

מדינת ישראל

# הודעה לתקשורת

אתר: [www.cbs.gov.il](http://www.cbs.gov.il); דוא"ל: [info@cbs.gov.il](mailto:info@cbs.gov.il); פקס: 02-6521340

ירושלים, ז' באב, תשפ"ד  
11 באוגוסט, 2024  
247/2024

## מדד אמון הצרכנים בחודש יולי 2024 The Consumer Confidence Indicator for July 2024

יולי 2024

- **מדד אמון הצרכנים** עומד על **-26%**.
- בארבעת המאזנים המרכיבים את המדד לא חל שינוי משמעותי.
- ביולי 2024 **מדד אמון הצרכנים היחסי** עומד על **51**.

[להרחבה ראו מטא דאטה \(הגדרות והסברים\) בנושא אמון צרכנים](#)

[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.

כתבו איילת מזרחי ונורית דוברין, אגף מיקרו-כלכלה  
לקבלת הסברים נא לפנות למרכז למידע סטטיסטי 02-6592666  
או באמצעות [טופס פנייה מקוון](#)

## מגמות במדד אמון הצרכנים החודשי עד יולי 2024

מחודש מרץ 2020 עד חודש אוקטובר 2020, על רקע משבר הקורונה והשינויים הן במצב התחלואה והן בהחלת ההגבלות וההקלות על המשק, ניתן להבחין בתנודתיות בערכי מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו.

מנובמבר 2020 עד אפריל 2021, מדד אמון הצרכנים נמצא במגמת עלייה. באוגוסט 2021 בצל העלייה בנתוני התחלואה והחלה של שורת הגבלות ירד המדד ל-15%; בספטמבר עלה המדד ל-7%, ובנובמבר ירד המדד ל-13% והצביע על החמרה בציפיות.

בינואר 2022 המדד ירד ל-18%, במרץ עמד המדד על 19%- ללא שינוי משמעותי מפברואר. באפריל ובמאי המדד עמד על 17%- ועל 14%-, בהתאמה. ביוני הוא ירד ל-21%, וביולי עמד על 23%- באוגוסט עלה המדד ל-19%. בספטמבר ובאוקטובר המדד עמד על 21%- ועל 19%-, בהתאמה. בנובמבר, מדד אמון הצרכנים עלה ל-15%, ובדצמבר עמד המדד על 17%-, ללא שינוי משמעותי מנובמבר.

בינואר 2023 מדד אמון הצרכנים עמד על 21%. בפברואר ובמרץ המדד עמד על 17%- ועל 20%-, בהתאמה. באפריל ובמאי המדד עמד על 19%- ועל 18%-, בהתאמה. ביוני מדד אמון הצרכנים עמד על 21%-, וביולי עמד על 18%. באוגוסט ובספטמבר המדד עמד על 20%- ועל 18%-, בהתאמה.

ב-7 באוקטובר 2023 פרצה מלחמת חרבות ברזל, בעקבות האירועים הקשים ביישובי עוטף עזה<sup>1</sup>. באוקטובר מדד אמון הצרכנים ירד ל-24%, בנובמבר ירד ל-29% ובדצמבר המדד עלה ל-25%. בינואר 2024 מדד אמון הצרכנים עמד על 28%. בפברואר ובמרץ המדד עמד על 27%- ועל 25%-, בהתאמה. באפריל, המדד עלה ל-20%. במאי, המדד ירד ל-27%. ביוני, המדד עמד על 27%-.

**ביולי, מדד אמון הצרכנים עומד על 26%-. בארבעת המאזנים המרכיבים את המדד לא חל שינוי משמעותי:**

המאזן המתייחס לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה עומד על 20%-.

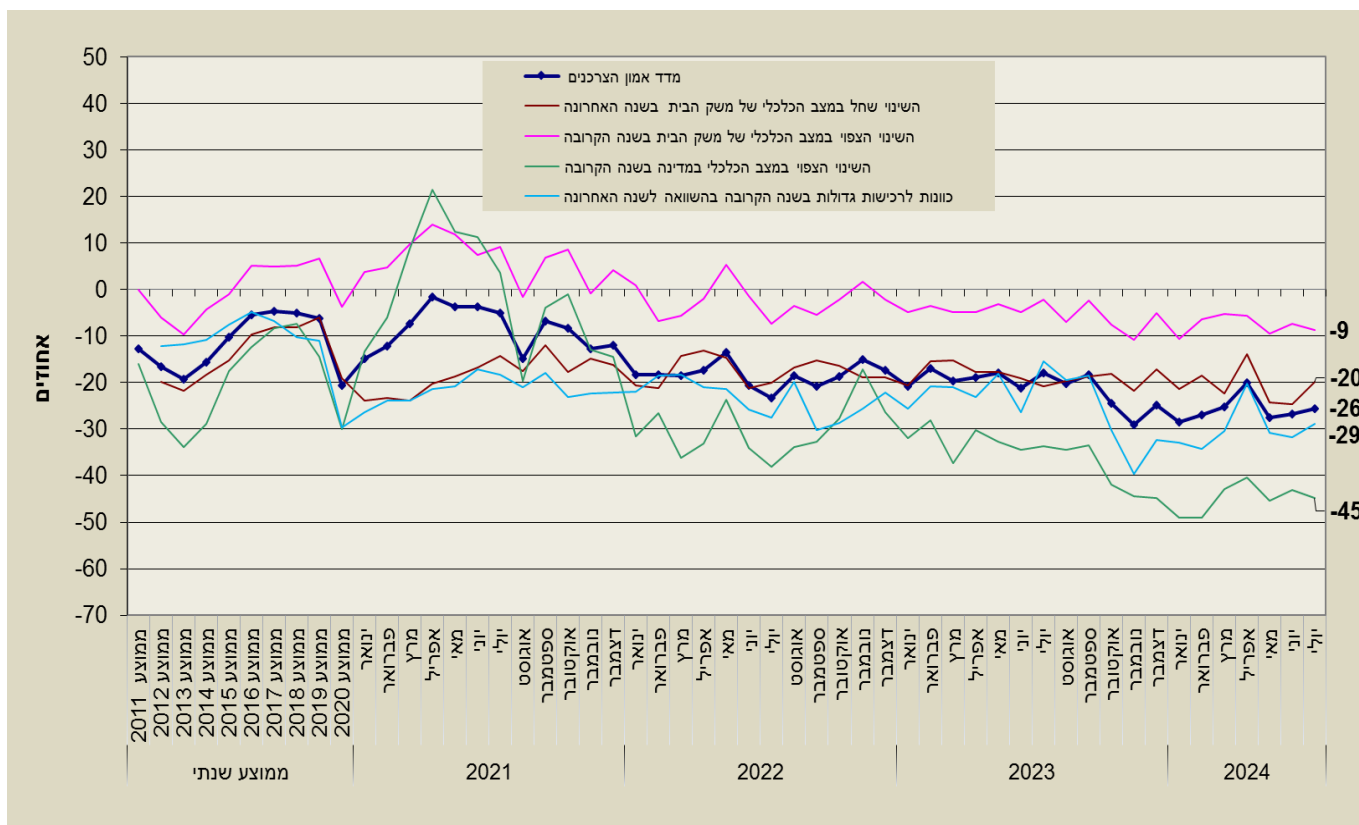
המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה עומד על 9%-.

המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה עומד על 45%-.

המאזן המתייחס לכוונות של הפרטים לרכישות גדולות בשנה הקרובה בהשוואה לשנה האחרונה עומד על 29%-.

<sup>1</sup> בשל המלחמה, ביישובים הממוקמים עד 20 ק"מ מרצועת עזה ובאופקים, איסוף הנתונים נערך באופן חלקי בחודשים אוקטובר ונובמבר 2023.

## תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, מרץ 2011 עד יולי 2024



### מדד אמון הצרכנים בחודש יולי 2024, לפי תעסוקה, קבוצת אוכלוסייה ורמת השכלה

- ✳ בקרב אלה שאינם מועסקים ערך המדד עומד על 30%-, ובקרב המועסקים ערך המדד עומד על 23%-.
- ✳ בקרב האוכלוסייה הערבית ערך המדד עומד על 39%-, והוא מצביע על פסימיות רבה יותר לעומת האוכלוסייה היהודית<sup>2</sup> שאצלה ערך המדד עומד על 22%-.
- ✳ בקרב חסרי תעודת בגרות ערך המדד עומד על 31%-, והוא מצביע על פסימיות רבה יותר לעומת בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית שאצלם המדד עומד על 21%- בקרב בעלי תעודה אקדמית – ערך המדד עומד על 25%-.

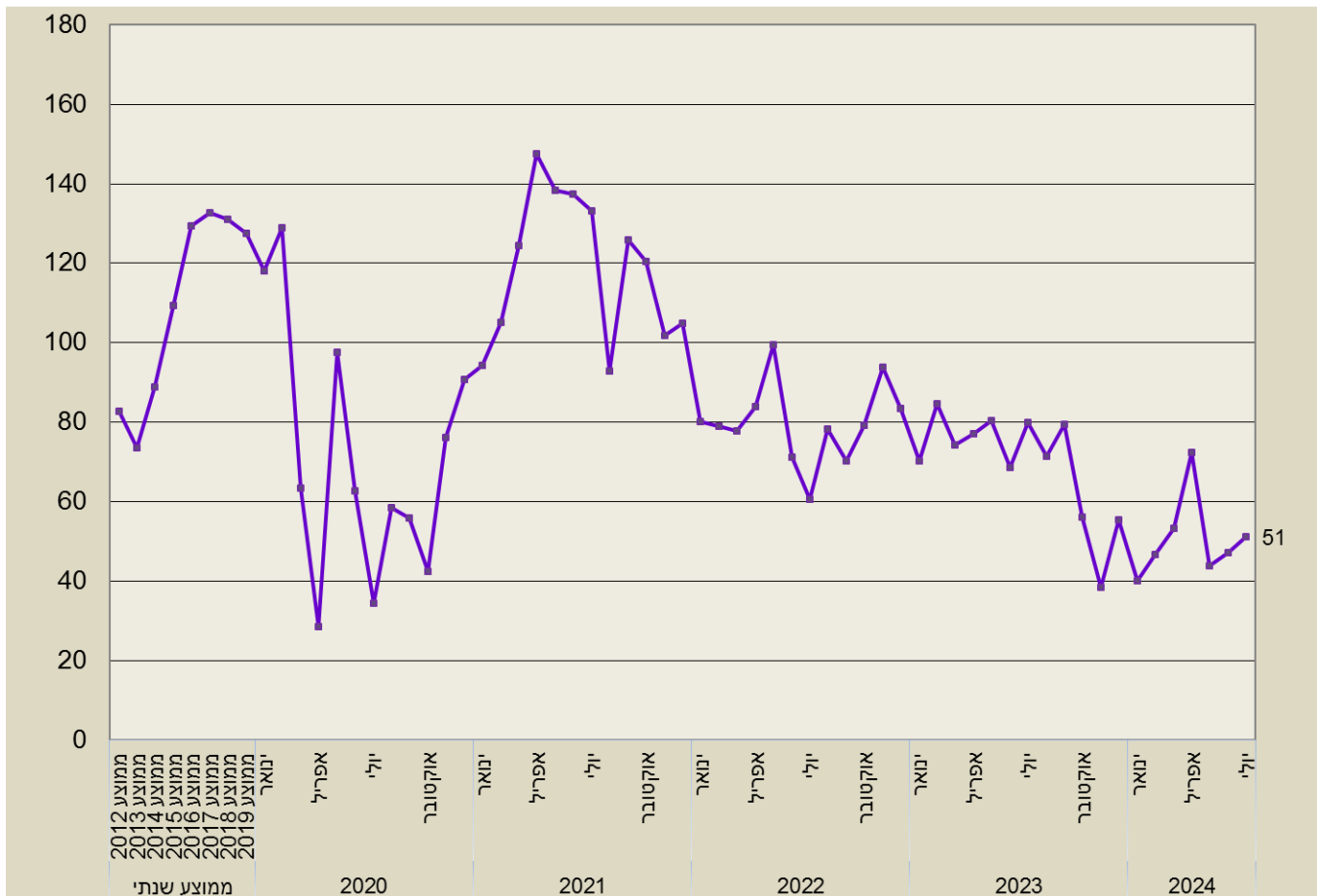
<sup>2</sup> כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

## מדד אמון הצרכנים היחסי ביולי 2024

מדד אמון הצרכנים היחסי נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס – מרץ 2011 עד פברואר 2012<sup>3</sup>. נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים.

**מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 51, ללא שינוי משמעותי ממדד חודש יוני.**

**תרשים 3 - מדד אמון הצרכנים היחסי, ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100**



<sup>3</sup> 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 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.

## הגדרות והסברים

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.

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 זה. 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.

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

- א. **השינוי שחל 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, כגון רהיטים ומוצרי חשמל, ב-12 החודשים הבאים בהשוואה ל-12 החודשים האחרונים**  
אפשרויות התשובה: הרבה יותר / מעט יותר / דומה / מעט פחות / הרבה פחות

מתודולוגיה מפורטת של הסקר אפשר לראות **בהסברים בדף הסקר באתר הלמ"ס**.

למדד אמון הצרכנים הקודם ולמדד אמון הצרכנים החדש, יש סדרת נתונים נפרדת במאגר הנתונים החל ממרץ 2011 ועד היום. בשלב הזה נוסיף 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.