

ירושלים, ט"ו בשבט תשע"ו
25 בינואר 2016
021/2016

פדיון (מכירות) של רשתות השיווק בחודשים אוקטובר-דצמבר 2015 Sales Value of Chain Stores Goods in October-December 2015

אוקטובר-דצמבר 2015 (נתוני מגמה בחישוב שנתי)

- עלייה של 0.7% (במחירים קבועים) בסך כל פדיון רשתות השיווק⁽¹⁾, לאחר עלייה של 0.5% בשלושת החודשים יולי - ספטמבר 2015 (לוח 1).
- ירידה של 0.5% (במחירים קבועים) בפדיון של רשתות המזון, לאחר ירידה של 2.1% בחודשים יולי - ספטמבר 2015 (לוח 2).

בשנת 2015

- גדל סך הפדיון של רשתות השיווק במחירים קבועים ב-2.3%, בהשוואה ל-2014; זאת בהמשך לעלייה של 2.0% בשנת 2014.
- בפדיון של רשתות המזון חל גידול של 0.6%, במחירים קבועים, בהשוואה ל-2014; זאת בהמשך לעלייה של 1.0% בשנת 2014.

לוחות

לוח א. השינויים בפדיון של רשתות השיווק באחוזים

מגמה בחישוב שנתי		מנוכה עונתיות ⁽²⁾ ינואר - נובמבר 2015	נתונים מקוריים ⁽²⁾		פדיון רשתות השיווק
אוקטובר-דצמבר 2015	יולי-ספטמבר 2015		2015	2014	
0.7	0.5	2.1	2.3	2.0	סה"כ (לא כולל דלק) מזה:
-0.5	-2.1	0.1	0.6	1.0	מזון
		3.9		5.3	טקסטיל והלבשה
		9.0		3.4	מוצרים בני קיימה ⁽³⁾
		5.6		2.8	שונות ⁽⁴⁾
		9.2		0.4	דלק

(1) רשת שיווק: מספר חנויות (לפחות 3) של אותה רשת המוכרות מוצרים מכל ענפי המסחר (כולל מזון).

(2) כל תקופה לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת.

(3) מוצרים שאפשר להשתמש בהם שימוש חוזר וממושך יותר משנה אחת.

(4) בסעיף זה כלולים: מוצרי קוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים, ציוד משרדי ואופטיקה.

כתבה: רחל בן יוסף, תחום תעשייה ועסקים

לקבלת הסברים ניתן לפנות אל יחידת הדוברות בטל' 02-6527845

נתוני הפדיון ברשתות השיווק מתייחסים לרשתות המתמחות במזון ולרשתות המתמחות במוצרים אחרים: מוצרי טקסטיל והלבשה, הנעלה, מוצרים בני קיימה, כלי בית ו"שונות" - מוצרי קוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים, ציוד משרדי ואופטיקה. פדיון הרשתות המוגדרות כרשתות מזון כולל את הפדיון גם ממכירת חומרי ניקוי ומוצרים אחרים.

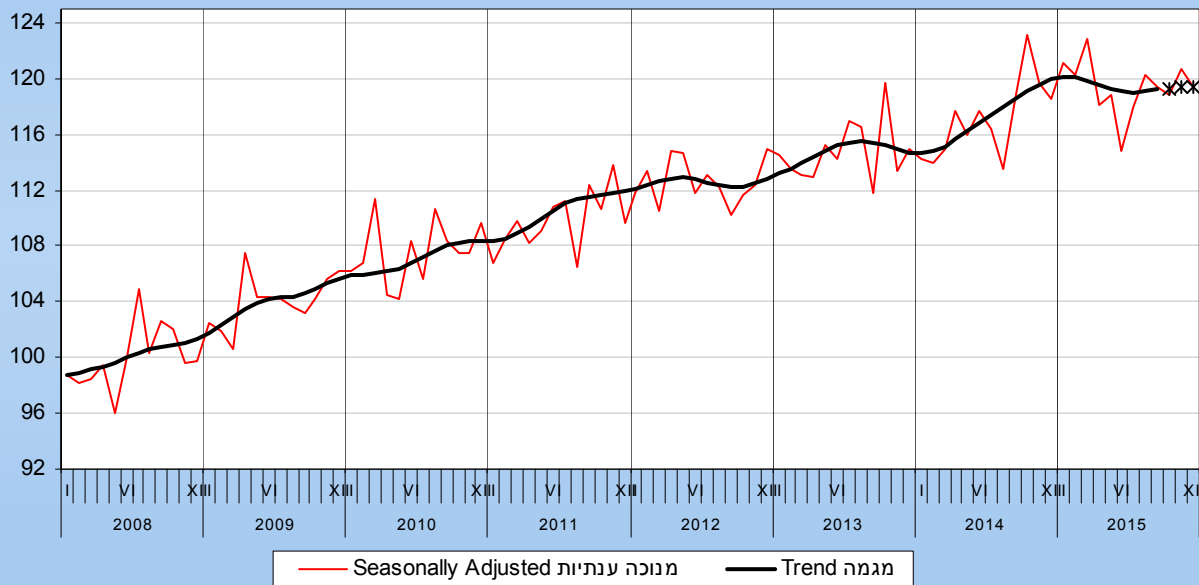
השינויים בערך המכירות ברשתות אלה אינם משקפים בהכרח את השינויים בערך המכירות של מוצרי צריכה בכלל המסחר הקמעוני. זאת, כאשר יש מעבר של קונים ממסגרת המסחר הקמעוני האחר למסגרת חנויות של רשתות השיווק הנחקרות, מסיבות שונות, למשל: פתיחת סניפים חדשים, רכישה של חנויות קיימות וסגירת סניפים.

לתשומת לב: הנתונים המתפרסמים בהודעה זו הם ראשוניים ומבוססים על מידע מהרשתות המובילות, בהודעה שתפורסם בחודש הבא הנתון יתעדכן עם קבלת המידע מכל הרשתות הנחקרות.

הנתונים, הנאספים מדי חודש מרשתות השיווק על ידי סוקרי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, משמשים כאינדיקטור לצריכה הפרטית. נתונים אלה מקדימים בחודש את הנתונים של פדיון המסחר הקמעוני ממקורות מע"מ, המשמשים גם הם כאינדיקטור נוסף.

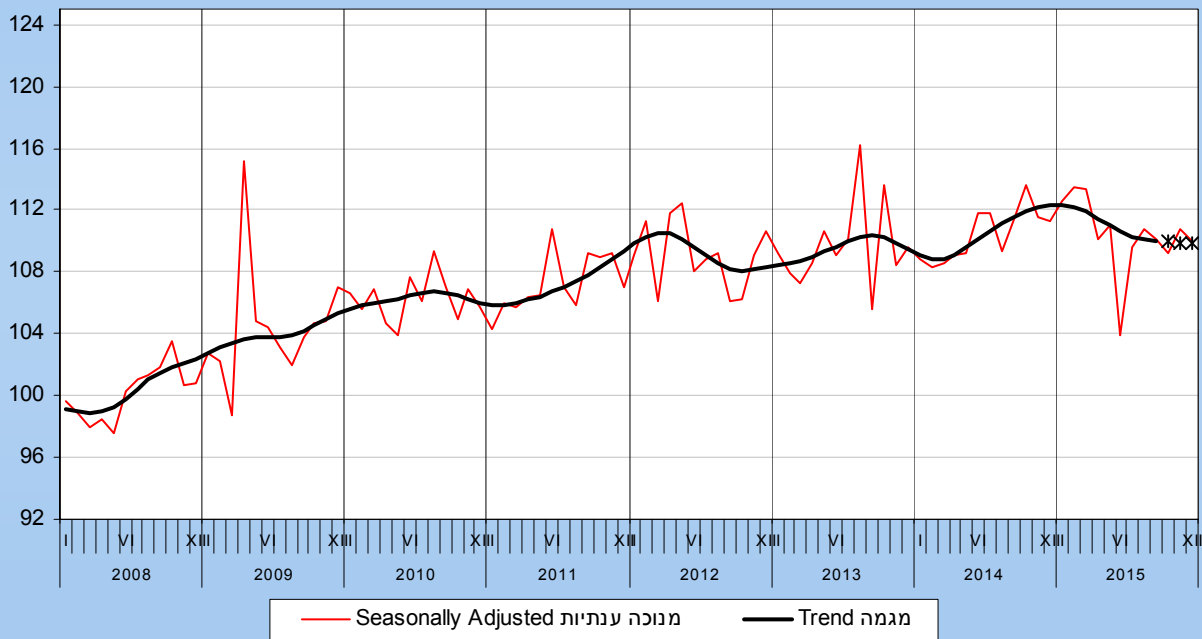
ההודעה הבאה על "פדיון רשתות השיווק לחודש ינואר 2016" תפורסם בתאריך 24 בפברואר 2016.

תרשים 1: מדדי סך הפדיון של רשתות השיווק במחירים קבועים
 Total Sales Value Indices of Chain Stores at Constant Prices
 בסיס: 2008=100.0



לנתוני תרשים 1

תרשים 2: מדדי פדיון המזון של רשתות השיווק במחירים קבועים
 Food Sales Value Indices of Chain Stores at Constant Prices
 בסיס: 2008=100.0



לנתוני תרשים 2

*The last three points of the trend may be a significant revision. subject to

* שלוש הנקודות האחרונות של המגמה עשויות להשתנות במידה ניכרת.