

ירושלים, א' באדר א' תשע"ו
10 בפברואר 2016
033/2016

סקר אמון הצרכנים - ינואר 2016 וסיכום שנתי
מדד אמון הצרכנים עומד בחודש ינואר על 16%-
הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ב-2015 הוא 20%-
והוא גבוה מהממוצע השנתי ב-3 השנים האחרונות

Consumer Confidence Survey - January 2016 and Annual Summary
The Consumer Confidence Indicator amounted to -16% in January
Consumer Confidence Indicator 2015 annual average was -20%,
higher than the annual average for the last three years

- **מדד אמון הצרכנים בינואר עומד על 16%- (בחודש הקודם 18%-).**
- בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על 23%- ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים, שאצלם עומד ערך המדד על 13%-.
- **מדד אמון הצרכנים השתפר ב-3 השנים האחרונות, ובשנת 2015 (ממוצע שנתי) הוא עמד על 20%-.**
- השיפור באמון הצרכנים מתבטא במרבית הגורמים המרכיבים את המדד, בעיקר בהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה (שבה עלה המאזן מערך של 34%- לערך של 18%-) ובהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית (מערך של 10%- לערך של 1%-).
- **מדד אמון הצרכנים היחסי בינואר עומד על 110 (בחודש הקודם עמד על 103).**
- **הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים היחסי ב-2015 עמד על 96 והוא גבוה מהממוצע השנתי ב-2014, שעמד על 77, ומהממוצע ב-2013 שהיה אף נמוך יותר - 67.**

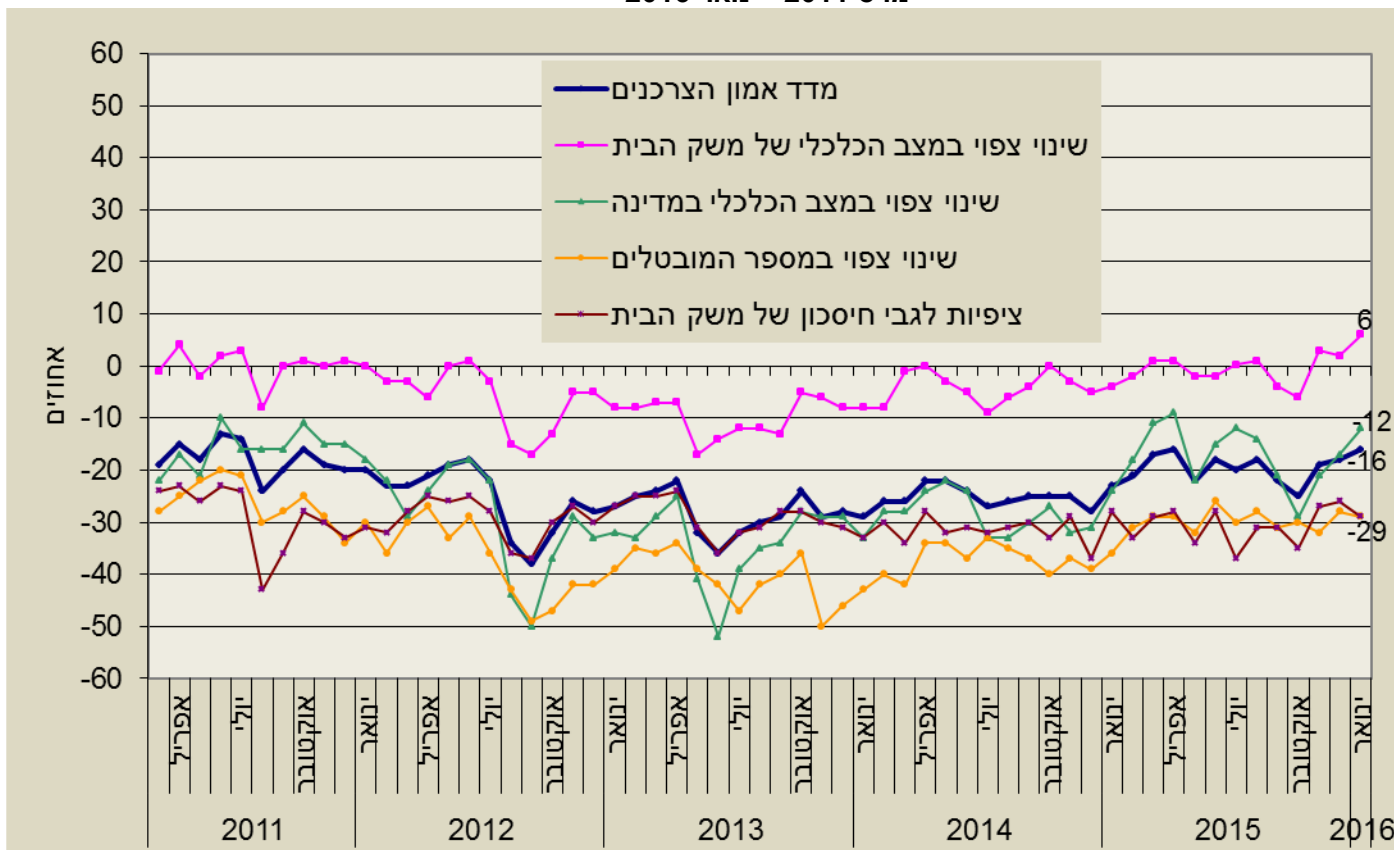
הגדרות והסברים

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

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.

מדד אמון הצרכנים בינואר 2016 עמד על 16%-, בדומה לחודש שקדם לו. בשלושת החודשים האחרונים נצפית מגמת שיפור בערך המדד, בעקבות השיפור בשניים מתוך ארבעת המאזנים המרכיבים אותו: המאזן המתייחס **למצב הכלכלי של משק הבית** שעמד באוקטובר 2015 על 6%- והגיע בחודש ינואר לרמה של 6%, והמאזן המתייחס **למצב הכלכלי של המדינה** שעמד באוקטובר 2015 על 29%- ועלה לרמה של 12%- בינואר. השיפור מעיד על כך שהציבור פחות פסימי לגבי המצב הכלכלי של משק הבית ושל המדינה.

תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, מתוך סקר אמון הצרכנים, מרס 2011 - ינואר 2016



[לנתוני תרשים 1](#)

אמון הצרכנים בינואר 2016, לפי קבוצת אוכלוסייה ומצב תעסוקה

- בקרב **האוכלוסייה הערבית** עומד ערך המדד על 22%- בקרב **האוכלוסייה היהודית**¹ עומד המדד על 15%-, בדומה לחודש הקודם.
- בקרב **אלה שאינם מועסקים** עומד ערך המדד על 23%- ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת **המועסקים**, שאצלם עומד ערך המדד על 13%-.

¹ כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

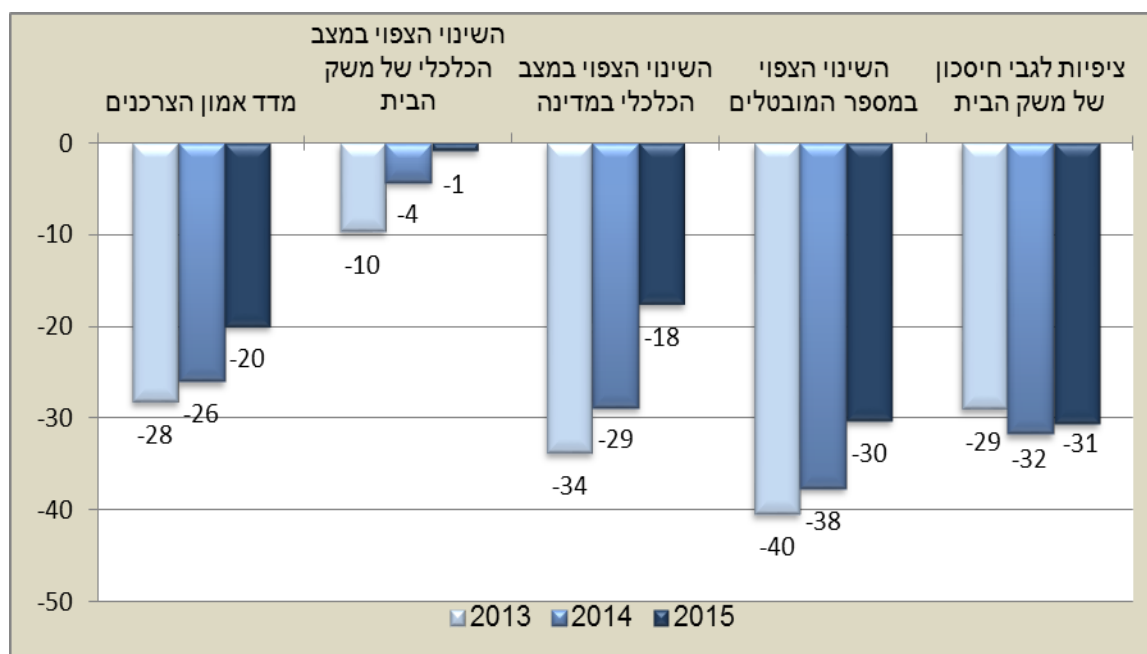
סיכום תלת-שנתי של מדד אמון הצרכנים, 2013-2015 (מבוסס על ממוצע של 12 המדדים החודשיים בכל שנה)

מדד אמון הצרכנים עלה במהלך 3 השנים האחרונות, ממוצע שנתי של -28% ב-2013, למוצע של -20% ב-2015 (תרשים 2).

השיפור באמון הצרכנים מתבטא במרבית הגורמים המרכיבים את המדד, ובעיקר בהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה, שבה עלה המאזן מערך של -34% לערך של -18%. גם נתוני החשבונות הלאומיים ב-3 השנים האחרונות (כמו גם בשנים שקדמו להן), מראים כי השינוי בתוצר המקומי הגולמי היה חיובי, והאומדן הנוכחי של השינוי בתמ"ג לשנת 2015 עומד על 2.3%.

מאזן השינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית, הגיע ב-2015 לערך של -1%, רמת פסימיות מינימלית, לאחר שב-2013 עמד על -10% (תרשים 2). האומדן הנוכחי של השינוי בצריכה הפרטית לשנת 2015 עומד על 4.5%, וגם הוא גבוה יותר מהשנתיים הקודמות.

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים ומאזנים של מרכיבי המדד, 2013-2015, אחוזים

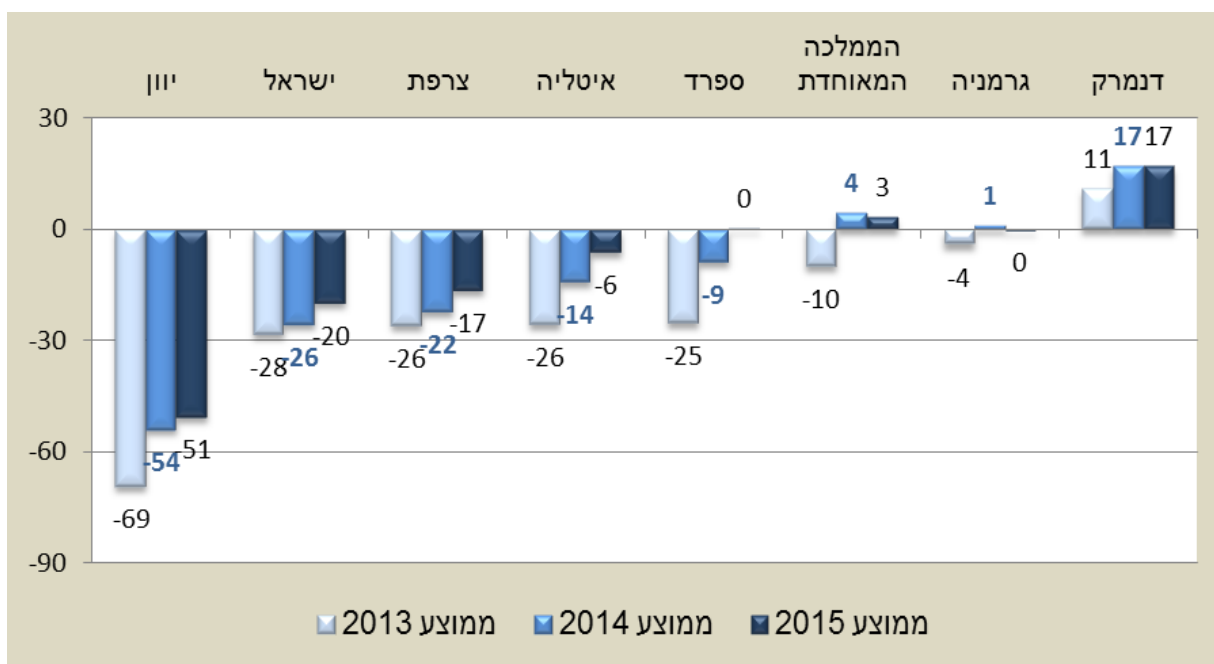


[לנתוני תרשים 2](#)

קבוצת אוכלוסייה, מצב תעסוקה ורמת השכלה

השיפור במדד אמון הצרכנים, אשר עמד על -20% בממוצע בשנת 2015, משקף שיפור בציפיות במיוחד בקרב היהודים, שאצלם עלה ערך המדד מ-28% ב-2013 ל-19% ב-2015. בקרב הערבים המדד נותר בערך דומה במהלך התקופה (-29% ו-27%) ולא ניכר אצלם שיפור. הן בקרב מועסקים והן בקרב אלה שאינם מועסקים ניכר שיפור במדד השנתי. בקרב המועסקים עלה ערך המדד מ-27% ל-18% במהלך 3 השנים. אלה שאינם מועסקים פסימיים יותר, וערך המדד אצלם עומד ב-2015 על -24%. השיפור בציפיות לגבי המצב הכלכלי חל הן בקרב בעלי השכלה גבוהה והן בקרב בעלי השכלה נמוכה. יחד עם זאת, הפער בין קבוצות ההשכלה עדיין קיים, חסרי תעודת בגרות פסימיים יותר כמו בשנים קודמות. (תרשים 3).

תרשים 4 - מדד אמון הצרכנים במדינות OECD נבחרות, 2013-2015, אחוזים



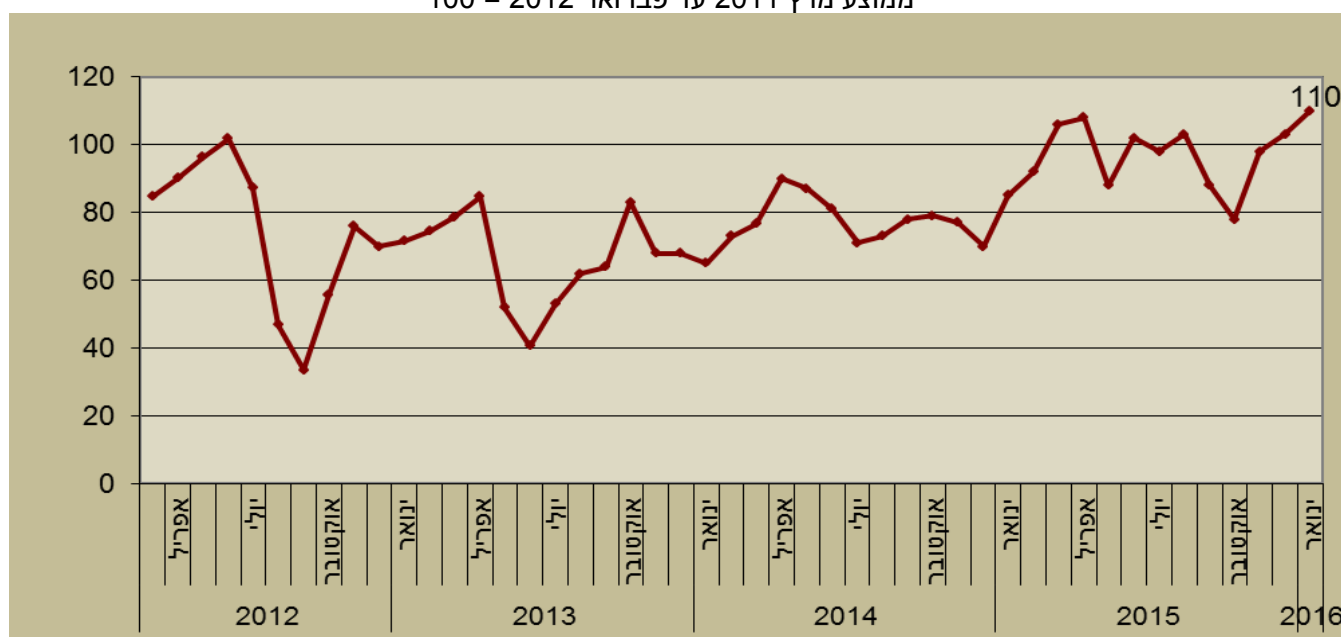
[לנתוני תרשים 4](#)

מדד אמון הצרכנים היחסי (בישראל)

מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרס 2011 עד פברואר 2012.³ 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.

בינואר 2016 עומד **מדד אמון הצרכנים היחסי** על 110. בשלושת החודשים האחרונים מאז אוקטובר 2015 שבו עמד המדד על 78, נצפית מגמת שיפור בערך המדד, אשר מצביעה על שיפור בציפיות הציבור. מגמת השיפור עולה גם מהשוואת ערכי המדד ב-2015 לעומת 2014. (תרשים 5). **מדד אמון הצרכנים היחסי במהלך 2015** נע בטווח שבין 78-108, לעומת שנת 2014 שבה היה הטווח נמוך יותר ונע בין 65-90. השיפור במהלך 3 השנים האחרונות ניכר גם **בממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים היחסי**: ב-2015 עמד על 96, גבוה מהממוצע השנתי ב-2014 שעמד על 77⁴, ומהממוצע השנתי ב-2013 שעמד על 67.

תרשים 5 - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרץ 2012 עד ינואר 2016
ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100



[לנתוני תרשים 5](#)

[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

[פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס](#)

³ בכל חודש, כל אחד מארבעת אומדני המאזנים מתוקנן לקנה מידה אחיד באמצעות חישוב המבוסס על תקופת בסיס, ומדד אמון הצרכנים היחסי מתקבל באמצעות חישוב ממוצע אומדני המאזנים המתוקננים, הכפלתו ב-10 והוספת 100. ערך של 100, פירושו שהאוקלוסייה אינה אופטימית ואינה פסימית יחסית לתקופת הבסיס. ערכים נמוכים מ-100 מעידים על פסימיות של האוכלוסייה, וככל שהערך נמוך יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה פסימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס. ערכים גבוהים מ-100 מעידים על אופטימיות של האוכלוסייה, וככל שהערך גבוה יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה אופטימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס.

[להסברים נוספים](#)

⁴ ההפרש מובהק ברמת ביטחון של 95%