

נתונים על צרכנות בני נוער

מקורות: מחקר eBay בישראל 2016, נתוני למ"ס 2017, סקר מכון מדגם עבור עיתון "ראש" 2015, מחקר הפנאי בקרב בני נוער בישראל של אוניברסיטת בר אילן 2014, מחקר ילדים וצרכנות של הכנסת 2010

הקנייה המקוונת היא המועדפת על בני נוער, אשר מתחילים להשתמש באתרי קניות כבר מגיל 11. 85% מבני הנוער קונים פעמיים בחודש או נליון.



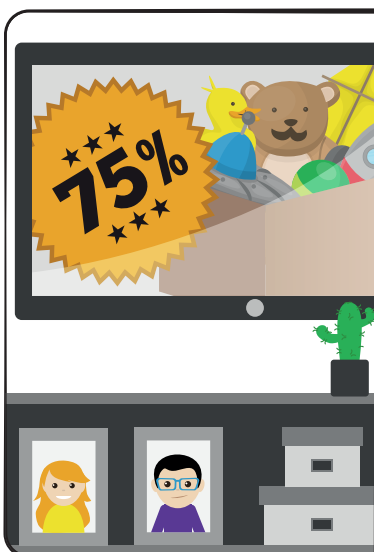
בני נוער מוציאים בממוצע ₪240 על פריטי אופנה ולבוש. הוצאות מרכזיות נוספות יוצאות על בילויים ואוכל.



בני נוער משפיעים על החלטות הצרכנות של כל המשפחה. כמעט 60% מכלל ההוצאות הביתיות מושפעות מנטיותיהם - החל מתחום המזון ועד לתחום החשמל.



רק בגילאים 10-12 מתפתחת היכולת לזהות כוונה מסחרית מאחורי הפרסומות. זאת, על אף שילדים נחשפים בשלב מוקדם הרבה יותר לפרסומות.



בני נוער משקיעים כ-45 שעות בשבוע בפעילות פנאי צרכנית כמו שופינג, יציאות עם חברים, אוכלים בחוץ, מסיבות וכדו'.



בישראל חוק מיוחד להגנה על צרכנות בני נוער: "לא יפרסם אדם פרסומת ולא ינקוט דרך שיווקית אחרת אם הפרסומת או דרך השיווק עלולות להטעות קטין, לנצל את גילו, תמימותו או חוסר נסיונו או לעודד לפעילות שיש בה כדי לפגוע בבריאותו הגופנית או הנפשית".

