



שימוש בפלסטיק והרגלי מחזור

המחקר נערך עבור:



בראשות: פרופ' אבי דגני / ד"ר רינה דגני

לדעת כדי להצליח!

© כל הזכויות שמורות לקבוצת גיאוקרטוגרפיה

מתודולוגיה



שיטה:

סקר אינטרנטי ייעודי



המשיבים:

נשים וגברים, בגילאי 16 ומעלה, המהווים מדגם ארצי ומייצג של אוכלוסייה זו במדינת ישראל (גולשי אינטרנט, מגזר יהודי וערבי כחלקם באוכלוסייה).



גודל המדגם:

N=506



טווח שגיאה:

טווח השגיאה הסטטיסטית המרבית בנסיבות דגימה זו הוא $\pm 4.4\%$, וזאת ברמת מובהקות סטטיסטית של 95%.



מועד ביצוע:

בשבוע האחרון של חודש פברואר 2024



צלול
להגנת הים, האדם והסביבה

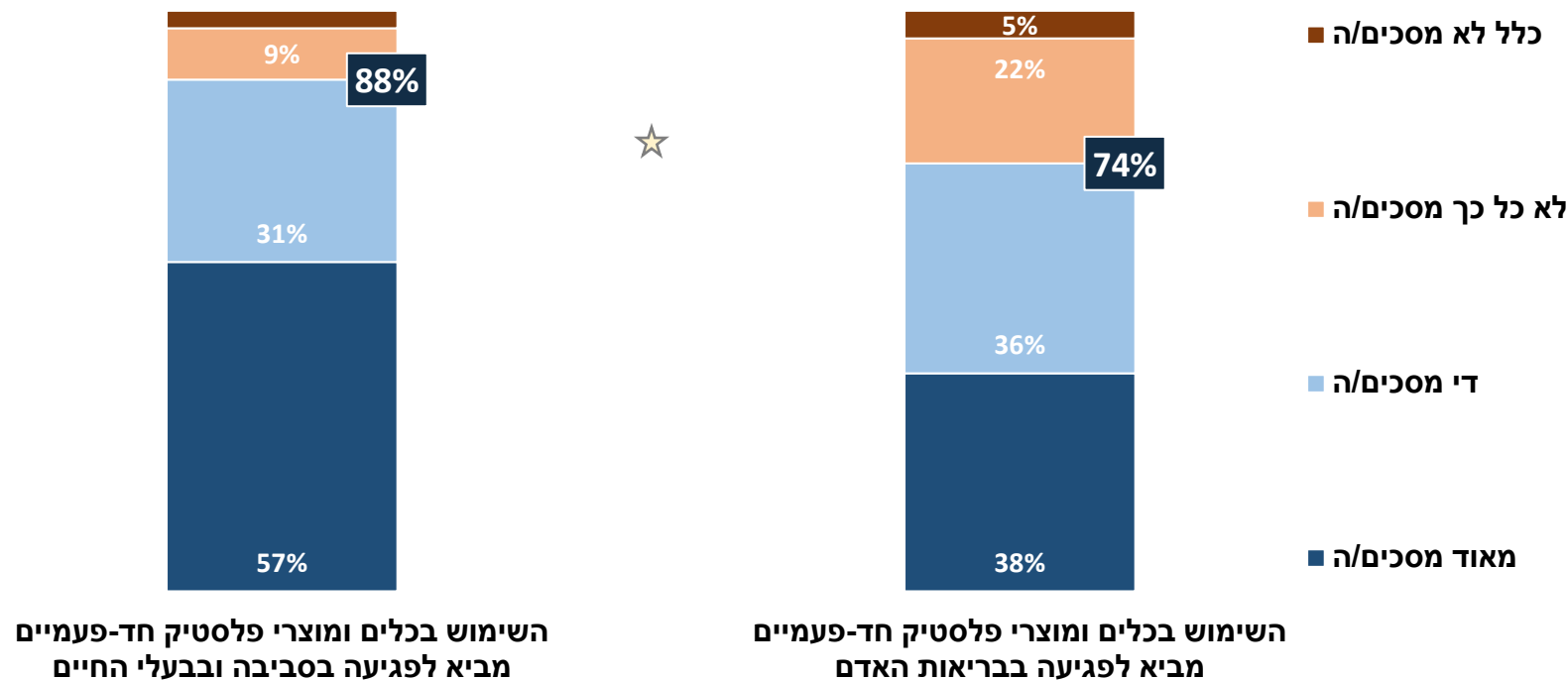


פירוט הממצאים

קרוב לכלל הציבור סבורים ששימוש במוצרי פלסטיק חד-פעמיים פוגע בסביבה ובעלי החיים, שיעור מעט נמוך יותר סבורים שזה מביא לפגיעה בבריאות האדם.

בעלי הכנסה מעל הממוצע נוטים יותר להסכים כי פלסטיק מביא לפגיעה בסביבה ובעלי החיים (95%).

תפיסות בנוגע למוצרי פלסטיק חד-פעמיים



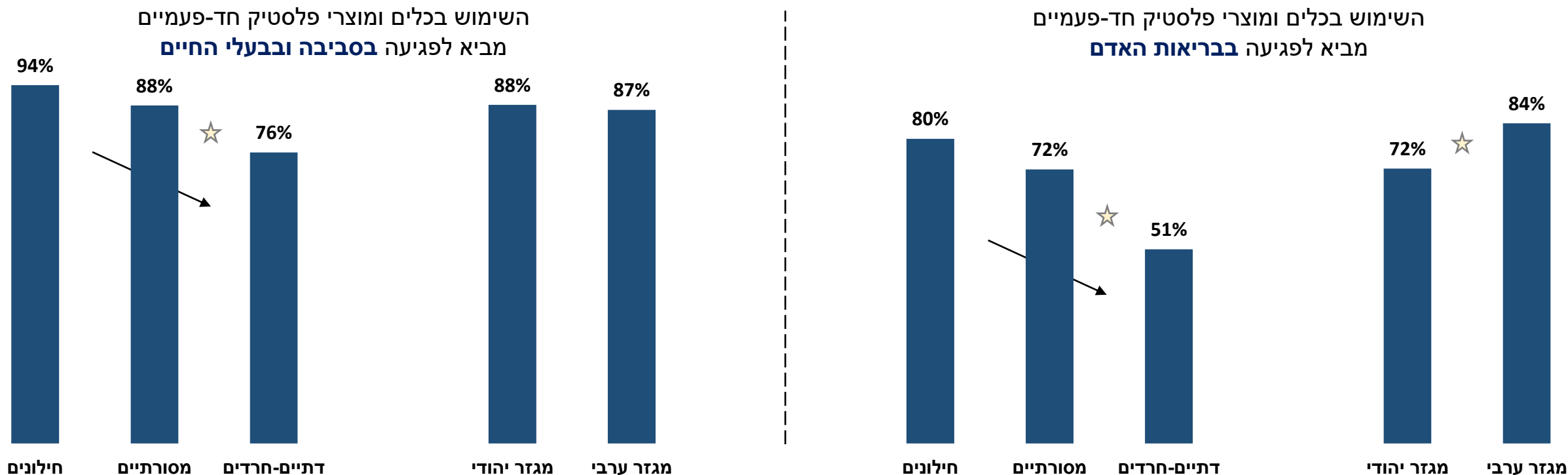
☆ פער מובהק

באיזו מידה את/ה מסכים/ה או לא מסכים/ה עם המשפטים הבאים:

דתיים וחרדים נוטים פחות לקשר בין מוצרי פלסטיק חד-פעמיים לפגיעה בסביבה ובבעלי החיים, ובבני אדם. במגזר הערבי יותר לקשר את מוצרי הפלסטיק עם פגיעה בבריאות האדם.

תפיסות בנוגע למוצרי פלסטיק חד-פעמיים

פילוח לפי דתיות ומגזר, TOP2

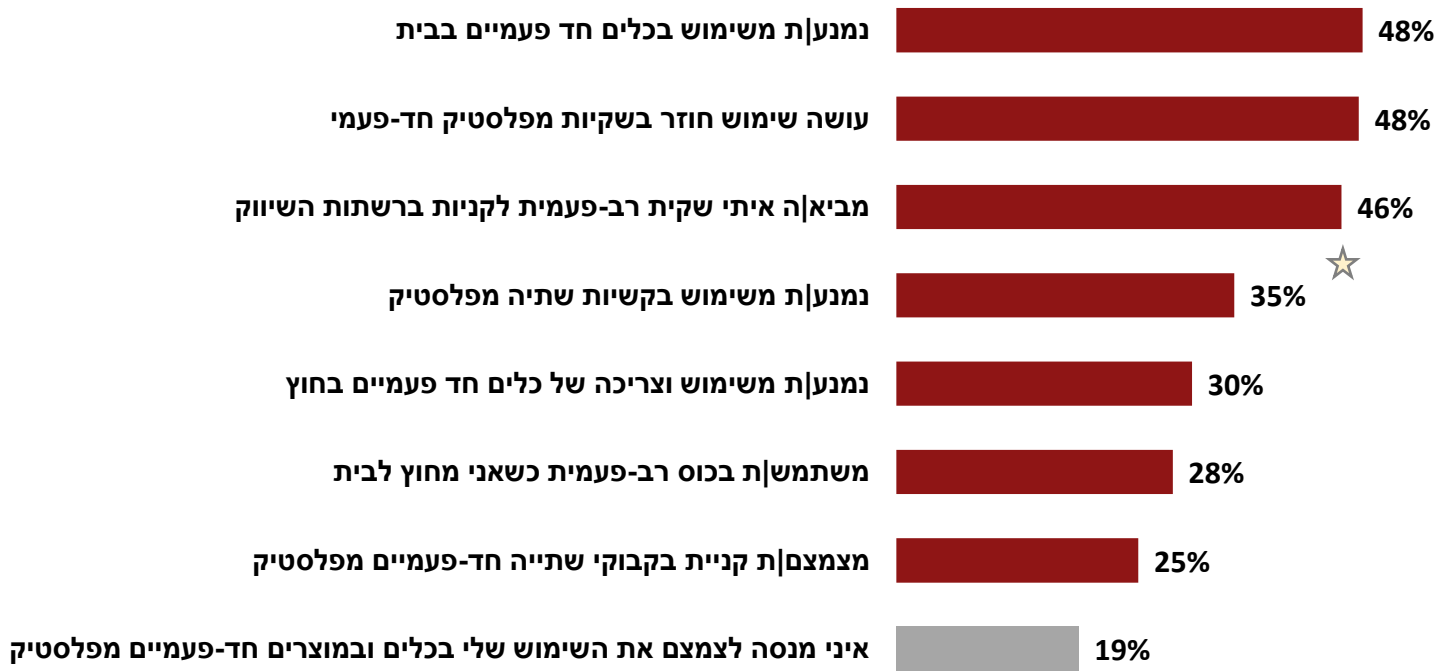


☆ פער מובהק

באיזו מידה את/ה מסכים/ה או לא מסכים/ה עם המשפטים הבאים:

מרבית הציבור מנסים לצמצם השימוש בכלים ומוצרי פלסטיק חד-פעמיים, בעיקר בהתייחס לשימוש בכלים ושקיות חד-פעמיות, כמו גם שימוש בשקיות רב פעמיות בקניות ברשתות השיווק.

צמצום שימוש במוצרי פלסטיק חד-פעמיים



נשים נטו יותר לציין שהן עושות שימוש חוזר בשקיות פלסטיק (56%) ונמנעות משימוש בכלים חד-פעמיים (54%).

ניכרת מגמת עליה עם העלייה ברמת ההכנסה בהימנעות מכלים חד-פעמיים ושקיות פלסטיק.

81%

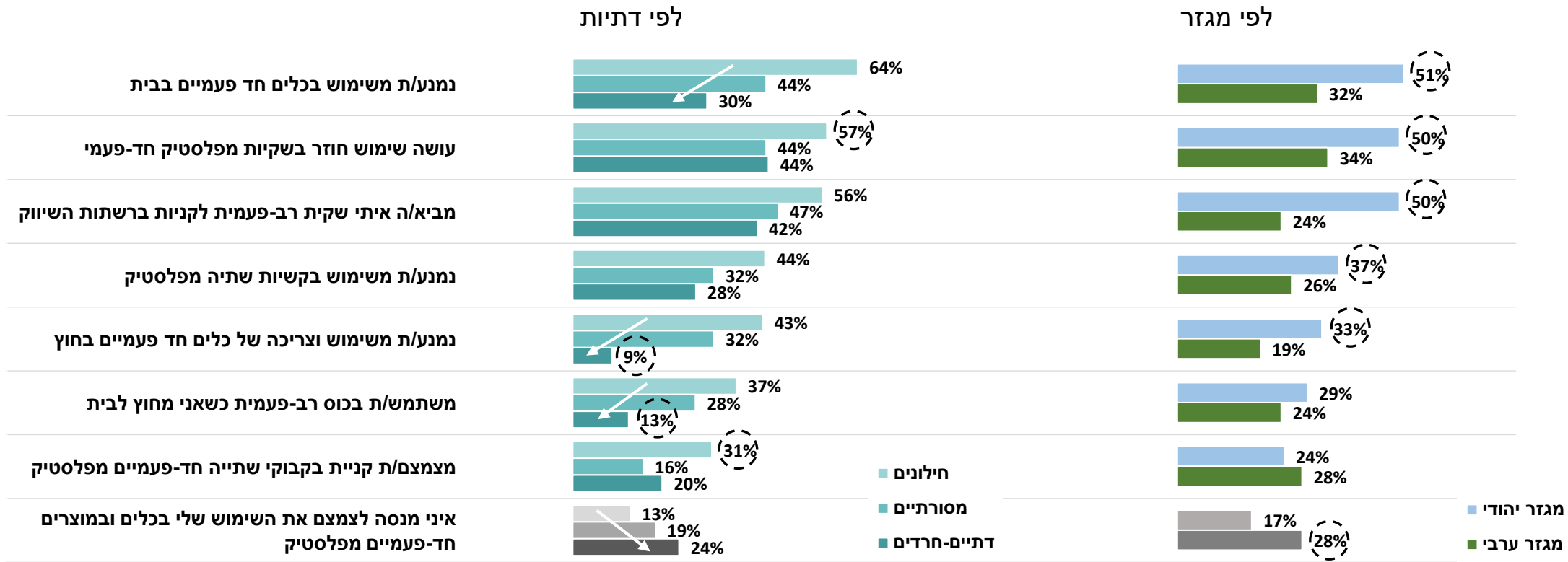
תשובות נוספות צוינו בשיעור נמוך יותר

☆ פער מובהק

האם את/ה מנסה לצמצם את השימוש שלך בכלים ובמוצרים חד-פעמיים מפלסטיק? במידה שכן, אלו מהפעולות הבאות את/ה עושה על מנת לצמצם את השימוש בכלים ובמוצרים חד פעמיים מפלסטיק?

יהודים חילוניים נטו יותר לציין שהם מנסים לצמצם את השימוש בכלים ומוצרים חד פעמיים מפלסטיק.

צמצום שימוש במוצרי פלסטיק חד-פעמיים



פער מובהק

האם את/ה מנסה לצמצם את השימוש שלך בכלים ומוצרים חד-פעמיים מפלסטיק? במידה שכן, אלו מהפעולות הבאות את/ה עושה על מנת לצמצם את השימוש בכלים ומוצרים חד פעמיים מפלסטיק?

כמחצית מהציבור נוהגים להפריד פסולת אריזות מחזור.

עולה עם העלייה בגיל ונמוך יותר בקרב דתיים-חרדים.

הפרדת פסולת אריזות למחזור

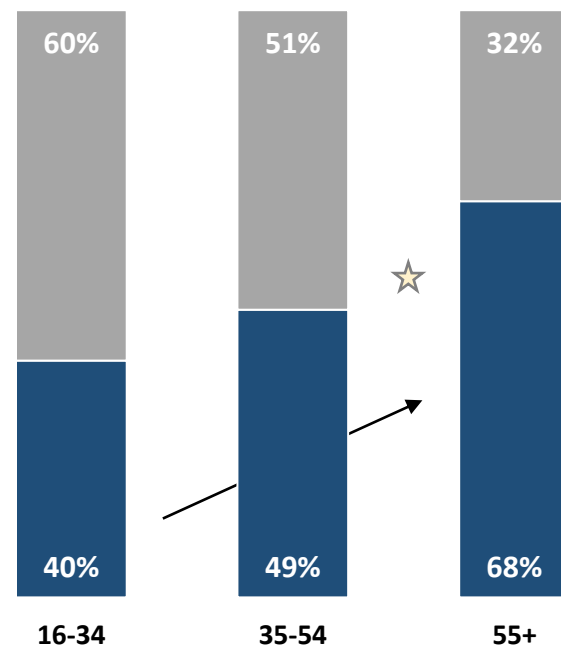
סה"כ קהל היעד



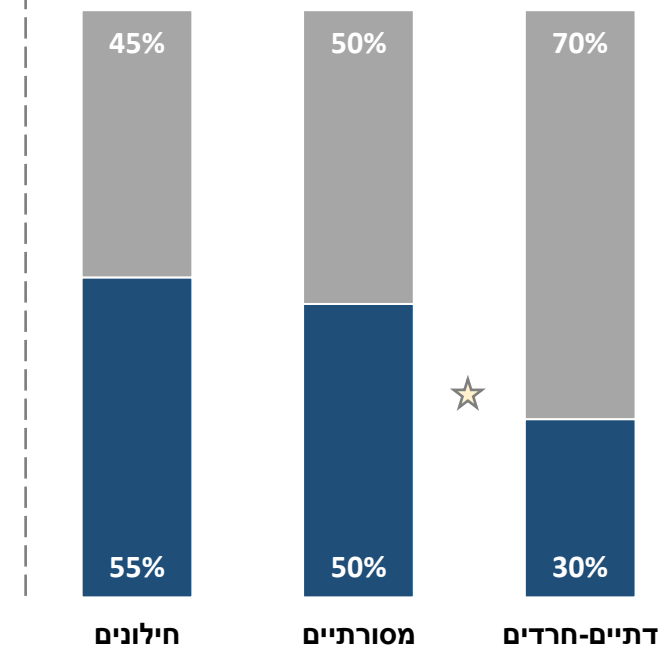
■ לא מפרידים פסולת אריזות למחזור

■ מפרידים פסולת אריזות למחזור

לפי גיל



לפי דתיות



☆ פער מובהק

באיזו מידה את/ה נוהג/ת או לא נוהג/ת לעשות את הדברים הבאים:

כמחצית מהציבור נוהגים להחזיר בקבוקים עבור פיקדון.

עולה עם העלייה בגיל.

החזרת בקבוקים עבור פיקדון

סה"כ קהל היעד



■ לא מחזירים בקבוקי משקה עבור פיקדון

■ מחזירים בקבוקי משקה עבור פיקדון

לפי גיל



16-34



35-54



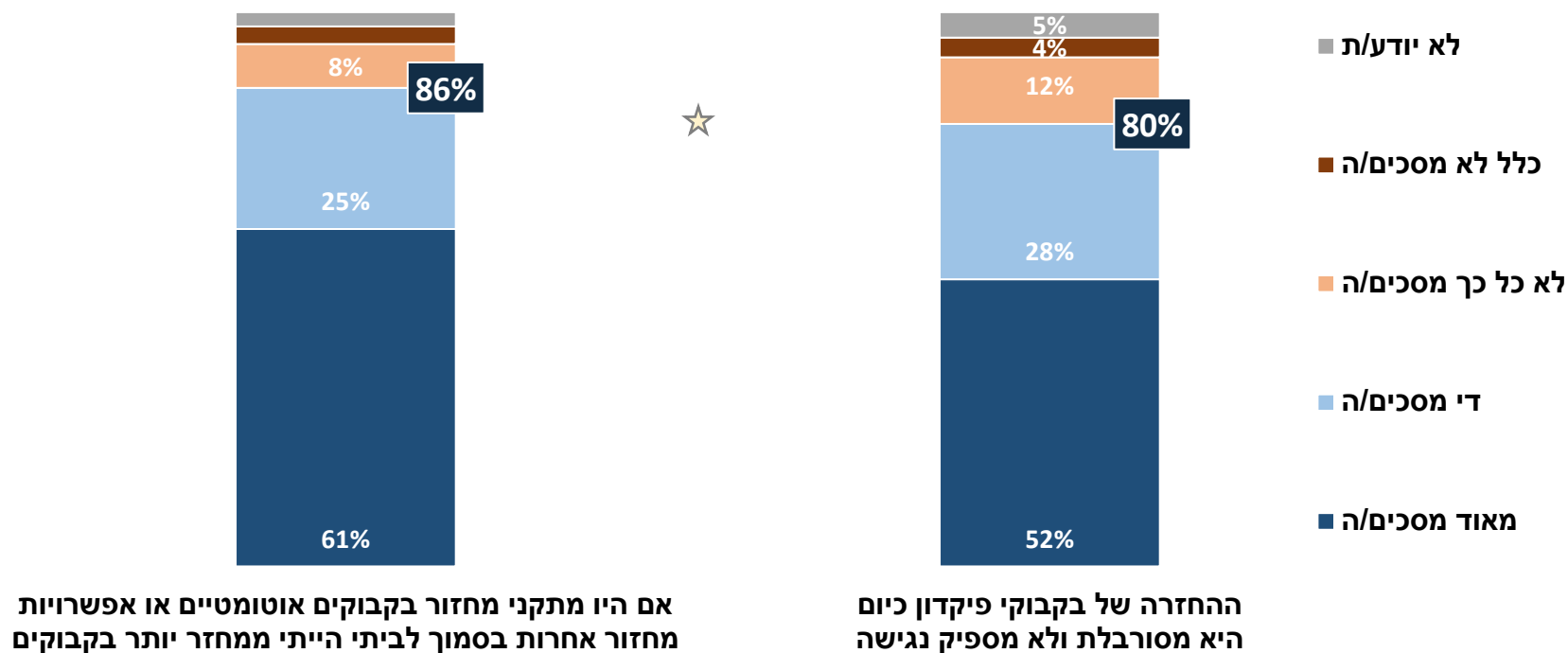
55+

באיזו מידה את/ה נוהג/ת או לא נוהג/ת לעשות את הדברים הבאים:

מרבית הציבור סבורים שהחזרה של בקבוקי פיקדון היא מסורבלת ולא נגישה, כמו גם שנגישות גבוהה יותר למתקני מחזור בקבוקים הייתה מעודדת אותם למחזר יותר בקבוקים.

צעירים בגילאי 16-34 נטו להעיד פחות שימחזרו יותר בקבוקים במידה ותהיה יותר נגישות (77%), אם כי שיעור זה עדיין גבוה.

תפיסות בנוגע לנגישות למחזור והחזרה לפיקדון של בקבוקים



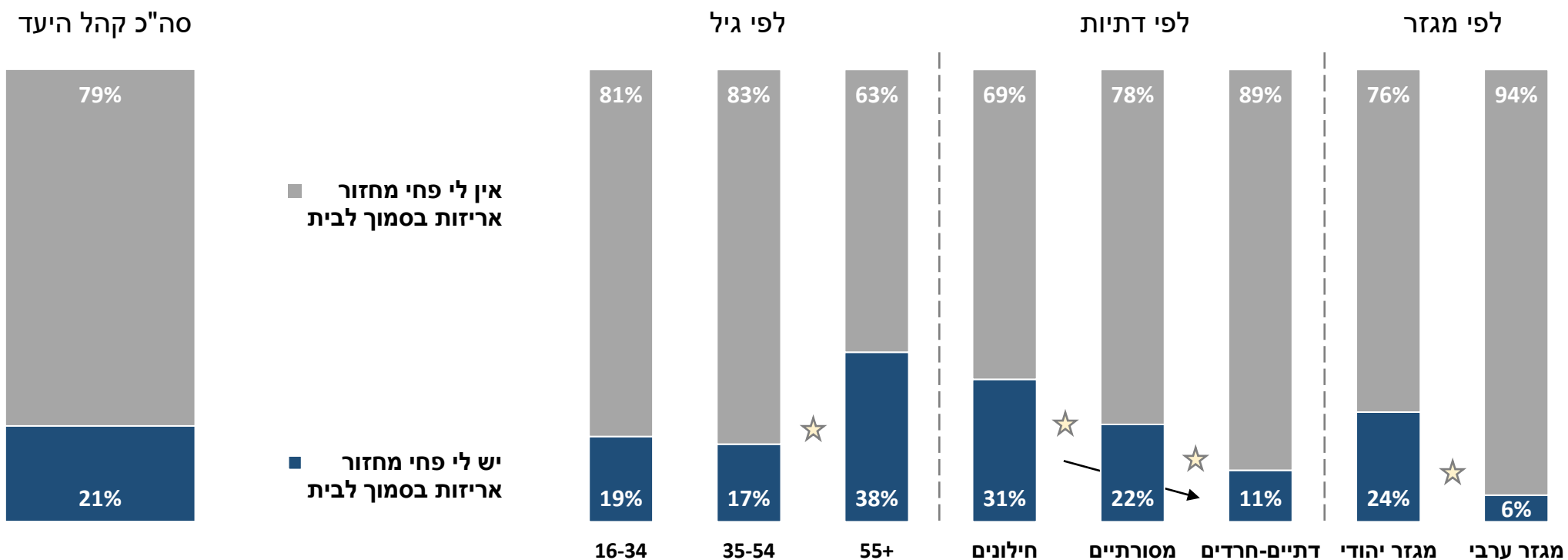
☆ פער מובהק

באיזו מידה את/ה מסכים/ה או לא מסכים/ה עם ההיגדים הבאים:

כחמישית מקהל היעד ציינו שיש להם פחי מחזור אריזות בסמוך לביתם.

גבוה בקרב גילאי +55, אך יורד עם העלייה בדתיות ונמוך במגזר הערבי.

נגישות לפחי מחזור אריזות



☆ פער מובהק

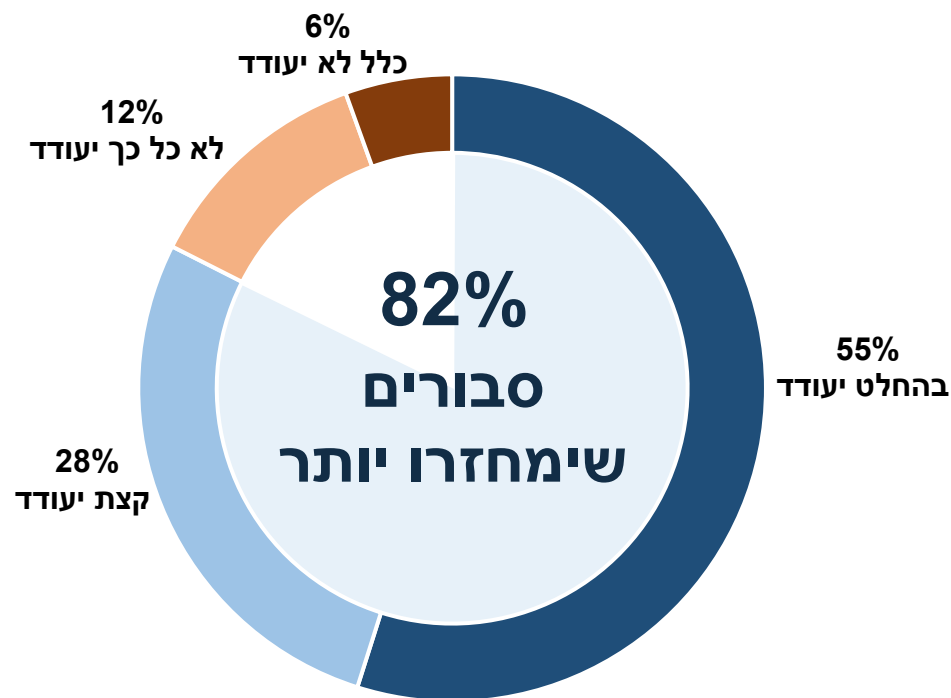
האם יש לך פחי מחזור אריזות (הפחים הכתומים) בסמוך לביתך?

מרבית אלו שאין להם פחי מחזור בסמוך לבית סבורים שהם נגישות היו ממחזרים יותר.

גבוה יותר בקרב גילאי 35-54 (75%).

עידוד למחזור אריזות

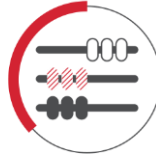
בקרב אלו שאין להם פחי מחזור בסמוך לביתם, N=399



במידה ולא, האם במידה שהיו לך פחי מחזור אריזות בסמוך לבית, הדבר היה מעודד אותך למחזר יותר?

התכנות כלכלית ופוטנציאל שוק

מודלים, שיטות וכלי מחקר ייחודיים לאומדן פוטנציאל כלכלי, קבלת החלטות בתהליכי תכנון פריסת סניפים וייזום רעיוני.



תכנון אורבני

סל רחב של פתרונות לרשויות מקומיות, מוסדות תכנון ויזמים, לאבחון, ניתוח, קבלת מידע ותמיכה בהחלטות לקידום התכנון האורבני.



מודלים ופתרונות עתירי מידע

מחקר ופיתוח של מודלים ופתרונות עתירי מידע מבוססי מערכת מידע כלל ארצית ייחודית ומיפוי אנליטי ממוחשב (GIS)



שיווק, פרסום ודעת קהל

מגוון פתרונות מחקר וסקרים, ככלי תומך החלטות בתכנון אסטרטגיה עסקית ושיווקית למקבלי החלטות, משרדי פרסום ויח"צ.



איכות השירות וחוויית הלקוח

מודלים, שיטות ופתרונות אופרטיביים, למדידה ושיפור שביעות רצון לקוחות, מתהליכי שירות ומכירה, חיזוק נאמנות ושימור לקוחות.



פארמה ורפואה

התמחות במחקרים אפידמיולוגיים ומחקרי שיווק רפואיים, במגוון שטחים תרפאוטיים, לשוק הפרמצבטי ולשוק ה-OTC



סגמנטציית לקוחות ומיפוי קהלים

מיפוי ואפיון לקוחות, איתור לקוחות פוטנציאליים זיהוי וניתוח הזדמנויות שיווקיות, ברזולוציה של ישובים/שכונות ובנייני מגורים

