

Jakub Hązła

III rok SS1 MSG, Biznes Międzynarodowy
Instytut Gospodarki Międzynarodowej, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

PREFERENCJE MIESZKAŃCÓW POZNANIA DOTYCZĄCE TRANSPORTU MIEJSKIEGO

Wstęp

Badanie rynkowe jest definiowane jako celowe i obiektywne gromadzenie, przetwarzanie i analiza danych niezbędnych do podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie¹. Do celów, dla których przedsiębiorstwa przeprowadzają badania rynkowe, należą: planowanie długookresowe, minimalizacja ryzyka, a także uzyskiwanie informacji potrzebnych do opracowywania odpowiednich strategii². Firmy dążą do pozyskiwania potrzebnych im informacji na temat rynku, otoczenia oraz produktów³. Istnieją determinanty prowadzenia badań marketingowych, które pomagają w określeniu, kiedy należy je przeprowadzać. Pierwszą z nich jest czas na podjęcie decyzji przez zarząd. Firmy nie powinny przeprowadzać badań marketingowych pod presją czasu. Jeśli istnieją dostępne informacje potrzebne do podjęcia decyzji, należy je wykorzystać i zrezygnować z prowadzenia badań. Czynnikiem brany pod uwagę jest także natura decyzji. Przeprowadzanie badań marketingowych wiąże się z największymi korzyściami dla przedsiębiorstwa, jeśli badania te dotyczą informacji potrzebnych firmie do podejmowania decyzji strategicznych. Ma to związek z ostatnią determinantą. Jeśli wartość badanych informacji nie przewyższa kosztów prowadzonych badań, firma powinna z nich zrezygnować⁴.

Na potrzeby tego artykułu przeprowadzono w celach naukowych badanie rynku usług transportowych w Poznaniu. Celem badania było określenie preferencji mieszkańców Poznania w zakresie transportu miejskiego. Dni od 23 do 28 stycznia 2024 były zakresem czasowym badania. Metoda badawcza obejmowała zarówno metodę ilościową, jak i jakościową⁵. Rodzaj próby badawczej ustalono

1 K. Mazurek-Lopacińska, *Przedmiot i etapy badań marketingowych (w:) Badania marketingowe*, red. K. Mazurek-Lopacińska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016, s. 12.

2 Ibidem, s. 14.

3 Ibidem, s. 16.

4 Ibidem, s. 13.

5 C.J. Schroeder, M. Bartosik-Purgat, H. Mruk, *Międzynarodowe badania marketingowe*, Wydawnictwo UE w Poznaniu, Poznań 2013, s. 170-175.

jako losowy w celu zwiększenia stopnia reprezentatywności badania. Do przeprowadzenia badania użyto narzędzia kwestionariusza ankietowego Google Forms. W kwestionariuszu ankietowym znalazło się 25 pytań, spośród których 21 to pytania zamknięte jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru, a 4 to pytania otwarte krótkiej odpowiedzi. W badaniu wzięło udział 36 respondentów. Spośród nich 20 (55,6% wszystkich badanych) stanowili mężczyźni, a 16 (44,4% wszystkich badanych) kobiety. Wśród respondentów 32 osoby (88,9%) znalazły się w grupie wiekowej 16-25 lat. Oprócz nich, w badaniu wzięły udział także 2 osoby z przedziału wiekowego 46-55 lat, 1 osoba z przedziału wiekowego 26-35 lat oraz 1 osoba w wieku 56-65 lat. 66,7% uczestników badania zadeklarowało, że posiada wykształcenie średnie, 30,6% wykształcenie wyższe, a 2,8% wykształcenie podstawowe lub zawodowe. Na pytanie dotyczące sytuacji zawodowej 66,7% uczestników wskazało odpowiedź „Jestem uczniem/studentem”, 16,7% odpowiedź „Pracuję na część etatu”, a 8,3% odpowiedź „Pracuję na pełen etat”. Pozostałe 8,4% uczestników badania wybrało inne odpowiedzi. Celem tego artykułu jest przedstawienie wyników przeprowadzonego badania rynku usług transportowych w Poznaniu.

1. Przygotowanie badania

Proces badawczy w niniejszym badaniu marketingowym przebiegał etapowo zgodnie ze schematem przedstawionym na rysunku 1⁶.



Rysunek 1. Etapy procesu badawczego

Źródło: Ch. Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, edycja druga, Edward Arnold Publishers Ltd, Londyn 1982, s. 358.

⁶ Ch. Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, edycja druga, Edward Arnold Publishers Ltd, Londyn 1982, s. 358.

Problemem badawczym były preferencje mieszkańców Poznania dotyczące transportu miejskiego⁷. Pytanie badawcze brzmiało: Jaki jest najpopularniejszy środek transportu wśród mieszkańców Poznania używany dla dojazdów do pracy lub szkoły? Wyznaczono następujące szczegółowe cele badawcze:

- określenie najpopularniejszego środka transportu miejskiego wśród mieszkańców Poznania,
- zidentyfikowanie opinii panujących wśród mieszkańców Poznania dotyczących obecnego poziomu cen biletów komunikacji miejskiej,
- określenie najbardziej cenionych przez mieszkańców cech środka transportu miejskiego,
- zidentyfikowanie obszarów, w których system publicznej komunikacji miejskiej w Poznaniu wymaga poprawy,
- ustalenie potrzeb i opinii mieszkańców Poznania dotyczących rozszerzenia oferty komunikacji publicznej o metro.

W pracy przyjęta została następująca hipoteza główna⁸: Tramwaj jest najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu miejskiego wśród mieszkańców Poznania w celu codziennych dojazdów do pracy lub szkoły. Przyjęto ponadto pięć hipotez szczegółowych:

- większość badanych zgadza się ze stwierdzeniem, że wybudowanie metra w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców,
- większość respondentów jest zadowolona z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu,
- samochód osobowy jest postrzegany wśród mieszkańców Poznania jako bardziej atrakcyjny i komfortowy środek transportu, niż środki publicznej komunikacji miejskiej,
- przy wskazywaniu najważniejszych cech środka transportu miejskiego odpowiedź komfort podróżowania, bezpieczeństwo będzie najczęściej wybieraną przez respondentów,
- większość badanych zgodzi się ze stwierdzeniem, że obniżenie cen biletów komunikacji publicznej w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców.

Do przeprowadzenia badania wykorzystano źródła pierwotne, a jako metodę badawczą wybrano badanie ankietowe⁹. W kwestionariuszu ankietowym znalazło się 25 pytań. Spośród nich 21 to pytania zamknięte jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru, a 4 to pytania otwarte krótkiej odpowiedzi.

7 K. Mazurek-Łopacińska, *Etapy procesu badania marketingowego (w:) Badania marketingowe*, op. cit., s. 17.

8 Ibidem.

9 Ibidem, s. 20.

Reprezentatywność wyników badań marketingowych w próbie badawczej, oprócz wielkości próby zależy w wysokim stopniu od metody jej doboru¹⁰. Wyniki uzyskane w próbie losowej często są reprezentatywne, co umożliwia ich uogólnianie na całą badaną populację¹¹. Dobór próby w tym badaniu został dokonany według schematu doboru losowego prostego. W tym sposobie losowania wszystkie jednostki mogą z takim samym prawdopodobieństwem stać się częścią próby badawczej¹². Kwestionariusz w formacie Google Forms udostępniono kilku licznym grupom odbiorców mieszkających w Poznaniu za pomocą mediów społecznościowych. Respondenci wypełniali go anonimowo¹³.

2. Wyniki badania oraz analiza odpowiedzi na pytania związane z celami i hipotezami badawczymi

W tabeli 1 przedstawione zostały odpowiedzi uczestników badania na widoczne poniżej pytanie z kwestionariusza ankietowego wraz z odsetkiem respondentów, który wybrał każdą z odpowiedzi.

Tabela 1. Pytanie: Jak często korzysta Pan/Pani ze środków transportu do poruszania się po Poznaniu (innych niż ruch rowerowy lub pieszy) w celu dojazdu do pracy lub szkoły?

Odpowiedź	Wybrało
Codziennie	50%
Kilka razy w tygodniu	30,6%
Kilka razy w miesiącu	11,1%
Rzadziej niż kilka razy w miesiącu	5,6%
Nie korzystam	2,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 1, większość badanych regularnie podróżuje środkami transportu w celu dojazdu do pracy lub szkoły w Poznaniu. Na pierwszym miejscu pod względem liczebności znalazła się grupa osób poruszających się w ten sposób środkami transportu codziennie (50%), a na drugim miejscu podróżujący kilka razy w tygodniu (30,6%).

10 C.J. Schroeder, M. Bartosik-Purgat, H. Mruk, op. cit., s. 160.

11 Ibidem.

12 Ibidem, s. 161.

13 K. Mazurek-Łopacińska, J. Marak, *Wykorzystanie metody ankietowej w badaniu zachowań podmiotów rynku (w:) Badania marketingowe*, op. cit., s. 66.

Tabela 2. Pytanie: Jaki środek transportu najczęściej wybiera Pan/Pani w celu dojazdu do pracy/szkoły w Poznaniu?

Odpowiedź	Wybrało
Tramwaj	66,7%
Samochód osobowy	16,7%
Autobus	5,6%
Pieszo	5,6%
Nie korzystam	2,8%
Pociąg	2,8%

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Spośród uczestników badania 66,7% osób najczęściej wybiera tramwaj w celu dojazdu do pracy lub szkoły w Poznaniu (tabela 2). Jest to zgodne z jedną z postawionych hipotez. Na drugim miejscu znalazła się grupa osób przemieszczająca się samochodem osobowym. Stanowiły one 16,7% wszystkich badanych.

Tabela 3. Pytanie: Czy w codziennych sytuacjach preferuje Pan/Pani poruszanie się samochodem osobowym w większym stopniu, niż za pomocą komunikacji publicznej?

Odpowiedź	Wybrało
Zdecydowanie tak	11,1%
Raczej tak	33,3%
Nie mam preferencji	8,3%
Raczej nie	27,8%
Zdecydowanie nie	19,4%

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

44,4% badanych preferuje poruszanie się w codziennych sytuacjach samochodem osobowym, niż za pomocą komunikacji publicznej (tabela 3). 11,1% wszystkich badanych odpowiedziało na to pytanie „Zdecydowanie tak”, a 33,3% „Raczej tak”. 8,3% respondentów zadeklarowało brak preferencji w tym zakresie. 47,2% wszystkich badanych preferuje przemieszczać się za pomocą komunikacji publicznej. Hipoteza badawcza zakładająca, że mieszkańcy Poznania preferują korzystanie z samochodów osobowych, okazała się błędna.

Tabela 4. Pytanie: Które cechy środka transportu miejskiego są dla Pana/ Pani najważniejsze? (pytanie wielokrotnej odpowiedzi)

Odpowiedź	Wybrało
Częstotliwość kursów	80,6%
Czas podróży	77,8%
Komfort podróżowania, bezpieczeństwo	52,8%
Dostępność w różnych częściach miasta	52,8%
Inne	2,8%

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

W powyższym pytaniu wielokrotnego wyboru 80,6% badanych zaznaczyło odpowiedź „Częstotliwość kursów” (tabela 4). 77,8% osób zaznaczyło odpowiedź „Czas podróży”. Na trzecim miejscu pod względem liczebności znalazły się grupy osób, które wybrały odpowiedzi „Komfort podróżowania, bezpieczeństwo” oraz „Dostępność w różnych częściach miasta”. Jedna z hipotez zakładała, że najczęściej wybieraną odpowiedzią będzie „Komfort podróżowania, bezpieczeństwo”. Okazała się ona błędna.

Tabela 5. Pytanie: Czy są obszary w Poznaniu, w których uważa Pan/Pani, że system komunikacji miejskiej wymaga poprawy? (pytanie wielokrotnej odpowiedzi)

Odpowiedź	Wybrało
Częstotliwość kursów	50%
Czystość	27,8%
Konkretne linie autobusowe/ tramwajowe	27,8%
Dojazd do któregoś z obszarów miasta	22,2%
Innowacyjność	25%
Bezpieczeństwo	13,9%
Inne	11,2%

Zródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

„Częstotliwość kursów” była najczęściej wybieraną odpowiedzią. Wskazało ją 18 respondentów (50% wszystkich badanych), co sugeruje, że ta kwestia jest szczególnie istotna dla mieszkańców Poznania (tabela 5). Na drugim miejscu znalazły się odpowiedzi „Czystość” oraz „Konkretne linie autobusowe/tramwajowe”. Obie odpowiedzi wybrało 10 osób (27,8% wszystkich badanych). 9 osób (25% badanych) jako obszar wymagający

poprawy wskazało innowacyjność systemu komunikacji miejskiej. Była to trzecia najczęściej wybierana odpowiedź.

Tabela 6. Pytanie: Czy uważa Pan/Pani, że wprowadzenie metro jako nowego środka transportu w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców?

Odpowiedź	Wybrało
Tak	44,4%
Nie	44,4%
Trudno ocenić/nie mam zdania	11,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

W kwestii poruszonej w tym pytaniu zdania respondentów były podzielone. Zarówno odpowiedź „Tak”, jak i odpowiedź „Nie” wybrało 44,4% badanych (po 16 osób) (tabela 6). Odpowiedź „Trudno ocenić/nie mam zdania”, wybrało 11,1% badanych (4 osoby).

Tabela 7. Pytanie: Jak ocenia Pan/Pani wygodę podróżowania środkami komunikacji publicznej w Poznaniu?

Odpowiedź	Wybrało
Bardzo wygodne	11,1%
Wygodne	52,8%
Umiarkowanie wygodne	36,1%
Niewygodne	0%
Bardzo niewygodne	0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Większość badanych (63,9%) pozytywnie ocenia wygodę podróżowania środkami komunikacji miejskiej po Poznaniu (tabela 7). Spośród tej grupy 19 osób wybrało odpowiedź „Wygodne”, a 4 osoby „Bardzo wygodne”. Grupa 13 osób stanowiąca 36,1% wszystkich respondentów wybrała odpowiedź „Umiarkowanie wygodne”. Inne odpowiedzi na to pytanie nie pojawiły się w grupie badawczej.

Tabela 8. Pytanie: Którym z określeń ocenił/a by Pan/Pani ceny biletów komunikacji miejskiej w Poznaniu?

Odpowiedź	Wybrało
Bardzo wysokie	16,7%
Wysokie	38,9%

Adekwatne/umiarkowane	41,7%
Niskie	2,8%
Bardzo niskie	0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Największy odsetek badanych (41,7%) wybrał odpowiedź „Adekwatne/umiarkowane” (tabela 8). Może być to związane z dużą ilością respondentów posiadających zniżki na przejazdy. 38,9% badanych wybrało odpowiedź „Wysokie”, a 16,7% odpowiedź „Bardzo wysokie”.

Tabela 9. Pytanie: Czy uważa Pan/Pani, że obniżenie cen biletów komunikacji miejskiej w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców?

Odpowiedź	Wybrało
Tak	72,2%
Nie	0%
Trudno ocenić	27,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Większość badanych (72,2%) zadeklarowało pogląd, że obniżenie cen biletów komunikacji miejskiej byłoby korzystne dla mieszkańców, a 27,8% badanych wybrało odpowiedź „Trudno ocenić” (tabela 9).

Tabela 10. Pytanie: Czy jest Pan/Pani zadowolony/a z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu?

Odpowiedź	Wybrało
Zdecydowanie tak	16,7%
Raczej tak	42,7%
Umiarkowanie	30,6%
Raczej nie	5,6%
Zdecydowanie nie	0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Większość badanych jest zadowolona z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu. Grupa osób, która wybrała odpowiedź „Zdecydowanie tak”, liczy 6 osób (16,7% wszystkich badanych), natomiast 17 (47,2% wszystkich badanych) wybrało odpowiedź „Raczej tak” (tabela 10). Umiarkowane zadowolenie zadeklarowało 11 osób (30,6% wszystkich badanych). Odpowiedź „Raczej nie” zaznaczyły 2 osoby (5,6% wszystkich badanych). Hipoteza badawcza zakładająca, że większość respondentów zadeklaruje

zadowolenie z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu, okazała się prawidłowa.

Na rysunku 2 przedstawiona została odpowiedź na pytanie: Co jest Pana/ Pani zdaniem największym mankamentem infrastruktury ruchu ulicznego w Poznaniu?

Wzrost	Opóźnienia (2)	Parking (2)	Drogi (2)	Korki (5)	Remonty (7)	Sygnalizacja (4)	Pasy ruchu (3)
Opóźnienia (2)	2	2	2	5	7	4	3
Parking (2)	2	2	2	5	7	4	3
Drogi (2)	2	2	2	5	7	4	3
Korki (5)	2	2	2	5	7	4	3
Remonty (7)	2	2	2	5	7	4	3
Sygnalizacja (4)	2	2	2	5	7	4	3
Pasy ruchu (3)	2	2	2	5	7	4	3

Rysunek 2. Słabe strony infrastruktury ruchu ulicznego w Poznaniu wskazane przez respondentów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań empirycznych.

Każda z odpowiedzi respondentów na to pytanie została sformułowana w inny sposób. Są one dostępne w załączonym linku do kwestionariusza ankietowego w sekcji pytań otwartych. Na rysunku 2 przedstawiono najczęściej wymieniane obszary infrastruktury ruchu ulicznego oraz częstotliwość występowania odpowiedzi wskazujących je.

Podsumowanie

Większość respondentów pozytywnie oceniła system publicznej komunikacji miejskiej w Poznaniu, jednak duża część uczestników badania dokonała jego krytycznej oceny przy odpowiedzi na inne pytania. Hipoteza główna zakładająca, że tramwaj jest najczęściej wykorzystywanym środkiem transportu miejskiego wśród mieszkańców Poznania w celu codziennych dojazdów do pracy lub szkoły, została zweryfikowana pozytywnie. Prawidłowe okazały się również hipotezy zakładające zadowolenie respondentów z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu oraz ich zgodność ze stwierdzeniem, że obniżenie cen biletów komunikacji publicznej w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców. Hipoteza przyjmująca, że wybudowanie metro w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców, została zweryfikowana negatywnie. Hipotezy, które zakładały, że samochód osobowy jest postrzegany przez mieszkańców Poznania jako bardziej atrakcyjny i komfortowy środek

transportu, niż środki publicznej komunikacji miejskiej oraz że odpowiedź komfort podróży, bezpieczeństwo będzie najczęściej wybieraną w pytaniu o najważniejsze cechy środka transportu miejskiego, także zostały odrzucone. Określanie preferencji licznych grup osób w zakresie produktów bądź usług bez przeprowadzania badań rynkowych jest trudnym zadaniem. Firmy oferujące usługi transportowe w miastach powinny więc badać preferencje mieszkańców, by jak najlepiej dostosowywać swoje oferty i sprawiać, by stały się one coraz korzystniejsze dla klientów.

Najważniejszym ograniczeniem badania była niewielka liczebność próby badawczej. Istotnym ograniczeniem był także niski stopień zróżnicowania wieku osób biorących udział w badaniu.

Bibliografia

Badania marketingowe, red. Mazurek-Łopacińska K., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.

Nachmias Ch., Nachmias D., Metody badawcze w naukach społecznych, edycja druga, Edward Arnold Publishers Ltd., Londyn 1982.

Schroeder C.J., Bartosik-Purgat M., Mruk H., Międzynarodowe badania marketingowe, Wydawnictwo UE w Poznaniu, Poznań 2013.

Załącznik do kwestionariusza ankietowego:

<https://docs.google.com/forms/d/1J9UvaFfkDTkQqGBdl8yMNMJBpkkT-2-hyOSPR-g9FNwk/viewanalytics?pli=1&ts=659d859c&pli=1>

Streszczenie

W artykule zaprezentowano oraz przeanalizowano wyniki przeprowadzonego wśród mieszkańców Poznania badania marketingowego dotyczącego rynku usług transportu osobowego. Przeprowadzono je metodą badania ankietowego na grupie 36 respondentów. Odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszu zostały wykorzystane do zobrazowania preferencji w zakresie środków transportu tej grupy mieszkańców miasta. Środkiem transportu podawanym przez największą liczbę respondentów jako używany najczęściej w celu dojazdu do pracy lub szkoły był tramwaj. Częstotliwość kursów oraz czas podróży były dwoma najczęściej wybieranymi przez uczestników badania odpowiedziami na pytanie o najważniejsze cechy środka transportu miejskiego. Większość respondentów zadeklarowała zadowolenie z funkcjonowania systemu komunikacji miejskiej w Poznaniu. Wśród słabych stron systemu transportu miejskiego wymienione zostały między innymi zbyt niska częstotliwość kursów pojazdów komunikacji miejskiej oraz niewystarczająca ilość miejsc parkingowych. Większa część badanych zgodziła się ze stwierdzeniem, że

obniżenie cen biletów komunikacji miejskiej w Poznaniu byłoby korzystne dla mieszkańców tego miasta. Grupy respondentów, które określiły korzystność potencjalnego wprowadzenia metro w Poznaniu pozytywnie i negatywnie liczyły równą liczbę osób.

Słowa kluczowe: transport, środki transportu, badanie marketingowe, badanie ankietowe

PREFERENCES OF POZNAN RESIDENTS REGARDING URBAN TRANSPORTATION

Summary

This article contains a presentation and analysis of the results of a marketing survey conducted among Poznań residents regarding the market for passenger transportation services. It was carried out using the method of survey questionnaire on a group of 36 respondents. The answers to the questions in the questionnaire were used to visualize the transportation means preferences of this group of city residents. The mean of transportation mentioned by the largest number of respondents as the one used most often to commute to work or school was the tram. Frequency of fares and travel time were the two most frequently selected answers by survey participants when asked about the most important features of the mean of urban transportation. The majority of respondents declared that they were satisfied with the functioning of the public transportation system in Poznań. The areas of the system of public transportation selected as in need of change included, among others the insufficient frequency of public transportation vehicle fares and too few parking spots. A larger proportion of respondents agreed with the statement that lowering ticket prices of public transportation in Poznań would be beneficial to the city's residents. The groups of respondents who determined the favorability of the potential introduction of the metro in Poznań positively and negatively numbered an equal number of people.

Keywords: transportation, means of transport, marketing research, survey

Część czwarta

ANALIZA FINANSOWA

