

הודעה לתקשורת

אתר: www.cbs.gov.il דוא"ל: info@cbs.gov.il פקס: 02-6521340

ירושלים, ט"ו באב תשע"ד
11 באוגוסט 2014
208/2014

סקר אמון הצרכנים, יולי 2014

מדד אמון הצרכנים עומד בחודש יולי על -27%

מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 71% (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

Consumer Confidence Survey, July 2014

The Consumer Confidence Indicator stood at -27% in July

Consumer Confidence Index stood at 71% (average 3/2011 to 2/2012=100)

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) החלה לבצע באופן שוטף בחודש מרס 2011, סקר חודשי שוטף - "סקר אמון צרכנים" ("Consumer Confidence Survey").¹ הסקר מהווה חלק מסדרת פעולות המתבצעות במסגרת הצטרפותה של ישראל לארגון ה-OECD.

יולי 2014

- מדד אמון הצרכנים במגמת ירידה בחודשים האחרונים והוא עומד על -27%, לעומת -22% בחודש אפריל.²
- מגמה זו משתקפת גם במדד האמון היחסי, ירידה מערך של 90% בחודש אפריל ל-71% בחודש יולי.²
- ערך מדד אמון הצרכנים ביולי בקרב חסרי תעודת בגרות, עומד על -33%, והוא מצביע על פסימיות גבוהה יותר מזו של בעלי תעודה אקדמית, שאצלם ערך המדד הוא -23%.²

¹ 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. מדד אמון הצרכנים תחום בטווח שבין מינוס 100 לבין פלוס 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.

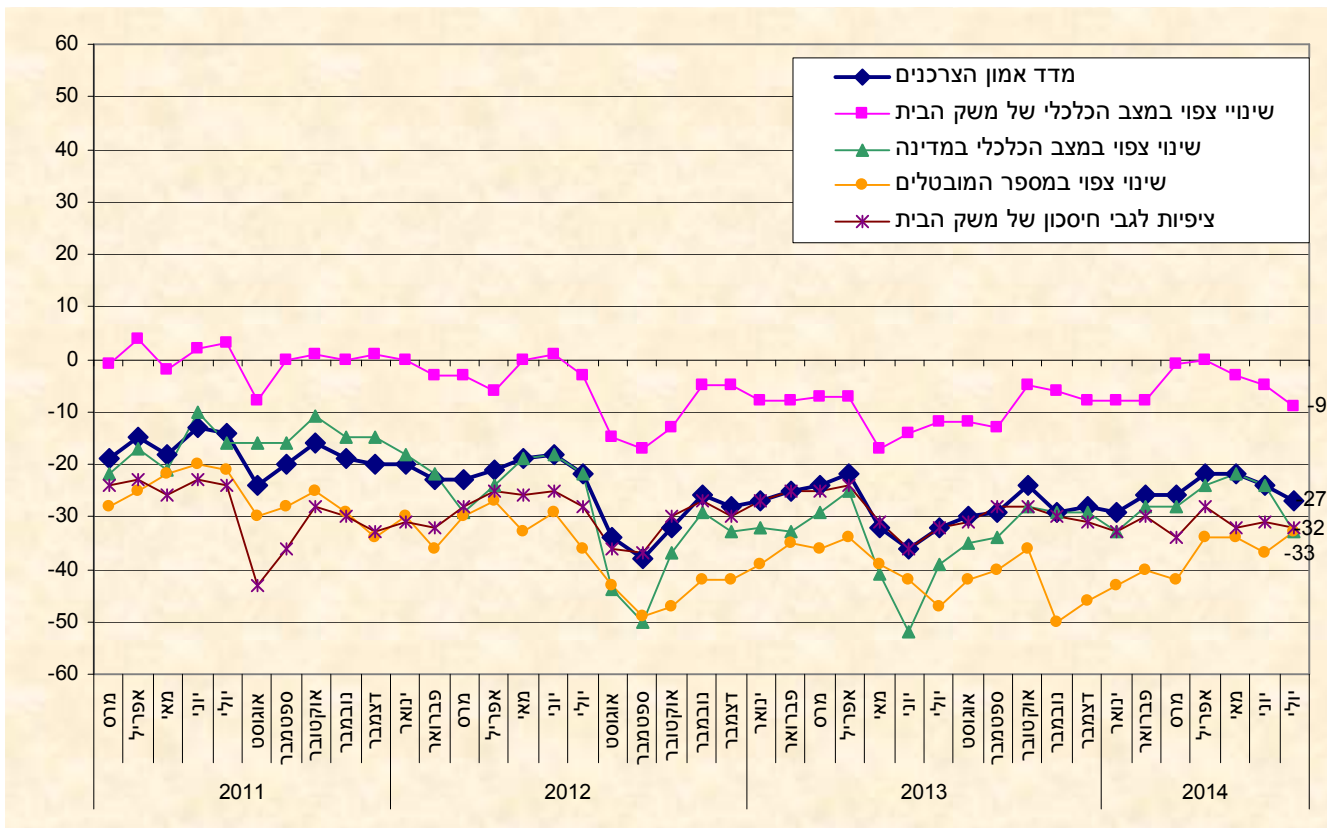
המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה. הודות לכך, מתאפשרת השוואה של מדד אמון הצרכנים בין המדינות החברות בארגון.

² ברמת מובהקות מקובלת של 95%.

כתבו עידיית שמחיוף ונורית דוברין, אגף המדען הראשי
לקבלת הסברים ניתן לפנות אל יחידת הדוברות בטל' 02-6527845

תרשים 1. מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, מתוך סקר אמון הצרכנים,

מרס 2011 - יולי 2014 (באחוזים)



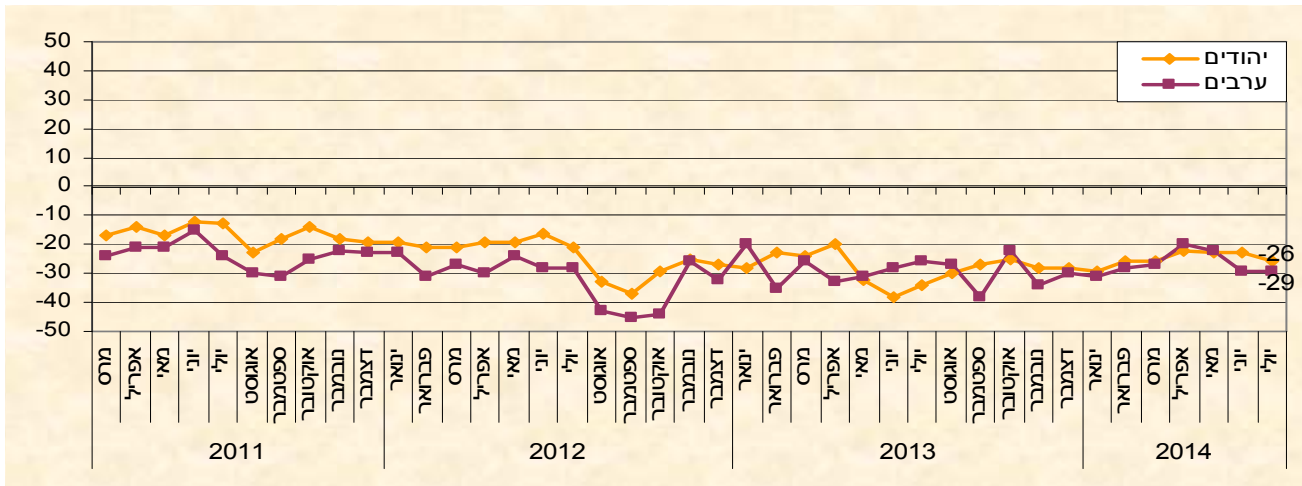
לנתוני תרשים 1

אמון הצרכנים ביולי 2014, לפי קבוצות אוכלוסייה, מצב תעסוקה ורמת השכלה (תרשימים 2-4)

- מדד אמון הצרכנים עומד על 26%- בקרב האוכלוסייה היהודית,³ ועל 29%- בקרב האוכלוסייה הערבית.
- בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך מדד אמון הצרכנים על 26%- בקרב המועסקים, עומד ערך המדד על 27%-².
- ערך המדד בקרב חסרי תעודת בגרות - 33%-, מצביע על פסימיות רבה יותר מזו של בעלי תעודה אקדמית, שאצלם ערך המדד הוא 23%-². בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית עומד ערך המדד על 24%-.

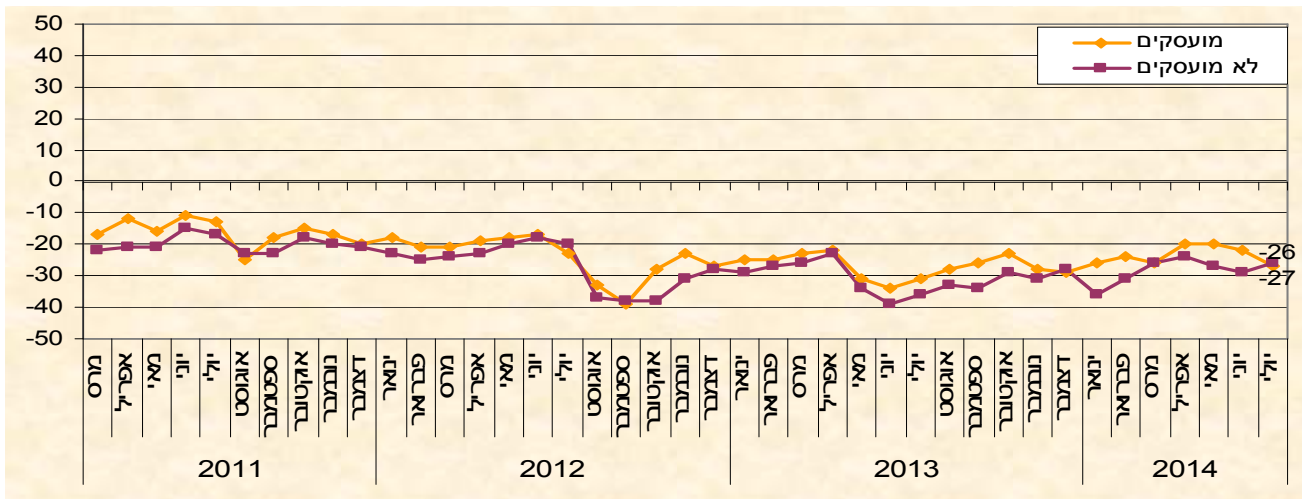
³ כולל גם נוצרים לא ערבים, וחסרי סיווג דת.

תרשים 2. - מדד אמון הצרכנים לפי קבוצת אוכלוסייה, מרס 2011 - יולי 2014 (באחוזים)



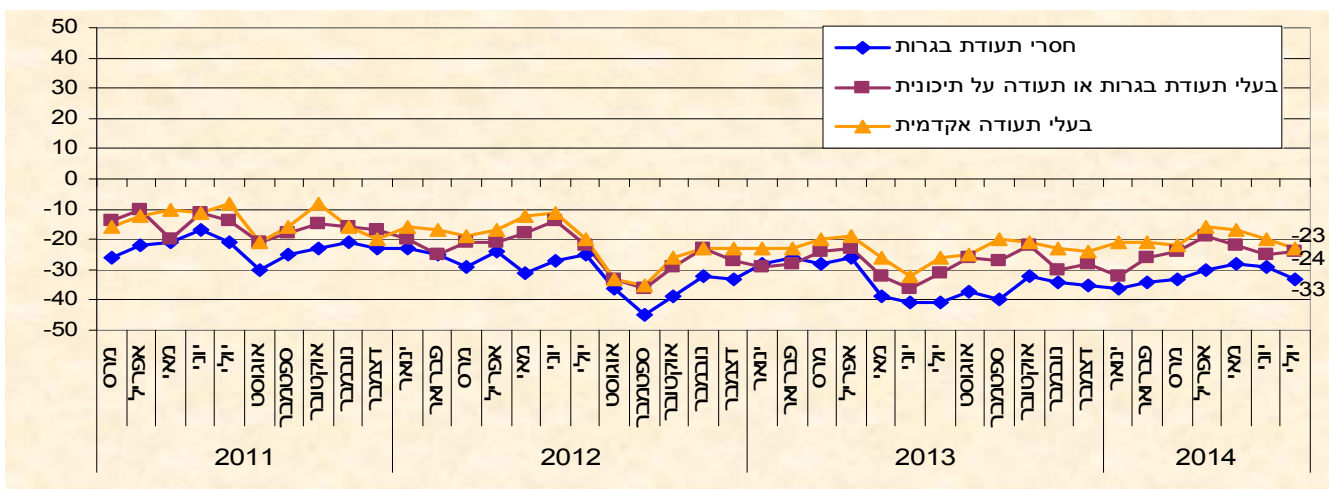
[לנתוני תרשים 2](#)

תרשים 3. - מדד אמון הצרכנים לפי מצב תעסוקה, מרס 2011 - יולי 2014 (באחוזים)



[לנתוני תרשים 3](#)

תרשים 4. - מדד אמון הצרכנים לפי רמת השכלה, מרס 2011 - יולי 2014 (באחוזים)



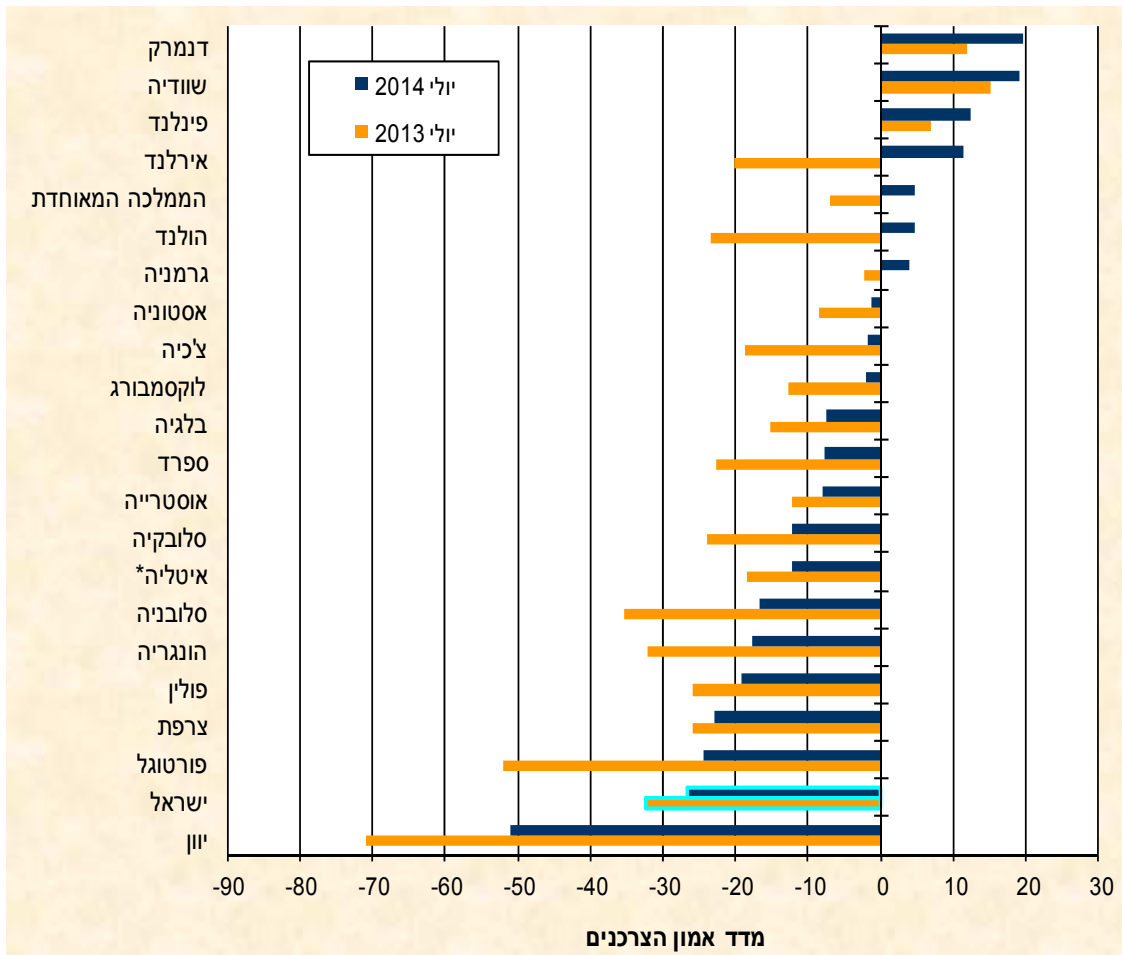
[לנתוני תרשים 4](#)

השוואה בין-לאומית של מדד אמון הצרכנים

השוואה בין-לאומית של מדד אמון הצרכנים מלמדת על כך שבמדינות הסקנדינביות, דנמרק, שוודיה ופינלנד קיימת אופטימיות, וערך המדד חיובי. בחודשים האחרונים, התקבל מדד חיובי במדינות נוספות: **באירלנד, בממלכה המאוחדת, בגרמניה ובהולנד**. נדמה, כי המגמה הכללית, בכל מדינות ה-OECD הנבחרות המוצגות בתרשים, היא של הלך רוח אופטימי יותר לעומת יולי 2013, כנראה בעקבות התאוששות מהמשברים הכלכליים שפקדו את המדינות הללו. גם במדינות שהתקבל מדד אמון צרכנים שלילי, ההשוואה ליולי 2013 מלמדת על שיפור ניכר בהערכות הציבור. **בפורטוגל, לדוגמה, ניכר שיפור משמעותי בין שתי התקופות** - ביולי 2014 עומד ערך המדד על -24%, לעומת -52% ביולי אשתקד.

בישראל, ערך מדד אמון הצרכנים נמוך עדיין ביחס לרוב מדינות ה-OECD המוצגות בתרשים. ביוון, הנמצאת מזה תקופה ממושכת במשבר כלכלי עמוק, מדד אמון הצרכנים הוא הנמוך ביותר מבין מדינות ה-OECD המוצגות בתרשים, והוא עומד על -50%. יחד עם זאת, גם ביוון חל שיפור בציפיות הצרכנים, לעומת יולי אשתקד, שבו עמד מדד אמון הצרכנים על -71%.

תרשים 5. מדד אמון הצרכנים לחודשים יולי 2013 ויולי 2014 במדינות OECD נבחרות⁴ (באחוזים)



לנתוני תרשים 5

* בחודש יוני 2013 המכון האיטלקי לסטטיסטיקה ביצע שינויים מתודולוגיים, בנוגע לדגימה ולשיטת הסקר. שינויים אלה עלולים להשפיע על יכולת ההשוואה לחודשים הקודמים.

⁴ מדינות המפרסמות באתר הרשמי של הארגון.

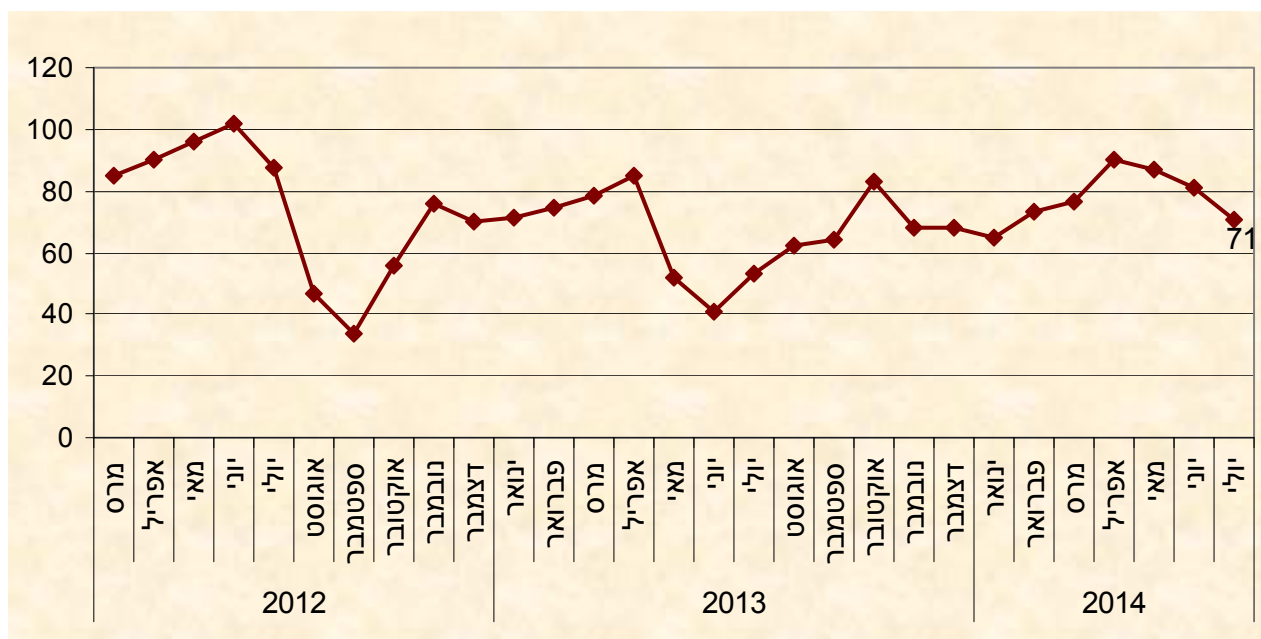
מקור הנתונים: <http://stats.oecd.org/index.aspx?Queryname=306&Querytype=View>

מדד אמון הצרכנים היחסי

מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרס 2011 עד פברואר 2012.⁵

ערך של 100, פירושו שהאוכלוסייה אינה אופטימית ואינה פסימית יחסית לתקופת הבסיס. ערכים נמוכים מ-100 מעידים על פסימיות של האוכלוסייה, וככל שהערך נמוך יותר, המשמעות היא שהאוכלוסייה פסימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס. ערכים גבוהים מ-100 מעידים על אופטימיות של האוכלוסייה, וככל שהערך גבוה יותר, המשמעות היא שהאוכלוסייה אופטימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס. נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים כמאזן משוקלל של ארבע השאלות המרכיבות אותו, ומסייעים לקריאה נוחה של השתנות המדד מחודש לחודש. בחודש יולי 2014, עומד מדד אמון הצרכנים היחסי על 71% ומצביע על המשך מגמת הירידה במדד, לעומת חודש אפריל 2014 שבו עמד על 90%.² יחד עם זאת, בהשוואה ליולי אשתקד שבו עמד מדד אמון הצרכנים היחסי על 53%, נראה כי יש שיפור בציפיות הפרטים בין שתי התקופות.²

תרשים 6. - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרס 2012 - יולי 2014
אחוזים, ממוצע מרס 2011 עד פברואר 2012 = 100



[לנתוני תרשים 6](#)

[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

[הגדרות והסברים](#)

⁵ בכל חודש, כל אחד מארבעת אומדני המאזנים מתוקנן לקנה מידה אחיד באמצעות חישוב המבוסס על תקופת בסיס, ומדד אמון הצרכנים היחסי מתקבל על ידי ממוצע אומדני המאזנים המתוקננים, לאחר הכפלה ב-10 והוספת 100.

[להסברים נוספים](#)