

הודעה לעיתונות

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

ירושלים, כג' בתשרי, תשע"ג
9 באוקטובר, 2012
262/2011

ממצאים מסקר הוצאות משק הבית 2011 Findings from the 2011 Household Expenditure Survey

הוצאות משקי הבית בישראל לשנת 2011

- ההוצאה החודשית הממוצעת לתצרוכת למשק בית הייתה 13,967 ש"ח - ללא שינוי ריאלי בהשוואה לשנת 2010
- סעיף הדיור המהווה כרבע מכלל ההוצאות של משק בית, הינו סעיף ההוצאה הגבוה ביותר
- החמישון העליון של משקי הבית מוציא על סעיף תחבורה ותקשורת פי 4.3 מהחמישון התחתון
- החמישון העליון של משקי הבית מוציא על סעיף הבריאות פי 3.3 מהחמישון התחתון
- כ-60% מסך קניות המזון של משקי הבית בישראל מתבצעות ברשתות השיווק
- 10% מסך הקניות של מחשב ואביזריו מתבצעות דרך האינטרנט

בעלות על מוצרים בשנת 2011

- שיעור הבעלות על קו טלפון נייד גבוה ב-13 נקודות האחוז משיעור הבעלות על קו טלפון רגיל
- ל-71% ממשקי הבית יש שני טלפונים ניידים ויותר לעומת 38% בשנת 2001
- ל-78% ממשקי הבית יש מחשב ו-70% ממשקי הבית מחוברים לאינטרנט
- מבין מדינות ה-OECD ישראל ממוקמת באמצע בשיעור הבעלות על מחשב ועל מנוי לאינטרנט
- ל-20% ממשקי הבית יש שתי מכוניות ויותר; בעשירונים של משקי הבית, בעשירון העליון ל-50% יש שתי מכוניות ויותר ובעשירון התחתון ל-2%
- בעשירון משקי הבית העליון לכל מאה נפשות יש 80 מחשבים בהשוואה לעשירון התחתון, בו לכל מאה נפשות יש 15 מחשבים.. [לוחות](#)

ממצאים אלה ואחרים המוצגים כאן התקבלו מתוך סקר הוצאות משק בית ל-2011 שנערך על ידי הלמ"ס. מאז שנות ה-50 ועד למחצית הראשונה של שנות ה-90 ערכה הלמ"ס את הסקר מדי חמש עד שבע שנים; משנת 1997 הסקר נערך מידי שנה; איסוף הנתונים ממשקי הבית מתפרס על פני כל השנה. סקר זה כולל את כלל האוכלוסייה למעט קיבוצים, מושבים שיתופיים ובדואים הגרים מחוץ ליישובים. נתוני 2011 מתבססים על 6,051 משקי בית, שנדגמו ב-175 יישובים בארץ. משקי בית אלו מייצגים כ-2,200,000 משקי בית באוכלוסייה. בשנה זו אחוזי ההשבה עמדו על 88%. הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה מודה לכל משקי הבית שהשתתפו בסקר במהלך השנים, נענו באורך רוח, תוך הבנת חשיבות ההשבה, ובכך תרמו תרומה חשובה למערך הנתונים הסטטיסטי במדינה. ניתן יהיה לרכוש את קובצי הסקר (PUF) ביחידת המידע בלמ"ס במהלך החודש.

הוצאה לתצרוכת ומרכיביה (לוח א, תרשים 1)

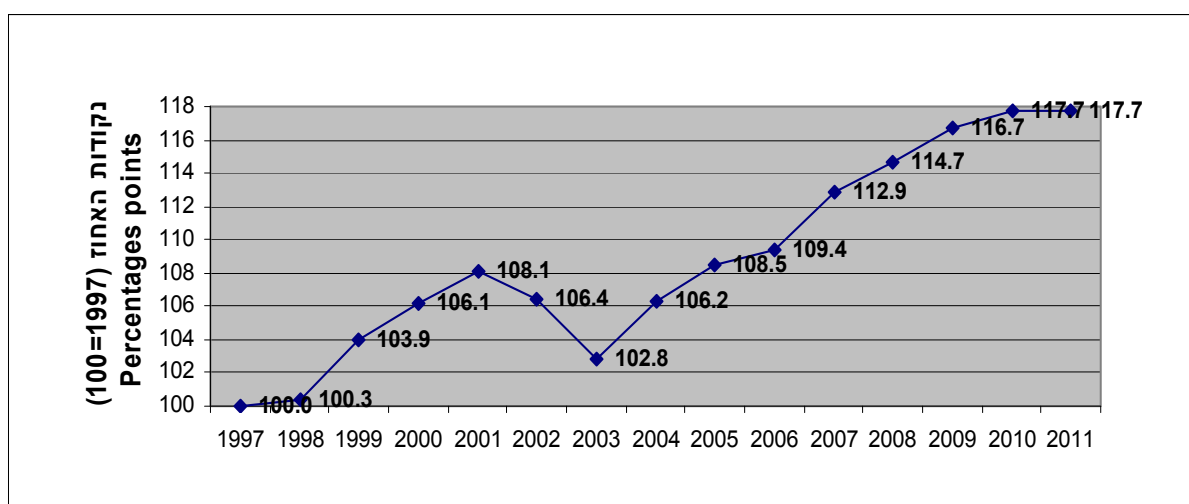
ההוצאה הממוצעת למשק בית על מצרכים ושירותים בשנת 2011 הייתה 13,967 ₪ לחודש - ללא שינוי ריאלי בהשוואה ל-2010 (13,496 ₪ לחודש). **ההוצאה הכספית** למשק בית (ההוצאה לתצרוכת ללא אומדן ההוצאה על שירותי דיור ומכוניות בבעלות) הסתכמה ב- 10,543 ₪ לחודש, גם כמעט ללא שינוי ריאלי בהשוואה ל-2010 (10,179 ₪ לחודש).

מספר הנפשות הממוצע במשק בית הוא 3.3 ומספר המפרנסים הממוצע הוא 1.3. סעיף ההוצאה הגדול של משק הבית היה סעיף הדיור שעמד על 3,501 ₪ לחודש והיווה רבע ממשקל ההוצאה הכוללת. אחריו סעיף התחבורה והתקשורת שהסתכם ב- 2,810 ₪ לחודש והיווה 20.1% מסך ההוצאה וסעיף המזון (כולל ירקות ופירות) שהיה 2,251 ₪ לחודש והיווה 16.1% מסך ההוצאה.

בשלוש השנים האחרונות (2009-2011) ניתן לראות האטה יחסית בצריכת מוצרים ושירותים של משקי הבית בישראל. מרכיב הצריכה הינו חלק מרכזי בנוסחת התוצר המקומי הגולמי (התמ"ג). השינוי בתמ"ג מצביע על שיעורי הצמיחה במשק.

תרשים 1. שיעור שינוי ריאלי מצטבר בהוצאות החודשיות לתצרוכת 2011-1997

Diagram 1. Real accumulation change in monthly consumption expenditure 1997-2011



בין 2010 ל-2011, העלייה הריאלית הגבוהה ביותר בהוצאות הייתה בסעיף ריהוט וציוד לבית (16.7%). סעיפים נוספים בהם הייתה עלייה ריאלית בהוצאות היו: בריאות ותחבורה ותקשורת.

בין 2010 ל-2011, הירידה הריאלית הגבוהה ביותר בהוצאות הייתה בסעיף ההלבשה והנעלה (-3.5%). סעיפים נוספים בהם הייתה ירידה ריאלית מתונה יותר בהוצאות היו מזון, פירות וירקות, דיור, תחזוקת הדירה, חינוך תרבות ובידור ומוצרים ושירותים אחרים.

לוח א. הוצאות חודשיות לתצרוכת לפי קבוצות הוצאה ראשיות 2010-2011
 Table A. Monthly consumption expenditure by main groups 2010-2011

	אחוז שינוי ריאלי (בהוצאה (3)	אחוז שינוי במחירים (2)	אחוז שינוי בהוצאה (1)	2011		2010		
	Real change in prices (%)	Change in prices (%)	Change in expenditu re (%)	%	₪	%	₪	
Consumption expenditure - total	0.0	3.5	3.5	100.0	13,967	100.0	13,496	הוצאות לתצרוכת - סך הכל
Food (excl. vegetables and fruits)	-0.9	4.0	3.0	13.2	1,842	13.3	1,789	מזון (ללא ירקות ופירות)
Vegetables and fruits	-3.2	1.5	-1.7	2.9	409	3.1	416	ירקות ופירות
Housing	-2.2	5.9	3.6	25.1	3,501	25.0	3,380	דיור
Dwelling and household maintenance	-1.4	2.9	1.4	9.4	1,307	9.6	1,289	תחזוקת הדירה ומשק הבית
Furniture and household equipment	16.7	-1.3	15.3	4.1	574	3.7	498	ריהוט וציוד לבית
Clothing and footwear	-3.5	5.6	1.8	3.1	435	3.2	427	הלבשה והנעלה
Health	7.6	2.3	10.0	5.3	742	5.0	674	בריאות
Education, culture and entertainment	-1.1	1.0	-0.2	12.3	1,714	12.7	1,717	חינוך, תרבות ובידור
Transportation and communication	1.1	3.5	4.6	20.1	2,810	19.9	2,686	תחבורה ותקשורת
Miscellaneous goods and services	-0.5	2.6	2.1	4.5	633	4.6	620	מוצרים ושירותים אחרים

(1) השינוי באחוזים בין ההוצאה בשייח בשנת 2011 להוצאה בשנת 2010.

(2) השינוי באחוזים, על פי המדד של הקבוצה, בין המחירים במוצג בשנת 2011, למחירים במוצג בשנת 2010.

(3) השינוי בהוצאות מנוכה ברמת המחירים הממוצעת.

הוצאות לתצרוכת בחמישונים של משקי בית¹, לפי הכנסה נטו לנפש סטנדרטית² (לוחות: 1, 2, תרשימים 2, 3)

נתוני ההכנסות המתקבלים במסגרת "סקר הוצאות משק הבית" משמשים כמשתנה מסביר להתפלגות ההוצאות של משקי הבית לפי קבוצות הכנסה שונות כמו עשירוני הכנסה וחמישוני הכנסה.

מהשוואת ההוצאה הממוצעת לתצרוכת בין החמישון העליון לחמישון התחתון בשנת 2011 נמצא שההוצאה למשק בית בחמישון העליון הייתה 20,866 ש"ח לחודש – פי 2.5 מההוצאה בחמישון התחתון (8,484 ש"ח לחודש).

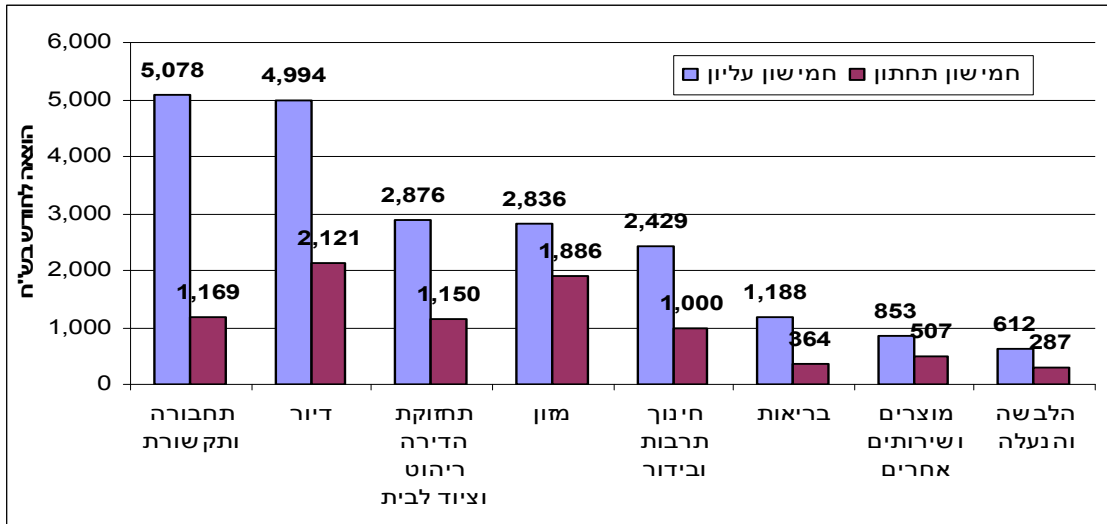
פערים גדולים בין החמישון העליון לתחתון נמצאו בהוצאה על: תחבורה ותקשורת (פי 4.3), בריאות (פי 3.3) וחינוך, תרבות ובידור (פי 2.4).

¹ חמישון של משק בית: חלוקת משקי הבית לחמש קבוצות שוות בגודלן לפי קריטריון הכנסה בסדר עולה; כך לדוגמה הנתונים המוצגים בסעיף זה מתייחסים לחלוקה של חמישונים לפי סדר עולה של הכנסה נטו לנפש סטנדרטית.

² נפש סטנדרטית: יחידה כלכלית במשק הבית המבטאת את היתרונות שיש לגודל משק הבית; לכל נפש נוספת במשק הבית השפעה שלילית קטנה יותר מבחינת העומס המוטל על תקציב משק הבית.

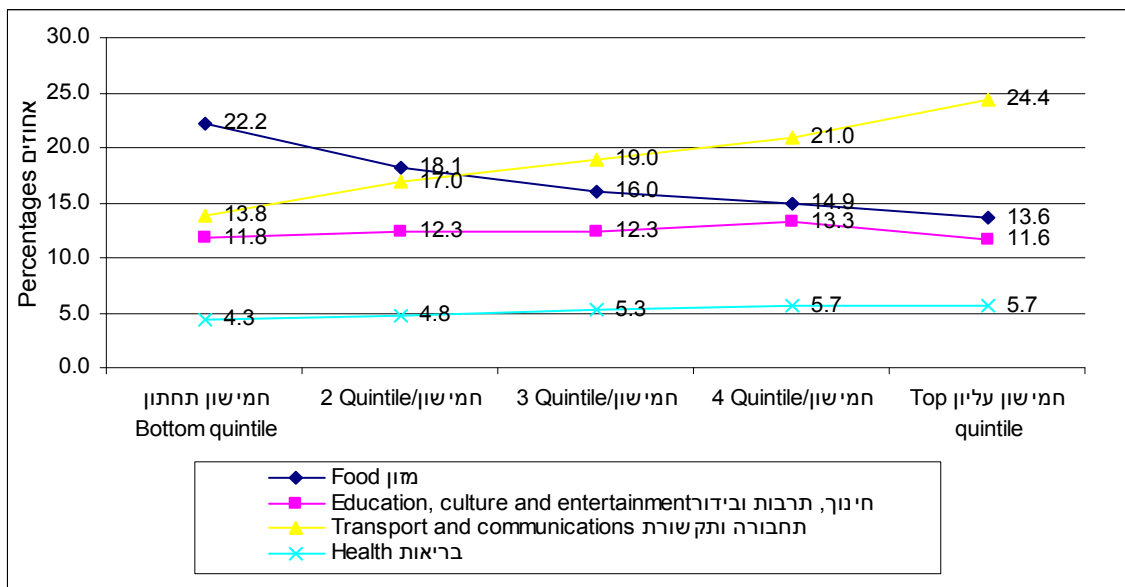
פערים קטנים יחסית בהוצאות בין חמישונים אלה נמצאו בהוצאה על מוצרים בסיסיים כמו סעיפי המזון (פי 1.5) וההלבשה וההנעלה (פי 2.1). בחמישון העליון, 37.5% מההוצאה לתצרוכת מופנית למזון ולדיור בעוד שבחמישון התחתון 47.2% מההוצאה לתצרוכת מופנית לסעיפים אלו.

תרשים 2. הוצאה חודשית לתצרוכת בחמישונים של משקי בית, לפי הכנסה נטו לנפש סטנדרטית, 2011
Diagram 2. Monthly consumption expenditure in quintiles of households, by net income for standard person, 2011



תרשים 3. הרכב ההוצאות לתצרוכת בחמישונים של משקי בית, לפי הכנסה נטו לנפש סטנדרטית - סעיפים נבחרים, 2011 (אחוזים)

Diagram 3. Composition of consumption expenditure in quintiles of households, by net income for standard person-selected sections, 2011 (percentages)



הוצאות משקי הבית לפי ימי קנייה וסוגי חנויות (לוחות 3, 4, 5 ו-לוח ב)

בלוח 3 מוצג כי 38.8% מסך קניות המזון נערכו בימים חמישי ושישי; 43.7% מהארוחות מחוץ לבית (מסעדות, בתי קפה וכדומה) נערכו בסופי שבוע (ימים חמישי, שישי ושבתי).

כרבע מסך קניית הפירות היבשים, הפיצוחים וכן כחמישית מסך קניית המשקאות נערכו בימי שישי.

בלוח 4 מוצג כי 59.1% מסך כל הקניות למזון של משקי בית (לא כולל ארוחות מחוץ לבית) נערכו ברשתות השיווק. קניית הבשר והדגים וכן קניית ירקות ופירות נערכו בעיקר ברשתות השיווק ובחנויות המיוחדות. 41.7% מקניות כלי בית ומטבח נערכו בחנויות מיוחדות המתמחות במכירת כלי בית.

משקי הבית עדיין מעדיפים לרכוש מוצרים בני קיימה בחנויות (לא כולל: רכישה באמצעות קטלוג, אינטרנט וחנויות פטורות ממס) (לוח 5 ולוח ב).

משקי הבית קנו דרך האינטרנט 9.6% מהמחשבים, הציוד והאביזרים למחשב, 7.5% ממכשירי ומוצרי הכושר ו-6.9% ממוצרי הבידור והאלקטרוניקה.

בחו"ל (כולל חנויות פטורות ממס) קנו 10.7% ממוצרי הבידור והאלקטרוניקה ו-4.4% מהמחשבים, הציוד והאביזרים למחשב.

לוח ב. התפלגות ההוצאות באחוזים על מבוחר קבוצות מוצרים לבית לפי אופן הקנייה, 2011 (אחוזים)
Table B. Division expenditure of sub-groups by percentages for durable goods, 2011 (percentages)

לוח ב. התפלגות ההוצאות באחוזים על מבוחר קבוצות מוצרים לבית לפי אופן הקנייה 2011 (אחוזים)

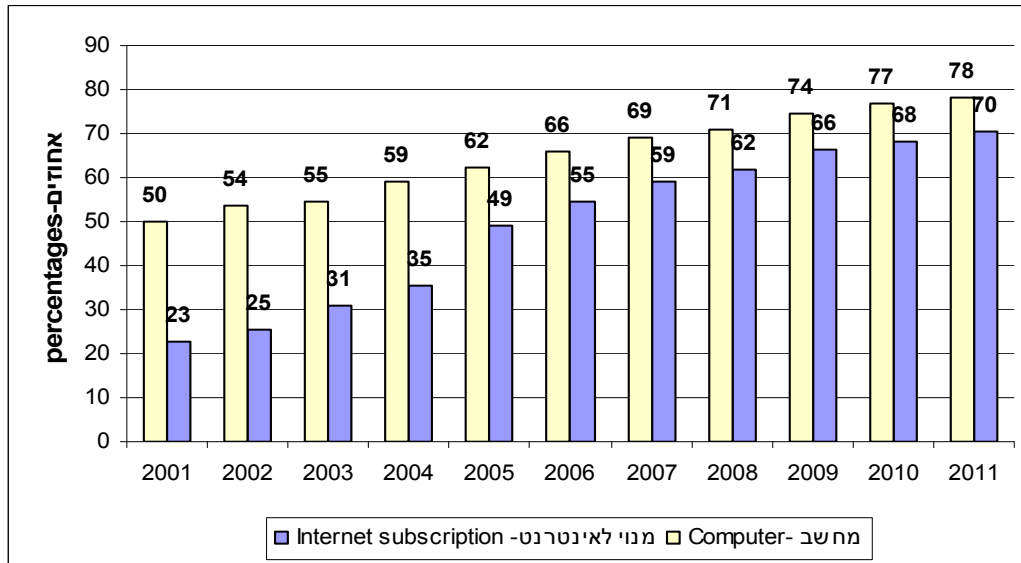
	חו"ל (כולל חנויות פטורות ממכס) Abroad (inc. Tax free shops)	אינטרנט Internet	קטלוג/ טלוויזיה Catalog / TV	חנויות shops	סך הכל Total	
Footwear	3.7	0.3	0.0	96.0	100.0	הנעלה
Tickets for cinema, Culture and Sports	0.0	6.1	0.0	93.9	100.0	כרטיסי כניסה לקולנוע, מופעי תרבות ומשחקי ספורט
Entertainment durable goods	10.7	6.9	0.5	81.9	100.0	מוצרי בידור ואלקטרוניקה
Sport equipment	0.5	7.5	1.7	90.3	100.0	מכשירי ומוצרי כושר
Computer and its accessories	4.4	9.6	0.0	86.0	100.0	מחשב ואביזריו

בעלות על מוצרים בני קיימה בעשור האחרון 2011-2001 (לוח 6, תרשימים 4, 5)

בשנת 2001 ל-49.8% ממשקי הבית היה מחשב, בהשוואה ל-78.2% ב-2011; ל-22.5% היה מנוי לאינטרנט ב-2001, בהשוואה ל-70.3% ב-2011.
 אחוז הבעלות על טלפונים ניידים עלה מ-73.8% בשנת 2001 ל-93.5% ב-2011.

תרשים 4. אחוזי בעלות על מחשבים ומנוי לאינטרנט 2011-2001

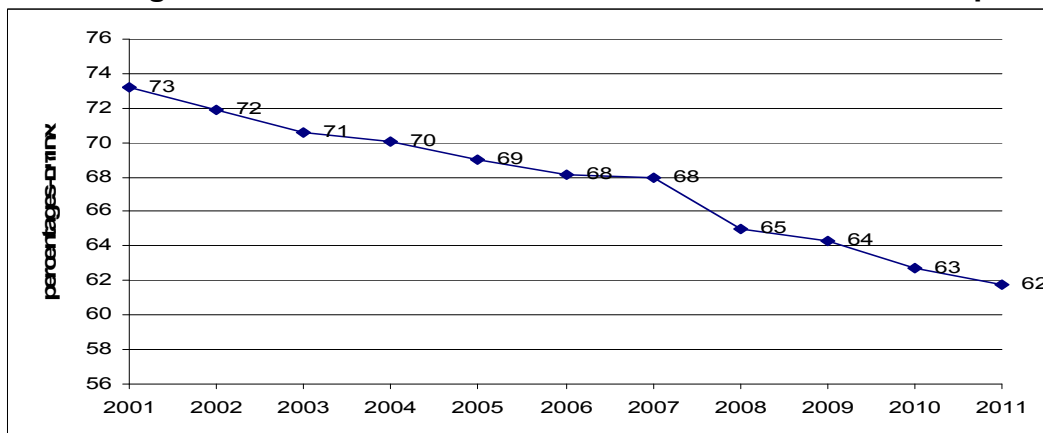
Diagram 4. Ownership on personal computer and Internet subscription, percentages 2001-2011



נמשכת הירידה בשיעור המנויים על טלוויזיה בכבלים או בלוויין שהחלה משנת 2002. ל-73.2% ממשקי הבית בשנת 2001 היה מנוי לכבלים או ללוויין, בהשוואה ל-61.8% בשנת 2011 (תרשים 5). אחד ההסברים לכך הוא השימוש הגובר בצלחת לוויין ובממיר דיגיטלי. בשנת 2011 ל-17.3% ממשקי הבית יש צלחת לוויין ול-22.0% יש ממיר דיגיטלי שלא כלול במנוי לטלוויזיה בכבלים או בלוויין.

תרשים 5. שיעור המנויים על טלוויזיה בכבלים או בלוויין, 2011-2001

Diagram 5. Percentage of households with Cable TV or satellite TV subscription, 2001-2011



בעלות על מוצרים בני קיימה בעשירונים של משקי בית (לוח 7, תרשימים 6, 7)

שיעור הבעלות על מוצרים בני קיימה משמש כאחד המדדים לרמת החיים של בני משק הבית. ככל שמשק בית נמצא בעשירון גבוה יותר, כן נמצא בבעלותו מגוון גדול יותר של מוצרים.

באחוזי הבעלות על מוצרים ישנם הבדלים גדולים בין העשירון העליון לעשירון התחתון:

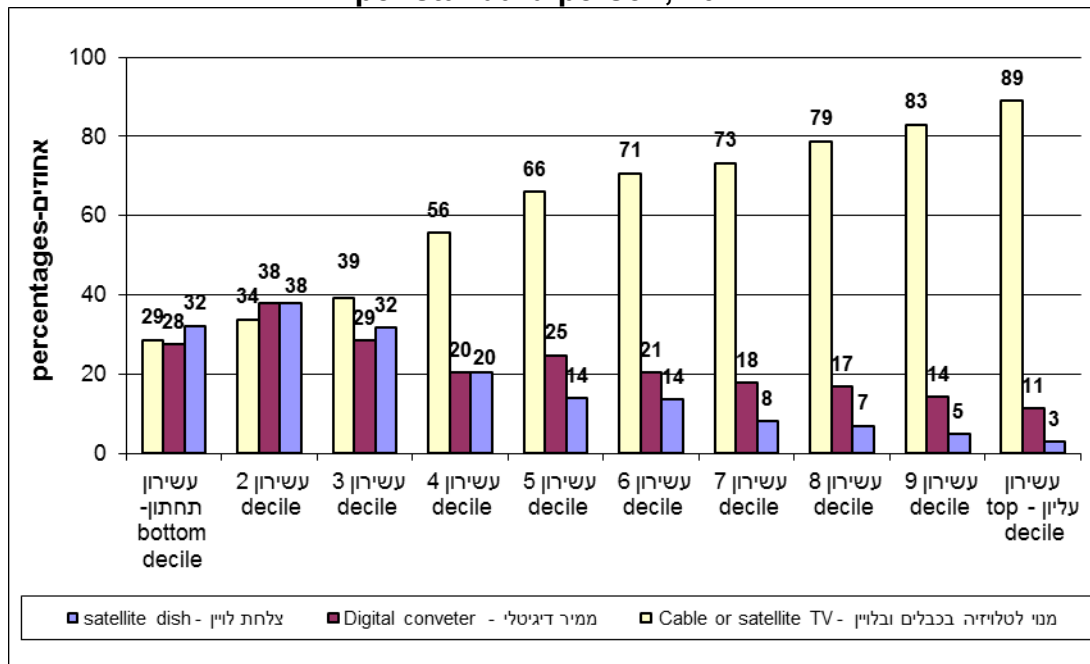
בתחום המחשוב, ל-94.3% ממשקי הבית בעשירון העליון יש מחשב בהשוואה ל-55.8% בעשירון התחתון. מניו לאינטרנט יש ל-91.4% ממשקי הבית בעשירון העליון בהשוואה ל-38.6% בעשירון התחתון.

ל-94.2% ממשקי הבית בעשירון העליון יש מכונת אחת לפחות ול-49.7% מהם יש שתי מכונות לפחות בהשוואה לעשירון התחתון בו ל-20.9% ממשקי הבית יש מכונת אחת לפחות ול-1.9% יש שתי מכונות ויותר.

פערים משמעותיים אלו בין העשירונים אינם בידי ביטוי בנוגע לבעלות על טלפונים ניידים שלגביהם הפער קטן יותר: ל-99.2% ממשקי הבית בעשירון העליון יש טלפון נייד אחד לפחות לעומת 87.2% ממשקי הבית בעשירון התחתון.

שלושת המוצרים בהם אחוז הבעלות גבוה יותר במשקי בית הנמצאים בעשירון התחתון לעומת העשירון העליון הם תנור משולב לבישול ואפיה (25.0% בעשירון העליון לעומת 59.8% בעשירון התחתון), ממיר דיגיטלי (11.5% בעשירון העליון לעומת 27.5% בעשירון התחתון) וצלחת לוויין (2.9% בעשירון העליון לעומת 32.3% בעשירון התחתון).

תרשים 6: שיעור הבעלות על מוצרי בידור בעשירונים של משקי בית, לפי הכנסה נטו לנפש סטנדרטית, 2011
Diagram 6: Ownership on entertainment goods, in deciles of households, by net income per standard person, 2011



כמות המוצרים בני הקיימה הנמצאים ברשות משק הבית מהווה מדד נוסף למדידת רמת החיים של משקי הבית. ל-54.6% ממשקי הבית יש שתי טלוויזיות ויותר ול-31.9% ממשקי הבית יש שני מחשבים או יותר בביתם.

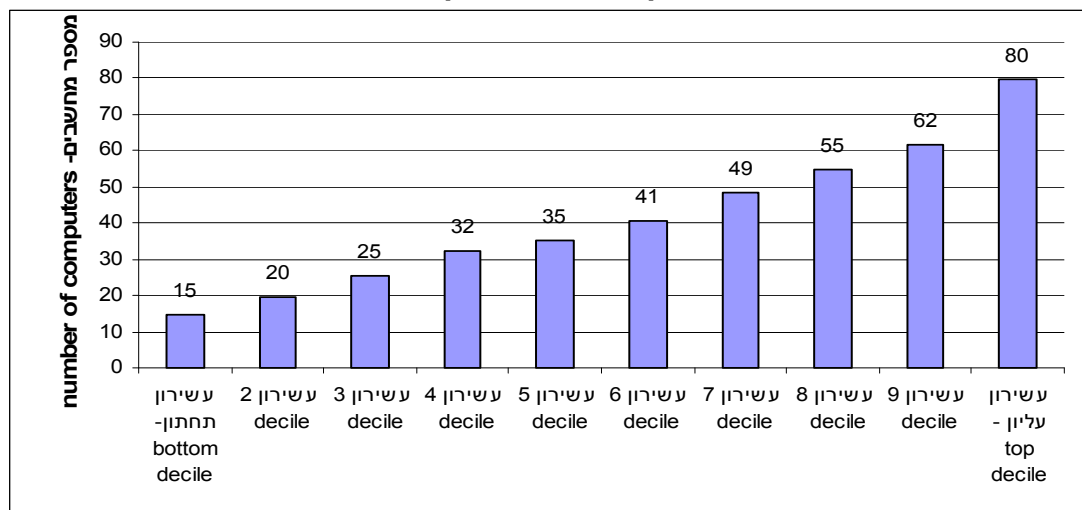
כמות המוצרים בני הקיימה לפי עשירונים:

בעשירון העליון יש בממוצע 2.4 נפשות במשק הבית בהשוואה ל-4.6 נפשות בממוצע בעשירון התחתון. למרות הבדלים אלו, אחוזי הבעלות על שני מוצרים בני קיימה ויותר גבוהים בעשירון העליון בהשוואה לעשירון התחתון.

בעשירון העליון ל-79.7% ממשקי הבית יש שתי טלוויזיות ויותר, בהשוואה לעשירון התחתון בו ל-21.6% ממשקי הבית יש שתי טלוויזיות ויותר.

בעשירון העליון ל-54.4% ממשקי הבית יש שני מחשבים ויותר בהשוואה ל-10.4% בעשירון התחתון. גם בבחינת כמות המחשבים למאה נפשות נמצא כי בעשירון העליון לכל מאה נפשות יש 80 מחשבים בהשוואה לעשירון התחתון, בו לכל מאה נפשות יש 15 מחשבים.

תרשים 7: מספר המחשבים ל-100 נפשות בעשירונים של משקי בית, לפי הכנסה נטו לנפש סטנדרטית, 2011
Diagram 7: Number of personal computers per 100 persons, in deciles of households, by net income per standard person, 2011



בעלות על מוצרים בני קיימה – השוואה בין לאומית (תרשים 8)

מבין כל מדינות ה-OECD, ישראל ממוקמת באמצע עם 77% בעלות על מחשב ו-68% בעלות על מניי אינטרנט. איסלנד מדורגת במקום הגבוה מבין מדינות אלו הן באחוז בעלות על מחשבים והן באחוז בעלות על מניי אינטרנט. לעומתה, מקסיקו מדורגת במקום הנמוך באחוזי הבעלות על מוצרים אלו.

תרשים 8: שיעור בעלות של משקי הבית על מחשבים ועל מניי אינטרנט במדינות נבחרות ב-OECD, 2010
Diagram 8: Percentage of households with a computer and internet, in selected OECD countries, 2010

