



با وجود کم شدن ۵۸ درصدی بار قبض‌ها و... وزارت ارتباطات در مدیریت نیاز جدید مخاطب شکست خورد

# عقب‌ماندگی پست از تحول بازار خرید اینترنتی

واقعا هزینه‌ها کمتر شود و از آلودگی شهرها جلوگیری کنیم. برای همین در طرح پست پلاس انتقال بسته‌های پستی را با پهباد فراهم کردیم تا دیگر جایی در ایران نماند که غیرقابل دسترسی باشد. انتقال سریع داروها به بیمارستان‌ها و جزیره‌ها، سوپرمارت کردن یکدیگر و... از جمله کارهایی است که از این پس در دسترس شما خواهد بود. عملکرد نامناسب شرکت پست ملی ایران و دیگر شرکت‌های پستی خصوصی منجر به ظهور و پروبال گرفتن باربری‌های بین شهری و سیستم توزیع فروشگاه‌های آنلاین شده و با ادامه روند فعلی ممکن است پست و صنعت آن به روزهای رکود و کمزگی خود نزدیک شود.

## کاهش ۵۸ درصدی مرسولات پستی در دوره آذری جهری

تا همین چند سال گذشته بخش عمده‌ای از جابه‌جایی مرسولات پستی مربوط به خرید کالا و خدمات در اختیار شرکت دولتی پست ج.ا.ا و در مرتبه بعدی در اختیار سیستم توزیع خود شرکت‌ها بود، اما طبق آمارهای سازمان مرکز تجارت الکترونیک ایران، در نیمه اول سال جاری از مجموع کل جابه‌جایی کالا و خدمات مربوط به تجارت الکترونیک، جابه‌جایی و ارسال ۴۳ درصد از آنها توسط شرکت پست ج.ا.ا بوده، در رتبه دوم شرکت‌های پست خصوصی حدود ۲۴ درصد جابه‌جایی‌ها را انجام داده، در رتبه سوم سیستم توزیع خود شرکت‌ها و فروشگاه‌های آنلاین (همانند سیستم توزیع دیجی کالا و...) قرار دارند و در نهایت ۱۴ درصد از این جابه‌جایی‌ها را هم شرکت‌های باربری بین شهری انجام داده‌اند. این در حالی است که براساس آمار و اطلاعات سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ترافیک مرسولات پستی در شرکت ملی پست و همچنین شرکت‌های پست خصوصی در سال ۹۲ حدود ۵۶۲ میلیون فقره، در سال ۹۳ چیزی حدود ۶۲۲ میلیون فقره و در اوج خود نیز در سال ۹۴ حدود ۶۷۲ میلیون فقره بوده است. براساس آمارهای مهم روند نزولی را در سال‌های اخیر تجربه کرده، به‌طوری‌که ترافیک مرسولات پستی با کاهش ۵۰ درصدی در سال ۹۹ در مقایسه با سال‌های ۹۲ و ۹۳ به حدود ۲۳۳ میلیون فقره رسیده است. با توجه به سهم شرکت ملی پست و شرکت‌های خصوصی از ترافیک مرسولات پستی می‌توان ادعا کرد که از سال ۹۴ تا پایان سال ۹۹ شرکت ملی پست ایران با کاهش ۲۰۰ میلیونی در مرسولات خود همراه بوده. افت شدید مرسولات پستی به حذف شدن برخی سرویس‌ها مثل ارائه قبوض آب، برق و گاز و... برمی‌گردد؛ اما در مجموع مشخص است که عملکرد نامناسب شرکت‌های پستی در سال‌های اخیر راه را برای «سیستم توزیع فروشگاه‌های آنلاین و تولیدکنندگان» و «شرکت‌های باربری بین شهری» باز کرده و اعتماد عموم مردم نیز به دلایلی مانند تعلل و تاخیر به شرکت‌های پستی در حال کمزنگ شدن است. در بخش شرکت‌های باربری داخل شهری و برون شهری نیز شرکت‌های زیادی فعال هستند که از جمله آنها می‌توان به اسنپ‌باکس، الویک، تارینت، پاراکس، اوبار، بارپین و باروان اشاره کرد. در سیستم توزیع فروشگاه‌های آنلاین نیز می‌توان به فعالیت مستقل پستی شرکت‌هایی مانند دیجی کالا، کالاتیک و... اشاره کرد. در مجموع کاهش سهم پست ج.ا.ا به ۴۳ درصد در حوزه تجارت الکترونیک نشان می‌دهد این شرکت دولتی این بار برای بقا باید با شرکت‌های خصوصی رقابت کند که همواره در خدمات‌دهی اولویت اول آنها رضایت مشتری است. رضایتی که معمولا با ارسال سریع مرسوله و قیمت نهایی ارسال مرسوله در ارتباط است.

## سرنوشت مرسولات از ۸ به ۲ مرسوله رسیده

شرکت پست علاوه بر جابه‌جایی مرسوله‌های پستی خدماتی دارد که با فرهنگ‌سازی جامعه برای استفاده از آنها می‌تواند رونق بیش از پیشی را برای این شرکت رقم بزند. اگر افراد هزینه تمام‌شده برای انجام یک کار یک‌ساعته مانند خرید نان و یا کار اداری را برآورد کنند، متوجه می‌شوند روزانه با تردهای ضروری و غیرضروری چقدر زمان، هزینه و انرژی مصرف می‌کنند و در سویی دیگر تا چه میزان باعث ترافیک، آلودگی هوا و در نتیجه تخریب محیط زیست می‌شوند. براساس اطلاعات سازمان تنظیم مقررات رادیویی سرنوشت مرسولات پستی از ۸ فقره در سال ۹۴ به ۲/۸ نفر در سال ۹۹ رسیده که حاکی از افت شدید استفاده مردم از شرکت‌های پست ملی است. در کشور سوئیس به ازای هر نفر سالانه ۷۰۰ فقره مرسوله جابه‌جایی می‌شود و این بدان معناست که ما تا مطلوب فاصله زیادی داریم و باید با فرهنگ‌سازی و تحول‌های زیرساختی در پست ملی و یحیاتی خصوصی سعی بر ایجاد اعتماد قوی بین مردم و صنعت پست داشته باشیم.



از افراد را به استفاده از شرکت‌های خصوصی پستی، باربری‌ها و حتی پیک و... سوق داده و رنگ خطر کمزنگ شدن فعالیت‌های شرکت ملی پست ایران را به صدا درآورده است.

## پست، توسعه و تحول می‌خواهد نه حرکات نمایشی

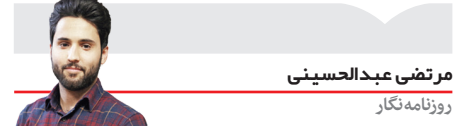
دقیقا هم‌زمان با شیوع کرونا تغییر سبک خرید شکل گرفت و اگر مردم پیش از شیوع کرونا، خریدهای اینترنتی برایشان جنبه فانتری داشت، اما اکنون خریدهای اینترنتی مردم هم افزایش یافته و هم به سمت خرید کالاهای ضروری و اساسی رفته است. براساس آخرین آمارها و در همین راستا مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت صمت اعلام کرد که ارزش معاملات تجارت الکترونیک در سال ۹۹ حدود ۱۰۹۷ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به سال ۹۸ با افزایش ۱۶۰ درصدی رشد داشته است. همین مسائل ترافیک کاری شرکت ملی پست و دیگر شرکت‌های فعال خصوصی در این حوزه را چندبرابر کرده است. مقامات وزارت ارتباطات و شرکت ملی پست ایران در یک سال اخیر در اظهارنظرهای مختلف معتقد بودند به دلیل آنکه افزایش مرسولات پستی به صورت ناگهانی رخ داده، این سازمان فرصت خوبی برای تقویت زیرساخت‌ها نداشته و همین موضوع منجر به رسوب کالاها و بسته‌های مردم در جابه‌جایی قبول، پردازش و مبادله شده است. مسئولان پستی همچنین بیماری کارکنان، ضدعفونی کردن مرسولات را به عنوان دیگر دلایل تاخیر و تعلل در ارسال بسته‌ها عنوان کرده‌اند. همه اینها در حالی است که ضدعفونی کردن محصولات امر زمان‌بری نیست و در بدترین حالت چند ساعت تاخیر ارسال مرسولات را می‌توان به حساب ضدعفونی کردن آنها گذاشت. از طرفی لازم است بدانید که فرآیند نامرئسانی مرسولات در شرکت ملی پست به صورت قراردادهای حجمی با پیمانکاران شرکت‌های تأمین نیروی انسانی و به صورت دستمزدی معتقد می‌شود. مسلمان شرکت‌های طرف قرارداد پست با ابتلای فردی به بیماری، برای جلوگیری از آسیب‌رسیدن به روند پیمان و کاهش مبلغ دستمزدی و صورت وضعیت خود، اقدام به به کارگیری نیروهای جایگزین می‌کنند و به همین دلیل بهانه بیماری کارکنان را نمی‌توان دلیل موجهی برای تعلل پست در رساندن مرسولات دانست. علاوه بر اینها با توجه به گذشت حدود یک سال و نیم از شیوع کرونا نمی‌توان این نکته را پذیرفت که شرکت ملی پست ایران و یا حتی دیگر شرکت‌های خصوصی پستی زمان کافی برای به‌روز کردن زیرساخت‌های خود نداشته است. همه این مصائب در حالی حول صنعت پست ایران چه در جایگاه دولتی و چه در جایگاه خصوصی پدید آمده و شکایات از آن هر روز در حال افزایش است که وزارت ارتباطات به عنوان نهاد بالادستی شرکت ملی پست ایران در سال‌های اخیر جز چند رونمایی از چند طرح نمایشی، اقدام دیگری نداشته است. قطع به یقین نمایشی‌ترین طرح چند سال اخیر که هدف آن تحول پست ایران بود، رونمایی محمدجواد آذری جهری، وزیر جوان ارتباطات از پهباد پستی بود. جهری در صفحه شخصی خود در این مورد نوشته بود: «خانم‌ها آقایان به پست پلاس خوش آمدید. ما به جای صحبت و جلسه چند اقدام عملیاتی انجام دادیم تا

این شرکت در انجام تعهدات پستی است. «چند ماه پیش بود که بسته‌های نسبتاً مهم حاوی چند کتاب قطور و کمیاب را از مبدأ تهران برای یکی از دوستان به مقصد مشهد ارسال کردم. از طریق دفتر ارتباطی بسته‌ها که حاوی ۴ کتاب بود در کارتنی محکم قرار داده شد و عملیات بسته‌بندی توسط خود مأموران پستی انجام گرفت و پس از ارسال نیز کد رهگیری مرسوله جهت اطمینان از تحویل مرسوله برایم ارسال شد. این بسته از طریق پست پیش‌تاز ارسال شد و تبعاً انتظار می‌رفت بابت دریافت هزینه بالاتر در مقایسه با دیگر انواع ارسال پستی، لااقل در مدت زمان اعلامی توسط پست به مقصد برسد. مأموران پستی حاضر در شعبه با توجه به مبدأ و مقصد این بسته پستی و همچنین نوع ارسال که پست پیش‌تاز بود، از ۳ تا ۶ روز زمان برای تحویل بسته در مشهد خبر دادند. فاصله شهرهای تهران تا مشهد نزدیک به ۹۰۰ کیلومتر است و اگر با خودروی شخص طی شود با احتساب ترافیک اتوبان و هزار مشکل دیگر در بدترین حالت به ۱۳ ساعت می‌رسد. انتظار داشتم که بسته طی ۴ یا حداکثر ۷ روز کاری به دست مقصد برسد ولی در کمال تعجب دریافت بسته در مقصد، مدت زمان باورنکردنی ۱۳ روز به طول انجامید و متأسفانه تمام ماجرا در تاخیر خلاصه نشد. چالش دیگری که پیش آمده بود، ضربات وارد شده به بسته مذکور بود که حتی بسته‌بندی محکم نیز نتوانسته بود جلوی آسیب‌هایی از کتاب‌های موجود در کارتن را بگیرد. «جالب است که در ادبیات‌هاست و در زمان برگزاری نمایشگاه کتاب که به صورت اینترنتی برگزار شده بود نیز اتفاقات مشابهی افتاده بود و بسیاری از گزارش‌ها مبنی بر تاخیر و یا خرابی در مرسولات پستی بود. علاوه بر این تجربه شخصی در گزارش‌های زیادی از برخی مخاطبان «فرهنگستان» و دوستان دریافت کردیم که از تاخیرهای بسیار شرکت پست در تحویل مرسولات گله و شکایت داشتند. در واسطه اسفندماه گزارشی در روزنامه «فرهنگستان» با عنوان «رشد ۴۸ درصدی درآمد پست با کرونا» منتشر شد که بر بررسی ریز جزئیات درآمدی و عملکردی شرکت پست در ۱۱ ماهه ۹۹ پرداخت بود، پس از این گزارش بود که مخاطبان از طرق مختلف به وضعیت ارسال و دریافت مرسولات خود اعتراض داشتند و پیام‌های مختلفی را فرستادند که برخی از آنها را مرور می‌کنیم. حسین از شیراز: «اداره پست تنها کاری را که دقیق انجام می‌دهد، گرفتن هزینه مرسولات براساس نوع ویژه و پیش‌تاز است و الا در تحویل دادن هیچ مسئولیتی قبول نمی‌کند. «زانیار از بانه: «رفت‌وآمد ما به پست به دلیل فروش محصولات به صورت اینترنتی و ارسال آن به سراسر کشور زیاد است. تقریباً چهار، پنج ماه پس از شیوع کرونا بود که نظم پست در ارسال و دریافت مرسولات به هم خورد و همین عاملی شد که بسته‌ها با تاخیر بسیار زیادی به دست مشتری برسد و بسیاری از مشتریان قید خرید مجدد را بزنند. «کامیاب از تهران: «بسته پستی که در تاریخ ۲۱ اردیبهشت‌ماه از مبدأ تهران ارسال کرده بودم تا ۲۹ اردیبهشت در پست تهران مانده و به سمت مقصد حرکت نکرده بود. در این میان اعتراض و گله اصلی را صاحبان شرکت‌ها و مشاغلی داشتند که کالا و خدمات خود را به صورت پستی برای مشتریان ارسال می‌کردند و ظاهراً در ماه‌های اخیر با چالش جدی در پست ایران مواجه شده‌اند. همین عوامل بسیاری

ممکن نبود. ۹۹ سال پست بار دیگر اهمیت خود را نشان داد. در گذشته بسیاری از مردم همان کارهایی را که پست انجام می‌داد به روش‌های دیگری انجام می‌دادند که گاهی هزینه بیشتری برایشان داشت اما سرعت ارسال و تحویل کالا بر هزینه اولویت و تقدم داشت. به عنوان مثال فرد بسته‌ای را از تهران در اتوبوس می‌گذاشت و شب در یاسوج و در مقصد دریافت می‌شد اما کرونا که شروع شد اولویت‌ها نیز عوض شد. بسته‌ها از هر نقطه‌ای از ایران و حتی جهان جابه‌جا می‌شد. مردم خود را متقاعد کردند که به فروشگاه‌های اینترنتی اعتماد کنند. رفت‌وآمد اتوبوس‌ها، هواپیماها و خودروهای شخصی و مسافربری کم شد. هیچ راننده و مسافری ریسک انتقال بسته دیگران را به عهده نمی‌گرفت؛ در نتیجه تنها راه حل ممکن همان پست بود. بررسی گزارش‌های مالی شرکت ملی پست ایران نیز اقبال مردم به پست در سال ۹۹ را تایید می‌کند و از طرفی این امکان وجود دارد که در صورت ادامه یافتن کرونا لااقل در سال جاری، وضعیت درآمدی پست به مراتب بهتر از قبل شود. براساس آخرین گزارش شرکت دولتی پست جمهوری اسلامی ایران، مجموع درآمد این شرکت از سرویس‌های مختلف ارسال مرسوله‌های پستی در ۱۲ ماهه ۱۳۹۹ به دو هزار و ۲۴۲ میلیارد تومان رسیده که نسبت به درآمد هزار و ۵۹۸ میلیارد تومانی مدت مشابه سال ۹۸ از رشد بیش از ۴۰ درصدی حکایت دارد. بررسی جزئیات درآمدی ۱۱ ماهه این شرکت نیز نشان می‌دهد بیشترین حجم درآمد این شرکت از پست پیش‌تاز با ۹۹۵ میلیارد تومان بوده که اتفاقاً بیشترین رشد را طی ۱۱ ماهه اسفند داشته و رشد ۷۸ درصدی را تجربه کرده است. پست سفارشی با ۳۳۵ میلیارد تومان و رشد ۲۶/۴ درصدی، در جایگاه دوم از لحاظ درآمدزایی برای شرکت قرار دارد. خدمات فروش با ۱۴۵ میلیارد تومان، پست ویژه با ۱۱۵ میلیارد تومان، سرویس‌های اینترنتی با ۶۲ میلیارد تومان و سرویس عادی با ۷ میلیارد تومان به ترتیب در رتبه‌های آخر جای دارند. برای اینکه از رقم گردش مالی پست و ارسال مرسوله‌ها در کشور صحبت کنیم، قضاوت در این خصوص بسیار دشوار است؛ چرا که اولاً شرکت‌های خصوصی در حوزه پست و جابه‌جایی مرسوله‌ها آمارهای مرتبط را منتشر نکرده‌اند و همچنین در آخرین اظهارنظرها نیز هیچ اطلاعاتی از گردش مالی دیده نمی‌شود. با این حال با فرض اینکه نیمی از خدمات مربوط به ارسال مرسوله‌های پستی در اختیار شرکت‌های خصوصی و نیمی دیگر نیز در اختیار شرکت دولتی پست است، می‌توان برآورد کرد گردش مالی ارسال محموله‌های پستی سالانه چیزی حدود ۴ تا ۵ هزار میلیارد تومان است.

## گله و شکایات از پست روز به روز بیشتر می‌شود

شرکت ملی پست را باید یکی از پرمشغله‌ترین شرکت‌های فعال این روزهای کشور بدانیم؛ کرونا، افزایش تمایل کاربران به ارسال کالا، افزایش تجارت آنلاین، خریدهای اینترنتی و هزاران علت دیگر را می‌توان نام برد که شرایط را برای کار این شرکت مهم و حیاتی سخت و دشوار کرده‌اند ولی آیا پست برای چنین روزهایی آماده بوده است؟ تجربه و نتیجه شخصی نگارنده از کار با شرکت ملی پست در چند ماه اخیر؛ عدم آمادگی و تاخیرهای فراوان



مرد رضی عبدالحسینی روزنامه نگار

شیوع ویروس کرونا باعث رکود در فعالیت بخش‌هایی شده که برای گذر از بحران نتوانستند چاره‌اندیشی کنند؛ اما منجر به افزایش جابه‌جایی مرسولات پستی در سراسر کشور شده، به طوری که این حجم از جابه‌جایی مرسولات باعث کندی عملکرد و تعلل شرکت ملی پست در انجام تعهدات شده است. اگر مسیر شما در ماه‌های اخیر تنها یک بار به نمایندگی شرکت پست ملی خورده باشد، دیده‌اید که به دلیل کم بودن نیروی انسانی و کندی روند کار، برای بسته‌بندی و ارسال کالایی باید ساعتی را در صف منتظر بمانید. براساس آخرین آمارها درآمد شرکت ملی پست در سال ۹۹ با بیش از ۴۰ درصد رشد در مقایسه با سال گذشته خود به حدود دو هزار و ۲۴۲ میلیارد تومان رسیده است. این در حالی است که تعداد مرسولات پستی شرکت ملی پست ج.ا.ا در مقایسه با سال ۹۸ حدود ۲۰ درصد (۴۰ میلیون فقره) کاهش داشته، آنچه موجب کاهش مرسوله‌های ارسالی شرکت دولتی پست ج.ا.ا شده، مربوط به یک تغییر ریل و تغییر مسیر الکترونیکی است که در نتیجه کاهش ارسال و حذف قبوض و سرویس عادی (همچون قبوض کاغذی خدمات تلفن، آب، گاز و...) رخ داده است. همه اینها در حالی است که در یک سال اخیر و با افزایش مرسولات بسته‌ای در شرکت ملی پست، گله و شکایات مردم نیز بسیار زیاد شده است. مشاهدات عینی «فرهنگستان» و همچنین اعتراف مسئولان پستی و وزارت ارتباطی کشور نشان می‌دهد که شرکت ملی پست نتوانسته انتظارات مخاطبان خود را برآورده کند و براساس پیام‌های رسیده، تعلل و تاخیرهای پست باعث ضرر فروشندگان اینترنتی شده و گاه بسته‌های پستی تا ۱۰ روز در انبار شهر مبدأ مانده است. مسئولان پستی کشور و وزارت ارتباطات در زمان ناگافی، بیماری کارکنان و ضدعفونی کردن مرسولات را به عنوان دلایل اصلی تاخیر و تعلل در ارسال بسته‌ها عنوان کرده‌اند که بیشتر شبیه بهانه‌اند. ضدعفونی کردن بسته‌های پستی مگر چند ساعت زمان می‌برد؟ از طرفی فرآیند نامرئسانی مرسولات در شرکت ملی پست به صورت قراردادهای حجمی با پیمانکاران شرکت‌های تأمین نیروی انسانی و به صورت دستمزدی معتقد می‌شود، بنابراین با پیمانکاران کارکنان نمی‌توان نیروهای جایگزین جذب کرد؟ علاوه بر اینها بیش از یک سال و نیم از ورود کرونا به کشور می‌گذرد و با توجه به افزایش ۴۰ درصدی درآمد پست در سال ۹۹ انتظار می‌رفت زیرساخت‌های فیزیکی، انسانی و تکنولوژیک پست تحولی جدی و کارآمد داشته باشد. سهم شرکت ملی پست ایران از تمامی مرسولات پستی کشور در حال کاهش است و براساس آمارهای سازمان مقررات رادیویی بیش از ۲۰۰ میلیون فقره افت در سهم شرکت ملی پست وجود دارد. افت شدید مرسولات پستی به حذف شدن برخی سرویس‌ها مثل ارائه قبوض نیز برمی‌گردد؛ اما در مجموع مشخص است که عملکرد نامناسب شرکت‌های پستی در سال‌های اخیر راه را برای «سیستم توزیع فروشگاه‌های آنلاین و تولیدکنندگان» و «شرکت‌های باربری بین شهری» و «شرکت‌های پست خصوصی» باز کرده و اعتماد عموم مردم نیز به دلایلی مانند تعلل و تاخیر به شرکت‌های پستی در حال کمزنگ شدن است. طبق آمارهای سازمان مرکز تجارت الکترونیک ایران، در نیمه اول سال جاری از مجموع کل جابه‌جایی کالا و خدمات مربوط به تجارت الکترونیک، جابه‌جایی و ارسال ۴۳ درصد از آنها توسط شرکت پست ج.ا.ا بوده و باقی سهم «شرکت‌های پست خصوصی»، «سیستم توزیع خود شرکت‌ها و فروشگاه‌های آنلاین» و «باربری بین شهری» شده است. همه این مصائب در حالی حول صنعت پست ایران چه در جایگاه دولتی و چه در جایگاه خصوصی پدید آمده و شکایات از آن هر روز در حال افزایش است که وزارت ارتباطات به عنوان نهاد بالادستی شرکت ملی پست ایران در سال‌های اخیر جز چند رونمایی از چند طرح نمایشی، اقدام دیگری نداشته است. نمایشی‌ترین طرح چند سال اخیر که هدف آن تحول پست ایران بود، رونمایی محمدجواد آذری جهری، وزیر جوان ارتباطات از پهباد پستی بود که با توجه به شرایط فعلی شرکت ملی پست شبیه یک شوخی است.

## گردش مالی ۵ هزار میلیاردی پست

در سال کرونایی ورق به نفع پست برگشت و با اینکه تلفن، اینترنت، انواع و اقسام تکنولوژی‌های جدید در خدمت بیشتر کرونزده خانه‌نشین بود اما کارهایی باید انجام و کالاهایی باید جابه‌جا می‌شد که جز از طریق پست از هیچ روش دیگری انجاش

