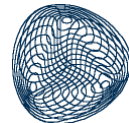


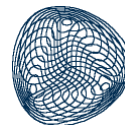
# **JALAKÄIJAHELKURI KASUTAMINE 02/2015**





# UURINGU METOODIKA JA VALIM

- ❖ **Üldkogum:** üle14-aastane Eesti elanikkond ~ 1 107 791 inimest (Statistikaamet, 01.01.2014 seisuga)
- ❖ **Meetod:** Omnibuss
- ❖ **Valimi koostamine:** kasutati üldkogumi proportsionaalset mudelit, hiljem tulemused kaaluti üldkogumile vastavaks maakonna, asulatüübi, soo, vanuse ja rahvuse järgi.
- ❖ **Planeeritud valim:** 1000
- ❖ **Tegelik valim** (vastanute arv): 1011
- ❖ **Valimiviga:** 1000 vastaja puhul  $\pm 3,1\%$ , väiksemat gruppide vaatlemisel või viga olla suurem
- ❖ **Küsitlusperiood:** 3-18.02.2015
- ❖ **Küsitluse pikkus:** 3 lehekülge
  
- ❖ **Vastutajad:**
  - Tellijapoolne kontaktisik Vitali Nester
  - Uuringu projektijuht ja aruande koostamine Liis Grünberg
  - Valim, ankeedi programmeerimine ja andmetöötlus Reijo Pohl; Maris Murumäe
  - Küsitlustöö koordineerimine Marina Karpištšenko
  
- ❖ Tulemuste omandiõigus kuulub uuringu Tellijale – **Maanteeametile.**



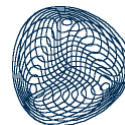
I

# HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS



# I HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS

## KOKKUVÕTE



### PEAMINE LIIKUMISE VIIS

- ❖ **48% liigub peamiselt jalgsi, 33% autoga ja 18% võrdselt nii jalgsi kui ka autoga.**
- ❖ Jalgsi liiguvad keskmisest sagedamini naised, noored ja eakaimad, suuremate linnade elanikud ja muukeelne elanikkond (Ida-Virumaa). Autoga liikujate seas on seevastu enam mehemehi, 25-49-aastaseid, Põhja- ja Kesk-Eesti ning maapiirkondade elanikke.

### HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS ENDA PUHUL

- ❖ **91% üle 14-aastasest elanikkonnast peab helkuri kandmist vajalikuks**, seejuures väga vajalikuks pidajaid on 71%; helkuri kandmist peab ebavajalikuks 9% ja 1% ei osanud vastata.
- ❖ Võrreldes eelnevate aastate uuringutega on helkuri kandmist väga vajalikuks pidajate osakaal veidi langenud.
- ❖ Helkuri kandmist peavad vajalikumaks naised, üle 65-aastased, maakonnakeskuste ja väiksemate linnade, alevite elanikud, samuti need, kes liiguvad enam-vähem võrdselt nii autoga kui jalgsi vähem oluliseks aga mehed.

### HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS LASTE PUHUL

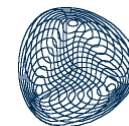
- ❖ **Laste puhul peab helkuri kandmist vajalikuks 99% üle 14-aastasest elanikkonnast**, seejuures väga vajalikuks pidajaid on lausa 95%; helkuri kandmist peab ebavajalikuks 0,5% ja 0,5% ei osanud vastata.
- ❖ Võrreldes eelnevate aastate uuringutega on helkuri kandmist väga vajalikuks pidajate osakaal veidi langenud.
- ❖ Helkuri kandmist laste puhul peavad vajalikumaks naised, eestlased, Lääne- ja Kesk-Eesti elanikud ja väiksemate asumite elanikud; vähem oluliseks aga muukeelne elanikkond.

### HELKURITE MÜÜGIKOHAD

- ❖ **Kõige enam on helkureid müügil märgatud kauplustes** (iga kaheksas), veidi vähem kui **Turu-uuringute AS** kioskites ja bensiinijaamades. Muude müügikohtadena nimetati pea võrdselt: laadal või turul, postkontoris ja seda, et meid jagatakse reklaamiks. Müügil pole helkureid näinud 5%.

# I HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS

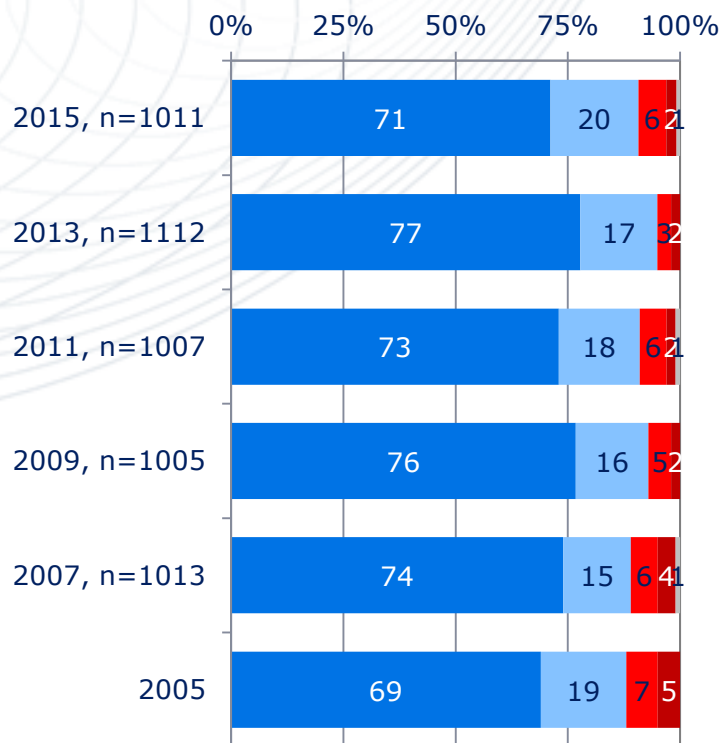
## Helkuri kandmise vajalikkus ENDA puhul



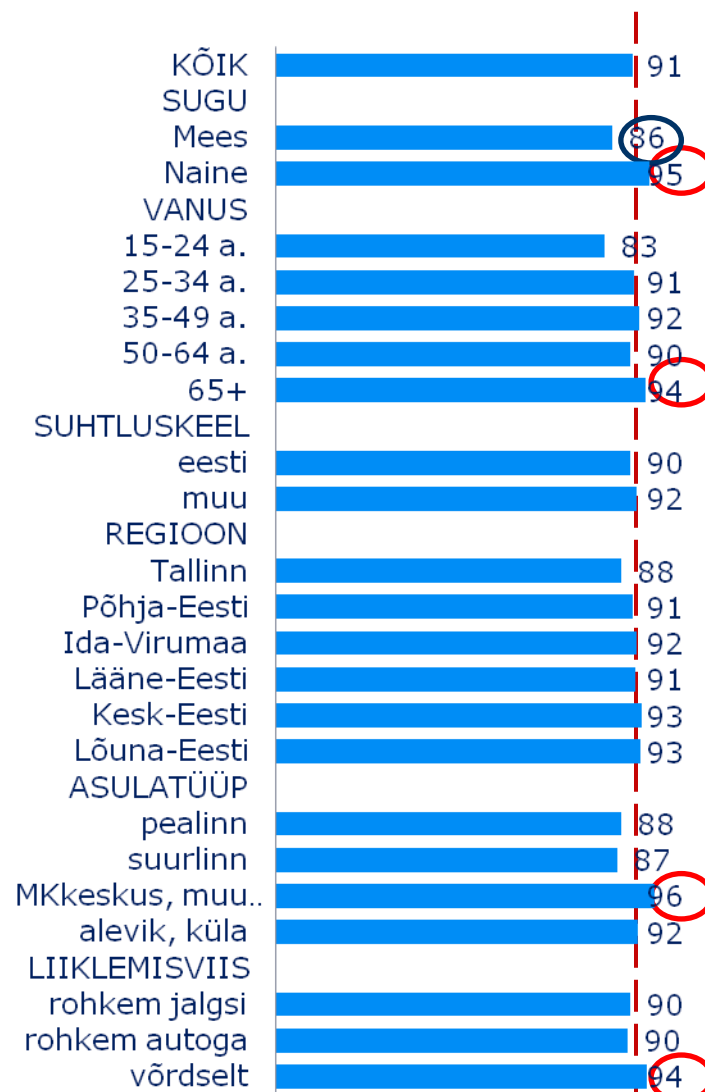
### Kuivõrd vajalikuks Te peate helkuri kandmist enda puhul?

n=kõik

- väga vajalik
- pigem vajalik
- pigem ei ole vajalik
- üldse ei ole vajalik
- ei oska öelda

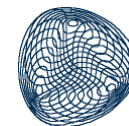


### väga + pigem vajalik, %



# I HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS

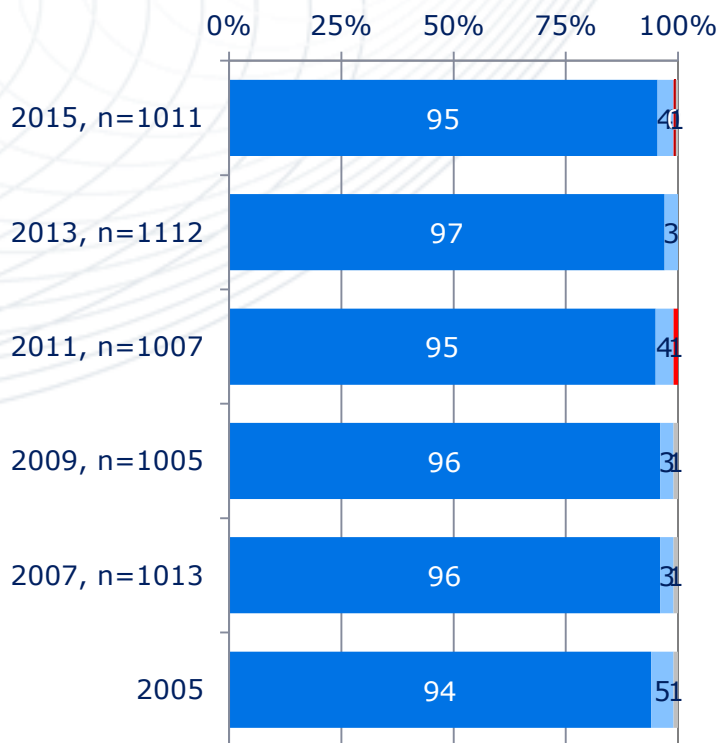
## Helkuri kandmise vajalikkus LASTE puhul



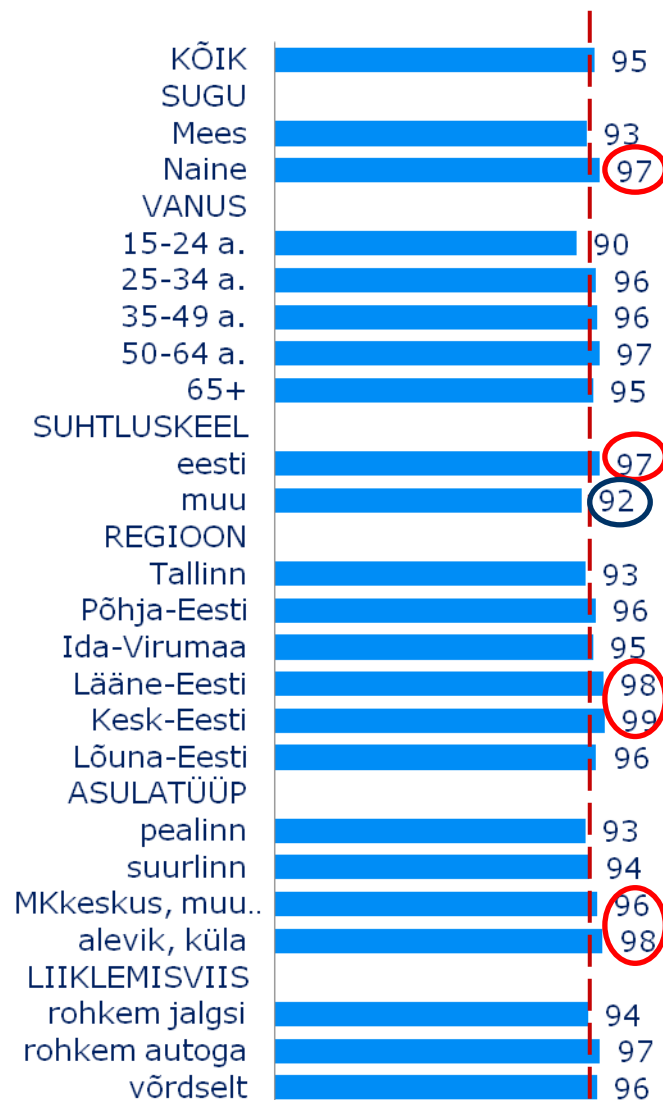
### Kuivõrd vajalikuks Te peate helkuri kandmist laste puhul?

n=kõik

- väga vajalik
- pigem vajalik
- pigem ei ole vajalik
- üldse ei ole vajalik
- ei oska öelda

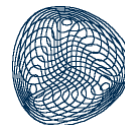


### väga vajalik, %



# I HELKURI KANDMISE VAJALIKKUS

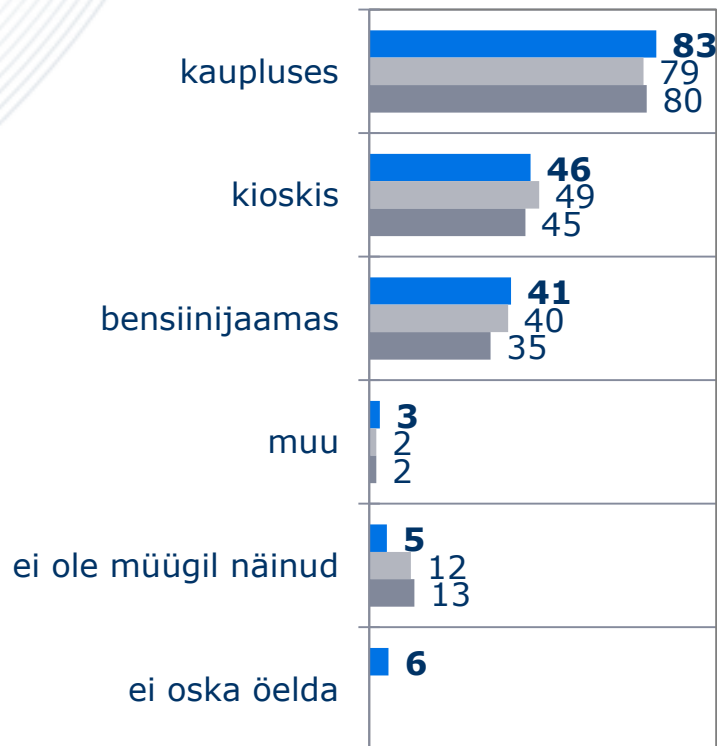
## Helkuri müügikohad

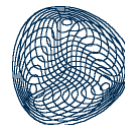


### Kus olete helkureid müügil näinud?

n=kõik, %

■ 2015, n=1011    ■ 2013, n=1112  
■ 2011, n=1007





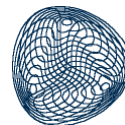
**II**

# **HELKURI KANDMINE**





## II HELKURI KANDMINE KOKKUVÕTE



### HELKURI KANDMINE

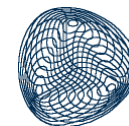
- ❖ **Helkurit kannab alati 2/3 täiskasvanuist**, lisaks kannab 14% seda küllalt sageli. Kunagi ei kanna helkurit iga kümnes täiskasvanu. Viimase kuue aasta jooksul ei ole siin olulisi muutusi toimunud.
- ❖ Helkureid kannavad sagedamini naised, üle 64-aastased, Põhja- ja Kesk-Eesti ning väiksemate asumite elanikud, samuti need, kes liiklevad enamasti jalgsi; harvemini aga mehed, alla 34-aastased, tallinlased ja autoga liiklevad inimesed.
- ❖ Lapsevanemate vastuste põhjal kannab **üheksa last kümnest alati helkurit**, lisaks kannab 6% seda küllalt sageli. Kunagi ei kanna helkurit 2% 4-15-aastastest lastest. Olulisi muutusi vastavate näitajate osas aja jooksul toimunud ei ole.

### HELKURI TÜÜP

- ❖ **Kõige levinumaks helkuritüübiks on rippuv helkur** – pea kaheksa helkuri kandjat kümnest kannab just seda. Kolmandikul helkuri kandjail on püsivalt riie-tele kinnitatud/õmmeldud helkur ja igal viiendal ajutiselt kinnitatav helkurpael. **Helkurvesti omab 10% helkuri kandjaist, selle kasutajaskond on alles viimase kahe aastaga tekkinud**. Kahe aastaga on suurenenud ka püsivalt riie-tele kinnitatud/õmmeldud helkuri kandjaskond (+5%).
- ❖ Erinevat tüüpi helkureid kannab kolmandik helkuri kandjatest, veel kaks aastat tagasi oli neid neljandik ja neli aastat tagasi viiendik.

# II HELKURI KANDMINE

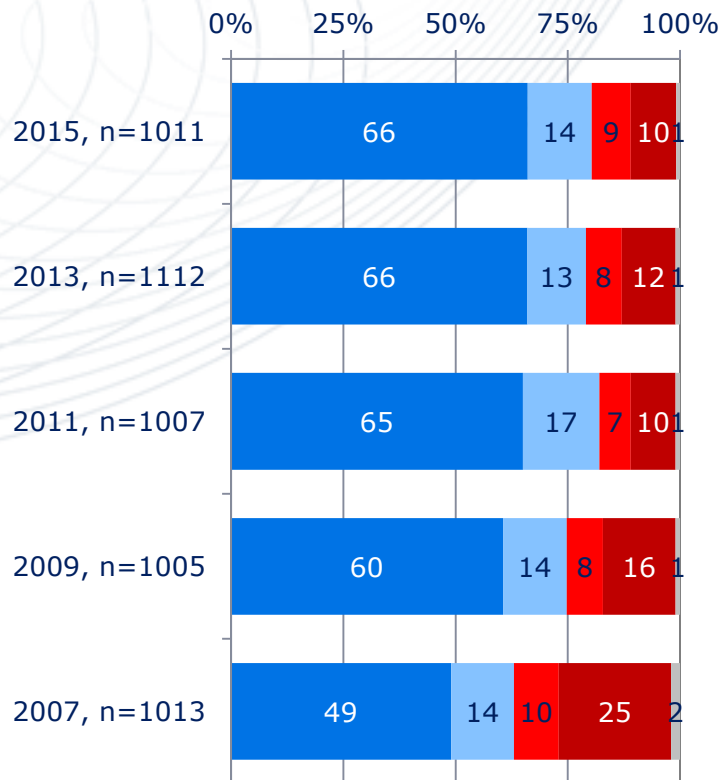
## Helkuri kasutamine ENDA puhul



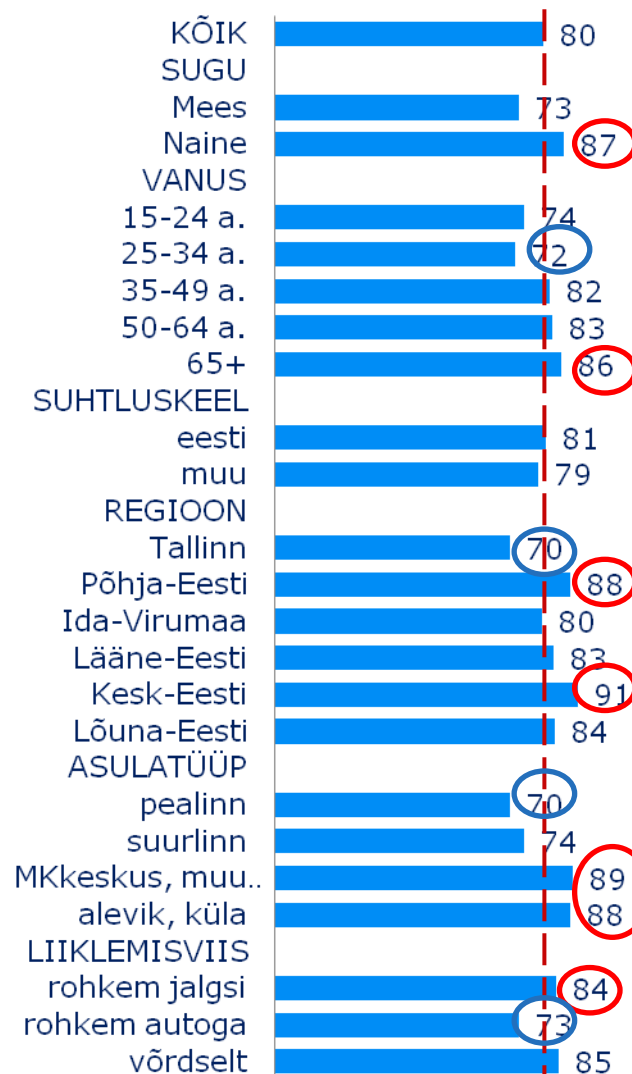
### Kuivõrd Te kannate helkurit?

n=kõik

- reeglina (alati)
- küllalt sageli
- ainult mõnikord
- ei kanna üldse
- ei oska öelda

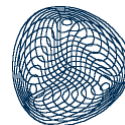


### reeglina + sageli, %



## II HELKURI KANDMINE

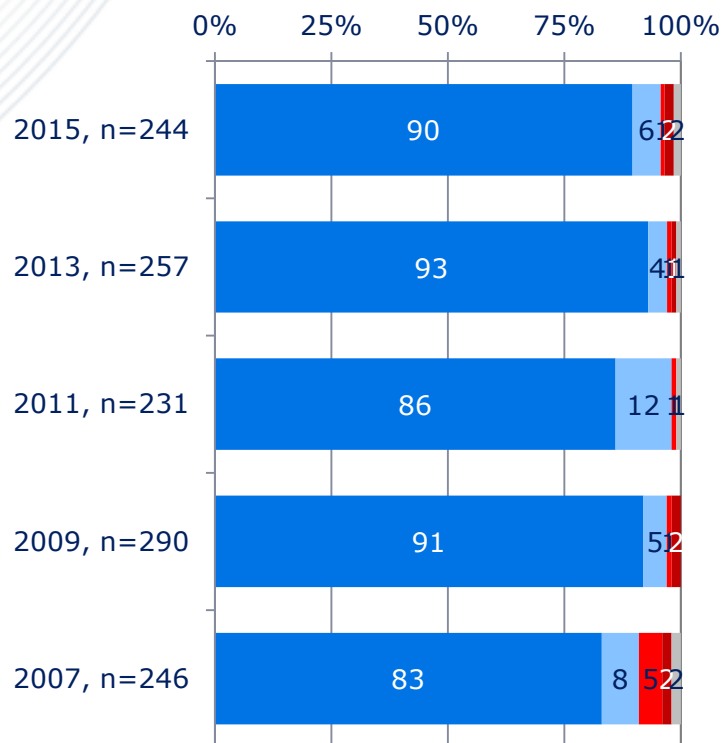
### Helkuri kasutamine LASTE puhul



#### Kuivõrd Teie lapsed kannavad helkurit?

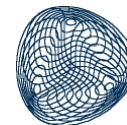
n=peres on 4-15-aastaseid lapsi

- reeglina (alati) ■ küllalt sageli
- ainult mõnikord ■ ei kanna üldse
- ei oska öelda



## II HELKURI KANDMINE

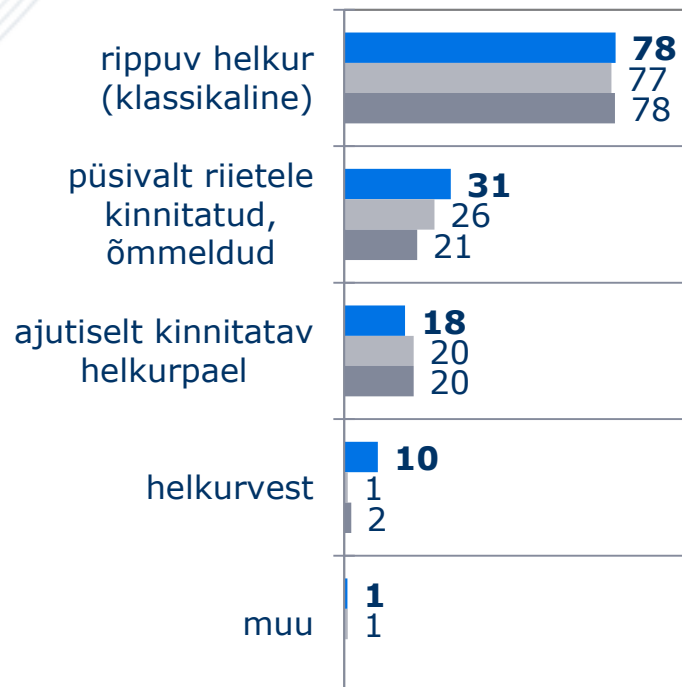
### Kantava helkuri tüüp



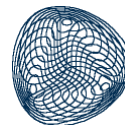
#### Mis tüüpi helkur Teil on?

n=kannab helkurit  
reeglina või sageli, %

- 2015, n=815
- 2013, n=893
- 2011, n=833



## II HELKURI KANDMINE KOKKUVÕTE



### HELKURI MITTE-KANDMISE PÕHJUS

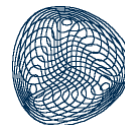
- ❖ Vastajad, kes kannavad helkurit ainult mõnikord või ei kanna üldse, tõid **helkuri mitte-kandmise põhjusena esile kõige sagedamini asjaolu, et nad ei liigu eriti jalgsi (42%)**, neljandik asjaolu, et nad ei liigu pimedal ajal ja pea viiendik, et nad unustavad helkurit kasutada.
- ❖ Võrreldes eelnevate uuringutega toodi helkuri mitte-kandmise põhjusena sagedamini välja, et ei liiguta jalgsi kui ka pimedas. *Samas ei ole tulemused üks-üheselt võrreldavad, kuna eelnevatel kordadel nimetati ainult üks peamine põhjus, sel korral võis vastaja nimetada aga mitu põhjust (mida kolmandik vastajaist ka tegi).*
- ❖ Helkuri puudumisega põhjendas selle mitte-kandmist 16% täiskasvanuist. Vastav näitaja on oluliselt madalam, kui eelmistel kordadel. **Seega helkuri puudumine ei ole enam peamiseks helkuri kandmist takistavaks põhjuseks.**
- ❖ Laste puhul, kes kannavad helkurit ainult mõnikord või ei kanna üldse (n=6), toodi helkuri mitte-kandmise põhjusena esile kahel korral seda, et see kaob ära, tuleb lahti ning ühel korral seda, et tegu on laiskusega kui ka seda, et laps on hooletu.

### PÕHJUS, MIKS EI OLE MURETSENUD SIIANI HELKURIT JA KAVATSUS SEE MURETSEDA

- ❖ Neilt vastajailt, kes pidasid helkuri kandmist vajalikuks, kuid ei kannu seda helkuri puudumise tõttu, uuriti miks nad pole siiani helkurit muretsenud. Selliseid vastajaid sattus valimisse vaid 14 ja helkuri puudumise põhjust oskas välja tuua neist vaid 5 vastajat: pole leidnud sobivat, laiskus, kaovad kergesti, pole aega, pole vaja olnud.
- ❖ Valimisse ei sattunud mitte ühtegi 4-15-aastaste lapse vanemat, kes peab helkuri kandmist lapsele vajalikuks, kuid kelle laps seda ei kannu.
- ❖ Helkuri vajalikuks pidajaist, kellel seda veel ei ole, on kavatsus helkur muretseda 60%-l.

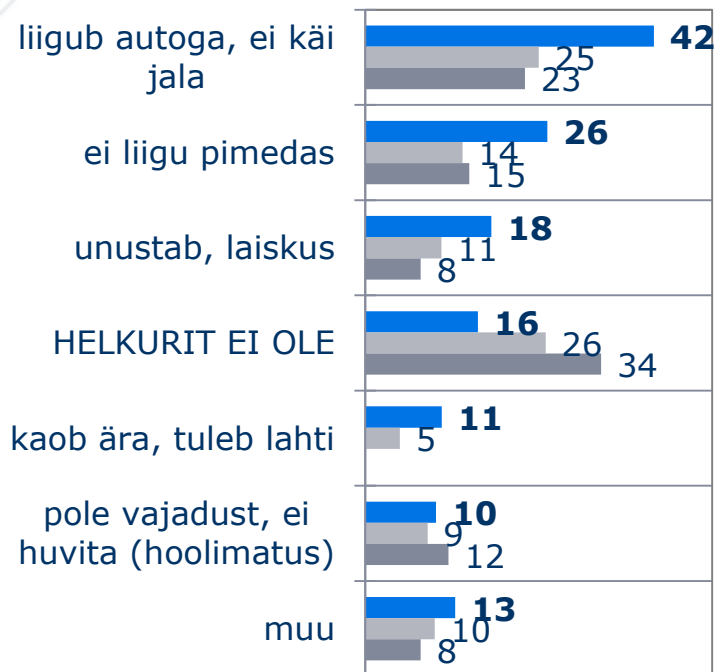
## II HELKURI KANDMINE

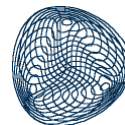
### Helkuri mitte-kandmise põhjus



**Miks ei kanna helkurit?**  
n=kannab helkurit  
mõnikord või ei kanna üldse,  
%

■ 2015, n=187  
■ 2013, n=222  
■ 2011, n=171





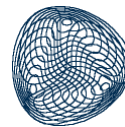
**III**

## **HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD**



# III HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

## KOKKUVÕTE



### KAMPAANIA VAJALIKKUS

- ❖ **Liiklusohutuskampaniat helkuri märkamise** kohta peetakse üldiselt endiselt vajalikuks – kokku 94% vastajatest, seejuures väga vajalikuks pidajaid 63%. See kinnitab asjaolu, et kampaaniad on meeldetuletusena igati õigustatud.
- ❖ Kampaania vajalikuks pidajate seas ei eristu oluliselt ükski sotsiaal-demograafiline grupp.

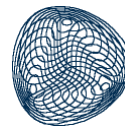
### SPONTAANNE KAMPAANIA MÄRKAMINE

- ❖ **Liiklusohutuskampaniat helkuri märkamise kohta (“Öööööd on meil pikad!”) arvas märganud olevat 49% elanikkonnast (spontaanne märkamine)**, mis on võrreldes varasemate kampaaniatega oluliselt kehvem tulemus.
- ❖ Keskmisest enam arvasid kampaaniat näinud olevat alla 35-aastased, eestikeelne ja Kesk-Eesti elanikkond; keskmisest vähem aga üle 65-aastased, muukeelne elanikkond (nende regionaalsest paiknemisest tingituna ka Ida-Virumaa ja suuremate linnade elanikkond).
- ❖ Iga kampaaniat märganud inimene märkas seda keskmiselt 1,8-s erinevas teabekanalisis.
- ❖ Kampaania märkamise peamiseks kanaliks peeti televisiooni (40%), sellele järgnesid juba oluliselt väiksema auditooriumiga väli- ja radioreklaam (vastavalt 16% ja 14%). Muudest teabekanalitest märkas kampaaniat juba oluliselt väiksem osa elanikkonnast.
- ❖ Varasemate kampaaniatega võrreldes arvati seda vähem märgatud olevat ennekõike tele- ja radioreklaamidest.



# IV HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

## KOKKUVÕTE

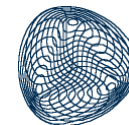


### AIDATUD KAMPAANIA MÄRKAMINE

- ❖ Et mõista täpsemalt, kui paljudeni kampaania erinevates teabekanalites jõudis, esitati vastajatele konkreetseid kampaania elemente (heli- ja videoklipid, plakatid) ja uuriti, kas nad on neid märganud. Sellise nn **aidatud kujul kampaania märkajaid oli 72% elanikkonnast**, samas ei võta see arvesse kõiki võimalikke kanaleid (nt trükimeedia, kauplused jmt).
- ❖ Aidatud kujul kampaania märkajate osakaal on oluliselt kõrgem kui spontaansel kujul (+23%), samuti ei ole võrreldes 2013. aastaga aidatud kujul kampaania märkajate osakaalu langus (-5%) olnud nii märkimisväärne, kui spontaansel kujul (-21%).
- ❖ Sotsiaal-demograafiliste tunnuste osas olulisi erinevusi võrreldes kampaania nn spontaansete märkajatega ei ole, va see, et aidatud kujul on kampaaniat märganud keskmisest sagedamini ka maapiirkondade elanikud.
- ❖ Aidatult on iga kampaaniat märganud inimene täheldanud seda keskmiselt 1,5-s erinevas kanalil.
- ❖ Ka aidatud märkamise puhul on antud kampaaniat nähtud kõige enam televisioonis. Tegelikult järgnesid kampaania nägemise kanalina raadio ning seejärel alle välimeedia ja internet. Kõigi vaadeldud kanalite puhul on kampaania märkajate osakaalud aidatud kujul kõrgemad kui spontaansel kujul.
- ❖ Kampaaniat on märganud keskmisest sagedamini:
  - ❖ televisioonist kui ka raadiost eestikeelne, piirkonniti Lääne- ja Kesk-Eesti ning maapiirkondade elanikud, televisioonist lisaks ka tallinlased ja väiksemate linnade, maakonnakeskuste elanikud.
  - ❖ väli- kui ka internetireklaamist 15-24 aastased, lisaks välireklaamist tallinlased ja internetireklaamist Lääne-eeesti elanikud.
- ❖ Kõikidest reklaamikanalitest on kampaaniat märganud keskmisest harvem muukeelne elanikkond (va välireklaam), üle 65-aastased ja Ida-Virumaa elanikud.

# III HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

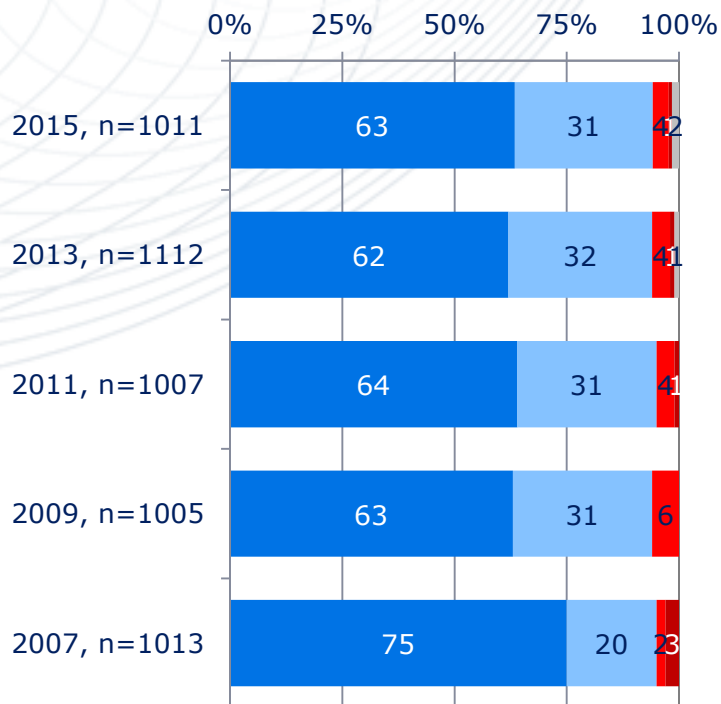
## Kampaania vajalikkus



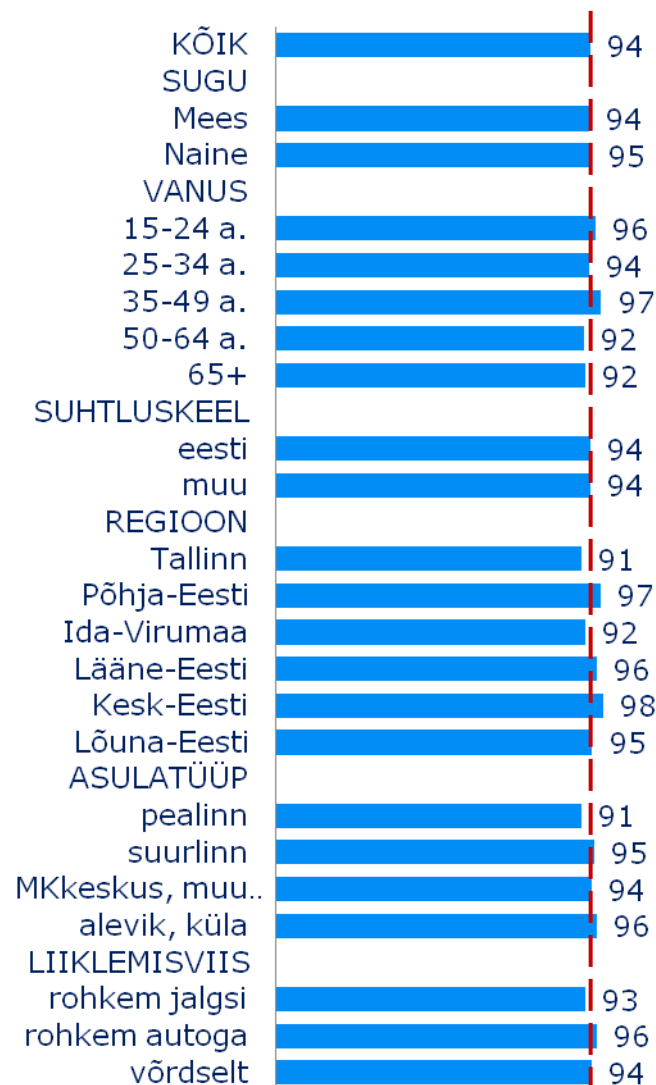
### Kuivõrd vajalikuks Te peate helkuri tutvustamiseks korraldatavaid kampaaniaid?

n=kõik

- väga vajalik
- pigem vajalik
- pigem ei ole vajalik
- üldse ei ole vajalik
- ei oska öelda

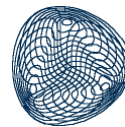


### väga + pigem vajalik, %



# IV HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

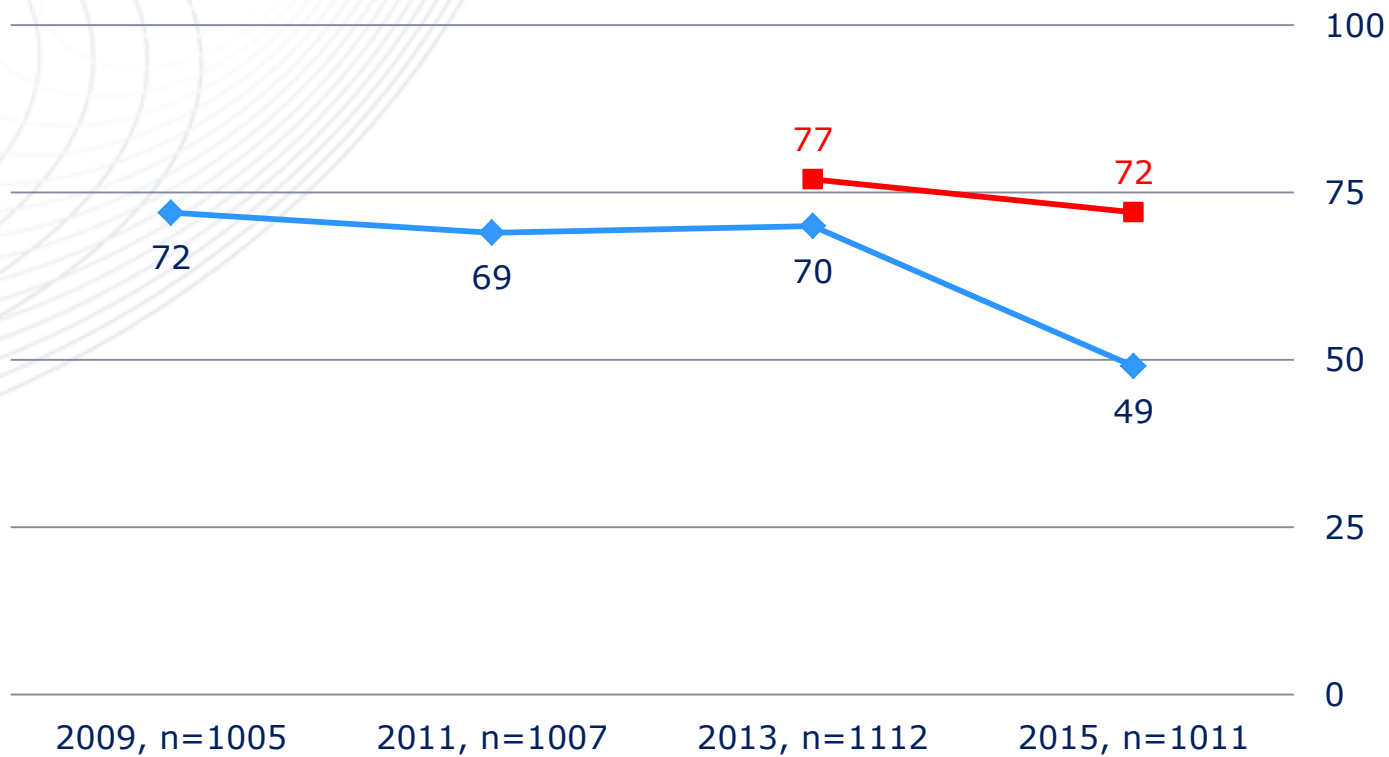
## Kampaania märkamine



### Kampaania märkamine

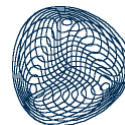
n=kõik, %

◆ spontaanne märkamine    ■ aidatud märkamine

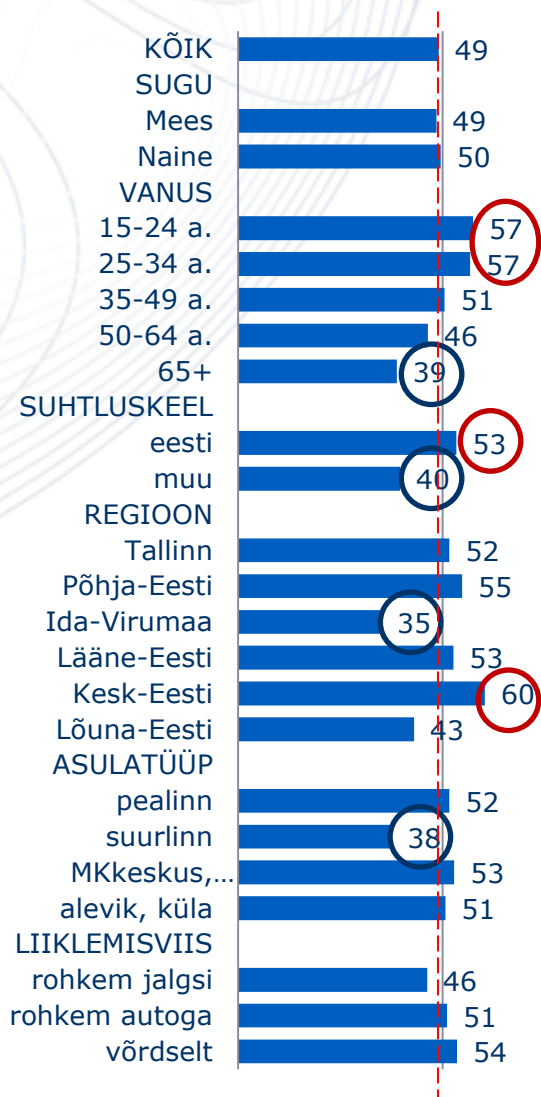


# III HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

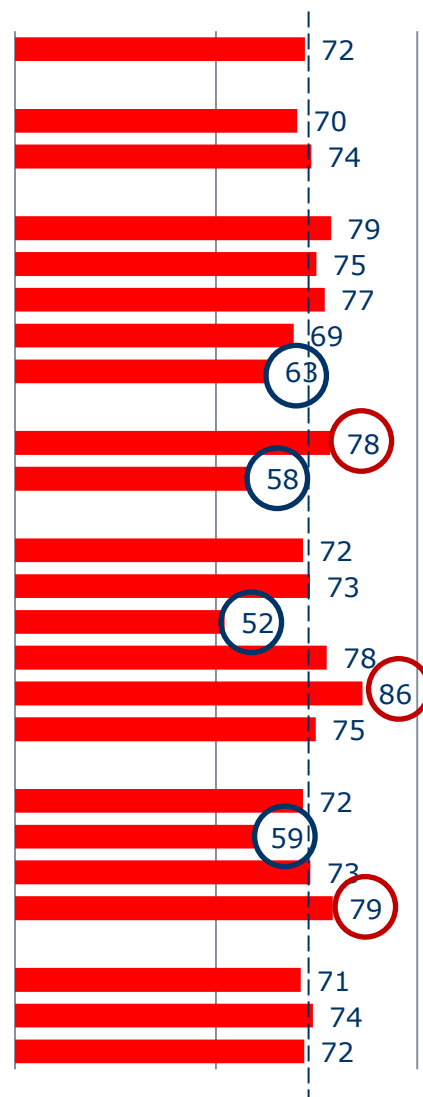
## Kampaania märkamine



### Märganud spontaanselt

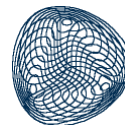


### Märganud aidatult



# IV HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

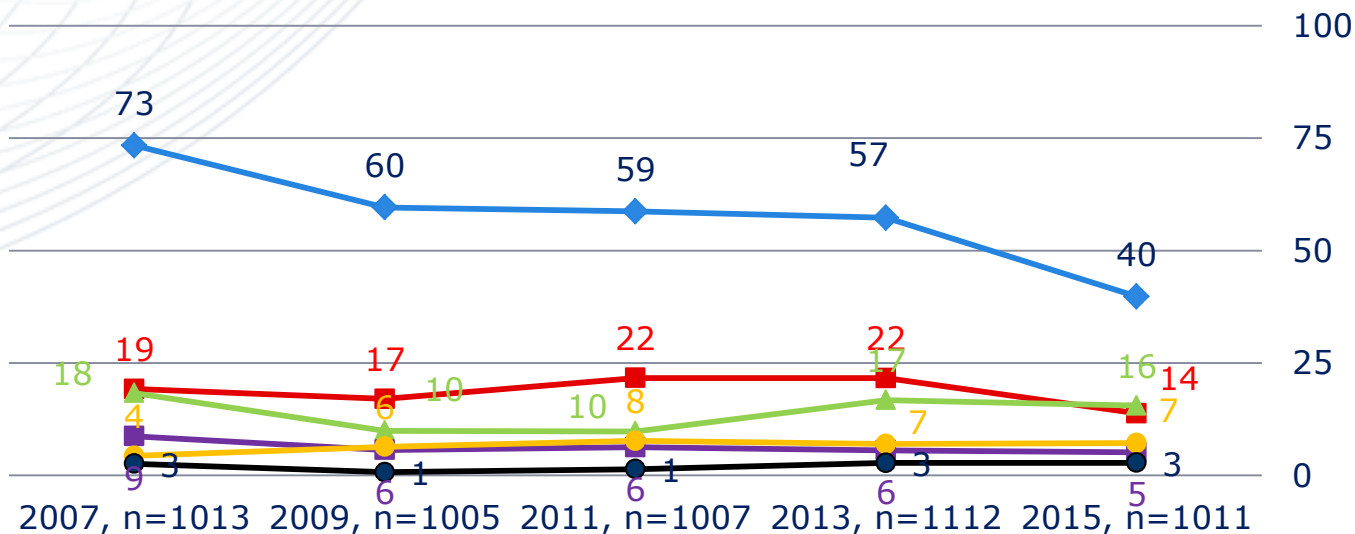
## Kampaania märkamine



### Kampaania spontaanset märkamise kanalid

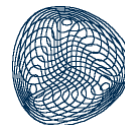
n=kõik, %

- ◆ televisioonis
- ▲ välimeedias
- internetis
- raadios
- ajalehtedes, ajakirjades
- kaupluses



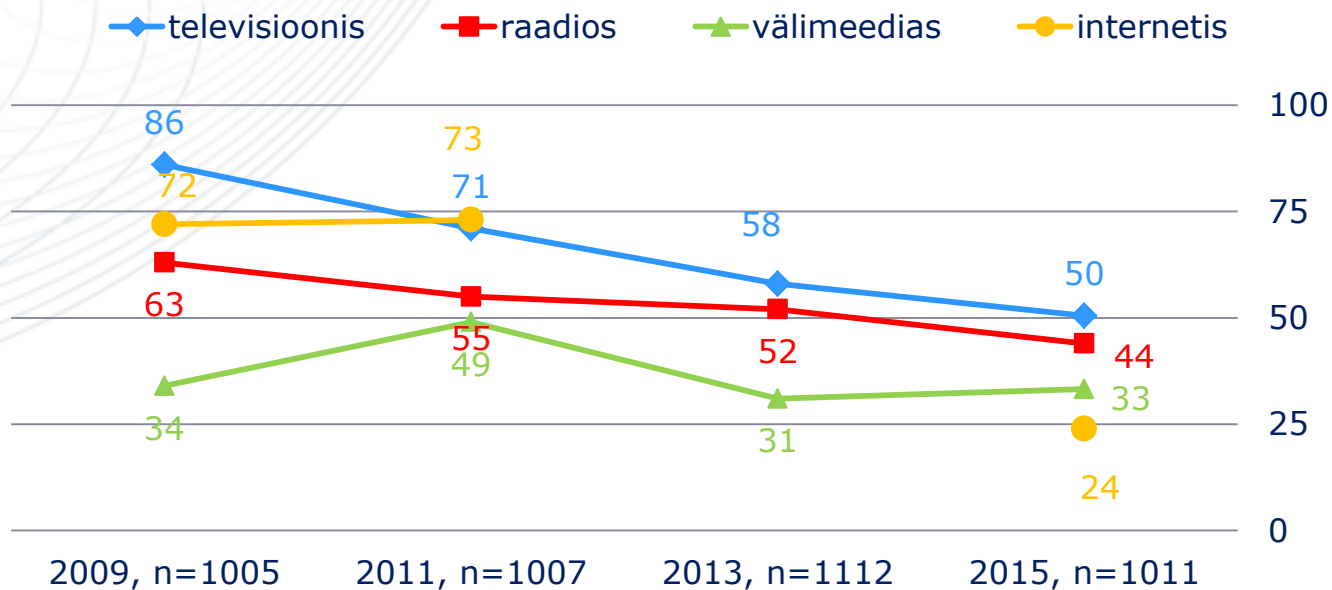
# IV HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

## Kampaania märkamine



### Kampaania aidatud märkamise kanalid

n=kõik, %



# III HELKURI TEEMALISED KAMPAANIAD

## Aidatud kampaania märkamine erinevates kanalites

