

מודעות התושבים במועצה המקומית גדרה

לקניות מוצרים "כחול לבן"

אוריה בן-דוד

על המחבר

בן דוד אוריה, חוקר ומומחה, מרכז תחום 'כחול לבן' במינהל מחקר וכלכלה במשרד התמ"ת.

## תוכן העניינים

### תמצית

### עיקרי הממצאים

### רקע כללי

### מטרות הסקירה, מתודולוגיה ומקורות הנתונים

### נושאים בסקירה:

- חשיבות קניית "מוצרים תוצרת הארץ" בהנחה שהמוצרים עונים על הצרכים של הצרכן.
- האם לדעת תושבי גדרה מוצרים ישראלים מצליחים להתחרות במחיר ובאיכות בהשוואה למוצרים תוצרת חוץ.
- בהנחה שהצרכן תושב גדרה מעדיף מוצרים ישראלים הנהנים באיכותם למוצרים תוצרת חוץ האם יהיה מוכן לשקול רכישת מוצרים ישראלים גם במחיר יקר יותר ועד כמה באחוזים יקר יותר.
- כיצד מזהה תושב גדרה מוצרים ישראלים כחול לבן.
- האם תושבי גדרה מכירים את הסמל המיוחד מוצרים כחול לבן והאם יודעים הם לתאר אותו.
- עד כמה תושבי גדרה מסכימים למשפט הבא: "אני חש גאווה כשאני פוגש בקניית מוצר ישראלי איכותי".
- עד כמה תושבי גדרה מסכימים למשפט הבא: רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה בישראל.
- עד כמה נחשפו תושבי גדרה לפרסומים הארציים הקשורים לעידוד קניות "מוצרים כחול לבן".
- מי מבין משרדי הממשלה, לדעת תושבי גדרה, אחראי לפרסומים לעידוד קניות מוצרים "כחול לבן".
- עד כמה נחשפו תושבי גדרה לפעילות המקדמת לעידוד קניות "מוצרים כחול לבן" ברחבי המועצה המקומית.
- מי מבין משרדי הממשלה, לדעת תושבי גדרה, צריך לעסוק בעידוד קניות "מוצרים כחול לבן".

### נספח – שאלון הסקר

## תמצית

העבודה שבהמשך מציגה ממצאי סקר על מודעות ונכונות תושבי גדרה לקניות "מוצרים כחול לבן". הסקר נערך בתחילת חודש מאי 2011 בקרב מדגם מייצג של האוכלוסייה הבוגרת (+18) בגדרה, בהיקף של 300 ראיונות. הממצאים מוצגים בהשוואה לממצאי סקר ארצי בנושא שנערך ב-2010, כאשר ההשוואה מתייחסת לנתוני האוכלוסייה היהודית שהופקו מממצאי הסקר הארצי.

הבחירה במועצה המקומית גדרה נבעה מהרצון לבצע פיילוט מקומי לעידוד רכישת מוצרים כחול לבן בתקציב קטן יחסית לתקציב בפרסומים ארציים כך שאם תושג הצלחה תופעל התוכנית גם בערים אחרות. הממצא המעניין ביותר מבין כל הממצאים בסקר הוא השיעור הכפול של המשיבים בסקר גדרה שמכירים ויודעים לתאר את הסמל "מיוצר בישראל" המייצג מוצרים "כחול לבן" מזה של משיבים בסקר הארצי: 11.6% לעומת 5.7% בהתאמה. כמו כן, 89.3% מתושבי גדרה חשים גאווה כשהם נתקלים במוצרים ישראלים איכותיים.

סקר זה הינו הראשון מבין שני סקרים מתוכננים, האחד לפני פעילות פרסומית אותה השווינו לממצאים הארציים והשני, שיתבצע בחודש הקרוב, לאחר הפעילות הפרסומית בכל רחבי המושבה שאת ממצאיו נשווה לסקר המקדמי.

## ממצאים עיקריים

- ✓ 86% מכלל המרואיינים תושבי גדרה מעדיפים בדרך כלל לקנות מוצרים כחול לבן בתנאי שהם עונים על הצרכים שלהם על פני תוצרת חוץ, בדומה לשיעורם בסקר הארצי 2010, שעמד על 84.1%.
- ✓ 0.7% בלבד מתושבי גדרה יעדיפו תוצרת חוץ אף שקיים מוצר ישראלי העונה על צרכיהם לעומת 4.5% שאמרו כך בסקר הארצי 2010.
- ✓ 64.4% מתושבי גדרה סבורים כי מוצרים ישראלים כחול לבן מתחרים או שווים באיכותם מול מוצרים תוצרת חוץ זאת לעומת 71.5% שסברו כך בסקר הארצי. כמו כן, שיעורם של תושבי גדרה הסבורים כי מוצרים מתוצרת הארץ אינם מתחרים באיכות מול תוצרת חוץ, גבוה אף הוא מזה שבסקר הארצי: 16.9% לעומת 11% בהתאמה.
- ✓ 41.2% מתושבי גדרה סבורים כי מוצרים כחול לבן יקרים יותר מתוצרת חוץ ו- 25.5% סבורים שהם זולים יותר לעומת העדר הבדלים בעמדות המשיבים לשאלה זו בסקר הארצי.
- ✓ שיעור תושבי גדרה המוכנים לשלם יותר על מוצרים ישראלים באיכות זהה לתוצרת חוץ הוא גבוה מזה של משיבים בסקר הארצי: 53% לעומת 41.7% בהתאמה.
- ✓ 89.3% מתושבי גדרה חשים גאווה כשהם פוגשים במוצר ישראלי איכותי לעומת 67.3% הסבורים כך בסקר הארצי 2010.
- ✓ 95% מתושבי גדרה סבורים כי רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה לעומת 76.7% שסברו כך בסקר הארצי 2010.

## רקע, מטרת ומתודולוגיה

### רקע

בתחילת חודש מאי 2011 ערך מינהל מחקר וכלכלה בתמ"ת סקר בקרב תושבי המועצה המקומית גדרה, לגבי מודעותם לקניית מוצרים "כחול לבן". הסקר נערך לאור החלטת משרד התמ"ת לקיים במועצה המקומית גדרה פעילות אינטנסיבית מיוחדת וממוקדת, לעידוד קניות מוצרים כחול לבן, בסמוך ליום העצמאות ה-63 של מדינת ישראל, כפיילוט פרסומי אשר הצלחתו תהווה בסיס להמשך פעילות דומה גם בערים אחרות,

וזאת על רקע פעילות משרד התמ"ת, בשנתיים האחרונות בעיקר, לעידוד הציבור הישראלי לרכוש מוצרים "כחול לבן" כדי לסייע לתעשייה הישראלית להרחבת פעילותה ובכך גם לתרום להרחבת היקף התעסוקה בישראל.

פעילות זו, במאי 2009, החלה עקב שעורי האבטלה הגבוהים שנרשמו בישראל בעקבות המשבר הכלכלי העולמי בשנת 2008, אליו נקלעה גם מדינת ישראל עם צמיחה השואפת לאפס, ירידה דרסטית בהיקף היצוא ומשבר בשוק ההון.

באותה עת, מאי 2009, בנה משרד התמ"ת תכנית לבלימת האבטלה והוקם, בין השאר, צוות מטה "כחול לבן" שנועד לפעול בצד הביקושים במשק, באמצעות עידוד הציבור הישראלי לקניית "מוצרים כחול לבן", באופן שיביא להגברת היצור במפעלי התעשייה בישראל ולהרחבת התעסוקה.

התוכנית לעידוד קניית "מוצרים כחול לבן" הוגדרה כתוכנית לארבע שנים וכללה פעילות חינוכית בקרב תלמידי בתי הספר באמצעות סדנאות וקורסים "כחול לבן", פעילות ענפה באינטרנט, הרחבת מעגל "נאמני כחול לבן", תיקוני חקיקה ב"חוק חובת המכרזים" להעדפת "מוצרים כחול לבן" לזכייה במכרזים ממשלתיים, כמו גם הרחבת הגופים המחויבים לחוק זה, קריאה ליצרנים לסמן "מוצרים כחול לבן" בתו "מיוצר בישראל" ע"י רשום ואישור של התאחדות התעשיינים. נכון להיום רשומים ברשימת התאחדות התעשיינים כ-500 עסקים שונים המייצרים מוצרים "כחול לבן" ועוד כ-50 עסקים בתהליכי אישור.

התוכנית לוותה במסעות פרסום כלל ארציים במספר פרקי זמן: בספטמבר 2009, בינואר ובאפריל 2010, והאחרון - לקראת יום העצמאות ה-63. מסעות פרסום אלו נועדו להעלות את מודעות הציבור, להרחבת קניות "מוצרים כחול לבן" להגברת התעסוקה ושיפור המצב הכלכלי במשק הישראלי.

את התוכנית ליוו, עד היום, שני סקרים כלל ארציים שבחנו את מודעות הציבור לקניות "כחול לבן". האחד, כסקר מקדים, והשני - לאחר סדרת מסעות פרסום. הסקרים מלמדים כי הציבור הישראלי "מפרגן" לא מעט לתעשייה הישראלית ומעריך אותה כאיכותית ותחרותית בהשוואה לתוצרת חוץ, אך מנגד נמצא כי הציבור הישראלי אינו יודע להבחין בין מוצר ישראלי המוגדר "כחול לבן" למוצר ישראלי אחר, שהוא רק בבעלות חברה ישראלית, אך הייצור העיקרי שלו נעשה מחוץ לישראל.

### מטרת הסקר

משרד התמ"ת מבקש לבחון האם פעילות ממוקדת לעידוד קניות "כחול לבן", מעלה את מודעות ונכונות צרכנים לקניית "מוצרים כחול לבן" והאם היא מגבירה את רמת הידיעות שלהם לזיהוי "מוצרים כחול לבן".

עד היום פעל משרד התמ"ת לעידוד הציבור לקניות "כחול לבן" בפרסום כלל ארצי שדרש השקעה רבה בפרסום באמצעי התקשורת הכתובה והמשודרת.

בהמלצת משרד הפרסום, המלווה את משרד התמ"ת בתוכנית לעידוד קניות "כחול לבן", הוחלט למקד פעילות אינטנסיבית במקום אחד וליצור הד תקשורת, בדומה לפסטיבלים הייחודיים בערים השונות המזוהים עם אותה עיר, כגון: תיאטרון "אחר" בעכו או פסטיבל הג'אז באילת. כאמור, המועצה המקומית גדרה נבחרה כמקרה מבחן לבחינת המודעות וההיכרות של תושביהלקניית מוצרים "כחול לבן".

### מתודולוגיה

מערך המחקר לבחינת השאלות בדבר השפעת פעילות ממוקדת בנושא על הגברת הידיעה והנכונות לצרוך מוצרים "כחול לבן", כלל שני שלבים: שלב ראשון, שלפני פעילות לעידוד קניית "מוצרים כחול לבן", בחן את עמדות התושבים בנוגע לטיבם של מוצרים "כחול לבן" לעומת "מוצרים תוצרת חוץ", עד כמה וכיצד מזהים התושבים "מוצרים כחול לבן" ועד כמה קרובים נטיותיהם האישיות לרכישת "מוצרים כחול לבן". בשלב השני- לאחר הפעלת התכנית לעידוד קניות "מוצרים כחול לבן" ברחבי המועצה המקומית בגדרה, מתוכנן סקר נוסף, שיבחן האם בעקבות הפעילות הממוקדת, עלתה מודעות ונכונות התושבים לקניית "מוצרים כחול לבן" והאם גברה רמת הידיעות שלהם לזיהוי "מוצרים כחול לבן". זהו מערך מחקרי מסוג: "לפני" "אחרי", המשווה את רמת הידע העמדות והנכונות בנושא נתון לפני הפעלת פרוצדורה פרסומית הסברתית וכד', בנושא נתון, לזו שלאחריה, כאשר את השינוי מייחסים להשפעת הפעילות על העמדות וההתנהגות בתחום הנדון.

המקום שנבחר למקד בו את הפעילות הנזכרת - הינו המועצה המקומית גדרה, אשר נרתמה למשימה תוך שיתוף פעולה עם נציגי התמ"ת, יידעה והציפה את גדרה בשלטי חוצות ובפעילות מקומית לקראת יום העצמאות ה- 63 למדינת ישראל בקריאה להעדיף מוצרים "כחול לבן" כי "זה טוב למדינה וטוב לנו" ובפעילות חינוכית בבתי הספר ובגנים ובפעילות תנועות הנוער במרכזי קניות ברחבי המועצה המקומית. כאמור, בחינת ההצלחה של התוכנית הממוקדת בגדרה מתבססת על פני שני סקרים: הראשון לפני פעילות והשני לאחר פעילות לעידוד קניות כחול לבן.

בפועל הסקר המקדים בוצע במקביל לפעילות ראשונית שהתקיימה בגדרה לעידוד קניות "מוצרים כחול לבן" בחלוקת עלונים במרכזי הקניות ובפעילות בבתי הספר ובגנים אך לפני האירועים המרכזיים בהם התקיימו תהלוכות עם ילדי הגן ובתי הספר בבגדים "כחול לבן" ובהשתתפות ההורים ותושבי המועצה המקומית ובחגיגת יום העצמאות בשלטים גדולים על הבמה המרכזית.

### האוכלוסייה, המדגם ושיטת איסוף הנתונים

מסגרת הדגימה – צרכנים תושבי המועצה המקומית גדרה. המדגם כלל 300 מרואיינים בוגרים (+18), המהווים מדגם של 2.5% מכלל התושבים בגדרה וכ- 10% בתי אב. הסקר נערך כראיון טלפוני באמצעות שאלון מובנה שכלל שאלות בנושא שעל הפרק לצד שאלות דמוגרפיות. בעיבוד הנתונים התייחסנו לשלושה מאפיינים עיקריים של האוכלוסייה:

1. חתך מוצא – הבחנה בין אוכלוסייה ילידי ישראל או ילידי חו"ל.
2. חתך גיל – הבחנה בין שתי קבוצות: מ- 18 עד 34 כולל ומ- 35 ומעלה.
3. חתך השכלה – הבחנה בין שתי קבוצות: עד בגרות ומבגרות ומעלה.

## הגדרת - "מוצר כחול לבן"

– הינו טובין "תוצרת הארץ" המקיים את התנאים הבאים גם יחד :

- 1) מיוצר בישראל או באזור כך שבתהליך ייצורו עבר שינוי מהותי בישראל או באזור.
- 2) מיוצר ע"י יצרן, אזרח ישראלי או תושב קבע בישראל או תאגיד הרשום בישראל.
- 3) מחיר המרכיב הישראלי בו מהווה לפחות 35% ממחירו בשער המפעל.

**נושאי הסקירה**



## חשיבות קניית "מוצרים תוצרת הארץ"

לאחר הצגת נושא הסקר: קניות "מוצרים כחול לבן" שמטרתו לעודד את התעשייה הישראלית המייצרת "מוצרים כחול לבן", ביקשנו לברר האם למרואיינים, תושבי גדרה, חשוב לקנות מוצרים מתוצרת הארץ העונים על צורכיהם. ממצאי הסקר הראו כי כ- 86% השיבו "כן תמיד" או "בדרך כלל כן" ל"מוצרים כחול לבן", ורק 1% טען כי הוא מעדיף תוצרת חוץ. 13.3% טענו שלא משנה להם ארץ יצור המוצר. תוצאות אלו בסקר גדרה דומות לתוצאות הסקר הארצי 2010 בשאלה דומה שבה השיבו 84.1% מהצרכנים היהודים כי בהינתן איכות ומחיר זהה למוצרים מחו"ל יעדיפו בד"כ או תמיד "מוצרים כחול לבן". לעומתם בסקר הארצי 4.5% אמרו כי יעדיפו תוצרת חוץ לעומת 0.7% בסקר גדרה. מבין משתני הרקע, הפילוח לפי גיל מצביע על נאמנות גבוהה למוצרים ישראלים בקרב מבוגרים מגיל 35 ומעלה, כאשר 92.1% מהם השיבו: כן תמיד או בד"כ כן לעומת 58.6% בלבד מקרב צעירים עד גיל 35. לעומתם בסקר הארצי הפער בפילוח הגיל היה קטן יותר 85.7% מבין המבוגרים יעדיפו כחול לבן לעומת 79.7% מבין הצעירים יותר. בפילוח לפי מוצא, והשכלה לא נמצאו הבדלים מהותיים (ראה לוחות 1 ו-2).

לוח 1: חשיבות קניית מוצרים מתוצרת הארץ לפי מאפייני רקע עיקריים

האם חשוב לך לקנות מוצרים מתוצרת הארץ שעונים על הצרכים שלך	סכום כולל	ילידי חול	ילידי ישראל	עד בגרות	מעל בגרות	מ-35 ומעלה
סה"כ	100%	100%	100%	100%	100%	100%
כן תמיד	48.0%	54.7%	44.4%	53.5%	43.9%	24.1%
בד"כ כן	38.0%	32.6%	41.0%	32.3%	42.2%	34.5%
לא משנה לי	13.3%	11.6%	14.1%	12.6%	13.9%	39.7%
מעדיף תוצרת חוץ	0.7%	1.1%	0.5%	1.6%	0.0%	1.7%

לוח 2: בהנחה שמוצרים כחול לבן זהים באיכותם ומחירם לתוצרת חוץ מה תעדיף – סקר 2010

בהנחה שמוצרים כחול לבן זהים באיכותם ומחירם לתוצרת חוץ מה תעדיף	סכום כולל	ילידי חול	ילידי ישראל	עד בגרות	מעל בגרות	מ-35 ומעלה
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%
תמיד כחול לבן	53.1%	51.3%	55.0%	54.7%	52.7%	46.7%
בד"כ כחול לבן	31.0%	31.0%	31.5%	27.3%	31.9%	33.0%
תמיד תוצרת חוץ	1.3%	1.5%	1.3%	1.7%	1.3%	3.4%
בד"כ תוצרת חוץ	3.2%	3.5%	3.1%	5.2%	2.8%	6.5%
לא יודע	11.3%	13.5%	9.9%	11.0%	11.4%	10.3%

מסקנה – ע"פ ממצאי הסקרים הארצי והממוקד בגדרה מעדיפים הצרכנים הישראלים "מוצרים כחול לבן" באופן מובהק כל עוד הם עונים על הצרכים שלהם והם בעלי איכות ומחיר זהים למוצרים תוצרת חוץ.

## האם לדעת תושבי גדרה מוצרים ישראלים מתחרים באיכות

### ובמחיר בהשוואה למוצרים תוצרת חוץ

בשאלה הבאה ביקשנו לבדוק מה דעתו של הצרכן תושב גדרה על איכות המוצרים המיוצרים בישראל לעומת מוצרים המיוצרים בחו"ל. ע"פ הממצאים 64.4% השיבו כי מוצרים כחול לבן איכותיים יותר או שווים באיכותם לתוצרת חוץ: 49.8% איכותיים יותר ו- 14.6% שווים באיכותם (ראה לוח 3). השוואת ממצאים אלו לממצאי הסקר הארצי 2010 מצביע על ירידה של 7.1% מבין הטוענים כי מוצרים כחול לבן איכותיים יותר או שווים באיכותם, אם כי בנטייה יותר לשוויון באיכות. 71.5% מהמשיבים בסקר הארצי השיבו כי מוצרים כחול לבן איכותיים יותר או שווים באיכותם לתוצרת חוץ: 30.8% איכותיים יותר ו- 40.7% שווים באיכותם (ראה לוח 4). מנגד 16.9% מהמשיבים בסקר גדרה השיבו כי מוצרים כחול לבן אינם מתחרים באיכותם לתוצרת חוץ לעומת 11% שהשיבו כך בסקר הארצי. מבין משתני הרקע בסקר גדרה, הפילוח לפי גיל, השכלה ומוצא מצביע על כי מבוגרים מגיל 35 ומעלה: 52.9% לעומת 36.9% ובעלי השכלה מעל בגרות: 50.9% לעומת 48.8% מכירים יותר באיכות המוצרים "כחול לבן".

### מחיר מוצרי כחול לבן לעומת תוצרת חוץ

בשאלה הנוגעת למחיר מוצרים כחול לבן לעומת מוצרי חוץ השיבו תושבי גדרה כי מוצרים כחול לבן יקרים יותר ממוצרים תוצרת חוץ. 41.2% השיבו כי הם יקרים יותר לעומת 23.5% זולים יותר. (ראה לוח 3). ממצאים אלו נמצאו גבוהים מאוד ביחס לממצאי הסקר הארצי בו הצביעו הנתונים על כמעט שוויון במחיר בין המוצרים כחול לבן לעומת חוץ. על פי הסקר הארצי 24.1% השיבו כי מוצרים כחול לבן יקרים יותר לעומת 24.4% שהם פחות יקרים (ראה לוח 5). כמו כן, 14.6% נוספים בסקר גדרה השיבו כי מוצרים כחול לבן זהים במחירם לעומת מוצרים תוצרת חוץ וזאת לעומת 34.5% שהשיבו כך בסקר הארצי. בבדיקה נוספת שערכנו הפרדנו מתוך ממצאי הסקר הארצי 2010 רק את אוכלוסיית תושבי המרכז הזהים לתושבי גדרה מבחינה גיאוגרפית כדי לבחון האם טענת תושבי גדרה למחירים הגבוהים של מוצרי כחול לבן נובעים מהיותם תושבי המרכז. הממצאים בסקר הארצי הראו כי אין הבדל מהותי בין ממצאי תושבי המרכז לממצאים של כלל הסקר למעט הפרש קטן. 24.7% טענו שמוצרי כחול לבן יקרים יותר לעומת 23.9% פחות יקרים. כאמור ממצאים אלה שונים מאוד ממצאי סקר גדרה עם 41.2% שהשיבו כי מוצרים כחול לבן יקרים יותר.

לוח 3 : האם לדעתך מוצר המיוצר בישראל מתחרה במחיר ובאיכות לעומת תוצרת חוץ – סקר גדרה

מ-35 ומעלה	עד 35	מעל בגרות	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חול	סכום כולל	האם לדעתך מוצר המיוצר בישראל מצליח להתחרות במחיר ובאיכות
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
35.8%	24.6%	39.3%	26.8%	32.8%	35.8%	33.9%	מתחרים באיכות אך יקרים יותר
17.1%	12.3%	11.6%	22.0%	15.2%	17.9%	15.9%	מתחרים באיכות וזולים יותר
7.9%	17.5%	9.8%	9.4%	10.3%	8.4%	9.6%	לא מתחרים באיכות אך זולים יותר
5.8%	14.0%	5.8%	9.4%	7.8%	6.3%	7.3%	לא מתחרים באיכות וגם יקרים יותר
14.6%	15.8%	17.9%	10.2%	15.2%	13.7%	14.6%	זהים באיכות ובמחיר
18.8%	15.8%	15.6%	22.0%	18.6%	17.9%	18.3%	לא יודע/ לא ענה

לוח 4 : איכות מוצרי כחול לבן לעומת תוצרת חוץ אוכלוסייה יהודית – סקר 2010

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חול	סה"כ	איכות מוצרי כחול לבן לעומת מוצרי חוץ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
25.6%	20.7%	22.9%	30.8%	23.0%	26.1%	30.8%	יותר איכותיים
45.4%	51.7%	48.5%	40.7%	52.5%	39.7%	40.7%	באותה מידה
7.0%	12.3%	7.8%	11.0%	7.1%	10.2%	11.0%	פחות איכותיים
21.9%	15.3%	20.7%	17.4%	17.3%	24.1%	17.4%	לא יודע

לוח 5 : מחירי מוצרי כחול לבן לעומת תוצרת חוץ אוכלוסייה יהודית – סקר 2010

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חול	סה"כ	מחיר מוצרי כחול לבן לעומת מוצרי חוץ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
24.4%	23.4%	23.5%	26.7%	24.5%	24.0%	24.1%	יותר יקרים
34.2%	35.2%	36.0%	27.3%	36.9%	31.8%	34.5%	באותה מידה
21.9%	31.0%	24.3%	25.0%	23.6%	26.0%	24.4%	פחות יקרים
19.5%	10.3%	16.2%	20.9%	15.8%	19.0%	17.0%	לא יודע

לוח 5.1 : מחירי מוצרי כחול לבן לעומת תוצרת חוץ אוכלוסייה יהודית – תושבי המרכז – סקר 2010

מ-35 ומעלה	עד 35	מעל בגרות	עד בגרות	ישראל	חול	סה"כ	Q20
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
25.1%	23.3%	24.6%	25.0%	23.8%	26.1%	24.7%	יותר יקרים
35.0%	38.8%	37.2%	28.9%	36.6%	34.8%	35.9%	באותה מידה
22.1%	29.3%	23.6%	25.0%	24.8%	22.3%	23.9%	פחות יקרים
17.8%	8.6%	14.5%	21.1%	14.8%	16.8%	15.6%	לא יודע

## האם ועד כמה מוכן הצרכן הישראלי תושב גדרה לשלם יותר על

### מוצרים ישראלים

בשאלה נוספת שאלנו את המרואייין בהנחה שהנך מעדיף "מוצרים כחול לבן" הזהים באיכותם למוצרים תוצרת חוץ, האם ועד כמה תהיה מוכן לשלם יותר על מוצר ישראלי. מהממצאים בסקר גדרה עולה כי 53.0% מהמרואיינים תושבי גדרה מוכנים לשלם יותר לעומת 43.3% שלא מוכנים לשלם יותר (ראה לוח 6). לעומת זאת בסקר הארצי 2010 התקיים כמעט שוויון, כאשר 41.7% השיבו כי יהיו מוכנים לשלם יותר לעומת 39.6% שלא מוכנים לשלם יותר כלל (ראה לוח 7).

מוכנותם של תושבי גדרה על פי ממצאי הסקר לשלם יותר על מוצרים כחול לבן הינה למרות אמירתם החד משמעית שמוצרים כחול לבן יקרים יותר. ניתן היה לצפות שכאשר מחיר המוצר גבוה יותר ממחיר מוצר תחליפי יעדיף הצרכן לקנות את המוצר הזול יותר אך כאן התוצאות היו הפוכות.

מבין משתני הרקע, בפילוח לפי מוצא וגיל, ילידי חו"ל ו/או מבוגרים מגיל 35 ומעלה מוכנים לשלם יותר מילידי ישראל/או צעירים מתחת ל- 35 על מוצרים "כחול לבן": 60% מילידי חו"ל לעומת 50% מילידי ישראל, וכן 55.4% מהמבוגרים מעל גיל 35 לעומת 45.6% מהצעירים עד גיל 35.

לוח 6: בהנחה שהנך מעדיף מוצר ישראלי האם תשקול לרכוש מוצר ישראלי יקר יותר באיכות זהה – סקר גדרה

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	בהנחה שהנך מעדיף מוצרים ישראלים האם תשקול ישראלי יקר יותר באיכות זהה
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
55.4%	45.6%	52.0%	54.3%	50.0%	60.0%	53.0%	כן
40.4%	52.6%	44.5%	41.7%	46.1%	37.9%	43.3%	לא
4.2%	1.8%	3.5%	3.9%	4.4%	2.1%	3.7%	לא יודע

לוח 7: בהנחה שאיכות המוצרים כחול לבן ותוצרת חוץ זהים האם תהיה מוכן לשלם יותר על מוצרים כחול לבן – סקר 2010 אוכלוסייה יהודית

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	בהנחה שאיכות המוצרים כחול לבן ותוצרת חוץ זהים האם תהיה מוכן לשלם יותר על מוצרים כחול לבן
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
44.3%	34.9%	40.4%	53.7%	45.0%	37.2%	41.7%	בד"כ או תמיד כחול לבן
36.0%	49.0%	40.9%	27.4%	38.2%	41.4%	39.6%	בד"כ תמיד תוצרת חוץ
19.7%	16.1%	18.7%	18.9%	16.8%	21.3%	18.7%	לא יודע   לא משנה לי

כששאלנו את אלה שמוכנים לשלם יותר על מוצרים כחול לבן עד כמה הם מוכנים לשלם יותר הראו הממצאים כי 59.7% מהם מוכנים לשלם עד 10% יותר, 24.3% מוכנים לשלם עד 20% יותר ו- 16% מוכנים לשלם גם מעל 20% יותר. לעומתם בסקר הארצי 82.8% מבין אלו שמוכנים לשלם יותר מוכנים לשלם עד 10% יותר על מוצרים כחול לבן, 8.7% מוכנים לשלם עד 20% יותר ו- 8.5% מוכנים לשלם גם יותר מ- 20% (ראה לוח 8).

לוח 8 : עד כמה אתם מוכנים לשלם יותר באחוזים (מאלה שמוכנים לשלם יותר) – סקר גדרה מול סקר

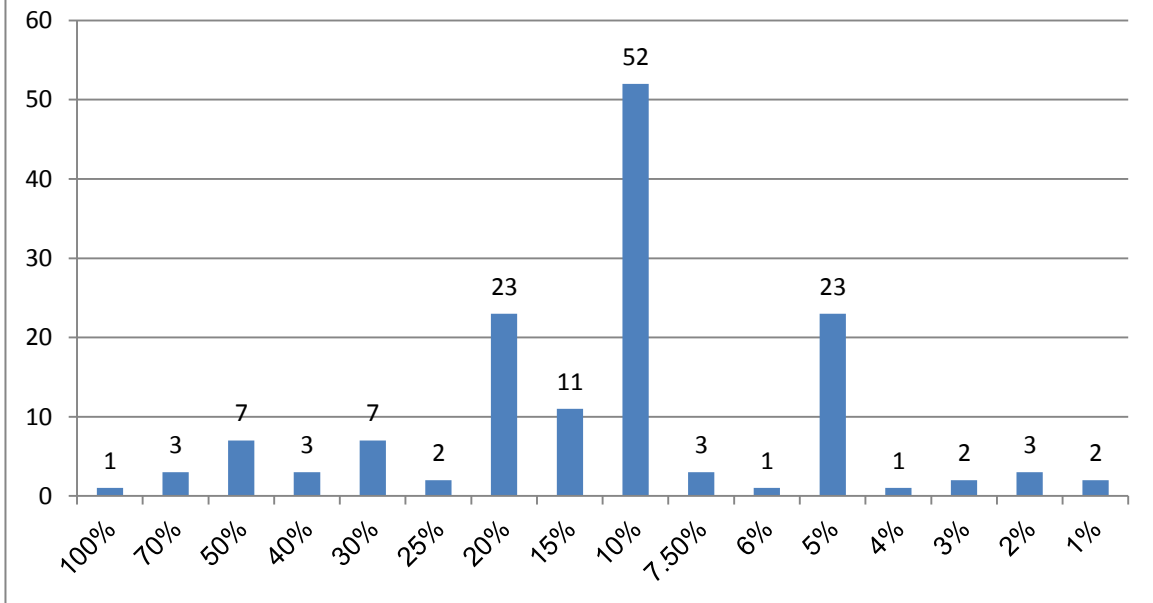
ארצי 2010

בכמה אחוזים תהיה מוכן לשלם יותר על מוצרים כחול לבן	סקר	סכום כולל	ילידי חו"ל	ילידי ישראל	עד בגרות	מבגרות ומעלה	עד 35	מ- 35 ומעלה
סה"כ		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
מ- 1% עד 10%	גדרה	59.7%	62.0%	58.5%	63.3%	57.1%	62.5%	59.2%
	ארצי 2010	82.8%	85.2%	81.0%	77.1%	83.2%	88.1%	81.1%
מ- 11% עד 20%	גדרה	24.3%	20.0%	26.6%	13.3%	32.1%	20.8%	25.0%
	ארצי 2010	8.7%	6.3%	10.5%	14.3%	8.3%	7.9%	8.9%
מ- 21% ומעלה	גדרה	16.0%	18.0%	14.9%	23.3%	10.7%	16.7%	15.8%
	ארצי 2010	8.5%	8.5%	8.5%	8.6%	8.5%	4.0%	9.9%

גם אם לא סביר שצרכן רציונאלי ירכוש מוצר באיכות זהה במחירים העולים על 10% או 15% רק בגלל שהוא מוצר ישראלי ובעיקר כשמדובר במוצר יקר (מעל 100 שקל), שאז ההפרש יתבטא בעשרות ובמאות שקלים, הרי שהאווירה באמירות אלו מצביעות על כך שמחצית מהצרכנים הישראלים אכן מפרגנים למוצר ישראלי ומוכנים גם לשלם עליו יותר.

בתרשים הבא ניתן לראות את ההתפלגות המלאה של הצרכנים, תושבי גדרה, המוכנים לשלם יותר על מוצר ישראלי. בהתפלגות זו מופיעים רק מי שמוכן לשלם יותר לפחות ב- 1% ומעלה כלומר 144 צרכנים מתוך 300 משיבים. נציין כי 14 משיבים נוספים ציינו שמוכנים לשלם יותר אך לא ציינו בכמה אחוזים יותר.

**בכמה אחוזים יהיה מוכן הצרכן לשלם יותר על מוצר כחול לבן, במספרים**



# כיצד מזהה הצרכן תושב גדרה "מוצרים כחול לבן" לעומת כלל

## הצרכנים הישראלים

בשאלות עד כה ראינו כי הצרכן הישראלי מעדיף יותר לקנות תוצרת ישראלית באיכות זהה למוצרים תוצרת חוץ. כמו כן, ראינו כי יותר ממחציתם מוכנים גם לשלם יותר על "מוצרים כחול לבן" אך האם הצרכן הישראלי יודע לזהות מהו מוצר ישראלי כחול לבן? לצורך כך שאלנו את הצרכן, תושב גדרה, כיצד הוא מזהה מוצרים כחול לבן והעמדנו בפניו את האפשרויות הבאות:

1. לפי שם החברה.

2. לפי מקום היצור המוטבע על האריזה.

3. לפי סמל מיוחד.

4. קשה לזהות מוצר ישראלי.

ממצאי הסקר הראו כי הצרכן הישראלי תושב גדרה מזהה "מוצרים כחול לבן" בעיקר לפי שם החברה המוכרת לו כחברה ישראלית אך הרבה פחות מאשר הצביעו הממצאים בסקר הארצי. ע"פ הממצאים, 40.5% מבין המשיבים בסקר גדרה ציינו כי הם מזהים מוצרים כחול לבן לפי שם החברה המוכרת להם כחברה ישראלית (לעומת 56.2% בסקר הארצי), 33.2% ציינו לפי מקום היצור המוטבע על האריזה (לעומת 17.9% בסקר הארצי) ורק 14.6% ציינו לפי סמל מיוחד למוצרים כחול לבן (לעומת 16.5% בסקר הארצי) (ראה לוחות 9 ו-10).

למעשה שם החברה הישראלית המופיע על אריזת המוצר אינו בהכרח מעיד על מקום הייצור ועל היות המוצר "מוצר כחול לבן" על פי ההגדרה. חברות ישראליות רבות מייצרות הן בארץ והן בחו"ל ואינן מציינות בהכרח אם מדובר בייצור מקומי או ביבוא. כמו כן, אם נחפש את מקום הייצור על גבי האריזות ספק אם נמצא. לעיתים קרובות מופיעה רק כתובת של החברה וכמובן שזה אינו מעיד על מקום הייצור.

לוח 9: כיצד הנך מזהה מוצרים כחול לבן? – ממצאי סקר גדרה

כיצד תזהה מוצר כחול לבן	סכום כולל	ילידי חול	ילידי ישראל	עד בגרות	מבגרות ומעלה	עד 35	מ-35 ומעלה
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
לפי שם החברה	40.5%	41.1%	40.5%	34.6%	45.1%	45.6%	40.0%
לפי מקום היצור המוטבע על האריזה	33.2%	34.7%	32.7%	37.0%	30.6%	26.3%	35.0%
לפי סמל מיוחד	14.6%	12.6%	15.6%	15.0%	14.5%	19.3%	13.8%
קשה לזהות מוצר ישראלי	8.3%	9.5%	7.8%	8.7%	8.1%	7.0%	8.3%
לא יודע	3.0%	2.1%	3.4%	4.7%	1.7%	1.8%	2.9%



לוח 10 : כיצד הנך מזהה מוצרים כחול לבן? – ממצאי סקר ארצי 2010

מ- 35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חול	סכום כולל	לפי מה תזהה מוצר כחול לבן
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
57.4%	52.9%	56.0%	57.0%	56.3%	55.5%	56.2%	לפי שם החברה שבאריזה
18.8%	15.3%	18.5%	15.1%	18.5%	17.3%	17.9%	לפי מקום הייצור – ארץ, עיר
13.5%	24.5%	16.8%	15.1%	16.7%	16.5%	16.5%	לפי סמל מיוחד המציין מוצר כחול לבן
10.3%	7.3%	8.7%	12.8%	8.5%	10.8%	9.4%	לא יודע / אף אחד

מבין במשתני הרקע, בפילוח המשתנים לפי גיל הצביעו הממצאים על זיהוי גבוה יותר של משיבים מתחת לגיל 35 הטוענים כי הם מזהים מוצר כחול לבן לפי סמל מיוחד לעומת מבוגרים מעל גיל 35. ע"פ הממצאים: 19.3% מבין המשיבים עד גיל 35 בסקר גדרה מזהים לטענתם מוצר כחול לבן ע"פ סמל מיוחד לעומת 13.8% מהמשיבים בגיל 35 ומעלה. תוצאות דומות בכיוונם נמצאו אף בסקר הארצי 2010 - 24.5% השיבו כך מבין המשיבים עד גיל 35 בסקר הארצי לעומת 13.5% מהמשיבים בגיל 35 ומעלה. בשאר משתני הרקע לא נמצאו הבדלים מהותיים (ראה לוחות 9 ו-10).

## זיהוי הסמל המייחד מוצרים כחול לבן

בשאלה הקודמת שאלנו את הצרכנים בסקר גדרה לפי מה הם מזהים מוצרים ישראלים וקיבלנו כי רק 14.6% מזהים מוצרים כחול לבן על פי סמל המייחד מוצרים ישראלים. כעת, ביקשנו לדעת בשאלה ישירה האם הם מכירים את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן? ע"פ הממצאים 40.7% השיבו שהם מכירים את הסמל לעומת 44.3% שהשיבו כך בסקר הארצי 2010 (ראה לוחות 11 ו-12).

לוח 11: האם אתה מכיר את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן – סקר גדרה

האם אתה מכיר סמל המייחד מוצרים כחול לבן	סכום כולל	ילידי חול	ילידי ישראל	עד בגרות	מבגרות ומעלה	עד 35	מ-35 ומעלה
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
כן מכיר	40.7%	31.6%	44.9%	36.2%	43.9%	40.4%	41.3%
לא מכיר	59.3%	68.4%	55.1%	63.8%	56.1%	59.6%	58.8%

לוח 12: האם אתה מכיר את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן – סקר ארצי 2010

האם אתה מכיר את הסמל כחול לבן	סה"כ	חול	ישראל	עד בגרות	מבגרות ומעלה	עד 35	מ-35 ומעלה
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
כן מכיר	44.3%	37.0%	49.6%	37.8%	45.8%	51.7%	41.6%
לא מכיר	55.7%	63.0%	50.4%	62.2%	54.2%	48.3%	58.4%

כשביקשנו מאלה שטענו כי הם מכירים את הסמל לתאר אותו, קיבלנו תשובות מאוד מגוונות אשר חולקו לשלוש קטגוריות בהתאם לתיאור שנמסר:

- כובע או הכיתוב "מיוצר בישראל".
- דגל או תיאור הדומה לדגל.
- אחר – כל תיאור אחר שאינו כובע או דגל.

הממצאים מראים כי תושבי גדרה מכירים יותר את הסמל הדומה בצורתו לכובע וכתוב עליו "מיוצר בישראל" יותר מאשר הראו הממצאים בסקר הארצי 2010. ע"פ הממצאים בסקר גדרה 28.6% מבין התושבים שאמרו כי הם מכירים את הסמל, תיארו אותו נכון בצורת כובע או באמצעות הכיתוב "מיוצר בישראל" המהווים 11.6% מכלל המשיבים בסקר, זאת לעומת 15% מהמשיבים בסקר הארצי המהווים 5.7% בלבד מכלל המשיבים בסקר.

בפילוח הממצאים בסקר גדרה לפי גיל עולה כי צעירים עד גיל 35 מכירים יותר את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן. 60.9% מהצעירים עד גיל 35 מבין אלה שהשיבו כי הם יודעים לזהות "מוצרים כחול לבן" תיארו נכון את הסמל לעומת 21.6% מבין המבוגרים מעל גיל 35. לעומתם בסקר הארצי 23.7% ידעו לתאר אותו נכון מבין הצעירים עד גיל 35 לעומת 11% בלבד מבין המבוגרים בסקר הארצי.

ממצאים אלו מראים באופן ברור כי צורת הסמל המייחד מוצרים כחול לבן חודרת יותר למודעות של הציבור ובעיקר אצל הצעירים עד גיל 35.

ניתן כמו כן, להבחין בהבדלים נוספים בפילוח לפי השכלה ולפי מוצא כאשר בעלי השכלה מעל בגרות וילידי ישראל מזהים יותר את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן לעומת בעלי השכלה עד בגרות וילידי חו"ל (עיין בלוחות 13 ו-14).

לוח 13 : תיאור הסמל ע"י מי שמכיר את הסמל – סקר גדרה

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	תיאור הסמל
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
21.6%	60.9%	32.9%	22.4%	31.6%	20.0%	28.6%	כובע/ מיוצר בישראל
33.3%	21.7%	36.8%	22.4%	33.7%	23.3%	31.0%	דגל
45.1%	17.4%	30.3%	55.1%	34.7%	56.7%	39.7%	אחר

לוח 14 : תיאור הסמל ע"י מי שמכיר את הסמל – סקר ארצי 2010

מ-35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	צורת הסמל
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ
11.0%	23.7%	17.2%	9.6%	16.8%	11.5%	15.0%	כובע
46.9%	43.0%	46.0%	44.8%	47.0%	43.2%	45.7%	דגל
42.1%	33.3%	36.8%	45.6%	36.2%	45.3%	39.3%	אחר

המסקנה העולה מן הממצאים הינה כי תושבי גדרה ב- 2011 מזהים יותר את הסמל בצורת כובע עם הכיתוב "מיוצר בישראל" פי שניים ממה שזיהו אותו כלל הצרכנים בסקר הארצי 11.6% בסקר גדרה לעומת 5.7% בסקר הארצי 2010 עם זאת עדיין מדובר באחוז קטן מהאוכלוסייה שמזהה את הסמל למרות כל מסעות הפרסום והתשדירים השונים שפרסמו את הסמל בכל הזדמנות.

## האם הצרכן הישראלי תושב גדרה חש גאווה כשהוא פוגש

### במוצר ישראלי איכותי

בשאלה הבאה ביקשנו לברר עד כמה תושבי גדרה חשים גאווה כשהם נתקלים במוצרים ישראלים איכותיים. ע"פ הממצאים בסקר גדרה 89.3% מהמשיבים מסכימים או מסכימים מאוד כי הם חשים גאווה כשהם פוגשים מוצר ישראלי איכותי לעומת 8% שלא מסכימים עם הטענה או לא מסכימים כלל. בפילוח הממצאים לפי משתני הרקע, לא נמצאו הבדלים בין ילידי חו"ל לילידי הארץ. לעומת זאת, מבוגרים ובעלי השכלה עד בגרות הביעו תחושת גאווה גבוהה יותר לעומת צעירים ובעלי השכלה מבגרות ומעלה. ע"פ הממצאים: 91.4% מבין המבוגרים מעל גיל 35 לעומת 80.7% מגילאי 35 ומטה וכן 91.3% בעלי השכלה עד בגרות לעומת 87.9% בעלי השכלה מבגרות ומעלה חשים גאווה כשהם פוגשים במוצרים ישראלים איכותיים (ראה לוח 15).

לוח 15 : האם תושבי גדרה חשים גאווה לנוכח מוצרים ישראלים איכותיים – סקר גדרה

אני חש גאווה כשאני פוגש במוצר ישראלי איכותי	סה"כ	ילידי חו"ל	ילידי ישראל	עד בגרות	מעל בגרות	18 - 34	מ- 35 ומעלה
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
מסכים מאוד או מסכים	89.3%	89.5%	89.3%	91.3%	87.9%	80.7%	91.4%
לא מסכים או לא מסכים כלל	8.0%	5.3%	9.3%	3.9%	11.0%	17.5%	5.8%
לא יודע	2.7%	5.3%	1.5%	4.7%	1.2%	1.8%	2.9%

השוואת ממצאי סקר גדרה לסקר הארצי 2010 מראה כי תושבי גדרה חשים יותר גאווה מכלל אוכלוסיית היהודים בישראל. 89.3% מתושבי גדרה השיבו כי הם חשים גאווה כשהם נתקלים במוצרים ישראלים לעומת 67.3% מבין האוכלוסייה היהודית בסקר 2010 (ראה לוח 16).

לוח 16 : האם תושבי ישראל חשים גאווה לנוכח מוצרים ישראלים איכותיים – סקר ארצי 2010

אני חש גאווה כשאני פוגש במוצר ישראלי	סכום כולל	חול	ישראל	עד מבגרות	עד 35	מ- 35
סכום כולל	100%	100%	100%	100%	100%	100%
מסכים מאוד או מסכים כלל לא מסכים או לא מסכים	67.3%	66.0%	68.2%	58.1%	62.5%	69.1%
מסכים	17.4%	16.9%	17.9%	24.4%	19.9%	16.5%
לא משנה לי	15.3%	17.1%	13.9%	17.4%	17.6%	14.4%

## האם לדעת תושבי גדרה רכישת מוצרים כחול לבן תורמת

### ליצירת מקומות עבודה

ממצאי הסקר בגדרה מראים בבירור כי לצרכן הישראלי תושב גדרה אין ספק שרכישת "מוצרים כחול לבן" תורמת ליצירת מקומות עבודה. 95.0% מסכימים או מסכימים מאוד עם הטענה שרכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה. 4.0% בלבד אינם מסכימים עם הטענה. דעה זו רווחת בקרב התושבים ללא הבדל מוצא, גיל או השכלה (ראה לוח 17).

לוח 17: רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה – סקר גדרה

מ-35 ומעלה	18 - 34	מעל בגרות	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
95.8%	91.2%	96.0%	93.7%	96.6%	92.6%	95.0%	מסכים מאוד או מסכים
3.3%	7.0%	3.5%	4.7%	2.9%	6.3%	4.0%	כלל לא מסכים / לא מסכים
0.8%	1.8%	0.6%	1.6%	1.0%	1.1%	1.0%	לא יודע

השוואת הממצאים בסקר גדרה לסקר הארצי 2010 מראה כי תושבי גדרה בטוחים לגמרי בהשפעה הישירה של רכישת מוצרים כחול לבן על התעסוקה לעומת הממצאים בסקר הארצי 2010 שם רק 76.7% מסכימים או מסכימים מאוד עם הטענה שרכישת מוצרים כחול לבן תגרום לצמצום האבטלה ו- 10.0% שלא מסכימים או לא מסכימים כלל עם הטענה (ראה לוח 18).

לוח 18: רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודה – סקר ארצי 2010

מ-35 ומעלה	18 - 34	מעל בגרות	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חו"ל	סכום כולל	רכישת מוצרים כחול לבן תצמצם את האבטלה
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
78.6%	71.6%	76.5%	77.9%	77.3%	75.9%	76.7%	מסכים מאוד או מסכים כלל לא מסכים או לא
8.7%	13.4%	10.7%	6.4%	9.8%	10.2%	10.0%	מסכים
9.8%	13.0%	10.9%	9.9%	11.4%	9.7%	10.7%	לא ישנה את המצב
2.8%	1.9%	1.9%	5.8%	1.4%	4.2%	2.6%	לא יודע

## חשיפה לפרסומים בנושא כחול לבן

החל מרבעון רביעי 2009 ועד היום ב- 2011 פורסמו בכלי התקשורת הכתובה והמשודרת וברשתות החברתיות פרסומים שונים בנושא "כחול לבן" שמטרתם לעודד את הצרכן הישראלי לשקול יותר רכישת "מוצרים כחול לבן" כדי להביא לשיפור הכלכלה והתעסוקה בישראל. על מנת לבחון את יעילות החשיפה לפרסומים שאלנו את התושבים בגדרה האם הם נחשפו בדרך כלשהי לפרסומים שונים בנושא כחול לבן ובאיזה אמצעי תקשורת הם נחשפו.

ע"פ ממצאי הסקר 62.7% השיבו כי הם נחשפו לפחות לאחד מכלי התקשורת בנושא "כחול לבן" לעומת 35.3% שאמרו כי לא נחשפו כלל.

מבין משתני הרקע, הפילוח לפי השכלה וגיל מצביע על חשיפה גבוהה יותר אצל בעלי השכלה מבגרות ומעלה ואצל מבוגרים מגיל 35 מעלה. ע"פ הממצאים: 65.9% מבעלי השכלה מבגרות ומעלה ו- 65.4% מגילאי 35 ומעלה השיבו כי נחשפו לאחד מכלי התקשורת השונים לעומת 58.3% מבעלי השכלה עד בגרות ו- 50.9% מגילאי עד 35 (ראה לוח 19).

לוח 19: האם שמעת או ראית פרסומים בתקשורת הארצית בשנה האחרונה

מ- 35 ומעלה	עד 35	מבגרות ומעלה	עד בגרות	ילידי ישראל	ילידי חול	סכום כולל	האם שמעת או ראית פרסומים בשנה האחרונה כלל ארצי
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סכום כולל
65.4%	50.9%	65.9%	58.3%	62.4%	63.2%	62.7%	כן
32.1%	49.1%	32.4%	39.4%	35.1%	35.8%	35.3%	לא
2.5%	0.0%	1.7%	2.4%	2.4%	1.1%	2.0%	לא יודע

כמו כן, ביקשנו מהמרוויינים לציין באילו אמצעי תקשורת הם נחשפו<sup>1</sup> למסעות הפרסום בנושא קניות מוצרים כחול לבן. ע"פ הממצאים 81.9% מתוך אלה שהשיבו כי נחשפו לאחד ממסעות הפרסום השיבו כי נחשפו לכך באמצעות הטלוויזיה (מהווים 51.3% מכלל המדגם), 32.4% באמצעות הרדיו (מהווים 20.3% מכלל המדגם) ו- 31.4% באמצעות עיתונים (מהווים 19.7% מכלל המדגם) (ראה לוח 20).

<sup>1</sup> ניתן לבחור יותר מאפשרות אחת.

לוח 20 : חשיפה לפרסום הארצי לאחד מכלי התקשורת או יותר

חשיפה באחוזים מכלל המרואיינים (מתוך 300)	חשיפה באחוזים מכלל המרואיינים (מתוך 300)	מספר מרואיינים שצינו כי נחשפו לכל אחד מהאמצעים הנ"ל	כלי תקשורת
35.3%	35.3%	106	לא נחשפו לאף אחד מכלי התקשורת
62.7%	62.7%	188	סה"כ שנחשפו לאחד או יותר מכלי התקשורת
2.0%	2.0%	6	לא יודע
אחוז החשיפה לכל אחד מכלי התקשורת מכלל אוכלוסיית המדגם	אחוז החשיפה לכל אחד מכלי התקשורת מבין אלו שהשיבו כי נחשפו		חשיפה לכל אחד מכלי התקשורת (מבין אלו שנחשפו)
51.3%	81.9%	154	טלוויזיה
20.3%	32.4%	61	רדיו
19.7%	31.4%	59	עיתונים
10.7%	17.0%	32	אינטרנט
11.7%	18.6%	35	שלטי חוצות
4.0%	6.4%	12	אחר

## חשיפה לפרסומים בנושא כחול לבן במועצה המקומית גדרה

### בשבוע שבו נערך הסקר

הסקר הנוכחי שנערך מול תושבי המועצה המקומית גדרה, התבצע בימים שלישי עד חמישי בין התאריכים 5.11-3 והסתיים לפני האירוע המרכזי של תהלוכות ילדים ובני נוער עם מוצגים שונים, בלבוש כחול לבן ובליוי הוריהם ברחבי המועצה ביום שישי ה- 6.5.11 ובמעמד נכבדים ממושרד התמ"ת, התאחדות התעשיינים ומהמועצה המקומית גדרה בנושא "כחול לבן" וכן במהלך יום העצמאות ה- 63 של המדינה על הבמות המרכזיות.

כפי שצינו בפתיח ביקשנו בסקר זה לבדוק מהם עמדות הצרכנים בגדרה בנושא כחול לבן טרום קמפיין אך בפועל כבר במהלך ימי עריכת הסקר החלו ההכנות הראשונות לקראת האירוע המרכזי שחשפו חלק מהציבור לפעילות בנושא כחול לבן.

למרות החשיפה של הציבור בשלב ההכנות לאירוע המרכזי מצאנו כי רק 20% מהמרואיינים שמעו או ראו פרסומים בגדרה בנושא "כחול לבן" הן במרכזי קניות והן בשלטי חוצות או באמצעות הנוער המקומי ועל כן נתייחס לסוגיה זו כשיערך הסקר השני בימים הקרובים.

## מי אחראי על הפרסומים בנושא עידוד קניות כחול לבן

בסיום הסקר שאלנו את המרואיינים מי לדעתך, מבין משרדי הממשלה, אחראי על הפרסומים בנושא כחול לבן? 48% מהמשיבים השיבו כי משרד התמ"ת אחראי בלעדיו או מעורב ביחד עם משרדים אחרים על הפרסומים. השאר השיבו בשמות של משרדי ממשלה או אחרים מבלי לכלול ביניהם את משרד התמ"ת וזאת למרות שצוין בפתיח כי הסקר נערך מטעם מנהל מחקר וכלכלה של משרד התמ"ת. גם בשאלה מי לדעתך, מבין משרדי הממשלה, צריך לפעול לעידוד קניות כחול לבן, השיבו 44% משרד התמ"ת ועוד 9% השיבו משרד התמ"ת עם משרדים נוספים. לעומת זאת 10% מכלל המשיבים סברו כי משרד האוצר אחראי על כך וכן 10% סברו שכל משרדי הממשלה צריכים לעסוק בנושא עידוד קניות מוצרים כחול לבן.

## סכום ומסקנות

ממצאי הסקר שפורטו לעיל מצביעים באופן שאינו משתמע לשני פנים כי הצרכנים הישראלים בגדרה אוהבים וגאים במוצר הישראלי, מכירים באיכותו לעומת תוצרת חוץ ומוכנים גם לשלם עליו יותר ובלבד שהמוצר הישראלי אינו נופל באיכותו ממוצר תוצרת חוץ.

תושבי גדרה מכירים קצת יותר ממה שהראו לנו סקרים קודמים את הסמל המייחד מוצרים כחול לבן אך עדיין מדובר בקבוצה קטנה של 12% בלבד. הזיהוי העיקרי של תושבי גדרה למוצר כחול לבן הוא באמצעות שם החברה או מקום הייצור על גבי האריזה.

הצרכנים בגדרה גאים במוצרים כחול לבן איכותיים ומודעים לקשר ההדוק בין רכישת מוצרים כחול לבן ליצירת מקומות עבודה.



## נספח: שאלון הסקר – גדרה לובשת כחול לבן

### פתיח

מנהל מחקר וכלכלה בתמ"ת עורך סקר בנושא קניית כחול לבן במטרה לעודד את התעשייה הישראלית המייצרת "מוצרים כחול לבן".

### שאלון הסקר

1. האם חשוב לך לקנות מוצרים מתוצרת הארץ בהנחה שהמוצרים הישראלים עונים על הצרכים שלך?
  1. כן תמיד
  2. בד"כ כן
  3. לא משנה לי
  4. מעדיף תוצרת חוץ
  5. לא יודע
  6. לא ענה
  
2. האם לדעתך מוצר המיוצר בישראל מצליח להתחרות במחיר ובאיכות בהשוואה למוצרים דומים מתוצרת חוץ?
  1. מוצרים ישראלים מתחרים באיכות אך יקרים יותר
  2. מוצרים ישראלים מתחרים באיכות וגם זולים יותר
  3. מוצרים ישראלים לא מתחרים באיכות אבל זולים יותר
  4. מוצרים ישראלים לא מתחרים באיכות וגם יקרים יותר
  5. מוצרים ישראלים זהים באיכותם ובמחירם למוצרים מחו"ל
  6. לא יודע
  7. לא ענה
  
3. בהנחה שהנך מעדיף מוצרים ישראלים הזהים באיכותם למוצרים תוצרת חוץ. האם תשקול רכישת מוצרים ישראלים גם במחיר יקר יותר מתוצרת חוץ?
  1. כן
  2. לא (עבור לשאלה 5)
  3. לא יודע (עבור לשאלה 5)
  4. לא ענה (עבור לשאלה 5)
  
4. בכמה אחוזים תהיה מוכן לשלם יותר על מוצרים ישראלים כחול לבן? \_\_\_\_\_
5. כיצד אתה מזהה מוצר ישראלי כחול לבן?
  1. לפי שם החברה
  2. לפי מקום היצור המוטבע על האריזה
  3. לפי סמל מיוחד
  4. קשה לזהות מוצר ישראלי
  5. לא יודע
  6. לא ענה
  
6. האם אתה מכיר סמל המייחד מוצרים כחול לבן?
  1. כן
  2. לא (עבור לשאלה 8)
  3. לא יודע (עבור לשאלה 8)
  4. לא ענה (עבור לשאלה 8)

7. פרט כיצד נראה הסמל: \_\_\_\_\_
8. עד כמה אתה מסכים למשפט הבא : אני חש גאווה כשאני פוגש בקנייתי במוצר ישראלי איכותי.
1. מסכים מאוד
  2. מסכים
  3. לא מסכים
  4. לא מסכים בכלל
  5. לא יודע
  6. לא ענה
9. עד כמה אתה מסכים למשפט הבא : רכישת מוצרים כחול לבן תורמת ליצירת מקומות עבודהבישראל.
1. מסכים מאוד
  2. מסכים
  3. לא מסכים
  4. לא מסכים בכלל
  5. לא יודע
  6. לא ענה
10. האם שמעת או ראית בשנה האחרונה פרסומים, כלל ארציים, הקשורים לעידוד קניות מוצריםכחול לבן?
1. כן
  2. לא (עבור לשאלה 18)
  3. לא יודע (עבור לשאלה 18)
  4. לא ענה (עבור לשאלה 18)
11. היכן שמעת או ראית פרסומים בנושא עידוד קניות כחול לבן?
1. רדיו
  2. אינטרנט
  3. עיתונים
  4. שלטי חוצות
  5. טלוויזיה
  6. אחר
12. פרט: \_\_\_\_\_
13. מי לדעתך, מבין משרדי הממשלה, אחראי לפרסומים אלו? \_\_\_\_\_
14. האם שמעת או ראית פרסומים, בשבוע האחרון, הקשורים לפעילות המתוכננת ביום העצמאותבנושא כחול לבן בגדרה?
1. כן
  2. לא (עבור לשאלה 27)
  3. לא יודע (עבור לשאלה 27)
  4. לא ענה (עבור לשאלה 27)
15. היכן שמעת או ראית פרסומים בנושא עידוד קניות כחול לבן?
1. רדיו
  2. אינטרנט
  3. עיתונים
  4. שלטי חוצות
  5. טלוויזיה
  6. אחר
16. פרט: \_\_\_\_\_
17. מי לדעתך מבין משרדי הממשלה צריך לפעול לעידוד קניות מוצרים כחול לבן? \_\_\_\_\_

18. מה גילך?

1. 18-24

2. 25-34

3. 35-44

4. 45-54

5. 55-64

6. 65+

7. לא ענה

19. מהי התעודה הגבוהה ביותר שקיבלת?

1. תעודת סיום של בית ספר יסודי או חטיבת ביניים. (עבור לשאלה 31)

2. תעודת סיום של ב"ס תיכון (שאינה תעודת בגרות) (עבור לשאלה 31)

3. תעודת בגרות (עבור לשאלה 31)

4. תעודת סיום של ב"ס על תיכוני שאינה תעודה אקדמית (עבור לשאלה 31)

5. תואר אקדמי ראשון (עבור לשאלה 31)

6. תואר אקדמי שני (עבור לשאלה 31)

7. תואר אקדמי שלישי (עבור לשאלה 31)

8. תעודה אחרת

9. לא קיבל אף תעודה (עבור לשאלה 31)

10. לא ענה (עבור לשאלה 31)

20. ציין איזו תעודה קיבלת: \_\_\_\_\_

21. כמה שנים למדת או לומד בבתי הספר (כולל לימודים באוניברסיטה, בישיבה, בקורס

שנמשך לפחות שנה וכד')? \_\_\_\_\_

22. מהו מצבך התעסוקתי כרגע?

1. עובד

2. אינו עובד, מחפש עבודה

3. אינו עובד ולא מחפש עבודה

4. לא ענה

23. היכן נולדת?

1. בחו"ל

2. ישראל (עבור לשאלה 35)

3. לא ענה (עבור לשאלה 35)

24. מתי עלית לארץ?

1. לפני 1989

2. אחרי 1990

3. לא ענה

25. כיצד אתה מגדיר את עצמך מבחינה דתית?

1. חרדי, דתי מאוד (עבור לשאלה 37)

2. דתי (עבור לשאלה 37)

3. מסורתי (עבור לשאלה 37)

4. חילוני (עבור לשאלה 37)

5. אחר

6. לא ענה (עבור לשאלה 37)

26. פרט: \_\_\_\_\_

27. מהו מצבך המשפחתי?

1. רווק
2. נשוי
3. מתגורר עם בן זוג
4. גרוש, פרוד
5. אלמן
6. לא ענה

28. כמה נפשות מתגוררות במשק הבית (כולל אותך)? \_\_\_\_\_

29. בחודש האחרון מה היתה ההכנסה הכוללת ברוטו של משק הבית - של כל בני המשפחה

הגרים איתך - מכל מקורות ההכנסה?

1. עד 6000 ₪
2. 8000 - 6001 ש"ח
3. 12000 - 8001 ₪
4. 18000 - 12001 ש"ח
5. מעל 18000 ש"ח
6. לא יודע
7. לא ענה

30. ההכנסה הממוצעת הכוללת של משקי בית היא כ- 12,000 שקלים ברוטו. האם הכנסת

משק ביתך היא בערך:

1. מתחת לממוצע
2. בערך כמו הממוצע
3. מעל הממוצע
4. הרבה מעל הממוצע
5. לא יודע
6. לא ענה

31. הערות: \_\_\_\_\_