

## Spurningar og svör

1. Hvers vegna safnar Hagstofan upplýsingum um útgjöld heimila? .....	1
2. Hvaðan fær Hagstofan upplýsingar um útgjöld heimila? .....	1
3. Er eitthvað að marka þessa rannsókn? Ég man ekkert hvað ég eyði miklu. ....	2
4. En hvað ef fólk gefur rangar upplýsingar um útgjöld, t.d. vegna áfengiskaupa? .....	2
5. Hverjir taka þátt í útgjaldarannsókninni? .....	2
6. Eru niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar framfærslu- eða neysluviðmið? .....	3
7. Er tekið tillit til mannelissjónarmiða eða lífsgæða í útgjaldarannsókninni? .....	3
8. Af hverju virðast útgjöld í mat- og drykkjarvörur lægri í niðurstöðum rannsóknarinnar en í heimilisrekstrinum hjá mér? .....	3
9. Ég fer aldrei út að borða en eyði samt miklu meira en þið gefið upp í matvöruverslunum. ....	3
10. Hvað kostar ein máltíð? .....	4
11. Hve miklu eyða heimili í matarkaup? .....	4
12. Hve miklu eyða heimili í matvöruverslunum? .....	5
13. Geta niðurstöður rannsóknarinnar staðist? Ef ég eyði svona miklum peningum í mat og drykk þá ætti ég ekkert eftir .....	6
14. Hvar get ég séð niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar? .....	6
15. Ef ég tek þátt í útgjaldarannsókninni get ég þá lækkað verðbólguna? .....	6
16. Hvað eru neyslueiningar? .....	6

### 1. Hvers vegna safnar Hagstofan upplýsingum um útgjöld heimila?

Hagstofa Íslands gerir rannsókn á útgjöldum heimila til þess að afla upplýsinga til að útbúa grunn fyrir vísitölu neysliverðs. Vísitala neysliverðs á að endurspegla breytingar á verði á vörum og þjónustu sem heimili kaupa að staðaldri. Til þess að það sé unnt þarf upplýsingar um vægi einstakra vöru- og þjónustuflokka sem fást úr upplýsingum um útgjöld heimila.

### 2. Hvaðan fær Hagstofan upplýsingar um útgjöld heimila?

Hagstofa Íslands framkvæmir rannsókn á útgjöldum heimila. Þátttakendur eru heimili sem eru valin af handahófi af öllu landinu og þau eru beðin um að gefa upplýsingar um innkaup sín. Niðurstöðurnar eru reistar á útgjöldum raunverulegra heimila en ekki á áætlunum. Fyrir kemur að heimili skili ekki fullnægjandi upplýsingum og í þeim tilfellum er áætlað í eyðurnar. Sú áætlun miðast við útgjöld heimila af sömu heimilisgerð og búsetu. Ef til dæmis upplýsingar vantar frá einstaklingsheimili í þéttbýli utan höfuðborgarsvæðisins eru útgjaldaliðirnir sem upp á vantar áætlaðir út frá meðalútgjöldum annarra einstaklingsheimila í þéttbýli utan höfuðborgarsvæðisins.

### **3. Er eitthvað að marka þessa rannsókn? Ég man ekkert hvað ég eyði miklu.**

Rannsókn Hagstofu Íslands á útgjöldum heimilanna er úrtaksrannsókn sem er samfelld í gangi allt árið. Haft er samband við 1.222 heimili á ári og þau beðin um að taka þátt. Þau sem samþykkja eru beðin um að skrá útgjöld sín nákvæmlega yfir tveggja vikna tímabil og þau mega safna saman kvittunum úr verzlunum og skila þeim til að auðvelda sér vinnuna. Einnig er tekið viðtal við heimilin þar sem spurt er um stærri útgjöld síðustu þrjú mánuði.

Þátttaka í rannsókninni hefur dvínað síðustu ár, eins og er raunin víða um heiminn og eykur það óvissu um niðurstöður. Þátttakendur í rannsókninni eru tiltölulega fáir á ári hverju og til að auka áreiðanleika niðurstaðna notar Hagstofan meðaltal rannsóknarinnar síðustu þrjú ár í útreikningum og birtum tölum.

Í ljós hefur komið að ákveðnar tegundir af heimilum eru líklegri en aðrar til að samþykkja þátttöku í rannsókninni. Hjón eða sambýlisfólk með börn eru líklegust til að taka þátt en þeir sem búa einir eru ólíklegastir. Búseta virðist einnig hafa áhrif því heimili í þéttbýli utan höfuðborgarsvæðisins eru líklegri en íbúar höfuðborgarsvæðisins til að taka þátt í rannsókninni. Þó hafa heimili í dreifbýli verið fúsust til þátttöku. Niðurstöðurnar eru leiðréttar fyrir þessum mun með vogum.

### **4. En hvað ef fólk gefur rangar upplýsingar um útgjöld, t.d. vegna áfengiskaupa?**

Það er vel þekkt vandamál að útgjaldarannsóknir vanmeti útgjöld til kaupa á „viðkvæmum“ vörum eða þjónustu vegna þess að fólk vill ekki gefa þau upp. Þetta á t.d. við um kaup á áfengi, tóbaki, lyfjum og útgjöldum vegna happdrætta. Niðurstöður rannsóknarinnar í þeim flokkum eru bornar saman við aðrar heimildir og leiðréttar eftir þörfum.

### **5. Hverjir taka þátt í útgjaldarannsókninni?**

Úrtakið fyrir rannsókn á útgjöldum heimila er valið úr fjölskyldunúmerum í þjóðskrá þar sem einhver á heimilinu er á aldrinum 18-74 ára. Þátttakendur eru allir heimilismenn á heimili þess sem valinn er. Til heimilis teljast allir þeir einstaklingar sem búa undir sama þaki og hafa sameiginlegt heimilishald meðan á rannsókninni stendur. Heimili á öllu landinu eru þátttakendur í rannsókninni. Kannað er hvort úrtakið endurspegli búsetu- og aldurdreifingu þjóðskrárinnar í heild. Einnig eru niðurstöður rannsóknarinnar leiðréttar fyrir auknum úrtakslíkum sumra hópa en uppbygging þjóðskrár veldur því að ákveðnar tegundir af heimilum eru líklegri til að veljast í úrtakið en aðrar.

Þátttaka í rannsókninni hefur dvínað síðustu ár, eins og er raunin víða um heiminn og eykur það óvissu um niðurstöður. Til að auka áreiðanleika niðurstaðnanna notar Hagstofan meðaltal niðurstaðna síðustu þriggja ára í sínum útreikningum og birtum tölum.

Í ljós hefur komið að ákveðnar tegundir af heimilum eru líklegri en aðrar til að samþykkja þátttöku í rannsókninni. Hjón eða sambýlisfólk með börn eru líklegust til að taka þátt en þeir sem búa einir eru ólíklegastir. Búseta virðist einnig hafa áhrif því heimili í þéttbýli utan höfuðborgarsvæðisins eru líklegri en íbúar höfuðborgarsvæðisins til að taka þátt í rannsókninni. Þó hafa heimili í dreifbýli verið fúsust til þátttöku. Niðurstöðurnar eru leiðréttar fyrir þessum mun með vogum.

## 6. Eru niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar framfærslu- eða neysluviðmið?

Rannsóknin á útgjöldum heimila leiðir í ljós hvað heimili kaupa og hvernig útgjöldin skiptast milli neysluflokka. Ekki er á neinn hátt reynt að meta hvort útgjöld teljast nauðsynleg framfærsla eða ekki. Rannsóknin gefur því ekki upplýsingar um hvað heimili þurfa sér til framfærslu. Skrá á öll útgjöld sama hvort heimili eigi fyrir þeim vörum eða þjónustu sem er keypt eða hvernig þau eru fjármögnuð. Raunverulegt kaupverð er skráð óháð því hvar varan er keypt. Til dæmis er ekki eingöngu horft á kaup í lágvöruverðsverslunum.

## 7. Er tekið tillit til manneiddissjónarmiða eða lífsgæða í útgjaldarannsókninni?

Rannsóknin mælir eingöngu útgjöld vegna kaupa á neysluvörum og þjónustu. Þá er ekki lagt mat á hvort heimili hafi valið vel eða illa eða hvort varan hafi gott næringargildi eða sé holl eða óholl. Rannsóknin á að varpa ljósi á allar þær vörur og þjónustu sem heimili kaupa óháð því hvers eðlis þær eru. Heildstæðum upplýsingum um magn matvæla er ekki safnað.

## 8. Af hverju virðast útgjöld í mat- og drykkjarvörur lægri í niðurstöðum rannsóknarinnar en í heimilisrekstrinum hjá mér?

Er það raunverulega svo? Ef til vill er skýringa að leita í alþjóðlega flokkunarkerfinu fyrir einkaneyslu, vöru og þjónustu, COICOP sem er útgefið af Sameinuðu þjóðunum. Til dæmis dreifast vörur sem seldar eru í matvöruverslunum á mismunandi flokka. Niðurstöður útgjaldarannsóknar og grunnur vísitölu neysluverðs eru flokkaðar eftir þessu kerfi. Skammstöfunin vísar til erlenda heitisins *Classification of Individual Consumption Expenditure According to Purpose*. Fyrsti flokkurinn ber yfirskriftina *01 Matur og drykkjarvörur* en ekki falla alveg öll matarútgjöld undir hann auk þess sem áfengi er undanskilið því það er flokkað á öðrum stað í kerfinu. Undir flokk *11 Hótel og veitingastaðir* falla útgjöld sem eðli málsins samkvæmt eru útgjöld í mat og drykki á veitingahúsum og kaffihúsum. Þar flokkast einnig útgjöld í mótuneytum og útgjöld vegna kaupa á skyndibitum hvort sem þeir eru sendir heim eða þeirra er neytt á skyndibitastöðum. Ennfremur teljast tilbúnir réttir úr matvöruverslunum og samlokur til skyndibita og því hluti af flokki 11.

Ég vil vita meira um neysluflokkunina COICOP: <http://www.hagstofa.is/pages/348>

Heimasíða tölfræðisviðs Sameinuðu þjóðanna.

<http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=5>

## 9. Ég fer aldrei út að borða en eyði samt miklu meira en þið gefið upp í matvöruverslunum.

Þegar fjallað er um útgjöld í matvöruverslunum eða dagvöruverslunum verður að hafa í huga að slíkar verslanir selja ýmislegt annað en eingöngu matvörur og óáfenga drykki s.s. heimilisvörur af ýmsu tagi. Stærri verslanir selja líka leikföng, bækur, fatnað og margt fleira. Í COICOP-flokkunarkerfinu (sjá spurningu 8) sem notað er í vísitölu neysluverðs og niðurstöðum útgjaldarannsóknarinnar falla vörur sem almennt eru keyptar í matvöruverslunum í sjö flokka:

01 Matur og drykkjarvörur

02 Áfengi og tóbak – malt og pilsner flokkast hér

05 Húsgögn heimilisbúnaður o.fl. – sem inniheldur, rafhlöður og ljósaperur, hreingerningavörur og óvaranlegar heimilsvörur s.s. plastpoka, álpappír, uppþvottabursta o.fl.

06 Heilsa – hér má t.d. finna lýsi og vítamín

09 Tómstundavörur, leikföng o.fl. – þar fellur gæludýrafóður

11 Veitingar – Tilbúnir réttir úr matvörubúðum

12 Ýmsar vörur og þjónusta – hér má finna vörur til persónulegs hreinlætis svo sem hársápur, snyrtivörur, bleiur o.fl.

Ég vil vita meira um hvað er mælt í vísitölu neysluverðs:

<http://www.hagstofa.is/?PageID=2599&src=https://rannsokn.hagstofa.is/pxis/Dialog/varval.asp?ma=VIS01305%26ti=V%EDsitala+neysluver%F0s%2C+vogir+fyrir+undirv%EDsit%F6lur+fr%E1+1992%26p ath=../Database/visitotur/neysluverdundir/%26lang=3%26units=Hlutföll>

Graf: <http://www.hagstofa.is/Pages/2949/?src=/dm/bars/vis.html>

## 10. Hvað kostar ein máltíð?

Rannsókn á útgjöldum heimila er athugun á raunverulegum útgjöldum heimila en hún sýnir ekki niðurstöður um framfærslu- eða neysluviðmið. Þátttakendur eru ekki spurðir hvað sé í matinn hverju sinni eða hvort þeir neyti varanna yfirleitt sem keyptar eru. Keyptar matvörur geta jafnvel lent í ruslinu ónotaðar. Til að reikna kostnað við eina máltíð þarf fyrst að svara spurningunni „Hvað er máltíð?“ og gefa sér ótal forsendur um fjölda máltíða á dag, stærð skammta og samsetningu matar. Í rannsókninni er ekki spurt um þessi atriði, en þó spurt væri er líklegt að svörin yrðu afar mismunandi eftir gerð heimila og einstaklingum sem taka þátt. Líklega er kostnaður við einfaldan morgunmat langt frá því að vera sambærilegur við kostnað við góða sunnudagssteik. Ef til vill væri betra að spyrja hver eru matarútgjöld að meðaltali á mánuði eða á viku. Þegar matarútgjöld eru skoðuð er mikilvægt að hafa í huga þá staðreynd að heimili kaupa gjarnan tilbúinn mat eða skyndibita eða greiða fyrir mat í mötuneytum vinnustaða eða í skóla. Til að meta heildarkostnað vegna matarútgjalda þarf að bæta þeim liðum matarinnkaup í matvöruverslunum.

## 11. Hve miklu eyða heimili í matarkaup?

Nýjustu niðurstöður sem birtar hafa verið úr rannsókn á útgjöldum heimilanna eru meðaltöl fyrir árin 2010 – 2012.

Ef öll útgjöld í mat og drykk (áfengi undanskilið) eru tekin saman, þ.e. matur og drykkur keyptur í matvöruverslunum og útgjöld í veitingar, skyndibita og í mötuneyti kemur í ljós að útgjöld heimila í mat og drykk nema að meðaltali 18,8% af heildarútgjöldum. Þetta getur verið breytilegt eftir heimilisgerðum og er t.d. 20,7% fyrir heimili hjóna eða sambýlisfólks með börn. Þess má geta að meðalheimilið samkvæmt rannsókninni telur 2,4 einstaklinga: 1,6 fullorðan og 0,8 börn. Hjón/sambýlisfólk með börn eiga hinsvegar að meðaltali 1,9 börn. Í meðfylgjandi töflum má sjá

ársútgjöld í mat og drykk fyrir allar heimilisgerðir annarsvegar og hjón/sambýlisfólk með börn hinsvegar.

<b>Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012, allar heimilisgerðir</b>			
Matur og drykkur (áfengi er undanskilið)	Hlutfall heildarútgjalda	Ársútgjöld verðlag 2012	Ársútgjöld, verðlag september 2014
	%	krónur	krónur
- keyptur í dagvöruverslun	14,9	849.754	897.135
- keyptur á veitingahúsum, kaffihúsum eða börum	1,7	96.007	101.360
- keyptur á skyndibitastöðum eða tilbúinn úr matvöruverslunum	1,9	110.194	116.338
- keyptur í mótuneytum	0,4	21.366	22.557
Matur og drykkur samtals í neysluútgjöldum	18,9	1.077.321	1.137.390

<b>Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012, hjón eða sambúðarfólk með börn</b>			
Matur og drykkur (áfengi er undanskilið)	Hlutfall heildarútgjalda	Ársútgjöld verðlag 2012	Ársútgjöld, verðlag september 2014
	%	krónur	krónur
- keyptur í dagvöruverslun	16,2	1.211.967	1.279.545
- keyptur á veitingahúsum, kaffihúsum eða börum	1,4	102.858	108.593
- keyptur á skyndibitastöðum eða tilbúinn úr matvöruverslunum	2,3	169.453	178.902
- keyptur í mótuneytum	0,7	49.379	52.132
Matur og drykkur samtals í neysluútgjöldum	20,6	1.533.657	1.619.172

## 12. Hve miklu eyða heimili í matvöruverslunum?

Alla jafna kaupa heimili í rannsókn á útgjöldum heimila ýmislegt annað en matvörur í matvöruverslunum. Ef allt er talið saman (sjá flokka í fyrri spurningu) kemur í ljós að 16,9% af heildarútgjöldum heimila að meðaltali eru í matvöruverslunum. Þetta hlutfall er breytilegt eftir heimilisgerðum, t.d. er sambærileg niðurstaða fyrir hjón/sambýlisfólk með börn 18,2%. Í meðfylgjandi töflu má sjá hvaða fjárhæð þetta er í krónum, bæði á verðlagi ársins 2012 og miðað við verðlag í september 2014.

<b>Rannsókn á útgjöldum heimilanna 2010-2012, Heildarinnkaup í dagvöruverslun</b>			
	Hlutfall heildarútgjalda	Ársútgjöld verðlag 2012	Verðlag september 2014
	%	krónur	krónur
Allar heimilisgerðir, meðaltal	16,9	965.248	1.019.069
Hjón eða sambúðarfólk með börn	18,2	1.363.670	1.439.706

### **13. Geta niðurstöður rannsóknarinnar staðist? Ef ég eyði svona miklum peningum í mat og drykk þá ætti ég ekkert eftir.**

Í rannsókn á útgjöldum heimilanna er ekki aflað upplýsinga um hvort heimili eigi fyrir þeim vörum og þjónustu sem keypt er. Við úrvinnslu rannsóknarinnar er upplýsinga um tekjur þátttakenda safnað. Upplýsingunum er safnað úr skattagögnum til þess að létta svarbyrði þátttakenda. Meðaltöl fyrir bæði neysluútgjöld og ráðstöfunartekjur sýna að flestar gerðir heimila afla nægra tekna til að standa undir útgjöldum sínum. Í rannsókninni 2010-2012 voru aðeins tvær gerðir heimila sem að meðaltali öfluðu ekki nægra tekna til að standa straum af útgjöldunum. Þar var um að ræða þau heimili sem eyddu mestu (féllu í fjórða útgjaldafjórðung). Þar geta stór innkaup hafa verið gerð, t.d. keyptur bíll, sem getur verið fjármagnaður með láni eða sparnaði. Þá voru heimili sem höfðu lægstu tekjurnar (í fyrsta tekjufjórðungi) með hærri útgjöld en tekjur. Í þann flokk geta t.d. talist námsmenn sem hafa litlar tekjur en þurfa samt sem áður að framfleyta sér en námslán eru ekki talin til ráðstöfunartekna.

### **14. Hvar get ég séð niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar?**

Gefin voru út Hagtíðindi um niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar 2010-2012. Það má nálgast ókeypis á vef Hagstofunnar hér: <https://hagstofa.is/?PageID=421&itemid=5bb2b24f-db20-442d-a265-fbc46526571a>.

Talnaefnið sem er aftast í heftinu og sambærilegar eldri tölur má finna á vef Hagstofunnar hér: <http://www.hagstofa.is/Hagtolar/Verdlag-og-neysla/Neysla-og-verd-ymissa-vorutegund>.

### **15. Ef ég tek þátt í útgjaldarannsókninni get ég þá lækkað verðbólguna?**

Niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar hafa ekki bein áhrif á verðbólguáætlunir sem gerðar eru með vísitölu neysluverðs. Verðbólga er breyting á verði sem mælt er í verslunum og hjá þjónustuaðilum. Niðurstöður útgjaldarannsóknarinnar eru notaðar til að meta hlut mismunandi vöruflokka þegar verðbreytingar eru mældar.

### **16. Hvað eru neyslueiningar?**

Í birtum niðurstöðum úr rannsókn á útgjöldum heimila er oft rætt um neyslueiningar. Heimili eru misstór og þess vegna getur verið erfitt að túlka niðurstöður rannsóknarinnar. Með því að umreikna stærð heimilis í neyslueiningar er reynt að taka tillit til þess að stór heimili eru hagkvæmari í rekstri en lítil og að útgjöld vegna barna eru minni en útgjöld vegna fullorðinna. Hver einstaklingur á heimili fær tiltekið vægi eftir aldri sínum og stærð heimilis. Þá má bera saman útgjöld milli ólíkra heimilisgerða. Alþjóðastofnanir eins og OECD og Eurostat styðjast við svonefndar neyslueiningavogir. OECD miðar við vog sem gefur fyrsta fullorðna einstaklingi á heimili vægið 1, öðrum fullorðnum á heimili vægið 0,7 og börnum vægið 0,5. Eurostat hefur sett fram vog sem gefur fyrsta fullorðna einstaklingi á heimili vægið 1, öðrum fullorðnum vægið 0,5 og börnum vægið 0,3. Þessi kerfi gera bæði ráð fyrir að við 13 ára aldur verði útgjöld unglinga þau sömu og fullorðinna.