|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **בנק ישראל**  דוברות והסברה כלכלית | לוגו בנק ישראל | ‏ירושלים‏, י"ג בכסלו תשפ"ג  ‏7 בדצמבר 2022 |

**הודעה לעיתונות:**

**ניתוח ראשוני של מגמות ברכישת משקאות ממותקים בעקבות הטלת המס עליהם**

בתאריך 17.11.2022 פורסמה לראשונה ההודעה לעיתונות, המבוססת על ניתוח נתוני חברת סטורנקסט. מבדיקה שנערכה עלה שבדיווחי יצרנים/יבואנים לחברה נפלה שגיאה בסיווג מקצת מהמשקאות בשנת 2022 לאלו עם/ללא מדבקה אדומה, סיווג המסייע לחלק את המשקאות לאלו שמוטל עליהם מס גבוה/נמוך או אינם חייבים במס. להלן הניתוח המעודכן, המבוסס על הסיווג המתוקן.

**בחטיבת המחקר בבנק ישראל נערכה בדיקה של השינויים ברכישת משקאות בעקבות הטלת המס. בניתוח חושבו השינויים ברכישת המשקאות הממותקים, בכל אחת משתי מדרגות המס, ושל משקאות שלא מוסו.**

* **המס על משקאות ממותקים, שהוטל בתחילת השנה, הביא לירידה של כ-5% בנפח הרכישות לנפש שלהם – בניכוי מגמת הרכישות עד 2019 – לעומת התקופה המקבילה בשנת 2019 (לפני מגפת הקורונה).**
* **הרכישות לנפש של משקאות עתירי סוכר, עליהם הוטל מס בגובה 1 ש"ח לליטר, פחתו בכ-10%.**

בתחילת 2022 הוטל מס על משקאות עם סוכר ותחליפיו ("משקאות ממותקים") כדי להפחית את צריכת הסוכר ותחליפיו וכך לצמצם את ההשפעות השליליות שלה, לרבות סוכרת, שעלותה המשקית השנתית בישראל היא למעלה מ-10 מיליארדי ש"ח[[1]](#footnote-1). המס נקבע בשתי מדרגות: 1 ש"ח לליטר על משקאות עם יותר מ-5 גרם סוכר לליטר (להלן משקאות עתירי סוכר) ו-0.7 ש"ח לליטר על משקאות עם פחות סוכר, עם ממתיקים מלאכותיים ("דיאט") ומיצים טבעיים (להלן: משקאות מופחתי סוכר).

בחטיבת המחקר בבנק ישראל נערכה בדיקה של השינויים ברכישת משקאות בעקבות הטלת המס, המבוססת על נתוני חברת סטורנקסט. בניתוח חושבו השינויים ברכישה (בליטרים) של המשקאות הממותקים, בכל אחת משתי מדרגות המס, ושל משקאות שלא מוסו (בעיקר מים מינרליים וסודה). השינויים ברכישה נבחנו בין נובמבר 2021 עד אוקטובר 2022 – התקופה בה חל המס והחודשיים שקדמו לה, אז כבר היה ידוע שהמס יוטל וייתכן וחלה אגירה של מוצרים שיצרכו בשנת 2022 – לבין שתי תקופות קודמות: שנת 2019 כולה ונובמבר 2020 – אוקטובר 2021. הבחירה להשוות לשנת 2019 נובעת מכך שבשנת 2021 עדיין היו מגבלות הקשורות למגפת הקורונה וקרוב לוודאי שדפוסי הצריכה של הציבור לא היו כבימי שגרה. מאידך, שנת 2021 קרובה יותר לתקופה בה חל המס על המשקאות הממותקים, ומתחילת 2020 חלה חובה לסמן במדבקות אדומות מוצרים עתירי סוכר, שומן ונתרן, מהלך שעשוי היה בפני עצמו לצמצם את הרכישות של משקאות ממותקים[[2]](#footnote-2). יצוין כי בדצמבר 2021 הוחל פיקדון (בגובה 30 אגורות) גם על בקבוקים גדולים בנפח של 1.5–5 ליטרים, העשוי אף הוא לצמצם את הרכישות.

באיור 1 מוצגת התפתחות הרכישה החודשית (בליטרים) של משקאות מתחילת 2019 ואילך. הנתונים תנודתיים, בשל עונתיות בצריכה, אבל בתקופה שלאחר הטלת המס ניכרת ירידה ברכישה של המשקאות עתירי סוכר (הקו האדום המקווקו), במידה פחותה במופחתי סוכר (הקו האדום המנוקד), ויציבות יחסית ברכישה של משקאות לא ממוסים (הקו הכחול).

שתי קבוצות אוכלוסייה מאופיינות בשיעורים גבוהים יחסית של סוכרת[[3]](#footnote-3): ערבים (ובפרט בדואים) וחרדים. כך, למשל, בקבוצת הגיל 55–64 לכ-32% מהערבים יש סוכרת ולכ-16% מהחרדים, לעומת כ-12% מהיהודים הלא-חרדים, ויחסים בסדר גודל דומה קיימים גם בשכיחות התחלואה של ערבים וחרדים לעומת יהודים לא-חרדים בקבוצות גיל נוספות של בוגרים. לפיכך יש עניין לבחון את השפעת המס גם על הרכישות בקבוצות השונות. ואולם, בנתוני סטורנקסט מופיעות מעט מאוד חנויות המשרתות בעיקר את המגזר הערבי ולכן נציג בקצרה את עיקרי הממצאים לגבי הרכישות בחנויות המשרתות בעיקר את המגזר החרדי (התמונה במגזר היהודי הלא-חרדי דומה מאוד לזו בסך האוכלוסייה)[[4]](#footnote-4). היקף הרכישות של משקאות ממוסים במגזר החרדי גבוה מזה של המשקאות הלא ממוסים, בניגוד לתמונה העולה מאיור 1 עבור סך האוכלוסייה. בשנת 2022 חלה במגזר החרדי ירידה בולטת ברכישות של משקאות עתירי סוכר ועלייה של ממש ברכישות של משקאות לא ממוסים.

הממצאים לעיל מגלמים בתוכם גם מגמות על פני זמן בדפוסי רכישה של משקאות. לוח 1 מרכז את שיעורי השינוי ברכישה *לנפש*של המשקאות במדרגות המס השונות, לאחר ניכוי המגמה הרב-שנתית ברכישה לנפש של משקאות בשנים 2015–2019. באותן שנים חלה ירידה שנתית ממוצעת של כ-5% ברכישה של משקאות עתירי סוכר וירידה מתונה יותר, של כ-1% לשנה, ברכישה של משקאות מופחתי סוכר. מכירות המשקאות הלא ממוסים עלו בשנים אלה בכ-2% לשנה.

בהשוואה בין התקופה נובמבר 2021 – אוקטובר 2022 לבין שנת 2019 כולה (החלק העליון בלוח) חלה ירידה בפועל של כ-14% ברכישה לנפש של משקאות ממוסים, השקולה לירידה של כ-5% בניכוי המגמה: צמצום של כ-10% ברכישה של משקאות עתירי סוכר וגידול של כ-1% ברכישה של משקאות מופחתי סוכר. במשקאות הלא ממוסים חלה ירידה של כ-9% לפי אותו תחשיב. הרכישה של משקאות מופחתי סוכר הושפעה משני כוחות מנוגדים: מחד, החלת המס פעלה להפחתת הרכישות (השפעת המחיר העצמי); מנגד, הוטל מס גבוה יותר על משקאות עתירי סוכר ולכן ירד המחיר היחסי לצרכן של המשקאות מופחתי הסוכר והגדיל את הביקוש אליהם (השפעת התחלופה). הממצאים לעיל עשויים להעיד שהשפעת התחלופה הייתה חזקה יותר. בחנויות המשרתות בעיקר את המגזר החרדי התרחשה התכווצות של כ-17% ברכישות לנפש של משקאות ממותקים: כ-19% במשקאות עתירי סוכר וכ-15% במופחתי סוכר, ומכאן שבמגזר החרדי השפעת המחיר העצמי גברה על השפעת התחלופה. רכישת משקאות לא ממוסים לנפש פחתה בכ-7%, בדומה לאוכלוסייה הכללית.

השוואה בין הרכישות לנפש בנובמבר 2021 – אוקטובר 2022 לבין הרכישות שנה קודם (החלק התחתון בלוח) מצביעה על השפעה דומה לזו שנמצאה לעיל על המשקאות עתירי הסוכר, אך גם על צמצום בשיעור דומה של רכישת משקאות מופחתי סוכר. לבסוף, אמנם חלה במהלך 2022 עלייה ברכישות של משקאות לאחר הירידה החדה ברבעון הראשון של שנת 2022, אך זוהי עלייה עונתית בעיקרה, עם היציאה מהחורף; בחינה של הרכישות ביולי–אוגוסט 2022 או ספטמבר–אוקטובר 2022 לעומת הרכישות בתקופות המקבילות בשנת 2019 העלאתה כי שיעורי השינוי דומים לאלו לעיל, למעט ירידה מתונה מאוד ברכישת משקאות מופחתי סוכר.

יש להדגיש שהניתוח אינו מכסה, בשל אי-זמינות נתונים, את הרכישות של משקאות על ידי השוק המוסדי (מסעדות ובתי קפה, מקומות עבודה, מוסדות חינוך וכיוצא בזה) ובחנויות שלא כלולות בנתוני סטורנקסט (לרבות רוב מכריע מהחנויות במגזר הערבי), אשר על כולם חל המס.

|  |
| --- |
| **איור 1. הרכישה החודשית של משקאות**1 **לפי מדרגת המס, 2019–2022**  (ממוצע נע של 3 חודשים, מיליוני ליטרים)  כניסת המס לתוקף |
| המקור: סטורנקסט ועיבודי בנק ישראל.   1. לא כולל משקאות על בסיס חלב או תחליפי חלב, תרכיזים, תירוש, משקאות אלכוהוליים ובירה מאלט/ללא אלכוהול**.** |

**לוח 1. שיעורי השינוי ברכישת משקאות, בליטרים לנפש, לפי מדרגת המס**

(אחוזים)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **נתח מסך רכישת המשקאות** | **מגמת השינוי הצפויה**1 | **השינוי בפועל** | **אפקט המס:**  **השינוי בפועל בניכוי המגמה הצפויה** |
|  | **2019** | **נובמבר 2021 – אוקטובר 2022** לעומת  **ינואר–דצמבר** 2**2019** | | |
| כל המשקאות | 100 | -2 | -9 | -6 |
| מזה: ממוסים | 51 | -10 | -14 | -5 |
| מזה: **עתירי סוכר** | **31** | **-13** | **-22** | **-10** |
| מופחתי סוכר | 20 | -3 | -2 | 1 |
| לא ממוסים | 49 | 7 | -2 | -9 |
|  | **2021** | **נובמבר 2021 – אוקטובר 2022** לעומת  **נובמבר 2020 – אוקטובר 2021** | | |
| כל המשקאות | 100 | -1 | -9 | -8 |
| מזה: ממוסים | 50 | -4 | -13 | -10 |
| מזה: **עתירי סוכר** | **29** | **-5** | **-16** | **-11** |
| מופחתי סוכר | 21 | -1 | -9 | -8 |
| לא ממוסים | 50 | 2 | -5 | -7 |

המקור: סטורנקסט ועיבודי בנק ישראל.

1. השינוי השנתי הממוצע לנפש בשנים 2015–2019 (בחלק העליון בלוח – השינוי בחזקת שלוש). השינוי בגודל האוכלוסייה מבוסס על הירחון הסטטיסטי לישראל של הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה.
2. בחלק העליון בלוח מוצג השינוי המצטבר התלת-שנתי בעוד שבחלק התחתון מוצג השינוי השנתי, אך כיוון שחל שינוי חד ברכישה עם החלת המס בתחילת 2022, כפי שמתואר באיור 1, צורת הצגה זו משקפת טוב יותר את השפעת המס על הרכישות מאשר הצגת ההשפעה במונחי שיעורי שינוי שנתיים מאז 2019.

1. רן בליצר ואחרים (2018). *הערכת עלות מחלת הסוכרת בישראל והבנת המשמעויות למניעתה ולפיתוח כלי מימון חדשים לרפואה מונעת*. הנתונים במחקר נכונים לשנת 2013. [↑](#footnote-ref-1)
2. מבדיקה שנערכה עלה שלמהלך הייתה השפעה מוגבלת ולא מובהקת על צמצום נתח השוק של המשקאות המסומנים. *ראו: השפעת רפורמת הסימון הבריאותי של מוצרי המזון על התנהגות הצרכנים*, סקירה שבועית, אגף הכלכלנית הראשית, משרד האוצר, אוגוסט 2022. [↑](#footnote-ref-2)
3. משרד הבריאות (2021). *דו"ח רישום הסוכרת הלאומי לשנת 2019*, פרסום מס' 406. [↑](#footnote-ref-3)
4. הסיווג של החנויות למגזרים נעשה על ידי סטורנקסט. [↑](#footnote-ref-4)