

# 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, ד' בשבט, תש"ף  
30 בינואר, 2020  
029/2020

**סקר אמון הצרכנים - סיכום שנתי**  
**הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ב-2019 הוא -10%**  
**בדומה לממוצע השנתי של 2018 (-9%) ובמגמת שיפור החל מ-2013**

**Consumer Confidence Survey - Annual Summary**  
**The Consumer Confidence Indicator annual average in 2019 was -10%,**  
**similar to the 2018 annual average (-9%),**  
**and has been improving since 2013**

בהודעה זו מפורסם מדד אמון הצרכנים גם [במתכונת חדשה](#) כפי שנקבע באיחוד האירופי.

## השוואה רב-שנתית, 2019-2013

- **הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ב-2019 (-10%), דומה לממוצע השנתי ב-2018 (-9%).** ערכו גבוה מהממוצע השנתי בשנים 2016-2013.
- חלה החמרה בציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה מממוצע שנתי של -7% ב-2018, ל-14% ב-2019.
- ציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית חיוביות ב-4 השנים האחרונות ומצביעות על אופטימיות זהירה.
- הממוצע השנתי של **מדד אמון הצרכנים היחסי** ב-2019 (123), נמוך מהממוצע השנתי של 2018 (127). יחד עם זאת, ערכו גבוה מהממוצע השנתי בשנים 2016-2013.

## [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. המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה.**

כתבו עידית שמחיוף ונורית דוברין, אגף מיקרו-כלכלה  
לקבלת הסברים נא לפנות למרכז למידע סטטיסטי בטל' 02-6592666

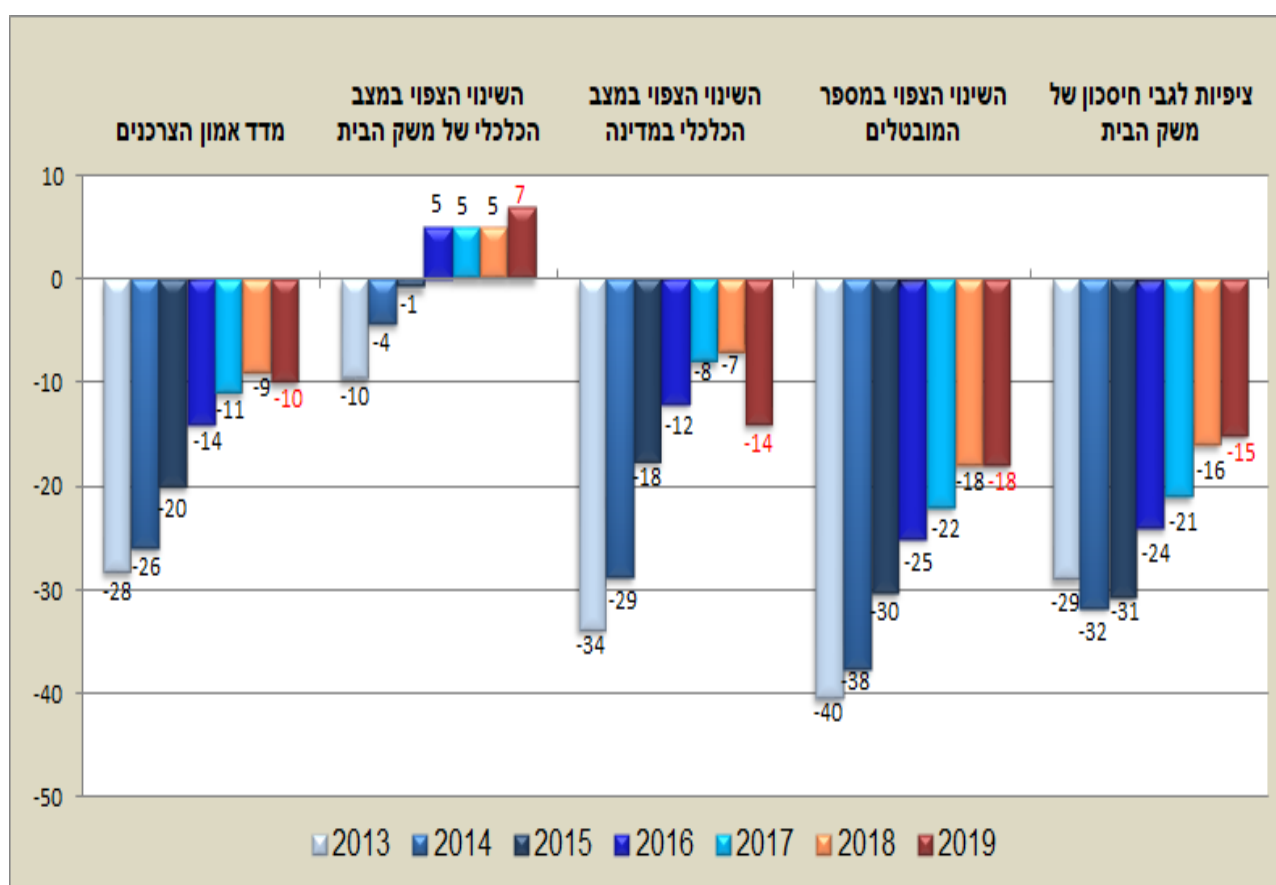
## סיכום רב-שנתי של מדד אמון הצרכנים, 2019-2013 מבוסס על ממוצע של 12 המדדים החודשיים בכל שנה

הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים ב-2019 (-10%) דומה לממוצע השנתי של המדד ב-2018 (-9%). זאת לאחר 6 שנים של עלייה בערכו, ממוצע שנתי של 28% ב-2013 לממוצע של 9% ב-2018 (תרשים 1).

בציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה חלה החמרה, ממוצע שנתי של 7% ב-2018, ל-14% ב-2019.

מנגד, חל שיפור קל בציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית (ממוצע שנתי של 7% ב-2019, לעומת 5% ב-2018). יש לציין שבארבע השנים האחרונות ציפיות הצרכנים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית הן חיוביות ומעידות על אופטימיות זהירה, לאחר שבשנים 2013-2015 הממוצע השנתי של המאזן היה שלילי והעיד על פסימיות (תרשים 1). הממוצעים השנתיים של המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במספר המובטלים והמאזן המתייחס לציפיות לגבי חיסכון של משק הבית, הם שליליים ומעידים על פסימיות. יחד עם זאת, בשניהם ניכר שיפור רב בשנים האחרונות.

### תרשים 1 – מדד אמון הצרכנים והמאזנים המרכיבים אותו, ממוצע שנתי 2013-2019, אחוזים



## קבוצת אוכלוסייה, מצב תעסוקה ורמת השכלה

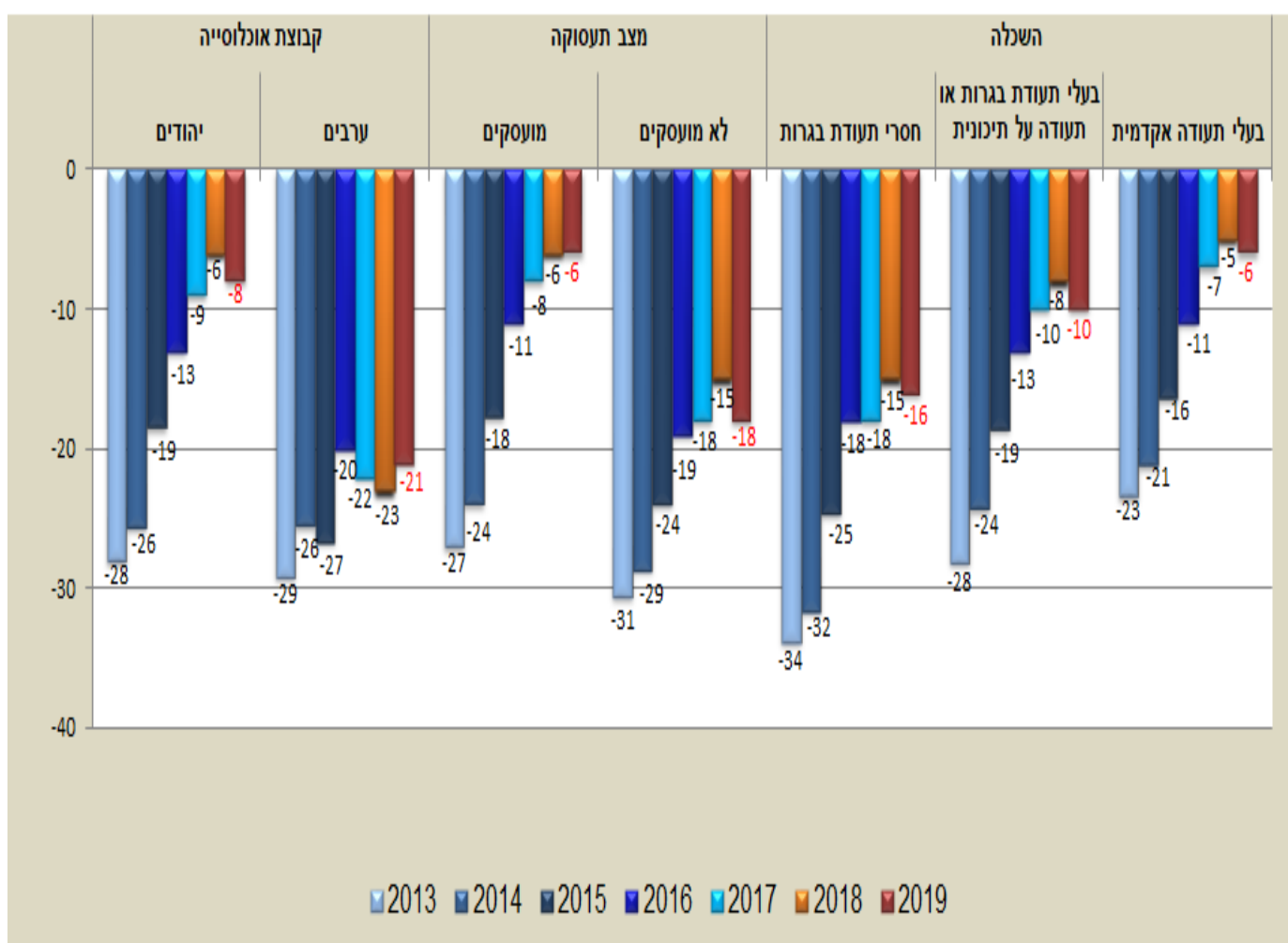
מניתוח לאורך התקופה שבין 2013 ל-2019 עולה כי מועסקים פחות פסימיים מאלה שאינם מועסקים, בעלי השכלה גבוהה פחות פסימיים מחסרי תעודת בגרות, והאוכלוסייה היהודית<sup>1</sup> פחות פסימית מהערבית.

יחד עם זאת, לאחר שש שנים שבהן חל שיפור בממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים כמעט בקרב כל הקבוצות שנבחנו, ב-2019 יש החמרה בערך המדד בקרב היהודים ובקרב אלה שאינם מועסקים.

בקרב היהודים ירד הממוצע השנתי מ-6% ב-2018 ל-8% ב-2019 (אם כי הוא עדיין גבוה מהממוצע השנתי בין השנים 2013-2017).

בקרב אלה שאינם מועסקים ירד הממוצע השנתי של המדד ל-18%, לאחר שב-2018 עמד על 15% (זהו ממוצע גבוה מהממוצע השנתי בשנים 2013-2015). אצל יתר הקבוצות שנבחנו, כמעט ולא חל שינוי בממוצע השנתי ב-2019 לעומת הממוצע השנתי של 2018. (תרשים 2).

**תרשים 2 - מדד אמון הצרכנים לפי קבוצת אוכלוסייה, מצב תעסוקה ורמת השכלה, ממוצע שנתי 2013-2019, אחוזים**



<sup>1</sup> כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

## מדד אמון הצרכנים היחסי בישראל

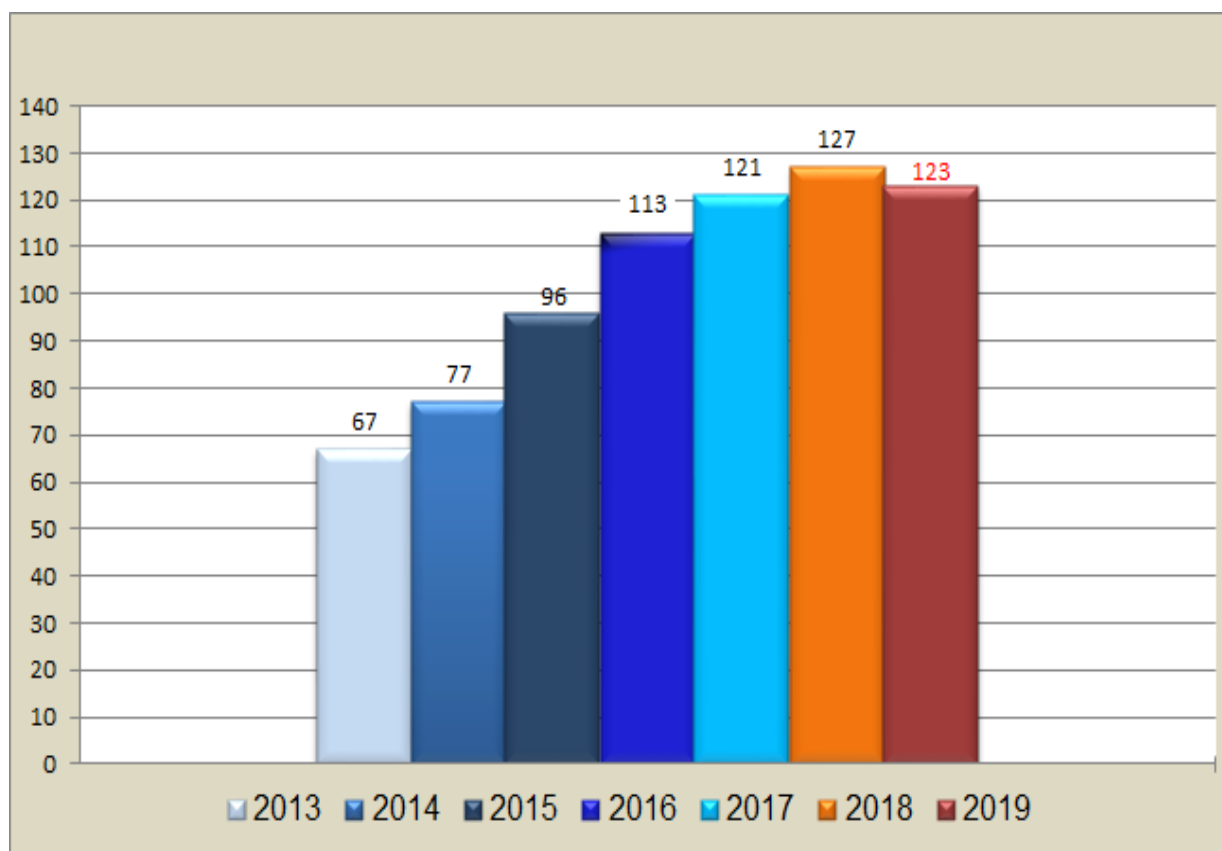
מדד אמון הצרכנים היחסי, נגזר ממדד אמון הצרכנים. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.<sup>2</sup>

נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים כמאזן משוקלל של ארבע השאלות המרכיבות אותו, ומסייעים לקריאה נוחה של השתנות המדד מחודש לחודש.

הממוצע השנתי של מדד אמון הצרכנים היחסי ב-2019 ירד ל-123, לאחר שב-2018 עמד על 127. בין השנים 2013-2018, מדד אמון הצרכנים היחסי עלה מממוצע שנתי של 67 ב-2013 לממוצע שנתי של 127 ב-2018. גם ב-2019 ערך המדד גבוה יחסית לממוצעים השנתיים שנמדדו בין השנים 2013-2016.

### תרשים 3 - מדד אמון הצרכנים היחסי, ממוצע שנתי 2013-2019

ממוצע מרץ 2011 עד פברואר 2012 = 100



<sup>2</sup> בכל חודש, כל אחד מארבעת אומדני המאזנים מתוקן לקנה מידה אחיד באמצעות חישוב המבוסס על תקופת הבסיס, ומדד אמון הצרכנים היחסי מתקבל באמצעות חישוב ממוצע אומדני המאזנים המתוקנים, הכפלתו ב-10 והוספת 100. ערך של 100, פירושו שהאוקלוסייה אינה אופטימית ואינה פסימית יחסית לתקופת הבסיס. ערכים נמוכים מ-100 מעידים על פסימיות של האוקלוסייה, וככל שהערך נמוך יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה פסימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס. ערכים גבוהים מ-100 מעידים על אופטימיות של האוקלוסייה, וככל שהערך גבוה יותר, המשמעות היא שהאוקלוסייה אופטימית יותר, יחסית לתקופת הבסיס.

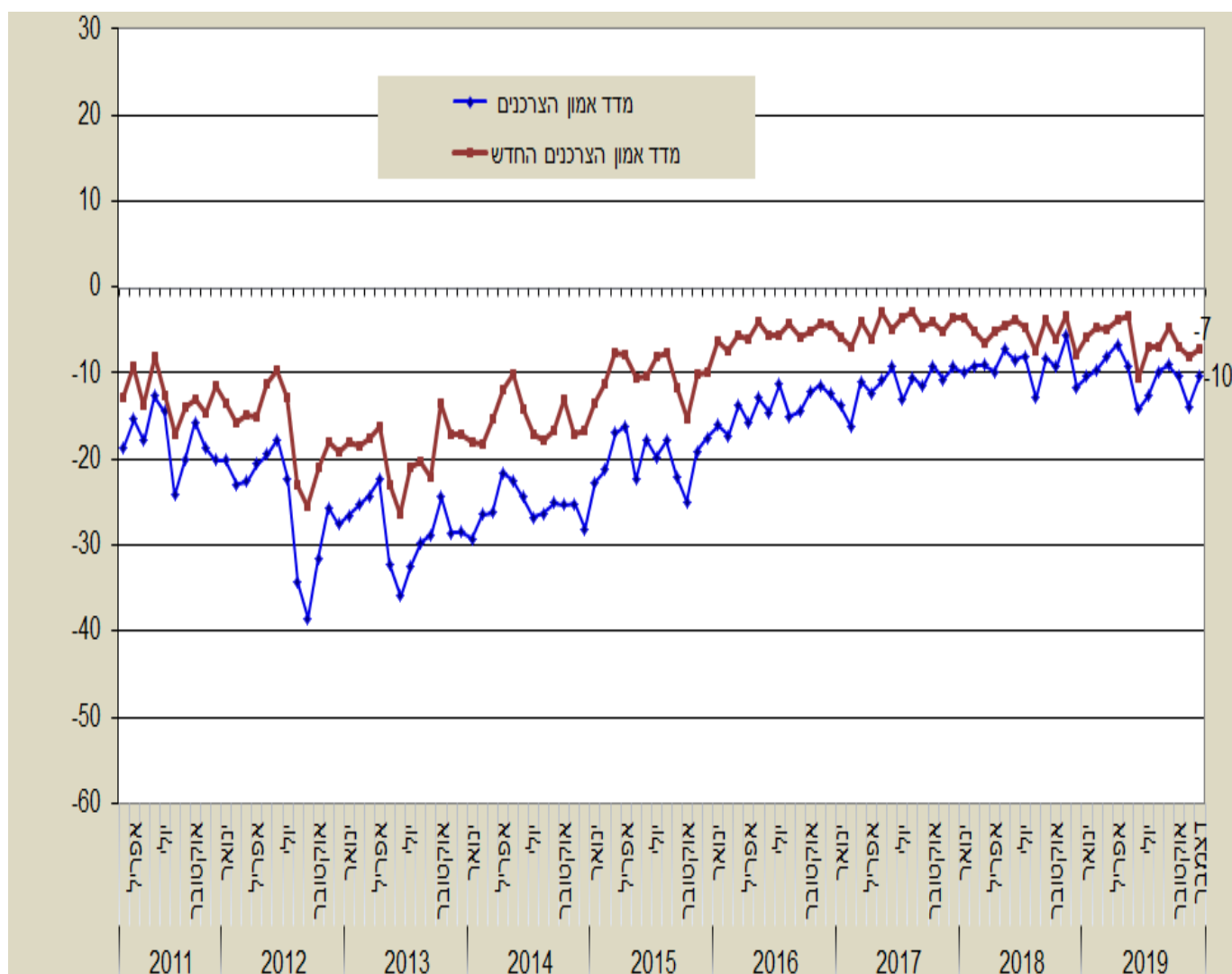
## מדד אמון הצרכנים החדש של ארגון ה-OECD

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.

בתרשים 4 מוצגים מדד אמון הצרכנים שפורסם עד כה בהודעות לתקשורת של הלמ"ס, ומדד אמון הצרכנים החדש, לכל שנות הסקר. שני המדדים מקבילים זה לזה ובעלי מגמות דומות, הערכים של מדד אמון הצרכנים החדש גבוהים יותר מהמדד שפורסם עד כה, אם כי בשנתיים האחרונות הפערים בין ערכי שני המדדים הולכים ומצטמצמים.

בדצמבר 2019 ערכו של מדד אמון הצרכנים החדש עמד על 7%-, ואילו ערכו של מדד אמון הצרכנים שפורסם עד כה עמד על 10%-.

**תרשים 4 - מדד אמון הצרכנים ומדד אמון הצרכנים החדש, מרץ 2011 עד דצמבר 2019, אחוזים**



## מדד אמון הצרכנים היחסי החדש של ארגון ה-OECD

מדד אמון הצרכנים היחסי החדש נגזר ממדד אמון הצרכנים החדש. המדד מחושב יחסית לתקופת הבסיס - מרץ 2011 עד פברואר 2012.<sup>3</sup>

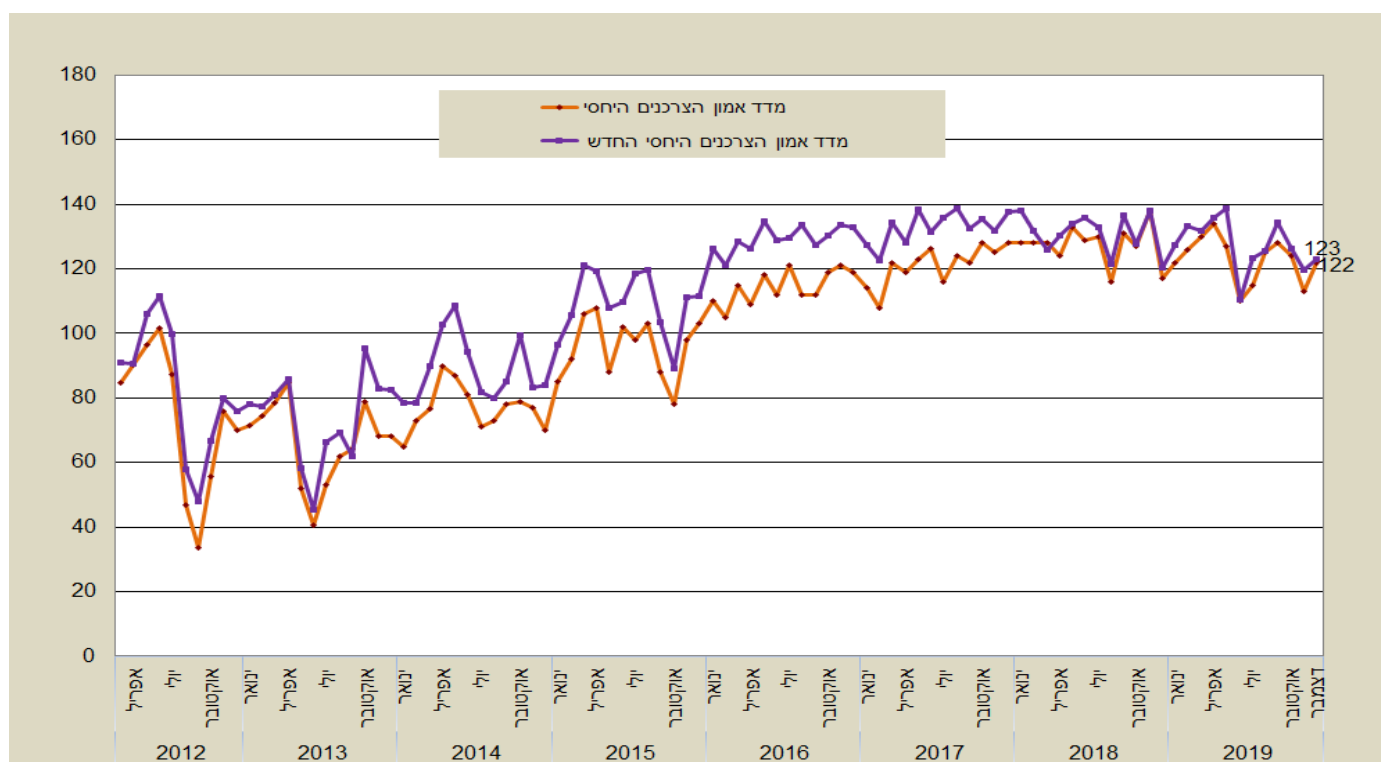
נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים כמאזן משוקלל של ארבע השאלות המרכיבות אותו, ומסייעים לקריאה נוחה של השתנות המדד מחודש לחודש.

בתרשים 5 מוצגים הן מדד אמון הצרכנים היחסי שפורסם עד כה בהודעות לתקשורת של הלמ"ס, הן מדד אמון הצרכנים היחסי החדש, לכל שנות הסקר. אפשר לראות כי שני המדדים לרוב מקבילים זה לזה ובעלי מגמות דומות; הערכים של מדד אמון הצרכנים החדש לרוב גבוהים יותר מהמדד שפורסם עד כה, אם כי בשנתיים האחרונות הפערים בין ערכי שני המדדים הולכים ומצטמצמים. בדצמבר 2019 ערכו של מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עמד על 123, ואילו ערכו של מדד אמון הצרכנים היחסי (כפי שפורסם עד כה) עמד על 122.

### תרשים 5 - מדד אמון הצרכנים היחסי ומדד אמון הצרכנים היחסי החדש,

מרץ 2012 עד דצמבר 2019

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 הבסיס, 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. 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.

**מאזן** התשובות לשאלות הוא הפרש 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:

$$B=(PP+0.5P)-(O.5M+MM)$$

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): ממוצע של המאזנים (B) של התשובות

לשאלות שלהלן, 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

**מדד אמון הצרכנים החדש של ארגון ה-OECD 2019** הוא ממוצע של המאזנים (B) של התשובות

לשאלות שלהלן, במשקל רבע לכל שאלה (שאלות ב ו-ג משותפות למדד המפורסם כיום בהודעות

לתקשורת):

**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