

Sajtóközlemény

2019. május 29.

Mihók Ildikó
Public Relations
T +36 30 619 3361
ildiko.mihok@gfk.com

Kui János
Head of Industry Sales
T + 36 30 619 3364
janos.kui@gfk.com

Időnk jelentős részét a munkahelyünkön, illetve a munkahelyünkre való utazással töltjük; hétköznapi teendőink nem elhanyagolható részét itt, a munkahely környékén intézzük. A munkahely – így az irodaházak – környezete, ellátottsága így lényeges kérdés sok munkavállaló számára.

A GfK az irodaházakban dolgozók környékhez kötődő szokásait vizsgálta.

Budapest, 2019. május 28. – Hogyan használják az irodaépület környékét az ott dolgozók; mi az, amit inkább a munkahelyük közelében, és mi az, amit otthon intéznek el – esetleg útközben az otthonuk és munkahelyük között; mi a szerepe számukra a közelben található bevásárlóközpontoknak; mit igényelnek, mit hiányolnak az irodai dolgozók különféle csoportjai? Ezekre és hasonló kérdésekre kereste a választ a GfK kutatása, amelynek mintavétele Budapest legnagyobb modern irodaházi zónáira fókuszált. A kutatás több mint 1100 fő megkérdezésével, személyes és online kérdezési módszerrel zajlott.

A kutatásból megállapíthatjuk, hogy az irodaházi dolgozók – saját bevallásuk szerint – átlagosan munkaidejük 80-90%-át az irodaépületen belül töltik. Nagy részük azonban naponta legalább egyszer elhagyja az épületet munkaidőben; csupán kisebb részük – az irodaházi dolgozók körülbelül 8%-a –, aki egyáltalán nem teszi ki a lábát az épületből a munkaidő kezdete és vége között. A budapesti irodaházakban dolgozók összességében véve jóval magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek, mint a regionális – közép-magyarországi – átlag, s felülreprezentáltak körükben a 30-39, illetve a 40-49 éves korosztály: közülük is azok, akik magasabb arányban kijárnak az irodaépületet környező utcákba, inkább a fiatalabbak, a szolgáltató-kiszolgáló munkakörökben dolgozók, valamint – nem meglepő módon – a dohányosok.



GfK Hungária
Piackutató Intézet
1077 Budapest
Wesselényi u. 16.
A épület, IV. emelet
Magyarország

Levelezési cím:
1391 Budapest 62
Pf. 220

Tel. +36 1452 3050
Fax +36 1320 1776
www.gfk.com
www.facebook.com/gfkhungaria

Igazgató
Kozák Ákos PhD

A munkaidőben az irodaházon kívül töltött időtartamok nagy változatosságot mutatnak, de nagy átlagban 27 perc körül alakulnak. Fontos üzenete a kutatásnak, hogy az irodaházak környékét illetően az ott dolgozók elsősorban kellemesebb környezetre – zöldterületekre, rendezettségre, tisztaságra, leülésre és pihenésre alkalmas szabadtéri helyekre – vágnak: ezt általános igényként fogalmazhatjuk meg. A parkolási lehetőségek fejlesztése is gyakran elhangzó kívánság – az érintettek köre e tekintetben elég magas, hiszen az irodaházakban dolgozók csaknem egynegyede minden nap, további 11%-uk pedig hetente többször autóval megy dolgozni.

Az irodaházakat környező területek egyik legfontosabb funkciója mégis az étkezés, az étkezőhelyek biztosítása. Az irodaházakból kijáró dolgozók mintegy 50%-a tér be napi rendszerességgel valamilyen környékbeli vendéglátóhelyre, elsősorban ebédidőben. A legnépszerűbbek a kávézók és gyorsételek, valamint a különféle ételbárok és pékségek, de viszonylag sokan választják a gyorsételemlánccokat vagy az utcai falatozókat, büféket is. Emellett nem elhanyagolható azok aránya sem, akik elvitelre – munkahelyi, vagy menet közben történő fogyasztásra – vásárolnak élelmiszert, akár vendéglátóhelyen, akár valamilyen (főként kisebb alapterületű) élelmiszerüzletben. Összességében elmondhatjuk, hogy az irodai dolgozók e téren igénylik a változatosságot: nemcsak sokféle étkezési lehetőséget vesznek igénybe széles körben, de általánosan igényelt fejlesztés részükről az irodaházak környékén az étkezési lehetőségek szélesebb választéka. S ha már munkahelyi étkezés: az irodaépületen belül – annak elhagyása nélkül – fogyasztott ételek esetében az otthonról hozott elemózsia a legnépszerűbb, míg az ételrendelés összességében az irodaházi dolgozóknak viszonylag kisebb hányadára jellemző, inkább a fiatalabbakra.

Az irodaépületbe menet vagy onnan jövet a dolgozók körülbelül kétharmada ejt útba valamilyen üzletet vagy szolgáltatót a környéken. Munkába menet legjellemzőbben valamilyen étkezőhelyre vagy élelmiszerboltba ugranak be, s míg hazafelé is leginkább élelmiszerboltokat ejtenek útba, ekkor a legmagasabb a nem-élelmiszerjellegű üzletek látogatása is. Összességében azonban kevésbé jellemző, hogy az irodaházi dolgozók a munkahelyük környékén végezzék a nagyobb léptékű beszerzéseiket: saját becslésük szerint havi teljes élelmiszer- és napi fogyasztási cikk-költségeik 55%-át az otthonuk közelében található boltokban költik el, s csak 17% jut el a munkahelyükhöz közeli üzletekbe. Ami az egyéb vásárlásokat, illetve az ügyintézését illeti, az irodaház környékén jellemzően gyógyszertárakat, drogériákat, dohányboltokat, újságost, postát, ATM-et és bankfiókokat keresnek fel az irodai dolgozók – vagyis nem a tartósabb, nagyobb fogyasztási cikkek beszerzése a tipikus.

A kutatásban még sok más tényezőt is vizsgáltunk: például hogy az irodaházi dolgozók honnan és milyen közlekedési eszközökkel járnak munkába; hány perc alatt érnek be a munkahelyükre; mit és hol sportolnak; milyen szórakozási lehetőségeket keresnek; vagy hogy mennyire használják ki a közeli bevásárlóközpontok nyújtotta lehetőségeket. Az irodaházak dolgozóinak különböző

alcsoportjai sok esetben eltérő életstílussal, elvárásokkal, igényekkel rendelkeznek, s az irodaházak környékének emiatt is komplex feladatoknak kell megfelelnie.

“Az irodaházak környékének fejlesztése, a fejlesztések iránya nem csak az ott dolgozók, hanem a munkaadók, bérlők, ingatlanfejlesztők számára is fontos kérdés. Tanulmányunk az irodaházi dolgozók szokásainak és igényeinek bemutatásával ehhez nyújthat támpontokat” – egészítette ki a kutatási eredményeket Kui János, a GfK Hungária Industry Sales terület vezetője.

A GfK-ról

A GfK-nál az adatok tudományos módszerekkel kerülnek feldolgozásra. Innovatív kutatási megoldásaink a fogyasztók, a különböző piacok, a márkák és a média jelenét és jövőjét firtató fő üzleti kérdésekre adnak választ. Mit kínálunk kutatóként és elemzőként partnereinknek világszerte? “Growth from Knowledge”.

További információért látogasson el a www.gfk.com weboldalra, vagy kövesse a GfK-t a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>.