

הודעה לעיתונות

פקס' 02-6521340 http://www.cbs.gov.il info@cbs.gov.il

ירושלים, כג' באדר תשס"ט
19 במארס 2009
058/2009

מכירות של רשתות השיווק בחודשים דצמבר 2008-פברואר 2009 Sales Value of Chain Stores Goods in December 2008-February 2009

דצמבר 2008-פברואר 2009 (נתוני מגמה)

- עלייה של 1.4% בסך כל המכירות של רשתות השיווק
- עלייה של 1.7% במכירות המזון של רשתות השיווק

על פי נתוני המגמה, בשלושת החודשים דצמבר 2008-פברואר 2009 נרשמה עלייה של 1.4% במכירות קבועים בחישוב שנתי, בסך כל המכירות של רשתות השיווק⁽¹⁾; זאת, לאחר ירידה של 1.2% בשלושת החודשים ספטמבר-נובמבר 2008 (לוח 1).

במכירות המזון של רשתות השיווק נרשמה על פי נתוני המגמה עלייה במכירות קבועים של 1.7% בחישוב שנתי בשלושת החודשים דצמבר 2008-פברואר 2009, זאת בהמשך לעלייה של 1.6% בשלושת החודשים ספטמבר-נובמבר 2008 (לוח 2)

נתוני המכירות 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.

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

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

כתבה: רחל בן יוסף

לקבלת הסברים ניתן לפנות אל יחידת המידע בטל' 02-6592666, 050-6235124

לוח א. השינויים במכירות של רשתות השיווק באחוזים

מגמה בחישוב שנתי	נתונים מקוריים ⁽²⁾	נתונים מקוריים ⁽²⁾	
דצמבר 2008- פברואר 2009	2008	2007	
1.4	4.6	6.6	סה"כ (לא כולל דלק) מזה:
1.7	2.3	3.8	מזון
..	8.5	10.6	טקסטיל והלבשה
..	4.5	9.6	בני קיימה
..	6.4	11.7	שונות ⁽³⁾
..	5.1	3.9	דלק

(2) כל תקופה לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת.

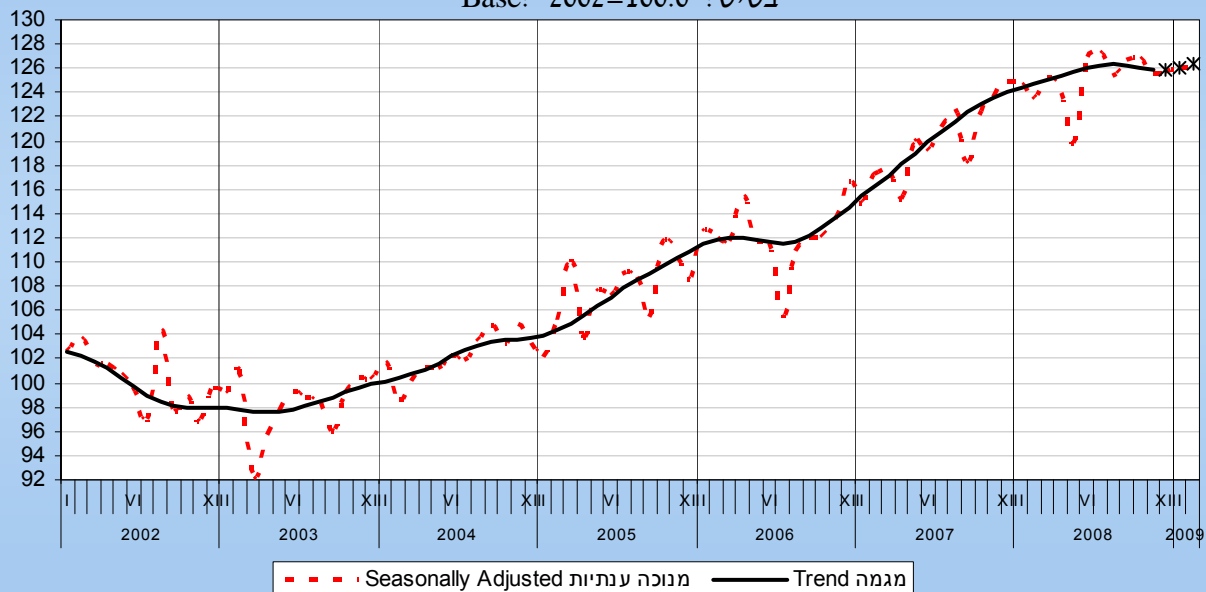
(3) בסעיף זה כלולים מוצרי הצריכה כלולים מוצרי קוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים, ציוד משרדי ואופטיקה.

ההודעה הבאה על "מכירות של רשתות השיווק לחודש מארס 2009" תפורסם בתאריך 26 באפריל 2009.

תרשים 1: מדדי ערך סך המכירות של רשתות השיווק במחירים קבועים

Total Sales Value Indices of Chain Stores at Constant Prices

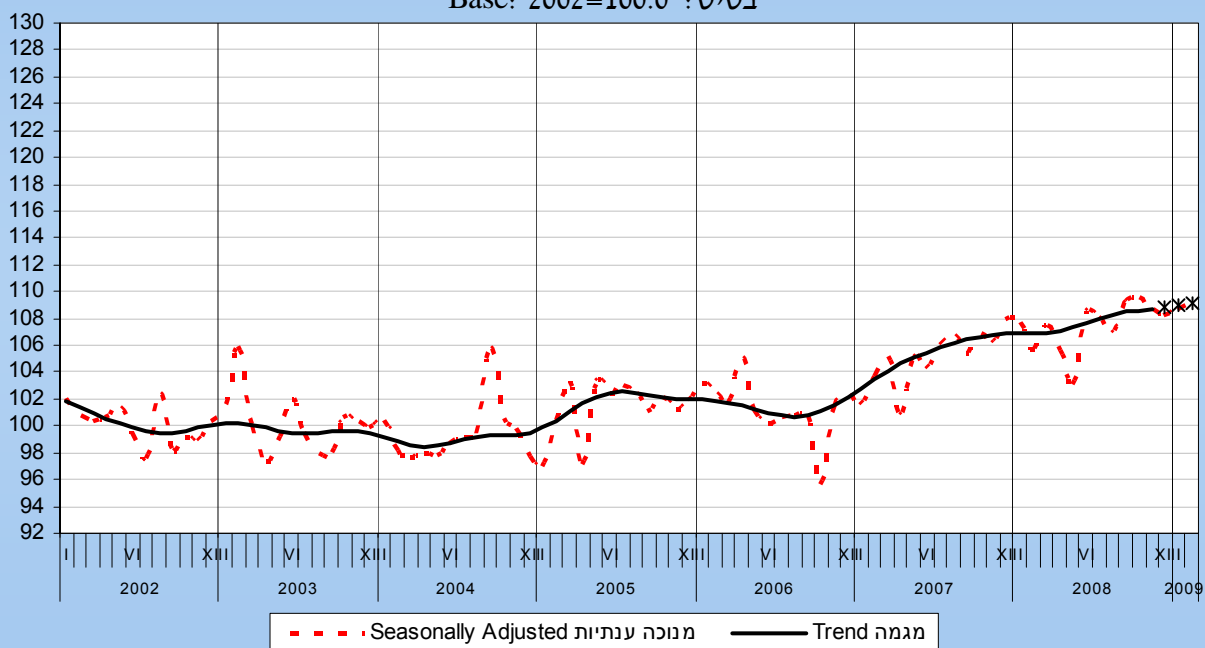
בסיס: 2002=100.0



תרשים 2: מדדי ערך מכירות המזון של רשתות השיווק במחירים קבועים

Food Sales Value Indices of Chain Stores at Constant Prices

בסיס: 2002=100.0



*Last three points of trend may be subject to large revision.

* שלוש הנקודות האחרונות של המגמה עשויות להשתנות במידה ניכרת.

TOTAL SALES VALUE INDICES OF CHAIN STORES
AT CONSTANT PRICES
BASE: 2002 = 100.0

מדדי ערך סך המכירות של רשתות השיווק
במחירים קבועים
הבסיס: 2002 = 100.0

Table 1 1 לוח

		מדדי ערך סך המכירות של רשתות השיווק במחירים קבועים (1) Total Sales Value Indices of Chain Stores Goods at Constant Prices								
		מגמה (2) Trend (2)		מנכ"י עונתיים Seasonally adjusted		נתונים מקוריים Original data				
		(3) שינוי % % Change (3)	מדד Index	(3) שינוי % % Change (3)	מדד Index	(3) שינוי % % Change (3)	מדד Index			
2003	I	-0.1	97.8	-0.5	99.0	-2.3	98.6	I	2003	
	II	-0.1	97.8	2.0	101.1	-10.4	88.3	II		
	III	-0.1	97.7	-8.8	92.1	2.0	90.1	III		
	IV	0.0	97.6	3.9	95.7	18.5	106.8	IV		
	V	0.1	97.7	2.0	97.6	-10.8	95.3	V		
	VI	0.2	97.8	1.7	99.3	-3.8	91.7	VI		
	VII	0.3	98.1	-0.5	98.8	9.3	100.2	VII		
	VIII	0.3	98.4	-0.3	98.5	0.3	100.5	VIII		
	IX	0.4	98.8	-2.6	95.9	7.7	108.2	IX		
	X	0.4	99.2	3.3	99.1	-7.1	100.5	X		
	XI	0.4	99.6	1.4	100.5	-6.8	93.7	XI		
	XII	0.3	99.9	-0.2	100.3	10.0	103.1	XII		
2004	I	0.3	100.2	1.5	101.8	-4.4	98.6	I	2004	
	II	0.3	100.4	-3.2	98.5	-10.0	88.7	II		
	III	0.3	100.7	1.6	100.1	25.4	111.2	III		
	IV	0.4	101.1	1.2	101.3	-7.5	102.9	IV		
	V	0.5	101.6	0.0	101.3	-5.1	97.7	V		
	VI	0.5	102.2	0.9	102.3	-0.5	97.2	VI		
	VII	0.5	102.7	-0.3	102.0	5.3	102.4	VII		
	VIII	0.4	103.1	1.5	103.4	3.7	106.2	VIII		
	IX	0.3	103.4	1.3	104.8	5.3	111.8	IX		
	X	0.1	103.5	-1.5	103.3	-10.1	100.5	X		
	XI	0.1	103.6	1.6	104.9	0.6	101.1	XI		
	XII	0.1	103.7	-1.7	103.2	7.5	108.7	XII		
2005	I	0.2	104.0	-1.1	102.0	-10.9	96.8	I	2005	
	II	0.4	104.4	3.2	105.2	-5.4	91.6	II		
	III	0.5	104.9	4.7	110.2	14.1	104.5	III		
	IV	0.6	105.6	-5.9	103.7	13.2	118.3	IV		
	V	0.7	106.3	3.7	107.5	-13.3	102.6	V		
	VI	0.7	107.1	-0.3	107.2	0.6	103.2	VI		
	VII	0.7	107.8	1.7	109.0	4.5	107.8	VII		
	VIII	0.6	108.5	-0.3	108.7	6.0	114.3	VIII		
	IX	0.6	109.1	-3.0	105.4	3.1	117.8	IX		
	X	0.6	109.7	6.0	111.7	-9.3	106.9	X		
	XI	0.6	110.3	-1.3	110.3	-0.4	106.5	XI		
	XII	0.6	110.9	-1.5	108.6	4.7	111.5	XII		
2006	I	0.5	111.5	3.5	112.5	-2.6	108.6	I	2006	
	II	0.4	111.9	-0.4	112.0	-10.4	97.3	II		
	III	0.2	112.0	-0.3	111.7	18.3	115.1	III		
	IV	0.0	112.0	3.5	115.5	4.3	120.0	IV		
	V	-0.2	111.8	-3.2	111.8	-7.4	111.1	V		
	VI	-0.2	111.6	-0.3	111.4	-5.8	104.7	VI		
	VII	-0.1	111.5	-5.4	105.5	0.4	105.1	VII		
	VIII	0.1	111.7	5.1	110.8	10.7	116.3	VIII		
	IX	0.4	112.1	1.1	112.1	5.7	122.9	IX		
	X	0.6	112.7	-0.1	112.0	-7.2	114.1	X		
	XI	0.7	113.6	1.4	113.5	-2.3	111.5	XI		
	XII	0.8	114.5	2.8	116.7	5.7	117.9	XII		
2007	I	0.8	115.4	-1.7	114.7	-5.3	111.7	I	2007	
	II	0.8	116.3	2.2	117.3	-8.9	101.8	II		
	III	0.8	117.2	0.0	117.3	30.3	132.6	III		
	IV	0.8	118.1	-1.8	115.2	-15.5	112.0	IV		
	V	0.8	119.0	4.1	119.8	6.1	118.8	V		
	VI	0.8	119.9	-0.6	119.2	-5.7	112.0	VI		
	VII	0.8	120.8	1.6	121.1	8.2	121.2	VII		
	VIII	0.7	121.6	1.3	122.6	7.3	130.1	VIII		
	IX	0.6	122.4	-3.7	118.1	-4.9	123.7	IX		
	X	0.5	123.0	3.6	122.4	-1.7	121.6	X		
	XI	0.4	123.6	0.9	123.5	-0.1	121.5	XI		
	XII	0.4	124.0	1.1	124.9	3.7	126.0	XII		
2008	I	0.3	124.4	-0.2	124.7	-3.0	122.2	I	2008	
	II	0.3	124.7	-1.1	123.3	-8.4	111.9	II		
	III	0.2	125.0	1.5	125.2	6.7	119.4	III		
	IV	0.2	125.3	-1.1	123.9	18.1	141.0	IV		
	V	0.3	125.7	-3.3	119.7	-18.2	115.4	V		
	VI	0.2	126.0	5.9	126.8	3.4	119.3	VI		
	VII	0.2	126.2	0.5	127.4	9.6	130.8	VII		
	VIII	0.1	126.3	-1.6	125.3	-2.4	127.6	VIII		
	IX	0.0	126.2	1.1	126.7	10.0	140.4	IX		
	X	-0.1	126.1	0.1	126.8	-12.0	123.5	X		
	XI	-0.1	125.9	-1.0	125.5	-5.3	117.0	XI		
	XII	0.0	125.9	0.2	125.7	11.8	130.8	XII		
2009	I	R	0.1	126.0	0.3	126.1	-7.0	121.7	R	2009
	II	*	0.3	126.4	0.0	126.1	-10.3	109.2	*	II

* Provisional data.

(1) Excluding fuel and including food.

(2) According to Henderson Method.

(3) Percentage change - on the previous month.

* נתונים ארעיים.

(1) ללא דלק וכולל מזון.

(2) על פי שיטת הדרסון.

(3) אחוז שינוי - לעומת החודש הקודם.

FOOD SALES VALUE INDICES OF CREDIT CARD PURCHASES
AT CONSTANT PRICES
BASE: 2002 = 100.0

מדדי ערך מכירות המזון של רשתות שיווק במחירים קבועים
במחירים קבועים
הבסיס: 2002 = 100.0

Table 2 **לוח 2**

		מדדי ערך מכירות המזון של רשתות השיווק במחירים קבועים Food Sales Value Indices of Chain Stores at Constant Prices								
		מגמה ⁽¹⁾ Trend ⁽¹⁾		מנוכי עונתיות Seasonally adjusted		נתונים מקוריים Original data				
		% שינוי ⁽²⁾ % Change ⁽²⁾	מדד Index	% שינוי ⁽²⁾ % Change ⁽²⁾	מדד Index	% שינוי ⁽²⁾ % Change ⁽²⁾	מדד Index			
2003	I	0.2	100.4	1.2	101.6	6.6	104.9	I	2003	
	II	-0.2	100.2	4.2	105.8	-11.2	93.2	II		
	III	-0.1	100.0	-5.4	100.1	2.0	95.1	III		
	IV	-0.2	99.8	-2.8	97.3	12.6	107.1	IV		
	V	-0.2	99.6	1.6	98.9	-6.6	100.0	V		
	VI	-0.1	99.5	3.2	102.0	-5.2	94.8	VI		
	VII	0.0	99.4	-2.5	99.4	6.4	100.9	VII		
	VIII	0.1	99.5	-1.5	97.9	-3.0	97.9	VIII		
	IX	0.1	99.6	0.0	98.0	11.8	109.5	IX		
	X	0.1	99.7	2.8	100.7	-4.8	104.2	X		
	XI	0.0	99.6	-0.3	100.4	-11.6	92.1	XI		
	XII	-0.2	99.5	-0.4	100.0	9.2	100.6	XII		
2004	I	-0.3	99.2	0.3	100.3	-1.2	99.4	I	2004	
	II	-0.4	98.8	-2.2	98.1	-11.5	88.0	II		
	III	-0.3	98.5	-0.4	97.7	20.3	105.9	III		
	IV	-0.1	98.4	0.4	98.0	-2.7	103.0	IV		
	V	0.1	98.5	-0.1	97.9	-6.3	96.5	V		
	VI	0.2	98.7	0.8	98.7	-1.0	95.5	VI		
	VII	0.3	99.0	0.5	99.2	4.8	100.1	VII		
	VIII	0.2	99.2	0.2	99.4	-0.2	99.9	VIII		
	IX	0.1	99.3	6.4	105.8	12.1	112.0	IX		
	X	0.0	99.3	-5.0	100.5	-11.8	98.8	X		
	XI	0.0	99.3	-0.8	99.7	-3.6	95.2	XI		
	XII	0.2	99.5	-2.1	97.6	7.0	101.9	XII		
2005	I	0.4	99.8	-0.7	97.0	-9.9	91.8	I	2005	
	II	0.5	100.4	3.4	100.3	-3.9	88.2	II		
	III	0.6	101.0	3.0	103.3	11.1	98.0	III		
	IV	0.6	101.7	-6.1	97.1	9.2	107.0	IV		
	V	0.5	102.2	6.4	103.3	-5.3	101.3	V		
	VI	0.3	102.5	-0.8	102.5	0.0	101.3	VI		
	VII	0.1	102.6	0.5	103.0	0.3	101.6	VII		
	VIII	-0.1	102.5	-0.5	102.4	4.9	106.6	VIII		
	IX	-0.2	102.3	-1.3	101.2	5.9	112.9	IX		
	X	-0.2	102.2	0.9	102.1	-12.1	99.2	X		
	XI	-0.1	102.0	-0.8	101.3	-2.0	97.2	XI		
	XII	-0.1	102.0	0.5	101.8	4.8	101.9	XII		
2006	I	0.0	101.9	1.3	103.1	-2.4	99.5	I	2006	
	II	-0.1	101.8	-0.7	102.4	-9.5	90.0	II		
	III	-0.2	101.7	-0.6	101.7	16.1	104.5	III		
	IV	-0.2	101.5	3.3	105.1	4.2	108.9	IV		
	V	-0.3	101.2	-3.8	101.1	-4.6	103.9	V		
	VI	-0.3	101.0	-0.9	100.2	-7.9	95.7	VI		
	VII	-0.2	100.8	0.5	100.7	4.1	99.6	VII		
	VIII	-0.1	100.7	0.2	100.9	5.0	104.6	VIII		
	IX	0.1	100.8	-0.2	100.7	4.6	109.4	IX		
	X	0.3	101.1	-5.1	95.5	-9.3	99.2	X		
	XI	0.5	101.6	6.2	101.4	0.7	99.9	XI		
	XII	0.6	102.1	0.9	102.3	-1.0	98.9	XII		
2007	I	0.6	102.8	-0.7	101.6	1.8	100.7	I	2007	
	II	0.6	103.5	2.0	103.6	-9.6	91.0	II		
	III	0.6	104.1	1.4	105.1	28.8	117.2	III		
	IV	0.5	104.6	-4.1	100.8	-13.1	101.9	IV		
	V	0.4	105.0	4.3	105.2	5.6	107.6	V		
	VI	0.4	105.4	-0.8	104.3	-7.5	99.5	VI		
	VII	0.3	105.8	1.7	106.0	6.1	105.6	VII		
	VIII	0.3	106.1	0.7	106.7	6.3	112.2	VIII		
	IX	0.3	106.4	-1.3	105.4	-2.7	109.2	IX		
	X	0.2	106.6	1.4	106.8	-1.8	107.2	X		
	XI	0.1	106.8	-0.6	106.2	-2.4	104.6	XI		
	XII	0.1	106.9	1.6	107.9	-1.1	103.4	XII		
2008	I	0.0	106.9	-0.2	107.6	4.7	108.3	I	2008	
	II	0.0	106.9	-1.8	105.7	-9.9	97.6	II		
	III	0.0	106.9	1.8	107.5	4.3	101.8	III		
	IV	0.1	107.0	-1.8	105.6	16.1	118.2	IV		
	V	0.2	107.3	-2.5	103.0	-12.9	102.9	V		
	VI	0.3	107.6	5.4	108.6	0.7	103.6	VI		
	VII	0.3	108.0	-0.4	108.2	7.4	111.3	VII		
	VIII	0.3	108.3	-1.1	107.0	-4.1	106.7	VIII		
	IX	0.2	108.5	2.2	109.4	13.7	121.3	IX		
	X	0.1	108.6	0.3	109.6	-9.9	109.3	X		
	XI	0.1	108.7	-0.9	108.7	-9.9	98.5	XI		
	XII	0.1	108.8	-0.4	108.2	10.8	109.1	XII		
2009	I	R	0.1	108.9	0.5	108.8	-1.6	107.4	R	2009
	II	*	0.2	109.2	0.3	109.1	-10.9	95.7	*	

* נתונים ארעיים.
(1) על פי שיטת הדרסון.
(2) אחוז שינוי - לעומת החודש הקודם.

* נתונים ארעיים.
(1) על פי שיטת הדרסון.
(2) אחוז שינוי - לעומת החודש הקודם.