

# הודעה לעיתונות

אתר: [www.cbs.gov.il](http://www.cbs.gov.il) דוא"ל: [info@cbs.gov.il](mailto:info@cbs.gov.il) פקס: 02-6521340

ירושלים, י"ז באייר תשע"ב  
9 במאי 2012  
120/2012

## סקר אמון הצרכנים, אפריל 2012: מדד אמון הצרכנים בחודש אפריל ניצב על -21% Consumer Confidence Survey, April 2012: The Consumer Confidence Indicator stood at -21% in April

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) החלה לבצע באופן שוטף בחודש מרס 2011, סקר חודשי שוטף חדש - "סקר אמון צרכנים" ("Consumer Confidence Survey"). הסקר מהווה חלק מסדרת פעולות המתבצעות במסגרת הצטרפותה של ישראל לארגון ה-OECD. [ראו פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס](#). סקר זה, המתבצע בקרב אוכלוסיית בני 21 ומעלה, נועד לאסוף מידע על ההערכות של הפרטים לגבי השינויים הצפויים במצב הכלכלי, הערכות שעליהן מתבסס מדד אמון הצרכנים; לאסוף מידע על ציפיות לשינויים במדד המחירים לצרכן; לסייע לזהות תפניות במצב המשק לצורך מעקב אחר מחזור העסקים, ולאסוף מידע לגבי ציפיות לרכישות גדולות ולשינויים ברמת החיסכון של האוכלוסייה. המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה. בזכות זאת, מתאפשרת השוואה של מדד אמון הצרכנים בין המדינות החברות בארגון.

מדד אמון הצרכנים תחום בטווח שבין מינוס 100 לבין 100. ככל שערך המדד קרוב יותר לגבול העליון, הוא מעיד על אופטימיות גדולה יותר בקרב הפרטים, וככל שערך המדד קרוב יותר לגבול התחתון, הוא מעיד על פסימיות רבה יותר. כאשר המדד קרוב לאפס, מדובר בהיעדר ציפיות לשינוי במצב הקיים.

[הגדרות והסברים](#)

כתבו: נורית דוברין ועידית שמחיוף, אגף מדען ראשי  
לקבלת הסברים ניתן לפנות אל יחידת הדוברות בטל : 02-6527845

מדד אמון הצרכנים בחודש אפריל עומד על 21%-, לעומת 15%- , בחודש אפריל 2011. בחודשים מרס 2011 עד מרס 2012 מדד אמון הצרכנים נע בין 13%- לבין 24%- . יוזכר כי מדד אמון הצרכנים יכול לנוע בין 100%- לבין 100%+. ערכים שליליים של המדד מבטאים הערכות פסימיות של הפרטים בנוגע להתפתחויות כלכליות בשנים עשר החודשים הקרובים. בחודש אפריל הייתה ירידה במאזן הציפיות של הפרטים לגבי המצב הכלכלי של משק הבית, ועלייה במאזן הציפיות לגבי המצב הכלכלי במדינה, לגבי מספר המובטלים ולגבי חיסכון של משק הבית. יחד עם זאת, השינויים בכל אחד מהמאזנים לעומת חודש מרס לא היו מובהקים, וכך גם השינוי בערך המדד עצמו אינו מובהק ברמת מובהקות סטטיסטית מקובלת.

**לוח א. מדד אמון הצרכנים ומדדים נוספים מתוך סקר אמון הצרכנים, מרס 2011 - אפריל 2012 (באחוזים)**

מאזן התשובות לשאלות נוספות		מאזן התשובות לשאלות המרכיבות את המדד - שינוי במהלך 12 החודשים הבאים				מדד אמון הצרכנים	
שינוי במצב הכלכלי בישראל ב-12 החודשים שחלפו	שינוי במצב הכלכלי של משק הבית ב-12 החודשים שחלפו	ציפיות לגבי חיסכון של משק הבית	במספר המובטלים	במצב הכלכלי במדינה	במצב הכלכלי של משק הבית		
							<b>2011</b>
-39	-18	-24	-28	-22	-1	-19	מרס
-33	-15	-23	-25	-17	4	-15	אפריל
-35	-18	-26	-22	-21	-2	-18	מאי
-26	-13	-23	-20	-10	2	-13	יוני
-35	-18	-24	-21	-16	3	-14	יולי
-52	-26	-43	-30	-16	-8	-24	אוגוסט
-48	-23	-36	-28	-16	0	-20	ספטמבר
-42	-21	-28	-25	-11	1	-16	אוקטובר
-39	-20	-30	-29	-15	0	-19	נובמבר
-38	-18	-33	-34	-15	1	-20	דצמבר
							<b>2012</b>
-39	-20	-31	-30	-18	-2	-20	ינואר
-41	-23	-32	-36	-22	-3	-23	פברואר
-43	-19	-28	-30	-29	-3	-23	מרס
-40	-20	-25	-27	-24	-6	-21	אפריל

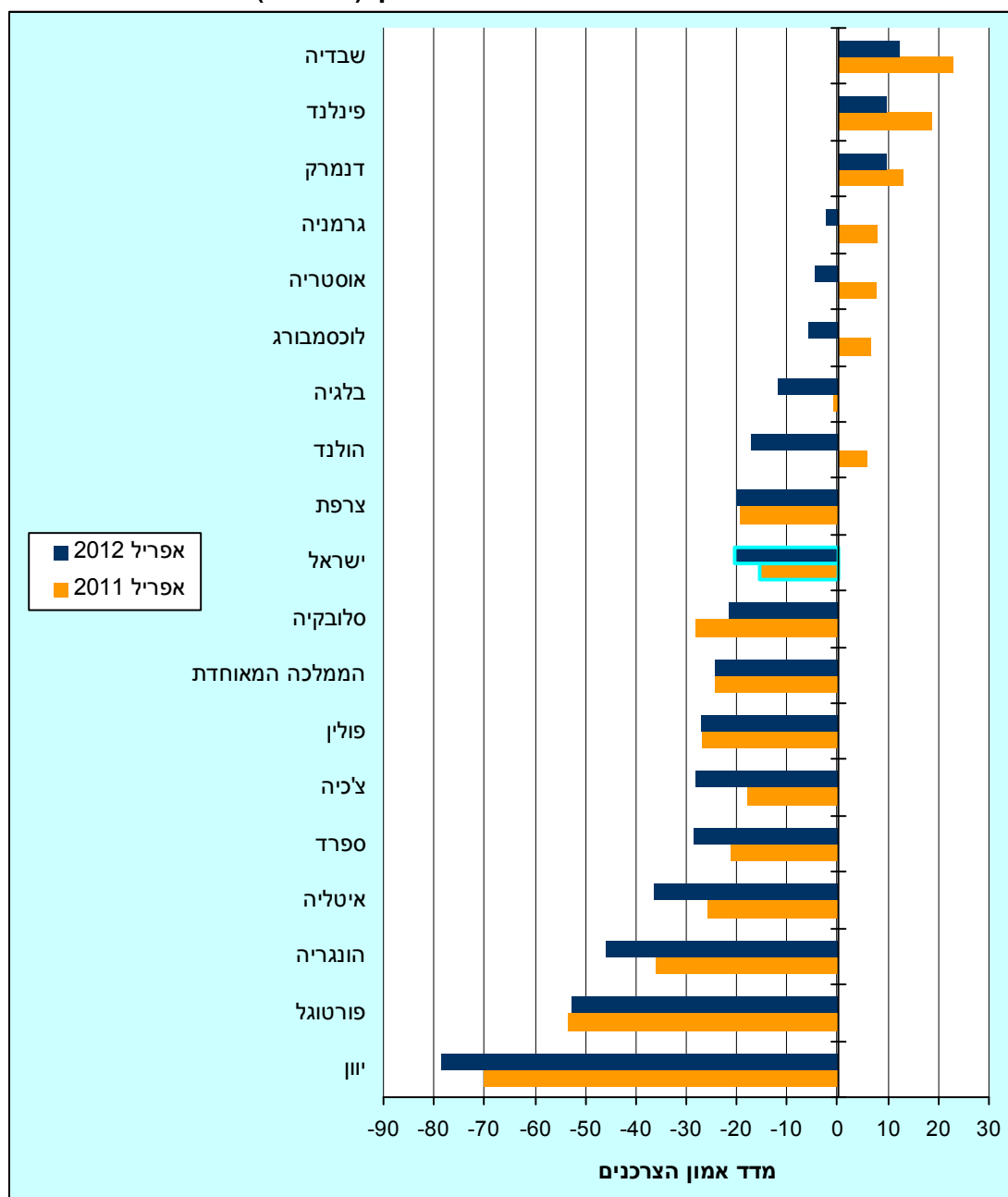
ערכי המדד לקבוצות שונות של המרואיינים (לוח ב') מגלים כי בחודש אפריל בדומה למגמה שהסתמנה בחודשים הקודמים, יהודים פחות פסימיים מערבים.

**לוח ב. – מדד אמון הצרכנים לפי תכונות נבחרות, מרס 2011 - אפריל 2012 (באחוזים)**

מדד אמון הצרכנים לפי תכונות נבחרות								
השכלה			קבוצת אוכלוסייה		מצב תעסוקה			
בעלי תעודה אקדמית	בעלי תעודת בגרות או תעודה על תיכונית	חסרי תעודת בגרות	ערבים	יהודים	לא מועסקים	מועסקים		
								<b>2011</b>
-16	-14	-26	-24	-17	-22	-17	מרס	
-12	-10	-22	-21	-14	-21	-12	אפריל	
-10	-20	-21	-21	-17	-21	-16	מאי	
-11	-11	-17	-15	-12	-15	-11	יוני	
-8	-14	-21	-24	-13	-17	-13	יולי	
-21	-21	-30	-30	-23	-23	-25	אוגוסט	
-16	-18	-25	-31	-18	-23	-18	ספטמבר	
-8	-15	-23	-25	-14	-18	-15	אוקטובר	
-16	-16	-21	-22	-18	-20	-17	נובמבר	
-20	-17	-23	-23	-19	-21	-20	דצמבר	
								<b>2012</b>
-16	-20	-23	-23	-19	-23	-18	ינואר	
-17	-25	-25	-31	-21	-25	-21	פברואר	
-19	-21	-29	-31	-21	-24	-21	מרס	
-17	-21	-24	-31	-19	-23	-19	אפריל	

השוואה בינלאומית של מדד אמון הצרכנים מלמדת על ציפיות להרעה במצב הכלכלי ברוב מדינות ה-OECD. בתרשים מופיעים המדדים בחודש אפריל 2012 לעומת חודש אפריל 2011. במדינות הסקנדינביות שוודיה ופינלנד נחלשה האופטימיות ששררה בראשית שנת 2011. בגרמניה, לוקסמבורג, אוסטריה והולנד התחלפה האופטימיות בפסימיות, וברוב המדינות הפסימיות התגברה בשנה האחרונה (אפריל 2012 לעומת אפריל 2011). ביוון ובפורטוגל, הנמצאות במשבר כלכלי עמוק, הגיע באפריל מדד אמון הצרכנים לרמה של -79% ו-53%, בהתאמה.

**תרשים 2. מדד אמון הצרכנים לחודשים אפריל 2011 ואפריל 2012 במדינות ה-OECD המפרסמות באתר הרשמי של הארגון<sup>1</sup> (באחוזים)**



<sup>1</sup> מקור: <http://stats.oecd.org/index.aspx?Queryname=306&Querytype=View>

מדינות החברות ב-OECD אשר אינן מוצגות בגרף עורכות את הסקר במתכונת שונה מיתר המדינות המוצגות בגרף.

[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)