



Większość Polaków za jeden z najpoważniejszych skutków zmian klimatycznych uznaje smog, ale tylko 1/3 badanych zmniejszyła lub zamierza zmniejszyć korzystanie z prywatnego samochodu na rzecz transportu zbiorowego. Jak wynika z badania „Wyzwanie: eko-podróżowanie” przeprowadzonego przez SW Research na zlecenie FlixBus Polska do zmian nawyków w kontekście poruszania się między miastami Polaków mogłyby przekonać szybsze i bezpośrednie połączenia do miejsca docelowego oraz lepsza oferta.

W badaniu „Wyzwanie: eko-podróżowanie” zapytano respondentów o najpoważniejsze ich zdaniem skutki zmian klimatycznych, gotowość do wprowadzenia zmian proekologicznych, a także o czynniki, które przekonałyby ich do częstszego korzystania z transportu publicznego zamiast samochodu osobowego.

## *Świadomość zmian klimatycznych a gotowość do działania*

74% respondentów twierdzi, że jednym z najpoważniejszych skutków zmian klimatycznych jest słaba jakość powietrza i smog. Niewiele mniej, bo 72%, uważa, że są to anomalie pogodowe, a także ich konsekwencje. Kolejno 65% i 57% zauważa, że skutkiem tym są niedobory wody oraz zanieczyszczenie odpadami. Można więc stwierdzić, że Polacy są świadomi zmian klimatycznych. Czy wyrażają natomiast gotowość do wprowadzenia do swojego życia proekologicznych nawyków?

Najwięcej osób deklaruje, że w ostatnim czasie wprowadziło lub planuje wprowadzić w życie następujące działania:

- segregacja śmieci (80%);
- ograniczenie zużycia plastiku (72%);
- mniejsze zużycie wody w gospodarstwie domowym (61%).

Jedynie co trzeci badany zmniejszył lub zamierza zmniejszyć korzystanie z prywatnego samochodu na rzecz transportu publicznego.

- To, co mnie często zaskakuje, to sposób w jaki ludzie łączą fakty. Z jednej strony

respondenci przyznają, że dostrzegają problem smogu i zagrożenia z nim związane, z drugiej zaś – niewielki procent wybiera transport publiczny, który przecież pozwala walczyć z tym zjawiskiem – mówi Maria Andrzejewska, dyrektor Centrum UNEP/GRID-Warszawa – Dociera do nas głównie to, o czym dużo się mówi. Wpływ kampanii prowadzonych w mediach w ostatnim czasie widzimy w wynikach badania, wskazujących gotowość respondentów do zmiany w zakresie np. segregacji śmieci czy ograniczenia zużycia plastiku. Może więc najwyższy czas pomyśleć o kampanii promującej transport publiczny i ukazującej negatywne skutki tzw. „samochodozy”.

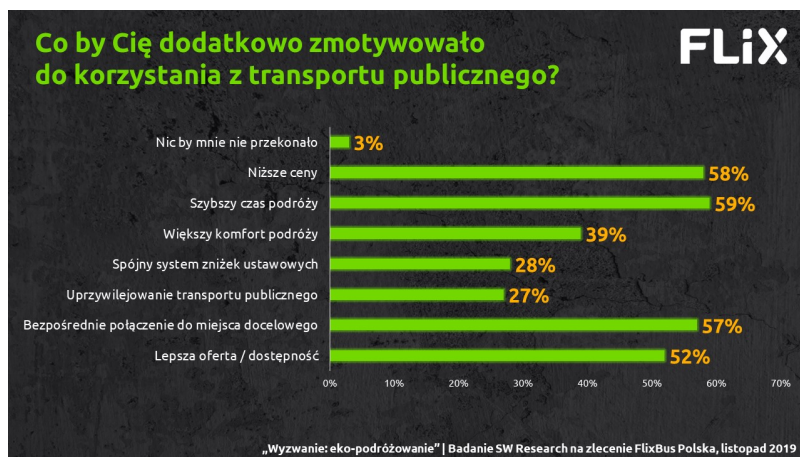
## Wygoda czy konieczność?

Zmiana środka transportu na autobus lub pociąg z jednej strony jest kwestią komfortu, z drugiej natomiast – odpowiedniej oferty transportu publicznego. Ponad połowa zapytanych osób twierdzi, że korzysta z samochodu osobowego w podróżach międzymiastowych, ponieważ może dzięki temu dojechać pod konkretny adres, nie będąc ograniczonym rozkładem jazdy. 43% osób uważa, że jest to najszybszy sposób podróży, a 38% – najbardziej komfortowy.



– Aby zachęcić do transportu publicznego nowe grupy pasażerów czy kierowców, którzy w podróżach międzymiastowych od lat z niego nie korzystali, kluczowe jest przełamanie pewnego wizerunku. Przede wszystkim należy uświadomić, że transport publiczny w Polsce staje się naprawdę atrakcyjny, może być przystępny cenowo i posiada rzeczywiście nowoczesny tabor. Co więcej, nawet jeśli czas podróży transportem publicznym jest nieco dłuższy, może być tzw. czasem aktywnej pracy, kiedy możemy popracować czy nadrobić inne zaległości – podsumowuje Michał Beim z Instytutu Sobieskiego.

Aż 27% respondentów nie ma możliwości dotarcia do celu transportem publicznym. Zarówno na wsi, w mieście do 20 tys. mieszkańców, jak i w mieście powyżej 500 tys. mieszkańców – średnio 30% osób pokonuje codziennie od 26 do 50 kilometrów. Co istotne, 13% badanych deklaruje, że nie skorzystało z żadnego ze środków transportu zbiorowego w podróżach miastowych w ciągu ostatnich 6 miesięcy. 64% badanych skorzystało z pociągu, a 45% z autobusu dalekobieżnego.



– Myślę, że najtrudniej do zmian będzie przekonać te 13% osób, które nie skorzystały z żadnej formy transportu publicznego w ciągu ostatnich 6 miesięcy. Kluczowe jest jednak to, aby ułatwiać korzystanie z niego osobom, które wyrażają taką chęć i gotowość. W tym celu musimy niewątpliwie zastosować spójne podejście systemowe, prowadzące przede wszystkim do uprzywilejowania transportu publicznego, zarówno miejskiego, jak i dalekobieżnego – mówi Marta Wójcicka, członkini Stowarzyszenia Miasto Jest Nasze.

Co zatem, oprócz uprzywilejowania transportu publicznego, zmotywowałoby nas do częstszego korzystania z niego zwłaszcza w podróżach międzymiastowych? Najwięcej osób (59%) przyznało, że do rezygnacji z auta przekonałby je szybszy czas podróży. Istotnymi czynnikami byłyby również: niższe ceny (58%), bezpośrednie połączenie do miejsca docelowego (57%) oraz lepsza oferta (52%).

– Z badania przeprowadzonego przez SW Research wynika jasno, że Polacy są chętni przesiąść się z samochodu do autobusu czy pociągu, natomiast potrzebują lepszej oferty, w ramach której mogliby bezpośrednio podróżować z punktu A do punktu B. Należy jednak pamiętać, że poza samym uruchamianiem połączeń, istotna jest także ich częstotliwość oraz skomunikowanie z resztą oferty transportu publicznego. Tylko w ten sposób będziemy w stanie przekonywać kolejne grupy pasażerów do zamiany samochodu prywatnego na rzecz transportu publicznego – komentuje Michał Leman, dyrektor zarządzający FlixBusa w Polsce i na Ukrainie.

Źródło: informacja prasowa