

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, י"ח בסיוון, התש"ף
10 ביוני, 2020
163/2020

מדד אמון צרכנים - מאי 2020

על רקע משבר הקורונה: מדד אמון הצרכנים החדש¹ עלה ל-14%
מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עלה ל-98 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

Consumer Confidence Indicator - May 2020

In Light of the Coronavirus Crisis

The New Consumer Confidence Indicator Increased to -14%

The New Consumer Confidence Index Increased to 98

(average 3/2011 to 2/2012=100)

במאי 2020 מדד אמון הצרכנים החדש עלה ל-14%, לאחר הירידה החדה בערכו בחודשים

מרץ (-22%) ואפריל (-31%).

שיפור ניכר חל בשניים מתוך ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד: המאזן המתייחס לשינוי

הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה עלה ל-13%, לאחר ירידות חדות במרץ (-45%)

ובאפריל (-54%); והמאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה

שעלה לערך חיובי של 5%, לאחר שצנח וקיבל ערכים שליליים בחודשים מרץ (-15%) ואפריל

(-19%).

במאי 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עלה ל-98, לאחר הירידה החדה בערכו בחודשים

מרץ (63) ואפריל (29).

הגדרות והסברים בדף הסקר באתר הלמ"ס

לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי

מדד אמון הצרכנים תחום בטווח שבין מינוס 100 לבין פלוס 100. ככל שערך המדד קרוב יותר לגבול

העליון, כך הוא מעיד על אופטימיות גדולה יותר בקרב הפרטים, וככל שערך המדד קרוב יותר לגבול

התחתון, כך הוא מעיד על פסימיות רבה יותר. מדד קרוב לאפס מצביע על היעדר ציפיות לשינוי במצב

הקיים. המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה.

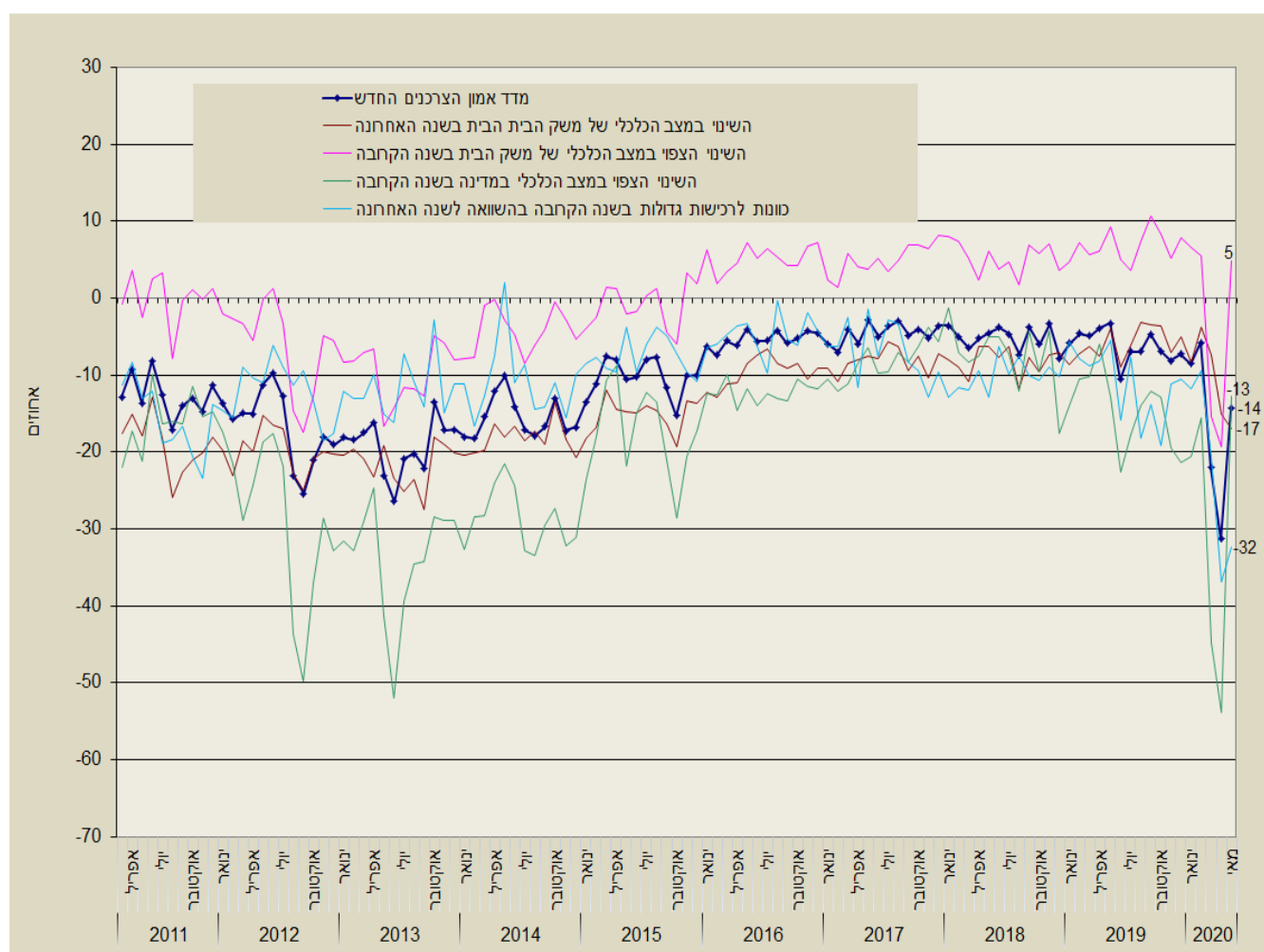
¹ החל מינואר 2019 נקבע מדד אמון צרכנים רשמי חדש של האיחוד האירופי שמחליף את המדד שהיה קיים עד אז. מדד אמון הצרכנים החדש, הוא ממוצע של ארבעת המאזנים המתוארים בפרק ההגדרות שבסוף ההודעה. מדד אמון הצרכנים היחסי החדש נגזר ממדד אמון הצרכנים החדש. בהודעה סקר אמון הצרכנים - סיכום שנתי של שנת 2019, הוצג המדד החדש לצד המדד הקודם.

במאי 2020 מדד אמון הצרכנים החדש עלה ל-14%. העלייה החדה בערכו של המדד, לאחר ירידות חדות בחודשים מרץ (-22%) ואפריל (-31%), מצביעה על כך שהציבור פחות פסימי בנוגע למצב הכלכלי של משק הבית ושל המדינה.

שיפור ניכר חל בשניים מתוך ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד: **לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה** עלה ל-13% (לאחר ירידות חדות במרץ – 45% ובאפריל – 54%); המאזן המתייחס **לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה** עלה לערך חיובי של 5% והעיד שוב על אופטימיות זהירה. זאת לאחר שצנח וקיבל ערכים שליליים בחודשים מרץ (-15%) ואפריל (-19%).

במאזן המתייחס **לכוונות של הפרטים לרכישות גדולות בשנה הקרובה בהשוואה לשנה האחרונה**, לא חל שינוי של ממש במאי – 32%, לאחר שבאפריל הוא ירד ל-37%. גם במאזן המתייחס **לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה**, לא חל שינוי של ממש במאי – 17%, לאחר שבאפריל הוא ירד ל-15%.

תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים החדש והמאזנים המרכיבים אותו, מרץ 2011 עד מאי 2020



בקרב כל הקבוצות

✳ בקרב המועסקים עלה ערך המדד ל-11% (לאחר שירד ל-32% באפריל). בקרב אלה

שאינם מועסקים עלה ערך המדד ל-18% (לאחר שירד ל-30% באפריל).

✳ עלייה בערך המדד נצפתה במאי גם בקרב רמות ההשכלה השונות: בקרב חסרי תעודת בגרות

עלה ערך המדד ל-14% (לאחר שירד ל-34% באפריל); בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה

על-תיכונית עלה ערך המדד ל-14% (לאחר שירד ל-29% באפריל); בקרב בעלי תעודה

אקדמית עלה ערך המדד ל-15% (לאחר שירד ל-31% באפריל).

✳ בקרב האוכלוסייה הערבית נצפתה עלייה בערך המדד ל-19% (לאחר שירד ל-40%-

באפריל); בקרב קבוצת האוכלוסייה היהודית², נצפתה עלייה בערך המדד ל-13% (לאחר שירד

ל-30% באפריל).

מדד אמון הצרכנים היחסי החדש

מדד אמון הצרכנים היחסי החדש נגזר ממדד אמון הצרכנים החדש. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.³ נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים.

במאי 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי עלה ל-98. העלייה החדה בערכו של המדד, לאחר הירידות

החדות בחודשים מרץ (63) ואפריל (29), מצביעה על כך שהציבור פחות פסימי בנוגע למצב הכלכלי.

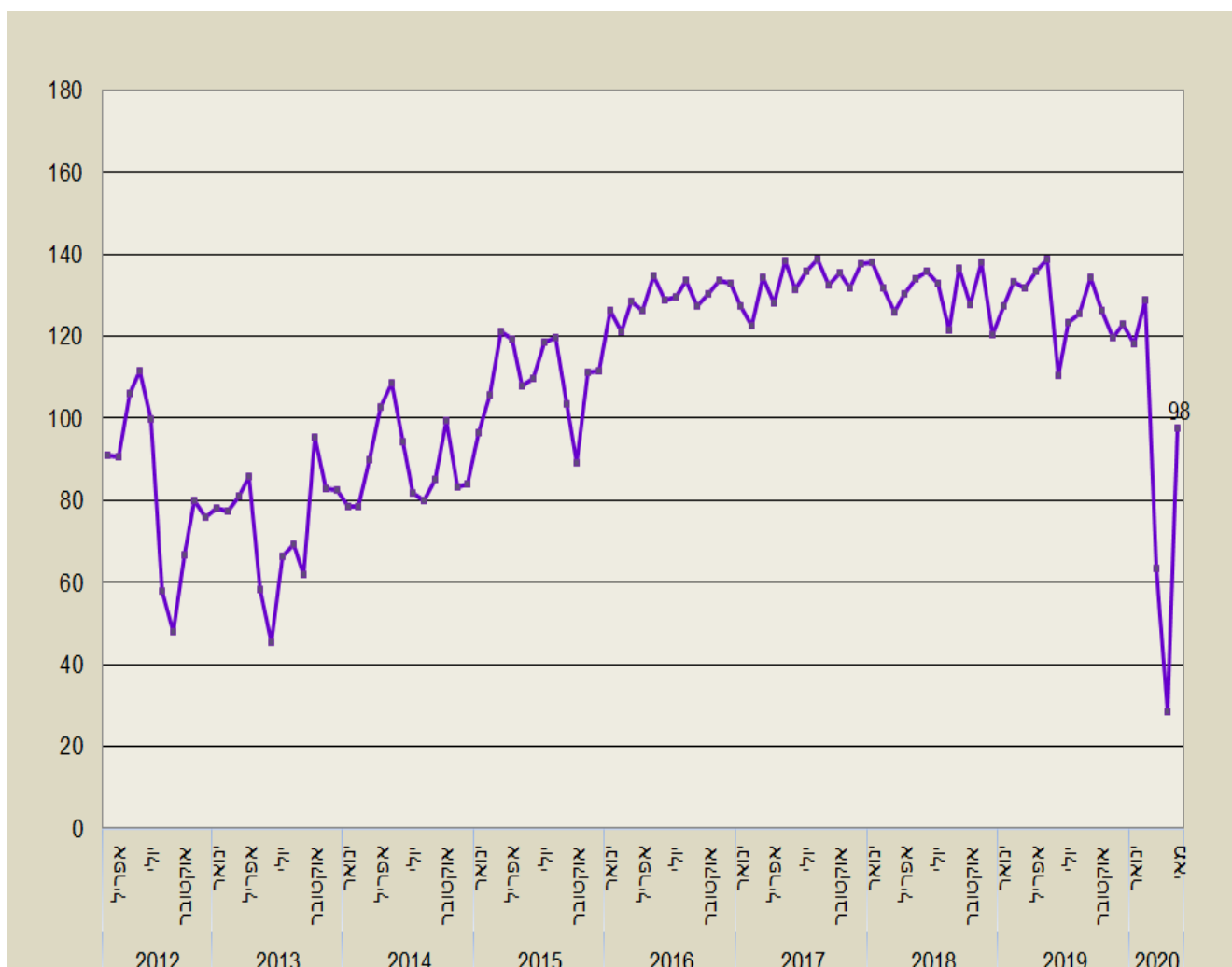
² כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

³ בכל חודש, כל אחד מארבעת אומדני המאזנים מתוקנן לקנה מידה אחיד באמצעות חישוב המבוסס על

תקופת בסיס, ומדד אמון הצרכנים היחסי החדש מתקבל באמצעות חישוב ממוצע אומדני המאזנים המתוקנים, הכפלתו ב-10 והוספת 100.

ערך של 100 מצביע על כך 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, כך האוכלוסייה פסימית יותר יחסית לתקופת הבסיס. ערכים גבוהים מ-100 מעידים על אופטימיות של האוכלוסייה, וככל שהערך גבוה יותר, כך האוכלוסייה אופטימית יותר יחסית לתקופת הבסיס.

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



בחודש מרץ 2011 החלה הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה (למ"ס) לבצע סקר **חודשי** שוטף - "סקר אמון צרכנים" (Consumer Confidence Survey).

סקר זה מתבצע בקרב בני 21 ומעלה, ולו כמה מטרות: לאסוף מידע על ההערכות של הפרטים בנוגע לשינויים הצפויים במצב הכלכלי, הערכות שעליהן מתבסס מדד אמון הצרכנים; לאסוף מידע על הערכת השינויים הצפויים במדד המחירים לצרכן; לסייע בזיהוי תפניות במצב המשק לצורך מעקב אחר מחזור העסקים; לאסוף מידע על ההערכות בנוגע לרכישות גדולות ועל השינויים הצפויים ברמת החיסכון של האוכלוסייה.

מאזן התשובות לשאלות הוא ההפרש המשוקלל בין אחוז התשובות החיוביות הצופות שיפור לבין אחוז התשובות השליליות הצופות החמרה.

חישוב המאזן אינו מביא בחשבון תשובות ניטרליות - הערכה שלא יהיה שינוי או בחירה באפשרות "לא ידוע", ומשקל הערכים הקיצוניים הוא כפול:

$$B = (PP + 0.5P) - (0.5M + MM)$$

כאשר: B - מאזן תשובות; PP - הערכה שיחול שיפור רב;

P - הערכה שיחול שיפור קל; M - הערכה שתחול החמרה קלה; MM - הערכה שתחול החמרה רבה.

מדד אמון הצרכנים החדש של ארגון ה-OECD הוא ממוצע של המאזנים (B) של התשובות לשאלות שלהלן, במשקל רבע לכל שאלה (שאלות ב ו-ג משותפות למדד שפורסם בהודעות לתקשורת עד לנתוני דצמבר 2019):

א. השינוי במצב הכלכלי של משק הבית ב-12 החודשים האחרונים

אפשרויות התשובה: השתפר מאוד / השתפר מעט / לא השתנה / החמיר מעט / החמיר מאוד

ב. השינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית ב-12 החודשים הבאים

אפשרויות התשובה: ישתפר מאוד / ישתפר מעט / לא ישתנה / יחמיר מעט / יחמיר מאוד

ג. השינוי הצפוי במצב הכלכלי בישראל ב-12 החודשים הבאים

אפשרויות התשובה: ישתפר מאוד / ישתפר מעט / לא ישתנה / יחמיר מעט / יחמיר מאוד

ד. כוונות לרכישות גדולות ב-12 החודשים הבאים בהשוואה ל-12 החודשים האחרונים

אפשרויות התשובה: הרבה יותר / מעט יותר / דומה / מעט פחות / הרבה פחות

למדד אמון הצרכנים הקודם ולמדד אמון הצרכנים החדש, יש סדרת נתונים נפרדת במאגר הנתונים החל ממרץ 2011 ועד היום. בשלב הזה נסיף לעדכן במאגר גם את נתוני מדד אמון הצרכנים הקודם מדי חודש. הדבר נכון גם לגבי מדד אמון הצרכנים היחסי החדש ולמדד אמון הצרכנים היחסי הקודם.