

به نام خدا

اندازه ی بازار خرده فروشی ایران چقدر است؟

سهام محصولات مصرفی تند گردش از این بازار چقدر است؟

مقدمه:

گزارشی که پیش روی شماست یک تحلیل جامع از اندازه بازار کالاهای خرده فروشی در ایران است. بازاری که گردش مالی سالانه آن بیش از ۹۲۰ هزار میلیارد تومان برآورد می شود و البته در این سال ها با کاهش نسبی قدرت خرید مصرف کنندگان هم دست و پنجه نرم می کند. با این حال سهم بازار کالاهای سوپر مارکتی که بالغ بر ۷۰۰ هزار میلیارد تومان می باشد که در حال رشد است.

در این گزارش ما با بررسی و تحلیل دقیق اطلاعات مربوط به هزینه کرد خانوارهای ایرانی، به دنبال ترسیم تصویر جامعی از وضعیت کلی این بازار هستیم. برای این موضوع هم از مجموعه داده هایی که به صورت عمومی در دسترس است و هم اطلاعات بدست آمده از تحقیقات مطالعاتی و میدانی استفاده شده است. بنابراین اولویت اصلی آن افزایش آگاهی اعضای محترم اتحادیه کشوری فروشگاه های زنجیره ای است و طبعاً می تواند به عنوان متر و معیاری برای عمل، تصمیم گیری و ارزش گذاری قرار بگیرد. هرچند نباید انکار کرد که انتشار این اطلاعات در وهله اول به شفافیت در بازار کمک می کند و البته ممکن است با خطای چند درصدی کوچکی همراه باشد.

اتحادیه ی کشوری فروشگاه های زنجیره ای هم به عنوان متولی صنعت خرده فروشی مدرن، کمک به ایجاد شفافیت و جریان آزاد اطلاعات را مسئولیت اجتماعی خود می داند.

در عین حال معتقدیم آشنایی با فرصت ها و چالش های این حوزه در نهایت به رشد بازار و رونق تولید در کشور منجر می شود.

بررسی و موشکافی این اطلاعات می تواند دورنمای روشن تری برای توسعه کسب و کارها ترسیم کند. چنانچه همکاران عزیز برای اصلاح و تکمیل این گزارش ما را یاری نمایند قدردان آنان خواهیم بود.

روش تحقیق:

یکی از مهمترین سوالاتی که همیشه ذهن صاحبان کسب و کار را به خود درگیر می کند اندازه ی بازار محصولات تولیدی در بخش های مختلف بازار می باشد، برای محاسبه اندازه ی بازار خرده فروشی روش های مختلفی از جمله محاسبه GDP (تولید ناخالص داخلی)، بررسی هزینه ها و درآمدهای خانوار در بخش های مختلف شهری و روستایی و همچنین میزان فروش اصناف بازار وجود دارد که بدون شک معتبرترین روش محاسبه ی اندازه بازار طرح آمارگیری مرکز آمار ایران می باشد که هر ساله انجام می پذیرد و در چندین بار مورد بازبینی قرار می گیرد.

در این تحقیق که در بخش طرح و برنامه ی اتحادیه کشوری فروشگاه های زنجیره ای آماده شده از همین روش استفاده شده است.

طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار با قدمتی ۵۰ ساله از مهم ترین طرح های آماری مرکز آمار ایران است. هدف کلی این طرح، برآورد متوسط هزینه ها و درآمد یک خانوار شهری و یک خانوار روستایی در سطح کشور و استان ها است.

نگاهی به اهم نتایج طرح در سال ۱۴۰۰ در مناطق شهری و روستایی نشان می دهد که:

• متوسط هزینه کل خالص سالانه ی یک خانوار شهری ۹۲۵ میلیون ریال بوده است که نسبت به رقم مشابه در سال قبل (۶۲۱ میلیون ریال) ۴۹ درصد افزایش نشان می دهد. از هزینه کل سالانه خانوار شهری ۲۴۶ میلیون ریال با سهم ۲۷ درصد مربوط به هزینه های خوراکی و دخانی و ۶۷۸ میلیون ریال با سهم ۷۳ درصد مربوط به هزینه های غیرخوراکی بوده است. در بین هزینه های خوراکی و دخانی، بیشترین سهم مربوط به هزینه گوشت با سهم ۲۱ درصد و در بین هزینه های غیرخوراکی بیشترین سهم با ۴۹ درصد مربوط به هزینه مسکن، سوخت و روشنایی بوده است.

• متوسط هزینه کل خالص سالانه ی یک خانوار روستایی ۵۲۰ میلیون ریال بوده است که نسبت به سال قبل (۳۴۰ میلیون ریال) ۵۲٫۴ درصد افزایش نشان می دهد. از هزینه کل سالانه خانوار روستای ۲۰۷ میلیون ریال با سهم ۴۰ درصد مربوط به هزینه های خوراکی و دخانی ۳۱۲ میلیون ریال با سهم ۶۰ درصد مربوط به هزینه های غیرخوراکی بوده است. در بین هزینه های خوراکی و دخانی، بیشترین سهم مربوط به هزینه آرد، رشته، غلات، نان و فرآورده های آن با ۲۲٫۰ درصد و در بین هزینه های غیرخوراکی، بیشترین سهم با ۳۱٫۰ درصد مربوط به مسکن، سوخت و روشنایی بوده است.

بنابراین با توجه به گزارش اعلامی مرکز آمار ایران برای بدست آوردن اندازه بازار خرده فروشی، نیاز است تا سهم هزینه خدمات مانند مسکن، بهداشت و درمان و حمل و نقل و ارتباطات را از این مقدار جدا کنیم. براساس آمارگیری انجام شده

توسط مرکز آمار و مقایسه ی آن بین سال های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۰ حدود ۵۸ درصد از کل هزینه های یک خانوار شهری و حدود ۴۰ درصد از کل هزینه های یک خانوار روستایی، مربوط به هزینه مسکن، ارتباطات و حمل و نقل است که طبق محاسبات زیر از کل هزینه های خانوار کسر می گردد.

• اعداد رند شده است

$$۹۲/۵۰۰/۰۰۰ * (۱۰۰\% - ۵۸\%) = ۳۸/۸۵۰/۰۰۰$$

میزان هزینه کرد کالاهای خرده فروشی خانوار شهری در سال ۱۴۰۰ (میلیون تومان)

$$۵۲/۰۰۰/۰۰۰ * (۱۰۰\% - ۴۰\%) = ۳۱/۲۰۰/۰۰۰$$

میزان هزینه کرد کالاهای خرده فروشی خانوار روستایی در سال ۱۴۰۰ (میلیون تومان)

اندازه بازار خرده فروشی در بخش های:

خوراکی، دخانی، کفش و پوشاک، لوازم اثاث و خدمات خانوار، تفریحات، سرگرمی، خدمات فرهنگی و همچنین کالاها و خدمات متفرقه مصرفی به شرح زیر می باشد:

• تعداد خانوار شهری: ۱۹ میلیون

• تعداد خانوار روستایی: ۶ میلیون

$$۳۸/۸۵۰/۰۰۰ * ۱۹/۰۰۰/۰۰۰ = ۷۳۸/۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

اندازه بازار خرده فروشی خانوار شهری

$$۳۱/۲۰۰/۰۰۰ * ۶/۰۰۰/۰۰۰ = ۱۸۷/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

اندازه بازار خرده فروشی خانوارهای روستایی

اندازه ی کل بازار خرده فروشی تا پایان سال ۱۴۰۰

$$۷۳۸/۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ + ۱۸۷/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ = ۹۲۵/۳۵۹/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

شایان ذکر است همانطور که در بالا عنوان شده است هزینه های مربوط به مسکن، بهداشت و درمان و حمل و نقل و ارتباطات در این گزارش لحاظ نشده است.

سهم محصولات مصرفی تند گردش از این بازار چقدر است؟

حال با توجه اطلاعات به دست آمده، تخمین اندازه بازار خرده فروشی محصولات مصرفی بر مبنای متوسط هزینه کرد خانوار زده می شود که ادامه به تفصیل به آن می پردازیم.

بر اساس اطلاعات مرکز آمار ایران عناوین کالاهای خوراکی و دخانی مصرفی به شرح زیر می باشد:

(۱) غلات، نان، آرد، رشته و فرآورده های آن (۲) گوشت (۳) شیر و فرآورده های آن (به جز کره) و تخم پرندگان (۴) روغن، چربی ها و کره (۵) میوه ها و خشکبار (۶) سبزی های تازه و خشک شده و حبوبات (۷) قند، شکر، مرباها و شیرینی ها (۸) ادویه ها، چاشنی ها و سایر ترکیب های خوراکی (۹) چای، قهوه، کاکائو و نوشابه ها (۱۰) دخانیات می باشد.

- هزینه کل سالانه خانوار شهری ۲۴۶ میلیون ریال مربوط به هزینه های خوراکی و دخانی
- تعداد خانوار شهری: ۱۹ میلیون خانوار
- اندازه بازار کالاهای مصرفی خانواده های شهری ۴۶۸ هزار میلیارد تومان (عدد رند شده است).

$$۲۴/۶۰۰/۰۰۰۰ * ۱۹/۰۰۰/۰۰۰ = ۴۶۸/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

- هزینه کل سالانه خانوار روستایی ۲۰۷ میلیون ریال مربوط به هزینه های خوراکی و دخانی
- تعداد خانوار شهری: ۶ میلیون خانوار
- اندازه بازار کالاهای مصرفی خانواده های روستایی ۱۲۴ هزار میلیارد تومان (عدد رند شده است).

$$۲۰/۷۰۰/۰۰۰۰ * ۶/۰۰۰/۰۰۰ = ۱۲۴/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

بنابراین با توجه به دیتای به دست آمده در بالا اندازه ی بازار کالاهای خوراکی و دخانی مصرفی به شرح زیر است:

$$۴۶۸/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ + ۱۲۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ = ۵۹۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

برای محاسبه ی مواد غیر خوراکی مصرفی که شامل انواع کالاهای بهداشتی، شوینده ها، سلولزی ها و آرایشی های مصرفی می شود، از گزارش های صورت های مالی فروشگاه های زنجیره ای در کدال (موجود در بورس) و بررسی گزارشات فروش برخی از اعضای اتحادیه کشوری فروشگاه های زنجیره ای استفاده شده، متوجه می شویم که حدود ۲۰ درصد از فروش این فروشگاه ها کالاهای بهداشتی و شوینده بوده است که به عدد فوق اضافه می شود:

$$۵۹۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ * ۱.۲ = ۷۱۰/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰$$

بنابراین به طور خلاصه می توان گفت اندازه ی بازار کالاهای مصرفی سوپرمارکتی هم در بخش سنتی (مویرگی) و هم بخش مدرن (زنجیره ای) ۷۱۰ هزار میلیارد تومان می باشد. در گزارش بعدی در مورد سهم فروشگاه های زنجیره ای از این بازار می پردازیم.