

گزارش تحقیق بازار فروشگاه های اینترنتی در ایران (نسخه رایگان)

- بررسی گرایش مردم به خرید اینترنتی
- وضعیت خرید و فروش اینترنتی در ایران
- قوانین مربوط به فروش اینترنتی
- موانع فروش اینترنتی در ایران
- عوامل موثر در موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی در ایران
- انواع مدل‌های فروش اینترنتی
- منابع انسانی مورد نیاز برای فروش اینترنتی
- محصولات اشباع شده در اینترنت
- محصولاتی با پتانسیل فروش
- محصولات چالشی
- فروشگاه های اینترنتی تخصصی برتر در هر دسته کالایی
- مقایسه ویژگی های مثبت ۱۶ فروشگاه اینترنتی برتر در ایران

• بررسی گرایش مردم به خرید اینترنتی

طبق نظر سنجی های انجام شده، مشتریان دلایل متعددی برای خرید اینترنتی عنوان می کنند. بسیاری از این دلایل به خصوصیات منحصر به فرد محیط اینترنت مثل دسترسی فارغ از مرز به کالا و خدمات، وجود اطلاعات فراوان در مورد محصولات، امکان مقایسه کالاها با یکدیگر و قیمت های آن ها، صرفه جویی در زمان، انعطاف پذیری در زمان خرید، عدم نیاز به تحرک فیزیکی، وجود قیمت های رقابتی، تنوع محصولات و سهولت در سفارش خرید برمی گردد. در واقع می توان عمده ترین مزیت خرید اینترنتی را راحتی و سهولت آن دانست. به این ترتیب خرید مجازی می تواند جایگزین واقعا مطلوبی برای خرید حضوری باشد. اما در کنار هر راحتی و آسایش معمولاً معایب و نقایصی هم وجود دارد. در خرید اینترنتی سه مشکل اساسی وجود دارد:

موانع فناوری: سرعت پایین سایت ها و وجود مشکل برای ثبت نام در سایت و بازکردن حساب خرید در آن ها.
موانع ذاتی اینترنت: عدم تعامل فیزیکی و عدم توانایی مشتریان در لمس کالاها قبل از خرید؛ از جمله مشکلاتی است که به ماهیت مجازی بودن اینترنت برمی گردد.

موانع امنیتی: عدم امنیت لازم برای انجام مبادلات و بی اعتمادی مشتریان برای واریز پول به حساب سایتها.
به جز موارد بالا، عوامل دیگری نیز وجود دارد که به طور خاص به فروشگاه های اینترنتی مربوط بوده و رفع هر کدام از آنها مستقیماً در افزایش گرایش کاربران به خرید اینترنتی موثر است:



۱- سیستم توزیع نامناسب

هرچند برخی از فروشگاه‌های اینترنتی مشهور همچون دیجی‌کالا و بامیلو توانسته‌اند تا حدودی مشکلات مربوط به توزیع کالاها در سراسر ایران را حل کنند اما این حکایت برای اکثر فروشگاه‌های اینترنتی در ایران همچنان باقی است. بسیاری از فروشگاه‌های اینترنتی از پست یا مس‌سات خصوصاً برای ارسال کالاهای خود بهره می‌برند، سیستم‌های توزیعی که به دلیل هزینه‌های گران خود، خرید به‌صرفه‌ای را به ارمغان نمی‌آورند. فرض کنید کالایی با تخفیف مناسب برای خرید انتخاب کرده‌اید، اما باید مبلغی بیشتر از تخفیف را صرف هزینه ارسال کنید که چندان خوشایند نیست. درحالی‌که در بسیاری از فروشگاه‌های مشهور اینترنتی در جهان هزینه ارسال رایگان بوده و خرید اینترنتی صرفه اقتصادی بالایی دارد.

۲- قیمت محصولات

یکی از عوامل بسیار مهمی که می‌تواند کاربران را به خریدهای اینترنتی ترغیب کند قیمت کالاهاست. در حالی‌که فروشگاه‌های اینترنتی مشهور دنیا در زمینه قیمت و خدمات متنوع با یکدیگر به رقابت می‌پردازند، فروشگاه‌های اینترنتی ایرانی نتوانسته‌اند آن‌طور که باید و شاید محصولات را با قیمت مناسب و به‌صرفه به مشتریان خود عرضه... [**ادامه این بخش و مشاهده جدولها در نسخه کامل گزارش**]

• وضعیت خرید و فروش اینترنتی در ایران

آمارها چه می‌گویند؟

معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به توسعه ابزارهای دسترسی به فناوری اطلاعات در کشور از وجود ۳۷ میلیون کاربر اینترنت و ۲۸ میلیون کاربر اینترنت پرسرعت در کشور خبر داد. آمارهای رسمی منتشر شده خبر از رشد ۶۰ درصدی خرید اینترنتی در ایران طی چند سال گذشته دارد، اکثر خریداران فروشگاه‌های اینترنتی در ایران جوانان هستند و آمارهای غیر رسمی نشان می‌دهد که مردان بیش از زنان از فروشگاه‌های اینترنتی خرید می‌کنند!

نکته جالب توجه آن است که طبق آمار منتشرشده از جانب انجمن صنفی کسب و کار اینترنتی ایران، فروشگاه‌های اینترنتی دارای نماد اعتماد الکترونیک از مرز ۹ هزار فروشگاه فراتر رفته است! هر چند گرایش کاربران ایرانی به خرید از فروشگاه‌های اینترنتی به تدریج در حال افزایش است اما طبق آمارهای وزارت صنعت، معدن و تجارت، از هر ۵ فروشگاه اینترنتی ۳ مورد از آنها شکست می‌خورد. که این مسئله نشان‌دهنده مشکلات مدیریتی و بازاریابی فروشگاه اینترنتی و نیز عدم گرایش در صد بالایی از مردم به خرید اینترنتی بوده به طوری‌که هم‌چنان خرید از... [**ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش**]

• قوانین مربوط به فروش اینترنتی

در وبسایت نماد اعتماد الکترونیکی، قوانین و آیین‌نامه‌های متعددی برای کسب و کارهای اینترنتی ضمیمه شده که موارد مرتبط با فروش اینترنتی در زیر ارائه شده است:

- [الزامات عرضه کالاهای فرهنگی در اینترنت](#)
- [الزامات عرضه محصولات سلامت محور](#)
- [فهرست اقلام ممنوع اعلام شده از سوی \[**ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش** \]](#)



• موانع فروش اینترنتی در ایران

طی مصاحبه ای که با مدیران فروشگاه های اینترنتی کشور انجام شد موانع فروش اینترنتی در ایران به شرح زیر اعلام می

شود:

موانع اصلی	موانع فرعی	برخی از شاخص های مهم
زیرساختی	مخابراتی	قطعی فراوان شبکه اینترنت، پایین بودن سرعت اینترنت، قطعی فراوان شبکه شتاب.
	حمل و نقل	با تاخیر رسیدن برخی از کالاهای ارسالی از طریق پست، بالا بودن هزینه پست کالا، پایین بودن کیفیت خدمات حمل و نقل
فرهنگی	جامعه	نبود فرهنگ استفاده از رایانه و اینترنت، آشنا نبودن بسیاری از افراد با خرید اینترنتی، ثبت سفارش های خرید بی مورد توسط برخی افراد.
	مشتری	پایین بودن اعتماد مشتریان، کم بودن تعداد خریداران

در این پژوهش با شناسایی موانع اصلی فروش اینترنتی در ایران (زیرساختی، فرهنگی، مدیریتی، دولتی-حقوقی)، ترتیب اهمیت این موانع از دیدگاه مدیران فروشگاه های اینترنتی به شرح زیر می باشد: ... [ادامه این بخش و مشاهده تمام جدول بالا در نسخه کامل گزارش]

• عوامل موثر در موفقیت کسب و کارهای اینترنتی در ایران

تحقیقات نشان داده است که فقدان دانش پایه ای کسب و کار، نداشتن طرح کسب و کار و یا ضعیف بودن آن، تبلیغ غیر موثر، تدارکات ناکافی در برآورده ساختن نیازهای مشتریان، استفاده نابجا از منابع مالی و کاهش تدریجی علاقه سرمایه گذار به تجارت الکترونیک و همچنین رشد قارچی شرکتهای اینترنتی و بروز تغییر در رفتار خرید مشتریان از مهم ترین دلایل عدم موفقیت کسب و کارهای اینترنتی در کشور بوده است. از سوی دیگر، کسب و کارهای اینترنتی موفق اغلب ترکیبی (حقیقی و مجازی) بوده اند که از زنجیره تامین قوی و همچنین دامنه ای از مشتریان موجود بهره می جستند.



طبق مصاحبه ای که با عمده فعالان کسب و کارهای اینترنتی ایرانی صورت گرفت معیارها و شاخصه های موفقیت در کسب و کار اینترنتی مشخص شده و نبود این معیارها را به منزله شکست قلمداد کردند. پس از انجام مصاحبه ها، کد گذاریها، طبقه بندی و تحلیل آنها نتایج آن در جدول زیر ارائه شد:

در سالهای اخیر استفاده مردم از اینترنت بسیار گسترش پیدا کرد و در نتیجه آن خرید اینترنتی نیز رونق قابل توجهی گرفت؛ فروشگاه های اینترنتی بسیار بزرگ شدند و توانستند مشتریان زیادی را به خود جذب نمایند. از همین رو اکثر فروشندگان...

عوامل موفقیت		عوامل شکست	
میزان موفقیت	دانش، تجربه و مهارتهای مدیریت کسب و کار و کارآفرینی موفقیت طلبی و ریسک پذیری بنیانگذار سایت دانش و تجربه در زمینه تخصصی موضوع سایت وجود متخصص وب و برنامه نویسی در تیم مدیریت	فقدان دانش، تجربه و مهارتهای مدیریت کسب و کار و کارآفرینی فقدان دانش و تجربه در زمینه تخصصی موضوع سایت فقدان وجود متخصص وب و برنامه نویسی در تیم مدیریت	کسب و کار اینترنتی
	دامین خوب (اسمی به یادماندنی و با نوشتار ساده و ...) هاست خوب و مناسب (پهنای باند کافی، گنجایش مناسب و ...) محتوای خوب و قوی سایت ایده و موضوع خوب سایت سرعت سایت (سرعت لود صفحات، سرعت ورود اطلاعات، سرعت انجام مبادلات و ...) ارتباط و تعامل خوب سایت و مدیران آن با کاربران گرافیک مناسب سایت (چیدمان مناسب منوها، استاندارد بودن سایت و ...) سهولت استفاده از سایت (user friendly) نرم افزار مناسب و برنامه نویسی قوی و حرفه ای سایت		
میزان رضایت مشتریان	قیمت مناسب محصول / خدمت		

مشاهده تمام جدول بالا در نسخه کامل گزارش |

۱- نقد و بررسی توسط مشتریان

بهترین ابزار برای ایجاد اطمینان برای خرید محصول، وجود نظرات مشتریان است. مطمئناً بهترین توصیه کننده برای محصول شما مشتریان هستند. نتایج بررسی ها در مورد فروشگاه های اینترنتی نشان داده است که مشتریان تا حد خوبی به نظراتی که در فضای مجازی می بینند اهمیت می دهند. اجازه بدهید مشتریان نظر خود را راجع به محصول بیان کنند، اجازه دهید این کار را تا حد امکان ساده و سریع انجام دهند. نظر دادن به مشتریان اجازه می دهد احساس خود راجع به خریدی که داشته اند و سرویسی که دریافت کرده اند را بیان کنند. علاوه بر این، نظرات مشتریان به اعتبار دادن به سایت شما کمک می کند.

تاثیر نظرات مشتریان در فروشگاه اینترنتی خیلی زیاد است. آمارها نیز بر این قضیه مهر تایید می زنند. توجه شما را به آمارهای زیر در مورد نظرات مشتریان ایرانی جلب می کنیم:

- ۵۸٪ مشتریان، سایت هایی که نظر و بررسی دارند را ترجیح می دهند.
- داشتن نظرات و بررسی های مشتریان فروش شما را تا حدود ۱۸٪ افزایش می دهد.
- ۶۳٪ مشتریان، مایل به خرید از سایتی هستند که نقد و بررسی داشته باشد.
- مردم تا ۱۲ مرتبه به نظرات مشتریان بیشتر اعتماد کرده اند تا به توصیف ها و تعریف های خود شرکت عرضه کننده محصول

۲- استفاده از تصاویر با کیفیت

فکر می کنید کسی حاضر است جنسی را بخرد که هنوز آن را ندیده است؟ قطعاً نه. اگر می خواهید مشتریان به خرید محصول شما علاقه نشان بدهند باید تصاویر باکیفیت و متعددی از محصول خود داشته باشید. برای هر محصول از دوربین های حرفه ای استفاده کنید، از همه جوانب و بخش های آن عکس بگیرید و حتی بهتر است از استفاده های محصول در زندگی روزمره نیز عکس



داشته باشید. استفاده از عکاسان حرفه ای و تجهیزات پیشرفته شاید هزینه بالایی داشته باشد ولی مطمئناً در افزایش فروش محصول تاثیر خواهد داشت.

۳- پرداخت سریع و آسان

صفحه پرداخت آخرین مرحله از خرید است اما باید پرداخت را برای مشتری خیلی راحت کنید. محیط پرداخت مطمئن و قابل اعتمادی برای مشتری ایجاد کنید و حتماً به نکات زیر توجه ... [**ادامه این بخش و مطالعه موارد ۹ گانه در نسخه کامل گزارش**]

• انواع مدل‌های فروش اینترنتی

به طور کلی می‌توان مدل‌های فروش اینترنتی را بدون وابستگی به نوع کالا و محصول به صورت زیر تعریف نمود:

۱- Direct sale

در مدل فروش مستقیم، فروشگاه اینترنتی ملزم به بر عهده گرفتن کلیه مراحل تامین و فروش می‌باشد: تهیه و تامین کالا، انبارداری، بسته بندی و ارسال کالا و پشتیبانی از خرید در این مدل، به سرمایه بالا و نیز سرمایه در گردش (نقدینگی) برای انبار محصولات و سیستم لجستیک می‌باشد. دیجی کالا و مدیسه دو نمونه از این مدل فروشگاه اینترنتی می‌باشد.

۲- Market place

در این مدل، فروشگاه اینترنتی صرفاً واسطه ای بین تامین کنندگان و خریداران خواهد بود و مراحل **تامین کالا و انبارداری** از پروسه حذف شده و به جای آن دو، بخش **هماهنگی با تامین کنندگان** به فرآیند اضافه می‌گردد. در این مدل، کالاهای تولیدکننده ها یا واردکننده ها در وبسایت قرار گرفته و پس از ثبت سفارش مشتری، کالا از تامین کننده دریافت و سپس برای مشتری ارسال می‌گردد. نمونه این مدل را فروشگاه اینترنتی بامیلو داراست. گرچه در این مدل، سرمایه مربوط به تامین و انبارداری حذف می‌شود اما مشکلات و پیچیدگی های زیر به فرآیند اضافه می‌گردد:

- جلب نظر تامین کننده برای همکاری
- تطابق کالاهای درون سایت با موجودی تامین کننده
- کنترل بر قیمت محصولات
- کنترل سلامت و اصالت کالا
- تطابق [**ادامه این بخش و مطالعه سایر مدل‌های فروش اینترنتی در نسخه کامل**]

[گزارش]



• منابع انسانی مورد نیاز برای فروش اینترنتی

راه اندازی فروشگاه اینترنتی یکی از مدل‌های پرهزینه (مالی، فرآیندی) در کسب و کارهای اینترنتی می باشد. در صورتی که یک فروشگاه اینترنتی قصد داشته باشد با سرمایه زیاد و به صورت تمام وقت و حرفه ای کار خود را آغاز کند به منابع و امکانات زیر نیاز خواهد داشت:

- واحد تامین کالا شامل تیم خرید (یا مذاکره با تامین کننده ها) و مسئول انبار
- واحد توزیع کالا شامل نیروی بسته بندی، مدیریت توزیع و واحد ارسال
- کال سنتر (پشتیبانی تلفنی و آنلاین)
- برنامه نویس وب
- گرافیکست
- کارشناس دیجیتال مارکتینگ
- کارشناس تولید محتوا و شبکه های اجتماعی
- واحد منابع ... [ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]

• محصولات اشباع شده در اینترنت

محصولات اشباع شده به آن دسته از کالاهایی گفته می شود که بازار فروش آنلاین آن توسط فروشگاه های اینترنتی موجود قبضه شده و ورود به آن حوزه به عنوان اولین کالاهای فروشی در فروشگاه های اینترنتی جدید توصیه نمی گردد. گرچه می توان به تدریج و در درازمدت چنین محصولاتی را نیز به سبد فروش و بسایت اضافه کرد اما این امر منوط به برندسازی فروشگاه، جذب کاربر و اعتمادسازی می باشد.

کالاهای اشباع شده عبارتند از :

- انواع کالاهای دیجیتال نظیر موبایل، تبلت، لب تاپ و لوازم جانبی آن

دسته دوم کالاهای اشباع شده، محصولاتی هستند که به علت گرانی قیمت بودن و ماندگاری آن برای مصرف کننده، عرضه آن در فروشگاه های اینترنتی جدید و تازه تاسیس مناسب نبوده و با استقبال مواجه نخواهد شد. این محصولات عبارتند از :

- لوازم خانگی برقی کوچک و بزرگ
- لوازم اداری برقی نظیر دستگاه فوتوکپی و چاپ

دسته سوم این محصولات بر خلاف دو دسته بالا - که ورود به عرصه فروش اینترنتی آنها توصیه نمی شود - با وجود فضای رقابتی شدید، همچنان امکان فعالیت و رشد در آن وجود داشته و بازار آن به طور کامل توسط هیچ وبسایتی قبضه نشده است.

این محصولات که شامل انواع ... [ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]



• محصولات با پتانسیل فروش

این دسته از محصولات هنوز بازار فروش آنلاین آنها به طور کامل قبضه نشده و یا استقبال از آنها به حدیست که با وجود رقبای متعدد یا قوی، امکان فعالیت با احتمال بازدهی بالا وجود دارد. در ادامه سه نوع از این دسته محصولات ارائه شده است:

• **محصولات تی وی:** این دسته از محصولات عمدتاً وارداتی از شرق آسیا بوده، قیمتی پایین و کاربردی مصرفی و فانتزی دارند و به علت تنوع و تازگی محصولات در کنار قیمت پایین مورد استقبال قرار می گیرند.

• **محصولات آرایشی-بهداشتی:** گرچه سایتهای موفق در زمینه فروش این محصولات وجود دارد اما فروش اینترنتی لوازم آرایشی-بهداشتی بازار بکر و رو به رشدی داشته و می تواند یکی از گزینه های ورود به عرصه فروش آنلاین قلمداد گردد.

صنایع دستی و لوازم تزئینی منزل: فروشگاه های اینترنتی متعددی در زمینه فروش صنایع دستی ایران فعالیت می کنند که عمدتاً با استقبال خوبی مواجه شده و فروش بالایی دارند. صنایع دستی ایران به علت آنکه در کل کشور توزیع سراسری نداشته و در هر استان صنایع مختص به آن منطقه یافت می شود با استقبال مواجه ... **[ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]**

• محصولات چالشی

برخی دسته های کالایی جهت فروش اینترنتی چالشهای مختلفی را پیش روی خود دارند. به طور کلی تمام محصولات چالشی، بازار آنلاینی بکر داشته و هنوز رقابت جدی در آن صورت نگرفته است. لذا در صورتی که بتوان چالشهای مربوطه را برطرف نمود امکان موفقیت در عرصه فروش اینترنتی آنها به میزان قابل توجهی بالا خواهد بود.

• **ابزارآلات:** گرچه فروش اینترنتی این محصولات در ایران رواج پیدا کرده اما به علت در دسترس بودن این نوع کالاها در تمام مناطق و نیز وزن بالا که سبب افزایش هزینه پرداختی پست خواهد شد فروش اینترنتی آن با مشکل مواجه می باشد.

• **محصولات خوراکی و مصرفی:** فروش اینترنتی محصولات مصرفی خانوار در برخی هایپرمارکتهای آنلاین ایرانی انجام می شود اما نمی توان این کالاها را برای این مدل فروش مناسب دانست؛ چرا که دسترسی بسیار ساده به کالاهای مصرفی در هر شهر، تمایل و علاقه ها خانم ها به خرید حضوری و تحویل آنی کالاهای مصرفی و نیز حساسیت به کیفیت، سلامت، تاریخ انقضا و تحویل به موقع برای رفع آنی نیاز به این محصولات سبب شده تا موفقیت در فروش اینترنتی آن به سالهای آتی موکول شود!

البته می توان این احتمال را در نظر گرفت که فروش اینترنتی محصولات خوراکی در شرایط فعلی در صورتی موفق خواهد بود که محصولاتی از برندهای شناخته شده جهانی که در همه ایران در دسترس نیست (مثلاً m&m) که جنبه تفنی داشته و برندی شناخته شده، معتبر و قابل اطمینان است عرضه شود.

یک فروشگاه اینترنتی که انواع خوراکی های فانتزی برند و باکیفیت عرضه کند احتمال موفقیت بالایی خواهد داشت. **گجت ها:** گرانبه بودن گجتها و مخاطبان خاص آن دو ... **[ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]**

فروشگاه های اینترنتی تخصصی برتر در هر دسته کالایی

• **فروشگاههای اینترنتی عمومی:** دیجی کالا، بامیلو، زنبیل، چاره، پاپوش، البسکو، فینال



منتشر شده در

آراتیس | اولین رسانه تحلیلگر استارتآپهای ایرانی

www.Aratis.ir

- کالاهای دیجیتال: مقدار آی تی، گوشی شاپ، آل دیجیتال
- لوازم خانگی برقی: تهران کالا، دالانو، هورانه
- ظروف آشپزخانه: شوش مال
- پوشاک: مدیسه، شیکسون، بایکس، وب پوش
- آرایشی-بهداشتی: ... [ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]

• مقایسه ویژگی های مثبت ۱۶ فروشگاه اینترنتی برتر در ایران

در این بخش ویژگیهای مثبت موجود در وبسایتهای فروشگاه های اینترنتی کشور جمع آوری شده است. این ویژگی ها جهت طراحی سایت فروشگاههای بسیار پر کاربرد می باشد.
برای مطالعه این ویژگی ها... [ادامه این بخش در نسخه کامل گزارش]

آنچه مطالعه کردید بخش خلاصه ای از نسخه اصلی این گزارش می باشد. جهت خرید نسخه کامل و دسترسی به کل اطلاعات تحقیق، همین حالا روی گزینه زیر کلیک کنید:

[Click Now](#)

