

ירושלים, ה' בחשון תשע"ז  
6 בנובמבר 2016  
333/2016

## פדיון (מכירות) של רשתות השיווק בחודשים יולי-ספטמבר 2016 Sales Value of Chain Stores Goods in July-September 2016

### יולי - ספטמבר 2016 (נתוני מגמה בחישוב שנתי)

- עלייה של 3.0% (במחירים קבועים) בסך כל פדיון רשתות השיווק<sup>(1)</sup>, לאחר עלייה של 6.3% בשלושת החודשים אפריל - יוני 2016 (לוח 1).
- עלייה של 0.5% (במחירים קבועים) בפדיון של רשתות המזון, לעומת עלייה של 4.1% בחודשים אפריל - יוני 2016 (לוח 2).

[ללוחות](#)

### לוח א. השינויים בפדיון של רשתות השיווק באחוזים

מגמה בחישוב שנתי		מנוכה עונתיות <sup>(2)</sup>		נתונים מקוריים <sup>(2)</sup> 2015	פדיון רשתות השיווק
יולי-ספטמבר 2016	אפריל-יוני 2016	ינואר-ספטמבר 2016	ינואר - אוגוסט 2016		
3.0	6.3	3.1	2.7	2.4	סה"כ (לא כולל דלק) מזה:
0.5	4.1	2.3	2.1	0.6	מזון
			-2.2	3.6	טקסטיל והלבשה
			11.0	8.4	מוצרים בני קיימה <sup>(3)</sup>
			5.3	5.7	שונות <sup>(4)</sup>
			8.7	8.8	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.

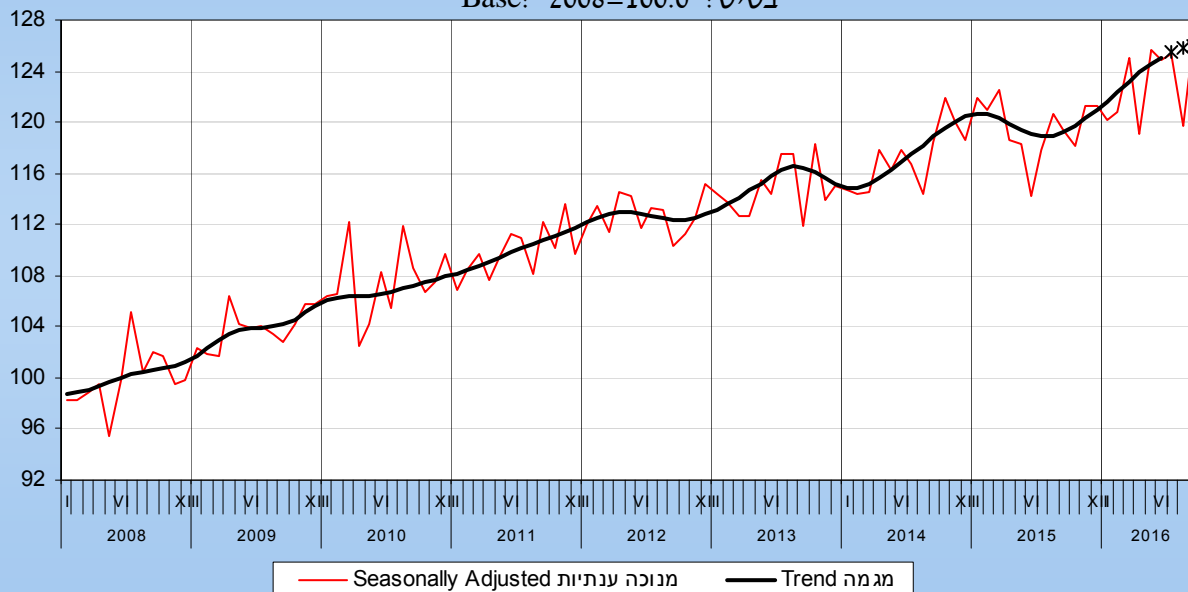
הנתונים, הנאספים מדי חודש מרשתות השיווק על ידי סוקרי הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה, משמשים כאינדיקטור לצריכה הפרטית. נתונים אלה מקדימים בחודש את הנתונים של פדיון המסחר הקמעוני ממקורות מע"מ, המשמשים גם הם כאינדיקטור נוסף.

---

ההודעה הבאה על "פדיון רשתות השיווק לחודש אוקטובר 2016" תפורסם בתאריך 24 בנובמבר 2016.

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

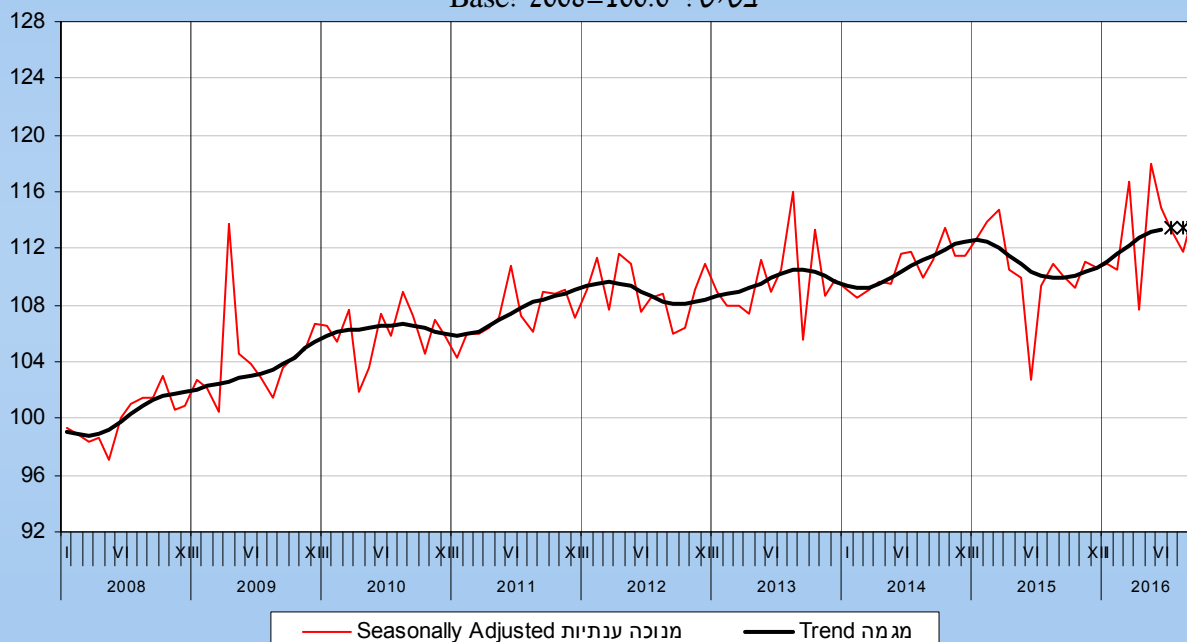
בסיס: 2008=100.0



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.