



گفتگو با دکتر مهرداد فاخر، رئیس هیئت مدیره اولین اپراتور خصوصی پست ایران

قرار نیست اپراتور اول «آقابالاسر» کسب و کارها و کورپه‌های پستی کشور شود!

این گفتگو اولین گفتگوی رسمی نشریه تیپاکس با شما و موضوع «اپراتوری خصوصی پست» است.

جناب دکتر فاخر به عنوان رییس هیئت مدیره اولین اپراتور خصوصی پست کشور، با توجه به اینکه حدود ۶ ماه از اخذ پروانه اپراتوری می‌گذرد، چه پیشرفتی در روند راه‌اندازی و شروع به کار آن اتفاق افتاده است؟

بخش عمده‌ای از این سؤالتان را مدیر عامل اولین اپراتور خصوصی پست ایران، جناب آقای مهندس رضایی، باید جواب دهند؛ چرا که سکان امر به دست ایشان و تیم

اجرائی‌شان است و از جزئیات پیشرفت کار بیش‌تر از بنده مطلع هستند، ولی آنچه قابل بیان است، این است که در این شش ماه اپراتور در حال تکمیل بدنه خود و مطالعه و ارزیابی دقیق وضعیت صنعت پستی و کوری کشور بوده است تا بتواند مدل کسب‌وکار بهینه متناسب با شرایط پست در ایران و فضای بین‌الملل را با توجه اهداف هلدینگ، تأمین کند.

پست در دنیا صنعتی پویا است. نظام حاکمیتی بر مبنای تدبیری که اندیشیده‌اند خصوصی‌سازی و کوچک کردن دولت را راهبردی اساسی برای این پویایی و پیشرفت

دانسته است. دولت و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات هم تلاش زیادی برای تحقق این مهم کرده‌اند. هم‌اکنون وظیفه بخش خصوصی است که با تجربیات و چالاک‌ی خود بتواند نتیجه و خروجی این فرآیند را در جامعه نشان دهد. البته بدون حمایت مستمر حاکمیت، دولت و مجلس این اتفاق نخواهد افتاد.

»

کسب‌وکارهایی که می‌خواهند ولی نمی‌توانند به پست متصل شوند.

آقابالاسر در نقشه راه هلدینگ فاخر چیست؟ هلدینگ فاخر چه برنامه‌های برای اپراتور دارد؟

آنچه در راهبردهای کلان هلدینگ برای اپراتور مسلم است، توسعه ارتباطات کسب‌وکارها از منظر لجستیک و سامانه‌های کوری است. این مهم جز با ایجاد فرصت‌های بیش‌تر برای سودآوری این کسب‌وکارها میسر نمی‌شود. فرصت‌هایی مانند مشتریان بالقوه پستی، کشف بازارهای تاریک و یا سرویس‌های نوین حاصل از هم‌افزایی این کسب‌وکارها.

به عنوان مثال خدمات ارزش افزوده (VAS) مختص کسب‌وکارهای پستی، در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته به افزایش درآمد کسب‌وکارها و از طرفی هم‌افزایی خدمات‌ها کمک می‌کنند. پست دیگر فقط محموله‌ها را جابجا نمی‌کند.

اما اپراتور نه تنها باید به توسعه کمیت‌های خدمات پست اهتمام ورزد، بلکه باید به خدمات پایه پستی هم توجه کند. نکاتی که شاید در ابتدا برای فعالان اقتصادی یا کسب‌وکارهایی که با صنعت پست و کوری سروکار دارند، بدیهی به نظر بیاید، به عنوان مثال روشن است که برای بهبود کیفیت سرویس‌های پستی عوامل متعددی می‌توانند برای مشتری در هنگام ارسال، طول مسیر و یا دریافت محموله مهم باشد. سرعت و زمان حمل، امانتداری، ایمنی و حفظ بسته از آسیب‌ها، هزینه‌ارسال، سهولت در تحویل بسته و ...

اما آنچه شاید روشن نباشد این است که بسیاری از این متغیرها مستقیم یا غیرمستقیم تحت‌تأثیر زیرساخت است و اگر در زیرساخت بهبود نداشته باشیم، هم مصرف‌کننده‌های خرد و هم کسب‌وکارها نمی‌توانند به اهدافی که عرض کردم برسند.

زیرساخت‌هایی مانند زیرساخت ارتباطات و فناوری اطلاعات، زیرساخت راه‌ها و حمل‌ونقل، زیرساخت تبادل مالی، حقوقی، بیمه و ... شاید برای خیلی از مخاطبین جالب باشد که در چند کشور وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با وزارت راه یکپارچه است و یک وزیر دارد. البته مشخص است که اپراتور نمی‌تواند در بسیاری از این موارد ورود و فعالیت کند. این یعنی اپراتور می‌شود طراح و مجری یک سامانه استاندارد و به‌روز و مبتنی بر مشخصه‌های بومی و ملی کشورمان.

صنعت پست کشورمان و به‌ویژه بخش خصوصی آن بخاطر دلایل مختلف مانند سابقه سنتی فعالیت پستی در کشور، تحریم‌ها و سایر مشکلات به صورت محلی کار می‌کند و با فضای بین‌الملل بیگانه است و در نتیجه به خاطر پایین بودن شاخص‌های کیفی و استاندارد پست نخواهیم توانست به بازار

بین‌الملل متصل شویم. باید با شرکت‌های بین‌المللی ارتباط داشته باشیم تا بتوانیم با توسعه خدمات و زیرساخت‌های پست هم کمی و هم کیفی شاخص‌های خدمت پستی را ارتقا دهیم. این ارتباط لازمه داشتن سیستم‌ها و روش‌های به‌روز و نوین است. مثال عرض می‌کنم یکی از مهم‌ترین مباحث حوزه کسب‌وکار، تجارت الکترونیک است. تجارت الکترونیک از بخش‌هایی است که در ایران بدون رعایت زیرساخت استاندارد لجستیک، ورود و توسعه پیدا کرده است. فروشگاه‌های اینترنتی بستر و ظاهر رابط کاربری (UI) و تبادل مالی را توسعه داده‌اند ولی در مورد تبادل کالا، زنجیره تأمین و لجستیک یا کاری نکرده‌اند و یا نتوانسته‌اند خود را با زیرساخت تطبیق دهند. این باعث نارضایتی و در نتیجه تخریب برند نزد مشتری می‌شود. جک ما بنیانگذار علی‌بابا در چین این موضوع را با یک نظریه به نام مثلث آهنین عنوان می‌کند. مثلثی که زیرساخت تجارت الکترونیک است و یک ضلع آن را لجستیک تشکیل می‌دهد.

خیلی مهم است که استارت‌آپ و کسب‌وکارهای نوین، چه آن‌ها که در مرحله شروع کار هستند و چه آن‌ها که به مرحله توسعه رسیده‌اند، بتوانند از مراجعی متخصص در این زمینه، کمک بگیرند و خدمات خود را با استانداردهای سامانه‌های لجستیک تنظیم کنند. این مهم می‌تواند یک نقطه فرصت کلیدی برای اپراتور هم باشد تا بتواند با جایگاه‌سازی یکی از این مراجع شود. طیف مخاطب این کسب‌وکارها گسترده است. هم از نظر میزان تراکنش‌های مالی و هم از منظر دیگر مانند فرهنگی، جغرافیایی، سنی یا تنوع خود کسب‌وکار. به عنوان مثال برای فردی که با یک نیسان در خیابان ملت برای چند شهرستان بارهای ریز و درشت

جابجا می‌کند، شنیدن نام اپراتور پست یک کابوس است.

استفاده از اصطلاحاتی مانند استانداردسازی و نظام بخشیدن به ساختار کوری برای فرد مذکور یعنی بروکراسی و هراس از هزینه‌هایی که فکر می‌کند هیچ سودی برای وی ندارد. اما اگر بتوانیم با بیان و ارتباطی متناسب با فضای فکری‌اش با او سخن بگوییم، او خود دنبال ما می‌آید و از طرح استقبال می‌کند. باید ابتدا نیاز وی را شنجید. این فرد بیمه‌ای برای روز واپسین ندارد و هیچ تضمینی برای باری که حمل می‌کند، ندارد. توسعه‌ای برای درآمدش وجود ندارد. اگر بخواهد با فرزندش در مورد شغلش حرفی بزند، عنوان و وجهه مشخصی ندارد. این‌ها همه «نقاط درد» مخاطب ما هستند. این فرد به تنهایی یک «میکروسیستم کوری» است ولی ناپایدار. این ناپایداری‌اش می‌تواند هم به خود و خانواده‌اش هم به مشتریان و جامعه‌اش سرایت کند و آسیب بزند. متولی سامان دادن به این وضع، اپراتور است. و این جایگاه را روابط عمومی و متخصصان مدیریت برند اپراتور باید به درستی تبیین کنند.



”

برای فردی که با یک نیسان در خیابان ملت برای چند شهرستان بارهای ریز و درشت جابجا می‌کند، شنیدن نام اپراتور پست یک کابوس است.

انتظاری که شما به عنوان رئیس هیئت مدیره از اعضای هیئت مدیره، مدیران و کارکنان اپراتوری دارید، چیست؟

من در مرحله اول از مدیریت و سپس از واحدهای روابط عمومی اپراتور، هلدینگ، تیپاکس و سایر شرکت‌های خواهر تیپاکس می‌خواهم تا در مورد نقش و جایگاه اپراتور شفاف‌سازی کنند. خیلی از کارکنان مجموعه هلدینگ از زمان اخذ مجوز به من تبریک گفته‌اند، پوسترش را در شعب نصب کرده‌اند و خوشحال هستند که خانواده هلدینگ فاخر، پروانه اولین اپراتور خصوصی پست را دریافت کرده است. ولی اگر یکی از مشتریانشان از ایشان در مورد اپراتوری سؤال کند، نمی‌تواند در مورد جایگاه و نقش و وظایف اپراتور توضیح مناسبی را ارائه کنند. و یا حتی بدتر، توضیحی که می‌دهند نادرست باشد و به برند اپراتور آسیب بزند. مثلاً روزی کارمندان قدیمی یکی از شعب به من گفت: «خوب شد اگر اپراتوری راه بیفتد از این بعد دیگر کسی نمی‌تواند کسب‌وکار ما را تهدید کند و قاچاقی کار کند و...» اما باید توجه کرد، این حجم سرمایه‌گذاری و فعالیت‌ها به خاطر این نیست که ما «آقابالاسر» صنعت پست شویم.

بنده به عنوان یکی از سیاست‌گذاران کلان اپراتور این حرف را می‌گویم که مطمئناً این تصور از اپراتور درست نیست. رسالت و مأموریت اپراتوری که می‌خواهیم در صنعت پست راه‌اندازی کنیم این نیست. اپراتور باید به کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ، به کوریه‌های محلی و حتی به دولت کمک کند. کمک کند تا بتوانند بازار خود را توسعه دهند و به درستی به زنجیره تأمین متصل شوند. اگر ما نتوانیم این بستر را درست کنیم، نتوانسته‌ایم وظیفه اصلی اپراتوری را به خوبی به ثمر برسانیم.

به برند «اولین اپراتور خصوصی پست ایران» آسیب نزنیم!

“

نسبت برند تیپاکس با اپراتوری چیست؟

تیپاکس بیش از نیم قرن در عرصه کوریج تجربه دارد و شاید همین مهم به جلب اعتماد حاکمیت و دولت و در نتیجه اخذ امتیاز فنی کمک کرده است، ولی تیپاکس، تی‌پی‌ایکس، تی نکست یا هر شرکت دیگری که می‌خواهد

در زمینه پست و کوریج سرویس

فعالیت کند، مخاطب این

راهبردها و راهکارها است.

تنها فرق تیپاکس می‌تواند

این باشد که حسن نیت

اپراتور را راحت‌تر درک

می‌کند و حتی می‌تواند

به اپراتور کمک کند.

آنچه مسلم است اپراتور در جایگاه نظام‌بخشی به کل سامانه کوریج و پستی است و برای برقراری نظامی شفاف و منصفانه باید طوری رفتار کند که تمامی فعالان در هر اندازه‌ای بتوانند به یک کسب‌وکار برد-برد برسند و این ممکن نیست جز با نگرستن عادلانه و منصفانه به خود شرکت‌های قدیمی و یا جدید فعال در عرصه کوریج سرویس چه تیپاکس، تی‌پی‌اکس، تی نکست، تی‌شاپ، تی‌تک و سایر شرکت‌های هلدینگ فاخر که به نحوی با سامانه پست کشور در تعامل هستند. مثلاً یکی از اصول مهم اخلاقی در اپراتور حفظ امانیت و اطلاعات کسب‌وکارهاست. اصلاً برای همین است که تمام ساختار اپراتوری مستقل از تیپاکس پی‌ریزی شده است و اداره می‌شود، حتی غالب پرسنل اپراتوری سابقه اشتغال



در تیپاکس را ندارند. اصل اول اخلاق حرفه‌ای در فضای سالم، رعایت امنیت داده‌های کسب‌وکارهاست. هم کوریه‌های محلی و هم کسب‌وکارهایی که مشتریان کوریه‌ها هستند باید از این فضای امن و ایمن بهره‌مند شوند.

“

رعایت عدالت و انصاف لازمه یک ارتباط مستمر و برد-برد است.

کدامی‌توانید در مورد نام و برند اپراتور توضیحی بدهید که در چه وضعیتی است و چه تصمیمی گرفته شده است؟

برای برند و نامگذاری با آژانس‌های معتبر و صاحب تجربه مذاکرات خوبی انجام شده و عقد قرارداد هم انجام شده است. نام و نشان‌های خوبی هم طراحی و البته انتخاب شده است. امیدوارم که برنامه‌های اطلاع‌رسانی‌شان به خوبی پیاده شود تا مخاطبین اصلی اپراتور بتوانند با آن به خوبی و درستی، ارتباط برقرار کنند. بنده نیز صلاح می‌دانم این عنوان توسط برنامه‌ها و کمپین‌های تیم اپراتور اول و زیر نظر مدیر محترم جناب مهندس رضایی اطلاع‌رسانی شود.

“

استانداردی که باید به آن برسیم، لبخند رضایت ایرانی است، که هنوز با آن فاصله داریم.

کدامی‌توانم در انتها نظرتان را، یا بهتر بگویم حستان را، در مورد پست و صنعت کوریج ایران بپرسم؟

با توجه به مطالعه و شنیده‌هایم اولین سیستم پستی قابل اعتنا در جهان را ایرانیان داشته‌اند: «... هیچ چیز ایشان را باز نمی‌دارد، نه برف، نه باران، نه گرما و نه تاریکی تا مأموریت خویش را با تمام سرعت انجام دهند.»

من با دیدن این جمله از هرودوت تاریخ‌نگار، که بر روی سردر اداره پست جیمز فارلی شهر نیویورک امریکا نصب شده است، احساس غرور و افتخار می‌کنم. جمله‌ای که شعار و آیین حرفه‌ای چاپارها در ۲۵۰۰ سال پیش و مربوط به سامانه پستی بود که ایرانیان آن را ابداع کردند و توسعه دادند.

البته دیگر وضعیت پست ایران اینطور نیست که به آن افتخار کنیم.

نمی‌خواهم اینجا حرف‌های اغراق‌آمیزی از اعداد و ارقامی که از وضعیت پست و لجستیک ارائه می‌شود، ارائه دهم. می‌توانیم بگوییم

مردم ما لایق کیفیتی بیش از آن هستند که در حال حاضر به آن‌ها ارائه می‌شود. من به پیشینه پست در ایران زمین همیشه افتخار می‌کنم و می‌بالم. ولی زمانی می‌توانیم به خود نمره قبولی دهیم که به کیفیت مورد نظر مشتریان، از مردم عادی تا کسب‌وکارهای کلان و مبادلات بین‌المللی، پاسخ مناسب بدهیم.

آیه امید خدا و با حمایت مسئولین و رهنمودهای شما و تلاش‌های همکارانتان به این هدف والا دست یابیم. از اینکه زمان خود را در اختیار ما و مخاطبین نشریه قرار دادید، سپاس گزاریم. به امید فرصتی دیگر که بتوانیم بیش‌تر در مورد ریز و جزئیات راهبردهای شخص شما در حوزه کوریج و پست آشنا شویم.

برای بنده هم مایه خرسندی است. از شما و از همه فعالین عرصه اطلاع‌رسانی تشکر می‌کنم. به امید خدا و در پناه حق

که در وضعیت کمی و تعداد مرسولات پستی، حدوداً در رتبه ۵۰ دنیا قرار داریم و در منطقه معمولاً بین ۳ کشور برتر هستیم. ولی از طرفی نیز می‌توانیم بگوییم: «متوسط ارسال محموله و مراجعه به مراکز پستی برای هر نفر در ایران تقریباً ۸ بسته در سال است و این در حالی است که این شاخص در دنیا عدد ۵۰ است. یا حتی می‌توانیم بگوییم ما با رتبه اول که دست کشور آمریکا و حدود ۱۰۰۰ مرسوله در سال به‌زای هر نفر، یا رتبه بعد سوئیس که نزدیک ۸۰۰ مرسوله در سال برای یک سوئیس است، بسیار فاصله داریم.»

نمی‌خواهم سیاه‌نمایی بکنم و یا با فرافکنی این وضعیت را گردن کسی بیندازم. مسلماً پست فعلی ما که از زمان قاجار مجدداً راه‌اندازی و توسعه پیدا کرده است، هنوز جوان است و شرایط سختی مانند تحریم و فشارهای بین‌المللی را تحمل می‌کند.



بنده در خانواده‌ای پستی متولد و بزرگ شده‌ام و بیش‌تر درد بنده در مورد وضعیت پست، از منظر کیفی و نه کمی است. برای ارزیابی وضعیت پست کافی است از مشتریان خرد و یا کسب‌وکارهایی که با صنعت کوریج و پست سروکار دارند، بپرسیم. بعد متوجه می‌شویم که با استانداردی که باید به آن برسیم و آن را رعایت کنیم هنوز فاصله داریم و نتیجه آن استاندارد، لبخند رضایت ایرانی است.