

بررسی و تحلیل بازار FMCG در ایران



آن چه در این گزارش می‌خوانید:

- اندازه بازار FMCG در کشور چقدر است؟
- چند درصد از این بازار آنلاین است؟
- سهم آکالا، اسنپ مارکت و دیجی‌جت از این بازار چقدر است؟
- بررسی نظرات و تجربه کاربران
- بررسی نقاط ضعف و قوت آکالا، اسنپ مارکت و دیجی‌جت

اندازه بازار FMCG در کشور چقدر است؟

۴۸۵

هزار میلیارد تومان

اندازه بازار کالاهای تند مصرف

در سال ۹۹

براساس نمونه‌گیری سال ۹۹ مرکز آمار، هر خانوار شهری به طور متوسط سالانه ۱۶ میلیون و هر خانوار روستایی به طور متوسط سالانه ۱۱ میلیون هزینه صرف خرید مواد خوراکی می‌کند. براساس تعداد خانوارهای شهری و روستایی می‌توان گفت، اندازه بازار موادخوراکی در کشور **۳۸۸ هزار میلیارد تومان** است.

البته بازار FMCG تنها محدود به فروش مواد خوراکی نیست و با نگاهی به صورت‌های مالی مجموعه افق کوروش و رفاه در سال ۹۹، متوجه می‌شویم که حدود ۲۰ درصد از این فروش این فروشگاه‌ها کالاهای بهداشتی و شوینده بوده است. با این حساب می‌توان اندازه بازار FMCG در کشور را **۴۸۵ هزار میلیارد تومان** برآورد کرد.

چند درصد این بازار آنلاین است؟

۰.۱%

سهم بازار آنلاین
از کل بازار FMCG

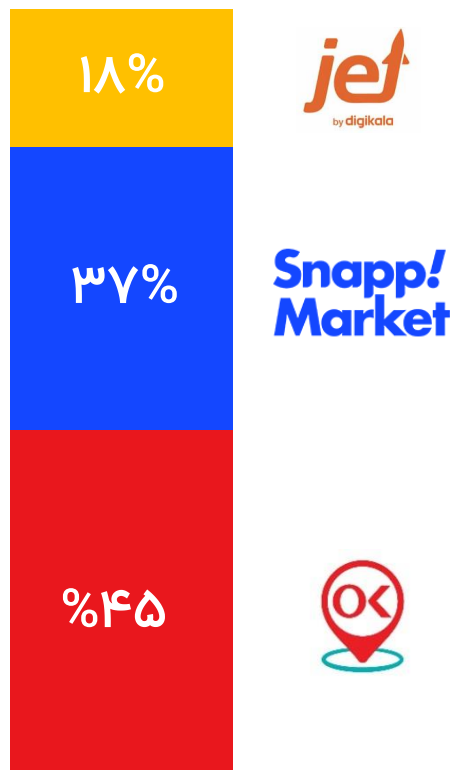
صورت‌های مالی اکالا در سال ۹۹ نشان می‌دهد که مجموع کالاهای فروش رفته توسط این شرکت حدود **۱۲۵ میلیارد تومان** بوده است (این شرکت ۲۵ میلیارد تومان نیز از ارائه خدمات درآمد داشته است).

با توجه به نکاتی در صفحه قبل عنوان شد، اگر فرض کنیم سه مجموعه اکالا، دیجی‌کالا و اسنپ سهم یکسانی از بازار آنلاین در اختیار دارند. بنابراین مجموع فروش این سه شرکت از **۴۰۰ میلیارد تومان** در سال ۹۹ بیشتر نبوده است.

پس سهم بازار آنلاین از کل بازار FMCG در ایران کمتر از **۰.۱ درصد** در سال ۹۹ خواهد بود در حالیکه **سهم خرده فروشی آنلاین** از کل بازار خرده فروشی در کشور حدود **۴ درصد** است.

(سهم بازار آنلاین از کل بازار FMCG در آمریکا حدود ۳ درصد و سهم خرده فروشی آنلاین از کل بازار خرده فروشی حدود ۱۳ درصد است).

سهم اُکالا، دیجی‌جت و اسنپ مارکت از این بازار چقدر است؟



سهم بازار بازیگران اصلی FMCG براساس
نظرسنجی راستا

اُکالا، دیجی‌جت و اسنپ‌مارکت بازیگران اصلی بازار آنلاین FMCG هستند. اکالا امکان خرید از فروشگاه‌های افق کوروش، دیجی‌جت امکان خرید از جت‌مارت ها و فروشگاه‌های محلی و اسنپ مارکت نیز امکان خرید از مجموعه هایپر استار و فروشگاه‌های محلی برای کاربران خود فراهم کرده‌اند.

در نظرسنجی صورت گرفته توسط تیم راستا از کاربران پرسیده شد که برای خرید اقلام سوپرمارکتی خود بیشتر از کدام یک از برنامه‌های بالا استفاده می‌کنند. در این نظرسنجی بیش از ۲۲ هزار نفر شرکت کردند.

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که در حال حاضر سهم اُکالا از بازار خرده فروشی ۴۵٪، اسنپ مارکت ۳۷٪ و دیجی‌جت ۱۸٪ است.

(نعیم ابراهیمیان، مدیر مارکتینگ افق کوروش، در یلدا سامیت ۱۴۰۰ عنوان کرد که مجموعه اُکالا روزانه ۶۰ هزار فاکتور کالا را برای مشتریان خود ارسال می‌کند و سایر بازیگران نیز مجموعاً روزانه همین مقدار فاکتور کالا را به فروش می‌رسانند.)

تجربه کاربران از خرید آنلاین

Snapp!
Market



در ادامه به کمک داده‌هایی که ماتوریتی در اختیار راستا قرار داده، عملکرد سه بازیگر اصلی این حوزه اسنپ مارکت، اُکالا و دیجی‌جت براساس نظرات کاربران بررسی شده است.

در این روش براساس الگوریتم هوش مصنوعی ماتوریتی، ابتدا نظرات کاربران درباره سه بازیگر اصلی این حوزه از منابع مختلف (توییت، اینستاگرام، کافه بازار، گوگل پلی و ...) جمع‌آوری شده است.

و سپس با حذف نظرات زائد مانند نظرات تبلیغاتی، تجربه های خرید جمع آوری شده و این تجربه ها در دسته‌های مختلف تقسیم‌بندی شده است (برای آشنایی بیشتر با ماتوریتی کلیک کنید).

در سه ماه گذشته بیش از ۴ هزار تجربه خرید مثبت و منفی توسط کاربران در منابع مختلف ثبت شده است. در این بازه زمانی بیشترین درصد تجربه مثبت خرید توسط کاربران دیجی‌جت و بیشترین درصد تجربه منفی خرید نیز توسط کاربران اُکالا به ثبت رسیده است.



jet
by digikala



تعداد تجارب مثبت تعداد تجارب خنثی تعداد تجارب منفی

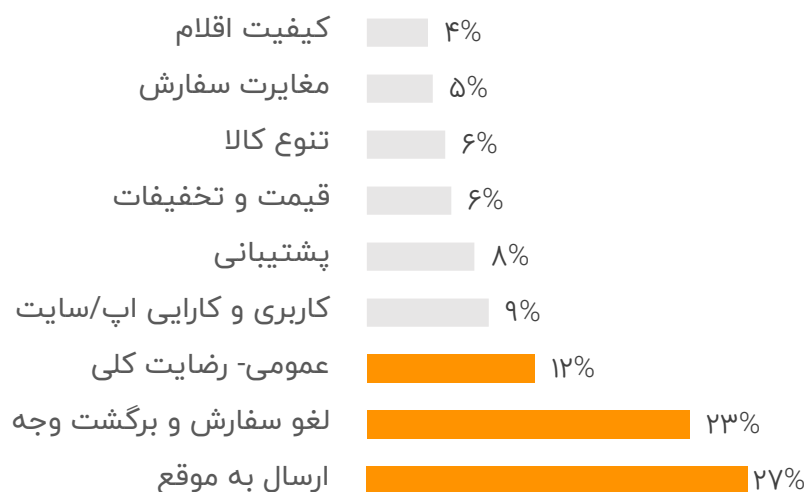
تعداد تجارب کاربران از منابع مختلف در ۳ ماه گذشته

مهم ترین دلایل نارضایتی افراد از خرید آنلاین FMCG

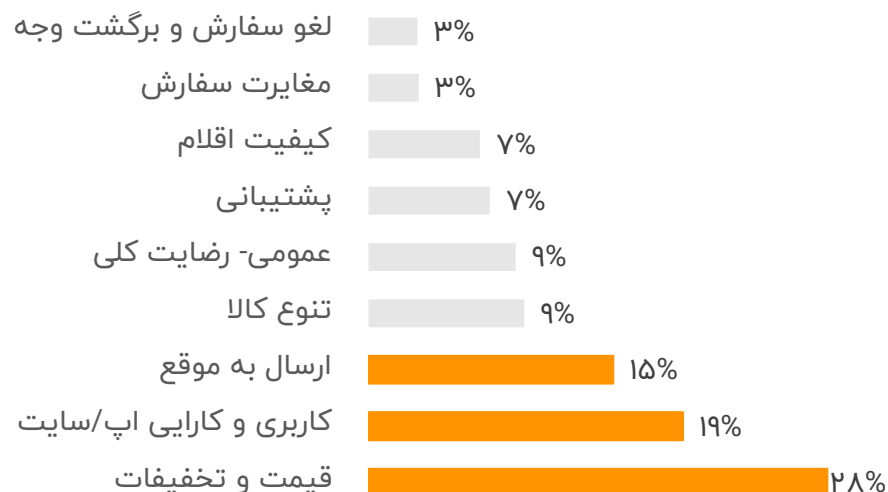
در ۱۲ ماه گذشته بیش از ۱۰ هزار تجربه خرید در منابع مختلف توسط کاربران ثبت شده است، که بیشترین نظرات منفی مربوط به **ارسال به موقع، لغو سفارش و برگشت وجه** بوده است.

اما بررسی تجارب خرید در ۳ ماه گذشته نشان می‌دهد که نسبت نظرات منفی در حوزه **لغو سفارش و برگشت وجه** نسبت به سال گذشته به شدت کاهش یافته و هم چنین نظرات منفی نسبت به **ارسال به موقع** وضعیت بهتری پیدا کرده است. در بازه زمانی ۳ ماهه گذشته **قیمت و تخفیفات و کاربری و کارایی سایت/اپ** بیشترین موارد نظرات منفی را به خود تخصیص داده‌اند.

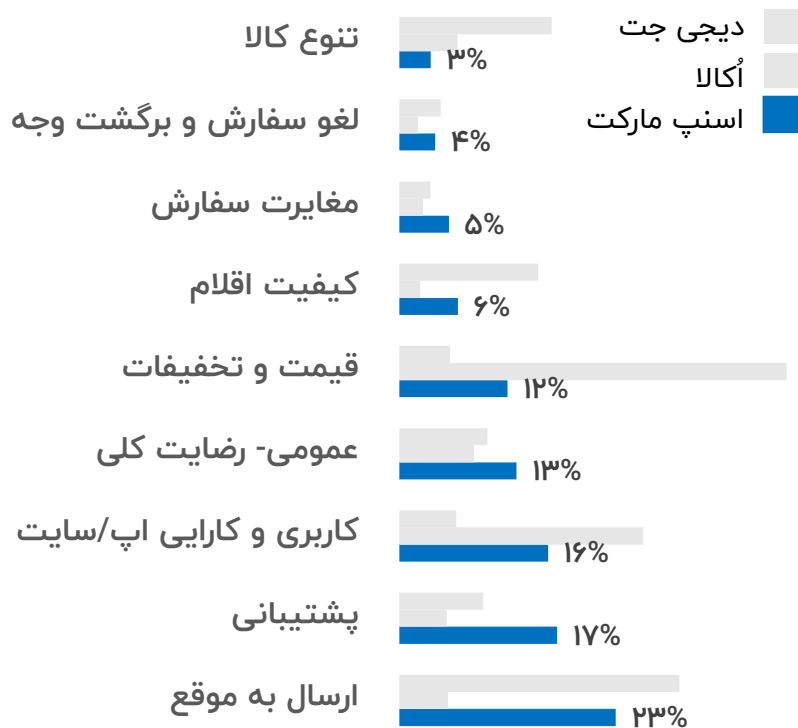
نسبت نظرات منفی در حوزه های مختلف در ۱۲ ماه گذشته



نسبت نظرات منفی در حوزه های مختلف در ۳ ماه گذشته



بررسی نظرات منفی کاربران درباره اسنپ مارکت



در سه ماه گذشته حدود ۴۰۰ تجربه خرید از اسنپ مارکت در منابع مختلف ثبت شده است. که بیش از ۶۰ درصد آن تجربه منفی افراد از خرید بوده است.

بیشترین نظرات منفی اسنپ مارکت مربوط به ارسال به موقع، پشتیبانی و کاربری و کارایی سایت/اپ بوده است.

در مقایسه با سایر رقبا، اسنپ مارکت عملکرد بهتری در زمینه تنوع کالا داشته است و نسبت نظرات منفی در این حوزه در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است. اما نسبت نظرات منفی در زمینه پشتیبانی و مغایرت سفارش در مقایسه با رقبا بیشتر بوده است و در این بخشها عملکرد بدتری نسبت به رقبا داشته است.

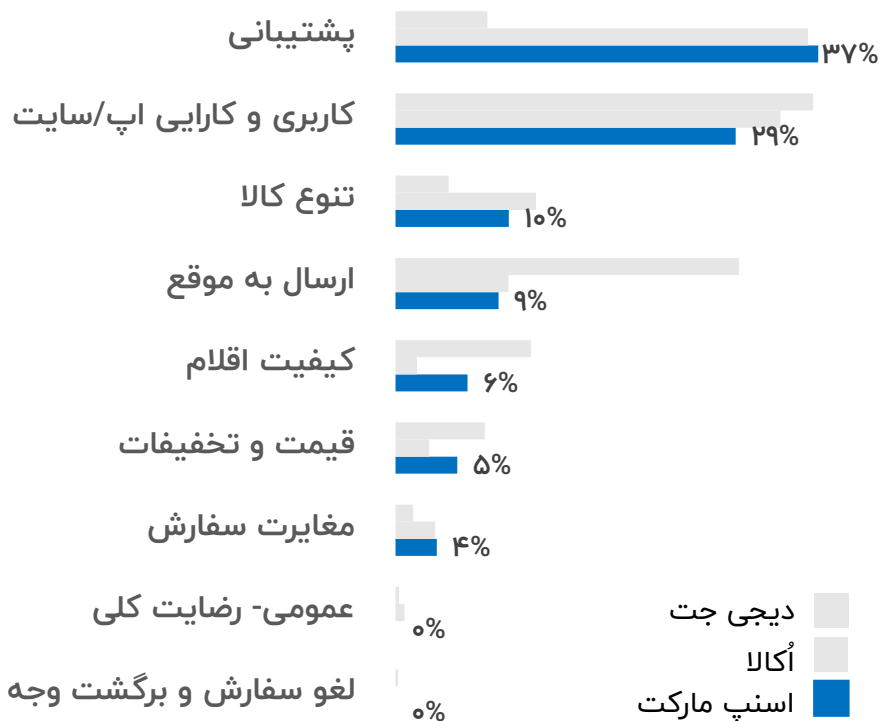
نسبت نظرات منفی اسنپ مارکت در مقایسه با رقبا

بررسی نظرات مثبت کاربران درباره اسنپ مارکت

بیشترین نظرات مثبت اسنپ مارکت مربوط به پشتیبانی، کاربری و کارایی اپ/سایت و تنوع کالا است.

در زمینه نسبت نظرات مثبت در مقایسه با سایر رقبا، اسنپ مارکت عملکرد بهتری در زمینه پشتیبانی داشته است و نسبت تجربیات مثبت کاربران در این دسته‌ها بیشتر بوده است.

ارسال به موقع نیز دسته‌ای بوده که نسبت تجربیات مثبت کاربران در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است.



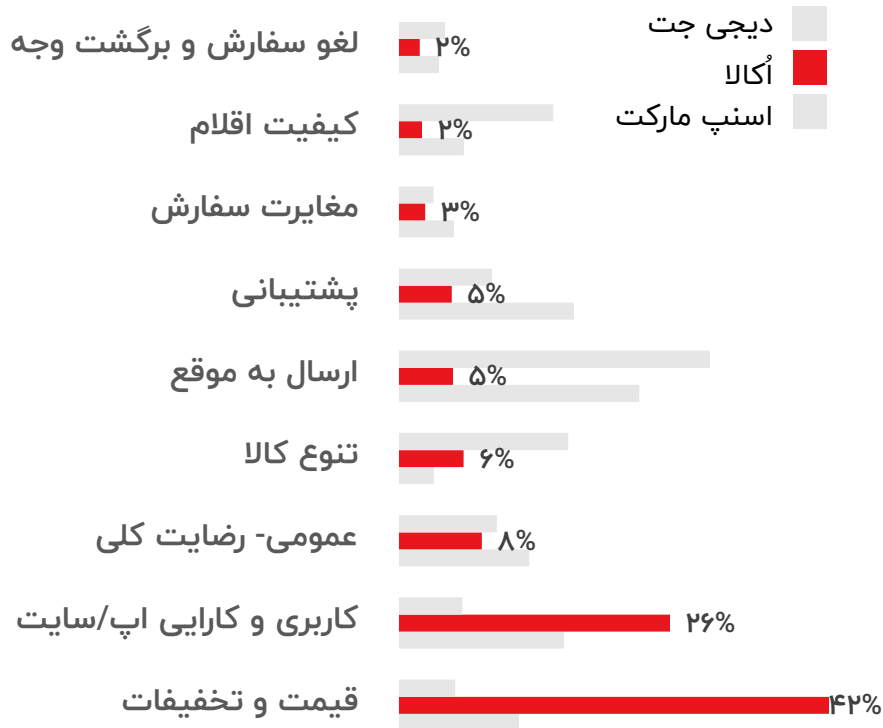
نسبت نظرات مثبت اسنپ مارکت در مقایسه با رقبا

بررسی نظرات منفی کاربران درباره اُکالا

در سه ماه گذشته بیش از ۲ هزار تجربه خرید از اُکالا در منابع مختلف ثبت شده است. که حدود ۱۶۰۰ تا از آنها تجربیات منفی بوده است.

بیشترین نظرات منفی اُکالا مربوط به قیمت و تخفیفات و کاربری و کارایی سایت/اپ بوده است.

در مقایسه با سایر رقبا، اُکالا عملکرد بهتری در زمینه مغایرت سفارش، کیفیت اقلام، ارسال به موقع، لغو سفارش و پشتیبانی داشته است و نسبت نظرات منفی در این حوزه در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است. اما نسبت نظرات منفی در زمینه قیمت و تخفیفات و کاربری کارایی اپ/سایت به نسبت رقبا بسیار زیاد بوده و بیش از دو سوم تجربیات منفی خرید از اُکالا در سه ماه گذشته به این دو حوزه مربوط بوده است.



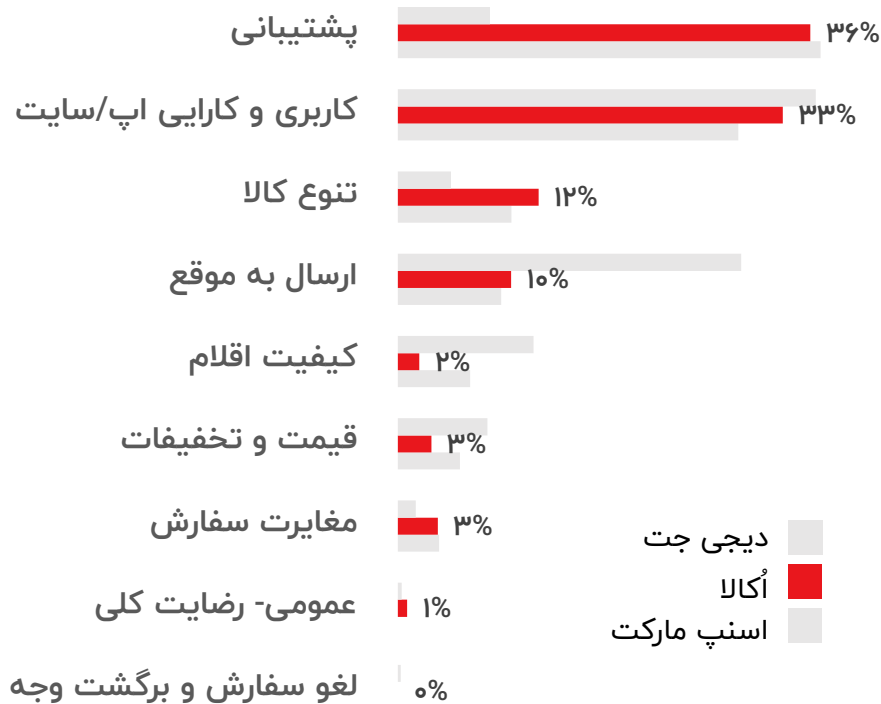
نسبت نظرات منفی اُکالا در مقایسه با رقبا

بررسی نظرات مثبت کاربران درباره اُکالا

بیشترین نظرات مثبت اُکالا مربوط به پشتیبانی، کاربری و کارایی اپ/سایت و تنوع کالا است.

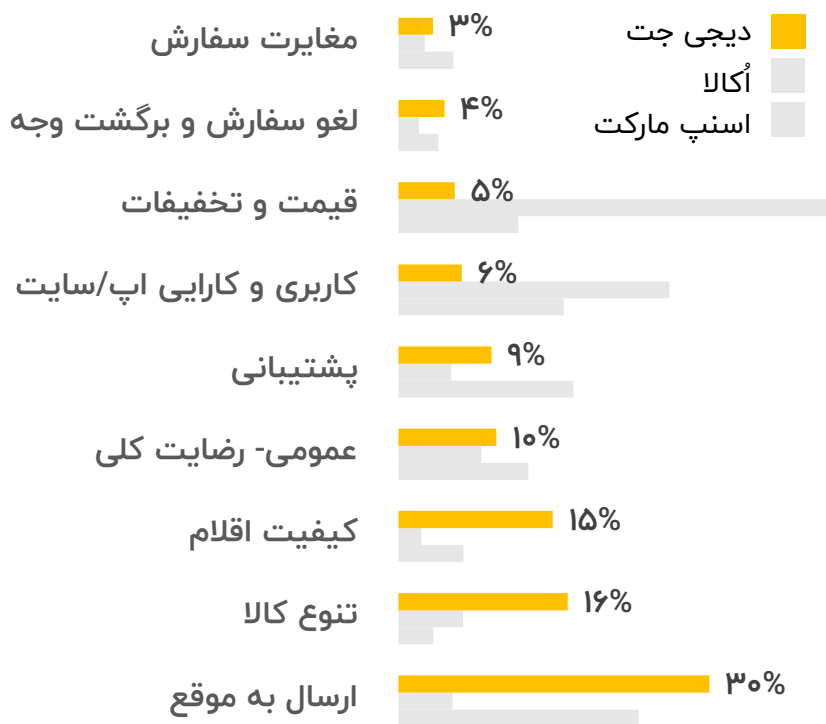
در زمینه نسبت نظرات مثبت در مقایسه با سایر رقبا، اُکالا عملکرد بهتری در زمینه تنوع کالا داشته است و نسبت تجربیات مثبت کاربران در این دسته‌ها بیشتر بوده است.

کیفیت اقلام و قیمت و تخفیفات نیز دسته‌هایی بوده‌اند که نسبت تجربیات مثبت کاربران در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است.



نسبت نظرات مثبت اُکالا در مقایسه با رقبا

بررسی نظرات منفی کاربران درباره دیجی‌جت



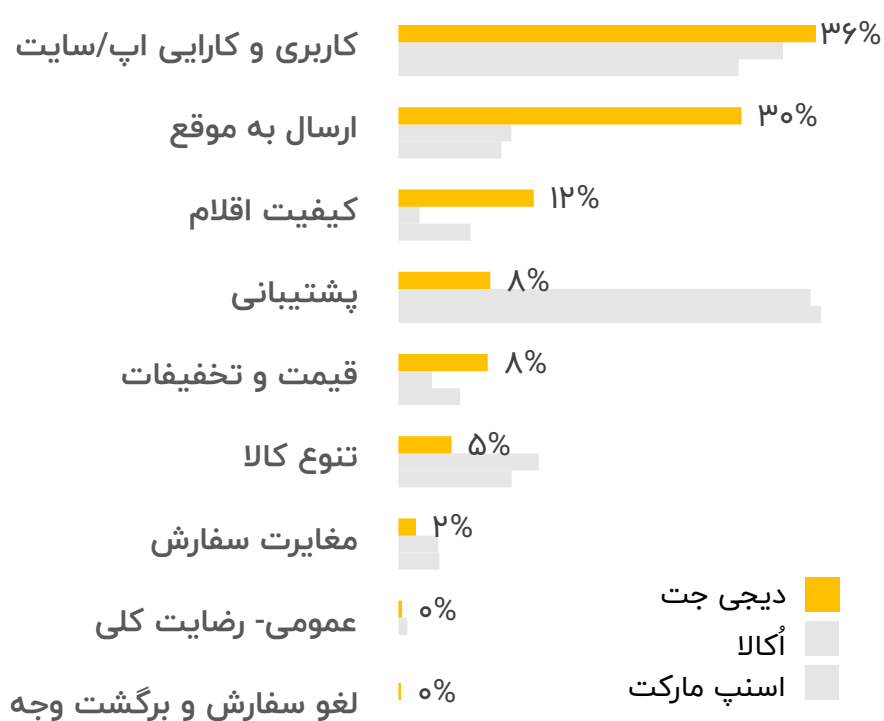
نسبت نظرات منفی دیجی‌جت در مقایسه با رقبا

در سه ماه گذشته بیش از ۲،۲۰۰ تجربه خرید از دیجی‌جت در منابع مختلف ثبت شده است. که تنها ۸۹۰ تا از آن‌ها مربوط به تجربیات منفی خرید بوده است.

بیشترین نظرات منفی دیجی جت مربوط به ارسال به موقع، تنوع کالا و کیفیت اقلام بوده است.

در مقایسه با سایر رقبا، دیجی جت عملکرد بهتری در زمینه کاربری و کارایی اپ/سایت و قیمت داشته است و نسبت نظرات منفی در این حوزه در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است. اما نسبت نظرات منفی در زمینه تنوع کالا، کیفیت اقلام و ارسال به موقع به نسبت رقبا بیشتر بوده است.

دیجی جت



بیشترین نظرات مثبت دیجی جت مربوط به کاربری و کارایی اپ/سایت، ارسال به موقع و کیفیت اقلام است. (ارسال به موقع و کیفیت اقلام مواردی هستند که بیشترین نظرات مثبت و منفی را در دیجی جت داشته اند.)

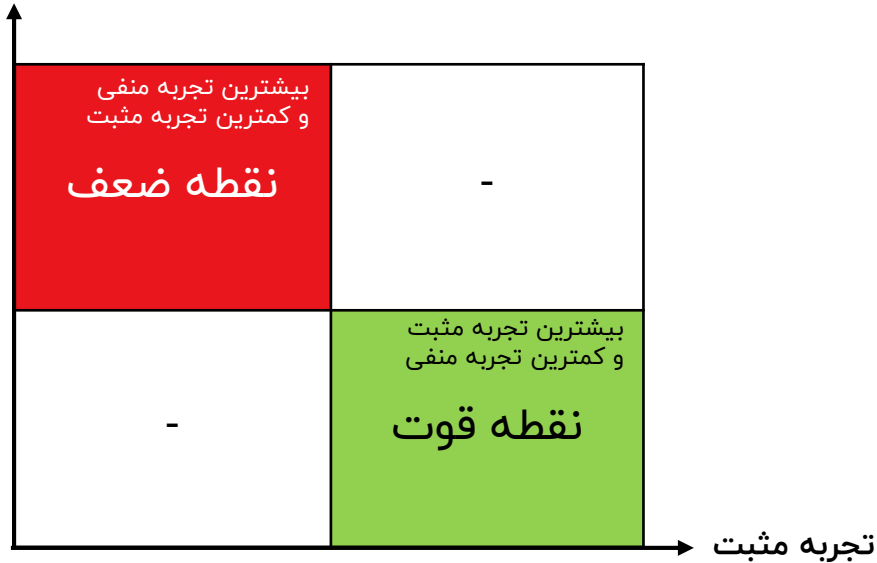
براساس نظرات مثبت در مقایسه با سایر رقبا، دیجی جت عملکرد بهتری در زمینه کاربری و کارایی اپ/سایت و ارسال به موقع و کیفیت اقلام داشته است و نسبت تجربیات مثبت کاربران در این دسته‌ها بیشتر بوده است.

تنوع کالا و مغایرت سفارش نیز دسته‌هایی بوده‌اند که نسبت تجربیات مثبت کاربران در مقایسه با سایر رقبا کمتر بوده است.

نسبت نظرات مثبت دیجی جت در مقایسه با رقبا

بررسی نقاط ضعف و قوت

تجربه منفی



در این قسمت براساس تجربیات مثبت و منفی کاربران به مقایسه نقاط ضعف و قوت سه بازیگر اصلی این حوزه می‌پردازیم. در صورتی کاربران کمترین (بیشترین) درصد تجربه منفی و بیشترین (کمترین) درصد تجربه مثبت را در یک دسته نسبت به رقبا ثبت کرده باشند، آن دسته به عنوان نقطه قوت (ضعف) کسب و کار شناسایی می‌شود.

(برخی دسته‌ها مانند عدم مغایرت سفارش، ویژگی‌های پایه (Basic) برای کسب و کار هستند. به این معنا که عدم وجود مغایرت در سفارش باعث ایجاد رضایت در افراد نمی‌شود اما وجود مغایرت در سفارش باعث نارضایتی افراد می‌شود.)

دیجی جت	اکالا	اسنپ مارکت	
کاربری و کارایی اپ/سایت	پشتیبانی	-	نقاط قوت
تنوع کالا	قیمت و تخفیفات	مغایرت سفارش	نقاط ضعف

برای مشاهده مدل جمع‌آوری و تحلیل تجربه خرید کاربران توسط ماتوریتی بر روی لینک زیر کلیک کنید.

نمونه داده جمع‌آوری و تحلیل‌شده توسط مدل هوش مصنوعی ماتوریتی مرتبط با بازار FMCG

برای مشاهده سایر گزارش‌های اکوسیستم استارت‌آپی با ما در ارتباط باشید | 