

המדגם של ישראל



צפייה מומלצת ב-PDF: תצוגה במרחק 125%

עורך הסקר

מכון מסקר - שירותי מחקר וסקרים

בהנחיית ד"ר **עדו ליברמן** - המנחה המקצועי והיועץ המדעי במכון מסקר

אדר ב' תשע"ט (מרץ 2019)

שיטה



'מכון מסקר' ערך וביצע את הסקר בקרב מדגם מייצג של אוכלוסיית מדינת ישראל, על כל גווניה.

הסקר התבצע על בסיס **מאגר משיבים מיוחד של מכון מסקר**

במסגרת "המדגם של ישראל", ובו כ-13,000 משיבים מכלל האוכלוסיות במדינת ישראל. 'המדגם של ישראל' מאפשר ללקוחות לקבל תמונת מצב מדויקת ביותר באוכלוסייה, בדגש על מורכבותה בישראל ועל מאות הקטגוריות הקיימות של פרטיה.

'המדגם של ישראל' שם דגש על ייצוג מדויק של **כלל הגוונים באוכלוסייה המורכבת של מדינת ישראל, בהתחשבות בעשרות קטגוריות אפשריות בהיבט הדמוגרפי.**

פרויקט זה הוא הראשון מסוגו, המתחשב לא רק בהיבט האיכותי של המשיבים, אלא מביא בחשבון גם את ההיבט הכמותי. זאת מהסיבה שאוכלוסיות רבות ומגוונות, אינן יכולות להיות מיוצגות על ידי מספר משיבים בודדים, או אפילו משיב אחד במקרים מסוימים, שכן זהו הגורם הראשון לטעויות דגימה משמעותיות.

מאגר המשיבים מפולח לפי פרמטרים שונים: מין, גיל, אזור בארץ, יישוב מגורים, דת, מידת דתיות, הכנסה, שפת אם ועוד. כך ניתן לקבל את התשובות בהתאם לפילוחים הרצויים. כמו כן, ניתן לבצע ניתוחים סטטיסטיים ברמות ושיטות סטטיסטיות שונות החל מסטטיסטיקה תיאורית ועד ניתוחי הבדלים וקשרים בין משתנים, כל זאת לצורך הבנת המציאות בתחום הנבדק.

הסקר נשלח ל- 12,388 משיבים אשר קיבלו את הסקר. 4,614 משיבים מילאו את הסקר עד סופו, אך נתוני הסקר כוללים-4,500 משיבים אשר מילאו אותו וציינו שהם "כנראה יגיעו לקלפי" או "בוודאות יגיעו לקלפי".

המדגם המייצג באוכלוסייה בסקר זה מכיל **4,500 איש ואישה**

מגיל 18 ומעלה.

הסקר נשלח באופן אינטרנטי וכאמור הורכב מדגם מתוך המשיבים אשר סיימו את הסקר. **כל תת אוכלוסיה קיבלה את**



גדולה היחסי מתוך כלל המשיבים.

הממצאים אינם כוללים משיבים אשר סימנו בשאלת הכוונה לבחור ביום הבחירות, את התשובות הבאות: "בוודאות לא אגיע להצביע" ו- "כנראה שלא אצביע".

תחום הגילאים- 18 ומעלה.

טווח הטעות המירבית היא 2.5 אחוז.

הממצאים

1. שים לב:

לשם ההגינות, כל המפלגות מופיעות בסדר אקראי לכל משיב.
יש לעיין היטב בכל הרשימה.

אם כן, לאיזו מפלגה מבין הבאות תעדיף להצביע (גם אם ההצבעה אינה בטוחה)?

התשובות הופיעו בסדר אקראי לכל משיב

מספר מנדטים סופי	מספר מנדטים	אחוזי בחירה	המדגם של ישראל
31	27.6	23.0	הליכוד
9	8.0	6.7	איחוד מפלגות הימין
6	5.7	4.8	זהות- פייגלין
	0.8	0.7	יחד-אלי ישי
8	7.5	6.3	הימין החדש- בנט ושקד
	0.8	0.7	צומת-אורן חזן
	1.6	1.4	ישראל ביתנו- ליברמן
6	5.1	4.3	ש"ס
6	5.7	4.8	יהדות התורה
	2.8	2.3	כולנו- כחלון
	2.8	2.3	גשר-אורלי לוי
29	26.2	21.9	כחול לבן
8	7.5	6.3	העבודה- אבי גבאי
	0.2	0.2	מגן - גל הירש
5	4.5	3.8	מרצ
7	6.2	5.2	חד"ש-תע"ל
5	4.4	3.7	בל"ד- רע"מ
	0.4	0.3	בט"ח- סמיון גרפמן
	0.6	0.5	מפלגה אחרת
		1.0	לא מתכוון להשתתף
120	118	100.0	סה"כ

התשובות בעמודת אחוזי בחירה, מציינות אחוזים. N=4500

מספר מנדטים סופי:
התחשבות באחוז החסימה והסכמי עודפים.

נספח עבור וועדת הבחירות:

תשובה	דרישה
הסקר מפורסם עצמאית מטעם מכון מסקר בלבד. הסקר יוצא פעם בכשבוע וחצי ללא לקוח מזמין וללא פרסום ישיר באחד מגופי התקשורת, אלא באתר ובדף הפייסבוק של מכון מסקר.	שמו של הגוף שהזמין את הסקר
מכון מסקר, בהנחיית ד"ר עדו ליברמן. לשם, רחוב הדולב 70.	שמו של הגורם עורך הסקר ומענו
נתוני הסקר נאספו ונערכו בתאריכים: 16.3.19 – 18.3.19	התאריך בו בוצע הסקר
כפי המוצג בטבלה לעיל.	פירוט השאלות
ריכוז ממצאים בתוך כל תת אוכלוסייה (לדוגמא: צעיר, גבר, חילוני, אזור המרכז) ושקלול הנתונים בהתאם לגודלה היחסי של כל תת אוכלוסייה.	שיטת הדגימה
4,500 משיבים	גודל המדגם ההתחלתי
כל האוכלוסיות במדינת ישראל	סוגי האוכלוסייה שנדגמו
12,388 משיבים	מספר האנשים שהתבקשו להשתתף בסקר
4,614 (37.2%)	מספר האנשים שהשתתפו בפועל
7,774 (62.7%)	"סירבו להשתתף בסקר" (לא ענו, לא הספיקו)
הסקר נשלח למיילים בתאריך: 16.3.19 בשעה 22:00. סיום איסוף: בצהריי יום 18.3.19.	התאריכים ושעות הראיונות
2.5%	מרווח הטעות



כמכון מחקר וסקרים, אנו מעניקים באופן שוטף שירותים שונים של מחקר הכוללים בין השאר:

קבוצות מיקוד - הפקת מידע חיוני רב מסקר איכותני תוך הבנת תהליכי חשיבה וקבלת החלטות הצרכן, הבנת גורמי השפעה, ודיון מעמיק בהיבטים שונים.



מחקרים פוליטיים - הבנת מניעיו של הבוחר, נקודות חולשה וחוזקה של הדמות הפוליטית, מיפוי מתחרים ואיומים, אופן מיתוגה של הדמות, ומשוב קולות אותנטי של הבוחר.

סקרי דעת קהל - סקרים כמותיים המכילים את מגוון האוכלוסיות בישראל, תוך שמירה על ייצוג אמין ומדויק שלהן, על גווניהן, במדגם המייצג.



מחקרי שוק - מחקר מקיף לפני ותוך כדי הכנסת מוצר או שירות לשוק הצרכנים, הבדק את גודל השוק, הפלח ופרופיל הלקוח, היתכנות, מתחרים ומגמות.

משובי עובדים ושביעות רצון - סקרים כמותיים ואיכותניים לקבלת נקודות חוזקה וחולשה של ארגונים, הטמעת ערכים ופעילות תקינה, זיהוי אתגרים בזמן ועוד.



סקרי חשיפה/תדמית/מותג - זיהוי הצרכים המדויקים לפני, תוך כדי ואחרי קמפיינים פרסומיים, הכוונה יעילה ליחסי הציבור, ומיפוי החשיפה התקשורתית בפילוח לאוכלוסיות.

המשך הפיתוח והשמירה שלנו על רמת מקצועיות גבוהה כמכון סקרים ומחקרי עומק, הוא תנאי הכרחי להצלחת הלקוחות, ולהצלחתך שלך!

