



Turvavööde kinnitamine Maanteeamet

Aprill 2008

Sisukord

Turvavööde kinnitamine	1
Sisukord.....	2
Sissejuhatus	3
Kokkuvõte.....	5
Executive Summary	6
1. Tulemused.....	7
1.1 Hinnangud turvavööde kasutamise vajalikkusele.....	7
1.2 Turvavööde kinnitamine erinevates situatsioonides.....	11
1.2.1 Turvavöö kinnitamine autot juhtides	11
1.2.2 Turvavöö kinnitamine sõitjana auto esiistmel	16
1.2.3 Turvavöö kinnitamine sõitjana tagaistmel.....	16
1.2.4 Turvavöö kinnitamine sõites alla 15-aastaste lastega	23
1.3 Turvavöö kasutamisele suunatud liiklusohutuskampaania märkamine.....	25
1.4 Hinnangud turvavarustuse kasutamise kontrollile	35
Lisad	39
A Metoodika kirjeldus.....	39
Valim	39
Küsitlus	40
Andmetöötlus.....	40
Projekti tööühm	41
B Vabad vastused.....	43

Sissejuhatus

Ajavahemikul 19.-26. märts ja 2.-9. aprill 2008 aastal viis TNS Emor Omnibuss-küsitluse raames läbi uuringu turvavööde kinnitamise kohta Eesti elanike seas.

Uuringu eesmärk oli selgitada turvavöö kinnitamine autoga sõites, põhjusi, miks turvavööd reeglina ei kinnitata ning hinnata turvavöö kasutamisele suunatud kampaania märkamist. Samuti vaadati elanike hinnanguid politsei tööle turvavööde kontrollimisel.

Analoogset uuringut viiakse läbi seitsmendat korda ning tulemused on esitatud võrdlevalt eelmiste aastate uuringutega.

Uuringu tellija on Maanteeamet. Uuringu tulemuste omandiõigus kuulub uuringu tellijale.

Aruandes on esitatud uuringu tulemused nii graafiliselt kui ka kommenteeritult.

Lisas on esitatud meetoodika ja valimi kirjeldus, uuringu küsimustik ning vabad vastused.

Kokkuvõte

Selle aasta märtsis-aprillis 15-74-aastaste Eesti elanike seas läbi viidud küsitluse põhjal võime välja tuua järgmised põhipunktid:

Elanike **hoiakud turvavööde kasutamise vajalikkuse suhtes on taas positiivsemad kui aasta eest** – 91% peab täiskasvanutel turvavöö kinnitamist väga vajalikuks. Praktiliselt kõik elanikud peavad turvavöö kinnitamist laste puhul väga vajalikuks (97%).

Lisaks hoiakute paranemisele, on ka käitumine muutunud positiivsemaks – kõikides situatsioonides on suurenenud turvavööde kinnitajate osakaal:

- autojuhtide seas 84%→88%;
- esiistmel sõitjate seas 88%→90%;
- tagaistmel sõites 49%→62%;
- lastega sõites 89%→96%.

Turvavööde regulaarne kinnitamine erinevates situatsioonides on vähem levinud nooremaealist ja meeste seas.

Turvavöö mitte kinnitamist põhjendatakse **lühikese vahemaaga ning harjumuse puudumisega**.

Turvavöö kinnitamisele suunatud kampaania märkamine on väga kõrge (80% vastajatest) ning näidatud reklaamide põhjal on kampaaniat näinud-kuulnud inimesi veelgi rohkem (85%). Kuigi jätkuvalt on kõige rohkem inimesi kuulnud-näinud kampaaniat televisioonis, on aastaga enim kasvanud raadio osatähtsus (35%→46%). Reklaamides märgatakse võrdselt raadio- ja telereklaami.

Kindlasti tuleks jätkata turvavöö kinnitamise vajalikkust propageerivate kampaaniate tegemist tulevikus ning kaasata ka politseid. Selleaastane kampaania koos politsei kontrolliga on kasvatanud teadlikkust ja mõjunud käitumisele. Hinnangud politsetööle ja selle tõhususele on sellel aastal märgatavalt positiivsemad.

Executive Summary

The survey was conducted during March-April 2008 among people aged 15-74 years. Based on the results we may point out the following:

Inhabitants attitude towards fastening seatbelt are becoming more positive – 91% of respondents consider it extremely necessary. Almost everyone consider that children should always have fastened seatbelt while sitting in the car.

In addition to the fact that attitude has improved, also behavior is more positive – the share of people fastening seatbelt in different situations has increased:

- **drivers: 84%→88%;**
- **people sitting on the front seat: 88%→90%;**
- **people sitting on the back seat: 49%→62%;**
- **children under 15 years: 89%→96%.**

Fastening of seatbelt in different situations is less common among youngsters and men.

The main reason, why people do not fasten seatbelt is **short distance and no habit**.

The recall of campaign promoting fastening of seatbelt is very high (80% of respondents) and based on the advertisements that respondents saw-heard, the campaign has been seen by even more people (85%). Even though the share of people who have heard or seen the campaign on TV is still the highest, the relative importance of radio has increased the most (35%→46%).

It is necessary to continue with campaigns promoting fastening of seatbelts also in the future. This year's campaign in co-operation with police has increased the awareness and improved behavior. Evaluations to police and their work efficiency has remarkably improved.

1. Tulemused

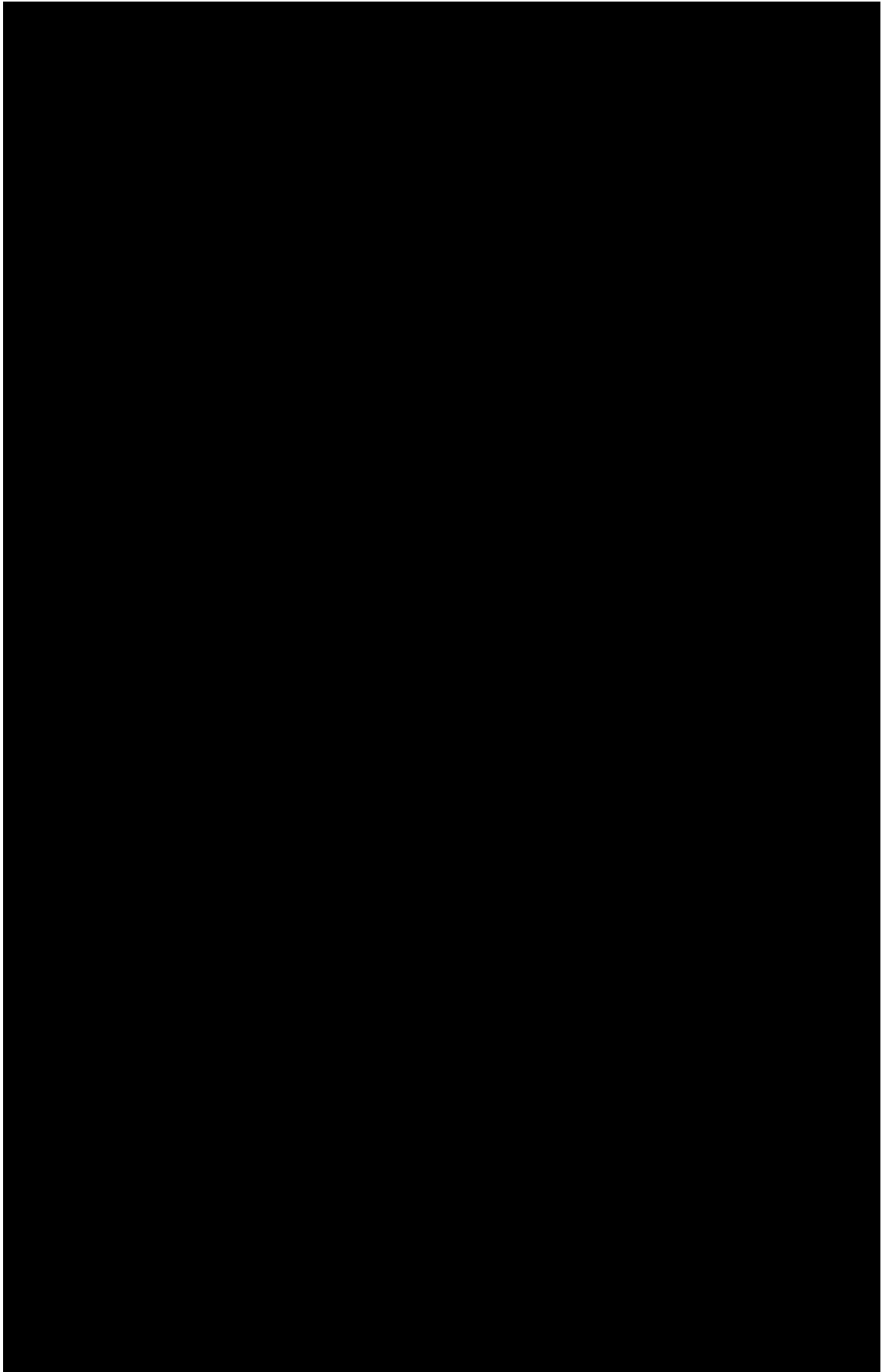
Sarnaselt eelmiste aastatega moodustati valim juhuvaliku teel ning on uuringutulemused on esinduslikud Eesti 15-74 aastaste elanike suhtes. Kokku küsitleti 999 vastajat, kelle iseloomustus sotsiaal-demograafiliste tunnuste alusel on toodud joonisel 1.

Arvestades valimi moodustamise põhimõtteid, vastab vastanute jaotus soo, vanuse, rahvuse, asulatüübi ja piirkondade lõikes sellealase Eesti elanikkonna jaotusele samade tunnuste osas. Lähtudes sellest on alust eeldada, et ka muude tunnuste jaotus, nagu sissetulek, haridus, hoiakud jms vastab Eesti elanike vastavatele parameetritele.

1.1 Hinnangud turvavööde kasutamise vajalikkusele

Enamik 15-74-aastastest elanikest peab nii enda kui ka laste puhul turvavöö kinnitamist väga vajalikuks. Viimase aastaga on taas suurenenud nende inimeste osakaal, kes peavad turvavöö kinnitamist väga vajalikuks (87%→91%). Nii nagu varasematel aastatel, peavad parktiliselt kõik vastanud laste puhul turvavöö kinnitamist väga vajalikuks (97%).

Turvöö kinnitamist peavad väga vajalikuks erinevate sihtrühmade esindajad. Võrreldes eelmise aastaga on enim kasvanud väga vajalikuks pidajate hulk meeste, mitte-eestlaste, kuni 34-aastaste ning väiksemate linnade ja maa-asulate elanike seas.

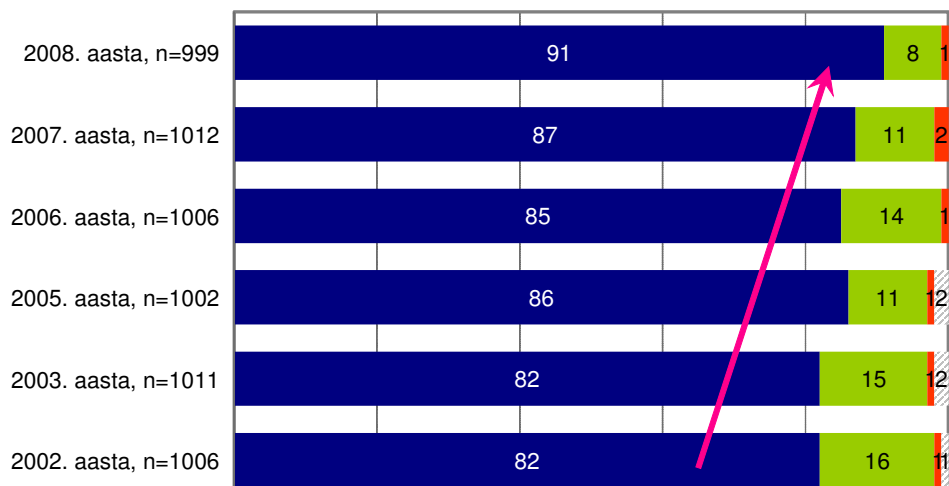


Joonis 2 Hinnangud turvavöö kinnitamise vajalikkusele

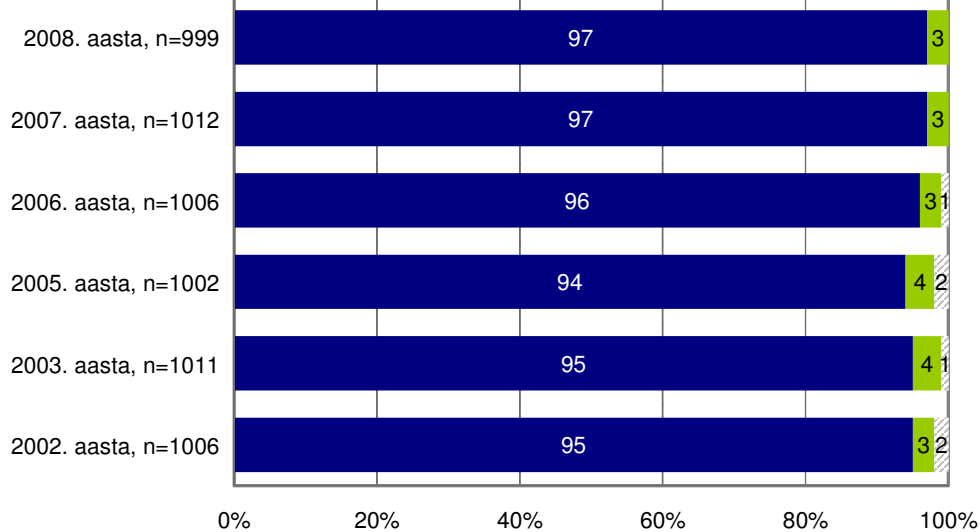
(% kõikidest vastajatest)

■ väga vajalik ■ pigem vajalik ■ pigem ei ole vajalik ■ ei oska öelda

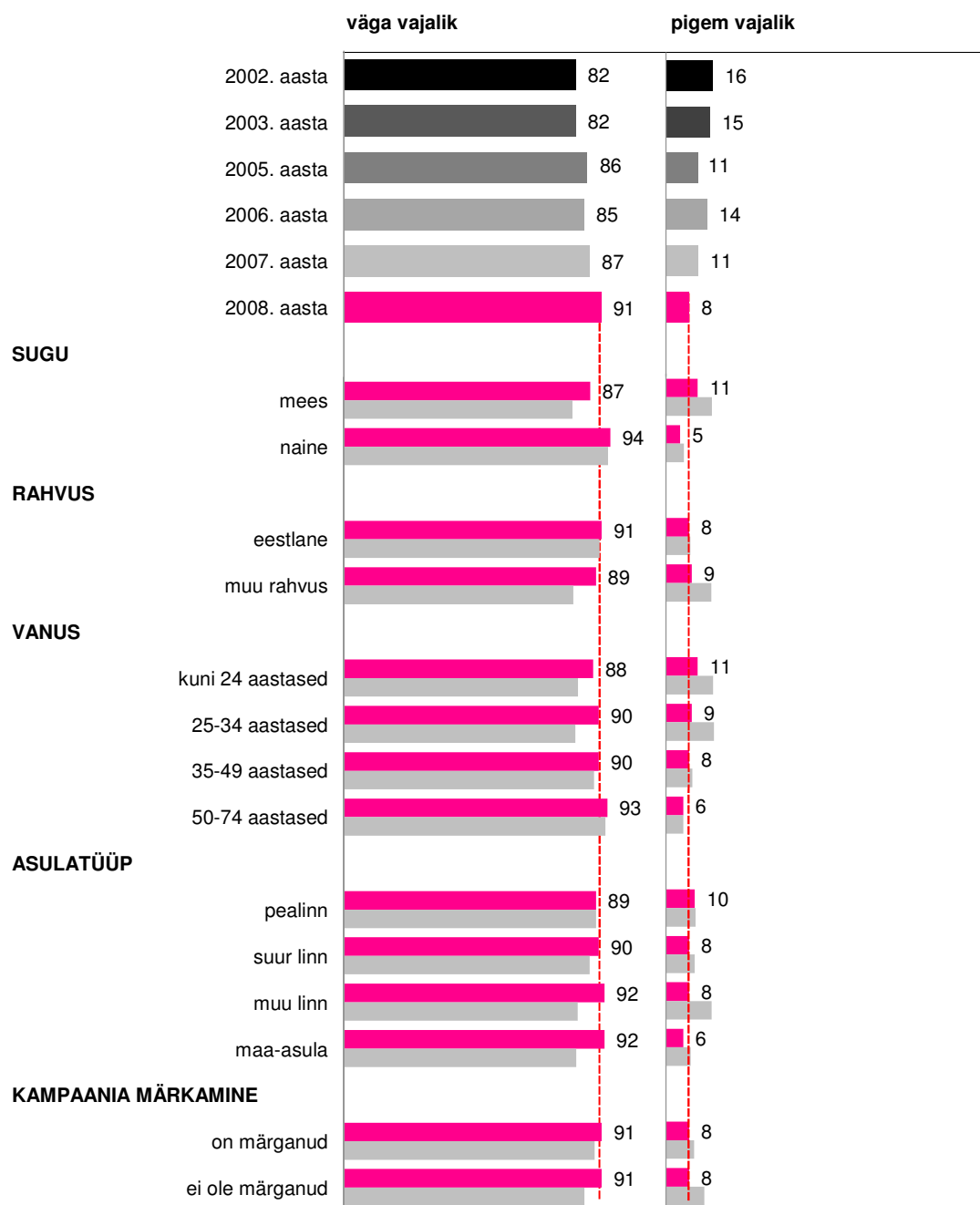
täiskasvanute puhul



laste puhul



Joonis 3 Hinnang turvavöö vajalikkusele täiskasvanutel
(% kõikidest vastajatest vastavas sihtrühmas)



1.2 Turvavööde kinnitamine erinevates situatsioonides

Võrreldes eelmise aastaga on suurenenud erinevates situatsioonides autos sõitjate osakaal. Järgnevalt on analüüsitud tulemusi nende inimeste seas, kes antud olukorras autoga sõidavad (joonis 5). Sarnaselt eelmiste aastatega on iga situatsiooni puhul välja toodud põhjendused, miks turvavööd ei kinnitata.

1.2.1 Turvavöö kinnitamine autot juhtides

Autojuhtide osakaal on aastaga kasvanud 55%-lt 59%-le. Suurenenud on ka nende inimeste osakaal, kes väidavad, et nad autot juhtides reeglina (vähemalt 90-100% juhtudest) kinnitavad turvavöö (84%->88%). Harva või mitte kunagi turvavööd kinnitavate autojuhtide osakaal on olematu.

Vaadates juhtide käitumist sihtrühmades, võime välja tuua järgmised tendentsid:

- Aastaga on kasvanud pea alati turvavöö kinnitajate osakaal meeste, mitte-eestlaste, kuni 34-aastaste ning väiksemate linnade elanike seas.
- Nagu eelmistelgi aastatel, on kohusetundlikumad autojuhid naised ja vanemad autojuhid. Aga ka mitte-eestlased.
- Tegelik käitumine sõltub inimese üldistest hoiakutest – kes turvavööd väga vajalikuks peavad, kinnitavad ka ise turvarihma pea igal sõidukorral.

Turvavöö mittekinnitamise põhjused

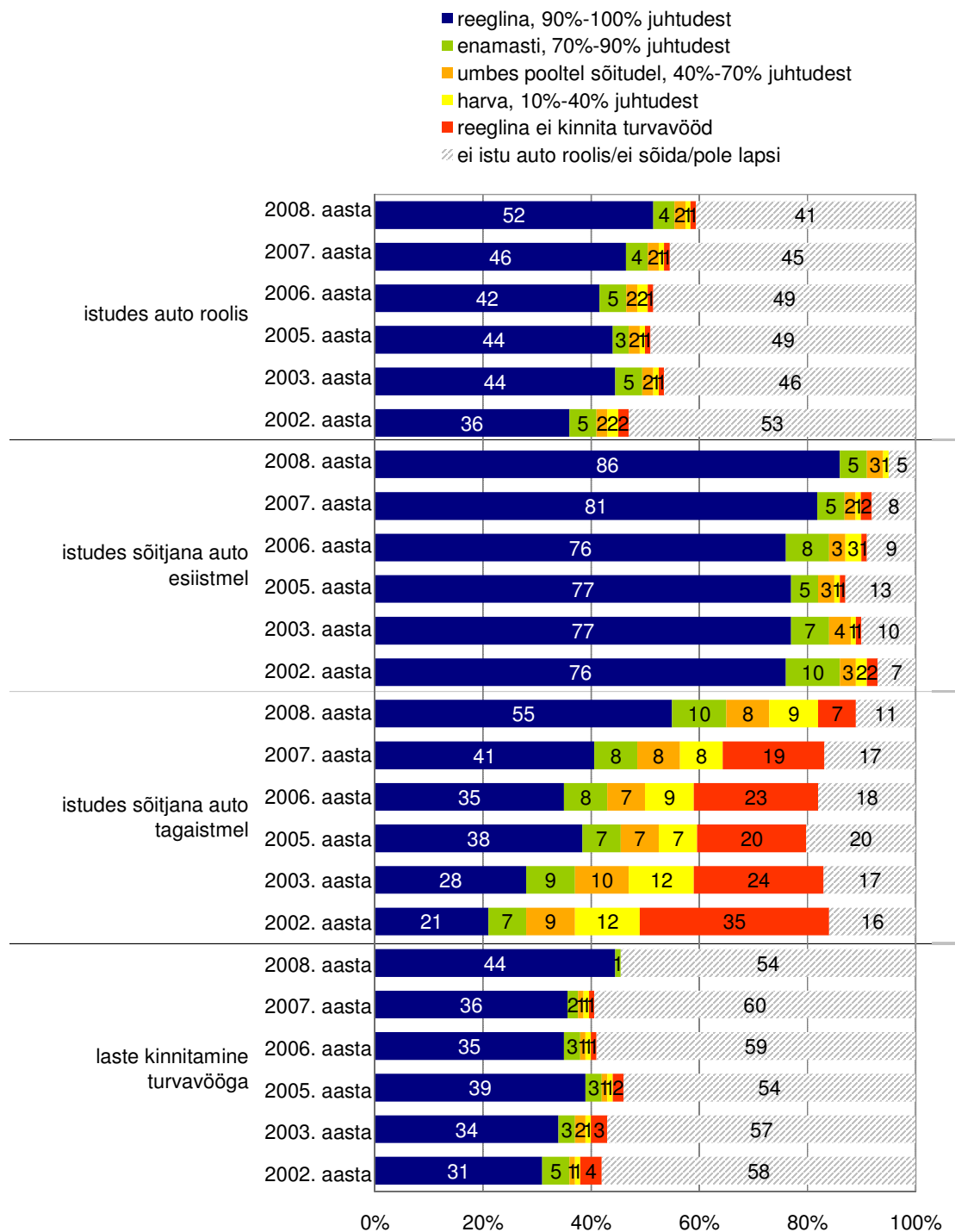
Turvavööd mittekinnitavad autojuhid põhjendavad oma käitumist jätkuvalt kas lühikese vahemaaga või ebamugavusega. Kasvab harjumuse puudumist või unustamist mainivate inimeste osakaal.

Lühikese sõiduga põhjendab oma käitumist iga kolmas autojuht, kes reeglina ei kinnita turvavööd. Need on eeskätt linnade (v.a Tallinn) ja maa-asulate elanikud. Oma käitumist põhjendati järgmiselt (v.t ka vabade vastuste peatükki): *kui sõidan ühe poe ukse juurest teiseni – väikesed vahemaad, sõidan küla vahel, ei pea vajalikuks.*

Ebamugavuse põhjendused on peamiselt järgmised (v.t ka vabade vastuste peatükki): *ebamugav, olen tüsedavõitu; linnatingimustes on ebamugav ja ei pea vajalikuks;*

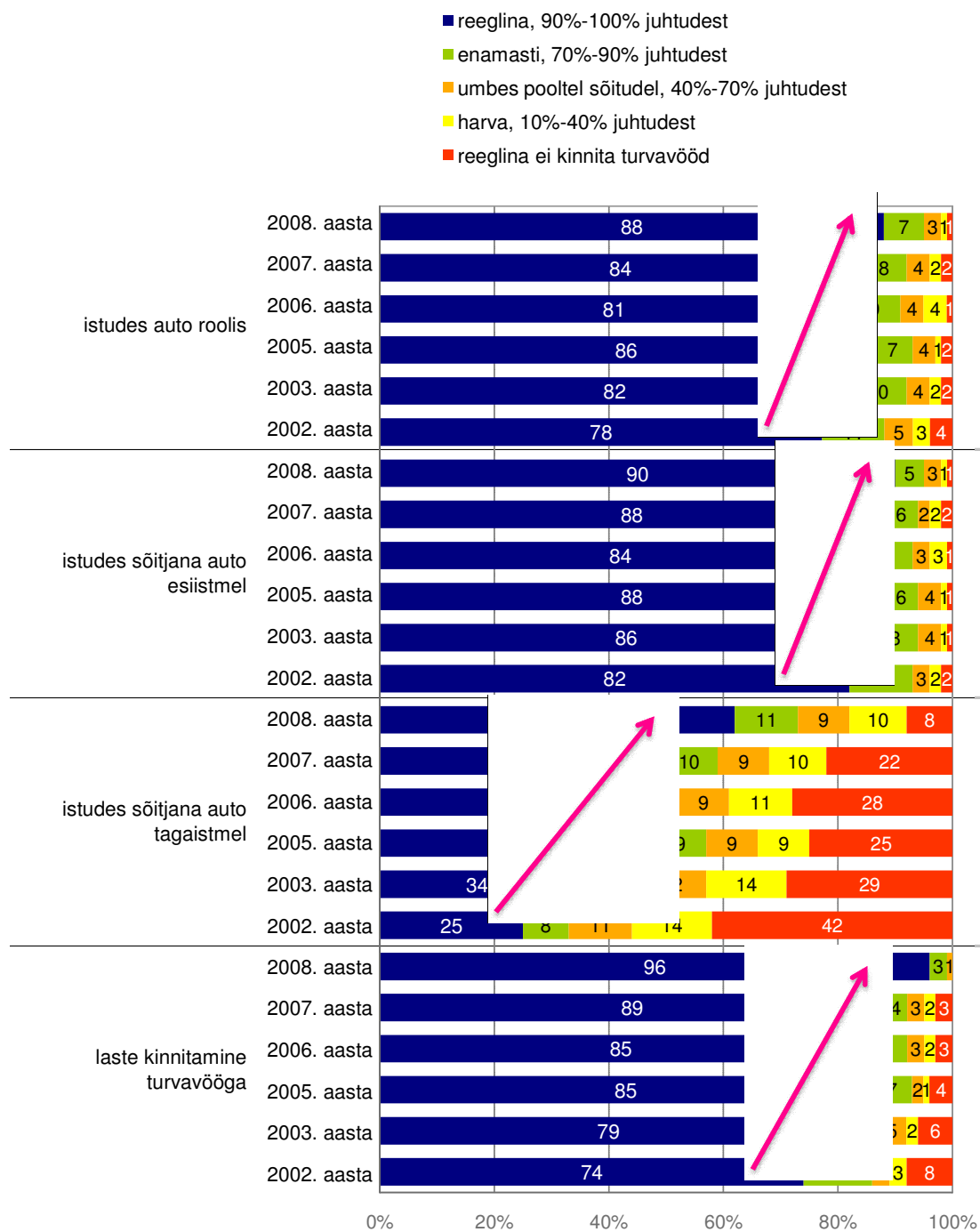
Joonis 4 Turvavöö kinnitamine erinevates situatsioonides

(% kõikidest vastajatest)



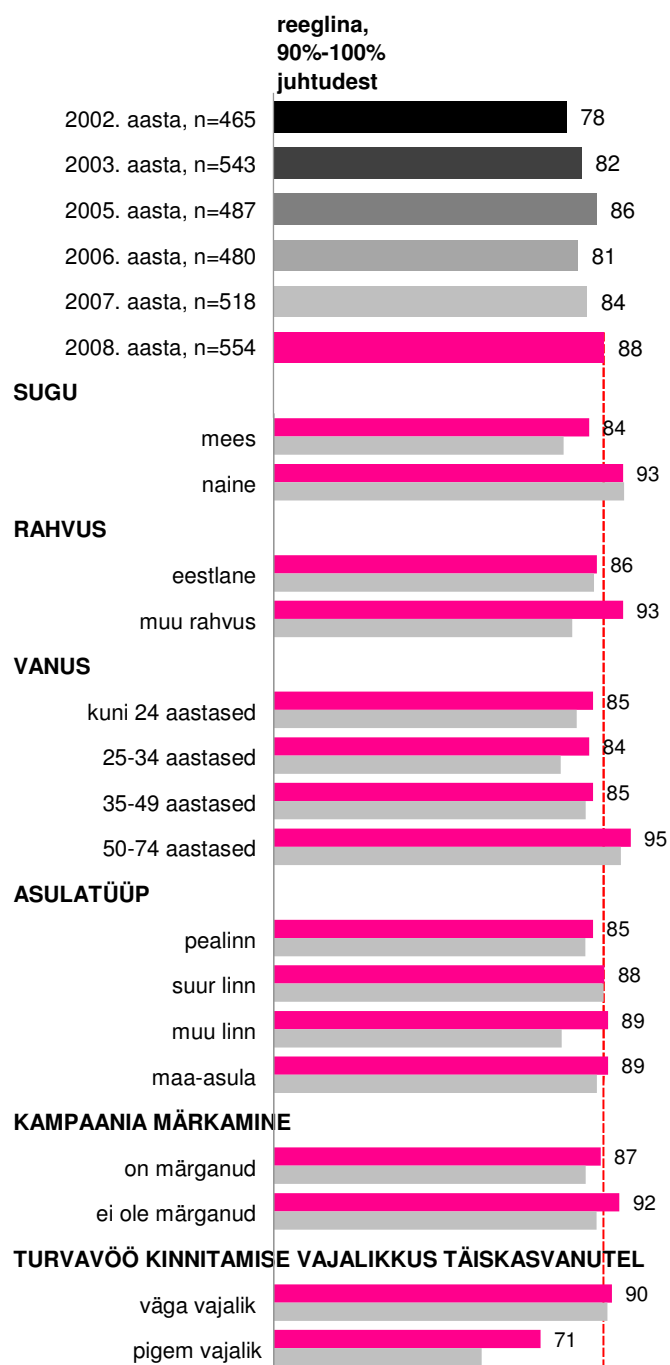
Joonis 5 Turvavöö kinnitamine erinevates situatsioonides

(% vastavast sihtrühmast)



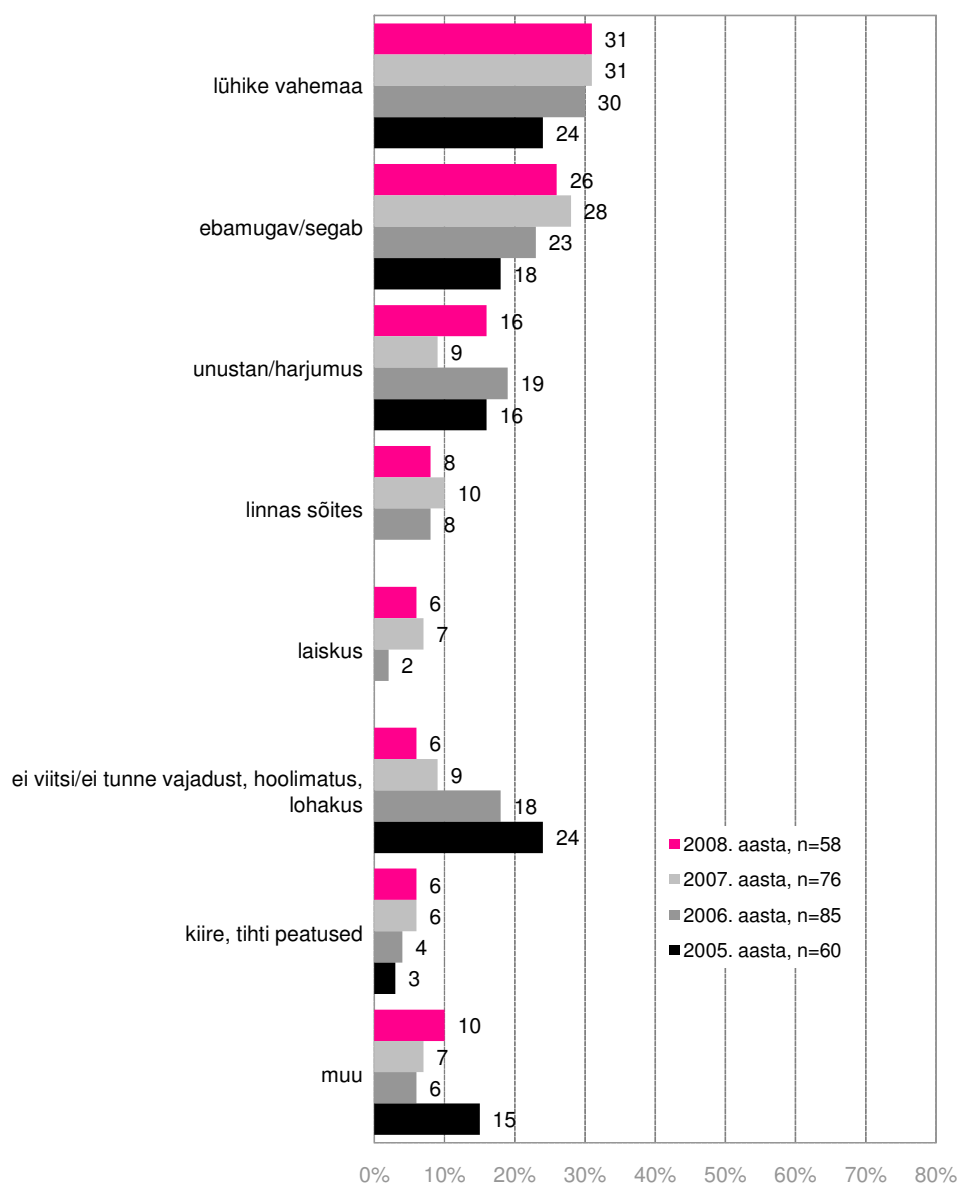
Joonis 6 Turvavöö kinnitamine autot juhtides*

(% roolis istujatest)



Joonis 7 Turvavöö kinnitamata jätmise põhjused roolis istudes

(% nendest, kes 70% või vähemal juhtudel ei kinnita turvavööd)



1.2.2 Turvavöö kinnitamine sõitjana auto esiistmel

Auto esiistmel sõidab enamik vastajatest (95%) ning võrreldes eelmise aastaga selle sihtrühma osakaalus muutatus puuduvad. Sarnaselt autojuhtidele, kasvab ka esiistmel sõitjate seas reeglina turvavööd kinnitavate inimeste hulk (88%→90%).

Võrreldes eelmise aastaga on turvavöö kinnitamine reeglina sõitjana esiistmel sõitvate elanike seas sagenenud eeskätt nooremaeliste (kuni 24-aastaste) ning väiksemate linnade elanike hulgas.

Kohusetundlikumad turvavöö kinnitajad on naised, mitte-eestlased ja 50-74-aastased ning väiksemate linnade elanikud. Vaid suuremate linnade elanike seas kahaneb reeglina turvavööd kinnitavate inimeste osakaal (91%→86%).

Turvavöö mittekinnitamise põhjused

Võrreldes eelmise aastaga on muutunud põhjendused, miks esiistmel sõites ei kinnitata turvavööd. Pea iga kolmas unustab või puudub harjumus turvavööd kinnitada, võrreldes eelmise aastaga on seda põhjust nimetanud kaks korda rohkem inimesi. Nende vabad kommentaarid on järgmised (v.t ka vabade vastuste peatükki): *kaassõitjana tükib ununema vöö kinnitamine, vahel läheb kiiruga meelest; vahel unustan, aga kui tuleb meelde, panen kohe kinni.*

Väheneb lühikest vahemaad, laiskust ja ebamugavust nimetanute osakaal. Mõned kommentaarid vastajatelt: *vahel on sõidud nii lühikesed, et pole vaja kinnitada; ei viitsi vahetevahel ja kui ei nõuta ka; ei viitsi, aga tean selle vajalikkusest.*

1.2.3 Turvavöö kinnitamine sõitjana tagaistmel

Auto tagaistmel sõidab 89% vastajatest.

Märgatavalt on suurenenud nende inimeste osakaal, kes reeglina tagaistmel turvavöö kinnitavad (49%→62%). Väga positiivne märk on see, et vaid 8% vastajatest ei kinnita tagaistmel turvavööd mitte kunagi (eelmisel aastal oli neid 22% ja 2002. aastal 42%).

Tagaistmel turvavöö enamikel juhtudel kinnitavate inimeste osakaal on suurenenud kõikides sihtrühmades. Kõige tublimad turvavööd kinnitajad on 50-74-aastased ja naised.

Aastaga on märgatavalt suurenenud tagaistmel turvavööd kinnitavate inimeste osakaal 35-49-aastaste, mitte-eestlaste, väiksemate ja suuremate linnade elanike ning naiste seas.

Siiski pea iga viies tagaistmel sõitja ei kinnita turvavööd mitte kunagi. Turvavööd ei kinnita eeskätt mehed, tallinlased ja eestlased.

Turvavöö mitte kinnitamise põhjused

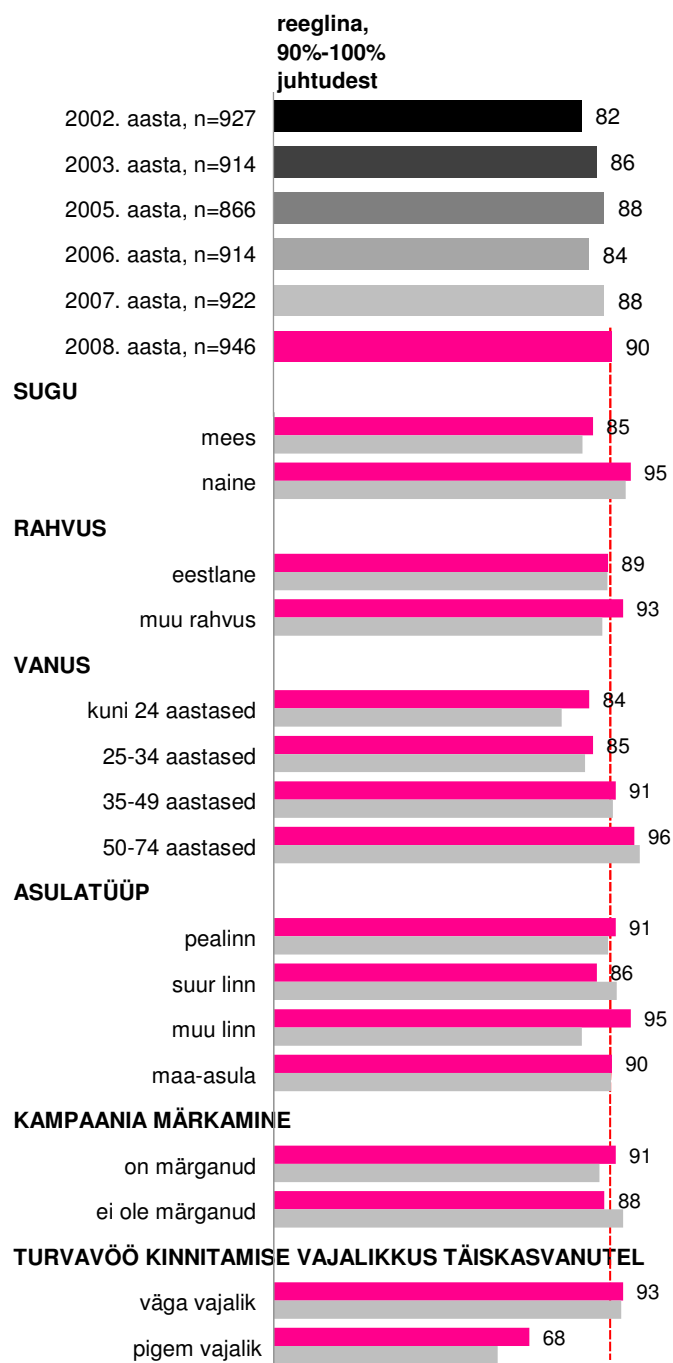
Jätkuvalt on kõige sagedasem põhjendus, miks turvavööd tagaistmel ei kinnitata, et autol puudub turvavöö (22%) ja harjumuse puudumine (22%). Kasvava trendiga on turvavöö mitte kinnitamine lühikese vahemaa tõttu (5% -> 12%).

Kommentaariid olid järgmised: *ees hakkab tuututama, kui ei kinnita, taga mitte ja ununeb; ei ole selle peale tulnud, juht pole nõudnud; laiskusest – neid on tõsine nuhtlus kinni saada; ununeb ära, aga kui juht tähelepanu pöörab, siis ikka; ebamugav, kui taga juba 2-3 inimest istub, kitsas, ei leia vööd.*

Uurisime nendelt, kes istuvad tagaistmel ja neil ei ole võimalik kinnitada turvavööd, sest autol see puudub, miks autol ei ole turvavööd. Kõige sagedasemini põhjendatakse, et sõidetakse sõbra, töökaaslase või kellegi teise autos ja seal pole turvavööd. Neljandik väidab, et auto on liiga vana ja selles pole turvavööd.

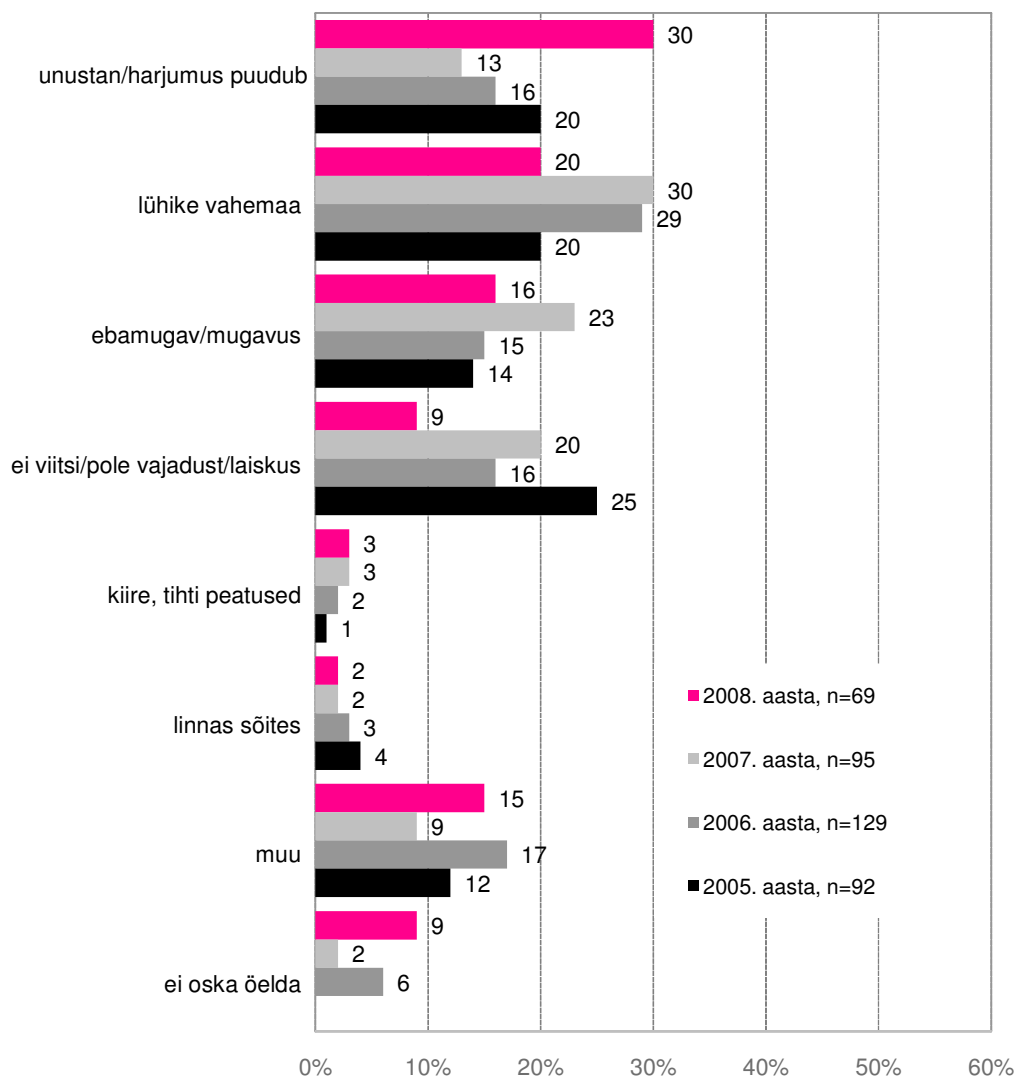
Joonis 8 Turvavöö kinnitamine sõitjana esiistmel*

(% esiistmel sõitjatest)



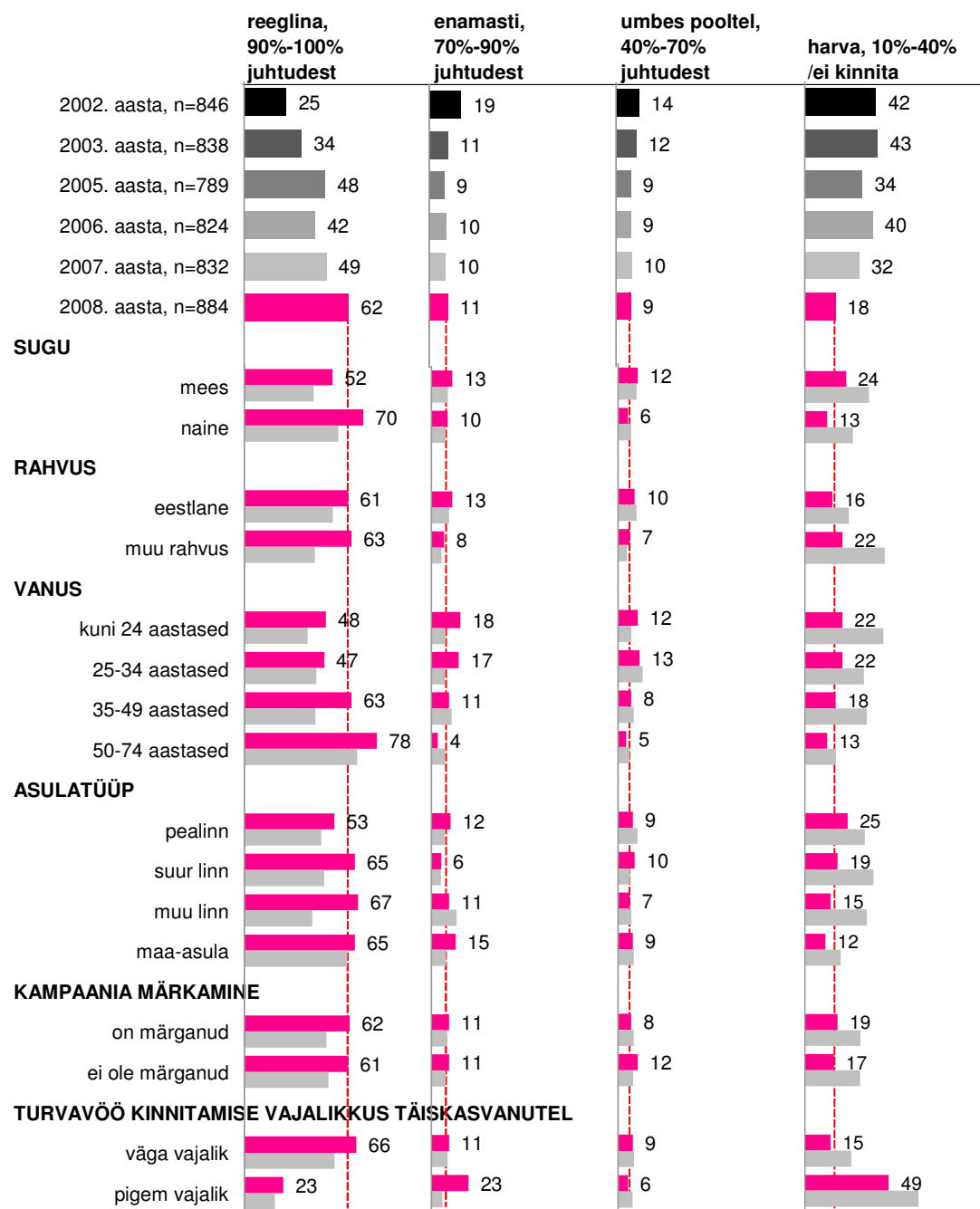
Joonis 9 Turvavöö kinnitamata jätmise põhjused auto esiistmel istudes

(% nendest, kes 70% või vähematel juhtudel ei kinnita turvavööd)



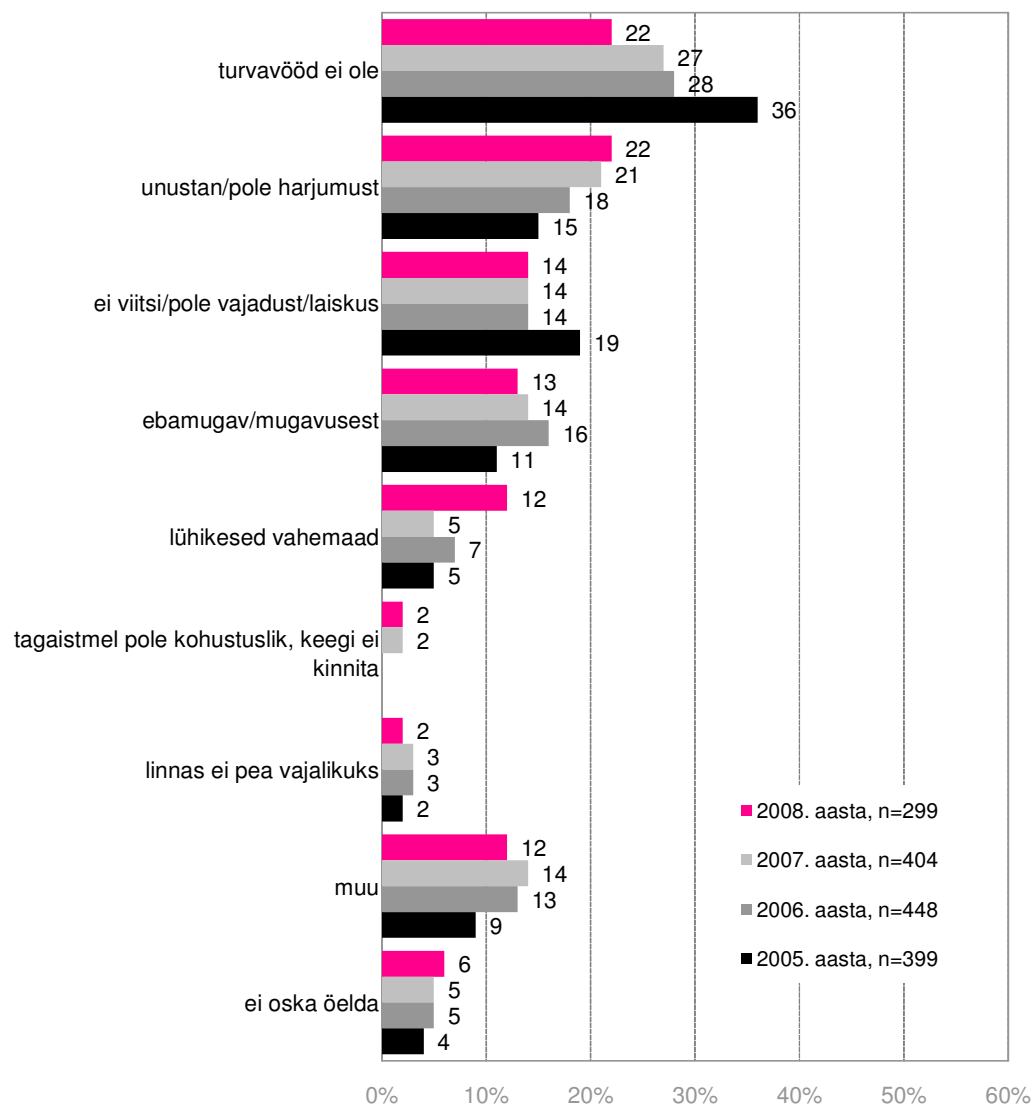
Joonis 10 Turvavöö kinnitamine sõitjana tagaistmel

(% tagaistmel sõitjatest)



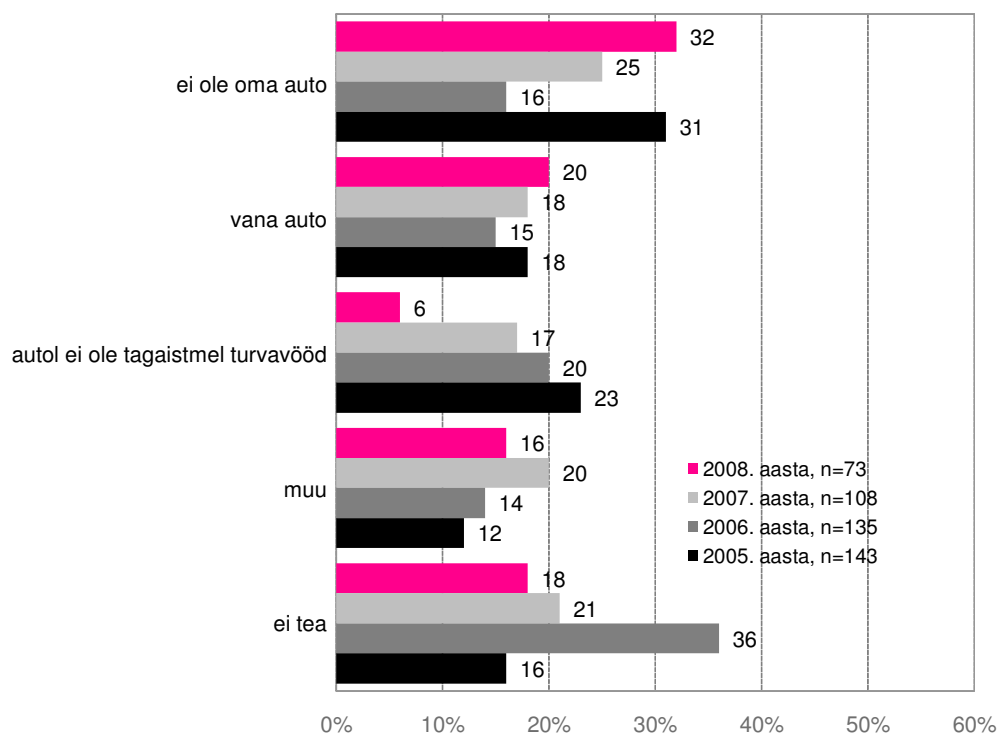
Joonis 11 Turvavöö kinnitamata jätmise põhjused auto tagaistmel istudes

(% nendest, kes 70% või vähemal juhtudel ei kinnita turvavööd)



Joonis 12 Miks ei ole auto tagaistmel turvavööd

(% nendest, kes reeglina ei kinnita turvavööd sest auto tagaistmel puudub turvavöö)



1.2.4 Turvavöö kinnitamine sõites alla 15-aastaste lastega

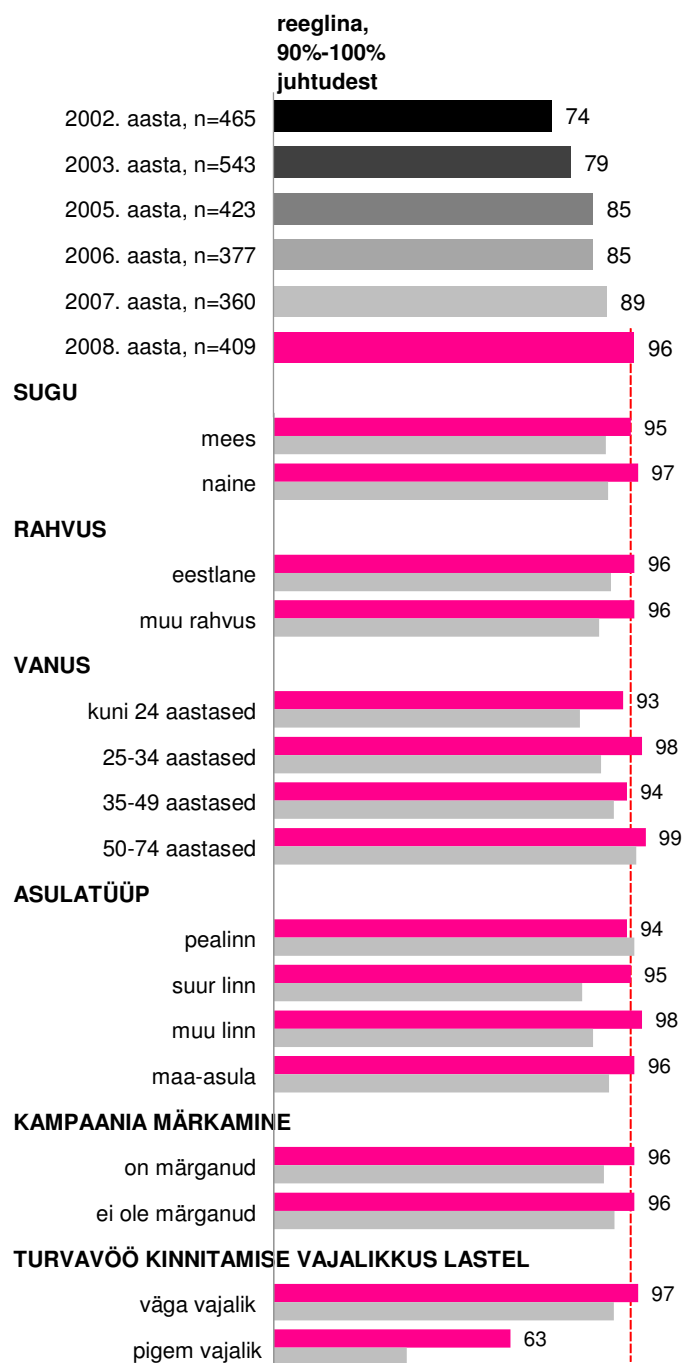
Vastajatelt, kelle peres on alla 15-aastasi lapsi, küsiti, kas lapsed on sõidu ajal autos turvavööga või spetsiaalse turvavarustusega kinnitatud. Kokku kuulus sellesse sihtrühma 46% vastajatest. Viimase aastaga on alla 15-aastaste lastega perede seas lapse reeglina turvavööga kinnitavate või spetsiaalset turvavarustust kasutavate vastajate osakaal taas kasvanud (89%→96%).

Turvavarustust kasutatakse võrdselt kõikides sihtrühmades, kus on alla 15-aastasied lapsi.

Turvavarustusega ei kinnita last vähesed, peamiselt põhjendatakse seda kas turvavöö puudumisega või see on lastele ebamugav või harjumatu.

Joonis 13 Turvavöö kinnitamine lastega sõites

(% sõitjatest, kes sõidavad koos lastega)



1.3 Turvavöö kasutamisele suunatud liiklusohutuskampaania märkamine

Kampaania märkamine on väga kõrge – 80% ehk ligikaudu 832 000 15-74-aastast elanikku on kuulnud või näinud kampaaniat. Eelmisel aastal oli kampaania märkamine 72%. Sellel aastal nägid-kuulsid vastajad esmakordselt tele-, raadio-, väli- ja internetireklaami. Nähtud reklaamide põhjal on kampaania märkamine veelgi kõrgem – 85% ehk ligikaudu 853 000 inimest oli näinud-kuulnud vähemalt ühte kuuest reklaamist (vastajad kuulsid kolme raadioreklaami).

Kampaania märkamine on kõrgem Lääne- ja Lõuna-Eestis. Kõikides sihtrühmades on kampaania märkamine kõrgem kui eelmisel aastal, vaid Põhja-Eesti elanike seas on kampaaniat näinud-kuulnud inimeste osakaal muutumatu. Võrreldes eelmise aastaga on märgatavalt kasvanud kampaania märkamine 35-49-aastaste, Lääne-Eesti elanike ning naiste seas.

Nagu eelmistelgi aastatel paluti etteantud nimekirja alusel kampaaniat märganud vastajail meenutada, millistes meediakanalites nad seda kampaaniat nägid või kuulsid.

Kõige paremini on kampaania elanikkonnani jõudnud televisiooni vahendusel, kus on kampaaniat näinud 84% (eelmisel aastal 76%). Raadios kampaaniat kuulnute osakaal on viimaste aastatega tublisti kasvanud (22%→35%→46%). Välireklaame oli näinud 24% sihtrühmast, mis on pisut vähem kui aasta tagasi. Kasvanud on kampaania märkamine trükimeedias ja internetis.

Kokkuvõtlikult võime joonise 16 põhjal välja tuua järgmist:

- televiisorist on kampaaniat näinud eeskätt eestlased, väiksemate linnade ja maa-asulate elanikud ning Lääne- ja Lõuna-Eesti elanikud. Televiisoris on kampaaniat märganud märgatavalt vähem mitte-eestlasi ning pealinna elanikke.
- raadiost on kuulnud kampaaniast eeskätt üle 35-aastased, maa-asulate ning Lõuna-Eesti elanikud.
- välireklaami on oluline kanal kampaania märkamisel noortele (kuni 34-aastastele) ja suuremate linnade (sh Tallinna) ning Tartu-Jõgevamaa elanikele.

Telereklaami on näinud 68% 15-74-aastastest, sama suur oli ka raadioreklaame kuulnute osakaal. Telereklaami märkamine on madalam mitte-eestlaste, üle 50-aastaste suuremate linnade (sh Tallinna) ja Virumaa elanike seas. Raadioreklaami on kuulnud samuti vähem mitte-eestlasi, aga ka üle 35-aastaseid ning linnade (va Tallinn) ja Virumaa elanikke.

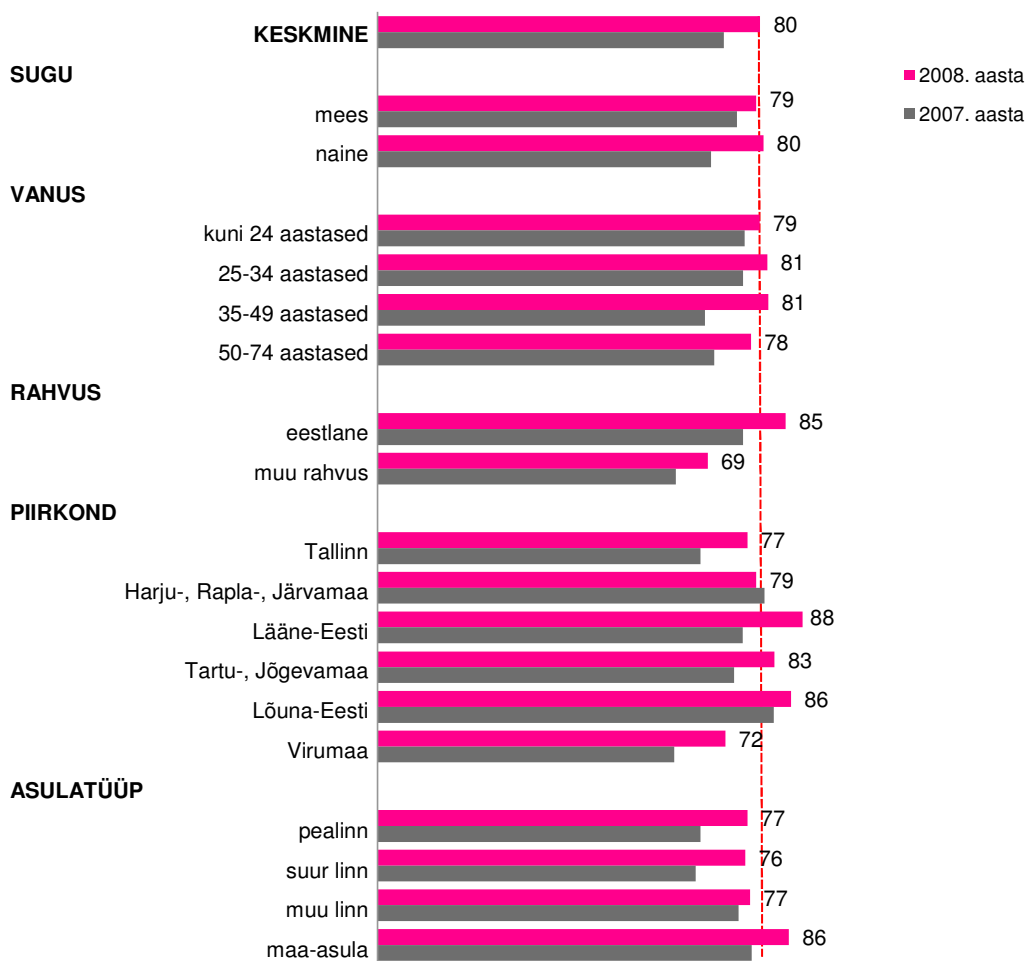
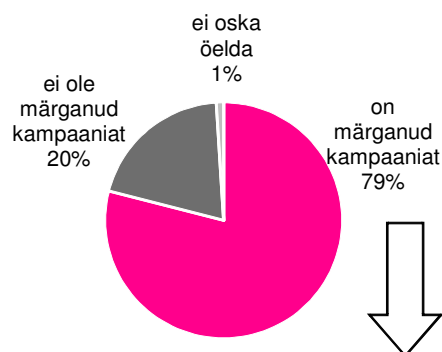
Sellel aastal räägiti meedias palju turvavööde kinnitamisest ja selle kontrollist, millest on tingitud suurem vahe tele- või raadioreklaami ning televiisoris või raadios kampaaniast kuulnute-näinute vahel.

Kui iseseisvalt ütles 24%, et nad on näinud kampaania välireklaami. Peale välireklaami näitamist mainis 42%, et nad on seda reklaami näinud. Valdavalt oli tegemist kuni 34-aastastega ning Põhja-Eestis ja Tallinnas elavate inimestega. Tõenäoliselt ei ole visuaal olnud nii meeldejääv kui sõnum ise.

Internetireklaami on näinud iga neljas 15-74-aastane. Internetis on reklaami näinud eeskätt kuni 35-aastased, väiksemate linnade ja Lõuna-Eesti elanikud.

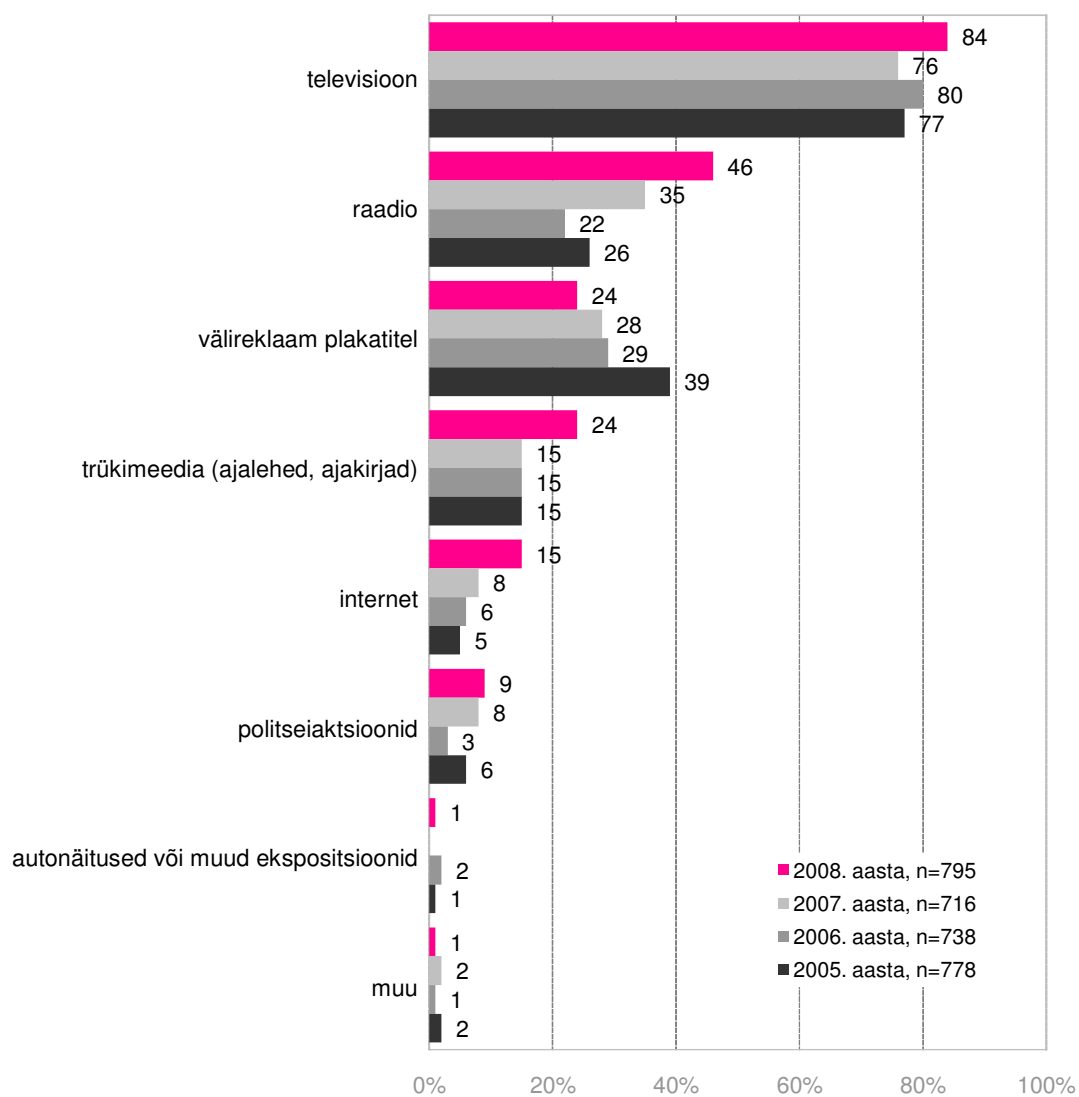
Valdavalt peetakse kampaania mõju positiivseks ning väga positiivselt suhtujate hulk on aastaga kasvanud (54%→59%). Teistest positiivsemalt suhtuvad üle 25-aastased, maa-asulate ja Lõuna-Eesti elanikud.

Joonis 14 Turvavöö kasutamisele suunatud kampaania märkamine
(% kõikidest vastajatest, n=999)



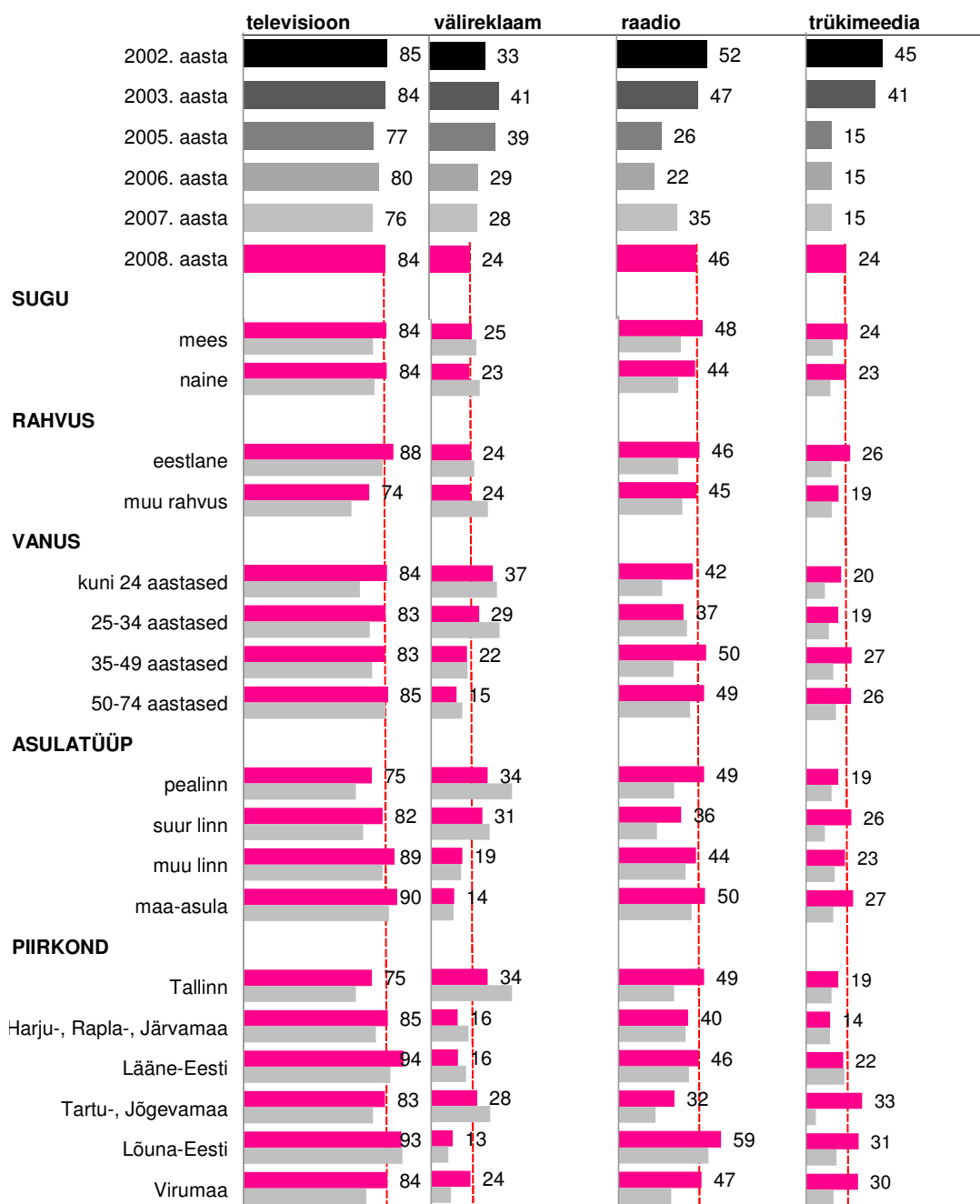
Joonis 15 Reklaamikanal, kus kampaaniat märgati

(% nendest, kes on märganud kampaaniat)



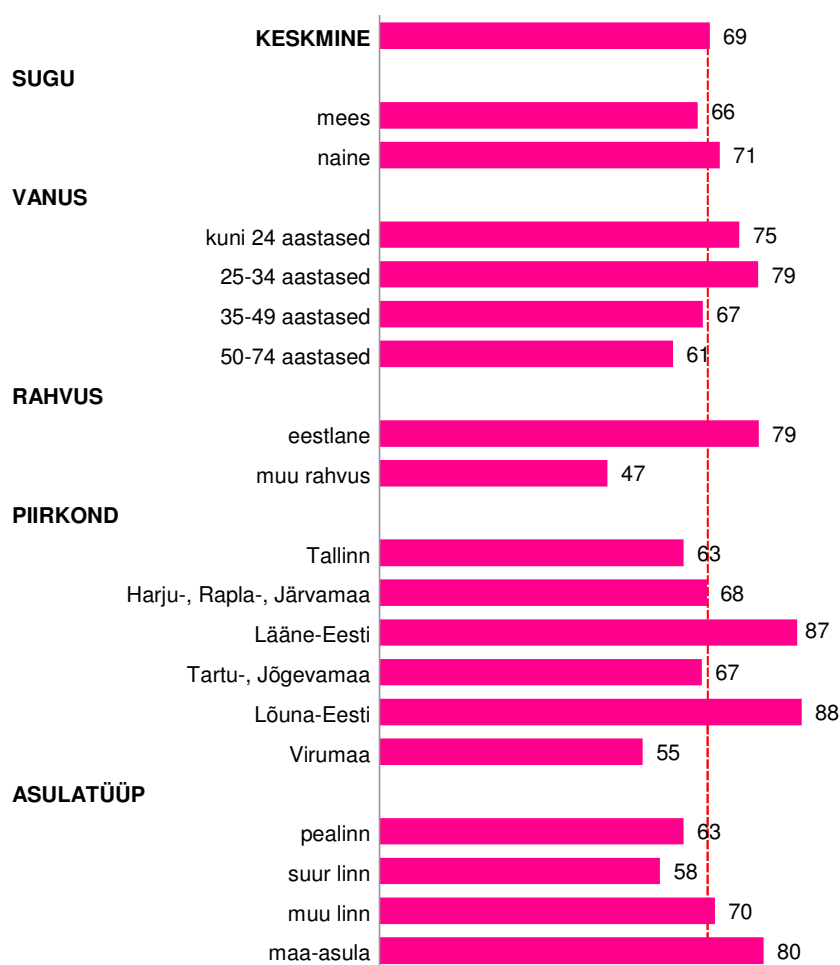
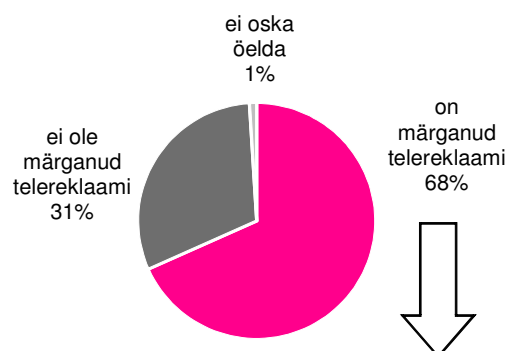
Joonis 16 Erinevates kanalites kampaaniat märganute iseloomustus

(% sihtrühmas kampaaniat märganutest)



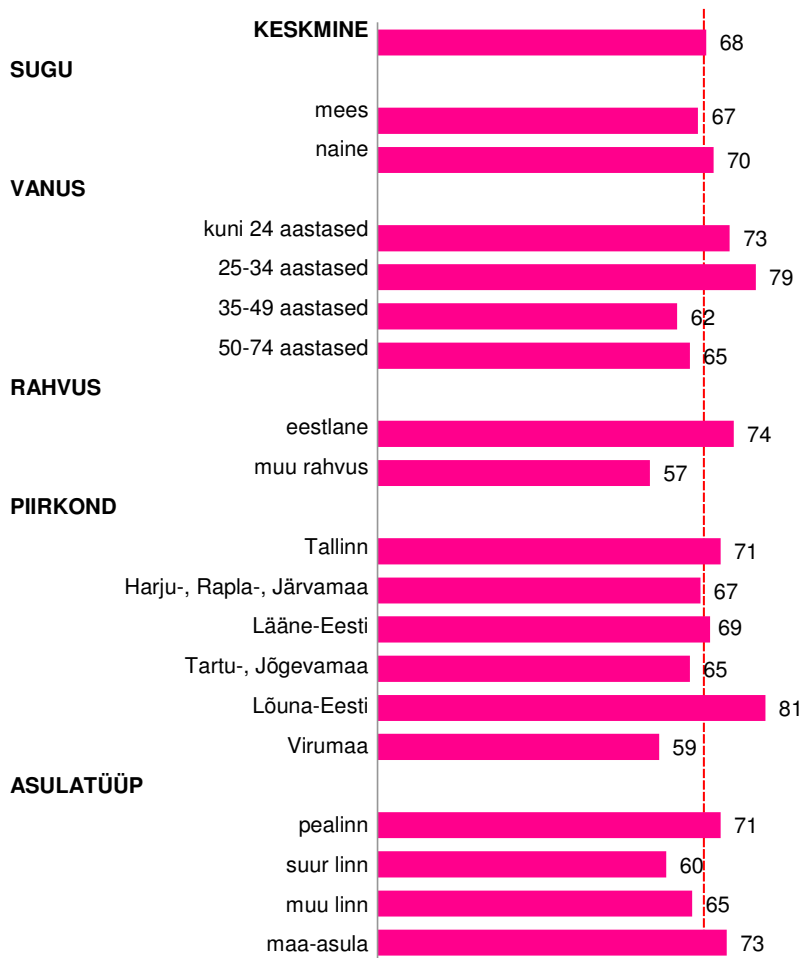
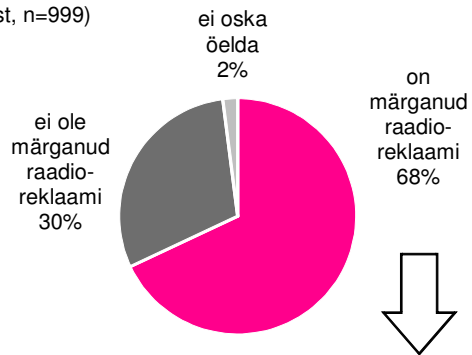
Joonis 17 Turvavöö kasutamisele suunatud telereklaami märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=999)



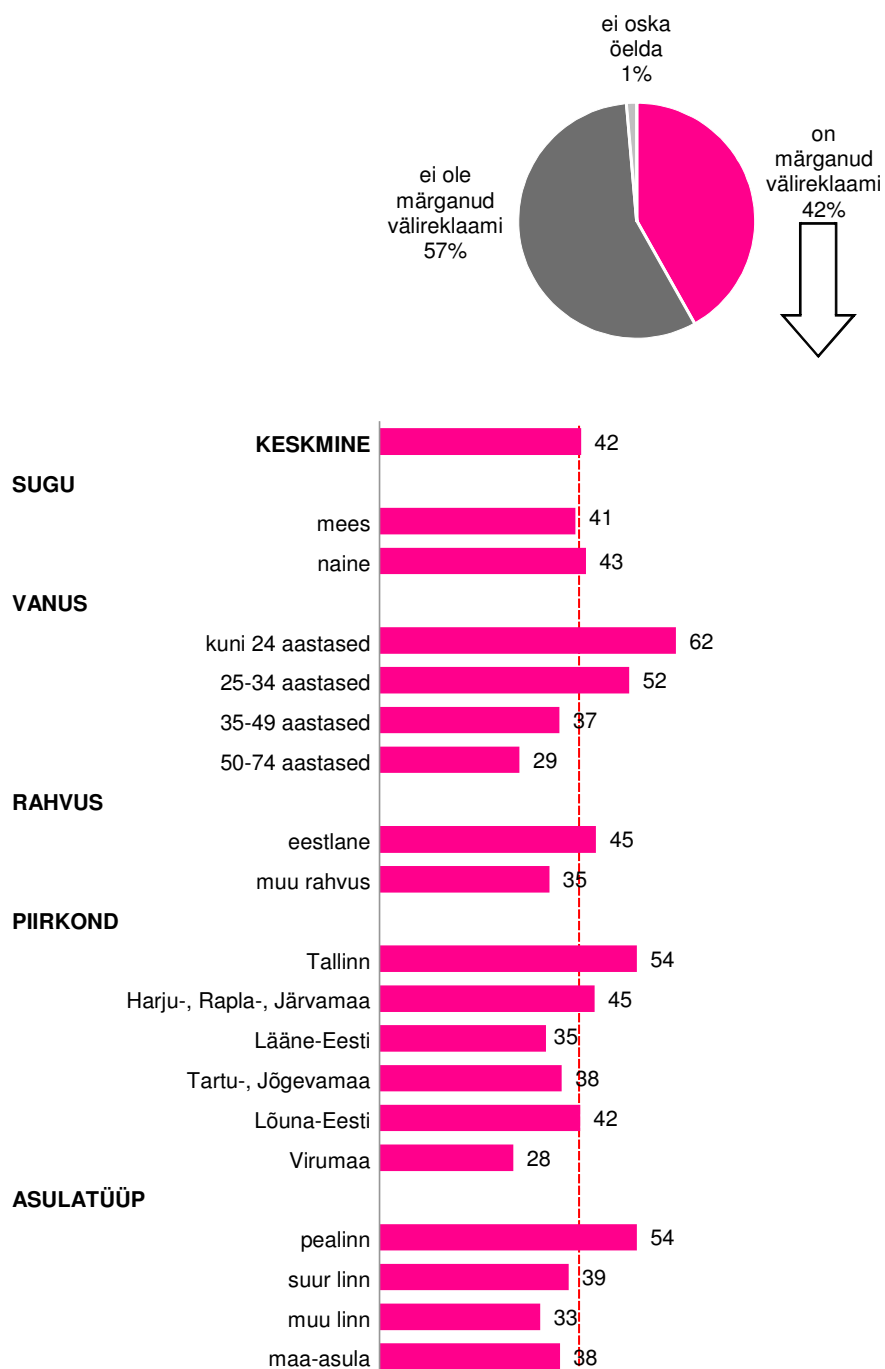
Joonis 18 Turvavöö kasutamisele suunatud raadioreklaami märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=999)



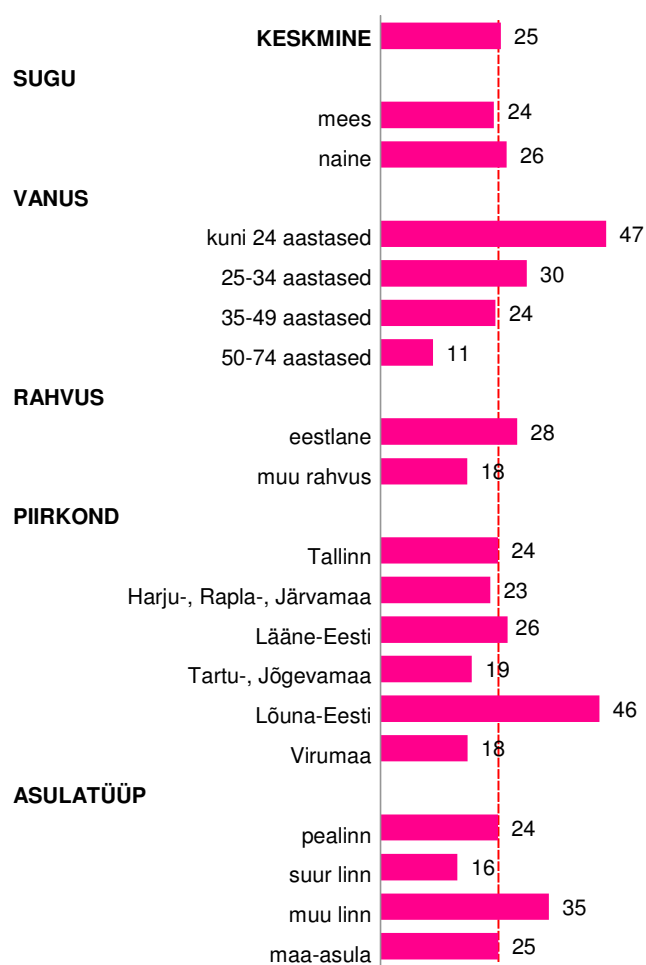
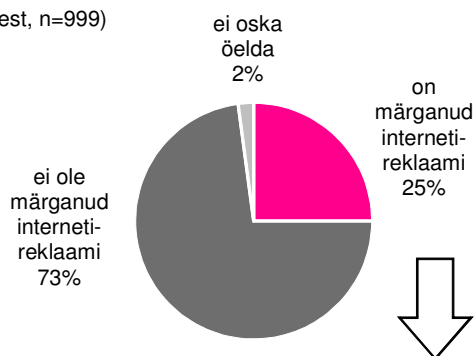
Joonis 19 Turvavöö kasutamisele suunatud välireklaami märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=999)



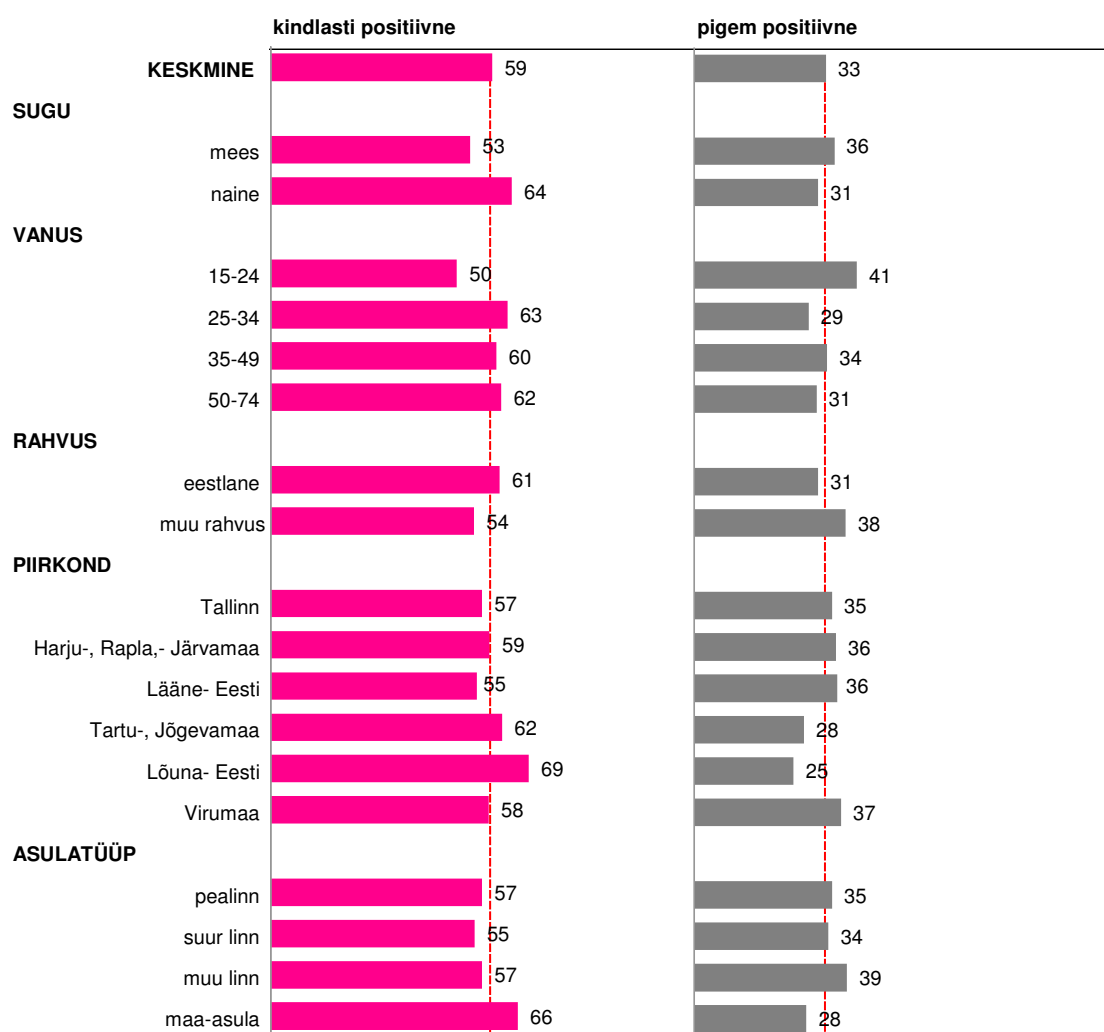
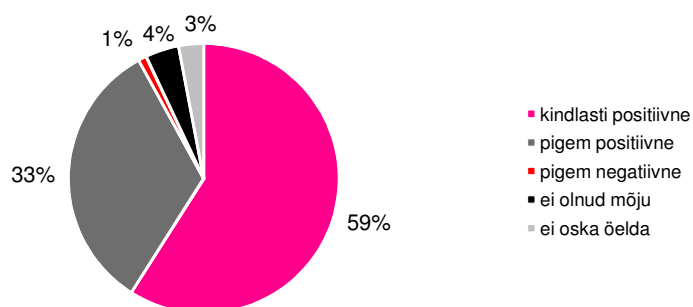
Joonis 20 Turvavöö kasutamisele suunatud internetireklaami märkamine

(% kõikidest vastajatest, n=999)



Joonis 21 Hinnangud kampaania mõjule

(% nendest, kes on märganud kampaaniat)



1.4 Hinnangud turvavarustuse kasutamise kontrollile

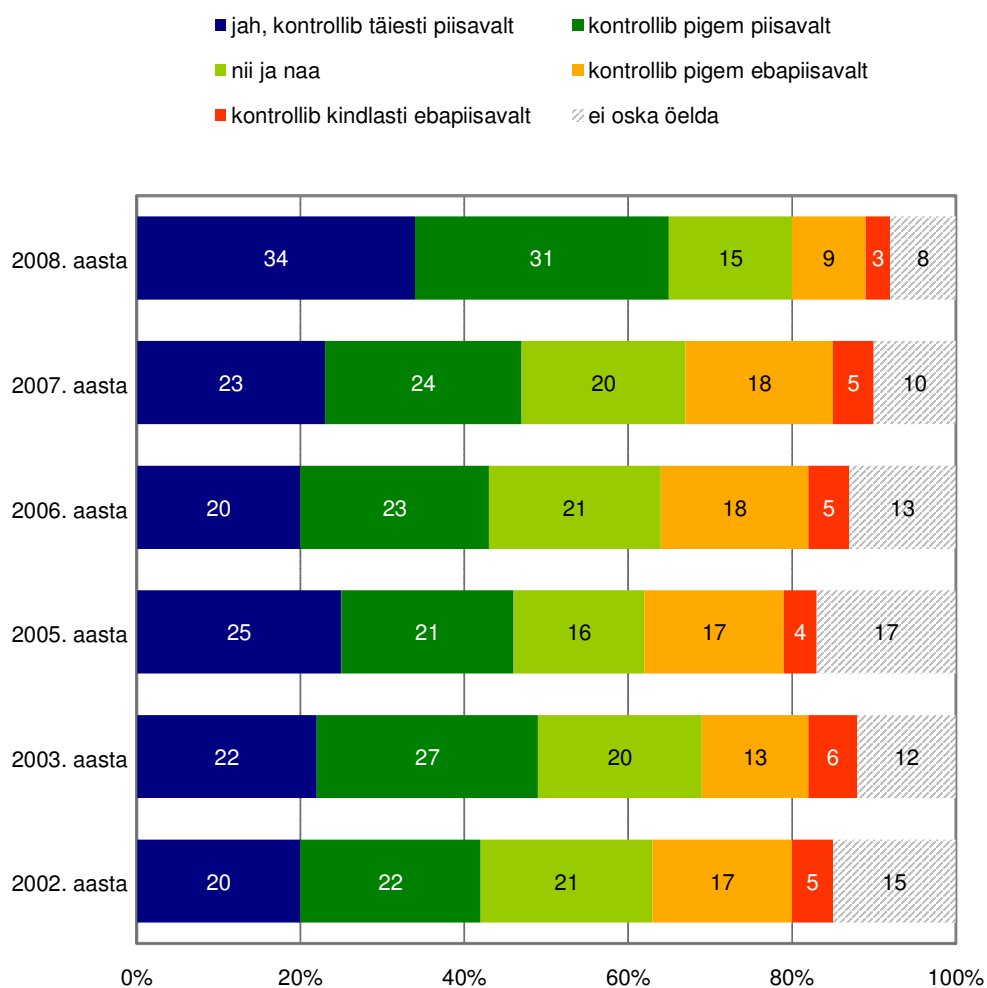
Politsei tööle antud hinnangud on sellel aastal märgatavalt muutunud. Kui eelmistel aastatel pidas turvavõõde kontrolli vähemalt pigem piisavaks pea iga teine 15-74-aastane, siis sellel aastal on neid juba kaks kolmandikku. Tõenäoliselt on oma osa selles ka meediakajastusel – näidatud-räägitud on erinevates Eesti paikades toimunud kontrollist.

Politsei kontrolli peab täiesti piisavaks 34% (eelmisel aastal 23%) ja pigem piisavaks 31% (eelmisel aastal 24%). Politsei tööd hindavad piisavaks eeskätt Põhja- ja Lääne-Eesti ning Virumaa ja maa-asulate elanikud. Samuti 35-49-aastased ja keskmise sissetulekuga inimesed.

Samuti paluti vastajail hinnata toimunud muutusi politsei töös – kas see on viimase aasta jooksul muutunud tõhusamaks või halvemaks. Kaks kolmandikku elanikest leiab, et politsei kontroll on aasta jooksul muutunud tõhusamaks. Positiivne on see, et kahekordistunud on elanike hulk, kelle hinnangul on politsei töö muutunud oluliselt tõhusamaks (15%→30%). Kõige rohkem on neid, kelle hinnangul on olukord jäänud muutumatuks Tallinna, Tartu- ja Jõgevamaa elanike, üle 50-aastatse ning mitte-eestlaste seas.

Joonis 22 Hinnangud politsei kontrollile turvavööde ja turvavarustuse kasutamise osas

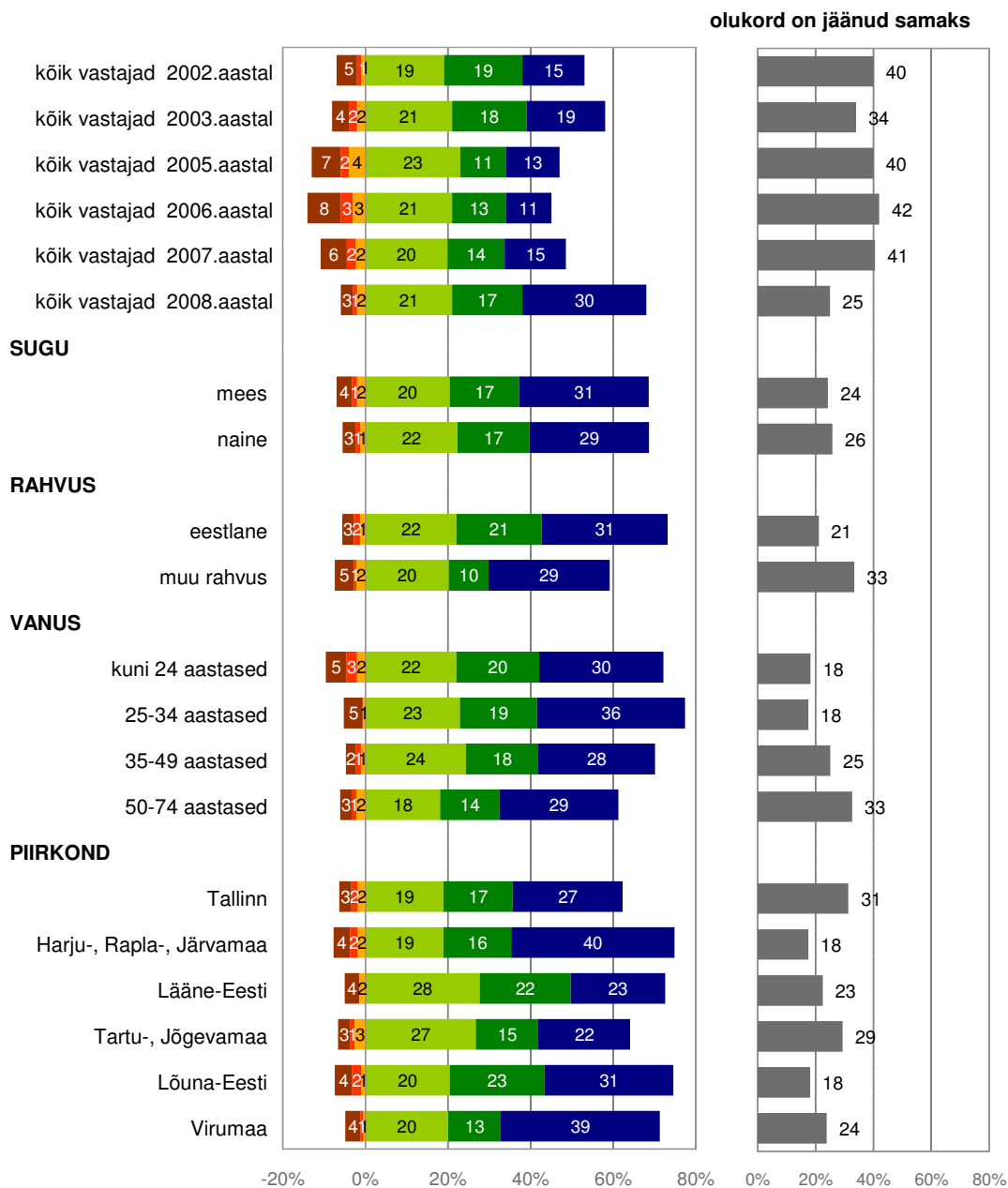
(% kõikidest vastajatest)



Joonis 23 Hinnang politsei poolse turvavarustuse kontrolli tõhususe muutumisele viimase aasta jooksul

(% kõikidest vastajatest, n=999)

-4-5 palli - oluliselt halvenenud
 -3 palli
 -2-1 palli
 1-2 palli
 3 palli
 4-5 palli - oluliselt tõhustunud



Lisad

A Metoodika kirjeldus

Valim

TNS Emor poolt läbiviidavate Omnibuss-tüüpi uuringute üldkogumi moodustavad Eesti Vabariigi alalised elanikud vanuses 15–74 aastat (seisuga 01.01.2007.a. kokku 1 046 357 inimest)¹.

Planeeritav valimi suurus, st ühe uuringuga hõlmatud küsitletavate hulk on 500 (504) inimest. Kokku küsitleti kahes kahe uuringu jooksul 999 inimest.

Valim on moodustatud “isekaaluvana”, st kasutatakse üldkogumi proportsionaalset mudelit, kus kõik küsitletud inimesed esindavad võrdset arvu üldkogumi inimesi. Valimi territoriaalne mudel on koostatud Eesti Statistikaameti arvestuslike rahvastikuandmete alusel seisuga 01.01.2007. a.

Valimi moodustamiseks kasutatakse kihistatud kaheastmelist valikut. Esmalt on üldkogum jagatud 6 kihiks territoriaalselt elukoha järgi. Valimi suurus on igas kihis võetud proportsionaalselt üldkogumi jaotusele (vt järgnev tabel). Seejärel teostatakse igas kihis kaheastmeline valik.

Esmased valikuühikud (kõigis kihtides kokku 63 valimipunkti) on asulad (linnad, alevid, alevikud, külad). Valimipunktid (täpsusega kuni lähteadressi tasandini) valitakse juhuvalikuga asula suurusele (elanike arvule) proportsionaalse tõenäosusega. Valiku baasiks on riiklik rahvastikuregister. Igas esmasel valikuühikus valitakse seejärel teisesed valikuühikud - inimesed. Valimi suurus kõigis valimipunktides on 8 inimest.

Küsitletavate valikuks valimipunktis kasutatakse lähteadressi meetodit ja nn noorte-meeste-reeglit.

Lähteadressi meetod on reeglite kogum lähteadressist edasilikumise marsruudi, majade, korterite, leibkondade valikuks.

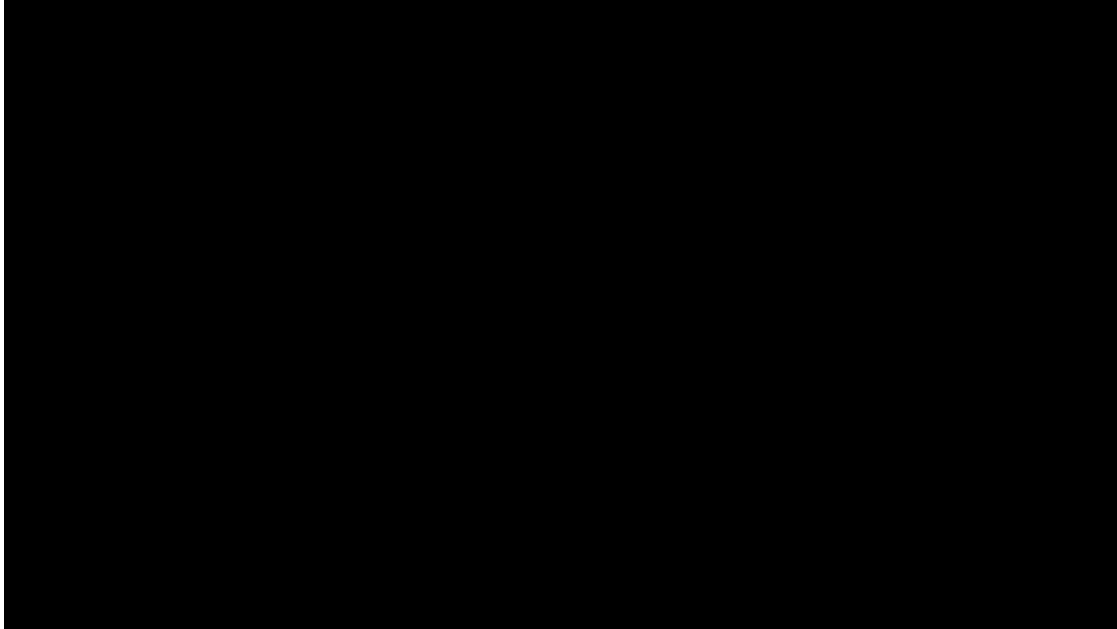
Valikusse sattunud leibkondades kasutatakse küsitletava valikuks “noorte-meeste-reeglit” (küsitletakse 15–74-aastastest kodus olevatest meestest kõige noorem. Kui selles vanuses mehi antud aadressil ei ela või ei ole hetkel kodus, küsitletakse kõige noorem kodus olevatest 15–74-aastastest naistest).

Arvestades inimeste valikutõenäosusi ja nendega kontakti saamise võimalust, võib kirjeldatud meetodil saadud valimit nimetada isekaaluvaks, st üldkogumit proportsionaalselt esindavaks.

¹ Eesti Statistikaameti arvestuslikud andmed seisuga 01.01.2007. a.

Küsitlustöö käigus kujunenud valimi täiendava kontrollina võrreldakse selle sotsiaaldemograafilist struktuuri vastavate statistiliste näitajatega üldkogumi kohta. Vajaduse korral teostatakse uuringu esinduslikkuse tagamiseks kaalumine.

Valimi mudel ja tegelik ning kaalutud jaotus



Küsitlus

Küsitleti arvuti abil tehtavate personaalintervjuude (CAPI) meetodil.

CAPI intervjuu puhul on ankeedi küsimused sülearvuti ekraanil ja vastused sisestatakse kohe arvutisse. Filtrid ja roteerimised on programmeeritud, vähendades nii vigu küsitlemisel. Ankeet võib sisaldada multimeediat (pilte, videot, muusikaklippe).

Küsitlustöös osales 59 vastava ettevalmistuse saanud TNS Emori küsitajat.

Kokku külastasid küsitajad 2773 erinevat aadressi, neist:

- 999 juhul viidi intervjuu läbi;
- 729 juhul ei olnud kahe külastuskorra järel kedagi kodus;
- 237 keelduti kontaktist;
- 243 juhul ei olnud sihtrühma esindajat;
- 34 juhul ei olnud sihtrühma esindaja küsitlusperioodil kättesaadav;
- 531 korral keelduti vastamisest või sobiv isik oli vastamisvõimetu.

Andmetöötlus

Andmete töötlemisel kasutati statistikapaketti SPSS for Windows ver. 10.

Projekti tööühm

Uuringu eri etappides osalesid ja olid vastutavad:

Tellijapoolne kontaktisik:	Urve Sellenberg, Maanteeamet
Uuringu kava ja aruande koostaja:	Kristina Randver
Valimi koostaja:	Katre Seema
Ankeedi programmeerija:	Mare Lepik
Küsitlustöö koordineerija:	Kaja Ruuben
Tabeltöötlus:	Aivar Felding
Graafilised tööd:	Elvin Heinla

Kontaktandmed:

AS Emor

Telefon: 626 8519

Telefon (üld): 626 8500

Faks: 626 8501

E-mail: kristina.randver@emor.ee

E-mail (üld): emor@emor.ee

www.emor.ee

Adress: Ahtri 12, 6. korrus
10151 Tallinn

B Vabad vastused