



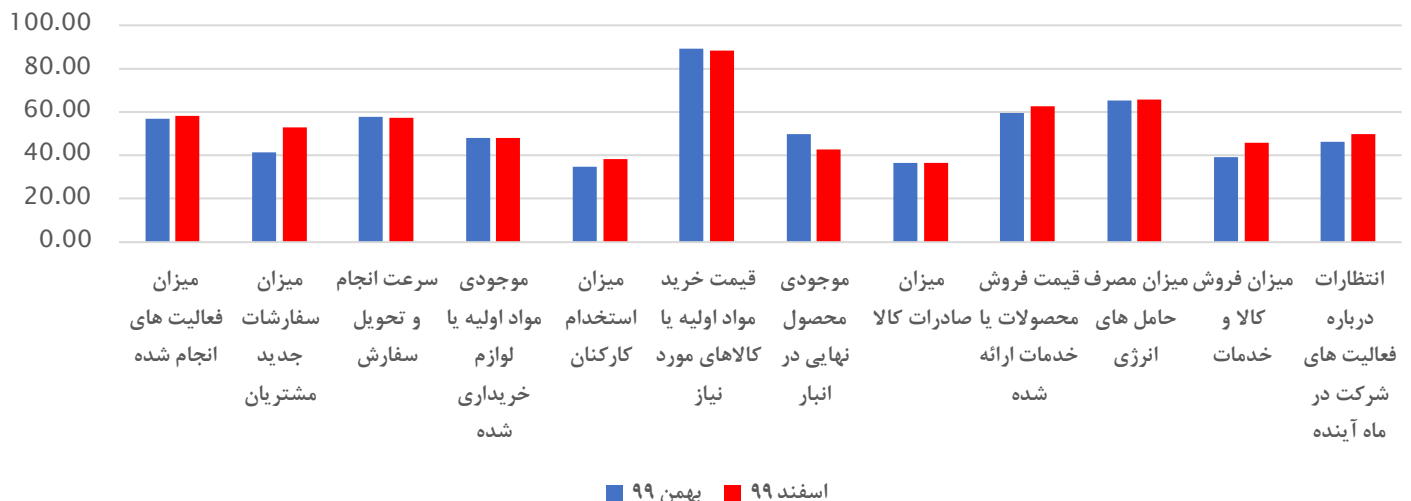
گزارش دوره یازدهم طرح شاخص مدیران خرید (PMI) خرده فروشی - اسفند ۱۳۹۹

شامخ اسفند ۱۳۹۹ ← ۵۸/۳۳

چکیده:

- عدد شامخ کل (۵۸,۳۳)، نشان دهنده بهبود وضعیت بخش خرده فروشی در اسفند ماه ۱۳۹۹ نسبت به بهمن ماه ۱۳۹۹ (۵۶,۷۳) است.
- شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان (۵۳,۱۳) در اسفند، بیشترین میزان درصد تغییر شاخص ها در بین ۵ مولفه اصلی شامخ بوده است.
- کاهش (۰,۹۹-) قیمت خرید مواد اولیه و هم چنین افزایش شاخص میزان فروش کالاها و خدمات نسبت به ماه قبل منجر به افزایش (۸,۳۳) شاخص انتظارات در ارتباط با فعالیت های شرکت در ماه آینده شده است.

مولفه های شامخ خرده فروشی در اسفند ۱۳۹۹ نسبت به بهمن ۱۳۹۹



معرفی طرح شامخ (شاخص مدیران خرید):

از میان شاخص‌های متنوع و گوناگون اقتصادی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی انتشار می‌یابند، شاخص PMI (Purchasing Manager's Index) که در فارسی به اختصار "شامخ" نامگذاری شده است، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته قرار دارد. در حال حاضر شاخص شامخ برای حدود ۲۹۰۰۰ بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه و منتشر می‌شود. در ایران نیز اجرای این طرح توسط اتاق بازرگانی ایران در بخش صنعت از مهرماه سال ۹۷ آغاز گردید. اتاق تعاون ایران نیز از مهرماه سال ۱۳۹۸ به محاسبه بخش ساختمان پرداخته است. نتایج این شاخص که بر اساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید، بینش آنی و تصویر سریعی از شرایط اقتصاد کلان به‌ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های ساختمان، صنعت و خدمات ارائه می‌دهد.

ویژگی‌های این شاخص عبارتند از:

- داده‌های شامخ به صورت ماهانه در روزهای ابتدایی ماه و پیش از انتشار داده‌های رسمی منتشر می‌شود.
- شامخ، امکان مقایسه مستقیم بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه از طریق تولید داده‌های استاندارد شده را فراهم می‌سازد.
- داده‌ها در شامخ بر اساس مستندات واقعی کسب و کارها و نه بر اساس نظرات شخصی و حدس مدیران جمع‌آوری می‌شوند.
- به‌صورت مستمر و دقیق توسط بازارهای مالی، بانک‌های مرکزی، مراکز تصمیم‌گیری اقتصادی و رسانه‌ها در جهان پیگیری می‌شود.

در طرح شامخ، از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش مطرح‌شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است)، پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل: عدد ۱، گزینه بدون تغییر: عدد ۰/۵ و گزینه کمتر از ماه قبل: عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصل ضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، مبین عدد شامخ در آن پرسش است. در نهایت معیار سنجش این شاخص عددی بین ۰ تا ۱۰۰ است. عدد ۰ و ۱۰۰ به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه "بدتر شده است" و "بهتر شده است" را انتخاب نموده‌اند، عدد ۵۰ نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. بر این اساس، چنانچه عدد محاسبه‌شده زیر ۵۰ باشد، اما از عدد محاسبه‌شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت، کاهش یافته است. در مقابل، چنانچه عدد محاسبه‌شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل، کاهش یافته است.

اتاق اصناف ایران برای نخستین بار در کشور از اردیبهشت ۱۳۹۹ نسبت به اجرای طرح شامخ بخش خرده فروشی اقدام نموده که نتیجه آن بصورت ماهانه توسط معاونت اقتصادی و برنامه ریزی اتاق اصناف ایران منتشر خواهد شد. در همین راستا محاسبه شاخص ترکیبی کل اقتصاد، با همکاری سه اتاق بازرگانی، تعاون و اصناف در حال انجام است.

بررسی اجمالی نتایج بخش خرده فروشی

در محاسبه عدد شامخ بخش خرده فروشی با توجه به گستردگی واحدهای صنفی در سراسر کشور و هم‌چنین تعدد رسته‌ها در بخش خرده فروشی (تعداد کل واحدهای صنفی دارای پروانه کسب در چهار زیر مجموعه تولیدی، خدماتی، فنی، توزیعی و خدماتی معادل ۲,۷۵۸,۵۲۷ واحد که از این تعداد، حدود ۱,۳۴۵,۸۷۶ واحد مربوط به واحدهای توزیعی اعم از خرده و عمده فروشی می‌باشد). در مرحله اول صرفاً واحدهای خرده فروشی که ذیل اتحادیه‌های زنجیره‌ای مشغول به فعالیت هستند بصورت پایلوت مورد آمارگیری قرار گرفته و پاسخ‌ها از دفاتر مرکزی این فروشگاهها اخذ شده است.

با عنایت به اینکه پرسش اول بالاترین تاثیر را در معیار سنجش کل دارا بوده و بر اساس مطالعات صورت گرفته، رویکرد بکار رفته در محاسبه شاخص کل خرده فروشی برخی دیگر از کشورها نیز موید این مطلب است؛ لذا عدد شامخ کل برابر با عدد شامخ پرسش اول در نظر گرفته شده است.

گزارش طرح شاخص مدیران خرید خرده فروشی

جدول ۱: مولفه های شاخص خرده فروشی در اسفند ۹۹ و

میزان تغییرات آن -ها نسبت به بهمن ۹۹

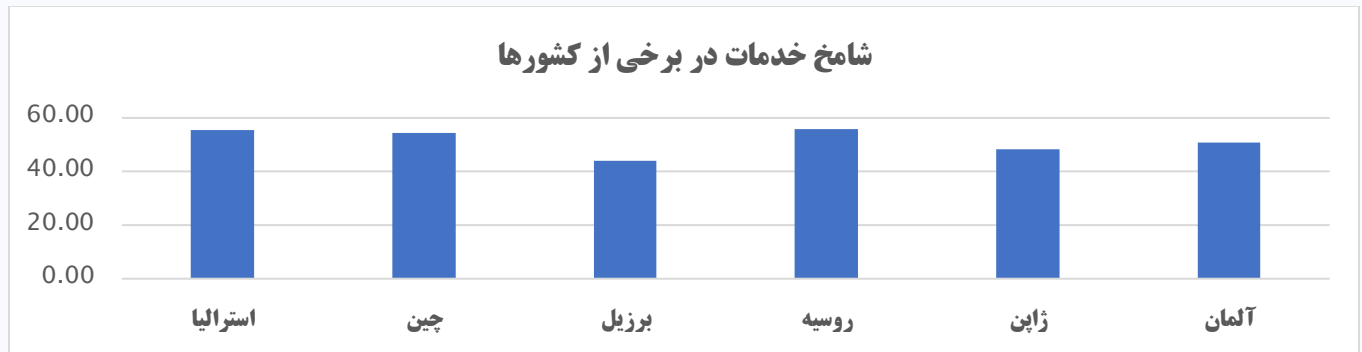
شاخص	بهمن ۹۹	اسفند ۹۹	درصد تغییرات
شاخص کل خرده فروشی	۵۶,۷۳	۵۸,۳۳	۲,۸۲
میزان فعالیت-های انجام شده (تولید، ارائه خدمات و...)	۵۶,۷۳	۵۸,۳۳	۲,۸۲
میزان سفارشات جدید مشتریان	۴۱,۳۵	۵۳,۱۳	۲۸,۴۹
سرعت انجام و تحویل سفارش و یا فرآیند کار	۵۷,۶۹	۵۷,۲۹	-۰,۶۹
موجودی- مواد اولیه یا لوازم خریداری-شده	۴۸,۰۸	۴۷,۹۲	-۰,۳۳
میزان استخدام و بکارگیری-نیروی-انسانی	۳۴,۶۲	۳۸,۵۴	۱۱,۳۴
قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم موردنیاز	۸۹,۴۲	۸۸,۵۴	-۰,۹۹
موجودی محصول نهایی در انبار و یا کارهای معوق و ناتمام	۵۰,۰۰	۴۲,۷۱	-۱۴,۵۸
میزان صادرات کالا یا خدمات	۳۶,۵۴	۳۶,۴۶	-۰,۲۲
قیمت محصولات تولیدشده(خدمات ارائه شده)	۵۹,۶۲	۶۲,۵۰	۴,۸۴
مصرف حامل های انرژی	۶۵,۳۸	۶۵,۶۳	۰,۳۷
میزان فروش کالاها و خدمات	۳۹,۴۲	۴۵,۸۳	۱۶,۲۶
انتظارات در ارتباط با فعالیت های شرکت در ماه آینده	۴۶,۱۵	۵۰,۰۰	۸,۳۳

گروه های کالایی زیر مجموعه اتحادیه کشوری فروشگاههای

زنجیره ای:

- گروه خواروبار فروشی، کالاهای سوپرمارکتی، لوازم آرایشی و بهداشتی، لوازم خرازی
- گروه پوشاک
- گروه انواع نان و شیرینی
- گروه لوازم خانگی، میز و مبلمان و کالای خواب، دکوراسیون و تزئینات
- گروه انواع مصنوعات چرمی، مصنوعات مطلا و زینت آلات، عطر و ادکلن
- گروه محصولات فرهنگی
- گروه لوازم و تجهیزات آشپزخانه
- گروه جهیزیه و لوازم خانگی برقی و گازی
- گروه تالار، رستوران، سلف سرویس، سفره خانه، فست فود
- گروه فروش خودرو و خدمات پس از فروش
- گروه نساجی، فرش و موکت
- گروه انواع لوازم الکترونیکی، صوتی و تصویری، رایانه، تبلت، انواع گوشی
- سایر گروههای کالایی

تحلیل شامخ بخش خرده فروشی در اسفند ماه ۱۳۹۹:



با عنایت به نتایج بدست آمده از طرح شامخ اسفند ماه (عدد شاخص ۵۸,۳۳)، شاهد رونق نسبی وضعیت خرده فروشی نسبت به ماه قبل (عدد شاخص ۵۶,۷۳) می باشیم.

شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان نسبت به بهمن ماه افزایش (۲۸,۴۹ درصدی) داشته که دلیل عمده این افزایش می تواند ناشی از افزایش تقاضا در ماه های پایانی سال باشد.

با عنایت به افزایش شاخص فوق، شاهد رونق و افزایش در شاخص های میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی (۱۱,۳۴ درصد افزایش نسبت به ماه قبل) شاخص میزان فروش کالا (۱۶,۲۶ درصد افزایش نسبت به ماه قبل) و هم چنین کاهش ۱۴,۵۸ درصدی شاخص موجودی محصول نهایی در انبار می باشیم.

افزایش رقم شاخص در اسفندماه متأثر از نزدیکی شدن به ایام نوروز و فروش پایان سال واحدهای صنفی می باشد. هم چنین با توجه به اینکه در برخی از سازمان ها و ادارات کارت خرید فروشگاههای زنجیره ای بعنوان پاداش آخر سال به پرسنل اهدا شد. همین امر سبب افزایش فروش این قبیل فروشگاهها شد.

هم چنین برخی از سیاست های فروشگاههای زنجیره ای در خصوص اعمال تخفیفات پایان سال بر روی محصولات خود، سبب افزایش شاخص فروش کالا و شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان شد.

کاربران، ذینفعان و محققین محترم می توانند با مراجعه به سایت اتاق اصناف ایران به نشانی www.otaghasnafeiran.ir به نسخه الکترونیکی این گزارش دست یابند.