

13/12/2021

POST-KAMPANIJOS TYRIMAS „Prisijunkite prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų“

INFORMACIJA APIE TYRIMĄ

Metodas: CAWI

Tyrimo laikotarpis: 2021 m. lapkričio 22-26 d.

Imtis: 300 respondentų

Tikslinė grupė: 25-45 m. virš 20K miestų gyventojai,
MHI

Paklaidos intervalas: +/-5.66%

Lyginant šių metų apklausos duomenis su panašios imties ankstesnių metų apklausomis, statistiškai reikšmingi skirtumai turėtų būti fiksuojami esant didesniai nei 9 p.p. skirtumui.



REZULTATŲ SANTRAUKA

- 84% respondentų taršą Lietuvoje laiko aktualia problema. Su tuo labai sutinka 46%, greičiau sutinka – 38%. Moterys reikšmingai labiau nei vyrai taršą laiko aktualesne problema.
- 78% žmonių mano esamu metu prisidedantys prie aplinkos taršos mažinimo. Vyresnių amžiaus grupių miestiečiai dažniau linkę prisidėti prie aplinkos taršos mažinimo už jaunesnius gyventojus.
- Daugumai miestiečių atliekų rūšiavimas ir vienkartinį maišelių keitimas į daugkartinius yra pagrindinės priemonės prisidėti prie taršos mažinimo. Pastaroji priemonė yra reikšmingesnė moterų grupei (66% vs 46%).
- Lyginant su 2020 m., padaugėjo dažnesnis vaikščiojimas pėsčiomis kaip priemonė taršai mažinti (+6 p.p.).
- Komunalinių atliekų rūšiavimas ir kiekio mažinimas daugelio miestiečių yra matoma kaip pagrindinė priemonė taršai mažinti. Ši priemonė yra svarbesnė moterų grupei (88% vs 66%).
- Reikšmingai sumažėjo geriamojo vandens tiekimo ir nuotekų tvarkymo svarbą matančių miestiečių (-15 p.p. vs 2020). Ši priemonė yra svarbesnė Vilniečiams, lyginant su Kauno, Klaipėdos ar Šiaulių gyventojais.
- 86% miestiečių mano, jog ES fondai finansuoja aplinkos gerinimą šalyje. Aukštesnių pajamų respondentai labiau už kitus yra įsitikinę šiuo klausimu.
- 51% miestiečių yra bent truputį girdėję apie siekiamus pokyčius. 55% respondentų yra asmeniškai pajutę šių fondų naudą, kas yra +4 p.p. daugiau nei 2020 m.
- 48% apklaustų miestiečių spontaniškai prisimena pastaruosiu metų matę aplinkosauginių reklamų arba dėl prisijungimo prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų.
- 54% tikslinės grupės miestiečių prisiminė matę bent vieną iš kampanijos reklamų. Nuo tų, kurie matė, 80% prisimena ją matę televizijoje, 19% - radijuje ir 14% - internetinį puslapį.
- Reklamos žinutė buvo labai aiški daugeliui mačiusių reklamą respondentų – 79% suprato jog reikia prisijungti prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų.

MEDIA REZULTATAI IR REKOMENDACIJOS

- Bendras reklamos kampanijos prisimenamumas TG tarpe yra 56%, kas yra ganėtinai geras rodiklis. TV reklama yra geriausiai prisimenamas formatas šioje kampanijoje – bene 80% reklamą mačiusių įvardijo matę TV, apie 20% - girdėjo radijuje.
- Norint pasiekti geresnį reklamos įsimenamumą ir poveikį, rekomenduojama kad tikslinės grupės atstovai turėtų didesnį pasiekiamumo dažnį (t.y., daugiau žmonių susidurtų su reklama daugiau nei po vieną kartą). Šiam tikslui pasiekti be naudojamų TV ir radijo priemonių taip pat **rekomenduojama stipriau išnaudoti skaitmeninės reklamos būdus (VOD, socialiniai tinklai ir kt.)**.
- Tam, kad aplinkosauginė kampanija turėtų geresnį poveikį auditorijai, yra labai svarbus reklamos formatas. Pirmenybė turi būti teikiama formatams, kurie geriausiai perteikia kontekstą ir sukelia stipresnį emocinį įsitraukimą. Šiam tikslui pasiekti **rekomenduojama naudoti video formatą (tiek TV, tiek VOD platformose) bei pasitelkti nuomonės formotuojuos, kurie savo veikla ir vertybėmis yra artimi aplinkosaugos problematikai**. Šie būdai galėtų padėti pagerinti auditorijos įsitraukimą į viešinamos aplinkosauginės problemos sprendimą.

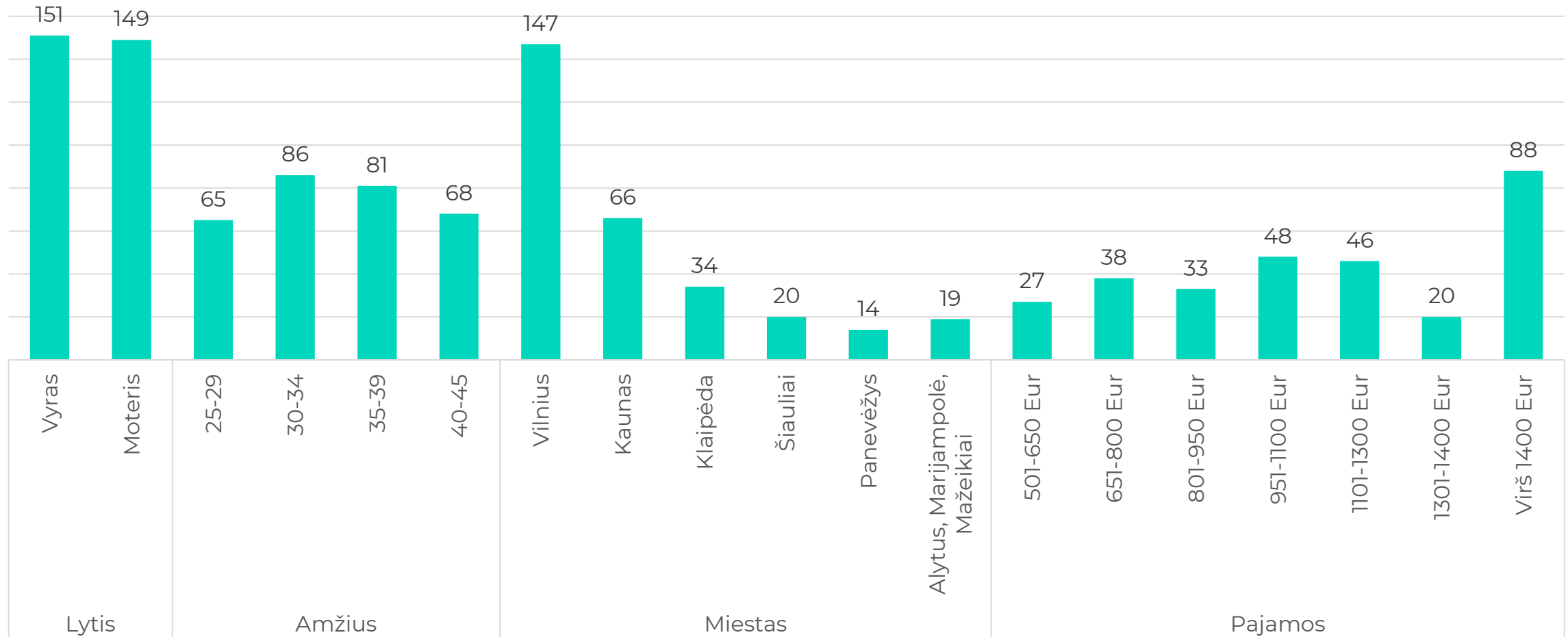




TYRIMO REZULTATAI

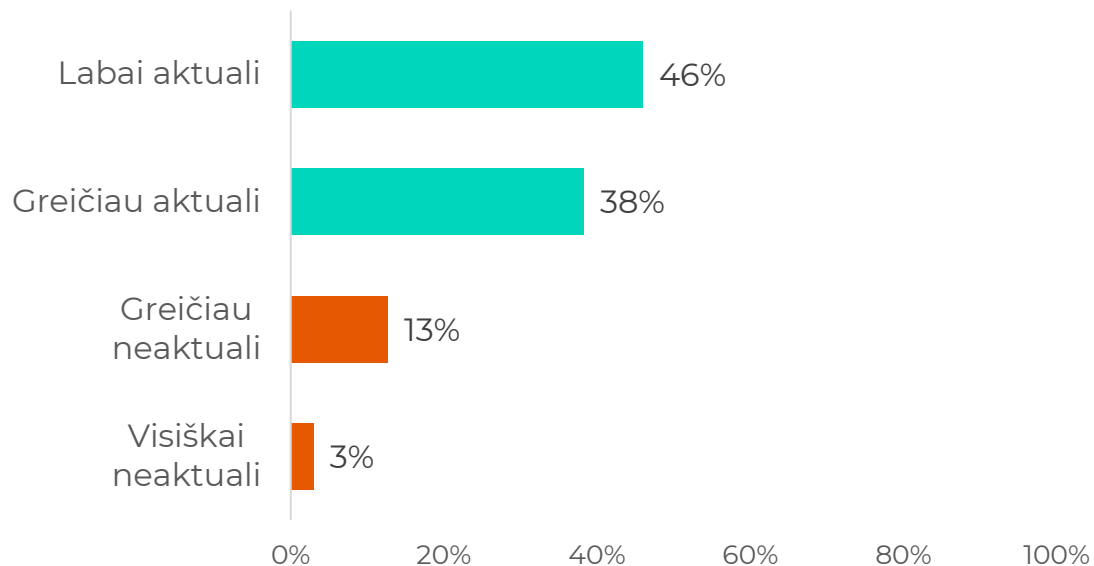
DEMOGRAFINIS PROFILIS

Apklausti gyventojai, N:300

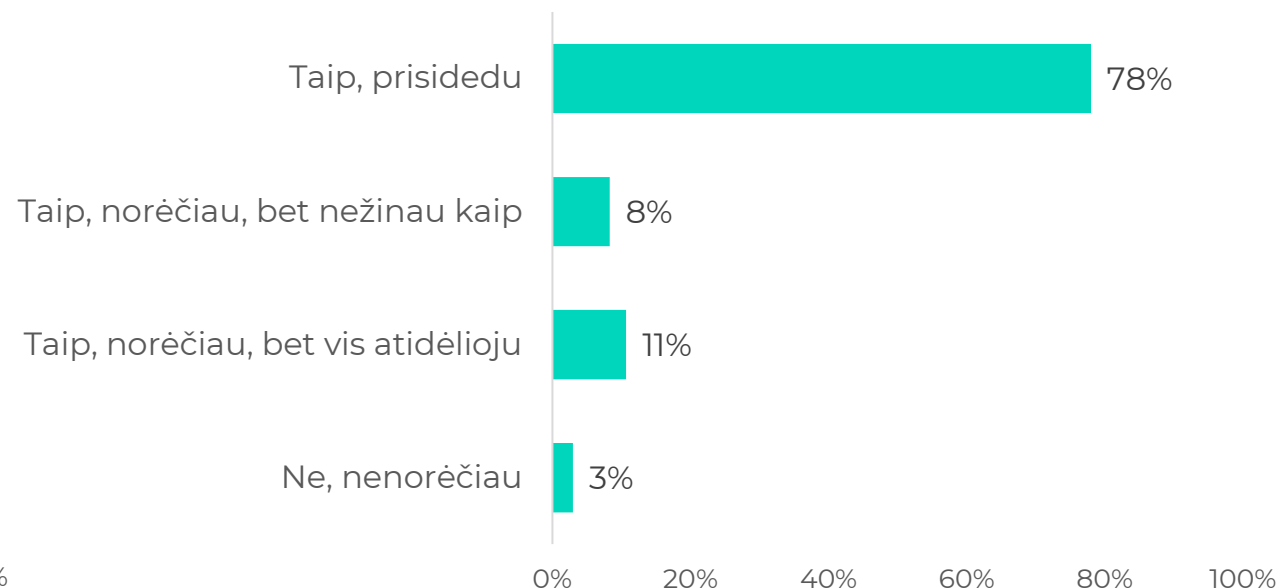


POŽIŪRIS Į APLINKOS TARŠĄ

Jūsų nuomone, ar aplinkos tarša Lietuvoje yra aktuali problema?



Jūsų nuomone, ar Jūs prisidedate prie aplinkos taršos mažinimo?



- 84% respondentų taršą Lietuvoje laiko aktuali problema. Su tuo labai sutinka 46% (-2 p.p. vs 2020, *stat. nereikšmingas pokytis*), greičiau sutinka – 38% (-7 p.p. vs 2020).
- Dauguma žmonių manoma esamu metu prisidedantys prie aplinkos taršos mažinimo (-4 p.p. vs 2020, *stat. nereikšmingas pokytis*)

Moterys reikšmingai labiau nei vyrai taršą laiko aktualesne problema. Vyresnių amžiaus grupių miestiečiai dažniau linkę prisidėti prie aplinkos taršos mažinimo už jaunesnius gyventojus.

PRIEMONĖS APLINKOS TARŠOS MAŽINIMUI (I)

- Daugumai miestiečių atliekų rūšiavimas ir vienkartinių maišelių keitimas į daugkartinius yra pagrindinės priemonės prisidėti prie taršos mažinimo. Pastaroji priemonė yra reikšmingesnė moterų grupei (66% vs 46%).
- Lyginant su 2020 m., padaugėjo dažnesnis vaikščiojimas pėsčiomis kaip priemonė taršai mažinti (+6p.p.)
- Daugelio kitų priemonių reikšmės suvokimas – sumažėjo, kas gali būti susiję su tuo, jog atsiradęs „žalios“ energijos pasirinkimo variantas nukonkuravo kitas priemones pagal matomą svarbą.

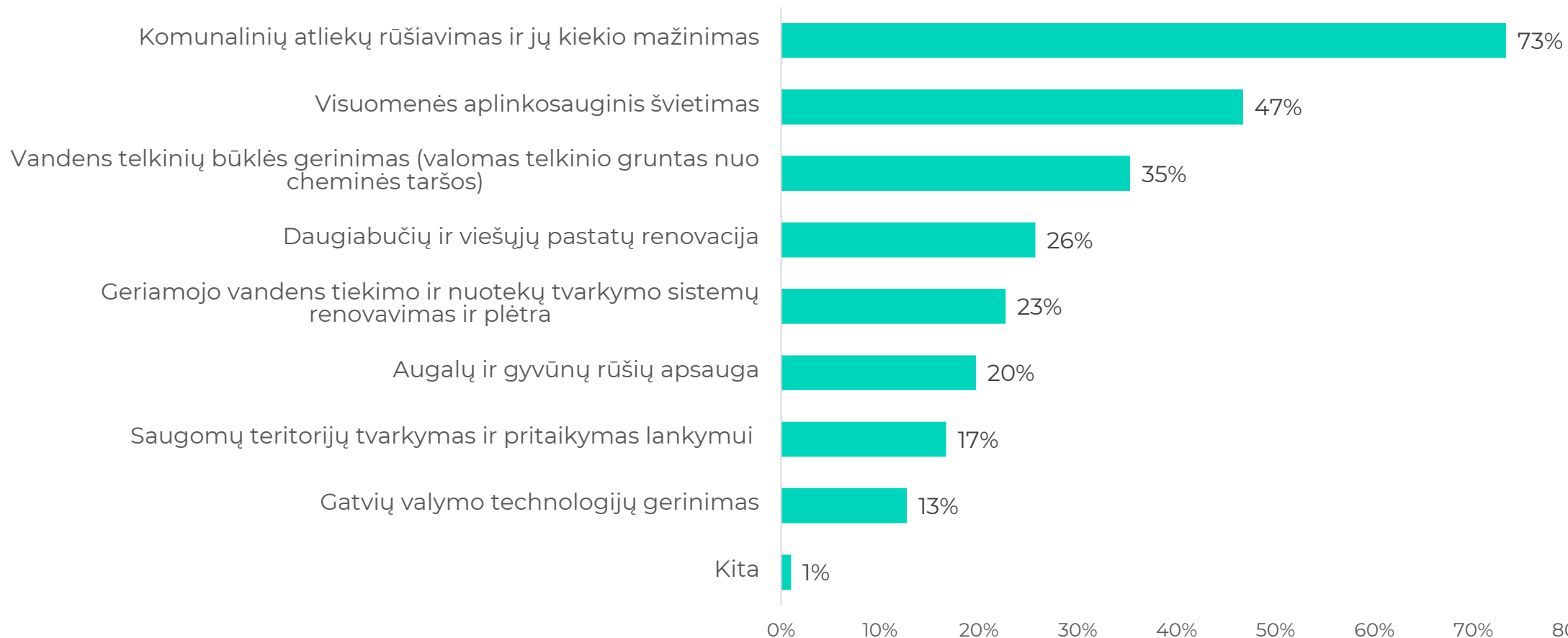
Jūsų nuomone, kokiomis priemonėmis žmogus labiausiai gali prisidėti prie švaresnės aplinkos?



PRIEMONĖS APLINKOS TARŠOS MAŽINIMUI (II)

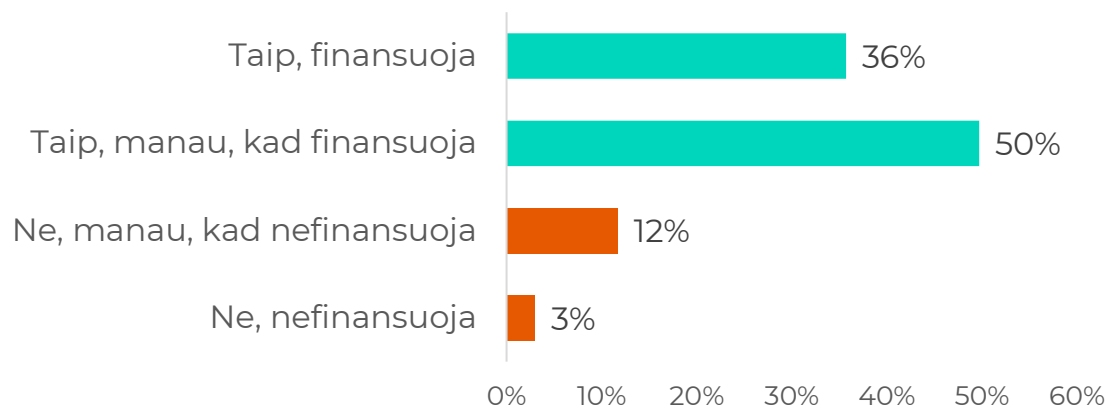
- Komunalinių atliekų rūšiavimas ir kiekio mažinimas daugelio miestiečių yra matoma kaip pagrindinė priemonė taršai mažinti, nors lyginant su 2020 m. taip manančių sumažėjo -6 p.p. Ši priemonė yra svarbesnė moterų grupei (88% vs 66%).
- Taip pat reikšmingai sumažėjo geriamojo vandens tiekimo ir nuotekų tvarkymo svarbą matančių miestiečių (-15 p.p. vs 2020). Ši priemonė yra svarbesnė Vilniečiams, lyginant su Kauno, Klaipėdos ar Šiaulių gyventojais.

Kurios aplinkos saugojimo veiklos Jums atrodo svarbiausios?

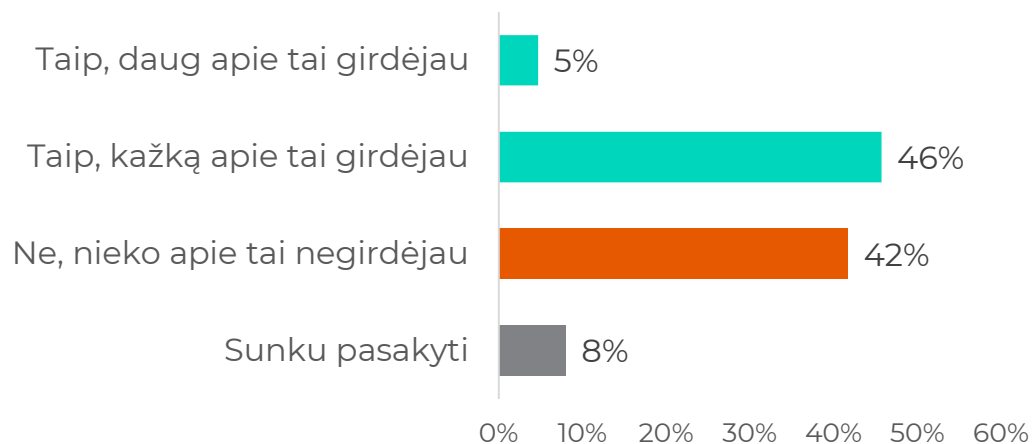


ES INVESTICINIAI FONDAI

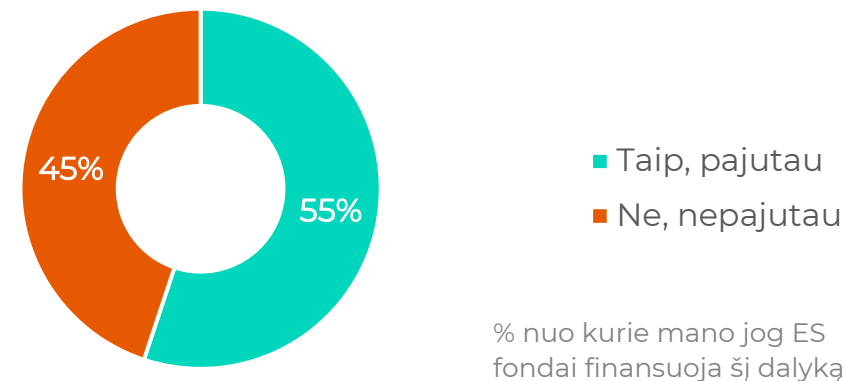
Jūsų nuomone, ar ES investiciniai fondai finansuoja aplinkos būklės gerinimą Lietuvoje?



Ar Jums teko girdėti apie siekiamus pokyčius aplinkosaugos srityje 2014–2020 m. ES investicijų laikotarpiu?



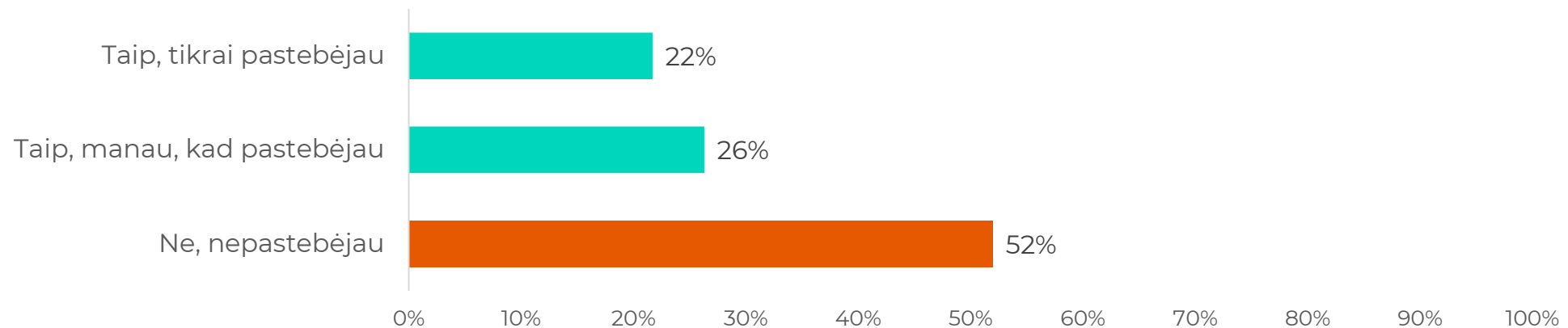
Ar Jūs asmeniškai pajutote ES investicinių fondų finansavimo naudą aplinkosaugos srityje?



- 86% miestiečių mano, jog ES fondai finansuoja aplinkos gerinimą šalyje. Pokytis vs 2020 m. yra -6 p.p.
- Aukštesnių pajamų respondentai labiau už kitus yra įsitikinę šiuo klausimu.
- 51% miestiečių yra bent truputį girdėję apie siekiamus pokyčius (-5 p.p. vs 2020).
- 55% respondentų yra asmeniškai pajutę šių fondų naudą, kas yra +4 p.p. daugiau nei 2020 m.

SPONTANINIS REKLAMOS PASTEBĖJIMAS

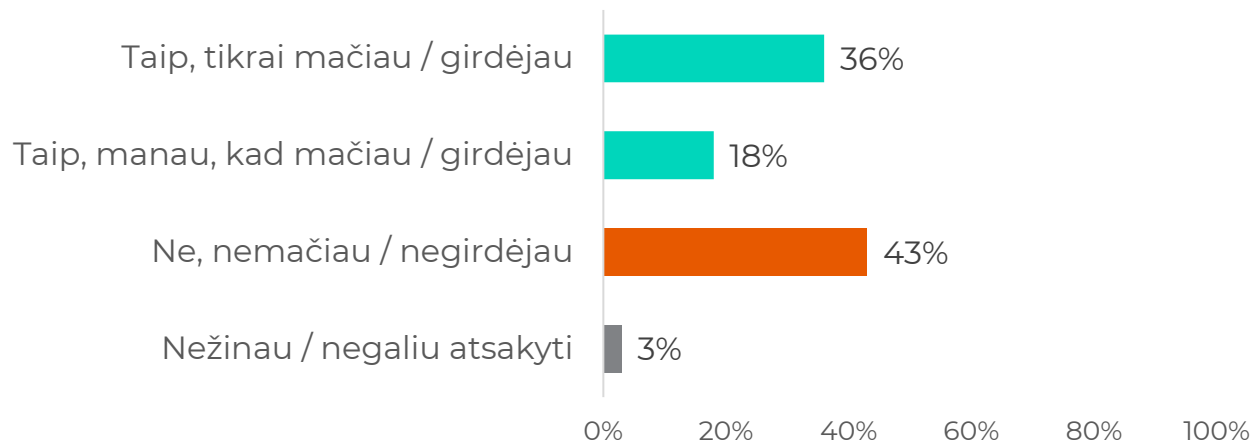
Ar per pastaruosius mėnesius pastebėjote kokią nors gamtosauginę reklamą apie skatinimą prisijungti prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų?



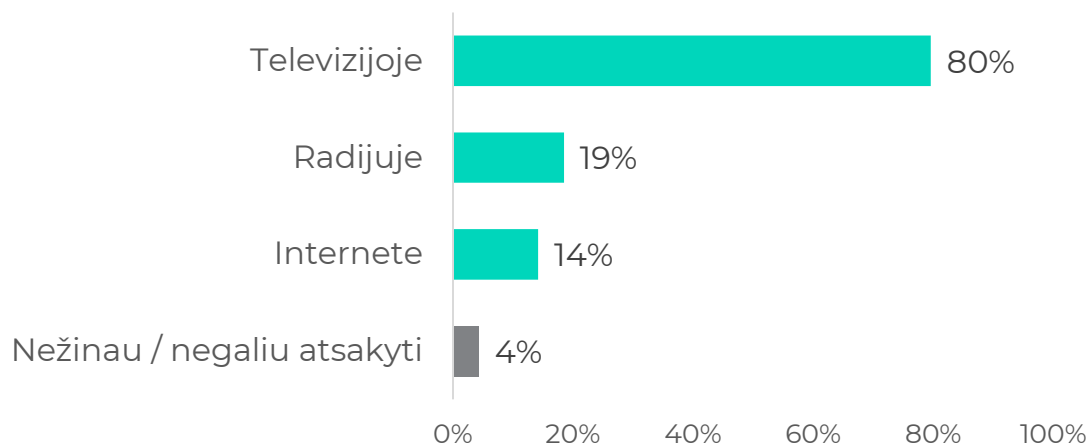
- 48% apklaustų miestiečių spontaniškai prisimena pastaruoju metų matę aplinkosauginių reklamų arba dėl prisijungimo prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų. Tai yra -9 p.p. mažesnė dalis nei 2020 m. Tikėtina, jog praeitais metais karantino metu TV žiūrimumas bei dėmesys medijai buvo smarkiai išaugęs, kai šių metų aktualijos yra pasikeitusios.
- Vilniaus ir Kauno gyventojai reikšmingai dažniau prisiminė matę tokių reklamų.

REKLAMOS KAMPANIJOS PASTEBĖJIMAS

Ar Jūs pastebėjote bent vieną iš šių reklamų?



Kur Jūs pastebėjote šią reklamą?



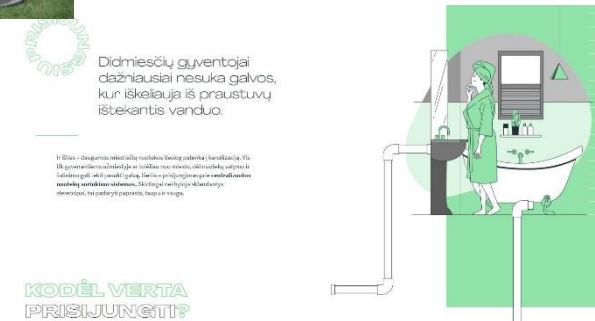
TESTUOTA REKLAMOS MEDŽIAGA



TV klipas 15"

Radio klipas 15"

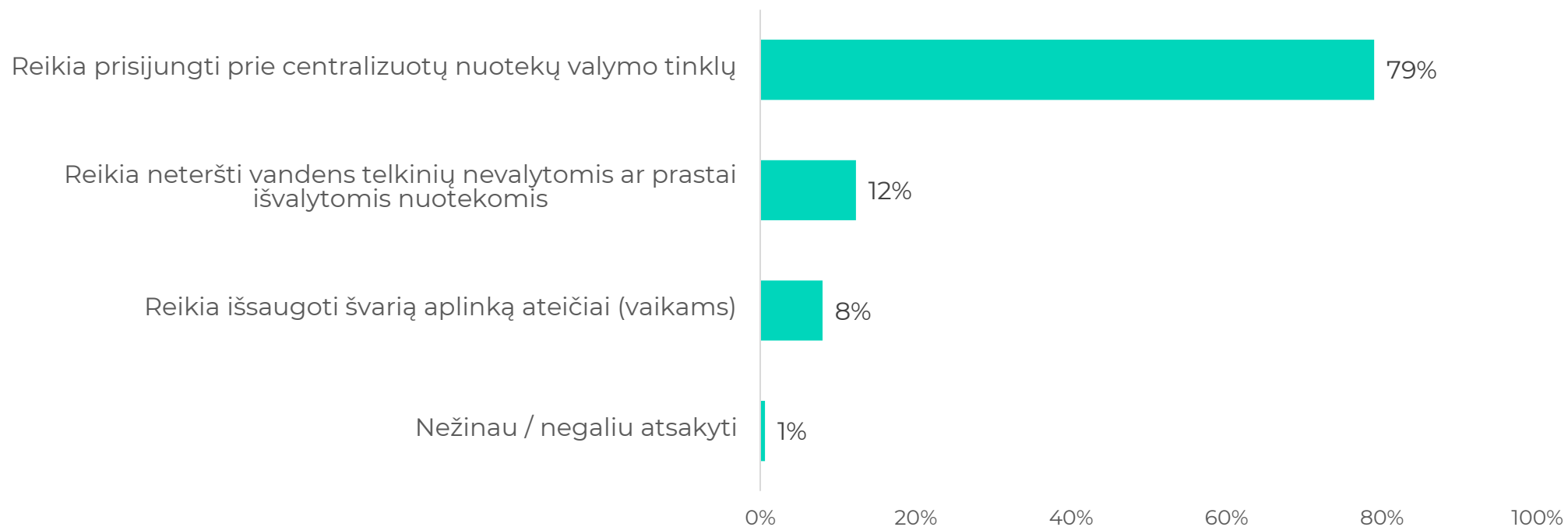
www.prisijungsiu.lt



- 54% tikslinės grupės miestiečių prisiminė matę bent vieną iš kampanijos reklamų.
- Nuo tų, kurie matė, 80% prisimena ją matę televizijoje, 19% - radijuje ir 14% - internetinį puslapį.
- TOP3 miestų gyventojai reikšmingai dažniau prisiminė matę internetinį vizualą.

REKLAMOS ŽINUTĖS NUSKAITYMAS

Jūsų manymu, kas norėta pasakyti šia reklama?



- Reklamos žinutė buvo labai aiški daugeliui mačiusių reklamą respondentų – 79% suprato jog reikia prisijungti prie centralizuotų nuotekų valymo tinklų.
- Žinutės supratimas reikšmingai nesiskyrė tarp skirtingų gyventojų grupių.

phd

Ačiū už dėmesį!