

چرا ایرانی ها علاقه ای به خرید اینترنتی ندارند؟

گزارش ها مشخص می کند از 10 فروشگاهی که امکان خرید آنلاین را ایجاد کرده اند طی شش ماه تنها 2200 کالا خریداری شده است...



گزارش ها مشخص می کند از 10 فروشگاهی که امکان خرید آنلاین را ایجاد کرده اند طی شش ماه تنها 2200 کالا خریداری شده است

بهراد مهرجو

مسول واحد فروش بزرگترین کارخانه تولیدکننده لبنیات ایران، پشت میزکارش نشسته و با حالی آکنده از غم، لیست های فروش را نگاه می کند. او به تازگی از سوی مدیرعامل شرکت مامور شده تا مقدمات راه اندازی سایت اینترنتی فروش آن لاین را برای آماده کند. روی صفحه های A4 نمودارها و گراف های رنگی رسم شده است. ستون های آبی افزایش فروش را نشان می دهد و ستون های سبز تعداد خریدهای الکترونیکی را مشخص کرده است. ستون های آبی طی سه ماه دوم سال 92 به دلیل کسری بودجه خانوارها و همچنین رشد قیمت ها سرچایشان میخکوب شده اند ولی ستون های سبز به گفته مدیرجوان وضعیت اسفناکی دارند. به گفته او «در ایران فروش اینترنتی اساسا شکل نمی گیرد چراکه دسترسی به اینترنت پرسرعت و مطمئن به اندازه ای که در کشورهای غربی یا عربی مهیاست، در ایران وجود ندارد.» 7 روز قبل یکی از خبرگزاری های معتبر کشور، اطلاعاتی منتشر کرد که نشان می داد بیش از 90 درصد کاربران تلفن های هوشمند در جهان به خرید اینترنتی علاقه دارند. 70 درصد آنها نیز طی یک ماه حداقل یکبار خرید اینترنتی را تجربه کرده بودند. تمامی آمارها تایید می کند، فروش اینترنتی در جهان رو به گسترش است ولی مدیران و تصمیم گیران ایرانی حتی به درستی نمی دانند چه تعداد گوشی های هوشمند در اختیار کاربران ایرانی قرار دارد.

دکتر مسعود کرباسیان رئیس کل با تجربه و مشهور گمرک ایران هم در آخرین کنفرانس خبری خود در حالی که لحن صدایش را قدری با تاسف آمیخته بود، مقابل 30 خبرنگار رسانه های معتبر کشور با کنایه گفت: «متأسفانه شرایط طوری بود که تا پیش از این آمار واردات موبایل را به کیلوگرم و تن می دادند.» او اشاره به آماری داشت که طی 4 سال گذشته بارها از سوی مدیران سابق کمرگ با لحنی توأم با افتخار بیان می شد.

آماري که تایید می کند طی نه ماه ابتدای سال جاری 378 تن به ارزش 113 هزار دلار تلفن همراه وارد کشور شده است. همین آمارها خبر می دهند واردات تلفن همراه 32 درصد کاهش داشته است. این آمارها به درستی مشخص نمی کنند چه تعداد ایرانی به گوشی های هوشمند دسترسی دارند.

آمارهای پست ایران نشان می دهد، خریدهای اینترنتی غیرمحبوب ترین خدمات اینترنتی در کشور به حساب می آید. شرکت پست با 16 هزار و 600 کارمند در 17 هزار نقطه ایران و با سه هزار و 200 خط مبادلاتی و جابه جایی روزانه 3 میلیون مرسوله رکورد بیشترین خدمات جابه جایی کالا را در اختیار دارد ولی گزارش های همین شرکت مشخص می کند از 10 فروشگاهي که امکان خرید آنلاین را ایجاد کرده اند طی شش ماه تنها 2200 کالا خریداری شده است. کردستان به عنوان مهمترین مرکز خرید های اینترنتی هم تنها عدد خرید روزانه 700 مورد را برای خود به ثبت رسانده است. تمامی آمارها تایید می کنند که فروش اینترنتی در ایران اتفاقی غیراقتصادی و البته دور از دسترس است.

وکیل یکی از بزرگترین شرکت های صنعتی ایران دفتر کاری در خیابان مطهری و نزدیک به محل اصلی شرکت اجاره کرده است. او 45 ساله، فوق لیسانس و تحصیل کرده امریکااست. از وضعیت زندگیش در ایران رضایت نسبی دارد ولی قصد دارد بزودی تهران را به مقصد لندن ترک کند. او می گوید: «متأسفانه یا خوشبختانه من براساس زندگی روز تربیت شده ام. اینجا وقتی می خواهم مثلا متن یک جوابیه برای روزنامه ها را با مدیرعامل چک کنم نه ایمیلی در کار است و نه حتی از اس ام اس استفاده می کنند. باید یا پیک بیاید یا اینکه فکس کنیم. واقعا کار کردن سخت است. حالا تصور کنید جایی مثل تامین اجتماعی قصد داشته باشد، یک نامه به شرکت بفرستد یا اینکه ما جوابشان را بدهیم. یک هفته زمان می برد.»

شعبه تامین اجتماعی در خیابان حافظ اصلی ترین محل ارجاعات اداری او به حساب می آید. بیش از 45 میلیون ایرانی تحت پوشش بیمه تامین اجتماعی قرار دارند. این نهاد حداقل 5 هزار میلیارد تومان از دولت طلب کار است و یکی از بزرگترین هلدینگ های اقتصادی ایران مجموعه شستا با 170 شرکت زیرمجموعه آن قرار دارند. با این وجود در مهمترین شعبه تامین اجتماعی در قلب پایتخت همچنان پرونده ها و برگه های کاغذی از روی میزها به زمین از زمین به سطل های زباله هدایت می شوند. خانم جوانی تاییبیست تمام وقت این شعبه تامین اجتماعی است. تمامی نامه ها توسط مدیران ارشد، میانی و عادی روی کاغذ نوشته می شود، توسط مراجعان به خانم تاییبیست تحویل می شود و پس از چند دقیقه یا چند ساعت نامه ها تایپ می شود. اینترنت نایاب ترین امکان در این شعبه تامین اجتماعی است و هیچ نامه، درخواست و شکایتی بدون حضور فیزیکی و ایستادن در صف کارشناسان کم تعداد راه به جایی نمی برد. سازمان امور مالیاتی، وزارت صنعت و تقریبا تمامی نهادهای رسمی که شرکت های ایرانی با آنها سروکار دارند وضعیت مشابه همین شعبه تامین اجتماعی را دارند. این شواهد نشان می

دهد حضور اینترنت در نهادهای دولتی ایران نیز برخلاف آمارها کم فروغ است. گزارش های که به تازگی منتشر شده نشان می دهد 60 درصد مردم ایران از اینترنت استفاده می کنند که 40 درصد این کاربران در گروه سنی 20 تا 29 سال قرار دارند. ۴۵ میلیون و ۵ هزار و ۶۴۴ ایرانی امکان دسترسی به اینترنت را دارند. ضریب نفوذ اینترنت هم در ایران 59 درصد اعلام شده ولی 36 درصد از این کاربران به وسیله تلفن های همراهشان به اینترنت وصل می شوند. براین اساس ۲۷ میلیون و ۵۸۱ هزار و ۷۹۹ کاربر ایرانی از جمع 45 میلیون نفر دسترسی به دیگر وسیله های ارتباط با اینترنت را ندارند. این گزارش رسمی در مورد میزان و روش های دسترسی به اینترنت در ایران نوشته است: «کاربران اینترنت دایل آپ با ۶ میلیون و ۹۳۴ هزار و ۷۶۰ کاربر حدود ۹.۱۷ درصد از کل اتصالات اینترنت را به خود اختصاص داده و شمار مشترکان اینترنت ADSL نیز بر مبنای این آمار، ۳ میلیون و ۵۱۵ هزار و ۹۸۰ با ضریب نفوذ ۴.۶۵ درصد است. در این رده بندی، سهم اینترنت وایمکس از مجموع اتصالات به اینترنت در ایران ۱.۱۵ درصد با ۸۶۷ هزار و ۱۰۵ نفر و سهم اتصال از طریق فیبرنوری به اینترنت ۸.۰۷ درصد با ۶ میلیون و ۱۰۶ هزار نفر کاربر اعلام شده است. ۴۰ درصد کاربران اینترنت در ایران را نیز گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال، ۳۰ درصد را گروه سنی ۳۰ تا ۴۴ سال، ۱۵ درصد کاربران را گروه سنی ۴۵ تا ۵۹ سال، ۱۰ درصد کاربران را گروه سنی ۱۰ تا ۱۹ سال، ۳ درصد را گروه سنی ۱ تا ۱۰ سال و ۲ درصد را گروه سنی بالای ۶۰ درصد تشکیل می دهند.» از جمعیت افرادی که به اینترنت دسترسی دارند، 11 میلیون نفر عضو شبکه اجتماعی فیس بوک شده اند.

مدیرعامل یک شرکت فروش دستگاه های صوتی و تصویری در حالی که پروژه راه اندازی سامانه فروش الکترونیک اش با شکست مواجه شده می گوید: «نه اینترنت داریم و نه اینکه امکانی برای رابطه با نهادهای دولتی به روش غیرحضوری.»

گفته های مدیران شرکت های بخش خصوصی ایرانی نشان می دهد، ایده فروش اینترنتی و تجارت الکترونیک در ایران شبیه به رویاست. به تازگی شرکت ارتباطات سیار ایران گزارشی تحت عنوان «توسعه موبایل و تاثیرات اقتصادی و اجتماعی آن در ایران و جهان در افق 1396» منتشر کرده است. این گزارش راهبردی مجموعه ای از اینفوگرافی های حرفه ای و اطلاعات دقیق را در صفحه آرایی زیبا کنار هم قرار داده است. اطلاعات با روش های گرافیکی همگی پیش روی مخاطبان قرار می گیرد. آمارهایی که زیر رنگ های شاد و نمادهای درخشان مشخص می کند، هیچ مدیر شرکتی تا پایان سال 1396 نباید فکر فروش اینترنتی کالا در ایران را به ذهنش نزدیک کند.

وضعیت بازار تلفن همراه کشور

نام اپراتور	مقدار (3 ماه اول سال 2013)	رتبه در جهان
شمار مشترکان یکتا (هزار)	000/43	19
تعداد اتصالات (هزار)	800/98	16
ضریب نفوذ (مشترکان یکتا)	43/56%	112
ضریب نفوذ اتصالات	65/129%	66
تعداد سیم کارت ها به ازای هزار نفر	16/2	16
اتصالات فعال (هزار)	850/92	15
اتصالات دائمی (هزار)	930/25	14
اتصالات اعتباری (هزار)	870/72	16
اتصالات خانواده نسل دوم (هزار)	780/98	10

تعداد اپراتورهای بازار موبایل ایران / تعداد اتصالات و سهم بازار

نام اپراتور	تعداد اتصالات (هزار)	سهم بازار (درصد)
همراه اول	176/59	57 درصد
ام تی ان ایرانسل	542/41	40 درصد
تالیا	80	8 دهم درصد
مخابرات سیار اصفهان	6	1 دهم درصد
تله کامیونیکیشن کیش	16	1 دهم درصد
رایتل	700	67 دهم درصد
جمع	806/103	100 درصد

درآمد بخش های مختلف ارتباطات در ایران از سال 2010 تا 2017

درآمد ها به دلار 210	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مکالمه صوتی 8/5 میلیارد	3/6 میلیارد	6 میلیارد	8/5 میلیارد	8/5 میلیارد	9/5 میلیارد	6 میلیارد	1/6 میلیارد
موبایل							
دیتای موبایل 921 میلیون	1/1 میلیارد	2/1 میلیارد	3/1 میلیارد	5/1 میلیارد	6/1 میلیارد	7/1 میلیارد	9/1 میلیارد

7/1 م	7/1 میلیارد	7/1 میلیارد	7/1 میلیارد	7/1 میلیارد	8/1 میلیارد	2 میلیارد	مکالمه ثابت 2 میلیارد
9/10	6/10	3/10	10	7/9	9/9	2/10	تلفن کل با زار 1/9 (میلیارد)