

فاخر به یک اصل ایمان دارد و آن تغییر است. به نظر بنده زمانی که تغییر رخ می‌دهد ۳ دسته به وجود می‌آید:

- ۱- کسانی که تغییر را نمی‌پذیرند،
- ۲- کسانی که با تغییر همراه می‌شوند،
- ۳- کسانی که تغییر را ایجاد می‌کنند.

دسته اول حذف می‌شوند، دسته دوم که تغییر را می‌پذیرند در مسیر می‌مانند و می‌توانند به راه خود ادامه دهند. ولی دسته سوم که عامل تغییر هستند، کسب‌وکار را رهبری می‌کنند. در مورد تیپاکس به واسطه اولین بودنش در پست خصوصی ایران، برندی است که نشان داده ایجادکننده و عامل تغییر است. ولی باید دانست سرعت پیشرفت جامعه بسیار زیاد است و برای اینکه تیپاکس یا سایر شرکت‌های هلدینگ فاخر به عنوان «رهبر» کوربر سرویس و صنعت پست فعلی کشور باقی بماند، باید همچنان به دنبال ایجاد تغییر باشند.

چه برنامه‌هایی برای این تغییر اجرا کرده‌اید؟

سامانه «جت» بنظرم یکی از بهترین مثال‌ها برای این موضوع باشد. این سامانه ماموریت اخذ و ثبت اطلاعات مرسولات به صورت تمام الکترونیکی و مبتنی بر شبکه را برای ردیابی دیجیتال دارد.

از طرف دیگر ایجاد هاب توزیع مرسولات تمام اتوماتیک شماره «۱» در خاورمیانه به نام «تی‌هاب»، برندهایی مانند «تی‌نکست» که استارت‌آپی به عنوان دستیار هوشمند برای کسب‌وکارها و مشتریان است، و سایر شرکت‌های نوینی که می‌توانید در شرکت‌های خواهر تیپاکس به عنوان مجموعه‌ای از شرکت‌های هلدینگ فاخر ببینید، نشانه‌های این اجرای این برنامه‌ها در مسیر تغییری که عرض کردم هستند.

در این مسیر باید بسمت فناوری‌های دیجیتالی متمایل بود و با بومی‌سازی این فناوری‌ها برای ایران، منطقه و حتی در برخی موارد برای کل صنعت پست و لجستیک، بتوان لیدر کسب‌وکار باقی ماند.

پست پس از پوست اندازی در عرصه پیام فیزیکی و مجازی چه تغییراتی در متدهای ارسال و دریافت داده است؟ سیاست‌های هلدینگ فاخر در این خصوص چیست؟

چند مدت پیش متنی را از Forbes مطالعه می‌کردم که نشان می‌داد در یک نظرسنجی از مدیران ارشد حمل و نقل، ۶۵ درصدشان این دهه را رنسانس زنجیره تامین، حمل و نقل و لجستیک می‌دانند.

در مورد پوست اندازی که فرمودید باید بدانید با وجود حجم تراکتهای بسیار بالا، هنوز هم طیف مخاطب این کسب‌وکار گسترده است. از مناظری مانند فرهنگی، جغرافیایی، سنی و تنوع خود کسب‌وکار. این تنوع کار اخذ، ارسال و دریافت داده‌ها را از منابع ایجاد داده، سخت می‌کند.

به نظرم این مسائل را می‌توان بیشتر مرتبط با فضای الکترونیک و مخابرات دانست. من این تغییرات را در عرصه ارتباطات، به سه نسل بعد از فضای سنتی صنعت پست تقسیم کرده‌ام که هسته بررسی به داده‌ها و اطلاعات مرسولات مربوط است:

در سطح اول پوست‌اندازی، تمام فرآیند چرخش داده‌های مرسولات، از تاج پوینت‌ها گرفته تا توزیع مبادلات و رهگیری در هنگام انتقال باید الکترونیکی شود.

هلدینگ فاخر برای اینکه این زیرساخت برای فضای پست و لجستیک مرسولات ایجاد شود با هلدینگ «سرمایه‌گذاران فن‌آوری تکوستا (گروه توسن)»، شرکتی را به نام «توسعه یکپارچه تراکنش کارور» یا «تی‌تک» راه‌اندازی کرده است. ماموریت این شرکت کار روی زیرساخت و ارائه راهکارهای یکپارچه لازم فناوری اطلاعات و ارتباطات در حوزه پستی است. در سطح دوم از این پوست‌اندازی، کار روی خود داده‌های مرسولات شروع می‌شود.

داده‌کاو، هوش مصنوعی و یادگیری عمیق در مورد داده‌های مرسولات یکی از مهمترین افق‌های افزایش بازده در صنعت لجستیک دنیا است.

در مجموعه هلدینگ فاخر، اساتید و کارشناسان خبره‌ای در حوزه علم اطلاعات و داده‌ها مشغول به بومی‌سازی این فناوری‌ها و روش‌ها هستند. شاید جا داشته باشد، اینجا مجدداً به یکی از دستاوردهای ارزشمند و مهم هلدینگ فاخر در این مورد اشاره کنم.

برای آشنایی بیشترتان با فرآیندهای صنعت پست باید بدانید در هر زنجیره تأمین، بین دو فرآیند ارسال و دریافت مرسوله، فرآیند واسطی وجود دارد. و آن هم فرآیند تجزیه مبادلات است که بخش بسیار مهمی در سرعت، دقت و کیفیت خدمات پستی ایفا می‌کند.

تی‌هاب اولین سامانه تجزیه مبادلات شرکت «فراز پایانه ایرانیان» است. این شرکت یکی از شرکت‌های خواهر هلدینگ فاخر است که وظیفه راه‌اندازی و مدیریت هاب‌های توزیع مبادلات پستی را به عهده دارد. در تی‌هاب که در غرب تهران واقع است، از آخرین تکنولوژی‌های ساخت خطوط تجزیه مبادلات استفاده شده است. شرکت بویمر آلمان که سازنده بخش اصلی این هاب است، یکی از تامین‌کنندگان نیازهای تجهیزات شرکت‌هایی مانند Amazon، FedEx، DHL و Ebay است.

این هاب پستی، تمام مکانیزه و به عبارتی خودکارترین و هوشمندترین هاب پستی در ایران است. افق کار این هاب استفاده از داده‌هایی است که توسط حسگرهای هوشمند در فرآیند تجزیه مبادلات از مرسوله‌ها جمع‌آوری می‌شود.

اما سطح سوم پوست‌اندازی مسئله‌ای است که با عنوان انقلاب صنعتی چهارم هم از آن یاد می‌شود. حضور اینترنت آسیا و توسعه شبکه اینترنت در آخرین مرز پیشرفت‌های نوین دنیا است. ولی در مورد پست، این واقعیت علاوه بر مدیریت داده‌های مرسولات، در ارسال و دریافت داده‌ها حضور دارد. بنظرم هسته اصلی پاسخ سوال شما این به این سطح مربوط است. مثلاً لاکرهای هوشمند یکی از نتایج این انقلاب هستند. شرکت‌هایی مانند آمازون از ماموریت خود پا فراتر گذاشته و با عرضه این لاکرها وارد کسب‌وکار و صنعت پست شده است. بحث در این موضوع بسیار جذاب و البته پیچیده است. امیدوارم توانسته باشم به سوالاتن



اعتماد حاکمیت و دولت و در نتیجه اخذ امتیاز فنی برای گرفتن امتیاز و پروانه اولین اپراتور خصوصی پست ایران کمک کرد.

ولی تیبکس، تی پی ایکس، تی نکست، تی هاب یا هر برند و شرکت دیگری از شرکت‌های خواهر هلدینگ فاخر که می‌خواهد در زمینه پست و کوریج سرویس فعالیت کند، علاوه بر اعتماد حاکمیت و دولت یک سرمایه بسیار ارزشمند دارد که در این ۶۰ سال آن را به دست آورده است و با هیچ چیز معاوضه‌اش نمی‌کند و آن اعتماد مردم و مشتریان است. این اساسی‌ترین تدبیر در مسیر پیشرفت و توسعه بنده و سایر تیم ذینفع و اجرایی تیبکس است. همیشه عرض کرده‌ام که رعایت انصاف لازمه یک ارتباط مستمر و برد-برد است.

بنده در یک خانواده‌ای پستی متولد و بزرگ شده‌ام. شعار تیبکس مبین حساسیت ما در مورد مشتری است که خانواده ام و خودم در مورد آن بسیار مصمم هستیم و آن شعار این است: «سرعت، دقت و امنیت».

اگر دقت کنید هر سه این موارد بر اساس نیاز و خواسته‌های مشتری اتخاذ شده و برنامه‌های مشتری مداری روی این سه اصل استوار می‌شوند. اما مهمترین تدبیر ما این است که اساس صنعت پست بر این است که باید مشتری به ما اعتماد کند و اعتماد او خدشه دار نشود. بنابراین هر برنامه‌ای بر مبنای جلب اعتماد مشتری جلو می‌رود.

تیباکس در عرصه فناوری اطلاعاتی و تجهیزات چه میزان پیشرو عمل کرده است؟ توضیحات بیشتری ارائه دهید؟

همانطور که اشاره کردم «تی‌هاب» یکی از پیشرفته‌ترین ابزارهای یک سامانه زنجیره تامین است که با ذخیره تمام اطلاعات مرسله‌ها، مانند وزن، حجم، فرستنده، گیرنده... در کسری از ثانیه عمل می‌کند. از طرفی سرعت حرکت بالایی سامانه نقاله، بهره‌وری سامانه را بیشتر کند. هوشمندی پردازش در تصمیم‌گیری باعث می‌شود تا علاوه بر امنیت، بازه کاری بالاتر رود. مثلاً اگر ترمینال شهر بندرعباس پر است، تا خالی شدن کیج مربوطه مرسله را روی نوار نقاله بچرخاند.

یا سامانه جت که به آن اشاره شد سیستمی است که علاوه بر پوشش حوزه تعامل مالی و «پرداخت حین ارائه مرسله (COD)»، امکانات الکترونیکی و ارتباطی بسیاری را در اختیار همکاران فروش، پشتیبانی و نیز مشتریان قرار می‌دهد.

طرح‌ها و پروژه‌های متعدد دیگری هم هستند که عنوان آن‌ها شاید از حوصله مخاطب خارج باشد ولی اگر دقت کنید در همه آنها اولین بودن و نوین بودن فناوری مورد استفاده به چشم می‌خورد.

درباره این شرکت در مقام معرفی بیشتر نکات تکمیلی را بفرمایید.

تیباکس تقریباً ۶۰ سال دارد و یکی از با ارزش‌ترین برندهای ایران است. این برند به عنوان یک سیستم پیک و جابه‌جایی کالای نقطه به نقطه، در صنعت لجستیک ایران جا افتاده است. سیستمی که در سطح بین‌المللی برندهای چند میلیارد دلاری مانند DHL، FedEx، UPS، TNT، در این زمینه فعال هستند. ولی جالب است بدانید تیبکس از همه این برندها قدیمی‌تر است!

عمر برند از مهم‌ترین شاخص‌های ارزشمندی برند است. با این حال تیبکس نمی‌خواهد به قدمت خود بیبالد و این موضوع را ارزش محوری خود قرار دهد. بلکه مصمم است با راهکارهای نوین، بهر موری خود را ارتقا بخشد و در احیای پست ایران نقش موثری داشته باشد.

احترام به اصالت و نگاه مدرن، هویتی است که هر کسب‌وکاری که بخواید در خاور دور و یا شرق توسعه پیدا کند، باید داشته باشد. لحنی که با هویت برند «تیباکس» و سایر شرکت‌های «خواهر هلدینگ فاخر» تنیده شده است.

سخن‌رانی بهم.

هلدینگ فاخر و به نوبه خود شرکت‌های مانند تیبکس در مدل کسب‌وکار خود چه عرصه‌هایی را در اولویت قرار داده‌اند؟

توجه در راهبردهای کلان هلدینگ فاخر مسلم است، تمرکز روی توسعه ارتباطات کسب‌وکارها از منظر همزمان فناوری اطلاعات و لجستیک است. این مهم جز با ایجاد بست‌های بیشتر برای سودآوری این کسب‌وکارها میسر نمی‌شود. فرصت‌هایی مانند سترین بالقوه پستی، کشف بازارهای تاریک، سرویس‌های نوین افزوده حاصل از همکاری این کسب‌وکارها و... پست در دنیا صنعتی پویا است. با توجه به اینکه یکی از راهبردهای اساسی کشورهای توسعه‌یافته برای این پویایی و پیشرفت، کوچک کردن دولت خصوصی‌سازی است، دولت و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات هم تلاش زیادی برای تحقق این مهم انجام می‌دهند. در صنعت پست این راهبرد به صورت ارائه مجوز و پروانه فعالیت در قالب اپراتور پستی خود را نشان داده است. هلدینگ فاخر بخاطر راهبردهایی که طی کرده در این مزایده شرکت و توانست به عنوان امتیاز اولین اپراتور خصوصی پست ایران انتخاب شود. می‌توان گفت مهمترین راهبرد هلدینگ فاخر، تقویت اولین اپراتور پست خصوصی ایران است که به تازگی مجوز فعالیتش را از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات گرفته و به امید خدا با برند «پست‌وان» شروع به فعالیت می‌کند.

علاوه بر این، به منظور تقویت شبکه فعالیت و کسب‌وکار در حوزه لجستیک و کوریج سرویس، هلدینگ فاخر شرکت‌های خواهری مانند تی پی ایکس، تی نکست و تی کسب‌وکاری تیبکس تعریف کرده است که بتوانند با نیروهای جوان و فناوری‌های نوین سهم سالی از بازار لجستیک ایران را در اختیار بگیرند.

تخلی بیشتر با فضای بین‌المللی نیز از راهبردهای اساسی ماست. یکی از دلایلی که درگیری و توسعه کسب و کارها ما در آن گرفتار می‌شوند، این است که محلی فکر و محلی عمل می‌کنند. برخی محلی فکر می‌کنند و می‌خواهند جهانی عمل کنند. ولی حتی در کشورهای بومی هم موفق نبوده و از صحنه حذف می‌شوند. و شاید یکی از مهمترین دلایل اینکه کسب‌وکارهای بین‌المللی کمی در ایران تاسیس شده و توسعه پیدا کرده‌اند، همین باشد. از مهمترین حوزه‌های توسعه هر کسب و کاری به ویژه لجستیک و ترابری حوزه خلیج فارس است جایی که به دلیل اتصال به بازارهای بین‌المللی و آب‌های آزاد، مدت‌هاست درگیر حاشیه‌هایی شده است که خواسته یا ناخواسته رقابتی غربی یا شرقی از آن سود می‌جویند و ایران و کشورهای منطقه، متضرر می‌شوند. هلدینگ فاخر تفاهم‌نامه‌هایی را با برخی کشورهای منطقه عقد کرده است. شاید این تعاملات گامی کوچک باشند ولی در راستای توسعه فرامرزی خدمات ترابری و در نتیجه ایجاد زیرساخت‌های بین‌المللی منطقه هستند.

استراتژی دیگر ما همانطور که بیشتر گفتیم این بوده است که در کنار سایر اقدامات به کسب و کارهای الکترونیکی توجه ویژه‌ای داشته باشیم. توسعه سیستمی توزیع مرسلات پستی، توسعه سامانه مدیریت تجارت الکترونیک و سایر برنامه‌هایی در این خصوص مثال‌هایی از این برنامه‌ها برای راهبرد ذکر شده است.

خیلی مهم است که استارت آپ و کسب‌وکارهای نوین، چه آنها که در مرحله شروع کار هستند و چه آنها که به مرحله توسعه رسیده‌اند، بتوانند از مراجعی متخصص در این زمینه، کمک بگیرند. و بتوانند خدمات خود را با استانداردهای سامانه‌های لجستیک تنظیم کنند. این مهم یک فرصت کلیدی برای هلدینگ فاخر است که یکی از این مراجع شود.

در حوزه پست حساسیت مشتری بیشتر از دیگر صنایع هست تیبکس به این حساسیت چقدر و با اتخاذ چه تدابیر مشخصی اهمیت می‌دهد؟

شرکت تیبکس بیش از نیم قرن در عرصه کوریج تجربه دارد و شاید همین مهم به جلب

پاسخ روشنی بدهم.

هلدینگ فاخر و به نوبه خود شرکت‌های مانند تیپاکس در مدل کسب‌وکار خود چه راهبردهایی را در اولویت قرار داده‌اند؟

آنچه در راهبردهای کلان هلدینگ فاخر مسلم است، تمرکز روی توسعه ارتباطات کسب‌وکارها از منظر همزمان فناوری اطلاعات و لجستیک است. این مهم جز با ایجاد فرصت‌های بیشتر برای سودآوری این کسب‌وکارها میسر نمی‌شود. فرصت‌هایی مانند مشتریان بالقوه پستی، کشف بازارهای تاریک، سرویس‌های نوین افزوده حاصل از هم‌افزایی این کسب‌وکارها و... پست در دنیا صنعتی پویا است. با توجه به اینکه یکی از راهبردهای اساسی کشورهای توسعه‌یافته برای این پویایی و پیشرفت، کوچک کردن دولت و خصوصی‌سازی است، دولت و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات هم تلاش زیادی برای تحقق این مهم انجام می‌دهند. در صنعت پست این راهبرد به صورت ارائه مجوز و پروانه فعالیت در قالب اپراتور پستی خود را نشان داده است. هلدینگ فاخر بخاطر راهبردهایی که عرض کردم در این مزایده شرکت و توانست به عنوان امتیاز اولین اپراتور خصوصی پست ایران را بدست آورد. می‌توان گفت مهمترین راهبرد هلدینگ فاخر، تقویت اولین اپراتور پست خصوصی ایران است که به تازگی مجوز فعالیتش را از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات گرفته و به امید خدا با برند «پست‌وان» شروع به فعالیت میکند.

علاوه بر این، به منظور تقویت شبکه فعالیت و کسب‌وکار در حوزه لجستیک و کوری‌سرویس، هلدینگ فاخر شرکت‌های خاوه‌ری مانند تی بی ایکس، تی نکست و تی تک را برای تیپاکس تعریف کرده است که بتوانند با نیروهای جوان و فناوری‌های نوین سهم مناسبی از بازار لجستیک ایران را در اختیار بگیرند.

تعامل بیشتر با فضای بین‌المللی نیز از راهبردهای اساسی ماست. یکی از دلایلی که کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای ما در آن گرفتار می‌شوند، این است که محلی فکر و محلی عمل می‌کنند. برخی محلی فکر می‌کنند و می‌خواهند جهانی عمل کنند. ولی حتی در بازارهای بومی هم موفق نبوده و از صحنه حذف می‌شوند. و شاید یکی از مهمترین دلایل اینکه کسب‌وکارهای بین‌المللی کمی در ایران تاسیس شده و توسعه پیدا کرده‌اند، همین باشد. از مهمترین حوزه‌های توسعه هر کسب و کاری به ویژه لجستیک و ترابری حوزه خلیج فارس است. جایی که به دلیل اتصال به بازارهای بین‌المللی و آب‌های آزاد، مدت‌هاست درگیر حاشیه‌هایی شده است که خواسته یا ناخواسته رقبای غربی یا شرقی از آن سود می‌جویند و ایران و کشورهای منطقه، متضرر می‌شوند. هلدینگ فاخر تفاهم‌نامه‌هایی را با برخی کشورهای منطقه عقد کرده است. شاید این تعاملات گامی کوچک باشند ولی در راستای توسعه فرامرزی خدمات ترابری و در نتیجه ایجاد زیرساخت‌های بین‌المللی منطقه هستند.

استراتژی دیگر ما همانطور که پیشتر گفتیم این بوده است که در کنار سایر اقدامات به کسب و کارهای الکترونیکی توجه ویژه‌ای داشته باشیم. توسعه سیستمی توزیع مرسولات پستی، توسعه سامانه مدیریت تجارت الکترونیک و سایر برنامه‌هایی در این خصوص مثال‌هایی از این برنامه‌ها برای راهبرد ذکر شده است.

خیلی مهم است که استارت آپ و کسب‌وکارهای نوین، چه آنها که در مرحله شروع کار هستند و چه آنها که به مرحله توسعه رسیده‌اند، بتوانند از مراجعی متخصص در این زمینه، کمک بگیرند و بتوانند خدمات خود را با استانداردهای سامانه‌های لجستیک تنظیم کنند. این مهم یک فرصت کلیدی برای هلدینگ فاخر است که یکی از این مراجع شود.

در حوزه پست حساسیت مشتری بیشتر از دیگر صنایع هست تیپاکس به این حساسیت چقدر و با اتخاذ چه تدابیر مشخصی اهمیت می‌دهد؟

شرکت تیپاکس بیش از نیم قرن در عرصه کوری‌ر تجربه دارد و شاید همین مهم به جلب

اعتماد حاکمیت و دولت و در نتیجه اخذ امتیاز فنی برای گرفتن امتیاز و پروانه اولین اپراتور خصوصی پست ایران کمک کرد.

ولی تیپاکس، تی بی ایکس، تی نکست، تی هاب یا هر برند و شرکت دیگری از شرکت‌های خواهر هلدینگ فاخر که می‌خواهد در زمینه پست و کوری‌ر سرویس فعالیت کند، علاوه بر اعتماد حاکمیت و دولت یک سرمایه بسیار ارزشمند دارد که در این ۶۰ سال آن را به دست آورده است و با هیچ چیز معاوضه‌اش نمی‌کند و آن اعتماد مردم و مشتریان است. این اساسی‌ترین تدبیر در مسیر پیشرفت و توسعه بنده و سایر تیم‌دینفع و اجرایی تیپاکس است. همیشه عرض کرده‌ام که رعایت انصاف لازمه یک ارتباط مستمر و برد-برد است.

بنده در یک خانواده‌ای پستی متولد و بزرگ شده‌ام. شعار تیپاکس مبنی حساسیت ما در مورد مشتری است که خانواده‌ام و خودم در مورد آن بسیار مصمم هستیم و آن شعار این است: «سرعت، دقت و امنیت».

اگر دقت کنید هر سه این موارد بر اساس نیاز و خواسته‌های مشتری اتخاذ شده و برنامه‌های مشتری‌مداری روی این سه اصل استوار می‌شوند. اما مهمترین تدبیر ما این است که اساس صنعت پست بر این است که باید مشتری به ما اعتماد کند و اعتماد او خدشه دار نشود. بنابراین هر برنامه‌ای بر مبنای جلب اعتماد مشتری جلو می‌رود.

تیپاکس در عرصه فناوری اطلاعاتی و تجهیزات چه میزان پیشرو عمل کرده است؟ توضیحات بیشتری ارائه دهید؟

همانطور که اشاره کردم «تی‌هاب» یکی از پیشرفته‌ترین ابزارهای یک سامانه زنجیره تامین است که با ذخیره تمام اطلاعات مرسوله‌ها، مانند وزن، حجم، فرستند، گیرنده... در کسری از ثانیه عمل می‌کند. از طرفی سرعت حرکت بالای سامانه نقاله، بهره‌وری سامانه را بیشتر کند. هوشمندی پردازش در تصمیم‌گیری باعث می‌شود تا علاوه بر امنیت، بازده کاری بالاتر رود. مثلاً اگر ترمینال شهر بندرعباس پر است، تا خالی شدن کیج مربوطه مرسوله را روی نوار نقاله بچرخاند.

یا سامانه جت که به آن اشاره شد سیستمی است که علاوه بر پوشش حوزه تعامل مالی و «پرداخت حین ارائه مرسوله (COD)»، امکانات الکترونیکی و ارتباطی بسیاری را در اختیار همکاران فروش، پشتیبانی و نیز مشتریان قرار می‌دهد.

طرح‌ها و پروژه‌های متعدد دیگری هم هستند که عنوان آن‌ها شاید از حوصله مخاطب خارج باشد ولی اگر دقت کنید در همه آنها اولین بودن و نوین بودن فناوری مورد استفاده به چشم می‌خورد.

در باره این شرکت در مقام معرفی بیشتر نکات تکمیلی را بفرمایید.

تیپاکس تقریباً ۶۰ سال دارد و یکی از با ارزش‌ترین برندهای ایران است. این برند به عنوان یک سیستم پیک و جابه‌جایی کالای نقطه به نقطه، در صنعت لجستیک ایران جا افتاده است. سیستمی که در سطح بین‌المللی برندهای چند میلیارد دلاری مانند DHL، FedEx، UPS، TNT، در این زمینه فعال هستند. ولی جالب است بدانید تیپاکس از همه این برندها قدیمی‌تر است!

عمر برند از مهم‌ترین شاخص‌های ارزشمندی برند است، با این حال تیپاکس نمی‌خواهد به قدمت خود بیبالد و این موضوع را ارزش محوری خود قرار دهد. بلکه مصمم است با راهکارهای نوین، بهره‌وری خود را ارتقا بخشد و در احیای پست ایران نقش موثری داشته باشد.

احترام به اصالت و نگاه مدرن، هویتی است که هر کسب‌وکاری که بخواهد در خاور دور و یا شرق توسعه پیدا کند، باید داشته باشد. لحنی که با هویت برند «تیپاکس» و سایر شرکت‌های «خواهر هلدینگ فاخر» تنیده شده است.



گفت‌وگو با مهرداد فاخر، مدیرعامل تیپاکس

ضرورت تغییر

شرکت‌های پستی برای آنکه بتوانند از کورس رقابت جا نمانند ناچارند فناوری‌های دیجیتالی بومی‌سازی و از آنها به نحو مطلوب و متناسب با بازار ایران استفاده ببرند. داشتن چنین رویکردی در عین حال که گریزناپذیر است اما نیازمند بستر مناسب هم هست. تیپاکس به عنوان شرکت پیشرو در عرصه پست خصوصی ایران، نشان داده ایجادکننده و عامل تغییر است. در عین حال دکتر مهرداد فاخر، رئیس هیات‌مدیره هلدینگ فاخر و مدیرعامل تیپاکس می‌گوید: سرعت پیشرفت جامعه بسیار زیاد است. بر همین اساس وی تاکید می‌کند: برای اینکه تیپاکس یا سایر شرکت‌های هلدینگ فاخر به عنوان «رهبر» کوریر سرویس و صنعت پست فعلی کشور باقی بماند، باید همچنان به دنبال ایجاد تغییر باشند. گفت‌وگو با مهرداد فاخر را با هم می‌خوانیم.

آخرین روندهای پستی در جهان چه هستند و چقدر از فناوری‌های نوین بهره‌جستند؟

ظهور فناوری‌های جدید الکترونیکی و همه‌گیر شدن اینترنت و تلفن همراه تأثیری عمیق بر سازوکارهای زندگی انسان‌های حال حاضر گذاشته است. زندگی اجتماعی بشر بسیار متحول شده و پست سنتی را نیز به ناچار، دچار تغییراتی کرده است. فناوری‌های نوینی مثل اینترنت اشیا و استفاده از پهبادها در جابه‌جایی مرسولات نیز وارد صنعت شرکت‌های پستی در گستره جهانی با فناوری‌های سبز به سوی استفاده کمتر از

سوخت و تأثیرات زیست‌محیطی کمتر می‌روند.

آیا تیپاکس یا هلدینگ فاخر از این فناوری‌ها استفاده کرده است؟

شاید بتوان این موارد را که ذکر کردم، از مهم‌ترین تأثیرات تحول پست سنتی در روندهای جهانی دانست. ولی بنظرم نه تنها در صنعت پست که در همه کسب‌وکارهای روز دنیا، در حال تغییرند.

اگر در مورد سیاست مجموعه هلدینگ فاخر و تیپاکس از فناوری‌های نوین سوال کنید بنظرم می‌توانم کمی جامع‌تر به شما پاسخ بدهم. خیلی از همکاران من می‌دانند که مهرداد