

יוני
2008

מדד
אמון
הצרכנים
של
ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

גלובס
עיתון העסקים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל

יוני 2008

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 : 6.8.08

מנהלת גלובס מחקרים: נגה שביט־ר

■ 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

אמון בעירבון מוגבל: עלייה קלה במדד יוני

- **הציבור מתנדנד: מדד אמון הצרכנים עלה ביוני ב־2.2 נקודות, למרות ההתפתחויות האינפלציוניות.**
- **התנודתיות בחודשים האחרונים מצביעה על בלבול ומבוכה בציבור ששומע על מיתון, אך מתקשה לראות אותו.**
- **הממצא הבולט: נמשכת הצניחה באופטימיות הציבורית באשר למצב המשק בעוד חצי שנה.**
- **מבט עולמי: מדד האמון האמריקני נפל ביוני לרמתו מ־1992; המדד הבריטי נפל לרמתו מ־1990.**

מדד אמון הצרכנים של ישראל עלה ביוני ב־2.2 נקודות לאחר שירד ב־5.7 נקודות במאי, ועלה ב־1.6 נקודות באפריל. בסוף יוני המדד הגיע לרמה של 76.7 נקודות (1996=100), לעומת 74.5 נקודות בסוף מאי.

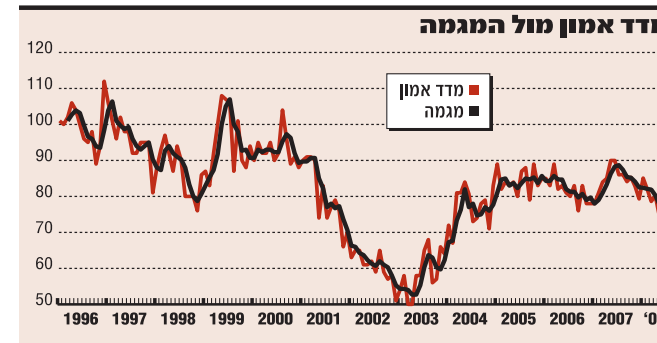
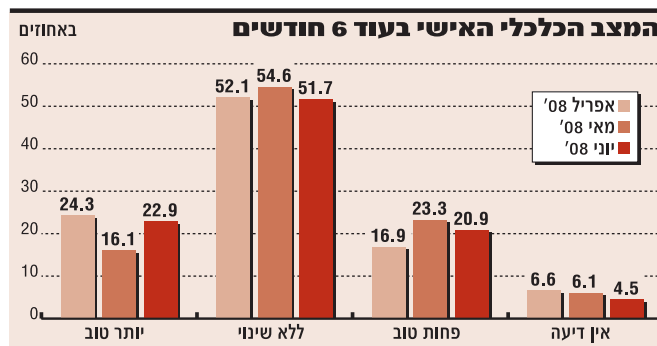
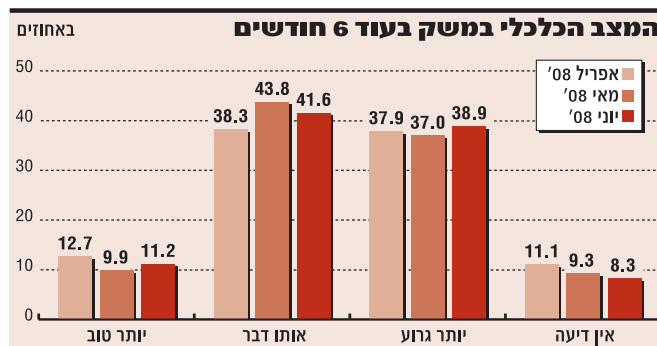
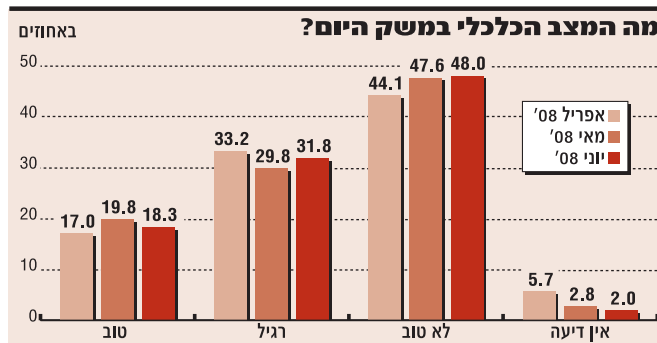
העלייה במדד נובעת, בעיקר, משיפור בהערכת הציבור את מצבו הכלכלי האישי בעוד חצי שנה, לצד הרעה קלה בהערכת המצב הכלכלי השוטף. **התופעה המרכזית בחודשים האחרונים היא ירידה חדה ועמוקה בביטחון שחש הציבור לגבי מצב המשק בעוד חצי שנה.**

באותה נשימה צריך לומר שהנתונים השוטפים מצביעים על תנודות לא קטנות בהערכות הציבור לגבי יתר רכיבי המדד. למעשה, אם מסתכלים על נתוני המחצית הראשונה של השנה, ובמיוחד על נתוני המצב הכלכלי האישי, ניתן להבחין בתנודות גדולות ברמה השוטפת, לצד יציבות יחסית ברמת המגמה. במילים אחרות, מדי חודש נרשמת "מבוכה" לא קטנה בציבור, אך בחצי השנה האחרונה מגמת ההתפתחות השתנתה באופן מועט יחסית.



העלייה במדד נובעת, בעיקר, משיפור בהערכת הציבור את מצבו הכלכלי האישי בעוד חצי שנה

כמו במאי, ניתן
עדיין לשער שעל
הציבור השפיעו
ההתפתחויות
בתחום
האינפלציה,
בעיקר ייקור
הדלק והמזון



את התגברות הפסימיות ביחס לעתיד ניתן לייחס, כמובן, לחששות מפני ההאטה במשק הישראלי, בעקבות ירידה בפעילות בחו"ל. אף על פי כן, כדאי לשים לב שהפסימיות המופגנת מאוד ביחס לעתיד נרשמת, למרות נתוני הצמיחה המפתיעים של הרבעון הראשון, אשר כללו עדכון כלפי מעלה של תחזית הצמיחה של בנק ישראל ל-4.2% מ-3.5% כזכור, עדכון זה בוצע לאחר שפורסם שברבעון הראשון של השנה צמח המשק בשיעור שנתי של 5.4% וכן נרשמה עלייה ביצוא בקצב שנתי של 12.6%. כל אלה לא השאירו, כנראה, רושם על הציבור, אשר המשיך להפגין פסימיות בצילן של אזהרות קובעי המדיניות, ובראשם הנגיד פישר. כמו במאי, ניתן עדיין לשער שעל הציבור בישראל השפיעו ההתפתחויות בתחום האינפלציה, בעיקר ייקור מוצרי המזון והאנרגיה, חוסר היציבות הפוליטי וחקירת רה"מ אולמרט. השאלה המהותית היא, כמובן, מה השפעת נתונים אלה על הצריכה הפרטית במשק בהמשך השנה. אם תהיה ירידה חדה בצריכה הפרטית, הרי שהיא תגרום להאטה ניכרת בקצב הצמיחה במשק. בהקשר זה יש לשוב ולהדגיש את מה שנאמר

**הפסימיות
המופגנת מאוד
ביחס לעתיד
נרשמת למרות
נתוני הצמיחה
המפתיעים של
הרבעון הראשון**

**מבט עולמי: מדד
אמון הצרכנים
בארה"ב נפל
ביוני לרמתו
הנמוכה ביותר
מ־1992**

מספר פעמים בחודשים האחרונים: נתוני המגמה של המדד, לפי שעה, מצביעים על שחיקה הדרגתית באמון הצרכנים, ולא בקריסתו, או בירידה חדה ומהירה, כפי שקורה בארה"ב, למשל. יתר על כן, בהתחשב בנתוני המגמה של הערכת הציבור את המצב הכלכלי האיש, והנתונים על קניות לא שוטפות אשר יובאו להלן, ניתן להגיד שבשליש האחרון של השנה תיתכן האטה בקצב הגידול של הצריכה הפרטית, אך לא כזו אשר תתרום להיווצרותו של מיתון במשק הישראלי, לפחות לא מצד הצריכה הפרטית.

אמירה זו מבוססת על נתוני המגמה של המדד, המשקפים ממוצעים נעים תלת חודשיים. בסוף יוני עמד נתון המגמה של המדד על 77.1 נקודות, לעומת 77.8 נקודות בסוף מאי. נתון המגמה נמוך ב־10.6 נקודות לעומת הנתון ביולי 2007, כאשר משבר ה"סאב־פריים" התחיל להתגלגל. ירידה זו היא ביטוי לעלייה במפלס חששות הציבור על רקע הערכות גוברות למיתון בארה"ב ומשבר עולמי שישפיע גם על ישראל.

במבט עולמי נציין, שמדד אמון הצרכנים האמריקני, כפי שמחשב אותו ה־Conference Board, נפל ביוני לרמתו הנמוכה ביותר מאז 1992. המדד הבריטי שב לרמתו ב־1990 וירידות נרשמו גם במדדים בגרמניה ובצרפת.

המדד המורחב שוב עולה

מדד האמון ה"מורחב", שכולל מלבד שלוש השאלות הבסיסיות גם שאלה הנוגעת להערכת הציבור לגבי הצפוי בתחום התעסוקה, עלה ביוני ב־4.1 נקודות לאחר ירידה של 7.6 נקודות במאי, ועלייה של 3.1 נקודות באפריל. במהלך המחצית הראשונה של השנה ירד המדד המורחב ב־6 נקודות. העלייה בחודש שעבר מהווה

**ניתן להגיד
שבשליש האחרון
של השנה תיתכן
האטה בקצב
הגידול של
הצריכה הפרטית**

תיקון להערכות פסימיות קודמות, ותואמת את התיקון כלפי מעלה שנרשם בציפיות לגבי המצב הכלכלי האיש. 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, הצביעה על עלייה, שהחלה בפברואר, בנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא, ירידה מסוימת במאי, ועלייה מחודשת ביוני. בכוונות רכישת מכוניות ניכרת יציבות עם נטייה לעלייה עד למאי, אם כי בחודש האחרון ישנה ירידה מסוימת. לעומת זאת, בנכונות לרכוש דירות נרשמה החודש עלייה מסוימת, לאחר חודש של שחיקה קלה בנתון המגמה.

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

הממצאים

הציבור בישראל כנראה מעריך מחדש, ולא בפעם הראשונה, את התחזיות בדבר האטה ומיתון במשק. הפסימיות עדיין ניכרת, וכמוה השחיקה באמון הצרכנים, אך סימני שינוי מסוים בהערכות הצרכנים נראים לעין בממצאי הסקר השוטף עליו מבוסס המדד.

למעשה, כל חודש מביא עמו שינוי מסוים בכיוון של הערכות הציבור. בנוסף, אם לא די בתנודות התכופות בהערכה הכוללת של הציבור, הרי שמתחילות להופיע הערכות לא אחידות לגבי ארבעת רכיבי המדד, הן ברמת הקבוצה והן בהשוואה בין הקבוצות, מה שיכול ללמד על מבוכה מסוימת. ואכן, הציבור שומע על מיתון, אך מתקשה לראות אותו; הוא גם מוזהר מפני מצב כלכלי קשה, אך בפועל הצמיחה ממשיכה, ובקצב יחסית גבוה. לפיכך לא מפתיע הבלבול ושינוי העמדות המהיר בקרב הציבור.

אחת התופעות הבולטות, גם החודש, היא הרעה ניכרת בהערכת הציבור את המצב הכלכלי של המשק בעוד חצי שנה. אותם גורמים שהביאו לירידה בחודשים קודמים – התייקרויות מחירי האנרגיה והמזון, החשש מתיסוף השקל, ואזהרות בנק ישראל – המשיכו להשפיע על הציבור גם ביוני. גם החודש, כמו במאי, הציבור העדיף להתעלם מהנתונים הכלכליים החיוביים, והמשיך להביע דעות פסימיות למדי בכל הנוגע לצפוי בתחום

הציבור העדיף להתעלם מהנתונים הכלכליים החיוביים, והמשיך להביע דעות פסימיות למדי

הכלכלי בעוד שישה חודשים.

בסך הכל, ביוני נמשכה, ואף התחזקה, מגמת שחיקת אמון הצרכנים שהחלה עוד ברבעון השלישי של 2007, עם פרוץ המשבר הפיננסי בעולם. כפי שיודגש להלן, השחיקה בחודש האחרון נובעת, בעיקר, מהרעה ניכרת בציפיות ביחס למצב הכלכלי בעוד שישה חודשים.

ההאטה תהיה מוגבלת וקצרה?

השאלה המהותית היא האם עולים מנתוני יוני סימנים ברורים לציפייה למיתון. כפי שיודגש להלן, הציבור חזר ביוני, לאחר חודש מאי הפסימי מאד, לבחון מחדש את ציפיותיו לגבי מצבו הכלכלי האישי, אם כי הוא עדיין פסימי מאוד לגבי מצב המשק בעוד חצי שנה, וצופה שהמשק אכן ייפגע מהמשבר הכלכלי.

מדד אמון הצרכנים עלה ביוני ב־2.2 נקודות, לאחר שירד ב־5.7 נקודות במאי, ועלה ב־1.6 נקודות באפריל. בסוף יוני עמד המדד על 76.7 נקודות (1996=100). התנהגות המדד בחודשים האחרונים תנודתית, אך בעלת כיוון ברור כלפי מטה. למעשה, הירידה באמון הצרכנים לא החלה ב־2008, אלא ברבעון השלישי של 2007. מאז סוף יוני 2007, עת הגיע המדד ל־90 נקודות, איבד המדד 13.3 נקודות. בהשוואה לרמתו בסוף 2007, המדד בסוף יוני היה נמוך ב־2.6 נקודות, בעקבות התנודות שנרשמו במהלך ששת החודשים הראשונים של השנה.

התוצאה המצטברת של ההתפתחויות בחודשים האחרונים, מאז החלו הדיבורים על סערה כלכלית קרבה, היא ירידה של כמעט 10 נקודות במדד, אשר נובעת מפסימיות ביחס לכל מרכיביו, ומפסימיות יתרה לגבי הרכיב המתייחס למצב המשק בעתיד.

התנהגות מדד אמון הצרכנים בחודשים האחרונים תנודתית, אך בעלת כיוון ברור כלפי מטה

בנתוני המצב הכלכלי השוטף והמצב הכלכלי האישי נבלמה הירידה של החודשים הקודמים

יש לסייג דברים אלה; ראשית, כפי שכבר צוין, הערכות הציבור תנודתיות למדי, והדבר יכול לבוא לידי ביטוי בממצאי החודשים הבאים. שנית, הציבור מודע לחששות קובעי המדיניות מהאטה בולטת בפעילות הכלכלית, ומתרגם זאת לציפיות פסימיות לגבי הרכיב האמור.

בנוגע לרכיבים אחרים התמונה שונה – בנתוני המצב הכלכלי השוטף והמצב הכלכלי האישי נבלמה הירידה של החודשים הקודמים, ונראה שהציבור תוהה, שוב, אם אכן היה מקום לפסימיות שהופגנה. יתר על כן, התמונה הכללית סבוכה אף יותר, שכן ההערכות לגבי שני רכיבים אלה אינן אחידות על פני קבוצות האוכלוסייה השונות.

הערות אלה רלבנטיות, מכיוון שממצאי המדד אמורים לסייע בחיזוי תנועות בצריכה הפרטית בעוד מספר חודשים. באופן כללי, ניתן, עדיין, לקבוע שצפויה האטה בגידול בצריכה הפרטית בעוד כמה חודשים, במיוחד ברבעון האחרון של 2008 על סמך נתוני מגמת המדד, ויתר רכיביו. עם זאת, לנוכח ההפכפכות של הערכות הציבור, ולנוכח התמונה המורכבת שהוצגה, צריך לשאול האם האטה זו תהיה מוגבלת בעוצמתה ובאורכה.

כמו בחודשים קודמים, ממצאי הרכישות הלא שוטפות של מוצרים בני קיימא, שמשמשים אינדיקטור נוסף לצריכה עתידית, אינם תומכים במסקנה שביקושי משקי הבית עתידים לרדת בחדות. גם הפעם חייבים להזכיר את ההתפתחויות בשער החליפין, והאפשרות שמשקי בית החליטו להקדים תכניות רכישה שונות, כך שבפועל תתחולל רק ירידה מתונה בקצב עליית הביקושים. בכל מקרה, יש להמתין לממצאים הבאים כדי לבדוק מה תהיה העוצמה של ההאטה בביקושים.

ציפיות קודרות באשר לעתיד המשק

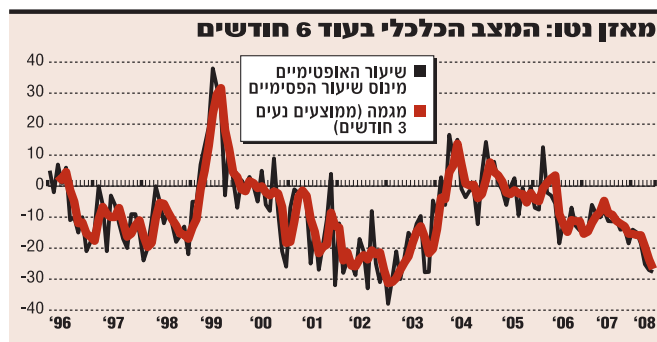
בניתוח ההתפתחות בכל אחת משלוש השאלות אומצה השיטה בה השתמש בנק ישראל לבחינת מדד אמון הצרכנים של גלובס, לפיה מחשבים את המאזן נטו של הערכה חיובית (אלה שענו שהמצב טוב, או יהיה טוב בעוד שישה חודשים, פחות אלה שהביעו הערכה שלילית – המצב גרוע או יהיה גרוע יותר בעוד שישה חודשים). ניתוח זה מתווסף לבחינת מגמות המדד, כדי לבחון את המגמות הצפויות בצריכה הפרטית.

ביוני נרשמה ירידה של 2 נקודות במאזן נטו המתייחס לנתון השוטף של המדד, לאחר ירידה של 0.7 נקודות במאי ועלייה של 4.6 נקודות באפריל. בסוף יוני עמד הנתון השוטף של המצב הכלכלי השוטף על מינוס 29.7 נקודות. לעומת הירידה בנתון השוטף ביוני, נתון המגמה עלה בחודשיים האחרונים, על רקע העלייה החדה בנתון השוטף באפריל, וצריך להמתין כדי לראות האם מדובר בשינוי במגמת השחיקה שהחלה במחצית השנייה של 2007.

בסוף יולי 2007 הגיע נתון המגמה של המאזן נטו למינוס 19.8 נקודות, ומאז הפער השלילי מתרחב. בסוף 2007 עמד הנתון על מינוס 26.3 נקודות, ובסוף יוני 2008 על מינוס 28.2 נקודות. משמעות הדבר היא שברכיב זה הירידה החלה כבר עם פריצת המשבר הגלובלי, אם כי הוא לא היה הגורם העיקרי לשחיקת הערכת הציבור כלפי המצב הכלכלי השוטף, וסביר יותר להניח שהיו סיבות מקומיות לכך, בין אם מדובר במצב הביטחוני, בעלייה באינפלציה ובמחירי ניירות הערך בשוק ההון. למעשה, פרסום של נתונים חיוביים על המשק, כפי שקרה לאחרונה, משפיע על שיפוט הציבור ועל הציפיות באשר למצבו הנוכחי של המשק, אך כנראה שלא על הערכות לגבי העתיד. כאמור,

באופן כללי ניתן, עדיין, לקבוע שצפויה האטה בגידול בצריכה הפרטית בעוד כמה חודשים

**נתון המאזן
נטו של לגבי
עתיד המשק:
ירידה של כ-13
נקודות בארבעה
חודשים**



1.9 נקודות, ובאפריל איבד 6.7 נקודות. בסך הכול מדובר בירידה מצטברת של כמעט 13 נקודות בארבעת החודשים האחרונים. יוני היה החודש החמישי ברציפות בו נרשמת ירידה ברכיב זה, לאחר עלייה בינואר, למינוס 26.7 נקודות. זהו, כאמור, ביטוי נוסף לפסימיות מעמיקה בכל הקשור למצב הכלכלי העתידי של המשק.

ניתן לקבוע, כמו בכל אחד מחמשת החודשים האחרונים, שהציבור עדיין מעריך שאנו בפתחה של תקופת צמיחה איטית הרבה יותר בהשוואה לשנים קודמות. ההרעה לא החלה, כאמור, בתחילת 2008, אלא הרבה קודם לכן, בתחילת הרבעון השלישי של 2007, על רקע אירועים מקומיים, כמו הרעה ביטחונית, אך גם על רקע האירועים בכלכלה הגלובלית, ותחילת משבר ה"סאב־פריים".

צפי כלכלי אישי: תיקון טכני?

כפי שכבר הודגש, ההערכות לגבי המצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים הפכפכות בחודשים האחרונים. ביוני עלה הנתון



**ירידה של 2
נקודות במאזן
נטו המתייחס
לנתון השוטף,
לאחר ירידה של
0.7 נקודות במאי**

יתכן ופרסום הנתונים האחרונים על הצמיחה במשק משנים, אט אט, את הערכות הציבור.

כדאי לשוב ולהזכיר כי גם בתקופות של גאות כלכלית והתרחבות מהירה בתוצר, הציבור בישראל נוטה להגדיר את המצב הכלכלי כ"רע". בנקודת השיא של הפעילות במשק, ברבעון השלישי של 2007, נתון המגמה של רכיב זה עדיין הצביע על פער של 20 נקודות בין ה"פסימיים" ל"אופטימיים". בגלל סיבה זו יש להתייחס למאזן שלילי של 28.2 נקודות בצורה זהירה.

כמו שכבר הודגש מספר פעמים, ההערכה לגבי המצב המשק בעוד שישה חודשים היא זו שמבטאת, יותר מרכיבים אחרים, את הפסימיות של הציבור, לפחות ברמה ההצהרתית. ניתן לשער, ברמת סבירות גבוהה, שהתשובות לגבי רכיב זה הן מעין הד לתחזיות רשמיות קודרות, ולהתפתחויות משקיות שליליות, כמו עליית האינפלציה, עליית מחירי האנרגיה וההתחזקת המהירה של המטבע המקומי, מה שאמור לפגוע ביצוא.

הנתון השוטף של ההערכה לגבי המצב הכלכלי במשק בעוד חצי שנה רשם ביוני ירידה של 0.6 נקודות, לאחר שירד במאי ב-

**הערכות לגבי
המצב הכלכלי
האיש בעוד
שישה חודשים
הפכפכות
בחודשים
האחרונים**



השוטף של המאזן נטו ב־9.2 נקודות, לאחר ירידה חדה של 14.7 נקודות במאי, ועלייה של 6.5 נקודות באפריל. **זו תמונת מצב של תנודות דרמטיות למדי, המבטאות את החרדה והמבוכה בה שרוי הציבור.** מדי כמה שבועות הוא בוחן מחדש את הערכותיו, ומשנה אותן בצורה קיצונית למדי. התנודות הרבה פחות חריפות, כמובן, אם מתייחסים לנתון המגמה. למעשה, נתון המגמה עלה ביוני ב־0.4 נקודות והגיע ל־0.8 נקודות. אם מתייחסים לנתוני המחצית הראשונה, אז נתון המגמה נע בתחום צר של מינוס אחד לפלוס אחד. לשם השוואה, בין סוף יוני 2007 לסוף דצמבר 2007 ירד נתון המגמה של רכיב זה ב־7.2 נקודות, ירידה חדה הרבה יותר.

שוק העבודה: סימני מבוכה

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

**הפער בין המדד
הכללי לבין
המדד המורחב
מסמן שיפור
מסוים בציפיות
לגבי שוק
העבודה**

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. המדד המורחב עלה ביוני ב־4.1 נקודות, לאחר שבמאי ירד ב־7.6 נקודות, ירידה חדה מאד. שוב, אפשר לדבר על תנודות לא מתונות המבטאות חוסר וודאות ושינוי תכוף בהערכות של משקי הבית. בסוף יוני הגיע המדד המורחב ל־71.7 נקודות לעומת 67.6 נקודות בסוף מאי, ולעומת 75.2 נקודות בסוף אפריל.

הפער בין המדד הכללי לבין המדד המורחב מסמן, ככל שניתן לשפוט, שיפור מסוים בציפיות לגבי שוק העבודה, מה שתואם את הודעות הלמ"ס על שיפור במצב בתעסוקה, אך לא תואם את השחיקה בציפיות לגבי המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. בדרך כלל שני נתונים אלה – הערכות לגבי המצב הכלכלי השוטף והערכות לגבי שוק העבודה – נעים ביחד. הפער שנפתח בחודשיים האחרונים, המסמן חוסר עקביות מסוים בתשובות של משתתפי הסקר השוטף, מבטא את אותה מבוכה עליה דובר לעיל.

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

	מארס '08	אפריל '08	מאי '08	יוני '08
יהיה יותר טוב	15.5%	16.4%	9.4%	16.0%
ישאר כפי שהוא היום	35.8%	43.0%	43.4%	43.6%
יהיה פחות טוב	32.7%	26.2%	32.5%	29.3%
לא הביעו דעה	16.0%	14.4%	14.7%	11.1%

ישנה ירידה בקרב כל הקבוצות כמעט בהערכה לגבי תפקוד המשק בעוד שישה חודשים

פסימיות תלוית קבוצה

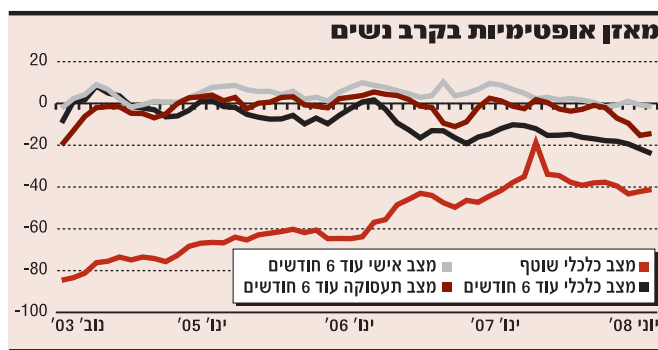
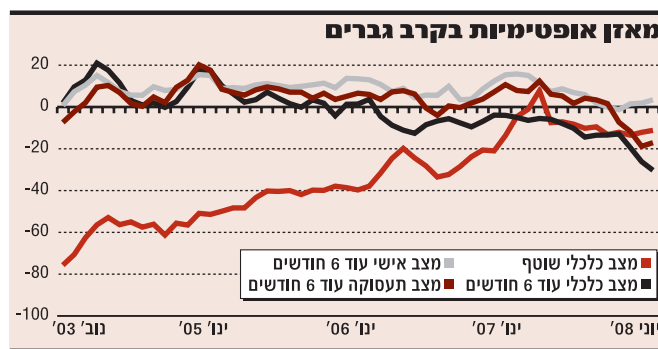
ניתוח סעיפי המדד מציג תמונה כללית, אך כדי לקבל תמונה מדויקת יותר חייבים לרדת לרמת פירוט של פילוח לפי קבוצות שונות. הכוונה היא לזהות את אותן קבוצות אשר התפתחות מסוימת בולטת אצלן, ומי מהן עומדת מאחורי הממצאים הכלליים. כמו לגבי המרכיבים של המדד, גם בפילוח נעשה שימוש בנתוני המגמה, ולא נתונים השוטפים, של מאזנים נטו כדי לבחון התפתחויות על פני זמן.

ממצאי יוני, בשילוב ממצאים קודמים, מציירים תמונה מורכבת למדי של הערכות הציבור. לא רק שיש תנודות משמעותיות בהערכות, אלא שהפעם ישנם גם מספר הבדלים בין קבוצות שונות, דבר אשר מאפיין תגובות של גיבוש הערכות ומבוכה. יחד עם זאת, התמונה הכללית תואמת את מה שנאמר לעיל – ישנה ירידה בקרב כל הקבוצות כמעט בהערכה לגבי תפקוד המשק בעוד שישה חודשים, יציבות מסוימת לגבי המצב הכלכלי השוטף ותיקון כלפי מעלה לגבי המצב הכלכלי האישי והתעסוקתי. התיקון כלפי מעלה בשני המרכיבים האחרונים מבטא היטב את השינוי בהערכות הציבור.

יודגש שהתגברות הפסימיות לגבי מצב המשק בעוד שישה חודשים, משותפת הן לקבוצות שבעבר נחשבו אופטימיות והן לאלה שהיו פסימיות יותר. כלומר, **ההערכה לגבי התגברות האפשרות להאטה כלכלית ועלייה באינפלציה, חוצות קבוצות דמוגרפיות, והן כולן קשובות להערכות רשמיות.** בקרב כל הקבוצות, פרט לצעירים, המאזן נטו של הציפיות ביחס למצב הכלכלי בעוד חצי שנה הוא שלילי ברמות שמסביב למינוס 20%-30%.

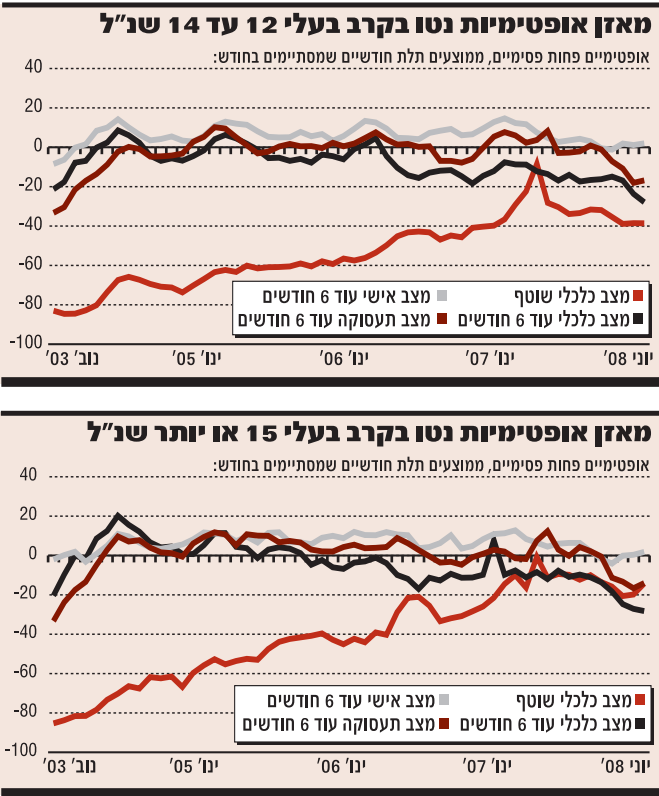
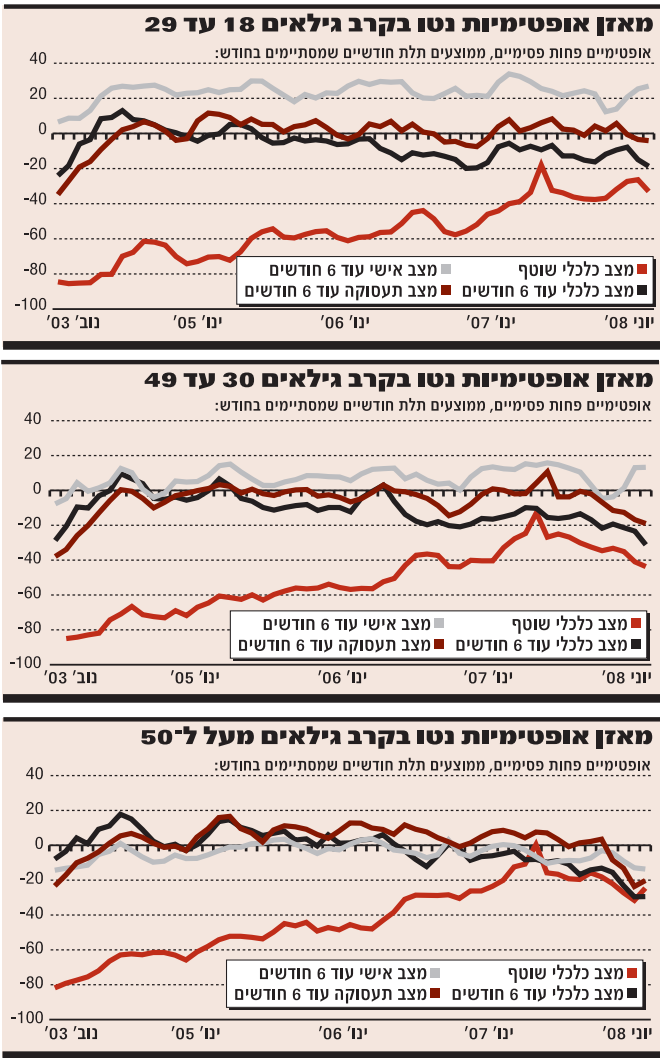
בהקשר זה, ישנה תופעה אחת אשר ראויה להבלטה, והיא

הגברים היו בשנים האחרונות אופטימיים מהנשים; בחודשים האחרונים הפער נסגר



מחיקת הפער בין גברים ונשים בכל הנוגע להערכת המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים. בשנים האחרונות, הגברים היו אופטימיים יותר מהנשים, לעתים בפער גדול. עם זאת, בחודש שעבר הסתיים תהליך סגירת הפערים, שכן הגברים הפכו ליותר פסימיים ככל שחלף הזמן ו"יישרו קו" עם הנשים. ביוני עמדה ההערכה נטו לגבי המצב הכלכלי בעוד חצי שנה על מינוס 24% בקרב הנשים, לעומת מינוס 30.3% בקרב הגברים.

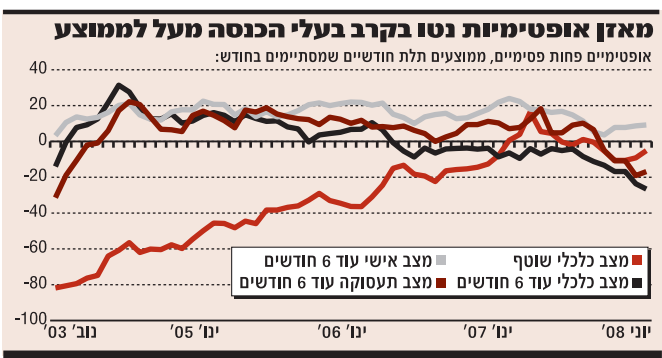
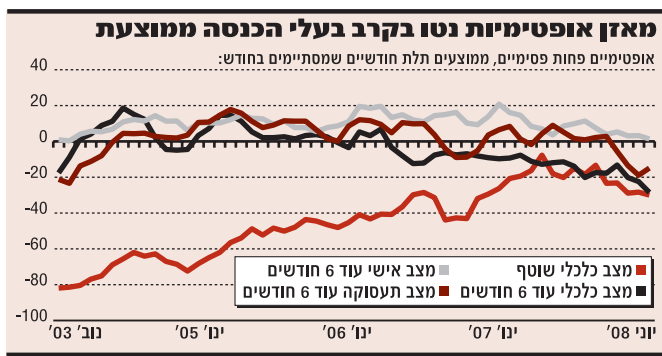
**קבוצת בני
49-30 תיקנה
כלפי מעלה את
הערכותיה לגבי
המצב הכלכלי
האישי**



לגבי המצב הכלכלי השוטף נרשמה יציבות, ואף תיקון קטן כלפי מעלה לאחר חודשים של שחיקה. זהו המצב בקרב רוב הקבוצות, אם כי בקרב צעירים, בקרב בני 30 עד 49, ובעלי הכנסה ממוצעת, הירידה נמשכת. למעשה, קבוצת הגיל 30 עד 49 פסימיות מופגנת ביחס למצב הכלכלי השוטף, המצב הכלכלי בעוד שישה חודשים ומצב התעסוקה. לעומת

**המצב הכלכלי
השוטף: בקרב
בני 49-30, בני
29-18 ובעלי
הכנסה ממוצעת
הירידה נמשכה**

ביוני נרשמה עלייה מחודשת בנכונות לקנות מוצרים בני קיימא לאחר ירידה קטנה במאי



זאת, היא תיקנה כלפי מעלה את הערכותיה לגבי המצב הכלכלי אישי.

חוזרים לרכישות לא שוטפות

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

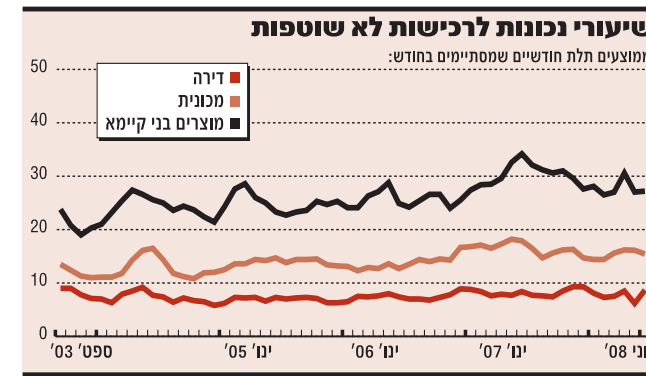
רכישה מעין אלה, הכוונה היא לתקף בדרך אחרת את הממצאים שמתקבלים מחישוב המדד ומרכיביו, ולבחון שינויים בסנטימנט הצרכנים בדרך נוספת, אם כי התוכניות לגבי רכישת דירות משפיעות, כמובן, על פעילות ההשקעה במשק ולאז דווקא על הצריכה הפרטית.

ביוני נרשמה עלייה מחודשת בשיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא, לאחר ירידה קטנה במאי, שקטעה שלושה חודשי עליות. צריך להביא בחשבון שבאופן כללי ישנה התאמה בין התוצאות המתקבלות בסעיף זה לאלה הנוגעות למצב הכלכלי האישי בעוד שישה חודשים, אם כי התנודות בהערכות הציבור לגבי המצב הכלכלי האישי פחות באות לידי ביטוי בכל הנוגע לתכניות רכישת של מוצרים בני קיימא. צריך להזכיר כי הציבור מימש את כוונות הרכישה האלה ברבעון הראשון של השנה, אם כי יתכן והדבר היה קשור להתחזקות השקל לעומת הדולר. בסך הכל, **התמונה שעולה ממצאים אלה אינה מסתדרת עם אפשרות לירידה חדה בצריכה הפרטית במהלך המחצית השנייה של השנה.**

יש לזכור שמסוף הרבעון השני של השנה שעברה, ועד לסוף ינואר, נרשמה ירידה יחסית גדולה בנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא בעתיד. בסוף יוני אשתקד עמד נתון המגמה של מספר המשיבים אשר לא שללו אפשרות של רכישת מוצרים בני קיימא על 34.2%, ואילו בסוף פברואר עמד שיעור זה על 26.4%, במאסר על 27%, ובאפריל הוא טיפס ל-30.6%. ביוני הוא שב והגיע ל-30.3%, לאחר ירידה במאי.

בכוונות קניית דירות נצפתה ביוני עלייה קטנה, אם כי התמונה עדיין יציבה ביחס לחודשים הקודמים. לגבי רכישת מכוניות נרשמה ירידה קטנה. גם פה צריך להביא בחשבון

ביוני הגיע שיעור הנכונות לרכוש מוצרים בני קיימא בחצי השנה הקרובה ל-30.3% מהמשיבים



את ההשפעה של ההתפתחויות בשער החליפין בחודשים האחרונים.

הפילוח לפי קבוצות של התשובות בסקר השוטף מציג, גם פה, תמונה מורכבת. אין תנועה אחידה לגבי נכונות הקנייה של מוצרים בני קיימא, למרות שבסך הכל נרשמת עלייה. אצל נשים, וגם אצל בני 30 עד 49 ישנה דווקא עלייה בשיעור הסירוב לרכישת מוצרים כאלה, לעומת המצב בקרב גברים, צעירים וחרדים. אצל בעלי השכלה גבוהה ישנה יציבות ברכיב זה. בהקשר זה חייבים לציין את קבוצת הגברים, אשר בקרבה נרשמת ירידה כבר כמה חודשים בשיעורם של אלה שאינם מתכוונים לרכוש דירה.

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

בכוונות קניית דירות נצפתה ביוני עלייה קטנה, אם כי התמונה עדיין יציבה ביחס לחודשיים הקודמים

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. ■

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

	אפריל '08	מאי '08	יוני '08
לא מתכוון/ת לרכוש דירה	90.3%	93.2%	90.5%
מתכוון/ת לרכוש דירה חדשה	3.2%	0.8%	3.6%
מתכוון/ת לרכוש דירה מיד שניה	3.9%	2.6%	3.1%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	2.6%	3.3%	2.8%

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

	אפריל '08	מאי '08	יוני '08
לא מתכוון/ת לרכוש מכונית	82.2%	86.1%	85.4%
מתכוון/ת לרכוש מכונית חדשה	6.6%	3.8%	5.1%
מתכוון/ת לרכוש מכונית משומשת	8.1%	7.1%	8.2%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	3.1%	3.1%	1.4%

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

	אפריל '08	מאי '08	יוני '08
לא מתכוון/ת לרכוש מוצרים אלו	66.5%	79.9%	72%
בטוח שכן	12.1%	8.2%	9.6%
חושב שכן	14.7%	8.1%	14.4%
עדיין לא יודע/ת, אין דעה	6.7%	3.8%	4.1%

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

עלייה חדה יחסית בנכונות לרכוש דירה חדשה; ירידה קלה בנכונות לרכישת דירה מיד שנייה

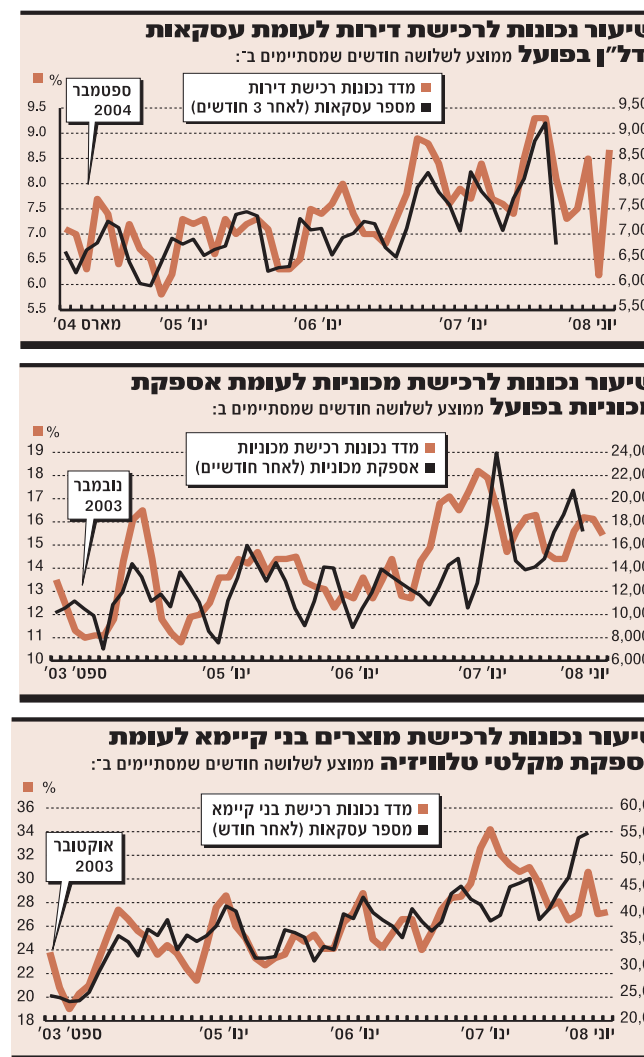
פילוחים

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

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. ■

**ירידה קטנה
בנכונות לרכישת
מכונית; יש
לקחת בחשבון
את השפעת
ההתפתחויות
בשער החליפין**



באחזים									
מה יהיה המצב הכלכלי בעוד 6 חודשים?									
לא יודע		פחות טוב		ללא שינוי		יותר טוב			
06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	
5.3	7.2	9.1	43.6	42.8	41.6	35.8	41.0	36.5	מין
10.4	10.7	12.9	35.4	33.4	34.5	46.0	45.5	40.0	גברים
6.2	8.9	14.4	30.2	29.3	30.2	53.8	49.8	44.3	נשים
4.9	10.0	7.7	38.6	37.0	37.1	46.1	44.7	45.0	מוצא
10.5	7.6	9.2	43.1	30.5	39.3	39.5	52.4	45.8	צבר
12.8	9.5	11.2	46.1	50.6	38.6	32.1	26.0	34.5	ישראל אסיה
8.0	13.8	15.6	43.0	41.9	33.0	34.5	34.0	35.3	ישראל אירופה
5.6	4.4	6.5	30.0	35.5	33.7	49.8	49.0	42.4	אסיה
4.0	18.3	10.7	45.6	31.4	39.0	43.2	46.5	39.0	אירופה
12.8	4.4	14.8	40.2	41.4	39.8	32.4	46.5	34.7	גיל
9.6	14.2	17.0	37.3	31.3	36.6	28.6	38.1	17.8	29-18
8.5	7.9	11.1	40.7	39.6	37.6	39.6	41.7	38.8	49-30
7.6	10.0	10.2	37.1	35.7	38.3	47.1	46.7	40.8	50+
13.9	9.2	9.9	40.3	39.4	39.8	35.2	39.4	36.1	השכלה עד 11
4.8	10.1	15.2	44.2	39.9	36.5	35.5	39.7	39.0	14-12
4.2	7.3	9.0	33.9	38.0	35.9	53.4	48.4	42.1	15+
13.2	12.7	13.5	40.6	26.4	41.1	33.3	48.4	31.6	הכנסה
									מתחת למומעת
									10.6 12.0 14.2
									מומעת
									15.5 10.4 9.2
									מעל למומעת
									8.5 6.4 13.1
									לא חשיב
									12.9 12.4 13.8

באחזים									
כיצד היית מגדיר את המצב הכלכלי?									
לא יודע		לא טוב		רגיל		טוב			
06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	
1.7	0.3	4.6	38.0	41.8	31.9	32.7	29.9	41.0	מין
2.1	4.4	6.6	55.4	51.2	55.1	31.1	29.7	26.2	גברים
1.0	2.4	3.6	54.3	44.8	43.6	31.6	33.7	35.6	נשים
0.0	0.0	4.6	59.0	61.0	47.7	30.9	27.2	29.6	מוצא
3.2	1.9	7.3	34.7	40.4	34.0	40.3	29.4	33.8	צבר
8.7	1.0	2.2	54.9	54.2	65.9	18.3	24.3	27.3	ישראל אסיה
0.7	7.6	11.3	37.8	39.4	35.0	34.1	34.6	36.3	ישראל אירופה
0.0	1.1	3.3	52.8	53.5	37.0	36.6	29.2	42.4	אסיה
0.0	4.7	2.8	57.2	59.2	52.0	29.1	27.2	30.5	אירופה
3.5	1.1	10.2	37.7	54.7	41.5	33.8	28.1	29.2	גיל
0.0	2.1	7.3	59.8	53.7	42.8	30.1	31.7	25.5	29-18
1.0	1.2	4.5	56.8	55.6	50.9	27.1	25.3	30.3	49-30
3.6	5.0	6.8	34.7	37.4	36.3	37.8	35.1	37.9	50+
3.1	4.4	5.2	66.0	59.1	56.0	23.5	24.3	31.8	השכלה עד 11
0.9	2.4	9.2	47.1	50.6	42.5	34.4	27.5	35.1	11 12.5 24.4
2.0	1.3	3.2	33.3	34.4	35.4	36	34.2	30.6	14-12
1.3	3.1	7.5	50.9	41.9	26.2	33.7	38.	44.9	15+
									הכנסה
									מתחת למומעת
									7.4 12.2 6.9
									מומעת
									17.6 19.5 13.2
									מעל למומעת
									28.7 30.2 29.8
									לא חשיב
									14.1 16.2 21.3

מה יהיה מצב התעסוקה בעוד 6 חודשים?											
באחוזים											
לא יודע	פחות טוב			ללא שינוי			יותר טוב			מין	מוצא
	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08		
10.8	10.0	13.4	31.4	39.0	27.5	39.4	39.4	42.3	18.3	11.6	16.8
11.2	17.6	15.3	27.8	28.5	25.0	46.6	45.9	43.7	14.3	8.0	15.9
11.9	10.7	11.8	23.9	32.0	22.5	45.4	47.9	56.5	18.8	9.5	9.2
7.1	11.2	9.1	32.3	31.9	28.6	44.2	47.5	45.7	16.4	9.4	16.5
6.0	18.8	11.8	34.6	31.3	23.7	44.2	43.0	45.6	15.3	6.9	18.9
18.7	3.7	14.1	31.2	44.6	42.1	36.7	42.1	28.0	13.4	9.5	15.7
12.1	25.1	23.5	28.4	23.7	24.5	42.1	41.1	39.4	17.4	10.1	12.6
8.7	5.4	8.7	25.0	26.4	25.0	36.8	52.0	47.8	29.5	16.1	18.5
7.5	12.3	11.3	30.6	31.6	26.6	50.7	53.5	44.1	11.2	2.5	18.1
15.0	8.2	21.6	33.2	35.6	26.7	36.6	49.5	38.6	15.2	6.6	13.1
14.1	24.7	25.1	24.5	37.3	27.5	45.9	19.4	31.7	15.4	18.7	15.7
11.9	12.9	11.3	29.1	35.5	28.5	42.1	42.4	43.4	16.9	9.1	16.7
9.4	14.7	16.4	30.7	26.9	23.3	44.8	50.6	44.3	15.1	7.8	16.0
14.7	16.8	17.1	31.1	34.0	23.7	43.1	37.4	43.3	10.9	11.8	15.9
9.2	7.2	14.4	31.0	29.3	29.6	38.1	53.9	42.1	21.7	9.6	13.9
5.0	9.7	10.7	29.0	34.8	28.3	48.9	48.7	43.4	17.2	6.7	17.7
23.7	33.5	17.3	22.8	25.0	19.7	39.3	31.7	43.3	14.2	9.8	19.8

מה יהיה מצבן האישי בעוד 6 חודשים?											
באחוזים											
אין דעה			גרוע		רגיל		טוב				
06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08
4.5	6.1	7.4	22.0	25.6	16.1	47.4	22.8	49.3	26.1	17.9	27.2
4.5	6.1	6.0	20.0	19.8	17.6	55.0	23.6	54.7	20.5	14.9	21.7
4.0	3.9	4.2	9.2	20.6	3.9	57.5	16.4	60.9	29.3	22.0	31.1
6.3	9.2	4.2	26.7	24.3	17.5	43.6	19.6	51.6	23.4	17.3	26.8
2.7	9.6	7.3	22.1	24.4	11.0	54.6	15.1	67.1	20.6	18.0	14.6
4.1	3.9	2.9	27.2	18.9	29.2	46.5	39.5	46.0	22.2	12.5	21.9
4.9	3.6	11.1	27.0	18.5	20.5	48.6	34.5	46.7	19.6	11.7	21.6
5.6	5.4	4.3	3.7	20.8	6.5	51.0	16.5	50.0	39.8	28.7	39.1
3.8	7.6	9.0	15.7	26.0	18.1	53.7	13.9	44.6	26.8	32.5	28.2
5.3	6.2	5.9	31.2	20.4	23.3	50.5	23.4	61.0	13.0	14.3	9.7
6.0	16.9	10.5	30.2	18.9	27.5	46.8	17.5	57.2	17.0	11.4	4.9
4.4	4.8	7.1	20.7	22.2	17.9	49.6	25.0	48.6	25.2	18.0	26.4
4.2	5.3	5.5	19.0	23.5	14.2	55.4	22.8	55.5	21.5	15.1	24.9
4.7	7.9	6.5	30.8	24.2	25.8	42.7	31.9	41.2	21.8	11.9	26.4
2.5	5.2	7.8	24.2	21.2	18.1	43.3	21.6	54.2	30.0	18.3	19.8
2.8	1.6	4.8	12.3	21.3	7.3	63.9	20.0	60.7	21.0	19.0	27.2
12.1	13.6	11.1	17.5	20.4	12.4	52.2	12.9	49.3	18.3	17.3	16.3

באחזים

האם מתכוון לקנות דירה ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

לא ידוע	נ. משומשת				נ. חדשה				נ. מתכוון לקנות			
	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08
3.1	5.7	2.6	3.3	2.3	4.5	6.5	0.9	5.0	87.1	91.1	87.9	מין
2.6	1.8	2.5	2.9	2.9	3.5	1.4	0.8	1.5	93.1	94.6	92.6	נשים
3.5	5.1	7.7	1.0	2.0	5.3	2.0	1.0	5.8	93.5	91.9	81.1	צבר
3.1	6.0	2.4	2.2	9.3	9.5	6.4	0.0	4.2	88.2	84.7	83.9	ישראל אסיה
3.4	2.0	0.0	6.4	1.5	1.9	1.0	1.4	2.1	89.3	95.0	96.0	ישראל אירופה
1.9	6.8	0.0	5.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	87.8	93.2	100.0	אסיה
2.0	0.7	1.5	2.7	2.5	1.5	5.2	0.0	0.8	90.2	96.9	96.2	אירופה
3.7	8.7	4.3	6.6	9.2	8.7	2.7	0.0	4.3	87.0	82.1	82.6	גיל
3.4	2.5	3.4	2.6	2.5	2.3	6.8	2.5	5.1	87.1	92.4	89.3	29-18
2.0	1.9	0.4	1.3	1.6	2.1	2.0	0.3	0.4	94.6	96.1	97.0	49-30
0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	4.6	1.8	4.2	0.0	98.2	93.9	95.4	50+
2.8	2.8	2.2	3.0	3.0	4.5	3.6	0.2	4.1	90.5	94.0	89.3	עד 11
3.5	4.2	3.4	3.9	2.8	3.2	3.9	0.9	2.6	88.7	92.1	90.8	14-12
3.4	2.0	0.0	1.0	1.5	1.9	1.0	1.4	2.1	89.3	95.0	96.0	15+
1.9	6.8	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	87.8	93.2	100.0	הכנסה
2.0	0.7	1.5	5.2	2.5	1.5	5.2	0.0	0.8	90.2	96.9	96.2	מתחת לממוצעת
2.4	2.4	2.4	4.3	1.8	1.8	4.3	4.3	4.3	91.5	91.5	91.5	ממוצעת
2.7	4.8	5.7	1.9	7.8	7.8	1.9	0.0	5.8	92.1	87.4	80.8	מעל לממוצעת
4.2	3.3	1.3	8.3	3.3	3.9	8.3	0.8	2.7	85.1	92.7	92.1	לא השיב
2.7	3.3	1.5	2.7	0.9	1.9	2.7	0.7	1.4	90.9	95.2	95.1	מגור
0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	4.3	0.0	1.9	5.2	100.0	98.1	89.0	חדר/דתי
3.6	7.7	2.4	1.9	12.0	7.1	1.9	0.0	2.4	94.6	80.2	88.1	מסורתי
3.3	1.9	4.1	4.1	2.6	3.3	4.1	1.6	4.5	89.7	93.9	88.1	חילוני
0.8	1.4	0.0	2.4	1.2	0.9	2.4	1.4	2.3	92.3	96.0	96.7	ערבי
3.3	3.2	1.3	5.9	0.8	4.1	5.9	0.0	3.3	88.3	96.0	91.3	אזור חיוג
4.4	6.6	5.7	1.8	0.0	7.3	1.8	0.0	1.6	89.6	93.4	85.4	02
												03
												04
												08
												09

באחזים

האם מתכוון לקנות מכונית ממוצע לשלושת החודשים שמסתיימים ב-

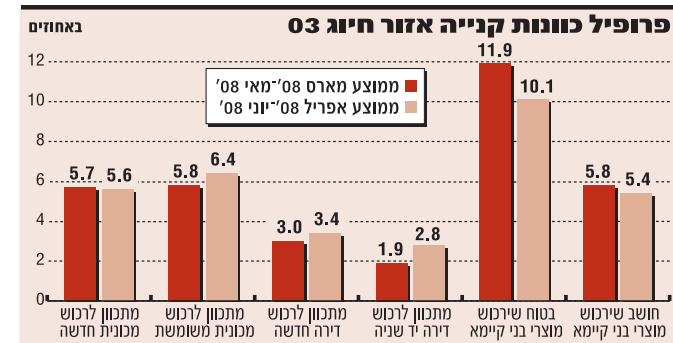
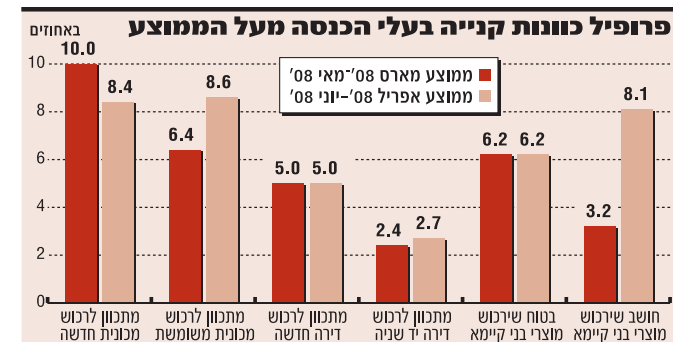
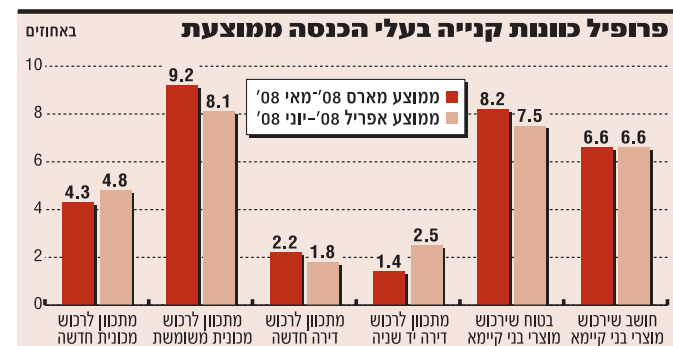
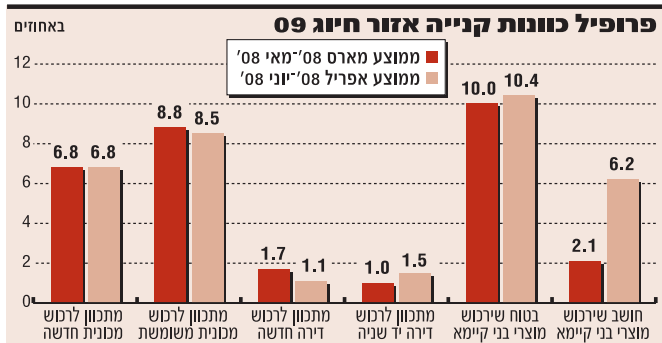
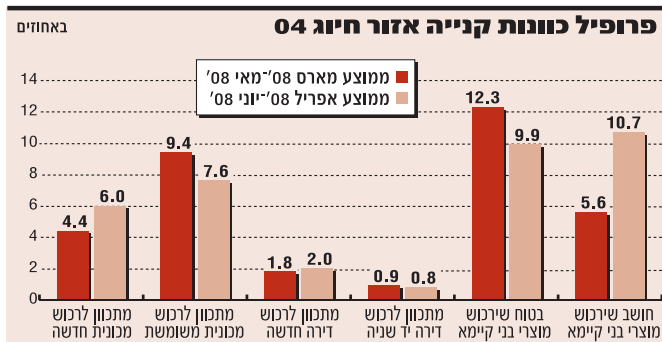
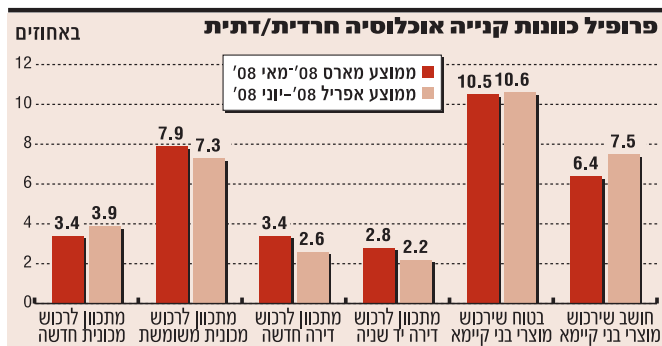
לא ידוע	נ. משומשת				נ. חדשה				נ. מתכוון לקנות			
	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08
1.4	3.5	2.2	8.9	9.4	10.5	6.8	4.3	6.9	82.9	82.8	80.4	מין
1.4	2.8	4.0	7.6	5.7	5.8	3.8	3.4	6.4	87.2	88.1	83.8	גברים
0.8	6.0	1.8	11.2	12.2	6.3	8.5	2.9	3.9	79.5	78.9	88.1	נשים
1.4	5.3	2.1	9.2	9.8	14.5	5.3	0.0	7.8	84.1	84.9	75.5	צבר
1.0	1.0	8.0	5.6	2.1	6.3	6.6	7.0	8.4	86.8	89.9	77.4	ישראל אסיה
3.4	1.9	0.0	4.2	4.7	4.2	1.6	1.9	2.2	90.8	91.4	93.5	ישראל אירופה
0.0	2.4	2.7	10.4	3.2	4.5	3.2	3.9	6.7	86.5	90.6	86.0	אסיה
0.0	6.5	0.0	19.1	18.3	15.2	5.8	3.8	12.0	75.0	71.4	72.8	אירופה
2.4	0.0	4.0	7.6	10.0	7.9	5.5	3.8	5.1	84.5	86.2	83.1	גיל
0.3	3.2	4.7	4.0	5.0	3.0	5.6	2.5	4.2	90.0	89.3	88.1	29-18
3.4	0.0	0.0	1.8	11.1	4.6	3.9	0.0	0.0	90.8	88.9	95.4	עד 11
0.9	2.0	2.1	10.8	8.6	9.7	4.2	3.1	7.7	84.1	86.3	80.5	14-12
1.5	5.2	4.8	6.6	4.5	6.6	6.4	5.5	6.4	85.6	84.9	82.2	50+
2.2	2.8	1.0	4.4	5.8	9.3	1.3	0.6	3.0	92.1	90.8	86.7	הכנסה
0.0	1.6	3.0	9.6	9.2	5.4	5.9	1.7	6.8	84.5	87.4	84.7	מתחת לממוצעת
1.0	5.4	3.1	10.3	5.8	9.6	6.1	7.9	11.1	82.6	80.8	76.2	ממוצעת
3.2	1.5	13.0	8.0	10.7	3.5	9.1	7.2	4.3	79.7	80.6	79.2	מעל לממוצעת
1.1	3.9	0.7	7.0	4.8	10.2	6.3	0.0	5.5	85.5	91.3	83.6	לא השיב
2.1	2.8	0.7	13.9	9.8	9.7	4.4	4.9	6.7	79.6	82.4	82.9	מגור
0.6	3.0	6.2	6.9	5.1	3.7	5.3	4.4	6.6	87.2	87.5	83.5	חדר/דתי
0.0	1.9	3.0	4.2	16.7	13.8	2.5	7.8	9.7	93.2	73.6	73.5	מסורתי
2.4	8.6	0.0	6.2	8.4	7.3	1.7	1.7	4.9	89.6	81.3	87.9	חילוני
1.7	0.6	4.3	6.4	6.9	5.8	6.5	3.4	7.1	85.4	89.1	82.8	ערבי
0.8	2.3	3.9	8.4	8.3	6.1	3.2	8.7	6.1	87.6	80.7	84.0	אזור חיוג
1.8	3.5	0.9	13.2	6.3	9.6	6.2	0.5	4.4	78.8	89.6	85.1	02
0.0	5.1	6.2	5.4	5.1	15.0	5.9	2.2	12.4	88.7	87.6	66.5	03
												04
												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	מוצא לשלושת החודשים שמסתיימים ב־				לא מתכוון לקנות			
	בטוח שמתכוון לרכוש		חושב שמתכוון לרכוש		לא יודע		לא מתכוון לקנות	
באחוזים	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08	04/08	06/08	05/08
מין								
גברים	3.9	2.8	6.6	15.2	8.3	17.7	10.8	9.9
נשים	4.2	4.5	6.8	13.8	7.9	12.0	8.7	7.1
מוצא								
ערב	2.9	5.7	8.1	19.7	9.3	26.1	21.1	15.8
ישראל אסיה	5.6	4.0	5.5	15.2	7.2	15.6	11.1	7.2
ישראל אירופה	4.4	3.9	7.0	14.9	11.0	7.8	8.0	8.1
אסיה	7.3	4.9	4.5	14.7	7.6	2.2	5.7	5.8
אירופה	2.5	3.9	8.9	8.5	8.4	11.4	3.6	4.3
גיל								
25-18	2.8	4.3	2.2	19.3	10.1	28.3	21.4	21.1
29-30	3.5	5.1	7.3	15.8	6.4	11.9	10.6	8.7
50+	5.7	2.6	9.3	11.5	9.5	7.6	6.3	4.4
השכלה								
עד 11	0.0	0.0	2.4	15.4	0.0	17.1	7.6	8.4
14-12	4.4	3.1	7.1	16.5	8.6	13.2	9.5	8.5
15+	4.7	5.6	6.8	11.6	9.3	16.2	10.2	7.9
הכנסה								
מתחת לממוצעת	4.4	3.9	7.0	14.9	11.0	7.8	8.0	8.1
ממוצעת	7.3	4.9	4.5	14.7	7.6	2.2	5.7	5.8
מעל לממוצעת	2.5	3.9	8.9	8.5	8.4	11.4	3.6	4.3
מגזר								
לא חשיב	4.9	2.9	9.0	17.8	12.0	19.7	8.7	12.6
חרדי/דתי	4.9	2.9	9.0	17.8	12.0	19.7	8.7	12.6
מסורתי	5.2	6.2	4.5	10.7	7.8	12.5	9.3	7.8
חילוני	3.8	4.0	7.4	14.4	8.2	12.3	10.9	7.0
ערבי	0.0	0.0	3.0	10.1	3.9	16.2	4.2	7.6
אזור חיוג								
02	5.8	5.9	3.0	9.4	13.4	21.6	10.0	13.4
03	3.2	2.3	12.0	18.7	10.7	14.7	9.6	8.0
04	5.0	5.2	3.9	13.7	4.6	13.9	8.7	8.8
08	3.2	5.5	5.2	12.8	4.3	13.5	10.7	5.1
09	4.8	0.0	4.6	10.2	9.9	11.9	9.1	7.6



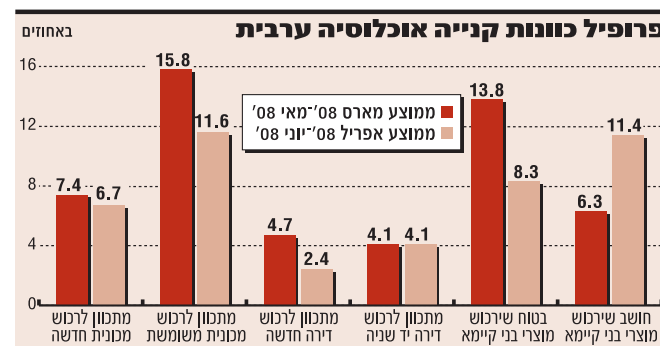
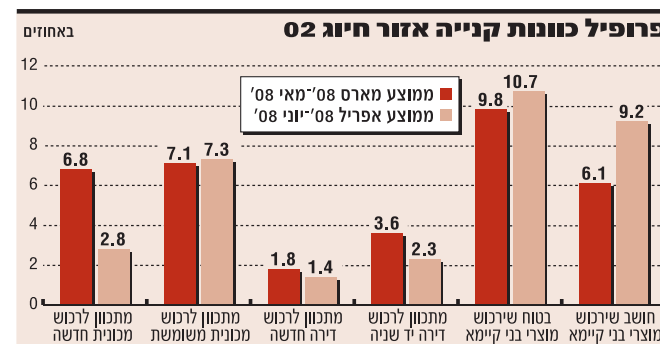
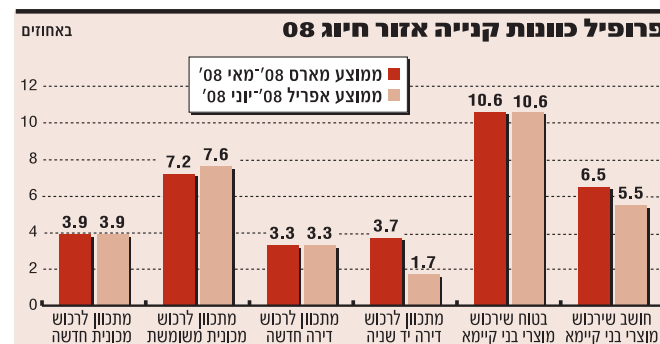
שיעורי סירוב

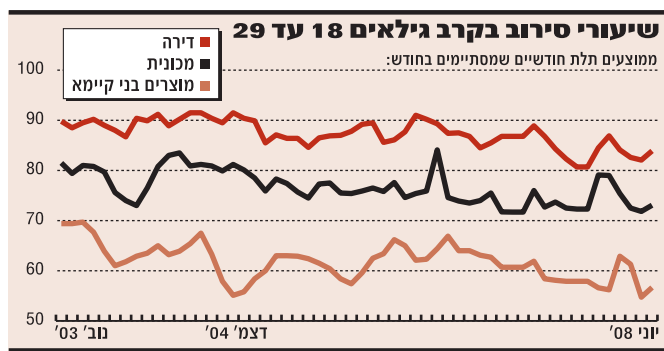
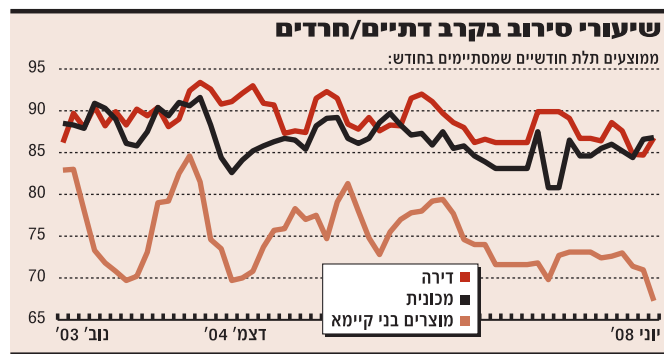
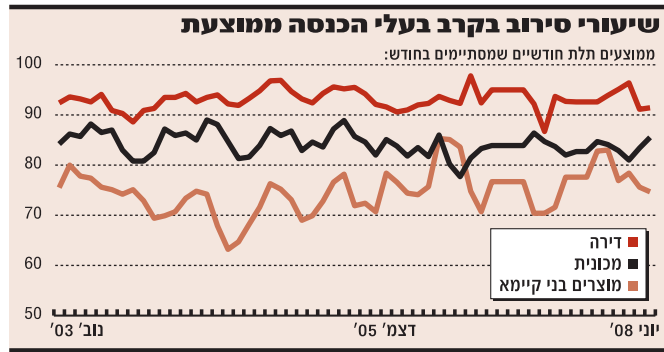
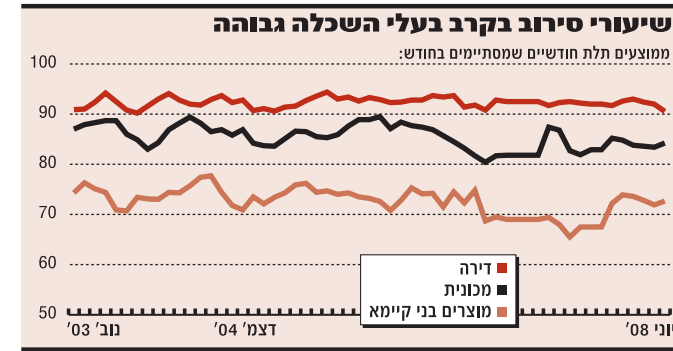
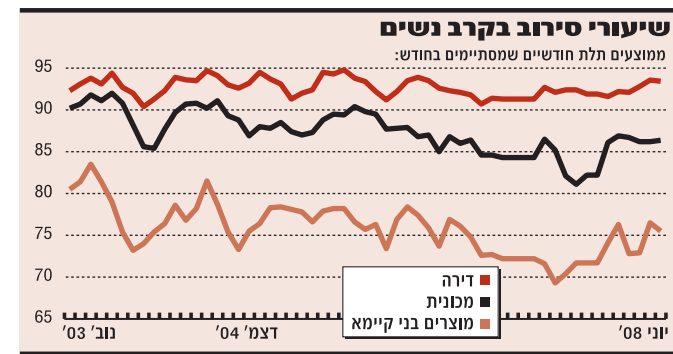
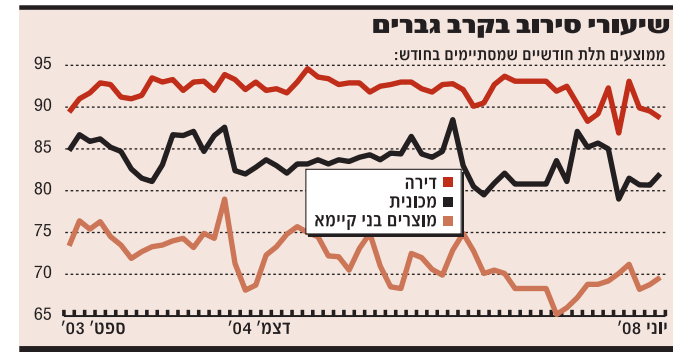
**השאלות
נועדו לתקף
הממצאים
של המדד,
אשר מעריך
בדרך עקיפה
את סנטימנט
הצרכנים**

הסקר החודשי של גלובס, באמצעות מכון חנוך ורפי סמית, כולל שלוש שאלות לגבי רכישות לא שוטפות: מכונות, 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