

پانوراما

مطالعه جامع
کسب و کارهای آنلاین ،
استارت‌آپ‌ها و اینترنت ایران

تهیه شده توسط ECN

فهرست مطالب

مقدمه ۱

فصل اول

آمار های شاپرک ۴

معرفی شاپرک و شرکت های پرداخت در ایران.....

بررسی روند تعداد تراکنش های آنلاین در ایران.....

بررسی روند مبلغ تراکنش های آنلاین در ایران.....

بررسی روند میانگین مبلغ تراکنش های آنلاین در ایران.....

بررسی روند تعداد و مبلغ خرید شارژ و پرداخت قبض در ایران.....

بررسی سهم تراکنش های موبایلی و آنلاین در ایران.....

بررسی سهم شرکت های پرداخت (PSP ها) در ایران.....

فصل دوم

اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین و استارتاپ ها ۱۷

لیست شتابدهنده ها.....

بررسی پورتفولیوی شتابدهنده های ایران.....

لیست سرمایه گذاران نیک اندیش (فرشته).....

بررسی پورتفولیوی سرمایه گذاران نیک اندیش (فرشته) ایران.....

لیست VC, CVC و صندوق های سرمایه گذاری.....

بررسی پورتفولیوی VC, CVC و صندوق های سرمایه گذاری ایران.....

لیست هلدینگ های تجارت الکترونیکی ایران.....

بررسی شرکت های زیرمجموعه هلدینگ های تجارت الکترونیکی ایران.....

بررسی رویدادهای مهم استارتاپی در ایران.....

بررسی انجمن های مرتبط با کسب و کارهای آنلاین در ایران.....

بررسی سازمان ها و نهادهای مرتبط با کسب و کارهای آنلاین در ایران.....

فیلترینگ.....

فصل سوم

پرچالش ترین بازارهای آنلاین ۱۵۹

حمل و نقل.....

فینتک.....

پیامرسان ها و شبکه های اجتماعی.....

قمار.....

اشتراک گذاری ویدئو.....

نیازمندی های آنلاین.....

فهرست مطالب

فصل چهارم اپلیکیشن های موبایل

۱۷۷..... خلاصه مدیریتی

برنامه ها

۲۲۳.....	ابزارها.....
۲۳۳.....	پیامرسان.....
۲۴۳.....	کاربردی.....
۲۵۳.....	ویدئو و رسانه.....
۲۶۳.....	عکاسی.....
۲۷۳.....	سیر و سفر.....
۲۸۳.....	شبکه های اجتماعی.....
۲۹۳.....	موسیقی و صدا.....
۳۰۴.....	سرگرمی.....
۳۱۴.....	مذهبی.....
۳۲۴.....	کتابها و منابع.....
۳۳۴.....	خبرها و نشریات.....
۳۴۴.....	خرید.....
۳۵۴.....	ورزش و تغذیه سالم.....
۳۶۴.....	آموزش.....
۳۷۵.....	امور مالی.....
۳۸۶.....	رفت و آمد.....
۳۹۶.....	شخصی سازی.....
۴۰۶.....	کسب و کار.....
۴۱۶.....	آشپزی و رستوران.....
۴۲۶.....	دارو و درمان.....
۴۳۷.....	سبک زندگی.....
۴۴۷.....	برنامه ورزشی.....
۴۵۷.....	هواشناسی.....

بازی ها

۴۶۷.....	تفنی.....
۴۷۷.....	امتیازی.....
۴۸۷.....	اکشن.....
۴۹۷.....	رانندگی.....

فهرست مطالب

۵۰۸.....	استراتژی.....
۵۱۸.....	کلمات و دانستی
۵۲۷.....	معمایی
۵۳۸.....	بازی ورزشی
۵۴۸.....	خانوادگی.....
۵۵۸.....	آموزشی.....
۵۶۸.....	شبیه‌سازی.....
۵۷۸.....	ماجرایی.....

فصل پنجم کسب و کارهای اینترنتی

۵۹۸.....	فروشگاه های آنلاین
.....	بررسی بازار
.....	عمومی
.....	دیجیتال
.....	پوشاک.....
.....	کتاب
.....	لوازم خانه
.....	ورزشی
.....	قطعات الکترونیک
.....	آرایشی و بهداشتی
.....	ابزار
.....	زیورآلات
.....	کودک
.....	کادو و صنایع دستی
.....	لوازم و ادوات موسیقی.....
.....	تاسیسات و تجهیزات صنعتی.....
.....	عطر
.....	خوراکی
.....	گل و گیاه و بذر.....
.....	دوربین مداربسته و تجهیزات امنیتی.....
.....	نتیجه گیری
۶۴۰.....	بازاریابی شبکه ای.....
۶۴۳.....	جستجوگر کالا و قیمت.....

فهرست مطالب

۶۴۶.....خدمات مالی

- بررسی بازار
- بانک
- شاپرک
- PSP ها
- بورس
- بیمه
- پول و ارز الکترونیک
- پرداخت ارزی
- پرداخت خرد (کرایه تاکسی)
- واسط پرداخت
- خرید از سایت های خارجی
- خرید شارژ
- کیفیت کارت
- خیریه
- جمع سپاری مالی
- اطلاع رسانی قیمت
- نتیجه گیری

۶۸۱.....نیازمندی ها

- بررسی بازار
- عمومی
- خودرو
- استخدام و کاریابی
- مشاغل و دایرکتوری ها
- پرتال ها و نیازمندی های سفر
- املاک
- نتیجه گیری

۶۹۹.....خودرو

- بررسی بازار
- نیازمندی ها
- فروش و ثبت نام
- مجله اینترنتی
- فروشگاه قطعات
- نتیجه گیری

فهرست مطالب

۷۱۲	کار
	بررسی بازار
	نیازمندی ها
	بازار کار آزاد
	ترجمه و تایپ
	نتیجه گیری
۷۲۳	دانلود و آپلود
	بررسی بازار
	دانلود نرم افزار
	دانلود فیلم و زیرنویس
	دانلود موسیقی
	آپلود
	مستقیم کننده و کوتاه کننده لینک
	دانلود فایل های عمومی
	دانلود فایل های گرافیکی
	دانلود فایل رام و فلش گوشی
۷۴۷	کتاب و مجله های الکترونیکی
۷۵۰	ویدئو و موسیقی
	بررسی بازار
	ویدئو (UGC)
	ویدئو (VOD & IPTV)
	موسیقی
	نتیجه گیری
۷۶۱	سفر و گردشگری
	بررسی بازار
	بلیط هواپیما
	بلیط قطار
	بلیط اتوبوس
	رزرو هتل و تور
	پرتال ها و نیازمندی های سفر
	نتیجه گیری
۷۷۶	تخفیف گروهی
۷۷۹	بلیط
	بررسی بازار
	بلیط سینما



فهرست مطالب

.....	بلیط تئاتر و کنسرت.....
.....	بلیط رویداد.....
.....	نتیجه گیری.....
۷۸۰.....	سفارش غذا
۷۹۳.....	سلامت
۷۹۶.....	آموزش
.....	بررسی بازار.....
.....	دانشگاه ها و مراکز آموزشی
.....	ثبت نام آزمون ورودی دانشگاه ها
.....	مقاله و پایان نامه های دانشگاهی.....
.....	موسسات و آموزشگاه ها
.....	آموزش آنلاین.....
.....	خدمات آموزشی زبان.....
.....	نتیجه گیری.....
۸۱۶.....	حمل و نقل
.....	بررسی بازار
.....	درخواست خودرو
.....	حمل و نقل بین شهری.....
.....	اشتراک گذاری خودرو
.....	درخواست پیک
.....	ارسال کالا و پست.....
.....	نتیجه گیری
۸۳۳.....	شبکه های اجتماعی
۸۳۶.....	موتورهای جستجو
۸۳۹.....	زیرساخت
.....	بررسی بازار
.....	مخابرات و ISP
.....	اپراتورها
.....	خرید سیمکارت
.....	نتیجه گیری
۸۵۰.....	هاستینگ
.....	هاست و دومین.....
.....	طراحی و خدمات مرتبط با سایت
۸۵۹.....	محتوا(خبر و مجله های اینترنتی)
.....	بررسی بازار.....

فهرست مطالب

.....	خبرگزاری ها
.....	اخبار تکنولوژی و بررسی کالا
.....	مجله های اینترنتی
.....	وبلاگ و فروم ها
.....	سایر
.....	نتیجه گیری
۸۸۰.....	تبلیغات
.....	بررسی بازار
.....	تبلیغات آنلاین
.....	پاپ آپ
.....	پیامک
.....	خدمات اینستاگرام-تلگرام
.....	نتیجه گیری
۸۹۳.....	چاپ
۸۹۶.....	فروش لایسنس نرم افزار
۸۹۹.....	نرم افزار و بازی
۹۰۲.....	سرویس کاهش پینگ
۹۰۵.....	سرویس درخواست خدمات منزل
۹۰۸.....	سایت های مزایده و مناقصه
۹۱۱.....	نظرسنجی آنلاین
۹۱۴.....	دفتر کار مجازی
۹۱۷.....	خدمات حقوقی
۹۲۰.....	تعمیرات موبایل
۹۲۳.....	سایت های دولتی ، سازمانی و سایر
۹۲۵.....	سایر
۹۲۷.....	جمع بندی نهایی

توجه : در ادامه تنها بخشی از گزارش پانوراما را مشاهده می کنید.

درباره ECM

با توجه به رشد و گسترش اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین در ایران و ورود سرمایه گذاران و کسب و کارهای سنتی به آن در سال های اخیر، پایش فعالیتها و بازارهای مختلف این اکوسیستم اهمیت بسیار زیادی یافته است. ECM به عنوان مرکز پایش تجارت الکترونیکی به صورت تخصصی به پایش محیط استارتاپی و کسب و کارهای آنلاین ایران پرداخته و با استفاده از به روزترین ابزارها و روشهای تحقیقاتی، تمام ابعاد این اکوسیستم را مورد بررسی و تحلیل قرار می دهد.

تیم ECM بر اساس تجارب و شناخت جامعی که از این اکوسیستم پیدا کرده است، تا کنون به کسب و کارهای بسیاری که تمایل به ورود یا شناخت بیشتر این اکوسیستم داشته اند، خدمات خود را ارائه داده است که برخی از مشتریان ECM به شرح زیر می باشد.



راه های ارتباطی

وبسایت : ECMonitor.ir

ایمیل : Info@ecmonitor.ir

کانال تلگرام : [T.me/ecmonitor](https://t.me/ecmonitor)

آدرس شرکت : تهران ، بالاتر از میدان ونک ، نبش خیابان شریفی ، پلاک ۲۴۷۵

مقدمه

در سال‌های گذشته، اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین و استارت‌آپ‌ها در ایران، تغییرات زیادی را شاهد بوده است. در دهه ۸۰ شاهد شکل‌گیری هسته اولیه کسب و کارهای آنلاین در ایران بودیم. سرویس‌های وبلاگ‌نویسی مانند بلاگفا، پرشین‌بلاگ و میهن‌بلاگ، خرده‌فروشی‌های آنلاین مانند دیجیکالا، شبکه‌های اجتماعی مانند کلوب، نیازمندی‌های آنلاین مانند ایستگاه و ... بخشی از کسب و کارهای آنلاین مهمی بودند که در این دوره ایجاد شدند.

این اکوسیستم، در دهه ۹۰، با ورود رقبای جدی و بر اثر روندهایی که به وجود آمد، با سرعت بیشتری به رشد خود ادامه داد و در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و تکنولوژی خبرساز شد.

در دهه ۹۰، بالا رفتن ضریب نفوذ کارت‌های بانکی، افزایش ضریب نفوذ تلفن‌های هوشمند و ارزان‌قیمت اندرویدی، پایان انحصار اپراتور تلفن همراه رایتل بر اینترنت نسل سوم و امکان ارائه اینترنت‌های نسل سوم و چهارم توسط ایرانسل و همراه اول که سبب بالا رفتن ضریب نفوذ اینترنت پرسرعت در ایران شد و همچنین تبلیغات زیاد اپلیکیشن‌های پرداخت مانند آپ، ۷۸۰ و ۷۲۴ برای دریافت رمز دوم کارت بانکی جهت انجام تراکنش از جمله مواردی بودند که مسیر توسعه تجارت الکترونیکی در ایران را هموار کردند. از طرفی ورود سرمایه‌گذاران خارجی برای تاسیس گروه اینترنتی ایران (مالک کسب و کارهای آنلاین اسنپ، بامیلو، اسنپ فود، اسنپ تریپ و اسکانو) و سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر داخلی در کسب و کارهای آنلاین مانند دیجی‌کالا و کافه‌بازار توسط سرآواپارس و رهنما، باعث قدرت گرفتن کسب و کارهای آنلاین شد و تبلیغات گسترده آنلاین و محیطی آنها که برای توسعه کسب و کارشان انجام دادند در ایجاد اعتماد میان مردم عادی و رواج خرید و فروش کالای آنلاین بسیار موثر بود. علاوه بر این کسب و کارهای پلتفرمی مانند اسنپ، تپسی و الوپیک که برای مردم فرصت درآمدزایی ایجاد کردند، بیش از پیش فضای آنلاین را با زندگی و کسب درآمد مردم عادی گره زدند.

مجموعه عوامل بالا، خلاصه مولفه‌هایی بودند که بر رشد اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین در ایران بسیار تاثیرگذار بودند. اما این رشد در سال‌های اخیر با موانع متعددی نیز روبرو شد.

کسب و کارهای آنلاین به دلیل ذات نوآوری که دارند، از جهاتی باعث تهدید برخی از کسب و کارهای سنتی می‌شوند و مخالفت آنان را بر می‌انگیزند. این یکی از بزرگترین موانعی بود که اسنپ و تپسی در مواجهه با اتحادیه تاکسیرانی و آژانس‌ها و اپلیکیشن دیوار در مواجهه با اتحادیه مشاورین املاک روبرو شدند. سازمان تاکسیرانی و به خصوص اتحادیه آژانس‌ها و آژانس دارها که بخش زیادی از مشتریان خود را در حال کوچ به سمت رقبای جدید می‌دیدند مخالفت‌های

خود را به شکل‌های مختلف از جمله تجمع در مقابل مجلس شورای اسلامی و سر دادن شعارها تا حمله به دفاتر تاکسی‌های اینترنتی ابراز کردند. در مورد اپلیکیشن دیوار هم رئیس اتحادیه مشاوران املاک با تهدید خراب کردن «دیوار» مخالفت خود را با این پلتفرم ابراز کرد.

سرویس‌های به اشتراک‌گذاری ویدئو مانند آپارات هم با دو مشکل بزرگ روبرو بودند. عدم آشنایی نهادهای قضایی و دولتی با مفهوم و ویژگی‌های پلتفرم و رقیبی سنتی و قدرتمند به اسم صدا و سیما حساسیت‌های سیاسی مختلف هم از جمله موانعی بود که از سرعت رشد کسب و کارهای آنلاین کاست. حساسیت‌های حول پیام‌رسان تلگرام و خارج شدن اطلاعات کاربران از کشور که در نهایت منجر به مسدود شدن این پیام‌رسان شد و کسب و کارهای مختلفی را که از این بستر برای اطلاع رسانی، ارتباط با مشتریان و کسب درآمد استفاده می‌کردند تحت تاثیر قرار داد.

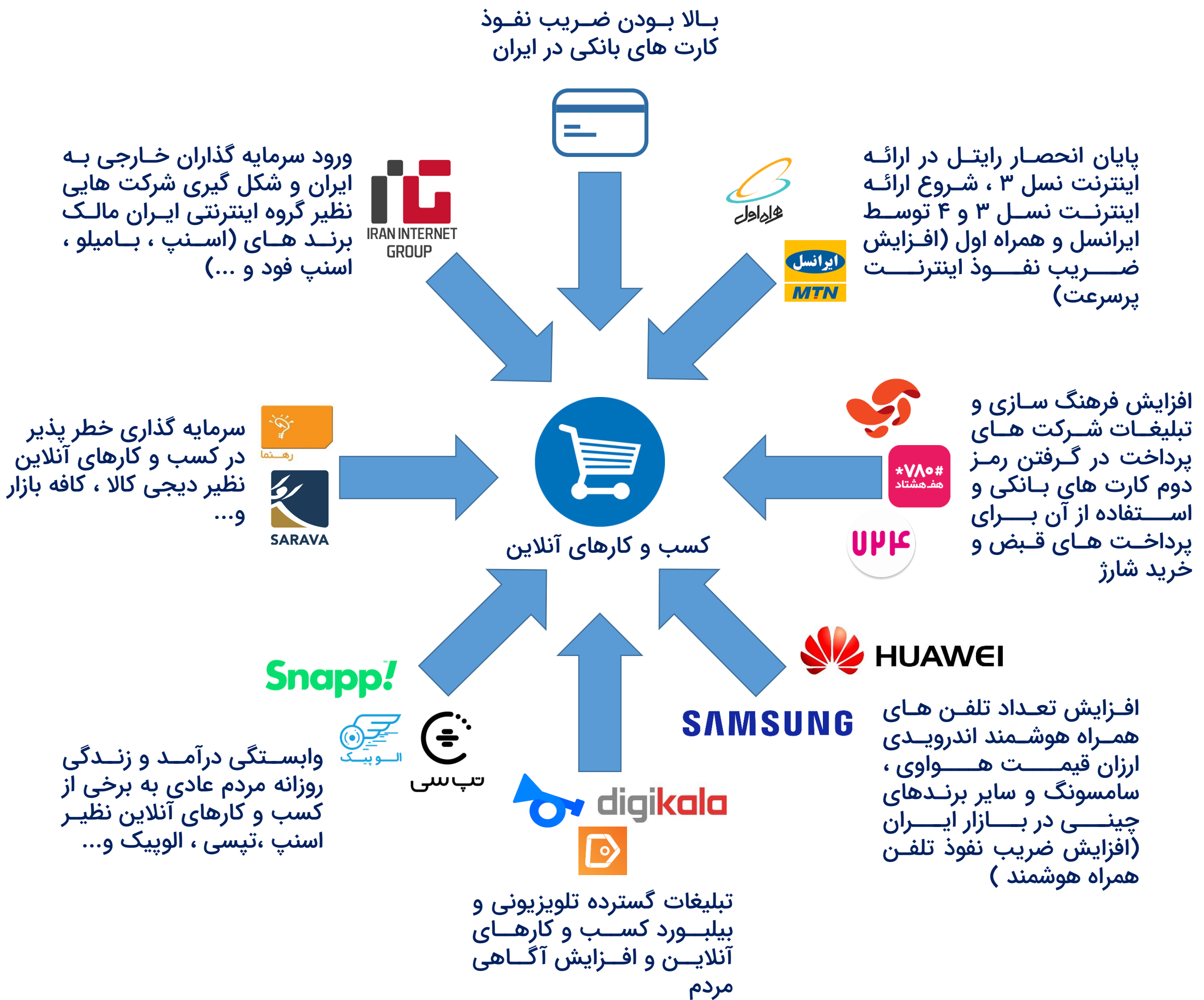
از طرفی نتایج تحریم‌های اقتصادی که منجر به وجود آمدن مشکلاتی مانند حذف برخی اپلیکیشن‌های ایرانی از روی اپ استور و مسدود شدن گوگل آنالیتیکس برای برخی سایت‌های ایرانی شد، از جمله موانع خارجی بود که فعالیت کسب و کارهای آنلاین را با محدودیت روبرو کردند.

یکی دیگر از مهم‌ترین چالش‌های اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین در ایران ضعف قانون‌گذاری و مشکلات مربوط به برخورد نهادهای دولتی و قضایی است که به عنوان مثال می‌توان به سایت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت واسط اشاره کرد که طی سال‌های گذشته چندین بار بدون اخطار قبلی و درست پیش از تعطیلات مسدود شدند و به دلیل مشخص نبودن روند پیگیری، مشکلات آن‌ها به درازا انجامید و این اتفاق برای برخی سایت‌های کاریابی آنلاین نیز مشکل ساز شد.

همزمان با توسعه این اکوسیستم چالش‌های جدیدی اتفاق افتاده است که دلایل اصلی آن را میتوان بالارفتن سطح رقابت و ایجاد رگولاتورهای جدید ذکر کرد. به عنوان نمونه می‌توان به افزایش رقابت میان اسنپ و تپسی اشاره کرد که رانندگان اسنپ به صورت نرم افزاری اجازه نصب اپلیکیشن سفیران تپسی را نداشتند که این مورد حتی به شکایت هم منجر شد و همچنین می‌توان به حذف اپلیکیشن اسنپ و اسنپ رانندگان به دلیل رعایت نکردن قوانین کافه بازار اشاره کرد.

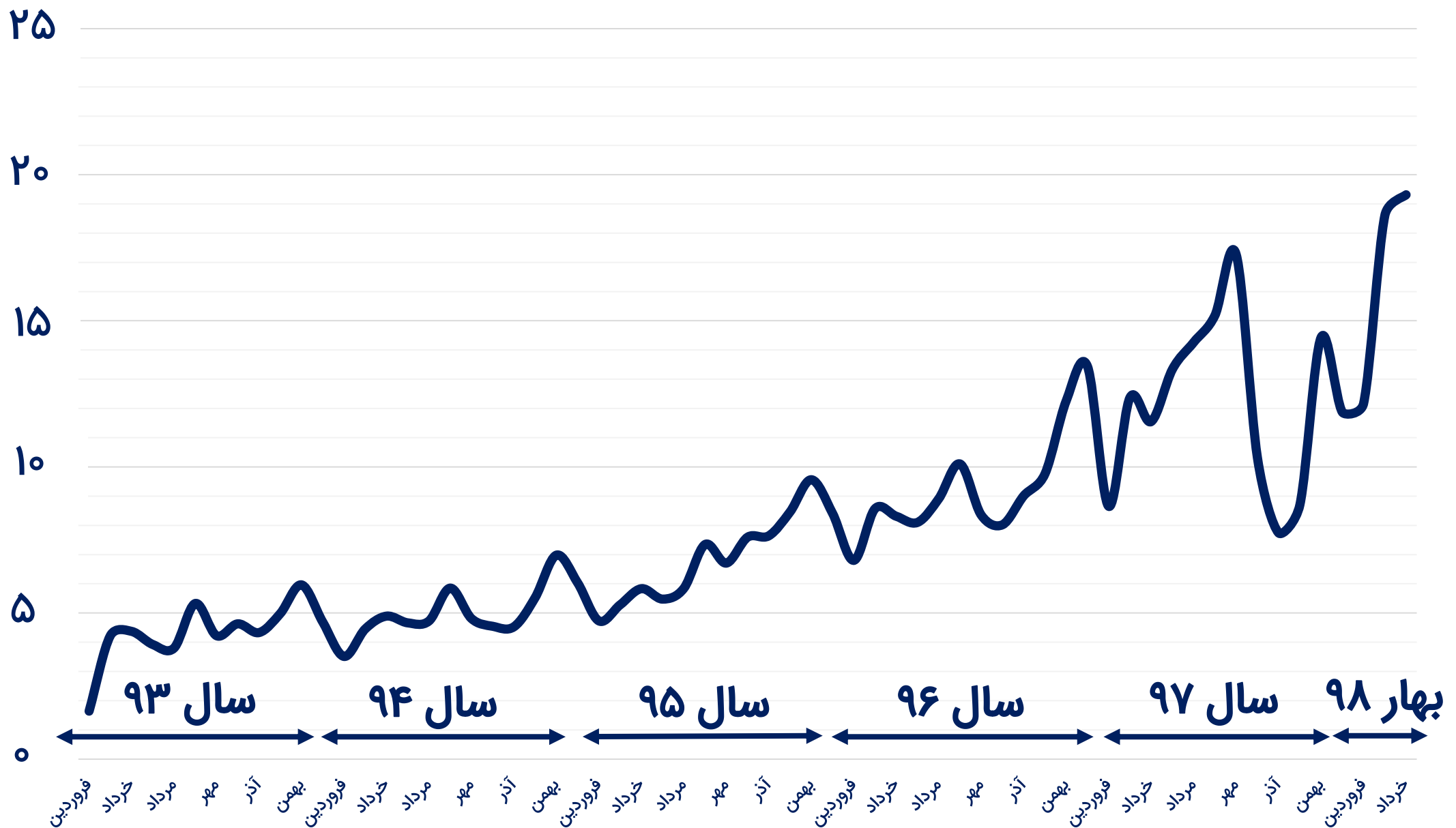
امروز به سختی می‌توان نقش کسب و کارهای آنلاین در تغییر سبک زندگی مردم، تغییر بازی بازارها و تحول برخی صنایع که به واسطه توسعه تکنولوژی‌های جدید شکل گرفته را نادیده گرفت.

عوامل توسعه تجارت الکترونیکی ایران

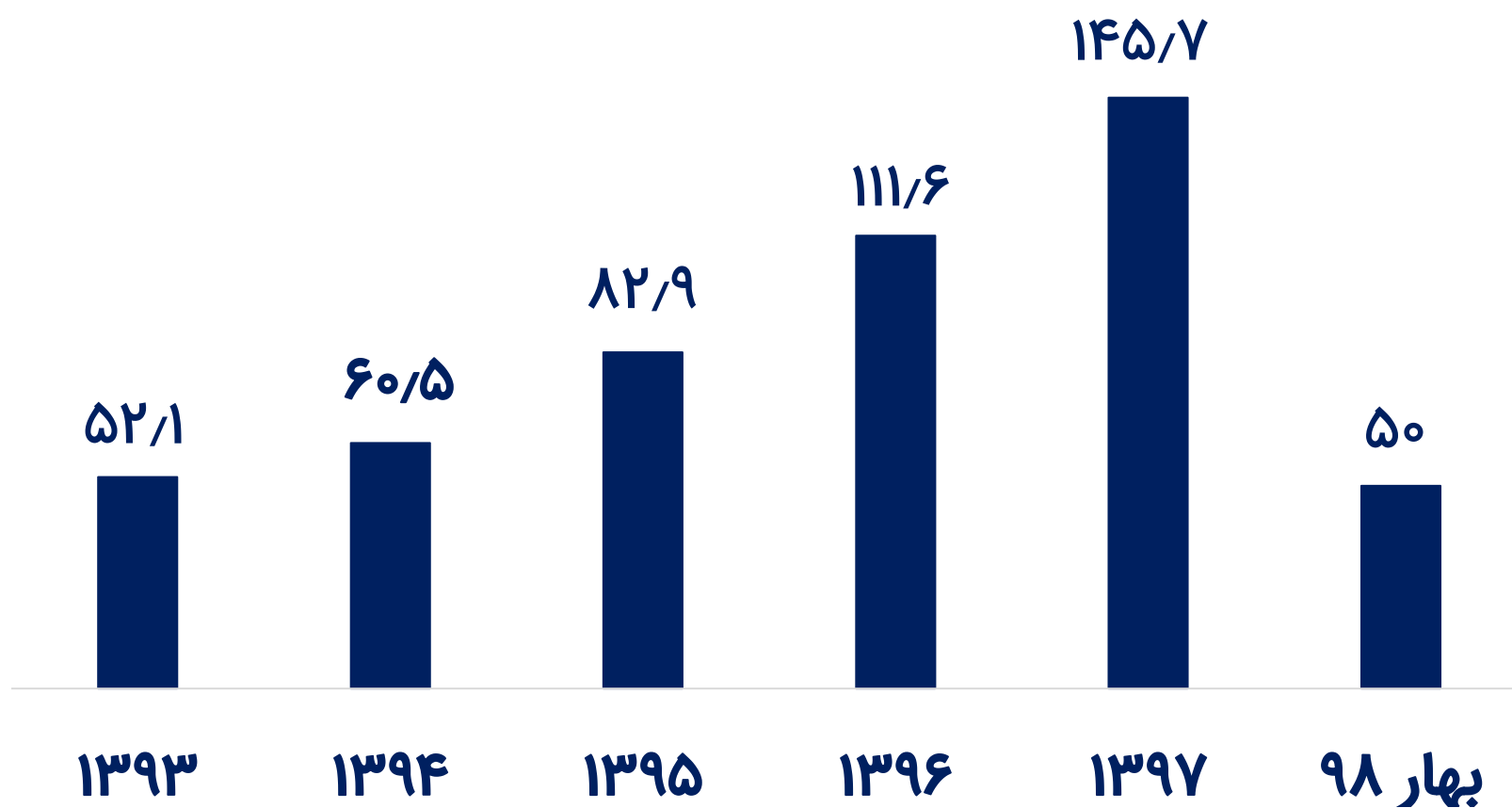


بررسی روند مبلغ تراکنش های آنلاین

مبلغ تراکنش ها
(واحد هزار میلیارد تومان)



زمان تراکنش ها
(واحد یک ماه)

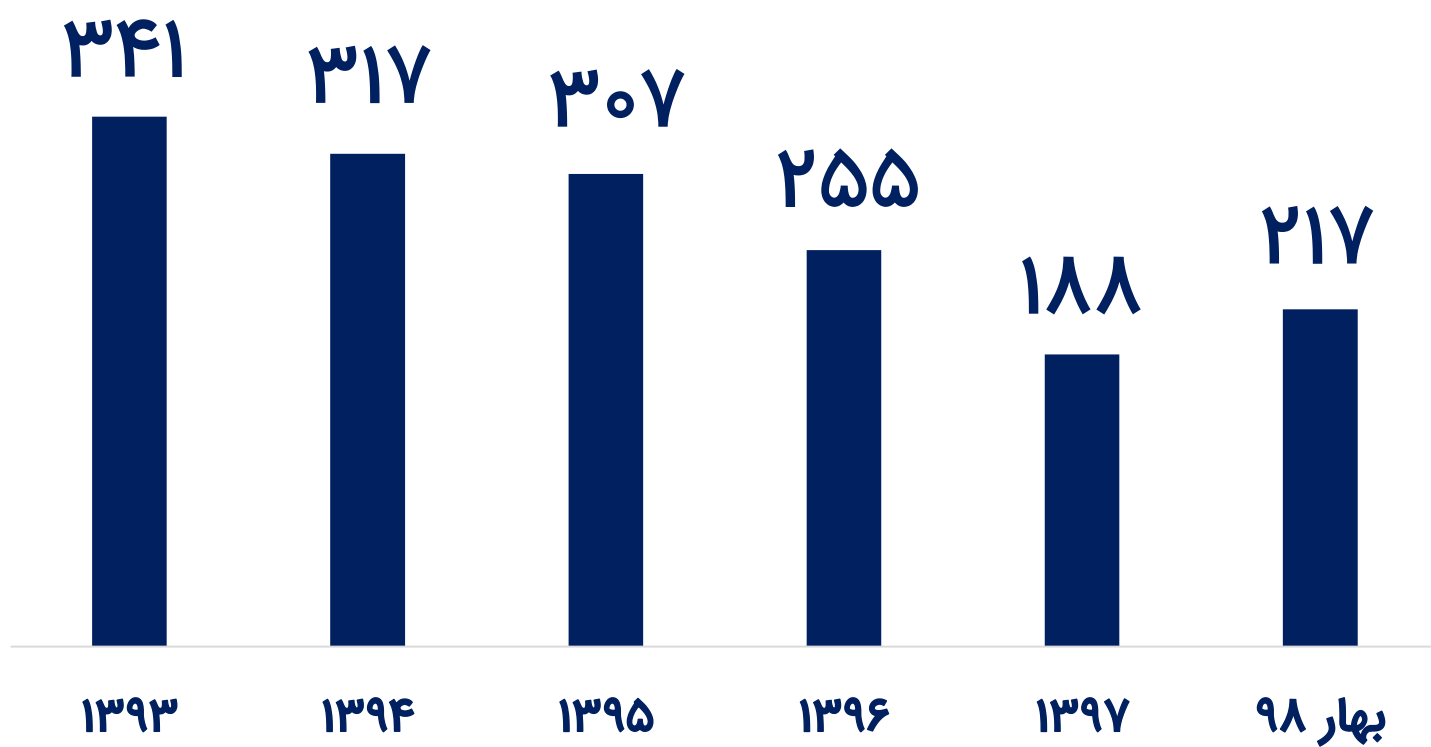
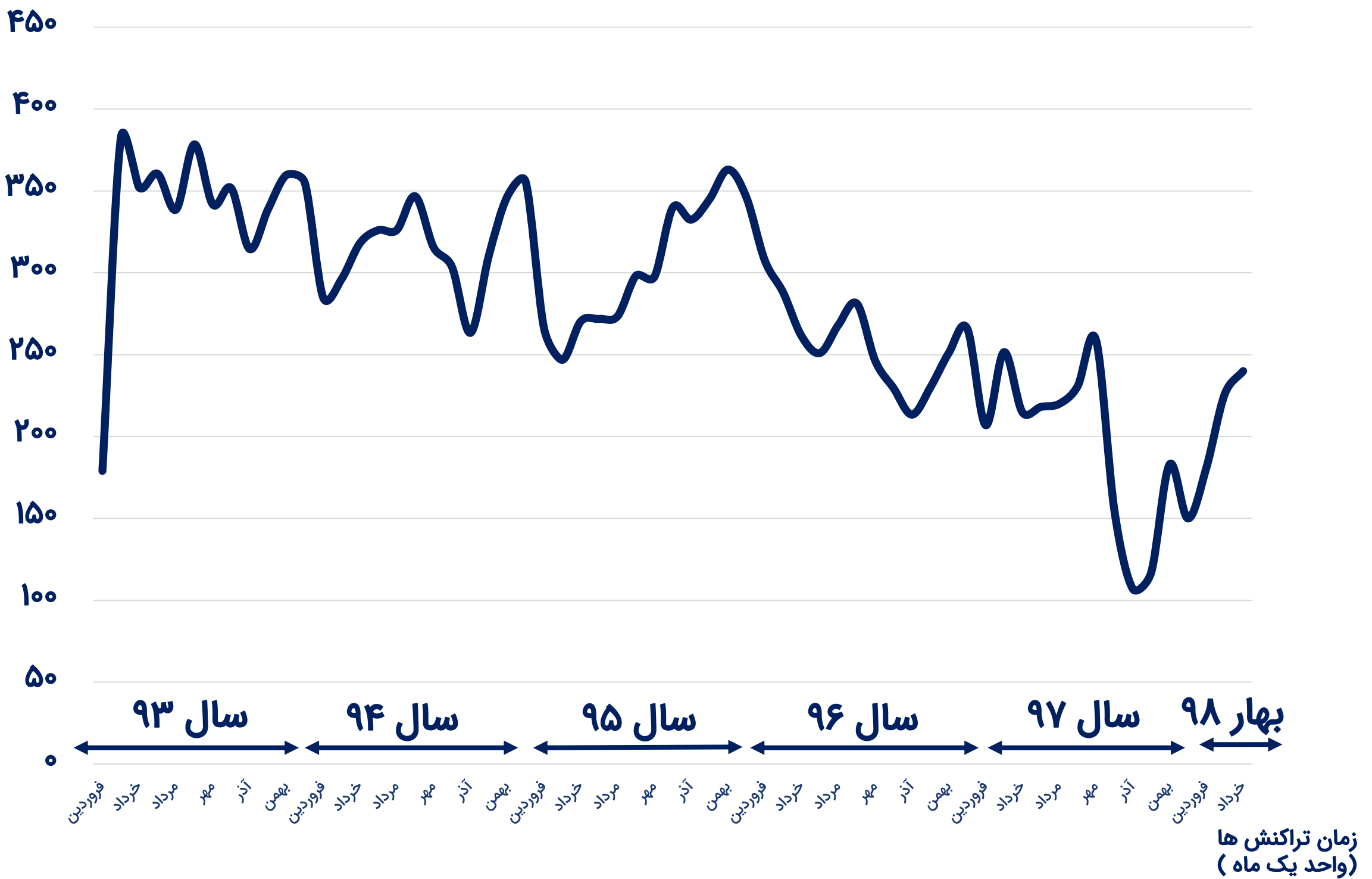


مبلغ تراکنش ها
(واحد : هزار میلیارد تومان)

توجه: پرداخت قبض و خرید شارژ در این بررسی نیستند.
منبع: بانک مرکزی

بررسی روند میانگین مبلغ تراکنش های آنلاین

میانگین مبلغ تراکنش ها
(واحد هزار تومان)



میانگین مبلغ تراکنش ها
(واحد : یک هزار تومان)

توجه: پرداخت قبض و خرید شارژ در این بررسی نیستند.
منبع: بانک مرکزی

بررسی روند سهم مبلغی ابزارهای پرداخت

در حال حاضر با استفاده از کارت‌های بانکی از ۳ طریق دستگاه کارتخوان، اینترنت و موبایل تراکنش‌های شاپرکی انجام می‌شود و از طریق هرکدام می‌توان خرید و پرداخت قبض و خرید شارژ انجام داد و آمارهای شاپرک این تفکیک را به ما نشان می‌دهد در واقع این آمار به ۶ قسمت تفکیک می‌شود.

۱- خرید (کارتخوان)

۲- پرداخت قبض و خرید شارژ (کارتخوان)

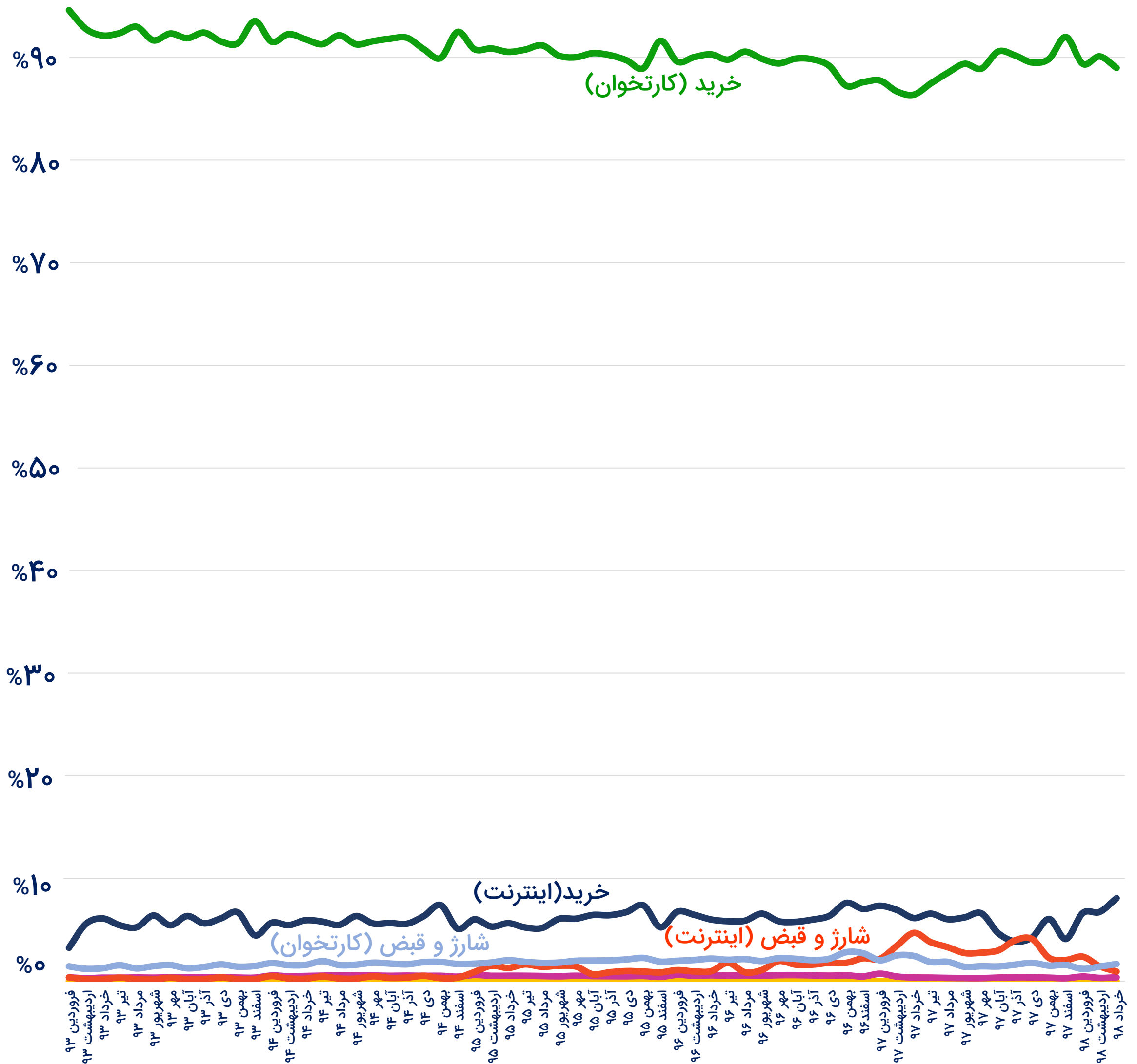
۳- خرید (اینترنت)

۴- پرداخت قبض و خرید شارژ (اینترنت)

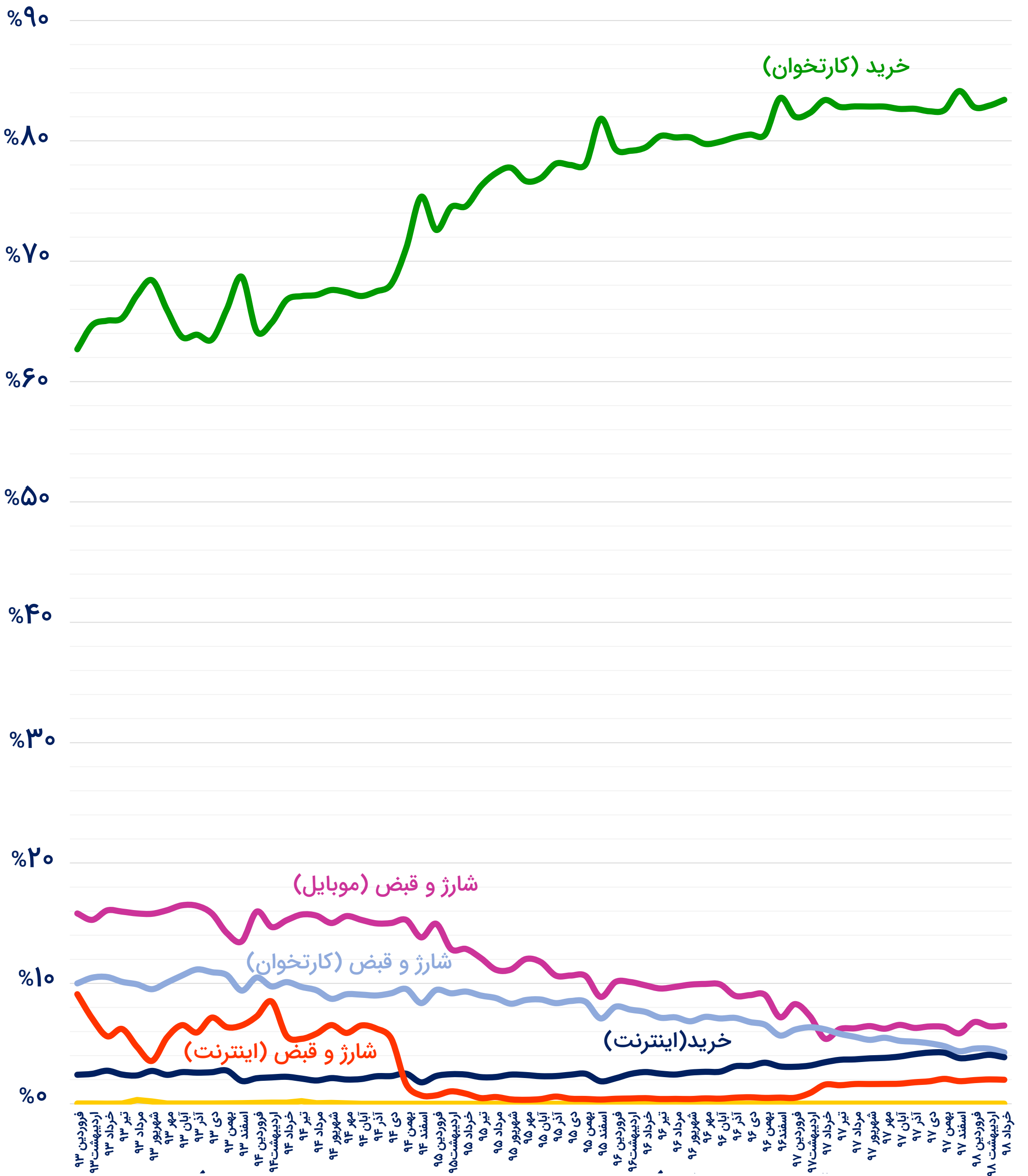
۵- خرید (موبایل)

۶- پرداخت قبض و خرید شارژ (موبایل)

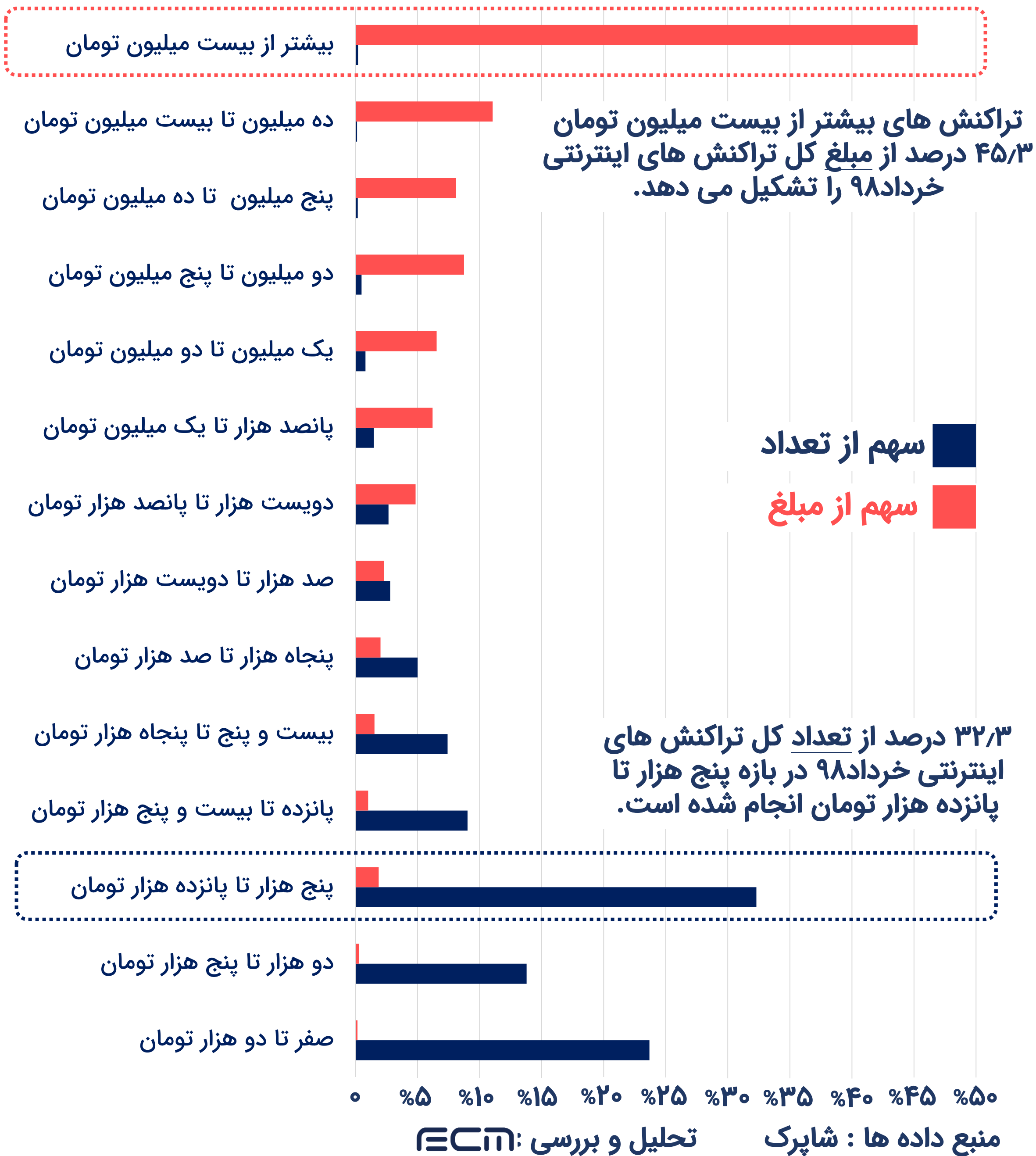
نمودار زیر سهم مبلغی ابزارهای پرداخت مختلف را نشان می‌دهد.



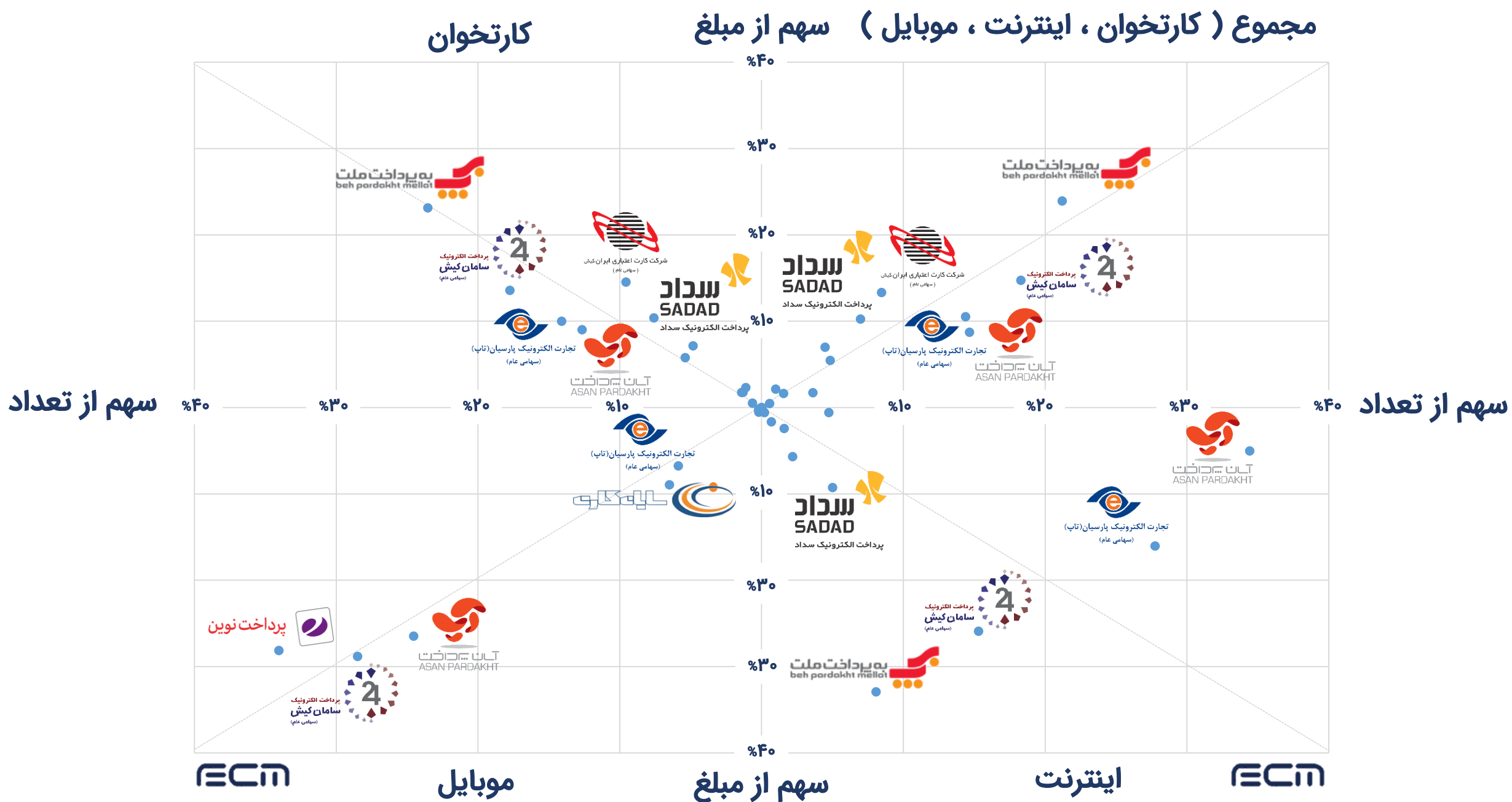
روند سهم تعدادی ابزارهای پرداخت



توزیع مبلغ و تعداد تراکنش های اینترنتی خرداد ۹۸

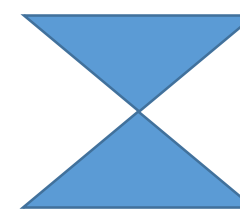


نقشه جایگاه بازار شرکت‌های پرداخت (PSPها) در خرداد ۹۸

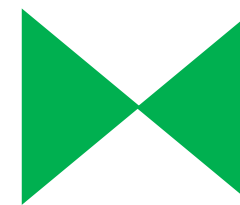


- توجه ۱: این نقشه بر اساس دیتای بولتن اقتصادی شاپرک مربوط به عملکرد ۹۸ خرداد تهیه شده است .
- توجه ۲: این نقشه چهار بخش دارد که جایگاه هر شرکت در هر ابزار مشخص شده است.
- توجه ۳: هر دایره آبی رنگ متعلق به یک شرکت است و مختصات آن سهم بازار در ابزار مورد نظر را نشان می دهد به عنوان مثال مختصات به پرداخت ملت در ابزار کارتخوان (۲۳/۱۴٪، ۲۳/۵۴٪) است که ۲۳/۱۴٪ سهم مبلغی و ۲۳/۵۴٪ سهم تعدادی به پرداخت در ابزار کارتخوان را نشان می دهد .
- توجه ۴: برای حفظ سادگی نقشه حداکثر ۶ شرکت اول در هر ابزار لوگوی آن قرار داده شده است .

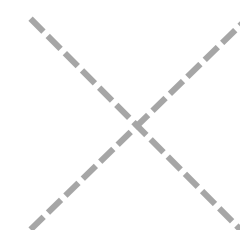
شرکت هایی که در این منطقه قرار دارند بر مبلغ تراکنش ها تمرکز دارند



شرکت هایی که در این منطقه قرار دارند بر تعداد تراکنش ها تمرکز دارند



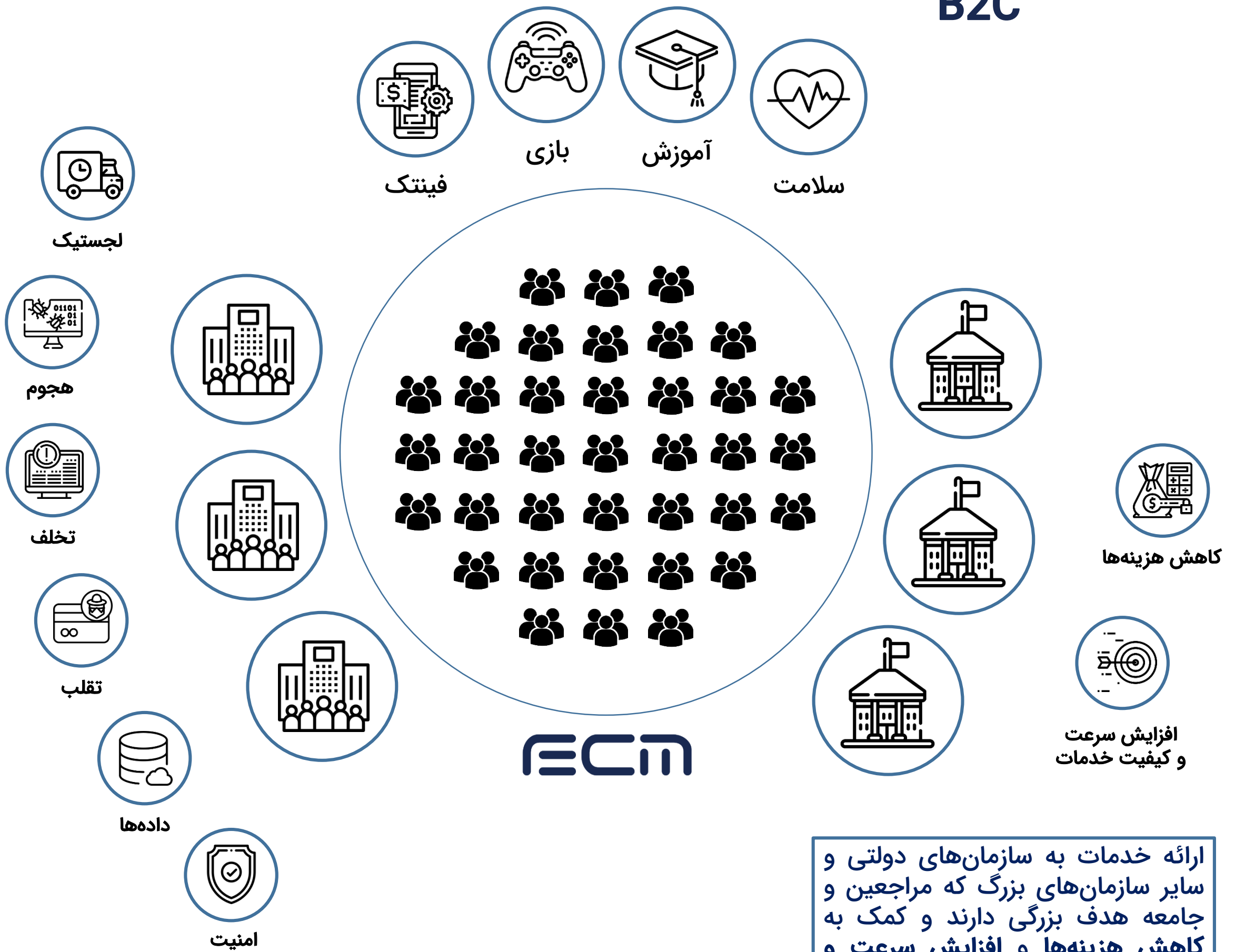
خط تعادل : شرکت هایی که در روی این خط قرار دارند سهم تعدادی و مبلغی آنها با هم برابر است . (در واقع هر چقدر جایگاه شرکت ها به این خط نزدیک تر باشد سهم تعدادی و مبلغی آنها به هم نزدیک است)



نقشه جامع فرصت های ارزش آفرینی استارتآپها

با گسترش کسب کارهای اینترنتی در بخش های مختلف در سال های گذشته ورود به خیلی از بازارها سخت و یا پیچیده شده است اما هنوز برخی از بازارها هستند که بازار هنوز به مرحله انحصار یا داشتن چند بازیگر اصلی نرسیده یا بخش هایی از بازار شکل نگرفته است.

B2C



ارائه خدمات به سازمان‌های دولتی و سایر سازمان‌های بزرگ که مراجعین و جامعه هدف بزرگی دارند و کمک به کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت و کیفیت خدمات آنها می‌تواند فرصت بزرگی باشد.

B2G

کسب و کارها و هلدینگ‌های اینترنتی بزرگ کشور که در سال‌های گذشته بازارهای گسترده‌ای را تسخیر کردند، اکنون به دنبال توسعه جدی‌تر زیرساخت‌ها و چالش‌های خود در زمینه‌های لجستیک، امنیت، پردازش و تحلیل داده‌ها، مقابله با هجوم، تخلف و تقلب کاربران هستند. فعالیت در این بخش‌ها، فرصت جدید و بزرگی است که برای استارتآپ‌ها به وجود آمده است.

B2B

درباره گزارش کامل پانوراما

اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین در ایران همراه با توسعه خود سوالات بسیاری را ایجاد کرده است که برخی از مهمترین سوالات به شرح زیر است

۱- چه کسب و کارهای آنلاینی در ایرانی شکل گرفته است ؟

۲- بیشتر کسب و کارهای آنلاین حول چه بازاری شکل گرفته اند و سطح رقابت در آن بازار ها چقدر است ؟

۳- کاربران ایران بیشتر از چه کسب و کارهای آنلاینی استفاده می کنند ؟

۴- تعداد شتابدهنده ها و سرمایه گذار ها چقدر است و بر روی چه استارتاپ هایی سرمایه گذاری کرده اند ؟

۵- چه اتفاقات و چالش های مهمی بر سر راه توسعه کسب و کارهای آنلاین و استارتاپ ها وجود داشته است ؟

۶- سازمان ها ، نهادها ، وزارتخانه ها ، اتحادیه ها و سایر مجموعه های تاثیرگذار و تصمیم گیرنده اینترنت و

کسب و کارهای آنلاین در ایران کدامند و وظایف و اهداف هر کدام چیست ؟

۷- کاربران اندرویدی ایران بیشتر چه اپلیکیشن هایی را نصب می کنند ؟

۸- اپلیکیشن های اندرویدی ایران چه روندی را طی کردند و سطح رقابت در بخش های مختلف چقدر است ؟

۹- ...

ECM برای یافتن پاسخ این سوالات منابع بسیاری را مورد بررسی قرار داده است که برخی از آنها به شرح زیر است

۱- بررسی بیش از ۱۶۰ هزار اپلیکیشن اندرویدی

۲- بررسی بیش از ۵ هزار کسب و کار آنلاین برتر از میان ۴۸ هزار کسب و کار دارای نماد اعتماد

۳- بررسی بیش از هزار مورد سرمایه گذاری شتابدهنده ها ، سرمایه گذاران و مجموعه های اینترنتی بزرگ

۴- بررسی وظایف و اهداف بیش از ۲۰ نهاد ، سازمان و ... مرتبط با اینترنت و کسب و کارهای اینترنتی

۵- بررسی تمام خبرهای مرتبط با اکوسیستم کسب و کارهای آنلاین و استارتاپ ها

۶- بررسی تمام گزارش های منتشر شده توسط بانک مرکزی ، شاپرک ، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و ...

۷-

گزارش کامل پانوراما در بیش از نصد صفحه تهیه و تنظیم شده است که در صفحات قبل تنها بخشی از آن را مشاهده کردید . نحوه خرید گزارش در صفحه بعد توضیح داده شده است.

نحوه خرید گزارش کامل پانوراما

گزارش کامل پانوراما ویژه شرکت‌ها ، سازمان‌ها و اشخاص حقوقی است لطفاً برای خرید گزارش پانوراما با ایمیل سازمانی به ایمیل زیر پیام دهید.

info@ecmonitor.ir