

# 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, ו' באב, תשע"ב  
 25 ביולי 2012  
 191/2012

## סקר אמון צרכנים: ניתוח שינויים במהלך 2011 באמצעות מידע מהסקר החברתי

### Consumer Confidence Survey: Analysis of Changes in 2011 Using Information from the Social Survey

מדד אמון הצרכנים תחום בטוח 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.

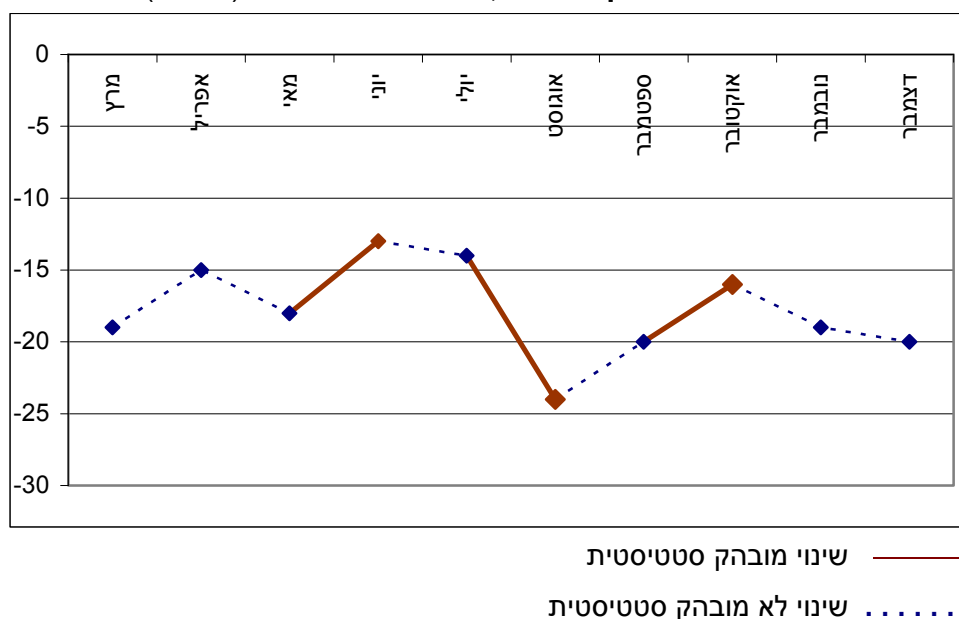
במהלך שנת 2011, מדד אמון הצרכנים היה נתון לתנודתיות רבה, אם כי רוב השינויים שהתרחשו מחודש לחודש לא היו מובהקים סטטיסטית (תרשים 1). השינוי הגדול נרשם באוגוסט 2011, שבו צנח ערך המדד מ-14% ל-24%. השינוי האחר, מובהק סטטיסטית, היה באוקטובר, כאשר מדד אמון הצרכנים עלה מ-20% ל-16%.

שונות זו משקפת, בין יתר הדברים, הן התפתחויות כלכליות בארץ ובעולם, והן אירועים בולטים שעלו לסדר היום הציבורי וגרמו לשינויים בהערכות ובציפיות הפרטים בנוגע לעתיד הכלכלי ותפישותיהם לגבי מצב המשק. למשל, אוגוסט 2011 היה גדוש בזעזועים, כגון תחילת המחאה החברתית-כלכלית אשר הובילה להקמת הוועדה לשינוי כלכלי חברתי ("ועדת טרכטנברג"), תנודתיות רבה בשוקי ההון בעולם ובארץ, וציפייה דרוכה להתפתחויות בתחום המדיני. בחודשים שלאחר מכן התרחב משבר החובות במדינות גוש האירו והתחזקו הערכות להחמרת המשבר הכלכלי בעולם, שבאו לידי ביטוי בירידה של מדדי אמון הצרכנים ברוב מדינות ה-OECD<sup>1</sup>. במקביל, חלה תפנית חיובית בתחום חברתי-כלכלי בארץ כאשר ועדת טרכטנברג הגישה את המלצותיה בסוף ספטמבר, אשר ברובן אושרו על ידי הממשלה עד סוף 2011.

## הגדרות והסברים

<sup>1</sup> ראו: הודעה חודשית של סקר אמון צרכנים.

תרשים 1. מדד אמון הצרכנים, מרס - דצמבר 2011 (אחוזים)



### נתוני תרשים 1

מדד אמון הצרכנים מורכב מהערכות הפרטים בנוגע לשינויים הצפויים ב-12 החודשים הבאים בארבעה תחומים: המצב הכלכלי של משק הבית; המצב הכלכלי במדינה; שינוי במספר המובטלים במשק; חיסכון של משק הבית. הירידה המשמעותית ביותר מחודש יולי לחודש אוגוסט חלה במאזנים של השאלות הנוגעות למשק הבית: ציפיות לגבי שינוי במצב הכלכלי של משק הבית (3% ביולי לעומת -8% באוגוסט) וציפיות לגבי חיסכון של משק הבית (-24% ביולי לעומת -43% באוגוסט). בציפיות לגבי שינוי במצב הכלכלי במדינה לא חל כל שינוי בשעה שבציפיות לגבי מספר המובטלים חלה ירידה מ-21% ל-30%.

מאחר שהתפנית המהותית התרחשה בחודש אוגוסט, לצורך ניתוח התמורות במהלך השנה ניתן לחלק את שנת 2011 לשתי תקופות: מרס-יולי ואוגוסט-דצמבר. מדד אמון הצרכנים ירד מרמה ממוצעת של 16% בתקופה הראשונה לרמה ממוצעת של 20% בתקופה השנייה.

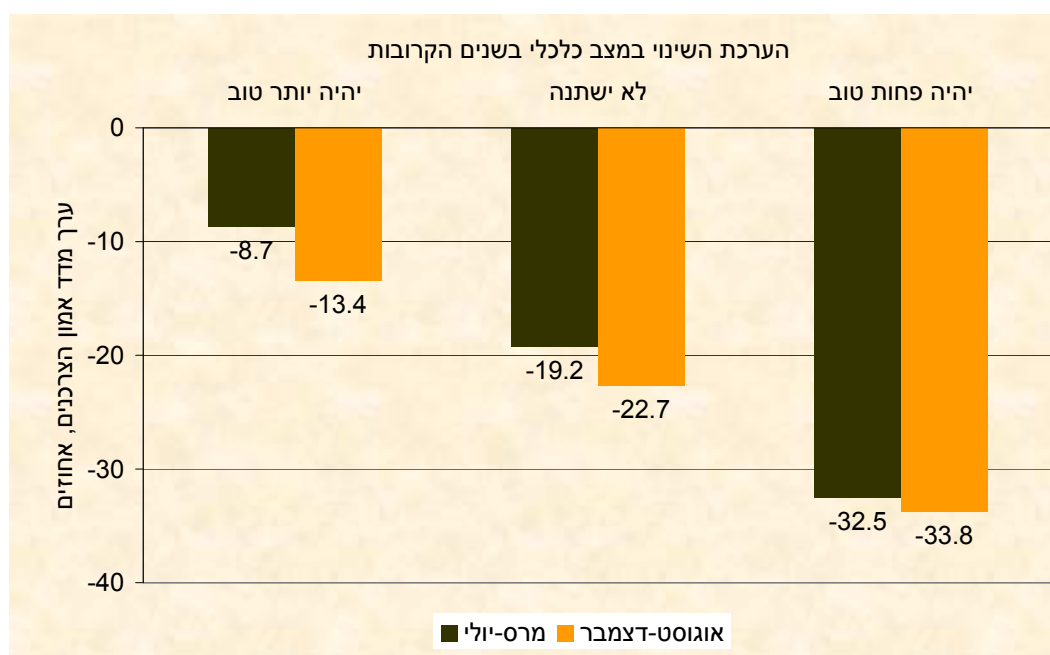
**על רקע השינויים שתוארו לעיל מעניין לראות את ציפיותיהם של אותם הפרטים שהשתתפו בסקר אמון הצרכנים במהלך 2011, כפי שבאו לידי ביטוי בסקר החברתי 2010 שבו השתתפו שנה קודם לכן. במענה לשאלה כיצד מעריכים את השינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק ביתם בשנים הקרובות ב-2010, כמחציתם (48%) העריכו כי יחול שיפור, שלישי (33%) העריכו כי לא יחול כל שינוי, והיתר היו פסימיים או לא ידעו להשיב (לוח 1). לא נמצאו הבדלים מובהקים בין המשתתפים בסקר אמון צרכנים בשתי התקופות (מרס-יולי, אוגוסט-דצמבר 2011) מבחינת מידת האופטימיות שגילו ב-2010.**

**לוח 1. ציפיות משתתפי סקר חברתי 2010 לפי תקופת השתתפות בסקר אמון צרכנים 2011 (אחוזים)**

הערכת השינוי במצב הכלכלי בשנים הקרובות בסקר חברתי 2010					תקופת השתתפות בסקר אמון צרכנים
לא ידוע	יהיה פחות טוב	לא ישתנה	יהיה יותר טוב	סה"כ	
9.8	8.5	33.3	48.4	100.0	מרס-יולי 2011
9.3	10.2	32.7	47.8	100.0	אוגוסט-דצמבר 2011

עם זאת, מדד אמון הצרכנים בחודשים אוגוסט-דצמבר 2011 היה נמוך לעומת מדד אמון הצרכנים בחמשת החודשים הקודמים, עבור כל סוגי הציפיות לגבי המצב הכלכלי בעתיד של משתתפי הסקר החברתי במהלך 2010 (תרשים 2). הירידה הגדולה ביותר, מובהקת סטטיסטית, נרשמה בקרב אלה שסברו ב-2010 שמצבם הכלכלי יהיה יותר טוב בשנים הקרובות (ירידה בערך המדד מ-9%-ל-13%).

**תרשים 2. מדד אמון הצרכנים, מרס-דצמבר 2011, לפי ציפיות הפרטים בסקר חברתי 2010 ותקופת השתתפות בסקר אמון צרכנים 2011 (אחוזים)**



**2 תוני תרשים**

לא רק ציפיות הפרטים הפכו לפסימיות יותר באוגוסט ואילך, גם הערכותיהם לגבי שינוי במצבם הכלכלי ב-12 החודשים שקדמו להשתתפותם בסקר אמון צרכנים, היו קודרות יותר (לוח 2). למשל, אלה שציפו לשיפור במצבם הכלכלי בסקר החברתי 2010 – שנה לאחר מכן התקבל עבורם מאזן שלילי בהערכת השינוי במצבם הכלכלי בשנה האחרונה. אך מעניין לראות כי לאלה שהשיבו באוגוסט-דצמבר התקבל מאזן נמוך הרבה יותר (כלומר פסימיות גדולה יותר), מאשר לאלה שהשיבו במרץ-יולי (16%- לעומת 9%- בהתאמה).

תמונה דומה מצטיירת גם עבור אלה שלא ציפו לשינוי במצב הכלכלי, ועבור אלה שהיו פסימיים לגבי עתידם הכלכלי במועד השתתפותם בסקר חברתי 2010.

## לוח 2. הערכת המצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה בסקר אמון צרכנים, לפי ציפיות בסקר חברתי 2010 ותקופת השתתפות בסקר אמון צרכנים 2011 (אחוזים)

ציפיות לשינוי במצב הכלכלי בשנים הקרובות, 2010			הערכת המצב הכלכלי בשנה האחרונה, בסקר אמון צרכנים 2011
יהיה פחות טוב	לא ישתנה	יהיה יותר טוב	
-36.7	-16.7	-8.9	מאזן ממוצע מרס-יולי 2011
-40.8	-20.6	-16.3	מאזן ממוצע אוגוסט-דצמבר 2011

### [לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

#### הגדרות והסברים

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, מתבצע בקרב אוכלוסיית בני 21 ומעלה ונועד 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.