



מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

ינואר 2009

4 תמצית מנהלים

עיקרי מדד אמון הצרכנים

10 הממצאים

ניתוח, מגמות, מסקנות

27 פילוחים

פירוט התשובות המלא, על פי סקטורים

35 פרופילים

שרטוט מאפיינים, סקטורים נבחרים

39 שיעורי סירוב

נכונות לבצע רכישות, סקטורים נבחרים

פרסום המדד הבא : 4.3.09

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 להע-
 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

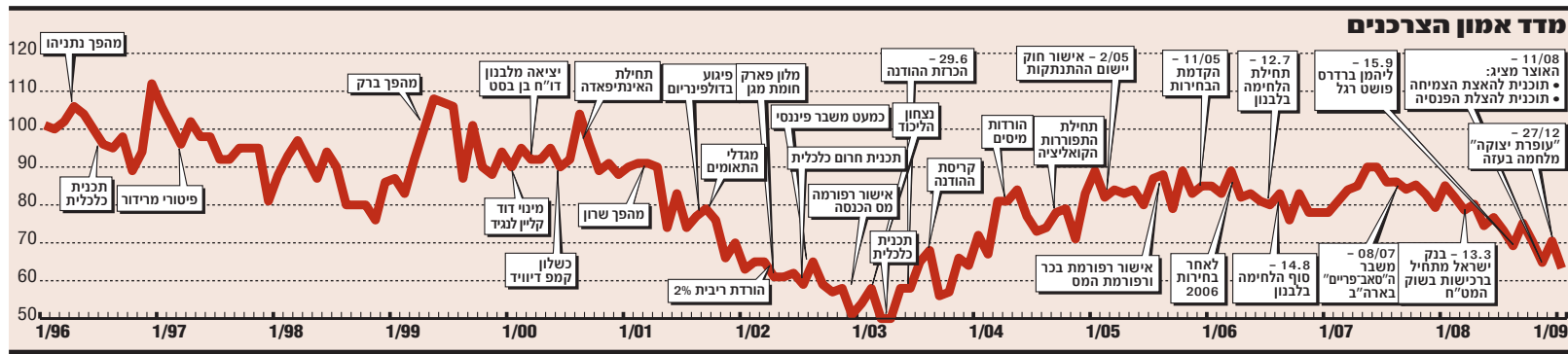
תחל שנה וקללותיה?

- **מדד אמון הצרכנים של ישראל מתחיל את 2009 בצניחה של 7.2 נקודות לרמת שפל של חמש שנים**
- **תחזיות המדד בשנה האחרונה באות לידי ביטוי בנתוני המיתון החזוי ל-2009**
- **בחירות 2009 תורמות לאי הוודאות בהיעדר מידע לגבי המדיניות הכלכלית של הממשלה הבאה**
- **הציבור סוגר את הארנק: צניחה בכוונות קניית מוצרים בני קיימא לרמה של יולי 2005**
- **מבט עולמי: גם הצרכן האמריקני החל את 2009 ברגל שמאל ושלח את מדד האמון לשפל של כל הזמנים**

הציבור הישראלי מתחיל את שנת 2009 בתחושת פסימיות בולטת, עם צניחה במדד אמון הצרכנים. תרמה לכך, ככל הנראה, תחזית בנק ישראל להתכווצות "העוגה הלאומית" ב-0.2% ב-2009, זאת לצד גורמים כלכליים נוספים, מבית ומחוץ. בינואר 2009 נרשמה לפיכך ירידה חדה של 7.2 נקודות במדד האמון לרמה של 63.3 נקודות, לעומת 70.5 נקודות בדצמבר אשתקד (1996=100). גם מדד האמון המורחב, הכולל אף את הציפיות של הציבור לגבי שוק העבודה, ירד ב-5.1 נקודות.

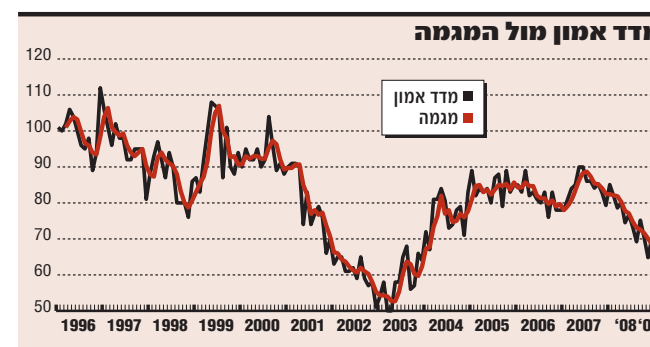
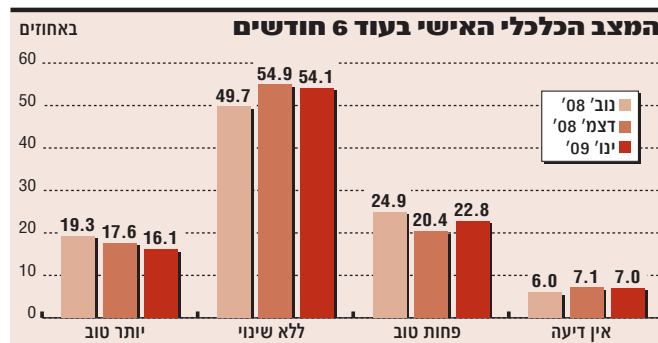
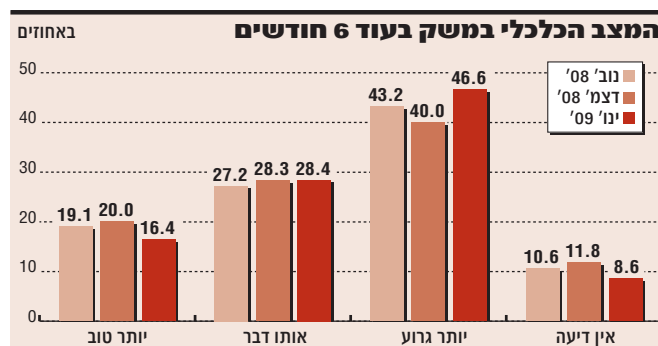
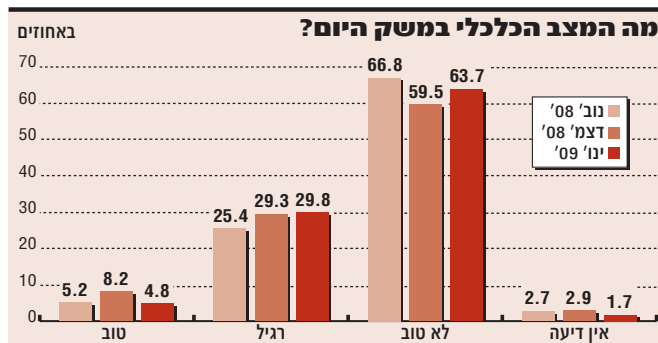
הירידה במדד נובעת בעיקר מהרעה בהערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף, אך גם מהרעה בציפיות לעתיד בנוגע למצב הכלכלי הכללי והאישי בעוד שישה חודשים. ירידות אלה מלוות את הפרסומים בדבר כניסתו של המשק הישראלי למיתון חמור, ותחזיות פסימיות לגבי הצמיחה ב-2009. רכיב המצב התעסוקתי בעוד חצי שנה, לעומתם, נותר החודש יציב, אך הוא עדיין מבטא פסימיות גדולה בהשוואה לנתונים עד ספטמבר 2008.

נתוני המגמה, המבוססים על ממוצעים נעים תלת חודשיים, ממשיכים לצייר תמונה עגומה של עלייה בולטת



הירידה במדד הישראלי החלה כבר לקראת הרבעון השלישי של 2008, עוד לפני שנמצאו סימני האטה ממשית

22.8% מהמשיבים מעריכים שמצבם הכלכלי האישי יורע במהלך ששת החודשים הקרובים



ומתמשכת בפסימיות הציבורית, במיוחד לגבי המצב הכלכלי השוטף, אך גם לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, אשר הראה בין אוקטובר לבין דצמבר 2008 סימני התאוששות מסוימת. הירידות ברכיבי המדד החלו לאחר פרוץ משבר ה"סאב פריים" ביולי 2007. יודגש, כי גם לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים ישנה הרעה מתמשכת, אם כי בקצב איטי יותר מאשר בשני הרכיבים הקודמים.

הציבור ממשיך להיות מושפע מההתפתחויות בחו"ל ומהתפתחויות מקומיות. סימני האטה ממשיים החלו להופיע בישראל ברבעון האחרון של השנה, במקביל להרעה ניכרת בהתפתחויות בשוקי ההון בישראל ובחו"ל. עם זאת, דווקא בישראל הירידה במדד האמון הייתה מתונה יותר בהשוואה למקומות אחרים בעולם, בהם המדד ירד לרמות שפל שלא נצפו שנים ארוכות. כדאי לזכור, כי **המדד בישראל, והערכות הציבור, עדיין לא ירדו לרמות שנרשמו עת המיתון של השנים 2001 עד 2003.**

נקודה אשר ראוי להדגיש פעם נוספת היא, שהירידה במדד הישראלי החלה עוד לפני שנמצאו סימני האטה משמעותיים, כבר

הירידה במדד נובעת בעיקר מהרעה בהערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף של המשק

**מדד האמון
האמריקני נפל
החודש לרמת
שפל כל הזמנים
- 37.7 נקודות**

**לקראת הרבעון השלישי של 2008. הצרכנים בישראל החלו כבר
לפני יותר משנה "להתכוון" לקראת ירידה בקצב הצמיחה
והרעה בתנאים הכלכליים.**

השאלה המהותית היא, כמובן, כיצד ישפיעו הנתונים שהוזכרו על 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 מהחודשים האחרונים: **במחצית הראשונה של 2009 תהיה האטה נוספת בקצב גידול הצריכה הפרטית, וייתכן אף שתירשם ירידה בצריכה, דבר אשר יכול להשפיע על סיכויי המשק הישראלי להתחמק ממיתון עמוק יחסית.**

האמירה מבוססת על נתוני מגמת המדד: בסוף ינואר 2009 עמד הנתון על 66.2 נקודות, לעומת 68.5 בסוף דצמבר 2008, והוא נמוך ב-22.5 נקודות בהשוואה ליולי 2007, כאשר משבר ה"סאב פריים" החל להתגלגל. ירידה זו היא ביטוי לעלייה במפלס חששות הציבור, בצל הערכות גוברות להיווצרות מיתון בכלכלת ארה"ב ומשבר עולמי אשר ישפיע גם על המשק הישראלי. בארה"ב, הכלכלה הגדולה בעולם, ירד בינואר מדד אמון הצרכנים, כפי שמודד אותו ה-Conference Board, ב-0.9 נקודות ל-37.7 נקודות (1985=100) - רמת שפל חדשה - מה שמראה שהצרכנים האמריקניים החלו את 2009 ברגל שמאל. גם במקומות אחרים, ירדו המדדים לרמות שפל היסטוריות.

ירידה במדד המורחב

מדד האמון ה"מורחב", אשר כולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות גם שאלה הנוגעת להערכת הציבור לגבי הצפוי בתחום התעסוקה, שב וירד בינואר ב-5.1 נקודות, לאחר שעלה בדצמבר ב-5.5

נקודות. מאז פרוץ המשבר הפיננסי העולמי ירד המדד המורחב ב-28.9 נקודות.

סקר גלובס כולל מאז יולי 2003 שאלות לגבי תוכניות קנייה של דירות, מכוניות ומוצרים בני קיימא. בדיקת שיעורי הסירוב לרכישות מוצרים בני קיימא - אחוז המשיבים שאין בכוונתם לבצע רכישות מעין אלה - בחתך של קבוצות שונות באוכלוסייה, ועל בסיס ממוצעים נעים תלת חודשיים, מגלה עלייה רצופה בנתוני הסירוב מאז נובמבר 2008, חזרה לרמת הסירוב של יולי 2005. בכוונות רכישת מכוניות נרשמו עליות קלות בחודשיים האחרונים לאחר מגמת ירידה בולטת מאז אפריל 2008, ואילו בנכונות לרכוש דירה נרשמה החודש ירידה קלה, לאחר ירידה משמעותית יותר בחודש שעבר.

מדד גלובס לאמון הצרכנים מבוסס על סקר שמבוצע מזה 11 שנים עבור גלובס על ידי מכון סמית. הסקר נערך בקרב מדגם של 500 איש/ה כמדגם מייצג של האוכלוסייה הבוגרת בישראל בסוף כל חודש. טעות הדגימה המרבית היא 4.5 אחוזים. המדד מבוסס על שלוש שאלות, אחת לגבי המצב הנוכחי של המשק, שנייה לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים, ושלישית לגבי המצב האישי/משפחתי בעוד שישה חודשים. **מחקר שנערך במחלקת המחקר של בנק ישראל העלה, כי מדד אמון הצרכנים של גלובס מחקרים יכול לחזות רבעון אחד עד שני רבעונים את ההתפתחויות בצריכה הפרטית, תוך הוספת מידע על הצפוי בעתיד הקרוב, מעבר למה שניתן ללמוד ממשנתנים אחרים במשק. ■**

**המדד המורחב
ירד בינואר ב-5.1
נקודות לאחר
שעלה בדצמבר
ב-5.5 נקודות**

הממצאים

בשבוע בו בנק ישראל פרסם תחזית לפיה התוצר יצטמק ב-2009 ב-0.2%, רושם מדד ינואר ירידה בולטת לעומת דצמבר (חודש בודד של עלייה). גם הורדת הריבית ב-0.75 נקודות אחוז התפרשה, כך נדמה, כביטוי לבהלה אצל מעצבי המדיניות, ולא כסימן לאפשרות של התאוששות בפעילות הכלכלית.

החששות מפני מיתון עולמי ומקומי הביאו לירידה במדד אמון הצרכנים אשר צנח בינואר 2009 ב-7.2 נקודות, לאחר עלייה של 5.7 נקודות בדצמבר 2008 וירידה של 5.5 נקודות בנובמבר. הנתון בינואר נמוך ב-26.7 נקודות בהשוואה לנתון ערב "פרוץ" משבר ה"סאב פריים", ביולי 2007. יש לציין, כי בערכים השוטפים של המדד ישנן בחודשים האחרונים תנודות גדולות מבעבר.

בחודשים האחרונים, פרט לשבועות של מבצע "עופרת יצוקה", הציבור הולך ונחשף להשלכות של המשבר הגלובלי ולמימדים של המיתון במשק העולמי והמקומי. הממצאים אשר התקבלו בחודש דצמבר, היו שונים ממה שהיה בחודשים הקודמים, ככל הנראה בגלל המלחמה ותוצאותיה. מזווית ראייה זו, ממצאי ינואר מהווים חזרה לדפוסים החודשים הקודמים; יתרה מזאת: בכל אחד מהחודשים (להוציא דצמבר) **שלאחר קריסת**

ממצאי חודש ינואר מהווים חזרה לדפוס הפסימיות שאפיין את החודשים הקודמים

ליהמן ברדרס בספטמבר אשתקד, נרשמה ירידה משמעותית במדד. מעניין לציין, כי לפי שעה אין למערכת הבחירות השפעה על תחושות הציבור, אם כי ניתן לצפות להשפעה מסוימת בחודש הבא, לאחר פרסום התוצאות. נוסף עוד, כי הציבור טרם נחשף לנתוני עלויות המלחמה בדרום והדרך למימונה וכן הוא חסר מידע לגבי המדיניות הכלכלית של ראש הממשלה הבא/ה.

18 חודשים של שחיקה באמון

נתון המגמה של המדד ירד בינואר ב-2.3 נקודות, ומשלים בכך ירידה של 18 חודשים רצופים, מאז יולי 2007. הממצא מדגיש את השחיקה ההדרגתית והמתמשכת באמון הצרכנים בישראל. ביולי 2007, עמד נתון המגמה על 88.7 נקודות, 22.5 נקודות מעל לרמה של סוף ינואר 2009. לפני שנה, בינואר 2008, עמד נתון המגמה של המדד על 82.4 נקודות.

כפי שהדברים מצטיירים בסוף ינואר, קטנים הסיכויים שבקרוב נראה שינוי במגמת השחיקה.

יש להניח, כי למהלכי הממשלה החדשה תהיה השפעה על עיצוב הערכות הציבור, אך הדבר יקרה, במקרה הטוב, רק במאוס או בתחילת אפריל. הדבר יהיה תלוי, במידה רבה, במהירות בה תוקם ממשלה ולמסר הכלכלי שלה כלפי האוכלוסייה. ברור, עם זאת, שהערכות הציבור לא תלויות רק במהלכים מקומיים, אלא גם באירועים בחו"ל, בשל ההשפעה החזקה שיש לתנודות בכלכלה הגלובלית על הנעשה במשק המקומי.

במובן זה, לגורל התוכניות הכלכליות של ממשל אובאמה, שמנסה להשיק תוכנית המרצה בהיקף 820 מיליארד דולר,

לפי שעה, אין למערכת הבחירות של 2009 השפעה על תחושות הציבור

הירידה במדד האמון הקדימה בשניים עד שלושה רבעונים את הירידה בצריכה הפרטית

תהיה חשיבות גדולה מאוד בעיצוב ההערכות והציפיות של הציבור הישראלי. לא פחות חשובה תהיה העמידות של המערכת הבנקאית העולמית, אשר עלולה להיקלע בחודשים הקרובים לסערה מחודשת. במבט עולמי, נציין כי בארה"ב ירד מדד אמון הצרכנים שמפרסם ה-Conference Board מ-38.6 נקודות בדצמבר לשפל חדש של 37.7 נקודות בינואר, למרות השבעתו של אובאמה. בבריטניה נפל מדד האמון בארבע נקודות לרמתו הנמוכה ביותר מאז סוף שנות ה-70.

קטר הצריכה הפרטית בולם

היעד המרכזי של מדד אמון הצרכנים הוא חיזוי מגמות בתחום הצריכה הפרטית בחודשים הקרובים. במחצית השנייה של השנה ירדה הצריכה הפרטית ב-0.4% לעומת המחצית הראשונה. זאת לעומת עלייה של 5% במחצית הראשונה של 2008 לעומת ששת החודשים הקודמים. בנוסף, נתוני מגמה שחושבו על ידי הלמ"ס עבור אוקטובר-נובמבר הצביעו על ירידה של 1.2% בפדיון הקמעונאי.

למעשה, הירידה במדד האמון הקדימה בשניים עד שלושה רבעונים את הירידה בצריכה הפרטית, ונראה, כי החל מהרבעון השלישי של השנה, כאשר החלו לגבור החששות מפני השלכות המשבר, הואצה הירידה בצריכה.

על פי מגמת המדד בחודשיים האחרונים, **נראה שבחודשים הקרובים, ולמעשה במהלך המחצית הראשונה של 2009, צפויה האטה נוספת בגידול הצריכה.** יודגש, כי על פי תחזית בנק ישראל המעודכנת, ב-2009 כולה הצריכה הפרטית תגדל ב-1.1% בלבד, לעומת 3.9% בשנת 2008.

נתוני מדד האמון מחזקים את התחזית הפסימית הזו ואף יכולים לתרום לחידודה. המגמות הפסימיות בכל רכיבי המדד מחזקות את ההערכה, כי השחיקה באמון אכן מנבאת האטה בצריכה הפרטית בששת החודשים הקרובים. במילים אחרות, כל רכיבי המדד הלכו הפעם באותו כיוון, וכולם גם יחד תרמו לירידה הלא קטנה במדד ינואר.

יש לציין, כי נתוני המגמה של רכישות לא שוטפות, ובמיוחד של מוצרים בני קיימא, רשמו בשלושת החודשים האחרונים ירידות, **וגם ממצא זה מרמז על האטה בצריכה, שתשתלב במגמת האטה צפויה במשק כולו.** ככל שהציבור יתאים את התנהלותו להערכותיו לגבי המצב הכלכלי האיש, כך תוחרף האטה זו אשר תתבטא, כרגיל, בדחייה או בביטול של תוכניות רכישה.

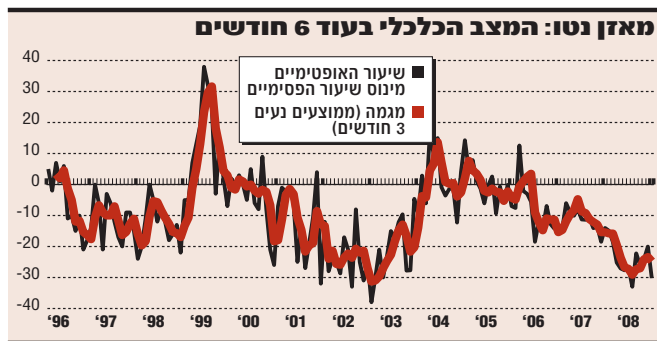
בנק ישראל חוזה מיתון - הציבור מגיב

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).

בחודש שעבר נרשמה עלייה של 10.3 נקודות במאזן נטו של הערכת הציבור את המצב הכלכלי השוטף, לאחר צניחה מצטברת של 24.6 נקודות באוקטובר ונובמבר. בחוברת המדד הקודמת הודגש, כי עלייה זו הינה לא יותר מתיקון, ואכן

**ממצאי ינואר
מאשרים את
הסברה שנתוני
דצמבר החיוביים
היו לא יותר
מתיקון כלפי
מעלה**

עתיד המשק:
46.6% סבורים
שהמצב יורע
בתוך חצי שנה,
בהשוואה
ל-40% שחשבו
כך בדצמבר



משקפות את עיקר הדאגה הציבורית, וברכיב זה נרשמו עד אוגוסט 2008 ירידות יחסית חדות. במהלך החודשים האחרונים שוב עלה המאזן נטו של הערכת הציבור, אך בינואר נמחקה העלייה כמעט לחלוטין.

הנתון השוטף של הרכיב ירד החודש ב-10.2 נקודות למינוס 30.2 נקודות. הירידה, כאמור, מחקה כמעט לגמרי את העלייה של 13 נקודות אשר נרשמה בין ספטמבר לבין דצמבר אשתקד. באוגוסט 2008, עוד לפני שהחריף המשבר הפיננסי בעולם, הגיע הנתון השוטף לרמה של מינוס 33 נקודות. נתון המגמה הגיע בינואר 2009 לרמה של 24.8 נקודות, ירידה של 1.4 נקודות לעומת דצמבר 2008.

מצב כלכלי אישי: השחיקה נמשכת

כפי שצוין לעיל, הערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי הופכות להיות פסימיות יותר, אם כי בקצב איטי יותר מאשר רכיב המצב הכלכלי השוטף. מעניין לציון, כי לעת עתה אין האצה בקצב השחיקה ברכיב הכלכלי האישי, למרות ההרעה



בינואר התחדשה הירידה בנתון השוטף של רכיב זה שירד ב-7.6 נקודות. הנתון השוטף בינואר נמוך ב-39.9 נקודות מהשיא של אוגוסט 2007, ואין ספק שהושפע מתחזית הצמיחה השלילית ל-2009.

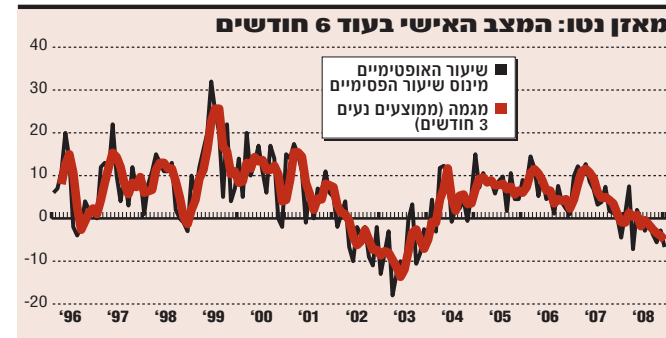
נתוני המגמה מאשרים את התמונה הקודרת. בסוף ינואר עמד נתון המגמה על מינוס 57.3 נקודות, ירידה של 4.6 נקודות לעומת דצמבר. **מאז יוני 2008, לא נרשם אף לא חודש אחד בו היה שינוי חיובי בנתון המגמה.** ביולי 2007, כאשר אמון הצרכנים היה בשיא של שבע שנים, עמד נתון המגמה של רכיב זה על מינוס 19.8 נקודות, ומאז הוא רושם ירידה כמעט מתמדת, תחילה בצורה איטית, ובחודשים האחרונים בקצב מואץ.

עתיד המשק: תוגת ינואר

גם הרכיב המתניח למצב הכלכלי במשק בעוד שישה חודשים שב לרשום ירידה, ואפילו חדה. כפי שצוין בעבר, הערכות האוכלוסייה לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים הן אשר

מצב המשק:
הנתון השוטף
של המאזן נטו
נמוך ב-39.9
נקודות מהשיא
של אוגוסט
2007

**עתיד המשק:
הנתון השוטף
ירד בינואר
לרמה בה
היה לאחרונה
באוגוסט
2008**



הניכרת במצב המשק בשליש האחרון של 2008, אם כי אין זה אומר שבחודשים הבאים לא נראה האצה כזו. הנתון השוטף הגיע בסוף ינואר 2009 למינוס 6.7 נקודות, לעומת מינוס 2.8 נקודות בסוף 2008. בשיאו הכלכלי של העשור הנוכחי, במאי 2007, עמד הנתון השוטף של הרכיב על 12.7 נקודות, ומאז החלה ירידה במקביל להתפתחות משבר ה"סאב-פריים". ביולי 2007 עמד הנתון השוטף של הרכיב על 6.9 נקודות. נתון המגמה של הרכיב ירד בינואר בנקודה אחת, לאחר שירד בדצמבר אשתקד ב-0.6 נקודות ובנובמבר ב-0.9 נקודות. בסוף דצמבר עמד נתון המגמה על מינוס 5 נקודות. בסוף 2007 עמד נתון המגמה על 3.5 נקודות, אך השחיקה החלה קודם לכן, במקביל להתפתחות המשבר הפיננסי העולמי, כאשר ביוני 2007 עמד נתון המגמה על 10.7 נקודות.

שוק העבודה: התייצבות ברמת שפל

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 חנוך ורפי 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.

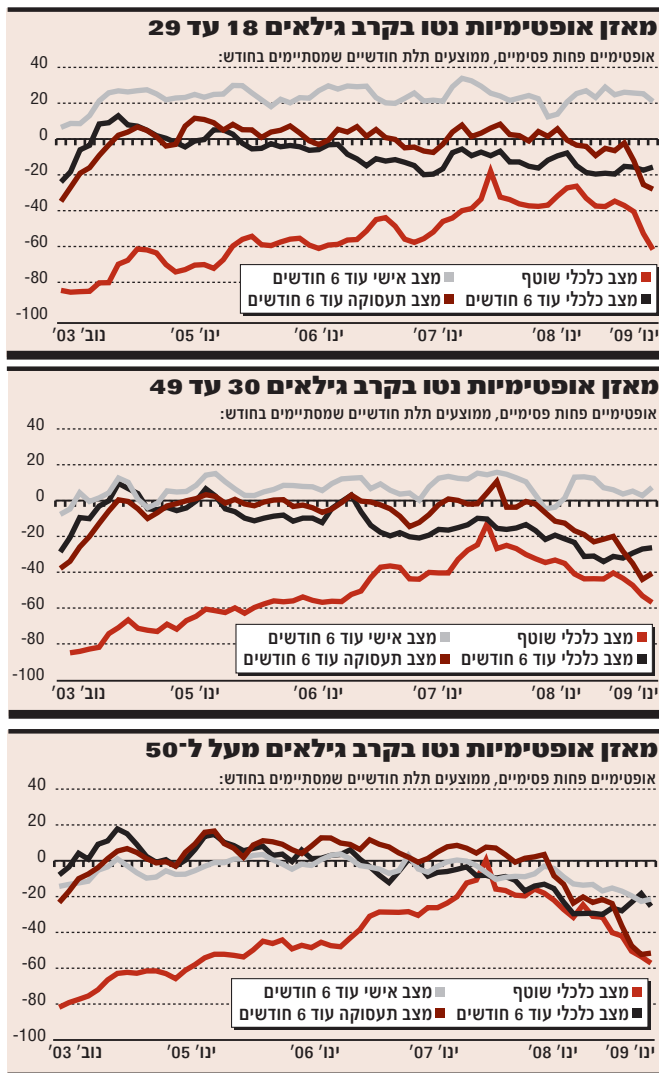
באוקטובר אשתקד רשם המדד המורחב ירידה חדה של 10.4 נקודות, והדבר שיקף פסימיות חריפה ביחס לשוק העבודה בעקבות ידיעות על גלי פיטורים נרחבים במשק. בנובמבר ירד המדד המורחב בעוד 4.8 נקודות. לעומת זאת, בדצמבר עלה המדד המורחב ב-5.5 נקודות, קצת פחות מהעלייה במדד הכללי. בינואר 2009 חוזרת הפסימיות, והמדד המורחב ירד ב-5.1 נקודות, כלומר, כמעט בגודל העלייה בדצמבר. בסוף ינואר הגיע המדד המורחב ל-54.4 נקודות, לעומת 59.5 נקודות בסוף דצמבר. בסוף יוני 2007 הגיע המדד המורחב ל-85 נקודות, ופירוש הדבר שמאז פרוץ משבר ה"סאב-פריים" ירד המדד המורחב ב-30.6 נקודות. ביחס להערכות לגבי מצב התעסוקה בעוד שישה חודשים

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

	אוקטובר '08	נובמבר '08	דצמבר '08	ינואר '09
יהיה יותר טוב	10.9%	9.80%	12.00%	14.80%
ישאר כפי שהוא היום	22.8%	20.80%	20.60%	20.10%
יהיה פחות טוב	56.4%	57.90%	55.30%	57.10%
לא הביעו דעה	9.9%	11.60%	12.20%	8.00%

**הכיס הפרטי:
54.1%
מהמשיבים
סבורים, כי
מצבם הכלכלי
האישי יותר
בלא שינוי בחצי
השנה הקרובה**

רק 19.3% מבעלי ההכנסה הגבוהה מהממוצע מאמינים שמצב המשק בעוד שישה חודשים יהיה טוב יותר



ניתן להגיד, כי באוקטובר 2008, במקביל להחרפה במשבר הפיננסי העולמי, נרשמה ירידה חדה מאוד בהערכות, ומאז לא נרשמו שינויים גדולים במאזן נטו. הנתון השוטף של מאזן זה עלה בינואר בנקודה אחת, לאחר עלייה של 4.8 בדצמבר, וירידה של 2.6 נקודות בנובמבר. הירידה בחודש אוקטובר הייתה 27.1 נקודות.

בסוף ינואר עמד הנתון השוטף על מינוס 42.3 נקודות, אמנם גבוה מ-43.3 נקודות שנרשמו בסוף דצמבר, אך את הנתון הזה צריך להשוות למאזן חיובי, של 4.2 נקודות, לפני פרוץ משבר ה"סאב-פריים".

הקבוצות השונות חושבות דומה

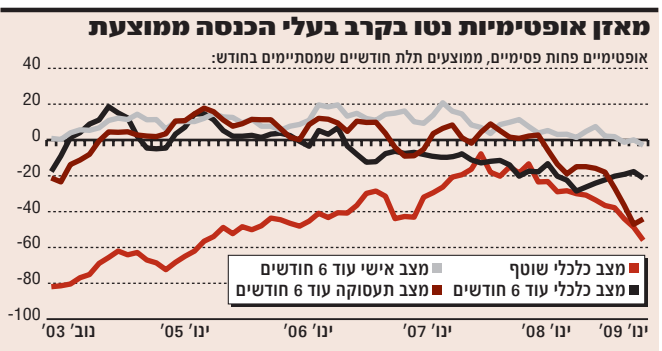
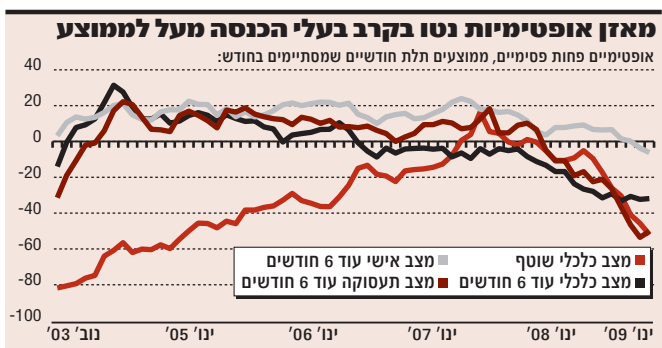
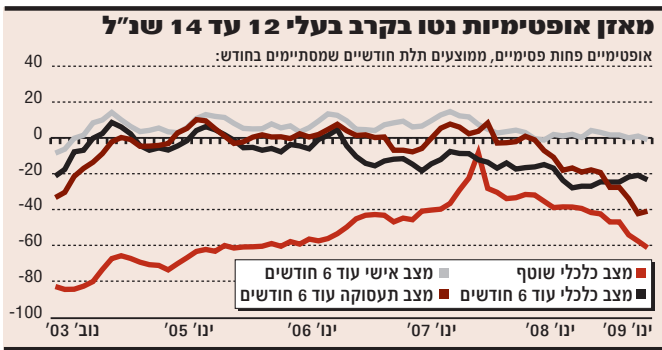
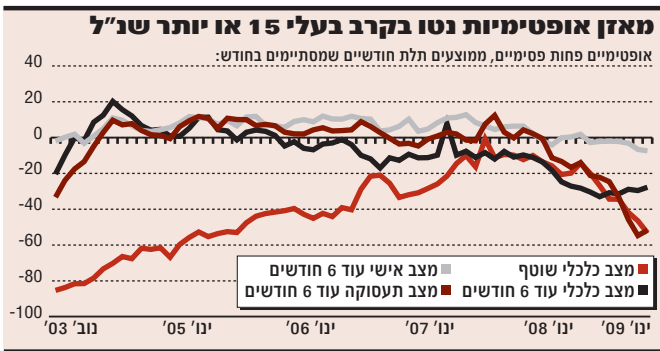
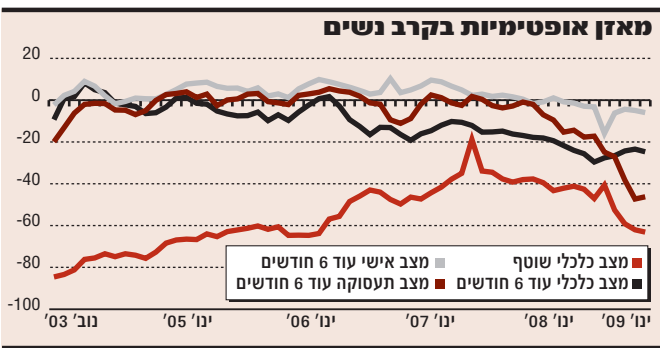
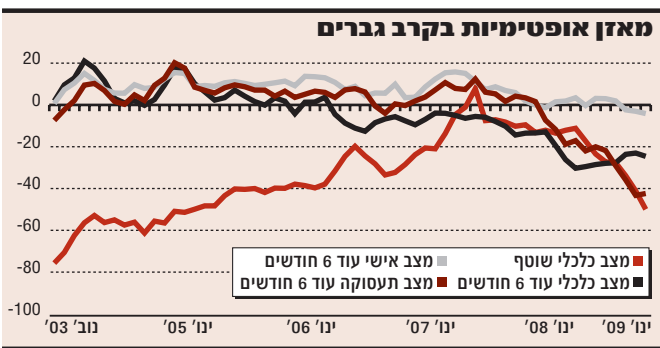
ממצאי ינואר מעמיקים את תחושת הפסימיות שמשדר הציבור. נתוני המגמה, המתאייסים לממוצעים נעים תלת חודשיים, מציינים תמונה אשר תואמת, בקרב מרבית הקבוצות, את הממצאים הכלליים. מדובר בתמונה של הרעה חדה בהערכה לגבי המצב הכלכלי השוטף, שחיקה בהערכה לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, וירידה מחודשת בהערכה לגבי ישנה יציבות, ואף עלייה מזערית.

תופעה אותה כדאי להדגיש לגבי ינואר היא העובדה שההבדלים בין הקבוצות השונות קטנים יותר

בהשוואה לחודשים קודמים, כמו כן רב גם הדמיון בין הקבוצות השונות לבין התמונה הכללית. עם זאת, כדאי להדגיש כמה הבדלים, במיוחד לגבי ההערכות לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, והמצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים.

התייצבות על רמת שפל בשוק העבודה: הנתון השוטף של המאזן נטו עלה בנקודת אחוז

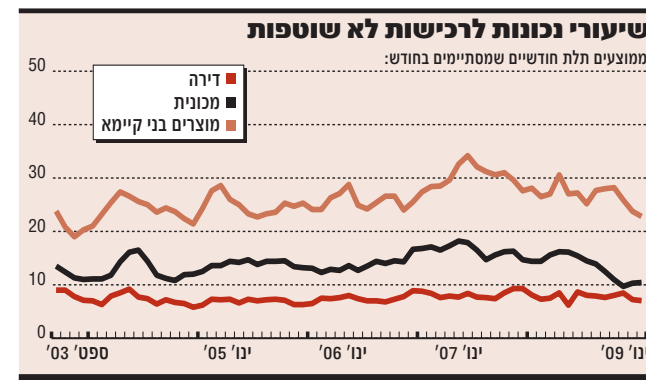
**אופטימיות
כפונקציה של
גיל: 24.3%
מהמשיבים
הצעירים
מעריכים שמצב
המשק ישתפר
לעומת 12.1%
מבני ה-50
ומעלה**



**הפער המגדרי:
67.2% מהנשים
מגדירות את
מצב המשק
היום כ"לא טוב",
לעומת 59.4%
מהגברים**

בקרוב בני 30 עד 49 נרשמת עלייה מסוימת במאזן נטו לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים, ועימה נעצרת השחיקה בהערכה לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד חצי שנה. בעלי השכלה של 15 שנים ומעלה ממשיכים לגלות עלייה באופטימיות לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. לבסוף, בעלי הכנסות קטנות מהממוצע מדווחים על המשך העלייה בהערכות נטו לעתיד הן לגבי המצב הכלכלי הכללי והן לגבי המצב הכלכלי האישי. מנגד, בקרב בעלי הכנסה גבוהה מהממוצע נמשכת שחיקה מהירה יותר מהממוצע לגבי הערכת המצב הכלכלי האישי.

רכישות לא שוטפות: בינתיים 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 אלה, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו.



כוונות רכישת רכב: לאחר מגמה שלילית מאז אפריל, ינואר הוא החודש השני עם עלייה בשיעורי נכונות הרכישה

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

	נובמבר '08	דצמבר '08	ינואר '09
לא מתכוון/ת לרכוש דירה	92.3%	95.0%	91.6%
מתכוון/ת לרכוש דירה חדשה	2.5%	1.3%	1.5%
מתכוון/ת לרכוש דירה מיד שניה	3.2%	2.7%	5.9%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	1.9%	1.0%	1.0%

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

	נובמבר '08	דצמבר '08	ינואר '09
לא מתכוון/ת לרכוש מכונית	91.6%	87.7%	89.4%
מתכוון/ת לרכוש מכונית חדשה	2.6%	4.0%	2.7%
מתכוון/ת לרכוש מכונית משומשת	3.6%	6.4%	6.2%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	2.2%	2.0%	1.7%

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

	נובמבר '08	דצמבר '08	ינואר '09
לא מתכוון/ת לרכוש מוצרים אלו	79.4%	77.3%	74.9%
בטוח שכן	5.6%	6.3%	7.3%
חושב שכן	9.3%	10.2%	14.6%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	5.6%	6.2%	3.1%

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

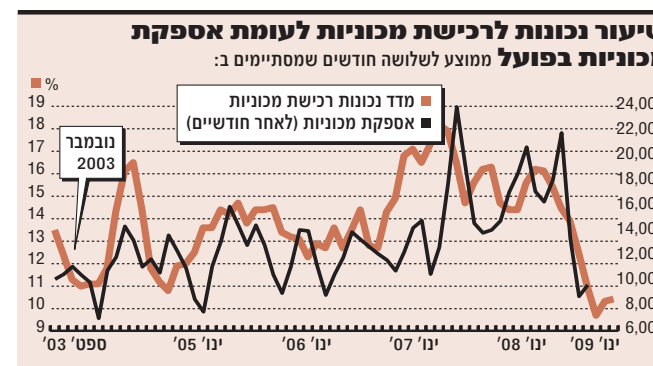
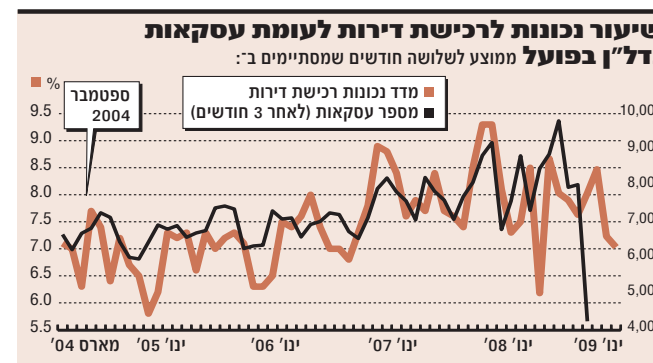
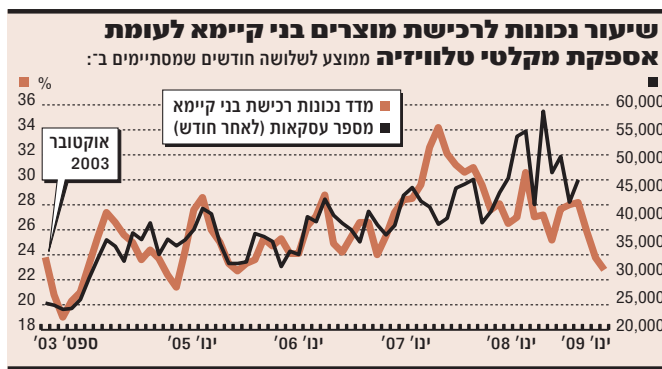
בינואר, כמו בדצמבר וכמו בנובמבר, נרשמת ירידה בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא, לעומת עלייה זעירה בספטמבר ובאוקטובר, אשר בתורה באה לאחר ירידה ביולי. בסוף ינואר נרשמה הרמה הגבוהה ביותר של נכונות לרכוש מוצרים בני קיימא מאז סוף 2004.

לאחר פרוץ משבר ה"סאב פריים" ירדה הנכונות לרכוש

שיעור הנכונות לרכישת מוצרים בני קיימא נפל לרמה בה שהה לאחרונה ביולי 2005

28.6% מהגברים מתכננים רכישת מוצר בן קיימא בקרוב לעומת 18% בלבד מהנשים

המקרים מדובר בירידה יחסית משמעותית במחצית השנייה של 2007, ולאחר מכן התייצבות תוך תנודות בנתוני הממוצעים הנעים התלת חודשיים, ולבסוף שחיקה שנמשכת מספר חודשים. אפשר לצפות, אם כן, להאטה נוספת בצריכה הפרטית בחודשים הבאים, גם אם לא מדובר, לעת עתה, בירידה חריפה, אלא אם כן הציבור יתקן באופן בולט את הערכותיו, לאור הרעה משמעותית במצב הכלכלי בישראל. בכוונות קניית דירות נרשמה בינואר ירידה נוספת, לאחר ירידה חדה יחסית בדצמבר, ולאחר עלייה באוקטובר ובנובמבר. בהסתכלות על החודשים האחרונים ניתן לראות, כי בינואר ירד שיעור הנכונות לרמה של 7%, הדומה לרמה במאי 2007, ובסך הכל ישנה ירידה של כ-2.6 נקודות אחוז ביחס לשיעורי הנכונות שנרשמו בסוף 2007. משמעות הדבר היא, כי גם פה לא נראה שתחול התאוששות בענף בחודשים הקרובים. לגבי כוונות רכישת מכוניות, נרשמה בינואר עלייה זעירה לאחר עלייה קטנה בדצמבר שבאה בעקבות שבעה חודשים של ירידה רצופה. בינואר עלה שיעור הנכונות לרכישת



מוצרים מרמה של כ-32% לשיעורים של 25%-27%, אשר נשמרה במחצית השנייה של 2008 עם תנודות לשני הכיוונים. עם זאת, לקראת סוף השנה שיעור הנכונות כבר ירד מתחת לרמה של 25%, ובינואר כבר נפל ל-22.8%. באופן כללי, ניתן היה לצפות להתאמה מסוימת בין התוצאות המתקבלות בסעיף זה לבין אלה הנוגעות לצפי לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים, והדבר אכן משתקף בשחיקה בנכונות לשקול רכישת מוצרים בני קיימא. בשני

הביקוש לנדל"ן צפוי לרדת: נתון המגמה של כוונת רכישת דירה ירד לרמה של 7% בלבד מהמשיבים

האמידים יחזרו לקנות יותר? 26.4% מהם שוקלים רכישה לא שוטפת בהשוואה ל-15.9% בדצמבר

מכוניות לרמה של 10.4%, לאחר שבדצמבר הוא ירד לשפל של 10.3%, לעומת 16.2% באפריל 2008. הפילוח לפי קבוצות של התשובות בסקר השוטף מציג תמונה דומה לזו של החודשים האחרונים. כדאי לציין, כי מקור העלייה בנכונות לרכוש מכוניות בנשים, אך הן גם אלה אשר מקטינות את שיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא. בקרב הגברים, לעומת זאת, ישנה ירידה בנכונות לרכוש דירה. בקרב בעלי הכנסה גבוהה ישנו תיקון קטן בכוונות רכישה של מוצרים בני קיימא בינואר, לאחר שבדצמבר שיעור הנכונות לרכישת מוצרים אלה ירד לכ-30.6% מהמשיבים. גם לגבי רכישת מכוניות יש בקרבם עלייה מסוימת בשיעור הנכונות, אך לגבי רכישות דירות נרשמת בקרב קבוצה אמידה זו ירידה זה החודש השלישי ברציפות.

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
1/09 12/08 11/08	1/09 12/08 11/08	1/09 12/08 11/08	1/09 12/08 11/08	1/09 12/08 11/08
6.4 11.8 8.3	49.0 42.9 41.6	28.0 25.0 27.2	16.5 20.3 22.9	גברים
10.3 11.7 12.2	44.7 37.4 44.3	28.7 31.2 27.1	16.3 19.7 16.3	נשים
3.2 12.8 5.6	45.1 29.1 48.9	29.2 38.1 30.1	22.5 20.0 15.4	צבר
11.5 4.6 10.1	44.3 42.1 45.4	27.9 39.4 23.6	16.3 13.9 20.8	ישראל אסיה
5.2 13.2 13.6	61.8 45.7 39.0	16.4 23.0 26.9	16.5 18.1 20.5	ישראל אירופה
12.2 12.0 8.1	39.5 45.1 40.4	28.0 14.9 22.3	20.3 27.9 29.3	אסיה
10.6 18.8 14.7	43.4 40.8 40.5	36.3 21.2 27.7	9.8 19.3 17.2	אירופה
6.4 5.7 5.2	25.2 44.3 40.8	44.1 27.6 37.5	24.3 22.4 16.6	גיל
8.6 9.9 6.7	47.3 41.8 46.7	24.5 29.2 28.5	19.6 19.0 18.2	29-18
9.4 15.1 15.1	50.1 37.1 41.9	28.4 27.7 22.5	12.1 20.2 20.5	49-30
25.2 9.5 13.5	46.5 31.5 46.2	15.7 32.5 20.4	12.6 26.4 19.9	50+
7.6 9.7 10.0	46.1 41.5 40.8	30.5 26.8 28.8	15.8 22.0 20.4	השכלה עד 11
7.5 14.4 10.5	47.6 40.6 45.7	27.8 28.7 26.5	17.1 16.3 17.3	14-12
11.2 12.7 11.0	37.7 38.3 41.5	32.8 28.6 27.9	18.4 20.4 19.6	15+
1.9 9.1 12.3	40.7 36.1 39.1	42.3 37.3 29.3	15.1 17.5 19.3	הכנסה מתחת למומזעת
1.4 11.2 6.5	56.6 44.6 50.9	22.7 22.9 26.6	19.3 21.2 16.0	מומזעת
12.9 14.9 17.2	52.7 38.3 35.2	17.8 27.4 22.1	16.6 19.4 25.5	מעל למומזעת
				לא השיב

כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי?				
באחוזים	לא יודע	ללא טוב	רגיל	טוב
01/09 12/08 11/08	01/09 12/08 11/08	01/09 12/08 11/08	01/09 12/08 11/08	01/09 12/08 11/08
0.7 2.6 1.0	59.4 55.4 59.2	34.5 31.7 31.3	5.4 10.3 8.4	מין
2.6 3.3 3.9	67.2 63.2 72.4	25.9 27.2 21.0	4.4 6.3 2.7	גברים
0.0 0.5 0.6	63.9 64.2 65.6	31.6 26.2 27.2	4.5 9.1 6.6	נשים
1.0 1.7 3.3	63.6 70.9 72.4	26.2 19.7 22.4	9.2 7.8 2.0	צבר
0.0 5.3 1.2	67.6 59.1 70.1	29.0 28.1 22.0	3.4 7.5 6.7	ישראל אסיה
0.0 0.0 0.0	55.4 57.8 72.2	37.7 25.5 23.1	6.9 16.6 4.8	ישראל אירופה
5.3 3.8 6.4	63.8 50.6 61.5	29.2 38.6 28.1	1.7 7.0 4.0	אסיה
0.0 0.0 3.0	66.9 73.0 56.4	33.1 25.6 30.9	0.0 1.4 9.8	אירופה
1.5 1.2 0.7	64.3 61.7 67.6	27.2 26.4 26.4	7.0 10.6 5.3	גיל
2.4 5.2 4.1	64.4 54.0 69.1	29.0 32.4 23.1	4.2 8.3 3.6	29-18
0.0 4.5 4.1	64.3 64.0 62.3	31.6 22.2 26.1	4.1 9.2 7.5	49-30
1.0 2.3 2.1	67.5 60.8 70.1	27.4 30.4 23.7	4.1 6.4 4.0	50+
2.8 3.1 2.9	59.8 57.0 63.7	32.3 30.0 27.4	5.1 9.8 6.0	השכלה עד 11
1.6 4.3 3.6	62.5 64.1 70.1	35.9 24.5 23.3	0.0 7.1 3.0	14-12
3.1 0.0 2.8	62.9 58.6 64.5	28.3 35.9 25.9	5.7 5.5 6.8	15+
0.0 3.0 1.8	60.4 55.5 64.9	31.0 31.0 27.5	8.6 10.6 5.8	הכנסה מתחת למומזעת
1.4 3.7 1.9	69.8 59.4 65.9	30.3 27.7 25.2	0.0 9.2 7.1	מומזעת
				מעל למומזעת
				לא השיב

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים?									
באחוזים									
	לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב		
	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08
מין	6.6	9.5	12.3	58.6	57.8	55.2	17.0	19.4	13.3
גברים									
נשים	9.2	14.7	11.1	56.0	53.0	59.8	22.6	21.6	7.2
מוצא	4.1	8.9	7.1	59.8	47.5	52.5	23.9	31.0	10.8
עבר									
ישראל אסיה	5.0	5.7	8.2	49.5	63.9	65.8	24.9	22.6	7.2
ישראל אירופה	1.7	12.0	10.6	66.8	67.9	57.9	16.7	10.4	11.4
אסיה	14.4	10.4	6.7	50.9	50.3	62.3	12.8	24.0	11.5
אירופה	13.7	21.4	19.4	56.6	50.9	59.3	19.0	16.6	8.2
גיל	0.0	6.4	8.0	41.2	55.8	41.9	34.3	21.3	13.9
29-18									
49-30	6.7	8.2	7.1	53.8	55.0	56.9	21.3	23.3	12.0
50+	11.1	16.3	15.9	62.3	55.9	64.3	15.7	17.8	6.9
השכלה	17.7	18.2	19.5	57.2	38.6	53.6	9.2	28.3	14.6
עד 11									
14-12	7.0	12.2	11.0	56.6	54.8	52.9	19.3	19.9	11.3
15+	8.0	10.7	10.1	58.1	59.9	65.9	21.8	19.3	6.5
הכנסה	16.5	17.7	13.0	48.1	50.6	55.1	23.7	19.4	7.8
מתחת למומצעת									
מומצעת	3.0	8.1	14.5	55.2	56.8	61.4	19.9	26.0	10.0
מעל למומצעת	3.9	8.3	2.2	62.7	60.7	65.2	19.0	19.1	11.5
לא השיב	5.4	14.4	26.8	61.6	51.3	40.4	21.3	18.7	11.0

מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים?									
באחוזים									
	אין ידעה		גרוע		רגיל		טוב		
	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08
מין	4.3	7.2	3.9	22.0	22.3	28.0	54.5	50.4	20.4
גברים									
נשים	9.2	7.0	7.5	23.6	18.7	22.7	53.8	59.0	18.6
מוצא	5.9	7.4	5.8	16.0	9.4	23.3	56.7	62.0	26.5
עבר									
ישראל אסיה	9.9	8.3	7.8	18.5	24.9	25.9	37.8	48.8	21.7
ישראל אירופה	3.7	7.0	4.5	22.4	24.5	31.6	65.4	54.7	14.8
אסיה	2.7	7.9	3.3	21.6	18.1	32.3	63.3	61.0	19.2
אירופה	8.8	7.6	7.3	32.2	21.3	19.8	51.9	56.8	13.3
גיל	11.2	5.6	1.1	7.2	13.1	14.2	61.6	46.3	42.4
29-18									
49-30	9.0	5.7	7.5	16.1	20.8	15.9	44.5	52.6	23.7
50+	4.5	8.5	6.6	30.9	21.8	35.8	58.4	59.6	8.2
השכלה	22.0	7.5	5.6	20.1	29.3	39.6	52.7	46.1	20.3
עד 11									
14-12	7.4	6.5	4.0	25.2	18.9	23.8	49.3	51.4	23.7
15+	4.7	7.6	8.7	20.8	19.6	22.3	59.9	60.6	13.6
הכנסה	5.7	6.4	5.6	31.2	23.6	31.5	42.0	46.8	18.7
מתחת למומצעת									
מומצעת	1.9	7.7	4.5	15.3	21.4	23.5	65.7	55.5	19.0
מעל למומצעת	3.9	6.7	5.3	25.5	15.4	21.7	55.7	65.1	16.2
לא השיב	5.4	9.0	12.1	21.3	23.9	15.6	45.3	48.2	30.4

האם מתכוון לקנות דירה											
מומזע לשלוש החודשים שמסתיימים ב'											
לא יודע			כן משומשת			כן חדשה			לא מתכוון לקנות		
1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08
0.9	0.9	0.7	4.0	2.9	3.8	0.8	1.5	3.7	94.2	94.7	91.8
1.1	1.1	2.8	7.4	2.6	2.8	2.1	1.1	1.7	89.4	95.3	92.7
0.0	1.9	2.4	11.4	4.3	4.2	3.5	1.0	2.0	85.1	92.9	91.4
1.3	1.2	1.1	8.4	6.1	1.1	1.6	3.9	4.9	88.6	88.8	92.9
2.0	1.0	3.8	1.5	0.8	2.7	1.5	1.2	4.1	95.0	97.0	89.4
0.0	0.0	4.1	1.7	4.6	2.0	1.7	0.0	0.0	96.7	95.4	93.9
1.3	0.0	0.0	5.0	1.3	2.7	0.0	0.0	1.7	93.7	98.7	95.6
0.0	0.0	0.0	12.0	5.0	7.1	6.3	3.0	1.1	81.7	92.1	91.9
0.0	1.6	3.6	8.3	3.2	3.3	0.9	0.8	3.5	90.8	94.4	89.6
1.9	0.4	1.3	3.2	1.8	2.0	0.9	1.2	1.8	94.0	96.5	94.9
0.0	1.7	1.5	9.3	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	90.7	98.3	95.1
0.9	1.3	1.9	5.4	3.2	3.3	2.5	2.2	4.1	91.3	93.4	90.7
1.3	0.5	2.1	6.0	3.0	3.2	0.7	0.7	1.2	92.0	95.8	93.5
1.3	0.6	0.8	9.6	3.4	1.4	0.0	0.7	1.6	89.1	95.3	96.2
1.2	1.9	2.5	5.0	2.0	4.8	1.9	1.0	0.8	91.9	95.0	91.9
0.8	0.0	3.6	3.7	3.1	3.0	0.0	2.6	5.7	95.5	94.3	87.7
5.5	3.0	0.0	15.8	1.2	6.8	0.0	0.0	0.0	78.7	95.9	93.2
1.1	2.0	4.8	9.4	5.0	3.5	3.7	4.4	1.2	85.8	88.6	90.5
0.8	0.9	2.3	7.0	2.6	4.0	2.1	0.0	2.2	90.1	96.5	91.6
1.1	0.4	1.1	3.7	2.5	2.7	0.5	0.4	3.4	94.7	96.7	92.8
0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	1.9	1.9	0.0	98.1	94.2
1.2	0.0	3.7	7.4	4.8	1.0	2.5	1.7	4.5	88.8	93.5	90.9
1.5	2.4	1.0	5.1	2.3	5.5	0.7	1.5	4.0	92.8	93.8	89.5
0.0	0.0	0.6	4.8	1.2	4.6	1.2	0.9	2.5	94.0	98.0	92.4
0.0	0.0	3.5	9.8	2.6	1.7	1.3	0.9	0.0	88.8	96.5	94.8
3.7	1.9	2.1	0.0	5.4	0.0	3.6	1.9	1.5	92.7	90.8	96.4

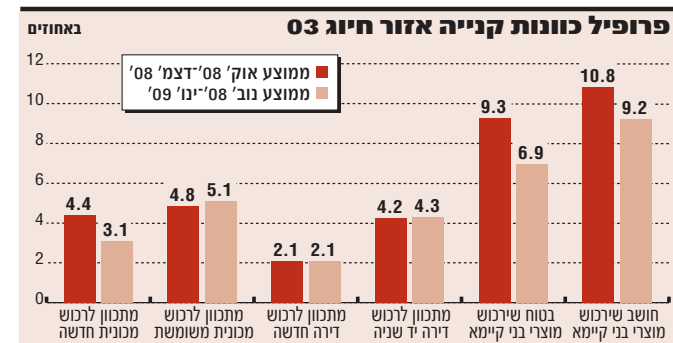
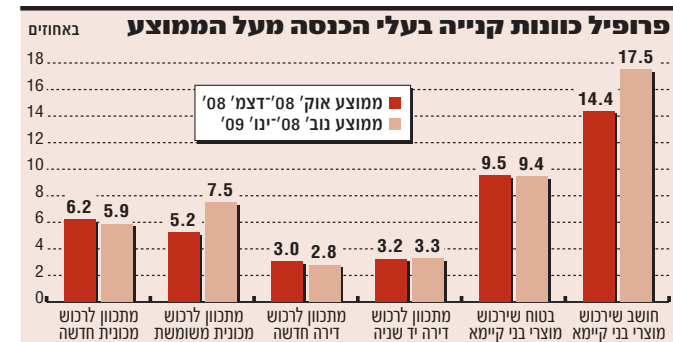
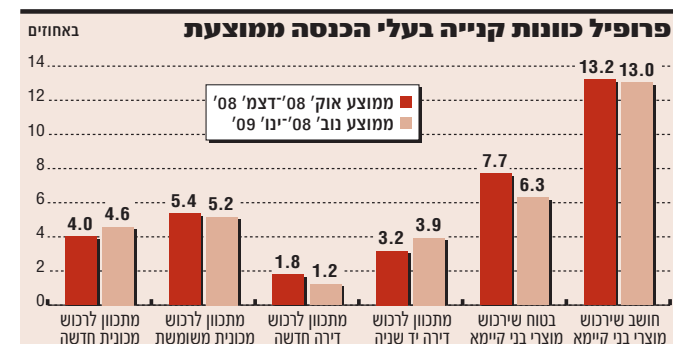
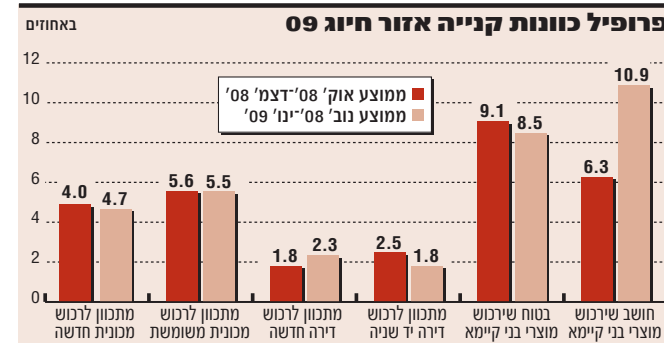
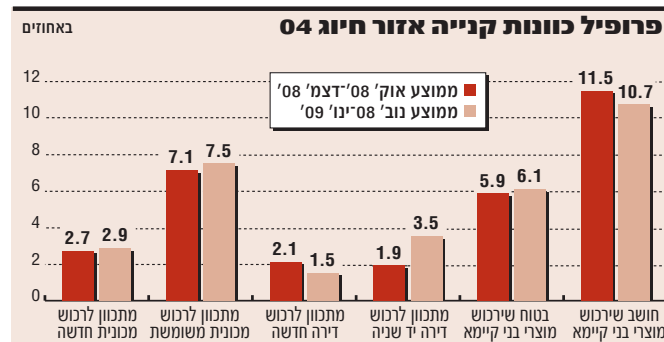
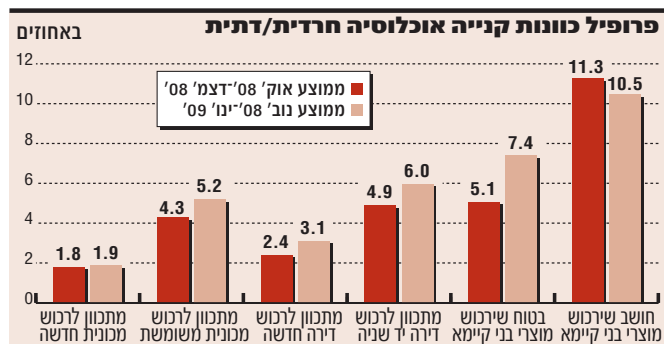
באחוזים	האם מתכוון לקנות מכונית												
	מומזע לשלוש החודשים שמסתיימים ב'						מומזע לשלוש החודשים שמסתיימים ב'						
	לא יודע		כן, משומשת		כן, חדשה		כן, מתכוון לקנות		לא מתכוון לקנות				
1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08		
1.7	2.4	2.2	7.2	4.6	5.9	4.1	4.9	3.2	87.0	88.2	88.7	מומזע	
1.7	1.6	2.1	5.4	8.0	2.0	1.6	3.1	2.3	91.3	87.2	93.6		לא השיב
2.7	2.1	2.7	8.5	3.9	7.3	0.0	2.2	2.2	88.8	91.7	87.8		חדר/דחי
1.3	1.5	0.0	11.2	5.9	2.0	3.7	6.0	0.0	83.8	86.6	98.0	מסורתי	
2.0	3.7	4.1	6.7	9.1	3.5	3.0	1.9	4.3	88.3	85.4	88.1	חילוני	
0.0	0.0	3.3	6.9	2.5	0.0	7.3	9.0	4.1	85.8	88.5	92.6	ערכי	
1.7	0.0	1.2	1.0	7.6	1.4	2.2	3.3	3.2	95.1	89.1	94.2	ערכי	
2.5	1.4	2.4	2.4	11.3	11.8	0.0	5.7	1.4	95.1	81.6	84.4	ההשכלה	
1.6	2.4	1.6	10.2	7.3	2.3	1.7	3.7	4.5	86.5	86.6	91.6		עד 11
1.7	1.1	2.5	4.9	4.5	2.1	4.0	3.2	1.7	89.4	91.3	93.8		14-12
0.0	3.5	6.3	0.0	1.7	3.7	0.0	2.6	1.5	100.0	92.2	88.4	15+	
2.1	2.8	1.9	7.3	7.5	3.3	2.5	3.4	2.8	88.2	86.4	92.0	הבנוסה	
1.5	0.8	1.3	5.8	6.5	4.1	3.3	4.9	2.8	89.3	87.9	91.8		מתרחב למומזע
1.3	0.0	1.2	6.1	7.1	2.3	0.0	1.6	0.0	92.6	91.3	96.5		מומזע
5.0	1.9	0.8	4.1	6.9	4.5	7.5	1.5	4.7	83.3	89.7	90.0	מעל למומזע	
0.0	2.5	4.5	11.6	6.2	4.7	5.3	7.7	4.6	83.1	83.5	86.1	המוזע	
5.5	5.5	1.5	8.9	4.4	3.3	0.0	3.6	1.9	85.6	86.5	93.3		לא השיב
1.1	2.5	2.6	5.1	7.9	2.6	3.2	2.4	0.0	90.6	87.2	94.9		חדר/דחי
1.3	0.7	0.7	7.5	6.5	3.9	2.3	6.7	3.9	89.0	86.1	91.5	מסורתי	
2.2	2.0	1.9	5.3	5.0	3.1	2.8	3.7	2.8	89.7	89.3	92.2	חילוני	
0.0	1.9	5.8	0.0	10.5	7.7	0.0	3.3	3.8	0.0	84.3	82.7	ערכי	
0.0	0.0	4.9	6.0	8.8	1.0	0.0	3.0	1.3	94.0	88.2	92.7	האזור חיוג	
4.7	2.4	2.4	4.8	7.0	3.4	1.3	3.5	4.4	89.1	87.1	89.8		02
0.0	1.8	1.9	7.4	10.5	4.6	2.4	1.8	4.4	90.1	86.0	89.2		03
0.0	1.4	0.0	6.9	1.1	3.0	4.0	6.6	0.6	89.2	90.9	96.5	04	
3.7	4.9	3.2	6.0	3.8	6.8	8.2	5.8	0.0	82.1	85.5	90.0	08	
												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. ■

האם מתכוון לקנות מוצרים בני קיימא	מוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב־				לא מתכוון לקנות				
	בטוח שמתכוון לרכוש		חושב שמתכוון לרכוש		לא יודע		לא מתכוון לקנות		
באזורים	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08	1/09	12/08	11/08
מין									
גברים	2.5	6.4	5.8	20.4	14.5	11.3	7.5	8.1	9.0
נשים	3.6	6.0	5.5	9.9	6.3	7.8	7.2	4.7	3.1
מוצא									
צבר	4.7	4.9	5.8	12.5	13.1	11.1	8.6	4.0	8.9
ישראל אסיה	1.6	6.3	4.5	21.1	9.7	8.7	9.3	7.7	3.1
ישראל אירופה	3.5	4.2	4.6	23.6	9.2	8.7	7.3	6.6	4.9
אסיה	0.0	0.0	4.3	9.5	13.6	5.2	10.0	6.0	0.0
אירופה	3.9	5.9	5.7	8.6	6.9	9.0	4.4	7.2	5.9
גיל									
29-18	4.4	8.2	7.4	17.1	16.7	14.6	20.1	6.7	11.9
49-30	3.2	5.9	5.6	16.0	12.2	9.6	7.8	7.1	5.7
50+	2.9	4.7	4.6	13.9	7.1	7.5	4.4	5.8	3.5
השכלה									
עד 11	0.0	9.1	10.1	9.3	6.8	8.5	5.2	1.7	4.5
14-12	2.4	5.7	5.3	8.9	9.8	8.0	10.3	6.6	5.2
15+	4.4	5.9	4.1	21.8	11.4	11.3	4.4	7.1	6.4
הכנסה									
מתחת לממוצעת	1.3	4.5	6.8	2.8	7.6	5.9	10.1	4.4	3.8
ממוצעת	3.9	8.8	2.0	16.1	9.8	13.2	5.0	7.4	6.6
מעל לממוצעת	2.8	5.2	6.9	26.4	15.9	10.2	11.4	8.5	8.4
לא השיב	9.7	9.2	5.2	12.3	2.9	10.4	8.3	4.1	1.9
מגזר									
חרדי/דתי	0.0	9.5	4.4	12.7	11.9	6.8	15.4	3.5	3.3
מסורתי	1.8	4.6	7.5	14.3	10.6	8.9	3.1	8.6	7.0
חילוני	5.0	4.7	4.7	16.2	8.3	10.7	6.3	6.9	5.4
ערבי	0.0	9.2	3.8	0.0	12.6	7.7	0.0	3.8	7.7
אזור חיוג									
02	5.8	6.0	4.6	8.2	13.2	7.0	5.7	2.1	1.6
03	1.9	5.6	8.8	10.1	7.4	10.1	4.8	7.0	9.0
04	4.2	5.7	3.3	9.2	12.8	10.2	6.3	5.1	6.9
08	1.3	7.3	3.1	28.3	10.8	10.9	11.1	7.5	1.9
09	3.7	7.1	8.1	19.6	8.2	4.8	10.5	9.2	5.7



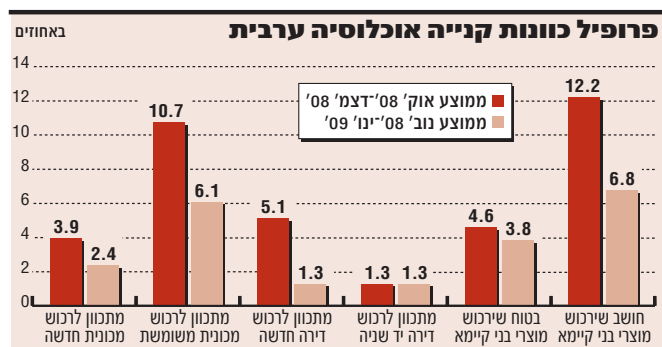
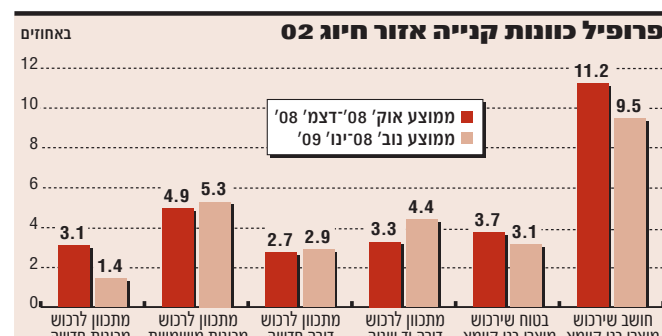
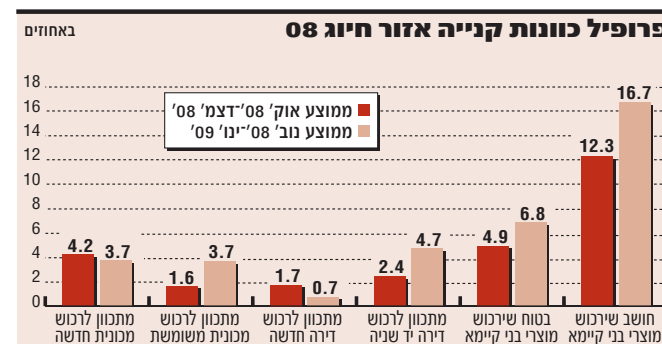
שיעורי סירוב

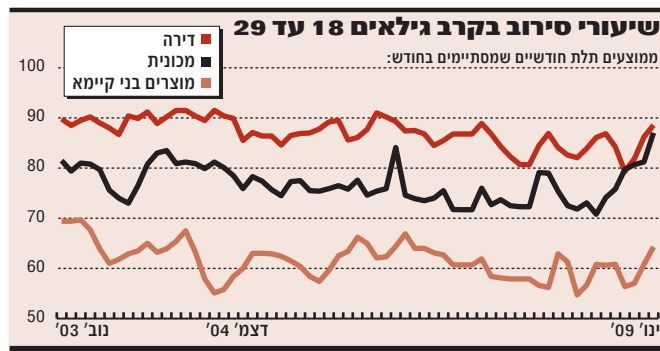
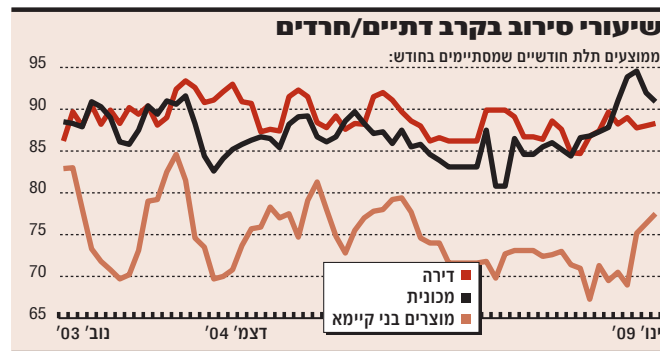
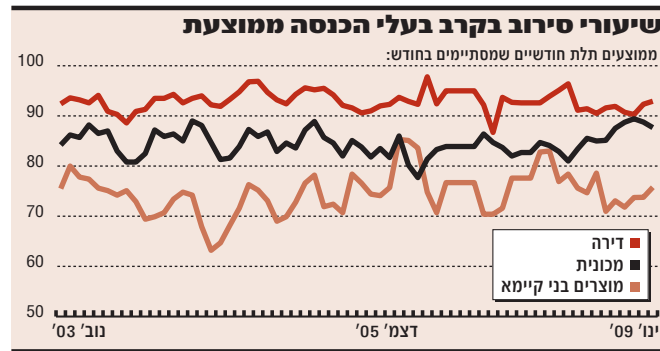
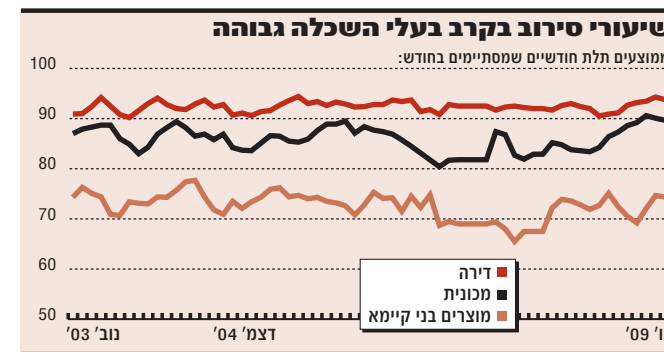
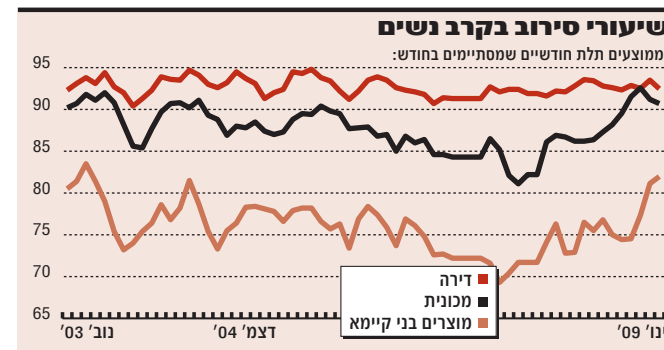
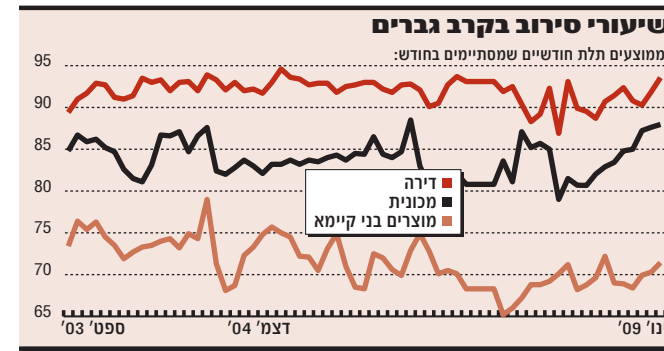
**השאלות
נועדו לתקף
הממצאים
של המדד,
אשר מעריך
בדרך עקיפה
את סנטימנט
הצרכנים**

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. ■





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

גלובס מחקרים

הופכים ידע לתועלת

בשיתוף
PRICEWATERHOUSECOOPERS קסלמן וקסלמן

לקבלת מידע נוסף: 03-9538728

research@globes.co.il

www.globes.co.il/research

גרפיקה: רונן משי * ריכוז גרפים וטבלאות: אורית דיל

מנהל סטודיו: אילן יחזקאל * מנהל ייצור: עמי אוחנה