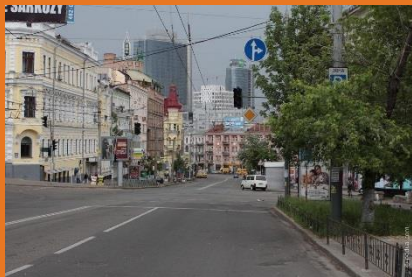
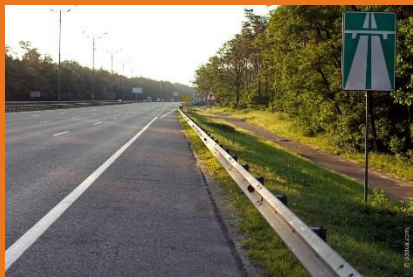


БЕЗПЕКА ДОРОЖНЬОГО РУХУ: ЯК ЇЇ СПРИЙМАЮТЬ УКРАЇНЦІ

Ipsos Connect

Загальнонаціональне кількісне опитування

Липень - серпень 2016

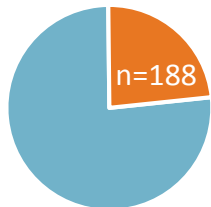


Вивчити сприйняття та ставлення до питань безпеки дорожнього руху серед усього населення

Загальнонаціональна вибірка населення віком 17-65

n=800

Репрезентативна за віком, статтю, регіоном, розміром населеного пункту (за винятком АР Крим та тимчасово окупованих територій), м'яка квота на % водіїв (20-30%) виходячи з кількості зареєстрованих автомобілів в Україні



НАЦІОНАЛЬНА ВИБІРКА

Водії автомобілів 24%

Не-водії 71%

Отримати інформацію про профіль водіїв, обрати цільову аудиторію та запропонувати напрямки для комунікації з питань безпеки дорожнього руху

Вибірка водіїв:
з загальнонаціональної вибірки
+ додаткової вибірки

n=388

Квоти за регіоном репрезентативно населенню, без квот за статтю та віком



ДОДАТКОВА ВИБІРКА
ВОДИЇВ



ЗАГАЛЬНА ВИБІРКА ВОДИЇВ

РЕМЕНІ БЕЗПЕКИ

СТАВЛЕННЯ ТА ПОВЕДІНКА



Автомобілі віком понад 10 років (які мають 42% громадян) зазвичай мають лише передні ремені безпеки. Частка автомобілів без ременів безпеки є дуже низькою.



База: 69



База: 152



База: 163

- Передні та задні
- Лише передні
- Жодних

Авто віком 5 років та менше



Мають **18%** водіїв

База: Національна вибірка, Водії (388)

Авто віком 6 – 10 років



Мають **39%** водіїв

Авто віком понад 10 років



Мають **42%** водіїв

Близько 1/3 водіїв користуються ременями безпеки на місцевих дорогах та у населених пунктах лише іноді або ніколи. Ситуація є дещо кращою на дорогах національного значення.



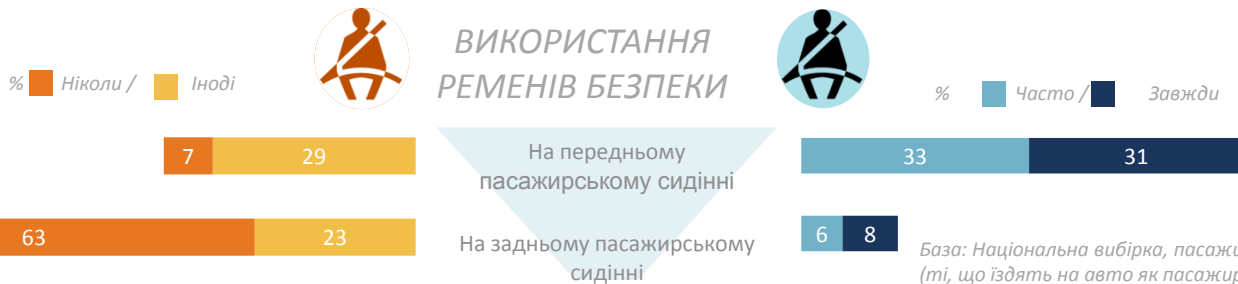
База: Національна вибірка, Водії (388)

В1. Як часто Ви, як водій, пристібаєтесь ременями безпеки під час водіння? (за списком ситуацій)

РЕМЕНІ БЕЗПЕКИ: КОРИСТУВАННЯ СЕРЕД ПАСАЖИРІВ

Ipsos Connect

Ременями безпеки на задніх пасажирських сидіннях не користуються майже ніколи. Близько 40% пасажирів користуються ременями на передньому сидінні лише 'іноді', або 'ніколи'.



Пасажири, що частіше НЕ ВИКОРИСТОВУЮТЬ ремені на передньому сидінні:



Чоловіки



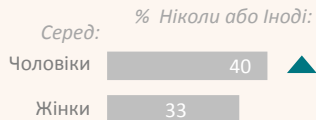
Водії



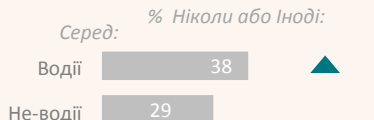
Жителі менших міст або сіл



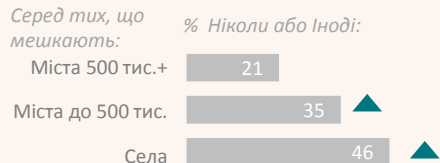
Їздять менш часто



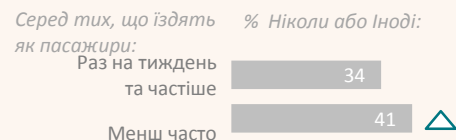
База: ті, що їздять на авто як пасажирів принаймні раз на місяць, Чоловіки (258), жінки (313)



База: ті, що їздять на авто як пасажирів принаймні раз на місяць, Чоловіки (117), жінки (408)



База: ті, що їздять на авто як пасажирів принаймні раз на місяць, Міста 500 тис.+ (121), міста до 500 тис. (247), села (203)



База: ті, що їздять на авто як пасажирів принаймні раз на тиждень та частіше (411), 1-3 рази на місяць (160)



Різниця є статистично значущою (показник є більшим, ніж у іншій групі) з ймовірністю 90% / 85%

Дослідження «Сприйняття безпеки дорожнього руху в Україні» проведене компанією Ipsos на замовлення Проекту «Модернізація та підвищення безпеки дорожньої мережі в Україні» у липні-серпні 2016 р. Загальнонаціональна вибірка: 800 інтерв'ю, додаткова вибірка (водії): 200 інтерв'ю.

Контроль з боку поліції є найпотужнішим чинником для використання ременів безпеки. Соціальні чинники є не менш важливими, ніж дорожні умови: є можливість розвивати культуру використання ременів безпеки за допомогою «лідерів думок» у сім'ях та колах друзів.



База: Національна вибірка, пасажери (ті, що їздять на авто як пасажери принаймні раз на місяць) (571)

B5. Як часто Ви використовуєте ремені безпеки, коли сидите на місці пасажирів, в наступних ситуаціях?

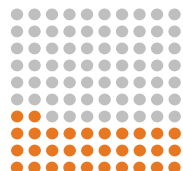
Близько чверті громадян не мають чітко сформованої настанови щодо використання ременів безпеки, «скоріше погоджуючись» з твердженнями щодо них.



Покарання за невикористання ременів безпеки більшою мірою підтримують ті, хто загалом практикує більш безпечну поведінку – жінки (*за даними інших розділів цього дослідження), а також ті, що вже використовують ремені безпеки.



32%



% Абсолютно згоден

База: Національна вибірка (800)

‘За їзду без пристебнутих ременів безпеки слід запровадити суворіше покарання’



% Абсолютно згоден/ Скоріше згоден

БІЛЬШЕ ПІДТРИМКИ СЕРЕД:



Жінок

Серед:

% Абсолютно згоден :

Чоловіки

29

Жінки

35

База: Чоловіки (394),
Жінки (406)



Водіїв, що користуються ременями безпеки

Серед тих, хто:

% Абсолютно згоден :

Користується ременями
завжди / часто

37



Іноді / ніколи

21

База: Водії, що використовують
ремені безпеки завжди / часто (238),
іноді/ ніколи(143)

R1. Зараз я зачитаю кілька тверджень, що стосуються Правил дорожнього руху.
Зазначте, наскільки Ви згодні або не згодні з кожним із тверджень, використовуючи наступну шкалу:
Абсолютно згоден/ Скоріше згоден Не згоден, ні не згоден / Скоріше не згоден / Абсолютно не згоден

▲ Статистично значуща різниця (показник є вищим, порівняно з показником у іншій групі), з ймовірністю 95%

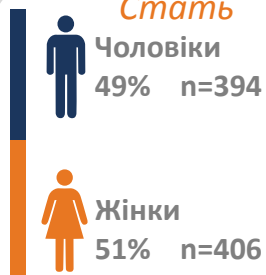
ДОДАТОК: СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ ВИБІРКИ

ПРОФІЛЬ ВИБІРКИ: НАЦІОНАЛЬНА ВИБІРКА

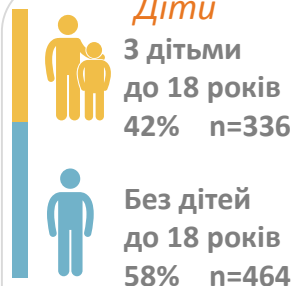
Ipsos Connect

n=800

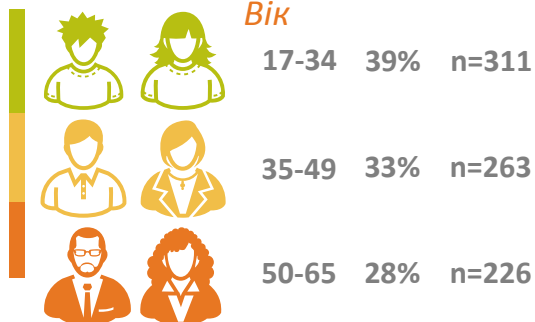
Стать



Діти



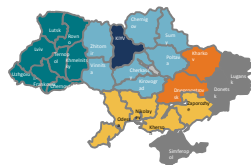
Вік



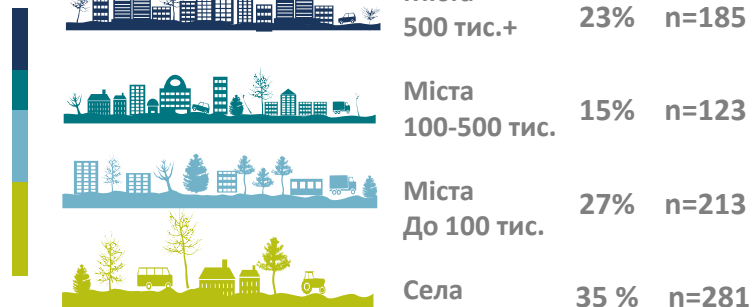
Дохід



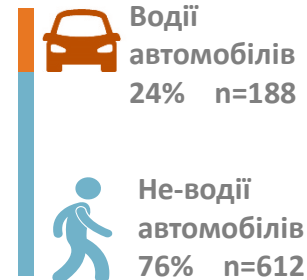
Регіон



Місце проживання



Водії



ПРОФІЛЬ ВИБІРКИ: ВИБІРКА ВОДІЇВ

Ipsos Connect

n=388



Стать

Чоловіки
75% n=290



Жінки
25% n=98



Діти

З дітьми
до 18 років
45% n=176



Без дітей
до 18 років
55% n=212



Вік

17-34 43% n=168



35-49 35% n=134



50-65 22% n=86



Дохід

Нижчий рівень доходу
(«важко було б купити велику
побутову техніку»)
65% n=252



Вищий рівень доходу
(«можемо купити велику
побутову техніку»)
35% n=136



Міста
68% n=263



Села
32% n=125

Досвід керування автомобілем



3 роки та
менше 24% n=93



4 – 9
років 26% n=100



10 років
та більше 50% n=195

Вік автомобіля

5 років та менше 18% n=69

6 – 10 років 39% n=152

Понад 10 років 42% n=163

Середній вік авто: **12 років**

ПРОФІЛЬ ВИБІРКИ: ВИБІРКА ВОДІЇВ

Ipsos Connect

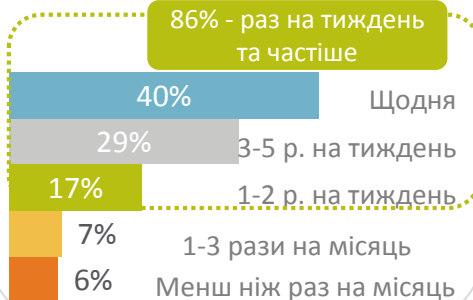
n=388

Тип авто



Пасажирське
авто
88% n=343

Як часто сідають за кермо



З якою метою використовують авто найчастіше

Робота чи бізнес у
межах міста 56%



Поїздки за покупками
49%



Щоденні поїздки на
роботу чи навчання
43%

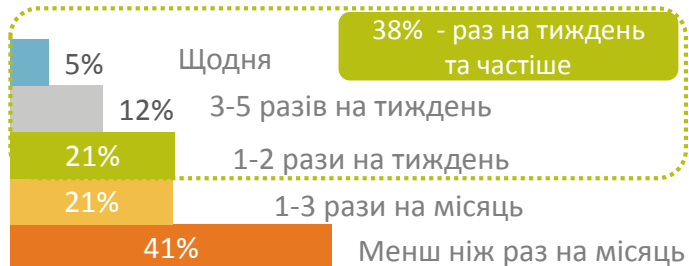
Поїздки на
далекі відстані 53%



Зустрічі з друзями
та сім'єю 48%



Як часто їздять в авто як пасажир



Хто за кермом, коли вони є пасажиром

Найчастіше (одна відповідь)



Член сім'ї
39%



Колега або водій
організації
26%



Водій таксі
17%



Випадковий
водій
11%

База: водії, що також їздять в авто як пасажир принаймні раз на місяць (228)

ПРОФІЛЬ ВИБІРКИ: НЕ-ВОДИЇ

Ipsos Connect

n=567



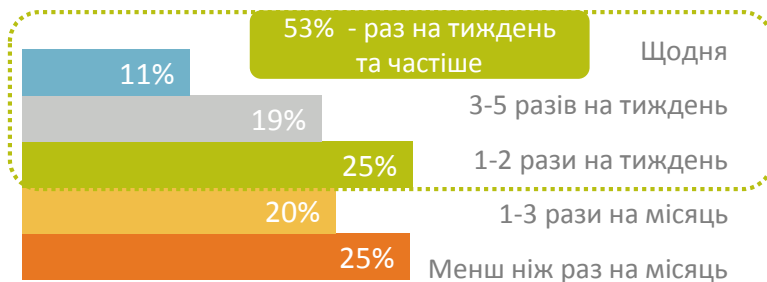
Стать

Чоловіки
39% n=221



Жінки
61% n=346

Як часто їздять в авто як пасажери



На якому авто їздять як пасажери

Найчастіше (одна відповідь)



Пасажирське
авто 59%



Фургон /
мікроавтобус
30%



Таксі
10%

База: ті, що їздять на авто як пасажери
принаймні раз на місяць (408)

Хто за кермом, коли вони є пасажирами

Найчастіше (одна відповідь)



Член сім'ї
38%



Водій таксі
24%



Колега або водій
організації
16%



Випадковий
водій
13%

База: ті, що їздять на авто як пасажери
принаймні раз на місяць (408)

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” - our tagline - summarises our ambition.

GAME CHANGERS

