bude zacházeno jako s důvěrnými, budou sloužit pouze k danému účelu a nebudou předány třetím stranám.

Pokud přesto u některých zaměstnanců trvá neochota osobní data uvést, je možné ponechat jejich vyplnění jako dobrovolné a motivovat zaměstnance k jejich uvedení například nabídkou vypracování osobního přepravního plánu. Obecně se ale nedoporučuje sbírat podklady bez osobních údajů. Pokud není vyhnutí, je nutné získat aspoň adresu zaměstnance, bez níž nelze analyzovat dopravní chování a navrhnout jeho případné změny.

Ověřte si, zda v období, kdy hodláte provést dotazníkový průzkum, není organizována jiná akce, při níž je po zaměstnancích vyžadováno vyplňování dotazníků. Prezentujte váš průzkum jako jedinečný a výjimečný.

Neorganizujte průzkum v nevhodném období – těsně před dovolenou, v období reorganizací, vyjednávání o kolektivní smlouvě apod. Načasujte průzkum tak, aby bylo možné získat a projednat výsledky krátce po jeho uskutečnění.

Dobře promyslete obsah otázek v dotazníku. Neptejte se zaměstnanců, zda by měli zájem o např. firemní dopravu, práci z domova apod., pokud si nejste jisti, že jste v případě zájmu schopni tato opatření realizovat.

#### 4.2.2 Analýza území

Při sběru dat je nezbytné vymezit území a provést jeho analýzu:

- jaké jsou v dané lokalitě dostupné služby a jaká je jejich úroveň – hromadná doprava, cyklostezky apod.,
- jaké je uživatelům k dispozici vybavení – parkování, stojany na kola, kryté přístřešky na zastávkách hromadné dopravy apod.,
- existující možnosti redukovat cesty – práce z domova, telekonference apod.

(→ 3.1)

#### 4.2.3 Ekonomické faktory výchozí situace

- jaké jsou současné náklady na dopravu – údržba vozového parku, údržba parkovacích míst apod.,
- jaké jsou vedlejší ekonomické ukazatele – nemocnost zaměstnanců, pozdní příchody v důsledku dopravní zácpy apod.

#### 4.2.4 Dostupnost dané lokality

- jaká je v okolí dopravní situace ve špičce a mimo špičku,
- jak vysoká je v oblasti dopravní nehodovost.

### 4.3 Vytvoření akčního plánu

Na základě analýzy území a chování zaměstnanců je možné stanovit dílčí cíle a rozdělit úkoly. Je důležité sestavit také časový harmonogram, určit osobní zodpovědnost za každý úkol a stanovit indikátory k posouzení úspěšnosti. Měla by být naplánována i propagace plánu mobility a způsob motivace zaměstnanců na všech úrovních. Součástí akčního plánu musí být také rozpočet. (→ 3.3)

### 4.4 Monitoring, vyhodnocení, aktualizace

Akční plán by měl být pravidelně vyhodnocován a aktualizován podle toho, jak se daří plnit cíle ve stanoveném časovém harmonogramu. Je velmi užitečné opakovat po nějakém čase dotazníkový průzkum, je však vhodné vytvořit stručnější, rychlou verzi. Při hodnocení akčního plánu je třeba pamatovat i na ekonomické ukazatele. (→ 3.4)





# 5

## NÁSTROJE K DOSAŽENÍ CÍLŮ PODNIKOVÉHO PLÁNU MOBILITY

### 5.1 Snížení frekvence pravidelného dojíždění do zaměstnání

Pokud to podmínky dovolují, nejúčinnějším způsobem, jak snížit počet pravidelných cest do a ze zaměstnání, je umožnění částečné práce z domova, tzv. teleworking. Princip je jednoduchý: zaměstnanec pracuje na svém počítači doma a výsledky posílá e-mailem nebo nějakým jiným způsobem do sídla společnosti. Pro obě strany bývá nejvýhodnější kombinace teleworkingu s běžnou pra-

covní dobou, kdy zaměstnanec pracuje doma pouze určité dny a po zbytek pracovního týdne normálně dojíždí do zaměstnání.

V poslední době se začíná prosazovat i další forma teleworkingu: tzv. teleoffice. Teleoffice je většinou veřejný kancelářský prostor mimo sídlo společnosti, který je vybavený veškerou potřebnou technikou. Provozovatel takové kanceláře komerčně pronajímá pracovní prostor různým firmám pro využití jejich zaměstnanci. Mohou nastat i případy, kdy je pro podnik ekonomicky výhodnější zřízení takové odloučené kanceláře pro své zaměstnance ve vlastní režii.

---

## 5.2 Snížení potřeby mimopracovních cest zaměstnanců

---

Mnoho lidí používá k dojíždění do zaměstnání automobil, protože jej při cestě využívá i k jiným účelům (nákupy, odvoz dětí do/ze školy apod.). Pokud by bylo možné nabídnout některé služby přímo v areálu firmy, snížila by se nutnost dojíždět do práce autem. V závislosti na velikosti podniku a místních podmínkách je možné uvažovat například o:

- dovážení potravin do areálu podniku (např. ve spolupráci s místním obchodem),
- instalaci automatů na občerstvení nebo zřízení obchodu nebo kantýny pro zaměstnance,
- zřízení dalších služeb v areálu podniku (např. prádelna, bankomat nebo pobočka banky, lékařská ordinace, fitcentrum),
- zřízení firemní školky nebo jeslí.

---

## 5.3 Zavedení a podpora zaměstnanecké dopravy

---

### 5.3.1 Firemní autobus

Lákavou alternativou pro zaměstnance dojíždějící autem by se mohla stát podniková hromadná doprava. Některé velké podniky (zvláště pokud se v nich pracuje na směny) provozují pro své zaměstnance firemní autobus. V některých případech blízké podniky spolupracují na zavedení společné linky do blízkosti svých sídel.

Pokud váš podnik chce zavést nebo optimalizovat podnikovou dopravu, má několik možností:

- vylepšit již zavedený firemní spoj s ohledem na čas strávený cestou a vzdálenost zastávky nebo zavést nový spoj, zohledňující tato kritéria,
- najmout dopravce, který pro podnik zavede přímou linku podle potřeb zaměstnanců,
- dobrá příležitost, jak vylepšit stávající systém nebo jak ho učinit ekonomicky výhodnějším, je začlenit firemní spoj do systému veřejné dopravy.

### 5.3.2 Smluvní taxislužba

Podnik může uzavřít smlouvu s provozovatelem taxislužby, který pak zajišťuje pravidelné přepravy zaměstnanců. Tato služba se většinou levnější než běžné taxi a pohodlnější než autobus.

Smluvní taxislužby je vhodné využít:

- pro cesty mezi pracovištěm a domovem; přeprava skupiny zaměstnanců na zastávku veřejné dopravy nebo přímo domů,
- pro služební cesty; přeprava skupiny zaměstnanců na místo pracovního jednání nebo na další spoj – vlak, dálkový autobus apod.

Smluvní taxislužba může být organizována různými způsoby, například:

- taxi zajišťuje odvoz zaměstnanců do určité lokality, ale pouze ve stanovenou hodinu a zaměstnanci se musí předem registrovat,
- ve špičce čekají taxíky na dostatečný počet pasažérů a pak je odvezou na požadované místo,
- taxi přijíždí na objednávku pro skupinu zaměstnanců, kteří jedou do společného cíle nebo pokud jejich běžný dopravní prostředek selhal (→ 5.5.4),
- běžný provoz komerční taxislužby; pro zaměstnance podniku je ale zaručena snížená sazba.



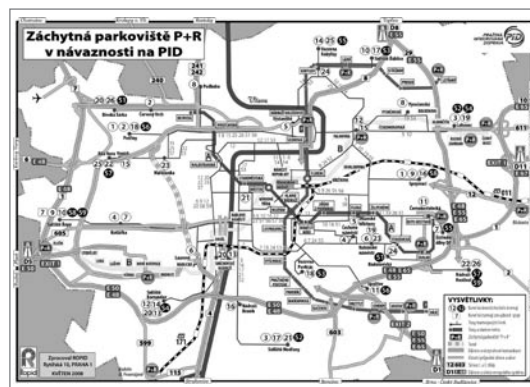
**Parkoviště Bike & Ride**

Největší rozdíl mezi smluvní taxislužbou a firemním autobusem je ve velikosti vozidel. Je to pro podnik nákladnější opatření než autobusy; aby bylo pro zaměstnance atraktivní, mělo by být cenově výhodnější než běžné taxi. Řidič není zaměstnancem podniku (rozdíl oproti van-poolingu → 5.3.3 nebo car-poolingu → 5.5.4).

### 5.3.3 Van-pooling

Van-pooling se používá hlavně ve Spojených státech, kde není tolik rozvinutá hromadná doprava. Je to spojení hromadné dopravy a car-poolingu (→ 5.5). Od car-poolingu se liší v tom, že vozidlo nepatří žádnému ze zapojených řidičů. Řidič není profesionální taxikář ani řidič hromadné dopravy, ale jeden z uživatelů.

Termínem van-pooling se většinou označuje systém, kdy auto patří podniku, půjčovně nebo specializované organizaci, která tuto službu poskytuje několika firmám. Výhodou jsou nízké náklady; vozidlo řídí jeden ze zaměstnanců a není tedy zapotřebí najímat řidiče jako v případě firemního autobusu. Ve srovnání s car-poolingem může být přepravováno více osob najednou, což opět snižuje náklady na dopravu. Nevýhodou oproti car-poolingu je nižší



**Mapa sítě parkovišť Park & Ride v Praze**

flexibilita. Tento systém je vhodný jako nabídka alternativního způsobu dopravy v lokalitách, kam nejedí veřejná doprava nebo kde je málo zaměstnanců, kteří by využívali firemní autobus.

Řidič má většinou možnost využívat vozidlo i ve volném čase.

### 5.3.4 Bike & Ride (spojení jízdního kola a hromadné dopravy)

Systém umožňuje zaměstnancům bydlícím v oblasti, která není obsluhována veřejnou dopravou ani firemním autobusem, dopravit se na kole do vhodného přestupního bodu veřejné dopravy. Bike & Ride lze také využít pro cesty mezi zastávkou veřejné dopravy a pracovištěm.

Podnik může tento způsob dopravy podpořit různým způsobem:

- lobováním za zřízení mobiliáře pro cyklisty na zastávkách MHD (→ 5.6.1),
- nákupem nebo pronájmem firemních kol a zřízením půjčovny (→ 5.6.5),
- vybudováním přístřešku na kola v sídle firmy,
- finančně podporou nákupu zámků na kola.

### 5.3.5 Park & Ride

Jde o kombinaci jízdy autem a veřejnou dopravou. Je to velmi účinný způsob, jak zmírnit dopravní zácpy v centrech měst.

Firmy mohou tento systém podpořit například:

- snížením počtu parkovacích míst v areálu podniku,
- poskytováním finanční odměny zaměstnancům využívajícím Park & Ride,
- poskytováním informací o existujících možnostech Park & Ride,
- lobováním ve prospěch zřízení nových parkovišť Park & Ride při důležitých přestupních bodech veřejné dopravy.

## 5.4 Zvýšení atraktivity veřejné dopravy

Ze všeho nejdůležitější je existence vhodně vedených linek hromadné dopravy a přiměřeně sestaveného jízdního řádu. Ochotu zaměstnanců zvolit pro své cesty veřejnou dopravu ale velmi ovlivňují také další faktory:

- kvalita prostředku hromadné dopravy; příjemnost a pohodlnost cestování,
- bezpečnost a estetická úroveň pěších tras navazujících na zastávky MHD,
- vybavenost zastávek MHD vhodným a dobře udržovaným mobiliářem.

### 5.4.1 Lobování za zkvalitnění veřejné dopravy

Po dohodě s provozovatelem veřejné dopravy, správcem komunikací a dalšími klíčovými partnery je možné zvýšit atraktivitu veřejné dopravy například:



**Tramvajová zastávka Praha-Radlická**

- přemístěním nevhodně umístěné zastávky a snížením délky docházkové trasy mezi pracovištěm a MHD,
- zkvalitněním pěších tras mezi zastávkami MHD a pracovištěm – bezpečné a čisté chodníky, osvětlení apod.,
- zajištěním pohodlného čekání na zastávkách MHD a nádražích – kryté a čisté přístřešky s lavičkami, odpadkové koše, osvětlení apod.,
- poskytováním srozumitelných informací o dopravním spojení,
- zvýšením úrovně vozidel – čisté a pohodlné sedačky, tichý provoz apod.

Podnik má pod kontrolou kvalitu služeb a stav vozidel, pokud provozuje vlastní dopravu pro zaměstnance. Pokud však zaměstnanci využívají ke svým cestám veřejnou dopravu, měl by zaměstnavatel v rámci plánu mobility navázat stálou spoluprací s příslušným dopravcem. Provozovatel hromadné dopravy se tímto způsobem přesně dozví potřeby a požadavky uživatelů; může tedy pružně zareagovat a zvýšit tak počet přepravovaných pasažérů.

### 5.4.2 Prodej jízdenek v areálu podniku

Možnost zakoupit přímo v areálu podniku jízdenky na veřejnou dopravu je pro zaměstnance význam-



Interiér tramvaje Škoda 14T

ným motivačním faktorem; může totiž přinést značnou úsporu času. V ideálním případě je zde nabízen široký sortiment jízdenek od jednorázových po sezónní. Vhodným místem pro prodej je místní středisko mobility (→ 2.6.4), je-li v podniku zřízeno.

Prodej může být v zásadě organizován dvěma způsoby:

- ▣ Podnik hromadně nakoupí jízdenky a následně je prodává zaměstnancům.
- ▣ Provozovatel veřejné dopravy zajišťuje prodej sám, případně instaluje v areálu podniku prodejní automat.

#### 5.4.3 Finančně zvýhodněné cestování veřejnou dopravou

Způsobů finanční podpory je celá řada, například:

- ▣ Zaměstnavatel poskytuje peněžní příspěvek na nákup sezónní jízdenky – v některých zemích je příspěvek na jízdenky povinný ze zákona, jinde bývá součástí kolektivních smluv mezi odbory a zaměstnavatelem.
- ▣ Zaměstnavatel poskytne všem zaměstnancům kartu opravňující ke slevě při nákupu jízdenek.
- ▣ Podnik hromadným nákupem jízdenek dosáhne slevy, kterou následně poskytne zaměstnancům.

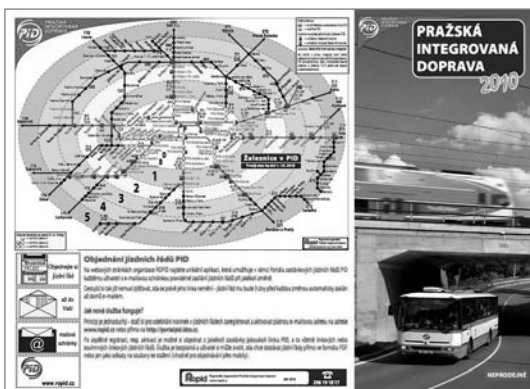
Kombinace finančního zvýhodnění jízdenek a možnosti nákupu jízdenek v areálu podniku je obzvláště účinným motivačním faktorem.

#### 5.4.4 Poskytování poradenských služeb o možnostech veřejné dopravy

Jedním z nejúčinnějších a zároveň nejlevnějších opatření na podporu šetrné mobility je poskytování aktuálních informací o veřejné dopravě. Dotazníkové šetření v Německu například ukázalo, že okolo 20 % uživatelů individuální automobilové dopravy jezdí autem prostě z důvodu nedostatku informací.

Dopravní poradenství je jednou z důležitých náplní místního střediska mobility (→ 2.6.4), je-li v podniku zřízeno.

- ▣ Využijte informací publikovaných provozovateli veřejné dopravy. Jízdní řády, mapy, letáky jsou provozovatelem obvykle poskytovány zdarma. Většina operátorů také vlastní webové stránky s veškerými potřebnými informacemi.
- ▣ Poskytněte zaměstnancům využívajícím k práci internet záložky s jízdními řády. Pokud využíváte intranet, můžete tyto informace snadno poskytnout ve své interní síti. Je možné nainstalovat spořiče obrazovky ukazující čas příštího odjezdu autobusu.
- ▣ Na často navštěvovaných místech v areálu podniku zveřejněte kontakty na městské centrum mobility (→ 2.6.2), pokud existuje.
- ▣ Vydejte potřebám vašich zaměstnanců přizpůsobený leták nebo brožuru s informacemi o veřejné hromadné dopravě.
- ▣ Zorganizujte ve vašem podniku pravidelné návštěvy zástupce provozovatele veřejné dopravy, při nichž mohou být zaměstnancům představovány dopravní možnosti, novinky, slevy apod.



Informační leták Pražské integrované dopravy

#### 5.4.5 Marketing a propagace veřejné dopravy

Vnímání a akceptace veřejné dopravy jsou u různých lidí různé. Pokud někdo odmítá cestovat veřejnou dopravou, určitě pro to má své důvody. Propagační kampaně za její větší využívání mohou být velmi účinné, ovšem pouze za předpokladu, že její služby jsou na dobré úrovni.

Mezi materiály a aktivity využitelné v propagační kampani patří například:

- plakáty a pohlednice,
- soutěže mezi uživateli,
- bezplatná nabídka zkušebních jízdenek,
- podpora vzniku a činnosti sdružení uživatelů veřejné dopravy,
- využívání udržitelných způsobů dopravy na pravidelná firemní setkání,
- exkurze v dopravním podniku.

## 5.5 Car-pooling

Pokud v okolí podniku není zavedena veřejná doprava nebo její služby nejsou dostatečné, je

vhodné podpořit car-pooling (→ 3.2.3) jako opatření vedoucí k vyšší obsazenosti automobilů.

#### 5.5.1 Zavedení zprostředkovací služby car-poolingu

Car-pooling v principu funguje tak, že řidič nabídne volná místa ve svém automobilu dalším osobám cestujícím stejným směrem. Podnik může tento systém podpořit zavedením zprostředkovatelské služby pro zaměstnance. Tato služba pomáhá (na základě stejné trasy a pracovní doby) přiřadit k řidičům zapojeným do systému vhodné spolujezdy a naopak.

- V malých společnostech nebo v podnicích s menší poptávkou po této službě může zprostředkování probíhat manuálně – to znamená, že zájemci o službu oznámí buď přímo koordinátorovi mobility (→ 2.6.5), nebo jiným způsobem (podnikový časopis, vývěsková služba apod.) své možnosti a požadavky – čas odjezdu, čas návratu, trasa, ochota řídit auto apod. Na základě těchto účastnických „profilů“ jsou vhodní zájemci navzájem zkontaktováni.
- Pro větší podnik případně několik spolupracujících podniků je vhodné zprovoznit zprostředkovací službu na internetu nebo intranetu.
- V některých zemích poskytují své služby car-poolingové agentury.

#### 5.5.2 Motivační opatření pro rozvoj car-poolingu

Podnik může své zaměstnance motivovat k zapojení do car-poolingu například:

- zřízením vyhrazených (pokud možno co nejvýhodněji umístěných) parkovacích míst,
- poskytnutím slevy na parkovném,
- finanční podporou pro účastníky car-poolingu,
- vstřícným přístupem při organizaci pracovní doby.



**Car-pooling: internetový rezervační systém**

### 5.5.3 Lobování za zlepšení podmínek pro uživatele car-poolingu

Jde o poměrně náročné a dlouhodobé cíle, pro jejichž úspěšné dosažení je nezbytně nutná úzká spolupráce s místní správou, správcem komunikací a dalšími klíčovými partnery. K účinným opatřením patří například zřizování jízdních pruhů a veřejných prostor vyhrazených pro uživatele car-poolingu:

- ▣ Pokud na komunikacích v okolí podniku často dochází k dopravním zácpám, je možné zde zřídit jízdní pruhy vyhrazené vozidlům s vyšší obsazeností (alespoň dvě osoby).
- ▣ Na určité úseky komunikací lze umožnit vjezd pouze na základě povolení (které obdrží vozidla zapojená do car-poolingu).
- ▣ Poblíž pracoviště lze zřídit parkovací plochy vyhrazené pouze pro car-pooling.

### 5.5.4 Garantovaná doprava domů v případě neočekávané situace

Uživatelé car-poolingu i dalších udržitelných způsobů dopravy (veřejná, cyklistická, pěší doprava) by měli mít jistotu, že se i v nepředvídatelných situacích dostanou včas a v pořádku domů. Může například dojít k tomu, že:

- ▣ Řidič car-poolingu odjel domů dříve kvůli nemoci nebo jiné nečekané situaci.
- ▣ Uživatel car-poolingu nebo veřejné dopravy se musel zdržet v práci a kvůli tomu zmeškal svůj obvyklý spoj.
- ▣ Cyklista nebo chodec se musel zdržet v práci a kvůli tmě se jeho cesta stává nepříjemnou nebo nebezpečnou.

O oprávněnosti požadavku na zajištění náhradní dopravy rozhoduje koordinátor mobility. Pokud je požadavek oprávněný, zaměstnanci je nabídnuta alternativa (jiným car-poolovým tým, firemním car-poolovým vozidlem nebo taxíkem).

Pro používání náhradní dopravy by měla být stanovena jasná pravidla včetně toho, jakým způsobem se zaměstnavatel bude podílet na případných vyšších finančních nákladech.

## 5.6 Opatření pro zvýšení atraktivity pěší a cyklistické dopravy

### 5.6.1 Zlepšení infrastruktury pro pěší a cyklistickou dopravu

Dobrá infrastruktura pro pěší a cyklisty může povzbudit zaměstnance bydlící blízko k chození pěšky nebo k jízdě na kole. Většinu opatření na její zkvalitnění je nutno prosadit ve spolupráci s místními úřady, správcem komunikací a dalšími klíčovými partnery. Jde přitom o investičně a časově poměrně náročné úkoly.

Zde jsou příklady možných řešení:

- ▣ zřízení zvláštního, pro cyklisty vyhrazeného vjezdu do areálu podniku,



- vyznačení cyklistických pruhů na vozovce,
- omezení povolené rychlosti v areálu podniku na 30 km/h (nebo méně),
- vypracování dopravní studie zaměřené na bezpečnost chodců a cyklistů v okolí podniku,
- vybudování osvětlených stezek pro chodce a cyklisty,
- zřízení tlačítek pro přecházení na přechodech se světelnou signalizací,
- povolení obousměrného vjezdu cyklistů do komunikací s jednosměrným automobilovým provozem,
- budování zkratk pro pěší nebo cyklisty,
- vybudování bezpečných stojanů na kola, úschoven kol, krytých přístřešků,
- zřízení sprch a převlékárny pro cyklisty.

### 5.6.2 Bezplatná údržba jízdních kol

Zaměstnancům dojíždějícím na kole lze poskytnout bezplatné servisní prohlídky, nejlépe v areálu podniku. Během prohlídky je možné zároveň odstranit menší závady, seřadit kolo, nastavit výšku sedla atp.

Prohlídky může zajišťovat:

- místní cykloservis,
- zaměstnanec, který má zkušenosti s opravami kol.

Podnik může vhodný prostor (například úschovnu kol) vybavit nářadím, které je uživatelům jízdních kol k dispozici pro drobné opravy.

### 5.6.3 Finanční příspěvek na jízdní kola a cyklistické vybavení

Podnik může zvolit různé formy finanční podpory zaměstnanců dojíždějících do práce na kole:

- příspěvek podle ujetých kilometrů v závislosti na délce cesty (podle tabulky nebo výpočet pro každého zaměstnance zvlášť),



**Přístřešek pro parking jízdních kol**

- pravidelný paušální příspěvek bez ohledu na ujeté kilometry,
- příspěvek na pronájem jízdního kola,
- příspěvek na pojištění,
- poskytnutí vybavení: pláštěnky, zámky, tašky na kola apod.

### 5.6.4 Marketing a propagace cyklistické a pěší dopravy

Lidé často vnímají cyklistickou dopravu jako rizikovou kvůli nebezpečí střetu s motorovým vozidlem. Spolehlivé informace o cyklostezkách a různá doporučení ohledně bezpečnosti mohou tento strach zmírnit. Povědomí o cyklistické dopravě lze zvýšit například:

- konzultačními službami (návrh individuální vhodné trasy pro každého zájemce),
- vydáním a distribucí informačních materiálů o cyklostezkách a cyklotrasách v okolí podniku,
- šířením informací o pravidlech silničního provozu, povinné výbavě kola, bezpečnostních standardech (reflexní vesty apod.)

Mezi marketingové nástroje podpory šetrné mobility patří:





**Panel s volně přístupným náradím pro drobné opravy jízdních kol**

- ▣ založení klubu chodců nebo cyklistů,
- ▣ společné organizované jízdy na kole, pěší výlety,
- ▣ kampaně zaměřené na zdraví a životní styl,
- ▣ kontrola technického stavu jízdních kol,
- ▣ soutěže.

### 5.6.5 Pracovní cesty na kole

Jízdní kolo může být také alternativním dopravním prostředkem pro služební jízdy po městě. Na krátké vzdálenosti představuje kolo nejrychlejší a nej pohodlnější způsob dopravy, pokud nepřevážíme velmi těžké nebo rozměrné předměty. Podnik proto může zřídit půjčovnu kol pro pracovní cesty. Kola z půjčovny mohou zaměstnanci využívat k ces-

tám po areálu, ke služebním cestám na krátké vzdálenosti případně i k cestám do práce. Systém rezervací a výpůjček by měl být co nejjednodušší. Společnost by měla stanovit přesná pravidla pro používání kol – pro jaké cesty mohou být využívána, na jakou vzdálenost... Podniku tím odpadne velká část nákladů spojená se služebními cestami realizovanými autem – pohonné hmoty, parkování apod.

## 5.7 Podpora využívání alternativních způsobů dopravy při služebních cestách

Firmy často poskytují svým zaměstnancům služební auta pro pracovní cesty za klienty. Tato auta pak jsou zaměstnanci využívána i k cestování z domova do zaměstnání.

Tuto situaci lze řešit, aniž by utrpěla kvalita poskytovaných služeb:

- a) Podporou používání prostředků veřejné dopravy nebo car-poolingu při pracovních cestách. To je možné hlavně ve městech, při cestách na kratší vzdálenosti.
- b) Poskytováním aut zaměstnancům výhradně pro pracovní cesty a vyloučení možnosti jejich využívání pro soukromé účely. Služební vozy jsou zaměstnancům přidělovány na základě rezervací, přičemž celý systém může mít různé formy:
  - ▣ Podnik je vlastníkem flotily služebních vozidel (vhodné řešení v případě jejich častého využívání).

- Podnik je členem systému car-sharing (→ 3.2.3) a může vozidla využívat spolu s dalšími firmami nebo jinými uživateli – na krátké vzdálenosti bývá car-sharing levnější než klasická půjčovna.
- Podnik využívá služeb autopůjčovny a pronajímá si vozidla na část dne, na celý den nebo i na delší dobu (vyplatí se v situaci, kdy zaměstnanec potřebuje po určitý čas intenzivně využívat motorové vozidlo).
- Objednávka taxi nebo pronájem auta s řidičem (nejdražší forma půjčení, vhodná obvykle pro společnou pracovní cestu skupiny zaměstnanců).

V zájmu dosažení nejekonomičtějšího modelu je vhodné jednotlivé formy kombinovat.

Podnik může také zřídit vlastní půjčovnu jízdních kol (→ 5.6.5), v níž si mohou zaměstnanci zapůjčit kolo pro cesty uvnitř podnikového areálu, krátké pracovní cesty v okolí podniku nebo případně i pro soukromé cesty. Pravidla zapůjčování jízdních kol by měla být jasná a co možná nejjednodušší (na jaké účely a do jakých vzdáleností je možno kola použít apod.). Provoz půjčovny velmi usnadní zavedení rezervačního systému.

## 5.8 Organizace parkování

Silným motivačním faktorem pro dojíždění automobilem je jistota nalezení volného a bezplatného parkovacího místa v okolí podniku. Pokud tedy společnost hodlá podporovat jiné způsoby dopravy, musí změnit organizaci parkování. Je třeba počítat s tím, že jde o neefektivnější, ale nejméně populární opatření v rámci organizace dopravy v podniku. Spočívá především v odrazování od parkování aut v areálu podniku firmy nebo jeho bezprostředním okolí.

K organizaci parkování lze přistupovat dvěma základními způsoby:

- Parkovací místa jsou rozdělena mezi zaměstnance podle stanovených kritérií.
- Zaměstnanci mohou využívat placená stání (každý zaměstnanec platí stejnou částku nebo je částka odvozena od výše platu).

Výhodná je kombinace obou přístupů. Pokud je zaveden systém placeného parkování, je třeba dbát na to, na co jsou příjmy z parkování využívány. Nejlepšího výsledku je možné dosáhnout, pokud jsou příjmy využívány na podporu alternativních způsobů dopravy – příspěvek na sezonní jízdenku, firemní autobus... V každém případě je nutné stanovit přesná a jasná a srozumitelná pravidla a seznámit s nimi všechny zaměstnance podniku.

Podnik může určit kritéria pro získání povolení parkování v areálu podniku nebo na podnikem provozovaných parkovacích plochách, například:

- potřeba cestování autem pro pracovní účely (nejméně 3 × do týdne),
- osoba se zhoršenou schopností pohybu,
- sociální situace (např. rodič samoživitel s dvěma dětmi ve školním nebo předškolním věku),
- malá dostupnost jiných způsobů dopravy,
- vzdálenost,
- čas strávený cestou do práce,
- obsazenost vozidla (přednost pro car-pooling → 5.5).

## 5.9 Motivace k úspornějšímu využívání automobilů

Je třeba si uvědomit, že i v případě úspěšného splnění cílů plánu mobility budou stále existovat zaměstnanci, kteří budou z různých důvodů ke svým cestám používat automobil. U těchto zaměst-

nanců je vhodné podporovat používání úspornějších vozidel nebo způsobů jízdy.

Pokud společnost disponuje vlastními vozidly, je možné nahradit je postupně auty s nižší spotřebou. I když náklady na jejich pořízení jsou vyšší, z dlouhodobého hlediska jde o výhodnou investici díky úsporám za pohonné hmoty.

Styl jízdy může hodně ovlivnit spotřebu. Podnik může pro zaměstnance zorganizovat speciální kurzy šetrného způsobu jízdy. Toto opatření nevede k omezení počtu aut dojíždějících do práce, ale sníží objem znečištění a náklady na dopravu. Kurzy jsou vhodné především pro společnosti, které vlastní množství aut. Princip hospodárné ekologické jízdy spočívá v omezení zastavování a rozjíždění, volbě správné trasy a defenzivním způsobu řízení. Tímto způsobem je možné ušetřit 10–25 % pohonných hmot. Řidiče, kteří si osvojí ekonomický a ekologický způsob jízdy, je možné nějakým způsobem odměnit.



# 6

## ŠKOLNÍ PLÁN MOBILITY

Školní plán mobility (ŠPM) představuje strategický dokument, který umožňuje školám měnit dopravní návyky a volit takové způsoby dopravy dětí, rodičů a zaměstnanců školy, které by pro ně byly bezpečnější a udržitelnější. Měl by motivovat děti, aby do školy více chodily pěšky, jezdily na kole nebo veřejnou dopravou. Tím se sníží podíl cestování do školy autem, zvýší se bezpečnost a kvalita životního prostředí v okolí školy.

ŠPM se netýká jen cestování, ale také zlepšování zdraví, rozšiřování vzdělání a boje se sociálním vyloučením. Přispívají k zlepšování kvality života v daném místě.

Při vytváření ŠPM je možné začlenit některé související činnosti do vyučování nebo jiných již existujících aktivit.

Důležitým momentem při utváření ŠPM je spoluúčast žáků. ŠPM by měl především ovlivnit dopravní návyky mladých lidí. Protože žáci vykonávají cestu do školy a ze školy každý den, je pravděpodobné, že nejlepší nápady, jak povzbudit žáky, aby více chodili pěšky nebo jezdili na kole, nebo jak cesty lépe zabezpečit, budou přirozeně pocházet od nich. Žáky je možné zapojovat do projektů i do sledování, jak projekty postupují v rámci vyučování nebo během různých kroužků.

Školní plán mobility by měl především:

- demonstrovat odhodlání školy podporovat trvale udržitelné způsoby dopravy žáků a zaměstnanců a zdravý životní styl,
- podporovat bezpečnost dopravy,
- navrhnout konkrétní opatření, která by vedla ke změnám v dopravním chování žáků, učitelů i zaměstnanců školy,
- navrhnout způsob zapojení žáků, rodičů i zaměstnanců školy do problematiky řešení bezpečných cest do školy,
- podporovat integraci výchovy k udržitelné mobilitě do školních osnov – občanská nauka, zeměpis, zdravotní výchova apod.,
- obsahovat přehled zdrojů financování jednotlivých opatření.

## 6.1 Obsah školního plánu mobility

ŠPM se – podobně jako jiné druhy plánů mobility – skládá ze čtyř základních částí: analytické, návrhové, akčního plánu a hodnotící části. Obsah jednotlivých částí je pak přizpůsoben požadavkům specifického školního prostředí.

### 6.1.1 Analytická část školního plánu mobility

#### a) stručný popis lokality, velikosti a typu školy

- velikost a typ školy – počet žáků a zaměstnanců, zaměření školy apod.,
- charakter lokality, ve které se škola nachází – v jaké části obce, dopravní situace, charakter prostředí, spádové oblasti,
- širší vztahy – plány rozvoje lokality, které mohou v budoucnosti ovlivnit dopravní situaci v okolí školy nebo fungování školy vůbec.

#### b) dopravní problémy, se kterými se škola potýká

Popis dopravních problémů školy by měl vycházet z reálné situace. O některých problémech může škola již vědět, ty další mohou být identifikovány prostřednictvím průzkumu provedeného samotnými uživateli komunikací, tj. žáky, případně i pedagogy a rodiči (identifikace nebezpečných a problematických míst dětmi, dotazníkové šetření). Veškeré zjištěné problémy by měly být seřazeny podle četnosti a závažnosti.

#### c) výsledky průzkumu o způsobu dopravování

Vedle popisu dopravních problémů školy je zapotřebí provést průzkum o způsobu dopravování žáků školy a jeho výsledky uvést v ŠPM:

- Jak děti běžně cestují do a ze školy.
- Jak by rády cestovaly do a ze školy.
- Co jim brání využívat preferovaný způsob dopravy.

### 6.1.2 Návrhová část školního plánu mobility

Identifikace dopravních problémů, jakož i způsobu dopravování dětí do školy (stávajícího i dětmi preferovaného) jsou nezbytnou podmínkou pro stanovení cílů, kterých chce škola v určitém období ideálně dosáhnout. Cíle musí být jasně definovány a kvantifikovány (např. v případě realizace navrhovaných opatření zvýšit počet žáků jezdících do školy na kole nebo chodících pěšky o X %, snížit počet parkovacích míst pro auta v okolí školy o X apod.). Naplňování vytyčených cílů musí škola průběžně sledovat a musí realizovat opatření k jejich dosažení. Bez stanovení reálných cílů a bez snahy jich skutečně dosáhnout je sebelépe napsaný ŠPM bezcenný.

### 6.1.3 Akční plán

Akční plán je souhrn opatření, aktivit a kampaní vedoucích k naplnění definovaných cílů (→ 6.2.3).

Součástí akčního plánu je i časový harmonogram pro uskutečnění krátkodobých (řádově v měsících) a dlouhodobých (řádově v letech) cílů ŠPM. V akčním plánu musí být také zřetelně vymezeny odpovědnosti jednotlivých osob.

### 6.1.4 Hodnoticí část školního plánu mobility

V této části by měla být popsána závazná pravidla pro vyhodnocování úspěšnosti ŠPM a jeho aktualizace.

## 6.2 Vytvoření školního plánu mobility

### 6.2.1 Vznik pracovní skupiny a stanovení základních cílů ŠPM

Prvním krokem by mělo být založení pracovní skupiny. Její obsazení závisí na rozsahu plánu mobility a konkrétních místních podmínkách, nicméně zapojení by měli být zástupci budoucích uživatelů a všichni, kdo mají podíl na rozhodování o životě školy a obce. Složení pracovní skupiny může být například takovéto:

- zástupce školy (učitel, ředitel nebo jeho zástupce); zodpovídá za realizaci školního projektu,
- zástupce obce; zajišťuje komunikaci mezi školou a městským úřadem, vyjadřuje se k reálnosti navrhovaných opatření,
- zástupce majitele komunikací, obvykle kraje (např. zástupce odboru dopravy, silničního hospodářství,

rozvoje, radní pro dopravu, školství, apod.); vyjadřuje se k reálnosti navrhovaných opatření,

- konzultant; radí a asistuje při organizaci a koordinaci, pomáhá kontaktovat úřady,
- zástupce rodičů a starších žáků,
- dopravní odborník, projektant; autor budoucí dopravní studie,
- zástupce dopravní policie; vyjadřuje se k reálnosti navrhovaných opatření.

Do některých fází projektu bude ovšem muset být zapojena celá školní komunita (týká se především vyplňování dotazníků a mapek).

Pracovní skupina by měla stanovit základní cíle školního plánu mobility (např. snížení automobilového provozu v okolí školy, zvýšení počtu žáků a učitelů dopravujících se do školy pěšky nebo na kole apod.)

### 6.2.2 Rozbor současného stavu, shrnutí problémů s dopravou a bezpečností v okolí školy

V této fázi je třeba zorganizovat dotazníkový průzkum, který odhalí veškeré podstatné problémy školy související s dopravou. Škola by si měla zvolit způsob a formu co největšího zapojení dětí do celého procesu, protože jen tak bude průzkum objektivní a ucelený (může to být v rámci standardní výuky nebo mimořádného projektu).

Průzkum by měl poskytnout informace o výchozí situaci – např. odpovědi na otázky typu „Jak se dopravuješ do školy?“ a „Jak se chceš nejraději dopravovat?“ Žáci by měli připojit také zdůvodnění, proč volí konkrétní způsob dopravy. Odpovědi lze získat přímo při vyučování nebo rozdat dotazníky dětem domů – zajistí se tak zapojení rodičů. Dotazníky lze doplnit o mapku okolí školy, do níž žáci vyznačí a popíší místa, která jsou z jejich pohledu nebezpečná. Je rovněž žádoucí poskytnout

v dotazníku prostor pro vyjádření názoru rodičů a jejich náměty a komentáře. Získané informace pracovní skupina následně vyhodnotí a pojmenuje všechny problémy a potřeby v souvislosti s dopravou do školy a ze školy.

Poté upřesní dílčí cíle vedoucí k vyřešení zmíněných problémů. Je velmi důležité si uvědomit, že definované cíle musí být realizovatelné, ať už v krátkém, nebo delším časovém horizontu. Vytýčení nereálných cílů je pro žáky velmi demotivacím faktorem, který může mít za následek budoucí nechuť k zapojování se do veřejných záležitostí. Naopak sebemenší opatření, které se na základě plánu mobility podaří úspěšně realizovat, v žácích posiluje sebedůvěru a ovlivňuje jejich budoucí občanské postoje.

### 6.2.3 Vypracování akčního plánu

Akční plán jasně určí:

- aktivity a opatření vedoucí k vytčenému cíli,
- kdo tyto aktivity uskuteční,
- kdo bude za jejich splnění osobně odpovědný,
- termín splnění,
- způsob vyhodnocení výsledků (zda měly nějaký dopad, zda vedly k cíli),
- termín a způsob revize a aktualizace ŠPM.

Pokud je škola zapojena do programu Bezpečné cesty do školy, patří mezi povinná opatření zpracování dopravní studie s návrhy technických kroků dopravního zklidnění okolí školy, jejichž realizace do značné míry závisí na veřejné správě. Vedle toho jsou však vítány i další aktivity, jež škola může naplánovat a uskutečnit sama bez pomoci projektanta. K nim patří například:

#### a) opatření na podporu pěší dopravy

- pěšibus, tj. organizovaný doprovod dětí do školy (děti vyzvedává na dohodnutých stanovištích rodič, pedagog nebo vyškolený starší žák a společně pak jdou pěšky do školy),
- hlídání přechodů na cestě do a ze školy rodiči či prarodiči žáků (např. po předchozím vyškolení policií),
- praktický i teoretický nácvik pěšího pohybu dětí v reálném prostředí města či obce,

#### b) opatření na podporu cyklistické dopravy

- zřízení stojanů na kola, úschovny kol, převlékárny,
- cyklobus (analogie pěšibusu); skupinka žáků pod vedením dospělého jezdí do školy vždy stejnou trasou se zastávkami, kde se k pelotonu mohou připojit další žáci-cyklisté,
- nákup cyklistického vybavení – kola, helmy apod.,
- založení cyklistického kroužku, teoretická i praktická výuka jízdy na kole, seznámení s základy údržby jízdního kola,

#### c) opatření na podporu veřejné dopravy

- organizace hromadného svozu žáků do školy eko-autobusem,
- zajištění bezplatné nebo zlevněné dopravy pro sociálně slabší žáky,
- naplánování vhodných pěších cest od zastávky autobusu, tramvaje nebo metra,
- car-pooling – vhodný způsob dopravování pro ty, pro něž doprava na kole či pěšky není možná vzhledem k větší vzdálenosti od školy; více rodin může sdílet jedno auto při jízdě do školy a zaměstnání.

### 6.2.4 Monitoring a vyhodnocení

ŠPM by měl být pravidelně aktualizován. Je třeba stanovit:



- kdy a kdo bude plán vyhodnocovat,
- jak bude probíhat dotazníkové šetření za účelem hodnocení dosažených výsledků,
- jak bude probíhat aktualizace plánu – stanovení úkolů na další časové období.

Škola může například jednou ročně provést rychlý průzkum mezi žáky: učitel se na začátku vyučování zeptá na způsob dopravy do školy (případně na jiné dlouhodobě sledované skutečnosti) a zaznamená výsledky do formuláře. Tyto výsledky jsou pak porovnány s výsledky předchozího průzkumu.

---

## 6.3 Propagace školního plánu mobility

---

Vytvořený školní plán mobility je vhodné zveřejnit na nástěnce, školním webu nebo v médiích. Je důležité, aby se stal živým dokumentem, o kterém budou vědět všichni žáci, učitelé i další zainteresované subjekty a který se budou snažit skutečně plnit. Průběžně by měly být zveřejňovány i dílčí výsledky.

Důležitým motivačním faktorem pro veškeré zúčastněné i příležitostí pro navázání neformálních kontaktů mezi jednotlivými členy pracovního týmu je oslava dosažených výsledků.



## PLÁNY MOBILITY VELKÝCH MĚST A AGLOMERACÍ

Plán mobility je součástí integrovaného městského plánování. Na rozdíl od územního plánu, jehož účelem je stanovení způsobu využití území, zahrnuje plán mobility aglomerace jak rozvoj dopravní infrastruktury (převzatý z územního plánu, popř. rozpracovávající územní plán do větších podrobností), tak způsob zajištění mobility (tj. procesy) na jeho území. Plán mobility posiluje spojení mezi územním rozvojem a dopravní politikou. Území, které plán udržitelné mobility řeší, však nemusí být bezpodmínečně administrativním územím města, ale musí přihlížet k širším vazbám – např. zahrnutí celé aglomerace, pokud je významným zdrojem pracovních sil nebo jiných potřeb mobility pro dané město. Zabezpečení této koordinace mezi

různými správními celky, při jejich často rozdílných až protichůdných cílech a potřebách, se může stát zásadní politickou překážkou při řešení dopravních problémů.

Postup zpracování plánů mobility je specifický v každém městě, vychází především z místních podmínek, potřeb a hlavních problémů, se kterými se jeho dopravní systém potýká. Zodpovědné úřady musí identifikovat cíle a najít způsoby, jak omezit negativní vlivy automobilové dopravy. Plány musí zahrnovat potřeby všech oblastí městského života, spojené s dopravou a musí být konzultovány se všemi činiteli procesu i občany.

## 7.1 Evropská legislativa

Evropský parlament přijal dne 23. dubna 2009 usnesení k Akčnímu plánu pro městskou mobilitu. Některé body usnesení se přímo zabývají plány mobility:

Bod 11 doporučuje zavést integrované plány udržitelné městské mobility v konurbacích s více než 100 000 obyvateli. Každý takový dokument by měl zahrnovat:

- diagnostické metody, ukazatele a cíle mobility včetně jejich hospodářských, sociálních a environmentálních dopadů,
- plán rozvoje a vzájemného propojení dopravních sítí koordinovaný s plánem pro regionální dopravu a městské plánování,
- plán rozvoje ekologicky šetrných způsobů dopravy (cyklistické stezky, pěší zóny atd.), které by byly plně začleněny do městské hromadné dopravy,
- celkové schéma parkování a platform kombinované dopravy,
- program pro přizpůsobení správy sítí městské mobility a jejich propojení uživatelům s omezenou pohyblivostí,
- celkové schéma logistiky v městské dopravě, včetně možnosti využít pro přepravu nákladu veřejnou infrastrukturu,
- postup přímého zapojení občanů.

Bod 13 navrhuje podmiňovat financování dopravy v evropských městech vypracováním integrovaných plánů městské mobility.

Problematickou plánů mobility se zabývá i Akční plán pro městskou mobilitu, schválený Evropskou komisí dne 30. září 2009 (téma 1 – podpora integrovaných politik, akce 1 – urychlení zavádění plánů udržitelné městské mobility, akce 2 – udržitelná městská politika a regionální politika).

## 7.2 Postup při tvorbě městského plánu mobility

### 7.2.1 Přípravná fáze

Před vlastním zpracováním plánu mobility je třeba sestavit pracovní skupiny, které mohou být rozděleny podle své specializace na pracovní domény, například:

- pracovní doména Územní rozvoj (posouzení vlivu územního plánu na potřeby budoucí mobility),
- pracovní doména Rozvoj dopravních sítí (příprava opatření pro různé druhy dopravy),
- pracovní doména Finanční rozpočet,
- koordinační skupina složená ze zástupců všech domén (koordinace navrhovaných opatření a příprava souhrnného materiálu) – tato integrující odborná skupina musí rovněž posoudit možnosti realizace navrhovaných opatření z hlediska zajištění financí a lidských zdrojů a stanovit harmonogram termínů pro všechna opatření.

Partnery v procesu přípravy plánu mobility se musí stát všechny:

- potenciálně zainteresované úřady (tj. např. organizační složky zodpovědné za školství, sociální a zdravotní politiku, bydlení),
- subjekty zodpovědné za dopravu (policie, dopravci, správci infrastruktury),
- skupiny obyvatelstva (vč. různých podnikatelských a občanských sdružení, nevládních a neziskových organizací, sdělovacích prostředků atd.), kterých se plán a jeho důsledky týkají.

V případě měst a aglomerací, jejichž význam a do- sah přesahuje regionální úroveň, je nutné zají- sovat do procesu i zástupce veřejné správy vyšších

stupňů, provozovatele dopravy a správce dopravní infrastruktury na příslušné úrovni.

Zkušenosti z měst, kde byl plán mobility již přijat a je postupně realizován, ukazují, že důležitou podmínkou při výběru zapojených subjektů je mj. jejich ochota aktivně a tvůrčím způsobem se zapojit do procesu zpracování. To je podstatné zejména v případě občanských sdružení, která mnohdy vznikají pouze za účelem zabránění určité aktivitě a nehledají ani nenabízejí však žádnou alternativu.

## 7.2.2 Analýza výchozího stavu

V této fázi dochází ke zhodnocení stávajícího stavu a problémů, jsou definovány vize a představy jednotlivých účastníků procesu a analyzovány styčné body a rozpory.

Je důležité zaměřit se na tyto faktory:

- a) soulad s dopravní politikou EU, národní, případně na koncepční dokumenty udržitelného rozvoje a udržitelné mobility na úrovni vyššího a příslušného územního celku (pokud existují),
- b) vazba na plány mobility vyššího stupně,
- c) vazba na plány mobility a konkrétní opatření nižšího stupně,
- d) politický závazek a ochota politiků k přijetí zásadních kroků, stabilita přijatých opatření (dohoda různých politických stran, aby po volbách nebyl plán „odložen“); institucionální vztahy – počet a různorodost úřadů a dalších činitelů v procesu mobility,
- e) statistické, geografické a demografické údaje:
  - charakteristika města – rozloha a geografické rozložení, počet obyvatel a hustota osídlení, zaměstnanost, způsoby dojíždění, předpokládaný růst obyvatelstva a zaměstnanosti,
  - demografické ukazatele – věk, průměrná

velikost domácnosti, vzdělání obyvatel,

- nabídka dopravy – veřejná doprava: přepravní výkon, hustota linek, délka sítě, dráhy (železnice a tramvaje), financování VHD; IAD: počet vozidel, automobilizace, výkony IAD, nabídka parkovacích míst, ceny parkování,
- dopravní chování – počet cest/os./den, průměrná délka cesty, čas strávený cestováním,
- podíl jednotlivých druhů dopravy (IAD, VHD, nemotorizované) na přepravní práci,
- rozdělení podle účelu – dojíždění do zaměstnání/za studiem, na nákupy, za zábavou,
- bezpečnost provozu – počet usmrcených, nehodovost a její příčiny, místa častých nehod, průměrná rychlost různých druhů vozidel (minimálně různé druhy VHD, osobní automobily, nákladní automobily) na různých typech komunikací.

## 7.2.3 Vytvoření akčního plánu

Plán mobility města nebo aglomerace je komplexní a velmi rozsáhlý strategický dokument, který na dlouhou dobu ovlivní život velkého množství obyvatel. Dobře zpracovaný plán mobility poskytuje podmínky pro udržitelný rozvoj a zajištění potřeb všech skupin občanů, návštěvníků i přijatelné podnikatelské prostředí, které je základem rozvoje ekonomiky města. Je proto nutné zvolit takový postup, který minimalizuje riziko přijetí chybných rozhodnutí a realizace nesprávných opatření. Vhodný je například tento harmonogram:

- návrh několika možných scénářů akčního plánu,
- výběr nejvhodnějšího scénáře (včetně zahrnutí případných chybějících bodů obsažených v jiných variantách),
- rozpracování vybraného scénáře ze stadia návrhu do komplexního dokumentu,
- předložení definitivního návrhu k veřejné diskusi; dopracování připomínek do plánu
- zpracování konečné varianty, určené ke schválení samosprávou.

Zpracování plánu mobility je proces dlouhodobý, zahraniční zkušenosti udávají dobu kolem 2 a více let.

## 7.3 Přehled doporučených okruhů městského plánu mobility

### a) všechny druhy dopravy

- analýza budoucího rozvoje z hlediska potřebné infrastruktury (v návaznosti na územní plán),
- analýza budoucího rozvoje z hlediska přepravních proudů,
- intermodální doprava – rozvoj parkovišť P+R a přestupních uzlů,
- zavedení managementu městské mobility, vč. propojení s potřebami osob se sníženou schopností pohybu a orientace.

### b) veřejná doprava

- analýza budoucího rozvoje z hlediska potřebné infrastruktury (v návaznosti na územní plán),
- analýza budoucího rozvoje z hlediska přepravních proudů,
- provázanost s územním plánem a rozvojovými plány dopravců a správců infrastruktury VHD vyššího stupně,
- obnova vozového parku veřejné dopravy – stanovení standardů a technických požadavků na vozový park s ohledem na obecně platnou legislativu a priority města (emise, nízkopodlažnost),
- tarifní politika a sociální úloha VHD (zajištění práva všech občanů na přístup k veřejným službám, eliminace sociálního vyloučení části občanů),
- v případě měst nejvyššího významu (nadměstského) je do plánu mobility nutné zahrnout i udržitelný růst letecké dopravy a její vliv na rozvoj města/regionu.

### c) pěší doprava

- rozvoj pěší infrastruktury (v návaznosti na územní plán i vlastní opatření plánu mobility),
- pěší zóny,
- přístupnost pěší infrastruktury pro osoby se sníženou schopností pohybu a orientace,
- bezpečnost pro pěší („BESIP“ i osobní bezpečnost v rámci přijímaných opatření mobility),
- doporučené trasy pro docházku do škol.

### d) cyklistická doprava

- rozvoj cyklistické infrastruktury (v návaznosti na územní plán i vlastní opatření plánu mobility) pro denní i rekreační využití,
- cyklistický provoz v protisměru jednosměrných ulic.

### e) silniční doprava

- ochrana životního prostředí před negativními vlivy silniční dopravy (využívání VHD a nemotorizovaných druhů dopravy, Zelené zóny, podpora používání vozidel s nulovými nebo nižšími emisemi v rámci dalších opatření),
- individuální automobilová doprava; stanovení průjezdných tras IAD (dálkový i místní tranzit), opatření ke snížení místní tranzitní dopravy v obytných zónách, zpoplatnění vjezdu do centra města, bezpečnost provozu na pozemních komunikacích – část těchto opatření vychází nebo je závislá na úpravě celostátní legislativy a není možné je realizovat samostatně městem,
- doprava v klidu – parkování pro rezidenty (potřeba zajistit), parkování u pracovišť (snaha redukovat), parkování v obchodních zónách (popř. včetně příjezdu k nim), zpoplatnění parkování,
- informace pro účastníky silničního provozu.

### f) nákladní doprava a městská logistika

- stanovení průjezdných tras tranzitní dopravy s cílem ve městě,

- stanovení podmínek pro zásobování a dopravní obsluhu (např. omezení celkové hmotnosti zásobovacích vozidel, vjíždějících do vymezené zóny, jednorázové a trvalé „výjimky“ pro dopravní obsluhu), vyhrazení míst pro zásobování v ulicích s provozem VHD nebo s rezidenčními parkovišti,
- stanovení podmínek pro provoz těžkých vozidel městských služeb – odvoz odpadků, čištění komunikací atd.

## 7.4 Nástroje k dosažení cílů plánu mobility velkého města nebo aglomerace

### 7.4.1 Systémy automatických půjčoven jízdních kol

Základní předností automatických půjčoven je:

- rychlost výpůjčky – bez složitých byrokratických procedur,
- jednoduchost – po registraci do systému stačí přiložit čipovou kartu či vytočit číslo na mobilním telefonu a stojan vydá jízdní kolo,
- dostupnost – jak dostupnost jízdních kol samotných (geografická a časová), tak cenová dostupnost (buď zdarma, či spíše za symbolický poplatek dle doby výpůjčky).

#### Kde je nejlépe systém uplatnit?

Podle studie v rámci evropského projektu NICHES tvoří hlavní cílové skupiny ve městech mladší, aktivní a městská populace mezi 18 a 34 lety a držitelé předplatného na MHD bez vlastního automobilu. Předpokladem pro úspěch každého systému je především závazek města systém dlouhodobě za

využití privátních či veřejných sponzorů podporovat (projekty PPP: public – private – partnership). Systémy veřejných půjčoven fungují jak v hlavních evropských metropolích, Bruselu, Paříži, Barceloně, Berlíně, Vídni, Amsterdamu, Kodani, Stockholmu, Bernu, tak i v menších a středních městech od 50 000 do 200 000 obyvatel. Důležité je, aby města nepodporovala jen systém samotný, ale i podmínky pro cyklisty formou zklidňování dopravy, budováním bezpečných stezek a cyklopruhů formou propojené sítě, a vytvářela dostatek parkování pro kola. Pro úspěch samotného systému v městském prostředí je absolutně nezbytné rozmístit stanice s koly v dostatečně široké síti v návaznosti na MHD a příměstské vlaky a také v dostatečném počtu. Nezapomeňte i na pravidelné vyhodnocování systému a jeho správného nasměrování vůči cílovým skupinám, stejně jako na správnou propagaci.

Před samotným spuštěním systému je důležité správně načasovat spuštění systému (nejlépe před začátkem letní sezony) a jeho průběžná propagace a plán dlouhodobého financování systému.

#### Co byste si měli dobře rozmyslet před realizací veřejné půjčovny kol?

Systémy veřejných půjčoven kol samozřejmě nefungují zadarmo – tedy ne z pohledu uživatelů, protože většina systémů nabízí výpůjčku zdarma alespoň na omezený čas –, ale z hlediska provozovatelů. Je důležité si rozmyslet velikost systému (počet kol a stanic). Většina fungujících systémů je závislá na podpoře měst a samotných provozovatelů, jako jsou státní dráhy, městské mobiliáře, které dostanou za provozování systému reklamní plochy. Při volbě systému mějte na paměti, že je třeba započítat úvodní investici do nákupu kol, softwaru a stanic (parkovišť) a potom počítat i s provozními náklady na samotný provoz, převoz kol a jejich údržbu. V Evropě existují i systémy, které nejsou závislé

jen na pevných stanicích a softwaru a kde kola se dají objednat přes mobilní telefon (např. Nextbike z Lipska). Projekty veřejných kol ve Švýcarsku fungují jako sociální projekty měst či přímo sociální firmy. Větší švýcarská města tak nerozvíjí jen alternativní druh dopravy, ale zároveň přispívají k řešení problému nezaměstnanosti u těžko zaměstnatelných skupin obyvatel.

Zkušenost ukazuje na 4 základní fáze podstatné pro úspěšný rozjezd systému:

- Počáteční fáze – benchmarking: nejdříve se trochu porozhlédněte, jak které systémy fungují v zahraničí, a teprve pak udělejte základní rozhodnutí, jakou zvolíte veřejnou půjčovnu.
- Přípravná fáze – pokud jste se rozhodli systém veřejné půjčovny si pořídit, sestavte expertní tým a snažte se zúžit úhel vašeho zájmu, nejdříve zda samoobslužnou, plnoautomatickou půjčovnu, či méně náročnou, ale časově omezenou výpůjčku s obsluhou. Pro realizaci systému a rozmístění stojanů si nechte zpracovat odborný projekt.
- Fáze výběru zpracovatele veřejné zakázky – toto je rozhodující fáze výběru, nezapomeňte na všechny náklady nejen související s pořízením systému, ale i s jeho provozem. Nezapomeňte rovněž že systém si nepořizujete krátkodobě, ale spíše středně- až dlouhodobě.
- Zhodnocení projektu a jeho medializace – jakmile systém spustíte, nezapomeňte na pravidelné vyhodnocování a medializaci výsledků.

Pro úspěšnou realizaci projektu je nutné vytvořit síť partnerů od provozovatele systému po externí konzultanty, obchodníky a zástupce neziskového sektoru a medií.

Příklady využití systému:

- univerzitní městečka,

- místa s menší intenzitou hromadné dopravy – zoo, průmyslové parky, historické centrum města, vládní čtvrti apod.

Typické partnerství v rámci projektu:

#### a) public-private-partnership

Mnoho evropských měst se zkušeností s veřejnými půjčovnami kol mají uzavřenou partnerskou smlouvu s velkou reklamní společností. Většinou jsou tato kola nabízena zdarma či za malý poplatek výměnou za poskytnutí reklamní plochy na městském mobiliáři a na jízdních kolech samotných. Stále více měst se ale zároveň začíná bránit vizuálnímu znečištění a odmítají další reklamu ve veřejném prostoru a tyto systémy financují z veřejných zdrojů či prostředků EU.

#### b) partnerství s národním vlakovým dopravcem

Ideálním partnerem pro provozování celonárodního systému veřejných půjčoven kol jsou národní dráhy (příklad německých DB) či jiní přepravci nebo národní cyklistická organizace. Německý systém provozují státní dráhy DB již několik let ve velkých městech, jako jsou Berlín, Frankfurt, Kolín n/R či Mnichov. Klienti zaregistrovaní do systému Call-a-Bike si v těchto a dalších městech mohou rezervovat jízdní kolo a na libovolném místě v centrální části města kolo uzamknout a vrátit. Rezervace a výpůjčka následuje přes mobilní telefon (či web [www.callabike.de](http://www.callabike.de)), kola si je možné vyzvednout i na stanicích vlaků ICE. Zpoplatněné jsou jednotlivé časové impulzy. Jízdní kola systému Call-a-Bike se vyznačují speciálním, elegantním designem v barvách DB a ve zmíněných městech jsou jich k dispozici stovky.

V podmínkách České republiky by obdobný systém mohl fungovat pod patronátem Českých drah



např. s využitím úspěšné zákaznické karty In-karta jako plně automatická veřejná půjčovna kol ve velkých městech či turisticky atraktivních lokalitách bez nároku na další zaměstnance a s neomezenou výpůjční dobou.

#### 7.4.2 Car-sharing

Car-sharing je služba, která svým zákazníkům umožňuje využívat automobil, aniž by jej museli vlastnit či se starat o jeho provoz a údržbu. Služba tak doplňuje nabídku veřejné dopravy o možnost využívání individuálních jízdních prostředků.

Pokud člověk automobil vlastní, má tendenci jej také co nejvíce využívat. Každým použitím automobilu se jeho vstupní investice stává výhodnější: tzv. fixní náklady (pořizovací cena vozidla, pojištění, údržba a další platby, které musí hradit, aniž by s vozem vůbec vyjel) se rozpočítávají na více kilometrů, a jsou tak s každým dalším ujetým kilometrem nižší. Při rozhodování, jaký způsob dopravy zvolit, poměřuje majitel vozu obvykle jen cenu za pohonné hmoty s cenou jízdenky. Zákazníci car-sharingu vidí celkovou cenu ujetého kilometru, a proto pokaždé znovu zvažují, zda je použití motorového vozidla racionální. Auto si pak půjčují jen ve chvíli, kdy je opravdu nezbytně potřebují. Studie ukazují, že zákazníci car-sharingu jezdí méně často a najezdí méně kilometrů, než když se rozhodnou koupit si vlastní automobil. Méně ujetých kilometrů, méně jízdy a méně zaparkovaných automobilů znamená menší zatížení města. Nižší počet lépe využívaných automobilů znamená též menší zatížení životního prostředí i při jejich výrobě a likvidaci.

##### Princip car-sharingu

Car-sharing provozuje obvykle pro tento účel vytvořená organizace nebo instituce, u níž se

zájemci zaregistrují. Uživatelé služby většinou platí dva druhy poplatků – paušální účastnický poplatek a platbu za půjčení automobilu (obvykle ujeté kilometry + hodinová sazba). Zapojení do systému umožňuje přístup k vozidlům v dané lokalitě. Když zákazník auto potřebuje, vybere si z nabídky dostupných vozů, objedná si jej telefonicky nebo po internetu, vyzvedne si klíčky nebo vůz odblokuje kartou zabezpečující systémy a jede, kam potřebuje. Po cestě platí u čerpacích stanic elektronickou kartou, která patří do příslušenství každého vozu. Po návratu auto zaparkuje a odhlásí se, čímž opět zapojí bezpečnostní systémy. Vyplní jednoduchou účtenku, jejíž kopii si nechá. Některé car-sharingové systémy už získávají data přes palubní počítač elektronicky, takže účtenka slouží jen pro přehled o ujetých kilometrech. Placení se odehrává měsíční fakturou podle času a ujeté vzdálenosti. Car-sharingová firma se stará o údržbu, opravy, povinné ručení, vyúčtování a další náležitosti.

Car-sharing lze účinně využívat jen v některých místech. Obvykle se uvádí, že sdílení vozidel funguje výborně v oblastech s velkou hustotou obyvatel a dobrou obslužeností veřejnou dopravou, v lokalitách se zpoplatněným parkováním, tedy kde si lidé už uvědomují hodnotu veřejného prostoru. Výhodná bývá kombinace využívání vozidel jak pro soukromé, tak i pro firemní účely: podniky mívají zájem použít vozidlo obvykle během pracovní doby, individuální členové chtějí auto používat obvykle mimo pracovní dobu a o víkendu.

##### Výhody car-sharingu

- Pokud najezdíte méně než 15 000 km ročně, je účast v car-sharingu levnější než auto vlastnit. Je to proto, že o náklady – koupě vozu, opravy, pojištění, povinné ručení, havarijní pojištění, myčka, poplatky za parkování ve městě – se dělíte s ostatními uživateli.
- Nemusíte se starat o opravy, pojištění nebo údržbu auta.

- ▣ Neztrácíte čas odvážením vozu do autoservisu nebo na technickou kontrolu. Nemaříte čas hledáním parkovacího místa, protože car-sharingová auta mají vyhrazená místa k stání.
- ▣ Na rozdíl od půjčoven vozidel jsou automobily k dispozici 24 hodin denně. Uzavírání smlouvy, tedy přihlášení za člena systému, absolvuje uživatel jen jednou. Provozovatelé car-sharingu získávají parkovací místa v hustě obydlených oblastech díky podpoře města. Uživatelé tak mají vozy k dispozici v blízkosti bydliště, nemusejí skládat při každém vypůjčení zálohu, fakturace se děje jednou měsíčně. Autopůjčovny účtují půjčovné po dnech, car-sharingové společnosti většinou po hodinách.
- ▣ Na mnoha místech nabízejí car-sharingové společnosti více typů aut. Malé auto na nákupy, střední na výlet o víkendu, dodávku pro nákup nové skříňe, mikrobus pro dovolenou s přáteli. Některé car-sharingové systémy zajišťují jen základní typ vozidel a na další typy mají uzavřeny výhodné smlouvy s půjčovnami vozidel.

# 8

## PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

### 8.1 Město, aglomerace

#### 8.1.1 Podpora podnikových plánů mobility na úrovni aglomerace (Nantes/Francie)

V aglomeraci francouzského města Nantes žije přibližně 590 tisíc obyvatel. Tvoří ji 24 municipalit, jejichž zastřešujícím orgánem je Nantes-Métropole. Tato instituce je zodpovědná za infrastrukturu, městskou dopravu, veřejné prostory a mobilitu v celé aglomeraci. Jedním z cílů plánu mobility aglomerace je snížit během 10 let podíl individuální automobilové dopravy na celkové přepravě v regionu z 62 % na 50 %. V rámci plánu mobility byla

přijata strategie na podporu tvorby podnikových plánů mobility. Byl zvolen marketingový přístup, který zahrnuje tyto aktivity:

- kontaktování vybraných podniků, nabídka pomoci při vývoji podnikového plánu mobility,
- poskytnutí zvýhodněného jízdného zaměstnancům, kteří pro cestování do práce přestali využívat automobil,
- vytvoření sady pomůcek pro podniky vyvíjející svůj plán mobility – sada obsahuje fotografie, videonahrávky, prezentace, letáčky, dotazníky apod.

Podniky rovněž mají možnost uzavřít s Nantes-Métropole tříletý kontrakt, v rámci kterého se zavážou k realizaci opatření vedoucích k snížení

zaměstnaneckých cest automobilem alespoň o 10 % a zároveň zvýšení využívání veřejné dopravy o 20 %. Zaměstnanci takového podniku mohou získat síťovou jízdenku na všechny druhy veřejné dopravy („Pass Partout“) za zvýhodněnou cenu (sleva 30 % a více, z čehož 15 % poskytuje Nantes-Métropole a dalších minimálně 15 % dotuje podnik). Dalším bonusem pro zaměstnance je vlastní přístup do městského carpoolingového rezervačního systému.

## Výsledky

Od roku 2004 vytvořilo na území aglomerace svůj plán mobility více než 110 podniků nebo institucí s celkovým počtem kolem 45 000 zaměstnanců.

### 8.1.2 Systémy veřejných půjčoven kol ve Francii

Veřejné půjčovny kol se staly synonymem pro úspěšný rozmach cyklistiky především v Evropě již v 90. letech minulého století. Města jako Kodaň, Amsterdam, Barcelona či Paříž nabízí dnes až desítky tisíc kol ve svých veřejných půjčovnách nejen pro domácí obyvatele, ale i pro návštěvníky těchto měst. První systém, populární tzv. „Bílá kola“, byl spuštěn právě v holandské metropoli již v 60. letech minulého století. Od té doby se veřejné půjčovny kol rozšířily nejen do Evropy ale fungují již i v USA, Kanadě a Austrálii. Do Česka zatím tento trend dorazil jen jako pilotní systém a je úspěšně testován např. v pražském Karlíně. Nejvíce známým a pravděpodobně nejúspěšnějším městem veřejných kol je Paříž se svým automatickým systémem Velib', poskytujícím až 24 000 kol denně Pařížanům i návštěvníkům francouzské metropole.

Tento systém byl ale poprvé spuštěn v roce 2005 pod názvem Velo'v i v druhém největším městě Francie, Lyonu. Dnes je k dispozici v Lyonu na 4 000 kol ve více než 300 stanic v režimu 24/7. Systém



Jedno ze tří stovek stanovišť systému Velo'v (Lyon)

pokrývající 50 % území lyonské aglomerace má na 50 000 registrovaných účastníků a stará se o něj na 60 pracovníků. V průměru dojde denně k 15–20 tisícům výpůjček, průměrně si účastníci půjčí jedno kolo šestkrát. Celkem najela kola Velo'v již na 30 milionů kilometrů, což znamená úsporu 10 000 tun CO<sub>2</sub> ve srovnání s tím, kdyby tuto vzdálenost urazily osobní automobily. Pro registrované držitele karty nabízí automatická půjčovna kol první půlhodinu jízdy zdarma, systém je přitom kompatibilní s kartou na MHD a regionální integrovanou dopravu.

### Hlavní výhody systému Velo'v

- zviditelnění jízdního kola ve veřejném prostoru,
- cyklistická doprava je vnímána jako efektivní druh dopravy a alternativa k MHD,
- změnilo se i chování motoristů: byli nuceni se na novou situaci adaptovat a akceptovat cyklisty jako rovnoprávné uživatele dopravního prostoru,
- po zavedení systému se rapidně zvýšil počet cyklistů v ulicích Lyonu a zvýšila se i poptávka po službách pro cyklisty,
- v neposlední řadě měla kampaň pozitivní vliv i na celkovou image Lyonu.

#### 8.1.3 Car Liberté – car-sharing v Savojsku (Francie)

Ve Francii existuje několik desítek společností provozujících car-sharing, obvykle na regionální úrovni. Jednou z nich je Car Liberté, působící v regionu Savojsko. V současné době (rok 2010) společnost vlastní 44 vozidel, která jsou k dispozici na 35 místech v Grenoblu a Chambéry. Car Liberté má přibližně 800 registrovaných členů, z nichž zhruba polovina využívá společný vozový park ke služebním účelům a polovina k soukromým jízdám.

Společnost odhaduje, že jejich 44 car-sharingových vozidel nahradilo zhruba 300 automobilů v běž-

ném provozu a uvádí tyto hlavní motivační faktory pro využívání car-sharingu:

- vyhnutí se nutnosti používat soukromá vozidla zaměstnanců k služebním účelům, případně nutnosti nákupu nových služebních vozidel (65 % uživatelů),
- snížení počtu služebních vozidel ve firmě (40 % uživatelů),
- vyhnutí se problémům s parkováním (18 % uživatelů).

### Jak systém funguje

#### 1. registrace uživatele

- Zaregistrovat se lze na internetových stránkách společnosti.
- Služba je určena pro kohokoliv, jedinou podmínkou je vlastnictví řidičského průkazu.
- Uživatel si vybere druh měsíčního předplatného (paušál: 0 €, 5 € nebo 9 €).
- Po registraci a podepsání smlouvy uživatel obdrží čipovou kartu (záloha na kartu: 5 €).

#### 2. rezervace vozidla

- Rezervovat lze přes internet nebo telefonicky (24 hodin denně, 7 dnů v týdnu).
- Lze rezervovat s velkým časovým předstihem i těsně před požadovaným odjezdem (5 minut).
- Rezervace je potvrzena pomocí SMS.
- Uživatel odemkne vozidlo pomocí čipové karty.

#### 3. jízda, úhrada

- Po skončení jízdy uživatel obdrží vyúčtování (pomocí SMS).
- Celková částka k úhradě se skládá z poplatku za ujeté km (0,3–0,5 €/1 km – v závislosti na typu vozidla), poplatku za dobu výpůjčky (od 0 € do 5 €/hod. – v závislosti na denní době a druhu předplatného) a jednorázového poplatku za využití vozidla (od 2 € do

- 7 € – v závislosti na typu vozidla a druhu předplatného).
- V ceně je započítáno pojištění, údržba, opravy apod.
- Uživatel vyzvedne auto s plnou nádrží a s plnou nádrží jej musí i vrátit.

## 8.2 Velký podnik

### Grenoble (Francie) – Plán mobility společnosti ST Microelectronics

Průzkum, který společnost zorganizovala v rámci vytvoření podnikového plánu mobility v roce 2000, ukázal, že více než 80 % zaměstnanců společnosti využívá k dojíždění automobil. Realizace plánu mobility probíhala ve dvou fázích: 2000–2005 (pro 1 900 zaměstnanců) a 2005–2010 (pro 2 400 zaměstnanců). Hlavním cílem v první fázi bylo dosažení stavu, kdy by alespoň 50 % ze všech zaměstnanců dojíždělo do práce jinak než automobilem. Cílem navazující druhé fáze bylo zvýšení tohoto podílu na 60 %.

#### Byla přijata tato opatření:

- zavedení bezplatné kyvadlové dopravy mezi průmyslovou zónou a železniční stanicí,
- výrazná finanční podpora zaměstnanců používajících veřejnou dopravu (podnik hradí 80 % z ceny měsíční nebo roční jízdenky),
- poskytnutí cyklistické soupravy zaměstnancům dojíždějícím na kole (souprava obsahuje batůžek, helmu, reflexní vestu, pláštěnku, pumpičku a přední i zadní osvětlení),
- zavedení služby „Cyclo-joker“ (cyklistům je v případě nepříznivého počasí poskytnuta náhradní doprava autobusem nebo taxíkem),
- zřízení některých služeb přímo na pracovišti (poštovní schránky, automaty na jízdenky),
- poskytnutí miniservisu pro jízdní kola (pravidelné

- prohlídky s odstraněním menších závad),
- podpora car-poolingu (zprostředkování kontaktů, vyhrazení parkovacích míst),
- organizace kurzů bezpečné jízdy pro řidiče a cyklisty.

Po šesti letech implementace plánu mobility (v roce 2007) bylo dosaženo těchto výsledků:

- podíl zaměstnanců dojíždějících do práce jinak než autem se zvýšil z 20 % (2000) na 54 % (2007),
- 120 zaměstnanců je zapojeno do systému car-poolingu nebo používá vozidla s ekologickým pohonem (elektromobily apod.),
- 900 zaměstnanců pravidelně dojíždí veřejnou dopravou,
- 350 zaměstnanců dojíždí na kole (mají k dispozici 400 parkovacích míst),
- přestože mezi lety 2000 a 2007 se počet zaměstnanců zvýšil o 500, počet parkovacích míst pro automobily se nezměnil.

## 8.3 Malý podnik

Malle (Belgie), firma ECOVER – opatření na podporu ekologické, především cyklistické dopravy

Firma ECOVER (30 zaměstnanců) přijala v zájmu snížení negativních dopadů automobilové dopravy ve svém okolí systém finanční podpory preferující environmentálně šetrnější způsoby dojíždění do zaměstnání. Podnik hradí svým zaměstnancům část nákladů na dopravu následujícím způsobem:

- 0,12 €/km: zaměstnanec dojíždějící malým automobilem,
- 0,12 €/km: zaměstnanec (řidič i spolucestující) zapojený do car-poolingu bez ohledu na velikost vozidla,
- 0,25 €/km: zaměstnanec dojíždějící na motocyklu,
- 0,37 €/km: zaměstnanec dojíždějící na kole,
- 0,05 €/km: zaměstnanec dojíždějící prostředky veřejné dopravy.

Kromě finanční podpory firma ve svém areálu zřídila:

- sprchy pro cyklisty,
- bezplatnou pračku a sušičku pro cyklisty,
- uzamykatelný přístřešek na kola,
- servisní koutek se základními nástroji na opravu kola.

Podnik také zakoupil náhradní jízdní kolo, které je v případě nutnosti zaměstnancům k dispozici.

### Výsledky

Díky zmíněným opatřením v současné době pouze 6 zaměstnanců (z 30) dojíždí do práce svým automobilem. Ostatní jezdí na kole nebo využívají car-pooling.

## 8.4 Úřad státní správy

### Gent (Belgie), Městský úřad – podpora šetrné mobility

Městský úřad v Gentu vedlo k rozhodnutí o přijetí programu na podporu šetrné mobility několik hlavních pohnutek:

- jako úřad státní správy poskytnout dobrý příklad dalším institucím i podnikům,
- připravit podmínky pro následné vytvoření a zavedení plánu mobility pro celé městské centrum,
- podpořit vznik městského generelu cyklistické dopravy.

Realizace programu se uskutečnila v několika rovinách:

#### 1. územní plánování

- soustředění většiny pracovišť městského

úřadu do jedné lokality, která je velmi dobře dostupná veřejnou dopravou,

#### 2. podpora cyklistické dopravy

- poskytování jízdních kol pro služební cesty zaměstnanců úřadu,
- vybavení městských policistů jízdními koly,

#### 3. zvýhodnění uživatelů šetrných druhů dopravy

- 0,15 €/km jako příspěvek pro zaměstnance, kteří využívají pro cesty do práce car-pooling,
- 0,15 €/km jako příspěvek pro zaměstnance, kteří do práce jezdí na kole,

#### 4. osvětová kampaň mezi zaměstnanci

V roce 1996 byla zorganizována důležitá kampaň ve prospěch udržitelných druhů dopravy. Její součástí byla tato opatření:

- individuální dopravní poradenství,
- setkání na podporu car poolingu a propojování vhodných zájemců,
- bezplatné jízdy veřejnou dopravou,
- ocenění zaměstnanců pravidelně využívajících udržitelné způsoby dopravy,

#### 5. zavedení parkovného pro zaměstnance

### Výsledky

Opatření finančního rázu vedly k zvýšení počtu zaměstnanců využívajících udržitelné způsoby dopravy o 2,7 %. Osvětová kampaň přispěla k 10 až 14 % snížení sólo jízd v automobilech. Především cyklistická doprava se stala mezi úředníky mnohem populárnější: 20 % z celkového počtu zaměstnanců úřadu nyní dojíždí do práce na kole.





## **Literatura a odkazy**

Centrum dopravního výzkumu, Brno: Metodika plánování mobility ve velkých městech a jejich aglomeracích

Department for Transport, London: Essential Guide to Travel Planning

Department for Transport, London: Making Travel Plans Work

ELTIS, European Local Transport Information Service, <http://www.eltis.org>

EPOMM, European Platform on Mobility Management; <http://www.epomm.eu>

MOMENTUM/MOSAIC: Mobility Management User Manual

Oživení/Pražské Matky/Nadace Partnerství: Školní plány mobility

Toolbox for Mobility Management Measures in Companies; <http://www.mobilitymanagement.be/english/index.htm>

