

הודעה לתקשורת

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

 ירושלים, טו' באדר א' תשע"ו
 24 בפברואר 2016
 048/2016

פדיון (מכירות) של רשתות השיווק בחודשים נובמבר 2015-ינואר 2016 Sales Value of Chain Stores Goods in November 2015-January 2016

נובמבר 2015 - ינואר 2016 (נתוני מגמה בחישוב שנתי)

- עלייה של 3.7% (במחירים קבועים) בסך כל פדיון רשתות השיווק⁽¹⁾, לאחר עלייה של 4.0% בשלושת החודשים אוגוסט - אוקטובר 2015 (לוח 1).
- עלייה של 0.8% (במחירים קבועים) בפדיון של רשתות המזון, לאחר ירידה של 0.4% בחודשים אוגוסט - אוקטובר 2015 (לוח 2).

בשנת 2015

- גדל סך הפדיון של רשתות השיווק במחירים קבועים ב-2.4%, 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.

[ללוחות](#)

לוח א. השינויים בפדיון של רשתות השיווק באחוזים

מגמה בחישוב שנתי		נתונים מקוריים ⁽²⁾		פדיון רשתות השיווק
נובמבר 2015- ינואר 2016	אוגוסט-אוקטובר 2015	2015	2014	
3.7	4.0	2.4	2.0	סה"כ (לא כולל דלק) מזה:
0.8	-0.4	0.6	1.0	מזון
		3.6	5.3	טקסטיל והלבשה
		8.4	3.4	מוצרים בני קיימה ⁽³⁾
		5.7	2.8	שונות ⁽⁴⁾
		8.8	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

שנת 2015

בשנת 2015 גדל סך הפדיון של רשתות השיווק במחירים קבועים ב-2.4%, בהשוואה לשנת 2014; זאת בהמשך לעלייה של 2.0% בשנת 2014.

בפדיון של רשתות המזון חל גידול של 0.6%, במחירים קבועים, בשנת 2015 בהשוואה לשנת 2014; זאת בהמשך לעלייה של 1.0% בשנת 2014.

כמו כן, נרשם גידול בהיקף הפדיון במחירים קבועים של הרשתות המתמחות במוצרים השונים: 3.6% ברשתות הטקסטיל וההלבשה, 8.4% ברשתות של מוצרי בני הקיימה, ו-5.7% ברשתות של מוצרי הקוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים, ציוד משרדי ואופטיקה הכלולים בסעיף השונות של מוצרי הצריכה,

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.

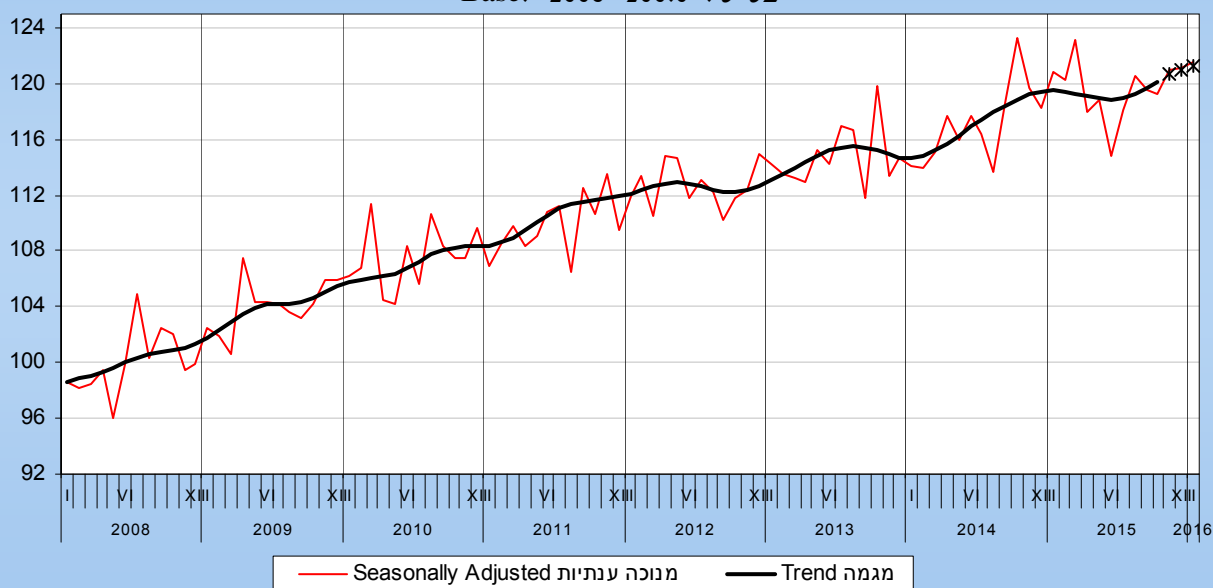
השינויים בערך המכירות ברשתות אלה אינם משקפים בהכרח את השינויים בערך המכירות של מוצרי צריכה בכלל המסחר הקמעוני. זאת, כאשר יש מעבר של קונים ממסגרת המסחר הקמעוני האחר למסגרת חנויות של רשתות השיווק הנחקרות, מסיבות שונות, למשל: פתיחת סניפים חדשים, רכישה של חנויות קיימות וסגירת סניפים.

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.

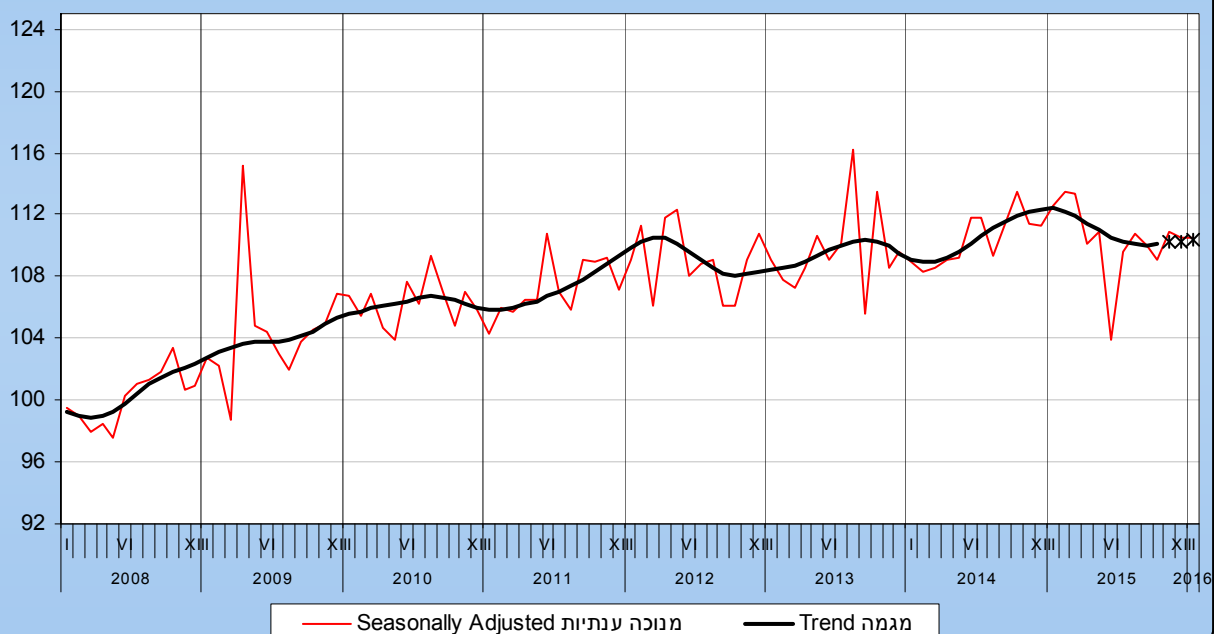
ההודעה הבאה על "פדיון רשתות השיווק לחודש פברואר 2016" תפורסם בתאריך 24 במרס 2016.

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 subject to a significant revision.

* שלוש הנקודות האחרונות של המגמה עשויות להשתנות במידה ניכרת.