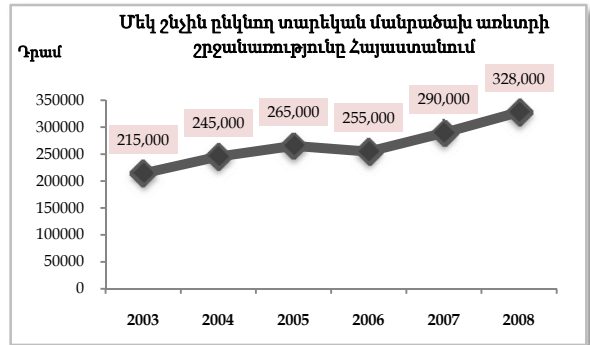


Մանրածախ առևտրի ոլորտի ամփոփ բնութագիր

Հունվար 2009

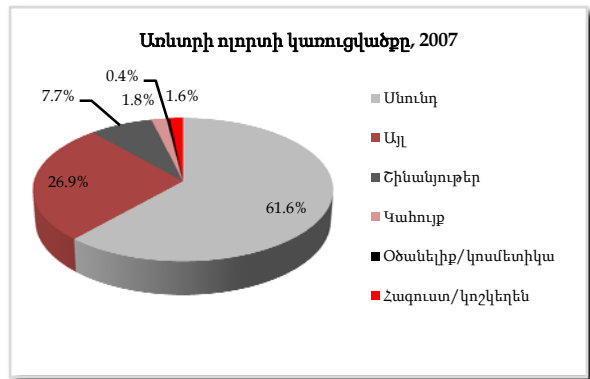
Ոլորտի զարգացումը վերջերս հատկապես արագընթաց տեմպեր է ստացել շնորհիվ օտարերկրյա ներդրումների ներհոսքի, որը նպաստել է Հայաստանում մանրածախ առևտրի առավել զարգացած ֆորմատների ու գործունեության արդյունավետ մեթոդների ներմուծմանը:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ. Հիմնվելով երկրում տնային տնտեսությունների եկամուտների նշանակալի աճի և կենսամակարդակի բարելավման վրա մանրածախ ոլորտը վերջերս էական աճ է գրանցել: Մեկ շնչին ընկնող մանրածախ առևտրի ծավալը 2008 թվականին կազմել է 1,100 ԱՄՆ դոլար:



2008-ին նախորդ տարվա համեմատ շուկան աճել է 13%-ով:

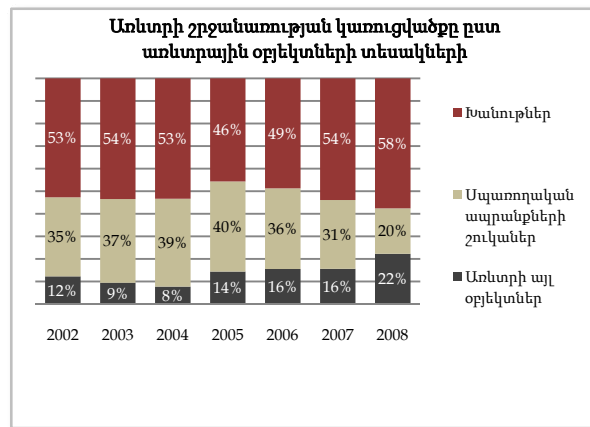
Բնակչության սպառման կառուցվածքում սնունդը գերակշռող մասնաբաժին է կազմում, իսկ ամենաշատ սպառվող երկարաժամկետ օգտագործման ապրանքատեսակներից աչքի են ընկնում շինանյութերը, կահույքը և հագուստը:



ԱՌԵՒՏՐԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՖՈՐՄԱՏՆԵՐԸ.

Մանրածախ ոլորտի գործունեության կատարելագործվող չափանիշները շուկայի մասնակիցներին առաջադրում են մրցունակության նորանոր պահանջներ: Մասշտաբի էֆեկտը մեծապես նպաստում է մանրածախ ցանցերի արագընթաց զարգացմանը և մրցունակության առավել բարձր մակարդակների նվաճմանը:

Ոչ բրենդային առևտրի մասնաբաժինը մանրածախ ոլորտում աստիճանաբար նվազում է: Այդուհանդերձ, ոլորտը դեռևս բնութագրվում է մասնատվածությամբ, և հասունության բավարար մակարդակի հասնելու համար դեռևս բավականին ճանապարհ կա անցնելու: Շուկայի մասնատվածության բարձր մակարդակի մասին է վկայում մանրածախ ոլորտում փոքր խանութների ներգրավվածության բարձր աստիճանը, ինչպես նաև քաղաքի կենտրոնում և ծայրամասերում ոլորտի զարգացման խիստ տարբեր մակարդակները:



Հայաստանում առևտրի շրջանառության մեծ մասը ապահովվում է խանութների, ինչպես նաև սպառողական շուկաների միջոցով: Խանութների մասնաբաժինը նախկին չորս տարիների ընթացքում աստիճանաբար ավելանում է: Սպառողական շուկաների աստիճանաբար դուրսմղման հետ մեկտեղ մեծանում է նաև սուպերմարկետների դերը: Ներկայումս, Երևանում գործում են մի քանի սպառողական ապրանքների շուկաներ, որոնք ընդհանուր առմամբ զբաղեցնում են մոտ 30,000 ք.մ. տարածք: Շուկայի զարգացմանը զուգընթաց իրատեսական է դառնում նմանատիպ, արդեն իսկ կայացած առևտրային գոտիների փոխակերպումը ժամանակակից ֆորմատի առևտրային կենտրոնների:

Համաձայն էքսպերտային գնահատականների սուպերմարկետների մասնաբաժինը Երևանի մանրածախ առևտրի շրջանառության մեջ կազմում է 8-10%, մինչդեռ նույն ցուցանիշը արևելաեվրոպական երկրներում կազմում է միջինում 45%, իսկ ԵՄ այլ անդամ երկրներում՝ 80%:

ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՕՊԵՐԱՏՈՐՆԵՐ. Մանրածախ ոլորտի զարգացմանը մեծապես նպաստել է ոլորտում միջազգային ֆինանսական ռեսուրսների առկայությունը, որոնք խթանում են շուկայում այնպիսի ցանցերի զարգացմանն ու ընդլայնմանը, ինչպիսիք են օրինակ «Սթար»-ը, «ՄԱՍ»-ը և այլն: Այդուհանդերձ, գործող մյուս սուպերմարկետները դեռևս հեռու են ցանցային կառավարման մոդելներից և գործարկում են ապակենտրոնացված դիստրիբյուցիոն համակարգեր: Նմանատիպ մոդելով է գործում «Երևան Միթի» սուպերմարկետը: Վերջինս էլ այլ զգալի մրցակցային առավելություններ ունի ոլորտում, շնորհիվ նույն սեփականատիրոջը պատկանող այլ բիզնեսների հետ համագործակցության և ապրանքների մատակարարման բարենպաստ ու գնային տեսանկյունից գրավիչ աղբյուրների առկայության:

Շինարարական նյութերի և կենցաղային ապրանքների առևտրի ոլորտում արագորեն զարգանում են մասնագիտացած խանութների ցանցերը, որոնք տեղական շուկայում դեռևս բացակայող DIY ֆորմատի (do-it-yourself) տեղն են գրավում:

Ակնկալվում է, որ ոլորտի զարգացման մակարդակով Հայաստանը կհավասարվի արևելաեվրոպական երկրների ցուցանիշներին գալիք 6-8 տարիների ընթացքում: Մինչ այդ, շուկան դեռևս հեռու է հազեցման հասնելուց, ինչը վկայում է թե՛ գործող, թե՛ պոտենցիալ օպերատորների հետագա զարգացման բարենպաստ հնարավորությունների մասին:

ՃԳՆԱԺԱՄԱՅԻՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ. Մանրածախ առևտրի ոլորտը մեծապես խոցելի է բնակչության սպառման կառուցվածքի ու բյուջեների փոփոխությունից: Նախորդ տարվա ընթացքում ոլորտը ենթարկվեց մի շարք ապակայունացնող ցնցումների, ինչպիսիք էին ներքաղաքական անկայուն վիճակը, պատերազմական իրավիճակը հարևան Վրաստանում: Վերջինիս անմիջական ազդեցությամբ փակվեցին սահմանները և սառեցվեց Վրաստանով եկող արտասահմանյան ապրանքների մուտքը Հայաստան:

Նմանատիպ անբարենպաստ զարգացումները դեռևս զգալիորեն մեղմ դրսևորում են գտել շուկայում՝ շնորհիվ ոլորտին բնորոշ նախատոնական աննախադեպ աջխուժացմանը: Այնուամենայնիվ, փոփոխման է ենթարկվել բնակչության սպառման կառուցվածքը, որում սկսել է զգալիորեն աճել սննդային ապրանքների մասնաբաժինը:

ՋԱՐԳԱՑՄԱՆ ԵՐԿԱՐԱԺԱՄԿԵՏ ՀԵՌԱՆԿԱՐ. Կայուն ու զարգացած մանրածախ ոլորտը երկրի ընդհանուր տնտեսական զարգացման ու բարեկեցության մակարդակի ապահովման գործում էական դերակատարում ունի: Ոլորտին բնորոշ է մեծ թվով աշխատատեղերի ապահովումը, ինչը մեծացնում է վերջինիս դերը նաև սոցիալական ոլորտում: Ներկայումս, մանրածախ առևտուրը մեծությամբ երկրորդ զբաղվածությունն ապահովող ճյուղն է Հայաստանում: Ոլորտի զարգացումը կարող է նպաստել նաև տնտեսության մատակարարման շղթայի մյուս բաղկացուցիչների գործունեությանը՝ ապահովելով սպառման կայուն շուկա ու բաշխման զարգացած համակարգեր տեղական արտադրողների ու մատակարար կազմակերպությունների համար:

Ոլորտում մրցակցության ուժեղացման և սպառողների արագորեն փոփոխվող պահանջումների համատեքստում կզարգանան մանրածախ առևտրի միայն այն կազմակերպությունները, որոնք ճկունորեն կարձագանքեն շուկայի զարգացման միտումներին: Դժվարին մարտահրավերների առջև կկանգնեն և աստիճանաբար իրենց դիրքերը կզիջեն հատկապես ոլորտի փոքր օպերատորները (ինչպիսիք են, օրինակ, կրպակները), որոնք օժտված չեն մեծ առևտրային կազմակերպություններին բնորոշ մրցակցային առավելություններով:

Կարող եք կապ հաստատել հեղինակների հետ info@evconsulting.am էլ-հասցեով:

Հովսեփ Էմին 123,
Երևան 0051
Հեռ: +37410 219740
E-mail: info@ev.am
www.evconsulting.am

«Ի-Վի Քոնսալթինգի» այլ ամփոփ ակնարկները

- ✓ Առևտրային անշարժ գույքի շուկա
- ✓ Հյուրերի շուկա
- ✓ Մսամթերքի շուկա
- ✓ Բնակելի անշարժ գույքի շուկա
- ✓ Գրասենյակային անշարժ գույքի շուկա
- ✓ Ջրոսաշրջության ոլորտ

Ի-Վի Քոնսալթինգն ընդարձակում է մտահորիզոնը իր հետազոտական թևի՝ **«Տնտեսություն և արժեքներ» հետազոտական կենտրոնի** գործունեության շնորհիվ: Վերջինիս հիմնական մասնագիտացումներն են՝ մրցունակությունը և տնտեսական զարգացումը, ռազմավարությունը, ներդրումները, սփյուռքի ցանցերը, արժեքները: www.ev.am