



מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

פברואר 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 : 1.4.09

מנהלת גלובס מחקרים: נגה שביט-רז

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

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

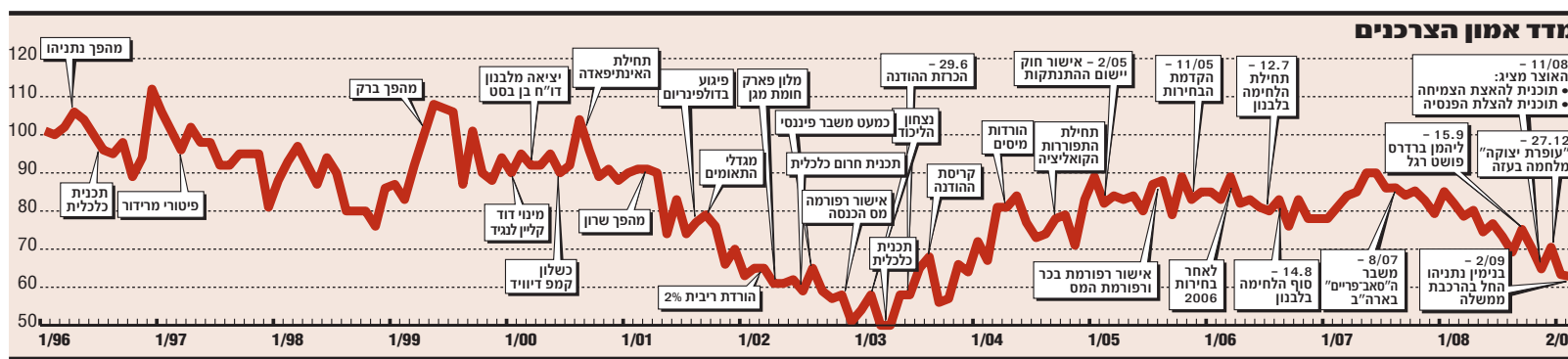
תמצית מנהלים

בוחרים להמתין

- פברואר של בחירות ויציבות יחסית: אמון הצרכנים רשם החודש ירידה מזערית של חצי נקודה
- עמדת הציבור לגבי מצב המשק בהווה: מתקרבים לרמות השפל של המיתון ב-2003-2001
- במחצית הראשונה של 2009 צפויה האטה נוספת בקצב גידול הצריכה הפרטית
- מדד האמון האמריקני רשם החודש נתון גרוע מהצפוי
- שסקרס לשפל של כל הזמנים

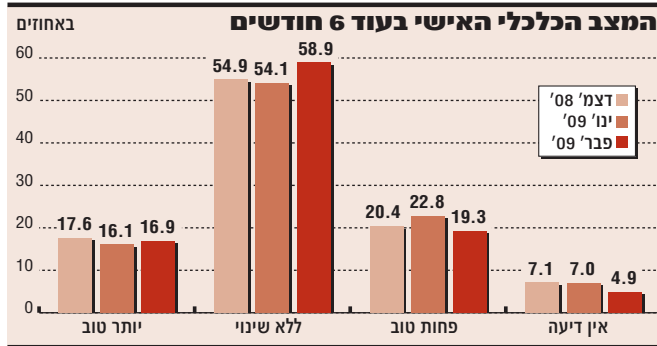
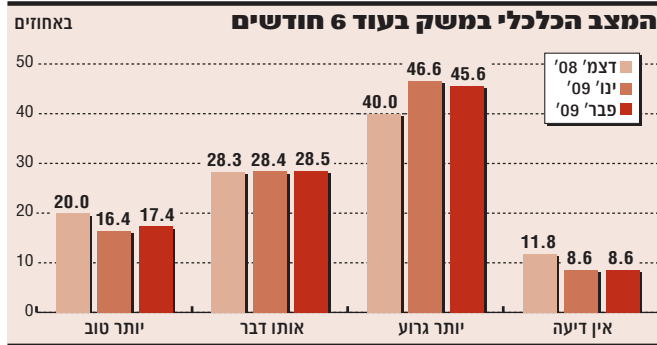
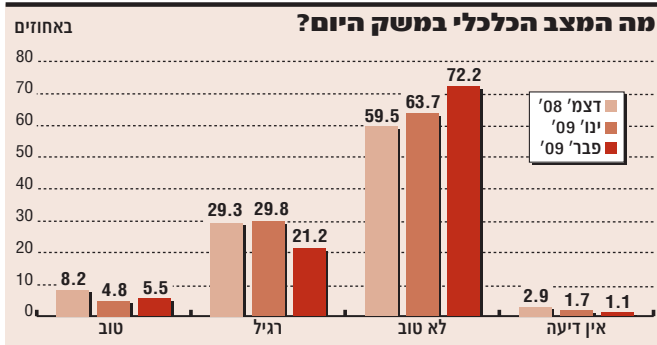
חודש פברואר 2009 עמד במידה רבה בסימן הבחירות לכנסת ה-18, ולא בלי קשר גם בסימן משבר כלכלי מעמיק. במדד אמון הצרכנים של גלובס נרשמה בחודש שעבר ירידה מזערית, לאחר ירידה יחסית גדולה בינואר. המדד ירד בפברואר בחצי נקודה ל-62.8 נקודות, לעומת 63.3 נקודות בינואר (1996=100). מדד האמון המורחב, הכולל גם את ציפיות הציבור לגבי שוק העבודה, רשם אף הוא ירידה מתונה של 0.8 נקודות.

הירידה הקלה במדד נובעת מהרעה בהערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף. במקביל, שני רכיבי מדד נוספים - המצב הכלכלי והמצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים - שמרו על יציבות יחסית. הציבור נמצא, כך נראה, בעמדת המתנה לקראת צעדי המדיניות של הממשלה החדשה, כדי להעריך עד כמה תוכל זו להתמודד עם המיתון. הדברים אמורים גם לגבי רכיב מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים, שאף הוא נותר יציב, אך עדיין מבטא פסימיות גדולה בהשוואה לרמתו עד ספטמבר 2008. נתוני המגמה, המבוססים על ממוצעים נעים תלת חודשיים, ממשיכים לצייר תמונה עגומה של עלייה בפסימיות, במיוחד



הירידה הקלה במדד נובעת מהרעה בהערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף

72.2%
מהמשיבים
מגדירים את
המצב הכלכלי
של המשק היום
"לא טוב"



לגבי המצב הכלכלי השוטף, אך גם לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, אשר רשם בחודשים אוקטובר-דצמבר סימני התאוששות מסוימת. עלייה קטנה נרשמה ברכיב המתייחס למצב הכלכלי האישי, אך רמתו עדיין נמוכה ומשדרת פסימיות.

סימני האטה ממשיים החלו להופיע בישראל ברבעון האחרון של 2008, במקביל להרעה ניכרת בהתפתחויות בשוק ההון המקומי ובשווקים הפיננסיים בחו"ל. אין להתפלא, אם כן, שמדד אמון הצרכנים בישראל הידרדר במקביל למתרחש בחו"ל. נציין, גם החודש, שבישראל הירידה במדד האמון הייתה מתונה בהשוואה למקומות אחרים בעולם, בהם המדד קרס לרמות שפל שלא נצפו שנים ארוכות. המדד בישראל, והערכות הציבור, טרם ירדו לרמות שנרשמו במהלך המיתון של 2001-2003, למרות שההערכה לגבי המצב הכלכלי השוטף הולכת וקרבה לרמה של אותו המיתון.

הצרכנים בישראל החלו כבר לפני יותר משנה 'להתכווץ' לירידה בקצב הצמיחה ולקראת הרעה בתנאים הכלכליים. השאלה המהותית היא, כמובן, כיצד ישפיעו הנתונים שהוזכרו על

בהשוואה
לחו"ל מדד
האמון הצרכנים
בישראל רשם
ירידה מתונה
יחסית

**מדד האמון
האמריקני לא
מוצא אחיזה:
נפל לרמת שפל
כל הזמנים - 25
נקודות**

הצריכה הפרטית במשק בהמשך השנה. בהתחשב בנתוני המגמה בנוגע להערכת הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי, והנתונים על קניות לא שוטפות אשר יובאו להלן, ניתן לחזור על התחזית שכבר הובאה בחודשים האחרונים: **במחצית הראשונה של 2009 תהיה האטה נוספת בקצב גידול הצריכה הפרטית, המשך ישיר לירידה בשיעור שנתי של 2.9% בצריכה הפרטית לנפש במחצית השנייה של 2008.**

כאמור, קביעה זו מבוססת על נתוני מגמת המדד, המשקפים ממוצעים נעים תלת חודשיים. בסוף פברואר 2009 עמד נתון המגמה של המדד על 65.5 נקודות, לעומת 66.2 בסוף דצמבר 2008. נתון המגמה נמוך ב-23.2 נקודות לעומת הנתון שנרשם ביולי 2007, כאשר משבר ה"סאב-פריים" החל לרעום. ירידה זו היא ביטוי לעלייה במפלס חששות הציבור, בצל הערכות גוברות להיווצרות מיתון בכלכלת ארה"ב ומשבר עולמי עם השלכות גם על המשק הישראלי.

בארה"ב - היצרנית המרכזית של חדשות כלכליות רעות בימים אלה - רשם מדד אמון הצרכנים, כפי שמודד אותו ה-Conference Board, קריסה של יותר מ-12 נקודות, גרוע בהרבה מהציפיות בשוק, לשפל של כל הזמנים. **מדדי האמון גם במקומות נוספים נפלו לשפל רב שנתי, בהשפעת האירועים בשוק ההון, פיטורים נרחבים, וסימנים מתגברים של משבר ושפל.**

ירידה קלה גם במדד המורחב

מדד האמון ה"מורחב", אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות גם שאלה הנוגעת להערכת הציבור לגבי הצפוי בתחום התעסוקה, רשם ירידה של 0.8 נקודות בפברואר, לאחר שירד בינואר ב-5.4 נקודות, ולאחר שעלה בדצמבר ב-5.5 נקודות. מאז פרוץ המשבר

הפיננסי העולמי ירד המדד המורחב ב-29.7 נקודות.

סקר גלובס כולל מאז יולי 2003 שאלות לגבי תוכניות קנייה של דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא. בדיקת שיעורי הסירוב לרכישות אלה - אחוז המשיבים שאין בכוונתם לבצע רכישות מעין אלה - בחתך של קבוצות שונות באוכלוסייה, ועל בסיס ממוצעים נעים תלת חודשיים, מצביעה על יציבות בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא בפברואר, לאחר ירידות בולטות בדצמבר 2008 ובינואר 2009. בכוונות רכישת מכונית ניכרת עלייה מאז דצמבר, לאחר מגמת ירידה שהחלה באפריל אשתקד. לעומת זאת, בכוונות לרכוש דירה נרשמה החודש ירידה נוספת, בהמשך לירידה בדצמבר 2008 ובינואר 2009.

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 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 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. ■**

**המדד המורחב
ירד בפברואר
ב-0.8 נקודות
לאחר שירד
בינואר ב-5.1
נקודות**

הממצאים

מדד אמון הצרכנים של גלובס רשם בפברואר ירידה מזערית; סוג של יציבות לעומת הירידה החריפה בינואר, ובוודאי לעומת הירידות החדות באמון הצרכנים במקומות אחרים בעולם. **ייתכן שהציבור נכנס לעמדת המתנה, בתקווה שהממשלה החדשה תדע לטפל במיתון המעמיק במשק, והערכותיו מושפעות מתקוות אלו.** זהו ההסבר ההגיוני ליציבות בצל הדיווחים על הפיטורים המתרחבים, ודיווחים פסימיים מישראל ומהעולם.

חיזוק להערכה זו ניתן למצוא בשיפור המסוים בנתונים השוטפים הנוגעים להערכות הציבור לגבי העתיד, אם כי נתוני המגמה ממשיכים להצביע על פסימיות מעמיקה בקרב משקי בית. יש להביא בחשבון שלעת עתה, אין עדיין תמונה סופית של הרכב הממשלה, וכמובן שאין פרטים בדבר תוכניות כלכליות עתידיות, כך שמעט האשראי שהציבור מוכן להעניק לדרג הפוליטי הוא, ככל הנראה, קצר מועד.

מדד האמון רשם בפברואר, ירידה קלה של 0.5 נקודות, לאחר ירידה של 7.2 נקודות בינואר ועלייה של 5.7 נקודות בדצמבר 2008. למעשה, הירידה הקלה החודש נרשמת לאחר חודשים של תנודות גדולות יחסית בערכים השוטפים של המדד. בסוף פברואר 2009 ירד המדד ל-62.8 נקודות (100-1996). השוואה ליוני 2007, ערב פרוץ משבר ה"סאב-פריים", מגלה שהמדד איבד

נתוני המגמה ממשיכים להצביע על פסימיות מעמיקה בקרב משקי הבית

במשך חודשי המשבר 27.2 נקודות, כאשר עיקר הירידות נרשמו מאז ינואר 2008.

כפי שכבר צוין, מאז אוקטובר 2008, מייד לאחר קריסת ליהמן ברדרס, הירידה במדדי אמון הצרכנים הפכה לתופעה כלל עולמית, אם כי לכל מדינה מאפיינים משלה. גם בישראל היו מספר חודשים חריגים, דוגמת דצמבר 2008, בו ניכרה השפעת הלחימה בעזה, או החודש הנוכחי, בו תוצאות הבחירות משפיעות על מידת אמון האוכלוסייה בחוסנו של המשק.

בשבועות הקרובים ייתכן שהציבור ייחשף לקשיים בהרכבת ממשלה חדשה, ולאחר מכן יוודע לתוכניות ולתחזיות של משרד האוצר, כולל ירידה בהכנסה הפנויה ועלייה באבטלה, לצד קיצוצי שכר במגזר הציבורי והקטנת סעיפי הוצאה שונים. פרטי מידע אלה, ישפיעו קרוב לוודאי על הערכות הציבור בחודשים הבאים.

בלימת השחיקה לא נראית באופק

נתון המגמה של המדד מצביע על ירידה של 0.7 נקודות בפברואר, לאחר ירידה של 2.3 נקודות בינואר וירידה של 1.6 נקודות בדצמבר 2008. בעקבות הירידה בפברואר, ירד נתון המגמה ל-65.5 נקודות. יצוין, כי נתון המגמה יורד זה החודש השישי ברציפות, והדבר מדגיש שוב את השחיקה המתמשכת באמון הצרכנים בישראל, שמבטאת את הפסימיות הגוברת בקרב הציבור הישראלי, תופעה שמאפיינת את הערכות הצרכנים מהמחצית השנייה של 2007. ערב פרוץ משבר ה"סאב-פריים", ביולי 2007, עמד נתון המגמה על 88.7 נקודות, 24.5 נקודות מעל לרמה בסוף פברואר 2009. לפני שנה, בפברואר 2008, עמד נתון המגמה של המדד על 82.1 נקודות.

אמון הצרכנים בארה"ב ממשיך לרדת למרות אישור תוכנית ההמרצה של הנשיא אובמה

כפי שהדברים מצטיירים בסוף פברואר, קטנים הסיכויים שבקרב נראה שינוי במגמת שחיקה זו, בצל הנתונים והפרסומים שמצביעים על העמקת המיתון ואווירת המשבר בעולם, וגם בישראל. מלבד התפתחויות פוליטיות, ותוכניות כלכליות מקומיות, הערכות הציבור יושפעו מהתפתחויות כלכליות בחו"ל, זאת בשל ההשפעה החזקה שיש לתנודות בכלכלה הגלובלית על הנעשה במשק המקומי.

במובן זה, יש חשיבות לגורל התוכניות הכלכליות של ממשל אובמה, ובכללן תוכנית ההמרצה בהיקף של 820 מיליארד דולר, לצד תוכנית סיוע לבעלי משכנתא ותוכנית להצלת המערכת הבנקאית. בארה"ב עצמה קיימת סקפטיות לא קטנה בקרב משקי בית, המשתקפת בשוק ההון, וכאמור, גם באמון הצרכנים. התפתחויות אלה, והסימנים להתגברות המיתון בעולם, ישפיעו קרוב לוודאי על עיצוב ההערכות והציפיות בישראל.

בהקשר זה, כמו בחודשים קודמים, כדאי להזכיר סקרים מקבילים בחו"ל. דצמבר התאפיין בירידה במדדי האמון במקומות שונים בעולם, במקביל להתרבות סימני המיתון ואובדן מקומות עבודה במשקים שונים. בארה"ב ירד מדד אמון הצרכנים שמפרסם ה-Conference Board מ-37.5 נקודות בינואר לשפל עמוק של 25 נקודות בפברואר - ללא תקדים מאז החל פרסום המדד. זאת למרות אישור תוכנית ההמרצה של הנשיא אובמה. בבריטניה עלה המדד ב-2 נקודות, לרמה של מינוס 35 נקודות, אם כי הוא ממשיך להיות קרוב לרמתו הנמוכה ביותר מאז סוף שנות השבעים.

בסך הכל, התמונה העולמית בחודשים האחרונים ממשיכה להצביע על קריסה באמון הצרכנים. צריך לציין, כי המשקים בהם נרשמת ירידות חדות באמון הצרכנים, כמו ארה"ב

ובריטניה, הם אלו שנפגעו באופן בולט מהמשבר.

לא צפויה התאוששות בביקושים

היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. במחצית השנייה של השנה נרשמה ירידה בצריכה לנפש, בשיעור שנתי של 2.9%. זאת לעומת עלייה בשיעור של 3% במחצית הראשונה של 2008.

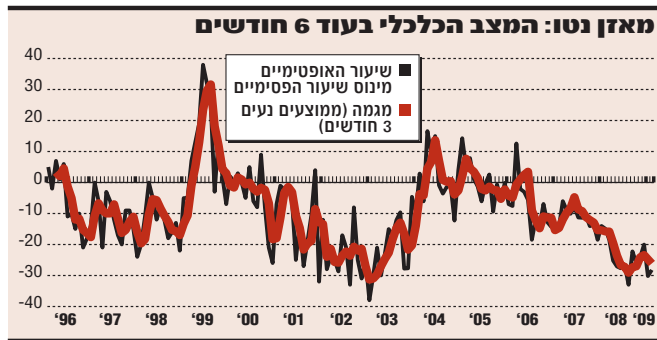
כמו כן, על פי נתוני הלמ"ס, בצריכה לנפש של מוצרים בני קיימא ומכוניות נרשמה ירידה בשיעור שנתי של 28% במחצית השנייה של 2008. למעשה, הירידה במדד האמון קדמה בשניים עד שלושה רבעונים לירידה בצריכה הפרטית, ונראה, כי החל מהרבעון השלישי של השנה, כאשר החלו לגבור החששות מפני השלכות המשבר, הואצה הירידה בצריכה הפרטית.

נתוני המגמה של הלמ"ס לנובמבר-דצמבר מצביעים על ירידה בפדיון הקמעונאי בשיעור של 2%. על פי המגמות העולות ממדד אמון הצרכנים בששת החודשים האחרונים, הרי שבחודשים הקרובים, ולמעשה במהלך המחצית הראשונה של 2009, צפויה האטה נוספת בגידול בצריכה. יודגש, כי על פי תחזית בנק ישראל המעודכנת, ב-2009 כולה הצריכה הפרטית תגדל ב-1.1% בלבד, לעומת 3.9% ב-2008.

יש לציין, כי נתוני המגמה של רכישות מוצרים בני קיימא רשמו בפברואר יציבות, לאחר ירידות בולטות בשלושת החודשים הקודמים, אך אין בכך סיבה לשנות את ההערכה לפיה לא צפויה התאוששות בביקושים בחודשים הקרובים, כך שהאטה בצריכה תשתלב במגמה הצפויה של האטה במשק כולו. ככל שתגבר הפסימיות, כך תוחרף האטה זו אשר תתבטא, כרגיל,

במחצית השנייה של השנה חלה ירידה של 2.9%, בשיעור שנתי, בצריכה לנפש

עתיד המשק:
45.6% סבורים
שהמצב יורע
בתוך חצי שנה,
בהשוואה
ל-46.6%
שחשבו כך
בינואר



שחלק גדול מהפסימיות שנוצרה עם התגברות החששות מפני מיתון תורגמו לדאגה אמיתית למצבו השוטף של המשק. נתוני המגמה של רכיב זה מאשרים גם הם את התמונה היחסית קודרת. בסוף פברואר הגיע נתון המגמה למינוס 59 נקודות, ירידה של 1.7 נקודות לעומת ינואר. מאז יוני 2008, לא נרשם אף לא חודש אחד בו היה שינוי חיובי בנתון המגמה, ובאותו החודש עמד נתון המגמה של המצב הכלכלי השוטף במשק על מינוס 28.2 נקודות, כ-30 נקודות מעל למאזן נטו לחודש פברואר 2009. ביולי 2007, כאשר אמון הצרכנים היה בשיא של שבע שנים, עמד נתון המגמה של רכיב זה על מינוס 19.8 נקודות, ומאז הוא רושם ירידה כמעט מתמדת, תחילה בצורה איטית, ובחודשים האחרונים בקצב מואץ.

עתיד המשק: ממתנינים לממשלה חדשה

רכיב המדד שמתייחס למצב הכלכלי בעוד שישה חודשים שב רושם עלייה זעירה, לאחר ירידה חדה בינואר. הנתון השוטף של המאזן נטו עלה ב-2 נקודות, לאחר ירידה של 9.8 נקודות



בדחייה או בביטול של תוכניות רכישה.

הערכות ההווה: שפל של ארבע שנים

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).

הירידה הבולטת מבין הרכיבים השונים נרשמה בפברואר במאזן הנטו של ההערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף. הנתון השוטף של הרכיב ירד ב-7.8 נקודות, למינוס 66.7 נקודות, הרמה הנמוכה ביותר מאז נובמבר 2004. יודגש, כי בתחילת 2008, שישה חודשים לאחר שמשבר ה"סאב-פריים" התנחל בכותרות העיתונות הכלכלית, עמד מאזן הנטו של הרכיב על מינוס 19.8 נקודות, 47 נקודות מעל רמתו בסוף פברואר 2009. משמעות הדבר היא,

מצב המשק:
הנתון השוטף
של המאזן נטו
עומד עתה על
מינוס 66.7
נקודות

הכיס הפרטי:
16.9%
מהמשיבים
שמצבם ישתפר
בתוך חצי שנה;
בינואר חשבו כך
16.1%

למינוס 4 נקודות. בסך הכל התמונה היא של יציבות יחסית, ונראה בבירור שיש פה מעין עמדת המתנה להכרעות כלכליות שיתקבלו בשבועות הקרובים. עם זאת, אין לשכוח, כי מאז פרוץ משבר ה"סאב-פריים" נרשמה גם ברכיב זה שחיקה מתמשכת. ביוני 2007 עמד נתון המגמה על 10.7 נקודות.

שוק העבודה: פסימיות מרוסנת

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

כזכור, באוקטובר, מיד כשהחריף המשבר העולמי, נרשמה ירידה חדה של 10.4 נקודות במדד המורחב. הנפילה ביטאה פסימיות גדולה ביחס לשוק העבודה בעקבות ידיעות על פיטורים נרחבים במשק. מאז נרשמו תנודות חודשיות בנתון השוטף של המדד

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

	פברואר '09	ינואר '09	דצמבר '08	נובמבר '08
יהיה יותר טוב	12.70%	14.80%	12.00%	9.80%
ישאר כפי שהוא היום	23.00%	20.10%	20.60%	20.80%
יהיה פחות טוב	56.40%	57.10%	55.30%	57.90%
לא הביעו דעה	7.90%	8.00%	12.20%	11.60%



הכיס הפרטי:
58.9%
מהמשיבים
מעריכים
שמצבם הכספי
יותר בלא
שינוי בששת
החודשים
הקרובים

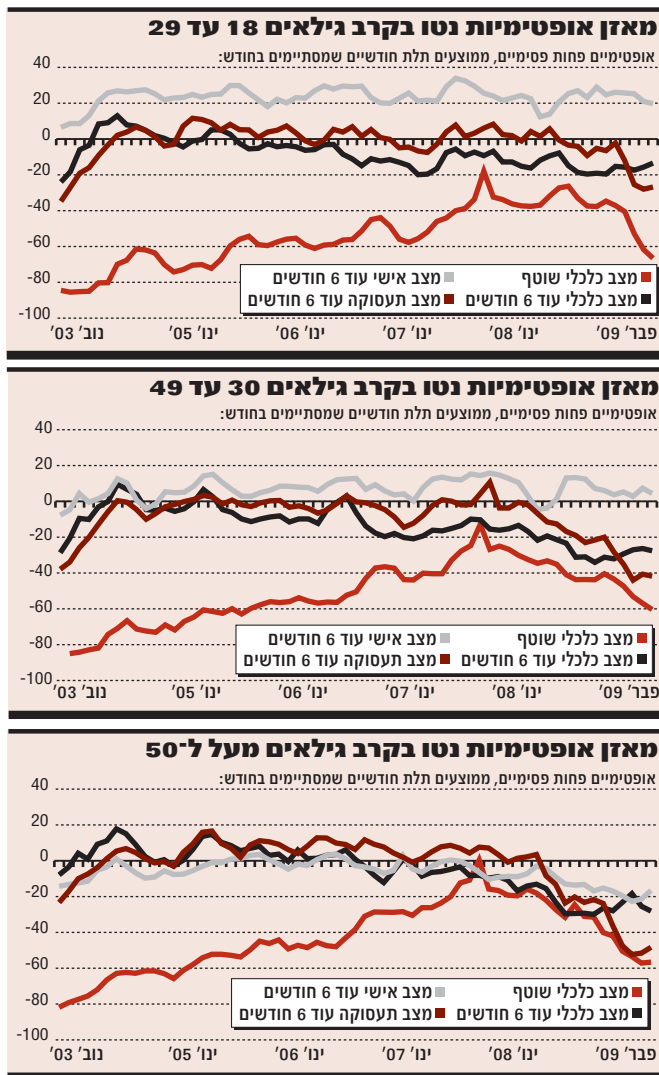
בינואר. בעקבות זאת, טיפס המאזן נטו לרמה של מינוס 28.2 נקודות.

למרות העלייה בנתון השוטף, נתון המגמה ירד בפברואר בעוד 1.3 נקודות, והגיע למינוס 26.1 נקודות. בסך הכל, מדובר בתנועות יחסית קטנות ברכיב זה, וייתכן שהדבר קשור לרצון הציבור לראות את כיוונה של המדיניות הכלכלית של הממשלה החדשה, בטרם יגבש הערכה לגבי הצפוי בחודשים הקרובים.

צפי כלכלי אישי: עמדת המתנה

כמו ברכיב המתייחס למצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, גם מאז הנטו של הציפיות לגבי המצב הכלכלי האישי רושם תנועה קטנה, ומאותן הסיבות שנמנו קודם לכן - בעיקר, הציפייה לממשלה החדשה. במקרה של רכיב זה התמונה היא טובה מעט יותר: הנתון השוטף של המאזן נטו עלה ב-4.3 נקודות בפברואר, לאחר ירידה של 3.9 נקודות בינואר, והתייצב על מינוס 2.4 נקודות. נתון המגמה של הערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי רשם, אף הוא, עלייה קטנה, של נקודה אחת, והגיע בסוף פברואר

רק 19.8% מבעלי ההכנסה הגבוהה מהממוצע מאמינים שמצב המשק בעוד שישה חודשים יהיה טוב יותר



המורחב, ובסוף פברואר 2009 הגיע לרמה של 53.6 נקודות, ירידה של 0.8 נקודות לעומת החודש הקודם. נתון המגמה נשאר יציב למדי - ירד ב-0.2 נקודות ל-55.8 נקודות - וגם פה ניתן לדבר, אם כן, על שינויים קטנים המבטאים את עמדת ההמתנה של הציבור. יחד עם זאת, צריך לזכור, שבסוף יוני 2007 הגיע המדד המורחב ל-85 נקודות, ופירוש הדבר שמאז משבר ה"סאב-פריים" ירד המדד המורחב ב-30.8 נקודות.

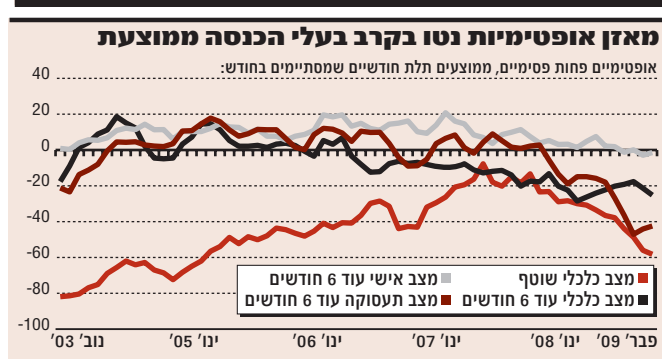
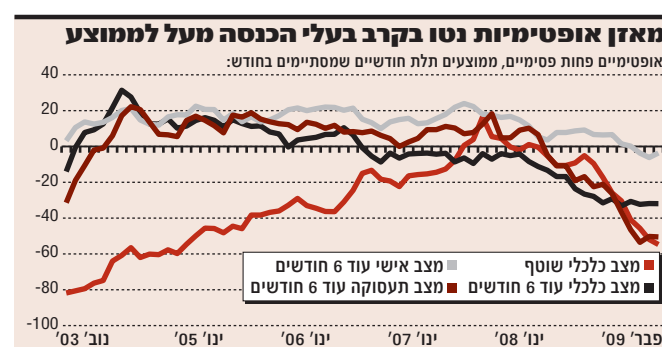
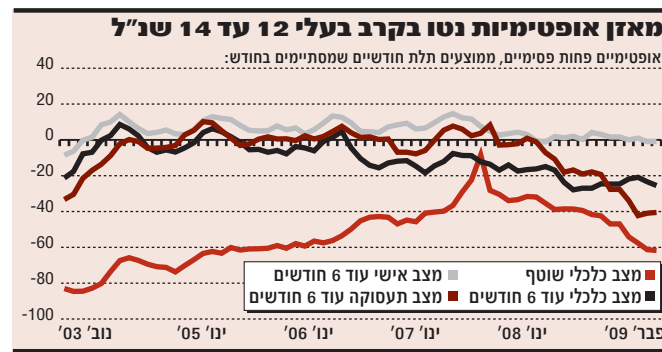
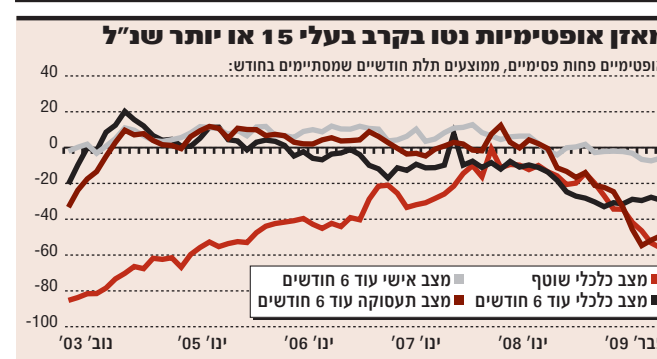
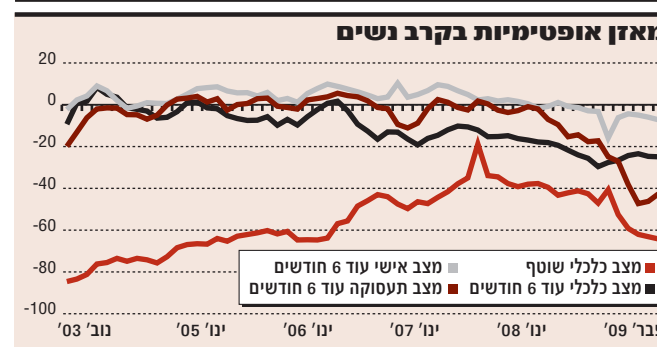
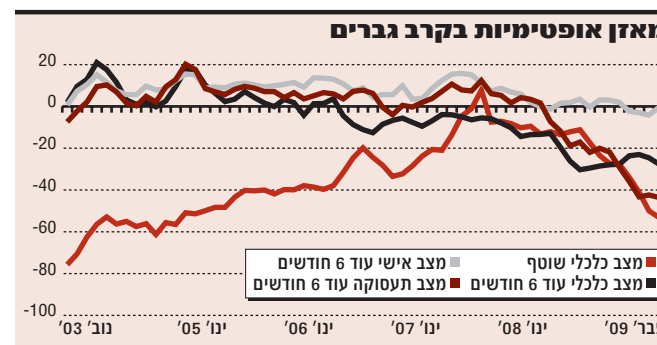
לגבי ההערכות על מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים ניתן להגיד, כי באוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות לגבי שוק העבודה בעוד שישה חודשים, ומאז לא נרשם שינוי משמעותי במאזן נטו. הנתון השוטף של מאזן זה ירד בפברואר ב-1.4 נקודות, לאחר עלייה של נקודה אחת בינואר, ועלייה של 4.8 בדצמבר 2008. בסוף פברואר עמד הנתון השוטף על מינוס 43.7 נקודות, לעומת מאזן נטו חיובי של 4.2 נקודות ביוני 2007, לפני פרוץ משבר ה"סאב-פריים". נתון המגמה מצביע אף הוא על יציבות בשלושת החודשים האחרונים.

התמונה הכללית משתקפת בקבוצות

ממצאי סקר פברואר, בשילוב ממצאי החודשים הקודמים, מציינים תמונה פסימית, אך יציבה, בקרב הקבוצות השונות באוכלוסייה. נתוני המגמה, המתייחסים לממוצעים נעים תלת חודשיים, מציינים תמונה שתואמת, בקרב מרבית הקבוצות, את הממצאים הכלליים. מדובר בתמונה של הרעה חדה בהערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף, שחיקה בהערכה לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, ויציבות בהערכות לגבי המצב הכלכלי האישי ולגבי מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים.

נשאים על רמת שפל בשוק העבודה: הנתון השוטף של המאזן נטו נמוך בהשוואה לרמתו בינואר 2008

אופטימיות כפונקציה של גיל: 23.5% מהמשיבים הצעירים מעריכים שמצב המשק ישתפר לעומת ה-50 מבני ה-50 ומעלה



הפער המגדרי: מגדירות את מצב המשק היום כ"לא טוב" לעומת 67.7% מהגברים

שיעור הנכונות לרכישת מוצרים בני קיימא עומד עתה על 22.7% מכלל המשיבים

האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה או דירה מיד שניה?			
	דצמבר '08	ינואר '09	פברואר '09
לא מתכוונת/ת לרכוש דירה	95.0%	91.6%	93.9%
מתכוונת/ת לרכוש דירה חדשה	1.3%	1.5%	2.2%
מתכוונת/ת לרכוש דירה מיד שניה	2.7%	5.9%	2.7%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	1.0%	1.0%	1.2%

האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה או משומשת?			
	דצמבר '08	ינואר '09	פברואר '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מכונית	87.7%	89.4%	89.5%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית חדשה	4.0%	2.7%	4.4%
מתכוונת/ת לרכוש מכונית משומשת	6.4%	6.2%	5.2%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	2.0%	1.7%	0.9%

האם בששת החודשים הקרובים את/ה (משפחתך) מתכוונת/ת לקנות מוצר או מוצרים בני קיימא*?			
	דצמבר '08	ינואר '09	פברואר '09
לא מתכוונת/ת לרכוש מוצרים אלו	77.3%	74.9%	79.7%
בטוח שכן	6.3%	7.3%	7.6%
חושב שכן	10.2%	14.6%	8.0%
עדיין לא יודעת/ת, אין דעה	6.2%	3.1%	4.7%

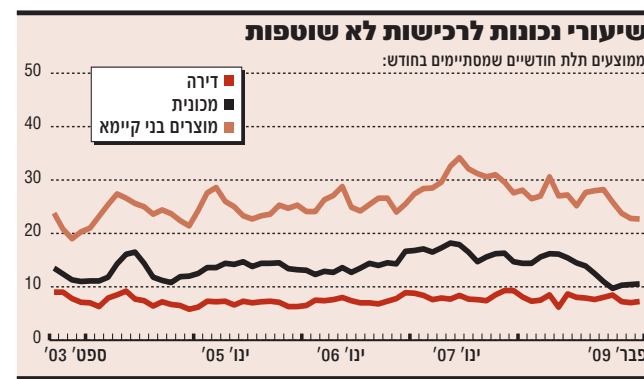
*טלוויזיה, מכונת כביסה, מזגן, מקרר, מקפיא, ידאו, מערכת סטריאו וכדומה

אלה, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו. בפברואר נרשמה יציבות בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא, אך מדובר ביציבות סביב הרמה הנמוכה למדי אליה הגיע רכיב זה בחודש הקודם - הנמוכה ביותר מאז סוף 2004. לאחר פרוץ משבר ה"סאב-פריים" ירדה הנכונות לרכוש מוצרים, מרמה של 32% - לשיעורים של 27%-25%, וזו נשמרה במחצית השנייה

תופעה אותה כדאי להדגיש שוב היא, שההבדלים בין הקבוצות השונות קטנים יחסית. גם הדמיון בין הקבוצות השונות לבין התמונה הכללית גדול יחסית: ירידה מהירה בהערכה לגבי המצב הכלכלי השוטף, לעומת יציבות ברכיבים האחרים. יחד עם זאת, כדאי להדגיש כמה הבדלים, במיוחד לגבי ההערכות לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, והמצב האישי בעוד שישה חודשים. בקרב הגברים ישנו שיפור קל בהערכות לגבי המצב הכלכלי האישי, בעוד שבקרב הנשים רכיב זה ממשיך לרדת. בקרב בני עד 30 נרשמת עלייה מסוימת במאזן נטו לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים, אך ירידה בהערכה נטו לגבי המצב הכלכלי בעוד חצי שנה.

רכישות לא שוטפות: אין התאוששות באופק

בנוסף לארבע השאלות של המדד המורחב, מאז יולי 2003 עוקב הסקר גם אחרי תשובות לשלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות בששת החודשים הקרובים - של דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא. מלבד המידע שמתקבל לגבי תוכניות רכישה מעין



כוונות רכישה רכב: לאחר מגמה שלילית מאז אפריל, פברואר הוא החודש השלישי בו עולים שיעורי הנכונות

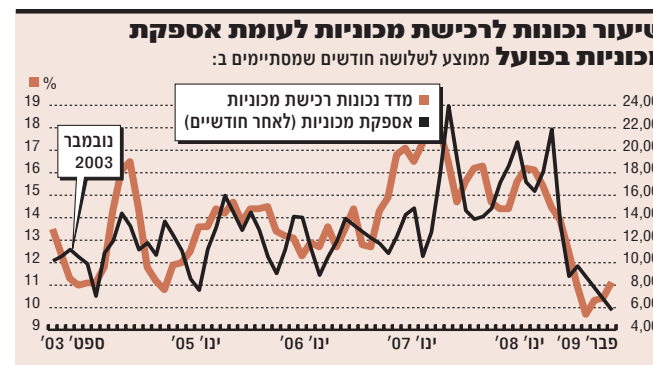
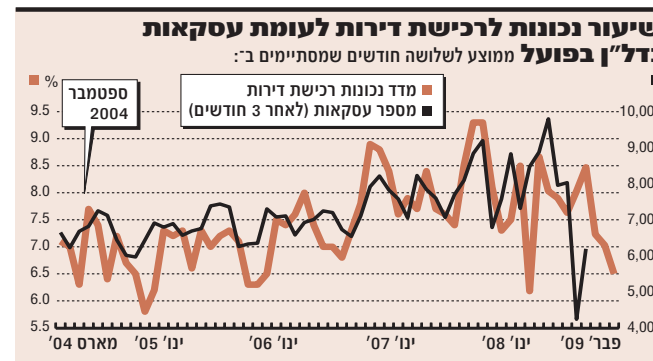
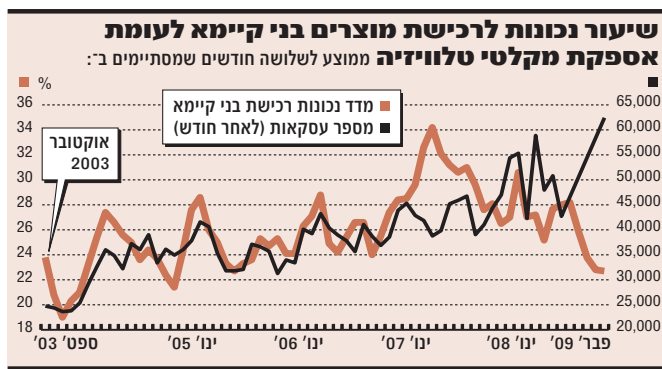
16.4%
מהמשיבים בעלי
הכנסה גבוהה
מהמוצע
מתכננים לרכוש
רכב, לעומת
15.8% בינואר

שחיקה בביקושים.

לגבי מכונות, נרשמה גם בפברואר עלייה מסוימת, לאחר עלייה בחודשים הקודמים, ולאחר שבעה חודשים של ירידה רצופה. בפברואר נרשמה עלייה של 0.7 נקודות בשיעור הנכונות לרכוש מכונות ל-11.1% מהמשיבים, כאשר באפריל 2008 עמד שיעור הנכונות על 16.2%.

הפילוח לפי קבוצות של התשובות בסקר השוטף מציג תמונה דומה לזו של החודשים האחרונים. כדאי לציין, כי הירידה בנכונות לרכוש דירות מקורה בגברים, אך הם גם אלה אשר מגדילים את שיעור הנכונות לרכוש מכונות. לעומת זאת, ישנה ירידה מתמשכת בנכונות הנשים לרכוש מוצרים בני קיימא, גם אם בחודש האחרון היא התמתנה במעט.

בקרב בעלי הכנסה גבוהה ישנה ירידה בנכונות לרכוש דירה, לעומת עלייה מסוימת לגבי מכונות ומוצרים בני קיימא, אם כי לגבי מכונות מדובר בשיעורים שדומים לרמה של תחילת 2006. בקרב בעלי הכנסה ממוצעת יש ירידה בנכונות לשקול רכישת דירה, במקביל לעלייה בסירוב לשקול רכישות מוצרים בני קיימא,



של 2008 עם תנודות לשני הכיוונים. אולם, לקראת סוף השנה שיעור הנכונות כבר ירד מתחת לרמה של 25%, ובפברואר כבר הגיע ל-22.7%.

בכונות קניית דירה נרשמה בפברואר ירידה נוספת, לאחר ירידות בדצמבר ובינואר. מבט על החודשים האחרונים מגלה, כי בפברואר 2009 ירד שיעור הנכונות ל-6.5% מכלל המשיבים, בדומה לנתוני סוף 2006. נראה, כי גם פה לא תחול התאוששות בחודשים הקרובים, שכן מאז החרפת המשבר הגלובלי ישנה

נתון המגמה של
כוונות רכישת
דירה - חדשה או
מיד שנייה - ירד
לשפל של 6.5%
מהמשיבים

האמידים יקנו קצת פחות? שוקלים רכישה לא שוטפת בהשוואה ל-21.3% בינואר

וירידה בסירוב לשקול רכישת מכוניות, אם כי הרמה האבסולוטית של נכונות זו עדיין נמוכה בהשוואה לרמתה ב-2007 ובמחצית הראשונה של 2008. בקרב בעלי השכלה גבוהה ישנה יציבות יחסית בכוונות הרכישה הלא שוטפות, בדומה למה שקרה בינואר. שלוש השאלות על כוונות הרכישה לא נכנסות לחישוב המדד. באופן מקורי הן הוכנסו לסקר כדרך נוספת לאמוד הלכי רוח בקרב הציבור. השאלה היא עד כמה נתונים אלה יכולים להעיד על מצב הביקושים בשווקים ספציפיים, מעבר לתיקוף שהם נותנים לממצאי המדד עצמו. כדי לקבל תשובה לכך, אפשר להצליב את הנתונים שמתקבלים מהממוצעים הנעים התלת חודשיים של שיעורי הנכונות עם נתוני אמת של רכישות או ביצוע עסקאות, הנערכות חודש עד שלושה חודשים לאחר הדיווח שמתקבל בסקר. בסך הכל, הממצאים ממשיכים להצביע על התאמה בין ממצאי הסקר השוטף לבין רכישות בפועל, במיוחד במה שנוגע למוצרים בני קיימא אך גם במה שנוגע לדירות. ■

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					
	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08				
מין	6.2	6.4	11.8	47.6	49.0	42.9	26.2	28.0	25.0	20.0	16.5	20.3
גברים	10.8	10.3	11.7	43.6	44.7	37.4	30.6	28.7	31.2	15.0	16.3	19.7
נשים	8.4	3.2	12.8	44.3	45.1	29.1	28.1	29.2	38.1	19.2	22.5	20.0
מוצא	4.4	11.5	4.6	45.4	44.3	42.1	33.6	27.9	39.4	16.6	16.3	13.9
צבר	5.2	5.2	13.2	46.1	61.8	45.7	31.6	16.4	23.0	17.1	16.5	18.1
ישראל אסיה	11.4	12.2	12.0	47.7	39.5	45.1	21.9	28.0	14.9	19.0	20.3	27.9
ישראל אירופה	12.1	10.6	18.8	45.1	43.4	40.8	26.8	36.3	21.2	15.9	9.8	19.3
אסיה	5.3	6.4	5.7	41.0	25.2	44.3	30.3	44.1	27.6	23.5	24.3	22.4
אירופה	7.2	8.6	9.9	46.3	47.3	41.8	32.5	24.5	29.2	14.0	19.6	19.0
גיל	10.7	9.4	15.1	47.1	50.1	37.1	24.6	28.4	27.7	17.7	12.1	20.2
29-18	10.6	25.2	9.5	40.2	46.5	31.5	28.7	15.7	32.5	20.6	12.6	26.4
49-30	9.3	7.6	9.7	44.6	46.1	41.5	28.1	30.5	26.8	18.0	15.8	22.0
50+	6.8	7.5	14.4	48.7	47.6	40.6	28.9	27.8	28.7	15.6	17.1	16.3
השכלה עד 11	9.7	11.2	12.7	42.2	37.7	38.3	28.2	32.8	28.6	19.8	18.4	20.4
14-12	8.9	1.9	9.1	49.5	40.7	36.1	23.6	42.3	37.3	18.1	15.1	17.5
15+	5.4	1.4	11.2	49.8	56.6	44.6	30.1	22.7	22.9	14.7	19.3	21.2
הכנסה	12.9	12.9	14.9	37.4	52.7	38.3	33.4	17.8	27.4	16.3	16.6	19.4
מתחת למוצעת												
מטל למוצעת												
לא השיב												

כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי?

באחוזים

	לא יודע		טוב		רגיל		טוב					
	02/09	01/09 12/08	02/09	01/09 12/08	02/09	01/09 12/08	02/09	01/09 12/08				
מין	0.9	0.7	2.6	67.7	59.4	55.4	23.9	34.5	31.7	7.5	5.4	10.3
גברים	1.2	2.6	3.3	76.5	67.2	63.2	18.7	25.9	27.2	3.6	4.4	6.3
נשים	1.1	0.0	0.5	73.5	63.9	64.2	19.3	31.6	26.2	6.1	4.5	9.1
מוצא	0.9	1.0	1.7	75.3	63.6	70.9	21.0	26.2	19.7	2.8	9.2	7.8
צבר	0.9	0.0	5.3	77.0	67.6	59.1	15.4	29.0	28.1	6.7	3.4	7.5
ישראל אסיה	0.0	0.0	0.0	69.7	55.4	57.8	20.5	37.7	25.5	9.8	6.9	16.6
ישראל אירופה	1.7	5.3	3.8	66.9	63.8	50.6	27.7	29.2	38.6	3.7	1.7	7.0
אסיה	0.9	0.0	0.0	68.8	66.9	73.0	22.6	33.1	25.6	7.7	0.0	1.4
אירופה	0.8	1.5	1.2	77.6	64.3	61.7	16.7	27.2	26.4	4.8	7.0	10.6
גיל	1.3	2.4	5.2	69.2	64.4	54.0	24.3	29.0	32.4	5.3	4.2	8.3
29-18	0.0	0.0	4.5	69.9	64.3	64.0	25.9	31.6	22.2	4.1	4.1	9.2
49-30	1.4	1.0	2.3	73.6	67.5	60.8	18.8	27.4	30.4	6.2	4.1	6.4
50+	0.8	2.8	3.1	71.0	59.8	57.0	23.2	32.3	30.0	5.0	5.1	9.8
השכלה עד 11	1.2	1.6	4.3	72.2	62.5	64.1	21.5	35.9	24.5	5.1	0.0	7.1
14-12	0.7	3.1	0.0	70.6	62.9	58.6	22.5	28.3	35.9	6.2	5.7	5.5
15+	1.0	0.0	3.0	72.8	60.4	55.5	20.9	31.0	31.0	5.3	8.6	10.6
הכנסה	1.4	1.4	3.7	73.1	69.8	59.4	19.5	30.3	27.7	6.1	0.0	9.2
מתחת למוצעת												
ממוצעת												
מעל למוצעת												
לא השיב												

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים? באזורים

	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב					
	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08				
מין	6.7	6.6	58.2	58.6	57.8	22.4	17.0	19.4	12.7	17.8	13.4	
נשים	9.1	9.2	54.7	56.0	53.0	23.5	22.6	21.6	12.8	12.2	10.7	
מוצא	6.3	4.1	8.9	54.3	59.8	47.5	26.0	23.9	31.0	13.4	12.2	12.7
ישראל אסיה	4.9	5.0	5.7	54.6	49.5	63.9	25.8	24.9	22.6	14.8	20.6	7.9
ישראל אירופה	4.4	1.7	12.0	67.8	66.8	67.9	20.8	16.7	10.4	7.0	14.7	9.7
אסיה	5.2	14.4	10.4	56.2	50.9	50.3	22.3	12.8	24.0	16.3	22.0	15.3
אירופה	14.9	13.7	21.4	52.3	56.6	50.9	19.8	19.0	16.6	13.0	10.7	11.1
גיל	2.8	0.0	6.4	42.5	41.2	55.8	36.6	34.3	21.3	18.1	24.5	16.5
עד 18	7.0	6.7	8.2	59.7	53.8	55.0	21.8	21.3	23.3	11.5	18.2	13.5
19-30	10.3	11.1	16.3	59.6	62.3	55.9	18.1	15.7	17.8	12.0	10.9	10.0
50+	11.4	17.7	18.2	48.3	57.2	38.6	23.5	9.2	28.3	16.7	15.8	14.9
השכלה	8.2	7.0	12.2	53.6	56.6	54.8	24.8	19.3	19.9	13.3	17.1	13.1
עד 12	6.4	8.0	10.7	62.8	58.1	59.9	20.2	21.8	19.3	10.6	12.2	10.1
15+	12.8	16.5	17.7	49.3	48.1	50.6	21.5	23.7	19.4	16.4	11.8	12.2
מחמת למוצעת	5.7	3.0	8.1	56.4	55.2	56.8	27.8	19.9	26.0	10.0	21.9	9.2
מוצעת	2.9	3.9	8.3	65.3	62.7	60.7	21.0	19.0	19.1	10.8	14.4	12.0
מעל למוצעת	10.1	5.4	14.4	53.8	61.6	51.3	24.5	21.3	18.7	11.6	11.7	15.5
לא השיב												

מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים? באזורים

	אין דעה		גרוע		רגיל		טוב					
	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08	2/09	1/09 12/08				
מין	5.2	4.3	7.2	17.7	22.0	22.3	56.1	54.5	50.4	21.0	19.3	20.2
נשים	4.7	9.2	7.0	20.8	23.6	18.7	61.5	53.8	59.0	13.0	13.4	15.2
מוצא	5.1	5.9	7.4	16.1	16.0	9.4	56.9	56.7	62.0	21.8	21.4	21.3
ישראל אסיה	5.7	9.9	8.3	21.6	18.5	24.9	54.9	37.8	48.8	17.8	33.8	18.1
ישראל אירופה	6.4	3.7	7.0	19.2	22.4	24.5	63.7	65.4	54.7	10.7	8.5	13.8
אסיה	3.9	2.7	7.9	23.0	21.6	18.1	57.5	63.3	61.0	15.7	12.5	12.9
אירופה	3.3	8.8	7.6	19.7	32.2	21.3	60.8	51.9	56.8	16.2	7.0	14.3
גיל	5.1	11.2	5.6	9.2	7.2	13.1	52.1	61.6	46.3	33.7	20.0	35.1
עד 18	4.8	9.0	5.7	20.2	16.1	20.8	55.9	44.5	52.6	19.1	30.3	20.9
19-30	4.6	4.5	8.5	22.4	30.9	21.8	63.7	58.4	59.6	9.2	6.2	10.0
50+	7.3	22.0	7.5	21.3	20.1	29.3	59.1	52.7	46.1	12.3	5.2	17.1
השכלה	6.1	7.4	6.5	19.6	25.2	18.9	54.3	49.3	51.4	19.9	18.1	23.1
עד 12	2.5	4.7	7.6	18.2	20.8	19.6	65.4	59.9	60.6	13.9	14.7	12.2
15+	7.1	5.7	6.4	24.5	31.2	23.6	53.1	42.0	46.8	15.3	21.1	23.2
מחמת למוצעת	3.7	1.9	7.7	16.4	15.3	21.4	63.5	65.7	55.5	16.4	17.1	15.3
מוצעת	0.5	3.9	6.7	15.4	25.5	15.4	66.5	55.7	65.1	17.6	14.9	12.9
מעל למוצעת	2.6	5.4	9.0	19.0	21.3	23.9	47.2	45.3	48.2	21.2	28.0	19.0
לא השיב												

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

לא יודע	כן משומשת		כן חדשה		לא מתכוון לקנות							
	2/09	1/09	12/08	2/09	1/09	12/08						
1.2	0.9	0.9	2.2	4.0	2.9	3.6	0.8	1.5	93.0	94.2	94.7	גברים
1.2	1.1	1.1	3.3	7.4	2.6	0.9	2.1	1.1	94.6	89.4	95.3	נשים
0.0	0.0	1.9	2.7	11.4	4.3	2.4	3.5	1.0	94.9	85.1	92.9	צבר
1.9	1.3	1.2	3.7	8.4	6.1	4.7	1.6	3.9	89.7	88.6	88.8	ישראל אסיה
1.9	2.0	1.0	4.7	1.5	0.8	1.9	1.5	1.2	91.6	95.0	97.0	ישראל אירופה
0.0	0.0	0.0	2.6	1.7	4.6	0.0	1.7	0.0	97.4	96.7	95.4	אסיה
2.1	1.3	0.0	1.2	5.0	1.3	1.8	0.0	0.0	94.9	93.7	98.7	אירופה
0.8	0.0	0.0	4.4	12.0	5.0	7.5	6.3	3.0	87.3	81.7	92.1	29*18
2.1	0.0	1.6	2.1	8.3	3.2	0.9	0.9	0.8	94.9	90.8	94.4	49*30
0.7	1.9	0.4	2.7	3.2	1.8	1.3	0.9	1.2	95.3	94.0	96.5	50+
0.0	0.0	1.7	1.2	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0	98.8	90.7	98.3	11 עו
0.6	0.9	1.3	2.4	5.4	3.2	2.4	2.5	2.2	94.6	91.3	93.4	14*12
2.4	1.3	0.5	3.7	6.0	3.0	2.6	0.7	0.7	91.3	92.0	95.8	15+
0.0	1.3	0.6	1.6	9.6	3.4	0.9	0.0	0.7	97.5	89.1	95.3	מתחת למוצעת
0.7	1.2	1.9	1.6	5.0	2.0	2.2	1.9	1.0	95.4	91.9	95.0	מוצעת
1.4	0.8	0.0	4.0	3.7	3.1	4.6	0.0	2.6	90.1	95.5	94.3	מעל למוצעת
4.2	5.5	3.0	5.4	15.8	1.2	0.0	0.0	0.0	90.4	78.7	95.9	לא השיב
1.7	1.1	2.0	3.0	9.4	5.0	3.5	3.7	4.4	91.9	85.8	88.6	חודי/דתי
0.7	0.8	0.9	4.3	7.0	2.6	1.4	2.1	0.0	93.6	90.1	96.5	מסורתי
1.5	1.1	0.4	2.6	3.7	2.5	2.0	0.5	0.4	93.8	94.7	96.7	חילוני
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	1.9	97.4	0.0	98.1	ערבי
1.3	1.2	0.0	7.5	7.4	4.8	2.7	2.5	1.7	88.5	88.8	93.5	02
2.2	1.5	2.4	4.4	5.1	2.3	2.0	0.7	1.5	91.4	92.8	93.8	03
0.0	0.0	0.0	0.7	4.8	1.2	1.9	1.2	0.9	97.4	94.0	98.0	04
1.6	0.0	0.0	0.0	9.8	2.6	3.0	1.3	0.9	95.3	88.8	96.5	08
0.0	3.7	1.9	2.6	0.0	5.4	1.3	3.6	1.9	96.1	92.7	90.8	09

באזורים **האם מתכוון לקנות מכונת כביסה** ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

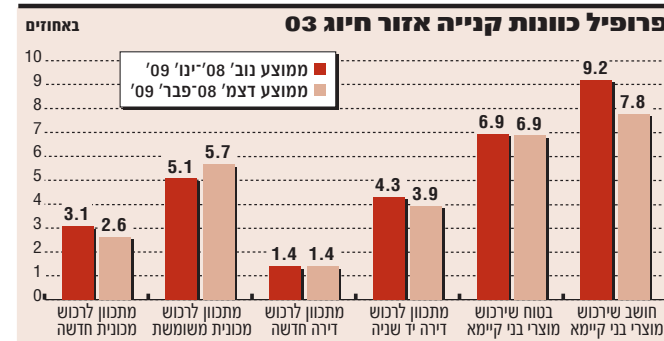
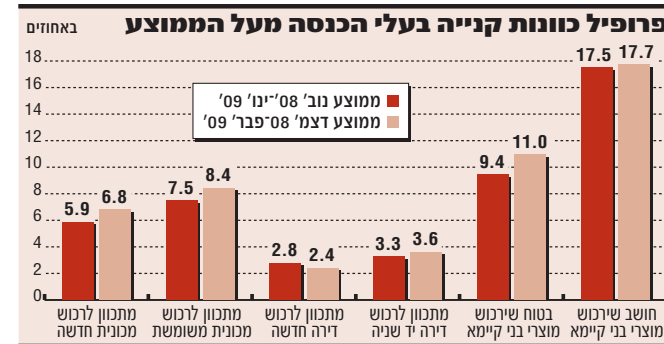
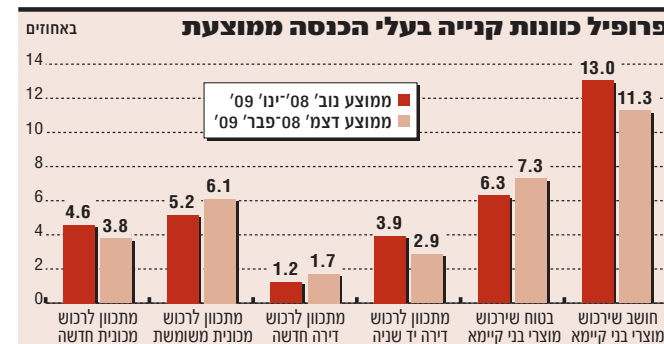
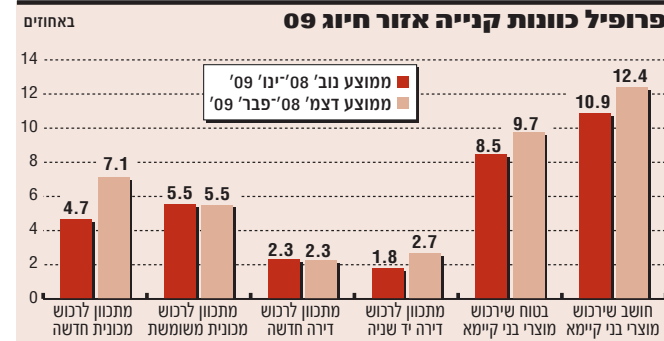
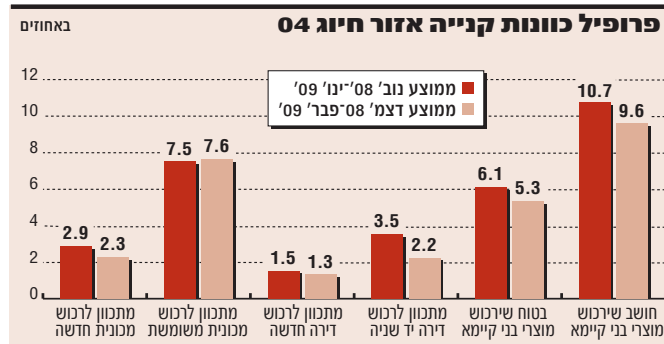
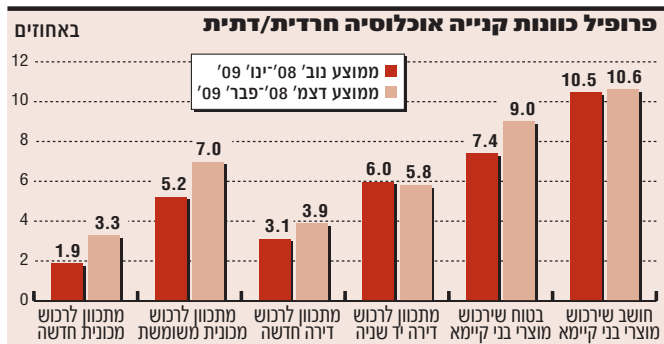
לא יודע	כן משומשת		כן חדשה		לא מתכוון לקנות							
	2/09	1/09	12/08	2/09	1/09	12/08						
1.6	1.7	2.4	5.0	7.2	4.6	6.8	4.1	4.9	86.6	87.0	88.2	גברים
0.2	1.7	1.6	5.4	5.4	8.0	2.1	1.6	3.1	92.3	91.3	87.2	נשים
0.5	2.7	2.1	10.8	8.5	3.9	5.6	0.0	2.2	83.0	88.8	91.7	צבר
0.0	1.3	1.5	5.6	11.2	5.9	4.7	3.7	6.0	89.6	83.8	86.6	ישראל אסיה
2.0	2.0	3.7	4.5	6.7	9.1	5.6	3.0	1.9	87.9	88.3	85.4	ישראל אירופה
0.0	0.0	0.0	1.2	6.9	2.5	1.3	7.3	9.0	97.5	85.8	88.5	אסיה
1.6	1.7	0.0	1.8	1.0	7.6	3.2	2.2	3.3	93.5	95.1	89.1	אירופה
0.8	2.5	1.4	10.0	2.4	11.3	13.0	0.0	5.7	76.1	95.1	81.6	29*18
0.4	1.6	2.4	6.5	10.2	7.3	2.3	1.7	3.7	90.8	86.5	86.6	49*30
1.2	1.7	1.1	2.6	4.9	4.5	2.8	4.0	3.2	93.4	89.4	91.3	50+
1.2	0.0	3.5	1.5	0.0	1.7	2.6	0.0	2.6	94.7	100.0	92.2	11 עו
1.2	2.1	2.8	7.1	7.3	7.5	5.3	2.5	3.4	86.4	88.2	86.4	14*12
0.3	1.5	0.8	3.7	5.8	6.5	3.6	3.3	4.9	92.3	89.3	87.9	15+
0.8	1.3	0.0	2.6	6.1	7.1	3.0	0.0	1.6	93.6	92.6	91.3	מתחת למוצעת
0.0	5.0	1.9	7.3	4.1	6.9	2.3	7.5	1.5	90.4	83.3	89.7	מוצעת
0.9	0.0	2.5	7.5	11.6	6.2	7.4	5.3	7.7	84.2	83.1	83.5	מעל למוצעת
2.7	5.5	5.5	4.0	8.9	4.4	4.5	0.0	3.6	88.8	85.6	86.5	לא השיב
0.0	1.1	2.5	7.9	5.1	7.9	4.2	3.2	2.4	87.8	90.6	87.2	חודי/דתי
0.0	1.3	0.7	4.0	7.5	6.5	3.6	2.3	6.7	92.3	89.0	86.1	מסורתי
1.6	2.2	2.0	3.9	5.3	5.0	4.1	2.8	3.7	90.4	89.7	89.3	חילוני
1.3	0.0	1.9	8.5	0.0	10.5	7.5	0.0	3.3	82.7	0.0	84.3	ערבי
0.9	0.0	0.0	5.0	6.0	8.8	6.7	0.0	3.0	87.4	94.0	88.2	02
0.9	4.7	2.4	5.2	4.8	7.0	3.1	1.3	3.5	90.7	89.1	87.1	03
1.3	0.0	1.8	5.0	7.4	10.5	2.6	2.4	1.8	91.1	90.1	86.0	04
0.8	0.0	1.4	4.8	6.9	1.1	5.6	4.0	6.6	88.9	89.2	90.9	08
0.0	3.7	4.9	6.7	6.0	3.8	7.3	8.2	5.8	86.1	82.1	85.5	09

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			מוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-			לא מתכוון לקנות		
	2/09	1/09	12/08	2/09	1/09	12/08	2/09	1/09	12/08	2/09	1/09	12/08
מין	6.0	2.5	6.4	9.7	20.4	14.5	9.6	7.5	8.1	74.8	69.6	70.9
גברים	3.4	3.6	6.0	6.4	9.9	6.3	5.8	7.2	4.7	84.4	79.3	83.0
נשים	4.0	4.7	4.9	7.0	12.5	13.1	8.4	8.6	4.0	80.7	74.2	78.0
מוצא	1.0	1.6	6.3	10.8	21.1	9.7	10.9	9.3	7.7	77.3	68.0	76.3
צבר	6.3	3.5	4.2	9.7	23.6	9.2	6.3	7.3	6.6	77.7	65.6	80.0
ישראל אסיה	3.8	0.0	0.0	11.4	9.5	13.6	7.9	10.0	6.0	76.9	80.5	80.4
ישראל אירופה	6.8	3.9	5.9	5.1	8.6	6.9	5.9	4.4	7.2	82.2	83.2	80.0
אסיה	8.1	4.4	8.2	12.3	17.1	16.7	15.1	20.1	6.7	64.4	58.4	68.4
אירופה	4.4	3.2	5.9	7.6	16.0	12.2	6.9	7.8	7.1	81.1	73.0	74.8
גיל	3.7	2.9	4.7	6.9	13.9	7.1	5.5	4.4	5.8	83.9	78.9	82.3
11 עד 14	1.3	0.0	9.1	7.9	9.3	6.8	2.6	5.2	1.7	88.2	85.5	82.3
15+	5.5	2.4	5.7	7.1	8.9	9.8	8.4	10.3	6.6	79.0	78.5	77.8
השכלה	4.5	4.4	5.9	9.4	21.8	11.4	8.1	4.4	7.1	78.0	69.5	75.5
מתחת לממוצעת	3.1	1.3	4.5	6.9	2.8	7.6	2.8	10.1	4.4	87.2	85.8	83.5
ממוצעת	2.2	3.9	8.8	7.9	16.1	9.8	9.5	5.0	7.4	80.4	75.1	74.0
מעל לממוצעת	6.9	2.8	5.2	10.9	26.4	15.9	13.0	11.4	8.5	69.1	59.4	70.4
לא השיב	6.8	9.7	9.2	4.1	12.3	2.9	5.3	8.3	4.1	83.8	69.8	83.8
מגזר	5.2	0.0	9.5	7.2	12.7	11.9	8.1	15.4	3.5	79.6	71.9	75.1
חרדי/דתי	2.8	1.8	4.6	7.7	14.3	10.6	9.9	3.1	8.6	79.6	80.8	76.1
מסורתי	6.2	5.0	4.7	8.4	16.2	8.3	7.1	6.3	6.9	78.2	72.5	80.1
חילוני	1.3	0.0	9.2	8.9	0.0	12.6	5.2	0.0	3.8	84.7	0.0	74.4
ערבי	1.3	5.8	6.0	15.0	8.2	13.2	7.8	5.7	2.1	76.0	80.4	78.8
אזור חיג	8.6	1.9	5.6	5.8	10.1	7.4	8.8	4.8	7.0	76.9	83.2	80.0
02	1.9	4.2	5.7	6.7	9.2	12.8	4.6	6.3	5.1	86.7	80.3	76.4
03	4.1	1.3	7.3	8.2	28.3	10.8	8.4	11.1	7.5	79.3	59.2	74.4
04	4.1	3.7	7.1	9.3	19.6	8.2	9.5	10.5	9.2	77.1	66.2	75.4



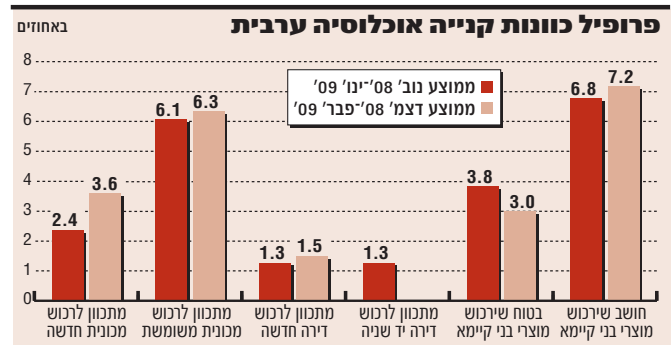
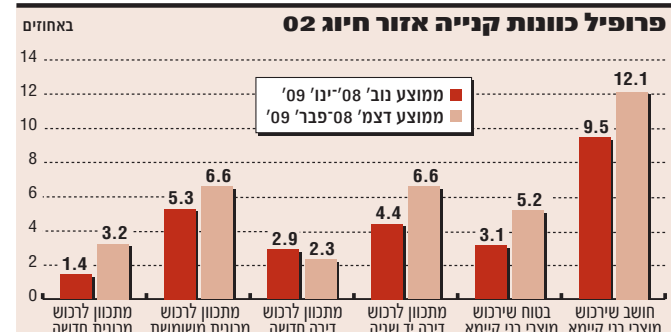
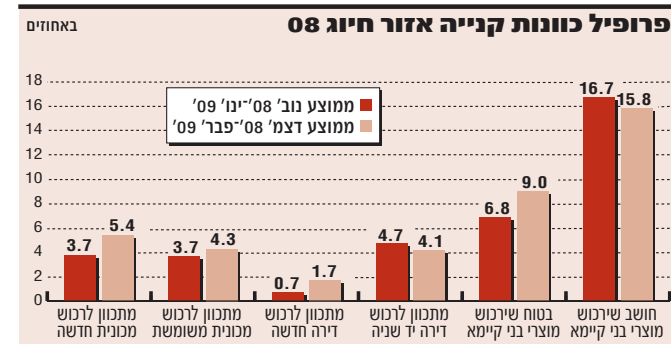
שיעורי סירוב

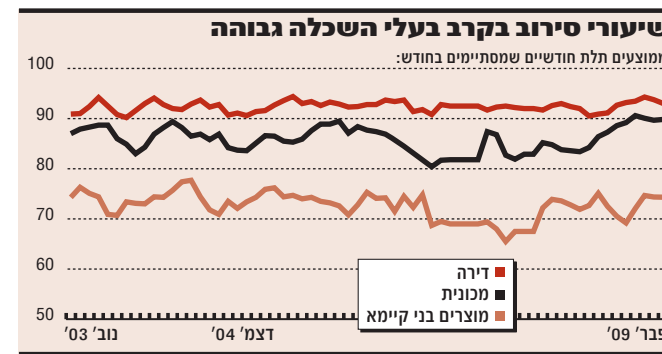
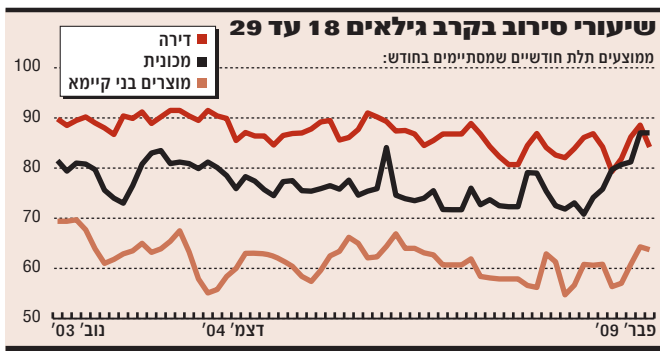
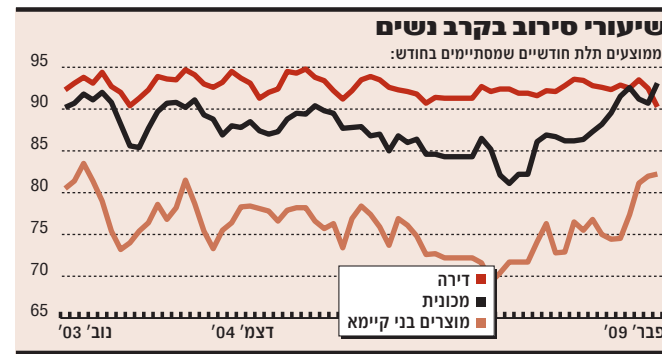
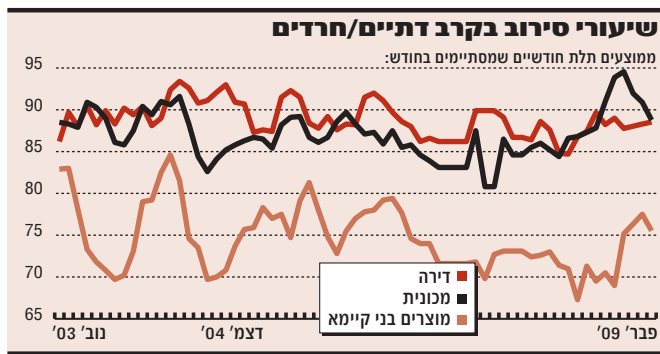
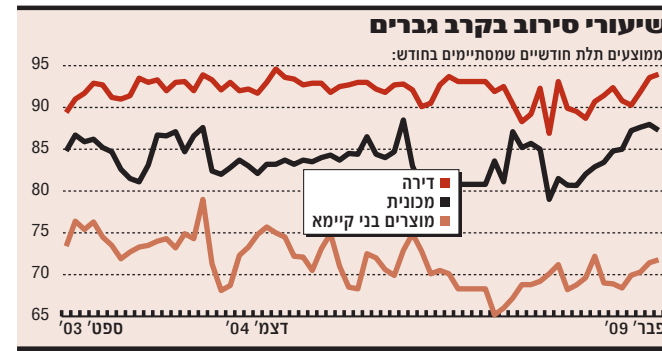
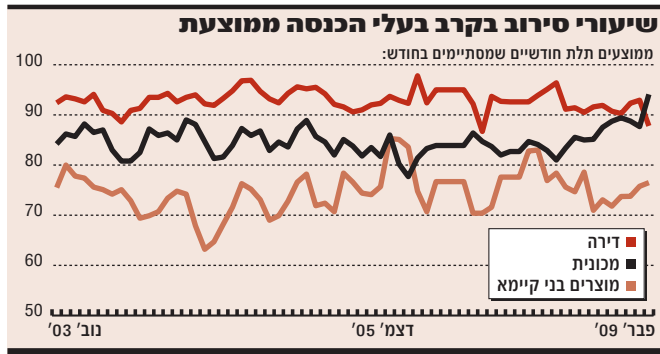
**השאלות
נועדו לתקף
הממצאים
של המדד,
אשר מעריך
בדרך עקיפה
את סנטימנט
הצרכנים**

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. ■





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

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