



خرید در اینترنت؛ لذت یک تجربه جدید!



گفت و گو با احسان گلابگیر - مدیر مرکز خرید اینترنتی البسکو . کام

اشاره:

شرکت البسکو، نامی آشنا در عرصه تولید پوشاک کشور برای مصرف کنندگان ایرانی می باشد که موفق شده نام خود را به عنوان یکی از شرکت های معتبر و خوشنام صنعت نساجی و پوشاک کشور ثبت کند. مطلب فوق مقدمه کوتاهی در زمینه معرفی مصاحبه شونده این شماره می باشد که به نحوی با شرکت البسکو در تعامل است اما فعالیت های گسترده تر و نوین تری از البسکو دارد و آن هم فروشگاه اینترنتی است که در فروشگاه مذکور، لوازم خانگی، کتاب، گل، لوازم الکترونیک مانند لپ تاب، دوربین، گوشی همراه و ... البته انواع پوشاک زنانه و مردانه عرضه می شود. به این ترتیب طعم خرید مجازی در دنیای ارتباطات و اطلاعات توسط خریداران ایرانی هم چشیده می شود و همچنین کاهش هزینه های رفت و آمد و اتلاف وقت، عدم طی کردن مسافت های طولانی تا رسیدن به فروشگاهها و ... را در بردارد.

فروشگاه اینترنتی البسکو. کام، محصولات متنوعی را در سایت خود عرضه می کند و به گفته مدیر جوان این فروشگاه، به زودی سایر گروه های محصولی از قبیل لوازم بهداشتی و آرایشی و ... به این مجموعه اضافه خواهند شد. برای آشنایی بیشتر از نحوه فعالیت یک فروشگاه اینترنتی که به نظر می رسد با توجه به گسترش استفاده کاربران ایرانی از اینترنت، رواج خوبی دارند با احسان گلابگیر - مدیر مرکز خرید اینترنتی البسکو. کام - گفت و گویی انجام دادیم که از نظر تان می گذرد:

پس از معرفی خود، به ایده شکل گیری فروشگاه اینترنتی البسکو. کام اشاره نمائید.

متولد ۱۳۵۹ در مشهد و فارغ التحصیل رشته تجارت بین الملل از آمریکا هستم. پس از اتمام تحصیلات دانشگاهی به ایران بازگشتم و در بخش مدیریت اجرایی فروشگاه البسکو که مالکیت آن برعهده پدرم است، فعالیت خود را آغاز کردم البته چند سال هم در بخش فروش تجارب خوبی به دست آوردم.

ایده راه اندازی فروشگاه اینترنتی زمانی که به همراه برادرم در خارج از کشور بودیم، در ذهن من و برادرم شکل گرفت. اواخر دهه ۹۰ دوران اوج پیشرفت و توسعه فروش اینترنتی بود و به همین دلیل تصمیم گرفتیم این امر را پس از بازگشت به کشور، در ایران نیز اجرائی نمائیم. در گام نخست ایده خود را در شرکت البسکو و به صورت کاتالوگ پیاده سازی و سپس فروش را آغاز کردیم اما به دلیل فقدان زیرساخت های بانکی، فروش اینترنتی با مشکلات خاصی مواجه بود به این ترتیب که مردم باید به بانک مراجعه می کردند و پس از واریز کردن مبلغ محصول به بانک، فیش پرداخت پول را به ما ارسال می کردند و خرید اینترنتی به صورت یک فرایند زمان بر و طولانی محسوب می شد بنابراین پروژه فروشگاه اینترنتی مدتی متوقف ماند.

مهرماه سال ۱۳۸۸ بار دیگر فروشگاه اینترنتی با طراحی و شیوه جدیدتر و این بار با عرضه لوازم خانگی آغاز شد و سپس به فروش کتاب، کالاهای الکترونیک و گل نیز گسترش یافت. در حال حاضر محصولات ۶ شرکت در وب سایت ما در معرض فروش قرار داده شده و تا سال آینده، محصولات دیگری مانند لوازم آرایشی و بهداشتی، لوازم برقی خانگی و ... نیز عرضه خواهد شد.

البسکو . کام با یک نفر پرسنل کار خود را آغاز کرد و امروز پس از یک

سال که از فعالیت آن سپری می‌شود، موفق به استخدام ۵۰ نفر شده‌ایم و طبق پیش‌بینی‌های انجام شده، تا پایان سال تعداد پرسنل به ۲۵۰ نفر افزایش خواهد یافت.

توضیحاتی در زمینه سیستم سفارش و دریافت محصولات به شیوه اینترنتی ارائه نمائید.

مشتري پس از مراجعه به وب سایت البسکو، کام و مشاهده محصولات، سفارش خرید می‌دهد. ۲ روش مختلف برای پرداخت مبلغ محصولات وجود دارد. اول به صورت پرداخت نقدی که در هنگام دریافت کالاها سفارش داده شده انجام می‌شود. البته این شیوه به سفارش‌های شهر تهران اختصاص دارد و ارسال کالا توسط پیک انجام خواهد گرفت. شیوه دوم به صورت پرداخت اینترنتی است که با استفاده از تمامی کارت‌های عضو سیستم شتاب انجام می‌شود. لازم به توضیح است که سفارش‌ها با استفاده از شیوه‌هایی مانند پست پیش‌تاز، DHL ارسال با پیک (فقط در تهران) در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد.

هزینه ارسال کالاها نیز به شیوه ارسال و وزن بسته بستگی دارد اما هزینه ارسال با پست پیش‌تاز و پیک برای سفارش‌های بیش از ۱۰ هزار تومان، رایگان می‌باشد. در مورد امنیت خرید از سایت هم باید عنوان کنم که ما هیچ‌گونه اطلاعاتی که مربوط به حساب بانکی یا شماره کارت مشتریان باشند را ذخیره نمی‌کنیم، بلکه سیستم پرداخت توسط وب سایت بانک انجام می‌شود که شیوه مناسب و مطمئن می‌باشد.

به این نکته هم باید اشاره کم که با وجود کیفیت بالا و دقت زیاد در بسته‌بندی، تمامی بسته‌های ارسالی را به صورت رایگان برای مشتریان بیمه

می‌کنیم و چنانچه مشتری، از کیفیت کالایی رضایت نداشت، تا یک ماه می‌تواند کالا را ارجاع یا تعویض نماید.

تا چند سال گذشته، استفاده از اینترنت چندان رایج نبود و مردم ترجیح می‌دادند کالایی را خریداری کنند که برایشان از نزدیک ملموس و قابل مشاهده باشد... این امر راه اندازی فروشگاه اینترنتی را دشوار نمی‌سازد؟

باید به این نکته جالب توجه کنید که امروز در کشور حدود ۳ هزار و ۵۰۰ فروشگاه اینترنتی راه‌اندازی شده اند که با شرکت پست قرارداد رسمی همکاری منعقد کرده اند و فکر می‌کنم روزانه بالغ بر یک صد تا ۲۰۰ فروشگاه دیگر نیز به این رقم افزوده می‌شود. ارقام مربوط به ایجاد فروشگاه‌های مجازی بسیار بزرگتر از چیزی است که در آذهان مردم نسبت به این پدیده نوین وجود دارد. اگرچه ۸۰ درصد این فروشگاه‌ها به تجارت CDهای فیلم و انیمیشن و ... می‌پردازند اما در آینده نزدیک، خدمات و محصولات آنها متنوع تر و جدی تر خواهد شد. این قبیل فروشگاه‌ها فروش بسیار بالایی دارند و طبق آمار اداره پست، میزان تبادلات CD در ۶ ماه نخست سال ۱۳۸۹، حدود ۹ میلیارد تومان بوده است.

وضعیت فعالیت فروشگاه‌های اینترنتی در جهان و همچنین ایران چگونه است و فکر می‌کنید چه مشکلاتی در زمینه فعالیت این نوع تجارت در کشور وجود دارد؟

امروزه نزدیک به ۵ درصد از مبادلات و خرید و فروش‌ها در بازار ایران را خرید اینترنتی تشکیل می‌دهد. و فروشگاه‌های خرید اینترنتی در ایران برای کالاهایی مانند پوشاک، CD، لوازم بهداشتی، موبایل، دوربین، کامپیوتر و ... فعالیت می‌کنند.

همچنین ۳۰ تا ۴۰ درصد خرید و فروش‌ها در اروپا و آمریکا از طریق اینترنت انجام می‌شود و انواع و اقسام کالاها را در بر می‌گیرد. این رقم در مقایسه با خریدهای اینترنتی در ایران، نوپایی کشورمان در این مقوله را نشان می‌دهد زیرا فقط در

آمریکا خرید اینترنتی از ۵۴ میلیون دلار در سال ۱۹۹۴ به ۱/۵ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۴ رسید و حداقل افت را نسبت به سایر انواع تجارت در سال ۲۰۰۹ با ۳/۷ تریلیون دلار داشته است. همچنین ۹۸ درصد از کسانی که آنلاین خرید می‌کنند از خرید خود راضی هستند، ۹۰ درصد باز هم خرید خواهند کرد، ۸۸ درصد این خرید را به دوستان خود توصیه می‌کنند و ۷۱ درصد حاضرند دوباره از یک سایت معتمد خرید کنند. دردیای امروز یکی از مباحث مهم خرید الکترونیکی؛ اعتماد به فروشنده و سپس بحث پرداخت است که در کشورهای دیگر، خود وب سایت اطلاعات خاص مشتری را می‌گیرد و فرآیندهای لازم را به انجام می‌رساند.

مطلب مهم دیگر وجود تبلیغات گسترده سطح شهری است که تمام تلاش خود را به عمل آورده‌ایم که البسکو. کام را از به مردم معرفی نمائیم. متأسفانه صدا و سیما مجوز انجام تبلیغات فروشگاه‌های اینترنتی را در تلویزیون صادر نمی‌کند و مدیران این سازمان اعتقاد چندانی به تبلیغات فروشگاه‌های اینترنتی ندارند. در حالی که به اعتقاد من، صدا و سیما موثرترین رسانه جهت تبلیغات محسوب می‌شود. با توجه به این محدودیت، تبلیغات خود را از طریق پیک برتر، ارسال پیامک، مسابقه ایرانشل و همچنین معرفی در وب سایت‌های دیگر انجام می‌دهیم. مدتی نیز بیلبوردهای البسکو. کام در سطح شهر نصب شد اما تبلیغات تلویزیونی اثرات بیشتری دارد.

به هر حال اینترنت پدیده ای است که با سرعت چشمگیری در حال پیشرفت می‌باشد و امروز این سرعت پیشرفت به اندازه‌ای است که تمام فروشگاه‌های اینترنتی دنیا جهت خرید ایام کریسمس به انجام تبلیغات به روی تلفن‌های همراه می‌پردازند به عبارت بهتر راه‌اندازی فروشگاه‌هایی که قابلیت خرید از طریق تلفن همراه را دارد.

فکر می‌کنم که ایران در زمینه فعالیت فروشگاه‌های اینترنتی فاصله‌های ۱۰-۱۲ ساله نسبت به سایر کشورها دارد اما در چند سال آینده با سرعت بیشتری این فاصله کاهش خواهد یافت و بخش بزرگی از تجارت کشور به اینترنت اختصاص خواهد یافت. البته باید به

این مشکل هم اشاره کنم که متأسفانه سرعت اینترنت در ایران پایین است و با این سرعت‌های اندک نمی‌توان به تجارت پرداخت. همچنین هنوز بسیاری از افراد جامعه به اینترنت دسترسی ندارند اگرچه مرور زمان و حمایت دولت از رشد بیشتر فروشگاه‌های اینترنتی موجب رشد وسیع و فراگیر این فعالیت خواهد شد. خوشبختانه وزارت بازرگانی اقداماتی جهت ساماندهی به فروشگاه‌های اینترنتی نموده است به طوری که لوگوی اعتماد را در اختیار شرکت‌های معتبر، خوشنام و شناخته شده قرار می‌دهد تا مشتریان به خوبی بدانند از یک فروشگاه مورد تأیید دولت خرید خود را انجام می‌دهند و پس از مدتی، بانک‌ها با فروشگاه‌هایی همکاری خود را ادامه خواهند داد که دارای این لوگو باشند. نکته مهم این است که دریافت لوگو اعتماد آسان نیست و فقط مدیران شرکت‌هایی که استانداردهای موجود در این عرصه را به خوبی رعایت می‌کنند، شایسته دریافت لوگو خواهند بود.

در مجموع، به نظر می‌رسد با توجه به جمعیت جوان کشور و نیز فعالیت فروشگاه‌های مختلف اینترنتی در کشور و نیز تأیید فعالیت اینگونه فروشگاه‌ها از سوی مراکز رسمی و دولتی زمان آن فرا رسیده هم زمان با این اقدامات و معرفی، فرهنگ‌سازی نیز در این خصوص انجام گیرد تا عموم مردم ضمن دریافت کالا و خدمات مناسب از بیشترین امکان تخفیف با ارائه اجناس مرغوب برخوردار شوند که این موضوع مربوط به اتحادیه و اصناف است تا با آموزش‌های لازم این اقدام را انجام دهند.

امروزه فروشگاه‌های اینترنتی یکی از پربازدیدکننده‌ترین سایت‌ها هستند و این امر دلایل زیادی دارد که می‌توان به سرعت در خرید، کاهش هزینه‌های رفت و آمد و دسترسی آسان برای همگان اشاره کرد. البته متأسفانه آمار دقیقی از تجارت الکترونیک در کشور وجود ندارد و آمار که شرکت پست به لحاظ سیستم اخذ پول در مقصد (Cash on delivery COD) نشان می‌دهد بسیار جزئی و کمتر از یک درصد است.

آیا از طیف مشتریان و این که بیشتر متعلق به کدام بخش از تهران هستند؛ اطلاعاتی دارید؟

حدود ۵۰ درصد مشتریان ما در تهران و ۵۰ درصد در سایر استان‌های کشور حضور دارند. پراکندگی جغرافیایی مشتریان تهران بسیار زیاد است اما اکثر آنها به ترتیب از غرب، شمال، مرکز و جنوب شهر تهران با ما تماس می‌گیرند. اکثر آنان نیز از نظر مالی متعلق به قشر متوسط رو به بالایی جامعه هستند. خوشبختانه فروشگاه ما با استقبال خوبی از طرف مشتریان شهرستانی مواجه شده است به طوری که مشتریان خوبی در شیراز، اهواز، اصفهان، یزد، بندرعباس، مشهد و تبریز داریم.

آیا سلیقه مردم را در زمینه خرید محصولات مورد سنجش قرار داده‌اید. این که ملاک آنان جهت خرید چیست؟ قیمت محصولات؟ تنوع؟ سهولت در خرید؟ کیفیت؟

مسلم است زمانی که وضعیت اقتصادی و درآمد مردم مساعد باشد، تمایل دارند خرید خود را در شرایط آسان انجام دهند منتها ما در فضای اینترنت نمی‌توانیم این کار را انجام دهیم زیرا اعتبارسنجی در ایران وجود ندارد و در اینترنت نخستین نکته مهم، آسانی پرداخت و سپس دسترسی به کالا است. بسیاری از کالاها که در فروشگاه‌های تهران عرضه می‌شود، در شهرستان‌ها وجود ندارد و در صورتی که عرضه هم شود، قیمت آن بالا است. نکته دیگر جالب بودن این نوع خرید برای مردم است. به عبارت دیگر مردم تمایل دارند که خرید از فروشگاه اینترنتی را امتحان کنند و اگر مورد پسند قرار گرفت، خریدهای بیشتری انجام دهند این اتفاق در فروشگاه ما نیز رخ داده به طوری که برخی افراد خرید خود را با یک لیوان ارزان قیمت شروع می‌کنند و پس از جلب اعتماد آنان نسبت به قیمت و کیفیت محصول، به خرید بیشتری می‌پردازند.

سیستم قیمت گذاری محصولات البسکو. کام چگونه است؟

قیمت فروشگاه ما در عرضه لوازم خانگی قابل رقابت با بازار است. در زمینه پوشاک قیمت آن با محصولات البسکو یکسان است و در زمینه کتاب نیز ۵۰ درصد پائین‌تر از قیمت واقعی

آن می‌باشد. کالاهای الکترونیک نیز ۹۵ درصد ارزان‌تر از قیمت عمده فروش‌هاست. البته امکان کاهش بیشتر قیمت نیز وجود دارد اما نمی‌توانیم این اقدام را انجام دهیم زیرا بسیاری از محصولات ما وارداتی و دارای تعرفه‌های بالای واردات می‌باشد. اگرچه تعرفه کالاهای الکترونیک به اندازه‌ای بالاست که قاچاق این نوع محصولات رونق خوبی دارد و حدود ۹۰ درصد بازار الکترونیک را محصولات قاچاق و بدون ضمانت پس از فروش دربر گرفته است. به اعتقاد من در صورت اصلاح و بازنگری تعرفه‌های واردات، قیمت محصولات کاهش قابل توجهی خواهند یافت.

و عرضه تولیدات داخل چه وضعیتی دارد؟

در عرضه تولیدات داخل مشکلات بسیاری وجود دارد و مهمترین آن به وام و بهره‌های بانکی، تهیه مواد اولیه، تعطیلات بیش از اندازه، پائین بودن بهره‌وری نیروی کار، وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر بیمه، تأمین اجتماعی، مالیات، محیط زیست و ... اختصاص دارد که یک تولیدکننده با تمام این مشکلات مواجه است و وجود هر یک از موارد فوق، موجب افزایش قیمت تمام شده محصولات داخلی و عدم توان رقابت با مشابه وارداتی می‌شود. اما به اعتقاد من بزرگترین مشکل تولید در ایران، نبود کارگر صنعتی و نیروی انسانی متخصص می‌باشد. این نکته بارها عنوان شده که در مملکت کار نیست! در حالی که به اعتقاد من کار فراوان است اما نیروی کار وجود ندارد. در روزنامه‌ها، اینترنت و فروشگاه‌های مجازی آگهی استخدام و جذب نیرو هر روز و به طور مرتب منتشر می‌شود اما این همه نیروی بیکار و شرکت‌ها بدون نیرو! متأسفانه دانشگاه‌ها نیز در زمینه تربیت نیروی متخصص عملکرد چندان موفق ندارند. برای مثال فارغ التحصیل رشته ادبیات و زبان آلمانی، قادر نیست چند جمله به زبان آلمانی بیان کند و یا مهندس کامپیوتر تسلط و احاطه کافی به کامپیوتر ندارد.

در کارگاه‌های دانشکده نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر که به عنوان بهترین دانشکده نساجی کشور محسوب

می‌شود؛ ماشین آلات قدیمی وجود دارد که عملاً فایده‌ای به حال دانشجوی امروز ندارد زیرا تکنولوژی آن ماشین آلات قدیمی شده است و در کارخانه‌های نساجی جایگاهی ندارد. در بخش تولید با مشکلات بسیاری مواجه هستیم در حالی که اکثر شرکت‌ها به جست و جوی نیروی کار هستند، تعداد بیکاران فراوان است. در شرکت کوچک و تازه تأسیس ما، بخش استخدام نیرو را راه اندازی کرده‌ایم و هر هفته به صورت مرتب به چاپ آگهی استخدام در اینترنت و سایت خود می‌پردازیم اما نیروی توانمند مراجعه نمی‌کند و اگر هر فارغ التحصیل دانشگاه مراجعه کند باید هزینه‌های گزافی را صرف آموزش وی کرد که این اقدام مقرون به صرفه نیست.

هزینه تأسیس فروشگاه‌های اینترنتی بیشتر است یا راه اندازی فروشگاه‌های رایج در سطح شهر؟

اگر این پرسش را سال گذشته مطرح می‌کردید، پاسخ من، راه اندازی فروشگاه در سطح شهر بود اما امروز اطمینان دارم که هزینه راه اندازی فروشگاه اینترنتی به مراتب بیشتر است. اگرچه با هزینه‌های اندک نیز می‌توان در اینترنت به فروش چند نوع محصول پرداخت اما آیا این نوع فروش، موفق و صحیح است؟

یک فروشگاه اینترنتی معتبر و منسجم نیازمند بخش‌های مختلفی مانند امور مشتریان، امور بازرگانی، بخش پشتیبانی وب سایت و ... می‌باشد که وجود هر یک هزینه بر است بنابراین تجارت الکترونیک، امری آسان و سهل‌الوصول نیست اگرچه در نگاه اول به راه اندازی وب سایت و فروش چند محصول خلاصه می‌شود اما طبق قانون مدیران فروشگاه‌های اینترنتی باید دارای شخصاتی باشند تا هر فردی با استفاده از وب سایت به فروش محصول نپردازد و اعتبار و اعتماد مردم نسبت به فروشگاه‌های اینترنتی را خدشه دار نسازد.

به نظر شما مردم ترجیح می‌دهند کالای ارزان قیمت خریداری کنند یا کالایی که دارای کیفیت مطلوب اما گران است و یا محصول یک برند شناخته شده؟

اکثر مردم به دنبال کیفیت و سپس قیمت مناسب هستند. مشتریان خاص برندها نیز داستان متفاوتی دارند و این نوع افراد ترجیح می‌دهند از محصولات برند استفاده کنند و قیمت بالای برند نیز برایشان مهم نیست.

هر سه قشر که اشاره کردید، مشتریان ما هستند و در هر سه طیف به فروش محصولات خود می‌پردازیم البته اکثر مشتریان ما فقط به دنبال قیمت ارزان نیستند و کیفیت محصولات نیز اهمیت فراوانی برای آنان دارد. برای ما نیز کیفیت و رضایت مشتریان مهم است و سعی می‌کنیم کالای عرضه شده با قیمت و کیفیت مناسب و مطلوب باشد.

بنابراین اکثر برای مشتریان شما، هم کیفیت و هم قیمت مهم است و فقط در یک برند خاص خلاصه نمی‌شود...

بله زیرا اکثر مردم به دنبال کیفیت و سپس قیمت مناسب هستند. مشتریان خاص برندها نیز داستان متفاوتی دارند و این نوع افراد ترجیح می‌دهند از محصولات برند استفاده کنند و قیمت بالای برند نیز برایشان مهم نیست. در حالی که قشر مورد نظر ما افرادی هستند که کیفیت و قیمت محصولات برایشان مهم است.

آیا تسهیلات و خدماتی برای مشتریان دائمی و افرادی که خریدهای قابل توجهی انجام می‌دهند، مدنظر گرفته‌اید؟

بله. این خدمات به صورت ارائه کارت‌های تخفیف به مشتریان دائمی می‌شود. همچنین فروش‌های فوق‌العاده را ابتدا به آنها اطلاع می‌دهیم و ضمناً وب سایت البسکو. کام، قرعه‌کشی نیز برای اعضای سایت در نظر گرفته است. به طور کلی یک سیاست فروش کامل و مدرن را در نظر داریم و هدف ما صرفاً فروش نیست بلکه هدف این است که مشتریان، یک خرید خوب را ابتدای سفارش تا دریافت کالا تجربه کنند و از این خرید لذت ببرند.

