

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, א' באלול, התשע"ח
12 באוגוסט 2018
234/2018

סקר אמון הצרכנים - יולי 2018
מדד אמון הצרכנים עומד בחודש יולי על -8%
מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 130 (מוצע 3/2011 עד 2/2012=100)
Consumer Confidence Survey - July 2018
The Consumer Confidence Indicator amounted to -8% in July
Consumer Confidence Index amounted to 130 (average 3/2011 to 2/2012=100)

- ✳ **מדד אמון הצרכנים ביולי עומד על -8% (ביולי -9%).**
- ✳ **בקרב משקי הבית: המאזן לגבי ציפיות לחיסכון בשנה הקרובה הוא שלילי (-15%) ומעיד על פסימיות. לעומת זאת, מאזן הציפיות לשינוי במצב הכלכלי בשנה הקרובה הוא חיובי מאז נובמבר 2015, ומעיד על אופטימיות זהירה (5%).**
- ✳ **בעלי השכלה נמוכה פסימיים יותר מאשר בעלי השכלה גבוהה.**
- ✳ **בקרב האוכלוסייה הערבית עומד ערך המדד על -27% ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת האוכלוסייה היהודית¹, שאצלה ערך המדד הוא -4%.**
- ✳ **במרבית מדינות אירופה ניתן להבחין בהתייצבות של צפיות הצרכנים. בממלכה המאוחדת ערך מדד אמון הצרכנים הוא שלילי החל מקיץ 2016. במדינות סקנדינביה ערך המדד מוסיף להיות חיובי ביולי 2018 כמו בשנים הקודמות.**
- ✳ **ביולי 2018 עומד מדד אמון הצרכנים בישראל על 130 (ביולי 129).**

[לנתוני התרשימים](#)

[הגדרות והסברים](#)

הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) החלה לבצע בחודש מרץ 2011, סקר חודשי שוטף - "סקר אמון צרכנים" ("Consumer Confidence Survey"). סקר זה, המתבצע בקרב אוכלוסיית בני 16 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**

¹ כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

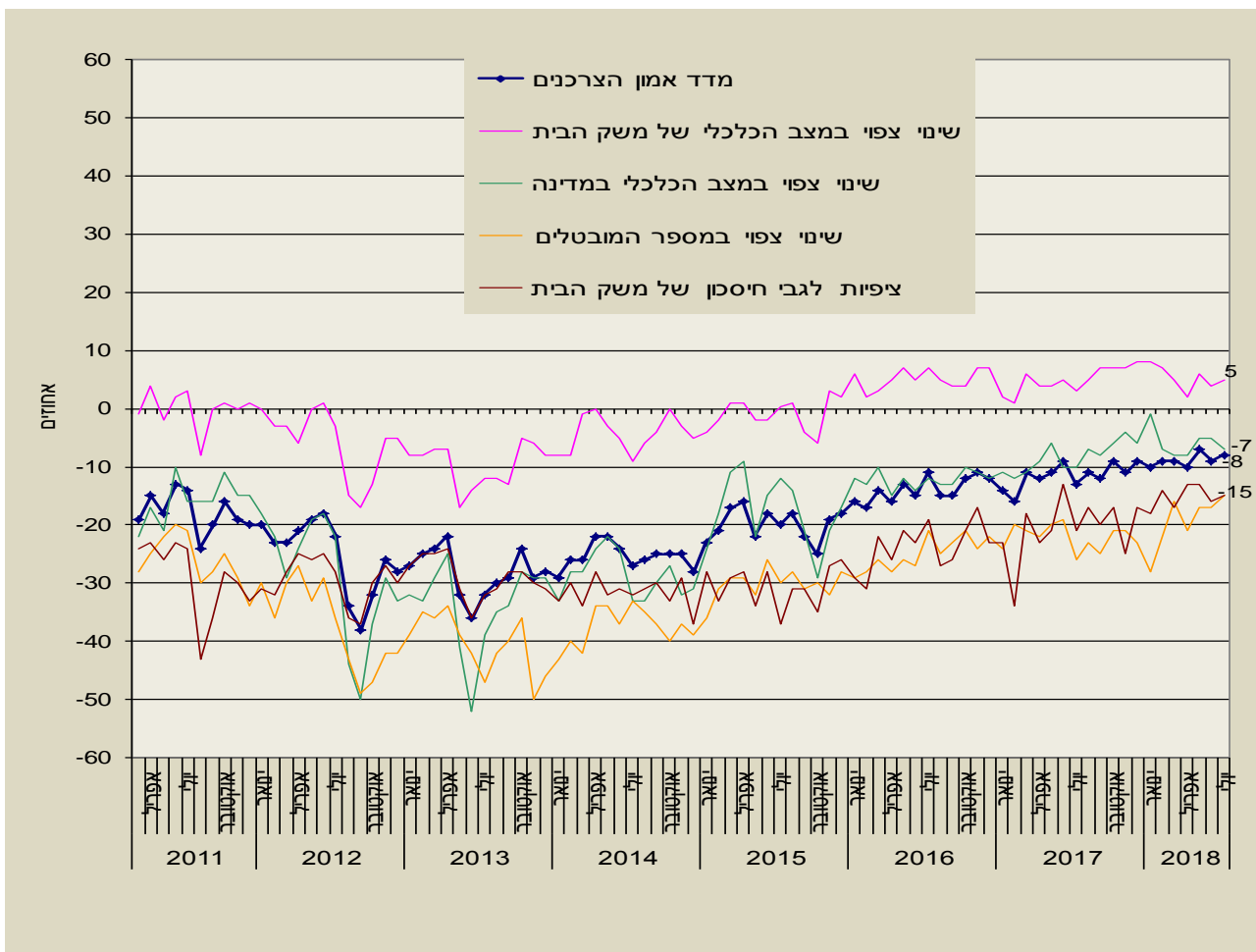
פסימיות רבה יותר. כאשר המדד קרוב לאפס, מדובר בהיעדר ציפיות לשינוי במצב הקיים. המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה. הודות לכך, מתאפשרת השוואה של מדד אמון הצרכנים בין המדינות החברות בארגון.

מדד אמון הצרכנים ביולי 2018 עומד על -8% (ביוני -9%). זאת בהמשך למגמת העלייה שמאפיינת את המדד מאז יוני 2013 (אז עמד ערך המדד על -36%). למגמת העלייה תורמים בעיקר שני מאזנים: המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית והמאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של המדינה.

בקרב משקי הבית: המאזן לגבי ציפיות לחיסכון בשנה הקרובה הוא שלילי (-15%) ומעיד על פסימיות. לעומת זאת, מאזן הציפיות לשינוי במצב הכלכלי בשנה הקרובה הוא חיובי מאז נובמבר 2015, ומעיד על אופטימיות זהירה (5%).

ערכו של המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה שעומד על -7%, מעיד על מגמת שיפור בציפיות הפרטים לעומת יוני 2013, אז עמד על -52%.

תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו מתוך סקר אמון הצרכנים, מרץ 2011 - יולי 2018



אמון הצרכנים ביולי 2018, לפי רמת השכלה וקבוצת אוכלוסייה

✿ בקרב **חסרי תעודת בגרות** עומד ערך המדד על 17%- ומצביע על פסימיות רבה יותר, הן לעומת בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית, והן לעומת בעלי תעודה אקדמית, שאצלם ערך המדד הוא 7%- ו-2%- , בהתאמה.

✿ בקרב **האוכלוסייה הערבית** עומד ערך המדד על 27%- ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת האוכלוסייה היהודית², שאצלה ערך המדד הוא 4%-.

מדד אמון הצרכנים במדינות OECD נבחרות³

במרבית מדינות ה-OECD נצפית מגמת התייצבות בציפיות הצרכנים, לאחר מגמת שיפור שחלה בשנים קודמות, מאז 2012.

בגרמניה יש התייצבות בערך המדד בשנה האחרונה, לאחר מגמת שיפור שחלה מאז פברואר 2016 (6%- לעומת 5% ביולי 2018); **באוסטריה** ערך המדד חיובי, 9% ביולי 2018, לעומת 16%- בנובמבר 2015; **בהולנד**⁴, ערך המדד מעיד על אופטימיות ועומד על 17%, במרץ 2016 עמד על 3%- . **באיטליה** חל שיפור בשנה האחרונה בערך המדד - 16% ביולי 2017, לעומת 4%- ביולי 2018; גם **ביוון** נצפה שיפור במדד אמון הצרכנים (על אף שנותר נמוך), מ-74%- במרץ 2017, ל-50%- ביולי 2018.

בצרפת, שבה נצפתה מגמת החמרה מאז חודש יוני ועד חודש אוקטובר 2017, התייצב ערך המדד בחודשים האחרונים, וביולי הוא עומד על 8%-.

בממלכה המאוחדת הייתה התייצבות של המדד מסוף שנת 2016 (לאחר מגמת ההחמרה שחלה בקיץ 2016) וביולי ערך המדד הוא 3%- . מאז קיץ 2016, ערך מדד אמון הצרכנים בממלכה המאוחדת 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.

בספרד ערך המדד יציב מאז תחילת 2015 ועומד על 1% ביולי.

במדינות הסקנדינביות **שוודיה**, **דנמרק** ו**פינלנד** ערך המדד חיובי ונע בטווח שבין 12% לבין 24%. בפינלנד ערך המדד הגבוה ביותר מבין המדינות שנבחנו, 24%. גם **בהולנד**, **בלוקסמבורג** ו**בצ'כיה** ערך המדד חיובי לרוב, בשלוש השנים האחרונות.

בישראל ערך המדד (8%-) מעיד על שיפור רב בציפיות הצרכנים מאז יוני 2013.

² כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

³ מדינות המפרסמות באתר הרשמי של הארגון; מקור הנתונים: [אתר OECD](#)

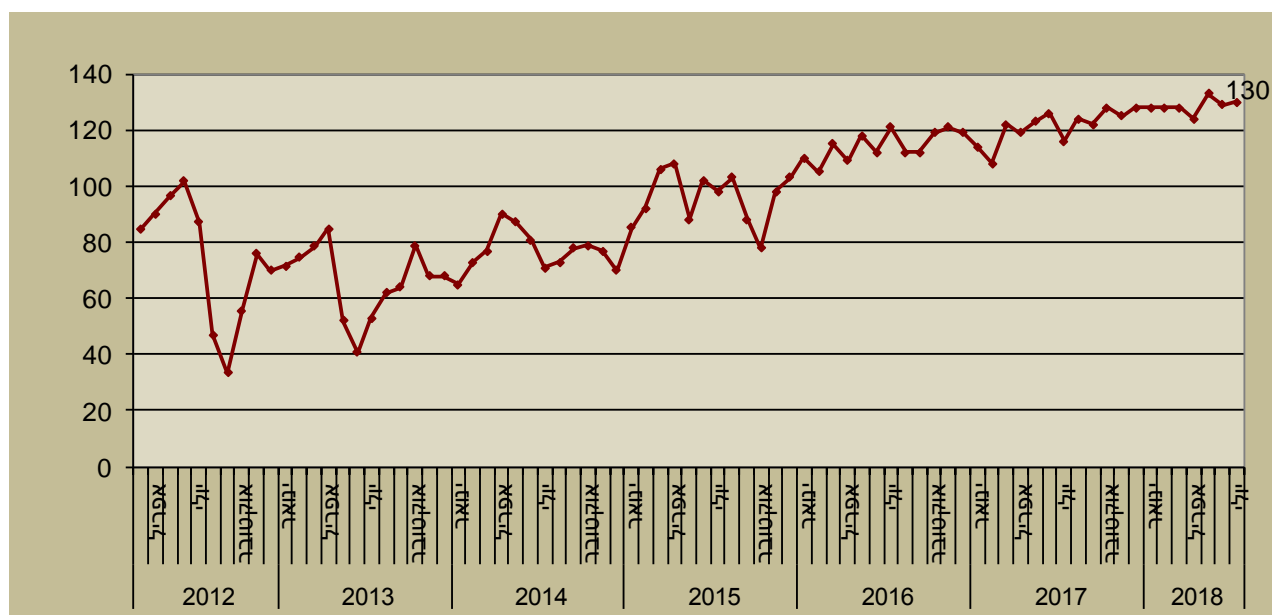
⁴ במאי ובאוגוסט 2017 נעשה שינוי בתכנון הסקר בהולנד. לפיכך, בכדי לצמצם את ההשפעה של השבר המבני, כל הסדרות ההיסטוריות של הסקר חושבו מחדש.

מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל

מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.⁵ נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים.

ביולי 2018 עומד מדד אמון הצרכנים היחסי על 130 (ביולי 2012), ונמצא במגמת עלייה מאז יוני 2013 (אז עמד על 41).

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרץ 2012 עד יולי 2018
ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100



[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

[פרטים נוספים על הסקר באתר הלמ"ס](#)

⁵ 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](#)