

Костромским управлением ФАС России совместно с Государственным Технологическим Университетом г. Кострома было проведено социологическое исследование "Отношение жителей г. Кострома к уличной рекламе".

Анализ опроса предпринимателей

В результате анализа полученных данных были сделаны следующие выводы. Предприниматели, специализирующиеся на наружной рекламе, считают, что она организована на неудовлетворительном уровне (9,8%). Большинство из них (36,6%) отмечают, что для получения разрешительной документации требуется слишком много согласований. А арендная плата за ее размещение высокая (34,1%). 2,4% опрошенных рекламодателей считает, что получить разрешительную документацию очень сложно, а оформление разрешения на рекламу затянутой 4,9% - рекламодателя. Что касается размера платы за выдачу разрешений на распространение рекламы, то высоким его считают - 12,2% респондентов. Таким образом, по мнению рекламодателей существуют следующие проблемы организации уличной рекламы: чрезмерное количество согласований и высокая арендная плата.

Анализ опроса граждан

На вопрос об отношении к оформлению уличной наружной рекламы в г. Кострома 42,7% опрошенных считает, что она находится в неудовлетворительном состоянии. И лишь 0,3% полагает, что она высокого качества. Кроме того органы городской управы, уполномоченные следить за состоянием наружной рекламы, должны повлиять на внешний вид рекламный щитов. Ведь он в немалой степени формирует визуальный облик города. Костромичи желают видеть на городских улицах качественную и оригинальную рекламу. Так 39,9% отмечают отсутствие креативности в уличной рекламе. К тому же 49,1% считает, что рекламные щиты должны украшать город, а 18,9% - видят в ней лишь полезную информацию. 7,5% (преимущественно работающие мужчины и женщины) считает, что она портит вид города.

Мнения о том, что наружная реклама улучшает вид города, придерживаются граждане до 18 лет, 13,9% из них - мужчины и 12,7% - женщины. Такая же тенденция прослеживается и в вопросе о качестве уличной рекламы. На неоригинальность уличной наружной рекламы указывают жители преклонного возраста после 60 лет. 6,7% полагает, что оформление рекламной информации не всегда соответствует содержанию, а 10,4% вообще не интересно данное оформление. Они отмечают отсутствие оригинальности в рекламе, насыщенность ее плагиатом и стандартным, шаблонным оформлением.

Что касается вопроса о содержании уличной наружной рекламы, то 44,9% считает ее вполне понятной. Однако 22,8% думает, что информация о рекламируемых товарах, работах, услугах и рекламодателях неполная (в основном женщины до 30 лет), у 18,3% она не вызывает доверия. 4,8% - недостоверной, а 9,3% - полагает, что реклама содержит непонятные термины, слова и выражения.

Информация о рекламируемых товарах, работах, услугах и рекламодателях считают недостоверной работающие мужчины и женщины до 60 лет.

Место размещения - 18,0% респондентов считает, что она отвлекает водителей и пешеходов, а 6,5% - что рекламные щиты мешают видимости дороги, причем этого мнения придерживается в основном люди старшего возраста.

Удобной и полезной уличную наружную рекламу считают 18% - работающих женщин и мужчин соответственно; 13,1% - женщины до 45 лет; 9,8% - мужчины до 18 лет; по 3,3% - женщины до 18 лет и женщины до 60 лет; 4,9% - мужчины в возрасте до 45 лет; 1,6% - мужчины до 45 лет .

Таким образом, можно выделить следующие моменты:

- Наружная реклама улучшает вид города - такое мнение граждан распределилось в процентном соотношении практически равномерно.
- Уличная наружная реклама портит вид города - такого мнения придерживается в основном старшее поколение костромичей. Горожане до 18 лет думает обратно.
- Наибольший процент того, "уличная наружная реклама отвлекает водителей и пешеходов" и "рекламные щиты мешают видимости дороги" приходится на взрослых людей в возрасте до 60 лет, а самый наименьший - на возраст до 18 лет.
- Информация о рекламируемых товарах, работах, услугах и рекламодателях не достоверна - считают в большинстве своем мужчины и женщины в возрасте до 60 лет.
- Уличная наружная реклама не соответствует содержанию считают граждане в возрасте до 60 лет.
- Уличная наружная реклама содержит непонятные термины и слова - считают в основном мужчины до 30 лет.