

ירושלים, ט' בחשוון תשע"ג
25 באוקטובר 2012
288/2012

**סקר אמון צרכנים:
שינויים במדד אמון הצרכנים בקיץ 2012 לעומת קיץ 2011**
**Consumer Confidence Survey:
Changes in Consumer Confidence Indicator, Summer 2012 vs. Summer 2011**

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.

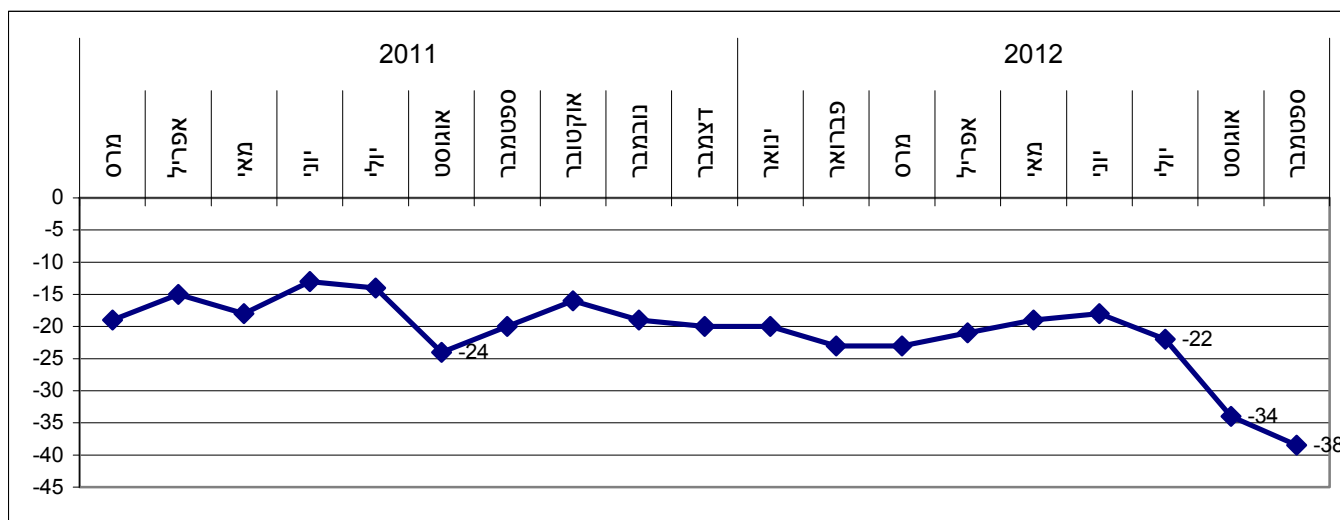
במהלך השנים 2011-2012, מדד אמון הצרכנים היה נתון לתנודתיות רבה. השינוי הגדול נרשם בקיץ 2012, שבו ירד ערך המדד מ-18% ביוני ל-22% ביולי ול-34% באוגוסט. שנות זו משקפת, בין יתר הדברים, הן התפתחויות כלכליות בארץ ובעולם, והן אירועים בולטים שעלו לסדר היום הציבורי וגרמו לשינויים בהערכות ובציפיות הפרטים בנוגע לעתיד הכלכלי ותפישותיהם לגבי מצב המשק. בין הסיבות האפשריות לירידה החדה בערך מדד אמון הצרכנים באוגוסט 2012, ניתן להזכיר עליה במספר דורשי עבודה (נתוני שירות התעסוקה), הגברת מתיחות מסביב לאיום האסטרטגי על ישראל, וגם תוכנית העלאת המסים, גזירות וקיצוץ תקציבי שהתפרסמה בסוף יולי. גם אוגוסט 2011 היה גדוש בזעזועים, כגון תחילת המחאה החברתית אשר הובילה להקמת הוועדה לשינוי כלכלי חברתי ("ועדת טרכטנברג"), תנודתיות רבה בשוקי ההון בעולם ובארץ, וציפייה דרוכה להתפתחויות בתחום המדיני בעצרת הכללית של האו"ם בספטמבר. 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-OECD¹. לאחר מכן, חלה תפנית חיובית בתחום החברתי-כלכלי בארץ כאשר ועדת טרכטנברג הגישה את המלצותיה בסוף ספטמבר, אשר ברובן אושרו על ידי הממשלה עד סוף 2011.

הגדרות והסברים

¹ ראו: הודעה חודשית של סקר אמון צרכנים.

החל מראשית סקר אמון הצרכנים של הלמ"ס בחודש מרס 2011, מדד אמון הצרכנים היה שלילי וחוזה שתי ירידות חדות: באוגוסט 2011, ל-24%, ובאוגוסט 2012 ל-34%. ייתכן כי התפתחות זו מבטאת את הגורם העונתי הייחודי באוגוסט, משום שכיום לא ניתן לבצע ניכוי עונתיים בנתוני הסקר מפאת קוצר הסדרה. אולם, בהתחשב בזיקה ההדוקה בין מערכת הציפיות וההערכות הסובייקטיביות של הפרטים, לבין אירועים בולטים על סדר היום הציבורי ושינויים במצבו הכלכלי של המשק הישראלי, כפי שנדון בהודעות תקופתיות קודמות של הסקר, ניתן לשער כי ייחודיות נתוני אוגוסט קשורה לצירוף גורמים ונסיבות, שהתלכדו יחדיו ותרמו לתמורות חריגות הן בציפיות הפרטים לעתיד הקרוב, והן בהערכת השינויים שחלו לפני מועד הסקר.

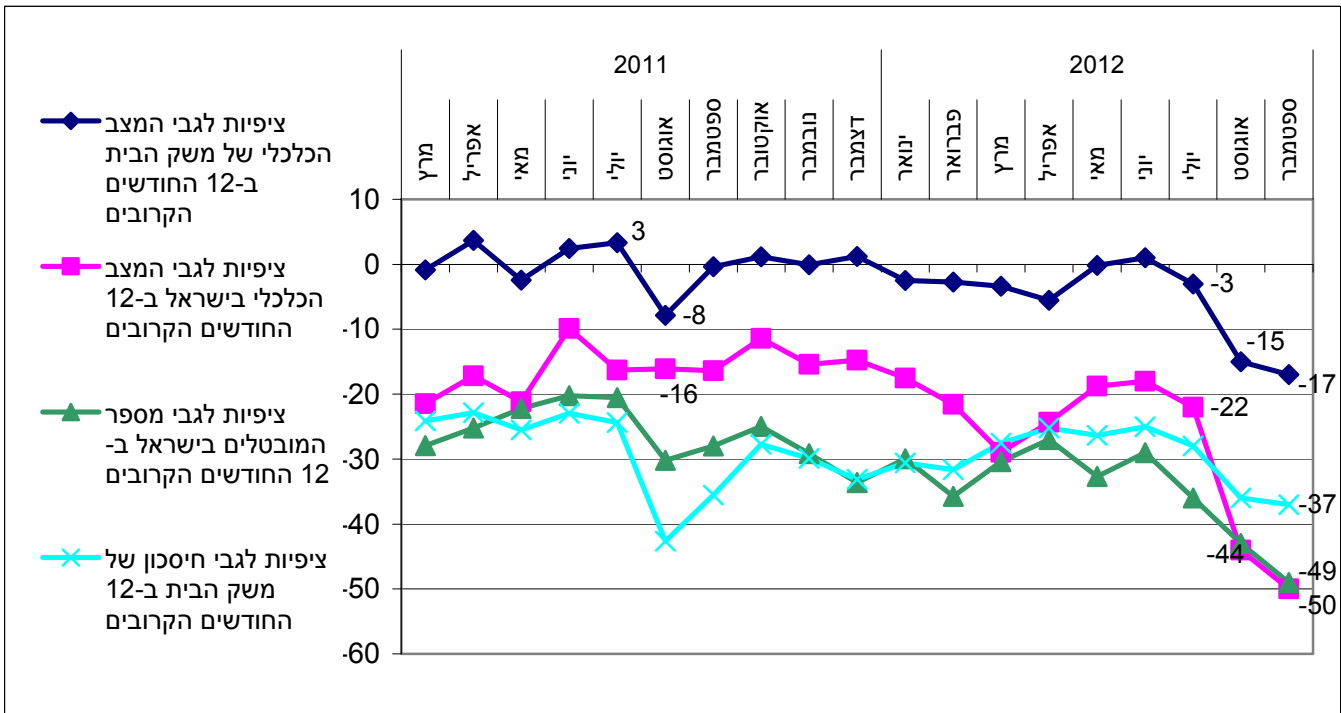
תרשים 1. מדד אמון הצרכנים לפי שנה וחודש, אחוזים



לנתוני תרשים 1

באוגוסט 2012, כמו באוגוסט 2011, נצפו ירידות בערכי המאזנים של כל ארבע השאלות המרכיבות את מדד אמון הצרכנים, אשר עוסקות כולן בציפיות לעתיד. באוגוסט 2011, ירד ערך המאזן בשאלות של ציפיות לגבי המצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה, ציפיות לגבי היקף האבטלה וציפיות לגבי חיסכון של משק הבית. במאזן הציפיות לשינוי במצב הכלכלי בישראל, חל שינוי קטן יחסית (תרשים 2). באוגוסט 2012, במאזן השאלה על ציפיות לשינוי במצב הכלכלי בישראל חלה הירידה הגדולה ביותר, מ-22% ל-44%. בהערכת השינוי הצפוי במספר המובטלים חלה ירידה באוגוסט בשתי השנים, מ-21% ביולי 2011 ל-30% באוגוסט 2011, ומ-36% ביולי 2012 ל-43% באוגוסט 2012. ערכי המאזנים בחודש ספטמבר מראים כי עם סוף הקיץ לא חלה תפנית חיובית במדד אמון הצרכנים, אלא נמשכה הירידה בציפיות (השינוי החודשי אינו מובהק סטטיסטית).

תרשים 2. ערכי המאזנים המרכיבים את מדד אמון הצרכנים לפי שנה וחודש, אחוזים



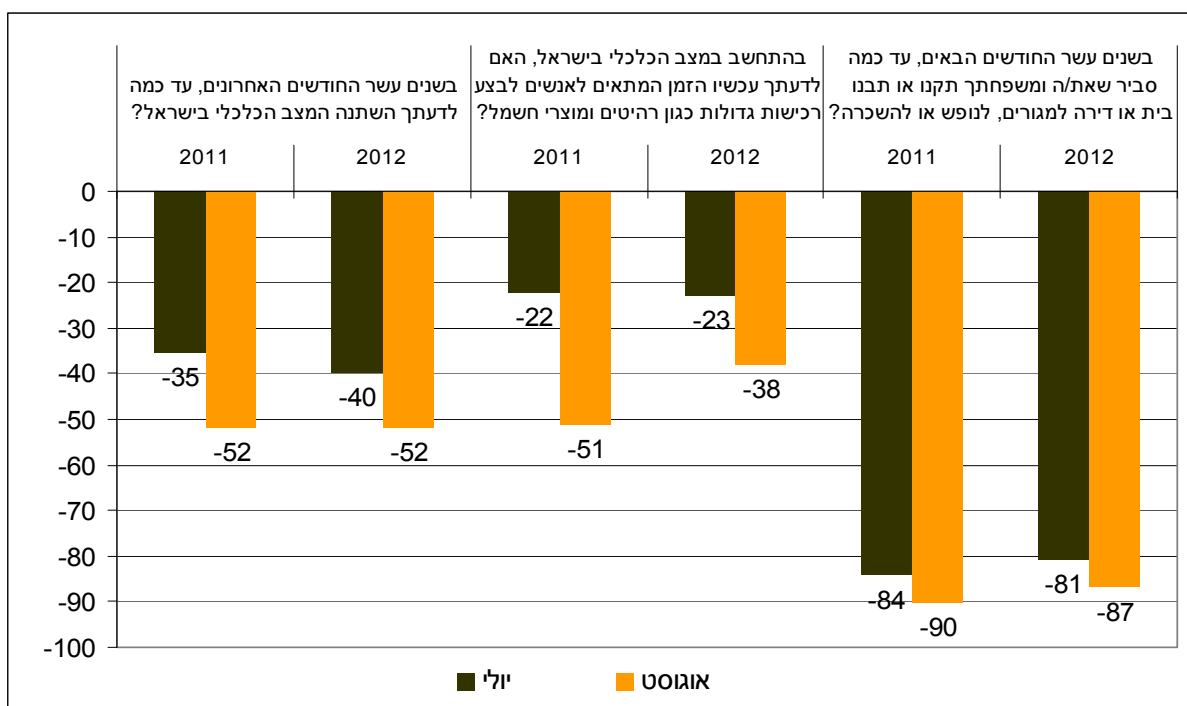
[לנתוני תרשים 2](#)

אינדיקטורים שאינם כלולים במדד האמון

הערכת השינוי במצב הכלכלי בישראל ב-12 החודשים האחרונים, ירד מ-35% ל-52% באוגוסט 2011, ומ-40% ל-52% באוגוסט 2012. בספטמבר 2012 נצפתה ירידה נוספת והמאזן הגיע ל-61%. במאזן השאלה האם "עכשיו זהו זמן מתאים לבצע רכישות גדולות" חלה גם כן ירידה באוגוסט בשתי השנים, לרמה של 38% באוגוסט 2012 לעומת 51% באוגוסט 2011. גם בשאלה על כוונות לקנות או לבנות בית, חלה ירידה באוגוסט בשתי השנים, והמאזן התקרב לתחתית הסולם של מינוס מאה: 87% ב-2012, 90% ב-2011.

כלומר, הערכות משתתפי הסקר בחודשי אוגוסט נהיו פסימיות הן לגבי העבר, הן לגבי ההווה והן לגבי העתיד.

תרשים 3. ערכי המאזנים בשאלות שאינן במדד אמון הצרכנים, אחוזים



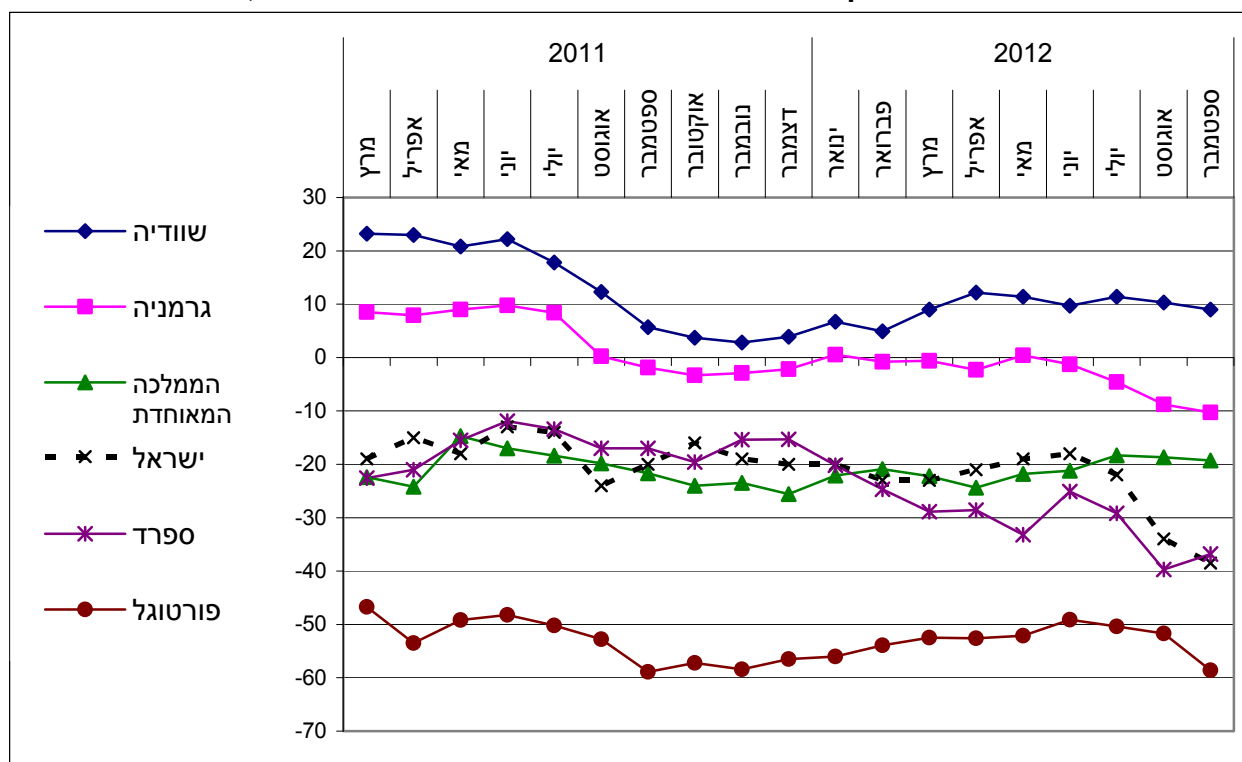
[לנתוני תרשים 3](#)

מדד אמון הצרכנים במבט בינלאומי

מבט על מדדי אמון הצרכנים בסקרים דומים במדינות אירופה מספק פרספקטיבה אחרת להערכת התמורות במדד בישראל. סקר אמון הצרכנים, במתכונת הדומה לישראל, מתבצע בלמעלה מ-30 מדינות ה-OECD. לשם השוואה נבחרו חמש מדינות המציגות רמה שונה של מדד אמון הצרכנים בתקופה הנחקרת, החל ברמה הנמוכה (פורטוגל), דרך רמה דומה לישראל (ספרד והממלכה המאוחדת), ועד לרמה הגבוהה יחסית (גרמניה ושוודיה) (תרשים 4). מסתבר כי בכל המדינות האלה בקיץ 2011 התפתחה מגמת הירידה במדד אמון הצרכנים, שהמשיכה עד לאוקטובר 2011. זאת בשונה מהירידה החדה שנרשמה באוגוסט 2011 בישראל, שאחריה המדד עלה ונשאר יציב עד סוף השנה.

אשר להתפתחויות בקיץ 2012, בגרמניה ובספרד מדד אמון הצרכנים רשם ירידה חדה ביולי ובאוגוסט, כמו בישראל, ואילו בשוודיה ובממלכה המאוחדת המדד נשאר יציב. בפורטוגל נצפתה ירידה במדד אמון הצרכנים דווקא בספטמבר 2012 (-58%), בדומה לירידה שנצפתה שם בספטמבר 2011.

תרשים 4. מדד אמון הצרכנים לפי שנה וחודש במדינות OECD נבחרות, אחוזים



[לנתוני תרשים 4](#)

[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. סקר זה, מתבצע בקרב אוכלוסיית בני 16 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. [ראו פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס.](#)