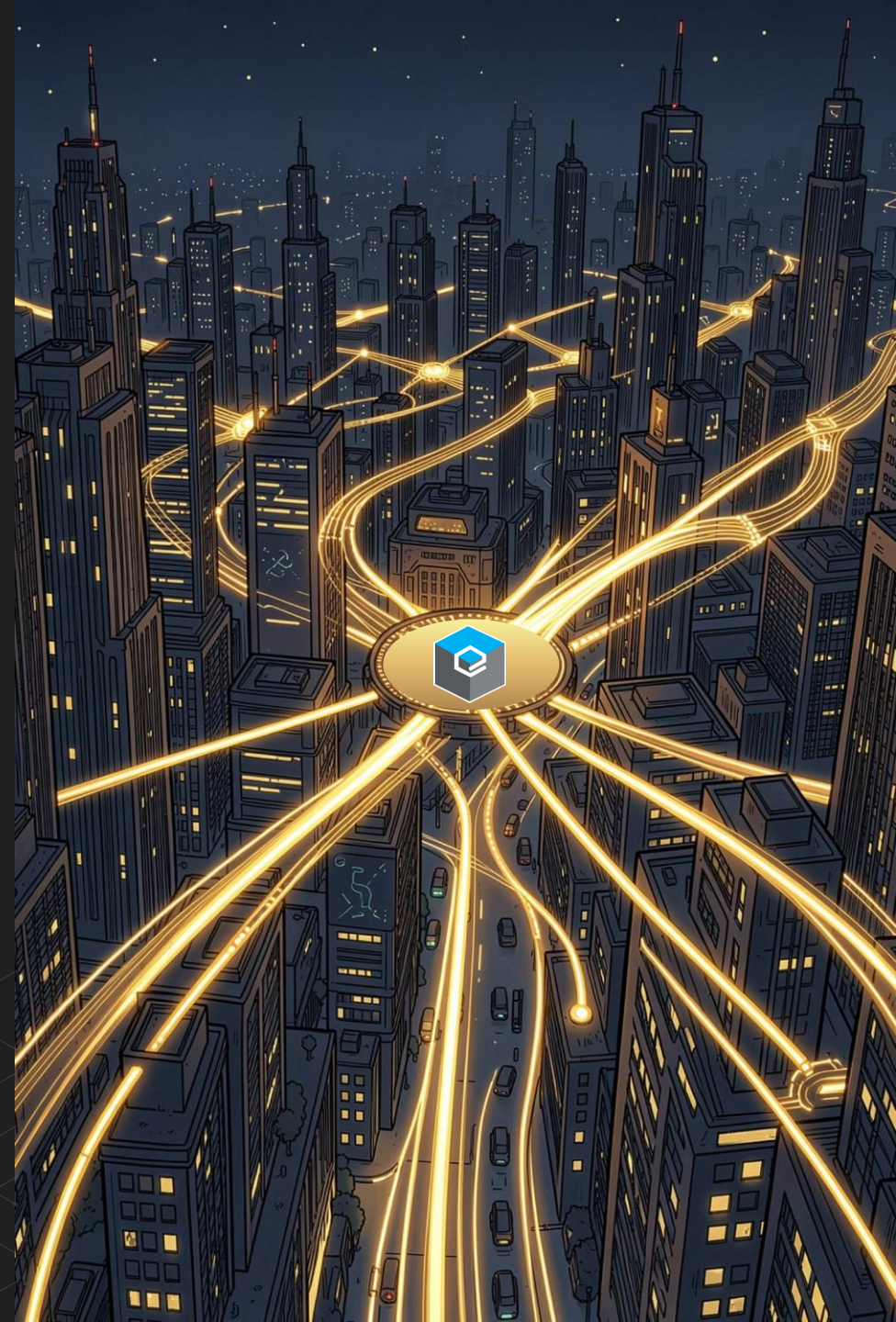
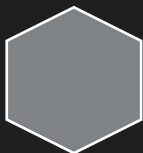
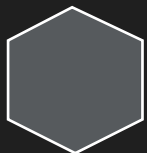


گزارش عملکرد سالانه

اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

گزارش جامع عملکرد سال ۱۴۰۴





اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

گزارش عملکرد سال ۱۴۰۴

روایتی دقیق و مستند از دستاوردهای اتحادیه در صدور پروانه‌های کسب، انجام بازرسی‌ها، رسیدگی به شکایات و تقویت نظارت مؤثر بر فعالیتهای صنفی در سال جاری

گزارش رسمی

سال ۱۴۰۴





اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

نهاد صنفی مرجع برای حمایت، سامان‌دهی و توانمندسازی کسب و کارهای اینترنتی کشور؛
در مسیر شتاب‌بخشی به رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال ایران





فهرست مطالب گزارش سالانه

ساختار گزارش

این گزارش در ۱۸ بخش اصلی تدوین شده و تصویری جامع از عملکرد اتحادیه در سال ۱۴۰۴ ارائه می‌دهد. محتوای آن، مهم‌ترین ابعاد فعالیت اتحادیه را از جمله صدور پروانه‌های کسب، مکاتبات، بازدیدها، بازرسی‌ها، شکایات و تفکیک‌های آماری و جغرافیایی پوشش می‌دهد.

- معرفی ساختار و اعضای هیات مدیره
- آمار صدور پروانه‌های کسب
- شعبات، مکاتبات و بازدیدها
- بازرسی و رسیدگی به شکایات
- تفکیک‌های آماری (فصلی، استانی، رسته‌ای و جنسیتی)

۱ مقدمه	۲ معرفی هیات مدیره	۳ گزارش صدور ۱۴۰۴	۴ شعبات رسمی	۵ مکاتبات	۶ بازدید
۷ بازرسی	۸ شکایات ثبتی	۹ رسیدگی شکایات	۱۰ تفکیک فصل	۱۱ تفکیک استان	۱۲ تفکیک رسته
۱۳ تفکیک حوضه فعالیت	۱۴ تفکیک بانوان و آقایان	۱۵ تفکیک اشخاص حقیقی و حقوقی	۱۶	۱۷	۱۸



مقدمه

در اجرای ماده ۸۷ قانون نظام صنفی، اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی از آبان ۱۳۹۶ فعالیت رسمی خود را با هدف پشتیبانی از کسب و کارهای اینترنتی کشور، تقویت بستر رشد آنها و نمایندگی مؤثر این حوزه آغاز کرد.

مأموریت

حمایت هدفمند از کسب و کارهای مجازی و هموارسازی مسیر رشد و توسعه آنها

پایه قانونی

مبثنی بر ماده ۸۷ قانون نظام صنفی و در چارچوب مأموریت‌های قانونی اتحادیه

آغاز فعالیت

شروع رسمی فعالیت از آبان‌ماه ۱۳۹۶



سال ۱۴۰۴؛ آزمونی دشوار، اما سرشار از دستاورد

سال ۱۴۰۴ با شرایطی کم‌سابقه و چالش‌هایی سنگین، از جمله دو دوره جنگ تحمیلی و قطعی‌های گسترده اینترنت، بر فضای فعالیت اتحادیه سایه افکند. با این وجود، اتحادیه با اتکا به همت جمعی و رویکردی مسئولانه، به دستاوردهای مهم و قابل‌توجهی دست یافت:

۱۸,۶۷۳

رسیدگی به شکایات

پیگیری و تعیین تکلیف شکایات در نخستین سال فعالیت دوره جدید

۲,۴۴۵

افزایش واحدهای صنفی

رشد تعداد اعضای اتحادیه و گسترش دامنه خدمات

۲

تصویب دو ضابطه ویژه

تنظیم‌گری فروش آنلاین طلا و فروش خودرو



اگر در بخشی از مسیر کاستی یا کوتاهی رخ داده باشد، با فروتنی پوزش می‌طلبیم و خود را متعهد می‌دانیم که از نقدهای کارشناسانه برای اصلاح، یادگیری و بهبود مستمر بهره بگیریم.



هیات مدیره

اعضای هیات مدیره



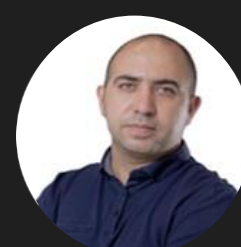
صادق محمدی

دبیر



رزا مجتهدزاده

نایب رئیس دوم



پشوتن پورپزشک

نایب رئیس اول



رضا الفت نسب

رئیس اتحادیه



آوا فریدونی

بازرس



رضا جوکار

هیات مدیره



فرزانه السادات امامی

هیات مدیره



محمد جواد رعیت

خزانه دار



پروانه‌های کسب

صدور ۲,۴۴۵ پروانه کسب؛ گامی مؤثر در توسعه کسب و کارهای مجازی

در سال ۱۴۰۴، اتحادیه با رویکردی هدفمند و حمایتی، موفق به صدور ۲,۴۴۵ پروانه کسب برای واحدهای صنفی فعال در حوزه کسب و کارهای مجازی شد؛ اقدامی که نشان‌دهنده گسترش، سامان‌دهی و تقویت این زیست‌بوم پویاست.

۸

استان‌های پیشرو

تهران، اصفهان، خراسان رضوی، البرز، فارس، گیلان،
آذربایجان شرقی و خوزستان

۲,۴۴۵

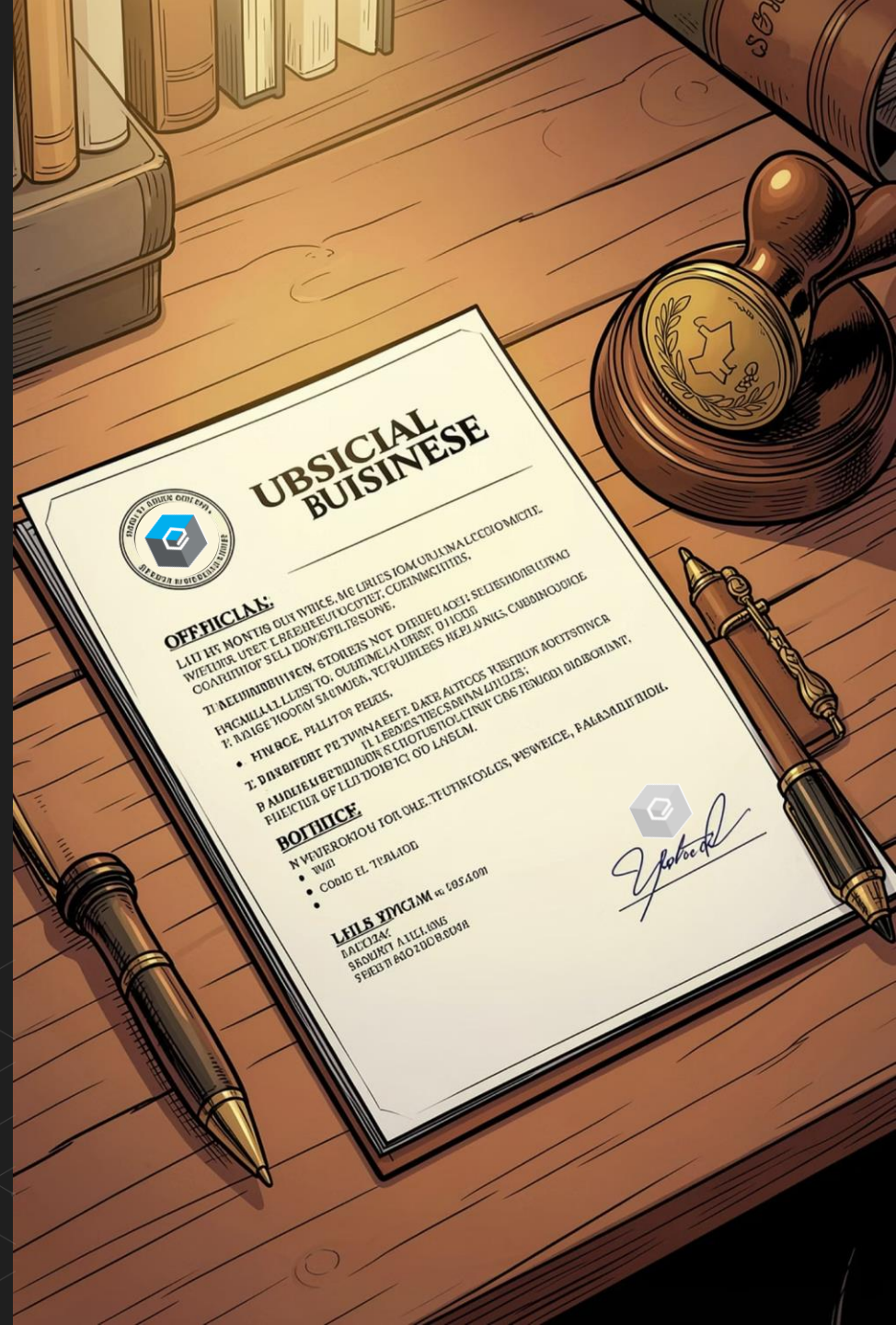
پروانه‌های صادرشده

تعداد کل مجوزهای کسب صادرشده در سال ۱۴۰۴

۳۱

پوشش سراسری

تمام ۳۱ استان کشور تحت پوشش خدمات و فعالیت‌های اتحادیه

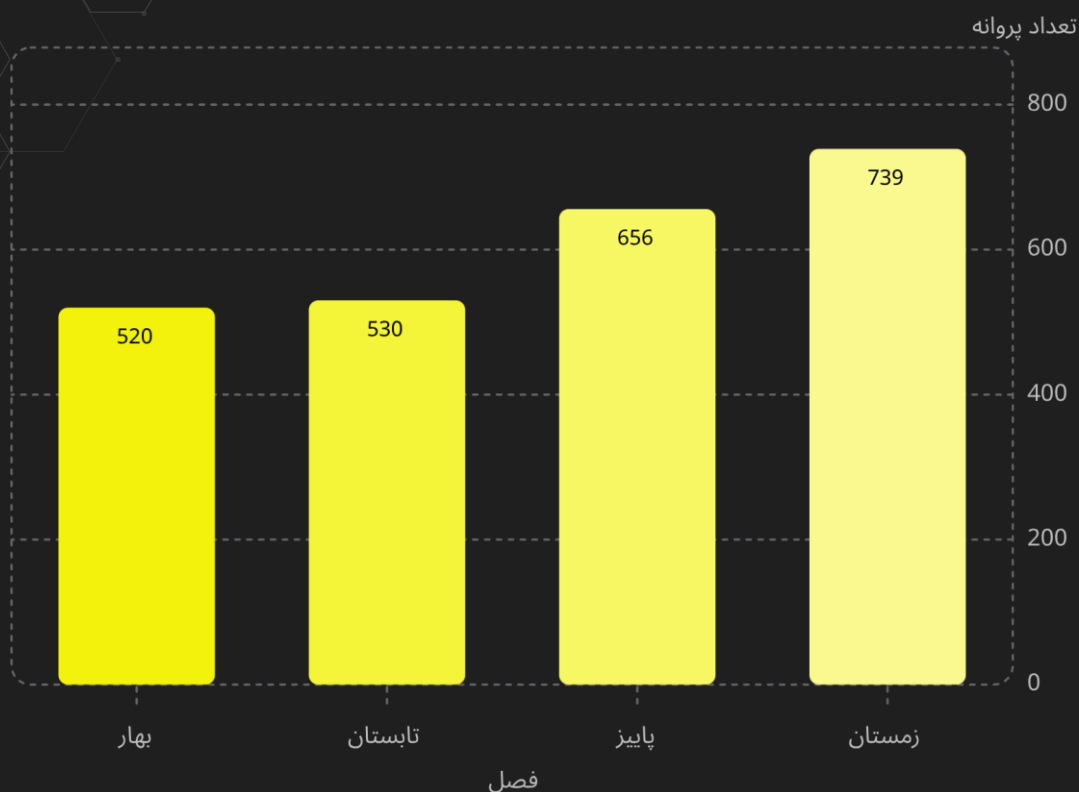




زمستان، اوج شتاب صدور پروانه برای کسب و کارها

رشد فصلی صدور پروانه

رشد پیوسته صدور پروانه در چهار فصل سال، تصویری روشن از تقویت اعتماد و تمایل فعالان اقتصادی به فعالیت در بستر رسمی ارائه می‌دهد. در این میان، زمستان با **۷۳۹ پروانه** نه تنها بالاترین رقم سال را ثبت کرده، بلکه به عنوان نقطه اوج این روند صعودی، نقش پررنگی در تثبیت و گسترش کسب و کارهای مجازی ایفا کرده است.



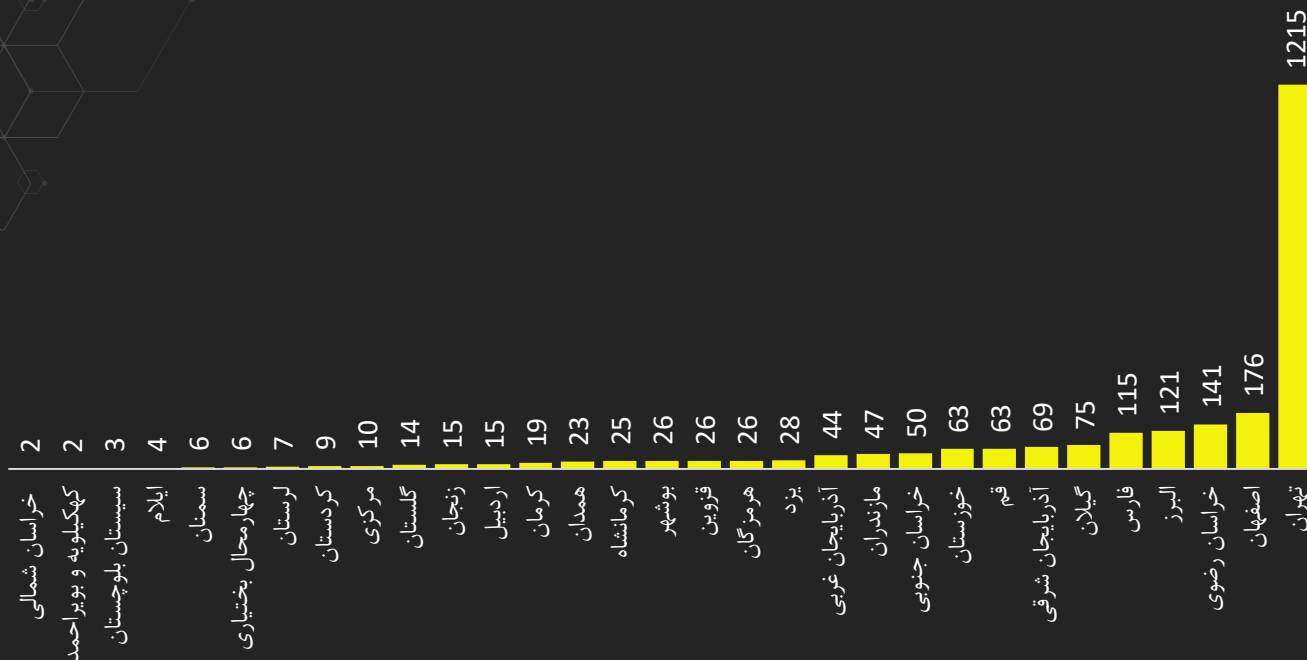
- بهار: ۵۲۰ پروانه؛ آغاز سال با روندی پایدار و رو به رشد
- تابستان: ۵۳۰ پروانه؛ تداوم حرکت صعودی در فصل میانی سال
- پاییز: ۶۵۶ پروانه؛ جهشی محسوس در میزان صدور مجوزها
- زمستان: ۷۳۹ پروانه؛ ثبت بالاترین عملکرد و اوج استقبال سالانه



نقشه تمرکز جغرافیایی پروانه‌های صادره در سراسر کشور

تحلیل پراکندگی استانی

الگوی توزیع پروانه‌ها نشان می‌دهد که تهران با ۱,۲۱۵ پروانه و سهمی نزدیک به نیمی از کل صدور، کانون اصلی فعالیت در این حوزه است. پس از آن، استان‌های اصفهان، خراسان رضوی و البرز با فاصله‌ای قابل توجه قرار دارند؛ نشانه‌ای روشن از تمرکز بالای صدور پروانه در چند قطب اقتصادی و جمعیتی کشور و در عین حال، پراکندگی محدودتر در سایر استان‌ها.

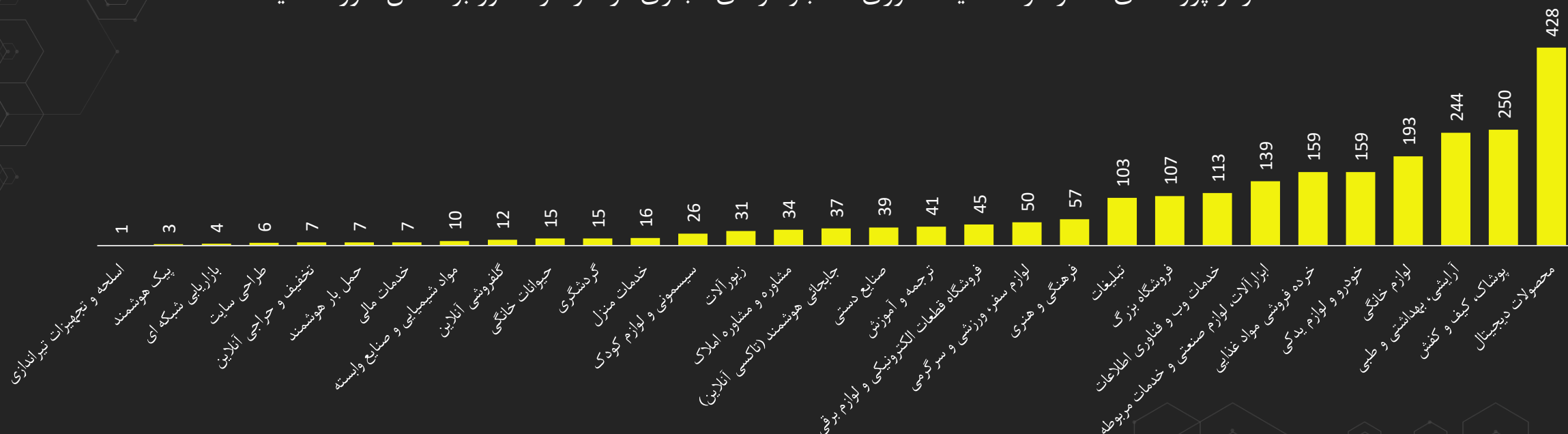


- تهران: ۱,۲۱۵ پروانه؛ پیش‌تاز مطلق و مرکز اصلی صدور
- اصفهان: ۱۷۶ پروانه؛ دومین جایگاه در میان استان‌ها
- خراسان رضوی: ۱۴۱ پروانه؛ حضوری پررنگ در میان استان‌های برتر
- البرز: ۱۲۱ پروانه؛ سهمی قابل توجه در کنار کلان‌شهرهای اصلی
- فارس: ۱۱۵ پروانه؛ تکمیل‌کننده فهرست استان‌های پیشرو



نقشه تمرکز پروانه‌های صادره در سراسر کشور بر اساس حوزه فعالیت

نقشه تمرکز پروانه‌های صادره از اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی در سراسر کشور بر اساس حوزه فعالیت



نقشه تمرکز پروانه‌های کسب‌وکارهای مجازی نشان می‌دهد که بازار فعلی عمدتاً حول فروش کالاهای مصرفی و دیجیتالی شکل گرفته است. محصولات دیجیتالی، پوشاک و محصولات آرایشی و بهداشتی سه قطب اصلی این بازار هستند. در مقابل، حوزه‌هایی مانند خدمات مالی، لجستیک هوشمند، پیک، حمل بار، بازاریابی شبکه‌ای و فناوری‌های تخصصی هنوز از نظر تعداد بازیگران دارای تمرکز پایین‌تری هستند. این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده بلوغ بیشتر بازارهای سنتی فروش آنلاین و در عین حال، وجود ظرفیت رشد قابل توجه در حوزه‌های زیرساختی و B2B باشد.



نقشه تمرکز پروانه‌های کسب و کارهای مجازی

تحلیل حوزه‌های فعالیت بر اساس داده‌های اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی

تحلیل بازار



تصویر کلی بازار

۲,۴۴۵

مجموع پروانه‌ها
پروانه‌های ثبت شده در رسته‌های مختلف

۴۲۸

رتبه اول
محصولات دیجیتال، پرتعدادترین حوزه فعالیت

%۳۷/۷

تمرکز سه رسته برتر
سهام از کل پروانه‌ها

%۷۲/۳

کالاهای فیزیکی
سهام کلی از کل پروانه‌ها

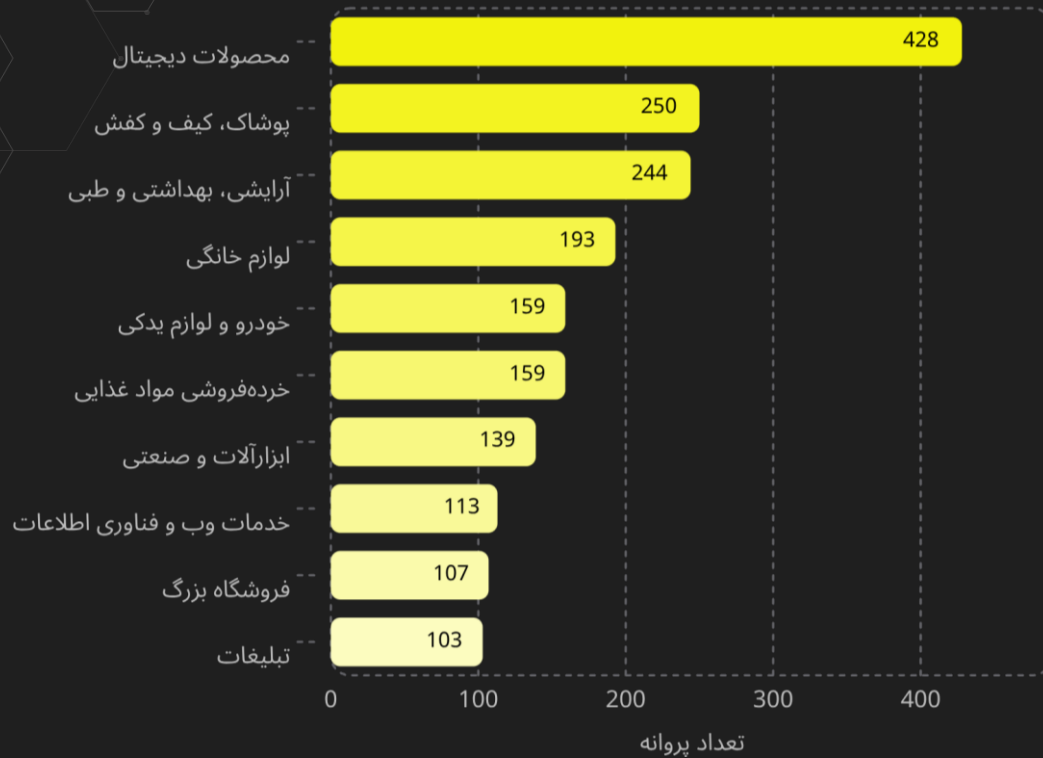




رتبه‌بندی ۱۰ حوزه فعالیت برتر

توزیع ۲,۴۴۵ پروانه کسب

اقتصاد دیجیتال در ایران بر محصولات دیجیتال متمرکز است؛ این حوزه فعالیت با ۴۲۸ پروانه، ۱۷/۵٪ از کل را به خود اختصاص داده و با اختلاف، پیشتاز بازار است.





سه قطب اصلی بازار

🥉 آرایشی، بهداشتی و طبی

۲۴۴ پروانه
سهم ۹/۹٪ از کل

🥈 پوشاک، کیف و کفش

۲۵۰ پروانه
سهم ۱۰/۲٪ از کل

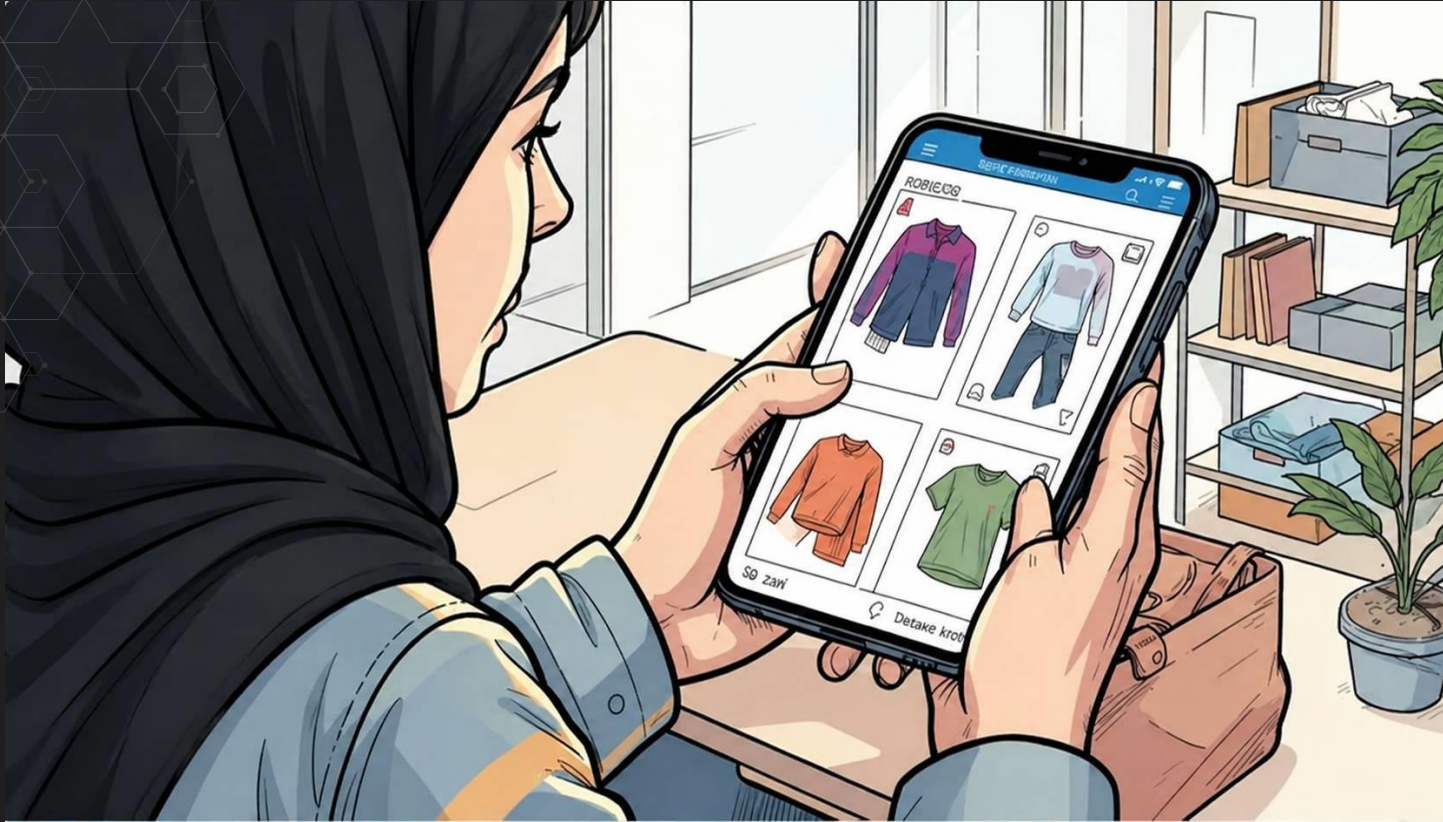
🥇 محصولات دیجیتال

۴۲۸ پروانه
سهم ۱۷/۵٪ از کل

این سه دسته در مجموع ۹۲۲ پروانه را در اختیار دارند؛ یعنی بیش از یک سوم کل بازار. به عبارت دیگر، اکوسیستم کسب و کارهای مجازی به طور چشمگیری در همین سه حوزه فعالیت متمرکز شده است.



چرا این سه حوزه فعالیت پشازند؟



→ قابلیت فروش آنلاین بالا

محصولات این حوزه‌ها به راحتی قابل نمایش، مقایسه و ارسال هستند.

→ مقایسه قیمت برای مصرف کننده

تنوع محصول زیاد و اهمیت مقایسه قیمت، خرید آنلاین را جذاب تر می کند.

→ خرید تکرارشونده و تقاضای گسترده

این حوزه‌ها دارای تقاضای گسترده مصرف کننده و الگوی خرید مکرر هستند.



غلبه کالاهای فیزیکی بر بازار

ساختار بازار کسب و کارهای مجازی ایران، همچنان بیشتر از آنکه خدمات محور باشد، کالامحور و تجارت محور است. حوزه های اصلی کالاهای فیزیکی — شامل محصولات دیجیتال، پوشاک، آرایشی و بهداشتی، لوازم خانگی، خودرو و قطعات، مواد غذایی، ابزارآلات و کالاهای سفر و سرگرمی — مجموعاً بیش از ۷۲٪ کل پروانه ها را تشکیل می دهند.



خرده‌فروشی مواد غذایی

جایگاه در بازار

با ۱۵۹ پروانه و سهم ۶/۵٪، در رتبه پنجم مشترک قرار دارد. مواد غذایی یکی از بزرگ‌ترین بازارهای مصرفی کشور است و خرید آن تکرارشونده است.

159

مجوز

6.5%

سهم

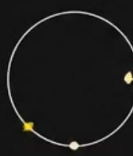
5th

رتبه

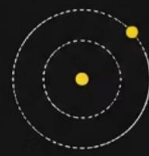
ویژگی‌های کلیدی



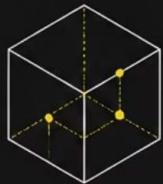
بازار مصرف‌کننده
بزرگ



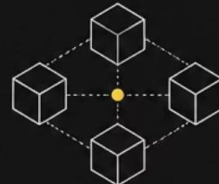
خریدهای
تکرارشونده



ارتباط مستمر
با مشتری



چالش‌های
لجستیکی



پلتفرم
B2B

ارتباط مستمر با مشتری

امکان ایجاد رابطه پایدار با مصرف‌کننده

چالش لجستیک

برخلاف کالاهای دیجیتال یا پوشاک، چالش‌های لجستیکی بیشتری دارد.

پتانسیل B2B

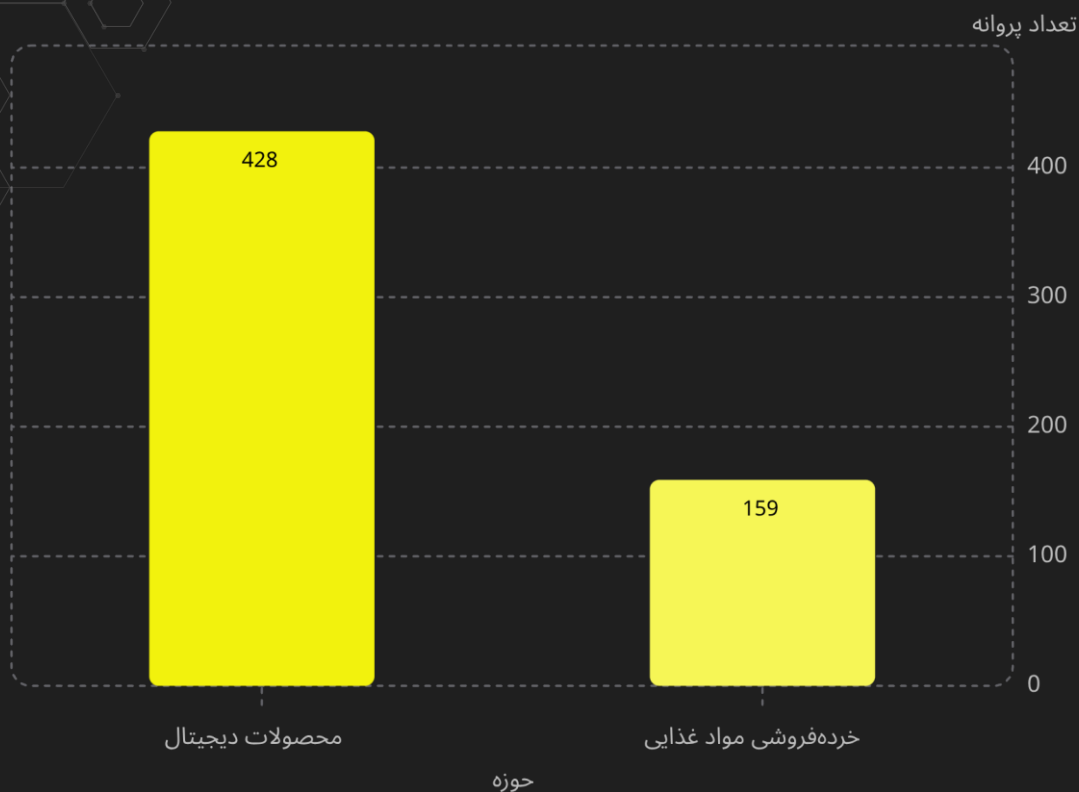
تنوع زیاد تأمین‌کنندگان و فروشگاه‌ها، امکان ایجاد پلتفرم‌های B2B را تقویت می‌کند



شکاف استراتژیک: FMCG در برابر دیجیتال

فرصت توسعه نیافته

با وجود اهمیت بسیار بالای بازار FMCG و خرده‌فروشی مواد غذایی، تعداد پروانه‌های این حوزه تنها ۱۵۹ مورد است؛ در حالی که محصولات دیجیتال ۴۲۸ پروانه دارد. این اختلاف می‌تواند نشان‌دهنده وجود یک فرصت توسعه نیافته در حوزه‌هایی مانند پلتفرم‌های B۲B تأمین کالا، ارتباط تولیدکننده، توزیع‌کننده و خرده‌فروش، و لجستیک و توزیع هوشمند باشد.





فرصت‌های توسعه‌نیافته

شکاف میان اهمیت بازار **FMCG** و تعداد بازیگران آن، فرصت‌های زیر را برجسته می‌کند:

سفارش‌گذاری دیجیتال



مدیریت موجودی و سفارش فروشگاه‌ها

پلتفرم‌های B۲B تأمین کالا



ارتباط تولیدکننده، توزیع‌کننده و خرده‌فروش

لجستیک و توزیع هوشمند



تحلیل داده‌های فروش و تقاضا

اعتباردهی و خرید اعتباری



راهکارهای مالی برای زنجیره تأمین



جمع‌بندی مدیریتی در حوزه فعالیت

بلوغ بازار

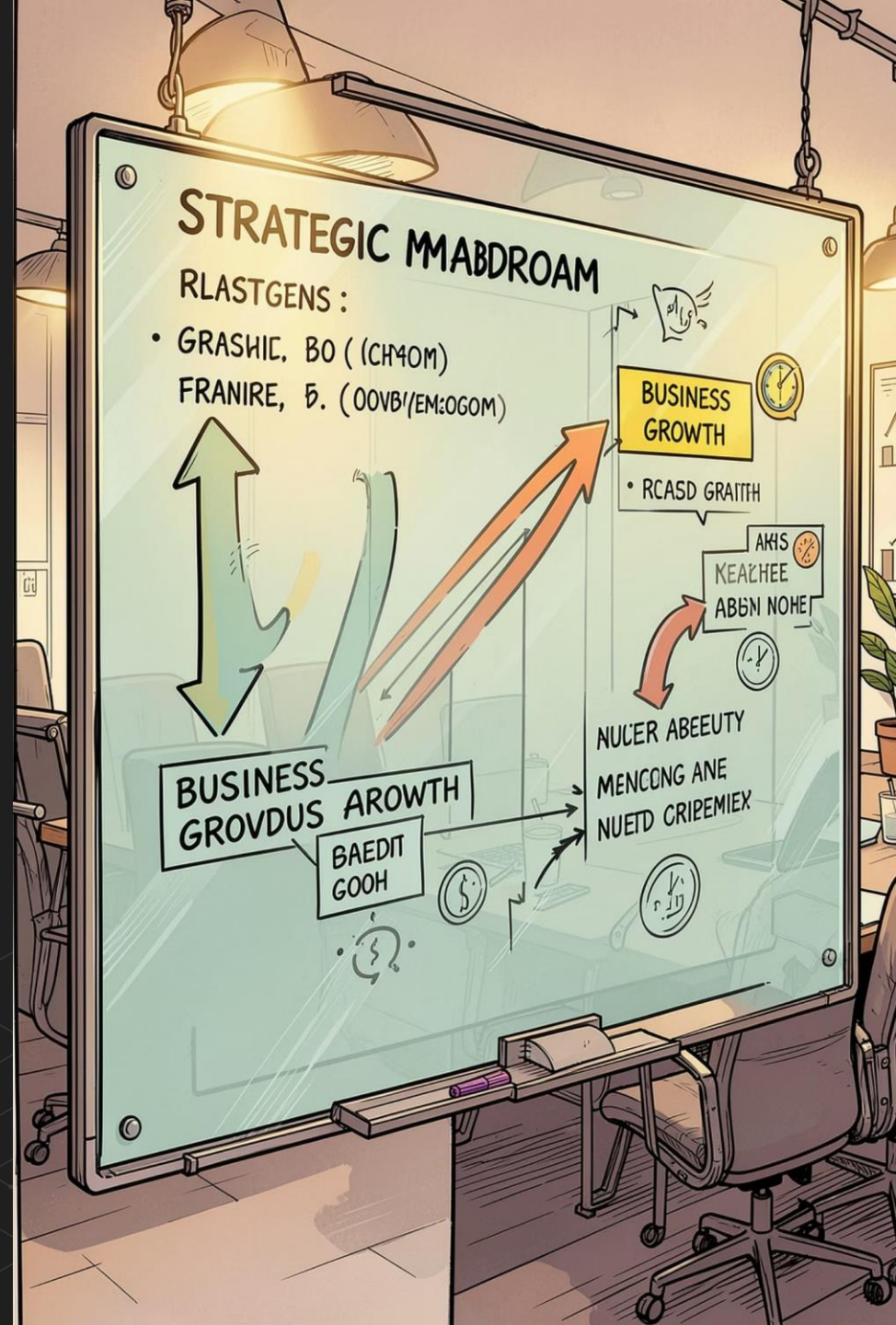
حوزه‌هایی مانند خدمات مالی، لجستیک هوشمند، پیک، حمل بار، بازاریابی شبکه‌ای و فناوری‌های تخصصی هنوز از نظر تعداد بازیگران دارای تمرکز پایین‌تری هستند.

وضعیت فعلی

بازار فعلی عمدتاً حول فروش کالاهای مصرفی و دیجیتال شکل گرفته است. محصولات دیجیتال، پوشاک و آرایشی‌بهداشتی سه قطب اصلی هستند.

ظرفیت رشد

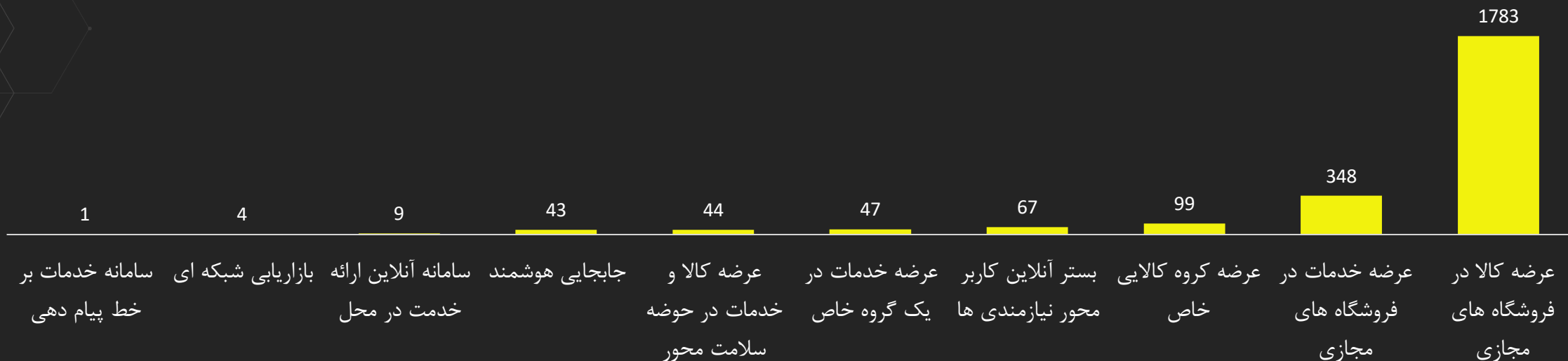
این موضوع می‌تواند نشان‌دهنده بلوغ بیشتر بازارهای سنتی فروش آنلاین و در عین حال، وجود ظرفیت رشد قابل توجه در حوزه‌های زیرساختی و B2B باشد.





نقشه تمرکز پروانه‌های صادره در سراسر کشور بر اساس رسته فعالیت

نقشه تمرکز پروانه‌های صادره در سراسر کشور بر اساس رسته فعالیت



۸۷/۱٪ از کل پروانه‌ها در دو رسته اصلی متمرکز است:

○ عرضه کالا در فروشگاه‌های مجازی

○ عرضه خدمات در فروشگاه‌های مجازی

■ رسته عرضه کالا در فروشگاه‌های مجازی به تنهایی بیش از ۵ برابر رسته دوم پروانه دارد.

■ ضریب تمرکز دو رسته اول برابر با ۸۷/۱٪ است که نشان‌دهنده تمرکز بسیار شدید فعالیت‌ها در حوزه تجارت الکترونیکی، به‌ویژه فروش کالا است.



جمع‌بندی

مروری بر دستاوردهای شاخص سال ۱۴۰۴

اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی در سال ۱۴۰۴، علی‌رغم شرایط پیچیده و چالش‌های کم‌سابقه، توانست نقش خود را به‌عنوان یکی از ارکان مؤثر حمایت از اقتصاد دیجیتال کشور با انسجام و اثربخشی به انجام برساند.

رشد عضویت

افزایش ۲،۴۴۵ واحدی در اعضای صنفی و گسترش دامنه مشارکت

رسیدگی به شکایات

رسیدگی به بیش از ۱۸،۶۷۳ شکایت و تقویت اعتماد عمومی

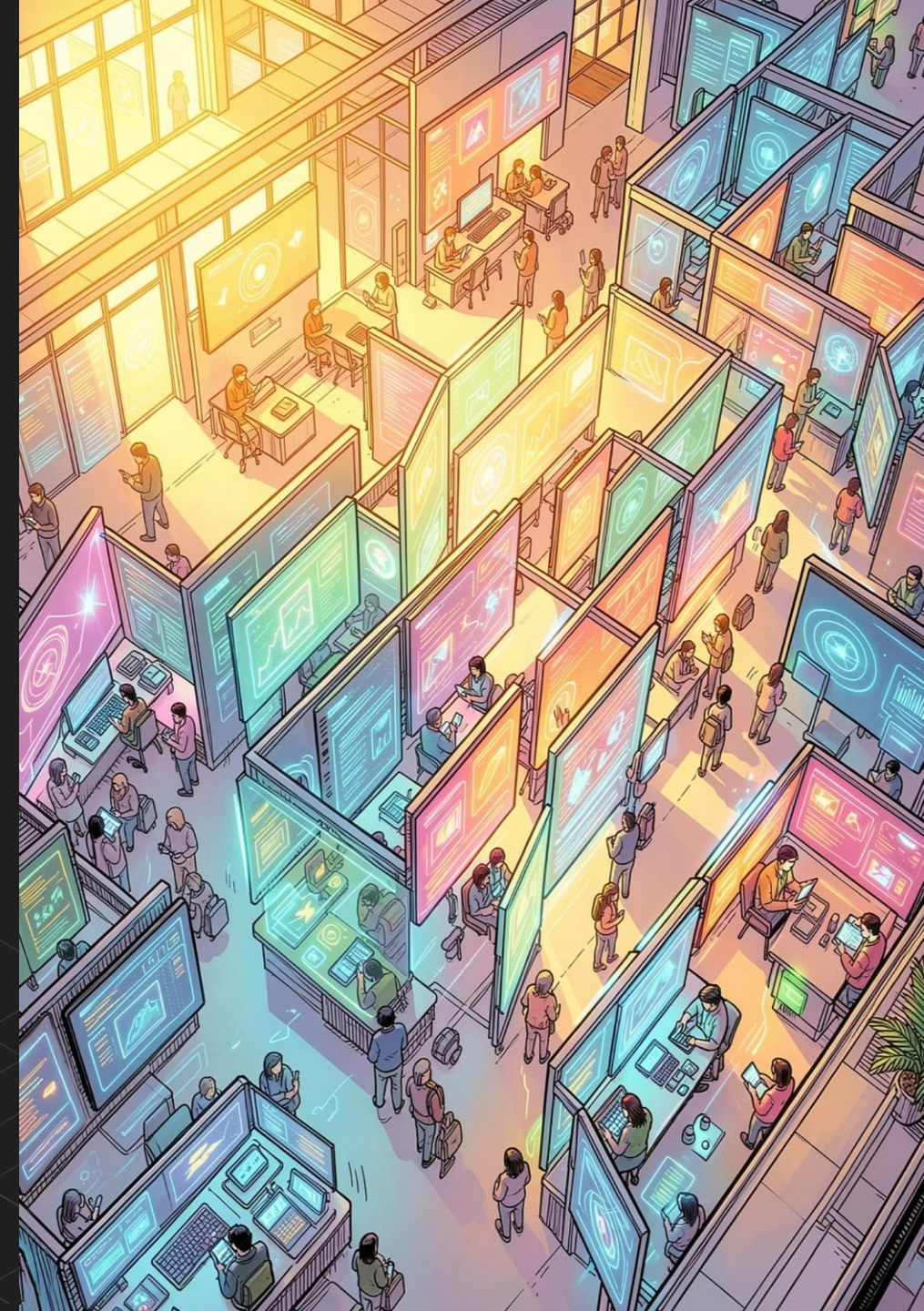
تدوین ضوابط

تصویب ضوابط فروش آنلاین طلا و خودرو در مسیر شفاف‌سازی بازار

پوشش ملی

حضور و فعالیت مؤثر در ۳۱ استان کشور

این جمع‌بندی، بخشی از مسیر طی‌شده و حاصل تلاش جمعی اتحادیه است. از همراهی اعضا، همکاران و نهادهای مرتبط سپاسگزاریم و از نقدهای سازنده، پیشنهادهای راهگشا و نگاه‌های آینده‌ساز شما با آغوش باز استقبال می‌کنیم.



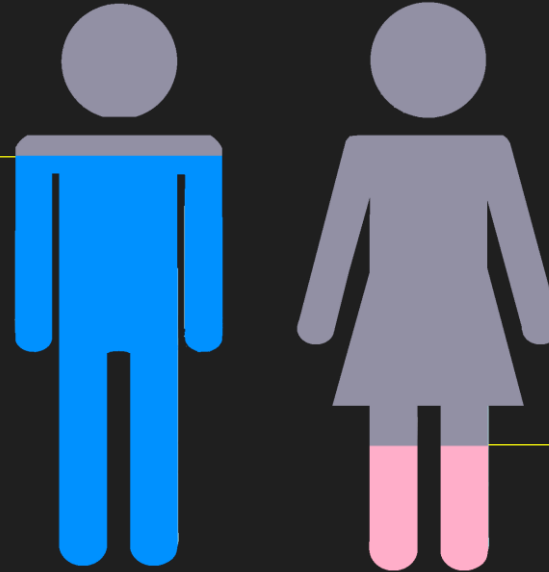


توزیع متقاضیان پروانه کسب به تفکیک جنسیت

بررسی ترکیب جنسیتی متقاضیان پروانه کسب در سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که از مجموع ۲،۴۴۵ نفر متقاضی، ۱،۹۴۲ نفر معادل ۷۹٪ را آقایان و ۵۰۳ نفر معادل ۲۱٪ را بانوان تشکیل داده‌اند. این توزیع، تصویری روشن از الگوی مشارکت در فرآیند اخذ پروانه کسب ارائه می‌کند و می‌تواند مبنای تحلیل‌های دقیق‌تر در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صنفی قرار گیرد.

۷۹٪

۱۹۴۲ نفر از کسانی که اقدام به دریافت پروانه کسب در سال ۱۴۰۴ نموده‌اند را آقایان تشکیل داده‌اند



۵۰۳ نفر از کسانی که اقدام به دریافت پروانه کسب در سال ۱۴۰۴ نموده‌اند را بانوان تشکیل داده‌اند

۲۱٪



توزیع جوازهای صادره به تفکیک نوع شخصیت حقوقی

از مجموع جوازهای صادره در سال ۱۴۰۴، سهم غالب به اشخاص حقیقی تعلق داشته است؛ الگویی که بر برتری کسب‌وکارهای خرد، فردمحور و چابک در زیست‌بوم مجازی کشور دلالت دارد. این ترکیب، علاوه بر بازتاب نقش پررنگ فعالیتهای مستقل در توسعه بازارهای دیجیتال، نشان می‌دهد که ساختار مجوزدهی با واقعیتهای نوآوری، ورود سریع به بازار و انعطاف‌پذیری عملیاتی در این بخش هم‌راستا شده است. در مقابل، سهم اشخاص حقوقی نیز بیانگر حضور تدریجی و روبه‌گسترش نهادهای سازمان‌یافته در این عرصه است؛ حضوری که می‌تواند به تقویت مقیاس‌پذیری، رسمیت‌بخشی و پایداری کسب‌وکارهای آنلاین کمک کند.

نوع شخصیت

اشخاص حقیقی



اشخاص حقوقی — ۲۴/۶٪

سهم اشخاص حقوقی هرچند کمتر است، اما از تثبیت تدریجی نقش شرکت‌ها و مؤسسات در توسعه بازار خدمات و تجارت دیجیتال حکایت دارد.

اشخاص حقیقی — ۷۵/۴٪

بخش اصلی جوازهای صادره به فعالان حقیقی اختصاص دارد؛ نشانه‌ای از غلبه الگوی کارآفرینی فردی و کسب‌وکارهای کوچک در فضای مجازی.

اشخاص حقوقی



0 20 40 60 80

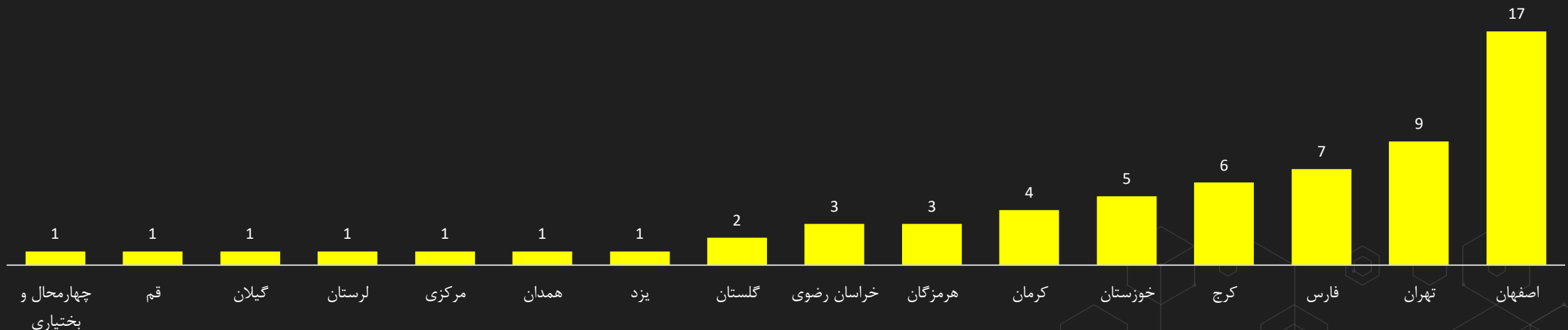
درصد



تعداد شعبات رسمی اتحادیه در استان‌ها

پراکندگی شعب رسمی اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی در استان‌های مختلف، نشان‌دهنده شکل‌گیری یک شبکه نظارتی فراگیر و نسبتاً متوازن در سطح ملی است؛ شبکه‌ای که امکان دسترسی مؤثرتر به فعالان استانی، تسهیل فرآیندهای اجرایی و ارتقای پوشش حکمرانی در زیست‌بوم کسب‌وکارهای مجازی را فراهم می‌کند. تمرکز بالای شعب در استان تهران، در کنار حضور حداقلی اما گسترده در سایر استان‌ها، بیانگر الگویی است که از یک سو بر مرکزیت اداری و عملیاتی پایتخت دلالت دارد و از سوی دیگر، بر گسترش تدریجی ظرفیت نهادی اتحادیه برای پوشش جغرافیایی و تقویت پیوند آن با بدنه کسب‌وکارهای سراسر کشور تأکید می‌کند. استان تهران با ۱۷ شعبه بیشترین تراکم و استان‌های مرکزی، گیلان، قم، یزد، همدان، لرستان، چهارمحال و بختیاری و گلستان هر کدام با ۱ شعبه کمترین تعداد را دارند.

تعداد شعبات رسمی به تفکیک استان





آمار مکاتبات اداری

حجم مکاتبات ورودی به اتحادیه در سال ۱۴۰۴، فراتر از یک شاخص صرفاً اداری، بازتابی از میزان مراجعه، مطالبه‌گری و وابستگی ذی‌نفعان به سازوکارهای تصمیم‌سازی و پاسخ‌گویی این نهاد است. این سطح از تعامل نشان می‌دهد که اتحادیه در عمل به یکی از کانون‌های اصلی دریافت، بررسی و هدایت درخواست‌ها و پیگیری‌های مرتبط با حوزه فعالیت خود تبدیل شده و از جایگاهی فعال در تنظیم رابطه میان اعضا، فعالان صنفی و بدنه نظارتی برخوردار است.

۲,۰۲۲

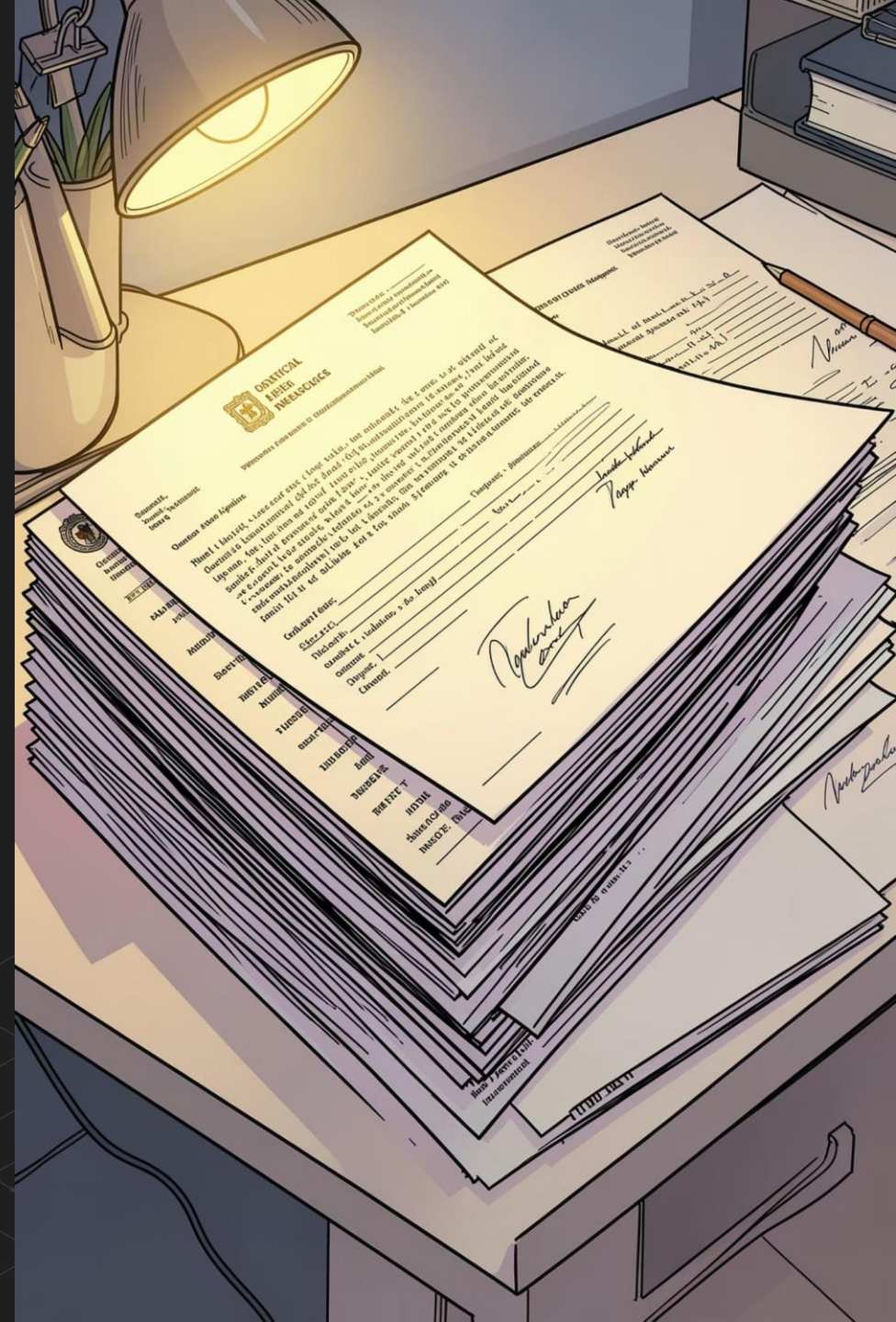
مکاتبات ورودی

تعداد نامه‌ها و درخواست‌های دریافتی توسط اتحادیه در سال ۱۴۰۴

۱,۲۸۳

مکاتبات خروجی

تعداد نامه‌ها و درخواست‌های خارج شده از اتحادیه در سال ۱۴۰۴



کلیک روی نماد اتحادیه

۵۲۰,۰۰۰

ثبت ۵۲۰ هزار کلیک بر روی نماد اعتماد الکترونیک اتحادیه کسب و کارهای مجازی در سال ۱۴۰۴، نشانه‌ای معنادار از سطح بالای توجه کاربران به احراز هویت و اعتبارسنجی کسب و کارهای آنلاین است. این رقم نشان می‌دهد که نماد اتحادیه صرفاً یک نشان بصری نیست، بلکه به‌عنوان یک مرجع عملی برای ارزیابی اعتماد، نقش فعالی در تصمیم‌گیری کاربران و کاهش تردید نسبت به فعالیت‌های تجاری در فضای دیجیتال ایفا می‌کند.



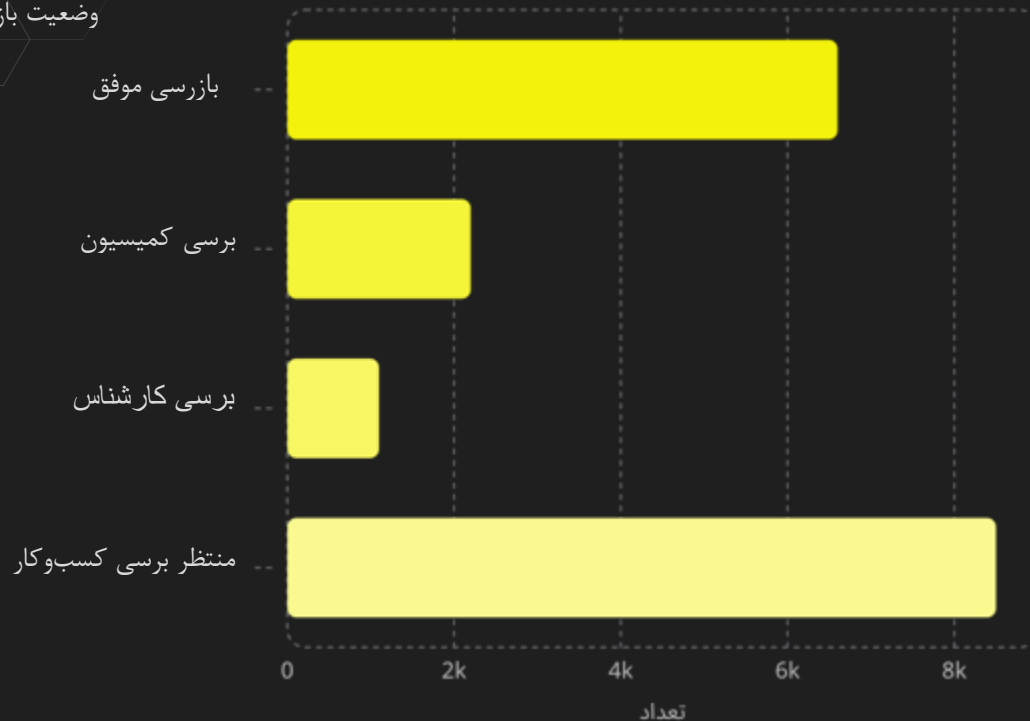
این میزان مراجعه، بیانگر آن است که سازوکارهای اعتمادسازی اتحادیه در رفتار کاربران بازتاب یافته و در جهت شفاف‌تر شدن فضای کسب و کارهای مجازی اثرگذار بوده است.



آمار بازرسی‌های انجام شده

در سال ۱۴۰۴، اتحادیه در مجموع ۱۸,۴۰۰ فقره بازرسی را ثبت کرده است؛ رقمی که نشان‌دهنده گستره بالای مداخله نظارتی و ظرفیت عملیاتی این نهاد در پایش فعالیت کسب‌وکارهاست. توزیع بازرسی‌ها در مراحل مختلف، تصویری تحلیلی از عملکرد فرآیند بازرسی ارائه می‌دهد: سهم بالای بازرسی موفق بیانگر پیشرفت قابل توجه در تکمیل پرونده‌هاست، در حالی که سهم منتظر بررسی کسب‌وکار و بررسی کارشناس نشان می‌دهد بخشی از جریان کار همچنان در مراحل پردازش قرار دارد. در مقابل، حجم بالای موارد ارجاع شده به بررسی کمیسیون حاکی از آن است که بخش قابل توجهی از پرونده‌ها نیازمند تصمیم‌گیری تخصصی‌تر بوده و این موضوع بر پیچیدگی نسبی فرآیند نظارتی دلالت دارد.

وضعیت بازرسی



بازرسی موفق — ۳۵٪

— مورد ۶,۶۰۰

میزان پرونده‌های تکمیل شده

منتظر بررسی کسب‌وکار — ۴۶٪

— مورد ۸,۵۰۰

در صف انتظار بررسی از سوی کسب‌وکار

بررسی کمیسیون — ۱۳٪

— مورد ۲,۲۰۰

ارجاع به کمیسیون تخصصی

بررسی کارشناس — ۶٪

— مورد ۱,۱۰۰

در دست ارزیابی



مجموع شکایات دریافتی

۱۸,۶۷۳

در سال ۱۴۰۴، اتحادیه کسب و کارهای مجازی در مجموع ۱۸,۶۷۳ فقره شکایت را مورد رسیدگی قرار داده است؛ رقمی که هم از سطح بالای تعامل و مطالبه‌گری کاربران حکایت دارد و هم بیانگر جایگاه اتحادیه به‌عنوان مرجع اصلی پیگیری اختلافات و تخلفات در فضای کسب و کارهای آنلاین است. توزیع شکایات در وضعیت‌های مختلف نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از پرونده‌ها با صدور رأی یا اقدام نهایی مختومه شده‌اند، در حالی که سهم در دست اقدام و منتظر بررسی نشان می‌دهد ظرفیت عملیاتی اتحادیه همچنان به‌طور مستمر در حال پردازش و اولویت‌بندی پرونده‌هاست. این الگو در مجموع تصویری از کارآمدی نسبی فرآیند رسیدگی ارائه می‌دهد؛ به‌ویژه آن‌که نسبت بالای پرونده‌های مختومه در کنار وجود یک صف فعال از پرونده‌های جاری، بر توان اتحادیه در مدیریت هم‌زمان حجم بالا و پیچیدگی‌های اجرایی پرونده‌ها دلالت دارد.

کل شکایات

۱۸,۶۷۳ فقره شکایت ثبت‌شده

باطل شده

۳,۲۶۸ فقره باطل شده — ۱۷/۵٪ از کل

مختومه

۹,۴۴۶ فقره — ۵۰/۵٪ از کل

ارجاع به کمیسیون شکایت

۲۵ فقره

در دست اقدام

۴,۱۹۶ فقره — ۲۲/۴٪ از کل

ارجاع به مراجع قضایی

۲ فقره

منتظر بررسی کارشناس

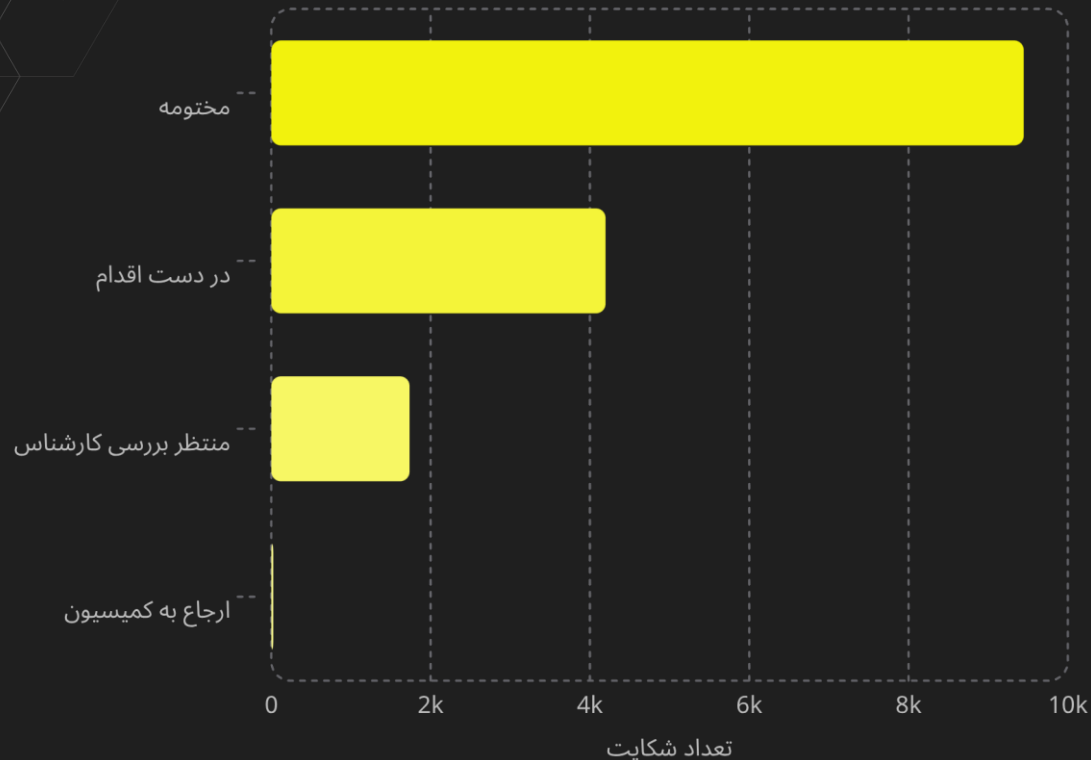
۱,۷۳۶ فقره — ۹/۲٪ از کل



وضعیت تفصیلی شکایات

تحلیل وضعیت تفصیلی ۱۸,۶۷۳ شکایت دریافتی نشان می‌دهد که فرایند رسیدگی در اتحادیه کسب و کارهای مجازی، بر پایه یک سازوکار عملیاتی نسبتاً کارآمد و مرحله‌بندی شده پیش می‌رود. سهم بالای پرونده‌های **مختومه** بیانگر توان اتحادیه در جمع‌بندی و نهایی‌سازی بخش عمده‌ای از شکایات در چرخه رسیدگی است، در حالی که تعداد قابل توجه پرونده‌های در دست اقدام و منتظر بررسی کارشناس نشان می‌دهد همچنان بخشی از بار عملیاتی به پردازش جاری و ارزیابی تخصصی اختصاص دارد. در این میان، ارجاع بسیار محدود به کمیسیون نیز شاخص مهمی از کنترل نسبی پیچیدگی پرونده‌ها و حل و فصل اکثریت موارد در سطوح اولیه رسیدگی است؛ وضعیتی که در مجموع از ترکیب مناسب میان بهره‌وری، اولویت‌بندی و مدیریت پرونده‌های پیچیده حکایت دارد.

وضعیت



در دست اقدام — ۴,۱۹۶ مورد

پرونده‌هایی که فرایند رسیدگی آن‌ها در جریان است.

مختومه — ۹,۴۴۶ مورد

بیش از ۵۰٪ شکایات با موفقیت رسیدگی و بسته شده‌اند.

ارجاع به کمیسیون — ۲۵ مورد

پرونده‌های پیچیده ارجاع شده به کمیسیون تخصصی.

بررسی کارشناس — ۱,۷۳۶ مورد

در صف انتظار برای ارزیابی تخصصی کارشناسان.



اطلاعات تماس اتحادیه

اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی همواره آماده پاسخ‌گویی و ارتباط مؤثر با اعضا، ذی‌نفعان و عموم مخاطبان است. برای دریافت اطلاعات بیشتر، طرح پرسش‌ها یا پیگیری امور مرتبط، می‌توانید از طریق راه‌های زیر با اتحادیه در تماس باشید.

آدرس دفتر مرکزی



تهران، بلوار آیت‌الله کاشانی شرقی، روبروی کوچه مهران، بین گلستان شمالی و رامین شمالی، پلاک ۲۵۶، مجتمع تجاری امید سنتر، طبقه چهارم

وبسایت رسمی



www.ecunion.ir

پست الکترونیک



info@ecunion.ir

شبکه‌های اجتماعی



[ecunion_ir](https://www.instagram.com/ecunion_ir)

