



מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

דצמבר 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 : 3.2.2010

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 ביר 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

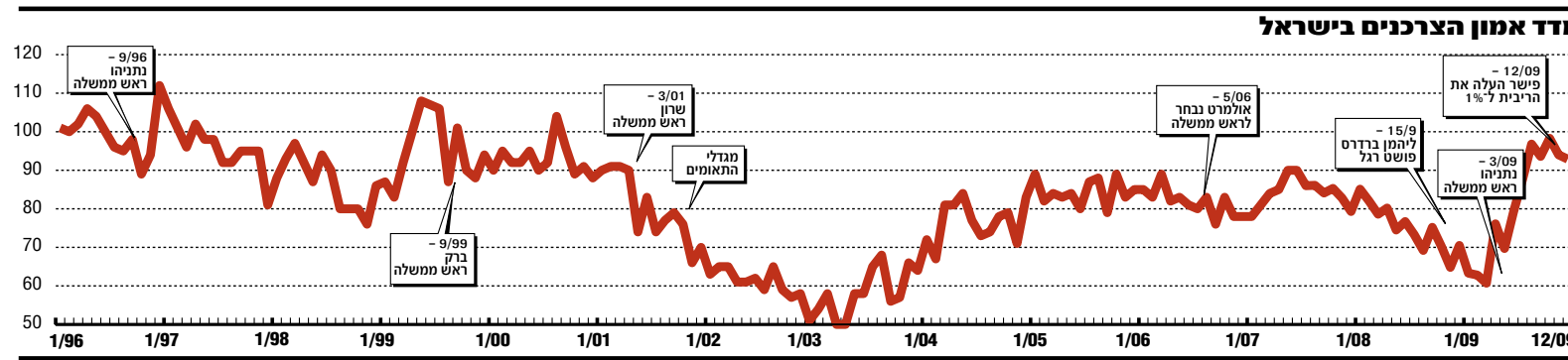
תמצית מנהלים

הציבור קר רוח

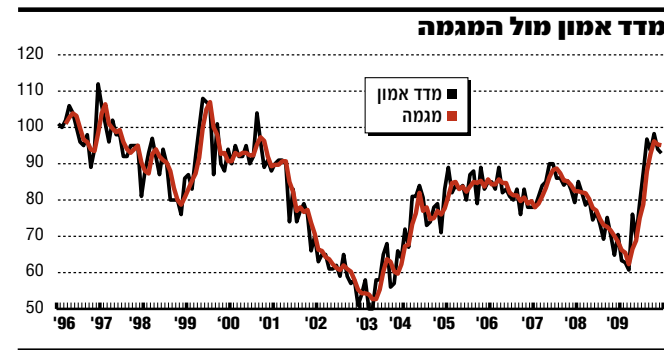
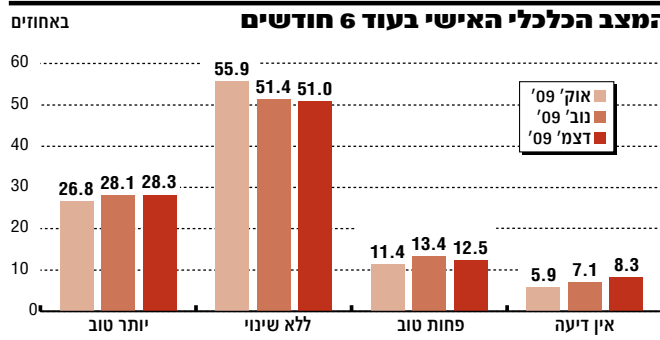
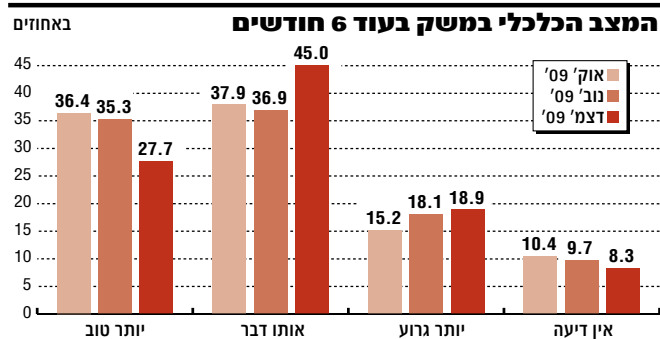
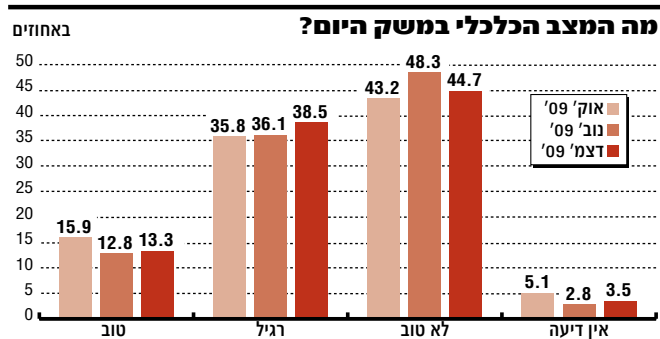
- **מדד אמון הצרכנים בישראל ירד בדצמבר ב-1.1 נקודות ל-92.9 נקודות; עדיין שווה ברמת שיא אין שינוי מההערכה בנובמבר: הצריכה הפרטית תמשיך לגדול גם ברבע הראשון של 2010**
- **עלייה בכוונות רכישת מוצרים בני-קיימא: 31.5% מהמשיבים מתכננים רכישה לא שוטפת בששת החודשים הקרובים**
- **מבט עולמי: מדד אמון הצרכנים בארה"ב עלה בדצמבר; בגרמניה נרשמה ירידה**

מדד אמון הצרכנים בישראל רשם ירידה זעירה בדצמבר וחתם שנה בה נרשמה התאוששות מרשימה בביטחון הכלכלי של משקי הבית. עם זאת, בשליש האחרון של השנה הפכו הצרכנים הססניים יותר. כפי שניתן להתרשם מההתפתחויות בארץ ובעולם, השחיקה באמון בחודשים האחרונים קשורה לדאגה מפני המצב הכלכלי הגלובלי, ולא להתפתחויות מקומיות אשר דווקא הצביעו על שיפור במצב הכלכלי. צריך לציין, כי גם נתוני המגמה ירדו, גם אם בצורה מזערית, לאחר שבעה חודשים של עלייה רצופה. למרות ירידה דו-חודשית זו, מדד האמון עדיין קרוב לרמות שיא שלא נראו במשק הישראלי כמעט עשור. לפיכך, תחושת הצרכנים עדיין "טובה" אם כי חלה שחיקה מסוימת שבאה לידי ביטוי במיוחד ברכיב המתייחס למצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. לכן, גם החודש נראה שהירידה במדד היא בבואה של ההתפתחויות בחו"ל ושל החשש בעולם מפני הרעה מחודשת במצב הכלכלי. מדד אמון הצרכנים של גלובס ירד בדצמבר ב-1.1 נקודות והגיע ל-92.9 נקודות (1996 = 100) לאחר ירידה של 4.3 נקודות בנובמבר ועלייה של 4.7 נקודות באוקטובר. נתון המגמה של

נראה שהירידה במדד היא בבואה של ההתפתחויות בחו"ל



44.7%
מהמשיבים
מגדירים את
מצב המשק
"כ"לא טוב"
48.3%
לעומת
מהמשיבים
בנובמבר



המדד, המבוסס על ממוצעים תלת-חודשיים נעים, רשם ירידה זעירה של 0.2 נקודות והגיע ל-95.1 נקודות.

ירידת המדד החודש נובעת, כאמור, מהרעה בציפיות הציבור לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. לגבי הרכיבים המתייחסים למצב הכלכלי השוטף, והמצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים, נרשמו עלייה או יציבות. מגמות אלה שונות במקצת מהמגמות בספטמבר ובאוקטובר שגם בהם ירד המדד.

גם בדצמבר הושפע הציבור מהשיח הכלכלי מעבר לים, ובעיקר הגיב לחששות מפני משבר כלכלי-פיננסי נוסף. ניתן לשער שהציבור מעריך שאם יתחדש המשבר בחו"ל הרי שתהיה לכך השפעה מיידית ורבת עוצמה על המשק המקומי. לתשומת לב פחותה זכו נתונים חיוביים דווקא אודות כלכלת ישראל ובפרט רצף העליות במדד המשולב של בנק ישראל ונתוני הצמיחה ברבע השלישי.

בניגוד לחודשים קודמים, אך שוב בדומה לנובמבר, הציבור גם לא התרשם מהעלייה של מחירי ני"ע בשוק ההון. ייתכן שהדבר קשור להערכה ש"בסופו של יום" מחירי ני"ע בשוק המקומי "ישרו קו"

ירידת המדד
נובעת מהרעה
בציפיות לגבי
המצב הכלכלי
בעוד שישה
חודשים

ספקות באשר לכיוון השווקים הפיננסיים בחו"ל מחלחלים באופן עקיף לתחושות הצרכנים בישראל

עם הנעשה בחו"ל. לפיכך ספקות באשר לכיוון השווקים הפיננסיים בחו"ל מחלחלים באופן עקיף לתחושות הצרכנים בישראל. יש לציין, כי דווקא בארה"ב, בה התגברה הדאגה מפני האבטלה ו/או משבר מחודש, עלה מדד אמון הצרכנים בעריכת ה-Conference Board ל-52.9 נקודות בדצמבר לעומת 50.6 נקודות בנובמבר. בספטמבר, עם זאת, המדד כבר הגיע לרמה של 53.4 נקודות. במקומות אחרים נרשמו ירידות במדדי האמון, בדומה למה שקרה בישראל. בגרמניה, למשל, ירד המדד מ-3.6 נקודות בסוף נובמבר ל-3.3 בסוף דצמבר. לאור העליות במדד האמון מוקדם יותר השנה והנתונים שיוצגו מייד לגבי הנכונות לבצע קניות לא שוטפות, נותרת בעינה ההערכה שהצריכה הפרטית תמשיך לגדול גם במהלך החודשים הראשונים של 2010. זאת לאחר שברבע השלישי של 2009 נרשמה עלייה של 6.9% (קצב שנתי) בצריכה הפרטית לנפש, לאחר עלייה של 6.4% (קצב שנתי) ברבע השני. ההערכה בדבר תוואי הצריכה הפרטית מתבססת, כאמור, על נתוני מגמת המדד אשר משקפים ממוצעים נעים תלת-חודשיים. בסוף דצמבר 2009 עמד נתון המגמה של המדד על 95.1 נקודות לעומת 95.3 נקודות בסוף נובמבר. מדובר אמנם בירידה, אך לרמה שהיא עדיין גבוהה למדי ביחס לחודשים קודמים.

המדד המורחב

מדד האמון ה"מורחב", אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות גם שאלה בדבר ציפיות הציבור בנוגע לתחום התעסוקה, ירד בדצמבר ב-0.9 נקודות לאחר ירידה של 5 נקודות בנובמבר ועלייה של 4.2 נקודות באוקטובר. ביחס לסוף שנת 2008 עלה המדד המורחב ב-30.6 נקודות.

בכוונות רכישת מוצרים בני קיימא נרשמה עלייה מ-30% מכלל המשיבים בנובמבר ל-31.5% מהם בדצמבר

סקר גלובס כולל מאז יולי 2003 שאלות לגבי תוכניות קנייה של דירות, מכונות 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 שבכוונות רכישה של מוצרים בני-קיימא נרשמה עלייה מ-30% מכלל המשיבים בנובמבר ל-31.5% מהם בדצמבר, חודש שלישי של עלייה לאחר יציבות יחסית בחודשים יולי, אוגוסט וספטמבר.

מדד גלובס לאמידת אמון הצרכנים מבוסס על סקר שמבוצע מזה 13 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. 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 אשר נערך במחלקת המחקר של בנק ישראל העלה, כי מדד אמון הצרכנים של גלובס מחקרים יכול לחזות רבע אחד עד שני רבעונים את ההתפתחויות בצריכה הפרטית, תוך הוספת מידע על הצפוי בעתיד הקרוב, מעבר למה שניתן ללמוד ממשנתנים אחרים במשק.

הממצאים

שנת 2009 מגיעה אל קיצה כאשר משקי הבית בישראל הרבה יותר אופטימיים מכפי שהיו אך לפני שנה, אך גם יותר הססנים בנוגע לעתיד המשק מכפי שהיו לפני ארבעה חודשים. אם נחלק את השנה לשלישים, ניתן לדבר על שליש ראשון בו שלטה הפסימיות, עם שינוי כיוון בחודש אפריל, שליש שני בו התהפכה המגמה והאופטימיות שבה ובעוצמה רבה ושליש אחרון בו התרבו סימני השאלה.

כפי שצוין בחוברת המדד הקודמת נראה שהציבור מפגין חשש מסוים נוכח ההתפתחויות בחו"ל. בעולם רווחים פרסומים בדבר סכנה לגלישה למיתון נוסף. בין היתר בצל ידיעות בדבר הקשיים הפיננסיים של דובאי ושל מספר מדינות באירופה. דאגות אלה השפיעו במיוחד על הציפיות למרות נתונים מעודדים לגבי ביצועי המשק המקומי ברבע השלישי. אף על פי כן, לאור מכלול הנתונים של המדד ניתן לחזור על הקביעה שמבחינת הישראלים המיתון נגמר.

מדד אמון הצרכנים ירד ב-1.1 נקודות בדצמבר לאחר ירידה של 4.3 נקודות בנובמבר ועלייה של 4.7 נקודות באוקטובר. בעקבות הירידה החודש הגיע המדד בסוף נובמבר ל-92.9 נקודות (100 = 1996). מתחילת השנה עלה המדד ב-29.6 נקודות והנתון השוטף של מדד דצמבר עדיין גבוה ב-2.9 נקודות לעומת רמתו ביוני 2007.

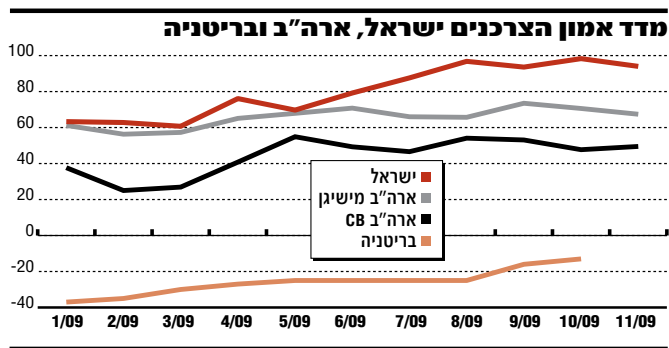
בישראל התפרסמו לאחרונה נתונים שהצביעו על הרחבת הפעילות הכלכלית. המדד המשולב לבחינת מצב המשק

לאור מכלול הנתונים ניתן לחזור על הקביעה שמבחינת הישראלים המיתון נגמר

אין ספק שכיוון מדד האמון בחודשיים האחרונים מעיד על חשש

בעריכת בנק ישראל עלה בנובמבר ב-0.6% (עם זאת, תוקנו כלפי מטה אומדנים קודמים) והמשק צמח ברבע השלישי ב-2.2% (קצב שנתי). הציבור, נציין שוב, העדיף ככל הנראה להתייחס פחות לנתונים מבית.

התפתחויות בשוקי ההון הן על פי רוב אחד מהגורמים המסבירים את השינויים באופטימיות בקרב הציבור הרחב. בחודשים קודמים הקשר בין ההתפתחויות בבורסה לבין מדד האמון היה ברור יותר. בדצמבר ונובמבר הציבור היה קשוב לחו"ל כך שהעליות בשוק ההון המקומי השפיעו פחות. למרות זאת, יש להניח שההתפתחויות בשווקים הפיננסיים יחזרו להשפיע בעתיד על כיוון המדד בשל האמונה שיש במחירי ני"ע כדי לנבא את הכיוון והעוצמה של הפעילות הכלכלית. יחד עם זאת, בארה"ב ישנן עדיין תנודות לא קטנות במדד האמון עקב חשש הציבור האמריקני מפני עלייה באבטלה, והשבריריות של ההתאוששות הכלכלית. בארה"ב עלה מדד אמון הצרכנים בעריכת ה-Conference board בחודש דצמבר בפעם השנייה ברציפות. בדצמבר עלה המדד האמריקני



ההערכות לגבי מצב המשק בהווה מצביעות דווקא על עלייה מחודשת באופטימיות

ל-52.9 נקודות, בהתאם לציפיות השוק, לעומת נתון מעודכן לנובמבר של 52.9 נקודות. בגרמניה רשם המדד בסוף דצמבר ירידה של 0.3 נקודות ל-3.3 נקודות, לאחר ירידה של 0.4 נקודות בסוף נובמבר. הירידות בחודשיים האחרונים נרשמות לאחר עליות שנמשכו כשנה. גם בבריטניה נרשמה ירידה נוספת, שנייה ברציפות במדד אמון הצרכנים.

אין ספק שכיוון מדד האמון בחודשיים האחרונים מעיד על חשש, אך אין לראות בכך עדות לחזרה לדפוסים שאפיינו את שלהי 2008 וראשית 2009. גם אם נתוני המגמה של המדד מצביעים על ירידה קלה לאחר עלייה רצופה בחודשים אפריל-אוגוסט, הרי שההנחה היא שמדובר בתחושה שעשויה להתחלף בשבועות הקרובים באופטימיות.

מגמת המדד: ירידה קלה שנייה ברציפות

נתון המגמה של המדד ירד בדצמבר ב-0.2 נקודות לאחר ירידה של 0.9 נקודות בנובמבר ועלייה של 3.5 נקודות באוקטובר. נתון המגמה עמד בסוף דצמבר על 95.1 נקודות. הייתה זו ירידה שנייה ברציפות בנתון המגמה של המדד לאחר שבעה חודשים של עלייה רצופה.

מבט רחב יותר על ממצאי המדד ממשיך לספר שמבחינת הציבור המיתון בישראל חלף והמשק חוזר לצמוח. 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. בזכות העליות אשר נרשמו עד אוקטובר, שב ועלה נתון המגמה אל מעבר לרמתו ביולי 2007, ולמעשה נותר קרוב לרמות שיא רב-שנתיות.

יש לציין, כי ההערכות לגבי מצב המשק בהווה מצביעות על עלייה מחודשת באופטימיות. הירידה במדד נגזרת בעיקר מהציפיות לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים. ייתכן לפיכך שבחודשים הבאים יובילו נתונים כלכליים "מקומיים" חיוביים לשיפור בציפיות.

צריכה פרטית: המשך גידול גם ב-2010

היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. ברבע השלישי של 2009 נרשמה עלייה של 6.9% (קצב שנתי) בצריכה פרטית לנפש לאחר עלייה של 6.4% (קצב שנתי) ברבע השני וירידה של 5.2% (קצב שנתי) ברבע הראשון.

על פי נתוני הלמ"ס, בהוצאה לנפש על מוצרים בני-קיימא נרשמה ברבע השלישי עלייה של 51.5% (קצב שנתי), לאחר עלייה של 19.6% (קצב שנתי) ברבע השני. כמו כן, נתוני המגמה שפורסמו בדצמבר מצביעים על התרחבות של 3.6% (קצב שנתי) בפדיון המסחר הקמעונאי בין אוגוסט לאוקטובר 2009.

נתונים אלה מאשרים פעם נוספת את התפנית בביקושי משקי הבית. למרות הירידה במדד האמון בנובמבר ובדצמבר, ממצאים אחרים של המדד מאותתים על כך שהצריכה הפרטית תמשיך לגדול במחצית הראשונה של 2010.

נציין בהקשר זה שנתון המגמה בנוגע לכוונות הציבור לרכוש מוצרים בני-קיימא שב ועלה בדצמבר לאחר שירד בנובמבר.

נתוני המשק מאשרים פעם נוספת את התפנית בביקושי משקי הבית

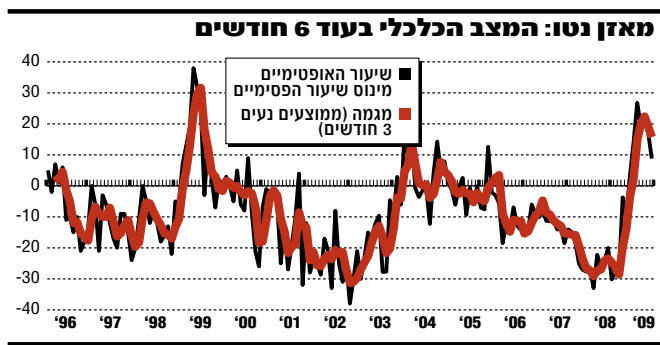
**מצב המשק
בהווה: נתון
המגמה של
המאזן נטו עלה
בדצמבר ב-2.3
נקודות אחוז**

ברכיב זה עלייה מצטברת של 37.8 נ"א, כאשר בשלושת החודשים האחרונים נרשמה עלייה של 6.9 נקודות. בקיץ 2007 עמד המאזן נטו של הרכיב על מינוס 19.7 נ"א בלבד, כלומר 15.8 נקודות מעל רמתו בתום דצמבר. בספטמבר 2008, עם קריסת ליהמן ברדרס, עמד הנתון השוטף של רכיב זה על מינוס 37 נ"א.

נתון המגמה של רכיב זה עלה בדצמבר ב-2.3 נ"א, לאחר עלייה של 1.1 נ"א ו-6.4 נ"א בנובמבר ובאוקטובר, בהתאמה. נתון המגמה עלה בשבעת החודשים האחרונים ב-34.5 נ"א. ביולי 2007 עמד נתון המגמה של הרכיב על מינוס 19.8 נ"א ואילו בספטמבר 2008 ירד למינוס 39.2 נ"א. בסוף דצמבר 2009 עמד נתון המגמה על מינוס 31.4 נ"א על אף העליות שנרשמו בו מוקדם יותר השנה.

עמיד המשק: הרעה חדה בנתון השוטף

הנתון השוטף של רכיב המדד אשר מתייחס למצב הכלכלי

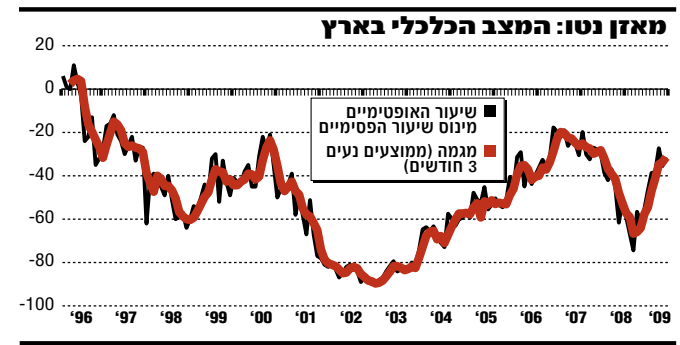


תפקוד המשק בהווה: עלייה קלה בנתון המגמה

בשלב זה כדאי לפרט קצת יותר את הממצאים הכמותיים לגבי רכיבי המדד השונים. בנייתוח 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).

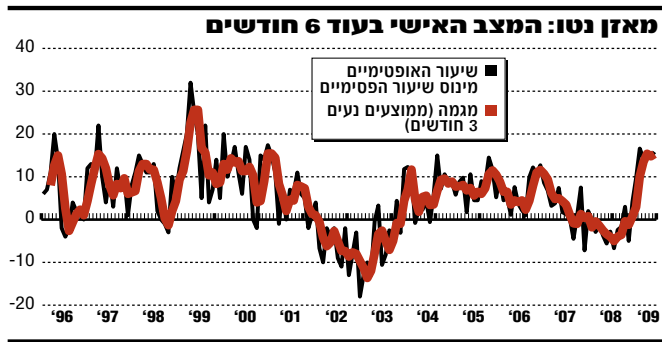
הנתון השוטף של הרכיב שמתייחס לתפקוד השוטף של המשק עלה בדצמבר ב-4.1 נקודות אחוז (נ"א) לאחר שבנובמבר ירד ב-8.2 נקודות נ"א ובאוקטובר עלה ב-11 נ"א. הנתון השוטף של הערכה נטו - כאמור הפער בין שיעור האופטימיים לבין שיעור הפסימיים - הגיע בסוף נובמבר 2009 למינוס 31.1 נ"א.

התנודות בערכים השוטפים של רכיב זה משקפות את הקושי של הציבור להעריך את מצב המשק. מאז מארס נרשמה



**תפקוד המשק:
התנודות
של רכיב זה
משקפות את
הקושי של
הציבור להעריך
את המצב**

הציפיות לגבי שוק העבודה נמשכת: 32.6% מהמשיבים צופים שיפור לעומת 14.8% בינואר השנה



המדד המורחב: כבר לא בשיא כל הזמנים

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 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. 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.

הנתון השוטף של הרכיב המתייחס למצב הכלכלי של המשק רשם בדצמבר עלייה של 4.1 נקודות אחוז

של המשק בעוד שישה חודשים ירד בדצמבר ב-8.4 נ"א לאחר ירידה של 4 נ"א בנובמבר ועלייה של 2 נ"א באוקטובר. העלייה ברכיב זה מאז מארס מסתכמת אמנם ב-37.9 נ"א, אבל מאז סוף אוגוסט כבר נרשמה ירידה של 18 נ"א, דבר שמצביע על ירידה משמעותית באופטימיות של הציבור. בדצמבר עמד הנתון השוטף של המאזן נטו על 8.8 נ"א לעומת 17.2 נ"א בנובמבר. עם זאת, בינואר 2009 נתון המגמה של רכיב זה על מינוס 30.2 נ"א. הפער בין שיעור האופטימיים לבין שיעור הפסימיים משקף שינוי חד בהערכת הציבור ועומד ברקע עליית מדד האמון בחודשים האחרונים למרות הירידות בנובמבר ובדצמבר.

נתון המגמה של המאזן נטו של הרכיב ירד בדצמבר ב-3.5 נ"א בהמשך לירידה של 3.2 נ"א בנובמבר ועלייה של 2.4 נ"א באוקטובר. נתון המגמה עמד בסוף נובמבר על 15.7 נ"א, ב-43.1 נ"א מעל רמתו בעת השפל אליו נקלע במארס 2009.

עתיד הכיס הפרטי: ירידה קלה באופטימיות

הנתון השוטף של רכיב המדד אשר מתייחס למצב הכלכלי האישי עלה בדצמבר ב-1.1 נ"א ל-15.8 נ"א לאחר ירידה זעירה של 0.7 נ"א בנובמבר ועלייה של 1.2 נ"א באוקטובר. נתון המגמה של הערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי עלה בדצמבר ב-0.5 נ"א לאחר ירידה של 0.6 נ"א בנובמבר ועלייה של 1.9 נ"א באוקטובר. למעשה, נתון המגמה של הרכיב שמר על רצף עליות בחודשים יוני-אוקטובר אשר נקטע בנובמבר, והתחדש בדצמבר שבו עלה נתון המגמה של המאזן נטו ל-15.3 נ"א.

**ממצאי דצמבר
מעידים על
התכנסות
מחודשת של
ציפיות הקבוצות
השונות**

בנתון המגמה של הרכיב נרשמה בדצמבר ירידה של 0.4 נ"א, לאחר ירידה של 1.4 נ"א בנובמבר ועלייה של 4.7 נ"א באוקטובר. בסוף דצמבר הגיע נתון המגמה לרמה של 15.4 נ"א.

תפקוד המשק: התכנסות מחודשת של הקבוצות
כאשר בוחנים את ההערכות בקרב קבוצות האוכלוסייה השונות לגבי ארבעת הרכיבים של המדד המורחב, מגלים שיש התכנסות מחודשת הן בדעות לגבי התפקוד השוטף של המשק והן בציפיות.

הכיוון הכללי של כל אחד מארבעת הרכיבים דומה בין הקבוצות, כאשר גם בתוך כל קבוצה (למשל "קבוצת הכנסה" המחולקת לבעלי הכנסה גבוהה, בינונית ונמוכה) יש דימיון בכל הקשור לציפיות. עם זאת, עדיין ניכרים פערים ברורים במידת הפסימיות והאופטימיות.

בקרב מרבית הקבוצות התמונה דומה למדי - עלייה בהערכה לגבי תפקוד המשק, הרעה בציפיות לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים ולגבי שוק העבודה ויציבות יחסית בציפיות לגבי המצב הכלכלי האישי. עיקר ההבדלים מתייחסים, כאמור, לרמות של פסימיות ואופטימיות בין הקבוצות השונות.

רכישת מוצרים בני-קיימא: עלייה 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 ומוצרים בני-קיימא. מלבד המידע שמתקבל לגבי תוכניות רכישה מעין אלו, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו.

בסוף דצמבר עמד הערך השוטף של המדד המורחב על 90.1 נקודות לעומת 91 נקודות בסוף נובמבר - ירידה של 0.9 נקודות לאחר ירידה של 5 נקודות בנובמבר ועלייה של 4.2 נקודות באוקטובר.

נתון המגמה של המדד המורחב ירד ב-0.5 נקודות בדצמבר לאחר ירידה של 1.1 נקודות בנובמבר ועלייה של 3.9 נקודות באוקטובר. בסוף דצמבר הגיע נתון המגמה של המדד המורחב ל-92.4 נקודות, באוקטובר 2008, מייד לאחר קריסת ליהמן ברדרס, עמד נתון המגמה על 64.1 נקודות.

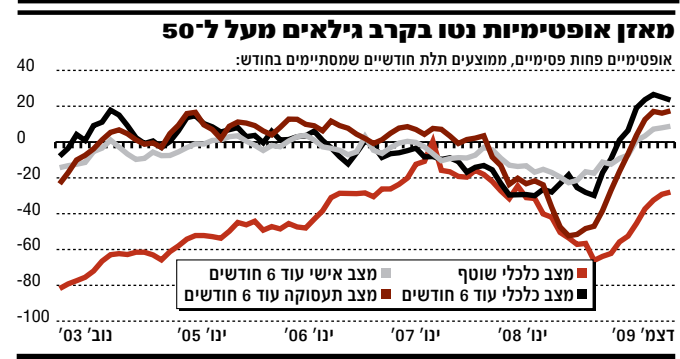
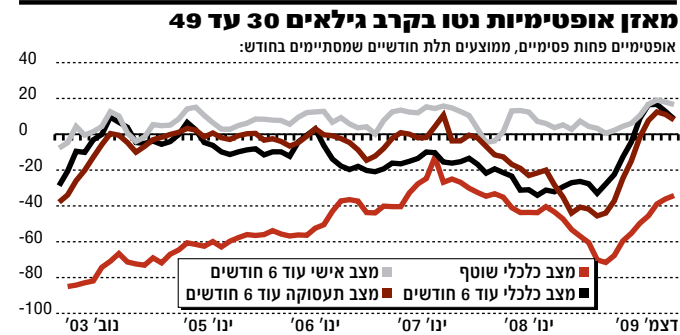
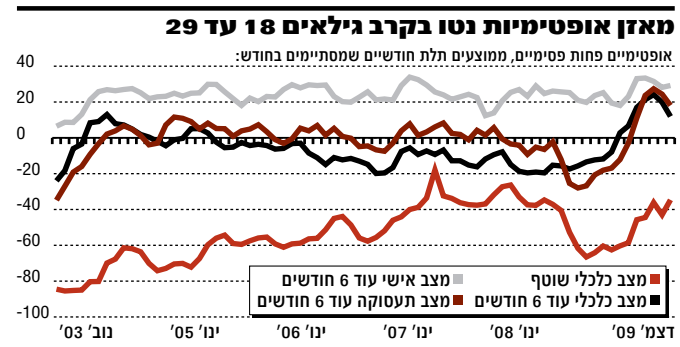
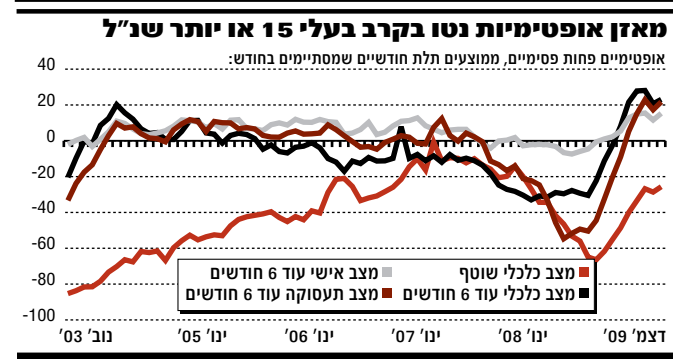
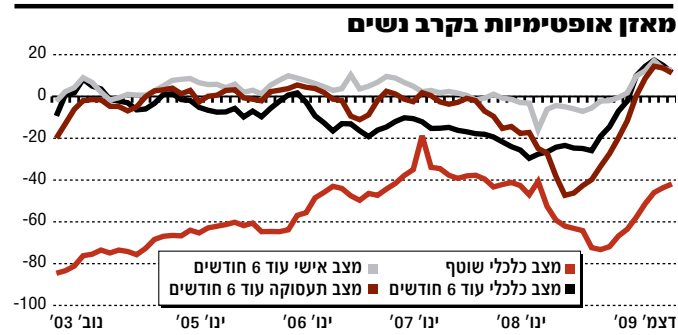
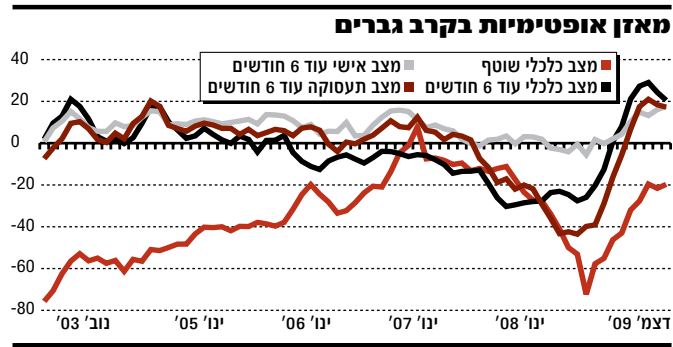
באשר להערכות בדבר מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים ניתן להגיד שבאוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות לגבי עתיד שוק העבודה המקומי. מאז ועד למארס 2009 לא נרשם שינוי משמעותי במאזן נטו, אך באפריל החלה מגמת שיפור במקביל לבלימה של הגידול באבטלה במשק.

הנתון השוטף של המאזן נטו של רכיב זה ירד בדצמבר ב-0.3 נ"א בהמשך לירידה של 7.1 נ"א בנובמבר ולעומת עלייה של 3.5 נ"א באוקטובר. למרות הירידה בנתון השוטף הן בנובמבר והן בדצמבר, הרי שהוא עדיין גבוה ב-52.1 נ"א בהשוואה לנתון של מארס 2009.

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

	ספט' 09	אוק' 09	נוב' 09	דצמ' 09
יהיה יותר טוב	32.70%	35.10%	33.10%	32.60%
ישאר כפי שהוא היום	37.10%	34.80%	32.40%	33.90%
יהיה פחות טוב	16.20%	16.10%	21.20%	21.00%
לא הביעו דעה	14.00%	14.10%	13.30%	12.40%

**עתיד שוק
העבודה: 37.5%
מהגברים
לעומת 27.6%
מהנשים צופים
שיפור במרוצת
ששת החודשים
הקרובים**

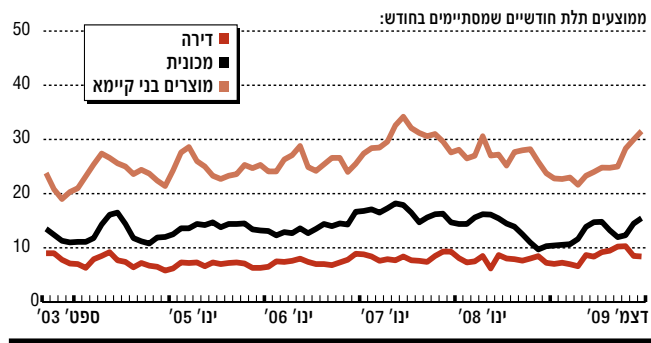


31.5% מהמשיבים מתכננים לבצע רכישת מוצרים בני קיימא בששת החודשים הקרובים

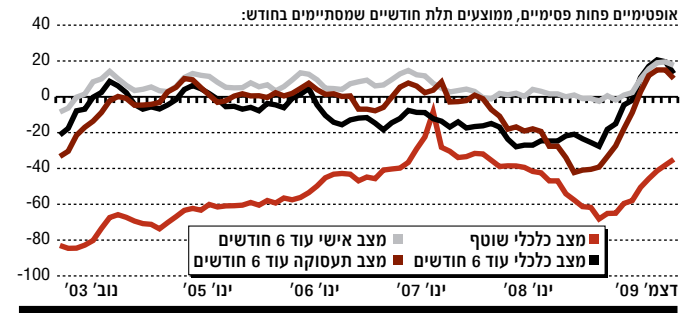
בדצמבר נרשמה עלייה, זה החודש השלישי ברציפות, בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני-קיימא לאחר שלושה חודשים של יציבות בין יולי לבין ספטמבר. שיעור הנכונות עלה בדצמבר ב-1.5 נ"א לרמה של 31.5% מכלל המשיבים. רמת הנכונות בדצמבר היא הגבוהה ביותר מאז אוגוסט 2007, סמוך ל"פרוץ" משבר ה"סאב פריים". הדבר מעיד על כך שההתרחבות של ביקושי משקי הבית צפויה להימשך גם בחודשים הקרובים. נציין, כי ערב משבר ה"סאב-פריים" הביעו כ-32% מהמשיבים נכונות לקנות מוצרים בני-קיימא.

בכוונות קניית דירה - חדשה או מ"ד שנייה" - נרשמה ירידה זעירה בדצמבר ל-8.4% מכלל המשיבים לעומת 8.5% בנובמבר ו-10.3% באוקטובר. בכך חוזר שיעור הנכונות ברכיב זה לרמתו ביוני 2009. בדצמבר נרשמה עלייה נוספת בכוונות הציבור לקנות מכונית - חדשה או מ"ד שנייה" - מרמה של 14.5% מכלל המשיבים בנובמבר לרמה של 15.5% מהם החודש.

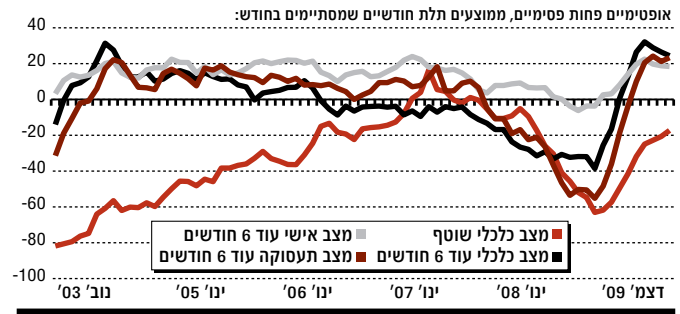
שיעורי נכונות לרכישות לא שוטפות



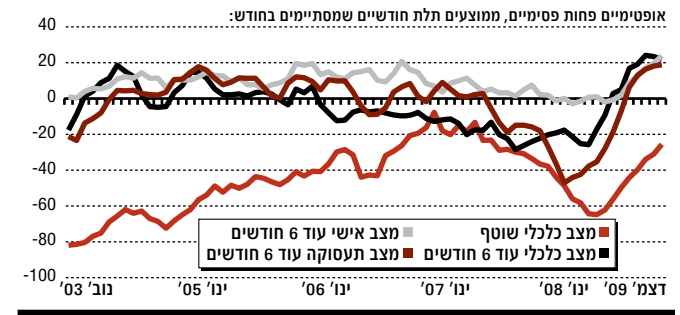
מאזן אופטימיות נטו בקרב בעלי 12 עד 14 שנ"ל



מאזן אופטימיות נטו בקרב בעלי הכנסה מעל למוצע

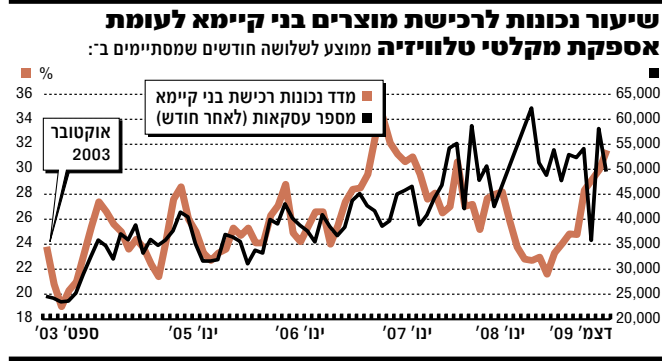
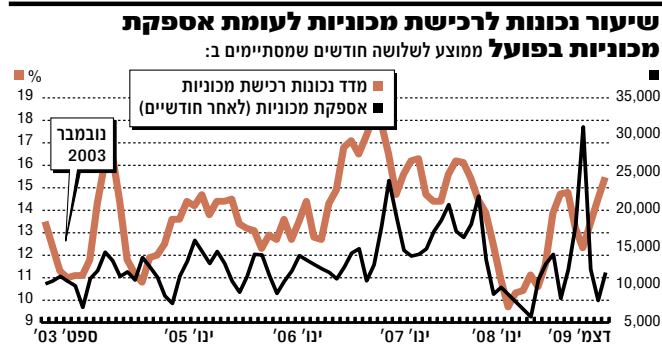
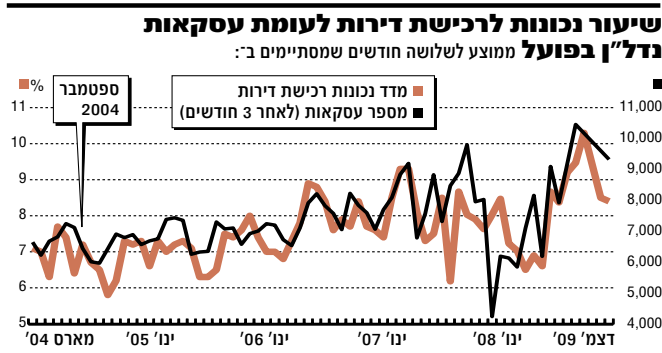


מאזן אופטימיות נטו בקרב בעלי הכנסה ממוצעת



הפער המגדרי: כ-51.3% מהנשים מגדירות את מצב המשק היום כ"לא טוב" לעומת 38.2% בלבד מהגברים

מי מהקבוצות
בדרך לקנות
דירה? כ-15.8%
מהמשיבים
הצעירים
לעומת כ-4.3%
מהמשיבים בני
חמישים ומעלה



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

קבוצה	אוק' '09	נוב' '09	דצמ' '09
לא מתכוונת/ת לרכוש דירה	90.0%	92.3%	92.5%
מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה	4.4%	3.3%	2.9%
מתכוונת/ת לרכוש דירה מיד שנייה	2.4%	2.7%	2.0%
עדיין לא יודעת, אין דעה	3.2%	1.7%	2.6%

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

קבוצה	אוק' '09	נוב' '09	דצמ' '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מכונית	85.1%	81.2%	87.3%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה	4.0%	5.3%	4.4%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית משומשת	6.2%	9.0%	5.7%
עדיין לא יודעת, אין דעה	4.7%	4.5%	2.5%

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

קבוצה	אוק' '09	נוב' '09	דצמ' '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מוצרים אלו	66.5%	70.0%	68.9%
בטוח שכן	8.9%	10.70%	12.0%
חושב שכן	13.2%	14.8%	9.9%
עדיין לא יודעת, אין דעה	11.4%	4.60%	9.2%

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

המגמה בשוק
הדירור: 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. ■

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



מחקר מיוחד בעקבות המשבר הדרמה בכלכלה הגלובלית בעיצומה - מאזן הכוחות משתנה במהירות

בתוך כשנה הספיק העולם להתרחק מפי התהום ולהציג צמיחה כלכלית אך עדיין שברירית • צמיחה בת-קיימא תעבור דרך תיאום עולמי של "אסטרטגיות היציאה" ממדיניות החירום הפיסקאלית • והמוניטריית, איזון מחדש של הכלכלה בתוך מדינות ובין מדינות, וכן דרך רגולציה דינמית ישראל, מנתחים את המאזן הכלכלי בעולם ובישראל PwC גלובס מחקרים, בשיתוף קסלמן וקסלמן,

להורדת המחקר - www.globes.co.il/macro2010

מה יהיה המצב הכלכלי בעוד 6 חודשים?

באחוזים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב					
	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09				
מין	9.9	10.0	8.7	19.1	18.0	14.8	39.0	33.1	34.0	32.0	38.9	42.5
גברים	6.7	9.5	11.8	18.7	18.2	15.6	51.2	40.5	41.0	23.4	31.8	31.7
נשים	4.9	10.1	4.3	17.9	14.3	21.4	50.7	45.9	39.1	26.5	29.7	35.2
מוצא	6.4	7.3	13.5	17.3	11.7	11.6	44.3	37.8	38.1	32.0	43.2	36.8
ישראל אסיה	4.5	11.9	17.1	17.0	15.7	7.6	49.2	42.5	39.4	29.3	29.9	35.9
ישראל אירופה	16.7	6.9	8.1	18.0	21.9	12.9	40.4	23.0	35.3	24.9	48.2	43.7
אסיה	14.1	14.6	11.0	8.3	16.9	11.5	43.5	31.9	42.3	34.1	36.5	35.2
אירופה	4.0	8.8	1.9	24.4	18.6	17.0	44.4	41.8	43.4	27.2	30.8	37.8
גיל	5.8	9.6	13.0	22.3	20.7	18.5	48.8	38.2	36.3	23.2	31.5	32.3
29~18	11.9	10.7	10.5	13.7	15.0	13.4	42.2	32.4	37.9	32.1	42.0	38.3
49~30	15.5	3.8	20.1	36.3	29.6	17.8	38.2	25.7	25.5	10.0	40.9	36.6
50+	6.8	10.7	8.6	21.3	17.4	17.7	46.0	36.9	39.3	25.9	35.1	34.3
השכלה עד 11	8.7	9.9	9.3	10.9	16.1	11.6	45.3	39.8	40.3	35.0	34.2	38.7
14~12	9.7	10.0	12.8	26.9	30.4	25.8	37.7	29.8	26.6	25.7	29.7	34.8
15+	6.4	7.0	8.3	8.0	13.8	11.7	59.8	39.7	46.1	25.8	39.5	33.9
הכנסה מתחת למוצעת	5.9	11.8	8.7	14.0	9.7	10.5	46.5	43.0	42.5	33.6	35.5	38.8
מוצעת	12.1	7.4	11.2	23.9	12.5	4.7	40.8	36.4	44.2	23.1	43.7	40.0
מעל למוצעת												
לא השיב												

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב					
	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09				
מין	4.1	0.8	2.8	38.2	42.0	37.0	41.2	40.7	35.1	16.5	16.5	25.1
גברים	2.9	4.7	6.9	51.3	54.2	48.1	35.8	31.8	36.3	10.1	9.3	8.6
נשים	2.8	4.1	2.8	44.5	47.3	42.7	42.4	36.3	37.3	10.2	12.3	17.1
מוצא	4.7	3.5	3.1	39.9	46.6	52.8	42.0	37.4	30.4	13.5	12.6	13.7
ישראל אסיה	2.7	2.4	4.6	40.8	47.2	41.9	45.4	32.7	38.6	11.1	17.7	14.9
ישראל אירופה	0.0	0.0	4.3	44.2	43.5	39.3	37.4	30.8	38.6	18.4	25.7	17.9
אסיה	7.4	3.8	10.7	43.2	41.6	35.7	36.6	46.1	36.4	12.9	8.5	17.2
אירופה	4.7	1.0	1.9	44.4	57.7	41.6	35.5	33.1	40.2	15.4	8.1	16.3
גיל	1.6	2.2	7.1	49.3	50.4	45.1	37.5	33.0	31.5	11.5	14.4	16.3
29~18	4.8	4.6	3.7	40.8	41.2	43.7	40.4	40.8	38.1	14.0	13.4	14.5
49~30	2.4	2.1	8.6	56.3	55.9	38.3	29.1	36.6	34.4	12.2	5.4	18.7
50+	3.8	2.6	2.8	45.6	50.2	51.1	38.2	32.2	31.3	12.3	15.0	14.8
השכלה עד 11	3.3	3.4	6.5	40.2	43.5	36.0	41.4	41.5	41.2	15.0	11.6	16.2
14~12	4.4	3.7	6.9	59.3	63.2	57.0	27.8	24.7	25.9	8.5	8.5	10.3
15+	3.1	1.9	4.8	37.4	49.8	37.9	45.9	29.8	40.9	13.5	18.4	16.5
הכנסה מתחת למוצעת	1.9	0.5	2.8	35.1	35.4	35.3	43.0	47.8	44.3	20.0	16.3	17.7
מוצעת	5.0	7.7	6.2	39.7	38.2	34.3	44.6	47.0	34.7	10.8	7.1	24.8
מעל למוצעת												
לא השיב												

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים?

באתרים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב	
	12/09	11/09	11/09	10/09	12/09	11/09	10/09	12/09
מין	10.9	13.1	20.8	22.0	30.8	28.7	34.7	37.5
גברים								
נשים	14.0	13.5	21.2	20.5	37.2	35.9	34.8	27.6
מוצא	5.1	10.5	12.4	19.2	18.3	13.1	41.5	39.3
עבר								
ישראל אסיה	12.9	12.4	6.9	18.4	19.7	27.0	35.9	35.6
ישראל אירופה	12.1	22.1	14.9	12.9	23.1	13.6	33.3	28.9
אסיה	8.1	12.1	24.9	36.0	19.7	12.9	30.1	33.6
אירופה	22.5	17.9	13.9	11.1	19.9	12.2	31.5	24.7
גיל	6.2	13.9	10.0	24.5	20.2	15.2	32.7	33.3
עד 18								
19-29	7.9	11.9	11.3	24.1	23.0	18.6	41.0	34.4
30-49	18.9	14.9	16.1	17.0	20.5	15.8	27.6	29.1
50+	11.6	11.6	18.9	29.7	24.2	24.3	30.6	23.8
השכלה	11.7	13.7	17.0	24.0	20.1	16.9	36.7	33.5
עד 11								
12-14	13.7	13.2	9.3	14.4	22.1	12.5	30.8	33.2
15+	14.7	10.8	17.6	31.6	25.7	22.4	29.7	35.1
הכנסה	11.2	11.5	10.4	14.7	22.0	14.5	43.5	23.6
מתחת למומצעת	6.2	13.9	9.3	15.7	19.5	13.9	34.7	32.6
מומצעת	20.8	21.3	21.0	15.6	12.3	7.7	30.4	37.9
מעל למומצעת								
לא השיב								

מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים?

באתרים

	אין דעה		גרוע		רגיל		טוב	
	12/09	11/09	11/09	10/09	12/09	11/09	10/09	12/09
מין	9.5	6.1	7.5	11.5	11.6	15.9	47.5	46.6
גברים								
נשים	7.0	8.1	4.6	13.5	15.1	7.8	54.5	56.0
מוצא	3.1	5.8	7.1	5.0	9.6	6.9	56.0	55.8
עבר								
ישראל אסיה	11.6	8.5	6.4	12.6	9.1	8.7	45.3	46.2
ישראל אירופה	3.5	6.4	5.7	7.0	17.3	11.8	57.5	51.1
אסיה	10.8	11.8	1.9	15.8	13.8	9.1	61.0	49.6
אירופה	9.1	3.9	5.1	13.4	11.6	10.4	60.6	60.1
גיל	5.1	4.1	8.7	9.6	12.8	7.3	42.0	43.5
עד 18								
19-29	6.3	7.1	6.8	15.7	15.9	14.1	43.9	47.6
30-49	10.4	8.4	3.8	10.8	10.8	11.2	62.3	60.0
50+	11.0	11.4	9.6	25.3	16.5	23.6	47.9	39.6
השכלה	9.0	6.4	9.1	12.0	13.2	10.2	48.2	49.9
עד 11								
12-14	6.4	7.0	1.1	9.8	12.8	8.8	55.8	56.7
15+	12.9	5.9	8.6	17.8	20.7	19.7	46.1	44.1
הכנסה	6.3	8.7	1.0	5.0	13.4	7.4	56.8	44.0
מתחת למומצעת	2.2	5.2	1.7	12.1	6.7	5.9	53.5	63.8
מומצעת	12.0	12.8	15.0	10.3	10.3	8.5	49.8	51.0
מעל למומצעת								
לא השיב								

האם מתכונן לקנות דירה ממוצע לשלושת החודשים שקדמו לביצוע המדגם

באחוזים	לא יודע		כן, משומשת		כן, חדשה		לא מתכונן לקנות	
	12/09	11/09	10/09	12/09	11/09	10/09	12/09	11/09
מין	2.8	1.6	3.2	2.8	1.8	1.4	4.3	2.7
גברים	90.2	93.9	90.1	90.1	93.9	90.2	90.1	93.9
נשים	2.4	1.7	3.2	1.2	3.5	3.1	1.5	4.0
צב	6.4	1.4	3.8	3.9	1.6	0.9	6.4	5.5
ישראל אסיה	87.8	83.4	91.5	87.8	7.4	7.4	83.4	91.5
ישראל אירופה	81.2	90.9	90.9	81.2	2.3	9.0	95.1	90.9
אסיה	90.1	94.9	92.9	90.1	2.1	1.1	94.9	92.9
אירופה	94.4	100.0	85.3	94.4	0.0	6.5	1.9	100.0
מגור	95.7	95.5	95.4	95.7	1.7	1.1	1.7	95.5
חדר/ותי	79.1	84.9	88.5	79.1	4.5	6.4	13.6	84.9
מסורתי	88.4	91.9	88.4	88.4	4.5	3.4	5.7	91.0
חילוני	90.0	92.2	90.0	90.0	3.6	3.4	4.4	91.2
ערבי	89.4	92.4	92.8	89.4	0.8	1.8	1.6	98.2
מחנות למוצעת	88.8	93.5	95.9	88.8	2.8	3.6	5.4	92.4
ממוצעת	93.7	93.3	89.6	93.7	1.1	0.0	4.1	93.3
מעל למוצעת	88.4	91.7	89.9	88.4	3.9	7.1	5.5	91.7
לא השיב	91.1	90.7	92.5	91.1	2.0	3.9	2.9	90.7
מגור	84.0	90.1	95.5	84.0	3.6	1.8	8.5	90.1
חדר/ותי	93.4	95.5	88.4	93.4	1.8	5.4	2.7	95.5
מסורתי	90.7	91.5	92.2	90.7	3.0	3.3	3.5	91.5
חילוני	90.8	93.0	95.1	90.8	4.4	1.7	9.2	93.0
ערבי	84.5	86.7	92.9	84.5	4.1	2.2	12.2	86.7
מחנות למוצעת	92.1	94.7	90.6	92.1	0.7	3.9	2.4	94.7
ממוצעת	92.1	90.6	92.1	92.1	3.8	1.4	3.8	90.6
מעל למוצעת	89.5	91.0	94.6	89.5	3.0	1.9	2.8	91.0
לא השיב	91.2	96.1	92.3	91.2	3.9	4.5	3.7	96.1
מגור	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חדר/ותי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מסורתי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חילוני	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ערבי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מחנות למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ממוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מעל למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
לא השיב	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מגור	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חדר/ותי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מסורתי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חילוני	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ערבי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מחנות למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ממוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מעל למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
לא השיב	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מגור	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חדר/ותי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מסורתי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חילוני	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ערבי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מחנות למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ממוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מעל למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
לא השיב	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מגור	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חדר/ותי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מסורתי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
חילוני	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ערבי	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מחנות למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
ממוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
מעל למוצעת	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1
לא השיב	88.0	91.1	90.3	88.0	3.9	6.5	4.8	91.1

האם מתכונן לקנות מכונת ממוצע לשלושת החודשים שקדמו לביצוע המדגם

באחוזים	לא יודע		כן, משומשת		כן, חדשה		לא מתכונן לקנות	
	12/09	11/09	10/09	12/09	11/09	10/09	12/09	11/09
מין	3.9	6.0	4.8	6.4	12.6	7.5	3.7	4.9
גברים	81.6	86.0	76.5	81.6	6.0	6.0	86.0	76.5
נשים	1.1	3.1	4.6	5.1	5.6	5.1	5.2	5.6
צב	3.9	4.6	7.6	5.6	7.7	9.5	6.1	7.0
ישראל אסיה	78.9	80.6	80.6	78.9	3.9	3.9	84.4	80.6
ישראל אירופה	87.7	87.7	87.7	87.7	7.0	4.4	92.8	79.1
אסיה	78.9	80.3	78.9	78.9	6.6	6.2	4.6	88.0
אירופה	92.2	91.1	92.3	92.2	2.7	10.2	1.9	89.1
מגור	84.0	90.1	95.5	84.0	2.8	1.0	4.3	91.1
חדר/ותי	93.2	95.5	88.4	93.2	1.9	4.9	4.8	95.5
מסורתי	83.2	87.3	76.8	83.2	4.1	6.1	3.3	87.3
חילוני	87.9	92.2	88.1	87.9	1.7	4.2	4.1	92.2
ערבי	85.7	89.1	84.7	85.7	1.9	3.4	1.5	89.1
מחנות למוצעת	81.2	85.0	79.1	81.2	5.1	6.9	4.5	85.0
ממוצעת	89.3	90.1	83.1	89.3	4.2	3.4	4.3	90.1
מעל למוצעת	89.3	91.4	88.9	89.3	4.2	3.3	1.2	91.4
לא השיב	75.3	86.6	82.6	75.3	3.4	4.9	6.5	86.6
מגור	86.8	90.9	77.4	86.8	7.0	7.5	5.9	81.1
חדר/ותי	90.8	90.9	77.4	90.8	1.3	5.3	3.1	90.9
מסורתי	83.9	90.5	77.6	83.9	2.1	5.7	4.7	90.5
חילוני	84.7	89.1	80.7	84.7	4.9	6.0	2.8	89.1
ערבי	87.0	88.4	82.9	87.0	3.9	6.2	4.2	88.4
מחנות למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
ממוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מעל למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
לא השיב	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מגור	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
חדר/ותי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מסורתי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
חילוני	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
ערבי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מחנות למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
ממוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מעל למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
לא השיב	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מגור	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
חדר/ותי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מסורתי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
חילוני	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
ערבי	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מחנות למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
ממוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
מעל למוצעת	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9
לא השיב	86.2	88.4	82.9	86.2	7.9	0.0	4.6	77.9

פרופילים

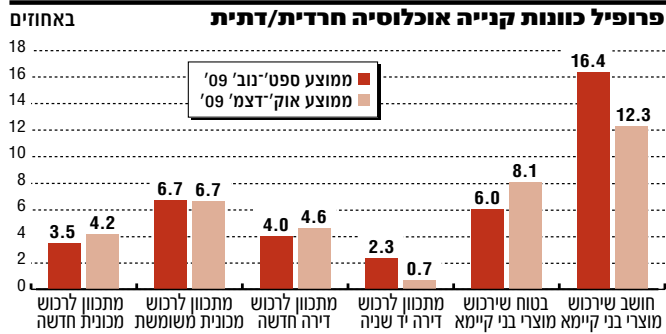
הפרופילים מאפשרים מעקב לאורך זמן על השינויים והמגמות בכוונות הקנייה של קבוצות שונות באוכלוסייה

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.

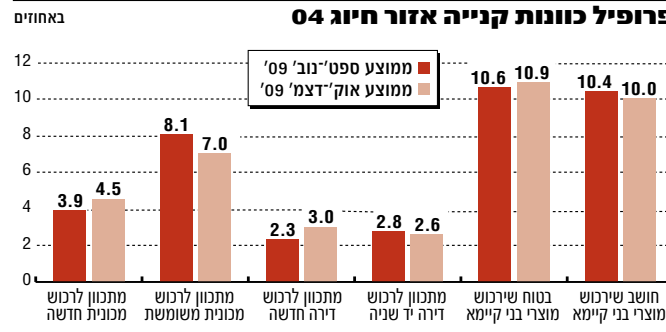
הפרופילים מורכבים מהממוצע הנע התלת-חודשי של נתוני המשיבים לסקר של גלובס מחקרים ומכון סמית. פרופילים אלה מאפשרים מעקב לאורך זמן על השינויים והמגמות בכוונות הקנייה של הקבוצות השונות באוכלוסייה, על פי חיתוכים שונים. במקרה זה, מדובר בבחינה של אלה אשר שוקלים או כבר החליטו לרכוש פריטים מסויימים לאורך טווח 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		בוטח שמתכוון לרכוש		לא מתכוון לקנות		מין			
	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09	12/09	11/09				
גברים	10.6	4.9	11.3	12.3	17.5	11.6	14.2	12.7	9.4	63.0	64.9	67.7
נשים	7.8	4.2	11.5	7.5	12.2	14.5	9.7	8.8	8.4	75.0	74.8	65.6
מוצא	13.9	3.0	9.7	11.9	17.1	13.4	11.8	15.9	15.5	62.4	64.0	61.3
צבר	7.5	2.3	14.1	4.7	11.0	12.8	13.5	15.0	2.9	74.3	71.8	70.3
ישראל אסיה	10.6	4.8	11.6	7.9	19.6	11.9	13.9	5.3	9.8	67.7	70.3	66.6
ישראל אירופה	4.6	4.6	17.9	17.1	2.1	20.9	2.7	12.6	5.7	75.6	80.7	55.5
אסיה	9.7	9.9	6.5	9.1	18.8	12.4	8.7	6.9	3.9	72.5	64.4	77.2
אירופה	9.4	3.8	8.4	14.0	17.0	15.1	20.7	20.1	28.7	55.8	59.1	47.8
גיל	8.7	5.7	12.1	11.0	10.4	9.9	13.5	10.2	8.0	66.8	73.6	70.0
עד 18	8.5	3.8	10.9	7.0	18.8	14.8	7.1	6.4	4.5	77.5	70.9	69.7
19-29	5.8	3.7	9.3	8.8	10.0	16.4	0.0	1.6	7.3	85.5	84.6	67.0
30-39	8.0	4.9	12.2	10.8	13.7	15.1	14.6	10.5	8.7	66.6	70.9	64.0
40-49	11.8	4.3	11.2	8.9	17.6	10.1	11.2	13.3	9.5	68.1	64.9	69.2
50+	5.2	2.7	10.0	7.7	12.9	9.6	10.2	7.5	7.0	76.9	76.9	73.4
השכלה	7.5	2.8	14.1	10.5	14.0	18.0	10.2	8.7	7.9	71.7	74.6	60.0
עד 12	11.8	4.3	11.2	8.9	17.6	10.1	11.2	13.3	9.5	68.1	64.9	69.2
13+	5.2	2.7	10.0	7.7	12.9	9.6	10.2	7.5	7.0	76.9	76.9	73.4
14-17	7.5	2.8	14.1	10.5	14.0	18.0	10.2	8.7	7.9	71.7	74.6	60.0
18+	10.5	8.4	10.5	13.6	15.0	12.5	16.2	17.8	11.3	59.7	58.8	65.7
מתחת לממוצעת	17.3	2.6	13.3	6.9	20.5	16.6	9.7	4.2	9.4	66.1	72.8	60.7
מעל לממוצעת	12.7	0.8	7.8	5.1	20.7	11.1	10.5	5.8	7.9	71.7	72.6	73.1
ממוצעת	7.6	4.9	16.0	8.9	15.7	12.3	11.5	12.9	5.4	71.9	66.5	66.3
לא השיב	10.6	6.3	8.3	10.5	11.8	15.6	10.9	13.8	10.6	68.0	68.1	65.5
מגזר	2.5	4.9	19.7	14.3	11.8	4.6	18.3	3.1	23.0	64.8	80.2	52.7
חרדי/דת	8.6	3.1	3.6	6.8	22.0	17.4	5.1	7.7	12.5	79.5	67.2	66.4
מסורתי	14.1	2.5	11.1	8.1	15.2	15.9	11.6	10.9	8.0	66.3	71.3	65.0
חילוני	4.6	7.4	22.8	8.5	12.3	9.3	14.4	11.7	6.6	72.5	68.6	61.3
ערבי	5.2	4.4	5.0	14.4	15.9	7.0	13.4	10.4	11.5	67.0	69.3	76.5
אזור חינוג	13.8	5.0	9.6	15.0	8.2	22.4	12.5	11.9	6.5	58.7	74.9	61.6

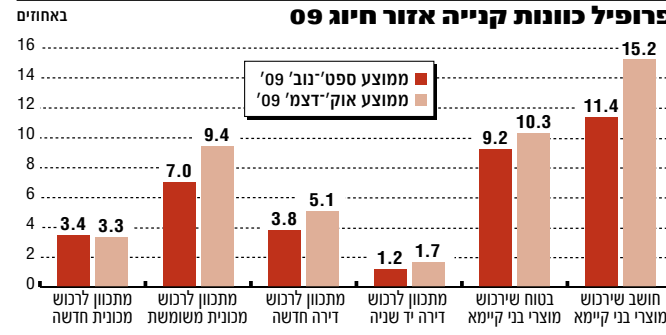
פרופיל כוונות קנייה אוכלוסיה חרדית/דתית



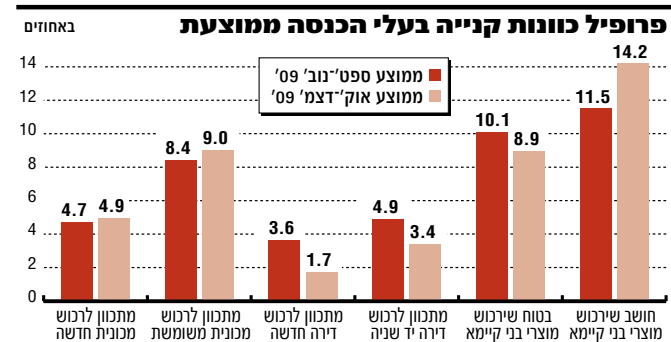
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 04



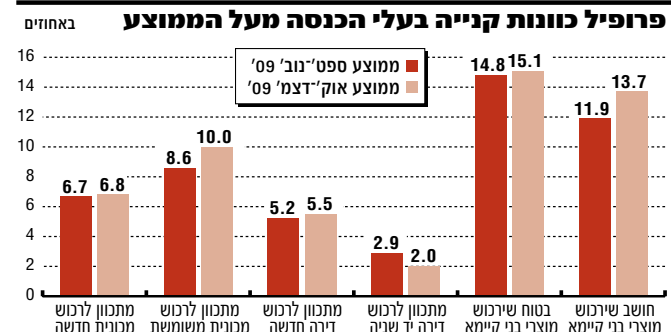
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 09



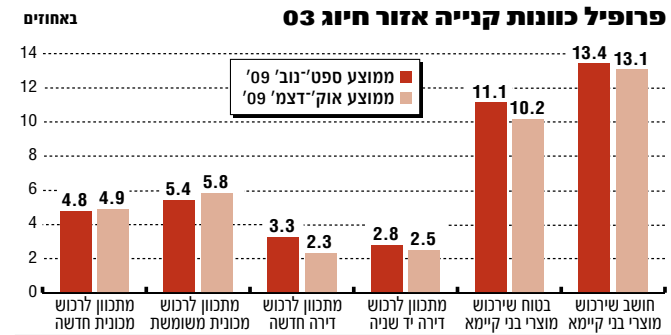
פרופיל כוונות קנייה בעלי הכנסה ממוצעת



פרופיל כוונות קנייה בעלי הכנסה מעל הממוצע



פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 03



שיעורי סירוב

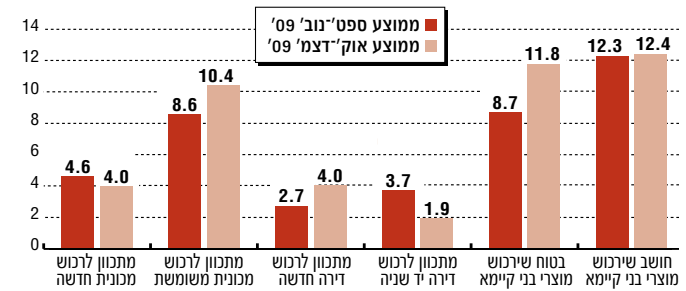
**השאלות
נועדו לתקף
הממצאים
של המדד,
אשר מעריך
בדרך עקיפה
את סנטימנט
הצרכנים**

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.

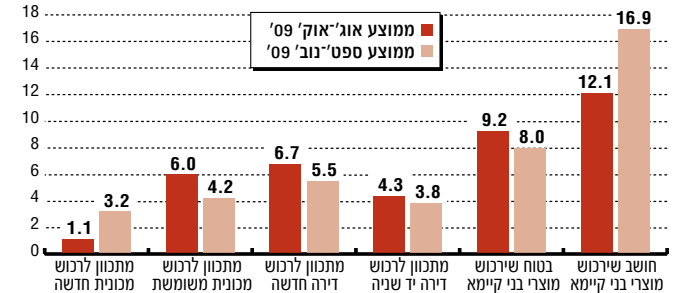
הסקר חוזר על עצמו כל חודש ועובדה זו מאפשרת לעקוב אחרי ההתפתחויות בשיעורי הסירוב, כמדד לסנטימנט הציבור. בכך הוא גם מוסיף מידע לגבי המצב בשווקים של אותם מוצרים אליהם מתייחסות השאלות. מידע נוסף אפשר להשיג על ידי פילוח דמוגרפי של התשובות, ובדרך זו לקבל תמונה מהימנה יותר של כוונות הצרכנים.

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. ■

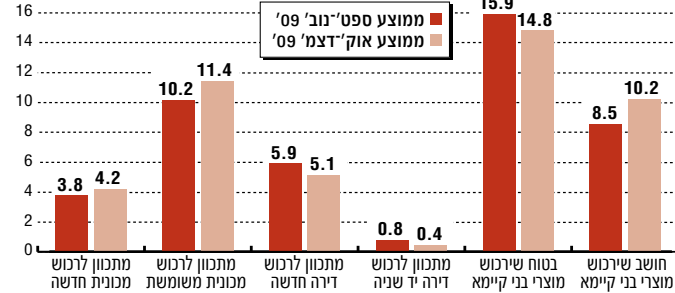
פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 08

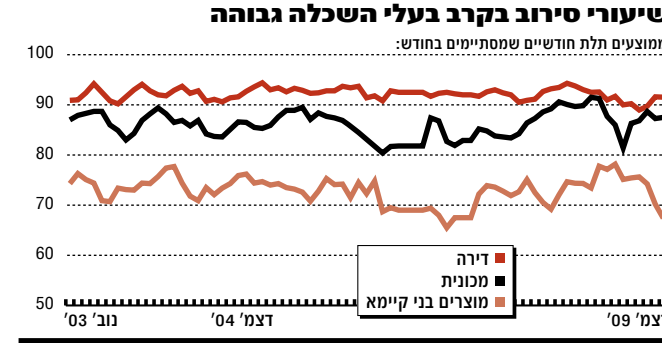
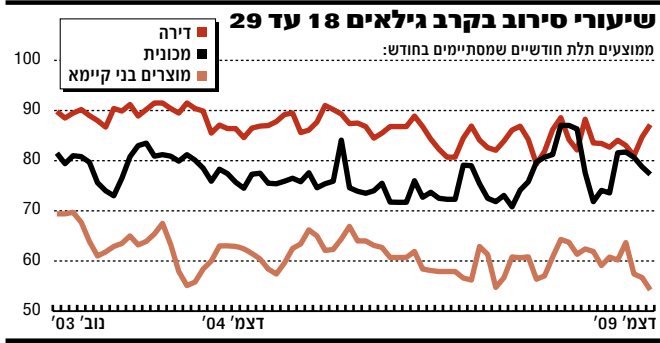
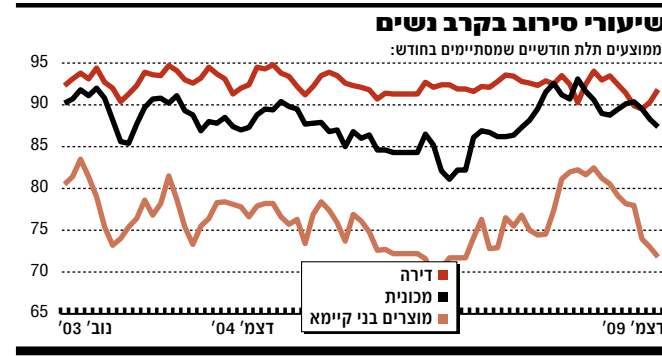
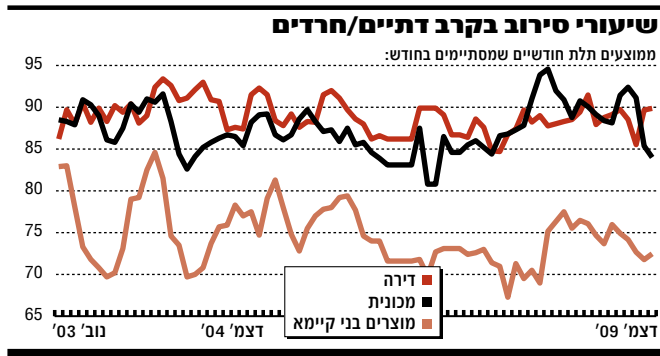
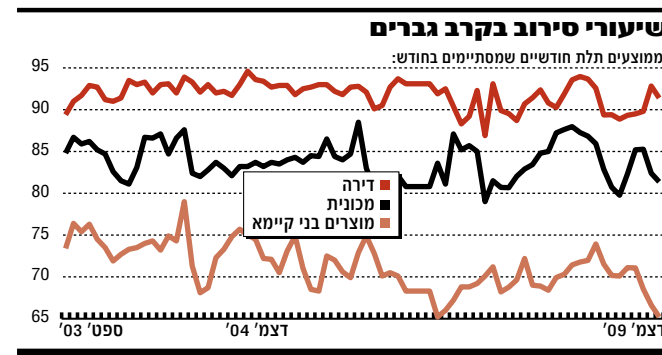
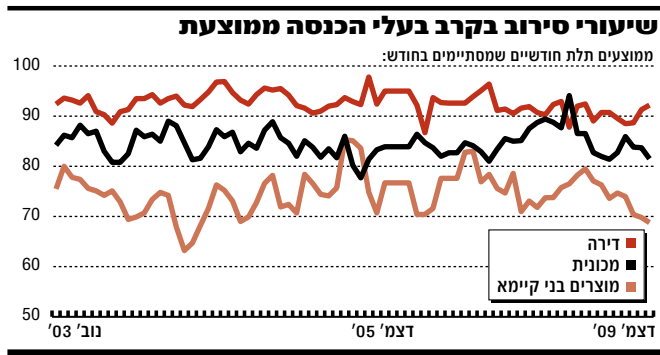


פרופיל כוונות קנייה אזור חיוג 02




פרופיל כוונות קנייה אוכלוסייה ערבית





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: דנה זילברמן • ריכוז גרפים וטבלאות: אינפוגרפיקס • מידענית: קים לב

מנהל סטודיו: אילן יחזקאל • מנהל ייצור: עמי אוחנה