

*
گزارش
سالیانه بینکت از
بازار کالاهای
تد مصرف (FMCG) ایران
از دی ماه ۹۸ تا بهمن ۹۹



فهرست

مقدمه

متدولوژی گزارش

هرم غذایی

هرم غذایی پینکت

نرخ رشد قیمت میوه و صیفی جات

نرخ رشد قیمت مواد شوینده

نرخ رشد انواع حبوبات

محبوب ترین برندها

نرخ رشد قیمت آجیل ها

نرخ رشد قیمت تنقلات

نرخ رشد قیمت لبنیات

نرخ رشد قیمت سبد صبحانه ی خانوار

نرخ رشد قیمت انواع چاشنی ها

نرخ رشد قیمت ملزومات خانه

نرخ رشد قیمت نوشیدنی ها

نرخ رشد قیمت کنسرو و غذاهای آماده

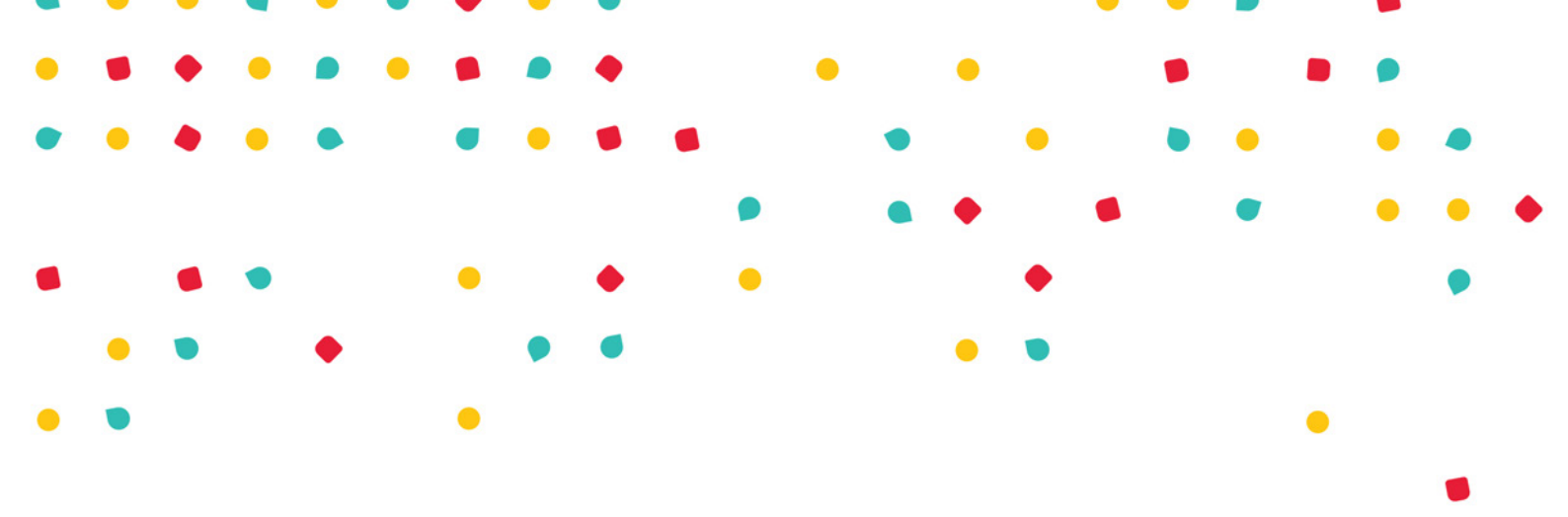
نرخ رشد قیمت سبد اساسی کالاهای خانوار

نرخ رشد قیمت پروتئین

نرخ رشد قیمت خواربار

پرفروش ترین کالاهای سال گذشته

درباره ی پینکت



مقدمه

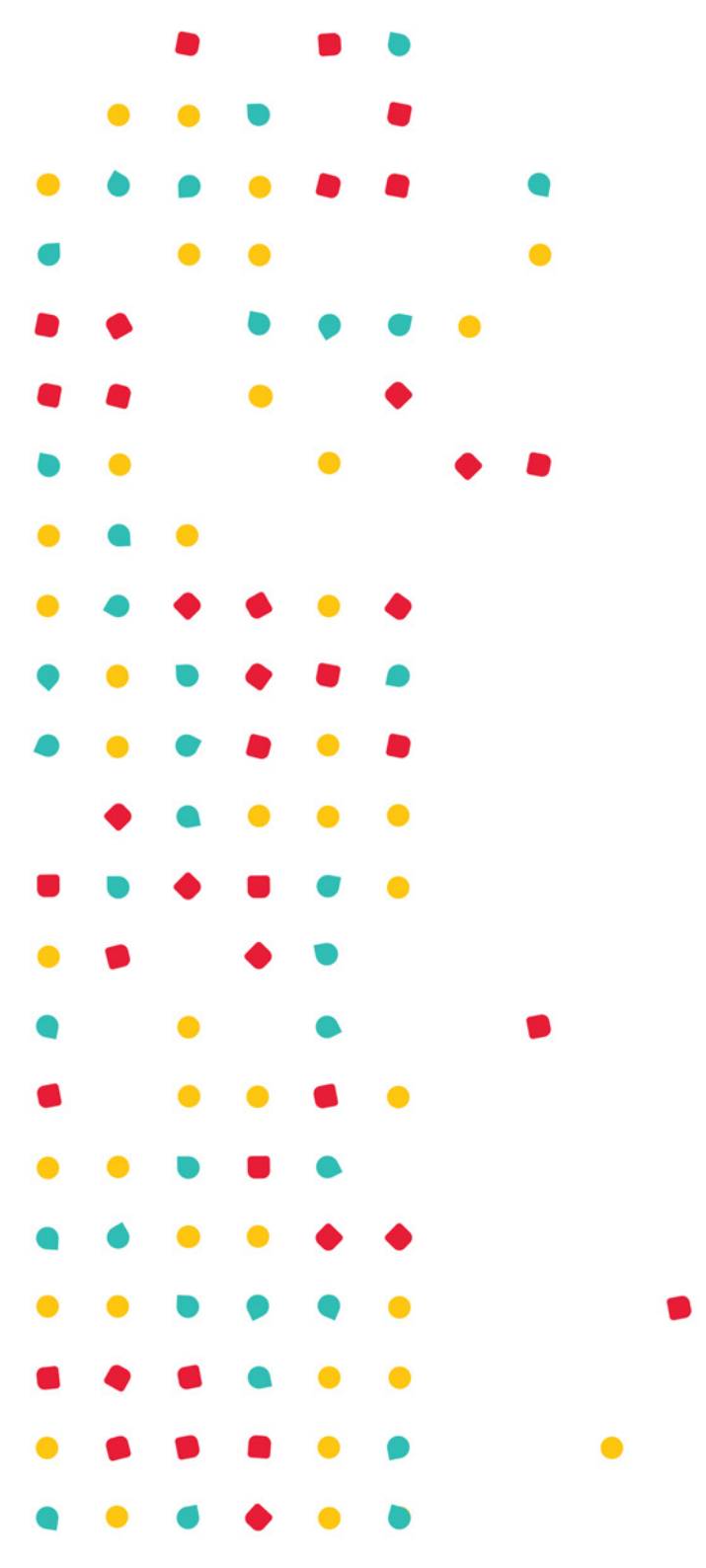
گزارشی که در ادامه می‌خوانید، اولین گزارش داده‌محور تصویری پینکت است که براساس داده‌های به‌دست آمده از قیمت روز فروشگاه‌های تحت پوشش پینکت در یک‌سال منتهی به بهمن ۱۳۹۹ تهیه شده است. این گزارش از چند بخش تشکیل شده که عمده‌ی مطالب آن را داده‌های به دست آمده‌ی روند نوسان قیمت محصولات تندمصرف، نظیر میوه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

آن‌چه این گزارش را حائز اهمیت می‌کند، ثبت روزانه‌ی نوسانات قیمت کالاهای موجود در قفسه‌های فروشگاه‌های معتبر 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 بر اساس قیمت‌های واقعی ثبت‌شده 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 روستاها دانست که این با واقعیت هزینه‌های طبقه‌ی متوسط شهری اختلاف‌های 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 مصورکردن 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 بینش‌محوری نظیر محبوب‌ترین کالاها و پرفروش‌ترین برندهای پلتفرم چندوجهی پینکت آورده شود.

از آنجایی که این گزارش اولین گزارش آماری تهیه‌شده 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 تندمصرف 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 تندمصرف میادین میوه و تره‌بار و فروشگاه‌های زنجیره‌ای تهران تهیه شده و داده‌های آن براساس قیمت روزانه‌ی ثبت‌شده 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 به صورت ماهیانه از دی ماه سال ۹۸ تا بهمن ۹۹ ثبت شده و با محاسبه‌ی تغییرات قیمت در این ۱۳ ماه، نرخ رشد قیمت آن محصول به دست آمده است. به عنوان مثال در گروه لبنیات، پرمصرف‌ترین کالاهای خریداری‌شده ماست، شیر، کشک، کره، پنیر و دوغ هستند. از هر یک از این کالاهای تغییرات قیمت پرفروش‌ترین آن‌ها نظیر ماست پگاه 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 میانگین گرفتن نرخ رشد کل کالاهای در آن دسته به دست آمد.



هرم غذایی The Food Pyramid

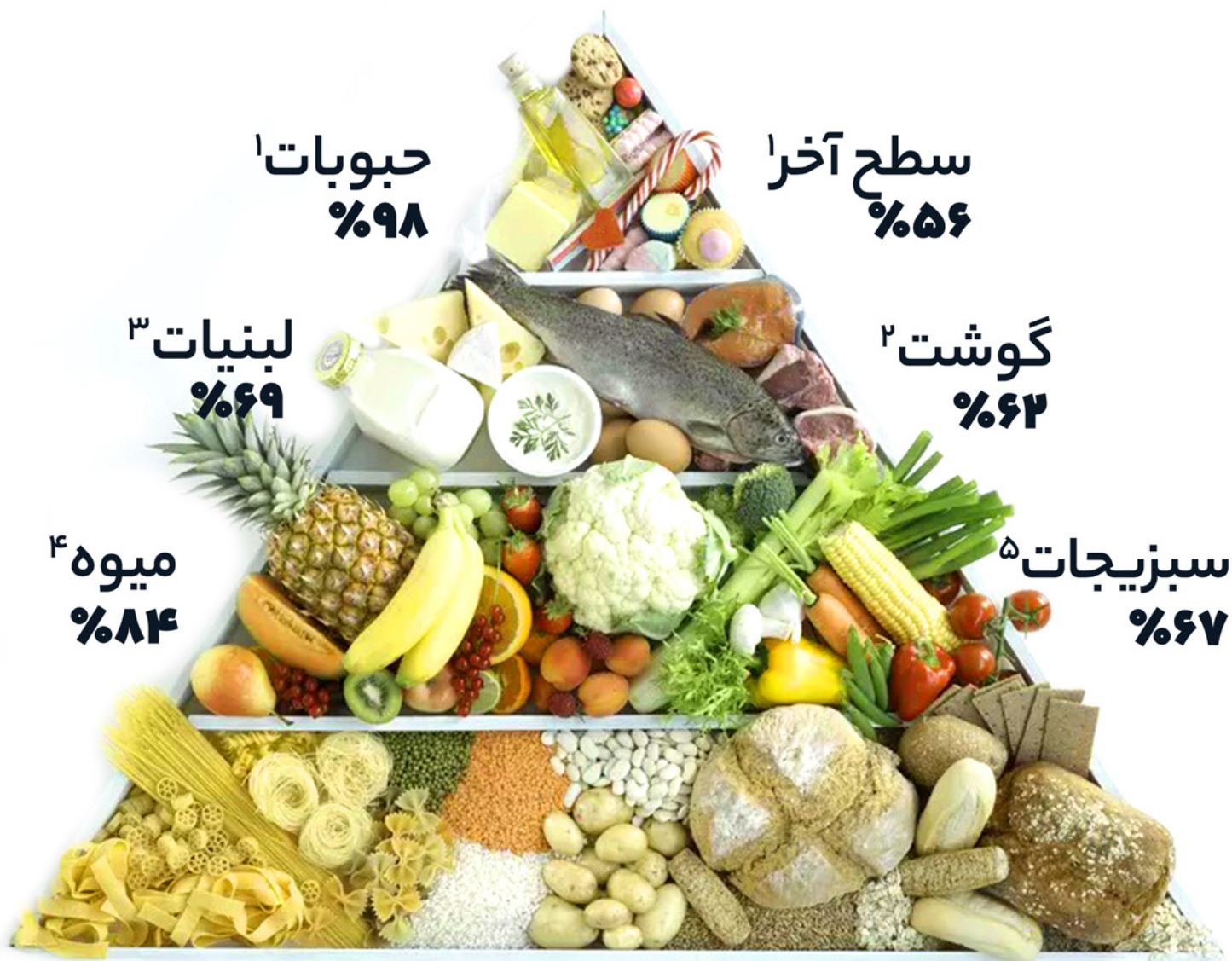


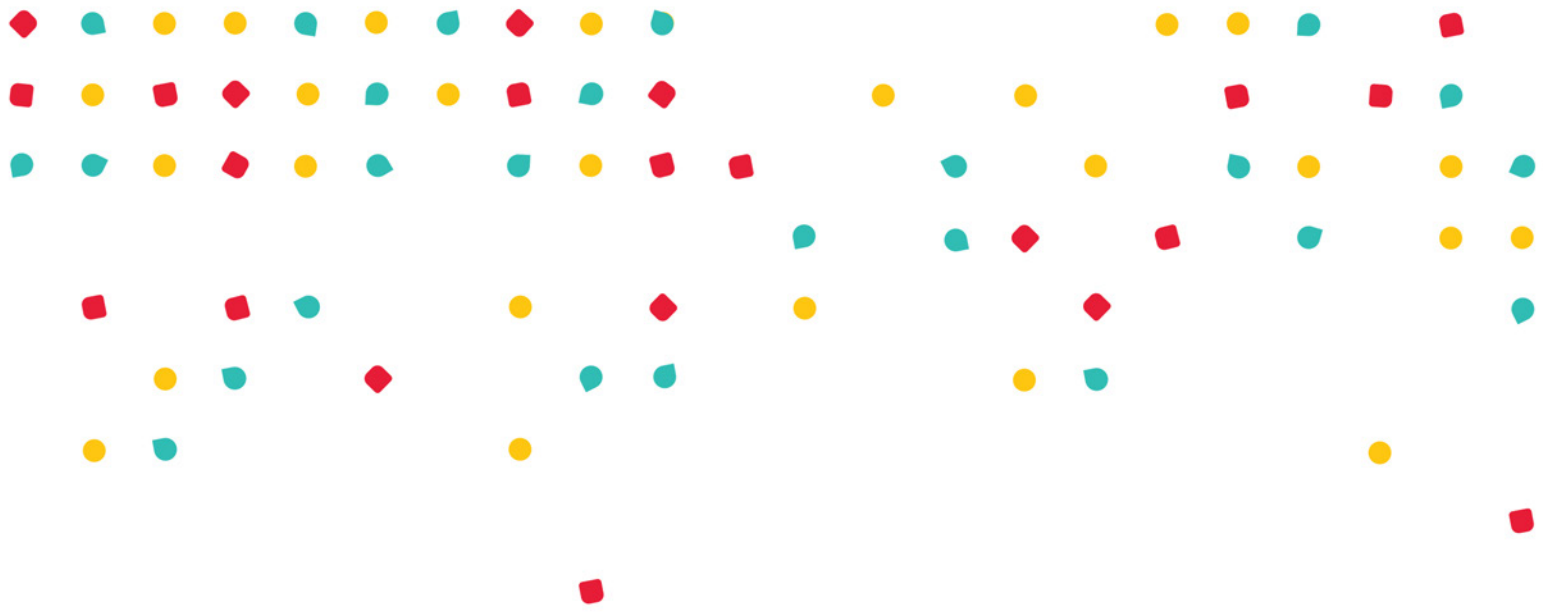
هرم غذایی

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 پیش‌پاافتاده‌ای 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 سنی‌شان 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 تخم‌مرغ، 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 دیگری استفاده کرد اما به هیچ‌وجه نمی‌توان مواد غذایی یک گروه را جایگزین گروه دیگر کرد.

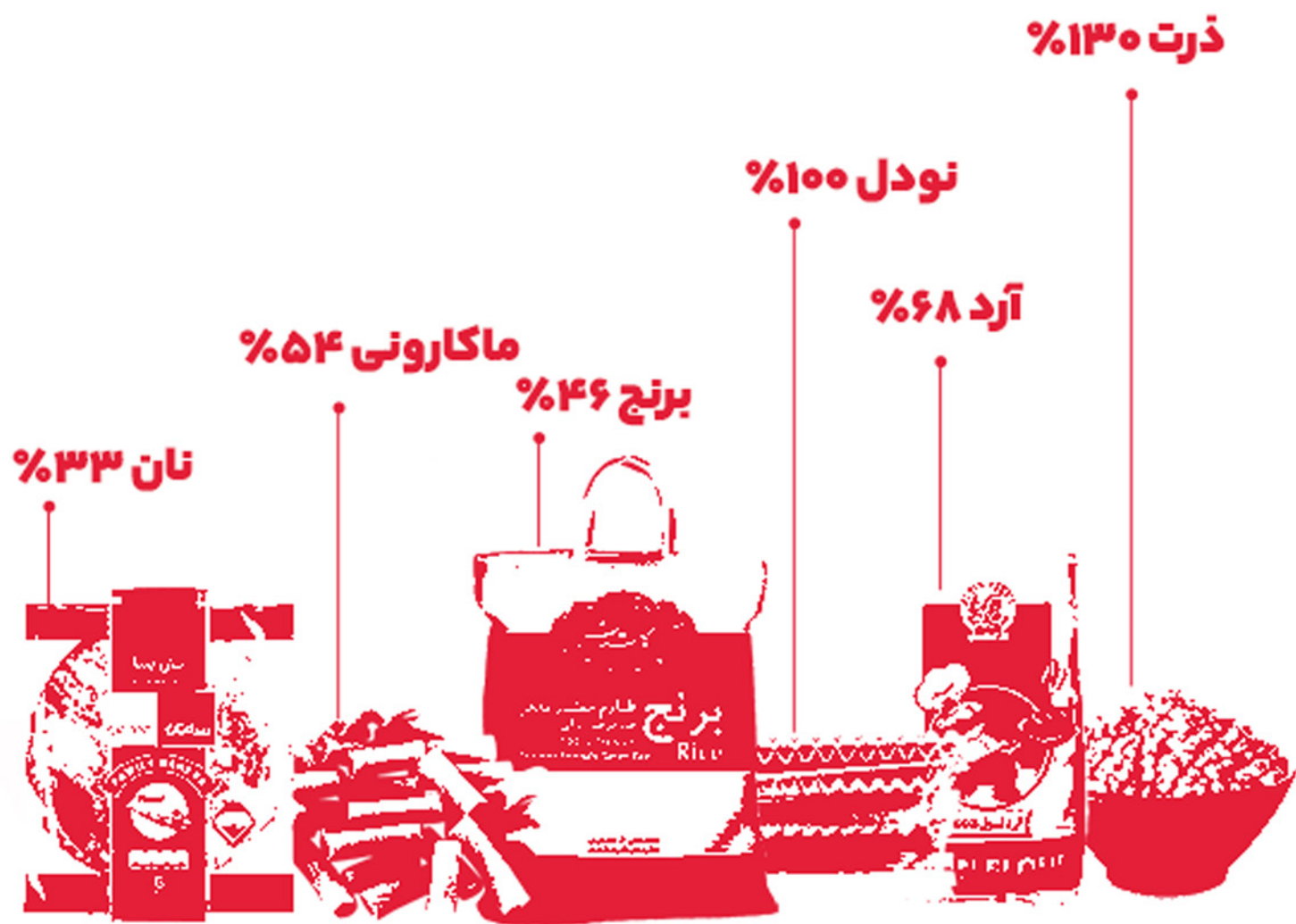




هرم غذایی پینکت

در هرم غذایی پینکت ما بر اساس دسته بندی هرم غذایی، پرمصرف ترین کالاهای سوپرمارکتی و میوه و تره باری را که در سایت پینکت به فروش رسیدند، به عنوان نمونه هایی از هر گروه غذایی در نظر گرفتیم. سپس با استفاده از هرم غذایی واحدهایی برای هر گروه تعریف شده است. برای سطح یک هرم غذایی که غلات و نان است، میزان مصرف توصیه شده ۱۱ واحد در روز، برای صیفی جات ۵ واحد در روز، برای میوه ۴ واحد در روز، برای لبنیات ۳ واحد در روز، پروتئین ۲ واحد در روز، حبوبات و دستهای 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



سبزیجات^۵



پرتقال ۱۷۹%

موز ۱۱۲%

گلابی ۱۰۹%

سیب سفید ۱۰۴%

سیب قرمز ۶۱%

انار ۴۴%

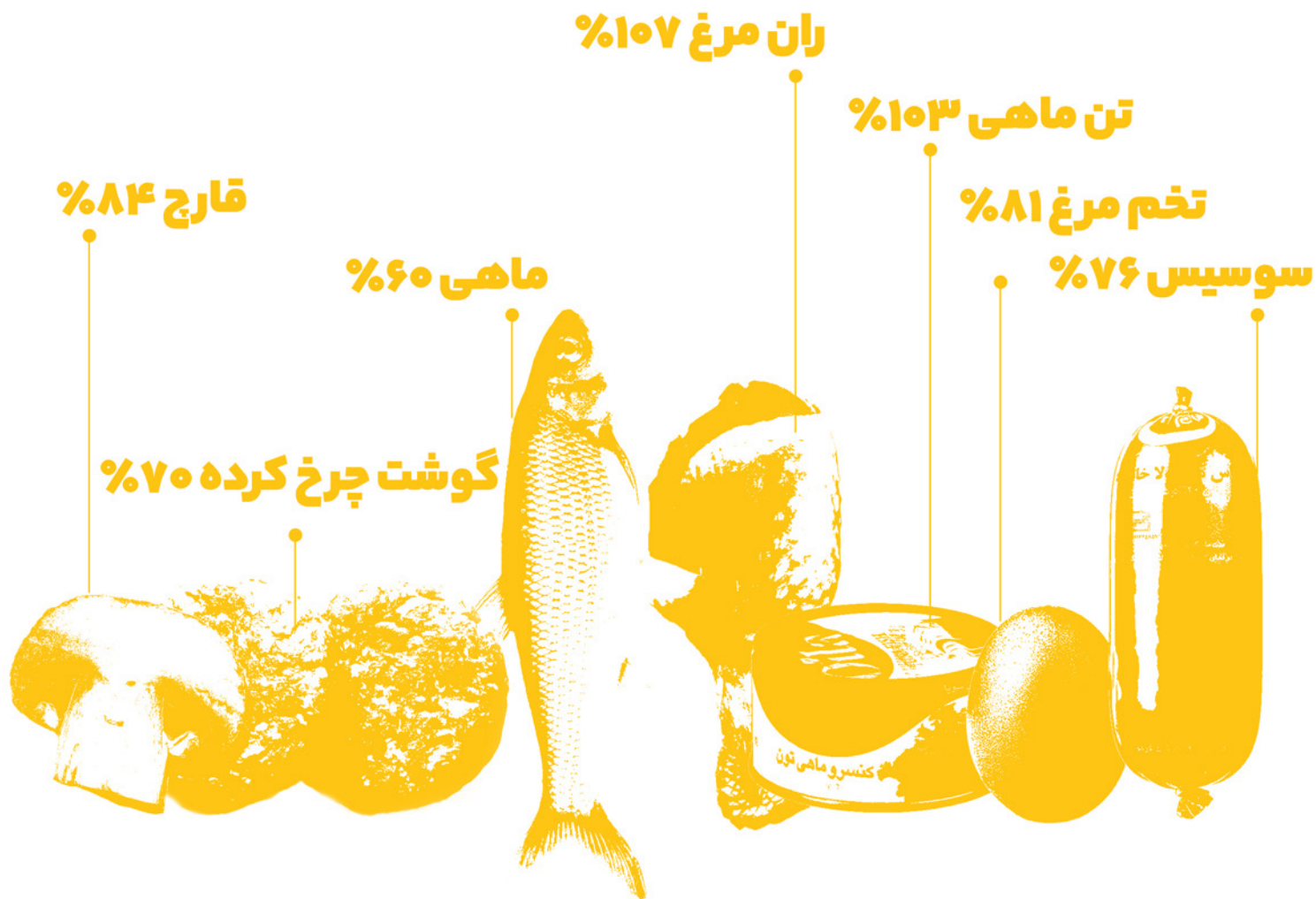


میوه ۴

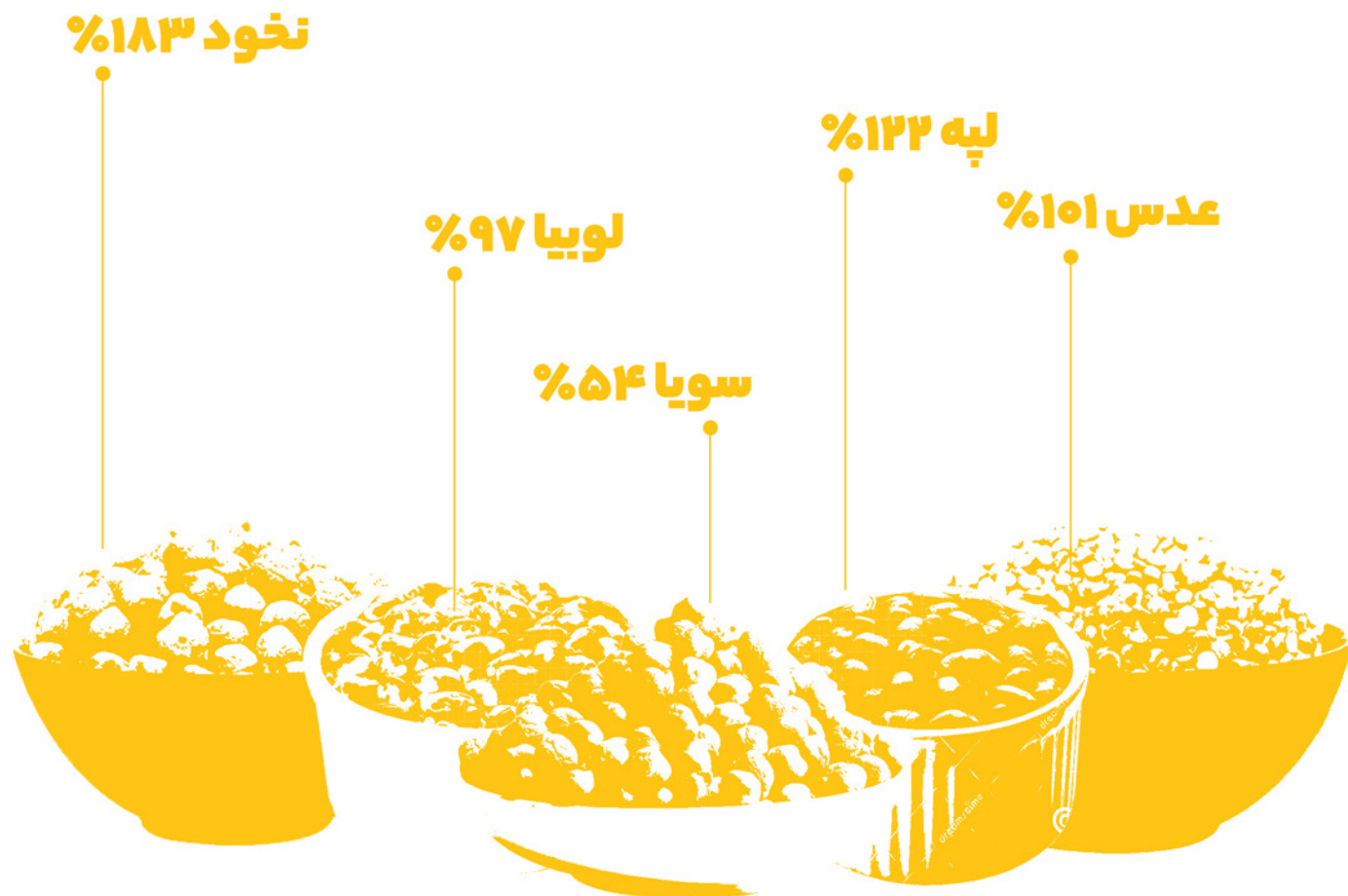




لبنیات^۳



گوشت ۲



حیویات^۱





سطح آخر





رشد قیمت سالانه

میوه و

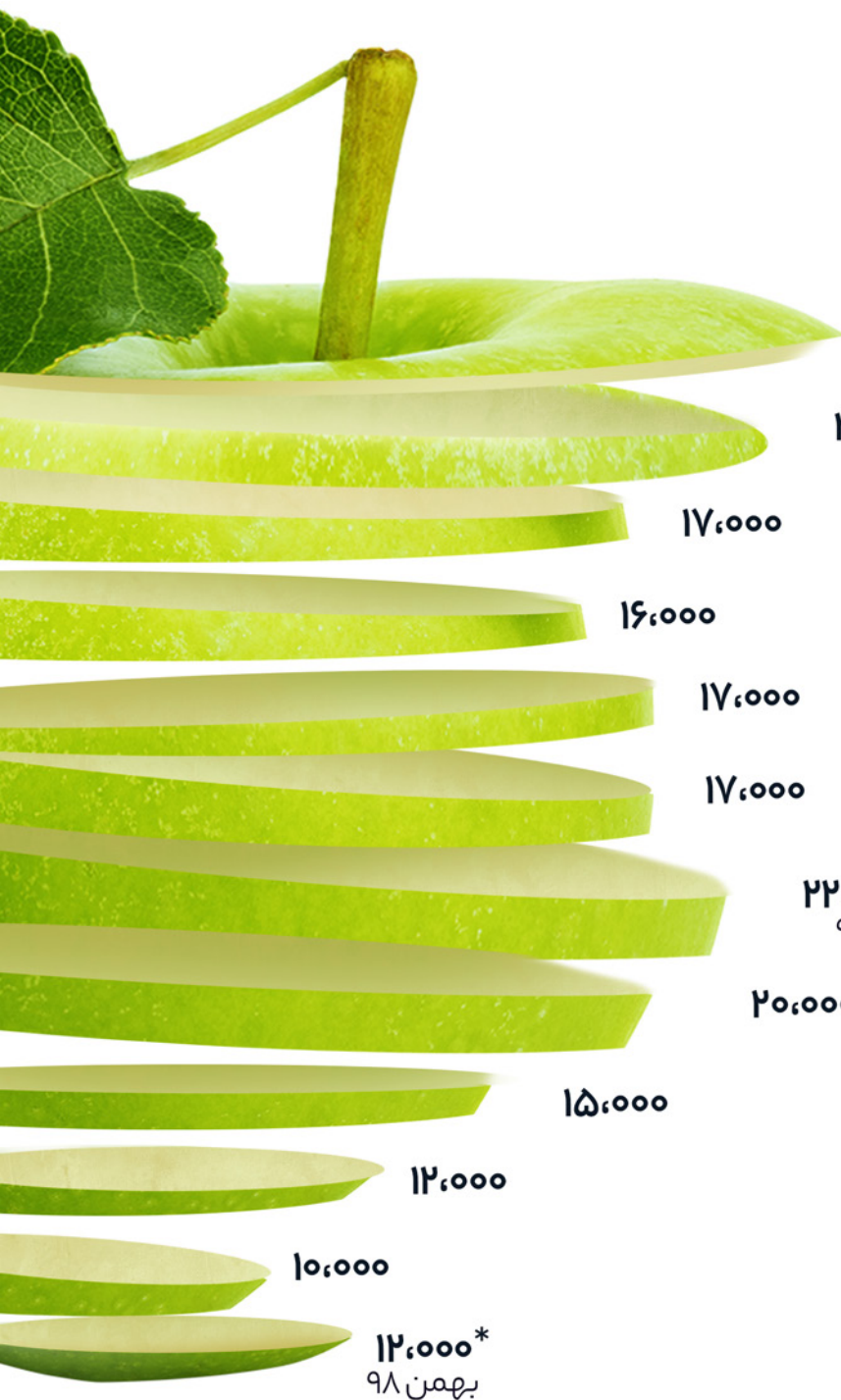
صیفی جات

Annual price growth

Fruits

%۱۰۴

نرخ رشد قیمت



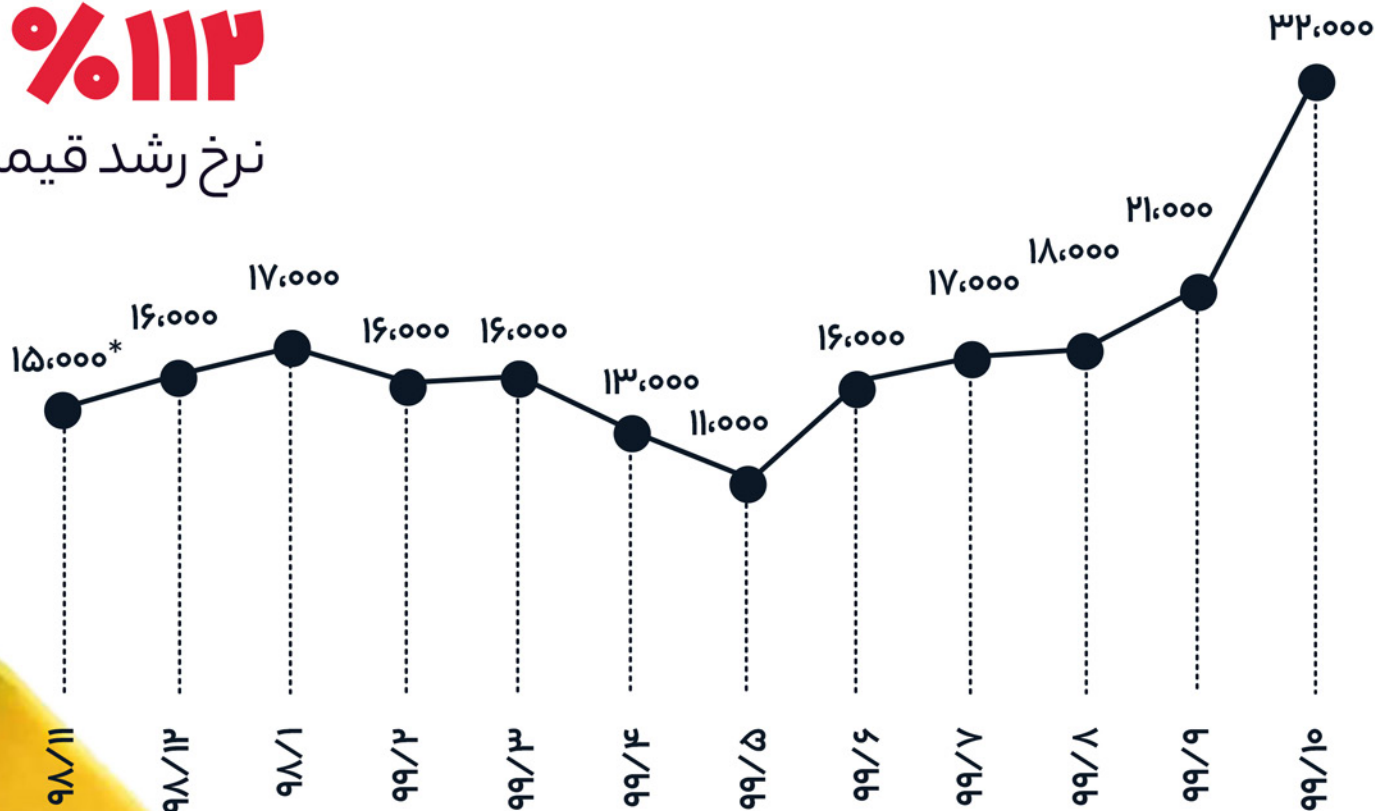
نمودار قیمت

سبب سفید دماوند
* قیمت‌ها به تومان است.



%۱۱۲

نرخ رشد قیمت

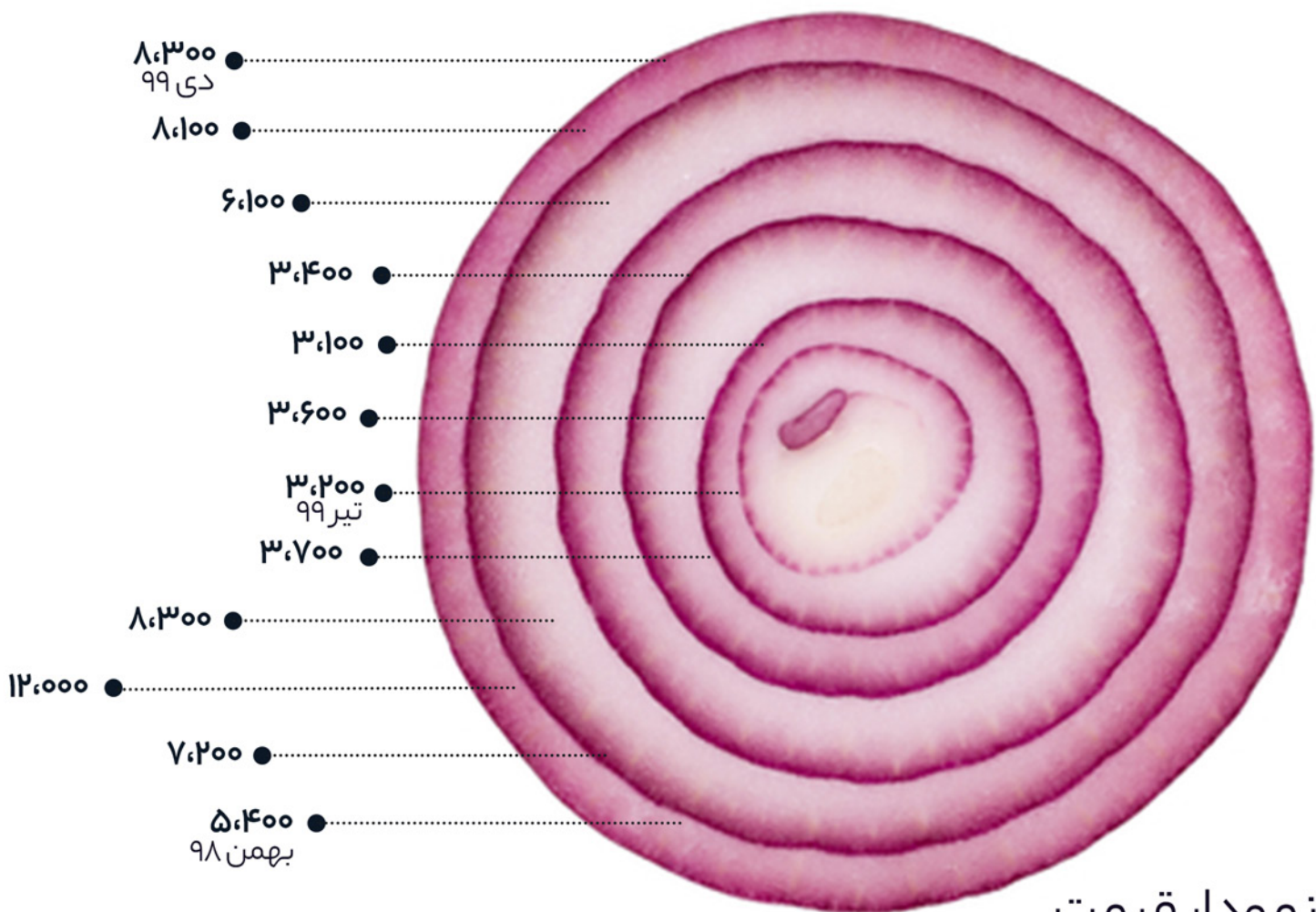


نمودار قیمت

موز

* قیمت‌ها به تومان است.





نمودار قیمت

پاز

* قیمت‌ها به تومان می‌باشد.



%۵۳

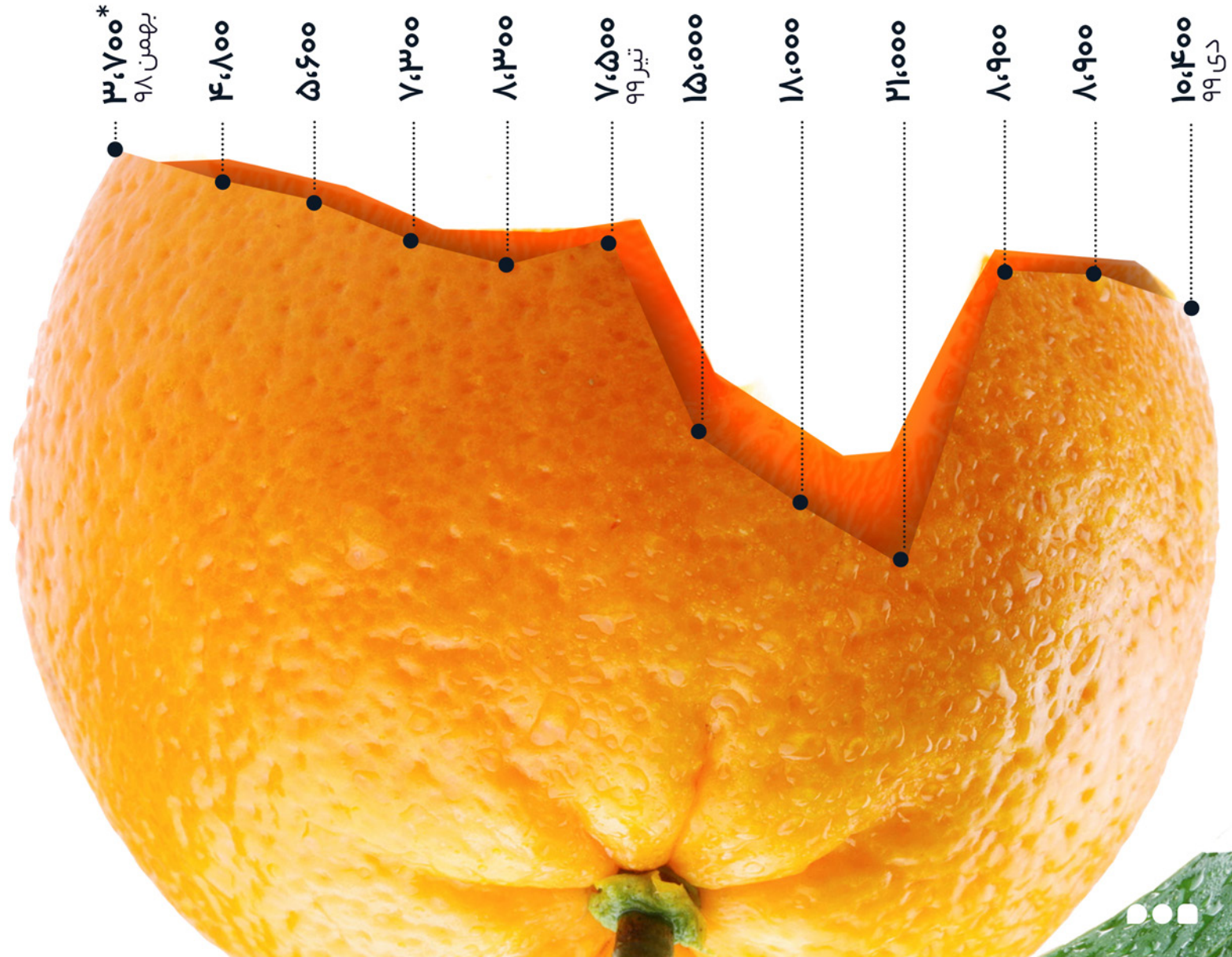
نرخ رشد قیمت

نمودار قیمت پرتقال

* قیمت‌ها به تومان است.

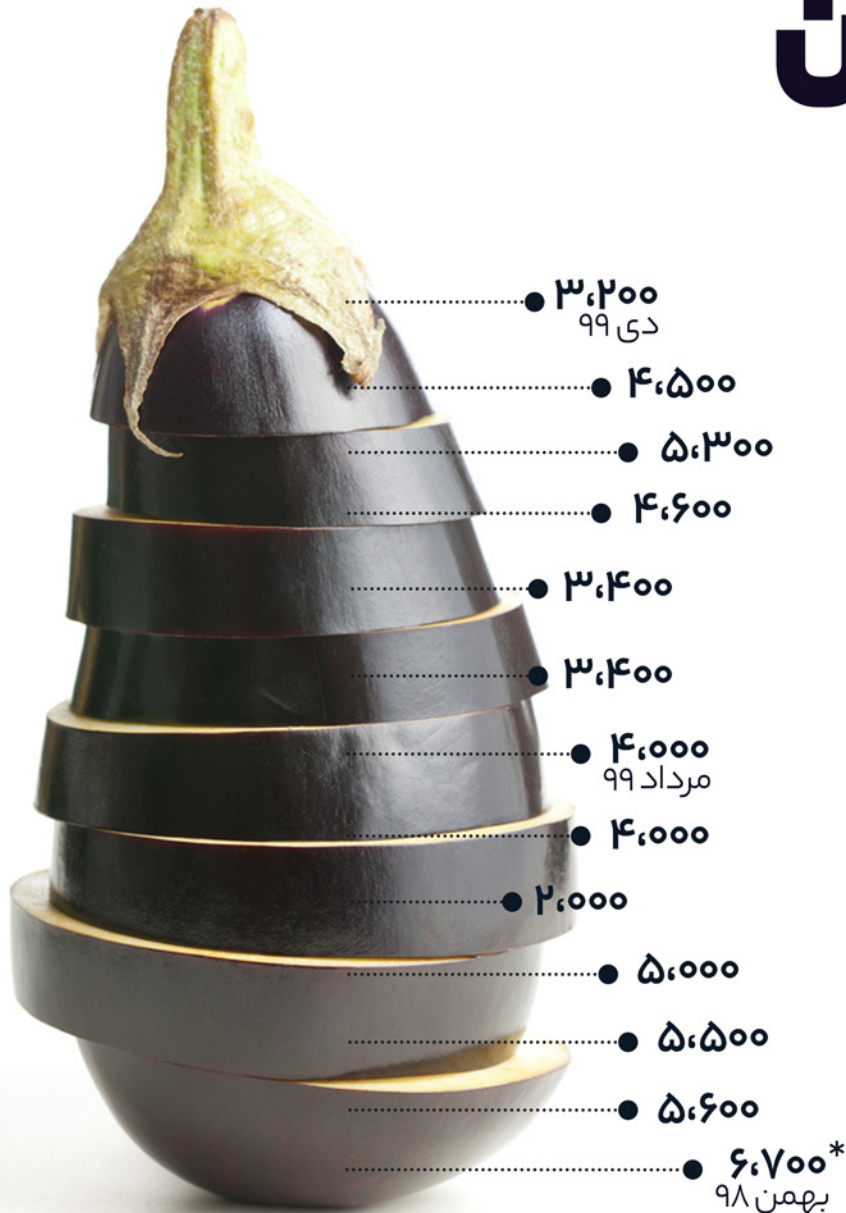
۱۷۹%
نرخ رشد قیمت

دی ۹۹ ۱۰,۴۰۰
۸,۹۰۰
۸,۹۰۰
۲۱,۰۰۰
۱۸,۰۰۰
۱۵,۰۰۰
۷,۵۰۰
تیر ۹۹
۸,۳۰۰
۷,۳۰۰
۵,۶۰۰
۴,۸۰۰
۳,۷۰۰
بهمن ۹۸ *



نمودار قیمت بادمجان

* قیمت‌ها به تومان است.

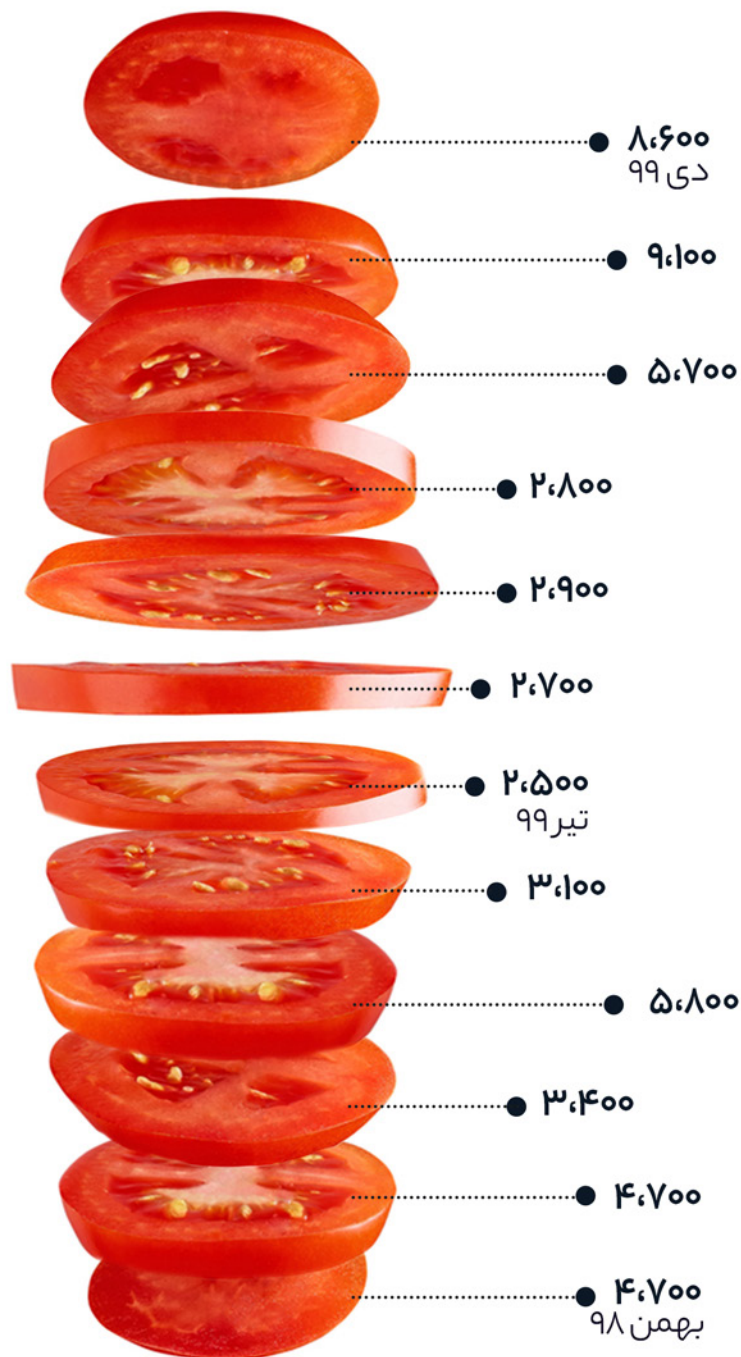


-۵۲%
نرخ رشد قیمت



۸۰%

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت

گوجه فرنگی

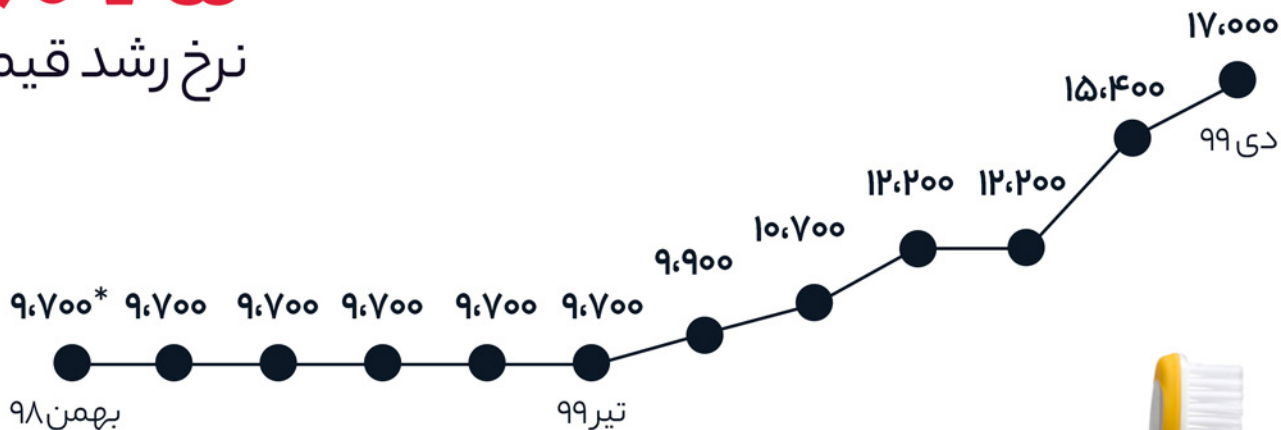
* قیمت ها به تومان است.



رشد قیمت سالانه
شوینده و بهداشتی
Detergents
and Hygiene
Annual price growth

۷۵٪

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت

خمیردندان

* قیمت‌ها به تومان است.



۶۸%

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت
مایع دستشویی

* قیمت‌ها به تومان است.



* قیمت‌ها به تومان است.

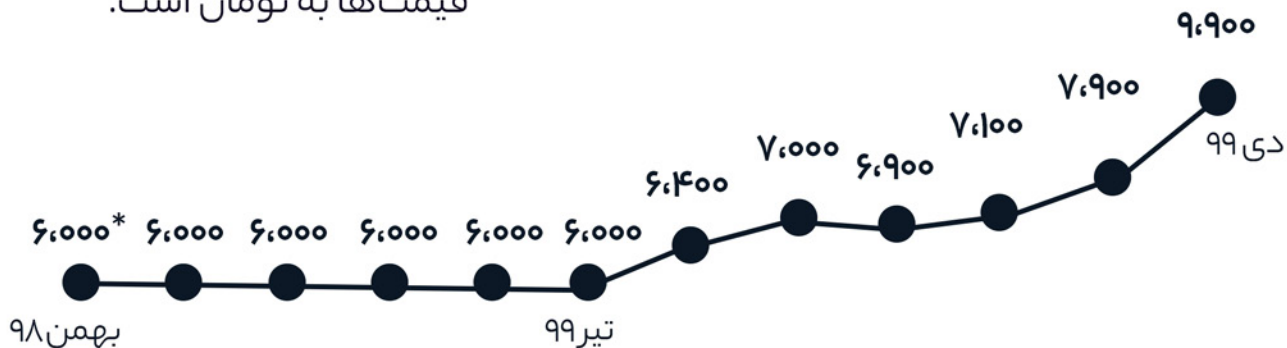


%۷۵
نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت پودر ماشین لباسشویی

* قیمت‌ها به تومان است.

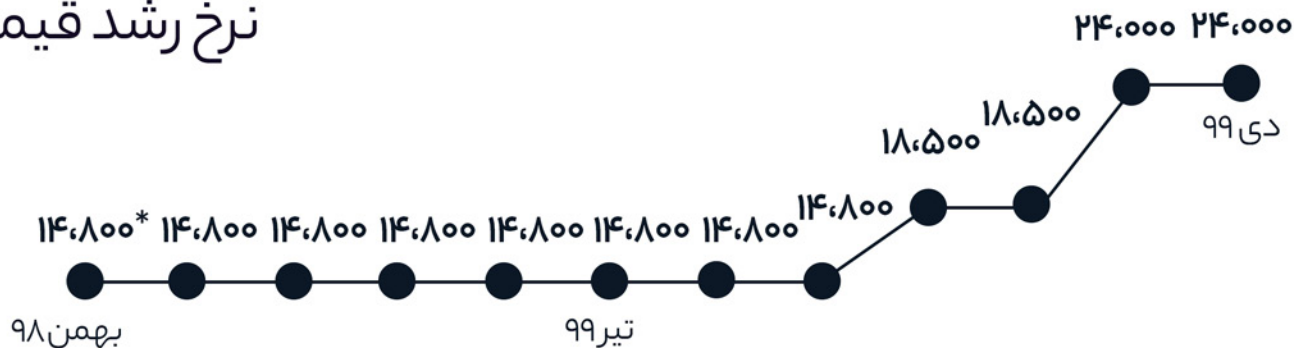


۶۵%
نرخ رشد قیمت



۶۲%

نرخ رشد قیمت



نمودار قیمت

شامپو

* قیمت‌ها به تومان است.



رشد قیمت سالانه

حبوبات

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 قرنطینه، مشکلات تخصیص ارز و دیوی 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.

نرخ رشد قیمت حبوبات



محبوبترین
برندها

Most Famous
Brands

مایع ظرفشویی

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 برند محبوب بین مشتریان را نشان داده‌ایم:



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



مایع ظرفشویی با رایحه گل های لاوندر
۱۰۰۰ میلی لیتری
پرپیل



مایع ظرفشویی پلی اتیلن بدون کارابن
۱۰۰۰ میلی لیتری
خاکستر

انواع سس



سس کچاپ
۵۰۰ گرمی
بیژن



سس هزار جزیره
۵۱۰ گرمی
بیژن



سس خردل
۲۵۵ گرمی
بیژن

شیر



شیر لایت کم چرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
میهن



شیر پرچرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
میهن



شیر کم چرب
۱۰۰۰ میلی لیتری فرادما
پگاه

ماست



ماست ارسیل کم چرب
۱۰۰۰ گرمی
پگاه



ماست سبو پروبیوتیک کم چرب
۲۰۰۰ گرمی دبه‌ای
هراز



ماست سون کم چرب
۲۲۰۰ گرمی دبه‌ای
کاله

روغن



روغن سرخ‌کردنی کم جذب
۹۰۰ میلی لیتری
بهار



روغن سرخ‌کردنی
۹۰۰ میلی لیتری
اویلا



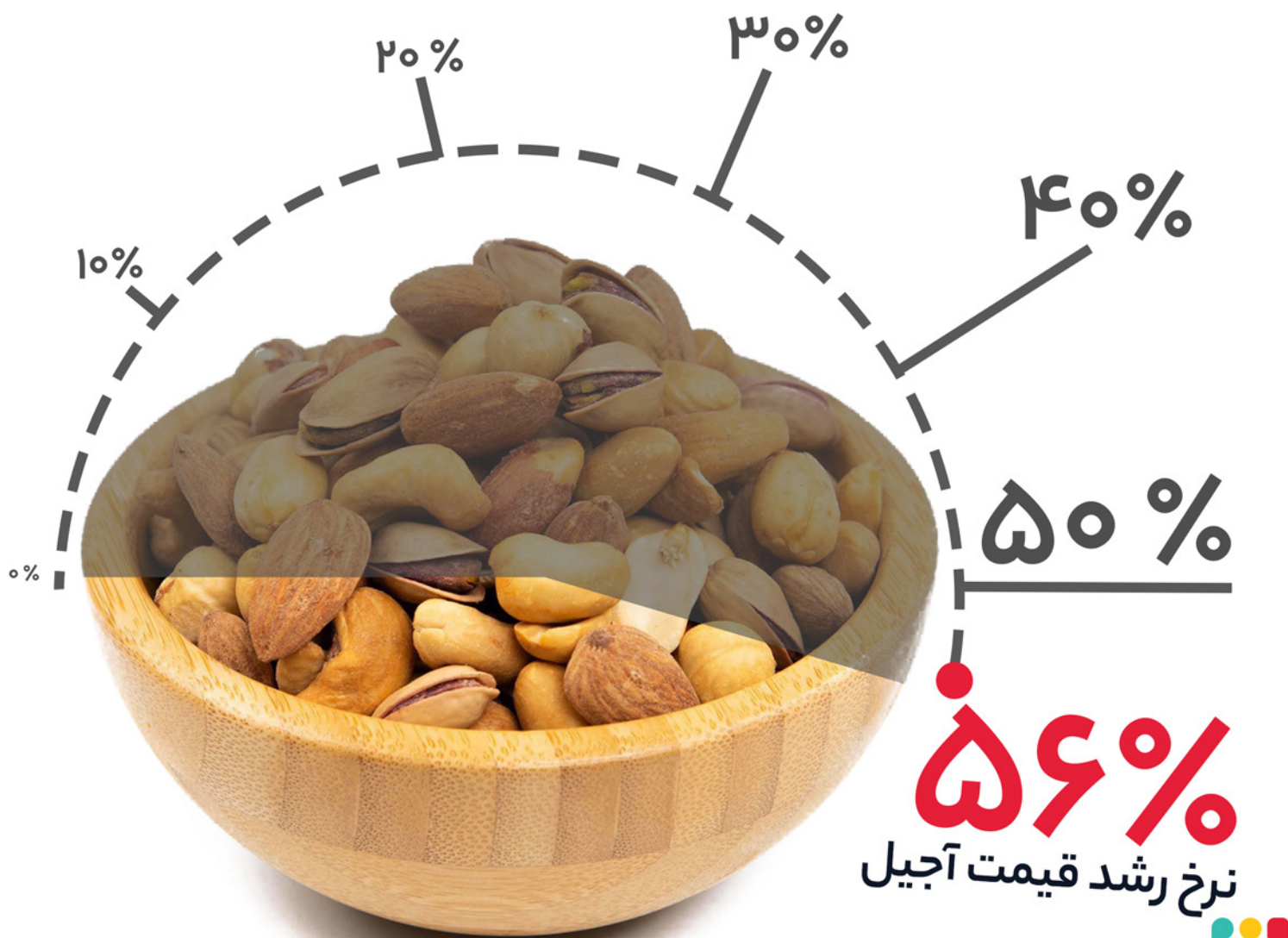
روغن سرخ‌کردنی کم جذب
۱۳۵۰ میلی لیتری
بهار

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 حذف‌شدنی نیستند. در سال جاری آجیل و خشکبار جزو آن دسته از محصولات هستند که نسبت به افزایش قیمت سایر کالاها و با توجه به افزایش نرخ تورم، افزایش قیمت محسوسی نداشته‌اند.



رشد قیمت سالانه

تقارنات

Annual price growth

Junk Food



با وجود اینکه تنقلات هم جزو کالاهای غیرضروری محسوب می‌شوند اما در سبد خرید ماهیانه‌ی خانواده‌های علی‌الخصوص جوان معمولاً یکی از انواع تنقلات مثل بستنی، چیپس، پفک، کیک و کلوچه، بیسکویت، آدامس یا... دیده می‌شود. در بین کالاهای بررسی‌شده چیپس با ۱۲٪ رشد کمترین و پاستیل با ۱۰۹٪ رشد بیشترین تغییر قیمت را داشته است.

نرخ رشد قیمت تنقلات

۵۹٪



رشد قیمت سالانه

لبنیات

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 ۷۰٪ 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 روزبه‌روز کمتر شده است.

نرخ رشد لبنیات

۶۹%

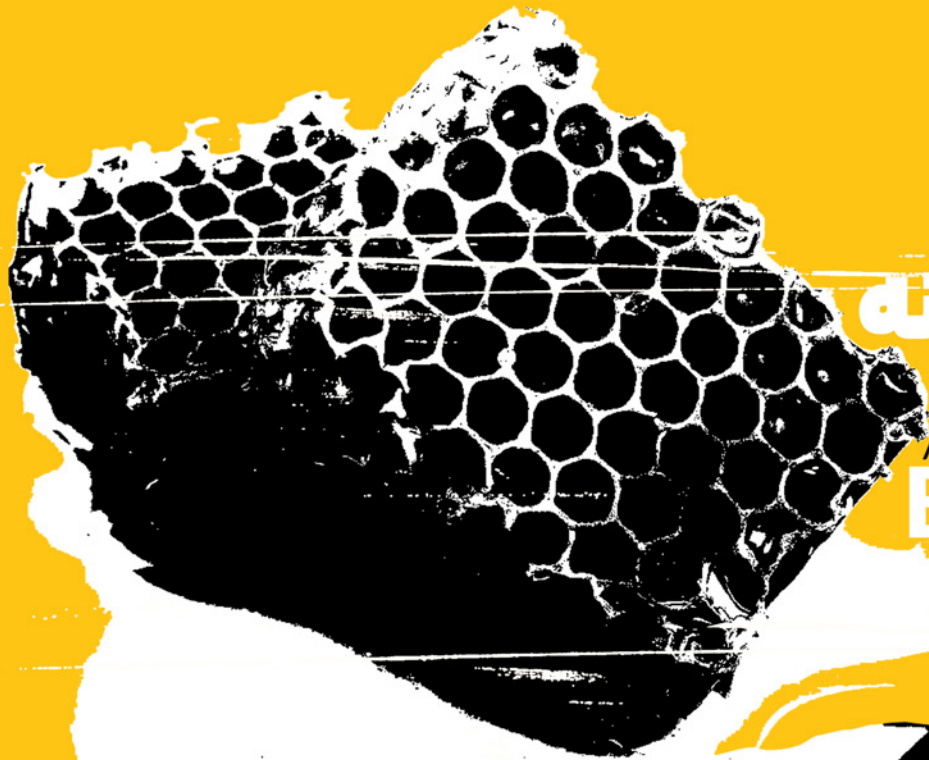


رشد قیمت سالانه

سفره صبحانه

Annual price growth

Breakfast





نان تست
%۴۸



مریبا
%۴۱



پنیر
%۴۸



چای
%۴۸



عسل
%۶۶

صبحانه
%۵۰

نرخ رشد قیمت



رشد قیمت سالانه

چاشنی‌ها

Annual price growth

Flavors



نرخ رشد چاشنی ۵۰%

از آنجایی که چاشنی‌ها رابطه‌ی مستقیمی با طعم غذا دارند، جزو اقلام حذف‌نشده‌ی هستند. در دسته‌ی چاشنی‌ها علاوه بر آبلیمو و آبغوره، تغییرات قیمت انواع سس، ادویه و دورچین غذا مثل 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 مرزها، بازار معاملات تجاری 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

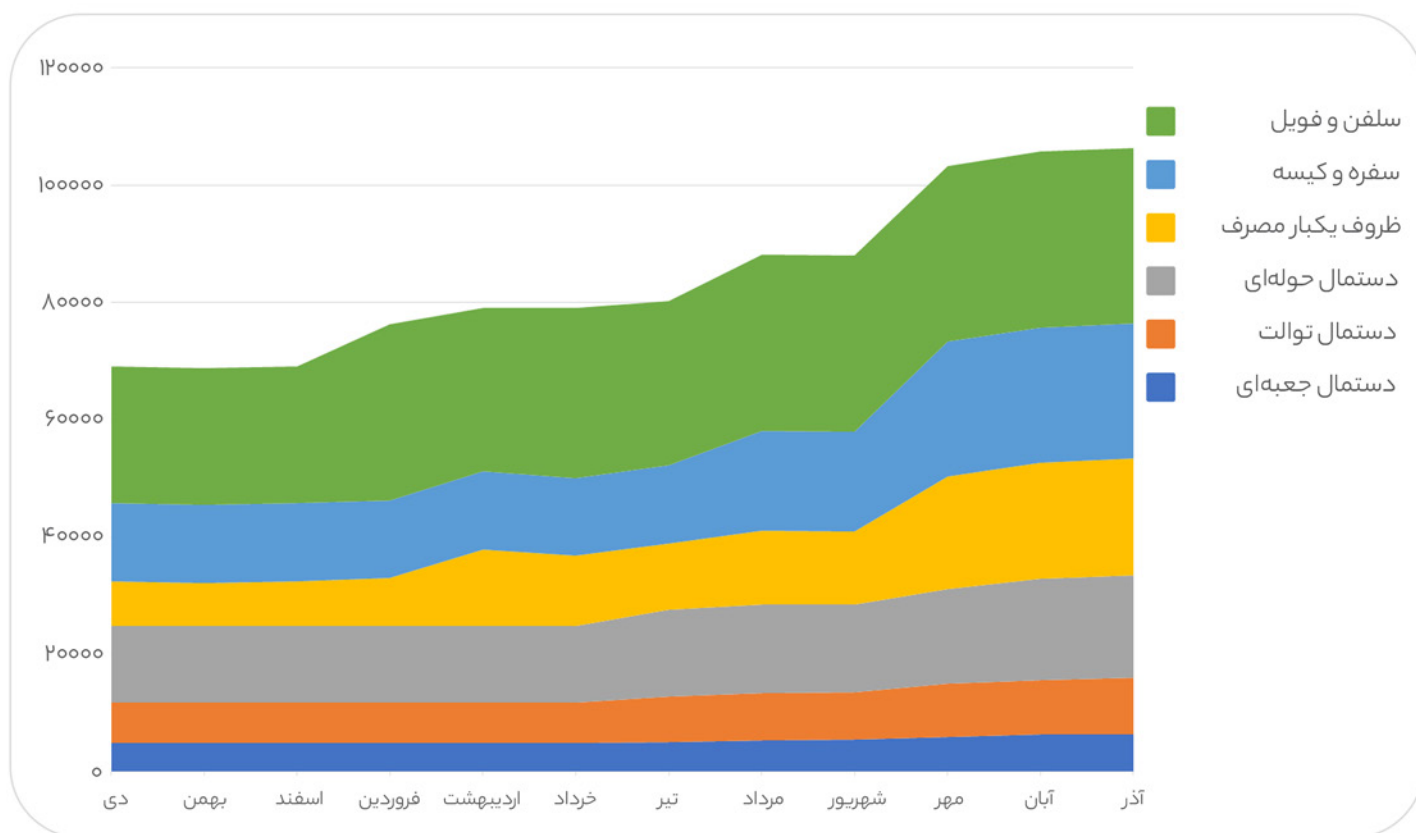
**ملزومات
خانه**



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 توالی که اهمیت بیشتری دارند در حدود ۳۵٪ افزایش قیمت داشته‌اند.

نرخ رشد قیمت ملزومات خانه

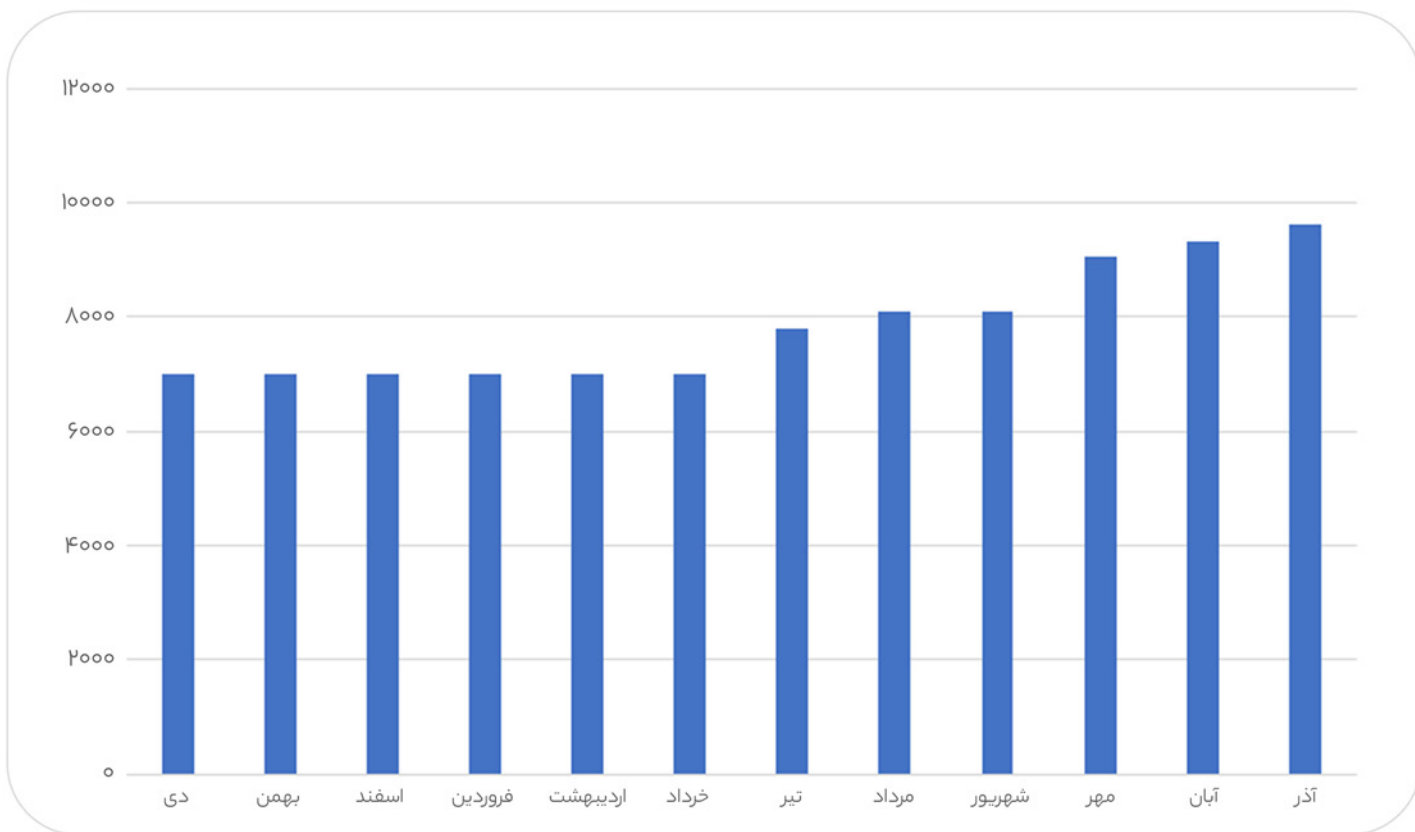
۶۱٪





نرخ رشد قیمت دستمال توالت

۳۷%





نرخ رشد نوشابه

۱۰۰%



نرخ رشد نوشیدنی‌ها

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

۶۴%

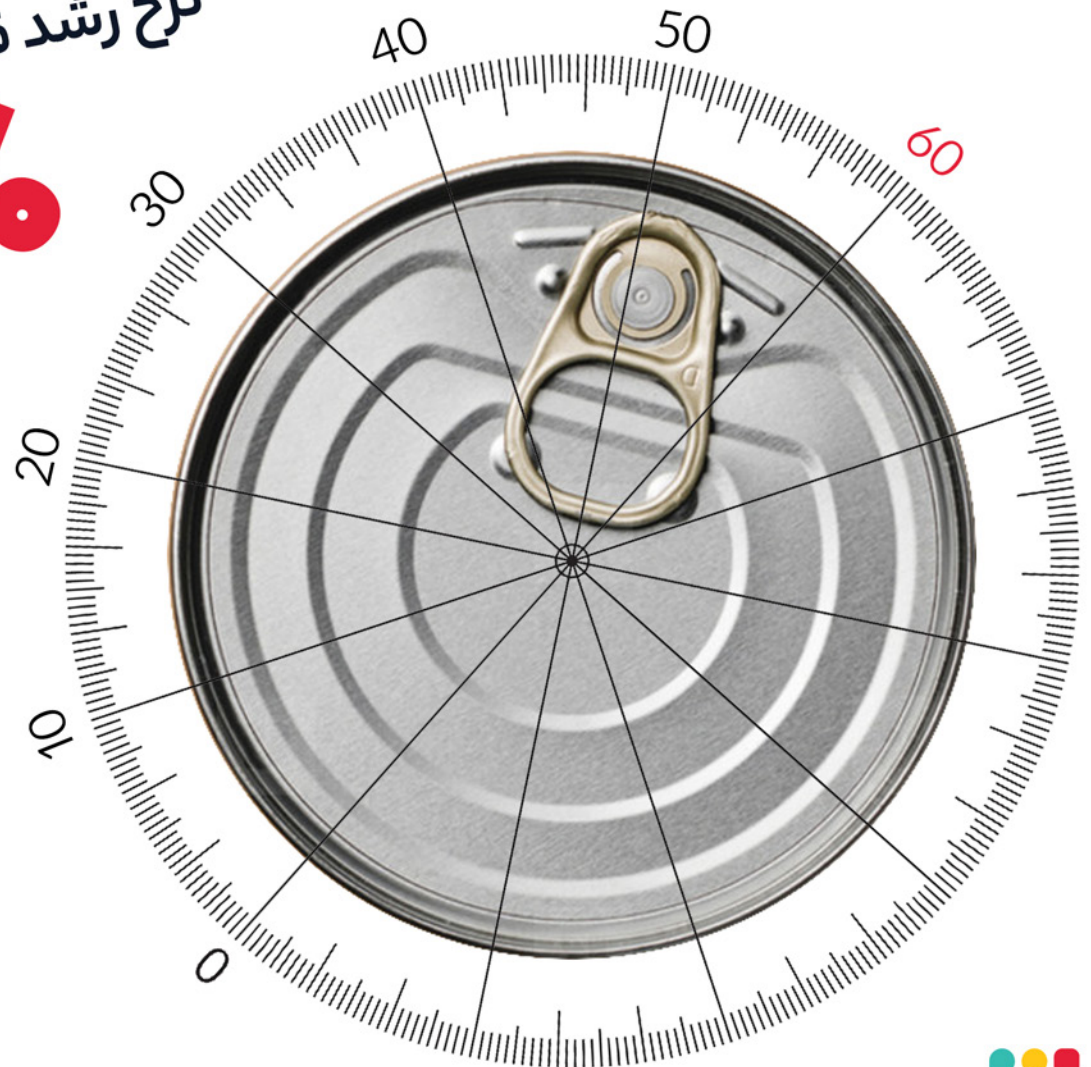


رشد قیمت سالانه
کنسرو

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 پرتعداد بین دانشجویان بود امسال به عنوان یک غذای لوکس، 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
۶۰٪



نرخ رشد قیمت تن ماهی

۱۰۰۰%



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 صیفی‌جات، 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 منتشرشده بررسی و در نهایت به شکل تجربی عددی در نظر گرفته شده است.

۳ عدد ۷۰۰ گرمی

8 kg

11 kg

21 g

1 liter

1 liter

500 g

1 kg

2 kg

2 kg

1000 mliter

2 num

1 Pack

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

200 g

4 rolls

4 liter

3200 g

1 num

1 liter

900 g

27 kg

45 kg

60 num

بادمجان

کاهو

خیار

پیاز طلایی

گوجه

سیب زمینی

جو

رب گوجه

شامپو

پودر ماشین

کره

دستمال توالت

شیر

پنیر

خمیر دندان

مایع دستشویی

لپه

میوه

نان

تخم مرغ



*

کیلوگرم kg
گرم g

عدد num
بسته pack

لیتر liter
میلی لیتر mliter

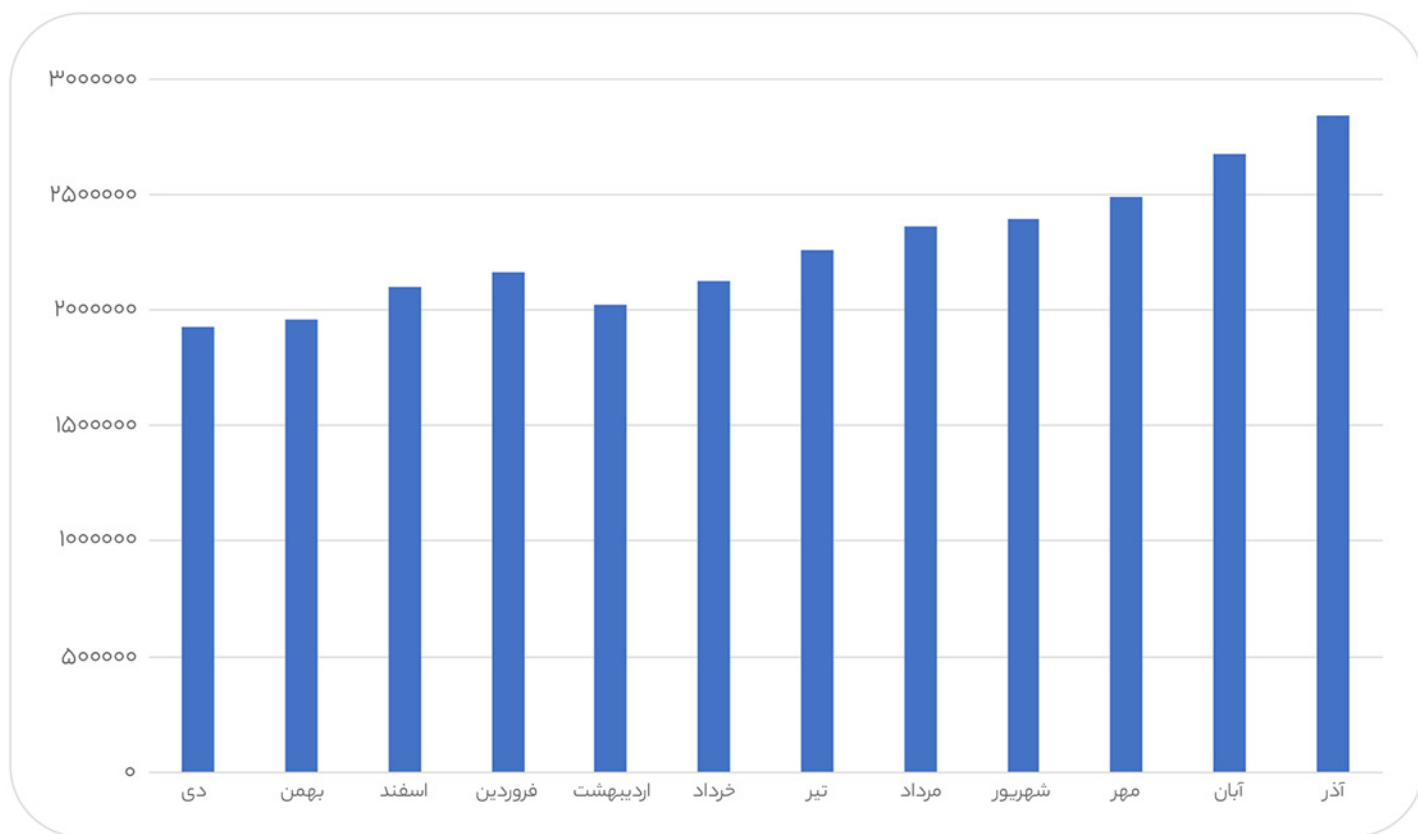
رول rolls





نرخ رشد قیمت سبد کالای اساسی خانواده

۴۷%



رشد قیمت سالانه

پروتئین

Annual price growth

Protein



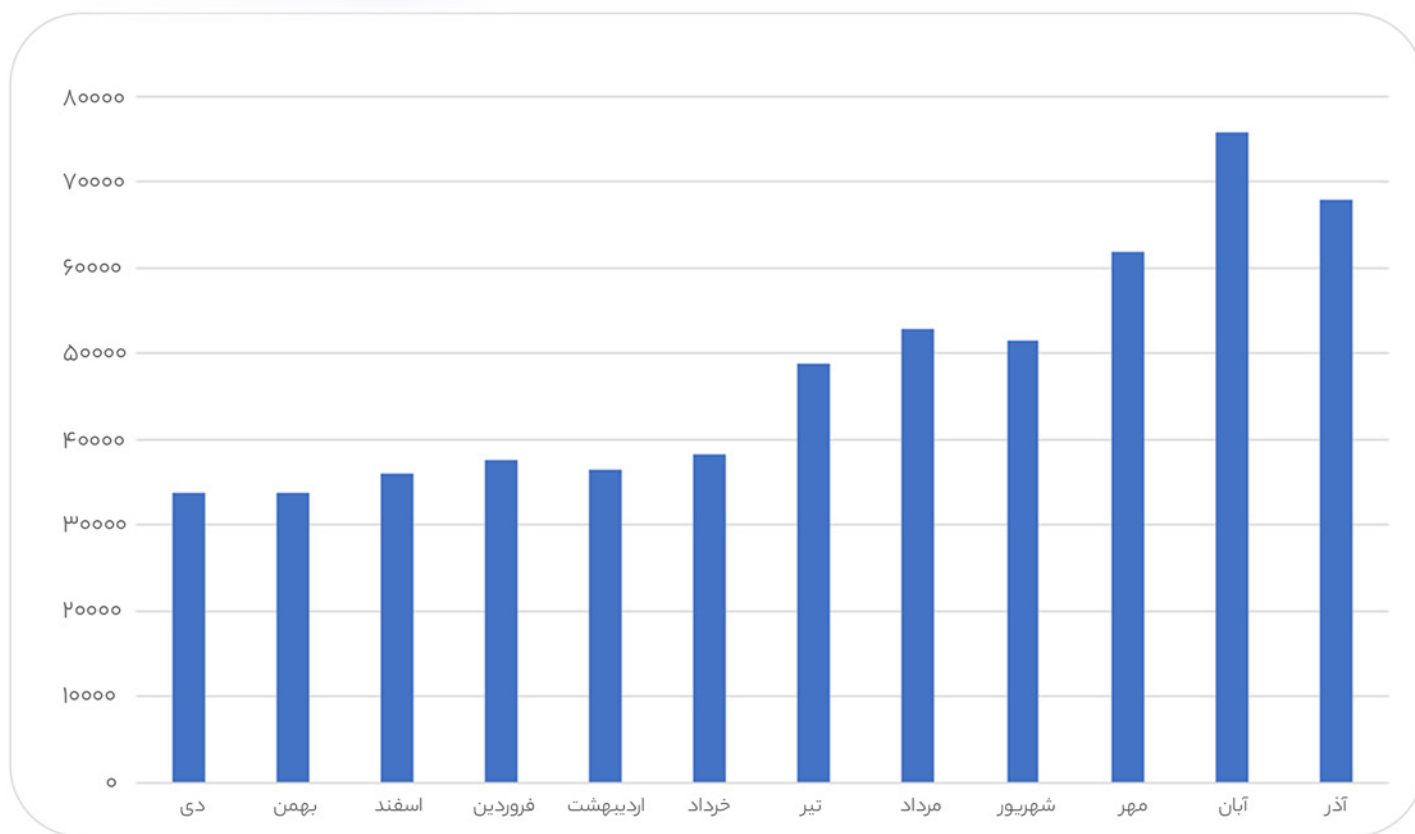
نرخ رشد قیمت پروتئین

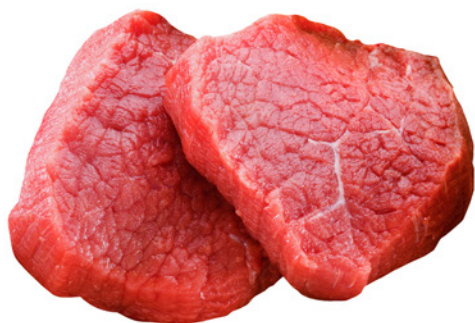
۶۸%





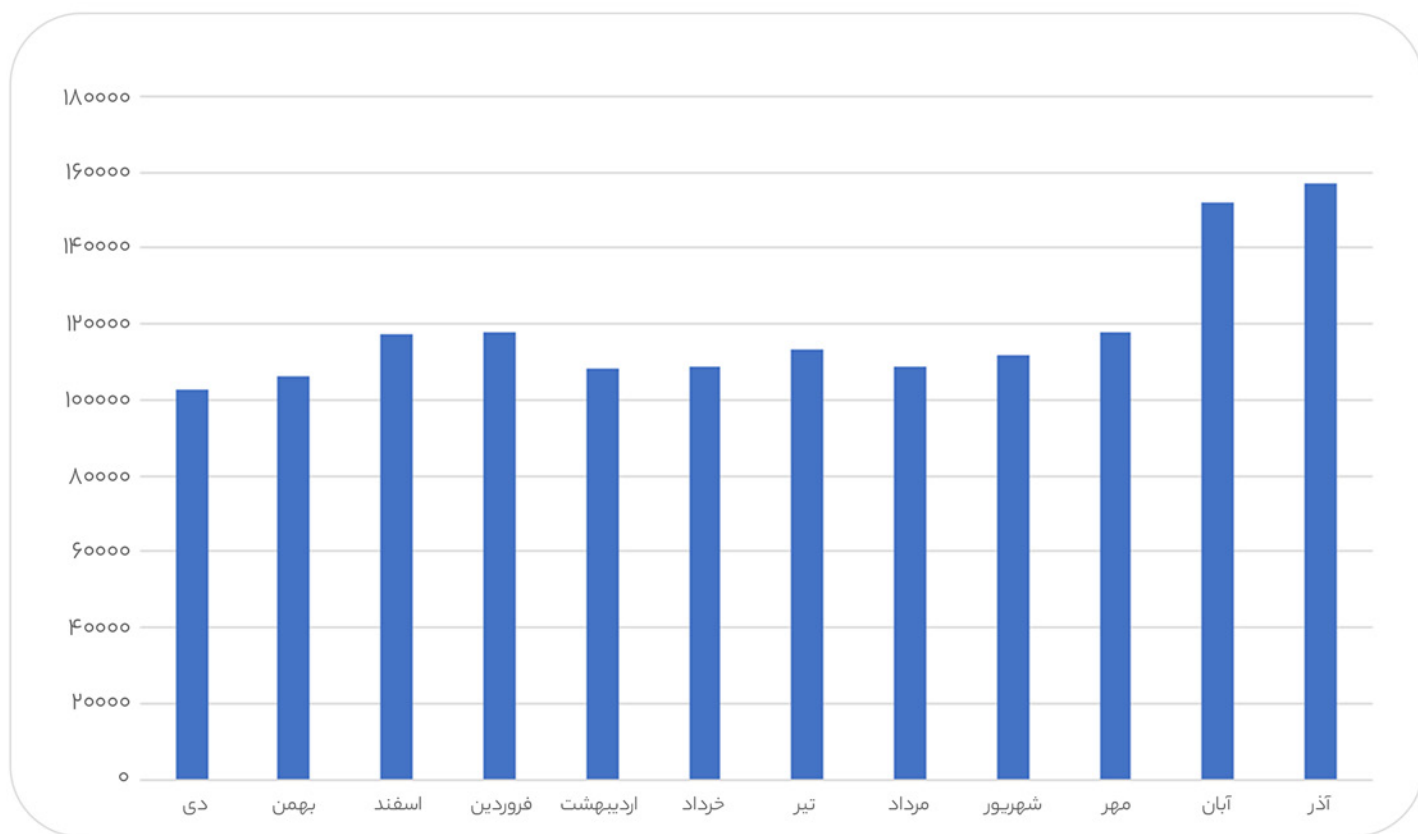
نرخ رشد فیله مرغ
۱۰۰٪





نرخ رشد قیمت گوشت گوساله خورشتی

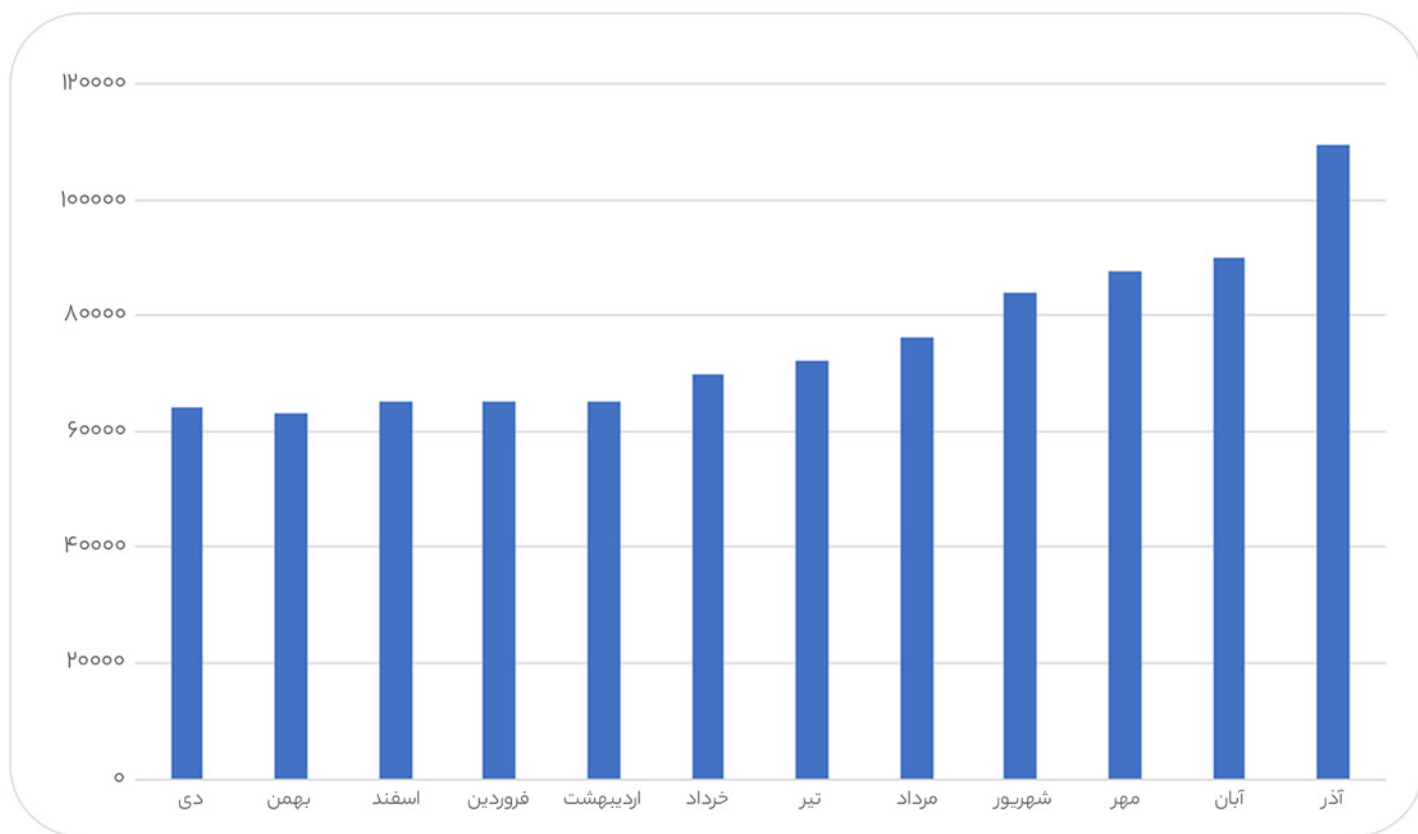
۵۲%





نرخ رشد قیمت گوشت چرخ کرده مخلوط

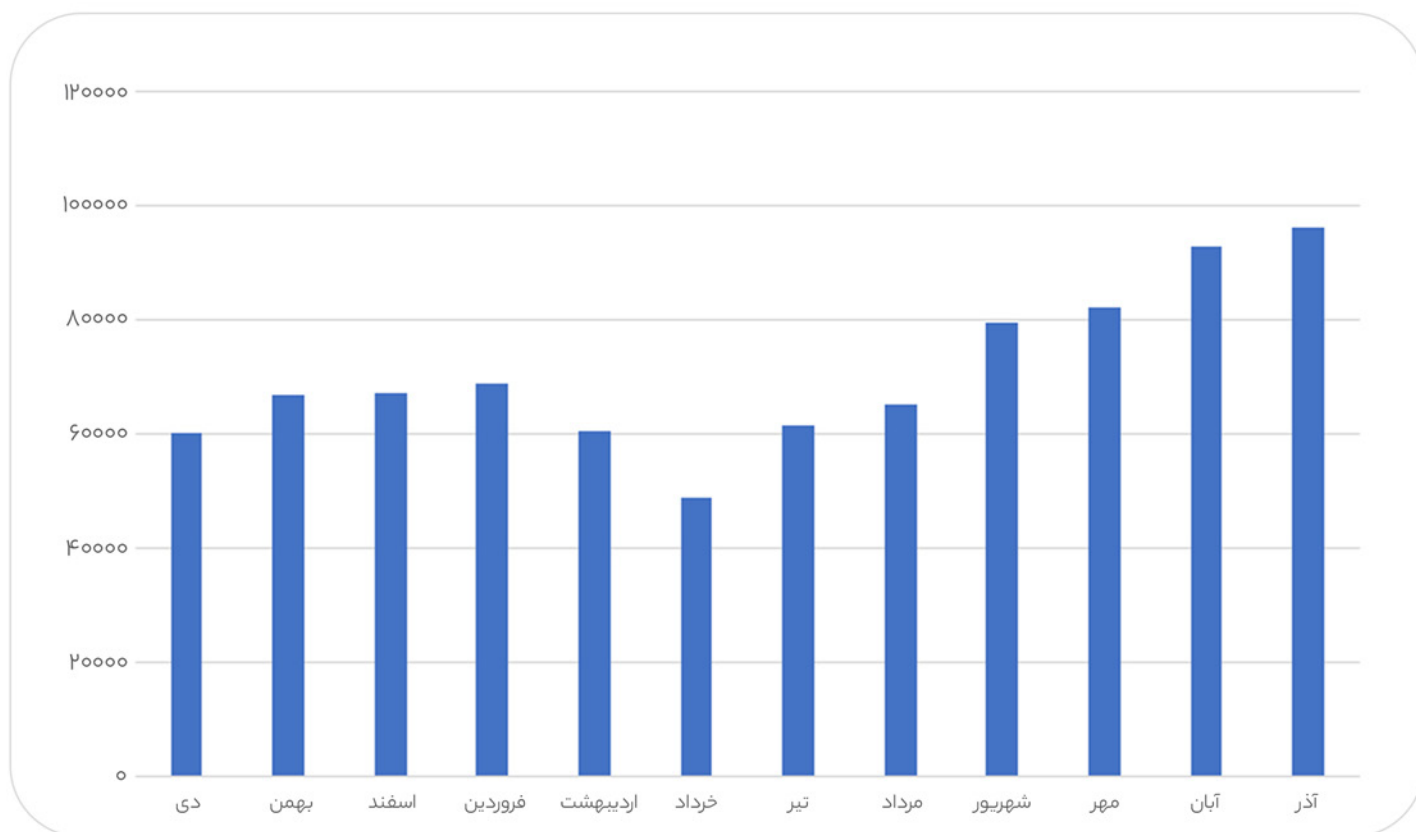
۷۰٪





نرخ رشد قیمت ماهی

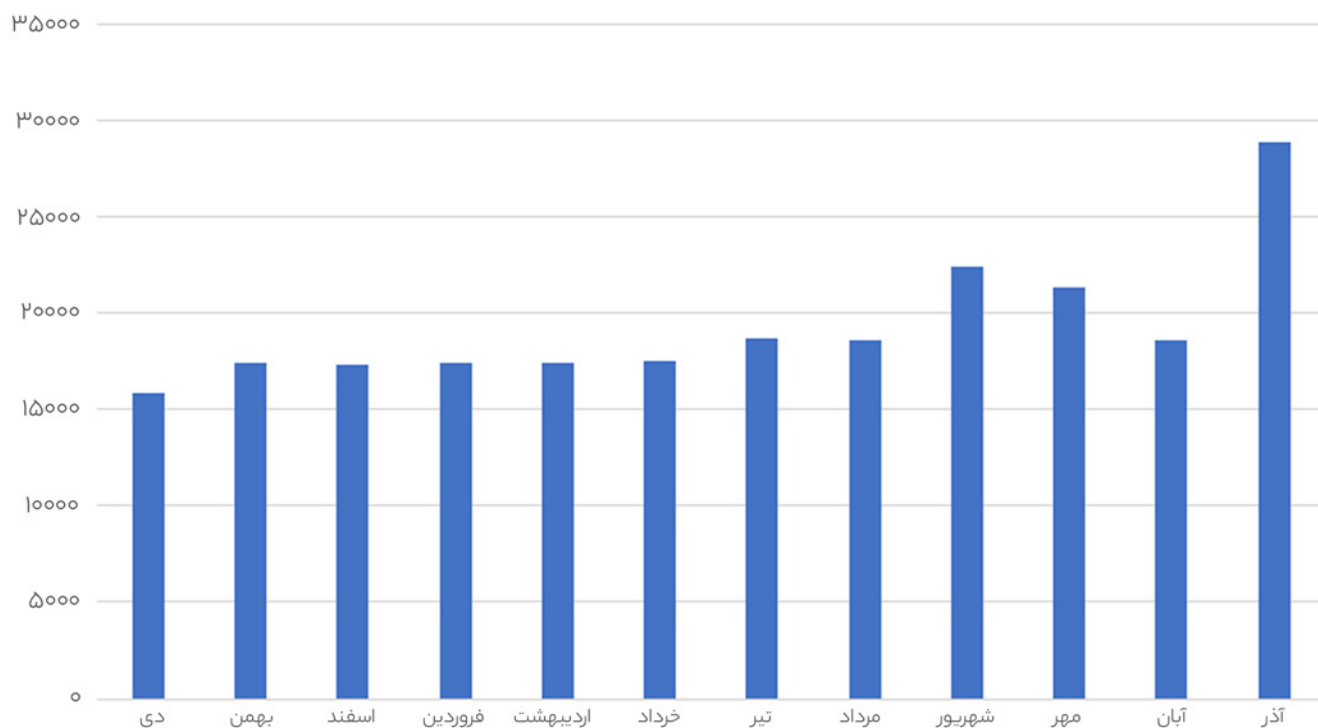
۶۰٪





نرخ رشد تخم مرغ

۸۱%



Annual price growth

Grocery

رشد قیمت سالانه

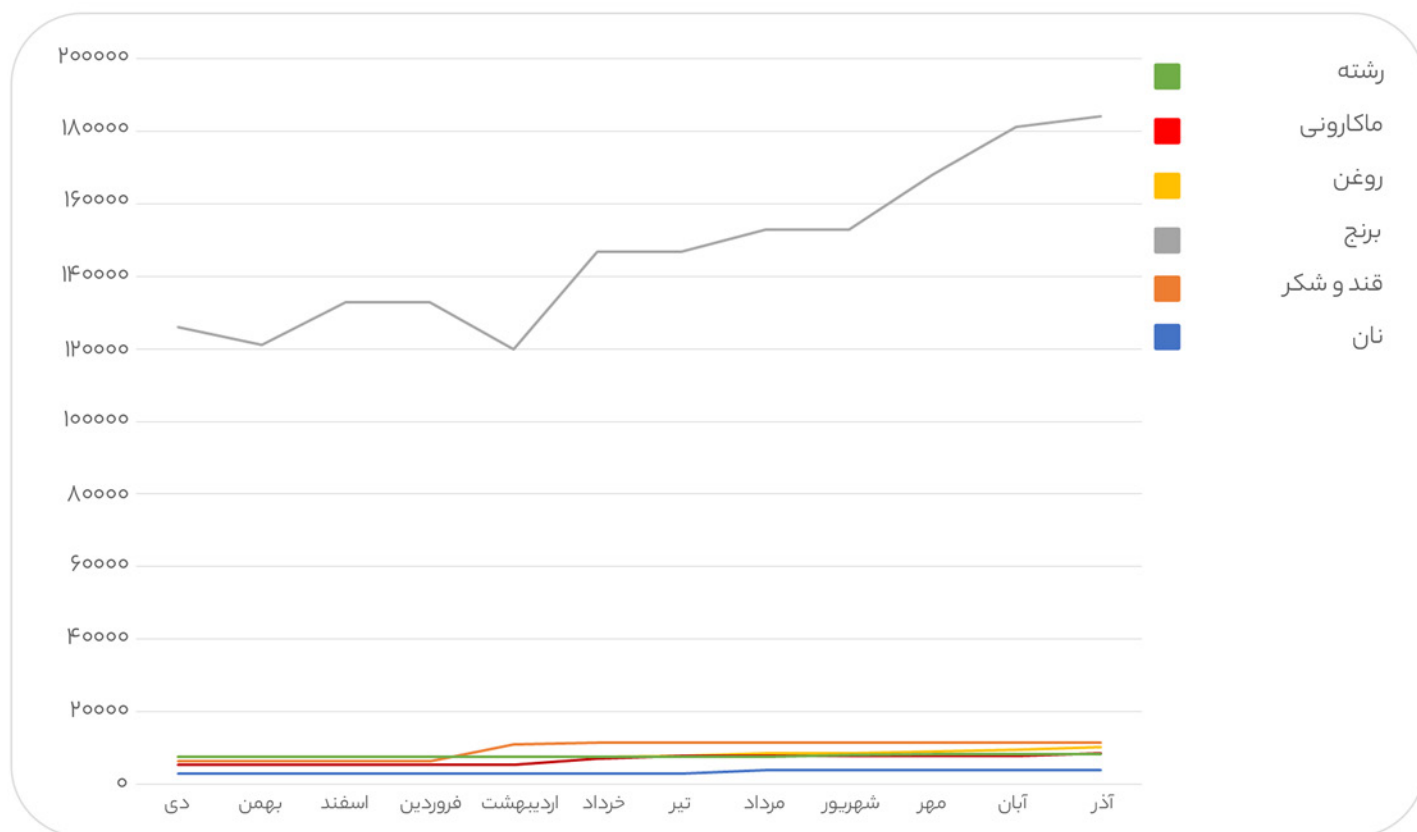
فوارو بار
ضروری

بجائشی مزار

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 ۴۳٪ آن‌ها تأثیر مستقیم و زیادی را در سبد خرید افراد دارد.

نرخ رشد قیمت خواروبار ضروری

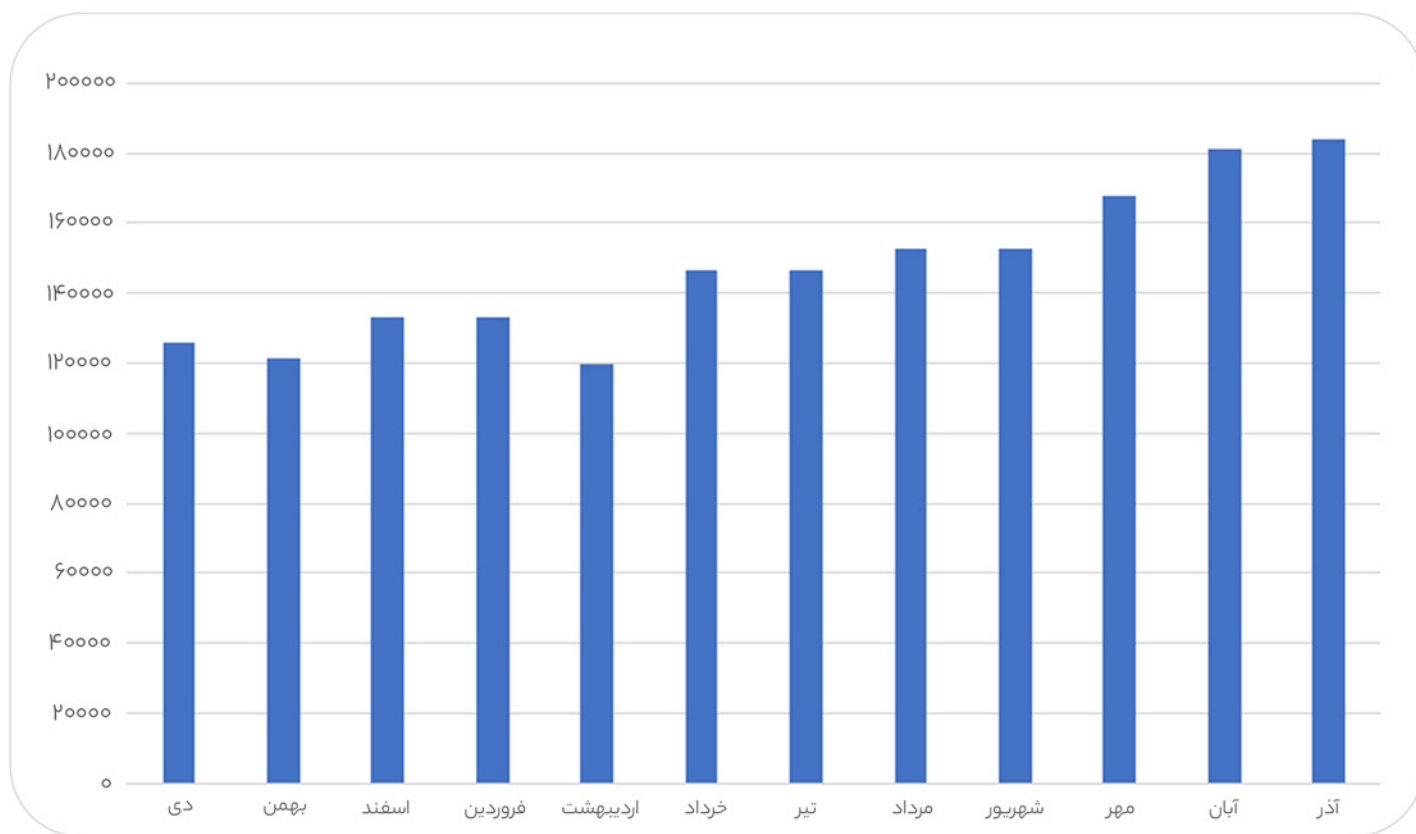
۴۳٪





نرخ رشد قیمت برنج

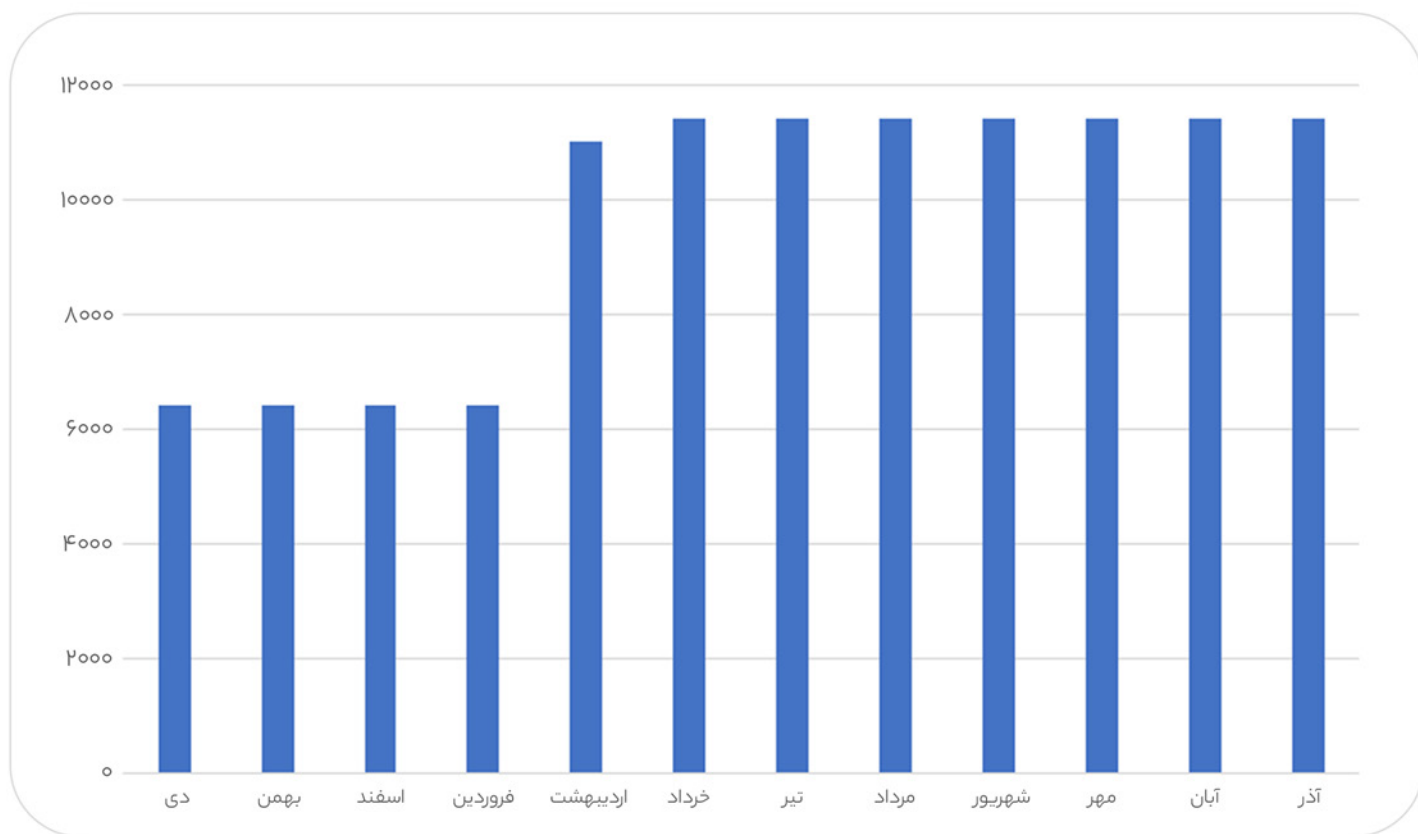
۴۶%





نرخ رشد قیمت قند و شکر

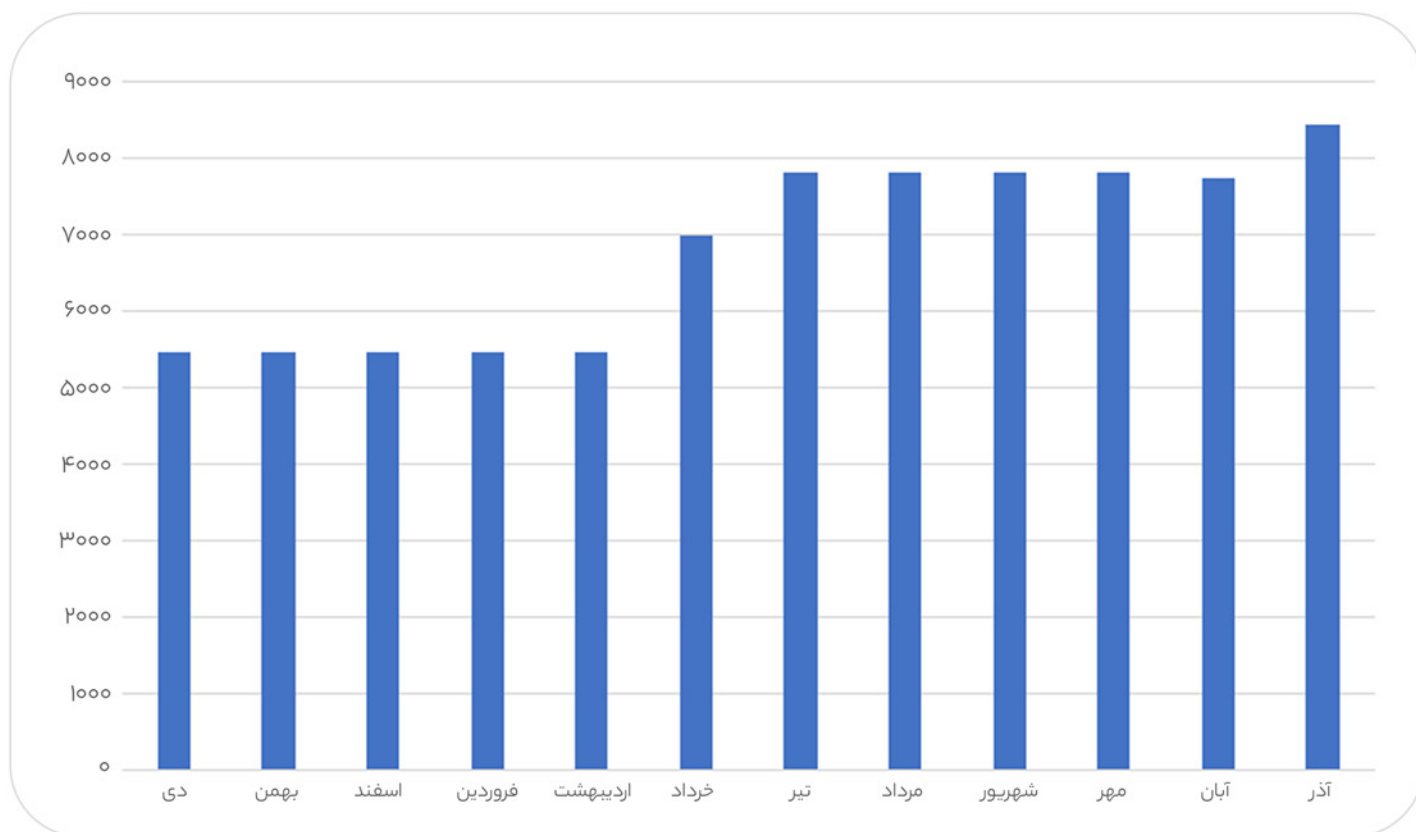
۷۸%





نرخ رشد قیمت ماکارونی

۵۴%



پرفروش ترین کالاها
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 کالاها شامل موارد زیر است:

	۱. کره		۸. قارچ
	۲. تخم مرغ		۹. فیله مرغ
	۳. گوشت چرخ کرده		۱۰. سس کچاپ
	۴. سینه مرغ		۱۱. ماست
	۵. ساقه طلایی		۱۲. شیر
	۶. پنیر فتا		۱۳. روغن
	۷. ران مرغ		





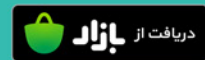
درباره‌ی پینکت

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 فروشگاه‌هایی نظیر شهروند، هایپرمی، فامیلی مارکت، باغ‌میوه‌ی 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.

خریدیاریها 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. خریداریهای پینکت در فروشگاه‌ها و میادین میوه و تره‌بار مستقر و آماده‌ی دریافت سفارش مشتری‌ها هستند. آن‌ها بهترین و تازه‌ترین کالاها را برای مشتری‌ها دست‌چین می‌کنند و به دست پیک‌های پینکت می‌رسانند تا آن‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن سفارش مشتری‌ها را دم 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، علاوه‌بر اینکه در وقت و هزینه‌ی مشتری صرفه‌جویی می‌شود، شرایطی به کمک خریداریها برای مشتری‌ها فراهم می‌شود که گویی خود آن‌ها در فروشگاه در حال خرید هستند.

از سوی دیگر تعریف شغل جدید خریدیار 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 علاقه 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.



Pinket.com