

گزارش عملکرد و دستاوردهای شرکت ملی پست سال ۱۴۰۳



فهرست

بخش ۱	معرفی شرکت	۳
۵	■ سیر تحول پست در ایران	
۶	■ ارکان جهت ساز شرکت	
بخش ۲	آنچه هستیم	۷
۸	■ ساختار سازمانی	
۹	■ نیروی انسانی	
بخش ۳	برنامه راهبردی	۱۱
۱۲	■ کلیات برنامه راهبردی	
۱۳	■ نقشه استراتژیک شرکت هله پست	
بخش ۴	عملکرد عملیاتی سال ۱۴۰۳	۱۵
۱۶	شاخص های کلیدی	
۱۶	■ عملکرد ترافیک و درآمد در سال ۱۴۰۳	
۱۶	■ ترافیک سرویس های فیزیکی (میلیون مرسوله)	
۱۷	■ تعداد دفاتر فعال و پوشش جغرافیایی	
۱۸	■ خط مشی کیفیت شرکت هله پست	
۱۹	■ عملکرد شاخص های کیفی خدمات	
۲۱	■ تجارت الکترونیک	
۲۳	■ شرکای تجاری	
بخش ۵	دستاوردهای بین المللی	۲۵
بخش ۶	نوآوری و هوشمندسازی در پست	۲۹
۳۰	■ پروژه های فناورانه و هوشمندسازی	
۳۱	■ طراحی، استقرار و توسعه سورتینگ مرسولات	

فهرست

توسعه خدمات روی صنادیق هوشمند پسته	۳۲
توسعه نرم افزاری مرکز امور مشتریان و راه اندازی چت بات هوشمند	۳۲
پروژه برچسب های کدرهگیری و اعتبارسنجی	۳۳
آسان پست - (Barcode Preprint)	۳۴
پروژه سامانه احراز هویت مکانی	۳۴
پروژه اپلیکیشن پستخونه	۳۴
پروژه پورتال جدید شرکت	۳۵
پروژه سامانه پست مستقیم الکترونیک	۳۵

بخش ۷ پروژه های توسعه و زیرساخت ۳۷

پروژه های ملی	۳۸
پایگاه نشانی استاندارد مکان محور «GNAF»	۳۸
مطالعه و راه اندازی سامانه شناسه یکتای پسته «شیپ»	۳۹
مرکز ملی پردازش	۳۹
سایر پروژه های توسعه ای و زیرساختی	۴۰
پروژه نظام هدایت عملکرد	۴۰
ارتقای سطح معیشت و مزایای کارکنان	۴۰
بهبودی فضای و توسعه مرکز امور مشتریان	۴۱
توسعه شبکه خطوط پسته، با ورود ناوگان جدید حمل و نقل	۴۲

بخش ۸ رویدادها و مسئولیت های اجتماعی و فرهنگی ۴۳

تمبرهای اختصاصی رونمایی شده در سال ۱۴۰۳	۴۴
برگزاری نمایشگاه تبر	۴۵
عملکرد شرکت در نمایشگاه بین المللی کتاب تهران	۴۸
حضور فعال در برگزاری همایش عظیم راهپیمایی اربعین	۴۹
اهم رویدادهای داخلی	۵۰
اهم رویدادهای خارجی	۵۱

بخش ۹ ارتباط با ذینفعان ۵۳



بخش اول: معرفی شرکت



از پیک‌های تندرو تا پست هوشمند: قصه تحول پست ایران

ایران از سه هزار سال پیش، در دوران هخامنشیان، نخستین نظام پستی منظم جهان را با عنوان چاپار پایه‌گذاری کرد. چاپارخانه‌ها به‌عنوان مراکز ارتباطی کلیدی، نقش حیاتی در انتقال اخبار و گزارش‌ها ایفا می‌کردند. داریوش بزرگ با ساخت جاده شاهی و ایجاد چاپارخانه‌های مجهز، نظام ارتباطی کشور را سامان داد و درباره پیک‌های دولتی خود گفت: «نه برف، نه باران، نه گرما و نه تاریکی شب نمی‌تواند پیک‌های تندرو را از حرکت بازدارد» - جمله‌ای که امروزه بر سر درِ ساختمان پست نیویورک نقش بسته است.

در دوره قاجار، پست ایران تحولات چشمگیری یافت؛ ناصرالدین‌شاه فرمان تأسیس وزارت پست را صادر کرد و در دوران امیرکبیر، سرویس‌های منظم پستی شکل گرفت. ایران در سال ۱۸۷۷ به اتحادیه جهانی پست پیوست و در سال ۱۳۰۸ با ادغام خدمات تلفن، وزارت «پست و تلگراف و تلفن» تأسیس شد. با پیروزی انقلاب اسلامی، شبکه پستی گسترش یافت و در سال ۱۳۶۷ به عنوان شرکت مستقل دولتی به ثبت رسید. سپس در سال ۱۳۹۵، با تغییر نام به شرکت ملی پست، ساختار تازه‌ای برای توسعه خدمات پستی و لجستیکی اتخاذ شد.

این تحولات نشان‌دهنده گذار از رویکردهای سنتی پست - مبتنی بر انتقال فیزیکی مرسولات - به رویکردهای نوین دیجیتال و هوشمند است. در سال‌های اخیر، ورود پست به عرصه فناوری‌های نوین، تجارت الکترونیک و تاثیر عواملی مانند همه‌گیری کووید-۱۹، ضرورت این تغییر را برجسته کرد. شرکت ملی پست در تلاش است با توسعه سرویس‌های هوشمند، بهره‌گیری از مرکز پردازش هوشمند، خطوط مستقیم پستی، ربات‌ها، هوش مصنوعی و زیرساخت‌های دیجیتال، از یک شبکه سنتی به بازیگری کلیدی در حوزه ارتباطات و تجارت الکترونیک تبدیل شود.

امروز، پست نه تنها یک شبکه انتقال مرسولات، بلکه زیرساختی هوشمند و دیجیتال برای توسعه اقتصاد دیجیتال کشور به شمار می‌آید. پست هوشمند با ادغام فناوری‌های پیشرفته مانند اینترنت اشیا (IoT)، کلان داده‌ها و یادگیری ماشین، امکان ردیابی، پیش‌بینی تقاضا و بهینه‌سازی مسیرها را فراهم می‌کند. پست دیجیتال نیز با تمرکز بر خدمات الکترونیکی مانند پست الکترونیک امن، پلتفرم‌های لجستیک آنلاین و تبادل داده‌های دیجیتال، بسترامنی برای کسب و کارهای آنلاین ایجاد کرده است. این رویکردها، می‌تواند پست را به جایگاه محوری در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور برساند؛ جایی که با پشتیبانی از زنجیره تامین دیجیتال، سیاست‌گذاری هوشمند شهری، تولید داده‌های مکان‌محور ارزشمند و خلق ارزش افزوده در صنایع نوظهور مانند فین‌تک و تجارت الکترونیک، امکان ایفای نقش راهبردی در رشد اقتصادی پایدار و نوآوری ملی فراهم شود.

در دوره جدید مدیریتی، شرکت ملی پست با اتخاذ رویکردی برنامه‌محور، به دنبال تحول در فرآیندها و شتاب‌بخشی به توسعه فعالیت‌های نوین پستی است. ما معتقدیم که در این رویکرد نوین، هم‌افزایی بین ذی‌نفعان و اطلاع‌رسانی شفاف نقش کلیدی در موفقیت این تحولات ایفا می‌کند. بر همین اساس، کتابچه حاضر با هدف تشریح عملکرد و تبیین دستاوردهای شرکت ملی پست در سال ۱۴۰۳ تدوین شده است تا با ارائه تصویری روشن از فعالیت‌ها، زمینه‌ساز تعامل سازنده و جلب مشارکت ذی‌نفعان در راستای تحقق اهداف راهبردی شرکت در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور شود.

تغییر رویکرد مدیریت شرکت به حکمرانی شرکتی برنامه محور

در آغاز دوره‌ای تازه، شرکت ملی پست گام به تحول در حکمرانی نهاده است؛ تحولی که با گذار از مدیریت سنتی به حکمرانی شرکتی برنامه محور و داده محور، افق‌های نوینی پیش روی شبکه پستی کشور می‌گشاید. در این مسیر، تدوین برنامه راهبردی چهار ساله و برنامه عملیاتی یک ساله به منزله نقشه راه در دستور کار قرار گرفت و در دو کتابچه مجزا عرضه شد تا نخستین گام‌های این تغییر بنیادین همگام با نخستین روزهای تغییر تیم مدیریتی شرکت با انسجام و شفافیت برداشته شود. این رویکرد تازه، بر پایه بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و هم‌سویی با زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال استوار است.

در همین چارچوب و با هدف ترسیم مسیر آینده، ارکان محوری جهت ساز شرکت در قالب چشم‌انداز، مأموریت، نوآوری و فناوری‌های جدید و رویکردها تعریف شده‌اند تا بنیانی روشن برای حرکت در مسیر تحول دیجیتال و ایفای نقش مؤثر در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور فراهم آید.

چشم انداز

پیشرو در ارائه خدمات پستی و لجستیک قابل اطمینان، با هدف ایفای نقش مؤثر در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور باشد.

مأموریت

ارائه خدمات پستی (فیزیکی، الکترونیکی و مالی) با کیفیت متکی بر سرمایه انسانی توانمند و فناوری‌های نوین، از طریق گسترده‌ترین شبکه ارتباطات فیزیکی کشور، به منظور خلق تجربه متمایز برای مشتریان

نوآوری و فناوری‌های جدید

شرکت ملی پست با بهره‌گیری از دانش روز، فناوری‌های نوین پستی و هوش مصنوعی، گام‌های مؤثری در توسعه خدمات الکترونیکی برداشته است. این شرکت با راه‌اندازی سرویس‌های نوینی همچون احراز هویت مکانی، سامانه ملی نشانی مکان محور (جی‌نف) و پست یافته، توانسته خدمات خود را به سطح استانداردهای جهانی ارتقا دهد و نقش مؤثری در تحقق دولت هوشمند ایفا کند. همچنین با بهره‌گیری از دانش بومی در استفاده از هوش مصنوعی، مرکز پاسخگویی امور مشتریان به شماره تلفن "۱۹۳" را با بهره‌گیری از دانش هوش مصنوعی در تحلیل تماس‌های صورت گرفته و آنالیز نیازی‌های مخاطبان در صدد جلب رضایت حداکثری مشتریان خود است.

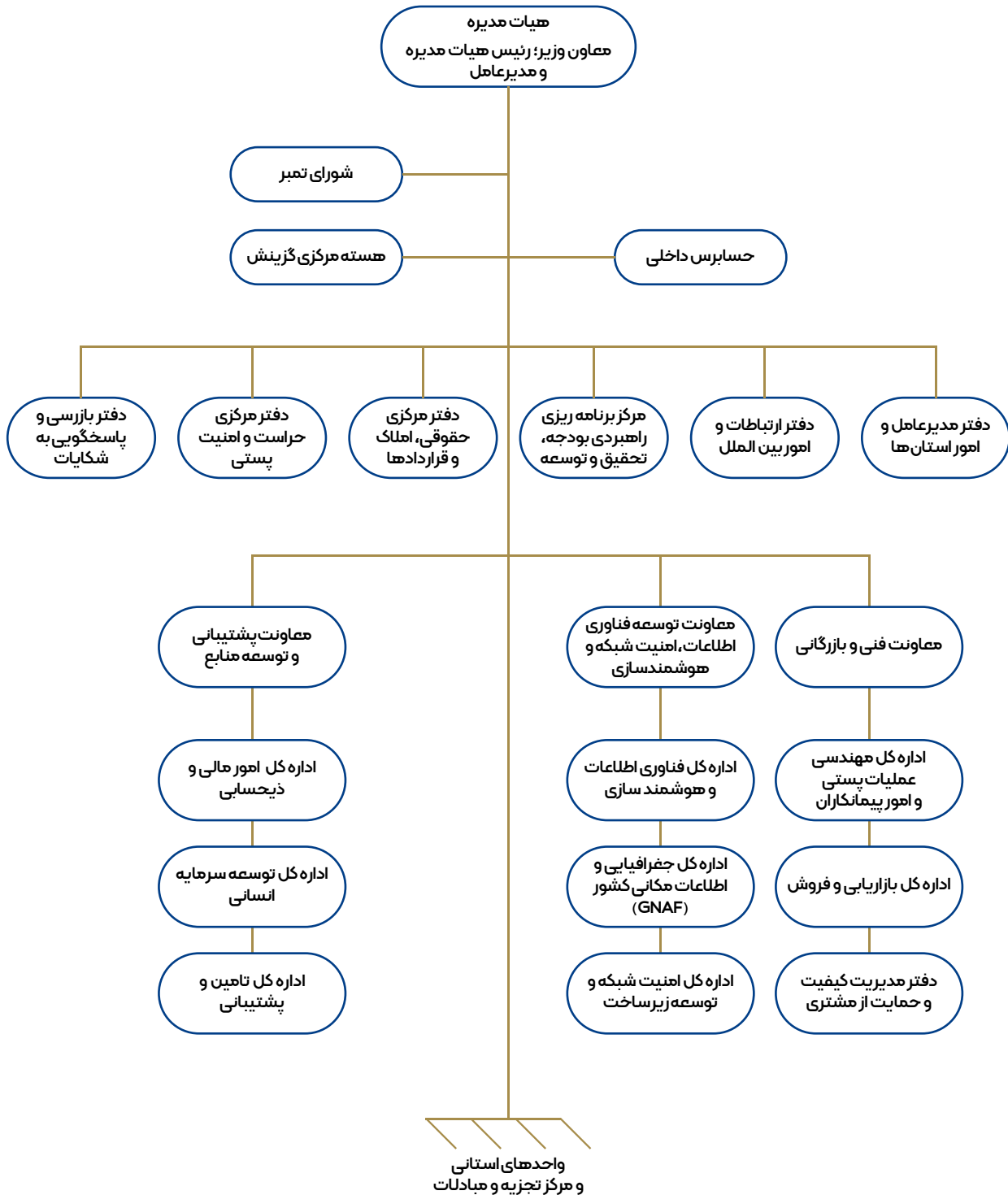
رویکرد

با توجه به رشد فناوری‌های ارتباطی، شرکت ملی پست در حال توسعه مراکز پردازش هوشمند، خطوط مستقیم پستی و خدمات مبتنی بر تجارت الکترونیک و پیاده‌سازی پایگاه نشانی استاندارد مکان محور "GNAF" در کشور است. این تغییرات، پست ایران را به یکی از ارکان اصلی ارتباطات و تجارت دیجیتال تبدیل کرده و چشم‌انداز روشنی از توسعه خدمات پستی در سراسر کشور ترسیم می‌کند.



بخش دوم: آنچه هستیم

ساختار سازمانی

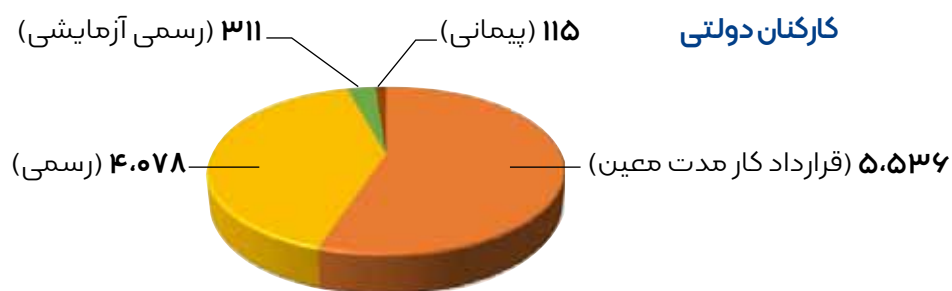


نیروی انسانی

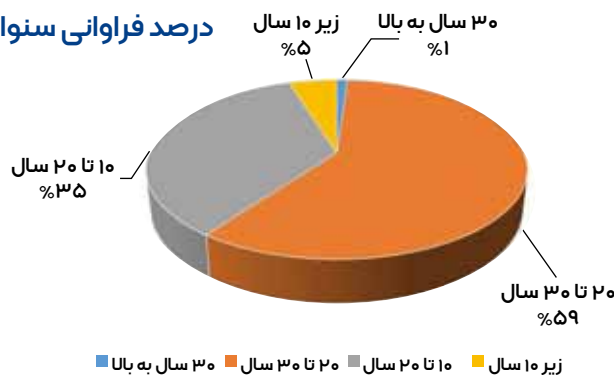


تعداد کارمندان			سال
جمع کل	پیمانی	رسمی و قراردادی	
۱۴,۶۲۰	۴,۶۵۲	۹,۹۴۸	۱۴۰۳
۱۴,۴۰۴	۴,۲۴۵	۱۰,۱۵۹	۱۴۰۲
۱۴,۰۹۲	۳,۸۰۷	۱۰,۲۸۵	۱۴۰۱

دفاتر پیشخوان	خطوط پیمانکاری	نمایندگی			دانه شمار	
		ICT	پست روستایی	قبول شهری	خودرویی	هوتوری
۶,۲۷۲	۱,۳۲۹	۸۵۰	۴,۳۱۰	۳۳۳	۷۶۲	۷۸۹
		۳۶۳ (قبول + توزیع)	۳۴۶ (قبول + توزیع)			
		۴۸۷ (توزیع)	۳,۹۶۴ (توزیع)			



درصد فراوانی سنوات



درآمد، هزینه و ضریب تعادل سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳

سال	درآمد	هزینه	ضریب تعادل
۱۴۰۳	۱۰۲,۳۳۷,۷۳۵,۸۹۰,۷۴۱	۱۰۵,۶۰۰,۴۹۴,۷۹۱,۱۱۵	۰,۹۷
۱۴۰۲	۶۶,۱۵۶,۰۵۷,۸۹۲,۷۲۷	۶۷,۷۲۹,۰۵۳,۸۷۰,۳۰۶	۰,۹۸

سنجش بهره‌وری شرکت در چهار ناحیه

ناحیه اول اثربخشی:

این ناحیه به منظور ارزیابی میزان خلق ارزش‌های عمومی یا اهداف حاکمیتی مورد انتظار شرکت دولتی با استفاده از نماگر پیامدی سنجیده می‌شود. نماگر اثر بخشی پس از توافق بین کارگروه ارزیابی بهره‌وری و شرکت‌های دولتی به شرکت‌های دولتی ابلاغ خواهد شد.

ناحیه دوم ارزیابی کارایی:

در این ناحیه استفاده موثر شرکت‌های دولتی از نهاده‌های تولید (نیروی انسانی، دارایی‌های مشهود و نامشهود، فناوری، مصارف واسطه و ...) به منظور تولید کالا و خدمات ارزیابی می‌شود. خروجی (کالا و خدمات تولیدشده) به نهاده‌های فیزیکی (منابع اقتصادی مورد استفاده شده) تعریف می‌شود.

ناحیه سوم (توانمندسازی کمی):

این ناحیه عمدتاً براساس اطلاعات مالی و بودجه‌ای شرکت، مندرج در صورت مالی می‌باشد اما دامنه اطلاعات آن ممکن است فراتر از صورت مالی باشد.

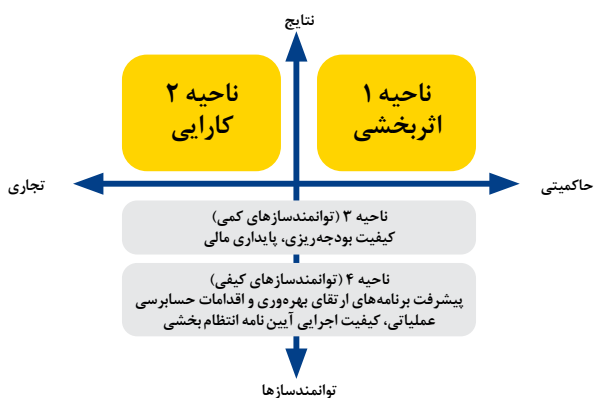
ناحیه چهارم (توانمندسازی کیفی):

استقرار چرخه بهره‌وری (برنامه - انجام - بررسی - اقدام) و انجام دوره‌ای حسابرسی عملیاتی و اجرای اقدامات و اجرای آیین‌نامه انتظام بخشی شرکت‌های دولتی که باید مورد ارزیابی قرار گیرند. ارزیابی این ناحیه بر اساس میزان تحقق اهداف و اقدامات تکلیفی مندرج در آیین‌نامه انتظام بخشی شرکت‌های دولتی قانون بودجه سالیانه کل کشور صورت خواهد گرفت.

- ارزیابی بهره‌وری شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی در چهار سطح یا ناحیه انجام می‌گیرد:
- ۱- ناحیه اثربخشی
 - ۲- ناحیه کارایی
 - ۳- ناحیه توانمندسازی کمی
 - ۴- توانمندسازی کیفی

گزارش بهره‌وری چرخه مدیریت بهره‌وری مجموعه‌ای است یکپارچه از فعالیت‌های نظام مند در حوزه بهره‌وری که به صورت تکرار شونده و مستمر به شرح ذیل در سازمان‌ها و شرکت‌ها انجام می‌پذیرد.

نام شرکت / سازمان	سال ارزیابی ۱۴۰۲	
	رتبه	امتیاز
شرکت ملی پست	خوب	۶۱



شکل ۲- مدل مفهومی سنجش بهره‌وری شرکت‌های دولتی





بخش سوم: برنامه راهبردی

کلیات برنامه راهبردی

در مسیر تدوین برنامه، یک رویکرد و شعار کلی جهت ساز در تدوین برنامه که براساس آن شرکت ملی پست، در طول سال‌های تحقق برنامه، طوری حرکت نماید که بتواند «برای ذینفعان کلیدی خود ارزش آفرینی کارا و پایداری داشته باشد». بنابراین تبیین چشم‌انداز بخش پست برای گروه ذینفعان خود در تدوین برنامه راهبردی شرکت نقش محوری دارد.

در این برنامه تمرکز بر بهره‌وری شرکت ملی پست و ایجاد ارزش افزوده برای گروه‌های مختلف ذینفع، به عنوان هدف و شعار اصلی انتخاب شده است که در هر یک از گروه‌های پنجگانه ذینفعان، یک راهبرد ویژه را دنبال می‌نماید و بر آن اساس اهداف راهبردی هر بخش تدوین شده است.



نقشه استراتژیک شرکت ملی پست

اهداف کلان

۱. ارتقای توان اقتصادی و رشد بهره‌وری؛
۲. توسعه مدل‌های کسب و کار، خدمات ارزش افزوده و هوشمند پستی؛
۳. توسعه سطح دسترسی به خدمات پایدار و ارتقاء تجربه مشتریان؛
۴. توسعه و بهسازی فضاها، تجهیزات و زیرساخت‌های عملیاتی؛
۵. توسعه تجارت الکترونیک و مبادلات پستی بین‌المللی؛

ماموریت

ارائه خدمات پستی (فیزیکی، الکترونیکی و مالی) با کیفیت، متکی بر سرمایه انسانی توانمند و فناوری‌های نوین، از طریق گسترده‌ترین شبکه ارتباطات فیزیکی کشور، به منظور خلق تجربه‌ای متمایز برای مشتریان

چشم انداز

پیشرو و نوآور در ارائه خدمات پستی و لجستیکی قابل اطمینان، با هدف ایفای نقش موثر در زیست بوم اقتصاد دیجیتال کشور

سودآوری پایدار

رشد و توسعه درآمد

توسعه درآمد سرویس‌های پستی موجود

درآمدزایی از فرصت‌های کسب و کاری و بازارهای جدید

ارتقاء بهره‌وری

ارتقاء کارایی منابع

مدیریت بهینه هزینه‌ها و بهای تمام شده

وجه مالی / ارزش

افزایش رضایت و وفاداری مشتریان

ارائه سرویس‌ها و خدمات با کیفیت مطلوب و پایدار؛

پاسخگویی مناسب و به موقع به شکایات و درخواست‌های مشتریان؛

توسعه سبک خدمات، مبتنی بر انتظارات مشتری؛

ارائه خدمات با قیمت رقابتی؛

وجه مشتری

مسئولیت‌های اجتماعی

- بهبود سطح ایمنی و بهداشت محیط کار؛
- ارتقاء تصویر اجتماعی پست در جامعه؛
- توسعه خدمات در مناطق کم برخوردار؛
- توسعه مدیریت سبز در سطح کشور؛

توسعه و نوآوری

- ارتقاء توانمندی واحد تحقیق و توسعه شرکت؛
- نوآوری در طراحی و توسعه محصولات بر اساس نیاز بازار با رویکرد فناوریانه؛
- توسعه نوآورانه فرآیندهای پستی، با رویکرد افزایش سهم از اقتصاد دیجیتال؛

تعالی فرآیندها و عملیات

- مدیریت بهینه برنامه و عملکرد؛
- بهبود عملکرد زنجیره تامین عملیات؛
- افزایش سطح کیفی تعهدات خدماتی (SLA)؛
- بهینه‌سازی ساختمان‌ها و تجهیزات پشتیبان عملیات؛
- توسعه و نهادینه سازی استاندارد فرآیندها و خدمات؛
- هوشمندسازی فرآیندهای سازمانی و عملیاتی با رویکرد دیجیتال؛

مدیریت مشتری و بازار

- توسعه برند سازمانی؛
- توسعه و افزایش سهم بازار، با رویکرد بلنفرمی؛
- تقویت تعاملات اثربخش و چابک با مشتریان؛
- توسعه کانال‌های فروش خدمات و محصولات؛
- توسعه مشارکت‌های ارزش افزا با کنشگران صنعت پست؛

وجه فرآیندهای داخلی

مدیریت سرمایه‌های سازمانی

- توسعه فرهنگ سرآمدی و بهبود مستمر؛
- توسعه جانشین پروری در مشاغل مدیریتی و سرپرستی؛
- توسعه فرهنگ مشتری مداری در سازمان؛
- چابک سازی و تحول دیجیتال در نظام‌های مدیریتی؛

مدیریت سرمایه‌های اطلاعاتی

- مدیریت دانش و تجارب سازمانی؛
- توسعه سیستم‌های یکپارچه اطلاعاتی، عملیاتی، پشتیبان تصمیم‌گیری؛
- توسعه سیستم‌ها و خدمات مکان محور (G-NAF)؛
- ارتقای زیرساخت‌های امنیت شبکه و سیستم‌های ارتباطی و اطلاعاتی؛

مدیریت سرمایه‌های انسانی

- افزایش وفاداری و رضایتمندی نیروی انسانی؛
- توانمندسازی و توسعه شایستگی مدیران و کارکنان؛
- ارتقای بهره‌وری منابع انسانی؛

وجه رشد و یادگیری

به ایران سبز متعهدیم





بخش چہارم: عملکرد عملیات
سال ۱۴۰۳

شاخص‌های کلیدی

عملکرد ترافیک و درآمد در سال ۱۴۰۳

درصد تغییرات ترافیک و درآمد کل

سال	کل		درصد تغییرات	
	ترافیک	درآمد	ترافیک	درآمد
۱۴۰۳	۳۰۱,۴۴۲,۷۳۹	۹۹,۸۵۴,۹۶۱,۷۴۵,۴۹۹	۱۲	۵۶
۱۴۰۲	۲۶۸,۸۲۱,۵۴۳	۶۳,۹۳۵,۴۸۹,۱۲۹,۳۹۱	۹	۷۳
۱۴۰۱	۲۴۵,۵۷۰,۶۹۸	۳۶,۸۸۵,۴۳۴,۷۵۵,۱۴۴	-	-

درصد تغییرات ترافیک و درآمد ثابتی

۱,۰۳۷,۴۹۸

میانگین ترافیک کل
روزانه (فقره)

۳۴۳,۷۵۱

میانگین درآمد روزانه
(هیلیون ریال)

سال	کل		درصد تغییرات	
	ترافیک	درآمد	ترافیک	درآمد
۱۴۰۳	۲۰۸,۳۶۰,۲۳۴	۸۷,۹۲۴,۶۶۶,۷۷۰,۹۴۸	۱۴	۵۸
۱۴۰۲	۱۸۳,۴۲۴,۱۸۸	۵۵,۶۲۳,۳۶۴,۲۳۵,۵۶۷	۷	۶۶
۱۴۰۱	۱۷۲,۰۶۰,۰۳۸	۳۳,۴۶۹,۲۲۷,۰۷۸,۲۴۵	-	-

درصد رشد درآمد شبکه پستی به تفکیک سرویس طی سال ۱۴۰۳

درآمد	عادی	سفارشی	پیشتاز	ویژه	اکسپرس	الکترونیک	فروش	جمع
درصد تغییرات	-۴۰/۴	۵۴/۶	۵۵/۴	۶۴/۷	-	۵۲/۱	۲۶/۳	۵۵/۸

ترافیک سرویس‌های فیزیکی (میلیون مر سوله)



تعداد دفاتر فعال و پوشش جغرافیایی

گزارش دفاتر براساس برآوردهای جهانی و منطقه‌ای

عنوان	تعداد
تعداد کل دفاتر پستی	۱۰,۶۳۳
میانگین مساحت تحت پوشش یک دفتر دائمی (کیلومتر مربع)	۱۵,۵۰۱
پوشش جمعیتی دفاتر پستی به ازای ۸۰ میلیون نفر	۷,۵۲۳

تعداد دفاتر پستی	دفاتر شهری	دفاتر روستایی
۱۰,۳۲۵	۶,۵۰۳	۳,۸۲۲
درصد سهم	۶۳	۳۷
تعداد دفاتر پستی	دفاتر دولتی	دفاتر غیردولتی
۱۰,۳۲۵	۱,۰۷۹	۹,۲۴۶
درصد سهم	۱۰	۹۰

سال	نسبت سرانه	
	ترافیک	درآمد
۱۴۰۳	۱۴,۲۵۲	۶,۰۱۳,۹۹۹,۰۹۵
۱۴۰۲	۱۲,۷۳۴	۳,۸۶۱,۶۶۰,۹۴۴
۱۴۰۱	۱۲,۲۱۰	۲,۳۷۵,۰۵۱,۵۹۵

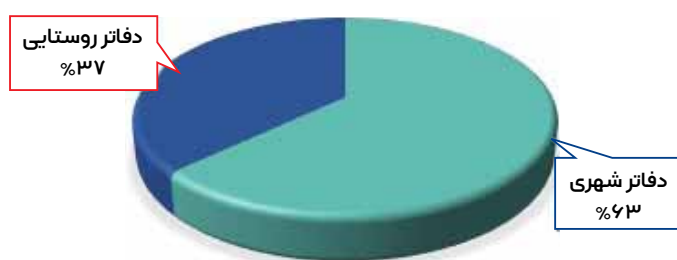
سهم دفاتر پستی برحسب نوع مالکیت



سهم دفاتر پستی به تفکیک موقعیت جغرافیایی



سهم دفاتر پستی به تفکیک موقعیت جغرافیایی





خط مشی کیفیت شرکت ملی پست

شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران به عنوان گسترده‌ترین شبکه ارتباطات فیزیکی کشور، در راستای ارتقاء کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان، نظام مدیریت کیفیت ISO 9001:2015 را به عنوان چارچوبی برای بهبود مستمر و تحقق اهداف سازمانی خود پذیرفته و به رعایت الزامات ملی و بین‌المللی مرتبط با آن متعهد است.

ما با تکیه بر منابع و قابلیت‌های داخلی و در تعامل با تمامی ذی‌نفعان، بهبود و ارتقاء بهره‌وری را به‌طور مستمر پیگیری نموده و اصول زیر را به عنوان محورهای اصلی خط‌مشی کیفیت خود تعیین می‌نماییم:

- ارتقاء کیفیت و توسعه سبد خدمات پستی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و تحول دیجیتال، در راستای تحقق پست هوشمند؛
- توسعه دسترسی به خدمات پستی و استفاده از توانمندی‌های بخش خصوصی برای پاسخگویی به نیازهای حال و آینده مشتریان؛
- افزایش بهره‌وری و توسعه و بهبود زیرساخت‌های پستی با رویکرد تحول دیجیتال، کسب‌وکار پلتفرمی و نظارت الکترونیک داده محور برای کاهش هزینه‌های خدمات؛
- نوآوری و بازمهندسی مستمر فرآیندها به منظور ایجاد ارزش و تجربه متمایز برای مشتریان؛
- تشویق کارکنان به خلاقیت و نوآوری، ارتقای شایسته‌سالاری و انگیزش شغلی از طریق توسعه آموزش‌های تخصصی و مهارتی؛
- همکاری راهبردی با کاروران و فعالین بخش خصوصی پست، به منظور توسعه خدمات پست و لجستیک خرده فروشی، بهبود کیفیت خدمات و هم‌افزایی‌های استراتژیک؛
- تعهد به مسئولیت اجتماعی با ایفای نقش مؤثر در توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست؛
- توسعه تعاملات بین‌المللی با اتحادیه پستی جهانی و سایر کشورها و نهادها، در راستای توسعه تجارت الکترونیک فرامرزی؛

اینجانب به طور مستمر به پایش و ارزیابی عملکرد و نتایج سیستم مدیریت کیفیت از طریق شاخص‌های کلیدی و بازنگری سالانه خط‌مشی متعهد می‌باشم و در راستای شناسایی فرصت‌ها و کاهش ریسک‌ها اقدامات مقتضی را انجام می‌دهم. لذا از تمامی مدیران و کارکنان درخواست دارم با رعایت اصول عزت، حکمت و مصلحت در ارتباط با مشتریان و ذی‌نفعان، در جهت تحقق این خط‌مشی و اهداف ابلاغی شرکت کوشا باشند تا سهمی مؤثر در شکوفایی و سازندگی ایران اسلامی داشته باشیم.


محمّد احمدی
 معاون وزیر، رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل

شرکت ملی پست در راستای ارتقای سطح خدمات ارائه شده به مردم شریف ایران اسلامی، پایش و ارزیابی عملکرد کارکنان و فرآیندهای خود را در چارچوب نظام مدیریت کیفیت ISO 9001:2015 انجام می‌نماید. بر این اساس خط‌مشی کیفیت شرکت ملی پست تدوین و به تمامی واحدها ابلاغ گردیده و کلیه مدیران و کارکنان ملزم به رعایت مفاد آن هستند.

ارزیابی دستگاه‌های اجرایی یکی از ابزارهای کلیدی برای سنجش میزان تحقق اهداف، بهبود عملکرد و ارتقاء کیفیت خدمات عمومی محسوب می‌شود. این ارزیابی‌ها با هدف افزایش شفافیت، پاسخگویی و کارآمدی در سطح سازمان‌ها انجام می‌گیرد و نقش مهمی در سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری‌های کلان دارد.

در حوزه ارزیابی درون‌سازمانی، تمرکز بر ارتقاء نظام مدیریت عملکرد از طریق بهره‌گیری از کارت امتیازی متوازن و هدایت هدفمند عملکرد واحدها صورت گرفته است. در همین راستا، سامانه‌ای جامع و جدید برای مدیریت عملکرد در حال آماده‌سازی است تا فرآیندهای ارزیابی را به شکل یکپارچه و هوشمند تسهیل کند. همچنین، برگزاری منظم جلسات کمیته مدیریت عملکرد نقش مهمی در تحلیل داده‌ها، بررسی روندها و تصمیم‌گیری‌های راهبردی ایفا می‌کند.

در بخش ارزیابی برون‌سازمانی، شاخص‌های عمومی و اختصاصی به صورت دقیق مورد سنجش قرار می‌گیرند تا میزان تحقق اهداف و کیفیت خدمات ارائه‌شده ارزیابی شود. این ارزیابی‌ها در قالب یک مدل سه‌سطحی و تحت راهبری سازمان اداری و استخدامی کشور انجام می‌پذیرد که با هدف افزایش شفافیت، پاسخگویی و بهبود مستمر عملکرد سازمان‌ها طراحی شده است. این رویکرد ترکیبی از نظارت بیرونی و تحلیل‌های تخصصی را فراهم می‌آورد تا تصویر جامعی از وضعیت عملکردی سازمان ارائه شود.

عملکرد شاخص‌های کیفی خدمات

ردیف	عنوان شاخص	سال ۱۴۰۲			سال ۱۴۰۳		
		هدف	عملکرد	درصد تحقق	هدف	عملکرد	درصد تحقق
۱	درصد توزیع موفق از کل مرسولات پستی وارده به ادارات توزیع سطح شبکه پستی	۹۶٫۵	۹۴٫۹۶	۹۸٫۴۰	۹۶٫۵	۹۴٫۱۳	۹۷٫۵۴
۲	درصد توزیع به موقع از کل مرسولات پستی وارده به ادارات توزیع سطح شبکه پستی	۸۰	۸۸٫۹۰	۱۱۱٫۱۳	۸۰	۸۷٫۵	۱۰۹٫۳۸
۳	میزان رضایت مردم از موزعین	۹۵	۹۷٫۵۶	۱۰۲٫۶۹	۹۵	۹۴٫۳۶	۹۹٫۳۳

درصد تحقق برنامه

سال ۱۴۰۲ ۹۷/۸۹ درصد

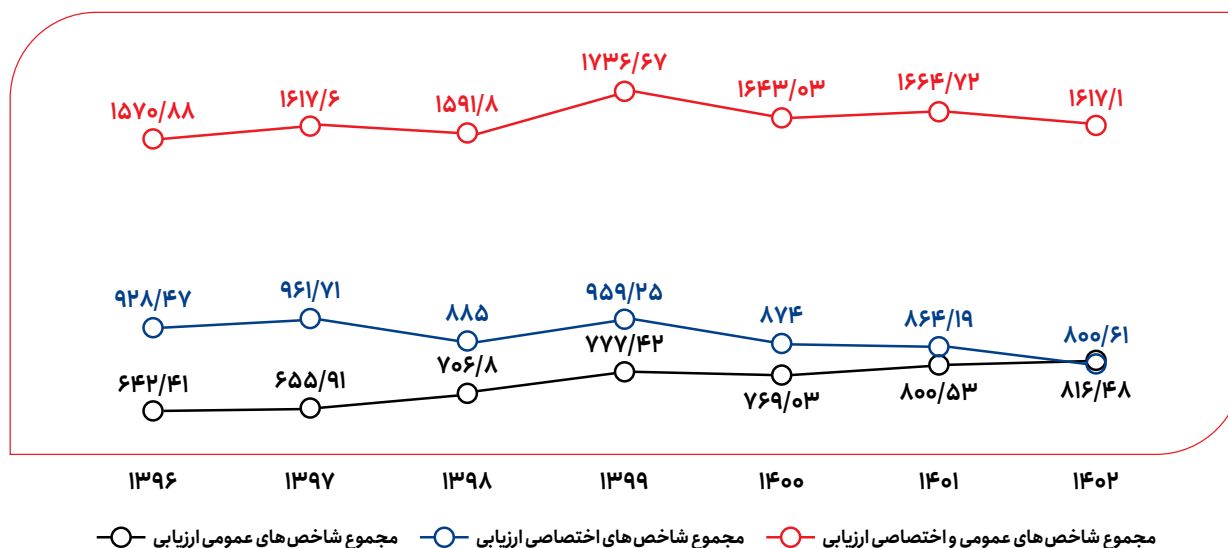
سال ۱۴۰۳ ۹۹/۳۵ درصد



سال ۱۴۰۲ ۹۳ درصد

سال ۱۴۰۳ ۹۴/۳۹ درصد

روند امتیازات مجموع شاخص های عمومی و اختصاصی برون سازمانی (سطح ملی)



انواع ارزیابی

ارزیابی برون سازمانی

ارزیابی شاخص های عمومی
ارزیابی شاخص های اختصاصی
ارزیابی سه سطحی (تحت راهبری سازمان اداری و استخدامی)

ارزیابی

ارزیابی درون سازمانی

کارت امتیازی متوازن و هدایت عملکرد
آماده سازی سامانه جدید جامع مدیریت عملکرد
جلسات کمیته مدیریت عملکرد

رتبه بندی واحدهای اجرایی مینای پرداخت براساس مدل هدایت عملکرد، تجمعی ۱۲ ماهه (KPI)

اهم اقدامات انجام شده پیرامون شاخص های عمومی و اختصاصی در سال ۱۴۰۳

اهم اقدامات انجام شده پیرامون شاخص های اختصاصی

برگزاری جلسات تخصصی با حضور نمایندگان مراجع برون سازمانی (اداری و استخدامی و برنامه و بودجه) جهت تنظیم و تدوین شاخص های اختصاصی

رصد پیشرفت عملکرد واحدهای اجرایی و ستادی بصورت ماهیانه برابر شاخص های اختصاصی باستناد شناسنامه تنظیمی آن و ارائه گزارش عنوان مقامات ارشد شرکت

برگزاری جلسات کارگروه مدیریت عملکرد جهت آسیب شناسی شاخص ها و انجام اقدامات اصلاحی

بررسی گزارش عملکرد و ارسال عنوان مراجع برون سازمانی

اهم اقدامات انجام شده پیرامون شاخص های عمومی

برگزاری جلسات کارگروه مدیریت عملکرد تحت راهبری کمیته مدیریت عملکرد جهت شناسایی نقاط قوت و ضعف شاخص ها در دو سطح ملی و استانی

درخواست تنظیم و ارائه برنامه از روسای کمیته های تخصصی ۵ گانه (در سطح ستاد) و همچنین واحدهای اجرایی در سطح استانها در راستای انجام اقدام اصلاحی در دو سطح ملی و استانی

رصد پیشرفت برنامه ها و بررسی گزارشات عملکرد برابر مفاد شیوه نامه و ارسال آن عنوان مراجع برون سازمانی در دو سطح ملی و استانی (از طریق سامانه ارزیابی معنا)

تجارت الکترونیک

یکی از حلقه‌های اصلی اقتصاد دیجیتال و تبع آن ارائه خدمات لجستیکی و حمل و نقل سفارشات ثبت شده در این حوزه می‌باشد شرکت پست به عنوان بزرگترین ارائه‌کننده خدمات پستی و لجستیکی از سال ۱۳۸۲ نسبت به راه‌اندازی این سرویس اقدام نموده است.

سامانه‌ای است که به شرکت‌های واسط اینترنتی این امکان را می‌دهد تا فروشگاه‌ها و آنلاین شاپ‌ها مرسولات خود را با تولید بارکد شناسایی کرده و پس از بسته‌بندی، همراه با فاکتور، به پست تحویل دهند.

این سامانه به کسب‌وکارهای آنلاین این فرصت را می‌دهد تا فرآیند ارسال بسته‌ها را به‌طور خودکار و کارآمد مدیریت کنند. همچنین، با استفاده از این سیستم، ارسال‌ها به راحتی قابل پیگیری و نظارت خواهند بود و مشتریان می‌توانند وضعیت مرسولات خود را در هر لحظه از طریق سیستم ردیابی آنلاین مشاهده کنند.

این تکنولوژی به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا هزینه‌های ارسال را بهینه کرده و سرعت تحویل بسته‌ها را افزایش دهند، در حالی که فرآیندها را ساده و شفاف می‌کند.

همچنین پست باهدف حمایت از کسب و کارهای کوچک خانگی و روستا محور نسبت به راه‌اندازی بازارگاه الکترونیکی اقدام نموده است در این بازارچه بیش از چند صد فروشگاه اینترنتی فعالیت می‌نمایند.



عملکرد سرویس تجارت الکترونیک



ترافیک تجارت الکترونیک (میلیون مرسوله)		
نرخ رشد	سال ۱۴۰۳	سال ۱۴۰۲
۳۷ درصد	۱۸	۱۳

درآمد تجارت الکترونیک (میلیارد ریال)		
نرخ رشد	سال ۱۴۰۳	سال ۱۴۰۲
۸۲ درصد	۶,۱۱۵	۳,۳۵۷

سال	تعداد شرکت های تجارت الکترونیک	تعداد فروشگاه های فعال	تناژ مرسولات ارسالی	تعداد کالای فروخته شده	میانگین هزینه پستی	مجموع قیمت کالای فروخته شده	درآمد پستی
۱۴۰۳	۷۴	۲۶,۸۳۵	۱۹,۷۸۰,۹۴۲,۱۴۰	۱۶,۲۱۳,۸۸۷	۳۵۳,۵۴۲	۱۴۱,۷۹۷,۵۳۹,۷۶۲,۶۶۷	۵,۷۳۲,۲۹۰,۷۹۲,۵۸۰
۱۴۰۲	۵۸	۱۵,۰۶۸	۱۹,۶۳۹,۳۱۷,۱۸۶	۱۲,۵۴۱,۰۷۱	۲۸۸,۶۲۹	۶۸۷,۰۸۱,۰۵۱,۰۷۲,۳۷۸	۳,۶۱۹,۷۳۲,۰۶۶,۴۰۲
(از تاریخ سال ۱۴۰۱ تا پایان سال ۱۴۰۱)	۴۱	۵,۳۷۱	۴,۳۴۳,۲۳۱,۹۴۵	۳,۵۱۶,۷۸۷	۱۹۷,۴۰۳	۱۴,۱۸۷,۴۴۵,۷۲۵,۱۴۸	۶۹۴,۲۲۴,۵۴۵,۳۲۴

شرکای تجاری

عنوان	توضیحات	نهاد بر نامه
بله	اپلیکیشن موبایل، ارائه دهنده خدمات مالی و شبکه اجتماعی	
آپ	اپلیکیشن موبایل، ارائه دهنده خدمات مالی و شبکه اجتماعی	
آی گپ	اپلیکیشن موبایل، ارائه دهنده خدمات مالی و شبکه اجتماعی	
ایده پردازان ناظر اول کیفیت	شرکت ناظر در حوزه طراحی، اجرا، نظارت و بررسی تحقیقات و پشتیبانی	
ماشین‌های هوشمند تنسور	شرکت دانش بنیان در حوزه رباتیک و هوش مصنوعی ارائه دهنده ربات‌های هوشمند در تجزیه و مبادلات	
شرکت بینا صنعت ویرا	مرکز تخصصی بینایی ماشین و هوش مصنوعی و پردازش تصویر	
شرکت فاوا هزاره کیش	شرکت نرم افزاری ارائه دهنده خدمات کال سنتر	
شرکت نگاشت ره آورد شرق	ایجاد پایگاه داده و نرم افزارهای سازمانی GIS	
توسعه تجارت تارا سامانه ایرانیان (تعارف)	کوریور پستی خصوصی، ارائه دهنده تجارت الکترونیک	
معماران به طرح (پستکس)	کوریور پستی خصوصی، ارائه دهنده تجارت الکترونیک	
توسعه تجارت هوشمند ماد (تاپین)	کوریور پستی خصوصی، ارائه دهنده تجارت الکترونیک	
آسان پادرو مهسان فراز تجارت قومس (COD24)	کوریور پستی خصوصی، ارائه دهنده تجارت الکترونیک	
شرکت فاخر کالای نوین گستر پویا (جابار)	ارائه دهنده خدمات صنادیق هوشمند پستی (لاکر)	
گروه دوران	شرکت فناوری در حوزه زیرساخت و IT	
شرکت آسان‌سازان آوان	طراح و تولیدکننده سیستم‌های لجستیک و انبارهای مکانیزه	



پست ایران

پست ایران

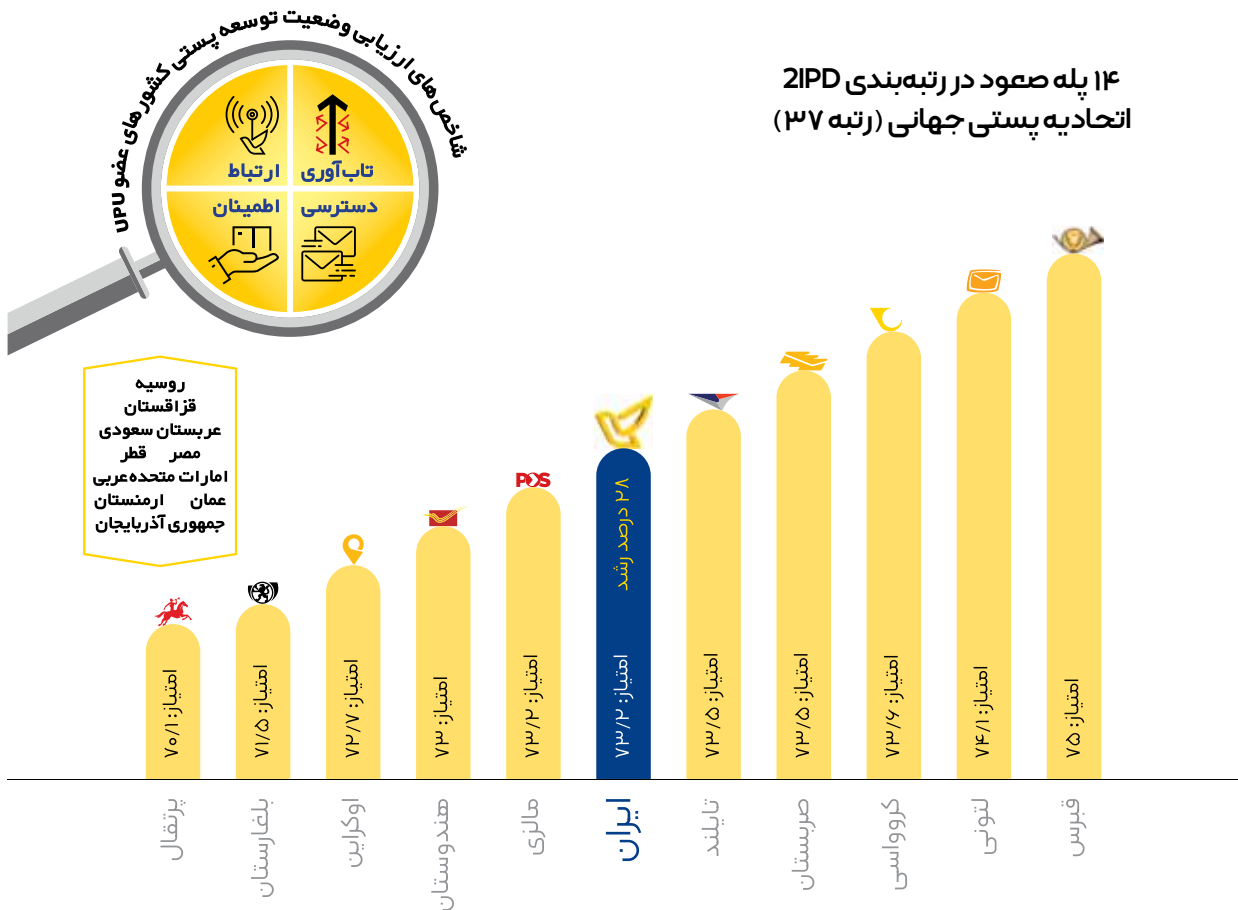
پست تهران

پست ایران



بخش پنجم: دستاوردهای
بین المللی

۱۴ پله صعود در رتبه‌بندی ZIPD اتحادیه پستی جهانی (رتبه ۳۷)



ارتقاء جایگاه توسعه پستی ایران در جهان و اخذ رتبه ۳۷ از بین ۱۷۴ کشور مورد ارزیابی اتحادیه پستی جهانی (۱۴ پله صعود نسبت به ارزیابی سال گذشته) در بهمن ماه ۱۴۰۳.

ترافیک سرویس وارده و صادره پست خارجه در سال های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳

سال	جریان ترافیک پستی	ترافیک - تعدادی - وزنی	پیش‌تاز	تعداد کشورها	پست نامه	تعداد کشورها	امانت	تعداد کشورها
۱۴۰۲	صادر	ترافیک	۷۹,۴۶۱	۷۹	۱۵,۹۷۷	۷۵	۱۸,۸۳۷	۶۸
		وزن به کیلو گرم	۴۶۴,۱۸۹	۷۶	۱۲,۹۷۵	۷۰	۱۹۴,۸۵۳	۶۴
	وارد	ترافیک	۲۷۳,۰۵۸	۵۳	۷۳,۵۷۶	۵۵	۳۶,۱۷۶	۵۳
		وزن به کیلو گرم	۷۱,۰۸۵	۵۵	۴۵,۰۲۳	۵۳	۲۹,۹۶۴	۵۱
۱۴۰۳	صادر	ترافیک	۵۱,۲۸۲	۵۵	۳۷,۱۰۵	۵۳	۷۴,۰۵۸	۵۱
		وزن به کیلو گرم	۱۷,۳۳۶	۵۳	۶۱,۷۵۳	۵۳	۲۹,۹۶۴	۵۱



اخذ تقدیرنامه از مدیرکل اتحادیه پستی آسیا-اقیانوسیه (APPU) بابت ارائه دستاوردها و نوآوری‌های فناورانه در شرکت ملی پست و بهره‌برداری از ربات‌های هوشمند تجزیه‌گر در عملیات پستی در آذرماه ۱۴۰۳

شاخص‌های توسعه یکپارچه پستی (2IPD) اتحادیه پستی جهانی (UPU): گزارش توسعه پستی همه ساله از سوی UPU تهیه و مجریان پستی را براساس چهار شاخص اصلی قابلیت اطمینان، دسترسی، ارتباط و تاب‌آوری مورد ارزیابی قرار داده و نقاط ضعف و قوت آنها را در این سنجش لحاظ می‌کند.

شاخص‌های فوق، قابلیت مجریان منتخب پستی در ارائه با کیفیت خدمات پستی از نظر سرعت و قابل پیش بینی بودن، سطح ارتباط سرویس پستی یک کشور با بقیه کشورهای جهان، موفقیت نسبی الگوهای مختلف کسب و کار و فعالیت‌های پستی و ظرفیت خدمات پستی در غلبه بر تکانه‌های اقتصادی، اجتماعی، فناوری و محیطی را با در نظر گرفتن شرایط جغرافیایی و وضعیت اقتصادی کشورها، مورد سنجش قرار می‌دهد.

لازم به ذکر است گزارش سال ۲۰۲۴، علاوه بر شاخص‌های چهارگانه، مولفه ای با عنوان پاداش برای ترغیب کشورها به ارائه آمارهای رسمی با کیفیت و نیز کاهش ردپای کربن در فعالیت‌های پستی اختصاص داده است.

براساس نتایج گزارش سال ۲۰۲۴، شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران به عنوان مجری منتخب کشورها، با کسب امتیاز ۲/۷۳، موفق به کسب رتبه ۳۷ از میان ۱۷۴ کشور شد و بالاتر از برخی مجریان پستی منطقه از جمله هند، روسیه، قزاقستان، عربستان سعودی، مصر، امارات متحده عربی، قطر، عمان، ارمنستان و جمهوری آذربایجان قرار گرفت. این در حالی است که سال گذشته، پست ایران با کسب امتیاز ۹/۴۹ در رتبه ۵۱ جهان قرار داشت.

لازم به ذکر است مجریان منتخب پستی کشورهای آلمان و سوئیس با ۶/۱۰۸ امتیاز (رتبه نخست)، ژاپن با ۹/۱۰۵ امتیاز (رتبه دوم) و ایالات متحده آمریکا با ۱۰۲ امتیاز (رتبه سوم) حائز بالاترین امتیاز در این ارزشیابی شده اند.



IRAN NATIONAL POST

www.post.ir



بخش ششم: نوآوری و هوشمندسازی
در پست

پروژه‌های فناوری‌ها و هوشمندسازی

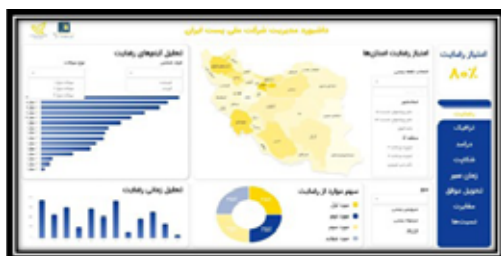
سال ۱۴۰۳ برای شرکت ملی پست، نقطه‌ی عطفی در تغییر رویکرد به سمت هوشمندسازی و نوآوری فناوری‌ها بود. در این سال، با تعریف و اجرای پروژه‌های فناوری‌ها در حوزه‌های پردازش هوشمند، خدمات دیجیتال و داده‌محور، نخستین ثمرات عملی این تحول به دست آمد و زمینه برای شتاب‌بخشی به توسعه پست هوشمند در سال‌های آینده فراهم شد. این مسیر نشان می‌دهد که شرکت ملی پست، فناوری را نه به‌عنوان ابزاری جانبی، بلکه به‌مثابه ستون اصلی آینده‌نگری و تحول سازمانی خود برگزیده است؛ مسیری که استمرار آن، جایگاه شرکت را در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور بیش از پیش تثبیت خواهد کرد.

استقرار هوش تجاری (BI) با ارائه داشبوردهای مدیریتی پویا و تعاملی است که مدیران را قادر می‌سازد تا بینش‌های عملیاتی و استراتژیک را در لحظه دریافت کنند.

این ابزارها تصمیم‌گیری را از حدس و گمان به تصمیم‌گیری مبتنی بر داده‌ها تبدیل، سرعت و دقت را به ارفغان می‌آورند و امکان واکنش سریع به تغییرات محیطی و سازمانی را فراهم می‌کنند.

این سامانه با ارائه داشبوردهای مدیریتی پیشرفته، نمایی کلی از عملکرد فرآیندها را فراهم کرده و تحلیل‌های گوناگونی مانند تحلیل ساختاری، زمانی، پرونده‌ها، فعالیت‌ها و واریانت‌ها را ارائه می‌دهد.

این سیستم، امکان مقایسه واریانت‌های پرتکرار، مشاهده شاخص‌های کلیدی عملکرد و تحلیل عمیق داده‌ها را برای مدیران فراهم کرده و تصمیم‌گیری‌های راهبردی را تسهیل می‌کند.



BI

این پروژه بر مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار (BPM) متمرکز است و هدف آن بهبود کارایی، کاهش هزینه‌ها و ارتقای کیفیت خدمات و متحول نمودن تجربه مشتریان است.

ماژول نقشه، گردش کار واقعی فرآیندها را از شروع تا پایان به‌صورت گرافیکی نمایش داده و پرتکرارترین مسیرها و فعالیت‌ها را شناسایی می‌کند. این ابزار، پیچیدگی‌های فرآیندها را در جزئیات مختلف بررسی کرده و دیدی جامع از عملکرد کلی فرآیندها ارائه می‌دهد.

همچنین، هوش مصنوعی در تمامی ماژول‌ها فعال است و به‌طور خودکار، تحلیل‌ها، تفاسیر، و پیشنهاداتی برای بهبود عملکرد فرآیندها ارائه می‌دهد. کاربران می‌توانند از این قابلیت برای شناسایی ناکارآمدی‌ها و بهینه‌سازی فرآیندها بهره‌مند شوند.



BPM

طراحی، استقرار و توسعه سورتینگ مرسولات



استقرار سیستم‌های سورتینگ هوشمند در استان‌های کشور، به‌عنوان یکی از استراتژی‌های کلیدی در مسیر هوشمندسازی و بهبود فرآیندهای پستی، در دست اقدام است.

موضوع بررسی استقرار سورتینگ جدید، با الگوی خرید خدمت در دستور کار بوده و سورتینگ استان‌های کرمانشاه و همدان، پیاده‌سازی شد. خوانش نشانی روی پاکات، تحلیل نشانی با فناوری AI و تجزیه مرسولات به گشت نامهرسانی از مهمترین مزایای این سورتینگ‌ها است.



توسعه خدمات روی صنادیق هوشمند پستی

توسعه خدمات در صنادیق هوشمند پستی

توسعه کاربری صنادیق هوشمند پستی در فرآیندهای عملیاتی، یکی از استراتژی‌ها و اهداف شرکت ملی پست در مسیر تسهیل دسترسی، افزایش کارایی و بهره‌وری، هوشمندسازی فرآیندی و ارائه خدمات ارزش افزوده است. استقرار صنادیق هوشمند (لاکرز) با همکاری بخش خصوصی، بیش از یکسال است که آغاز شده است. در سال ۱۴۰۳ فاز توسعه ای این طرح اجرایی شد که بر اساس آن علاوه بر تحویل بسته ها در صندوق‌های فوق، چند سرویس جدید شامل بازتوزیع مرسولات معطله و امکان قبول مرسوله نیز طراحی و پیاده سازی شد.



توسعه نرم افزاری مرکز امور مشتریان و راه اندازی چت بات هوشمند

شده نیازهای مخاطبین با بهره گیری از هوش مصنوعی (AI) ارزیابی و گزارش گیری و نقاط ضعف شبکه شناسایی و به واحدهای مربوطه منعکس گردد. همچنین راه اندازی مراکز تماس استانی با به کارگیری نیروی انسانی بومی در استانهای آذربایجان شرقی، کردستان، لرستان و سیستان و بلوچستان، با در نظر گرفتن زبان و گویش محلی آن مناطق فاز دوم این طرح بود که ارتباطی عمیق تر با مشتریان ایجاد نموده و تجربه ای رضایت بخش تر را برای ایشان فراهم می‌کند. در این فاز، چهار استان آذربایجان شرقی، کردستان، لرستان و سیستان و بلوچستان مجهز به مرکز تماس شدند.

در این پروژه سعی شده ضمن توسعه نرم افزار مرکز تماس، CRM یکپارچه، پاسخگویی و ارزیابی کیفی، نیازهای مخاطبین با بهره گیری از هوش مصنوعی، ارزیابی و گزارش گیری و نقاط ضعف شبکه شناسایی و به واحدهای مربوطه منعکس گردد. پروژه بهسازی و تجهیز فضای جدید و استاندارد مرکز تماس شرکت ملی پست (۱۹۳) به منظور افزایش رضایت مشتریان و تجربه متفاوت از خدمات پس از فروش شرکت ملی پست است. در این پروژه ضمن سعی توسعه نرم افزار مرکز تماس، CRM یکپارچه، پاسخگویی و ارزیابی کیفی، سعی



پروژه دستیار پستی من

«دستیار پستی من» ایده‌ای مبتنی بر الگوی چت‌بات‌ها و مینی‌اپلیکیشن‌ها روی شبکه‌های اجتماعی که مجموعه‌ای از خدمات امور مشتریان و سرویس‌های الکترونیکی و ترکیبی پست را در سوپر‌اپ‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی ارائه می‌نماید.

هر مشتری پست می‌تواند حسب خواست خود روی یک از شبکه‌های اجتماعی داخلی این دستیار را فعال نماید. بیش از ۳۰ سرویس و خدمت احصا شده که در حال حاضر تعدادی از خدمات روی بله، آپ و آی‌گپ فعال شده و به زودی توسعه خواهد یافت. این پروژه تغییر بنیادی در تجربه مشتریان پست و افزایش دسترسی و بهره‌وری به همراه خواهد داشت.



پروژه هوشمندسازی فرآیند توزیع در روستاها



در سال ۱۴۰۲ از محل کمک‌های صندوق QSF اتحادیه پستی جهانی، شرکت ملی پست نسبت به خرید ۳۲۰۰ دستگاه گوشی تلفن همراه اقدام نمود.

در سال ۱۴۰۳ با هدف هوشمندسازی و ارتقای بهره‌وری خدمات پستی در مناطق روستایی، محروم و کم‌برخوردار، ضمن نصب نرم‌افزار و سامانه‌های مورد نیاز، این تلفن‌ها در بین نمایندگان پستی روستایی توزیع شد.

پروژه برچسب‌های کدرهگیری و اعتبارسنجی – آسان‌پست – (Barcode Preprint)



شکل‌گیری کسب‌وکارهای کوچک، متأثر از توسعه اقتصاد دیجیتال، نیازمند طراحی روش‌های ساده و کم‌هزینه برای اجرای عملیات پستی و توانمندسازی آن‌هاست. طرح تولید و استفاده از برچسب‌های کدرهگیری و اعتبارسنجی، با همکاری بخش خصوصی (باجه‌های مجازی همکار پست)، عملیات قبول مرسولات پستی را به ساده‌ترین روش ممکن تسهیل می‌نماید و یکی از پروژه‌های تحولی در حوزه خرید و فروش اینترنتی خواهد بود.

پروژه سامانه احراز هویت مکانی

سرویس احراز هویت مکانی (احراز نشانی افراد)، خدمتی نوین و ترکیبی است که مبتنی بر سامانه‌ای نرم‌افزاری در تعامل با سایر سامانه‌های پستی و بین سازمانی ارائه می‌شود. این سرویس از ۳ سال پیش در بستر نرم‌افزاری ارائه می‌گردد که چالش‌ها و نارسایی‌های متعددی داشت. این سامانه با متدولوژی و ظرفیت‌های کاملاً توسعه یافته‌ای بازطراحی شده که جایگزین سامانه قبل گردید.



پروژه اپلیکیشن پستخونه

اپلیکیشن «پستخونه» به عنوان یک کانال ارتباطی به منظور دسترسی به برخی خدمات پستی و همچنین ابزار کاربردی برای گروه‌های کارکنان در فرآیندهای اجرایی، طراحی و رونمایی شد.



پروژه پورتال جدید شرکت

پرتال شرکت ملی پست، با رویکرد «مشتری محوری» و «سرویس محوری» و در تعامل با پروژه‌های حوزه مشتریان و تامین‌کنندگان خدمات، بازطراحی شده و رونمایی گردید.



پروژه سامانه پست مستقیم الکترونیکی

سامانه نرم‌افزاری و مجموعه‌ای از اقدامات، تمهیدات مدیریتی و اجرایی، به منظور توسعه و نوآوری در سرویس‌های مستقیم و سمپلینگ (نمونه کالا) و همچنین سرویس‌های ارزش‌افزوده جدید با همکاری بخش خصوصی طراحی و به مرحله اجرا درآمده است.





شرکت ملی پست



بخش هفتم: پروژه‌های توسعه
و زیرساخت

پروژه‌های ملی

پایگاه نشانی استاندارد مکان محور «GNAF»

GNAF «پایگاه نشانی استاندارد مکان محور» است که امکان بررسی و صحت‌سنجی یک نشانی فیزیکی به همراه موقعیت و مختصات جغرافیایی آن را در کشور مقدور می‌سازد.

جی نف: پایگاه مکانی داده محور

جی نف در یک نگاه

۱. ژئوکدسازی نشانی‌ها
۲. تخصیص نشانی کامل به کدپستی
۳. اختصاص کدپستی به مکان

عملکرد بهترین استان‌ها در پراکندگی ساختمان‌های شهری بدون پلاک

خراسان شمالی

زنجان

تهران

اصفهان

قم

اهداف پروژه

۱. تامین یکی از زیرساخت‌های فنی دولت الکترونیک
۲. ساماندهی مدیریت و نظارت اثربخش بر ارائه خدمات الکترونیکی
۳. افزایش مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی و شفاف‌سازی فعالیت‌های مکان محور
۴. اتصال اطلاعات مکانی سازمان به نقشه‌های پارسل بندی شده با کلید مشترک کدپستی
۵. ارائه خدمات اطلاعات مکانی بر خط به دستگاه‌های اجرایی و آحاد جامعه

اهداف سال ۱۴۰۴

۱. تکمیل زیرساخت مولفه‌های نشانی
۲. تامین و به‌روزرسانی زیرساخت داده‌های مکانی
۳. تامین و توسعه زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و توسعه سرویس‌ها

عملکرد آماری ۱۴۰۳

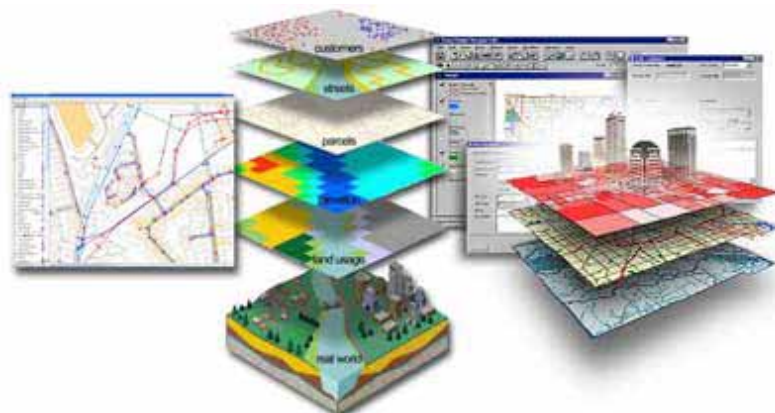
تخصیص نشانی کامل به کدپستی
کل کشور: ۱۷ میلیون و ۲۱۳ هزار (۵۶ درصد)
شهرها: ۱۱ میلیون و ۶۳۹ هزار (۶۴ درصد)
روستاها: ۵ میلیون و ۵۷۴ هزار (۴۴ درصد)

هرمکان یک نشانی استاندارد



معرفی پروژه GNAF- هویت سازی مکان‌ها

میزان تغییر (درصد)	عملکرد ۱۴۰۳	عملکرد ۱۴۰۲	اقدامات و برنامه‌ها
۲۱۶	۴,۵۳۱,۲۵۹	۲,۱۰۰,۱۶۸	ژئوکدکردن اماکن
۱۷۸	۵,۲۸۴,۴۳۶	۲,۹۷۱,۳۰۳	تخصیص نشانی استاندارد اماکن
۳,۰۰۰	۲۴,۶۰۰	۸۰۰	تامین و تکمیل نقشه
-۲۲	۱,۸۲۰,۹۰۷	۲,۳۳۲,۲۱۱	پاسخ به درخواست‌های اعلام کدپستی
۱۵۷	۱,۰۵۱,۸۴۶	۶۷۱,۰۱۴	نصب پلاک کدپستی در اماکن شهری و روستایی



مطالعه و راه اندازی سامانه شناسه یکتای پستی («شپ»)»

این درگاه به ازای هر مرسوله، شناسه ای براساس اطلاعات کدپستی فرستنده و گیرنده و همچنین نوع کالای ارسالی در شبکه حمل و نقل کشور، با فراخوانی بانک اطلاعاتی **نشانی مکان محور (GNAF)** تولید و صادر می نماید.



در راستای اجرای این پروژه، تعیین محدوده و ساختار پروژه مشخص و قرارداد پژوهشی با دانشگاه تهران منعقد گردید تا چارچوب‌های علمی و اجرایی آن مشخص شود. در ادامه، شاخص‌های ارزیابی در نظام ارزیابی سازمان امور اداری و استخدامی تدوین شده تا سازوکار سنجش عملکرد پروژه به صورت دقیق تعریف گردید.

در ادامه این طرح در سازمان برنامه و بودجه پیش‌بینی و در قالب ماده ۲۳، با بهره‌گیری از منابع عمومی، تصویب شد و به منظور اجرای بهینه برنامه مصوب، کارگروهی در دو سطح سازمانی و کارشناسی تشکیل و نقشه‌راه دقیق جهت عملیاتی‌سازی آن تهیه شده است. این پروژه در کارگروه مذکور به اجزای کلیدی شامل سکو، درگاه، پایگاه داده و سرویس‌ها تفکیک گردید تا فرآیند طراحی و توسعه به صورت هدفمند حرکت نماید.

برای هر یک از اجزای آن نیز، اسناد درخواست پیشنهاد (RFP) به صورت امنی و پیمانی تهیه شد تا جذب مجریان متخصص با شفافیت بیشتری صورت گیرد.

همچنین برای تضمین اجرای موفق پروژه، مجموعه‌ای از اسناد راهبردی، پیش نویس دستورالعمل‌ها و چارچوب‌های اجرایی تدوین گردید که ضمن فراهم ساختن پشتوانه قانونی، مسیر عملیاتی پروژه را تثبیت می‌کند.

مرکز ملی پردازش

با عنایت به اینکه مرکز تجزیه و مبادلات فعلی شرکت ملی پست، به علت فرسودگی ساختمان (قدمت بالای ۵۰ سال) و همچنین قرار گرفتن در نقطه ترافیکی تهران و فقدان فضای عملیاتی، فاقد ظرفیت پردازش ترافیک سالانه حدود ۳۰۰ میلیون مرسوله پستی می‌باشد.

لذا طرح احداث مرکز ملی و هوشمند پردازش مرسولات پستی در یک فضای وسیع‌تر (۳۰ هکتار) در حاشیه جنوبی شهر تهران، با نصب تجهیزات مدرن صنعت پست (سیستم سورتینگ پیشرفته، ربات‌های هوشمند تجزیه گر، اتاق مانیتورینگ و غیره) در دست اقدام است.

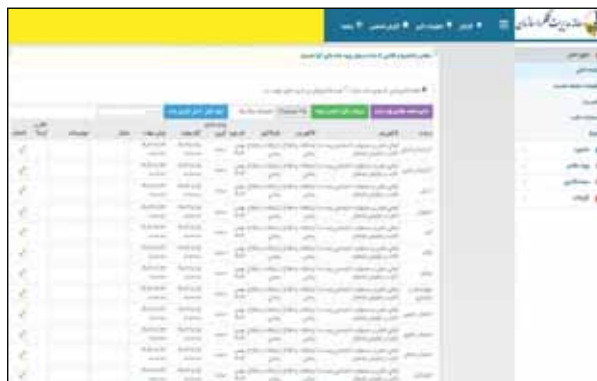
باتوجه به اهمیت موضوع و دستور مساعد معاون اول رئیس جمهور محترم، مراتب از طریق وزارت راه و شهرسازی و سازمان برنامه و بودجه کشور پیگیری می‌شود.



سایر پروژه‌های توسعه‌ای و زیرساختی

پروژه نظام هدایت عملکرد

پروژه اصلاح نظام ارزیابی عملکرد به منظور طراحی و استقرار الگوی جدیدی از ارزیابی واحدهای ستادی و اجرایی شرکت، مبتنی بر محاسبه درآمد عملیاتی (درآمد مبتنی بر عملکردهای فرآیندی) و تعیین شاخص‌های کارآمد، در راستای عدالت محوری، خودباوری، شفافیت، اثربخشی و بهبود عملکرد و همزمان افزایش انگیزش کارکنان و توسعه فردی و سازمانی پیاده‌سازی شده است.



ارتقای سطح معیشت و مزایای کارکنان

ارتقای منزلت و سطح معیشت کارکنان مجموعه، اولین و مهم‌ترین دستور و انتظار وزیر محترم در حکم ابلاغی، مطرح گردید و طی ۱۰۰ روز اول مجموعه‌ای از اقدامات در این راستا انجام شد.

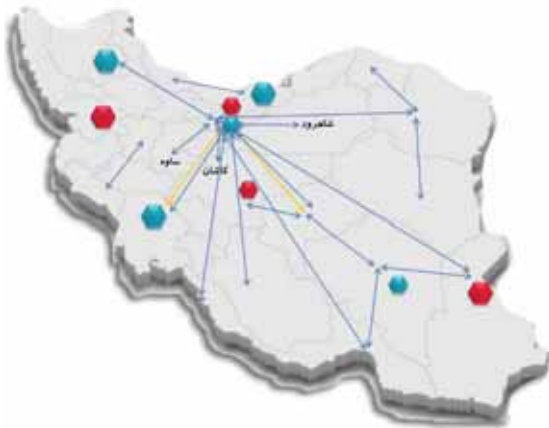


بهسازی فضا و توسعه مرکز امور مشتریان

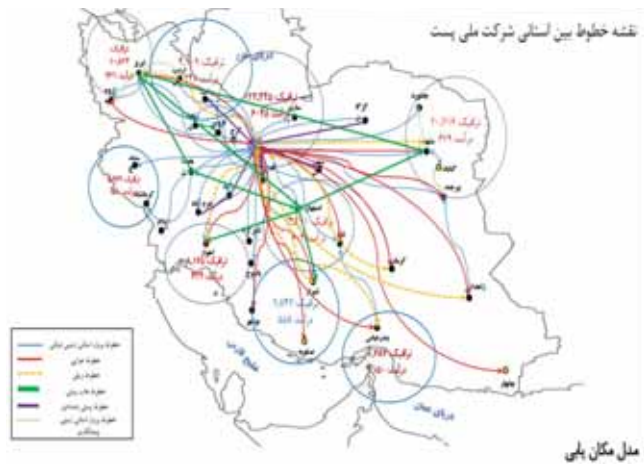
پروژه بهسازی و تجهیز فضای جدید و استاندارد مرکز تماس شرکت ملی پست (۱۹۳) به منظور افزایش رضایت مشتریان و تجربه متفاوت از خدمات پس از فروش شرکت ملی پست است. همچنین راه اندازی مراکز تماس استانی با به کارگیری نیروی انسانی بومی در استانهای آذربایجان شرقی، کردستان، لرستان و سیستان و بلوچستان، با در نظر گرفتن زبان و گویش محلی آن مناطق فاز دوم این طرح بود که ارتباطی عمیق تر با مشتریان ایجاد نموده و تجربه ای رضایت بخش تر را برای ایشان فراهم می کند. در این فاز، چهار استان آذربایجان شرقی، کردستان، لرستان و سیستان و بلوچستان مجهز به مرکز تماس شدند.



توسعه شبکه خطوط پستی، با ورود ناوگان جدید حمل و نقل



توسعه خطوط در سال ۱۴۰۳



مدل مکان پستی



در راستای توسعه سطح کیفی خدمات و افزایش سرعت سیر و جلوگیری از رسوب مرسولات، به دلیل رشد ترافیک محمولات پستی علی‌الخصوص سرویس تجارت الکترونیک، ایجاد خطوط پستی جدید و ساماندهی خطوط موجود طراحی و بازمهندسی شد که بر این اساس تقویت ناوگان حمل و نقل شبکه پستی، خرید ۲۲ دستگاه کشنده، کامیون و کامیونت در دستور کار قرار گرفت که همزمان با ایام ... دهه مبارک فجر به ناوگان پستی اضافه شدند.



بخش هشتم: رویدادها و مسئولیت‌های
اجتماعی و فرهنگی

پست؛ فراتر از مرسولات در پیوند با فرهنگ و جامعه

شرکت ملی پست در کنار وظایف ذاتی خود و ارائه خدمات پستی و لجستیکی، مسئولیت‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از مأموریت خود دنبال می‌کند. این رویکرد در قالب انتشار تمبرهای یادبود و اختصاصی، مشارکت در رویدادهای ملی و مذهبی، حضور فعال در نمایشگاه‌ها و همکاری در مناسبت‌های بین‌المللی تجلی یافته است. بدین ترتیب، پست ایران نه تنها زیرساخت ارتباطی کشور است، بلکه همراه فرهنگی و اجتماعی مردم در لحظات پراهمیت ملی و فراملی به شمار می‌آید. این اقدامات، بخشی از هویت برند شرکت ملی پست را شکل می‌دهد و پیوندی پایدار میان خدمات پستی و ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی کشور برقرار می‌سازد.

تمبرهای اختصاصی رونمایی شده در سال ۱۴۰۳

سی و دومین همایش سالانه بین‌المللی انجمن مهندسان مکانیک ایران	گنمان شهید جامعه اطلاعاتی خراسان جنوبی
شهادت مدافع حرم مازندران	۶۵مین سالگرد تأسیس گروه صنعتی مینو
آغاز به کار مجلس دوازدهم	جشنواره ملی و بین‌المللی حریم رسالت
بیمه حافظ	نخستین اتاق تجارت و صنایع ایران در تبریز
آئین میثاق خدمت	سومین یلدای جهانی
مراسم نکوداشت غلامعلی حداد عادل	روز دفاتر اسناد رسمی
پنجاه و چهارمین المپیاد جهانی فیزیک در اصفهان	ابن حسام خوشفی
بزرگداشت شهید جمهور و شهادت خدمت	زنه‌یاد هاشم سلیمی آشتیانی
نکوداشت آیت اله سید مرتضی مستجاب‌الدعواتی	اجلاس سراسری نماز نیروهای مسلح و عمارت اقا حسینی کاشان
المپیاد فرهنگی، ورزشی دانشجویان	صد و هفتاد و سومین سالروز تأسیس دانشگاه دارالفنون
۹۰ سالگی شهرداری تنکابن با حضور وزیر میراث فرهنگی	«سمنان، پایتخت شهرهای جاده ابریشم ایران»
روز ملی نخبگان	هفته فرهنگی تبریز و جشنواره ملی اتفاق در تبریز
یازدهمین سمپوزیوم بین‌المللی مخابرات	هویت بصری جدید همراه اول
شرکت توسعه صنایع بهشهر	هفدهمین جشنواره حضرت علی اکبر(ع) جوان سرباز نیروهای مسلح
سرشماری عمومی کشاورزی	۹۰ سالگی ایرنا با حضور رییس جمهور
افتتاح پنج مرکز فرهنگی و موزه دفاع مقدس و مقاومت	روز ملی گندم، آرد و نان



برگزاری نمایشگاه تمبر



نمایشگاه تمبر در ایستگاه مترو میدان ولی‌عصر تهران، با هدف آشنایی شهروندان با تاریخچه و زیبایی‌های هنر تمبر برگزار شد. این نمایشگاه که در فضای عمومی مترو برپا شد، مجموعه‌ای از تمبرهای تاریخی، فرهنگی و یادبود را در معرض دید عموم قرار داد و فرصتی فراهم کرد تا مسافران در مسیر روزمره خود، لحظه‌ای با میراث پستی و نمادهای ملی و فرهنگی کشور آشنا شوند.



نمایشگاه تمبرهای بزرگداشت پیروزی انقلاب اسلامی همزمان با دهه مبارک فجر در موزه ملی ارتباطات تهران برگزار شد. این نمایشگاه با نمایش ۳۰ قاب از تمبرهای یادبود و جاری منتشرشده در طول ۴۶ سال انقلاب اسلامی، تلاش نمود تا روایت تصویری و مستند از تاریخ انقلاب را از منظر پستی و ارتباطی ارائه دهد.



تمبر یادبود بازی‌های آسیایی هانگژو

این تمبر به مناسبت حضور موفق کاروان ورزشی ایران در بازی‌های آسیایی ۲۰۲۳ هانگژو منتشر شد. طراحی آن شامل تصویر ورزشکاران ایرانی و نمادهای بازی‌هاست.



تمبر مشترک ایران و بلاروس

تمبر مشترک ایران و بلاروس با هدف تقویت روابط فرهنگی و دیپلماتیک بین دو کشور منتشر شد. این تمبر شامل تصاویری از نمادهای ملی هر دو کشور، از جمله برج آزادی تهران و بنای یادبود مینسک است.



تمبر "غزه؛ مقتدر و مظلوم"

این تمبر با عنوان «غزه؛ مقتدر و مظلوم» در سال ۱۴۰۳ منتشر شد و شامل طراحی‌هایی با مضامین مقاومت و حمایت از مردم فلسطین است. این تمبر در قالب بلوک‌های چهارگانه نیز عرضه شده است.





۱۴۰۳

تمبر شهدای خدمت

در نخستین کنگره بین‌المللی الگوی حکمرانی شهید آیت‌الله سید ابراهیم رئیسی، از تمبر یادبود اختصاصی ایشان رونمایی شد. این تمبر نه تنها یادآور خدمات و شخصیت شهید رئیسی در عرصه حکمرانی است، بلکه به عنوان یک اثر فرهنگی، نقش مهمی در ثبت و ترویج میراث مدیریتی و فکری او ایفا می‌کند. طراحی آن با الهام از مفاهیم عدالت‌محور و مردمی بودن، نشان‌دهنده جایگاه ویژه‌ای است که ایشان در حافظه تاریخی و سیاسی کشور دارد.



تمبر دانشگاه جندی‌شاپور

تمبر یادبود دانشگاه جندی‌شاپور به مناسبت بزرگداشت این دانشگاه تاریخی و نقش آن در توسعه علم و دانش در ایران باستان منتشر شد. طراحی آن شامل نمادهایی از معماری و دستاوردهای علمی این دانشگاه است.



تمبر یادبود شهاب‌الدین سهروردی

تمبر یادبود شهاب‌الدین سهروردی، فیلسوف و عارف برجسته ایرانی، به مناسبت بزرگداشت آثار و اندیشه‌های او در سال ۱۴۰۳ منتشر شد. این تمبر با طراحی هنری و خطاطی سنتی ایرانی عرضه شده است.



۱۴۰۳

عملکرد شرکت در نمایشگاه بین المللی کتاب تهران

تعداد کل مرسولات نمایشگاه کتاب (فیزیکی + مجازی)			
سال	۱۴۰۲	۱۴۰۳	درصد تغییرات
ترافیک	۸۳۸.۰۳۶	۸۶۲.۰۷۸	۲/۸۷



تعداد کل مرسولات فیزیکی نمایشگاه کتاب			
سال	۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	درصد تغییرات
ترافیک	۲.۲۸۴	۲.۶۷۱	۱۶/۹۴



تعداد کل مرسولات مجازی نمایشگاه کتاب			
سال	۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	درصد تغییرات
ترافیک	۸۳۵.۷۵۲	۸۵۹.۴۰۷	۲/۸۳



میانگین مدت سیر مرسولات			
سال	۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	درصد تغییرات
ساعت	۷۶	۷۳	+۴





حضور فعال در برگزاری همایش عظیم راهپیمایی اربعین



در سال‌های اخیر، شرکت ملی پست با ایفای نقشی کلیدی در پشتیبانی لجستیکی مراسم عظیم راهپیمایی اربعین، توانسته است سهمی مؤثر در تسهیل امور زائران ایفا کند. توزیع ۹۱۸،۴۱۷ فقره مرسوله در سال ۱۴۰۲ و تحویل ۱،۵۳۰،۷۱۳ فقره گذرنامه ویژه اربعین در سال ۱۴۰۳، گواهی روشن بر توانمندی و تعهد این مجموعه در خدمت‌رسانی دقیق، سریع و گسترده است. این عملکرد چشمگیر نه تنها رضایت عمومی زائران را به همراه داشته، بلکه جلوه‌ای از هم‌افزایی ملی در برگزاری باشکوه این آیین معنوی را به نمایش گذاشته است.



در کنار خدمات گسترده شرکت ملی پست، سامانه «پست‌یافته» نیز با بازبانی و تحویل هزاران قلم اشیای گمشده زائران، نقشی مؤثر در ارتقای اعتماد عمومی و تکمیل چرخه خدمت‌رسانی ایفا کرده است. این سامانه جلوه‌ای از دقت، مسئولیت‌پذیری و نوآوری در پاسخ‌گویی به نیازهای انسانی در بستر مناسک بزرگ اربعین است.



اهم رویدادهای داخلی

۱۴۰۳/۷/۲۳

ضمن تشریح برنامه‌های راهبردی امسال، عنوان شد ایجاد تعامل و هم‌افزایی با اپراتورهای پستی بخش خصوصی به منظور ایجاد فضای رقابتی برد-برد، را یکی از مهمترین برنامه‌های امسال است.»
موضوع هوشمندسازی، تعریف و ارایه سرویس‌های الکترونیکی با همکاری شرکت‌های دانش بنیان را نیز مورد تاکید قرار گرفت.



تبیین راهبردهای سال ۱۴۰۳ در
همایش سراسری مدیران در مشهد

۱۴۰۳/۷/۱۸

در این مراسم وزیر محترم ارتباطات و فناوری اطلاعات در مراسم روز جهانی پست با تاکید بر اینکه با وجود سیر تحولات فناوری، پست جایگاه ویژه‌ای به دست آورده است، این موقعیت بالا را نمونه‌ای از استفاده درست از فناوری و عدم تقابل با آن دانست ضمناً به مناسبت روز جهانی پست و با حضور محمد احمدی معاون وزیر ارتباطات و مدیرعامل شرکت ملی پست و جمعی از مدیران، صاحب‌نظران و فعالان صنعت پست برگزار شد، تبر یادشده به صورت مشترک توسط وزیر ارتباطات و مدیرعامل پست مهور به مهر شد.



نشست صاحب نظران و پیشکسوتان
صنعت پست

۱۴۰۳/۱۲/۲۲

این پروژه‌ها که با تاکید بر بهبود زیرساخت‌ها و افزایش دسترسی مردم به خدمات پستی طراحی شده‌اند، در مراسمی با حضور جمعی از معاونان وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و نمایندگان مجلس شورای اسلامی، امروز در مرکز تجزیه و مبادلات شرکت ملی پست معرفی و به بهره‌برداری رسیدند.
این پروژه‌ها شامل توسعه ساختارهای مدیریتی و اجرایی مبتنی بر حکمرانی داده، توسعه سطح دسترسی با رویکرد تحول دیجیتال و نقش‌آفرینی مؤثر در زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال کشور با مشارکت بخش خصوصی هستند.
در این مراسم، پروژه‌های متعددی رونمایی شد که هر یک به نوعی در راستای بهبود خدمات پستی و افزایش رضایت مشتریان طراحی شده‌اند.



رونمایی از پروژه‌های کوتاه مدت
شرکت ملی پست

اهم رویدادهای خارجی

۱۴۰۳/۰۸/۰۶
سوئیس

حضور در اجلاس سالانه شورای عملیات پستی، با هدف مشارکت در مباحث عملیاتی مطروحه در این نشست فنی، تخصصی و رایزنی و تبادل نظر با نمایندگان سایر مجریان پستی کشورهای عضو پیرامون اقدامات عملی برای توسعه و بهبود خدمات پستی بین‌المللی؛ انتقال تجارب و پیشرفت‌های فنی، عملیاتی، اقتصادی و آگاهی از آخرین مصوبات و تصمیمات متخذه در اتحادیه پستی جهانی با توجه به برگزاری بیست و هشتمین کنگره پستی جهانی در سوئیس برگزار شد.



مقصودی - دیدار با دبیر کل اتحادیه جهانی پست - سوئیس

۱۴۰۳/۱۲/۲۹
هندوستان

اولین گردهمایی رهبران پستی منطقه آسیا - اقیانوسیه با هدف به اشتراک گذاشتن تجربیات کشورها در حوزه تحول دیجیتال، تبادل نظر پیرامون چالش مجریان پستی در بخش تنظیم مقررات، تولیدات نرم افزاری در حوزه پست، لجستیک و توزیع، ذی نفعان بخش پست نظیر سکویهای خرده فروشی در تجارت الکترونیک برگزار شد.



دولتی - گردهمایی رهبران پستی منطقه آسیا - اقیانوسیه

۱۴۰۳/۰۶/۱۷
عراق

امضاء یادداشت تفاهم نامه توسعه همکاری پستی بین دو مجری منتخب در زمینه‌های ذیل:
۱- مبادله پستی بین طرفین طبق مقررات طرفین
۲- ارائه خدمات پستی در مواسم زیارت مذهبی
۳- همکاری پست ایران به پست عراق به منظور اجرای پروژه GNAF و کدپستی
۴- برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان پست عراق در زمینه تحول دیجیتال و هوشمندسازی در عملیات پستی
۵- چاپ تمبر مشترک با موضوعات مورد توافق دو طرف
۶- برپایی نمایشگاه تمبر به مناسبت‌های خاص در تهران و بغداد



لیایی - امضاء تفاهم نامه همکاری پستی - عراق

۱۴۰۳/۰۸/۰۹
کوبا و ونزوئلا

این رویداد با هدف امضای یادداشت تفاهم همکاری با پست کوبا و نیز بازدید از نمایشگاه بین‌المللی هاوانا برگزار شد و مدیرعامل پست ایران در معیت مقام عالی وزارت و هیئت عالی‌رتبه‌ای از وزارت متبوع برگزار شد. از جمله نتایج این سفر می‌توان به امضاء یادداشت تفاهم همکاری پستی بین ایران و کوبا، پیرامون انتقال دانش فنی در حوزه خدمات پست، تبادل تجربیات در موضوعات تمبر شناسی و برقراری سرویس تجارت الکترونیک بین الملل بین دو کشور اشاره کرد.



احمدی - امضاء تفاهم نامه همکاری پستی - کوبا



پست ایران



بخش نهم: ارتباط با ذینفعان



ارتباط با مدیرعامل



سامانه گزارش تخلفات



ارتباط با مدیران کل استان ها



ارتباط با مدیران ستادی



معرفی مدیران

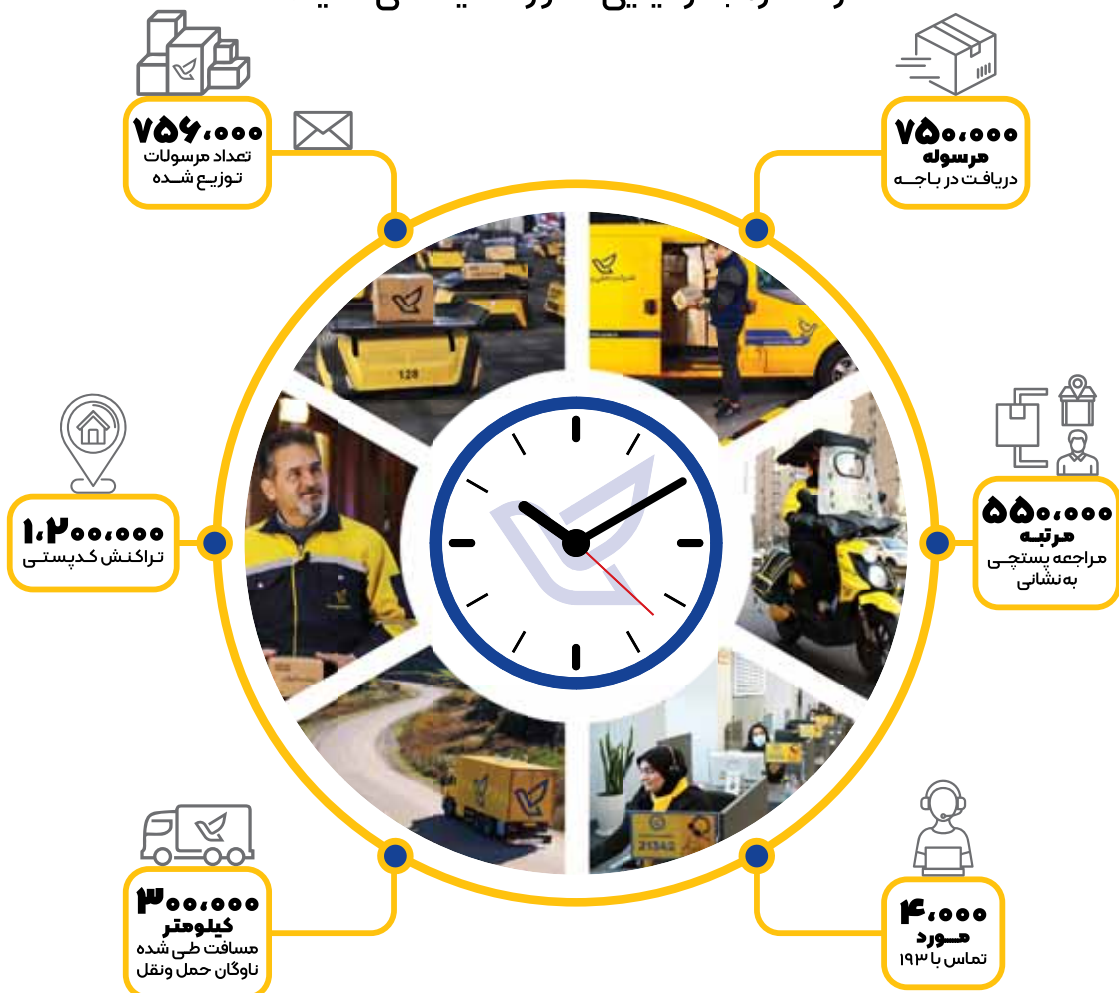


شرکت ملی پست در ۲۴ ساعت

چه اتفاقاتی در یک شبانه‌روز در شرکت ملی پست رخ می‌دهد؟



شرکت ملی پست یک شبکه ارتباط فیزیکی حمل کالا و مرسوله با دارا بودن
۶,۷۰۰ دستگاه ناوگان حمل و نقل و **۱۰,۳۲۵** باجه پستی
در گستره جغرافیایی کشور فعالیت می‌نماید.





www.post.ir