



# „Mondd meg hány éves vagy, megmondom mivel közlekedsz!”

Generációs különbségek a hétköznapi  
közlekedésben



Dr. Kolnhofer-Derecskei Anita  
Dr. Reicher Regina Zsuzsánna



1975

1985

1995

2005

2015

# Generációk

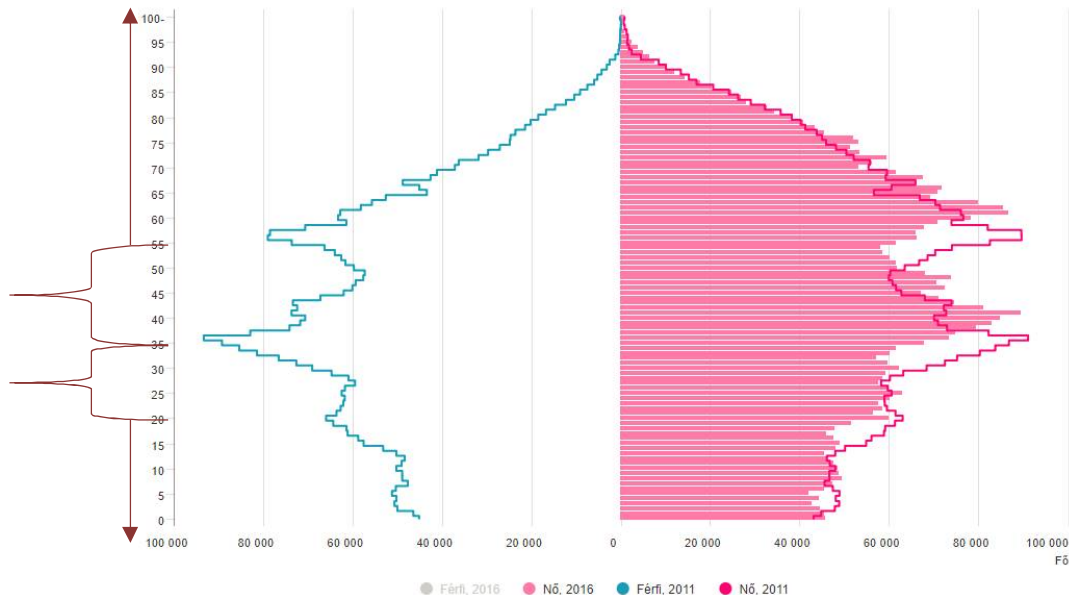
- Mi is az a generáció?
- Hogyan oszlik meg Magyarországon?

BB és Veterán

X generáció

Y generáció

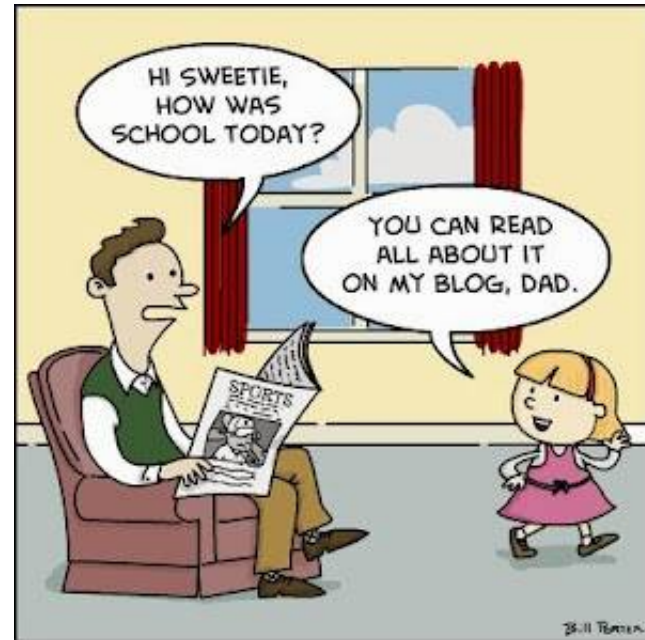
Z-ék és Alfák



Forrás: KSH

# Főbb különbségek X-Y-Z

- Digitális világ
  - Hatékonyság
  - Információmegosztás
- Globalitás
- Munkavállalási szokások
  - Munkavállalási lehetőségek
  - Munkaidő, szabadidő
- Mobilitás

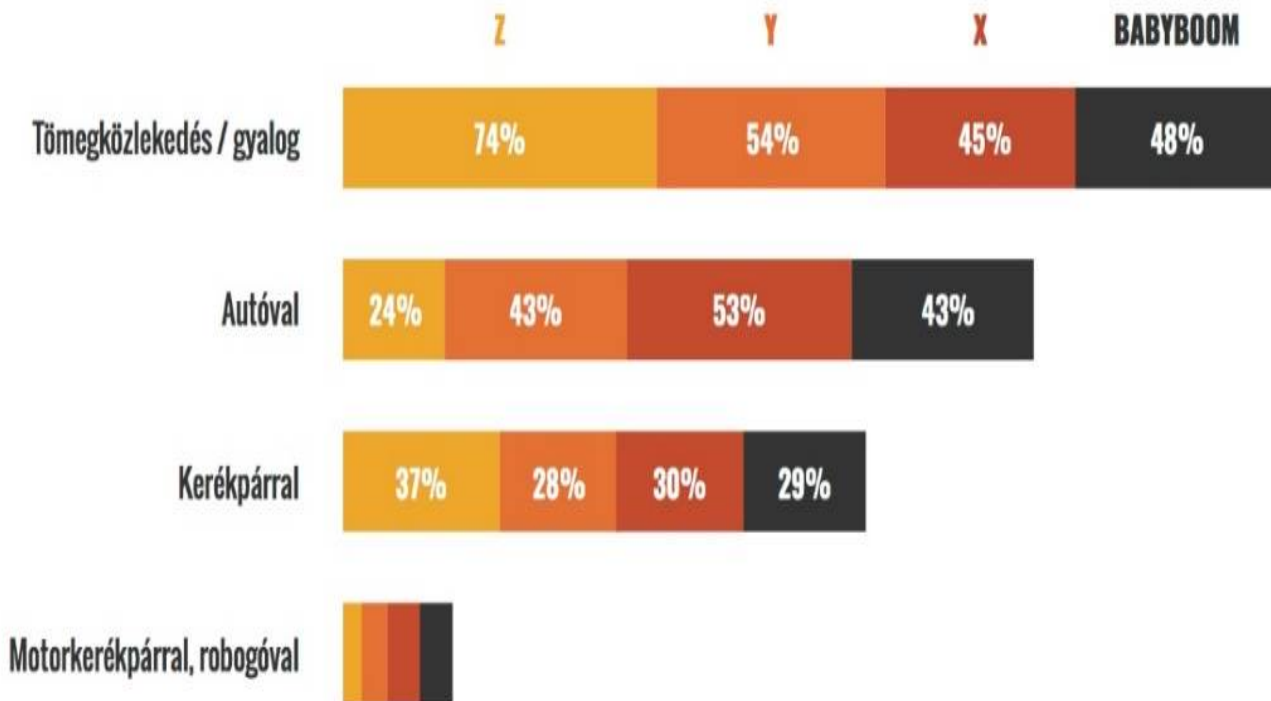


# Közlekedési szokások

- Világszinten csökken a személygépkocsi használata
- Fiatalabb generáció tömegközlekedés vagy gyaloglás
  - Csak a használata esetén kell fizetni
  - Környezetbarát
  - Fenntartható az aktív online jelenlét
  - Közösséget kovácsol
- Hazánkban nem változik
  - 2012-ben 46%
  - 2017-ben 50% - 47% egyedi
  - De 78% szerint „le kéne tenr
  - Ingázás

*kényelem*





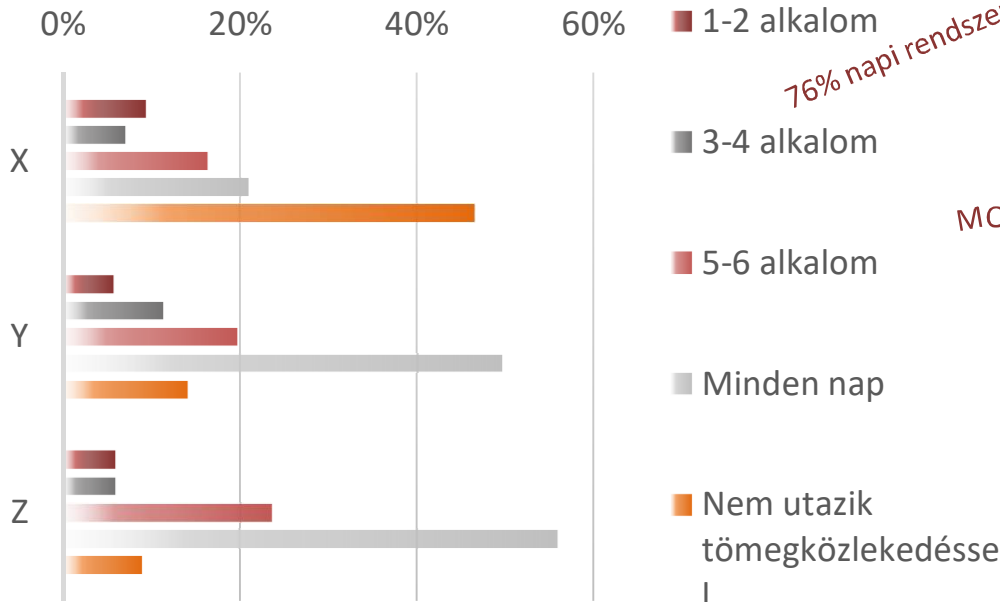
Különbféle módokon a naponta és rendszeresen közlekedők aránya generációk szerint

# Közlekedési szokások kutatása

- Fókuszcsoportos vizsgálat
- Minikutatás
  - 184 válaszadó
  - Internetes kérdőív
- Naplózás
  - Longitudinális, idősorral megjelenő kvalitatív kutatás
- Hazai nagymintás kutatás
- Nemzetközi lekérdezések



# Hetente hányszor utazik tömegközlekedéssel?



*76% napi rendszerességgel utazik rövid távon*

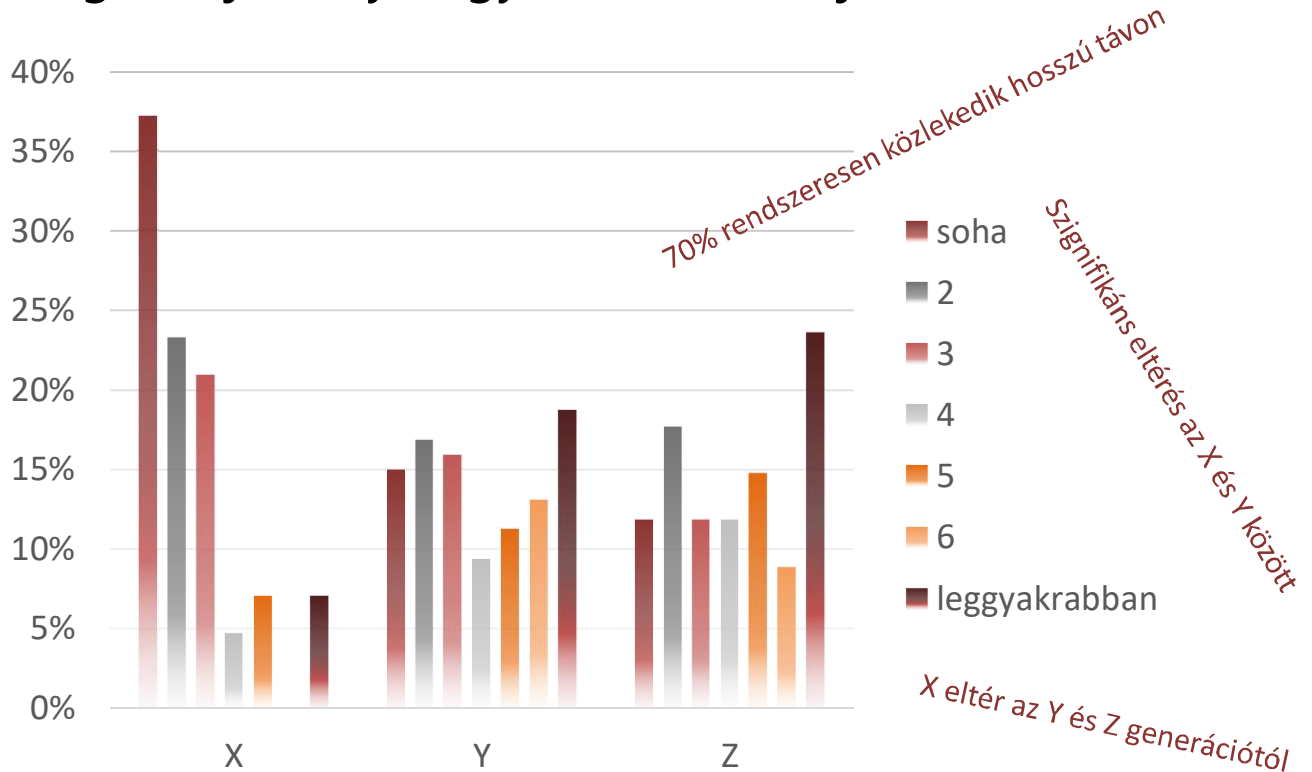
*MOL limo és MOL busi elutasított*

*Az autóval szemben a közösségi közlekedést preferálja az Y és a Z*

Szignifikáns eltérés



# Rangsorolja, milyen gyakran használja a vonatot!



# Naplózás

Generáció	Jellemzők	Motiváció
Y (5 fő)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanul, Bérletük van (bankkártyával fizet, automatából vásárol)</li><li>• Olcsó és rugalmas (időjárás függő)</li><li>• Google maps és Waze, app-ok</li></ul>	„Ezek hálózzák be a várost” „olyan szép idő volt ...”
X (7 fő)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dolgozik (szgépkocsi vagy vegyes), benzinkutak (bankkártya) jegyértékesítő</li><li>• GPS, üzleti találkozók (gyors)</li><li>• Nincsen kedvezmény (drága)</li></ul>	„kényelmes, nem használok mást” „üzleti utam volt”
BB (3 fő)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Más cél: rokonlátogatás, Vegyes közlekedés (távolság függvényében)</li><li>• Eltolódott napon belüli időbeli ütemezés (napi időmérleg)</li><li>• Személyes vásárlás (kp fizetés, benzinkút bankkártya)</li></ul>	„megszoktam, cipekedés” „Saját magam által diktált tempóban haladtam”

- 2018.04.23.-05.02-ig 17 napló (15 értékelhető)

# Konklúziók

- Közlekedési típus választásnál nemcsak a kor vagy a generáció dominál (településtípusa, közlekedés fejlettsége, egyéb demográfiai és egyéni jellemzők, pl. nem is)
- Új igények jelentek meg → szolgáltatások fejlődése, és ha ehhez hozzászoknak, annak szinten tartása (hajlandó érte fizetni)
- Tudatos tervezés és választás, online jelenlét
- Eltolódott életciklusok (később vezet)
- Eltérő értékrend (a mobiltelefonja fontosabb)
- A CSALÁDI ÁLLAPOT hatása erős

# Javaslatok

Wallace (2015) felmérte ezeket az igényeket, tíz éven belül az amerikai Y generáció tagjai az alábbiakat várja el a tömegközlekedés fejlesztése során

- valós idejű utazási információk,
- még megbízhatóbb közlekedési rendszer,
- még inkább utasbarát és intuitív élmények,
- Wifi, 3G vagy 4G bárhova is utaznak,
- a The Trapeze Team (2015) az online jeggyel egészíti ezt ki



**Tanulás**

**20**



**Karrier**

**30**



**Család**

**40**



**Egészség**

**60**

# Együttutazó generációk

Tanuló (felszíni  
tömegközlekedés)

Munkába közlekedés  
(vegyes)  
+ Családtag  
(szgépkocsi)

Nyugdíjas (vegyes  
közlekedés)





Boomerang





Boomerang