



معاونت تسهیل تجاری و توسعه کاربردها

پانچ به سوالات متداول در خصوص انتشار عمومی اطلاعات سوابق عملکرد کسب و کارها در شناسنامه نهاد اعتماد الکترونیکی

مشخصات سند

TFO_981001

کد

نوع

طبقه بندی

ویرایش

تاریخ آخرین ویرایش

تعداد صفحات

۱

دی ماه ۱۳۹۸

۱۲

تاریخچه تدوین و بازنگری

نویسنده/ویرایشگر	شرح	شماره نسخه	تاریخ
بهنام امیری، فرانک ابوالمعصوم، منصوره شعبانی		۱	۱ دی ۹۸

۱. هدف اصلی از نمایش عمومی اطلاعات سوابق عملکرد کسب و کارها چیست؟

هدف اصلی از بررسی سوابق عملکرد کسب و کارها سنجش کیفیت تعامل کسب و کار با مصرف‌کننده با استفاده از شاخص‌های قابل اندازه‌گیری است. انتشار عمومی این سوابق می‌تواند عامل موثری در تصمیم‌گیری مصرف‌کننده در خصوص انجام معامله با کسب و کار مذکور، با در نظر گرفتن میزان ریسک معامله با وی باشد. همچنین کسب و کارها با آگاهی از تاثیر نمایش عمومی سوابق عملکردشان بر مصرف‌کنندگان، نسبت به بهبود پاسخگویی، ارتقاء عملکرد و کسب حداکثر رضایت مصرف‌کنندگان ترغیب خواهند شد. بنابراین این امر موجب ایجاد یک مکانیزم خودکنترلی و افزایش رقابت در راستای مشتری‌مداری خواهد شد.

نمایش سوابق عملکرد کسب و کارها می‌تواند یکی از راه‌های تمایز بخشیدن کسب و کارهای متعهد و قوی در مقایسه با کسب و کارهای ضعیف باشد. بدیهیست کسب و کارهایی که هم‌اکنون عملکرد خوبی در راستای جلب رضایت مشتریان دارند، پس از نمایش سوابق عملکردشان در شناسنامه اینماد نیز، از دید مصرف‌کنندگان جایگاه خوبی خواهند داشت.

۲. چرا واژه رتبه‌بندی به عبارت سوابق عملکرد تغییر کرد؟

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی قصد دارد ابتدا با انتشار عمومی سوابق عملکرد کسب و کارها، سیستمی خودکنترلی و مبتنی بر بازخورد ایجاد نماید. بدین ترتیب کسب و کارها با آگاهی از این امر که سابقه عملکردشان برای عموم مردم نمایش داده می‌شود، اقدام به بهبود عملکرد خود نموده و مصرف‌کنندگان نیز پیش از خرید میزان ریسک معامله خود را از طریق اطلاعات ارائه شده در شناسنامه کسب و کارها در سامانه اینماد، می‌سنجند. در ارتباط با کسب و کارهایی که عملکردی قوی در تعامل با مشتریان و جلب رضایت آنها دارند، پس از انتشار سابقه عملکردشان، از دید مصرف‌کنندگان جایگاه برتری نسبت به کسب و کارهایی که تعامل ضعیفی با مشتریان دارند پیدا می‌کنند. پس از مدتی با بهبود فضای رقابت، به منظور تکمیل فرایند ارزیابی کسب و کارها، در رابطه با رتبه‌بندی کسب و کارهای الکترونیکی تصمیم‌گیری خواهد شد.

۳. شاخص‌های اصلی در طرح انتشار عمومی سوابق عملکرد کسب و کار چیست؟

به منظور بررسی کیفیت تعامل کسب و کار با مصرف‌کننده لازم است از شاخص‌هایی استفاده شود که قابل سنجش بوده و در عین حال بتوانند میزان پاسخگو بودن کسب و کار و مسئولیت‌پذیری وی را در مقابل مصرف‌کنندگان نمایش دهند. یکی از شاخص‌های قابل سنجش در خصوص نحوه تعامل کسب و کار با مصرف‌کننده نحوه رسیدگی وی به شکایت‌های دریافتی از مصرف‌کنندگان است. همچنین میزان پایبندی کسب و کار به تعهداتی که در نماد اعتماد الکترونیکی متقبل شده و مدت زمانی که مجوز نماد اعتماد الکترونیکی را کسب نموده از دیگر شاخص‌هایی هستند که قابل ارزیابی بوده و نمایانگر نحوه عملکرد کسب و کار می‌باشند. در جدول ۱ طبقه‌بندی این شاخص‌ها به اختصار نمایش داده شده است.

ردیف	شاخص	زیر شاخص
۱	سوابق پاسخگویی به شکایات	تعداد شکایات بدون پاسخ
		تعداد شکایات حل نشده
		تعداد تاخیر در پاسخگویی
۲	موارد مغایرت با دستورالعمل نماد اعتماد الکترونیکی	تعداد مغایرت سطح سوم
		تعداد مغایرت سطح دوم
		تعداد مغایرت سطح اول
۳	سابقه دارا بودن مجوز نماد اعتماد	-

جدول ۱- شاخص‌های سوابق عملکرد کسب و کار

شاخص سوابق پاسخگویی به شکایات: این گروه شاخص با تمرکز بر نحوه تعامل کسب و کار با مصرف کننده در مواجهه با شکایت دریافتی از وی تعریف شده است. درحقیقت، این شاخص‌ها مستقیماً روی رفتار کسب و کار در مواجهه با شکایت دریافتی تمرکز دارد. سه زیرشاخص زیر در محاسبه امتیاز این شاخص موثر هستند:

- تعداد شکایات پاسخ داده نشده :

در هر مرحله از فرایند رسیدگی به شکایت (تعامل مستقیم با مصرف کننده یا تعامل با شخص ثالث) در صورت گذشت «سه فرصت ۹۶ ساعته» (به معنای ۱۲ روز) و عدم پاسخگویی کسب و کار، شکایت بدون پاسخ در نظر گرفته می‌شود.

- تعداد شکایات حل نشده:

این زیر شاخص بر اساس موارد ذیل سنجیده می‌شود:

۱. تعداد شکایاتی که پس از ارائه راه حل توسط شخص ثالث، راه حل مورد نظر توسط کسب و کار مورد پذیرش قرار نگرفته است.

۲. تعداد شکایاتی که پس از ارائه راه حل توسط شخص ثالث، راه حل مورد نظر توسط کسب و کار اجرا نشده است.

- تعداد تاخیر در پاسخگویی:

عدم پاسخگویی کسب و کار به پیام‌های دریافتی پس از طی ۹۶ ساعت (۴ روز) مهلت سیستمی، در هر مرحله از فرایند بررسی شکایت به عنوان تاخیر در پاسخگویی در نظر گرفته می‌شود.

شاخص موارد مغایرت با دستورالعمل نماد اعتماد الکترونیکی: در هنگام دریافت نماد اعتماد الکترونیکی، کسب و کارها به رعایت شاخص اعلامی مرکز در بعد «حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» و شاخصهای عمومی تجارت « پایبندی به قوانین و مقررات جاری کشور» متعهد می‌شوند.

شاخص حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان شامل رعایت مواردی همچون نمایش لوگوی نماد اعتماد الکترونیکی در وب سایت کسب و کار، صدور فاکتور برای مصرف‌کننده، عدم جعل یا دستکاری لوگوی نماد، اخذ مجوزهای لازم جهت ارائه کالا یا خدمت در حوزه فعالیت کسب و کار، پاسخگویی به اخطارهای دریافتی از سوی دستگاه‌های نظارتی، ارائه اطلاعات موثر، صریح و روشن به خریدار قبل از انجام معامله و غیره می‌باشد.

همچنین پایبندی به قوانین و مقررات جاری کشور شامل رعایت قوانین و مقررات مربوط به عرضه کالای قاچاق، عدم ارائه محتوای مجرمانه، عدم انجام فعالیت‌های غیر قانونی، فعالیت‌های هرمی و غیره می‌باشد.

اطلاعات کامل در این خصوص در **دستور العمل نماد** ارائه شده است. براساس موارد ذکر شده در این دستورالعمل سه زیرشاخص زیر به منظور نمایش سابقه عملکرد کسب و کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. عدم رعایت هر کدام از موارد فوق بر اساس دستورالعمل، سطح متفاوتی از جرایم را دارد که در نماد به سه سطح تقسیم شده است.

- تعداد مغایرت سطح سوم
- تعداد مغایرت سطح دوم
- تعداد مغایرت سطح اول

این زیرشاخص‌ها می‌توانند در سنجش میزان پایبندی کسب و کار نسبت به تعهدات خود در مقابل مصرف کننده و قوانین و مقررات جاری کشور موثر باشند.

شاخص سابقه فعالیت الکترونیکی: سابقه فعالیت الکترونیکی یک کسب و کار از زمان دریافت مجوز نماد اعتماد الکترونیکی / ساماندهی که به معنای تعهد کسب و کار نسبت به رعایت قوانین و مقررات کشور و رعایت حقوق مصرف کنندگان است، محاسبه می‌شود.

۴. چرا تاکید اصلی روی پاسخگویی به شکایات بوده است؟

یکی از معیارهای اصلی جهت ارزیابی سوابق عملکرد کسب و کار، سنجش میزان تعهد وی نسبت به خدماتی است که به مصرف کنندگان ارائه می‌دهد. از جمله موارد قابل سنجش در این رابطه، بررسی نحوه پاسخگویی کسب و کار به مصرف کنندگان بخصوص در حوزه شکایات است. از آنجاییکه کسب و کار متعهد و مسئول همواره پاسخگویی مناسبی در مواجهه با شکایات دریافتی از مشتریان خود دارد. لذا نمایش عملکرد کسب و کار در حوزه پاسخگویی به شکایات، شاخص مناسبی برای سنجش میزان متعهد و پاسخگو بودن کسب و کار در مقابل مصرف کنندگان است.

سنجش عملکرد کسب و کار با تمرکز بر شاخص پاسخگویی به شکایات می‌تواند بر اساس دو رویکرد انجام شود:

- ۱- شمارش تعداد سفارش‌های بدون شکایت، در این رویکرد با مد نظر قراردادن تعداد کل سفارش‌ها، تعداد سفارش‌هایی که در آن شکایاتی مطرح نشده است، بعنوان ملاک ارزیابی عملکرد کسب و کار مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- ۲- شمارش تعداد شکایات دریافتی، در این رویکرد بدون در نظر گرفتن تعداد کل سفارش‌ها، صرفاً شکایات دریافتی از سوی مصرف کنندگان، ملاک ارزیابی عملکرد کسب و کار قرار می‌گیرد. بدین منظور تعداد شکایات پاسخ داده نشده، شکایات حل نشده و تعداد شکایاتی که با تاخیر به آنها پاسخ داده شده است مد نظر قرار داده می‌شود.

از آنجاییکه پاسخگویی به شکایات مشتریان از جمله مواردیست که کسب و کارها هنگام اخذ مجوز نماد اعتماد الکترونیکی نسبت به آن متعهد شده‌اند، و با توجه به آنکه عدم پاسخگویی به شکایات نمایانگر متعهد نبودن کسب و کار نسبت به مصرف کننده بوده و رعایت آن برای کسب و کار الزامی محسوب می‌شود، لذا در این طرح از رویکرد دوم جهت سنجش عملکرد کسب و کار بر اساس شکایات استفاده شده است. شایان ذکر است در این رویکرد، دریافت شکایت به خودی خود بار منفی در بر ندارد بلکه اهمال در پاسخگویی به شکایت بار منفی در بر خواهد داشت.

۵. آیا زمانبر بودن رسیدگی به برخی شکایات، تاخیر در پاسخگویی به شکایت محسوب می‌شود؟

در خصوص زیر شاخص تاخیر در پاسخگویی، صرفاً پاسخ‌دهی به شکایات دریافتی توسط کسب و کار فارغ از نتیجه نهایی رسیدگی به شکایات، ملاک سنجش بوده است. در واقع، کسب و کار پس از دریافت شکایت از طریق سامانه اینماد، موظف است شکایت مربوطه را بدون تاخیر پاسخ دهد، ولی ممکن است فرآیند رفع آن زمانبر باشد؛ بطور مثال ممکن است شکایت جهت بررسی برای میانجی‌گر یا داور ارسال شود و در نتیجه رسیدگی به آن مستلزم صرف زمان بیشتری باشد؛ بنابراین زمان نتیجه‌گیری نهایی ملاک سنجش قرار نگرفته و صرفاً زمان پاسخگویی کسب و کار به شاکی، ملاک سنجش تاخیر در پاسخگویی در نظر گرفته شده است.

۶. چرا در پاسخگویی به شکایات، میزان فروش کسب و کار در نظر گرفته نمی‌شود؟ (مثلاً یک کسب و کار از چند سفارش چه تعداد شکایت داشته است؟)

همانگونه که با توسعه کسب و کار و افزایش فروش ممکن است کسب و کار نیاز به افزایش منابع و نیروی انسانی پیدا کند، لازم است در خصوص پاسخگویی به شکایات نیز مسئله افزایش منابع و نیروی انسانی را مد نظر قرار دهد. بدین معنا که توسعه کسب و کار و فروش بیشتر وی نباید منجر به کاهش کیفیت پاسخگویی یا تاخیر در پاسخگویی به شکایات گردد و کسب و کار می‌بایست تناسب لازم در ارتباط با میزان فروش یا ارائه خدمات، با تعداد نیروی انسانی لازم جهت ارائه خدمات پس از فروش و پاسخگویی به شکایات مصرف‌کنندگان را رعایت نماید.

بنابراین در خصوص شاخص پاسخگویی به شکایات تمایزی بین کسب و کارهای بزرگ و کوچک وجود نداشته و هر دو گروه به یک اندازه نسبت به مشتریان خود مسئول هستند.

شایان ذکر است، این مسئله که آیا شاخص پاسخگویی به شکایات به تنهایی مفید است یا اینکه چند درصد از فروش به شکایت منجر شده است نیز می‌تواند شاخص تاثیرگذاری در سنجش عملکرد کسب و کار باشد. بطور مثال کسب و کاری که از هر ۱۰۰ فروش خود یک شکایت دریافت کرده در مقایسه با کسب و کاری که از هر ۱۰ فروش خود یک شکایت دریافت کرده عملکرد بهتری دارد، این مسئله در این فاز مد نظر قرار داده نشده و در آینده در قالب شاخص «سطح کیفیت خدمات» مد نظر قرار داده خواهد شد.

۷. انواع شکایات‌های دریافتی توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به چند دسته تقسیم می‌شوند؟

شکایات‌های دریافتی توسط مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به دو دسته تقسیم بندی می‌شوند:

- شکایاتی که مربوط به عدم تعهدات فی مابین است. مانند عدم تحویل کالا/ خدمت، عدم بازپرداخت وجه، عدم ارائه خدمات پس از فروش، تحویل کالا/ خدمت مغایر با توافق و غیره. این شکایات جنبه حقوقی دارند و رسیدگی به آنها در اختیار قوه قضاییه و نهادهای مشابه است. سایر دستگاه‌ها در صورت ورود به فرآیند بررسی این شکایات می‌توانند نقش میانجی‌گر را داشته باشند؛ یا در مواردی که اجازه دآوری توسط قوه قضاییه به آنها داده شده، نقش داور را در بررسی شکایات داشته باشند.

- شکایاتی که علاوه بر جنبه عدم تعهدات فی مابین، بعد تخلفاتی نیز به همراه دارد. مانند گران‌فروشی، عدم درج قیمت، فروش کالای تقلبی/ قاچاق، عدم ارائه فاکتور فروش، فروش اجباری و غیره. این شکایات که بعضاً جنبه غیر حقوقی نیز دارند، می‌توانند توسط مراجع ذیصلاح مانند اتحادیه‌های تخصصی، نظام صنفی، نظام پزشکی و غیره بررسی شوند.

۸. مراجع دریافت شکایات در نوع دوم (شکایاتی که علاوه بر جنبه عدم تعهدات فی مابین، بعد تخلفاتی نیز به

همراه دارد) کدامند؟

بسته به موضوع شکایت، مراجع دریافت شکایت در نوع دوم می‌تواند سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، سازمان تعزیرات حکومتی، اتحادیه‌های تخصصی، مرکز اصناف و امور بازرگانان، نهادهای تخصصی مانند نظام صنفی، نظام پزشکی و غیره باشد. بعنوان مثال اگر فردی کالایی را خریداری کرده باشد که مشخصات آن به گونه ذیل است، شکایت وی چگونه می‌تواند به نتیجه برسد: «فرد کالای یخچال سایب بای سایب خریداری کرده و هزینه آن را پرداخت کرده است، ولی کالایی که به وی تحویل داده شده، یخچال سایب بای سایب نیست.»

در صورتیکه کسب و کار ادعای این فرد (شکایت وی) را نپذیرد، فرد شاکی می‌بایست از طریق مراجع قضای اقدام نماید. ارسال این شکایت به اتحادیه‌ها (در صورت صحیح بودن ادعای وی) نمی‌تواند ضمانت اجرایی برای دریافت کالا باشد. یعنی ممکن است اتحادیه نیز نظر تخصصی خود را اعلام کند و کسب و کار را محکوم نماید، ولی کسب و کار رای اتحادیه را نپذیرفته و مدعی شود که آن‌ها مرجع قضایی و تخصصی قضاوت در این حوزه نیستید. در نتیجه فرد شاکی در این موارد می‌تواند با نظر اتحادیه (میانجی‌گری یا داوری) به قوه قضائیه مراجعه و مسیر خود را ادامه دهد. شایان ذکر است در مواردی که اتحادیه از سوی مراجع قضایی نقش داوری داشته باشد فرآیند قضایی با سرعت بیشتری پیش خواهد رفت.

۹. آیا مرکز مرجع رسیدگی به شکایات است؟

بر اساس اساسنامه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، این مرکز می‌تواند در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان چهارچوب و ضوابط لازم را ارائه نماید. همچنین بر اساس تفاهم‌نامه منعقد شده با سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان این مرکز به عنوان مرجع ایجاد درگاه یکپارچه شکایات می‌تواند شکایات مصرف‌کنندگان از کسب و کارها را دریافت نموده و آنها را برای کسب و کارهای مربوطه ارسال کند. در صورتیکه کسب و کار و مصرف‌کننده بر سر موضوع مورد اختلاف به توافق لازم نرسند، می‌توانند از طریق درگاه شکایات ارائه شده توسط این مرکز در سامانه اینماد، شکایت خود را جهت بررسی برای مراجع ذیصلاح نظیر اتحادیه‌های مربوطه، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، نظام صنفی و غیره ارجاع دهند و به صورت متمرکز پاسخ خود را از طریق این سیستم یکپارچه دریافت نمایند.

۱۰. رویه بررسی و رسیدگی به شکایت چگونه است؟

- فرایند شکایت با ثبت شکایت مصرف‌کنندگان از طریق درگاه ارائه شده در سامانه اینماد آغاز می‌گردد.
- در گام نخست این شکایت مستقیماً به کسب و کار ارسال می‌شود. لازم است کسب و کار ظرف مهلت زمانی مشخص شده در دستورالعمل اینماد، اقدام به پاسخگویی به شکایت نماید. حتی در شرایطی که کسب و کار شکایت ثبت شده را وارد نداند، می‌بایست پاسخ خود را نسبت به شکایت صورت گرفته ثبت کند.
- در صورتی که کسب و کار شکایت را پاسخ داده ولی مصرف‌کننده پاسخ وی را نپذیرد و طرفین به توافق لازم نرسند، هر یکی از طرفین می‌توانند شکایت را به منظور پیگیری و رسیدگی به مراجع ذیصلاح نظیر اتحادیه‌های مربوطه، سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، نظام صنفی و غیره ارجاع دهند.

۱۱. چرا شکایات به محض دریافت برای کسب و کارها ارسال می‌شود؟

بر اساس تجربه تعامل میان کسب و کار و مصرف کننده اولین گام برای حل شکایت است. در بسیاری از مواقع صرف آگاهی کسب و کار یا مصرف کننده از این امر که این شکایت و رسیدگی به آن توسط شخص ثالث مورد نظارت قرار می‌گیرد، موجب تسریع و بهبود فرایند پاسخگویی به شکایت یا تسریع در توافق بر سر راه حل خواهد شد. از این رو مزیت استفاده از این سازوکار این است که بدون حضور انسان، تعامل کسب و کار و مصرف کننده را قابل مشاهده نموده است و منجر به اصلاح خودبخودی این تعامل خواهد شد. ممکن است در این تعامل کسب و کار و یا مصرف کننده حتی متوجه نادرست بودن ادعا و شکایت و .. بشوند.

۱۲. از کجا می‌دانیم یک شکایت وارد است یا خیر؟

در گام نخست، سامانه اینماد صرفاً ادعای مصرف کننده مبنی بر شکایت را دریافت می‌کند. با ارسال این شکایت به کسب و کار مربوطه، ممکن است این ادعا را وارد بداند یا اینکه آنرا نپذیرد. در هر صورت کسب و کار موظف به پاسخگویی و اعلام دلایل خود مبنی بر وارد بودن یا نبودن شکایت به مصرف کننده است. شایان ذکر است، در صورت ارجاع شکایت به شخص ثالث، این ادعا توسط ایشان بررسی می‌شود.

۱۳. آیا به کسب و کارها جهت اعلام وارد بودن شکایات مهلت زمانی داده می‌شود؟

از زمان ثبت شکایت توسط مصرف کننده، کسب و کار مدت زمان حداکثر ۹۶ ساعت فرصت پاسخگویی به شکایت را دارد. حتی در شرایطی که کسب و کار شکایت مطرح شده را وارد ندانسته، بایستی پاسخ خود را در مدت زمان تعیین شده به مصرف کننده اعلام کند. مصرف کننده می‌تواند در صورت عدم پذیرش این پاسخ، شکایت خود را به مراجع ذیصلاح ارجاع دهد.

۱۴. اگر کسب و کار شکایتی دریافت کرد که وارد نبوده (درست نبوده یا مرتبط نبوده) چه اقدامی باید

انجام دهد؟

ابتدا لازم است کسب و کار شکایات دریافتی را بررسی نماید، در شرایطی که کسب و کار شکایت مطرح شده را وارد نمی‌داند، بایستی پاسخ خود را در مدت زمان حداکثر ۹۶ ساعت به مصرف کننده اعلام کند. در صورت عدم پذیرش مصرف کننده و اصرار بر ادامه شکایت کسب و کار یا مصرف کننده می‌توانند موضوع را به مرجع ذیصلاح ارسال کنند.

۱۵. چه راهکاری در صورت بروز شکایات هرز (Spamming) دارید؟

علیرغم این که تاکنون این مسئله در رابطه با شکایات ثبت شده در سامانه اینماد رخ نداده است، اما به منظور جلوگیری از وقوع این مسئله، سامانه اینماد از سامانه‌ای که به منشور احراز هویت کاربران طراحی شده تحت عنوان «امتا»، برای احراز هویت کاربران بهره گرفته است. بدین ترتیب هر کاربر به منظور ثبت شکایت در سامانه اینماد، ابتدا لازم است مشخصات هویتی خود را وارد نماید. پس از احراز هویت کاربر توسط سامانه اماتا، وی قادر به ثبت شکایت در سامانه اینماد خواهد بود. این امر از ثبت شکایت توسط غیر انسان جلوگیری نموده و در صورت ثبت شدن شکایت هرز امکان پیگیری هویت ثبت کننده شکایت را میسر می‌نماید.

۱۶. اگر کسب و کار یا شاکی در فرایند تعامل با یکدیگر به نتیجه نرسیدند چگونه شکایت به مراجع ذیصلاح ارسال می‌شود؟

پس از دریافت شکایت توسط کسب و کار و ارائه پاسخ به مصرف‌کننده، در صورتیکه مصرف‌کننده با پاسخ دریافت شده موافقت نکند، هر یک از طرفین این امکان را دارد که شکایت را برای رسیدگی به مراجع ذیصلاح ارسال نماید.

۱۷. اگر مصرف‌کننده از فروشگاه خرید کرده که مدل بازارگاه الکترونیکی، انتشاردهنده آگهی، سکوی الکترونیکی و مدل‌های مشابه بوده، آیا کسب و کار مالک فروشگاه موظف به پاسخگویی به همه شکایاتی است که در این بستر رخ می‌دهد؟

این موضوع وابسته به نوع کسب و کار و تعهداتی است که نسبت به کاربران خود دارد. بطور کلی هر کسب و کار موظف است در شرایط و ضوابط خود، کاربران را نسبت به تعهداتی که به آنها دارد مطلع سازد. موارد درج شده در بخش شرایط و ضوابط هر وبسایت باید در چارچوب قوانین و مقررات جاری کشور وضع گردد.

بطور مثال در ارتباط با کسب و کاری که صرفاً انتشاردهنده آگهی است و در حوزه تحویل، کیفیت، قیمت و برخی موارد مشابه مسئولیتی ندارد، لازم است کسب و کار این مسئله را در شرایط و ضوابط خود عنوان نماید.

در ارتباط با بازارگاه‌های الکترونیکی، لازم است شکایات مربوط به کیفیت خدمات تامین‌کنندگان تا زمان رفع شکایت، توسط فروشگاه مربوطه پیگیری شود. در این مورد هم می‌بایست حیطه مسئولیت‌پذیری کسب و کار در خصوص کالا یا خدمات ارائه شده، در شرایط و ضوابط وبسایت تعیین شود.

۱۸. در این سیستم کسب و کارهای کوچک و بزرگ چگونه تمایز داده می‌شوند؟

در بررسی سوابق عملکرد کسب و کار، اندازه کسب و کار بعنوان شاخصی جهت سنجش عملکرد وی در نظر گرفته نشده است. شایان ذکر است در آینده با توجه به شاخص‌های تکمیلی نظیر شاخص «توانمندی کسب و کار» که به منظور رتبه‌بندی کسب و کارها در نظر گرفته شده است، اندازه کسب و کار نیز بعنوان ملاکی جهت سنجش اعتبار کسب و کار در نظر گرفته خواهد شد.

۱۹. سایر شاخص‌های رتبه‌بندی چیست؟

از دیگر شاخص‌هایی که در آینده به منظور رتبه‌بندی کسب و کارها استفاده خواهد شد می‌توان به شاخص «توانمندی کسب و کار» اشاره نمود. این شاخص شامل زیرشاخص‌های نظیر: نظام‌های مدیریتی، اندازه کسب و کار، توانمندی مالی و غیره می‌باشد. همچنین در مراحل بعدی طرح، شاخص‌های امنیت، رضایمندی و کیفیت سرویس نیز مورد سنجش قرار گرفته و اطلاعات مربوطه منتشر خواهد شد.

۲۰. با شروع اجرای این طرح، این سیستم چه مزایایی برای مصرف‌کنندگان به همراه خواهد داشت؟

با استفاده از این سیستم مصرف‌کنندگان می‌توانند قبل از انجام معامله با کسب و کار، از طریق بررسی شناسنامه کاربری وی در سامانه اینماد، سوابق عملکرد کسب و کار مذکور را بررسی نمایند. با آگاهی از میزان پاسخگو بودن کسب و کار در مقابل شکایات و با دانستن میزان پایبندی کسب و کار نسبت به تعهدات مندرج در دستورالعمل اینماد، مصرف‌کنندگان می‌توانند میزان ریسک معامله با کسب و کار مذکور را قبل از انجام معامله در نظر گرفته و در صورت صلاحدید اقدام به خرید نمایند. همچنین با توجه به اینکه فرایند نظارت بر نحوه پاسخگویی کسب و کارها به شکایات، از سال گذشته شروع شده و اطلاعات شاخص‌های مرتبط به کسب و کارها اعلام شده است، این امر موجب بهبود در پاسخگویی به شکایات شده و خوشبختانه تاکنون، حجم قابل توجهی از شکایات ثبت شده در سامانه اینماد بدون نیاز به ارجاع به مراجع ذیصلاح، با استفاده از تعامل کسب و کار با مصرف‌کننده، حل شده است. لذا این نتایج نشان می‌دهد، بررسی سوابق پاسخگویی به شکایات و انتشار عمومی اطلاعات مرتبط منجر به بهبود قابل توجه عملکرد کسب و کارهای ضعیف از منظر نحوه پاسخگویی، کیفیت پاسخگویی و رفع شکایات خواهد شد. در حقیقت، با حضور یک سیستم رفتارسنج که به طور هوشمند عملکرد نادرست را شناسایی می‌کند، تعاملات کسب و کارها با مصرف‌کنندگان بهبود می‌یابد. هرچند کسب و کار متعهد همواره الگوی رفتاری مسئولانه داشته با اینحال، این سیستم کمک می‌کند که کسب و کار ضعیف عملکردش را بهبود دهد و اگر بهبود پیدا نکرد از کسب و کارهای متعهد متمایز گردد.

۲۱. با شروع اجرای این طرح، این سیستم چه مزایایی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت؟

نمایش سوابق عملکرد کسب و کارها می‌تواند یکی از راههای تمایز بخشیدن به کسب و کارهای متعهد و قوی در مقایسه با کسب و کارهای ضعیف باشد. در ارتباط با کسب و کارهایی که عملکردی قوی در تعامل با مشتریان و جلب رضایت آنها دارند، پس از انتشار سابقه عملکردشان، از دید مصرف‌کنندگان جایگاه برتری نسبت به کسب و کارهایی که تعامل ضعیفی با مشتریان دارند پیدا می‌کنند. در این سیستم با توجه به نمایش عمومی سوابق پاسخگویی به شکایات و سوابق تعهد به دستورالعمل اینماد، کسب و کارها نسبت به بهبود عملکردشان در راستای جلب رضایت مشتریان ترغیب خواهند شد. در این شرایط در صورتیکه یک کسب و کار، اقدامی در راستای بهبود عملکرد خود انجام ندهد، از نظر سابقه عملکرد دچار سطح اختلاف زیادی با رقبای شده و این امر منجر به هدایت مصرف‌کنندگان به سوی کسب و کارهای رقیب که سوابق عملکرد بهتری دارند، می‌شود. بنابراین در صورتیکه کسب و کار تعامل خوبی با مصرف‌کنندگان داشته باشد، می‌تواند از طریق این سیستم اعتبار مناسبی جهت فعالیت در فضای تجارت الکترونیکی و بازار رقابت موجود در این حوزه کسب نماید. همچنین کسب و کار می‌تواند با استفاده از بازخوردهایی که از این سیستم دریافت می‌کند اقدام به بهبود عملکرد خود نماید.

۲۲. در اکثر کشورها بخش خصوصی اقدام به رتبه‌بندی کسب و کارها می‌کند. چرا مرکز توسعه تجارت

الکترونیکی به عنوان یک نهاد دولتی وارد این حوزه شده است؟

در شرایطی که رفع اختلاف و حل شکایات مصرف‌کنندگان از طریق بخش خصوصی بطور کامل رفع نمی‌شود، این امکان وجود دارد که مصرف‌کنندگان به منظور طرح شکایات و رفع اختلافات بوجود آمده در معامله با کسب و کارها، به مراجع ذیصلاح که بعضاً دولتی هستند، مراجعه کنند. زمانیکه دولت براساس اعلام نیاز مخاطب از جمله مصرف‌کنندگان در مبحث رفع شکایات وارد شود، می‌بایست فرایند رسیدگی به شکایات را به گونه ای طراحی کند که علاوه بر رفع اختلافات، منجر به ترغیب کسب و کارها در راستای بهبود عملکرد

خود شده و در نتیجه میزان شکایات ثبت شده از طریق درگاهی که دولت ارائه نموده کاهش یابند. بنابراین در جایی که دولت بعنوان میانجی نقش آفرینی می‌کند، می‌تواند به منظور مدیریت بهینه فرایند رسیدگی به شکایات، اقدام به ارزیابی رفتار کسب و کارها نماید. مرکز توسعه تجارت الکترونیکی نیز به عنوان یک نهاد دولتی مسئول در جایی که مصرف‌کننده از این نهاد درخواست کند که به موضوع اختلاف فی‌مابین خود و کسب و کار، در حیطه اختیاراتش وارد شود، می‌تواند روش رسیدگی به شکایات و عملکرد کسب و کار را نظارت، ارزیابی و رتبه‌بندی نماید.

این موضوع در بسیاری از نهادهای دولتی در جهان رویه‌ای رایج است. از جمله نظارت و رتبه‌بندی در حوزه نهادهای مالیاتی، نظارت و رتبه‌بندی شرکت‌های فعال در حوزه ترخیص گمرکی، حمل و نقل، بنادر و کشتیرانی و غیره. در حال حاضر، در بسیاری از کشورهای جهان، رتبه‌بندی کل فعالین تجاری حقیقی و حقوقی در حوزه مالیاتی توسط نهادهای دولتی امری رایج است. همچنین، در حوزه تجارت هم در جهان، بازرگانان برای دریافت خدمات دولتی رتبه‌بندی می‌شوند.

۲۳. آیا همه مصرف‌کننده‌ها بایستی برای ثبت شکایت به سامانه اینماد مراجعه نمایند؟

خیر. مصرف‌کنندگان می‌توانند به منظور طرح شکایت از کسب و کار، به کسب و کار مربوطه یا نهادهای نظارتی مانند سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، سازمان تعزیرات حکومتی، اتحادیه‌های تخصصی، نهادهای تخصصی مانند نظام صنفی، نظام پزشکی و غیره نیز مراجعه کنند.

۲۴. چرا مصرف‌کنندگان به منظور شکایت از کسب و کارهای الکترونیکی به سامانه اینماد مراجعه

می‌کنند؟

سامانه اینماد یکی از کانال‌های دریافت شکایات می‌باشد. انتشار عمومی سوابق عملکرد کسب و کار در این سامانه، می‌تواند عامل موثری در راستای تسریع و بهبود روند رسیدگی به شکایات توسط کسب و کار باشد.

۲۵. آیا سازوکار بررسی شکایات در سامانه اینماد بصورت موازی ایجاد شده و مصرف‌کننده سردرگم می

شود؟

ثبت شکایات در سامانه اینماد فاز ابتدایی از طراحی سامانه جامع رسیدگی به شکایات است. در مراحل بعدی از این طرح، کلیه سیستم‌های دریافت شکایت یکپارچه شده و امکان ثبت تمامی شکایات از طریق درگاه واحد سامانه جامع رسیدگی به شکایات میسر خواهد شد.

۲۶. آیا ما به دنبال White List هستیم؟

خیر. هدف اصلی از نمایش سوابق عملکرد کسب و کارها ترغیب کسب و کارها نسبت به افزایش کیفیت تعاملشان با مصرف‌کنندگان بوده است. بدیهیست پس از نمایش سوابق عملکرد کسب و کارها از منظر پاسخگویی به شکایات و پایبندی به تعهدات، کسب و کارهایی که نسبت به پاسخگویی به شکایات مشتریان اهمیت بیشتری قائل بوده‌اند، و نیز به تعهداتی که در سامانه نماد پذیرفتند، پایبند بوده‌اند یا بطور کلی تعامل بهتری با مصرف‌کنندگان داشته‌اند، از نظر مصرف‌کنندگان جایگاه برتری خواهند داشت. این به معنای دسته‌بندی کسب و کارها یا ایجاد White List از سوی این مرکز نیست. چنانچه یک کسب و کار سوابق عملکرد خوبی در پاسخگویی به شکایات

نداشته باشد، با جبران این مسئله و بهبود روند پاسخگویی به شکایات، می‌تواند سوابق عملکرد خود را بهبود بخشیده و جایگاه خود را از دید مصرف‌کنندگان ارتقاء دهد.

۲۷. آیا انتشار اطلاعات سوابق عملکرد کسب و کار نقض حریم خصوصی کسب و کارها است؟

مطابق با بند ۱۱ ماده ۳ اساسنامه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، این مرکز می‌تواند در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، چهارچوب و ضوابط لازم در فضای تجارت الکترونیکی را ارائه نماید. انتشار سوابق عملکرد کسب و کارها از جمله مواردیست که مرکز می‌تواند ساز و کار آن را در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان طرح‌ریزی و تدوین نماید.

۲۸. با توجه به آنکه «شکایت بدون پاسخ» از نظر مراجع قانونی بی‌معناست، دلیل استفاده از این زیرشاخص چه بوده است؟

شکایت بدون پاسخ، بدین معنی نیست که کسب و کار در هیچ وضعیتی پاسخگوی شکایات دریافتی نبوده است. بلکه بدین معنی است که کسب و کار تا زمانی که شخص ثالثی وارد فرایند رسیدگی به شکایت نشده، خود را قائل به پاسخگویی به شکایت ندانسته است.

۲۹. آیا اینکه بعضا گفته می‌شود مرجع رسیدگی به شکایات، صرفا سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، اتحادیه‌های تخصصی و نظام‌های صنفی مرتبط هستند، درست است؟

محدوده اختیارات و شرح وظایف نهادهایی مانند سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان، اتحادیه‌های تخصصی، نظام‌های صنفی مرتبط و غیره تعیین شده و مشخص است. بر اساس تجربه این‌ها، اکثر شکایات مطرح شده از کسب و کارهای الکترونیکی مربوط به عدم ایفای تعهدات فی مابین است. این شکایات عمدتاً جنبه حقوقی دارند و رسیدگی به آن‌ها باید توسط مراجع قضایی یا همکار قضایی انجام شود. سایر دستگاه‌ها در صورت ورود به این شکایات، می‌توانند نقش میانجی‌گر را داشته باشند- یا در مواردی که اجازه داورى توسط قوه قضاییه به آنها داده شده نقش داور را ایفا کنند- بنابراین از نظر قانون سازمان‌های فوق مرجع رسیدگی به این شکایات نیستند.

۳۰. موارد قانونی مرتبط با این طرح چیست؟

- مصوبه شورای امنیت کشور، وظایف کمیته نظارت
- اساسنامه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، ماده ۳ بند ۱۱
- آئین‌نامه اجرایی مواد ۵ و ۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، ماده ۴ بند پ
- برنامه و اقدامات اجرایی توسعه دولت الکترونیک، مصوبه شورای اجرایی فناوری اطلاعات، پیوست ج ردیف ۳۸
- شیوه‌نامه انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مؤسسات خصوصی ارائه دهنده خدمات عمومی، مصوبه سیزدهمین جلسه کمیسیون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات در مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۸