



מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

ספטמבר 2009

4 תמצית מנהלים

עיקרי מדד אמון הצרכנים

10 הממצאים

ניתוח, מגמות, מסקנות

27 פילוחים

פירוט התשובות המלא, על פי סקטורים

35 פרופילים

שרטוט מאפיינים, סקטורים נבחרים

39 שיעורי סירוב

נכונות לבצע רכישות, סקטורים נבחרים

פרסום המדד הבא : 4.11.09

מנהל מחקר: אבי טמקין • **עורך:** גיל שלמה • **סקר:** מכון סמית

© כל הזכויות שמורות למו"ל חב' גלובס פבלישר עתונות (1983) בע"מ. אין להעתיק, לשכפל, לצלם, לתרגם, לאחסן במאגרי מידע, לקלוט או להעביר באינטרנט או בכל אמצעי ממוחשב, אלקטרוני או אחר, או לעשות שימוש מסחרי בחומרים, בנתונים או בכתוב בחוברת זו, אלא לאחר קבלת אישור מראש ובכתב מאת המו"ל

תמצית מנהלים

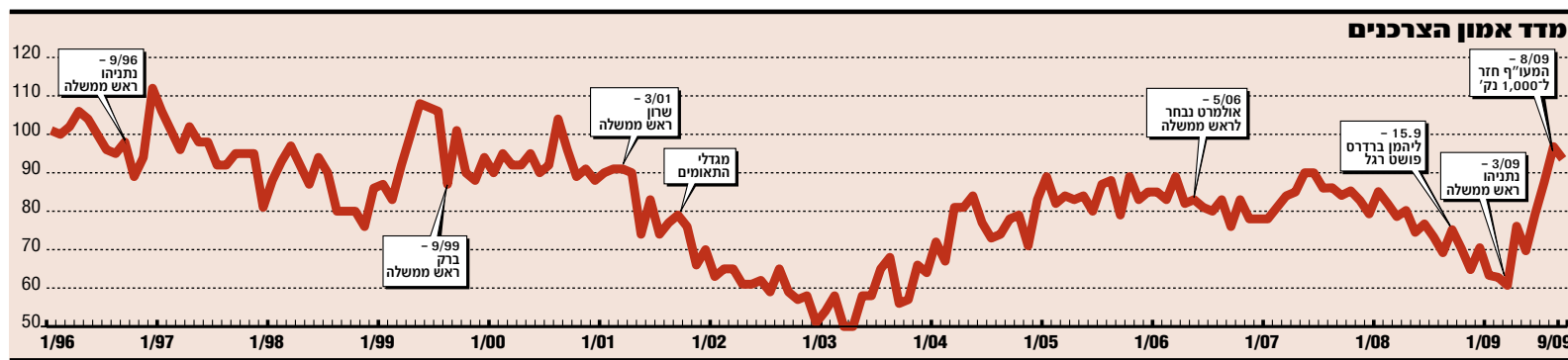
ספטמבר 2009: בלימה באמצע העלייה

- **בלימה בזינוק באמון הצרכנים בישראל: מדד ספטמבר ירד ב-3.2 נקודות ל-93.6 נקודות**
- **מגמת המדד "המורחב", הכולל את הציפיות לגבי שוק העבודה, הגיעה בספטמבר לשיא הבעיות באפריקה ישראל ובצים הזכירו לציבור הישראלי את המציאות המשברית**
- **עתידי הצריכה הפרטית: ההתאוששות תימשך, קצב ההתאוששות נותר מעורפל**

עליית מדד אמון הצרכנים בישראל נבלמה בספטמבר לאחר שלושה חודשים בהם נרשמה עלייה מהירה במדד. למרות זאת, אפשר בהחלט שמדובר במעין תיקון או הפוגה שכן הירידה במדד קטנה. כמו כן, נתוני המגמה, אשר עדיין מצביעים על עלייה (זה ארבעה חודשים ברציפות), החזירו את מדד אמון הצרכנים לרמתו ערב משבר ה"סאב-פריים" בקיץ 2007.

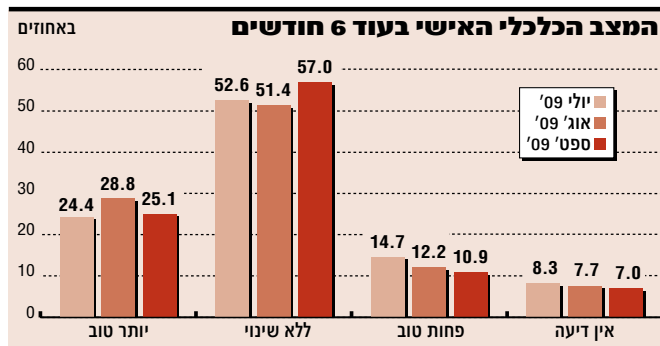
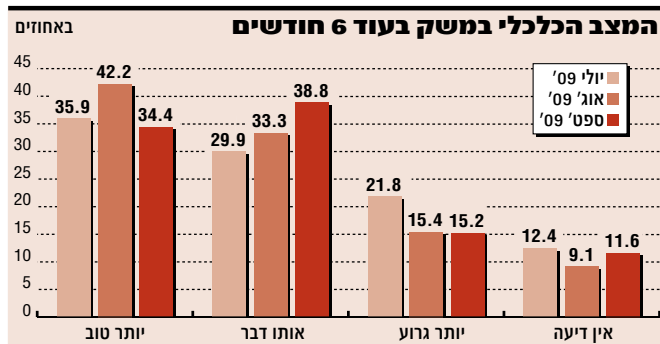
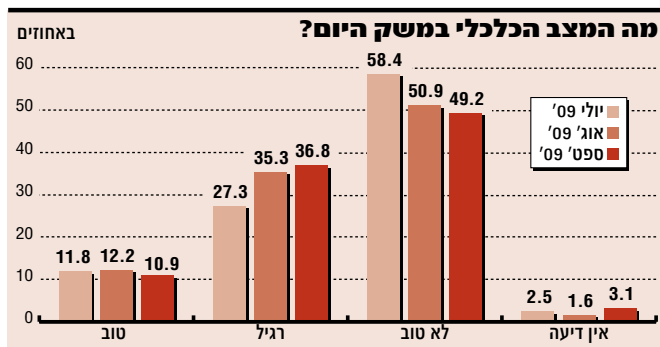
השיפור בתחושת ביטחון הצרכנים בספטמבר בא לידי ביטוי בעלייה בנתוני המגמה של כל אחד מארבעת רכיבי המדד. שנה לאחר קריסת בנק ההשקעות ליהמן ברדרס והחרפת המשבר הפיננסי, אפשר לדבר על סימנים ברורים של שיקום אמון הצרכנים, בעולם וגם בישראל.

מדד אמון הצרכנים של גלובס ירד בספטמבר ב-3.2 נקודות לאחר עלייה של 9.2 נקודות באוגוסט, ושל 8.4 נקודות ביולי. נתון המגמה של המדד, המבוסס על ממוצעים תלת-חודשיים נעים, המשיך לטפס והגיע ל-92.7 נקודות, עלייה של 4.8 נקודות לעומת אוגוסט.



שנה לאחר קריסת בנק ההשקעות ליהמן ברדרס אפשר לדבר על סימנים ברורים של שיקום אמון הצרכנים

49.2%
מהמשיבים
מגדירים את
מצב המשק
"כ"לא טוב"
50.9%
לעומת
מהמשיבים
באוגוסט



ירידת המדד החודש נובעת, בעיקר, מירידה בהערכה של הציבור לגבי המצב הכלכלי. לעומת זאת, יציבות נרשמה בהערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף במשק והמצב הכספי האישי בעוד שישה חודשים. ייתכן שמדובר בתופעה של "תיקון" בהערכת הציבור את מצב המשק בעוד שישה חודשים, לאחר חודשים של עליות מהירות. על כל פנים, נתוני המגמה של שלושת הרכיבים הללו המשיכו לעלות גם החודש.

הסבר נוסף לירידה במדד ספטמבר הן הערכות מחודשות של הציבור לגבי המצב הכלכלי בעתיד בצל הידיעות על קשיים בכושר פירעון חובות של תאגידים ישראלים מובילים, במיוחד בחברת ההחזקות אפריקה ישראל, אך גם בחברת צים. גורם זה הגביר מחדש את אי הוודאות, ועורר סימני שאלה לגבי מצב המגזר העסקי.

גם הבלימה בעלייה המהירה במחירי ני"ע בשוק ההון מספקת הסבר לנסיגה הקלה בנתון השוטף של מדד אמון הצרכנים. כבר בחודשים קודמים צוין, כי העלייה במחירי ני"ע, והתיקון אשר נרשם בערכי החיסכון לטווח

ירידת המדד החודש נובעת, בעיקר, מירידה בהערכה של הציבור לגבי המצב הכלכלי

**נתון המגמה של
מדד האמון עמד
בסוף ספטמבר
על 92.7 נקודות
לעומת 87.9
נקודות בסוף
אוגוסט**

ארוך, השפיעו לחיוב על תחושות הציבור בחודשי הקיץ, כמו גם על הערכות הצרכנים לגבי העתיד. לאור רמת אמון הצרכנים והנתונים לגבי קניית לא שוטפות אשר יובאו להלן, נראה שהצריכה הפרטית עשויה לעלות במהלך המחצית השנייה של 2009. זאת לאחר שברבעון השני של השנה נרשמה עלייה של 4% (קצב שנתי) בצריכה הפרטית לנפש, ואילו ברבעון הראשון נרשמה ירידה חדה של 5.8% (קצב שנתי) ברכיב זה. קביעה זו מבוססת, כאמור, על נתוני מגמת המדד אשר משקפים ממוצעים נעים תלת-חודשיים. בסוף ספטמבר 2009 עמד נתון המגמה של המדד על 92.7 נקודות לעומת 87.9 נקודות בסוף אוגוסט. יצוין, כי עליית מפלס חשש הצרכנים בחודשים הקודמים, קודם לתפנית, הייתה אחד מהגורמים העיקריים למיתון במשק.

המדד המורחב

מדד האמון ה"מורחב", אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות, גם שאלה אשר נוגעת לציפיות הציבור בנוגע לתחום התעסוקה, ירד בספטמבר ב-2.3 נקודות, לאחר עלייה של 9.7 נקודות באוגוסט ושל 10.4 נקודות ביולי. מאז סוף מארס עלה המדד המורחב ב-39.2 נקודות. סקר גלובס כולל מאז יולי 2003 שאלות לגבי תוכניות קנייה של דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא. בדיקת שיעורי הנכונות לרכישות אלו - אחוז המשיבים שלא שללו במפורש כוונת רכישה - בחתך של קבוצות שונות באוכלוסייה, ועל בסיס ממוצעים נעים תלת-חודשיים, מצביעה על יציבות באוגוסט בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא (מקורים, טלוויזיות וכיב') לאחר חודשיים של עליות. בכוונות רכישת מכוניות נרשמה ירידה מ-13.2% מכלל

**יציבות בשיעור
הנכונות
לרכוש מוצרים
בני קיימא
בספטמבר
בדומה לאוגוסט
ויולי**

המשיבים באוגוסט ל-12% מהם החודש, ירידה שנייה ברציפות לאחר עליות בחמשת החודשים שקדמו לאוגוסט. שיעור הנכונות לרכוש דירות חזר ועלה בספטמבר עד ל-10.2% מכלל המשיבים לעומת 9.5% מהם בחודש שעבר.

מדד גלובס לאמידת אמון הצרכנים מבוסס על סקר שמבוצע מזה 11 שנים עבור גלובס על ידי מכון סמית. הסקר נערך בקרב מדגם של 500 איש/ה כמדגם מייצג של האוכלוסייה הבוגרת בישראל בסוף כל חודש. טעות הדגימה המרבית היא 4.5 אחוזים. המדד מבוסס על שלוש שאלות, אחת לגבי המצב הנוכחי של המשק, שנייה לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים, ושלישית לגבי המצב האישי/משפחתי בעוד שישה חודשים.

מחקר שנערך במחלקת המחקר של בנק ישראל העלה, כי מדד אמון הצרכנים של גלובס מחקרים יכול לחזות רבעון אחד עד שני רבעונים את ההתפתחויות בצריכה הפרטית, תוך הוספת מידע על הצפוי בעתיד הקרוב, מעבר למה שניתן ללמוד ממשנתנים אחרים במשק.

הממצאים

שנה חלפה מאז קריסת בנק ליהמן ברדרס, אירוע אשר סימן את החרפתו של המשבר הפיננסי העולמי, ובישר את תחילתו של המיתון העולמי, ושל המיתון במשק הישראלי. בתום שנה זו, אשר אופיינה בתנודות חדות, מתייצב מדד אמון הצרכנים של ישראל על רמה שהיא גבוהה בהרבה מזו שהייתה קיימת לפני שנה, ואפילו גבוהה מרמת המדד ערב פרוץ משבר ה"סאב פריים".

נראה, אפוא, כי אמון הצרכנים בישראל שוקם, אפילו במהירות גבוהה. גל האופטימיות נותן, ככל הנראה, ביטוי לתחושה שהמיתון הגיע לסיומו, והדבר יביא לשיפור בתפקוד המשק, במצב הכלכלי האישי ובמצב שוק העבודה.

מדד אמון הצרכנים ירד, כאמור, ב-3.2 נקודות בספטמבר, לאחר עלייה של 9.2 נקודות באוגוסט ושל 8.4 נקודות ביולי. בעקבות הירידה החודש הגיע המדד בסוף ספטמבר ל-93.6 נקודות (100 = 1996). מתחילת השנה עלה המדד ב-30.3 נקודות במצטבר, והנתון השוטף של מדד אוגוסט גבוה ב-3.6 נקודות בהשוואה לנתון השוטף של מדד יוני 2007.

הירידה שנרשמה במדד בספטמבר קוטעת רצף של שלושה חודשים של עליות חדות. בהקשר זה כדאי לזכור, כי החודשים יוני, יולי ואוגוסט היו דומים למדי במגמות ובמאפיינים שלהם. חודשים אלו היו מעין חטיבה אחת לאחר מספר תנודות באמון הצרכנים השנה: ירידות משמעותיות בתחילתה, עלייה גדולה באפריל, ותיקון כלפי מטה במאי. ייתכן, אם כן, שהירידה בנתון

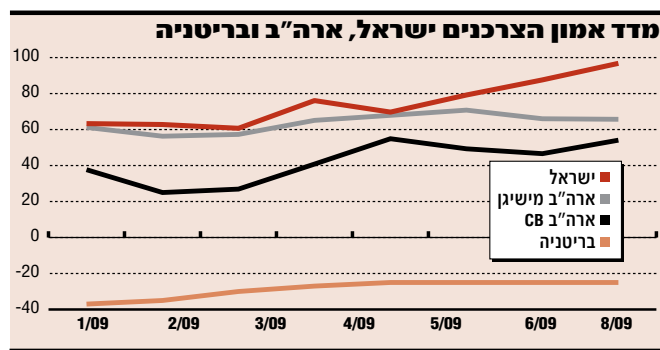
נראה, אפוא, כי אמון הצרכנים בישראל שוקם, אפילו במהירות גבוהה

השוטף בספטמבר היא מעין תיקון לאחר שלושה חודשים של עלייה מהירה מאוד.

הירידה בנתון השוטף בספטמבר באה לידי ביטוי בעיקר בהערכת הציבור את המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, כאשר ברכיב זה נרשמה ירידה לאחר חודשים של עליות מהירות מאוד. הנתונים השוטפים של יתר הרכיבים מצביעים על יציבות יחסית.

ביוני, ביולי, וגם באוגוסט הגיע הציבור למסקנה לפיה הסכנות למשבר כלכלי ולמיתון עמוק מאוד פחתו, ועל כן עדכן את הערכתיו כלפי מעלה, ונתן ביטוי לאמונתו, כי התקופה אשר החלה עם קריסת ליהמן ברדרס הייתה לא יותר מאשר שלב במחזור עסקים, ושלב זה מגיע לסיומו.

אין ספק, כי הציבור הושפע מאוד מהדיווחים החיוביים אשר התפרסמו בכלי התקשורת במרוצת אותם שלושה חודשים. עוצמת ההערכה מחדש הייתה כזו שאפשרה לציבור להתעלם מהתפתחויות שליליות דוגמת האצה באינפלציה, אפשרות של המשך העלאת הריבית והתחזקות השקל לעומת הדולר. לעומת זאת, האינדיקציות בדבר גידול בפעילות הכלכלית,



ביוני, ביולי, וגם באוגוסט הגיע הציבור למסקנה לפיה הסכנות למשבר כלכלי ולמיתון עמוק מאוד פחתו

החדשות בדבר הקשיים בהחזר החובות באפריקה ישראל, וגם בציים, החזירו את הציבור למציאות של משבר

דוגמת העלייה במדד המשולב של בנק ישראל, עלו בקנה אחד עם התחושות האופטימיות בציבור. אחד מהגורמים אשר מוזכר לעתים תכופות כהסבר אפשרי לעלייה בתחושת האופטימיות של הציבור הן ההתפתחויות בשוקי ההון במהלך 2009. ייתכן שהדבר קשור לעלייה בערכי החיסכון לטווח ארוך, אך מדובר גם באמונה שיש בגאות המחודשת בבורסה לני"ע כדי לנבא את הכיוון והעוצמה של הפעילות הכלכלית בעתיד.

בספטמבר, לעומת זאת, נרשמו בהקשר זה שני אירועים אשר יכולים להסביר את הבלימה בעליית המדד. ראשית, החדשות בדבר הקשיים בהחזר החובות באפריקה ישראל, וגם בציים, החזירו את הציבור למציאות של משבר, והעלו מחדש את מפלס אי הוודאות לגבי מצבו של המשק. שנית, הבלימה במחירי ני"ע במהלך חודש ספטמבר תורגמה למעין בדיקה מחדש של הערכות הציבור.

מגמת המדד: שישה חודשים של עלייה רצופה

נתון המגמה של המדד עלה בספטמבר ב-4.8 נקודות, לאחר עלייה של 9.1 נקודות באוגוסט ושל 3.8 נקודות ביולי. נתון המגמה עמד בסוף ספטמבר על 92.7 נקודות, והשלים בכך חודש שישי של עלייה רצופה, לאחר שבעה חודשים של ירידה רצופה.

ממצא זה רק מחזק את הסברה לפיה ישראל מצויה בעיצומו של שינוי בכל מה שקשור לאמון הצרכנים, במקביל להתפתחות דומה במשקים אחרים. ביולי 2007, ערב המשבר, עמד נתון המגמה על 88.7 נקודות. עד לספטמבר 2008, ערב החרפת המשבר הפיננסי, ירד הנתון ל-72.6 נקודות, ובמארס 2009 אף ירד ל-62.3 נקודות. בעקבות העליות שנרשמו בחודשים האחרונים, עלה נתון המגמה מעל לרמתו ביולי 2007.

צריכה פרטית: ההתאוששות תימשך - הקצב לא ברור
היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. ברבעון השני של השנה נרשמה עלייה של 4% (קצב שנתי) בצריכה הפרטית לנפש לעומת ירידה של 5.8% (קצב שנתי) ברבעון הראשון של 2009 וירידה של 4.4% (בקצב שנתי) ברבעון האחרון של 2008. על פי נתוני מגמה של הלמ"ס, פדיון ענפי המסחר והשירותים עלה ב-5.2% בחישוב שנתי בחודשים מאי ויוני 2009, ופדיון המסחר הקמעונאי עלה בשיעור של 7.5%.

נתונים אלו מציינים תמונה של תפנית בביקושי משקי הבית וממצאי מדד האמון מאותתים שהצריכה הפרטית תמשיך להתאושש במחצית השנייה של השנה, זאת בעיקר לאור השיפור המשמעותי בהערכות הציבור את המצב הכלכלי האישי. נציין עוד, כי נתון המגמה של כוונות רכישת מוצרים בני קיימא נותר בספטמבר יציב לעומת אוגוסט. מסיבה זו קשה לקבוע שההתאוששות בביקושים תמשיך להיות מהירה במחצית השנייה של השנה כמו ברבעון השני, אך ככל שניתן לשפוט עתה, מדובר על המשך העלייה בצריכה לנפש.

תפקוד המשק בהווה: עדיין ארוכה הדרך ל-2007

בשלב זה כדאי לפרט קצת יותר את הממצאים הכמותיים לגבי רכיבי המדד השונים. בניתוח ההתפתחות בכל אחת משלוש השאלות אומצה השיטה בה השתמש בנק ישראל לבחינת מדד אמון הצרכנים של גלובס, לפיה מחשבים את המאזן נטו של הערכה חיובית (אלה שענו שהמצב טוב, או יהיה טוב בעוד שישה חודשים, פחות אלה שהביעו הערכה שלילית - המצב גרוע או יהיה גרוע יותר בעוד שישה חודשים). הנתון השוטף של הרכיב המתייחס למצב הכלכלי של המשק עלה בספטמבר ב-0.4 נקודות אחוז והגיע למינוס 38.3 נקודות

נתון המגמה עמד בסוף אוגוסט על 92.7 נקודות

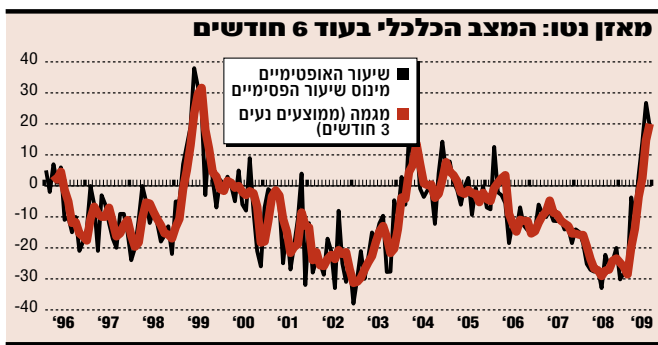
**מצב המשק
בהווה: נתון
המגמה של
המאזן נטו
עלה בספטמבר
ב-5.7%**

תפקוד המשק בעתיד: תיקון קל כלפי מטה

הנתון השוטף של רכיב המדד אשר מתייחס למצב הכלכלי של המשק בעוד שישה חודשים ירד החודש ב-7.6 נקודות אחוז, מעין תיקון לעליות מאוד גדולות בחודשים קודמים. באוגוסט עלה הנתון ב-12.7 נקודות אחוז, לאחר עלייה של 10.7 נקודות אחוז ביולי ושל 13.2 נקודות אחוז ביוני. למרות הירידה בספטמבר, העלייה ברכיב זה בששת החודשים האחרונים מסתכמת ב-46.6 נקודות אחוז.

בספטמבר עמד הנתון השוטף של המאזן נטו על 19.2 נקודות אחוז, לעומת מינוס 22.2 נקודות אחוז שנה קודם לכן. הפער בין שיעור האופטימיים לבין שיעור הפסימיים - ממנו נגזר המאזן נטו - בנוגע להשקפתם בדבר מצב המשק בעוד שישה חודשים משקף שינוי חד בהערכת הציבור ועומד ברקע עליית מדד האמון בחודשים האחרונים.

נתון המגמה של המאזן נטו של רכיב זה עלה בספטמבר ב-5.2 נקודות אחוז, בהמשך לעליות של 12.4 נקודות באוגוסט ושל 5.9 נקודות אחוז ביולי. נתון המגמה עמד בסוף אוגוסט על 20 נקודות אחוז, ב-47.4 נקודות אחוז יותר בהשוואה



אחוז. בארבעת החודשים האחרונים נרשמה עלייה מצטברת של 22.7 נקודות אחוז בנתון השוטף של רכיב זה. לעומת זאת, בקיץ 2007 עמד המאזן נטו של רכיב זה על מינוס 19.7 נקודות אחוז בלבד, כלומר 18.6 נקודות אחוז מעל רמתו בתום ספטמבר 2009. לפני שנה, בספטמבר 2008, לאחר קריסת ליהמן ברדרס, עמד הנתון השוטף של רכיב זה על מינוס 37 נקודות אחוז, כלומר רמה זהה לזו אשר נרשמה בספטמבר הנוכחי.

נתון המגמה של רכיב זה עלה בספטמבר ב-5.7 נקודות אחוז, לאחר עלייה של 7.5 נקודות אחוז באוגוסט ושל 3.4 נקודות אחוז ביולי. במצטבר עלה נתון המגמה בחמשת החודשים האחרונים ב-24.7 נקודות. ביולי 2007 עמד נתון המגמה של הרכיב על מינוס 19.8 נקודות אחוז ובספטמבר 2008 הוא ירד למינוס 39.2 נקודות אחוז. שנה לאחר החרפת המשבר עומד נתון המגמה על מינוס 41.2 נקודות אחוז, למרות פרץ העליות בחודשים האחרונים.



**מצב המשק
בהווה: המאזן
נטו עומד על
מינוס 38.3
נקודות אחוז,
לעומת מינוס
19.7 נקודות
אחוז ערב משבר
ה"סאב-פריים"**

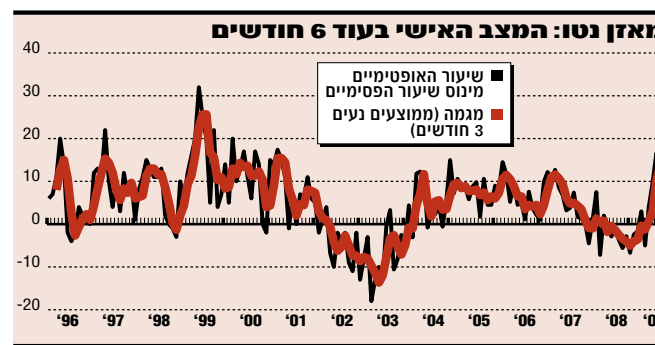
הפער בין שיעור האופטימיים לבין שיעור הפסימיים משקף שינוי חד בהערכת הציבור

לרמת השפל של מארס 2009.

הציפיות לגבי המצב הכלכלי האישי: שיא של חמש שנים

רכיב המדד אשר מתייחס למצב הכלכלי האישי ירד אף הוא בספטמבר, לאחר עליות בשלושת החודשים הקודמים. המאזן נטו ירד בספטמבר ב-2.4 נקודות אחוז לאחר עליות של 6.9 נקודות אחוז באוגוסט, של 5.6 נקודות אחוז ביולי ושל 9.1 נקודות אחוז ביוני. הנתון השוטף של רכיב זה עמד על 14.2 נקודות אחוז בסוף ספטמבר.

נתון המגמה של הערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי עלה בחודש שעבר ב-3.4 נקודות אחוז, לאחר עליות של 7.2 נקודות אחוז באוגוסט ושל 2.2 נקודות אחוז ביולי. נתון המגמה עמד בסוף אוגוסט על 13.5 נקודות אחוז, רמת שיא בחמש השנים האחרונות.



שוק העבודה: מגמת המדד המורחב בשיא

כדי להשלים את תמונת המדד מבחינה מקצועית, עוקב פרסום מדד אמון הצרכנים מאז יולי 2003 אחרי ההתפתחות בהערכות לגבי שוק העבודה בישראל והצפוי בו בעוד שישה חודשים, שכן ציפיות אלה משפיעות על אמון הצרכנים. זו הסיבה ששאלה לגבי הצפוי בתעסוקה במשק בעוד שישה חודשים נוספה לסקר שעורך גלובס מחקרים מדי חודש באמצעות מכון סמית. על יסוד שאלה נוספת זו חושב מדד אמון צרכנים "מורחב". כדי ליצור בסיס משותף למדד הישן, הוצמד לחודש יולי 2003 הערך 65, שהוא הערך של המדד הרגיל לאותו חודש.

באוקטובר אשתקד, מייד עם החרפת המשבר העולמי, נרשמה ירידה חדה של 10.4 נקודות במדד המורחב. הנפילה ביטאה פסימיות עמוקה ביחס לשוק העבודה במקביל לידיעות על פיטורים נרחבים במשק. מאז נרשמו תנודות חודשיות בנתון השוטף של המדד המורחב, אך בחודשים האחרונים התמונה התהפכה.

בסוף ספטמבר עמד הערך השוטף של המדד המורחב על 91.8 נקודות, לעומת 94.1 נקודות בסוף אוגוסט - ירידה של 2.3 נקודות, לאחר עלייה של 9.7 נקודות באוגוסט ושל 10.4 נקודות ביולי.

איך יהיה שוק העבודה (תעסוקה) בארץ בעוד 6 חודשים?

	יוני '09	יולי '09	אוגוסט '09	ספט '09
יהיה יותר טוב	23.70%	30.70%	34.30%	32.70%
יישאר כפי שהוא היום	29.10%	29.70%	31.60%	37.10%
יהיה פחות טוב	35.30%	25.90%	18.20%	16.20%
לא הביעו דעה	11.90%	13.60%	15.90%	14.00%

מגמת שיפור הציפיות לגבי שוק העבודה נמשכת: 32.7% מהמשיבים צופים שיפור לעומת 14.8% בינואר השנה

נתון המגמה עלה בספטמבר ב-5.9 נקודות, בהמשך לעלייה של 9.8 נקודות באוגוסט. בסוף ספטמבר הגיע נתון המגמה של המדד המורחב ל-90.1 נקודות, הרמה הגבוהה שנרשמה מאז התחיל חישוב המדד המורחב. כאשר להערכות בדבר מצב שוק העבודה בעוד שישה חודשים ניתן להגיד, כי באוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות לגבי עתיד שוק העבודה המקומי. מאז ועד למארס 2009 לא נרשם שינוי משמעותי במאזן נטו, אך באפריל החלה מגמת שיפור.

הנתון השוטף של המאזן נטו של רכיב זה עלה בספטמבר ב-0.4 נקודות אחוז לאחר עליות של 11.3 נקודות אחוז באוגוסט ושל 16.4 נקודות אחוז ביולי. למרות העלייה המהירה במספר המובטלים במשק הרי שמסוף מארס ועד לסוף ספטמבר מסתכמת העלייה במאזן נטו ב-56 נקודות אחוז. בספטמבר נרשמה עלייה ניכרת של 9.4 נקודות אחוז בנתון המגמה, והמאזן נטו שלו הגיע ל-12.5 נקודות אחוז.

תפקוד המשק: בעלי הכנסה נמוכה נותרו פסימיים

כמו בחודשים קודמים, גם ממצאי ספטמבר יוצרים תמונה של "הסכמה" רחבה למדי בין קבוצות המשיבים השונות. למעשה, תמונת המצב עתה היא מעין המשך ישיר של מה שהסתמן בחודש אוגוסט כאשר נרשמה התכנסות בין הקבוצות השונות, כמעט ללא יוצאים מן הכלל. ההבדלים הגדולים ביותר מתייחסים לפערים בנוגע להערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף ולגבי הפער בין ההערכה נטו לגבי שלושת הרכיבים "העתידיים" העוסקים במצב המשק, במצב הכלכלי האישי ובמצב התעסוקה.

עתיד שוק העבודה: 35.7% מהגברים לעומת 29% מהנשים צופים שיפור במרוצת ששת החודשים הקרובים

בכל הקשור למצב הכלכלי השוטף, הרי שבקרב כל הקבוצות נרשמה עלייה בהערכה נטו, גם בספטמבר, אך קצב השיפור היה שונה. וכך, בעלי הכנסה נמוכה מהממוצע נותרו פסימיים למדי והמאזן נטו שלהם נמוך ממינוס 50 נקודות אחוז, גם המאזן נטו של בעלי 11 שנות לימוד או פחות נמוך למדי ועומד על פחות ממינוס 50 נקודות אחוז. יצוין, כי קבוצה זו, של בעלי 11 שנות לימוד או פחות, היא יוצאת מן הכלל בהערכותיה לגבי המצב הכלכלי האישי, ולגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים, שכן ברכיבים אלה נרשמו בקרבה ירידות. בקרב יתר הקבוצות, ברכיבים המתייחסים למצב בעתיד נרשם שיפור ונצפתה התכנסות לרמה דומה, אם כי הצעירים עדיין רושמים רמות גבוהות יותר. שלוש קבוצות - בעלי הכנסה גבוהה מהממוצע, בני 50 ומעלה וגברים - רושמות רמות אופטימיות גבוהות בהשוואה ליתר הקבוצות באשר למצב המשק בעוד שישה חודשים.

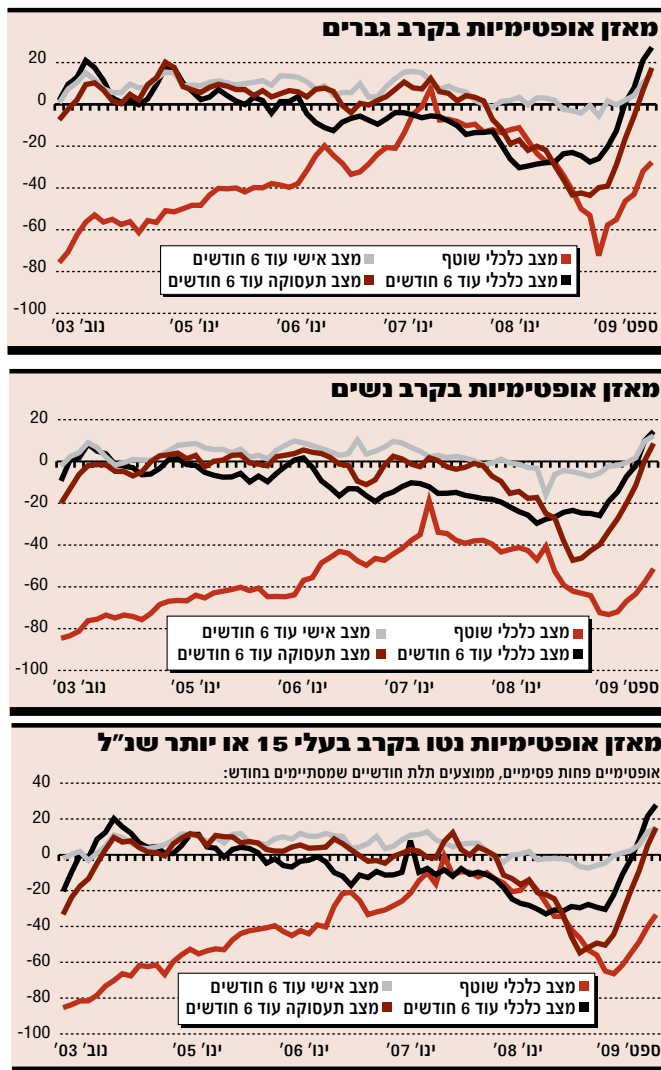
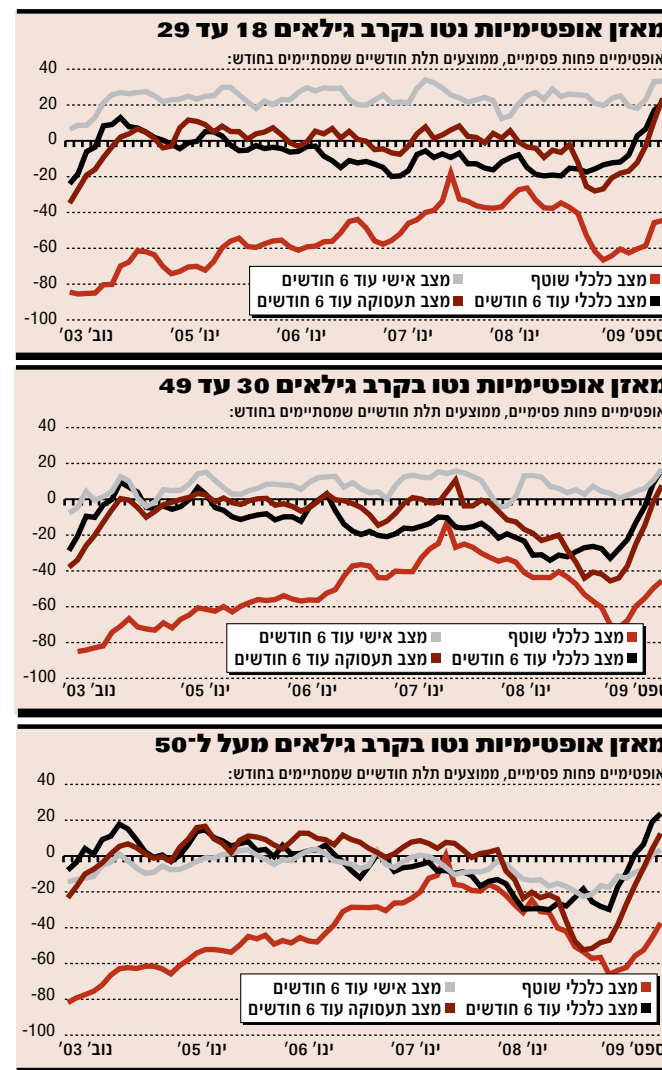
כוונות רכישת בני-קיימא: סטטיות גם בספטמבר

בנוסף לארבע השאלות של המדד המורחב, מאז יולי 2003 עוקב הסקר גם אחרי תשובות לשלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות - של דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא - בששת החודשים הקרובים. מלבד המידע שמתקבל לגבי תוכניות רכישה מעין אלו, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו.

בספטמבר נרשמה יציבות יחסית לעומת יולי ואוגוסט בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא, עם עלייה זעירה של 0.2 נקודות אחוז לרמה של 25% מכלל המשיבים. רמת הנכונות בספטמבר עדיין נמוכה בהשוואה לנתוני 2008, והדבר מהווה רמז לכך שתיתכן התאוששות מתונה

גם ממצאי ספטמבר יוצרים תמונה של "הסכמה" רחבה למדי בין קבוצות המשיבים השונות

נסגרו פערי האופטימיות לגבי עתיד המשק בין קבוצות הגיל השונות



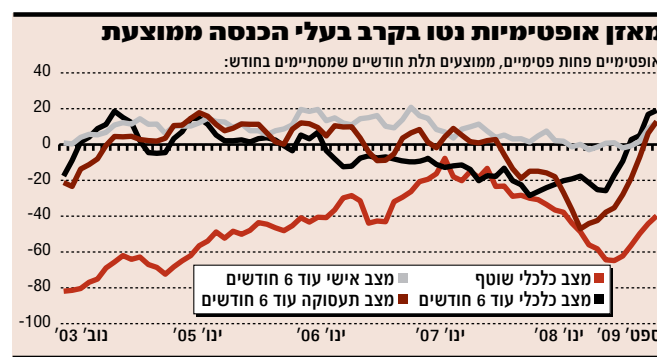
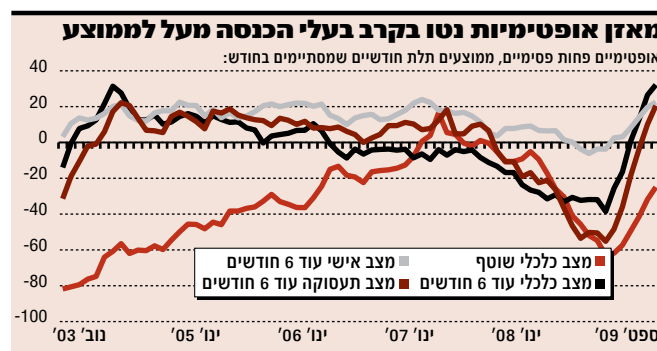
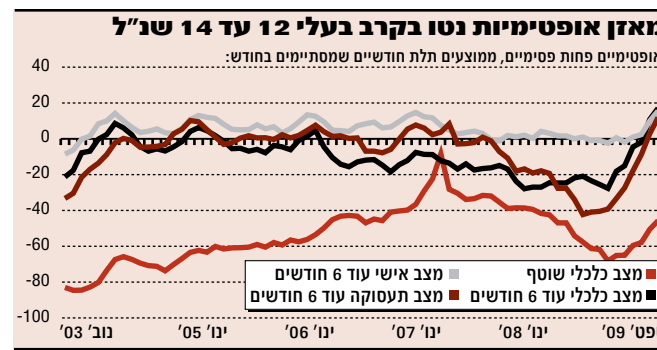
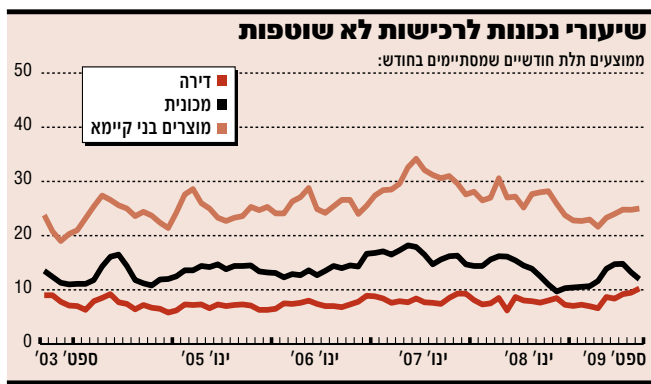
הפער המגדרי: כ-54% מהנשים מגדירות את מצב המשק היום כ"לא טוב" לעומת 43% בלבד מהגברים

**בדיק רבע
מהמשיבים
מתכננים
לבצע רכישת
מוצרים בני
קיימא בששת
החודשים
הקרובים**

בביקושים במשק בחודשים הקרובים. נציין, כי ערב משבר ה"סאב-פריים" עמד שיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא על כ-32% מכלל המשיבים.

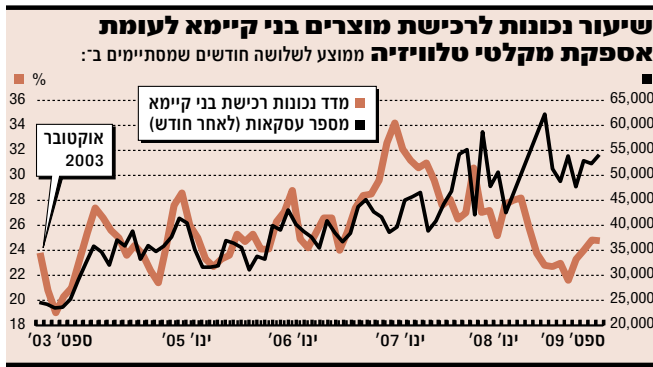
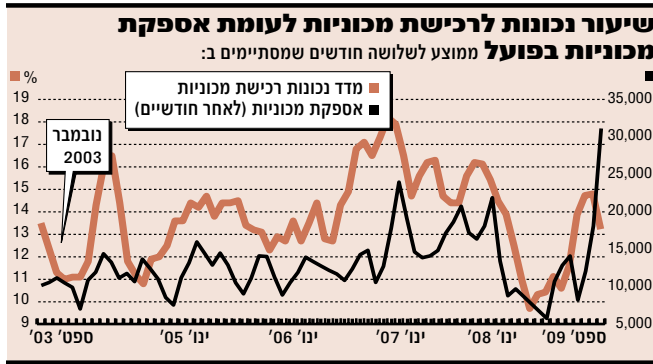
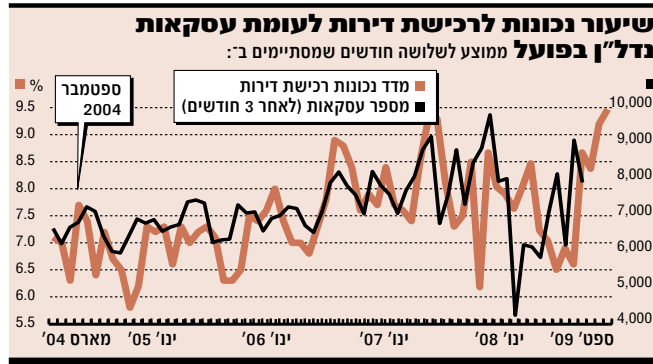
בכוונות קניית דירה - חדשה או מ"ד שנייה" - נרשמה עלייה מ-9.5% מכלל המשיבים באוגוסט ל-10.2% מכלל המשיבים בספטמבר. זהו שיעור נכונות גבוה מהרמות שנרשמו בסוף 2007. בספטמבר נרשמה ירידה בכוונות הציבור לקנות מכונית - חדשה או מ"ד שנייה" - מרמה של 13.2% מכלל המשיבים באוגוסט ל-12% בספטמבר; ייתכן שהדבר קשור לכניסה לתוקף וההשפעות של "המיסוי הירוק".

הפילווח לפי קבוצות של התשובות בסקר השוטף מגלה, כי שיעור הנכונות לרכישת מכוונות ירד בקרב כמעט כל הקבוצות, הירידה בולטת במיוחד בקרב בעלי 12 עד 14 שנות לימוד, מ-13.6% באוגוסט ל-11.5% בספטמבר. גם בעלי הכנסה ממוצעת רושמים ירידה משמעותית בשיעור הנכונות לרכישת מכונית, מ-17.3% באוגוסט ל-14.1% בספטמבר. שיעור הנכונות של בני 30 עד 49 ירד ל-13% בספטמבר, לעומת 15% באוגוסט. בקרב הגברים שיעור הנכונות ירד מ-17.7% באוגוסט ל-14.8% בספטמבר. יצוין, כי ביולי עמד שיעור



**ירידה שניה
ברציפות בכוונות
רכישת רכב:
12% מהמשיבים
מתכננים רכישה**

מי מהקבוצות
בדרך לקנות
דירה? כ-17%
מהמשיבים
הצעירים
לעומת כ-7%
מהמשיבים בני
חמישים ומעלה



האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת לרכוש דירה חדשה או דירה מיד שניה?

	יולי '09	אוגוסט '09	ספט '09
לא מתכוונת/ת לרכוש דירה	90.2%	86.9%	92.2%
מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה	4.4%	3.8%	1.8%
מתכוונת/ת לרכוש דירה מיד שניה	1.9%	5.3%	3.8%
עדיין לא יודעת, אין דעה	3.5%	4.1%	2.2%

האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת לרכוש מכונית חדשה או משומשת?

	יולי '09	אוגוסט '09	ספט '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מכונית	86.2%	87.6%	90.3%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה	3.3%	5.5%	3.2%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית משומשת	8.2%	5.1%	4.7%
עדיין לא יודעת, אין דעה	2.3%	1.8%	1.7%

האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת לקנות מוצר או מוצרים בני קיימא*?

	יולי '09	אוגוסט '09	ספט '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מוצרים אלו	76.5%	74.9%	73.6%
בטוח שכן	7.9%	11.7%	10.3%
חושב שכן	9.0%	10.9%	9.9%
עדיין לא יודעת, אין דעה	6.5%	2.5%	6.2%

*טלוויזיה, מכונית כביסה, מזגן, מקרר, מקפיא, וידאו, מערכת סטריאו וכדומה

הנכונות לרכישת מכוניות בקרב גברים על 20.2%. שיעור הנכונות לרכישת מוצרים בקרב הנשים עלה בספטמבר ל-22% מכלל המשיבות, בהשוואה ל-21.8% באוגוסט. באפריל הגיע שיעור זה לשפל של 17.5%. יצוין, כי שיעור הנכונות לרכישת מוצרים בקרב גברים היה גבוה יותר, 28.9%, ונתר ללא שינוי לעומת אוגוסט. הבדלים משמעותיים בין גברים לנשים קיימים גם לגבי כוונות

המגמה בשוק הדירה: 10.2% מכלל המשיבים מתכננים רכישת דירה חדשה או מ"יד שנייה"

מוצרים בני קיימא: כ-32% מבעלי ההכנסה הגבוהה מתכננים רכישה לעומת כ-17% מבעלי ההכנסה הנמוכה

קניית דירות. בקרב הנשים נרשמה עלייה מ-8.6% באוגוסט ל-10.1% בספטמבר. יתר על כן, ביוני 2009 עמד שיעור הנכונות שלהן לרכישת דירה על 6.5% בלבד. בקרב הגברים שיעור הנכונות לרכישת דירה הגיע בספטמבר ל-10.5% מכלל המשיבים, לעומת 10.7% באוגוסט. שיעור נכונות זה נשאר, פחות או יותר, יציב מאז חודש יוני. משמעות הדבר היא, שהנשים הן מקור העלייה בשיעור הנכונות הכללי לרכישת דירות. בקרב בעלי הכנסה גבוהה מהממוצע, שיעור הנכונות לרכישת דירה הגיע ל-13.8% מכלל המשיבים בספטמבר, לעומת 12.4% באוגוסט. שיעור זה הוא הגבוה ביותר שנרשם בקרבם מאז ינואר 2004.

פילוחים

טבלאות הפילוחים בעמודים הבאים מספקות את החומר המפורט על פילוחי התשובות לסקר כוונות הצריכה של הציבור - על פי קריטריונים של מין, גיל, השכלה, הכנסה, מגזר, מוצא ואזור מגורים. לצורך הבנת סנטימנט הציבור בכל הקשור לצריכה לא שוטפת, כדאי להסתכל לא רק על אלה אשר מצהירים על כוונתם לרכוש מוצרים, או להשקיע בדירה, אלא גם על שיעורי הסירוב לרכישה, אשר נותנים אינדיקציה דווקא על סנטימנט שלילי, ומימושם הוא בהימנעות ממעשה. בדרך זו אפשר לקבל תמונה הן לגבי כוונות הצריכה בכלל, והן לגבי נכונות לשקול קניית מוצרים מסוימים.

בדיקת הפילוח המפורט - הייחודי מסוגו בישראל - מאפשרת לקבל את המידע המעודכן ביותר על מגמות הצריכה וכיווניה בסקטורים ובקבוצות האוכלוסייה המגוונות במשק. ■

בדיקת הפילוח המפורט מאפשרת לקבל מידע מעודכן על מגמות הצריכה בסקטורים השונים

מה יהיה המצב הכלכלי בעוד 6 חודשים?

באחוזים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב	
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09
מין								
גברים	9.1	8.4	14.7	17.9	14.0	20.2	30.7	28.6
נשים	13.5	9.6	10.4	13.2	16.4	23.1	45.2	36.5
מוצא								
צבר	15.7	8.2	14.8	12.8	11.3	30.9	44.0	34.0
ישראל אסיה	9.7	6.6	10.1	16.0	13.9	21.6	35.9	37.0
ישראל אירופה	10.9	11.5	8.9	8.6	8.5	17.1	42.4	31.1
אסיה	20.2	8.1	17.0	16.9	18.0	19.2	33.9	40.6
אירופה	10.0	11.3	10.0	10.7	10.3	13.6	42.9	34.3
גיל								
29-18	13.4	1.9	7.9	10.2	19.1	24.1	39.6	34.8
49-30	8.1	8.7	10.9	18.6	16.9	23.8	41.1	34.9
50+	13.5	12.1	14.7	13.4	12.1	19.2	36.5	32.1
השכלה עד 11	11.5	18.7	16.0	25.4	30.3	26.7	31.9	26.2
14-12	13.1	8.4	12.6	12.4	19.1	26.9	37.7	32.4
15+	9.9	7.4	10.6	15.8	8.0	13.6	41.7	36.2
הכנסה מוחתת למוצעת								
ממוצעת	13.0	18.7	15.8	19.8	15.2	30.4	36.8	33.2
מעל למוצעת	11.3	5.5	9.8	12.0	17.0	24.0	42.3	32.7
לא השיב	8.6	2.9	6.8	11.1	12.7	10.8	43.4	38.6
	14.3	9.9	14.1	16.7	20.7	15.9	29.2	21.5

כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי?

באחוזים

	לא יודע		טוב		רגיל		רוב	
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09
מין								
גברים	4.1	2.9	3.3	42.6	37.8	52.0	38.1	40.9
נשים	2.4	0.7	1.9	54.2	59.8	63.9	35.8	31.5
מוצא								
צבר	1.7	1.0	2.2	50.1	47.7	69.2	34.3	37.3
ישראל אסיה	0.8	1.2	3.6	52.0	55.9	50.0	37.2	28.5
ישראל אירופה	1.7	2.2	0.0	48.2	48.2	59.6	42.7	35.4
אסיה	5.1	0.0	0.0	61.9	51.2	57.6	22.4	30.8
אירופה	6.6	3.0	5.6	40.5	42.2	51.3	41.0	45.8
גיל								
29-18	2.5	1.2	1.5	57.6	47.7	61.1	36.3	32.5
49-30	0.0	1.2	1.6	56.2	54.8	61.2	31.0	33.5
50+	5.6	2.1	3.7	41.6	48.8	55.7	41.7	38.0
השכלה עד 11	5.1	0.0	2.2	45.7	65.8	68.9	38.2	29.5
14-12	2.7	0.9	2.4	52.4	57.7	61.7	35.3	28.6
15+	3.1	2.8	2.9	46.6	39.6	51.1	37.9	44.3
הכנסה מוחתת למוצעת								
ממוצעת	3.1	2.1	4.1	59.3	62.6	70.4	30.6	30.2
מעל למוצעת	2.2	1.0	3.1	50.1	50.5	51.2	37.9	38.0
לא השיב	2.7	0.0	0.7	39.3	42.2	44.1	42.9	41.1
	5.3	5.8	1.1	42.6	50.3	64.2	38.2	25.5

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים? באזורים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב					
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09			
מין	10.5	16.3	13.3	17.3	19.7	25.1	34.7	22.1	26.2	37.5	41.8	35.3
נשים	16.7	15.7	13.8	15.3	17.1	26.6	39.0	38.1	32.8	29.0	29.1	26.8
מוצא	17.2	11.7	10.4	16.0	13.9	34.5	38.7	38.0	25.8	28.1	36.4	29.4
צבר	9.1	6.8	14.4	19.6	23.5	20.8	42.2	34.9	37.7	29.1	34.8	27.0
ישראל אסיה	14.9	18.0	7.1	13.1	8.5	22.8	39.4	26.4	28.7	32.5	47.1	41.5
ישראל אירופה	11.0	5.8	15.0	18.4	33.6	16.7	45.5	25.3	34.7	25.1	35.3	33.6
אסיה	18.5	29.7	20.3	11.0	9.0	24.2	32.0	30.8	30.1	38.4	30.6	25.4
אירופה	12.3	6.1	5.6	13.5	17.1	20.9	29.7	38.4	33.9	44.5	38.5	39.6
גיל	8.9	11.2	12.7	18.0	22.1	27.2	42.9	32.7	34.0	30.2	34.0	26.1
עד 18	17.9	22.6	16.9	15.8	15.5	26.9	34.7	28.6	25.2	31.6	33.3	31.0
11 עד 14	14.8	13.1	16.6	14.6	27.4	32.4	35.4	44.5	19.5	35.2	15.0	31.5
14-12	14.7	14.1	11.7	13.3	22.2	26.8	40.7	28.8	29.7	31.3	34.9	31.8
15+	13.1	17.8	15.2	19.9	11.7	22.9	33.7	32.6	33.2	33.3	38.0	28.7
הכנסה	22.7	29.5	21.0	15.2	18.5	29.0	35.7	28.3	28.5	26.4	23.6	21.5
מתחת למומצעת	10.9	11.9	7.8	17.7	20.4	25.5	39.8	31.7	31.9	31.6	36.1	34.7
מומצעת	4.6	6.6	4.6	18.9	16.8	24.4	36.3	36.2	29.9	40.2	40.4	41.1
מעל למומצעת	15.0	16.4	15.3	10.8	16.7	23.3	39.5	27.7	30.3	34.7	39.2	31.1
לא השיב												

מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים? באזורים

	אין דעה		גרוע		רגיל		טוב					
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09			
מין	6.9	8.6	8.9	10.9	12.8	13.3	55.9	50.0	50.9	26.3	28.5	26.8
נשים	7.0	7.0	7.8	10.8	11.8	15.9	57.9	52.3	54.0	24.2	28.9	22.3
מוצא	10.6	7.8	11.7	8.9	9.2	21.2	48.7	46.4	38.2	31.8	36.6	29.0
צבר	5.3	5.7	6.9	8.2	10.8	14.2	51.6	49.8	55.9	34.9	33.7	23.0
ישראל אסיה	10.6	9.9	5.0	1.7	3.6	5.4	69.5	56.2	64.8	18.3	30.3	24.8
ישראל אירופה	0.0	5.7	14.9	10.9	23.4	17.9	72.2	44.6	52.1	16.9	26.2	15.1
אסיה	5.7	7.0	4.5	13.9	6.8	13.8	61.2	62.5	59.5	19.2	23.6	22.1
אירופה	12.0	2.5	6.1	3.1	8.0	10.2	51.3	44.5	40.8	33.6	45.0	42.9
גיל	7.2	10.2	8.2	9.3	14.6	15.2	51.8	43.5	50.6	31.7	31.7	26.0
עד 18	4.8	6.7	8.6	14.1	12.4	16.4	63.8	60.7	59.3	17.3	20.2	15.7
11 עד 14	9.5	11.5	15.8	18.9	27.3	20.1	53.9	40.1	40.8	17.7	21.2	23.4
14-12	8.0	6.8	8.0	8.5	15.6	17.1	50.6	46.1	51.2	32.9	31.4	23.6
15+	5.2	7.4	6.4	11.5	5.0	10.0	64.9	60.0	58.3	18.4	27.6	25.3
הכנסה	6.0	9.4	8.8	15.8	15.7	24.3	54.8	46.8	44.8	23.4	28.0	22.1
מתחת למומצעת	4.2	6.5	12.0	9.9	14.9	11.9	61.7	51.1	54.0	24.3	27.5	22.1
מומצעת	4.7	4.6	3.2	6.1	7.6	5.9	61.9	60.0	58.9	27.3	27.9	32.0
מעל למומצעת	16.8	13.1	10.6	10.3	12.4	10.4	47.0	43.4	58.8	25.9	31.1	20.2
לא השיב												

האם מתכונן לקנות דירה ממוצע לשלושת החודשים שקדמו לביצוע המחקר

באחוזים	לא יודע		כן, משומשת		כן, חדשה		לא מתכונן לקנות	
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09
מין	2.0	4.5	3.9	2.1	5.3	2.1	94.4	84.8
נשים	2.3	3.8	3.1	5.2	5.4	1.7	90.4	88.3
מדינה	1.0	5.5	5.1	5.2	9.7	2.4	92.2	82.8
ישראל	2.8	6.9	2.1	5.1	6.6	1.0	91.4	83.2
ישראל אירופה	3.3	4.9	5.0	2.6	3.9	1.8	92.3	85.3
אסיה	2.9	0.0	4.5	5.3	2.2	2.2	91.8	95.1
אירופה	2.8	2.7	0.8	2.3	3.3	1.9	93.3	93.3
גיל	3.1	4.4	4.2	6.4	13.9	3.0	86.6	77.2
עד 18	2.7	4.7	5.4	4.8	4.9	1.0	90.0	84.9
19-50+	1.7	3.5	1.8	2.1	2.1	2.1	95.7	92.2
השכלה	1.4	0.0	3.3	8.5	0.0	0.0	90.0	92.8
עד 11	3.0	4.9	2.7	3.3	5.3	1.5	92.2	85.4
12-14	1.5	3.9	4.6	3.2	6.5	3.0	92.6	87.2
15+	2.9	4.6	0.5	2.2	4.7	1.6	93.4	89.2
מחנות למוצעת	4.9	2.5	2.9	4.5	9.0	0.9	90.6	81.7
מוצעת	0.7	5.6	4.9	4.9	5.9	4.5	91.3	84.3
מעל למוצעת	0.8	1.6	9.0	5.3	0.0	0.0	92.1	95.2
לא השיב	3.8	5.2	4.1	5.0	7.9	1.0	89.5	83.1
מגזר	3.6	1.5	3.5	3.3	5.8	0.9	92.4	89.8
חברות	1.4	5.7	3.4	3.6	4.6	2.9	93.6	87.6
חילוני	0.0	0.0	1.7	2.3	2.8	1.7	90.9	79.7
ערבי	1.4	5.9	6.4	4.9	6.5	1.7	91.7	81.6
אזור חיג	2.2	4.7	3.4	3.3	4.3	3.0	90.9	87.8
02	1.0	2.5	2.1	3.6	5.9	2.1	93.6	87.0
03	3.2	1.9	1.9	5.3	5.5	0.9	91.4	90.4
04	3.5	7.1	8.0	1.9	5.2	0.0	94.6	83.8
08								
09								

האם מתכונן לקנות מכונית ממוצע לשלושת החודשים שקדמו לביצוע המחקר

באחוזים	לא יודע		כן, משומשת		כן, חדשה		לא מתכונן לקנות	
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09
מין	1.3	2.8	2.1	5.8	3.1	11.8	3.7	9.0
נשים	2.0	1.2	2.5	3.9	6.4	5.1	2.9	3.0
מדינה	1.9	0.0	3.0	7.7	4.5	10.8	2.1	5.8
ישראל	0.0	0.9	2.1	4.0	7.2	9.6	4.0	3.2
ישראל אירופה	1.7	2.3	2.0	1.8	4.8	6.0	2.4	6.6
אסיה	0.0	2.7	2.2	1.6	4.9	4.2	3.1	2.5
אירופה	1.7	3.4	1.7	2.9	3.4	6.6	2.3	2.2
גיל	4.3	1.9	3.2	6.7	8.7	13.5	6.6	6.4
עד 11	1.1	2.2	2.1	6.6	6.5	10.8	2.2	4.8
12-14	1.5	1.6	2.1	2.0	2.5	4.2	2.8	5.7
15+	1.9	0.0	1.7	5.6	0.0	4.8	1.9	6.9
מחנות למוצעת	0.8	1.4	2.2	3.7	5.6	8.1	4.0	6.1
מוצעת	2.7	2.7	2.5	5.2	5.5	9.4	2.7	4.4
מעל למוצעת	0.6	0.0	2.0	4.7	2.3	5.7	1.1	1.3
לא השיב	1.3	2.6	1.0	4.2	8.1	14.5	1.3	6.3
מגזר	2.6	0.5	1.6	5.8	6.5	9.9	6.6	6.6
חברות	3.2	5.6	5.5	2.1	3.0	4.4	3.9	10.6
חילוני	0.0	2.2	3.8	5.4	0.0	7.5	0.0	2.9
ערבי	0.0	0.7	2.7	2.9	9.9	7.8	6.3	4.4
אזור חיג	2.4	2.3	1.6	3.8	3.7	8.5	2.2	4.4
02	4.6	2.8	1.7	9.1	10.5	10.0	6.8	27.6
03	1.8	2.7	1.6	4.9	6.7	11.0	0.0	1.6
04	2.0	1.8	2.5	2.4	4.6	6.1	3.1	4.6
08	0.9	2.4	1.4	8.2	6.3	9.4	4.4	10.6
09	2.0	0.8	1.9	6.1	1.1	6.7	4.8	2.3
	1.8	1.6	5.7	1.9	9.1	11.0	1.8	7.9

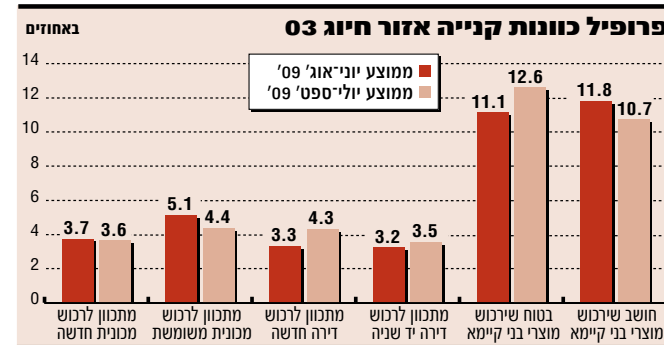
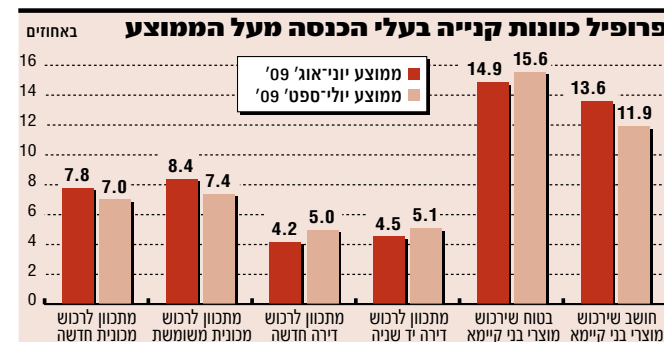
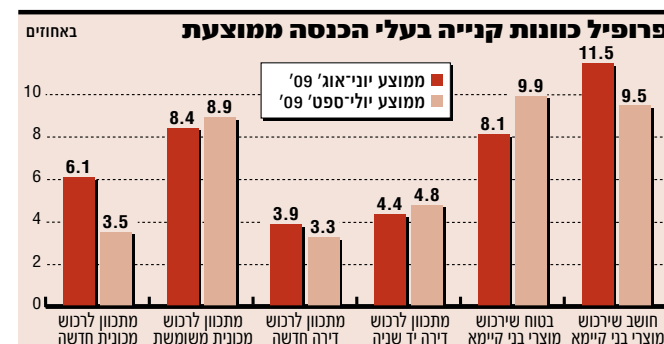
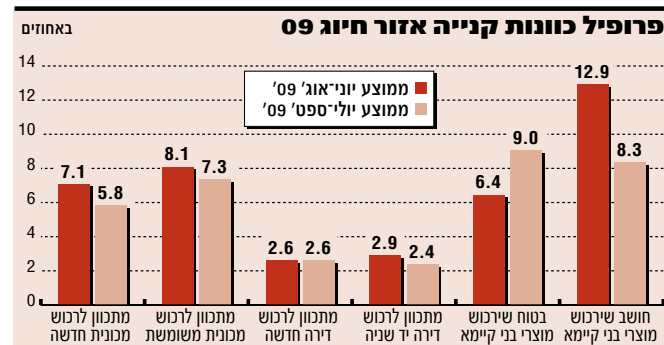
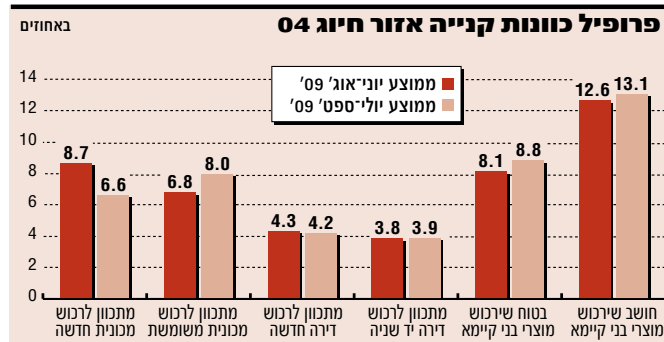
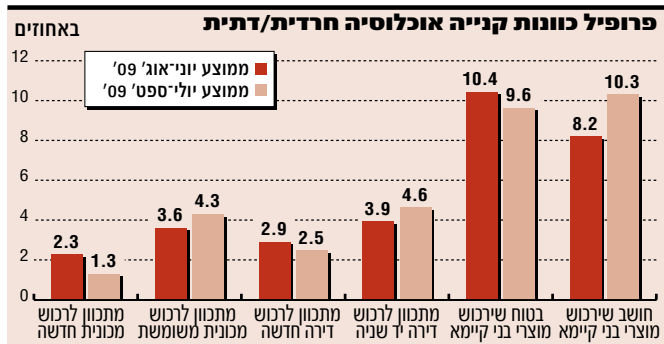
פרופילים

**הפרופילים
מאפשרים
מעקב לאורך
זמן על השינויים
והמגמות
בכוונות
הקנייה של
קבוצות שונות
באוכלוסייה**

הפרופילים של כוונות הקנייה של קבוצות דמוגרפיות שונות מהווים מעין תמונת מצב של לקוחות פוטנציאליים. הפרופילים מצלמים למעשה את סטטוס כוונות הקנייה של קהלים שונים: בעלי הכנסה ממוצעת, בעלי הכנסה מעל הממוצעת, תושבים באזורים שונים בארץ, המגזר הדתי/חרדי והציבור הערבי בישראל.

הפרופילים מורכבים מהממוצע הנע התלת-חודשי של נתוני המשיבים לסקר של גלובס מחקרים ומכון סמית. פרופילים אלה מאפשרים מעקב לאורך זמן על השינויים והמגמות בכוונות הקנייה של הקבוצות השונות באוכלוסייה, על פי חיתוכים שונים. במקרה זה, מדובר בבחינה של אלה אשר שוקלים או כבר החליטו לרכוש פריטים מסויימים לאורך טווח רחב של מוצרים. בדרך זו אפשר לקבל אינדיקציה על החלטות הצריכה הכללית של קבוצות דמוגרפיות מוגדרות, ולא רק על האוכלוסייה כולה. ■

באזורים	לא יודע			חושב שמתכוון לרכוש			ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-			לא מתכוון לקנות			מין
	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	9/09	8/09	7/09	
5.8	2.2	7.9	12.5	14.5	8.2	14.4	12.7	8.7	67.3	70.6	75.3	גברים	
6.5	2.7	5.3	7.9	8.5	9.8	7.1	11.0	7.3	78.5	77.8	77.6	נשים	
5.7	2.6	4.9	12.2	15.5	10.5	7.0	14.0	10.4	75.1	67.9	74.1	צבר	
2.5	0.9	12.4	11.4	8.4	6.2	17.3	10.1	6.7	68.8	80.6	74.8	ישראל אסיה	
9.8	4.4	7.8	6.3	10.6	10.8	7.3	12.9	7.6	76.6	72.1	73.8	ישראל אירופה	
8.7	2.7	2.1	2.9	9.8	2.2	6.1	7.7	2.1	82.3	79.8	93.6	אסיה	
7.5	2.8	5.3	8.1	3.7	10.2	6.1	12.2	6.9	78.3	81.3	77.6	אירופה	
9.0	2.9	7.7	13.4	13.9	9.5	14.4	21.9	16.2	63.2	61.2	66.6	29-18	
5.7	2.7	4.7	10.5	15.0	8.8	12.8	10.4	7.7	70.9	72.0	78.8	49-30	
5.7	2.2	7.7	7.2	6.8	8.7	7.5	8.6	5.0	79.9	82.4	78.6	50+	
9.9	2.1	5.9	20.7	9.3	8.9	0.0	16.8	4.8	69.3	71.8	80.5	11 עד 11	
6.8	2.2	6.0	9.7	12.1	6.9	11.1	12.3	8.9	72.4	73.4	78.2	14-12	
4.6	2.9	7.5	6.7	9.9	11.4	12.1	10.1	7.7	76.5	77.0	73.4	15+	
5.1	1.6	4.1	11.3	2.0	7.1	5.1	8.3	5.6	78.6	88.2	83.2	מתחת לממוצעת	
6.5	3.3	10.0	3.2	13.4	11.8	15.4	7.0	7.4	74.8	76.3	70.8	ממוצעת	
6.1	2.7	5.3	8.2	17.9	9.7	15.4	17.4	13.9	70.3	62.0	71.1	מעל לממוצעת	
9.1	3.0	8.8	16.4	9.0	8.4	6.2	11.2	4.5	68.2	76.8	78.2	לא השיב	
8.7	1.3	7.8	17.3	8.5	5.1	4.4	15.0	9.5	69.6	75.3	77.6	חרד/דתו	
5.0	1.4	9.7	8.5	5.3	5.9	12.0	17.8	4.3	74.4	75.5	80.1	מסורתו	
5.9	3.9	5.1	5.7	11.7	12.4	10.3	7.9	9.6	78.1	76.5	73.0	חילוני	
4.6	0.0	5.0	9.2	33.9	8.3	21.6	7.0	5.0	64.6	59.1	81.7	ערבי	
7.8	0.0	10.0	11.4	7.4	3.7	3.7	11.5	12.8	77.1	81.1	73.5	02	
3.8	4.2	5.0	9.2	8.7	14.3	14.5	13.9	9.4	72.4	73.1	71.3	03	
3.7	2.5	6.9	9.6	19.8	9.8	13.6	6.0	6.9	73.0	71.6	76.4	04	
9.4	0.0	4.8	14.0	3.8	4.8	4.2	14.7	5.2	72.3	81.5	85.2	08	
10.5	5.0	9.7	3.5	16.3	5.2	9.3	11.8	6.0	76.8	67.0	79.1	09	



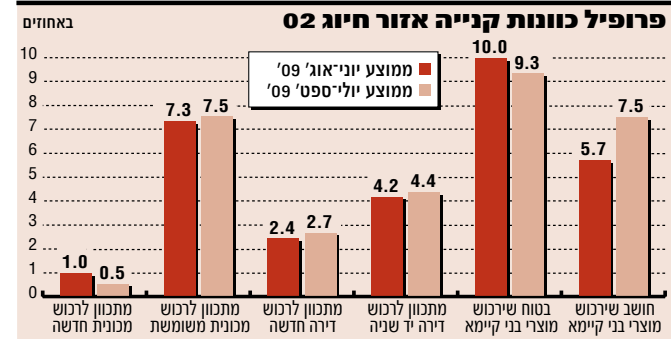
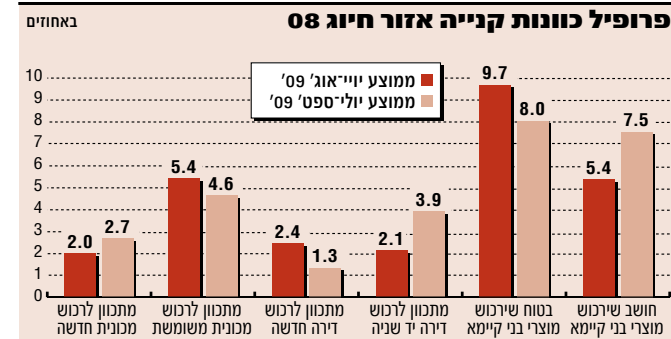
שיעורי סירוב

**השאלות
נועדו לתקף
הממצאים
של המדד,
אשר מעריך
בדרך עקיפה
את סנטימנט
הצרכנים**

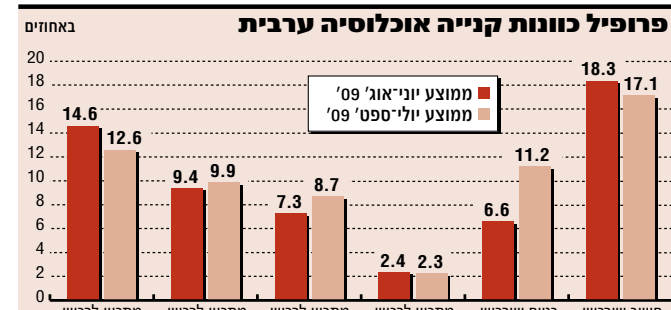
הסקר החודשי של גלובס, באמצעות מכון סמית, כולל שלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות: מכוניות, דירות ומוצרי בני קיימא. שאלות אלה נועדו לתקף את הממצאים של המדד עצמו, אשר מעריך בדרך עקיפה את סנטימנט הצרכנים. שיעורי הסירוב מתייחסים לאחוז המשיבים, אשר אין בכוונתם לבצע רכישה לא שוטפת.

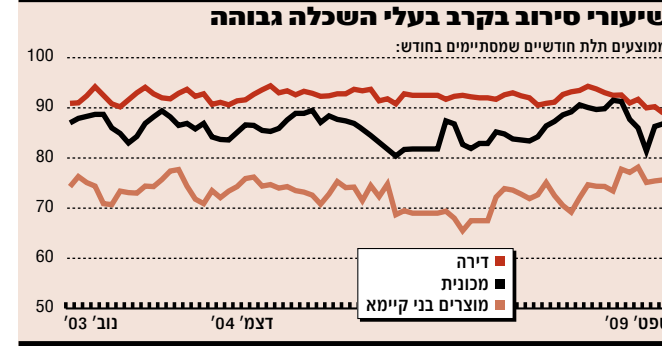
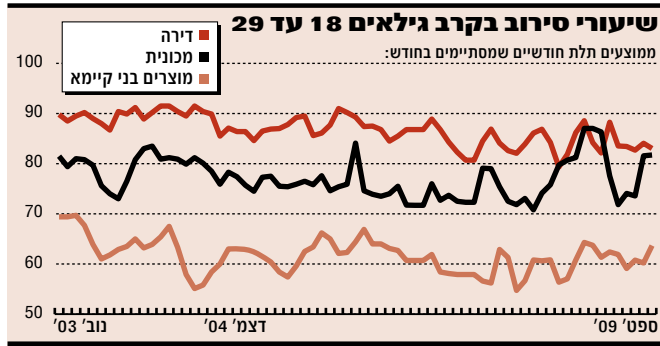
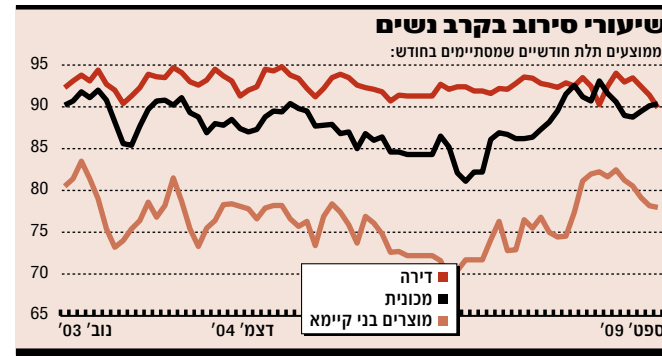
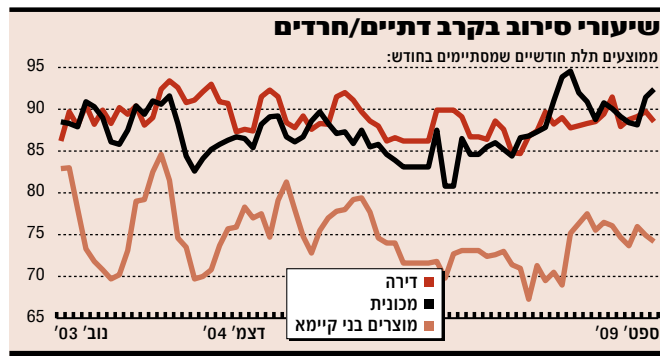
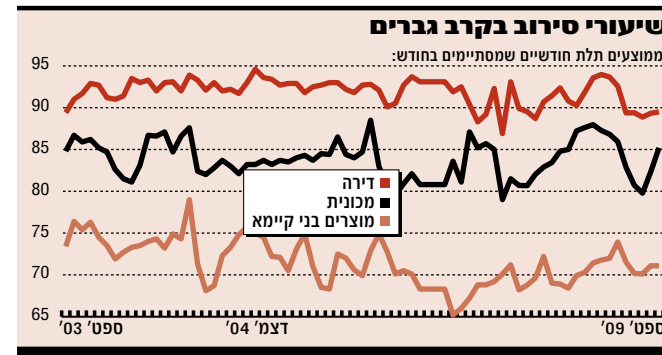
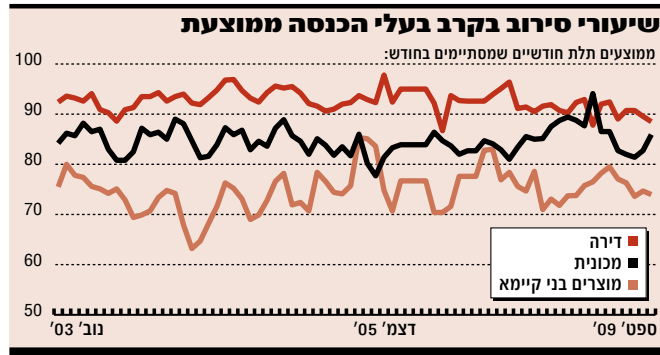
הסקר חוזר על עצמו כל חודש ועובדה זו מאפשרת לעקוב אחרי ההתפתחויות בשיעורי הסירוב, כמדד לסנטימנט הציבור. בכך הוא גם מוסיף מידע לגבי המצב בשווקים של אותם מוצרים אליהם מתייחסות השאלות. מידע נוסף אפשר להשיג על ידי פילוח דמוגרפי של התשובות, ובדרך זו לקבל תמונה מהימנה יותר של כוונות הצרכנים.

יש להביא בחשבון, שקל יותר לממש כוונה לא לרכוש מוצר מסוים, מאשר להוציא לפועל תוכנית כזו, על כן שיעורי הסירוב משמשים אינדיקטור מהימן למה שצפוי בתחום הרכישות הלא שוטפות בחודשים הקרובים. ■




42





גלובס מחקרים

הופכים ידע לתועלת

בשיתוף
PRICEWATERHOUSECOOPERS 
קסלמן וקסלמן

- **מחקרים יישומיים ייחודיים עבור**
קהיליית העסקים של ישראל
- **מידע מקצועי, אמין ורלבנטי ביותר**
בתחומי הכלכלה והעסקים
- **כלי עזר שימושי חיוני עבור מקבלי**
ההחלטות העסקיות במשק
- **נקודת המפגש האולטימטיבית**
בין מידע כלכלי וניתוחו


לקבלת מידע נוסף: 03-9538724

research@globes.co.il

www.globes.co.il/research

גלובס מחקרים

הופכים ידע לתועלת

בשיתוף
PRICEWATERHOUSECOOPERS 
קסלמן וקסלמן

גרפיקה: רונן משי • **ריכוז גרפים וטבלאות:** אורית דיל, מיטל תיתן • **מידענית:** קים לב

מנהל סטודיו: אילן יחזקאל • **מנהל ייצור:** עמי אוחנה