

ממצאי סקר אינטרנטי בנושא שתייה קנויה ממותקת בקרוב מבוגרים

הסקר בוצע עבור התוכנית הלאומית לחיים בריאים ופעילים - אפשריבריא - על ידי צוות התכנית לשיווק חברתי שיתופי של החוג לתקשורת, הפקולטה למדעי החברה, אוניברסיטת תל-אביב באמצעות מכון המחקר "Ipanel"

עודכן אוקטובר, 2014

המחקר נערך במימון משרד הבריאות

צוות המחקר:

פרופ' נורית גוטמן

גיתית בר-און

נעמה אפל

ד"ר אימי לב

תוכן עניינים

5	תקציר
9	הקדמה ורקע
13	שיטת המחקר
14	ממצאים
14	1. תדירות צריכת משקאות ממותקים
15	2. ידע ותפיסות לגבי כמות סוכר בשתייה ממותקת
18	3. חיפוש מידע בנושא סוכר באינטרנט
19	4. תפיסת חשיבות הפחתת צריכת המשקאות הממותקים
20	5. סיבות לצריכת משקאות ממותקים
21	6. תפיסות מוכנות עצמית ומוכנות בקרב אחרים לצמצום צריכת שתייה ממותקת
23	7. נורמות קיימות ותפיסת האפשרות לשינוי בבית
25	8. נורמות ותפיסות לגבי אירוח והגשת שתייה ממותקת
28	9. עמדות ונורמות חברתיות הקשורות לתחליפים לשתייה ממותקת
33	10. תמיכה ביוזמות חוקיות
35	סיכום, מסקנות והמלצות
37	נספחים

רשימת גרפים וטבלאות

- גרף 1 : צריכה אישית וצריכה בבית של משקאות ממותקים קנויים על פי דיווח עצמי 15
- גרף 2 : מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי על פי מין וגיל 16
- גרף 3 : הערכת סבירות כמות כפיות הסוכר בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי 17
- גרף 4 : חיפוש מידע בריאותי על סוכר באינטרנט 18
- גרף 5 : חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים 20
- גרף 6 : סיבות לצריכת משקאות ממותקים קנויים 21
- גרף 7 : נכונות להפחתת או הפסקת צריכת משקות ממותקים קנויים 23
- גרף 8 : הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר 24
- גרף 9 : הערכת מידת מקובלות הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח 25
- גרף 10 : תפיסת והערכת חשיבות הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח 27
- גרף 9 : תפיסה חיובית או שלילית ביחס להגשת משקאות בריאים יותר בזמן אירוח 28
- גרף 10 : תפיסות לגבי תמיכה או התנגדות של בני משפחה למשקאות בריאים יותר בשגרה בבית ... 30
- גרף 11 : תחליפים אטרקטיביים, זמינים, נוחים ולא יקרים למשקאות ממותקים קנויים בשגרה ... 31
- גרף 12 : תמיכה או התנגדות אישית למשקאות בריאים יותר בזמן אירוח 32
- גרף 13 : תחליפים אטרקטיביים, זמינים, נוחים ולא יקרים למשקאות ממותקים קנויים בזמן אירוח 33
- גרף 14 : תמיכה או התנגדות לחקיקה 34
- טבלה 1 : מאפייני המדגם 37
- טבלה 2 : צריכה אישית וצריכה בבית של משקאות ממותקים קנויים על פי דיווח עצמי בחלוקה לקבוצות גיל 38
- טבלה 3 : מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי מין 39
- טבלה 4 : מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי גיל 39
- טבלה 5 : הערכת סבירות כמות כפיות הסוכר בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי מין 40
- טבלה 6 : חיפוש מידע בריאותי על סוכר באינטרנט לפי גיל 40
- טבלה 7 : חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים לפי מין 41
- טבלה 8 : חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים לפי גיל 41
- טבלה 9 : נכונות להפחתת או הפסקת צריכת משקות ממותקים קנויים לפי מין 42

- טבלה 10 : נכונות להפחתת או הפסקת צריכת משקאות ממותקים קנויים לפי גיל..... 42
- טבלה 11 : הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר לפי מין
..... 43
- טבלה 12 : הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר לפי גיל
..... 43
- טבלה 13 : הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח לפי מין..... 44
- טבלה 14 : הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח לפי גיל..... 44
- טבלה 15 : חשיבות המשקאות הממותקים באירוח לפי גיל..... 44
- טבלה 16 : תפיסה חיובית או שלילית ביחס להגשת משקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי גיל.... 45
- טבלה 17 : תפיסות לגבי תמיכה או התנגדות של בני משפחה למשקאות בריאים יותר בשגרה בבית לפי
גיל..... 46
- טבלה 18 : תמיכה או התנגדות אישית למשקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי מין..... 47
- טבלה 19 : תמיכה או התנגדות אישית למשקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי גיל..... 47
- טבלה 20 : תמיכה או התנגדות לחקיקה לפי מין..... 48
- טבלה 21 : תמיכה או התנגדות לחקיקה לפי גיל..... 48

תקציר

רקע

משקאות ממותקים מתועשים מכילים כמות גבוהה יחסית של סוכר (בין 2 ליותר מ-4 כפיות לכוס חד פעמית, תלוי בסוג המשקה) וצריכתם בשנים האחרונות עלתה בעיקר בקרב אוכלוסיות צעירות. הפחתה משמעותית של הצריכה שלהם הינו יעד חשוב לרשויות ממשלתיות וארגוני בריאות, כיוון שהנושא של השמנת יתר ועליה בשכיחות הסוכרת הינם נושאים שעומדים על סדר היום הציבורי. לכן, אחד היעדים של התכנית הלאומית לקידום חיים פעילים ובריאים הוא להפחית את צריכת המשקאות הממותקים הן בקרב ילדים והן בקרב מבוגרים.

יעדי המחקר

בהתבסס על תיאוריות של נורמות חברתיות, מטרת המחקר הייתה ללמוד מהן העמדות והנורמות החברתיות ביחס לשתיית משקאות ממותקים קנויים בקרב מבוגרים. בעיקר, המחקר יועד ללמוד מהן העמדות של הנשאלים הן לגבי הצריכה העצמית שלהם ולגבי הצריכה של בני משפחתם, כולל מוכנות להפחית או להפסיק לצרוך משקאות ממותקים מתועשים לגמרי. כמו כן, המחקר בדק גם את העמדות והתפיסות הנורמטיביות של הנשאלים ביחס להגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח בבית או התארחות בבתי של אחרים. בנוסף, הוא בחן עמדות לגבי חקיקה המגבילה מכירת מזון ומשקאות לא בריאים בבתי הספר וסביבתם, ומיסוי משקאות ממותקים. המחקר גם יועד לתרום לאיתור ואפיון תחליפים אפשריים למשקאות ממותקים לצריכה בבית ובעת אירוח.

שיטה

שיטת המחקר הייתה כמותנית: בוצע סקר אינטרנטי מייצג בקרב 1,013 מבוגרים בישראל בגילאי 18-70 באמצעות חברת המחקר Ipanel. בשאלון היו 19 שאלות, מתוכן 2 שאלות פתוחות.

ממצאים

(1) דיווח על צריכה של שתייה ממותקת קנויה: כמעט רבע מהמשיבים דיווחו על שתייה יומית של משקאות ממותקים וכמחצית דיווחו שהם שותים רק פעם או מספר פעמים בשבוע, כרבע דיווחו שכמעט ואינם שותים או בכלל לא. הממצאים לגבי צריכה יומית של משקאות ממותקים, דומים לממצאי סקר KAP של משרד הבריאות משנת 2011 בו כ-22.8% מהאוכלוסייה דיווחו על צריכת שתייה ממותקת כל יום או כמעט כל יום.

(2) הערכת כמות הסוכר במשקאות ממותקים ומידת סבירותה: שוער כי במוצק קיימות כ-4.3 כפיות סוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת, התשובה השכיחה הייתה 2 כפיות סוכר, כאשר בפועל יש בין 2 ליותר מ-4 כפיות סוכר. ללא קשר לנתון זה, רוב המשיבים (77%) חושבים שיש יותר מידי סוכר במשקאות ממותקים קנויים.

(3) המקור לחיפוש מידע בריאותי לגבי סוכר: המקור המרכזי לחיפוש מידע בריאותי בנושא סוכר הוא מנוע החיפוש גוגל (כ-76% מהמשיבים אמרו שיתחילו את חיפוש המידע בנושא במנוע החיפוש). אחריו - אתר האינטרנט של האגודה הישראלית לסוכרת (כ-10%), ולאחר מכן אתרים של קופות

החולים (כ-8%).

(4) אמונה בחשיבות הפחתת הצריכה: רוב המרואיינים מאמינים כי חשוב שאנשים הקרובים אליהם וצורכים שתייה ממותקת בכמות גדולה, יצמצמו אותה. כמו כן, רובם גם מאמינים כי יש למנוע מילדים לצרוך משקאות ממותקים קנויים.

(5) הסיבות לצריכת משקאות ממותקים קנויים: הסיבות השכיחות לצריכת משקאות ממותקים קנויים הן: טעם, הנאה וסיפוק, אהבה ונגישות של השתייה הממותקת.

(6) מוכנות אישית לוותר על שתייה ממותקת קנויה: רוב המשיבים (כ-70%) מוכנים לוותר על צריכת שתייה ממותקת קנויה.

(7) מוכנות לוותר על שתייה ממותקת קנויה כאשר מתארחים: הרוב (כשני שליש) מוכנים לוותר על שתיית משקאות ממותקים כאשר הם מתארחים אצל אחרים אבל כ-30% חושבים שאחרים יראו הימנעות מהגשת משקאות ממותקים לאורחים מטעמים בריאותיים באופן שלילי.

(8) מוכנות לוותר על שתייה ממותקת קנויה כאשר מארחים: כמעט 40% טענו שלא חשוב להם להגיש משקאות קנויים ממותקים כאשר הם מארחים. עם זאת, כ-30% דיווחו כי חשוב להם להגיש שתייה ממותקת קנויה (ייתכן שמתוך תפיסה כי הגשת משקאות ממותקים קנויים מצופה מהם).

(9) הערכת המוכנות של אחרים לוותר על שתייה ממותקת קנויה: יותר מחצי מהמשיבים העריכו כי בני משפחה יהיו מוכנים להפסיק או לצמצם צריכת משקאות ממותקים קנויים. רק 20% מהמשיבים העריכו כי החברה הישראלית באופן כללי תסכים לוותר על משקאות ממותקים קנויים ו-44% העריכו כי אנשים בישראל לא יהיו מוכנים לצמצם או להפסיק צריכתה.

(10) מוכנות להשתמש בחלופות לשתייה ממותקת קנויה: כל החלופות שהוצעו לשתייה ממותקת קנויה (שתייה לא מתוקה, מים עם תוספת פרי או נענע, מיץ או תה קר תוצרת בית) זכו לתמיכה גבוהה מאוד (מעל 75%) בעת התארחות אצל אנשים אחרים.

(11) הערכת המוכנות של אחרים להשתמש בחלופות לגבי שתייה ממותקת קנויה: נמצאה הערכה גבוהה יחסית לתמיכת בני משפחה בכך שבבית ימצאו: שילוב של שתייה ממותקת קנויה עם אפשרויות בריאות יותר בבית, ורק אפשרויות בריאות כמו מיץ או תה קר תוצרת בית. עוד נמצא כי כמחצית מהמשיבים העריכו כי בני ביתם יתמכו בבית "נקי" משתייה ממותקת, אולם לאפשרות זו גם שיעור מתנגדים גבוה יחסית (36%).

(12) תמיכה בהגבלת מכירת משקאות ומזונות לא בריאים בבתי ספר וסביבתם: נמצאה תמיכה רבה (82%), ביוזמה לחקיקת חוק שיאסור מכירת משקאות ומזונות לא בריאים בבתי ספר וסביבתם.

(13) תמיכה במיסוי משקאות ממותקים: אמביוולנטיות ביחס לאפשרות למיסוי על משקאות ממותקים קנויים. שיעור התומכים דומה מאוד לשיעור המתנגדים למהלך (כ-40%).

מסקנות והמלצות

נמצאה פתיחות ותמיכה רבה בצמצום צריכת משקאות ממותקים קנויים

כללית, ניתן להתייחס לממצאים לגבי המוכנות והתמיכה בצמצום צריכת והגשת משקאות ממותקים לאורחים הן כמפתיעים והן כמצביעים על פוטנציאל של שינוי נורמטיבי והתנהגותי לגבי הפחתת צריכת משקאות ממותקים בישראל. הנשאלים השיבו באופן גורף, שמבחינתם הגשת משקאות ממותקים אינה חשובה להם בביתם וגם כאשר הם מתארחים. הם גם צופים הבנה בקרב אנשים בציבור הרחב לכך שאנשים לא יגישו משקאות ממותקים לאחרים מטעמי בריאות. ממצאים אלו חשובים מבחינת קמפיין תקשורתי בנושא הפחתת הצריכה של משקאות ממותקים בקרב הציבור הרחב, שכן הם מראים שאנשים רבים פתוחים להפחית את הצריכה העצמית שלהם ובנוסף הם חושבים שיש מודעות בקרב אחרים להיבט הבריאותי של הפחתת צריכת משקאות ממותקים. מודעות זאת הודגשה כאשר הנשאלים הביעו גם תמיכה גורפת בהגבלות על מכירת משקאות ממותקים בבתי ספר. כלומר הם חשים את הצורך להגן על ילדים ובני נוער מפני משקאות אלו.

חסמים נתפסים לגבי הפחתת צריכת שתייה ממותקת

למרות המוכנות הגבוהה יחסית להפחתת צריכת משקאות ממותקים בבית, חסם חשוב שעלה מממצאי המחקר הינו התפיסה ששתיית משקאות ממותקים הינה נורמה מקובלת, והתפיסה שלגבי האחרים זוהי נורמה שלא יהיה קל לשנות. אולם, לאור ממצאי המחקר, נראה שבפועל, קיימת בקרב המשיבים 'הערכת חסר' לגבי המוכנות של האחרים להפחית בשתיית משקאות ממותקים. לכן, מתן מידע על המוכנות של אחרים יכולה להעצים את המוכנות של האנשים עצמם לשתות תחליפים למשקאות ממותקים בעצמם, בבית, כאשר הם מארחים ואולי גם מחוץ לבית.

הגשת משקאות ממותקים בזמן אירוח: ניגוד בין עמדות אישיות לבין תפיסה של עמדות של אחרים

ממצא מפתיע הוא שלמרבית הנשאלים הגשת משקאות ממותקים לא נתפסה כחשובה כאשר מתארחים, אך לכשליש מהמשתתפים בכל זאת חשוב לארח אחרים עם שתייה ממותקת קנויה. אחת המסקנות מממצאים אלו היא שחשוב לספק מידע לאנשים לגבי המוכנות של אחרים לקבל חלופות לשתייה ממותקת כאשר הם מתארחים, ולמצב את החלופות כאופציות שדווקא יכולות "לשדרג" את האירוח (כפי שמפורט בסעיף הבא).

תמיכה בתחליפים "תוצרת בית" לשתייה קנויה ממותקת

ממצא מפתיע ומעודד נוסף הוא שנמצאה גם תמיכה רבה בתחליפים שהוצעו לאירוח: שתייה שאינה ממותקת, מים בתוספת נענע או פרוסות פרי ומיצים או תה תוצרת בית. עוד על כך, נתפס כי בני המשפחה יתמכו במידה גבוהה בשילוב של אופציות בריאות עם שתייה ממותקת קנויה, וכן נתפס כי בני המשפחה יתמכו גם בהחזקת רק אפשרויות בריאות בבית (מיץ או תה תוצרת בית). מכאן, שניתן בקמפיין תקשורתי ובפעילות של שיווק חברתי להתבסס על התמיכה הרבה בתחליפים שהוצעו להגשה בבית ולאירוח במחקר וכן לבקש ולהפיץ הצעות נוספות מאנשים בשטח. אולם, חשוב לציין שהאפשרות של בית "נקי לגמרי" משתייה ממותקת זוכה לתמיכה נמוכה יותר מן האפשרויות האחרות וכן להתנגדות במידה בינונית. כלומר, קיימת חשיבות רבה לחלופות המוצעות לשתייה ממותקת שיהיו מקובלות, אטרקטיביות, ויענו על הסיבות לצריכת שתייה ממותקת הכוללות הנאה, טעם וחוויה.

ממצאי המחקר כבסיס לקמפיין תקשורתי בנושא הפחתת משקאות ממותקים קנויים: השינוי בבית

ניתן להסיק שאפשר לקדם צמצום או הפסקת צריכת משקאות ממותקים בבית/סביבה הקרובה של אנשים בקמפיין תקשורתי. שכן נמצאה תמיכה רחבה יחסית בקרב הנשאלים בצעד כזה והערכה כי לנשאלים ולבני ביתם יהיה קל לשנות את הרגלי השתייה בביתם. כלומר, המשיבים נטו להאמין שניתן לקדם נורמה של הפחתת השימוש במשקאות ממותקים אצלם ואצל הקרובים אליהם. כדי לקדם את הנורמה החיובית, חשוב לספק מידע שקיימת תמיכה בקרב אחרים לגבי הפחתת הגשה של משקאות ממותקים גם כאשר הם מארחים.

ממצאי המחקר כבסיס לקמפיין תקשורתי בנושא הגשת משקאות בריאים יותר באירוח

הממצאים מראים שחשוב לספק לאנשים מידע שקיימת תמיכה בקרב אחרים לגבי הפחתת הגשה של משקאות ממותקים גם כאשר הם מארחים. הממצאים מראים שחכם שחשוב להתמודד עימו הינו תפיסה ששתיית משקאות ממותקים הינה נורמה מקובלת, ושלגבי האחרים זוהי נורמה שלא יהיה קל לשנות. בפועל, נראה שיש 'הערכת חסר' של המשיבים לגבי המוכנות של האחרים להפחית שתיית משקאות ממותקים. לכן, מתן מידע על המוכנות של אחרים יכולה להעצים את המוכנות של האנשים עצמם לשתות תחליפים למשקאות ממותקים בעצמם, בבית, כאשר הם מארחים ואולי גם מחוץ לבית.

תמיכה ברגולציה

לגבי רגולציה, נמצאה תמיכה בחקיקה המיועדת להגביל צריכת משקאות ומזונות שאינם בריאים ברחבי בתי הספר וסביבתם, ולכן חשוב להפיץ מידע לגבי חוזר מנכ"ל ותהליך החקיקה בנושא זה.

הקדמה ורקע

לפי ממצאי סקר KAP של משרד הבריאות משנת 2011, 22.8% מהציבור צורך שתייה ממותקת לפחות "כל יום, או כמעט כל יום". משקאות ממותקים קנויים מכילים בין 2 ליותר מ-4 כפיות של סוכר בכוס חד פעמית (תלוי בסוג המשקה). בנוסף, איגוד הקרדיולוגים האמריקאי ממליץ על הגבלת כמות הסוכר הנצרכת ביום ל-6 כפיות סוכר לנשים ו-9 כפיות עבור גברים. מכאן ששתיית פחית או מספר כוסות קטן יחסית של שתייה ממותקת ביום עוברת את כמות הסוכר המומלצת לצריכה יומית. הסיבה להמלצה להגביל את כמות הסוכר הנצרכת היא כי לצריכה גדולה של סוכר עלולה להיות השלכות בריאותיות, שכן היא נמצאה קשורה על ידי מספר מחקרים למצבים בריאותיים כגון: סוכרת מסוג 2, השמנת יתר, עששת, לחץ דם גבוה ומחלות לב. מכאן שצריכה מוגברת של משקאות ממותקים קנויים עלולה לפגוע בבריאות הצורכים אותם, ועל כן יש להתייחס לנושא זה במסגרת מאמצי קידום בריאות.

על אף הסכנות הבריאותיות הטמונות בצריכת משקאות ממותקים קנויים, צריכתם נתפסת כנורמה חברתית. מקובל לצרוך שתייה ממותקת במהלך היום, וכן מקובל להגישה לאורחים, ולצפות להגשתה כאשר מתארחים בבתים של אחרים. ולכן, יש לבחון האם ניתן לשנות את הנורמה החברתית הזו במהלך מאמצי קידום בריאות. חשוב לציין, שהפחתת צריכת משקאות ממותקים מתועשים הנמכרים בבקבוקי פלסטיק קשורה גם ליעדים סביבתיים שכן הפחתת צריכתם, עשויה להפחית את כמויות בקבוקי הפלסטיק המושלכים לאשפה. כמו כן, הצריכה המוגברת מעלה סוגיות גם בהקשר לאסטרטגיות שיווק מתוחכמות של חברות מסחריות שפונות גם לצעירים וילדים הן לגבי צריכת משקאות ממותקים, מותגים מסחריים וצריכה של מוצרי מזון בעלי תכולה גבוהה של סוכר.

בישראל, בשנת 2006 הופק חוזר מנכ"ל משרד החינוך האוסר באופן חד משמעי על מכירת חטיפים ושתייה ממותקת וכן אוסר על מכירת מזון מטוגן בבתי ספר. אולם מאחר ואין אכיפה של חוזר המנכ"ל, ייתכן שבפועל נמכרים מוצרים שאינם בגדר ההנחיות. בשנת 2012 הגיש שר החינוך גדעון סער הצעת חוק "חוק חינוך לתזונה נכונה ופיקוח על איכות המזון במוסדות החינוך", אשר עברה בקריאה ראשונה. במסגרת החוק ניתן יהיה לאכוף ואף לקנוס ספקי מזון שלא יעמדו בתקנים.

בעולם, נבחנו יוזמות למיסוי על משקאות ממותקים, Jou and Techakehakij (2012)¹, מצאו לאחר שבדקו 19 מדינות כי מיסוי על משקאות ממותקים יכול להיות אפקטיבי במדינות בהן השמנת יתר וצריכת משקאות ממותקים נפוצות. אולם הוא איננו אפקטיבי היכן שהמיסוי באופן כללי נתפש כגבוה. Barry, Niederdeppe and Gollust (2013)², בחנו כיצד מגיבים אזרחים לאפשרות של מיסוי על משקאות ממותקים. הם מצאו כי רוב האנשים מתנגדים למס שכזה. הנימוקים השכיחים לכך הם: (1) מס על משקאות לא ישפיע על צריכה של מזון לא בריא. (2) מיסוי הוא כלי של פוליטיקאים לצמצום גרעון תקציבי. (3) מיסוי על משקאות ממותקים הינו פלישה לא מתקבלת על הדעת של הממשלה לחיי האזרחים. (4) מיסוי על משקאות ממותקים פוגע בעניים.

¹ Jou, J. and Techakehakij, W. (2012). International application of sugar-sweetened beverage (SSB) taxation in obesity reduction: factors that may influence policy effectiveness in country-specific contexts. *Health Policy*, 107, pp. 83–90.

² Barry, C.L., Niederdeppe, J. and Gollust, S.E. (2013). Taxes on sugar-sweetened beverages: results from a 2011 national public opinion survey. *Am J Prev Med*, 44 (2), pp. 158–163.

במקסימום, המדינה בעלת שיעור השמנת היתר מהגבוהים בעולם, נידונה לאחרונה האפשרות של מיסוי משקאות ממותקים. לפי דוח של בנק Credit Suisse (2013) בצרפת הממשלה הפעילה מס של 0.02 אירו על משקאות קלים (ממותקים ומקטגוריות 0 הקלוריות), התוצאה של מס זה הייתה ירידה של כ-5% בערך הקטגוריה, כלומר ירידה בצריכת המשקאות הקלים. Mytton, Clarke and Rayner (2012)³ מצאו כי מיסוי על מוצרי מזון שאינם בריאים יכול לנווט את הציבור כלפי צריכת מזון בריא יותר אולם לטענתן המס חייב להיות גבוה (לפחות כ-20%) על מנת שההשפעה על בריאות הציבור תהיה משמעותית ומובהקת. Briggs et al. (2013)⁴, בחנו את ההשפעה הפוטנציאלית של מס בגובה 10% על משקאות ממותקים באירלנד. הם מצאו כי למס על משקאות ממותקים תהיה השפעה קטנה אך מהותית על השמנת יתר במדינה. אולם הוא ישפיע בעיקר על מבוגרים צעירים שהם הצרכנים העיקריים של משקאות ממותקים.

באופן דומה, גם כותבי הדוח של בנק Credit Suisse (2013) מאמינים כי מיסוי של מזון ומשקאות ממותקים הוא האפשרות הטובה ביותר להפחתת צריכת הסוכר ולמימון השירותים הרפואיים הקשורים לסוכרת מסוג 2 והשמנת יתר. עם זאת, לדידם הלוביסטים של חברות המזון והמשקאות לרוב מצליחים לגדוע יוזמות כאלו באיבן. גם Chaloupka, Powell and Chiqui (2011)⁵ טענו שמיסוי על משקאות ממותקים יפחית את צריכתם באופן משמעותי (כפי שמיסוי הפחית צריכת סיגריות) וכי הוא יעזור לממן שירותי בריאות הנדרשים כתוצאה מצריכת המשקאות הקלים. Brownell et al. (2009)⁶ טוענים כי לא ניתן לדעת מה ההשפעה המדויקת של מיסוי משקאות ממותקים עד שתמומש ותיבחן. אולם מחקרים מעידים על כך שמיסוי משקאות ממותקים יהיה בעל השפעה חיובית על הפחתת הצריכה שלהם. תוצאה נוספת של המס היא תזרים מזומנים שיכול לעזור במניעת השמנת יתר, בטיפול בהוצאות הבריאות שהן תוצאה של צריכת משקאות ממותקים ובמימון תוכניות בריאות נוספות. על אף הכתוב לעיל, Fletcher et al. (2010)⁷ מצאו כי מיסוי על משקאות ממותקים לא יובילו לירידה מובהקת במשקל בקרב ילדים. לדבריהם מיסוי כזה אינו גבוה או ברור מספיק להובלת שינוי התנהגות מספיק. דהיינו, לדידם, המיסוי הקיים על משקאות ממותקים אינו גבוה מספיק, ולא ברור כי הסיבה לו היא העובדה שהמשקאות אינם בריאים, ולכן אינו מוביל לירידה במשקל בקרב ילדים.

דו"ח מחקר זה מציג ממצאים לגבי עמדות ותפיסות נורמטיביות של האוכלוסייה הישראלית בנוגע לצריכת משקאות ממותקים קנויים, להפסקת או הפחתת צריכת משקאות אלו ולהגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח או התארחות בבתי אחרים. כמו כן, הוא כולל שתי שאלות בנושאי חקיקה והגבלה של מכירת משקאות ומזונות לא בריאים בבתי ספר וסביבתם, ובאשר למיסוי אפשרי על משקאות ממותקים קנויים. הנתונים נאספו באמצעות סקר אינטרנטי כמותני מייצג שכלל 1,013

³ Mytton, O.T., Clarke, D. and Rayner, M. (2012). Taxing unhealthy food and drinks to improve health. *BMJ*, pp. 344.

⁴ Briggs, A.D., Mytton, O.T., Madden, D., O'Shea, D., Rayner, M., and Scarborough, P. (2013). The potential impact on obesity of a 10% tax on sugar-sweetened beverages in Ireland, an effect assessment modelling study. *BMC public health*, 13(1), pp. 860.

⁵ Chaloupka, F.J., Powell, L.M. and Chiqui, J.F. (2011). Sugar-sweetened beverages and obesity: The potential impact of public policies. *Journal of Policy Analysis and Management*, 30(3). pp. 645-655.

⁶ Brownell et al. (2009). The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages. *The new england journal of medicine*, 361, pp.1599-1605.

⁷ Fletcher, M., Frisvold, D. and Tefft, N. (2010). Taxing Soft Drinks And Restricting Access To Vending Machines To Curb Child Obesity. *Health Affairs*, 5., pp. 1059-1066.

משיבים. בנוסף, קיימים גם ממצאי סקר אומניבוס טלפוני שנערך באמצעות "פאנל פרויקט המדגם" (שאינם מופיעים בדו"ח זה). סקר זה נערך בקרב מדגם מייצג של 502 משיבים בגילאי 18+.

המחקר הנוכחי, נערך על ידי צוות המחקר של התוכנית לשיווק חברתי שיתופי של החוג לתקשורת באוניברסיטת תל-אביב בשיתוף עם צוות רחב יותר של התוכנית הלאומית לחיים בריאים ופעילים, במימון משרד הבריאות. לפי ממצאי הסקר הנוכחי כמעט 70% מהאוכלוסייה צורכת באופן אישי משקאות ממותקים קנויים לפחות פעם בשבוע. הנתונים דומים גם ביחס לצריכה הביתית של משקאות ממותקים קנויים. משקאות אלו, לדוגמה: תה קר, משקאות מוגזים (שאינם דיאט), מיצים טבעיים, ועוד מכילים כמות רבה של סוכר, שהציבור אינו מודע אליה. צריכה תכופה של משקאות ממותקים קנויים עלולה לגרום לצריכה גדולה של סוכר, שמהווה "קלוריות ריקות", מעבר לכמות היומית המומלצת. בסופו של דבר יכולה צריכה זו יכולה להוביל להשמנת יתר, התפתחות סוכרת מסוג 2, בעיות לב ועוד⁵. לכן, קיימת חשיבות ליידוע הציבור ביחס לכמויות הסוכר הגבוהות הקיימות בשתייה ממותקת, ולהצעת תחליפים למשקאות ממותקים שיכולים להיות מקובלים על הציבור ולענות על הצרכים והסיבות לצריכת משקאות מסוג.

נורמות חברתיות, מודלים חיוביים ומסוגלות עצמית כמשפיעים על ההתנהגות

המחקר התבסס על המסגרת התיאורטית הגורסת שלנורמות חברתיות השפעה על עמדות והתנהגות של אנשים. נורמות חברתיות הן אחד מן הגורמים המשפיעים על הפעולות והמעשים של אנשים. קיימים מספר סוגים של נורמות חברתיות: מחייבות (Injunctive) ותיאוריות / נתפשות (Descriptive). נורמות מחייבות הן הקודים החברתיים המנחים או מוקיעים התנהגות מסוימת, כלומר הן מספקות מידע על מה שצריך לעשות. ואילו נורמות תיאוריות / נתפשות הן האופן בו היחיד מפרש את הקודים המנחים התנהגות. כלומר, המידה בה הפרט חושב כי פעולה מסוימת היא מקובלת על ידי החברה בכללותה או על ידי האנשים הקרובים אליו.

בהתאם לתיאוריה של נורמות חברתיות, נורמות תיאוריות יכולות להניע אנשים לפעולה מתוך תפישה ש"אם הרבה אנשים עושים את זה, זה כנראה דבר נכון/נכון/נחוץ לעשות". יתר על כן, אנשים לא מודעים למידת ההשפעה הרבה של נורמות תיאוריות על הסיבות לפעולותיהם. כלומר, אנשים בוחרים לפעול באופן מסוים מתוך ראייה כי אחרים פועלים כך, וכן מתוך תפיסת "המון": אם המון אנשים פועלים באופן מסוים, כנראה שיש הגיון בפעולה או שאם הם לא יפעלו כך, הם עלולים לסבול מסנקציות חברתיות שליליות. מכאן, ההנחה היא שניתן לרתום את הנורמות החברתיות כאסטרטגיה במסעות הסברה חברתיים. שכן, ייתכן שאם יוצג לצרכני השתייה הממותקת שרוב האנשים הם בעד הפחתת או הפסקת צריכת המשקאות הממותקים, ובעד תחליפים בריאים יותר, הם יאמצו את ההתנהגות הבריאותית יותר. זאת משום שהם יראו שהם יכולים לפעול ללא חשש מתגובות שליליות של אחרים, וגם שיש להם אלטרנטיבות נגישות.

יעדי המחקר

כללית, המחקר יועד לבדיקת התפיסות הנורמטיביות והעמדות האישיות של אנשים בוגרים בישראל הקשורות לצריכת שתייה ממותקת קנויה: צריכה עצמית, צריכה של בני ביתם, וצריכה לגבי אירוח של אחרים. אחד מיעדי המחקר המרכזיים היה ללמוד, במידה ויש תמיכה רחבה יחסית בהפחתת צריכה של הגשת משקאות ממותקים, האם לאנשים יש הערכה נכונה של תמיכה זאת. ההשערה הייתה שתהיה הערכת-חסר שקיימת תמיכה. יעדים נוספים:

- בחינת העמדות האישיות לגבי צריכה עצמית של משקאות ממותקים.
- בחינת הערכת הנשאלים לגבי הנוהג של צריכת משקאות ממותקים בביתם ובקרב אחרים.
- בחינת התפיסות לגבי נורמות ועמדות הקשורות לאירוח ולצריכת משקאות ממותקים קנויים: האם האנשים רואים מבחינתם הגשת משקאות ממותקים לאורחים כדבר נחוץ, ומה הערכתם לגבי התפיסות של אחרים.
- בחינת התקבלות של תחליפים שונים לשתייה ממותקת באירוח ובבית.
- בחינת עמדות ביחס לחקיקה המגבילה מכירת מזון ומשקאות לא בריאים בבתי הספר וסביבתם.
- בחינת עמדות ביחס לאפשרות של מיסוי משקאות ממותקים קנויים.

שיטת המחקר

שיטת המחקר שנבחרה הינה סקר אינטרנטי כמותני מייצג בקרב 1,013 משתתפים בגילאי 18-70. הסקר נערך באמצעות חברת המחקר "Ipanel" בתאריכים 25-26/12/2013. סה"כ נשלחו כ-13,069 הזמנות לאנשים הרשומים לפאנל האינטרנטי של חברת "Ipanel". בנוסף לשיקולי עלות כספית, השימוש במדגם אינטרנטי מתאים ליעדי התקשורת השיווקית-חברתית כיוון שהמיני-קמפיין בנושא מטעם התוכנית "אפריבריא" מיועד להיות מועבר בעיקר באמצעות פלטפורמות אינטרנטיות. במקביל, מיועד להיערך סקר טלפוני נפרד בקרב אוכלוסייה ערבית. בנוסף, בוצע גם סקר אומניבוס טלפוני מייצג באמצעות "פאנל פרויקט המדגם" בקרב 502 משיבים בגילאי 18+ (שאינם מוצגים בדו"ח זה).

הסקר כלל 19 שאלות מתוכן 2 שאלות פתוחות, אשר בחנו את עמדות ותפיסות הנשאלים כלפי שתייה ממותקת באופן כללי, הזדמנויות ומוטיבציות לצריכתה, נורמות בנוגע לאירוח והגשת שתייה ממותקת, הצעות לתחליפים בריאים יותר וזמינים, מידת התמיכה בתחליפים אפשריים, וכן שאלות בנושא חיפוש מידע בנושאי בריאות באינטרנט ותמיכה ביוזמה למיסוי משקאות ממותקים ובחוק להגבלת מכירת משקאות ממותקים ומזון לא בריא בבתי ספר ובסביבתם.

אוכלוסיית המחקר

מדגם הסקר הינו 1,013 משתתפים בוגרים בגילאי 18-70. נשלח גל אחד של הזמנות להשתתפות במחקר למדגם מייצג המורכב מפאנליסטים של מכון המחקר. סה"כ נשלחו 13,069 הזמנות, מתוכן נפתחו 2,301 הזמנות, וענו 1,013 משתתפים. סקר אינטרנטי מאפשר להגיע למדגם מייצג של גולשים בזמן קצר יחסית, עם אחוזי היענות גבוהים (בניגוד לסקרים טלפונים, בהם אחוז המשיבים נמוך יחסית). אולם, במדגם זה קיים ייצוג יתר למשכילים ולבעלי הכנסה גבוהה, דבר שיש להתחשב בו בעת הסקת מסקנות (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 1 בנספחים).

ממצאים

1. תדירות צריכת משקאות ממותקים

במטרה למפות את תדירות צריכת השתייה הממותקת כיום ואת הסיבות לצריכתה, התבקשו המשיבים להעריך כל כמה זמן הם שותים שתייה ממותקת. בנוסף, הוצגו בפני הנשאלים שהצהירו כי הם שותים משקאות ממותקים קנויים בתדירות כלשהי סיבות אפשריות לצריכת משקאות ממותקים והם נשאלו באיזו מידה כל אחד מההיגדים מהווה עבורם סיבה לצריכת משקאות ממותקים.

השאלות בסקר:

- כל כמה זמן אתה שותה בדרך כלל משקאות ממותקים קנויים?
- בדרך כלל, כל כמה זמן נהוג לשתות אצלך בבית בדרך כלל משקאות ממותקים קנויים?

כללית, כמעט רבע מהמשיבים דיווחו על שתייה של משקאות ממותקים לפחות פעם ביום כאשר על צריכה גבוהה יחסית דיווחו משיבים עד גיל 45. כמחצית דיווחו שהם שותים משקאות ממותקים פעם או מספר פעמים בשבוע וכרבע דיווחו שכמעט ואינם שותים או רק באירועים מיוחדים. מספר קטן יחסית (6%) דיווחו שאינם שותים כלל. הם דיווחו על צריכה דומה בביתם.

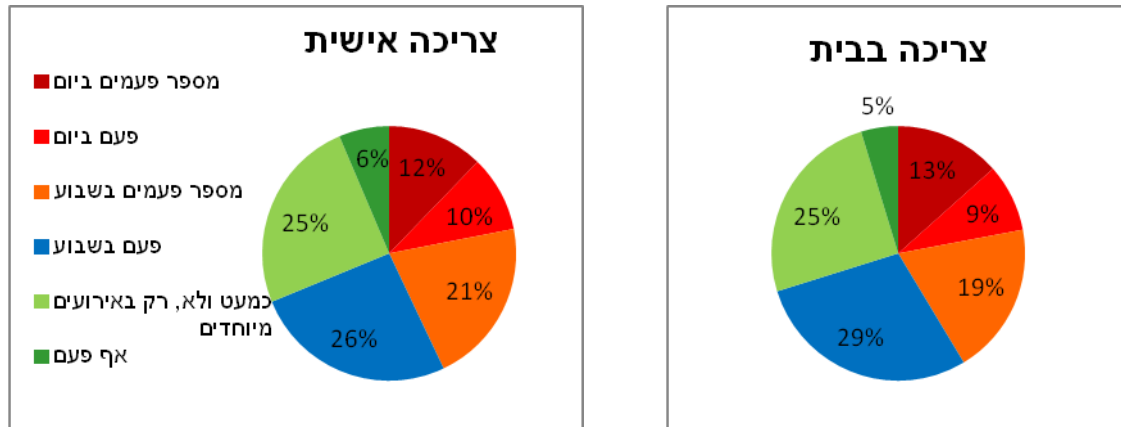
12% מהנשאלים דיווחו על צריכה אישית של משקאות ממותקים מספר פעמים ביום, כ-10% מהם שותים פעם ביום, 21% מהנשאלים שותים משקאות ממותקים מספר פעמים בשבוע, 26% מהם שותים פעם בשבוע. כרבע (25%) מהנשאלים כמעט ואינם שותים משקאות ממותקים, אלא רק באירועים מיוחדים, ו-6% מהם לא שותים אף פעם.

נמצא דמיון בין התפלגות צריכת השתייה הממותקת האישית לצריכת המשקאות הממותקים בבית. כ-13% מהנשאלים דיווחו שבביתם צורכים משקאות ממותקים מספר פעמים ביום. כ-9% דיווחו על צריכה ביתית של פעם ביום, 19% דיווחו על כך שבבית שותים משקאות ממותקים מספר פעמים בשבוע, 29% דיווחו על צריכה ביתית של פעם בשבוע, כרבע מהנשאלים טוענים כי בביתם כמעט ולא צורכים שתייה ממותקת קניה, רק באירועים מיוחדים, וכ-5% טוענים שכלל לא צורכים בביתם שתייה ממותקת קנויה.

ממצאי הסקר הנוכחי המעידים על צריכת משקאות ממותקים מספר פעמים ביום או פעם ביום בקרב כ-22% מהמשיבים, דומים לממצאי סקר KAP של משרד הבריאות. בסקר KAP נמצא כי 22.8% מהאוכלוסייה (שבסקר KAP כללה גם משיבים מהמגזר הערבי), צורכים שתייה ממותקת פעם ביום או כמעט כל יום. בנוסף, נמצא שכלל שגיל הנשאל מבוגר יותר, כך הוא נוטה לשתות משקאות ממותקים בתדירות נמוכה יותר. מבוגרים יותר, נטו יותר לשתות משקאות ממותקים "כמעט ולא, רק באירועים מיוחדים", ו"אף פעם". עוד על כך, גילאי 56 ומעלה נטו פחות לשתות שתייה ממותקת בתדירות של מספר פעמים בשבוע בהשוואה לקבוצות הגיל האחרות (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 2 בנספחים). גם ממצאים אלו הולמים את ממצאי סקר KAP בו נמצא שעם העלייה בגיל הנשאלים ירד שיעור המרואיינים שציין כי הוא שותה משקאות ממותקים קנויים. בנוסף, גילאי 56 ומעלה, יותר דיווחו על כך שבביתם כמעט ולא צורכים שתייה ממותקת קנויה, רק

באירועים מיוחדים, בהשוואה לקבוצות הגיל האחרות ($r(s)=0.159, p<0.001$).

גרף 1: צריכה אישית וצריכה בבית של משקאות ממותקים קנויים על פי דיווח עצמי



2. ידע ותפיסות לגבי כמות סוכר בשתייה ממותקת

במטרה לאמוד את הידע והתפיסות לגבי כמות הסוכר בשתייה ממותקת קנויה, התבקשו המשיבים לשער כמה כפיות סוכר קיימות בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת. לאחר מכן, הם התבקשו לציין עד כמה לדעתם כמות כפיות זו הינה סבירה.

2.1 ידע לגבי כמות הסוכר בשתייה ממותקת

שאלה מהסקר: להערכתך, כמה כפיות סוכר בערך יש בכוס חד פעמית רגילה של משקה ממותק קנוי?

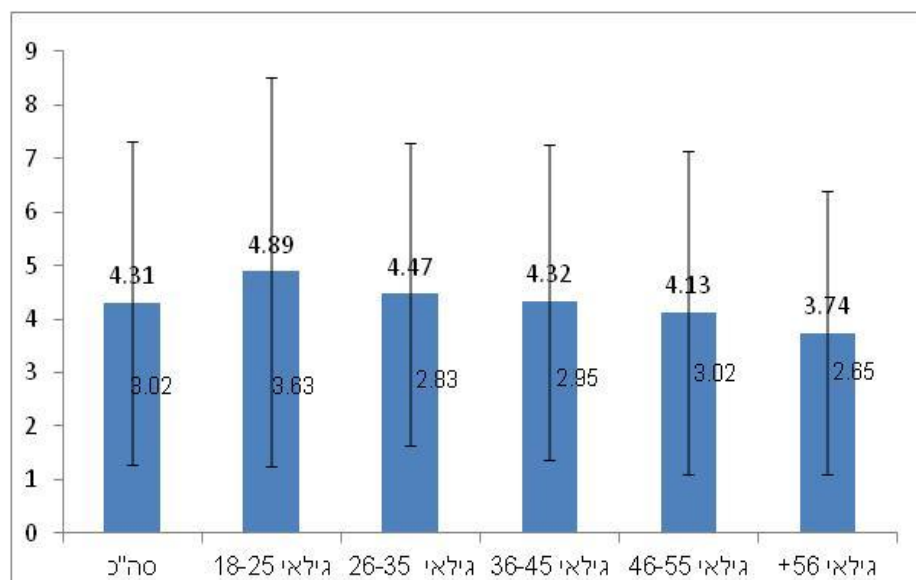
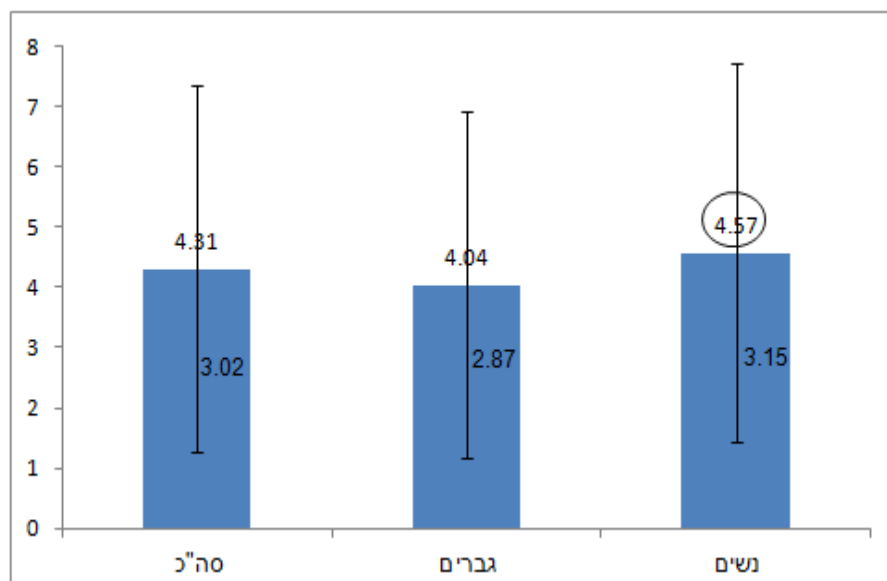
הנשאלים העריכו כי קיימות בממוצע מעל ל-4 כפיות סוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת. נשים העריכו כי בממוצע כוס חד פעמית של שתייה ממותקת מכילה יותר סוכר מגברים, וכן ככל שגיל המשיבים נמוך יותר, הם העריכו כי שתייה ממותקת מכילה יותר סוכר. עם זאת התשובה השכיחה הייתה הערכת-חסר של 2 כפיות סוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת. החציון הינו 4.

ממוצע מספר הכפיות המשוער בכוס שתייה חד פעמית עומד עד 4.31 (לאחר השמטת תשובות שעלו על 20 כפיות סוכר בכוס). נמצא הבדל בין גברים לנשים בשיעור הממוצע של כפיות סוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת: נשים העריכו כי קיים יותר סוכר בממוצע בהשוואה לגברים ($t(999)=-2.796, p<0.005$). עוד על כך, נמצא שככל שגיל המשיבים עולה, כך מספר הכפיות הממוצע המשוער בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת יורד ($F=3.697, p<0.005$) (פירוט השכיחויות בטבלאות מס' 3 ו-4 בנספחים). דהיינו, ככל שהמשיבים מבוגרים יותר, הם נטו לחשוב כי יש פחות סוכר בממוצע בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת.

חשוב לציין שהתשובה השכיחה ביותר הינה 2 כפיות סוכר בכוס חד פעמית, והיא עומדת על כ-20% בכל קבוצות הגיל. מכאן שהתשובה השכיחה מהווה הערכת חסר של כמות הסוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת. החציון בקרב כלל המדגם הינו 4. אולם בקרב גברים הוא עומד על 3, ובקרב נשים, הוא 4, דבר המחזק את הממצא כי נשים נוטות לחשוב כי קיים יותר סוכר בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת בהשוואה לגברים. בפועל, לפי נתוני משרד הבריאות, בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת המכילה 150 מ"ל יש בין כ-2 כפיות סוכר (לדוגמה בקינלי עדין), ל-4 כפיות סוכר (פאנטה).

כלומר כוס חד פעמית (150 מ"ל) של שתייה ממותקת מכילה בין כ-2 כפיות סוכר ל-4 כפיות, תלוי בסוג המשקה הממותק. בכוס חד פעמית של שתייה ממותקת המכילה 180 מ"ל יש בין 2 כפיות סוכר לכמעט 5 כפיות סוכר, תלוי בסוג המשקה.

גרף 2: מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי על פי מין וגיל



2.2 עמדות לגבי סבירות כמות הסוכר בשתייה ממותקת

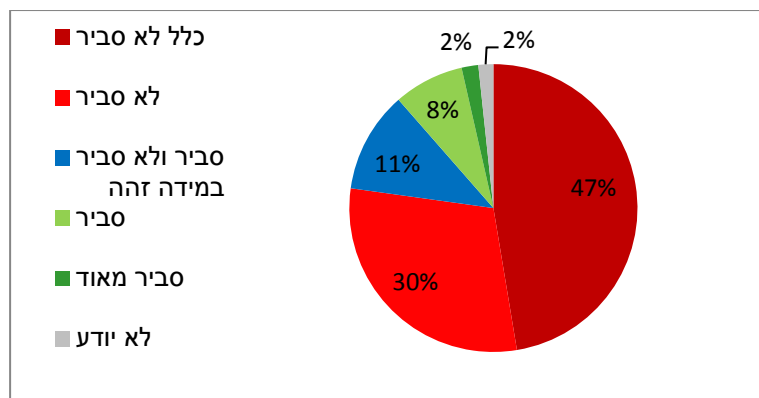
השאלה מהסדר: עד כמה לדעתך X כפיות סוכר (לפי מה שענה בשאלה קודמת) בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי הן סבירות מבחינה תזונתית?

לפי רוב המשיבים (77%) כמות הסוכר הקיימת במשקאות ממותקים אינה סבירה (גבוהה מדי). ככל שכמות כפיות הסוכר המשווערת עלתה, כך היא נתפסה כפחות סבירה. יותר נשים (81%) מגברים (73%) חשבו כי כמות הסוכר בשתייה ממותקת איננה סבירה.

הנשאלים התבקשו להעריך עד כמה כמות הסוכר שהמשיבים חשבו שנמצאת בכוס משקה ממותק היא סבירה מבחינה תזונתית ורובם (77%) סברו כי כמות הסוכר שצינו בשאלת כמויות הסוכר איננה סבירה ("כלל לא סביר" ו"לא סביר"). רק כ-10% מהמשיבים השיבו כי כמות כפיות הסוכר שצינו כתשובה לשאלה הינה כמות סבירה (סביר וסביר מאוד).

נמצא קשר בין מספר כפיות הסוכר שהמשיבים שיערו שיש בכוס שתייה ממותקת לבין המידה בה כמות הסוכר נתפסה כסבירה, ככל שמספר הכפיות המשווער עולה, כך תפיסת "הסבירות" של כמות הסוכר במשקה יורדת ($r(s)=0.431, p<0.001$). עוד על כך, נמצא כי נשים נוטות יותר לחשוב כי יש יותר מידי כפיות סוכר בשתייה ממותקת ($r(s)=0.127, p<0.006$). כלומר, לפי מרבית המשיבים, בייחוד אלו שהעריכו שיש כמות יחסית גבוהה של סוכר בכוס משקה, כמות הסוכר לא סבירה (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 5 בנספחים).

גרף 3: הערכת סבירות כמות כפיות הסוכר בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי



3. חיפוש מידע בנושא סוכר באינטרנט

השאלה: אם היית מעוניין/ נת במידע בריאותי מהאינטרנט לגבי סוכר איפה היית מתחיל/ ה את החיפוש?

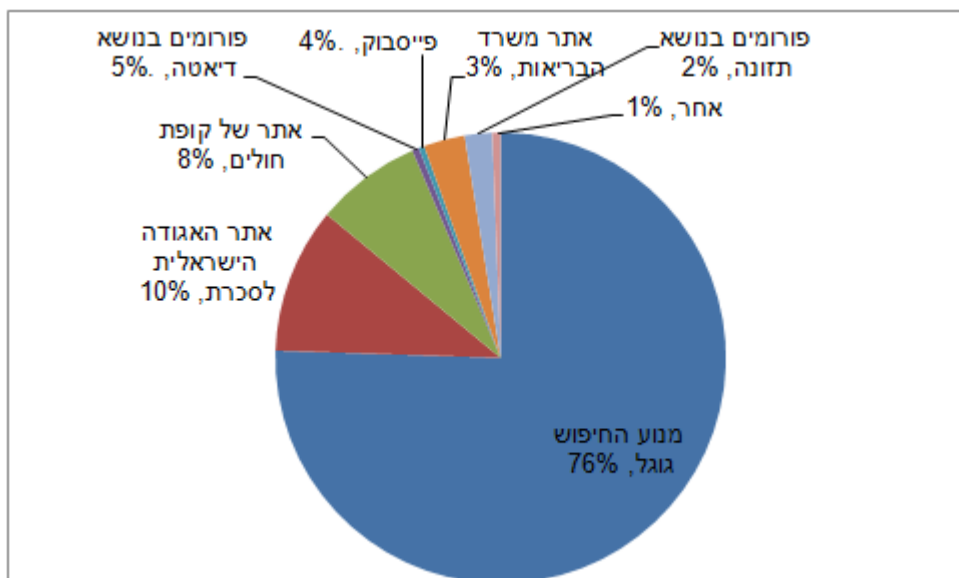
הערה: שאלה זאת נשאלה כשאלת "חימום" לקראת השאלות הבאות, אבל היא גם מיועדת ללמוד כיצד אנשים דווחו על חיפוש מידע בנושא.

כללית, עולה שמרבית הנשאלים מעדיפים לפנות למנוע חיפוש ולא לאתר המיועד לתת מידע בריאותי.

רוב (76%) הנשאלים בסקר הגיבו כי יתחילו לחפש מידע בריאותי על סוכר באינטרנט במנוע החיפוש של גוגל. במקום השני, בפער ניכר, 10% מהנשאלים ענו כי יחפשו מידע באתר האינטרנט של האגודה הישראלית לסוכרת. במקום השלישי אתרי קופות החולים, 8% מהנשאלים הצהירו כי יחפשו שם מידע בריאותי בנושא סוכר. רק 3% מהנשאלים אמרו כי יחפשו מידע באתר האינטרנט של משרד הבריאות, 2% בפורומים בנושא תזונה. ופחות מאחוז אמרו שיחפשו מידע בפורומים בנושא דיאטה או בפייסבוק.

הבדלים לפי גיל: נמצא כי יש קשר בין גיל לחיפוש מידע באינטרנט. גילאים צעירים יותר (18-25, 36-45) נוהגים יותר לחפש מידע באמצעות גוגל, גילאים מבוגרים יותר (46-55, 56 ומעלה) נוהגים יחסית יותר מצעירים לחפש מידע בריאותי באתרי האינטרנט של קופות החולים. עוד על כך, גילאי 56+ נוהגים יותר מקבוצות גיל אחרות לחפש מידע רפואי באתר האגודה הישראלית לסוכרת ($r(s)=0.095$, $p<0.002$) (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 6 בנספחים).

גרף 4: חיפוש מידע בריאותי על סוכר באינטרנט



4. תפיסת חשיבות הפחתת צריכת המשקאות הממותקים

על מנת להבין האם הפחתה משמעותית של צריכת משקאות ממותקים נתפסת כבעלת חשיבות, וכנושא על סדר היום הציבורי, התבקשו המשיבים להביע את דעתם על מידת החשיבות של שתי סוגיות: עד כמה לדעתם חשוב שאנשים הקרובים אליהם, וצורכים הרבה משקאות ממותקים, יפחיתו את כמות המשקאות הממותקים שהם צורכים. וכן הם נשאלו עד כמה לדעתם חשוב כי ילדים לא יצרכו משקאות ממותקים בכלל.

שאלות בסקר:

- עד כמה נראה לך חשוב שאנשים בסביבתך הקרובה ששותים יחסית הרבה משקאות ממותקים קנויים יפחיתו או יפסיקו לשתות אותם מטעמי בריאות?
- עד כמה נראה לך חשוב שילדים לא ישתו בכלל משקאות ממותקים קנויים מטעמי בריאות?

רוב המשיבים (72%) דיווחו על חשיבות גבוהה להפחתת צריכה של שתייה ממותקת בקרב אנשים בסביבתם הקרובה, ולמניעת צריכת משקאות ממותקים על ידי ילדים (86%). כאשר מניעה מוחלטת של צריכת שתייה ממותקת בקרב ילדים, נתפסה חשובה יותר מהפחתה או הפסקת צריכת שתייה ממותקת בקרב הקרובים להם.

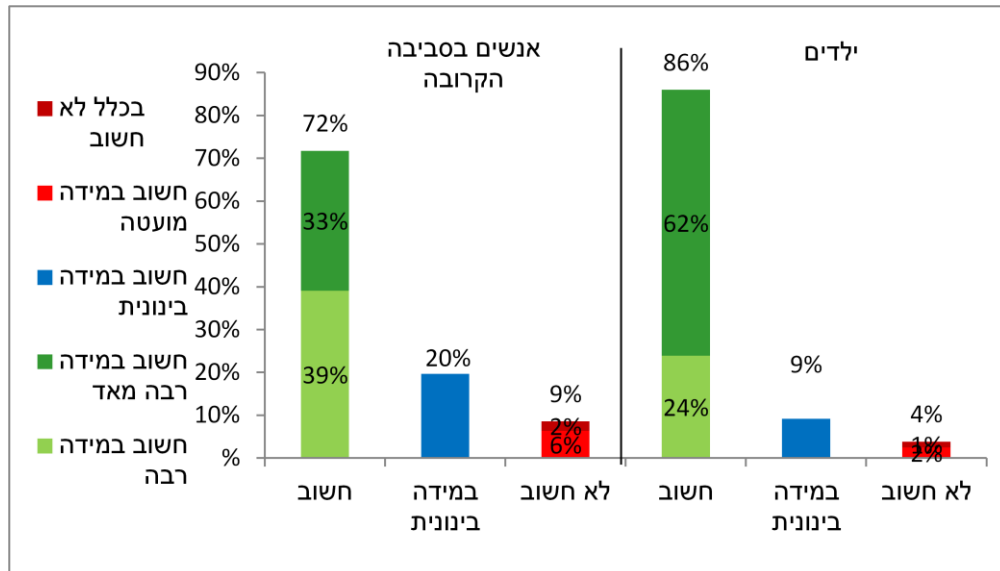
הבדלים בין נשים לגברים: נשים (75%) האמינו יותר מגברים (69%) כי קיימת חשיבות להפחתת צריכת שתייה ממותקת. הן גם האמינו (90%) יותר מגברים (82%) כי קיימת חשיבות למניעת צריכת שתייה ממותקת בקרב ילדים. וכן ככל שגיל הנשאלים עלה, כך עולה התפיסה כי חשוב שהאנשים הקרובים יפחיתו את צריכת המשקאות הממותקים.

נמצא כי רוב (כ-72% במידה רבה ורבה מאוד) המשיבים חשבו שקיימת חשיבות רבה להפחתת צריכה ממותקת בקרב אנשים מהסביבה הקרובה, שצורכים כמויות גדולות של שתייה ממותקת קנויה. בנוסף, נמצא כי רוב גדול (כ-86%) מהמשיבים חושבים כי קיימת חשיבות (במידה רבה ורבה מאוד) לכך שילדים לא ישתו בכלל משקאות ממותקים קנויים. מכאן, שקיימת הבנה בקרב הנשאלים של חשיבות הפחתת או הפסקת צריכת המשקאות הממותקים הקנויים.

הבדלים בין נשים לגברים: נמצא כי נשים נוטות יותר מגברים להאמין כי חשוב שאנשים קרובים אליהן יפחיתו או יפסיקו לצרוך משקאות ממותקים וכן חשוב שהילדים לא ישתו כלל משקאות ממותקים קנויים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 7 בנספחים).

הבדלים לפי גיל: נמצא שכל שגיל המשיבים עולה, כך התפיסה כי חשוב שאנשים בסביבה הקרובה יפחיתו או יפסיקו לשתות משקאות ממותקים קנויים שכיחה יותר. ובנוסף, גילאי 18-25 פחות האמינו כי קיימת חשיבות לכך שילדים לא ישתו בכלל משקאות ממותקים קנויים, זאת בהשוואה ליתר קבוצות הגיל (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 8 בנספחים).

גרף 5: חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים



5. סיבות לצריכת משקאות ממותקים

השאלה: כאשר את/ה שותה משקאות ממותקים קנויים עד כמה כל אחת מההנמקות הבאות מסבירות מדוע את/ה שותה?

להלן ההנמקות שהועלו על ידי הנשאלים: זה מרווה, זה טעים, זה זול, זה נגיש, זה נותן לי אנרגיה, זה נותן לי הנאה וסיפוק, זה מה שאני רגיל לשתות, כולם סביבי שותים משקאות ממותקים קנויים, אני אוהבת/לשתות שתייה מתוקה קנויה, בגלל הפרסומות, כשאין מים, אחר.

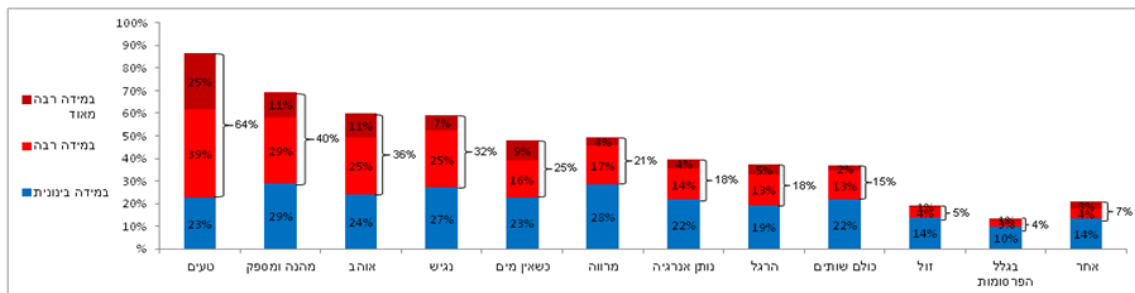
הסיבה העיקרית לצריכת משקאות קלים ממותקים בקרב הנשאלים היא הטעם (64%), אחריה הנאה וסיפוק (40%), אהבה לצריכת משקאות ממותקים (36%), נגישות (32%), "כשאין מים" (25%) ורוויה (21%).

גברים (20%) דיווחו שהם נוהגים לשתות שתייה ממותקת יותר מנשים מתוך הרגל ומכיוון שהיא מרווה (24%) וזולה (5%). יותר נשים (28%) מגברים (22%) דיווחו שהן צורכות שתייה ממותקת כאשר אין מים בנמצא.

מתוך התשובות עולה כי "טעם וחוויה" הן הסיבות העיקריות לפי המשיבים לצריכה שלהם של משקאות ממותקים קנויים. כשני שליש (64%) מהנשאלים ענו כי אלו הסיבות לצריכה במידה רבה או במידה רבה מאוד. הסיבה השנייה בשכיחותה לצריכת משקאות ממותקים היא הנאה וסיפוק (כ-40% מהנשאלים). שלישית, "אוהב לשתות משקאות ממותקים" (כ-36%), הסיבה הרביעית בשכיחותה היא נגישות של המשקאות הממותקים (כ-32%). "כשאין מים" היא הסיבה החמישית בשכיחותה לצריכת משקאות ממותקים (כ-25%), רוויה מהווה את הסיבה השישית (כ-21%), אנרגיה היא הסיבה השביעית (18%). בשכיחות נמוכה יותר נמצאות הסיבות "הרגל", "כולם שותים", "זול", "בגלל הפרסומות" וסיבה אחרת (4%, 5%, 15%, 18%, 7% בהתאמה).

הבדלים בין נשים לגברים ולפי גיל: נמצאו הבדלים בין נשים לגברים הקשורים למוטיבציה לצריכת שתייה ממותקת: רוויה הינה סיבה נפוצה יותר בקרב גברים לצריכת משקאות ממותקים. בנוסף, גברים נוהגים יותר לשתות שתייה ממותקת מכיוון שהיא זולה ומתוך הרגל. לעומתם, נשים נוהגות יותר לשתות שתייה ממותקת כאשר אין מים בנמצא. בנוסף, נמצאו הבדלים הקשורים לגיל במוטיבציות לצריכה של שתייה ממותקת: ככל שגיל הנשאלים עולה, נימוק הרוויה לצריכת שתייה ממותקת רווח יותר. גילאי 56 ומעלה, פחות נוהגים לשתות שתייה ממותקת מכיוון שהיא טעימה ונותנת להם הנאה וסיפוק. עוד על כך, גילאי 46-55 ו-56 ומעלה פחות נטו לשתות שתייה ממותקת מכיוון שהם רגילים אליה או מכיוון שהם אוהבים אותה. בנוסף, טעם מהווה סיבה לצריכת משקאות ממותקים קנויים יותר בקרב גילאי 18-45 (שלוש קבוצות הגיל הצעירות יותר), בהשוואה לגילאי 46 ומעלה (שתי קבוצות הגיל המבוגרות יותר).

גרף 6: סיבות לצריכת משקאות ממותקים קנויים



6. תפיסות מוכנות עצמית ומוכנות בקרב אחרים לצמצום צריכת שתייה ממותקת

על מנת לבחון את העמדות של אנשים כלפי הפסקה או צמצום משמעותי של צריכה שתייה ממותקת וכן על מנת לבחון את האפשרות לעודד מהלך כזה נשאלו המשתתפים במחקר עד כמה הם, בני משפחתם הקרובים ואנשים בישראל בכלל יהיו מוכנים להפסיק או לצמצם את צריכת המשקאות הממותקים הקנויים.

השאלה בסקר: **לפי מומחים בבריאות, במשקאות ממותקים קנויים יש כמות רבה של סוכר אשר עלול לגרום לבעיות בריאות כמו למשל סוכרת, לחץ דם גבוה, השמנה, מחלות לב ועששת. באיזו מידה נראה לך שאתה, בני משפחתך ואנשים בכלל יהיו מוכנים להפסיק או לצמצם משמעותית צריכת משקאות ממותקים קנויים?**

נמצאה נכונות עצמית גבוהה להפסקה או הפחתת צריכת משקאות ממותקים (69%). נמצאה גם הערכה של נורמה חברתית חיובית לגבי מוכנות להפחית בקרב בני המשפחה הקרובים (54%) (הערכה גבוהה של נכונותם להפסיק). אולם נמצאה גם הערכה שמוכנות חיובית זאת אינה קיימת בקרב רבים אחרים מחוץ למעגל האישי (הערכה שרק 19% יהיו מוכנים להפסיק ואילו 44% לא יהיו מוכנים).

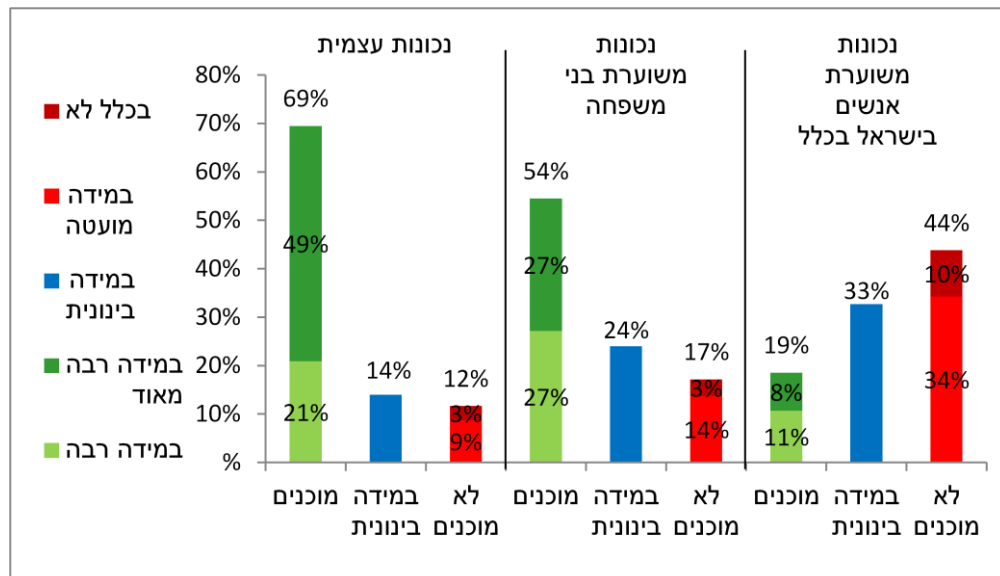
נשים (72%) מראות נכונות גבוהה יותר מגברים (67%) להפסיק לצרוך שתייה ממותקת. אולם הן פחות מאמינות (13%) בהשוואה לגברים (24%) כי אנשים בישראל בכלל יהיו מוכנים להפסיק או לצמצם משמעותית צריכת משקאות ממותקים.

לסיכום, נמצא כי קיימת נכונות גבוהה (כ-69%, "במידה רבה" ו"רבה מאוד") לצמצום משמעותי או הפסקת צריכה עצמית של משקאות ממותקים קנויים. כמו כן, נמצאה הערכה גבוהה יחסית של נכונות בני המשפחה (כ-54% "במידה רבה" ו"רבה מאוד") לצמצום משמעותי או להפסיק צריכת שתייה ממותקת, אם כי נמוכה יותר מהצהרת הנכונות העצמית להפסקה או צמצום משמעותי של צריכת משקאות ממותקים קנויים. עם זאת, נמצאה נכונות משוערת נמוכה מאוד להפחתה משמעותית או הפסקה בצריכת המשקאות הממותקים הקנויים בקרב אנשים בישראל בכלל. מכאן, שקיימת נכונות עצמית מוצהרת גבוהה יחסית לצמצום משמעותי או הפסקת צריכה של משקאות ממותקים. כמו כן, ניתן להצביע על נורמות חברתיות חיוביות להפחתה או הפסקה של צריכת משקאות ממותקים קלים (ברמה של בני המשפחה הקרובה). עם זאת, הנורמה החברתית הכללית (אנשים בישראל בכלל) הינה שלילית, ונתפס כי מעט מאוד אנשים יהיו מוכנים להפחית או להפסיק לצרוך שתייה ממותקת קנויה.

הבדלים בין נשים לגברים: בסוגיות אלו, נכונות לצמצום או להפסיק לצרוך שתייה ממותקת באופן עצמי, והערכת נכונות החברה הישראלית לעשות כן נמצאו גם הבדלים מגדריים: נשים הצהירו על נכונות גבוהה יותר להפסיק או לצמצום משמעותי את צריכת המשקאות הממותקים הקנויים לעומת הגברים. וכן הן פחות נוטות להאמין (בהשוואה לגברים) כי אנשים בישראל בכלל יהיו מוכנים להפסיק או לצמצום משמעותי את צריכת המשקאות הממותקים הקנויים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 9 בנספחים).

הבדלים לפי גיל: נמצאו גם הבדלים לפי גיל ביחס למוכנות לצמצום או הפסקת צריכת שתייה ממותקת והערכת הנכונות של אחרים לצמצום או להפסיק לצרוך אותה: נמצא כי המוכנות העצמית המוצהרת להפסקה או צמצום משמעותי של צריכת המשקאות הממותקים הקנויים עולה ככל שגיל המרואיין עולה. גילאי 18-25 העריכו כי בני המשפחה שלהם יהיו פחות מוכנים להפסיק או לצמצום משמעותי צריכת משקאות ממותקים קנויים, בהשוואה לקבוצות גיל אחרות. עוד נמצא כי ככל שגיל הנשאלים צעיר יותר, כך הם פחות העריכו כי אנשים בישראל בכלל יהיו מוכנים להפסיק או לצמצום משמעותי את צריכת המשקאות הממותקים הקנויים ובאופן משלים, ככל שגיל הנשאלים בוגר יותר, כך עולה הערכתם לגבי המוכנות של שאר האנשים בישראל להפסיק או לצמצום משמעותי את צריכת המשקאות הממותקים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 10 בנספחים).

גרף 7: נכונות עצמית והערכת נכונות של אחרים להפחתת/הפסקת צריכת משקות ממותקים קנויים



7. נורמות קיימות ותפיסת האפשרות לשינוי בבית

על מנת להבין את התפיסות והנורמות הקיימות בנוגע לאפשרות לשינוי הרגלי השתייה המקובלים בביתם, התבקשו המשיבים להעריך עד כמה קל או קשה יהיה להם, לאנשים מהסביבה הקרובה ולאנשים בישראל בכלל, לשנות את הרגלי השתייה כך שהשתייה הזמינה בבית תהיה בריאה יותר.

שאלה בסקר: באיזו מידה נראה לך שיהיה קשה או קל לשנות את הרגלי השתייה המקובלים בבית כך שהשתייה הזמינה תהיה בריאה יותר (למשל מים, מיץ או תה שהוכן בבית)?

רוב המשיבים (68%) העריכו כי יהיה להם קל לשנות את הרגלי השתייה בבית כך שהשתייה הבריאה תהיה זמינה יותר. פחות מהם (44%) העריכו כי לסביבתם הקרובה יהיה קל. ורובם (70%) העריכו כי לישראלים בכלל יהיה קשה לשנות את הרגלי השתייה. כאשר נשים האמינו כי להן יהיה קל לשנות את הרגלי השתייה בבית, אך העריכו כי לאנשים בישראל בכלל יהיה קשה. ככל שגיל המשיבים עולה, הם יותר אופטימיים לגבי אפשרות השינוי של הרגלי השתייה הממוקת בבית (בעצמם, בקרב אחרים בסביבתם הקרובה, ובקרב ישראלים בכלל).

הערכה שקל להם עצמם לשנות להרגלי שתייה בריאים יותר: נמצא כי רוב (68%) האנשים העריכו כי להם עצמם יהיה קל (ברמות שונות) לשנות את הרגלי השתייה בבית כך שהשתייה הבריאה תהיה זמינה (די קל, קל מאוד, והשתיה הבריאה כבר זמינה). חשוב לציין שכמעט רבע (23%) מהנשאלים ציינו כי בביתם האופציות הבריאות כבר זמינות.

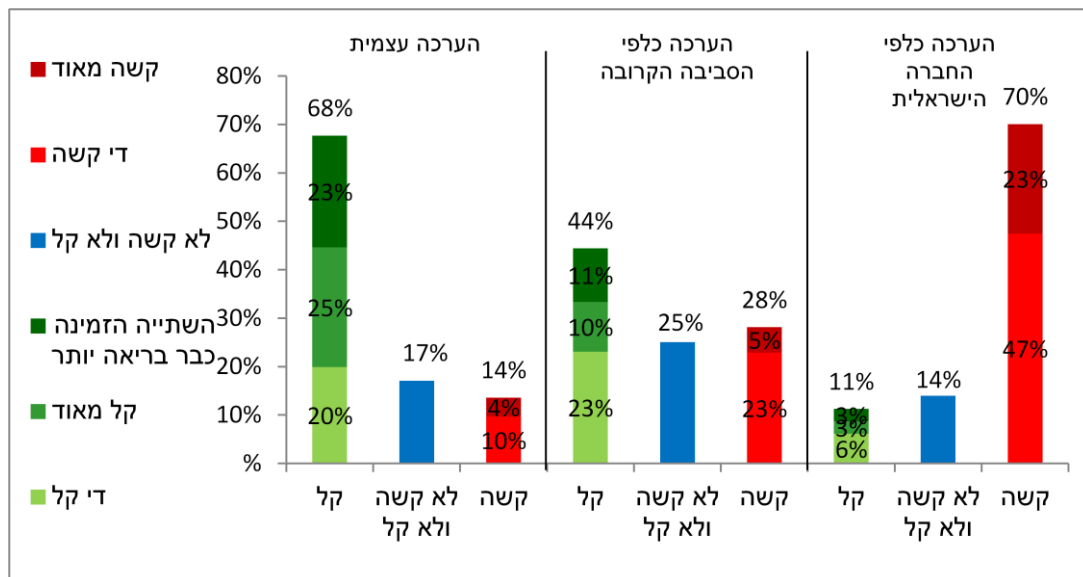
הערכה שקשה יותר לאחרים: עם זאת, חלק קטן יותר (קצת פחות ממחצית – 44%) תפסו שישן נורמות חברתיות חיוביות לגבי הנושא בקרב אחרים בסביבתם הקרובה ושהיה קל לשנות את הרגלי השתייה בבית כך שהמשקאות הבריאים יהיו זמינים. מיעוט ניכר מהנשאלים (כ-11%) העריכו כי כללית לאנשים בישראל יהיה קל לשנות את הרגלי הצריכה בבית כך שהשתיה הבריאה תהיה זמינה וכ-70% מהנשאלים העריכו כי לאנשים בישראל בכלל יהיה קשה (ברמות שונות) לשנות את הרגלי צריכת השתייה בבית. כלומר, נראה שיש כאן תופעה של "הערכת חסר" של המוכנות של אחרים לוותר

על שתיית משקאות ממותקים, כיוון שמהסקר עלה שכמחצית העריכו שבסביבתם הקרובה ניתן לעשות זאת והרוב תומכים בכך.

הבדלים בין נשים לגברים: נמצאו הבדלים בין נשים לגברים - נשים האמינו יותר כי יהיה להן קל לשנות את הרגלי השתייה המקובלים בבית כך שהשתייה הזמינה תהיה בריאה יותר. אולם, הן פסימיות לגבי כלל החברה בישראל: נשים נוטות יותר להאמין כי לחברה הישראלית באופן כללי יהיה קשה לשנות את הרגלי השתייה המקובלים בבית כך שהשתייה הזמינה תהיה בריאה יותר (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 11 בנספחים).

הבדלים לפי גיל: נמצאו הבדלים בתפיסת האפשרות לשינוי הקשורים לגיל המשיבים: ככל שגיל הנשאלים עולה, כך עולה ההערכה כי יהיה למשיבים עצמם קל לשנות את הרגלי השתייה המקובלים בבית כך שהשתייה הזמינה תהיה בריאה יותר. בנוסף, ככל שגיל הנשאלים עולה, כך עולה התפיסה כי לסביבתם הקרובה יהיה קל להפוך את השתייה הבריאה לזמינה. ממצא נוסף קשור לאנשים בישראל בכלל: ככל שגיל הנשאלים צעיר יותר, כך עולה התפיסה כי לחברה הישראלית באופן כללי יהיה קשה יותר להפוך את השתייה הזמינה בבית לבריאה יותר. מכאן, שהמבוגרים נמצאו יותר אופטימיים לגבי האפשרות לשנות את הרגלי השתייה שלהם, של הסביבה הקרובה והחברה הישראלית בכלל, לבריאה יותר. ואילו הצעירים נמצאו פסימיים יותר (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 12 בנספחים).

גרף 8: הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר: הערכה עצמית, בקרב הסביבה הקרובה ובחברה הישראלית בכלל



8. נורמות ותפיסות לגבי אירוח והגשת שתייה ממותקת

על מנת להבין את העמדות והנורמות הקשורות להגשת שתייה ממותקת בעת אירוח והתארחות בבתיים של אחרים. נשאלו המשיבים מספר שאלות הקשורות לתפיסת המקובלות של הגשת שתייה ממותקת, לחשיבות ההגשה של שתייה זו (גם באירוח וגם בעת התארחות), לאופן בו נתפסים תחליפים אפשריים באירוח ולאופן בו הם יתקבלו.

8.1 מקובלות הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח

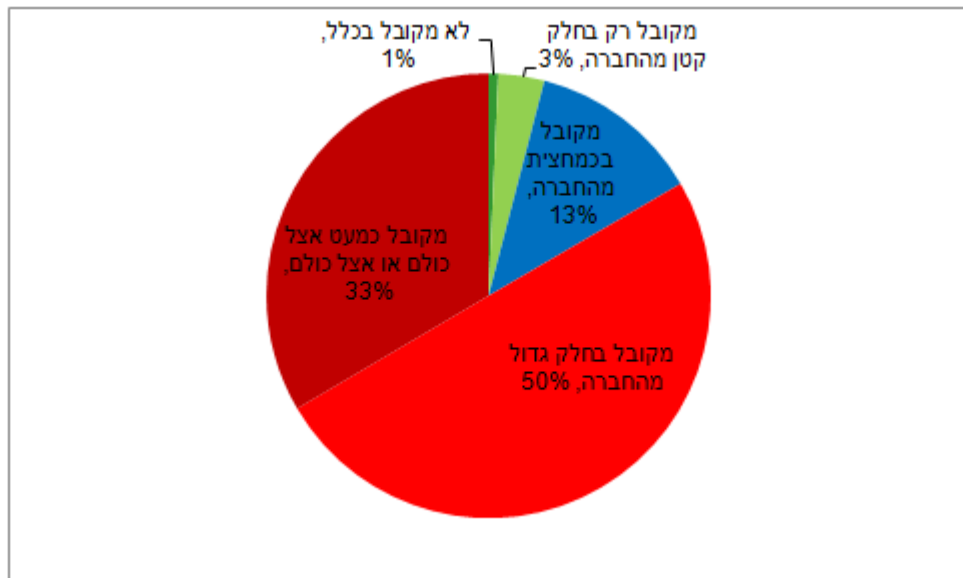
במטרה להבין עד כמה מושרשת נורמת הגשת המשקאות הממותקים הקנויים בחברה הישראלית, נשאלו המשיבים עד כמה לדעתם נהוג להגיש שתייה ממותקת קנויה בעת אירוח.

שאלה מהסקר: עד כמה את/ה חושב/ת שהגשת משקאות ממותקים קנויים לאורחים זה חלק מהנהוג המקובל בישראל?

רוב המשיבים (83%) האמינו כי הגשת שתייה ממותקת לאורחים מקובלת מאוד בחברה הישראלית (33% כמעט אצל כולם, 50% בחלק גדול מהחברה).

הבדלים בין נשים לגברים ולפי גיל: הגשת משקאות ממותקים בעת אירוח נתפסה כמקובלת יותר בקרב נשים לעומת גברים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 13 בנספחים). וכן גילאי 18-25 ו-26-35 נטו להאמין יותר מקבוצות גיל מבוגרות יותר כי הגשת משקאות ממותקים קנויים לאורחים היא חלק מהנהוג המקובל בישראל (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 14 בנספחים).

גרף 9: הערכת מידת מקובלות הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח



8.2 תפיסת חשיבות המשקאות הממותקים באירוח

במטרה להבין עד כמה הגשת שתייה ממותקת לאורחים חשובה למשיבים. הם נשאלו עד כמה חשוב להם להגיש או שיגישו להם שתייה ממותקת בעת אירוח / התארחות.

שאלות בסקר:

- ולגביך, עד כמה חשוב לך שאנשים יגישו לך משקאות ממותקים קנויים כאשר אתה מתארח/ת אצלם?

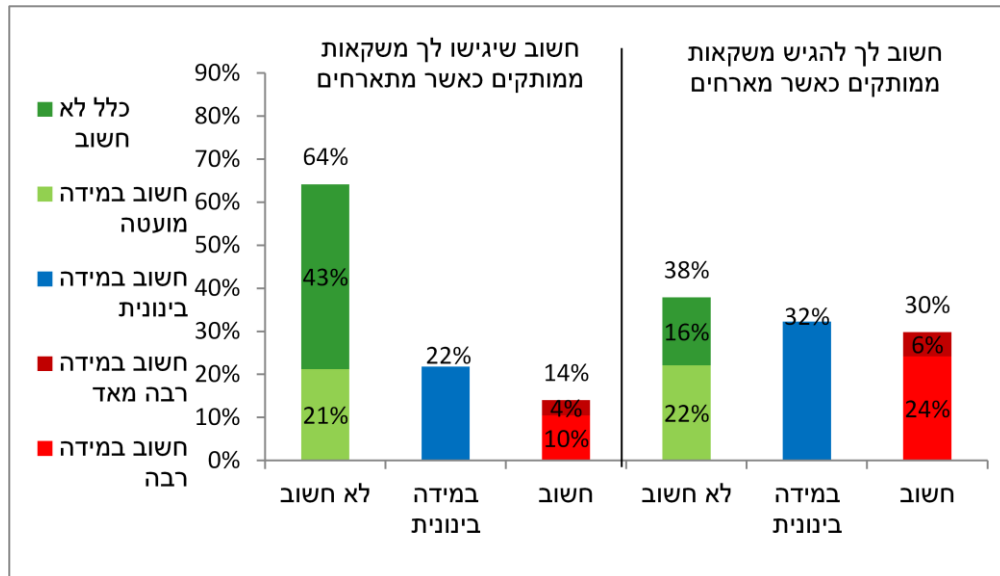
- כאשר אתה מארח/ת אנשים אצלך בבית, עד כמה חשוב לך להגיש משקאות ממותקים קנויים?

הגשת משקאות ממותקים לאורחים לא נתפסה כחשובה כשמתארחים, אבל כשליש מהמשיבים חשו שחשוב להגיש אותה לאורחים כשהם מארחים. ככל שגיל המשיבים עולה כך פחות חשובה להם השתייה הממותקת, כאורחים או מארחים.

לרוב המשיבים עצמם לא חשוב שיגישו שתייה ממותקת כאשר הם מתארחים אבל חלק ניכר מהם הרגישו שחשוב להם להגיש אותה לאורחים שלהם: רוב המשיבים (כ-64% במידה רבה ורבה מאוד) השיבו כי לא חשוב להם שיגישו להם שתייה ממותקת כאשר הם מתארחים בביתם של אנשים אחרים. רק כ-14% דווחו כי חשוב להם שיוגשו להם משקאות ממותקים קנויים (במידה רבה ורבה מאוד). אולם המצב שונה כאשר מדובר בהגשת שתייה ממותקת לאורחים שלהם. רק כ-38% מהמשיבים דווחו כי לא חשוב (במידה רבה מאוד ובמידה רבה) להם להגיש בעצמם שתייה ממותקת כאשר הם מארחים, וכ-30% דווחו כי חשוב להם (במידה רבה ורבה מאוד) להגיש שתייה ממותקת קנויה כאשר הם מארחים.

הבדלים לפי גיל: בסוגיית חשיבות הגשת המשקאות הממותקים בעת האירוח נמצאו הבדלים לפי גיל: ככל שגיל הנשאלים מבוגר יותר, כך פחות חשוב להם שיגישו להם משקאות ממותקים קנויים כאשר הם מתארחים. בנוסף, ככל שגיל המשיבים עולה, כך יורדת תפיסת החשיבות של הגשת משקאות ממותקים קנויים לאורחים. מכאן, שככל שהגיל עולה, כך יורדת החשיבות של המשקאות הממותקים בעת אירוח או התארחות (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 15 בנספחים).

גרף 10: תפיסת והערכת חשיבות הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח כאשר מארחים וכאשר מתארחים



8.3 תפיסת הגשת משקאות שאינם ממותקים כאשר מארחים

איך יגיבו אחרים כאשר לא מגישים משקאות ממותקים לאורחים

כדי להבין כיצד נתפסת הימנעות מהגשת משקאות ממותקים קנויים מטעמי בריאות, התבקשו המשיבים לשער אם אנשים יגיבו באופן חיובי או שלילי לאי הגשת משקאות ממותקים לאורחים מטעמי בריאות.

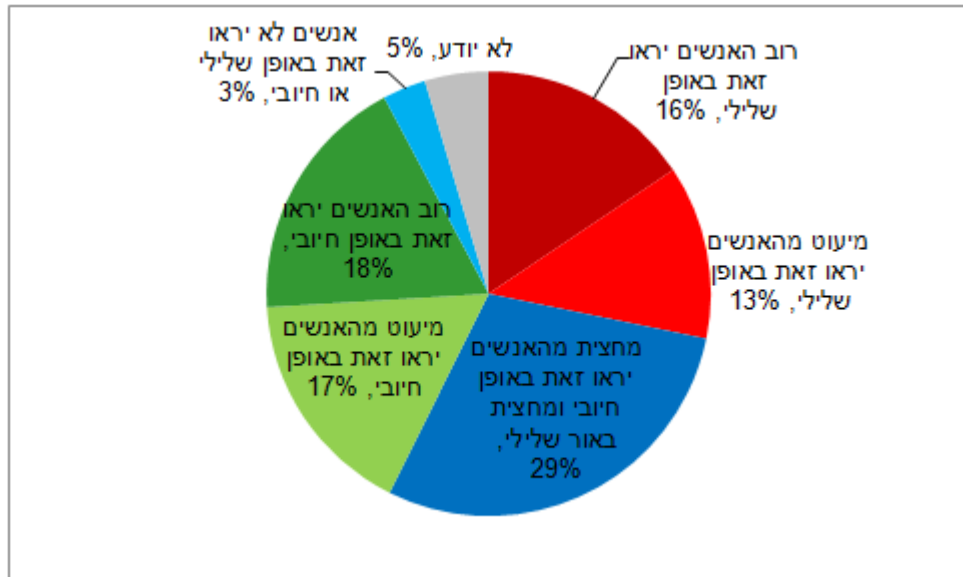
שאלה בסקר: נניח שמארחים אינם מגישים משקאות ממותקים קנויים לאורחים שלהם, כי הם מנסים לשמור על אורח חיים בריא. להערכתך, כמה אנשים יראו זאת באופן חיובי או שלילי?

לא ניתן לזהות מגמה ברורה כיצד נתפסת סוגיית אי הגשת המשקאות הממותקים לאורחים בעקבות ניסיון שמירה על אורח חיים בריא. עם זאת, לא נצפתה הערכה רבה להתנגדות, ושני שליש השיבו כי מחצית מהאנשים ומעלה יראו זאת באופן חיובי. ככל שגיל המשיבים עלה, כך עלתה ההערכה של הנשאלים כי יותר אנשים יראו אי הגשת משקאות מטעמי בריאות באופן חיובי.

כשליש (35%) מהמשיבים דיווחו כי אנשים יראו הימנעות מהגשת משקאות ממותקים קנויים לאורחים מטעמי בריאות באופן חיובי (רוב ומיעוט חיובי). כשליש נוסף (29%) העריכו שמחצית מהאנשים יראו זאת באופן חיובי ומחצית אחרת באופן שלילי. ועוד כשליש (29%) העריכו כי אנשים יראו זאת באופן שלילי (רוב ומיעוט שלילי). ניתן לראות את הממצאים כתומכים באופן פוטנציאלי בנורמה של אי הגשת משקאות ממותקים לאורחים, כי ראשית, המשיבים לא העריכו שתהיה התנגדות גורפת ופחות משליש העריכו שתהיה התנגדות, זאת למרות שהרוב ענו לשאלה אחרת שזה לא תהליך קל. שנית, כשליש השיבו שהרוב יראו זאת באופן חיובי, ושליש נוסף חשבו שמחצית יראו זאת באופן חיובי.

הבדלים לפי גיל: נמצא קשר בין סוגיית ההימנעות מהגשת משקאות ממותקים מטעמי בריאות לגיל: ככל שגיל המשיבים עולה, כך עולה התפיסה כי יותר אנשים יראו הימנעות מהגשת משקאות ממותקים לאורחים מטעמי בריאות באופן חיובי (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 16 בנספחים).

גרף 11: הערכה כיצד אנשים יראו הגשת משקאות בריאים יותר בזמן אירוח: האם יראו זאת באופן חיובי או שלילי



9. עמדות ונורמות חברתיות הקשורות לתחליפים לשתייה ממותקת
על מנת להבין את העמדות והתפיסות הקשורות לתחליפים אפשריים לשתייה ממותקת, נשאלו המשיבים עד כמה בני משפחתם הקרובה יתמכו או יתנגדו לאפשרויות שונות של תחליפים ושתייה זמינה בבית ביום-יום.

שאלות מהסקר:

- באיזו מידה להערכתך בני משפחתך הקרובה יתמכו או יתנגדו לכך שבבית ביום-יום: לא יהיו משקאות ממותקים קנויים בכלל/ יהיה שילוב של משקאות ממותקים קנויים עם אפשרויות בריאות יותר כמו מיץ או תה קר תוצרת בית/ יהיו רק אפשרויות בריאות יותר כמו מיץ או תה קר תוצרת בית.
- מה יכול להוות תחליף אטרקטיבי, זמין, נוח או לא יקר עבורך לשתיית משקאות ממותקים קנויים?

9.1 עמדות ותפיסת נורמות הקשורות לתחליפים

בקרב רוב המשיבים נמצאה הערכה של תמיכה חיובית של בני משפחה בכל התחליפים שהוצעו בשאלון לשתייה ממותקת, בעיקר בשילוב בין משקאות ממותקים לבריאנים ולכך שבבית יהיו אפשרויות בריאות יותר בלבד. עם זאת, חלק ניכר (36%) העריכו כי קיימת אפשרות שתהיה התנגדות בקרב בני המשפחה ל"בית נקי ממשקאות ממותקים".

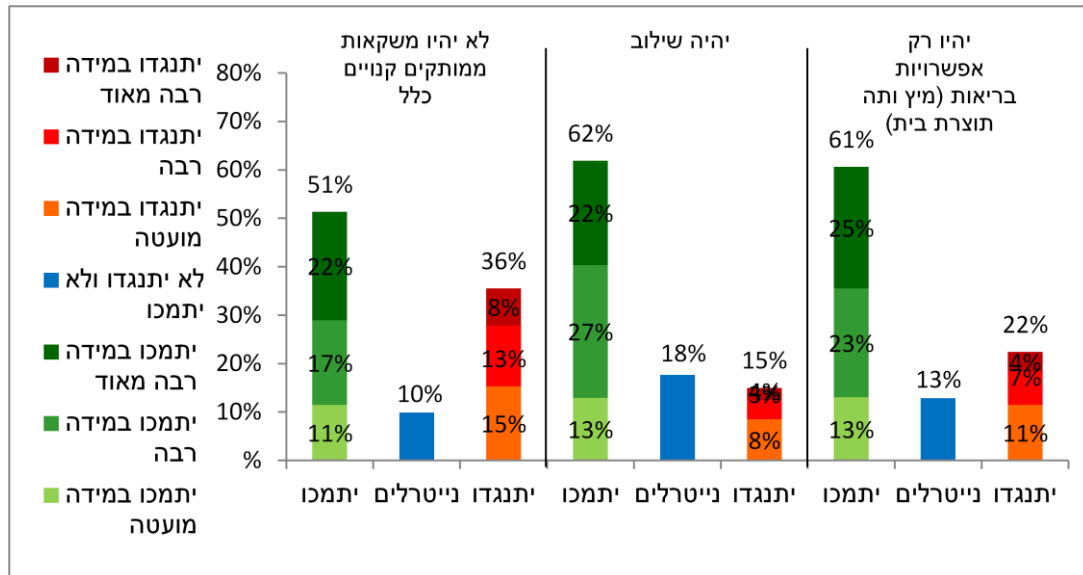
בקרב משיבים בגילאי 56 ומעלה נמצאה הערכה גבוהה יחסית (63%) כי בביתם יהיו פחות התנגדויות לבית נקי ממשקאות ממותקים ויותר תמיכה במהלך. וכן הם העריכו יותר כי בני ביתם יתמכו באפשרויות בריאות (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 17 בנספחים).

הערכת תמיכה של בני משפחה בחלופות לשתייה ממותקת קנויה: המשיבים האמינו שבקרב בני המשפחה שלהם תהיה תמיכה בכל האפשרויות של תחליף למשקאות ממותקים שהוצגו בפניהם. לתמיכה הגבוהה ביותר זכו האפשרויות של שילוב בין שתייה ממותקת קנויה עם אפשרויות בריאות יותר והגשת אפשרויות בריאות בלבד (מיץ או תה קר תוצרת בית; 62%-61% בהתאמה: "במידה רבה מאוד", "במידה רבה" ו"במידה מועטה").

תמיכה בבית "נקי" ממשקאות ממותקים: כמחצית מהמשיבים גם האמינו שהאפשרות שלא יהיו בבית משקאות ממותקים כלל תזכה גם היא לתמיכה משוערת גבוהה יחסית (כ-51%). עם זאת, אפשרות זו סובלת גם מהתנגדות: כשליש (36%) מהנשאלים שיערו כי בני המשפחה שלהם יתנגדו (במידה רבה מאוד, מידה רבה ומידה מועטה) לה.

בסוגיה זו נמצאו הבדלים לפי גיל: נמצא כי גילאי 56 ומעלה העריכו פחות (בהשוואה לגילאי הנשאלים האחרים), כי בני משפחתם יתנגדו לכך שלא יהיו משקאות ממותקים קנויים בבית. הם גם העריכו יותר בהשוואה לגילאי הנשאלים האחרים כי בני ביתם יתמכו בכך שלא יהיו בבית משקאות ממותקים קנויים כלל. עוד נמצא כי גילאים אלו (56 ומעלה) העריכו יותר בהשוואה לגילאים האחרים כי בני ביתם יתמכו בכך שיהיו בביתם רק אפשרויות בריאות כמו מיץ או תה קר תוצרת בית (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 18 בנספחים).

גרף 12: תפיסות לגבי תמיכה או התנגדות של בני משפחה למשקאות בריאים יותר בשגרה בבית

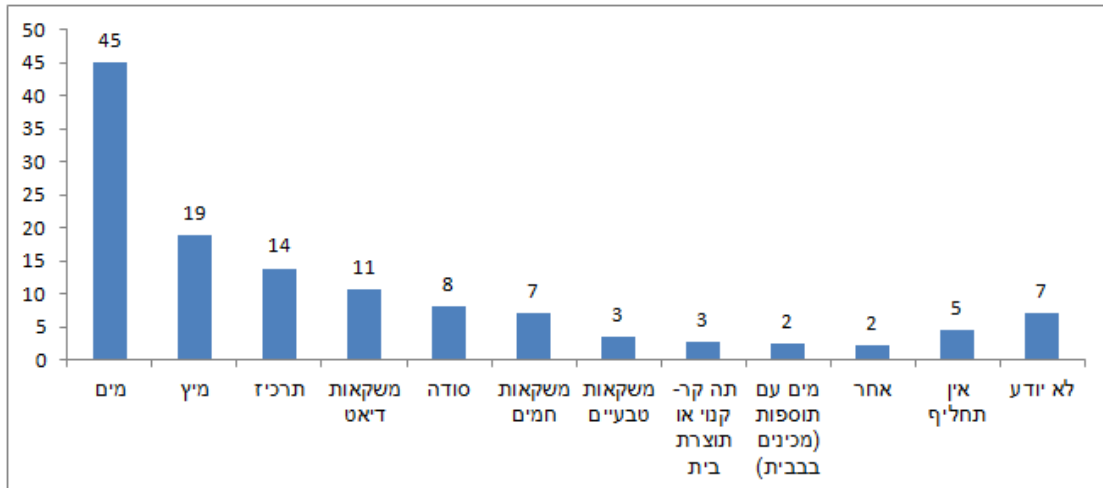


9.2 תחליפים אפשריים עבור הנשאלים

על מנת להבין אילו תחליפים נתפסים כסבירים וקבילים עבור המשתתפים בסקר, הם התבקשו לציין מהו עבורם תחליף אטרקטיבי, זמין, לא יקר ונוח לשתייה ממותקת. לנשאלים התאפשר לציין מספר תשובות.

רוב הנשאלים (45%) ציינו כי מים, על סוגיהם השונים (מינרלים, בטעמים, מהברז), יכולים להוות עבורם תחליף לשתייה ממותקת. התחליף השני בשכיחותו שצוין הוא מיץ (19%), אחריו שימוש בתרכיז להמתקת מים (14%). רביעי משקאות דיאטטיים (11%), אחריהם: סודה (8%) ומשקאות חמים (7%). תחליפים נוספים, בשכיחות נמוכה עוד יותר הם משקאות טבעיים (3%), תה קר, קנוי או ביתי (3%), מים עם תוספות (2%). ראוי לציין שכ-7% מהנשאלים ענו כי לדעתם אין תחליף ראוי לשתייה ממותקת.

גרף 13: תחליפים אטרקטיביים, זמינים, נוחים ולא יקרים למשקאות ממותקים קנויים בשגרה



9.3. תמיכה בהגשת תחליפים לשתייה ממותקת קנויה לאורחים

על מנת להבין אילו אפשרויות נתפסות כתחליפים ראויים להגשת משקאות ממותקים קנויים לאורחים, נשאלו המשיבים עד כמה הם תומכים או מתנגדים שיגישו להם משקאות שונים כאשר הם עצמם מתארחים בבתיים של אחרים.

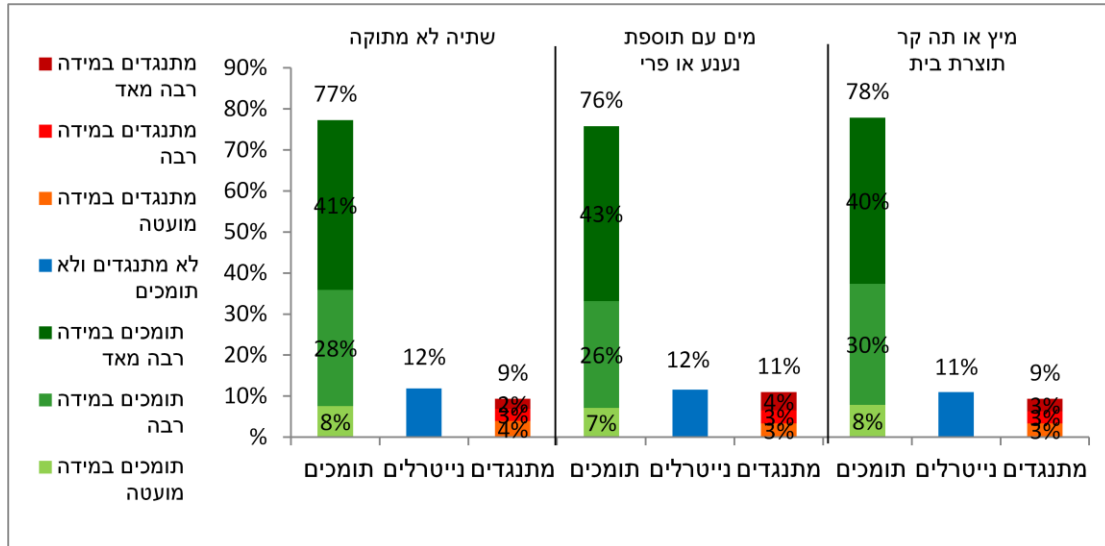
שאלה מהסקר: יש אנשים שמסיבות בריאותיות מעדיפים לא להגיש לאורחים שלהם משקאות ממותקים קנויים. באיזו מידה הינך תומך/כת או מתנגד/ת לכך שיגישו לך את סוגי השתייה הבאים כאשר אתה מתארח/ת?

כל התחליפים להגשת שתייה ממותקת זכו לתמיכה גבוהה ודומה, כאשר נשים תמכו יותר מגברים בכל התחליפים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 18 בנספחים). ככל שגיל המשיבים עולה, כך עולה התמיכה שלהם בכל התחליפים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 19 בנספחים).

לתחליפים השונים לשתייה ממותקת קנויה שהוצגו בפני המשיבים נמצאה תמיכה במידה דומה. שתייה לא מתוקה כמו מים או סודה זכתה לתמיכה של כ-77% מהמשיבים (במידה מועטה, רבה או רבה מאוד), מים עם תוספת נענע או פרוסות פרי זכתה לתמיכה של כ-76% (במידה מועטה, רבה או רבה מאוד). ומיץ או תה קר תוצרת בית זכו לתמיכה של כ-78% מהנשאלים (במידה מועטה, רבה או רבה מאוד).

הבדלים בין נשים לגברים ולפי גיל: נמצא קשר בין מגדר וגיל לתמיכה בהגשת תחליפים לשתייה ממותקת. נשים נוטות לתמוך יותר בהגשת כל סוגי התחליפים לשתייה ממותקת קנויה שהוצעו בהשוואה לגברים. וככל שגיל המשיבים עולה, כך גם עולה הנטייה שלהם לתמוך בכל סוגי התחליפים שהוצגו בפני המשיבים.

גרף 14: תמיכה או התנגדות אישית להגשת משקאות בריאים יותר בזמן אירוח



9.4 תחליפים אפשריים להגשה לאורחים

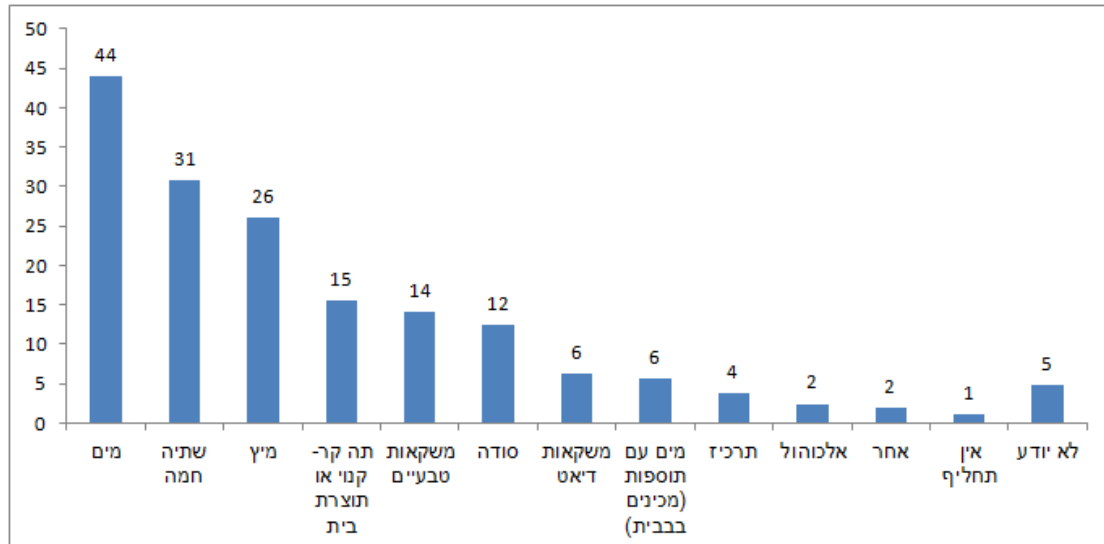
על מנת להבין אילו תחליפים להגשת שתייה ממותקת לאורחים נתפסים כלגיטימיים, נוחים ואטרקטיביים, התבקשו המשתתפים לציין בשפתם, מהם עבורם תחליפים מתאימים לאירוח. כל משתתף יכול היה לציין מספר תשובות.

שאלה מהסקר: אם היית מחליטה/ה שלא להגיש משקאות ממותקים קנויים לאורחים, מה יכול להיות תחליף שהוא אטרקטיבי, זמין, נוח או זול?

בדומה לשאלת התחליפים עבור הנשאלים, נמצא כי מים (על סוגיהם השונים), צוינו כתחליף לגיטימי לשתייה ממותקת גם בעת אירוח (44%). אחרי המים, גם שתייה חמה נתפסה כמתאימה לאירוח (31%), במקום השלישי, מיץ (26%), ובמקום הרביעי תה קר- מוכן או תוצרת בית (15%). משקאות טבעיים זכו לשכיחות דומה לתה קר (14%), וכך גם סודה (12%). בשכיחות נמוכה יותר צוינו משקאות דיאט ומים עם תוספות (6% כל אחד), תרכיז (4%), אלכוהול (2%).

כללית, פתיחות להגשת תחליפים: בניגוד לשאלת התחליפים של שתייה ממותקת עבור הנשאלים, רק אחוז אחד ענה כי אין תחליף לשתייה ממותקת בעת אירוח. מכאן, שקיימת פתיחות רבה להגשת תחליפים לשתייה ממותקת בעת אירוח, והועלו ע"י המשתתפים בסקר מספר רב של תחליפים אפשריים הנתפסים כמתאימים.

גרף 15: תחליפים אטרקטיביים, זמינים, נוחים ולא יקרים למשקאות ממותקים קנויים בזמן אירוח



10. תמיכה ביוזמות חוקיות

בכדי לבחון את מידת התמיכה של המשיבים ביוזמות חוקיות שונות בנושא שתייה ממותקת הם נשאלו שתי שאלות. הראשונה הציגה את המלצות ארגון הבריאות העולמי להימנע ממכירת משקאות ממותקים בבתי ספר, והמשיבים נשאלו באיזו מידה הם תומכים או מתנגדים לחקיקה דומה שתגביל מכירת מזון ומשקאות לא בריאים בבתי ספר ובסביבתם. השאלה השנייה הציגה את אפשרות המיסוי על משקאות ממותקים (לאור צעדים דומים במדינות שונות בעולם). המשיבים התבקשו להביע את מידת התנגדותם או תמיכתם. נושאים אלו נבחנו גם במטרה לזכות לתגובות כנות מהציבור ביחס למהלכים החקיקתיים הנ"ל.

10.1 הגבלת מכירת מזון ומשקאות לא בריאים בבתי ספר ובסביבתם

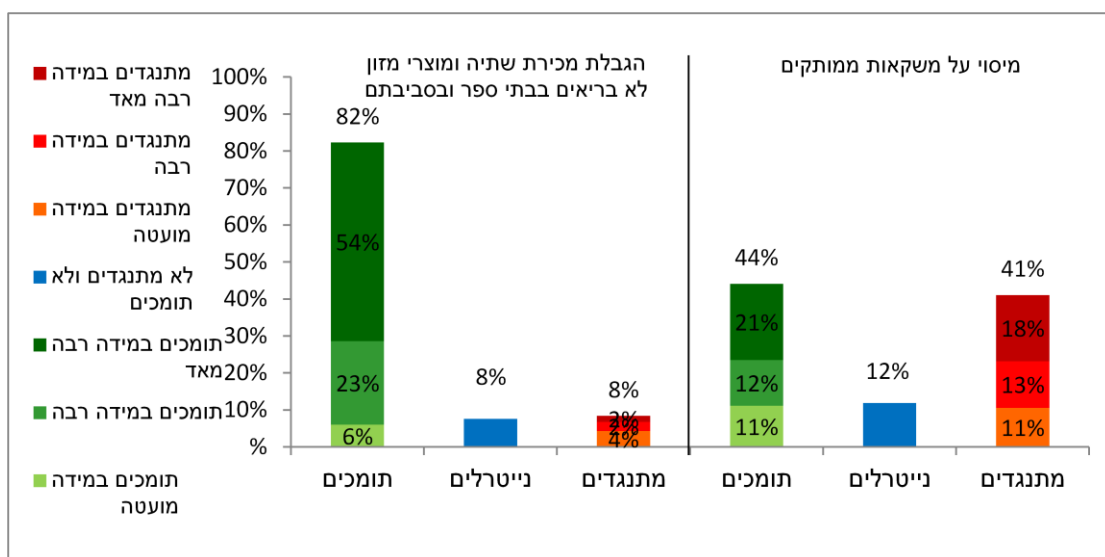
שאלה מהסדר: על פי המלצות ארגון הבריאות העולמי אין לאפשר מכירת משקאות ממותקים במכוונת בבתי ספר. 21 מדינות בעולם כבר פועלות לפי המלצה זו ובראשן צרפת. בימים אלה משרד הבריאות הישראלי מקדם חקיקה דומה שתגביל מכירה של מוצרי מזון ושתייה שאינם בריאים לתלמידים בשטח בית הספר ובאיזור שמקיף אותו. הגבלה זו כוללת משקאות ממותקים. באיזו מידה אתה תומך/כת או מתנגד/ת לחקיקה כזאת?

הגבלת מכירת מזון ומשקאות לא בריאים בבתי ספר ובסביבתם זכתה לתמיכה בשיעור גבוה. נשים תמכו בחקיקה זו יותר מגברים. וככל שגיל המשיבים עלה, כך עלתה גם מידת התמיכה שלהם בחקיקה זו (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 20 בנספחים).

נמצא כי כ-82% מהמשיבים הביעו תמיכה במידה כלשהי (במידה מועטה, רבה ורבה מאוד) בחקיקה המגבילה מכירת מזון ושתייה שאינם בריאים בבתי הספר ובסביבתם. אחוז ההתנגדות למהלך חקיקה זה היה נמוך מאוד ועומד על 8% (במידה מועטה, רבה ורבה מאוד).

הבדלים בין נשים לגברים ולפי גיל: חשוב לציין כי נמצא שנשים נטו יותר לתמוך בחקיקה שאינה מאפשרת מכירת משקאות ממותקים ומזון לא בריא בבתי ספר בהשוואה לגברים. עוד על כך, נמצא שככל שגיל המשיבים עלה, כך עלתה מידת התמיכה בחקיקה שתגביל מכירה של מוצרי מזון ושתייה שאינם בריאים לתלמידים בשטח בית הספר וסביבתו (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 21 בנספחים).

גרף 16: מידת תמיכה או התנגדות לחקיקה לגבי מיסוי על משקאות ממותקים והגבלת מכירת שתיה ומוצרי מזון לא בריאים בבתי ספר ובסביבתם



10.2 מיסוי על משקאות ממותקים

שאלה מהסקר: מדינות רבות בעולם כגון ארצות הברית, צרפת, פינלנד ודנמרק מטילות מס על משקאות ממותקים קנויים. בימים אלה גם משרד הבריאות בישראל שוקל להטיל מס על משקאות ממותקים. באיזו מידה את/ה תומך/כת או מתנגד/ת לחקיקה כזאת?

קיימת אמביוולנטיות לגבי מיסוי משקאות ממותקים, כאשר שיעורי התמיכה וההתנגדות להצעה זו דומים. ככל שגיל המשיבים מבוגר יותר, כך עולה התמיכה שלהם במיסוי משקאות ממותקים.

אחוז התמיכה במיסוי על משקאות ממותקים קנויים עומד על כ-44% (במידה מועטה, רבה ורבה מאוד), אחוז ההתנגדות למיסוי על משקאות ממותקים קנויים נמצא דומה ועומד על כ-41% (במידה מועטה, רבה ורבה מאוד). מכאן, ניתן להסיק כי קיימת אמביוולנטיות בציבור בנושא המיסוי על משקאות ממותקים קנויים, כאשר שיעור דומה של משיבים תומכים ומתנגדים ליוזמה.

הבדלים לפי גיל: ראוי לציין כי נמצא קשר בין גיל לתמיכה במיסוי על משקאות ממותקים: ככל שגיל המשיבים עלה, כך עלתה התמיכה שלהם במיסוי על משקאות ממותקים (פירוט השכיחויות בטבלה מס' 22 בנספחים). ייתכן כי תמיכה זו הינה תוצאה של העובדה כי מבוגרים צורכים פחות שתיה ממותקת בהשוואה לצעירים.

סיכום, מסקנות והמלצות

נמצאה פתיחות ותמיכה רבה יחסית (מעל למצופה) בצמצום צריכת משקאות ממותקים קנויים

כללית, ניתן להתייחס לממצאים לגבי המוכנות והתמיכה בצמצום צריכת והגשת משקאות ממותקים לאורחים הן כמפתיעים, והן כמצביעים על פוטנציאל לשינוי נורמטיבי והתנהגותי בהקשר של הפחתת צריכת משקאות ממותקים בישראל. הנשאלים השיבו באופן גורף שמבחינתם, הגשת משקאות ממותקים אינה חשובה להם בביתם וגם כאשר הם מתארחים. הם גם צופים הבנה בקרב אנשים בציבור הרחב לכך שאנשים לא יגישו משקאות ממותקים לאחרים מטעמי בריאות. ממצאים אלו חשובים מבחינת קמפיין תקשורתי בנושא הפחתת הצריכה של משקאות ממותקים בציבור הרחב, שכן הם מראים שאנשים רבים פתוחים לאפשרות להפחית את הצריכה העצמית שלהם של משקאות ממותקים קנויים. בנוסף הם חושבים שיש מודעות בקרב אחרים להיבט הבריאותי של הפחתת צריכת משקאות ממותקים. מודעות זאת הודגשה כאשר הנשאלים הביעו תמיכה גורפת בהגבלות על מכירת משקאות ממותקים (ומזון לא בריא) בבתי ספר, כלומר הם חשים את הצורך להגן על ילדים ובני נוער מפני משקאות אלו.

חסמים נתפסים לגבי הפחתת צריכת שתייה ממותקת

למרות המוכנות הגבוהה יחסית להפחית את הצריכה של משקאות ממותקים בבית, הממצאים גם מצביעים על חסם חשוב: המשיבים האמינו ששתיית משקאות ממותקים הינה נורמה מקובלת, ושלגבי האחרים זוהי נורמה שלא יהיה קל לשנות. אולם, לאור ממצאי המחקר, נראה שבפועל, קיימת 'הערכת חסר' של המשיבים לגבי המוכנות של האחרים להפחית שתיית משקאות ממותקים. מכאן, ניתן להסיק שמתן מידע על המוכנות של אחרים יכולה לתמוך במוכנות של האנשים עצמם לשתות תחליפים למשקאות ממותקים בעצמם, בבית, כאשר הם מארחים ואולי גם מחוץ לבית.

הגשת משקאות ממותקים בזמן אירוח: ניגוד בין עמדות אישיות לבין תפיסה של עמדות של אחרים

ממצא מפתיע הוא שלמרבית הנשאלים הגשת משקאות ממותקים לא נתפסה כחשובה כאשר מתארחים, אך לכשליש מהמשתתפים בכל זאת חשוב לארח עם שתייה ממותקת קנויה. המבוגרים יותר, חושבים פחות מהצעירים כי שתייה ממותקת חשובה בעת אירוח או התארחות בביתם של אחרים. אחת המסקנות מממצאים אלו היא שחשוב לספק מידע לאנשים לגבי המוכנות של אחרים לקבל חלופות לשתייה ממותקת כאשר הם מתארחים, ולמצב את החלופות כאופציות שדווקא יכולות "לשדרג" את האירוח (כפי שמפורט בסעיף הבא).

תמיכה בתחליפים "תוצרת בית" לשתייה קנויה ממותקת

ממצא מפתיע ומעודד נוסף הוא שנמצאה גם תמיכה רבה בתחליפים שהוצעו לאירוח: שתייה שאינה ממותקת, מים בתוספת נענע או פרוסות פרי ומיצים או תה תוצרת בית. עוד על כך, נתפס כי בני המשפחה יתמכו במידה רבה בשילוב של אופציות בריאות עם שתייה ממותקת קנויה, וכן נתפס כי בני המשפחה יתמכו גם בהחזקת רק אפשרויות בריאות בבית (מיץ או תה תוצרת בית). מכאן, שניתן בקמפיין תקשורתי ובפעילות של שיווק חברתי להתבסס על התמיכה הרבה בתחליפים שהוצעו להגשה בבית ולאירוח במחקר וכן לבקש ולהפיץ הצעות נוספות מאנשים בשטח. אולם, חשוב לציין

שהאפשרות של בית "נקי לחלוטין" משתייה ממותקת זוכה לתמיכה נמוכה יותר מן האפשרויות האחרות וכן להתנגדות במידה בינונית. כלומר, קיימת חשיבות רבה לחלופות המוצעות לשתייה ממותקת שיהיו מקובלות, אטרקטיביות, ויענו על הסיבות לצריכת שתייה ממותקת הכוללות הנאה, טעם וחוויה.

ממצאי המחקר כבסיס לקמפיין תקשורתי בנושא הפחתת משקאות ממותקים קנויים

ניתן להסיק שאפשר לקדם צמצום או הפסקת צריכת משקאות ממותקים בקמפיין תקשורתי. שכן נמצאה תמיכה רחבה יחסית בקרב הנשאלים בצעד כזה והערכה כי לנשאלים ולבני ביתם יהיה קל לשנות את הרגלי השתייה בביתם. כלומר, המשיבים נטו להאמין שניתן לקדם נורמה של הפחתת צריכת משקאות ממותקים אצלם ואצל הקרובים אליהם. כדי לקדם את הנורמה החיובית, חשוב לספק לציבור מידע שאחרים תומכים בהפחתת הגשה של משקאות ממותקים גם כאשר הם מארחים.

ממצאי המחקר כבסיס לקמפיין תקשורתי בנושא הגשת משקאות בריאים יותר באירוח

הממצאים מראים שחשוב לספק לאנשים מידע על התמיכה של אחרים בהפחתת הגשה של משקאות ממותקים גם כאשר הם מארחים. מהממצאים עולה שחסם שחשוב להתמודד עימו הינו תפיסה ששתיית משקאות ממותקים הינה נורמה מקובלת, ושלגבי האחרים זוהי נורמה שלא יהיה קל לשנות. בפועל, נראה שיש 'הערכת חסר' של המשיבים לגבי המוכנות של אחרים להפחית שתיית משקאות ממותקים. לכן, מתן מידע על המוכנות של אחרים לשתות תחליפים למשקאות ממותקים, יכולה להעצים את המוכנות של האנשים עצמם לעשות כן בעצמם, בבית, כאשר הם מארחים ואולי גם מחוץ לבית.

תמיכה ברגולציה

לגבי רגולציה, נמצאה תמיכה בחקיקה המיועדת להגביל צריכת משקאות ומזונות שאינם בריאים ברחבי בתי הספר וסביבתם, ולכן חשוב להפיץ מידע לגבי חוזר מנכ"ל ותהליך החקיקה בנושא זה.

נספחים

טבלה 1: מאפייני המדגם

מאפיינים		מספר	אחוז
מין	זכר	495	48.9
	נקבה	518	51.1
גיל	18-25	179	17.7
	26-35	270	26.7
	36-45	174	17.2
	46-55	195	19.2
	56+	195	19.2
	ירושלים והסביבה (02)	111	11.0
	תל אביב וגוש דן (03)	328	32.4
מגורים	חיפה והצפון (04)	267	26.4
	הדרום והשפלה (08)	216	21.3
	אזור השרון (09)	91	9.0
	חילוני	530	52.3
	מסורתי	310	30.6
מידת דתיות	דתי	142	14.0
	חרדי	31	3.1
	רוק	243	24.0
	נשוי	625	61.7
מצב משפחתי	גרש/פרוד/אלמן	77	7.6
	מסרב לענות	12	1.2
	חי עם בן/בת זוג (לא נשוי)	56	5.5
	חייל בחובה	17	1.7
	חייל בקבע	3	.3
עיסוק	סטודנט/תלמיד	126	12.4
	שכיר במשרה חלקית	98	9.7
	שכיר במשרה מלאה	551	54.4
	עצמאי	89	8.8
	פנסיונר	61	6.0
	לא עובד	55	5.4
	מסרב לענות	13	1.3
	יליד ישראל	837	82.6
	יליד חו"ל	176	17.4
	נמוכה	269	26.6
	על תיכונית ללא תואר	251	24.8
	גבוהה	481	47
השכלה	מסרב לענות	12	1.2

המשך טבלה 1: מאפייני המדגם

מאפיינים	מספר	אחוז
הכנסה	הכנסה נמוכה	27.7
	הכנסה ממוצעת	22.6
	הכנסה גבוהה	32.5
	לא השיבו	17.2
	174	329

טבלה 2: צריכה אישית וצריכה בבית של משקאות ממותקים קנויים על פי דיווח עצמי בחלוקה לקבוצות גיל

צריכה ביתית						צריכה אישית						תדירות צריכת משקאות ממותקים קנויים מספר פעמים ביום
ס"ח"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	ס"ח"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
13%	13%	10%	11%	16%	17%	12%	12%	9%	13%	14%	12%	פעם ביום
9%	7%	9%	8%	11%	7%	10%	6%	8%	13%	11%	10%	מספר פעמים בשבוע
19%	17%	23%	22%	18%	18%	21%	13%	19%	24%	25%	23%	פעם בשבוע
29%	19%	33%	25%	30%	35%	26%	17%	26%	27%	27%	32%	כמעט ולא, רק באירועים מיוחדים
25%	36%	21%	29%	24%	17%	25%	36%	31%	20%	20%	18%	אף פעם
5%	8%	4%	5%	2%	6%	6%	17%	8%	3%	2%	3%	ס"ח"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 3: מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי מין

מספר כפיות סוכר משוער	מין		סה"כ
	גברים	נשים	
1	10%	7%	9%
2	23%	20%	22%
3	21%	16%	18%
4	13%	14%	14%
5	15%	17%	16%
6	5%	7%	6%
7	3%	4%	3%
8	4%	5%	5%
9	0%	0%	0%
10	4%	7%	6%
12	1%	0%	0%
14	0%	0%	0%
15	0%	0%	0%
20	1%	2%	1%
סה"כ	100.0%	100.0%	100.0%

טבלה 4: מספר כפיות סוכר משוער בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי גיל

מספר כפיות סוכר משוער	גיל					סה"כ
	גילאי 18-25	גילאי 26-35	גילאי 36-45	גילאי 46-55	גילאי +56	
1	6%	9%	10%	10%	9%	9%
2	18%	19%	21%	22%	29%	22%
3	18%	17%	16%	19%	21%	18%
4	13%	11%	14%	18%	12%	14%
5	19%	17%	17%	10%	16%	16%
6	6%	7%	5%	8%	5%	6%
7	2%	5%	2%	4%	2%	3%
8	7%	6%	6%	3%	1%	5%
9	0%	0%	0%	0%	1%	%
10	6%	7%	7%	4%	4%	6%
12	0%	0%	1%	1%	0%	%
14	0%	0%	1%	0%	0%	%
15	1%	0%	0%	0%	0%	%
20	3%	1%	1%	2%	1%	1%
סה"כ	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

טבלה 5: הערכת סבירות כמות כפיות הסוכר בכוס חד פעמית של משקה ממותק קנוי לפי מין

סה"כ	מין		סבירות כמות הסוכר
	נשים	גברים	
47%	53%	42%	כלל לא סביר
30%	29%	31%	לא סביר
11%	8%	15%	סביר ולא סביר במידה זהה
8%	8%	8%	סביר
2%	2%	2%	סביר מאוד
2%	1%	2%	לא יודעת
100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 6: חיפוש מידע בריאותי על סוכר באינטרנט לפי גיל

סה"כ	גיל					היכן מחפשים באינטרנט מידע בריאותי
	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
3.0%	2.1%	3.1%	1.7%	3.7%	3.9%	אתר משרד הבריאות
7.6%	12.3%	9.2%	7.5%	5.2%	4.5%	אתר של קופת חולים
75.5%	58.5%	70.3%	80.5%	84.4%	81.6%	מנוע החיפוש גוגל
2.0%	2.1%	2.6%	2.3%	1.5%	1.7%	פורומים בנושא תזונה
.5%	0%	.5%	.6%	0%	1.7%	פורומים בנושא דיאטה
10.5%	23.1%	13.3%	7.5%	4.8%	5.0%	אתר האגודה הישראלית לסכרת
.4%	.5%	0%	0%	0%	1.7%	פייסבוק
.6%	1.5%	1.0%	0%	.4%	0%	אחר, פרט:
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	סה"כ

טבלה 7: חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים לפי מין

חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים			חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב מבוגרים			תפיסת חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים
סה"כ	נשים	גברים	סה"כ	נשים	גברים	בכלל לא חשוב
1%	1%	2%	2%	1%	4%	חשוב במידה מועטה
2%	2%	3%	6%	6%	6%	חשוב במידה בינונית
9%	6%	12%	20%	18%	21%	חשוב במידה רבה
24%	21%	27%	39%	37%	41%	חשוב במידה רבה מאד
62%	69%	55%	33%	38%	27%	לא יודעת / אין לי דעה
1%	1%	1%	0%	0%	0%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 8: חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים ומבוגרים לפי גיל

חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב ילדים						חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בקרב מבוגרים						תפיסת חשיבות הפחתת צריכת משקאות ממותקים
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	בכלל לא חשוב
1%	2%	1%	2%	1%	3%	2%	3%	2%	1%	3%	2%	חשוב במידה מועטה
2%	1%	2%	3%	3%	4%	6%	4%	5%	7%	8%	7%	חשוב במידה בינונית
9%	7%	6%	10%	9%	14%	20%	12%	16%	18%	22%	30%	חשוב במידה רבה
24%	17%	20%	29%	23%	32%	39%	39%	32%	46%	42%	35%	חשוב במידה רבה מאד
62%	71%	71%	55%	63%	47%	33%	41%	45%	28%	26%	26%	לא יודעת / אין לי דעה
1%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 9: נכונות להפחתת או הפסקת צריכת משקאות ממותקים קנויים לפי מין

נכונות משוערת של בני משפחה			נכונות משוערת של בני משפחה			נכונות עצמית			נכונות להפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בכלל לא
גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	
9%	10%	10%	5%	2%	3%	10%	8%	9%	במידה מועטה
29%	39%	34%	12%	15%	14%	15%	14%	14%	במידה בינונית
15%	7%	11%	27%	27%	21%	21%	21%	21%	במידה רבה
46%	7%	8%	27%	27%	49%	51%	51%	46%	במידה רבה מאוד
4%	6%	5%	4%	5%	5%	5%	5%	4%	לא רלוונטי או לא יודע/ת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 10: נכונות להפחתת או הפסקת צריכת משקאות ממותקים קנויים לפי גיל

נכונות משוערת של בני משפחה						נכונות עצמית						נכונות להפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בכלל לא
גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	
1%	3%	5%	3%	7%	3%	1%	3%	1%	3%	7%	3%	במידה מועטה
14%	12%	8%	16%	18%	9%	9%	5%	6%	10%	13%	13%	במידה בינונית
21%	24%	24%	25%	26%	14%	8%	12%	17%	19%	13%	23%	במידה רבה
27%	26%	32%	27%	24%	21%	15%	18%	23%	24%	38%	38%	במידה רבה מאוד
34%	29%	27%	25%	22%	49%	62%	56%	48%	41%	5%	5%	לא רלוונטי או לא יודע/ת
3%	7%	4%	4%	4%	5%	5%	6%	5%	3%	5%	5%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

נכונות משוערת של ישראלים בכלל						נכונות להפחתת צריכת משקאות ממותקים קנויים בכלל לא
גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	
6%	9%	8%	9%	17%	10%	במידה מועטה
31%	24%	29%	41%	44%	34%	במידה בינונית
29%	39%	36%	34%	24%	11%	במידה רבה
15%	11%	13%	10%	4%	8%	במידה רבה מאוד
12%	12%	7%	4%	6%	5%	לא רלוונטי או לא יודע
7%	6%	6%	2%	4%	100%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 11: הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר לפי

מין

הערכה אישית			אנשים בסביבה הקרובה			החברה הישראלית באופן כללי			מידת הקושי לשינוי צריכת המשקאות לבריאים יותר
גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	גברים	נשים	סה"כ	
5%	3%	4%	5%	5%	5%	21%	25%	23%	קשה מאוד
10%	9%	10%	24%	22%	23%	44%	50%	47%	די קשה
15%	12%	14%	29%	28%	28%	65%	75%	70%	סה"כ קשה
19%	15%	17%	25%	25%	25%	17%	11%	14%	לא קשה ולא קל
19%	20%	20%	24%	22%	23%	8%	4%	6%	די קל
26%	23%	25%	10%	10%	10%	3%	2%	3%	קל מאוד
19%	27%	23%	10%	12%	11%	3%	3%	3%	השתייה הזמינה כבר בריאה יותר
64%	71%	68%	44%	45%	44%	14%	9%	11%	סה"כ קל
1%	2%	2%	2%	3%	2%	4%	5%	5%	לא יודעת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 12: הערכת מידת הקושי או הקלות לשינוי צריכת משקאות, למשקאות בריאים יותר לפי

גיל

אנשים בסביבה הקרובה						הערכה אישית						מידת הקושי לשינוי צריכת המשקאות לבריאים יותר
גילאי 18-25	גילאי 26-35	גילאי 36-45	גילאי 46-55	גילאי +56	סה"כ	גילאי 18-25	גילאי 26-35	גילאי 36-45	גילאי 46-55	גילאי +56	סה"כ	
8%	6%	7%	5%	1%	5%	2%	2%	3%	2%	2%	4%	קשה מאוד
23%	29%	25%	22%	14%	23%	4%	7%	12%	14%	11%	10%	די קשה
29%	26%	19%	25%	25%	25%	12%	15%	11%	20%	25%	17%	לא קשה ולא קל
20%	21%	26%	20%	29%	23%	16%	22%	24%	19%	20%	20%	די קל
8%	6%	9%	12%	17%	10%	38%	28%	25%	17%	17%	25%	קל מאוד
8%	11%	12%	14%	10%	11%	24%	25%	21%	24%	20%	23%	השתייה הזמינה כבר בריאה יותר
3%	1%	1%	3%	4%	2%	3%	1%	2%	1%	1%	2%	לא יודעת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

החברה הישראלית באופן כללי						מידת הקושי לשינוי צריכת המשקאות לבריאים יותר
גילאי 18-25	גילאי 26-35	גילאי 36-45	גילאי 46-55	גילאי +56	סה"כ	
37%	30%	16%	15%	12%	23%	קשה מאוד
40%	48%	49%	52%	47%	47%	די קשה
13%	12%	14%	15%	16%	14%	לא קשה ולא קל
2%	6%	8%	5%	10%	6%	די קל
2%	1%	4%	2%	4%	3%	קל מאוד
2%	1%	3%	3%	4%	3%	השתייה הזמינה כבר בריאה יותר
3%	2%	5%	7%	8%	5%	לא יודעת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 13: הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח לפי מין

סה"כ	מין		מידת מקובלות הגשת משקאות ממותקים באירוח לא מקובל בכלל
	נשים	גברים	
1%	%	1%	לא מקובל בכלל
3%	3%	4%	מקובל רק בחלק קטן מהחברה
13%	10%	15%	מקובל בכמחצית מהחברה
50%	48%	52%	מקובל בחלק גדול מהחברה
33%	39%	27%	מקובל כמעט אצל כולם או אצל כולם
100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 14: הגשת משקאות ממותקים קנויים בעת אירוח לפי גיל

סה"כ	גיל					מידת מקובלות הגשת משקאות ממותקים באירוח לא מקובל בכלל
	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
1%	0%	1%	0%	1%	1%	לא מקובל בכלל
3%	4%	4%	5%	2%	2%	מקובל רק בחלק קטן מהחברה
13%	21%	12%	14%	8%	11%	מקובל בכמחצית מהחברה
50%	54%	54%	56%	47%	40%	מקובל בחלק גדול מהחברה
33%	22%	30%	25%	41%	46%	מקובל כמעט אצל כולם או אצל כולם
100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 15: חשיבות המשקאות הממותקים באירוח לפי גיל

חשוב לך להגיש בעת אירוח						חשוב שיגישו לך בעת אירוח						חשיבות הגשת משקאות ממותקים באירוח כלל לא חשוב
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
16%	25%	16%	18%	12%	8%	43%	63%	54%	39%	32%	29%	חשוב במידה מועטה
22%	32%	21%	21%	21%	15%	21%	16%	23%	25%	21%	22%	חשוב במידה בינונית
32%	32%	36%	33%	30%	32%	22%	13%	15%	24%	26%	30%	חשוב במידה רבה
24%	10%	24%	23%	28%	35%	10%	7%	6%	8%	16%	13%	חשוב במידה רבה מאד
6%	1%	3%	5%	9%	10%	4%	1%	2%	4%	5%	6%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 16: תפיסה חיובית או שלילית ביחס להגשת משקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי גיל

סה"כ	גיל					הערכת תפיסת הגשת משקאות בריאים יותר באירוח רוב האנשים יראו זאת באופן שלילי
	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
16%	9%	10%	16%	20%	22%	מיעוט מהאנשים יראו זאת באופן שלילי
13%	14%	12%	10%	14%	11%	מחצית מהאנשים יראו זאת באופן חיובי ומחצית באור שלילי
29%	28%	32%	30%	27%	29%	מיעוט מהאנשים יראו זאת באופן חיובי
17%	15%	16%	16%	19%	18%	רוב האנשים יראו זאת באופן חיובי
18%	27%	23%	19%	13%	11%	אנשים לא יראו זאת באופן שלילי או חיובי
3%	2%	4%	2%	4%	3%	לא יודעת
5%	5%	4%	6%	3%	6%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 17: תפיסות לגבי תמיכה או התנגדות של בני משפחה למשקאות בריאים יותר בשגרה בבית

לפי גיל

יהיה שילוב						לא יהיו משקאות ממותקים קנויים בכלל						הערכת עמדות המשפחה להגשת משקאות בריאים יותר בשגרה
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
3%	4%	2%	1%	2%	4%	8%	4%	9%	5%	7%	13%	יתנגדו במידה רבה מאוד
4%	4%	5%	2%	4%	4%	13%	12%	11%	12%	13%	15%	יתנגדו במידה רבה
8%	5%	8%	13%	9%	8%	15%	9%	17%	20%	19%	11%	יתנגדו במידה מועטה
18%	17%	19%	15%	15%	24%	10%	7%	9%	13%	9%	13%	לא יתנגדו ולא יתמכו
13%	11%	14%	14%	14%	11%	11%	11%	11%	7%	13%	13%	יתמכו במידה מועטה
27%	30%	24%	25%	30%	27%	17%	23%	19%	18%	15%	13%	יתמכו במידה רבה
22%	22%	22%	25%	21%	18%	22%	29%	22%	22%	20%	21%	יתמכו במידה רבה מאוד
5%	7%	5%	5%	6%	4%	3%	5%	2%	3%	4%	1%	לא רלוונטי או לא יודעת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

רק אפשרויות בריאות כמו תה או מיץ תוצרת בית						הערכת עמדות המשפחה להגשת משקאות בריאים יותר בשגרה
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
4%	3%	4%	2%	4%	7%	יתנגדו במידה רבה מאוד
7%	4%	11%	7%	6%	7%	יתנגדו במידה רבה
11%	5%	12%	16%	11%	13%	יתנגדו במידה מועטה
13%	14%	11%	13%	13%	14%	לא יתנגדו ולא יתמכו
13%	10%	13%	14%	15%	12%	יתמכו במידה מועטה
23%	31%	21%	17%	24%	18%	יתמכו במידה רבה
25%	28%	23%	27%	23%	25%	יתמכו במידה רבה מאוד
4%	5%	5%	4%	3%	4%	לא רלוונטי או לא יודעת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 18: תמיכה או התנגדות אישית למשקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי מין

מיץ או תה קר תוצרת בית			מים עם נענע או פרי			שתיה לא מתוקה (מים או סודה)			עמדות אישיות לגבי הגשת משקאות בריאים יותר באירוח מתנגדים במידה רבה מאד
סה"כ	נשים	גברים	סה"כ	נשים	גברים	סה"כ	נשים	גברים	
3%	3%	3%	4%	4%	5%	2%	2%	3%	מתנגדים במידה רבה
3%	2%	4%	3%	2%	4%	3%	3%	3%	מתנגדים במידה מועטה
3%	3%	4%	3%	3%	4%	4%	4%	4%	לא מתנגדים ולא תומכים
11%	9%	13%	12%	8%	15%	12%	10%	13%	תומכים במידה מועטה
8%	6%	10%	7%	6%	8%	8%	6%	9%	תומכים במידה רבה
30%	27%	32%	26%	24%	28%	28%	26%	30%	תומכים במידה רבה מאד
40%	48%	33%	43%	51%	34%	41%	47%	35%	לא יודעת
2%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 19: תמיכה או התנגדות אישית למשקאות בריאים יותר בזמן אירוח לפי גיל

מים עם נענע או פרי						שתיה לא מתוקה (מים או סודה)						עמדות אישיות לגבי הגשת משקאות בריאים יותר באירוח מתנגדים במידה רבה מאד
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
4%	3%	3%	5%	6%	5%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	מתנגדים במידה רבה
3%	1%	1%	6%	3%	6%	3%	3%	1%	3%	4%	4%	מתנגדים במידה מועטה
3%	0%	2%	2%	5%	7%	4%	2%	3%	3%	5%	6%	לא מתנגדים ולא תומכים
12%	8%	8%	12%	12%	18%	12%	5%	10%	11%	14%	19%	תומכים במידה מועטה
7%	4%	7%	5%	9%	10%	8%	6%	7%	7%	10%	8%	תומכים במידה רבה
26%	35%	28%	27%	19%	23%	28%	33%	30%	28%	26%	26%	תומכים במידה רבה מאד
43%	47%	49%	43%	44%	28%	41%	49%	48%	43%	37%	31%	לא יודעת
2%	3%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	1%	1%	1%	3%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

מיץ או תה קר תוצרת בית						עמדות אישיות לגבי הגשת משקאות בריאים יותר באירוח מתנגדים במידה רבה מאד
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
3%	4%	2%	1%	4%	4%	מתנגדים במידה רבה
3%	2%	1%	5%	4%	4%	מתנגדים במידה מועטה
3%	3%	2%	3%	4%	5%	לא מתנגדים ולא תומכים
11%	5%	12%	14%	11%	13%	תומכים במידה מועטה
8%	8%	8%	5%	9%	8%	תומכים במידה רבה
30%	32%	32%	30%	26%	28%	תומכים במידה רבה מאד
40%	44%	41%	40%	42%	35%	לא יודעת
2%	3%	2%	2%	1%	2%	סה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	

טבלה 20: תמיכה או התנגדות לחקיקה לפי מין

מיסוי על משקאות ממותקים			הגבלת מכירת שתיה ומזון לא בריא בבי"ס וסביבתו			עמדות לגבי מהלכי חקיקה
סה"כ	נשים	גברים	סה"כ	נשים	גברים	
18%	16%	20%	2%	1%	2%	מתנגדים במידה רבה מאוד
13%	13%	13%	2%	2%	3%	מתנגדים במידה רבה
11%	10%	11%	4%	3%	6%	מתנגדים במידה מועטה
12%	13%	11%	8%	6%	9%	לא מתנגדים ולא תומכים
11%	11%	11%	6%	6%	6%	תומכים במידה מועטה
12%	11%	13%	23%	23%	22%	תומכים במידה רבה
21%	22%	19%	54%	57%	50%	תומכים במידה רבה מאוד
3%	3%	3%	2%	2%	2%	לא יודע/ת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ

טבלה 21: תמיכה או התנגדות לחקיקה לפי גיל

מיסוי על משקאות ממותקים						הגבלת מכירת שתיה ומזון לא בריא בבי"ס וסביבתו						עמדות לגבי מהלכי חקיקה
סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	סה"כ	גילאי +56	גילאי 46-55	גילאי 36-45	גילאי 26-35	גילאי 18-25	
18%	10%	17%	13%	25%	22%	2%	1%	2%		3%	3%	מתנגדים במידה רבה מאוד
13%	9%	11%	11%	16%	16%	2%	1%	2%	2%	3%	4%	מתנגדים במידה רבה
11%	10%	6%	11%	11%	15%	4%	2%	2%	5%	6%	8%	מתנגדים במידה מועטה
12%	12%	13%	11%	9%	15%	8%	7%	4%	6%	9%	12%	לא מתנגדים ולא תומכים
11%	9%	11%	13%	11%	12%	6%	4%	4%	5%	6%	13%	תומכים במידה מועטה
12%	16%	13%	16%	10%	7%	23%	22%	23%	25%	22%	22%	תומכים במידה רבה
21%	31%	28%	21%	15%	9%	54%	63%	64%	57%	50%	34%	תומכים במידה רבה מאוד
3%	4%	2%	5%	2%	4%	2%	2%	1%	1%	1%	3%	לא יודע/ת
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	סה"כ