



## Közvélemény-kutatás egy lehetséges telekocsi-szolgáltatásról

**1200 fős országos reprezentatív felmérés  
a 18 éves és idősebb lakosság körében  
2012. május 18-22.**



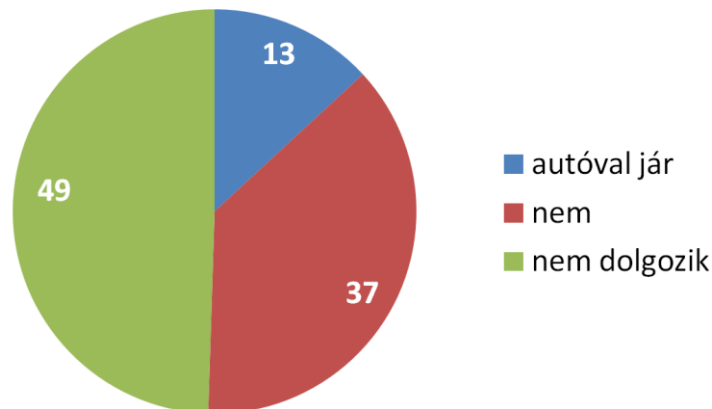


A Policy Solutions a Medián közvélemény-kutató cég segítségével készített, 1200 fős reprezentatív felmérésének célja, hogy megállapítsa egy lehetséges telekocsi-szolgáltatásra való kereslet jellegét, felmérje az ezzel kapcsolatos attitűdöket és igényeket. A kutatás alapvetően azt állapította meg, hogy Magyarországon létezik igény egy hasonló jellegű szolgáltatás megteremtésére-megszervezésére. Mindez azonban nem elsősorban környezetvédelmi szempontból fontos az embereknek, hanem azért, mert másképpen nem tudják megoldani a munkába járást, mint autóval, ennek viszont egyre emelkednek a költségei – és a közeljövőben további útdíj-drágításokra számíthatunk.

A kutatás megállapítja, hogy a magyarok többsége nem bizalmatlan, amennyiben arról van szó, hogy idegenek autójába kellene ülnie, vagy idegent kellene utaztatnia saját gépjárművében. Sokkal inkább az alkalmazkodás jelent számukra problémát – ezt viszont menedzselhetnék a szolgáltatás megszervezői.

A telekocsi-szolgáltatás megvalósítása szempontjából igen fontos tényező, hogy a lakosság hány százaléka jár autóval munkába – hiszen ők lehetnek célcsoportja a szolgáltatásnak, mint „munkaerő”.

I. ábra: Autóval munkába járók aránya a teljes felnőtt lakosság körében

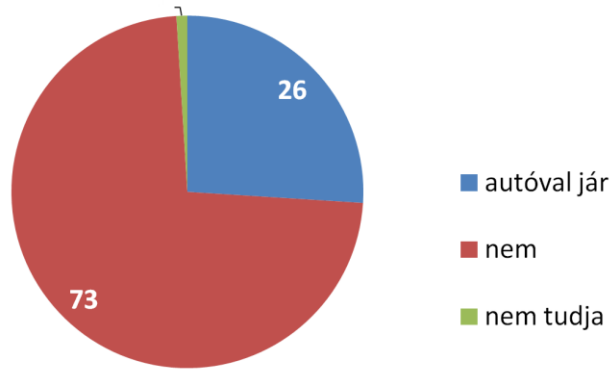


Az 1200 fős reprezentatív felmérésből az látszik, hogy a lakosság alig több mint tizede használ autót a napi munkába járáshoz, igaz, a képet erősen árnyalja, hogy a válaszadók fele saját bevallása szerint nem dolgozik, vagy otthonról teszi ezt.

A felmérésből ugyanakkor kiderül dolgozni járóknak viszont negyede (26%) használ autót, a jelenlegi benzinárak mellett pedig sokan hagynák el vagy tennék költséghatékonyabbá ezt az utazási formát.

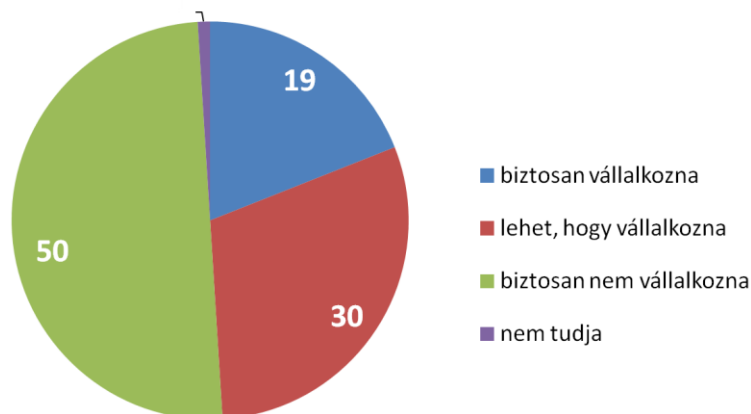


2. ábra: Autót használók aránya a munkába járók körében



A válaszadók 49%-a „inkább vállalkozna” arra, hogy idegeneket fuvarozzon az autójában. Ez egyértelműen azt jelzi, hogy az emberek nem zárkoznak el ettől az ötlettől, ami nagyban növeli a megvalósítás esélyeit. A nyitottság azonban nem korlátlan, a válaszadók fele egyértelműen kizártnak tartja, hogy részt vegyen idegenek munkába szállításában.

3. ábra: Ha felmerülne, hogy ön rendszeresen idegeneket fuvarozzon autójával munkába járáskor, ön erre...

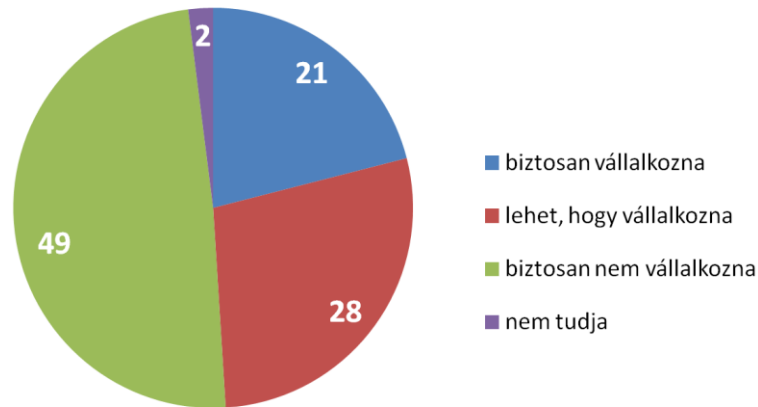


A más autójában való utazás népszerűbb ötlet, mint az alkalmi sofőrködés: míg a válaszadók fele szívesen ülne más autójába, csupán 35% vinne el ismeretleneket a munkahelyükre. A válaszadók csaknem kétharmada azonban ez utóbbi közlekedési formától már elzárkózna. Az



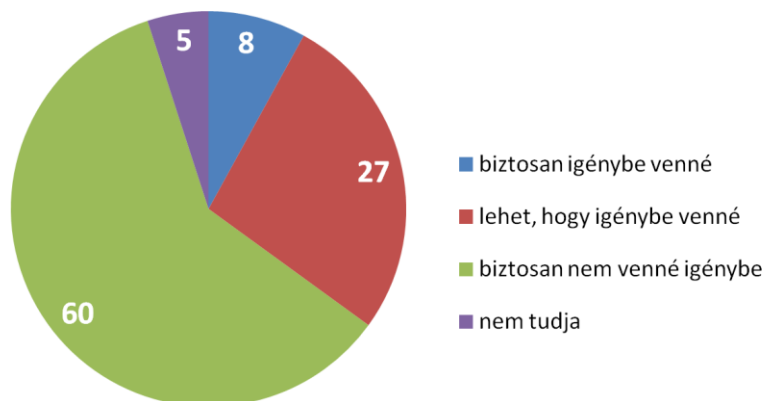
tehát egyértelműen látszik, hogy könnyebb lenne alkalmi utasokat, mint sofőröket találni a telekocsi-szolgáltatás megszervezéséhez.

4. ábra: Ha felmerülne, hogy ön rendszeresen idegenek autójával járjon munkába, ön erre...



A felmérés szerint a megkérdezettek csaknem 60%-a biztosan nem venne igénybe egy ilyen szolgáltatást. Mindez azt jelzi, hogy a szolgáltatás újdonság-jellege sokakat ijesztene el annak igénybevételétől, illetve az utazás során inkább meglévő ismerőseikre hagyatkoznának.

5. ábra: Ha tudomást szerezne arról, hogy van ilyen fuvarokat szervező szolgáltatás, azt ön...

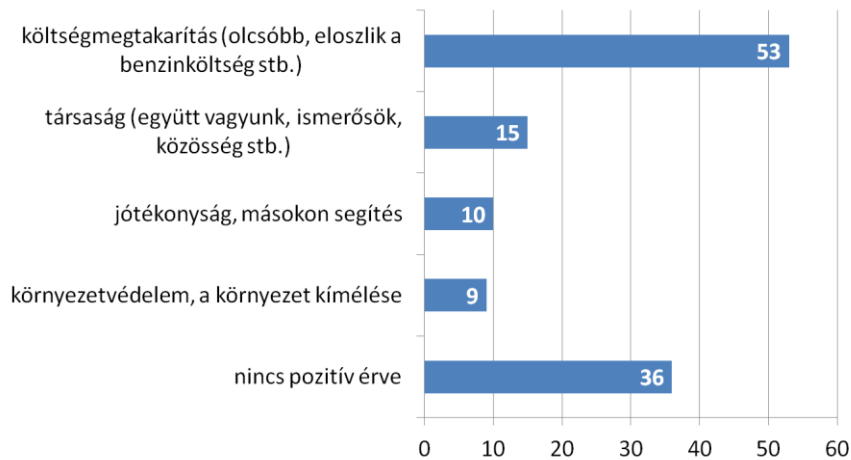


Egyértelmű a felmérésből tehát, hogy létezik egyfajta igény és kereslet, illetve lehetőség egy telekocsi-szolgáltatás megszervezésére, ugyanakkor a szolgáltatás célcsoportja, legalábbis fuvarosként elsősorban az autóval munkába járók viszonylag kisszámú tömege lehet. Az igény



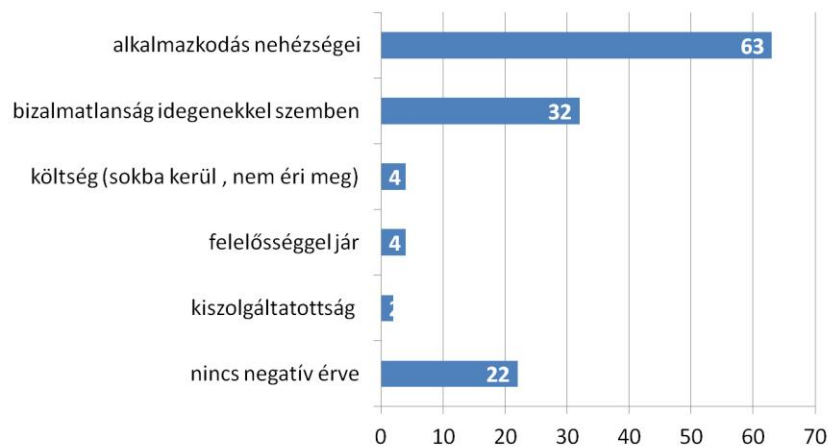
oka elsősorban a költségmegtakarítás, amiből azt következik, hogy a szolgáltatás beindításakor nem a leggazdagabbakat érdemes megkeresni az ötlettel, hanem a középosztály azon szeletét, akik autóval járnak munkába, de ez komoly terhet jelent számukra.

6. ábra: Érvek mellett, hogy idegeneket szállítson autójában



A környezetvédelem iránt elhivatottak és a szociálisan érzékeny, társadalmilag aktívak is fontos célcsoport lehet, ugyanakkor ez már csak 10-10%-ban játszana szerepet abban, ha részt vesznek a programban. Érdemes tehát a társadalmi felelősségvállalásról szóló üzenetet is erősíteni.

7. ábra: Érvek az ellen, hogy idegeneket szállítson munkába





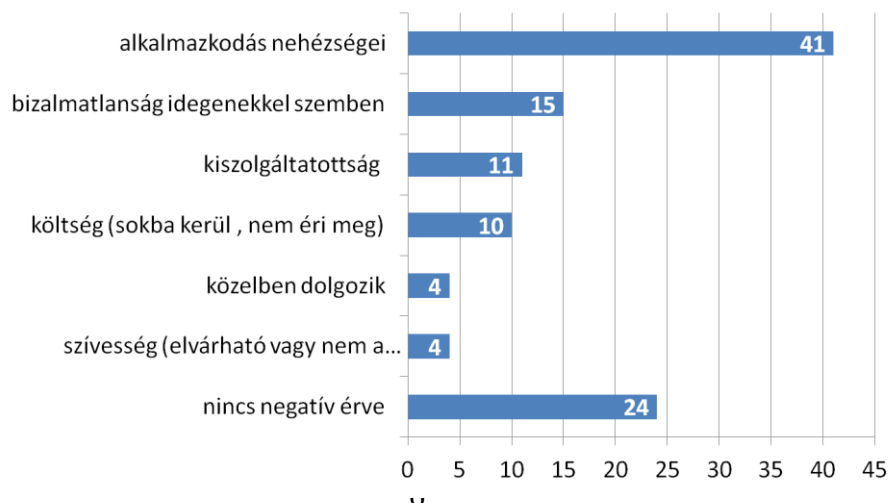
Az ellenérvek közül szinte evidens, hogy 63% az alkalmazkodás nehézségeit említi. Ezzel szemben a megkérdezettek alig egyharmada vallotta magát bizalmatlannak idegenekkel szemben. Egyértelmű az is a felmérésből, hogy a válaszadók túlnyomó többsége szerint a más autójával való utazás nem jelentene többletköltséget, kiszolgáltatottságot vagy túlzott felelősséget.

8. ábra: Érvek amellett, hogy rendszeresen mások autójában utazzon munkába



Utasként némileg változik a helyzet: kevesebben tudnak emellett pozitív érveket felsorolni, ugyanakkor a költség-, az idő- és a pénzmegtakarítás a többség szerint fontos szempont lehet – viszont a környezetvédelem és az új ismeretségek kötésének lehetősége kevésbé. Utasként az alkalmazkodás nehézségei még mindig sokakat (41%) tartanának vissza a telekocsi-programtól, azonban a többség ezt már nem említi, mint problémát, a bizalmatlanság (15%) szinte elhanyagolható, ahogy a kiszolgáltatottságot érzők (11%) és a költséget sokallók (10%) aránya is.

9. ábra: Érvek az ellen, hogy rendszeresen mások autójában utazzon munkába





Össességében tehát az látszik, hogy a magyar társadalomban a munkába utazás átalakítására való igény elsődleges oka a költségcsökkentés, amiért érdemes a közép- és az alsóközéposztályt bevonni a programba. A legnagyobb probléma az egyeztetés és a célcsoport szűk volta. Előbbi probléma megoldására érdemes lehet hangsúlyozni, hogy a szolgálat éppen ennek nehézségeit venné le a résztvevők válláról. A bizalmatlanság relatíve alacsony: a kevés autóval munkába járó nagy százaléka engedne be autójukba idegeneket, és még többen ülnének be más autójába, ha ezzel pénzt spórolhatnak.