

مدیرعامل شرکت ملی پست:

نیاز به سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل و تحریم‌ها اصلی‌ترین چالش‌های پست هستند

نیاز به سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل و تحریم‌ها از اصلی‌ترین چالش‌های توسعه‌ی زیرساخت‌های پست است، بنابراین مصمم به همکاری با شرکت‌های خصوصی در راستای توسعه‌ی فناوری‌های نوین هستیم.

به گزارش خبرنگاران گروه صنعت و تجارت خبرگزاری گزارش خبر، مدیرعامل شرکت ملی پست زیان انباشته این شرکت را کمتر از ۲ هزار میلیارد تومان عنوان کرد و از همکاری با شرکت‌های خصوصی برای توسعه ظرفیت‌های پست خبر داد.

مدیرعامل شرکت ملی پست اعلام کرد زیان انباشته‌ی این شرکت کمتر از ۲ هزار میلیارد تومان است. او نیاز به سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل و تحریم‌ها را از اصلی‌ترین چالش‌های توسعه‌ی زیرساخت‌های پست دانست و از همکاری با شرکت‌های خصوصی در راستای توسعه‌ی فناوری‌های نوین خبر داد.

محمد احمدی، مدیرعامل شرکت ملی پست، در گفت‌وگو با زومیت، با اشاره به وضعیت مالی شرکت ملی پست می‌گوید: «زیان انباشته‌ی ما، کمتر از دو هزار میلیارد تومان است که در برابر تصور عمومی، عدد ناچیزی است. این یک مسیر سنواتی چندین ساله است.»

ساختار نظام لجستیک کشور به گونه‌ای که نیاز لایه‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی است، توسعه پیدا نکرده است

به باور او توسعه‌ی زیرساخت‌های پستی به دلیل نیاز به سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل (توسعه‌ی مسیر راه‌آهن و هواپیمایی) و تاثیر تحریم‌ها، با چالش مواجه است. مدیرعامل شرکت ملی پست می‌گوید: «فارغ از پست که لجستیک توزیع خرده‌فروشی محسوب می‌شود، شرکتی در کشور نیست که شبکه لجستیک حرفه‌ای داشته باشد. ساختار نظام لجستیک کشور به گونه‌ای که نیاز لایه‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی است، توسعه پیدا نکرده است. در نتیجه این موضوع کاری نیست که من امروز بخواهم و فردا یا پس‌فردا شکل بگیرد.»

احمدی اضافه می‌کند: «اولویت‌های سرمایه‌گذاری در حوزه‌ی دولتی زیاد است. یکی از کارهای جدی ما در شرکت ملی پست استفاده از ظرفیت قانون مولدسازی برای بهینه کردن فضای عملیاتی خود و مشارکت با بخش خصوصی در این حوزه است. مسئله‌ی فناوری هم اهمیت زیادی دارد.»

او در این گفت‌وگو گفت که این شرکت از سال گذشته، توسعه و بهبود خدمات نظام امور مشتریان را یکی از اهداف اصلی این سازمان عنوان کرد.

به گفته وی اقتصاد دیجیتال، ۵ تا ۶ درصد اقتصاد را تشکیل می‌دهد. این در حالی است که اقتصاد دیجیتال کشورهای همسایه‌ی ایران، ۲ تا ۳ برابر این عدد است و این موضوع نشان می‌دهد که ظرفیت توسعه‌ی بازار پست بالا است.

احمدی اضافه می‌کند: «من هیچ‌وقت فضای بازار پست را رقابتی نمی‌بینم. فکر می‌کنم ظرفیت تعامل به شدت وجود دارد و یکی از ایده‌های اصلی ما، همکاری با رقبا و اجرای ترابردسازی خدمات پستی است.»

به باور وی، شرکت ملی پست به جای افزایش سهم بازار خود و رقابت با بخش خصوصی، به دنبال تنظیم‌گری بازار و ارائه‌ی خدمات در نقاط کمتر برخوردار است. احمدی توضیح می‌دهد: «در نقاطی که مزیت تجاری داریم، می‌توانیم بستر مناسبی برای لست مایل (آخرین مرحله‌ی توزیع) اپراتورها باشیم.»

ما در تلاش برای توسعه سرویس پیکی در همکاری با بخش خصوصی هستیم

- محمد احمدی، مدیرعامل شرکت ملی پست

مدیرعامل شرکت ملی پست با اشاره به مدل کسب‌وکاری این شرکت می‌گوید: «شبکه‌ی ما برای تحویل در همان روز طراحی نشده اما در همکاری با بخش خصوصی می‌توانیم سرویس‌های پیکی و تحویل سریع، ارائه دهیم.»

اعتماد عمومی، برند پست، باجه‌های خدماتی و خدمات لایه‌ی فناوری شرکت ملی پست، مزیت رقابتی این شرکت است

استفاده از فناوری در توسعه‌ی پست

مدیرعامل شرکت ملی پست درباره‌ی استفاده از فناوری‌های تحویل‌آفرین در توسعه‌ی نظام پستی می‌گوید: «اول باید بپذیریم در استفاده از فناوری‌های تحول‌آفرین در نظام توسعه‌ی پستی، باید یک طیف مشخص از کارهای صرفاً فیزیکی تا لایه هوش مصنوعی را در نظر بگیریم و بپذیریم که این کار مثل کتابی نیست که پیش‌تر فیزیکی بوده و الان این امکان را دارد که ۱۰۰ درصد الکترونیکی شده و هزینه‌ی نهایی تولید به سمت صفر میل کند.»

به گفته‌ی او، از ۲ دهه پیش و زمانی که بارکد، کامپیوتر و فناوری‌های ثبت اطلاعات و نظام رهگیری شکل گرفت، شرکت ملی پست به سمت استفاده از فناوری در حلقه‌های فرآیندی رفت و در ۳ سال اخیر این موضوع شدت بیشتری یافته و محسوس‌تر شده است.

احمدی ادامه می‌دهد: «ما اواخر اسفند دو سال پیش، در مرکز اصلی تجزیه‌ی مرسولاتمان در چهارراه لشکر تهران، ۴ سیستم سورت یا تفکیک مرسولات پستی با فناوری‌های متفاوت مستقر کردیم. از نیمه‌ی دوم سال گذشته، تمرکز خود را روی توسعه این محصول گذاشتیم؛ یعنی به عنوان مثال در سورتینگ جفت یا پاکت، اگر پیش از این خروجی آن ۶۰-۷۰ تا وجود داشت، به ۱۵۰ خروجی تبدیل شد.»

مدیرعامل شرکت ملی پست می‌گوید که این توسعه کیفیت و سرعت توزیع را تا ۲۴ یا ۴۸ ساعت افزایش داد و باعث شد پیش از نوروز، وضعیت پست بهتر از سال گذشته باشد. او ادامه می‌دهد: «یکی از دستگاه‌های این مرکز که با ۲۰-۳۰ هزار مرسوله کار خود را آغاز کرده بود، امسال شب عید به سورت کردن ۱۲۰ تا ۱۵۰ هزار مرسوله در ۲۴ ساعت رسید و مرسولات را برای ۱۵۰ نقطه در کیسه انداخت.»

زمانی که شما مرسوله‌ای را برای گرمسار می‌فرستید، به صورت طبیعی ابتدا به سمنان می‌رود و فردای آن روز یک نفر مرسوله را از سمنان به گرمسار می‌برد. در شیوه‌ی جدید ممکن است همان روز مرسوله توزیع شود و در نهایت، هزینه‌ی تمام‌شده‌ی ما کمتر می‌شود. این اتفاق پارسال در کرمانشاه و همدان افتاد و امسال اردیبهشت قرار است در تبریز پیاده‌سازی شود. ۶ استان دیگر را هم هدف قرار داده‌ایم.

شرکت دانش‌بنیان همکار ما در دانشگاه صنعتی شریف، سال گذشته ظرفیت خواندن نشانی دست‌نویس از روی پاکت را هم در لایه هوش مصنوعی ایجاد کرد تا ما بتوانیم بخشی از فرآیند را بهینه‌سازی کنیم.

احمدی از همکاری با یک شرکت دانش‌بنیان وابسته به دانشگاه صنعتی شریف خبر می‌دهد و می‌گوید: «یکی از سه سیستمی که ما از آن استفاده می‌کنیم، تجزیه مرسولات با ربات است. بر اساس تحلیل سازنده این مجموعه که یک شرکت دانش‌بنیان زیرمجموعه دانشگاه شریف است، ما یکی از ۵ کشوری هستیم که در دنیا از این فناوری به صورت بومی استفاده می‌کنیم.»

ظرفیت استفاده از پهپاد برای توزیع مرسولات پستی، از نظر حفظ امنیت و فرهنگی در کشور ما هنوز وجود ندارد

مدیرعامل شرکت ملی پست درباره‌ی استفاده از پهپاد در توزیع مرسولات پستی می‌گوید: «دنیا برای چند موضوع توسعه پیدا کرد؛ کنجاوی، قرار گرفتن در موقعیت‌های حل مسئله، رویاپردازی و نگاه بلندپروازانه. بنابراین اینکه ما یک ایده‌ی جدید و نوآورانه بدهیم، بسیار مهم است. شاید هنوز فضای عمومی جامعه از نظر امنیتی، فرهنگ عمومی و حتی زیرساخت‌ها به این ظرفیت نرسیده باشد. در کشورهای دنیا که این اتفاق افتاده، خانه‌ها ویلایی هستند و مسافت پرت دارند.»