

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, ט"ו בטבת, התש"ף
12 בינואר, 2020
008/2020

סקר אמון צרכנים - דצמבר 2019
מדד אמון הצרכנים עומד על -10%
מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 122 (מוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

Consumer Confidence Survey - December 2019
The Consumer Confidence Indicator amounted to -10%
Consumer Confidence Index amounted to 122 (average 3/2011 to 2/2012=100)

- ❁ **בדצמבר 2019 מדד אמון הצרכנים עומד על -10%** (בנובמבר -14%).
- ❁ ערך המדד בקרב אלה שאינם מועסקים (-23%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל המועסקים (-4%).
- ❁ ערך המדד בקרב האוכלוסייה הערבית (-20%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל קבוצת האוכלוסייה היהודית¹ (-8%).
- ❁ **בדצמבר 2019 מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל עומד על 122** (בנובמבר 113).

הגדרות והסברים בדף הסקר באתר הלמ"ס

לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי

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.

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.

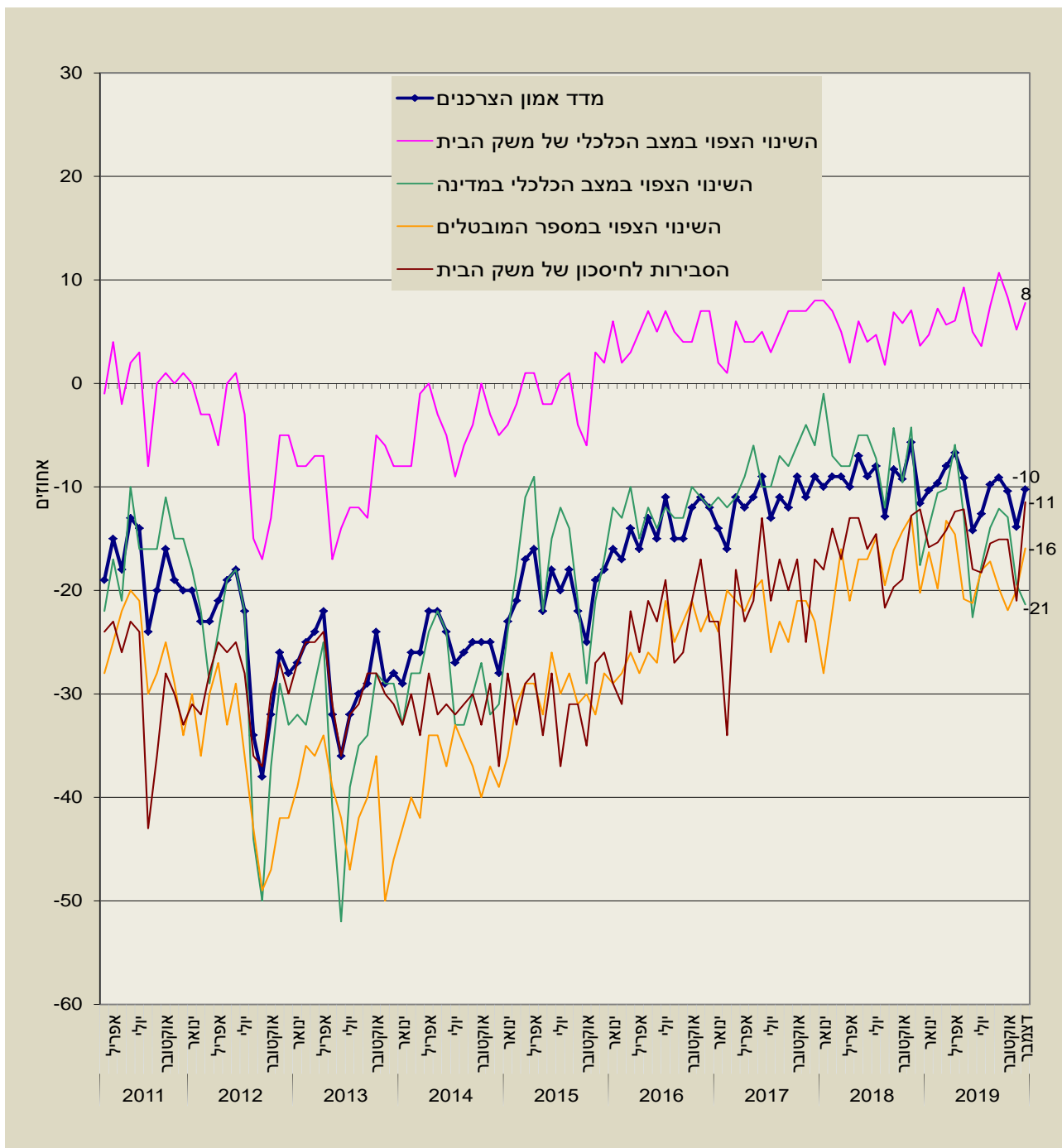
בהנחיות של ארגון ה-OECD לסקרי אמון הצרכנים חלו שינויים לאחרונה והלמ"ס נערכת לבצע אותם בחודשים הקרובים, כדי שאפשר יהיה להמשיך לערוך השוואה בין-לאומית של המדד.

¹ כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

בדצמבר 2019 מדד אמון הצרכנים עומד על 10% - (בנובמבר 14%).

בחודשים האחרונים יש מגמה של החמרה בציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה (21% - בדצמבר לעומת 12% בספטמבר). יחד עם זאת, ציפיות הצרכנים, בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה הן חיוביות מאז נובמבר 2015 ומעידות על אופטימיות זהירה (8%). יש לציין שבחודש האחרון חל שיפור גם בציפיות הצרכנים בנוגע לסבירות לחיסכון של משק הבית (11% - בדצמבר לעומת 21% - בנובמבר).

תרשים 1 - מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, מרץ 2011 עד דצמבר 2019



אמון הצרכנים בדצמבר 2019: מועסקים, בעלי השכלה גבוהה ויהודים פחות פסימיים

✿ ערך המדד בקרב אלה שאינם מועסקים (-23%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל המועסקים (-4%).

✿ ערך המדד בקרב חסרי תעודת בגרות (-15%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל בעלי תעודה אקדמית (-4%).

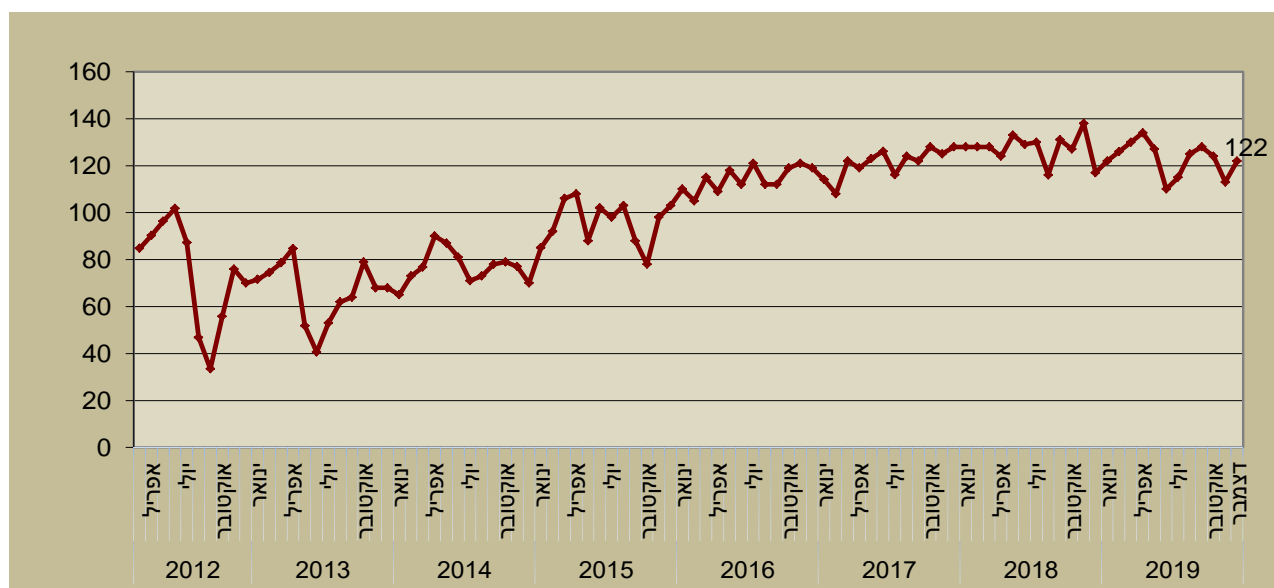
✿ ערך המדד בקרב האוכלוסייה הערבית (-20%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל קבוצת האוכלוסייה היהודית² (-8%).

מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל

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

בדצמבר 2019 מדד אמון הצרכנים היחסי עומד על 122 (בנובמבר 113).

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



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 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.

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 (Consumer Confidence Indicator) CCI: ממוצע של המאזנים (B) של התשובות לשאלות הבאות, במשקל רבע לכל שאלה:

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

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

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

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

ג. השינוי הצפוי במספר המובטלים ב-12 החודשים הבאים

אפשרויות התשובה: יעלה באופן חד / יעלה מעט / לא ישתנה / ירד מעט / ירד באופן חד

ד. הסבירות לחיסכון של משק הבית ב-12 החודשים הבאים

אפשרויות התשובה: סביר מאוד / די סביר / לא כל כך סביר / בכלל לא סביר