

نسل چهارم

سال یازدهم
اردیبهشت ۱۴۰۵
شماره ۱۲۶

ماهنامه فناوری های نوین
اطلاعات و ارتباطات
فارسی - انگلیسی ۳۰۰۰۰۰ تومان



مدیر عامل شرکت ملی پست:

پستی ما زیر بمباران هم

خدمت رسانی را متوقف نکردند

شرکت ملی پست

همراه اول
mci Mobile
Communications
of Iran

پویش فرشته‌های میناب



کمک به بازسازی مدارس آسیب‌دیده
با امتیاز باشگاه مشتریان همراه اول

* ۲۴ #

شرکت در پویش

آتش نشانی هوشمند در کنار شماست



[Business.mobinnet.ir](https://business.mobinnet.ir)

Entmarketing@mobinnet.ir

۰۲۱-۹۱۴۹۰۱۲۵

مبین نت

سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی
اطلاعات و ارتباطات

سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی

PAYACO

صنایع ارتباطی پایا

چهل سال طراحی و تولید



سامانه تصویربرداری
موج میلی متری



ارائه سرویس های VoIP ابری و راهکار شبکه های
نسل جدید NGN و مبتنی بر معماری IMS



محصولات و راه حل های هوشمندسازی در حوزه پارکینگ،
آسانسور، ترده، مدیریت مصرف انرژی، مانیتورینگ خرابی
(نظارت، پیش بینی، پیشگیری)، با ارائه پلتفرم های جامع و
سخت افزارهای مرتبط



آنتن های LTE مولتی باند شبکه سلولی (۱۶، ۲۴ و ۳۲ پورت)
سازگاری کامل با eNodeB شرکت ها از جمله هواوی،
نوکیا و اریکسون



تجهیزات زیرساخت مراکز داده شامل راه سرد و گرم،
رک و پایه رک، پاورماژول های هوشمند، کنترل و مانیتورینگ
مرکز داده به همراه تجهیزات حوزه پسیو مانند انواع پچ پنل،
مدیریت کابل، لدر و سبدهای نصب کابل



انواع رک های داخلی جهت سرور و شبکه،
رک های بیرونی مخابراتی، شلترهای ثابت
و سیار مخابراتی و اضطراری



خودپرداز و کیوسک های بانکی

تهران، خیابان دماوند، تقاطع رسالت، شماره ۲۷۶ | تلفن: ۰۲۱-۷۳۰۳۷ | فکس: ۰۲۱-۷۷۹۶۹۶۱۳ | کدپستی: ۱۷۴۴۷

info@payaco.com | payaco.com





«دانش بنیان تولیدی نوع یک»

در حوزه خدمات طراحی و بهینه سازی شبکه های ارتباطی موبایل



طراحی و تولید مودم های LTE و 5G

پلتفرم اینترنت اشیا (رای بین)

کیوسک و ویروسکاو

راهکار DNS شبکه های مخابراتی

راهکار مدیریت تجربه کاربر در شبکه های مخابراتی (QOE)

ارائه سرویس مدیریت شده در حوزه IT

سامانه مدیریت راندمان و بهینه سازی مخابراتی (RPAT)



farafan.ir
info@farafan.ir

تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی

کوچه شانزدهم شرقی، پلاک ۲۴

کدپستی: ۱۵۱۵۶۶۵۵۱۹

تلفن: ۴۱۲۹۷۰۰۰۰

معتمد مالیاتی تیس

داده پردازي معتمد

تیسر

به کسب و کار خود بپردازید، همراه شما هستیم در هر قدم

خدمات متنوع مالیاتی با نظارت و تایید سازمان امور مالیاتی کشور



اشخاص حقیقی و
حقوقی

نرم افزار ابری
حسابداری

اظهارنامه های
مالیاتی

استعلام های
مالیاتی

دفاتر الکترونیکی
مالیاتی

مشاوره مالی و
مالیاتی



وبسرویس
API



اتصال به
نرم افزارها



تحت وب
و ابری



دسترسی
یکپارچه

دسترسی نامحدود به
سامانه مودیان و
صدور صورتحساب
الکترونیکی فروش

پشتیبانی
نامحدود و
۲۴ ساعته



www.TISSTSP.ir

۹۰۰۰ ۱۵۱۵

بدون کد
و رایگان

MADE IN IRAN



LTE-CAT12 / UL1000

 Tel
argtelecom.com
u-tel.ir

شرکت خدمات مخابراتی ارگ جدید
تولید کننده انواع مودم
ADSL . VDSL . LTE . GPON



فـرـا تـر از اـنـتـظـار شـما

اَبـر مـرکز دـادـه آسـیـا تـک

تـمـاس رـایـگـان

۹۰۰۰ ۰۰۰۰

بـدون نـیـاز بـه کـد

www.asiatech.ir

مـرکز دـادـه اـسـیـا تـک
payam data center

آسیاتک
asiatech



صاحب امتیاز و مدیرمسئول:

مسعود فاتح

رئیس شورای سیاست گذاری:

دکتر مهدی ادیبان

مشاوران مدیرمسئول:

دکتر داوود ادیب، فرامرز رستگار، دکتر مهدی

فقیهی، فریبرز نژاددادگر، فریبرز ایرانی، علی

شربانی، مهران ارشادی فر، دکتر مسعود ظهراپی

و نیما فاتح

سر دبیر:

مونا ارشادی فر

دبیر تحریریه:

زهره طاهری

۲۴
گفت و گوی ویژه
پستی‌ها زیر بمباران هم
خدمت‌رسانی را متوقف نکردند



۱۰
سرمقاله
از نامه‌های کاغذی تا اقتصاد
دیجیتال؛ پست در مسیر یک
تحول بزرگ



۳۰
زیر ذره بین
رشد ۲۰ درصدی
پروژه «جی‌نف»
در دوران جنگ



۱۱
یادداشت ماه
لزوم بازتعریف نقش خدمات
پستی در تحول دیجیتال
کشور



۳۲
همراه با اپراتورها
مبین‌نت؛ اپراتور ارائه‌دهنده
پیامک هوشمند، مکان محور
و انبوه



۱۴
گام نخست
«شریان‌های حیاتی دیجیتال»؛
تقویت تاب‌آوری در جهانی
متصل



۳۵
گزارش ویژه
خسارت ۳۲۵ میلیون دلاری
جنگ رمضان به دانش‌بنیان‌ها



۱۶
یک گام به جلو
پایداری خدمات پستی؛
زیرساخت اقتصاد دیجیتال
تعطیل بردار نیست



۳۶
داخل گود
چگونه تحول دیجیتال رشد را
تقویت و ریسک‌های جدیدی
ایجاد می‌کند؟



۱۸
کنکاش
پاسخ «۱۹۳» به شایعات
تعطیلی پست: توزیع
مرسولات متوقف نشد



5
ITU
Theme
2026



۲۰
گفت و گوی ویژه
الگوی «صنعت بیمه» در
مسیر بلوغ بخش صنعت
پست



همکاران این شماره:

سارا استوار و حمزه فاتح

عکاس‌ها:

سهند بیژن نیا و مهسا شریفی نیا

روابط عمومی و امور مشترکین:

سحر حسینی

صفحه آرایی و طرح روی جلد:

سمیرا علی‌دادی

با تشکر از:

دکتر محمدرضا عارف، دکتر سیدستار هاشمی،

دکتر محمداحمدی، دکتر وحید یزدانیان، دکتر محمدمحسن

صدر، دکتر بهزاد اکبری، دکتر مجتبی مرادی نوری، دکتر

علیرضا عبداللهی نژاد، مهدی مقصودی، محمد جعفرپور،

دکتر محمد مهدی تقی پور، دکتر داوود زارعیان، فردخت

شاه حسینی، محمدرضا بیدخام، مجید ذوقی، دکتر صادق

عباسی شاهکوه، حسین ریاضی، رضا خلیلی، محمدعلی

یوسفی زاده، حامد حکاکان، دکتر سعید عسکری،

حسین مهدوی، میثم مدنی، دکتر امیر کیهان، مهرداد

میراسماعیلی، سعید کیایی، دکتر سپیده عابدینی، محمد

جابری و محسن ابوتی مهریزی

امور آماده سازی و چاپ:

چاپخانه پیمان نوآندیش

نشانی چاپخانه:

تهران، پیچ شمیران، خیابان بهار، خیابان سمیه،

پلاک ۵۸، طبقه زیر همکف

تلفن: ۰۹۱۲۲۴۳۸۳۲۴ - ۸۸۸۴۴۶۶۳

ناظر فنی چاپ: محمد علی ملتی

نشانی ماهنامه:

انتهای بلوار کشاورز - خیابان دکتر قریب

خیابان فرصت شیرازی - پلاک ۱۰۸ - واحد ۱۷

کد پستی ۱۴۱۹۹۶۳۳۷۹

امور بازرگانی: ۰۹۱۲۸۲۱۶۶۵۸

تلفن: ۶۶۵۹۲۵۷۳

دورنگار: ۶۶۹۳۶۰۷۶

وب سایت: www.4Gnews.ir

پست الکترونیک: info@4Gnews.ir

نقل مطالب با ذکر منبع بلامانع است. ماهنامه در تخلص مطالب دریافتی آزاد است. آماده دریافت مقالات و دیدگاه‌های نویسندگان، کارشناسان و پژوهشگران هستیم. دیدگاه‌ها و تحلیل‌های دریافتی از نویسندگان لزوماً بیانگر دیدگاه‌های ماهنامه نسل چهارم نیست.



از نامه‌های کاغذی تا اقتصاد دیجیتال؛ پست در مسیر یک تحول بزرگ



عمومی کشور محسوب می‌شود. از ارسال کالا و اسناد گرفته تا پشتیبانی از تجارت الکترونیک، خدمات دولتی، ارتباطات بین‌شهری و حتی حفظ جریان اقتصادی در بسیاری از مناطق، همه و همه به عملکرد این شبکه وابسته‌اند. به همین دلیل هرگونه تحول در شرکت پست می‌تواند تأثیری فراتر از یک سازمان دولتی داشته باشد و مستقیماً بر زندگی روزمره مردم و فضای اقتصادی کشور اثر بگذارد. امروز، بیش از هر زمان دیگری، ضرورت حمایت از برنامه‌های تحول‌محور در شرکت پست احساس می‌شود.

تجربه کشورهای مختلف جهان نشان داده است که شرکت‌های پستی، در صورت حرکت به سمت فناوری، داده‌محوری، لجستیک هوشمند و خدمات دیجیتال، می‌توانند به بازیگران مهم اقتصاد نوین تبدیل شوند. ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست و شرکت پست می‌تواند با تکیه بر ظرفیت انسانی، گستردگی شبکه و موقعیت راهبردی خود، نقش پررنگ‌تری در اقتصاد دیجیتال کشور ایفا کند.

در این میان، نقش مدیران تخصص‌گرا و تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر برنامه، اهمیتی دوچندان دارد. آنچه در ماه‌های گذشته مشاهده شد، تلاش برای فاصله گرفتن از نگاه صرفاً سنتی و حرکت به سمت مدل‌های جدید مدیریتی بود؛ مسیری که اگرچه با موانع و چالش‌هایی همراه است، اما می‌تواند آینده متفاوتی برای این مجموعه رقم بزند.

بدون تردید، ادامه این مسیر نیازمند حمایت، ثبات مدیریتی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و اعتماد به نیروهای متخصص داخلی است. شاید بتوان گفت مهم‌ترین دستاورد سال گذشته برای شرکت ملی پست، صرفاً اعداد و شاخص‌های مالی نبود، بلکه بازگشت امید به امکان تحول در مجموعه‌ای بود که سال‌ها بسیاری آن را گرفتار روزمرگی می‌دانستند.

همین تغییر نگاه، می‌تواند نقطه آغاز مسیری بزرگ‌تر باشد؛ مسیری که در نهایت نه تنها به سوددهی، بلکه به تبدیل شدن پست به یکی از زیرساخت‌های کلیدی اقتصاد دیجیتال کشور منجر شود.

در این شماره از ماهنامه «نسل چهارم» تلاش کرده‌ایم تصویری دقیق‌تر از وضعیت امروز و چشم‌انداز آینده شرکت ملی پست ارائه دهیم؛ مجموعه‌ای که در میانه فشارهای اقتصادی، بحران‌های منطقه‌ای و تحولات سریع فناوری، همچنان یکی از مهم‌ترین شریان‌های خدمت‌رسانی کشور به شمار می‌رود.

در همین راستا، با مدیرعامل شرکت ملی پست و همچنین سایر مدیران کلیدی این مجموعه به گفت‌وگو نشستیم تا از نزدیک، درباره برنامه‌های تحول، چالش‌های پیش‌رو، مسیر هوشمندسازی خدمات، آینده لجستیک پستی و نقش این شرکت در اقتصاد دیجیتال کشور سخن بگویند؛ گفت‌وگوهایی که می‌تواند تصویری روشن‌تر از آینده پست ایران و مسیری که این مجموعه در حال پیمودن آن است، پیش روی مخاطبان قرار دهد.

شرکت ملی پست، تنها یک مجموعه خدماتی یا یک شبکه توزیع مرسولات نیست؛ پست، بخشی از حافظه مشترک نسل‌های مختلف مردم ایران است. سال‌ها پیش، زمانی که هنوز خبری از پیام‌رسان‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات لحظه‌ای نبود، این نامه‌ها و کارت‌پستال‌ها بودند که احساسات، خبرها، دل‌تنگی‌ها و خاطرات را میان شهرها و حتی میان کشورها جابه‌جا می‌کردند. روزگاری که رسیدن یک نامه، اتفاقی مهم در خانه‌ها بود؛ نامه‌ای که گاهی بوی غربت می‌داد، گاهی خبر سلامتی عزیزان را می‌آورد و گاهی تنها دلخوشی خانواده‌ای بود که چشم‌انتظار خبری از راه دور مانده بودند.

پست در تمام آن سال‌ها، پلی میان آدم‌ها بود؛ پلی برای حفظ ارتباط، انتقال احساس و ایجاد امید. شاید به همین دلیل است که نام پست، هنوز هم برای بسیاری از مردم با حس اعتماد، خاطره و اطمینان همراه است. با گذشت زمان و تغییر شکل ارتباطات، ماهیت خدمات پستی نیز تغییر کرد، اما نقش اصلی آن همچنان باقی ماند؛ ایجاد ارتباط میان مردم، کسب‌وکارها و خدمات عمومی.

امروز دیگر شاید نامه‌های دست‌نویس کمتر شده باشند، اما جای آن را میلیون‌ها مرسوله تجارت الکترونیک، خدمات هوشمند، تبادل کالا و زیرساخت‌های ارتباطی گرفته است. در دنیای فناوری و اقتصاد دیجیتال، شرکت‌های پستی در سراسر جهان به بازیگران مهم لجستیک، تجارت آنلاین و خدمات هوشمند تبدیل شده‌اند و شرکت ملی پست ایران نیز از این تحول جدا نیست.

با این حال، این مجموعه سال‌ها با مشکلات ساختاری، زیان انباشته و فرسودگی برخی زیرساخت‌ها مواجه بود؛ شرایطی که باعث شده بود بسیاری، پست را سازمانی سنتی و دور از تحولات روز بدانند، اما در سال گذشته، با حضور مدیریت جدید و آغاز برنامه‌های تحول‌محور، نشانه‌های روشنی از تغییر در این مجموعه قدیمی اما راهبردی دیده شد؛ تغییراتی که بسیاری از کارشناسان آن را آغاز فصل تازه‌ای برای صنعت پست کشور می‌دانند.

در شرایطی که سال‌ها صحبت از زیان انباشته، هزینه‌های بالا و فاصله گرفتن شرکت پست از مدل‌های نوین خدمت‌رسانی مطرح بود، مدیریت جدید تلاش کرد با نگاهی متفاوت، مسیر حرکت این مجموعه را بازتعریف کند.

تمرکز بر هوشمندسازی خدمات، توسعه زیرساخت‌های لجستیکی، بهبود فرایندهای توزیع، افزایش بهره‌وری، استفاده از فناوری‌های نوین و همچنین ایجاد تعامل گسترده‌تر با کسب‌وکارهای دیجیتال و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، بخشی از اقداماتی بود که به تدریج نتایج آن خود را نشان داد.

تا پیش از بحران‌های منطقه‌ای و شرایط جنگی سال گذشته، بسیاری معتقد بودند شرکت پست پس از سال‌ها می‌تواند به نقطه سوددهی نزدیک شود؛ اتفاقی که شاید تا چند سال قبل برای این مجموعه دور از ذهن به نظر می‌رسید، اما درست در میانه این مسیر، وقوع جنگ ۱۲ روزه، وقایع دی ماه و همچنین جنگ رمضان، بخشی از برنامه‌های توسعه‌ای و عملیاتی شرکت را تحت تأثیر قرار داد و شرایطی متفاوت را رقم زد.

فشار بر شبکه حمل‌ونقل، اختلال در برخی زنجیره‌های خدمات، افزایش هزینه‌ها و شرایط خاص کشور باعث شد بخشی از اهداف تعیین شده با تأخیر مواجه شود. با این حال، آنچه بیش از هر چیز در این دوران اهمیت پیدا کرد، استمرار خدمت‌رسانی بود؛ مسئله‌ای که شرکت ملی پست توانست در آن عملکرد قابل توجهی از خود به نمایش بگذارد.

در روزهایی که بسیاری از خدمات دچار اختلال شده بودند، شبکه پستی کشور تلاش کرد ارتباط خود را با مردم حفظ کند و خدمات‌رسانی را متوقف نکند. شاید همین مسئله باعث شد نگاه بخشی از جامعه و حتی کارشناسان نسبت به جایگاه واقعی پست تغییر کند؛ چرا که در روزهای بحران، اهمیت زیرساخت‌های ارتباطی و لجستیکی بیش از هر زمان دیگری آشکار می‌شود.

پست تنها یک مجموعه توزیع مرسولات نیست؛ بلکه بخشی از شریان خدمات



لزوم باز تعریف نقش خدمات پستی در تحول دیجیتال کشور

از «توزیع کننده مرسوله» تا «بازوی هوشمند اتصال فیزیکی به دیجیتال»

با پایان عصر پست سنتی در دنیای امروز که در آن مرز میان جریان‌های فیزیکی و جریان‌های اطلاعاتی در حال محو شدن است، نگاه سنتی به خدمات پستی - یعنی صرفاً جابجایی اسناد و بسته از نقطه‌ای به نقطه دیگر - دیگر نه تنها ناکارآمد، بلکه مانعی برای توسعه اقتصادی است. ما در آستانه یک پارادایم جدید هستیم؛ جایی که «پست» دیگر یک صنعت خدماتی جانبی نیست، بلکه ستون فقرات «اقتصاد دیجیتال» و زیرساخت حیاتی «دولت هوشمند» محسوب می‌شود. برای عبور از شکاف دیجیتال و تحقق توسعه پایدار، باز تعریف نقش خدمات پستی در ایران، ضرورتی است که از دل اسناد بالادستی و تغییرات جهانی برآمده است.



* ۲) مدیریت سکوی داده‌های توزیع: پست باید به عنوان حلقه وصل در «سکوی ملی توزیع»، داده‌های مربوط به حرکت کالا را با استانداردهای جهانی مانند (GNAF) مدیریت کند تا شفافیت در زنجیره تأمین و توزیع کالا (از مزارع تا بازارهای صنعتی) محقق شود.

* ۳) بازاری اجرایی دولت الکترونیک: دولت‌ها برای اینکه بتوانند خدمات خود را به صورت مستقیم و امن به دست شهروندان برسانند، به یک «لجستیک قابل اعتماد» نیاز دارند. پست با بهره‌گیری از زیرساخت‌های دیجیتال خود، می‌تواند بستری برای تحویل امن اسناد رسمی، کارت‌های هوشمند و خدمات دولتی فراهم کند که در آن، «جریان کالا» و «جریان داده» با هم، هم‌گام هستند.

چالش تنظیم‌گری

یکی از کلیدی‌ترین نکات در این مسیر، وجود یک «تنظیم‌گر» تخصصی هوشمند است. برای اینکه این تحول منجر به پویایی اقتصادی شود، نهاد تنظیم‌گر باید مرزهای فعالیت بازیگران مختلف این زیست بوم را شفاف نماید. وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ضمن تقویت نظام تنظیم‌گری اختصاصی برای صنعت پست کشور، تضمین کند که تمامی بازیگران (اعم از کاروران خصوصی پست، شرکت‌های لجستیک خصوصی، استارت‌آپ‌های تجارت الکترونیک و صنایع دیگر) می‌توانند با استفاده از زیرساخت‌های ملی (مانند شناسه یکتای پستی و سکوی توزیع)، به شکلی عادلانه و رقابتی در بازار فعالیت کنند.

نتیجه‌گیری

رفتن به سوی آینده‌ای با لجستیک هوشمند و تحول دیجیتال در بخش پستی، یک انتخاب نیست؛ یک ضرورت برای بقا در اقتصاد جهانی است. ما با ترکیب قدرت زیرساخت فیزیکی شرکت ملی پست، استانداردهای جهانی GNAF، و چارچوب‌های قانونی برنامه هفتم و مدیریت داده‌ها، در حال ساختن مسیری هستیم که در آن «نشانی»، تنها یک کلمه نیست، بلکه یک «هویت دیجیتال» است که اقتصاد، صنعت و کشاورزی را به هم پیوند می‌دهد. اگر بتوانیم این باز تعریف نقش را به درستی پیاده‌سازی کنیم، پست ایران از یک خدمت سنتی، به قلب تپنده اقتصاد دیجیتال کشور تبدیل خواهد شد؛ جایی که در آن، کالاها با هوشمندی حرکت می‌کنند و داده‌ها با دقت، آینده را می‌سازند.

بیان ضرورت‌ها در سایه اسناد بالادستی

قانون برنامه هفتم نشان می‌دهد که از نگاه سیاستگذاران اقتصاد دیجیتال، تحول خدمات پستی ایران، یک تصمیم سلیقه‌ای نیست، بلکه یک الزام قانونی است. «قانون برنامه هفتم پیشرفت کشور» در بند ۵ از فراز ماده ۴۸، با نگاهی آینده‌نگرانه، مسیر تحول را با تأکید بر ایجاد «شناسه یکتای پستی» و «سکوی ملی توزیع» ترسیم کرده است. این قانون به صراحت می‌گوید که ما نیازمند یک سامانه مکان‌محور هستیم که بتواند از تجارت الکترونیک گرفته تا کالاهای راهبردی صنعتی و محصولات کشاورزی را با دقت بالا ردیابی کند.

اما این تحول زمانی معنا پیدا می‌کند که با «قانون مدیریت داده و اطلاعات ملی» پیوند بخورد. در عصر حاضر، «داده» نفت قرن بیست و یکم است. وقتی یک مرسوله جابجا می‌شود، مجموعه‌ای از داده‌های ارزشمند (موقعیت مکانی، محتوی بسته، الگوی مصرف، زنجیره تأمین و غیره) تولید می‌شود. اگر این داده‌ها در یک سکوی ملی و استاندارد ذخیره و مدیریت نشوند، ما از یک ثروت عظیم اطلاعاتی چشم‌پوشی کرده‌ایم. بنابراین، پست باید از یک «انباردار کالا» به یک «مدیر داده‌های توزیع» تبدیل شود که ضمن رعایت حریم خصوصی، مسیر هوشمندسازی اقتصاد را هموار می‌کند.

همچنین، قوانین متعددی در کشور ضرورت ایجاد یک نظام کدگذاری دقیق و یکپارچه، و تشکیل پایگاه اطلاعات نشانی مکان محور (GNAF) و بهره‌برداری گسترده از آن را مورد تأکید قرار داده‌اند. بدون یک کدپستی هوشمند و مکان‌محور، تجارت الکترونیک دچار آشفتگی شده، هزینه‌های لجستیک و خطای توزیع افزایش خواهد یافت.

نگاه جهانی

این تغییر رویکرد به روایت جدید اتحادیه پستی جهانی (UPU) در سطح بین‌المللی، کاملاً اثبات شده است. گزارش‌های اخیر این اتحادیه نشان می‌دهد که نقش پست در توسعه اقتصاد دیجیتال، از «تحویل بسته» به «تسهیل تجارت» تغییر یافته است. اتحادیه پستی جهانی تأکید دارد که پست‌های پیشرو در جهان، اکنون نقش «میان‌برهای دیجیتال» را ایفا می‌کنند؛ یعنی همان زیرساختی که بسترهای پرداخت، هویت دیجیتال و لجستیک هوشمند را به خانه‌های شهروندان متصل می‌کند. در واقع، پست در اقتصاد دیجیتال، تسهیل‌کننده عملیات آخرین مایل (تحویل مرسوله) که در آن تمام فرآیندهای پیچیده دیجیتالی را به واقعیت فیزیکی در زندگی روزمره انسان‌ها تبدیل می‌کند.

باز تعریف نقش شرکت ملی پست

در عصر هوشمند کنونی با در نظر گرفتن تمامی این مولفه‌ها، نقش تاریخی پست به عنوان بازوی خدمت‌رسانی دولت، با یک ضرورت راهبردی روبرو است: شرکت ملی پست باید از یک «کارور لجستیک» به یک «سکوی هوشمند زیرساختی» تبدیل شود. این نقش جدید شرکت ملی پست را می‌توان در سه حوزه تعریف کرد:

* ۱) مدیریت درگاه هوشمند شناسایی مکان: پست باید مدیریت صدور شناسه یکتای پستی را بر عهده بگیرد که نه تنها برای نشانی، بلکه به عنوان یک «شناسه دیجیتال مکانی» برای صنایع، کشاورزان و کسب‌وکارها عمل کند.



امانت‌داران روزهای واهمه؛ وقتی صدای زنگ در، بوی زندگی می‌داد

در حالی که اقتصاد دیجیتال زیر ضربات سنگین قطع اینترنت و ناامنی دست‌وپا می‌زد، این لشکر پیاده‌نظام پست بود که بار ناتوانی زیرساخت‌ها را به دوش کشید.



منصفانه نیست که تمام این فداکاری‌ها، پشت دیواری از شکایات و نارضایتی‌های مردمی پنهان شود.

در همان دیدارهای حضوری، وقتی به سراغ سیستم‌های ثبت شکایات رفتیم، با گلایه‌هایی روبرو شدیم که بخشی از آن‌ها کاملاً به حق بود. تأخیر در ارسال، آسیب‌دیدگی برخی بسته‌ها و گاهی عدم پاسخگویی مناسب در برخی باجه‌ها، سوهان اعصاب مردمی شده است که خودشان تحت فشار روانی بحران هستند. حقیقت این است که نمی‌توان از یک نیروی انسانی خسته و ابزاری فرسوده، توقع معجزه همیشگی داشت. سازمان پست باید بپذیرد که «ایثار کارکنان» نباید بهانه‌ای برای «کاهش کیفیت ساختاری» شود. شکایاتی که امروز از سوی مردم مطرح می‌شود، عمدتاً ریشه در تکنولوژی قدیمی و فرآیندهای دستی دارد که دیگر جوابگوی حجم عظیم تجارت الکترونیک نیست. وقتی سیستم رهگیری مختل می‌شود یا تفکیک مرسولات هنوز با خطای انسانی همراه است، یعنی سازمان نتوانسته پایه پای «تعهد کارمندان» رشد کند.

ما می‌دانیم که پست در زمان جنگ، قهرمان گمنام ارتباطات بود. ما دیدیم که وقتی همه جا بسته بود، کیسه‌های زرد و آبی پست در کوچه‌ها جاری بودند. اما امروز، در دوران گذار، مطالبه ما شفاف است: شرکت ملی پست باید قدر این بدنه نجیب را بداند و با سرمایه‌گذاری جدی روی هوشمندسازی، درصد خطا را به حداقل ممکن برساند. حق آن پستچی که در زیر باران و میان واهمه جنگ، امانت مرا به مقصد رساند، این نیست که به خاطر ضعف سیستم‌های نظارتی یا مدیریتی، مورد بی‌مهری و شکایت شهروندان قرار بگیرد.

ما به پست مدیونیم، بابت تمام لحظاتی که پل ارتباطی ما با جهان فیزیکی باقی ماند؛ اما شرکت پست هم به مردم و هم به کارکنانش مدیون است؛ مدیون خدماتی که باید به همان اندازه که «دلی» است، «دقیق» و «حرفه‌ای» هم باشد.

پایان سخن اینکه، اصلاح فرآیندهای رسیدگی به شکایات و کاهش خطاهای عملیاتی، نه یک انتخاب، بلکه تنها راه صیانت از آبروی مردانی است که با کمترین حقوق، بیشترین غیرت را در روزهای سخت از خود نشان دادند. می‌بوسیم تا یادمان بماند، در روزهایی که آسمان تیره بود، این زنگ در خانه‌ها بود که خیر از ادامه زندگی می‌داد.

به امید روزی که سرعت و دقت ماشین، در کنار شرافت انسان، پست ایران را به جایگاه واقعی‌اش برساند.

هنوز طنین لرزان آژیرها در گوشم بود و بوی غبار و دود، هوای بهار ۱۴۰۵ را سنگین کرده بود. آن روزها که «جنگ رمضان» سایه‌اش را بر سر ثانیه‌هایمان انداخته بود و عدم قطعیت، تنها چیزی بود که با قطعیت حس می‌کردیم، خانه‌هایمان به قلعه‌های کوچکی بدل شده بود که در آن منتظر خبری، نشانه‌ای یا نوری بودیم. درست در یکی از همان روزهای پُر التهاب که حتی دنیای مجازی هم زیر بار اختلالات کمر خم کرده بود، صدای زنگ خانم بلند شد.

با تردید در را باز کردم و پشت در، مردی را دیدم با کلاه ایمنی خاک‌آلود و لبخندی که خستگی چندساله در گوشه‌اش جا خوش کرده بود. او یک «پستچی» بود. بسته‌ای را به دستم داد که شاید در آن لحظه حیاتی نبود، اما برای من، بوی تداوم زندگی را می‌داد. او آمد، در حالی که خیلی‌ها نیامده بودند. او ماند، در حالی که خیلی‌ها رفته بودند.

این تجربه شخصی، جرقه‌ای شد تا از پشت میز تحریر به بلند شوم و به قلب ماجرا بروم. به باجه‌ها، به سالن‌های تجزیه و مبادلات و به میان مردانی که در سکوت، شریان‌های حیاتی این سرزمین را زنده نگه داشته‌اند. من با آن‌ها هم کلام شدم؛ با کسانی که نامه‌رسان روزهای بحران بودند.

در گفتگوهای حضوری‌ام با کارکنان بخش عملیاتی، چیزی را دیدم که در هیچ آمار و ارقامی نمی‌گنجد: «شرافت کاری». مردانی را دیدم که صادقانه از فیش‌های حقوقی‌شان می‌گفتند؛ ارقامی که با واقعیت تلخ تورم و هزینه‌های زندگی، فرسنگ‌ها فاصله دارد. یکی از آن‌ها که مو سپید کرده این راه بود، می‌گفت: «سارا خانم، باور کن گاهی هزینه بنزین موتورمان هم از جیب می‌رود، اما وقتی می‌دانم در این بسته، داروی یک بیمار یا سند خانه یک پیرزن است، نمی‌توانم در خانه بمانم.»

در روزهای جنگ، شرکت پست از محدود سازمان‌هایی بود که چراغ‌هایش خاموش نشد. در حالی که اقتصاد دیجیتال زیر ضربات سنگین قطع اینترنت و ناامنی دست‌وپا می‌زد، این لشکر پیاده‌نظام پست بود که بار ناتوانی زیرساخت‌ها را به دوش کشید. آن‌ها ماندند، نه به خاطر پادشاه‌های نجومی که اصلاً وجود نداشت، بلکه به خاطر عهدی که با مردم بسته بودند. درصد بسیار ناچیزی از این بدنه کار را رها کردند و مابقی، با تمام وجود در صحنه ماندند. این یعنی ما با یک «سرمایه انسانی» بی‌نظیر روبرو هستیم که قدرش آن‌طور که باید، دانسته نشده است، اما این سکه درخشان، روی دیگری هم دارد که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد.



فرصت باز آفرینی شبکه ملی اطلاعات؛ گامی به سوی تاب آوری پایدار

شبکه ملی اطلاعات باید بستری امن و پایدار برای تداوم خدمات حیاتی کشور در تمامی شرایط فراهم آورد؛ از اختلالات داخلی گرفته تا بحران‌های ناشی از تحولات ژئوپلیتیکی.



فعالیت‌های اقتصادی را مختل می‌کند؛ از این رو، لازم است به پیامدهای فیلترینگ کور نیز با نگاهی دقیق‌تر و واقع‌بینانه توجه شود.

نگاه مهم، مدیریت هوشمند ترافیک در شرایط بحرانی است. شبکه باید بتواند میان ترافیک حیاتی، مانند خدمات بانکی، درمانی و امدادی، و ترافیک غیرحیاتی تمایز قائل شده و اولویت‌بندی مناسبی اعمال کند. تحقق این امر مستلزم طراحی سناریوهای از پیش تعریف‌شده، بهره‌گیری از ابزارهای کنترلی پیشرفته و آمادگی عملیاتی در سطح ملی است؛ در غیر این صورت، حتی ظرفیت‌های موجود نیز به‌درستی مدیریت نخواهند شد.

در همین حال باید بر ضرورت حکمرانی یکپارچه تأکید کرد. شبکه ملی اطلاعات صرفاً یک پروژه فنی نیست، بلکه طرحی ملی با ابعاد اقتصادی، امنیتی و اجتماعی است. نبود یک مرکز فرماندهی هماهنگ در شرایط بحران می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های متناقض، اتلاف منابع و کاهش اثربخشی منجر شود.

در کنار این موارد، «هزینه‌های خطای راهبردی» کمتر مورد توجه بوده است. تبعات اشتباهات سیاست‌گذاری و اجرای نادرست این شبکه نباید بر دوش مردم، فعالان اقتصادی و صنعتگران قرار گیرد. کاستی‌های زیرساختی مستقیماً خود را در قالب اختلال در کسب‌وکار، کاهش بهره‌وری و زیان‌های مالی نشان می‌دهد؛ در حالی که مسئولیت این خطاها در سطح سیاست‌گذاری تعریف می‌شود، نه در سطح جامعه.

«تاب‌آوری» حاصل رویکردی بلندمدت، برنامه‌ریزی راهبردی و سرمایه‌گذاری مستمر است، نه واکنشی مقطعی. زیرساختی که تنها برای شرایط عادی طراحی شده باشد، در شرایط بحرانی کارآمد نخواهد بود. از این رو، تجربه‌های اخیر باید فرصتی برای بازنگری جدی در مسیر توسعه شبکه ملی اطلاعات تلقی شود.

در نهایت، اگر این شبکه قرار است به معنای واقعی «ملی» باشد، باید هم‌زمان سه ویژگی کلیدی را محقق سازد:

۱. استقلال عملکردی
۲. پایداری در شرایط بحران
۳. کارآمدی در ارائه خدمات

تحقق این سه‌گانه، نیازمند تصمیم‌گیری‌های شجاعانه، تخصیص هدفمند منابع و فاصله گرفتن از رویکردهای کوتاه‌مدت و واکنشی است؛ در غیر این صورت، بحران‌های آینده صرفاً تکرار تجربه‌های پرهزینه امروز خواهند بود، بی‌آنکه به اصلاحی ماندگار بینجامند.

با نگاهی به عملکرد شبکه ملی اطلاعات، باید بر ضرورت بازتعریف و اصلاح بنیادین آن تأکید کرد؛ چراکه به‌نظر می‌رسد ذهنیت منفی شکل‌گرفته پیرامون این شبکه، حاصل کاستی‌هایی است که بدون بازنگری جدی در ماهیت و کارکرد آن برطرف نخواهد شد. کارآمدی واقعی هر زیرساخت ملی، نه در شرایط عادی، بلکه در بزنگاه‌های بحران سنجیده می‌شود؛ جایی که میزان آمادگی، انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری یک سیستم در عمل به آزمون گذاشته می‌شود.

آنچه در تجربه‌های سال گذشته از عملکرد این شبکه مشاهده شد، صرفاً یک اختلال گذرا نبود، بلکه نشانه‌ای از چالش‌هایی عمیق‌تر در سه سطح کلیدی «طراحی معماری»، «نظام حکمرانی» و «درک مفهوم تاب‌آوری دیجیتال» است. از این منظر، این رخداد بیش از آنکه یک خطای اجرایی باشد، بازتابی از نارسایی‌های ساختاری و راهبردی انباشته در طول زمان است.

در تعریف دقیق، شبکه ملی اطلاعات باید بستری امن و پایدار برای تداوم خدمات حیاتی کشور در تمامی شرایط فراهم آورد؛ از اختلالات داخلی گرفته تا بحران‌های ناشی از تحولات ژئوپلیتیکی. با این حال، شواهد حاکی از آن است که این شبکه در زمان بحران، خود را در قالب افت کیفیت خدمات و ناپایداری گسترده نشان می‌دهد.

برداشت نادرست از مفهوم «استقلال» باعث بروز مشکل مفهومی شده است، استقلال به معنای انزوا یا فیلترینگ کور نیست، بلکه به معنای «توان استمرار فعالیت در صورت اختلال یا قطع ارتباطات بین‌المللی» است. عدم تفکیک این دو مفهوم می‌تواند سیاست‌گذاری را به سمت رویکردهای افراطی و ناکارآمد سوق دهد و به‌جای تقویت زیرساخت، محدودیت‌های غیرضروری ایجاد کند.

از منظر فنی، نخستین گام اصلاحی، بازنگری در معماری شبکه با تأکید بر توزیع‌گرایی است. تمرکز بیش از حد در نقاط محدود، یکی از عوامل اصلی آسیب‌پذیری در برابر تهدیدات محسوب می‌شود. توسعه مراکز داده در نقاط مختلف جغرافیایی، ایجاد مسیرهای ارتباطی جایگزین و تقویت نقاط تبادل ترافیک داخلی، از جمله اقداماتی است که می‌تواند تاب‌آوری شبکه را به‌طور معناداری افزایش دهد.

تقویت زیرساخت به‌تنهایی کافی نیست. لایه خدمات، به‌ویژه خدمات عمومی پرکاربرد، نقشی تعیین‌کننده در پایداری زیست‌بوم دیجیتال دارد. در شرایطی که بخش بزرگی از نیازهای روزمره مردم و کسب‌وکارها به پلتفرم‌های خارجی وابسته باشد، هرگونه اختلال در دسترسی به این پلتفرم‌ها مستقیماً زندگی روزمره و

اتحادیه بین‌المللی مخابرات از شعار روز جهانی ارتباطات و جامعه اطلاعاتی ۲۰۲۶ رونمایی کرد؛

«شریان‌های حیاتی دیجیتال؛ تقویت تاب‌آوری در جهانی متصل»



ITU THEME 2026

DIGITAL LIFELINES:

STRENGTHENING RESILIENCE IN A CONNECTED WORLD



و مراکز داده. هرگونه اختلال در این سامانه‌ها می‌تواند پیامدهایی فوری و گسترده برای دولت‌ها، کسب‌وکارها و میلیون‌ها نفر در سراسر جهان به همراه داشته باشد. در سال‌های اخیر، حوادث بزرگ سایبری و قطعی‌های گسترده شبکه، شکنندگی زیرساخت‌های دیجیتال را آشکار کرده‌اند. حملاتی که زیرساخت‌های حیاتی را هدف قرار داده‌اند، اختلال در خدمات ابری و آسیب‌های فیزیکی به کابل‌های ارتباطی زیردریایی، همگی باعث شده‌اند درخواست‌ها برای تقویت امنیت سایبری و ایجاد شبکه‌های ارتباطی مقاوم‌تر افزایش یابد. هم‌زمان، بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله، طوفان و آتش‌سوزی‌های گسترده نیز تهدیدی جدی برای سامانه‌های مخابراتی در مناطق آسیب‌پذیر محسوب می‌شوند.

ITU همچنین تأکید کرده که مفهوم تاب‌آوری دیجیتال را نمی‌توان از شمول دیجیتال جدا کرد، در حالی که برخی کشورها به سرعت در حال توسعه فناوری‌هایی مانند 5G، هوش مصنوعی و اینترنت ماهواره‌ای هستند، هنوز جمعیت زیادی در جهان از دسترسی پایدار و قابل اعتماد به اینترنت محروم‌اند. این سازمان معتقد است تاب‌آوری دیجیتال جهانی تنها زمانی محقق می‌شود که همه جوامع به ارتباطی امن، مقرون‌به‌صرفه و پایدار دسترسی داشته باشند.

تحلیلگران صنعت فناوری معتقدند این شعار همچنین بازتاب‌دهنده اهمیت روزافزون ژئوپلیتیکی زیرساخت‌های دیجیتال است. کابل‌های زیردریایی، مراکز داده، سامانه‌های ماهواره‌ای و تأسیسات رایانش ابری، بیش از گذشته به دارایی‌های راهبردی تبدیل شده‌اند و دولت‌ها سرمایه‌گذاری‌های سنگینی برای حفاظت از زیرساخت‌های ارتباطی ملی خود در برابر تهدیدات سایبری و فیزیکی انجام می‌دهند.

روز جهانی ارتباطات و جامعه اطلاعاتی هر سال در ۱۷ می برگزار می‌شود و هدف آن افزایش آگاهی نسبت به فرصت‌ها و چالش‌های ناشی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است.

ITU اعلام کرده در قالب کارزار ۲۰۲۶، از دولت‌ها، شرکت‌های فناوری و سازمان‌های بین‌المللی خواهد خواست همکاری‌های خود را تقویت کرده، در زیرساخت‌های تاب‌آور سرمایه‌گذاری کنند و سیاست‌هایی تدوین کنند که شبکه‌های ارتباطی حتی در شرایط بحران نیز عملیاتی باقی بمانند.

این سازمان معتقد است ایجاد سامانه‌های دیجیتال تاب‌آور نقشی کلیدی در شکل‌دهی آینده اقتصاد جهانی، تقویت اعتماد عمومی به فناوری و تضمین تداوم اتصال جوامع در مواجهه با بحران‌های بزرگ خواهد داشت.

اتحادیه بین‌المللی مخابرات شعار رسمی روز جهانی ارتباطات و جامعه اطلاعاتی ۲۰۲۶ را با عنوان «شریان‌های حیاتی دیجیتال؛ تقویت تاب‌آوری در جهانی متصل» اعلام کرد؛ شعاری که بر ضرورت فوری ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال امن، قابل اعتماد و تاب‌آور در برابر تهدیدات فزاینده سایبری، بلایای طبیعی و اختلالات فناوری جهانی تأکید دارد.

این اعلام در شرایطی صورت می‌گیرد که کشورهای جهان بیش از هر زمان دیگری برای ارائه خدمات حیاتی، از بانکداری و سلامت گرفته تا حمل‌ونقل، آموزش، مدیریت بحران و خدمات دولتی، به اتصال دیجیتال وابسته شده‌اند. به گفته ITU، شبکه‌های ارتباطی دیگر صرفاً سامانه‌های سنتی مخابراتی نیستند، بلکه اکنون به زیرساخت‌های حیاتی تبدیل شده‌اند که ستون فقرات اقتصادها و جوامع مدرن را تشکیل می‌دهند.



دورین بوگدان-مارتین، دبیرکل ITU، تأکید کرده است که اتصال دیجیتال قابل اعتماد دیگر تنها یک مزیت یا ابزار رفاهی نیست، بلکه ضرورتی برای ثبات اقتصادی، امنیت عمومی و تاب‌آوری اجتماعی به شمار می‌رود. این سازمان می‌گوید انتخاب شعار ۲۰۲۶ بازتاب‌دهنده نگرانی فزاینده جهانی نسبت به آسیب‌پذیری سامانه‌های ارتباطی در برابر حملات سایبری، اختلالات زیرساختی، تنش‌های ژئوپلیتیکی و بلایای مرتبط با تغییرات اقلیمی است.

ITU «شریان‌های حیاتی دیجیتال» را زیرساخت جهانی‌ای تعریف می‌کند که جهان را متصل نگه می‌دارد؛ زیرساختی شامل کابل‌های زیردریایی اینترنت، ماهواره‌ها، خدمات ابری، شبکه‌های ارتباطی ثابت و سیار، نقاط تبادل اینترنت



اتحادیه بین‌المللی
مخابرات



17
MAY
2026

27
اردیبهشت
1405

#WTISD

روز جهانی ارتباطات و جامعه اطلاعاتی

شریان‌های دیجیتال

— تقویت تاب‌آوری در جهانی متصل —



“ شبکه‌های دیجیتال، شریان‌های حیاتی عصر ما هستند. آن‌ها ما را به یکدیگر متصل می‌کنند، اقتصادها را به حرکت درمی‌آورند، از خدمات پشتیبانی می‌کنند و جوامع را به ویژه در زمان بحران پایدار نگه می‌دارند. در این روز، باید با یکدیگر برای ساخت زیرساخت‌های دیجیتال امن، فراگیر و تاب‌آور تلاش کنیم تا هیچ‌کس تحت هیچ شرایطی آفلاین نماند.



تاب‌آور

ساخت شبکه‌هایی که در برابر شوک‌ها مقاوم باشند و در زمان‌های حساس، مردم را متصل نگه دارند.



قابل اعتماد

تضمین اتصال پایدار برای خدمات حیاتی، در هر مکان.



امن

حفاظت از شبکه‌ها و داده‌ها برای ایجاد اعتماد در دنیای دیجیتال.



هوشمند

بهره‌گیری از هوش مصنوعی و نوآوری برای پیش‌بینی ریسک‌ها و واکنش سریع‌تر.



فراگیر

کاهش شکاف دیجیتال و فراهم‌سازی دسترسی برای همه.



حمایت از

اهداف توسعه پایدار

CITNA
مرجع تخصصی اخبار فاوا



WWW.CITNA.IR



@citna94



@CITNANEWSAGENCY



citna.ir

پایداری خدمات پستی در شرایط بحرانی؛ زیرساخت اقتصاد دیجیتال تعطیل بردار نیست



و زیرساختی حس کنند.»

پشتیبانی شبانه‌روزی از شبکه ملی پست با مدل «ترکیبی»

معاون فنی و بازرگانی شرکت ملی پست، جزئیات مدیریت تیم‌های فنی و پشتیبانی نرم‌افزاری این شرکت در دوران بحران را تشریح کرد و از مدل تلفیقی «حضور مستقیم» و «دورکاری بر بستر امن اینترنت» برای تضمین پایداری خدمات خبر داد.

امیرحسین کریمی در ادامه این گفتگو در پاسخ به پرسشی پیرامون نحوه فعالیت تیم‌های فنی در شرایط بحرانی، اظهار داشت: «پشتیبانی از نرم‌افزارها و سیستم‌های شبکه ملی پست، به دلیل گستردگی کشوری، تعطیل بردار نیست. ما برای مدیریت این فضا، از یک مدل تلفیقی استفاده کردیم تا هم پروتکل‌های ایمنی رعایت شود و هم پایداری شبکه حفظ گردد.»

وی درباره نحوه استقرار نیروهای متخصص گفت: «بخشی از تیم‌های پشتیبانی نرم‌افزاری و فنی ما به‌صورت حضوری در محل معاونت فناوری شرکت مستقر بودند تا مدیریت مستقیم شبکه سراسری را بر عهده داشته باشند. هم‌زمان، بخش دیگری از متخصصان به دلیل محدودیت‌های موجود، وظایف خود را به‌صورت غیرحضوری انجام می‌دادند.»

کریمی در پاسخ به سؤالی درباره چگونگی حفظ امنیت دسترسی‌ها در زمان دورکاری متخصصان، تصریح کرد: «مدیریت دسترسی‌های امنیتی از راه دور، یکی از حساس‌ترین بخش‌های کار ما بود. این دسترسی‌ها صرفاً در قالب شبکه «اینترنت داخلی» شرکت تعریف شده بود؛ به این معنا که کارشناسان در فضایی کاملاً ایزوله و امن، وظایف پشتیبانی خود را انجام می‌دادند تا امنیت اطلاعات و پایداری سیستم‌های ملی پست با هیچ تهدیدی مواجه نشود.»

معاون مدیرعامل شرکت ملی پست در پایان خاطر نشان کرد که این مدل پشتیبانی ۲۴ ساعته، تضمین‌کننده تداوم خدمات پستی در تمام نقاط کشور، حتی در اوج محدودیت‌ها و بحران‌ها بوده است.

پایداری ۱۰۰ درصدی خدمات پستی در زمان قطعی اینترنت

معاون فنی و بازرگانی شرکت ملی پست فاش کرد که این شرکت با بهره‌گیری از یک معماری سه‌لایه (اینترنت، اینترنت و سامانه آفلاین)، توانسته است در دوران اختلالات ارتباطی، بدون کوچکترین وقفه به خدمت‌رسانی خود در سراسر کشور ادامه دهد.

امیرحسین کریمی در گفتگو با نسل چهارم، در تشریح دلایل پایداری فنی شرکت پست در شرایط بحران اظهار داشت: «طراحی زیرساخت‌های ما به گونه‌ای است که بخش اعظم خدمات بر بستر «اینترنت داخلی» بنا شده است. به همین دلیل، در زمان‌هایی که اینترنت بین‌الملل یا قطعی یا اختلال مواجه شد، ما عملاً هیچ



امیرحسین کریمی، معاون فنی و بازرگانی مدیرعامل شرکت ملی پست، در گفتگو با ماهنامه نسل چهارم با تشریح نقش کلیدی این شبکه در اکوسیستم اقتصادی کشور، اظهار داشت: «تمام برنامه‌ریزی‌ها و تلاش‌های شبکه ملی پست بر این استوار است که در تمام ایام سال و تحت هر شرایطی، خدمات خود را به مشتریان ارائه دهد تا چرخه خدمت‌رسانی به مردم دچار وقفه نشود.»

وی با تأکید بر لزوم پایداری زیرساخت‌های اقتصاد دیجیتال، تصریح کرد: «شرکت ملی پست به‌عنوان بازوی اجرایی تجارت الکترونیک، به گونه‌ای زیرساخت‌های خود را آماده کرده است که حتی در صورت نبود ارتباطات بین‌المللی (اینترنت) و تنها با تکیه بر شبکه داخلی (اینترنت)، فرآیندهای پستی متوقف نشود.»

کریمی در ادامه افزود: «یکی از اولویت‌های اصلی ما، حمایت از کسب‌وکارهای آنلاین و شهروندان است. بر همین اساس، پیش‌بینی‌های لازم صورت گرفته تا در شرایطی که امکان مراجعه حضوری برای مردم فراهم نباشد، خدمات پستی به صورت غیرحضوری و با حداکثر توان در اختیار تمام بخش‌ها قرار گیرد.»

معاون فنی و بازرگانی شرکت ملی پست خاطر نشان کرد: «این شرکت متعهد است که به‌عنوان یک نهاد خدمت‌رسان، در هر وضعیتی، پل ارتباطی میان کسب‌وکارها و مصرف‌کنندگان باقی بماند و اجازه ندهد محدودیت‌های خارجی یا فنی، مانع از گردش کالا و خدمات در سطح کشور شود.»

تغییر معماری شبکه پستی به سمت «خدمات غیرمتمرکز»

معاون فنی و بازرگانی شرکت ملی پست از برنامه‌ریزی برای بازطراحی و توسعه شبکه پستی کشور خبر داد و تأکید کرد که هدف اصلی در آینده، ارائه خدمات به صورت غیرمتمرکز است تا در صورت بروز چالش در یک نقطه، استمرار خدمات در کل شبکه حفظ شود.

امیرحسین کریمی، در گفتگو با نسل چهارم پیرامون برنامه‌های آینده بخش فنی این شرکت اظهار داشت: «توسعه فناوری‌های نوین در بدنه پست با جدیت دنبال می‌شود و اگرچه جزئیات دقیق‌تر این تحولات توسط بخش توسعه فناوری ارائه خواهد شد، اما در لایه استراتژیک، تجدیدنظر در طراحی شبکه در دستور کار قرار گرفته است.»

وی با اشاره به ضرورت افزایش تاب‌آوری شبکه در شرایط بحرانی، تصریح کرد: «یکی از برنامه‌های اصلی ما در طراحی جدید شبکه، حرکت به سمت ارائه خدمات به صورت «غیرمتمرکز» است. این تغییر رویکرد به ما این امکان را می‌دهد که اگر منطقه‌ای یا نقطه‌ای از شبکه دچار چالش، اختلال یا بحران غیرمترقبه شد، کل سیستم دچار ایستایی نشود.»

کریمی خاطر نشان کرد: «با اجرای این طرح توسعه‌ای، شبکه پستی قادر خواهد بود بدون وقفه و با دور زدن نقاط بحرانی، خدمات خود را به صورت مستمر در سایر بخش‌ها ادامه دهد؛ به گونه‌ای که مشتریان کمترین تاثیر را از چالش‌های نقطه‌ای



کریمی در ادامه به نکته‌های حیاتی اشاره کرد و گفت: «پیش‌بینی‌های ما تنها به فضای آنلاین محدود نمی‌شود. در لایه سوم، حتی اگر تمام زیرساخت‌های ارتباطی کشور (اینترنت و اینترنت) از دسترس خارج شوند، واحدهای پستی ما مجهز به سیستم‌های «آفلاین» هستند. این یعنی خدمات قبول و ارسال مرسولات در هیچ نقطه‌ای از کشور متوقف نخواهد شد و ما تا آخرین لایه، پایداری خدمت به مشتری را تضمین کرده‌ایم.»

معاون مدیرعامل شرکت ملی پست تأکید کرد: «هدف از این طراحی سه‌لایه این است که در هیچ شرایطی، چه در بحران‌های فنی و چه در اختلالات زیرساختی، ارائه خدمات پستی به شهروندان و کسب‌وکارهای کشور دچار وقفه نشود.»

📍 پایداری کامل شبکه ملی پست در جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان

معاون فنی و بازرگانی شرکت ملی پست از آمادگی کامل زیرساخت‌های این شرکت در دوران «جنگ رمضان» و «جنگ ۱۲ روزه» خبر داد و تأکید کرد که با پیش‌بینی‌های قبلی، هیچ‌گونه قطعی یا چالشی در خطوط ارتباطی و ارائه خدمات پستی به مردم رخ نداده است.

امیرحسین کریمی در گفتگو با نسل چهارم، در پاسخ به پرسشی درباره وضعیت سامانه‌های پستی در دوران بحران‌های اخیر و جنگ دوازده روزه اظهار داشت: «با توجه به حساسیت شرایط، ما از قبل پیش‌بینی می‌کردیم که یکی از آسیب‌های احتمالی در این ایام، اختلال، کندی یا چالش در خطوط ارتباطی باشد که می‌توانست مستقیماً کسب‌وکارهای وابسته به شبکه ملی پست را تحت تأثیر قرار دهد.»

وی با اشاره به هوشیاری تیم‌های فنی افزود: «خوشبختانه با تدابیر و پیش‌بینی‌هایی که همکاران ما در حوزه فناوری از قبل انجام داده بودند، آمادگی کاملی در زیرساخت‌ها ایجاد شده بود. به همین جهت در طول این دوران، با وجود شرایط جنگی، شاهد هیچ‌گونه قطعی یا بن‌بست فنی در ارائه خدمات نبودیم.»

معاون مدیرعامل شرکت ملی پست در پایان خاطر نشان کرد: «برنامه‌ریزی‌های ما به گونه‌ای بود که شبکه ملی پست به عنوان یک شریان حیاتی، بدون تأثیرپذیری از شرایط محیطی و فشارهای ناشی از بحران، به فعالیت خود ادامه داد و پایداری خطوط ارتباطی ما به صورت ۱۰۰ درصدی حفظ شد.»



چالشی در ارائه خدمات به مشتریان نداشتیم.»

وی با تبیین استراتژی‌های جایگزین (Back-up) در شبکه پستی، افزود: «پن دوم ما برای شرایطی پیش‌بینی شده که اگر اینترنت داخلی نیز دچار چالش شود، بتوانیم خدمات را بلافاصله بر بستر اینترنت منتقل کنیم. این جابه‌جایی هوشمند زیرساخت، تضمین‌کننده تداوم فعالیت‌های ماست.»

پاسخ «۱۹۳» به شایعات تعطیلی پست: توزیع مرسولات متوقف نشد

مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست در گفت‌وگو با نسل چهارم:

پاسخگویی شبانه‌روزی پست به دغدغه‌های مشتریان در روزهای بحرانی و جنگ

در نشانی دوم و «جمع‌آوری از محل (پیک‌آپ)» در دوران جنگ دوازده‌روزه خبر داد. این اقدامات با هدف تسهیل دسترسی مهاجران جنگی به مرسولات خود و کاهش ترددهای غیرضروری در سطح شهر تهران عملیاتی شده است. وی افزود: شرکت ملی پست در کنار مدیریت بحران و پاسخگویی به شایعات، با شناسایی دقیق نیازهای متغیر شهروندان در شرایط جنگی، سرویس‌های ویژه‌ای را برای رفاه حال هموطنان و ارتقای امنیت آنان به مرحله اجرا درآورده است.



📍 **تسهیل دسترسی مهاجران به مرسولات با سرویس «نشانی دوم»**
سمانه قمی، مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست، در گفتگو با نسل چهارم به چالش‌های جابجایی گسترده مردم در دوران جنگ دوازده‌روزه اشاره کرد و گفت: «با توجه به اینکه بسیاری از هموطنان به دلیل شرایط جنگی به استان‌های دیگر مهاجرت کرده و در نشانی ثبت‌شده خود حضور نداشتند، سرویس «بازتوزیع در نشانی دوم» را فعال کردیم. این سرویس با استقبال گسترده‌ای روبرو شد و به مشتریان اجازه داد تا مرسولاتی را که در آدرس اولیه توزیع نشده بود، با تغییر آدرس، در محل اقامت جدید خود دریافت کنند.»

سمانه قمی در گفت‌وگو با ماهنامه نسل چهارم اظهار داشت: مدیریت استرس تماس‌گیرندگان، پاسخگویی به نگرانی‌های مربوط به تأخیر و شفاف‌سازی در خصوص تداوم فعالیت پست، اولویت‌های اصلی این مرکز در دوران جنگ بوده است. با افزایش حجم پرسش‌ها و نگرانی‌های مشتریان در دوران جنگ، مرکز تماس ۱۹۳ شرکت ملی پست به عنوان پل ارتباطی اصلی میان مردم و این شرکت، نقش کلیدی در مدیریت بحران و اطلاع‌رسانی دقیق ایفا کرده است.

📍 **راه‌اندازی سرویس «پیک‌آپ» برای کاهش تردهای غیرضروری**
وی همچنین از نوآوری دیگری در دوران جنگ و ماه مبارک رمضان خبر داد و افزود: «یکی دیگر از نیازهای اساسی مردم، کاهش تردد در سطح شهر برای حفظ امنیت و رعایت شرایط خاص آن دوران بود. در همین راستا، سرویس جمع‌آوری مرسوله یا همان «پیک‌آپ» از محل فرستنده، بر روی خط ۱۹۳ در سطح استان تهران راه‌اندازی شد. با این خدمت، دیگر نیازی به مراجعه حضوری شهروندان به دفاتر پستی نیست و همکاران ما با تماس متقاضی، برای دریافت مرسوله به محل اعزام می‌شوند.»

📍 **مدیریت نگرانی از تأخیر در ارسال مرسولات**
سمانه قمی، مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست، در گفتگو با نسل چهارم با اشاره به حجم بالای تماس‌ها اظهار داشت: «بیشترین نگرانی مشتریان عزیز در تماس با مرکز، مربوط به احتمال تأخیر در رسیدن مرسولات با توجه به شرایط پیش‌آمده بود. بسیاری از هموطنان نگران بودند که بسته‌هایشان با وقفه مواجه شود، اما خوشبختانه با تلاش شبانه‌روزی همکاران ما در واحدهای «قبول» و «توزیع»، هیچ وقفه‌ای در کار ایجاد نشد و مرسولات طبق روال به مقصد رسیدند.»

📍 **ترکیب همدلی و تکنولوژی در مرکز ۱۹۳**
قمی با تأکید بر نقش کلیدی کارشناسان مرکز تماس در هدایت مردم، خاطر نشان کرد: «بیشترین نگرانی مردم مربوط به تأخیر در ارسال و شایعات تعطیلی پست بود که با فعالیت ۲۴ ساعته واحدهای عملیاتی و اطلاع‌رسانی مرحله‌به‌مرحله از طریق پیامک و سایت post.ir، این نگرانی‌ها مدیریت شد. همکاران ما در مرکز ۱۹۳ با گوش دادن فعال و همدلی، ضمن کنترل استرس عمومی، مردم را به آرامش دعوت کرده و آخرین وضعیت سرویس‌های جدید را به اطلاع آنان می‌رسانند.»
مسئول مرکز تماس ۱۹۳ تصریح کرد که اولویت اصلی این شرکت، تطبیق خدمات با شرایط بحرانی است تا هیچ وقفه‌ای در شبکه ارتباطی و پستی کشور ایجاد نشود.

📍 **پاسخ قاطع به شایعات تعطیلی پست**
وی در ادامه به موضوع شایعات منتشر شده در فضای مجازی اشاره کرد و گفت: «بخش دیگری از تماس‌ها مربوط به شایعه تعطیلی پست بود. همکاران ما در مرکز تماس با بهره‌گیری از تکنیک‌های «گوش دادن فعال» و «همدلی»، ضمن حفظ آرامش و کنترل استرس خود، تلاش کردند تا به مردم اطمینان دهند که پست تعطیل نیست و خدمات‌رسانی بدون وقفه ادامه دارد.»

📍 **پاسخگویی به بیش از ۴۰۰ هزار درخواست پستی در دوران جنگ**
مسئول مرکز تماس ۱۹۳ شرکت ملی پست از پاسخگویی به بیش از ۴۰۰ هزار پرسش و درخواست هموطنان در دوران جنگ دوازده‌روزه خبر داد. سمانه قمی با تشریح جزئیات فعالیت این مرکز، اعلام کرد که با وجود دورکاری کارکنان، ظرفیت پاسخگویی با افزایش شیفت‌های کاری ارتقا یافته و علاوه بر تماس‌های تلفنی، هزاران پیام از طریق پیام‌رسان‌های بومی و سایت پست مدیریت شده است.
همچنین، مرکز تماس ۱۹۳ شرکت ملی پست در دوران حساس جنگ دوازده‌روزه، با بهره‌گیری از توان کارشناسی و درگاه‌های هوشمند، رکورد جدیدی در پاسخگویی به دغدغه‌های پستی شهروندان بر جای گذاشت.

📍 **اطلاع‌رسانی هوشمند و چندلایه**
قمی با تبیین فرآیند اطلاع‌رسانی به مشتریان افزود: «برای کاهش دغدغه مردم، سیستم اطلاع‌رسانی خودکار و چند مرحله‌ای پیش‌بینی شده است. مشتریان می‌توانند از طریق درگاه رسمی پست به نشانی post.ir وضعیت بسته‌های خود را به صورت لحظه‌ای پیگیری کنند. همچنین، از زمان تحویل مرسوله به واحد قبول تا مراحل نهایی توزیع، پیامک‌های اطلاع‌رسانی در چندین مرحله برای فرستنده و گیرنده ارسال می‌شود.»

📍 **پاسخ هوشمندانه پست به نیازهای مردم در دوران جنگ**
مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست (۱۹۳) از راه‌اندازی سرویس‌های نوین «بازتوزیع

پاسخگویی شفاف؛ یادزهر نگرانی‌های دوران جنگ

سمانه قمی، مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست، با اشاره به حساسیت‌های موجود در شرایط جنگی اظهار داشت: «همان‌طور که مستحضرید، در دوران جنگ نیاز به خدمت‌رسانی بی‌وقفه بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. در این ایام، نگرانی مردم در خصوص سرنوشت مرسولاتشان کاملاً قابل درک بود و ما وظیفه داشتیم با ارائه پاسخ‌های شفاف و اطلاعات قابل اتکا، این دغدغه‌ها را به حداقل برسانیم.»

مسئولیت‌پذیری مثال‌زدنی در شرایط بحران

وی در خصوص نحوه مواجهه کارشناسان با افزایش حجم تماس‌ها و فشارهای کاری افزود: «همکاران بنده در مرکز تماس، با درک درست از شرایط کشور و با حس مسئولیت‌پذیری مثال‌زدنی، تمام توان خود را برای پاسخگویی به هم‌وطنان به کار بستند. ما معتقدیم در شرایطی که مردم به دلیل محدودیت‌ها یا خطرات احتمالی، انتظار توقف خدمات را دارند، استمرار فعالیت و پاسخگویی دقیق، بهترین راه برای جلب اطمینان آن‌هاست.»

رضایت مشتری به عنوان سرمایه اصلی

مسئول مرکز تماس ۱۹۳ در پایان با تأکید بر فلسفه وجودی این مرکز تصریح کرد: «اعتماد و رضایت مشتریان محترم شرکت ملی پست، بزرگترین سرمایه ماست. تلاش ما در جنگ رمضان بر این استوار بود که با حفظ آرامش و ارائه اطلاعات درست، این سرمایه را حفظ کرده و نشان دهیم که شبکه پستی کشور حتی در سخت‌ترین روزها نیز در کنار مردم ایستاده است.»



مرکز تماس ۱۹۳ پست در جنگ رمضان ۸۰ هزار تماس را پاسخ داد

مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست اعلام کرد که هم‌زمان با شرایط جنگی رمضان، نیاز به خدمت‌رسانی بی‌وقفه و اطلاع‌رسانی شفاف به مردم افزایش یافت و کارکنان این مرکز با افزایش ساعات کاری، حدود ۸۰ هزار تماس را پاسخ دادند. سمانه قمی، مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست، با اشاره به عملکرد این مرکز در جنگ رمضان گفت: در شرایط جنگی، نیاز به خدمت‌رسانی بی‌وقفه بیش از گذشته احساس می‌شود و نگرانی مردم درباره مرسولاتشان کاملاً قابل درک است. وی افزود: وظیفه ما این بود که در این دوران، با ارائه اطلاعات شفاف و دقیق، از نگرانی‌های هم‌وطنان بکاهیم. همکاران من در مرکز تماس شرکت ملی پست، این مأموریت را با تمام توان و با حس مسئولیت‌پذیری مثال‌زدنی انجام دادند. قمی با بیان اینکه ساعات کاری مرکز تماس در این دوره افزایش یافت، اظهار کرد: با این اقدام توانستیم در این مدت حدود ۸۰ هزار تماس را پاسخ دهیم. مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست در پایان خاطر نشان کرد: اعتماد و رضایت هم‌وطنان عزیز، بزرگ‌ترین سرمایه ماست.



جزئیات آمار پاسخگویی: از تلفن گویا تا پیام‌رسان «بله»

سمانه قمی، مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست، در گفتگو با نسل چهارم به تشریح حجم عملیات این مرکز پرداخت و گفت: «در این دوران، با وجود شرایط دور کاری، همکاران کارشناس ما موفق شدند به ۸۰ هزار تماس تلفنی مستقیم پاسخ دهند. همچنین در بخش درگاه‌های غیر حضوری و هوشمند، حدود ۳۲۴ هزار پرسش هم‌وطنان از طریق سامانه تلفن گویای ۲۴ ساعته پاسخ داده شده است.» وی در خصوص توسعه کانال‌های ارتباطی نوین افزود: «یکی از نقاط قوت ما در این دوره، پشتیبانی برخط بود؛ به طوری که به ۱۳ هزار و ۸۹ پیام از طریق پیام‌رسان «بله» و بیش از ۵ هزار و ۲۰۰ پیام از طریق چت برخط سایت رسمی پست پاسخ داده شد تا هیچ پرسشی از سوی مردم بی‌پاسخ نماند.»

تسهیلات ویژه؛ شماره کشوری ۱۹۳ و سرویس‌های نوین

قمی با اشاره به ساختار شماره ۱۹۳ توضیح داد: «این سامانه بدون نیاز به پیش‌شماره در سراسر کشور فعال است. شهروندان با شماره‌گیری کد ۴ به کارشناسان متصل می‌شوند و سایر کدها مربوط به بخش‌های گویای ۲۴ ساعته است. در این ایام، برای مدیریت بهتر حجم تماس‌ها، ساعت کاری کارشناسان (از ۸ صبح تا ۴ بعدازظهر) با افزایش تعداد پرسنل و شیفت‌های کاری تقویت شد.»

نوآوری در خدمات: «باز توزیع در نشانی دوم» و «پیک‌آپ»

مسئول مرکز تماس ۱۹۳، یکی از دلایل استقبال مردم را ارائه سرویس‌های متناسب با شرایط جنگی دانست و تصریح کرد: «سرویس «باز توزیع در نشانی دوم» برای مهاجران جنگی و سرویس «پیک‌آپ» (جمع‌آوری از محل) در استان تهران برای کاهش تردهای غیر ضروری، از جمله خدماتی بود که با استقبال گسترده مواجه شد. هدف ما این بود که با وجود شایعات تعطیلی، با همدلی و گوش دادن فعال، استرس شهروندان را مدیریت کرده و امنیت پستی آن‌ها را تضمین کنیم.» وی خاطر نشان کرد که هماهنگی کامل میان واحدهای عملیاتی، توزیع و مرکز تماس باعث شد تا با وجود تمامی چالش‌ها، مرسولات مردم بدون وقفه به مقصد برسد.

نقش راهبردی مرکز تماس ۱۹۳ در حفظ سرمایه اجتماعی شرکت پست

مسئول مرکز تماس شرکت ملی پست در تشریح فعالیت‌های این مرکز در ایام «جنگ رمضان»، بر ضرورت پاسخگویی شفاف و بی‌وقفه به عنوان راهکار اصلی کاهش نگرانی‌های عمومی تأکید کرد. وی با اشاره به درک بالای کارشناسان از شرایط حساس کشور، اعتماد و رضایت شهروندان را اولویت اول این مجموعه برشمرد. به گزارش نسل چهارم، سمانه قمی در پاسخ به پرسشی در خصوص تغییرات حجم تماس‌ها و رویکرد این مرکز در ایام «جنگ رمضان»، به تبیین نقش راهبردی مرکز تماس ۱۹۳ در حفظ سرمایه اجتماعی شرکت ملی پست پرداخت.

الگوی «صنعت بیمه» در مسیر بلوغ بخش صنعت پست

مدیرکل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست در گفت‌وگو با نسل چهارم:

ورود واسطه‌های «بی‌بدنه» به بازار

پستی نیز باید دارای چهار رکن اساسی باشد: شبکه گسترده، تجهیزات تخصصی، زیرساخت فناوری اطلاعات (IT قوی) و نیروی انسانی متخصص. متأسفانه در حال حاضر شاهد ظهور مجموعه‌هایی (مراکز قبول، مراکز پردازش، ناوگان حمل و نقل، نواحی توزیع) هستیم که فاقد این ارکان هستند اما مدعی فعالیت در این صنعت شده‌اند.

نگرانی از آسیب به بدنه صنعت پست

وی با ابراز نگرانی عمیق و شخصی نسبت به آینده این حوزه اظهار کرد: «به عنوان کسی که به این مرز و بوم و صنعت پست عرق دارم، واقعاً نگرانم که ورود بازیگران غیر حرفه‌ای به این صنعت تخصصی در کشور آسیب بزند. در آوار است که می‌بینیم برخی از این واسطه‌ها به جای برخورداری از یک سیستم استاندارد، با سوءاستفاده از روابط غیر حرفه‌ای و بدون داشتن استخوان‌بندی لازم، فضای رقابت را مسموم می‌کنند.»

فراخوان به رسانه‌ها برای نظارت بر رقابت سالم

مقصودی، ضمن تأکید بر استقبال شرکت ملی پست از رقابت سازنده، تصریح کرد: «آرزوی ما همیشه رقابت در فضایی سالم است؛ رقابتی قدرتمندی بیایند که ما هم از آن‌ها یاد بگیریم و رشد کنیم، اما وقتی رقابت از مسیر سلامت خارج می‌شود، دل هر دلسوزی به درد می‌آید.» مدیرکل دفتر ارتباطات شرکت ملی پست در ادامه با خطاب قرار دادن رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی، خاطر نشان کرد: «از رسانه‌ها درخواست دارم به عنوان چشم بینای جامعه، این موضوع را پیگیری کنند تا اجازه داده نشود رقابت‌های ناسالم و حضور افراد فاقد تخصص، این صنعت حیاتی را به انحراف بکشاند.»

«نه‌هر که سر بتراشد، قلندری داند»: اشغالگران غیر تخصصی اعتبار پست را نشانده
گرفته‌اند

مهدی مقصودی، مدیرکل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست، با انتقاد شدید از نگاه سطحی به صنعت پیچیده پست، خواستار اصلاح یا حذف مجموعه‌هایی شد که بدون تخصص و صرفاً با اتکا به اصول غیر حرفه‌ای رقابت و کسب سود، در حال تخریب زیرساخت‌های این بخش هستند.

نگاه فراشرکتی به اعتبار ملی پست

مقصودی با تأکید بر اینکه دغدغه‌هایش در قامت یک کارشناس دلسوز و فراتر از جایگاه سازمانی است، تصریح کرد: «صنعت پست پیش‌نیازهایی فراتر از یک نام و یک مجوز ساده دارد. ضرب‌المثل «نه‌هر که سر بتراشد قلندری داند» دقیقاً مصداق وضعیت امروز ماست. برخی تصور می‌کنند ورود به این حوزه آسان است، اما با ورود غیر تخصصی خود، در واقع در حال تخریب اعتبار کل بخش پست کشور هستند.»

از تولید ۲۲۰ برنامۀ در «TV POST» تا تلاش برای ثبت جهانی پست به نام ایران

مدیرکل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تبیین رویکردهای نوین این شرکت در حوزه برندینگ، از نقش کلیدی رسانه داخلی «TV POST» و تولید محتوای چند رسانه‌ای متناسب با نیاز روز مشتریان و مخاطبان در افزایش خودباوری کارکنان و بازنمایی جایگاه تمدنی پست ایران سخن گفت.

«TV POST» و یتیرینی برای دیده شدن مجاهدت‌های خاموش

مهدی مقصودی، در بخش دیگری از مصاحبه با نسل چهارم، به راه‌اندازی رسانه اختصاصی



مدیرکل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تأکید بر ضرورت تغییر نگاه به پست از یک «خدمت صرف» به یک «صنعت»، راه رسیدن به بلوغ در این حوزه را الگوبرداری از ساختار صنعت بیمه دانست و نسبت به ظهور شرکت‌های واسطه‌گر و فاقد هویت تخصصی در این بخش هشدار داد.

مهدی مقصودی در گفت‌وگو با ماهنامه نسل چهارم، با تبیین وضعیت فعلی اکوسیستم پستی کشور اظهار کرد: «بخش پست در ایران در حال گذار به سمت یک نگاه صنعتی است. ما پیش از این تجربه موفقی مانند صنعت بیمه را داشته‌ایم که در آن بیمه مرکزی به عنوان رگولاتور، بیمه ایران به عنوان اپراتور منتخب و سایر شرکت‌ها در بخش خصوصی، بخشی از یک مجموعه بالغ را تشکیل دادند. اکنون بخش پست نیز در مرحله شکل‌گیری این ساختار با حضور رگولاتور، اپراتور ملی، اپراتورهای خصوصی و کورپراست.»

سه گام تا بلوغ صنعت پست

مقصودی، فرایند بلوغ این صنعت را متضمن تحقق سه مقوله کلیدی دانست و افزود: «خصوصی‌سازی، مقررات‌دایی و آزادسازی، سه رکن اصلی برای تکامل این بخش هستند؛ اما این فرایند باید با نظارت دقیق همراه باشد تا سلامت بازار در قالب رقابت سالم حفظ شود.»

هشدار نسبت به حضور واسطه‌های غیر تخصصی

مدیرکل دفتر ارتباطات شرکت ملی پست با ابراز نگرانی از حضور نهادهای غیر تخصصی در این بازار تصریح کرد: «در کنار تلاش برای توسعه، باید مراقب باشیم که اجازه ورود به واسطه‌های غیر تخصصی داده نشود. متأسفانه شاهد ظهور فعالانی هستیم که شاید شناسنامه قانونی داشته باشند، اما در عمل «بی‌بدنه» و «فاقد استاندارد» لازم هستند و تخصص کافی را برای فعالیت حرفه‌ای در این صنعت ندارند.» وی خاطر نشان کرد، حفظ بدنه تخصصی پست و جلوگیری از واسطه‌گری‌های آسیب‌زا، یکی از گام‌های اصلی در مسیر صنعتی‌سازی این حوزه خواهد بود.

رانت و رقابت ناسالم، تهدیدی برای آینده صنعت پست

مدیرکل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تشبیه یک اپراتور پستی به اجزای یک خودرو، بر لزوم برخورداری از زیرساخت‌های واقعی تأکید کرد و نسبت به ورود نهادهای غیر تخصصی تحت امتیازهای خاص به این بازار هشدار داد.

ارکان چهارگانه یک اپراتور استاندارد

مهدی مقصودی، در تشریح ویژگی‌های یک اپراتور واقعی به «نسل چهارم» گفت: «همان‌طور که یک خودرو بر سه رکن موتور، گیربکس و بدنه استوار است، یک اپراتور



پست اشاره کرد و گفت: «برای اینکه بتوانیم ارزش کار پست را به جامعه نشان دهیم، «تی‌وی‌پست» را راه‌اندازی کردیم. سال گذشته حدود ۲۲۰ برنامه فاخر با تجهیزات حرفه‌ای تولید شد که در آن، تیم‌های مستندساز به استان‌هایی نظیر خوزستان، همدان، اصفهان، خراسان شمالی و غیره اعزام شدند تا سختی و ظرافت کار همکارانمان را به تصویر بکشند»

تحقق هرم مازلو و تقویت افتخار سازمانی

وی با نگاهی مدیریتی به سرمایه انسانی افزود: «معتقدم قدم اول برای موفقیت یک مجموعه، ایجاد حس افتخار در کارمندان است. ما از نگاه روانشناختی و با توجه به هرم مازلو، تلاش کردیم نیاز به شکوفایی و دیده شدن را در همکارانمان تقویت کنیم. هدف ما این بود که کارمند پست با غرور بگوید در این سازمان خدمت می‌کند.»

پست؛ میراث کهن ایرانیان و ضرورت ثبت جهانی

مقصودی، با استناد به منابع تاریخی و بین‌المللی، ایران را مهد نخستین سیستم پستی منظم جهان خواند و تصریح کرد: «همان‌طور که در منابع معتبر صراحتاً ذکر شده، ایرانیان نخستین ملتی بودند که سیستم پستی را تأسیس کردند. یکی از آرزوهای ما ثبت این قدمت به عنوان یک میراث فرهنگی بود؛ چراکه پست بخشی از تمدن و هویت ارتباطی ماست که باید مثل حفظ سنت‌های معنوی در کشورهای بلوک شرق (لباس «کیمونو» در ژاپن، اصالت آن را در کنار تکنولوژی حفظ کنیم.»

روایت دوران سخت کرونا؛ تنها ماشینی که حرکت می‌کرد، پست بود

مدیر کل روابط عمومی پست با یادآوری روزهای بحرانی شیوع کرونا، گفت: «در اسفند ۹۸ که تمام راه‌های ارتباطی، فرودگاه‌ها و پایانه‌ها تعطیل شده بودند، تنها ماشینی که در جاده‌ها دیده می‌شد، خودروی پست بود. در آن زمان حتی مسئولین رده‌بالا برای ارسال اقلام ضروری به خانواده‌هایشان در شهرستان‌ها به پست متوسل می‌شدند. اگر چه در آن زمان آن‌طور که باید دیده نشدیم، اما در مناسبت‌های بعدی نظیر ایام اربعین، با حمایت دولت و رسانه‌هایی چون نسل چهارم، توانستیم بخشی از این خدمات صادقانه را جبران کنیم.»

پست یکی از ستون‌های اصلی اقتصاد دیجیتال

مدیر کل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تشریح سیر تحول تاریخی پست، از ورود این صنعت به نسل سوم خدمات خبر داد و تأکید کرد: پست امروز نه یک خدمت ارتباطی صرف، بلکه یکی از ستون‌های اصلی اقتصاد دیجیتال و صادرات غیر نفتی است.

مهدی مقصودی در گفت‌و‌گو با خبرنگار نسل چهارم، با اشاره به پیشینه مدیریتی خود در حوزه‌های تنظیم مقررات، کیفیت و مدیریت پست پایتخت، رویکرد جدید روابط عمومی را «نگاه حرفه‌ای به صنعت پست» دانست و اظهار کرد: «با ادغام دفاتر روابط عمومی و امور بین‌الملل، هدف ما بازتعریف جایگاه پست در دوران جدیدی است که در آن، پست دیگر یک اداره سنتی نیست، بلکه یک صنعت استراتژیک شناخته می‌شود.»

سیر تحول پست؛ از پاکت نامه تا اقتصاد دیجیتال

مقصودی با تبیین سه نسل از خدمات پستی گفت: «در نسل اول، پست ماهیتی صرفاً ارتباطی داشت و بر جابه‌جایی پاکت‌نامه‌ها متمرکز بود. در نسل دوم، بسته‌های پستی و قابلیت رهگیری (Tracking) اضافه شد که عمدتاً شامل نمونه کالا و سوغات بود. اما امروز مادر آستانه نسل سوم خدمات پستی هستیم؛ نسلی که در آن پست به عنوان یکی از ارکان اصلی «اقتصاد دیجیتال» شناخته می‌شود و نقش مستقیمی در شکوفایی اقتصادی کشورها ایفا می‌کند.» به طور مثال نمادهای جدیدی مانند صندوق‌های پستی هوشمند امانات (LOCKERS) در اماکن تجاری و مراکز پستی به چشم می‌خورد که بخشی از تحول سیستم در توزیع است.

تجربه کره جنوبی؛ وقتی پست «صادر کننده» می‌شود

وی با ذکر مشاهدات خود از سفر تخصصی به کره جنوبی، به الگوی موفق این کشور در تجهیز هاب‌های پستی اشاره کرد و افزود: «در حاشیه فرودگاه اینچئون، شاهد فعالیت هاب‌های پستی فوق‌مدرنی بودیم که روزانه ۸۰ تا ۱۰۰ تن محصولات تجارت الکترونیک را به مقاصد جهانی صادر می‌کردند. نکته خیره‌کننده، وجود «کارخانه‌های تولید محتوا» در دل این مجموعه‌ها بود.»

از تولید محتوای بومی تا بازارهای جهانی (برزیل)

مدیر کل ارتباطات شرکت ملی پست در ادامه روایت خود از کره جنوبی، افزود: «در آنجا مشاهده کردم که زوج‌های سالخورده روستایی، محصولات گیاهی تولید خود را مقابل دوربین‌های حرفه‌ای این کارخانه‌ها تبلیغ می‌کردند. تیم‌های متخصص، این محتواهای محلی را به زبان‌های بین‌المللی ترجمه و در بازار گاه‌های آنلاین جهانی آپلود می‌کردند؛ به طوری که یک مشتری در برزیل می‌توانست محصول یک کشاورز کره‌ای را سفارش دهد. این یعنی پست توانسته است جایگاه ویژه‌ای در سبد صادرات گمرکی پیدا کند و حتی محصولات فرهنگی و هنری را به دورترین نقاط جهان برساند.»

پست ایران؛ در مسیر دیده شدن و رضایت سازمانی

مقصودی با اشاره به تلاش‌های انجام شده در دوران سختی همچون کرونا و ایام پراز دحام (نظیر ماه مبارک رمضان و اربعین) تصریح کرد: «در دوران شیوع کرونا که اکثر مشتریان‌های حمل و نقل کشور قطع شده بود، پست تنها نهادی بود که با ارتباطی کشور را به دوش کشید. امروز خوشبختانه با حمایت دولت و رسانه‌های تخصصی، کار بزرگ همکاران من دیده شده و نوعی رضایت و افتخار سازمانی در میان بدنه شرکت ملی پست شکل گرفته است که نویدبخش روزهای روشن برای این صنعت است.»

عبور از «روابط عمومی سنتی» به سمت روابط عمومی تجاری

مدیر کل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تأکید بر لزوم تغییر نگاه تخصصی به این صنعت، از مدل جدید روابط عمومی تجاری در نسل سوم خدمات پستی و ظرفیت‌های بی‌نظیر ناوگان این شرکت در پوشش سراسری کشور سخن گفت.

پست از نگاه سنتی به نسل سوم؛

مهدی مقصودی با اشاره به ضرورت تغییر فرهنگ سازمانی برای ورود به بازار رقابتی گفت: «دوران روابط عمومی‌های سنتی که صرفاً به انتشار اخبار دیدارهای تشریفاتی می‌پرداختند، تمام شده است. من به مدیرانم گفتم باید آن «کت اداری» را درآورده و نگاهی «تجاری» داشته باشیم. مادر نسل سوم خدمات پستی که محور آن «تجارت الکترونیک» است، باید قابلیت‌های عملیاتی خود را بیان کنیم.»

رکوردشکنی در توزیع محصولات کشاورزی؛ از گردوی تویسرکان تا برنج شمال

وی با ارائه آماری از نقش پست در رونق کسب‌وکارهای روستایی افزود: «در دو سال اخیر با تمرکز بر اقتصاد روستا، موفق شدیم حجم عظیمی از محصولات استراتژیک را جابجا کنیم؛ از جمله ارسال ۸۰ تن گردو در تویسرکان، ۲۰ هزار کیلو پسته در بجستان و مقادیر قابل توجهی عسل خوانسار و برنج شمال. ما هم در روستا «قطعه قبول» داریم و هم «قطعه

توزیع؛ این یعنی پست در دورافتاده‌ترین نقاط کشور، از جمله روستایی ۲۰ خانواری از توابع شاهرود که داروهایش را از ما تحویل می‌گیرد، حضور فعال دارد.»

رقابت را به رسمیت می‌شناسیم؛ مثل شاگرد اول‌های مدرسه!

مقصودی در واکنش به برخی دیدگاه‌ها که اپراتورهای خصوصی را رقیب پست نمی‌دانند، تصریح کرد: «طبق اساسنامه، ما مکلف به ایجاد فضای رقابتی هستیم. این اپراتورها رقبای ما هستند و ما آن‌ها را رصدمی کنیم، اما به دنبال رقابت سالم هستیم. مانند شاگرد اول‌های مدرسه که از داشتن رقیب قوی برای رشد بیشتر استقبال می‌کنند، ما هم معتقدیم در فضای رقابتی است که موفقیت‌های واقعی حاصل می‌شود.»

پیمایش ۳۰۰ هزار کیلومتری ناوگان حمل و نقل پست در هر شبانه روز

مدیر کل روابط عمومی پست با مقایسه ساختار پست ایران با الگوهای جهانی نظیر USPS آمریکا، به ظرفیت‌های ناوگان حمل و نقل اشاره کرد و گفت: «ناوگان پست ایران با پیمایش روزانه ۳۰۰ هزار کیلومتر، یک سرمایه ملی است. ما ۷۰۰۰ ناوگان موتوری را در ایام شلوغی کاری (مانند اربعین یا عید نوروز و مناسبت‌های خاص) درگیر خدمت‌رسانی می‌کنیم که این حجم از عملیات لجستیکی در کشور بی‌نظیر است.»

ورود ربات‌ها و سورترهای هوشمند به شبکه پستی

وی در ادامه خاطر نشان کرد: شرکت ملی پست با تجهیز به سورترها (تجزیه‌گرهای هوشمند) و ربات‌های پستی، در حال گذار کامل به سمت هوشمندسازی است تا بتواند در دنیای مدرن امروز، نقش ویژه خود را در اقتصاد کشور به بهترین شکل ایفا کند.

«نامه‌نگاری»؛ میراثی که نباید در عصر دیجیتال به فراموشی سپرده شود

مدیر کل دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست با تأکید بر نقش راهبردی پست در توسعه فرهنگی کشور، خواستار احیای فرهنگ نامه‌نگاری و استفاده از ظرفیت‌های عاطفی پست برای پیوند نسل‌ها شد. مهدی مقصودی در گفت و گو با خبرنگار نسل چهارم، با اشاره به جایگاه فرهنگی پست در کشورهای پیشرفته اظهار کرد: «یکی از شاخص‌های توسعه فرهنگی در دنیا، سرانه مرسولات پستی است. در کشوری مانند سوئیس، هنوز مردم برای ارسال کارت پستال صف می‌بندند؛ چرا که آن‌ها ارزش پیام‌های دست‌نویس را در مقابل پیام‌های تکراری و «کپی-فورواردی» فضای مجازی می‌دانند.»

طرح احیای کارت پستال در قطب‌های گردشگری ایران

مقصودی از ایده‌ای برای زنده کردن سنت ارسال کارت پستال در شهرهای توریستی خبر داد و افزود: «در گفتگو با مدیران استانی پیشنهاد دادیم که در نقاطی نظیر ماسوله، میدان امیرچخماق یزد، اصفهان و سایر مناطق، بستر ارسال کارت پستال را برای گردشگران فراهم کنیم. لذت نوشتن یک متن با دست‌خط شخصی و ارسال آن به یک عزیز، حسی را منتقل می‌کند که هیچ شکل و پیام متنی در شبکه‌های اجتماعی نمی‌تواند جایگزین آن شود.»

ابتکاری برای روز پدر؛ وقتی کلمات روی کاغذ معجزه می‌کنند

مدیر کل روابط عمومی پست با بیان دغدغه‌های خود به عنوان یک پدر، به اجرای یک طرح آزمایشی در یک دبیرستان دخترانه اشاره کرد و گفت: «ما ۵۰۰ پاکت و تمبر به همراه یک صندوق پستی به یک دبیرستان بردیم و از دانش‌آموزان خواستیم برای روز پدر به پدرانشان نامه بنویسند. باز خورد این کار فراتر از تصور ما بود؛ بسیاری از این دختران نوجوان چیزهایی را برای پدرانشان روی کاغذ آوردند که هرگز جرأت بیان شفاهی آن را نداشتند. این قدرت جادویی نامه‌نگاری است که باید از مقطع ابتدایی به کودکان آموزش دهیم.»

فراخوان برای توجه ویژه مسئولان به صنعت پست

وی با تأکید بر اینکه پست یک «ویترین فرهنگی» برای کشور است، تصریح کرد: «اگر مسئولان نگاه ویژه‌ای به این صنعت داشته باشند، پست می‌تواند علاوه بر اقتصاد، بر فرهنگ جامعه نیز تأثیرات عمیقی بگذارد. تماشای ذوق و شوق دانش‌آموزان هنگام انداختن نامه در صندوق، برای من بی‌نظیر بود و حتی صداوسیما نیز با درک اهمیت این موضوع، گزارش

این رویداد را پخش کرد.»

مقصودی خاطر نشان کرد که حفظ هویت پستی و پیوند آن با نیازهای عاطفی و اجتماعی نسل جدید، یکی از اولویت‌های اصلی دفتر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت ملی پست در دوره جدید فعالیت خود خواهد بود.

تحول در صنعت پست و مشتری‌مداری با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین

به گفته وی، خدمات پستی که زمانی رکن اصلی ارتباطات جهانی به شمار می‌رفت، امروزه در پاسخ به تحولات دیجیتال، گسترش تجارت الکترونیک و تغییر انتظارات مشتریان با سرعتی چشمگیر در حال تکامل است. آینده این صنعت بر پایه نوآوری، پایداری زیست محیطی و تمرکز بر رویکردهای مشتری‌مداری، در هر دو بخش دولتی و خصوصی، شکل خواهد گرفت.

سیاست‌گذاران و مجریان پستی در سراسر جهان در حال نوسازی نظام‌های خود برای مواجهه با چالش‌های پس از سال ۲۰۲۰ هستند. «چشم‌انداز پستی ۲۰۳۰» اتحادیه پستی جهانی از دولت‌ها می‌خواهد که در زیرساخت‌های پستی و اتصال دیجیتال سرمایه‌گذاری کنند، در مقابل از نهادهای تنظیم‌گر انتظار دارد. چارچوب‌های قانونی را همسو سازند و به جریان پستی هم ایجاد تنوع در خدمات را توصیه می‌کند.

در کشورهای مختلف جهان خدمات پستی به دو بخش دولتی و خصوصی تقسیم می‌شود. خدماتی پستی که به نظر می‌رسد در آینده بخش دولتی در حوزه توزیع امانات و خدمات مالی پرچمدار آن باشد شامل: لجستیک تجارت الکترونیک، تحول دیجیتال، ارائه خدمات مالی در بخش‌های کمتر توسعه یافته و توزیع سبب مرسولات و کمک به کاهش کربن است.

شرکت‌های خصوصی پستی نیز با بهره‌گیری از نوآوری و ارتقا تجربه مشتری به سمت توزیع با استفاده از پهپاد و وسایل نقلیه خودران، انجام عملیات پستی مبتنی بر هوش مصنوعی، خدمات شخصی‌شده، رهگیری لحظه‌ای بر پایه هوش مصنوعی و تجارت الکترونیکی فرامرزی سوق پیدا خواهند کرد.

به عنوان مثال: شرکت DHL در حال گسترش زیرساخت‌های لجستیک تجارت الکترونیک خود در آسیا و اروپا است و با ارائه خدمات ترخیص سریع گمرکی و تکمیل سفارشات محلی، مصمم است تا تقاضای رو به رشد بین‌المللی را برآورده کند.

مشتری‌مداری هوشمندانه در آینده صنعت پست

استفاده از صندوق امانات هوشمند که پای آن به ایران هم باز شده، از جمله فناوری‌هایی است که به مشتریان این امکان را می‌دهند تا بسته‌ها و امانات خود را در زمان دلخواه دریافت کنند. این موضوع نه تنها به مشتری این اجازه را می‌دهند تا متناسب با زمان خود مرسوله را دریافت کند و ملزم به حضور در آدرس اعلام شده در زمان خاصی نباشد، بلکه باعث کاهش سفرهای دور شهر توسط پستی‌ها نیز می‌شود. آنگاه که گزارش DHL نشان می‌دهد استفاده از این صندوق‌ها منجر به کاهش حدود ۳۰ درصد انتشار آلاینده‌های ناشی از تردد خودروها شده است.

از سوی دیگر، شرکت‌های پستی و حمل‌ونقل در حال ارائه شیوه‌های فناورانه‌ای برای توزیع مرسولات هستند؛ از جمله آنها می‌توان به تعیین زمان توزیع، تغییر مسیر یا نگهداری پست در یک مکان مشخص از طریق اپلیکیشن و همکاری با شرکت‌های جدید مانند فروشگاه‌ها یا مراکز پذیرش امانات اشاره کرد. سیستم هوش مصنوعی «VAPR» به کار رفته در ون‌های توزیع شرکت آمازون با استفاده از فناوری تشخیص تصویری امکان شناسایی صحیح بسته را فراهم کرده است. در نتیجه استفاده از این فناوری، تفکیک بسته‌ها توسط راننده را تا ۶۷ درصد کاهش یافته و در هر مسیر بیش از ۳۰ دقیقه از زمان حرکت آن‌ها کاسته است. این موضوع باعث می‌شود مشتری سریع‌تر به بسته خود دسترسی پیدا کند.

اما از آنجاییکه زنجیره تأمین خدمات پستی به مشتریان بدون تعامل این دو بخش به رشد و تکامل مطلوب نخواهد رسید، مجریان پستی دولتی و خصوصی با هم افزایی، تجربه جذاب تری از مشتری‌مداری را رقم خواهند زد. مجریان پستی دولتی با شبکه‌ای گسترده در مناطق روستایی و دورافتاده و شرکت‌های خصوصی با نوآوری‌های فنی و تخصص بین‌المللی می‌توانند در کنار هم، کارایی توزیع را افزایش، هزینه‌ها را کاهش و دامنه خدمات را گسترش دهند.



سیتنا
مرجع تخصصی اخبار فاوا



شرکت ملی پست
جمهوری اسلامی ایران



این بار شما روایتگر باشید

سیتنا از مخاطبان خود دعوت می‌کند تجربه‌ها، خاطرات و نقدهایشان

از خدمات پستی را در دوران **جنگ ۱۲ روزه** و **جنگ رمضان** با ما به اشتراک بگذارند.

روش ارسال



فقط از طریق
پیام‌رسان
بله

@Citnanews

ارسال ویدیو (اختیاری)



- حداکثر ۱ دقیقه
- با رعایت
- شئونات اسلامی

اطلاعات مورد نیاز



- نام شهر
- منطقه پستی
- شرح کوتاه تجربه

چه چیزهایی
می‌توانید ارسال کنید؟



- خاطره دلنشین
- تجربه ارسال / دریافت
- مرسوله
- نقد یا گلایه



از میان ویدئوهای ارسالی شما،
تعدادی انتخاب و در **سیتنا** منتشر خواهد شد.



روایت‌های منتخب منتشر می‌شوند.



معاون وزیر ارتباطات و مدیرعامل شرکت ملی پست در گفت‌وگوی ویژه بانسل چهارم:

پستچی‌ها زیر بمباران هم خدمت‌رسانی را متوقف نکردند

حضور شبکه پستی در شهر نماد امید و پایداری زندگی است

وقتی یک پستچی با لباس رسمی در سطح شهر می‌چرخد و با مراجعه به درب منازل، بسته‌های مردم را تحویل می‌دهد، یک حس امیدواری و حس زنده بودن و پایدار بودن زندگی روزمره را به جامعه منتقل می‌کند.



حمل و نقل، شبکه پستی با پایداری زیرساخت‌های الکترونیک و فیزیکی، مانع از توقف چرخه اقتصاد کسب‌وکارها شد.

احمدی، معاون وزیر ارتباطات در خصوص چالش‌های پیش‌آمده در ایام جنگ اظهار داشت: ما علاوه بر اتفاقاتی که متأثر از شرایط جنگی برای همه سیستم‌ها وجود داشت، با چالش تغییر رفتار گیرندگان مرسولات مواجه بودیم؛ چرا که عموماً از تهران یا مراکز شهرها جابه‌جا شده بودند. طبق قوانین پستی، مرسولات باید بعد از بازه زمانی مشخص به فرستنده عودت می‌شدند، اما ما می‌دانستیم که این موضوع بار مضاعفی را در شرایط جنگی تحمیل می‌کند.

وی افزود: بر همین اساس، طراحی «سرویس بازتوزیع مرسولات» که ایده آن از اواخر جنگ دوازده‌روزه شکل گرفته بود، در جنگ رمضان به طور جدی عملیاتی شد. در این راستا شرایطی فراهم شد تا مردم بتوانند از طریق سامانه رهگیری، مرسوله خود را پیدا کرده و درخواست بازتوزیع آن در نشانی جدید را ثبت کنند.



پایداری شبکه اینترنت؛ نقطه قوت پست در بحران

مدیرعامل شرکت ملی پست با تأکید بر اینکه زیرساخت‌های ارتباطی کلان کشور دچار چالش جدی نشد، تصریح کرد: پایداری شبکه اینترنت ما یکی از نقاط قوتی بود که در کنار شبکه فیزیکی، یک جریان یکپارچه را ایجاد کرد که جریان مالی نیز بر آن سوار بود. به نظر می‌رسد ما کوچک‌ترین خللی از این حیث نداشتیم،

مدیرعامل و رئیس هیات مدیره شرکت ملی پست ایران با تجلیل از مجاهدت کارکنان این شرکت در ایام جنگ تحمیلی اخیر، تأکید کرد که حتی در سخت‌ترین شرایط و زیر بمباران‌ها، ارائه خدمت به مردم متوقف نشده است. محمد احمدی معتقد است حضور پستچی‌ها در سطح شهر، فراتر از یک وظیفه اداری، پیامی از جنس امید و سرزندگی، استقامت و جریان عادی زندگی روزمره را به جامعه مخابره می‌کند.

دکتر محمد احمدی، معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در گفت‌وگو با ماهنامه نسل چهارم، با اشاره به زحمات شبکه پستی در ایام جنگ و شرایط بحرانی اظهار کرد: امیدوار هستم این گفتگو بتواند بخشی از حماسه‌ها و اتفاقات ارزشمندی را که همکاران عزیزم در شبکه پستی متقبل شدند، بازگو کند.

وی با تبیین چالش‌های مدیریت زیرساخت در دوران بحران گفت: وقتی با شرایطی مواجه هستید که پر از عدم قطعیت است و چالش‌های جدی در حوزه زیرساخت وجود دارد، رفتار شبکه‌هایی که وابستگی جدی به نیروی انسانی دارند، بسیار متغیر می‌شود.

مدیرعامل شرکت ملی پست ایران تصریح کرد: آنچه به من قدرت می‌دهد تا از عملکرد شرکت ملی پست دفاع جدی کرده و نمره قابل قبولی به آن بدهم، این است که همکاران ما در این شرایط سخت، در میدان، در کف خیابان‌ها و حتی در موقعیت‌هایی که در آن‌ها بمباران صورت می‌گرفته، مشغول ارائه خدمت به هم‌وطنان بوده‌اند.

احمدی این استمرار در خدمت‌رسانی را یک نقطه قوت قابل اتکا دانست و خاطر نشان کرد: وقتی یک پستچی با لباس رسمی در سطح شهر می‌چرخد و با مراجعه به درب منازل، بسته‌های مردم را تحویل می‌دهد، یک حس امیدواری و حس زنده بودن و پایدار بودن زندگی روزمره را به جامعه منتقل می‌کند.

وی تأکید کرد: این حضور میدانی و ایجاد آرامش در میان مردم، نماد اصیل و ارزشمندی است که شرکت ملی پست در این ایام و سایر بحران‌ها از خود به یادگار گذاشته است.

از بازتوزیع هوشمند مرسولات تا تبدیل پارکینگ منزل به اداره پست

مدیرعامل شرکت ملی پست ایران ضمن تشریح چالش‌های عملیاتی در دوران جنگ، از راهاندازی «سرویس بازتوزیع مرسولات» برای شهروندانی که ناچار به جابه‌جایی شده بودند خبر داد.

محمد احمدی تأکید کرد که علی‌رغم تخریب برخی دفاتر و آسیب به ناوگان

علی‌رغم نبود تعهد قانونی در شرایط جنگی، پست ایران خود را متعهد به پرداخت غرامت برای بیش از ۵۰۰ مرسوله داخلی و خارجی که در تخریب دفاتر از بین رفته‌اند، می‌داند.

درجه رفیع شهادت نایل شدند. همچنین در حمله‌ای که به منازل مسکونی منطقه رسالت استان تهران (معروف به پلاک ۱۲) صورت گرفت، یک نفر دیگر از همکاران مجاهد ما شهید شدند.»

وی با اشاره به وسعت تخریب‌ها در سطح کشور افزود: «در مجموع ۵۶ دفتر پستی در ۱۴ استان کشور دچار آسیب شدند که برای تداوم فعالیت نیاز به ترمیم جدی دارند. اما در چهار شهر «آذرشهر»، «عجب‌شیر»، «دیوان‌دره» و «رومشکان لرستان»، ساختمان‌های پستی ما به صورت ۱۰۰ درصد تخریب شده‌اند.»

✪ خسارت به ناوگان و تجهیزات عملیاتی

مدیرعامل شرکت ملی پست در ادامه به خسارات وارده به تجهیزات لجستیکی اشاره کرد و گفت: «علاوه بر تخریب ساختمان‌ها، تعدادی از کامیون‌های پستی و پنج دستگاه موتورسیکلت در دفاتر تخریب‌شده از بین رفتند. همچنین حجم قابل توجهی از تجهیزات اداری و کامپیوترها در این مراکز دچار آسیب جدی شده است.»

احمدی با تجلیل از روحیه خستگی‌ناپذیر کارکنان پست خاطر نشان کرد: «وقتی تخریب‌ها در ۱۴ استان پراکنده است، طبیعتاً فضای ذهنی همکاران می‌تواند به سمت نگرانی جدی از خطرات برود، اما ما در هیچ نقطه‌ای نشنیدیم که کسی از همکاران بگوید به دلیل نگرانی حاضر به ارائه خدمت نیست. همکاران ما با تمام توان در میدان ماندند.»

معاون وزیر ارتباطات تأکید کرد: «مدیران ما موظف بودند با هماهنگی دقیق، ضمن حفظ جان همکاران، حضور آن‌ها را متناسب با نیاز مردم به خدمات پستی تنظیم کنند تا حداکثر تلاش برای صیانت از نیروی انسانی در کنار تداوم خدمت‌رسانی صورت بگیرد.»

✪ از توقف پروازهای بین‌المللی تا راه‌اندازی مسیرهای «زمینی-هوا برد»

مدیرعامل شرکت ملی پست از اعلام شرایط «فورس‌ماژور» به اتحادیه پستی جهانی و تلاش برای جایگزینی مسیرهای زمینی به جای خطوط هوایی خبر داد.

محمد احمدی با تأکید بر مسئولیت اجتماعی این شرکت، اعلام کرد که علی‌رغم نبود تعهد قانونی در شرایط جنگی، پست ایران خود را متعهد به پرداخت غرامت برای بیش از ۵۰۰ مرسوله داخلی و خارجی که در تخریب دفاتر از بین رفته‌اند، می‌داند. محمد احمدی در خصوص وضعیت خدمات پستی بین‌الملل در ایام جنگ اظهار داشت: «با توجه به وابستگی ارسال مرسولات خارجی به خطوط هوایی، بلافاصله با شروع درگیری‌ها، خدمات پستی بین‌المللی متوقف شد. طبق پروتکل‌های اتحادیه پستی جهانی (UPU)، شرایط فورس‌ماژور را به سایر کشورها اطلاع‌رسانی کردیم تا مرسوله‌ای به مقصد ایران پذیرش نشود.»

وی افزود: «در زمان شروع بحران، بیش از هزار مرسوله در فرودگاه امام خمینی (ره) در نوبت ارسال بود که با تمهیدات همکاران ما و هماهنگی با فرستندگان، این مرسولات جهت جلوگیری از بلا تکلیفی عودت داده شدند.»

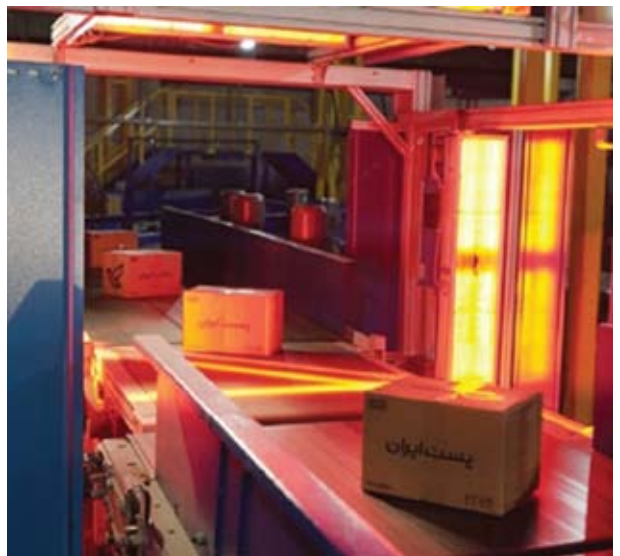
علی‌رغم اینکه برخی از دفاتر پستی ما با تخریب کامل مواجه شدند یا به دلیل مسائل امنیتی دستور تخلیه آن‌ها صادر شده بود.

احمدی خاطرنشان کرد: کمیته‌های بحران شرکت ملی پست با تشکیل جلسات روزانه، تمهیدات و اصلاحات لازم را اندیشیده و اجرا کرده‌اند تا ارائه خدمات پستی در اقصی نقاط کشور متوقف نشود و در صورت بروز مشکل، ظرف ۲۴ ساعت موارد حل شوند. در این مسیر با هماهنگی مسئولین مجلس از مجموعه‌های آموزشی یا مکان‌هایی که فعالیتشان متوقف بود استفاده کردیم و حتی در مواردی در مناطقی مثل «بوکان»، «گلپایگان» و «خوانسار»، همکاران ما خدمات پستی را در پارکینگ منزل خود به مردم ارائه دادند.

✪ حمایت از اقتصاد و کسب‌وکارهای آنلاین

رئیس هیات مدیره شرکت ملی پست با اشاره به آسیب‌های وارده به تجهیزات این شرکت گفت: علی‌رغم اینکه برخی موتورسیکلت‌ها و کامیون‌های پستی در حملات آسیب دیدند، اما جایگزین‌ها سریعاً مستقر شدند. آمارها نشان می‌دهد در چند روز اول جنگ، با افت ۹۰ درصدی ترافیک نسبت به شرایط معمول اسفندماه مواجه بودیم، اما حضور مستمر همکاران ما باعث شکل‌گیری فضای اطمینان در جامعه شد و به مرور بخشی از ترافیک مرسولات پستی احیا شد.

محمد احمدی با تحسین روحیه فعالان اقتصادی و کسب و کارهای کوچک و خانگی در این دوران، تصریح کرد: حضور شبکه پستی یک اطمینان قلبی برای کسب‌وکارها به وجود آورد. در بازدیدهایی که داشتیم، به عینه دیدیم که آن‌ها با اتکا به همین بستر به کار برگشتند و فروش داشتند تا چرخ اقتصادشان بچرخد. هرچند کاهش درآمد و ترافیک یک چالش بزرگ برای پست است، اما آمارها نشان می‌دهد هرچه از روزهای اول جنگ دور شدیم، حجم ترافیک بازگشتی به شبکه پست بالاتر رفته است.



✪ شهادت ۲ نفر از کارکنان پست و تخریب ۵۶ دفتر پستی در جنگ رمضان

مدیرعامل شرکت ملی پست ایران در گفت‌وگو با نسل چهارم، ضمن تشریح ابعاد خسارات جانی و مالی این شرکت در جنگ رمضان، از شهادت ۳ تن از کارکنان شبکه پستی خبر داد. محمد احمدی با تأکید بر تخریب ۱۰۰ درصدی دفاتر پست در چهار شهر کشور، تصریح کرد که علی‌رغم خطرات جدی و آسیب به ناوگان حمل‌ونقل، همکاران پستی شجاعانه به ارائه خدمت ادامه دادند.

محمد احمدی در تشریح تلفات انسانی و خسارات زیرساختی شبکه پستی در جریان درگیری‌های اخیر اظهار داشت: «متأسفانه در جریان این حملات، دو تن از همکاران عزیز ما در دفاتر پستی آذرشهر آذربایجان شرقی و دیوان‌دره کردستان به

باید به عنوان یک شهروند و مسئول، از درک بالایی که آقای رئیس‌جمهور نسبت به اهمیت پایگاه اطلاعات مکانی در نظام اقتصادی-اجتماعی کشور دارند، تشکر کنم.

نزدیک ۸۵ درصد برسانیم. نکته حائز اهمیت، تحول در نقاط روستایی است؛ جایی که در ابتدای دولت چهاردهم تنها ۲ تا ۳ درصد پوشش داشتیم، اما امروز این عدد به بالای ۶۰ درصد رسیده است. این اتفاق بزرگ در شرایطی شکل گرفته است که اولاً کشور در این مدت دچار جنگ و چالش‌های متعددی بوده و ثانیاً سالانه حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار رکورد جدید به پایگاه اضافه می‌شود که به ویژه در نقاط شهری توسعه پروژه را سخت‌تر می‌نماید.»

وی افزود: «واقعیت این است که عملکرد شرکت ملی پست در توسعه پایگاه‌های جی‌نف طی یک سال اخیر، با ۶ یا ۷ سال گذشته برابری می‌کند. ما همزمان با توسعه کیفی و ژئوکد کردن نشانی‌ها، با یک موجود زنده روبرو هستیم که مخرج کسر آن (تعداد کل ساختمان‌ها و معابر) مدام در حال رشد است، اما با این حال پیشرفت‌ها خیره‌کننده بوده است.»

تداوم پروژه در سخت‌ترین شرایط امنیتی و دوران جنگ مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی پست به چالش‌های میدانی در ایام اخیر اشاره کرد و گفت: «پروژه جی‌نف صرفاً یک فرآیند الگوریتمیک و ریاضی نیست، بلکه به شدت میدانی و عملیاتی است. در ایام جنگ، از جمله جنگ ۱۲ روزه و رمضان، همکاران ما با محدودیت‌های امنیتی برای حضور در خیابان‌ها مواجه بودند. با این حال، در همان روزهای سخت، ما در سطح روستایی ۱۴ درصد و در سطح شهری ۲ درصد توسعه پایگاه و ژئوکدینگ را پیش بردیم که در نوع خود بی‌نظیر است.»

آینده پروژه: امنیت، استانداردسازی و تعاملات بین‌دستگاهی احمدی با اشاره به برنامه‌های آتی تا پایان سال، خاطر نشان کرد: «در حوزه‌های زیرساختی، نرم‌افزاری و امنیت، گام‌های بزرگی برداشته شده است. در بحث استانداردسازی، طی دو سه ماه آینده خبرهای مهم و تحولی خواهیم داشت. همچنین در حوزه همکاری‌های بین‌دستگاهی، از عدد ۸ درصد به ۲۸ درصد رسیده‌ایم که نشان‌دهنده بهبود ادبیات مشترک میان سازمان‌هاست.»

او با اشاره به تعامل مثبت با سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌ها گفت: «بنا داشتیم جشنواره ارزیابی عملکرد استانداری‌ها و شهرداری‌های کشور در استقرار پروژه ملی جی‌نف را در ۲۷ اردیبهشت برگزار کنیم که به دلیل وقایع اخیر به تعویق خواهد افتاد. در نهایت، جی‌نف یک پایه استوار برای حکمرانی، عدالت اجتماعی و رفاه عمومی است و ما خود را متعهد می‌دانیم که این ساختار را به ثمر برسانیم.»

مدیرعامل شرکت ملی پست در ادامه گفت‌وگو با نسل چهارم، از کاهش چشمگیر شکایات پستی خبر داد و جزئیاتی از استقرار «نسل سوم» خدمات پستی تحت برند «نوآپست» را تشریح کرد. وی با اشاره به نوسازی زیرساخت‌ها، از نصب ۱۱ دستگاه جدید سورتینگ هوشمند خبر داد که بر این اساس ۷ استان جدید به مجموعه استان‌های دارای سیستم سورتینگ هوشمند اضافه گردید. در این حوزه همچنین بالغ بر ۱۵ هزار متر مربع فضای عملیاتی در استان‌های مختلف بهسازی

جایگزینی مسیرهای زمینی و هاب‌های منطقه‌ای

مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی پست از تلاش برای دور زدن محدودیت‌های هوایی خبر داد و گفت: «از زمان جنگ دوازده‌روزه به دنبال برقراری مسیرهای زمینی بودیم تا در شرایط بحرانی، مرسولات را از طریق جنوب کشور به کشورهای حاشیه خلیج فارس برسانیم. در حال حاضر مکاتبات و هماهنگی‌های متعددی با کشورهای همسایه در شمال غرب و جنوب شرق کشور داریم تا از ظرفیت آن‌ها به عنوان «هاب بین‌المللی» استفاده کرده و با از سرگیری سرویس‌های بین‌المللی، مرسولات را به صورت «زمینی-هوابرد» ارسال کنیم.»

نشانی، ثروت ملی و زیربنای عدالت اجتماعی است



مدیرعامل شرکت پست ایران در تشریح آخرین وضعیت پروژه ملی جی‌نف، از جهش قابل توجه خیره‌کننده آمارها و ارتقای پوشش این طرح از ۶۳ به ۸۵ درصد خبر داد. وی با تقدیر از اشراف ویژه رئیس‌جمهور به اهمیت پایگاه اطلاعات مکانی، تاکید کرد که عملکرد یک سال اخیر شرکت پست در این حوزه، با ۶-۷ سال گذشته برابری می‌کند و نقش این پروژه در تحقق شفافیت و پیشگیری از فساد، کلیدی و بنیادین است.

محمد احمدی، رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست ایران، در این گفت‌وگوی تفصیلی به واکاوی آخرین وضعیت پروژه ملی G-NAF (پایگاه ملی نشانی مکان محور) پرداخت.

وی در این گفت‌وگو با تاکید بر جایگاه استراتژیک نشانی استاندارد، اظهار داشت: «آدرس یک ثروت ملی است که باید همچون آدرس‌های IP در دنیای دیجیتال، قدر دانسته شود. پروژه G-NAF در واقع مدیریت این ثروت بزرگ را بر عهده دارد تا در چرخه کلان اقتصادی، اجتماعی و زندگی روزمره مردم اثرگذاری خود را نشان دهد.»

تقدیر از نگاه راهبردی رئیس‌جمهور به پایگاه اطلاعات مکانی

مدیرعامل شرکت ملی پست با قدردانی از حمایت‌های ویژه دکتر پزشکیان، تصریح کرد: «باید به عنوان یک شهروند و مسئول، از درک بالایی که آقای رئیس‌جمهور نسبت به اهمیت پایگاه اطلاعات مکانی در نظام اقتصادی-اجتماعی کشور دارند، تشکر کنم. ایشان حتی پیش از دوران ریاست‌جمهوری و در مناظرات انتخاباتی نیز به پایگاه کد پستی اشاره ویژه‌ای داشتند. همت ایشان باعث شد دستگاه‌های اجرایی، پای کار بیایند و یک عزم ملی برای تحقق این پروژه شکل بگیرد.»

جهش آماری در توسعه جی‌نف؛ پوشش ۸۵ درصدی کل کشور

احمدی، معاون وزیر ارتباطات در خصوص پیشرفت‌های عملیاتی این پروژه گفت: «طی یک سال گذشته، ما موفق شدیم پوشش کل پروژه را از حدود ۶۳ درصد به

وقوع جنگ ۱۲ روزه، اختلالات اینترنتی ناشی از حوادث دی‌ماه و متعاقباً جنگ رمضان، ضرری بالغ بر دو هزار میلیارد تومان (۲ همت) به این شرکت تحمیل کرده.

می‌یابد. در حالی که خطای عملکردی پست در مقایسه با ترافیک مرسولات پستی واقعا کمتر از استانداردهای تعریف شده است. وی افزود: «خواهش من از اصحاب رسانه این است که بر تجربیات موفق مردم و «احساس خوب» دریافت خدمات نیز تمرکز کنند؛ همان‌طور که وقتی یک کارت بانکی به موقع و سالم به دست شهروند می‌رسد، نتیجه یک زنجیره عظیم و فداکارانه است. رسانه ابزار کلیدی ما برای نمایش این حرکت تحولی است که علی‌رغم همه محدودیت‌ها آغاز شده و با قدرت ادامه خواهد داشت.»

تعهد به ارتقای تجربه مشتری

احمدی ضمن قدردانی از همراهی رسانه‌ها گفت: «تلاش ما این است که پست را به سرمرزلی قابل قبول برسانیم که در آن «تجربه مشتری» حرف اول را بزند. ما به این مسیر تحولی متعهد هستیم و اجازه نخواهیم داد محدودیت‌ها مانع از خدمت‌رسانی با کیفیت به مردم عزیز ایران شود.»

جنگ و اختلالات اینترنتی بیش از ۲ همت به پست ضرر زد

* در آستانه سوددهی بودیم اما بحران‌های اخیر مانع شد
احمدی، مدیرعامل شرکت ملی پست ایران از چالش‌های سهمگین این شرکت در میانه بحران‌های اخیر پرده برداشت.

وی با اشاره به اینکه پست پس از دهه‌ها زیان‌دهی، در آستانه رسیدن به نقطه سر به سر و سوددهی در سال ۱۴۰۴ بود، اعلام کرد که وقوع جنگ ۱۲ روزه، اختلالات اینترنتی ناشی از حوادث دی‌ماه و متعاقباً جنگ رمضان، ضرری بالغ بر دو هزار میلیارد تومان (۲ همت) به این شرکت تحمیل کرده و معیشت شبکه عظیم ۲۹ هزار نفری خانواده پست را با چالش مواجه ساخته است.

هدف‌گذاری برای سوددهی در سال ۱۴۰۴

احمدی با اشاره به تاریخچه ۳۷ ساله فعالیت شرکت پست گفت: «واقعیت این است که در تمام این سال‌ها، به دلیل هزینه بر بودن خدمات و عدم پوشش هزینه‌ها توسط درآمد، پست همواره با چالش زیان‌دهی مواجه بوده است. با این حال، ما در دولت چهاردهم با یک نگاه چندوجهی، برنامه‌ریزی کردیم تا در سال ۱۴۰۴ به سطح سر به سر برسیم و از سال‌های بعد سودده شویم. آمارها تا پیش از بحران‌های اخیر نشان می‌داد که این هدف کاملاً قابل حصول بوده است.»

ضربه جنگ و قطعی اینترنت به ترافیک پستی

مدیرعامل و رئیس هیات مدیره شرکت ملی پست با تبیین اثرات تحولات میدانی بر اقتصاد دیجیتال افزود: «پس از جنگ ۱۲ روزه در خرداد و تیرماه، ترافیک محصولات ما به شدت کاهش یافت. بخشی از این کاهش مستقیماً به اختلالات اینترنت و بخش دیگر به فضای کلی حاکم بر اقتصاد کشور بازمی‌گشت. با تمهیدات اندیشیده شده، در ماه‌های مهر، آبان و آذر توانستیم به ریل بازگردیم و حتی فراتر

و نوسازی شده است که می‌تواند به عنوان گام‌های بلند پست برای ارتقای تجربه مشتری تلقی شود.

رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت ملی پست ایران در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود به تحولات زیرساختی و کیفی این شرکت پرداخت و بر اهمیت بازنمایی رسانه‌های فعالیت‌های تکنوکراتیک و عملیاتی این سازمان تاکید کرد.



استقرار نسل سوم خدمات پستی تحت برند «نواپست»

احمدی با اشاره به رویکرد جدید این شرکت در مدرن‌سازی خدمات گفت: ما حرکت بزرگی را برای استقرار «نسل سوم خدمات پستی» آغاز کرده‌ایم که با برند «نواپست» (Noapost) تبلور یافته است.

نمونه عینی این تحول را در تبریز شاهد بودیم که با بیش از هزار مترمربع توسعه فضای عملیاتی، استقرار سیستم‌های مدرن و توسعه مشتری‌مداری یک گام بزرگ در جهت ارتقای زیرساخت‌ها و تجربه مشتریان برداشته شد. نواپست با شعار: «تجربه‌ای که هوشمندانه نو می‌شود» مسیر ارتقای کمی و کیفی خدمات پستی بر بستر هوشمندی را دنبال می‌کند.

نصب ۱۱ دستگاه سور تینگ هوشمند در ۷ استان کشور

وی در خصوص هوشمندسازی فرآیندهای تجزیه و مبادلات اظهار داشت: «طی یک سال گذشته، ۱۱ دستگاه سور تینگ هوشمند در ۷ استان جدید کشور راه‌اندازی شده است. اهمیت این دستگاه‌ها فراتر از تسهیلگری مکانیکی و فیزیکی، داده‌های ارزشمندی تولید می‌کنند که به ما اجازه می‌دهد با تحلیل دقیق آن‌ها، کیفیت خدمات را به صورت مستمر ارتقا دهیم.»

کاهش ۴۹ درصدی شکایات؛ ثمره نظارت و تکنولوژی

مدیرعامل شرکت ملی پست، ارتقای کیفیت خدمات را ملموس توصیف کرد و گفت: «بر اساس آمارهای ثبت شده در چهار سامانه نظارتی کشور (از جمله سامانه مستقر در شرکت پست و سایر نهادهای نظارتی)، ما در سال گذشته شاهد کاهش ۴۹ درصدی شکایات مردمی از خدمات پستی بودیم. این موفقیت عینی، نتیجه مستقیم استقرار تکنولوژی‌های جدید و تغییر نگاه همکاران ما در لایه‌های مختلف اجرایی و توجه ویژه به نیاز مشتریان بوده است.»

پست؛ شریان نامرئی ارتباطات و زیرساخت توسعه فرهنگی و اقتصادی

احمدی با خطاب قرار دادن رسانه‌ها به عنوان بازوان تحول، خاطر نشان کرد: «پست یک شریان نامرئی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و حتی فرهنگی کشور است. در یک کار میدانی با این وسعت، عواملی چون خطای انسانی، شرایط آب و هوایی و زیرساخت‌های حمل‌ونقلی ممکن است باعث بروز برخی خطاها و خدمات نامنطبق شود که معمولاً این بخش‌ها و موضوعات در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بازتاب

از پیش‌بینی‌ها عمل کنیم، اما متأسفانه حوادث دی‌ماه و قطعی مجدد اینترنت در نهایت وقوع جنگ رمضان، دوباره این مسیر را با مانع جدی روبرو کرد.

معیشت ۲۹ هزار همکار پستی در خطر است

وی با تأکید بر انسان‌محور بودن شرکت ملی پست اظهار داشت: «با ۱۷ هزار پرسنل مستقیم و حدود ۱۲ هزار نفر در بخش غیرمستقیم (دفاتر پیشخوان، نمایندگی‌های روستایی و خطوط پستی بخش خصوصی) روبرو هستیم که ارتزاق آن‌ها وابسته به حیات این بنگاه اقتصادی است. در کنار تورم ناشی از مسائل بین‌المللی و مکانیزم ماشه که هزینه‌های ما را به‌روز کرده، ورود جدی رقبا به بازار سنتی پست نیز فشار را مضاعف کرده است. مجموع این عوامل تاکنون بیش از ۲ همت ضرر به شرکت تحمیل کرده است.»

انضباط مالی در اوج بحران؛ تسویه با دفاتر پیشخوان

احمدی علیرغم گلایه از آسیب‌های وارده، به موفقیت‌های مدیریتی اشاره کرد و گفت: «با وجود این ضرر سنگین، ما توانسته‌ایم انضباط مالی بی‌نظیری نسبت به سال‌های گذشته ایجاد کنیم. به عنوان مثال، در حال حاضر مطالبات و حق‌سهم بیش از ۷ هزار دفتر پیشخوان دولت در سطح شهرها و روستاها طبق روال قانونی و با وجود تمامی محدودیت‌های نقدینگی، در بازه‌های زمانی منظم و به موقع پرداخت می‌شود و سایر پرداخت‌ها به پیمانکاران شبکه توزیع و خدمات‌رسانی دچار آسیب نشود.»

از «دستیار پستی من» در پیام‌رسان بله تا توزیع دوروزه کارت‌های بانکی در ایام نوروز

* به جای اپلیکیشن اختصاصی، به تجربه کاربری مردم در سکوهای داخلی احترام گذاشتیم
احمدی در بخش دیگری از گفتگوی خود، به تشریح راهبردهای نوین شرکت ملی پست در حوزه تسهیل‌گری و اقتصاد دیجیتال پرداخت. وی با تأکید بر سیاست «ساده‌سازی خدمات»، از طرح‌هایی همچون برچسب‌های از پیش چاپ شده و حضور فعال در پیام‌رسان‌های داخلی به جای اجبار مردم به نصب اپلیکیشن‌های متعدد پستی سخن گفت و تجربه موفق همکاری با اپلیکیشن «بله» را نمونه‌ای موفق از هم‌افزایی لجستیک و فناوری در سطح استانداردهای جهانی دانست.

تسهیل‌گری برای تولیدکنندگان بومی؛ از برنج شمال تا گردوی تویسرکان
مدیرعامل شرکت ملی پست با اشاره به دو سیاست کلیدی این شرکت گفت: «اولین سیاست ما «ساده‌سازی» است؛ راه‌اندازی سرویس «لیبل‌های پری‌پرینت» (برچسب‌های از پیش چاپ شده) به کاربران اجازه می‌دهد تنها با یک گوشی و داشتن این برچسب‌ها، شناسه پستی ایجاد کنند و به این ترتیب کسب و کارهای کوچک و خانگی می‌توانند رونق بیشتری پیدا کنند. در کنار آن، برای کالاهای استراتژیک بومی مثل چای و برنج شمال، گردوی تویسرکان، زرشک و زعفران و ... تخفیف‌های ویژه‌ای قائل شدیم. شبکه ارتباطات فیزیکی گسترده، جایگاه اعتبار برند پست، سرویس‌های ارزش افزوده و چندلایه به ویژه در حوزه خدمات مالی و خدمات پس از فروش، فرصت‌های ارزشمندی برای معرفی و تضمین فروش کسب و کارهای کوچک و متوسط ایجاد کرده است.»

چرا پست به دنبال اپلیکیشن اختصاصی نرفت؟

معاون وزیر ارتباطات در پاسخ به سوالی درباره حضور پست در سکوهای داخلی توضیح داد: «استراتژی ما در دولت چهاردهم این است که به جای اجبار مردم به استفاده از یک اپلیکیشن اختصاصی (مانند «پست‌خونه» که طراحی شده است)، به تجربه کاربری (UI) و عادات‌های مردم در سکوهای داخلی مثل بله، آپ، روییکا و ... احترام بگذاریم. ما معتقدیم خدمات دولتی باید در جایی که مردم حضور دارند ارائه شود. همکاری با «بله» و «آپ» به عنوان پیشگامان در این حوزه، به ما اجازه

با ۱۷ هزار پرسنل مستقیم و حدود ۱۲ هزار نفر در بخش غیرمستقیم روبرو هستیم که ارتزاق آن‌ها وابسته به حیات این بنگاه اقتصادی است.

دادند تا خدمات پستی را با زندگی روزمره مردم عجین کنیم.»

«دستیار پستی من» در بله؛ هوش مصنوعی در خدمت مشتریان

وی با اشاره به قابلیت‌های «دستیار پستی من» در پیام‌رسان بله افزود: «این بازو (بات) شامل دو بخش است؛ یک بخش مبتنی بر هوش مصنوعی برای پاسخگویی به سوالات و راهنمایی مشتریان و بخش دیگر، بازوهای خدماتی برای فروش خدمات الکترونیک پست.

یکی از ویژگی‌های جذاب این سرویس، ارسال خودکار رویدادهای مرسوله برای کاربرانی است که در بله فعال هستند؛ به طوری که تمام مراحل جابجایی بسته به صورت لحظه‌ای به آن‌ها اطلاع‌رسانی می‌شود و این تجربه بسیار ارزشمندی برای مشتریان است.» توسعه خدمات پستی روی شبکه‌های اجتماعی و سکوهای داخلی به عنوان یک استراتژی جدی ادامه خواهد یافت.



تجربه جهانی در نوروز ایران: افتتاح حساب تا دریافت کارت بانکی در ۴۸ ساعت!
احمدی با ذکر یک مثال عینی از کارآمدی خدمات پستی و ارتباطات چندلایه و ترکیبی ایجاد شده با حوزه‌های کسب و کاری کشور گفت: «در روز ۲۹ اسفندماه، یکی از شهروندان به صورت آنلاین در یک بانک خصوصی افتتاح حساب و احراز هویت کرد؛ بلافاصله فرآیند صدور و پاکت‌گذاری کارت انجام شد و در بله به ایشان پیام رفت که مرسوله تحویل پست شده است.

در نهایت، همکاران ما در روز دوم فروردین کارت بانکی را درب منزل ایشان توزیع کردند. این سطح از ترکیب خدمات بانکی و لجستیکی در تعطیلات رسمی، حتی در کشورهای توسعه‌یافته هم کم‌نظیر است و نشان‌دهنده قدرت تحول دیجیتال در خدمت‌رسانی پستی کشور است.»

ما به دنبال اجرای پروژه‌ای هستیم که در آن به تولیدات زنان روستایی (از صنایع دستی تا محصولات غذایی بومی) شخصیت و ساختار بدهیم.



➤ **استراتژی چندکاناله؛ ضرورت پایداری در زمان بحران**
وی با تأکید بر لزوم حضور کسب‌وکارها در سکوهای داخلی افزود: «تجربه جنگ و بحران‌های اخیر نشان داد که تکیه صرف بر پلتفرم‌های خارجی ریسک بالایی دارد. ما به دنبال حذف شبکه جهانی نیستیم؛ زیرا دسترسی به مشتریان بین‌المللی جایگزین ندارد، اما برای «پایداری» کسب‌وکارها، مدل چندکاناله و حضور در سکوهای داخلی یک ضرورت است. این پایداری باعث می‌شود نان و معیشت مردم با یک کلیک و قطع اینترنت بین‌الملل، آجر نشود.»

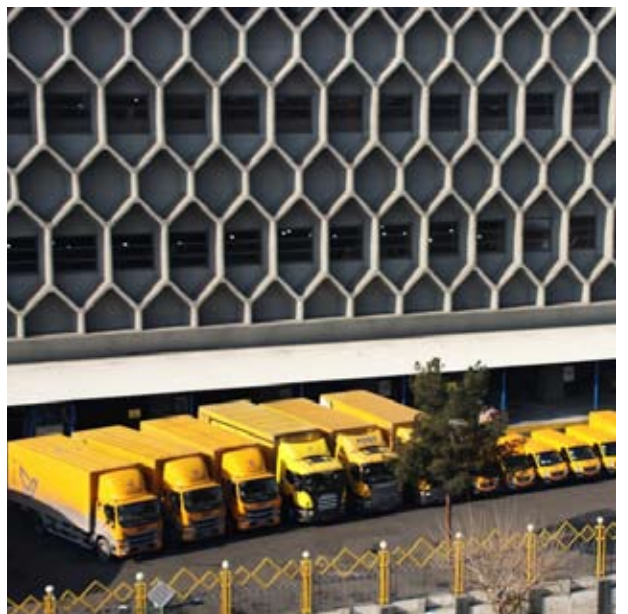


➤ **پست به مثابه توانمندساز زنان روستایی و برندهای کوچک**
مدیرعامل شرکت ملی پست، یکی از کلیدی‌ترین برنامه‌های این شرکت را هویت‌بخشی به تولیدات روستایی دانست و تصریح کرد: «مطالعات جهانی نشان می‌دهد پست یک توانمندساز جدی برای نقاط غیربرخوردار است. ما به دنبال اجرای پروژه‌ای هستیم که در آن به تولیدات زنان روستایی (از صنایع دستی تا محصولات غذایی بومی) شخصیت و ساختار بدهیم. هدف ما این است که یک زن روستایی بتواند برای محصول خود برند داشته باشد، استقلال مالی پیدا کند و با تکیه بر شبکه فیزیکی پست، کالای خود را از دورترین نقطه به دست مصرف‌کننده نهایی برساند.»

➤ **ایجاد شبکه پایدار فیزیکی برای اقتصاد دیجیتال**
احمدی در پایان خاطر نشان کرد: «تحول اصلی زمانی رخ می‌دهد که شبکه ارتباطات فیزیکی ما در خدمت تولیدکنندگان خرد قرار بگیرد. ما در سال گذشته تمرکز ویژه‌ای بر مناطق دوردست داشتیم تا حس اعتماد را به تولیدکننده برگردانیم؛ اینکه بدانند اگر محصولی تولید کرد، سیستمی وجود دارد که پول را به حسابش برمی‌گرداند و کالا را سالم به مقصد می‌رساند و در صورت نیاز مشتریان، خدمات لجستیک معکوس را ارائه نماید. این زنجیره، پایه اصلی توسعه اقتصاد دیجیتال در روستاها و نقاط شهری دوردست و غیربرخوردار است.»

➤ **کاهش ۳۰ درصدی ترافیک پستی تحت تأثیر محدودیت‌های اینترنتی**
محمد احمدی، مدیرعامل شرکت ملی پست ایران، در ادامه گفتگو تصویری شفاف از وضعیت تجارت الکترونیک در سایه بحران‌های اخیر ارائه داد. وی ضمن اشاره به افت ۳۰ درصدی ترافیک مرسولات به دلیل اختلالات اینترنتی و شرایط اقتصادی کنونی بر روند رو به رشد ترافیک مرسولات پستی فروشگاه‌های بزرگ و آسیب‌پذیری شدید کسب‌وکارهای اینستاگرامی اشاره کرد. احمدی همچنین از برنامه تحولی پست برای تبدیل شدن به بازوی اجرایی استقلال مالی زنان روستایی و برندسازی محصولات بومی خبر داد.

➤ **رشد ۲۰ درصدی در فروشگاه‌های بزرگ و افت ۳۰ درصدی در ترافیک کل**
احمدی درباره آمار ترافیک مرسولات در ماه‌های اخیر گفت: «مشتریان تجارت الکترونیک ما به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ فروشگاه‌های بزرگ که از زیرساخت‌های پایداری استفاده می‌کنند و اتفاقاً در سال گذشته علیرغم چالش‌های متعدد در کشور که منجر به کاهش مرسولات پستی به میزان ۸ درصد نسبت به سال قبل شد، با رشد بیش از ۶ درصدی در همکاری با پست مواجه بودند. اما در بخش فروشگاه‌های کوچک و متوسط اینستاگرامی، شاهد آسیب بودیم.»



معاون توسعه فناوری اطلاعات شرکت ملی پست در گفت و گو با نسل چهارم:

تداوم خدمات پستی در شرایط جنگی با اتکا به زیرساخت‌های بومی

رشد ۲۰ درصدی پروژه «جی‌نف» در دوران جنگ

معاون توسعه فناوری اطلاعات، هوشمندسازی و امنیت شبکه شرکت ملی پست با تشریح اقدامات این مجموعه در دوران دو جنگ تحمیلی اخیر و تهدیدات سایبری، از تداوم پایدار خدمات پستی، توسعه زیرساخت‌های بومی، افزایش تاب‌آوری شبکه و رشد ۲۰ درصدی پروژه ملی «جی‌نف» خبر داد و تاکید کرد: برنامه‌ریزی برای مدیریت بحران و تداوم کسب‌وکار از سال ۱۴۰۲ در شرکت ملی پست آغاز شده بود.

دولتی خاطر نشان کرد: در برخی شهرهایی که دچار آسیب و اختلال زیرساختی شده بودند، این شبکه‌های پشتیبان موجب شد ارتباطات میان واحدهای قبول، توزیع و سامانه‌های عملیاتی شرکت ملی پست بدون وقفه ادامه پیدا کند. وی درباره تهدیدات سایبری نیز گفت: در این مدت حملات سایبری، حملات متعددی علیه زیرساخت‌ها و نرم‌افزارهای شرکت انجام شد و بخش عمده این تهدیدات مدیریت و کنترل شد. همچنین بخشی از نرم‌افزارهای تحت وب به نسخه‌های آفلاین تبدیل شدند تا در صورت بروز اختلال در زیرساخت‌ها، عملیات پستی متوقف نشود. دولتی با بیان اینکه برنامه‌ریزی برای شرایط بحرانی از قبل آغاز شده بود، اظهار کرد: از سال ۱۴۰۲ پروژه تدوین طرح «تداوم کسب‌وکار» (BCP) در شرکت ملی پست آغاز شد. این طرح ابتدا با محوریت بلایای طبیعی مانند زلزله و سیل طراحی شده بود اما قابلیت انطباق بالایی با شرایط جنگی و حملات سایبری نیز داشت و همین موضوع موجب شد در بحران اخیر آمادگی مناسبی برای مدیریت شرایط وجود داشته باشد.



کاوه دولتی، معاون توسعه فناوری اطلاعات، هوشمندسازی و امنیت شبکه شرکت ملی پست، در گفت و گو با نسل چهارم درباره مهم‌ترین اقدامات این مجموعه در دوران جنگ و شرایط بحرانی اظهار کرد: حوزه فناوری اطلاعات شرکت ملی پست در سه بخش اصلی فعالیت می‌کند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها پروژه ملی «جی‌نف» یا همان طرح ملی آدرس‌گذاری مکان محور امکان کشور است.

وی افزود: در سال‌های گذشته موضوع کدپستی در کشور اجرا شده بود اما اکنون تکمیل پروژه اتصال کد ملی و کدپستی و مکان محور شدن آدرس‌ها، طبق تاکیدات رئیس‌جمهور، با جدیت بیشتری در دستور کار قرار گرفته و از ابتدای سال ۱۴۰۴ با قدرت بیشتری دنبال می‌شود.

دولتی با اشاره به شرایط جنگی اخیر گفت: در دوران جنگ تحمیلی اخیر فشارهای زیادی در حوزه پروژه‌های مبتنی بر نقشه و اطلاعات مکانی وجود داشت، چرا که بخشی از فرآیندهای صحت‌سنجی اطلاعات بر پایه نقشه‌های خارجی انجام می‌شد، اما با بروز محدودیت‌ها و مشکلات اینترنتی، استفاده از نقشه‌های بومی و ملی در دستور کار قرار گرفت و این موضوع نه تنها موجب توقف پروژه نشد بلکه باعث شد روند اجرای آن با سرعت و دقت بیشتری ادامه یابد.

وی تصریح کرد: در حوزه شهری و روستایی حتی در دوران دو جنگ تحمیلی نیز حدود ۲۰ درصد رشد در اجرای پروژه «جی‌نف» ثبت شد.

معاون توسعه فناوری اطلاعات، هوشمندسازی و امنیت شبکه شرکت ملی پست با اشاره به اقدامات انجام شده در حوزه امنیت و زیرساخت شبکه اظهار کرد: بخش عمده تجهیزات زیرساختی امنیت شبکه در دنیا تولید خارجی دارند، اما برای کاهش ریسک پذیری، تلاش کردیم از لایه‌های امنیتی و زیرساخت‌های بومی استفاده کنیم و برخی تجهیزات را که احتمال وجود آسیب‌پذیری یا بک‌دور در آن‌ها مطرح بود، با تجهیزات امن‌تر جایگزین کردیم.

وی ادامه داد: یکی از مهم‌ترین موضوعات برای شرکت ملی پست، پایداری ارتباطات شبکه‌های میان دفاتر، ستاد و بخش‌های عملیاتی است؛ به همین دلیل علاوه بر استفاده از بسته‌های رایج مانند MPLS مخابرات و لینک‌های وایرلس، شبکه‌های پشتیبان مبتنی بر سیم‌کارت‌های سازمانی APN نیز به کار گرفته شد تا در صورت آسیب به زیرساخت‌های مخابراتی، ارتباطات شبکه‌های قطع نشود.



وی در ادامه درباره برنامه‌های هوشمندسازی شرکت ملی پست در سال جاری گفت: هوشمندسازی خدمات و فرآیندهای پستی یکی از برنامه‌های کلان دولت و شرکت ملی پست است و این برنامه در دو بخش خدمت‌رسانی به مشتریان و حوزه لجستیک دنبال می‌شود.

معاون توسعه فناوری اطلاعات، هوشمندسازی و امنیت شبکه شرکت ملی پست افزود: توسعه باجه‌های هوشمند و لاکرهای هوشمند شبانه‌روزی، امکان ارسال مرسولات بدون مراجعه حضوری، جمع‌آوری مرسولات از منزل از طریق اپلیکیشن‌ها، توسعه نرم‌افزارها و بازهای مبتنی بر هوش مصنوعی، سامانه‌های پاسخگوی هوشمند مشتریان و استفاده از ظرفیت اپلیکیشن‌های بومی از جمله برنامه‌های در حال اجراست.

وی همچنین از توسعه فناوری‌های نوین در بخش لجستیک خبر داد و گفت: استفاده از خودروهای برقی، سیستم‌های سور تینگ هوشمند و رباتیک و تفکیک مرسولات مبتنی بر هوش مصنوعی از دیگر برنامه‌هایی است که در سال جاری دنبال خواهد شد.

دولتی در پایان با اشاره به اهمیت پروژه ملی «جی‌نف» تاکید کرد: این پروژه یک زیرساخت ملی برای تمامی دستگاه‌های اجرایی کشور محسوب می‌شود و امیدواریم در سال جاری بخش شهری آن که اکنون حدود ۹۰ درصد پیشرفت دارد و همچنین بخش روستایی که حدود ۶۰ درصد پیشرفت کرده است، تکمیل شود تا زمینه کاهش هزینه‌ها و توسعه خدمات هوشمند مبتنی بر مکان در کشور فراهم شود.



شرکت ملی پست
جمهوری اسلامی ایران

سرویس کرایه در مقصد چیست؟



با سرویس کرایه در مقصد،
هزینه ارسال مرسوله در مقصد
توسط گیرنده پرداخت می‌شود.

1

ثبت سفارش آنلاین
و یا مراجعه به
باجه های پستی



تحويل مرسوله
توسط فرستنده

2

3

رهگیری مرسوله
از طریق سایت
رهگیری مرسولات پستی



مراجعه مأمورین پستی
و تحويل بسته
به گیرنده

4

5

پرداخت هزینه
در محل
توسط گیرنده



مرکز ارتباط با مشتریان

193



<https://tracking.post.ir>

رهگیری مرسولات پستی

همیشه در دسترس شما

با شبکه گسترده پست در سراسر کشور



مبین‌نت: اپراتور ارائه‌دهنده پیامک هوشمند، مکان‌محور و انبوه

شرکت مبین‌نت با تکیه بر زیرساخت ارتباطی گسترده، داده‌های تحلیلی و فناوری موقعیت‌محور، راهکاری نوین تحت عنوان سرویس پیامک هوشمند ارائه کرده است.



راهکارهای پیامکی مبین‌نت

۱) سرویس پیامک هوشمند (Smart SMS)

سرویس پیامک هوشمند مبین‌نت، ابزاری پیشرفته برای سازمان‌هایی است که به دنبال برقراری ارتباط مؤثر و شخصی‌سازی شده با مشتریان خود هستند. این سرویس با تحلیل داده‌های رفتاری و کاربری مشتریان همراه اول، امکان طراحی کمپین‌هایی را فراهم می‌کند که در زمان درست و برای مخاطب درست ارسال شوند.

با استفاده از داده‌هایی مانند الگوی مصرف اینترنت، مکالمه، نوع سیم‌کارت، رده درآمدی و برند گوشی، سازمان‌ها می‌توانند پیام‌هایی دقیق‌تر، مرتبط‌تر و شخصی‌تر ارسال کنند.

* ویژگی‌ها

- تحلیل رفتار مصرفی
- تحلیل رفتار هزینه‌ای
- تحلیل پروفایل مشترکین
- قابلیت ادغام با سرویس مکان‌محور

* کاربردها

- طراحی کمپین‌های بازاریابی هدفمند بر اساس رفتار کاربران
- اطلاع‌رسانی‌های خاص برای گروه‌های مشخص از مشترکین
- ارسال پیشنهادهای ویژه بر اساس الگوی مصرف و فعالیت
- تعامل هوشمند با کاربران در محدوده خاص: ترکیب با سرویس مکان‌محور برای ارسال پیامک‌های محلی بر اساس محدوده جغرافیایی انتخابی یا مکان‌های عمومی مشخص شده شهر/استان، مانند اطلاع‌رسانی رویدادهای محلی برای کاربران فعال

* مزایا

- افزایش نرخ تبدیل (Conversion Rate) و تعامل مشتریان
- کاهش هزینه‌های تبلیغات با تمرکز بر مخاطبان هدف
- بهبود تجربه مشتری از طریق پیام‌های مرتبط و شخصی‌سازی شده

۲) سرویس پیامک مکان‌محور (Location-Based SMS) - ارتباط در مکان و لحظه مناسب سرویس پیامک مکان‌محور مبین‌نت ابزاری استراتژیک برای اجرای کمپین‌های بازاریابی محلی و اطلاع‌رسانی هدفمند است. با استفاده از داده‌های دقیق شبکه همراه اول، سازمان‌ها می‌توانند پیام‌های خود را برای کاربرانی بفرستند که در محدوده جغرافیایی خاصی حضور دارند یا در حال تردد هستند.

در فضای رقابتی امروز، کسب‌وکارها برای برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان خود نیازمند ابزارهای دقیق، هدفمند و قابل اندازه‌گیری هستند. تبلیغات انبوه سنتی اگرچه گسترده‌اند، اما به دلیل عدم هدف‌گیری دقیق، معمولاً بازدهی پایین و هزینه بالایی دارند.

شرکت مبین‌نت با تکیه بر زیرساخت ارتباطی گسترده، داده‌های تحلیلی و فناوری موقعیت‌محور، راهکاری نوین تحت عنوان سرویس پیامک هوشمند ارائه کرده است. این سرویس به سازمان‌ها، کسب‌وکارها و برندها امکان می‌دهد تا پیام‌های خود را دقیقاً به مخاطبانی ارسال کنند که در محدوده جغرافیایی مشخص حضور دارند یا با رفتار و ویژگی‌های جمعیتی موردنظر مطابقت دارند.

راهکار مبین‌نت ترکیبی است از دقت داده، قدرت زیرساخت و امنیت که به برندها کمک می‌کند تا کمپین‌های پیامکی خود را از حالت ساده و ابتدایی به ارتباطی هدفمند، قابل سنجش و اثربخش تبدیل کنند.

با استفاده از این سرویس، کسب‌وکارها می‌توانند:

- مخاطب درست را در زمان و مکان درست هدف قرار دهند.
- هزینه‌های تبلیغات را تا چندین برابر بهینه کنند.
- در نهایت، نرخ تعامل و اثربخشی کمپین‌های خود را افزایش دهند.

معرفی شرکت ارتباطات مبین‌نت

شرکت ارتباطات مبین‌نت (عضو مجموعه همراه اول) به‌عنوان بزرگ‌ترین اپراتور باندپهن بی‌سیم ثابت، نزدیک به دو دهه است که با تکیه بر زیرساخت مستقل، شبکه‌های سراسری و فناوری‌های پیشرفته، خدمات ارتباطی پرسرعت و امن را در سراسر کشور ارائه می‌دهد.

مبین‌نت با بهره‌گیری از فناوری‌های TD-LTE، فیبر نوری و 5G، یکی از پیشگامان تحول دیجیتال در کشور است و با دریافت پروانه UNSP، توانایی ارائه طیف کامل خدمات ارتباطی، ابری و هوشمند را دارد.

در حوزه سازمانی، این شرکت با ارائه راهکارهایی نظیر VPN، پهنای باند اختصاصی، اینترنت، موبایل سازمانی، تلفن سازمانی و سایر سرویس‌ها، نیازهای ارتباطی وزارتخانه‌ها، بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ را پوشش می‌دهد.

سرویس پیامک مبین‌نت یکی از محصولات کلیدی این مجموعه است که با تکیه بر امنیت شبکه، پایداری زیرساخت و تحلیل هوشمند داده، به سازمان‌ها امکان می‌دهد پیام‌های خود را به‌صورت هدفمند، سریع و پایدار به مشتریان و مخاطبان واقعی برسانند.

مبین‌نت، به‌عنوان بازوی تخصصی و اجرایی مجموعه بزرگ همراه اول در حوزه راهکارهای سازمانی، با اتکا بر تجربه، دانش فنی و زیرساخت‌های پیشرفته خود، نقش محوری در توسعه و توانمندسازی ارتباطات دیجیتال کشور ایفا می‌کند.



این قابلیت به سازمان‌ها امکان می‌دهد تا در لحظه حضور مشتری در یک منطقه، پیشنهاد فروش، دعوت به بازدید یا اطلاع‌رسانی ویژه انجام دهند.

* ویژگی‌ها

- تعیین محدوده هدف بر اساس شعاع، منطقه شهری یا محدوده خاص
- تعریف Geo-Fencing برای ارسال خودکار هنگام حضور، ورود یا خروج از منطقه
- ترکیب با داده‌های جمعیتی (سن، جنسیت، نوع سیم کارت)
- ارسال در لحظه (Live Messaging) و تعریف کمپین‌های لحظه‌ای کاربردها
- جذب مشتریان محلی با اطلاع‌رسانی لحظه‌ای: تخفیف برای کاربران نزدیک فروشگاه
- اطلاع‌رسانی در رویدادها، نمایشگاه‌ها یا شرایط اضطراری: هشدارهای محلی برای حوادث یا رویدادهای عمومی
- ارسال پیشنهادهای فروش ویژه هنگام نزدیک شدن به فروشگاه یا شعبه
- کمپین‌های لحظه‌ای بر اساس ورود به محدوده

* مزایا

- افزایش نرخ جذب مشتریان محلی
- کاهش هزینه تبلیغات از طریق تمرکز جغرافیایی
- اجرای کمپین‌های زنده و موقعیت‌محور با بالاترین نرخ دیده شدن
- ترکیب با داده‌های رفتاری برای هدف‌گیری دقیق‌تر

۳) سرویس پیامک انبوه (Bulk SMS) - ارتباط گسترده، ساده و قابل اطمینان سرویس پیامک انبوه مبین‌نت، مناسب سازمان‌هایی است که نیاز به ارسال حجم بالایی از پیام‌ها به مخاطبان خود دارند. این سرویس برای اطلاع‌رسانی، بازاریابی، پشتیبانی یا ارسال پیام‌های خدماتی طراحی شده و از طریق پل سازمانی یا API اختصاصی قابل استفاده است.

* ویژگی‌ها

- ارسال انبوه با سرعت بالا از طریق شبکه اپراتوری
- قابلیت زمان‌بندی و گروه‌بندی پیام‌ها
- ارسال از طریق پل کاربری یا وب‌سرویس (RESTful / SMPP)
- گزارش‌گیری دقیق از تحویل و وضعیت پیام‌ها
- امکان فیلتر شماره‌های تکراری یا نامعتبر

* کاربردها

- اطلاع‌رسانی رویدادها و کمپین‌های بازاریابی: ارسال انبوه برای باشگاه مشتریان به منظور اطلاع‌رسانی فروش فصلی

مبین نت

اپراتور رسمی پیامک با زیرساخت امن و پایدار
پلتفرم، وب سرویس و Gateway اختصاصی

- امکان ارائه خارج از کشور اینترنت
- ارائه نام تجاری (Mask)
- ارائه TPS اختصاصی
- پشتیبانی ۲۴/۷

- پیام‌های خدماتی: تراکنش‌ها، OTP یا هشدارهای امنیتی
- ارتباط مستمر با مشتریان: خبرنامه‌ها یا به‌روزرسانی‌های عضویت
- نظرسنجی و تعاملات: جمع‌آوری بازخورد از مخاطبان

* مزایا

- هزینه پایین‌تر نسبت به سایر روش‌های تبلیغاتی
- سرعت بالا و تحویل تضمینی از طریق شبکه اپراتوری
- مناسب برای کمپین‌های اطلاع‌رسانی یا خدماتی با حجم بالا

ارزش پیشنهادی

راهکار پیامکی مبین‌نت بر پایه سه اصل هوشمندی، اعتمادپذیری و انعطاف‌پذیری طراحی شده است؛ این اصول منجر به ایجاد تجربه‌ای یکپارچه برای سازمان‌ها و مشتریان نهایی می‌شود و نتایج زیر را به همراه دارد:

- بهینه کردن هزینه‌های اطلاع‌رسانی، جذب مشتریان و تبلیغات
- افزایش بازده کمپین‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی
- هدفمندی تبلیغ
- افزایش اعتماد مخاطبین
- کمک به برندینگ
- افزایش رضایت مشتریان و...

پشتیبانی و خدمات پس از فروش شامل پشتیبانی تلفنی و آنلاین در تمامی روزهای هفته و ارائه گزارش‌های دوره‌ای از عملکرد سرویس و پیشنهادات بهبود است. تیم فنی نیز در صورت بروز هر گونه مشکل فنی، به سرعت پاسخگو و آماده رفع مشکلات خواهد بود.

جمع‌بندی

مبین‌نت به عنوان اپراتور پیامکی کشور، با تکیه بر زیرساخت اختصاصی خود، همکاری استراتژیک با همراه اول و تیم متخصص در حوزه پیامک و داده، بستری پایدار و امن برای ارائه راهکارهای نوین پیامکی ویژه کسب‌وکارها و سازمان‌ها فراهم کرده است.

ترکیب سرویس‌های هوشمند، مکان‌محور و انبوه به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا سرویس پیامک را از یک ابزار تبلیغاتی ساده به یک کانال ارتباطی داده‌محور و تعاملی تبدیل کنند. نتیجه این تحول، افزایش تعامل مشتری، کاهش هزینه‌های بازاریابی و ایجاد تجربه ارتباطی منحصر به فرد در لحظه درست، برای مخاطب درست است.

دانش فنی، زیرساخت ارتباطی امن و پایدار، ارتباط مستقیم با اپراتورهای تلفن همراه و پشتیبانی متمایز سبب می‌شود که این راهکار ارتباطی متناسب با نیازهای جاری و آینده کسب‌وکارها توسعه یابد.

تجهیز پیام‌رسان‌های بومی به فناوری‌های نوین، به ویژه هوش مصنوعی، ضروری است

درصد را تأیید می‌کرد. ما برای حل این مسئله، ۱۲۰ شاخص قابل سنجش را استخراج و ما مرکز ملی روی نحوه اندازه‌گیری آن‌ها توافق کردیم تا آمارها شفاف و دقیق باشد.»

تحقق ۷ کلان‌پروژه زیرساختی

زارع‌پور در تشریح جزئیات عملیاتی این طرح گفت: «توسعه شبکه ملی اطلاعات در قالب ۷ کلان‌پروژه و ۲۰۰ زیرپروژه دنبال شد. کلید زدن طرح ملی فیبرنوری در بیش از ۶۰۰ شهر، توسعه نسل پنجم تلفن همراه (5G)، تحت پوشش قرار گرفتن ۹۵ درصد روستاها و دو برابر شدن ظرفیت شبکه مادر از تباطی از جمله دستاوردهای بخش زیرساخت‌های ارتباطی است.» وی همچنین به توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی اشاره کرد و افزود: «راهاندازی قطب‌های داده در استان‌های البرز، مشهد و اصفهان و توسعه خدمات ابری از اقدامات کلیدی بود. در حوزه خدمات پایه نیز حمایت از پیام‌رسان‌های بومی منجر به میزبانی آن‌ها از میلیون‌ها کاربر شد، هرچند پروژه‌هایی مثل سیستم عامل بومی و موتور جست‌وجو به دلیل پایان عمر دولت به نتیجه نهایی نرسیدند، اما ریل‌گذاری مناسبی در آن‌ها صورت گرفت.»

از بومی‌سازی تجهیزات تا صادرات نوری

به اذعان زارع‌پور، یکی از شاخص‌ترین بخش‌های کارنامه فاوا در دولت سیزدهم، جهش بومی‌سازی تجهیزات بود. زارع‌پور در این باره تشریح کرد: «سهام بومی‌سازی تجهیزات از ۵ درصد در ابتدای دولت سیزدهم به بیش از ۴۵ درصد افزایش یافت. امروز تجهیزات انتقال پرسرعت نوری توسط دانش‌بنیان‌های داخلی تولید انبوه می‌شود و نه تنها نیاز کشور را رفع کرده، بلکه به بازارهای جهانی نیز صادر می‌شود.»

لزوم تجهیز سکوها داخلی به هوش مصنوعی

وزیر ارتباطات دولت سیزدهم در پایان با تأکید بر اهمیت جلب رضایت کاربران در پلتفرم‌های داخلی، خاطر نشان کرد: «دولت باید به حمایت زیرساختی و تأمین منابع پردازشی و ذخیره‌سازی برای سکوها ادامه دهد. در مقابل، مدیران پیام‌رسان‌ها نیز موظفند خود را به فناوری‌های نوین، به ویژه هوش مصنوعی، مجهز کنند تا سبب خدمات باکیفیت‌تری به شهروندان ارائه دهند.»



وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت سیزدهم، گفت: دولت باید به حمایت زیرساختی و تأمین منابع پردازشی برای سکوها بومی ادامه دهد. در مقابل، پیام‌رسان‌ها نیز موظفند خود را به فناوری‌های نوین، به ویژه هوش مصنوعی، مجهز کنند تا سبب خدمات باکیفیت‌تری به شهروندان ارائه دهند.

دکتر عیسی زارع‌پور در گفت و گو با خبرنگار ما با اشاره به آخرین وضعیت شبکه ملی اطلاعات اظهار کرد: «بر اساس گزارش مرکز ملی فضای مجازی به عنوان ناظر عالی، پیشرفت این شبکه از حدود ۲۰ درصد در ابتدای دولت سیزدهم به ۶۰ درصد در پایان این دوره رسید. این جهش آماری نشان می‌دهد که در کمتر از سه سال، به اندازه دو برابر ده سال قبل از آن در این حوزه کار عملیاتی صورت گرفته است.»

پایان اختلافات آماری با مرکز ملی فضای مجازی

وزیر ارتباطات دولت سیزدهم با یادآوری چالش‌های آماری گذشته خاطر نشان کرد: «پیش از این دولت، اختلافات جدی میان وزارتخانه و مرکز ملی فضای مجازی وجود داشت؛ به طوری که در خرداد ۱۴۰۰، وزارتخانه مدعی پیشرفت ۸۰ درصدی بود اما ناظر تنها ۲۰

انحصار و تجمع پلتفرم‌های داخلی، ریسک قطع شدن کل ارتباطات را بالا می‌برد



در این راستا، لزوم رعایت شرایط و کاهش موقت خواسته‌های برحق از سوی مردم می‌تواند فضای آرام‌تری را برای رشد این سرویس‌ها فراهم کند. کاربران می‌توانند با اتخاذ رویکردی مشارکتی، از طریق اعلام نظرات و گزارش مشکلات و باگ‌ها، نقشی کلیدی در شناسایی و رفع آسیب‌پذیری‌های سیستم ایفا کنند.

در نهایت، گاهی این ایده مطرح می‌شود که متمرکز کردن منافع و ادغام پلتفرم‌ها و پیام‌رسان‌های داخلی می‌تواند کارایی را بهتر کند، اما واقعیت این است که انحصار و تجمع، نه تنها رقابت سالم و نوآوری را از بین می‌برد، بلکه با ایجاد یک نقطه آسیب‌پذیر واحد، ریسک قطع شدن کل ارتباطات را بالا می‌برد. راهکار پایدار تر، حفظ یک اکوسیستم متنوع از پلتفرم‌هاست که به صورت یکپارچه از طریق زیرساخت‌های رایگان دولتی حمایت شده و با کمک گزارش‌ها و همراهی مردم، روزبه‌روز کارآمدتر و پایدارتر می‌شوند.

رئیس کمیسیون تحول دیجیتال سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور، می‌گوید: گاهی این ایده مطرح می‌شود که متمرکز کردن منافع و ادغام پلتفرم‌ها و پیام‌رسان‌های داخلی می‌تواند کارایی را بهتر کند، اما واقعیت این است که انحصار و تجمع، نه تنها رقابت سالم و نوآوری را از بین می‌برد، بلکه با ایجاد یک نقطه آسیب‌پذیر واحد، ریسک قطع شدن کل ارتباطات را بالا می‌برد؛ راهکار پایدار تر، حفظ یک اکوسیستم متنوع از پلتفرم‌هاست. احمد نیرومند، رئیس کمیسیون تحول دیجیتال سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور در یادداشت‌ارسالی برای ما آورده است:

گسترش و بهبود عملکرد پلتفرم‌های داخلی در این دوره، نیازمند نگاهی همه‌جانبه است. اصلی‌ترین مشکلی که این پلتفرم‌ها با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند، ناپایداری‌های سیستمی و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات است. برای غلبه بر این چالش‌ها، رفع آسیب‌پذیری‌ها و افزایش پایداری، یک راهکار جامع بر مبنای حمایت دوگانه از سوی دولت و مردم به شدت احساس می‌شود.

در بخش دولتی و حاکمیتی، تغییر رویکرد حمایتی از ارائه تسهیلات مالی به تأمین منابع پایه‌ای، گامی حیاتی است. دولت باید به جای دادن وام‌های سنگین که تنها بر بدهی شرکت‌ها می‌افزاید، زیرساخت‌های رایگان در اختیار این مجموعه‌ها قرار دهد. در واقع، حمایت از طریق عدم دریافت حق بهره‌برداری و چشم‌پوشی از هزینه‌های زیرساختی، می‌تواند مستقیماً در جهت کاهش ریسک سرمایه‌گذاری عمل کند. این نوع حمایت ساختاری از طرف دولت، جبران‌کننده عدم پایداری‌ها خواهد بود و به پلتفرم‌ها اجازه می‌دهد تا تمرکز و سرمایه خود را صرف توسعه فنی، رفع آسیب‌پذیری‌ها و ارتقای کیفیت کنند.

از سوی دیگر، مسیر رشد این پلتفرم‌ها بدون همراهی عمومی هموار نخواهد شد. نرم‌افزارها و سرویس‌های بومی برای رسیدن به نقطه بلوغ به زمان و تست در شرایط واقعی نیاز دارند.

خسارت ۳۲۵ میلیون دلاری جنگ رمضان به دانش بنیان ها

واحدهای آسیب دیده بدون موازی کاری های احتمالی است. معاون علمی رئیس جمهور تأکید کرد: معاونت علمی در تمام کار گروه های شکل گرفته برای بررسی خسارات نقش موثر دارد و هر جا لازم باشد از ظرفیت شرکت های دانش بنیان برای ارتقای توانمندی ها یا تدوین بودجه استفاده می شود. افشین با تأکید بر ضرورت تکمیل مستندات شرکت ها برای دریافت حمایت ها گفت: تمامی شرکت های صنعتی، چه دانش بنیان و چه غیر دانش بنیان، باید مدارک خود را به طور کامل تهیه و به وزارت صمت ارسال کنند و تا زمانی که نظر کارشناس رسمی دادگستری ارائه نشود، پرونده وارد فرایند بررسی نخواهد شد. او توضیح داد: وجود صورت جلسه رسمی استان، تأیید مدیر کل صمت و همچنین تأیید شهرداری یا وزارت راه و شهرسازی در موارد آسیب فیزیکی الزامی است و بدون این مدارک امکان پرداخت تسهیلات یا حمایت وجود ندارد.

۳ بسته حمایتی برای نجات دانش بنیان ها از بحران جنگ رمضان

معاون علمی رئیس جمهور همچنین درباره بسته های حمایتی صندوق نوآوری و شکوفایی توضیح داد: تاکنون سه بسته حمایتی اعلام شده است؛ نخست بسته «تثبیت اشتغال» برای شرکت هایی که بتوانند ۸۰ درصد اشتغال خود را حفظ کنند، دوم بسته «تثبیت تولید» برای واحدهایی که فعالیت آن ها ادامه دارد اما دچار اختلال شده اند، و سوم بسته «حمایت از زیرساخت انرژی» در شرکت های دانش بنیان فعال. این بسته ها برای شرکت هایی است که آسیب فیزیکی جدی ندیده اند و پرونده شرکت هایی که خسارت فیزیکی دیده اند به صورت متمرکز در وزارت صمت بررسی می شود. افشین افزود: در مورد شرکت هایی که کاملاً آسیب دیده اند، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی وارد عمل شده و بیمه کارکنان آن ها برقرار شده است. در مواردی که فاصله ای میان ثبت پرونده در بنیاد شهید و پرداخت حقوق یا بیمه کارکنان ایجاد شود، هماهنگی هایی برای پوشش این فاصله در حال انجام است.

اولویت بازسازی به جای توسعه خطوط جدید

افشین درباره حمایت های مربوط به تجهیزات نیز توضیح داد: برای شرکت هایی که تجهیزاتشان آسیب دیده است، امکان ارائه تسهیلات برای جایگزینی یا ارتقا فناوری وجود دارد، اما توسعه خطوط جدید تولید در شرایط فعلی، در اولویت دولت نیست و در صورت تمایل شرکت ها به توسعه، باید از مسیرهایی مانند منابع بانکی یا بصره ۱۸ اقدام شود.

این مقام مسئول تأکید کرد: در حال حاضر تمرکز اصلی بر بازسازی و بازگرداندن واحدهای تولیدی به فعالیت قبلی است. اگر شرکتی قصد داشته باشد فعالیت خود را به حوزه دیگری تغییر دهد، این موضوع خارج از چارچوب فعلی ستاد بوده و باید در فرآیند جداگانه ای بررسی شود.

اولویت نیروی انسانی در بازسازی

افشین با اشاره به اهمیت نیروی انسانی در شرکت های دانش بنیان گفت: ساختمان و تجهیزات مهم اند، اما مهم ترین بخش یک شرکت دانش بنیان نیروی انسانی آن است. این نیروها با تجربه و دانش انباشته، قابل جایگزینی سریع نیستند. افشین در ادامه از تدوین بسته ای برای حفظ نیروی انسانی در شرکت های دانش بنیان خبر داد و گفت: در جلسه اخیر با وزیر اقتصاد، پیشنهاد شده در دوران تعطیلی یا کاهش فعالیت شرکت های آسیب دیده، پروژه های پژوهشی تعریف شود تا منابع مالی به شرکت برسد و نیروها حفظ شوند.

معاون علمی رئیس جمهور گفت: در شرایط جنگ، میدان اقتصاد همان قدر اهمیت دارد که میدان عملیات. هر تعدیل نیرو به معنی یک خانواده دچار مشکل است. شرکت ها باید امسال سود کمتر و حفظ نیروی انسانی بیشتری داشته باشند. دولت نیز در کنار شرکت ها است و هر کمکی لازم باشد انجام می دهد.

افشین در پایان خاطر نشان کرد: ما آماده ایم از هر پیشنهادی که به بازسازی سریع تر شرکت های آسیب دیده کمک کند، حمایت کنیم.



معاون علمی رئیس جمهور با اشاره به ثبت ۶ میلیارد دلار خسارت ارزی در بخش صنعت کشور، اعلام کرد: مجموع آسیب وارد شده به زیست بوم دانش بنیان به ۳۲۵ میلیون دلار رسیده و حدود ۱۰۰ شرکت دانش بنیان به طور رسمی در فهرست خسارت دیدگان ثبت شده اند.

حسین افشین، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان رئیس جمهور در دیدار با شرکت های دانش بنیان آسیب دیده از «جنگ رمضان» به میزبانی دانشگاه اصفهان، با بیان اینکه پس از استان تهران، اصفهان بیشترین میزان آسیب را در جریان این جنگ متحمل شده است، گفت: در حال حاضر حدود ۱۱ هزار شرکت دانش بنیان در کشور فعال هستند که از میان آنها بر اساس آمار رسمی به دست آمده تاکنون حدود ۱۰۰ شرکت در جنگ رمضان آسیب دیده اند؛ هر چند ممکن است این عدد در ادامه با تکمیل اطلاعات تغییر کند.

معاون علمی رئیس جمهور با اشاره به برآورد خسارت های فیزیکی در بخش صنعت (مستقل از حوزه هایی مانند نفت، گاز، پتروشیمی، ساختمان و...) اعلام کرد: بر اساس ارزیابی های انجام شده تاکنون حدود ۶ میلیارد دلار خسارت ارزی و حدود ۳۰۰ همت خسارت ریالی در این بخش ثبت شده است.

به گفته حسین افشین، در حوزه دانش بنیان نیز خسارت ارزی حدود ۲۵ میلیون دلار و خسارت ریالی حدود ۵۵ همت برآورد شده است و با احتساب حدود ۳۰۰ میلیون دلار خسارت وارد شده به زیرساخت های علمی و پژوهشی کشور، مجموع آسیب وارد شده به بخش علمی و فناوری کشور به حدود ۳۲۵ میلیون دلار ارزی و ۵۵ همت ریالی می رسد.

ارزیابی متمرکز خسارت ها در وزارت صمت

افشین با اشاره به تجربه جنگ دوازده روزه پیشین که در آن مجموع خسارت صنعت حدود ۱۵ همت برآورد شده بود، گفت: در شرایط فعلی و با توجه به گستردگی آسیب ها، دولت تصمیم گرفته است که ارزیابی خسارت واحدهای صنعتی، اعم از دانش بنیان و غیر دانش بنیان، به صورت متمرکز در وزارت صمت، معدن و تجارت انجام شود و معاونت علمی نیز در این روند حضور دارد.

این مقام مسئول در توضیح تقسیم وظایف میان دستگاه های مختلف دولت گفت: رسیدگی به موضوعاتی مانند بذر، کود، نهاده های دامی و تولیدات کشاورزی بر عهده وزارت جهاد کشاورزی است، اما در صورتی که یک شرکت دانش بنیان تولید کننده بذر هیبرید باشد، با توجه به تولیدی بودن واحد، بررسی آن در وزارت صمت انجام می شود. همچنین تولید دارو و تجهیزات پزشکی در حوزه وزارت صمت قرار دارد، در حالی که خدمات پزشکی و فعالیت های علمی حوزه سلامت در وزارت بهداشت بررسی می شود. به گفته او، مسائل مرتبط با میراث فرهنگی در وزارت میراث فرهنگی، موضوعات مربوط به شهرسازی در وزارت راه و شهرسازی و امور مربوط به پارک های علم و فناوری در وزارت علوم پیگیری می شود. این اقدام در جهت متمرکزسازی حمایت های دولت از

امنیت سایبری در کشورهای بریکس

چگونه تحول دیجیتال رشد را تقویت و ریسک های جدیدی ایجاد می کند؟

رزمایش های مشترک منظم می تواند هماهنگی را بهبود دهد و آمادگی عملیاتی برای دفع حملات سایبری فرامرزی را افزایش دهد. توسعه یک سیستم پایش مشترک امکان شناسایی به موقع تهدیدات بالقوه و اتخاذ اقدامات پیشگیرانه را فراهم می کند. چنین سیستمی باید شامل سازوکارهای تبادل سریع اطلاعات و تصمیم گیری هماهنگ باشد. همزمان، کارشناسان ایجاد یک سیستم امنیتی واحد بریکس را یکی از پیچیده ترین مسائل امروز می دانند. پیش از ایجاد چنین سیستمی، کشورها باید سازوکارهای حفاظت داخلی کارآمد را در سطوح قانون گذاری و فنی ایجاد کنند. با این حال، یکسان سازی اقدامات و رویکردهای متنوع امنیت اطلاعات کاری دشوار خواهد بود.

کارشناسان یادآور می شوند که کشورهای بریکس از نظر فناوری پایه بسیار نامتوازن هستند. در نبود فناوری های بومی و مشابه، هر گونه ادغام یا حتی نوسازی می تواند به یک عامل ریسک تبدیل شود. چالش دوم، شکاف در توسعه نهادی، ظرفیت فناوری و به ویژه آموزش نیروی انسانی است.

نینا شوچوک معتقد است: باید پذیرفت که همکاری بین المللی در حوزه امنیت سایبری هنوز با کارآمدی فاصله دارد. این مسئله عمدتاً ناشی از ناهمگونی رویکردهای قانون گذاری میان اعضاست. از یک سو، این موضوع چالش ایجاد استانداردهای مشترک را افزایش می دهد؛ و از سوی دیگر، ضرورت تجمیع تلاش ها و تبادل تجربه را برجسته می کند.

پیشتان امنیت اطلاعات در بریکس

کارشناسان برزیل، هند و چین را به عنوان رهبران امنیت اطلاعات در میان کشورهای بریکس معرفی می کنند. تحلیلگران موفقیت آنها را ناشی از رویکرد جامع می دانند که ترکیبی از مؤلفه های قانونی، سازمانی و فنی است.

ایگور بدزف گفت: در این کشورها یک اکوسیستم قدرتمند از ارائه دهندگان فناوری، یکپارچه سازها و شرکت های خدمات امنیت مدیریت شده شکل گرفته است. هر سه کشور قوانین و مقررات جامع امنیت اطلاعات را تصویب کرده اند. برزیل و هند به طور فعال برنامه های آموزشی ملی و بین المللی برای تربیت متخصصان امنیت سایبری اجرا می کنند. دولت ها به طور گسترده در حفاظت از زیرساخت اطلاعات حیاتی سرمایه گذاری می کنند، مراکز عملیاتی امنیت ملی ایجاد کرده اند و مشارکت های دولتی - خصوصی را تقویت می کنند. در نهایت، بازار بزرگ داخلی آی تی نیز توسعه فناوری های بومی را تحریک می کند.

مخائیل خانچاتوریان، دانشیار دانشگاه اقتصاد و مالی دولت روسیه افزود: برزیل، هند و چین بیشترین تعداد مراکز واکنش به رخدادهای امنیت اطلاعات را دارند که در پروژه های ملی امنیت سایبری ادغام شده اند. این مراکز به استانداردهای یکپارچه صنعت پایبندند و همکاری نزدیکی با یکدیگر دارند.

وی درباره بخش قانون گذاری تأکید کرد که چهارچوب حقوقی در این سه کشور توسعه یافته است. در برزیل، چین و هند حفاظت از داده ها و زیرساخت حیاتی اطلاعات در قانون تثبیت شده است. افزون بر این، برنامه های آموزشی و توانمندسازی حرفه ای در حوزه آی تی و امنیت اطلاعات وجود دارد که دوره ها، سمینارها و آموزش هایی برای ارتقای سواد دیجیتال برگزار می کنند. کارشناسان همچنین بر اهمیت ظرفیت فنی پیشرفته این سه کشور تأکید دارند.

خانچاتوریان اضافه کرد: هند، برزیل و چین از راهکارهای مدرن مانند سیستم های SIEM، XDR و NTA استفاده می کنند که کارایی حفاظت را افزایش داده و سرعت پاسخ به تهدیدات را بالا می برد. همچنین برنامه های باگ باونتی برای شناسایی آسیب پذیری ها به کار گرفته می شود.

بر این اساس، کارشناسان نتیجه می گیرند که رهبری برزیل، هند و چین در امنیت اطلاعات حاصل یک رویکرد ترکیبی است که شامل اقدامات قانون گذاری، توسعه زیرساخت، برنامه های آموزشی و به کارگیری فناوری های نوآورانه می شود. این رویکرد جامع به آنها امکان می دهد تهدیدات روزافزون را به طور مؤثر مهار کنند و امنیت دیجیتال



افزایش تهدیدات سایبری در کشورهای بریکس، همکاری برای ایجاد چارچوب مشترک امنیت دیجیتال را به اولویتی فوری تبدیل کرده است. تحول دیجیتال در کشورهای بریکس به منبعی تازه از ریسک برای رشد اقتصادی و حتی حاکمیت ملی تبدیل شده است. انتظار می رود امنیت سایبری یکی از موضوعات کلیدی مورد بحث در نشست سال ۲۰۲۶ در هند باشد.

حملات سایبری - روند فصل

در سال ۲۰۲۵، روند استفاده مؤثر هکرها از شبکه های عصبی آشکارتر شد. هوش مصنوعی تحلیل زیرساخت، فیشینگ، کشف آسیب پذیری ها را خودکار کرده و به گسترش حملات کمک می کند. در عین حال، این حملات هر چه بیشتر تنها افراد عادی را هدف قرار نمی دهند.

نینا شوچوک، کارشناس امنیت بین المللی، دکترای علوم سیاسی و استاد دانشگاه در دانشکده روابط بین الملل آکادمی دولتی اقتصاد و خدمات عمومی روسیه در سن پترزبورگ، در گفت و گویی اختصاصی با تی وی بریکس گفت: روشن است که برای بریکس، تحول دیجیتال هم محرک توسعه بوده و هم منبع ریسک های جدید، از جمله ریسک های نظامی. برخی از این ریسک ها ماهیت جهانی دارند.

ملموس ترین تهدید برای کشورها، حمله به زیرساخت های حیاتی است. کسب و کارها و بنگاه ها در بخش انرژی، حمل و نقل و مالی، برای مثال، نینا شوچوک اشاره می کند که در برزیل، کلاهبرداران نسخه های جعلی پلتفرم های تجارت الکترونیک را تولید می کنند؛ در روسیه خود را مقام دولتی جا می زنند؛ و در آفریقای جنوبی تله های سرمایه گذاری ایجاد می کنند. این رویدادها در نگاه اول نامرتب به نظر می رسند؛ اما یک عامل مشترک وجود دارد.

سمیون تنیاف، کارشناس فناوری اطلاعات و کسب و کار و بنیان گذار یک شبکه بزرگ روسی برای محتوای تخصصی، توضیح داد: با جنایت سایبری جهانی و کلاهبرداری آی تی مواجه هستیم که حملات از کشورهای مختلف منشأ می گیرند و توسط گروه ها و کانال های پراکنده اما حرفه ای اجرا می شوند. این بازیگران شاید از نظر کلاسیک متحد نباشند، اما منطق و هدف مشترکی دارند؛ کسب سود از طریق فناوری های دیجیتال و اعتماد کاربران. در نتیجه، ریسک های افشای داده ها و نشت اطلاعات حیاتی به شدت افزایش یافته و مسائل امنیت سایبری از محدوده بازارها یا دولت های منفرد فراتر می رود.

هماهنگی اقدامات حفاظتی

در نتیجه، کشورهای بریکس با تهدیدی با ماهیت جهانی روبه رو هستند. بنابراین، به گفته کارشناسان، اقدامات حفاظتی هماهنگ ضرورت دارد.

ایگور بدزف، کارشناس امنیت و تحلیل، در گفت و گو با تی وی بریکس گفت: کشورهای عضو گروه درک می کنند که تهدیدات سایبری مدرن را نمی توان به تنهایی مهار کرد.

بحث‌ها و زمینه‌های ایجاد یک نظام امنیت سایبری مشترک بریکس از مدت‌ها قبل وجود داشته است. کشورها در تلاش‌اند استانداردهای مشترک ایجاد کنند، هماهنگی را تقویت کنند و سازوکارهای تبادل اطلاعات و آموزش متخصصان را توسعه دهند.



همکاری در حوزه امنیت سایبری

در ژانویه ۲۰۲۶، یک هلدینگ بزرگ مالی روسیه پیشنهاد ایجاد «ائتلاف امنیت سایبری بریکس» را مطرح کرد و این پیشنهاد در دستور کار نشست ۲۰۲۶ هند قرار گرفت. مبتکران این طرح معتقدند که کشورهای «ده‌گانه» باید هرچه سریع‌تر تلاش‌های خود را یکپارچه کنند.

بحث‌ها و زمینه‌های ایجاد یک نظام امنیت سایبری مشترک بریکس از مدت‌ها قبل وجود داشته است. کشورها در تلاش‌اند استانداردهای مشترک ایجاد کنند، هماهنگی را تقویت کنند و سازوکارهای تبادل اطلاعات و آموزش متخصصان را توسعه دهند.

نینا شوچوک گفت: مؤثرترین مسیر، تجمیع تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری در آموزش برای تقویت امنیت سایبری است. برنامه‌هایی برای گسترش همکاری‌های دانشگاهی از طریق دوره‌های مشترک آموزشی و تبادل تجربیات وجود دارد. هند که ریاست بریکس را در سال ۲۰۲۶ برعهده گرفته، کاهش شکاف دیجیتال و هوش مصنوعی را در اولویت قرار داده است.

مخاطب خاتجاتوریان نیز افزود که در زمینه یکسان‌سازی قوانین امنیت سایبری نیز گام‌هایی برداشته شده است. او گفت: روسیه، چین و ایران خواستار تدوین سریع مقررات الزام‌آور هستند، اما سایر اعضا رویکرد تدریجی را ترجیح می‌دهند.

کشورهای بریکس همچنین توجه ویژه‌ای به تنظیم‌گری شبکه‌های عصبی دارند؛ موضوعی که این فناوری‌ها به ابزارهای جدیدی در دست کلاهبرداران تبدیل کرده است.

چشم‌انداز بلندمدت همکاری در امنیت سایبری

با وجود تعداد زیاد ابتکارات مشترک، کانال‌های ارتباطی برقرار و فوریت چالش امنیت سایبری، هنوز اختلاف‌نظرها و موانع حل‌نشده باقی مانده است.

خاتجاتوریان می‌گوید: از جمله موانع بالقوه، تفاوت در رویکردها به تنظیم فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است. برخی کشورها از رویکرد چندجانبه (دولت‌محور) حمایت می‌کنند، در حالی که برخی دیگر مدل چند ذی‌نفعی را ترجیح می‌دهند که بازیگران غیردولتی را نیز شامل می‌شود.

با این حال، کارشناسان بر این باورند که بریکس ظرفیت قابل توجهی برای تبدیل شدن به یک بستر جهت تدوین مواضع مشترک در گفت‌وگو با کشورهای اکثریت جهانی دارد. در بلندمدت، این امر نه تنها نفوذ گروه، بلکه نفوذ کل جنوب جهانی را در مذاکرات امنیت اطلاعات بین‌المللی تقویت خواهد کرد. اگر همان‌طور که کارشناسان انتظار دارند، هماهنگی در سال ۲۰۲۶ تعمیق یابد، استانداردهای مشترک به زودی قابل تدوین خواهد بود و پایه‌های یک استراتژی واحد امنیت سایبری بریکس شکل خواهد گرفت.

را در سطح ملی و جهانی تقویت نمایند.

امنیت سایبری در سایر کشورهای بریکس

در روسیه از سال ۲۰۲۵، استفاده از نرم‌افزار خارجی در زیرساخت‌های حیاتی ممنوع شده است. همچنین برنامه‌هایی برای وضع جریمه‌های مبتنی بر گردش مالی در صورت نقض داده‌های شخصی و الزام شرکت‌ها به ایجاد ذخایر مالی برای جبران خسارت معنوی در دست بررسی است. در حوزه فناوری نیز راهکارهای حفاظت از سامانه‌های اطلاعاتی و مدل‌های طبقه‌بندی وب‌سایت برای کشف منابع فیشینگ به‌طور فعال توسعه می‌یابند. در آفریقای جنوبی، امنیت سایبری توسط وزارت ارتباطات و فناوری‌های دیجیتال تنظیم می‌شود. قانون حفاظت از اطلاعات شخصی از سال ۲۰۲۱ به‌طور کامل اجرایی شده است.

در اندونزی، مسئولیت حفاظت اطلاعات برعهده آژانس ملی سایبری و رمزنگاری است که مستقیماً به رئیس‌جمهور گزارش می‌دهد. این آژانس مسئول آموزش متخصصان و توسعه فناوری نیز هست. قانون حفاظت از داده‌های شخصی اندونزی در اکتبر ۲۰۲۲ اجرایی شد.

در امارات متحده عربی، حفاظت سایبری توسط سازمان ملی امنیت الکترونیک هماهنگ می‌شود و تمرکز اصلی آن بر زیرساخت‌های حیاتی مانند مالی و انرژی است. قانون فدرال جرایم سایبری شامل جریمه‌های سنگین و حتی مجازات زندان است. هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای کشف تهدیدات به‌طور گسترده استفاده می‌شود و اقداماتی نیز در حوزه بلاک‌چین و امنیت رمزارزها صورت می‌گیرد.

در سال ۲۰۲۴، اتیوپی در میان کشورهای دارای بیشترین موارد بدافزار شناسایی شده قرار گرفت. مهم‌ترین تهدیدات شامل فیشینگ، باج‌افزار و نشست داده‌ها بود. کارشناسان چالش‌های اصلی امنیت اطلاعات را نبود استانداردهای ملی یکپارچه و ظرفیت فنی ناکافی عنوان کردند. در چارچوب برنامه «اتیوپی دیجیتال ۲۰۲۵»، این کشور با بهره‌گیری از تجربیات بین‌المللی ظرفیت سایبری خود را افزایش داد، زیرساخت مخابراتی را گسترش داد، سامانه هویت دیجیتال ایجاد کرد، پلتفرم ابری ملی و آزمایشگاه دیجیتال پزشکی قانونی راه‌اندازی کرد و نظام پایش تهدیدات را تقویت نمود. به گزارش خبرگزاری اتیوپی، در پایان سال ۲۰۲۵، استراتژی جدید «اتیوپی دیجیتال ۲۰۳۰» معرفی شد که امنیت سایبری را یک اولویت استراتژیک تعیین می‌کند.

مصر نیز یک استراتژی ملی برای ۲۰۲۳-۲۰۲۷ تصویب کرد که شامل تقویت اقدامات حقوقی، حفاظت از زیرساخت حیاتی و حمایت از پژوهش‌های امنیت سایبری است. این کشور قانونی برای مقابله با جرایم سایبری دارد که برای دسترسی غیرمجاز و نقض محرمانگی داده‌ها مجازات تعیین کرده است. در سال ۲۰۲۴، مصر شاهد حملات گسترده علیه اپراتورهای مخابراتی و کارزارهای فیشینگ علیه سازمان‌ها بود.

الزامات تنظیم‌گری الگوریتم‌های توصیه‌گر در رسانه‌های دیجیتال

ارزیابی خطرها و تعریف مسیرهای اعتراض به تصمیمات ماشینی موظف می‌کند. در نقطه مقابل، رویکرد تنظیم‌گری در ایران عمدتاً واکنشی و متمرکز بر مدیریت پیامدهای نهایی بوده و تقریباً به کنترل دسترسی و محدودسازی فیزیکی تقلیل یافته است؛ این رویکرد، ابزارهای لازم برای پاسخ‌گویی به چالش‌های پیچیده الگوریتم‌های پنهان (مانند کاهش تعامل هدایت‌شده) و نظارت بر لایه توزیع هوشمند محتوا را از تنظیم‌گر سلب و شکاف قابل ملاحظه‌ای با مدل‌های جهانی ایجاد کرده است.

در این گزارش ذکر شده که الگوهای تنظیم‌گری جهانی براساس رویکرد مداخله دولت، به چهار دسته حقوق‌محور، بازارمحور، اقتدارمحور و ترکیبی دسته‌بندی می‌شوند که همگی بر ضرورت شفافیت و پاسخ‌گویی الگوریتمی اجماع دارند.

محور بعدی مطالعه تطبیقی چهارچوب‌های تنظیم‌گری الگوریتم‌ها در کشورهای منتخب است. در این زمینه بیان شده که در ادامه با توجه به سیاست‌های مداخله‌ای تنظیم‌گری دولت‌ها، کشورها براساس الگوی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و با اتکا به سه شاخص «میزان مداخله دولت»، «سطح توان نهادی» و «نسبت بازار و حکمرانی» در سیاستگذاری دیجیتال دسته‌بندی شده‌اند. این تقسیم‌بندی امکان تحلیل تطبیقی الگوهای تنظیم‌گری الگوریتم‌ها را به‌گونه‌ای فراهم کرده است تا کشورها نه بر مبنای جغرافیا، بلکه براساس رویکردهای سیاستی و نهادی مقایسه شوند. انتخاب کشورها به‌صورت هدفمند انجام شد تا تنوع در الگوهای حکمرانی دیجیتال، میزان وابستگی فناوریانه و شیوه‌های متفاوت مداخله دولت‌ها پوشش داده شود. براساس این تحلیل، چهار الگوی اصلی تنظیم‌گری الگوریتم‌ها شناسایی شد که الگوهای تقنینی کشورها نیز با آنها هم‌راستا بود.

محور اول الگوی حقوق‌محور است. در این زمینه بیان شده که نمونه آن اتحادیه اروپاست که مبتنی بر تصویب قوانین جامع و الزام‌آور، تقویت حقوق کاربران، شفافیت اجباری و نظارت نهادی مستقل عمل می‌کند.

محور بعدی الگوی بازارمحور است. در این محور گفته شده که ایالات متحده نمونه‌ای از این رویکرد است که با تأکید بر حداقل مداخله دولت، نوآوری را حفظ کرده، اما از نظر دامنه اثرگذاری و ضمانت‌های اجرایی قانونی با محدودیت‌هایی مواجه است.

محور بعدی این گزارش الگوی اقتدارمحور است. در این زمینه ذکر شده که چین نمونه‌ای از این رویکرد است که با تقنین متمرکز و کنترل مستقیم دولتی، مدیریت سریع مخاطرات اجتماعی را ممکن ساخته، اما چالش‌هایی در حوزه حقوق کاربران ایجاد کرده است.

در ادامه الگوی ترکیبی توضیح داده شده و آمده که این رویکرد در کشورهایی مانند بریتانیا، ژاپن، کره جنوبی و هند مشاهده می‌شود که بر تقنین مرحله‌ای، تنظیم‌گری هوشمند و مداخلات هدفمند در حوزه‌های پریسک (مخاطره) استوار است.

در بخش دیگری از گزارش مرکز پژوهش‌ها عنوان شده که یافته‌ها نشان می‌دهد اگرچه مدل واحدی برای تنظیم‌گری الگوریتم‌ها در سطح جهانی وجود ندارد، اجماع روشنی میان کشورهای درباره ضرورت شفافیت، پاسخ‌گویی، قابلیت ارزیابی و نظارت مستمر شکل گرفته است. در همین راستا، سیاست‌ها عمدتاً به سمت الزام پلتفرم‌ها به توضیح منطق عملکرد الگوریتم‌ها، گزارش دهی شفاف، ارزیابی مخاطرات اجتماعی و فرهنگی و پیش‌بینی سازوکارهای اعتراض کاربران هدایت شده‌اند. شواهد تطبیقی حاکی از آن است که فقدان این سازوکارها به کاهش تنوع اطلاعاتی، تشدید قطبی‌سازی محتوا و تضعیف اعتماد عمومی منجر می‌شود؛ در حالی که رویکردهای تدریجی و مبتنی بر ارزیابی مخاطرات، امکان ایجاد توازن میان حفظ نوآوری و کنترل پیامدهای منفی الگوریتم‌ها را فراهم کرده‌اند. در بخش پیشنهادها هم به تصویب قوانین الزام‌آور برای شفاف‌سازی منطق الگوریتم‌ها، معیارهای رتبه‌بندی و امکان اعتراض کاربران، تقویت و بازتعریف صلاحیت تنظیم‌گران بخشی با مأموریت مشخص نظارت و حسابرسی الگوریتمی، به‌منظور پرهیز از ایجاد ساختارهای موازی، کاهش هزینه‌های نهادی و افزایش کارایی اجرایی تنظیم‌گری و ارزیابی دوره‌ای مخاطرات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی الگوریتم‌ها و پیشگیری از تبعیض و حباب‌های خبری اشاره شده است.

در این گزارش ایجاد ابزار ثبت شکایات و اصلاح تصمیمات الگوریتمی با اتصال به نهاد تنظیم‌گر هم پیشنهاد شده است.

دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارش «تحلیل الزامات تنظیم‌گری الگوریتم‌های توصیه‌گر در رسانه‌های دیجیتال» آورده که تحول ساختار رسانه‌ای و وابستگی فزاینده توزیع و دیده‌شدن محتوا به الگوریتم‌های توصیه‌گر، کنترل انسانی بر جریان اطلاعات را به‌طور جدی کاهش داده و نقش سامانه‌های هوشمند را در شکل‌دهی روایت‌ها، ترجیحات و تجربه کاربران برجسته کرده است.

در این گزارش گفته شده که این شرایط، ضرورت شکل‌گیری چارچوب‌های حقوقی شفاف و نهادهای تنظیم‌گر مؤثر را برای کاهش پیامدهای منفی اجتماعی، ارتقای عدالت اطلاعاتی و حفظ اعتماد عمومی دوچندان می‌سازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در ادبیات علمی چهار سازوکار اصلی توصیه‌گری شامل فیلتر مشارکتی، فیلتر مبتنی بر محتوا، الگوریتم‌های یادگیری عمیق و یادگیری تقویتی شناسایی شده‌اند که هر یک، در کنار افزایش دقت شخصی‌سازی، می‌توانند موجب کاهش تنوع اطلاعاتی، تقویت سوگیری‌ها، تشدید قطبی‌سازی و بروز آثار منفی روانی شوند.

در ادامه بیان شده که مطالعه تطبیقی چهارچوب‌های تنظیم‌گری در کشورهای مختلف نیز حاکی از وجود چهار الگوی حقوق‌محور، بازارمحور، اقتدارمحور و ترکیبی است. با وجود تفاوت در سطح مداخله دولت و ظرفیت نهادی، میان این الگوها اجماعی روشن درباره ضرورت شفافیت الگوریتمی، پاسخ‌گویی، ارزیابی مخاطرات و نظارت مستمر وجود دارد. بررسی تجربه‌های تطبیقی نشان می‌دهد فقدان این سازوکارها به تعمیق قطبی‌سازی، کاهش تنوع اطلاعاتی و تضعیف اعتماد عمومی منجر می‌شود؛ در حالی که رویکردهای تدریجی و مبتنی بر مدیریت مخاطرات می‌توانند توازنی میان نوآوری و کنترل پیامدهای منفی برقرار کنند.

در این گزارش تصریح شده که در مقابل، ارزیابی وضعیت ایران بیانگر آن است که فقدان چارچوب حقوقی منسجم، نبود نهاد تخصصی و مستقل برای نظارت بر الگوریتم‌ها، و کمبود ابزارهای نظام‌مند شفاف‌سازی عملکرد آنها، حکمرانی الگوریتمی را محدود به مداخلات واکنشی ساخته است. بر این اساس، تدوین قوانین الزام‌آور شفافیت، ایجاد نهاد نظارتی تخصصی، انجام ارزیابی‌های دوره‌ای مخاطرات و تقویت سازوکارهای اعتراض و پاسخ‌گویی کاربران، از الزامات اساسی حکمرانی الگوریتمی در ایران به‌شمار می‌آید.

در بخش یافته‌های کلیدی این گزارش به گونه‌شناسی سازوکارهای الگوریتمی اشاره شده و آمده که در ادبیات علمی، چهار سازوکار الگوریتمی متمایز شناسایی شده است که مبنای فنی بخش عمده‌ای از سامانه‌های توصیه‌گر و رتبه‌بندی محتوا را تشکیل می‌دهند. شناخت این سازوکارها پیش‌شرط تحلیل پیامدهای اجتماعی و فرهنگی الگوریتم‌ها و طراحی مداخلات حقوقی و تنظیم‌گری متناسب به‌شمار می‌رود.

در توضیح سازوکارها به فیلتر مشارکتی اشاره شده و آمده که این الگوریتم با تحلیل رفتار کاربران، محتوای مورد علاقه آنها را پیشنهاد می‌کند و به شکل‌گیری خوشه‌های مصرف و تقویت ترجیحات پیشین می‌انجامد، اما هم‌زمان موجب کاهش تنوع اطلاعاتی می‌شود. در ادامه به فیلتر مبتنی بر محتوا اشاره شده و توضیح داده شده که در این سازوکار، ویژگی‌های محتوایی با سوابق علاقه‌مندی کاربر تطبیق داده می‌شود. اگرچه سطح شخصی‌سازی افزایش می‌یابد، امکان مواجهه با محتوای جدید و متنوع محدود می‌گردد.

در بخش دیگری از این گزارش به فیلتر مبتنی بر یادگیری عمیق اشاره شده و آمده که این الگو با استخراج الگوهای پیچیده رفتاری از ریزداده‌های کاربران، شخصی‌سازی بسیار دقیقی ایجاد می‌کند. با این حال، شفافیت و قابلیت حسابرسی این الگوریتم‌ها پایین، و خطر سوگیری الگوریتمی در آنها بالاست. در این گزارش به یادگیری تقویتی هم پرداخته شده و آمده که این الگوریتم‌ها براساس بازخورد لحظه‌ای کاربران به‌صورت مستمر بهینه می‌شوند. در نتیجه، محتوای جذاب و تعاملی در اولویت قرار می‌گیرد و وابستگی کاربر افزایش می‌یابد، اما هم‌زمان خطر قطبی‌سازی محتوا و آثار منفی بر سلامت روانی نیز تقویت می‌شود.

در این گزارش تصریح شده که تنظیم‌گری پیشرفته جهانی بر حکمرانی مبتنی بر اصول و نظارت بر فرایندها استوار است؛ نهادهای نظارتی با ابزارهایی مانند قوانین خدمات دیجیتال، بازیگران بزرگ را به افشای نحوه کارکرد الگوریتم‌های اولویت‌بندی محتوا،



سیتنا

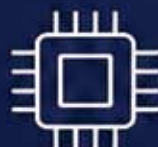
مرجع تخصصی اخبار فاوا



اخبار روز



گزارش‌های تحلیلی



فناوری‌های نوین



اینترنت و شبکه



خدمات دیجیتال

به‌روزترین، دقیق‌ترین و معتبرترین اخبار و تحلیل‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را در سیتنا بخوانید.



CITNA.IR



ITU Unveils “Digital Lifelines” as the Theme for World Telecommunication Day 2026



The International Telecommunication Union has announced “Digital Lifelines: Strengthening Resilience in a Connected World” as the official theme for World Telecommunication and Information Society Day 2026, highlighting the urgent need for secure, reliable, and resilient digital infrastructure amid rising cyber threats, natural disasters, and global technological disruptions. The announcement comes at a time when countries around the world are becoming increasingly dependent on digital connectivity for essential services ranging from banking and healthcare to transportation, education, emergency response, and government operations. According to the ITU, communication networks have evolved beyond traditional telecommunications systems and are now considered critical infrastructure that supports modern economies and societies.



Doreen Bogdan-Martin, Secretary-General of the ITU, has emphasized that reliable digital connectivity is no longer simply a convenience, but a necessity for economic stability, public safety, and social resilience. The organization says the

2026 theme reflects growing international concern over the vulnerability of global communication systems to cyberattacks, infrastructure failures, geopolitical tensions, and climate-related disasters.

The ITU defines “digital lifelines” as the global infrastructure that keeps the world connected, including submarine internet cables, satellites, cloud services, mobile and fixed communication networks, internet exchange points, and data centers. Any disruption to these systems can have immediate and widespread consequences for governments, businesses, and millions of people worldwide.

In recent years, major cyber incidents and network outages have exposed the fragility of digital infrastructure. Attacks targeting critical systems, cloud service disruptions, and physical damage to undersea communication cables have intensified calls for stronger cybersecurity measures and more resilient communication networks. At the same time, natural disasters such as floods, earthquakes, hurricanes, and wildfires have increasingly threatened telecommunications systems in vulnerable regions.

The ITU also stressed that resilience cannot be separated from digital inclusion. While some countries continue advancing technologies such as 5G, artificial intelligence, and satellite internet, large populations around the world still lack reliable internet access. The organization argues that global digital resilience can only be achieved when all communities have access to secure, affordable, and dependable connectivity.

Industry analysts believe the theme also reflects the growing geopolitical importance of digital infrastructure. Submarine cables, cloud computing facilities, satellite systems, and data centers are increasingly viewed as strategic assets, with governments investing heavily in protecting national communications infrastructure from both cyber and physical threats.

World Telecommunication and Information Society Day is observed annually on May 17 to raise awareness about the opportunities and challenges created by information and communication technologies. Through the 2026 campaign, the ITU is calling on governments, technology companies, and international organizations to strengthen cooperation, invest in resilient infrastructure, and develop policies that ensure communication networks remain operational during times of crisis.

The organization says building resilient digital systems will play a critical role in shaping the future of the global economy, strengthening public trust in technology, and ensuring that societies remain connected even in the face of major disruptions.



International
Telecommunication
Union

ITU THEME 2026

Digital Lifelines: Strengthening Resilience in a Connected World

Our digital connections are the lifelines of modern society. This theme highlights the need to build secure, inclusive and resilient digital infrastructure that keeps the world connected—no matter what.



WHAT ARE DIGITAL LIFELINES?

Digital lifelines are the critical networks and services that connect people, power economies and enable societies to function—every day and in times of crisis.



Submarine
Cables



Satellites



Data Centers



Mobile &
Fixed Networks



Cloud &
Digital Services

WHY RESILIENCE MATTERS



Supports national security
Resilient networks protect critical services and data.



Safeguards economies
Digital infrastructure keeps businesses, trade and financial systems running.



Saves lives
Reliable connectivity is vital for healthcare, early warnings and emergency response.



Empowers people
Inclusion and access ensure no one is left behind in the digital world.



Builds trust and stability
Secure and reliable networks strengthen confidence in the digital future.

A CONNECTED WORLD FACES REAL RISKS



Resilience means anticipating, preparing for, adapting to and recovering from disruptions—so that digital lifelines keep working when they are needed most.

WHAT IT TAKES TO STRENGTHEN RESILIENCE



Strong Policies & Governance
Build supportive frameworks, regulations and cooperation at all levels.



Secure Infrastructure
Invest in robust, diverse and secure networks and systems.



Public-Private Collaboration
Work together across sectors to share knowledge, resources and solutions.



Innovation & Technology
Use emerging technologies to build smarter, more resilient networks.



Digital Inclusion
Connect everyone, everywhere and ensure meaningful access for all.

OUR COLLECTIVE ACTION, OUR SHARED FUTURE



Invest today in resilient digital infrastructure.



Protect networks from evolving threats.



Empower people and communities through connectivity.



Build a sustainable and responsible digital future.



Strengthen global solidarity and cooperation.



Save lives, create opportunities and build a better world.



Strong digital lifelines. Resilient societies. A connected world for all.

#DigitalLifelines | #WTISD2026

با موافقت سازمان بورس و اوراق بهادار

صنایع ارتباطی آوا ۱۹۰۰ میلیارد ریال افزایش سرمایه داد

مجمع عمومی فوق العاده شرکت صنایع ارتباطی آوا روز شنبه ۱۲ اردیبهشت ماه ۱۴۰۵
با حضور سهامداران و نمایندگان قانونی بصورت حضوری و پخش آنلاین برگزار شد.



دستور جلسه مجمع

۱ تصمیم گیری در خصوص
افزایش سرمایه شرکت

۲ سایر موارد در صلاحیت
مجمع عمومی فوق العاده



در این جلسه، گزارش توجیهی و پیشنهاد هیئت مدیره مبنی بر افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰۰۰ میلیارد ریال (هزار میلیارد ریال) به ۲۹۰۰ میلیارد ریال به تصویب رسید؛ تماماً از محل سود انباشته، که توسط حسابرس قانونی شرکت، خوانده شد و با صدور مجوز سازمان بورس و اوراق بهادار، مورد تأیید قرار گرفت.

همچنین دکتر داوود ادیب، رئیس هیئت مدیره شرکت به عنوان رئیس مجمع به سؤالات مطرح شده توسط سهامداران حاضر در خصوص سؤالات مطروحه پاسخ دادند.





شرکت مخابرات ایران
(سام نام)

برگردان از مس به فیبرنوری

فقط با یک حرکت، سرعت 80 برابری را تجربه کنید

ثبت نام: ۲۰۲۰
www.tci.ir





ارتباطات سازمانی هماهنگ و نامحدود

با سرویس موبایل سازمانی

موبایل سازمانی ایرانسل از طریق سیم کارت‌های سازمانی فعال می‌شود و تماس بین کارکنان سازمان را رایگان و نامحدود می‌کند. شما با پرداخت یک آبونمان ماهانه به ازای هر یک از کارکنان، می‌توانید قابلیت‌های تلفن داخلی را روی تلفن همراه آن‌ها فعال کنید. نتیجه، ارتباطی چابک و هماهنگ و هزینه‌ای قابل پیش‌بینی است.



Business.irancell.ir
EB@mtnirancell.ir