



סקר "חוף נקי" - אחרי פרסום

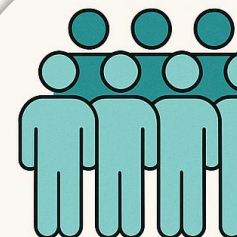
מכון סמית למחקר

רפי סמית

ספטמבר 2025



powered by
ChatGPT



מתודולוגיה

1

לוחות זמנים ושיטת הריאיון

- יהודים לא דתיים- הדגימה בוצעה בין ה- 2 ל- 3 בספטמבר 2025
- חרדים ודתיים- הדגימה בוצעה בין ה- 2 ל- 3 בספטמבר 2025
- ערבים- הדגימה בוצעה בין ה- 3 ל- 6 בספטמבר 2025
- הנתונים נאספו באמצעות פאנל אינטרנטי, השאלונים מולאו online

2

גודל וסוג המדגם

- יהודים לא דתיים- 500 מרואיינים
- חרדים 300 מרואיינים
- ערבים- 300 מרואיינים
- הראיונות בוצעו באופן מייצג לכל אחת מהאוכלוסיות (גילאי 16 ומעלה)

3

טעות הדגימה

- יהודים לא דתיים- $\pm 4.5\%$ ברמת בטחון של 95%
- חרדים ודתיים- $\pm 5.8\%$ ברמת בטחון של 95%
- ערבים- $\pm 5.8\%$ ברמת בטחון של 95%

תמצית מנהלים- השפעת הקמפיין על עמדות והתנהגות

הישגי הקמפיין טובים- הקמפיין הצליח להשפיע על התנהגות המבקרים בים (הצהרתית) ותפיסותיהם בנושא להלן טבלה המרכזת את השפעת הקמפיין על התנהגות הציבור בנושא חד"פ בחוף הים ועמדות עיקריות בנושא:

ערבים		חרדים		יהודים לא חרדים		
אחרי קמפיין	לפני קמפיין	אחרי קמפיין	לפני קמפיין	אחרי קמפיין	לפני קמפיין	
↓ 32%	38%	↓ 42%	54%	↓ 18%	31%	שיעור שהביאו איתם חד"פ בביקורם האחרון בים
↑ 73%	68%	31%	32%	59%	56%	מידת ההסכמה לפיקוח הכולל קנסות (% שהשיבו בטוח + חושב שכן)
↑ 92%	86%	↑ 89%	84%	↑ 91%	86%	המידה בה שימוש בחד"פ מפריע באופן אישי (% שהשיבו במידה רבה / רבה מאוד)

- הקמפיין השפיע לחיוב על התנהגות המבקרים בחוף הים- פחות מבקרים, בשלוש האוכלוסיות, הביאו איתם חד"פ לחוף הים בבדיקה לאחר קמפיין
- עליה מתונה בציבור היהודי לא דתי וערבי בשיעור האלה המסכימים לפיקוח הכולל קנסות. הציבור החרדי/ דתי גם אחרי הקמפיין פחות מסכים להחלת פיקוח (רק כשליש ממנו, לעומת 59% בציבור היהודי הלא דתי ו- 73% בציבור החרדי)
- הקמפיין הביא להשפעה חיובית נוספת- עצם השימוש בחד"פ בחוף הים יותר מפריע לאנשים- בכל שלוש האוכלוסיות

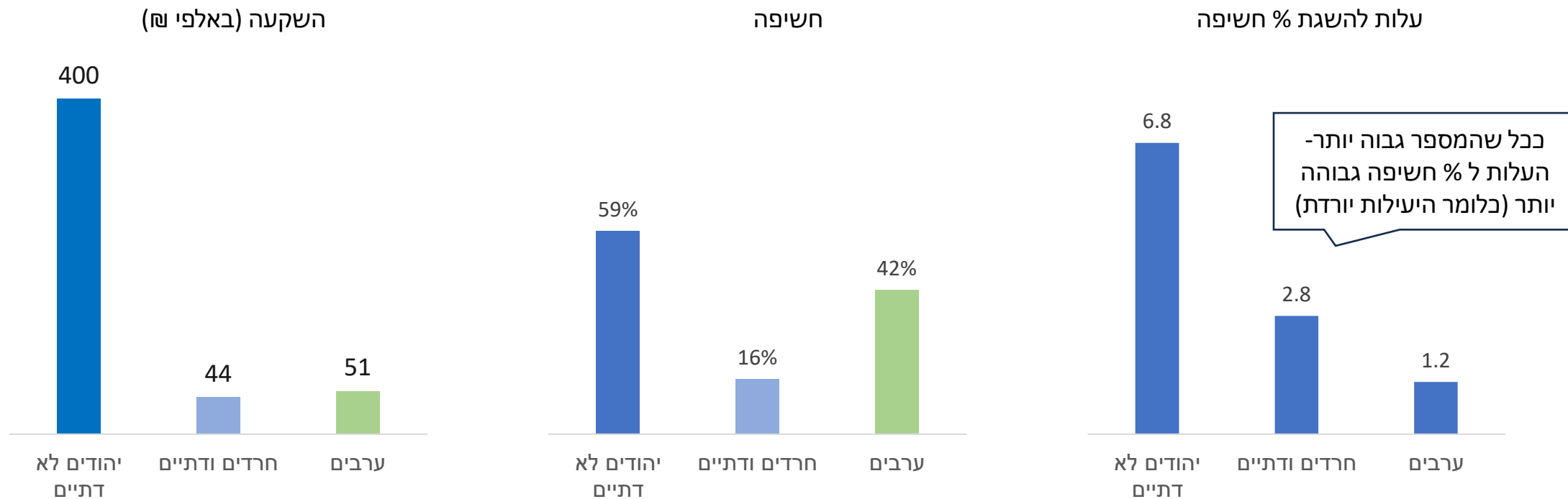
תמצית מנהלים- הישגי הקמפיין

להלן ריכוז מדדי הקמפיין העיקריים (מתוך כלל המשיבים בכל אחת משלוש האוכלוסיות):

ערבים	חרדים	יהודים לא חרדים	
42%	16%	59%	חשיפה (נעזרת)
4%	29%	11%	זכירה
79%	58%	63%	אהדה (דרגו בציון גבוה 8-10)
87%	64%	71%	תפיסת הקמפיין כחשוב ותורם לציבור (דרגו בציון גבוה 8-10)
77%	62%	68%	תפיסת הקמפיין כמשכנע להשאיר את החוף נקי (מאוד + די משכנע)
55%	21%	26%	תפיסת הקמפיין כמחדש בנושאי פסולת חד"פ (מאוד + די חידש)

- החשיפה לקמפיין קרובה ל- 60% בקרב יהודים לא חרדים, מעט מעל ל- 40% בקרב ערבים, וקרובה ל- 20% בקרב חרדים
- הקמפיין אהוד- כשני שלישי בציבור היהודי, וקרוב ל- 80% שאהדו בקרב ערבים
- זכירות הקמפיין בקרב יהודים לא דתיים וערבים נמוכה יחסית (אם כי כפי שנצפה- לא הייתה לדבר השפעה על עמדות, והתנהגות בפועל)
- הקמפיין נתפס כחשוב ובעל תרומה לציבור, משכנע, אך פחות כמחדש בנושא

תמצית מנהלים- יעילות- עלות להשגת % חשיפה



המגזרים הדתיים והערבים יעילים יותר מבחינת עלות להשגת % חשיפה
בציבור היהודי לא דתי הושקע פי 9 תקציב ביחס לציבור הדתי, אך החשיפה בציבור זה גבוהה פי 3.6 בלבד ביחס לציבור הדתי הפנייה לציבור הערבי הצליחה להיות היעילה ביותר- 1,200 ₪ הצליחו להביא % אחד של חשיפה

לפמ

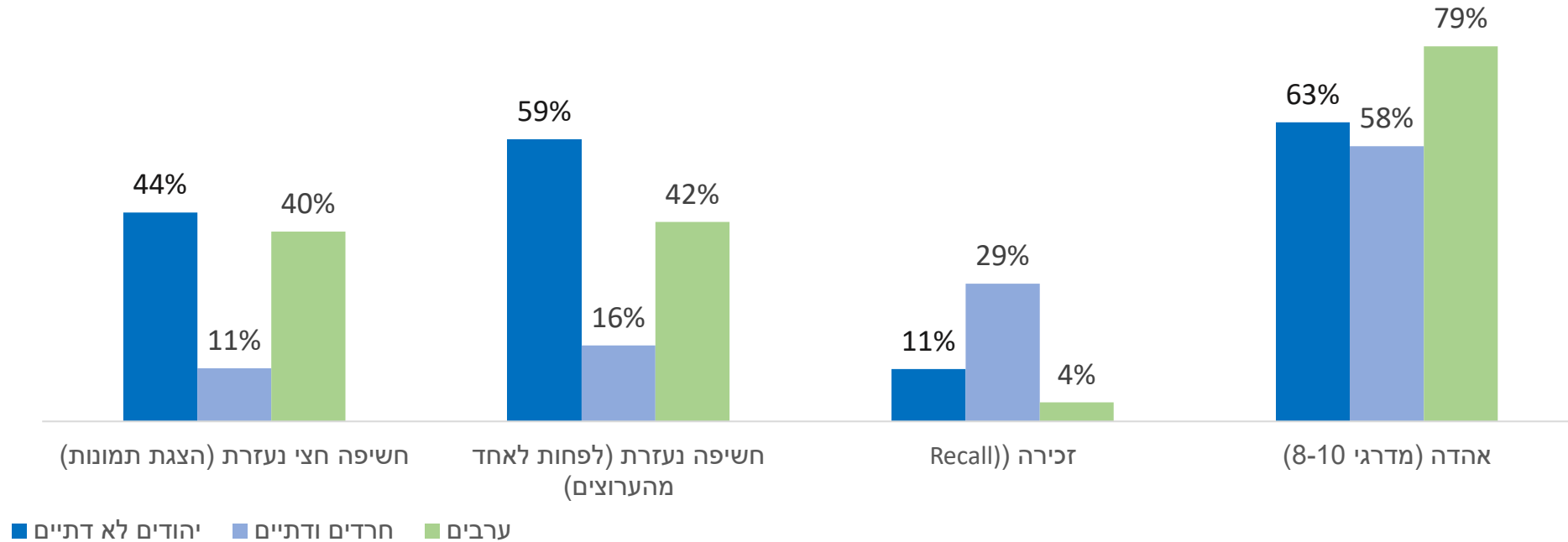
הישגי הקמפיין

smith
consulting



ידע למקבלי החלטות

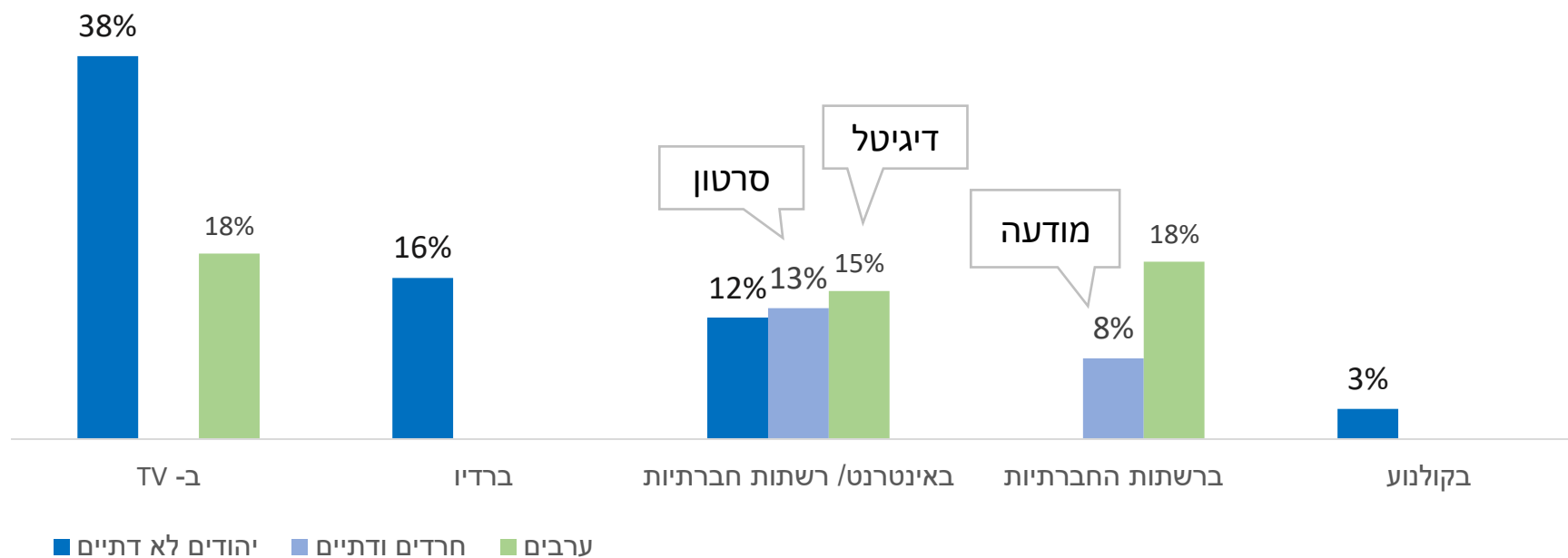
ריכוז מדדי קמפיין עיקריים



מידת החשיפה לקמפיין עומדת על כ- 40%, אך פחות במגזר החרדי/דתי- כ- 16% נחשפו (נעזר) הקמפיין אהוד על למעלה מ- 60% מהאוכלוסייה

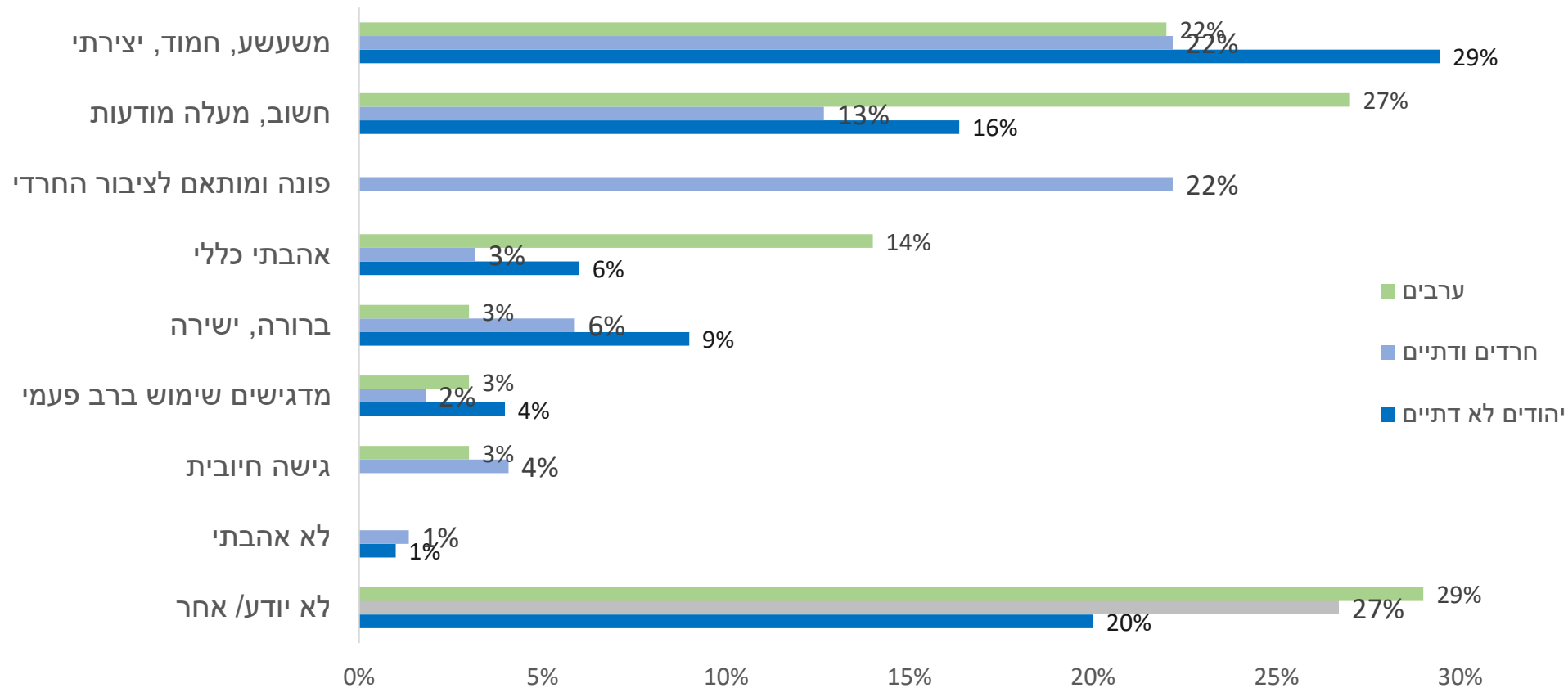
חשיפה חצי נעזרת- "האם יצא לך לראות קמפיין זה?" (הצגת תמונות בלבד)
 חשיפה נעזרת- "האם יצא לך לראות פרסום זה או דומים לו, ואם כן- היכן?"/ "האם יצא לך לשמוע את השדרנים בתכנית מדברים על נושא ניקיון החופים באחת מהתכניות?"
 זכירה- "האם זכור לך המסר אותו רצה הקמפיין להעביר? (רשום)"

חשיפה נעזרת- לפי ערוץ



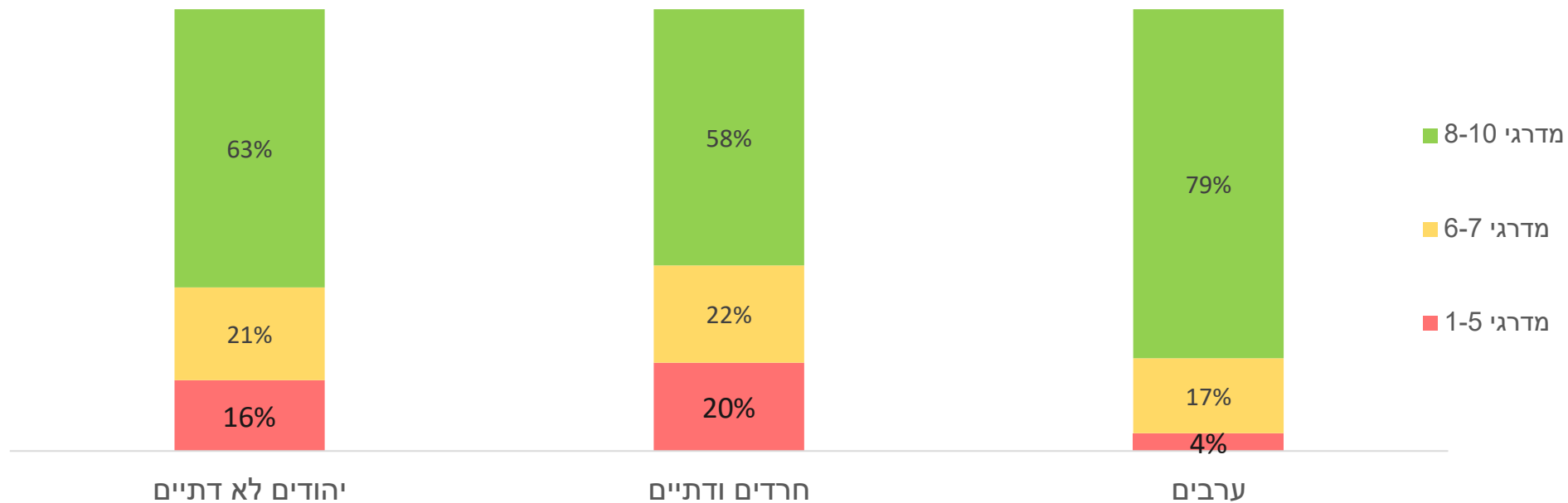
בציבור היהודי שאינו דתי ה-TV הצליח לייצר את מרבית החשיפה (פי 3 מהאינטרנט/רשתות). שיעורי החשיפה במגזר הערבי דומים בין ה-TV לדיגיטל. בחרדי-דתי, באמצעות הרשתות והדיגיטל הצליחו להגיע ל-16% חשיפה בסה"כ

גורמי אהדה לקמפיין



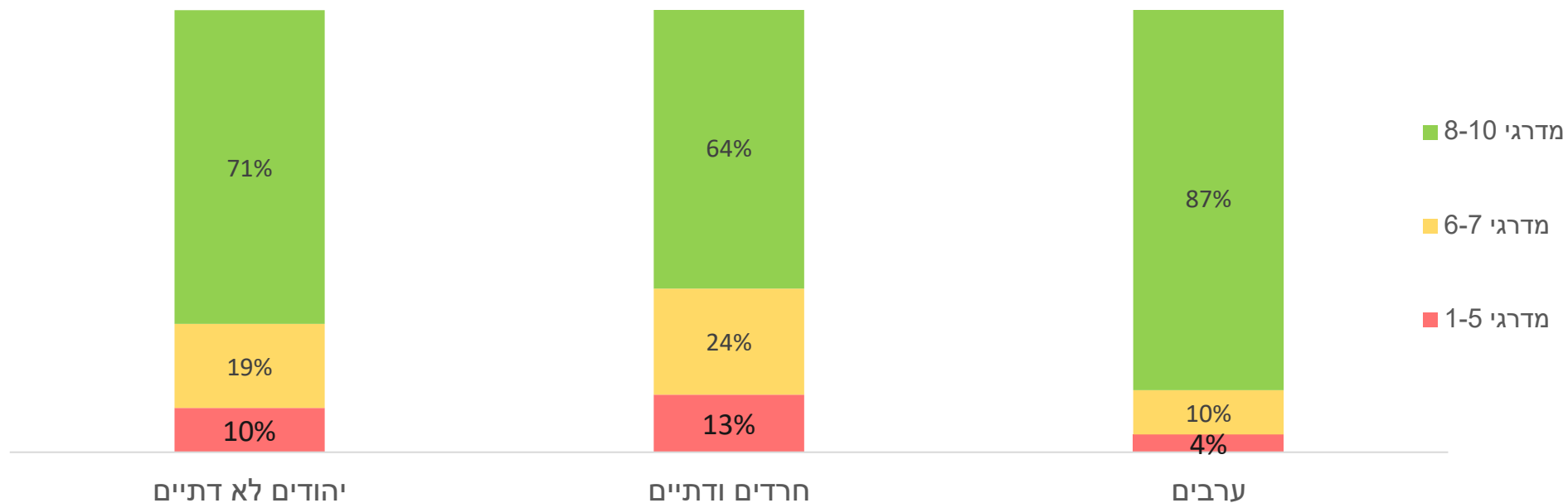
שני גורמי אהדה עיקריים לקמפיין- היותו משעשע ויצירתי, וחשיבות הנושא עצמו. הציבור החרדי/ דתי גם אהב שהקמפיין הותאם אליו

אהדה לקמפיין



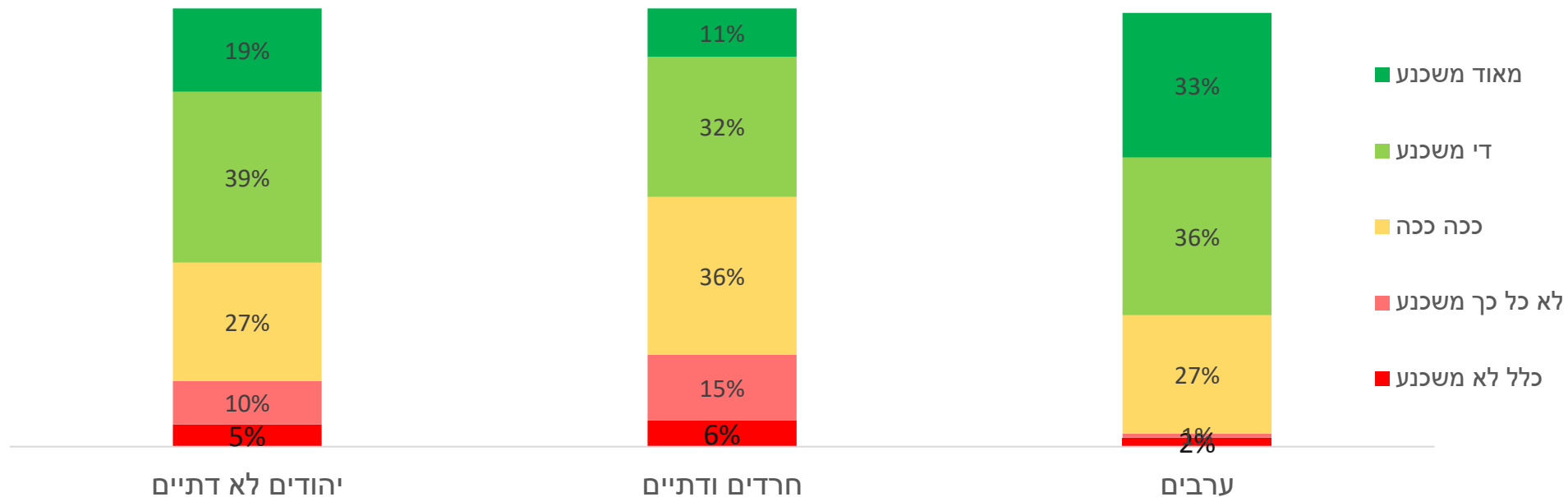
הקמפיין אהוד על רוב הציבור (למעה משני שלישי, מעט פחות בקרב חרדים ודתיים)

תפיסת הקמפיין כחשוב ותורם לציבור



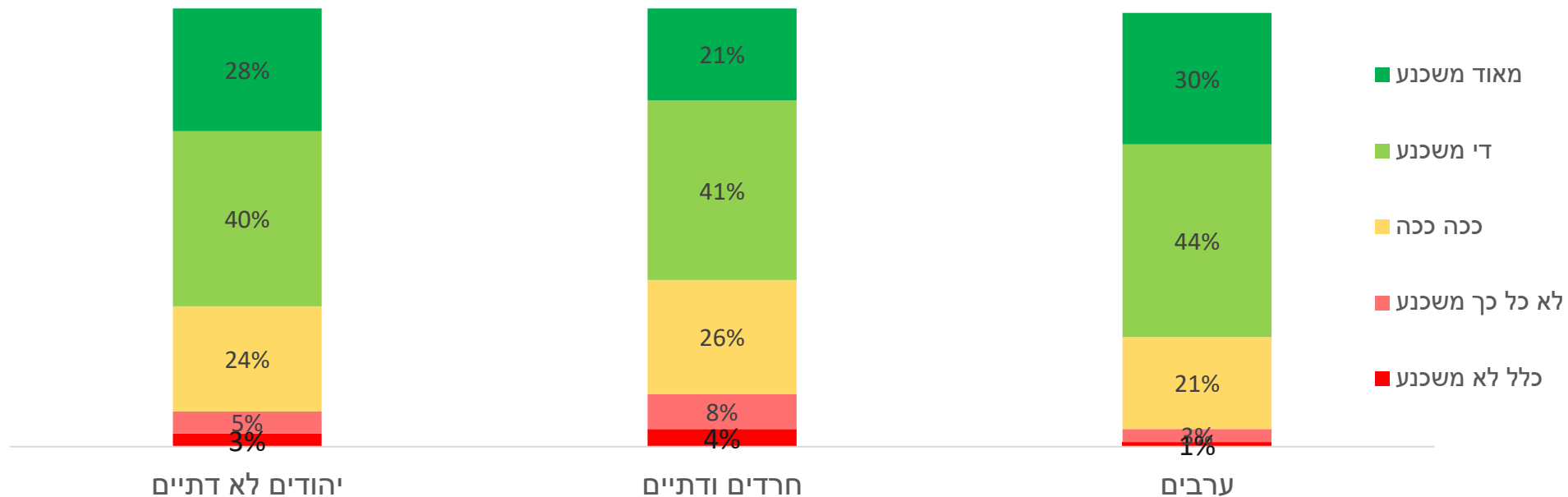
הקמפיין גם נתפס כחשוב, וכבעל תרומה לציבור

תפיסת הקמפיין כמשכנע להפסיק להשתמש בחד"פ בחופים



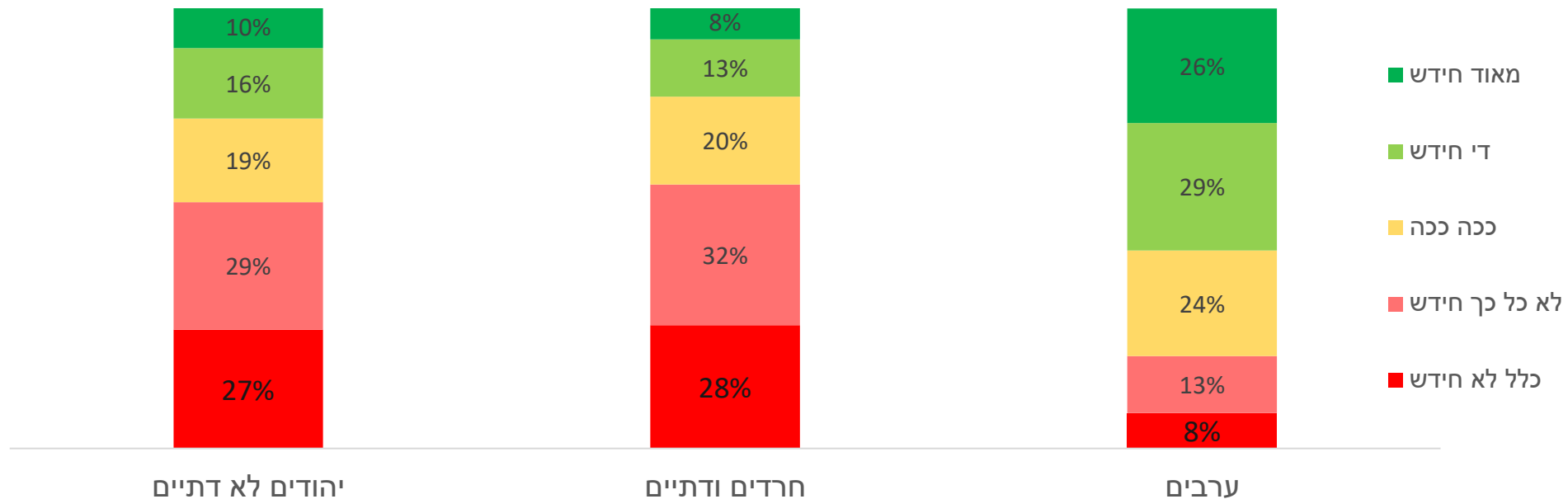
וגם כמשכנע לעשות שימוש ברב פעמי (בציבור היהודי הלא דתי ובערבי, פחות בקרב חרדים ודתיים להם הוקצתה פרסומת שונה)

תפיסת הקמפיין כמשכנע להשאיר את החוף נקי



ולהשאיר את החוף נקי (כשני שליש בקרב יהודים וקרוב ל-75% בקרב ערבים)

תפיסת הקמפיין כמחדש בנושאי פלסטיק ופסולת חד"פ בחוף



עם זאת, הקמפיין נתפס כמחדש בנושאי פסולת לחד"פ בעיקר בציבור הערבי, פחות ביהודי

לפמ

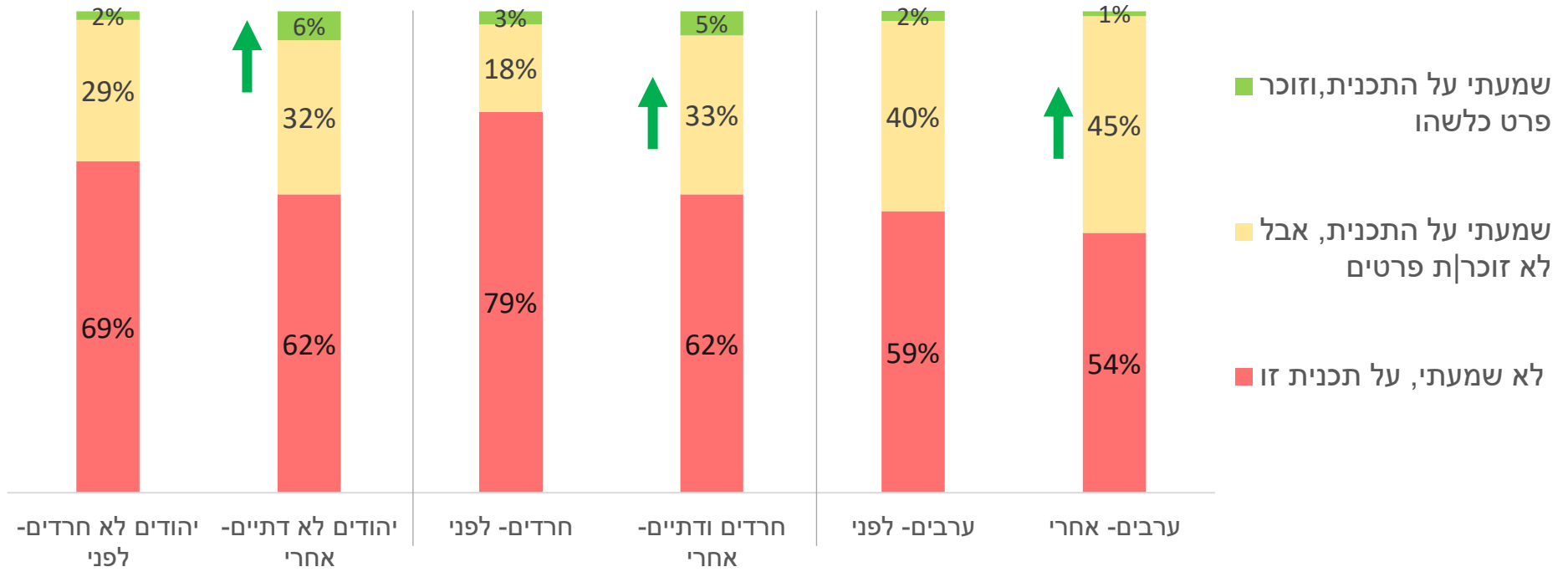
השפעת הקמפיין על המודעות לתוכנית
חוף נקי של המשרד להגנת הסביבה

smith
consulting



ידע למקבלי החלטות

מודעות לתוכנית "חוף נקי" של המשרד להגנת הסביבה- לפני ואחרי קמפיין



עליה במודעות לתוכנית חוף נקי של המשרד להגנת הסביבה- בשלוש האוכלוסיות נכון למועד ביצוע הסקר, קרוב ל- 40% שמעו על התוכנית (46% במגזר הערבי)

לפמ

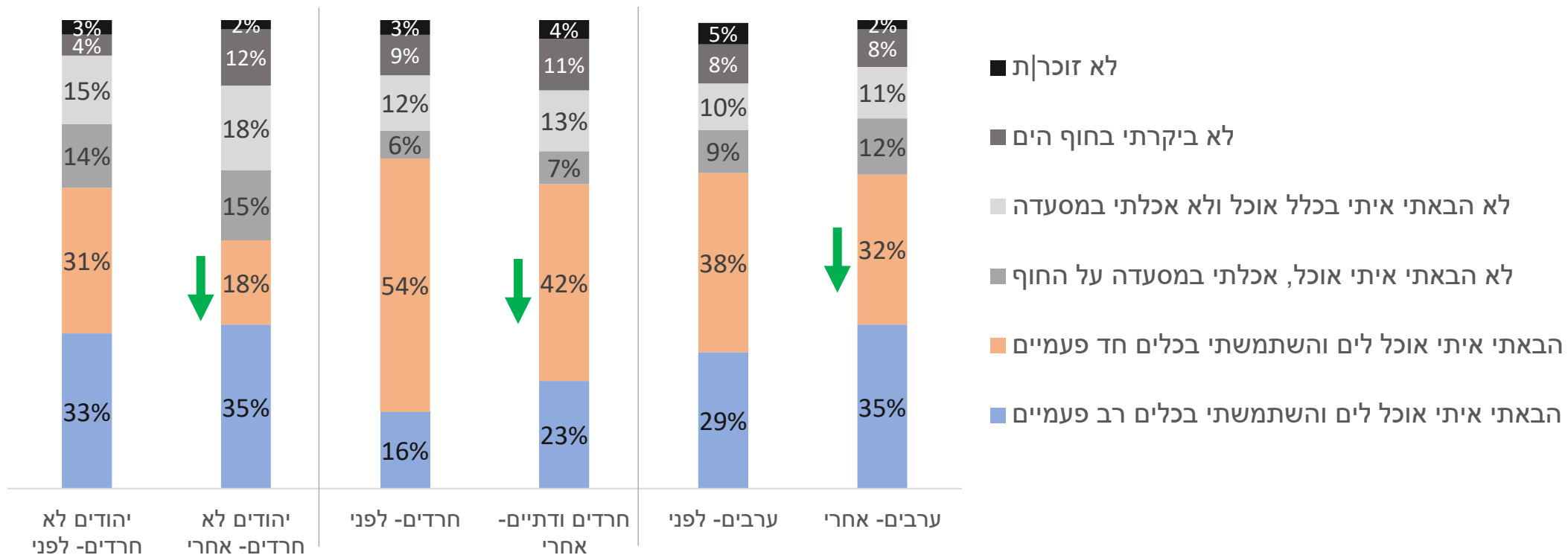
השפעת הקמפיין על שימוש בחד"פ בחוף הים

smith
consulting



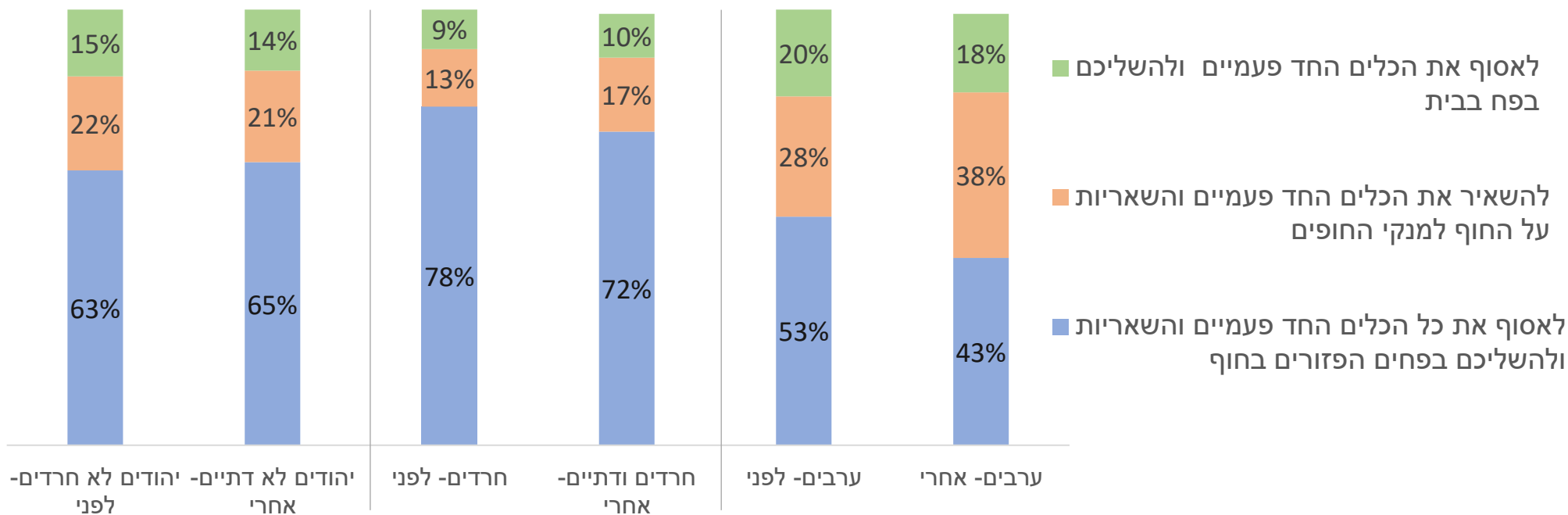
ידע למקבלי החלטות

שימוש בכלים חד פעמיים בחוף הים- לפני ואחרי קמפיין



הקמפיין מלווה בשינוי התנהגותי (הצהרתית) בהשוואה למועד לפני קמפיין. בשלושת המגזרים מדווחים על שימוש נמוך יותר בחד"פ בים, בעיקר בציבור היהודי לא חרדי/ דתי

מה עושים עם החד"פ כשעוזבים את החוף- לפני ואחרי קמפיין



ללא שינוי משמעותי בציבור היהודי לא דתי. בשניים האחרים, ייתכן בשל העלאת המודעות לנושא, יותר אנשים חושבים שאנשים אחרים משאירים את החד"פ על החוף למנקי החופים

לפמ

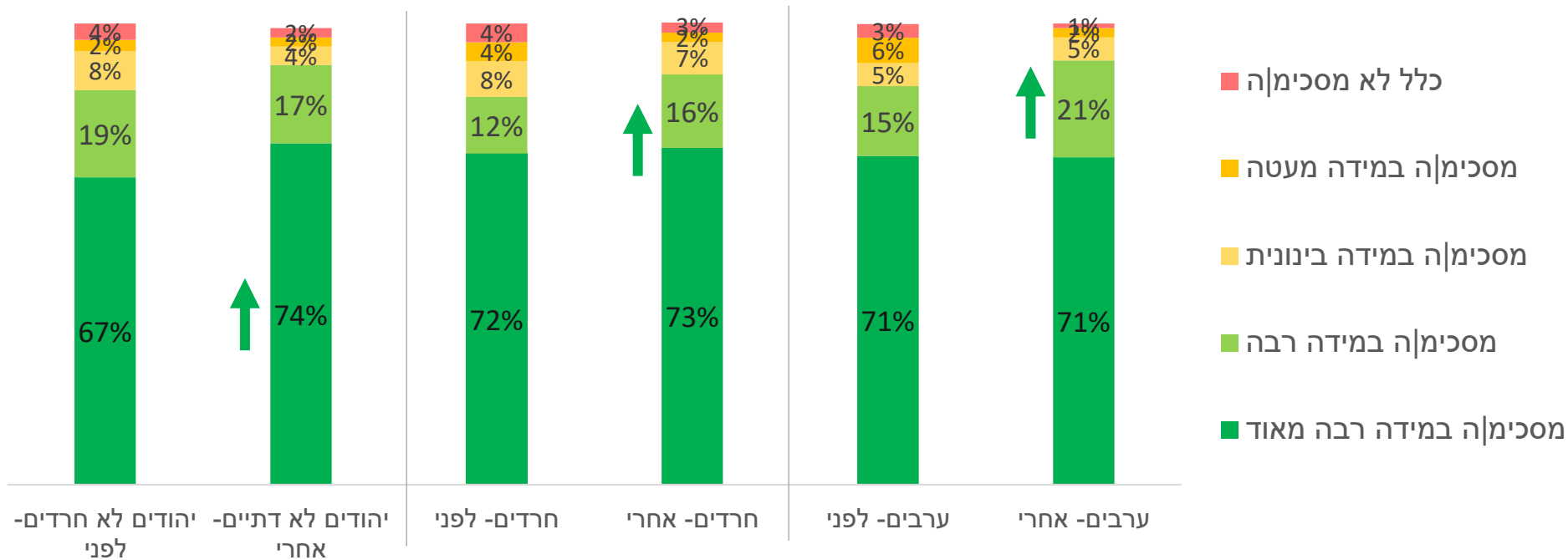
השפעת הקמפיין על עמדות ביחס לשימוש בחד"פ והשלכותיו

smith
consulting



ידע למקבלי החלטות

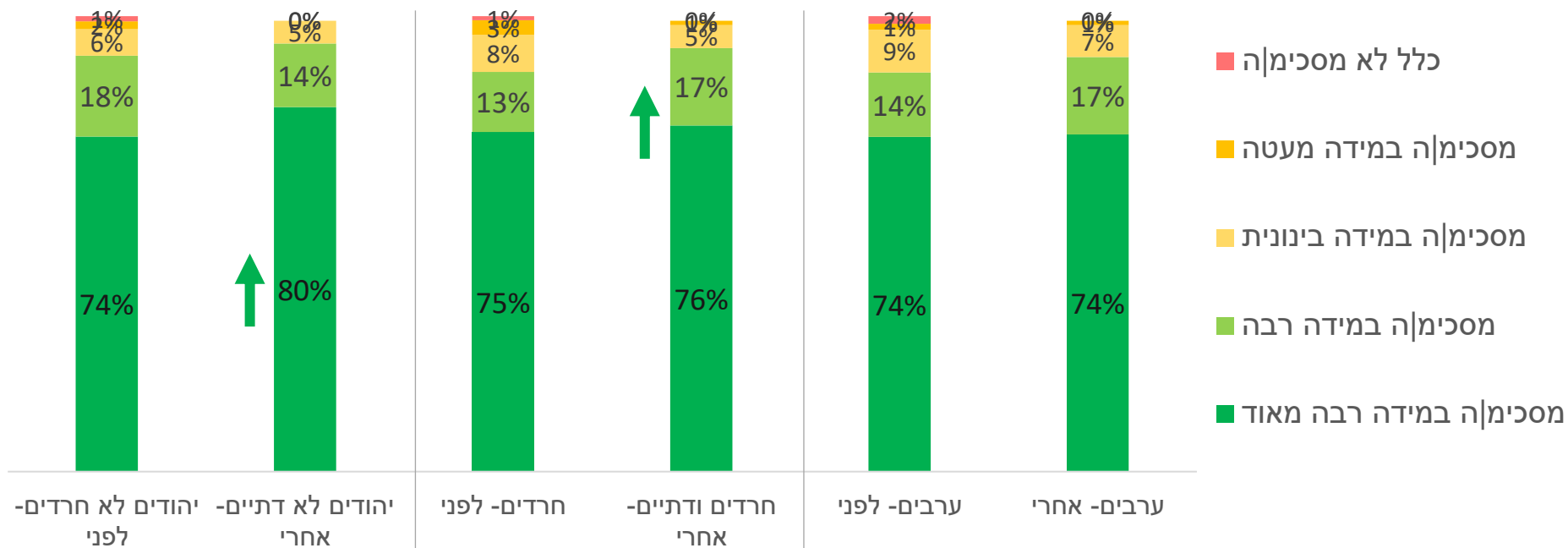
מידת הסכמה ששימוש בחד"פ בחוף שאינו מנוקה מפריע באופן אישי



אחרי קמפיין- ליותר אנשים בציבור מפריע באופן אישי לראות אנשים המשתמשים בחד"פ ולא מנקים אחריהם

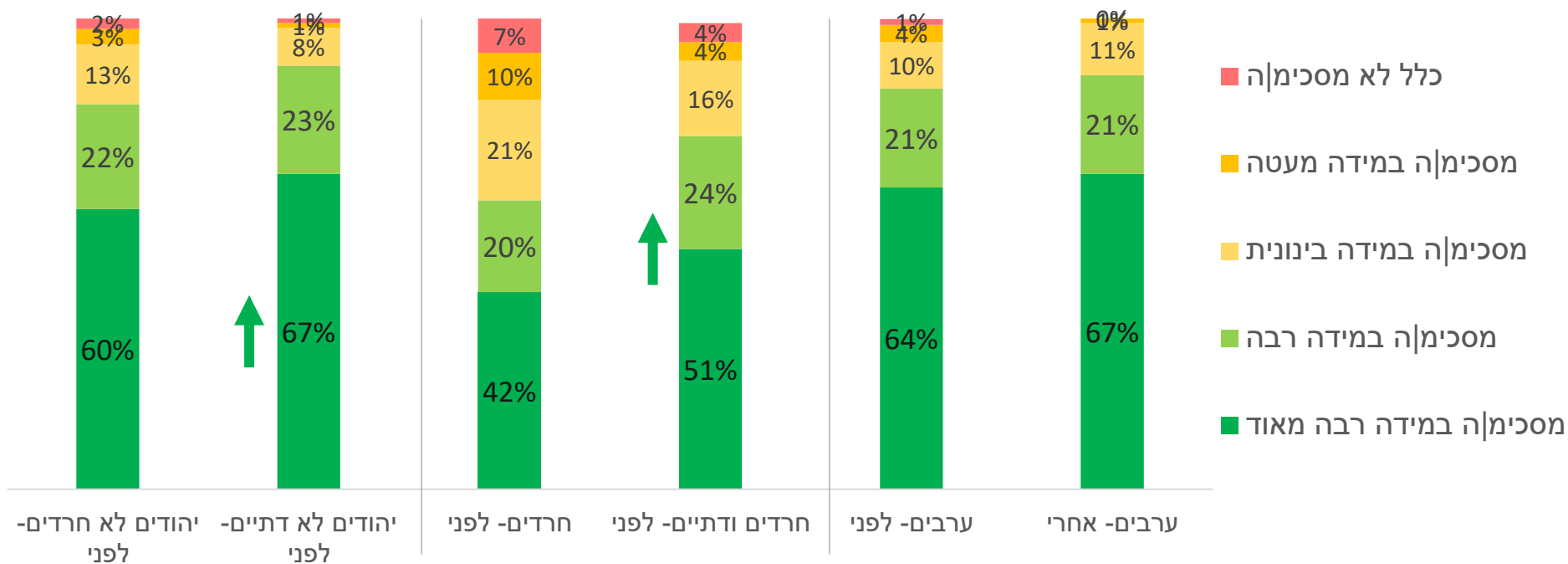
"באיזו מידה את/ה מסכים/ה או לא מסכים/ה עם המשפט הבא: כשאני מבקר/ת בחוף הים מפריע לי באופן אישי לראות אנשים שמשתמשים בכלים חד פעמיים ולא מנקים אחריהם כשהם עוזבים את החוף"

מידת הסכמה ביחס לאחריות האישית בניקוי חד"פ מהחוף



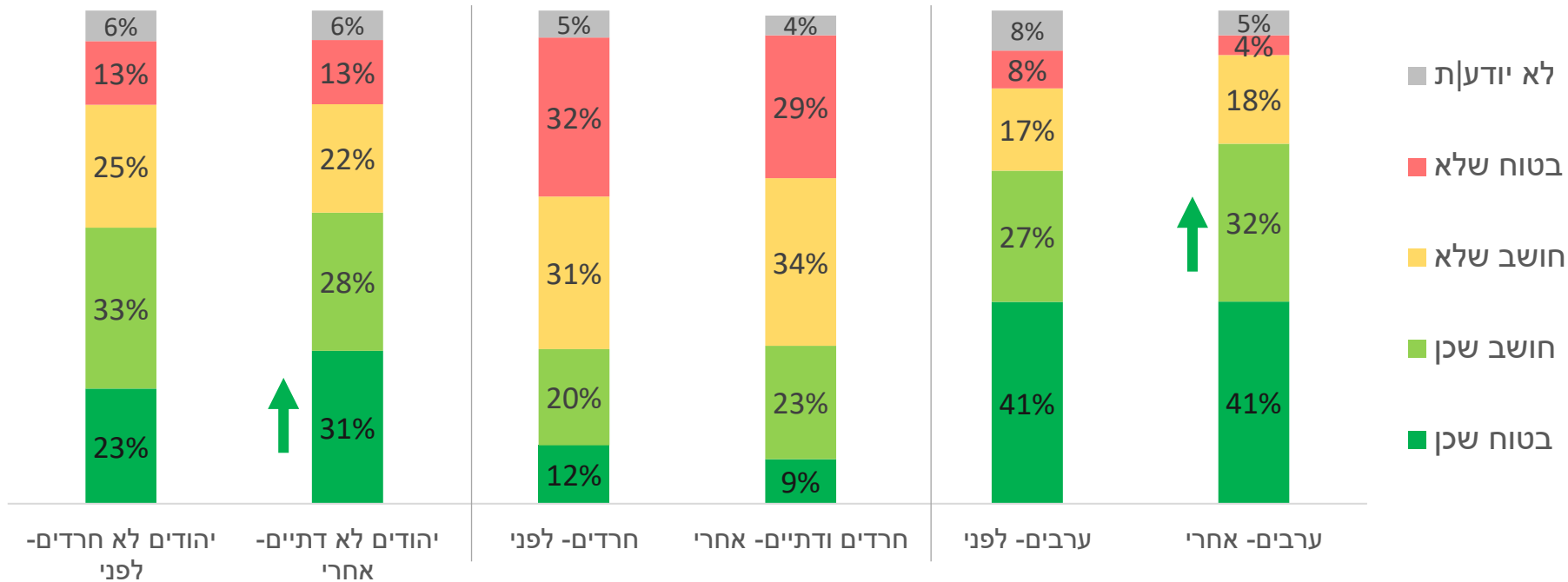
יותר אנשים גם סבורים שמדובר באחריות אישית בהשגרת החוף נקי מחד"פ

מידת הסכמה שחד"פ פלסטיק פוגע באדם, בע"ח ובסביבה



מידת ההסכמה עם כך שחד"פ פלסטיק פוגע בסיבה עלתה גם היא

מידת ההסכמה לפיקוח הכולל קנסות על שימוש בחד"פ בחוף הים



כמו גם מידת ההסכמה לפיקוח הכולל קנסות (להוציא את הציבור החרדי-דתי בו מידת ההסכמה לקנסות על שימוש בחד"פ נותרה נמוכה, וללא שינוי משמעותי בהשוואה לבדיקה לפני קמפיין)

"תכנית 'חוף נקי' היא יוזמה ייחודית של המשרד להגנת הסביבה, שמטרתה למזער את מפגע הפסולת הימית בישראל ולהביא לניקיונם של החופים, התוכנית מתמקדת בעיקר בהשארת הכלים החד-פעמיים בבית על מנת ליהנות מחופים וים נקיים מפלסטיק. לפי דעתך, האם הרשויות צריכות לאכוף את אי השימוש בכלים חד פעמיים בים על ידי פקחים שיסתובבו ויטילו קנסות על מתרחצים שמשתמשים בכלים חד פעמיים בחוף הים?"

לפמ

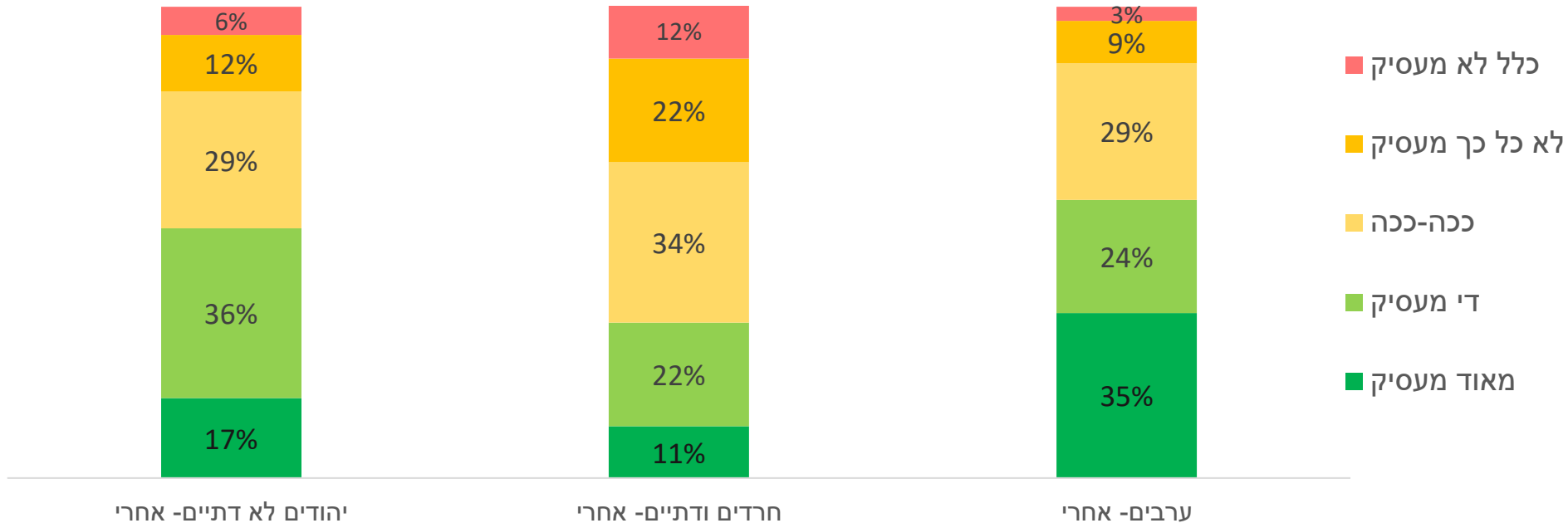
הים בחיי הציבור - עד כמה הנושא
מעסיק ותדירות הביקור בים

smith
consulting



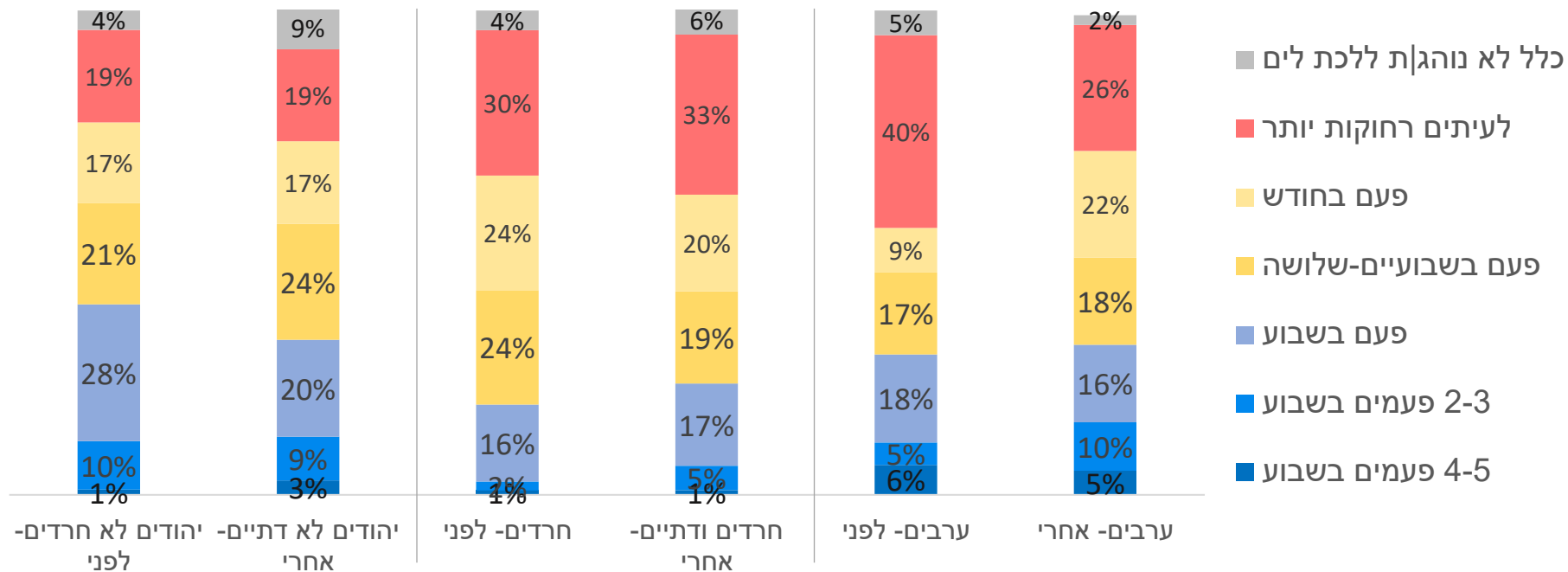
ידע למקבלי החלטות

מידת ההסכמה שנושא השמירה על ניקיון החופים מעסיק באופן אישי



נושא השמירה על ניקיון החופים מעסיק באופן אישי מעל מחצית מהציבור (פחות את הציבור החרדי דתי- רק כשליש ממנו)

תדירות הביקור בים בחודשי הקיץ



הצהרתית, יהודים לא חרדים מבקרים בים בתדירות הגבוהה ביותר אחרים ערבים והחרדים פחות מכך



שאלות? אנחנו כאן!

מכון סמית למחקר

ספטמבר 2025



powered by
ChatGPT

