

# 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, י"ד באדר, התש"ף  
10 במרץ, 2020  
069/2020

## סקר אמון צרכנים - פברואר 2020

מדד אמון הצרכנים החדש<sup>1</sup> עומד על -6%

מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עומד על 129 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

### Consumer Confidence Survey - February 2020

The New Consumer Confidence Indicator amounted to -6%

The New Consumer Confidence Index amounted to 129

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

בפברואר 2020 מדד אמון הצרכנים החדש עומד על -6% (בינואר -9%).

ערך המדד בקרב האוכלוסייה הערבית (-17%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל קבוצת האוכלוסייה היהודית<sup>2</sup> (-4%).

בפברואר 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עומד על 129 (בינואר 118).

### [הגדרות והסברים בדף הסקר באתר הלמ"ס](#)

### [לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

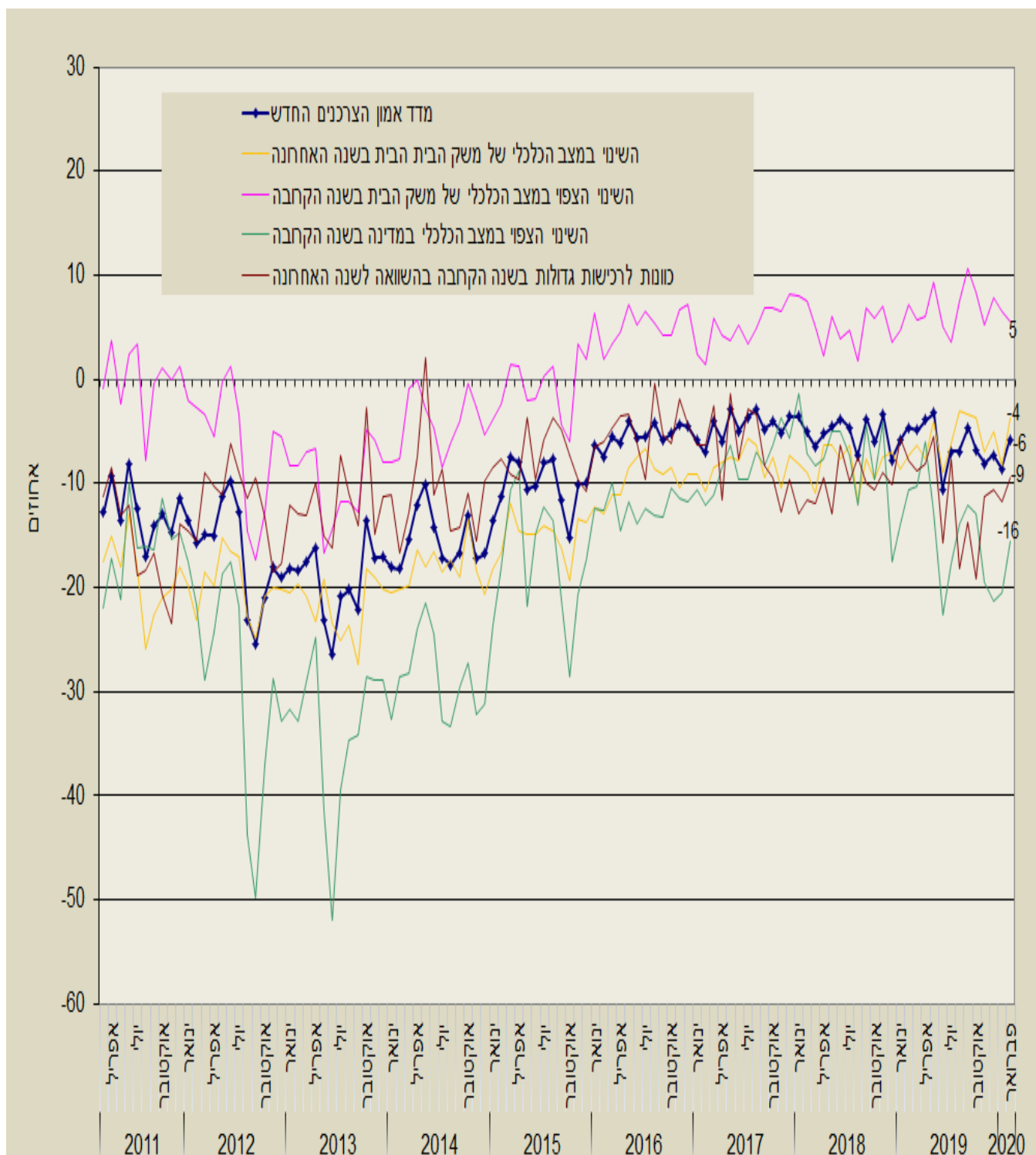
מדד אמון הצרכנים תחום בטווח שבין מינוס 100 לבין פלוס 100. ככל שערך המדד קרוב יותר לגבול העליון, כך הוא מעיד על אופטימיות גדולה יותר בקרב הפרטים, וככל שערך המדד קרוב יותר לגבול התחתון, כך הוא מעיד על פסימיות רבה יותר. מדד קרוב לאפס מצביע על היעדר ציפיות לשינוי במצב הקיים. המתודולוגיה של הסקר תואמת את ההנחיות של ארגון ה-OECD לסקרים מסוג זה.

<sup>1</sup> 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.  
<sup>2</sup> כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

**בפברואר 2020 מדד אמון הצרכנים החדש עומד על -6% (בינואר -9%).**

הערכות הפרטים בנוגע לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה הן שליליות (-4%), ואילו ציפיות הפרטים בנוגע לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה הן חיוביות מאז נובמבר 2015 ומעידות על אופטימיות זהירה (5%).

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



## אמון הצרכנים בפברואר 2020, לפי תעסוקה, רמת השכלה וקבוצת אוכלוסייה

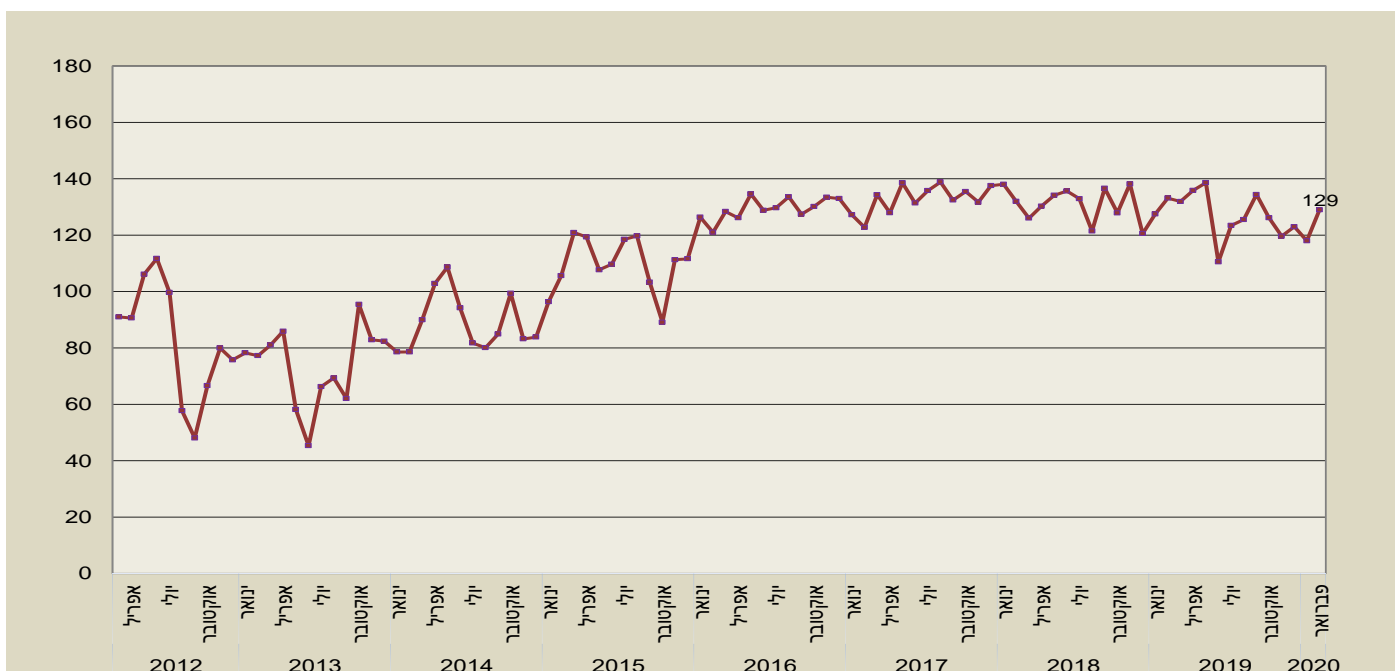
- ✿ ערך המדד בקרב אלה שאינם מועסקים עומד על 9%-; ערך המדד בקרב המועסקים עומד על 4%-.
- ✿ ערך המדד בקרב חסרי תעודת בגרות עומד על 9%-; בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית עומד המדד על 6%-; ובקרב בעלי תעודה אקדמית עומד המדד על 3%-.
- ✿ ערך המדד בקרב האוכלוסייה הערבית (-17%) מצביע על פסימיות רבה יותר משל קבוצת האוכלוסייה היהודית<sup>3</sup> (-4%).

## 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.<sup>4</sup> נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים.

בפברואר 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי החדש עומד על 129 (בינואר 118).

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



<sup>3</sup> כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

<sup>4</sup> בכל חודש, כל אחד מארבעת אומדני המאזנים מתוקן 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.

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 עד כה 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

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