

# הודעה לתקשורת

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, כ' באלול, תשע"ז  
11 בספטמבר 2017  
268/2017

## סקר אמון הצרכנים - אוגוסט 2017

מדד אמון הצרכנים עומד בחודש אוגוסט על -11%

מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 124 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

### Consumer Confidence Survey - August 2017

The Consumer Confidence Indicator amounted to -11% in August  
Consumer Confidence Index amounted to 124 (average 3/2011 to 2/2012=100)

- ✳ **מדד אמון הצרכנים באוגוסט עומד על -11% (ביולי -13%).**
- ✳ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על -15% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים, שאצלם ערך המדד הוא -8%.
- ✳ **מדד אמון הצרכנים במדינות אירופה:**
  - בצרפת, גרמניה, אוסטריה, הולנד וספרד ניתן להבחין במגמת שיפור.
  - בממלכה המאוחדת ערך מדד אמון הצרכנים הוא שלילי החל מקיץ 2016. גם באיטליה ניכרת החמרה במדד אמון הצרכנים לעומת ינואר 2016.
  - במדינות סקנדינביה ערך המדד מוסיף להיות חיובי באוגוסט 2017 כמו בשנים הקודמות.
- ✳ **באוגוסט 2017 עומד מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל על 124 (ביולי 116).**

### הגדרות והסברים

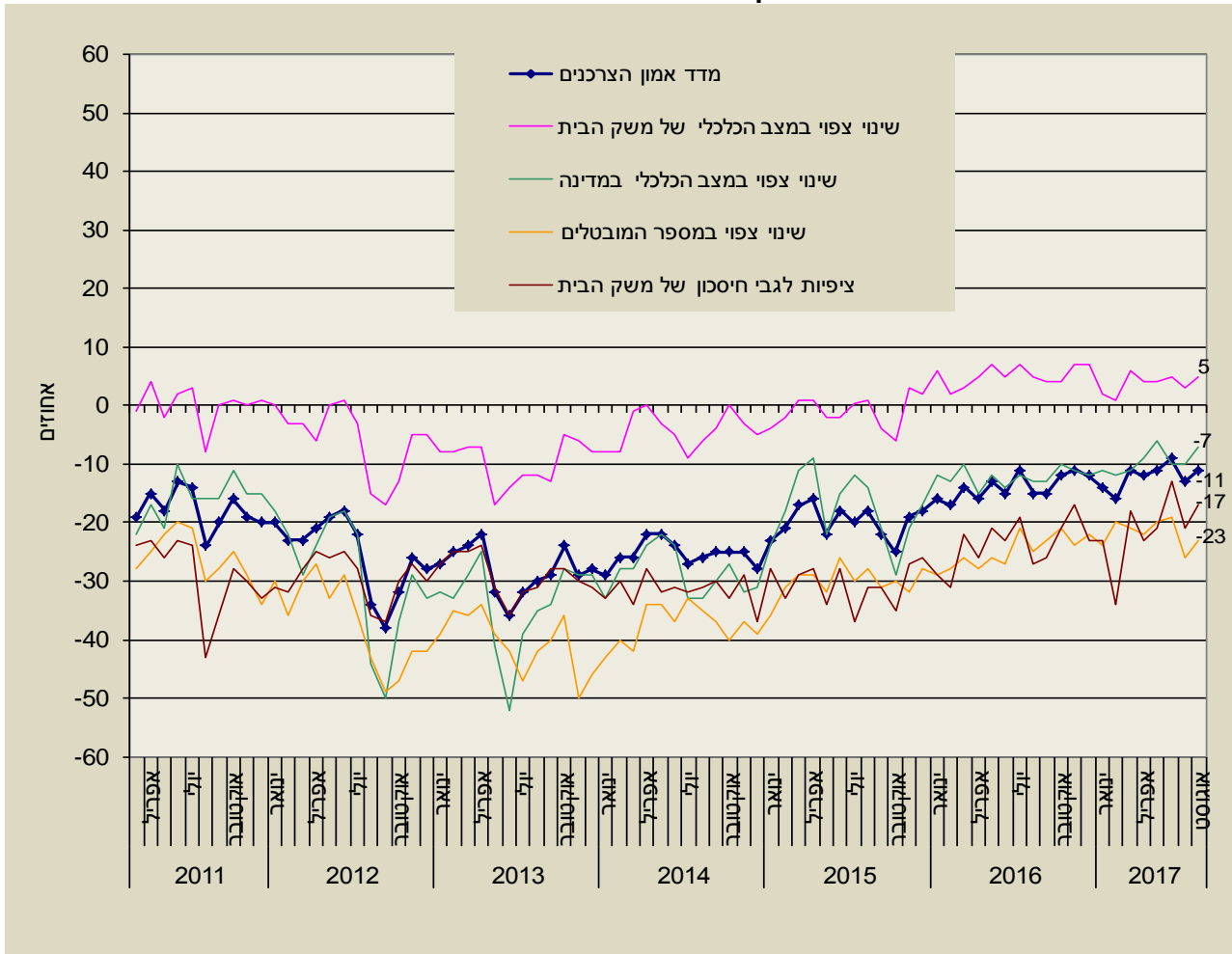
### לנתוני התרשימים

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) החלה לבצע בחודש מרץ 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 באוגוסט 2017 עומד על -11%, (ביולי -13%). הנתונים מצביעים על מגמה חיובית מאז יוני 2013 (אז עמד ערך המדד על -36%).

**תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, מתוך סקר אמון הצרכנים, מרץ 2011 - אוגוסט 2017**



**אמון הצרכנים באוגוסט 2017, לפי מצב תעסוקה ורמת השכלה**

- ✿ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על -15% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים, שאצלם ערך המדד הוא -8%.
- ✿ בקרב חסרי תעודת בגרות עומד ערך המדד על -22% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת בעלי תעודת בגרות או תעודה על תיכונות, ולעומת בעלי תעודה אקדמית, שאצלם ערך המדד הוא -7% ו-4%, בהתאמה.

## השוואה בין-לאומית של מדד אמון הצרכנים, אוגוסט 2015, 2016 ו-2017

במדינות OECD רבות המוצגות בתרשים 2, מדד אמון הצרכנים הוא שלילי בשלוש השנים האחרונות ומעיד על רמות שונות של פסימיות. יחד עם זאת, **במדינות רבות נצפית מגמת שיפור:**

**בצרפת** נצפית מגמת שיפור מאז אוקטובר 2016 (15%- לעומת 4%- באוגוסט 2017). **בגרמניה** נצפית מגמת שיפור מאז פברואר 2016 (6%- לעומת 3% באוגוסט 2017); **באוסטריה** ניכרת מגמת שיפור מערך של 16%- בנובמבר 2015 לערך חיובי, 5% באוגוסט 2017; **בספרד** ערך המדד מגיע ל-0% לאחר שבספטמבר 2016 הוא עמד על 7%-; **בהולנד**<sup>1</sup>, נצפית מגמת שיפור מאז מרץ 2016 (3%-) וערך המדד בה החודש מעיד על אופטימיות ועומד על 18%.

**לעומתן, בממלכה המאוחדת נצפית מגמת החמרה** במדד אמון הצרכנים, מ-4% בינואר 2016 ל-7%- באוגוסט 2017. מאז קיץ 2016, ערך מדד אמון הצרכנים שם שלילי, במקביל להצבעה ולהיערכות לקראת הפרישה מהאיחוד האירופי (ה-Brexit). יש לציין כי בשנים 2014 ו-2015, נצפו בממלכה המאוחדת ערכים חיוביים של מדד אמון הצרכנים, אשר העידו על אופטימיות. גם **באיטליה** נצפית מגמת החמרה מאז ינואר 2016 (0% לעומת 12%- באוגוסט 2017).

במדינות הסקנדינביות **פינלנד, דנמרק ושוודיה ערך המדד חיובי** ונע בטווח שבין 14% לבין 26%. **בהולנד, בלוקסמבורג ובצ'כיה**, ערך המדד חיובי בשנה האחרונה.

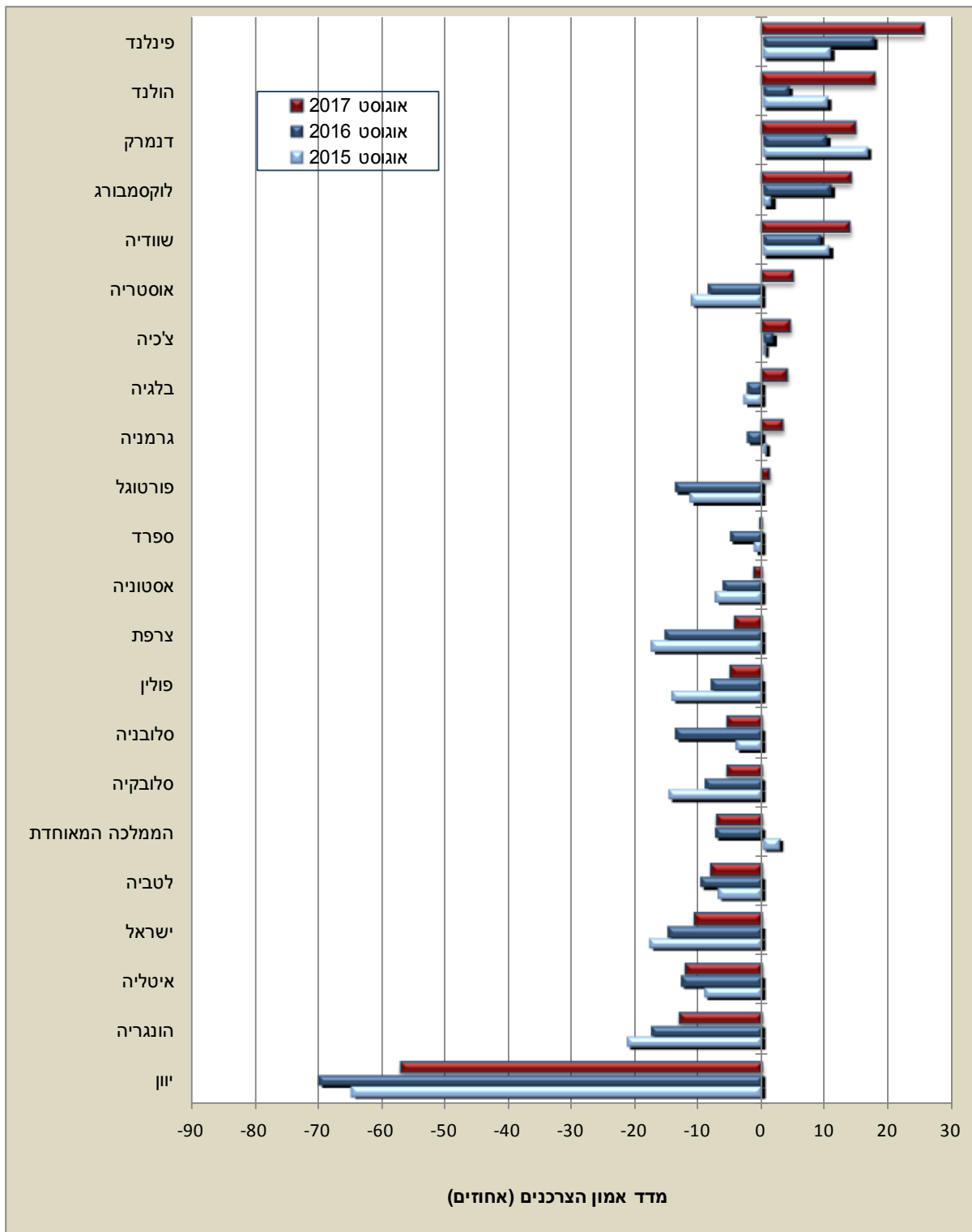
**בישראל** ערך המדד עומד על 11%- והוא נמוך בהשוואה לרוב מדינות ה-OECD המוצגות בתרשים.

**ביוון ערך המדד נותר חריג ונמוך במיוחד**, ובחודש אוגוסט 2017 הוא עומד על 57%-, נוכח המשבר הכלכלי העמוק. רמה זו של פאסימיות נצפית באופן עקבי במהלך השנתיים האחרונות.

---

<sup>1</sup> במאי ובאוגוסט 2017 נעשה שינוי בתכנון הסקר בהולנד. לפיכך, בכדי לצמצם את ההשפעה של השבר המבני, כל הסדרות ההיסטוריות של הסקר חושבו מחדש.

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים לחודשים אוגוסט 2015, 2016 ו-2017 במדינות OECD נבחרות<sup>2</sup>



<sup>2</sup> מדינות המפרסמות באתר הרשמי של הארגון  
 מקור הנתונים: <http://stats.oecd.org/index.aspx?Queryname=306&Querytype=View>

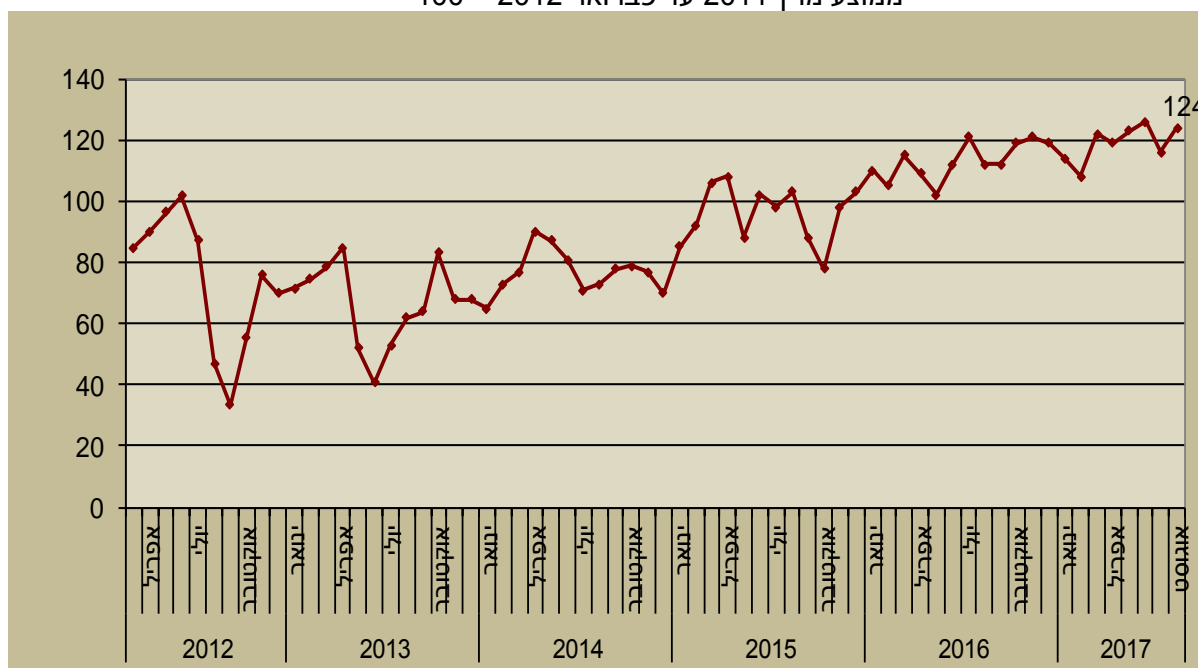
## מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל

מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.<sup>3</sup>

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.

באוגוסט 2017 עומד מדד אמון הצרכנים היחסי על 124 (ביוני 2017), ונמצא במגמת עלייה מיוני 2013 (אז עמד על 41).

תרשים 3 - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרץ 2012 עד אוגוסט 2017  
ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100



[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)  
[פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס](#)

<sup>3</sup> 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 - ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012. ערכים נמוכים מ-100 מעידים על פסימיות של האוקלוסייה, וככל שהערך נמוך יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה פסימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס. ערכים גבוהים מ-100 מעידים על אופטימיות של האוקלוסייה, וככל שהערך גבוה יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה אופטימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס.

[להסברים נוספים](#)