



Эксклюзивный представитель по России

Эксклюзивный представитель по России и странам СНГ и
Восточной Европы



Исследование влияния наружной рекламы на водителей

Подготовлено по заказу Технического комитета по
стандартизации №467 Ростехрегулирования "Наружная
реклама и информационные знаки для общественных мест"

- В рейтинге факторов, которые, по мнению опрошенных водителей, теоретически способны привести к возникновению аварийных ситуаций, динамическая и традиционная наружная реклама делят 12 место (по 7%) Наибольшую опасность, по мнению опрошенных, представляют: специфическое поведение другого транспортного средства (58%) и неадекватное поведение пешехода, переходящего проезжую часть (57%) и природные феномены (42%).
- Аналогичная ситуация складывается и в отношении факторов, послуживших реальными причинами возникновения аварийных ситуаций у опрошенных водителей. Здесь наружная реклама (традиционная и динамическая) также делят 12 место (по 1%). В качестве основной причины аварийных ситуаций респонденты указали специфическое поведение другого транспортного средства (21%), природные феномены (12%), неадекватное поведение пешехода, переходящего проезжую часть (12%) и техническую неисправность автомобиля (10%).

- Перед исследованием была поставлена цель: оценить актуальность проблемы наружной рекламы в качестве фактора создания аварийных ситуаций.
- Для решения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:
 - ✓ Построить рейтинги факторов:
 - способных привести к возникновению аварийных ситуаций
 - послуживших причинами реальных аварийных ситуаций
 - ✓ Определить места в этих рейтингах, на которых находится динамическая и традиционная наружная реклама

ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА:



В опросе принимали участие мужчины и женщины в возрасте 18 лет и старше, которые водят легковой автомобиль.

**МЕТОД
ИССЛЕДОВАНИЯ:**



Личное формализованное интервью в местах нахождения целевой аудитории.

**РАЗМЕР ВЫБОРКИ И
ГЕОГРАФИЯ :**



Общий размер выборки 1255 интервью. Исследование проводилось в трех городах: Москва (512), Новосибирск (360), Нижний Новгород (363).

**ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПОЛЕВЫХ РАБОТ:**



9-22 марта 2006 года.

Классификация респондентов



Классификация факторов создания аварийных ситуаций

В ходе анализа все предлагаемые респондентам факторы, способные привести к возникновению аварийных ситуаций, были разделены на более общие группы факторов:

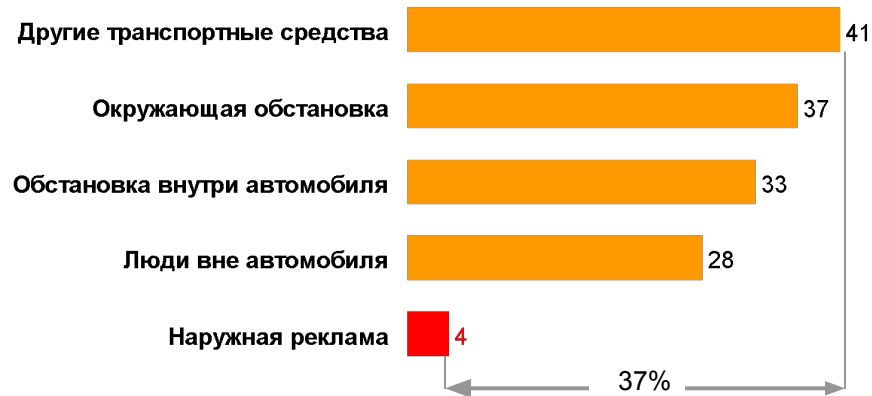


Общий рейтинг факторов создания аварийных ситуаций

Факторы, способные привести к аварийным ситуациям, %



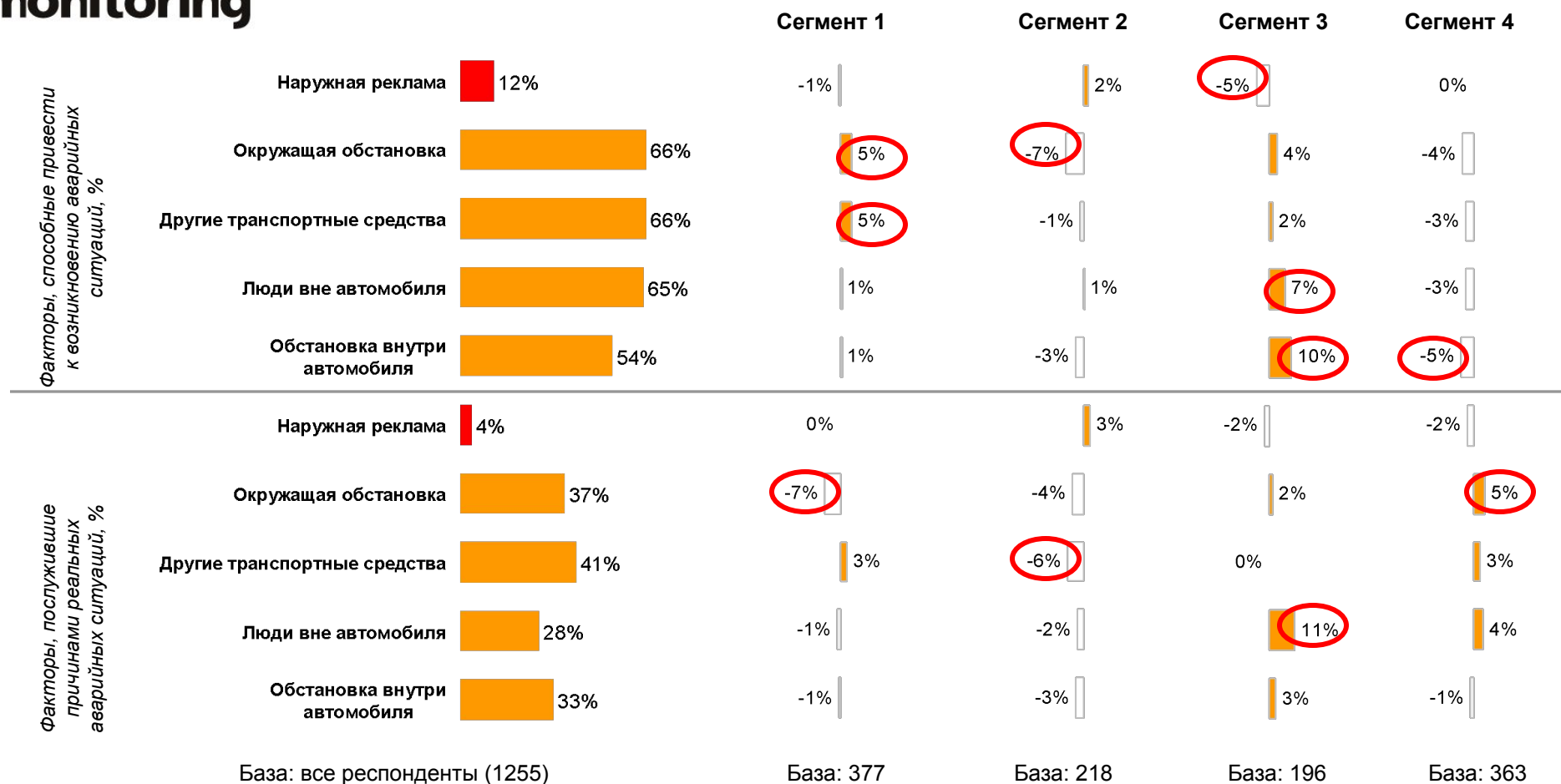
Факторы, послужившие причинами реальных аварийных ситуаций, %



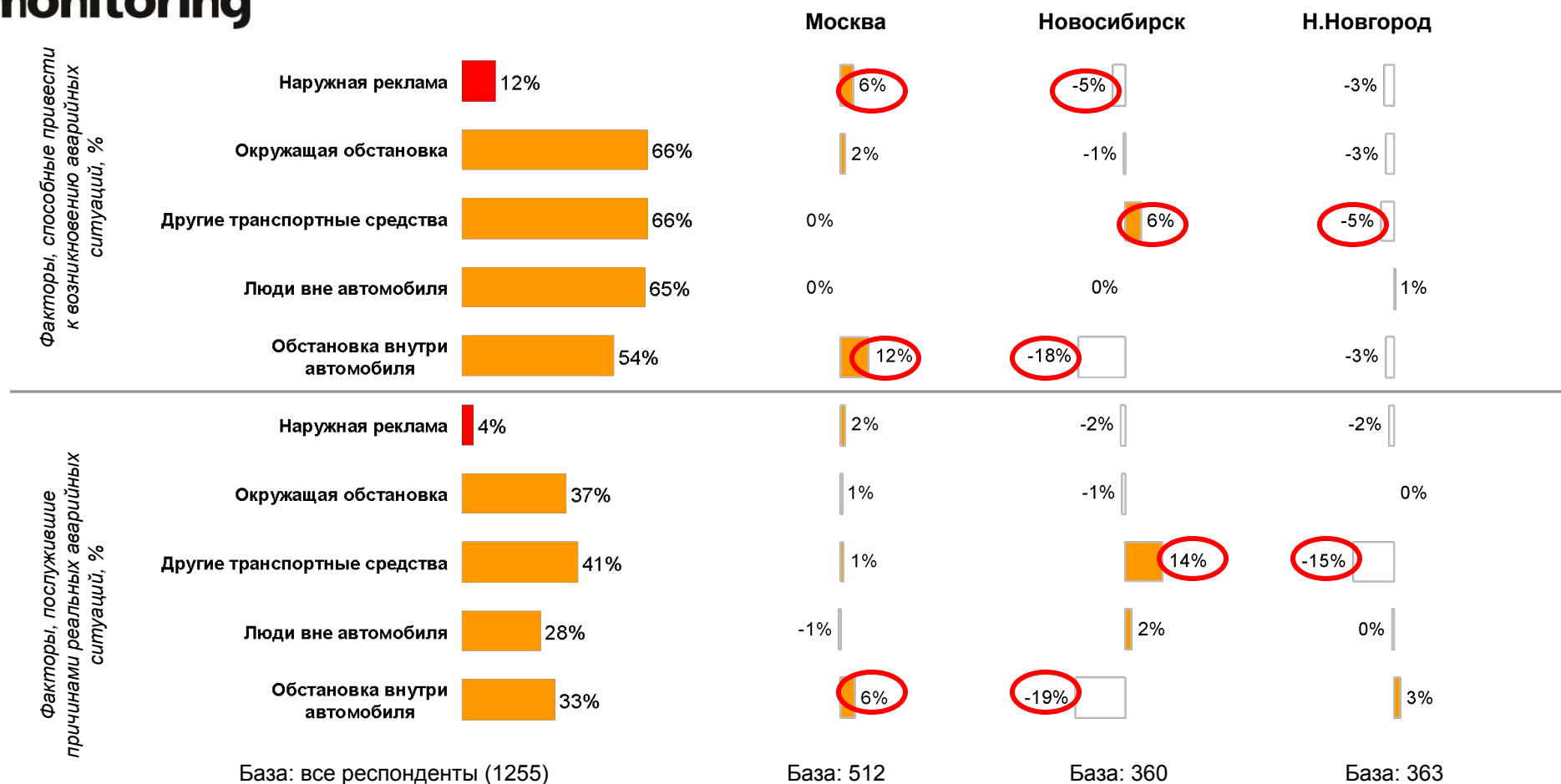
В рейтингах факторов, способных отвлечь внимание водителей от управления, привести к созданию аварийных ситуаций и в рейтинге причин реальных аварийных ситуаций **наружная реклама находится на последних местах**

База: все респонденты (1255)

Общий рейтинг факторов создания аварийных ситуаций



Общий рейтинг факторов создания аварийных ситуаций



Детальный рейтинг факторов, способных привести к возникновению аварийных ситуаций

6. Какие из этих факторов способны спровоцировать аварию из-за того, что Вы отвлечетесь от управления автомобилем?



База: все респонденты (1255)

Детальный рейтинг реальных причин возникновения аварий

7. А у Вас случались когда-либо аварийные ситуации из-за того, что Вы отвлеклись на какие-либо из этих факторов? Укажите, из-за каких именно факторов произошли эти ситуации %



В числе «Другого» указывались: хулиганство, отсутствие опыта вождения, невнимательность, недостаточно яркий светофор, отсутствие предупреждающего знака.

База: все респонденты (1255)

Спасибо за внимание!

По всем вопросам, связанным с настоящим исследованием, Вы можете обращаться к менеджеру проекта Паршиной Елене

Телефон: 795-3388 (доб. 421)

E-mail: Parshina.E@rmh.ru

Факс: 201-5045

