

ירושלים, ז' בכסלו תשע"ב
21 בנובמבר 2012
319/2012

פדיון (מכירות) של רשתות השיווק בחודשים אוגוסט-אוקטובר 2012 Sales Value of Chain Stores Goods in August-October 2012

אוגוסט-אוקטובר 2012 (נתוני מגמה בחישוב שנתי)

- ירידה של 4.5% (במחירים קבועים) בסך כל פדיון רשתות השיווק⁽¹⁾, זאת לאחר יציבות בשלושת החודשים מאי-יולי 2012 (לוח 1).
- ירידה של 5.9% (במחירים קבועים) בפדיון של רשתות המזון, זאת בהמשך לירידה של 2.6% בחודשים מאי-יולי 2012 (לוח 2).

[ללוחות](#)

לוח א. השינויים בפדיון של רשתות השיווק באחוזים

מגמה בחישוב שנתי		מנוכה עונתיות ⁽²⁾		נתונים מקוריים ⁽²⁾ 2011	פדיון רשתות השיווק
אוגוסט-אוקטובר 2012	מאי-יולי 2012	ינואר - אוקטובר 2012	ינואר - ספטמבר 2012		
-4.5	0.1	3.1	3.8	1.4	סה"כ (לא כולל דלק) מזה:
-5.9	-2.6	1.9	2.5	0.8	מזון
			10.0	5.6	טקסטיל והלבשה
			2.0	-0.2	מוצרים בני קיימה ⁽³⁾
			4.6	2.5	שונות ⁽⁴⁾
			2.2	-3.0	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 קשרי עיתונות בטל' 02-6527845

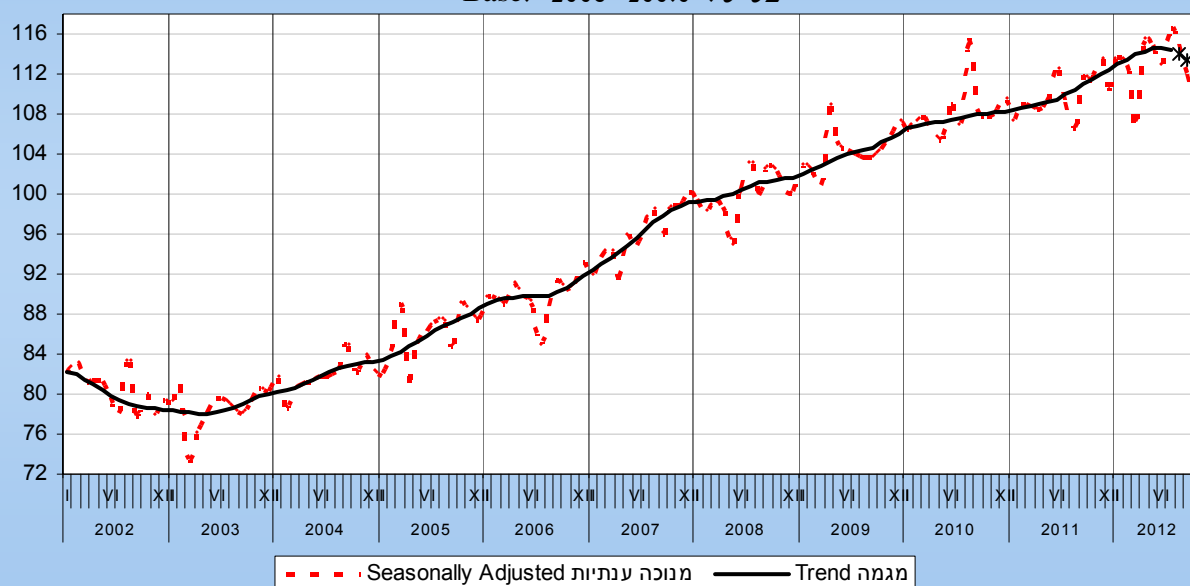
נתוני הפדיון ברשתות השיווק מתייחסים לרשתות המתמחות במזון ולרשתות המתמחות במוצרים אחרים: מוצרי טקסטיל והלבשה, הנעלה, מוצרים בני קיימה, כלי בית ו"שונות" – מוצרי קוסמטיקה, תרופות, צעצועים, ספרים ציוד משרדי ואופטיקה. פדיון הרשתות המוגדרות כרשתות מזון כולל את הפדיון גם ממכירת חומרי ניקוי ומוצרים אחרים.

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

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

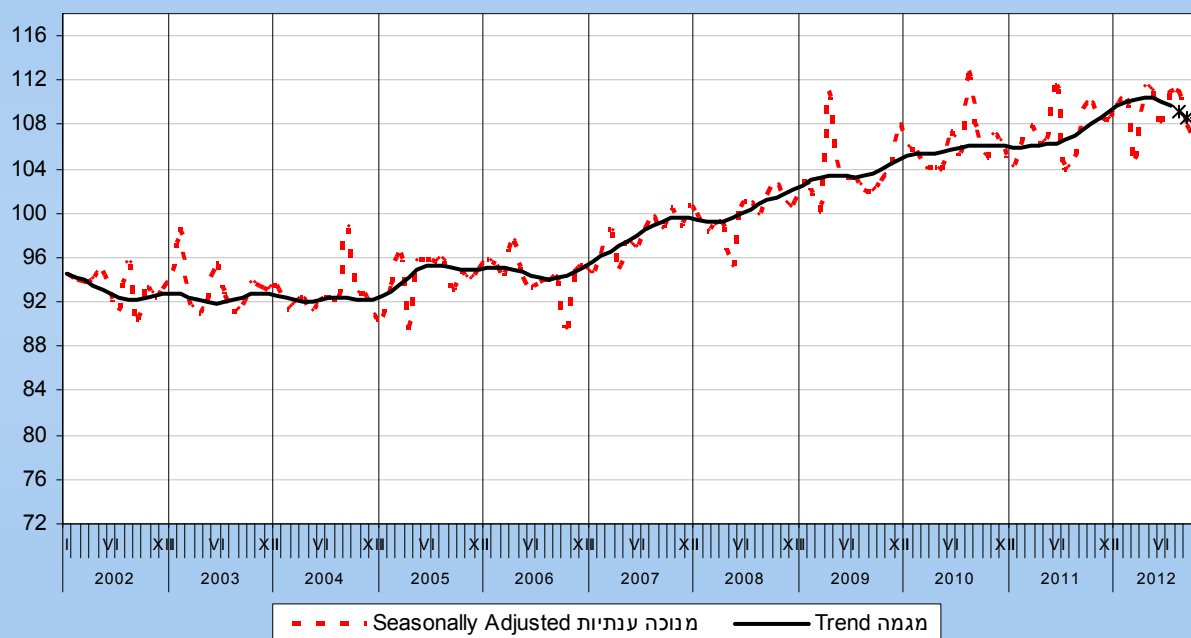
ההודעה הבאה על "פדיון רשתות השיווק לחודש נובמבר 2012" תפורסם בתאריך 20 בדצמבר 2012

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](#)

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

* שלוש הנקודות האחרונות של המגמה עשויות להשתנות במידה ניכרת.