



موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

طرح تحول دیجیتال شرکت ملی پست

مجری / تهیه کننده: موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی



موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

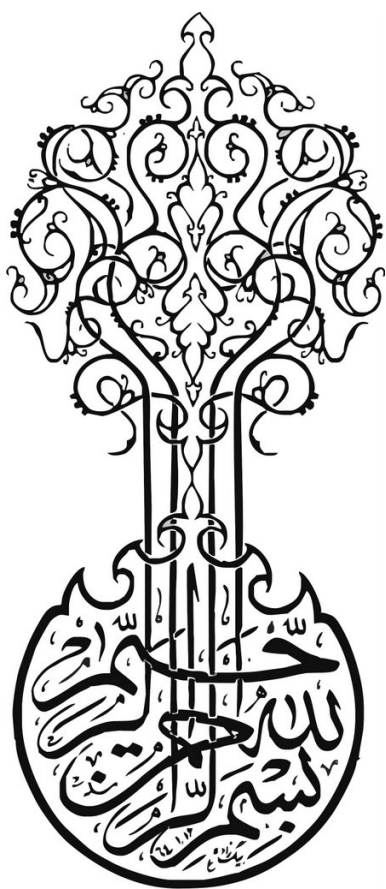
طرح تحول دیجیتال شرکت ملی پست

چکیده فاز یک

کارفرما: شرکت ملی پست

مجری: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

پاییز و زمستان ۱۴۰۱



چکیده

تحول دیجیتال به معنای تغییرات شگرف در کسب و کار است که به کمک تغییر در نگرش، رفتار، استراتژی و مدل‌های کسب و کار در سطح کلان و پیرو آن انجام تغییرات در فرایندها، فعالیت‌ها، ساختارها، شرح وظایف، مسئولیت‌ها و داده‌ها در بستر فناوری‌های جدید با هدف ایجاد ارزش، سودآوری و بهبود کارایی صورت می‌گیرد. از بعد دیگر، تحول دیجیتال یک تغییر فرهنگی است که به‌طور مداوم وضعیت موجود سازمان و تجارب پیشین پرسنل را به چالش می‌کشد. از نگاه برخی کارشناسان، تحول دیجیتال تاثیر مستقیمی بر تحول سازمانی دارد و در سه حوزه تحول در تجربه مشتری، فرایندهای عملیاتی و مدل کسب و کار در آن بررسی شده و تحول می‌یابد. تحول دیجیتال برای سازمان‌های دنیای امروز که در پیش‌زمینه و بستر اقتصاد دیجیتال فعالیت دارند، امری ضروری است. از این رو، شرکت ملی پست نیز با توجه به اهداف خود در ارائه خدمات برتر به مشتریان در سراسر کشور در نظر دارد تا برای باقی ماندن در عرصه رقابت، از تحول دیجیتال در توسعه مدل کسب و کار خود بهره گیرد.

بدین ترتیب، در پژوهش حاضر مبانی نظری و الگوهای ناظر بر تحول دیجیتال بررسی و ارائه شده است که بخش نخست شامل بررسی اقتصاد دیجیتال و انقلاب فناوری‌ها (انقلاب صنعتی چهارم و ظهور اقتصاد دیجیتال، مفهوم اقتصاد دیجیتال، نقش تجارت الکترونیک در اقتصاد دیجیتال، مدل‌های کسب و کار در اقتصاد دیجیتال، شاخص توانایی دیجیتال کسب و کار، نقش دولت در اقتصاد دیجیتال، شاخص و سطوح اقتصاد دیجیتال، ویژگی‌های اقتصاد دیجیتال و فناوری‌های پیشران اقتصاد دیجیتال) است. در بخش دوم به مفاهیم و الگوهای ناظر بر تحول دیجیتال پرداخته شده است که مشتمل بر (تحول دیجیتال و پنج حوزه اصلی گذار به تحول دیجیتال، مقایسه تحول دیجیتال با بهبود دیجیتال، پارادایم شیفت به تحول دیجیتال، تحول دیجیتال و فناوری اطلاعات، فرضیات تحول دیجیتال، مراحل

کلی تحول دیجیتال، ابعاد تحول دیجیتال، اهداف تحول دیجیتال، زبدهی دیجیتال، ابزارهای مدیریت استراتژیک در تحول دیجیتال، عوامل توانمندساز تحول دیجیتال، بلوغ تحول دیجیتال، حکمرانی

سازمانی با رویکرد حکمرانی تحول دیجیتال، بررسی الگوها و مدل‌های ناظر بر تحول دیجیتال، ماتریس دیجیتال، تجربه زبدهگان تحول دیجیتال، تحول دیجیتال در بخش دولتی (دولت دیجیتال)، اولویت‌بندی برای شروع دیجیتال‌سازی، استراتژی تحول دیجیتال) است. **بخش سوم موج‌های نوآوری دیجیتال در پست بررسی شده است که شامل (موج اول: خودکار شدن، موج دوم: خدمات جدید درآمدزایی، موج سوم: دیجیتال شدن برای تقویت هسته کسب وکار، موج چهارم: تحول دیجیتال) می باشد. بخش چهارم پلتفرم نوآوری دیجیتال پست است که شامل (پلتفرم سیستم‌های اطلاعاتی، پلتفرم تجربه مشتری، پلتفرم داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده، پلتفرم اینترنت اشیاء، پلتفرم‌های اکوسیستمی) است. بخش پنجم استراتژی‌های نوآورانه تحول دیجیتال در خدمات پستی مشتمل بر (چهار راهبرد تحول دیجیتال)، بخش ششم پیش‌رانه‌های فرهنگی تحول دیجیتال پست و مشتمل بر (کارگاه‌ها و سمینارهای به اشتراک گذاری اطلاعات، کوتاه کردن فاصله خلق تا تجاری‌سازی ایده، راه‌اندازی مراکز نوآوری، پایش نوآوری، شرکت در گردهمایی‌ها، ایجاد واحدهای سرمایه‌گذاری مشترک) می‌باشد. در بخش هفتم نیز به پرورش نیروی انسانی برای تحول دیجیتال پرداخته شده است.**

فهرست مطالب

.....	۱-۱-۱-۱- پلتفرم همراه
.....	۱-۱-۱-۲- اینترنت اشیاء
.....	۱-۱-۱-۳- چاپ سه بعدی
.....	۱-۱-۱-۴- خودروها و وسایل نقلیه خودران
.....	۱-۱-۱-۵- اقتصاد اشتراکی (مشارکتی)
.....	۱-۱-۱-۶- بلاکچین (زنجیره بلوکی)
.....	۱-۱-۱-۷- واقعیت مجازی و افزوده
.....	۱-۱-۱-۸- اینترنت همراه و فایو جی
.....	۱-۱-۱-۹- فناوری‌های امنیتی
.....	رمزنگاری کلید متقارن
.....	رمزنگاری کلید عمومی
.....	رمزنگاری کلید عمومی با استفاده از امضاهای دیجیتال و تابع هش
.....	۲-پاکت دیجیتالی
.....	۳-گواهینامه‌های دیجیتالی و زیرساختهای کلید عمومی
.....	۴-شبکه‌های خصوصی مجازی
.....	۵-شبکه‌های بی سیم (وای فای)
.....	۶-محافظت از شبکه ها
.....	▪ دیوارهای آتش
.....	▪ خدمت دهنده‌های پروکسی
.....	۷-سیستم‌های تشخیص و پیشگیری از نفوذ

- ۸- محافظت از خدمت دهنده‌ها و خدمت گیرنده‌ها.....
- پیشرفتهای امنیتی سیستم عامل.....
- نرم افزار ضد ویروس.....
- ۱۰-۱-۱-۱- شبکه (رسانه‌های) اجتماعی.....
- ۲-۱- مفاهیم و الگوهای ناظر بر تحول دیجیتال.....
- ۱-۲-۱- کدام تحول ؟ کدام دیجیتال ؟.....
- ۱-۲-۱-۱- تحول.....
- ۱-۲-۱-۲- دیجیتال.....
- سونامی دیجیتال.....
- ۱-۲-۲- تحول دیجیتال.....
- ۱-۲-۳- پنج حوزه گذار به تحول دیجیتال.....
- ۱-۲-۳-۱- مشتریان.....
- ۱-۲-۳-۳- داده.....
- ۱-۲-۳-۴- نوآوری.....
- ۱-۲-۳-۵- ارزش.....
- ۱-۲-۳-۶- تحول در مدل کسب و کار.....
- ۱-۲-۳-۷- مدل‌های کسب و کار دیجیتال.....
- اقتصاد اشتراکی.....
- اکوسیستم سازی کسب و کار.....
- جمع سپاری.....
- فریمیوم.....
- حق اشتراک.....

- پرداخت به ازای استفاده
- ۱-۲-۳-۸- تحول در فرایندهای عملیاتی.....
- ۱-۲-۳-۹- تحول در تجربه مشتری.....
- ۱-۲-۴- مقایسه تحول دیجیتال با بهبود دیجیتال.....
- ۱-۲-۵- پارادایم شیفِت به تحول دیجیتال.....
- ۱-۲-۶- تحول دیجیتال و فناوری اطلاعات.....

مقدمه

امروزه اقتصاد دیجیتال با بهبود رویه‌های عملیاتی از طریق به‌کارگیری قابلیت‌های نوآورانه و گسترش فناوری دیجیتال در کسب و کارهای مختلف توسعه یافته است و کسب و کارهای خدماتی و صنعتی جهت انجام تعاملات الکترونیک از آن بهره‌مند شده‌اند. اقتصاد دیجیتال با توجه به ویژگی‌های خود، امکان دسترسی به بازارها و کسب و کارهای جدید را فراهم آورده و به بهره‌وری بالاتر و سودآوری بیشتر منجر شده است. اقتصاد دیجیتال مفهومی است که در نتیجه تغییرات فناورانه، توسعه زیرساخت‌ها و تغییر ماهیت کسب و کارها به تغییر در بخش‌های سنتی و حتی ایجاد کسب و کارهای جدید و نوین وارد شده است. اقتصاد دیجیتال رقابت‌پذیری را در تمامی بخش‌های اقتصادی افزایش می‌دهد و این فرصت را برای جوامع فراهم می‌آورد تا با ابزارهای جدید و قدرتمند بتوانند انسجام محلی و آینده‌ای پایدار را محقق نمایند. با توجه به مزیت‌های اقتصاد دیجیتال و اهمیت آن در خلق ارزش دولت‌ها هم توجه ویژه‌ای به این مقوله داشته‌اند و همواره سعی در توسعه فعالیت‌ها و خدمات خود در این زمینه دارند.

از این رو شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران که با هدف دستیابی عموم مردم به خدمات پستی در عرصه ارتباطات، اعمال سیاست‌ها و راهبردهای کلان در زمینه برنامه‌ریزی، تاسیس، تجهیز و توسعه واحدهای پستی و گسترش خدمات پستی به سراسر کشور و انطباق با روزآمدترین پیشرفت‌های فناوری ارتباطات تاسیس شده است، در پی آن است که بتواند همراستا با تحولات جهانی عصر دیجیتال و از طریق پیاده‌سازی تحول دیجیتال در این شرکت علاوه بر توسعه و تقویت فرایندهای دیجیتال، ارزش-آفرینی در خدمات پستی را تحول بخشیده و بتواند تجربه‌ای رضایت‌بخش برای مشتریان خود در سراسر کشور رقم بزند. بدین ترتیب، پژوهش حاضر جهت تدوین راهبردها و برنامه‌های عملیاتی

تحول دیجیتال در شرکت ملی پست ایران مد نظر قرار گرفته است که در این بخش از پژوهش
مبانی نظری و الگوهای ناظر بر تحول دیجیتال بررسی و ارائه شده است.