

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, י"ד באלול תשע"ד
9 בספטמבר 2014
240/2014

סקר אמון הצרכנים, אוגוסט 2014

מדד אמון הצרכנים עומד בחודש אוגוסט על -26%

מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 73% (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

Consumer Confidence Survey, August 2014

The Consumer Confidence Indicator stood at -26% in August

Consumer Confidence Index stood at 73% (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.

אוגוסט 2014

- מדד אמון הצרכנים נמצא במגמת ירידה בחודשים האחרונים. בחודש אוגוסט הוא עמד על -26% והצביע על פסימיות של הצרכנים, לעומת חודש אפריל שבו היה ערך המדד -22%.²
- מגמה זו משתקפת גם במדד האמון היחסי, ירידה מערך של 90% בחודש אפריל ל-73% בחודש אוגוסט.²
- להבדיל משלוש השנים הקודמות, לא נצפתה הקיץ ירידה חדה במדד אמון הצרכנים, על אף ההרעה במצב הביטחוני במהלך המבצע "צוק איתן".

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.

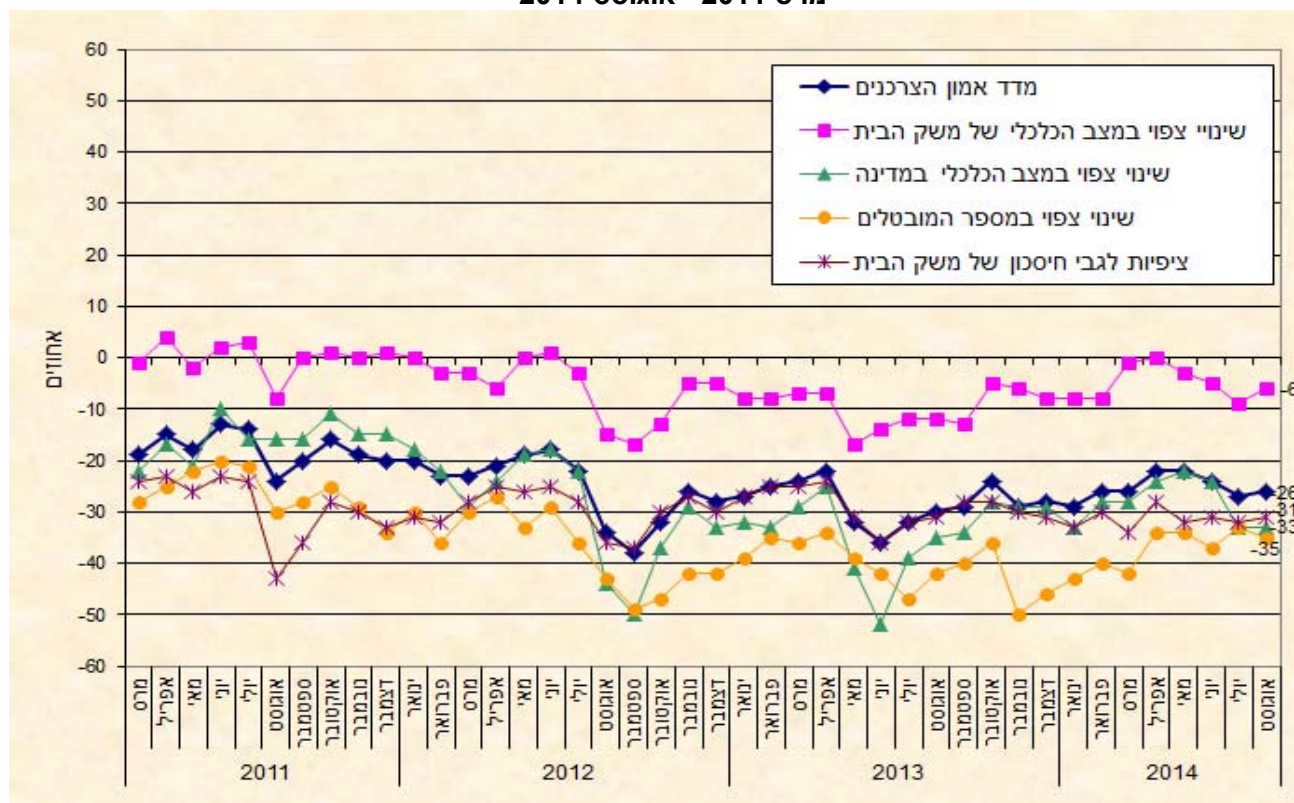
המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה. הודות לכך, מתאפשרת השוואה של מדד אמון הצרכנים בין המדינות החברות בארגון.

² ברמת מובהקות מקובלת של 95%.

כתבה עידית שמחיוף, 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 - אוגוסט 2014



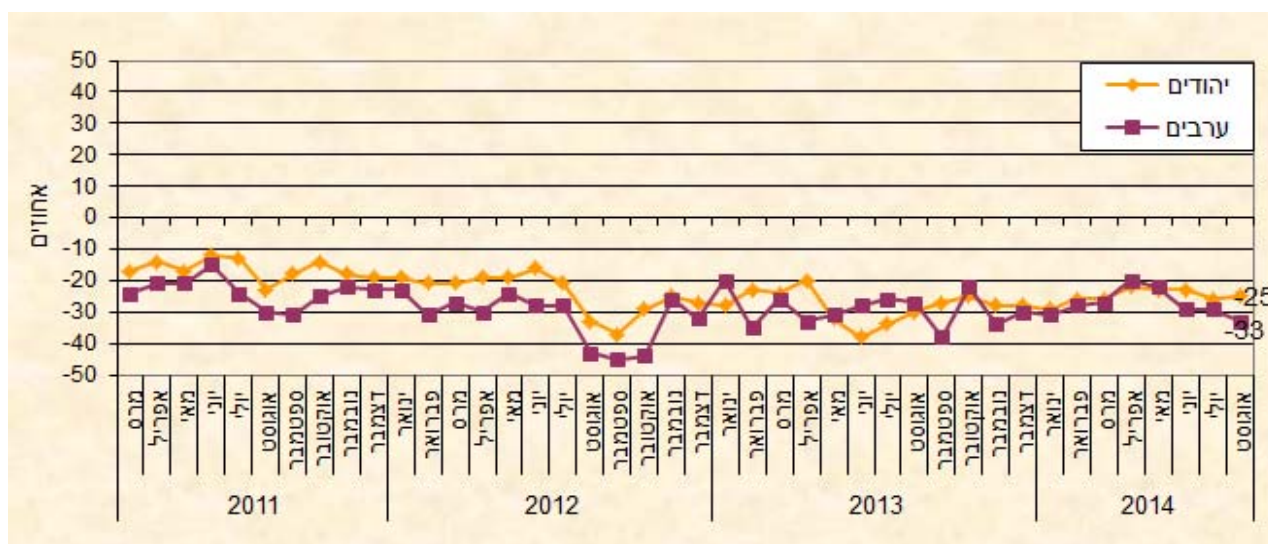
לנתוני תרשים 1

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

- מדד אמון הצרכנים עומד על 25%- בקרב האוכלוסייה היהודית,³ ועל 33%- בקרב האוכלוסייה הערבית.
- בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך מדד אמון הצרכנים על 27%- בקרב המועסקים, עומד ערך המדד על 26%-.
- ערך המדד בקרב חסרי תעודת בגרות עומד על 29%-, בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית עומד ערך המדד על 24%-, ובקרב בעלי תעודה אקדמית ערך המדד הוא 26%-.

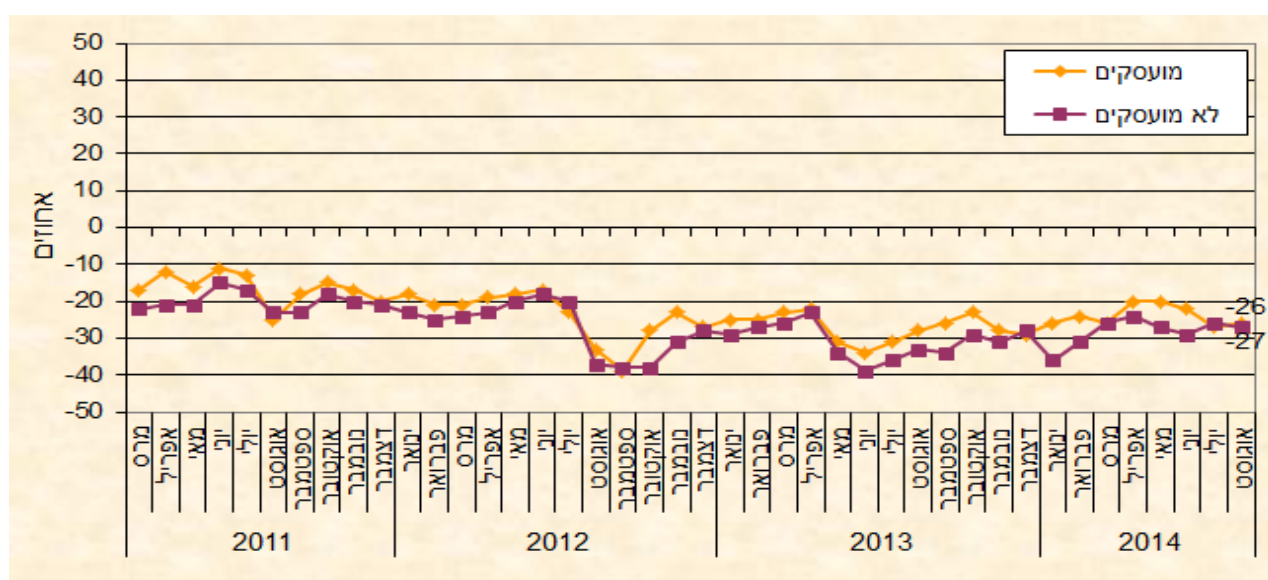
³ כולל גם נוצרים לא ערבים, וחסרי סיווג דת.

תרשים 2. - מדד אמון הצרכנים לפי קבוצת אוכלוסייה, מרס 2011 - אוגוסט 2014



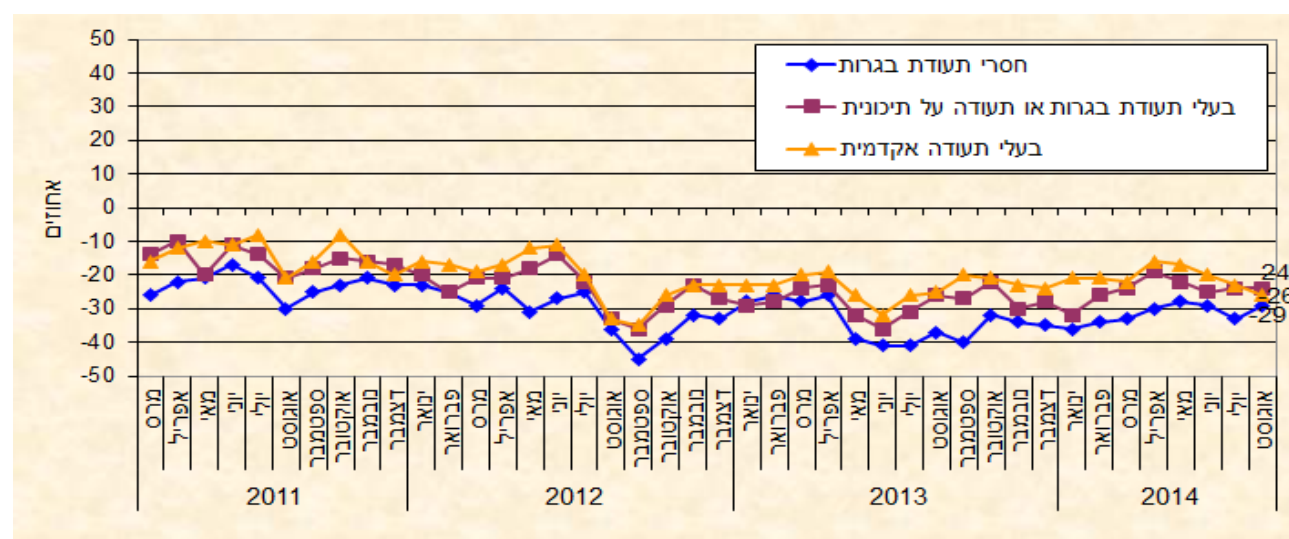
[לנתוני תרשים 2](#)

תרשים 3. - מדד אמון הצרכנים לפי מצב תעסוקה, מרס 2011 - אוגוסט 2014



[לנתוני תרשים 3](#)

תרשים 4. - מדד אמון הצרכנים לפי רמת השכלה, מרס 2011 - אוגוסט 2014

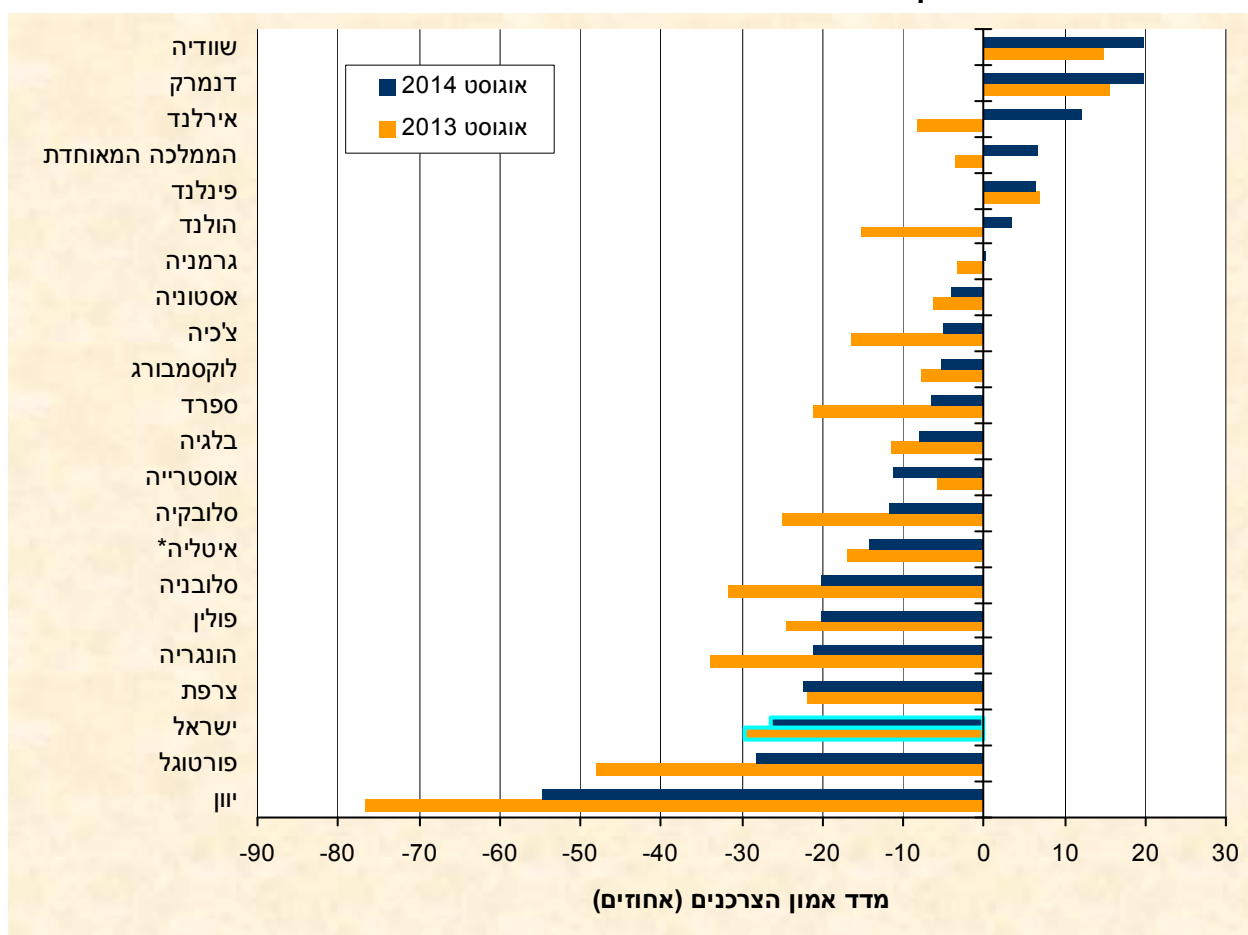


[לנתוני תרשים 4](#)

השוואה בין-לאומית של מדד אmon הצרכנים

השוואה בין-לאומית של מדד אmon הצרכנים מלמדת על כך שבמדינות הסקנדינביות, שוודיה, דנמרק 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 אוגוסט 2013, כנראה בעקבות התאוששות מהמשברים הכלכליים שפקדו את המדינות הללו. גם במדינות שהתקבל מדד אmon צרכנים שלילי, ההשוואה לאוגוסט 2013 מלמדת על שיפור ניכר בהערכות הציבור. **בפורטוגל, לדוגמה, ניכר שיפור משמעותי בין שתי התקופות** - באוגוסט 2014 עומד ערך המדד על -28%, לעומת -48% באוגוסט אשתקד. בישראל, ערך מדד אmon הצרכנים נמוך עדיין ביחס לרוב מדינות ה-OECD המוצגות בתרשים. ביוון, הנמצאת מזה תקופה ממושכת במשבר כלכלי עמוק, מדד אmon הצרכנים הוא הנמוך ביותר מבין מדינות ה-OECD המוצגות בתרשים, והוא עומד על -55%. יחד עם זאת, גם ביוון חל שיפור בציפיות הצרכנים, לעומת אוגוסט אשתקד, שבו עמד מדד אmon הצרכנים על -77%.

תרשים 5. מדד אmon הצרכנים לחודשים אוגוסט 2013 ואוגוסט 2014 במדינות OECD נבחרות⁴



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.

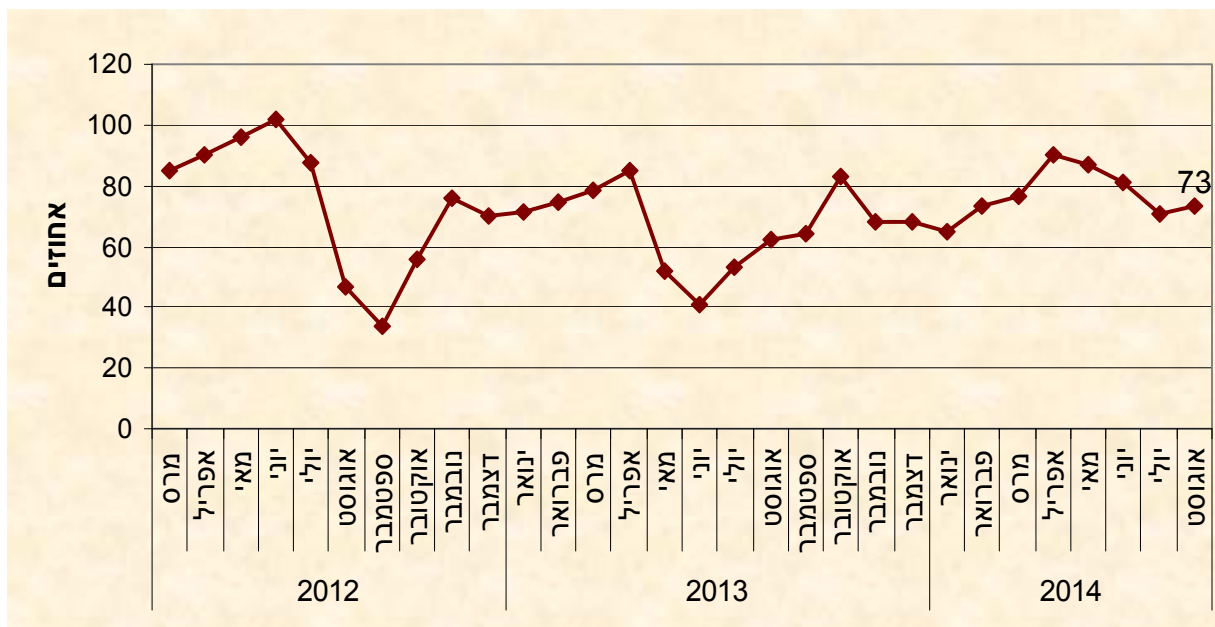
מקור הנתונים: <http://stats.oecd.org/index.aspx?Queryname=306&Querytype=View>

מדד אמן הצרכנים היחסי

מדד אמן הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמן 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 אמן הצרכנים כמאזן משוקלל של ארבע השאלות המרכיבות אותו, ומסייעים לקריאה נוחה של השתנות המדד מחודש לחודש. בחודש אוגוסט 2014, עומד מדד אמן הצרכנים היחסי על 73% ומצביע על כך שעדיין אין התאוששות ממגמת הירידה במדד בחודשים האחרונים, לעומת חודש אפריל 2014 שבו עמד על 90%.²

תרשים 6. - מדד אמן הצרכנים היחסי, מרס 2012 - אוגוסט 2014
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 אמן הצרכנים היחסי מתקבל על ידי ממוצע אומדני המאזנים המתוקננים, לאחר הכפלה ב-10 והוספת 100.

[להסברים נוספים](#)