

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ODNOS SLOVENSКИH PORABNIKOV DO IZBIRE MOBILNOSTI –  
RAZVOJ ALTERNATIVNIH OBLIK MOBILNOSTI IN VPLIV NA  
LASTNIŠTVO OSEBNEGA AVTOMOBILA**

Ljubljana, september 2017

URŠKA JAKŠA

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Urška Jakša, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Odnos slovenskih porabnikov do izbire mobilnosti – razvoj alternativnih oblik mobilnosti in vpliv na lastništvo osebnega avtomobila, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem doc. dr. Gregorjem Pfajfarjem

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

# KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>1 TEORETIČNI DEL .....</b>	<b>4</b>
1.1 Razvoj alternativnih oblik mobilnosti .....	4
1.1.1 Opredelitev temeljnih konceptov mobilnosti .....	5
1.1.1.1 Avtomobilnost .....	5
1.1.1.2 Multimodalna in monomodalna mobilnost.....	6
1.1.1.3 Pametna mesta – povezovanje digitalne ekonomije in multimodalne mobilnosti .....	6
1.1.1.4 Digitalne in delitvene oblike mobilnosti s prednostmi in slabostmi.....	8
1.1.2 Razvoj IKT v Sloveniji.....	10
1.1.3 Trend lastništva osebnih avtomobilov v Sloveniji .....	13
1.1.4 Trend pridobivanja voznškega dovoljenja.....	15
1.1.5 Alternativne oblike mobilnosti na slovenskem trgu .....	18
1.2 Determinante izbire mobilnosti .....	20
1.2.1 Instrumentalne determinante .....	21
1.2.2 Simbolične determinante .....	21
1.2.3 Afektivne ali čustvene determinante .....	22
1.3 Spreminjanje potovalnih navad .....	23
1.3.1 Sprejemanje odločitev – navada in namera .....	23
1.3.2 Faktorji usmerjenosti k avtomobilnosti in uporabi alternativnih metod .....	27
1.3.3 Odziv različnih segmentov – okoljevarstvena komponenta .....	30
1.4 Skrb za okolje in razvoj trajnostne mobilnosti .....	31
1.4.1 Usmeritve institucij .....	35
1.4.2 Celostna prometna strategija v slovenskih občinah.....	36
1.4.3 Kopenhagenizacija – umikanje avtomobilov iz centrov mest.....	37
1.5 Politično-pravne smernice .....	39
1.6 Povzetek teoretičnih izhodišč .....	39
<b>2 EMPIRIČNI DEL .....</b>	<b>44</b>
2.1 Izhodiščne točke .....	44
2.1.1 Hipoteze.....	44
2.1.2 Opredelitev preučevanih konceptov .....	45
2.2 Metode raziskovalnega dela.....	48
2.2.1 Opredelitev uporabljenih metod.....	48
2.2.2 Prednosti in slabosti.....	48
2.3 Predstavitev rezultatov .....	49
2.3.1 Demografija .....	49
2.3.2 Uporaba metod mobilnosti .....	50
2.3.3 Strinjanje s trditvami o determinantah izbire mobilnosti in o vgrajenem okolju.....	51
2.3.4 Ugotovitve na podlagi faktorske analize .....	51
2.3.5 Ugotovitve na podlagi metode razvrščanja v skupine .....	54
<b>3 DISKUSIJA .....</b>	<b>59</b>
3.1 Glavne ugotovitve: preverjanje hipotez .....	59
3.2 Implikacije za slovenski trg .....	61
3.3 Predlogi za nadaljnje raziskave.....	65

<b>SKLEP</b> .....	<b>66</b>
--------------------	-----------

<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>68</b>
---------------------------------	-----------

## **PRILOGE**

### **KAZALO TABEL**

Tabela 1: Osebni avtomobili in prve registracije novih osebnih avtomobilov (2004–2016) .....	15
Tabela 2: Uspešno opravljena vozniška dovoljenja in imetniki vozniških dovoljenj kategorije B, Slovenija, (2005–2016) .....	18
Tabela 3: Determinante izbire mobilnosti .....	20
Tabela 4: Faktorji izbire mobilnosti s ključnimi determinantami in razlago .....	28
Tabela 5: Psihografski segmenti (potencial za uporabo alternativ in možnosti strategij)...	32
Tabela 6: Zaznavni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo .....	40
Tabela 7: Družbeni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo .....	41
Tabela 8: Okoljevarstveni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo .....	42
Tabela 9: Dejavniki vgrajenega okolja, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo .....	42
Tabela 10: Ekonomski dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo ....	43
Tabela 11: Politično-pravni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo .....	43
Tabela 12: Tehnološki dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo ....	44
Tabela 13: Seznam preučevanih konceptov, načinov merjenja in hipotez .....	46
Tabela 14: Odstopanja od povprečja vzorca za tri segmente po metodi voditeljev .....	54
Tabela 15: Frekvenčna tabela za tri segmente po metodi voditeljev .....	55
Tabela 16: Povzetek značilnosti treh segmentov po metodi voditeljev .....	58

### **KAZALO SLIK**

Slika 1: Grafični prikaz spreminjanja komunikacijskih kazalcev svetovnega razvoja za Slovenijo (1990–2015) .....	10
Slika 2: Grafični prikaz naraščanja števila osebnih avtomobilov v Sloveniji (1946–2016) 14	
Slika 3: Osebni avtomobili po starostnih razredih, Slovenija, 2015 .....	14
Slika 4: Grafični prikaz števila opravljenih vozniških dovoljenj kategorije B (2005–2016) .....	17
Slika 5: Grafični prikaz števila imetnikov vozniških dovoljenj kategorije B (2005–2016) 17	
Slika 6: Življenjske domene in povezani dogodki, ki vplivajo na mobilnostne biografije . 25	
Slika 7: Trenutno potovalno vedenje: teoretični okvir zaznava–namera–adaptacija .....	26
Slika 8: Tradicionalna kultura avtomobilnosti – utrjevanje odvisnosti od avtomobila.....	29
Slika 9: Nastajajoča kultura multimobilnosti – zmanjševanje odvisnosti od avtomobila... 30	
Slika 10: ABC model: komponente odnosa .....	47
Slika 11: Faktorski model .....	54

## UVOD

Mobilnost je pomemben del vsakdanjika in predstavlja tako nujnost kot priložnost za bolj kakovostno življenje. Klasična predstava o avtomobilnosti se vrti okrog goriva, avtomobilov, mobilnosti in posledičnega razcveta človeštva, pri čemer je vsaka predhodna sestavina ključna za naslednjo (Goodwin, 2010). Ta ustaljena predstava je v sodobnih družbah vse bolj izzvana. Urbanizacija, razvoj informacijsko-komunikacijske tehnologije (v nadaljevanju IKT) in večja ozaveščenost o klimatskih spremembah so v globalni mobilnosti sprožili trend delitve in souporabe namesto lastništva osebnih avtomobilov. Oblikujejo se multimodalni koncepti, ki združujejo različne načine prevoza. Ti naj bi se optimalno dopolnjevali, potekali čim bolj gladko in oblikovali t.i. pametna mesta. S tem bi postala mobilnost vse bolj digitalizirana in prijazna okolju, saj novi koncepti temeljijo na večji učinkovitosti in pogosto na električni energiji namesto na fosilnih gorivih (Evropska komisija, 2013).

Tudi pri nas je IKT vtkana v vsakodnevno življenje. Konec leta 2015 je bilo v Sloveniji 73,1 uporabnika interneta in 113,2 naročnine na mobilni telefon na 100 prebivalcev (Svetovna banka, b.l.). Kar 91 odstotkov vseh v starostni skupini 16–34 let je do interneta dostopalo prek mobilnega telefona (Statistični urad Republike Slovenije, v nadaljevanju SURS, 2016a). O trendu opuščanja lastništva osebnih avtomobilov ne moremo govoriti, vendar pa ostaja njihovo število po letu 2010 relativno stabilno, pri čemer letni dvig ne presega 1,6 odstotka. Ob koncu leta 2016 je bil v Sloveniji registriran približno en osebni avtomobil na dva prebivalca (SURS, b.l.). V mnogih zahodnih državah opažajo manjši delež opravljenih voznških dovoljenj med mladimi odraslimi, pri nas pa naj bi zaznali zgolj razliko med mladimi iz mest in primestnega okolja ali zaledja. V mestih imajo namreč mladostniki zaradi javnega prevoza boljše možnosti mobilnosti kot tisti, ki živijo izven njih (Sivak & Schoettle, 2012; Prebil, 2016a).

Raziskave kažejo, da je povprečen evropski osebni avtomobil slabo izkoriščen, saj je 92 odstotkov časa parkiran, pogosto na območju v notranjosti mest, 5 odstotkov časa je namenjenega vožnji, 1 odstotek čakanju v zastojih, 1,6 odstotka pa iskanju parkirnega mesta. Ko je v uporabi, potuje v petsedežnem avtomobilu povprečno 1,5 potnika na vožnjo. Poročilo o krožni ekonomiji razkriva tudi, da je več kot 95 odstotkov vseh nesreč posledica človeške napake (McKinsey Center for Business and Environment, 2015, str. 18). Koncepti delitvene mobilnosti predstavljajo pomembno konkurenco lastništvu osebnega avtomobila. Po svetu so vzpostavljeni tako za prevoz znotraj mest kakor tudi za potovanja na daljše razdalje. Z zmanjšanjem števila osebnih avtomobilov zmanjšamo emisije ogljikovega dioksida, hrup in zastoje na cesti, ob visoko razviti infrastrukturi pa možnosti potovanj pri tem niso omejene.

Koncepte delitvene mobilnosti, relevantne za slovenski trg, lahko razdelimo na različne kategorije. To so prevoz na zahtevo (npr. Uber, ki prihod v Ljubljano šele napoveduje),

sistemi souporabe avtomobilov in koles (Avant2Go in Bicikelj), delitev prevoza z drugimi potniki (Prevoz.org) in v medorganizacijskem smislu avtobusni prevozi na dolge razdalje in izmenični prevozi do letališč (npr. FlixBus in GoOpti).<sup>1</sup> Koncepti so osredotočeni predvsem na Ljubljano, ki že omogoča zasnovo multimodalne mobilnosti. Med alternative osebnemu avtomobilu prištevamo tudi že dolgo uveljavljene načine potovanja, kot so mestni avtobusni potniški promet, vlak in letalo, ki dopolnjujejo koncept multimodalne mobilnosti.

Premislek o uporabi alternativnih oblik mobilnosti vpliva tudi na premislek o lastništvu osebnega avtomobila. Pomembna vprašanja, ki se ob tem zastavljajo, so, kaj osebni avtomobil pomeni za slovenske uporabnike, v kolikšni meri smo seznanjeni z alternativnimi oblikami mobilnosti, kakšen je naš odnos do njih in katere so glavne determinante, ko izbiramo metodo potovanja. Smo pripravljeni racionalno pretehtati prednosti in slabosti različnih metod, spremeniti svoje navade in prilagoditi vedenje?

Avtomobil prinaša številne prednosti, kot so priročnost, udobje, hitrost in individualna svoboda. Pripisujemo mu različne simbolne pomene, z njim pa izkazujemo tudi svoj družbeni status. V slovenski družbi ima pomembno vlogo, saj zanj namenimo velik del svojih dohodkov (Merljak, 2016). Po drugi strani delitvena mobilnost prinaša okoljevarstvene in stroškovne prednosti. Razvoj delitvene ekonomije in vse večja digitalizacija sta tudi na tem področju v številnih državah že dobro uveljavljena, napredek in načrti za prihodnost pa obstajajo tudi v Sloveniji.

Našteto kaže, da gre za problematiko, ki bo v bodoče vplivala na način potovanja tudi na našem trgu, ponudila poslovne priložnosti, potrebna pa bo tudi prilagoditev zakonodaje. Evropska komisija (2016a) je naklonjena sodelovalnemu gospodarstvu, ker lahko novi poslovni modeli pomembno prispevajo k ustvarjanju delovnih mest in k gospodarski rasti, če se spodbujajo in razvijajo odgovorno. Ker gre za novo področje, zakonodaja v večini držav ni jasno urejena, kar je pogosto vzrok za nezadovoljstvo tradicionalnih ponudnikov storitev – predvsem zaradi nejasnosti glede davčnih obveznosti in pridobitve licenc v primeru ponudnikov, kot je Uber (Bontemps, 2015).

Namen magistrskega dela je prispevati k razumevanju slovenskih porabnikov in njihovega odnosa do izbire mobilnosti ter ugotoviti, ali izsledki potrjujejo predhodne raziskave. S tem želim razumeti tudi potencial, ki ga imata delitvena in digitalna mobilnost na našem trgu.

Da bi slednje dosegla, je moj cilj raziskati:

- dejavnike, ki jih posamezniki upoštevajo pri odločitvah o izbiri mobilnosti in določiti najpomembnejše med njimi;

---

<sup>1</sup> Gre za področje, za katero v slovenskem jeziku še ne obstaja uveljavljena terminologija. V Prilogi 1 je seznam angleških izrazov in slovenskih prevodov, ki se jih dosledno držim skozi celotno delo. Pri tem gre tudi za izogib zmedi, saj sta tako angleški izraz *car-sharing* kot *carpooling* v slovenščino pogosto prevedena kot souporaba ali skupna uporaba avtomobilov.

- zaznavo konceptov delitvene mobilnosti: seznanjenost z njimi, njihovo uporabo in oceno primernosti kot alternative javnemu prevozu in osebnemu avtomobilu;
- pomen prometne infrastrukture v najpomembnejših destinacijah;
- pripravljenost pretehtati prednosti alternativnih oblik in povečati njihovo uporabo;
- potencial konceptov delitvene in digitalne mobilnosti na slovenskem trgu.

Pred empiričnim delom v prvem poglavju povzamem obstoječo teorijo. Poglavje 1.1 preučuje razvoj alternativnih oblik mobilnosti. Najprej so opredeljeni temeljni koncepti mobilnosti, kot so avtomobilnost, multimodalna in monomodalna mobilnost ter nastanek pametnih mest, s prednostmi in slabostmi pa so predstavljene tudi delitvene oblike mobilnosti. Nato raziščem razvoj IKT na slovenskem trgu, ob čemer razložim tudi Indeks digitalnega gospodarstva in družbe 2016 za Slovenijo ter smernice Evropske unije (v nadaljevanju EU) s Strategijo za enotni digitalni trg. Na podlagi statističnih podatkov in teorije pojasnim trend lastništva osebnega avtomobila in pridobivanja vozniškega dovoljenja v Sloveniji. Na koncu poglavja opredelim alternativne oblike mobilnosti na slovenskem trgu. Poglavje 1.2 opisuje determinante, ki usmerjajo izbiro mobilnosti, poglavje 1.3 pa dejavnike, ki vplivajo na spreminjanje potovalnih navad. V okviru slednjega odgovorim na vprašanja, kako poteka sprejemanje odločitev, ali je naše potovalno vedenje v večji meri posledica navade ali namere, kaj določa usmerjenost družbe k avtomobilnosti ali uporabi alternativnih konceptov mobilnosti in kako se različni segmenti v družbi odzivajo na okoljevarstveno komponento. V poglavju 1.4 se dotaknem skrbi za okolje in razvoja trajnostne mobilnosti, poglavje 1.5 govori o politično-pravnih smernicah, v poglavju 1.6 pa povzamem teoretična izhodišča.

V empiričnem delu raziskujem naslednjih pet temeljnih hipotez:

- **H 1:** Največji delež variance med zaznavnimi determinantami izbire mobilnosti pojasnjuje faktor, ki združuje afektivne determinante.
- **H 2:** Na izbiro slovenskih porabnikov pomembno vplivajo tudi simbolične determinante izbire mobilnosti, med drugim vloga avtomobila kot statusnega simbola.
- Na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod mobilnosti pomembno vplivajo:
  - H 3a:** nižji stroški;
  - H 3b:** primerljiv čas potovanja;
  - H 3c:** udobna vožnja;
  - H 3d:** podporne digitalne storitve.
- **H 4a:** Lastništvo osebnega avtomobila je povezano s prebivališčem.
- **H 4b:** Pogostost uporabe osebnega avtomobila je povezana s prebivališčem.
- **H 4c:** Opravljeno vozniško dovoljenje je povezano s prebivališčem.
- **H 5:** Lastništvo avtomobila je povezano z nastanitvenim stanjem in s starševstvom.

Uporabim kvantitativno metodo raziskovanja, in sicer anketiranje, ter predstavim njene prednosti in slabosti. Za preučevanje hipotez testiram vrednost spremenljivk, uporabim analizo odvisnosti opisnih spremenljivk oziroma kontingenco in faktorsko analizo. Z metodo razvrščanja v skupine respondente glede na njihov odnos do mobilnosti razdelim na segmente. Tretji del magistrskega dela je diskusija. V njej izpostavim glavne ugotovitve in preverim zastavljene hipoteze, preučim implikacije za slovenski trg in podam predloge za nadaljnje raziskave.

## 1 TEORETIČNI DEL

### 1.1 Razvoj alternativnih oblik mobilnosti

V globalni mobilnosti opazamo manjšo nagnjenost k lastništvu osebnega avtomobila, porast uporabe alternativnih oblik prevoza in digitalizacijo mobilnosti (The Economist Newspaper Limited, 2012; Shaheen & Christensen, 2014; Hopkins & Stephenson, 2016). Slednjo omogočata napredek in razširjenost IKT. Koncepti delitvene mobilnosti se vzpostavljajo tako za potovanja znotraj mest kot tudi za tista na daljše razdalje. Ti koncepti predstavljajo pomembno konkurenco lastništvu osebnega avtomobila. Veliko vlogo pri spodbujanju delitvene mobilnosti ima okoljevarstveni dejavnik, saj z zmanjšanjem števila osebnih avtomobilov zmanjšamo izpuste ogljikovega dioksida, ob visoko razviti infrastrukturi pa mobilnost ni omejena.

V številnih razvitih gospodarstvih uporaba avtomobila na prebivalca in ponekod tudi celoten avtomobilski promet kažeta manjšo rast, v nekaterih državah in predvsem mestih pa so zaznali celo upad. Goodwin (2012, str. 29) poda tri hipoteze, ki bi lahko razložile trenutno zmanjšanje ali stagnacijo uporabe avtomobilov:

1. **Prekinjena rast:** Gre za povezavo med dohodkom (merjenem v bruto družbenem proizvodu na prebivalca), populacijo in ceno goriva. Rast avtomobilskega prevoza je prekinjena zaradi poslabšanih ekonomskih razmer. Spremembe v teh treh dejavnikih bodo povzročile, da bo avtomobilski promet v prihodnjih desetletjih še rasel, vendar pri upočasnjeni stopnji.
2. **Nasičenost:** Uporaba avtomobilov na prebivalca že dosega ali pa bo kmalu dosegla vrh, ker več avtomobilov ne omogoča večje časovne ali finančne učinkovitosti. Večje uporabe avtomobilov ne bo spodbudil višji dohodek, temveč bo povezana z rastjo populacije – neproporcionalno zaradi razvoja javnega prevoza in drugih alternativnih možnosti. Raven avtomobilskega prometa v prihodnosti bo stabilna.
3. **Vrhunec avtomobila (angl. *peak car*):** Po dosegu vrha uporabe avtomobilov je uporaba začela upadati. Trenutni padec je znak dolgoročnega zatona avtomobila zaradi kompleksne kombinacije naštetih treh dejavnikov, pri čemer so ekonomski vplivi spremenjeni s politiko, odnosi, tehnologijo in kulturo.



Trenutno vse tri hipoteze odražajo dejansko stanje, po določenem obdobju pa bi bil opazen različen učinek. Čez 5–10 let bi bilo stanje glede na hipotezi nasičenosti in vrhunca avtomobila približno enako, stanje v primeru prekinjene rasti pa bi se razlikovalo. Čez približno 15–40 let bi bilo stanje na podlagi hipoteze prekinjene rasti vse bolj podobno nasičenosti (navkljub večji ravni prometa), če pa velja hipoteza vrhunca avtomobila, bi bilo stanje drugačno. Goodwin (2012) poudari, da je treba pri preučevanju pojava upoštevati tudi učinke različnih politik za zmanjšano uporabo avtomobilov, kot so cenovna politika, zapiranje velikih območij za promet in njihovo namenjanje pešcem, izboljšanje javnega prevoza, kolesarske iniciative in načrtovanje uporabe prostora.

Nekatera mesta so na območjih s pogostimi zastoji uvedla pristojbino, ki jo vozniki plačajo za uporabo vozil v določenih conah. Vse večji delež mestnega prebivalstva spodbuja urbaniste k razmisleku o ustrezni prilagoditvi potovanj. Mesta, ki so uspela najbolj znižati število avtomobilov v obdobje petih let (2010–2015), so Genova s sistemom souporabe avtomobilov za znižanje prometa na cestah, Elbeuf (Francija) s shemo souporabe koles, Neapelj, ki avtomobilom v času visoke onesnaženosti redno prepoveduje dostop do mestnega jedra, in Valencia, ki upravlja eko-odtis s platformo, osnovano na odprtih podatkih. Še boljše rezultate so dosegle Firenze, kjer je mestno jedro skoraj v celoti zaprto za vsa vozila, Bochum (Nemčija) s 100-kilometrsko hitro cesto za kolesarje, ki bo povezala 10 mest, Thessaloniki, rojstno mesto omrežja Grška zelena mesta (angl. *Greek Green Cities*), Rim, kjer le tretjina prebivalstva še vedno potuje z avtomobilom, Osaka (Japonska), ki je znana po dnevih brez avtomobila in električnih vozilih, najbolj pa se je število avtomobilov zmanjšalo v Bostonu (Združene države Amerike, v nadaljevanju ZDA), kjer kar 13 odstotkov prebivalcev pešači (Armbrecht, 2016).

### 1.1.1 Opredelitev temeljnih konceptov mobilnosti

#### 1.1.1.1 Avtomobilnost

Avtomobilnost je kompleksen sistem predmetov, subjektivnosti in znakov, ki se nanašajo na osebni avtomobil. Prepletena je z vsemi vidiki vsakodnevnega življenja – od zaposlitve, bivališča, šolanja, nakupovanja, družbenih mrež, rekreacije do zdravja in varnosti (Urry, 2004). Goodwin (2010) avtomobilnost opredeli kot paradigmo človeškega gibanja, zgrajeno okrog avtomobilov, ki jih poganjajo fosilna goriva. Utemelji povezavo med štirimi ključnimi sestavnimi deli: **gorivom, avtomobili, mobilnostjo in razcvetom človeštva**. V preteklem stoletju so bili razumljeni kot nujno povezani; gorivo kot nujno potrebno za delovanje avtomobilov, avtomobili nujni za mobilnost, mobilnost pa nujna za razcvet človeštva. Potrošnja goriva naj bi bila povezana z boljšo kakovostjo življenja. Praktičen primer tega so vsakoletne migracije med domom in poletno dopustniško destinacijo. Vsak člen ima svojo zgodovino, skozi katero so nanj vplivale politične odločitve, kulturno razumevanje in specifični principi. Takšne so npr. subvencije za nakup novih avtomobilov v zamenjavo za

stare v Nemčiji in ZDA, ki so utrjevale povezavo med avtomobili in mobilnostjo (Goodwin, 2010).

Avtomobilnost je bila torej razumljena kot nujno potrebna za zagotavljanje potovanja ljudi, ki posledično omogoča tudi ekonomski razvoj in splošno blaginjo. Bila je predmet preučevanj številnih študij, saj nanjo ne vplivajo samo načela utilitarnosti, temveč tudi družbene in psihološke okoliščine. Povezana je z vplivi na okolje, ki so posledica uporabe fosilnih goriv. Ti so vse bolj polemizirani, vplivajo pa tudi na razvoj znotraj avtomobilske panoge (npr. z vlaganjem v alternativno tehnologijo).

#### 1.1.1.2 Multimodalna in monomodalna mobilnost

Monomodalna mobilnost je uporaba le ene oblike prevoza, npr. uporaba le osebnega avtomobila. Multimodalna mobilnost se nanaša na komplementarno uporabo različnih oblik prevoza, pri čemer gre lahko za dopolnilno uporabo osebnega avtomobila, javnega prevoza, aktivnih oblik potovanja in konceptov delitvene mobilnosti.

Evropska komisija (2013) vidi kombinacijo različnih metod prevoza znotraj verige potovanja kot enega od ključnih pristopov k večji trajnosti v mestnem prometu. Pri tem je pomembno, da se metode optimalno dopolnjujejo in potekajo gladko. Vsaka metoda ima svoje prednosti, ki lahko zadovoljijo različne namene in potrebe. Temelj multimodalnih konceptov urbane mobilnosti je združevanje javnega prevoza z drugimi motornimi ali nemotornimi metodami in novimi koncepti lastništva avtomobila. To vključuje sisteme souporabe avtomobilov in koles v kombinaciji s trendom delitve in uporabe namesto lastništva vozil. Multimodalnost implicira razvoj novih poslovnih modelov, npr. novih delitvenih sistemov, in povezovanje mobilnosti z namenom premostitve tradicionalnega tekmovanja na trgu in dosega skupne prednosti integracije. Evropska komisija (2013) govori o nastanku pametnih mest, ki v praksi uresničujejo načela multimodalne mobilnosti. Multimodalna mobilnost pa seveda ni nujno omejena samo na mestno okolje.

#### 1.1.1.3 Pametna mesta – povezovanje digitalne ekonomije in multimodalne mobilnosti

Razvoj pametnih mest združuje tako rekoč vsa poglavja, obravnavana v teoretičnem delu – od večje učinkovitosti prometa, večje prijaznosti okolju, trenda delitve in uporabe namesto lastništva avtomobila, integracije različnih vrst mobilnosti do prepletenosti z inovacijami in digitalno ekonomijo. Vsekakor pa je za optimalno delovanje potreben tudi preskok v tradicionalni miselnosti uporabnikov.

S prihodnostjo in z razvojem mest, ki izkoriščajo prednosti tehnologije za posodobljeno zagotavljanje storitev, se ukvarja strategija **Pametnejša mesta**, ki jo razvija podjetje IBM. Njena vizija na področju prevoza so inteligentni sistemi upravljanja in pametna infrastruktura. Strategija izhaja iz globalizacije, rasti prebivalstva in urbanizacije, ki vse bolj

obremenjujejo transportne sisteme po svetu. Ti se težko prilagodijo hitrim spremembam. Prebivalci mest se posledično spopadajo s težavami pri uporabi javnega prevoza in parkiranju, pa tudi z vse večjim onesnaževanjem. Cilj strategije je povečana učinkovitost in trajnost s poudarkom na proaktivnem namesto na reaktivnem reševanju problemov. V Rio de Janeiru so tako sodelovali z mestom in oblikovali nadzorni center, ki združuje 20 mestnih oddelkov za izboljšanje nadzora in sodelovanja v mestu (Huitema, 2014).

Za nadgradnjo trendov avtomobilske panoge so potrebne tri strateške inovacije, ki jih spodbuja digitalni svet: **avtomatizacija vozil**, **zmanjšanje izpustov** z učinkovitejšo potrošnjo goriva ali elektrifikacijo vozil in **povezljivost**. Za zmanjšanje zastojev, ki obremenjujejo mesta, in za izboljšanje prometnega toka lahko pametna mesta uporabljajo napovedi, analize in informacije v oblaku. Omogočajo lahko izmenjavo podatkov o prometnem toku v realnem času in vožnjo, ki predvideva spletne in navigacijske podatke (npr. poročila o nesrečah in zastojih preko pametnih telefonov). Z integracijo omogočijo predvidevanje in jasen pogled na trenutno situacijo, posledično pa tudi tehtno sprejemanje odločitev in delovanje ter sposobnost za upravljanje (Huitema, 2014).

Orodja za doseg opisanega so npr. pametni senzorji, vgrajeni v fizično infrastrukturo, vozila kot mobilni senzorji in računalniško podprta orodja za sprejemanje odločitev, ki temeljijo na resničnih scenarijih. Tudi družbena omrežja omogočajo zaznavo problemov v realnem času (z objavami o nesrečah, zastojih itd.). Zbrane lokacije mobilnih telefonov lahko tvorijo zemljevid, ki predvidi gostoto ljudi v različnih obdobjih dneva in pomaga tudi pri načrtovanju novih linij javnega prevoza in pogostosti voženj. Ker je ta tako za uporabnika bolj prijazen, spodbuja uporabo javnega prevoza pred osebnimi avtomobili, posledično pa zmanjša število vozil na cesti in zastoje (Huitema, 2014).

Evropska komisija (2013) je oblikovala platformo za deležnike pametnih mest, ki združuje posameznike, industrijo in oblast širom Evrope, da bi naredila mesta bolj energetsko učinkovita ter prijazna za življenje in rast. Glavni cilj je razvoj konkretnih rešitev skozi inovacije po meri mest ter lajšanje prenosa znanja in najboljših rešitev. Rešitve so ocenjene glede na učinek na izpuste toplogrednih plinov, ekonomsko izvedljivost, pametne inovacije ter potencial za uporabo na trgu in uporabniško izkušnjo. Več o učinkih predlaganih rešitev je v poglavju 1.4.1 o skrbi za okolje in razvoju trajnostne mobilnosti.

Prepreke, ki se pri tem pojavljajo, so pomanjkanje informacij, posamezne odgovornosti in vzporedni, nepovezani sistemi, vsak s svojimi vstopnimi ovirami. Pri tem je treba upoštevati naravnost uporabnikov do izbire posamezne opcije. V starajoči se družbi se spreminjajo tudi potovalne potrebe ljudi. Da bi voznika avtomobila prepričali o izbiri alternativne metode ali o udeležbi v multimodalni potovalni verigi, je treba trenutni sistem integrirati in omogočiti gladko potovanje. To vključuje ažurne informacije, predvsem o dostopnosti javne prometne infrastrukture, sistemov souporabe koles in avtomobilov ter taksijev. **Pameten sistem prodaje vozovnic** je pomemben za zagotavljanje lahkega dostopa, pri čemer

pomagajo mobilne platforme. Pri vseh predlogih imajo pomembno vlogo **aplikacije za pametne mobilne telefone**, ki uporabnika opremijo z informacijami o metodah individualne mobilnosti z dodano možnostjo rezervacije in nakupa vozovnic. Vključujejo tudi informacije o parkirnih mestih za dotično potovanje in so lahko dopolnjene z informacijami o polnilnicah za električna vozila. Ključne inovacije se navezujejo tudi na elektromobilnost – integracijo manjših urbanih električnih vozil z dvema, tremi ali štirimi kolesi (Evropska komisija, 2013).

V mestih ali mestnih okrožjih s prostorskimi problemi in zastoji je mogoče za osebno mobilnost uvesti kreditni sistem. Kredite uporabniki zbirajo z uporabo specifične oblike javnega prevoza, parkirnega objekta ali kot nagrado za izogibanje cesti s pogostimi zastoji. Te kredite lahko nato uporabijo kot popust za prevoz ali nakup pravice za vstop v omejeno prometno območje. Na izbiro javnega prevoza in alternativnih metod pozitivno vplivajo tudi prednostna obravnava avtobusa ali tramvaja v mestnem okolju (npr. povezava s semaforjem) in urejena infrastruktura za kolesa, ki zagotavlja varnost in parkirna mesta. Pozornost je treba nameniti tudi ljudem s posebnimi potrebami, npr. s prilagojenimi informacijami za invalide in starejše (Evropska komisija, 2013).

Pri pametnih mestih gre za povezavo med različnimi tehnologijami in načini prevoza. Letališča, pristanišča, železnice, podzemne železnice, avtobusne postaje ter sistemi souporabe koles in avtomobilov bi morali biti vse bolj povezani in preoblikovani v platforme multimodalnih povezav za potnike, kar bi omogočilo boljše možnosti multimodalnosti. Za neoviran potek uvajanja inovacij je potreben nastanek t.i. **sistema »vse na enem mestu«** (angl. *one-stop-shop*), ki združuje vse oblike prevoza. Sem spada posredovanje informacij o voznem redu javnega prevoza ponudnikom mobilnostnih rešitev ter standardizacija vmesnika za rezervacijo in uporabo vozil (Evropska komisija, 2013).

Komisija identificira različne deležnike, ki jih je treba mobilizirati, npr. gospodinjstva, strokovna telesa, korporacije, pristojne institucije (za transport itd.), in način, na katerega slednje vključiti. Uspešnost je namreč v veliki meri odvisna od tega, ali so ti deležniki pripravljeni sodelovati. Temelj za uspešno vzpostavitev pametnih mest je podpora infrastruktura, kot so minimalna infrastruktura za prenos informacij in urbani sistemi nadzora prometa. Pri razvoju pametnih mest je pomembna uglašenost administracije na lokalnem in državnem nivoju ter na nivoju EU, pri čemer lahko pride do razhajanj. Lokalna oblast daje namreč prednost fleksibilnosti glede časa lansiranja, velikosti, vključitve novih partnerjev itd., na nivoju države in EU pa je zaželen bolj dolgoročen pristop. Uspešna izvedba bi pomenila implementacijo istega ali podobnega in interoperabilnega sistema v več mestih, izvedena pa bi bila na državni ravni ali celo ravni EU (Evropska komisija, 2013).

#### 1.1.1.4 Digitalne in delitvene oblike mobilnosti s prednostmi in slabostmi

Pojav delitvene mobilnosti temelji na medsebojni izmenjavi (angl. *peer-to-peer*). Ta omogoča potovanja brez lastništva osebnega avtomobila, hkrati pa tudi delitev svojega

avtomobila z drugimi. Delitvena mobilnost je del delitvenega ali sodelovalnega gospodarstva, ki se nanaša na mnoge sektorje in se hitro širi po Evropi – poleg mobilnosti npr. tudi na deljenje domov, kot je storitev Airbnb (Evropska komisija, b.l.a). Koncepte delitvene mobilnosti, pomembne za slovenski trg, razdelim na naslednje kategorije:

### **1. Prevoz na zahtevo (angl. *on-demand ride*)**

Izvaja se preko aplikacij podjetij, kot so Uber, Taxify, Lyft in Didi Chuxing, pri čemer so vozila lasti voznikov in ne podjetja. Vozniki prav tako niso zaposleni pri podjetju, pri zagotavljanju prevozov pa uporabljajo njihovo spletno aplikacijo. Uporabniki preko aplikacije na pametnem telefonu zahtevajo prevoz, ta jih poveže z najbližjim voznikom, izračuna ceno vožnje in vozniku prenese denar. Tako voznik kot uporabnik lahko po koncu vožnje drug drugega ocenita, kar vpliva na njuno nadaljnjo uporabo storitve. Govorimo o trendu **uberizacije**, ki izziva tradicionalne poslovne modele in se nanaša na koncept delitvene ekonomije tudi v drugih panogah. Uber je prisoten v več kot 600 mestih, v katera vstopa s predpostavko, da krepi lokalno gospodarstvo, izboljšuje dostop do prevoza in izboljšuje varnost na cestah (Uber Technologies Inc., b.l.). Pogosto je deležen negativnega odziva s strani prisotnih taksi služb, predvsem zaradi uradnih licenc in davčne problematike, saj zakonodaja za delitveno ekonomijo v večini držav na tem področju še ni jasno urejena (Bontemps, 2015).

### **2. Sistem souporabe avtomobilov in koles (angl. *car-sharing, bike-sharing*)**

Vozila so v lasti določenega podjetja ali organizacije, ki njihov najem omogoča večjemu številu ljudi. Primarno je oblikovan za krajši čas in krajše razdalje kot dopolnitev mreže javnega prevoza. Uporaba je navadno obračunana po uri ali mesečno in vključuje vse stroške. Sistemi souporabe pripomorejo k zmanjšanju stroškov lastništva osebnega avtomobila s spodbujanjem manj pogoste vožnje in z boljšim načrtovanjem poti (Carsharing Association, b.l.). Raziskava svetovalnega podjetja Frost & Sullivan je razkrila, da je souporaba avtomobilov v letu 2009 v Severni Ameriki zmanjšala emisije ogljikovega dioksida za 482.170 ton. Raziskava je pokazala tudi, da vsako deljeno vozilo nadomesti 15 osebnih vozil in da člani vozijo 31 odstotkov časa manj, kot so vozili v vlogi lastnikov osebnih vozil. Raziskava kot največje prednosti izpostavlja manj vozil na cesti in manj emisij (Zhao, 2010; The Economist Newspaper Limited, 2012). Daimlerjev Car2Go, ki je največji ponudnik za najem vozil za enosmerni prevoz od točke do točke, poroča o skoraj 43-odstotnem letnem porastu števila registriranih članov. Teh je bilo oktobra 2016 2 milijona, flota vozil pa je bila sestavljena iz 14.000 vozil na 30 lokacijah po svetu (Intelligent Mobility Insight, 2016). Pogosto gre za električne avtomobile, postavljene v mestih z namenom doseganja pozitivnih vplivov na okolje. Na podoben princip lahko deluje tudi izposoja ostalih oblik mestnega prevoza, kot so kolesa in motorna kolesa.

### **3. Delitev prevoza z drugimi potniki (angl. *carpooling, ride-sharing*)**

Gre za souporabo avtomobila pri vožnjah na daljše razdalje z drugimi potniki, ki potujejo v isto smer. Namen je zmanjšanje skupnih stroškov goriva, cestnin in stresa vožnje, posledično pa tudi zmanjšanje emisij ogljikovega dioksida, zastojev na cestah in

potrebe po parkirnih mestih. Na evropski ravni je najbolj prepoznaven francoski Blablacar, ki omogoča vožnje samo s spletnim plačilom, pri čemer podjetje igra vlogo posrednika in pri vsaki vožnji doda pristojbino, ki jo plača potnik (Vetter, 2016).

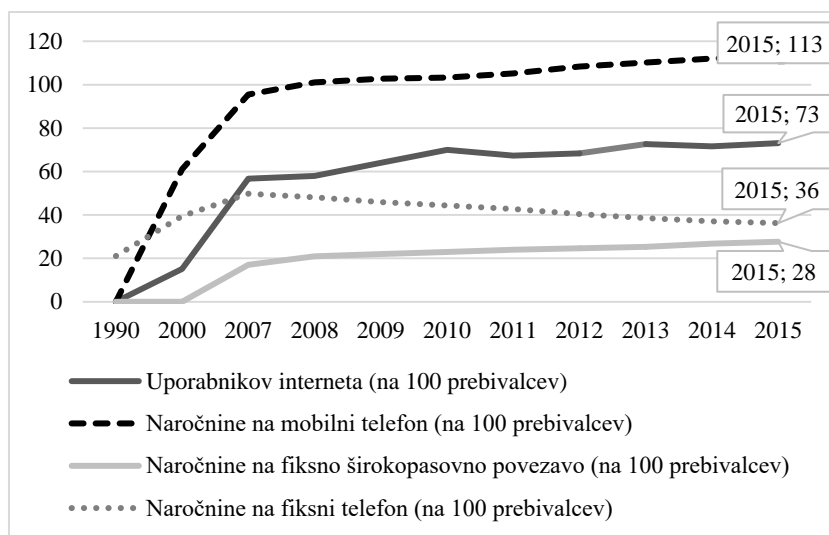
#### 4. Avtobusni prevozi na dolge razdalje in izmenični prevozi do letališč (angl. *shuttle*)

V tem primeru gre za delitveno mobilnost v medorganizacijskem kontekstu – sodelovanje z lokalnimi partnerji. To omogoča razdelitev tveganja na več ramen in hiter mednarodni razvoj. Lastniki vozil so namreč partnerska podjetja, ki skrbijo tudi za dnevno obratovanje voženj, podjetje pa skrbi za načrtovanje linij, marketing, prodajo in poslovni razvoj (FlixMobility GmbH, b.l.). Prednosti so podobne kot pri deljenih prevozi, pri dovolj visoki stopnji zasedenosti sedežev pa je to okolju najbolj prijazna oblika prevoza, saj en avtobus prevaža enako število potnikov kot 30 avtomobilov, medtem ko zaseda mesto le treh (Evropska komisija, 2014; Union of Concerned Scientists, 2008; Bus & Coach – Smart Move, b.l.). Ponujajo cenovno ugodne prevoze med evropskimi mesti, nakup kart in pregled informacij o potovanjih pa je vse bolj digitaliziran.

### 1.1.2 Razvoj IKT v Sloveniji

Razvoj novih konceptov mobilnosti je neločljivo povezan z razvojem IKT. Ta vpliva na široko dostopnost interneta, uporabo pametnih mobilnih telefonov, mobilnih aplikacij in porast spletnega nakupovanja. Tehnološke inovacije na področju mobilnosti spodbujajo trend delitve in uporabe, za katerega so značilne digitalizirane storitve.

Slika 1: Grafični prikaz spreminjanja komunikacijskih kazalcev svetovnega razvoja za Slovenijo (1990–2015)<sup>2</sup>



Vir: Svetovna banka, *Indicators*, b.l.

<sup>2</sup> Podatki za število naročnin na fiksno širokopasovno povezavo prvič zabeleženi leta 2007.

Po podatkih Svetovne banke (b.l.) o kazalcih svetovnega razvoja je bilo v Sloveniji leta 2015 na 100 prebivalcev 73,1 uporabnika interneta, 113,2 naročnine na mobilni telefon, 27,6 naročnine na fiksno širokopasovno povezavo in 36,2 naročnine na fiksni telefon (hkrati edina od naštetih vrednosti, ki upada). Spreminjanje vrednosti od leta 1990 prikazuje Slika 1.

Velik delež slovenskega prebivalstva je aktiven na spletu, delež pa upada s starostjo. Internet je v 1. četrtletju 2016 po podatkih SURS-a (2016a) uporabljalo 75 odstotkov oseb, starih 16–74 let. Kar 91 odstotkov vseh v starostni skupini 16–34 let je do interneta dostopalo prek mobilnega ali pametnega telefona (74 odstotkov v starostni skupini 35–44 let in 7 odstotkov v starostni skupini 65–74 let). Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (v nadaljevanju AKOS) v Poročilu o razvoju trga elektronskih komunikacij poroča, da je bila penetracija aktivnih uporabnikov mobilne telefonije na prebivalstvo konec 3. četrtletja 2016 114,4-odstotna.<sup>3</sup> AKOS o razvoju mobilne telefonije zapiše, da vse več uporabnikov uporablja mobilne telefone zaradi možnosti dodatnih funkcij, kot so fotografiranje, predvajanje glasbe, elektronska pošta, brskanje po spletu, uporaba različnih aplikacij itd. Med temi prepoznajo vse več zaposlenih in mladih, za katere so tovrstne storitve nepogrešljive, zlasti mobilni podatki za dostop do potrebnih informacij kjer koli in kadar koli (AKOS, 2016, str. 15):

»Tako se dogaja, da tisti posamezniki, ki še pred kratkim niso imeli mobilnega telefona, brez njega ne morejo več. Mobilni operaterji se tako trudijo ponuditi svojim končnim uporabnikom čim več zanimivih aplikacij. Nadgradnje mobilnih omrežij končnim uporabnikom omogočajo hitrejšo in bolj učinkovito pošiljanje in sprejemanje elektronske pošte z velikimi priponkami, nalaganje dokumentov, prenos programov, iger, filmov, glasbe ipd., brskanje po spletu, ogled multimedijskih vsebin, internetne televizije itd., kar ima za skupni imenovalec končnim uporabnikom zagotoviti oz. vzdrževati nivo kakovosti storitev in ponuditi nove naprednejše storitve.«

Raziskava GfK ugotavlja, da predstavlja prodajni delež pametnih telefonov 79 odstotkov trga mobilnih telefonov, delež klasičnih telefonov pa še naprej pada. Pametni telefoni so najbolj priljubljeni v starostnih skupinah do 45. leta, saj jih ima 59 odstotkov prebivalcev, med starejšimi od 50 let pa je delež manjši, le 25 odstotkov (Podobnik, 2015).

## **Indeks digitalnega gospodarstva in družbe 2016 za Slovenijo**

Evropska komisija (b.l.b) je razvila **indeks digitalnega gospodarstva in družbe** (angl. *The Digital Economy and Society Index*, v nadaljevanju DESI), da bi ocenila razvoj držav EU. Sestavljen je iz niza relevantnih kazalnikov, ki temeljijo na petih razsežnostih: povezljivosti, človeškem kapitalu, uporabi interneta, integraciji digitalne tehnologije in digitalnih javnih storitvah. Indeks uporablja lestvico od 0 do 1 – višja kot je ocena, uspešnejša je država.

---

<sup>3</sup> AKOS (2016, str. 16): »Penetracija aktivnih mobilnih uporabnikov je izračunana kot število rezidenčnih in poslovnih uporabnikov, ki imajo kot naročniki veljavno pogodbo in so kot predplačniki vsaj enkrat v zadnjih treh mesecih opravili ali prejeli klic, poslali sporočilo SMS ali MMS oz. uporabljali podatkovne storitve, na število prebivalcev v Republiki Sloveniji. Agencija za izračun poleg omenjenih podatkov upošteva vsakokratne podatke števila prebivalstva, kot jih poroča SURS.«

Slovenija se med 28 državami članicami EU uvršča na 18. mesto s splošno oceno 0,49. Na vrhu lestvice je Danska, ki ji sledijo Nizozemska, Švedska, Finska in Belgija.<sup>4</sup>

Rezultati kažejo, da slovenski državljani v primerjavi s povprečjem EU niso zelo dejavni pri **uporabi interneta** (24. mesto med državami članicami). Slovenski uporabniki interneta so v primerjavi z rezultati predhodnega leta manj vključeni v zasebne internetne aktivnosti. 77 odstotkov vprašanih<sup>5</sup> je v zadnjih treh mesecih bralo novice na spletu (leto prej 82 odstotkov), medtem ko je povprečje EU 68 odstotkov. Video klice je opravljalo 36 odstotkov respondentov (leto prej 41 odstotkov). Družbena omrežja je uporabljalo 51 odstotkov vprašanih (leto prej 58 odstotkov), povprečje EU pa je 63 odstotkov. Po drugi strani narašča uporaba komercialnih internetnih aktivnosti, kot je opravljanje bančnih storitev na spletu. V zadnjih treh mesecih jih je uporabljalo 46 odstotkov vprašanih (leto prej 45 odstotkov), povprečje EU pa je 57 odstotkov. Nakupne transakcije je v predhodnem letu opravilo 52 odstotkov vprašanih (leto prej 50 odstotkov), kar je pod povprečjem EU, ki je 65 odstotkov. Slovenija ima **usposobljeno prebivalstvo**. 51 odstotkov prebivalstva ima osnovno digitalno znanje (povprečje EU znaša 55 odstotkov), po drugi strani pa jih ima 1,9 odstotka v starosti od 20 do 29 let diplomu na področju znanosti, tehnologije in matematike, pri čemer se Slovenija uvršča na 9. mesto med državami članicami EU (Evropska komisija, b.l.b).

Digitalna ekonomija pomeni, da podjetja izkoristijo vse prednosti digitalne tehnologije, da izboljšajo svojo učinkovitost, produktivnost, dosežejo stranke in realizirajo prodajo. Podjetja v Sloveniji so napredovala in so uspešna pri **integraciji digitalnih tehnologij** – med državami članicami EU so uvrščena na 11. mesto. Največji napredek je v izdajanju e-računov – dvig od 5,8 odstotka podjetij, ki so e-račune izdajala leta 2014, do 16 odstotkov leta 2015, kar pomeni skok z 22. na 6. mesto. Tudi delež malih in srednje velikih podjetij s spletno prodajo v tujino je zrasel od 5,5 odstotkov v letu 2013 do 10 odstotkov v letu 2015, kar pomeni premik z 17. na 6. mesto. 16 odstotkov malih in srednje velikih podjetij prodaja preko spleta, kar je enako povprečju EU, spletna prodaja pa predstavlja 15 odstotkov celotne prodaje (povprečje EU znaša 9,4 odstotka) (Evropska komisija, b.l.b).

Glede na **povezljivost** se uvrščamo na 19. mesto. Fiksna širokopasovna omrežja so na voljo 95 odstotkom gospodinjstev (pod povprečjem EU, ki je 97 odstotkov), izkorišča pa jih 75 odstotkov gospodinjstev (povprečje EU je 72 odstotkov). Izkoriščanje mobilnega širokopasovnega omrežja je nizko – 50 naročnikov na 100 ljudi, kar pomeni 25. mesto med članicami. Čeprav so hitra širokopasovna omrežja (>/= 30 Mbps) na voljo 80 odstotkom gospodinjstev, se na njih naroči le 21 odstotkov (22. mesto v EU, povprečje je 30 odstotkov). Položaj Slovenije je najšibkejši na področju **digitalnih javnih storitev**, saj le 24 odstotkov uporabnikov interneta dejavno uporablja storitve e-uprave, na področju odprtih podatkov pa se država uvršča na zadnje mesto med vsemi državami članicami (Evropska komisija, b.l.b).

---

<sup>4</sup> DESI 2016 združuje podatke, zbrane v koledarskem letu 2015.

<sup>5</sup> Rezultati pri vseh korespondentih se nanašajo na starostno skupino 16–74 let.



Glede na DESI 2016 je Slovenija v skupini držav, ki zmanjšujejo zaostanek. To so države, ki se uvrščajo pod povprečje EU, vendar so njihovi kazalniki rasli hitreje od EU kot celote (v primerjavi z DESI 2015). Druge države, ki zmanjšujejo zaostanek, so Španija, Italija, Latvija, Romunija in Hrvaška (Evropska komisija, b.l.b).

### **Smernice EU: Strategija za enotni digitalni trg**

Evropska komisija je marca 2010 začela s strategijo **Evropa 2020** z Digitalno agendo kot eno od vodilnih pobud. **Strategija za enotni digitalni trg** je bila leta 2015 oblikovana, da bi odprla digitalne priložnosti za posameznike in podjetja ter izkoristila koristi digitalne dobe. Gre za prosto gibanje oseb, storitev in kapitala, pri čemer posamezniki in podjetja zlahka dostopajo do spletnih aktivnosti. Te spletne aktivnosti se izvajajo v skladu s pravili lojalne konkurence in z visoko ravnijo zaščite podatkov posameznikov ne glede na njihovo narodnost ali kraj bivanja. Sem spada nastanek vseevropskih telekomunikacijskih omrežij in čezmejnih digitalnih storitev. Enotni digitalni trg in odprava regulatornih ovir naj bi ustvarila priložnosti za nova zagonska podjetja in odprla evropski trg. Povsem delujoč enotni trg bi lahko po podatkih Komisije k evropskemu gospodarstvu prispeval 415 milijard evrov letno, ustvaril službe in preoblikoval storitve javnega sektorja (Evropska komisija, 2015).

Strategija temelji na **treh stebrih**, ki podajajo 16 pobud za njeno uresničitev, in sicer (Evropska komisija, 2015):

1. boljši dostop potrošnikov in podjetij do digitalnega blaga in storitev po vsej Evropi: npr. oblikovanje pravil za enostavnejše čezmejno e-trgovanje, hitrejša in doslednejša izvrševanja pravil o varstvu potrošnikov;
2. oblikovanje ustreznega okolja ter enakih konkurenčnih pogojev za krepitev digitalnih omrežij in inovativnih storitev: npr. analiza spletnih platform in učinkovito preprečevanje nezakonitih vsebin, krepitev zaupanja v digitalne storitve in njihovo varnost, zlasti glede obdelave osebnih podatkov;
3. čim boljše izkoriščanje potenciala rasti digitalnega gospodarstva: npr. e-uprava s povezanimi sistemi in podpora razvoju digitalnih spretnosti državljanov, da bodo lahko izkoristili priložnosti, ki jih ponuja internet in povečali možnosti za zaposlitev.

#### **1.1.3 Trend lastništva osebnih avtomobilov v Sloveniji**

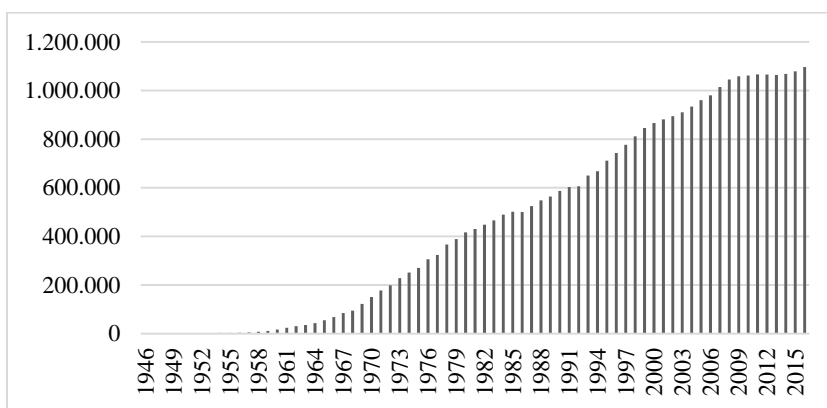
Na mesec naj bi v Sloveniji lastnik za svoj osebni avtomobil namenil približno 400 evrov ali 31,9 centa na prevožen kilometer (Merljak, 2016).<sup>6</sup> To predstavlja velik del osebnega dohodka, če upoštevamo, da je povprečna bruto plača v septembru 2016 znašala 1.558 evrov, povprečna neto plača pa 1.015 evrov (SURs, 2016b).

---

<sup>6</sup> Ob nakupu novega avtomobila, ki je v uporabi 5 let, s 15.000 prevoženimi kilometri na leto, polnim kasko zavarovanjem, letno vinjeto, redno menjavo gum in servisiranjem pri pooblaščenih serviserjih.

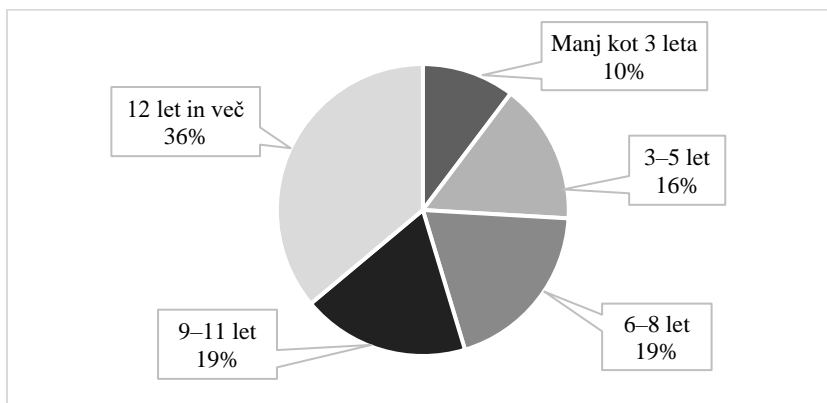
Prvi zabeleženi podatki o številu osebnih avtomobilov segajo v leto 1946, ko jih je bilo le 1.962. Največje povečanje, za 44.099 avtomobilov, je bilo zabeleženo 1992–1993, sledita obdobji 1994–1995 za 43.057 in 1977–1978 za 42.840 osebnih avtomobilov. Število avtomobilov je do konca leta 2016 v povprečju naraščalo za 16.096 na leto (naraščanje prikazano na Sliki 2). Tabela 1 prikazuje število osebnih avtomobilov in prvih registracij novih osebnih avtomobilov med letoma 2004 in 2016. Konec leta 2016 je bilo v Sloveniji registriranih 1.096.523 osebnih avtomobilov (17.786 ali 1,6 odstotka več kot konec leta 2015), od tega 457 osebnih avtomobilov na električni pogon. Povprečno število osebnih avtomobilov na prebivalca znaša 0,53 ali približno en osebni avtomobil na dva prebivalca. Po letu 2010 ostaja število osebnih avtomobilov relativno stabilno z rahlimi padci ali dvigi, vendar sprememba ne presega 1,6 odstotka. Prvih registracij novih osebnih avtomobilov je bilo konec leta 2016 64.899, kar je 4.231 ali 7 odstotkov več kot konec leta 2015. Število narašča od leta 2013, medtem ko v letih pred tem opazimo tudi upadanje, najmočnejše med letoma 2008 in 2009 (–19,2 odstotka) ter letoma 2011 in 2012 (–16,9 odstotka) (SURS, b.l.).

Slika 2: Grafični prikaz naraščanja števila osebnih avtomobilov v Sloveniji (1946–2016)



Vir: SURS, Ekonomsko področje, b.l.

Slika 3: Osebni avtomobili po starostnih razredih, Slovenija, 2015



Vir: SURS, Ekonomsko področje, b.l.

Tabela 1: Osebni avtomobili in prve registracije novih osebnih avtomobilov (2004–2016)

Leto	Osebni avtomobili (31. decembra)	Letna sprememba	Letna sprememba (v %)	Prve registracije – nova vozila	Letna sprememba	Letna sprememba (v %)
2004	933.941			62.697		
2005	960.213	26.272	2,8	60.531	-2.166	-3,5
2006	980.261	20.048	2,1	59.885	-646	-1,1
2007	1.014.122	33.861	3,5	67.791	7.906	13,2
2008	1.045.183	31.061	3,1	71.037	3.246	4,8
2009	1.058.858	13.675	1,3	57.391	-13.646	-19,2
2010	1.061.646	2.788	0,3	60.777	3.386	5,9
2011	1.066.495	4.849	0,5	59.813	-964	-1,6
2012	1.066.028	-467	0,0	49.700	-10.113	-16,9
2013	1.063.795	-2.233	-0,2	51.968	2.268	4,6
2014	1.068.362	4.567	0,4	54.086	2.118	4,1
2015	1.078.737	10.375	1,0	60.668	6.582	12,2
2016	1.096.523	17.786	1,6	64.899	4.231	7,0

Vir podatkov: SURS, Ekonomsko področje, b.l.; lastni izračuni.

Slovenski vozni park se stara. Leta 2001 je bil povprečni osebni avtomobil v Sloveniji star 6,9 leta. Od tedaj starost počasi in neprekinjeno narašča – konec leta 2015 je bil povprečni osebni avtomobil v Sloveniji star 9,7 leta. Več kot tretjina (36 odstotkov) vseh osebnih avtomobilov je bilo v letu 2015 starih 12 in več let. 19 odstotkov jih je bilo tako v starostni skupini 9–11 let kot v skupini 6–8 let. 16 odstotkov vseh osebnih avtomobilov je bilo starih 3–5 let, najmanj (10 odstotkov) pa jih je bilo starih manj kot 3 leta (Slika 3). Zadnji podatki o deležu prevoza z osebnimi avtomobili v skupnem kopenskem potniškem prevozu so iz leta 2010 in znašajo 86,5 odstotka vseh prevoženih kilometrov (skupni kopenski potniški prevoz vključuje prevoz z osebnimi avtomobili, avtobusi in vlaki) (SURS, b.l.).

#### 1.1.4 Trend pridobivanja vozniškega dovoljenja

Splošna predstava o tem, da v številnih zahodnih državah uporaba avtomobila dosega vrh ali da orientacija k lastništvu avtomobila stagnira, je pogosto povezana z mladimi, ki naj bi bili manj zainteresirani za pridobitev vozniškega dovoljenja in nakup avtomobila (Hjorthol, 2016). Za to obstajajo različne razlage, ki jih Delbosc in Currie (2013) razdelita v več kategorij:

- **življenjska faza:** večja stopnja vključenosti v izobraževanje, nižanje stopnje zaposlenosti, kasnejša poroka in starševstvo, daljše bivanje s starši;
- **cenovna dostopnost:** stroški pridobitve vozniškega dovoljenja, gorivo, gospodarska recesija;

- **lokacija in alternativni prevoz:** selitev v urbana/dosegljiva območja, boljši javni prevoz;
- **regulacija pridobivanja voznškega dovoljenja:** strožja regulacija, povečana minimalna starost, obvezne ure vožnje;
- **odnosi:** močna okoljevarstvena ozaveščenost, avtomobil (v nekaterih državah) ni več statusni simbol, prezaposlenost ali druge prioritete;
- **e-komunikacija:** komunikacija iz oči v oči nadomeščena, manj potrebe po fizični mobilnosti.

Od teh kategorij naj bi imeli problemi znotraj življenjske faze srednji učinek, cenovna dostopnost nizek do srednji učinek, ostale kategorije pa nizek ali nejasen učinek (Delbosc & Currie, 2013).

Sivak in Schoettle (2012) sta preučila spremembo deleža predstavnikov posamezne starostne skupine z voznškim dovoljenjem glede na celotno starostno skupino v obdobju 25 let. Opažata manjši delež opravljenih voznških dovoljenj med mladimi odraslimi in porast deleža med starejšimi v 8 od 15 preučevanih držav (ZDA, Švedska, Norveška, Velika Britanija, Kanada, Japonska, Južna Koreja in Nemčija). V ZDA so tako 1983 največjo skupino voznikov predstavljali mladi, 2008 pa vozniki srednje starosti. V ostalih 7 državah opažata povečanje deleža ljudi z voznškim dovoljenjem v vseh starostnih skupinah (Finska, Izrael, Nizozemska, Švica, Španija, Latvija in Poljska). Ugotovita tudi, da je večji odstotek uporabnikov interneta povezan z manjšo stopnjo opravljenih voznških dovoljenj, kar povezujeta s hipotezo, da dostop do virtualnih stikov zmanjšuje potrebo po dejanskem kontaktu med mladimi (Sivak & Schoettle, 2012). Pri tem moramo upoštevati, da je učinek spletne povezanosti lahko ravno obraten – internet lahko razširi geografski razpon osebnih omrežij in tako spodbudi več potovanj (Goodwin, 2012).

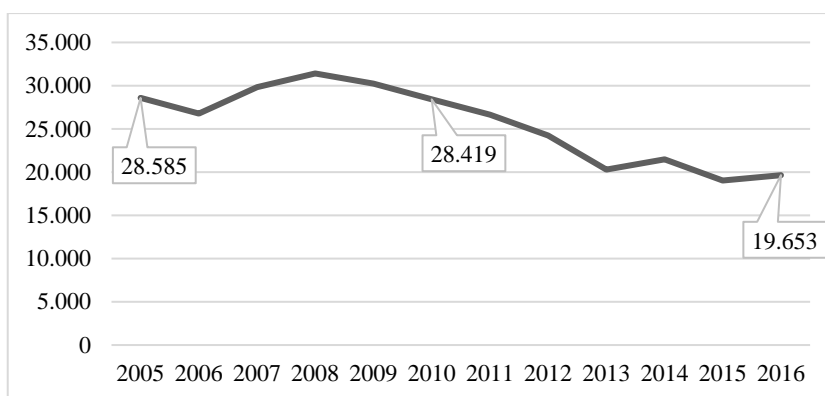
Tabela 2 ter Sliki 4 in 5 prikazujejo gibanje števila opravljenih voznških dovoljenj in vseh imetnikov voznških dovoljenj kategorije B med letoma 2005 in 2016 v Sloveniji. Konec leta 2016 je bilo v Sloveniji 1,343 milijona imetnikov voznških dovoljenj B kategorije. Število imetnikov se počasi povečuje – od leta 2005 do konca leta 2016 se je povečalo za 162.952 ali za 13,8 odstotka. Po letu 2011 je naraščanje števila imetnikov bolj umirjeno. Vzporedno z naraščanjem števila opravljenih voznških dovoljenj narašča tudi število osebnih avtomobilov, ki je podrobneje opisano v prejšnjem poglavju (Ministrstvo za infrastrukturo, b.l.). Pri številu letno opravljenih voznških dovoljenj od leta 2006 do 2008 sicer opazimo porast, vendar pa celoten trend kaže upadanje. V letu 2016 je bilo opravljenih 19.653 voznških dovoljenj, kar je 8.932 ali 31,2 odstotka manj kot leta 2005 (28.585). Glede na te podatke predvidevam, da se sestava imetnikov voznških dovoljenj stara tudi v Sloveniji, ne morem pa sklepati o obsegu (Ministrstvo za infrastrukturo, 2017).

Pri združenju šol voženj pri Gospodarski zbornici Slovenije ne zaznavajo manjšega deleža dovoljenj, opravljenih med mladimi, vendar pa opazijo razliko med mladimi, ki živijo v

mestih, in tistimi iz primestnega okolja ali zaledja. V mestih imajo mladi z javnim prevozom namreč boljše možnosti za mobilnost kot mladostniki, ki živijo izven mest. Tu voziško dovoljenje predstavlja nujnost, hkrati pa tudi močno finančno breme (Prebil, 2016a).

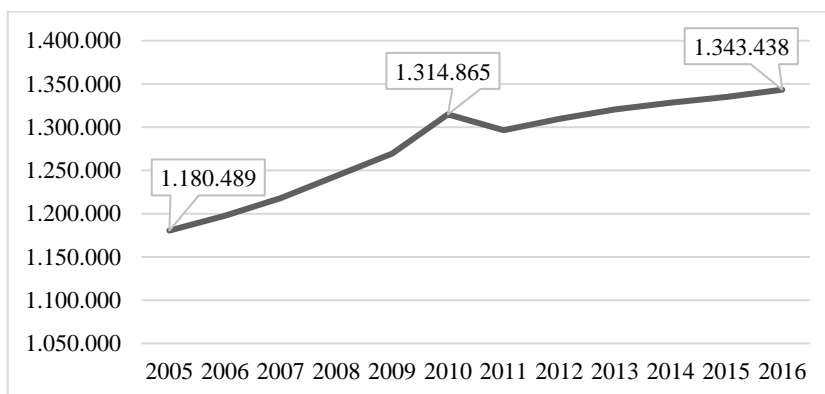
Slednje je potrdila tudi norveška študija. Na Norveškem je odstotek mladih, ki pridobijo voziško dovoljenje, upadel v devetdesetih, od leta 2000 pa stagnira in znaša 72–73 odstotkov. Enak trend velja za države, kot so Velika Britanija, Nemčija, Francija, Japonska, ZDA, Kanada in Avstralija. Podatki nacionalne raziskave potovanj v obdobju preteklih 25 let za mlade, starosti 18–24 let, so pokazali, da je odstotek imetnikov voziškega dovoljenja pri mladih, ki živijo izven velikih mest, znatno večji kot pri prebivalcih mest, ki imajo dober dostop do mestnega prevoza. Mladi izven velikih mest imajo enega ali več avtomobilov na gospodinjstvo, so poročeni/živijo v skupnem gospodinjstvu in so zaposleni. Število mladih, ki živijo v večjih mestih, narašča, vse več jih nameni več časa za izobrazbo in odlaša z ustvarjanjem družine (Hjorthol, 2016).

Slika 4: Grafični prikaz števila opravljenih voziških dovoljenj kategorije B (2005–2016)



Vir: Ministrstvo za infrastrukturo, Število uspešno opravljenih voziških izpitov, Slovenija, kategorija B, 2005–2016, 2017.

Slika 5: Grafični prikaz števila imetnikov voziških dovoljenj kategorije B (2005–2016)



Vir: Ministrstvo za infrastrukturo, Statistični podatki s področja prometa, b.l.

Hjorthol (2016) zaključuje, da morajo mladi, ki v urbanih območjih po napolnjenem 18. letu daljše obdobje živijo brez možnosti vožnje avtomobila, uporabiti katero koli možnost prevoza, ki je dostopna – javni prevoz, hojo, kolesarjenje itd. To je obdobje učenja. Naučijo se uporabljati javni prevoz in se znajti ter se tako navadijo na sistem. Če je to obdobje doživeto pozitivno, ima lahko dolgotrajen učinek na znižanje potrebe ali želje po avtomobilu. Odraslega bi lahko bilo znižanje dnevnih potovanj, opravljenih z avtomobilom.

*Tabela 2: Uspešno opravljena vozniška dovoljenja in imetniki vozniških dovoljenj kategorije B, Slovenija, (2005–2016)*

Leto	Št. uspešno opravljenih vozniških dovoljenj kategorije B, letna $\Delta$ , letna $\Delta$ v %			Število imetnikov vozniških dovoljenj kategorije B (31. decembra), letna $\Delta$ , letna $\Delta$ v %		
2005	28.585			1.180.489		
2006	26.781	-1.804	-6,3	1.197.725	17.236	1,5
2007	29.819	3.038	11,3	1.218.050	20.325	1,7
2008	31.412	1.593	5,3	1.243.726	25.676	2,1
2009	30.238	-1.174	-3,7	1.269.432	25.706	2,1
2010	28.419	-1.819	-6,0	1.314.865	45.433	3,6
2011	26.641	-1.778	-6,3	1.296.567	-18.298	-1,4
2012	24.246	-2.395	-9,0	1.309.704	13.137	1,0
2013	20.298	-3.948	-16,3	1.320.564	10.860	0,8
2014	21.475	1.177	5,8	1.328.366	7.802	0,6
2015	19.029	-2.446	-11,4	1.335.102	6.736	0,5
2016	19.653	624	3,3	1.343.438	8.336	0,6

*Vir podatkov: Ministrstvo za infrastrukturo, Statistični podatki s področja prometa, b.l.; Ministrstvo za infrastrukturo, Število uspešno opravljenih vozniških izpitov, Slovenija, kategorija B, 2005–2016, 2017; lastni izračuni.*

### 1.1.5 Alternativne oblike mobilnosti na slovenskem trgu

Na številnih svetovnih trgih se vzpostavljajo alternative avtomobilnosti, zaradi česar nastajajo tudi nove poslovne priložnosti. V Ljubljani svoj prihod napoveduje **Uber** s svojo najbolj priljubljeno storitvijo Uber X, pri čemer gre za osnovni, zgoraj opisani koncept. Vodilni pri Uberju za jugovzhodno Evropo pravijo, da želi biti Uber v vsakem mestu, kjer se kažejo potrebe po trajnostni mobilnosti, kjer obstaja digitalna ekonomija, kjer imajo ljudje pametne telefone in želijo manj uporabljati svoje avtomobile. Tehnološki razvoj naj bi omogočal, da so zanimiva tudi mesta, ki so manjša od Ljubljane. Pred vzpostavitvijo storitve na trgu bo nujna prilagoditev zakonodaje (Pavšič, 2016). Na slovenskem trgu od leta 2016 že deluje podobna storitev, in sicer slovaški **Hopin**, pri čemer gre za naročanje klasičnih taksi voženj preko aplikacije (Hopin, 2016).

Od julija 2016 je na voljo prvi sistem souporabe 30 električnih vozil **Avant2Go**, katerega namen je znižati stroške prevoza občanov in prispevati k čistejšemu zraku. Po prvem

pilotnem letu napovedujejo 50 vozil, v drugi fazi 300 vozil s širitvijo na nove lokacije, v tretji in zadnji fazi pa 500 vozil, pri čemer bi prešli na drugačen pristop najema. Tako bi najemniki avtomobile lahko puščali bolj prosto in neodvisno od vnaprej predvidenih lokacij (angl. *free-floating car-sharing*). Predvidevajo, da bi s kombinacijo z ostalimi sodobnimi pristopi mobilnosti, kot so prevozi na zahtevo (npr. Uber) ali izposoja koles **Bicikelj**, zmanjšali skupno število avtomobilov v Ljubljani za do 10.000 (Leban, 2016).

S septembrom 2016 je v Ljubljani na voljo storitev **Eurban** s floto 20 električnih avtomobilov, ki delujejo v okviru javnega prevoza. Gre za pilotni projekt vozil na klic, ki naj bi v prihodnosti deloval kot »Uber na elektriko«, če bo prišlo do podpisa pogodbe z Mestno občino Ljubljana (v nadaljevanju MOL). Vozilo lahko uporabniki naročijo telefonsko ali preko elektronske pošte, vendar vsaj 2 uri vnaprej, plačilo pa je mogoče z Urbano ali mobilnim telefonom. Vozila delujejo na vnaprej določenih linijah z namenom izboljšanja možnosti mobilnosti tam, kjer avtobus v določenem obdobju dneva ali ob koncih tedna ekonomsko ni najučinkovitejši. Obljubljajo višjo kakovost kot taksi službe in večjo transparentnost pri plačilu (MOL, 2016; Prebil, 2016b). Omenjeni Bicikelj je sistem souporabe koles, ki ga MOL omogoča od leta 2011 na približno 40 postajališčih v Ljubljani. Registracija deluje s kartico Urbana, uporaba kolesa do 60 minut je brezplačna, za daljšo uporabo ob eni vožnji pa morajo uporabniki skleniti tedensko ali letno naročniško razmerje (Bicikelj, 2016).

Opisani koncepti se nanašajo na urbani promet, novi koncepti mobilnosti pa se vzpostavljajo tudi za medkrajevni in mednarodni prevoz. V Sloveniji v okviru delitve prevoza z drugimi potniki deluje spletna stran **Prevoz.org**, katere namen je združevati iskalce in ponudnike prevozov brez komercialnih namenov. Ponudnik delitvene mobilnosti v medorganizacijskem smislu je nemški avtobusni ponudnik **FlixBus**, ki od 2016 s tujino povezuje 7 slovenskih mest. Ponuja brezžični internet, vtičnice, spletni nakup vozovnic, vkrcanje s QR-kodo, spletno aplikacijo v slovenščini in fleksibilno prestavitev potovanja do 15 minut pred vožnjo. Sodeluje s približno 250 lokalnimi partnerskimi avtobusnimi podjetji po Evropi (FlixBus GmbH, b.l.). Na podoben način deluje **GoOpti**, ki ponuja ugodne izmenične prevoze do evropskih letališč s kombiji, z minibusi in avtobusi. Deluje v sodelovanju z lokalnimi prevoznimi podjetji. Trenutno je aktiven v Sloveniji, na Hrvaškem, v Italiji, Nemčiji, Avstriji, na Madžarskem in Slovaškem, nedavno pa je za mednarodno širitev v druga evropska mesta zbral 4,4 milijone evrov (Kupec, 2016).

Ljubljana v kombinaciji z avtobusnim mestnim prometom omogoča zasnovano multimodalne mobilnosti, ki se nanaša na komplementarno uporabo različnih oblik prevoza. Tudi poročilo Evropske komisije (2016b, str. 63) o Sloveniji sporoča, da bi bilo javni prevoz v slovenskih mestih mogoče dodatno razviti po vzoru Ljubljane.

## 1.2 Determinante izbire mobilnosti

Avtomobil prinaša številne prednosti, saj v očeh mnogih omogoča svobodo, fleksibilnost, priročnost in udobje, hkrati pa ima lahko tudi močno simbolično vlogo (Sperling & Gordon, 2009; Dauvergne, 2008). Ta podoba se kontrasti v stroških in negativnih vplivih na okolje. Ljudje so v preteklosti avtomobile uporabljali zaradi nedostopnosti javnega prevoza, pa tudi zaradi oblikovanja lastne samopodobe. Uporaba avtomobila tako ni le rezultat razumne presoje ter tehtanja stroškov in koristi, ampak še številnih drugih dejavnikov. Najbolj jo določajo premoženjsko stanje in socialni zgledi do različnih zahtev po varnosti, velikosti in opreми, ki jim v večji ali manjši meri ustrezajo posamezne znamke, vplivata pa tudi značaj ali osebnost kupca (Zupančič, 2012).

Funkcije, ki jih zadovoljujejo avtomobili, razdelimo na tri kategorije (Clauss & Döppe, 2016):

1. **instrumentalno**, ki se nanaša na praktični vidik in zagotavljanje dejavnosti,
2. **simbolično**, ki se nanaša na izražanje samega sebe v družbi, in
3. **afektivno ali čustveno**, ki je vezana na posameznikove osebne preference.

Te funkcije so hkrati zaznavne determinante izbire oblike mobilnosti, ki ženejo proces odločanja posameznikov in s tem vplivajo na izbiro osebnega avtomobila ali multimodalne oblike mobilnosti (Clauss & Döppe, 2016). Naštete so v Tabeli 3. Clauss in Döppe (2016) na podlagi rezultatov raziskave med urbani prebivalci Hamburga kot ključne determinante opredelita **zasebnost**, **fleksibilnost** in **avtonomijo**, ki so neposredno vezane na osebni avtomobil, pomembni pa so tudi **stroški** in **časovna učinkovitost**. Pri tem ni nujno, da so posamezne determinante maksimirane, da bi optimalno zadovoljile potrebo.

Tabela 3: Determinante izbire mobilnosti

Determinante izbire mobilnosti			
Instrumentalne		Simbolične	Afektivne
priročnost	fleksibilna izbira poti	status	neodvisnost
strošek	časovna fleksibilnost	prestiž	svoboda
možnost »od vrat do vrat«	časovna učinkovitost	osebna identifikacija	užitek v vožnji
enostavnost uporabe	stopnja storitev		odsotnost stresa
fleksibilnost	varnost v prometu		zasebnost
lokalna dostopnost	omejitve prtljage		
trud načrtovanja	odvisnost od vremena		
fizični napor	trajnost		
zanesljivost	zdrava aktivnost		

Vir: T. Clauss & S. Döppe, *Why do urban travelers select multimodal travel options*, 2016.



### 1.2.1 Instrumentalne determinante

Instrumentalne funkcije se nanašajo na praktični vidik in omogočanje dejavnosti. Žene jih želja po maksimiranju koristi izbrane oblike prevoza v odnosu na osebne preference (Claus & Döppe, 2016).

Gardner in Abraham (2007) identificirata finančni strošek kot eno od glavnih determinant izbire, saj imajo vsi udeleženci v raziskavi ne glede na svoj prihodek težnjo po zmanjšanju potovalnih izdatkov. Študija je pri merjenju potovalnih izdatkov za osebni avtomobil odkrila, da potniki pogosto upoštevajo le tekoče stroške vozila brez cestnin, zavarovanj in amortizacije. Raziskava v metropolitanskem območju portugalskega Porta je odkrila, da nižji stroški javnega prevoza ne vplivajo nujno na preusmeritev namere uporabnikov avtomobilov k javnemu prevozu (Beirão & Sarsfield Cabral, 2007). Arentze in Molin (2013) odkrijeta, da je podražitev vozovnic javnega prevoza ali cene sistemov »parkiraj in se pelji« zaznana bolj negativno kot podražitev goriva, kar pojasnjuje omejeno večanje naklonjenosti do uporabe javnega prevoza. Pomembna determinanta je tudi časovna učinkovitost. Susilo in Cats (2014) poudarita, da uporabniki avtomobilov, ki dajejo prednost svoji metodi potovanja pred javnim prevozom, časovno prednost vidijo kot absolutno in kažejo velik odpor do spremembe svojega vedenja. To lahko prenesemo tudi na ostale alternative osebnemu avtomobilu. Fleksibilnost je pomembna determinanta, ki se nanaša na neodvisnost glede časa in mesta odhoda ter pripomore k prednostnemu obravnavanju osebnih avtomobilov (Jensen, 1999). Potrošniki so svojo metodo potovanja pripravljene zamenjati glede na nivo storitve, spodbujanja zdravja in varnosti, vendar pa je to močno odvisno od destinacije in namena potovanja (npr. ali gre za prostočasno aktivnost ali vožnjo na delo) (Anable & Gatersleben, 2005).

### 1.2.2 Simbolične determinante

Simbolične funkcije se nanašajo na izražanje samega sebe v družbi. Avtomobil po mnenju številnih avtorjev predstavlja enega najmočnejših statusnih simbolov.<sup>7</sup> Edensor (2004) pravi, da voziti določen avtomobil signalizira identiteto in jo hkrati pomaga izgraditi, saj ponujajo različni avtomobili različne kulturne pomene. Avtomobil lahko simbolizira avanturo, nadzor, hitrost, moč, bogastvo in spolno privlačnost (Sperling & Gordon, 2009; Dauvergne, 2008). Cairns, Harmer, Hopkin in Skippon (2014) pravijo, da lahko lastništvo avtomobila mladim predstavlja pomoč pri predstavitvi in definiranju sebe kot odraslih oseb.

Ekonomist in sociolog Thorstein Veblen je že leta 1899 opisal signaliziranje statusa skozi potrošnjo določenih dobrin z izrazom razkazovalna potrošnja (Veblen, 1965). Avtomobilska panoga ustvarja blagovne znamke, ki jim pripisuje različne lastnosti in razvija avtomobile

---

<sup>7</sup> Statusni simbol je vidni izraz, s katerim posameznik izraža svoj družbeni status. Ta predstavlja pripisano ali z rojstvom pridobljeno mesto, ki ga posameznik zavzema na hierarhični družbeni lestvici. Določajo ga ekonomsko stanje (premoženje in dohodki), družbena moč in ugled (Počkar, Andolšek, Popit, & Barle Lakota, 2009).

za določene skupine potrošnikov, posameznik pa je skozi življenje izpostavljen številnim pozitivnim sporočilom, ki jih prenašajo proizvajalci in oglaševalske agencije. Treba je poudariti, da informacij vsi posamezniki ne sprejmejo enako in jih ne obdelajo enako kritično, posledično pa imajo informacije nanje tudi različen učinek. Poleg tega se simbolika določene vrste avtomobilov spreminja. V ZDA so bila zelo popularna terenska vozila – povezana z bogastvom, varnostjo, individualnostjo, občutkom patriotizma in naklonjenostjo dejavnostim na prostem. Konec preteklega desetletja so simboličen pomen dobila hibridna vozila. Z njimi posamezniki prav tako izkazujejo svojo identiteto – svoj nivo porabe goriva uporabljajo za izražanje skrbi za okolje, visoka cena pa odraža tudi premoženjski status (Goodwin, 2010). Izbira metode potovanja za predstavo sebe kot ekološko zavednega posameznika je pomembna za nove kolektivne metode prevoza, kot je souporaba avtomobilov. Te metode namreč zagotavljajo nove identitete znotraj določenega omrežja posameznikov (Cairns et al., 2014).

Avtomobil je odraz naše osebnosti in naših vrednot, potrošniki pa izbirajo med različnimi blagovnimi znamkami, ki to osebnost in te vrednote po njihovem mnenju najboljše odražajo. V očeh velikega števila ljudi gre za odraz uspešnosti, saj avtomobil zlahka opazimo (Gregorič, 2011). Psiholog Marko Polič s Filozofske fakultete pravi, da smo Slovenci izredno navezani na svoje avtomobile in da imajo ti močno psihološko in družbeno funkcijo. Avtomobil kot statusni simbol ne predstavlja le rešitve za vsakdanje potrebe, ampak zadovoljuje tudi številne druge (Zupančič, 2012).

Zanimivo je, da sta Clauss in Döppe (2016) v urbanem prometu v nasprotju z večino ostalih študij odkrila odsotnost simbolične determinante, kar pojasnjujeta z zmanjševanjem vloge avtomobila kot statusnega simbola. Raziskava je bila izvedena samo med urbaniimi potniki, pri tem pa nimamo podatkov o položaju avtomobila kot statusnega simbola med prebivalci zaledja in ruralnih območij, rezultati pa se lahko razlikujejo tudi po posameznih državah.

### **1.2.3 Afektivne ali čustvene determinante**

Afektivne ali čustvene funkcije so vezane samo na posameznikove individualne preference. Gre za občutja, ki jih vzbudi potovanje. Razdelimo jih lahko na afekt in stres. Svoboda in avtonomija sta pogosto glavni gonili uporabe osebnega avtomobila, saj se potniki raje izognejo odvisnosti od dejanj in odločitev drugih (npr. točnim načrtom poti in urnikom odhodov) (Clauss & Döppe, 2016). Užitek je pomemben dejavnik. Pri tem gre za užitek v sami vožnji, ob čiščenju avtomobila, poslušanju glasbe, odkrivanju novih krajev in podobno (Campbell, 2001, str. 119). Strokovnjaki kljub mogočemu zmanjšanju funkcionalnosti avtomobilov kot sredstva prevoza opozarjajo na njegovo privlačnost v smislu zasebnosti in zagotavljanja osebnega prostora, pomembnost česar naj bi se s tehnološkim napredkom še povečala (Wells & Xenias, 2015).

### 1.3 Spreminjanje potovalnih navad

Kvalitativne in kvantitativne raziskave o obstoječem vedenju ali aspiracijah o bodoči spremembi vedenja navadno prepoznajo večjo manjšino, ki pravi, da je pripravljena spremeniti svoje vedenje z bolj ali manj močno izraženimi izjemami in pogoji glede kakovosti ponujene alternative. Čeprav gre za manjšino, je to pomemben del družbe, ko gre za zgodnje odzive. Obstajajo zadržki o obstoju vrzeli med namero in dejanskim vedenjem ter pomanjkanje dokazov o tem, ali so ljudje, ki pravijo, da bodo svoje vedenje spremenili, res tisti, ki ga nato dejansko spremenijo. Problematično je tudi pomanjkanje longitudinalnih študij, ki bi merile spreminjanje in nestabilnost izbire od dneva do dneva, od leta do leta in pomagale razumeti potencial za spremembo v prihodnosti (Goodwin, 2012).

#### 1.3.1 Sprejemanje odločitev – navada in namera

Naše vedenje je neprestano v procesu adaptacije na spremembe v osebnih potrebah in strukture v okolju. Ta adaptacija deluje kot zmanjšanje neskladja med trenutnimi ali pričakovanimi potrebami in priložnostmi, ki so na voljo. Največje determinante potovalnih vzorcev in usmerjevalniki adaptacije so, kot ugotavljajo Fried, Havens in Thall (1977), **družbeni sloj, etnična pripadnost, položaj v življenjskem ciklu in lokacija prebivanja**. Ti na aktivnosti in potovalne vzorce vplivajo preko številnih dejavnikov, kot so družbene vloge, stališča, omejitve virov, norme in dojemanje priložnosti (Fried et al., 1977).

Miller (2005) razlikuje dva nivoja sprejemanja odločitev, in sicer **dolgoročno sprejemanje odločitev**, ki določa prostorski kontekst in sredstva za prevoz, in **kratkoročno**, ki določa vsakodnevno izbiro potovanja. Kratkoročne odločitve so omejene s sredstvi in omejitvami dolgoročnih odločitev. Uporabi koncept »stresa« v gospodinjstvu, do katerega pride zaradi omejitev v prostoru in mobilnosti – če se trenutno stanje razlikuje od zelenega. Večje kot je razhajanje, večja je verjetnost, da posameznik deluje v smeri njegovega zmanjšanja. Posamezniki bodo npr. ostali lastniki enega ali več avtomobilov, ko je stres majhen. Ko pa stres preseže določen prag, bodo aktivno poiskali alternativno raven lastništva (Miller, 2005)

Salomon (1983) predstavi hierarhijo odločitev s tremi neodvisnimi nivoji. **Sprememba življenjskega stila** je najvišji nivo in predstavlja odločitve na najdaljši rok (npr. formiranje družine), sledijo **odločitve o mobilnosti** (npr. lastništvo avtomobila), **izbira aktivnosti in potovanj** pa predstavlja najnižji nivo. Lanzendorf (2003) izhaja iz Salomonove teorije. Ko pride do ocenjevanja učinka programov, oblikovanih za vplivanje na potovanja posameznikov, ali napovedovanja prihodnjega povpraševanja, igrajo osrednjo vlogo spremembe v potovalnem vedenju. Za razlago teh sprememb razvije koncept **mobilnostnih biografij**. Mobilnostna biografija se nanaša na celoto longitudinalnih usmeritev v domeni mobilnosti in predvideva, da se v določenem trenutku v

posameznikovem življenju vzorci potovanj, lastništva avtomobila in ostale mobilnostne lastnosti spremenijo v pomembni meri. Potovalno vedenje se lahko spremeni nenadoma ali postopoma z drugimi dogodki v življenjskem toku.

Socialna psihologija determinante vedenja razdeli na preteklo vedenje, namero in situacijske priložnosti in omejitve (Eagly & Chaiken, 1993). Kot ozadje moramo razumeti, da je potovalno vedenje v večji meri stvar navade. **Navada** je izbira vedenja brez premisleka. Pri tem gre za ponavljajoče se vedenje posameznika – vzorci potovanj se ponavljajo dnevno, tedensko in celo letno. Navade so uporabljene, ko so stroški alternativ previsoki, pričakovane prednosti alternativ negotove ali če ponovitev preteklih rešitev naredi vedenje lažje in manj tvegano, še posebej, če je oseba omejena s časom, proračunom ali družbeno obvezo (Gärling & Axhausen, 2003). **Namera** je definirana kot verjetnost, ki jo akter zavestno pripiše vključenosti v določeno vedenje. Njeno oblikovanje je posledica zavestnega procesiranja informacij, iskanja informacij, izbire in izgradnje alternativ ter njihove evalvacije. Namera in navada sta recipročni – ko je navada močnejša determinanta nekega vedenja, je namera šibkejša in obratno. Če izbire vedenja niso posledica premisleka, je nanje težje vplivati s programi za upravljanje povpraševanja po prevozu, kot so individualiziran marketing javnega prevoza, kombiniranje prevoza, informacijske storitve, dvig cen parkiranja, upravljanje parkirnih prostorov in razumski argumenti, kot so povečani stroški (Gärling & Axhausen, 2003).

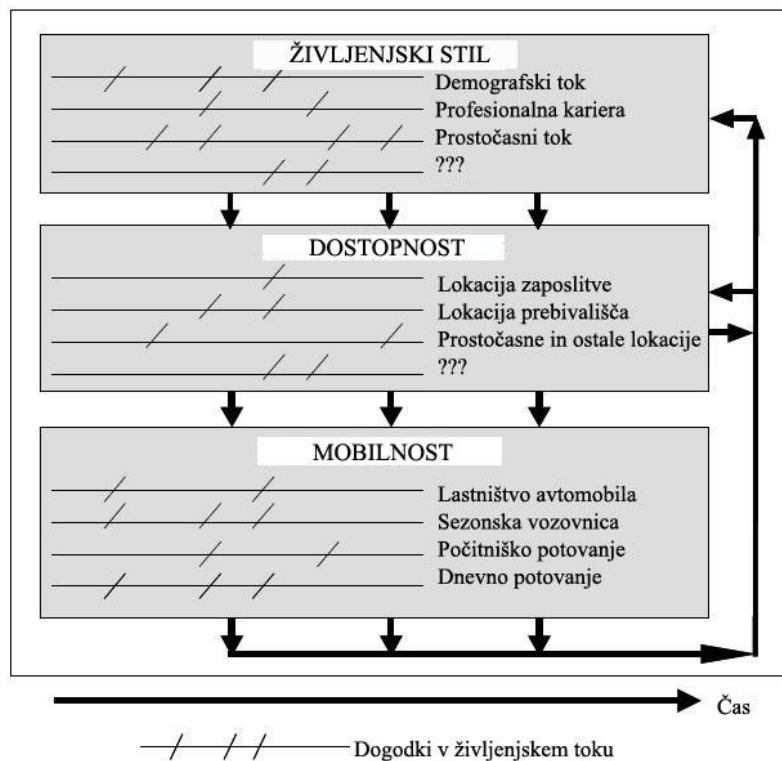
Navade se lahko pod nekaterimi pogoji spremenijo. Garvill, Marell in Nordlund (2003) ugotavljajo, da se je uporaba avtomobila pri močnih uporabnikih zmanjšala, ko so udeležence eksperimentalne skupine prosili, da premislijo o izbiri metode prevoza v verigi potovanja. Fujii, Gärling in Kitamura (2001) zaključujejo, da je sprememba rutine vožnje do službe zaradi dela na avtocesti vplivala na povečanje privlačnosti alternativ avtomobilu. Fujii in Kitamura (2003) sta z brezplačno mesečno vozovnico povečala pogostost uporabe avtobusa in pozitiven odnos do avtobusa tudi mesec po eksperimentalni fazi, ker je izbira avtomobila v manjši meri postala stvar navade.

Lanzendorf (2003) na podlagi časovne faze v človekom življenju predlaga raziskovanje na podlagi treh domen. Prva je **življenjski stil**, ki je najbolj dolgoročna in se nanaša na družbeno, politično in kulturno okolje (osnovanje družine, zaposlenost, orientacija do prostega časa). Druga je **dostopnost** relevantnih lokacij prebivališča, zaposlitve in prostočasnih dejavnosti, tretja pa **mobilnost** z dostopnostjo metod (lastništvo avtomobila, sezonska vozovnica za javni prevoz). Medsebojno so povezane tako, da dogodki v eni domeni vplivajo na drugo, kot je prikazano v hierarhičnem modelu na Sliki 6.

Prillwitz, Harms in Lanzendorf (2006) so uporabili petletne podatke nemškega socio-ekonomskega panela (1998–2003, n = 4698) in zaključili, da povečano število odraslih, rojstvo prvega otroka in povečanje prihodka gospodinjstva pomembno vplivajo na nakup avtomobila. Sprememba prebivališča ni bila statistično značilna, razen da je selitev v

središčno urbano območje zmanjšala verjetnost nakupa avtomobila. Tudi ta študija je temeljila na pristopu mobilnostnih biografij.

Slika 6: Življenjske domene in povezani dogodki, ki vplivajo na mobilnostne biografije



Vir: M. Lanzendorf, *Mobility biographies. A new perspective for understanding travel behaviour*, 2003;  
 Povzeto in prirejeno po I. Salomon, *Lifestyles – a broader perspective on travel behaviour*, 1983.

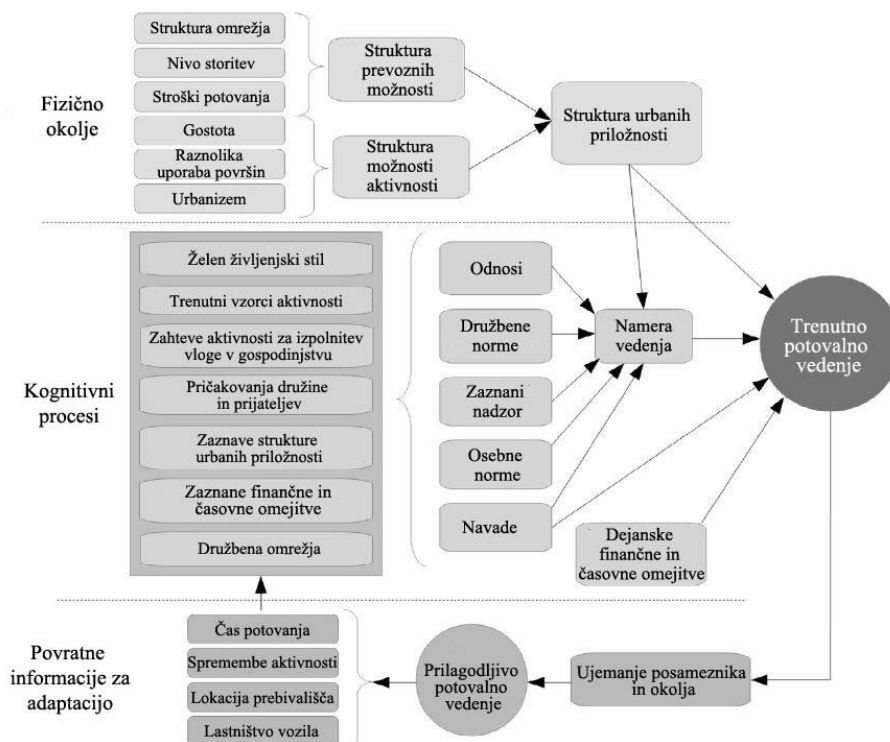
Britanska longitudinalna raziskava, izvedena med letoma 2009 in 2011, je potrdila, da na nivo lastništva avtomobila in spreminjanje načina potovanja v gospodinjstvih pomembno vplivajo **prelomni življenjski dogodki**, kot so starševstvo, nova zaposlitev, sprememba bivališča in podobno, saj so ljudje takrat pripravljene pretehtati sredstva, ki jih uporabljajo za prevoz in svoje potovalne rutine. Ključnega pomena je spreminjanje sestave gospodinjstev (ljudje odhajajo in prihajajo), imetje voznškega dovoljenja, temu pa sledita zaposlitveni status in spremembe v dohodku. Gospodinjstva so bila bolj nagnjena k opuščanju lastništva avtomobilov v povezavi z zmanjšanjem dohodkov kot k nakupu avtomobila v povezavi z naraščanjem slednjih.<sup>8</sup> Starševstvo za nelastnike avtomobila poveča možnost nakupa, za lastnike dveh avtomobilov pa poveča možnost opustitve enega avtomobila. Pomembno vlogo igra prebivališče ali lokacija zaposlitve. Občutljivost na prostorski kontekst se kaže v slabšem dostopu do javnega prevoza, čemur sledita večja verjetnost, da bodo nelastniki avtomobila slednjega kupili, in manjša verjetnost,

<sup>8</sup> Kar je mogoče pripisati tudi gospodarski recesiji v obdobju, ko je bila raziskava izvedena.

da se mu bodo gospodinjstva z enim avtomobilom odpovedala (Clark, Chatterjee, Melia, Knies, & Laurie, 2014).

Za spremembe v lastništvu osebnega avtomobila je pomembno tudi, za kateri avtomobil gre. Dargay in Hanly (2007) sta opazila, da je lastništvo drugega avtomobila bolj spremenljivo kot lastništvo prvega, saj je prehod med lastništvom enega in dveh avtomobilov najpogosteje zabeležena sprememba v letni primerjavi.

Slika 7: Trenutno potovalno vedenje: teoretični okvir zaznava–namera–adaptacija



Vir: S. Spears et al., *Illuminating the unseen in transit use: A framework for examining the effect of attitudes and perceptions on travel behavior*, 2013, str. 42.

Spears, Houston in Boarnet (2013) poudarijo, da na uporabo prevoza vzajemno vplivajo **kognitivni procesi** in **vgrajeno okolje**, ter razvijejo okvir zaznava–namera–adaptacija (angl. *perception – intent – adaptation – PIA*). Glavna hipoteza je, da imajo tako fizično okolje kot kognitivni procesi neposreden učinek na potovalno vedenje. Kognitivni procesi vplivajo na vedenje skozi zavestno načrtovanje (namero o vedenju) in skozi avtomatični proces (navado ponavljanja preteklega vedenja). Kognitivni procesi vplivajo na metodo potovanja, pogostost in razdaljo, vključujejo pa odnose do posameznih metod, zaznavo vgrajenega okolja, družbene in osebne norme, želen življenjski stil in zaznane nuje potovanja. Na njih vplivajo dolgoročni socio-demografski in družbeni faktorji ter faktorji življenjskega stila. Fizično okolje vpliva na vedenje skozi prostorsko in časovno porazdelitev priložnosti za aktivnosti in prometno infrastrukturo; sem spadajo gostota

poselitve, uporaba zemljišč in načrtovanje ulic, dostop do službe in storitev, kot je nakupovanje, raven prometnih zastojev in kakovost javnega prevoza.

Ko okolje ne ustreza posameznikovim potrebam<sup>9</sup>, se pojavi stres. V kontekstu modela se posamezniki z neskladjem soočajo s prilagoditvijo vzorcev potovanj in z izraženimi željami po življenjskem stilu ali okolju. Adaptivno vedenje, pri katerem se posamezniki soočajo s stresom in maksimirajo svojo dobrobit, je prikazano s povratno zanko med trenutnim potovalnim vedenjem in kognitivnimi procesi (Slika 7), ki so osnova odločitev o potovanju. Ti adaptivni procesi so gonilniki spremembe vedenja kot odziv na prilagoditve v vgrajenem okolju. Posameznikom tako pomagajo razrešiti disonanco med želenimi in dejanskimi vzorci vključenosti v aktivnosti. Na kratek rok spremembe predstavljajo časovne spremembe aktivnosti, nakup ali prodaja vozila in podobno, na dolgi rok pa prilagoditev življenjskega okolja, kot je npr. sprememba lokacije prebivanja bližje mestu zaposlitve ali ostalim želenim lokacijam in vključevanje v aktivnosti za izboljšanje soseke (Spears et al., 2013).

### 1.3.2 Faktorji usmerjenosti k avtomobilnosti in uporabi alternativnih metod

Študije kažejo, da dajo ljudje zaradi logistične zahtevnosti in potencialnih problemov pri povezavah med potovalnimi metodami pogosto prednost monomodalnim opcijam pred prostovoljno multimodalnostjo (Lerner, 2011). Vsaka od opcij ima svoje značilnosti, prednosti in slabosti ter stroške. Dodatno pa se lahko izbira spreminja s časom in glede na vrsto potovanja. Obstajajo namreč tudi posamezniki, ki uporabljajo tako javni prevoz kot osebne avtomobile (Beirão & Sarsfield Cabral, 2007). Clauss in Döppe (2016) sta med urbani potniki na podlagi ključnih determinant izbire mobilnosti identificirala najpomembnejše faktorje, ki vplivajo na izbiro. Ti si glede na delež pojasnjene variance sledijo:

1. **Afekt:** Pojasni največji delež variance in ne vključuje nobene instrumentalne determinante.
2. **Priročnost:** Vključuje instrumentalne determinante, ki izražajo stopnjo napora, ki ga mora posameznik vložiti v določeno metodo potovanja.
3. **Stres:** Vključuje determinante, ki se nanašajo na zaznan stres kot mentalni napor pri uporabi metod potovanja. To so vidiki, ki jih pred potovalno odločitvijo ne moremo natančno načrtovati: iskanje parkirnega mesta, negotovost med čakanjem avtobusa itd.
4. **Individualnost:** Determinante, ki se nanašajo na lastne, hitro spreminjajoče se potrebe.
5. **Stroški:** Determinante, ki se nanašajo na stroškovni vidik, vključujejo pa tudi trajnost, saj respondenti posledice za okolje dojemajo kot strošek svoje izbire metode potovanja.
6. **Fleksibilnost:** Stopnja, do katere se lahko urbani potniki spontano odločijo za izbiro določene metode potovanja.

---

<sup>9</sup> Angl. *person-environment fit theory*.

Med ključnimi determinantami izbire ne odkrijeta simboličnih, kar pa ne pomeni, da bi bilo enako tudi pri izvedbi podobne raziskave v Sloveniji. Ključne determinante, ki določajo posamezni faktor, so našteje in razložene v Tabeli 4.

*Tabela 4: Faktorji izbire mobilnosti s ključnimi determinantami in razlago*

<b>Faktor izbire</b>	
<b>Determinanta izbire</b>	<b>Razlaga determinante</b>
<b>1. Afekt</b>	
avtonomija	občutek nadzora nad okoljem in neodvisnosti od odločitev in ravnanj drugih
užitek v vožnji	veselje do vožnje
osebna varnost	občutek zaščitenosti pred potencialnimi napadi ali nesporazumi z drugimi
zasebnost	možnost imeti osebni prostor brez vmešavanja drugih
lahkota načrtovanja	stopnja potrebne vključenosti v potovanje ali izbire poti
fleksibilna izbira poti (neposredno povezana z avtonomijo)	fleksibilnost glede destinacije in izbire poti (javna sredstva prevoza zahtevajo obvoze, osebni avtomobil pa omogoča izbiro poti vozniku)
<b>2. Priročnost</b>	
fizični napor	stopnja fizičnega napora, potrebna za uporabo metod potovanja
neodvisnost od vremena	neodvisnost od spreminjajočih se vremenskih razmer
zdrava aktivnost	prispevek k zdravju s fizičnimi aktivnostmi, povezanimi z metodami potovanja
varnost v prometu	zaščita pred nesrečami
omejitve prtljage	možnost prenašanja težkih ali velikih predmetov
časovna učinkovitost	hitrost metode potovanja
<b>3. Stres</b>	
zmožnost dolgih potovanj	sposobnost doseganja oddaljene destinacije in primernost za dolga potovanja
odsotnost stresa	mentalni napor, povezan z uporabo metode
nizka potreba po vzdrževanju	osebna zahteva po vzdrževanju, povezana z metodo potovanja
<b>4. Individualnost</b>	
sposobnost prilagoditve situaciji	sposobnost prilagoditve potovalne metode lastnim, spreminjajočim se potrebam
inovativnost	inovativnost ali novost metode potovanja
stopnja storitev	stopnja dodatnih storitev, ki jih zagotavlja ponudnik
<b>5. Stroški</b>	
transparentnost stroškov	predvidljivost in transparentnost stroškov potovanja
učinkovitost stroškov	finančni izdatki za uporabo metode
trajnost	prijaznost okolju
možnost »od vrat do vrat«	stopnja, do katere potovalna metoda pokrije celotno pot
<b>6. Fleksibilnost</b>	
enostavnost uporabe	lahkota in priročnost uporabe metode potovanja
lokalna dostopnost	dostop do potovalne metode v neposredni bližini
časovna fleksibilnost	dostop do metode potovanja, neodvisno od časa
zanesljivost	zanesljivost metode potovanja glede časa in dostopnosti

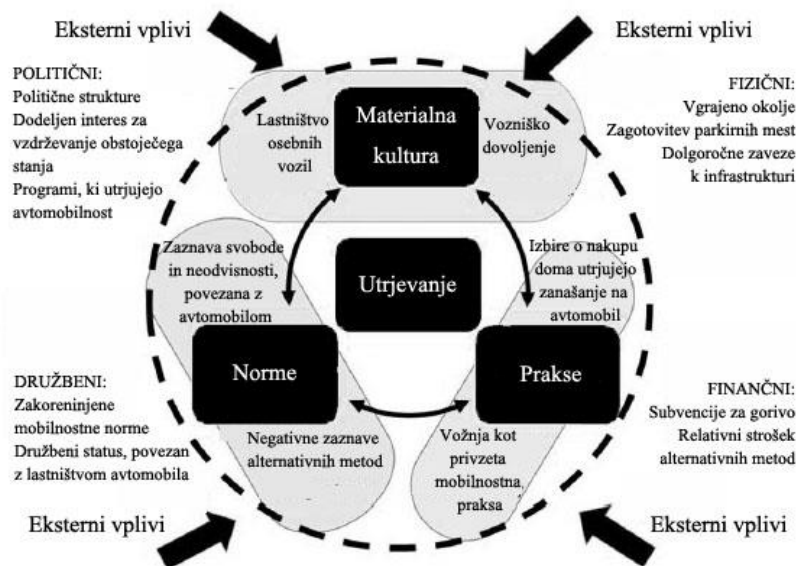
*Vir: T. Clauss & S. Döppe, Why do urban travelers select multimodal travel options: A repertory grid analysis, 2016.*

Hopkins in Stephenson (2016, str. 97) opredelita pojasnjevalne faktorje, ki prispevajo k povečanju avtomobilnosti ali njeni izzvanosti z alternativnimi metodami mobilnosti med mladimi odraslimi (18–35 let). Ne osredotočata se samo na zaznavo potrošnikov, ampak tudi na širše družbene okoliščine. Ločita zaznavne ali individualne faktorje, faktorje vrednot in



preferenc (predvsem okoljevarstvena ozaveščenost), družbene faktorje, faktorje vgrajenega okolja ter ekonomske, politično-pravne in tehnološke faktorje.

Slika 8: Tradicionalna kultura avtomobilnosti – utrjevanje odvisnosti od avtomobila

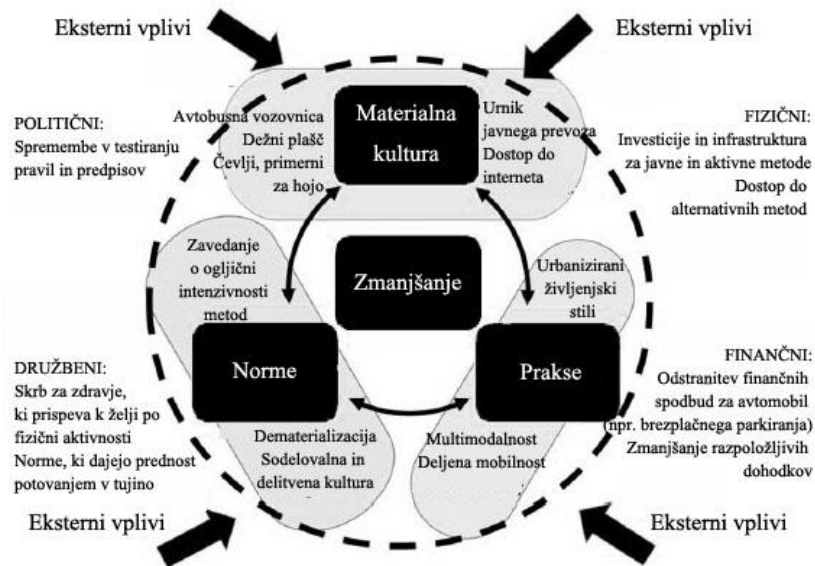


Vir: D. Hopkins & J. Stephenson, *The replication and reduction of automobility: Findings from Aotearoa, New Zealand, 2016.*

Uvedeta koncept **mobilnostne kulture**, ki pravi, da je kulturni vpliv na posameznikovo mobilnost posledica vsakodnevnih **praks** (npr. vsakodnevne aktivnosti, povezane z mobilnostjo), **norm** (npr. pričakovanja glede mobilnosti) in **materialne kulture** (npr. dostop do vozil, kot sta avtomobil in kolo, ali lastništvo le-teh). Na omenjene vplivajo **eksterni faktorji**, nad katerimi ima oseba malo ali nič vpliva, mednje pa sodijo obstoj prometne infrastrukture, cena goriva in zakonodaja. Okvir predvideva, da se odvisnost od avtomobila utrjuje, ko so vsi trije elementi mobilnostne kulture nagnjeni k avtomobilnosti, sprememba katerega od elementov pa lahko zmanjša odvisnost od avtomobila in pripomore k odmiku ostalih dveh elementov od avtomobilnosti. Eksterni vplivi lahko prav tako zaklenejo kulturo odvisnosti od avtomobila ali pa vplivajo na spremembo internih elementov. Sliki 8 in 9 predstavljata mobilnostno kulturo in eksterne vplive (politične, fizične, finančne in družbene), ki naj bi nanjo izvajali pritisk v dveh scenarijih: v primeru utrjevanja ali zmanjševanja avtomobilnosti. Ta dinamičen odnos med eksternimi in internimi elementi je prikazan s prekinjeno črto. Slika 8 prikazuje tradicionalno kulturo avtomobilnosti. V materialni kulturi dominirata obstoj voznškega dovoljenja in lastništva avtomobila. V povezavi s tem je izbira lokacije prebivališča manj omejena z bližino dela, šole ali prostočasnih dejavnosti, bolj pomemben pri izbiri metode potovanja pa je obstoj parkirnih mest. Ta logika lahko krepi odvisnost od avtomobila, ker bodo geografsko oddaljene lokacije prispevale k potrebi po vožnji in zmanjšale možnost iskanja alternativnih metod. Če bi infrastruktura spodbujala uporabo alternativnih metod pred osebnim avtomobilom, bi to

lahko prispevalo k destabilizaciji tradicionalne mobilnostne kulture. Pridobitev vozniškega dovoljenja pri mladih je zaznana kot neke vrste iniciacijski obred v odraslost, zato starši pogosto finančno podpirajo otroke pri urah vožnje in zagotavljanju vozila (Hopkins & Stephenson, 2016).

Slika 9: Nastajajoča kultura multimobilnosti – zmanjševanje odvisnosti od avtomobila



Vir: D. Hopkins & J. Stephenson, *The replication and reduction of automobility: Findings from Aotearoa, New Zealand, 2016.*

Medtem ko tradicionalna kultura povezuje svobodo in avtomobilnost, nastajajoča ponuja drugačno doživetje svobode, ki spodbuja novo multimodalno kulturo (Slika 9). Vključuje različne predmete, ki pozitivno prispevajo k multimodalnosti ali preferenci po aktivnih metodah in javnem prometu, kot so kolesa, dežni plašči, avtobusne vozovnice in čevlji, primerni za hojo, pa tudi internetna povezava. Na lokacijo prebivališča lahko vpliva bližina ključnih lokacij (npr. dela, šole) in dostop do javnega prevoza. Eksterni kontekst, ki deluje kot podpora, mora zagotoviti, da nastanitev in prometna infrastruktura omogočata sprejemanje teh mobilnostnih odločitev. Norme, ki podpirajo nastajajočo multimodalno kulturo, so zavedanje o ogljični intenzivnosti, težnja po povečanju fizične aktivnosti in dematerializaciji. Pri izbiri multimodalnih metod morajo potniki pred samim potovanjem razmisliti o poti in kombinaciji različnih metod, medtem ko proces pri uporabi avtomobila poteka povsem avtomatsko in zahteva manj vključevanja (Hopkins & Stephenson, 2016).

### 1.3.3 Odziv različnih segmentov – okoljevarstvena komponenta

Hagman (2003) je preučeval uporabnike avtomobilov in način, na katerega ti dojemajo njihove prednosti in slabosti. Odkril je, da so lahko tako ene kot druge predstavljene na različen način. Prednosti, kot so svoboda, fleksibilnost in časovni prihranek, kakor tudi

nekatero slabosti, kot so stroški, so vedno osebne in rezultat osebnih izkušenj. Slabosti, ki zadevajo vpliv na okolje, pa so ponavadi predstavljene kot del javnega diskurza. Pri tem je pomembno, da respondenti, četudi se strinjajo, da bi se uporaba avtomobilov v glavnem morala zmanjšati zaradi okoljevarstvenih problemov, sami ne razmišljajo o zmanjšanju osebne uporabe avtomobila.

Anable (2005) na podlagi teorije odnosov s poudarkom na dodatnih dejavnikih (skrb za okolje, vključevanje v vedenje v korist okolju in moralna obveza) odkrije šest psihografskih skupin z različnim potencialom za spremembo (opisane v Tabeli 5). Segmenti se razlikujejo glede na dejavnike, ki predstavljajo gonilo in omejitev uporabe alternativ, in najboljše možnosti strategije – te so lahko trde ali mehke. Vsako skupino združuje kombinacija preferenc, pogledov na svet in odnosov, ki kažejo na to, da morajo biti različne skupine obravnavane različno, da bi optimizirali možnosti vplivanja na vedenje – izbiro metode. Enako vedenje je lahko posledica različnih razlogov, prav tako pa lahko enaki odnosi (npr. pozitiven odnos do okolja) vodijo k različnim vedenjem (npr. zmanjšanje uporabe avtomobila ali ne). Štiri skupine predstavljajo lastniki avtomobilov, dve pa nelastniki. Segmenti, ki združujejo lastnike avtomobilov, kažejo na različno psihološko navezanost na avtomobil, občutek odgovornosti za spremembe v okolju zaradi njegove uporabe in zaznavo vedenjskega nadzora nad uporabo alternativ. Te variable vplivajo tudi na nelastnike avtomobilov, vendar so dejavniki dejanskega nadzora v teh skupinah odvisni od starosti in prihodka. Socio-demografski dejavniki niso imeli pomembnejše vloge. Edina spremenljivka, ki je imela vpliv, je bila izobrazba – tako so nadobudni okoljevarstveniki najvišje izobražen segment, zadovoljni odvisniki od avtomobila pa najmanj. Zadržani vozniki so starejši, med njimi je več upokojenih, v gospodinjstvu pa imajo manj otrok. V Tabeli 5 je tudi naslednja najboljša metoda, ki bi jo izbrali, če bi se na enodnevno potovanje odpravili brez avtomobila (Anable, 2005).

#### **1.4 Skrb za okolje in razvoj trajnostne mobilnosti**

Goodwin (2010) kot prvo negativno posledico avtomobilnosti opredeli vpliv na klimatske spremembe, saj je avtomobilnost ključen vir emisij ogljikovega dioksida. Motorna vozila proizvedejo eno petino globalnih izpustov ogljikovega dioksida, povezanih z energijo (Dauvergne, 2008, str. 57). Tudi Mednarodni transportni forum (2016) pri OECD poroča, da transport trenutno ustvari 23 odstotkov izpustov fosilnih goriv, pričakujejo pa, da se bo delež v prihodnosti povečal. Avtomobili v večji meri temeljijo na uporabi neobnovljivih virov energije, motorji z notranjim izgorevanjem pa so v primerjavi z ostalimi metodami prevoza (z avtobusom in vlakom, merjeno v kalorijah na prevožen kilometer na potnika) manj učinkoviti pri pretvarjanju goriva v uporabno energijo (Freund & Martin, 1993). Ta energija ni učinkovito uporabljena, saj avtomobili prevažajo premalo ljudi – na vožnjo le 1,5 potnika (McKinsey Center for Business and Environment, 2015, str. 18). Sama proizvodnja avtomobilov zahteva veliko virov in letno proizvede na milijone ton odpadkov, avtomobili pa zahtevajo tudi veliko prostora za ceste in ostalo infrastrukturo (Freund & Martin, 1993).

Tabela 5: Psihografski segmenti (potencial za uporabo alternativ in možnosti strategij)

Segment	Gonilo uporabe alternativ	Omejitve uporabe alternativ	Potenc. menjava	Možnosti strategij	Naslednja najljubša metoda
<b>Ne-zadovoljni vozniki</b>	Zastoji (negativen odnos do avtomobilov), moralna obveza do manjše uporabe avtomobila, pozitivne značilnosti javnega prevoza	Zaznava nadzora, psihološka navezanost na avtomobil, šibka zaznava učinkovitosti dejanj posameznikov	Zmerna	Sporočila, ki utrjujejo moralno obvezanost in pozitivne značilnosti javnega prometa (novost, pokrajina) in negativne aspekte avtomobila (zastoji, stres)	Javni prevoz
<b>Zadovoljni odvisniki od avtomobila</b>	Pozitivne značilnosti javnega prevoza, nekatere indiferentnosti do avtomobila	Psihološka navezanost na avtomobil, pomanjkanje moralne obveze, pomanjkanje informacij o stroških uporabe avtomobila	Nizka	Izobraževanje o negativnih učinkih in finančnih stroških uporabe avtomobila, promocija prednosti javnega prevoza (stroškovna učinkovitost, sprostitev)	Kolesa v okviru javnega prevoza
<b>»Die hard« vozniki</b>	/	Šibka zaznava nadzora, pomanjkanje moralne obveze, močne vedenjske in družbene norme (prepričanje o ustvarjanju trendov in slaba predstava o uporabnikih avtobusov), močna navezanost na avtomobil, nenaklonjen odnos do vseh alternativ	Zelo nizka	Oslabitev stereotipnih predstav o uporabnikih javnega prevoza, trde mere potiska (nefiskalne)	/
<b>Nadobudni okolje-varstveniki</b>	Visoke moralne norme, močna zaznava učinkovitosti, pozitiven odnos do javnega prevoza, nekatera negativna stališča do avtomobila, tendenca k postavljanju vzora za druge	Močna zaznava nadzora, dejanski nadzor (pomanjkanje priložnosti za uporabo alternativ v nekaterih primerih), pomanjkanje znanja o lokaciji obstoja alternativ	Visoka	Promocija pozitivnih aspektov alternativ (zdrava aktivnost, avantura, zabavno za otroke), učinek posameznika na spremembe, varstvo okolja, promocija alternativ, informacije bodo uporabljene	Kolesa v okviru javnega prevoza
<b>Aktivisti brez avtomobilov</b>	Visoka moralna norma, močna zaznava učinkovitosti in nadzora, pozitivne vedenjske in subjektivne norme, pozitiven odnos do javnega prevoza, odpor do avtomobila	Dejanski nadzor (pomanjkanje alternativ in nekateri s starostjo in telesno pripravljenostjo povezani problemi, npr. pri kolesarjenju)	Zelo visoka	Zagotovitev alternativ avtomobilu, informacije bodo uporabljene, utrjevanje sporočila o okolju, pozitivnih aspektov javnega prevoza in kolesa (zabava, sprostitev itd.)	Kolesa v okviru javnega prevoza
<b>Zadržani vozniki</b>	Brez lastništva avtomobila (dejanske kontrole), zmerna moralna obvezanost k manjši uporabi avtomobila in nekaj pozitivnih pogledov na javni prevoz	Slabo zaznan nadzor, naklonjenost potovanjem z avtomobilom	Visoka	Komunikacija pozitivnih atributov alternativ (družabnost, sprostitev), zagotovitev informacij o alternativah	Avtobusni javni prevoz

Vir: J. Anable, 'Complacent car addicts' or 'aspiring environmentalists'? Identifying travel behaviour segments using attitude theory, 2005, str. 66–67.

Negativni vplivi se kažejo v človeškem zdravju, saj se tveganje za pljučne bolezni, prekomerno težo in smrtne poškodbe poveča v družbah, ki so definirane z avtomobili (Dauvergne, 2008, str. 51). Nekateri zagovarjajo celo tezo, da je domača potrošnja goriva glavni dejavnik v nacionalni skrbi za energetske varnost, s čimer postane avtomobilnost vzrok za mednarodne geopolitične napetosti (Dalby & Paterson 2009; Goodwin, 2010).

Uveljavlja se tudi uporaba alternativnih goriv, vendar pa takšna vozila trenutno predstavljajo le manjši delež. Mednarodna agencija za energijo (2013) zapiše, da cilji vlad širom sveta vključujejo zmanjšanje odvisnosti od nafte in zmanjševanje emisij ogljikovega dioksida za celotno rabo energije, vključno s transportnim sektorjem. Nadaljuje, da se avtomobilska industrija zaveda, da je določena stopnja elektrifikacije pogonskih sistemov nujna za doseganje ciljev izpustov ogljikovega dioksida, zaradi česar se hitro spreminja tudi krajina hibridnih in električnih vozil. Na voljo so električna vozila, ki se napajajo iz električnega omrežja, in električna akumulatorska vozila, prav tako je v izgradnji infrastruktura za napajanje (Mednarodna agencija za energijo, 2013).

V okviru projekta **Srednjeevropski zeleni koridorji** je pri nas potekal projekt Zeleni koridorji Slovenije, katerega cilj je bil vzpostaviti gostoto mrežo hitrih polnilnic za električna vozila na avtocestnem križu do konca leta 2015. Poleg Slovenije so sodelovale še Avstrija, Slovaška, Nemčija in Hrvaška. Skupaj je bilo nameščenih 115 sodobnih hitrih polnilnic, od tega 26 v Sloveniji (Sistemski operater distribucijskega omrežja z električno energijo – SODO, 2015).

**Elektromobilnost** je trenutno v zgodnji fazi, vendar pa se raziskave in razvoj osredotočajo na povečanje udobja uporabnikov in povečanje uporabe. Glavna kratkoročna cilja sta povečanje kapacitete akumulatorja in zmanjšanje stroškov. Sporazum IA-HEV o uporabi hibridnih in električnih tehnologij in programov združuje 18 držav<sup>10</sup>, ki glede na trenutne izkušnje v elektromobilnosti izpostavljajo 4 vidike, pomembne za uspešno uporabo: časovni okvir, vključenost vseh deležnikov, odstranitev negotovosti in finančna privlačnost električnih vozil. Dejanska uporaba je odvisna tudi od drugih dejavnikov, kot so npr. vladne prioritete, gostota in razporeditev prebivalstva, dostopnost (obnovljive in čiste) elektrike in gospodarsko stanje. V ZDA je npr. prodaja hibridnih in električnih vozil predstavljala 6–7 odstotkov celotne prodaje avtomobilov v letu 2012, na Nizozemskem pa 4–5 odstotkov (Mednarodna agencija za energijo, 2013). Prodaja zelenih vozil je v razmahu na Norveškem. Električni in hibridni avtomobili so v letu 2016 predstavljali 29 odstotkov vseh kupljenih avtomobilov. Spodbude države predstavljajo davčne ugodnosti, oprostitev cestnin, brezplačen prevoz s trajektom čez fjorde, brezplačno parkiranje v mestih in uporabo avtobusnih pasov za vozila z ničnim izpustom. Slediti bo moral še razvoj infrastrukture, saj

---

<sup>10</sup> Avstrija, Belgija, Kanada, Danska, Francija, Nemčija, Irska, Italija, Južna Koreja, Nizozemska, Portugalska, Španija, Švedska, Švica, Turčija, Združeno kraljestvo in ZDA.

večina urbanih prebivalcev živi v stanovanjih in avtomobila ne more napolniti doma (The Economist Newspaper Limited, 2017).

Povezave med gorivom, avtomobili, mobilnostjo in razcvetom človeštva pogosto doživljamo kot povsem naravne, ne da bi se zavedali negativnih učinkov. Tako se nam zdi npr. tudi izkušnja na bencinskih črpalkah popolnoma naraven del vsakdanjega življenja. Goodwin (2010) pravi, da jih prav zato, ker so te povezave posledica človeških odločitev, ne smemo jemati kot samoumevne. Njihova prekinitev bi lahko imela močne okoljevarstvene posledice (Goodwin, 2010):

1. **Prekinitev povezave med gorivom in avtomobilom** (npr. s hibridnimi vozili) bi vodila k zmanjšanju emisij ogljikovega dioksida. Gre za tehnološki problem, ki ga lahko rešimo z inovacijami znotraj panog in državnimi ali globalnimi cenovnimi signali. Tudi podjetja vse bolj vlagajo v elektromobilnost in druge alternativne vire.
2. **Prekinitev povezave med avtomobili in mobilnostjo** (npr. z uporabo koles in javnega prometa) bi zmanjšala materialni učinek proizvodnje, uporabe in zavrženja avtomobilov. Gre za globlji in dolgotrajnejši problem, sprememba pa je potrebna bolj v okolju kot v avtomobilih samih; zadeva lokalne in državne upravne organe, urbaniste, razvijalce in organizacije civilne družbe. Regije in mesta po svetu so tako razvila hiter avtobusni tranzitni sistem (npr. Curitiba, Brazilija), japonska mesta so povezana z omrežjem hitrih vlakov, sistemi souporabe koles so uveljavljeni širom sveta, mesta pa določena območja tudi povsem zapirajo za promet in jih namenjajo pešcem (več v poglavju 1.4.3).
3. **Prekinitev povezave med mobilnostjo in razcvetom človeštva** bi bila najtežavnejša, ker se ob tem zastavlja tudi vprašanje, ali večja mobilnost res označuje bolj kakovostno življenje. Močno bi vplivala na uporabo virov, saj so vse oblike prevoza (tudi kolesa) ustvarjene skozi pridobivanje in proizvodnjo kovin, plastike, barv in številnih drugih materialov, kar pusti posledice v našem ekosistemu. Mnogi verjamejo, da obstaja močna psihološka povezava med svobodo in gibanjem ter da je avtomobil tehnološki podaljšek svobodnega gibanja. Moderno mišljenje pogosto predvideva, da je želja po večji mobilnosti neločljivo povezana s človeško naravo. Goodwin (2010) meni, da je slednje bolj posledica industrije kot narave in izpostavlja tudi alternativni pogled, ki temelji na prednostih bližine in lokalnosti. Ljudje niso vedno potovali iz želje, ampak v glavnem zaradi potrebe. Preskok se je zgodil, ko smo se začeli dnevno voziti med domom in delom ali šolo ter z razvojem turizma. Povezava z napredkom se je povečala z moderno kapitalistično težnjo po dostopanju do trgov, zaradi česar se je izboljšala tudi infrastruktura (z avtocestami, kanali, prekopi itd.). Veliko občin in vlad razvija novo vizijo življenja v skupnostih, ki so bolj povezane in kjer lahko prebivalci razdaljo do dela, zdravnikov, trgovin in rekreacijskih aktivnosti tudi prehodijo. V tem kontekstu prekinitev tretje vezi ne pomeni zaviranja mobilnosti in potovanja, temveč bolj premislek, ali na dnevni bazi večja mobilnost res pripomore k večji blaginji ali pa bi bilo priročneje, če bi bile najpomembnejše destinacije na dosegu brez avtomobila.

Globalne klimatske spremembe predstavljajo izziv za današnje gospodarstvo. Posledice avtomobilnosti so problematične na svetovni ravni, sprememba pa je zelo kompleksna. Ne nanaša se namreč le na svetovne energetske trge in največje svetovne panoge, ampak tudi na kulturne izkušnje milijard ljudi po svetu. Tudi ko identificiramo glavne izvore emisij ogljikovega dioksida, je njihova odprava problem, saj je povezava med avtomobili, ki jih poganjajo fosilna goriva, in mobilnostjo vtkana globoko v nas (Goodwin, 2010, str. 60).

#### 1.4.1 Usmeritve institucij

**Okvirna konvencija Združenih narodov o spremembi podnebja** je stopila v veljavo marca 1994, do danes pa jo je sprejelo 197 držav pogodbenic. Njen namen je bil preprečiti nevarne motnje, ki jih povzročajo ljudje, in s tem stabilizirati koncentracijo toplogrednih plinov v atmosferi. V povezavi s Konvencijo je bil leta 1997 podpisan **Kjotski protokol**, v okviru katerega so se članice zavezale k postavitvi mednarodno zavezujočih ciljnih vrednosti za zmanjšanje emisij, veljati pa je začel leta 2005. Novembra 2016 je začel veljati **Pariški sporazum**, ki v boju proti podnebnim spremembam združuje skoraj vse svetovne države, pri čemer nudi večjo podporo državam v razvoju. Cilj je ohraniti dvig svetovne temperature pod dvema stopinjama Celzija v primerjavi s predindustrijskem nivojem. Sporazum obravnava vse povzročitelje toplogrednih plinov, pri čemer ima pomembno vlogo tudi transport (Združeni narodi, b.l.).

Smernice Mednarodnega transportnega foruma (2016) poudarjajo okoljevarstveni vidik. Kot cilj si zastavljajo popolno dekarbonizacijo transporta do 2050, ne da bi ob tem žrtvovali dostop in možnosti, ki jih ta ponuja. To pomeni, da mora transport še vedno združevati skupnosti in omogočati uspešno gospodarstvo.

Tudi Evropska komisija se je v okviru Pariškega sporazuma zavezala k čistejšemu cestnemu prometu. V strategiji za nizkoemisijsko mobilnost je za cilje postavila (Evropska komisija, 2016c):

1. povečanje učinkovitosti prometnih sistemov z uporabo digitalnih tehnologij, pametne cenovne politike in spodbudo k premiku k sredstvom prevoza z manjšimi emisijami;
2. pospešitev uporabe nizkoemisijske alternativne energije za prevoz, kot so napredna biogoriva, električna, vodik in obnovljiva sintetična goriva ter odstranitev ovir za elektrifikacijo prevoza;
3. premik proti vozilom z ničnimi emisijami, ki po eni strani vključuje izboljšanje motorjev z notranjim izgorevanjem, hkrati pa pospešuje premik k vozilom z nizkimi (hibridna vozila) ali ničnimi emisijami (električna vozila in vozila na gorivne celice, npr. na vodikov pogon).

EU po implementaciji pričakuje boljšo kakovost zraka in zmanjšanje ravni hrupa. Potrošniki bodo lahko uporabljali bolj učinkovita vozila z manjšo energijsko porabo, dostopali do boljše

infrastrukture za alternativna goriva in izkoristili boljše povezave med različnimi načini prevoza. Vključitvi digitalnih tehnologij bodo sledile večja varnost, zmanjšane zamude in s tem povezani stroški. Boljše informacije bodo omogočile bolj informirane odločitve za dnevne mobilnostne potrebe, med drugim bo pregledano označevanje avtomobilov, prednosti alternativnih goriv pa bodo jasnejše (Evropska komisija, 2016c).

Veliko vlogo igrajo mesta ter spodbujanje multimodalne mobilnosti in aktivnosti, kot sta kolesarjenje in hoja. S tem se ujemajo predlagane rešitve za nastanek pametnih mest, ki natančno opredeljujejo pozitivne učinke. Pri povečanju učinkovitosti lahko dodatno izpostavimo zmanjšanje mobilnostne revščine, predvsem za vozače, ki so odvisni od avtomobila v prvih in zadnjih kilometrih. Kombinacija javnega prevoza in (e-)delitvenih sistemov naj bi namreč vključila tudi njih. Prednost bo zmanjšanje javnega prostora, ki ga zavzemajo avtomobili, izboljšana kakovost življenja meščanov in izboljšanje zdravja s podpiranjem družbene participacije meščanov, izboljšale pa naj bi se tudi ekonomske možnosti (Evropska komisija, 2013).

Poročilo o razvoju javnega prevoza v slovenskih mestih pravi, da ga je mogoče razviti v okviru načrtov za trajnostno mobilnost v mestih na ravni občin in regij (Evropska komisija, 2016b, str. 63):

»To bo prispevalo tudi k zmanjšanju visokega deleža emisij iz prometa in izboljšanju kakovosti zraka v mestih. Načrti mobilnosti bi prispevali tudi k oblikovanju strateške podlage za celostne teritorialne naložbe, ki predstavljajo pomembno orodje za trajnostni razvoj mest in pomemben element kohezijske politike za obdobje 2014–2020.«

#### **1.4.2 Celostna prometna strategija v slovenskih občinah**

Ministrstvo za infrastrukturo (2015) je oktobra 2015 objavilo javni razpis o sofinanciranju operacij **Celostne prometne strategije**. Tako je slovenske občine pozvalo k vzpostavitvi trajnostnega načrtovanja prometa in oblikovanju strategij za dodelitev nepovratnih sredstev. Razpis se bo izvajal v okviru Operativnega programa za izvajanje Evropske kohezijske politike v obdobju 2014–2020. Nanaša se na prednostno os »Trajnostna raba in proizvodnja energije in pametna omrežja« in prednostno naložbo »Spodbujanje nizkoogljičnih strategij za vse vrste območij, zlasti za urbana območja, vključno s spodbujanjem trajnostne multimodalne urbane mobilnosti in ustreznimi omilitvenimi prilagoditvenimi ukrepi«.

Ministrstvo za infrastrukturo (2015) kot predmet sofinanciranja opredeli operacije, ki bodo prispevale k:

- razvoju urbane mobilnosti: izboljšanju kakovosti zraka v mestih in boljši povezanosti urbanih območij z njihovim zaledjem;
- zmanjšanju prometnih zastojev;
- izboljšanju kakovosti življenjskega prostora v urbanih območjih in



- povečanju prometne varnosti.

S celovitim pristopom načrtovanja in izvajanja naložb na področju trajnostnega urbanega razvoja se ukvarja mehanizem Celostnih teritorialnih naložb (v nadaljevanju CTN). Ta v Sloveniji predstavlja izvedbo določil Uredbe EU, ki določa, da se najmanj 5 odstotkov sredstev Evropskega sklada za regionalni razvoj, dodeljenih na nacionalni ravni v okviru cilja »naložbe za rast in delovna mesta«, dodeli celostnim ukrepom za trajnostni urbani razvoj. Za 11 mestnih občin v Sloveniji, ki so oblikovale urbane trajnostne strategije, je tako namenjenih 112 milijonov evrov nepovratnih evropskih sredstev in dobrih 27 milijonov evrov nepovratnih sredstev iz državnega proračuna. MOL pričakuje sofinanciranje projektov po prednostnih nalogah – med temi je tudi razvoj trajnostne mobilnosti v vrednosti 5,27 milijonov evrov (MOL, 2017a). Mesta se v okviru CTN med drugim usmerjajo v revitalizacijo, povečanje atraktivnosti, krepitev gospodarskih funkcij, ustvarjanje pogojev za trajnostno mobilnost, večjo socialno vključenost prebivalcev in izboljšanje kakovosti bivanja v mestih. Podprte bodo naložbe, ki v največji meri prispevajo k uresničevanju ciljev trajnostnih urbanih strategij posameznega mestnega območja in k uresničevanju ciljev ter kazalnikov že omenjenega Operativnega programa za izvajanje evropske kohezijske politike v programskem obdobju 2014–2020 (Evropski strukturni in investicijski skladi, b.l.).

MOL je v okviru spletne javne razprave o oblikovanju celostne prometne strategije največ pobud prejela za izboljšanje kolesarske infrastrukture, veliko pa tudi za ureditev razmer za pešce. MOL sporoča, da rezultati ankete kažejo veliko naklonjenost trajnostnemu načrtovanju prometa med Ljubljanci, saj se 82 odstotkov anketirancev strinja s tem, da naj prometna politika Ljubljane »na eni strani spodbuja uporabo trajnostnih oblik mobilnosti, kot so hoja, kolesarjenje in javni prevoz tako, da na drugi strani omejuje osebni motorni promet« (MOL, 2017b). Številni sodelujoči naj bi izrazili željo po vzpostavitvi več »varnih povezav za pešce in kolesarje ter po nadaljnjem prilagajanju notranjega cestnega obroča nemotoriziranemu prometu« (Rokavec, 2017).

### **1.4.3 Kopenhagenizacija – umikanje avtomobilov iz centrov mest**

V mestni mobilnosti se pojavlja t.i. kopenhagenizacija (angl. *copenhagenization*), ki se nanaša na izginjanje avtomobilov iz centrov mest in prilagajanje mest pešcem, kolesarjem in uporabnikom javnega potniškega prometa. Trend se imenuje po danskem glavnem mestu, njegovi ambasadorji pa spodbujajo uporabo koles za osebni prispevek prebivalcev k boju proti diabetesu, kardiovaskularnim boleznim, globalnemu segrevanju, okoljevarstvenim problemom in zastojem v mestih. Sam koncept izhaja iz sedemdesetih let in naftne krize, ko je Danska začela uvajati nedelje brez avtomobila, zaradi česar je veliko ljudi začelo uporabljati kolesa. Povečana uporaba koles na Danskem je povezana z dobro infrastrukturo, zaradi katere naj bi se kolesarji počutili varne in dobrodošle (široke steze, od avtomobilov zaščitene z robniki, »hitre ceste« za kolesarje z zelenimi valovi, kar pomeni, da se morajo le redko ustaviti, zelena luč, ki se za kolesarje prižge nekoliko prej in jim daje občutek

prednosti, nagnjeni koši, v katere lahko smeti odvržejo med vožnjo itd.), pa tudi s komunikacijo dolgoročnih prednosti. Ulice, ki so bile nekoč polne avtomobilov, se spreminjajo v prostor za pešce in kolesarje (Steensig, 2014).

V Kopenhagnu so novembra 2016 na ulicah v centru mesta prvič opazili večje število koles kot avtomobilov, in sicer dnevno 265.000 koles v primerjavi z 252.600 avtomobili. Razlika med avtomobili in kolesarji se manjša tudi v Londonu – število avtomobilov, ki vstopajo v mesto v jutranji prometni konici, je med leti 2004 in 2014 padlo z 86.000 na 65.000, medtem ko se je število koles povečalo z 14.000 na 36.000. Na Nizozemskem kolesarski promet že prednjači pred avtomobilskim. V Amsterdamu v mestnem jedru s kolesi poteka 48 odstotkov vseh potovanj, v Groningenu pa 61 odstotkov. Po drugi strani pa se je npr. v Pekingu uporaba koles med leti 1986 in 2010 zmanjšala z 60 na 17 odstotkov, medtem ko se je v zadnjih 16 letih lastništvo avtomobilov več kot štirikrat povečalo zaradi visokega statusa avtomobila. Danci poudarjajo tudi cenovni vidik – v zadnjih 12 letih znaša vlaganje v kolesa polovico stroška ene prometne obvoznice na severu mesta (Cathcart-Keays, 2016). Najnovejši cilj v Kopenhagnu je izgradnja super hitrih cest za kolesa, ki bodo povezala tudi okoliška predmestja. Mesto se je zavezalo postati ogljično nevtralno do 2025 (Garfield, 2017).

Za zmanjšanje števila avtomobilov si prizadevajo tudi številna druga mesta. Po poročanju Svetovnega ekonomskega foruma namerava Madrid do leta 2025 v mestu prepovedati dizelske avtomobile, do leta 2019 pa bodo imeli na glavno avenijo v mestu vstop samo kolesa, avtobusi in taksiji. 24 najbolj zaposlenih ulic bo namesto za vožnjo preoblikovanih za hojo. Oslo namerava do leta 2019, kar je 6 let pred norveško prepovedjo po celotni državi, avtomobilom trajno prepovedati vstop v mestno jedro. Mesto bo investiralo v javni prevoz in nadomestilo 50 kilometrov cest, predhodno namenjenih predvsem avtomobilom, s kolesarskimi stezami. V kitajskem mestu Chengdu bodo zgradili stanovanjsko naselje, ki bo z razporeditvijo ulic omogočalo, da bodo prebivalci vsako destinacijo dosegli v 15 minutah hoje, hoja pa bo bolj priročna kot vožnja. Hamburg namerava uveljaviti hojo in kolesarjenje kot prevladujoči metodi transporta. Projekt naj bi z »zelenim omrežjem« povezal površine, ki jih lahko ljudje dosežejo brez avtomobilov. Do 2035 naj bilo tako pokritih 40 odstotkov Hamburga, vključno s številnimi parki, igrišči, športnimi površinami in pokopališči. V Parizu od junija 2016 avtomobili, starejši od leta 1997, ob delovnikih ne smejo v center mesta. Mesto namerava do leta 2020 tudi podvojiti število kolesarskih stez in določene ulice omejiti le za električne avtomobile. Tudi Atene bodo za izboljšanje kakovosti zraka do leta 2025 prepovedale dizelske avtomobile v centru mesta. V Londonu dizelskim avtomobilom v določenih delih mesta ob prometnih konicah za vstop zaračunajo »pristojbino za zastoje«, ki znaša od 10,5 do 14 britanskih funtov. Bruselj ima drugo največje območje brez avtomobilov v Evropi, za Kopenhagnom. Z 2018 bodo dizelski avtomobili, narejeni pred 1998, tudi tu prepovedani. Prebivalci Vancouvra od 2015 opravijo polovico vseh potovanj peš, s kolesom, avtobusom ali podzemno železnico. Mesto več prostora na ulicah namenja pešcem in kolesarjem in spodbuja potovanja z javnim prevozom. V New Yorku sicer ne načrtujejo prepovedi avtomobilov, vendar pa število con za pešce povečujejo s programi

souporabe koles, podzemne železnice in avtobusov. Mesta skušajo število avtomobilov v centrih zmanjšati tudi tako, da na določene dneve prepovedujejo vstop na podlagi številke registrske tablice, uvajajo pa tudi kratkoročne ukrepe, kot so dnevi brez avtomobila, mesec z nedeljami brez avtomobila itd. (Garfield, 2017). Model so torej začela prevzemati tudi druga mesta po svetu, pri čemer je uspeh odvisen od infrastrukture, pa tudi od družbene in psihološke vloge, ki je pripisana avtomobilu.

### **1.5 Politično-pravne smernice**

Zakonodaja na področju sodelovalnega gospodarstva je v številnih državah še nejasna. Evropska komisija je sodelovalnemu gospodarstvu naklonjena, zato je junija 2016 predstavila smernice za lažjo vključitev podjetij in javnih organov. Zaključuje, da lahko novi poslovni modeli pomembno prispevajo k ustvarjanju delovnih mest in rasti, če se bodo spodbujali in razvijali odgovorno. Ker se različni nacionalni in regionalni organi z regulativnimi ukrepi odzivajo razdrobljeno, ustvarjajo »negotovost za tradicionalne izvajalce dejavnosti, ponudnike novih storitev in potrošnike ter lahko ovirajo inovacije, ustvarjanje delovnih mest in rast«. Smernice obsegajo ureditev zahtev za dostop do trga, kakršna je obveznost pridobitve dovoljenj in licenc. Ta obveznost naj bi veljala samo takrat, ko je nujno potrebna za doseganje pomembnih ciljev javnega interesa, popolna prepoved naj bi bila le skrajni ukrep: »Za platforme ne bi smela veljati obveznost pridobitve dovoljenj ali licenc, če delujejo le kot posrednik med potrošniki in tistimi, ki dejansko opravljajo neko storitev,« kot je npr. prevoz. Države članice naj bi npr. z uvedbo pragov glede obsega dejavnosti razlikovale med posameznimi državljani, ki storitve opravljajo občasno, in poklicnimi ponudniki storitev. Smernice ponujajo usmeritve glede odgovornosti v primeru težav, zaščite potrošnikov, obstoja delovnega razmerja in davčnih pravil, pri čemer določajo, da morajo platforme tako kot vsi drugi udeleženci v gospodarstvu za sodelovanje plačevati davke (vključno z dohodnino, davkom od dohodkov pravnih oseb in davkom na dodano vrednost) (Evropska komisija, 2016a).

Uber v mestih, v katera vstopa, pogosto naleti na nasprotovanje taksistov. Prihod napoveduje tudi na slovenski trg, pri čemer bodo lahko vozniki samo podjetja ali samostojni podjetniki, ki bodo lastniki licence za prevoz potnikov, vsi dohodki pa bodo v celoti obdavčeni v Sloveniji (Mladina, časopisno podjetje d. d., 2016). Slovenska vlada je prihod pozdravila in podpisala pismo o nameri, hkrati pa izrekla nujnost prilagajanja zakonov. Ministrstvo za infrastrukturo je napovedalo pripravo predloga spremembe zakona o prevozih v cestnem prometu, ki naj bi bil korak naprej k sodelovanju z Uberjem, ne bo pa kršil pravic taksistov (Pavšič, 2016).

### **1.6 Povzetek teoretičnih izhodišč**

Odnos potrošnikov do izbire mobilnosti ni statičen, ampak se spreminja glede na različne dejavnike. Po pregledu literature sem v nadaljevanju strnila dejavnike, ki pomembno

vplivajo na odločitve o lastništvu osebnega avtomobila in uporabi alternativnih metod mobilnosti. Temeljijo na razdelitvi, ki jo podata Hopkins in Stephenson (2016), prilagojeni pa so z izsledki drugih raziskav. Prvi trije se nanašajo na posameznike, ostali štirje pa so v glavnem eksterni, zato posamezniki na njih nimajo večjega vpliva. Tabele od 6 do 12 pri vsaki vrsti dejavnikov povzemajo tiste, ki utrjujejo tradicionalno kulturo avtomobilnosti (+) ali pa jo izzivajo (–) in tako prispevajo k uporabi alternativnih oblik prevoza.<sup>11</sup>

### 1. Individualni/zaznavni dejavniki

Pomemben del odločitev o mobilnosti je odvisen od kognitivnih procesov in zaznav posameznika. Potovalno vedenje je v večji meri stvar navade, pri čemer gre za ponavljanje uveljavljenih vzorcev in poteka avtomatično, brez premisleka. Kognitivni procesi lahko vplivajo tudi z zavestnim načrtovanjem, ki ga imenujemo namera in je recipročno navadi (Lanzendorf, 2003; Salomon, 1983; Spears et al., 2013). Clauss in Döppe (2016) odkrijeta, da afektivne determinante pojasnijo ogromen delež variance izbire mobilnosti v faktorski analizi. Tako zaključita, da so instrumentalne determinante »higienski faktorji«, metod potovanja pa ne diferencirajo dovolj. Zaznava simboličnih determinant je odvisna od simboličnega pomena avtomobila v družbi in je tako tesno povezana z družbenimi dejavniki. Glede na afektivne determinante ima osebni avtomobil številne zaznane prednosti pred javnim prevozom. Multimodalne metode so sicer lahko dražje od javnega prevoza, nudijo pa več zasebnosti in so navadno okolju prijaznejše. Omogočajo manj avtonomnosti od osebnega avtomobila, a so cenejše. Tako izravnajo pomanjkljivosti javnega prevoza in osebnega avtomobila ter omogočajo hibridne metode potovanja. Multimodalne metode so v primerjavi z javnim prevozom in osebnim avtomobilom v kontekstu individualnosti zaznane občutno boljše – hibridni načini potovanja imajo edinstvene prednosti zaradi prilagoditve situaciji in posamezniku v urbanem prevozu (Clauss & Döppe, 2016; Susilo & Cats, 2014).

*Tabela 6: Zaznavni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo*

–	+
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nova zaznava svobode brez obremenitev, ki jih prinaša lastništvo avtomobila (stres vožnje, iskanje parkirnega mesta, povezani stroški itd.);</li> <li>• odločitve o nastanitvi, povezane z dostopom do ključnih destinacij z aktivnimi, javnimi ali alternativnimi metodami potovanja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• zaznan visok nivo storitve, spodbujanja zdravja in varnosti (Anable &amp; Gatersleben, 2005).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradicionalna percepcija svobode in neodvisnosti (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• čustvena funkcija; užitek v vožnji, zasebnost, osebna varnost, lahkota načrtovanja, fleksibilna izbira poti (Clauss &amp; Döppe, 2016);</li> <li>• instrumentalne funkcije; časovna učinkovitost (Susilo &amp; Cats, 2014).</li> </ul>

<sup>11</sup> Pri tem se nekateri dejavniki med seboj prepletajo in bi jih bilo mogoče uvrstiti v več kategorij.

## 2. Družbeni dejavniki

Večja možnost, da bomo premislili o opcijah in zavestno spremenili svoje vedenje, obstaja v določenih fazah v življenjskem ciklu in ob prelomnih dogodkih. Takrat namreč bolj intenzivno razmislimo o svojih potovalnih navadah. To so recimo starševstvo, prva zaposlitev, selitev itd. Sprememba je lahko povezana tudi z družbeno pričakovanimi normami, na primer z opravljanjem vozniškega dovoljenja kot iniciacijo v odraslost. Fried et al. (1977) življenjske dogodke vidijo kot notranje sile, ki vodijo spremembe v potovalnem vedenju. Poleg teh sta pomembna usmerjevalnika adaptacije tudi družbeni sloj in etnična pripadnost. Želeni življenjski stil in z njim povezane odločitve najbolj dolgoročno vplivajo na izbiro mobilnosti (Lanzendorf, 2003), pomembne pa so tudi družbene norme, družbena omrežja in aktivnosti, ki so za posameznika zahtevane za izpolnitev določene vloge v gospodinjstvu (Spears et al., 2013). Družba avtomobilu pripiše določene pomene, s čimer usmerja proces potovalnih odločitev. Voziti določen avtomobil lahko posamezniku pomaga oblikovati identiteto in jo signalizirati družbi (Edensor, 2004).

*Tabela 7: Družbeni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo*

–	+
<ul style="list-style-type: none"><li>• Družbene norme dajejo prednost aktivnim metodam potovanja kot zdravju in okolju bolj prijaznim odločitvam;</li><li>• pozitivno vrednotenje alternativnih metod prevoza;</li><li>• družbene norme urbanega življenja in zanašanje na javni prevoz in druge alternativne metode za potovanja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Avtomobil kot orodje za izgradnjo in signaliziranje identitete, avtomobil kot statusni simbol (Edensor 2004; Goodwin, 2010);</li><li>• prelomni dogodki: starševstvo poveča možnost nakupa prvega avtomobila (Clark et al., 2014);</li><li>• vozniško dovoljenje kot iniciacijski obred iz najstništva v odraslost;</li><li>• znanje vožnje kot nujno potrebna veščina (npr. za povečanje zaposljivosti);</li><li>• spodbude prijateljev, družine in partnerjev k opravljanju vozniškega dovoljenja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li></ul>

## 3. Okoljevarstvena ozaveščenost

Ekološki dejavniki se pogosto omenjajo kot racionalizacija zmanjševanja avtomobilnosti in uporabe okolju prijaznejših alternativ, zato jih izpostavljam kot samostojni faktor. Čeprav se posamezniki strinjajo, da ima uporaba avtomobilov škodljiv vpliv na okolje, to navadno ne zadostuje za spremembo vedenja (Anable, 2005; Hagman, 2003). Študije tako odkrivajo, da okoljevarstvena ozaveščenost za posameznike ne igra nujno pomembnega dejavnika (Spears et al., 2013), vendar pa je podpora strategijam trajnostne mobilnosti pomembna za njihovo uspešno delovanje.

Tabela 8: Okoljevarstveni dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo

–	+
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zavedanja o vplivih prometa na okolje in pomenu izbire načina prevoza za zmanjšanje obremenjenosti cest, zastojev, hrupa, izpustov ogljikovega dioksida (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• močna moralna obveza do manjše uporabe avtomobila (Anable, 2005).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pomanjkanje občutka osebne odgovornosti, šibka zaznava učinkovitosti dejanj posameznikov (Anable, 2005; Hagman, 2003);</li> <li>• nezavedanje ali nesposobnost prepoznavanja vpliva izbire metode potovanja na okolje: pojav tragedije skupne dobrine – posamezniki delujejo v lastnem interesu namesto v interesu skupnosti;</li> <li>• odvisnost od avtomobila kot praktičnega organizatorja vsakodnevnega življenja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• slaba predstava o uporabnikih javnega prometa (Anable, 2005).</li> </ul>

#### 4. Vgrajeno okolje

Spears et al. (2013) poudarjajo povezavo med kognitivnimi procesi in fizičnim okoljem. Vgrajeno okolje, ki omogoča uporabo alternativnih metod potovanja, je predpogoj za posvojitve vedenja pri potrošnikih. Ko pride do razhajanja med okoljem in potrebami, se pojavi stres, ki vodi v adaptacijo. Ta se izrazi kot poskus prilagoditve okolja ali prilagoditev okolju. Do neke mere lahko zmanjšanje lastništva avtomobila in pridobivanja vozniškega dovoljenja pojasnimo z urbanizacijo, saj imajo prebivalci urbanih okolij večji dostop do nižnih alternativnih oblik mobilnosti (soporne avtomobilov in koles, delitve prevozov itd.), ruralne regije pa so po drugi strani lahko omejene s prevelikimi razdaljami med lokacijami (s čimer se zmanjša privlačnost alternativnih metod potovanja) in storitvami javnega prevoza (Hopkins & Stephenson, 2016). Tako je pomembna lokacija prebivanja in razlikovanje med večjimi mesti ter zaledjem, ruralnim okoljem in mesti na periferiji, kjer javni prevoz in alternativne oblike mobilnosti niso razviti do točke, da bi pripomogli k večji učinkovitosti mobilnosti.

Tabela 9: Dejavniki vgrajenega okolja, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo

–	+
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selitev v središčno urbano območje (Prillwitz, Harms, &amp; Lanzendorf, 2006) in/ali prometne povezave, ki so pogoste, cenovno ugodne in kakovostne (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• enostaven dostop do alternativnih in multimodalnih metod mobilnosti;</li> <li>• dostopnost informacij, združene spletne platforme, enotne vozovnice, dostop do interneta (Evropska komisija, 2013).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Slab dostop do alternativnih metod potovanja;</li> <li>• pomanjkanje prometne infrastrukture in oskrbe za aktivne in javne metode potovanja;</li> <li>• razvoj naselij, ki zahtevajo potovanja z avtomobilom (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li> </ul>

## 5. Ekonomski dejavniki

V literaturi velja soglasje, da imajo finančni dejavniki pomembno vlogo pri potovalnem vedenju in njegovi adaptaciji. Dohodek, njegova porazdelitev in stroški različnih metod predstavljajo pomembne omejitve pri izbiri (Spears et al., 2013). Pri upoštevanju finančnih stroškov avtomobila so potrošniki pogosto pristranski, upoštevajo npr. le tekoče stroške vozila brez cestnin, zavarovanj in amortizacije ali pa so bolj občutljivi na podražitev vozovnic javnega prevoza in sistemov »parkiraj in se pelji« kot goriva (Gardner & Abraham, 2007; Arentze & Molin, 2013).

*Tabela 10: Ekonomski dejavniki, ki izzivajo (-) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo*

-	+
<ul style="list-style-type: none"><li>• Zavedanje o relativno višjih stroških lastništva avtomobila (nakup, registracija, zavarovanje, vzdrževanje, gorivo, cestnine in vinjete, parkirnine) v primerjavi z alternativnimi oblikami, visok strošek pridobitve vozniškega dovoljenja in nakupa avtomobila;</li><li>• večanje stroškov nakupa prvega doma;</li><li>• vse večji delež mladih, vključenih v terciarno izobraževanje – kasnejši stalni dohodki;</li><li>• drugačne prioritete pri porazdelitvi odhodkov (potovanja v tujino itd.) (Hopkins &amp; Stephenson, 2016; Delbosc &amp; Currie 2013).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Višje cene nepremičnin, ki prve kupce silijo v predmestja in dlje od kraja zaposlitve;</li><li>• nepovratne naložbe v nakup avtomobila;</li><li>• finančna pomoč družine pri pridobitvi vozniškega dovoljenja in avtomobil kot darilo;</li><li>• potreba po osebnem prevozu za delovno mesto ali za povečanje zaposljivosti;</li><li>• prednostno obravnavanje tradicionalnih izbir, nezainteresiranost za potovanja v tujino (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li></ul>

## 6. Politično-pravni dejavniki

Politično-pravno okolje postavlja okvir, ki delitveni ekonomiji omogoča obstoj. Zaradi spodbujanja delovnih mest in pozitivnih vplivov na okolje jo EU in posamezne države pod določenimi pogoji podpirajo. Kljub temu pa je v Sloveniji zakonodaja še neurejena.

*Tabela 11: Politično-pravni dejavniki, ki izzivajo (-) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo*

-	+
<ul style="list-style-type: none"><li>• Zaznana težavnost in časovni vložek pri pridobivanju vozniškega dovoljenja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li><li>• strategije za izboljšanje infrastrukture javnega prometa in alternativnih oblik mobilnosti.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nejasna ali neobstoječa zakonodaja o delitveni mobilnosti, ki omejuje multimodalne metode (Evropska komisija, 2016a);</li><li>• zaznana enostavnost in cenovna ugodnost pridobivanja vozniškega dovoljenja (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li></ul>

## 7. Tehnološki dejavniki

IKT omogoča razvoj in uporabo novih mobilnostnih konceptov. Inovacije spodbujajo trend delitve in uporabe, ki sloni na digitalizaciji. Slovenija je glede na usposobljenost prebivalstva in integracijo digitalnih tehnologij nad povprečjem EU, zaostaja pa po uporabi interneta, povezanosti in digitalnih javnih storitvah (Evropska komisija, b.l.b).

Tabela 12: Tehnološki dejavniki, ki izzivajo (–) in utrjujejo (+) tradicionalno kulturo

–	+
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razvoj IKT; širok dostop do interneta, uporaba pametnih telefonov in aplikacij, družbenih omrežij za dogovore o srečanjih in družbenih dogodkih;</li> <li>• nakupovanje preko spleta in zmanjševanje potrebe po osebnem avtomobilu za dostopanje do trgovin in prevoz težkega blaga (Hopkins &amp; Stephenson, 2016);</li> <li>• digitalna pismenost in široko razširjena uporaba IKT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dajanje prednosti osebnemu nakupovanju in nakupovalni centri izven mesta (Hopkins &amp; Stephenson, 2016).</li> </ul>

## 2 EMPIRIČNI DEL

### 2.1 Izhodiščne točke

#### 2.1.1 Hipoteze

Clauss in Döppe (2016) zaznavne determinante izbire mobilnosti razdelita na instrumentalne, simbolične in afektivne ali čustvene. Najpomembnejši faktorji vpliva na izbiro mobilnosti med urbanim prebivalstvom, ki jih na podlagi teh determinant identificirata, so afekt, priročnost, stres, individualnost, stroški in fleksibilnost, pri čemer afekt pojasni največji delež variance.

**H 1:** Največji delež variance med zaznavnimi determinantami izbire mobilnosti pojasnjuje faktor, ki združuje afektivne determinante.

Avtomobil je v številnih študijah predstavljen kot pomemben statusni simbol (Sperling & Gordon, 2009; Dauvergne, 2008), po drugi strani pa sta Clauss in Döppe (2016) med urbani potniki v nasprotju z večino študij odkrila odsotnost simbolične determinante, kar pojasnjujeta z zmanjševanjem vloge avtomobila kot statusnega simbola.

**H 2:** Na izbiro slovenskih porabnikov pomembno vplivajo tudi simbolične determinante izbire mobilnosti, med drugim vloga avtomobila kot statusnega simbola.

Pomembno vlogo pri izbiri mobilnosti ima enostaven dostop do alternativnih oblik mobilnosti, ki so pogoste, cenovno ugodne in kakovostne (Hopkins & Stephenson, 2016). Na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod mobilnosti pomembno vplivajo:

**H 3a:** nižji stroški.

**H 3b:** primerljiv čas potovanja.



**H 3c:** udobna vožnja.

**H 3d:** podporne digitalne storitve.

Obstaja povezava med vgrajenim okoljem in kognitivnimi procesi, saj razhajanje med okoljem in potrebami povzroči stres, ki vodi v prilagajanje okolju ali poskus prilagoditve okolja (Spears et al., 2013). Prebivalci urbanih okolij imajo navadno boljši dostop do alternativnih metod, medtem ko so ruralne regije omejene s prevelikimi razdaljami med lokacijami, s čimer se zmanjša privlačnost alternativnih metod potovanja in storitev javnega prevoza (Hopkins & Stephenson, 2016). V Sloveniji so razen v Ljubljani te tudi znatno omejene.

**H 4a:** Lastništvo osebnega avtomobila je povezano s prebivališčem.

**H 4b:** Pogostost uporabe osebnega avtomobila je povezana s prebivališčem.

**H 4c:** Opravljeno vozniško dovoljenje je povezano s prebivališčem.

Starševstvo je eden od prelomnih dogodkov v življenju, ki poveča možnost nakupa prvega avtomobila (Clark et al., 2014).

**H 5:** Lastništvo avtomobila je povezano z nastanitvenim stanjem in s starševstvom.

Preučila bom navedene hipoteze, poleg tega pa bom respondente glede na socio-demografske dejavnike, uporabo različnih metod potovanja in psihološke dejavnike (zaznave in odnose) (Beirão & Sarsfield Cabral, 2007) razdelila tudi na smiselne segmente.

## 2.1.2 Opredelitev preučevanih konceptov

V raziskavi preučujem uporabo metod mobilnosti, odnos do izbire mobilnosti, odnos do vgrajenega okolja in varstva okolja, odnos do delitvenih metod, vpliv na povečanje/začetek uporabe alternativnih metod in socio-demografske značilnosti. V Tabeli 13 so predstavljeni preučevani koncepti, način, na katerega so koncepti merjeni v anketnem vprašalniku, in hipoteze, ki jih pomagajo preučevati. Trditve in vprašanja so po navedenih sklopih predstavljeni v vprašalniku v Prilogi 2.

Pri vprašanjih in trditvah o seznanjenosti z delitvenimi metodami potovanja, pogostosti njihove uporabe in oceni metode kot nadomestka osebnega avtomobila vključujem samo metode, ki jih potrošniki v Sloveniji že lahko preizkusijo. Tako izpuščam prevoz na klic, kot je Uber, saj na našem trgu še ni uveljavljen. V raziskavi merim predvsem **prepričanja** (kaj slovenski potrošniki verjamejo), **odnos** (kateri metodi bi dali prednost) in **vedenje** (če in kako pogosto uporabljajo različne vrste mobilnosti) (Deacon, Pickering, Golding, & Murdock, 1999, str. 71–73).

**Prepričanja** so osnovne komponente, po katerih se ravnamo v življenju in vplivajo na to, kako razmišljamo, kako vidimo sebe in svet, kakšne cilje imamo in kako se odločamo v vsakodnevem življenju (Connors & Halligan, 2015). Prepričanja močno vplivajo na odnose in vedenje. Predvidevam, da imajo slovenski porabniki močna prepričanja o izbrani metodi mobilnosti, ki vodijo njihovo izbiro ali njeno spremembo. Poskušam odkriti, katera so ta prepričanja, kako močna so in kako pogosto so razširjena med posamezniki (Hopkins & Stephenson, 2016).

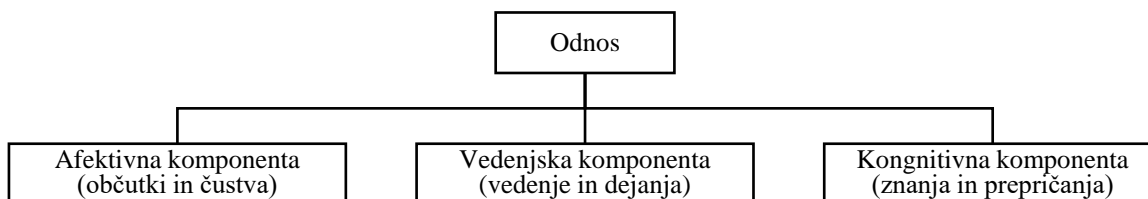
*Tabela 13: Seznam preučevanih konceptov, načinov merjenja in hipotez*

<b>Preučevani koncept</b>	<b>Način merjenja</b>	<b>Hipoteza</b>
<b>Uporaba metod mobilnosti</b>	Lastništvo in dostopnost osebnega avtomobila, opravljeno vozišče dovoljenje, čas, ki ga dnevno preživijo na poti, potencialne migracije v drugo mesto ob vikendih, pogostost uporabe tradicionalnih metod potovanja, seznanjenost z delitvenimi metodami potovanja in pogostost njihove uporabe.	H 4a H 4b H 4c H 5
<b>Odnos do izbire mobilnosti</b>	Stopnja strinjanja s trditvami, oblikovanimi na podlagi instrumentalnih, afektivnih in simboličnih zaznavnih determinant izbire mobilnosti (Likertova lestvica od 1 do 5: 1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam).	H 1 H 2
<b>Odnos do vgrajenega okolja in varstva okolja</b>	Stopnja strinjanja s trditvami (Likertova lestvica od 1 do 5: 1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam).	H 1 H 2
<b>Odnos do delitvenih metod</b>	Stopnja strinjanja s trditvami o tem, ali je posamezna metoda dobra alternativa za osebni avtomobil in javni prevoz (Likertova lestvica od 1 do 5: 1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam).	/
<b>Vpliv na povečanje/začetek uporabe alternativnih metod</b>	Stopnja strinjanja s trditvami o vplivu stroškov, časa potovanja, udobja in digitalnih storitev (Likertova lestvica od 1 do 5: 1 – nič vpliva, 2 – malo vpliva, 3 – srednji vpliv, 4 – močan vpliv, 5 – odločilni vpliv).	H 3a H 3b H 3c H 3d
<b>Socio-demografske značilnosti</b>	Bivališče (regija in velikost naselja), starost, spol, zaposlitveni status, izobrazba, dohodek, nastanitev in starševstvo.	H 4a H 4b H 4c H 5

**Odnos** je relativno trajna organizacija prepričanj, občutkov in vedenjskih nagnjenj do določenih objektov, skupin, dogodkov ali simbolov (Hogg & Vaughan, 2005, str. 150). Opišemo ga kot psihološko tendenco, ki je izražena z evalvacijo določenega subjekta z neko mero odobravanja ali neodobravanja (Eagly & Chaiken, 1993, str. 1). Strukturo odnosov lahko razdelimo na 3 komponente, ki tvorijo t.i. model ABC (Slika 10) (McLeod, 2014):

- **afektivna komponenta** (angl. *affective*) vključuje občutja/čustva glede objekta odnosa;
- **vedenjska komponenta** (angl. *behavioural*) je način, na katerega naš odnos vpliva na naša dejanja ali vedenja;
- **kognitivna komponenta** (angl. *cognitive*): vključuje prepričanje/znanje osebe o objektu odnosa.

Slika 10: ABC model: komponente odnosa



Vir: S. A. McLeod, *Attitudes and Behavior*, 2014.

Če pri povezavi med odnosi in vedenjem predpostavljamo konsistenco, pomeni, da je vedenje v skladu z odnosi posameznika, torej se ta vede racionalno. To ne drži vedno, saj se ljudje včasih vedemo tudi na videz nelogično, npr. delamo nekaj, za kar vemo, da je škodljivo. Tako so različne komponente med seboj v neskladju (McLeod, 2014).

Z vprašanji o povečanju ali začetku uporabe alternativnih metod skušam odkriti dejavnike, zaradi katerih postane vedenje stvar namere in ne navade – dejavnike, ki vplivajo na premislek, evalvacijo in posledično spreminjanje vedenja oz. prednostno obravnavo določene metode.

Pri preučevanju črпам tudi iz okvira zaznava–namera–adaptacija. Ta okvir se nanaša na vlogo, ki jo imajo družbeni in psihološki dejavniki pri odnosu med fizičnim okoljem in potovalnim vedenjem. Njegova glavna predpostavka je, da imajo kognitivni dejavniki, kot so zaznava in odnosi, ter vgrajeno okolje direkten vpliv na potovalno vedenje (Spears et al., 2013).<sup>12</sup> Razumevanje kognitivnih procesov in odnosa posameznikov do fizičnega okolja pomaga razumeti, kateri ukrepi so bolj učinkoviti pri spodbujanju spremembe vedenja in izboljšanju trajnostnega razvoja mest: **trdi**, kot je vlaganje v infrastrukturo, ali **mehki**, kot so izobraževalne kampanje, ki spodbujajo spremembo vedenja (Spears et al., 2013).

Na potovalno vedenje torej vplivajo raven razvitosti transportnega sistema, pa tudi psihološki faktorji; zaznave, odnosi in navade. Spreminjanje psiholoških dejavnikov lahko povzroči spremembo metode potovanja, medtem ko nivo storitve ostane enak (Fujii & Kitamura, 2003). Z vidika ponudnikov storitev je nujno identificirati pomembne attribute

<sup>12</sup> Namera, navada in okvir zaznava–namera–adaptacija so natančneje definirani v poglavju 1.3.1.

storitev, ki jih zaznavajo trenutni in potencialni uporabniki, in njihov vpliv na zadovoljstvo (Beirão & Sarsfield Cabral, 2007), saj nam zaznavne determinante povedo, kaj žene proces odločanja porabnikov.

## **2.2 Metode raziskovalnega dela**

### **2.2.1 Opredelitev uporabljene metode**

Uporabila sem kvantitativni način raziskovanja, in sicer anketiranje. Anketni vprašalnik (Priloga 2) so posamezniki izpolnili preko aplikacije za spletno anketiranje Ika. Populacijo predstavljajo vsi prebivalci Slovenije, starejši od 18 let, ki lahko pridobijo voziško dovoljenje. Respondenti so anketo prejeli preko elektronske pošte in družbenih omrežij. Anketo sem posredovala še na slovenske mestne občine, objavljena pa je bila tudi na Facebook strani ZaMestoPoDveh. V raziskavi testiram vrednost spremenljivk, povezanost med preučevanimi opisnimi spremenljivkami pa preučujem z analizo odvisnosti oz. kontingenco. Med vsemi spremenljivkami s faktorsko analizo poiščem manjše število latentnih spremenljivk – skupnih faktorjev, ki najbolje pojasnjujejo povezavo med preučevanimi spremenljivkami, in jih razložim. Z metodo razvrščanja v skupine odkrijem, ali lahko respondente glede na njihov odnos do izbire mobilnosti razdelim na smiselne segmente, ki so si po svojih značilnostih čim bolj podobni, hkrati pa se čim bolj razlikujejo od ostalih, in jih interpretiram. Za statistično analizo uporabim orodje SPSS.

### **2.2.2 Prednosti in slabosti**

Vzorec je neverjetnostni, ker verjetnost izbire enot v vzorec ni neničelna in vnaprej znana. Tako ne moremo govoriti o reprezentativnosti. Čeprav posplošitev na celotno populacijo ni mogoča, rezultati omogočajo pregled nad slovenskim trgom in mogočimi implikacijami.

Stopnja strinjanja ali nestrinjanja s trditvami na podlagi Likertove lestvice omogoča enostavno analizo in interpretacijo dejavnikov. S spletnim anketnim vprašalnikom zajamem večje število respondentov iz različnih slovenskih krajev, podatki so pridobljeni hitreje, izključen pa je tudi vpliv vpraševalca. Pričakovala sem, da vsaka slovenska regija ne bo enako zastopana s številom respondentov, pri čemer izpostavljam večje število izpolnjenih anket v Osrednjeslovenski in v Jugovzhodni regiji. Omeniti je treba, da regiji v smislu razvitosti prometne infrastrukture predstavljata nasprotje, saj so v Ljubljani in bližnji okolici na voljo skoraj vse omenjene alternativne možnosti prevoza, medtem ko prometna infrastruktura v Jugovzhodni regiji navadno tudi javni prevoz vključuje v omejeni obliki. Treba je upoštevati, da zaradi pomanjkljivosti kvantitativnega raziskovanja pridobljeni podatki niso tako globoki, kot bi bili s kvalitativnimi metodami s poglobljenimi intervjuji in fokusnimi skupinami, ki so izvedeni osebno (Rovan & Ograjenšek, 2014). Ker gre pri delitveni mobilnosti za koncepte, ki so na slovenskem trgu relativno novi in so v glavnem omejeni na Ljubljano (nekateri so šele v procesu uveljavljanja), obstaja možnost, da

respondenti niso seznanjeni s storitvami. To lahko vpliva na njihove odgovore, način raziskovanja pa ne omogoča podrobnejše razlage različnih metod.

Lanzendorf (2003) poudarja pomen longitudinalnih raziskav, raziskovanja vzročnosti in sprememb, ne samo statičnega stanja in povezav med faktorji. Ker nimam možnosti spremljanja odnosa do mobilnosti iste skupine ljudi skozi daljše časovno obdobje, ocenjujem samo njihovo oceno o nekaterih dejavnikih, ki bi povečali uporabo alternativnih metod. Slabost, ki se lahko pojavi pri izpolnjevanju, je, da posamezniki sebe opredelijo kot nekoga, ki je svoje vedenje pod nekaterimi pogoji pripravljen spremeniti, pri tem pa ne vemo, ali bi se to resnično zgodilo ali pa obstaja vrzel med namero in dejanskim vedenjem (Goodwin, 2012). Pri preučevanju vedenja lahko pride do problema priklica, saj se je težko spomniti vedenja v preteklosti in ga časovno oceniti (Deacon et al., 1999, str. 71–73).

## **2.3 Predstavitev rezultatov**

### **2.3.1 Demografija**

V anketi je sodelovalo 212 respondentov, izvedena pa je bila med 5. aprilom in 5. majem 2017. Povprečna starost respondentov je 32,5 let, pri čemer je najmlajši star 19 let, najstarejši pa 58.<sup>13</sup> Med anketiranci je več žensk (65,9 odstotka) kot moških (34,1 odstotka). Največ jih je zaposlenih (62,6 odstotka), 29,4 odstotka je študentov ali dijakov, samozaposlenih je 4,2 odstotka, brezposelnih 3,3 odstotka, upokojencev pa le 0,5 odstotka.

Največ (61,8 odstotka) jih je pridobilo univerzitetno, višješolsko ali visokošolsko izobrazbo, 26,9 odstotka anketiranih je zaključilo srednjo ali poklicno šolo, 11,3 odstotka pa magisterij ali doktorat. Povprečni neto mesečni dohodki pri 30,1 odstotka respondentov znašajo do 500 evrov, pri 30,6 odstotka od 500 do 1.000 evrov, pri 29,1 odstotka od 1.000 do 1.500 evrov, 10,2 odstotka vprašanih pa ima višje dohodke.

Približno tretjina vzorca (32,5 odstotka) živi s partnerjem zakoncem in otroki. Pri 44,9 odstotka teh je najmlajši otrok star do 6 let, pri 39,1 odstotka od 7 do 18 let, pri 15,9 odstotka pa starejši od 18 let. 18,9 odstotka respondentov živi v skupnem gospodinjstvu s starši, 17,5 odstotka vprašanih živi s partnerjem/zakoncem brez otrok, 15,6 odstotka pa v študentskem ali dijaškem domu. Ostali živijo sami ali s sostanovalci.

Največji delež vzorca predstavljajo prebivalci Ljubljane (34,4 odstotka). Po drugi strani živi 30,2 odstotka anketirancev v vaškem naselju z manj kot 2.000 prebivalci. Sledijo prebivalci naselij med 2.000 in 10.000 prebivalcev (19,8 odstotka). Po pričakovanju je največji in približno enak delež respondentov iz Jugovzhodne regije (36,3 odstotka) in

---

<sup>13</sup> Skozi analizo zaradi poenostavitve uporabljam moško obliko, čeprav so v raziskavi sodelovali tako moški kot ženske.

Osrednjeslovenske regije (35,4 odstotka). Sledita Goriška (11,3 odstotka) in Gorenjska regija (8 odstotkov), ostale regije pa so zastopane v manjši meri.

Pri 35,8 odstotka vprašanih se kraj prebivališča razlikuje od kraja prebivanja družine. Od teh se 61,8 odstotka vsak oz. skoraj vsak vikend vozi v kraj, kjer živi njihova družina. Ti predstavljajo dobro petino (22,2 odstotka) celotnega vzorca. Tabela o demografskih spremenljivkah je v Prilogi 3.

### 2.3.2 Uporaba metod mobilnosti

98,6 odstotka vseh respondentov ima vozniško dovoljenje, dobra polovica (53,8 odstotka) pa je lastnikov osebnih avtomobilov. 53,8 odstotka vprašanih ima avtomobil tako vedno na voljo, 30,2 odstotka ponavadi, 12,3 odstotka pa ga ima na voljo le delno. Le 3,8 odstotka respondentov avtomobila nima na voljo. Največ respondentov (38,2 odstotka) v prometu na delovni dan ne glede na metodo potovanja preživi 30–60 minut, 28,8 odstotka 15–30 minut, do 15 minut pa 17,9 odstotka. 7,5 odstotka vprašanih v prometu preživi od 60–90 minut, 7,5 odstotka pa več kot 90 minut. Tabeli o spremenljivkah, ki se nanašajo na uporabo metod mobilnosti, so v Prilogi 4.

#### Pogostost uporabe tradicionalnih metod potovanja

1. Dobra polovica (56,4 odstotka) **avtomobil** uporablja vsak ali skoraj vsak dan. Enkrat do nekajkrat na teden ga uporablja 24,2 odstotka, enkrat do nekajkrat na mesec pa 11,8 odstotka vprašanih. Avtomobil je tako najpogosteje uporabljena metoda potovanja.
2. **Javni prevoz (avtobus, vlak)** je na dnevni bazi redkeje uporabljen, saj ga vsak (ali skoraj vsak dan) uporablja 17,1 odstotka anketirancev. Enkrat do nekajkrat na teden ga uporablja 17,1 odstotka, enkrat do nekajkrat na mesec 16,6 odstotka, tretjina vseh (32,2 odstotka) pa enkrat do nekajkrat na leto. Javnega prevoza nikoli ne uporablja 17,1 odstotka respondentov.
3. Polovica vprašanih (49,8 odstotka) vsak ali skoraj vsak dan **uporablja kolo ali pešachi**, enkrat do nekajkrat na teden pa 20,1 odstotka vseh zajetih v raziskavo.

#### Pogostost uporabe delitvenih metod potovanja

1. **Deljene prevoze** enkrat do nekajkrat na teden uporablja 8,5 odstotka vprašanih, enkrat do nekajkrat na mesec 10,4 odstotka, enkrat do nekajkrat letno pa 28,3 odstotka. 45,8 odstotka vprašanih jih ne uporablja nikoli.
2. **Sistem souporabe koles** vsak (ali skoraj vsak) dan uporablja 2,4 odstotka vprašanih, enak delež enkrat do nekajkrat na teden. Enkrat do nekajkrat na mesec ga uporablja 10,5 odstotka. 73,2 odstotka vprašanih metode nikoli ne uporablja. Metoda je dobro prepoznana, saj je ne pozna le 3,8 odstotka respondentov.

3. **Metoda souporabe avtomobilov** je najmanj prepoznana metoda – 25 odstotkov vprašanih je ne pozna, 71,2 odstotka vseh pa je nikoli ne uporablja. Različno pogosto jo uporablja le 3,9 odstotka vprašanih.
4. **Izmenični prevoz do letališč** enkrat do nekajkrat letno uporablja tretjina vprašanih (34,4 odstotka). Nikoli ga ne uporablja 53,6 odstotka, metode pa ne pozna 11 odstotkov.
5. **Avtobusne prevoze na dolge razdalje** enkrat do nekajkrat letno uporablja 27,8 odstotka vprašanih. Metode nikoli ne uporablja 61,2 odstotka, 10 odstotkov pa je ne pozna.

Posamezniki, ki določeno metodo poznajo, se v povprečju strinjajo, da so alternativne metode dobra alternativna osebnemu avtomobilu in javnemu prevozu – najmočnejše za souporabo koles v mestih (4,48), sledijo izmenični prevoz do letališč (4,34), avtobusni prevoz na dolge razdalje (4,29), deljeni prevozi (4,20) in souporaba avtomobilov (3,96).

### 2.3.3 Strinjanje s trditvami o determinantah izbire mobilnosti in o vgrajenem okolju

Najpomembnejše ugotovitve s pripisanimi povprečnimi stopnjami strinjanja od 1 do 5<sup>14</sup> so sledeče (tabeli povprečij za vse spremenljivke sta v Prilogi 5). Anketiranci se v povprečju:

- ne strinjajo, da so javni prevoz in druge alternative za ljudi, ki si ne morejo privoščiti avtomobila (1,64), in da je dober avtomobil znak, da ti je v življenju uspelo (1,66);
- delno strinjajo (3,94), da želijo imeti pri izbiri prevoza nadzor in biti neodvisni od odločitev drugih;
- strinjajo, da mora biti metoda enostavna za uporabo (4,35), zanesljiva (vedno razpoložljiva in točna) (4,30), dosegljiva v neposredni bližini (4,03) in vedno na voljo (tudi pozno ponoči, zgodaj zjutraj) (4,02);
- delno strinjajo, da je neučinkovito in škodljivo za okolje, če se z avtom pelje samo ena oseba (4,03), in se delno ne strinjajo, da so okoljska opozorila pretirana (2,09);
- delno strinjajo, da je v mestih lahko shajati brez avtomobila (4,03), in si želijo mestnih jeder brez avtomobilov (4,25);
- delno strinjajo, da je avtomobil najprimernejša metoda prevoza za družine z otroki (4,08);
- strinjajo, da bi boljša prometna infrastruktura izboljšala kakovost življenja v kraju, v katerem prebivajo (4,39).

### 2.3.4 Ugotovitve na podlagi faktorске analize

Na podlagi lastnih vrednosti glavnih komponent, večjih od 1, je ustreznih šest komponent – odstotek variance, ki ga komponente skupaj pojasnjujejo, je tako 56,8 odstotkov. Na podlagi grafične predstavitev lastnih vrednosti v *scree* diagramu bi se lahko po drugi strani odločila

---

<sup>14</sup> Pri čemer pomeni: 1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam.

za tri glavne komponente, saj začnejo nato lastne vrednosti počasi in enakomerno padati. Glede na padec pojasnjene variance in vsebinsko težo faktorjev sem se odločila za štiri faktorje. Faktorska analiza je opravljena z metodo glavnih osi s pravokotno rotacijo (Varimax). Prvi faktor pojasni 15,3 odstotka, drugi 7,9 odstotka, tretji 5,7 odstotka, četrti pa 5,5 odstotka variabilnosti. S faktorskim modelom je pojasnjeno 34,3 odstotka variance preučevanih spremenljivk. *Scree* diagram, tabela pojasnjene celotne variance, matrika transformiranih faktorjev, tabela rotiranih faktorjev, tabela z vrednostjo KMO in Bartlettovim preizkusom ter tabela komunalitet so v Prilogi 6.

Prvi faktor, ki pojasni največji delež variabilnosti, poimenujem **priročnost**. Posamezniki, pri katerih je ta faktor izražen, večji pomen pripisujejo enostavnosti metode potovanja, njeni dostopnosti v neposredni bližini, dostopnosti ne glede na čas in zanesljivosti – da je metoda vedno razpoložljiva in točna. Cenijo čim krajši čas potovanja in si želijo, da jim prevoz omogoča tudi transport osebnih stvari (večjih in težjih predmetov). Gre za faktor, ki združuje 6 instrumentalnih determinant izbire mobilnosti.

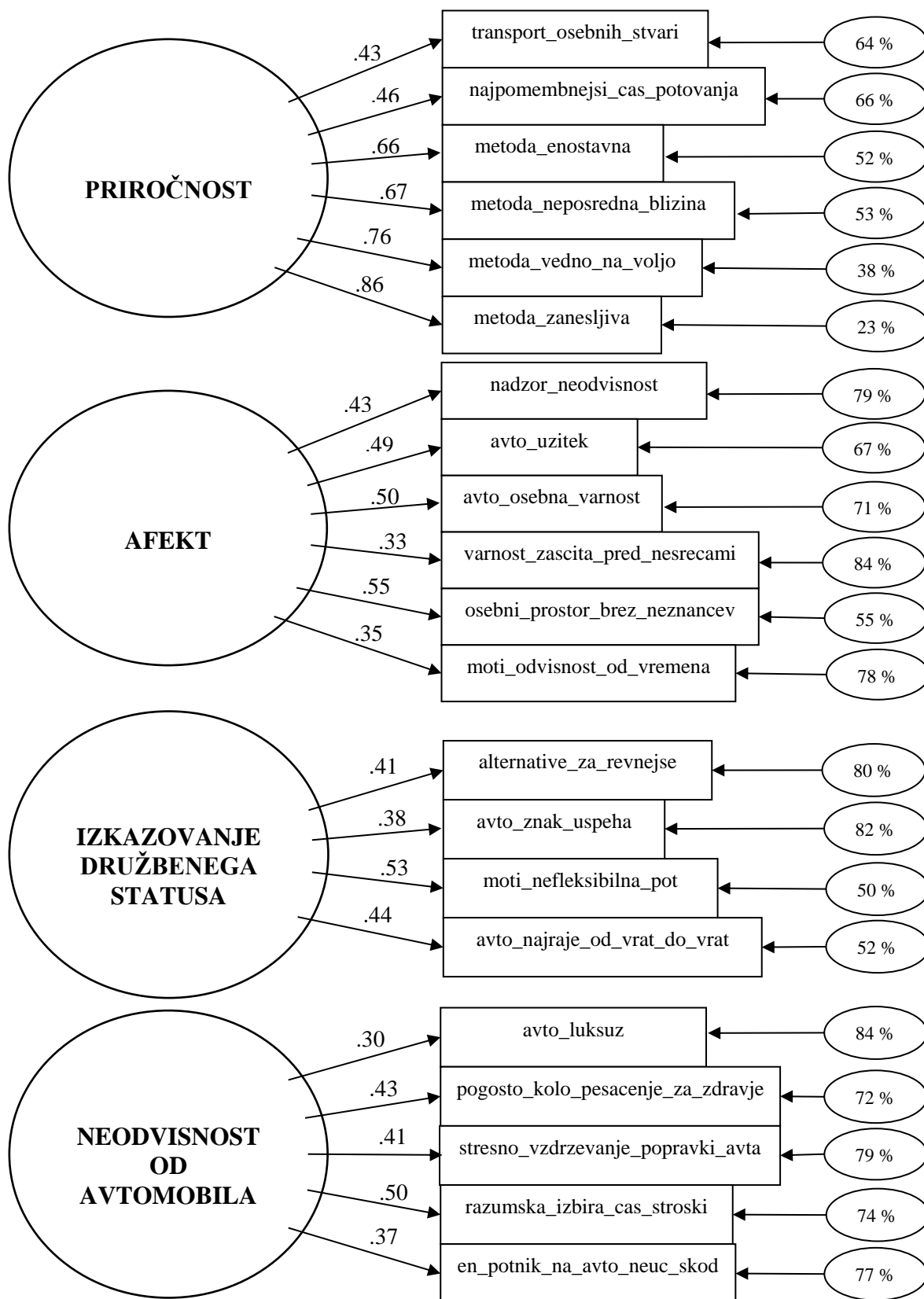
Drugi faktor poimenujem **afekt**, saj združuje predvsem afektivne ali čustvene komponente. Posamezniki, pri katerih je izražen, želijo imeti pri izbiri prevoza nadzor in biti neodvisni od odločitev drugih. Vožnja avtomobila jim predstavlja užitek. Menijo, da avtomobil omogoča največjo osebno varnost (zaščito pred nesporazumi ali napadi). Izbirajo metodo prevoza, ki jim omogoča največjo varnost v prometu in zaščito pred nesrečami. Pri prevozu jim veliko pomeni osebni prostor v vozilu, ki jim ga ni treba deliti z neznanci. Moti jih, če so odvisni od spreminjajočih se vremenskih razmer, kar je edina determinanta, ki je instrumentalna.

Tretji faktor poimenujem **izkazovanje družbenega statusa**. Izpostavljena je predvsem družbena vloga avtomobila kot statusnega simbola. Bolj kot je ta faktor pri posameznikih izražen, bolj se strinjajo, da so javni prevoz in druge alternative za ljudi, ki si ne morejo privoščiti avtomobila. V večji meri se tudi strinjajo, da voziti dober avtomobil pomeni, da ti je v življenju uspelo. Poleg teh dveh simboličnih determinant faktor združuje tudi dve instrumentalni. Pri izbiri prevoza želijo biti fleksibilni in jih moti, če ne morejo izbrati točno določene poti potovanja in je prilagoditi svojim potrebam. Najraje uporabljajo avtomobil, ker jih pripelje »od vrat do vrat« brez ali z malo dodatnega pešačenja.

Četrti faktor sem poimenovala **neodvisnost od avtomobila**. Posamezniki z izraženim faktorjem se bolj strinjajo, da metodo potovanja izbirajo razumsko na podlagi primerjave cen in stroškov. Kar se da pogosto pešačijo ali kolesarijo za vzdrževanje zdravja in kondicije. Pogosti popravki in vzdrževanje avtomobila jim predstavljajo stres. Strinjajo se, da je neučinkovito in škodljivo za okolje, če se z avtomobilom pelje ena sama oseba, in ne dajejo prednosti avtomobilu, ker jih pripelje »od vrat do vrat« brez ali z malo dodatnega pešačenja. Menijo, da danes voziti avtomobil pomeni luksuz. Faktor združuje predvsem instrumentalne determinante, le ena je simbolična. Slika 11 povzema ugotovitve v faktorskem modelu.



Slika 11: Faktorski model



### 2.3.5 Ugotovitve na podlagi metode razvrščanja v skupine

Za osnovo metode razvrščanja v skupine sem izbrala determinante izbire mobilnosti. Trditve o teh so respondenti ocenili s stopnjo strinjanja na lestvici od 1 do 5. Segmentacija je bila opravljena na podlagi 206 enot. Standardizacija ni potrebna, ker imajo vse spremenljivke enako lestvico.

*Tabela 14: Odstopanja od povprečja vzorca za tri segmente po metodi voditeljev*

Trditve o zaznavnih determinantah izbire mobilnosti	Metoda voditeljev			
	1	2	3	Celota
Javni prevoz in druge alternative so za ljudi, ki si ne morejo privoščiti avtomobila.	.	-	+	1,63
Dober avtomobil je znak, da ti je v življenju uspelo.	.	-	+	1,66
Danes voziti avtomobil pomeni luksuz.	++	-	-	2,25
Pri izbiri prevoza želim imeti nadzor in biti neodvisen/-na od odločitev drugih.	+	-	.	3,93
Vožnja z avtomobilom mi predstavlja užitek.	(+)	--	+	3,52
Avtomobil omogoča največjo osebno varnost (zaščito pred napadi ali nesporazumi).	(+)	-	+	2,46
Izbiram metodo prevoza, ki mi omogoča največjo varnost v prometu in zaščito pred nesrečami.	(+)	(-)	.	2,50
Pri prevozu mi veliko pomeni osebni prostor v vozilu, ki ga ne rabim deliti z neznanci.	+	---	++	2,85
Moti me, če sem odvisen/-na od spreminjajočih se vremenskih razmer.	+	--	(+)	3,14
Kar se da pogosto kolesarim ali pešačim zaradi vzdrževanja zdravja in kondicije.	++	+	---	3,65
Prevoz mi mora omogočati transport osebnih stvari (tudi večjih in težjih predmetov).	+	--	++	3,62
Pogosto popraviljanje in vzdrževanje avtomobila predstavlja stres.	+	-	-	3,73
Najpomembnejši je čim krajši čas potovanja.	(+)	--	++	3,68
Moti me, če ne morem izbrati točno določene poti potovanja in je prilagoditi svojim potrebam.	.	--	++	3,23
Metodo potovanja izbiram razumsko s primerjavo stroškov in časa potovanja.	+	(-)	-	3,77
Najraje uporabljam avtomobil, ker me pripelje »od vrat do vrat«, brez ali z malo dodatnega pešačenja.	.	---	+++	3,10
Metoda potovanja mora biti enostavna za uporabo.	.	-	+	4,34
Metoda potovanja mi mora biti na voljo v neposredni bližini.	(+)	--	++	4,01
Metoda potovanja mi mora biti na voljo vedno (tudi pozno ponoči, zgodaj zjutraj).	(+)	--	+	4,00
Metoda potovanja mora biti zanesljiva (vedno razpoložljiva in točna).	(+)	--	+	4,29
Če se z avtomobilom pelje samo ena oseba, je to neučinkovito in škodljivo za okolje.	(+)	++	--	4,04

Najprej sem segmentirala na podlagi hierarhičnih metod. Z Wardovo metodo sem dobila dendrogram (Priloga 7), ki je pokazal, da je najboljša možna porazdelitev na dve, tri ali štiri skupine. Rezultate sem preverila z nehierarhičnimi metodami. Največji padec Wardove kriterijske funkcije je med drugim in tretjim segmentom ter med tretjim in četrtem segmentom (Priloga 8). Na podlagi tega sem prišla do zaključka, da se populacija deli na tri ali štiri segmente. Da bi populacijo razvrstila v skupine, sem primerjala podatke za tri in štiri segmente, dobljene s hierarhičnimi in nehierarhičnimi metodami. Najznačilnejše razlike med segmenti so se pokazale pri razdelitvi populacije na tri segmente po metodi voditeljev, s čimer sovpada tudi največji padec Wardove kriterijske funkcije. V kontingenčni tabeli sem nato primerjala, kako stabilna je porazdelitev med segmenti po Wardovi metodi in po metodi voditeljev in ugotovila, da relativno sovpada po obeh metodah (Priloga 9). 60,6 odstotka

tistih, ki so po metodi voditeljev uvrščeni v prvi segment, je enakih tistim, ki so v prvi segment uvrščeni po Wardovi metodi. 64,9 odstotka tistih, ki so po metodi voditeljev uvrščeni v tretji segment, je enakih tistim, ki so po Wardovi metodi uvrščeni v drugi segment. 80 odstotkov tistih, ki po metodi voditeljev spadajo v drugi segment, je enakih tistim, ki so po Wardovi metodi uvrščeni v tretji segment.

V Tabeli 14 so predstavljena odstopanja povprečij treh skupin od celotnega povprečja vzorca za posamezno spremenljivko.<sup>15</sup> Tabela s povprečji za vsak segment je v Prilogi 10, tabele analize segmentov po dodatnih spremenljivkah pa so v Prilogi 11.

*Tabela 15: Frekvenčna tabela za tri segmente po metodi voditeljev*

Segment	Frekvenca	Odstotek [%]	Kumulativni odstotek [%]
Aktivni ocenjevalci	82	39,8	39,8
Nezahtevni alternativci	60	29,1	68,9
Odvisniki od avtomobila	64	31,1	100,0
Skupaj	206	100,0	

Tabela 15 prikazuje frekvenčno razporeditev segmentov. Značilnosti segmentov so natančneje opisane spodaj, povzete pa v Tabeli 16.

### 1. Aktivni ocenjevalci

Gre za najštevilčnejši segment, v katerega spada **39,8 odstotka** vseh analiziranih. Močno in občutno bolj kot ostali se strinjajo, da kar se da pogosto kolesarijo ali pešačijo zaradi vzdrževanja zdravja in kondicije. 85,2 odstotka segmenta vsaj enkrat na teden kolesari ali pešači. Pogosto popravljanje in vzdrževanje avtomobila jim predstavlja stres. Pri izbiri prevoza želijo imeti nadzor in biti neodvisni od odločitev drugih, moti jih odvisnost od vremenskih razmer. Kriterije izbire metod večinoma ocenjujejo kot zmerno pomembne in metode izbirajo razumsko na podlagi primerjave stroškov in časa potovanja.

Močno se strinjajo, da bi izboljšanje prometne infrastrukture (javnega prevoza in drugih alternativnih metod prevoza) v njihovem kraju in okolici izboljšalo kakovost življenja. Izražajo veliko naklonjenost mestnim jedrom brez avtomobila. **40 odstotkov** jih uporablja **javni prevoz vsaj enkrat na teden**, med njimi polovica vsak ali skoraj vsak dan. Javni prevoz vsaj enkrat letno uporablja 95 odstotkov, kar je najpogostejša uporaba te metode.

Segment predstavljajo nekoliko **mlajši respondenti**, povprečna starost je 30 let. Delež žensk (70,7 odstotka) je višji glede na to, da vzorec sestavlja 65,9 odstotka žensk. Visok delež (46,3 odstotka) segmenta predstavljajo prebivalci **Osrednjeslovenske regije**, predvsem iz **Ljubljane** (45,1 odstotka). V povprečju gre bolj za mestno prebivalstvo, čeprav segment

<sup>15</sup> Velja naslednja legenda: - (podpovprečno), . (povprečno, do vključno +/- 0,1), + (nadpovprečno). Razlika +/- 0,1-0,2 je označena s (+) ali (-), razlika, ki je večja od +/- 0,5, s ++ ali --, razlika, ki je večja od +/- 1,0, pa s +++ ali ---.

sestavlja tudi 28 odstotkov prebivalcev vaških naselij z manj kot 2.000 prebivalci. Skoraj polovica predstavnikov (46,3 odstotka) ne živi v kraju, kjer živi njihova družina, kar je več kot pri ostalih dveh segmentih. Več jih živi v študentskem domu, manjši delež kot v ostalih dveh segmentih pa s partnerjem/zakoncem in otroki.

V povprečju imajo nekoliko **nižje dohodke** – 43 odstotkov ima pod 500 evrov mesečnih neto dohodkov. Segment predstavlja manjši odstotek zaposlenih (53,7 odstotka) in večji odstotek študentov (36,6 odstotka) kot v ostalih dveh segmentih.

## 2. Nezahtevni alternativci

V drugi segment spada **29,1 odstotka** vseh analiziranih. Vožnja z avtomobilom jim ne predstavlja užitka. Pri prevozu jim osebni prostor v vozilu, ki jim ga ni treba deliti z neznanci, ne pomeni veliko. Prav tako jih ne moti odvisnost od spreminjajočih se vremenskih razmer. Čim krajšemu času potovanja ne pripisujejo pomena. V povprečju ne pripisujejo velikega pomena transportu osebnih stvari (tudi večjih in težjih predmetov). Manj kot ostali izpostavljajo pomembnost dostopnosti metode v neposredni bližini, njeno zanesljivost in nenehno razpoložljivost. Ne moti jih, če ne morejo izbrati točno določene poti in je prilagoditi lastnim potrebam. V občutno manjši meri kot ostali se strinjajo, da najraje uporabljajo avtomobil, ker jih pripelje »od vrat do vrat« brez ali z malo dodatnega pešačenja. Izražajo močno strinjanje, da je neučinkovito in škodljivo za okolje, če se z avtomobilom pelje samo ena oseba.

Tako kot aktivni ocenjevalci se močno strinjajo, da bi izboljšanje prometne infrastrukture v kraju in okolici izboljšalo kakovost življenja. Povprečno ocenjujejo, da za opravljanje dela ne potrebujejo nujno avtomobila. Izražajo največjo naklonjenost mestnim jedrom brez avtomobila in se strinjajo, da je v velikih mestih lahko shajati brez njega. V povprečju izražajo blago nestrinjanje, da so brez osebnega avtomobila spontani izleti nemogoči.

Imajo **manjši dostop do avtomobila** kot ostala dva segmenta – 28,3 odstotka jih avtomobila nima na voljo ali pa ga ima na voljo le delno. 15 odstotkov uporablja avtomobil le enkrat do nekajkrat na leto. Javni prevoz uporabljajo, vendar nekoliko bolj priložnostno in ne toliko na vsakodnevni bazi kot prvi segment (87,7 odstotka ga uporablja vsaj enkrat do nekajkrat na leto). So uporabniki aktivnih metod – 84,7 odstotka vsaj enkrat na teden pešači ali kolesari. So **najbolj nagnjeni** k uporabi **delitvenih metod prevoza**. Deljene prevoze vsaj enkrat do nekajkrat letno uporablja 67,7 odstotka segmenta, sistem souporabe koles vsaj enkrat do nekajkrat na mesec 28,4 odstotka (enkrat do nekajkrat na leto pa 36,7 odstotka), izmenični prevoz do letališč vsaj enkrat do nekajkrat na leto 50 odstotkov in avtobusne prevoze na dolge razdalje vsaj enkrat do nekajkrat na leto 43,3 odstotka.

V povprečju so nekoliko **višje izobraženi** – 80 odstotkov jih ima vsaj univerzitetno, višješolsko ali visokošolsko izobrazbo. 58,4 odstotka jih živi s partnerjem/zakoncem z ali brez otroka, najmanjši delež med vsemi segmenti (8,3 odstotka) pa v študentskem domu.

Večji odstotek segmenta ima **višje dohodke**, le 16,9 odstotka ima neto mesečne dohodke pod 500 evrov, kar je občutno manj kot ostala dva segmenta. Segment predstavlja večji odstotek zaposlenih in manjši odstotek študentov in dijakov. Velik delež predstavlja **mestno prebivalstvo** – 41,7 odstotka vprašanih je iz Ljubljane.

### 3. Odvisniki od avtomobila

V tretji segment spada **31,1 odstotka** vseh anketirancev. Pri prevozu jim veliko pomeni osebni prostor v vozilu, ki jim ga ni treba deliti z neznanci. Občutno manj kot ostala segmenta se strinjajo s trditvijo, da kar se da pogosto kolesarijo ali pešačijo za vzdrževanje zdravja in kondicije. Močno se strinjajo s pomembnostjo čim krajšega časa potovanja. Izražajo izrazito strinjanje s trditvijo, da najraje uporabljajo avtomobil, ker jih pripelje »od vrat do vrat« brez ali z malo dodatnega pešačenja. Metoda potovanja jim mora biti na voljo v neposredni bližini, pomembno pa jim je tudi, da je na voljo vedno in da je zanesljiva. Moti jih, če ne morejo izbrati točno določene poti potovanja in je prilagoditi svojim potrebam. Prevoz jim mora omogočati transport osebnih stvari (tudi večjih in težjih predmetov). Izražajo šibkejšo strinjanje kot ostala segmenta, da je neučinkovito in škodljivo za okolje, če se z avtomobilom pelje samo ena oseba. Izražajo manjšo naklonjenost mestnim jedrom brez avtomobila.

Izražajo manjši vpliv nižjih stroškov, primerljivega časa potovanja in podpornih digitalnih storitev na povečanje ali začetek uporabe alternativnih metod. Kljub temu, da se povprečno delno strinjajo, da so alternativne metode dober nadomestek za osebni avtomobil in javni prevoz, jih ocenjujejo nižje kot druga segmenta. Izjema je izmenični prevoz do letališč, ki ga vsi ocenjujejo visoko. Kažejo na močno odvisnost od avtomobila: strinjajo se, da bi bili brez njega spontani izleti nemogoči, da ne bi mogli dostopati do pomembnih lokacij, potrebujejo ga za delo, izražajo pa tudi največje strinjanje, da je avtomobil najprimernejša metoda za družine z otroki.

59,4 odstotka segmenta je lastnikov osebnih avtomobilov, veliki večini (70,3 odstotka) je ta vedno na voljo. **Najpogosteje uporabljajo osebni avtomobil**, 76,2 odstotka vsak ali skoraj vsak dan. Tretjina (32,3 odstotka) nikoli ne uporablja javnih prevozov, 21 odstotkov pa jih po drugi strani uporablja vsak ali skoraj vsak dan. Najmanj so nagnjeni h kolesarjenju ali k pešačenju, 9,5 odstotka nikoli ne uporablja aktivnih metod. So najmanj nagnjeni k uporabi delitvenih metod in najmanj seznanjeni z njimi. Deljenih prevozov nikoli ne uporablja ali ne pozna 64,1 odstotka, sistema souporabe koles 90,4 odstotka, izmeničnih prevozov do letališč 79,4 odstotka, avtobusnih prevozov na dolge razdalje pa 84,1 odstotka segmenta.

Segment sestavlja nekoliko višji odstotek moških (42,9 odstotka) glede na to, da populacijo sestavlja 34,1 odstotka moških. Velik delež segmenta (50 odstotkov) predstavljajo prebivalci **Jugovzhodne regije**. Manjši delež (17,2 odstotka) predstavljajo prebivalci Ljubljane. V povprečju večinoma prihajajo iz manjših krajev, 67,2 odstotka iz naselij do 10.000 prebivalcev. Največji del jih živi s **partnerjem/zakoncem in otroki** (42,2 odstotka), 25

odstotkov pa v skupnem gospodinjstvu s starši. Večina živi v kraju, kjer živi tudi njihova družina. Gre torej predvsem za prebivalce gospodinjstev, kjer skupaj živi več generacij.

Tabela 16: Povzetek značilnosti treh segmentov po metodi voditeljev

<b>AKTIVNI OCENJEVALCI</b>	<b>NEZAHTEVNI ALTERNATIVCI</b>	<b>ODVISNIKI OD AVTOMOBILA</b>
<b>Determinante izbire metod potovanja</b>		
Pomembna nadzor in neodvisnost od odločitev drugih, moti jih odvisnost od vremenskih razmer. Izbirajo razumsko – primerjava stroškov in časa. Popravljanje in vzdrževanje avtomobila je stresno.	Vožnja ni užitek. Instrumentalne determinante izbire mobilnosti v povprečju ocenjujejo kot manj pomembne.	Prednost avtomobila, ker pripelje od vrat do vrat brez dodatnega pešačenja. Instrumentalne determinante izbire mobilnosti v povprečju ocenjujejo kot bolj pomembne.
<b>Vgrajeno okolje in okoljska zavest</b>		
Naklonjeni izboljšanju prometne infrastrukture za boljšo kakovost življenja in mestnim jedrom brez avtomobilov.	Izražena okoljska ozaveščenost. Naklonjeni izboljšanju prometne infrastrukture za boljšo kakovost življenja in najbolj naklonjeni mestnim jedrom brez avtomobilov. Za opravljanje dela ne potrebujejo nujno avtomobila.	Manj izražena okoljska ozaveščenost, manjša naklonjenost mestnim jedrom brez avtomobila. Odvisni od avtomobila (za delo, spontane izlete, dostop do pomembnih lokacij), zanje najboljša izbira za družine z otroki.
<b>Uporaba metod potovanja</b>		
Pogosta uporaba aktivnih metod potovanja za vzdrževanje zdravja in kondicije. Najpogostejša uporaba javnega prometa, tudi na dnevni bazi.	Manjši dostop do avtomobila in manj pogosta uporaba. Pogosta uporaba javnega prevoza, vendar bolj priložnostno kot aktivni ocenjevalci. Najbolj nagnjeni k uporabi delitvene mobilnosti (najpogosteje deljeni prevozi).	Več lastnikov avtomobilov, večini vedno na voljo, dnevna uporaba. Najmanj nagnjeni k uporabi delitvenih metod, najmanj seznanjeni z njimi, niso nagnjeni k aktivnim metodam. Manjši vpliv dejavnikov za povečanje/začetek uporabe alternativnih metod.
<b>Demografija</b>		
Povprečno mlajši z nižjimi dohodki. Povprečno več žensk, mestnega prebivalstva, živečih v drugem kraju kot družina, študentov in živečih v študentskem domu. Povprečno manj živečih s partnerjem/zakoncem in otroki ter zaposlenih.	V povprečju višje izobraženi z višjimi dohodki, visok delež zaposlenih. Visok delež mestnega prebivalstva, večina živi s partnerjem/zakoncem z ali brez otrok. Izrazito majhen delež študentov in živečih v študentskem domu.	Povprečno več moških. Predvsem prebivalci večgeneracijskih gospodinjstev. Visok delež živi v Jugovzhodni regiji. Večina prihaja iz manjših krajev do 10.000 prebivalcev.

## 3 DISKUSIJA

### 3.1 Glavne ugotovitve: preverjanje hipotez

**H 1: Največji delež variance med zaznavnimi determinantami izbire mobilnosti pojasnjuje faktor, ki združuje afektivne determinante.**

Faktorska analiza kaže, da faktor priročnost, ki pojasnjuje največji delež variance, sestavljajo le instrumentalne spremenljivke. Faktor pojasnjuje 15,3 odstotka celotne variabilnosti. Tako ne morem potrditi, da največji delež variance med zaznavnimi determinantami izbire mobilnosti pojasnjuje faktor, ki združuje afektivne determinante. Kljub temu pa drugi faktor afekt združuje predvsem afektivne determinante in pojasni 7,9 odstotka celotne variabilnosti. Te determinante torej vplivajo na izbiro slovenskih porabnikov, vendar ne pojasnijo največjega deleža variance.

**H 2: Na izbiro slovenskih porabnikov pomembno vplivajo tudi simbolične determinante izbire mobilnosti, med drugim vloga avtomobila kot statusnega simbola.**

Faktorski model razkriva, da na izbiro respondentov vplivajo tudi simbolične determinante. Tretji faktor izkazovanje statusa sestavljajo štiri determinante, od katerih sta dve simbolični in se nanašata na dožemanje avtomobila kot statusnega simbola. Faktor pojasni 5,7 odstotka celotne variabilnosti.

**H 3: Na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod mobilnosti pomembno vplivajo nižji stroški (H 3a), primerljiv čas potovanja (H 3b), udobna vožnja (H 3c) in podporne digitalne storitve (H 3d).**

Pri preverjanju testiram stopnjo vpliva, ki ga imajo posamezni dejavniki na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod. Skleпам, da ima dejavnik pomemben vpliv, če je povprečje vsaj 3,5.<sup>16</sup> Vsak dejavnik testiram s t-preizkusom. Čeprav ne gre za normalno porazdelitev, je zaradi velikosti vzorca kljub temu primeren, ker je test odporen na odmike od normalnosti z večanjem vzorca (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2013, str. 517).

Med dejavniki respondenti povprečno močan vpliv pripisujejo primerljivemu času potovanja (4,10). Z nekoliko manj močnim vplivom so ocenjeni nižji stroški (3,92) in udobje (3,83). Sledijo ostali dejavniki, ki spadajo med podporne digitalne storitve: mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa (3,77), nakup/rezervacija preko spleta (3,72) in spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti (3,71). Vsi naštetih dejavniki so povprečno ocenjeni nad mejo 3,5. Možnosti opravljanja dejavnosti med vožnjo v povprečju pripisujejo srednji vpliv (3,27). Ker sem

---

<sup>16</sup> Pri čemer pomeni: 1 – nič vpliva, 2 – malo vpliva, 3 – srednji vpliv, 4 – močan vpliv, 5 – odločilni vpliv.

upoštevala enostranski preizkus, je treba pri t-testu stopnjo značilnosti, pri kateri lahko sprejemem sklep, deliti z 2. Tabela povprečij vpliva dejavnikov in tabela s t-preizkusom sta v Prilogi 12.

**H 3a:** Vrednost P je zanemarljiva – lahko sprejemem sklep, da **nižji stroški** pomembno vplivajo na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.

**H 3b:** Vrednost P je zanemarljiva – lahko sprejemem sklep, da **primerljiv čas potovanja** pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.

**H 3c:** Vrednost P je zanemarljiva – lahko sprejemem sklep, da **udobje pri vožnji** pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.

**H 3d:** Hipoteza je sestavljena iz naslednjih štirih dejavnikov:

- **Možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo:** t-vrednost je negativna, kritično območje pa je na desni strani, zato ne morem sprejeti sklepa, da možnost opravljanja aktivnosti pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.
- **Spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti:**  $P = 0,0055 < \alpha = 0,05$ . Lahko sprejemem sklep, da spletno mesto pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.
- **Nakup/rezervacija preko spleta:**  $P = 0,0035 < \alpha = 0,05$ . Lahko sprejemem sklep, da možnost spletnega nakupa pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.
- **Mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa:**  $P = 0,0005 < \alpha = 0,05$ . Lahko sprejemem sklep, da mobilna aplikacija pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe alternativnih metod.

**H 4:** Gre za povezanost dveh opisnih spremenljivk, zato za preučevanje uporabim analizo odvisnosti, in sicer kontingenco. Respondenti so lahko med tipi naselja posebej izbrali Maribor in Ljubljano, ker gre za naselji z večjim številom prebivalcem. Med respondenti so bili samo trije predstavniki Maribora; te sem zato razporedila v kategorijo naselij nad 10.000 prebivalcev, posebej pa je analizirana le Ljubljana kot prestolnica, ki ponuja največje možnosti alternativnih metod.

**H 4a:** Lastništvo osebnega avtomobila je povezano s prebivališčem.

Da bi preverila hipotezo, preučim povezavo med lastništvom osebnega avtomobila in tipom naselja, v katerem respondenti živijo. P-vrednost je enaka 0,031 (manjša od stopnje značilnosti  $\alpha = 0,05$ ), zato je razlika značilna in lahko na podlagi zbranih podatkov sprejemem sklep, da dejanske in teoretične frekvence med seboj niso enake. Tip naselja in lastništvo osebnega avtomobila sta medsebojno povezana. Najmanjši delež lastnikov osebnih



avtomobilov je v Ljubljani (39,7 odstotka). V vseh ostalih (manjših) tipih naselja ima osebni avtomobil vsaj polovica vseh vprašanih, največ v naseljih od 2.000 do 10.000 prebivalcev (69 odstotkov). Kontingenčna tabela in tabela s preizkusi hi-kvadrat sta v Prilogi 13.

#### **H 4b: Pogostost uporabe osebnega avtomobila je povezana s prebivališčem.**

Osebni avtomobil je najpogosteje uporabljena metoda med respondenti, zato sem pogostost uporabe združila v tri kategorije namesto v pet, kot je predvidevala anketa. P-vrednost je enaka 0,000 ( $< \alpha = 0,05$ ), zato je razlika značilna. Pogostost uporabe osebnega avtomobila in tip naselja, v katerem respondenti prebivajo, sta medsebojno povezana. V manjših naseljih posamezniki pogosteje uporabljajo avtomobil vsak (ali skoraj vsak) dan; v vaških naseljih 75 odstotkov posameznikov, v mestnih naseljih pod 2.000 prebivalcev 77,8 odstotka, v naseljih od 2.000 do 10.000 prebivalcev pa 76,2 odstotka prebivalcev. Po drugi strani je takih v mestih nad 10.000 prebivalcev 52,2 odstotka, v Ljubljani pa 27,4 odstotka. Kontingenčna tabela in tabela s preizkusi hi-kvadrat sta v Prilogi 14.

#### **H 4c: Opravljeno voziško dovoljenje je povezano s prebivališčem.**

Voziško dovoljenje ima velika večina respondentov – 98,6 odstotka vseh. Čeprav so vsi, ki dovoljenja nimajo, prebivalci Ljubljane, glede na podatke dane raziskave ne morem sklepati, da prebivališče v različno velikih naseljih igra pomembno vlogo. P-vrednost je enaka 0,218 ( $> \alpha = 0,05$ ), zato ne morem sprejeti sklepa, da obstaja medsebojna povezava med tipom naselja in imetjem voziškega dovoljenja. Kontingenčna tabela in tabela s preizkusi hi-kvadrat sta v Prilogi 15.

#### **H 5: Lastništvo avtomobila je povezano z nastanitvenim stanjem in s starševstvom**

Najprej analiziram povezavo med nastanitvenim stanjem in lastništvom avtomobila. P-vrednost je enaka 0,000 ( $< \alpha = 0,05$ ), zato lahko sprejem sklep, da sta nastanitveno stanje in lastništvo osebnega avtomobila medsebojno povezana. 78,3 odstotka posameznikov, ki živijo s partnerjem/zakoncem in otroki, je lastnikov osebnega avtomobila, medtem ko je med tistimi, ki živijo v študentskem ali dijaškem domu, takih 15,2 odstotka, med tistimi, ki živijo v skupnem gospodinjstvu s sostanovalci, pa 18,2 odstotka. Glede na dane podatke ne morem sprejeti sklepa, da obstaja povezava med starostjo najmlajšega otroka in lastništvom osebnega avtomobila ( $P = 0,829 > \alpha = 0,05$ ). Kontingenčna tabela in tabela s preizkusi hi-kvadrat za povezavo z nastanitvenim stanjem sta v Prilogi 16, kontingenčna tabela in tabela s preizkusi hi-kvadrat za povezavo s starostjo najmlajšega otroka pa v Prilogi 17.

### **3.2 Implikacije za slovenski trg**

Faktorska analiza je pokazala, da posamezniki pri izbiranju metode potovanja največjo težo pripisujejo instrumentalnim zaznavnim determinantom, s tem pa sami priročnosti in čim

manjšemu naporu pri uporabi. Afekt, izkazovanje statusa in nagnjenost k neodvisnosti od avtomobila pojasnijo manjši delež variance. Iz tega sklepam, da bi morali biti pri načrtovanju prometne infrastrukture in alternativnih metod potovanja (tako klasičnih kot delitvene mobilnosti) osredotočeni predvsem na priročnost: enostavnost metode, dostopnost v neposredni bližini, časovno fleksibilnost, zanesljivost, čim krajši čas potovanja in možnosti transporta tudi večjih in težjih osebnih predmetov. Hkrati ne gre zanemariti dejstva, da imajo pomemben vpliv tudi čustvene determinante.

Med danimi dejavniki povečanja uporabe alternativnih metod je bil kot najmočnejši pričakovano ocenjen primerljiv čas potovanja, sledijo nižji stroški in udobje. Nobeden izmed dejavnikov povprečno ni bil ocenjen z nič ali malo vpliva, treba pa je upoštevati, da lahko obstaja vrzel med namero in resničnim vedenjem, kar sem predvidela v teoretičnem delu. Medtem ko so digitalne storitve sicer ocenjene kot vplivne, pa je njihov vpliv manjši. Na podlagi podatkov nisem mogla sprejeti le sklepa, da možnost opravljanja ostalih aktivnosti med vožnjo (npr. zaradi brezžičnega interneta in vtičnic v vozilu) pomembno vpliva na začetek ali povečanje uporabe metod. To lahko interpretiram tudi z dejstvom, da digitalna mobilnost v Sloveniji nima daljše zgodovine in da nekateri posamezniki z njo še niso seznanjeni ali pa je še niso imeli priložnosti preizkusiti. Pričakovano je, da bodo pri posvojitvi novih načinov potovanja pazljivi. Po drugi strani je avtomobil najpogosteje uporabljena metoda potovanja, pri čemer je njegova uporaba stvar navade, predvsem pri segmentu odvisnikov od avtomobila. Sprememba vedenja v smeri uporabe alternativnih metod bi torej zahtevala tehten premislek in namero.

Pri tem moramo razumeti moč prepričanj, ki so podobna znanju, vendar so osebna in subjektivna. Imajo močno družbeno vlogo, dajejo občutek skupnosti in varnosti. Nočemo se jim odreči in se jih zato oklepamo. Prilagajamo jim svoje argumente, ki ne temeljijo toliko na razumu kot na psihologiji, osnovni biologiji in kulturi. Prepričanja vnaprej določajo naš zaznavni sistem – način, na katerega dojemamo in interpretiramo informacije. Zaznava vključuje rekonstrukcijo tako senzoričnih kot predhodno obstoječih informacij o svetu. Prepričanja lahko pristransko vplivajo na zaznavanje in interpretacijo informacij tako, da so te v skladu z že obstoječimi prepričanji. Z zavedanjem pa lahko prepričanja, zaznavo in odnos tudi nadzorujemo (Connors & Halligan, 2015).

K premisleku bi glede na rezultate najlažje spodbudili s komunikacijo enostavnosti uporabe, primerljivega časa in cenovne ugodnosti (seveda pa bi bilo treba sporočila nadalje prilagoditi posameznemu segmentu). Primer za to je npr. primerjava cen različnih metod skozi daljše obdobje, izpostavljanje finančnih prednosti lastništva le enega avtomobila v gospodinjstvu in kombiniranje z alternativnimi metodami. Učinek je odvisen od tega, kako močna so prepričanja oziroma kakšen odpor imajo posamezniki do spremembe vedenja. Uporabili bi lahko ukrepe, ki so se izkazali za učinkovite v drugih primerih, npr. aktivna spodbuda, da premislijo o svoji izbiri metode potovanja. Sem spadata brezplačno preizkušanje metod (npr. brezplačna mesečna vozovnica za javni prevoz, brezplačno preizkušanje metode za določeno

obdobje) in poudarek na metodah, ki so že brezplačne (npr. Bikelj). K aktivnemu odnosu bi bili spodbujeni tudi, če zaradi zunanjih dejavnikov nekaj časa ne bi mogli uporabljati avtomobila (npr. zapora ceste zaradi del, zapiranje določenega območja za avtomobile). Vse to bi zamajalo uporabo avtomobila kot stvar navade, vedenje pa ni odporno na spremembo, ko obstaja zavedanje o možnostih in njihova evalvacija (Fujii & Kitamura, 2003).

### **Moč situacijskih dejavnikov**

Med situacijske omejitve gotovo spada infrastruktura, ki po Sloveniji ni enakomerno razvita. Dostopnost metode, dostopnost pomembnih lokacij z njo in skladanje z življenjskim stilom posameznikov je predpogoj za njeno prevzete. Sprememba v enem od teh dejavnikov lahko sproži spremembo v drugem (Lanzendorf, 2003). Pri tem je najtežje vplivati na življenjski stil, saj se navezuje na najbolj dolgotrajne odločitve, npr. starševstvo. Lažje je vplivati na odločitve o mobilnosti ter izbiri aktivnosti in potovanj (Salomon, 1983; Lanzendorf, 2003). Tako je družine z otroki npr. dobro spodbujati k premisleku o lastništvu samo enega in ne več avtomobilov, saj je malo verjetno, da bodo pripravljene življenjski stil spremeniti v celoti. Pri tem ne morem zaključiti, ali bi večja priročnost metod vplivala na spremembo vedenja ali pa so prepričanja kratkoročno preveč trdovratna.

Vprašani se v povprečju strinjajo, da je avtomobil najprimernejša metoda za družine z otroki. Med posamezniki, ki živijo v gospodinjstvu s partnerjem/zakoncem in otroki, je tudi največji delež lastnikov osebnih avtomobilov, medtem ko povezava med starostjo najmlajšega otroka in lastništvom avtomobila ne obstaja. Torej je starševstvo prelomen dogodek, po katerem se lastništvo načeloma ne spreminja.

Analiza odvisnosti kaže na povezavo med lastništvom avtomobila in velikostjo naselja, pri čemer je delež lastnikov avtomobilov najmanjši v Ljubljani, in povezavo med pogostostjo uporabe osebnega avtomobila in velikostjo naselja, saj ga manj pogosto uporabljajo v mestih nad 10.000 prebivalcev, najmanj pogosto pa v prestolnici. Oboje lahko povežemo z razvitostjo različnih metod potovanja v manjših krajih in tudi z dostopnostjo najpomembnejših destinacij brez uporabe avtomobila. Tako so v mestih po Sloveniji potrebni tako trdi – vezani na infrastrukturo – kot mehki ukrepi – izobraževalne kampanje, ki spodbujajo spremembo vedenja. Slovenske občine imajo z razvijanjem celostnih prometnih strategij priložnost, da naredijo alternative uporabnikom prijazne in se osredotočijo na tiste metode in ukrepe spodbude, ki bi v danem okolju lahko bili uspešni.

### **Predlogi na podlagi oblikovanih segmentov**

Preučevani vzorec sem razdelila na tri segmente. Prvi so **aktivni ocenjevalci**. Ker povprečno pogosteje živijo v drugem kraju kot njihova družina, so pogosteje izpostavljeni migracijam konec tedna. Predvidevam, da so zato bolj navajeni aktivno preučevati različne možnosti potovanja. Pri tem primerjajo stroške in čas. Cenovno so bolj občutljivi in imajo povprečno

nižje dohodke. Glede na to, da so najbolj nagnjeni k razumnemu ocenjevanju, je najbolj verjetno, da bodo ravnali namerno na podlagi tehtanja informacij. Nagnjeni so k uporabi javnega prevoza, za uporabo delitvenih metod pa bi jim bilo verjetno treba zagotoviti več informacij in priložnosti za izkušnjo. Imajo potencial za uporabo delitvenih metod, glede na pogoste migracije konec tedna tudi medkrajevnih. Predvidevam, da bodo izbrali alternativno metodo, če bo ta po prednostih prekosila avtomobil. Nagnjeni so k uporabi aktivnih metod in glede na njihovo naklonjenost mestnim jedrom brez avtomobila in izboljšanju prometne infrastrukture bi jih lahko prepričali tudi z urejeno infrastrukturo za aktivne metode, kot so kolesarske steze. Drugi predlog je optimiziranje javnega prevoza v časovnem in finančnem smislu. Povprečno jih ima manj otroke, zato so morda tudi bolj dovzetni za informacije o spremembi metode potovanja – če upoštevamo, da je starševstvo prelomen dogodek, po katerem težje vplivamo na vedenje. **Priporočena sporočila** so časovne in finančne prednosti alternativ, odsotnost stresa in stroškov vzdrževanja vozila, nadzor in neodvisnost, ki ga omogočajo alternativne metode, vzdrževanje zdravja in kondicije. Najti je mogoče določene podobnosti z »**zadržanimi vozniki**«, opredeljenimi v teoretičnem delu, ki bi jih od uporabe alternativ odvrnila naklonjenost potovanjem z avtomobilom in slaba zaznava nadzora pri alternativnih metodah. Če sami nimajo avtomobila, pa lahko alternative ponudijo občutek nadzora (Anable, 2005).

Drugi segment so **nezahtevni alternativci**, ki jim vožnja ne predstavlja užitka, ampak gre bolj za potovanje od točke A do točke B, pri čemer so instrumentalne funkcije manj pomembne. Ker imajo višje dohodke in so povprečno bolj pogosto zaposleni, ne gre nujno za cenovno zelo občutljive posameznike. Večina živi s partnerjem/zakoncem z ali brez otrok, zato lahko s svojo izbiro vplivajo tudi na ostale člane gospodinjstva, hkrati pa drugi člani vplivajo na njih. So dobra ciljna skupina za delitvene metode mobilnosti, ker so najbolj nagnjeni k njihovi uporabi, imajo pa tudi manjši dostop do avtomobila in ga manj pogosto uporabljajo. Veliko je mestnega prebivalstva, v mestnem okolju pa se lahko razvije več metod delitvene mobilnosti – tudi zaradi večje koncentracije prebivalstva. Imajo izraženo okoljevarstveno zavest, zato je pomembno poudarjanje okolju prijaznih opcij, pa tudi zagotavljanje kakovostne infrastrukture in mestnih jeder brez avtomobila. **Priporočena sporočila** so tako okoljske prednosti alternativ, odsotnost stresa vožnje, uživanje v pokrajini, sprostitve, prednosti življenjskega sloga zase in za mesto. Nezahtevni alternativci nekoliko sovpadajo z »**nadobudnimi okoljevarstveniki**«, pri čemer bi uporabo alternativ spodbudil pozitiven odnos do le-teh, nekatera negativna stališča do avtomobila, visoke moralne norme in želja po postavljanju vzora za ostale. Kot omejitve uporabe Anable (2005) opisuje pomanjkanje znanja o lokaciji obstoja alternativ in pomanjkanje priložnosti za njihovo uporabo. Ustrezen pristop bi bila promocija pozitivnih vidikov alternativ (zdrava aktivnost, avantura, zabavno za otroke), sporočanje učinka na spremembe, ki ga ima lahko posameznik, in utrjevanje sporočila o okolju (Anable, 2005).

Tretji segment **odvisnikov od avtomobila** kaže vlogo avtomobila kot organizatorja življenja. Uporabljajo ga najpogosteje in so navadno od njega odvisni za opravljanje

vsakodnevnih opravkov. Imajo močna prepričanja, ki temeljijo predvsem na prednostih avtomobila in njegovi priročnosti, dejavniki za povečanje uporabe alternativnih metod pa imajo pri njih manjši učinek. Med njimi je več predstavnikov manjših krajev in regij, kjer prometna infrastruktura ni visoko razvita, zato predvidevam, da je takšna izbira prevoza deloma tudi nujna. Vsekakor bi bilo prevzete alternativnih metod pri tej skupini težavnejše. Predvidevam, da bi bilo za ciljanje tega segmenta potrebno postopno izobraževanje o prednostih alternativnih in s tem tudi delitvenih metod, hkrati pa vzporedno izboljševanje infrastrukture po meri uporabnikov, ki naj bo čim bolj priročna, saj cenijo instrumentalne determinante. Ta segment zaradi psihološke naveznosti na avtomobil in pomanjkanja moralne zaveze o okolju do neke mere sovpada z »**zadovoljnimi odvisniki od avtomobila**«. Če predvidevamo, da jim primanjkuje informacij o stroških uporabe avtomobila, bi bila možna strategija izobraževanje o negativnih učinkih in finančnih stroških uporabe avtomobila ter izpostavljanje prednosti alternativ v smislu sprostitev in stroškovne učinkovitosti (Anable, 2005).

### **3.3 Predlogi za nadaljnje raziskave**

Po izvedeni raziskavi lahko podam nekaj točk, v okviru katerih bi jo bilo mogoče nadgraditi in odpraviti pomanjkljivosti. Prva se nanaša na prednost longitudinalnih študij pred preučevanjem stanja. Spremljanje iste skupine v časovnem intervalu in s tem spreminjanja prepričanj, odnosa in vedenja nam pomaga razumeti, kakšen je trend in potencial za prihodnost (Goodwin, 2012). To bo še posebej aktualno, ko se bodo tudi pri nas bolj uveljavile delitvene metode. Podatke skozi daljše obdobje sicer lahko primerjamo za nekatere spremenljivke, kot so število opravljenih voznških dovoljenj, število registriranih avtomobilov, število novih avtomobilov, ne moremo pa primerjati zaznave determinant izbire mobilnosti in razlogov, ki so v ozadju teh števil. Zaznavne determinante bi lahko preverili tudi s kvalitativnimi metodami za bolj poglobljene podatke in tako dosegli boljše razumevanje motivacije pri izbire posamezne metode.

Predlagam tudi bolj podrobno preučevanje imetja voznškega dovoljenja glede na starostno skupino, ki bi pokazalo, ali se sestava imetnikov stara tudi v Sloveniji (kot kažejo podatki za številne zahodne države). Podatki Ministrstva za infrastrukturo (2017) sicer nakazujejo ta trend, vendar pa moja raziskava ne omogoča preučevanja te tematike, ker je 98,6 odstotka vprašanih imetnikov voznškega dovoljenja. Do tega lahko pride zaradi vzorčenja, ki ni naključnostno, kar predstavlja naslednjo točko za izboljšavo. Prav tako bi bilo zanimivo preučevati razliko med mladimi odraslimi iz mestnih središč ter tistimi iz primestnega okolja in zaledja, kjer alternativna infrastruktura ni na voljo. Reprezentativen vzorec bi omogočal, da podatke posplošimo na populacijo, natančni podatki Statističnega urada pa bi omogočali tudi preučevanje celotne populacije.

Ker pri napovedi vedenja obstaja vrzel med namero in dejanskim vedenjem, pri opisovanju vedenja v preteklosti pa lahko pride do težav s priklicem, bi lahko pri določeni skupini ljudi

spremljali dejanske potovalne navade (npr. s števcem ali rednim zapisovanjem v dnevnik) in tako spremljali tudi ozadje odločanja.

## **SKLEP**

Raziskava je pokazala, da obstaja med Slovenci močna navezanost na osebni avtomobil tako v smislu lastništva in dostopa do njega kot v smislu njegove uporabe, saj ga 56,4 odstotka posameznikov uporablja vsak ali skoraj vsak dan. Njegov pomen se kaže tudi v velikem deležu imetnikov vozniškega dovoljenja med respondenti (98,6 odstotka).

Javni prevoz vsak ali skoraj vsak dan uporablja 17,1 odstotka respondentov, vsaj enkrat na leto pa 82,9 odstotka. Polovica vprašanih (49,8 odstotka) vsak ali skoraj vsak dan uporablja kolo ali pešači. Delitvena mobilnost je uporabljena manj pogosto. Deljene prevoze vsaj enkrat letno uporablja 48,1 odstotka posameznikov, vsaj enkrat na mesec pa 19,8 odstotka. Sistem uporabe koles je najbolj prepoznan – ne pozna ga le 3,8 odstotka respondentov. Vsaj enkrat na mesec ga uporablja 15,3 odstotka vprašanih. Souporaba avtomobilov je najmanj prepoznana metoda – 25 odstotkov vprašanih je ne pozna, različno pogosto pa jo uporablja 3,9 odstotka vprašanih. Izmenične prevoze do letališč vsaj enkrat letno uporablja 35,4 odstotka vprašanih, metode pa ne pozna 11 odstotkov. Avtobusne prevoze na dolge razdalje vsaj enkrat letno uporablja 28,8 odstotka vprašanih, 10 odstotkov pa metode ne pozna. Poznavalci delitvenih metod se v povprečju strinjajo, da gre za dobre alternative osebemu avtomobilu in javnemu prevozu; najboljše ocenjujejo souporabo koles v mestih, sledijo izmenični prevoz do letališč, avtobusni prevoz na dolge razdalje, deljeni prevozi in souporaba avtomobilov.

Faktorska analiza je pokazala, da posamezniki med zaznavnimi determinantami izbire mobilnosti najbolj cenijo instrumentalne in s tem priročnost. Afektivne in simbolične determinante so prisotne, vendar igrajo manjšo vlogo. Tako lahko faktorje, ki vplivajo na variabilnost preučevanih spremenljivk, od tistega, ki pojasni največji delež variance, razvrstimo kot priročnost, afekt, izkazovanje družbenega statusa in nagnjenost k neodvisnosti od avtomobila. Priročnost združuje enostavnost metode, dostopnost v neposredni bližini, časovno fleksibilnost, zanesljivost, čim krajši čas potovanja in možnosti transporta tudi večjih in težjih osebnih predmetov.

Med danimi dejavniki bi k povečanju ali začetku uporabe alternativnih metod najbolj prispeval primerljiv čas potovanja, sledijo nižji stroški in udobje pri vožnji. Med podpornimi digitalnimi storitvami pomembno vplivajo spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti, nakup/rezervacija preko spleta in mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa. Ne morem potrditi sklepa, da bi možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo (zaradi vozila z vtičnicami in brezžičnim internetom) pomembno vplivala na začetek ali povečanje uporabe.

Analiza odvisnosti je pokazala, da obstaja povezava med lastništvom osebnega avtomobila in velikostjo naselja, v katerem posamezniki bivajo, pri čemer je najnižji delež lastnikov v Ljubljani (39,7 odstotka v primerjavi z 53,8 odstotka, kot znaša povprečje). Poleg tega lahko sprejemem sklep, da obstaja povezava med pogostostjo uporabe osebnega avtomobila in velikostjo naselja, v katerem posamezniki bivajo. Medtem ko ga v Ljubljani vsak ali skoraj vsak dan uporablja 27,4 odstotka prebivalcev, ga v mestih nad 10.000 prebivalcev enako pogosto uporablja 52,2 odstotka prebivalcev, v vseh naseljih pod 10.000 prebivalcev pa vsaj 75 odstotkov. Po drugi strani ne morem sprejeti sklepa o povezavi med prebivališčem in opravljenim vozniškim dovoljenjem. Obstaja tudi povezava med lastništvom osebnega avtomobila in nastanitvenim stanjem, saj je večji delež lastnikov med posamezniki, ki živijo z otroki, pri tem pa ne morem sprejeti sklepa o povezavi med lastništvom in starostjo najmlajšega otroka. Tako zaključujem, da je starševstvo tudi pri nas življenjski dogodek, ki pomembno vpliva na izbiro mobilnosti in dolgoročno določa potovalno vedenje.

Preučevane posameznike lahko glede na odnos do izbire mobilnosti razdelim na tri skupine. Prvi so aktivni ocenjevalci, ki pogosto uporabljajo aktivne metode in so najbolj pogosti uporabniki javnega prevoza, tudi na dnevni bazi. Pri izbiri metod razmišljajo razumsko s primerjavo časa potovanja in stroškov. Povprečno so mlajši in imajo nižje dohodke, večji je delež mestnega prebivalstva. Drugi so nezahtevni alternativci, za katere vožnja avtomobila ne predstavlja užitka, instrumentalne funkcije so jim manj pomembne in so izrazito okoljsko ozaveščeni. Uporabljajo javni prevoz in so najbolj nagnjeni k uporabi delitvene mobilnosti (najpogosteje deljeni prevozi). Tretji so odvisniki od avtomobila, ki bi bili najbolj odporni proti spremembi vedenja. Cenijo instrumentalne funkcije in so odvisni od avtomobila za delo, spontane izlete in dostop do pomembnih lokacij. Avtomobile uporabljajo pogosteje, delež lastnikov pa je višji. Večinoma živijo v večgeneracijskih gospodinjstvih, visok delež je iz Jugovzhodne regije in krajev do 10.000 prebivalcev. Prva dva segmenta v večji meri izražata skrb za okolje, sta bolj naklonjena mestnim jedrom brez avtomobila in trditvi, da bi izboljšanje prometne infrastrukture izboljšalo tudi kakovost življenja v njihovem kraju.

Kot že poudarjeno, je v Sloveniji multimodalnost na voljo v Ljubljani, kjer so tudi okoliščine v smislu koncentracije prebivalstva naklonjene alternativnim metodam. Tu so metode že vzpostavljene, pomembno pa je, da se posodablja in optimizirajo, da čim bolj ustrezajo potrebam uporabnikov. Izziv v drugih občinah, ki se ukvarjajo z oblikovanjem celostne prometne strategije, je odkriti, kakšna izboljšava prometne infrastrukture bo pozitivno vplivala na kakovost življenja in katere metode so primerne za specifičen kraj. Poleg tega je pomembno določiti, kako predstaviti prednosti spremembe vedenja (če upoštevamo, da je primarna oblika potovanja avtomobil), jo spodbuditi in katera sporočila za to izbrati. Ker gre pri delitvenih metodah mobilnosti za relativno novost na našem trgu, je v vsakem primeru potrebno določeno obdobje učenja – tudi z vidika digitalizacije in sprejemanja novega pristopa do mobilnosti.

## LITERATURA IN VIRI

1. AKOS – Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije. (2016, december). *Poročilo o razvoju trga elektronskih komunikacij za tretje četrtletje 2016*. Najdeno 28. decembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.akos-rs.si/tretje-cetrletje-2016:-porocilo-o-razvoju-trga-elektronskih-komunikacij>
2. Anable, J. (2005). 'Complacent car addicts' or 'aspiring environmentalists'? Identifying travel behaviour segments using attitude theory. *Transport Policy*, 12(1), 65–78.
3. Anable, J., & Gatersleben, B. (2005). All work and no play? The role of instrumental and affective factors in work and leisure journeys by different travel modes. *Transportation Research Part A*, 39, 163–181.
4. Arentze, T. A., & Molin, E. J. (2013). Travelers' preferences in multimodal networks: design and results of a comprehensive series of choice experiments. *Transportation Research Part A*, 58, 15–28.
5. Armbrecht, A. (2016, 8. januar). What would your city look like without cars? *World Economic Forum*. Najdeno 20. februarja 2017 na spletnem naslovu <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/city-without-cars/>
6. Beirão, G., & Sarsfield Cabral, J. A. (2007). Understanding attitudes towards public transport and private car: a qualitative study. *Transport Policy*, 14, 478–489.
7. *Bicikelj*. Najdeno 12. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.bicikelj.si/>
8. Bontemps, V. (2015, 27. september). 'Uberisation' of economies pinching state tax revenues. *Business Insider*. Najdeno 8. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.businessinsider.com/afp-uberisation-of-economies-pinching-state-tax-revenues-2015-9>
9. Bus & Coach – Smart Move. (b.l.). *Green Facts and Figures*. Najdeno 3. novembra 2016 na spletnem naslovu [http://www.busandcoach.travel/en/green/green\\_facts\\_and\\_figures.htm](http://www.busandcoach.travel/en/green/green_facts_and_figures.htm)
10. Cairns, S., Harmer, C., Hopkin, J., & Skippon, S. (2014). Sociological perspectives on travel and mobilities: a review. *Transportation Research Part A*, 63, 107–117.
11. Campbell, C. (2001). *Romantična etika in duh sodobnega porabništva*. Ljubljana: Studia humanitatis.
12. Carsharing Association. (b.l.). *What is carsharing?* Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://carsharing.org/what-is-car-sharing/>
13. Cathcart-Keays, A. (2016, 30. november). Two-wheel takeover: bikes outnumber cars for the first time in Copenhagen. *The Guardian*. Najdeno 1. decembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.theguardian.com/cities/2016/nov/30/cycling-revolution-bikes-outnumber-cars-first-time-copenhagen-denmark>
14. Clark, B., Chatterjee, K., Melia, S., Knies, G., & Laurie, H. (2014). Life events and travel behaviour: Exploring the interrelationship using UK household longitudinal study data. *Transportation Research Records*, 2413, 54–64.



15. Clauss, T., & Döppe, S. (2016). Why do urban travelers select multimodal travel options: A repertory grid analysis. *Transportation Research Part A: Policy And Practice*, 93, 93–116.
16. Connors, M., & Halligan, P. (2015). A cognitive account of belief: a tentative road map. *Frontiers in Psychology*. Najdeno 20. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://journal.frontiersin.org/article/10.3389/fpsyg.2014.01588/full>
17. Dalby, S., & Paterson, M. (2009). Over a Barrel. Cultural political economy and oil imperialism. V F. Debrix & M. Lacy (ur.), *The Geopolitics of American Insecurity: Terror, Power and Foreign Policy* (str. 181–196). London: Routledge.
18. Dargay, J., & Hanly, M. (2007). Volatility of car ownership, commuting mode and time in the UK. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 41(1), 934–948.
19. Dauvergne, P. (2008). *The Shadows of Consumption: Consequences for the Global Environment*. Cambridge: MIT Press.
20. Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., & Murdock, G. (1999). *Researching communications: a practical guide in media and cultural analysis*. London: Arnold.
21. Delbosc, A., & Currie, G. (2013). Causes of youth licensing decline: a synthesis of evidence. *Transport Reviews*, 33(3), 271–290.
22. Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Orlando: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
23. The Economist Newspaper Limited. (2012, 22. september). *The future of driving. Seeing the back of the car*. Najdeno 14. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.economist.com/node/21563280>
24. The Economist Newspaper Limited. (2017, 18. februar). *Northern light. Sales of green vehicles are booming in Norway*. Najdeno 20. februarja 2017 na spletnem naslovu <https://www.economist.com/news/business/21717063-ever-more-electric-cars-are-road-next-step-build-charging-network-support>
25. Edensor, T. (2004). Automobility and National Identity: Representation, Geography and Driving Practice. *Theory Culture Society*, 21(4–5), 101–120.
26. Evropska komisija. (2013). *Key to Innovation Integrated Solution – Multimodal personal mobility*. Najdeno 14. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://eu-smartcities.eu/sites/all/files/Multimodal%20personal%20mobility%20january.pdf>
27. Evropska komisija. (2014). *EU communication campaign on climate action*. Najdeno 9. novembra 2016 na spletnem naslovu [https://ec.europa.eu/clima/sites/clima/files/docs/campaign\\_mobile.pdf](https://ec.europa.eu/clima/sites/clima/files/docs/campaign_mobile.pdf)
28. Evropska komisija. (2015, 6. maj). *Enotni digitalni trg za Evropo: 16 pobud Komisije za njegovo uresničitev*. Najdeno 29. decembra 2016 na spletnem naslovu [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4919\\_sl.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_sl.htm)
29. Evropska komisija. (2016a, 2. junij). *A European agenda for the collaborative economy*. Najdeno 9. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>

30. Evropska komisija. (2016b, 3. februar). *Poročilo o državi – Slovenija 2016*. Najdeno 9. novembra 2016 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/cr2016\\_slovenia\\_sl.pdf](http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/cr2016_slovenia_sl.pdf)
31. Evropska komisija. (2016c, 20 julij). *Commission publishes Strategy for low-emission mobility*. Najdeno 9. novembra 2016 na spletnem naslovu [https://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/news/2016-07-20-decarbonisation\\_sl](https://ec.europa.eu/transport/themes/strategies/news/2016-07-20-decarbonisation_sl)
32. Evropska komisija. (b.l.a). *Collaborative economy*. Najdeno 14. novembra 2016 na spletnem naslovu [http://ec.europa.eu/growth/single-market/strategy/collaborative-economy\\_en](http://ec.europa.eu/growth/single-market/strategy/collaborative-economy_en)
33. Evropska komisija. (b.l.b). *Digital Single Market – Digital Economy & Society*. Najdeno 29. decembra 2016 na spletnem naslovu <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/the-strategy-dsm>
34. Evropski strukturni in investicijski skladi. (b.l.). *Celostne teritorialne naložbe*. Najdeno 1. maja 2017 na spletnem naslovu <http://www.eu-skladi.si/sl/ekp/celostne-teritorialne-nalozbe>
35. FlixBus GmbH. (b.l.). *O FlixBusu*. Najdeno 12. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.flixbus.si/o-nas/o-flixbusu>
36. Freund, P., & Martin, G. (1993). *The Ecology of the Automobile*. Montreal: Black Rose Books.
37. Fried, M., Havens, J., & Thall, M. (1977). *Travel Behaviour – A Synthesized Theory*. *Transportation Research Board*. Chestnut Hill: Boston College.
38. Fujii, S., Gärling, T., & Kitamura, R. (2001). Changes in drivers' perceptions and use of public transport during a freeway closure: Effects of temporary structural change on cooperation in a real-life social dilemma. *Environment and Behavior*, 33, 796–808.
39. Fujii, S., & Kitamura, R. (2003). What does a one-month free bus ticket do to habitual drivers? *Transportation*, 30, 81–95.
40. Gardner, B., & Abraham, C. (2007). What drives car use? A grounded theory analysis of commuters' reasons for driving. *Transportation Research Part F: Psychology and Behaviour*, 10, 187–200.
41. Garfield, L. (2017, 10. februar). From Oslo to Paris, these major cities have plans to go car-free. *World Economic Forum*. Najdeno 1. marca 2017 na spletnem naslovu <https://www.weforum.org/agenda/2017/02/these-major-cities-are-starting-to-go-car-free>
42. Garvill, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2003). Effects of increased awareness on choice of travel mode. *Transportation*, 30, 63–79.
43. Gärling, T., & Axhausen, K. W. (2003). Introduction: Habitual travel choice. *Transportation*, 30, 1–11.
44. Goodwin, K. J. (2010). Reconstructing Automobility: The Making and Breaking of Modern Transportation. *Global Environmental Politics*, 10(4), 60–78.
45. Goodwin, P. (2012). Peak travel, peak car and the future of mobility: evidence, unresolved issues, policy implications, and a research agenda. *International Transport Forum*. Najdeno 29. decembra 2016 na spletnem naslovu [http://www.oecd-ilibrary.org/transport/peak-travel-peak-car-and-the-future-of-mobility\\_5k4c1s3l876d-en](http://www.oecd-ilibrary.org/transport/peak-travel-peak-car-and-the-future-of-mobility_5k4c1s3l876d-en)

46. Gregorič, M. (2011, 30. december). Avto – statusni simbol kot nekaj pozitivnega. *Dnevnik*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.dnevnik.si/1042498977>
47. Hagman, O. (2003). Mobilizing meanings of mobility: car users' constructions of the goods and bads of car use. *Transportation Research Part D*, 8(1), 1–9.
48. Hjorthol, R. (2016). Decreasing popularity of the car? Changes in driving licence and access to a car among young adults over a 25-year period in Norway. *Journal of Transport Geography*, 51(2016), 140–146.
49. Hogg, M., & Vaughan, G. (2005). *Social Psychology* (4<sup>th</sup> ed.). London: Prentice-Hall.
50. *Hopin*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://hopintaxi.com/si>
51. Hopkins, D., & Stephenson, J. (2016). The replication and reduction of automobility: Findings from Aotearoa. *New Zealand Journal of Transport Geography*, 56, 92–101.
52. Huitema, E. M. (2014). Smarter Cities – Building a smarter transportation management network. *IBM*. Najdeno 10. aprila 2017 na spletnem naslovu <https://public.dhe.ibm.com/common/ssi/ecm/lb/en/lbw03019usen/LBW03019USEN.PDF>
53. Intelligent Mobility Insight. (2016, 6. oktober). *Daimler's Car2go Reaches 2 Million Customers*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://intelligentmobilityinsight.com/news/gmp/Daimler-s-car2go-reaches-2-million-customers>
54. Jensen, M. (1999). Passion and heart in transport – A sociological analysis on transport behaviour. *Transport Policy*, 6, 19–33.
55. Kupec, B. (2016, 7. november). GoOpti zbral 4,4 milijona evrov za širitev po Evropi. *Finance*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://startaj.finance.si/8850991>
56. Lanzendorf, M. (2003). Mobility biographies. A new perspective for understanding travel behaviour. *Moving Through Nets: The Physical and Social Dimensions of Travel – 10<sup>th</sup> International Conference on Travel Behaviour Research*. Najdeno 15. februarja 2017 na spletnem naslovu [https://www.researchgate.net/publication/239538206\\_Mobility\\_biographies\\_A\\_new\\_perspective\\_for\\_understanding\\_travel\\_behaviour](https://www.researchgate.net/publication/239538206_Mobility_biographies_A_new_perspective_for_understanding_travel_behaviour)
57. Leban, A. (2016, 22. junij). Po Ljubljani z Avant2Go za 0,10 evra minuto. *Žurnal24*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.zurnal24.si/avant2go-carsharing-cena-ljubljana-prevoz-najem-avto-elektricni-cenik-clanek-273098>
58. Lerner, W. (2011). The future of urban mobility: towards networked, multimodal cities of 2050. *Arthur D. Little*. Najdeno 1. februarja 2017 na spletnem naslovu [http://www.adlittle.com/downloads/tx\\_adlreports/ADL\\_Future\\_of\\_urban\\_mobility.pdf](http://www.adlittle.com/downloads/tx_adlreports/ADL_Future_of_urban_mobility.pdf)
59. McKinsey Center for Business and Environment. (2015). *Growth Within: A Circular Economy Vision for a Competitive Europe*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu [https://www.mckinsey.de/files/growth\\_within\\_report\\_circular\\_economy\\_in\\_europe.pdf](https://www.mckinsey.de/files/growth_within_report_circular_economy_in_europe.pdf)
60. McLeod, S. A. (2014). Attitudes and Behavior. *SimplyPsychology*. Najdeno 2. marca 2017 na spletnem naslovu <https://www.simplypsychology.org/attitudes.html>

61. Mednarodna agencija za energijo. (2013, 25. oktober). *Outlook for Hybrid and Electric Vehicles, IA-HEV outlook 2013*. Najdeno 23. januarja 2017 na spletnem naslovu [http://www.ieahev.org/assets/1/7/IA-HEV\\_Outlook\\_2013.pdf](http://www.ieahev.org/assets/1/7/IA-HEV_Outlook_2013.pdf)
62. Mednarodni transportni forum. (2016, 10. maj). *Decarbonising Transport*. Najdeno 10. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.itf-oecd.org/sites/default/files/decarbonising-transport-brochure.pdf>
63. Merljak, M. (2016, 3. februar). Koliko stane avtomobil na mesec? *MMC RTV SLO*. Najdeno 21. novembra 2016 na spletnem naslovu na <http://www.rtv slo.si/moja-generacija/koliko-stane-avtomobil-na-mesec/379515>
64. Miller, E. (2005). An Integrated Framework for Modelling Short and Long Run Household Decision Making. V H. Timmermans (ur.), *Activity Based Analysis* (str. 175–201). Oxford: Elsevier Ltd.
65. Ministrstvo za infrastrukturo. (2015, 16. oktober). *Javni razpis za sofinanciranje operacij »Celostne prometne strategije«*. Najdeno 1. maja 2017 na spletnem naslovu [http://www.mzi.gov.si/si/javne\\_objave/javni\\_razpisi/](http://www.mzi.gov.si/si/javne_objave/javni_razpisi/)
66. Ministrstvo za infrastrukturo. (2017). *Število uspešno opravljenih vozniških izpitov, Slovenija, kategorija B, 2005–2016* (interni podatki). Ljubljana: Ministrstvo za infrastrukturo.
67. Ministrstvo za infrastrukturo. (b.l.). *Statistični podatki s področja prometa*. Najdeno 24. februarja 2017 na spletnem naslovu [http://www.mzi.gov.si/si/delovna\\_podrocja/kopenski\\_promet/evidence\\_motornih\\_vozil\\_in\\_vozniskih\\_dovoljenj/statisticni\\_podatki\\_s\\_podrocja\\_prometa/](http://www.mzi.gov.si/si/delovna_podrocja/kopenski_promet/evidence_motornih_vozil_in_vozniskih_dovoljenj/statisticni_podatki_s_podrocja_prometa/)
68. Mladina, časopisno podjetje d. d. (2016, 2. novembra). *Uber odgovarja: V Sloveniji ne bo tako*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.mladina.si/177118/uber-odgovarja-v-sloveniji-ne-bo-tako/>
69. MOL – Mestna občina Ljubljana. (2016, 16. september). *Prevoz na klic EURBAN*. Najdeno 9. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.ljubljana.si/sl/aktualno/prevoz-na-klic-urban/>
70. MOL – Mestna občina Ljubljana. (2017a, 20. februar). *Trajnostna urbana strategija MOL*. Najdeno 21. februarja 2017 na spletnem naslovu <https://www.ljubljana.si/sl/aktualno/trajnostna-urbana-strategija-mol-2/>
71. MOL – Mestna občina Ljubljana. (2017b, 21. februar). *Nadaljevanje aktivnosti za pripravo Celostne prometne strategije*. Najdeno 21. februarja 2017 na spletnem naslovu <http://www.ljubljana.si/si/mol/novice/108551/detail.html>
72. Pavšič, G. (2016, 19. oktober). Uber pred vrati Slovenije, a rokavico so vrgli državi ... *Siol.net*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://siol.net/avtomoto/zgodbe/uber-ze-danes-koncno-tudi-v-sloveniji-428074>
73. Počkar, M., Andolšek, S., Popit, T., & Barle Lakota, A. (2009). *Uvod v sociologijo*. Ljubljana: DZS.
74. Podobnik, S. (2015, 24. oktober). Pametni ali klasični mobilni telefon? Ni več vprašanje. *GfK*. Najdeno 23. januarja 2017 na spletnem naslovu <http://www.gfkorange.si/2015/10/24/pametni-ali-klasicni-mobilni-telefon-ni-vec-vprasanje/>

75. Prebil, G. (2016a, 20. oktober). Mladi nimajo časa, da bi opravili vozniški izpit. *Žurnal24*. Najdeno 12. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.zurnal24.si/vozniski-izpit-mladi-clanek-265419>
76. Prebil, G. (2016b, 14. oktober). Ljubljancani v naslednjem desetletju ne bodo več potrebovali drugega avtomobila pri hiši. *MMC RTV SLO*. Najdeno 12. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.rtv slo.si/zabava/avtomobilnost/novice/ljubljancani-v-naslednjem-desetletju-ne-bodo-vec-potrebovali-drugega-avtomobila-pri-hisi/405122>
77. Prillwitz, J., Harms, S., & Lanzendorf, M. (2006). Impact of Life-Course Events on Car Ownership. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 1985, 71–77.
78. Rokavec, Ž. (2017, 20. februar). Celostna prometna strategija: največ pobud za izboljšanje kolesarske infrastrukture. *Dnevnik*. Najdeno 21. februarja 2017 na spletnem naslovu <https://dnevnik.si/1042763241/>
79. Rovan, J., & Ograjenšek, I. (2014). *Metode in tehnike raziskovalnega dela* [zapiski s predavanj]. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
80. Salomon, I. (1983). Lifestyles – a broader perspective on travel behaviour. V S. Carpenter & P. Jones (ur.), *Recent Advances in Travel Demand Analysis* (str. 290–310). Aldershot: Gower.
81. Shaheen, S., & Christensen, M. (2014, 25. april). The True Future of Transportation Has Two Big Barriers to Entry. *Citylab*. Najdeno 5. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://citylab.com/commute/2014/04/true-future-transportation-has-two-big-barriers-entry/8933/>
82. Sivak, M., & Schoettle, B. (2012). Recent changes in the age composition of drivers in 15 countries. *Traffic Injury Prevention*, 13(2), 126–132.
83. SODO – Sistemski operater distribucijskega omrežja z električno energijo. (2015). *Hitre polnilnice*. Najdeno 23. januarja 2017 na spletnem naslovu <https://www.sodo.si/>
84. Spears, S., Houston, D., & Boarnet, M. G. (2013). Illuminating the unseen in transit use: A framework for examining the effect of attitudes and perceptions on travel behavior. *Transportation Research Part A*, 58, 40–53.
85. Sperling, D., & Gordon, D. (2009). *Two Billion Cars: Driving Toward Sustainability*. Oxford: Oxford University Press.
86. SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2016a). *Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2016*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6263>
87. SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (2016b). *Povprečne mesečne plače, Slovenija, september 2016*. Najdeno 14. decembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6321>
88. SURS – Statistični urad Republike Slovenije. (b.l.). *Ekonomsko področje*. Najdeno 24. februarja 2017 na spletnem naslovu <http://pxweb.stat.si/pxweb/Database/Ekonomsko/Ekonomsko.asp>

89. Steensig, S. (2014, 14. julij). Will Copenhagenization save the world? *Gbtimes*. Najdeno 3. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://gbtimes.com/life/will-copenhagenization-save-world>
90. Susilo, Y. O., & Cats, O. (2014). Exploring key determinants of travel satisfaction for multi-modal trips by different traveler groups. *Transportation Research Part A*, 67, 366–380.
91. Svetovna banka. (b.l.). *Indicators*. Najdeno 23. januarja 2017 na spletnem naslovu <http://data.worldbank.org/indicator/>
92. Uber Technologies Inc. (b.l.). *Our story*. Najdeno 8. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.uber.com/our-story/>
93. Union of Concerned Scientists. (2008, december). *Getting there greener*. Najdeno 3. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.ucsusa.org/clean-vehicles/getting-there-greener>
94. Urry, J. (2004.) The 'system' of automobility. *Theory, Culture & Society*, 21(4/5), 5–39.
95. USEmobility. (2010). *USEmobility general questionnaire*. Najdeno 15. februarja 2017 na spletnem naslovu [http://usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility\\_wp3\\_d3.1\\_d3.2\\_appendix1\\_general\\_questionnaire\\_110608\\_final.pdf](http://usemobility.eu/sites/default/files/resources/usemobility_wp3_d3.1_d3.2_appendix1_general_questionnaire_110608_final.pdf)
96. Veblen, T. (1965). *The Theory of the Leisure Class*. New York: A.M. Kelley.
97. Vetter, P. (2016, 28. april). Der Schicksalsmoment der Mitfahrgelegenheiten. *Die Welt*. Najdeno 2. novembra 2016 na spletnem naslovu <http://www.welt.de/wirtschaft/article154826651/Der-Schicksalsmoment-der-Mitfahrgelegenheiten.html>
98. Wells, P., & Xenias, D. (2015). From 'freedom of the open road' to 'cocooning': Understanding resistance to change in personal private automobility. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 16, 106–119.
99. Združeni narodi. (b.l.). *Framework Convention on Climate Change*. Najdeno 26. januarja 2016 na spletnem naslovu <http://unfccc.int/2860.php>
100. Zhao, D. (2010, 28. januar). Carsharing: A Sustainable and Innovative Personal Transport Solution with Great Potential and Huge Opportunities. *Frost & Sullivan*. Najdeno 3. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.frost.com/sublib/display-market-insight.do?id=190795176>
101. Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods* (9<sup>th</sup> ed.). Mason: South-Western.
102. Zupančič, A. (2012, 23. oktober). Slovenci so preveč navezani na avtomobile. *Dnevnik*. Najdeno 7. novembra 2016 na spletnem naslovu <https://www.dnevnik.si/1042473247>

## **PRILOGE**





## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Slovar angleških izrazov .....	1
Priloga 2: Anketni vprašalnik .....	2
Priloga 3: Tabela za analizo demografskih spremenljivk .....	7
Priloga 4: Tabeli za analizo spremenljivk o uporabi metod mobilnosti .....	9
Priloga 5: Tabeli s stopnjami strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti in o vgrajenem okolju (izpis iz SPSS-a) .....	12
Priloga 6: Scree diagram in tabele ob faktorski analizi (izpis iz SPSS-a) .....	13
Priloga 7: Dendrogram (izpis iz SPSS-a) .....	16
Priloga 8: Padeč Wardove kriterijske funkcije (metoda voditeljev) .....	17
Priloga 9: Kontingenčna tabela (prekrivanje med tremi segmenti po Wardovi metodi in metodi voditeljev) (izpis iz SPSS-a) .....	18
Priloga 10: Tabela s stopnjami strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti za tri segmente po metodi voditeljev .....	19
Priloga 11: Tabele analize treh segmentov po metodi voditeljev po dodatnih spremenljivkah (izpis iz SPSS-a) .....	20
Priloga 12: Vpliv izbranih dejavnikov na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod mobilnosti (izpis iz SPSS-a) .....	32
Priloga 13: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in tip naselja) (izpis iz SPSS-a) .....	33
Priloga 14: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (pogostost uporabe avtomobila in tip naselja) (izpis iz SPSS-a) .....	34
Priloga 15: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (opravljeno voziško dovoljenje in tip naselja) (izpis iz SPSS-a) .....	35
Priloga 16: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in nastanitveno stanje) (izpis iz SPSS-a) .....	36
Priloga 17: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in starost najmlajšega otroka) (izpis iz SPSS-a) .....	37
Priloga 18: Seznam pogosto uporabljenih kratic .....	38



## PRILOGA 1: Slovar angleških izrazov

<b>Angleški izraz</b>	<b>Slovenski izraz</b>
bike-sharing	sistem souporabe koles
carpooling	delitev prevoza z drugimi potniki
car-sharing	sistem souporabe avtomobilov
collaborative economy	sodelovalno gospodarstvo
free-floating car-sharing	drseči/prosti sistem souporabe avtomobilov
on-demand ride	prevoz na zahtevo
one-stop-shop	sistem »vse na enem mestu«
park&ride, P+R	parkiraj in se pelji
peak car	vrhunec avtomobila
peer-to-peer, P2P	medsebojna izmenjava, izmenjava »vsak z vsakim«
shared mobility	delitvena mobilnost
shuttle service	izmenični prevoz, prevoz med dvema krajema

## **PRILOGA 2: Anketni vprašalnik**

### **1. Uvodni nagovor:**

Anketni vprašalnik: uporaba osebnega avtomobila in alternativnih metod

Sem študentka magistrskega študija Mednarodnega poslovanja na Ekonomski fakulteti. Prosim vas, da odgovorite na nekaj vprašanj o uporabi osebnega avtomobila in alternativnih metod potovanja. Anketa je popolnoma anonimna in bo uporabljena v študijske namene.

---

### **2. Vprašanja o uporabi metod mobilnosti – osebno oblikovana na podlagi teoretičnih izhodišč**

1. Imate vozniško dovoljenje?      DA      NE
2. Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila?      DA      NE
3. Vam je v gospodinjstvu na voljo avtomobil?
  - a) Ne, avtomobila nimam na voljo
  - b) Da, a le delno
  - c) Da, ponavadi
  - d) Da, vedno
4. Koliko časa približno preživite v prometu na delovni dan (ne glede na metodo potovanja)?
  - a) 0–15 min
  - b) 15–30 min
  - c) 30–60 min
  - d) 60–90 min
  - e) 90–120 min
  - f) več kot 2 uri
5. Se kraj prebivališča razlikuje od kraja, kjer živi vaša družina?  
DA                      NE (nadaljujte na vprašanje 7.)
6. Se redno (npr. vsak/skoraj vsak vikend) vozite v kraj, kjer živi vaša družina?  
DA                      NE

7. Kako pogosto uporabljate naslednje metode potovanja?

	1 – nikoli	2 – enkrat do nekajkrat letno	3 – večkrat na mesec	4 – večkrat na teden	5 – vsak dan
Osebni avtomobil					
Javni prevoz (vlak, avtobus)					
Pešačenje/osebno kolo					

8. Kako pogosto uporabljate naslednje metode potovanja, ki temeljijo na delitveni mobilnosti?

	metode ne poznam	1 – nikoli	2 – enkrat do nekajkrat letno	3 – enkrat do nekajkrat na mesec	4 – enkrat do nekajkrat na teden	5 – vsak dan
Deljeni prevozi kot voznik/-ca ali sopotnik/-ca (npr. preko spletne strani Prevoz.org)						
Sistem souporabe koles v mestih (npr. Bicikelj)						
Car-sharing (sistem souporabe avtomobilov v mestih, ki ga vzpostavijo podjetja, npr. Avant2Go)						
Shuttle prevoz do letališč s kombiji ali avtobusi (npr. GoOpti)						
Avtobusni prevozi na dolge razdalje (npr. FlixBus)						

3. Trditve o zaznavnih determinantah izbire mobilnosti – oblikovane na podlagi zaznavnih determinant izbire mobilnosti (Clauss & Döppe, 2016):

9. V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami o izbiri metode potovanja?

1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam

Javni prevoz in druge alternative so za ljudi, ki si ne morejo privoščiti avtomobila.	1	2	3	4	5
Dober avtomobil je znak, da ti je v življenju uspelo.	1	2	3	4	5
Danes voziti avtomobil pomeni luksuz.	1	2	3	4	5
Pri izbiri prevoza želim imeti nadzor in biti neodvisen/-na od odločitev drugih.	1	2	3	4	5
Vožnja z avtomobilom mi predstavlja užitek.	1	2	3	4	5
Avtomobil omogoča največjo osebno varnost (zaščito pred napadi ali nesporazumi).	1	2	3	4	5
Izbiram metodo, ki mi omogoča največjo varnost v prometu in zaščito pred nesrečami.	1	2	3	4	5
Veliko mi pomeni osebni prostor v vozilu, ki ga ne rabim deliti z neznanci.	1	2	3	4	5
Moti me, če sem odvisen/-na od spreminjajočih se vremenskih razmer.	1	2	3	4	5
Kar se da pogosto kolesarim ali pešačim zaradi vzdrževanja zdravja in kondicije.	1	2	3	4	5
Prevoz mi mora omogočati transport osebnih stvari (tudi večjih in težjih predmetov).	1	2	3	4	5
Pogosto popravljanje in vzdrževanje avtomobila mi predstavlja stres.	1	2	3	4	5
Najpomembnejši je čim krajši čas potovanja.	1	2	3	4	5
Moti me, če ne morem izbrati točno določene poti in je prilagoditi svojim potrebam.	1	2	3	4	5
Metodo potovanja izbiram razumsko s primerjavo stroškov in časa potovanja.	1	2	3	4	5

se nadaljuje

Najraje uporabljam avtomobil, ker me pripelje »od vrat do vrat«, brez ali z malo dodatnega pešačenja.	1	2	3	4	5
Izbrana metoda potovanja mora biti enostavna za uporabo.	1	2	3	4	5
Izbrana metoda potovanja mi mora biti na voljo v neposredni bližini.	1	2	3	4	5
Potovalna metoda mi mora biti na voljo vedno (tudi pozno ponoči, zgodaj zjutraj).	1	2	3	4	5
Metoda potovanja mora biti zanesljiva (vedno razpoložljiva in točna).	1	2	3	4	5

#### 4. Trditve o odnosu do prometne infrastrukture in varstva okolja – osebno oblikovana na podlagi teoretični izhodišč

10. V kolikšni meri se strinjate z naslednjimi trditvami o prometni infrastrukturi in okolju?

1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam

V velikih mestih je lahko shajati brez avtomobila.	1	2	3	4	5
Želim si mestnih jeder brez avtomobilov.	1	2	3	4	5
Osebni avtomobil je najprimernejša metoda potovanja za družine z otroki.	1	2	3	4	5
Za opravljanje dela (ali pridobitev delovnega mesta) nujno potrebujem avtomobil.	1	2	3	4	5
Brez osebnega avtomobila ne bi mogel/-a dostopati do pomembnih lokacij (šole, fakultete, službe, prostočasnih aktivnosti, trgovin itd.).	1	2	3	4	5
Brez osebnega avtomobila so zame spontani izleti nemogoči.	1	2	3	4	5
Izboljšanje prometne infrastrukture (javnega prometa in alternativnih metod prevoza) v mojem kraju in okolici bi izboljšalo kakovost življenja.	1	2	3	4	5
Če se z avtomobilom pelje samo ena oseba, je to neučinkovito in škodljivo za okolje.	1	2	3	4	5
Opozorila na spremembe okolja, kot je globalno segrevanje, so pretirana.	1	2	3	4	5

#### 5. Trditve o delitvenih metodah mobilnosti – osebno oblikovana na podlagi teoretični izhodišč

11. V kolikšni meri se strinjate, da so naslednje metode potovanja dobra alternativa osebnemu avtomobilu in javnemu prevozu?

1 – sploh se ne strinjam, 2 – delno se ne strinjam, 3 – niti se ne strinjam niti se strinjam, 4 – delno se strinjam, 5 – popolnoma se strinjam

Deljeni prevozi (npr. preko strani Prevoz.org)	1	2	3	4	5
Program souporabe koles, kot je Bicikelj v Ljubljani	1	2	3	4	5
Car-sharing (sistem souporabe avtomobilov, npr. Avant2Go)	1	2	3	4	5
Shuttle prevoz do letališč (npr. GoOpti)	1	2	3	4	5
Avtobusni prevozi na dolge razdalje (npr. FlixBus)	1	2	3	4	5

#### 6. Trditve o vplivu stroškov, časa potovanja, udobja in digitalnih storitev na uporabo alternativnih metod mobilnosti – prilagojena na podlagi dela vprašalnika USEmobility (2010) – evropskega projekta, ki meri predvsem razloge za preskok od uporabe le osebnega avtomobila k javnemu prevozu v zadnjih petih letih.

12. Kakšen vpliv bi imeli naslednji dejavniki na povečanje (ali začetek) vaše uporabe alternativnih metod potovanja?

\*Javni promet, sistemi souporabe avtomobilov in koles, deljenja prevoza z drugimi potniki itd. V kolikor jih v vašem kraju ni, odgovarjajte, kako bi bilo v primeru, da bi bile dostopne.

1 – nič vpliva, 2 – malo vpliva, 3 – srednji vpliv, 4 – močan vpliv, 5 – odločilni vpliv

Nižji stroški.	1	2	3	4	5
Primerljiv čas potovanja.	1	2	3	4	5
Udobje pri vožnji (prijeten slog vožnje, udoben sedež, prijetna temperatura, čistoča).	1	2	3	4	5
Možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo (vozilo z vtičnicami in Wi-Fi-jem).	1	2	3	4	5
Spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti.	1	2	3	4	5
Nakup/rezervacija preko spleta.	1	2	3	4	5
Mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa.	1	2	3	4	5

## 7. Demografska vprašanja – osebno oblikovana na podlagi teoretični izhodišč

13. Spol:                    Ž                    M

14. Starost: \_\_\_\_\_ let

15. Vaš trenutni status:

- a) Zaposlen/-a
- b) Samozaposlen/-a
- c) Brezposeln/-a
- d) Študent/-ka ali dijak/-inja
- e) Upokojenec/-ka

16. Vaša najvišja dokončana izobrazba?

- a) Dokončana ali nedokončana osnovna šola
- b) Srednja ali poklicna šola
- c) Univerzitetna, višješolska ali visokošolska
- d) Magisterij ali doktorat

17. Obkrožite vaše neto povprečne mesečne dohodke:

- a) do 500 evrov
- b) od 500 do 1.000 evrov
- c) od 1.000 do 1.500 evrov
- d) nad 1.500 evrov

18. Kakšno je vaše trenutno nastanitveno stanje?

- a) Živim s partnerjem/zakoncem
- b) Živim s partnerjem/zakoncem in otroki
- c) Živim s skupnem gospodinjstvu s starši
- d) Živim v skupnem gospodinjstvu s sostanovalci
- e) Živim v študentskem/dijaškem domu

19. Koliko je star najmlajši otrok v vašem gospodinjstvu? (Samo, če ste pri 18. vprašanju obkrožili c)

- a) 0–6 let      b) 7–18 let      c) Starejši od 18

20. V kakšnem tipu naselja živite?

- a) Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)  
b) Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)  
c) 2–10.000 prebivalcev  
d) Več kot 10.000 prebivalcev  
e) Maribor  
f) Ljubljana

21. Regija, v kateri živite:

- a) Pomurska regija  
b) Savinjska regija  
c) Zasavska regija  
d) Spodnjeposavska regija  
e) Jugovzhodna regija  
f) Osrednjeslovenska regija  
g) Gorenjska regija  
h) Notranjsko-kraška regija  
i) Goriška regija  
j) Obalno-kraška regija  
k) Podravska regija  
l) Koroška regija

---

Hvala za sodelovanje!



### PRILOGA 3: Tabela za analizo demografskih spremenljivk

Tabela 1: Analiza demografskih spremenljivk

1. Starost					
	N	Minimum	Maksimum	Povprečje	Std. odklon
Starost	210	19	58	32,53	10,012
Veljavno N	210				
2. Spol					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Ženski	139	65,6	65,9	65,9
	Moški	72	34,0	34,1	100,0
	Celota	211	99,5	100,0	
Manjkajoče	-1	1	0,5		
Celota		212	100,0		
3. Vaš trenutni status?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Zaposlen/-a	132	62,3	62,6	62,6
	Samozaposlen/-a	9	4,2	4,3	66,8
	Brezposeln/-a	7	3,3	3,3	70,1
	Študent/-ka ali dijak/-inja	62	29,2	29,4	99,5
	Upokojenec/-ka	1	0,5	0,5	100,0
	Celota	211	99,5	100,0	
Manjkajoče	-1	1	0,5		
Celota		212	100,0		
4. Vaša najvišja dokončana izobrazba?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Srednja ali poklicna šola	57	26,9	26,9	26,9
	Univerzitetna, višješolska ali visokošolska	131	61,8	61,8	88,7
	Magisterij ali doktorat	24	11,3	11,3	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
5. Vaši povprečni neto mesečni dohodki?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	do 500 evrov	62	29,2	30,1	30,1
	od 500 do 1.000 evrov	63	29,7	30,6	60,7
	od 1.000 do 1.500 evrov	60	28,3	29,1	89,8
	nad 1.500 evrov	21	9,9	10,2	100,0
	Celota	206	97,2	100,0	
Manjkajoče	-1	6	2,8		
Celota		212	100,0		
6. Kakšno je vaše trenutno nastanitveno stanje?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Živim sam/-a	22	10,4	10,4	10,4
	Živim s partnerjem/zakoncem	37	17,5	17,5	27,8
	Živim s partnerjem/zakoncem in otroki	69	32,5	32,5	60,4
	Živim s skupnem gospodinjstvu s starši	40	18,9	18,9	79,2
	Živim v skupnem gospodinjstvu s sosoživalci	11	5,2	5,2	84,4
	Živim v študentskem/dijaškem domu	33	15,6	15,6	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	

se nadaljuje

Tabela 1: Analiza demografskih spremenljivk (nad.)

7. Koliko je star najmlajši otrok v vašem gospodinjstvu?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	0–6 let	31	14,6	44,9	44,9
	7–18 let	27	12,7	39,1	84,1
	Starejši od 18	11	5,2	15,9	100,0
	Celota	69	32,5	100,0	
Manjkajoče	-2	141	66,5		
	-1	2	0,9		
	Celota	143	67,5		
Celota		212	100,0		
8. V kakšnem tipu naselja živite?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)	64	30,2	30,2	30,2
	Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)	9	4,2	4,2	34,4
	2–10.000 prebivalcev	42	19,8	19,8	54,2
	Več kot 10.000 prebivalcev	21	9,9	9,9	64,2
	Maribor	3	1,4	1,4	65,6
	Ljubljana	73	34,4	34,4	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
9. Regija, v kateri živite?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Pomurska regija	12	5,7	5,7	5,7
	Savinjska regija	5	2,4	2,4	8,0
	Zasavska regija	1	0,5	0,5	8,5
	Spodnjeposavska regija	1	0,5	0,5	9,0
	Jugovzhodna regija	77	36,3	36,3	45,3
	Osrednjeslovenska regija	75	35,4	35,4	80,7
	Gorenjska regija	17	8,0	8,0	88,7
	Goriška regija	24	11,3	11,3	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
10. Se kraj prebivališča razlikuje od kraja, kjer živi vaša družina?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	DA	76	35,8	35,8	35,8
	NE	136	64,2	64,2	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
11. Se redno (npr. vsak/skoraj vsak vikend) vozite v kraj, kjer živi vaša družina?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	DA	47	22,2	61,8	61,8
	NE	29	13,7	38,2	100,0
	Celota	76	35,8	100,0	
Manjkajoče	-2	132	62,3		
	-1	4	1,9		
	Celota	136	64,2		
Celota		212	100,0		

## PRILOGA 4: Tabeli za analizo spremenljivk o uporabi metod mobilnosti

Tabela 2: Frekvenčna porazdelitev spremenljivk o uporabi metod mobilnosti

1. Imate vozniško dovoljenje?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	DA	208	98,1	98,6	98,6
	NE	3	1,4	1,4	100,0
	Celota	211	99,5	100,0	
Manjkajoče	-1	1	0,5		
Celota		212	100,0		
2. Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	DA	114	53,8	53,8	53,8
	NE	98	46,2	46,2	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
3. Vam je v gospodinjstvu na voljo avtomobil?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Ne, avtomobila nimam na voljo	8	3,8	3,8	3,8
	Da, a le delno	26	12,3	12,3	16,0
	Da, ponavadi	64	30,2	30,2	46,2
	Da, vedno	114	53,8	53,8	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
4. Koliko časa preživite v prometu na delovni dan (ne glede na metodo potovanja)?					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	0–15 min	38	17,9	17,9	17,9
	15–30 min	61	28,8	28,8	46,7
	30–60 min	81	38,2	38,2	84,9
	60–90 min	16	7,5	7,5	92,5
	90–120 min	9	4,2	4,2	96,7
	več kot 2 uri	7	3,3	3,3	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
5. Kako pogosto uporabljate naslednje metode potovanja? - Osebni avtomobil					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Nikoli	4	1,9	1,9	1,9
	Enkrat do nekajkrat letno	12	5,7	5,7	7,6
	Enkrat do nekajkrat na mesec	25	11,8	11,8	19,4
	Enkrat do nekajkrat na teden	51	24,1	24,2	43,6
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	119	56,1	56,4	100,0
	Celota	211	99,5	100,0	
Manjkajoče	-1	1	0,5		
Celota		212	100,0		
6. Kako pogosto uporabljate naslednje metode potovanja? - Javni prevoz (avtobus, vlak)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Nikoli	35	16,5	17,1	17,1
	Enkrat do nekajkrat letno	66	31,1	32,2	49,3
	Enkrat do nekajkrat na mesec	34	16	16,6	65,9
	Enkrat do nekajkrat na teden	35	16,5	17,1	82,9
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	35	16,5	17,1	100,0
	Celota	205	96,7	100,0	
Manjkajoče	-1	7	3,3		
Celota		212	100,0		

se nadaljuje

Tabela 2: Frekvenčna porazdelitev spremenljivk o uporabi metod mobilnosti (nad.)

7. Kako pogosto uporabljate naslednje metode potovanja? - Kolo/pešačenje					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Nikoli	10	4,7	4,8	4,8
	Enkrat do nekajkrat letno	19	9	9,1	13,9
	Enkrat do nekajkrat na mesec	34	16	16,3	30,1
	Enkrat do nekajkrat na teden	42	19,8	20,1	50,2
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	104	49,1	49,8	100,0
	Celota	209	98,6	100,0	
Manjkajoče	-1	3	1,4		
Celota		212	100,0		
8. Kako pogosto uporabljate naslednje alternativne metode potovanja? - Deljeni prevozi kot voznik/-ca ali sopotnik/-ca (npr. preko strani Prevoz.org)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Metode ne poznam	13	6,1	6,1	6,1
	Nikoli	97	45,8	45,8	51,9
	Enkrat do nekajkrat letno	60	28,3	28,3	80,2
	Enkrat do nekajkrat na mesec	22	10,4	10,4	90,6
	Enkrat do nekajkrat na teden	18	8,5	8,5	99,1
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	2	0,9	0,9	100,0
	Celota	212	100,0	100,0	
	Manjkajoče	-1	3	1,4	
Celota		212	100,0		
9. Kako pogosto uporabljate naslednje alternativne metode potovanja? - Sistem souporabe koles v mestih (npr. Bikelj)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Metode ne poznam	8	3,8	3,8	3,8
	Nikoli	153	72,2	73,2	77,0
	Enkrat do nekajkrat letno	16	7,5	7,7	84,7
	Enkrat do nekajkrat na mesec	22	10,4	10,5	95,2
	Enkrat do nekajkrat na teden	5	2,4	2,4	97,6
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	5	2,4	2,4	100,0
	Celota	209	98,6	100,0	
	Manjkajoče	-1	3	1,4	
Celota		212	100,0		
10. Kako pogosto uporabljate naslednje alternativne metode potovanja? - Car-sharing (sistem souporabe avtomobilov v mestih, ki ga vzpostavijo podjetja, npr. Avant2Go)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Metode ne poznam	52	24,5	25,0	25,0
	Nikoli	148	69,8	71,2	96,2
	Enkrat do nekajkrat letno	2	0,9	1,0	97,1
	Enkrat do nekajkrat na mesec	3	1,4	1,4	98,6
	Enkrat do nekajkrat na teden	2	0,9	1,0	99,5
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	1	0,5	0,5	100,0
	Celota	208	98,1	100,0	
	Manjkajoče	-1	4	1,9	
Celota		212	100,0		

se nadaljuje

Tabela 2: Frekvenčna porazdelitev spremenljivk o uporabi metod mobilnosti (nad.)

11. Kako pogosto uporabljate naslednje alternativne metode potovanja? - Shuttle prevoz do letališč (npr. GoOpti)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Metode ne poznam	23	10,8	11,0	11,0
	Nikoli	112	52,8	53,6	64,6
	Enkrat do nekajkrat letno	72	34,0	34,4	99,0
	Enkrat do nekajkrat na mesec	1	0,5	0,5	99,5
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	1	0,5	0,5	100,0
	Celota	209	98,6	100,0	
Manjkajoče	-1	3	1,4		
Celota		212	100,0		
12. Kako pogosto uporabljate naslednje alternativne metode potovanja? - Avtobusni prevozi na dolge razdalje (npr. FlixBus)					
		Frekvenca	Odstotek	Veljavni odstotek	Kumulativni odstotek
Veljavno	Metode ne poznam	21	9,9	10	10
	Nikoli	128	60,4	61,2	71,3
	Enkrat do nekajkrat letno	58	27,4	27,8	99
	Enkrat do nekajkrat na mesec	1	0,5	0,5	99,5
	Enkrat do nekajkrat na teden	1	0,5	0,5	100,0
	Celota	209	98,6	100,0	
Manjkajoče	-1	3	1,4		
Celota		212	100,0		

Tabela 3: Stopnja strinjanja z delitvenimi metodami potovanja kot dobrimi alternativami za osebni avtomobil in javni prevoz

V kolikšni meri se strinjate, da so naslednje metode potovanja dobra alternativa osebnemu avtomobilu in javnemu prevozu?					
	N	Minimum	Maksimum	Povprečje	Standardni odklon
Deljeni prevozi (npr. preko strani Prevoz.org)	196	1	5	4,20	0,904
Program souporabe koles (npr. Bikelj v Ljubljani)	202	1	5	4,48	0,721
Car-sharing (program souporabe avtomobilov, ki ga vzpostavijo podjetja, npr. Avant2Go)	157	1	5	3,96	0,970
Shuttle prevoz do letališč (npr. GoOpti)	185	1	5	4,34	0,813
Avtobusni prevozi na dolge razdalje (npr. FlixBus)	187	1	5	4,29	0,870
Veljavno N	143				

**PRILOGA 5: Tabeli s stopnjami strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti in o vgrajenem okolju (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 4: Stopnja strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti*

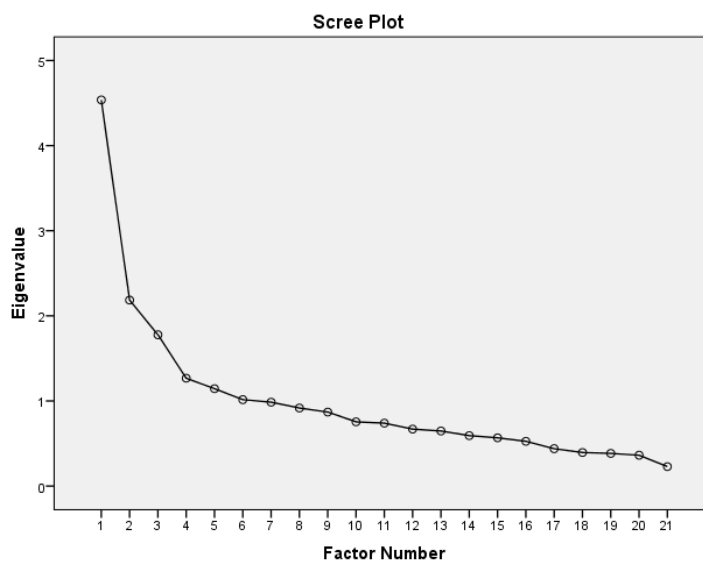
Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
alternative_za_revnejse	212	1	5	1,64	1,069	
avto_znak_uspeha	212	1	5	1,66	1,043	
avto_luksuz	212	1	5	2,25	1,192	
nadzor_neodvisnost	212	1	5	3,94	1,056	
avto_uzitek	211	1	5	3,54	1,160	
avto_osebna_varnost	211	1	5	2,47	1,075	
varnost_zascita_pred_nesrecami	212	1	5	2,52	,995	
osebni_prostor_brez_neznancev	212	1	5	2,89	1,300	
moti_odvisnost_od_vremena	212	1	5	3,13	1,197	
pogosto_kolo_pesacenje_za_zdravje	211	1	5	3,64	1,248	
prevoz_transport_osebnih_stvari	211	1	5	3,63	1,103	
stresno_vzdrzevanje_popravki_avta	211	1	5	3,72	1,127	
najpomembnejši_cas_potovanja	211	1	5	3,68	1,096	
moti_nefleksibilna_pot	211	1	5	3,23	1,129	
razumska_izbira_cas_stroski	210	1	5	3,78	1,076	
avto_najraje_od_vrat_do_vrat	210	1	5	3,11	1,339	
metoda_enostavna	210	1	5	4,35	,794	
metoda_neposredna_blizina	211	1	5	4,03	,936	
metoda_vedno_na_voljo	211	1	5	4,02	1,002	
metoda_zanesljiva	211	1	5	4,30	,841	
en_potnik_na_avto_neuc_skod	212	1	5	4,03	1,090	
Valid N (listwise)	206					

*Tabela 5: Stopnja strinjanja s trditvami o vgrajenem okolju*

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
mesta_zlahka_brez_avtomobila	211	1	5	4,03	1,064	
mestna_jedra_brez_avtomobilov	212	1	5	4,25	1,026	
avto_za_druzine_z_otroki	210	1	5	4,08	1,006	
avto_nujen_za_delo	212	1	5	3,00	1,409	
avto_nujen_za_pomembne_lokacije	212	1	5	2,77	1,557	
avto_nujen_za_spontane_izlete	212	1	5	3,25	1,407	
boljsa_infrastruktura_kakovost_zivljenja	212	1	5	4,39	,872	
okoljska_opozorila_pretirana	212	1	5	2,09	1,167	
Valid N (listwise)	209					

**PRILOGA 6: Scree diagram in tabele ob faktorski analizi (izpis iz SPSS-a)**

*Slika 1: Scree diagram*



*Tabela 6: Pojasnjena celotna varianca*

Factor	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,537	21,606	21,606	3,998	19,037	19,037	3,212	15,293	15,293
2	2,185	10,404	32,010	1,573	7,489	26,526	1,661	7,908	23,201
3	1,778	8,465	40,475	1,032	4,914	31,440	1,189	5,661	28,862
4	1,267	6,033	46,508	,608	2,894	34,334	1,149	5,472	34,334
5	1,144	5,449	51,956						
6	1,015	4,835	56,791						
7	,986	4,693	61,484						
8	,917	4,365	65,849						
9	,869	4,140	69,989						
10	,755	3,593	73,582						
11	,739	3,519	77,101						
12	,669	3,186	80,287						
13	,647	3,081	83,367						
14	,593	2,822	86,189						
15	,567	2,698	88,887						
16	,526	2,504	91,391						
17	,439	2,092	93,484						
18	,394	1,878	95,361						
19	,383	1,825	97,186						
20	,363	1,727	98,913						
21	,228	1,087	100,000						

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

*Tabela 7: Matrika transformiranih faktorjev*

Factor	1	2	3	4
1	,830	,432	,342	-,089
2	,510	-,526	-,437	,521
3	-,210	,599	-,047	,771
4	-,085	-,421	,831	,354

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

*Tabela 8: Matrika rotiranih faktorjev*

	Factor			
	1	2	3	4
alternative_za_revnejse	,034	,197	,405	-,012
avto_znak_uspeha	-,085	,183	,377	-,035
avto_luksuz	,010	,248	,101	,295
nadzor_neodvisnost	,056	,432	,053	,127
avto_uzitek	,082	,487	,029	-,297
avto_osebna_varnost	,024	,500	,172	-,078
varnost_zascita_pred_nesrecami	,008	,333	,168	,148
osebni_prostor_brez_neznancev	,229	,548	,219	-,226
moti_odvisnost_od_vremena	,308	,348	,092	,031
pogosto_kolo_pesacenje_za_zdravje	-,146	,042	-,261	,429
prevoz_transport_osebni_stvari	,433	,386	,116	,074
stresno_vzdrzevanje_popravki_avta	,205	-,038	-,014	,408
najpomembnejši_cas_potovanja	,459	,096	,342	-,089
moti_nefleksibilna_pot	,455	,091	,530	,051
razumska_izbira_cas_stroski	,097	,043	,054	,499
avto_najraje_od_vrat_do_vrat	,360	,214	,438	-,338
metoda_enostavna	,664	-,098	,168	-,024
metoda_neposredna_blizina	,674	,104	,067	,009
metoda_vedno_na_voljo	,760	,167	-,083	,071
metoda_zanesljiva	,859	,135	-,105	,056
en_potnik_na_avto_neuc_skod	-,165	-,188	-,172	,371

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 6 iterations.

*Tabela 9: Vrednost KMO in Bartlettov preizkus*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,781
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1053,931
	df	210
	Sig.	,000



*Tabela 10: Komunalitete*

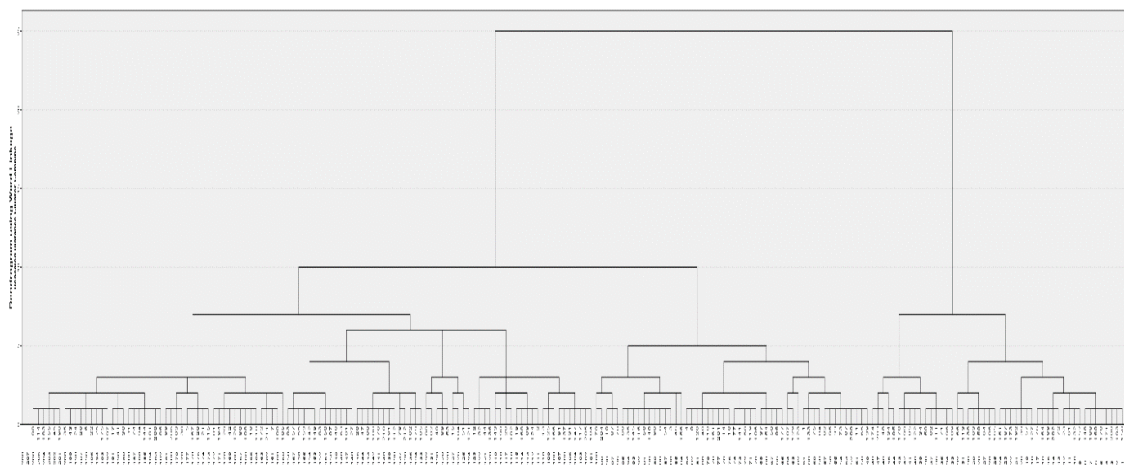
**Communalities**

	Initial	Extraction
alternative_za_revnejse	,233	,204
avto_znak_uspeha	,158	,184
avto_luksuz	,216	,159
nadzor_neodvisnost	,214	,209
avto_uzitek	,299	,333
avto_osebna_varnost	,275	,287
varnost_zascita_pred_nesrecami	,206	,161
osebni_prostor_brez_neznancev	,402	,452
moti_odvisnost_od_vremena	,224	,225
pogosto_kolo_pesacenje_za_zdravje	,246	,275
prevoz_transport_osebnih_stvari	,364	,356
stresno_vzdrzevanje_popravki_avta	,209	,210
najpomembnejši_cas_potovanja	,325	,344
moti_nefleksibilna_pot	,400	,499
razumska_izbira_cas_stroski	,233	,263
avto_najraje_od_vrat_do_vrat	,415	,483
metoda_enostavna	,463	,480
metoda_neposredna_blizina	,461	,470
metoda_vedno_na_voljo	,574	,617
metoda_zanesljiva	,658	,770
en_potnik_na_avto_neuc_skod	,287	,230

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

## PRILOGA 7: Dendrogram (izpis iz SPSS-a)

*Slika 2: Dendrogram*



## **PRILOGA 8: Padeč Wardove kriterijske funkcije (metoda voditeljev)**

*Tabela 11: Padeč Wardove kriterijske funkcije po metodi voditeljev*

	<b>N</b>	<b>Vsota</b>	<b>Razlika</b>
<b>w22</b>	206	4.442,37	/
<b>w32</b>	206	4.190,84	-251,53
<b>w42</b>	206	4.015,16	-175,68
<b>w52</b>	206	3.889,37	-125,79
<b>w62</b>	206	3.764,69	-124,68
<b>w72</b>	206	3.640,13	-124,56
<b>w82</b>	206	3.598,30	-41,83
<b>N</b>	206		

**PRILOGA 9: Kontingenčna tabela (prekrivanje med tremi segmenti po Wardovi metodi in metodi voditeljev) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 12: Kontingenčna tabela (prekrivanje med tremi segmenti po Wardovi metodi in metodi voditeljev)*

Ward Method			* Cluster Number of Case Crosstabulation			Total
			Cluster Number of Case			
			1	2	3	
Ward Method	1	Count	66	3	40	109
		% within Ward Method	60,6%	2,8%	36,7%	100,0%
		% within Cluster Number of Case	80,5%	5,0%	62,5%	52,9%
	2	Count	4	9	24	37
		% within Ward Method	10,8%	24,3%	64,9%	100,0%
		% within Cluster Number of Case	4,9%	15,0%	37,5%	18,0%
	3	Count	12	48	0	60
		% within Ward Method	20,0%	80,0%	0,0%	100,0%
		% within Cluster Number of Case	14,6%	80,0%	0,0%	29,1%
Total	Count	82	60	64	206	
	% within Ward Method	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%	
	% within Cluster Number of Case	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**PRILOGA 10: Tabela s stopnjami strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti za tri segmente po metodi voditeljev**

*Tabela 13: Stopnja strinjanja s trditvami o determinantah izbire mobilnosti za tri segmente po metodi voditeljev*

Trditve o zaznavnih determinantah izbire mobilnosti	Metoda voditeljev			
	1	2	3	Celota
Javni prevoz in druge alternative so za ljudi, ki si ne morejo privoščiti avtomobila.	1,59	1,25	2,03	1,63
Dober avtomobil je znak, da ti je v življenju uspelo.	1,56	1,42	2,02	1,66
Danes voziti avtomobil pomeni luksuz.	2,76	1,88	1,94	2,25
Pri izbiri prevoza želim imeti nadzor in biti neodvisen/-na od odločitev drugih.	4,24	3,45	3,98	3,93
Vožnja z avtomobilom mi predstavlja užitek.	3,67	2,88	3,92	3,52
Avtomobil omogoča največjo osebno varnost (zaščito pred napadi ali nesporazumi).	2,62	1,95	2,73	2,46
Izbiram metodo prevoza, ki mi omogoča največjo varnost v prometu in zaščito pred nesrečami.	2,70	2,30	2,44	2,50
Pri prevozu mi veliko pomeni osebni prostor v vozilu, ki ga ne rabim deliti z neznanci.	3,13	1,82	3,45	2,85
Moti me, če sem odvisen/-na od spreminjajočih se vremenskih razmer.	3,63	2,28	3,30	3,14
Kar se da pogosto kolesarim ali pešočim zaradi vzdrževanja zdravja in kondicije.	4,18	3,95	2,67	3,65
Prevoz mi mora omogočati transport osebnih stvari (tudi večjih in težjih predmetov).	3,88	2,82	4,03	3,62
Pogosto popraviljanje in vzdrževanje avtomobila predstavlja stres.	4,12	3,42	3,52	3,73
Najpomembnejši je čim krajši čas potovanja.	3,80	3,02	4,16	3,68
Moti me, če ne morem izbrati točno določene poti potovanja in je prilagoditi svojim potrebam.	3,27	2,48	3,88	3,23
Metodo potovanja izbiram razumsko s primerjavo stroškov in časa potovanja.	4,06	3,65	3,52	3,77
Najraje uporabljam avtomobil, ker me pripelje »od vrat do vrat«, brez ali z malo dodatnega pešačenja.	2,94	2,00	4,34	3,10
Metoda potovanja mora biti enostavna za uporabo.	4,41	3,92	4,64	4,34
Metoda potovanja mi mora biti na voljo v neposredni bližini.	4,12	3,35	4,50	4,01
Metoda potovanja mi mora biti na voljo vedno (tudi pozno ponoči, zgodaj zjutraj).	4,18	3,35	4,37	4,00
Metoda potovanja mora biti zanesljiva (vedno razpoložljiva in točna).	4,45	3,68	4,64	4,29
Če se z avtomobilom pelje samo ena oseba, je to neučinkovito in škodljivo za okolje.	4,16	4,57	3,41	4,04

**PRILOGA 11: Tabele analize treh segmentov po metodi voditeljev po dodatnih spremenljivkah (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 14: Starost*

**Report**

Starost

Cluster Number of Case	Mean	Std. Deviation
1	30,46	9,747
2	34,22	10,019
3	33,00	10,019
Total	32,34	9,993

*Tabela 15: Spol*

**spol \* mv3sk Crosstabulation**

		mv3sk			Total	
		1	2	3		
spol	Ženski	Count	58	41	36	135
		% within spol	43,0%	30,4%	26,7%	100,0%
		% within mv3sk	70,7%	68,3%	57,1%	65,9%
	Moški	Count	24	19	27	70
		% within spol	34,3%	27,1%	38,6%	100,0%
		% within mv3sk	29,3%	31,7%	42,9%	34,1%
Total		Count	82	60	63	205
		% within spol	40,0%	29,3%	30,7%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 16: Trenutni status*

**status \* mv3sk Crosstabulation**

		mv3sk			Total	
		1	2	3		
status	Zaposlen/-a	Count	44	41	41	126
		% within status	34,9%	32,5%	32,5%	100,0%
		% within mv3sk	53,7%	69,5%	64,1%	61,5%
	Samozaposlen/-a	Count	3	5	1	9
		% within status	33,3%	55,6%	11,1%	100,0%
		% within mv3sk	3,7%	8,5%	1,6%	4,4%
	Brezposeln/-a	Count	5	0	2	7
		% within status	71,4%	0,0%	28,6%	100,0%
		% within mv3sk	6,1%	0,0%	3,1%	3,4%
	Študent/-ka ali dijak/-inja	Count	30	13	19	62
		% within status	48,4%	21,0%	30,6%	100,0%
		% within mv3sk	36,6%	22,0%	29,7%	30,2%
	Upokojenec/-ka	Count	0	0	1	1
		% within status	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%
Total		Count	82	59	64	205
		% within status	40,0%	28,8%	31,2%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 17: Najvišja zaključena izobrazba*

**izobrazba \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
izobrazba	Srednja ali poklicna šola	Count	24	12	20	56
		% within izobrazba	42,9%	21,4%	35,7%	100,0%
		% within mv3sk	29,3%	20,0%	31,3%	27,2%
	Univerzitetna, višješolska ali visokošolska	Count	49	38	40	127
		% within izobrazba	38,6%	29,9%	31,5%	100,0%
		% within mv3sk	59,8%	63,3%	62,5%	61,7%
	Magisterij ali doktorat	Count	9	10	4	23
		% within izobrazba	39,1%	43,5%	17,4%	100,0%
		% within mv3sk	11,0%	16,7%	6,3%	11,2%
Total	Count	82	60	64	206	
	% within izobrazba	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%	
	% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 18: Povprečni mesečni neto dohodki*

**dohodek \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
dohodek	do 500 evrov	Count	34	10	18	62
		% within dohodek	54,8%	16,1%	29,0%	100,0%
		% within mv3sk	43,0%	16,9%	29,0%	31,0%
	od 500 do 1.000 evrov	Count	19	20	21	60
		% within dohodek	31,7%	33,3%	35,0%	100,0%
		% within mv3sk	24,1%	33,9%	33,9%	30,0%
	od 1.000 do 1.500 evrov	Count	20	21	17	58
		% within dohodek	34,5%	36,2%	29,3%	100,0%
		% within mv3sk	25,3%	35,6%	27,4%	29,0%
	nad 1.500 evrov	Count	6	8	6	20
		% within dohodek	30,0%	40,0%	30,0%	100,0%
		% within mv3sk	7,6%	13,6%	9,7%	10,0%
Total	Count	79	59	62	200	
	% within dohodek	39,5%	29,5%	31,0%	100,0%	
	% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 19: Trenutni nastanitveni status

**nastanitev \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
nastanitev	Živim sam/-a	Count	11	5	6	22
		% within nastanitev	50,0%	22,7%	27,3%	100,0%
		% within mv3sk	13,4%	8,3%	9,4%	10,7%
	Živim s partnerjem/zakoncem	Count	15	13	6	34
		% within nastanitev	44,1%	38,2%	17,6%	100,0%
		% within mv3sk	18,3%	21,7%	9,4%	16,5%
	Živim s partnerjem/zakoncem in otroki	Count	18	22	27	67
		% within nastanitev	26,9%	32,8%	40,3%	100,0%
		% within mv3sk	22,0%	36,7%	42,2%	32,5%
	Živim s skupnem gospodinjstvu s starši	Count	14	9	16	39
		% within nastanitev	35,9%	23,1%	41,0%	100,0%
		% within mv3sk	17,1%	15,0%	25,0%	18,9%
	Živim v skupnem gospodinjstvu s sostanovalci	Count	5	6	0	11
		% within nastanitev	45,5%	54,5%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	6,1%	10,0%	0,0%	5,3%
	Živim v študentskem/dijaškem domu	Count	19	5	9	33
		% within nastanitev	57,6%	15,2%	27,3%	100,0%
		% within mv3sk	23,2%	8,3%	14,1%	16,0%
Total		Count	82	60	64	206
		% within nastanitev	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 20: Starost najmlajšega otroka

**starost\_otroka \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
starost_otroka	0–6 let	Count	9	9	12	30
		% within starost_otroka	30,0%	30,0%	40,0%	100,0%
		% within mv3sk	50,0%	40,9%	44,4%	44,8%
	7–18 let	Count	5	11	10	26
		% within starost_otroka	19,2%	42,3%	38,5%	100,0%
		% within mv3sk	27,8%	50,0%	37,0%	38,8%
	Starejši od 18	Count	4	2	5	11
		% within starost_otroka	36,4%	18,2%	45,5%	100,0%
		% within mv3sk	22,2%	9,1%	18,5%	16,4%
Total		Count	18	22	27	67
		% within starost_otroka	26,9%	32,8%	40,3%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Tabela 21: Stopnja strinjanja s trditvami o vgrajenem okolju

Report

Mean

	Cluster Number of Case			
	1	2	3	Total
V velikih mestih je lahko shajati brez avtomobila.	4,04	4,27	3,78	4,02
Želim si mestnih jeder brez avtomobilov.	4,43	4,62	3,67	4,25
Osebni avtomobil je najprimernejša metoda potovanja za družine z otroki.	4,10	3,64	4,44	4,07
Za opravljanje dela (ali za pridobitev delovnega mesta) nujno potrebujem avtomobil.	3,06	2,33	3,50	2,99
Brez osebnega avtomobila ne bi mogel/-a dostopati do pomembnih lokacij (šole, fakultete, službe, prostočasnih aktivnosti, trgovin itd.).	2,68	2,07	3,38	2,72
Brez osebnega avtomobila so zame spontani izleti nemogoči.	3,02	2,87	3,88	3,24
Izboljšanje prometne infrastrukture (javnega prometa in alternativnih metod prevoza) v mojem kraju in okolici bi izboljšalo kakovost življenja.	4,56	4,55	4,03	4,39
Opozorila na spremembe okolja, kot je globalno segrevanje, so pretirana.	1,88	1,77	2,59	2,07

Tabela 22: Tip naselja, v katerem živijo

naselje \* mv3sk Crosstabulation

			mv3sk			Total
			1	2	3	
naselje	Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)	Count	23	14	21	58
		% within naselje	39,7%	24,1%	36,2%	100,0%
		% within mv3sk	28,0%	23,3%	32,8%	28,2%
	Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)	Count	2	4	3	9
		% within naselje	22,2%	44,4%	33,3%	100,0%
		% within mv3sk	2,4%	6,7%	4,7%	4,4%
	2-10.000 prebivalcev	Count	15	8	19	42
		% within naselje	35,7%	19,0%	45,2%	100,0%
		% within mv3sk	18,3%	13,3%	29,7%	20,4%
	Več kot 10.000 prebivalcev	Count	5	7	9	21
		% within naselje	23,8%	33,3%	42,9%	100,0%
		% within mv3sk	6,1%	11,7%	14,1%	10,2%
Maribor		Count	0	2	1	3
		% within naselje	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	3,3%	1,6%	1,5%
Ljubljana		Count	37	25	11	73
		% within naselje	50,7%	34,2%	15,1%	100,0%
		% within mv3sk	45,1%	41,7%	17,2%	35,4%
Total		Count	82	60	64	206
		% within naselje	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 23: Regija, v kateri živijo

**regija \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
regija	Pomurska regija	Count	3	4	5	12
		% within regija	25,0%	33,3%	41,7%	100,0%
		% within mv3sk	3,7%	6,7%	7,8%	5,8%
	Savinjska regija	Count	1	3	1	5
		% within regija	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,2%	5,0%	1,6%	2,4%
	Zasavska regija	Count	0	0	1	1
		% within regija	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%
	Spodnjeposavska regija	Count	1	0	0	1
		% within regija	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,2%	0,0%	0,0%	0,5%
	Jugovzhodna regija	Count	25	16	32	73
		% within regija	34,2%	21,9%	43,8%	100,0%
		% within mv3sk	30,5%	26,7%	50,0%	35,4%
	Osrednjeslovenska regija	Count	38	24	13	75
		% within regija	50,7%	32,0%	17,3%	100,0%
		% within mv3sk	46,3%	40,0%	20,3%	36,4%
	Gorenjska regija	Count	5	7	4	16
		% within regija	31,3%	43,8%	25,0%	100,0%
		% within mv3sk	6,1%	11,7%	6,3%	7,8%
	Goriška regija	Count	9	6	8	23
		% within regija	39,1%	26,1%	34,8%	100,0%
		% within mv3sk	11,0%	10,0%	12,5%	11,2%
Total		Count	82	60	64	206
		% within regija	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 24: Lastništvo osebnega avtomobila

**osebni\_avto \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
osebni_avto	DA	Count	41	29	38	108
		% within osebni_avto	38,0%	26,9%	35,2%	100,0%
		% within mv3sk	50,0%	48,3%	59,4%	52,4%
	NE	Count	41	31	26	98
		% within osebni_avto	41,8%	31,6%	26,5%	100,0%
		% within mv3sk	50,0%	51,7%	40,6%	47,6%
Total		Count	82	60	64	206
		% within osebni_avto	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 25: Vam je v gospodinjstvu na voljo avtomobil?

**avto\_na\_voljo \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
avto_na_voljo	Ne, avtomobila nimam na voljo	Count	2	6	0	8
		% within avto_na_voljo	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	2,4%	10,0%	0,0%	3,9%
	Da, a le delno	Count	11	11	4	26
		% within avto_na_voljo	42,3%	42,3%	15,4%	100,0%
		% within mv3sk	13,4%	18,3%	6,3%	12,6%
	Da, ponavadi	Count	32	17	15	64
		% within avto_na_voljo	50,0%	26,6%	23,4%	100,0%
		% within mv3sk	39,0%	28,3%	23,4%	31,1%
	Da, vedno	Count	37	26	45	108
		% within avto_na_voljo	34,3%	24,1%	41,7%	100,0%
		% within mv3sk	45,1%	43,3%	70,3%	52,4%
Total	Count	82	60	64	206	
	% within avto_na_voljo	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%	
	% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 26: Se kraj prebivališča razlikuje od kraja, kjer živi vaša družina?

**bivalisce\_druzina \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
bivalisce_druzina	DA	Count	38	19	18	75
		% within bivalisce_druzina	50,7%	25,3%	24,0%	100,0%
		% within mv3sk	46,3%	31,7%	28,1%	36,4%
	NE	Count	44	41	46	131
		% within bivalisce_druzina	33,6%	31,3%	35,1%	100,0%
		% within mv3sk	53,7%	68,3%	71,9%	63,6%
	Total	Count	82	60	64	206
		% within bivalisce_druzina	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 27: Se redno (npr. vsak/skoraj vsak vikend) vozite v kraj, kjer živi vaša družina?

**vikend\_migracija \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
vikend_migracija	DA	Count	25	11	11	47
		% within vikend_migracija	53,2%	23,4%	23,4%	100,0%
		% within mv3sk	65,8%	57,9%	61,1%	62,7%
	NE	Count	13	8	7	28
		% within vikend_migracija	46,4%	28,6%	25,0%	100,0%
		% within mv3sk	34,2%	42,1%	38,9%	37,3%
	Total	Count	38	19	18	75
		% within vikend_migracija	50,7%	25,3%	24,0%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 28: Čas, preživet v prometu na delovni dan (ne glede na metodo potovanja)

**cas\_promet \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
cas_promet	0–15 min	Count	13	12	13	38
		% within cas_promet	34,2%	31,6%	34,2%	100,0%
		% within mv3sk	15,9%	20,0%	20,3%	18,4%
	15–30 min	Count	25	19	16	60
		% within cas_promet	41,7%	31,7%	26,7%	100,0%
		% within mv3sk	30,5%	31,7%	25,0%	29,1%
	30–60 min	Count	31	22	24	77
		% within cas_promet	40,3%	28,6%	31,2%	100,0%
		% within mv3sk	37,8%	36,7%	37,5%	37,4%
	60–90 min	Count	6	3	6	15
		% within cas_promet	40,0%	20,0%	40,0%	100,0%
		% within mv3sk	7,3%	5,0%	9,4%	7,3%
	90–120 min	Count	5	2	2	9
		% within cas_promet	55,6%	22,2%	22,2%	100,0%
		% within mv3sk	6,1%	3,3%	3,1%	4,4%
	več kot 2 uri	Count	2	2	3	7
		% within cas_promet	28,6%	28,6%	42,9%	100,0%
		% within mv3sk	2,4%	3,3%	4,7%	3,4%
Total		Count	82	60	64	206
		% within cas_promet	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 29: Pogostost uporabe osebnega avtomobila

**pogostost\_avto \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_avto	Nikoli	Count	0	2	2	4
		% within pogostost_avto	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	3,3%	3,2%	2,0%
	Enkrat do nekajkrat letno	Count	1	9	2	12
		% within pogostost_avto	8,3%	75,0%	16,7%	100,0%
		% within mv3sk	1,2%	15,0%	3,2%	5,9%
	Enkrat do nekajkrat na mesec	Count	17	6	2	25
		% within pogostost_avto	68,0%	24,0%	8,0%	100,0%
		% within mv3sk	20,7%	10,0%	3,2%	12,2%
	Enkrat do nekajkrat na teden	Count	27	15	9	51
		% within pogostost_avto	52,9%	29,4%	17,6%	100,0%
		% within mv3sk	32,9%	25,0%	14,3%	24,9%
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	Count	37	28	48	113
		% within pogostost_avto	32,7%	24,8%	42,5%	100,0%
		% within mv3sk	45,1%	46,7%	76,2%	55,1%
Total		Count	82	60	63	205
		% within pogostost_avto	40,0%	29,3%	30,7%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 30: Pogostost uporabe javnega prevoza

**pogostost\_javni\_prevoz \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_javni_prevoz	Nikoli	Count	4	7	20	31
		% within pogostost_javni_prevoz	12,9%	22,6%	64,5%	100,0%
		% within mv3sk	5,0%	12,3%	32,3%	15,6%
	Enkrat do nekajkrat letno	Count	30	17	17	64
		% within pogostost_javni_prevoz	46,9%	26,6%	26,6%	100,0%
		% within mv3sk	37,5%	29,8%	27,4%	32,2%
	Enkrat do nekajkrat na mesec	Count	14	16	4	34
		% within pogostost_javni_prevoz	41,2%	47,1%	11,8%	100,0%
		% within mv3sk	17,5%	28,1%	6,5%	17,1%
	Enkrat do nekajkrat na teden	Count	16	11	8	35
		% within pogostost_javni_prevoz	45,7%	31,4%	22,9%	100,0%
		% within mv3sk	20,0%	19,3%	12,9%	17,6%
Vsak (ali skoraj vsak) dan	Count	16	6	13	35	
	% within pogostost_javni_prevoz	45,7%	17,1%	37,1%	100,0%	
	% within mv3sk	20,0%	10,5%	21,0%	17,6%	
Total	Count	80	57	62	199	
	% within pogostost_javni_prevoz	40,2%	28,6%	31,2%	100,0%	
	% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabela 31: Pogostost peščenja ali uporabe kolesa

**pogostost\_kolo\_pesacenje \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_kolo_pesacenje	Nikoli	Count	1	3	6	10
		% within pogostost_kolo_pesacenje	10,0%	30,0%	60,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,2%	5,1%	9,5%	4,9%
	Enkrat do nekajkrat letno	Count	1	2	13	16
		% within pogostost_kolo_pesacenje	6,3%	12,5%	81,3%	100,0%
		% within mv3sk	1,2%	3,4%	20,6%	7,9%
	Enkrat do nekajkrat na mesec	Count	10	4	18	32
		% within pogostost_kolo_pesacenje	31,3%	12,5%	56,3%	100,0%
		% within mv3sk	12,3%	6,8%	28,6%	15,8%
	Enkrat do nekajkrat na teden	Count	19	10	12	41
		% within pogostost_kolo_pesacenje	46,3%	24,4%	29,3%	100,0%
		% within mv3sk	23,5%	16,9%	19,0%	20,2%
Vsak (ali skoraj vsak) dan	Count	50	40	14	104	
	% within pogostost_kolo_pesacenje	48,1%	38,5%	13,5%	100,0%	
	% within mv3sk	61,7%	67,8%	22,2%	51,2%	
Total	Count	81	59	63	203	
	% within pogostost_kolo_pesacenje	39,9%	29,1%	31,0%	100,0%	
	% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 32: Stopnja strinjanja z delitvenimi metodami potovanja kot dobrimi alternativami za osebni avtomobil in javni prevoz*

**Report**

Mean

	Cluster Number of Case			
	1	2	3	Total
Deljeni prevozi (npr. preko strani Prevoz.org)	4,32	4,23	4,05	4,21
Program souporabe koles (npr. Bikelj v Ljubljani)	4,63	4,61	4,14	4,47
Car-sharing (program souporabe avtomobilov, ki ga vzpostavijo podjetja, npr. Avant2Go)	4,06	4,20	3,56	3,96
Shuttle prevoz do letališč (npr. GoOpti)	4,34	4,36	4,29	4,33
Avtobusni prevozi na dolge razdalje (npr. FlixBus)	4,33	4,48	4,05	4,29

*Tabela 33: Pogostost uporabe deljenih prevozov kot voznik/-ca ali sopotnik/-ca (npr. preko strani Prevoz.org)*

**pogostost\_deljeni\_prevozi \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_deljeni_prevozi	Metode ne poznam	Count	3	3	6	12
		% within pogostost_deljeni_prevozi	25,0%	25,0%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	3,7%	5,0%	9,4%	5,8%
Nikoli	Count	Count	40	17	35	92
		% within pogostost_deljeni_prevozi	43,5%	18,5%	38,0%	100,0%
		% within mv3sk	48,8%	28,3%	54,7%	44,7%
Enkrat do nekajkrat letno	Count	Count	20	26	14	60
		% within pogostost_deljeni_prevozi	33,3%	43,3%	23,3%	100,0%
		% within mv3sk	24,4%	43,3%	21,9%	29,1%
Enkrat do nekajkrat na mesec	Count	Count	10	7	5	22
		% within pogostost_deljeni_prevozi	45,5%	31,8%	22,7%	100,0%
		% within mv3sk	12,2%	11,7%	7,8%	10,7%
Enkrat do nekajkrat na teden	Count	Count	9	6	3	18
		% within pogostost_deljeni_prevozi	50,0%	33,3%	16,7%	100,0%
		% within mv3sk	11,0%	10,0%	4,7%	8,7%
Vsak (ali skoraj vsak) dan	Count	Count	0	1	1	2
		% within pogostost_deljeni_prevozi	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	1,7%	1,6%	1,0%
Total	Count	Count	82	60	64	206
		% within pogostost_deljeni_prevozi	39,8%	29,1%	31,1%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 34: Povprečen vpliv dejavnikov na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod mobilnosti

Report

Mean

	Cluster Number of Case			
	1	2	3	Total
Nižji stroški.	4,08	3,98	3,72	3,94
Primerljiv čas celotnega potovanja.	4,29	4,10	3,91	4,11
Udobje pri vožnji (prijeten slog vožnje, udoben sedež, prijetna temperatura, čistoča).	4,03	3,71	3,75	3,85
Možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo (vozilo z vtičnicami in Wi-Fi-jem).	3,38	3,15	3,25	3,27
Spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti.	3,77	3,78	3,46	3,68
Nakup/rezervacija preko spleta.	3,78	3,62	3,64	3,69
Mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa.	3,82	3,73	3,66	3,74

Tabela 35: Pogostost uporabe sistema souporabe koles v mestih (npr. Bicikelj)

pogostost\_souporaba\_koles \* mv3sk Crosstabulation

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_souporaba_koles	Metode ne poznam	Count	3	1	4	8
		% within pogostost_souporaba_koles	37,5%	12,5%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	3,8%	1,7%	6,3%	3,9%
Nikoli		Count	57	37	53	147
		% within pogostost_souporaba_koles	38,8%	25,2%	36,1%	100,0%
		% within mv3sk	71,3%	61,7%	84,1%	72,4%
Enkrat do nekajkrat letno		Count	9	5	2	16
		% within pogostost_souporaba_koles	56,3%	31,3%	12,5%	100,0%
		% within mv3sk	11,3%	8,3%	3,2%	7,9%
Enkrat do nekajkrat na mesec		Count	6	13	3	22
		% within pogostost_souporaba_koles	27,3%	59,1%	13,6%	100,0%
		% within mv3sk	7,5%	21,7%	4,8%	10,8%
Enkrat do nekajkrat na teden		Count	2	3	0	5
		% within pogostost_souporaba_koles	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	2,5%	5,0%	0,0%	2,5%
Vsak (ali skoraj vsak) dan		Count	3	1	1	5
		% within pogostost_souporaba_koles	60,0%	20,0%	20,0%	100,0%
		% within mv3sk	3,8%	1,7%	1,6%	2,5%
Total		Count	80	60	63	203
		% within pogostost_souporaba_koles	39,4%	29,6%	31,0%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 36: Pogostost uporabe sistema souporabe avtomobilov v mestih (npr. Avant2Go)

**pogostost\_souporaba\_avtomobilov \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_souporaba_avtomobilov	Metode ne poznam	Count	16	16	19	51
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	31,4%	31,4%	37,3%	100,0%
		% within mv3sk	20,0%	26,7%	30,6%	25,2%
Nikoli		Count	60	42	42	144
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	41,7%	29,2%	29,2%	100,0%
		% within mv3sk	75,0%	70,0%	67,7%	71,3%
Enkrat do nekajkrat letno		Count	1	0	0	1
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,3%	0,0%	0,0%	0,5%
Enkrat do nekajkrat na mesec		Count	1	2	0	3
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,3%	3,3%	0,0%	1,5%
Enkrat do nekajkrat na teden		Count	1	0	1	2
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,3%	0,0%	1,6%	1,0%
Vsak (ali skoraj vsak) dan		Count	1	0	0	1
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	1,3%	0,0%	0,0%	0,5%
Total		Count	80	60	62	202
		% within pogostost_souporaba_avtomobilov	39,6%	29,7%	30,7%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 37: Pogostost uporabe izmeničnega prevoza do letališč (npr. GoOpti)

**pogostost\_shuttle \* mv3sk Crosstabulation**

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_shuttle	Metode ne poznam	Count	8	3	11	22
		% within pogostost_shuttle	36,4%	13,6%	50,0%	100,0%
		% within mv3sk	10,0%	5,0%	17,5%	10,8%
Nikoli		Count	43	27	39	109
		% within pogostost_shuttle	39,4%	24,8%	35,8%	100,0%
		% within mv3sk	53,8%	45,0%	61,9%	53,7%
Enkrat do nekajkrat letno		Count	29	29	12	70
		% within pogostost_shuttle	41,4%	41,4%	17,1%	100,0%
		% within mv3sk	36,3%	48,3%	19,0%	34,5%
Enkrat do nekajkrat na mesec		Count	0	1	0	1
		% within pogostost_shuttle	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	1,7%	0,0%	0,5%
Vsak (ali skoraj vsak) dan		Count	0	0	1	1
		% within pogostost_shuttle	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%
Total		Count	80	60	63	203
		% within pogostost_shuttle	39,4%	29,6%	31,0%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Tabela 38: Pogostost uporabe avtobusnih prevozov na dolge razdalje (npr. FlixBus)

			mv3sk			Total
			1	2	3	
pogostost_avtobus	Metode ne poznam	Count	8	5	7	20
		% within pogostost_avtobus	40,0%	25,0%	35,0%	100,0%
		% within mv3sk	10,0%	8,3%	11,1%	9,9%
	Nikoli	Count	49	29	46	124
		% within pogostost_avtobus	39,5%	23,4%	37,1%	100,0%
		% within mv3sk	61,3%	48,3%	73,0%	61,1%
	Enkrat do nekajkrat letno	Count	23	26	8	57
		% within pogostost_avtobus	40,4%	45,6%	14,0%	100,0%
		% within mv3sk	28,7%	43,3%	12,7%	28,1%
	Enkrat do nekajkrat na mesec	Count	0	0	1	1
		% within pogostost_avtobus	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%
	Enkrat do nekajkrat na teden	Count	0	0	1	1
		% within pogostost_avtobus	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
		% within mv3sk	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%
	Total	Count	80	60	63	203
		% within pogostost_avtobus	39,4%	29,6%	31,0%	100,0%
		% within mv3sk	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**PRILOGA 12: Vpliv izbranih dejavnikov na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod mobilnosti (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 39: Povprečen vpliv dejavnikov na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod mobilnosti*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nižji stroški.	209	1	5	3,92	1,011
Primerljiv čas celotnega potovanja.	209	1	5	4,10	,925
Udobje pri vožnji (prijeten slog vožnje, udoben sedež, prijetna temperatura, čistoča).	209	1	5	3,83	,964
Možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo (vozilo z vtičnicami in Wi-Fi-jem).	209	1	5	3,27	1,315
Spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti.	208	1	5	3,71	1,157
Nakup/rezervacija preko spleta.	208	1	5	3,72	1,138
Mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa.	209	1	5	3,77	1,176
Valid N (listwise)	206				

*Tabela 40: T-preizkus za izbrane dejavnike vpliva na povečanje (ali začetek) uporabe alternativnih metod mobilnosti*

One-Sample Test						
	Test Value = 3.5					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Nižji stroški.	6,053	208	,000	,423	,29	,56
Primerljiv čas celotnega potovanja.	9,307	208	,000	,596	,47	,72
Udobje pri vožnji (prijeten slog vožnje, udoben sedež, prijetna temperatura, čistoča).	4,989	208	,000	,333	,20	,46
Možnost opravljanja aktivnosti med vožnjo (vozilo z vtičnicami in Wi-Fi-jem).	-2,499	208	,013	-,227	-,41	-,05
Spletno mesto, ki združuje informacije o vseh metodah in ponuja preprost načrt poti.	2,577	207	,011	,207	,05	,36
Nakup/rezervacija preko spleta.	2,741	207	,007	,216	,06	,37
Mobilna aplikacija, ki prikaže možnosti prevoza do izbrane destinacije in nakupa.	3,265	208	,001	,266	,11	,43

**PRILOGA 13: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in tip naselja) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 41: Kontingenčna tabela (lastništvo osebnega avtomobila in tip naselja)*

**Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila? \* Tip naselja Crosstabulation**

			Tip naselja					Total
			Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)	Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)	2–10.000 prebivalcev	Več kot 10.000 prebivalcev	Ljubljana	
Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila?	DA	Count	36	5	29	15	29	114
		Expected Count	34,4	4,8	22,6	12,9	39,3	114,0
		% within Tip naselja	56,3%	55,6%	69,0%	62,5%	39,7%	53,8%
	NE	Count	28	4	13	9	44	98
		Expected Count	29,6	4,2	19,4	11,1	33,7	98,0
		% within Tip naselja	43,8%	44,4%	31,0%	37,5%	60,3%	46,2%
Total	Count	64	9	42	24	73	212	
	Expected Count	64,0	9,0	42,0	24,0	73,0	212,0	
	% within Tip naselja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 42: Preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in tip naselja)*

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,642 <sup>a</sup>	4	,031
Likelihood Ratio	10,778	4	,029
Linear-by-Linear Association	3,288	1	,070
N of Valid Cases	212		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,16.

**PRILOGA 14: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (pogostost uporabe avtomobila in tip naselja) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 43: Kontingenčna tabela (pogostost uporabe avtomobila in tip naselja)*

**Pogostost uporabe avtomobila \* Tip naselja Crosstabulation**

			Tip naselja				Total	
			Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)	Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)	2–10.000 prebivalcev	Več kot 10.000 prebivalcev		Ljubljana
Pogostost uporabe avtomobila	Nikoli do nekajkrat na mesec	Count	5	1	6	3	26	41
		Expected Count	12,4	1,7	8,2	4,5	14,2	41,0
		% within Tip naselja	7,8%	11,1%	14,3%	13,0%	35,6%	19,4%
	Enkrat do nekajkrat na teden	Count	11	1	4	8	27	51
		Expected Count	15,5	2,2	10,2	5,6	17,6	51,0
		% within Tip naselja	17,2%	11,1%	9,5%	34,8%	37,0%	24,2%
	Vsak (ali skoraj vsak) dan	Count	48	7	32	12	20	119
		Expected Count	36,1	5,1	23,7	13,0	41,2	119,0
		% within Tip naselja	75,0%	77,8%	76,2%	52,2%	27,4%	56,4%
	Total	Count	64	9	42	23	73	211
		Expected Count	64,0	9,0	42,0	23,0	73,0	211,0
		% within Tip naselja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*Tabela 44: Preizkusi hi-kvadrat (pogostost uporabe avtomobila in tip naselja)*

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,882 <sup>a</sup>	8	,000
Likelihood Ratio	47,853	8	,000
Linear-by-Linear Association	31,769	1	,000
N of Valid Cases	211		

a. 3 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,75.

**PRILOGA 15: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (opravljeno voziško dovoljenje in tip naselja) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 45: Kontingenčna tabela (opravljeno voziško dovoljenje in tip naselja)*

**Imate voziško dovoljenje? \* Tip naselja Crosstabulation**

			Tip naselja					Total
			Manj kot 2.000 prebivalcev (vaško)	Manj kot 2.000 prebivalcev (mestno)	2-10.000 prebivalcev	Več kot 10.000 prebivalcev	Ljubljana	
Imate voziško dovoljenje?	DA	Count	64	9	41	24	70	208
		Expected Count	63,1	8,9	40,4	23,7	72,0	208,0
		% within Tip naselja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,9%	98,6%
	NE	Count	0	0	0	0	3	3
		Expected Count	,9	,1	,6	,3	1,0	3,0
		% within Tip naselja	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	1,4%
Total	Count	64	9	41	24	73	211	
	Expected Count	64,0	9,0	41,0	24,0	73,0	211,0	
	% within Tip naselja	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 46: Preizkusi hi-kvadrat (opravljeno voziško dovoljenje in tip naselja)*

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,753 <sup>a</sup>	4	,218
Likelihood Ratio	6,451	4	,168
Linear-by-Linear Association	3,772	1	,052
N of Valid Cases	211		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,13.

**PRILOGA 16: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in nastanitveno stanje) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 47: Kontingenčna tabela (lastništvo osebnega avtomobila in nastanitveno stanje)*

			Nastanitev					Total	
			Živim sam/-a	Živim s partnerjem/zakoncem	Živim s partnerjem/zakoncem in otroki	Živim s skupnem gospodinjstvu s starši	Živim v skupnem gospodinjstvu s sostanovalci		Živim v študentskem/dijaškem domu
Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila ?	DA	Count	13	22	54	18	2	5	114
		Expected Count	11,8	19,9	37,1	21,5	5,9	17,7	114,0
		% within Nastanitev?	59,1%	59,5%	78,3%	45,0%	18,2%	15,2%	53,8%
	NE	Count	9	15	15	22	9	28	98
		Expected Count	10,2	17,1	31,9	18,5	5,1	15,3	98,0
		% within Nastanitev?	40,9%	40,5%	21,7%	55,0%	81,8%	84,8%	46,2%
Total	Count	22	37	69	40	11	33	212	
	Expected Count	22,0	37,0	69,0	40,0	11,0	33,0	212,0	
	% within Nastanitev?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 48: Preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in nastanitveno stanje)*

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,023 <sup>a</sup>	5	,000
Likelihood Ratio	47,149	5	,000
Linear-by-Linear Association	24,555	1	,000
N of Valid Cases	212		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,08.

**PRILOGA 17: Kontingenčna tabela in preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in starost najmlajšega otroka) (izpis iz SPSS-a)**

*Tabela 49: Kontingenčna tabela (lastništvo osebnega avtomobila in starost najmlajšega otroka)*

**Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila? \* Starost najmlajšega otroka Crosstabulation**

			Starost najmlajšega otroka			Total
			0–6 let	7–18 let	Starejši od 18	
Ste lastnik/-ca osebnega avtomobila?	DA	Count	24	22	8	54
		Expected Count	24,3	21,1	8,6	54,0
		% within Starost najmlajšega otroka	77,4%	81,5%	72,7%	78,3%
	NE	Count	7	5	3	15
		Expected Count	6,7	5,9	2,4	15,0
		% within Starost najmlajšega otroka	22,6%	18,5%	27,3%	21,7%
Total	Count	31	27	11	69	
	Expected Count	31,0	27,0	11,0	69,0	
	% within Starost najmlajšega otroka	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

*Tabela 50: Preizkusi hi-kvadrat (lastništvo osebnega avtomobila in starost najmlajšega otroka)*

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,375 <sup>a</sup>	2	,829
Likelihood Ratio	,371	2	,831
Linear-by-Linear Association	,019	1	,889
N of Valid Cases	69		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,39.

## PRILOGA 18: Seznam pogosto uporabljenih kratic

<b>Kratica</b>	<b>Pomen</b>
AKOS	Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije
CTN	Celostne teritorialne naložbe
DESI	indeks digitalnega gospodarstva in družbe (angl. <i>The Digital Economy and Society Index</i> )
EU	Evropska unija
IKT	informacijsko-komunikacijska tehnologija
MOL	Mestna občina Ljubljana
SURS	Statistični urad Republike Slovenije
ZDA	Združene države Amerike