



PHƯƠNG HƯỚNG NĂM 2045

KẾ HOẠCH VẬN CHUYỂN DÀI HẠN

Kết quả khảo sát và tiếp cận

Cách thức mọi người di chuyển đi lại:

1

Lái xe (xe hơi, xe máy, v.v.)



2

Đi bộ

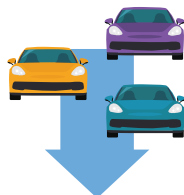


3

Xe buýt



Các chiến lược giúp giảm tình trạng tắc nghẽn giao thông và giảm nhu cầu mọi người cần lái xe trong tương lai (hai chiến lược hàng đầu):



32%
Khuyến khích các chính sách cho phép nhân viên làm việc tại nhà ít nhất một ngày mỗi tuần, bất cứ khi nào có thể

32%
Cải thiện và mở rộng các dịch vụ đường sắt đi lại bao gồm Metrolink và Amtrak

28%
Tạo một mạng lưới xe điện đường sắt nhẹ phục vụ các điểm đến và trung tâm hoạt động chính

27%
Cải thiện và mở rộng dịch vụ xe buýt

27%
Cung cấp cho những người đi phương tiện công cộng quyền sử dụng xe đưa đón, xe đạp/xe tay ga dùng chung và dịch vụ trả đi chung xe tại các trạm giao thông công cộng để đến điểm dừng cuối cùng của họ (tức là các trung tâm di chuyển)

21%
Sửa đổi đường phố để phù hợp với tất cả các hình thức giao thông (lái xe, chuyển tuyến, đi bộ, đi xe đạp, v.v.) một cách an toàn

19%
Khuyến khích đi chung xe hơi, xe vận tải nhỏ, trả tiền đi chung xe

15%
Cải thiện làn đường dành cho xe đạp, vỉa hè, tính an toàn cho người đi bộ, v.v.

Các chiến lược khuyến khích mọi người ít lái xe hoặc sử dụng hình thức giao thông khác (hai chiến lược hàng đầu):

56%
Giảm chi phí vé chuyển tuyến và vé để khuyến khích sử dụng phương tiện công cộng nhiều hơn

55%
Khuyến khích các chính sách cho phép nhân viên làm việc tại nhà ít nhất một ngày mỗi tuần, nếu có thể

53%
Khuyến khích các doanh nghiệp và nhân viên sử dụng nhiều hơn phương tiện công cộng, đi chung xe và đi xe đạp trên lộ trình đi lại

23%
Chuyển làn đường đi chung xe sang làn đường cao tốc có thu phí miễn phí cho xe hơi có từ ba người trở lên và những người khác có thể trả phí để đi vào các làn đường này

13%
Yêu cầu ít nhất ba người trên xe đủ điều kiện đi làn đường dành cho xe chung

Cải thiện chuyển tiếp phương tiện để giúp giảm tình trạng tắc nghẽn giao thông ở Orange County (ba cải thiện hàng đầu):



55%
Tạo dịch vụ đưa đón cộng đồng địa phương đưa mọi người đến và xung quanh các trung tâm hoạt động chính

55%
Tăng cường kết nối đến và đi từ các điểm dừng xe buýt và ga đường sắt bằng cách phát triển Trung Tâm Di Chuyển (nhiều dịch vụ tại một địa điểm)

46%
Tăng cường dịch vụ đường sắt đi lại (Metrolink/Amtrak)

41%
Cung cấp các làn đường chỉ chuyển tuyến với các dịch vụ chất lượng cao (ví dụ: đường sắt nhẹ hoặc xe buýt nhanh) để kết nối các trung tâm hoạt động qua các khu vực giao thông mật độ cao

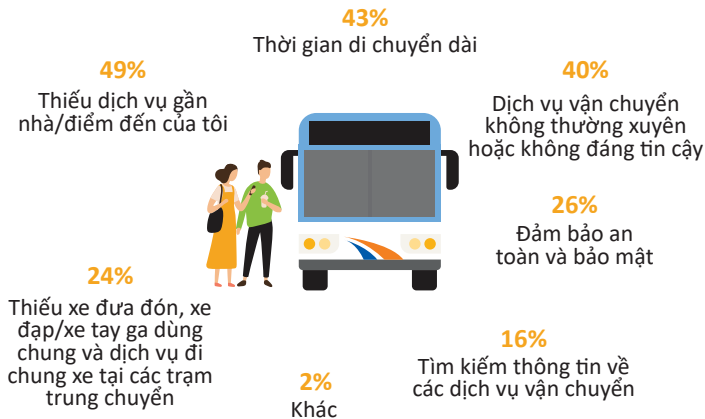
41%
Tăng cường dịch vụ xe buýt địa phương ở các khu vực có tiềm năng hành khách cao

36%
Thêm dịch vụ xe điện tại các khu vực có tiềm năng lượng hành khách cao

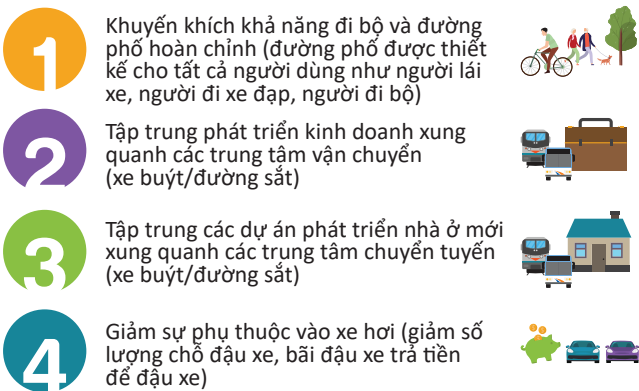
24%
Tạo dịch vụ đi xe chung theo yêu cầu (Uber/Lyft/Microtransit)

4%
Khác

Những thách thức chính để cải thiện việc chuyển tiếp phương tiện (hai thách thức hàng đầu):



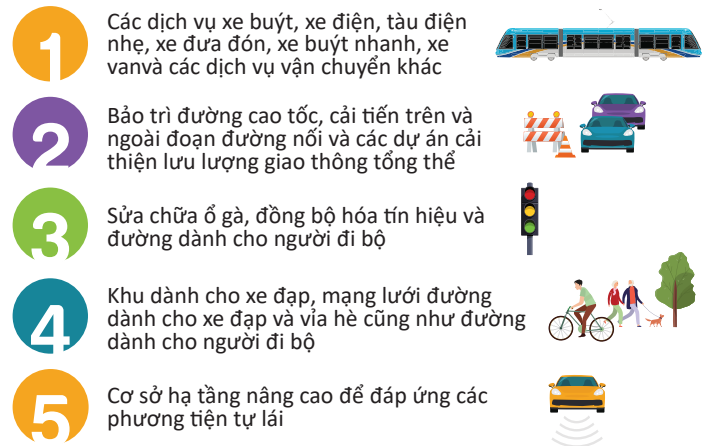
Xếp hạng chiến lược sử dụng đất để giảm tình trạng tắc nghẽn giao thông:



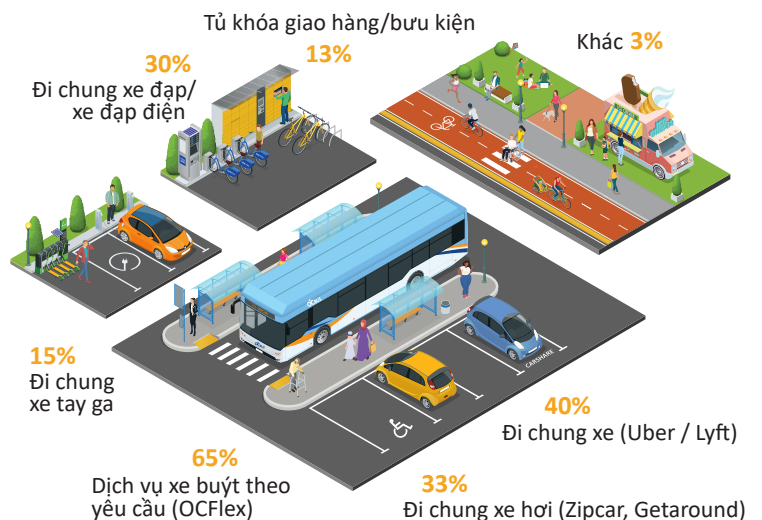
Tham khảo giải pháp kỹ thuật để cải thiện phương tiện giao thông (ba tham khảo hàng đầu):



Xếp hạng các loại cải thiện phương tiện giao thông:










Tham khảo dịch vụ tiềm năng tại Mobility Hubs (hai tham khảo hàng đầu):



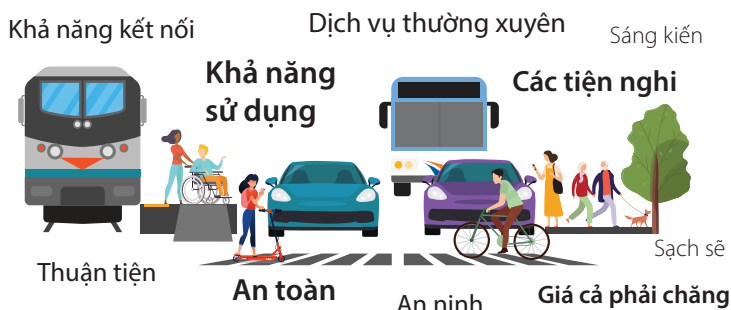
Xếp hạng các tiện nghi / dịch vụ tại Mobility Hubs:

- 1 Các tính năng bảo mật (camera, ánh sáng, v.v.)
- 2 Phòng tắm 
- 3 Ghế ngồi và không gian mở 
- 4 Bãi đậu xe đạp an toàn 
- 5 Nhân viên tại trạm trung chuyển sẵn sàng giúp đỡ 
- 6 Trạm sạc USB 
- 7 Tùy chọn ăn uống (xe tải/xe đẩy thức ăn, máy bán hàng tự động) 
- 8 Trạm sửa chữa xe đạp 
- 9 Máy rút tiền ATM 
- 10 Tủ khóa để gửi hành lý hoặc gói hàng 

Những địa điểm Mobility Hub tiềm năng tại Orange County (hai địa điểm hàng đầu):

- 48% Tại các điểm đến chính của khách viếng thăm (công viên giải trí, trung tâm mua sắm, bãi biển, v.v.) 
- 37% Tại các ga/các trạm đường sắt 
- 29% Cơ Sở Giáo Dục (trường đại học, cao đẳng, v.v.) 
- 27% Tại các trạm xe buýt/trạm dừng 
- 25% Tại các trung tâm mua sắm lân cận 
- 19% Gần khu dân cư 
- 16% Tại các trung tâm việc làm 
- <1% Khác

Lý do sử dụng Mobility Hubs:



Nhân khẩu học

Độ tuổi:

- 5% 16-24
- 14% 25-34
- 16% 35-44
- 18% 45-54
- 24% 55-64
- 15% 65-74
- 4% 75 hoặc hơn
- 4% Không muốn đề cập



Thu nhập hộ gia đình hàng năm:

- 17% Less than \$30,000
- 13% \$30,000 – \$49,999
- 14% \$50,000 – \$79,999
- 13% \$80,000 – \$109,000
- 15% \$110,000 – \$169,000
- 10% \$170,000 hoặc hơn
- 18% Không muốn đề cập



Sắc tộc:

- 46% Người Da trắng
- 21% Người La-tinh/Người gốc Tây Ban Nha
- 3% Người Mỹ Bản Địa
- 1% Người Mỹ Da Đỏ hoặc Thổ Dân Alaska
- 13% Người Châu Á - Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Việt Nam, Philippines hoặc Châu Á khác
- 1% Cư dân đảo Thái Bình Dương
- 1% Người Trung Đông
- 3% Người Đa chủng Tộc
- 1% Khác
- 10% Không muốn đề cập



Gắn kết cộng đồng



Đã thu thập **1,825** khảo sát hoàn tất từ ngày 28 tháng 9 đến ngày 31, 2021 tháng 10



Đã gửi email **22** thông báo dự án đến **67,000** hành khách đi xe buýt và xe điện, đi chung xe và những người có liên quan đến dự án



Quảng cáo trên báo tiếng Tây Ban Nha và tiếng Việt



Phát **20** quảng cáo trên radio tiếng Việt



Tổ chức **5** OCTA chỉ dẫn ủy ban, **2** hội thảo trực tuyến Bàn Tròn Nhà Lãnh Đạo Cộng Đồng và **1** hội thảo trực tuyến công cộng thu hút **46** người tham gia, cũng như tải lên nội dung thuyết trình công cộng và video trực tuyến cho những người không thể tham dự



Tập hợp **900+** ý kiến cộng đồng từ những người tham gia khảo sát và những người có liên quan tham gia trong các cuộc họp và sự kiện



Cung cấp đường dây hỗ trợ đa ngôn ngữ để các bên quan tâm tham gia khảo sát và có ý kiến về nghiên cứu



Thực hiện chiến dịch văn bản, gửi đi **5** thông báo cho gần **300** bên quan tâm



Chia sẻ bộ dụng cụ giao tiếp điện tử với **34** thành phố địa phương, **124** Thành Viên Bàn Tròn Nhà Lãnh Đạo Cộng Đồng, và **12** OCTA tổ chức ủy ban/người có liên quan



Thông báo dự án qua blog **OCTA's On-the Move**, bản tin và báo chí



Quảng bá dự án và khảo sát với **4** Twitterbài đăng, **1** Instagram câu chuyện, **6** OCTA Facebook bài đăng, và **6** Facebook quảng cáo, **1** quảng cáo phân định ranh giới địa lý với **233,000+** lượt xem



Chia sẻ tài liệu bằng tiếng Anh, tiếng Tây Ban Nha và tiếng Việt

Mã zip nơi ở của người tham gia:

