

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, כ"ג בטבת, תשע"ח
10 בינואר 2018
007/2018

סקר אמון הצרכנים - דצמבר 2017
מדד אמון הצרכנים עומד בחודש דצמבר על -9%
מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 128 (מוצע 3/2011 עד 2/2012=100)
Consumer Confidence Survey - December 2017
The Consumer Confidence Indicator amounted to -9% in December
Consumer Confidence Index amounted to 128 (average 3/2011 to 2/2012=100)

- ✳ **מדד אמון הצרכנים בדצמבר עומד על -9%** (בנובמבר -11%).
- ✳ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על -16% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים, שאצלם ערך המדד הוא -6%.
- ✳ **בדצמבר 2017 עומד מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל על 128** (בנובמבר 125).

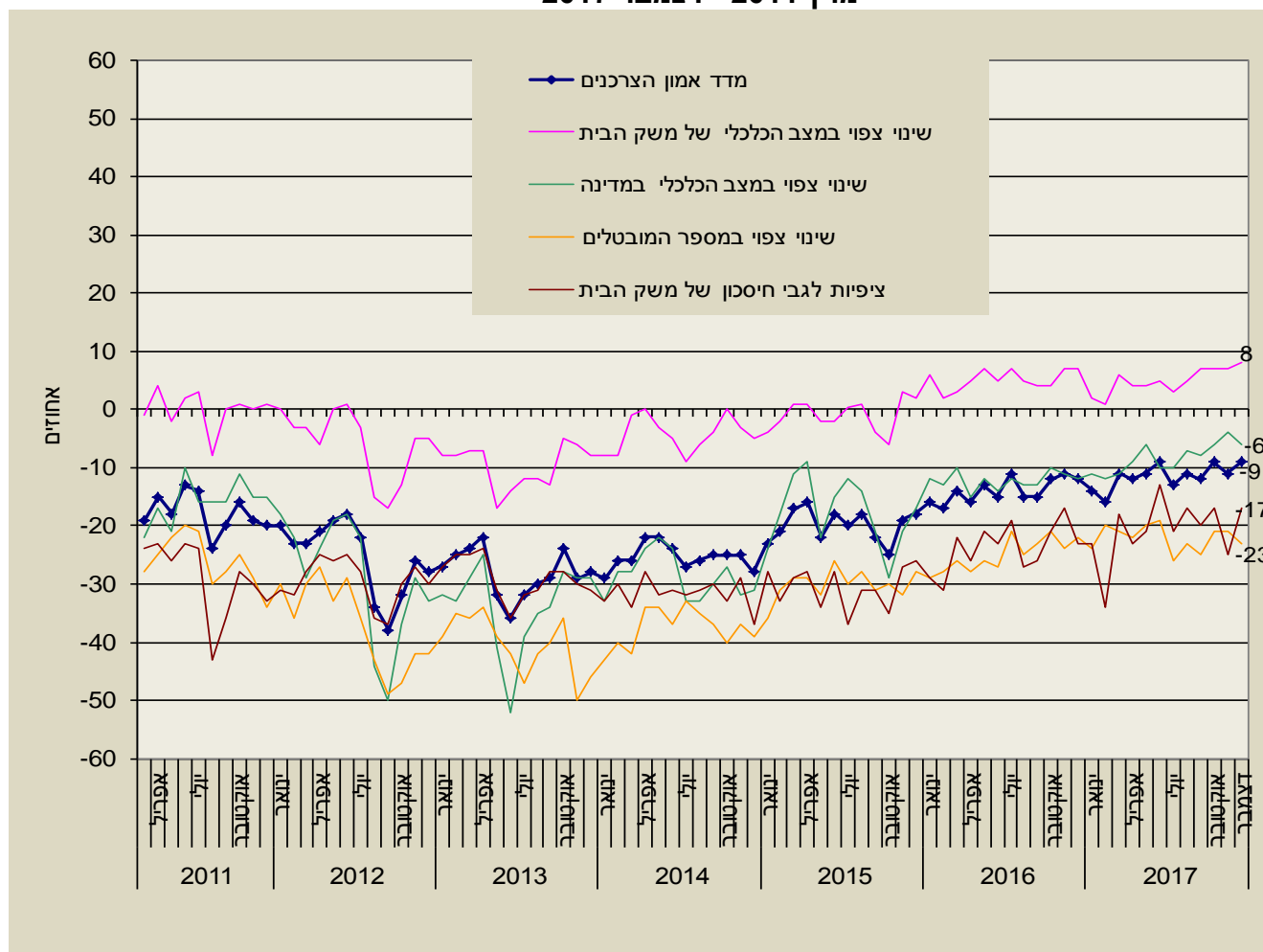
[לנתוני התרשימים](#)

[הגדרות והסברים](#)

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 בדצמבר 2017 עומד על -9% (בנובמבר -11%). 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 - דצמבר 2017



אמון הצרכנים בדצמבר 2017, לפי מצב תעסוקה

✿ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על -16% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים, שאצלם ערך המדד הוא -6%.

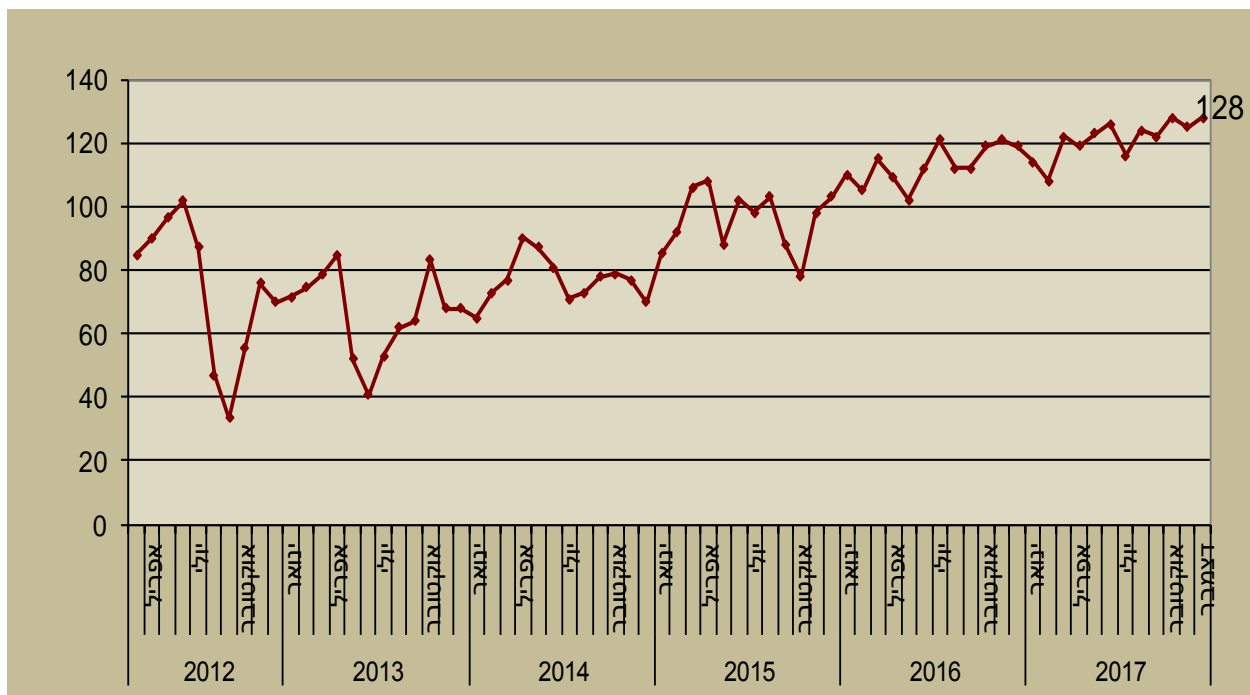
מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל

מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.¹

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.

בדצמבר 2017 עומד מדד אמון הצרכנים היחסי על 128 (בנובמבר 125), ונמצא במגמת עלייה מיוני 2013 (אז עמד על 41).

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרץ 2012 עד דצמבר 2017 ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100



[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

[פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס](#)

¹ 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 שהאוכלוסייה אינה אופטימית ואינה פסימית יחסית לתקופת הבסיס - ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012. 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.

[להסברים נוספים](#)