

Polacy za kierownicą [RAPORT]

data aktualizacji: 2018.05.18



Dla większości Polaków jazda samochodem to nie tylko podróż z punktu A do B. To także sposób na pokazanie swojego charakteru i wyrażenie emocji za kierownicą. Wyniki badania przeprowadzonego przez Kantar TNS na zlecenie Shell, pokazują jakimi typami zwierząt jesteśmy w polskiej drogowej dżungli.

Emocje nierozdzielnie towarzyszą nam podczas jazdy samochodem. Dlatego Shell, producent olejów silnikowych do samochodów osobowych Shell Helix, w ramach globalnej kampanii #DriveOn postanowił zbadać jak zachowują się i czego doświadczają kierowcy.

Wielka szóstka drogowej dżungli

Zgodnie z wynikami badania Shell „Drogowa dżungla, czyli Polak za kierownicą” statystyczny kierowca w Polsce ma 40 lat, jest mężczyzną (7 na 10 respondentów), z wykształceniem średnim i wyższym, ma jedno dziecko oraz jeden samochód. Na podstawie wyników badania wyłoniono sześć najczęściej spotykanych typów kierowców, którzy różnią się upodobaniami, poziomem empatii, temperamentem, nawykami i stylem jazdy. Otrzymane typy doskonale oddają charakter i zachowania zwierząt z afrykańskiej dżungli.

„To badanie podejmuje ważny temat emocji jakie towarzyszą prowadzeniu auta – czy, jak i z kim lubimy podróżować? Co nam daje jazda samochodem i co w samej jeździe sprawia nam przyjemność. Odwołanie się do świata zwierząt doskonale oddaje złożoność ludzkich emocji i charakterów. Metafora dżungli i funkcjonujących w jej przestrzeni zwierząt sprawia, że łatwiej jest nam zrozumieć nasze drogowe zachowania, co w efekcie może doprowadzić do tego, że będziemy bardziej kompetentnymi kierowcami” – powiedział dr Tomasz Sobierajski z Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego.

Bo rzeczywiście na polskich drogach królują lwy – ten typ reprezentuje niemal jedna czwarta kierowców. To bardzo dobra informacja, gdyż to najbardziej kompetentny typ kierowcy – doświadczony, skoncentrowany, skrupulatnie planuje trasę i w pełni kontroluje sytuację na drodze.

Drugą pod względem liczebności grupę stanowią słonie – 17,9% polskich kierowców. Za kółkiem rozważne i odpowiedzialne, ale przede wszystkim niezwykle opiekuńcze i troskliwe. Cenią komfortową i spokojną jazdę w towarzystwie bliskich.

Żyrafy stanowią 17,3% ankietowanych osób – są przyjazne i wesołe. Do tej grupy należą amatorzy długich wycieczek w towarzystwie przyjaciół i rodziny. Żyrafy prowadzą pewnie, błyskawicznie reagują w sytuacjach zagrożenia.

Z kolei najbardziej asertywne są tygrysy, które stanowią 15,1% badanych. Uważają, że to właśnie im powinni podporządkować się inni mieszkańcy dżungli. Kochają luksus, kręte drogi i jazdę w trudnych warunkach.

W odróżnieniu od beztroskiego lemura (14,6%), który jest mistrzem czerpania radości z jazdy – auto daje mu poczucie radości i wolności. Lubi wycieczki donikąd, najchętniej przy otwartych oknach i głośnej muzyce.

Najmniej liczna, choć najbardziej drapieżna grupa, bo 11,3% respondentów, to gepardy – czyli najszybszy gatunek występujący na drodze. Typ wojownika i ryzykanta, który jeździ dynamicznie do granic możliwości – swoich, samochodu oraz panujących warunków.

Olejowe preferencje Polaków

Polscy kierowcy stawiają na oleje syntetyczne – ponad 2/3 respondentów wybiera oleje syntetyczne i półsyntetyczne – odpowiednio 35 i 31%. Co więcej, ponad połowa Polaków osobiście wybiera olej do swojego samochodu, ale po zasięgnięciu opinii u specjalisty – mechanika czy doradcy serwisowego. O radę pyta co trzeci

Polak. A 83%, najchętniej w niezależnym lokalnym warsztacie, którego właścicielem jest osoba prywatna – tak odpowiedziała aż połowa ankietowanych. Co ciekawe niemal połowa (46%) badanych samodzielnie uzupełnia olej silnikowy jeśli zachodzi taka potrzeba.

„Z badania jasno wynika, że Polacy za kierownicą przybierają różne postacie. Najczęściej są odpowiedzialni jak lwy, ale można także w trasie spotkać szybkiego i zwinnego geparda. W kampanii #DriveOn chcemy zachęcać i inspirować kierowców do czerpania radości z prowadzenia, bez martwienia się o silnik samochodu – tym zajmie się olej Shell Helix!” – powiedziała Justyna Goraj, Menedżer Komunikacji Marek Olejowych Shell.

[1](#) „Drogowa Dżungla, czyli Polak za kierownicą” – badanie Kantar TNS na zlecenie Shell, 2018

[2](#) „Drogowa Dżungla, czyli Polak za kierownicą” – badanie Kantar TNS na zlecenie Shell, 2018

Źródło: