

*
**گزارش
سالیانه پینکت از
بازار کالاهای
تندصرف (FMCG) ایران**

از دی ماه ۹۸ تا بهمن ۹۹





فهرست

مقدمه

متدولوزی گزارش

هرم غذایی

هرم غذایی پینکت

نرخ رشد قیمت میوه و صیفی‌جات

نرخ رشد قیمت مواد شوینده

نرخ رشد انواع حبوبات

محبوب‌ترین برندها

نرخ رشد قیمت آجیل‌ها

نرخ رشد قیمت تنقلات

نرخ رشد قیمت لبینیات

نرخ رشد قیمت سبد صبحانه‌ی خانوار

نرخ رشد قیمت انواع چاشنی‌ها

نرخ رشد قیمت ملزومات خانه

نرخ رشد قیمت نوشیدنی‌ها

نرخ رشد قیمت کنسرو و غذاهای آماده

رشد قیمت سبد اساسی کالاهای خانوار

نرخ رشد قیمت پروتئین

نرخ رشد قیمت خواربار

پرفروش‌ترین کالاهای سال گذشته

درباره‌ی پینکت

مقدمه

گزارشی که در ادامه می‌خوانید، اولین گزارش داده‌محور تصویری پینکت است که براساس داده‌های به‌دست آمده از قیمت روز فروشگاه‌های تحت پوشش پینکت در یک‌سال منتهی به بهمن ۱۳۹۹ تهیه شده است. این گزارش از چند بخش تشکیل شده که عمدتی مطالب آن را داده‌های به دست آمده‌ی روند نوسان قیمت محصولات تندصرف، نظیر میوه و محصولات سوپرمارکتی تشکیل می‌دهد.

آن‌چه این گزارش را حائز اهمیت می‌کند، ثبت روزانه‌ی نوسانات قیمت کالاهای موجود در قفسه‌های فروشگاه‌های معترض شهر تهران در پلتفرم پینکت است، که جمع‌آوری و بررسی شده‌اند. چنین آماری شاید با آمارهای رسمی کشور اختلاف زیادی داشته باشد اما آماری که پینکت در رابطه با نرخ افزایش قیمت‌ها ارائه می‌کند براساس قیمت‌های واقعی ثبت شده در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و میادین میوه و تره‌بار تهران است.

به عبارت دیگر آمارهای رسمی کشور در رابطه با افزایش قیمت، نرخ رشد و تورم را می‌توان میانگینی از روند نوسانات در موقعیت‌های جغرافیایی گوناگون، شهرهای کوچک و بزرگ و روستاهای معناداری دارد. با این توصیف، گزارش پیش‌رو را می‌توان یک مرجع واقعی از روند افزایش قیمت محصولات مختلف در یک‌سال اخیر و برای طبقه‌ی متوسط شهری تهران تلقی کرد.

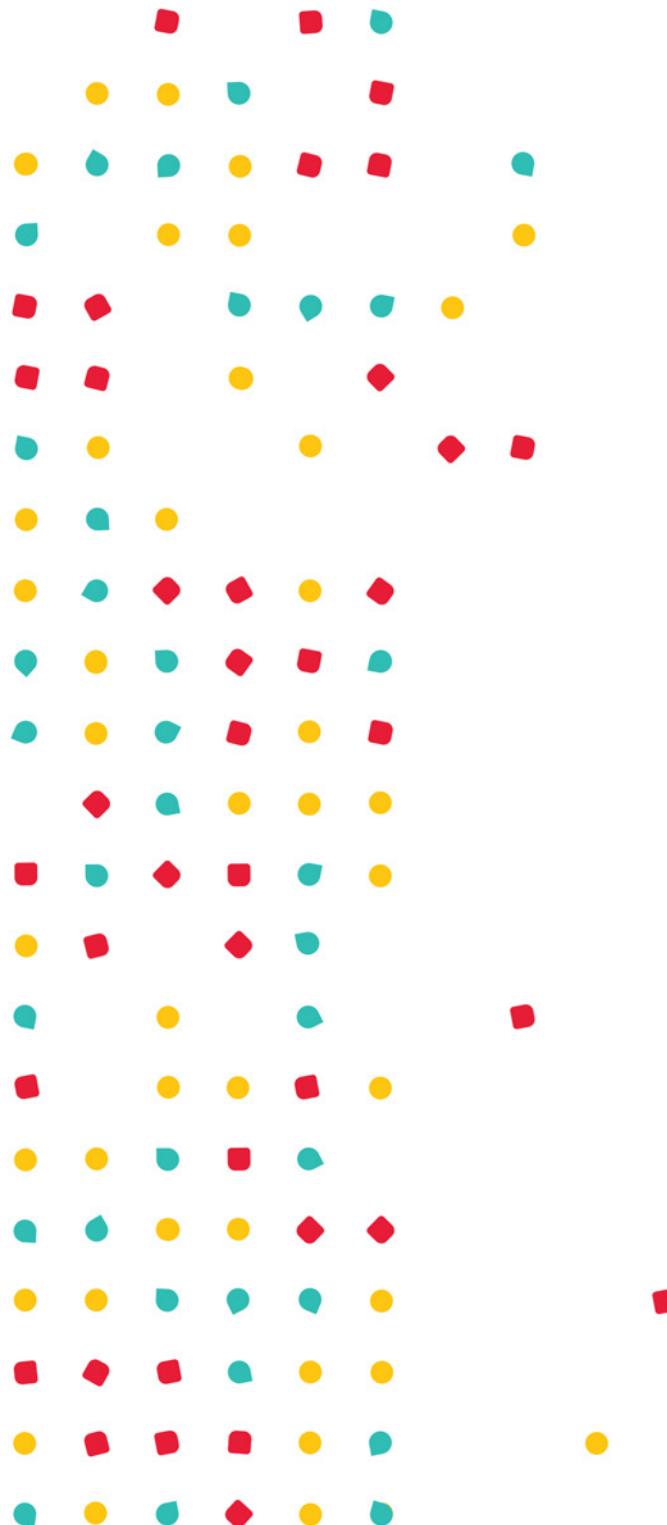
برای تهیه‌ی این گزارش تلاش شده تا با مصوّرکردن داده‌ها امکان درک سریع‌تر این روند‌ها فراهم گردد و در بخش‌های مختلفی از متودولوژی‌های گوناگون نظیر هرم غذایی، سبد کالاهای اساسی خانوار و نیز داده‌های پیش‌محوری نظیر محبوب‌ترین کالاهای و پرفروش‌ترین برند‌های پلتفرم چندوجهی پینکت آورده شود.

از آنجایی که این گزارش اولین گزارش آماری تهیه شده توسط تیم پینکت است، قطعاً خالی از نقص نیست و امید است با بازخوردهای شما بتوانیم گزارش‌های بعدی را کامل‌تر تهیه کنیم. امیدواریم گزارش سالیانه‌ی نوسانات قیمت میوه و کالاهای تندصرف پینکت فتح بابی باشد برای سایر کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک کشور تا با کمک شفافیت ناشی از داده‌های خود، روند‌های اجتماعی واقعی ناشی از تورم را برای آگاه‌سازی و تصمیم‌سازی بهتر کسب‌وکارها و مخاطبان فراهم آورند.

متدولوژی گزارش

این گزارش با هدف بررسی افزایش قیمت میوه و کالاهای تندصرف میادین میوه و ترهبار و فروشگاههای زنجیرهای تهران تهیه شده و دادههای آن براساس قیمت روزانه‌ی ثبت شده در پلتفرم پینکت جمعآوری شده است.

برای محاسبه‌ی تغییرات قیمت هر گروه غذایی قیمت کالایی به عنوان نماینده‌ی آن محصول در نظر گرفته شده و قیمت فروش آن کالا در سایت ۹۸ تا ۹۹ بهمن به صورت ماهیانه از دی ماه سال ۱۳۹۷ ثبت شده و با محاسبه‌ی تغییرات قیمت در این ۱۲ ماه، نرخ رشد قیمت آن محصول به دست آمده است. به عنوان مثال در گروه لبنیات، پرمصرف‌ترین کالاهای خردباری شده ماست، شیر، کشک، کره، پنیر و دوغ هستند. از هر یک از این کالاهای تغییرات قیمت پرفروش‌ترین آن‌ها نظیر ماست پیگاه و شیر میهن به صورت ماهانه ثبت شد و پس از آن نرخ رشد سالیانه‌ی نمونه محاسبه و معادل نرخ رشد آن محصول در نظر گرفته شد. در نهایت نرخ رشد هر گروه هم با میانگین‌گرفتن نرخ رشد کل کالاهای در آن دسته به دست آمد.





هرم غذایی

The Food
Pyramid



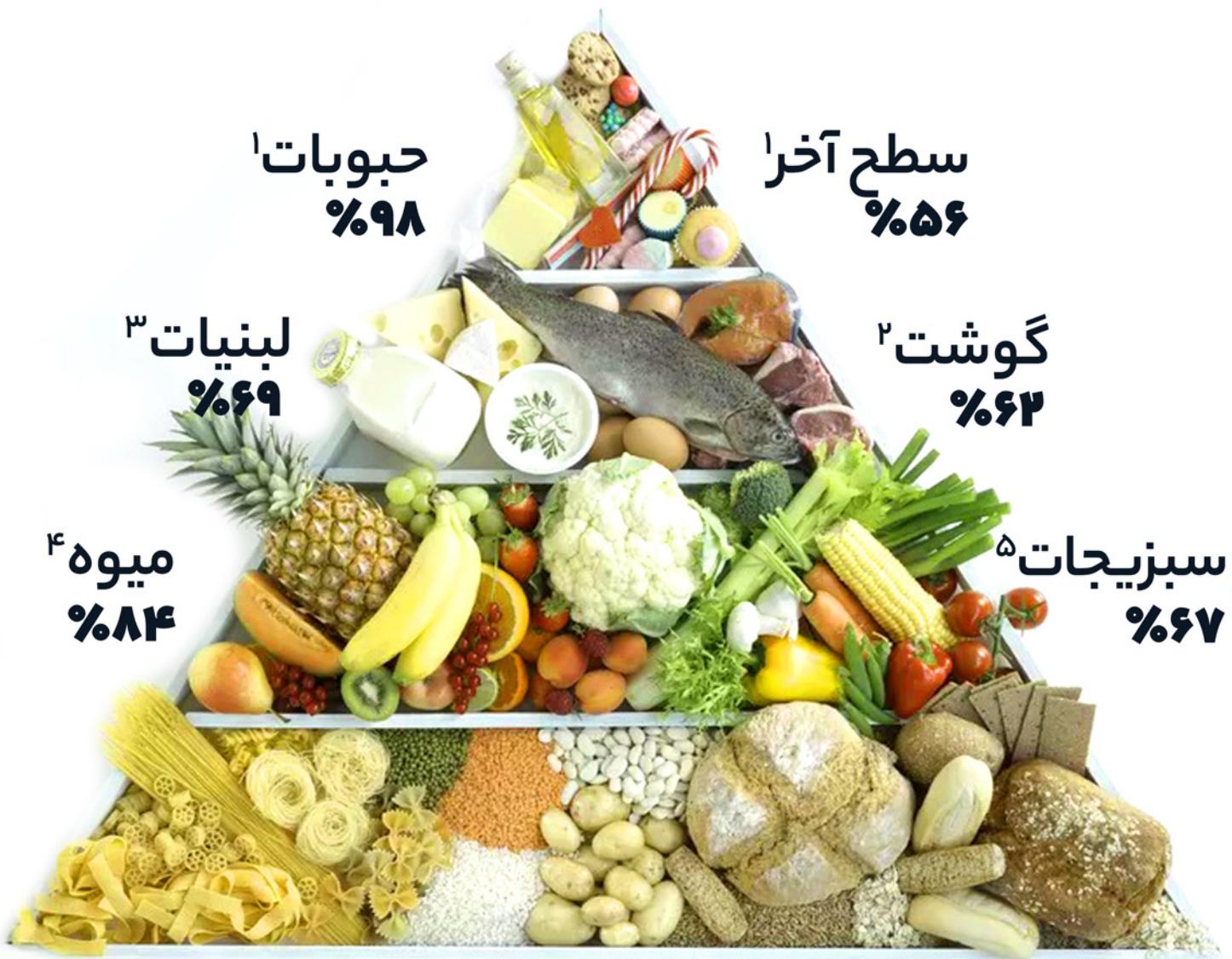
هرم غذایی

از حدود پنجاه سال پیش که برای اولین بار نموداری هرمی شکل در کشور سوئد با عنوان «هرم غذایی» بر سر زبان‌ها افتاد، توجه آدم‌ها به موضوعی جلب شد که قبل از آن موضوع پیش‌پا افتاده‌ای محسوب می‌شد: «ارزش غذایی مواد خوراکی». از آن زمان تاکنون پاسخ به این پرسش که «بدن انسان در یک روز به چه میزان از چه گروهی از مواد خوراکی نیاز دارد؟» یک موضوع مهم در رابطه با سلامت بدن به شمار می‌آید. هرم غذایی به عنوان راهنمایی در نظر گرفته می‌شود که پایه و اساس برنامه‌ریزی غذایی همه‌ی افراد با توجه به گروه سینیشان است و تنوع و میزان سهم مورد نیاز روزانه‌ی افراد را از گروه‌های غذایی نشان می‌دهد.

هرم غذایی به هفت دسته‌ی اصلی نان و غلات، صیفی‌جات، میوه‌ها، گوشت و تخم مرغ، شیر و لبنیات، حبوبات و مغزها، چربی‌ها و شیرینی تفکیک شده است. هر چه از بالای هرم به سمت پایین نزدیک می‌شویم حجمی که گروه‌های غذایی به خود اختصاص می‌دهند بیشتر می‌شود، به این معنی که مقدار مصرف روزانه‌ی این دسته از مواد غذایی باید بیشتر باشد. برای تنظیم رژیم غذایی روزانه و میزان مصرف غذا از گروه غذایی از اصطلاحی به نام «واحد» استفاده می‌شود.

منظور از یک واحد در هر گروه، مقدار غذایی است که دارای ارزش غذایی مشابه با سایر مواد غذایی در همان گروه است.

یک برنامه‌ی غذایی مناسب روزانه باید شامل تمام هفت گروه غذایی باشد و با توجه به اینکه ارزش غذایی مواد هر گروه یکسان است می‌توان از یکی به جای دیگر استفاده کرد اما به هیچ‌وجه نمی‌توان مواد غذایی یک گروه را جایگزین گروه دیگر کرد.



نَانٌ وَغَلَاتٌ^{١١} وَاحِدٌ
نَرَخٌ رَشَدٌ %٦٢

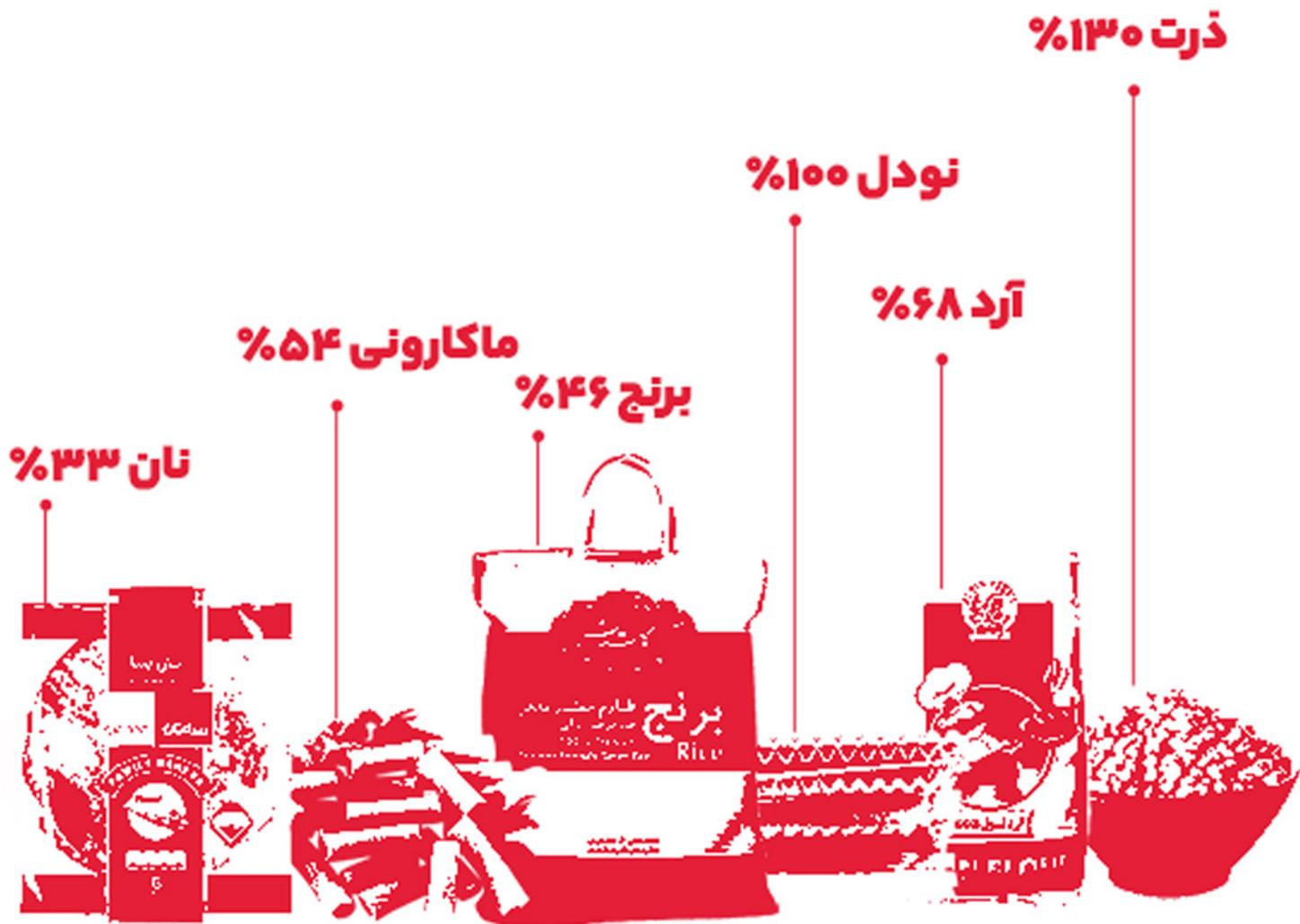


هرم غذایی پینکت

در هرم غذایی پینکت ما بر اساس دسته‌بندی هرم غذایی، پر مصرف‌ترین کالاهای سوپرمارکتی و میوه و ترهباری را که در سایت پینکت به فروش رسیدند، به عنوان نمونه‌هایی از هرگروه غذایی در نظر گرفتیم. سپس با استفاده از هرم غذایی واحد‌هایی برای هرگروه تعریف شده است. برای سطح یک هرم غذایی که غلات و نان است، میزان مصرف توصیه شده ۱ واحد در روز، برای صیفی‌جات ۵ واحد در روز، برای میوه ۴ واحد در روز، برای لبندیات ۳ واحد در روز، پروتئین ۲ واحد در روز، حبوبات و دسته‌ی آخر هم ۱ واحد در روز در نظر گرفته شده است که در محاسبات از آن‌ها به عنوان ضریب هر گروه استفاده کردیم. در تصویر صفحه بعد درصد رشد قیمت هر گروه غذایی را نشان دادیم.



نان و غلات^{۱۰}



سیزیجات^۵



-٪۵۲ بادمجان

سیب زمینی ٪۱۳۱

گوجه ٪۸۰

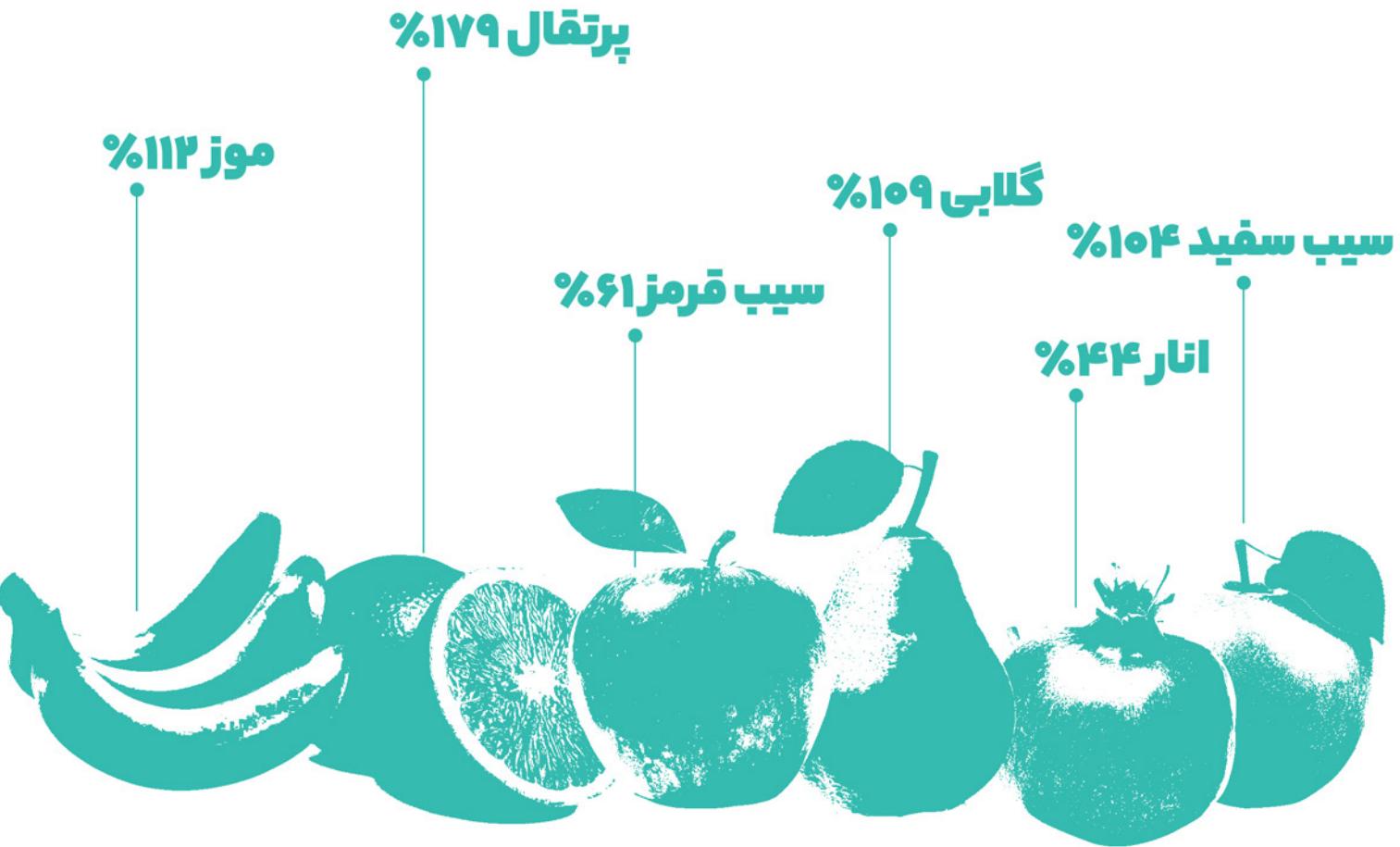
هوبیج ٪۱۸۶

سیر ٪۱۴۲

پیاز طلایی ٪۵۳



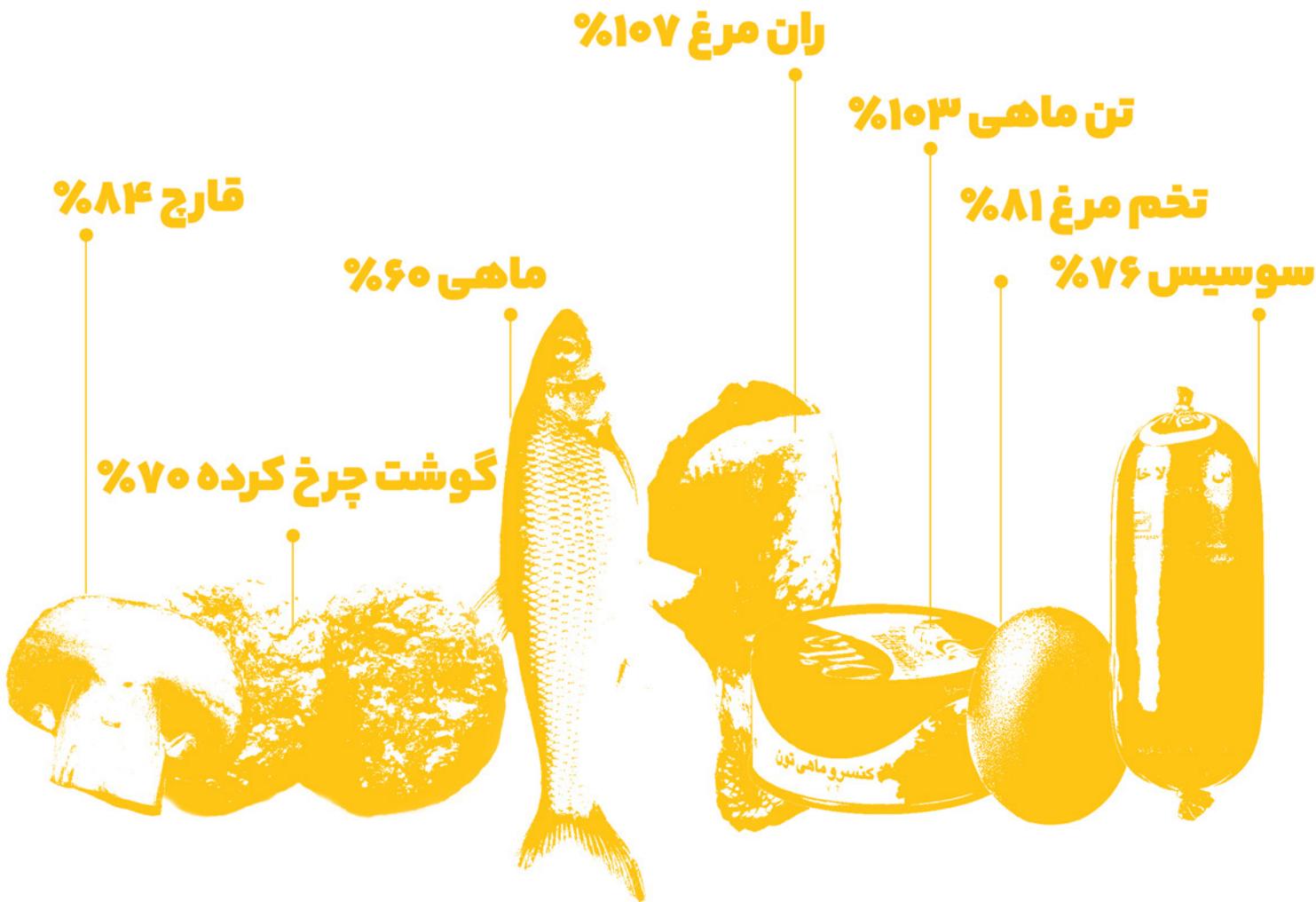
میوه





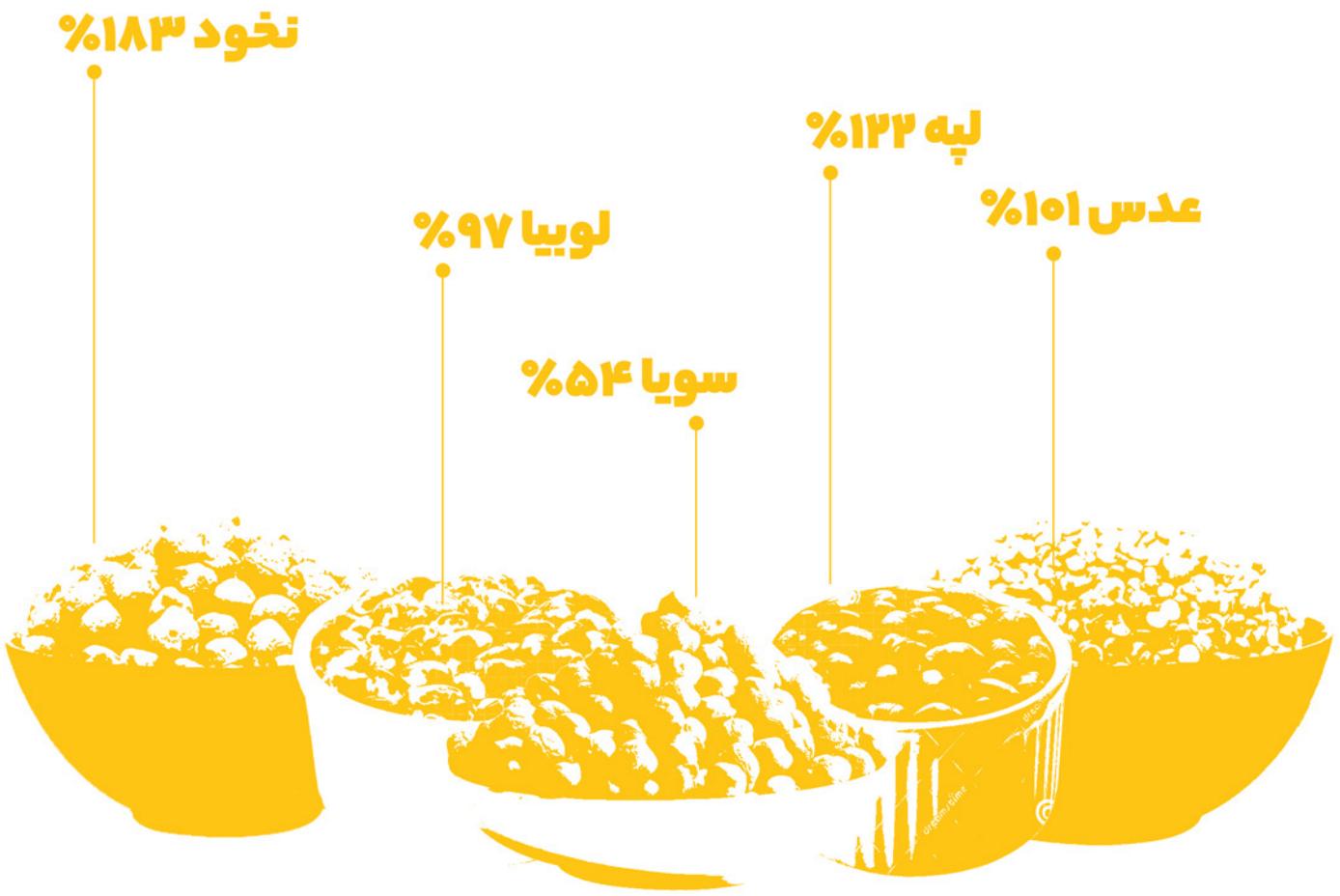
لبنیات ۳





گوشت^۲





جبناتٌ





سطح آخر

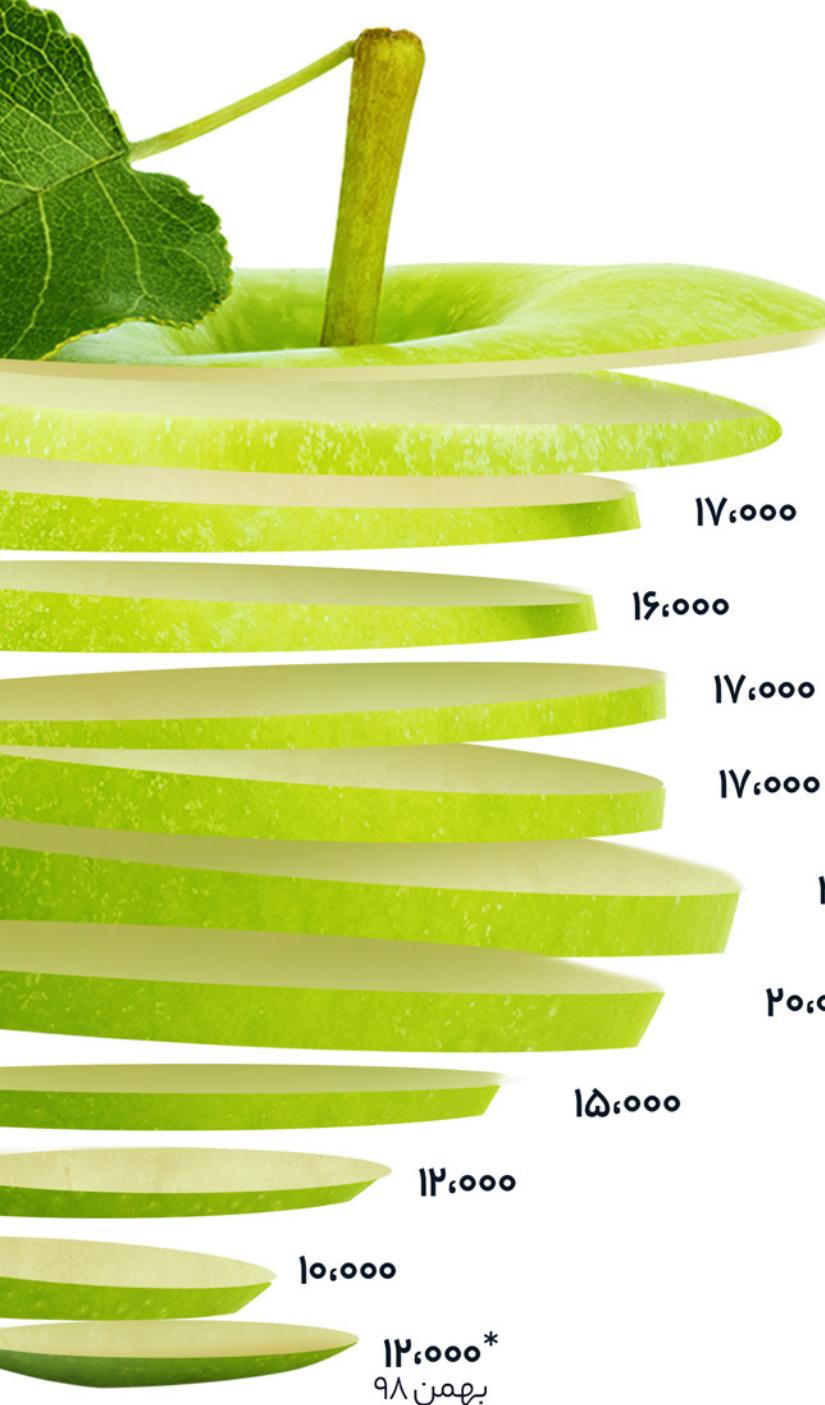




رشد قیمت سالانه
**میوه و
صیفی جات**
Annual price growth
Fruits

% ۱۰٪

نرخ رشد قیمت



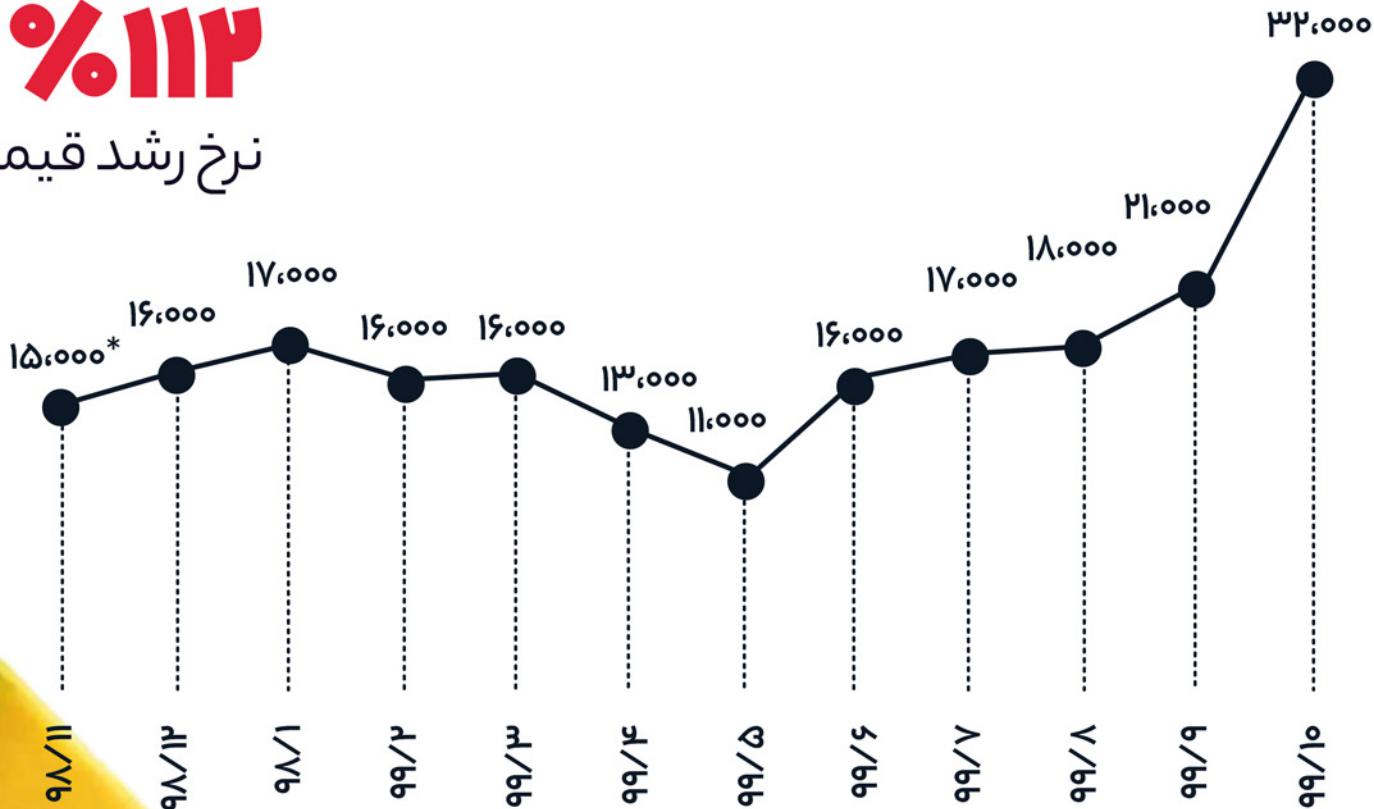
نمودار قیمت

سیب سفید دماوند
قیمت‌ها به تومان است.



%۱۱۲

نرخ رشد قیمت

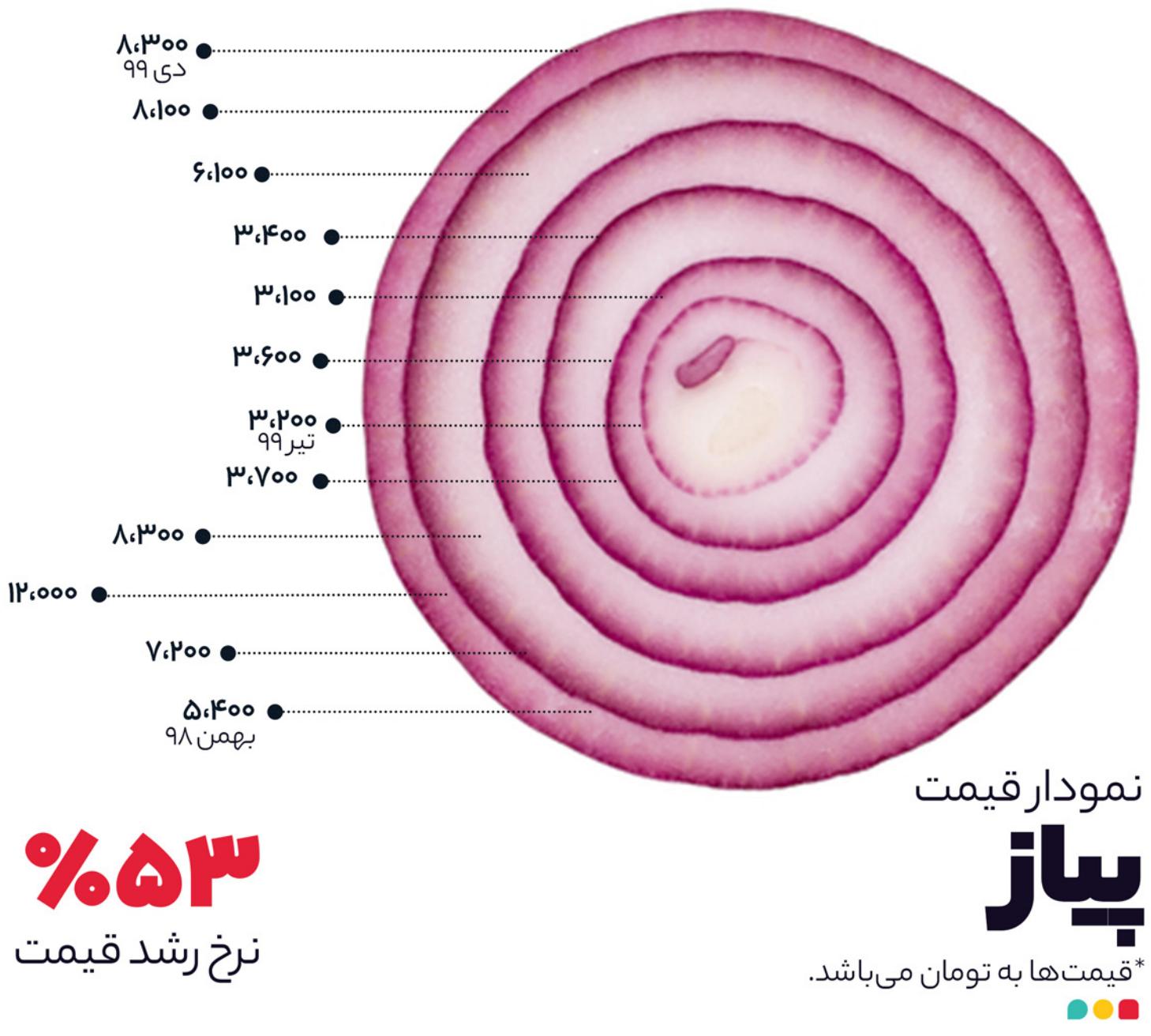


نمودار قیمت

موَّز

* قیمت‌ها به تومان است.





نمودار قیمت

پرتقال

* قیمت‌ها به تومان است.

%۱۷۹

نرخ رشد قیمت

۳۷,۷۰۰*

بدهان

۴۸,۸۰۰

۵۶,۶۰۰

۷۱,۳۰۰

۸۳,۳۰۰

۹۷,۵۰۰

تیر

۱۵,۰۰۰

۲۱,۰۰۰

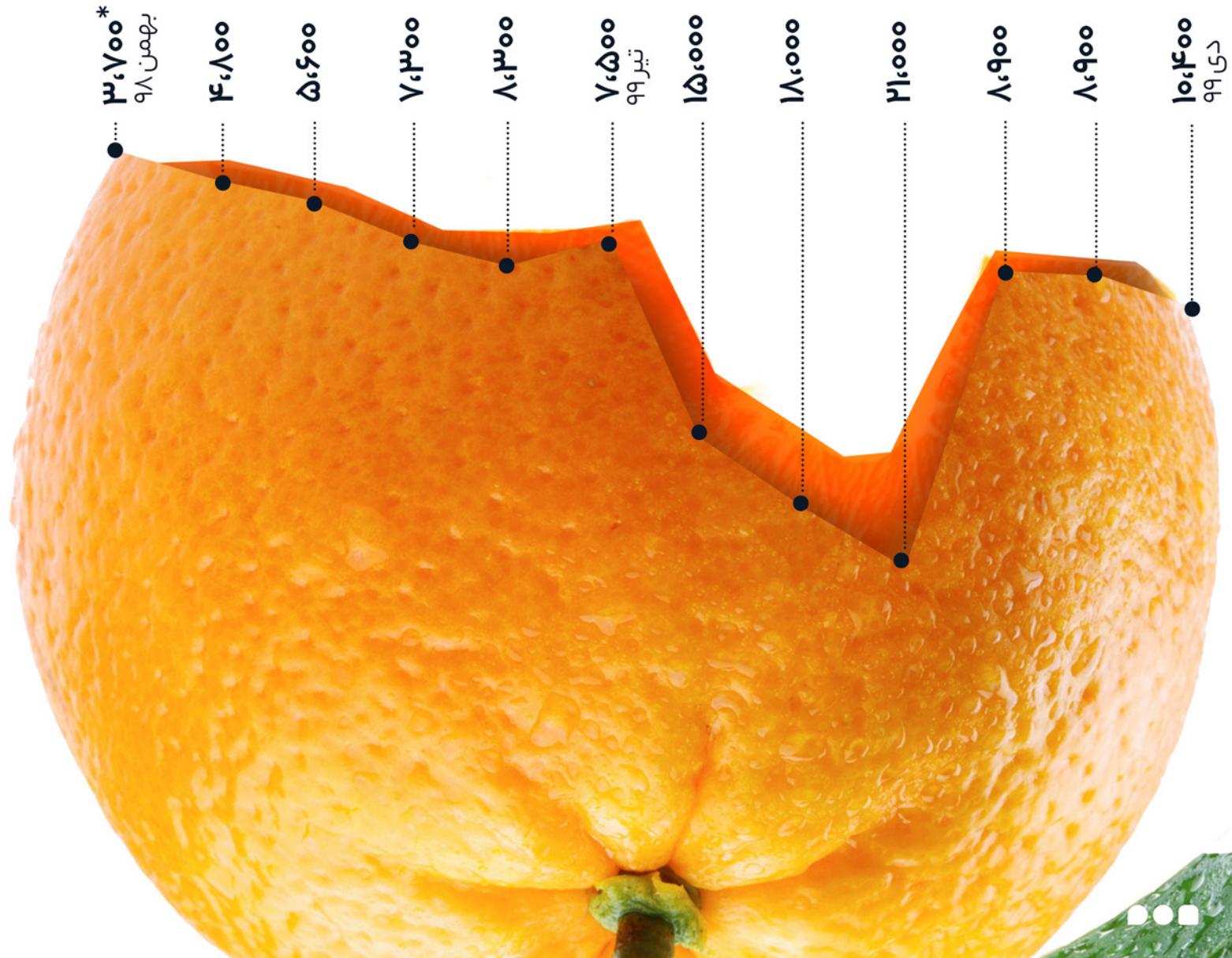
۲۱,۰۰۰

۸,۹۰۰

۸,۹۰۰

۱۰,۴۰۰

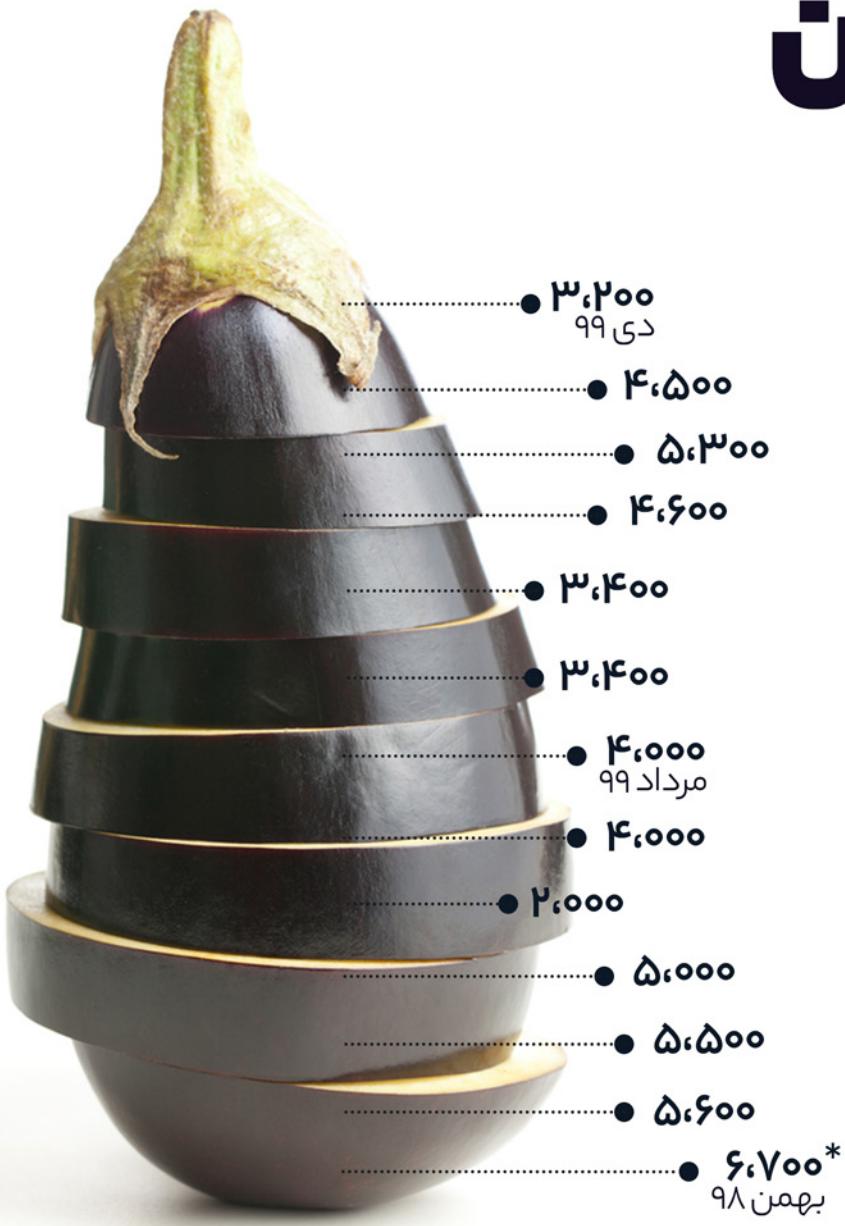
تیر



نمودار قیمت

بادمجان

* قیمت‌ها به تومان است.

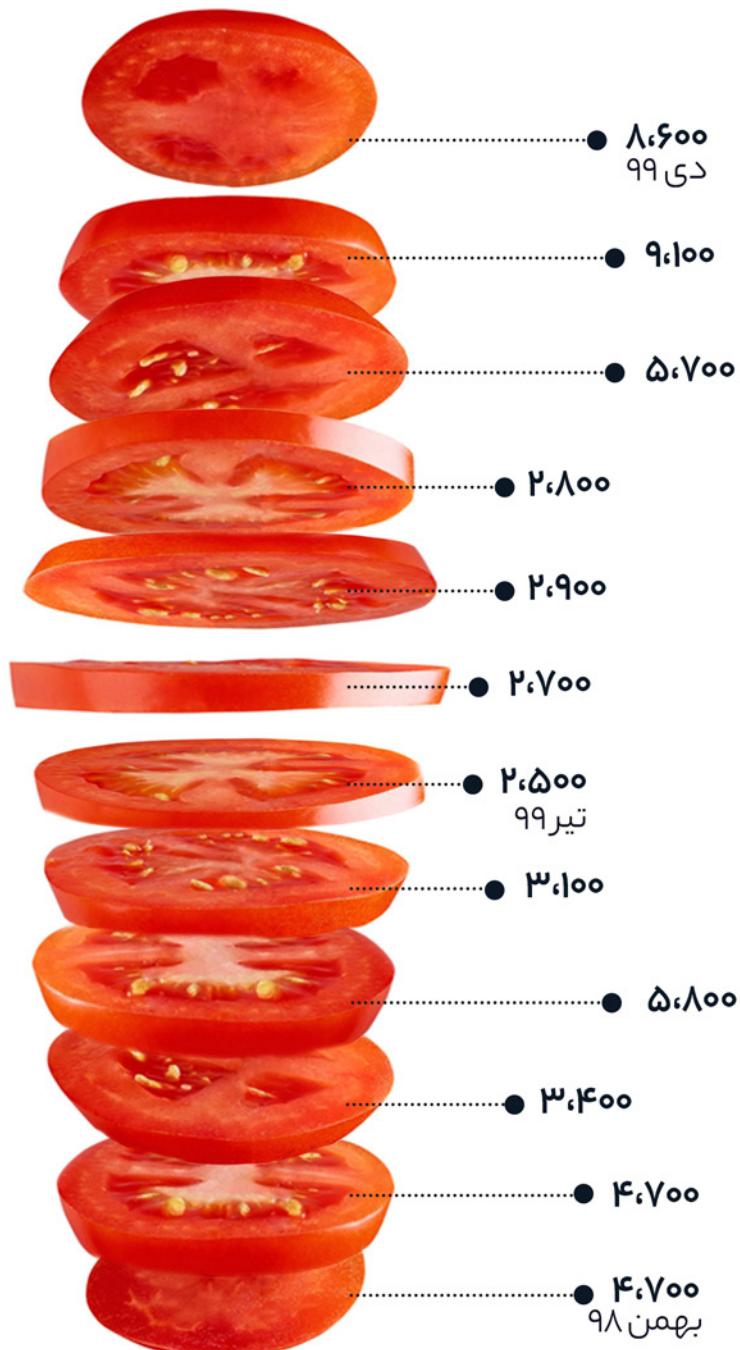


-%۵۲
نرخ رشد قیمت



%۸۰

نرخ رشد قیمت



گوجه فرنگی

* قیمت‌ها به تومان است.





رشد قیمت سالانه

شوینده و یوهد اشتی

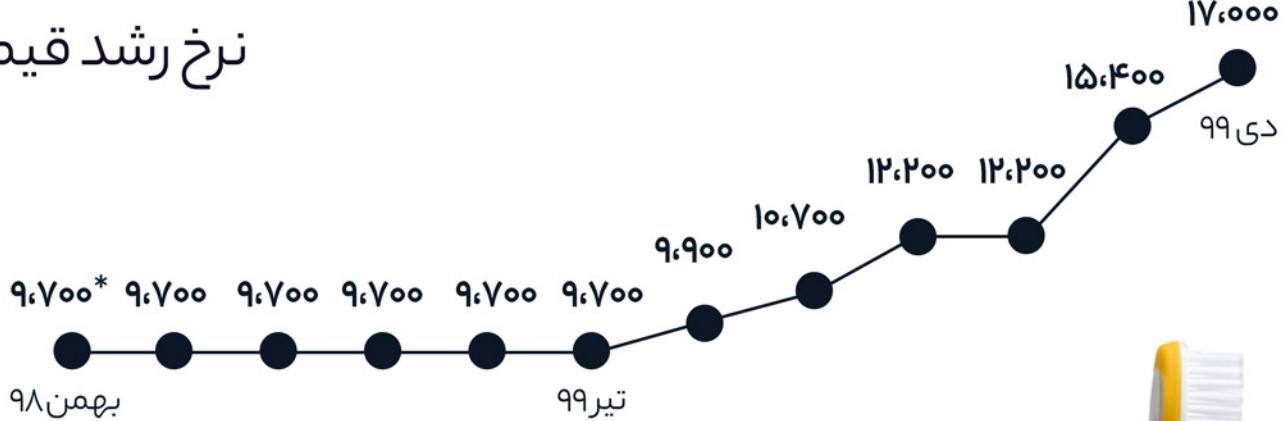
Detergents and Hygiene

Annual price growth



%۷۵

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت

خمیر دندان

* قیمت‌ها به تومان است.



%۶۸

نرخ رشد قیمت



مایع دستشویی

* قیمت‌ها به تومان است.



نمودار قیمت نواریهداشتی

* قیمت‌ها به تومان است.

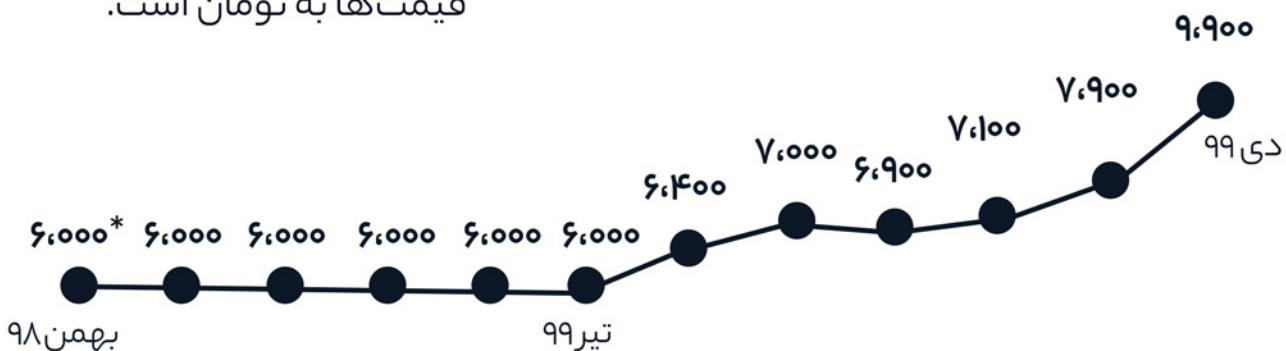


%۷۵
نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت پودر ماشین لباسشویی

* قیمت‌ها به تومان است.



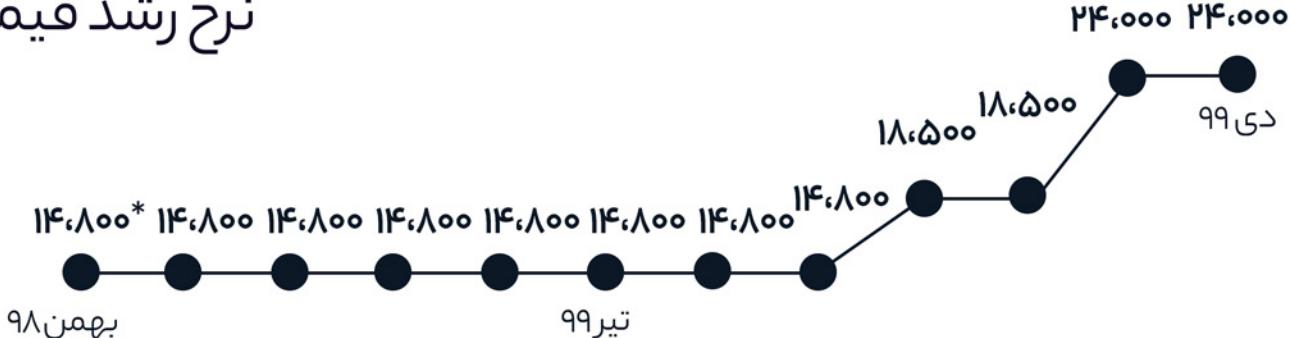
%۶۵

نرخ رشد قیمت



%۶۲

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت
شامپو

* قیمت‌ها به تومان است.



رشد قیمت سالانه
جبات

Annual price growth
Beans

قیمت حبوبات طی یکسال گذشته افزایش چشمگیری یافته و نرخ رشد این گروه غذایی در حدود ۱۰۰٪ است. زمینه‌ی کمبود و گرانی حبوبات از اواسط اسفندماه سال قبل با شیوع کرونا و هجوم مردم برای تهیه‌ی مایحتاج قرضه‌ی، مشکلات تخصیص ارز و دپوی کالاهای وارداتی در گمرکات ایجاد شد.

با این وجود به دلیل سهم کمی که حبوبات در سبد غذایی خانواده‌ها دارد، تأثیر این افزایش قیمت فشار اقتصادی کمتری را نسبت به باقی محصولات برای خانواده‌ها ایجاد کرده است.



محبوب ترین
برند ها

Most Famous
Brands

مایع ظرفشویی



مایع ظرفشویی با اسانس لیمو و جوش شیرین
۱۰۰۰ میلی لیتری
تاژ



مایع ظرفشویی با رایحه گل‌های لاوندر
۱۰۰۰ میلی لیتری
پریل



مایع ظرفشویی پلی اتیلن بدون کاربن
۱۰۰۰ میلی لیتری
خاکستر

شاید برای شما جالب باشد بدانید که در بین کالاهای پرمصرف مثل شیر، ماست، مایع ظرفشویی، سس و روغن که در یک سال اخیر خریداری شدند، کدام یک از برندها بیشترین فروش را داشتند. در تصاویر زیر به ترتیب سه برنده محبوب بین مشتریان را نشان داده‌ایم:



شیر

شیر لایت کم چرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
میهن



شیر پر چرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
میهن



شیر کم چرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
پگاه



سس کچاپ
۵۰۰ گرمی
بیژن



سس هزار جزیره
۵۱۰ گرمی
بیژن



سس خردل
۲۵۵ گرمی
بیژن



روغن

روغن سرخ کردنی کم جذب
۹۰۰ میلی لیتری
بهار



روغن سرخ کردنی
۹۰۰ میلی لیتری
اویلا



روغن سرخ کردنی کم جذب
۱۳۵۰ میلی لیتری
بهار



ماست ارسیل کم چرب
۱۰۰۰ گرمی
پگاه



ماست سبو پروبیوتیک کم چرب
۲۰۰۰ گرمی دبه‌ای
هراز



ماست سون کم چرب
۲۲۰۰ گرمی دبه‌ای
کاله



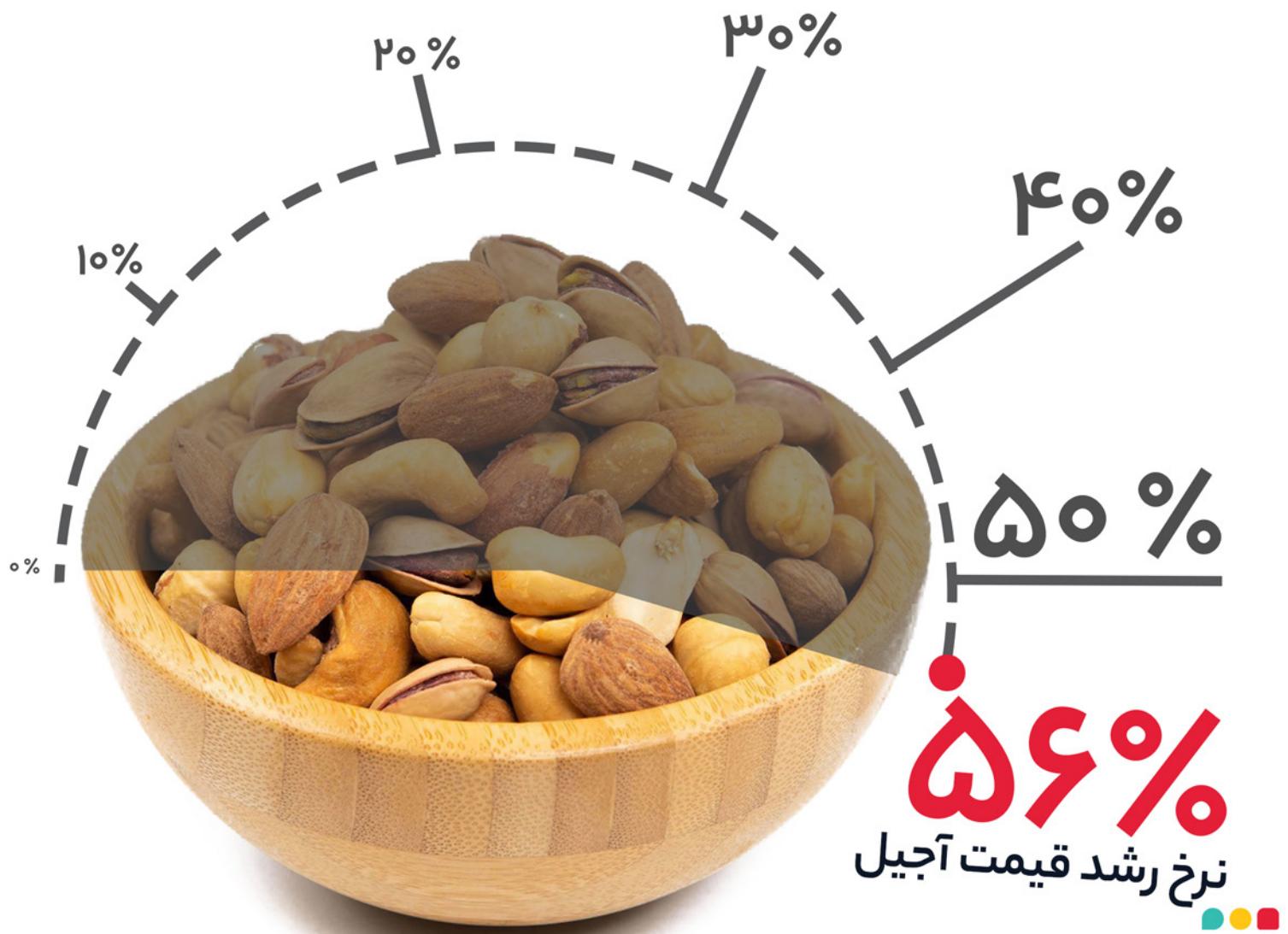
رشد قیمت سالانه



Nuts

Annual price growth

آجیل و خشکبار جزو کالاهای غیرضروری هستند که در مناسبت‌های خاص مثل شب یلدا و عید نوروز جزو کالاهای ضروری سبد خرید خانواده‌های ایرانی محسوب می‌شوند و حذف شدنی نیستند. در سال جاری آجیل و خشکبار جزو آن دسته از محصولاتی هستند که نسبت به افزایش قیمت سایر کالاهای با توجه به افزایش نرخ تورم، افزایش قیمت محسوسی نداشته‌اند.



رشد قیمت سالانه

شَهْ

Annual price growth

Junk Food



با وجود اینکه تنقلات هم جزو کالاهای غیرضروری محسوب می‌شوند اما در سبد خرید ماهیانه خانواده‌های علی‌الخصوص جوان معمولاً یکی از انواع تنقلات مثل بستنی، چیپس، پفک، کیک و کلوچه، بیسکویت، آدامس یا... دیده می‌شود. در بین کالاهای بررسی شده چیپس با ۱۲٪ رشد کمترین و پاستیل با ۱۵٪ رشد بیشترین تغییر قیمت را داشته است.

نرخ رشد قیمت تنقلات

%۵۹



رشد قیمت سالانه

لبنات

Annual price growth

Dairy





شیر و لبنیات یکی از کالاهای ضروری در سبد غذایی خانواده‌ها است که به دلیل ارزش بالایی که دارند نباید حذف شوند یا کاهش یابند اما افزایش قیمت ۷۵٪‌ای این محصولات در یک سال اخیر، سبد خرید اقشار ضعیف و کم‌درآمد جامعه را تحت تأثیر قرار داده و با وجود تأکید کارشناسان تغذیه بر ضرورت افزایش سرانهی لبنیات، مصرف این گروه روزبه روز کمتر شده است.

نرخ رشد لبنیات

۶۹%





رشد قیمت سالانه

سفره صبحانه

Annual price growth
Breakfast

صباحاً

%٥٠
نحو رشد قیمت



مربا
%١٤١



پنیر
%١٤٨



عسل
%٦٦



چای
%١٤٨



نان تست
%١٤٨

رشد قیمت سالانه

چاشنی‌ها

Annual price growth

Flavors



نرخ رشد چاشنی

۵۰%

از آنجایی که چاشنی‌ها رابطه‌ی مستقیمی با طعم غذا دارند، جزو اقلام حذف نشدنی هستند. در دسته‌ی چاشنی‌ها علاوه بر آبلیمو و آبغوره، تغییرات قیمت انواع سس، ادویه و دورچین غذا امثل خیارشور و زیتون هم بررسی شده است که در بین آن‌ها خیارشور و ادویه با ۱۲۰٪ رشد بیشترین تغییرات قیمت را داشته‌اند. با شیوع کرونا و بسته‌شدن مرازها، بازار معاملات تجارتی بین‌المللی ادویه تحت تأثیر قرار گرفت. به همین خاطر می‌توان ممنوعیت صادرات و واردات را یکی از مهم‌ترین دلایل رشد چشمگیر قیمت ادویه‌جات در یک سال اخیر دانست.



۲۹%

نرخ رشد قیمت رب گوجه



خیارشور هم تحت تأثیر افزایش قیمت خیار و بسته‌بندی که در نتیجه‌ی گران‌شدن آهن و هزینه‌برشدن ساخت درهای آهنی کنسروها ایجاد شده، به شدت افزایش یافته است. خیارشور با رشد ۱۱۹٪ یکی از اقلامی است که در سال ۹۸ بیشترین تغییرات قیمت را داشته است.



۱۱۹٪
نرخ رشد قیمت خیارشور





Annual price growth

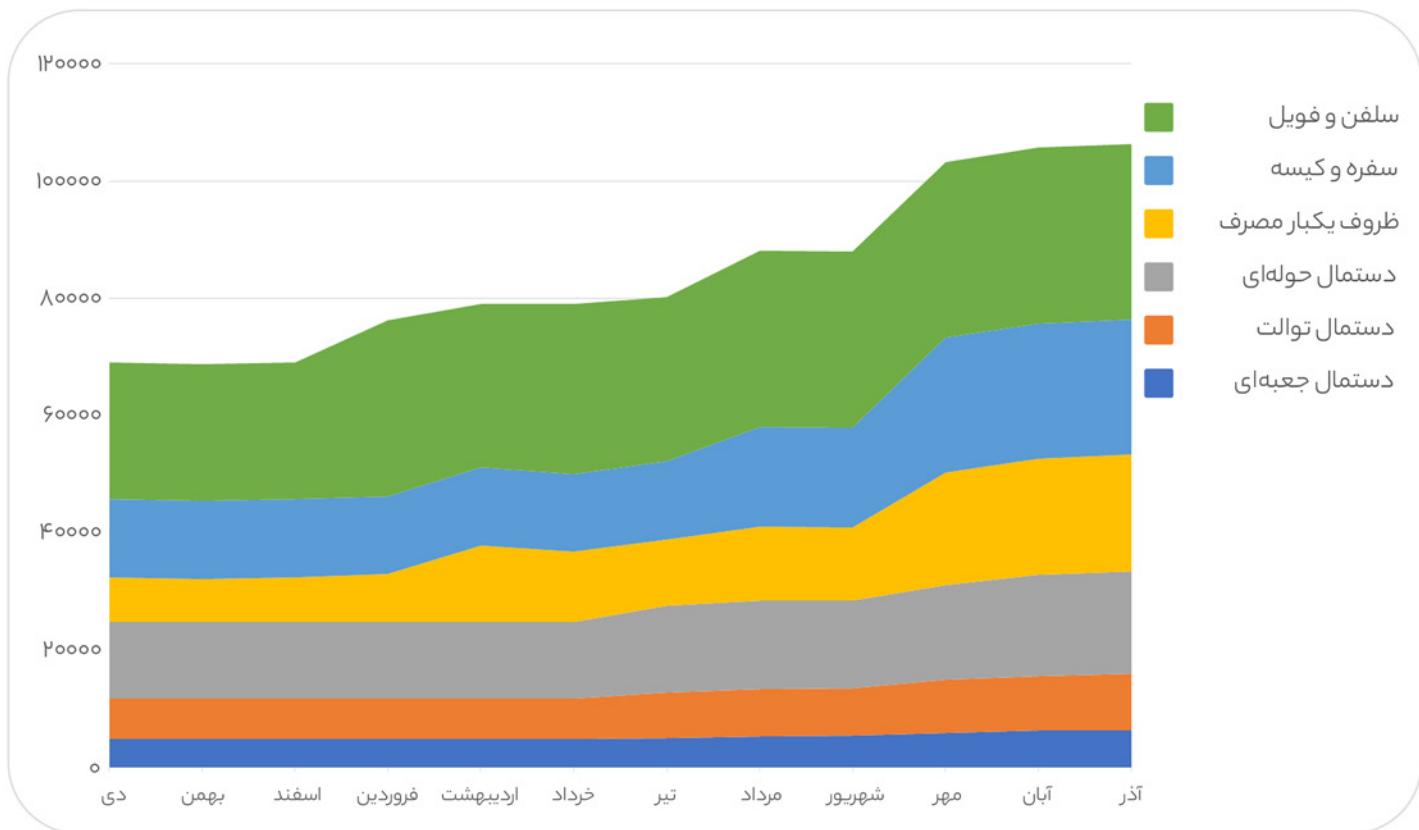
Home Supplies

رشد قیمت سالانه

ملزومات خانه

در این گروه کالاهایی مانند انواع دستمال و کالاهای یکبار مصرف در نظر گرفته شده‌اند. نرخ رشد قیمت این دسته به طور کلی ۶۱٪ است و بیشترین تغییرات قیمت به ظروف یکبار مصرف تعلق دارد که البته جزو کالاهای ضروری در سبد خرید خانواده‌ها محسوب نمی‌شود. دستمال جعبه‌ای و توالت که اهمیت بیشتری دارند در حدود ۳۵٪ افزایش قیمت داشته‌اند.

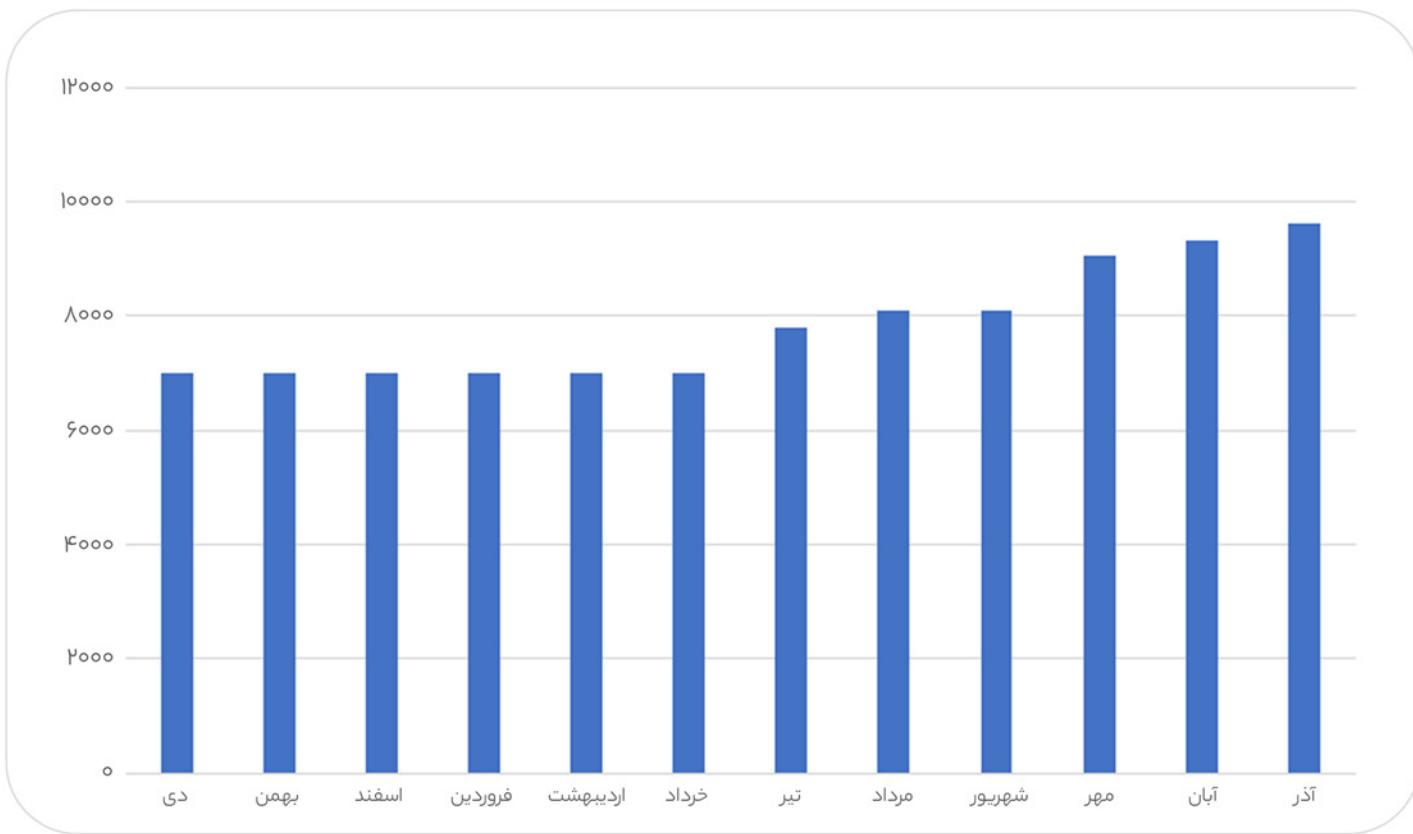
**نرخ رشد قیمت ملزومات خانه
۶۱٪**





نرخ رشد قیمت دستمال توالت

۳۷%





Annual price growth
Beverages





نرخ رشد نوشابه

100%

نرخ رشد نوشیدنی‌ها

در سالی که گذشت نوشابه و آبمیوه هم از رشد شدید قیمت‌ها بی‌نصیب نماندند و این روزها بیشتر از دو برابر قیمت آن‌ها در سال ۹۸ به فروش می‌رسند.



۶۴%



دعا

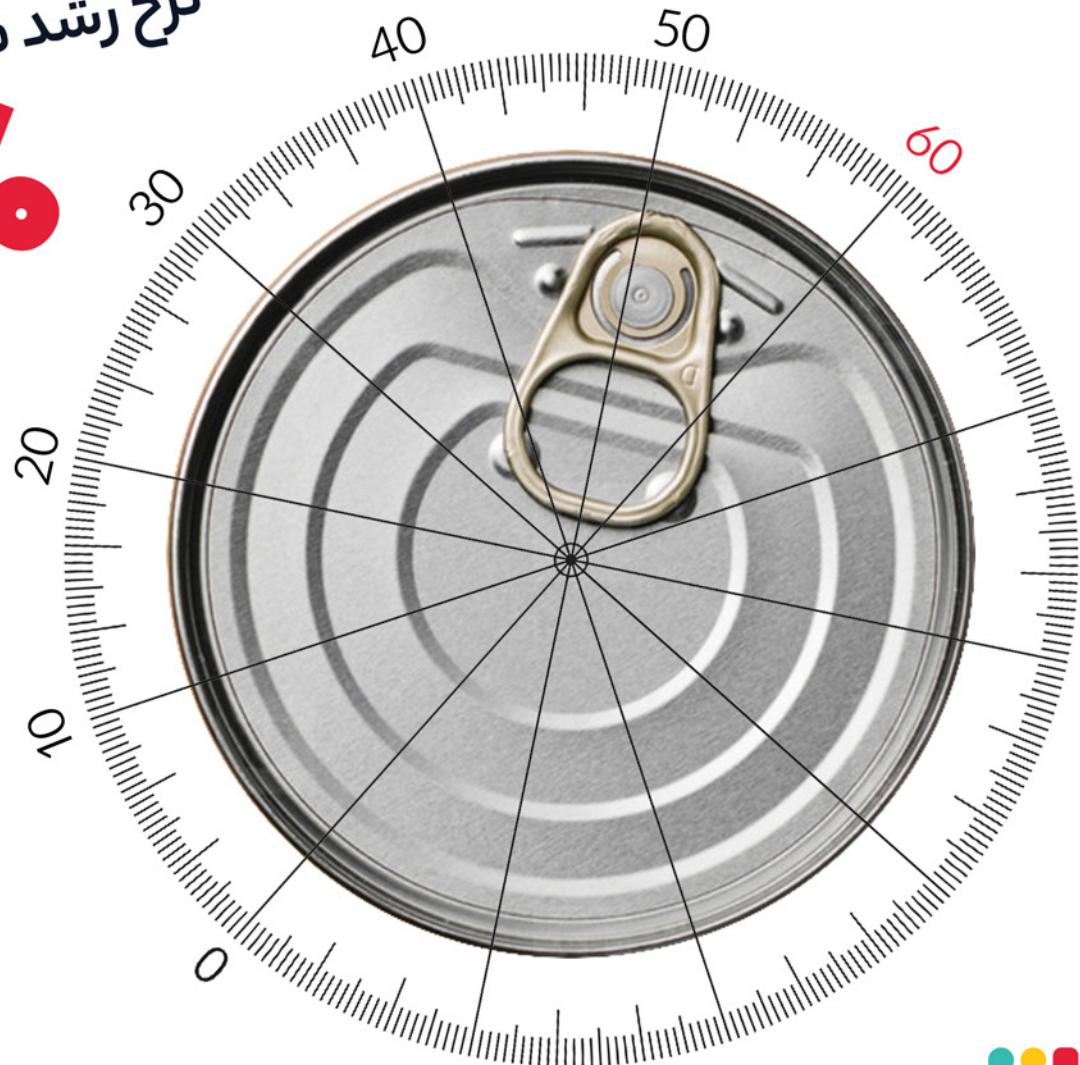
رشد قیمت سالانه
کنسرو

Canned
Annual price growth



یکی از کالاهایی که رشد قیمت آن امسال خبرساز شد، کنسرو تن ماهی است. تن ماهی که تا پیش از این یکی از غذاهای فوری و پرطرفدار بین دانشجویان بود امسال به عنوان یک غذای لوكس، در حال حذف شدن از سبد خرید افراد است. نوسانات ارز و گران شدن آهن و در نتیجه افزایش هزینه‌ی ساخت قوطی کنسرو از جمله دلایلی است که باعث شده برخی برندهای معروف تولید کنسرو تن ماهی را متوقف کنند و این کالا در بازار به ندرت و با قیمت بسیار بالا به فروش برسد.

نرخ رشد قیمت کنسروها
۹۰%



نرخ رشد قیمت تن ماهی

100%



Basic Family Basket





سبد کالای اساسی خانواده

ما در گزارش سالانه‌ی پینکت که با هدف بررسی رشد قیمت‌ها و تأثیر آن بر سبد خرید خانوارهای ایرانی تهیه شده، تمام محصولات سوپرمارکت و میوه و ترهبار را که در سایت پینکت از دی ماه سال ۹۸ تا بهمن ۹۹ خریداری شدند، بررسی کردیم. بعد از بررسی فروش این محصولات و با توجه به هرم غذایی، دسته‌ای را با عنوان «سبد کالاهای اساسی خانواده» تعریف کردیم که شامل تعدادی از کالاهای ضروری از چهار گروه خورد و خوراک، میوه و صیفی جات، بهداشتی و شوینده است. سبد کالاهای اساسی خانواده شامل تمام کالاهای ضروری و مصرفی یک خانواده‌ی ۴ نفره در طول یک ماه است. کالاهایی که برای خوردن، بهداشت شخصی و نظافت خانه استفاده می‌شوند. مقدار مصرف هر یک از این محصولات بنابر گزارش‌های منتشر شده بررسی و در نهایت به شکل تجربی عددی در نظر گرفته شده است.

۲۱g

8 kg

11 kg

21g عدد ۷۰۵ گرمی

1liter |

1liter |

500 g

1kg |

2kg ||

2kg ||

1000 mliter |

2 num ||

1Pack |

900 g

قند

برنج

ماکارونی

روغن سرخ کردنی

روغن

چای

گوشت ران

ران مرغ

سینه مرغ

صابون

ماست دبهای

سویا

عدس

10 kg

4 kg

8 kg

10 kg

8 kg

10 kg

900 g

800 g

4 num

1000 g عدد ۵۵۰ گرمی

200 g عدد ۱۰۰ گرمی

4 rolls

4 liter عدد ۱ لیتری

3200 g عدد ۴۰۰ گرمی

1 num

1liter |

900 g

27kg

45kg

60 num

بادمجان

کاهو

خیار

پیاز طلایی

گوجه

سیب زمینی

جو

رب گوجه

شامپو

پودر ماشین

کره

دستمال توالی

شیر

پنیر

خمیر دندان

مایع دستشویی

لپه

میوه

نان

تخم مرغ

*

kg کیلوگرم
g گرم

num عدد
pack بسته

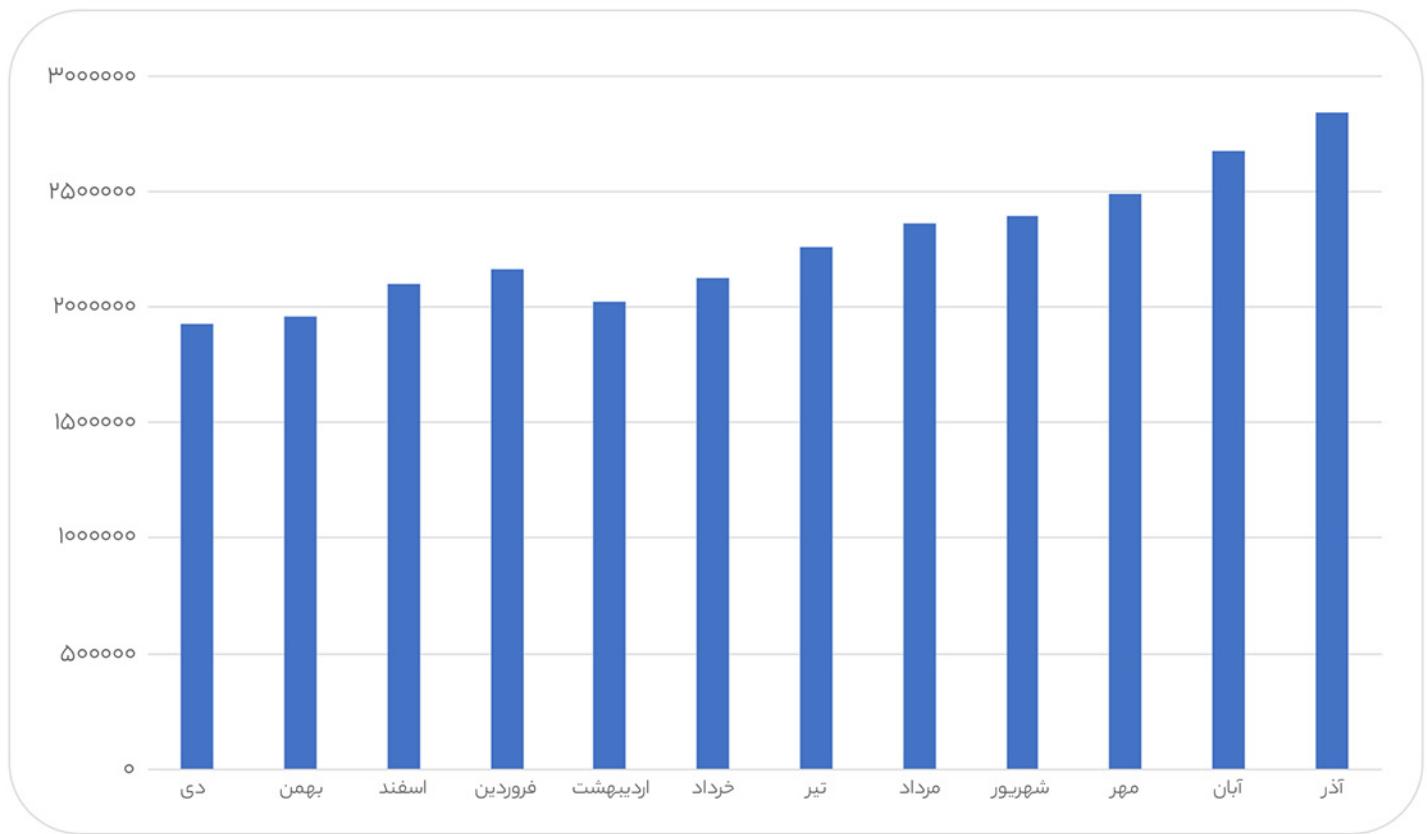
liter لیتر
mliter میلی لیتر

rolls رول





نرخ رشد قیمت سبد کالای اساسی خانواده
۱۴۷%



رشد قیمت سالانه

پروتئین

Annual price growth

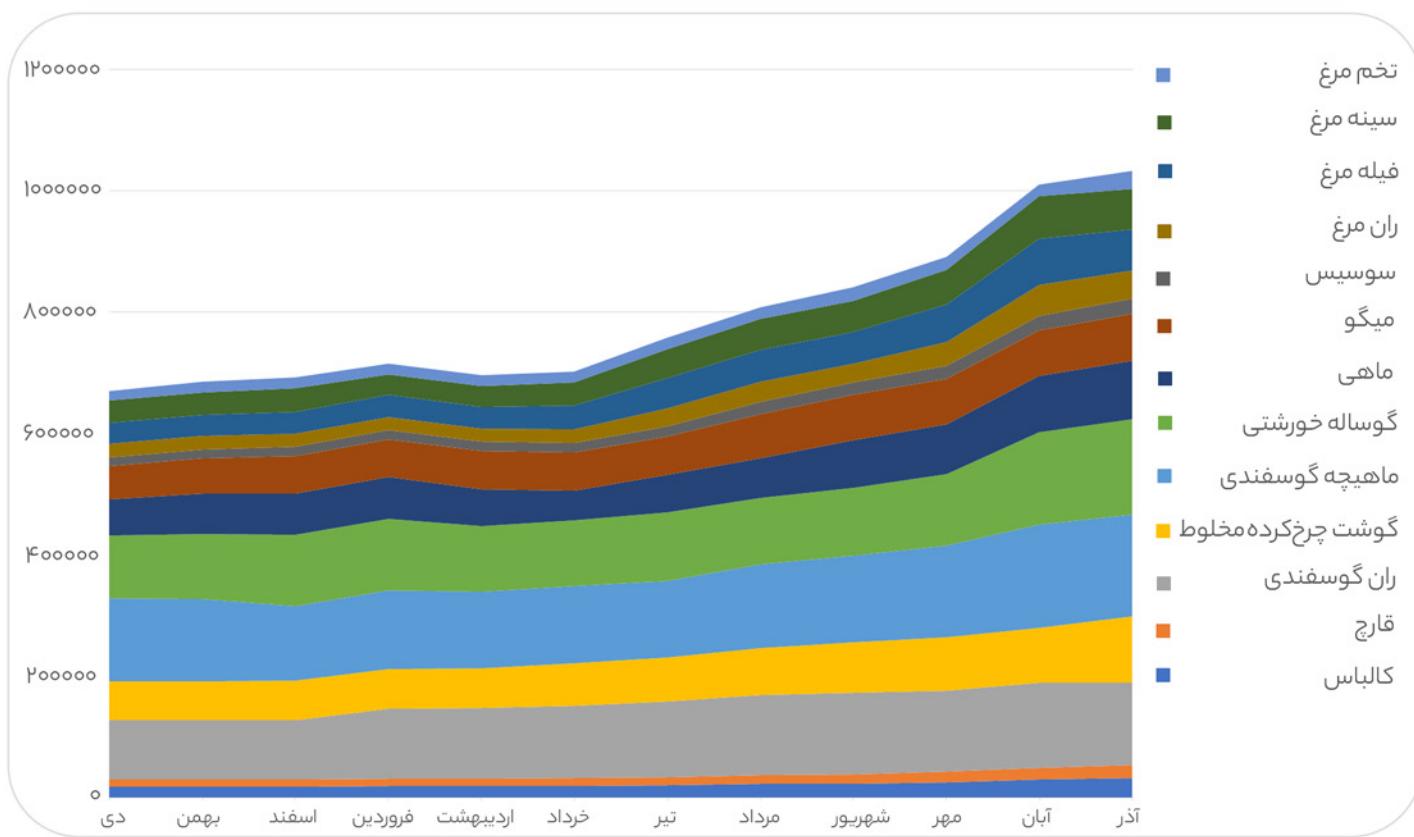
Protein



سبد خرید پروتئین مردم در خطر جدی کوچکشدن است! مصرف محصولات پروتئینی که گروه ضروری و مهمی در هرم غذایی به حساب می‌آیند، در سال‌های اخیر روزبه روز کمتر شده است. در چند سال اخیر با گرانشدن گوشت، مرغ و ماهی در سفره‌ی خانواده‌ها جایگزین شده بود اما امسال رشد ۱۰۰٪ قیمت محصولات مرغی سفره‌ی غذایی خانواده‌ها را از همیشه کوچکتر کرده و سلامت غذایی آن‌ها را به خطر انداخته است.

نرخ رشد قیمت پروتئین

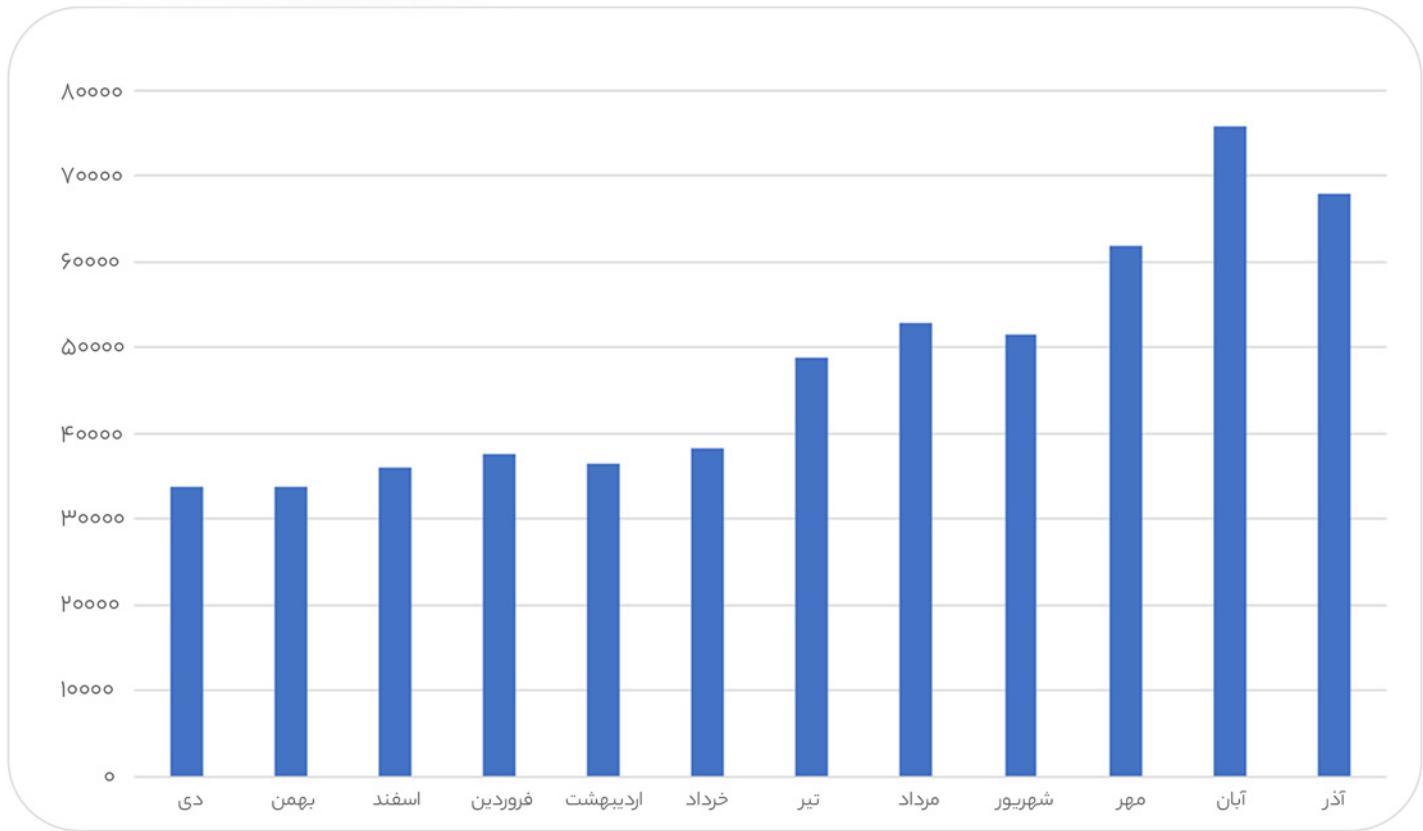
۶۸%

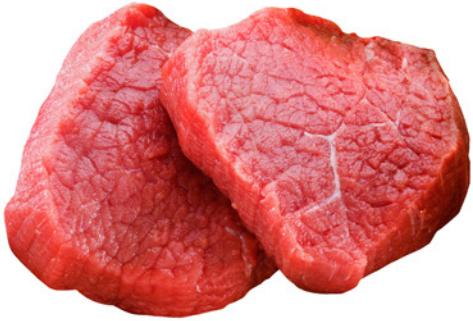




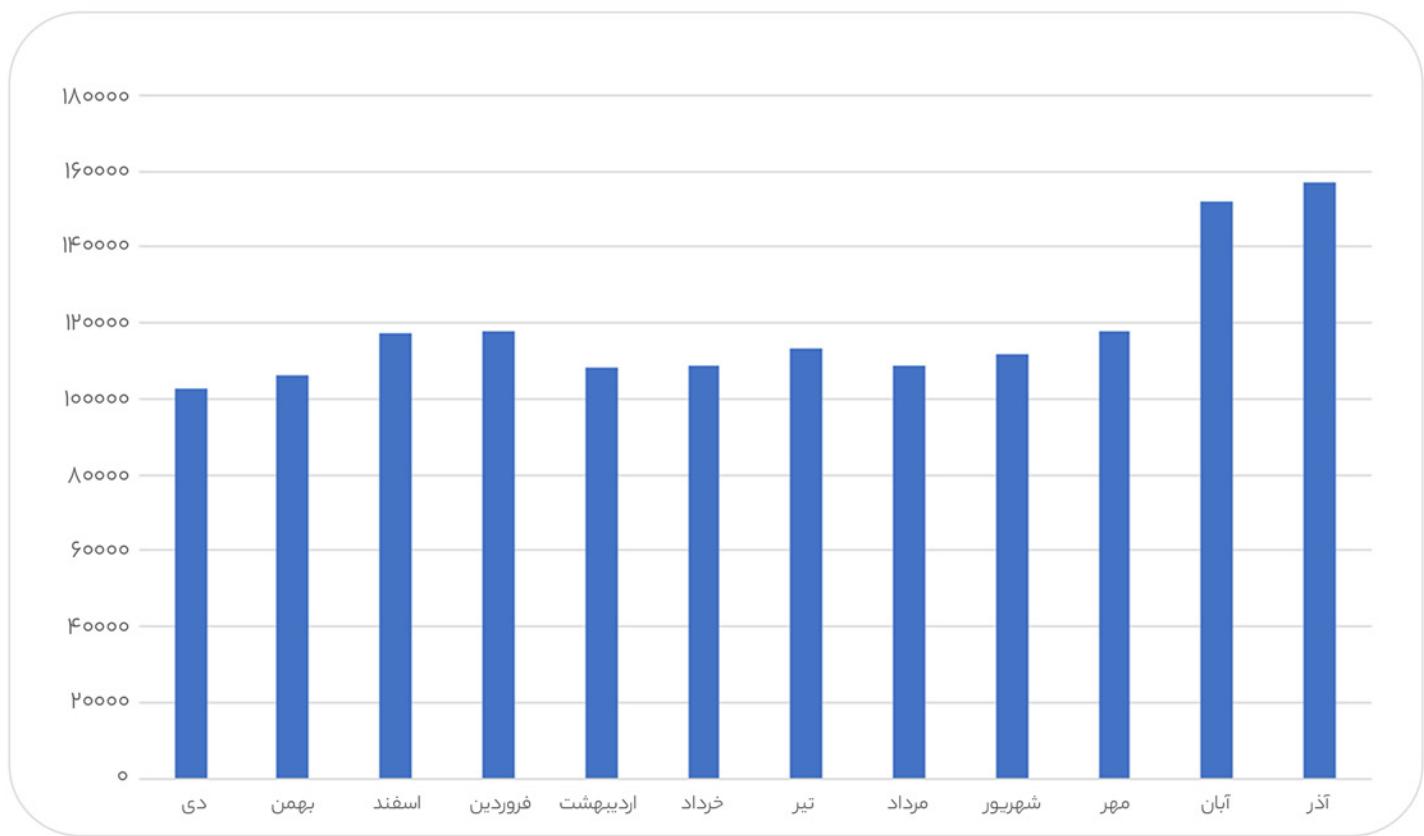
نرخ رشد فیله مرغ

۱۰۰%



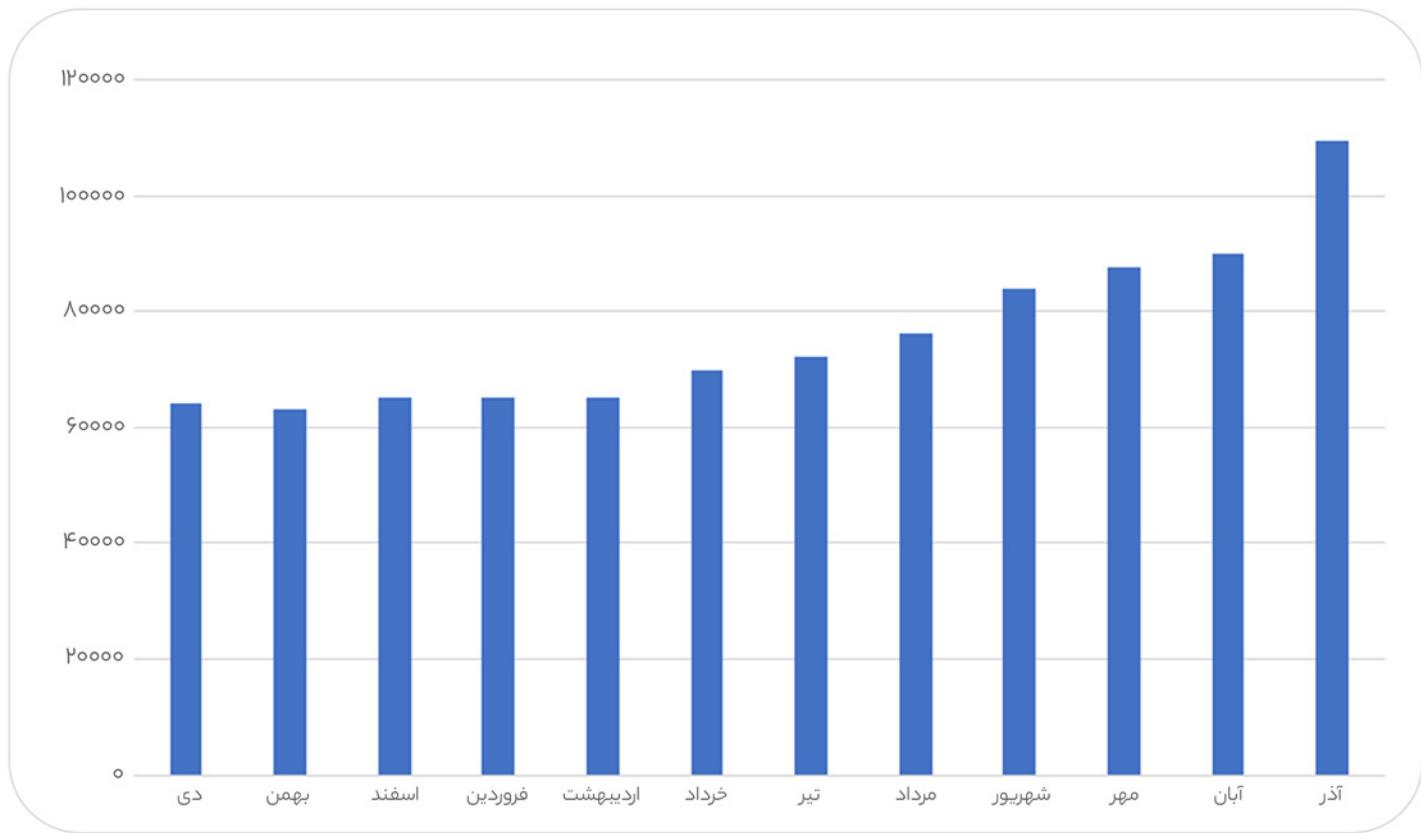


نرخ رشد قیمت گوشت گوساله خورشتی
۵۲%





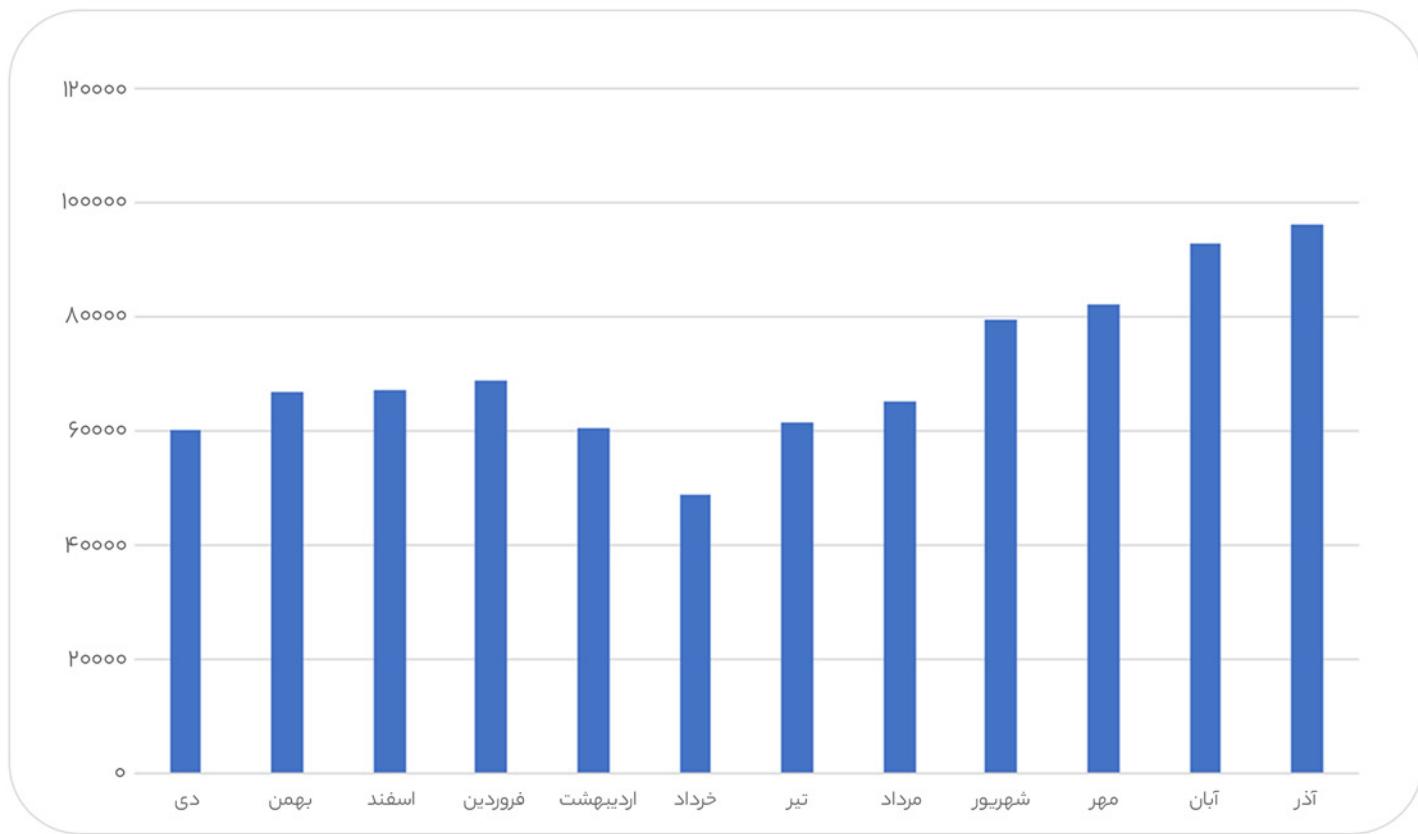
نرخ رشد قیمت گوشت چرخ کرده مخلوط
۷۰%

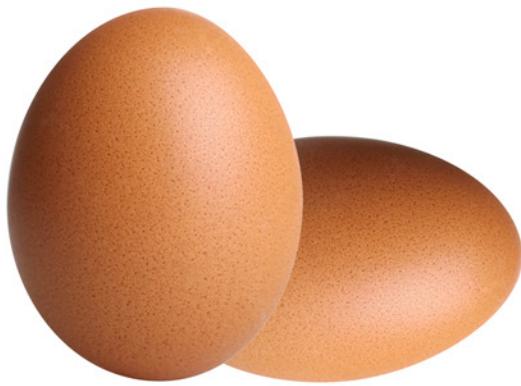




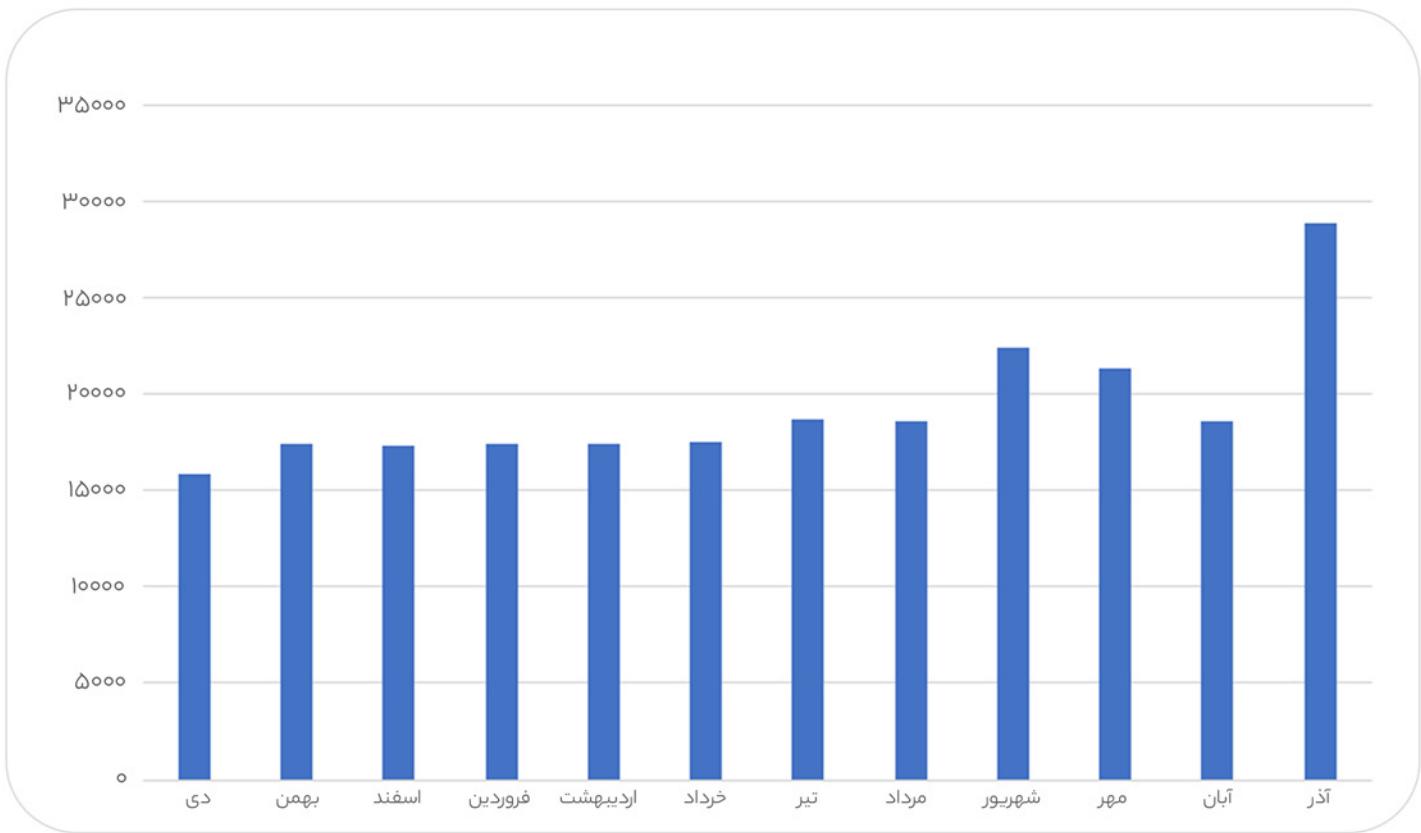
نرخ رشد قیمت ماهی

۶۰%





نرخ رشد تخم مرغ
۸۱%



Annual price growth

Grocery

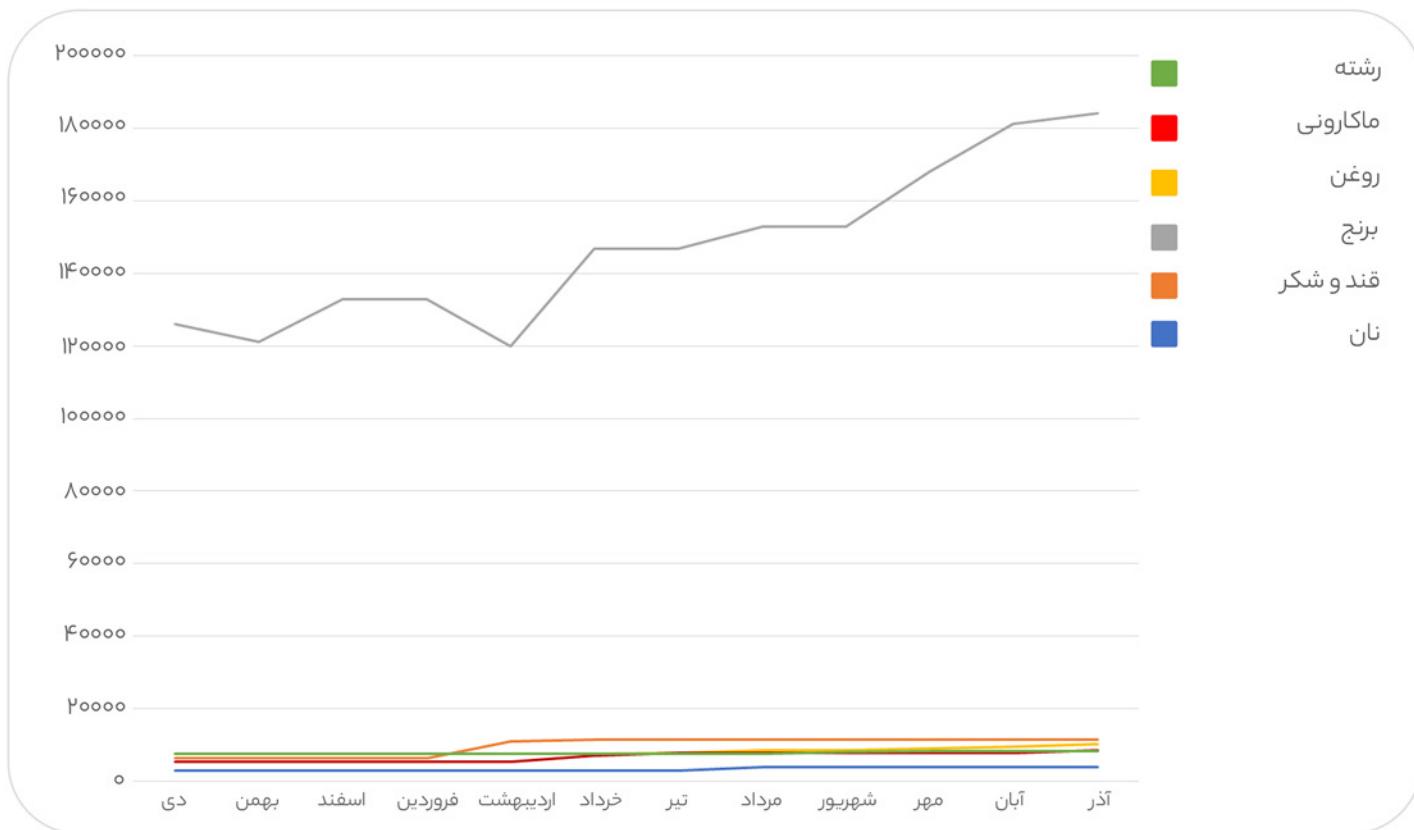
رشد قیمت سالانه

واروبار
ضروری

بگاهی همیز

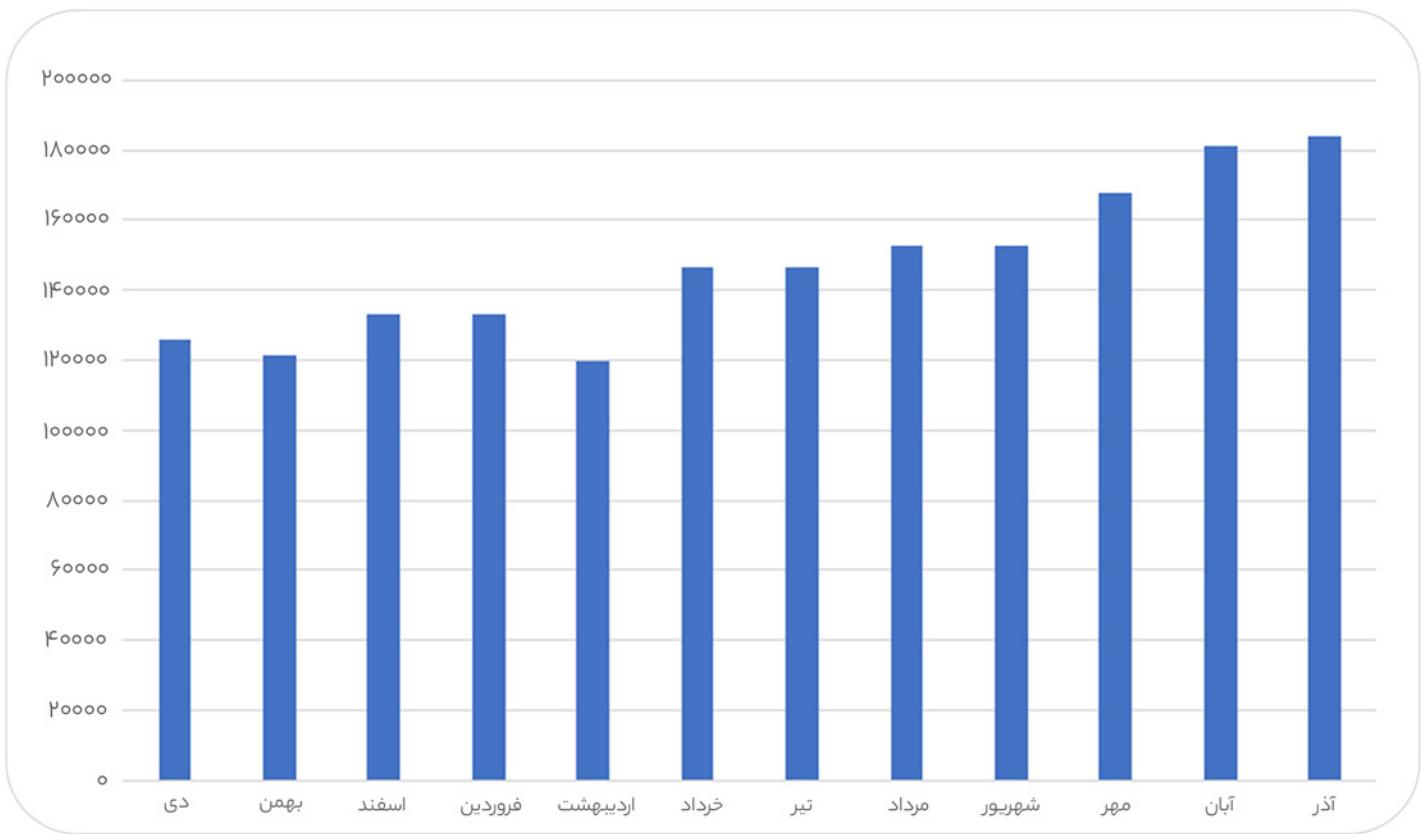
خواربار ضروری شامل نان، قند و شکر، برنج، روغن، ماکارونی و رشته است که در برنامه‌ی غذایی روزانه‌ی یک خانواده همه یا اکثر آن‌ها مصرف می‌شود. اکثر اقلام این گروه جزو سطح یک هرم غذایی هستند و بیشترین واحد غذایی یعنی ۱۱ واحد در روز را دربرمی‌گیرند، بنابراین رشد ۱۴۳٪ آن‌ها تأثیر مستقیم و زیادی را در سبد خرید افراد دارد.

**نرخ رشد قیمت خواروبار ضروری
۱۴۳٪**





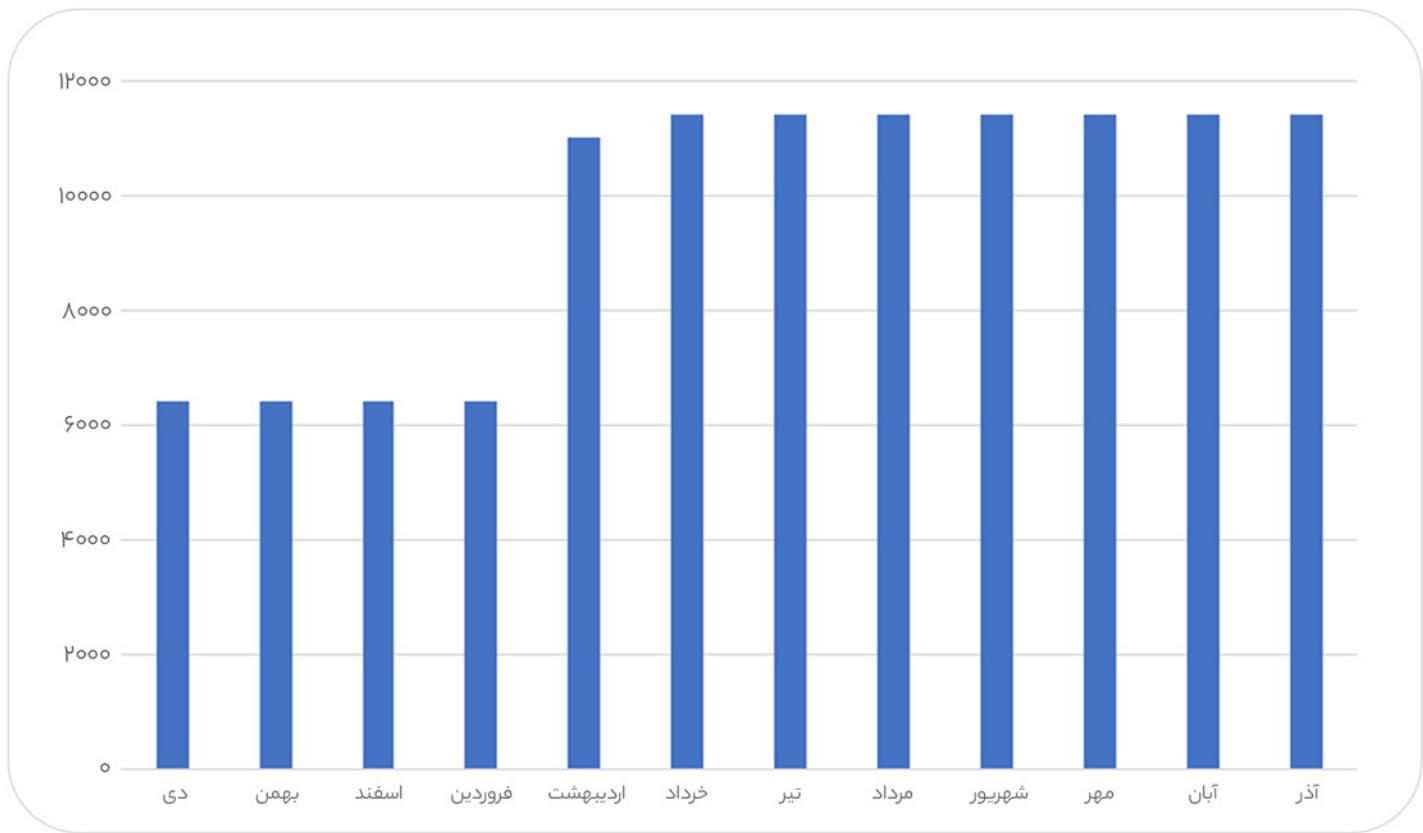
نرخ رشد قیمت برنج
۱۴۶%





نرخ رشد قیمت قند و شکر

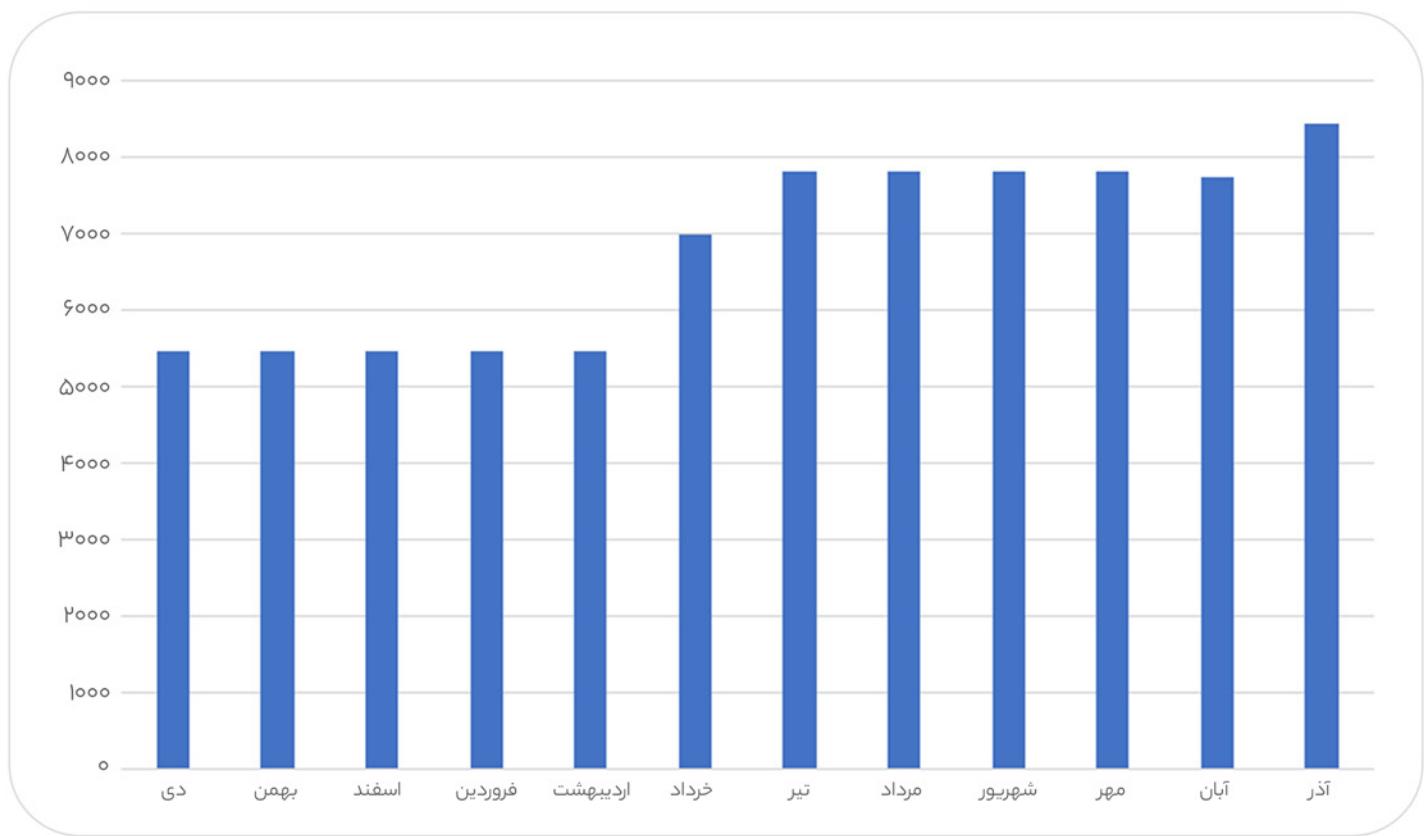
۷۸%





نرخ رشد قیمت ماکارونی

۵۴%



کالا مارکیٹ اپنے شعبوں پر
The best-selling goods

SOLD OUT

SOLD OUT

از بررسی تمام کالاهایی که از دی ۹۸ تا بهمن ۹۹ در پینکت به فروش رسیدند، پرفروش‌ترین کالاهای شامل موارد زیر است:



۸. قارچ



۹. فیله مرغ



۱۰. سس کچاپ



۱۱. ماست



۱۲. شیر



۱۳. روغن



۱. کره



۲. تخم مرغ



۳. گوشت چرخ کرده



۴. سینه مرغ



۵. ساقه طلایی



۶. پنیر فتا



۷. ران مرغ



درباره‌ی پینکت

پینکت یک پلتفرم چند وجهی برای خرید آنلاین از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و میادین میوه و ترهبار است که فعالیت خود را از بهمن ۹۷ آغاز کرده است. پینکت با فروشگاه‌های نظری شهروند، هایپرمی، فامیلی مارکت، باغ میوه‌ی ایرانی، میوه‌بار و افق کوروش همکاری کرده است. آنچه که پینکت را از دیگر مارکت‌های آنلاین خواروبار متمایز می‌کند، حضور نیروهای حرفه‌ای خرید به نام «خریدیار» است.

خریدارها قبل از شروع کار در پینکت، آموزش خرید می‌بینند و در هنگام خرید در ارتباط با مشتری هستند. توضیحات آن‌ها را می‌خوانند، سفارش آن‌ها را مطابق سلیقه‌ی او شخصی‌سازی می‌کنند، مشتری را از کیفیت محصولات باخبر می‌کنند و در صورت نبود کالا برای جایگزین کردن آن با کالای دیگر نظر مشتری را جویا می‌شوند. خریدارهای پینکت در فروشگاه‌ها و میادین میوه و ترهبار مستقر و آماده‌ی دریافت سفارش مشتری‌ها هستند. آن‌ها بهترین و تازه‌ترین کالاهای را برای مشتری‌ها دست‌چین می‌کنند و به دست پیکهای پینکت می‌رسانند تا آن‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن سفارش مشتری‌ها را در منزل یا شرکت به دستشان برسانند.

بعد از نصب اپلیکیشن یا ورود به وبسایت پینکت و مشخص کردن محل ارسال سفارش، نزدیک‌ترین فروشگاه‌های هر محله به مشتری نشان داده می‌شود که می‌تواند به هزاران محصول موجود در آن‌ها دسترسی پیدا کند. خرید از پینکت یک سبک جدید برای خرید است. در این سبک جدید خرید، علاوه بر اینکه در وقت و هزینه‌ی مشتری صرفه‌جویی می‌شود، شرایطی به کمک خریدارها برای مشتری‌ها فراهم می‌شود که گویی خود آن‌ها در فروشگاه در حال خرید هستند.

از سوی دیگر تعریف شغل جدید خریدار در پلتفرم آنلاین پینکت، یک کارآفرینی جدید برای علاقه‌مندان به خرید کردن محسوب می‌شود که می‌توانند به شکل تمام‌وقت یا پاره‌وقت به آن مشغول و از آن کسب درآمد کنند. خرید کردن می‌تواند یک فعالیت لذت‌بخش یا عذاب‌آور باشد. پینکت در تلاش است کسانی را که علاقه‌ی یا وقتی برای خرید کردن ندارند با کسانی که علاقه‌مند به خرید کردن هستند، آشنا کند. پینکت معتقد است همه باید از خرید کردن لذت ببرند.

