

ג' באדר ב' תשס"ה
14 במרץ 2005
X6308

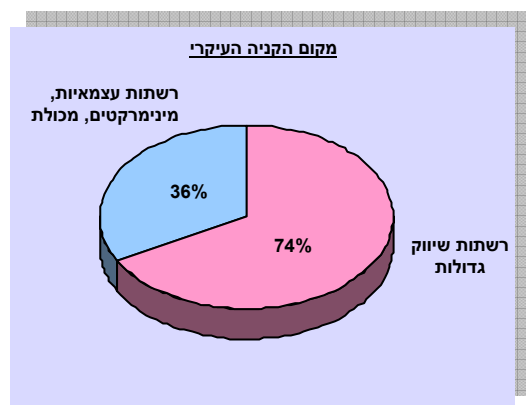
התנהגות צרכנים בישראל :

מקומות ותדירות הקניה, אופן ומשך ההגעה ושהיה בחנות

מאת : רוני בר צורי¹

אפיון התנהגות של אוכלוסיית צרכנים נתונה כוללת תשובות לסדרת שאלות המספקות מידע לשאלות כגון: היכן קונים? כמה פעמים בשבוע קונים? איך מגיעים למקום הקניה? כמה זמן נמשכת הקניה? שאלות אלו ואחרות העוסקות בהתנהגות הצרכן הישראלי נבחנו לאחרונה בסקרי צרכנים של מינהל תכנון מחקר וכלכלה בתמי"ת על מדגם מייצג של האוכלוסייה הישראלית בקרב מעל לאלף משקי בית.

מקומות קניה מועדפים

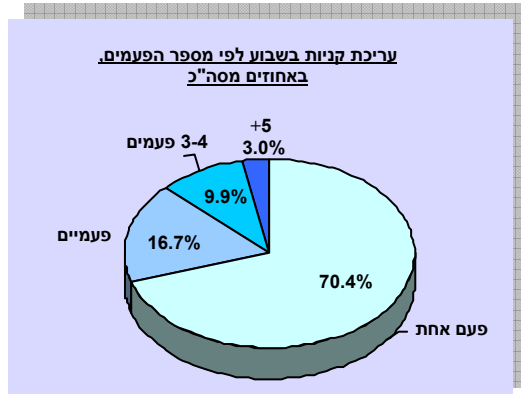


74.0% מציבור הצרכנים הישראלי נוהגים לערוך את קניות המזון העיקריות שלהם ברשתות השיווק הגדולות, ואילו 36.0% עורכים את קניות המזון העיקריות בחנויות מכולת, במינימרקטים שכונתיים וברשתות עצמאיות הפונות לקהלי יעד מוגדרים. חנויות אלו הממצבות עצמן כמשרתות אוכלוסיות מוחלשות, ממוקמות בפריפריה או סמוך לריכוזי קהלי יעד מוגדרים, ואשר על כן חלק ניכר מאוכלוסיות אלו עורך בהן את קניותיו: עולים, דתיים, ערבים ובעלי הכנסות נמוכות.

תדירות קניית מוצרי מזון בישראל

קניה מרוכזת היא חסכונית יותר בהיבט של הזמן המושקע בקניה ובהגעה לחנות, ואולי גם באפשרות לפריסת תשלומים בקניה מרוכזת בסכומים גבוהים יחסית. כיום, כאשר יש שפע ומגוון של מוצרים באופן קבוע בחנות, לצד אמצעי קרור ושמירת מזון זמינים בכל בית, יש יתרונות רבים בקניה מסוג זה, המאפיינת צרכנות מערבית. לעומתה - קניית מוצרי מזון מספר פעמים בשבוע יכולה לבטא העדפה לצריכת מוצרים טריים (בפריז קונים כל יום בגט טרי), או הרגל שמקורו במחסור במוצרים חיוניים שהוציא אנשים לחנויות מספר פעמים בשבוע (במזרח אירופה).

¹ רוני בר-צורי, חוקרת במינהל תכנון מחקר וכלכלה, משרד התמי"ת



בישראל רוב הצרכנים 70.4% עורכים קניה מרוכזת של מזון אחת לשבוע.

16.7% עורכים קניה כזו פעמיים בשבוע, והאחרים - 12.9% נוהגים לקנות מוצרי מזון מעל 3 פעמים בשבוע. אוכלוסיות חרדים נוהגת לערוך קנית מזון מרוכזת בשיעור גבוה יותר מקבוצות אוכלוסייה אחרות, נראה שכאן בא לבטוי הרגל של "קניה לקראת שבת". לעומת אוכלוסייה זו, בולטת אוכלוסיית העולים הנוהגת לפרוס את קניית המזון על פני מספר פעמים בשבוע, כנראה כהרגל שהתקבע בעבר כתוצאה של צורך לחזור ולבקר בחנות בגלל מחסור במוצרים זמינים.

כיצד מגיע הצרכן למקום הקניה העיקרי שלו?

רוב הקונים מגיעים לחנות ברכב פרטי 76.9%. שעורם של מי שמגיעים ברכב פרטי גבוה במיוחד בקרב בעלי הכנסה גבוהה ומגיע ע ל- 86.7%.

לעומתם, 25.9% מהקונים מגיעים לחנות ברגל, כנראה כנגזרת של קרבת החנות למקום מגוריהם, שהיתה כזכור שיקול מרכזי בבחירת חנות זו כמקום קניה עיקרי, או בשל היעדר רכב פרטי, סיבה המסבירה את שעורם הגבוה במיוחד 54.8% של קונים חרדים המגיעים ברגל לחנות בשל השיעור הנמוך יחסית של בעלי רכב בקרב אוכלוסייה זו.

משך ההגעה לחנות

מכיוון ששיקולי קרבה של החנות למקום מגורי הקונה מהווים סיבה מרכזית לבחירה במקום קניה נתון, ניתן להניח שזמן ההגעה לחנות יהיה קצר, ואכן, זמן ההגעה עומד על פחות מ- 15 דקות בממוצע והוא גבוה יותר בקרב עולים ונמוך יותר בקרב ערבים, כנראה בגלל העדפתם של הראשונים לקנות ברשתות שמיצבו עצמן כמקומות קניה לעולים, ואשר בשל שכיחות נמוכה יחסית של סניפיהן אינן ממוקמות תמיד בקרבה למגורי הקונה ועל כן נדרש זמן ממושך יותר כדי להגיע אליהן. לעומתם זמן ההגעה הקצר של ערבים לחנות מקורו בקיומן של חנויות קטנות רבות הפרוסות במרחב המגורים הכפרי.

משך זמן הקניה מרוכזת של מוצרי המזון

ניתן לשער כי צרכנים בעלי משפחות קטנות יבלו פחות זמן בחנות, בדומה למי שקונה מספר פעמים בשבוע (בכל פעם נמצא זמן קצר יחסית), ואילו בעלי משפחות גדולות יזדקקו ליותר זמן לעריכת קניותיהם. כמו כן מי שבודק מחיר מוצרים ומשווה בין מוצרים דומים עשוי להידרש לזמן רב יותר לצורך עריכת קניותיו.

משך השהיה הממוצע בחנות לצורך רכישת מזון מגיע לכשעה אחת בממוצע.

בהתייחס לכך שהקניה היא בד"כ קנייה מרוכזת, מסתבר

קנית סל מזון עיקרית פעם בשבוע לפי משך השהיה בחנות בדקות באחוזים מסה"כ

משך בדקות	אחוזים
1-20	11.2
21-40	24.0
41-60	40.1
61-80	3.4
81-100	11.4
101-120	8.1
+121	1.7

שנדרשת שעה לעריכת קניה כזו, אולם ישנם גם מי ששוהים זמן קצר עד 20 דקות 11.2% ולעומתם- מי ששוהים מעל שעה וחצי בחנות 9.7% .

מתברר כי לערבים לחרדים אך גם לבעלי הכנסות גבוהות נדרש זמן ארוך מהממוצע לצורך קניית מזון, ואילו לעולים זמן השהות בחנות קצר מהממוצע כנראה מפני שהם נוהגים לקנות מספר פעמים בשבוע. נראה שהשילוב של בעלי משפחות גדולות הבודקים ומשוויים מחירים מסביר את השהות הארוכה של חרדים וערבים, ואילו החיפוש אחר מוצרים נדירים עשוי להסביר את ההשתהות הממושכת בחנות של בעלי הכנסות גבוהות.

לוח 1: הגעה למקום הקניה, מספר הפעמים בשבוע וממוצע משך ההגעה והשהיה בחנות, סוף 2004

הכנסה ברוטו למשפחה		דתיות		מתוך היהודים		לאום			
גבוהה	נמוכה	חרדי	חילוני	ותיקים	עולים	ערבים	יהודים	סה"כ	
מהממוצע	מהממוצע								
									ממוצע זמן ההגעה לחנות בדקות
12.1	14.9	13.4	13.4	13.9	16.4	6.7	14.1	14.1	
									אופן ההגעה למקום הקנייה העיקרי, באחוזים מסה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	אופנים
13.3	37.9	54.8	23.5	25.6	29.6	0.0	26.0	25.9	ברגל
1.0	9.8	7.1	2.3	5.6	13.6	0.0	6.3	6.2	באוטובוס
									במכונית פרטית (או מונית)
86.7	52.3	38.1	74.2	68.8	56.8	100	67.7	67.9	
									תדירות הקניה בשבוע של סל המזון, באחוזים מסה"כ
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	מספר הפעמים
68.4	69.0	76.7	68.5	71.5	63.1	68.6	69.9	70.4	1
19.4	16.2	12.8	15.9	14.5	21.3	19.0	15.9	16.7	2
10.2	10.5	9.3	12.3	9.5	12.5	8.0	11.0	9.9	3-4
2.0	4.3	1.2	3.4	4.6	3.1	4.4	3.2	3.0	+5
62.5	57.0	60.2	55.9	59.8	50.6	61.3	58.0	57.7 ¹	משך שהייה בחנות ממוצע בדקות
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	אחוז הקונים:
71.3	46.7	67.4	46.6	39.4	56.4	70.6	42.7	43.3	מתחת לממוצע השהיה
28.7	53.3	32.6	53.4	60.6	43.6	29.4	57.3	56.7	מעל לממוצע השהיה

(1) כולל נוצרים ואחרים שאינם ערבים ולכן הממוצע נמוך

מקור: סקר צרכנות סוף 2004, מינהל תכנון מחקר וכלכלה משרד התמ"ת