

# 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, כ"ד באייר, התש"ף  
17 במאי, 2020  
139/2020

## סקר אמון צרכנים - אפריל 2020

על רקע משבר הקורונה: מדד אמון הצרכנים החדש<sup>1</sup> ירד ל-31%  
מדד אמון הצרכנים היחסי החדש ירד ל-29 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)  
Consumer Confidence Survey - April 2020

Due to the Coronavirus Crisis:  
The New Consumer Confidence Indicator decreased to -31%  
The New Consumer Confidence Index decreased to 29  
(average 3/2011 to 2/2012=100)

- באפריל 2020 מדד אמון הצרכנים החדש ירד ל-31% והגיע לערך הנמוך ביותר שלו מתחילת הסקר במרץ 2011. הירידה החדה בערכו של המדד בחודשיים האחרונים (מ-6% בפברואר, ל-22% במרץ ול-31% באפריל) מצביעה על פסימיות גוברת של הציבור בנוגע למצב הכלכלי של משק הבית ושל המדינה.
- בכל ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד חלה החמרה בחודשיים האחרונים: המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה ירד מ-16% בפברואר ל-54% באפריל; המאזן המתייחס לכוונות של הפרטים לרכישות גדולות בשנה הקרובה בהשוואה לשנה האחרונה ירד מ-9% בפברואר ל-37% באפריל; המאזן המתייחס לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה ירד מ-4% בפברואר ל-15% באפריל; והמאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה ירד מערך חיובי של 5% בפברואר ל-19% באפריל.
- באפריל 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי החדש ירד ל-29, ובכך השלים ירידה חדה של 100 נקודות מאז פברואר (129).

[הגדרות והסברים בדף הסקר באתר הלמ"ס](#)  
[לנתוני הסקר במאגר הנתונים המרכזי](#)

<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.

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.

**באפריל 2020 מדד אמון הצרכנים החדש ירד ל-31% והגיע לערך הנמוך ביותר שלו מתחילת הסקר במרץ 2011.** הירידה החדה בערכו של המדד בחודשיים האחרונים (מ-6% בפברואר, ל-22% במרץ ול-31% באפריל) מצביעה על פסימיות גוברת של הציבור בנוגע למצב הכלכלי של משק הבית ושל המדינה. הירידה משקפת את הזיקה ההדוקה בין מערכת הציפיות וההערכות הסובייקטיביות של הפרטים, לבין השינויים במצב הכלכלה הישראלית.

בכל ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד חלה החמרה בחודשיים האחרונים:

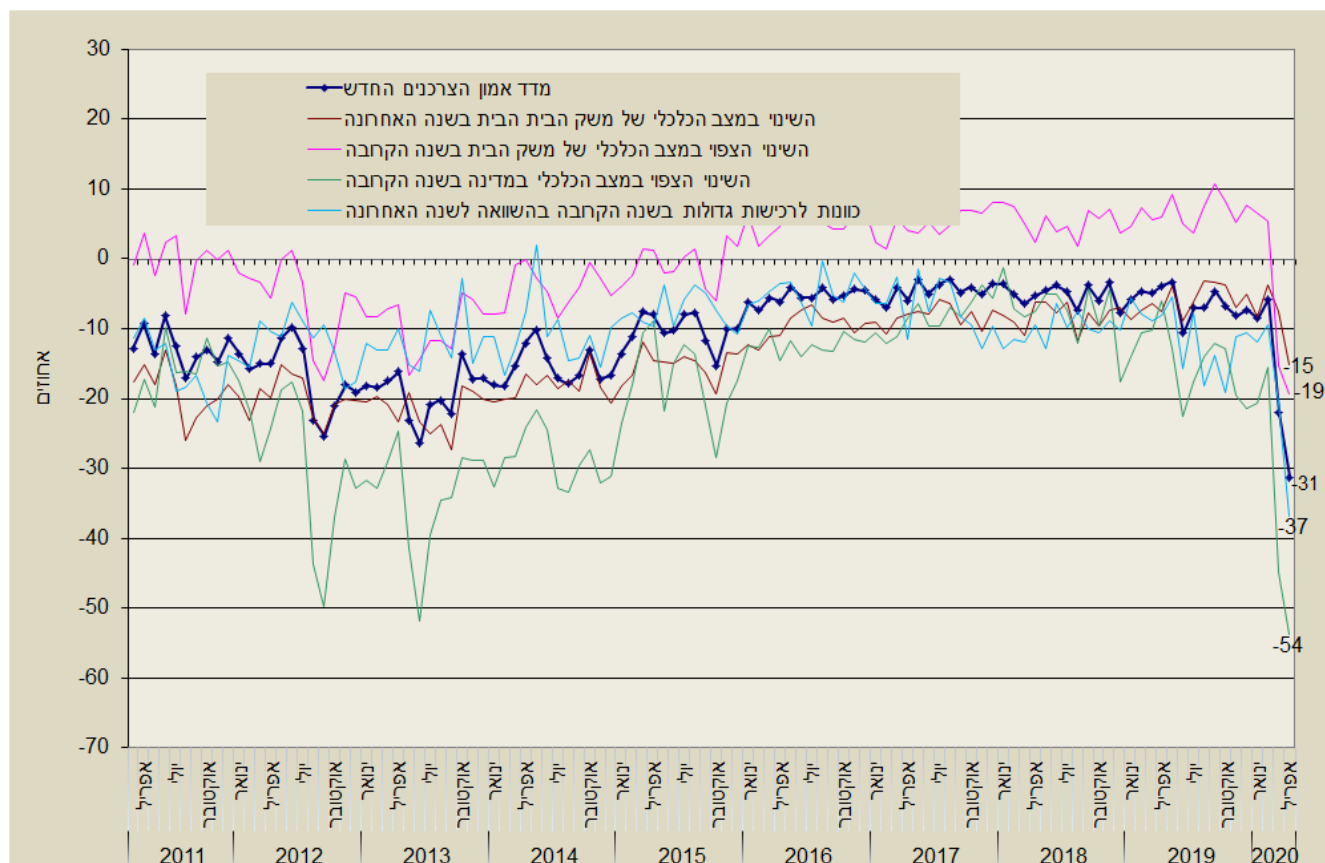
המאזן המתייחס **לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה** ירד באפריל ל-54%. בכך הוא השלים ירידה חדה של 38 נקודות מאז פברואר (16%-), והגיע לערך הנמוך ביותר שלו מתחילת הסקר במרץ 2011.

המאזן המתייחס **לכוונות של הפרטים לרכישות גדולות בשנה הקרובה בהשוואה לשנה האחרונה** ירד באפריל ל-37% (לאחר שבפברואר עמד על 9%-). גם הוא הגיע לערך הנמוך ביותר שלו מתחילת הסקר במרץ 2011.

המאזן המתייחס **לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה**, ירד באפריל ל-15%-, לאחר שבמרץ (7%-) לא היה שינוי ניכר בערכו לעומת פברואר (4%-).

הערכות הפרטים בנוגע **לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה** שהיו חיוביות מאז נובמבר 2015 והעידו על אופטימיות זהירה, צנחו מערך חיובי של 5% בפברואר לערך שלילי של 19%- באפריל - הערך הנמוך ביותר מתחילת הסקר במרץ 2011. יחד עם זאת, לא חל שינוי של ממש בציפיות אלו באפריל (19%-) לעומת מרץ (15%-).

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



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

- ✱ בקרב המועסקים ובקרב אלו שאינם מועסקים נצפתה ירידה חדה בערך המדד בחודשיים האחרונים. בקרב המועסקים שאצלם הייתה יציבות יחסית בערך המדד מתחילת שנת 2016, ירד ערך המדד מ-4% בפברואר ל-32% באפריל. בקרב אלה שאינם מועסקים ירד ערך המדד מ-9% בפברואר ל-30% באפריל.
- ✱ ירידות חדות בערך המדד נצפו בחודשיים האחרונים גם בקרב רמות ההשכלה השונות: בקרב חסרי תעודת בגרות ירד ערך המדד מ-9% בפברואר ל-34% באפריל; בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית ירד ערך המדד מ-6% בפברואר ל-29% באפריל; בקרב בעלי תעודה אקדמית ירד ערך המדד מ-3% בפברואר ל-31% באפריל.
- ✱ בקרב האוכלוסייה הערבית נצפתה ירידה חדה בערך המדד, והוא הגיע באפריל ל-40%, לעומת ערכו בפברואר (-17%) ומרץ (-21%). בקרב קבוצת האוכלוסייה היהודית<sup>2</sup>, נצפתה ירידה חדה בערך המדד מ-4% בפברואר ל-30% באפריל.

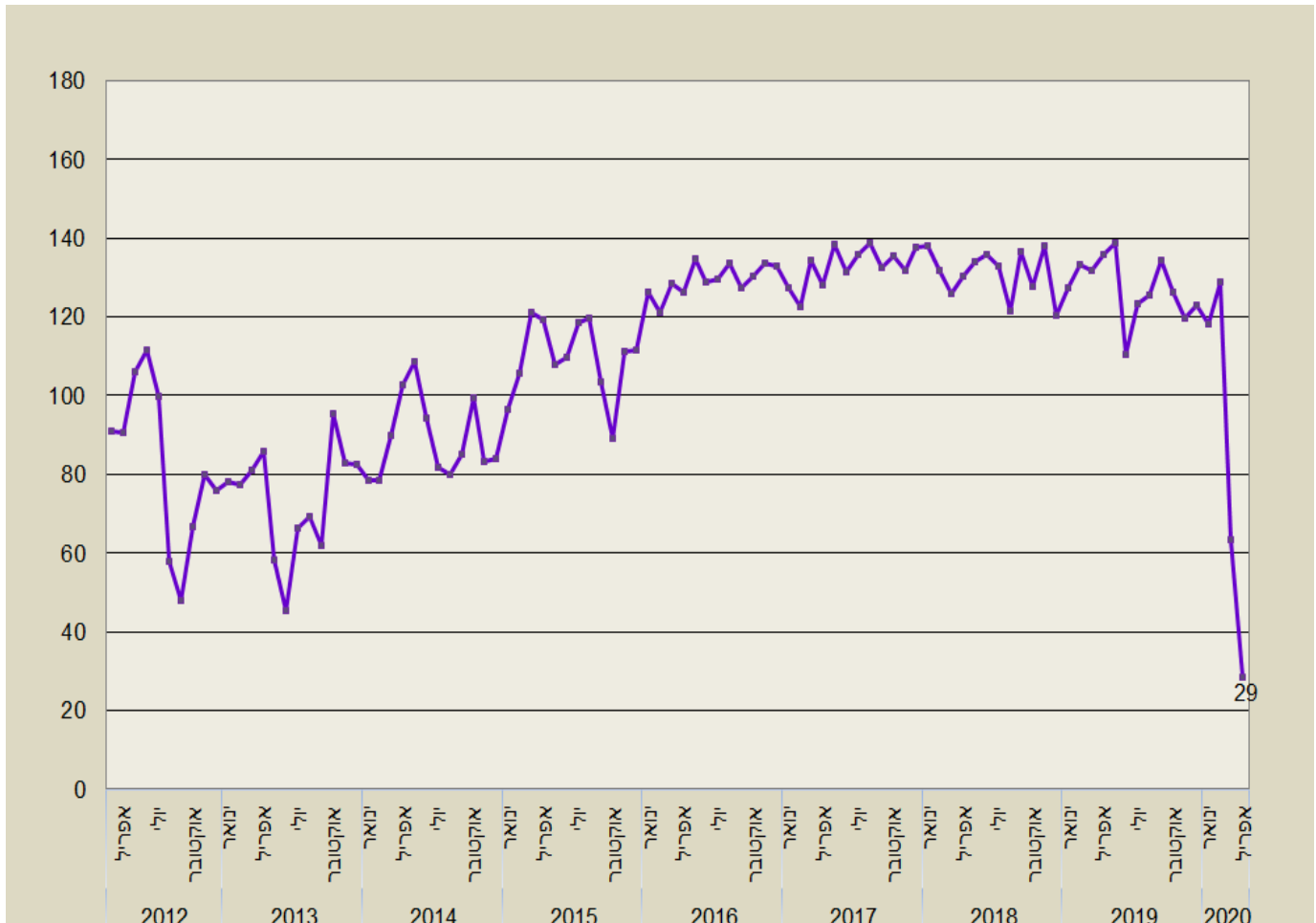
<sup>2</sup> כולל גם נוצרים לא ערבים וחסרי סיווג דת.

## 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>3</sup> נתוני המדד היחסי משלימים את התמונה שמציג מדד אמון הצרכנים.

**באפריל 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי החדש ירד ל-29.** בכך הוא השלים ירידה חדה של 100 נקודות מאז חודש פברואר (129), והגיע לערך הנמוך ביותר שלו.

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



<sup>3</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

בחודש אפריל 2020, בעקבות משבר נגיף קורונה והמועדים שחלו במהלך החודש, ההשבה לסקר לא הייתה מאוזנת על פני ימי העבודה. זאת בנוסף לשינוי שהחל בחודש מרץ, בתפיסות הנדגמים לשאלות הסקר. לכן, בוצעה התאמה לאיזון מספר המשיבים על פני החודש.

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.