

لیائی در گفتگو با ماهنامه پیوست:

توسعه «پست» بدون «هوشمندسازی» ممکن نیست

مدیرعامل شرکت ملی پست می‌گوید تعرفه خدمات پستی در نیمه اول سال جاری افزایش پیدا می‌کند و این افزایش در جهت هوشمندسازی و واقعی کردن تعرفه‌های این شرکت است.

به گزارش خبر شرکت ملی پست، محمود لیائی، مدیرعامل پست می‌گوید: «آنها تصمیم دارند با کمک واقعی کردن تعرفه‌ها روی توسعه بخش‌های حیاتی و مهم پست کار کنند.»

طبق گفته او، در حال حاضر شرکت ملی پست زیان‌ده است، چون از سال ۹۸ و با وجود تورم بالای ۴۰ درصد در کشور، در حوزه خدمات پست افزایش قیمتی صورت نگرفته است.

گرچه از نگاه لیائی، افزایش تعرفه قرار نیست هزینه‌های آنها را به شکل کامل پوشش دهد و آنها تنها با شرایط افزایش قیمت می‌توانند کمی از زیان‌های انباشته را کم و زیرساخت‌ها را تقویت کنند. لیائی باور دارد اگر سال‌های قبل این افزایش تعرفه اتفاق می‌افتاد، شاید حالا به افزایش ۶۷ درصدی تعرفه خدمات نیازی نبود.

او با اشاره به اینکه افزایش تعرفه‌ای صورت نمی‌گیرد در حقیقت به سمت واقعی شدن تعرفه‌ها می‌رویم تاکید می‌کند این موضوع اجازه سرمایه‌گذاری بهتر و توسعه زیرساخت‌ها را به ما می‌دهد.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز در جلسه با معاون اول رئیس‌جمهور از وی خواست تا برای تصویب تعرفه‌های جدید خدمات پستی در ستاد تنظیم بازار، همکاری کند. او درخواست کرد تا تعرفه‌های پستی مانند تعرفه‌های پزشکی که در ابتدای هر سال در هیأت دولت مصوب می‌شود بر اساس تورم سالانه اصلاح شود.

به گفته لیائی، هوشمند سازی پست در بحث درآمدسازی و کاهش قیمت تمام‌شده خدمات پست به شدت موثر است. او در این باره می‌گوید: «ابزارهای جدید و هوش مصنوعی می‌تواند تعریف جدیدی از فرایندهای پست را ممکن کند و ما می‌خواهیم با BPMS و BPR فرایندها را مهندسی مجدد کنیم و فرایند مسیر یک مرسوله را توسط بازطراحی مجدد، به صرفه و کوتاه کنیم. فرایندی که جز با بحث هوش مصنوعی و هوشمندسازی امکان‌پذیر نیست.»

امکان دیجیتالی شدن در ۴ فرایند اصلی پست

لیائی معتقد است غیر از بحث فیزیکی پست در تمام چهار فرایند اصلی یعنی قبول مرسوله، تجزیه مبادلات، رهسپاری و توزیع می‌توان از امکان هوشمندسازی و حداقل الکترونیکی شدن بهره برد. طبق گفته او بخش‌هایی که به طور مشخص حاکمیت بر عهده پست گذاشته در بحث تجزیه مبادلات است و ما در سه بخش دیگر قابلیت برون‌سپاری داریم و قرار شده بتوانیم با استفاده از توان بخش خصوصی مراکز متعدد بسیاری را به سمت الکترونیکی شدن ببریم. در حال حاضر نیز در مرحله قبول مرسوله پنج استارت‌آپ به شرکت ملی پست کمک می‌کنند؛ مثلاً استارت‌آپ پستکس دقیقاً همه کارهای باجه پستی را برای کاربران در منزل انجام می‌دهد. ضمن اینکه در حال حاضر ۲۴۲ شرکت نیز از ما وب سرویس گرفته و تولید بارکد می‌کنند.

پیش به سوی پلتفرمی شدن

مدیرعامل شرکت ملی پست در ادامه توضیح می‌دهد پارادایم پست باید تغییر کند و توسعه پست بدون بحث هوشمندسازی و استفاده از توان خصوصی ممکن نیست. به گفته او، پس از مرحله قبول نیز مرحله تجزیه مبادلات است که هاب‌های پستی آذربایجان شرقی، خراسان رضوی، فارس، خوزستان و اصفهان و مرکز خلیج تهران و مرکز تجزیه و مبادلات پست کشور مجهز به سورتنینگ هوشمند این کار را انجام می‌دهند. او همچنین در ادامه تشریح می‌کند که با توجه به اصل ۲۵ قانون اساسی آنها باید بخش تجزیه مبادلات را خودشان انجام دهند و نمی‌توانند آن را به بخش خصوصی واگذار کنند.

به گفته لیائی، پس از بخش تجزیه بخش رهسپاری در مراکز توزیع آغاز می‌شود که بحث هوشمندسازی می‌تواند آن را به شدت تغییر دهد. او می‌گوید: «با هوشمند شدن بخش توزیع، کامیون‌ها می‌توانند در فصول مختلف بارهای مختلف را حمل کنند و حتی هنگام رفت و برگشت خالی برنگردند و به کمک برنامه‌ریزی‌های هوشمند و مکانیزه تمام این امور ممکن است. در واقع یکی دیگر از مسائلی که در هوشمندسازی پست تاثیر بسیار دارد تجارت الکترونیکی است که پست در ایران حلقه واسطه آن است و ما نیز در حال حاضر به سمت پلتفرمی شدن پیش می‌رویم. می‌خواهیم شرکت ملی پست را به سمتی ببریم که هر فرایندی را که قابلیت برون‌سپاری داشته باشد برون‌سپاری کنیم. در واقع پلتفرمی شدن در پست به معنی فراهم شدن بستری است که چهار عمل اصلی پست را بین بخش خصوصی تقسیم کنیم.»

در حال بررسی توسعه ای شدن سازمان پست هستیم

مدیرعامل شرکت ملی پست همچنین به این موضوع اشاره می‌کند که قیمت تمام‌شده در هر مرحله در حال حاضر فعلاً مشخص است، در مرحله قبول بین ۳۲ تا ۳۶ درصد قیمت تمام‌شده است و اگر این فرایند به بخش خصوصی واگذار شود، به‌واقع جریان برد-برد بین پست و شرکت‌های خصوصی شکل می‌گیرد.

او در این باره می‌گوید: «شرکت ملی پست قبلاً یک شرکت کاملاً دولتی بوده و حالا قرار است آن را به سازمان توسعه‌ای تبدیل کنیم. اگر به سمت سازمان توسعه‌ای برویم می‌توانیم با شرکت‌های خصوصی کار کنیم و زیرمجموعه تشکیل دهیم. حتی در بخش مناطق محروم که برای بخش خصوصی توجیه سرمایه‌گذاری وجود ندارد و سرویس‌هایی که حاکمیت روی دوش ما گذاشته، ما می‌توانیم به کمک خصوصی‌سازی از این ظرفیت‌ها بهره بیشتری ببریم.»

او در ادامه می‌گوید: «افق برنامه چهارساله شرکت ملی پست این است که تا سال ۱۴۰۴ به عنوان سازمان توسعه‌ای فعالیت کنیم اما قبل از آن باید زنجیره پلتفرمی شدن را درست ببریم.»

لیائی همچنین در پاسخ به این سوال که چرا فرایند مجوزهای شرکت‌های خصوصی پست طولانی است توضیح می‌دهد: «مناقصه‌های شرکت به

درستی انجام نشده و سرمایه‌گذاری در این بخش برای سرمایه‌گذاران به قدر کافی جالب توجه نبوده است. ارزش مجوز اپراتورهای پست ۵۰۰ میلیارد تومان است که در پنج قسط صد میلیارد تومانی به حساب سازمان تنظیم مقررات باید واریز شود و این بخش هنوز به قدری که باید توجه سرمایه‌گذاران را جلب نکرده است.

بازیگری به غیر از پست نداریم

به گزارش سالانه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، در توسعه تجارت الکترونیکی یکی از فاکتورهای مهم بحث لجستیک است و سهم شرکت پست ۷۷ درصد است. مسأله‌ای که حتی طبق اعلام خود سازمان توسعه تجارت الکترونیکی، این درصد و این حد از دولتی بودن بحث لجستیک در کشور به نفع کشور نیست. لیائی مقصر این اتفاق را شرکت ملی پست نمی‌داند و می‌گوید: «وقتی بازیگری به غیر از پست نداریم که بار را از روی زمین بردارد، پست چه کاری می‌تواند انجام دهد؟»

او در این باره توضیح می‌دهد: «تا قبل از کرونا پست بیشترین وظیفه‌ای که بر عهده داشت توزیع پاکت‌های نامه بود اما به واسطه شیوع کرونا بیشتر مرسوله‌ها به صورت غیرحضوری ارسال شدند و ما با همان زیرساخت‌ها مجبور شدیم سرویس‌دهی کنیم.»

به گفته لیائی، استفاده سرانه ایران از خدمات پست نزدیک به سه و سدهم است و این عدد با ارقام چین، آمریکا و بسیاری کشورها قابل مقایسه نیست. پست نیاز به باز تعریف دارد و تا زیر ساخت تغییر نکند اتفاق خوبی رخ نمی‌دهد. ما باید به سمتی برویم که دولت تصدی خود را در امور کاهش بدهد.

گرچه لیائی باور دارد خواسته یا ناخواسته شرکت ملی پست به سمت کاهش خدمات دستی و به تبع آن، الکترونیکی شدن می‌رود و ادامه می‌دهد: «همین حالا میانگین کارمندی‌های پست ۲۲ سال خدمت است و ما اجازه استخدام نداریم. خواسته یا ناخواسته نسل جدید خدمات پستی به سمت مکانیزه شدن می‌رود.»

قوانین پست باید به روز شود

لیائی نقدی هم به قوانین موجود در پست دارد که به‌روز شده و کاربردی نیست. او در این باره می‌گوید: «حاکمیت ما را مجبور کرده است ارسال مرسوله را به کل کشور تعمیم دهیم و این در حالی است که ما در مرسوله‌هایمان فقط به وزن نگاه می‌کنیم و نه به حجم. اگر اندازه‌گیری‌های ما هوشمندانه نباشد، این موضوع ضرر زیادی را متوجه شرکت پست می‌کند.»

مدیرعامل شرکت پست همچنین با قاطعیت مطمئن است که با توجه به سرانه پستی و استفاده محدود مردم ایران از خدمات پستی واقعی شدن تعرفه‌ها تأثیر محسوسی در شرایط ایجاد می‌کند و این موضوع در سطح کلان قضیه برای شرکت ملی پست حیاتی است. حمایت از کسب‌وکارهای نوپا

لیائی در پایان درباره حمایت از استارت‌آپ‌ها توضیح می‌دهد: «می‌خواهیم فراخوانی بزنیم تا بتوانیم بیش از گذشته از ظرفیت‌ها و استعدادهای نسل جوان بهره ببریم و از ظرفیت‌های دانش‌بنیان‌ها بهره‌برداری کنیم. به دنبال برگزاری همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری هستیم تا این فرصت را در اختیار بخش خصوصی بگذاریم که بتوانند در زمینه خدمات پستی راه‌حل ارائه دهند.»

او در پاسخ به این سوال که برنامه پست برای توسعه پهپاد پستی چیست می‌گوید: «فعلاً تصمیمی برای توسعه پهپادها نداریم. پهپادهایی هم که در کیش به پرواز درآمدند بدون مجوز از تمام نهادهای مربوطه و به صورت آزمایشی پرواز کردند. بحث مهم‌تر اینکه ما برای کلان شهرهایی مثل تهران امکان پرواز پهپادها را نداریم و بنا به شرایط اقتصادی فعلی توسعه پهپادها در اولویت شرکت پست نیستند و اولویت سرویس‌های ما با توسعه زیرساخت و هوشمندسازی خدمات است.»