

תקציר

✓ האינדיקטורים השונים לצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה הצביעו על ירידות חדות בחודשים מרץ-אפריל בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד, בדגש על חודש אפריל שהתאפיין ביותר ימי סגר ובהיכרות טובה יותר עם הווירוס והשלכותיו ביחס למרץ. בחודשים אלו חלה ירידה חדה במשרות השכיר בענף המסחר הקמעונאי בביגוד והנעלה, ירידה הגבוהה מסך הירידה בענף המסחר הקמעונאי, גם אם מנטרלים מהחישוב את הענפים שכמעט ולא נפגעו (מזון ובתי מרקחת).

✓ לפי נתוני הרכישות באשראי שמפרסם בנק ישראל מדי שבוע, בחודשים מאי ויוני חלה התאוששות מרשימה בסך הרכישות במונחים נומינליים של ביגוד והנעלה. כפי הנראה התאוששות זו משקפת הוזלות גבוהות מצד החברות בענף ושחרור של ביקוש "עצור" שהצטבר בימי הסגר.

✓ היבוא של מוצרי הלבשה והנעלה לצריכה ירד משמעותית בחודשים מרץ-אפריל 2020, אך גם בחודש מאי שהתאפיין בהתאוששות המכירות. אפשר שהירידה בחודש מאי מעידה על הפסימיות בקרב החברות בענף שהובילה אותן לעדכן את התחזיות שלהן לביקושים כלפי מטה ולכן ביצעו התאמות למלאי המוזמן.

✓ קצב הירידה השנתי של מחירי הלבשה והנעלה הגיע לנקודת שפל ביחס לשנים האחרונות בחודש מאי. זאת, בין היתר לאור הצורך למכור במהירות את המלאים שהצטברו במחסני החברות בענף בהיעדר כמעט חודשיים מלאים של מכירות במרץ-אפריל.

✓ במבט קדימה, השחיקה החדה בכוח הקנייה של הצרכנים, אי הוודאות הגבוהה והירידה באמון הצרכנים צפויים להעיב על הצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה. עם זאת, הוזלות המחירים וסגירת השמיים ימתנו במידה מסוימת את הגורמים הללו.

החטיבה לשוקי הון < אגף כלכלה

גילי בן אברהם



מסחר בהלבשה

והנעלה

יולי 2020

רקע

סך ההוצאה הפרטית על מוצרי הלבשה והנעלה במונחים נומינליים הסתכמה בכ-18.3 מיליארד ₪ בשנת 2019. ההוצאה לצריכה פרטית הנומינלית על מוצרי הלבשה והנעלה שוות ערך לכ-2.4% מסך ההוצאה הכוללת לצריכה פרטית בשנה זו. מסקר הוצאות משקי הבית (2017) עולה כי משק בית ממוצע מוציא כ-538 ₪ בחודש על פריטי הלבשה והנעלה, המהווים כ-3.3% מסך ההוצאה לתצרוכת החודשית.

מרבית הסחורה המשווקת בחנויות אינה מיוצרת בארץ הודות להסרת החסמים ליבוא טקסטיל מחו"ל בתחילת שנות התשעים. כך שבשנת 2018 כ-10% בלבד מצריכת פריטי הלבשה והנעלה מקורם היה בייצור מקומי, לעומת כ-75% מצריכת פריטי הלבשה והנעלה בשנת 1995.

בשנים האחרונות חלה שחיקה בנתח השוק של החנויות הפיזיות בישראל בסך הרכישות של מוצרי הלבשה והנעלה, ומנגד נתח השוק של הרכישות המקוונות (בארץ ובחו"ל) והרכישות הפיזיות בחו"ל עלה. על הגורמים שתרמו לכך נמנים בין היתר הפטור ממע"מ ומס קנייה על יבוא אישי בסכום של עד 75\$, רפורמת השמיים הפתוחים, השיפור באמצעי השילוח הבינלאומי והתחזקות השקל.

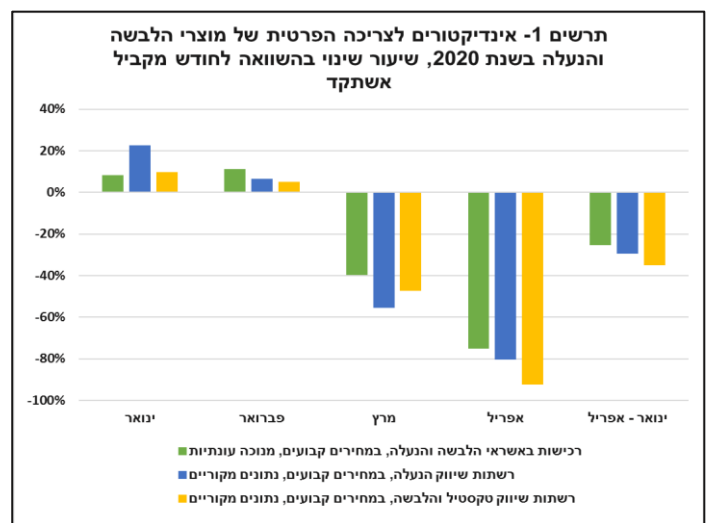
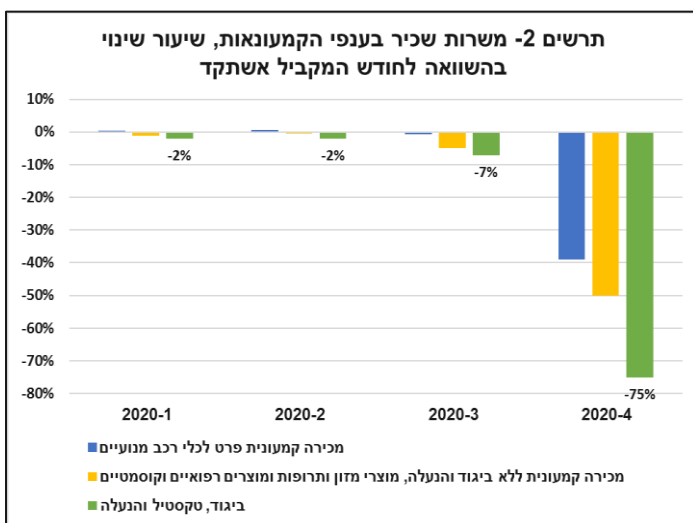
לאחר הסרת המגבלות התאוששו המכירות הודות להשתחררות ביקוש עצור והזלות מחירים

מאז הוכרזו ההגבלות על הפעילות במשק ב-17.3.20 היו החנויות לממכר של מוצרי הלבשה והנעלה סגורות ורק לקראת תום חודש אפריל נפתחו החנויות שהיו ממוקמות ברחובות, ולאחר מכן, לאחר השבוע הראשון של מאי, גם הקניונים שבו לפעילות. על כן, במהלך החודשים מרץ-אפריל הורגשה ביתר שאת הירידה בפעילות של חברות הלבשה והנעלה (ראה/י תרשים 1), שלמעשה יכלו לשווק את מוצריהם אך ורק באמצעות האינטרנט ושילוח עד הבית, אפשרות שקיימת בעיקר לחברות החזקות והגדולות בענף.

האינדיקטורים השונים לרכישה של מוצרי הלבשה והנעלה מצביעים על ירידות ריאליות שנעו בין 40%-55% ברכישות של מוצרי הלבשה והנעלה בחודש מרץ 2020 בהשוואה לחודש המקביל אשתקד. ובחודש אפריל 2020, שהיקף ההגבלה בו היה גבוה יותר, הירידות הריאליות נעו סביב 75%-92% ברכישה של מוצרים אלו בהשוואה לחודש המקביל אשתקד. ירידות אלו הגיעו לאחר עליות שנעו בין 5%-10% בחודשיים הראשונים של השנה שקדמו לקורונה.

בסך הכל מתחילת השנה, בחודשים ינואר-אפריל ירדו הרכישות ברשתות השיווק של טקסטיל והלבשה ב-35% וברשתות השיווק של הנעלה בכ-30% בהשוואה לתקופה המקבילה אשתקד. הרכישות בכרטיסי אשראי של מוצרי הלבשה והנעלה ירדו בכ-25% באותה תקופת השוואה.

בדומה לירידה במכירת המוצרים, משרות השכיר בענף קמעונאות ביגוד, טקסטיל, מוצרי עור והנעלה התכווצו בחדות בחודש אפריל, ובשיעור ניכר בהשוואה למשרות השכיר בכלל ענפי המסחר הקמעונאי (ראה/י תרשים 2). ירידה זו בולטת בעוצמתה גם כאשר מנטרלים מענפי המסחר הקמעונאי את הענפים שפעילותם לא נפגעה - קמעונאיות מזון ותרופות ומוצרים רפואיים וקוסמטיים. ייתכן כי הסיבה לכך נעוצה בתפוצה הרחבה של חנויות הלבשה והנעלה בקניונים שכאמור לעיל היו סגורים עד תחילת חודש מאי, בעוד שלפחות חלק מהמשק כבר נפתח לקראת סוף חודש אפריל.



נתוני הרכישות בכרטיסי אשראי של חברת שב"א, המפעילה את מערכת התשלומים לעסקאות בכרטיסי חיוב בישראל, המתקבלים בבנק ישראל ברמה היומית, מצביעים כי במהלך חודש מאי, קרי מיד עם יישום ההקלות, טיפסו הרכישות בכרטיסי אשראי לרמה גבוהה מזו שאפיינה את תקופת טרום הקורונה, אך מאז דעכו בהדרגה (ראה/י תרשים 3). יודגש כי נתונים אלה אינם מנוכי עונתיות ולכן ייתכן שלפחות חלק מהשינויים נובעים מהעונתיות שמאפיינת את תחילת הקיץ.

לפי נתונים אלו, סך הרכישות בכרטיסי אשראי של ביגוד, במונחים נומינליים, בסיכום חודש מאי היו גבוהות בכ-7% ביחס לממוצע הרכישות בחודשים ינואר - פברואר, ויוני כבר היה גבוה בכ-13% מחודשים אלו. אולם, לא מן הנמנע כי הרכישות בחודשים אלה משקפות במידה רבה "ביקוש עצור" שהצטבר בחודשים מרץ-אפריל בהם היה קושי לבצע רכישות הכוללות מדידה בחנויות. כמו כן, נראה כי הרכישות הללו קיבלו תמיכה ניכרת מהוזלות משמעותיות ומבצעים בהיקף רחב שהציעו החברות בענף (על כך ראה/י הרחבה בהמשך).

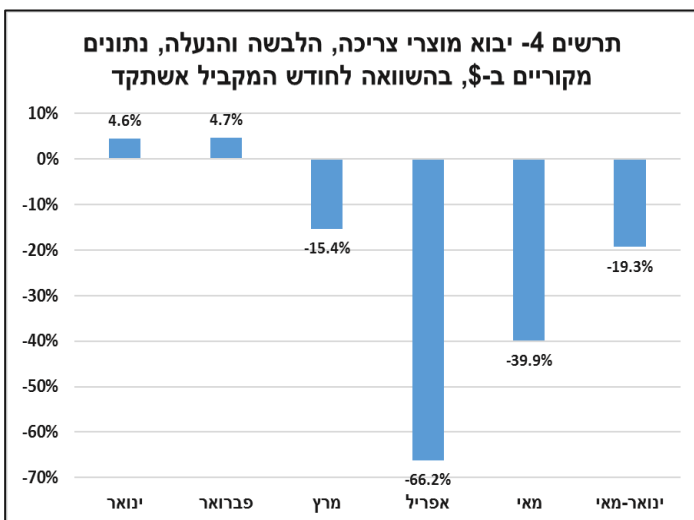
בשבוע האחרון שהסתיים ב-7.7.20 היקף הרכישות באשראי הנומינלי של ביגוד היה כבר זהה להיקף הממוצע בחודשים ינואר-פברואר. זאת, כפי הנראה, לאור התפוגגות אפקט ה"ביקוש העצור", וייתכן שאף בשל החשש מההתפשטות המהירה יחסית של וירוס הקורונה בתקופה האחרונה שמדירה את רגליהם של חלק מהלקוחות מן החנויות המצויות בחללים סגורים. אם כי יש להיזהר עם פרשנות שמעניקים לרכישות בשבוע מסוים, שכן סביר כי הרכישות מתנהגות שונה על פני החודש (השונות נובעת מהקרבה למועד החיוב על ידי חברות האשראי או להפקדת המשכורת).

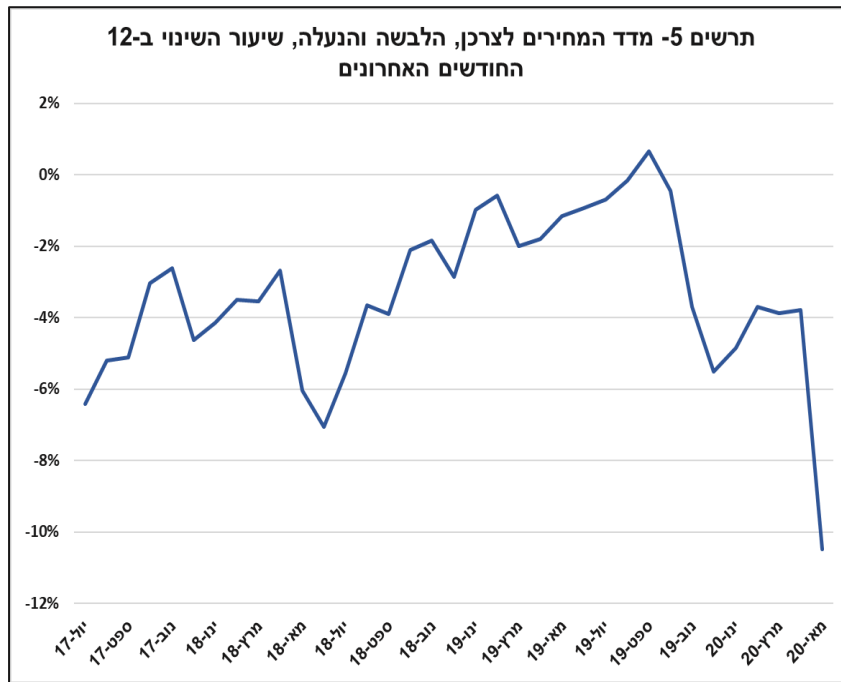
היבוא של מוצרי הלבשה והנעלה לצריכה, במחירים שוטפים, בדומה ליתר נתוני הפעילות, ירד בחדות בחודשים מרץ-אפריל (ראה/י תרשים 4). ייתכנו סיבות מגוונות לירידה זו, החל בקשיי ייצור באזורים מסוימים בעולם, עובר בניסיונות להגברת היעילות והוזלת עלויות מצד החברות בענף וכלה בהתאמת המלאים של החברות לעדכון של התחזית לביקושים על רקע השלכות הקורונה.

כידוע בחודשים ינואר-פברואר 2020 הפעילות התעשייתית בסין, בה מתקיימת פעילות ייצור טקסטיל ענפה, הושבתה כמעט כליל. בחודשים שלאחר מכן אזורים נוספים המתמחים בייצור טקסטיל יישמו סגרים והשבתו פעילות תעשייתית, ביניהם - בנגלדש, טורקיה ועוד. כך שסביר כי בחודשים העוקבים נרשמה ירידה ביבוא מוצרי הלבשה והנעלה.

כמו כן, ייתכן כי לאור הירידה החדה בפעילות בחודשים מרץ-אפריל נוצרו לחברות הלבשה והנעלה קשיים תזרימיים ואלו פעלו לצמצם הוצאות תזרימיות וניסו ככל האפשר לבטל או לדחות הזמנות, כך שאלו קיבלו ביטוי בירידה ביבוא הסחורות. בימים אלו אנו עדים לניסיונות נוספים מצד החברות בענף לצמצם בעלויות ואף להישמר מפני סגרים עתידיים נוספים דוגמת ביטול הוראות קבע על תשלומי שכר דירה במרכזי הקניות, כפי הנראה כחלק ממשא ומתן על תשלום דמי השכירות.

חשוב להדגיש כי גם בחודש מאי, שבו היקף המכירות הנומינלי השתקם לחלוטין ואף יותר מכך, חלה ירידה חדה ביבוא מוצרי הצריכה של הלבשה והנעלה. אפשר שירידה זו, בחודש שבו חלה עלייה די נאה במכירות, משקפת את הצפי הפסימי של החברות באשר לביקושים העתידיים וכן את זהירותם לאור אי הודאות הגבוהה, הגם שעדיין ייתכן כי ירידה זו מגלמת בהיקף מסוים שיבושים בקווי האספקה.





מדד המחירים לצרכן של סעיף הלבשה והנעלה מעיד כי בתקופה האחרונה הורידו החברות בענף את מחירי המכירה משמעותית. קצב הירידה של מחירי הלבשה והנעלה ירד לרמתו השלילית ביותר בשנים האחרונות, ובמאי 2020 עמד על 10.5% (ראה/י תרשים 5).

הסיבה לכך טמונה בעובדה שלאורך כחודשיים היקף המכירות היה נמוך במידה ניכרת ביחס לשנים קודמות כך

של חברות בענף נותרו מלאים בהיקף גבוה שכן רובן מזמינות את המלאים מראש ומאחסנות אותן במחסניהן. מאחר ושני חודשי מכירה "פוספוס", נאלצו החברות למכור את המלאי הצבור במהירות ולכן הן יצאו במבצעי מכירה מוקדם יותר משנים קודמות וכנראה גם בשיעורי הוזלה גבוהים יותר. נוסף על כך, ההוזלות במחירי הביגוד וההנעלה נועדו על מנת למשוך לקוחות לרכוש מוצרים על אף שאי הודאות במשק גבוהה במיוחד והחשש מהידבקות בנגיף שריר וקיים.

נוכח האמור לעיל בדבר סוגיית המלאי הצבור, וכן לאור ההתפשטות המחודשת והמואצת של הנגיף, מסתמן כי רמת המחירים תוסיף להיות נמוכה בהשוואה היסטורית גם בעתיד הנראה לעין.

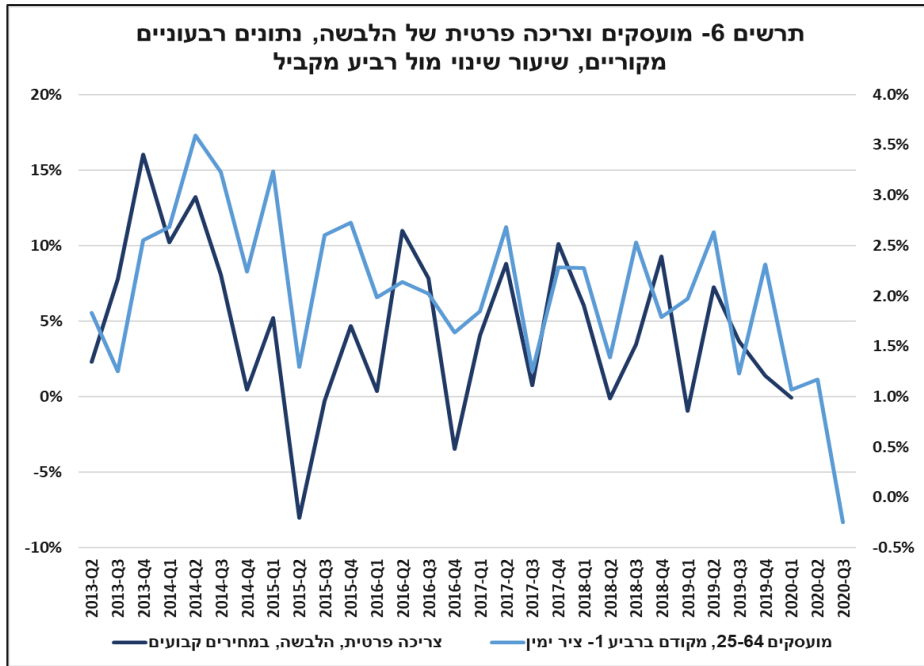
במבט קדימה, מגוון גורמים לוחצים לירידה בצריכה של מוצרי הלבשה והנעלה, השמיים הסגורים מהווים גורם מקזז

צבר של התפתחויות שליליות צפוי להעיב על הביקוש למוצרי הלבשה והנעלה. בין אלו ניתן למנות את השחיקה בכוח הקנייה של הצרכנים במשק לאור היקף הפיטורים וההוצאה לחל"ת וגם הירידה בשכר בקרב חלק מהעובדים ששמרו על עבודתם; ואי הודאות הגבוהה והירידה באמון הצרכנים ובציפיותיהם בנוגע לעתיד, שמגבירות את הנטייה לחסוך על חשבון הנטייה לצרוך.

בחודש אפריל 2020 ירד סך השכר (משרות שכיר כפול השכר הממוצע למשרה) של עובדים ישראלים בכלל המשק, המשקף את כוח הקנייה במשק, בכ-17% בהשוואה לסך השכר בחודש אפריל אשתקד. ירידה זו, מלבד היותה גבוהה בעוצמתה, הינה גם חריגה שכן בשנים האחרונות סך השכר אך ורק עלה, בין השאר מפני שעובדים רבים מן העשירונים נמוכים הצטרפו לשוק העבודה במהלך השנים האחרונות ומשום ששוק העבודה התאפיין בתעסוקה מלאה. יודגש כי סך השכר במשק אינו מגלם את דמי האבטלה שקיבלו העובדים שיצאו לחל"ת, שמפצה במידה מסוימת על הירידה החדה, אך אף על פי כן הוא משקף שחיקה מהותית בכוח הקנייה במשק. שחיקה זו כפי הנראה הצטמצמה בחודשים מאי ויוני עם הסרת חלק ניכר מההגבלות והשבה חלקית של עובדים מחל"ת, אך וודאי לא נעלמה לחלוטין וכפי הנראה עודנה עמוקה.

מדד אמון הצרכנים של הלמ"ס בחודש מאי 2020 אמנם עלה בהשוואה לחודשים מרץ-אפריל 2020 אך רמתו עודנה נמוכה בהשוואה לתקופת טרום המשבר. מדד אמון הצרכנים במאי 2020 היה נמוך בכ-11 נקודות האחוז בהשוואה לחודש מאי אשתקד, כך שהוא משקף פסימיות בקרב הצרכנים.

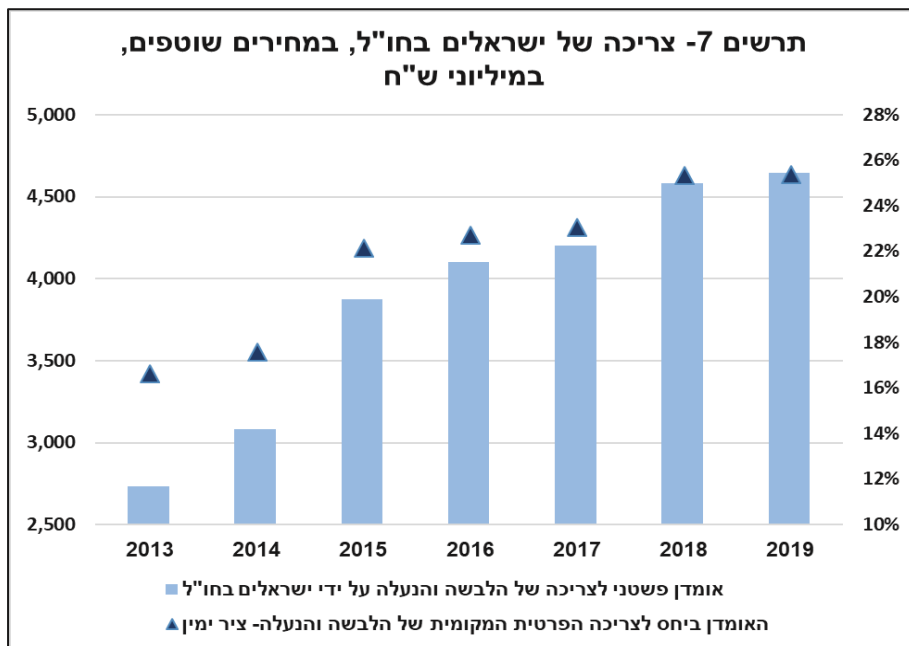
לתמורות בהיקף המועסקים במשק ישנה השפעה על הצריכה של מוצרי הלבשה. כפי שניתן לראות בתרשים מס' 6, שיעור השינוי של היקף המועסקים בגילאי העבודה העיקריים 64-25 מתואם חיובית



עם שיעור השינוי של צריכת מוצרי הלבשה כעבור רבעון. על רקע זה ניתן להעריך כי הירידה בקצב הצמיחה של היקף המועסקים בגילאים 25-64 ברביע השני של 2020 (בהתבסס על החודשים אפריל-מאי) שעומדת על

כ-0.2% תוביל לירידה של כ-10%-15% בצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה במחירים קבועים ברביע השלישי של 2020. זאת, יש להדגיש, לפני שמתחשבים בהשפעות נוספות על הצריכה (כגון הוזלות מחירים, תשלומי דמי אבטלה וכו') העשויות למתן את הירידה.

מנגד, סגירת השמיים בפני יציאת ישראלים לחו"ל מתחילת המשבר ועד כה, כאשר לאור העלייה לאחרונה בתחלואה לא ברור מתי תתאפשר יציאה מחדש של ישראלים לחו"ל, מהווה גורם תומך לצריכה הפרטית של מוצרי הלבשה והנעלה בישראל. זאת משום שבשנים האחרונות הצריכה של ישראלים בחו"ל התגברה משמעותית, מפני שיותר ויותר ישראלים יצאו לחו"ל בכל שנה על רקע, בין היתר, הוזלת מחירי הטיסה, התחזקות השקל ואיתנותו של שוק העבודה עד לא מזמן. כעת, כשאין באפשרותם של הישראלים לטוס לחו"ל סביר להניח כי חלק מצריכת פריטי הלבשה והנעלה שבוצעה בחו"ל תתבצע בארץ.



אין גורם רשמי העוקב אחר הפילוח של הצריכה של ישראלים בחו"ל, אך לפי הלמ"ס בשנת 2017 כ-5% מסך הרכישות של מוצרי הלבשה והנעלה על ידי ישראלים בוצעו בחנויות פיזיות בחו"ל. בדיקה אחרת של חברת האשראי "מקס" משנת 2016 העלתה

כי ישראלים מוציאים כ-20% מסך הרכישות באשראי בחופשה בחו"ל על ביגוד והנעלה¹. יצוין כי הבדיקה של "מקס" התבססה על נתוני הרכישות באשראי שברשות החברה על לקוחותיה, זאת בשונה מהסקר של הלמ"ס שהיה איכותי, כלומר הנסקרים נתבקשו להעריך כיצד רכישותיהם מתפלגות.

כאמור לעיל, מכיוון שאין סדרת נתונים העוקבת אחר ההוצאה של ישראלים בחו"ל על ביגוד והנעלה, ניתן לערוך אומדן בהתאם להערכה של מקס, תחת ההנחה שישראלים מוציאים כ-20% מסך הוצאותיהם בחופשה בחו"ל על הלבשה והנעלה, ולחשב בכל שנה את היקף ההוצאה הכולל. בדיקה פשטנית זו מעלה כי בשנת 2019 כ-20% מסך הצריכה של ישראלים בחו"ל היו שווי ערך לכ-25% מסך הצריכה הפרטית של הלבשה והנעלה בישראל במונחים נומינליים (ראה/י תרשים 7). לפיכך, גם אם האמת נמצאת באמצע בין ההערכה של הלמ"ס לבין ההערכה של "מקס", ועל אף שמדובר בטווח רחב (5%-25%), הרי שמדובר בהיקף לא מבוטל של הוצאה על מוצרי הלבשה והנעלה שאם יתבצע בישראל עשוי לתמוך במכירות של החברות המקומיות ולמתן את הפגיעה כתוצאה מהשלכות הקורונה.

חשוב להדגיש כי סגירת השמיים פועלת גם בכיוון ההפוך, כלומר, אי כניסתם של תיירים לישראל מפחית את הביקוש של תיירים למוצרי הלבשה והנעלה מקומיים. אולם ניתן להניח כי רכישות אלו נמוכות משמעותית בהיקפן מאלו של הישראלים בחו"ל. ראשית, משום שיציאות הישראלים כפולות מכניסות התיירים- ב-2019 יצאו את ישראל כ-9 מיליון ישראלים ונכנסו כ-4.5 מיליון תיירים. שנית, משום שבמונחי שוויון כוח קנייה המחירים בישראל גבוהים בהשוואה בינלאומית, בפרט כאשר משווים את רמות המחירים למדינות מהן מגיעים מרבית התיירים לישראל. כך לדוגמא, לפי ה-OECD מחירי המלונות והמסעדות בישראל גבוהים משמעותית מן המחירים בארה"ב והאיחוד האירופי, מה שמותיר פחות מקורות להוצאה על יתר המוצרים בישראל, ובפרט על מוצרי הלבשה שהינם יקרים אף הם בהשוואה למחירים בארה"ב והאיחוד האירופי במונחי שווי כוח קנייה.

לסיכום, הענף ספג מהלומה קשה בחודשי הסגר המרכזיים, אך מאז נרשמה התאוששות מרשימה בחודשים מאי-יוני, שנראה כי היא מתפוגגת. נראה כי החברות בענף מתאימות את הזמנות המלאים שלהם למצב החדש ומפחיתות את יבוא המוצרים לעונה הבאה. הירידה במספר המועסקים, בכוח הקנייה של הצרכנים במשק ובאמון הצרכנים ילחצו את מכירת פריטי הלבשה והנעלה מטה. מאידך, הוזלות ומבצעים עמוקים מהרגיל ואי היכולת של ישראלים לטוס לחו"ל יתמכו במידת מה בביקוש לפריטי הלבשה והנעלה.

להערכתנו, רמת הסיכון של הענף גבוהה מאוד, זאת, בין השאר, בהתחשב בכך שמלכתחילה סבל הענף מקשיים והתגברות בתחרות מצד חברות אופנה מחו"ל, ובעובדה שהרכישה של מוצרי הלבשה והנעלה תלויה במחזור של הפעילות הכלכלית כך שהאתגרים צפויים רק להחריף בתקופה הקרובה.

¹ <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4832989,00.html>