

Bilaga

Årsrapport 2015

KOLLEKTIVTRAFIKBAROMETERN



Deltagare 2015

Från och med november 2000 görs undersökningen månadsvis i syfte att löpande följa utvecklingen av kund- och marknadskapitalet. De som intervjuas i undersökningen är ett statistiskt urval av den svenska allmänheten mellan 15-75 år, både de som använder kollektivtrafiken och de som inte gör det. Sedan 2010 löper intervjuerna under samtliga av årets tolv månader. De intervjuade tillfrågas om sina åsikter om kollektivtrafiken där de bor samt förflyttningar under en dag, i detta fall dagen före intervjun. Frågorna kring resvanor infördes juni 2009.

Under 2015 deltog 20 län i undersökningarna, vilket är alla förutom Östergötland. Antalet intervjuer per deltagare varierar mellan 1 200 och 9 000 st.

Totalt genomfördes 50 660 intervjuer under 2015. Av dessa gjordes 24 241 intervjuer med kunder. Kunder definieras som personer som reser minst varje månad med kollektivtrafiken. Bland samtliga tillfrågade definieras de som gjort resor dagen innan som de som har rest, d.v.s. för denna grupp har resor uppmäts i undersökningen. Antalet intervjuer för olika grupper fördelar sig enligt nedanstående tabell:

2015	Samtliga	Andel	Har rest	Andel	Andel rest
Totalt	50 660	100 %	29 162	100 %	58 %
Män	24 706	49 %	14 261	49 %	58 %
Kvinnor	25 954	51 %	14 901	51 %	57 %
Stadstrafik	23 777	47 %	14 151	49 %	60 %
Regionaltrafik	26 883	53 %	15 011	51 %	56 %
15-29 år	12 367	24 %	7 245	25 %	59 %
30-44 år	12 285	24 %	7 782	27 %	63 %
45-59 år	13 239	26 %	7 968	27 %	60 %
60-75 år	12 769	25 %	6 167	21 %	48 %

Definitioner

Undersökningen inkluderar den svenska allmänheten, mellan 15-75 år, oavsett om de använder kollektivtrafiken eller inte. När inget nämns i texten handlar det genomgående om allmänheten, d.v.s. samtliga tillfrågade i undersökningen.

Regelbundna resenärer definieras som de som reser med kollektivtrafiken varje månad eller oftare. Sällanresenärer är de som reser med kollektivtrafiken mer sällan än varje månad. Nöjda resenärer är de som angett svarsalternativ 4 eller 5 på frågorna, missnöjda resenärer är de som angett 1 eller 2.

Stockholm, Västra Götaland och Skånes län definieras som storstads-län. Alla andra län som deltar är definierade som övriga län. Jämtland deltar i undersökningen 2015, men deltog inte under perioden 2012-2014 och Östergötlands län deltog ej under åren 2010-2015.

Respondenterna bor antingen i stadstrafik- eller regionaltrafiksområde. Personer som bor inom per postnummer definierade stadstrafiksområden räknas till svarande inom stadstrafik. För regionaltrafik gäller att personer bor inom områden som per postnummer definierats som regionaltrafik.

I rapporten anges signifikans med 95 procents säkerhet. Detta betyder att det med 95 procents säkerhet har skett en förändring i andelen nöjda/missnöjda. I de fall förändringar skett som inte är signifikanta, så kommenteras dessa förändringar inte i rapporten.

Frågeformulär

Resvanor

- Ett område med fokus på genomförda resor dagen innan intervjun. Uppgifter om bl.a. ärende med resan, färdmedel, avstånd och restid samlas in.

Attityd-/kvalitetsfrågor

Frågorna i denna del är uppdelade enligt följande:

- Ett område med fokus på service och kvalitet, d.v.s. hur nöjd man är med hur vi utför de olika faktorer som tillsammans utgör kollektivtrafiken. Det är här kundnöjdheten analyseras.
- Ett annat område behandlar kollektivtrafikens och RKM:s/ länstrafik-bolagets varumärke. Här analyseras också vilka av varumärkesfaktorerna som påverkar resandet respektive nöjdheten samt vilka parametrar som driver de olika varumärkesfaktorerna.

Påståenden och frågor i Kollektivtrafikbarometern bedöms utifrån en femgradig svarsskala där:

- 5 = instämmer helt/mycket nöjd
- 4 = instämmer delvis/ganska nöjd
- 3 = varken instämmer/nöjd eller tar avstånd/missnöjd
- 2 = tar delvis avstånd/ganska missnöjd
- 1 = tar helt avstånd/mycket missnöjd

Dessutom finns alternativet "Vet ej" för alla påståenden och frågor. Resultaten som redovisas baseras på dem som svarat på den femgradiga skalan. Nivåerna 5 (instämmer helt/mycket nöjd) och 4 (instämmer delvis/ganska nöjd) sammanfattas i kategorin *nöjd*. Nivåerna 2 (tar delvis avstånd/ganska missnöjd) och 1 (tar helt avstånd/mycket missnöjd) sammanfattas i kategorin *missnöjd*.

I normalfallet varierar andelen "Vet ej" för kunderna från noll till ett par procent, men för påståendena om lyhörddhet och störningsinformation är den avsevärt högre på grund av att många upplever att de inte kan ta ställning, förmodligen för att man inte har egen erfarenhet av kontakt med RKM/länstrafikbolaget eller inte har råkat ut för någon störning. Andelen "Vet ej" är genomgående något högre även för allmänheten.

Urval och viktning

Urvalet för 2015 var ett slumpmässigt individurval utifrån postnummerområden specificerade från varje RKM/länstrafikbolag för att säkerställa representationen från alla åldersgrupper. Fram till april 2014 användes ett slumpmässigt hushållsurval istället men detta tenderar att ge en underrepresentation för de yngre åldersgrupperna. Antalet

kontaktförsök per person varierar, men uppgår till minst tjugo innan någon registreras som bortfall.

Ett av målen med undersökningen är att skapa referensvärden som speglar hur svenska folket bedömer kollektivtrafiken. Därför har resultaten för riksgenomsnittet viktats utifrån befolkningens mängden på kommunnivå (SCB) i respektive RKM:s/länstrafikbolags ansvarsområde. Viktningen sker dynamiskt i webbrapporten beroende på vilka profilinställningar som görs.

Förklaringar frågor/påståenden

Följande frågeblock och frågor ingår i Kollektivtrafikbarometern.

Varumärkesfrågor/faktorer:

G1. Kännedom = Vet du vem som har ansvaret för kollektivtrafiken där du bor?

G2. Överväger alternativa färdssätt = För de flesta dagliga resor jag gör, överväger jag vilka alternativa färdssätt jag kan använda

K1. Kunskap = För de flesta resor jag gör, vet jag hur jag kan åka med <bolaget>.

K2. Produktfördel = Det finns fördelar med att åka med <bolaget> jämfört att åka med bil.

K3. Relevans = Jag kan använda <bolaget> för de flesta resor jag gör.

K4. Popularitet = Mina vänner och bekanta är generellt sett positiva till <bolaget>.

K5. Kvalitet/punktlighet = Jag kan lita på att jag kommer fram i tid om jag åker med <bolaget>.

K6. Prisvärdhet = Det är prisvärt att resa med <bolaget>.

Kvalitetsfrågor/faktorer:

2. Info om avgångstider = Det är lätt att få information om avgångstider.

3. Enkelt att köpa biljetter = Det är enkelt att köpa <bolaget>s biljetter och kort.

5. Avgångstider = Avgångstiderna passar Dina behov.

6. Linjesträckning = <Bolaget>s linjer går bästa vägen för dig.

8. Rent i fordon = Det är rent och snyggt i fordonen.

9. Personalens uppträdande = Förarnas och personalens uppträdande är trevligt.

10. Bekvämlighet att sitta = Man sitter bekvämt på resan.

11. Snabbhet = Det går snabbt att åka med <bolaget>.

13. Trygghet = Det känns tryggt att åka med <bolaget>.

14. Planerad info = Informationen vid förändringar av tidtabell och linjer är bra.

15. Oplanerad info = Informationen vid förseningar och stopp fungerar bra.

16. Lyhörddhet = <Bolaget> är lyhörda för synpunkter.

17. Enkelhet = Det är enkelt att åka med <bolaget>.

18. Restidsanvändning = Att åka med <bolaget> ger mig möjlighet att använda restiden till vad jag vill.

19. Undviker stress = Man undviker stress när man åker med <bolaget> eftersom man slipper delta i trafiken som bilist.

22. Sammanfattande nöjdhet = Hur nöjd är du sammanfattningsvis med <bolaget>?

22b. Nöjdhet senaste resan = Om du tänker på din senaste resa med <bolaget> hur nöjd var du med den?

Lojalitetsfrågan/faktorn

23. Rekommendera = Skulle du rekommendera dina vänner och bekanta att åka med <bolaget>?

Förbättringsfråga/faktor

24. Förbättrade resmöjligheter = Mina möjligheter att resa kollektivt har förbättrats det senaste året.

Övriga källor

SCB

Bensinprisindex:

<http://www.scb.se/sv/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Priser-och-konsumtion/Prisindex-i-producent--och-importled/Prisindex-i-producent--och-importled-PPI/34013/34020/Prisindex-for-petroleumprodukter/309072/>

NUTS-regioner:

<http://www.scb.se/sv/Hitta-statistik/Internationell-statistik/EU-statistik/EUs-regioner---NUTS/> ; bearbetning karta av Svensk Kollektivtrafik av SCB-data.

http://www.scb.se/Grupp/Hitta_statistik/Internationell_statistik/Dokument/NUTS_1_2_3_20080101.pdf

SKL

Öppna jämförelser:

<http://skl.se/tjanster/merfranskl/oppnajokforelser/kollektivtrafik.1131.html>

Svensk Kollektivtrafik

Svensk Kollektivtrafiks biljettprisundersökning 2015:

<http://www.svenskkollektivtrafik.se/globalassets/svenskkollektivtrafik/dokument/om-oss/publikationer/biljettprisundersokning-2015.pdf>

Kollektivtrafikkompassen:

<http://www.svenskkollektivtrafik.se/verktyg-och-system/kollektivtrafikkompassen/>

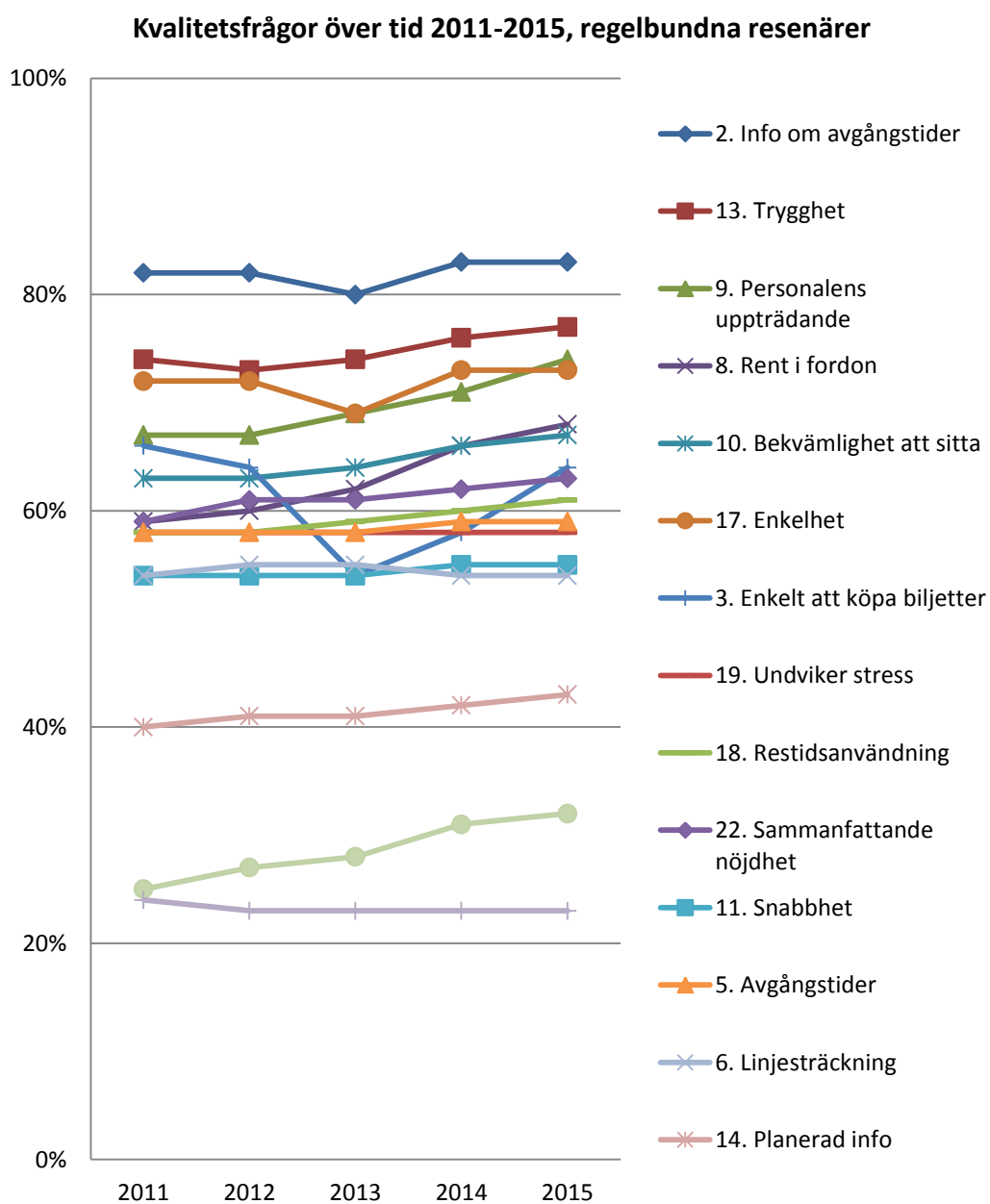
Trafikanalys

Lokal och regional kollektivtrafik 2014.

<http://www.trafa.se/globalassets/statistik/kollektivtrafik/lokal-och-regional-kollektivtrafik-2014.pdf>

Extra diagram

Resvanor och attityder

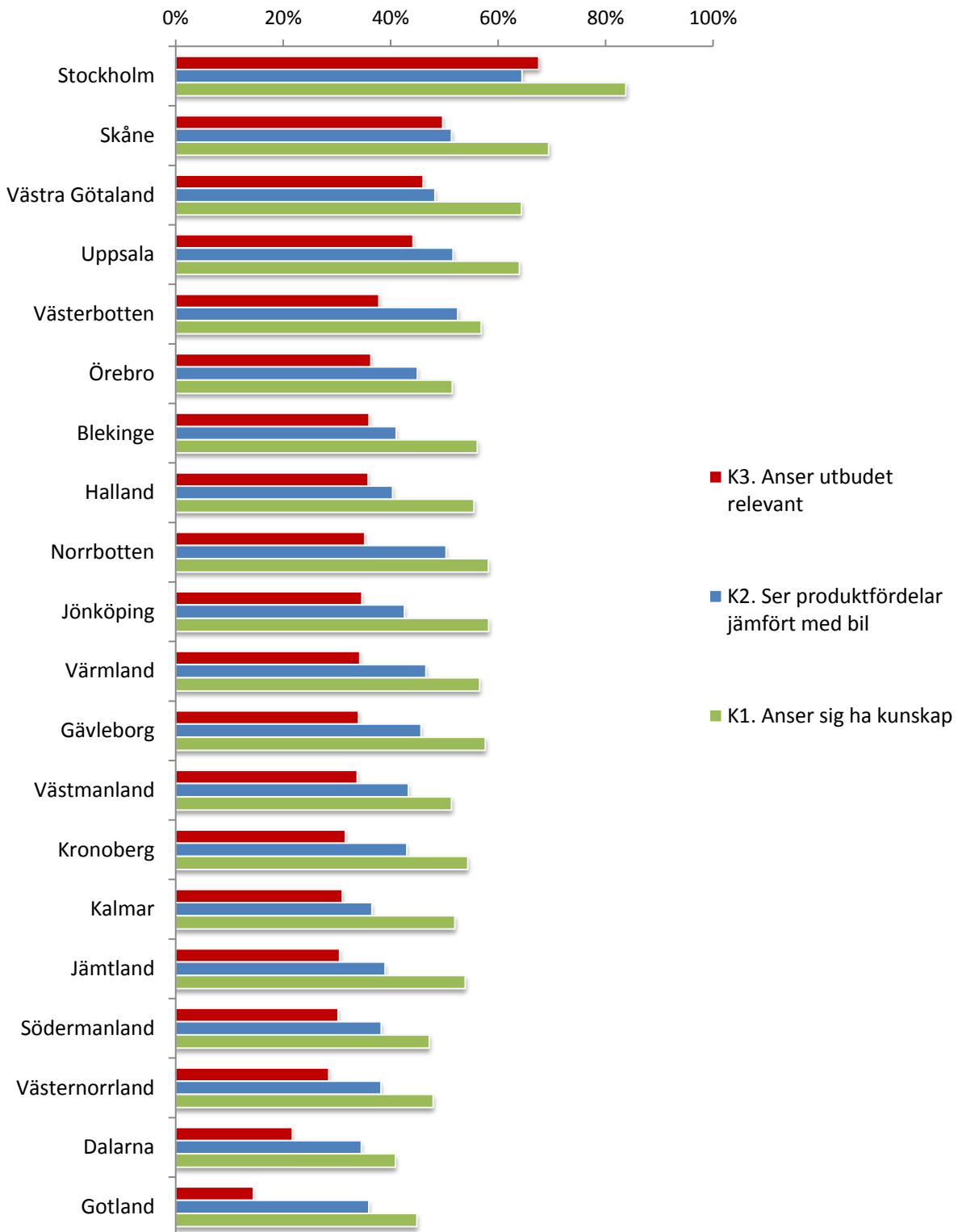


Påstående/fråga - allmänhet	2011	2012	2013	2014	2015
2. Info om avgångstider	76 %	76 %	74 %	76 %	76 %
13. Trygghet	70 %	69 %	70 %	72 %	72 %
9. Personalens uppträdande	66 %	66 %	67 %	69 %	70 %
8. Rent i fordon	60 %	61 %	63 %	65 %	67 %
10. Bekvämlighet att sitta	61 %	62 %	62 %	64 %	64 %
17. Enkelhet	61 %	61 %	58 %	61 %	61 %
3. Enkelt att köpa biljetter	58 %	55 %	46 %	51 %	56 %
19. Undviker stress	55 %	55 %	54 %	54 %	54 %
18. Restidsanvändning	51 %	51 %	51 %	53 %	54 %
22. Sammanfattande nöjdhet	50 %	51 %	50 %	51 %	52 %
11. Snabbhet	49 %	48 %	49 %	49 %	48 %
5. Avgångstider	45 %	45 %	44 %	46 %	45 %
6. Linjesträckning	43 %	43 %	43 %	42 %	42 %
14. Planerad info	37 %	38 %	38 %	38 %	38 %
15. Oplanerad info	23 %	24 %	25 %	27 %	27 %
16. Lyhördhet	24 %	23 %	23 %	23 %	23 %

Påståenden/frågor per ålder	TOTALT	15-19 år	20-25 år	26-44 år	45-64 år	65-75 år
2. Info om avgångstider	76 %	84 %	82 %	81 %	72 %	64 %
3. Enkelt att köpa biljetter	56 %	72 %	68 %	53 %	51 %	55 %
5. Avgångstider	45 %	50 %	48 %	44 %	41 %	51 %
6. Linjesträckning	42 %	56 %	45 %	37 %	38 %	49 %
8. Rent i fordon	67 %	65 %	67 %	67 %	65 %	71 %
9. Personalens uppträdande	70 %	68 %	67 %	69 %	71 %	77 %
10. Bekvämlighet att sitta	64 %	74 %	64 %	61 %	63 %	71 %
11. Snabbhet	48 %	55 %	45 %	42 %	48 %	61 %
13. Trygghet	72 %	83 %	76 %	71 %	69 %	73 %
14. Planerad info	38 %	48 %	40 %	37 %	35 %	42 %
15. Oplanerad info	27 %	38 %	33 %	28 %	22 %	27 %
16. Lyhördhet	23 %	34 %	27 %	21 %	20 %	25 %
17. Enkelhet	61 %	78 %	71 %	59 %	56 %	62 %
18. Restidsanvändning	54 %	68 %	59 %	54 %	48 %	54 %
19. Undviker stress	54 %	55 %	47 %	48 %	54 %	70 %
22. Sammanfattande nöjdhet	52 %	64 %	53 %	48 %	49 %	60 %
23. Rekommendera	63 %	74 %	62 %	62 %	61 %	66 %
24. Förbättrade resmöjligheter	40 %	26 %	17 %	19 %	30 %	40 %
G2. Överväger alternativa färsätt	28 %	40 %	31 %	27 %	25 %	29 %
K1. Kunskap	65 %	80 %	73 %	67 %	61 %	59 %
K2. Produktfördel	50 %	60 %	49 %	50 %	48 %	51 %
K3. Relevans	46 %	73 %	59 %	45 %	39 %	45 %
K4. Popularitet	36 %	46 %	32 %	34 %	35 %	40 %
K5. Kvalitet/punktlighet	42 %	35 %	38 %	41 %	42 %	50 %
K6. Prisvärdhet	37 %	49 %	30 %	32 %	38 %	47 %

Ärende 2015 per kön	TOTALT	Kvinnor	Män
Arbetsresa (till jobbet)	35 %	33 %	36 %
Studieresa (till skola)	5 %	5 %	5 %
Tjänsteresa (resa i arbetet)	1 %	1 %	2 %
Studieresa (resa i studierna)	0 %	0 %	0 %
Inköp av dagligvaror	17 %	17 %	16 %
Övriga köp	6 %	6 %	6 %
Hälso-och sjukvård	2 %	2 %	1 %
Post-/Bankärende	0 %	0 %	0 %
Hämta-/Lämna inom barnomsorgen	2 %	3 %	2 %
Annat serviceärende	2 %	2 %	2 %
Skjutsa/Följa/Hämta en person	3 %	3 %	3 %
Hälsa på vänner släkt	6 %	7 %	6 %
Egen fritidsaktivitet	6 %	6 %	6 %
Delta i/Följa med i barns fritidsaktivitet	1 %	1 %	1 %
Nöjen	3 %	3 %	3 %
Motion/friluftaktivitet	4 %	4 %	5 %
Annat ärende	6 %	6 %	6 %

Drivkrafter för val av kollektivtrafik 2015 per län



Regionala jämförelser

Påståenden/frågor	TOTALT	Östra Sverige	Södra Sverige	Norra Sverige
2. Info om avgångstider	76 %	77 %	78 %	69 %
3. Enkelt att köpa biljetter	56 %	57 %	55 %	55 %
5. Avgångstider	45 %	54 %	43 %	32 %
6. Linjesträckning	42 %	47 %	39 %	37 %
8. Rent i fordon	67 %	65 %	66 %	73 %
9. Personalens uppträdande	70 %	71 %	69 %	72 %
10. Bekvämlighet att sitta	64 %	63 %	65 %	67 %
11. Snabbhet	48 %	50 %	46 %	50 %
13. Trygghet	72 %	73 %	70 %	76 %
14. Planerad info	38 %	37 %	40 %	37 %
15. Oplanerad info	27 %	26 %	30 %	23 %
16. Lyhörddhet	23 %	21 %	24 %	25 %
17. Enkelhet	61 %	66 %	59 %	57 %
18. Restidsanvändning	54 %	54 %	54 %	50 %
19. Undviker stress	54 %	51 %	55 %	58 %
22. Sammanfattande nöjdhet	52 %	55 %	50 %	50 %
23. Rekommendera	63 %	66 %	61 %	61 %
24. Förbättrade resmöjligheter	23 %	22 %	24 %	20 %

