بنك بيبلوس

مؤشر بنك بيبلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك في لبنان:
الانفراج السياسي يرفع ثقة المستهلك في الفصل الرابع من العام 2016

مقر بنك بيبلوس الرئيسي، الأشرفية، الأربعاء 19 كانون الثاني 2017: أطلق بنك بيبلوس اليوم، بالتعاون مع الجامعة الأميركية في بيروت من خلال كلية سليمان العليان لإدارة الأعمال، نتائج مؤشر بنك بيبلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك في لبنان للفصل الرابع من العام 2016.

وأظهرت النتائج ارتفاع المؤشر بنسبة 3,5% في تشرين الأول، و2,2% في تشرين الثاني، و79% في كانون الأول من العام 2016. وبلغ معدل المؤشر الشهري 50,4 نقطة في الفصل الرابع من العام 2016، أي بارتفاع نسبته 38,6% عن معدل الـ 36,4 نقطة في الفصل الثالث من العام نفسه. وسجلت نتائج الفصل الرابع من العام 2016 المستوى الأعلى لها بين 21 فصلاً والـ 17 الأعلى منذ بدء احتساب المؤشر في تموز 2007، في حين جاءت نسبة النمو الفصلية الأعلى لها منذ الفصل الثاني من العام 2008. أما معدل المؤشر الفرعي للوضع الحالي، فقد بلغ 48,4 نقطة في الفصل الرابع من العالم 2016، مسجلاً تحسناً بنسبة 33,2% عن الفصل السابق، في حين بلغ معدل المؤشر الفرعي للتوقعات المستقبلية 51,7 نقطة، أي بتقدم نسبته 42,3% عن الفصل الثالث من العام 2016.

وفي تحليل لنتائج المؤشر، قال السيد نسيب غبريل، كبير الاقتصاديين ورئيس مديرية البحوث والتحاليل الاقتصادية في مجموعة بنك بيبلوس، أن "انتخاب العماد ميشال عون رئيساً للجمهورية في تشرين الأول، والتكليف السريع للسيد سعد الحريري بتولي رئاسة مجلس الوزراء في تشرين الثاني، وتشكيل حكومة وحدة وطنية في كانون الأول، هي العوامل التي أدت إلى تعزيز مستوى ثقة المستهلك اللبناني بشكلٍ كبير في الفصل الرابع من العام 2016."

وأضاف السيد غبريل: "أثبتت ثقة المستهلك اللبناني منذ بدء احتساب المؤشر أنها تتأثر بشكلٍ أساسي بالتطورات السياسية والأمنية، سواء أكانت هذه التطورات إيجابية أو سلبية. وبناءً عليه، فإن الصدمة السياسية الإيجابية التي أنهت الفراغ الرئاسي الذي دام 30 شهراً وأعادت انتظام عمل المؤسسات الدستورية، أي الحكومة والمجلس النيابي، شكّلت العامل الرئيسي للارتفاع الملحوظ في ثقة الأُسر."

وبالرغم من هذا التحسّن، جاءت نتيجة المعدل الشهري للمؤشر في الفصل الرابع من العام 2016 أقل بنسبة 52,4% من النتيجة الفصلية الأعلى له التي بلغت 105,8 نقطة في الفصل الرابع من العام 2008، وبنسبة 48% من النتيجة السنوية الأعلى له التي بلغت 96,7 نقطة في العام 2009. كما جاءت النتيجة الفصلية للفصل الرابع من العام 2016 أقل بنسبة 6% من معدل المؤشر الشهري البالغ 53,5 نقطة منذ بدء احتساب المؤشر في تموز 2007.

لذلك، أشار السيد غبريل إلى أنه "بالرغم من أن نتائج الفصل الرابع من العام 2016 تشير إلى تحسن ملحوظ للمؤشر مقارنة بالفترات السابقة، إلا أنها لا تعكس بالضرورة تحولاً مستداماً في ثقة المستهلك أو تغييراً جوهرياً في رأي أو سلوك الأُسر." والسبب، على ما تظهره نتائج المؤشر للفصل الرابع، هو أن 8,6% فقط من اللبنانيين الذين شملهم المسح توقعوا أن يتحسن وضعهم المالي في الأشهر الستة المقبلة، فيما اعتقد 67% منهم أن أوضاعهم المالية ستتدهور واعتبر 21,5% أن أوضاعهم ستبقى على حالها. هذا وتوقع 13,5% فقط من اللبنانيين الذين شملهم المسح خلال كانون الأول 2016 أن تتحسن بيئة الأعمال في لبنان في الأشهر الستة المقبلة، في حين توقع 61% من المواطنين المستطلعين أن تتدهور و21% أن تبقى على حالها.

وأضاف السيد غبريل أن "الأُسر اللبنانية تحتاج لأن ترى الانفراج السياسي في البلاد ينعكس ترجمة عملية في ارتفاع مستوى معيشتها وتحسن أوضاعها الاقتصادية والمالية من أجل أن تبقى ثقتها وتوقعاتها المستقبلية عند مستويات مرتفعة."

وأظهرت نتائج مؤشر بنك بيبلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك للفصل الرابع من العام 2016 أن الإناث سجلن مستوى ثقة أعلى نسبياً من ذلك الذي سجله الذكور؛ وأن المستهلكين المنتمين إلى الفئة العمرية الممتدة من 40 إلى 49 سنة سجلوا مستوى ثقة أعلى من الفئات العمرية الأخرى؛ وأن الأسر التي يعادل أو يفوق دخلها 2,500 دولار أميركي شهرياً سجلت مستوى ثقة أعلى من ذلك الذي سجلته الأسر ذات الدخل الأقل. بالإضافة إلى ذلك، سجل العاملون في القطاع الخاص في الفصل الرابع من العام 2016 مستوى ثقة أعلى من الذي سجله العاملون لحسابهم الخاص، وربات المنزل، والطلاب، والعاملون في القطاع العام والعاطلون عن العمل. كما سجل المستهلكون في جبل لبنان أعلى مستوى للثقة بين المحافظات في الفصل الرابع من العام، تلاهم المستهلكون في شمال لبنان، وبيروت، وجنوب لبنان والبقاع. وسجل المستهلك المسيحي أعلى مستوى من الثقة مقارنةً مع أبناء الطوائف الأخرى، وتبعه المستهلك السني، فالدرزي، والشيعي على التوالي.

يُذكر أن مؤشر بنك بيبلوس والجامعة الأميركية في بيروت لثقة المستهلك يقيس ثقة وتوقعات المستهلكين اللبنانيّين المتعلقة بالوضع الاقتصادي العام وأحوالهم المالية الخاصة، وذلك كما تفعل أبرز مؤشرات ثقة المستهلك حول العالم. ويتكون المؤشر من مؤشرين فرعيين: مؤشر الوضع الحالي ومؤشر التوقعات. المؤشر الفرعي الأول يغطي الظروف الاقتصادية والمالية الحالية للمستهلكين اللبنانيين، والمؤشر الفرعي الثاني يتناول توقعاتهم على مدى الأشهر الستة المقبلة. إضافة إلى ذلك، يتضمن المؤشر فئات فرعية موزّعة بحسب العمر والجنس والدخل والمهنة والمحافظة والانتماء الديني. وتقوم مديرية البحوث والتحاليل الاقتصادية في بنك بيبلوس باحتساب المؤشر على أساس شهري منذ تموز 2007، علماً بأنه تم اعتماد شهر كانون الثاني 2009 كأساس له. ويستند المؤشر على مسح لآراء 1,200 مواطن لبناني يمثلون السكان في لبنان. ويجري هذا الاستطلاع من خلال مقابلات شخصية مع أفراد العينة من الذكور والإناث الذين يعيشون في جميع أنحاء لبنان. وتتولّى شركة Statistics Lebanon، وهي شركة أبحاث واستطلاعات للرأي، عملية المسح الميداني الشهري.

للمزيد من المعلومات، يرجى الاتصال بـ :

السيد نسيب غبريل
كبير الاقتصاديين ورئيس مديرية البحوث والتحاليل الاقتصادية في مجموعة بنك بيبلوس
الهاتف: 100 338 1 (961) رقم تحويل: 0205
هاتف مباشر: 595 338 1 (961)
الفاكس: 774 217 1 (961)
بريد الكتروني: nghobril@byblosbank.com.lb