

**העדפות צרכנים (שכירים) בקבלת "שי לחג"  
לראש השנה תשע"א, 2010**



## רקע, מטרות ומתודולוגיה

מסורת החגים היהודים כוללת גם את מנהג ה"שי לחג". מסורת זו מעוגנת הן במישור היחסי הבינאישיים שבהם נהוגה קניית מתנות והענקתן בחג לבני משפחה ולחברים, והן במישור יחסי העבודה, שבהם התרבות הארגונית במקומות עבודה רבים כוללת מתן שי לחג לעובדים. יתרה מזאת- משנתקבע הנהג של מעסיק להעניק לעובדיו שי לחג, הרי שהפסקתו מוכרת כפגיעה בתנאי העבודה והיא עשויה אף להוות עילה לפיצויי פיטורין.

ריבוי אתרי האינטרנט המתמחים בנושא השי לחג, מבטא את מרכזיות התחום, את ההתעדכנות ברוח הזמן, להזמנת מתנות באמצעות האינטרנט, ואת הגידול במספר האתרים העוסקים ב"מתנות הירוקות" המכוונות להקטנת ההשפעות השליליות של סוגי המתנות השונות על הסביבה.

סקר צרכנות של מינהל מחקר וכלכלה, בחן את העדפות עובדים שכירים בקבלת שי לחג לראש השנה תשע"א 2010, ביחס להעדפה של מתנת שי מתוצרת הארץ לעומת סוגים אחרים של שי: תווי קניה או כסף מזומן. בנוסף נכללו בניתוח אומדנים להיקף אוכלוסיית מקבלי השי ולערך הכולל של השי לחג שקבלו העובדים השכירים בישראל בראש השנה האחרון.

הסקר נערך באוקטובר 2010 וכלל 1,170 ראיונות בקרב מדגם מייצג של אוכלוסיית השכירים בני 18+ בישראל והוא מהווה חוליה נוספת בסקרי מעקבי צרכנות של המינהל. הנתונים מוצגים במסמך זה בהשוואה למימצאי סקר דומה שנערך שנה קודם (ספטמבר 2009).

## היקף אוכלוסיית מקבלי השי לחג

האוכלוסייה הפוטנציאלית של מקבלי השי לחג היא כלל אוכלוסיית העובדים השכירים בישראל, זאת על רקע התקבעות הנהג של מעסיקים להעניק שי לחג לעובדיהם. אולם מתברר כי 71.3% מהשכירים בישראל אכן קבלו שי בראש השנה תשע"א 2010 במקום עבודתם, לעומת 28.7% שלא קבלו שי. **מתוך נתונים אלו, ניתן להעריך שכ- 1.875 מיליון שכירים, 71.3% מכלל אוכלוסיית העובדים השכירים (המונה 630.2 מיליון שכירים בני 18+), קבלו שי לראש השנה תשע"א.**

נראה כי הסיבות העיקריות לכך שמעל לרבע מאוכלוסיית העובדים השכירים בישראל לא קבלו שי לחג, קשורות במערכת יחסי העבודה במקום עבודתם ובמערכת הכלכלית- העסקית. מבחינת יחסי העבודה, אף שכשאמור, הענקת שי לחג אינה תשלום חובה עפ"י חוק, הרי המסורת הנהוגה ביחסי העבודה בישראל כוללת מתן שי לראש השנה לעובדים במקום עבודתם. 45.2% מקב השכירים בסקר מועסקים במקום עבודה שיש בו ועד עובדים, מצב המעלה מלכתחילה את הסיכוי לקבלת שי לחג.

מי שלא קבל שי לחג כנראה נמנה על קבוצת העובדים הזמניים שמקומות עבודה (גם אלו המאורגנים) אינם כוללים אותם בין הזכאים לשי, בהם עובדי חברות כח אדם או עובדים שהתקבלו זה מקרוב לעבודה. ההסבר המשלים לאי-הענקת שי לעובד, נעוץ במצב הכלכלי של עסק נתון ובצורך לצמצם בהוצאות העסקיות, ובהן, בין היתר, גם בחלוקת שי לחג.

בהשוואה לנתוני שנה קודמת, שבה הוערך שעור מקבלי השי בכ- 66.0%, הרי שחל גידול קל בשעור מקבלי השי.

גידול זה ניתן לייחס הן לשיפור במצב הכלכלי של המשק בשנת 2010, המאפשר ליותר עסקים להעניק שי לחג, וכן להבדל במועד עריכת שני הסקרים, שכן בעוד שהסקר הנוכחי נערך לאחר ראש השנה, כאשר העובדים כבר קבלו בפועל את השי, הרי הסקר ב- 2009 נערך מעט לפני ראש השנה, ובמועד זה, חלק מהעובדים- 17.5%, לא ידעו להשיב האם יקבלו שי<sup>1</sup>.

## **שווי השי לאוכלוסיית השכירים מקבלי השי**

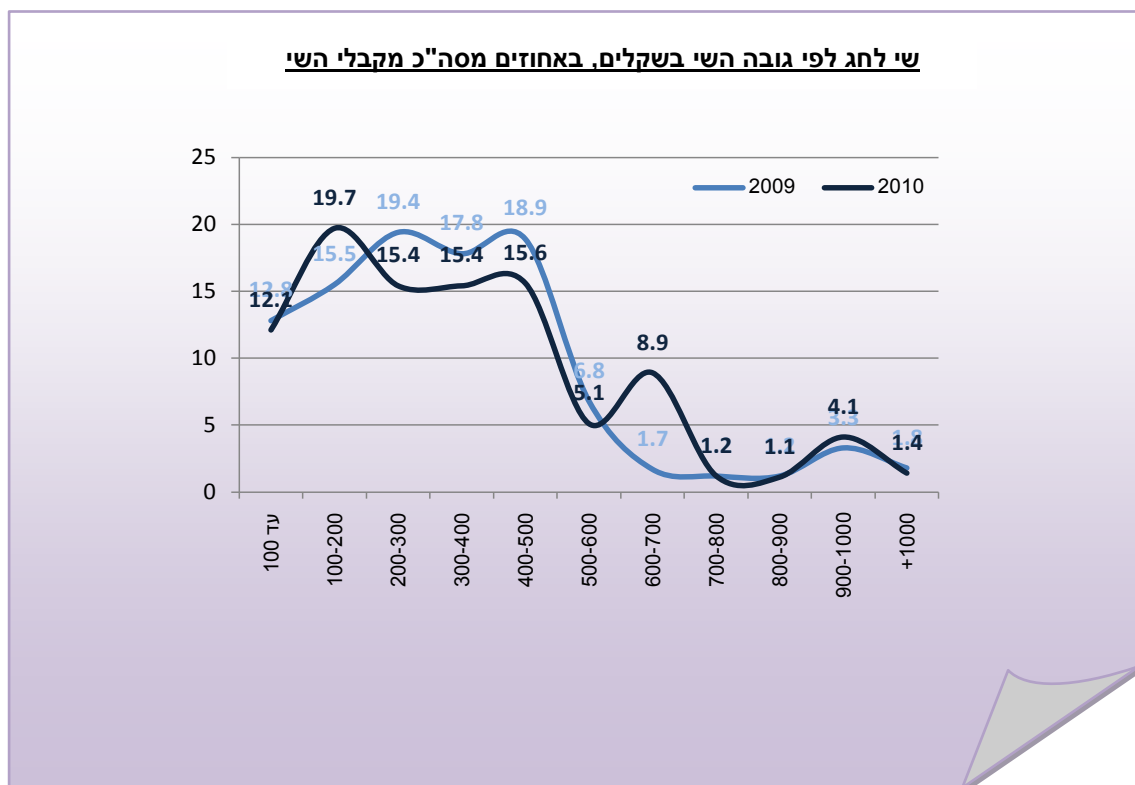
הערך הממוצע של השי לחג ב- 2010 הגיע ל- 391.0 שקלים, שעור הדומה מאד למוצע של 400 שקלים ב- 2009.

קיים פיזור רב בתשובות לגבי גובה השי, הנע בין סכומים הנמוכים מ-100 שקלים ועד לשי ששוויו מעל 1,000 שקלים: 12.1% קבלו שי ששוויו עד 100 שקלים ואילו 1.4% קבלו מעל 1,000 שקלים. התפלגות גובה השי ב- 2010 דומה לזו שב- 2009 (ר' תרשים 1). נראה שמשנתנים ארגוניים (הבדלים בענף הכלכלי) שאליו משתייך העסק מעניק השי, קיומו של ועד עובדים במקום, גודל העסק) ואישיים (זמניות העובד) משפיעים על גובה השי. משנתנים אלו נבחנו בחלקם בסקר הנוכחי (ר' הדיון בהמשך: הבדלים בשווי השי).

### **הערך הכולל של השי לשכירים לחג בראש השנה תשע"א – 2010 עומד על 733.3 מיליון שקלים.**

החישוב נבנה כמכפלה של מספר השכירים שקבלו שי לחג (71.3% מכלל השכירים), כפול הערך הממוצע של השי לחג (391.0 שקלים).

בהשוואה ל- 640 מיליון שקלים שהיה הערך הכולל של השי לחג לשכירים בראש השנה הקודם, הרי שחל גידול של כ-14.5% בסכום הכולל של שי לחג שקבלו שכירים בישראל בראש השנה 2010 בהשוואה ל-2009.

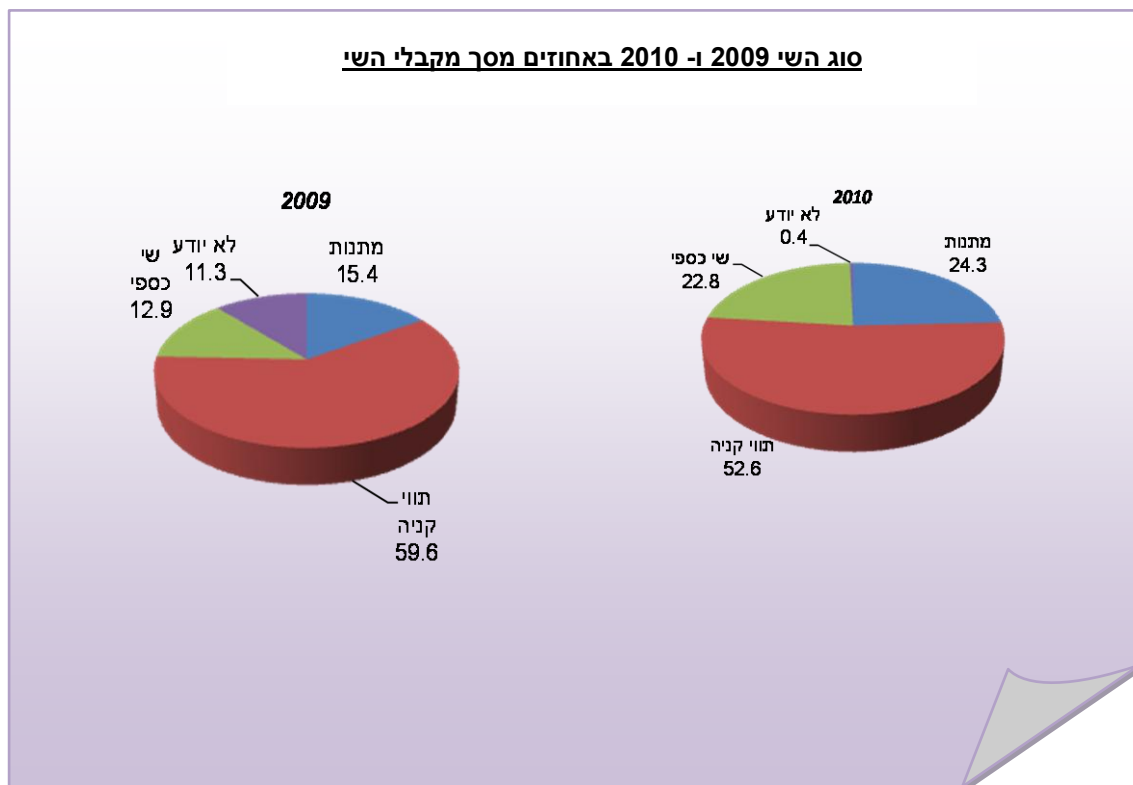


<sup>1</sup> ספטמבר 2009 השיבו 56.9% שהם כבר קבלו, או שהם צפויים לקבל שי לחג, 25.6% השיבו שלא יקבלו שי לחג ואילו 17.5%, כאמור, לא ידעו להשיב, במועד עריכת הסקר, שבוע לפני ראש השנה, האם יקבלו שי. מתוך כך הוערך שעורם של מקבלי השי ב- 2009 ב- 66%.

## סוגי "שי לחג"

השי הרווח בקרב שכירים שקבלו שי לחג ב- 2010 הוא תווי קניה: 52.6% ממקבלי השי לחג קבלו תווי קניה לעומת 24.3% שקבלו מתנות ועוד 22.8% שקבלו שי כספי במזומן או בשיק לחג. 0.4% לא השיבו לשאלה.

שעור מקבלי תווי הקניה בשנה האחרונה נמוך מעט משעורם ב- 2009, שעמד על 59.6%, ואילו שעור מקבלי השי הכספי והמתנות גבוה יותר ב- 2010 לעומת 2009. חלק מההבדלים בסוגי השי בין השנים (רק 15.4% קבלו מתנות ו- 12.9% קבלו שי כספי ב- 2009) מוסבר, כאמור, בהבדלים במועדי עריכת הסקר: כנראה שחלק ממי שלא ידעו להשיב לשאלה ב- 2009, שהיו מעל 12%, טרם בחרו בסוג השי כאשר נערך הסקר.



## העדפות מקבלי השי

**האם ניתנה לעובד בחירה בסוג השי?** ברוב המקרים 89.3% לא היתה לעובד אפשרות בחירה בסוג השי שנקבע ע"י הגורם שהעניק את השי, ורק 9.0% יכלו לבחור בשי הרצוי להם. עוד 1.7% שלא ידעו האם יש בחירה בסוג השי, ככל הנראה גם הם משתייכים למי לא יכלו לבחור בסוג השי הרצוי להם. מצב זה דומה למצב ב- 2009 שגם בה רק שעור דומה, של 9% מהמשיבים, יכלו לבחור בשי לחג, בעוד שלאחרים - לרוב מקבלי השי, לא היתה אפשרות בחירה.

**תווי קניה או מתנה?** רוב מקבלי השי 80.8% מעדיפים לקבל תווי קניה לעומת 4.6% בלבד המעדיפים לקבל מתנות. בהתייחס לנקודה הקודמת שהועלתה, בדבר העדפותיהם הברורות של מקבלי השי לקבל תווי קניה, הרי שקיים פער משמעותי בין ההעדפות לבין המצב בפועל שבו העניקו מתנות בשעור גבוה מזה הרצוי למקבלי השי שרובם, כאמור מעדיפים לקבל תווי קניה.

רק 13.2% השיבו שלא חשוב להם סוג השי ועוד 1.3% לא ידעו להשיב לשאלת העדפת סוג השי הרצוי.

## העדפה של מתנה מתוצרת הארץ או מתוצרת חוץ?<sup>2</sup>

התשובות לשאלה שבקשה לברר איזו היא המתנה המועדפת לחג: מתנה מתוצרת הארץ או מתוצרת חוץ, משקפות העדפה ברורה של מתנות מתוצרת הארץ: 53.0% לעומת 2.2% המעדיפים תוצרת חוץ, ואילו 44.8% אדישים לארץ יצור המתנות, והשיבו שלא משנה להם ולא חשובה להם ארץ הייצור של המתנה.

בנוסף להם, מצויה קבוצה, שהיא אמנם קטנה למדי (מונה רק 35 מרואיינים), של מי שקבלו תווי קניה כשי לחג ומתכננים לקנות בהם מתנות. גם מקרב קבוצה זו נמצא ש- 51.4% השיבו שהם מתכוונים לקנות מתנות מתוצרת הארץ ( לעומת 20.0% המעדיפים לרכוש בתוים מתנות מתוצרת חוץ ו-28.6% אדישים לארץ הייצור של המתנות).

כאמור, מדובר בקבוצה קטנה יחסית, אך ההעדפה הבולטת שנתגלתה גם כאן לגבי קניית מתנות מתוצרת הארץ, מעידה על מגמה עקבית להעדיף מתנות לחג מתוצרת הארץ.

מדובר בעיקר במתנות של ספרים, ביגוד, כלי בית (מצעים, סירים) ומוצרי נוי לבית (אגרטלים) מתוצרת הארץ.

## מאפייני האוכלוסייה המעדיפה לקבל מתנות לחג מתוצרת הארץ

האוכלוסייה הותיקה בישראל בולטת בהעדפת מתנות לחג מתוצרת הארץ: 57.7%, לעומת ערבים ועולים ש- 49.5% ו- 43.3% מהם בהתאמה, מעדיפים מתנות מתוצרת הארץ.

גם בני 35 ומעלה מעדיפים לקבל מתנות מתוצרת הארץ יותר מצעירים בני 18-34: 56.0% לעומת 48.3% בהתאמה, וכמותם גם חילוניים ומסורתיים לעומת דתיים וחרדים: 53.1% ו- 50.05% בהתאמה. גם בעלי הכנסות ממוצעות או מעל לממוצע מעדיפים מתנות מתוצרת הארץ יותר מבעלי הכנסות נמוכות: 63.5% ו- 54.3% לעומת 48.2% בהתאמה.

נראה שאוכלוסיות ותיקות, מבוגרות ומבוססות יחסית, מכירות בחשיבות עידוד התעשייה והיצור המקומיים ועל כן מעדיפות לקבל כשי לחג מתנות מתוצרת הארץ על פני מוצרים מתוצרת חוץ. ההבדלים בהעדפת מתנות לפי רמות השכלה, דתיות ומצב משפחתי לא היו מובהקים.

<sup>2</sup> לתשובות אלו יש להתייחס כאמור, על רקע ההעדפה הגורפת לקבלת שי בתווי קניה ולא במתנות

לוח 1: מאפיינים עיקריים של מעדיפי מתנות מתוצרת הארץ, באחוזים מכל קבוצה

המאפיין	% מעדיפי תוצרת הארץ מקרב הקבוצה	המאפיין	% מעדיפי תוצרת הארץ מקרב הקבוצה
מגזר		<b>השכלה</b>	
	אוכלוסייה ותיקה	תיכונית חלקית או פחות ותיכונית	57.7
	עולי חבר העמים	על תיכונית שאינה אקדמית ואקדמאית	43.3
גיל	ערבים	<b>רמת דתיות</b>	49.5
	18-34	חילוני ומסורתי	53.1
35-54		דתי וחרדי מאד*	50.0
	+55	<b>הכנסה</b>	
מצב משפחתי		מתחת לממוצע	48.2
	יש ילדים עד 18 בבית	כמו הממוצע	63.5
	אין ילדים בבית	מעל הממוצע	54.3

\*מעט מקרים

## האם חלו שינויים בערך השי לחג בהשוואה לשנה קודמת?

הנשאלים התבקשו להשיב האם ערך השי הנוכחי (לראש השנה תשע"א) גבוה, נמוך או שווה לערך השי



שקבלו לקראת ראש השנה בשנה שעברה. כאמור, על פי חישוב השווי הממוצע של השי, עולה שלא חל שינוי משמעותי בגובה השי בשנה שחלפה בהשוואה לקודמתה: 391.0 לעומת 400.0 שקלים בהתאמה, וכך אכן עולה מהערכותיהם של 64.7% מהמשיבים. מבין האחרים, השיבו 12.5% שהשי שקבלו גבוה ועוד 14.8% השיבו שהשי נמוך מזה שקבלו בשנה הקודמת (2009).

## **הבדלים בשווי השי לפי סוג השי המוענק ומקום העבודה מעניק השי**

מתברר כי קיימים הבדלים בגובה השי לחג לפי סוג השי: שווי שי כספי לחג הוא הגבוה ביותר מבין סוגי השי ומגיע ל-480.1 שקלים בממוצע, ואילו שווי תווי קניה, שהוא כזכור, השי הנפוץ יותר בקרב מקבלי השי, עומד על על 430.6 שקלים בממוצע. שווי המתנה לחג הוא הנמוך ביותר מבין סוגי השי ועומד על 202.6 שקלים בממוצע.

במקומות עבודה מאורגנים שבהם קיים ועד עובדים, סכום השי הממוצע גבוה יותר ומגיע ל-396.0 שקלים, לעומת 347.9 שקלים שהוא שווי השי הממוצע במקומות עבודה לא מאורגנים. במקומות עבודה מאורגנים בולט שווי גבוה במיוחד של תווי קניה, המגיע ל-494.6 שקלים בממוצע, ואילו במקומות לא מאורגנים בולט השי הכספי, הגבוה בערכו מכל סוגי השי מכל מקומות העבודה ומגיע ל-525.2 שקלים. כאמור, ממוצע שווי של כל סוגי השי כמעט שלא השתנה בשנה האחרונה בהשוואה ל-2009, כ-400 שקלים, אך השינוי הבולט, בשוואה לשנה הקודמת, הוא הירידה המשמעותית שחלה בשווי של השי הכספי: מ-583.3 שקלים בממוצע ב-2009 ל-480.1 שקלים בממוצע ב-2010 והגידול בשווי הממוצע של המתנות לחג, שעל אף שערכן עלה מ-130.6 שקלים ב-2009 ל-202.6 שקלים ב-2010, הרי שווין נותר הנמוך ביותר מבין מכל הסוגים האחרים של השי לחג.

לוח 2: שווי השי לחג לפי סוג השי ולפי מקום העבודה, בשקלים

שווי השי	שווי ממוצע	השווי במקומות עבודה מאורגנים	השווי במקומות לא-מאורגנים
שווי ממוצע	391.0	396.0	347.9
מתנות	202.6	257.9	146.2
תווי קניה	430.6	494.6	371.7
שי כספי*	480.1	261.6	*525.2

\*מעט מקרים

## **תווי קניה שהוענקו כשי לחג**

כאמור, תווי הקניה מהווים חלק ניכר 52.6% משוק ה"שי לחג". תו קניה הינו אמצעי תשלום (שווה כסף), ושוק תווי הקניה עצמו גדל והתפתח בישראל, בין היתר, הודות למסגרות ה"שי לחג". ארגונים שונים, גדולים, כאלו המעסיקים מספר רב של עובדים (תעשייה אווירית, מקורות, חברת החשמל), כמו גם עסקים קטנים ובינוניים, נוהגים לרכוש תווי קניה ולהעניק אותם לעובדיהם בחגי ישראל ובעיקר בראש השנה ובפסח. תווי הקניה הקיימים בשוק המקומי ניתנים למימוש בחנויות וברשתות ששמן מופיע על התו, והם כוללים את רשתות שווק המזון (שופרסל, רבוע כחול), בסניפיהן ובחנויות הלווין שלהם, וכן מגוון רחב של חנויות (מתוקף הסדר בין רשתות שווק המזון המנפיקות את רוב התווים) ועסקים שונים, שברובם, אינם קשורים לשווק מזון אלא לתחומים אחרים בהם: אופנה וחנויות לבוש והנעלה (כגון: קסטרו, פוקס), תחום הציוד והמוצרים לבית (מוצרי חשמל, רהוט-כגון: הום סנטר, אייס), חנויות ורשתות ספרים (סטימצקי, צומת ספרים), תכשיטים ומוצרי קוסמטיקה, חנויות שווק פריטים הקשורים לפנאי (אלקטרוניקה בידורית) ועסקים מתחומי תיירות ונופש.

כל אחד מתווי הקניה המשווקים בשוק הנו בעל "ערך נקוב", אשר מבטא את השווי הכספי הרשמי של התו. עם זאת, בחלק מרשתות המשנה של רשתות השיווק הגדולות, נמצא כי בעת התשלום, התוויים מחושבים, פעמים רבות, על פי ערך נמוך מערכם הנקוב.

**הערך הכולל של תווי הקניה שניתנו לעובדים כשי לחג בראש השנה 2010 מגיע לכ-425 מיליון שקלים לעומת כ-390 מיליון שקלים ב-2009.**

החישוב נערך כמכפלה של מספר השכירים מקבלי שי בכלל (71.3% מסך השכירים במשק), כפול החלק היחסי של מקבלי תווי קניה מסך מקבלי השי לחג (52.6%), כפול הערך הממוצע של תווי קניה שהוענקו כשי לחג לעובד (430.6 שקלים).

חלק ניכר ממקבלי התוויים, 50.2%, קנו, או מתכוונים לקנות בהם מוצרי מזון, 16.0% מתכננים לרכוש בתוויים מתנות, ואילו 33.7% מתכוונים לרכוש בתוויים שירותים שונים שאינם מוצרים פיזיים: כגון: מנוי לחדר כושר, טיול וכד'.

גם מקרב הקבוצה הקטנה של מי שמתכוונים לקנות מתנות בתווי השי, נתגלתה העדפה לקניית מתנות לחג מתוצרת הארץ.

כאמור, מדובר בקבוצה קטנה יחסית, אך ההעדפה הבולטת שנתגלתה גם כאן לקניית מתנות מתוצרת הארץ, מעידה על מגמה עקבית להעדיף מתנות לחג מתוצרת הארץ.

לוח 3: התפלגות השימוש הצפוי בתווי קניה, באחוזים מסך מקבלי התוויים

סוגי שימוש בתווי קניה	אחוזים מסה"כ
סה"כ	100
מוצרי מזון	50.5
מתנות	16.0
אחר	33.7