



Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

mai 2010

Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

Sisukord

1. Hinnangud turvavööde kasutamise vajalikkusele	lk. 6
2. Turvavöö kinnitamisele suunatud liiklusohutuskampaania märkamine	lk. 14
3. Uuringu kokkuvõte	lk. 28
4. Lisad	lk. 30



Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

mai 2010

Emor AS

Autor
Kersten Jõgi

Maanteeamet

| © TNS

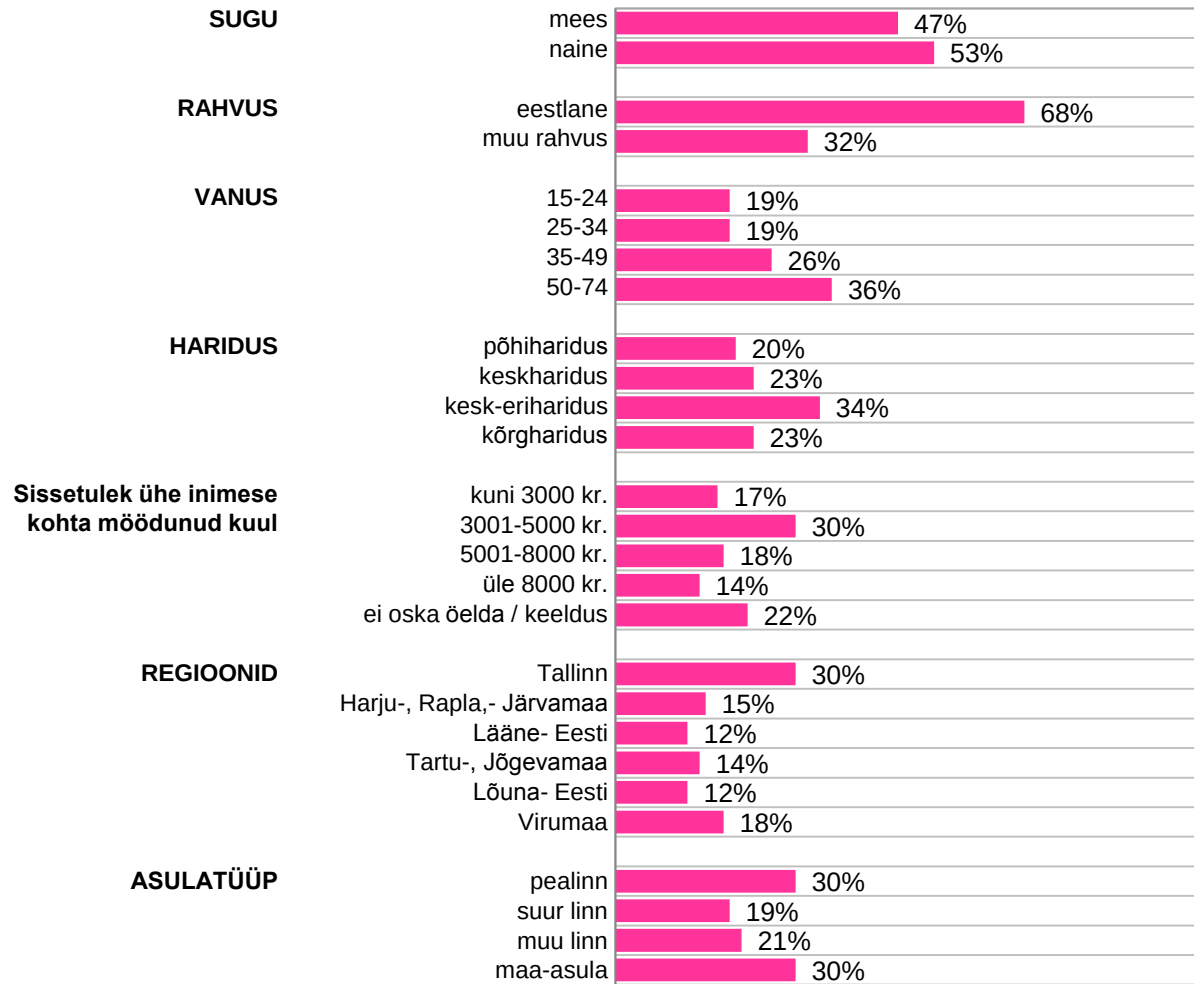
- Uuringu põhieesmärk on välja selgitada Eesti elanikkonna suhtumine turvavöö kinnitamisesse ning elanike tegelik käitumine autoga sõites.
- Uuringu raames selgusid vastused järgmistele küsimustele:
 - kui vajalikuks Eesti elanikud turvavöö kinnitamist peavad?
 - kui paljud Eesti elanikud kinnitavad autoga sõites turvavöö – olles juhi, kõrvalistuja või tagaistmel istuja rollis?
 - kui paljud Eesti elanikud kinnitavad turvavöö lastel?
 - kui paljud on märganud turvavöö kasutamisele suunatud liiklusohutuskampaaniaid ja hinnangud kampaania mõjule?
 - kuivõrd tõhusaks hindab Eesti elanikkond politsei tegevust turvavööde ja turvavarustuse kasutamise osas?

- Uuringu meetod ja üldkogum
 - CAPI-buss (*Computer Assisted Personal Interviewing*).
 - Eesti alalised elanikud vanuses 15-74 aastat, üle-eestiline esinduslik valim.
- Küsitlusperiood:
 - 14.-21. aprill ja 28.aprill-5. mai 2010
- Valim:
 - Eesti elanikud vanuses 15-74 aastat.
 - Uuringu planeeritud valim on 1000 inimest, tegelikult vastas 1003 inimest. 1000 vastaja puhul on tulemuste valimiviga kuni $\pm 3,1\%$.
 - Valimi koostamisel on kasutatud üldkogumi proportsionaalset mudelit, kus kõik küsitletud esindavad võrdset arvu üldkogumi inimesi.
 - Küsitletavate valikul on kasutatud lähteaadressi meetodit ja noorte-meeste reeglit.
 - Küsitlustöö käigus kujunenud valimi kontrolliks on seda võrreldud vastavate statistiliste näitajatega üldkogumi kohta ning vajadusel on esinduslikkuse tagamiseks valimibaasi kaalutud.
- Uuringu tellija on Maanteeamet. Uuringu tulemuste omandiõigus kuulub uuringu tellijale.

vastanute profiil vastab

Eesti elanikkonna profiilile

(% kõikidest vastajatest, n=1003)





hinnangud turvavööde kasutamise vajalikkusele

Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

veendumus turvavöö vajalikkusest on kõrge

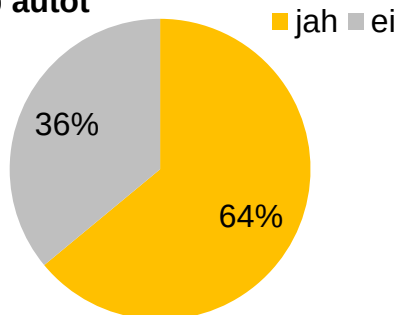
tagaistmel sõites on ohutaju siiski oluliselt väiksem

- **Turvavöö kinnitamine** autot juhtides, samuti kõrvalistujana sõites ning laste puhul on vastajate endi hinnanguid arvestades muutunud **rutiinseks tegevuseks**, mis tagab ohutu sihtpunkti jõudmise – **vähemalt üheksa inimest kümnest kinnitab väidetavalt alati turvavöö kui sõitma läheb**.
 - **Autojuhtidest** on kõige tublimad turvavöö kinnitajad naised ja Tallinna elanikud, mitte igakord ei kinnita turvavööd pigem väikelinnade ja maapiirkondade elanikud.
 - Eelmise aastaga võrreldes on turvavöö kinnitajaid vähem meeste ja alla 24-aastaste autojuhtide seas.
 - **Kõrvalistujana** kinnitavad turvavöö alati naised ja üle 50-aastased elanikud, harvem teevad seda pigem noorimad so alla 24-aastased kaassõitjad, kelle seas on turvavöö mitte-kinnitajaid eelmise aastaga võrreldes samuti enam.
 - **Lapsel** kinnitavad alati turvavöö üle 50-aastased, keskmisest harvem aga alla 24-aastased sõitjad. Eelmise aastaga võrreldes on laste puhul turvavöö kinnitajaid vähem just noorimate seas, lisaks neile on turvavöö kinnitajaid vähem ka maa-asulate elanike seas.
- Oluliselt **väiksem osa sõitjatest kinnitab turvavöö** ka siis, kui istub **auto tagaistmel** – seitse inimest kümnest. Eelmise aasta märkimisväärse positiivse kasvu järel on tagaistmel turvavöö kinnitajaid sel aastal **oluliselt vähem**, samas eelnevate aastatega võrreldes on reeglitest kinnipidajaid siiski enam.
 - **Tagaistmel** on turvavöö kinnitajaid keskmisest enam taaskord naiste ja üle 50-aastaste elanike seas, asulatüüpidest on aktiivseimad turvavöö kinnitajad väikelinnades. Keskmisest vähem on tagaistmel turvavöö kinnitajaid aga muulaste, Tallinna ning alla 34-aastaste elanike seas.

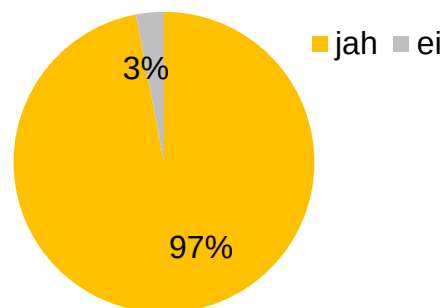
sihtgruppide osakaalud

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

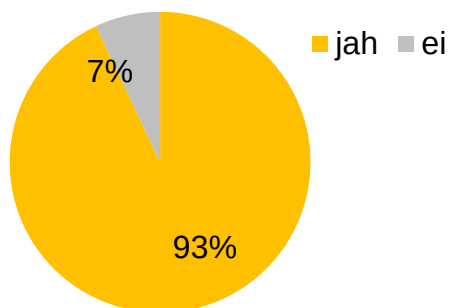
juhib autot



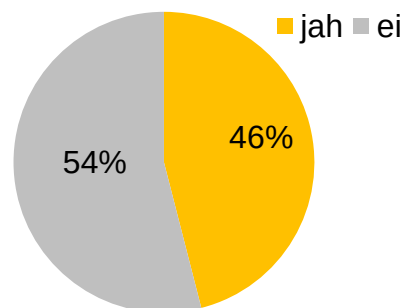
istub sõitjana auto kõrvalistmel



istub sõitjana auto tagaistmel



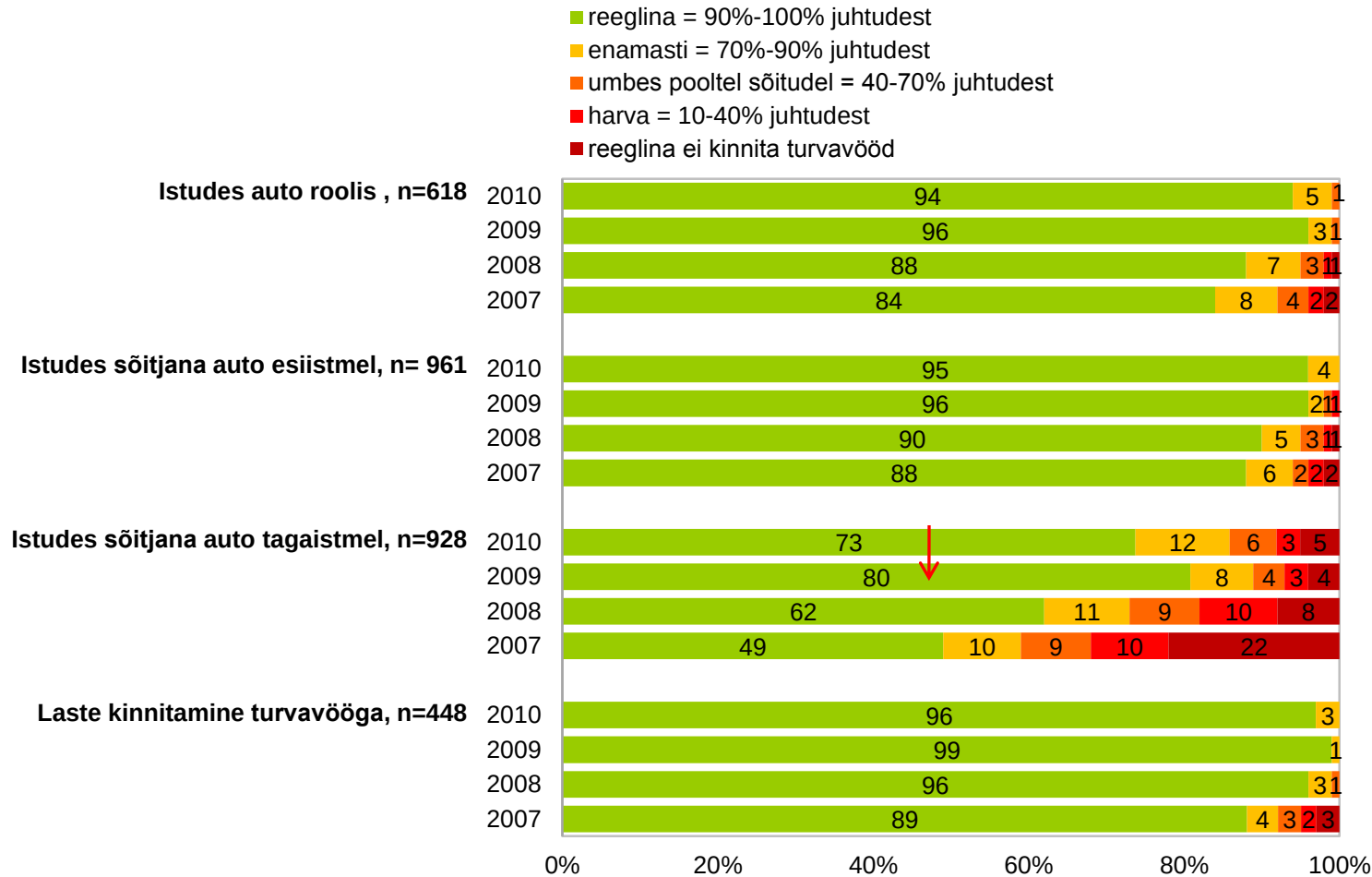
peres on alla 15-aastased lapsed



turvavöö kinnitajate osakaal vastavates sihtgruppides

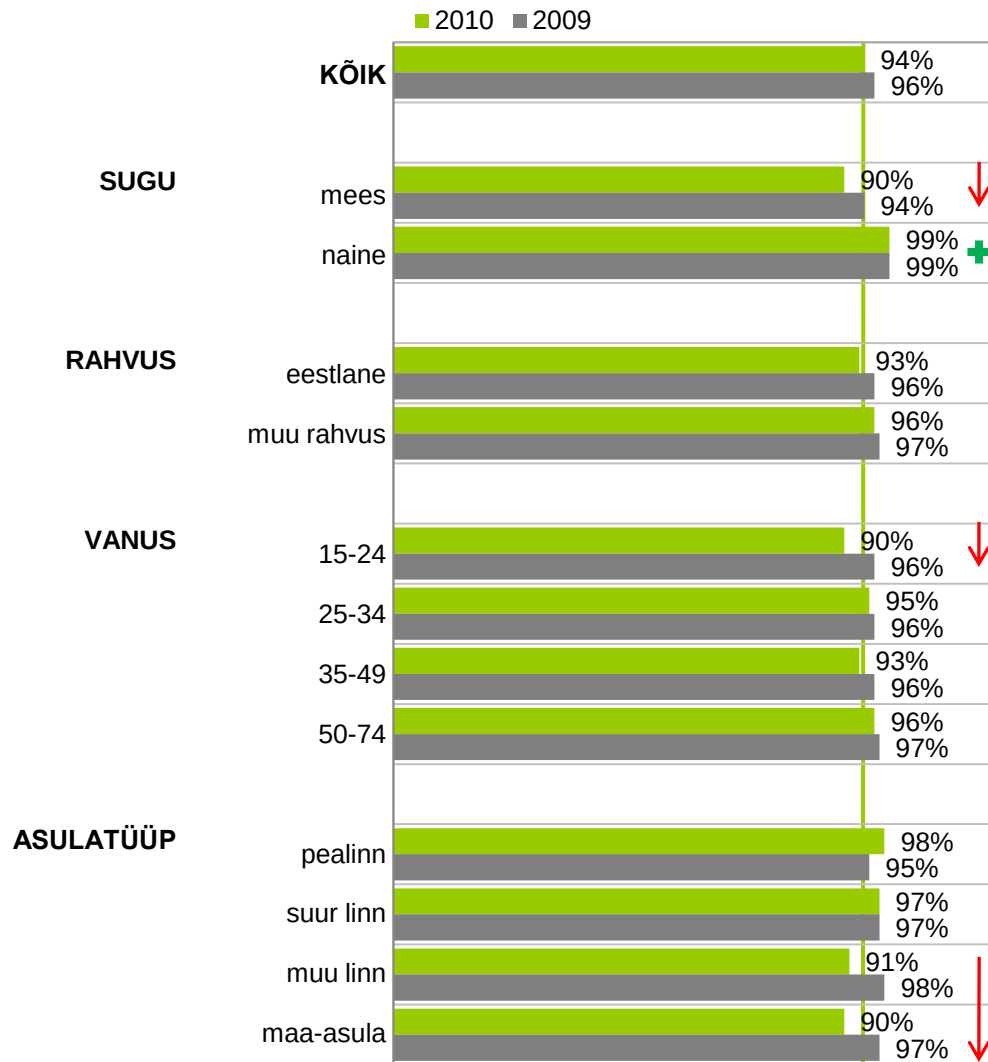
(% kõikidest vastajatest vastavas sihtrühmas)

Millised on teie kogemused, tavad turvavöö kinnitamisel, kas te kinnitate turvavöö ...?



turvavööd kinnitavate autojuhtide profiil

Kas Te kinnitate turvavöö istudes auto roolis - autot juhtides ... ? (% roolis istujatest, n=618)



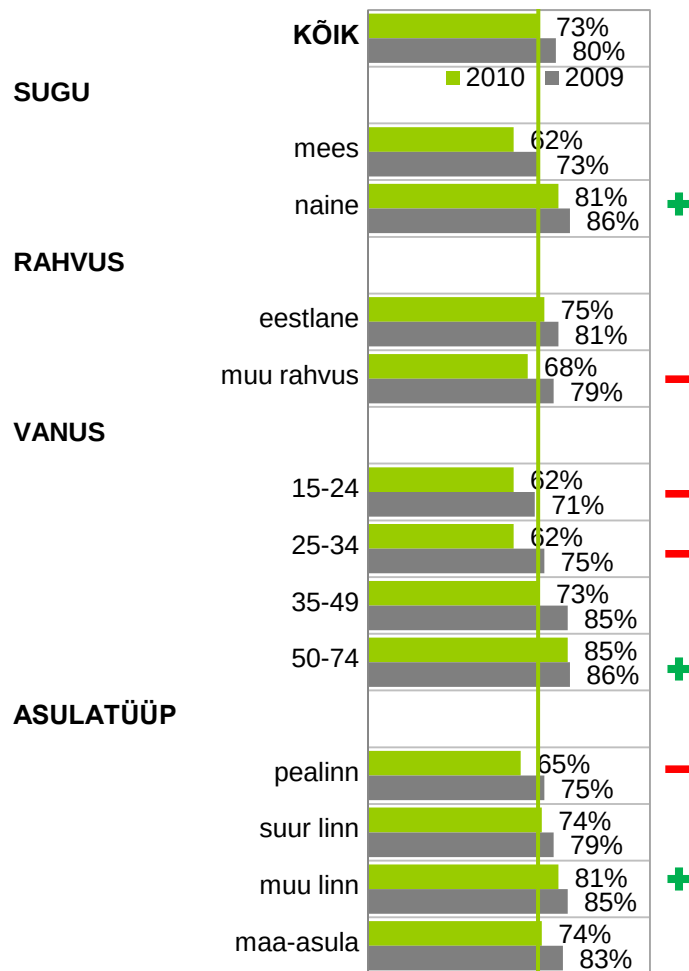
kõrvalistujana turvavöö kinnitajate profiil

Kas Te kinnitate turvavöö istudes sõitjana auto esiistmel ... ? (% esiistmel sõitjatest, n=961)



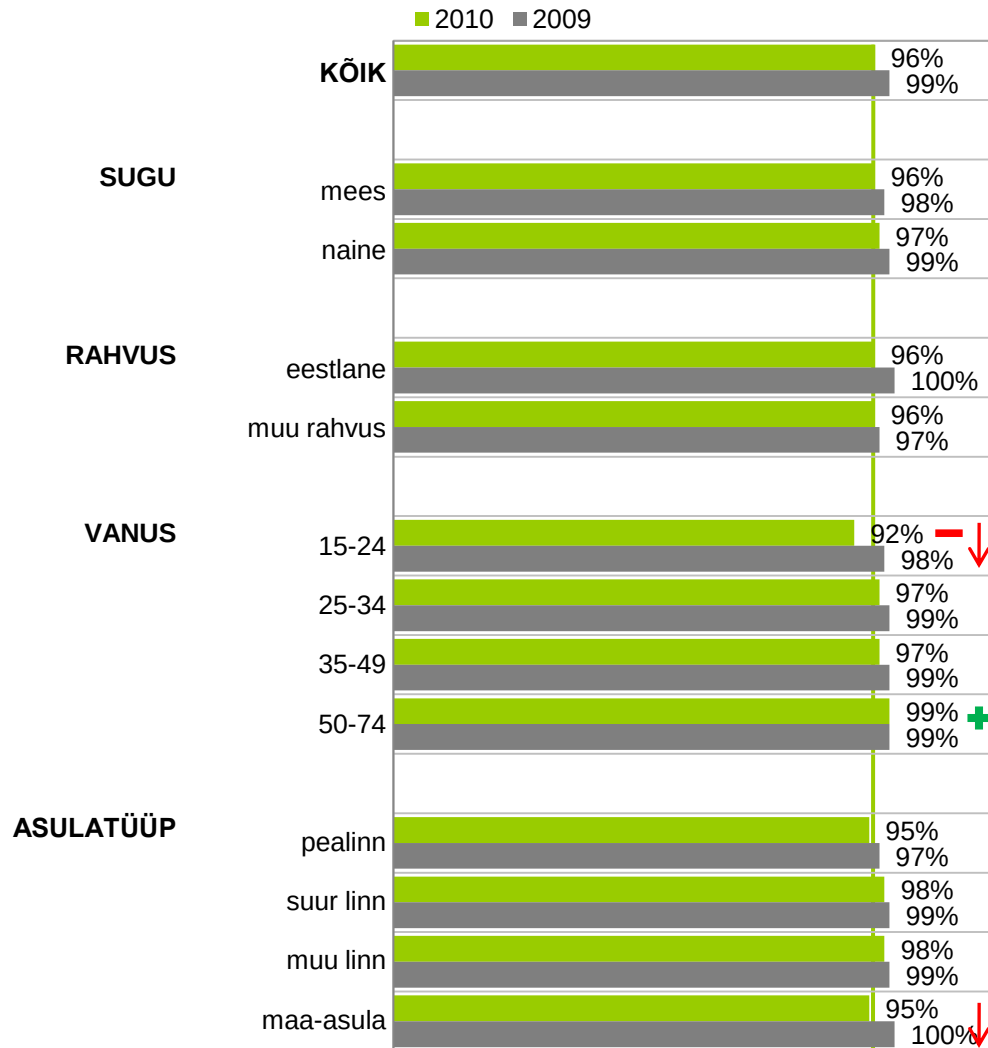
tagaistmel turvavöö kinnitajate profiil

Kas Te kinnitate turvavöö istudes sõitjana auto tagaistmel ... ? (% tagaistmel sõitjatest, n=928)



last turvavööga kinnitavate autojuhtide profiil

Kas laps(ed) on sõidu ajal autos turvavööga või spetsiaalse turvavarustusega kinnitatud?
(% sõitjatest, kes sõidavad koos kuni 15 aastaste lastega, n=448)





turvavöö kinnitamisele suunatud liiklusohutuskampaania märkamine

Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

turvavööde kampaania märkajaid on üha rohkem

politsei tegevust turvavarustuse kontrollimisel tuleks tõhustada

- Sel kevadel toimunud **turvavööde liiklusohutuskampaaniat uskus end märkavat 87%** 15-74.aastastest inimestest, mis on eelmise aastaga võrreldes oluliselt kasvanud (75%=>87%) ning nelja aasta **parim tulemus**.
 - Keskmisest sagedamini on kampaaniat märganud alla 24-aastased ja Lääne-Eesti elanikud. Eelmise aastaga võrreldes on märkamine kasvanud mõlemas nimetatud sihtgrupis ning lisaks ka Tartu-, Jõgevamaal ning suurtes linnades.
- Olulisi muutusi meediakanalite järjestuses ja sealse reklaami märkamises toimunud ei ole - endiselt **nimetatakse ilma reklaami nägemata kõige sagedamini televisiooni**, millele **järgnevad olulise vahega raadio ja välireklaam**. Suhteliselt võrdse märgatavusega on trüki-ja internetireklaam, neist esimene on viimastel aastatel küll pigem osatähtsust kaotanud.
- Aidatud märkamisel** st kõigi nelja meediakanali reklaame näidates on **kanalite järjestus sama, mis spontaanselt mainituna**. Võrreldes eelmise aastaga on oluliselt kasvanud **kokkupuude raadioreklaamiga** (võib tuleneda ka sellest, et eelmisel aastal paluti vastajatel kuulata ühte raadioklippi, sel aastal aga kahte), muudes kanalites on tulemus suhteliselt samaks jäänud, tendentsina küll pisut paranenud. **Aidatud märkamine tervikuna** on samuti **veidi kasvanud** (92%=>96%).
- Kampaania mõjujõu suhtes ollakse positiivsemad kui möödunud aastal**, mis annab tunnistust sellest, et turvavöö kinnitamist meeldetuletav kampaania on omal kohal ning selle vajalikkus põhjendatud.
- Eraldi küsimuses paluti vastajatel anda rahuloluhinnang politsei tegevusele turvavarustuse kontrollimisega seoses. **Politsei tegevust turvavarustuse kontrollimisel peab piisavaks 63% elanikest**, see tulemus on eelmise aastaga võrreldes veidi tagasihoidlikum (2009.a. 67%). Järelikult oodatakse veelgi aktiivsemat politseipoolset sekkumist reeglite rikkujate tuvastamiseks ning usutakse selle positiivsesse mõjusse.
 - Eelmise aastaga võrreldes on veidi **längenud tallinlaste rahulolu politseitööga**, kes on eri piirkondi arvestades jätkuvalt kõige rahulolematumad. Kõige rahulolevamad on aga Lääne-Eesti ning üle 50-aastased elanikud (kusjuures vanimad inimesed on politseitööga varasemast isegi veidi rohkem rahul).

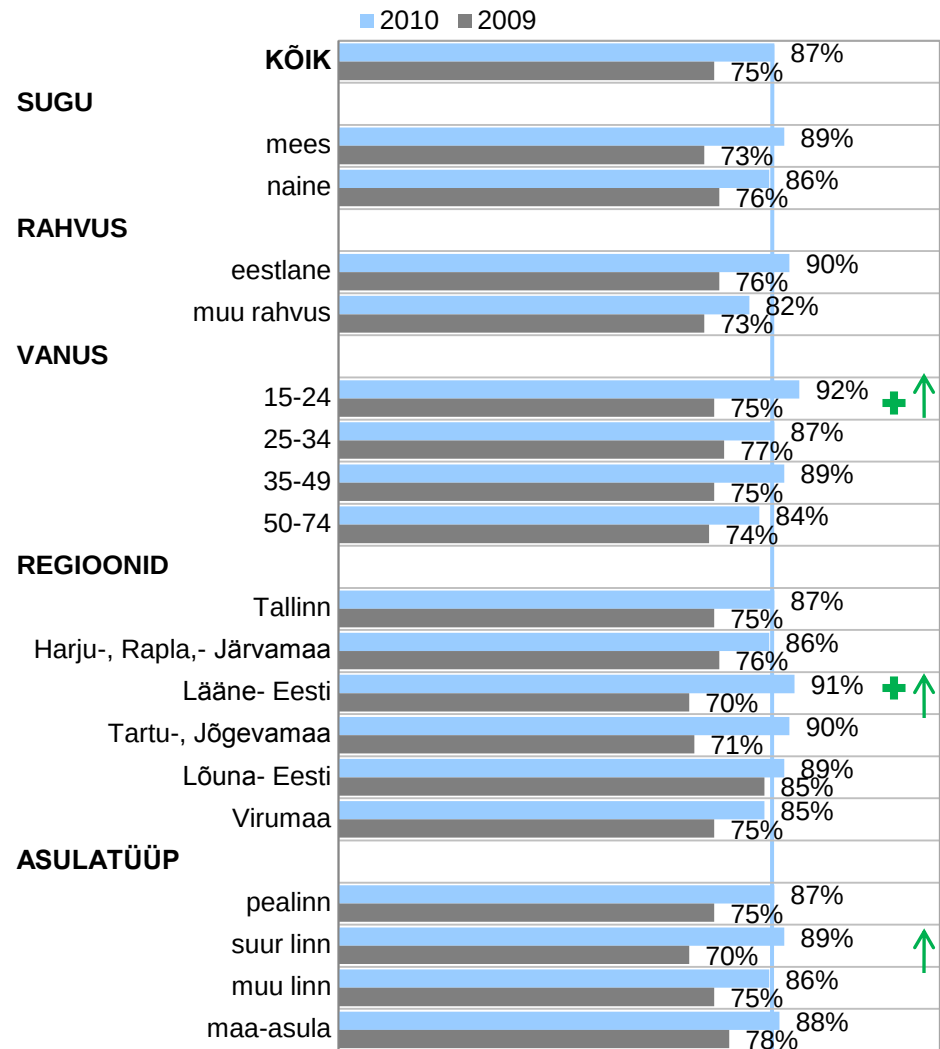
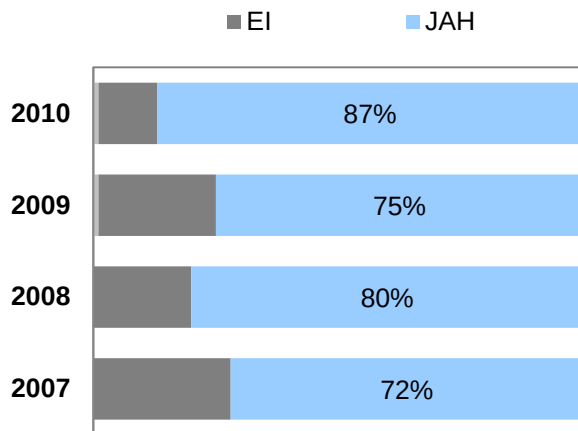
turvavööde 2010 kampaaniat uskus end märkavat üheksa inimest kümnest

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas Te olete näinud või kuulnud selle kevade turvavööde kasutamise liiklusohutuskampaaniat:

“Kinnita tagaistmel turvavöö!”

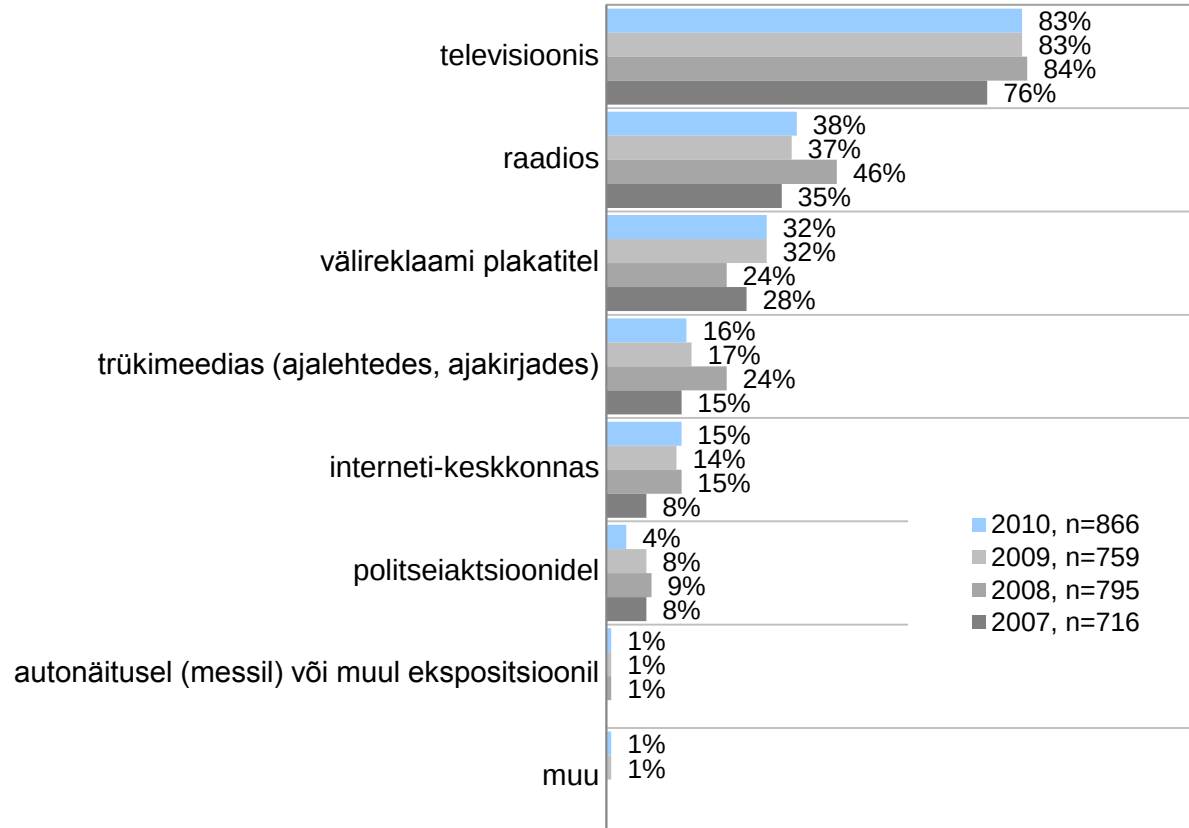
% kõikidest vastajatest, n=1003



spontaanne kampaaniakanali meenutus

(% nendest, kes on märganud kampaaniat)

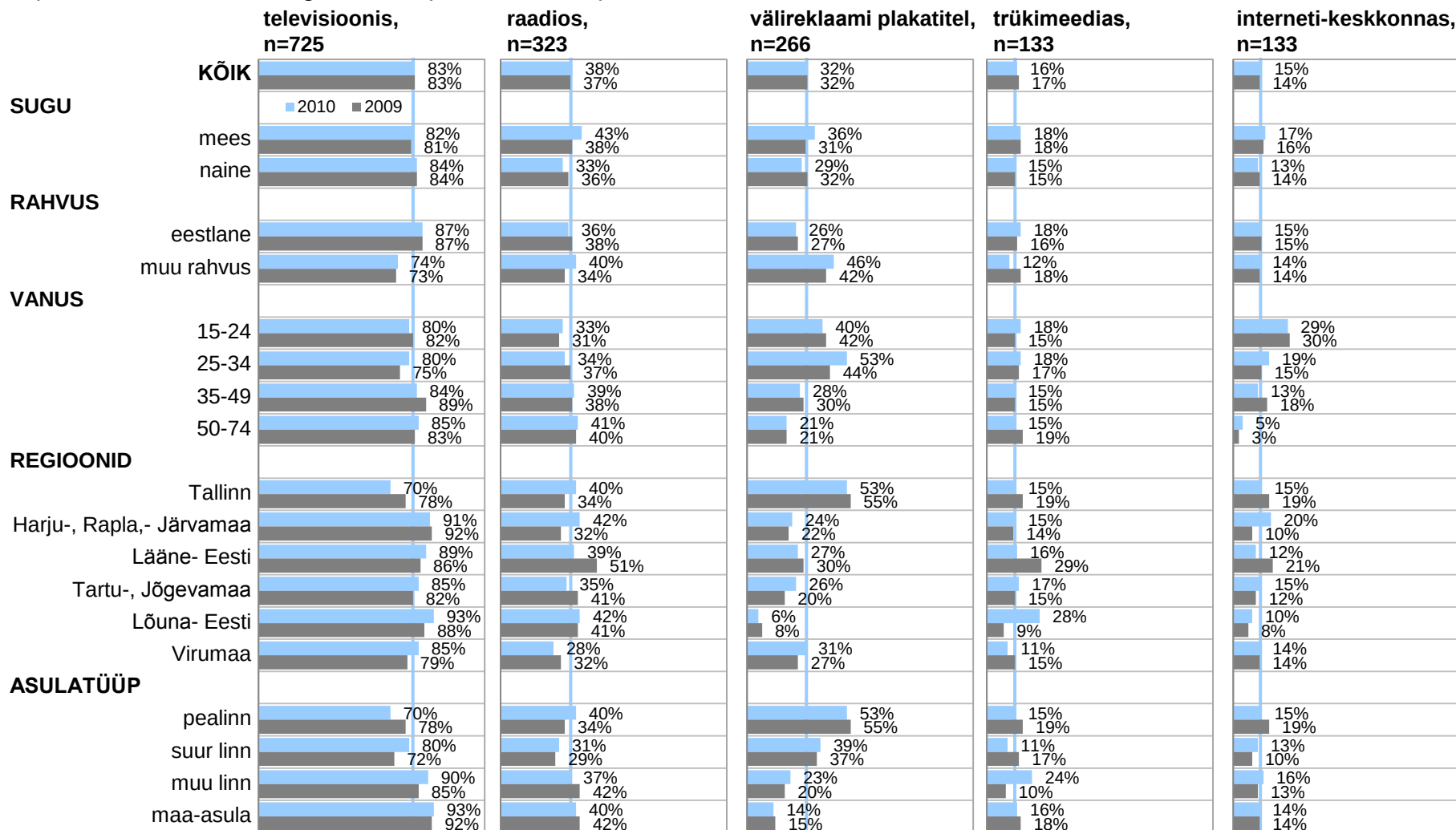
Kus Te seda kampaaniat märkasite?



turvavööde kampaaniat märganute profiil

meediakanalite lõikes

(% nendest, kes on märganud kampaaniat, n=866)

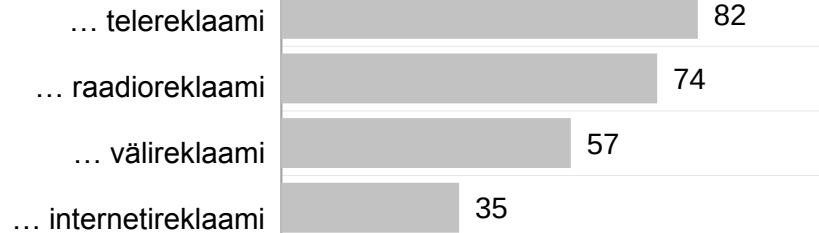


kampaania märkamine erinevates kanalites ja nende kattuvus

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas Te olete
näinud/kuulnud seda ...

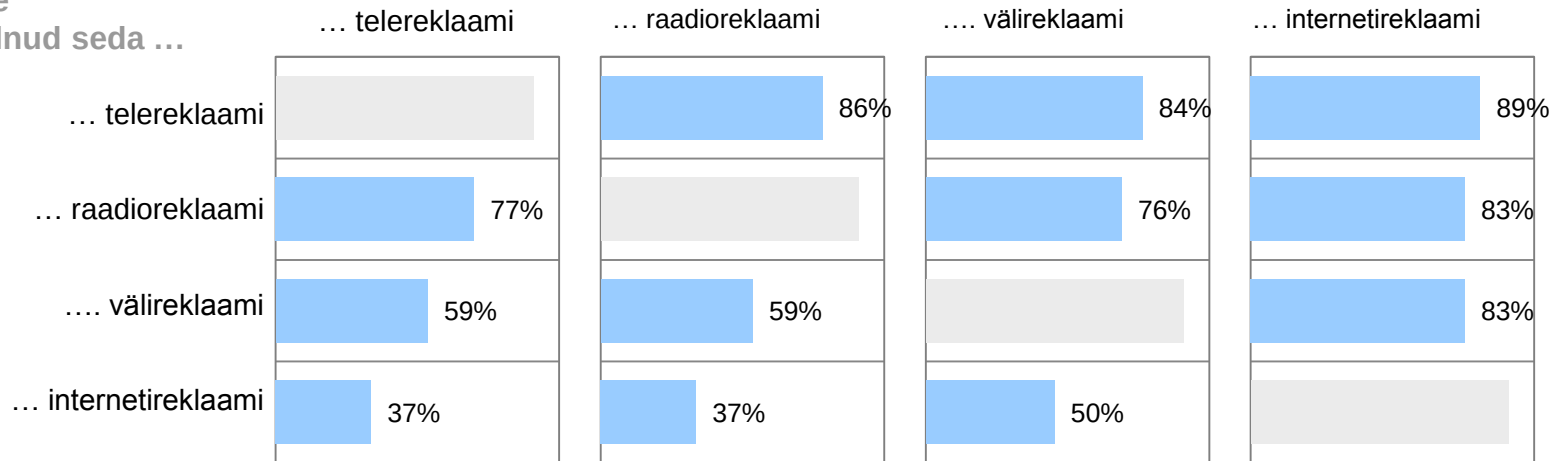
märkas kampaaniat aidatuna*



* märkas reklaami vähemalt ühes nimetatud meediakanalis

Igale vastajale näidati ükshaaval kõigi
nelja kommunikatsioonikanali reklaami

Kas Te olete
näinud/kuulnud seda ...



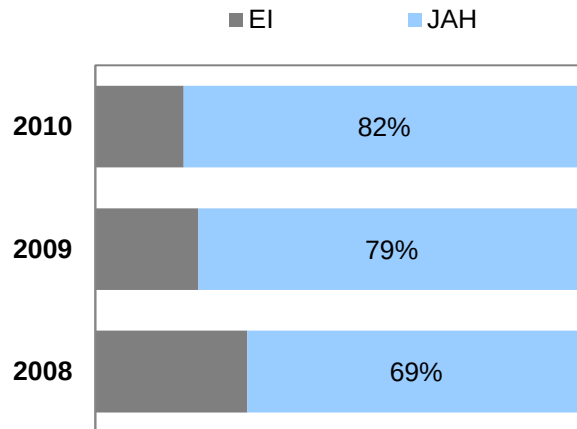
Loe: telereklaami näinutest on kuulnud raadioreklaami 77%

telereklaami aidatud märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas olete näinud järgmist telereklaami?

% kõikidest vastajatest, n=1003



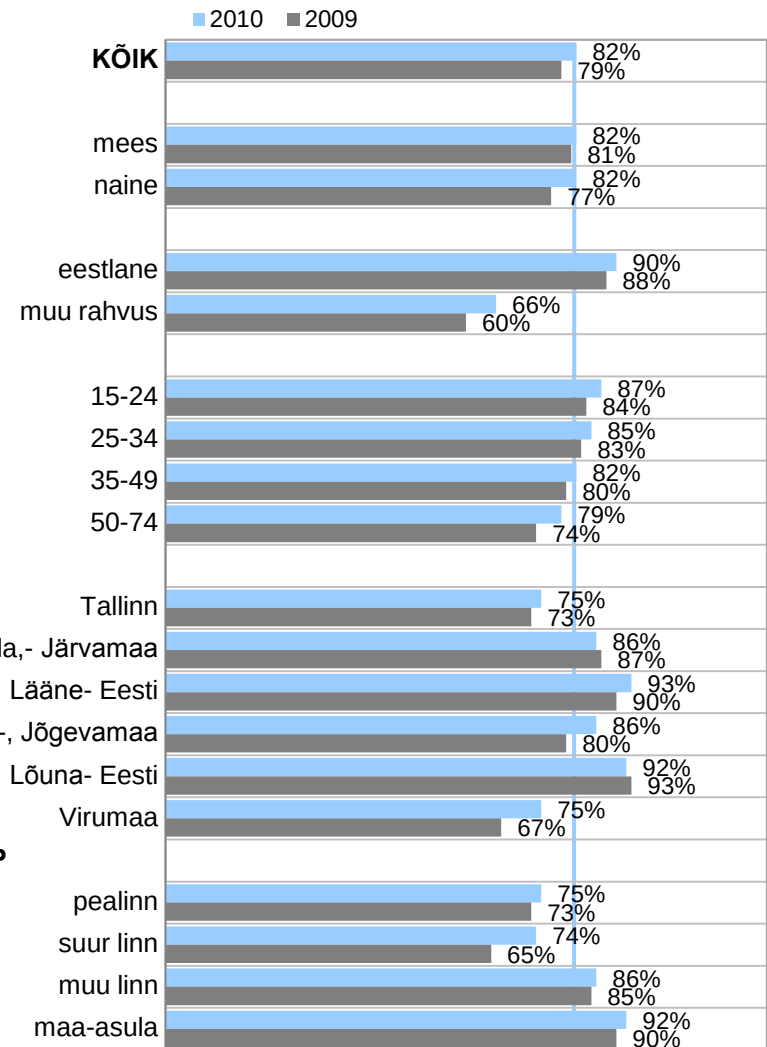
SUGU

RAHVUS

VANUS

REGIOONID

ASULATÜÜP

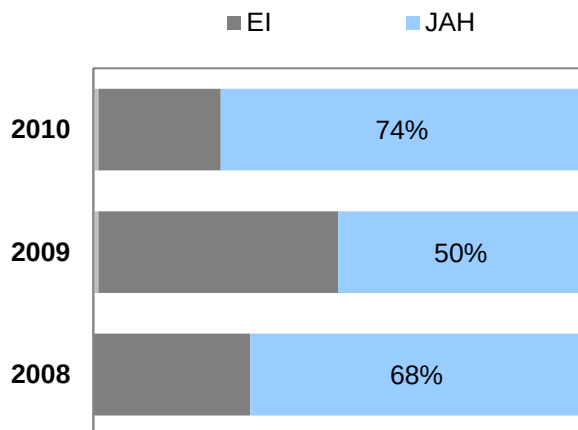


raadioreklaami aidatud märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas olete kuulnud ühte neist
raadioreklaamidest?

% kõikidest vastajatest, n=1003



*vastajatel paluti kuulata kahte raadioklippi.
Vastus loeti positiivseks, kui vähemalt üht neist oli kuulnud.
Neutraalset raadioklippi oli kuulnud 71% ja noortepärast 43%
vastajatest, vähemalt ühte neist oli kuulnud 74% vastajatest.

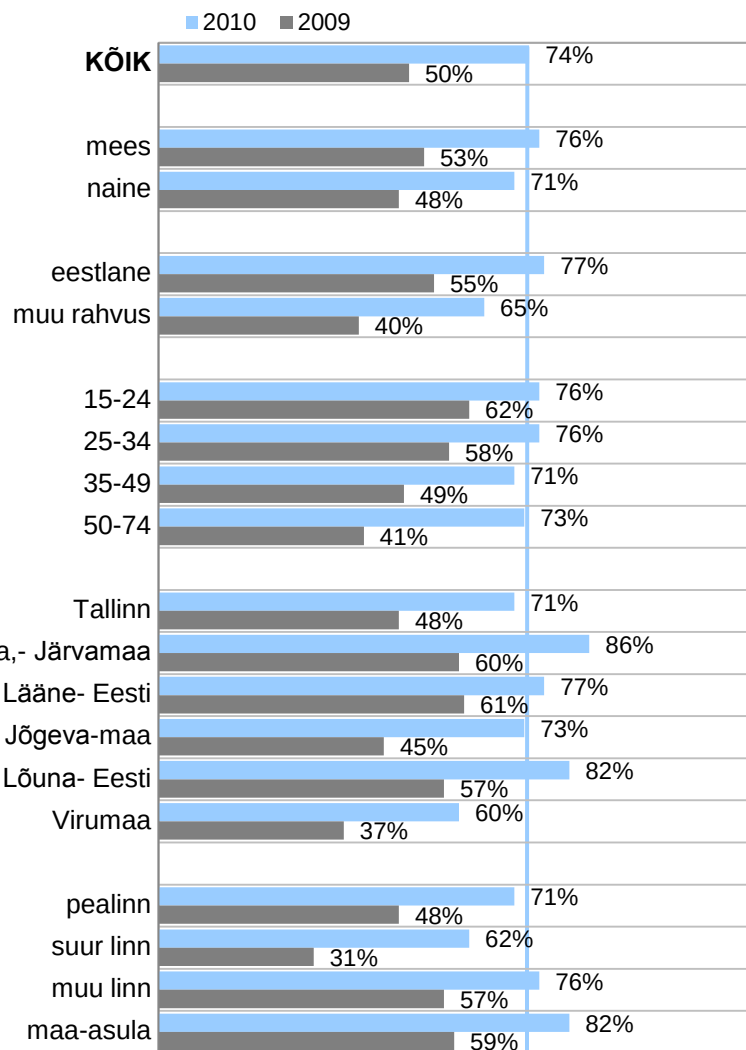
SUGU

RAHVUS

VANUS

REGIOONID

ASULATÜÜP

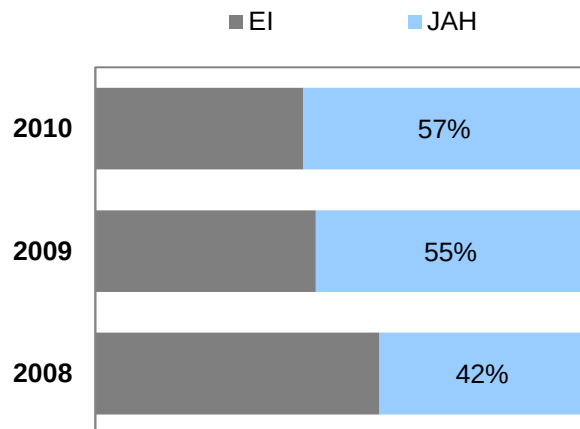


välireklaami aidatud märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas Te olete näinud sellist välireklaami?

% kõikidest vastajatest, n=1003



SUGU

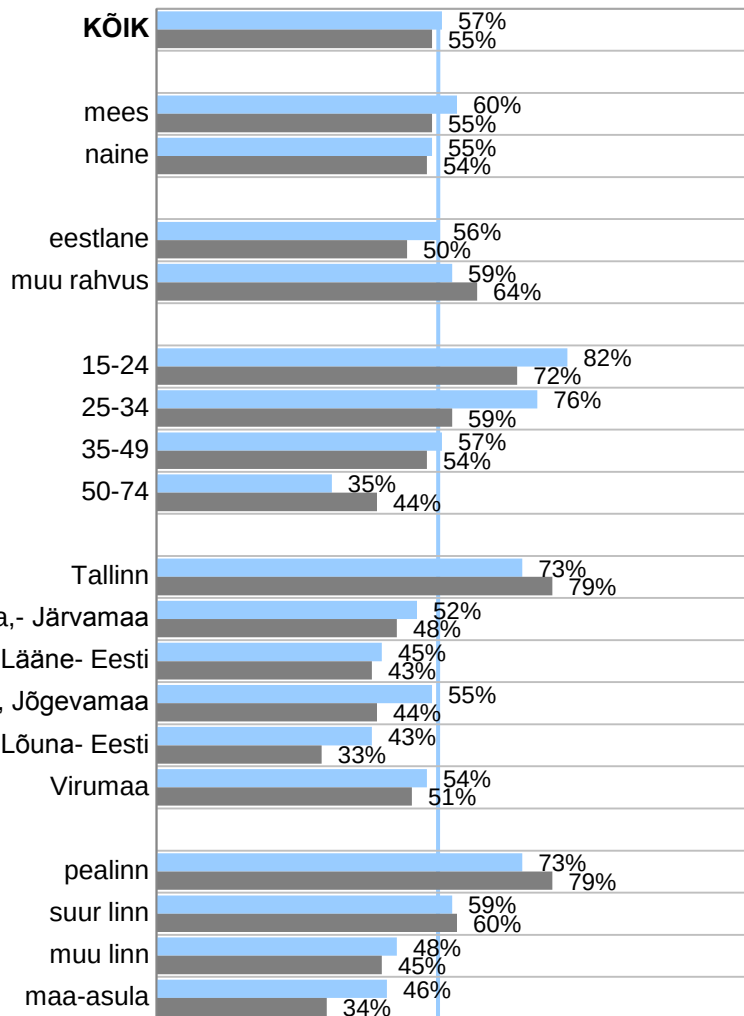
RAHVUS

VANUS

REGIOONID

ASULATÜÜP

■ 2010 ■ 2009

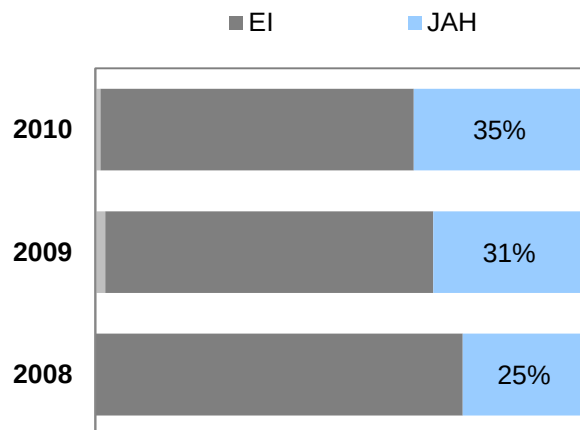


internetireklaami aidatud märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas olete näinud sellist internetireklaami?

% kõikidest vastajatest, n=1003



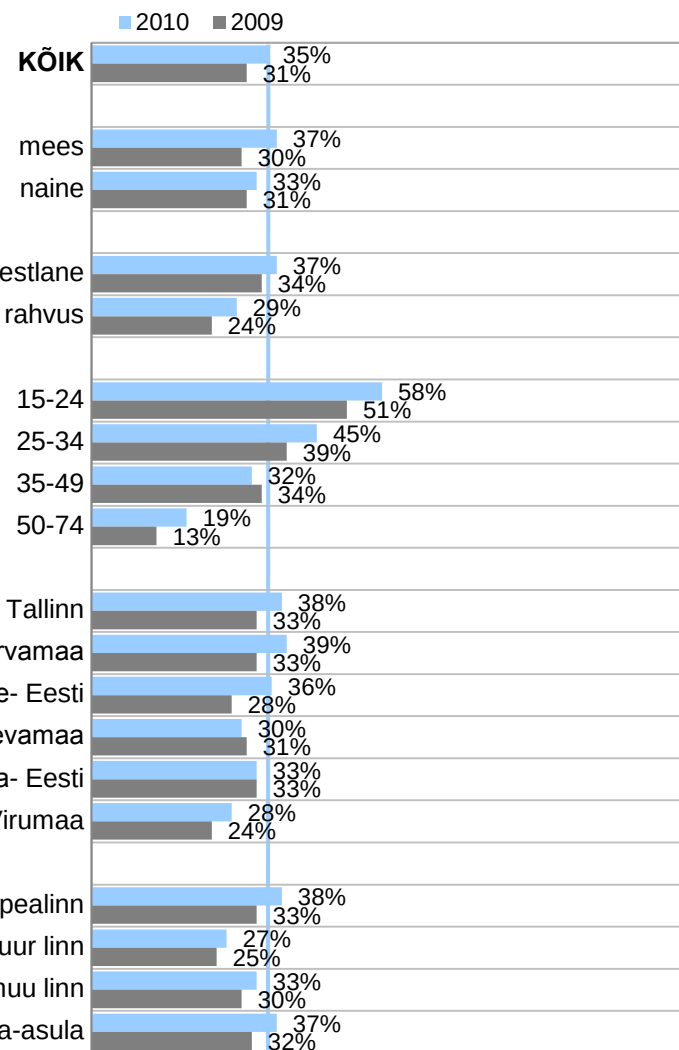
SUGU

RAHVUS

VANUS

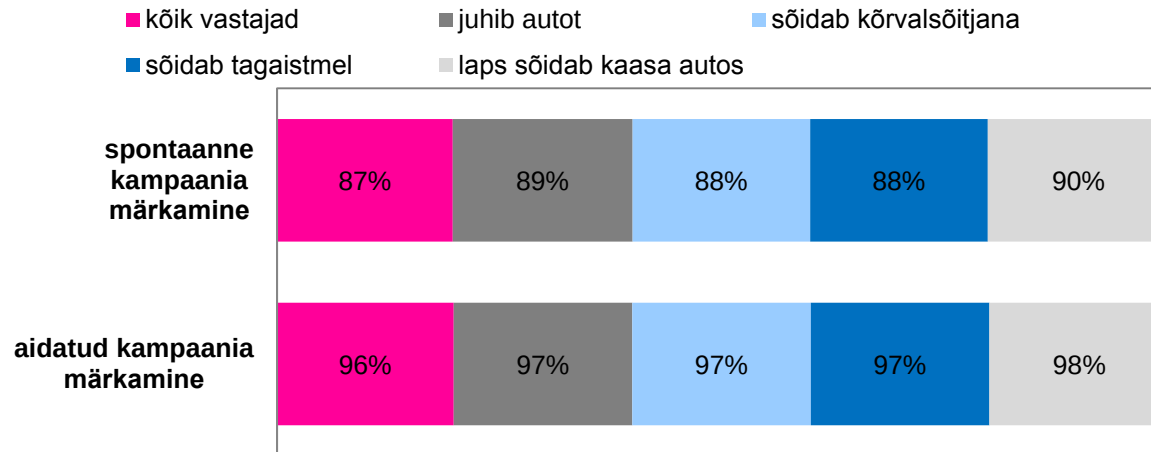
REGIOONID

ASULATÜÜP



sihtgruppides olulisi erinevusi kampaania märkamisel esile ei tule

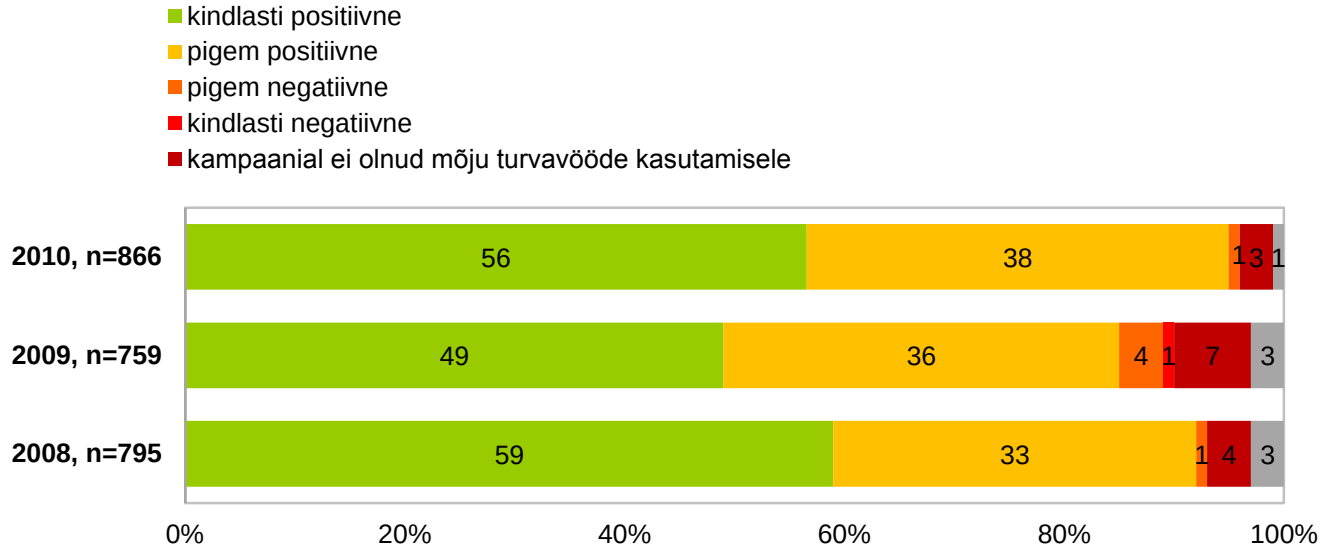
(% kõikidest vastajatest, n=1003)



kampaania mõjujõu suhtes ollakse oluliselt positiivsemad

(% nendest, kes on märganud kampaaniat)

Milline oli Teie hinnangul kampaania mõju turvavööde kasutamisele?

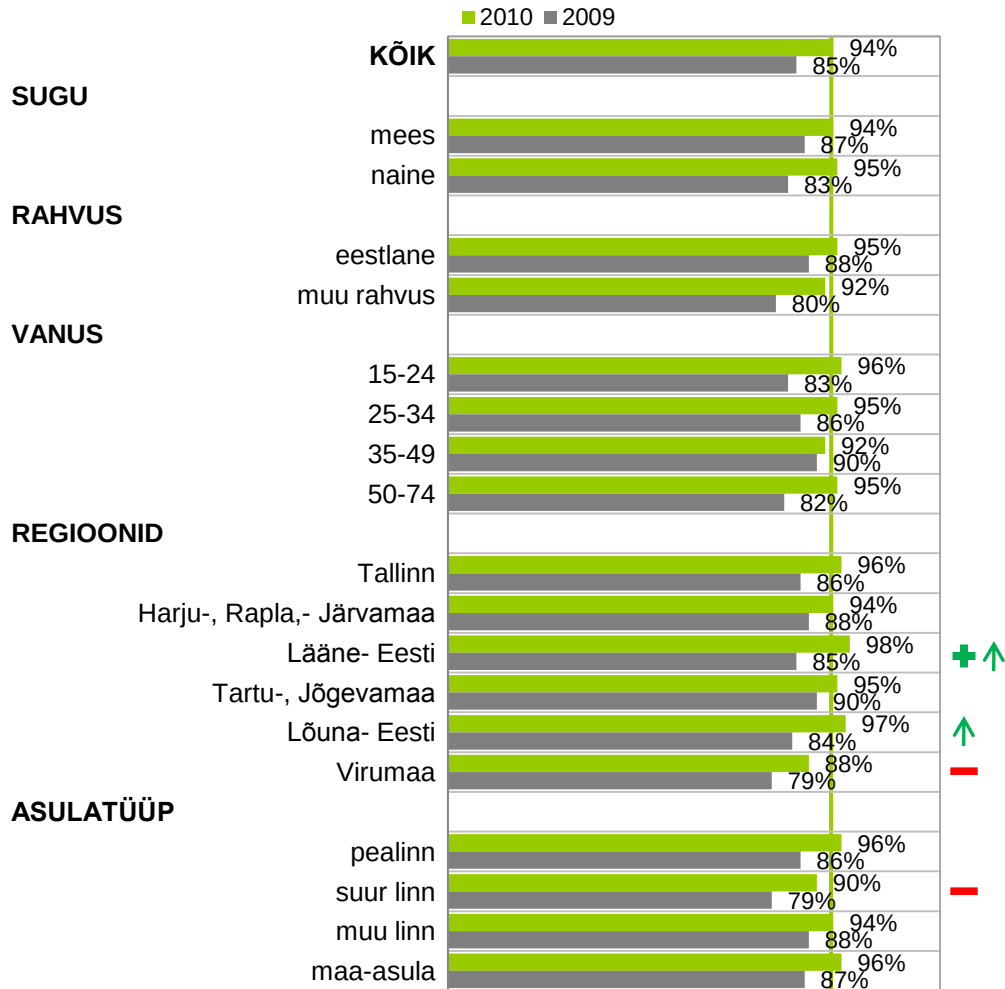


kampaania mõjusse uskujate profiil

(% nendest, kes on märganud kampaaniat)

Milline oli Teie hinnangul kampaania mõju turvavööde kasutamisele?

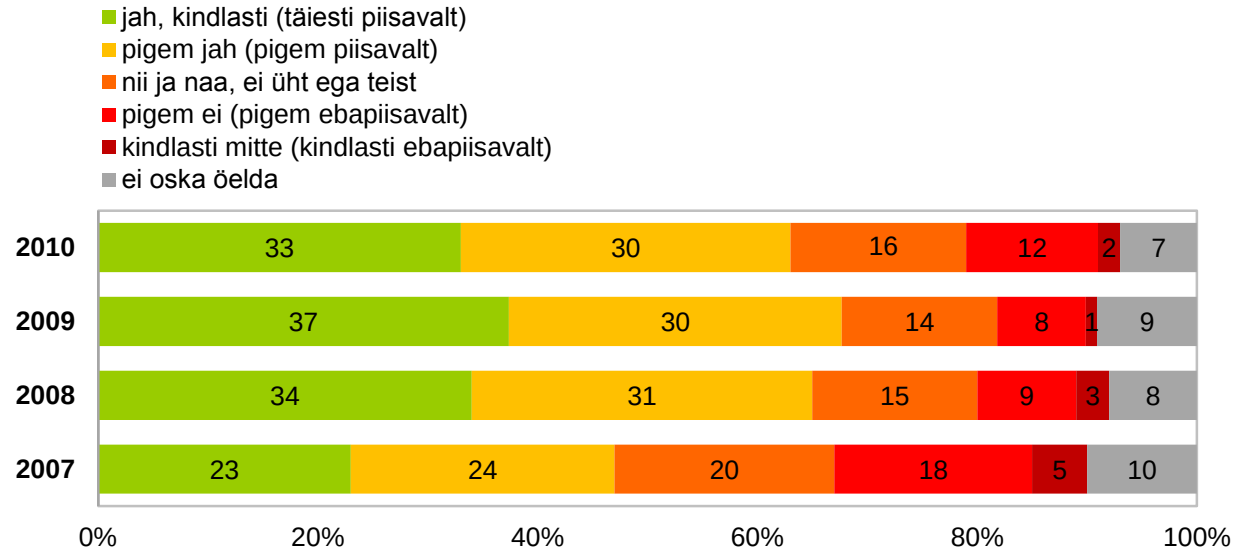
kindlasti positiivne+pigem positiivne



politseitöö tõhususe suhtes ollakse veidi kriitilisemad

(% kõikidest vastajatest, n=1003)

Kas Teie hinnangul kontrollib politsei turvavööde ja turvavarustuse kasutamist autodes piisavalt?





uuringu kokkuvõte

Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

uuringu kokkuvõte ja järeldused

- 2010.a. kevadel toimunud turvavööde liiklusohutuskampaaniat “**Kinnita tagaistmel turvavöö!**” **uskus end märkavat 87%** 15-74.aastastest elanikest, seda on eelmisel aastaga võrreldes oluliselt rohkem (2009.a. 75%). Kampaaniaga saavutatud suuremat kontaktide arvu kinnitab ka **aidatud märkamise kasv 92%lt 96%le**.
- Nii spontaanselt kui aidatuna on kampaania märkamine kõrgeim **telereklaamil** - seitse inimest kümnest nimetas seda spontaanselt ning kaheksa aidatuna. Järgneb **raadioreklaam**, mida on kuulnud kolm inimest kümnest ning seitse teab aidatuna. **Välireklaami** teab spontaanselt nimetada kümnest neli ning aidatuna kümnest kuus. **Internetireklaami** nimetab spontaanselt üks kümnest ning aidatuna kolm kümnest.
- **Turvavöö kinnitamine on autosõidul rutiinseks tegevuseks** – hinnanguliselt vähemalt üheksa inimest kümnest kinnitab reeglina turvavöö autot juhtides, kõrvalistujana või lapsel autosõidul.
- **Oluliselt madalam on sõitjate ohutunne auto tagaistmel istudes**, mil turvavöö kinnitab seitse inimest kümnest. See näitaja on **eelmise aastaga võrreldes oluliselt langenud**. Kasvanud kampaania märkamise taustal tekib küsimus kampaania efektiivsuse suhtes, mis põhjustel ei ole loodetud mõju suudetud avaldada.
- Üldiselt tajutakse **kampaania mõju** turvavööde kasutamisele **positiivsena**, mis kinnitab selle meeldetuletava sõnumi vajalikkust ka edaspidi.
- Oodatakse siiski ka **aktiivsemat politsei sekkumist turvavarustuse kontrollimisel**, mille piisavus sai sel aastal tagasihoidlikumad hinnangud. Ju siis ei usuta piisavalt eneseregulatsiooni toimivusse ning nähakse politseikontrollil selles olulist osa.



lisad

Turvavööde kinnitamine Eesti elanike seas

metoodika ja valimi kirjeldus

- CAPI-bussi üldkogum: Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 a (kokku 1 038 848 inimest, Statistikaamet 01.01.2009. a).
- Valimi suurus on 1000 inimest. Valim on n-ö “isekaaluv”: üldkogumi proportsionaalne mudel – kõikidel üldkogumisse kuuluvatel inimestel on võrdne võimalus vastajaks sattuda.
- Valimi moodustamise printsiibid:
 - Territoriaalselt 6 valimikihti (proportsionaalne üldkogumi jaotusele, Statistikaameti rahvastikuandmed 01.01.2008. a), igas kihis kaheastmeline valik.
 - Esmane valikuühik: asula (linnad, alevid, alevikud, külad). Valimipunktid juhuvalikuga vastavalt elanike arvule – kokku 94 punkti.
 - Teisene valikuühik: inimesed. Ühes valimipunktis 8 inimest, Tallinnas , Tartus, Pärnus, Kohtla-Järvel ja Narvas 4.
Küsitletavate leidmine: lähteaadressi meetod, noorte meeste–noorte naiste reegel
- Küsitluse käigus kujunenud valimi struktuuri võrdleme vastavate näitajatega üldkogumi kohta. Vajaduse korral kaalume valimit esinduslikkuse tagamiseks.
- Valimi regionaalne jaotus on järgmine:
 - Tallinn
 - Harju-, Rapla- ja Järvamaa
 - Lääne-Eesti: Läänemaa, Pärnumaa, Saaremaa, Hiiumaa
 - Tartu-ja Jõgevamaa
 - Lõuna-Eesti: Põlvamaa, Valgamaa, Viljandimaa, Võrumaa
 - Virumaa: Ida-ja Lääne-Virumaa

valimi mudel ja selle jaotus

Piirkonna tasandil standardset kaalutavad lõiked

Liigituse nimi	Lõigete sisu	Üldkogum (ESA 01.01.2009)		Mudel VP arv	Tegelik valim		Kaal	Kaalutud jaotus	
		Abs. arv	%		Arv	%		Arv	%
KOKKU		1 038 848	100,00%	188	1003	100,00%		1003	100,00%
PIIRKOND	Tallinn	311 828	30,02%	76	301	30,01%	1,0000	301	30,01%
	Põhja-Eesti	154 807	14,90%	20	159	15,85%	0,9434	150	14,96%
	Lääne-Eesti	124 457	11,98%	18	112	11,17%	1,0714	120	11,96%
	Tartu piirkond	142 249	13,69%	26	135	13,46%	1,0222	138	13,76%
	Lõuna-Eesti	120 701	11,62%	14	112	11,17%	1,0357	116	11,57%
	Virumaa	184 806	17,79%	34	184	18,34%	0,9674	178	17,75%
ASULATÜÜP	Pealinn	311 828	30,02%		301	30,01%	1,0000	301	30,01%
	Suur linn	200 132	19,26%		191	19,04%	1,0157	194	19,34%
	Muu linn	212 997	20,50%		208	20,74%	0,9904	206	20,54%
	Alevik/küla	313 891	30,22%		303	30,21%	1,0000	303	30,21%
SUGU	Mehed	486 340	46,82%		417	41,58%	1,1271	470	46,86%
	Naised	552 508	53,18%		586	58,42%	0,9096	533	53,14%
VANUS	15-24	196 272	18,89%		151	15,05%	1,2583	190	18,94%
	25-34	192 490	18,53%		173	17,25%	1,0751	186	18,54%
	35-49	274 860	26,46%		230	22,93%	1,1565	266	26,52%
	50-64	246 847	23,76%		262	26,12%	0,9084	238	23,73%
	65-74	128 379	12,36%		187	18,64%	0,6631	124	12,36%
RAHVUS	Eestlased	704 385	67,80%		695	69,29%	0,9856	685	68,30%
	Muu rahvus	334 463	32,20%		308	30,71%	1,0325	318	31,70%

- CAPI-meetod (arvuti abil tehtavad personaalintervjuud):
- ankeedi küsimused sülearvuti ekraanil ja vastused sisestab küsitleja kohe arvutisse. Filtrid ja roteerimised on programmeeritud, vähendades nii vigu küsitlemisel. Ankeet võib sisaldada multimeediat (pilte, videot, muusikaklippe).
- Pärast küsitluse toimumist korraldasime intervjuude järelkontroll. Selleks võtsime ühendust veelkord 15% valimist ja palusime vastajal kommenteerida küsitleja töö erinevaid aspekte. Järelkontrolli alusel võime väita, et küsitlustöö viidi läbi vastavalt koolituse nõuetele.
- Kõik meie küsitlejad on läbinud koolitusprogrammi. Keerukamate projektide puhul teeme ka erikoolituse.
- Küsitlustöös osales 61 vastava ettevalmistuse saanud ASi Emor küsitlejat.
- Kokku tegid küsitlejad 2697 kontaktivõttu, neist:
 - 1003 juhul viidi intervjuu läbi
 - 706 juhul ei olnud kahe külastuskorra järel kedagi kodus
 - 336 juhul ei olnud sihtrühma esindajat
 - 652 korral keelduti vastamisest

projekti töörühm ja kontaktandmed

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

Tellijapoolne kontaktisik:	Urve Sellenberg
Uuringu kava ja aruande koostaja:	Kersten Jõgi
Küsitlustöö koordineerija:	Kaja Ruuben
Ankeedi programmeerija ja andmetöötlus:	Kalev Mitt
Graafilised tööd:	Maire Nõmmik

Kontaktandmed:

AS Emor

Telefon:	626 8582
Telefon (üld):	626 8500
Faks:	626 8501
E-mail:	kersten.jogi@emor.ee
E-mail (üld):	emor@emor.ee
Aadress:	A. H. Tammsaare tee 47 11316 Tallinn

