

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, ה' בחשון, התשע"ט
14 באוקטובר 2018
300/2018

סקר אמון הצרכנים - ספטמבר 2018
מדד אמון הצרכנים עלה בחודש ספטמבר ל-8% -
מדד אמון הצרכנים היחסי עלה ל-131 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)
Consumer Confidence Survey - September 2018
The Consumer Confidence Indicator increased to -8% in September
Consumer Confidence Index increased to 131 (average 3/2011 to 2/2012=100)

- ✳ **מדד אמון הצרכנים בספטמבר עלה ל-8%, לאחר שבאוגוסט ירד ל-13%.**
- ✳ לעליית ערך המדד החודש תורמים שני מאזנים: המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית שעלה ל-7% (באוגוסט 2%); והמאזן המתייחס לשינוי הכלכלי הצפוי במדינה שעלה ל-4% (באוגוסט 12%-).
- ✳ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על 16% - ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים שאצלם ערך המדד הוא 5%-.
- ✳ בקרב האוכלוסייה הערבית עומד ערך המדד על 24% - ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת האוכלוסייה היהודית¹, שאצלה ערך המדד הוא 5%-.
- ✳ במרבית מדינות אירופה ניתן להבחין בהתייבשות של ציפיות הצרכנים. בממלכה המאוחדת ערך מדד אמון הצרכנים הוא שלילי החל מקיץ 2016. במדינות סקנדינביה ערך המדד מוסיף להיות חיובי בספטמבר 2018 כמו בשנים הקודמות.
- ✳ **בספטמבר 2018 עלה מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל ל-131, לאחר שבאוגוסט ירד ל-116.**

לנתוני התרשימים

הגדרות והסברים

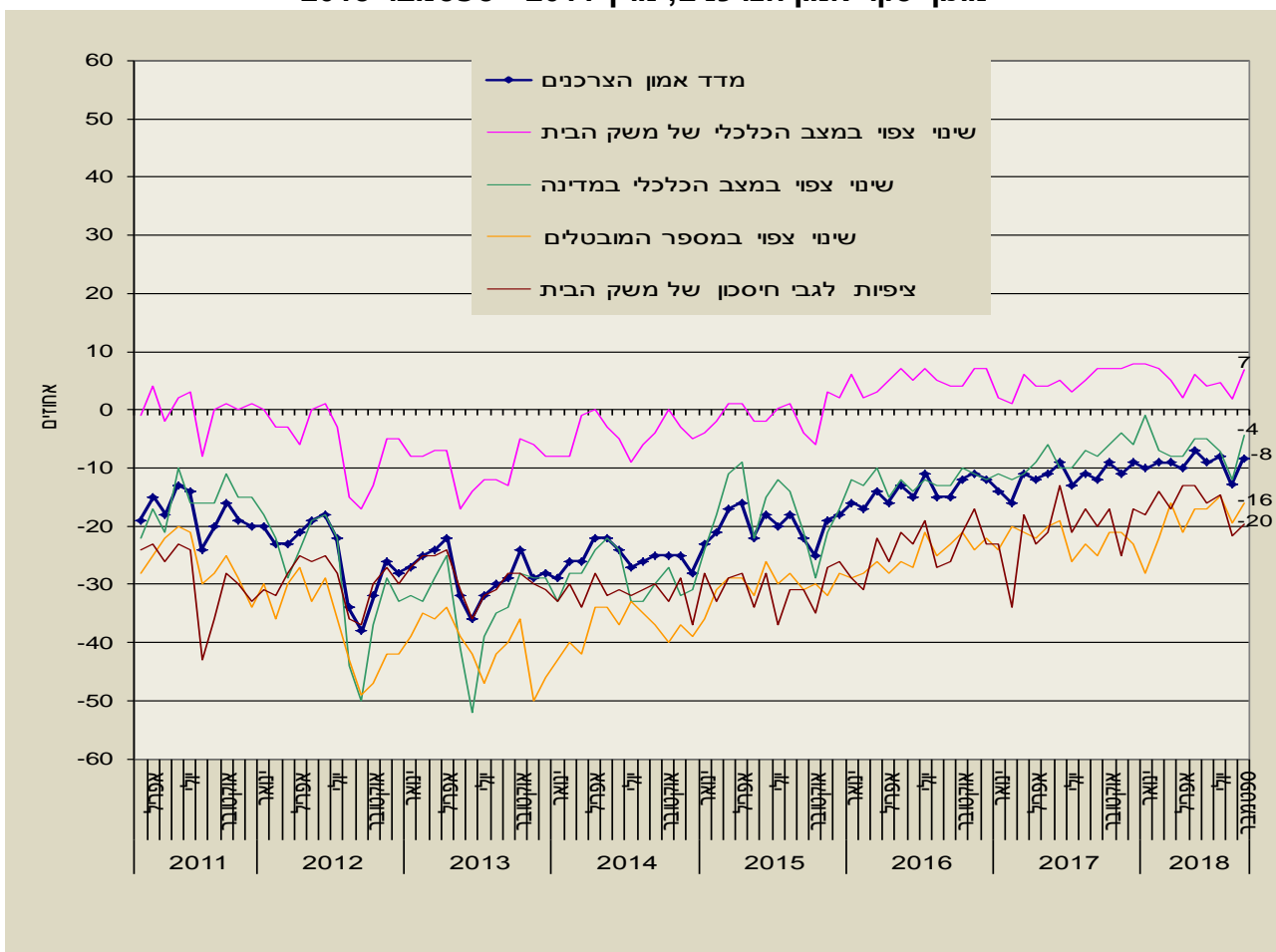
הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (הלמ"ס) החלה לבצע בחודש מרץ 2011, סקר חודשי שוטף - "סקר אמון צרכנים" ("Consumer Confidence Survey"). סקר זה, המתבצע בקרב אוכלוסיית בני 21 ומעלה, נועד לאסוף מידע על ההערכות של הפרטים לגבי השינויים הצפויים במצב הכלכלי, הערכות שעליהן מתבסס מדד אמון הצרכנים; לאסוף מידע על ציפיות לשינויים במדד המחירים לצרכן; לסייע לזהות תפניות במצב המשק לצורך מעקב אחר מחזור העסקים

¹ כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

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 בספטמבר 2018 עלה ל-8%, לאחר שבחודש אוגוסט ירד ל-13%. לעליית ערך המדד החודש תורמים שני מאזנים: המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית שעלה ל-7% (באוגוסט 2%); והמאזן המתייחס לשינוי הכלכלי הצפוי במדינה שעלה ל-4% (באוגוסט -12%). המאזן לגבי ציפיות לחיסכון בשנה הקרובה הוא שלילי ומעיד על פסימיות (-20%).

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



אמון הצרכנים בספטמבר 2018, לפי מצב תעסוקה וקבוצת אוכלוסייה

✿ בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על 16% - ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת המועסקים שאצלם ערך המדד הוא 5%.

✿ בקרב האוכלוסייה הערבית עומד ערך המדד על 24% - ומצביע על פסימיות רבה יותר לעומת האוכלוסייה היהודית², שאצלה ערך המדד הוא 5%.

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% בספטמבר 2018); באוסטריה ערך המדד חיובי, 10% בספטמבר 2018, לעומת 16% - בנובמבר 2015; בהולנד⁴, ערך המדד מעיד על אופטימיות ועומד על 15%, במרץ 2016 עמד על 3%-; באיטליה חלה התייצבות בערך המדד בשנה האחרונה, 6%- בספטמבר 2018; גם ביוון נצפה שיפור במדד אמון הצרכנים (על אף שנותר נמוך), מ-74% - במרץ 2017, ל-45% בספטמבר 2018;

בצרפת נצפתה החמרה מאז חודש נובמבר 2017 (3%-), ובספטמבר עומד ערך המדד על 13%-.

בספרד נצפית מגמת החמרה ובחודש ספטמבר עומד ערך המדד על 8%- לאחר שבינוני היה חיובי (2%).

בממלכה המאוחדת הייתה התייצבות של המדד מסוף שנת 2016 (לאחר מגמת החמרה שחלה בקיץ 2016) ובספטמבר ערך המדד הוא 6%- 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.

במדינות הסקנדינביות שוודיה, דנמרק ופינלנד ערך המדד חיובי ונע בטווח שבין 16% לבין 23%. בפינלנד ערך המדד הגבוה ביותר מבין המדינות שנבחנו, 23%. גם בהולנד, בלוקסמבורג ובצ'כיה ערך המדד חיובי לרוב, בשלוש השנים האחרונות.

בישראל עלה ערך המדד בספטמבר ל-8%-.

² כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

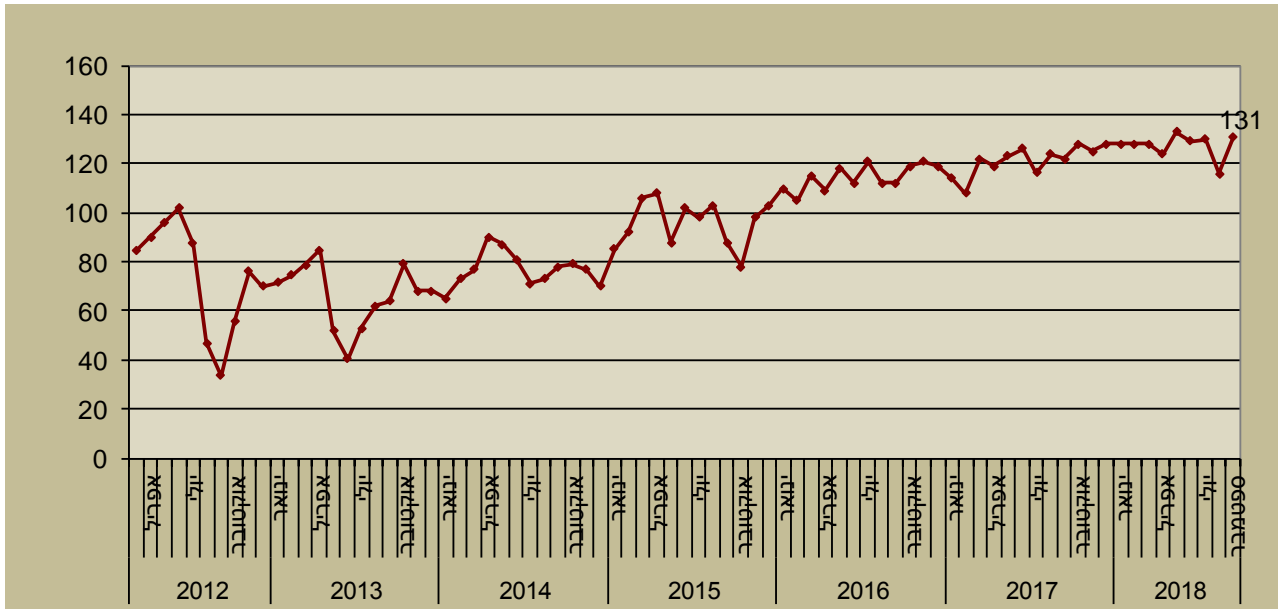
³ מדינות המפרסמות באתר הרשמי של הארגון. מקור הנתונים: אתר OECD

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, 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.

בספטמבר 2018 עלה מדד אמון הצרכנים היחסי ל-131, לאחר שבאוגוסט ירד ל-116.

תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים היחסי, מרץ 2012 עד ספטמבר 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](#)