

**מה משפיע על הצריכה של
מוצרים לביה"ס - מחיר? מיתוג?
מצב כלכלי? או מודעות לקיימות?**

אוגוסט 2023

© כל הזכויות שמורות לחברת **צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**.
כל שימוש ו/או התבססות על המידע הכלול בדו"ח זה ללא קבלת רשות
מראש ובכתב מחברת **צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**, אסור בהחלט.

צ'מנסקי בן שחר

הוצאות ההורים עבור ההיערכות לשנת הלימודים עשויות להוות מדד להתנהגות הצרכנית של הציבור הישראלי בעידן של עליות מחירים ואי ודאות כלכלית, זאת כאשר רכישת הציוד הנדרש עבור בית הספר נתפס כמוצר צריכה בסיסי בקרב הורים לילדים. סקר ייעודי שבוצע עבור חברת צ'מנסקי בן שחר על ידי חברת Panel4All בחן את הרגלי הצריכה של הורים לילדים בגילאי בית ספר, תוך השוואה לסכומי ההוצאות בשנה שעברה.

על פי ממצאי הסקר, שליש ממשקי הבית מוציאים מעל 600 ש"ח עבור ההיערכות לקראת פתיחת שנת הלימודים לכל ילד - מדובר בהוצאה גדולה, אשר משפיעה על אחוז ניכר ממשקי הבית. 68% מהנסקרים הצהירו על עלייה משמעותית בהוצאות לעומת השנה שעברה (בממוצע בכ-28%) כעדות לעליות המחירים גם בציוד הנדרש עבור התלמידים.

מפילוח מאפייני הנסקרים עולה כי ככל שרמות ההכנסה וההשכלה של ההורים עולים, קיימת למשקי הבית נטייה להוציא דווקא פחות על כל ילד. ניתן להסביר זאת בכך שבתקופה של עליות מחירים וחוסר ודאות נדרשת הבנה טובה של השוק, המאפשרת יכולת הסתגלות מהירה לאימוץ הרגלי קנייה חדשים.

שינוי של המצב הכלכלי יוביל לשינוי בהתנהגות של משקי הבית מהמעמד הבינוני-גבוה, אשר יתפשט בהדרגה לשאר האוכלוסייה. כמו כן מוערך שיהיה גידול בביקוש למוצרי "סטוק", פחות קנייה של מותגים, וצמיחה של חנויות יד שנייה ופרויקטים שיתופיים למיניהם.

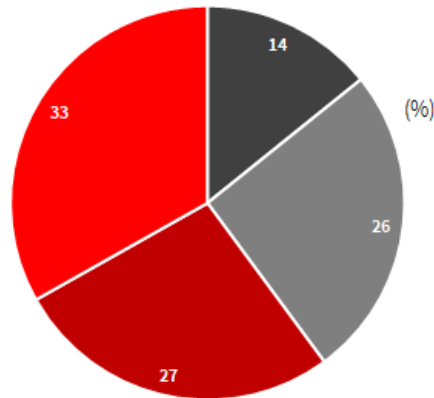
על פי נתוני הלמ"ס, בתחילת חודש ספטמבר 2023, כ-2 מיליון תלמידי מערכת החינוך בישראל צפויים לחזור מחופשת הקיץ אל ספסל הלימודים. ההיערכות לשנת הלימודים בקרב ההורים דורשת הקדשת זמן ומחשבה, ובעיקר מהווה הוצאה כספית גבוהה למשקי הבית. ישראל היא מדינה המאופיינת במספר ילדים גבוה בגילאי בית ספר למשק בית, ועל כן מדובר בהוצאות משמעותיות גם במונחים של משק בית ממוצע.

חברת צ'מנסקי בן שחר ושות', יחד עם חברת Panel4All, ביצעו סקר ארצי מייצג במטרה לזהות את הרגלי הצריכה בקרב הורים לילדים בהיערכות לקראת החזרה ללימודים. ממצאי הסקר משקפים את ההתנהגות הצרכנית של ההורים, ובפרט את השפעת עליות המחירים עליה.

צ'מנסקי בן שחר

תרשים: סכום הוצאה למשק בית עבור כל ילד (%)

■ יותר מ-600 ש"ח ■ 401-600 ש"ח ■ 251-400 ש"ח ■ 100-250 ש"ח

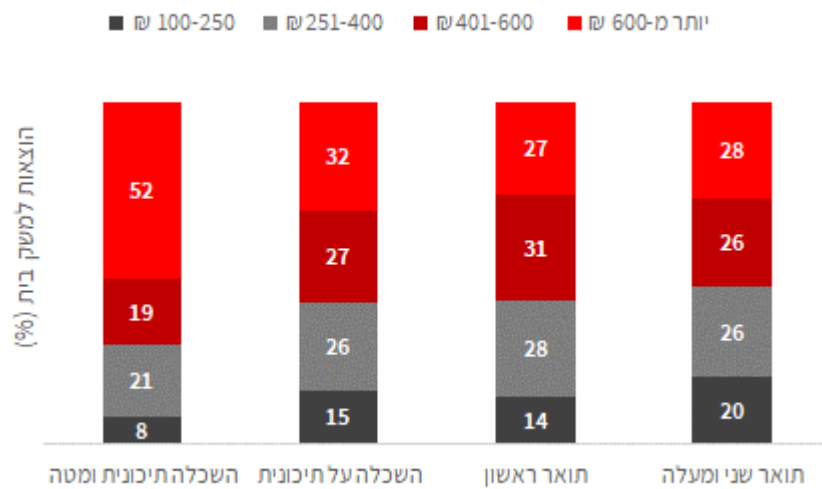


ממוצע: 492 ש"ח לילד

משק בית מוציא בממוצע 492 ש"ח לכל ילד עבור ההיערכות לבית הספר, לא כולל ספרים ותלבושת. ההתפלגות די מגוונת - 14% ממשקי הבית יוציאו 100-250 ש"ח לכל ילד, 26% יוציאו 251-400 ש"ח, 27% יוציאו 401-600 ש"ח, ו-33% ממשקי הבית יוציאו מעל 600 ש"ח עבור כל ילד. בהינתן שמדובר במוצר צריכה בסיסי למדי, מדובר בטווח רחב של סכומי הוצאות הורים עבור ילדיהם. גיל ההורים מסביר חלק מהשונות בקרב הלקוחות - על פי פילוח גילאי הנסקרים, ככל שגיל ההורה עולה, סכום ההוצאה עולה בהתאם. כך, בקרב קבוצת ההורים עד גיל 30, רק 46% הוציאו מעל 400 ש"ח עבור כל ילד, בקרב קבוצת ההורים בגילאים 31-40 נתון זה עומד על 57%, ומעל גיל 40 המספר גדל ל-62%. ניתן להניח שגיל ההורים "מותאם" לגיל הילדים, כלומר להורים בגילאים מבוגרים יותר יש ילדים מבוגרים יותר. הבדלי הצריכה בהתאם לגיל עשויים לשקף הבדלים במאפיינים של הילדים - ככל שהילדים גדולים יותר, הם חשופים יותר לתרבות הצריכה, מודעים יותר למותגים ולטרנדים, ולכן יש להם דרישות גבוהות יותר בקשר לציוד עבור בית הספר מאשר לילדים צעירים. מצופה היה למצוא שהבדלי הכנסה יהוו גורם משמעותי ומשפיע במיוחד על גודל ההוצאה. אולם על פי ממצאי הסקר דווקא לבעלי ההכנסות הגבוהות קיימת נטייה לצרוך **זול** יותר - בהתאם למאפייני ההכנסה של הנסקרים. באופן עקבי ככל שההכנסה עולה, סכום ההוצאה לילד קטן. כך, מקרב בעלי ההכנסה "הרבה מתחת לממוצע", 70% הוציאו מעל 400 ש"ח, ואילו מקרב בעלי הכנסה "הרבה מעל הממוצע", רק 53% הוציאו מעל 400 ש"ח לכל ילד.

צ'מנסקי בן שחר

תרשים: הוצאה על כל ילד בפילוח לרמות השכלה (ב-%)

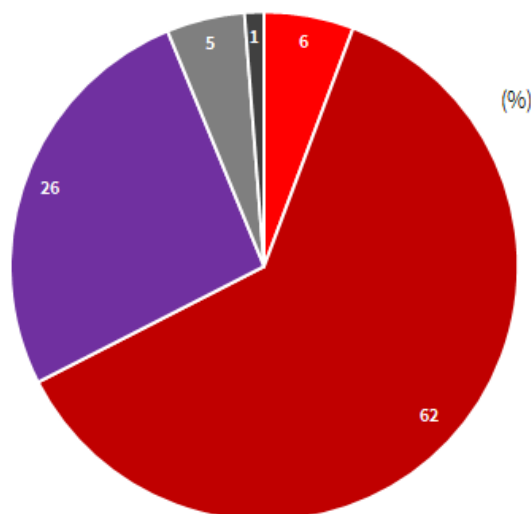


מאפיין מרכזי העומד בבסיס הבדלי הצריכה נעוץ ברמת ההשכלה של הנסקרים. בקרב בעלי השכלה תיכונית ומטה, 71% הוציאו מעל 400 ש"ח לכל ילד. לעומת זאת, בקרב בעלי תואר שני ומעלה נתון זה עומד על 54% בלבד. ניתן להסביר זאת בכך שאנו נמצאים במשק כלכלי המאופיין בעלויות מחירים ובאי-ודאות, ושינויי המחירים דורשים הסתגלות והתנהלות צרכנית נבונה. המתאם בין רמת ההשכלה לסכום ההוצאה עשוי לשקף זאת - הצרכן שמנהל את הוצאות משק הבית ממזער את ההוצאות. זאת, בין היתר על ידי השוואה בין המחירים בחנויות באמצעות אפליקציות, "יד על הדופק" ביחס למודעות למצב הפיננסי האישי, וכן גישה ומידע בנוגע ליוזמות קהילתיות כגון השאלת ספרים ומוצרי יד שנייה.

מה היה בשנה שעברה?

תרשים: בכמה עלתה/קטנה ההוצאה ביחס לשנה שעברה (%)

קטנה ב-50% קטנה ב-25% ללא שינוי גדלה ב-25-50% גדלה במעל ל-50%



צ'מנסקי בן שחר

62% מהנסקרים הצהירו כי ההוצאות השנה גדלו ב-50%-25% ביחס לשנה שעברה, ועוד 6% הצהירו כי ההוצאות עלו ביותר מ-50%. כלומר, מרבית הנסקרים הרגישו שינוי דרסטי ב"כיס" מאז שנה שעברה. מדובר בסקר צרכני, ולפיכך, ה"מספרים" בעיקר מבטאים את התחושות של הצרכן, ואינם מתיימרים לייצג את שינויי המחירים בפועל.

הנסקרים שהצהירו על עלייה בהוצאות נשאלו על הגורמים לכך - 85% הסבירו זאת על ידי התייקרות המוצרים, ורק 15% הצהירו שהסיבה לכך היא שהם הגדילו את כמות המוצרים שנרכשו לעומת שנה שעברה.

5% ממשקי הבית הצהירו כי הצליחו לצמצם את ההוצאות ביחס לשנה שעברה, כאשר רק 2.5% מהנסקרים הצהירו כי הסיבה לכך הייתה עקב המצב הכלכלי = אחוז מאוד נמוך! כלומר, קניית ציוד עבור שנת הלימודים נתפס אצל משקי הבית כמוצר יסוד בסיסי, וגם כאשר מתרחשות עליות מחירים ישראלים בוחרים שלא לצמצם את ההוצאות בתת-שוק זה.

בנוסף, בקרב הנסקרים שהצהירו על צמצום ההוצאות ביחס לשנה שעברה, 58% השיבו שעשו זאת על ידי שימוש חוזר במוצרים קיימים וקנייה מיד שנייה הופך להיות "טרנד", שאינו בהכרח נובע מאילוץ הכנסה, אלא כחלק מתופעת הכלכלה שיתופית והקיימות האקולוגית, המאפיינת את ההורים הצעירים, בעלי השכלה גבוהה.

המצוי ובראיה עתידית

שוק הציוד לבתי הספר מתאפיין בביקוש קשיח יחסית - על אף עליות המחירים בשנה האחרונה, הרוב המוחלט של משקי הבית הצהירו על עלייה בהוצאות לקראת שנת הלימודים הקרובה, ללא צמצום בסל המוצרים.

ממצאי הסקר מצביעים על התנהגות צרכנית מגוונת - קיים טווח רחב של סכומים שהצרכנים מוציאים עבור ההיערכות לשנת הלימודים. הקשר השלילי בין רמת ההשכלה לבין גודל ההוצאה מצביע על כך שבעידן האינפלציה "ידע זה כוח". על מנת לצמצם את העלויות, משקי הבית נדרשים להתאים את עצמם למציאות הנוכחית ולשנות הרגלי צריכה. אם כן, לא מפתיע שרמת השכלה גבוהה מהווה יתרון בהסתגלות המהירה לשוק הנוכחי. הפערים בין רמות ההשכלה ביחס להוצאה על כל ילד מצביעים על קיומם של חלופות שונות ואפשרויות קנייה זולות יותר אשר אינן ממומשות בקרב מרבית הציבור.

העדיפות להוצאה על ילדים היא עליונה. לכן, הורים אינם ממהרים לקצץ בהוצאות על ילדיהם, גם כאשר ההכנסה הפנויה קטנה והמשכורות נשחקות עקב האינפלציה (בעלי ההכנסות הנמוכות מוציאים אף יותר מבעלי הכנסות הגבוהות). הורים ממשיכים להוציא סכומים משמעותיים, על אף קיומם של חלופות אחרות. לעיתים גם במוצר איכותי ויקר יותר.

ממצאי הסקר מצביעים על קיומם של מגמות צרכניות בקרב המעמד הבינוני-גבוה, אשר צפויות להתרחב בהדרגתיות ליתר האוכלוסייה. חנויות הסטוק למיניהן יכולות בהחלט להוות אלטרנטיבה טובה לחנויות המותגים השונות, וכן יוזמות של שיתופיות כמו חנויות יד שנייה, פלטפורמות השאלה ועוד, אשר הופכות להיות ה"טרנד הבא" בקרב דור ההורים הצעירים.

השתתף בכתיבה, מר יהודה ויקסלבאום, אנליסט בחברת צ'מנסקי בן שחר ושות'.