הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה
Central Bureau of Statistics
دائرة الإحصاء المركزية

מדינת ישראל

הודעה לתקשורת

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

ירושלים, ל' בחשון התשפ"ז
10 בנובמבר 2026
352/2026

פדיון (מכירות) של רשתות השיווק[1] בחודשים יולי- ספטמבר 2026
Sales Value of Chain Stores Goods in July - September 2026

- יולי - ספטמבר 2026 (נתוני מגמה בחישוב שנתי): עלייה של 0.8% (במחירים קבועים) בסך כל פדיון **רשתות השיווק**, אחרי עלייה של 5.6% (במחירים קבועים) בשלושת החודשים אפריל - יוני 2026.
- יולי - ספטמבר 2026 (נתוני מגמה בחישוב שנתי): ירידה של 4.5% (במחירים קבועים) בפדיון של **רשתות המזון**, לאחר ירידה של 0.3% (במחירים קבועים) בחודשים אפריל - יוני 2026.

להרחבה ראו מטא דאטה (הגדרות והסברים) בנושא פדיון רשתות שיווק

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

החל משנת 2023 תהליך ניכוי העונתיות בלמ"ס מתבצע באמצעות התוכנה X-13-ARIMA-SEATS. התוכנה פותחה על ידי U.S Census Bureau ומאפשרת ביצוע ניכוי עונתיות מבוסס על ממוצעים נעים בעזרת השיטה האי-פרמטרית X-13-ARIMA, ובנוסף ביצוע ניכוי עונתיות מבוסס-מודל בעזרת השיטה הפרמטרית TRAMO/SEATS שפותחה בספרד.

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

כתבה: רחל בן יוסף, תחום מדדי עסקים ותעשייה
לקבלת הסברים נא לפנות למרכז למידע סטטיסטי 02-6592666
או באמצעות טופס פנייה מקוון

לוח א. השינויים בפדיון של רשתות השיווק באחוזים

פדיון רשתות השיווק	מנוכה עונתיות[2] ינואר - אוגוסט 2026	מנוכה עונתיות[3] ינואר-ספטמבר 2026	מגמה בחישוב שנתי אפריל-יוני 2026	מגמה בחישוב שנתי יולי-ספטמבר 2026
סה"כ (לא כולל דלק)	7.1	6.7	5.6	0.8
מזה:				
מזון	5.6	4.9	-0.3	-4.5
טקסטיל והלבשה	11.8			
מוצרים בני קיימה[4]	10.3			
שונות[5]	5.3			
דלק	-0.1			

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.

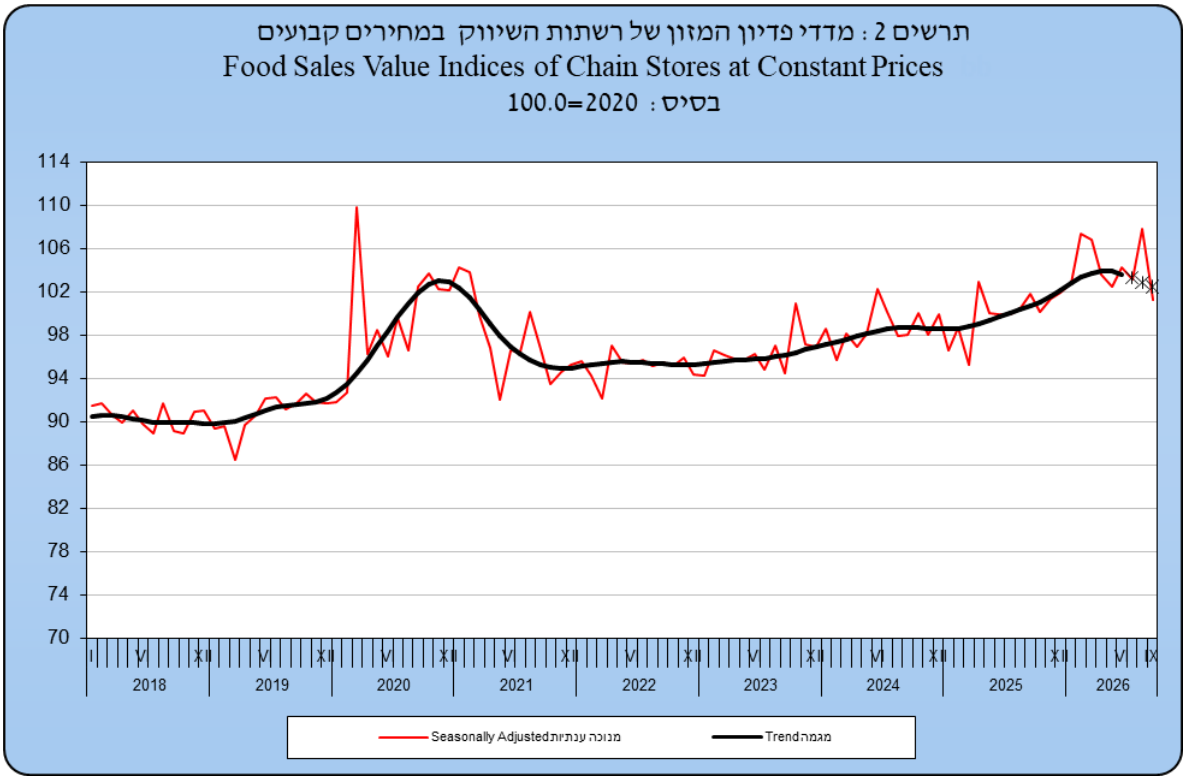
פדיון הרשתות המוגדרות כרשתות מזון כולל את הפדיון גם ממכירת חומרי ניקוי ומוצרים אחרים.

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.

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.

[2] כל תקופה לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת.
[3] כל תקופה לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת.
[4] מוצרים שאפשר להשתמש בהם שימוש חוזר וממושך יותר משנה אחת.
[5] בסעיף זה כלולים: מוצרי קוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים, ציוד משרדי ואופטיקה.





* שלושת אומדני המגמה האחרונים עשויים להשתנות במידה ניכרת.