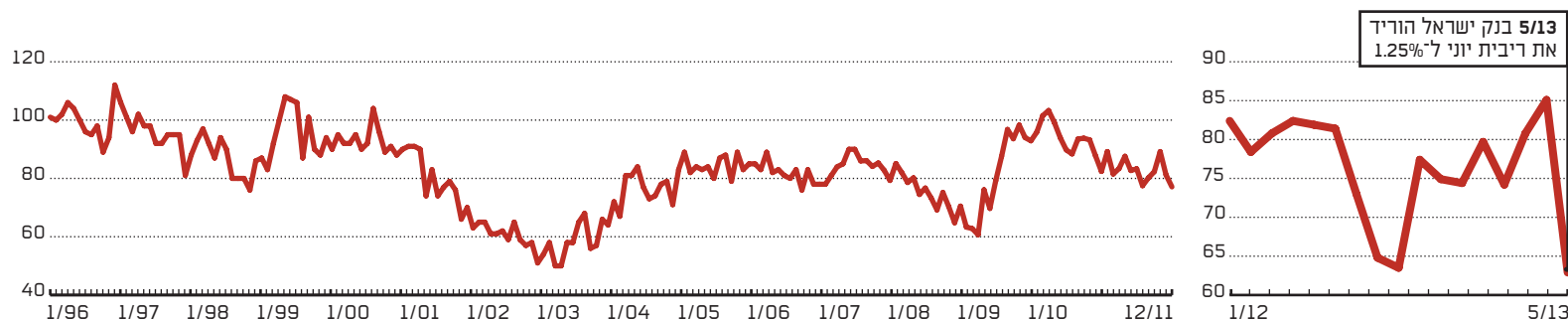


0.273

מדד אמון הצרכנים

הציבור הישראלי מביע אי-אמון בצעדי הממשלה

קריסה מהדהדת

-22.2
נק'מאי
2013
נק' 62.9

אובדן אמון בצעדיה של הממשלה

אחרי עליות במאדס ובאפריל צנח מדד אמון הצרכנים בחודש שעבר ב-22.2 נק', לרמות שמאפיינות את האפיונות הקשות ביותר במהלך המשבר הכלכלי בעולם – ומעידות על קריסה • בחודשים הקרובים נדע אם מדובר במגמה, או בתגובת יתר לגזירות התקציב / אבי טמקין

היו ציפיות אופטימיות ביחס למצבם הכלכלי האישי, גם אם ציפיותיהם ביחס למצב המשק היו פסימיות. לא הפעם: החודש גם הציפיות האישיות הפליגו למחוזות הפסימיות. השאלה היא, כמובן, כיצד תושפע מכך ההוצאה לצריכה הפרטית במרוצת החודשים הבאים. ובכן, נתוני המדד מרמזים על האטה בגידול הצריכה הפרטית לקראת השליש האחרון של השנה, ויהיו לכך השלכות על מגזרים שלמים.

לדברי רו"ח גיל ברק, ראש מגזר הקמעונות ב-PwC Israel, ראשון טוב מבחינת נתוני צריכה פרטית וגידול בהוצאה למוצרים בני-קיימא לנפש, התחושה היא שישנה דריכות במשק כאשר לכיוון שאליו תלך הצריכה הפרטית במשק בהמשך השנה.

"בעקבות העלאת המע"מ, מס החברות ושאר הגזרות שיפגעו בהכנסה הפנויה של משקי הבית, ישנה ציפייה להאטה בצריכה הן בקרב הצרכנים והן בקרב הקמעונאים. רגישות הצרכן למחיר הופכת עבור יותר ויותר צרכנים מאג'נדה לצורך. הקמעונאים לעומתם מבינים, כי כדי להתמודד עם קשיים אלו, לצד הצורך בשיפור הרווחיות הנשחקת, הם נדרשים לפעול בצד העלויות: לייצל את התפועול השוטף ולקצץ בעלויות."

האטה בגידול הצריכה הפרטית

חשוב מאוד להדגיש, כי על פי רוב למשקי הבית בישראל

הצדן הישראלי מאז 2012: הצריכה גדלה יותר מהשכר



בנתון השוטף במאי, לא ניתן לדבר על קריסה בנתון המגמה. במהלך השליש האחרון של שנת 2012 הרמה של נתון המגמה הייתה נמוכה בהשוואה למאי.

האטה בגידול הצריכה הפרטית

חשוב מאוד להדגיש, כי על פי רוב למשקי הבית בישראל

על 26.5% מכלל המשיבים. במקביל עלה מאוד שיעורם של הפסימיים מ-18.2% באפריל ל-30% במאי. שיעור זה גבוה של פסימיים לא נרשם באף חודש, להוציא ינואר 2007.

נתון המגמה ירד במאי ב-4.1 נ"א, אחר עלייה של 0.1 נ"א באפריל ועלייה של 0.5 נ"א במאדס. ברומה לרכיב הקודם, גם כאן, על אף הירידה החדה

מחיקת העלויות של החודשים האחרונים. המאזן נטו – משיבים אופטימיים מינוס פסימיים – ירד ב-23 נ"א למינוס 36 נ"א, אחרי עליות של 6.2 נ"א באפריל ושל 14 נ"א במאדס.

עלייה חדה בשיעור הפסימיים

ירידה חדה וחריגה בעוצמתה נרשמה במאזן נטו של ציפיות הצרכנים לגבי מצבם הכלכלי האישי בעוד חצי שנה. המאזן נטו ירד במאי ב-21.8 נ"א, אחרי עלייה של 8.3 נ"א באפריל ועלייה של נקודת אחוז במאדס. פילוח נתוני המאזן נטו מגלה כי שיעור האופטימיים ירד במאי לנתח של 16.8% מכלל המשיבים. רק במאי 2008, בעיצומו של המשבר הגדול, נרשם נתון נמוך יותר, ואילו באפריל 2013 עמד שיעור זה

אם לדוגמה 40% ממשתתפי הסקר מעריכים שמצבם ישתפר בתוך חצי שנה, ו-50% חושבים שהוא יורע, הרי שהמאזן נטו יהיה מינוס 10 נקודות אחוז (נ"א).

נפילה לרמה של המיתון הגדול

הנתון השוטף של המאזן נטו של השאלה לגבי מצב המשק בהווה (השאלה הראשונה) ירד במאי ב-21.8 נקודות אחוז (נ"א) למינוס 47.5 נ"א. זו הירידה הגדולה ביותר ברכיב זה מאז יולי 2011, והרמה שאלה נפל הרכיב היא הנמוכה ביותר מאז סופה של המחצית הראשונה של שנת 2009, בעיצומו של "המיתון הגדול". במאי קרס הרכיב שמודד את ציפיות הציבור לגבי מצב המשק שישה חודשים קדימה, אגב

חוסת הביטחון של הצרכן הישראלי קרסה במאי. אין דרך עדינה לתאר את תגובת הציבור לצועדי הממשלה מלבד אובדן אמון. מדד אמון הצרכנים של גלובס בשיתוף PwC Israel ירד במאי לרמות אשר מאפיינות את האפיונות הקשות ביותר במהלך המשבר הכלכלי והפיננסי בעולם. המדד ירד החודש ב-22.2 נקודות ל-62.9 נק' (1996) – 100 נק' אחרי עליות של 4.3 נק' ו-6.6 נק' באפריל ובמאדס, בהתאמה. בכך שב המדד לרמתו בספטמבר 2012. נחוצה מילת

בשיתוף: **גלובס מחקרים** הפוכים ידע לתועלת **pwc**

הסתייגות: ייתכן שמדובר ב"תגובת יתר" צרכנית לגזירות התקציב, ובחודש הבא תבוא התאוששות.

כך או כך נתון המגמה של המדד, שמבוסס על ממוצע נע תלת-חודשי, ירד במאי ב-3.7 נק', אחרי עליות של 1.8 נק' באפריל ושני נק' במאדס. מדובר, באופן טבעי, בתנודות קטנות בהרבה בהשוואה לנתון השוטף. לכן, כדי להבין את עומק התפנית הנוכחית, צריך יהיה לבחון את נתוני המגמה של החודשים הקרובים.

הסקר השוטף, בעריכת מכון סמית, שעל פיו מחושב המדד מדי חודש בחודשו, כולל שלוש שאלות ליבה: מהו לדעתך מצבו הנוכחי של המשק? מה יהיה מצב המשק בעוד חצי שנה? ומה יהיה מצבך הכלכלי האישי בעוד חצי שנה? לגבי כל שאלה אנו נוטלים את שיעור האופטימיים, גורעים ממנו את שיעור הפסימיים, וכך מקבלים את מה שמכונה "המאזן נטו של האופטימיות".

מדד אמון הצרכנים של ישראל

מדד אמון הצרכנים של ישראל – מבית "גלובס" מחקרים בשיתוף PwC קסלמן וקסלמן – הינו אינדיקטור כלכלי מוביל (Leading Indicator) לחיזוי מגמות בפעילות הכלכלית במשק. המדד מבוסס על סקר שמבוצע מזה 11 שנה עבור "גלובס" על ידי מכון סמית. מחקר של בנק ישראל העלה, כי מדד אמון הצרכנים של "גלובס" יכול לחזות רבעון אחד עד שני רבעונים קדימה את ההתפתחויות בצריכה הפרטית, תוך הוספת מידע על הצפוי בעתיד הקרוב, מעבר למה שניתן ללמוד ממשנתנים אחרים במשק. על פי המחקר, יכולת החיזוי של המדד אף גבוהה מיכולתם של מדדים מקבילים בעולם.

פרסום מדד יוני: 4.7.2013