



מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

אפריל 2010

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 : 2.6.10

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

צל אירופי

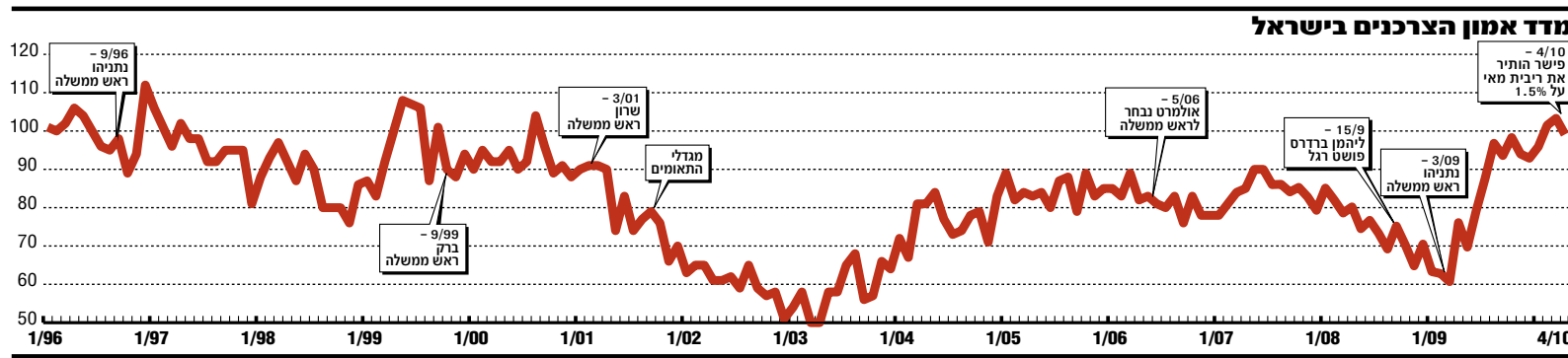
- **בשל המשבר באירופה? מדד אמון הצרכנים בישראל ירד באפריל ב-4.2 נקודות ל-99.1 נקודות**
- **הצריכה הפרטית צפויה להמשיך לגדול גם ברבעון השני וברבעון השלישי של 2010**
- **31.3% מהמשיבים מתכננים לרכוש מוצרים בני-קיימא;**
- **ירידה זה החודש השני ברציפות**
- **מבט עולמי - מדד אמון הצרכנים בארה"ב עלה באפריל לרמתו הגבוהה ביותר מאז ספטמבר 2008**

לאחר חודשים של עליות ירד מדד אמון הצרכנים בישראל בחודש אפריל 2010, ועתה הוא שוב מתחת לרף 100 הנקודות מעליו העפיל בפברואר. כך, לאחר רבעון אחד שהיה מאופיין באופטימיות די גדולה של משקי הבית, נפתח הרבעון השני בהססות מסוימת אשר מתבטאת בחששות לגבי תפקוד המשק בהווה ובעוד חצי שנה. ייתכן שהמשבר המדיני עם ארה"ב משפיע על "מצב הרוח" של משקי הבית, אך סביר להניח, לפחות בשלב זה, כי הדאגה נובעת בעיקר מהמשך המשבר הפיסקלי הפוקד את אירופה, ובמיוחד את המדינות החברות בגוש האירו.

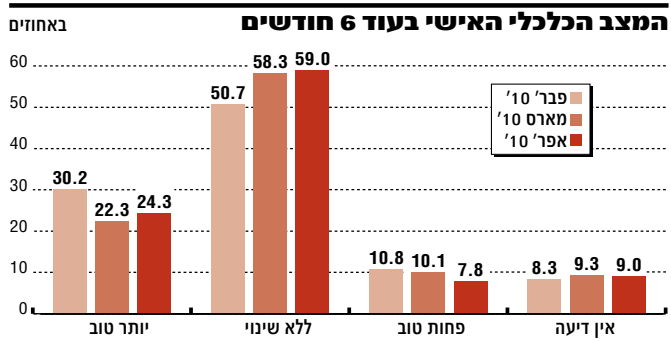
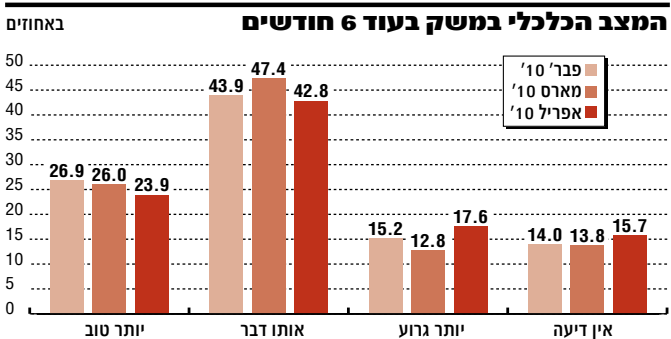
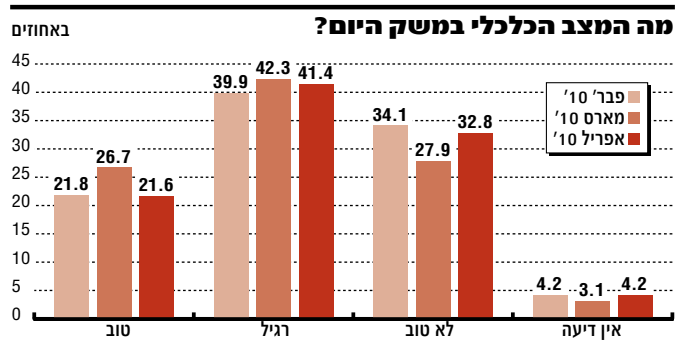
למרות זאת, בחינה של מגמת המדד על פני תקופה של מספר חודשים מעלה תמונה של רמה גבוהה של אמון הצרכנים במשק הישראלי. אפשר לומר, כי הציבור בישראל משוכנע שהמיתון חלף, שמצב המשק יחסית טוב והוא אף מצפה לצמיחה כלכלית, אם כי הוא אינו בטוח לגבי עוצמתה. סימן השאלה קשור, כאמור, לדאגה מפני המצב הכלכלי הגלובלי, ולא להתפתחויות מקומיות.

לכן, למרות שהמדד ירד אל מתחת לרף 100 הנקודות, עדיין ניתן לקבוע כי תחושת הצרכנים "טובה", כולל ביחס לעתיד שוק העבודה.

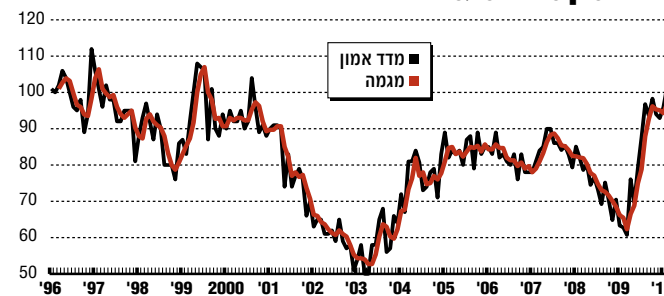
**לאחר חודשים
מדד האמון
שוב מתחת לרף
100 הנקודות**



32.8%
מהמשיבים
מגדירים את
מצב המשק
"כ"לא טוב"
לעומת 27.9%
מהמשיבים
במאוס



מדד אמון מול המגמה



למעשה, על פי נתוני המגמה תחושה זו רק מתגברת, אם כי נעצר השיפור המהיר בציפיות ביחס למצב המשק בעוד שישה חודשים, וביחס למצב האישי בעוד שישה חודשים.

מדד אמון הצרכנים של גלובס ירד באפריל ב-4.2 נקודות ל-99.1 נקודות (100 = 1996), לאחר עלייה של 1.8 נקודות במאוס ושל 5.6 נקודות בפברואר. יחד עם זאת, נתון המגמה של המדד, המבוסס על ממוצעים תלת-חודשיים נעים, רשם עלייה של 1.1 נקודות והגיע ל-101.3 נקודות.

ירידת המדד בחודש האחרון נובעת משחיקה באופטימיות של הציבור לגבי תפקוד המשק בהווה, וגם בעוד שישה חודשים. לעומת זאת, בכל הקשור למצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים נרשם שיפור, אם כי בכמעט כל המקרים מדובר בתנודות קטנות. בסך הכול, הערכים השונים של המדד לא שונים באופן מהותי מאלה שנרשמו בחודשים קודמים והם עדיין גבוהים.

אם מסתמכים על נתוני המגמה, ניתן עדיין לומר כי הציבור בישראל מעריך שמצב המשק טוב. האופטימיות ביחס למצב הכלכלי השוטף בחודשים האחרונים מבטאת את ההשפעה של הנתונים

ירידת המדד
בחודש האחרון
נובעת משחיקה
באופטימיות
לגבי תפקוד
המשק בהווה
ובעוד שישה
חודשים

מדד האמון האמריקני עלה באפריל ב-5.6 נקודות

החיוביים אודות כלכלת ישראל - העלויות במדד המשולב של בנק ישראל, האבטלה היורדת ונתוני הצמיחה שפורסמו על ידי הל"מ. עם זאת, הציפיות עדיין מושפעות מהשיח הכלכלי מעבר לים. ניתן לשער שהציבור מעריך שאם המשק יצמח בשיעור נמוך או אם יתפתח משבר פיסקלי באירופה, הרי שתהיה לכך השפעה מיידית ורבת עוצמה על המשק המקומי.

יש לציין, כי בארה"ב עלה מדד אמון הצרכנים בעריכת ה-Conference Board ל-57.9 נקודות באפריל, לעומת 52.3 במא.רס. זו הרמה הגבוהה ביותר של המדד האמריקני מאז ספטמבר 2008. בבריטניה ירד מדד אמון הצרכנים זה החודש השני ברציפות. מנגד, בגרמניה עלה המדד זה החודש השני ברציפות.

למרות הירידה בנתון השוטף של מדד האמון באפריל, והנתונים שיוצגו מייד לגבי הנכונות לבצע קניות לא שוטפות, נותרת בעינה ההערכה שהצריכה הפרטית תמשיך לגדול גם במהלך החודשים הבאים, כלומר ברבעון השני וברבעון השלישי של 2010, אם כי קצב העלייה לא יואץ. במחצית השנייה של 2009 נרשמה עלייה של 3.1% (קצב שנתי) בצריכה הפרטית לנפש למעט מוצרים בני-קיימא לאחר עלייה של 0.6% (קצב שנתי) במחצית הראשונה. ההערכה בדבר תוואי הצריכה הפרטית מתבססת, כאמור, על נתוני מגמת המדד אשר משקפים ממוצעים נעים תלת-חודשיים. בסוף אפריל 2010 עמד נתון המגמה של המדד על 101.3 נקודות לעומת 100.2 נקודות בסוף מא.רס. מדובר ברמה גבוהה במיוחד של נתון המגמה - רמה שמייצגת אופטימיות רבה בקרב משקי הבית.

המדד המורחב

מדד האמון ה"מורחב", אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות גם שאלה בדבר ציפיות הציבור בנוגע לתחום התעסוקה, ירד

באפריל ב-3.5 נקודות לאחר עליות של 2.1 נקודות במא.רס ושל 4.5 נקודות בפברואר. כפי שהודגש מספר פעמים, החל במא.רס 2009 הסתמן מפנה באמון הצרכנים של ישראל, לאחר כמה חודשים של משבר כלכלי ופיננסי. ב-12 החודשים שהסתיימו באפריל 2010 עלה המדד המורחב ב-26.5 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, מראה שבכונות רכישה של מוצרים בני-קיימא נרשמה ירידה מ-32.9% מכלל המשיבים במא.רס ל-31.3% מהם בחודש שהסתיים. הייתה זו הירידה השנייה ברציפות ברכיב זה לאחר חמישה חודשים של עלייה רצופה.

שיעור הנכונות לרכוש מכונית - חדשה או מ"יד שנייה" - ירד מ-16.2% מכלל המשיבים במא.רס ל-13.5% מהם באפריל 2010. שיעור הנכונות לרכוש דירה - חדשה או מ"יד שנייה" - הגיע באפריל ל-8.4% מכלל המשיבים לעומת 9.9% בחודש הקודם. מדד גלובס לאמידת אמון הצרכנים מבוסס על סקר שמבוצע מזה 14 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 המירבית היא 4.5 אחוזים.

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

הממצאים

מדד אמון הצרכנים של גלובס פתח את הרבעון השני של 2010 בירידה לאחר רבעון ראשון בו התגברה האופטימיות. בסך הכל, כפי שיודגש להלן, הביטחון הכלכלי עדיין רב ושומר על יציבות כך שנתוני אפריל הם תולדה של זהירות וחשש מפני ההשלכות של האירועים בחו"ל. בקרב המדינות המתועשות ישנה הערכה, כי המשבר הפיסקלי הפוקד את אירופה יחייב צעדים מכאיבים, אשר בלתם ייתכן שיתפתח משבר פיננסי מחודש בעל השלכות גלובאליות.

הציבור בישראל מפגין, כאמור, אופטימיות רבה למרות המתח הפוליטי מול ארה"ב ולמרות ההתפתחויות הכלכליות באירופה. ממצאי המדד בחודשים האחרונים מצביעים על המשך מגמת השיפור בהערכת הציבור את המצב השוטף של המשק המקומי. אם בין מארס 2009 לבין אוקטובר 2009 נרשמו עליות במדד כתוצאה משיפור בציפיות, הרי שבחודשים האחרונים הגורם המזין את האופטימיות היא ההכרה שהמצב הנוכחי של המשק הוא יחסית טוב. לעומת זאת, ההססנות, כאשר היא מופיעה, מתבטאת בציפיות ששומרות על יציבות מאז תחילת השנה.

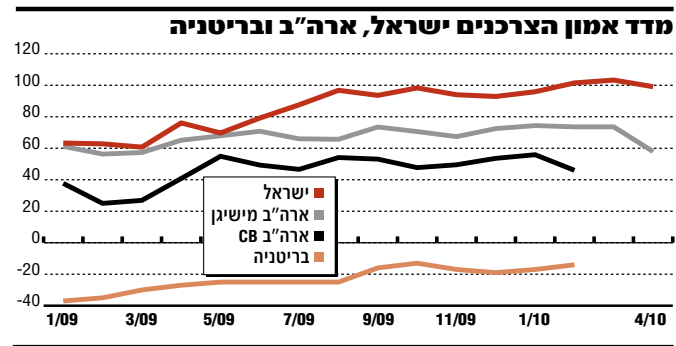
מדד אמון הצרכנים ירד באפריל 2010 ב-4.2 נקודות, לאחר עלייה של 1.8 נקודות במארס ושל 5.6 נקודות בפברואר. בעקבות הירידה של המדד בחודש שעבר, הוא הגיע בסוף אפריל 2010 ל-99.1 נקודות (100 = 1996). הנתון השוטף

העולם עדיין רווי בחששות כלכליים; שוקי העבודה נמצאים עדיין במצב קשה

של מדד אפריל 2010 ירד מתחת לרמה של 100 נקודות לאחר חודשיים במהלכם הוא שהה מעל רף זה. כדאי להבליט שוב את העלייה במדד בישראל בפרספקטיבה גלובלית. עד לסוף המחצית הראשונה של 2009, אפשר היה לראות התאמה בין התנועות במדד אמון הצרכנים בישראל לבין אלה המתפרסמים בחו"ל, במיוחד בארה"ב. אך מאז נראה שהציבור בישראל קשוב הרבה יותר לתנאים הכלכליים המקומיים.

בארה"ב עלה מדד אמון הצרכנים בעריכת ה-Conference-Board לרמה הגבוהה ביותר מאז ספטמבר 2008. המדד עלה ל-57.9 נקודות באפריל, לעומת 52.3 במארס. יחד עם זאת, על סמך התפתחויות בחודשים האחרונים ניתן להגיד כי ישנן עדיין תנודות לא קטנות במדד האמון עקב חשש הציבור האמריקני מפני עלייה באבטלה והשבריריות של ההתאוששות הכלכלית.

בבריטניה ירד מדד אמון הצרכנים זה החודש השני ברציפות. מנגד, בגרמניה עלה המדד זה החודש השני ברציפות.



כפי שהודגש בגיליונות הקודמים, לנועשה בחו"ל יש השפעה על הציבור בישראל, והוא מתרגם זאת לציפיות לגבי העתיד

למרות הירידה בנתון השוטף של המדד, נתון המגמה עלה באפריל לשיא של 13 שנים

בסך הכל התפתחות מדד האמון בישראל מעידה על האמונה בקרב הציבור שהמשק חזר לתוואי של צמיחה, לאחר המשבר שנמשך מהרבעון האחרון של 2008 ועד לסוף המחצית הראשונה של 2009. העלייה במדד ברבעון הראשון של 2010 נבעה בעיקר משיפור חד בהערכות הציבור לגבי המצב השוטף של המשק, מעין תיקון לפסימיות הרבה ששררה לפני מספר חודשים. הספקות שעולים ממדד אפריל משקפים בעיקר התגברות של החששות מפני פורענות אפשרית שמקורה בחו"ל.

מגמת המדד: שיא של 13 שנים

למרות הירידה בנתון השוטף, נתון המגמה של המדד דווקא עלה באפריל ב-1.1 נקודות בהמשך לעלייה של 3.4 נקודות במאוס ושל 2.5 נקודות בפברואר. נתון המגמה עמד בסוף פברואר 2010 על 101.3 נקודות. זו הרמה הגבוהה ביותר אליה מגיע נתון המגמה של המדד מאז פברואר 1997. כפי שצוין בגיליונות קודמים, ברבעון הראשון שיקפה עליית המדד תנועה חזקה כלפי מעלה של הסנטימנט הכלכלי של משקי הבית. ביולי 2007, ערב "פרוץ" משבר ה"סאב-פריים", עמד נתון המגמה על 88.7 נקודות. עד ספטמבר 2008, ערב החרפת המשבר הפיננסי, הוא ירד ל-72.6 נקודות, ובמאוס 2009 כבר נפל לשפל של 62.3 נקודות. עד לאוקטובר 2009 נרשמו במדד עליות חדות, ככל שהציבור השתכנע שהצמיחה בישראל תיפגע פחות מכפי שהוא חשש. לאחר מספר חודשים של יציבות, האופטימיות שוב התגברה ברבעון הראשון של 2010, כאשר בסופו הגיע המדד לרמת שיא של עשור, פחות משנה מאז אותו שפל

של מאוס 2009. מזווית ראייה זו, חודש אפריל מסתמן כשונה, וצריך יהיה להמתין למדדים הבאים כדי לדעת אם מדובר במפנה מחודש - אם יעמיקו החששות מפני המצב בעולם - או תיקון חולף לעליות חזקות.

צריכה פרטית: גידול גם ברבעונים הבאים

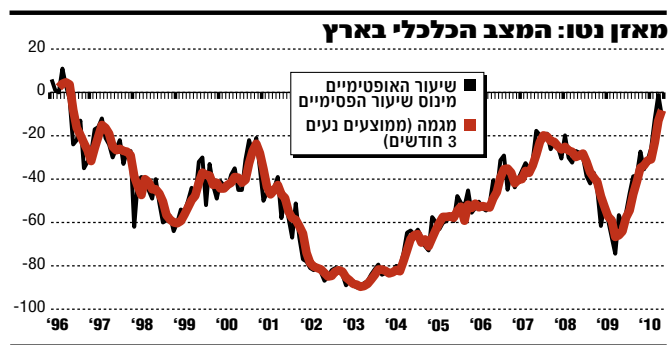
היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. על פי נתונים מעודכנים של הלמ"ס, במחצית השנייה של 2009 נרשמה עלייה של 3.1% (קצב שנתי) בצריכה הפרטית לנפש למעט מוצרים בני-קיימא לאחר עלייה של 1% (קצב שנתי) במחצית הראשונה.

בצריכה לנפש של מוצרים בני-קיימא נרשמה עלייה של 24.3% (קצב שנתי) במחצית השנייה של 2009 לאחר ירידה של 20.6% (קצב שנתי) במחצית הראשונה. נתוני המגמה שפורסמו על ידי הלמ"ס מצביעים על גידול של 6.8% (קצב שנתי) בפדיון המסחר הקמעונאי לחודשים דצמבר 2009 וינואר 2010, מה שמצביע על התרחבות בביקוש של משקי בית.

למרות הירידה בחודש אפריל, נתוני המדד בחודשים האחרונים עדיין מצביעים על המשך ההתרחבות של ביקושי משקי הבית. חיזוק לכך ניתן למצוא בשיפור בציפיות לגבי המצב הכלכלי האישי, אם כי קיימת אפשרות של התמתנות בקצב הגידול נוכח הנתונים על כוונות קנייה של מוצרים בני קיימא ומכוניות שיובאו בהמשך. בסך הכל, ממצאי המדד מאותתים על כך שהצריכה הפרטית תמשיך לגדול, גם מעבר למחצית הראשונה של 2010. יחד עם זאת, ספק אם בחצי השנה הקרובה יואץ הגידול בצריכה מעבר לשיעור הגידול הנוכחי

חודש אפריל מסתמן כשונה; צריך יהיה להמתין למדדים הבאים כדי לדעת אם מדובר במפנה מחודש

נתון המגמה של הרכיב שמתייחס לתפקוד השוטף של המשק עלה באפריל ב-4.9 נקודות אחוז



בספטמבר 2008 ירד למינוס 39.2 נ"א. בסוף מארס 2010 עמד נתון המגמה על מינוס 8.2 נ"א, כלומר מעל לרמה שנרשמה ערב פרוץ משבר ה"סאב-פריים".

עתיד המשק: ירידה בנתון השוטף

הנתון השוטף של רכיב המדד אשר מתייחס למצב הכלכלי של המשק בעוד שישה חודשים ירד באפריל ב-6.9 נ"א, לאחר עלייה של 1.5 נ"א במארס וירידה של 0.8 נ"א בפברואר. העלייה ברכיב זה מאז מארס 2009, כאשר החלה התפנית בפעילות הכלכלית, מסתכמת ב-33.6 נ"א, אם כי מדי כמה חודשים נרשמות תנודות בהערכות הציבור לגבי מצב המשק בעוד חצי שנה.

באפריל 2010 עמד הנתון השוטף של המאזן נטו על 6.3 נ"א לעומת 13.2 נקודות בסוף מארס ו-11.7 נ"א בסוף פברואר. במארס 2009 עמד הנתון השוטף של רכיב זה על מינוס 27.4 נ"א. כפי שהודגש בגיליונות קודמים, באותו חודש,

בביקושים הפרטיים.

תפקוד המשק בהווה: ירידה חדה בנתון השוטף

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 שמתייחס לתפקוד השוטף של המשק ירד ב-10 נקודות אחוז (נ"א) באפריל למינוס 11.2 נ"א, לאחר שבחודש הקודם הוא עלה בצורה לא פחות חדה, 11.1 נ"א, בהמשך לעלייה של 13.4 נ"א בפברואר. למעשה, ניתן לראות בירידה החדה במאזן נטו של רכיב זה מעין תיקון שביצע הציבור בהערכותיו, לאחר עלייה מצטברת של 24.5 נ"א בנתון השוטף של רכיב זה ברבעון הראשון, אשר הביאה לכמעט שוויון בין אופטימיים לבין פסימיים בסוף מארס. למרות הירידה שנרשמה באפריל - אשר הינה ככל הנראה לא יותר מאשר תיקון לעליות מהירות בחודשים קודמים - העלייה המצטברת ברכיב המודד את הערכות הציבור לגבי המצב השוטף של המשק מסתכמת ב-63.2 נ"א מאז מארס 2009, ביטוי לשינוי העמוק אשר חל בקרב הציבור בהערכת מצב המשק הישראלי.

נתון המגמה של רכיב זה עלה באפריל ב-4.9 נ"א, לאחר עלייה של 10 נ"א במארס ושל 7.8 נ"א בפברואר. נתון המגמה עלה ב-12 החודשים האחרונים ב-57.7 נ"א. ביולי 2007 עמד נתון המגמה של הרכיב על מינוס 19.8 נ"א ואילו

הנתון השוטף של הרכיב שמתייחס לתפקוד השוטף של המשק ירד בחדות באפריל

**עתיד המשק:
באפריל 2010
עמד הנתון
השוטף של
המאזן נטו על
6.3 נ"א**

מארס 2009, החל המפנה בהערכות הציבור כאשר החלו להתפוגג החששות מפני משבר כלכלי מתמשך. הפער בין שיעור האופטימיים לבין שיעור הפסימיים משקף שינוי חד בהערכת הציבור, והוא אחד מהגורמים לעליית מדד האמון בחודשים האחרונים.

נתון המגמה של המאזן נטו של הרכיב ירד באפריל ב-2.1 נ"א, לאחר עלייה של 1.5 נ"א במארס, וירידה של 1.8 נ"א בפברואר. נתון המגמה עמד בסוף פברואר על 10.4 נ"א, ב-37.8 נ"א מעל רמתו בעת השפל אליו נקלע במארס 2009. מאז תחילת השנה ישנה יציבות יחסית בנתון המגמה עם נטייה קלה לירידה לאחר עליות מהירות מאוד ברבעון השני והרבעון השלישי של 2009.

עתיד הכיס הפרטי: עלייה בנתון השוטף

גם באפריל, כמו במארס, הנתון השוטף של הרכיב המתייחס למצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים נע בכיוון הפוך

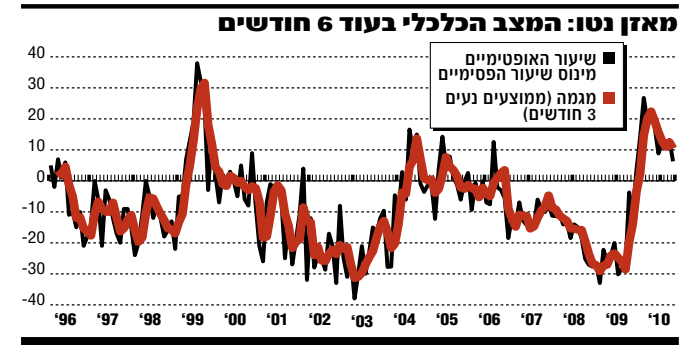
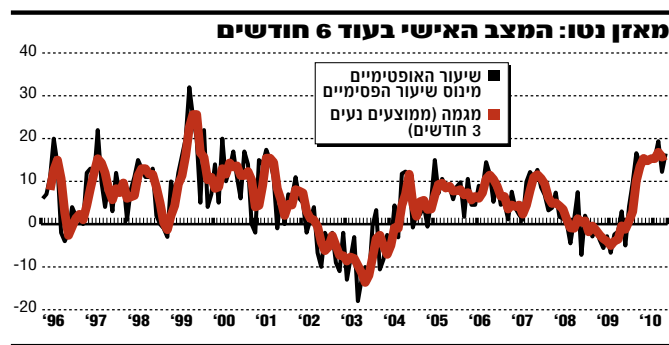
**המצב הכלכלי
האישי: עלייה
של 4.3 נ"א
בנתון השוטף**

לשני הרכיבים הקודמים. באפריל מדובר בעלייה בנתון השוטף של רכיב זה, ב-4.3 נ"א לאחר ירידה של 6.8 נ"א במארס ועלייה של 4.1 נ"א בפברואר. בסוף אפריל הגיע הפער בין אופטימיים לפסימיים לגבי הצפי ביחס למצב הכלכלי האישי ל-16.5 נ"א.

נתון המגמה של ציפיות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים עלה באפריל ב-4.4 נ"א לאחר ירידה של 1.2 נ"א במארס ועלייה של 1.5 נ"א בפברואר. נתון המגמה הגיע לרמה של 16 נ"א בסוף אפריל. למעשה, על אף העלייה בנתון השוטף, נתון המגמה של רכיב זה נמצא בסוף אפריל פחות או יותר באותה רמה כמו הממוצעים התלת-חודשיים שנרשמו מאז חודש אוקטובר 2009, מה שמצביע על יציבות בציפיות לגבי המצב הכלכלי האישי.

המדד המורחב: עלייה בנתון השוטף

כדי להשלים את תמונת המדד מבחינה מקצועית, עוקב פרסום מדד אמון הצרכנים מאז יולי 2003 אחרי ההתפתחות



נתון המגמה של המדד המורחב עלה בנקודה אחת באפריל ל-96.8 נקודות

משמעותי במאזן נטו, אך באפריל החלה מגמת שיפור במקביל לבלימה של הגידול באבטלה במשק. מאז ועד לסוף אפריל 2010, האופטימיות הולכת וגוברת, תוך כדי כך שהיא רושמת תנודות קלות.

הנתון השוטף של המאזן נטו של רכיב זה ירד באפריל ב-1.6 נ"א לאחר עלייה של 3 נ"א במאסרס ו-1.2 נ"א בפברואר. למעשה, למרות הירידה הקטנה ברמת האופטימיות בחודש אפריל, היא עדיין נותרה גבוהה, במיוחד כאשר משווים את ישראל למדינות מתועשות אחרות מחוץ לאסיה. גם באותם משקים בהם נרשמה עלייה בצמיחה, היא לא תורגמה לצמצום האבטלה. הנתון השוטף של רכיב זה גבוה עתה ב-53.9 נ"א בהשוואה לנתון של מארס 2009. בנתון המגמה של הרכיב נרשמה באפריל עלייה של 0.9 נ"א, בהמשך לעליות של 1.1 נ"א במאסרס ו-0.1 נ"א בפברואר. בסוף אפריל הגיע נתון המגמה לרמה של 13.5 נ"א.

תפקוד המשק: שוני בין הקבוצות

כאשר בוחנים את ההערכות בקרב קבוצות האוכלוסייה השונות לגבי ארבעת הרכיבים של המדד המורחב, מגלים הבדלים מסוימים בכיוון ההערכות לגבי הרכיבים שמתייחסים לעתיד. לגבי ההערכה של התפקוד השוטף של המשק ישנה "הסכמה" רחבה ועלייה מהירה בהערכה החיובית שהיא חוצה קבוצות. תופעה כזו כבר הובחנה בחודש הקודם, כך שחודש אפריל ממשיך את המגמה הקיימת. לעומת זאת, יש שוני בכיוון של ההערכה נטו לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים ובמידה מסוים גם לגבי המצב האישי בעוד שישה חודשים.

בהערכות לגבי שוק העבודה בישראל והצפוי בו בעוד שישה חודשים, שכן ציפיות אלה משפיעות על אמון הצרכנים. זו הסיבה ששאלה לגבי הצפוי בתחום התעסוקה 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.

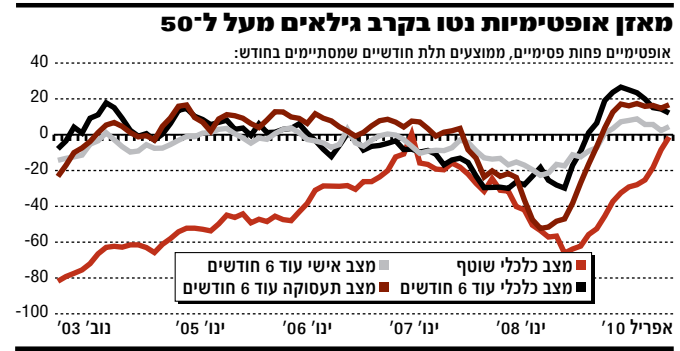
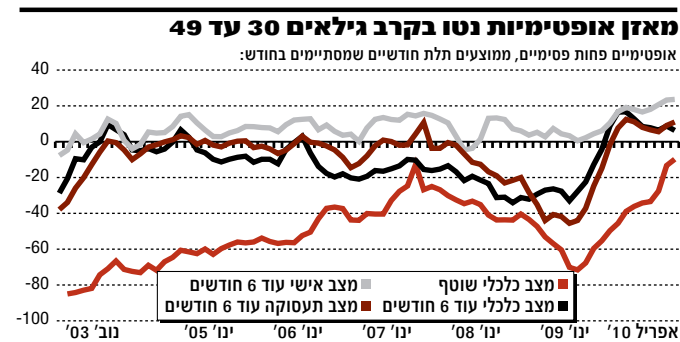
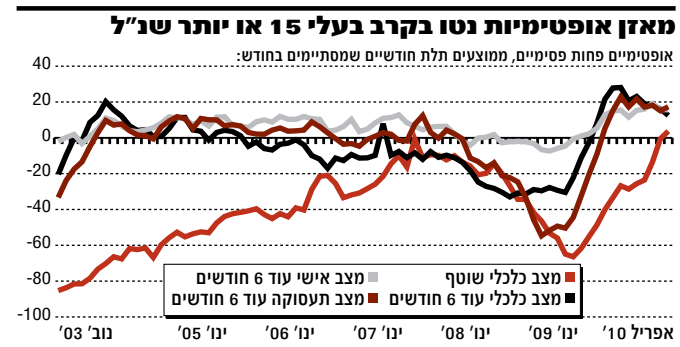
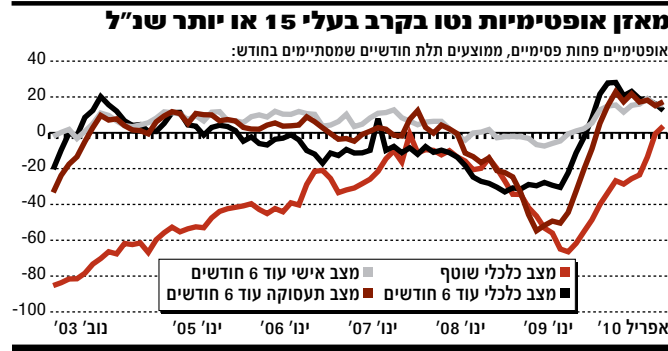
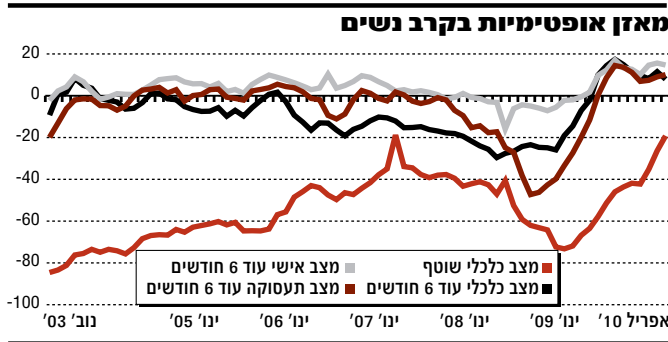
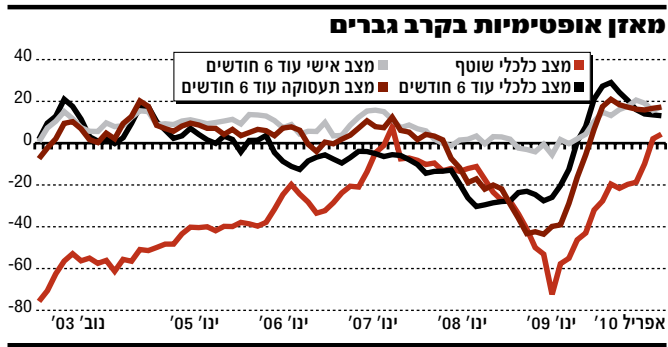
בסוף אפריל 2010 עמד הערך השוטף של המדד המורחב על 95.2 נקודות, לעומת 98.7 נקודות בסוף מארס - ירידה של 3.5 נקודות לאחר עליות של 2.1 נקודות ו-4.5 נקודות במאסרס ובפברואר, בהתאמה.

נתון המגמה של המדד המורחב עלה בנקודה אחת באפריל, בהמשך לעלייה של 2.9 נקודות במאסרס, ו-1.8 נקודות בפברואר. בסוף אפריל 2010 הגיע נתון המגמה של המדד המורחב ל-96.8 נקודות. באוקטובר 2008, מייד לאחר קריסת ליהמן ברדרס, עמד נתון המגמה על 64.1 נקודות. באוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות לגבי עתיד שוק העבודה המקומי. מאז ועד למאסרס 2009 לא נרשם שינוי

מה יהיה מצב שוק העבודה (תעסוקה) בישראל בעוד 6 חודשים?

	אפריל 2010	מאסרס 2010	פברואר 2010	ינואר 2010
יהיה יותר טוב	28.7%	30.9%	29.6%	30.9%
ישאר כפי שהוא היום	37.3%	36.8%	35.8%	35.4%
יהיה פחות טוב	15.3%	15.9%	17.6%	20.1%
לא הביעו דעה	18.7%	16.4%	17.0%	13.7%

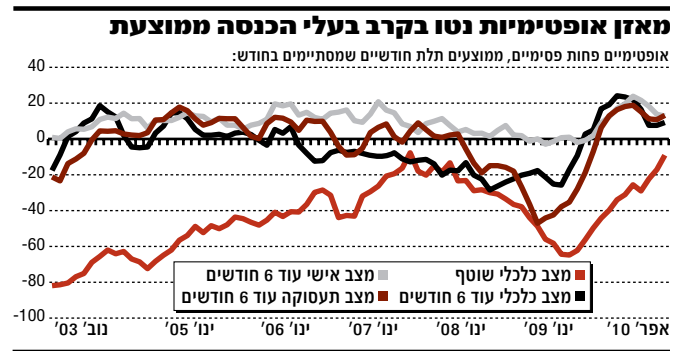
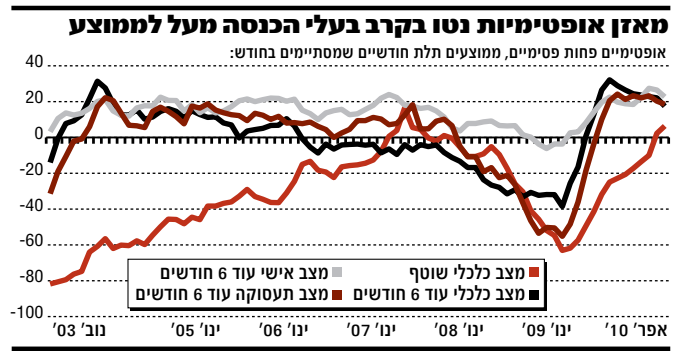
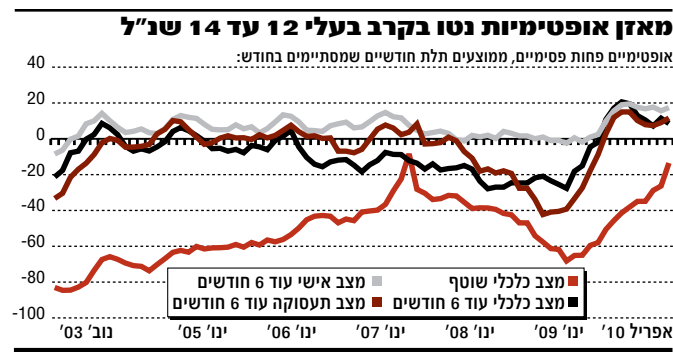
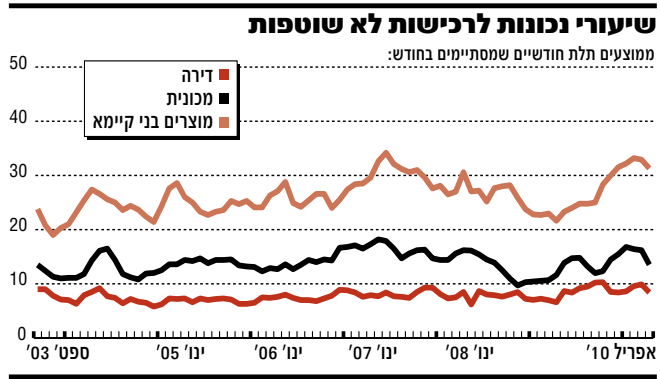
עתיד שוק העבודה: 34.3% מהגברים לעומת 23.6% מהנשים צופים שיפור במרוצת ששת החודשים הקרובים



31.3%
מהמשיבים
מתכננים
לבצע רכישת
מוצרים בני
קיימא בששת
החודשים
הקרובים

ההבדלים בולטים לעין כאשר בוחנים את ההערכות נטו של גברים - בקרבם נרשמת ירידה מתמשכת במאזן האופטימיות לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, לאחר עלייה מהירה עד לחודש אוקטובר 2009. לעומת זאת, בקרב הנשים ישנה יציבות גדולה יותר ברכיב זה, עם תנודות לשני הכיוונים. מצב דומה קיים כאשר משווים בין בעלי השכלה גבוהה, 15 שנות לימוד ומעלה, לבין בעלי 12 עד 14 שנות לימוד. בקרב אנשי הקבוצה הראשונה הירידה בהערכה נטו לגבי מצב המשק בעוד חצי שנה בולטת יותר. בעלי הכנסה ממוצעת מגלים פסימיות יותר גדולה לגבי המצב הכלכלי האישי, לעומת בעלי הכנסה גבוהה, אשר אצלם רכיב זה נותר יציב לאחר חודשים של עליות.

רכישת מוצרים בני-קיימא: ירידה נוספת בנכונות לקנות
 בנוסף לארבע השאלות של המדד המורחב, מאז יולי 2003 עוקב הסקר גם אחרי תשובות לשלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות בששת החודשים הקרובים - דירות, מכוניות

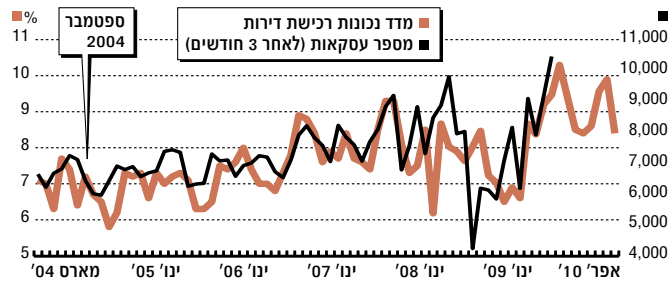


ירידה בכונות
רכישת
מהמשיבים
13.5%
מתכננים רכישת

מי מהקבוצות
בדרך לקנות
דירה? 13.3%
מהמשיבים
הצעירים
לעומת כ-4.9%
מהמשיבים בני
חמישים ומעלה

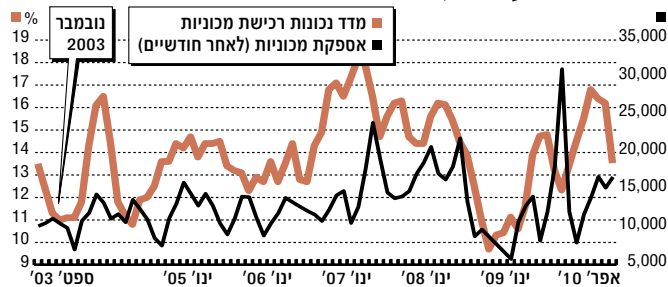
שיעור נכונות לרכישת דירות לעומת עסקאות נדל"ן בפועל

מומוצע לשלושה חודשים שמסתיימים ב: מספר עסקאות (לאחר 3 חודשים) / מדד נכונות רכישת דירות



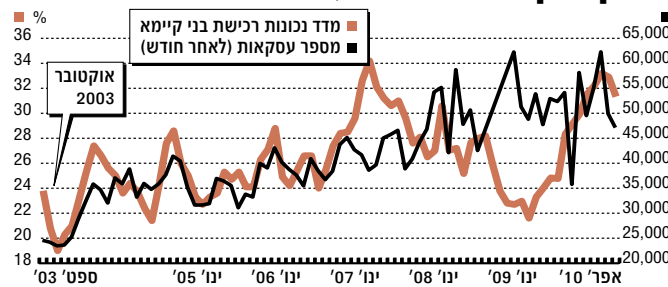
שיעור נכונות לרכישת מכוניות לעומת אספקת מכוניות בפועל

מומוצע לשלושה חודשים שמסתיימים ב: אספקת מכוניות (לאחר חודשיים) / מדד נכונות רכישת מכוניות



שיעור נכונות לרכישת מוצרים בני קיימא לעומת אספקת מקלטי טלוויזיה

מומוצע לשלושה חודשים שמסתיימים ב: מספר עסקאות (לאחר חודש) / מדד נכונות רכישת בני קיימא



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

אפריל 2010	מרס 2010	פברואר 2010	קטגוריה
93.9%	91.5%	89.4%	לא מתכוונת/ת לרכוש דירה
1.6%	3.4%	3.9%	מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה
2.3%	2.9%	2.2%	מתכוונת/ת לרכוש דירה מיד שנייה
2.3%	2.2%	4.5%	עדיין לא יודעת/ת, אין דעה

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

אפריל 2010	מרס 2010	פברואר 2010	קטגוריה
89.1%	87.9%	82.4%	לא מתכוונת/ת לרכוש מכונית
4.0%	4.4%	6.2%	מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה
4.2%	5.6%	5.6%	מתכוונת/ת לרכוש מכונית משומשת
2.7%	2.1%	5.8%	עדיין לא יודעת/ת, אין דעה

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

אפריל 2010	מרס 2010	פברואר 2010	קטגוריה
69.2%	69.8%	67.0%	לא מתכוונת/ת לרכוש מוצרים אלו
8.8%	8.1%	7.3%	בטוח שכן
13.6%	14.8%	14.9%	חושב שכן
8.3%	7.3%	10.7%	עדיין לא יודעת/ת, אין דעה

*טלוויזיה, מכונת כביסה, מזגן, מקרר, מקפיא, ידאו, מערכת סטריאו וכדומה

ומוצרים בני-קיימא. מלבד המידע שמתקבל לגבי תוכניות רכישה מעין אלו, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו. באפריל 2010 נרשמה ירידה קלה, זה החודש השני ברציפות, בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני-קיימא. שיעור הנכונות ירד באפריל ב-1.6 נ"א, לאחר ירידה של 0.3 נ"א במרס, והגיע לרמה של 31.3% מכלל המשיבים. למרות הירידה

המגמה בשוק הדיור: 8.4% מכלל המשיבים מתכננים רכישת דירה חדשה או מ"יד שנייה"

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. ■

הקלה, רמת הנכונות במאסר עדיין גבוהה, ודומה למדי לרמות שנרשמו בחודשי הגאות הכלכלית של קיץ 2007. בקיץ 2007, ערב משבר ה"סאב-פריים", בתקופה של גאות במשק, הביעו בין 32% ל-34% מהמשיבים נכונות לקנות מוצרים בני-קיימא.

בכוונות קניית דירה – חדשה או מ"יד שנייה" – נרשמה באפריל ירידה ל-8.4% מכלל המשיבים, לעומת 9.9% במאסר ו-9.6% בפברואר. ייתכן שהדבר קשור לציפייה להמשך עליית הריבית ולפרסומים בדבר העלייה המהירה של מחירי הדירות. גם בכוונות הציבור לקנות מכונית – חדשה או מ"יד שנייה" – נרשמה באפריל ירידה, מ-16.2% מכלל המשיבים במאסר ל-13.5% מהם בחודש שעבר. ■

מי בדרך לקנות מכונית? 18.5% מבעלי ההכנסה הגבוהה לעומת 7.9% מבעלי ההכנסה הנמוכה

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					
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10						
10.8	15.8	10.2	16.6	13.1	16.5	42.9	46.5	42.0	29.7	24.7	31.2	29.7	24.7	31.2	18.5	22.4	23.1							
20.2	12.1	17.3	18.5	12.5	14.1	42.8	48.2	45.5	21.1	27.2	23.1	21.1	27.2	23.1	18.5	22.4	23.1							
18.2	12.5	8.6	16.3	11.9	14.1	44.4	53.2	43.3	21.1	22.4	34.0	21.1	22.4	34.0	18.5	22.4	23.1							
7.7	19.5	11.8	18.6	14.2	12.9	47.7	44.2	49.8	26.1	22.0	25.6	26.1	22.0	25.6	19.8	24.2	29.9							
18.8	11.3	15.6	14.7	13.2	7.9	46.6	51.3	46.6	19.8	24.2	29.9	19.8	24.2	29.9	19.8	24.2	29.9							
14.9	16.9	15.2	20.5	2.3	20.7	39.1	27.5	47.8	25.5	53.4	16.3	25.5	53.4	16.3	25.5	53.4	16.3							
19.3	12.8	20.6	11.8	11.0	12.7	38.1	53.0	41.3	30.7	23.1	25.3	30.7	23.1	25.3	30.7	23.1	25.3							
8.8	11.8	5.7	25.4	13.6	14.4	36.1	43.2	47.0	29.7	31.5	32.9	29.7	31.5	32.9	29.7	31.5	32.9							
13.0	17.0	16.1	17.7	12.7	17.2	47.2	49.9	42.6	22.0	20.5	24.0	22.0	20.5	24.0	22.0	20.5	24.0							
20.1	12.2	15.1	15.0	11.8	14.6	42.1	48.1	43.2	22.7	27.9	27.1	22.7	27.9	27.1	22.7	27.9	27.1							
28.3	17.6	9.4	24.6	17.4	22.0	27.4	26.9	35.2	19.7	38.1	33.5	19.7	38.1	33.5	19.7	38.1	33.5							
16.6	11.9	14.5	15.4	16.4	15.4	42.3	47.9	46.8	25.7	23.8	23.3	25.7	23.8	23.3	25.7	23.8	23.3							
11.5	14.9	14.3	18.8	7.7	13.7	47.2	52.2	42.3	22.5	25.3	29.8	22.5	25.3	29.8	22.5	25.3	29.8							
19.9	14.9	21.1	24.1	18.1	15.0	30.9	40.7	46.2	25.1	26.3	17.8	25.1	26.3	17.8	25.1	26.3	17.8							
14.0	10.1	9.2	13.7	9.0	22.8	47.6	54.1	46.4	24.7	26.8	21.6	24.7	26.8	21.6	24.7	26.8	21.6							
8.2	10.9	10.4	13.3	9.9	13.8	53.5	51.7	38.8	24.9	27.5	36.9	24.9	27.5	36.9	24.9	27.5	36.9							
25.9	24.9	10.9	16.9	13.0	6.6	41.7	42.2	45.7	15.6	19.9	36.8	15.6	19.9	36.8	15.6	19.9	36.8							

כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי?

באחוזים	לא יודע						לא טוב						רגיל						טוב					
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10						
3.2	2.4	3.6	37.5	20.3	28.0	44.2	42.7	39.4	25.1	34.6	29.0	25.1	34.6	29.0	25.1	34.6	29.0							
5.1	3.8	4.6	37.7	34.4	39.4	38.8	41.9	40.4	18.5	19.9	15.5	18.5	19.9	15.5	18.5	19.9	15.5							
2.7	2.3	2.9	35.7	27.0	33.6	40.6	40.7	40.5	21.0	30.0	23.0	21.0	30.0	23.0	21.0	30.0	23.0							
1.2	8.2	2.5	36.0	26.7	33.7	36.6	41.0	31.1	26.1	24.0	32.7	26.1	24.0	32.7	26.1	24.0	32.7							
4.9	1.0	6.4	34.6	26.5	30.0	37.6	47.7	44.3	22.9	24.8	19.3	22.9	24.8	19.3	22.9	24.8	19.3							
0.0	0.0	3.3	24.9	27.3	25.5	48.1	33.9	50.8	27.0	38.7	20.4	27.0	38.7	20.4	27.0	38.7	20.4							
9.8	1.7	6.1	18.8	24.7	32.2	52.7	50.0	43.0	18.7	23.7	18.7	18.7	23.7	18.7	18.7	23.7	18.7							
0.0	1.4	1.2	51.2	39.5	33.5	33.6	41.9	50.3	15.2	17.2	14.9	15.2	17.2	14.9	15.2	17.2	14.9							
2.2	1.7	2.7	37.4	26.3	43.3	38.9	40.7	29.0	21.5	31.2	25.0	21.5	31.2	25.0	21.5	31.2	25.0							
7.3	4.2	6.3	23.3	24.6	28.9	45.9	43.8	42.8	23.5	27.4	22.0	23.5	27.4	22.0	23.5	27.4	22.0							
2.2	4.2	5.3	53.7	38.5	26.1	27.8	44.1	44.3	16.3	13.2	24.3	16.3	13.2	24.3	16.3	13.2	24.3							
4.0	3.7	7.4	33.9	34.4	50.5	42.7	36.6	27.9	19.4	25.3	14.2	19.4	25.3	14.2	19.4	25.3	14.2							
4.9	2.2	2.6	26.5	18.1	38.0	42.8	47.9	38.3	25.8	31.8	21.1	25.8	31.8	21.1	25.8	31.8	21.1							
5.3	3.4	4.1	42.9	39.6	44.4	36.1	41.4	34.8	15.7	15.6	16.7	15.7	15.6	16.7	15.7	15.6	16.7							
3.5	1.1	4.5	27.7	31.0	31.9	48.9	45.1	42.8	19.9	22.8	20.7	19.9	22.8	20.7	19.9	22.8	20.7							
3.6	2.6	5.6	24.5	16.6	31.5	41.6	42.4	39.9	30.3	38.4	23.1	30.3	38.4	23.1	30.3	38.4	23.1							
3.6	7.0	0.0	34.2	23.5	14.6	41.3	39.5	50.0	20.8	30.0	35.4	20.8	30.0	35.4	20.8	30.0	35.4							

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים?

באחוזים

	לא יודע						לא טוב						טוב					
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10
גברים	13.2	18.2	14.3	14.9	12.9	18.5	37.5	36.8	35.5	34.3	32.1	31.7	34.3	32.1	31.7	34.3	32.1	31.7
נשים	23.7	14.8	19.4	15.7	18.5	16.8	37.1	36.9	36.0	23.6	29.9	27.8	23.6	29.9	27.8	23.6	29.9	27.8
מוצא	16.3	15.6	14.4	14.9	14.8	14.3	41.7	41.2	44.5	27.1	28.4	26.8	27.1	28.4	26.8	27.1	28.4	26.8
ישראל אסיה	9.7	19.2	12.2	18.1	11.4	19.7	47.6	35.2	34.8	24.6	34.2	33.3	24.6	34.2	33.3	24.6	34.2	33.3
ישראל אירופה	21.2	10.9	17.8	10.6	21.3	17.4	42.4	38.4	36.0	25.8	29.5	28.7	25.8	29.5	28.7	25.8	29.5	28.7
אסיה	16.4	23.5	15.8	24.5	6.4	22.1	23.7	26.1	32.3	35.4	44.0	29.8	35.4	44.0	29.8	35.4	44.0	29.8
אירופה	28.0	17.6	26.9	6.9	16.5	12.3	25.1	36.2	31.2	40.0	29.7	29.6	40.0	29.7	29.6	40.0	29.7	29.6
גיל	13.3	9.7	11.1	24.9	16.1	16.0	42.6	39.1	42.3	19.2	35.1	30.7	19.2	35.1	30.7	19.2	35.1	30.7
29*18	12.6	16.6	13.8	16.0	12.7	20.9	40.5	44.5	39.8	30.9	26.2	25.5	30.9	26.2	25.5	30.9	26.2	25.5
49*30	25.4	18.2	21.3	11.7	17.7	15.7	32.5	31.3	30.9	30.4	32.8	32.1	30.4	32.8	32.1	30.4	32.8	32.1
+50	30.1	21.6	33.3	17.1	21.5	12.0	28.2	32.8	28.5	24.5	24.1	26.1	24.5	24.1	26.1	24.5	24.1	26.1
השכלה	18.6	13.2	14.0	17.7	18.2	20.0	38.2	34.6	34.8	25.6	34.0	31.2	25.6	34.0	31.2	25.6	34.0	31.2
עד 11 שנים	16.1	18.4	17.0	11.8	12.0	16.0	38.3	40.2	38.4	33.8	29.4	28.6	33.8	29.4	28.6	33.8	29.4	28.6
+15 שנים	24.1	21.7	24.3	18.9	17.3	21.0	31.5	31.0	30.5	25.5	30.0	24.2	25.5	30.0	24.2	25.5	30.0	24.2
מתחת למוצע	11.6	15.2	13.9	14.8	16.2	19.3	43.1	37.6	38.5	30.6	31.0	28.3	30.6	31.0	28.3	30.6	31.0	28.3
מוצעת	11.1	13.1	9.5	13.8	13.2	16.3	42.4	41.8	39.9	32.6	31.9	34.4	32.6	31.9	34.4	32.6	31.9	34.4
מעל למוצע	36.7	13.7	20.6	9.4	18.9	8.4	29.5	37.0	35.6	24.4	30.5	35.4	24.4	30.5	35.4	24.4	30.5	35.4
לא השיב																		

מה יהיה מצב האישי בעוד 6 חודשים?

באחוזים

	לא יודע						לא טוב						טוב					
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10
גברים	5.7	8.8	10.1	6.8	12.3	10.9	57.8	57.1	48.4	29.8	21.9	30.6	29.8	21.9	30.6	29.8	21.9	30.6
נשים	12.0	9.7	6.7	8.7	8.3	10.7	60.1	59.3	52.7	19.3	22.7	29.9	19.3	22.7	29.9	19.3	22.7	29.9
מוצא	6.1	7.1	5.0	5.2	7.5	5.8	56.3	53.9	48.3	32.5	31.5	40.9	32.5	31.5	40.9	32.5	31.5	40.9
ישראל אסיה	7.2	10.7	14.7	8.3	11.4	9.8	55.2	50.5	38.4	29.4	27.3	37.1	29.4	27.3	37.1	29.4	27.3	37.1
ישראל אירופה	12.0	10.7	6.5	5.7	13.9	14.4	64.0	57.4	61.6	18.2	18.1	17.5	18.2	18.1	17.5	18.2	18.1	17.5
אסיה	14.3	12.8	3.5	8.2	8.4	23.2	58.0	59.5	50.8	19.5	19.3	22.5	19.5	19.3	22.5	19.5	19.3	22.5
אירופה	12.3	9.4	10.9	6.3	11.5	5.1	62.3	67.8	61.0	19.1	11.3	23.0	19.1	11.3	23.0	19.1	11.3	23.0
גיל	6.8	2.6	2.2	10.7	4.8	9.1	45.2	53.4	39.6	37.3	39.3	49.1	37.3	39.3	49.1	37.3	39.3	49.1
29*18	3.3	8.0	8.9	7.2	6.3	14.1	59.0	53.5	41.5	30.6	32.3	35.6	30.6	32.3	35.6	30.6	32.3	35.6
49*30	14.0	12.0	10.0	6.8	14.6	9.6	64.6	63.2	60.9	14.7	10.2	19.6	14.7	10.2	19.6	14.7	10.2	19.6
+50	13.9	19.2	16.9	9.9	15.0	17.0	53.5	40.2	37.2	22.6	25.7	28.9	22.6	25.7	28.9	22.6	25.7	28.9
השכלה	9.0	8.2	7.7	8.4	8.7	11.1	58.5	58.0	50.0	24.1	25.1	31.2	24.1	25.1	31.2	24.1	25.1	31.2
עד 11 שנים	7.7	7.9	7.2	6.3	10.4	9.1	60.9	63.2	54.3	25.0	18.5	29.3	25.0	18.5	29.3	25.0	18.5	29.3
+15 שנים	10.0	11.0	9.8	10.3	16.9	16.4	52.1	54.3	47.0	27.6	17.8	26.8	27.6	17.8	26.8	27.6	17.8	26.8
מתחת למוצע	6.3	9.8	8.5	6.2	8.9	14.8	66.9	58.8	51.5	20.6	22.5	25.2	20.6	22.5	25.2	20.6	22.5	25.2
מוצעת	6.3	4.4	5.1	7.5	7.6	4.6	60.5	63.3	52.8	25.6	24.7	37.4	25.6	24.7	37.4	25.6	24.7	37.4
מעל למוצע	18.3	17.1	11.9	3.8	1.8	3.5	59.5	54.2	54.3	18.4	26.9	30.3	18.4	26.9	30.3	18.4	26.9	30.3
לא השיב																		

האם מתכוון לקנות דירה? ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

באחוזים

	לא יודע			כן, יז שנייה			כן, חדשה			לא מתכוון לקנות		
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10
מין	2.0	2.8	5.4	2.5	3.5	2.0	1.5	3.0	4.2	93.9	90.7	88.4
גברים												
נשים	5.3	1.6	3.7	2.0	2.5	2.3	1.6	3.7	3.7	93.9	92.3	90.3
מוצא	2.5	2.5	4.4	2.4	3.1	4.6	1.3	5.5	3.9	90.9	88.9	87.1
צבר												
ישראל אסיה	2.7	2.8	7.8	4.3	6.8	1.0	4.9	6.2	10.2	88.2	84.2	81.0
ישראל אירופה	1.4	0.0	5.5	2.5	1.4	1.4	1.4	4.4	2.7	94.7	94.2	90.3
אסיה	4.4	1.9	3.3	3.1	7.1	7.4	2.6	4.1	5.4	89.8	86.9	83.9
אירופה	0.0	2.4	4.0	1.5	0.8	0.8	0.0	0.0	0.9	98.5	96.8	94.3
גיל	2.8	5.3	5.2	1.3	6.0	4.7	2.1	4.5	8.0	93.8	84.3	82.1
29*18												
49*30	1.9	0.6	7.7	4.4	3.2	2.6	2.7	3.6	4.3	91.0	92.6	85.3
+50	2.4	1.7	2.3	1.0	1.4	0.9	0.5	2.9	1.7	96.2	94.0	95.1
השכלה	0.0	2.1	5.0	0.0	1.8	2.0	0.0	0.0	0.0	100.0	96.1	93.0
עד 11 שנים												
14*12 שנים	3.1	1.8	4.6	2.1	3.7	1.7	0.4	6.1	6.2	94.4	88.4	87.6
+15 שנים	1.7	2.5	4.4	3.0	2.5	2.7	3.4	1.3	2.1	91.9	93.7	90.8
הכנסה	1.7	2.5	3.0	3.7	1.3	1.1	1.6	1.9	0.6	93.0	94.3	95.4
מתחת לממוצע												
ממוצעת	2.2	2.1	4.6	1.1	2.9	3.1	0.0	1.1	6.3	96.7	93.9	86.0
מעל לממוצע	2.4	0.6	6.0	2.4	4.3	3.6	3.4	6.1	7.6	91.8	89.0	82.8
מגור	3.7	5.4	5.1	0.0	3.6	0.0	0.0	3.1	0.0	96.3	87.8	94.9
לא השיב												
חדר/דו	4.2	3.7	7.3	5.2	3.4	4.0	3.7	2.3	4.2	86.9	80.6	84.5
מסורתי	1.0	0.9	4.6	3.5	6.1	0.8	0.0	4.4	7.5	95.5	88.6	87.2
חילוני	2.5	2.0	3.8	0.6	1.6	2.6	1.7	4.0	2.4	95.2	92.5	91.1
ערבי	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	100.0	100.0	98.3
אזור חיוג	1.5	7.1	5.4	1.5	4.1	2.3	2.2	2.0	4.9	94.8	86.8	87.4
02												
03	2.2	0.7	4.9	5.5	4.5	2.7	2.1	5.4	1.0	90.3	89.3	91.4
04	3.2	0.0	2.4	0.8	1.0	1.0	0.0	0.9	2.5	96.0	98.1	94.1
08	3.1	2.2	6.1	0.0	3.0	2.8	3.8	3.0	5.0	93.1	91.7	86.0
09	0.0	3.9	4.9	1.3	0.0	2.4	0.0	4.2	7.5	98.7	91.9	85.3

האם מתכוון לקנות מכונת? ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

באחוזים

	לא יודע			כן, משומשת			כן, חדשה			לא מתכוון לקנות		
	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10	4/10	3/10	2/10
מין	3.5	3.5	5.9	4.6	6.3	4.6	5.3	4.3	7.1	86.6	85.9	82.4
גברים												
נשים	2.0	0.9	5.7	3.9	5.1	6.5	2.8	4.4	5.5	91.3	89.6	82.3
מוצא	0.6	2.5	5.6	6.6	12.0	6.8	5.1	3.0	7.1	87.6	82.4	80.5
צבר												
ישראל אסיה	5.3	1.5	8.5	4.3	9.4	5.1	1.2	4.0	5.3	89.1	85.1	81.0
ישראל אירופה	4.9	2.4	3.9	2.9	0.0	1.2	1.4	3.0	9.8	90.8	94.6	85.0
אסיה	11.9	0.0	10.1	2.8	7.9	7.6	5.7	8.9	2.7	79.6	83.1	79.6
אירופה	0.0	1.6	3.6	2.6	1.5	3.4	2.8	2.3	4.0	94.7	94.6	88.9
גיל	0.9	1.3	4.6	6.6	7.9	9.8	10.3	2.8	7.9	82.3	88.0	77.6
29*18												
49*30	2.6	2.6	7.9	4.7	9.4	8.2	4.5	4.4	5.5	88.1	83.6	78.4
+50	3.5	1.6	5.0	3.0	2.1	2.4	1.5	4.9	6.2	92.0	91.4	86.4
השכלה	1.6	4.2	7.1	2.2	11.0	5.0	0.0	2.7	0.0	96.2	82.1	87.9
עד 11 שנים												
14*12 שנים	2.7	1.3	7.0	4.9	2.4	6.6	3.6	4.2	4.6	88.8	92.2	81.8
+15 שנים	3.0	2.4	4.2	3.8	7.8	4.5	5.5	5.1	9.4	87.7	84.7	81.9
הכנסה	1.5	0.7	4.2	0.6	3.1	4.3	2.7	2.8	3.7	95.2	93.4	87.7
מתחת לממוצע												
ממוצעת	2.2	1.9	7.1	6.4	7.7	7.8	3.7	5.6	4.4	87.7	84.8	80.7
מעל לממוצע	4.2	1.7	6.3	6.8	5.8	6.5	6.0	6.8	11.3	83.0	85.7	75.8
מגור	3.8	7.0	6.8	3.8	8.4	3.3	3.6	0.0	3.5	88.8	84.5	86.4
לא השיב												
חדר/דו	2.1	2.9	2.6	1.7	7.4	7.0	2.9	1.9	3.5	93.3	87.9	86.9
מסורתי	5.4	0.0	7.1	2.6	6.9	2.6	5.3	2.7	6.8	86.7	90.3	83.5
חילוני	2.5	2.2	5.9	6.0	5.2	4.5	2.2	5.1	6.9	89.3	87.6	82.7
ערבי	0.0	2.9	7.6	5.3	0.0	14.9	10.8	13.1	8.4	83.8	84.0	69.1
אזור חיוג	1.5	1.6	2.0	5.1	1.3	5.0	0.0	3.6	1.3	93.4	93.6	91.6
02												
03	3.8	1.6	4.7	5.4	9.1	2.6	5.0	4.3	6.1	85.9	85.0	86.6
04	1.6	0.0	5.4	4.9	6.9	5.0	6.1	5.9	7.6	87.5	87.2	81.9
08	3.0	3.3	10.0	1.3	3.9	12.9	0.0	4.9	6.4	95.7	87.9	70.7
09	4.0	6.0	7.1	2.0	1.8	3.7	6.9	2.0	8.6	87.0	90.2	80.7

פרופילים

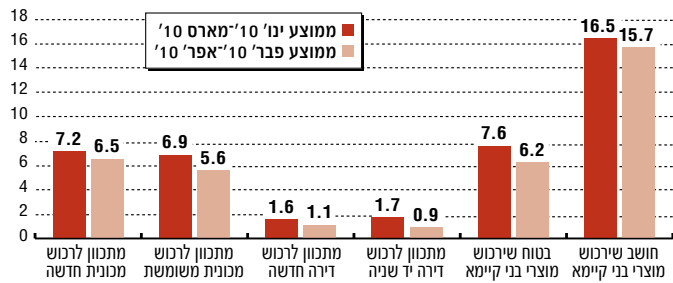
הפרופילים מאפשרים מעקב לאורך זמן על השינויים והמגמות בכוונות הקנייה של קבוצות שונות באוכלוסייה

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. ■

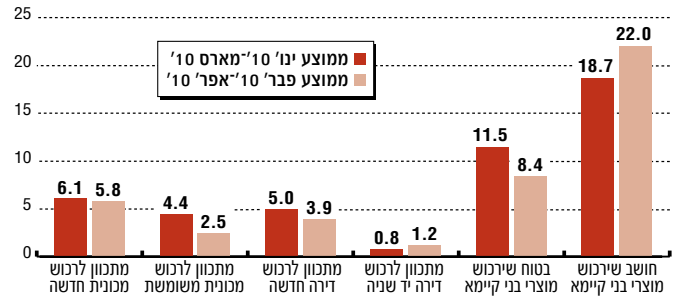
האם מתכוון לקנות מוצרים בני קיימא ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב- **לא מתכוון לקנות** **בוטח שמתכוון לקנות** **חושב שמתכוון לקנות** **לא יודע**

מין	גברים	נשים	צבר	ישראל אסיה	ישראל אירופה	אסיה	אירופה	גיל	29*18	49*30	+50	השכלה	עד 11 שנים	14*12 שנים	+15 שנים	הכנסה	מתחת לממוצע	ממוצעת	מעל לממוצע	לא השיב	מגזר	חרדי/דתי	מסורתי	חילוני	ערבי	אזור חיוג	02	03	04	08	09				
מין	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
מוצא	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
גיל	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
הכנסה	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
מגזר	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
אזור חיוג	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
02	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
03	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
04	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
08	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9
09	69.4	67.4	66.2	69.5	74.4	77.7	70.1	70.4	61.1	66.4	64.0	79.9	73.3	69.1	73.0	64.7	80.6	67.9	63.0	64.2	74.0	69.4	74.1	68.2	56.9	76.5	75.7	73.0	67.3	72.8	66.6	65.3	58.9	53.7	69.9

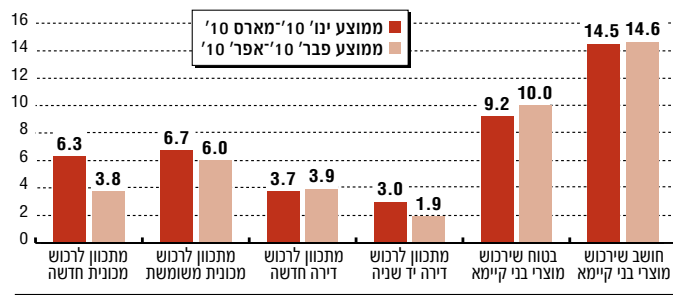
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 04



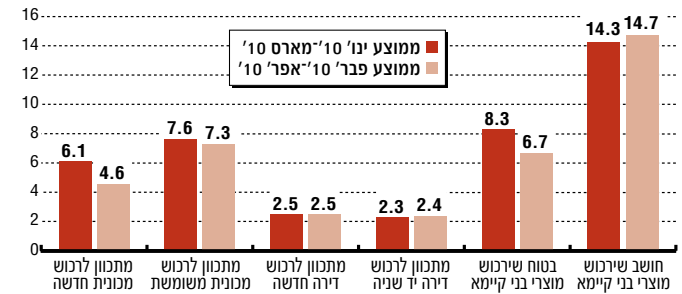
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 09



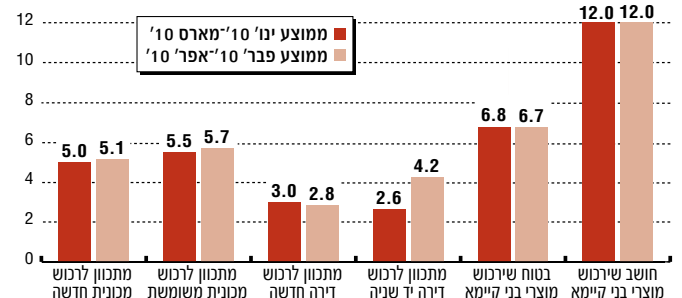
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 08



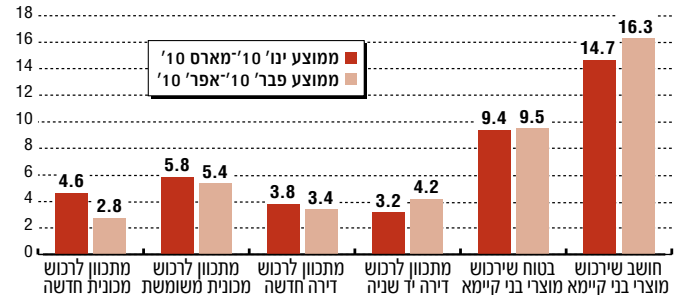
פרופיל כוונות קנייה בעלי הכנסה ממוצעת



פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 03



פרופיל כוונות קנייה אוכלוסיה חרדית/דתית



שיעורי סירוב

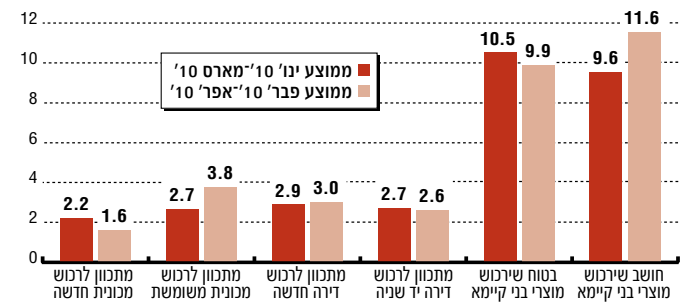
השאלות נועדו לתקף הממצאים של המדד, אשר מעריך בדרך עקיפה את סנטימנט הצרכנים

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.

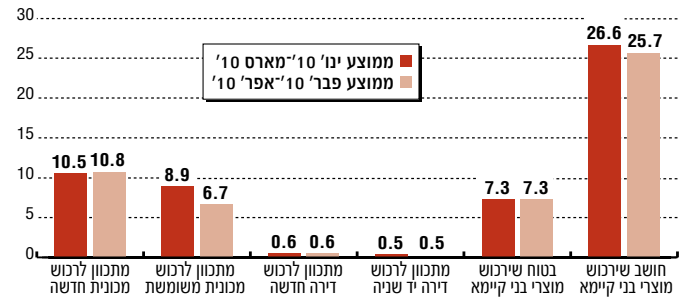
הסקר חוזר על עצמו כל חודש ועובדה זו מאפשרת לעקוב אחרי ההתפתחויות בשיעורי הסירוב, כמדד לסנטימנט הציבור. בכך הוא גם מוסיף מידע לגבי המצב בשווקים של אותם מוצרים אליהם מתייחסות השאלות. מידע נוסף אפשר להשיג על ידי פילוח דמוגרפי של התשובות, ובדרך זו לקבל תמונה מהימנה יותר של כוונות הצרכנים.

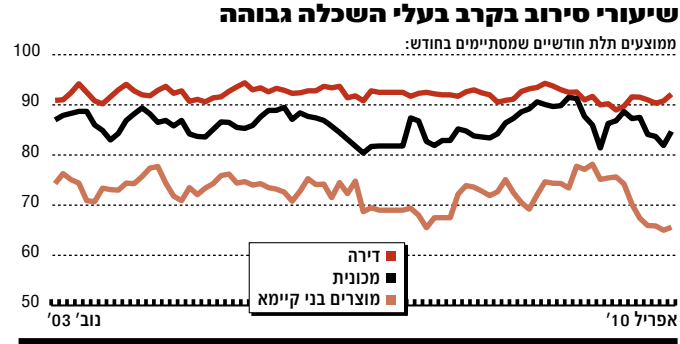
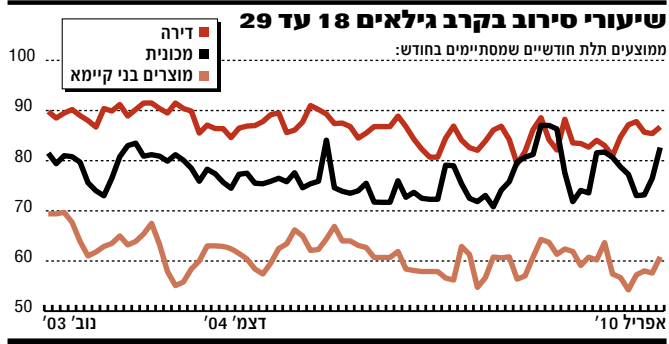
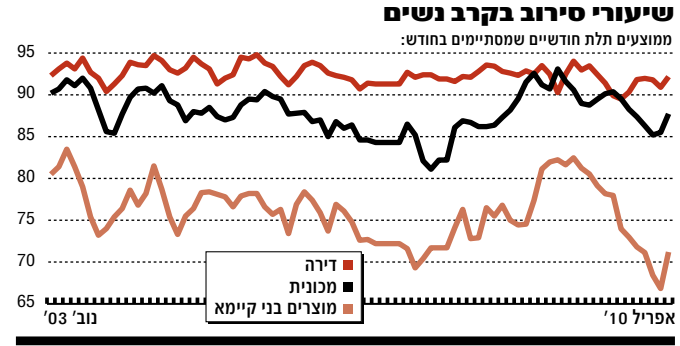
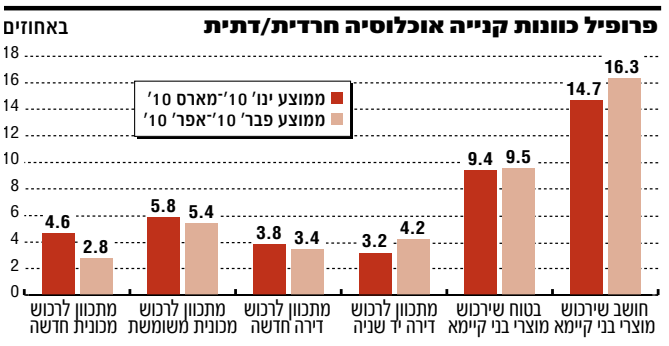
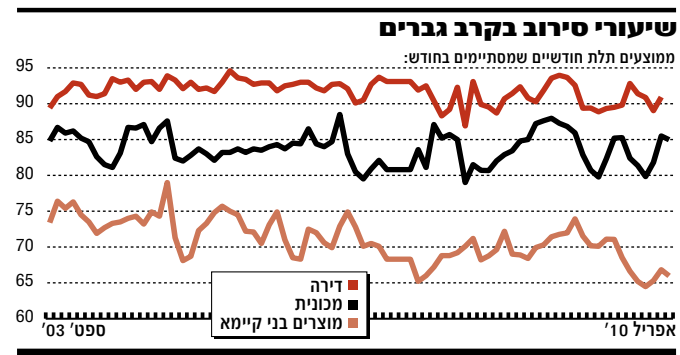
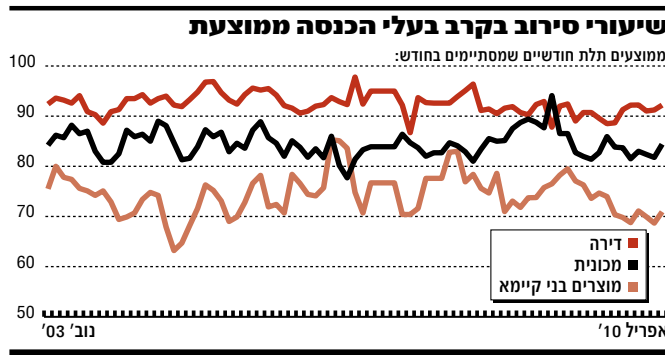
יש להביא בחשבון, שקל יותר לממש כוונה לא לרכוש מוצר מסוים, מאשר להוציא לפועל תוכנית כזו, על כן שיעורי הסירוב משמשים אינדיקטור מהימן למה שצפוי בתחום הרכישות הלא שוטפות בחודשים הקרובים. ■

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: 03-9538724

research@globes.co.il

www.globes.co.il/research

גלובס מחקרים

הופכים ידע לתועלת

בשיתוף
PRICEWATERHOUSECOOPERS 
קסלמן וקסלמן

גרפיקה: שרון בנימין • **ריכוז גרפים וטבלאות:** מחלקת אינפוגרפיקס • **מידענית:** קים לב

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