

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, כ' בתמוז, התש"ף
12 ביולי, 2020
199/2020

סקר אמון צרכנים - יוני 2020

על רקע משבר הקורונה: מדד אמון הצרכנים החדש¹ ירד ל-23%-
מדד אמון הצרכנים היחסי החדש ירד ל-63 (ממוצע 3/2011 עד 2/2012=100)

Consumer Confidence Survey - June 2020

In Light of the Coronavirus Crisis

The New Consumer Confidence Indicator decreased to -23%

The New Consumer Confidence Index decreased to 63

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

- ❖ **ביוני 2020 מדד אמון הצרכנים ירד ל-23%**, לאחר שבמאי עלה ל-14%.
- ❖ החמרה חלה בשניים מתוך ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד: המאזן המתייחס ל**שינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה** ירד ל-34%, לאחר שבמאי עלה ל-13%. המאזן המתייחס ל**שינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה** עומד ביוני על 6%-, לאחר שבמאי עלה לערך חיובי של 5%.
- ❖ **ביוני 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי ירד ל-63**, לאחר שבמאי עלה ל-98.

[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.

¹ 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.

ביוני 2020 מדד אמון הצרכנים ירד ל-23%, לאחר שבמאי עלה ל-14%. הירידה בערכו של המדד מצביעה על כך שהציבור יותר פסימי בנוגע למצב הכלכלי של משק הבית ושל המדינה. הירידה משקפת את הזיקה ההדוקה בין מערכת הציפיות וההערכות הסובייקטיביות של הפרטים, לבין השינויים במצב של הכלכלה הישראלית על רקע משבר הקורונה.

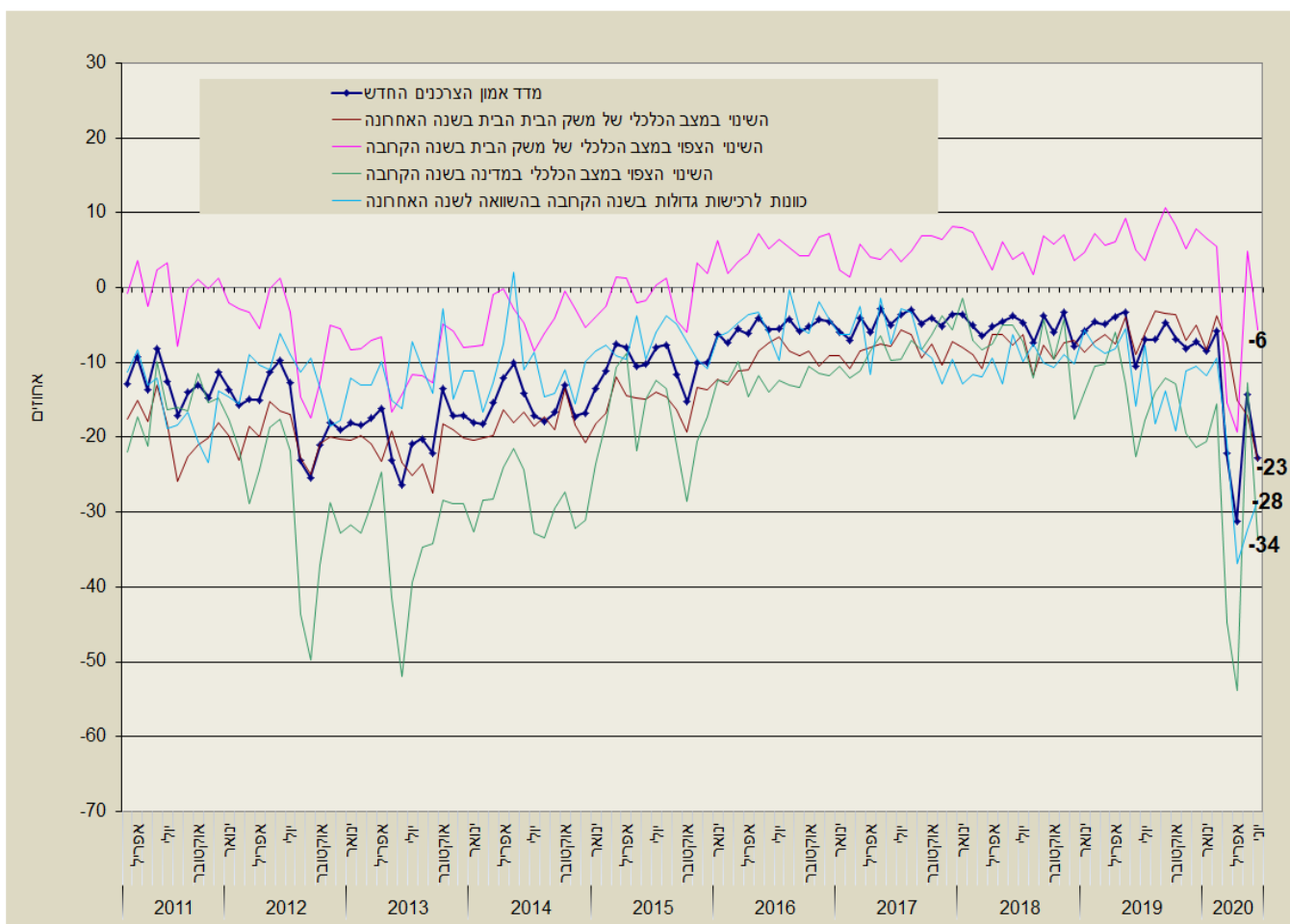
החמרה חלה בשניים מתוך ארבעת המאזנים המרכיבים את המדד:

המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי במדינה בשנה הקרובה ירד ל-34%, לאחר שבמאי עלה ל-13% (מ-45% במרץ ו-54% באפריל); המאזן המתייחס לשינוי הצפוי במצב הכלכלי של משק הבית בשנה הקרובה עומד ביוני על -6%, יצוין שבמאי הוא עלה לערך חיובי של 5% והעיד על אופטימיות זהירה (לאחר שצנח וקיבל ערכים שליליים בחודשים מרץ -15% ואפריל -19%).

במאזן המתייחס לכוונות של הפרטים לרכישות גדולות בשנה הקרובה בהשוואה לשנה האחרונה, לא חל שינוי של ממש: ביוני -28%, במאי -32%.

גם במאזן המתייחס לשינוי שחל במצב הכלכלי של משק הבית בשנה האחרונה, לא חל שינוי של ממש ביוני: -23%, במאי -17%.

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



אמון הצרכנים ביוני 2020, לפי תעסוקה, רמת השכלה וקבוצת אוכלוסייה

- ✳ בקרב המועסקים עומד ערך המדד על 20%-, לאחר שבמאי עלה ל-11% (מ-32%- באפריל). בקרב אלה שאינם מועסקים עומד ערך המדד על 23%-, לאחר שבמאי עלה ל-18%- (מ-30%- באפריל).
- ✳ בקרב חסרי תעודת בגרות עומד ערך המדד על 17%-, לאחר שבמאי עלה ל-14% (מ-34%- באפריל); בקרב בעלי תעודת בגרות או תעודה על-תיכונית עומד ערך המדד על 22%-, לאחר שבמאי עלה ל-14% (מ-29%- באפריל); בקרב בעלי תעודה אקדמית עומד ערך המדד על 20%-, לאחר שבמאי עלה ל-15% (מ-31%- באפריל).
- ✳ בקרב האוכלוסייה הערבית עומד ערך המדד על 28%-, לאחר שבמאי עלה ל-19% (מ-40%- באפריל); בקרב קבוצת האוכלוסייה היהודית², עומד ערך המדד על 21%- לאחר שבמאי עלה ל-13% (מ-30%- באפריל).

מדד אמון הצרכנים היחסי החדש

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.

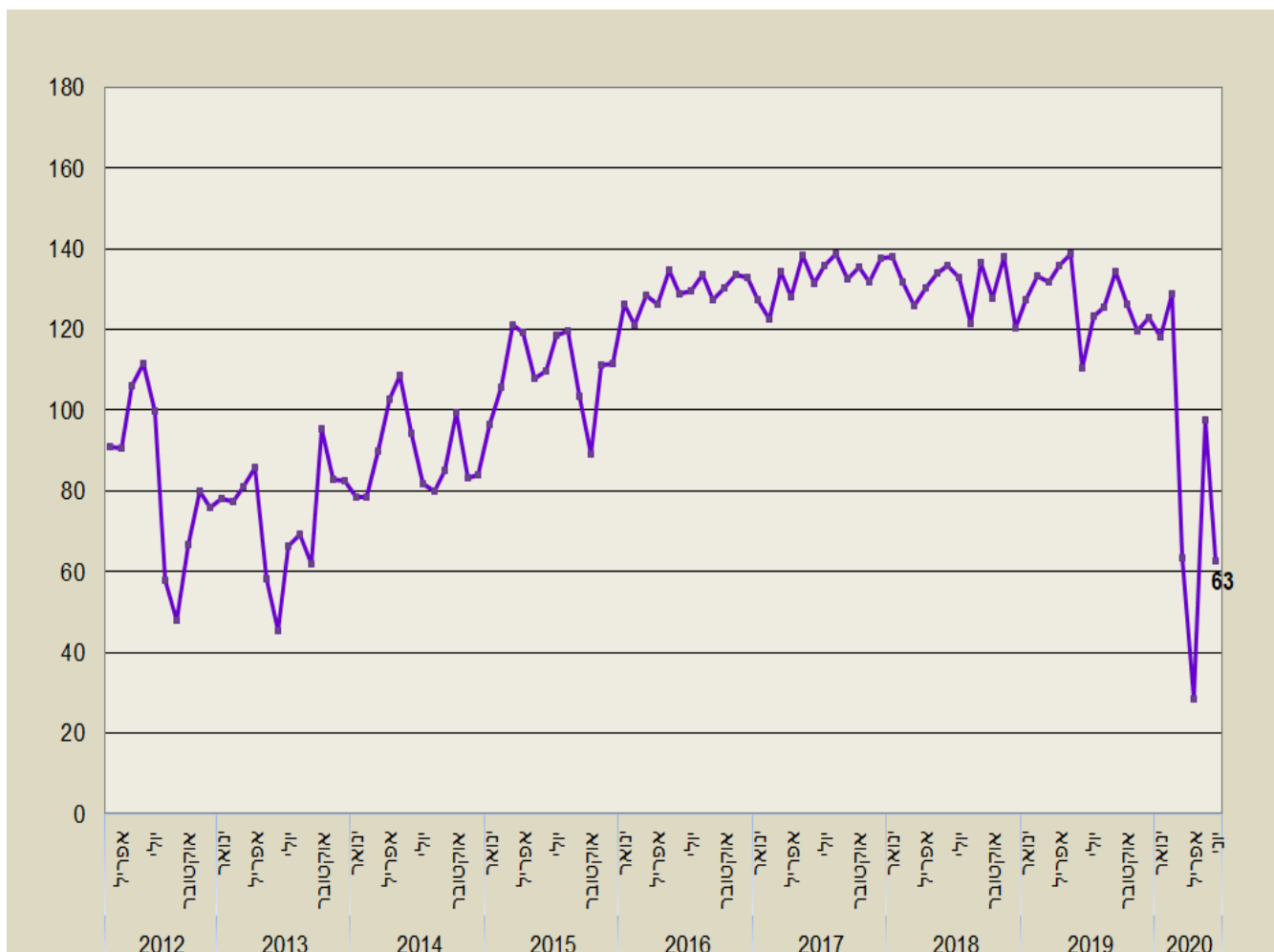
ביוני 2020 מדד אמון הצרכנים היחסי ירד ל-63, לאחר שבמאי עלה ל-98. הירידה בערכו של המדד, מצביעה על כך שהציבור יותר פסימי בנוגע למצב הכלכלי.

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 החדש 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.

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



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 בהודעות לתקשורת עד לנתוני דצמבר 2019):

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

בעקבות משבר הקורונה, החל מחודש מרץ 2020, חלים שינויים משמעותיים בעמדות הנדגמים במהלך חודש קלנדר, בד בבד עם פקידה שאינה אחידה על פני ימי החודש. שתי תופעות אלו יוצרות הטיות באומדני הסקר וכדי לצמצמן מבוצעת התאמה לאיזון מספר הנדגמים בין תחילת החודש לבין המשכו.

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.