



מדד  
אמון  
הצרכנים  
של  
ישראל

**גלובס**  
עיתון העסקים של ישראל

**גלובס**  
עיתון העסקים של ישראל

## מדד אמון הצרכנים של ישראל

אפריל 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 : 3.6.09**

**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 בדיגיטל 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

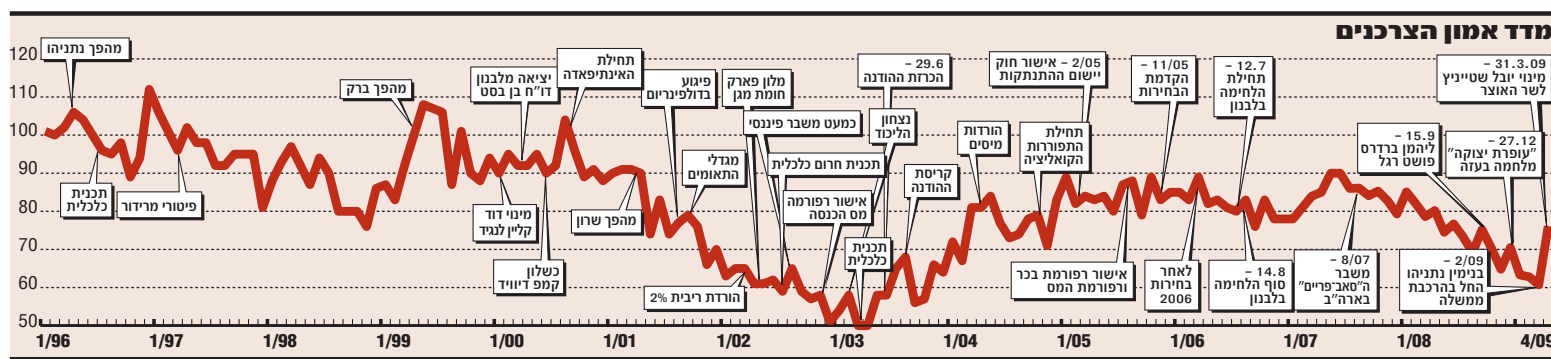
## אפריל 2009: נקודת המפנה?

- עלייה חדה באמון הצרכנים באפריל; המדד עלה ב-15.4 נקודות ל-76.1
- הממצא הבולט: שיפור ניכר בציפיות הציבור לגבי מצב המשק בעוד חצי שנה
- נורה אדומה נדלקה באפריל: שחיקה נוספת בכוונות קניית מוצרים בני קיימא
- מדד האמון האמריקני הותיר החודש את הציפיות מאחור עם זינוק של 12 נקודות

האביב הגיע והביא עמו שיפור משמעותי באמון הצרכנים בישראל ובעולם. ייתכן שהשיפור קשור לשינויים בטון ההצהרות של קובעי מדיניות, מבית ומחוץ, ולעליות השערים בשוקי ההון. על רקע זה, נרשמה החודש עלייה בולטת בנתונים השוטפים של המדד. מדד אמון הצרכנים של גלובס עלה באפריל ב-15.4 נקודות ל-76.1 (נקודות 100 = 1996). במאס ירד המדד ב-2.1 נקודות ובפברואר ירד בחצי נקודה. המדד המורחב, הכולל גם את ציפיות הציבור לגבי שוק העבודה, רשם אף הוא עלייה בולטת של 16.1 נקודות ל-68.7 נקודות.

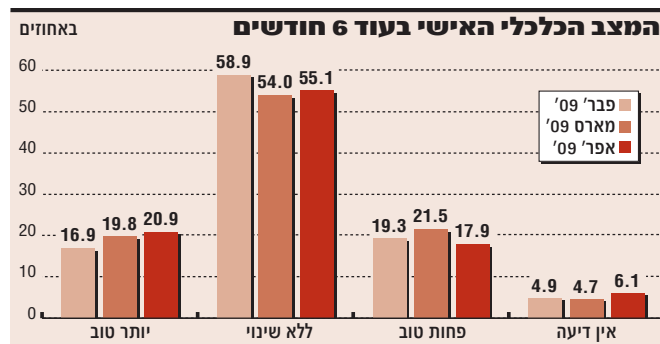
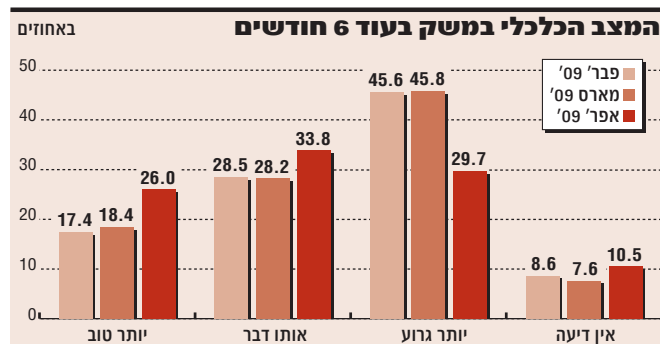
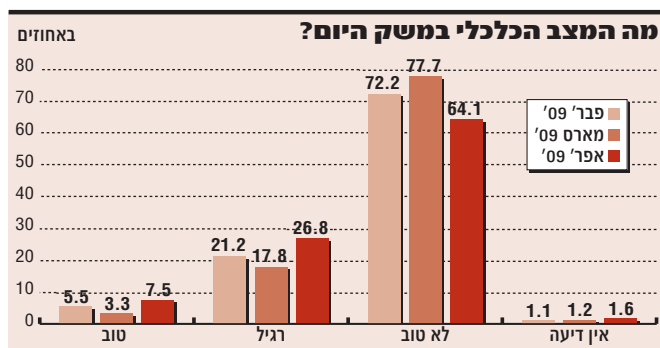
העלייה הניכרת במדד נובעת מהערכה אופטימית יותר של הציבור לגבי המצב הכלכלי השוטף כמו גם לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. גם הרכיב המתייחס למצב הכלכלי האישי בעוד חצי שנה השתפר, אם כי בעוצמה פחותה ביחס לשני הרכיבים האמורים.

הציבור, כך נראה, התרשם מסדרת הצהרות של קובעי מדיניות בישראל ומחוצה לה, מהצגה של מהלכים כלכליים על ידי הממשלה החדשה, ובעיקר מסדרת נתונים כלכליים



הציבור בישראל התרשם מסדרת הצהרות של קובעי מדיניות ומחוצה לה

**64.1%**  
**מהמשיבים**  
**מגדירים את**  
**מצב המשק**  
**"כ"לא טוב"**  
**לעומת 77.7%**  
**מהמשיבים**  
**במארס**



עולמיים שמצביעים על שיפור מה בתנאי המשבר הכלכלי. הדברים אמורים גם לגבי רכיב מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים, שאף הוא רשם עלייה משמעותית, ושב לסביבת רמתו בספטמבר 2008.

למרות האופטימיות האביבית, נתוני המגמה, המבוססים על ממוצעים נעים תלת חודשיים, ממשיכים לצייר תמונה פסימית, במיוחד בהשוואה לנתונים ערב משבר ה"סאב-פריים", בקיץ 2007. השיפור באפריל מחזיר, במידה מסוימת, את אמון הצרכנים למרות שנרשמו קודם לירידות החדות של הרבעון האחרון של 2008.

המשק הישראלי אינו היחיד בו נרשמו באפריל עליות חדות באמון הצרכנים. גם באירופה סקרים שונים הצביעו על שיפור באווירה, אך דווקא במשק האמריקני נרשם זינוק דומה לזה שנרשם בישראל. בהקשר זה נציין, כי אחד הממצאים העולים מהשוואת המדד הישראלי למדדים מקבילים בעולם, הוא דמיון מסוים בתגובות הציבור במדינות השונות. הנתון עשוי לרמז על כך שהציבור בישראל קשוב להתפתחויות בחו"ל יותר מכפי שמקובל לחשוב.

**שיפור קל**  
**בציפיות**  
**הנוגעות למצב**  
**הכלכלי האישי,**  
**אך רמתן עדיין**  
**נמוכה**

לא מיותר גם לציין שוב, כי המדד הישראלי, כמו גם חלק מהמדדים המקבילים בעולם, חזרו לרמות בהן שהו בסתיו 2008, אך אלו עדיין רמות נמוכות באופן משמעותי בהשוואה לנתוני סוף המחצית הראשונה של 2007. כתמיד, השאלה המהותית היא כיצד ישפיעו הנתונים שהוזכרו על הצריכה הפרטית במשך בהמשך השנה. בהתחשב בנתוני המגמה בנוגע להערכת הציבור את מצבו הכלכלי האישי, והנתונים לגבי קניות לא שוטפות אשר יובאו להלן, ניתן לחזור על התחזית שכבר הובאה בחודשים האחרונים: **במחצית הראשונה של 2009 תירשם האטה נוספת בקצב גידול הצריכה הפרטית, המשך ישיר לירידה בשיעור שנתי של 2.9% בצריכה הפרטית לנפש במחצית השנייה של 2008.** קביעה זו עשויה, כמובן, להשתנות אם תימשך בחודשים הקרובים מגמת השיפור. כאמור, קביעה זו מבוססת על נתוני מגמת המדד, המשקפים ממוצעים נעים תלת חודשיים. בסוף אפריל 2009 עמד נתון המגמה של המדד על 66.5 נקודות, לעומת 62.3 בסוף מארס. נתון המגמה של אפריל נמוך ב-22 נקודות לעומת הנתון שנרשם ביולי 2007, כאשר משבר ה'סאב-פריים' החל לרעום. ירידה זו היוותה ביטוי ברור לעלייה במפלס חשש הצרכנים מקשיי הכלכלה האמריקנית שגררה את העולם כולו למיתון, וכמובן מהשלכות המשבר הגלובלי על המשק המקומי.

#### **שוק העבודה: עתיד קודר פחות**

מדד האמון המורחב, אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות, גם שאלה הנוגעת להערכת הציבור לגבי הצפוי בתחום התעסוקה, עלה באפריל ב-16.1 נקודות, לאחר ירידה של נקודה אחת במארס וירידה של 0.8 נקודות בפברואר. מאז פרוץ המשבר הפיננסי העולמי

רשם נתון המגמה של המדד המורחב ירידה של 26 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 ירידה בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא גם באפריל, לאחר חודשיים של יציבות. בכונות רכישת מכוניות נרשמה באפריל עלייה מחודשת, לאחר חודש ירידה במארס שמצידו קטע שלושה חודשי עלייה רצופה. בשוק הדיר התמונה הפוכה - באפריל שוב ירדה הנכונות לרכוש דירה לרמת שפל, לאחר חודש עלייה במארס שבא בעקבות שלושה חודשי ירידה רצופה.

מדד גלובס לאמון 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 ממשתנים אחרים במשק.**



# הממצאים

רוח של אופטימיות נשבה באפריל, ונשאה בכנפיה עלייה במדד אמון הצרכנים בעולם ובישראל. ייתכן שהדבר קשור לניצני שינויי מגמה בכלכלות השונות במשק, ועליות שערים בולטות בשוקי ההון. עם זאת, יש לתת משקל גם להצהרות, דוגמת זו של הנגיד פישר אשר מזהירות שהתאוששות עדיין רחוקה.

**באפריל בלטו לחיוב כל רכיבי המדד - בראש ובראשונה אמורים הדברים לגבי הערכות הציבור את תפקוד המשק בעוד שישה חודשים.** בשלב זה קשה לאמוד אם מדובר בנקודת מפנה לאור שיפור מה בתנאי הכלכלה העולמית ויזמות הממשלה כאן בישראל.

מדד האמון הישראלי עלה, כאמור, באפריל ב-15.4 נקודות, לאחר שירד ב-2.1 נקודות במאס ובחצי נקודה בפברואר. בעקבות העלייה, הגיע המדד בסוף אפריל לרמה של 76.1 נקודות. כפי שהודגש בגיליון הקודם, בשלושת החודשים הראשונים של השנה הנוכחית גברה מאוד הפסימיות, ומדד האמון רשם ברבעון זה ירידה מצטברת של 10 נקודות.

הזינוק באפריל הצליח למחוק את הירידות שהצטברו בשני הרבעונים האחרונים, והחזיר את הנתון השוטף של המדד קרוב לרמתו בספטמבר 2008 - 75.2 נקודות. יחד עם זאת, המדד עדיין

**הזינוק באפריל הצליח למחוק את הירידות שני הרבעונים האחרונים**

## הציבור בישראל טרם נחשף להצעת התקציב ולצעדים השונים הכרוכים בה

נמוך בכמעט 14 נקודות מרמתו ביוני 2007, ערב פרוץ משבר ה"סאב-פריים", לימים "משבר האשראי".

יודגש שוב, כי מדובר בהתפתחות אשר מבוססת על נתוני חודש בודד, ועל כן מוטב להישמר מפני הסקת מסקנות לגבי שינוי מהותי בהערכת הציבור. מה שכן מתחוויר ככל שהזמן חולף, היא עובדת היות הציבור הישראלי מושפע מאוד מההתרחשויות בכלכלת העולם, בייחוד בארה"ב.

באשר למהלכים המקומיים, הרי שהציבור נחשף לתוכניות שפורסמו בסוף אפריל על ידי ראש הממשלה נתניהו, ושר האוצר שטייניץ, ובמרכזן הניסיון להחיות את שוק האשראי המקרטע. עם זאת, הציבור טרם נחשף להצעת התקציב ולצעדים השונים הכרוכים בה, ומכאן שרק בעוד חודש או חודשיים ניתן יהיה לאמוד באמת את תגובת הציבור כלפיה. **למעשה, כל מהלך ממשלתי יישפט על פי קריטריון ברור עד מאוד: האם הוא מגדיל או מקטין את הסיכוי שהמשק יתאושש כבר ב-2010.**

### מגמת המדד: ניצני האופטימיות החלו לבלב

נתון המגמה של המדד עלה באפריל ב-4.2 נקודות, לאחר שירד ב-3.2 נקודות במאס וב-0.7 נקודות בפברואר, והוא עומד עתה על 66.7 נקודות. יצוין, כי נתון המגמה רושם עלייה ראשונה לאחר שבעה חודשי ירידה רצופה. הממצא מחזק את האפשרות, כי אנו בעיצומו של שינוי, או לכל הפחות בלימה, בשחיקה המתמשכת באמון הצרכנים בישראל.

התגברות הפסימיות בישראל החלה כבר במחצית השנייה של 2007, וביתר שאת מהרבעון האחרון של 2008. ערב משבר ה"סאב-פריים", ביולי 2007, עמד נתון המגמה על 88.7 נקודות, 22 נקודות מעל לרמה בסוף אפריל 2009. לפני שנה, באפריל 2008, עמד

נתון המגמה של המדד על 80.3 נקודות. על כל פנים, התמונה שעולה מנתוני מדד אפריל שונה ללא ספק במידה ניכרת מתמונת המצב המצטיירת זה חודשים רבים. ניתן לשער, כי בחודשים הבאים, הציבור יגבש את הערכותיו על סמך נתונים כלכליים שאמורים להתפרסם במרוצת השבועות הקרובים, תוך ניסיון לבחון עד כמה הם תואמים את הערכותיו היותר אופטימיות.

במבט אל עבר ארצות חוץ נציין, כי מדד אמון הצרכנים האמריקני, בעריכת ה-Conference Board, רשם באפריל קפיצה של 12.3 נקודות ל-39.2 נקודות, רמתו הגבוהה ביותר מזה חמישה חודשים. למעשה, זו הייתה העלייה הגדולה ביותר של המדד מאז 2005. בבריטניה עלה המדד בשלוש נקודות, עלייה יחסית קטנה יותר לעומת ארה"ב, אך המדד עצמו טיפס לרמה הגבוהה ביותר מזה שנה. סקר שערך האיחוד האירופי בחודש שעבר גילה אף הוא עלייה באמון הצרכנים ובאמון המגזר העסקי.

נראה, אם כן, שהתמונה הישראלית מתיישבת עם הממצאים מחו"ל, וכי משקי הבית בעולם מתחילים להאמין שהמשקים שלהם נגעו בשפל, ומעתה צפויה עלייה בפעילות.

#### **צריכה פרטית: מעוז הפסימיות?**

היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. במחצית השנייה של השנה שעברה נרשמה ירידה בשיעור שנתי של 2.9% בצריכה לנפש, לעומת עלייה בשיעור של 3% במחצית הראשונה של 2008. כמו כן, על פי נתוני הלמ"ס, בצריכה לנפש של מוצרים בני קיימא

ומכוניות נרשמה נפילה בשיעור שנתי של 28% במחצית השנייה של 2008. נציין, כי הירידה במדד האמון קדמה בשניים עד שלושה רבעונים לירידה בצריכה הפרטית.

נתוני המגמה של הלמ"ס עבור ינואר-פברואר 2009 מצביעים על ירידה של 2% במדד המסחר הקמעונאי אשר, לדעת הלשכה, משמש כמדד לביקושים בשוק המקומי. ירידה זו נרשמת בהמשך לירידה של 8% בחודשים קודמים. לעומת זאת, המכירות ברשתות שיווק עלו בינואר-מארס ב-2.3%, לאחר ירידה של 0.9% בשלושת החודשים הקודמים.

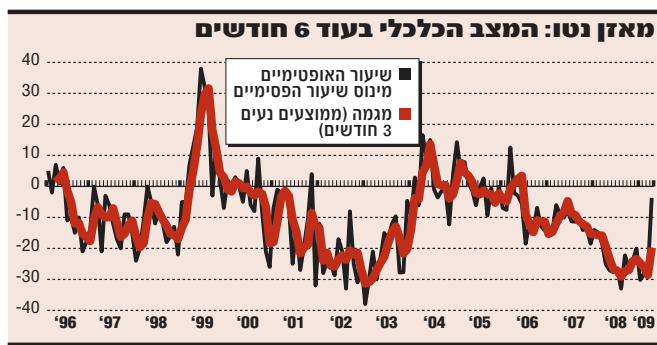
התמונה הכוללת, אם כן, עדיין צבועה בגוון פסימי. וכך, נתון המגמה של כוונות רכישת מוצרים בני קיימא רשם באפריל ירידה, למרות העלייה באמון הצרכנים. ה"סתירה" משמשת אינדיקציה לבעייתיות של כל תחזית לגבי התאוששות בביקושים במחצית השנייה של השנה, למרות שהמשך השיפור בהערכות הציבור עשוי לגרום שינוי גם בתחום זה.

#### **הערכות ההווה: ירידות פברואר-מארס נמחקו**

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 בהווה רשם החודש תיקון משמעותי, לאחר חודשים של ירידות. המאזן נטו עלה באפריל ב-17.8 נקודות, למינוס 56.6 נקודות,

**תחזית ורודה  
יותר לעתיד  
המשק: 29.7%  
מהמשיבים  
סבורים שיהיה  
רע יותר  
לעומת 45.8%  
מהמשיבים  
במאוס**



**המדד.** בעקבות עלייה זו הגיע המאזן נטו של הרכיב למינוס 3.7 נקודות, רמה שלא נצפתה מאז יוני 2006.

אין ספק שהציבור החל לשים לב להצהרות ולידיעות בדבר תפנית אפשרית במצב המשק העולמי כמו גם לעליות הבולטות בשוקי ההון השונים. נתון המגמה של הרכיב עלה באפריל ב-8.8 נקודות, וגם זו עלייה לא מבוטלת. מדובר, אם כן, בביטוי מוחשי לתפנית אפשרית בהערכות הציבור, והוא מבטא תופעות דומות לאלו שנרשמו במקומות אחרים בעולם. נתון המגמה עלה למינוס 19.8 נקודות, קרוב לרמתו באפריל 2008.

מדובר בנתונים שמדגימים שינוי כיוון אפשרי בהערכות הציבור. אלא שיש גם להביא בחשבון, כי בחודשים הקרובים עלול להשתנות טון ההצהרות של קובעי מדיניות או שהבורסות בעולם יחזרו לירידות – למשל, נוכח המשקל הרב שניתן בתקשורת לנושא "שפעת החזירים" והשלכותיה.

בנוסף, יש לזכור, כי ההערכות בישראל (ולמעשה בעולם) הן שהמשק הריאלי עדיין לא הגיע לנקודת תפנית, וכי נתונים שליליים ו/או התרחבות נוספת בהיקף האבטלה עלולים להביא



ומחק בכך את ירידות פברואר-מאוס. חייבים להזכיר, כפי שנעשה בגיליונות קודמים, שערב פרוץ משבר ה"סאב-פריים" עמד המאזן נטו של רכיב זה על מינוס 19.8 נקודות. כלומר, גם לאחר התיקון החד באפריל אנו עדיין רחוקים כדי 36.8 נקודות מאותו שיא.

**נתון המגמה של רכיב זה רשם באפריל עלייה זעירה, בת 0.8 נקודות, אבל סימן את העלייה הראשונה מאז ינואר 2008.** בסוף אפריל הגיע נתון המגמה למינוס 65.9 נקודות, זאת לעומת מינוס 18.6 נקודות ביוני 2007. נתונים אלו מדגימים את עוצמת הפסימיות הציבורית לגבי מצב המשק, גם לאחר פרץ האופטימיות של אפריל.

**הציבור מקווה: רע יותר כבר לא יהיה**

רכיב המדד שמתייחס למצב הכלכלי של המשק בעוד שישה חודשים זינק באפריל ב-23.7 נקודות, לאחר עלייה של 0.8 במאוס ושל 0.8 נקודות בפברואר. עלייה ניכרת זו היא, ללא ספק, מהממצאים הבולטים של הסקר השוטף העומד בבסיס

**המאזן נטו של מצב המשק בעתיד הגיע למינוס 3.7 נקודות; שיא חיובי שלא נצפה מיוני 2006**



**יציבות בזווית  
האישית: 55.1%**  
**מהמשיבים  
מעריכים  
שמצבם הכספי  
יותר בלא  
שינוי בששת  
החודשים  
הקרובים**



להערכה מחודשת של הציבור ביחס למה שצפוי במשק הישראלי בחודשים הקרובים.

#### צפי כלכלי אישי: האופטימיים ניצחו את הפסימיים

רכיב הממד המתייחס למצב הכלכלי האישי עלה אף הוא באפריל, אם כי בעוצמה פחותה מיתר הרכיבים. המאזן נטו הגיע באפריל לרמה חיובית, של 3 נקודות, לאחר שעלה ב-4.7 נקודות. **זו הפעם הראשונה, מאז יוני 2008, שנרשמים יותר אנשים אופטימיים מאשר פסימיים ברכיב זה.** מבין רכיבי הממד, ההערכות לגבי המצב הכלכלי האישי הן אלו שרושמות את התנודות הקטנות יותר, אך גם פה התנועה בשלושת החודשים האחרונים היא של עלייה. בינואר 2009 הגיע רכיב זה לשפל של מינוס 6.7 נקודות, ומאז הוא טיפס במצטבר ב-9.7 נקודות.

נתון המגמה של הערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי עלה באפריל ב-3.2 נקודות, והגיע ל-0.4 נקודות בסוף החודש. בסך הכל מצטיירת תמונה של שיפור לעומת השפל של סוף

2008, ונראה בבירור, כי מדובר בתקווה לשיפור בחודשים הקרובים. אלא שגם פה חלות אותן הסתייגויות שהועלו לעיל לגבי חזרה לתוואי של פסימיות.

#### שוק העבודה: הציפיות תוקנו כלפי מעלה

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 הממד הרגיל לאותו חודש.

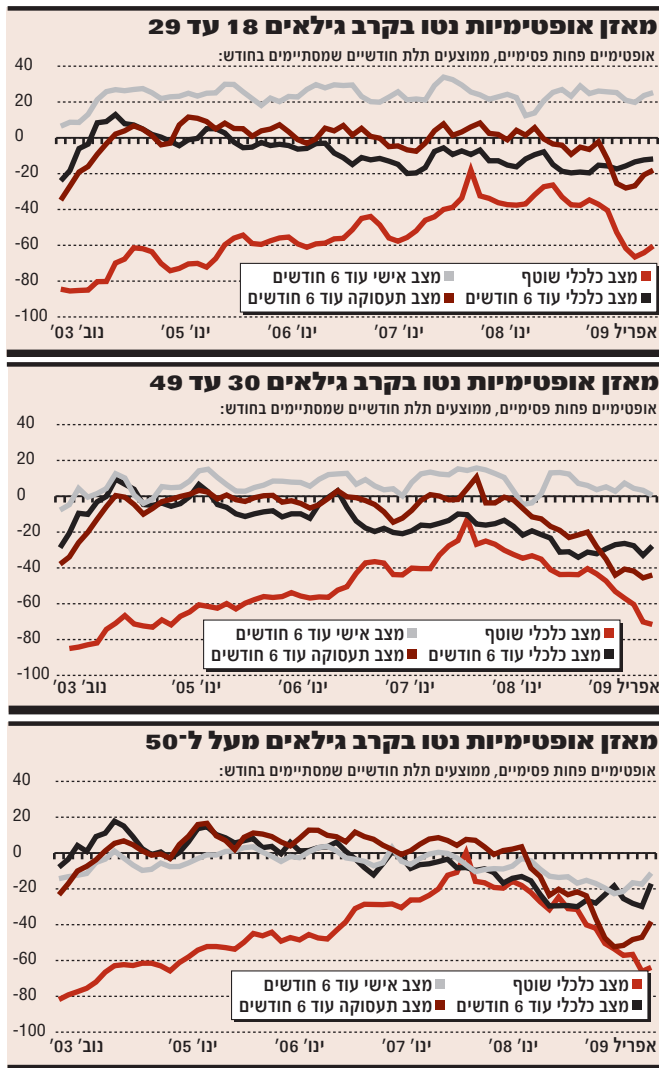
באוקטובר אשתקד, מייד עם החרפת המשבר העולמי, נרשמה ירידה חדה של 10.4 נקודות בממד המורחב. הנפילה ביטאה פסימיות גדולה ביחס לשוק העבודה בעקבות ידיעות על פיטורים נרחבים במשק. מאז נרשמו תנודות חודשיות בנתון השוטף של הממד המורחב, כאשר בסוף אפריל 2009 עמד הרכיב על 68.7 נקודות - 16.1 נקודות יותר מאשר במאוס.

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

	ינואר '09	פברואר '09	מאוס '09	אפריל '09
יהיה יותר טוב	14.80%	12.70%	14.40%	20.70%
יישאר כפי שהוא היום	20.10%	23.00%	22.40%	25.50%
יהיה פחות טוב	57.10%	56.40%	55.90%	44.00%
לא הביעו דעה	8.00%	7.90%	7.20%	9.80%

**שיפור לגבי שוק  
העבודה: 44%**  
**מהמשיבים  
צופים הרעה  
בשוק העבודה,  
לעומת 55.9%**  
**מהמשיבים  
במאוס**

**מרוויחים ומודאגים, אם כי פחות: הכנסה גבוהה מהמוצע צופים הרעה בתוך חצי שנה**

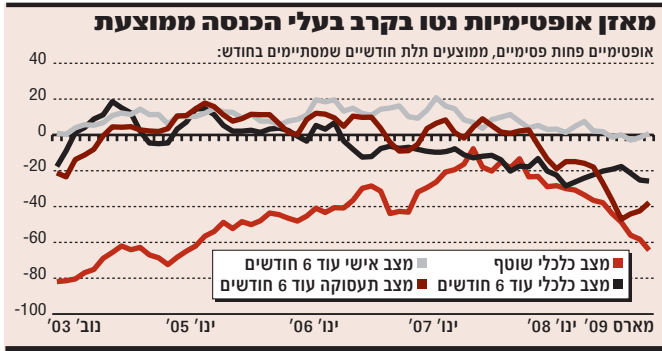
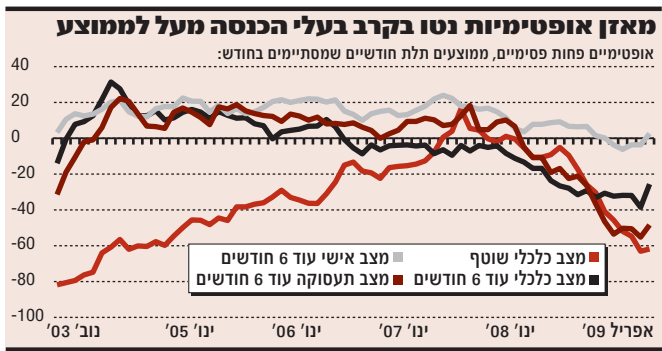
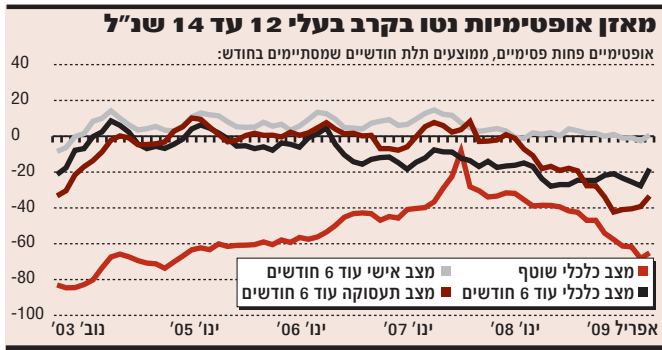


נתון המגמה עלה ב-4.8 נקודות ל-58.3 נקודות - וגם פה ניתן לדבר על שינוי המבטא את רחשי הלב של הציבור. עם זאת, בהשוואה המתבקשת למצב בסוף יוני 2007, עת הגיע המדד המורחב ל-85 נקודות, נגלה שהמרחק עדיין רב ועומד על 26.7 נקודות. לגבי ההערכות בדבר מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים ניתן להגיד, כי באוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות לגבי שוק העבודה בעוד שישה חודשים, ומאז, ועד למארס 2009, לא נרשם שינוי משמעותי במאזן נטו. עם זאת, הנתון השוטף של מאזן זה עלה באפריל ב-18.2 נקודות, לאחר עלייה של 2.2 נקודות במארס וירידה של 1.4 נקודות בפברואר. למעשה, בסוף אפריל חזר הנתון השוטף של ההערכות נטו לגבי שוק העבודה לרמות שנרשמו ערב ההרעה הגדולה שחלה ברבעון האחרון של 2008

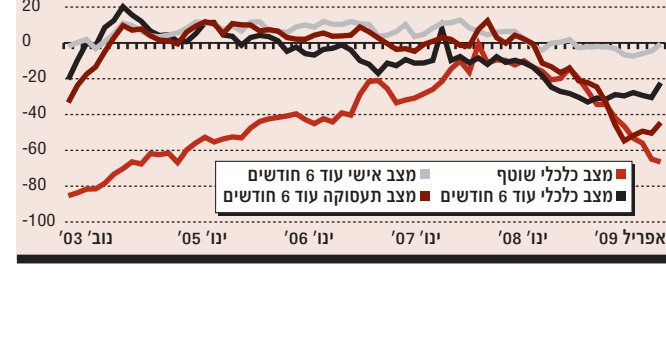
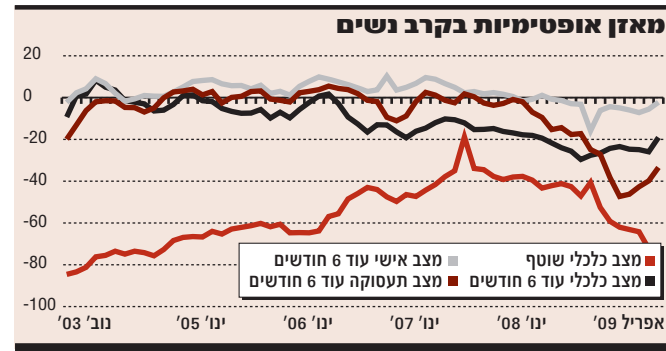
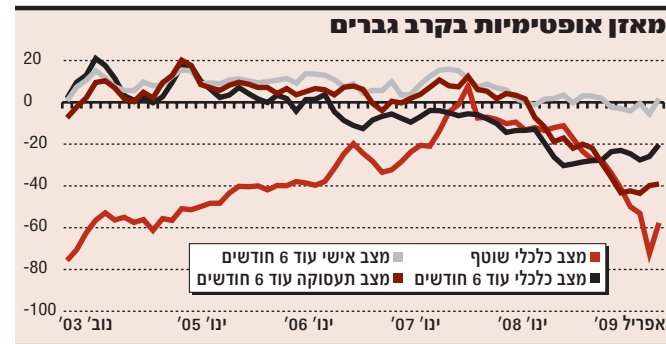
**תפקוד המשק: הנשים מובילות בפסימיות**

ממצאי אפריל מציירים תמונה של שינוי אפשרי בקרב הקבוצות השונות באוכלוסייה. נתוני המגמה, המתייחסים לממוצעים נעים תלת חודשיים, מציירים תמונה שתואמת, בקרב מרבית הקבוצות, את הממצאים הכלליים. מדובר בתמונה של שיפור בהערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף, המשותפת לכל הקבוצות, עלייה משמעותית בהערכה לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, עלייה קטנה בהערכות לגבי המצב הכלכלי האישי וצפי לשיפור במצב התעסוקה בעוד שישה חודשים. יחד עם זאת, כדאי להדגיש כמה הבדלים בין גברים לנשים, במיוחד לגבי ההערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף ומצב התעסוקה בעוד שישה חודשים. בקרב הנשים הממוצע הנע של רכיב המצב הכלכלי השוטף המשיך לרדת בחודש

**השיפור בהערכות הציבור לגבי מצב המשק בהווה ובעתיד משותפת לכל קבוצות האוכלוסייה**



**הפער המגדרי: מגדירות את מצב המשק היום כ"לא טוב" לעומת 56.2% מהגברים**



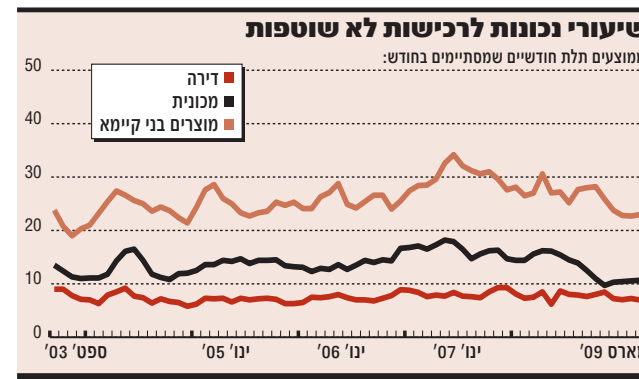
**אופטימיות כפונקציה של גיל: 30.8% מהמשיבים הצעירים מעריכים שמצב המשק ישתפר לעומת 17.2% מבני 30-49**

שעבר, כלומר הן הפכו לפסימיות מעט יותר, לעומת שיפור קל שחל אצל הגברים ברכיב זה.

לעומת זאת, בכל מה שקשור לציפיות לגבי שוק העבודה, הנשים הפכו להיות פחות פסימיות, ובקצב מהיר יותר מאשר הגברים. לגבי הרכיב של המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, העלייה המשמעותית באפריל מיוחסת לשיפור קל בקרב הנשים, ובעיקר לעובדה שהגברים, שהיו פסימיים יותר בחודשים הקודמים, "סגרו פערים" לעומת הנשים.

מבין הקבוצות השונות חייבים לציין גם את בני 30 עד 49, שהם חריגים במקצת לעומת הקבוצות האחרות. בקבוצה זו, העליות ביחס למצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, ולגבי מצב התעסוקה, מתונות יותר בהשוואה לקבוצות אחרות, ואילו לגבי המצב הכלכלי השוטף, והמצב הכלכלי האישי המשיכה בקרבם מגמת השחיקה.

דווקא בקרב בני 50 ומעלה נרשמו עליות בולטות ברכיבים אלו בחודשים אחרונים. קבוצות נוספות שמגלות עלייה מהירה יותר באופטימיות הן קבוצת בעלי הכנסה נמוכה מהממוצע,



**כוונות רכישת רכב: לאחר מארס השלילי, שוב עלייה בנכונות לרכוש רכב**

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

	פברואר '09	מארס '09	אפריל '09
לא מתכוונת/ת לרכוש דירה	93.9%	93.6%	86.5%
מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה	2.2%	1.8%	2.8%
מתכוונת/ת לרכוש דירה מיד שניה	2.7%	3.0%	9.9%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	1.2%	1.7%	0.8%

**הפתעת המדד: למרות האופטימיות, שיעור הנכונים לבצע רכישת מוצרים בני קיימא ירד ל-21.6% מהמשיבים**

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

	פברואר '09	מארס '09	אפריל '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מכונית	89.5%	89.1%	86.5%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה	4.4%	3.7%	2.8%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית משומשת	5.2%	6.4%	9.9%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	0.9%	0.8%	0.8%

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

	פברואר '09	מארס '09	אפריל '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מוצרים אלו	79.7%	76.5%	78.9%
בטוח שכן	7.6%	10.0%	7.8%
חושב שכן	8.0%	9.4%	9.9%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	4.7%	4.1%	3.4%

\*טלויזיה, מכונת כביסה, מזגן, מקרר, מקפיא, וידאו, מערכת סטריאו וכדומה

וקבוצת בעלי פחות מ-11 שנות לימוד. לעומת זאת, בקרב בעלי השכלה גבוהה העליות מתונות יותר, לצד המשך ירידה ביחס לתפקוד השוטף של המשק.

**הפתעה: שחיקה בכוונות קנייה לא שוטפת**

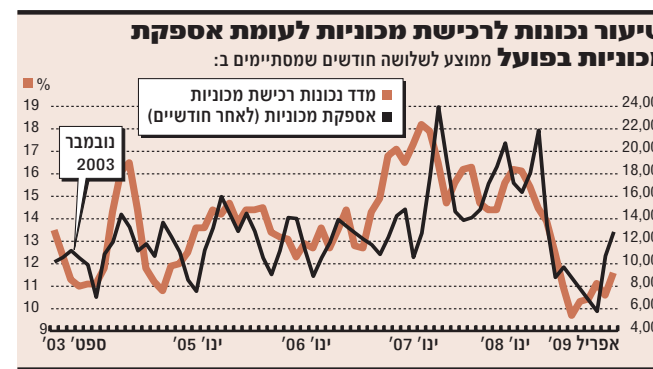
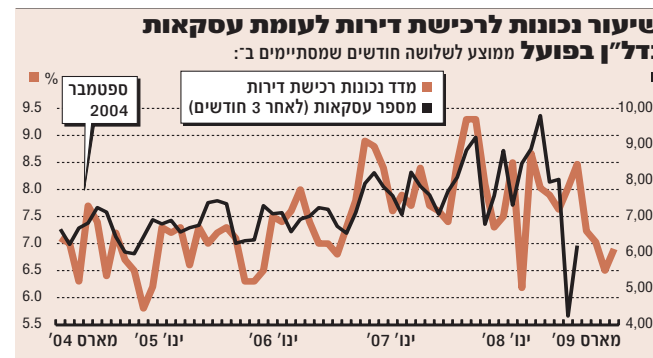
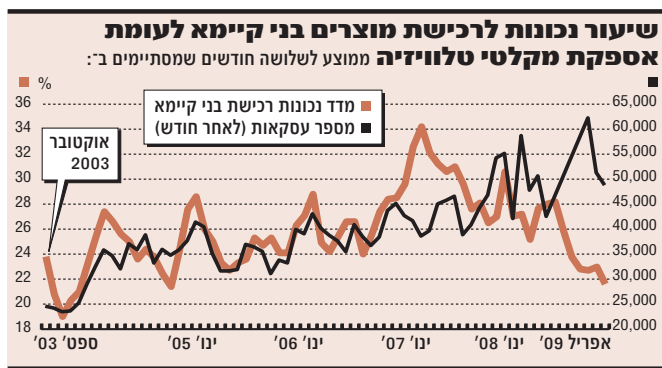
בנוסף לארבע השאלות של המדד המורחב, מאז יולי 2003 עוקב הסקר גם אחרי תשובות לשלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות

**כמו במארס:  
נתון המגמה של  
שיעור נכונות  
בעלי הכנסה  
גבוהה לרכוש  
רכב נותר על  
16.1% מכלל  
המשיבים**

ל-21.6 נקודות, לעומת 23% בחודש שעבר. רמת הנכונות באפריל היא הנמוכה ביותר מאז ינואר 2009, ומהווה ביטוי לזהירות שצריך לנהוג כאשר מפרשים את נתוני המדד האחרון, בייחוד באשר לעתיד הביקושים במשק. ערב משבר ה"סאב-פריים" עמד שיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא על כ-32%, והדבר מדגים את החולשה שעדיין קיימת בביקושי משקי הבית.

בכוונות קניית דירה נרשמה באפריל ירידה מחודשת מ-7% מכלל המשיבים במארס ל-6.6% באפריל. מדובר בחזרה לרמה הנמוכה של ינואר-פברואר. מבט בכוונות הקנייה של החודשים האחרונים מגלה, כי גם פה לא צפויה התאוששות בקרוב, שכן מאז החרפת המשבר הגלובלי ניכרת שחיקה בביקושים.

כמו כן, באפריל נרשמה עלייה מחודשת בכוונות הציבור לקנות מכונית - חדשה או מ"יד שנייה" - ואלו הגיעו ל-11.6% מכלל המשיבים, לעומת 10.7% במארס. יש לציין, כי מאז השפל של נובמבר 2008, שיעור הנכונות ברכיב זה רשם עלייה



בששת החודשים הקרובים - דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא. מלבד המידע שמתקבל לגבי תוכניות רכישה מעין אלו, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו.

באופן מעט מפתיע, למרות הירידה בפסימיות באפריל, נרשמה ירידה מקבילה גם בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא לאחר מספר חודשי יציבות. שיעור הנכונות ירד

**נתון המגמה של  
כוונות רכישת  
דירה - חדשה או  
מ"יד שנייה" -  
ירד לרמת שפל  
של 6% מכלל  
המשיבים**

**רכישת מוצרים  
בני קיימא:  
שיעור הנכונות  
בקרב בעלי  
הכנסה גבוהה  
נפלה לרמת  
שפל של חמש  
שנים**

בכל אחד מהחודשים, להוציא מארס, אם כי הוא עדיין נמוך מהרמה של 12.5% שנרשמה בספטמבר אשתקד. הפילוח לפי קבוצות של התשובות בסקר השוטף מעלה תמונה דומה לזו ששררה בחודשים האחרונים. כדאי לציין, כי בכל הקשור לכוונות רכישת מוצרים בני קיימא, הרי שקבוצת הנשים רושמת ירידה מהירה יותר בהשוואה לגברים, ושיעור הנכונות בקרבן מגיע לרמת שפל של 17.5%, והן המקור לירידה הכללית בחודשים האחרונים. כמו כן, בקרב בעלי הכנסה גבוהה מהממוצע ניכרת ירידה בולטת בנכונות לרכוש מוצרי בני קיימא, אשר יורדת מתחת ל-30%, לראשונה 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					
	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09				
<b>מין</b>	10.8	5.5	6.2	26.9	50.7	47.6	34.3	27.4	26.2	28.1	16.3	20.0
גברים												
נשים	10.3	9.4	10.8	32.0	41.2	43.6	33.4	29.0	30.6	24.2	20.4	15.0
<b>מוצא</b>	7.3	5.9	8.4	38.3	48.9	44.3	30.0	29.1	28.1	24.4	16.0	19.2
צבר												
ישראל אסיה	8.5	5.6	4.4	33.2	43.0	45.4	34.9	28.2	33.6	23.4	23.2	16.6
ישראל אירופה	13.9	6.3	5.2	19.6	51.3	46.1	31.4	22.6	31.6	35.0	19.9	17.1
אסיה	8.2	12.5	11.4	19.7	50.8	47.7	37.2	23.9	21.9	34.9	12.9	19.0
אירופה	13.5	10.0	12.1	25.5	39.2	45.1	39.9	31.4	26.8	21.1	19.4	15.9
<b>גיל</b>	3.8	2.2	5.3	30.8	40.6	41.0	34.0	35.1	30.3	31.4	22.1	23.5
29-18												
49-30	10.4	7.3	7.2	34.4	53.8	46.3	32.9	24.0	32.5	22.3	14.9	14.0
50+	14.3	8.6	10.7	25.6	42.2	47.1	34.3	29.0	24.6	25.8	20.1	17.7
<b>השכלה עד 11</b>	16.7	16.4	10.6	33.2	48.6	40.2	23.1	17.4	28.7	27.0	17.7	20.6
14-12	10.5	9.6	9.3	29.8	44.1	44.6	31.6	28.3	28.1	28.1	18.0	18.0
15+	8.5	3.5	6.8	28.3	47.1	48.7	40.8	30.3	28.9	22.4	19.2	15.6
<b>הכנסה מתחת למוצעת</b>	14.1	10.7	9.7	32.3	44.1	42.2	33.8	24.6	28.2	19.8	20.5	19.8
מוצעת	9.7	2.1	8.9	27.2	41.7	49.5	35.5	34.9	23.6	27.6	21.4	18.1
מעל למוצעת	5.9	0.0	5.4	28.3	57.5	49.8	36.1	28.2	30.1	29.7	14.3	14.7
לא השיב	11.4	19.1	12.9	30.2	35.0	37.4	27.9	32.8	33.4	30.5	13.1	16.3

### כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי? באחוזים

	לא יודע		לא טוב		רגיל		טוב					
	04/09	03/09	02/09	04/09	03/09	02/09	04/09	03/09				
<b>מין</b>	0.5	2.1	0.9	56.2	71.7	67.7	33.0	21.5	23.9	10.3	4.7	7.5
גברים												
נשים	2.4	0.4	1.2	70.7	83.3	76.5	21.7	14.4	18.7	5.2	1.9	3.6
<b>מוצא</b>	1.0	0.7	1.1	69.9	75.5	73.5	22.9	17.3	19.3	6.2	6.5	6.1
צבר												
ישראל אסיה	0.9	0.0	0.9	69.6	80.2	75.3	18.8	19.8	21.0	10.6	0.0	2.8
ישראל אירופה	0.0	1.0	0.9	65.7	87.5	77.0	22.9	9.4	15.4	11.4	2.1	6.7
אסיה	0.0	2.6	0.0	54.7	66.7	69.7	33.6	20.8	20.5	11.7	9.9	9.8
אירופה	4.3	2.3	1.7	54.5	72.2	66.9	37.9	24.8	27.7	3.2	0.8	3.7
<b>גיל</b>	0.8	0.0	0.9	65.6	67.7	68.8	23.6	29.0	22.6	10.0	3.3	7.7
29-18												
49-30	0.5	1.2	0.8	69.3	84.0	77.6	22.5	11.2	16.7	7.7	3.7	4.8
50+	2.7	1.3	1.3	59.5	77.2	69.2	31.8	18.5	24.3	6.1	3.0	5.3
<b>השכלה עד 11</b>	0.0	0.0	0.0	64.5	80.2	69.9	30.8	14.7	25.9	4.7	5.1	4.1
14-12	1.5	0.0	1.4	63.6	77.6	73.6	25.6	18.5	18.8	9.4	3.8	6.2
15+	2.2	2.4	0.8	64.9	76.5	71.0	27.3	18.6	23.2	5.6	2.5	5.0
<b>הכנסה מתחת למוצעת</b>	2.4	0.9	1.2	67.3	77.8	72.2	24.7	19.3	21.5	5.5	2.1	5.1
מוצעת	1.9	2.0	0.7	63.0	76.9	70.6	30.6	15.8	22.5	4.5	5.4	6.2
מעל למוצעת	0.9	0.9	1.0	60.4	75.4	72.8	26.2	18.2	20.9	12.5	5.5	5.3
לא השיב	0.0	2.0	1.4	66.2	83.1	73.1	26.6	14.9	19.5	.17	0.0	6.1

### מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים? באחוזים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב					
	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09				
מין	9.3	6.8	6.7	43.6	61.0	58.2	25.3	21.1	22.4	21.8	11.0	12.7
נשים	10.2	7.6	9.1	44.4	51.3	54.7	25.6	23.6	23.5	19.8	17.5	12.8
מוצא	6.4	8.0	6.3	44.7	57.5	54.3	27.7	22.5	26.0	21.2	12.0	13.4
עבר ישראל אסיה	7.9	4.4	4.9	51.7	58.7	54.6	21.1	17.0	25.8	19.3	20.0	14.8
ישראל אירופה	10.5	4.3	4.4	32.1	54.2	67.8	26.1	28.1	20.8	31.3	13.5	7.0
אסיה	4.3	5.2	5.2	39.6	53.4	56.2	27.4	20.6	22.3	28.7	20.8	16.3
אירופה	15.6	9.9	14.9	46.9	58.3	52.3	25.5	19.6	19.8	12.0	12.2	13.0
גיל	4.1	1.2	2.8	39.7	45.5	42.5	25.4	28.7	36.6	30.8	24.6	18.1
29-18	8.6	6.1	7.0	48.0	65.6	59.7	26.2	15.5	21.8	17.2	12.7	11.5
49-30	13.7	8.2	10.3	43.1	54.3	59.6	25.2	25.3	18.1	18.0	12.2	12.0
50+	15.7	12.0	11.4	35.9	31.1	48.3	27.9	28.9	23.5	20.5	28.1	16.7
השכלה עד 11	10.5	7.6	8.2	43.3	54.5	53.6	24.9	21.4	24.8	21.4	16.6	13.3
14-12	6.8	5.3	6.4	47.8	62.9	62.8	25.6	22.1	20.2	19.8	9.7	10.6
15+	13.6	8.5	12.8	35.5	53.0	49.3	32.2	22.5	21.5	18.7	16.0	16.4
הכנסה מתחת למומצעת	7.3	3.2	5.7	46.5	50.0	56.4	25.6	30.4	27.8	20.6	16.4	10.0
מומצעת	5.6	1.9	2.9	51.9	71.4	65.3	18.6	18.2	21.0	23.9	8.6	10.8
מעל למומצעת	11.8	17.8	10.1	47.3	48.3	53.8	21.1	17.2	24.5	19.8	16.6	11.6
לא השיב												

### מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים? באחוזים

	אין דעה		גרוע		רגיל		טוב					
	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09	2/09	4/09	3/09				
מין	6.1	6.7	5.2	16.0	23.5	17.7	55.0	51.2	56.1	22.9	18.5	21.0
נשים	6.0	2.8	4.7	19.5	19.6	20.8	55.3	56.6	61.5	19.2	21.0	13.0
מוצא	5.7	4.9	5.1	20.8	17.7	16.1	47.6	48.8	56.9	26.0	28.6	21.8
עבר ישראל אסיה	9.9	4.4	5.7	14.4	23.6	21.6	57.0	58.1	54.9	18.7	14.0	17.8
ישראל אירופה	3.7	3.1	6.4	14.0	20.7	19.2	49.9	54.9	63.7	32.3	21.3	10.7
אסיה	4.3	2.8	3.9	16.1	30.0	23.0	72.8	52.0	57.5	6.8	15.2	15.7
אירופה	4.7	5.5	3.3	19.2	24.1	19.7	62.3	58.6	60.8	13.8	11.8	16.2
גיל	5.2	4.1	5.1	16.0	11.5	9.2	45.2	39.3	52.1	33.6	45.1	33.7
29-18	6.7	4.2	4.8	17.8	22.3	20.2	51.9	54.2	55.9	23.6	19.2	19.1
49-30	6.1	4.4	4.6	18.4	24.9	22.4	63.2	60.1	63.7	12.3	10.6	9.2
50+	11.6	9.1	7.3	24.0	26.2	21.3	43.3	47.6	59.1	21.1	17.1	12.3
השכלה עד 11	5.9	5.7	6.1	18.9	23.9	19.6	54.1	47.3	54.3	21.2	23.1	19.9
14-12	4.6	2.5	2.5	14.5	18.5	18.2	60.7	63.8	65.4	20.3	15.2	13.9
15+	5.6	3.6	7.1	20.5	27.4	24.5	56.3	49.2	53.1	17.5	19.8	15.3
הכנסה מתחת למומצעת	7.3	5.1	3.7	21.6	21.0	16.4	46.9	52.5	63.5	24.2	21.4	16.4
מומצעת	3.9	1.8	0.5	9.4	14.5	15.4	69.0	72.0	66.5	17.7	11.8	17.6
מעל למומצעת	9.6	15.0	2.6	21.8	9.8	19.0	38.5	41.4	47.2	30.2	33.9	21.2
לא השיב												



**האם מתכוון לקנות דירה** ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

באחוזים	לא יודע		כן משומשת		כן חדשה		לא מתכוון לקנות					
	4/09	3/09	4/09	3/09	4/09	3/09	4/09	3/09				
מין	0.5	1.8	1.2	6.0	3.3	2.2	2.6	1.1	3.6	90.9	93.8	93.0
נשים	1.1	1.6	1.2	3.7	2.6	3.3	1.1	2.4	0.9	94.1	93.4	94.6
מוצא	1.2	1.5	0.0	6.9	5.5	2.7	2.8	3.7	2.4	89.1	89.3	94.9
צבר	1.1	1.5	1.9	1.1	1.4	3.7	0.0	3.6	4.7	97.8	93.5	89.7
ישראל אסיה	0.0	4.0	1.9	2.9	4.1	4.7	0.0	0.0	1.9	97.1	91.9	91.6
ישראל אירופה	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	92.9	100.0	97.4
אסיה	0.8	0.8	2.1	4.2	1.5	1.2	3.2	0.8	1.8	91.8	97.0	94.9
אירופה	1.7	1.1	0.8	8.1	7.7	4.4	2.7	1.2	7.5	87.5	90.0	87.3
גיל	0.0	1.8	2.1	3.3	2.9	2.1	2.4	3.3	0.9	94.3	91.9	94.9
29-18	0.9	1.3	0.7	4.0	1.3	2.7	0.8	0.9	1.3	94.2	96.5	95.3
50+	3.7	0.0	0.0	2.0	2.4	1.2	3.3	5.8	0.0	91.0	91.7	98.8
השכלה	0.0	1.7	0.6	5.4	3.3	2.4	1.2	1.9	2.4	93.4	93.1	94.6
11 עד	1.1	2.0	2.4	4.6	2.9	3.7	2.1	1.0	2.6	92.2	94.2	91.3
15+	1.0	1.3	0.0	1.7	1.3	1.6	1.0	2.0	0.9	96.3	95.4	97.5
מחנות למוצעת	0.9	2.2	0.7	2.4	6.9	1.6	3.5	2.2	2.2	93.2	88.7	95.4
מוצעת	0.0	0.9	1.4	9.7	4.6	4.0	1.6	1.8	4.6	88.7	92.7	90.1
מעל למוצעת	1.7	4.0	4.2	7.4	0.0	5.4	1.5	0.0	0.0	89.5	96.0	90.4
לא השיב	1.8	1.0	1.7	6.3	5.7	3.0	0.0	2.7	3.5	91.9	90.6	91.9
מגזר	0.9	0.0	0.7	4.2	0.9	4.3	1.5	0.8	1.4	93.4	98.2	93.6
חדי/רדתי	0.0	2.7	1.5	3.8	2.6	2.6	1.0	1.3	2.0	95.3	93.4	93.8
מסורתי	1.7	2.9	0.0	6.9	5.7	0.0	7.1	5.7	2.6	84.3	85.7	97.4
עובד	3.3	4.2	1.3	2.0	2.3	7.5	0.0	0.0	2.7	94.6	93.5	88.5
אזור חינוג	0.0	0.6	2.2	6.1	4.6	4.4	0.6	2.1	2.0	93.3	92.7	91.4
02	1.7	2.3	0.0	3.8	0.8	0.7	3.8	1.5	1.9	90.7	95.4	97.4
03	0.0	0.0	1.6	5.5	5.5	0.0	1.1	2.5	3.0	93.4	92.0	95.3
04	0.0	3.8	0.0	4.5	0.0	2.6	3.5	1.8	1.3	92.0	94.4	96.1
08	0.0	3.8	0.0	4.5	0.0	2.6	3.5	1.8	1.3	92.0	94.4	96.1
09												

באחוזים

**האם מתכוון לקנות מכונית** ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

באחוזים	לא יודע		כן משומשת		כן חדשה		לא מתכוון לקנות					
	4/09	3/09	4/09	3/09	4/09	3/09	4/09	3/09				
מין	0.7	1.3	1.6	11.4	8.3	5.0	3.3	3.6	6.8	84.3	86.9	86.6
נשים	0.7	0.4	0.2	8.6	4.6	5.4	2.3	3.8	2.1	88.3	91.2	92.3
מוצא	1.1	2.2	0.5	15.4	12.2	10.8	4.0	5.6	5.6	79.5	80.0	83.0
צבר	0.0	0.0	0.0	11.1	3.7	5.6	0.0	1.4	4.7	88.9	94.9	89.6
ישראל אסיה	0.0	0.0	2.0	11.7	5.7	4.5	3.1	5.3	5.6	85.1	89.0	87.9
ישראל אירופה	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	1.2	2.3	0.0	1.3	96.1	100.0	97.5
אסיה	1.8	0.8	1.6	2.8	2.2	1.8	2.9	2.4	3.2	92.6	94.6	93.5
אירופה	0.8	1.1	0.8	12.5	15.8	10.0	5.2	7.8	13.0	81.4	75.2	76.1
גיל	0.7	0.6	0.4	17.4	6.7	6.5	2.5	1.9	2.3	79.3	90.8	90.8
29-18	0.9	0.9	1.2	3.3	2.7	2.6	2.2	2.1	3.6	94.1	93.3	93.4
50+	1.7	0.0	1.2	5.2	2.4	1.5	7.0	2.7	2.6	86.0	94.8	94.7
השכלה	0.4	0.4	1.2	12.2	9.1	7.1	2.2	4.9	5.3	85.2	85.6	86.4
11 עד	1.2	1.6	0.3	8.0	3.5	3.7	2.2	2.1	3.6	88.6	92.9	92.3
15+	0.5	0.9	0.8	7.6	3.8	2.6	0.0	1.3	3.0	91.9	94.0	93.6
מחנות למוצעת	0.9	0.0	0.0	10.6	10.2	7.3	5.2	3.9	2.3	83.3	85.9	90.4
מוצעת	0.9	1.0	0.9	11.5	9.0	7.5	4.4	5.6	7.4	83.2	84.4	84.2
מעל למוצעת	1.5	1.9	2.7	12.5	5.3	4.0	3.1	10.0	4.5	82.9	82.7	88.8
לא השיב	0.0	0.0	0.0	9.4	6.1	7.9	2.1	0.0	4.2	88.5	93.9	87.8
מגזר	1.7	0.9	0.0	4.6	6.2	4.0	3.8	3.6	3.6	89.8	89.4	92.3
חדי/רדתי	0.5	1.4	1.6	6.4	5.3	3.9	1.8	5.3	4.1	91.3	88.1	90.4
מסורתי	1.7	0.0	1.3	35.5	14.3	8.5	5.2	2.9	7.5	57.6	82.9	82.7
עובד	2.0	0.0	0.9	7.8	4.6	5.0	4.1	0.0	6.7	86.0	95.4	87.4
אזור חינוג	0.6	0.6	0.9	10.6	7.7	5.2	2.1	4.6	3.1	86.7	87.1	90.7
02	0.8	0.7	1.3	14.3	6.0	5.0	4.8	6.2	2.6	80.1	87.1	91.1
03	1.1	1.1	0.8	7.5	7.9	4.8	1.1	2.5	5.6	90.4	88.5	88.9
04	0.0	1.9	0.0	3.4	1.9	6.7	1.7	0.0	7.3	95.0	96.1	86.1
08												
09												

באחוזים

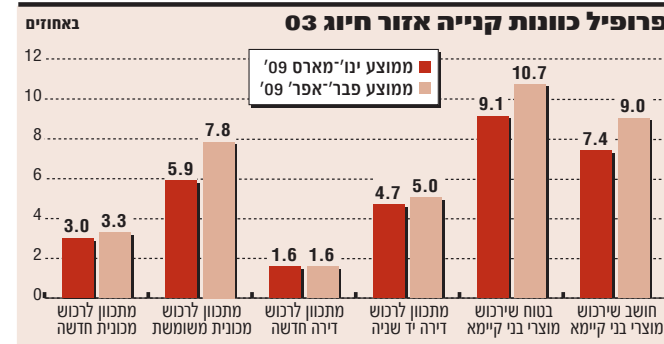
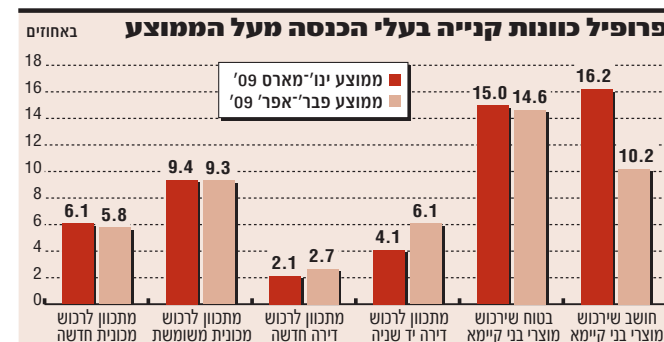
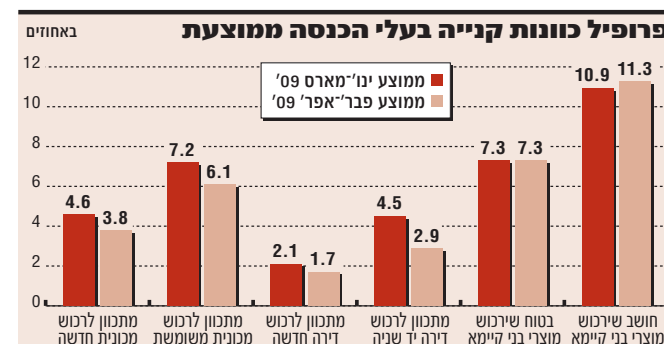
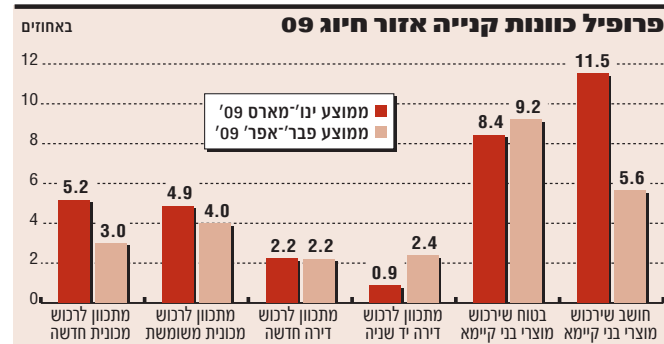
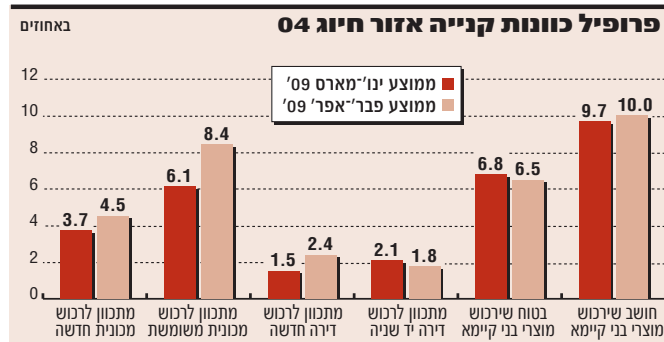
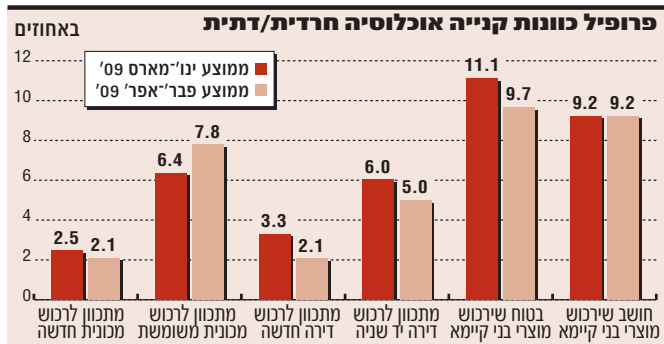
# פרופילים

**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. ■

האם מתכוון לקנות מוצרים בני קיימא	לא מתכוון לקנות		בטוח שמתכוון לרכוש		חושש שמתכוון לרכוש		לא יודע						
	4/09	3/09	2/09	3/09	4/09	3/09	2/09	3/09					
מין	גברים	75.5	71.5	74.8	8.9	12.3	9.6	12.0	11.2	9.7	3.6	5.0	6.0
מוצא	צבר	70.9	65.6	80.7	12.1	16.4	8.4	12.5	14.6	7.0	4.5	3.4	4.0
	ישראל אסיה	83.1	77.0	77.3	5.0	12.8	10.9	7.5	10.1	10.8	4.3	0.0	1.0
	ישראל אירופה	81.3	77.0	77.7	7.6	8.4	6.3	7.6	8.8	9.7	3.5	5.8	6.3
	אסיה	92.0	82.2	76.9	4.8	2.6	7.9	3.3	7.3	11.4	0.0	8.0	3.8
	אירופה	82.3	85.4	82.2	5.1	5.9	5.9	10.0	5.5	5.1	2.6	3.1	6.8
גיל	29-18	61.6	61.2	64.4	14.8	22.3	15.1	16.4	11.4	12.3	7.2	5.0	8.1
	49-30	77.1	70.5	81.1	8.2	11.1	6.9	12.8	14.6	7.6	1.9	3.8	4.4
	50+	89.3	86.1	83.9	3.9	4.7	5.5	4.5	5.1	6.9	2.4	4.1	3.7
השכלה	11 עד 11	83.7	83.1	88.2	3.5	5.2	2.6	6.9	11.6	7.9	5.9	0.0	1.3
	14-12	75.5	77.4	79.0	8.9	10.5	8.4	12.0	8.3	7.1	3.6	3.8	5.5
	15+	82.5	72.8	78.0	7.6	10.7	8.1	7.7	10.9	9.4	2.2	5.5	4.5
הכנסה	מתחת לממוצעת	84.3	83.2	87.2	5.3	4.6	2.8	6.1	9.2	6.9	4.4	3.1	3.1
	ממוצעת	78.9	79.2	80.4	8.8	7.4	9.5	11.4	8.8	7.9	0.9	4.7	2.2
	מעל לממוצעת	76.7	64.7	69.1	10.4	20.5	13.0	8.4	11.3	10.9	4.5	3.6	6.9
לא השיב	68.3	66.6	83.8	8.2	16.6	5.3	20.9	7.8	4.1	4.1	2.6	8.9	6.8
מגזר	חרדי/דת	70.7	77.9	79.6	11.0	9.9	8.1	12.7	7.8	7.2	5.6	4.5	5.2
	מסורתי	78.2	71.6	79.6	8.6	11.9	9.9	8.1	12.3	7.7	5.2	4.2	2.8
	חילוני	84.3	78.4	78.2	5.6	10.4	7.1	8.3	7.2	8.4	1.7	4.0	6.2
	ערבי	76.1	74.3	84.7	8.6	5.7	5.2	13.5	20.0	8.9	1.7	0.0	1.3
אזור חינוך	02	82.2	80.1	76.0	5.1	4.6	7.8	2.0	15.3	15.0	10.7	0.0	1.3
	03	74.8	75.0	76.9	9.6	13.8	8.8	15.0	6.3	5.8	0.6	4.8	8.6
	04	81.5	73.5	86.7	5.4	9.5	4.6	10.2	13.2	6.7	2.8	3.7	1.9
	08	79.7	78.9	79.3	6.6	8.9	8.4	9.7	8.8	8.2	4.0	3.4	4.1
	09	80.8	81.5	77.1	12.8	5.3	9.5	1.9	5.7	9.3	4.5	7.4	4.1



# שיעורי סירוב

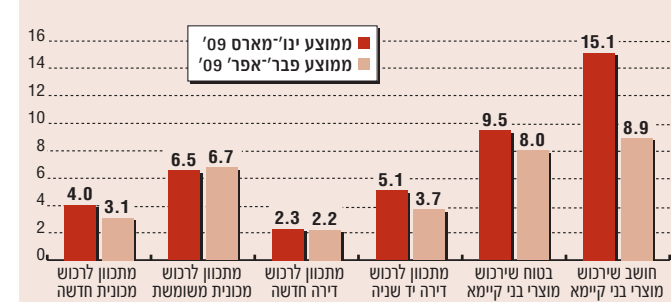
**השאלות  
נועדו לתקף  
הממצאים  
של המדד,  
אשר מעריך  
בדרך עקיפה  
את סנטימנט  
הצרכנים**

הסקר החדשי 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.

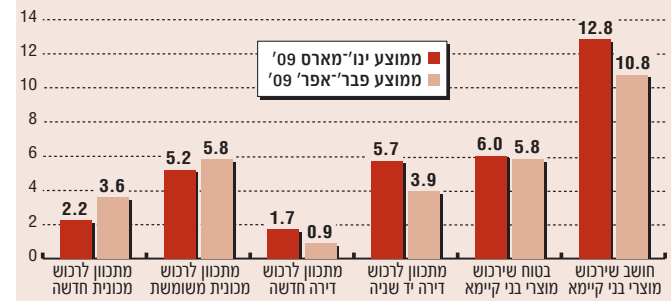
הסקר חוזר על עצמו כל חודש ועובדה זו מאפשרת לעקוב אחרי ההתפתחויות בשיעורי הסירוב, כמדד לסנטימנט הציבור. בכך הוא גם מוסיף מידע לגבי המצב בשווקים של אותם מוצרים אליהם מתייחסות השאלות. מידע נוסף אפשר להשיג על ידי פילוח דמוגרפי של התשובות, ובדרך זו לקבל תמונה מהימנה יותר של כוונות הצרכנים.

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. ■

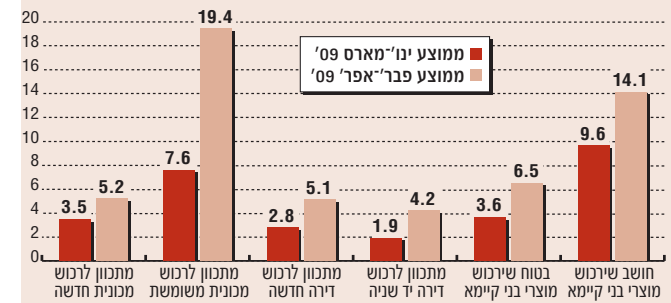
**פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 08 באחוזים**

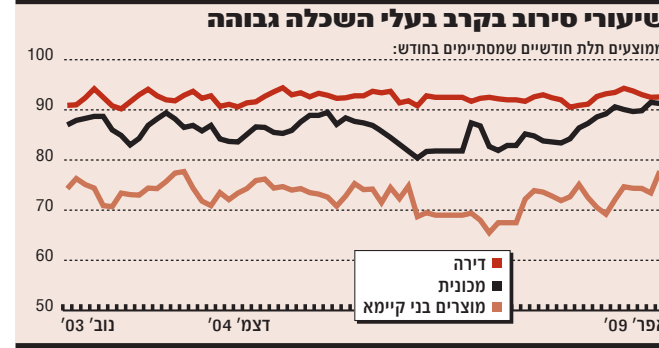
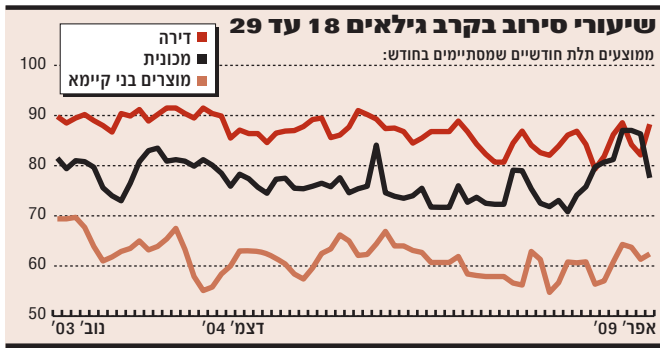
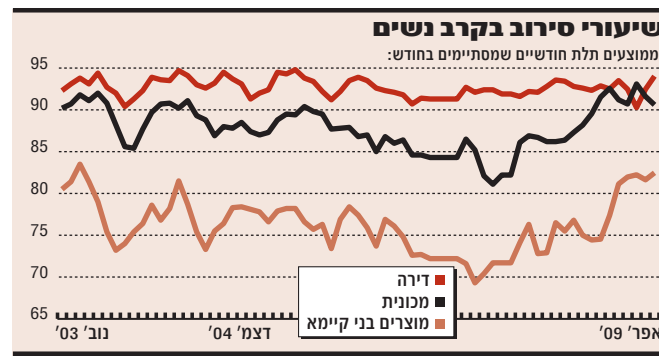
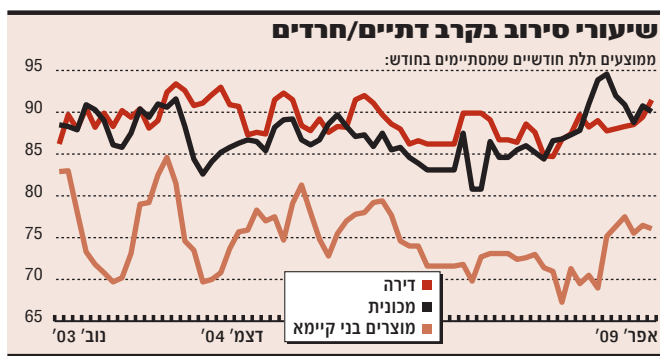
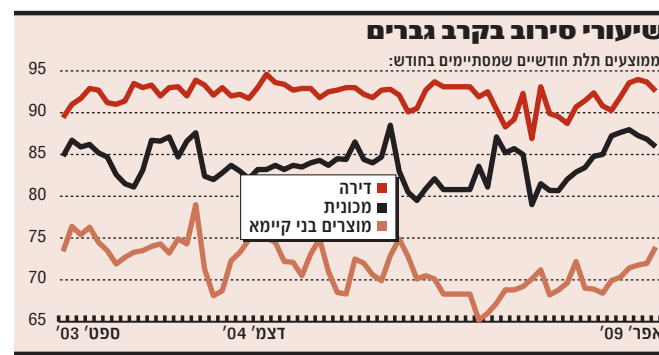
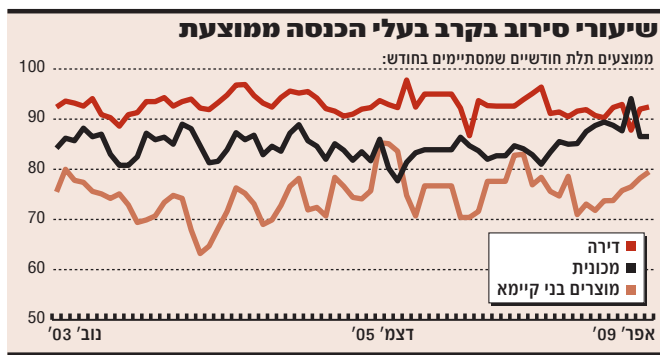


**פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 02 באחוזים**




**פרופיל כוונות קנייה אוכלוסיה ערבית באחוזים**





**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: 03-9538728

[research@globes.co.il](mailto:research@globes.co.il)

[www.globes.co.il/research](http://www.globes.co.il/research)

**גלובס מחקרים**

**הופכים ידע לתועלת**

בשיתוף  
**PRICEWATERHOUSECOOPERS**   
קסלמן וקסלמן

גרפיקה: רונן משי • ריכוז גרפים וטבלאות: אורית דיל

מנהל סטודיו: אילן יחזקאל • מנהל ייצור: עמי אוחנה