



گزارشی از نشست لجستیک شو  
با حضور مدیرعامل  
تایین ولنگ اکسپرس

برنده رقابت  
فروشگاه‌های  
آنلاین را  
لجستیک  
مشخص می‌کند

گزارشی درباره دلایل حضور  
و عدم حضور کسب و کارهای  
حوزه اقتصاد دیجیتال در  
الکامپ ۱۴۰۳

برگزاری الکامپ همزمان با  
انتخابات ریاست جمهوری  
به نفع چه کسی است؟

تعارف را با  
برگزارکنندگان  
الکامپ کنار  
بگذارید

گفت‌وگو با سعید رسول اف، مدیرعامل شرکت ایده پرداز ژوبین

# کوچه بین بست بیمه و مالیات

دیوار و شیپور، عمده‌ترین محل  
فروش کالاهای سرقتی

فروشگاه موبایل موسوی آمل  
تکرار داستان کوروش کمپانی

بازار صنعت زیبایی کشور در سال  
گذشته ۱.۶ میلیارد دلار بوده است

وینار

# نسل جدید وام در ایران

لندتک و کاربردهای آن برای مردم و کسب و کارها

رضا قربانی | مدرس فین تک و هم بنیان گذار راه کار



شنبه ۲۶ خرداد

ساعت ۱۷ تا ۱۹

# تعارف را با برگزارکنندگان کامپ کنار بگذارید

اکثر افرادی که قصد دارند در فضای بزرگترین نمایشگاه الکترونیک، رایانه و تجارت الکترونیک که همه آن را با نام «الکامپ» می شناسند حضور پیدا کنند، همواره انتظار متفاوتی از آن دارند. هرچند نمایشگاه دیگر از بین المللی بودن فاصله زیادی گرفته، اما حداقل انتظار این است که تبدیل به محلی برای حضور و تعامل فعالان و علاقه مندان این حوزه در داخل کشور شود. تعامل قطعاً نباید به دیدوبازدید تعبیر شود بلکه باید کسب و کار تأثیر و چشم انداز مناسبی برای حضور در رویداد ببیند.

مجموعه شرایط و اصرار بر برگزاری نمایشگاه الکامپ، همزمان با انتخابات ریاست جمهوری، وضع را به سمتی برده که اکثر شرکتها با نارضایتی به استقبال برگزاری نمایشگاه می روند؛ برخی این نارضایتی را بیان می کنند و برخی پنهان.

بسیاری از افرادی که از مزایای الکامپ می گویند هم معتقدند این تاریخ، زمان مناسبی برای برگزاری الکامپ نیست. طبق اعلام سازمان نصر که اکنون بیشتر به نظر می رسد نقش مارکتینگ رویداد را برعهده دارد، الکامپ بناست بین روزهای ۹ تا ۱۲ تیرماه برگزار شود؛ یک روز پس از انتخابات ریاست جمهوری که بناست سرنوشت دولت آینده را مشخص و همچنین تعیین کند که همین کسب و کارهایی که در الکامپ حضور دارند بناست با کدام رویکرد تعامل داشته باشند.

سؤالی که در این میان مطرح می شود این است که برگزاری الکامپ در بحبوحه برگزاری مهم ترین انتخابات کشور به نفع صنف است یا خیر و آیا بدنه صنف این موضوع را تأیید می کند یا نه؟

پیش تر نیز مدیر اجرایی الکامپ از روند برگزاری این نمایشگاه اظهار بی اطلاعی کرده بود اما مجموعه شنیده ها حاکی از آن است که شرکت پیمانکار برگزاری نمایشگاه، بدون توجه به منافع صنف، قصد دارد به هر نحو ممکن آن را برگزار کند و اکنون به نظر می رسد فشاری مضاعف روی کسب و کارهاست که مبالغ حضور در نمایشگاه را واریز کنند تا امکان انصراف نداشته باشند.

از طرفی نزدیکی این رویداد به انتخابات و مشخص نبودن فضای آینده دولت که یکی از بخش های مهم تعاملی بخش خصوصی و دولتی محسوب می شود، موضوع مهم دیگری است که به نظر می رسد برگزارکنندگان نمایشگاه آن را نادیده گرفته اند. همین دیروز بود که کمیسیون تأمین نصر جلسه برگزار کرد و در آن اعضا از ناموفق بودن خود برای حمایت از پیمانکاران صنف در بحث جریمه های تخصیص ارز گفتند. نمایشگاه می توانست فرصتی باشد برای تعامل با دولتی که قصد دارد با بخش خصوصی کار کند و این فرصت با این اقدام عملاً از دست می رود. شاید بتوان این ژست را گرفت که نمایشگاه غیردولتی است و دولتی ها اصلاً نقشی ندارند، اما بیایید تعارف را کنار بگذاریم؛ بسیاری از کسب و کارها در طول سال کارشان لنگ یک دیدار با یکی از مقاماتی است که ممکن است چند روز را برای حضور در نمایشگاه وقت بگذارند. مجموعه شواهد نشان می دهد که هم شرکت کنندگان و هم نصر تهران وارد تعارف با برگزارکننده نمایشگاه شده اند و ناخودآگاه اهداف برگزارکننده را دنبال می کنند. اگر بناست نمایشگاهی در شأن صنف برگزار شود، تنها یک راه باقی مانده و آن این است که تعارف را با شرکت برگزارکننده نمایشگاه کنار بگذارند.



میثم سلیمانی  
سردبیر

## راه کار

کارخانه نوآوری رسانه راه کار  
way2work.ir  
مدیرعامل: رضا قربانی  
رئیس هیئت مدیره: رسول قربانی  
نائب رئیس هیئت مدیره: مینا والی  
مدیر توسعه کسب و کار: رضا جمیلی  
مدیر محتوا: میثم سلیمانی



عکس جلد: نسیم اعتمادی

## کارنگ

هفته نامه کارنگ | شماره ۱۳۸ | سال چهارم | ۲۶ خرداد | ۱۴۰۳

مدیر مسئول و صاحب امتیاز: مینا والی

سردبیر: میثم سلیمانی

دبیر تحریریه: رضا امیرزاده

تحریریه: بهناز ملکی، مریم آزادی طلب  
مهران امیری

مدیر هنری: علیرضا کیوان

صفحه آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی

عکس: نسیم اعتمادی

بازاریابی: محمدحسین صیادی نژاد

شبکه های اجتماعی: حانیه همتی

چاپ: هنر اشکان

ناظر چاپ: قادر شهبازی

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی  
خیابان لاله غربی، خیابان حدیث  
کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

وبسایت: Karangweekly.ir

شماره تماس: ۰۲۱-۴۶۰۱۲۲۰۴

## اقتصاد نوآوری در هفته گذشته

اندک، متن پیشنهادی را بررسی و در مجمع نوبت دوم رأی خود را اعلام کنند.



تعداد پذیرندگان پیمان از ۱۰۰۰ کسب و کار گذشت

بر اساس اولین گزارش سال شرکت پیمان، در سال ۱۴۰۲، راهکار دایرکت دبیت پیمان در ۱۱۹ کسب و کار آنلاین به طور مستقیم قابل استفاده بوده است. با این حال با در نظر گرفتن همکاران پیمان مانند آسان پرداخت، وندار و بازاری که با استفاده از زیرساخت فنی پیمان آن را با واسطه در اختیار مشتریان، کاربران و زیرمجموعه‌های خود قرار می‌دهند، تعداد پذیرندگان پیمان از ۱۰۰۰ کسب و کار هم فراتر می‌رود.



حضور پر قدرت استارت‌آپ روبیکا در الکام استارز امسال

امیرعلی نجفی، معاون بازاریابی روبیکا اعلام کرد: «غرفه مجموعه روبیکا در بخش الکام استارز قرار دارد. در تلاش هستیم با استفاده از امان‌های خوب و مناسب، فضای خلاقانه‌ای را در غرفه خود به وجود بیاوریم و مخاطبان و بازدیدکنندگان را با سرویس‌ها، خدمات و فضای کلی روبیکا آشنا کنیم.» به گزارش روابط عمومی سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران، استارت‌آپ روبیکا، از جمله شرکت‌هایی است که در الکام استارز امسال حضور دارد.

روش‌های تأمین مالی در حوزه کسب و کارهای تجارت الکترونیکی اعلام کرد که ۸۷ درصد تأمین مالی در این حوزه به صورت شخصی انجام می‌شود. او ادامه داد: «سهم شتاب‌دهنده‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر ۴ درصد است که نسبت به سال گذشته کاهش ۲ درصدی داشته است. همچنین سهم روش جمع‌سپاری مالی ۲ درصد و سرمایه‌گذاری دولتی در این زمینه نیز ۲ درصد بوده است.»



دیوار و شیپور، عمده‌ترین محل فروش کالاهای سرقتی

دادستان تهران اعلام کرد: «با توجه به اینکه عمده‌ترین محل فروش کالاهای مسروقه، به ویژه گوشی‌های مسروقه در بستر فضای مجازی و پایگاه‌های اینترنتی خرید و فروش مانند دیوار، شیپور و... است، دادستانی‌های شهرستان‌ها و دادسرای مربوطه در تهران، در مکاتبه با مدیریت سایت‌های اشاره شده، تذکرات لازم را برای الزامی بودن احراز هویت خریداران و فروشندگان و محل اقامت آنان، قبل از درج آگهی در سکویای مدنظر، به آنها ابلاغ کرده‌اند.»

انتشار اساسنامه پیشنهادی سازمان نصر تهران

چهار روز مانده به برگزاری نوبت دوم مجمع عمومی فوق‌العاده سازمان نصر تهران، اساسنامه پیشنهادی هیئت‌مدیره این نهاد صنفی برای بررسی و تصویب به وسیله اعضای سازمان، منتشر شد. جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده این سازمان، ساعت ۹ صبح روز یکشنبه ۲۷ خردادماه ۱۴۰۳ در محل وزارت ارتباطات برگزار می‌شود. اعضای این نهاد صنفی باید در این زمان

۱.۲ همت اعتبار خرید کالا به مشتریان دیجی‌شهر در ۱۴۰۲

مدیر ارشد بازاریابی دیجی‌شهر از ارائه بیش از ۱.۲ همت اعتبار خرید کالا در سال ۱۴۰۲ به مشتریان این فروشگاه اقساطی خبر داد. دیجی‌شهر یک فروشگاه خرید اقساطی و آنلاین است که با ارائه اعتبار ارزان‌تر، مدت بازپرداخت طولانی‌تر و سقف اعتبار تا ۲۰۰ میلیون تومان، تلاش می‌کند تا فراگیری مالی را برای خرید راحت‌تر کالا در سطح کشور توسعه دهد.



کشف اموال مالک کوروش کمپانی

اصغر جهانگیر، سخنگوی قوه قضائیه، اعلام کرد که املاک متعلق به مالک کوروش کمپانی در اصفهان شناسایی شده است. همچنین چند خودروی مدل بالا در کیش و تعدادی هم در امارات کشف شده که همگی متعلق به مالک کوروش کمپانی هستند. جهانگیر اعلام کرد، قوه قضائیه ایران از طریق مراجع بین‌المللی و اینترپل اقدام به شناسایی متهم در خارج از کشور کرده تا بتواند او را به کشور بازگرداند.



سرمایه‌گذاری دولت در تجارت الکترونیکی ۲ درصد بوده است

رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در نشست خبری گزارش سالانه تجارت الکترونیکی ایران در سال ۱۴۰۲، درباره سهم



## برگزاری الکامپ همزمان با انتخابات ریاست جمهوری به نفع چه کسی است؟

گزارشی درباره  
دلایل حضور  
و عدم حضور  
کسب و کارهای  
حوزه اقتصاد  
دیجیتال در  
الکامپ ۱۴۰۳

بر اساس آنچه تاکنون توسط روابط عمومی سازمان نصر تهران اعلام شده، نمایشگاه الکامپ ۱۴۰۳ به دلیل همزمانی با برگزاری انتخابات ریاست جمهوری بایک روز تعویق، در روزهای ۹ الی ۱۲ تیرماه برگزار خواهد شد. سؤالی که در این میان مطرح می‌شود این است که برگزاری الکامپ در بجهت برگزاری مهم‌ترین انتخابات کشور به نفع صنف است یا خیر و آیا بدنه صنف این موضوع را تأیید می‌کند یا نه؟ آیا سازمان نصر در راستای منافع خاص مجری برگزاری الکامپ در حال هزینه کردن از صنف است؟ مجموعه شنیده‌ها حاکی از آن است که شرکت پیمانکار برگزاری نمایشگاه، بدون توجه به منافع صنف، قصد دارد به هر نحو ممکن آن را برگزار کند و اکنون به نظر می‌رسد فشاری مضاعف روی کسب و کارهاست که مبالغ حضور در نمایشگاه را افزایش کنند تا امکان انصراف نداشته باشند. در ادامه این گزارش به سراغ کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال رفته ایم تا با آنها درباره اینکه امسال در الکامپ شرکت خواهند کرد یا نه و دیدگاه‌شان درباره برگزاری الکامپ ۱۴۰۳ گفت و گو کنیم.



# بازار صنعت زیبایی کشور در سال گذشته ۱.۶ میلیارد دلار بوده است

گزارشی از  
نشست خبری  
شرکت خانومی

نشست خبری «خانومی» به مناسبت دهمین سالگرد تأسیس این پلتفرم فروش آنلاین لوازم آرایشی و بهداشتی با حضور بنیان گذاران آن، مسعود شاهمرادی و سارا امیرسالاری، برگزار شد. در این نشست خبری اعلام شد که فروش خانومی در سال ۱۴۰۲ حدود ۱۵۰۰ میلیارد تومان بوده و هدف این کسب و کار در سال جاری این است که فروش خود را به رقم ۵۰۰۰ میلیارد تومان برساند.

به این بخش اضافه کنیم این سهم بیش از ۵۰ درصد خواهد بود.»

## بازار ایران و خاورمیانه در صنعت زیبایی

شاهمرادی همچنین ارزش بخش خرده فروشی محصولات زیبایی در خاورمیانه و آفریقا را تا سال ۲۰۲۷ رقم ۴۷ میلیارد دلار تخمین زد. مسعود شاهمرادی در ادامه این نشست خبری آماری از بازار صنعت زیبایی ایران ارائه کرد. در این آمار فروش محصولات صنعت

- **بازار زیبایی در جهان تا سال ۲۰۲۷ به ۵۸۰ دلار می‌رسد**
- مسعود شاهمرادی، مدیرعامل خانومی، با اشاره به اینکه بازار صنعت زیبایی در جهان با آنچه در ایران تصور می‌شود متفاوت است، گفت: «این تفاوت باعث می‌شود اطلاعات اشتباهی درباره این بازار در داخل ارائه شود.»
- او در ادامه با استناد به آمار «مکنزی» به ارائه آماری از بازار جهانی صنعت زیبایی پرداخت. براساس گفته‌های او درآمد این صنعت در جهان تا سال ۲۰۲۷ رقم ۵۸۰ میلیارد دلار خواهد بود. همچنین پیش بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ حدود ۶۰۰ میلیون مصرف‌کننده جدید به این بازار اضافه شوند.
- شاهمرادی در ادامه بیان کرد: «در این صنعت بیشترین سهم مربوط به محصولات حوزه مراقبت پوستی است که ۴۰ درصد بازار را به خود اختصاص داده و اگر مراقبت مورا نیز



# فروشگاه موبایل موسوی آمل تکرار داستان کوروش کمپانی

دستگیری مالک  
یک فروشگاه  
گوشی که پیش  
از این اسپانسر تیم  
استقلال بود

مالک فروشگاه موبایل موسوی آمل که سابق بر این اسپانسر تیم استقلال بود به دستور مقامات قضایی دستگیر شد. مالک این فروشگاه که به موبایل استقلال نیز معروف است، چندین دستگاه تلفن همراه را با قیمت بسیار پایین پیش فروش کرده اما در نهایت بسیاری از این گوشی های پیش فروش شده در شش ماه گذشته را تحویل خریداران نداده است. این در حالی است که بهای تلفن های همراه ابل که توسط این فروشگاه عرضه می شد از بهای این کالا در وبسایت خود ابل کمتر بوده و این موضوع به خودی خود شک برخی از کاربران را برانگیخته بود. جریان فروشگاه موبایل موسوی به دلیل شباهت بسیاری که با مورد کوروش کمپانی داشت مورد توجه برخی کاربران و فعالان حوزه فناوری قرار گرفته بود حتی در این مورد هشدارهایی نیز داده شده بود.

از دسترس خارج شد اما مدیر این مجموعه با انتشار ویدئوهایی از خود در صفحه اینستاگرامی همسرش ادعا کرده بود که صفحه اصلی اینستاگرام این فروشگاه هک شده است.

**حذف نام اسپانسر از پیراهن استقلال**  
در پی تمام این اتفاقات انجمن موبایل، تبلیغات این فروشگاه را از پشت پیراهن های تیم استقلال حذف کرد. اما موضوع قابل تأمل اینجاست که اکنون مالک این فروشگاه با وجود تمام هشدارهایی که در این مورد وجود داشت دستگیر شده است و اطلاعات کاملی از میزان خسارتی که به خریداران آیفون از این مجموعه وارد شده است در دست نیست.

## هشدارها درباره فروشگاه موبایل موسوی آمل

- در پی یکی از این هشدارها اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران در نامه ای به علی خطیر، مدیرعامل باشگاه استقلال نوشته بود: «به استحضار می رساند اخیراً پرونده ای تحت عنوان کوروش کمپانی به دلیل پیش فروش گوشی های موبایل و اخذ مبالغ سنگین از مردم و سپس متواری شدن در مراجع قضائی تشکیل و در حال طی کردن مراحل قانونی است. از آنجا که طبق گزارشات واصله اسپانسر باشگاه استقلال نیز در شهرستان آمل، (جناب آقای موسوی) همین رویه پیش فروش گوشی و فروش زیر قیمت بازار را در دستور کار خود قرار داده اند بر خود لازم دانسته مراتب را به منظور پیشگیری از اتفاق مشابه پرونده کوروش کمپانی به باشگاه استقلال اعلام نموده و از ورود لطمه به اعتبار آن باشگاه مردمی جلوگیری نماییم.» حتی خبرگزاری ایسنا نیز به این موضوع پرداخته و صریحاً اعلام کرده بود که این فروشگاه هیچ گونه مجوزی برای واردات موبایل ندارد و تمامی شواهد موجود بر واردات مستقیم گوشی های موبایل آیفون به کشور و ادعاهای مدیر این کسب و کار کاملاً کذب است. لازم به ذکر است که در سال گذشته صفحه اینستاگرامی این فروشگاه



# کوچه بن بست بیمه و مالیات

گفت و گو با  
سعید رسول اف،  
مدیرعامل  
شرکت  
ایده پرداز ژوبین

یکی از بدیهی ترین معانی نوآوری، عبور از چهارچوب های قدیمی است و نوآوری در کسب و کار و اقتصاد نیز از این قاعده جدا نیست. با این حال، یکی از مهم ترین چالش های شرکت های این حوزه در ارتباط با سازمان ها و نهادهای حاکمیتی این است که دستگاه های دولتی از این کسب و کارها انتظار دارند همچنان در زمینه هایی مانند مالیات و بیمه براساس روال های سنتی رفتار کنند و این انتظار برخلاف شعارهای حمایت گرایانه ای است که اغلب از سوی حاکمیت درباره اقتصاد دیجیتال می بینیم.

سعید رسول اف، مدیرعامل شرکت ایده پرداز ژوبین، از فعالان صنفی حوزه اقتصاد دیجیتال و فناوری اطلاعات و نایب رئیس کمیسیون تحول، نوآوری و بهره وری اتاق بازرگانی تهران است. با او درباره مسیری که در حوزه فناوری اطلاعات و اقتصاد دیجیتال پشت سر گذشته، محصولات و محصولات که ایده پرداز ژوبین به بازار ارائه داده و چشم انداز این کسب و کار برای آینده به گفت و گو نشستیم. چالش های شرکت های حوزه اقتصاد نوآوری در زمینه بیمه و مالیات از دیگر مسائلی است که در این گفت و گو بررسی شده است.





## برنده رقابت فروشگاه‌های آنلاین را لجستیک مشخص می‌کند

گزارشی از نشست  
لجستیک شو با حضور  
مدیرعامل تاپین و  
لینک اکسپرس

صنعت لجستیک صنعتی بسیار بزرگ و با قدمت طولانی است. این صنعت با صنایع مختلفی گره خورده و این گره‌ها با ظهور فناوری‌های نوین محکم‌تر شده‌اند. اما نوآوری و ادغام فناوری در لجستیک ایران کار آسانی به نظر نمی‌رسد. از مسائل زیرساختی گرفته تا انحصار و رگولاتوری، همه و همه مانع بروز و تحقق پتانسیل‌های واقعی این صنعت هستند.

در برنامه «لجستیک شو» مهرداد ملک محمدی، مدیرعامل تاپین و علی حسینی، مدیرعامل لینک اکسپرس به بررسی چالش‌های متعدد مسیر توسعه لجستیک پرداختند؛ این دو فعال حوزه لجستیک عوامل بسیاری را در ضعف صنعت لجستیک ایران دخیل دانستند اما عاملی که بیش از سایرین مورد توجه قرار گرفت و به گفته این مدیران عامل می‌تواند بسیاری از چالش‌های کسب و کارها را حل کند، بحث اطلاعات کدپستی گیرنده‌هاست که شرکت ملی پست آنها را با قیمت گرانی در اختیار کسب و کارهای لجستیکی قرار می‌دهد.

شرکت پست مستقر است، بستگی دارد. شاید یکی از دلایلی که در کشور سیستم آنلاین بین المللی وجود ندارد، ثابت نبودن نرخ هاست؛ یعنی مثل پست داخلی تعرفه‌های ثابتی وجود ندارد. قیمت‌ها به خاطر تعرفه‌های گمرگی و نداشتن چارچوب مشخص در ارسال، متغیر هستند. یا اینکه شما نمی‌توانید تعداد زیادی کتاب به خارج از کشور ارسال کنید چون کاغذ در کشور ما پارانهای است و قاچاق محسوب می‌شود. این مسائل باعث شده‌اند که ما پست بین الملل مشخصی نداشته باشیم و پست بین الملل ما به صورت فوری واردی باشد.

**به جز مواردی که اشاره شد، مثل نداشتن یک نهاد قدرتمند یا ساختار منسجم و مدون گمرک، دیگر ضعف‌های لجستیک در ایران چیست و جای چه خدماتی خالی است؟**

**علی حسینی:** یکی بحث دسترس پذیر کردن مناطق محروم با خدمات کواد کوپتر است. اما در ایران چنین سیستمی ممنوع است. مسئله دیگر بحث‌های زیرساختی لوکیشن محور است که در بسیاری از کشورها می‌بینیم با یک کد پستی می‌توان به لوکیشن دسترسی پیدا کرد. اما در ایران این کار خیلی جا نیفتاد، چون شرکت ملی پست جداگانه کد پستی تولید کرد که خیلی به سیستم ثبت احوال وصل نبود. البته اخیراً اجبار کرده‌اند که هر معامله‌ای که در دفتر ثبت اسناد اتفاق می‌افتد وابسته به یک کد پستی باشد.



**از طرف دیگر چالش تبدیل آدرس به لوکیشن را داریم. هر نوع نوآوری که بخواهیم در صنعت پست انجام دهیم در یک سر ماجرا به دیتای قابل اندازه‌گیری که همان لوکیشن است، نیاز داریم.**

**مهرداد ملک محمدی:** یکی از چالش‌های ما در حوزه لجستیک بحث لوکیشن گیرنده است که شاید بتواند تمام فرایندهای ما را تا ۳۰ یا ۴۰ درصد بهینه کند. شرکت ملی پست این اطلاعات را در اختیار دارد، اما آن را به قیمت خیلی گرانی می‌فروشد. شرکت ملی پست در ازای استعمال هر کد پستی دوهزار تومان دریافت می‌کند. به نظر من شرکت ملی پست می‌تواند دسترسی به اطلاعات این کد پستی‌ها را رایگان کند یا با یک قیمت منطقی‌تر در اختیار کسب و کارهای لجستیکی قرار دهد. الان استفاده‌کننده اصلی این سرویس، بانک‌ها هستند. استفاده از کد پستی چند مزیت دارد: اول اینکه افراد مجبور می‌شوند کد پستی خود را به‌روز نگه دارند تا در دریافت سفارش‌های خود دچار مشکل نشوند. دوم اینکه فروشگاه‌های آنلاین دیگر نیازی به دریافت تمام اطلاعات افراد ندارند و یک کد پستی کافی خواهد بود و محرمانگی و امنیت اطلاعات سمت خریدار و فروشنده بالا می‌رود. شرکت‌های لجستیک خیلی راحت می‌توانند کارهای سورتینگ و هماهنگی و مسیریابی را انجام دهند و حداقل ۵۰ درصد کارایی آن شرکت بالا می‌رود. تمام این مسائل به واسطه اشتباه استراتژیک شرکت ملی پست اتفاق نمی‌افتد، حتی خود شرکت ملی پست هم از این اطلاعات استفاده نمی‌کند؛ آنها که هزینه صدور کد پستی را از مردم گرفته‌اند. قرار دادن این اطلاعات در اختیار شرکت‌های لجستیکی ۹۰ درصد مشکلات آنها را حل می‌کند. در حال حاضر دستگاه‌های سورتینگ به دلیل نداشتن کد پستی نمی‌توانند بسته‌ها را به خوبی تفکیک کنند. به نظر من بهترین اتفاقی که در سال ۱۴۰۳ در صنعت لجستیک می‌تواند بیفتد این است که شرکت ملی پست کد پستی‌ها را در اختیار کسب و کارها بگذارد.

**وضعیت و زیرساخت پیک آپ در ایران به چه صورت است؟ چالش‌ها و خلأ این حوزه چیست؟**

**علی حسینی:** در حوزه فرستامیل جای خالی بسیار بزرگی حس می‌شود. ما شرکت‌های پستی متعددی داریم، اما تمام آنها در بحث فرستامیل مشکل دارند. تمام آنها در لستامیل و میدامیل کارهای خوبی انجام داده‌اند ولی در جمع‌آوری مرسولات جای خالی جدی احساس می‌شود که در صورت پر شدن می‌تواند تمام صنعت پست را تکان دهد. یعنی اگر سرویسی طراحی شود که زیرساخت خوبی برای فرستامیل ارائه بدهد، کل صنایع پستی کشور می‌توانند جهش خیلی خوبی را تجربه کنند و سهم بازار خود را افزایش دهند.



ملک محمدی:  
یکی از  
چالش‌های  
مادر حوزه  
لجستیک  
بحث لوکیشن  
گیرنده است  
که شاید  
بتواند تمام  
فرایندهای ما  
را تا ۳۰ یا ۴۰  
درصد بهینه  
کند. شرکت  
ملی پست این  
اطلاعات را در  
اختیار دارد، اما  
آن را به قیمت  
خیلی گرانی  
می‌فروشد