



סקר אחרי קמפיין- שירותי משרד המשפטים

מכון סמית למחקר

רפי סמית

דצמבר 2025



powered by
ChatGPT



מתודולוגיה - סקר אחרי קמפיין

1

לוחות זמנים ושיטת הריאיון

- הדגימה בוצעה בין ה- 2 ל- 3 בדצמבר 2025
- הנתונים נאספו באמצעות פאנל אינטרנטי
- השאלונים מולאו online

2

גודל וסוג המדגם

- בסה"כ רואיינו בסקר 633 מרואיינים בסקר ארצי ומייצג של הציבור הישראלי (לרבות ערבים, חרדים ויוצאי בריה"מ)

3

טעות הדגימה

- בציבור הישראלי- $\pm 4.0\%$ ברמת בטחון של 95%

הסבר על אופן הבדיקה ומבנה המצגת

בחינת אפקטיביות הקמפיין נחלקת לשתיים: (נדגיש המינוח ותיקים לא-חרדי הכוונה לאוכלוסייה היהודית הבוגרת ללא חרדים וללא העולים מברה"מ)

1. השוואת עמדות הציבור כלפי משרד המשפטים לפני ואחרי הקמפיין. לצורך כך בוצעו שני סקרים במועדים שונים, בהן נשאלו שאלות זהות:

- סקר ראשון נערך טרם עליית הקמפיין לאוויר (בין ה- 12 ל- 13 בנובמבר 2025)
- סקר שני נערך מיד לאחר סיום הקמפיין (בין ה- 2 ל- 3 בדצמבר 2025)
- באופן זה ניתן לבחון את השפעת הקמפיין על מודעות, עמדות ותפיסות משרד המשפטים (הממצאים של פרק זה יוצגו בפרק הראשון במצגת)

2. בסקר "אחרי קמפיין" נוספו שאלות הבוחנות את עמדות ותפיסות הציבור לקמפיין עצמו, באופן ישיר, כמו:

- חשיפה לקמפיין- למדיות השונות (סרטון, באנר ותשדיר רדיו) בערוצים השונים (TV, אינטרנט, רשתות חברתיות, רדיו)
- אהדה לקמפיין
- תפיסת האפקטיביות בהעברת המסר של הקמפיין
- באמצעות שאלות אלה ניתן לבחון את העמדות כלפי הקמפיין עצמו באופן ישיר (הממצאים של פרק זה יוצגו בפרק השני במצגת)

תמצית מנהלים- השורה התחתונה

הקמפיין ייצר השפעה חיובית ברורה לרוחב קבוצות האוכלוסייה, ובמיוחד בקרב ותיקים לא-חרדים ועולי בריה"מ, וחיזק את ההיכרות עם שירותי משרד המשפטים.

למרות פערים בין סגמנטים, המסר המרכזי של נגישות וריבוי שירותים עבר בהצלחה, זאת למרות חשיפה שאיננה גבוהה במיוחד ברוב קבוצות האוכלוסייה (ייתכן בשל מגבלות תקציב)

בשורה התחתונה- הקמפיין נמצא כבעל תרומה לתפיסת משרד המשפטים בציבור הישראלי

תמצית מנהלים- השפעת הקמפיין על מודעות ועמדות כלפי המשרד

1. המלצה על המשרד (המשתנה החשוב ביותר בבחינת השפעה על עמדות)

- השפעה יפה על שיעורי ההמלצה על המשרד בקרב ותיקים לא חרדים ועולי בריה"מ
- בקרב חרדים- קיים קיטון בשיעור ה"משמיצים" (מדרגי המשרד בציון נמוך). לא נמצאה השפעה על המלצה על המשרד בציבור הערבי

2. הקמפיין הצליח להעלות את המודעות לשירותים הבאים:

- חרדים- רשם החברות, הפקת נסח טאבו
- ותיקים לא חרדים- רשם החברות, הפקת נסח טאבו, רישום פטנטים/ עיצובים
- עולי בריה"מ- רשם החברות, אפוסטיל דיגיטאלי, רישום פטנטים/ עיצובים
- ערבים- צו ירושה או הפקדת צוואה, רשם החברות, הפקת נסח טאבו, אפוסטיל דיגיטלי, רישום פטנטים/ עיצובים

3. מבחינה תדמיתית הצליח הקמפיין להשפיע על העמדות הבאות:

- ותיקים לא חרדים- השפעה חיובית על תפיסת קלות מציאת השירותים של המשרד
- עולי בריה"מ- השפעה חיובית על קלות מציאת שירותי המשרד, ובחסכון בזמן שהשירותים מייצרים
- לא נמצא שינוי תדמיתי בקרב ערבים וחרדים

תמצית מנהלים- השגי הקמפיין במונחי אהדה, חשיפה והעברת המסר

1. חשיפה

- סך החשיפה הנעזרת לקמפיין נעה בין 22% (עולי בריה"מ) ל- 31% (ותיקים לא חרדים וחרדים). בציבור הערבי החשיפה גבוהה יותר- קרוב למחצית נחשפו
- הרדיו והסרטון הנם הערוצים שהשיגו את שיעורי החשיפה הגבוהים ביותר- בכל הסגמנטים.

2. אהדה

- הישגי האהדה של הקמפיין ממוצעים- הקמפיין הכי אהוד בקרב עולי בריה"מ- 50% דרגו בציון אהדה גבוה, פחות בקרב חרדים (12% דרגו בציון גבוה) ובאופן דומה בקרב ותיקים לא חרדים וערבים (38% ו- 35%, בהתאמה)

3. תפיסת הקמפיין כחשוב לציבור

- כשליש מהציבור תופס את הקמפיין כחשוב ותורם לציבור. בקרב חרדים רק כעשירית (12%). תואם את העובדה שרוב הציבור לא עושה שימוש במגוון שירותי המשרד באפון תדיר

4. העברת המסר

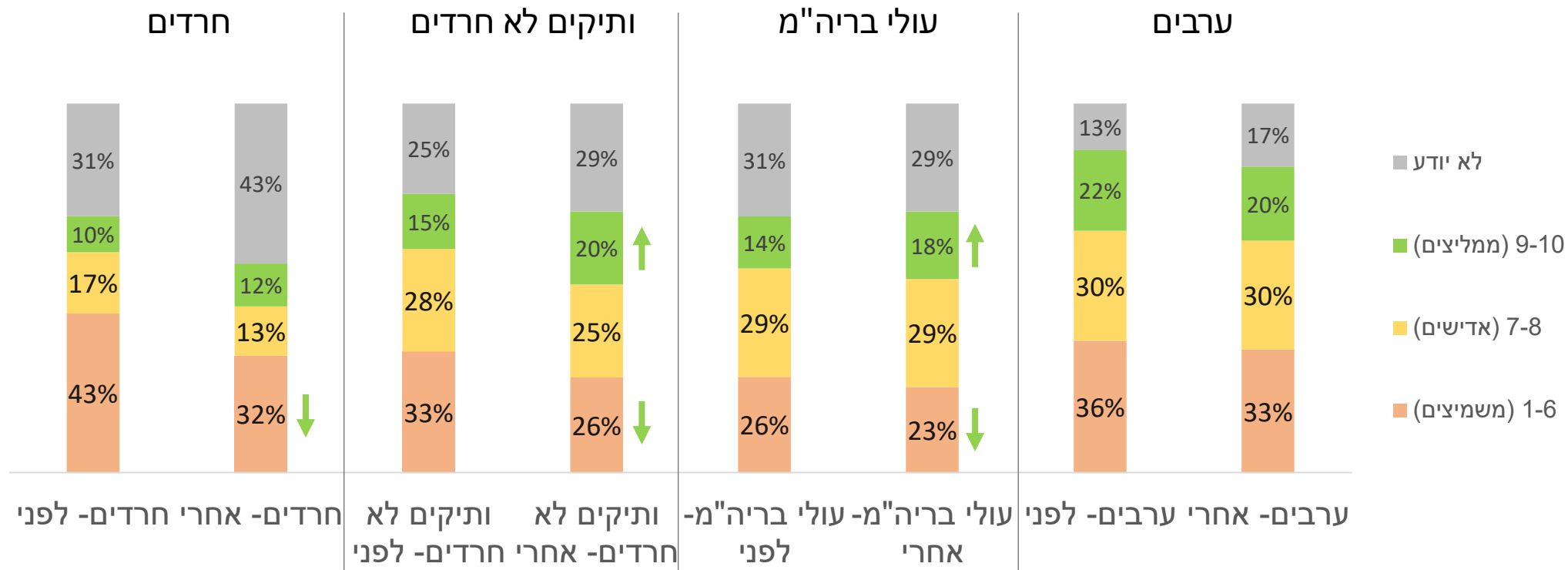
- רוב מכריע בציבור סבור שהקמפיין הצליח להעביר את המסר ששירותי משרד המשפטים נגישים וקלים לשימוש, ושלמשרד המשפטים מגוון גדול של שירותים שעומדים לרשות הציבור



השפעת הקמפיין על מודעות ועמדות

לפמ

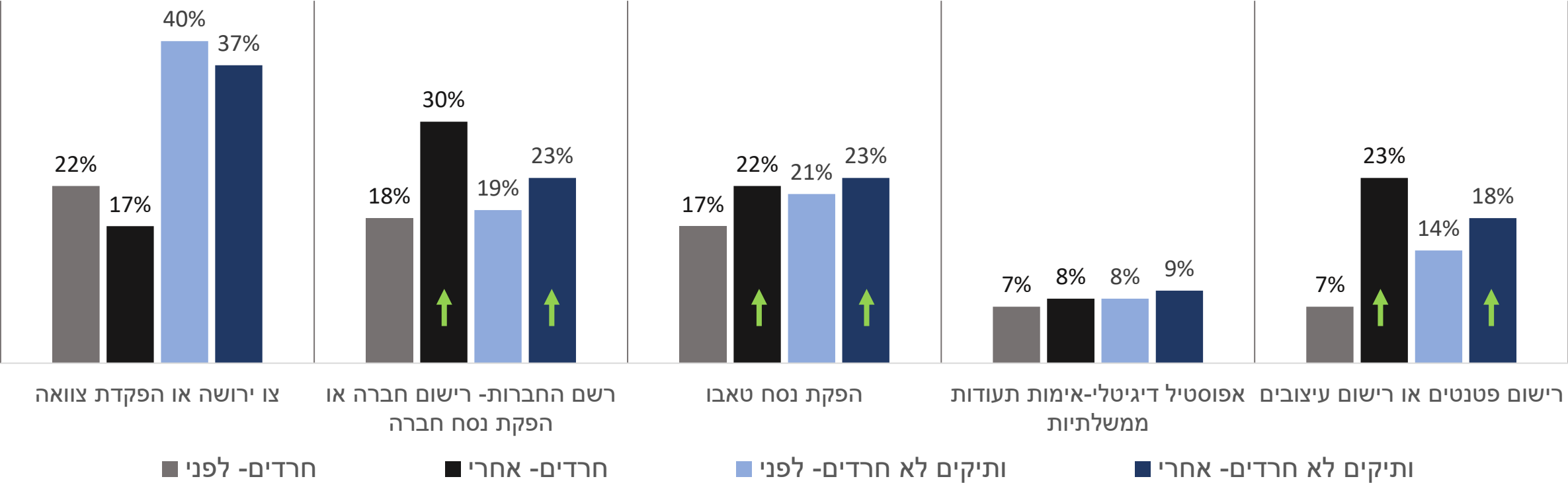
המלצה על שירותי משרד המשפטים - לפני ואחרי



השפעה יפה על שיעורי ההמלצה על המשרד בקרב ותיקים לא חרדים ועולי בריה"מ בקרב חרדים- בעיקר השפעה על שיעורי המשמיצים (ירידה בהיקפם לאורך זמן). לא נמצאה השפעה בציבור הערבי. נזכיר ותיקים לא חרדים זה אוכלוסייה יהודית ללא חרדים וללא עולי ברה"מ

היכרות הציבור עם שירותים מרכזיים של משרד המשפטים

(מוצגים להלן שיעור המודעים לכל שירות)

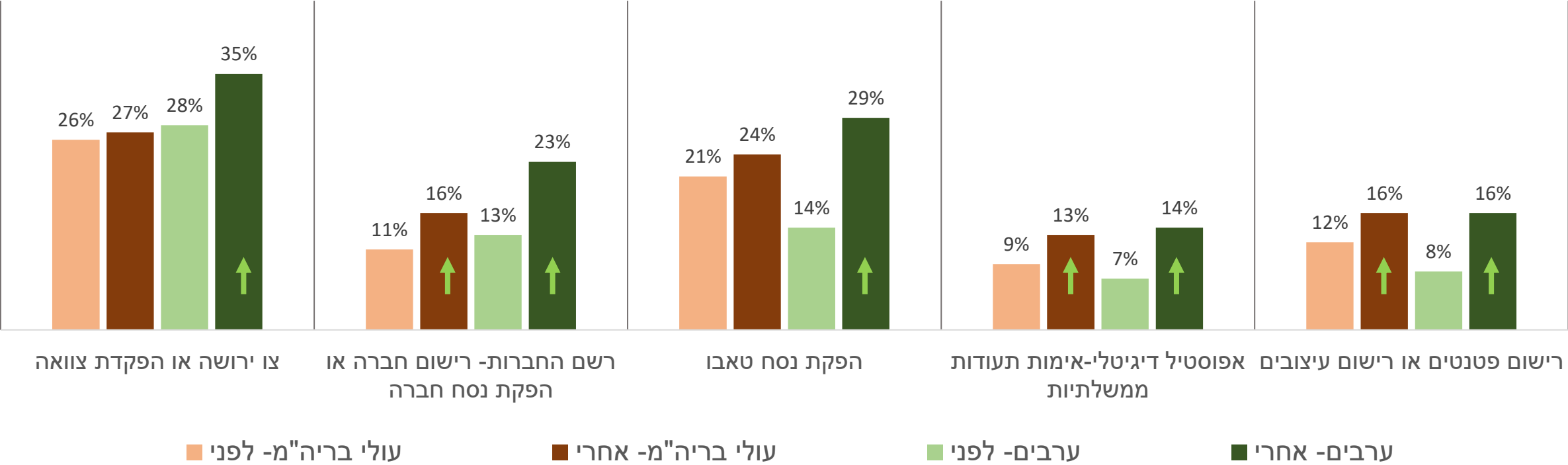


בשתי האוכלוסיות- ותיקים לא חרדים וחרדים- קיימת עליה במודעות לאחר קמפיין לשירותים הבאים- רשם החברות, הפקת נסח טאבו, רישום פטנטים

"מבין השירותים מטה, וממה שידוע לך, אילו שירותים ניתנים על-ידי משרד המשפטים?"
 נעשה שימוש בתשובות הטעיה: הגשת תלונה- רישום עוסק מורשה/פטור, רישוי כלי רכב ויבוא אישי, רישום מקצועות רפואיים, הוצאת תעודת יושר,

היכרות הציבור עם שירותים מרכזיים של משרד המשפטים

(מוצגים להלן שיעור המודעים לכל שירות)

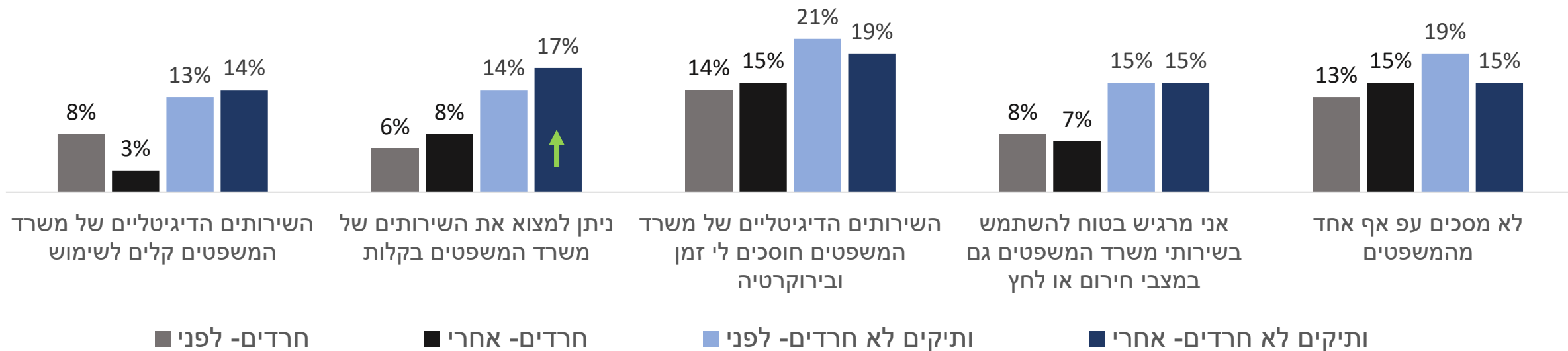


גם בציבור עולי ברה"מ וערבים- עליה במודעות לרוב השירותים של משרד המשפטים לאחר קמפיין, ובייחוד לרשם החברות, הפקת נסח טאבו, אפוסטיל דיגיטלי ורישום פטנטים

"מבין השירותים מטה, וממה שידוע לך, אילו שירותים ניתנים על-ידי משרד המשפטים?"
 נעשה שימוש בתשובות הטעיה: הגשת תלונה- רישום עוסק מורשה/פטור, רישוי כלי רכב ויבוא אישי, רישום מקצועות רפואיים, הוצאת תעודת יושר,

תפיסת השירותים הדיגיטליים של המשרד

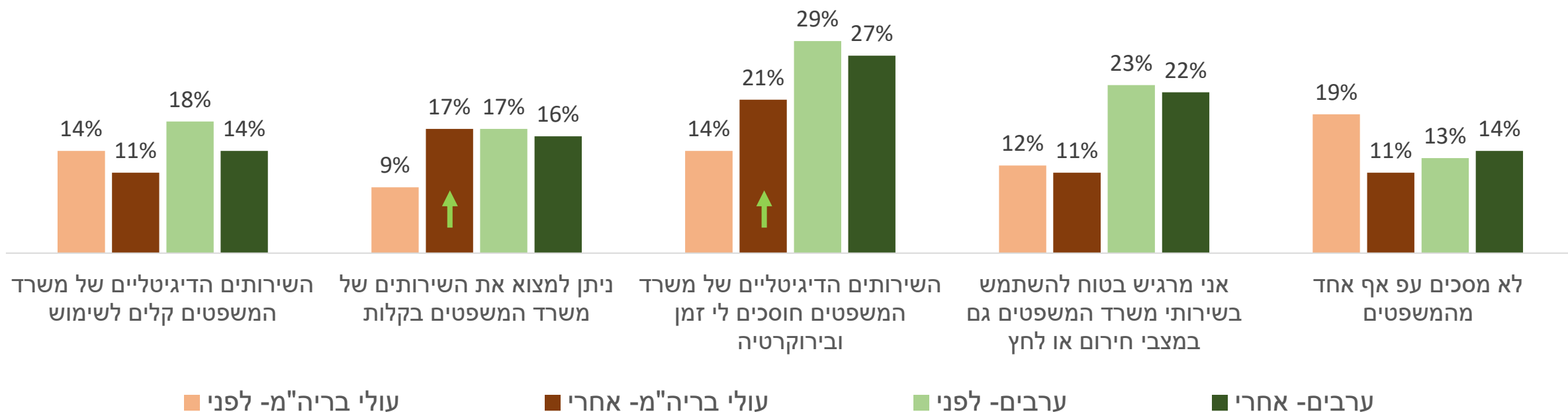
(מוצגים להלן שיעור המסכימים עם כל היגד)



שיפור קל בתפיסת קלות מציאת השירותים של המשרד בקרב ותיקים לא חרדים
ללא שינוי בציבור החרדי על ציר הזמן

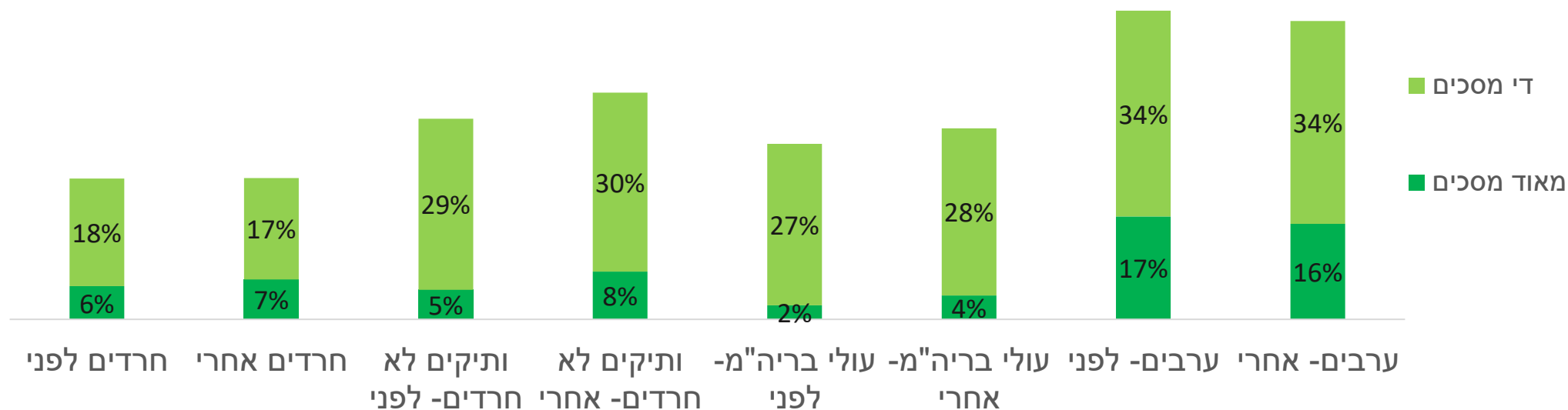
תפיסת השירותים הדיגיטליים של המשרד

(מוצגים להלן שיעור המסכימים עם כל היגד)



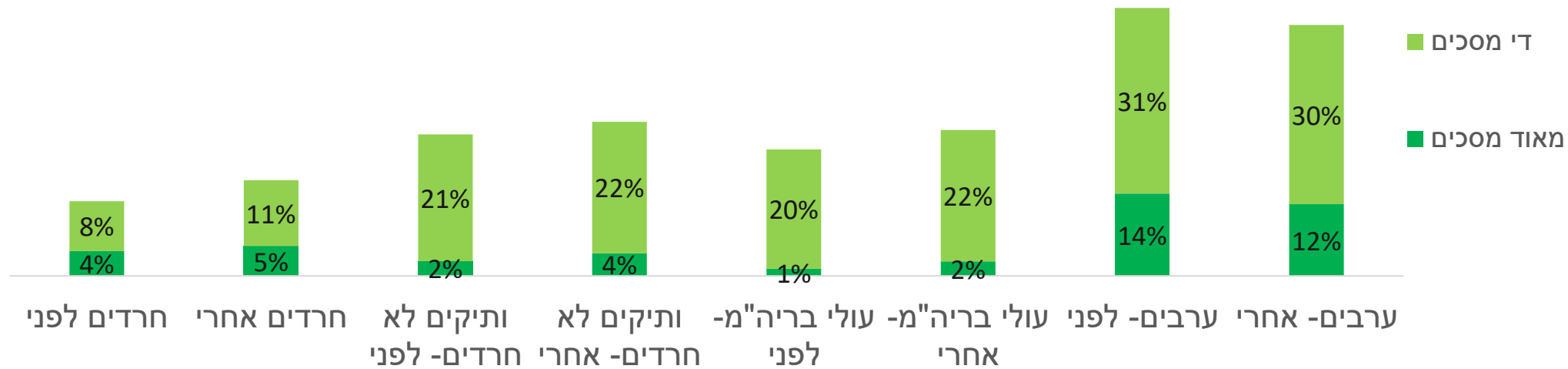
שיפור בתפיסת עולי בריה"מ- בקלות מציאת שירותי המשרד, ובחסכון בזמן שהשירותים מייצרים ללא שינוי על ציר הזמן בקרב הערבים

מידת ההסכמה שמשרד המשפטים נגיש לציבור- לפני ואחרי



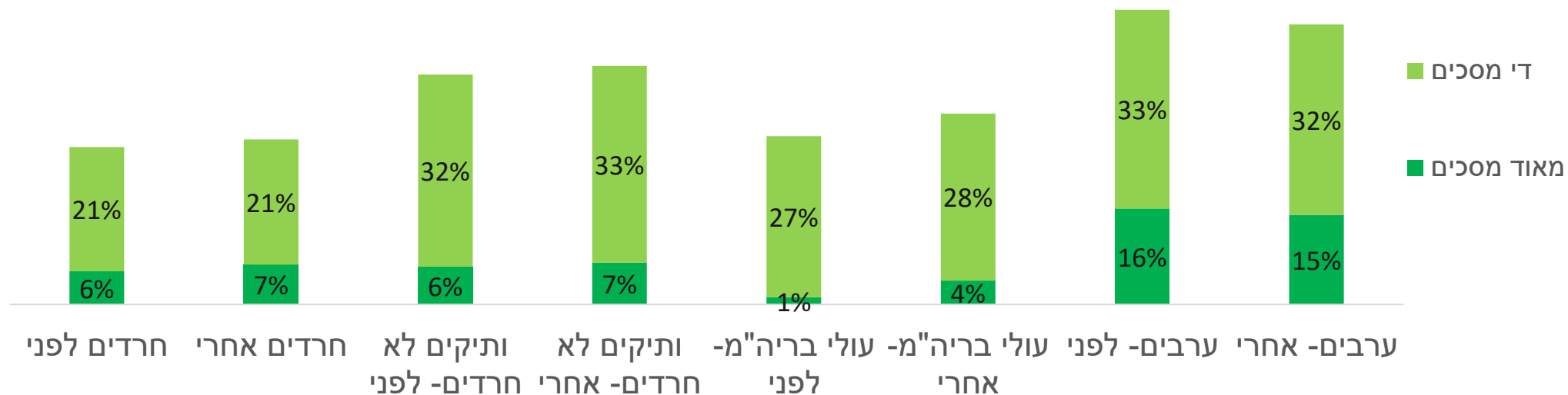
השפעה חיובית מתונה על תפיסת הנגישות, להוציא את הציבור הערבי (תיתכן הטיה שנובעת מרציה חברתית)

מידת ההסכמה שמשرد המשפטים מקל על תהליכים בירוקרטיים- לפני ואחרי



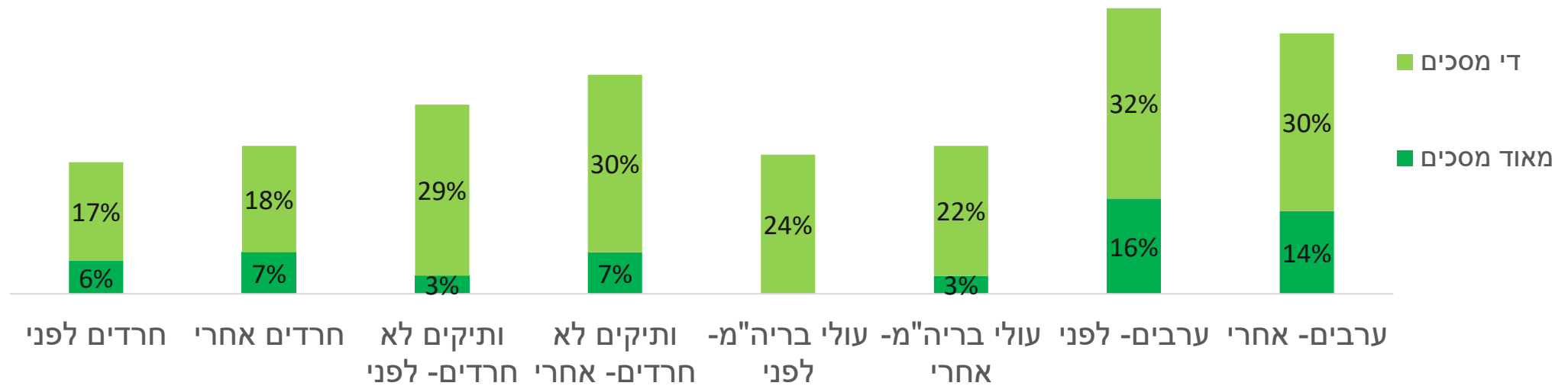
השפעה חיובית מתונה על תפיסת ההקלה על התהליכים הבירוקרטיים בכל הקהלים, להוציא את הציבור הערבי (תיתכן הטויה שנובעת מרציה חברתית)

מידת ההסכמה ששירותי המשרד ניתנים באופן הוגן ושווה- לפני ואחרי



השפעה חיובית מתונה על תפיסת ההקלה על הוגנות ושוויוניות בייחוד בציבורים הוותיק לא חרדי ועולי בריה"מ,

מידת ההסכמה שלמשרד מעל 100 שירותים דיגיטלים נגישים- לפני ואחרי

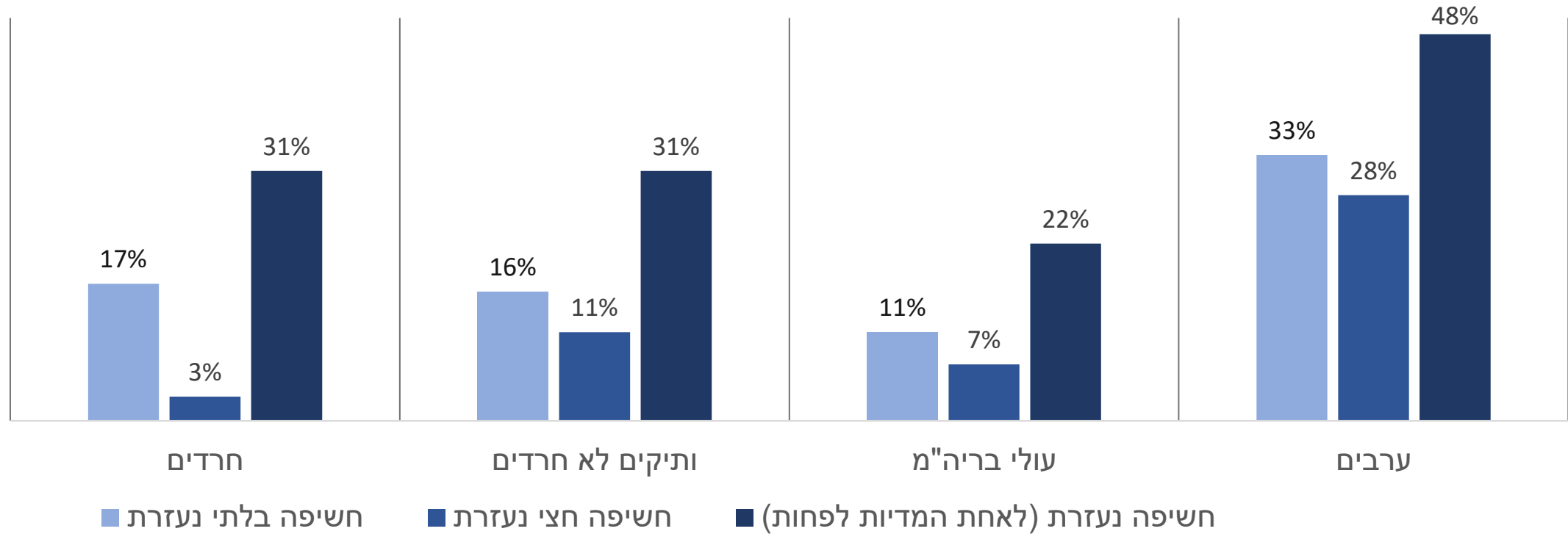


השפעה חיובית בקרב ותיקים לא חרדים ומתונה בקרב חרדים ויוצאי בריה"מ על התפיסה שלמשרד המשפטים מעל 100 שירותים דיגיטליים נגישים

הישגי הקמפיין- חשיפה, אהדה, העברת המסר

לפמ

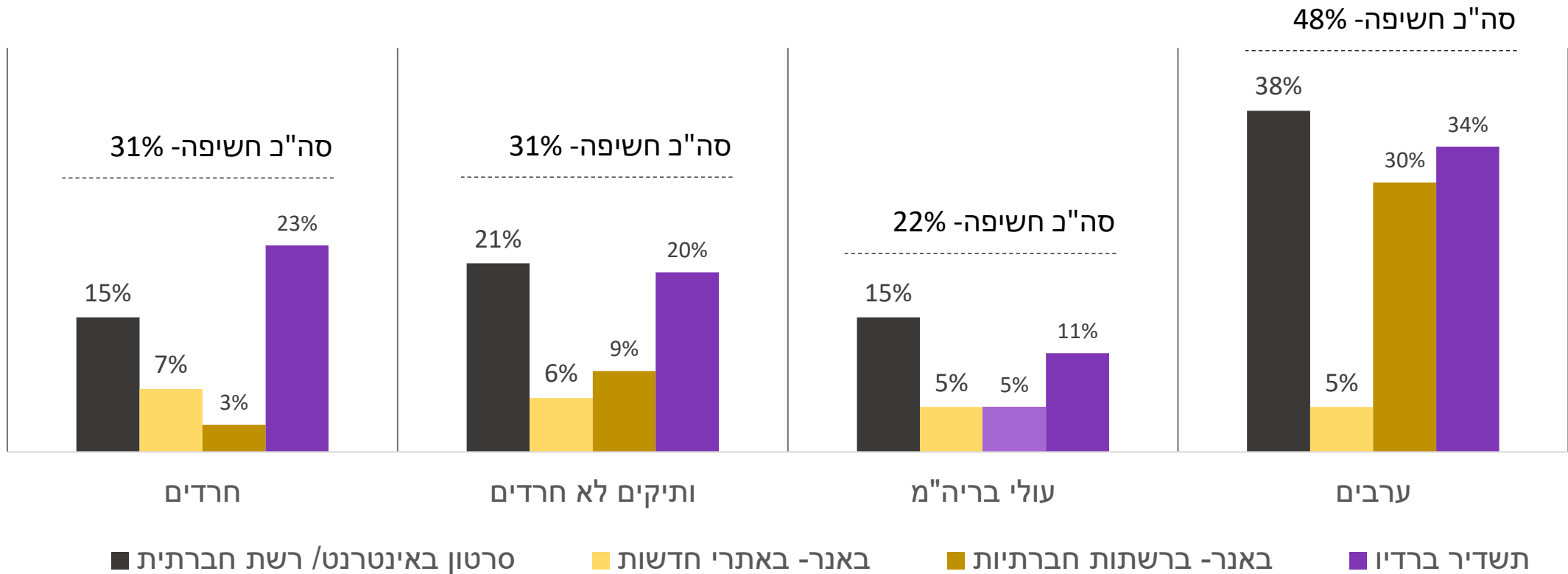
חשיפה לקמפיין



החשיפה הנעזרת לקמפיין נעה בין 22% (עולי בריה"מ) ל- 31% (ותיקים לא חרדים וחרדים) בציבור הערבי החשיפה גבוהה יותר- קרוב למחצית נחשפו (אם כי עשויה להיות הטיה שנובעת מרציה חברתית)

"האם במהלך השבועות האחרונים יצא לך לראות, לקרוא או לשמוע פרסומות של משרד המשפטים? אם כן, מה זכור לך מהפרסומות? מה הוצג בהן? מה נאמר?" (בלתי נעזר לחלוטין)
"האם יצא לך לראות קמפיין זה?" (הוצגו צילומי מסך/ תמונות מתוך הקמפיין)
"האם יצא לך לראות פרסום זה או דומים לו, ואם כן- היכן? (הוצג הסרטון המלא)

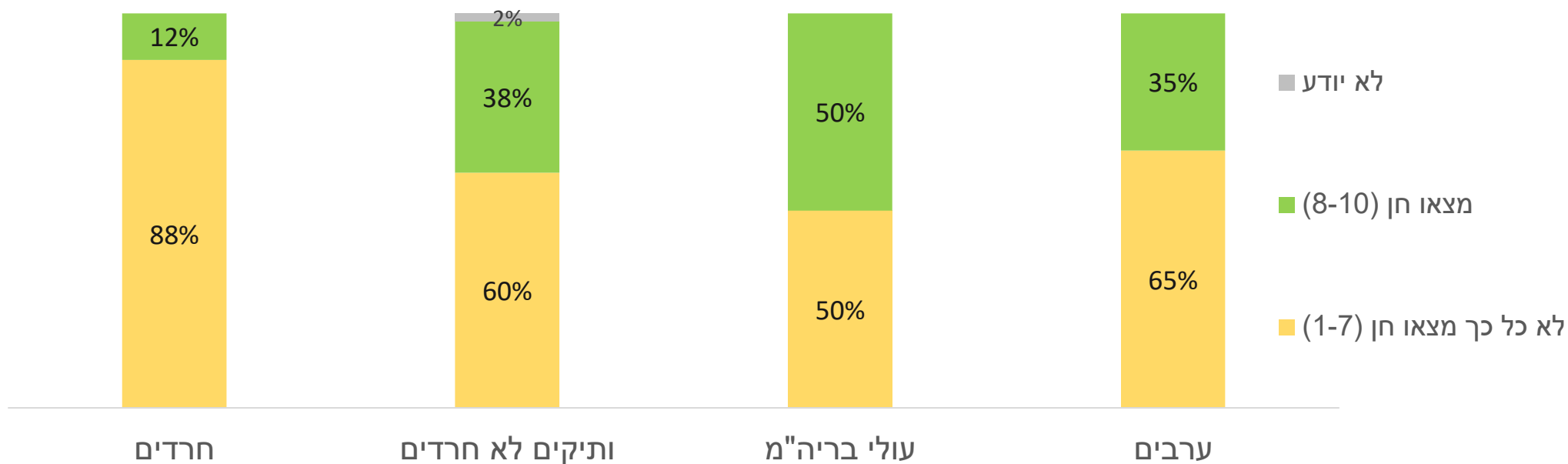
חשיפה נעזרת לקמפיין במדיות השונות



הרדיו והסרטון באינטרנט הצליחו להשיג את שיעורי החשיפה הגבוהים ביותר- בכל הסגמנטים ערבים- לבאנר ברשתות החברתיות

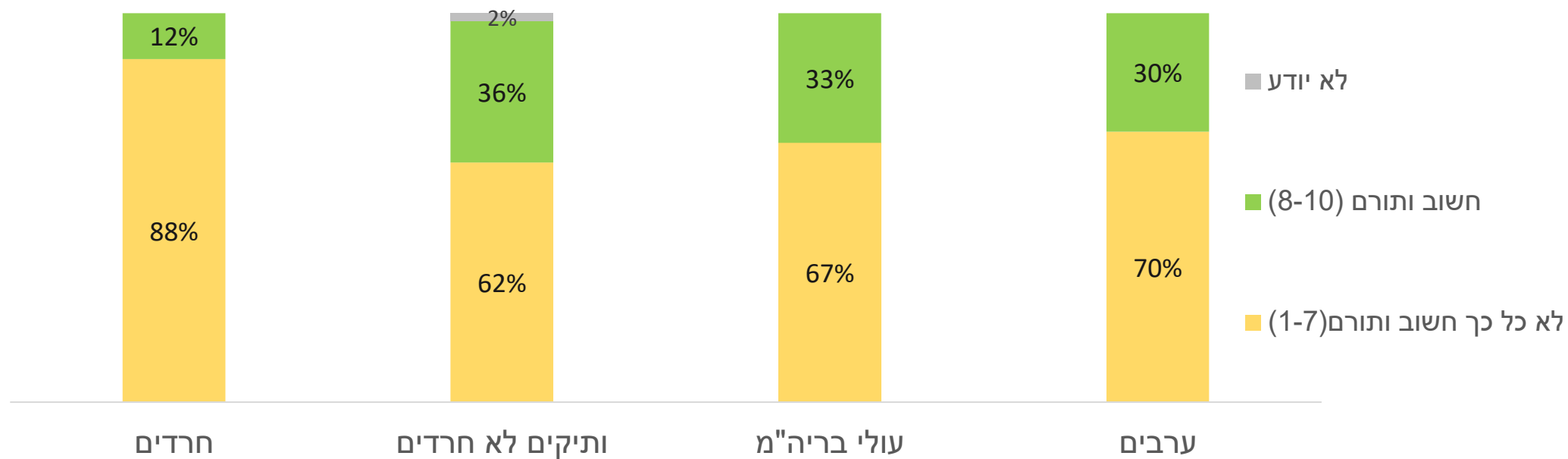
"האם יצא לך לראות פרסום זה או דומים לו, ואם כן- היכן?" (נשאל באופן זהה לגבי חשיפה לסרטון, וחשיפה לבאנר)
 "האם יצא לך לשמוע תשדיר זה ברדיו?" (הושמע תשדיר הרדיו)

אהדה לקמפיין



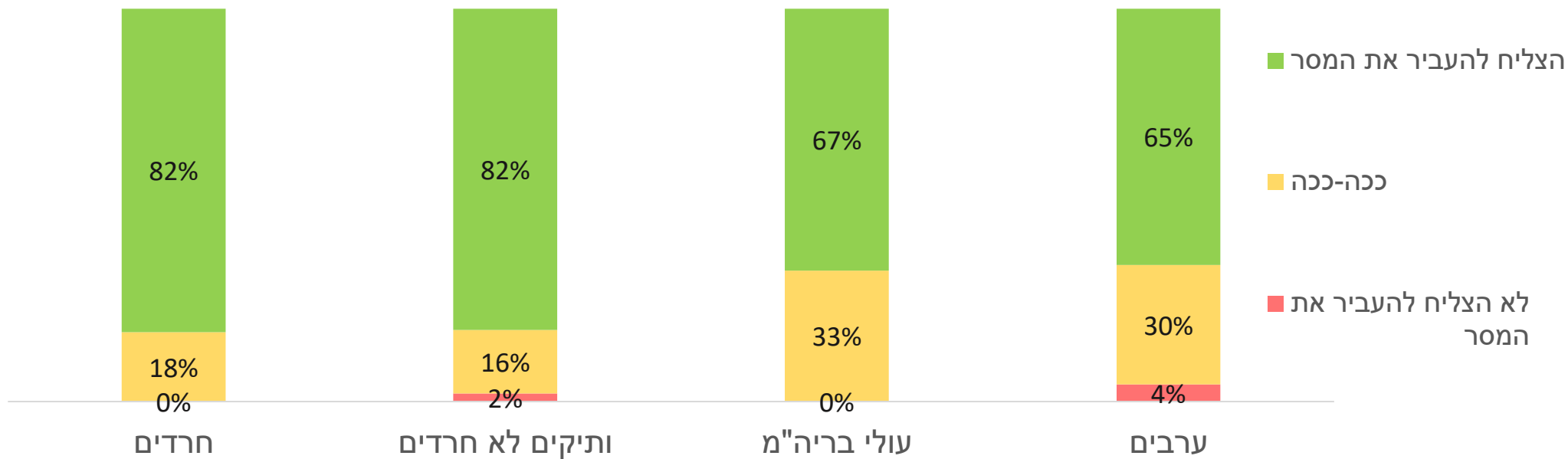
הקמפיין הכי אהוד בקרב עולי בריה"מ - 50% דרגו בציון אהדה גבוה, פחות בקרב חרדים (12% דרגו בציון גבוה) ובאופן דומה בקרב ותיקים לא חרדים וערבים (38% ו-35% בהתאמה)

תפיסת הקמפיין כחשוב ותורם לציבור



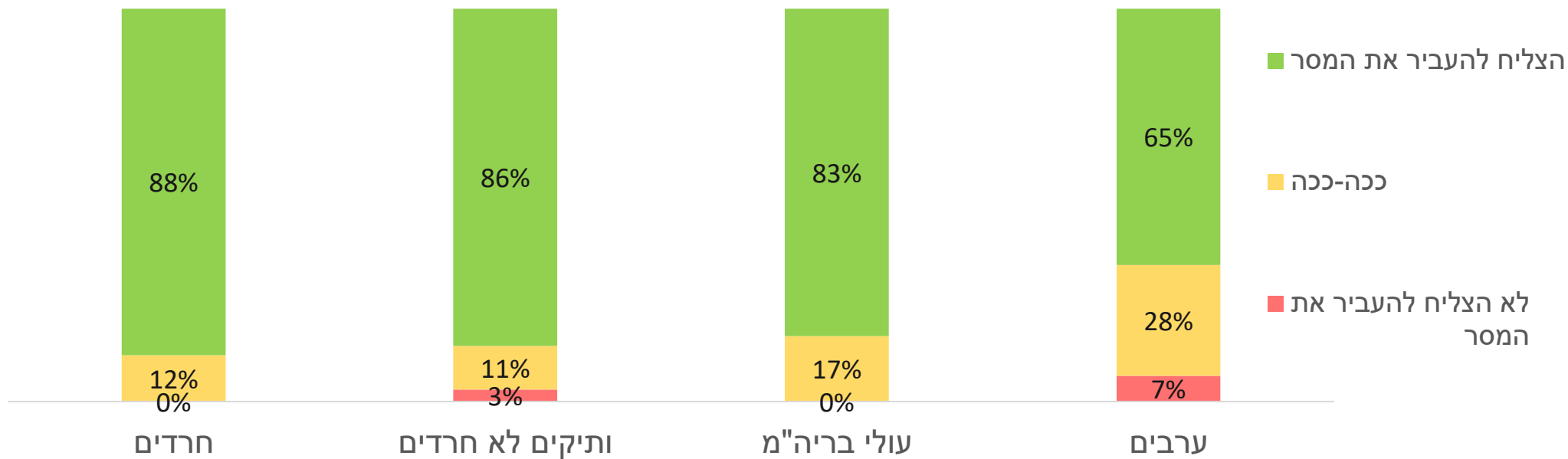
להוציא את החרדים - כשליש מהציבור תופס את הקמפיין כחשוב ותורם לציבור. בקרב חרדים כעשירית (12%)

הצלחת העברת המסר ששירותי המשרד נגישים וקלים לשימוש



רוב מכריע בציבור סבור שהקמפיין הצליח להעביר את המסר ששירותי משרד המשפטים נגישים וקלים לשימוש

הצלחת העברת המסר שלמשרד מגוון שירותים העומדים לרשות הציבור



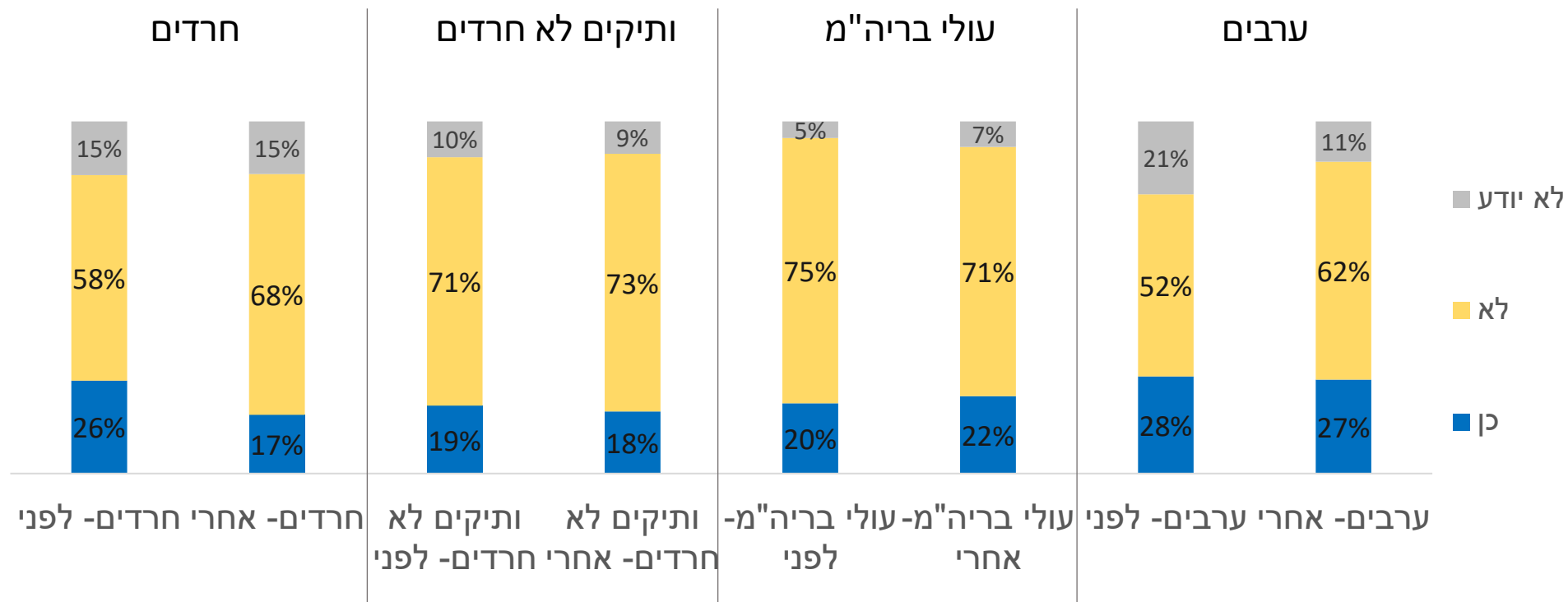
רוב מכריע בציבור סבור שהקמפיין הצליח להעביר את המסר שלמשרד המשפטים מגוון גדול של שירותים שעומדים לרשות הציבור

"באיזו מידה לדעתך הקמפיין הצליח להעביר את המסר שלמשרד המשפטים מגוון גדול של שירותים שעומדים לרשות הציבור?"

שימוש בשירותי משרד המשפטים

לפמ

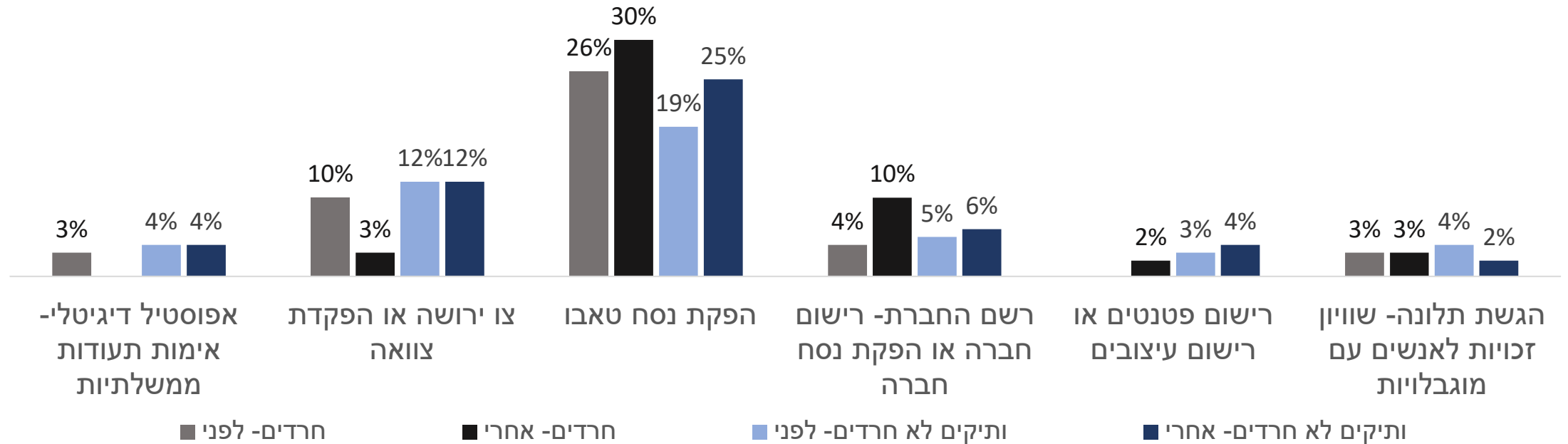
שימוש בשירותי משרד המשפטים בשנה האחרונה



בין חמישית לקרוב לשליש, תלוי במגזר, עשה שימוש בשירותי משרד המשפטים במהלך השנה האחרונה (יתכן ובמגזר הערבי נטיה לרציה חברתית)

מיפוי השירותים להם נזקק בשנים האחרונות

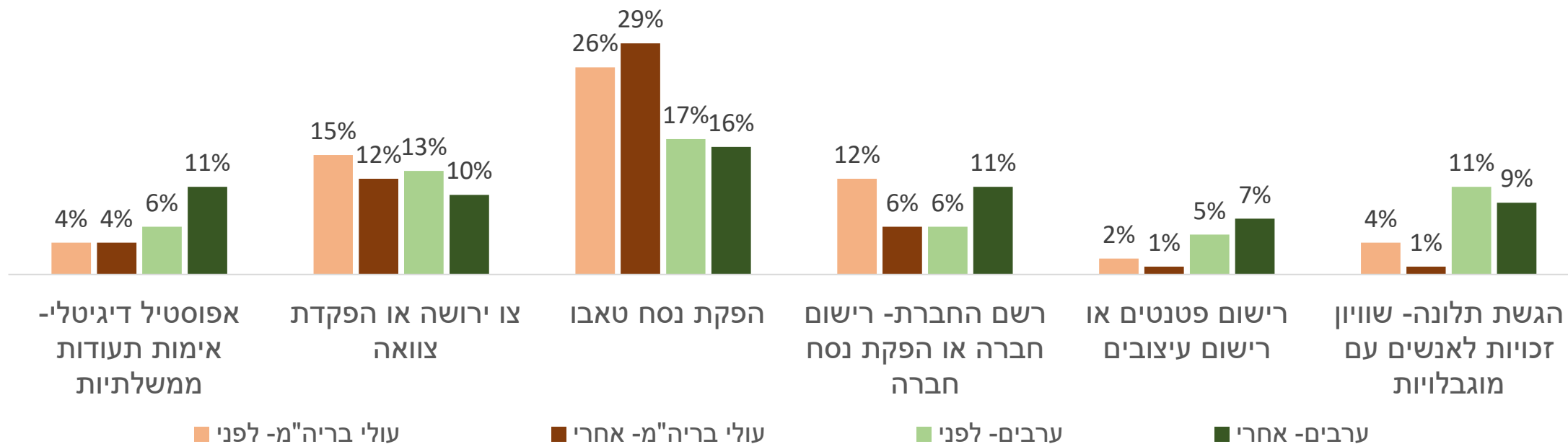
(מוצגים להלן שיעור שנזקקו לכל אחד מהשירותים)



כשליש מהציבור נזקק לפחות אחד משירותי משרד המשפטים בשלוש השנים האחרונות, בעיקר להפקת נסח טאבו ולצו ירושה או הפקדת צוואה

מיפוי השירותים להם נזקק בשנים האחרונות

(מוצגים להלן שיעור שנזקקו לכל אחד מהשירותים)



כשליש מהציבור נזקק ללפחות אחד משירותי משרד המשפטים בשלוש השנים האחרונות, בעיקר להפקת נסח טאבו ולצו ירושה או הפקדת צוואה



שאלות? אנחנו כאן!

מכון סמית למחקר

דצמבר 2025



powered by
ChatGPT

