



ჩიქობიე ანოციაცია  
RETAIL ASSOCIATION



Research

# საცალო ვაჭრობის სექტორის კვლევა

2023

PMC კვლევითი ცენტრი

Research@pmcinternational.com | pmcresearch.org

# საცალო ვაჭრობის სექტორის კვლევა

# სარჩევი

---

მოკლე შინაარსი .....	3
საცალო ვაჭრობის ღირებულებათა ჯაჭვი საქართველოში .....	5
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მიმოხილვა .....	6
COVID-19 პანდემიისა და რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენა .....	7
სექტორის მიმდინარე მდგომარეობა და გაყიდვები .....	10
სექტორის ბრუნვა .....	12
სექტორის დამატებული ღირებულება .....	13
დასაქმება .....	14
პირველადი მოხმარების პროდუქციის ფასები .....	17
იმპორტი .....	18
შიდა წარმოება .....	19
ბიუჯეტში გადახდები .....	21
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლები .....	22
საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური სპეციფიკა და ზოგადი თავისებურებები – სექტორის ფინანსური მომგებიანობა .....	22
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის კოეფიციენტები .....	24
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის ანალიზი .....	29
საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური სპეციფიკა და ზოგადი თავისებურებები - სექტორის ლიკვიდურობა .....	30
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის კოეფიციენტები .....	31
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის ანალიზი .....	35
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორში არსებული გამოწვევები.....	36
საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის SWOT ანალიზი .....	39
რეკომენდაციები .....	41
დანართი .....	44
დანართი 1: დისტრიბუციის სექტორის გამოკითხვის შედეგები .....	44
დანართი 2: პირველადი მოხმარების პროდუქციის ფასთა მოკვლევა .....	49
დანართი 3: დისტრიბუციის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლები ინდივიდუალური კომპანიების დონეზე .....	51

საცალო ვაჭრობის ინდუსტრია გლობალური ეკონომიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მამოძრავებელი ძალაა. განვითარებული საცალო ვაჭრობის სექტორი ასოცირდება გამრდილ მოხმარებასთან, სანარმოო პროცესების ოპტიმიზაციასთან, სოფლის მეურნეობის განვითარებასა და ლოგისტიკურის სერვისების მიწოდების ხარისხის გაუმჯობესებასთან. შესაბამისად, განვითარებული საცალო ვაჭრობის სექტორი ხელს უწყობს ეკონომიკურ ზრდას და მომიჯნავე სექტორებში ქმნის სამუშაო ადგილებს.

მუდმივად ცვალებად ეკონომიკურ გარემოში საცალო ვაჭრობის სექტორი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მოთამაშეა საქართველოს მოსახლეობისთვის პირველადი პროდუქციის მდგრადი მიწოდების უზრუნველყოფის მიმართულებით. ამასთანავე, საცალო ვაჭრობის სექტორი საქართველოში დასაქმების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს. კერძოდ, 2018-2022 წლებში, საცალო ვაჭრობის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა ყოველწლიურად საშუალოდ 116 ათასს შეადგენდა, რაც ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობის 16%-ია. ამასთანავე, აღსანიშნავია, რომ დაბალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი სამუშაო ბაზარზე ინტეგრაციას ძირითადად საცალო ვაჭრობის სექტორში დასაქმებით ახერხებს. გარდა ამისა, საცალო ვაჭრობის სექტორის მთლიანი ბრუნვა 2018-2022 წლებში, მთლიანი ბიზნეს სექტორის ბრუნვაში მოწინავე ადგილს იკავებდა და საშუალოდ მთლიანი ბრუნვის 14%-ს შეადგენდა. აღსანიშნავია, რომ სექტორებს შორის საცალო ვაჭრობა ბიუჯეტში გადახდილი გადასახადების მიხედვით ერთ-ერთი ლიდერი იყო. 2022 წელს სექტორში შემავალი ეკონომიკური სუბიექტების მიერ ბიუჯეტში გადახდილი თანხა 2 მილიარდ ლარს შეადგენდა, რაც მთლიანი საბიუჯეტო გადასახადების 12%-ს შეადგენს.

შესაბამისად, მნიშვნელოვანია გაანალიზდეს საცალო ვაჭრობის სექტორში არსებული მდგომარეობა და სამომავლო პერსპექტივები, რათა სექტორმა და მასთან დაკავშირებულმა სხვა მოთამაშეებმა შეძლონ სექტორისა და მთლიანი ეკონომიკის გასაძლიერებლად ეფექტიანი გადაწყვეტილებების მიღება. ამასთანავე, კვლევა მიზნად ისახავს ფართო საზოგადოებაში სექტორის სპეციფიკისა და მისი ეკონომიკური მნიშვნელობის გაზიარებასა და შედეგად, ამ მიმართულებით ცნობიერების ამაღლებას.

საცალო ვაჭრობის სექტორის კვლევის სტრუქტურა მოიცავს საქართველოს საცალო ვაჭრობის ღირებულებათა ჯაჭვის პროცესების მიმოხილვას, სექტორის ძირითადი ინდიკატორების, ფინანსური მაჩვენებლებისა და სექტორში არსებული გამოწვევების ანალიზს.

სექტორული კვლევის ფარგლებში, გაანალიზდა სექტორში არსებული მიმდინარე მდგომარეობა და მოლოდინები. აღსანიშნავია, რომ საქარ-

თველოში გამოკითხულ რითეილერთა უმრავლესობა მათ ამჟამინდელ მდგომარეობას დადებითად აფასებს, რაც სექტორის მიერ პანდემიითა და გეოპოლიტიკური კონფლიქტებით გამოწვეული პრობლემების ეფექტურ გადაჭრაზე მიუთითებს. დადებითი დინამიკა შეინიშნება მსხვილი რითეილერების გაყიდვებში (მათ შორის ონლაინ), დასაქმებულთა რაოდენობასა და დასაქმებულთა ანაზღაურებაში.

იმპორტისა და ადგილობრივი წარმოების ანალიზისას გამოიკვეთა, რომ საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორი მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული იმპორტირებულ პროდუქციაზე, ვინაიდან პირველადი მოხმარების ძირითადი პროდუქტებისთვის (მათ შორის ხორბალი, ბოსტნეული, რძე და რძის პროდუქტები) ადგილობრივი წარმოება არასაკმარისია.

ამასთანავე, კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლებიც. მოგების კოეფიციენტების ანალიზი გვიჩვენებს, რომ სექტორს საკმაოდ დაბალი მოგების მარჟა და აქტივებზე უკუგება აქვს, რაც მიგვანიშნებს, რომ მაღალი გაყიდვების მიუხედავად, სექტორი მაღალი ხარჯებით გამოირჩევა. გარდა ამისა, საცალო ვაჭრობის სექტორის სპეციფიკიდან გამომდინარე, სექტორს ახასიათებს დაბალი ლიკვიდურობის მაჩვენებლები, ვინაიდან სექტორისთვის მოკლევადიანი აქტივები მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ინვენტარზე.

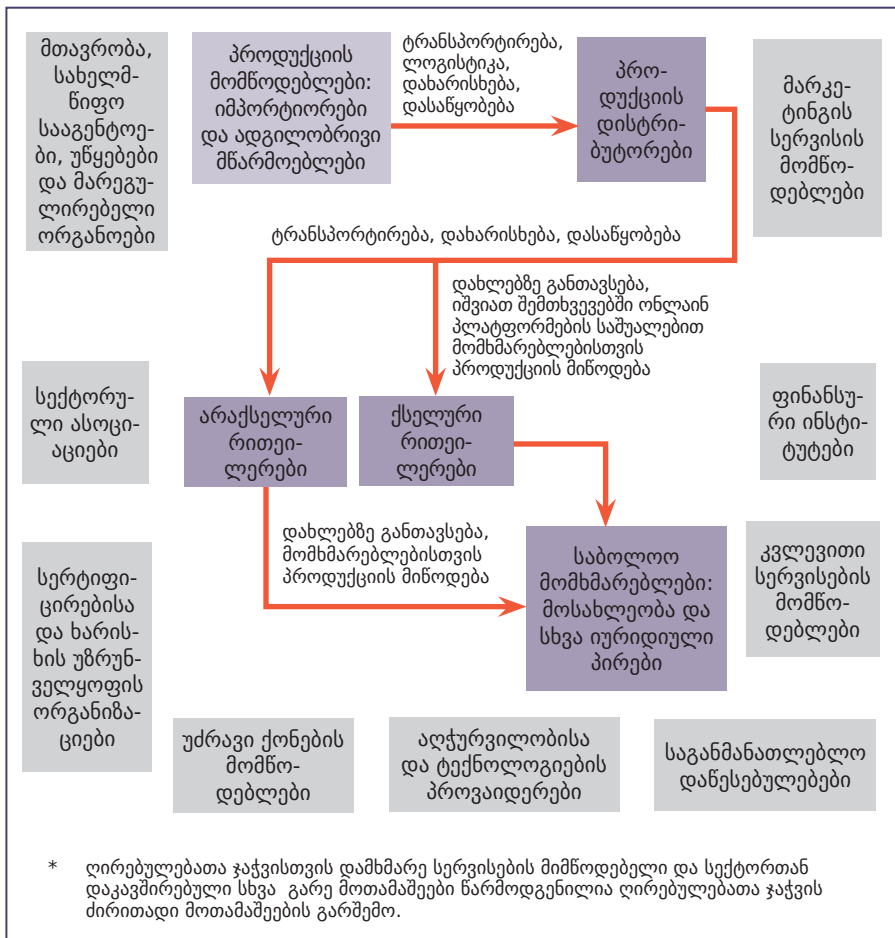
სექტორის კვლევის ფარგლებში, ასევე შეფასდა ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორები. სექტორისთვის მთავარ გამოწვევებად დასახელდა სამუშაო ძალის ნაკლებობა, მაღალი საოპერაციო ხარჯები (მათ შორის 48-საათიანი სამუშაო გრაფიკის მქონე სექტორებიდან საცალო ვაჭრობის სექტორის ამოღების შედეგად გაზრდილი სახელფასო ხარჯები), სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ბარიერები და ადგილობრივი მწარმოებლების მხრიდან მიწოდების უწყვეტობის უზრუნველყოფის პრობლემა.

შეჯამების სახით, კვლევით დოკუმენტში გაანალიზებულია სექტორის ძლიერი მხარეები, სისუსტეები, არსებული შესაძლებლობები და საფრთხეები. კვლევის ბოლო ეტაპზე, ძირითად მიგნებებზე დაყრდნობით, შემუშავდა რეკომენდაციები, რომელთა მიზანია სექტორში არსებული გამოწვევების აღმოფხვრა და სექტორის განვითარების ხელშეწყობა.

# საცალო ვაჭრობის ღირებულებათა ჯაჭვი საქართველოში

იქიდან გამომდინარე, რომ საცალო ვაჭრობის ღირებულებათა ჯაჭვი მოიცავს მთელ რიგ პროცესებსა და სხვადასხვა სექტორის მოთამაშეების ჩართულობას, მნიშვნელოვანია ღირებულებათა ჯაჭვის პროცესებისა და ჩართული მხარეების ურთიერთკავშირების გაანალიზება. საცალო ვაჭრობის სექტორის ფუნქციონირებაში ჩართული ძირითადი მოთამაშეები და მათ შორის კავშირები წარმოდგენილია ღირებულებათა ჯაჭვის სახით (იხ. გრაფიკი 1).

გრაფიკი 1: საცალო ვაჭრობის ღირებულებათა ჯაჭვი საქართველოში



# საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მიმოხილვა

საქართველოში ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, სტაბილური ეკონომიკური ზრდის ფონზე, მუდმივად იზრდება მომხმარებელთა მოთხოვნა და დანახარჯები. შესაბამისად, ასევე იზრდება მოთხოვნა საცალო ვაჭრობის სექტორში. საქართველოში, საცალო ვაჭრობის სექტორში გამოჩნდა მრავალი საქრთაპორისო კომპანია, განვითარდა ინფრასტრუქტურა, გაიზარდა შემოთავაზებული პროდუქტების მრავალფეროვნება და ხარისხი. შესაბამისად, სექტორის განვითარებასთან ერთად, ასევე გაიზარდა მოთხოვნა მომხმარებელთა მხრიდან, რაც ნათლად ჩანს სხვადასხვა ეკონომიკური ინდიკატორის ანალიზით.

თუმცა, აღსანიშნავია ისიც, რომ ბოლო პერიოდში სექტორს მოუწია გამკლავებოდა COVID-19 პანდემიისა და რუსეთ-უკრაინის ომის გარეგან ეკონომიკურ შოკებს. სექტორის ბოლო პერიოდის დინამიკის აღსაწერად, კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა საცალო ვაჭრობის სექტორში ბოლო პერიოდის დინამიკა, მიმდინარე მდგომარეობა და სამომავლო პერსპექტივა. კერძოდ, გამოიკითხა „რითეილ ასოციაციის“ წევრი საცალო ვაჭრობის სექტორის წარმომადგენელი 11 მსხვილი კომპანია,<sup>1</sup> რომლებიც სექტორის მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენენ. შესაბამისად, კვლევის შედეგები გვაძლევს სექტორში არსებული დინამიკის შეფასების შესაძლებლობას. ამასთანავე, ყურადღება დაეთმო საცალო ვაჭრობის სექტორთან მჭიდროდ დაკავშირებული დისტრიბუციის სექტორის მაჩვენებლების ანალიზსაც, ვინაიდან ამ ორი სექტორის მიმდინარე მდგომარეობა, არსებული ცვლილებები და გამოწვევები განსაკუთრებულად აისახება მეორე სექტორის ბიზნესსაქმიანობაზე. შესაბამისად, გარდა საცალო ვაჭრობის სექტორის ინდიკატორების გაანალიზებისა, დამატებით შეფასდა დისტრიბუციის სექტორში<sup>2</sup> არსებული მდგომარეობაც, რამაც სექტორთშორისი კავშირების გამოკვეთას შეუწყო ხელი.<sup>3</sup>

გარდა მსხვილი კომპანიების გამოკითხვის შედეგებისა, წინამდებარე თავში წარმოდგენილია სტატისტიკური მონაცემების ანალიზიც, რომელიც მოიცავს საცალო ვაჭრობის სექტორში ბრუნვის მოცულობის, დამატებული ღირებულების, დასაქმების, პირველადი მოხმარების პროდუქტების ფასების, იმპორტისა და ეროვნული წარმოების ანალიზს.

<sup>1</sup> ეს კომპანიებია: სმარტ რითეილი, დეილი, უნივერსამი, ფუდმარტი (სპარი, იოლი, ფუდმარტი), ზლაპარი, გუდვილი, რითეილ ჯგუფი (მაგნიტი), სან სთორზ (გალფ სთორი), აგროპაბი, ს მარკეტს (ვეი მარტი), მაჯიდ ალ ფუტაიმ ჰიპერმარკეტს ჯორჯია (კარფური).

<sup>2</sup> კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა „საქართველოს დისტრიბუტორთა ბიზნეს ასოციაციის“ წევრი 8 კომპანია, რომლებიც დისტრიბუციის სექტორის მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენენ.

<sup>3</sup> დისტრიბუციის სექტორის გამოკითხვის დეტალური შედეგები იხილეთ „დანართ 1“-ში.

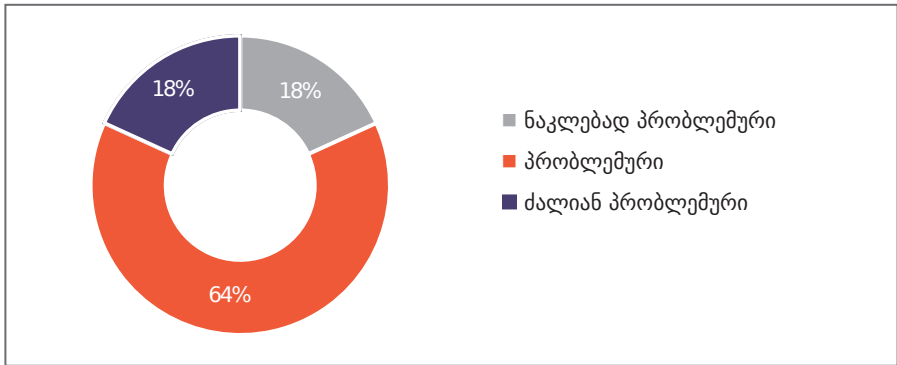


## COVID-19 პანდემიისა და რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენა

2020-2022 წლებში COVID-19-მა და რუსეთ-უკრაინის ომმა გლობალური სავაჭრო სექტორი მნიშვნელოვნად დააზიანა, რაც მიწოდების ჯაჭვების შეფერხებითა და გაზრდილი ინფლაციით ხასიათდებოდა, შედეგად კი, 2020 წელს მსოფლიოში საცალო გაყიდვები 2.9%-ით შემცირდა.<sup>4</sup>

მსგავსად გლობალური ტენდენციებისა, პანდემიის უარყოფითი გავლენა საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორშიც მნიშვნელოვნადაა გამოკვეთილი. ჩატარებული გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, საცალო ვაჭრობის სექტორში გამოკითხული კომპანიების 64%-ისთვის პანდემიის პერიოდი პრობლემური აღმოჩნდა, 18%-ისთვის ძალიან პრობლემური, ხოლო 18%-ისთვის ნაკლებად პრობლემური.

*გრაფიკი 2: პანდემიის გავლენა საცალო ვაჭრობის სექტორზე: რამდენად პრობლემური აღმოჩნდა თქვენი ბიზნესისთვის პანდემია?*

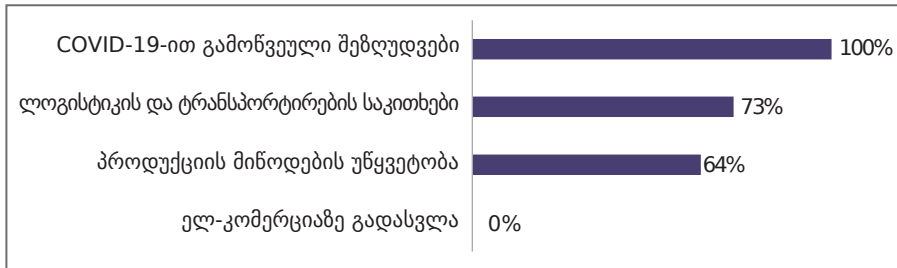


*წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები*

COVID-19-ით გამოწვეული შეზღუდვები ყველა გამოკითხული კომპანიის მიერ დასახელდა მთავარ გამოწვევად, რასაც მოსდევდა ლოგისტიკისა და ტრანსპორტირების საკითხები (პრობლემური აღმოჩნდა გამოკითხულთა 73%-ისთვის) და პროდუქციის მიწოდების უწყვეტობის უზრუნველყოფა (64%). ამას გარდა, ზოგი კომპანიისთვის პრობლემური აღმოჩნდა შეზღუდვების შედეგად შემცირებული რეალიზაცია, გაზრდილი ხარჯები და პერსონალის ნაკლებობა.

<sup>4</sup> გლობალური საცალო ვაჭრობის სექტორის გაყიდვების დინამიკის შესახებ სტატისტიკური მონაცემები იხილეთ: <https://www.statista.com/statistics/232347/forecast-of-global-retail-sales-growth/>

გრაფიკი 3: საცალო ვაჭრობის სექტორში პანდემიით განპირობებული მთავარი გამოწვევები: გთხოვთ, მონიშნოთ პანდემიით განპირობებული თქვენს ბიზნესში არსებული მთავარი გამოწვევები.



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

აღსანიშნავია, რომ პანდემიამ მნიშვნელოვნად შეცვალა მომხმარებელთა ქცევა. კერძოდ, საქართველოში გაიზარდა სამომხმარებლო კალათის მოცულობა და შემცირდა მომხმარებელთა ვიზიტების სიხშირე, რაც გლობალურ დონეზე არსებული ტენდენციების მსგავსი აღმოჩნდა. თუმცა, ერთ ვიზიტზე შესყიდული პროდუქციის მოცულობის ზრდის მიუხედავად, საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მიერ მოხერხდა დახლზე არსებული პროდუქციის დეფიციტის თავიდან აცილება, განსხვავებით მსოფლიო მასშტაბით დაფიქსირებული პროდუქციის დეფიციტის შემთხვევებისა.<sup>5</sup> ამ პრობლემის პრევენციისთვის, ქსელურმა მაღაზიებმა გაზარდეს დასაწყობება და შესყიდვის მოცულობა, ამასთანავე, გაიზარდა წინასწარი შესყიდვებიც.

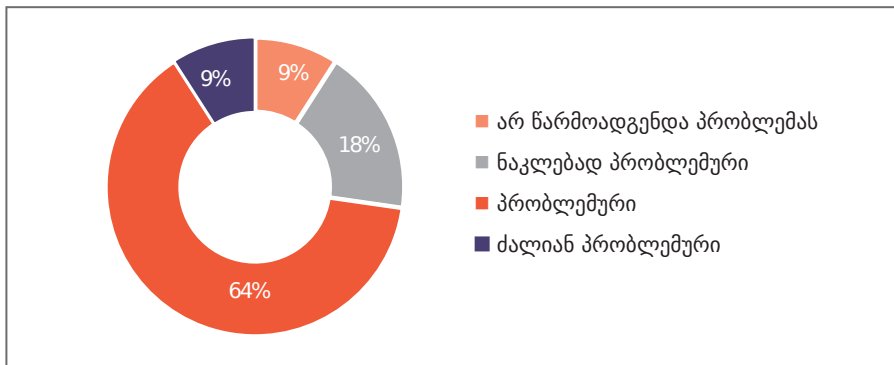
მეორე მხრივ, ელ-კომერციაზე გადასვლა გამოკითხული არცერთი კომპანიისთვის არ წარმოადგენდა პრობლემას. სექტორმა მარტივად შეძლო სხვადასხვა გარე პლატფორმის მეშვეობით თავიანთი მომხმარებლებისთვის პროდუქციის ეფექტურად მიწოდება. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა მნიშვნელოვანმა ნაწილმა შეინარჩუნა პროდუქციის პირისპირ შეძენის პანდემიამდელი ქცევა.

აღსანიშნავია, რომ გამოკითხული დისტრიბუციის სექტორის წარმომადგენლებისთვის შედარებით ნაკლებად პრობლემური აღმოჩნდა პანდემიით გამოწვეული ცვლილებები, ვიდრე საცალო ვაჭრობის სექტორის წარმომადგენლებისთვის. აღნიშნული დაკვირვება ასევე დასტურდება მსხვილი დისტრიბუტორების ფინანსური მონაცემების ანალიზისას.

რუსეთ-უკრაინის ომი გამოკითხული რითეილერების უმრავლესობისთვის (64%) პრობლემური აღმოჩნდა, ხოლო 9%-ისთვის ძალიან პრობლემური. ზოგი კომპანიისთვის კი ომის დაწყებამ გავლენა არ მოახდინა ბიზნეს საქმიანობაზე (9%) ან ნაკლებად პრობლემური აღმოჩნდა (18%).

<sup>5</sup> გლობალურ ბაზრებზე COVID-19-ის გავლენის შესახებ დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9115409/> და [https://www.abeam.com/vn/en/topics/insights/covid19\\_retail](https://www.abeam.com/vn/en/topics/insights/covid19_retail)

გრაფიკი 4: რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენა საცალო ვაჭრობის სექტორზე: რამდენად პრობლემური აღმოჩნდა თქვენი ბიზნესისთვის რუსეთ-უკრაინის ომის დანწყება?

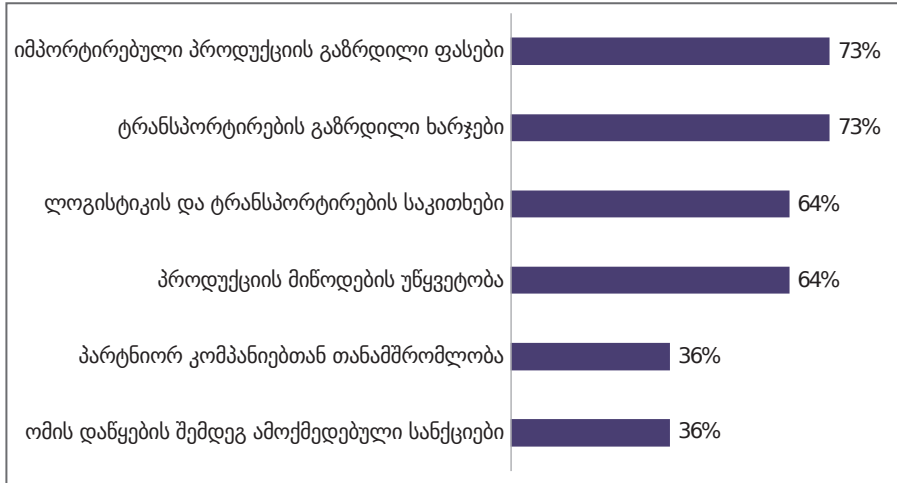


წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გლობალურ ბაზრებზე რუსეთის ომმა უკრაინაში გაართულა სასურსათო პროდუქტების ექსპორტი უკრაინიდან, გამწვავდა მიწოდების ჯაჭვების პრობლემები, რასაც ინფლაციური წნეხიც დაემატა.<sup>6</sup> საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორში გამოკვეთილი პრობლემები გლობალურის მსგავსი აღმოჩნდა. რითეილერთა გამოკითხვის შედეგად, ყველაზე ხშირად დასახელდა შემდეგი გამონკვევები: იმპორტირებული პროდუქციის გაზრდილი ფასები (73%), ტრანსპორტირების გაზრდილი ფასები (73%), პროდუქციის მიწოდების უწყვეტობა (64%), ლოგისტიკის და ტრანსპორტირების საკითხები (64%). შედარებით იშვიათად დასახელდა პრობლემად პარტნიორ კომპანიებთან თანამშრომლობა (36%) და ომის დანწყების შემდეგ ამოქმედებული სანქციები (36%). თუმცა, აღსანიშნავია, რომ მსგავსად პანდემიით გამოწვეული შოკისა, საცალო ვაჭრობის სექტორმა შეძლო ომით გამოწვეულ ცვლილებებთან შეწყობა და ძირეული შეფერხებების თავიდან არიდება.

<sup>6</sup> გლობალურ ბაზრებზე რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენაზე დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ: <https://www.globaldata.com/store/report/impact-of-the-russia-ukraine-conflict-on-retail-theme-analysis/>

გრაფიკი 5: საცალო ვაჭრობის სექტორში რუსეთ-უკრაინის ომით განპირობებული მთავარი გამოწვევები: გთხოვთ, მონიშნოთ რუსეთ-უკრაინის ომით განპირობებული თქვენს ბიზნესში არსებული მთავარი გამოწვევები.



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენა შედარებით დიდ გამოწვევად გამოიკვეთა გამოკითხული დისტრიბუტორებისთვის, რომელთა 86%-ისთვის ომი პრობლემური აღმოჩნდა. ძირითად პრობლემებად დასახელდა ტრანსპორტირებასა და იმპორტირებულ პროდუქციაზე ხარჯების გაზრდა.

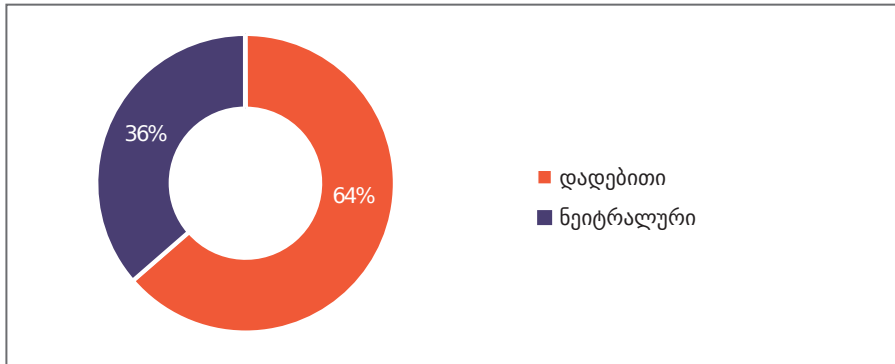
## სექტორის მიმდინარე მდგომარეობა და გაყიდვები

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორი მიმდინარე მდგომარეობას დადებითად აფასებს, რაც გლობალური საცალო ვაჭრობის სექტორში არსებული ტენდენციების მსგავსია.<sup>7</sup>

კვლევის ფარგლებში, რითეილერებმა შეაფასეს მათი მიმდინარე მდგომარეობა. გამოკითხული რითეილ სექტორის წარმომადგენლების უმრავლესობა (64%) ბიზნესის ამჟამინდელ მდგომარეობას დადებითად აფასებს, ხოლო 36% ნეიტრალურად. აღსანიშნავია, რომ უარყოფითი შეფასება არც ერთ რითეილერს არ დაუფიქსირებია.

<sup>7</sup> სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით (<https://www.statista.com/statistics/232347/forecast-of-global-retail-sales-growth>), 2021 წელს მსოფლიოში სექტორის გაყიდვების ზრდამ 9.7% შეადგინა, 2022 წელს კი გაყიდვები 5%-ით გაიზარდა.

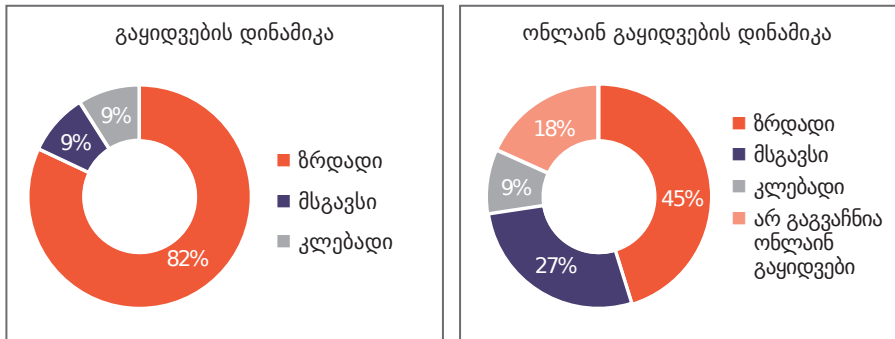
გრაფიკი 6: საცალო ვაჭრობის სექტორის მიმდინარე მდგომარეობა: ჩვენი ბიზნესის ამჟამინდელ მდგომარეობას შევადარებდი, რომ არის:



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

მიმდინარე წელს (2023), წინა წელთან შედარებით, რითეილერთა 82%-ისთვის მზარდია გაყიდვების დინამიკა, ხოლო 9%-ისთვის – კლებადი. ამასთანავე, გამოკითხული კომპანიების 45%-ისთვის ონლაინ გაყიდვების დინამიკა 2023 წელს მზარდია, 27%-ისთვის წინა წლის მსგავსი, ხოლო 9%-ისთვის კლებადი. ასევე აღსანიშნავია, რომ ამ ეტაპზე კომპანიების 18%-ს არ გააჩნია ონლაინ გაყიდვები.

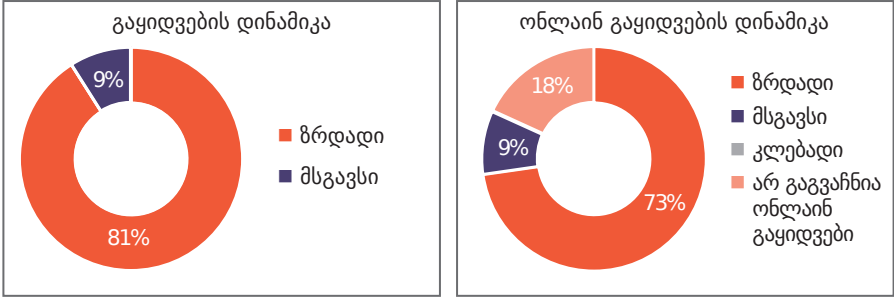
გრაფიკი 7: გაყიდვების დინამიკა მიმდინარე (2023) წელს, წინა (2022) წელთან შედარებით



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

საცალო ვაჭრობის სექტორის მოლოდინები მომდევნო წელთან დაკავშირებით დადებითია. გამოკითხული კომპანიების 91% ელის გაყიდვების დინამიკის ზრდას 2024 წელს, 2023 წელთან შედარებით. ამასთანავე, აღსანიშნავია, რომ 2024 წლისთვის კომპანიების 73% ონლაინ გაყიდვების ზრდას ელის.

გრაფიკი 8: გაყიდვების მოსალოდნელი დინამიკა 2024 წელს, 2023 წელთან შედარებით

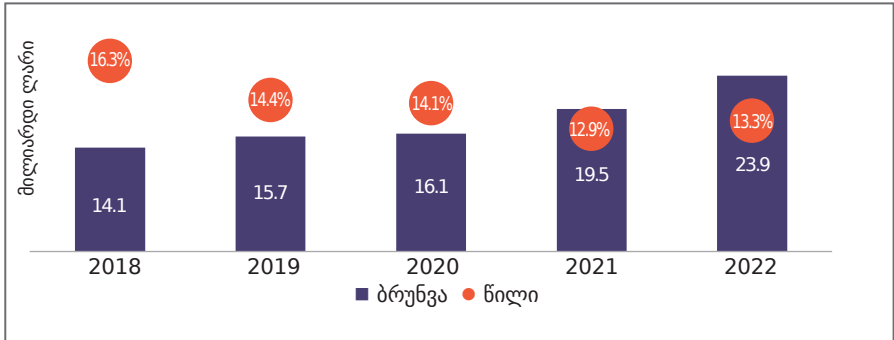


წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

### სექტორის ბრუნვა<sup>8</sup>

საცალო ვაჭრობა საქართველოს ეკონომიკაში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სექტორია, რაც ასახულია საცალო ვაჭრობის ბიზნეს სექტორში ბრუნვის მოცულობითა და მისი წილით მთლიან ბრუნვაში. 2018-2022 წლებში<sup>9</sup>, საცალო სექტორში ბრუნვის მოცულობამ 89 მილიარდ ლარს გადააჭარბა. ხოლო, 2022 წელს, სექტორში ბრუნვა 23.9 მილიარდ ლარს შეადგენდა, რაც 2018 წელთან შედარებით, 69%-ითაა გაზრდილი.

გრაფიკი 9: საცალო ვაჭრობის ბრუნვა და მისი წილი<sup>10</sup> მთლიანი ბიზნეს სექტორის ბრუნვაში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

<sup>8</sup> ბრუნვა არის საანგარიშო პერიოდში ეკონომიკური ერთეულის მიერ განხორციელებული გაყიდვები ანუ დარიცხული შემოსავლები საქონლისა და მომსახურების გაყიდვებიდან (ბარტერის ჩათვლით). ბრუნვა მოიცავს ყველა გადასახადსა თუ ბაჟს საქონელსა და მომსახურებაზე (დღგ-ისა და აქციზის გარდა). საცალო ვაჭრობის ბრუნვა მოიცავს როგორც ორგანიზებული, ასევე არაორგანიზებული ორგანიზაციების სტატისტიკას და არ გვაძლევს საშუალებას, გავანალიზოთ მხოლოდ ორგანიზებული კომპანიების ბრუნვა.

<sup>9</sup> 2022 წლის მონაცემები წინასწარია და მიღებულია კვარტალური მონაცემების დაჯამებით.

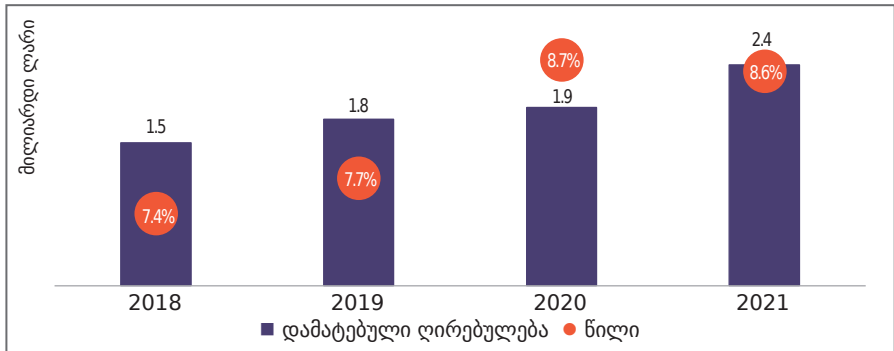
<sup>10</sup> წილი აღნიშნავს საცალო ვაჭრობის ბრუნვის შეფარდებას მთლიანი ბიზნეს სექტორის ბრუნვასთან, გამოსახული პროცენტში.

ასევე, მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საცალო ვაჭრობის ბრუნვა მთლიანი ბრუნვის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს. 2018-2022 წლებში, საცალო ვაჭრობის ბრუნვა, საშუალოდ, მთლიანი ბიზნეს სექტორის ბრუნვის 14%-ს წარმოადგენდა და ბრუნვის სიდიდით მოწინავე სექტორებში იყო. მიუხედავად სექტორის ბრუნვის წილის შემცირებისა 2018-2021 წლებში (-3.4 პროცენტული პუნქტი (პპ)), ბრუნვის წილში 2022 წელს ზრდა დაფიქსირდა (0.4 პპ, ნ/წ).

## სექტორის დამატებული ღირებულება

საცალო ვაჭრობის ანალიზის დროს მნიშვნელოვანია ასევე გაანალიზდეს სექტორში წარმოქმნილი დამატებული ღირებულება.<sup>11</sup> 2018-2021 წლებში<sup>12</sup>, საცალო ვაჭრობაში წარმოქმნილი დამატებული ღირებულება 7.6 მილიარდ ლარზე მეტი იყო. ასევე, სექტორში დამატებული ღირებულება ამ წლებში სწრაფი ზრდის ტემპით გამოირჩეოდა - 2018-2021 წლებში საცალო ვაჭრობაში დამატებული ღირებულების საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 16%-ს უტოლდებოდა.

*გრაფიკი 10: დამატებული ღირებულება საცალო ვაჭრობის სექტორში და მისი წილი მთლიან დამატებულ ღირებულებაში*



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

<sup>11</sup> დამატებული ღირებულება (added value) საქონლის ან მომსახურების ღირებულების ზრდაა, რომელიც გამოწვეულია ეკონომიკური საქმიანობით (მაგალითად: პურის საცხობმა იყიდა 500 ლარის ღირებულების ფქვილი და დაამზადა 800 ლარის ღირებულების პური. საცხობმა შექმნა 300 ლარის დამატებული ღირებულება).

<sup>12</sup> დამატებული ღირებულება (added value) საქონლის ან მომსახურების ღირებულების ზრდაა, რომელიც გამოწვეულია ეკონომიკური საქმიანობით (მაგალითად: პურის საცხობმა იყიდა 500 ლარის ღირებულების ფქვილი და დაამზადა 800 ლარის ღირებულების პური. საცხობმა შექმნა 300 ლარის დამატებული ღირებულება).

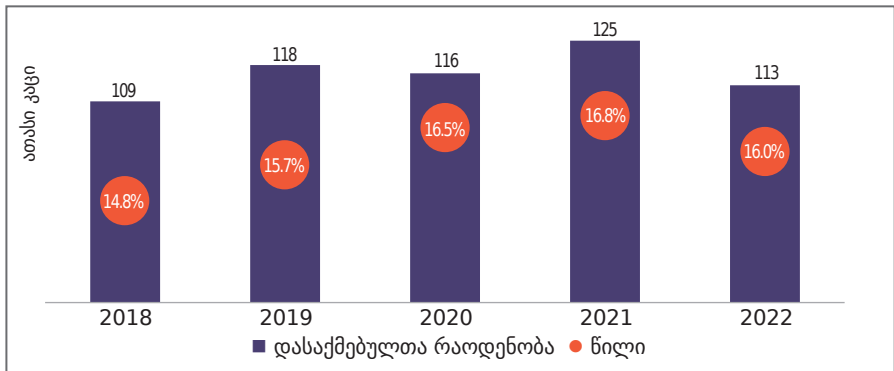
ასევე, გასათვალისწინებელია, რომ 2020-2021 წლებში, კოვიდ-19 პანდემიის, მიწოდების ჯაჭვების პრობლემებისა და ინფლაციური წნეხების პარალელურად, დამატებული ღირებულება მცირედით გაიზარდა. ასევე, 2021 წელს, 2018 წელთან შედარებით, გაიზარდა საცალო ვაჭრობის სექტორში წარმოქმნილი დამატებული ღირებულების წილი მთლიან ბიზნეს სექტორში დამატებულ ღირებულებაში (+1.2 პპ).

## დასაქმება

საცალო ვაჭრობა საქართველოში დასაქმების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს წყაროს წარმოადგენს. 2018-2022 წლებში<sup>13</sup> საცალო ვაჭრობის ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა საშუალო რაოდენობა 116 ათას კაცზე მეტს შეადგენდა, რაც ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა საშუალო რაოდენობის 16%-ია.

მიუხედავად იმისა, რომ 2022 წელს, 2021 წელთან შედარებით, საცალო ვაჭრობის ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა შემცირდა, აღსანიშნავია, რომ დასაქმებულთა რაოდენობა ასევე შემცირდა მთლიანად ბიზნეს სექტორშიც. შესაბამისად, საცალო ვაჭრობაში დასაქმებულთა რაოდენობის წილი მთლიან ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობაში მხოლოდ მცირედით შემცირდა (-0.8 პპ, ნ/წ) და პანდემიამდელ მაჩვენებელს მიუახლოვდა.

გრაფიკი 11: დასაქმებულთა რაოდენობა საცალო ვაჭრობის ბიზნეს სექტორში და მათი წილი მთლიან ბიზნეს სექტორში დასაქმებულ ადამიანებში.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

<sup>13</sup> 2022 წლის მონაცემები წინასწარია და მიღებულია კვარტალური მონაცემებიდან საშუალოს გამოყვანით.



ასევე აღსანიშნავია, რომ დამწყები კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი სამუშაო ბაზარზე ინტეგრაციას ძირითადად საცალო ვაჭრობის სექტორში დასაქმებით ახერხებს. საქართველოში წამყვანი დასაქმების პლატფორმის, Jobs.ge-ის მიხედვით, ყველაზე მოთხოვნადი ვაკანტური პოზიციებია კონსულტანტი და მოლარე-კონსულტანტი, რაც ამ სექტორში მათ მაღალ რაოდენობაზე მიუთითებს.

რაც შეეხება დასაქმებულთა ანაზღაურებას, აღსანიშნავია, რომ საცალო ვაჭრობის სექტორი საშუალო ანაზღაურების<sup>14</sup> მოცულობით ჩამოუვარდება მომსახურების სექტორში არსებულ საშუალო ანაზღაურებას (იხ. ცხრილი 1). თუმცა, მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ საცალო ვაჭრობის სექტორში დასაქმებულთა საშუალო ანაზღაურება აჭარბებს მომსახურების სხვა იმ სექტორებს, სადაც ძირითადად დამწყები კვალიფიკაციის მუშახელია დასაქმებული.

ცხრილი 1: მომსახურების სექტორში შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება 2022 წელს, საქმიანობის სახეების მიხედვით

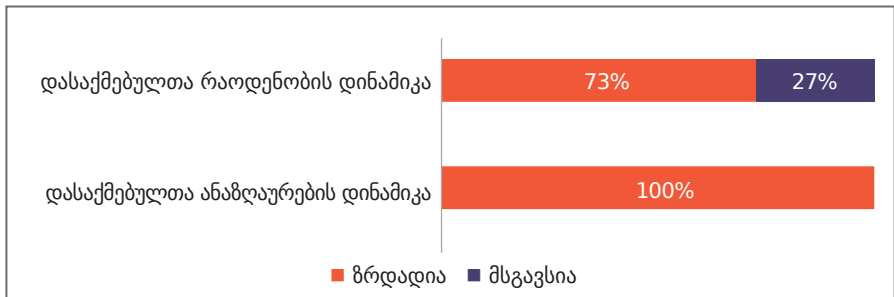
მომსახურება - საქმიანობის სახეები	დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი (ლარი)
ინფორმაცია და კომუნიკაცია	3 033
საფინანსო და სადაზღვევო საქმიანობები	2 730
მშენებლობა	2 040
ტრანსპორტირება და დასაწყობება	1 681
ხელოვნება, გართობა და დასვენება	1 482
ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურების საქმიანობები	1 396
<b>საცალო ვაჭრობა</b>	<b>1 178</b>
განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობები	1 163
ადმინისტრაციული და დამხმარე მომსახურების საქმიანობები	1 102
სხვა სახის მომსახურება	1 059

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

<sup>14</sup> საშუალო თვიური ნომინალური ხელფასი: საანგარიშო პერიოდის (კვარტალი, წელი) განმავლობაში დარიცხული შრომის ანაზღაურების/ხელფასის ფონდი (ძირითადი ხელფასი, პრემია, დანამატი და სხვა წამახალისებელი სახის გასაცემები, საკომპენსაციო გასაცემები და სხვა, რომელიც დაერიცხა დასაქმებულ პერსონალს ან გაიცა ნატურის სახით და ღირებულება ჩართულია შრომის ანაზღაურებაში) იყოფა დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო რიცხოვნობაზე და შესაბამისად 3-ზე (კვარტალური) ან 12-ზე (წლიური).

გარდა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების გაანალიზებისა, დასაქმებისა და დასაქმებულთა ხელფასების დინამიკა საცალო ვაჭრობის სექტორის მთავარი მოთამაშეების გამოკითხვის შედეგების მიხედვითაც გაანალიზდა. მიმდინარე წელს (2023), წინა წელთან შედარებით, რითეილ სექტორში გამოკითხული კომპანიების 73%-ში ფიქსირდებოდა დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდა, ხოლო ანაზღაურების მზარდი დინამიკა შეინიშნებოდა ყველა მათგანში. აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულ დისტრიბუტორ კომპანიებში დასაქმებულთა რაოდენობის მხრივ ნაკლებად მზარდი ტენდენცია შეინიშნება.

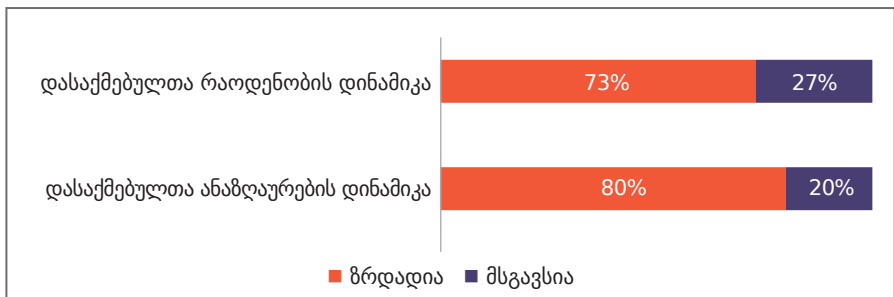
გრაფიკი 12: დასაქმებულთა რაოდენობისა და მათი ანაზღაურების დინამიკა: მიმდინარე წელს (2023) წინა წელთან (2022) შედარებით:



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

რაც შეეხება დასაქმებულთა რაოდენობის დინამიკის მოსალოდნელ ცვლილებას, 2024 წელს რითეილ სექტორში გამოკითხული კომპანიების 73% მოელის ზრდას. ამას გარდა, დასაქმებულთა ანაზღაურების დინამიკაც მზარდია რითეილერების 80%-ისთვის.

გრაფიკი 13: დასაქმებულთა რაოდენობისა და მათი ანაზღაურების მოსალოდნელი დინამიკა: მომდევნო წლის (2024) დინამიკის მოსალოდნელი ცვლილება მიმდინარე (2023) წელთან შედარებით:



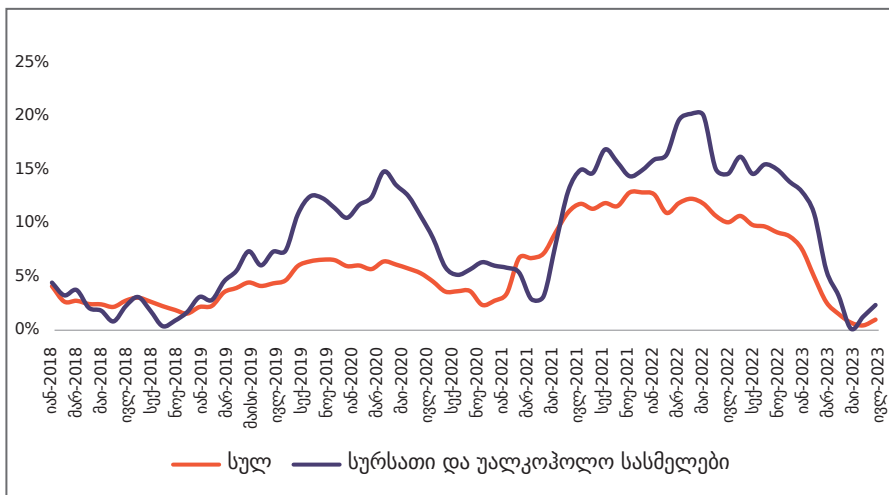
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

## პირველადი მოხმარების პროდუქციის ფასები

ბოლო წლებში სამომხმარებლო პროდუქციის ფასების მნიშვნელოვანი ზრდა ფიქსირდებოდა, რაც გამოწვეული იყო მთელი რიგი შიდა და გარე ეკონომიკური შოკებისგან, ძირითადად COVID-19 პანდემიასა და რუსეთ-უკრაინის ომთან დაკავშირებული ფაქტორებით. აღსანიშნავია, რომ სამომხმარებლო კალათის კატეგორიებში სურსათსა და უალკოჰოლო სასმელებს ყველაზე მაღალი წილი აქვს, შესაბამისად აღნიშნულ კატეგორიაში ფასების ცვლილება მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ინფლაციაზე.

ასევე აღსანიშნავია, რომ სურსათის ფასები საშუალო ინფლაციასთან შედარებით მაღალი ცვალებადობით გამოირჩევა. სურსათისა და უალკოჰოლო სასმელების ფასების ზრდამ მაქსიმუმს (22%-ით მაღალი წინა წლის შესაბამის თვესთან შედარებით) 2022 წლის მაისში მიაღწია, რასაც კლების დინამიკა მოჰყვა. 2023 წლის აგვისტოში, 2022 წლის აგვისტოსთან შედარებით, სურსათის ფასებმა 2.4%-ით მოიმატა, რაც ნაწილობრივ მაღალი საბაზო ეფექტით აიხსნება.

გრაფიკი 14: სამომხმარებლო ფასების ინფლაცია წინა წლის შესაბამის თვესთან შედარებით



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გარდა სურსათის ფასების დინამიკაზე დაკვირვებისა, კვლევისას ასევე გაანალიზდა ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში მრავალფეროვანი სურსათის ხელმისაწვდომობა და შედარდა ფასები (იხ. დანართი 2). შერჩეულ პირველადი მოხმარების პროდუქტებზე<sup>15</sup> მონაცემები შეგროვდა თბილისის

<sup>15</sup> პროდუქტები მოიცავდა შემდეგ კატეგორიებს: ბეთი, მარილი, შაქარი, წინიბურა, ბრინჯი, მაკარონი, კვერცხი, სპრედი, კარაქი, რძე, ხაჭო, არაჟანი.

მასშტაბით ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში. აღსანიშნავია, რომ პროდუქციის მრავალფეროვნების ნაკლებობა დაფიქსირდა მოკვლევის არეალში მყოფ ყველა არაქსელურ მაღაზიაში, მეორე მხრივ ქსელურ მაღაზიებში შეინიშნებოდა პროდუქტების მაღალი არჩევანი და ხელმისაწვდომობა.

იმის გათვალისწინებით, რომ არაქსელურ მაღაზიებში პროდუქციის დაბალი მრავალფეროვნება შეინიშნებოდა, შერჩეული 32 პროდუქტიდან, მონაცემების შეგროვება მოხერხდა 26 პროდუქტზე. შესაბამისად, ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში ფასების სხვაობასთან დაკავშირებით საშუალო შედარებები აღნიშნული 26 პროდუქტის ანალიზით გაკეთდა. კერძოდ, სათითაოდ შედარდა საშუალო ფასები ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში, აღნიშნული განსხვავებები აგრეგირდა. შედეგად, გამოიკვეთა, რომ საშუალოდ 2%-ით აღემატება ქსელურ მაღაზიებში შერჩეული პროდუქტების ფასები არაქსელურ მაღაზიებში არსებულ ფასებს.<sup>16</sup> აღნიშნული სხვაობა, შესაძლოა აიხსნას ქსელური მაღაზიებისთვის არსებული შედარებით მაღალი საოპერაციო ხარჯებით, რაც განპირობებულია პროდუქციის მიღების, დასაწყობებისა და რეალიზაციის სტანდარტების სრული დაცვით.

## იმპორტი

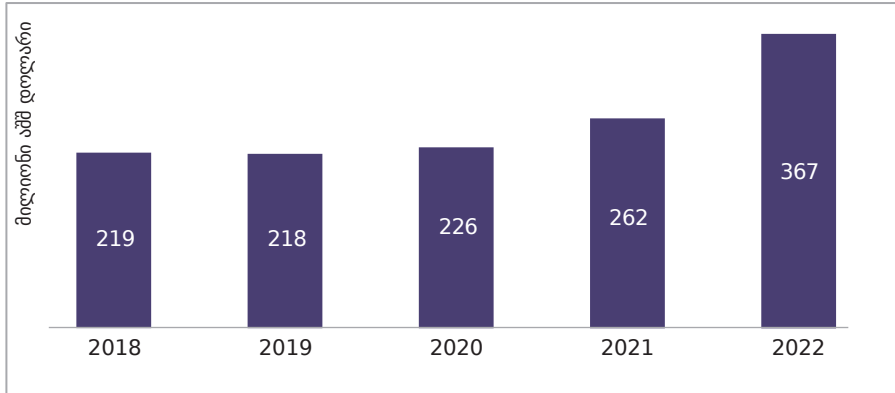
საცალო ვაჭრობის სექტორში იმპორტი უმნიშვნელოვანეს როლს თამაშობს საქართველოსთვის, როგორც მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნისთვის. შესაბამისად, ღირებულია იმპორტის გაანალიზება იმ პროდუქტის ჯგუფებზე, რომელიც სასურსათო კალათის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს.<sup>17</sup>

2018-2022 წლებში საქართველოში იმპორტირებული შერჩეული პროდუქტის ჯგუფების მოცულობა \$1.3 მილიარდს შეადგენდა. 2022 წელს კი შერჩეული პროდუქტის ჯგუფების იმპორტი \$367 მილიონი იყო, რაც 2021 წელთან შედარებით 40%-ითაა გაზრდილი. აღნიშნული ზრდა შესაძლოა აიხსნას საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორში მოთხოვნის ზრდით.

<sup>16</sup> აღსანიშნავია, რომ ფასების მოკვლევა არარეპრეზენტატიულია თბილისისა და საქართველოს მასშტაბით ფასებისა, ვინაიდან შეზღუდულია კვლევაში ჩართულ სუბიექტთა რაოდენობა.

<sup>17</sup> შესაბამისად, შეირჩა შემდეგი პროდუქტის ჯგუფები: (HS:04) რძის პროდუქცია; ფრინველის კვერცხი; ნატურალური თაფლი, (HS:15) ცხიმები და ზეთები და მათი დაშლის პროდუქტები; მზა საკვები ცხიმები; ცვილები; (HS:17) შაქარი და საკონდიტრო ნაწარმი შაქრისაგან.

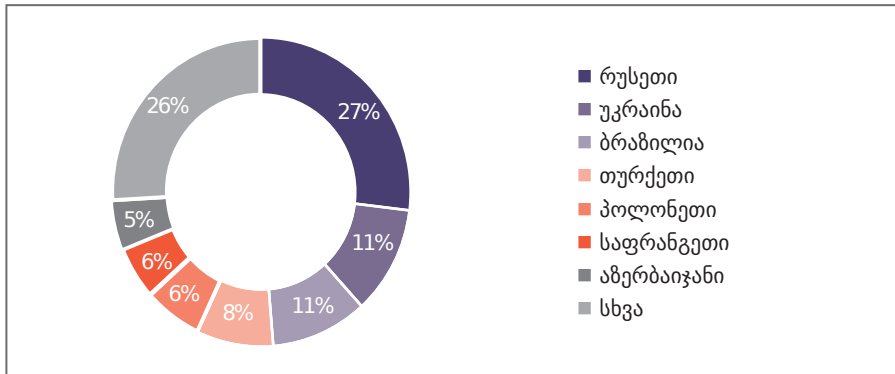
გრაფიკი 15: შერჩეული პროდუქტის ჯგუფების იმპორტის მოცულობა საქართველოში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საქართველოში, 2018-2022 წლებში, შერჩეული პროდუქტის ჯგუფების ძირითადი ნაწილი რუსეთიდან შემოვიდა (27%), რასაც მოჰყვებოდა უკრაინა (11%), ბრაზილია (11%) და თურქეთი (8%).

გრაფიკი 16: შერჩეული პროდუქტების ჯგუფების იმპორტი, ქვეყნების მიხედვით



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

## შიდა წარმოება

გარდა იმპორტისა, კვლევის ფარგლებში ასევე გაანალიზდა შერჩეულ პროდუქტებზე სურსათის თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი,<sup>18</sup> რაც გვინვენებს ადგილობრივი წარმოების როლს პროდუქციის საერთო მოხმარებაში. თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტის გაანალიზება გვაძლევს შესაძლებლობას, შევაფასოთ პირველადი მოხმარების პროდუქტების რა ნაწილია წარმოებული საქართველოში და რამდენადაა ბაზარი დამოკიდებული იმპორტირებულ პროდუქციაზე.

*ცხრილი 2: შერჩეული პროდუქციის ადგილობრივი წარმოება და თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი*

ადგილობრივი წარმოება	2018	2019	2020	2021	2022
ხორბალი (ათასი ტონა)	107	101	102	136	157
თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი (%)	14%	15%	15%	22%	22%
ბოსტნეული (ათასი ტონა)	142	161	176	149	129
თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი (%)	60%	62%	63%	61%	52%
რძე და რძის პროდუქტები (ათასი ტონა)	555	562	569	588	565
თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი (%)	81%	81%	81%	81%	77%
კვერციხი (მლნ. ცალი)	635	661	675	655	655
თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი (%)	99%	96%	97%	98%	96%

*წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური*

აღსანიშნავია, რომ შერჩეული აუცილებელი აგროსასურსათო პროდუქტებიდან ყველაზე დაბალი თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი ხორბალზე დაფიქსირდა. კერძოდ, მიუხედავად მზარდი ადგილობრივი წარმოებისა, თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტმა 2022 წელს 22% შეადგინა. ასევე უარყოფითი დინამიკა შეინიშნება ბოსტნეულის შემთხვევაშიც, სადაც 2022 წელს 52%-მდეა შემცირებული თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი, რაც მნიშვნელოვნადაა განპირობებული ქვეყანაში სასათბურე მეურნეობების ნაკლებობით.

რაც შეეხება რძესა და რძის პროდუქტების ადგილობრივ წარმოებას, მიუხედავად შედარებით მაღალი თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტისა, 2022 წელს, წინა წელთან შედარებით შეინიშნებოდა ადგილობრივი წარმოების მნიშვნელოვანი შემცირება, რამაც შესაბამისად თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი 77%-მდე დაიყვანა.

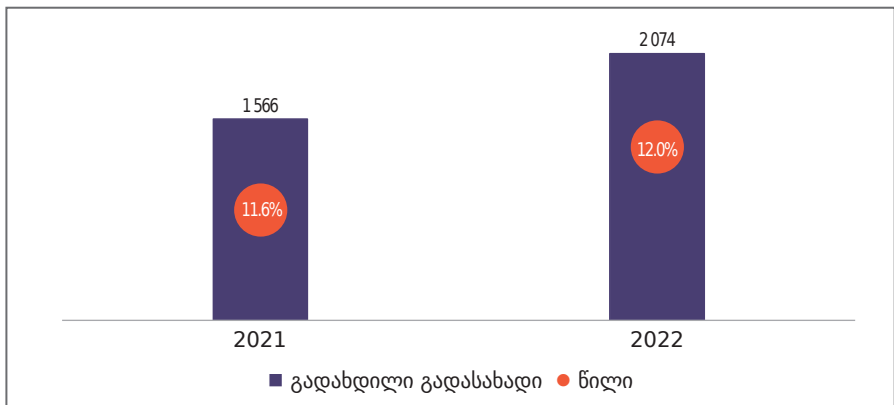
<sup>18</sup> თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი გამოითვლება შემდეგნაირად: ადგილობრივი წარმოება შეფარდებული ადგილობრივ წარმოებას დამატებული იმპორტი, გამოკლებული ექსპორტზე, გამრავლებული 100%-ზე.

შერჩეული პროდუქტებიდან, ადგილობრივი წარმოების მხრივ, ყველაზე კარგი მდგომარეობა კვერცხის წარმოებაში შეინიშნება, სადაც ბოლო წლების განმავლობაში თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი 96%-99%-ს შორის მერყეობდა.

### ბიუჯეტში გადახდები

საცალო ვაჭრობის სექტორის ეკონომიკური შეფასებისთვის მნიშვნელოვანია გაანალიზდეს სექტორის მიერ გადახდილი გადასახადები<sup>19</sup> საქართველოს ბიუჯეტში. 2021-2022 წლების პერიოდში, საცალო ვაჭრობის სექტორში შემავალმა ეკონომიკურმა სუბიექტებმა საქართველოს ბიუჯეტში 3.6 მილიარდ ლარზე მეტი გადაიხადეს. 2021 წელს გადახდილმა გადასახადმა 1.6 მილიარდი ლარი შეადგინა (ბიუჯეტში მთლიანი გადახდილი გადასახადის 11.6%), ხოლო 2022 წელს, მათ მიერ გადახდილი გადასახადი 32%-ით გაიზარდა და 2 მილიარდ ლარს გაუტოლდა (ბიუჯეტში მთლიანი გადახდილი გადასახადის 12%).

გრაფიკი 17: საცალო ვაჭრობის სექტორში შემავალი ეკონომიკური სუბიექტების გადახდები საქართველოს ბიუჯეტში



წყარო: შემოსავლების სამსახური

ასევე, აღსანიშნავია, რომ სექტორებს შორის,<sup>20</sup> საცალო ვაჭრობა ერთ-ერთი ლიდერი იყო ბიუჯეტში გადახდილი გადასახადების მიხედვით. 2021-2022 წლებში, საბითუმო ვაჭრობის შემდეგ, საცალო ვაჭრობის სექტორში შემავალმა ეკონომიკურმა სუბიექტებმა ყველაზე დიდი თანხა გადაიხადეს ბიუჯეტში.

<sup>19</sup> გადასახადი მოიცავს შემდეგ გადასახადებს: აქციზის გადასახადი, დღგ, იმპორტის გადასახადი, შოგების გადასახადი, საშემოსავლო გადასახადი, სხვა.  
<sup>20</sup> სექტორები აღებულია საქართველოს ეკონომიკური კლასიფიკატორიდან (სეკ) 006-2016. სექტორები განხილულია ორნიშნა დონემდე - განყოფილებამდე.

# საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლები

საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორის შეფასებისას, მნიშვნელოვანია ფინანსური მონაცემების გათვალისწინება. ამ თავში, სექტორის ფინანსური მდგომარეობის შეფასების მიზნით გამოყენებულია საერთაშორისოდ აღიარებული ფინანსური კოეფიციენტები. სექტორის ანალიზი ეყრდნობა საქართველოში 12 უმსხვილესი საცალო ვაჭრობის კომპანიის მონაცემებს.

## საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური სპეციფიკა და ზოგადი თავისებურებები - სექტორის ფინანსური მომგებიანობა

საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის შესაფასებლად კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა მომგებიანობის შემდეგი სამი კოეფიციენტი – საერთო მოგების მარჟა,<sup>21</sup> მოგების მარჟა დაბეგვრამდე<sup>22</sup> და აქტივებზე უკუგება.<sup>23,24</sup>

საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის მონაცემების ანალიზისთვის, საჭიროა სექტორისთვის დამახასიათებელი ზოგადი თავისებურებების გათვალისწინება. საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს,

<sup>21</sup> აერთო მოგების მარჟის გამოსათვლელად საჭიროა წმინდა გაყიდვებს გამოვაკლოთ გაყიდული საქონლის თვით ღირებულება და შედეგი გავყოთ წმინდა გაყიდვებზე. მიღებული შედეგის 100-ზე გამრავლებით მიიღება პროცენტებში გამოსახული საერთო მოგების მარჟა.

$$\text{საერთო მოგების მარჟა} = \frac{(\text{წმინდა გაყიდვები} - \text{საქონლის თვითღირებულება})}{\text{წმინდა გაყიდვები}} \times 100\%$$

<sup>22</sup> დაბეგვრამდე მოგების მარჟის დასათვლელად საჭიროა მთლიან შემოსავალს გამოვაკლოთ მთლიანი ხარჯები, რაც გაყიდული საქონლის ღირებულების გარდა მოიცავს ისეთ საოპერაციო ხარჯებს, როგორებიცაა იჯარა, მუშახელის ანაზღაურება და ა.შ. და ისეთ არასაოპერაციო ხარჯებს, როგორიცაა საპროცენტო ხარჯები და გავყოთ წმინდა გაყიდვებზე. მიღებული შედეგის 100-ზე გამრავლებით მიიღება პროცენტებში გამოსახული მოგების მარჟა დაბეგვრამდე.

$$\text{მოგების მარჟა დაბეგვრამდე} = \frac{(\text{წმინდა გაყიდვები} - \text{მთლიანი ხარჯები, გარდა გადასახადებისა})}{\text{წმინდა გაყიდვები}} \times 100\%$$

<sup>23</sup> აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტის დასათვლელად საჭიროა წმინდა შემოსავალი გავყოთ მთლიან აქტივებზე, გავამრავლოთ 100%-ზე და გამოვსახოთ პროცენტებში.

$$\text{ქტივებზე უკუგება} = \frac{\text{წმინდა შემოსავალი}}{\text{მთლიანი აქტივები}} \times 100\%$$

<sup>24</sup> კვლევის ფარგლებში მოხდა კაპიტალზე უკუგების კოეფიციენტის გაანგარიშებაც, თუმცა მიღებული შედეგები არ აღმოჩნდა გამოსადეგი შეფასებების გასაკეთებლად. კონკრეტულად, მიღებული კაპიტალზე უკუგების კოეფიციენტები მაღალი მერყეობით გამოირჩეოდა, რიგ წლებში კაპიტალის უარყოფითი მაჩვენებლის გამო. შესაბამისად, ამ მაჩვენებლის ტრენდების შესახებ შეფასების გაკეთება არ იყო რეკომენდებული.



რომ საცალო ვაჭრობის სექტორი მაღალკონკურენტულია და მოგების დაბალი მარჟები ახასიათებს. ილუსტრაციისთვის საინტერესოა საცალო ვაჭრობის სექტორში უმსხვილესი საერთაშორისო კომპანიების მაჩვენებლებს შევხედოთ.<sup>25</sup> მულტინაციონალური ფრანგული ბრენდის კარფურის დაბეგვრამდე მოგების მარჟის 5 წლის საშუალო მაჩვენებელი მხოლოდ 1.65%-ს, ხოლო აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტის საშუალო 2.01%-ს შეადგენს.<sup>26</sup> მსგავსი დაბალი მოგების კოეფიციენტები აქვს აშშ-ში უმსხვილეს საცალო ვაჭრობის კომპანიას ვოლმარტს (დაბეგვრამდე მოგების მარჟის 5 წლის საშუალო მაჩვენებელი - 3.18%, აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტის 5 წლის საშუალო - 5.26%).<sup>27</sup>

დაბალი მომგებიანობის მარჟები თავის მხრივ საცალო ვაჭრობის სექტორისთვის სახასიათო მაღალ საოპერაციო ხარჯებს უკავშირდება. როგორც წესი, საცალო ვაჭრობის კომპანიების მთავარ ხარჯებს შრომის ხარჯები და საიჯარო გადასახადები წარმოადგენს.<sup>28</sup> საცალო ვაჭრობის კომპანიებს როგორც წესი, დასაქმებულთა მაღალი რაოდენობა ჰყავთ, მათ შორის მოლარეები, კონსულტანტები, მენეჯერები და დამხმარე პერსონალი. ამიტომ შრომის ხარჯები, ხელფასების, პერსონალის ტრენინგების/სწავლებისა და დასაქმებულთა ბენეფიტების (მაგ. დაზღვევა) ჩათვლით, ხშირად საცალო ვაჭრობის კომპანიების მთავარ ხარჯს წარმოადგენს. ამასთანავე, ვინაიდან საცალო ვაჭრობის მაღაზიის წარმატებისთვის ადგილმდებარეობა ერთ-ერთი გადამწყვეტი ფაქტორია, ამ სექტორში ბიზნესებს ხშირად სჭირდებათ ოპერირება მაღალი დატვირთვის მქონე ადგილებში ძვირადღირებული იჯარით ან ქირით, რაც შრომით ხარჯებთან ერთად ამ სექტორის კომპანიების ძირითადი ფინანსური ტვირთია.

მომგებიანობის დაბალი მარჟებისა და მაღალი საოპერაციო ხარჯების მიუხედავად, საცალო ვაჭრობის სექტორი მაინც ფინანსურად წარმატებულად მიიჩნევა და ამის მიზეზი სექტორში მოქმედი ქსელებისთვის დამახასიათებელი ფილიალების დიდი რაოდენობა და გაყიდვების მაღალი მოცულობაა. ეს კი იწვევს იმას, რომ ამ სექტორში არსებული ქსელების გაყიდვები ხშირად იმდენად მაღალია, რომ პროცენტულად ძალიან დაბალი მოგების მარჟაც კი მნიშვნელოვან თანხად ითარგმნება.

<sup>25</sup> მომგებიანობის კოეფიციენტების შედარებისას ასევე მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინება, რომ ქვეყნები განსხვავდება რისკიანობის მიხედვით. იგულისხმება, რომ საცალო ვაჭრობის კომპანიებს ქვეყნის რისკიანობიდან გამომდინარე სხვადასხვა კაპიტალის ღირებულება აქვთ.

<sup>26</sup> <https://www.investing.com/equities/carrefour-ratios>

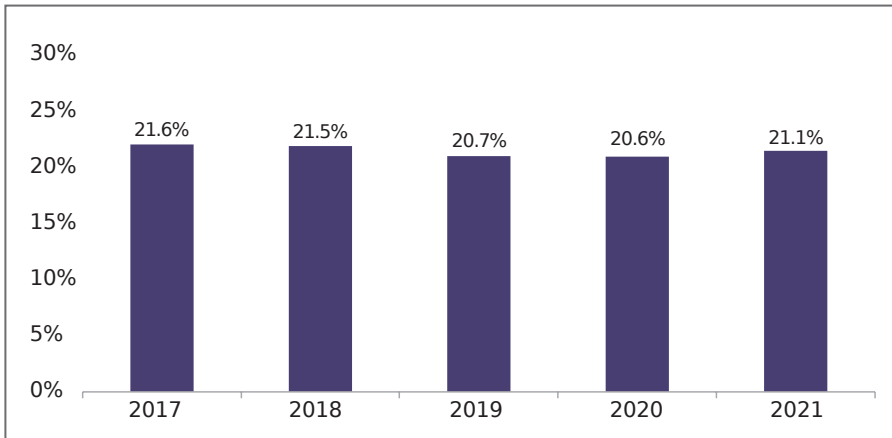
<sup>27</sup> <https://www.investing.com/equities/wal-mart-stores-ratios>

<sup>28</sup> <https://sbr.com.sg/food-beverage/news/chart-day-rent-and-labour-costs-account-75-78-food-service-and-retail-companies-o>

## საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის კოეფიციენტები

საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორს **საერთო მოგების მარჟა** წმინდა გაყიდვებისა და გაყიდული საქონლის თვითღირებულებას შორის სხვაობას ეყრდნობა და არ ითვალისწინებს საოპერაციო ხარჯებს.<sup>29</sup> აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლებში საცალო ვაჭრობის სექტორის საერთო მოგების მარჟის კოეფიციენტი დაბალი ცვალებადობა ახასიათებდა. 2017 წლიდან 2021 სექტორის საერთო მოგების მარჟა 20.6%-სა და 21.6%-ს შორის მერყეობდა, რაც საკმაოდ მცირე შუალედია.

გრაფიკი 18: საცალო ვაჭრობის სექტორის საერთო მოგების მარჟა



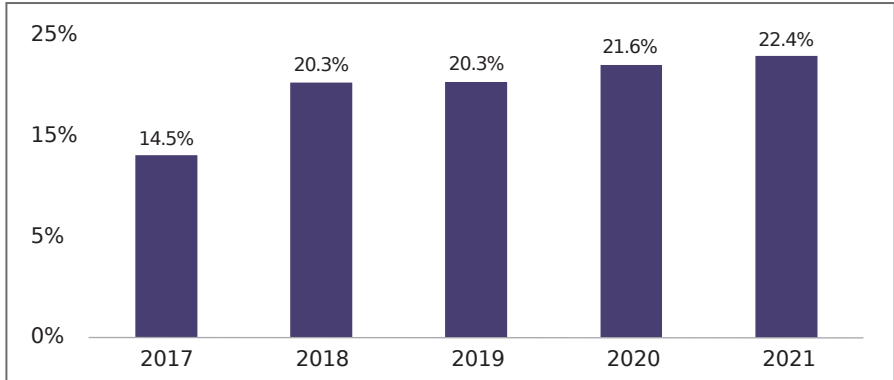
წყარო: *reportal.ge*

დისტრიბუციის სექტორში 2017-2021 წლებში საერთო მოგების მარჟის კოეფიციენტის მაჩვენებლები სტაბილურად იზრდებოდა და 2017 წელს 14.5% დან 2021 წელს 22.4%-მდე გაიზარდა. პოზიტიურ ტრენდთან ერთად, უნდა აღინიშნოს, რომ დისტრიბუციის სექტორში საერთო მოგების მარჟის კოეფიციენტი ძალიან ახლოსაა საცალო ვაჭრობის სექტორის მაჩვენებლებთან. 2021 წელს დისტრიბუციის სექტორის საერთო მოგების მარჟამ 22.4% შეადგინა, როცა იმავე წელს, საერთო მოგების მარჟა საცალო ვაჭრობის სექტორში 21.1% იყო.

<sup>29</sup> სექტორის აგრეგირებული მაჩვენებლები ეყრდნობდა საქართველოში 12 უმსხვილესი საცალო ვაჭრობის კომპანიის ფინანსური ანგარიშგებებიდან აღებულ კონსოლიდირებულ მონაცემებს. ეს კომპანიებია: აგროპაბი; გალფ სთორი (შპს სან სთორბ); გუდვილი; დელი; ვეი მარტი; ზღაპარი; მაგნიტი; ნიკორა; ორი ნაბიჯი; სმარტ რითეილი; სპარი; უნივერსამი.

შენიშვნა: გაანალიზებული კომპანიების ჩამონათვალი არ მოიცავს ფრანგულ ბრენდ კარფურს (შპს მაჯიდ ალ ფუტაიმ ჰიპერმარკეტს ჯორჯია), რადგან კომპანიას გააჩნია მნიშვნელოვანი სასესხო ვალდებულება მის უცხოურ დედა კომპანიასთან, რის გამოც კომპანიის მომგებიანობის ანალიზი არარელევანტურია.

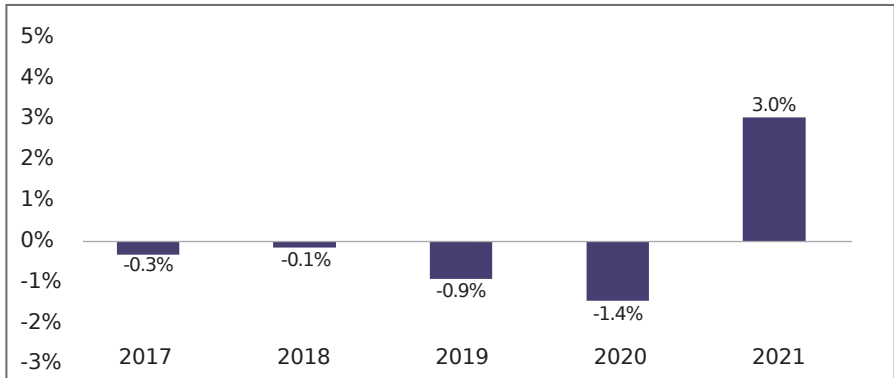
გრაფიკი 19: დისტრიბუციის სექტორის საერთო მოგების მარჟა<sup>30</sup>



წყარო: reportal.ge

**მოგების მარჟა დაბეგვრამდე** ითვალისწინებს კომპანიების მთლიან ხარჯებს, რაც გაყიდული საქონლის ღირებულების გარდა მოიცავს ისეთ საოპერაციო ხარჯებს, როგორებიცაა იჯარა, მუშახელის ანაზღაურება და ა.შ. და ისეთ არასაოპერაციო ხარჯებს, როგორიცაა საპროცენტო ხარჯები და მათი გაყოფა წმინდა გაყიდვებზე.

გრაფიკი 20: საცალო ვაჭრობის სექტორის მოგების მარჟა დაბეგვრამდე



წყარო: reportal.ge

<sup>30</sup> დისტრიბუციის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლები ეყრდნობა სექტორის 6 წამყვანი კომპანიის კონსოლიდირებულ მონაცემებს. ეს კომპანიებია: აგრო ფუდ ტრეიდი; მარმ ტრეიდი; დიპლომატ ჯორჯია; ჯეო დისტრიბუშენ გრუპი; ქართული სადისტრიბუციო-მარკეტინგული კომპანია; თ & რ დისტრიბუშენ. ამ კომპანიების ინდივიდუალური ფინანსური მაჩვენებლების სანახავად იხილეთ დანართი 3.

2017-2018 წლებში მოგების მარჟა დაბეგვრამდე 0%-ს უახლოვდებოდა (-0.3% და -0.1% შესაბამისად), 2019-2020 წლებში მაჩვენებელი წინა ორ წელთან შედარებით გაუარესდა და შესაბამისად -0.9%-სა და -1.4%-ს შეადგენდა. 2021 წელს შედარებით პოზიტიური ცვლილება ფიქსირდება და სექტორის დაბეგვრამდე მოგების მარჟის მაჩვენებელი დადებით 3.0%-ზე აღის.

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გვიჩვენებს მთლიანი სექტორის კონსოლიდირებული დაბეგვრამდე მოგების მარჟის მონაცემების გაანგარიშებისთვის გამოყენებული საცალო ვაჭრობის კომპანიების დაბეგვრამდე მოგების მარჟის ინდივიდუალურ მონაცემებს.

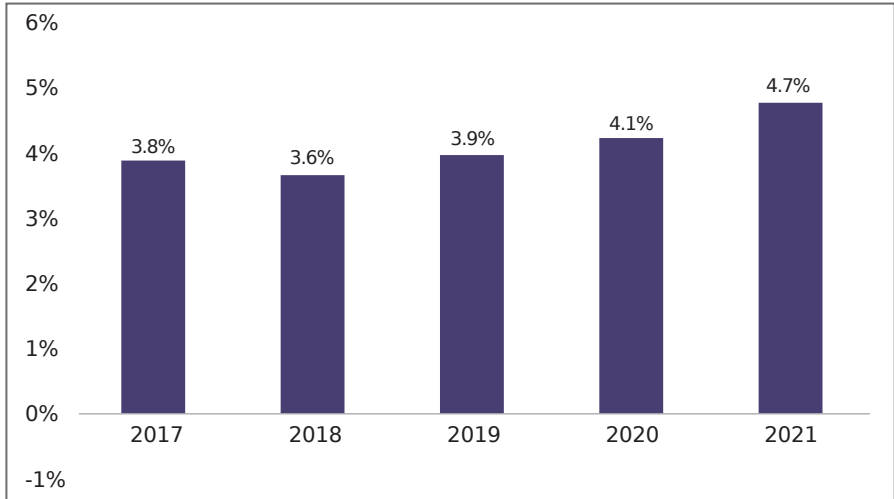
ცხრილი 3: საცალო ვაჭრობის სექტორის მსხვილი კომპანიების დაბეგვრამდე მოგების მარჟის მაჩვენებლები

მოგების მარჟა დაბეგვრამდე	2017	2018	2019	2020	2021
აგროჰაბი	2%	9%	5%	3%	8%
გალფ სთორი (შპს სან სთორბ)	5%	7%	8%	7%	11%
გუდვილი	1%	1%	-2%	-4%	0%
დეილი	1%	-1%	2%	4%	2%
ვეი მარტი	-	3%	4%	1%	3%
ზლაპარი	-	-3%	-1%	0%	1%
კარფური (შპს მაჟიდ ალ ფუტაიმ ჰიპერმარკეტს ჯორჯია)	-5%	-6%	-7%	-7%	1%
მაგნიტი	-	-5%	-6%	-3%	0%
ნიკორა	1%	0%	-4%	-3%	3%
ორი ნაბიჯი	2%	2%	3%	2%	4%
სმარტ რითეილი	-20%	-26%	-20%	-20%	-8%
სპარი	-5%	1%	3%	-4%	3%
უნივერსამი	-2%	-1%	2%	-3%	17%

წყარო: [portal.ge](http://portal.ge)

საცალო ვაჭრობის სექტორისგან განსხვავებით, გაანალიზებულ პერიოდში დისტრიბუციის სექტორში დაბეგვრამდე მოგების მარჟის კოეფიციენტის დადებითი მაჩვენებელი ფიქსირდება, რომელიც 2017-2020 წლებში 4.0%-ზე ნარჩუნდებოდა და 2021 წელს 5.0%-მდე გაიზარდა.

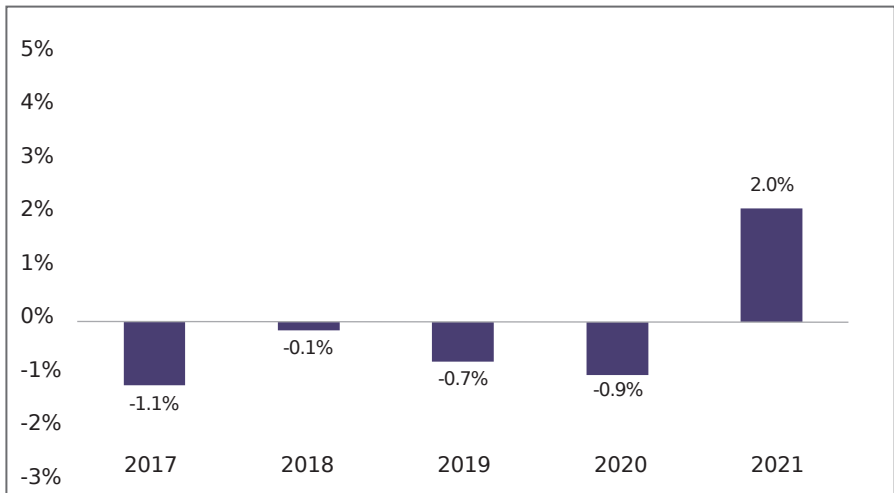
გრაფიკი 21: დისტრიბუციის სექტორის მოგების მარჟა დაბეგვრამდე



წყარო: reportal.ge

საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორში წმინდა მოგების მარჟის მსგავსი ტრენდი აღინიშნება მოგების კიდევ ერთ კოეფიციენტზე – აქტივებზე უკუგებაზე დაკვირვებისასაც. აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტი (return on assets ratio ანუ RoA) აქტივების ეფექტიანად გამოყენების მაჩვენებელია.

გრაფიკი 22: საცალო ვაჭრობის სექტორის აქტივებზე უკუგება



წყარო: reportal.ge

2017-დან 2020 წლის ჩათვლით საცალო ვაჭრობის სექტორში აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტის უარყოფითი მაჩვენებლები დაფიქსირდა (-1.1%; -0.1%; 0.7% და -0.9% შესაბამისად). 2021 წელს, წმინდა მოგების მარჟის კოეფიციენტის მსგავსად, აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტიც სექტორში წინა წლებთან შედარებით გაუმჯობესდა და 2021 წელს აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტმა დადებითი 2.0% შეადგინა.

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გვიჩვენებს მთლიანი სექტორის კონსოლიდირებული აქტივებზე უკუგების მონაცემების გაანგარიშებისთვის გამოყენებული საცალო ვაჭრობის კომპანიების აქტივებზე უკუგების მარჟის ინდივიდუალურ მონაცემებს.

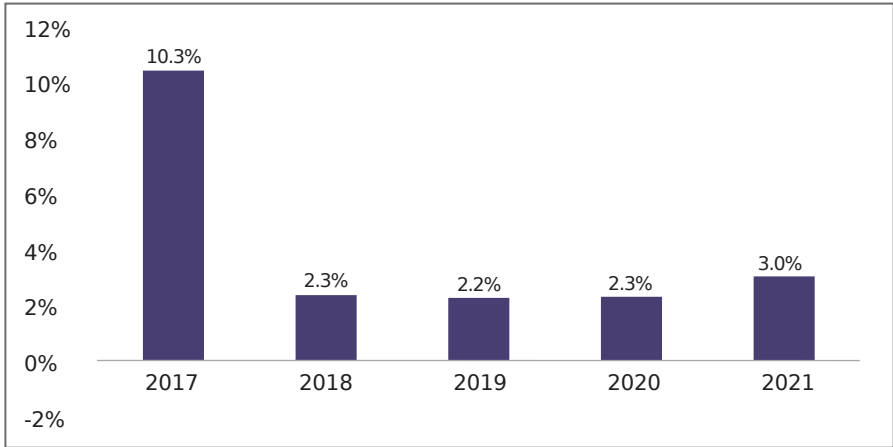
ცხრილი 4: საცალო ვაჭრობის სექტორის მსხვილი კომპანიების აქტივებზე უკუგების მაჩვენებლები

აქტივებზე უკუგება	2017	2018	2019	2020	2021
აგროჰაბი	3%	4%	2%	1%	5%
გალფ სტორი (შპს სან სტორბ)	23%	8%	7%	5%	8%
გუდვილი	5%	2%	-2%	-2%	0%
დეილი	5%	-2%	3%	3%	1%
ვეი მარტი	-	8%	4%	2%	4%
ზლაპარი	-	-4%	-2%	0%	1%
კარფური (შპს მაჟიდ ალ ფუტაიმ ჰიპერმარკეტს ჯორჯია)	-12%	-4%	-5%	-6%	1%
მაგნიტი	-	-5%	-3%	-2%	0%
ნიკორა	3%	0%	-2%	-1%	2%
ორი ნაბიჯი	11%	2%	2%	1%	3%
სმარტ რითეილი	-40%	-13%	-12%	-10%	-6%
სპარი	-13%	1%	1%	-2%	1%
უნივერსამი	-11%	-3%	3%	-2%	8%

წყარო: *reportal.ge*

დისტრიბუციის სექტორში კი, გაანალიზებულ პერიოდში დაბეგვრამდე მოგების მარჟის მსგავსად აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტის დადებითი მაჩვენებლები ფიქსირდება. 2021 წელს დისტრიბუციის სექტორში აქტივებზე უკუგების კოეფიციენტი წინა წლებში სტაბილურად შენარჩუნებული 2%-დან 3%-მდე გაიზარდა.

გრაფიკი 23: დისტრიბუციის სექტორის აქტივებზე უკუგება



წყარო: reportal.ge

## საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის მომგებიანობის ანალიზი

განხილული მომგებიანობის კოეფიციენტები გვიჩვენებს, რომ საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორს საერთო მოგების სტაბილური, საშუალოდ 21%-იანი მარჟა ახასიათებს. ამასთან, სექტორს საკმაოდ დაბალი დაბეგვრამდე მოგების მარჟა და აქტივებზე უკუგება აქვს, რაც მიგვანიშნებს, რომ მაღალი გაყიდვების მიუხედავად სექტორს მაღალი ხარჯები ახასიათებს, რაც დაბეგვრამდე მოგების მარჟისა და აქტივებზე უკუგების მაჩვენებლების მიხედვით საბოლოოდ მომგებიანობის დაბალ მარჯებში ითარგმნება. მონაცემების მიხედვით გაანალიზებულ პერიოდში ხელფასების, იჯარისა და ლოჯისტიკის ხარჯის გამოკვეთილად მზარდი დინამიკა აღინიშნება.

თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ სექტორის ფინანსური სპეციფიკისთვის ზოგადად დამახასიათებელია მოგების მარჟის დაბალი მაჩვენებლები, ყურადსაღებია, რომ ზოგიერთ წელს ამ კოეფიციენტების უარყოფითი მაჩვენებლებიც კი ფიქსირდება, რაც, შესაძლოა, სექტორის ზრდის პოტენციალის და ფინანსური ჯანმრთელობის გაუმჯობესების საჭიროებაზე მიუთითებდეს. მომგებიანობის კოეფიციენტების უარყოფითი მაჩვენებლები შეიძლება უკავშირდებოდეს როგორც ფუნდამენტურ პრობლემებს, ისე მხოლოდ მოკლევადიან გამონვევებს. ასეთი დროებითი ფაქტორები, რომლებიც მაინცდამაინც არ მიგვანიშნებს სექტორის გრძელვადიანი მომგებიანობის გამონვევებზე, შეიძლება იყოს მაგალითად, სახელფასო, თუ ნედლეულის ხარჯების ზრდა, რეცესიული პერიოდი, და ა.შ.<sup>31</sup>

<sup>31</sup> <https://www.investopedia.com/ask/answers/021215/what-difference-between-gross-profit-margin-and-net-profit-margin.asp>

საბოლოო ჯამში, მოგების კოეფიციენტები ისეთი მნიშვნელოვანი ასპექტების ინდიკატორია, როგორცაა ზრდის პოტენციალი, მენეჯმენტის უნარი და ფინანსური ჯანმრთელობა. ამასთანავე, არ არის სწორი ამ კოეფიციენტების პირდაპირ, დამატებითი კონტექსტის გათვალისწინების გარეშე ინტერპრეტაცია. მიუხედავად ამისა, რელევანტური რჩება ზოგადი წესი, რომ თუ სექტორს ახასიათებს ძალიან მაღალი გაყიდვები, თუმცა სექტორი გრძელვადიანად ვერ ახერხებს მოგების მარჯის მინიმალურ დამაკმაყოფილებელ მაჩვენებელზე - დადებითი რიცხვზე გასვლას, სექტორის ფინანსური მდგომარეობა სახარბიელო არ არის.

## **საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური სპეციფიკა და ზოგადი თავისებურებები - სექტორის ლიკვიდურობა**

საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური მდგრადობის შეფასებისას, ასევე, მნიშვნელოვანია ლიკვიდურობის გაანალიზება. კვლევის ფარგლებში ლიკვიდურობის შესაფასებლად გამოყენებულია ორი ფართოდ გავრცელებული ინდიკატორი – მიმდინარე<sup>32</sup> და სწრაფი კოეფიციენტები.<sup>33</sup>

საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის ანალიზის დროს, აუცილებელია, გავითვალისწინოთ სექტორის მახასიათებლები და თავისებურებები. დაბალი ლიკვიდურობის კოეფიციენტები ხშირად გამოწვეულია სექტორისთვის მარაგების დიდი მნიშვნელობით. საცალო ვაჭრობას ახასიათებს მაღალი მარაგების ბრუნვის კოეფიციენტი<sup>34</sup>, რაც უზრუნველყოფს ფულადი რესურსების მუდმივ შემოდინებას. კომპანიებს მოკლევადიანი ვალდებულებების დაფარვა მიმდინარე გაყიდვებით შეუძლიათ, ამიტომ, ისინი სხვა სექტორში არსებულ კომპანიებთან შედარებით, ნაკლები მიმდინარე აქტივების შენარჩუნებას საჭიროებენ. ამასთანავე, ხშირად საცალო მოვაჭრეები მიმწოდებლებთან

<sup>32</sup> მიღებულია, რომ 1 ან 1-ზე მეტი მიმდინარე კოეფიციენტი გამორიცხავს მოკლევადიან პერიოდში ლიკვიდურობის პრობლემებს, რადგან ეს ნიშნავს, რომ კომპანიას გააჩნია მინიმუმ იმ რაოდენობის მიმდინარე აქტივი, რამდენიც მიმდინარე ვალდებულებების გასასტუმრებლად სჭირდება.

$$\text{მიმდინარე კოეფიციენტი} = \frac{\text{მიმდინარე აქტივები}}{\text{მიმდინარე ვალდებულებები}}$$

<sup>33</sup> სწრაფი კოეფიციენტის შემთხვევაში, სასურველი მაჩვენებელი განსხვავდება სექტორების მიხედვით. ვინაიდან საცალო ვაჭრობის მარაგები სხვა სექტორების მარაგებთან შედარებით მეტად ლიკვიდურია, 1-ზე ნაკლები სწრაფი კოეფიციენტიც მისაღებია.

$$\text{სწრაფი კოეფიციენტი} = \frac{\text{მიმდინარე აქტივები} - \text{მარაგები}}{\text{მიმდინარე ვალდებულებები}}$$

<sup>34</sup> მაღალი მარაგების ბრუნვის კოეფიციენტი მიანიშნებს, რომ კომპანია ეფექტიანად მართავს მარაგებს და არ უჭირს პროდუქტის რეალიზაცია.

$$\text{მარაგების ბრუნვის კოეფიციენტი} = \frac{\text{წმინდა გაყიდვები}}{\text{საშუალო მარაგები}}$$



ანარმოებენ მოლაპარაკებებს სასურველ პირობებთან დაკავშირებით, რის გამოც იზრდება კომპანიების სავაჭრო ვალდებულებები. შესაბამისად, ლიკვიდურობის კოეფიციენტები მცირდება.

ილუსტრაციისთვის, კარფურის<sup>35</sup>, ფრანგული მულტინაციონალური ბრენდის, 2019-2023 წლების საშუალო მიმდინარე კოეფიციენტი 0.88-ს შეადგენდა, ხოლო იმავე პერიოდის საშუალო სწრაფი კოეფიციენტი - 0.48-ს. რაც შეეხება ამერიკულ კომპანია ვოლმარტს<sup>36</sup>, 2019-2023 წლებში საშუალო მიმდინარე კოეფიციენტი 0.83 იყო, ხოლო სწრაფი კოეფიციენტი - 0.22.

2017-2021 წლებში დისტრიბუციის სექტორის მიმდინარე კოეფიციენტი საშუალოდ 1.54-ს შეადგენდა, ხოლო სწრაფი კოეფიციენტი - 0.79-ს. აღსანიშნავია, რომ მიმდინარე კოეფიციენტი მოცემული პერიოდის განმავლობაში ყოველთვის აჭარბებდა 1-ს. ამასთანავე, სწრაფი კოეფიციენტი ახლოსაა სასურველ მაჩვენებელთან, რაც საბოლოოდ სექტორის ფინანსურ სიჯანსაღეს უსვამს ხაზს. საცალო ვაჭრობის სექტორთან შედარებით, დისტრიბუციის სექტორში ნაკლებად მოსალოდნელია ლიკვიდურობის პრობლემები.

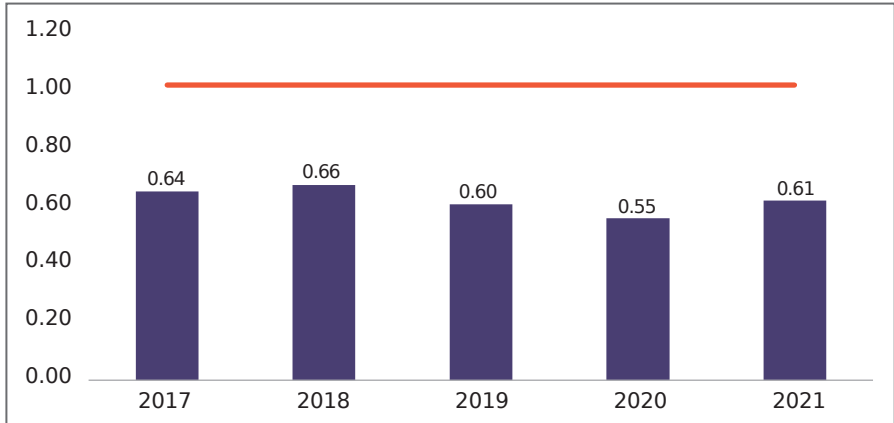
## **საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის კოეფიციენტები**

მიმდინარე კოეფიციენტის მიზანია, შეაფასოს რამდენად ფარავს სექტორის მიმდინარე აქტივები მიმდინარე ვალდებულებებს. მიღებულია, რომ 1 ან 1-ზე მეტი მიმდინარე კოეფიციენტი გამორიცხავს მოკლევადიან პერიოდში ლიკვიდურობის პრობლემებს, რადგან ეს ნიშნავს, რომ კომპანიას გააჩნია მინიმუმ იმ რაოდენობის მიმდინარე აქტივი, რამდენიც მიმდინარე ვალდებულებების გასასტუმრებლად სჭირდება. გამოთვლები აჩვენებს, რომ საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორის მიმდინარე კოეფიციენტი 2017-2021 წლებში საშუალოდ 0.61 შეადგენდა. ეს ცხადყოფს, რომ შერჩეული კომპანიები, საჭიროების შემთხვევაში, არ ფლობენ საკმარის მოკლევადიან აქტივებს მოკლევადიანი ვალდებულებების დასაფარად დამატებითი ფულადი რესურსების მოძიების გარეშე.

<sup>35</sup> <https://www.investing.com/equities/carrefour-ratios>

<sup>36</sup> <https://www.investing.com/equities/wal-mart-stores-ratios>

გრაფიკი 24: საცალო ვაჭრობის სექტორის მიმდინარე კოეფიციენტი



წყარო: reportal.ge

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გვიჩვენებს მთლიანი სექტორის კონსოლიდირებული მონაცემების გაანგარიშებისთვის გამოყენებული საცალო ვაჭრობის კომპანიების მიმდინარე კოეფიციენტების ინდივიდუალურ მონაცემებს.

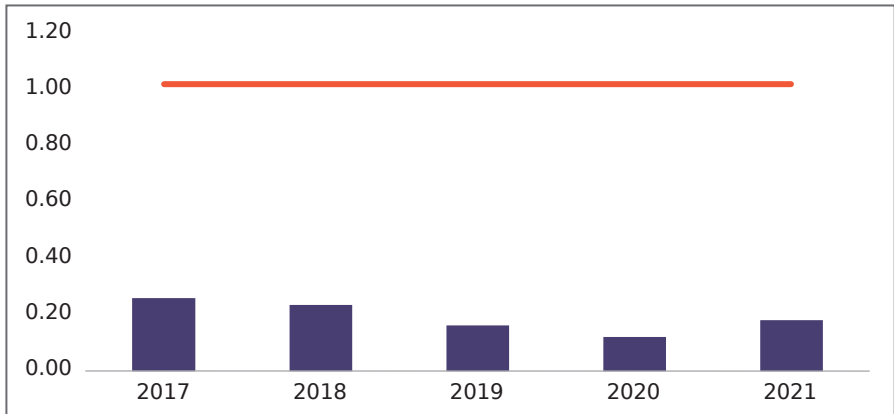
ცხრილი 5: საცალო ვაჭრობის სექტორის მსხვილი კომპანიების მიმდინარე კოეფიციენტები

მიმდინარე კოეფიციენტი	2017	2018	2019	2020	2021
აგროპაბი	0.95	1.11	1.24	0.87	1.10
გაღფ სთორი (შპს სან სთორზ)	1.59	2.42	2.30	2.93	2.41
გუდვილი	0.76	0.70	0.53	0.56	0.59
დეილი	0.87	0.68	0.77	0.66	0.72
ვეი მარტი	-	1.17	1.26	0.95	1.13
ზლაპარი	-	0.91	0.86	0.82	0.85
მაგნიტი	-	0.87	0.65	0.77	0.61
ნიკორა	0.57	0.59	0.57	0.41	0.60
ორი ნაბიჯი	0.70	0.64	0.51	0.47	0.47
სმარტ რითეილი	0.33	0.26	0.68	0.19	0.23
სპარი	0.72	0.70	0.35	0.47	0.49
უნივერსამი	0.87	0.84	0.96	0.95	1.30

წყარო: reportal.ge

რაც შეეხება **სწრაფ კოეფიციენტს**, მისი მიზანია, გაზომოს სექტორის უნარი, დაფაროს მოკლევადიანი ვალდებულებები ლიკვიდური რესურსებით. სწრაფი კოეფიციენტის შემთხვევაში, სასურველი მაჩვენებელი განსხვავდება სექტორების მიხედვით, მაგრამ ვინაიდან საცალო ვაჭრობის მარაგები სხვა სექტორების მარაგებთან შედარებით მეტად ლიკვიდურია, 1-ზე ნაკლები სწრაფი კოეფიციენტიც მისაღებად ითვლება. სწრაფი კოეფიციენტი საცალო ვაჭრობის სექტორისთვის 2017-2021 წლებში საშუალოდ 0.19-ს შეადგენდა. მიმდინარე და სწრაფ კოეფიციენტებს შორის სხვაობა აჩვენებს, რომ სექტორის მოკლევადიანი აქტივები მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ინვენტარზე.

გრაფიკი 25: საცალო ვაჭრობის სექტორის სწრაფი კოეფიციენტი



წყარო: [reportal.ge](http://reportal.ge)

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გვიჩვენებს მთლიანი სექტორის კონსოლიდირებული მონაცემების გაანგარიშებისთვის გამოყენებული საცალო ვაჭრობის კომპანიების სწრაფი კოეფიციენტების ინდივიდუალურ მონაცემებს.

ცხრილი 6: საცალო ვაჭრობის სექტორის მსხვილი კომპანიების სწრაფი კოეფიციენტები

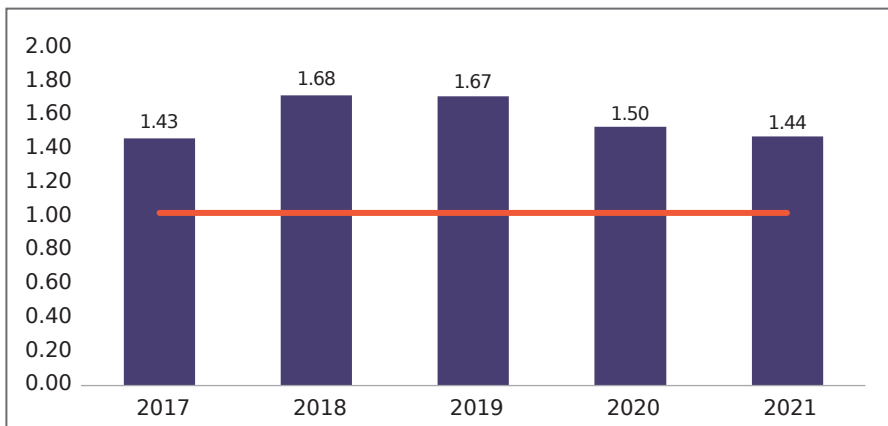
სწრაფი კოეფიციენტი	2017	2018	2019	2020	2021
აგროპობი	0.23	0.23	0.30	0.24	1.47
გაღვ სთორი (შპს სან სთორზ)	0.44	0.78	0.91	1.30	1.18
გუდვილი	0.23	0.15	0.13	0.14	0.18
დეილი	0.13	0.09	0.11	0.12	0.21
ვეი მარტი	-	0.34	0.26	0.09	0.11
ზლაპარი	-	0.35	0.26	0.24	0.23
მაგნიტი	-	0.35	0.20	0.12	0.16

ნიკორა	0.27	0.14	0.12	0.05	0.15
ორი ნაბიჯი	0.26	0.35	0.16	0.10	0.17
სმარტ რითეილი	0.30	0.20	0.22	0.02	0.03
სპარი	0.20	0.23	0.10	0.12	0.12
უნივერსამი	0.21	0.27	0.36	0.55	0.46

წყარო: reportal.ge

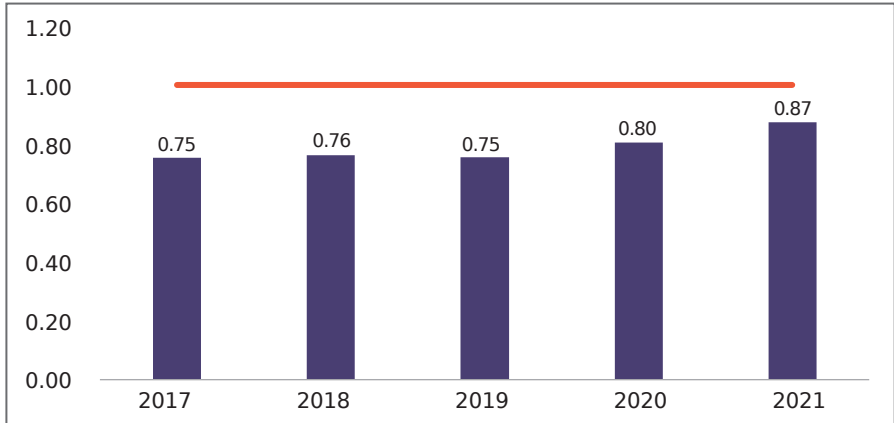
შედარებისთვის, 2017-2021 წლებში **დისტრიბუციის სექტორის** მიმდინარე კოეფიციენტი საშუალოდ 1.54-ს შეადგენდა, ხოლო სწრაფი კოეფიციენტი – 0.79-ს. აღსანიშნავია, რომ მიმდინარე კოეფიციენტი მოცემული პერიოდის განმავლობაში ყოველთვის აჭარბებდა 1-ს. ამასთანავე, სწრაფი კოეფიციენტი ახლოსაა სასურველ მაჩვენებელთან, რაც საბოლოოდ სექტორის ფინანსურ სიჯანსაღეს უსვამს ხაზს. საცალო ვაჭრობის სექტორთან შედარებით, დისტრიბუციის სექტორში ნაკლებად მოსალოდნელია ლიკვიდურობის პრობლემები.

გრაფიკი 26: დისტრიბუციის სექტორის მიმდინარე კოეფიციენტი



წყარო: reportal.ge

გრაფიკი 27: დისტრიბუციის სექტორის სწრაფი კოეფიციენტი



წყარო: reportal.ge

### საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის ანალიზი

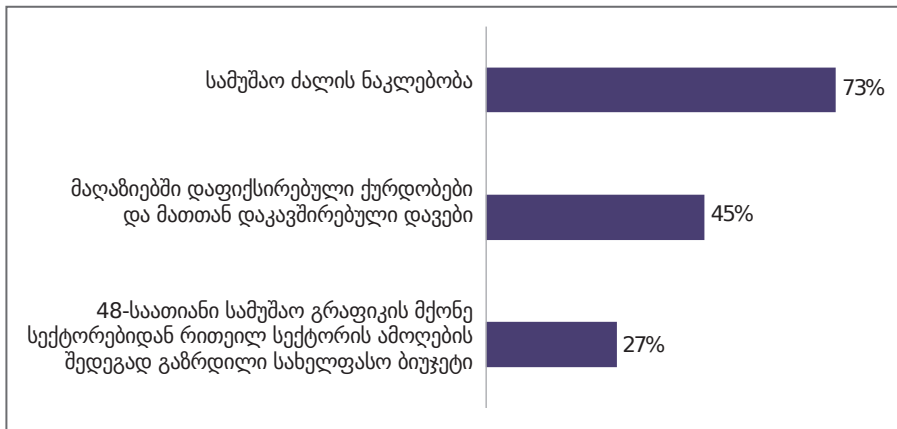
როგორც ფინანსური ანალიზი ცხადყოფს, საცალო ვაჭრობის სექტორის ლიკვიდურობის მაჩვენებლები არადაამაკმაყოფილებელია. თუმცა, ლიკვიდურობის დაბალი კოეფიციენტები ყოველთვის არ გულისხმობს ლიკვიდურობის პრობლემებს. საცალო ვაჭრობის სექტორის დაბალი ლიკვიდურობის მაჩვენებლები შეიძლება უკავშირდებოდეს სექტორის სპეციფიკასთან დაკავშირებულ ფაქტორებს (იხ. ქვეთავი საცალო ვაჭრობის სექტორის ფინანსური სპეციფიკა და ზოგადი თავისებურებები - სექტორის ლიკვიდურობა). თუმცა, მნიშვნელოვანია, საცალო ვაჭრობის სექტორში წარმოდგენილმა კომპანიებმა პრიორიტეტულად მიიჩნიონ ლიკვიდურობის მართვა და ოპტიმიზაცია, რათა საჭიროების შემთხვევაში, ეფექტიანად შეასრულონ მოკლევადიანი ვალდებულებები.

# საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორში არსებული გამოწვევები

კვლევის ფარგლებში შეფასდა ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორები. გამოკითხულმა რითეილერებმა ხელისშემშლელი ფაქტორები პრობლემის სიმწვავის მიხედვით გადაანაწილეს ოთხ კატეგორიაში: „არ წარმოადგენს პრობლემას“, „ნაკლებად პრობლემურია“, „პრობლემურია“, „ძალიან პრობლემურია“.

რითეილ სექტორის წარმომადგენლების უმრავლესობისთვის (73%) ყველაზე ხშირად სამუშაო ძალის ნაკლებობა დასახელდა ძალიან პრობლემურ საკითხად, რასაც მოსდევდა მაღაზიებში დაფიქსირებული ქურდობები და მათთან დაკავშირებული დავები (45%) და 48-საათიანი სამუშაო გრაფიკის მქონე სექტორებიდან რითეილ სექტორის ამოღების შედეგად გაზრდილი სახელფასო ბიუჯეტი (27%).

გრაფიკი 28: საცალო ვაჭრობის სექტორში ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი საკითხები: გამოკითხული კომპანიების წილი, რომელთათვის აღნიშნული საკითხები ძალიან პრობლემურია

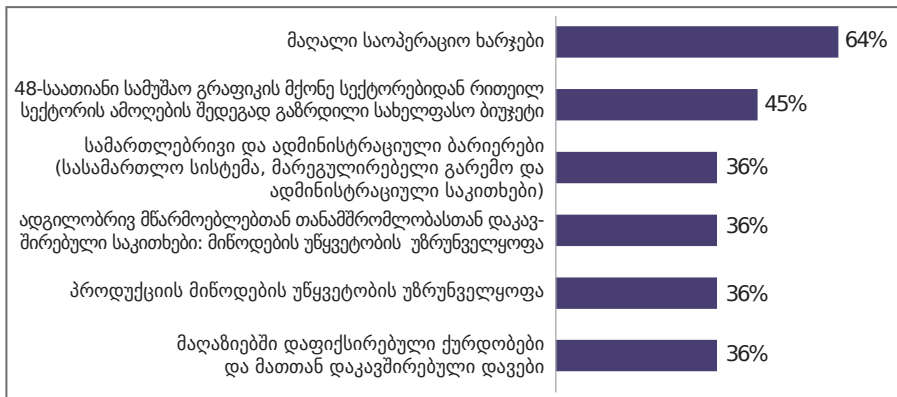


წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

ამასთანავე, პრობლემურ საკითხად ხშირად დასახელდა მაღალი საოპერაციო ხარჯები (64%), სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ბარიერები (36%), და ადგილობრივი მწარმოებლების მხრიდან მიწოდების უწყვეტობის უზრუნველყოფა (36%). ამას გარდა, ახალი რეგულაციებიდან, რომლებიც მნიშვნელოვნად ზრდის ბიზნესის ოპერაციულ ხარჯებს, ყველაზე ხშირად 48 საათიანი სამუშაო რეჟიმის გაუქმებას ასახლებენ. „სპეციფიკური სამუშაო რეჟიმის მქონე დარგების ჩამონათვალის დამტკიცების შესახებ“ საქართველოს მთავრობის დადგენილების მიხედ-

ვით<sup>37</sup>, საცალო ვაჭრობის სექტორი აღარ მიეკუთვნება იმ სექტორებს, რომლებსაც შეუძლიათ დასაქმებულისთვის ნორმირებული სამუშაო დროის ხანგრძლივობის 48 საათამდე განსაზღვრა. აღნიშნული ცვლილების შედეგად, პი ემ სი კვლევითი ცენტრის გამოთვლების მიხედვით, მოსალოდნელია, რომ დამატებითი სახელფასო ხარჯი 1 სამუშაო წლის განმავლობაში დაახლოებით 15%-ით გაიზრდება. ამავდროულად აღსანიშნავია, რომ სექტორში მწვავე სამუშაო ძალის დეფიციტის პრობლემის გათვალისწინებით, სექტორის მოქნილობა, რომ გაზარდოს დასაქმებულთა რაოდენობა და სახელფასო ხარჯები შეინარჩუნოს იგივე დონეზე, შეზღუდული იქნება.

*გრაფიკი 29: საცალო ვაჭრობის სექტორში ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი საკითხები: გამოკითხული კომპანიების წილი, რომელთათვის აღნიშნული საკითხები პრობლემურია*



*წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები*

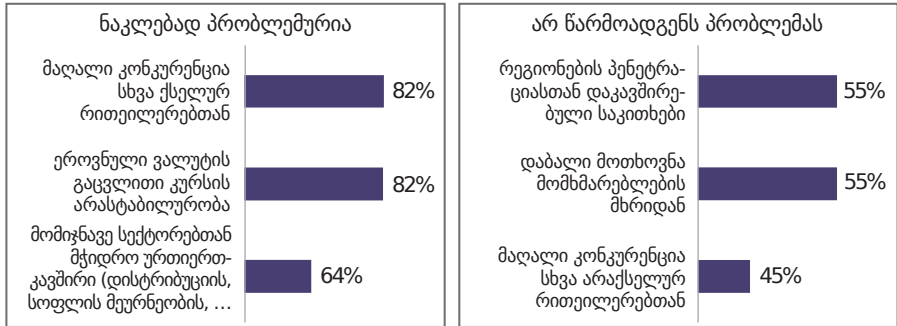
სექტორის წარმომადგენლები ბიზნესსაქმიანობის შემაფერხებელ ფაქტორებად ასევე ასახელებენ რეგულაციების სიმრავლეს და მათგან გამონვეული ჯამური ხარჯების სიდიდეს, მათ შორის, ახლადგანსაზღვრული ტექნიკური მახასიათებლების ვიდეომეთვალყურეობის სისტემის განთავსება/დამონტაჟების ვალდებულებას<sup>38</sup> და სხვადასხვა რეგულაციასთან დაკავშირებული ჯარიმის<sup>39</sup> ოდენობებს.

<sup>37</sup> საქართველოს მთავრობის დადგენილება N597 სპეციფიკური სამუშაო რეჟიმის მქონე დარგების ჩამონათვალის დამტკიცების შესახებ (26/12/2022) იხილეთ: <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5666594?publication=0>

<sup>38</sup> საქართველოს მთავრობის დადგენილება N101 ავტომატური ფოტო და ვიდეოტექნიკის ტექნიკური მახასიათებლებისა და მათი ექსპლუატაციის წესის, აგრეთვე იმ შენობა-ნაგებობათა ჩამონათვალის დამტკიცების შესახებ, რომელთა გარე პერიმეტრზე სავალდებულოა ავტომატური ფოტო ან/და ვიდეოტექნიკის განთავსება/დამონტაჟება (02/03/2022) იხილეთ: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5401808?publication=0>

<sup>39</sup> მათ შორის, თამბაქოს ხილვადობასთან, ვადაგასულ პროდუქციასთან, ნარჩენების საყოფაცხოვრებო ურნაში განთავსებასთან დაკავშირებული ჯარიმების მაღალი ოდენობა.

გრაფიკი 30: საცალო ვაჭრობის სექტორში ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი საკითხები: გამოკითხული კომპანიების წილი, რომელთათვის აღნიშნული საკითხები ნაკლებად პრობლემურია ან არ წარმოადგენს პრობლემას



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

რითეილ სექტორის წარმომადგენლებისთვის ნაკლებად პრობლემური აღმოჩნდა მაღალი კონკურენცია სხვა ქსელურ რითეილერებთან, ეროვნული ვალუტის გაცვლითი კურსის არასტაბილურობა და მომიჯნავე სექტორებთან მჭიდრო ურთიერთკავშირი.

აღსანიშნავია, რომ შედარებით განსხვავებული ტიპის პრობლემები გამოიკვეთა დისტრიბუციის სექტორში, სადაც პრობლემურ საკითხებად ყველაზე ხშირად დასახელდა მაღალი კონკურენცია სხვა დისტრიბუტორებთან, მაღალი საოპერაციო ხარჯები, ეროვნული ვალუტის გაცვლითი კურსის არასტაბილურობა და სამუშაო ძალის ნაკლებობა.



# საქართველოს საცალო ვაჭრობის სექტორის SWOT ანალიზი

საცალო ვაჭრობის სექტორის მდგომარეობის შესაჯამებლად SWOT ანალიზი განხორციელდა, რომლის ფარგლებშიც გამოიკვეთა სექტორის ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და მოსალოდნელი საფრთხეები.

ცხრილი 7: საცალო ვაჭრობის სექტორის SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<ul style="list-style-type: none"> <li>- გარე შოკებზე სწრაფად და მოქნილად რეაგირების უნარი</li> <li>- მზარდი გაყიდვების დინამიკა</li> <li>- ქსელური მაღაზიების ფილიალების მზარდი დინამიკა</li> <li>- სამუშაო ადგილების მნიშვნელოვანი წყარო</li> <li>- ქვეყნის ბიუჯეტში შენატანებში მნიშვნელოვანი წილი</li> <li>- ჯანსაღი და მაღალი კონკურენცია</li> <li>- განვითარებული ინფრასტრუქტურა</li> <li>- პროდუქციის ხარისხისა და მრავალფეროვნების უზრუნველყოფა</li> <li>- საერთაშორისო სტანდარტებთან და საუკეთესო პრაქტიკებთან შესაბამისობა</li> <li>- ქვეყნის ეკონომიკაში სექტორის ბრუნვის მნიშვნელოვანი წილი</li> <li>- განვითარების მზარდი პერსპექტივა როგორც ქალაქებში, ასევე რეგიონებში</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- სამუშაო ძალის ნაკლებობა</li> <li>- ინფრასტრუქტურული და ლოგისტიკური შეფერხებები</li> <li>- მაღალი საოპერაციო ხარჯები, რაც ახალი რეგულაციების შედეგად ზრდის დინამიკით ხასიათდება</li> <li>- ლეგალური და ადმინისტრაციული ბარიერები</li> <li>- იმპორტირებულ პროდუქციაზე მაღალი დამოკიდებულება</li> <li>- მომიჯნავე სექტორებში არსებულ გამოწვევებზე მჭიდრო დამოკიდებულება</li> <li>- ადგილობრივ მწარმოებლებთან თანამშრომლობის სირთულეები, მათ შორის პროდუქციის მიწოდების უწყვეტობის უზრუნველყოფა და მიწოდების სემონურობა</li> <li>- ადგილობრივი წარმოების დაბალი თვითუზრუნველყოფის მაჩვენებლები პირველადი მოხმარების პროდუქციაზე</li> <li>- პირველადი მოხმარების პროდუქციის ფასების ცვალებადობა და ამასთან დაკავშირებული მომხმარებელთა შფოთი</li> </ul>

შესაძლებლობები	საფრთხეები
<ul style="list-style-type: none"> <li>- პროდუქციის, მომწოდებლების და ლოკაციების დივერსიფიკაცია</li> <li>- ადგილობრივი პროდუქციის ინტეგრირება ღირებულებათა ჯაჭვში</li> <li>- მსხვილი რითეილერების მიერ ფრანშიზის მოდელის შეთავაზება სხვა ბიზნესებისთვისა და ინდივიდუალური მენარმეებისთვის</li> <li>- სექტორში ინვესტიციების მოზიდვა და ზრდა</li> <li>- პროდუქციის დისტრიბუცია ქსელური რითეილერების მიერ სადისტრიბუციო სანყოფნების შექმნის გზით</li> <li>- რითეილ სექტორთან დაკავშირებული ტექნოლოგიების ათვისება</li> <li>- რეგიონების პენეტრაცია, გეოგრაფიული დაფარვის ზრდა</li> <li>- სახელმწიფო ინიციატივებში/ კანონპროექტებში კერძო სექტორის ჩართულობის ზრდა</li> <li>- მომხმარებელთა კმაყოფილების ზრდა</li> <li>- ონლაინ გაყიდვების ზრდა</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- გეოპოლიტიკური კონფლიქტები</li> <li>- ღირებულებათა ჯაჭვის შეფერხებები</li> <li>- მომხმარებელთა პრიორიტეტების ცვლილება</li> <li>- მაღალი ინფლაცია</li> <li>- რეგულაციების ცვლილება და დამატებითი რეგულაციების მიღება</li> <li>- გაცვლითი კურსის ცვალებადობა</li> </ul>

## რეკომენდაციები

---

კვლევის ფარგლებში შემუშავდა რეკომენდაციები, რომლებიც მიზნად ისახავს საცალო ვაჭრობის სექტორში არსებული გამოწვევების აღმოფხვრასა და შესაძლებლობების ათვისებას.

**მიგნება:** საცალო ვაჭრობის სექტორში იმპორტი უმნიშვნელოვანეს როლს თამაშობს საქართველოსთვის, როგორც მცირე ეკონომიკის მეორე ქვეყნისთვის. თვითმზრუნველყოფის კოეფიციენტის ანალიზის შედეგად, გამოიკვეთა, რომ აუცილებელი აგროსასურსათო პროდუქტების მხოლოდ მცირე წილი იწარმოება საქართველოში.

**რეკომენდაცია:** ადგილობრივ წარმოებასთან დაკავშირებული პრობლემების შემცირება - საქართველოში ადგილობრივი წარმოების დაბალი თვითმზრუნველყოფის გათვალისწინებით, მნიშვნელოვანია გაგრძელდეს ადგილობრივი წარმოების ნახალისება სხვადასხვა მექანიზმით სახელმწიფო უწყებებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების ხელშეწყობით. ეს ინიციატივები საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში გავლენას იქონიებს როგორც პროდუქციის წარმოების ოდენობაზე, ასევე მის კონკურენტულ ფასზეც. ამ მიმართულებით საქართველოს ეკონომიკის განვითარება ხელს შეუწყობს იმპორტზე დამოკიდებულების შემცირებასა და ადგილობრივი პროდუქციის დახლებზე განთავსების სტაბილურობას.

**მიგნება:** საქართველოში 2018-2022 წლებში შერჩეული პროდუქტის ჯგუფების ძირითადი ნაწილი რუსეთიდან შემოვიდა (27%), რასაც მოჰყვებოდა უკრაინა (11%), ბრაზილია (11%) და თურქეთი (8%).

**რეკომენდაცია:** მომწოდებლების დივერსიფიკაცია – საქართველოსთვის საფრთხედ რჩება რეგიონში განვითარებული სხვადასხვა გეოპოლიტიკური მოვლენა, რამაც შესაძლოა უარყოფითი გავლენა მოახდინოს არსებული მომწოდებლების მხრიდან პროდუქციის მიღებაზე, ტრანსპორტირებასა და ლოგისტიკაზე. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია გაგრძელდეს ბიზნეს სექტორის მიერ პროდუქციის მომწოდებლების დივერსიფიცირება საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში.

**მიგნება:** კვლევის ფარგლებში გამოიკვეთა, რომ მსხვილი რითეილერებისთვის განვითარების ერთ-ერთ შესაძლებლობაა რეგიონების პენეტრაცია და ქსელური მაღაზიების რაოდენობის ზრდა.

**რეკომენდაცია:** გეოგრაფიული დაფარვის არეალის ზრდა – რეგიონების პენეტრაცია ქსელური მაღაზიების მიერ ერთ-ერთ შესაძლებლობად რჩება სექტორისათვის. ინფრასტრუქტურული და ლოგისტიკური პრობლემების აღმოფხვრის პარალელურად, სექტორის გეოგრაფიული არეალის ზრდაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი განვითარების მექანიზმია,

იმის გათვალისწინებით, რომ დროთა განმავლობაში იცვლება მომხმარებელთა ქცევა და დამოკიდებულება ქსელურ მაღაზიებთან დაკავშირებით.

**მიგნება:** საცალო ვაჭრობის სექტორში გამოკითხული მსხვილი კომპანიებისთვის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენდა სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ბარიერები (მათ შორის სასამართლო სისტემა, მარეგულირებელი გარემო და ადმინისტრაციული საკითხები).

**რეკომენდაცია:** საჯარო-კერძო პარტნიორობის ხელშეწყობა – მიუხედავად იმისა, რომ ზოგადად დადებითად ფასდება საცალო ვაჭრობის სექტორსა და საჯარო ინსტიტუციებთან დიალოგი აღნიშნული პარტნიორობის ძირითადი ფასილიტატორის – რითეილ ასოციაციის მიერ, სექტორის წარმომადგენლებისთვის მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება ადმინისტრაციული/ლევალური ბარიერები, არსებულ რეგულაციებთან და დაგეგმილ რეგულაციებთან ადაპტაცია. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია წახალისდეს საჯარო-კერძო პარტნიორობა, როგორც კანონმდებლობის შემუშავების ასევე მისი აღსრულების პროცესშიც. აღნიშნული თანამშრომლობა ხელს შეუწყობს სექტორის განვითარებისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორების გადაჭრას, შეამცირობს საოპერაციო ხარჯებს, რაც, შესაბამისად, დადებითად აისახება მომხმარებელთათვის შეთავაზებული პროდუქციის ფასებზეც.

**მიგნება:** პანდემიით გამოწვეულ შეზღუდვებსა და მომხმარებელთა ქცევაზე საპასუხოდ, საცალო ვაჭრობის სექტორმა მარტივად შეძლო გადაწყობილიყო ელ-კომერციაზე. გამოკითხული კომპანიები ასევე მოელიან ელექტრონული გაყიდვების ზრდას. შესაბამისად, სექტორში შეინიშნება მზაობა და ინტერესი ბაზარზე არსებულ მოთხოვნებზე ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების ინტეგრირების მხრივ.

**რეკომენდაცია:** ინოვაციების ინტეგრირება - გლობალურ ეკონომიკაში ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების როლის მუდმივი ზრდის საპასუხოდ, მნიშვნელოვანია საცალო ვაჭრობის სექტორმაც შეძლოს აღნიშნული მიმართულებით საერთაშორისო პრაქტიკებთან ადაპტაცია. მიუხედავად ამ მიმართულებით სექტორში არსებული დადებითი მდგომარეობისა, აღსანიშნავია, რომ დამატებითი ინოვაციების დანერგვა სექტორის განვითარების ერთ-ერთი შესაძლებლობაა. სხვადასხვა მექანიზმის მეშვეობით შესაძლებელია სექტორმა შეძლოს მომხმარებელთა კმაყოფილების ზრდა, დამატებითი ლოიალობის პროგრამების შემუშავება, შიდა პროცესების ოპტიმიზაცია და მონიტორინგი, მონაცემთა ანალიტიკა და მარკეტინგის ეფექტურობის ზრდა.

**მიგნება:** მსხვილი რითეილერების გამოკითხვის შედეგების მიხედვით, ბიზნესსაქმიანობისთვის ძალიან პრობლემურ საკითხად სამუშაო ძალის ნაკლებობა კომპანიების 73%-მა დაასახელა.

**რეკომენდაცია:** სამუშაო ძალასთან დაკავშირებული პრობლემების შემცირება – გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს მასშტაბით ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი გამოწვევაა ბიზნეს სექტორისთვის სამუშაო ძალის მოძიება, რეკომენდებულია საცალო ვაჭრობის სექტორმა შექმნას მიმზიდველი გარემო პოტენციური დასაქმებულებისთვის, რათა თავიდან აირიდონ სამუშაო ძალის სხვა სექტორებში გადინება. აღნიშნული მიმართულებით, სექტორის ინიციატივები შეიძლება მოიცავდეს თანამშრომელთათვის დამატებითი ბენეფიტების შეთავაზებას, კონკურენტული ანაზღაურების შეთავაზებას და თანამშრომლობას საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან.

**მიგნება:** *ფინანსური მონაცემების ანალიზისას გამოიკვეთა, რომ სექტორში დაბალი მოგების მარჟა და აქტივებზე უკუგება ფიქსირდება.*

**რეკომენდაცია:** საოპერაციო ხარჯების ოპტიმიზაცია – საქართველოში საცალო ვაჭრობის სექტორს საკმაოდ დაბალი მოგების მარჟა და აქტივებზე უკუგება აქვს. ეს შესაძლოა სექტორის ზრდის პოტენციალის, ფინანსური ჯანმრთელობის ან სხვა მნიშვნელოვან მენეჯმენტ გადაწყვეტილებების გაუმჯობესების საჭიროებაზე მიუთითებს. მართალია შესაძლებელია, მოგების კოეფიციენტების დაბალი/უარყოფითი მაჩვენებლები მხოლოდ დროებით გარე ფაქტორებს უკავშირდებოდეს, თუმცა, მზარდი ხელფასებისა და დისტრიბუციის ხარჯების ოპტიმიზაცია დაეხმარება რითეილერებს, გაიუმჯობესონ მომგებიანობა.

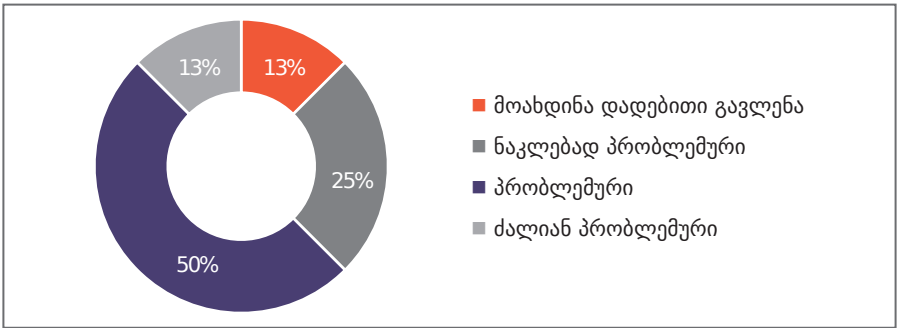
**მიგნება:** *საცალო ვაჭრობის სექტორის სპეციფიკიდან გამომდინარე ამ სექტორს ახასიათებს დაბალი ლიკვიდურობის მაჩვენებლები, ვინაიდან გაანალიზებული კომპანიებისთვის მოკლევადიანი აქტივები მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ინვენტარზე.*

**რეკომენდაცია:** ლიკვიდურობის ოპტიმიზაცია – ფინანსური ანალიზი ცხადყოფს, რომ მიუხედავად საცალო ვაჭრობის სპეციფიკისა, რომელიც გლობალურად სხვა სექტორებთან შედარებით დაბალ ლიკვიდურობის მაჩვენებლებს გულისხმობს, სექტორის ლიკვიდურობის მაჩვენებლები არადამაკმაყოფილებელია. მიუხედავად იმისა, რომ ლიკვიდურობის დაბალი კოეფიციენტები ყოველთვის არ გულისხმობს ლიკვიდურობის პრობლემებს, მნიშვნელოვანია, საცალო ვაჭრობის სექტორში წარმოდგენილმა კომპანიებმა პრიორიტეტულად მიიჩნიონ ლიკვიდურობის მართვა და ოპტიმიზაცია, რათა საჭიროების შემთხვევაში ეფექტიანად შეძლონ მოკლევადიანი ვალდებულებების შესრულება.

## დანართი 1: დისტრიბუციის სექტორის გამოკითხვის შედეგები

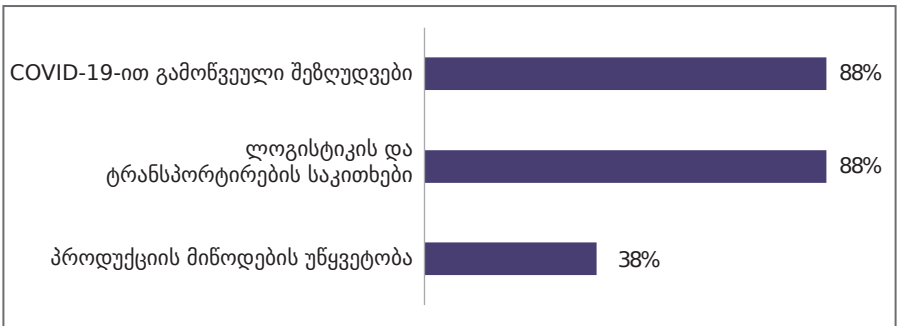
კვლევის ფარგლებში, საცალო ვაჭრობისა და დისტრიბუციის სექტორებს შორის კავშირების გასაანალიზებლად გამოიკითხა საქართველოში არსებული 8 მსხვილი დისტრიბუტორი. გამოკითხვის დეტალური შედეგები მოცემულია გრაფიკული სახით.

გრაფიკი 1: პანდემიის გავლენა დისტრიბუციის სექტორზე: რამდენად პრობლემური აღმოჩნდა თქვენი ბიზნესისთვის პანდემია?



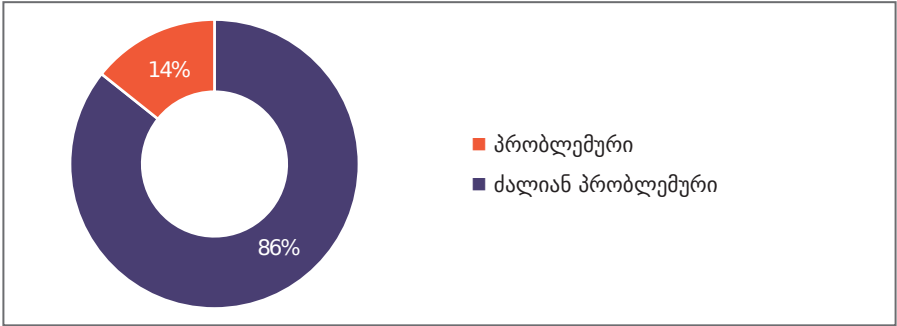
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 2: დისტრიბუციის სექტორში პანდემიით განპირობებული მთავარი გამოწვევები: გთხოვთ, მონიშნოთ პანდემიით განპირობებული თქვენს ბიზნესში არსებული მთავარი გამოწვევები.



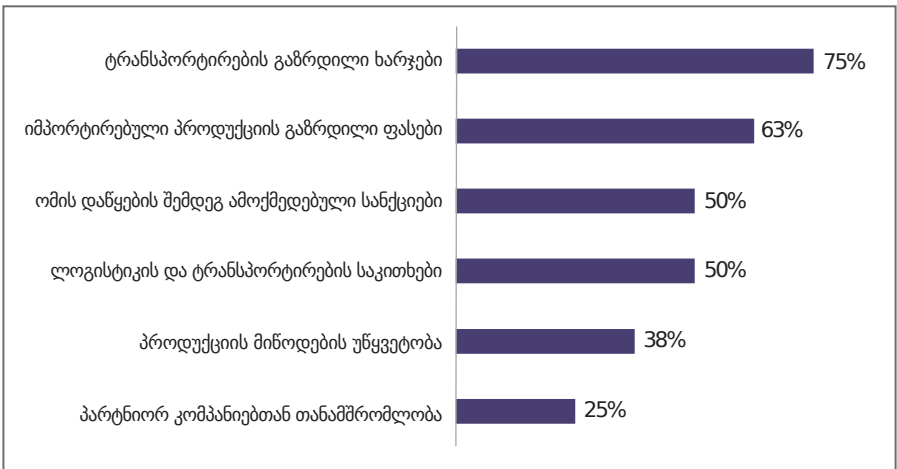
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 3: რუსეთ-უკრაინის ომის გავლენა დისტრიბუციის სექტორზე: რამდენად პრობლემური აღმოჩნდა თქვენი ბიზნესისთვის რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყება?



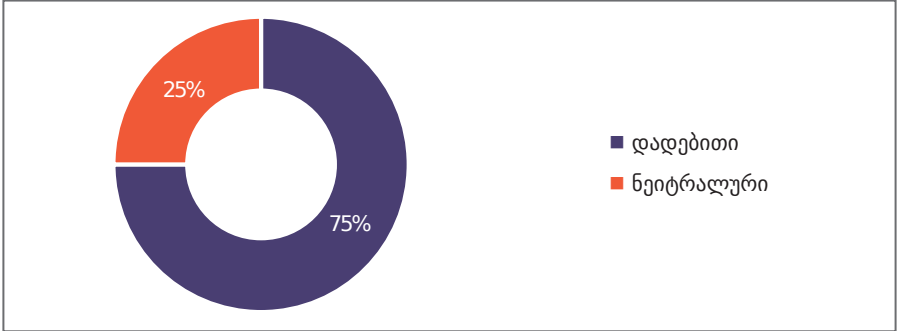
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 4: დისტრიბუციის სექტორში რუსეთ-უკრაინის ომით განპირობებული მთავარი გამოწვევები: ვთხოვთ, მონიშნოთ რუსეთ-უკრაინის ომით განპირობებული თქვენს ბიზნესში არსებული მთავარი გამოწვევები.



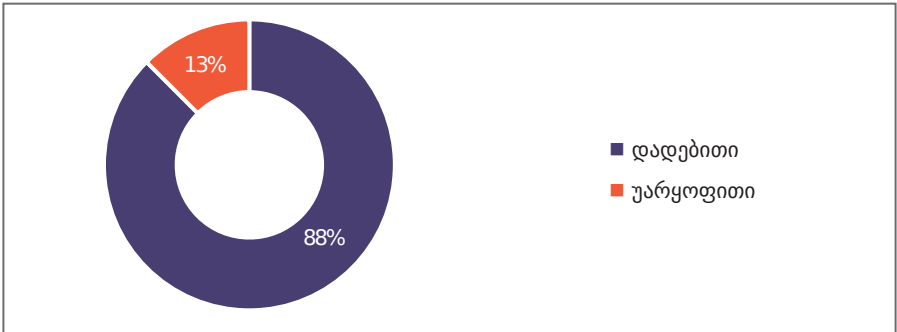
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 5: დისტრიბუციის სექტორში არსებული მიმდინარე მდგომარეობის შეფასება



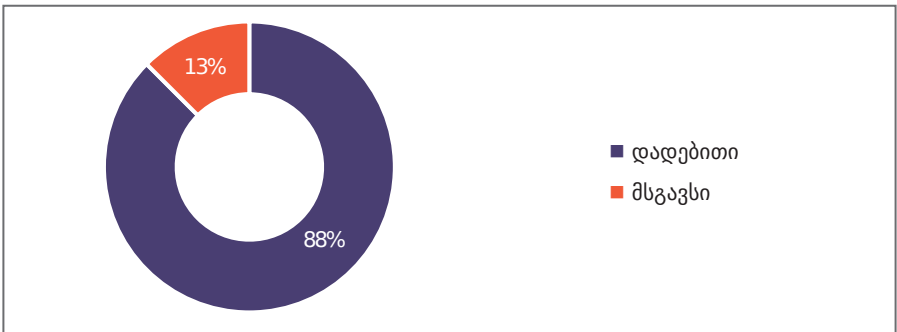
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 6: დისტრიბუციის სექტორის გაყიდვების დინამიკა მიმდინარე (2023) წელს, წინა (2022) წელთან შედარებით



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

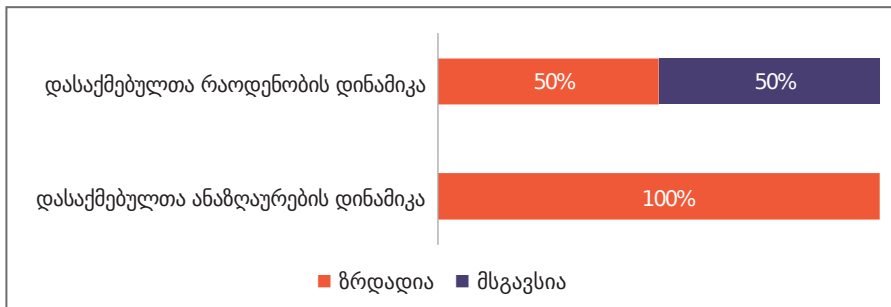
გრაფიკი 7: დისტრიბუციის სექტორის გაყიდვების მოსალოდნელი დინამიკა 2024 წელს, 2023 წელთან შედარებით



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

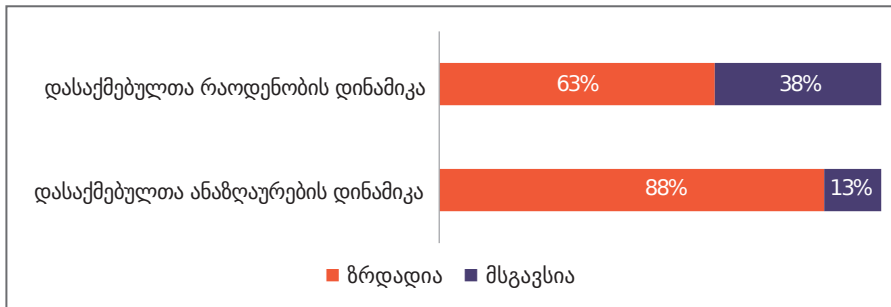


გრაფიკი 8: დასაქმებულთა რაოდენობისა და მათი ანაზღაურების დინამიკა: მიმდინარე წელს (2023) წინა წელთან (2022) შედარებით



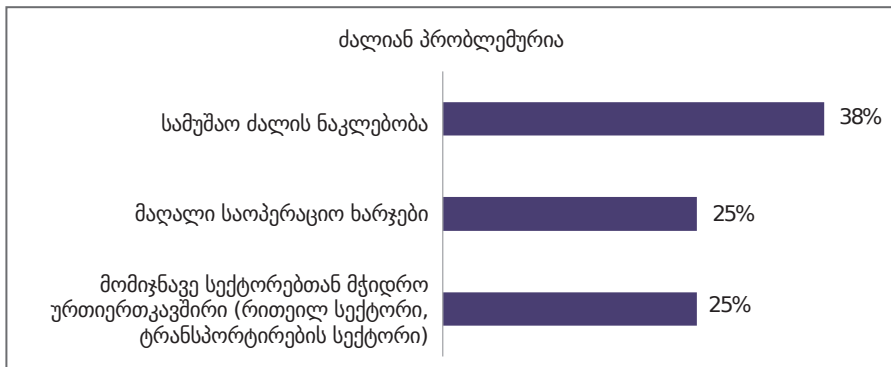
წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 9: დასაქმებულთა რაოდენობისა და მათი ანაზღაურების მოსალოდნელი დინამიკა: მომდევნო წლის (2024) დინამიკის მოსალოდნელი ცვლილება მიმდინარე (2023) წელთან შედარებით



წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

გრაფიკი 10: დისტრიბუციის სექტორში გამოკითხული კომპანიებისთვის ბიზნესსაქმიანობისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორები პრობლემის სიმწვავის მიხედვით

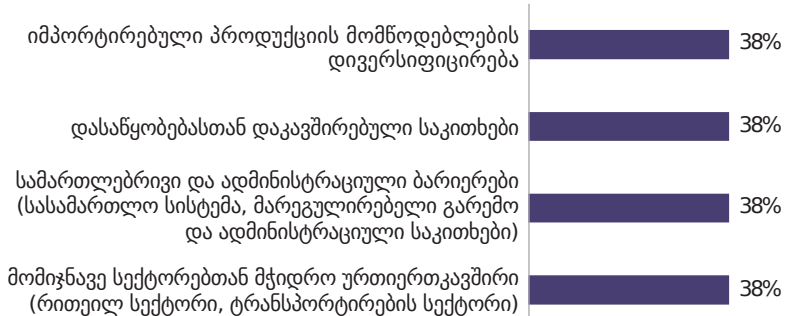


წყარო: PMC RC, გამოკითხვის შედეგები

### პრობლემა



### ნაკლებად პრობლემა



### არ წარმოადგენს პრობლემას



## დანართი 2: პირველადი მოხმარების პროდუქციის ფასთა მოკვლევა

პირველადი პროდუქციის ფასთა მოკვლევის პირველ ეტაპზე შეირჩა კონკრეტული პროდუქტების ჩამონათვალი (32 პროდუქტი – იხ. ცხრილი 1), რომელიც მოიცავდა პროდუქტების შემდეგ კატეგორიებს: ბაკალეა, ბურღული, კვერცხი, მცენარეული ცხიმი და რძის ნაწარმი. აღსანიშნავია, რომ პროდუქციის ჩამონათვალი მრავალფეროვანი ანალიზისთვის მოიცავდა როგორც ეკონომიურ, ასევე მაღალი კლასის პროდუქტებს. პროდუქციის ფასები დახლზე შეგროვდა 6 – 18 სექტემბრის პერიოდში.

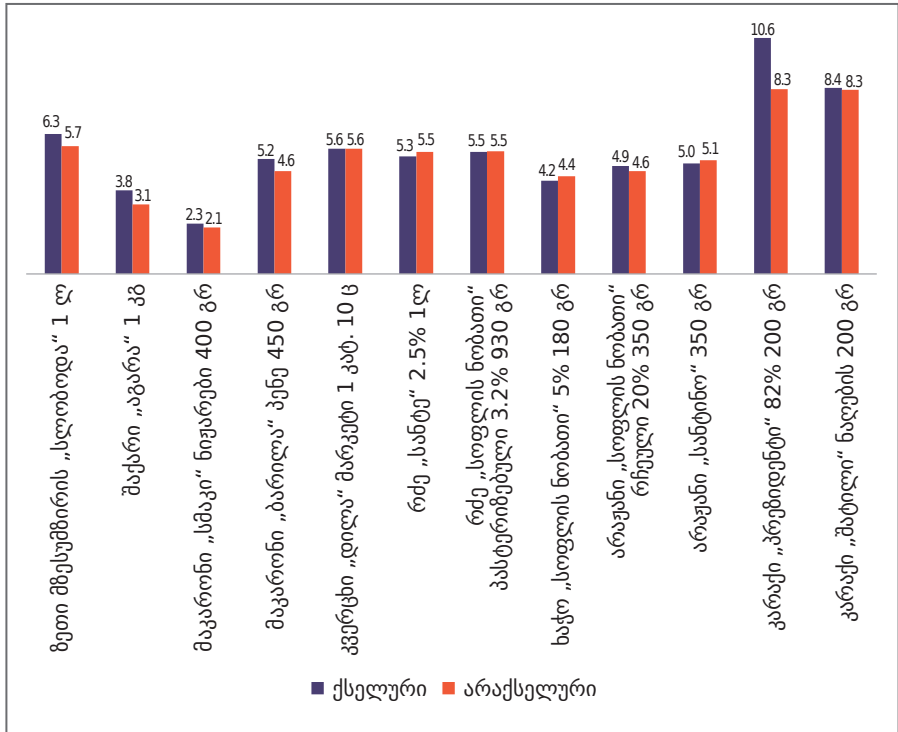
ცხრილი 1: შერჩეული პროდუქციის ჩამონათვალი

პროდუქტის დასახელება	კატეგორია
ზეთი მგესუმბირას „სლობოდა“ 1 ლ	ბაკალეა
ზეთი სიმინდის „ბარაქა“ 1 ლ	ბაკალეა
ზეთი ზეთუნის „კობოლივა“ E.V. 500 მლ	ბაკალეა
მარილი „სალუტი“ კერძისთვის იოდირებული 1 კგ	ბაკალეა
მარილი ჰიმალაის „ნატურალის“ 350 გრ	ბაკალეა
მარილი „კალასი“ იოდირებული 400 გრ	ბაკალეა
წინიბურა „ჩვენი სუფრა“ 900 გრ	ბურღული
წინიბურა „სუპრემო“ პრემიუმი 900 გრ	ბურღული
ბრინჯი „რიჩმონდი“ მრგვალი 800 გრ	ბურღული
ბრინჯი „ჩვენი სუფრა“ გრძელი 900 გრ	ბურღული
შაქარი „აგარა“ 1 კგ	ბურღული
შაქარი „სუპრემო“ 900 გრ	ბურღული
მაკარონი „სმაკი“ ნიჟარები 400 გრ	ბურღული
მაკარონი „ლა ფამილია“ პასტა პენე 500 გრ	ბურღული
მაკარონი „ბარილა“ პენე 450 გრ	ბურღული
კვერცხი „დილა“ მარკეტი 1 კატ. 10 ც	კვერცხი
კვერცხი „კუმისი“ მარკეტი 0 კატ. 10 ც	კვერცხი
შერეული ცხიმის სპრედი სანტე 80% 200 გრ	მცენარეული ცხიმი
სპრედი „ოდა“ 82% 200 გრ	მცენარეული ცხიმი
სპრედი „რამა“ 200 გრ	მცენარეული ცხიმი
რძე „სანტე“ 2.5% 1ლ (1298)	რძის ნაწარმი
რძე „სოფლის ნობათი“ პასტერიზებული 3.2% 930 გრ	რძის ნაწარმი
რძე „სანტინო“ 2.5% 950 მლ	რძის ნაწარმი
ხაჭო „სოფლის ნობათი“ 5% 180 გრ	რძის ნაწარმი
ხაჭო „სანტინო“ 6 % 180 გრ	რძის ნაწარმი

ხაჭო „სანტე“ ეკონომიური 4% 180 გრ	რძის ნაწარმი
არაჟანი „სოფლის ნობათი“ რჩეული 20% 350 გრ	რძის ნაწარმი
არაჟანი „სანტინო“ 350 გრ	რძის ნაწარმი
არაჟანი „სანტე“ ნაღებით 400 გრ	რძის ნაწარმი
კარაქი „პრემიუმენტი“ 82% 200 გრ	რძის ნაწარმი
კარაქი „სანტინო“ 82% 200 გრ	რძის ნაწარმი
კარაქი „შატილი“ ნაღების 200 გრ	რძის ნაწარმი

შერჩეული პროდუქტების საშუალო ფასებზე, რომლებზეც მოხერხდა ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში 3-3 ან მეტი მონაცემის შეგროვება, დეტალური ინფორმაცია შეგიძლიათ იხილოთ მოცემულ გრაფიკზე.

გრაფიკი 1: შერჩეული პროდუქციის საშუალო ფასების შედარება ქსელურ და არაქსელურ მაღაზიებში



წყარო: ფასთა მოკვლევა, PMC RC

### დანართი 3: დისტრიბუციის სექტორის ფინანსური მაჩვენებლები ინდივიდუალური კომპანიების დონეზე

#### მომგებიანობის მაჩვენებლები

დაბეგვრამდე მოგების მარჟა	2017	2018	2019	2020	2021
აგრო ფუდ ტრეიდი	10%	11%	-1%	3%	3%
დიპლომატ ჯორჯია	4%	2%	1%	-2%	3%
თ & რ დისტრიბუშენ	1%	2%	2%	2%	3%
ქართული სადისტრიბუციო-მარკეტინგული კომპანია	6%	8%	11%	13%	7%
შარმ ტრეიდინგი	6%	5%	8%	11%	9%
ჯეო დისტრიბუშენ გრუპი	4%	2%	3%	1%	1%

აქტივებზე უკუგება	2017	2018	2019	2020	2021
აგრო ფუდ ტრეიდი	33%	10%	0%	2%	3%
დიპლომატ ჯორჯია	10%	1%	0%	-1%	2%
თ & რ დისტრიბუშენ	9%	6%	8%	6%	5%
ქართული სადისტრიბუციო-მარკეტინგული კომპანია	60%	4%	5%	6%	4%
შარმ ტრეიდინგი	6%	1%	2%	3%	3%
ჯეო დისტრიბუშენ გრუპი	23%	3%	6%	2%	2%

#### ლიკვიდურობის მაჩვენებლები

მიმდინარე კოეფიციენტი	2017	2018	2019	2020	2021
აგრო ფუდ ტრეიდი	2.7	2.6	1.7	1.4	1.2
დიპლომატ ჯორჯია	1.7	1.3	1.3	1.3	1.3
თ & რ დისტრიბუშენ	0.8	0.8	1.7	1.4	1.1
ქართული სადისტრიბუციო-მარკეტინგული კომპანია	1.4	1.5	2.3	1.7	1.5
შარმ ტრეიდინგი	1.7	2.6	2.1	1.9	2.0
ჯეო დისტრიბუშენ გრუპი	1.2	1.1	0.9	1.0	0.9

<b>სწრაფი კოეფიციენტი</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
აგრო ფუდ ტრეიდი	2.3	1.9	1.5	1.2	0.9
დიპლომატ ჯორჯია	1.2	0.8	0.6	0.7	1.0
თ & რ დისტრიბუშენ	0.1	0.5	1.0	0.8	0.3
ქართული სადისტრიბუციო-მარკეტინგული კომპანია	0.8	0.7	1.3	1.2	1.2
შარმ ტრეიდიინგი	0.9	1.3	1.0	1.2	1.3
ჯეო დისტრიბუშენ გრუპი	0.6	0.5	0.4	0.7	0.9

წყარო: *reportal.ge; PMC RC*



Research