

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, כ"א בשבט תשע"ח
6 בפברואר 2018
031/2018

סקר אמון הצרכנים - סיכום שנתי
הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ב-2017 הוא -11%
והוא גבוה מהממוצע השנתי ב-5 השנים האחרונות

Consumer Confidence Survey - Annual Summary
Consumer Confidence Indicator 2017 annual average was -11%,
higher than the annual average for the last 5 years

השוואה רב-שנתית, 2017-2013

- **מדד אמון הצרכנים השתפר ב-5 השנים האחרונות, ובשנת 2017 הוא עמד על -11% (ממוצע שנתי).**
- **השיפור באמון הצרכנים התבטא במרבית הגורמים המרכיבים את המדד, בעיקר בהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה (שבה עלה המאזן מערך של -34% ב-2013, לערך של -8% ב-2017) ובהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית (שעלה מערך של -10% ב-2013, לערך של 5% ב-2017).**
- **הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים היחסי ב-2017 עמד על 121, והיה גבוה מהממוצע השנתי ב-5 השנים האחרונות (113 ב-2016, 96 ב-2015, 77 ב-2014, ו-67 ב-2013).**

[לנתוני התרשימים](#)

[הגדרות והסברים](#)

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

סקר זה, הנערך 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 ושינויים 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.

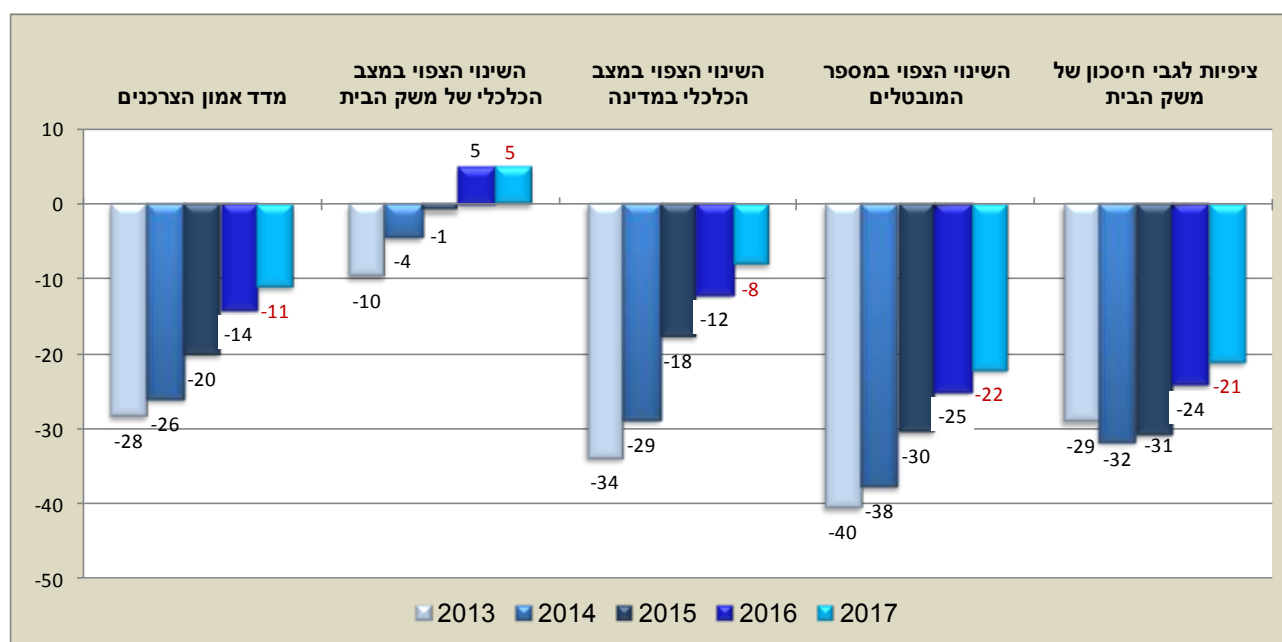
כתבו עידית שמחיוף ונורית דוברין, אגף מיקרו-כלכלה
לקבלת הסברים ניתן לפנות אל יחידת הדוברות בטל' 02-6527845

סיכום רב-שנתי של מדד אמון הצרכנים, 2013-2017 (מבוסס על ממוצע של 12 המדדים החודשיים בכל שנה)

מדד אמון הצרכנים עלה במהלך 5 השנים האחרונות, ממוצע שנתי של 28%- ב-2013, לממוצע של 11%- ב-2017 (תרשים 1).

השיפור באמון הצרכנים התבטא במרבית הגורמים המרכיבים את המדד, ובעיקר בהערכת השינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה, שבה עלה המאזן מ-34% ב-2013, לערך של 8%- ב-2017. אולם מרבית מרכיבי המדד עדיין שליליים ומעידים על פסימיות, פרט למאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית אשר ב-2017 מעיד על אופטימיות זהירה (5%). בשנתיים החולפות, 2016-2017, הממוצעים השנתיים שלו היו חיוביים, לאחר שבשנים 2013-2015 הם היו שליליים (תרשים 1).

תרשים 1 – מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, ממוצע שנתי 2013-2017, אחוזים



קבוצת אוכלוסייה, מצב תעסוקה ורמת השכלה

ערכו של מדד אמון הצרכנים ב-2017 (11%- בממוצע שנתי), עומד על פחות ממחצית הממוצע השנתי ב-2013 (-28%), ומשקף שיפור בציפיות הצרכנים במהלך חמש השנים האחרונות.

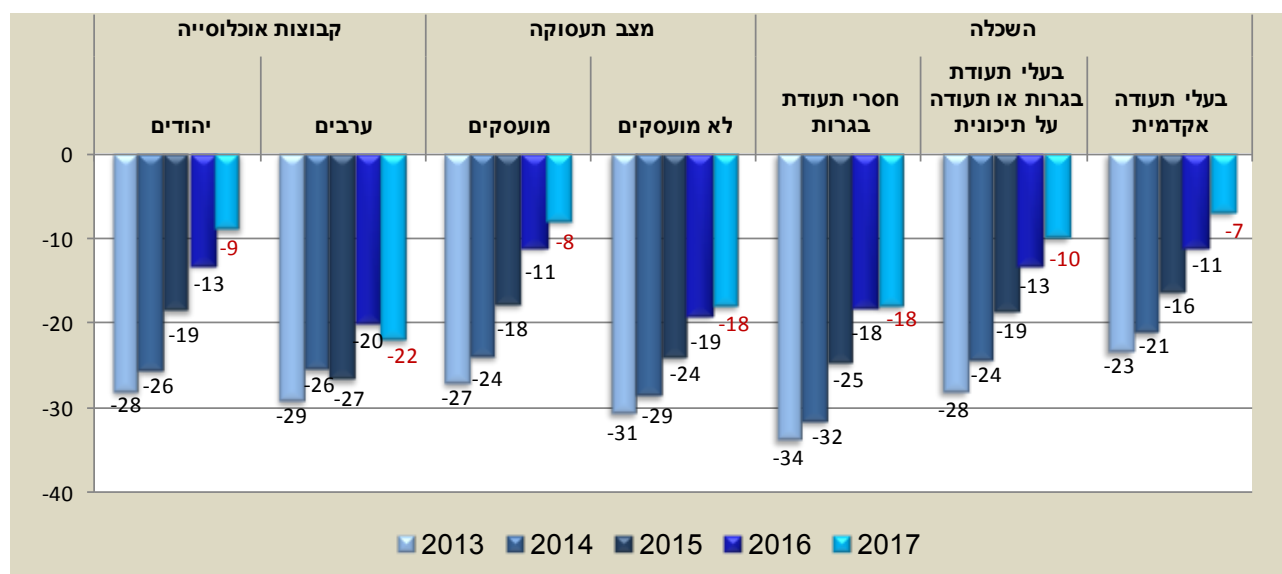
מניתוח לאורך התקופה שבין 2013 ל-2017, ניכר כי השיפור במדד אמון הצרכנים משקף שיפור בקרב כל הקבוצות שנבחנו. אצל היהודים עלה ערך המדד מ-28% ב-2013 ל-9% ב-2017; אצל הערבים השיפור היה מתון יותר: מ-29% ל-22%, בהתאמה; אצל המועסקים עלה ערך המדד מ-27% ב-2013 ל-8% ב-2017, ואצל הלא מועסקים, שהיו פסימיים יותר לאורך השנים, עלה המדד מ-31% ל-18%, בהתאמה; גם בקבוצות ההשכלה ניכר שיפור במהלך התקופה, אך חסרי תעודת בגרות נותרו פסימיים יותר לאורך השנים, לעומת בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית ולעומת בעלי תעודה אקדמית.

יחד עם זאת, מהשוואת הממוצע השנתי של המדד בקרב כל הקבוצות ב-2017 לעומת 2016, עולה כי אצל הערבים, אצל הלא מועסקים ואצל חסרי תעודת הבגרות, אין שיפור בציפיות.

השיפור במדד אמון הצרכנים ב-2017 לעומת 2016 משקף, אם כן, בעיקר את השיפור בציפיות בקרב היהודים, בקרב המועסקים, בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית ובקרב בעלי תעודה אקדמית (תרשים 2).

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים לפי קבוצת אוכלוסייה, מצב תעסוקה והשכלה,

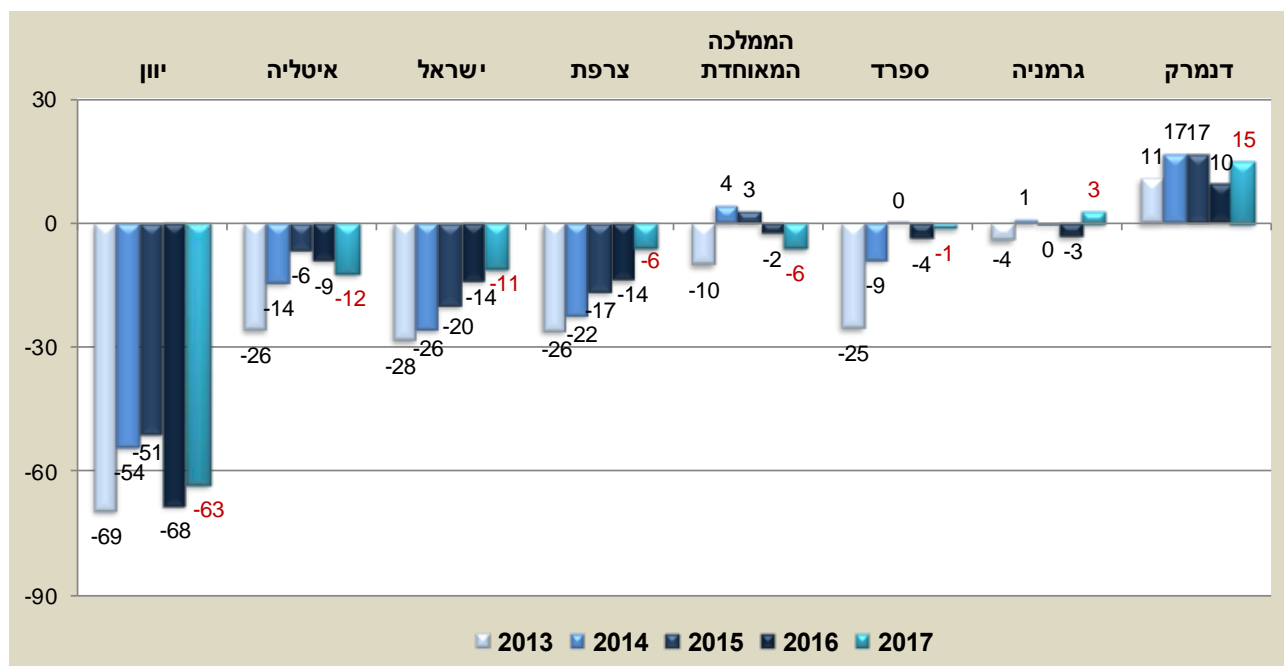
ממוצע שנתי 2013-2017, אחוזים



מדד אמון הצרכנים במדינות OECD נבחרות

מדד אמון הצרכנים נמצא במגמת שיפור, בחמש השנים האחרונות, לא רק בישראל. גם בספרד ובצרפת, ניכר שיפור בציפיות האוכלוסייה במהלך תקופה זו, על אף שערכי המדד ב-2017 עדיין מצביעים על פסימיות (ממוצע שנתי של -1% בספרד, ושל -6% בצרפת). בדנמרק שבה נצפתה אופטימיות במשך השנים, נצפה שיפור בין השנים 2016 ל-2017 (10%-ו-15%, בהתאמה). בגרמניה שבה ערך המדד ב-2016 היה דומה לערך שנמדד ב-2013 (3%-ו-4%, בהתאמה), ניכר שיפור ב-2017 והממוצע השנתי בה היה חיובי ועמד על 3%. באיטליה, הממוצע השנתי ב-2017 שעמד על -12% מצביע על שיפור לעומת 2013 (-26%). יחד עם זאת, ממוצע זה נמוך מהממוצע בשנתיים הקודמות ומצביע על מגמת החמרה קלה. בממלכה המאוחדת, הממוצע השנתי ב-2017 עמד על -6% ומצביע על מגמת החמרה שנצפתה שם מאז קיץ 2016, בעקבות ההצבעה וההיערכות לקראת הפרישה מהאיחוד האירופי (ה-Brexit). יש לציין, כי בשנים 2014 ו-2015 היה הממוצע השנתי בממלכה המאוחדת חיובי והעיד על אופטימיות זהירה. ביוון מידת הפסימיות היא הגדולה ביותר מבין המדינות המפרסמות את מדד אמון הצרכנים באתר ה-OECD. הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ביוון בשנתיים האחרונות (-63% ב-2017 ו-68% ב-2016), מצביע על מגמת החמרה, לעומת השנתיים שקדמו להן (-51% ב-2015, ו-54% ב-2014).

תרשים 3 - מדד אמון הצרכנים במדינות OECD נבחרות, ממוצע שנתי 2013-2017, אחוזים



מדד אמון הצרכנים היחסי (בישראל)

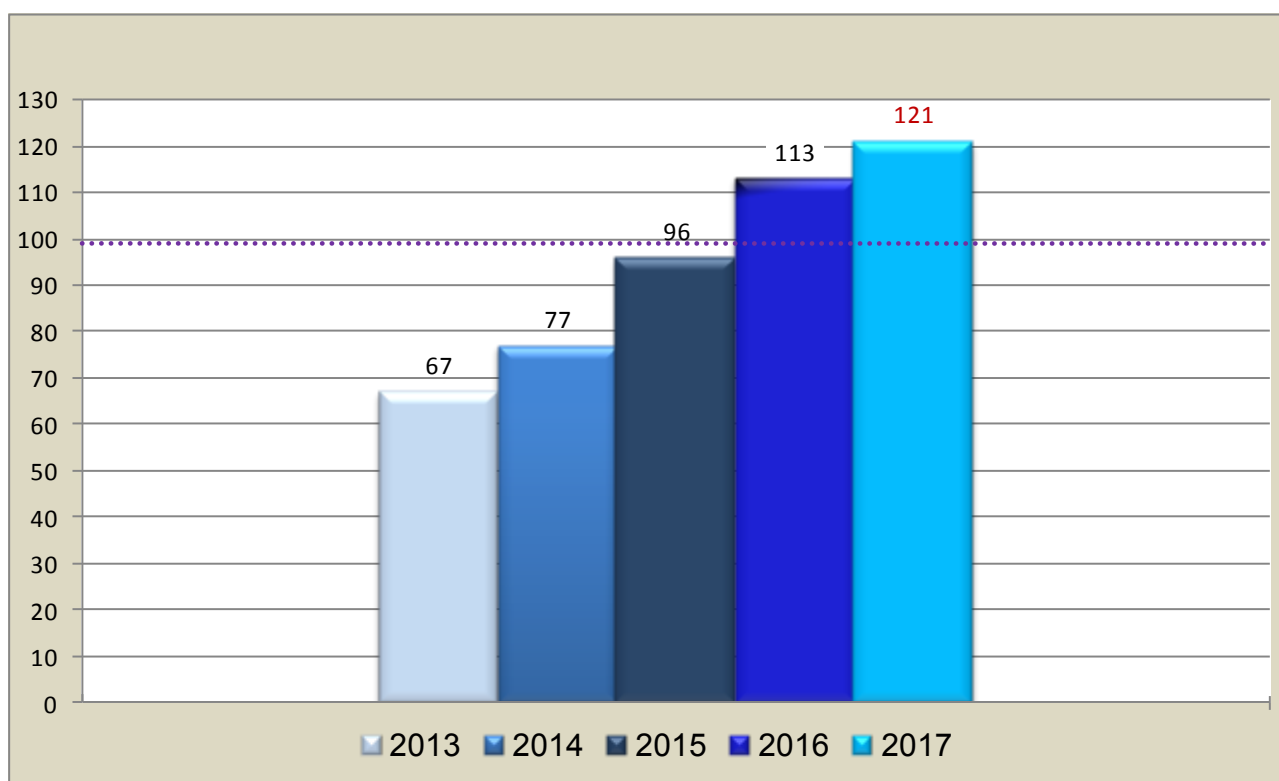
מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.¹

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.

במהלך שנת 2017 מדד אמון הצרכנים היחסי נע בטווח שבין 108 ל-128. הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים היחסי ב-2017 עמד על 121 והיה גבוה מהממוצע השנתי ב-5 השנים האחרונות (113 ב-2016, 96 ב-2015, 77 ב-2014, ו-67 ב-2013).

תרשים 4 - מדד אמון הצרכנים היחסי, ממוצע שנתי 2013 עד 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 מתוקן לקנה מידה אחיד באמצעות חישוב המבוסס על תקופת הבסיס, ומדד אמון הצרכנים היחסי מתקבל באמצעות חישוב ממוצע אומדני המאזנים המתוקנים, הכפלתו ב-10 והוספת 100.

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.

[להסברים נוספים](#)