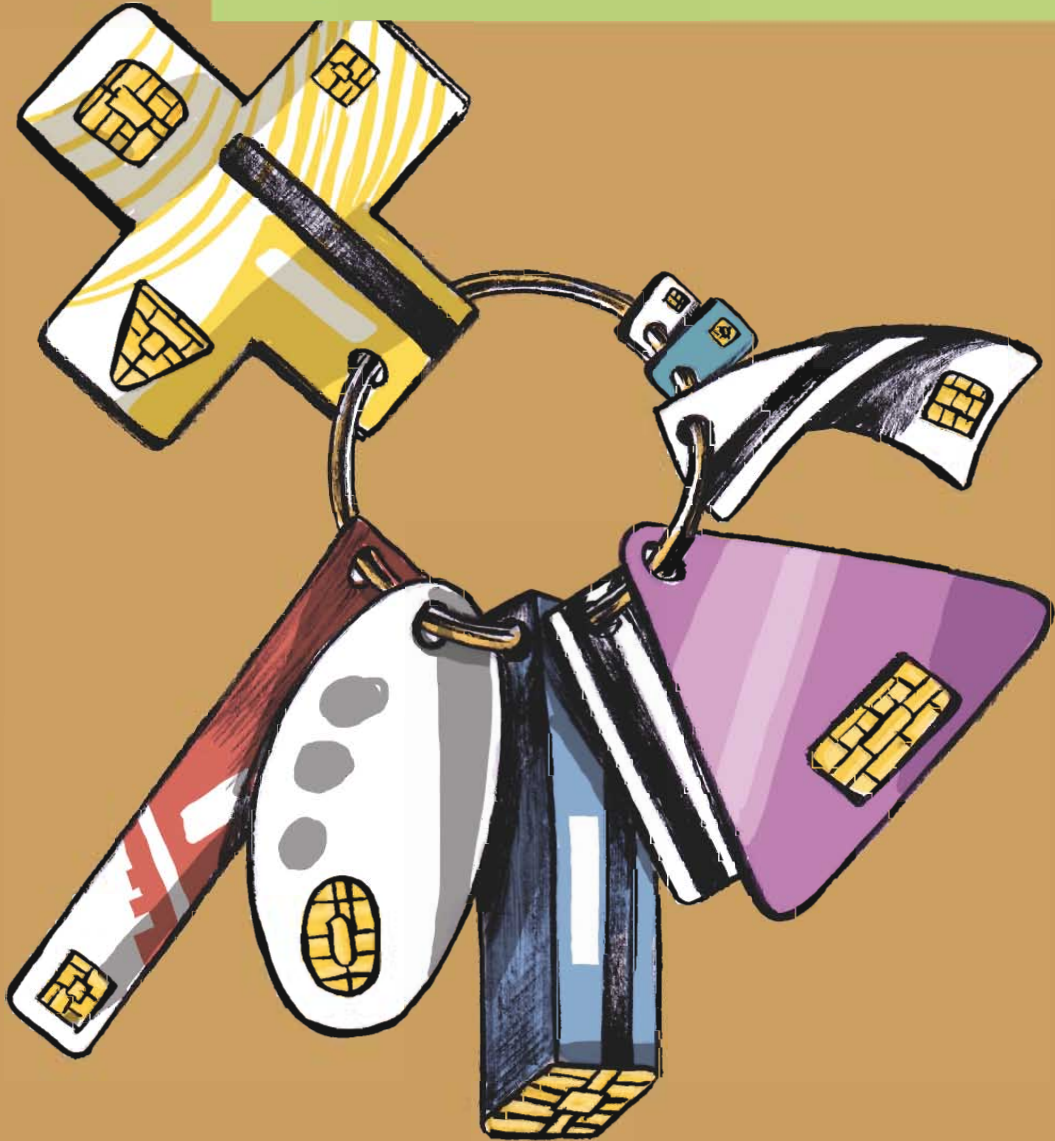


# UNION POSTALE

مارس / آذار ٢٠٠٩

الأحداث التي تحرك  
القطاع البريدي

الاتحاد البريدي العالمي ، مؤسسة متخصصة  
من مؤسسات الأمم المتحدة



## تطبيق المعايير

# ضمان العنونة الصحيحة والتوجيه بلا خطأ

Universal DataBase



قاعدة البيانات العالمية للرموز البريدية

- ✓ بيانات جاهزة للاستعمال
  - ✓ شكل واحد ودائم
  - ✓ تصحيح كل ثلاثة شهور
  - ✓ من أجل برمجيات التدقيق
- وتصحيح العنوان

الاتحاد البريدي العالمي

Universal Postal Union - POST\*CODE

P.O. Box - 3000 BERNE 15 - SWITZERLAND

[www upu.int](http://www.upu.int)

[postcode@upu.int](mailto:postcode@upu.int)

اتصلوا بنا !

# المحتويات

- ٨ تطبيق المعايير على الغلاف  
القطاع البريدي يمكنه المساهمة في وضع المعايير الدولية في قطاعات أخرى

- ١٤ مزايا "التعاون التنافسي"  
اكتشفوا كيف صار البرنامج التطبيقي IPS معيارا دوليا في اثني عشرة عاما فقط

- ١٦ المقالات  
البريد العاجل الدولي: أسرار نجاحه  
خدمة البريد العاجل الدولي ليست أقل من منافسيها

- ٢٠ إنذار بوجود طوابع مزورة  
أساليب فنية متطورة للأمن  
تسمح للمستثمرين البريديين بمكافحة الطوابع المزورة بطريقة أفضل

- ٢٣ الآفاق  
الرد البريدي على الأزمة  
ثقة واندماج وشراكات : يتوفر لدى القطاع البريدي ثلاثة مزايا لاعتراض المخاطر المرتبطة بالأزمة الاقتصادية، كما كتب السيد ادوارد ديان، المدير العام للاتحاد البريدي العالمي

- ٢٤ اللقاء  
الطروء تحت الأضواء  
وفقا لسيلا غالبريث، رئيسة اللجنة الجديدة "الطروء"،  
يجب أن يكتسب المستثمرون البريديون معرفة أفضل بالسوق

- ٤ الأعمدة  
اللقاء

- ٥ المقدمة

- ٢٩ جولة في الآفاق البريدية



إن إعداد المعايير البريدية العالمية شكلت دائما نشاطا رئيسيا من أنشطة الاتحاد البريدي العالمي. وبدأ الاتحاد رويدا رويدا بعرض خبرته ومهارته في تصميم المعايير المفيدة في قطاعات أخرى من الاقتصاد.

٢٠٠٩

السنة الـ ١٣٤  
مارس / آذار

مديرة، مكتب المدير ونائب المدير والاتصال : جوليانا نل

رئيس التحرير: ربال لبلان

محرر مساعد : جيروم دويتشمان

سكرتيرة التحرير : جيزيل كورون

المعاونون : سارا دلتول، فريال ميرزا

الترجمة إلى العربية : ماجدة بكيو

الفن التخطيطي: Die Gestalter, Saint-Gall (Switzerland)

الصور : الكسندر بلاتيه وكيمستون / مارك كوت

التصوير : سيمون شيللمان

الطباعة: Benteli Hallwag AG, Berne (Switzerland)

الاشتراك: publications@upu.int

إن الآراء المعرب عنها في القالات لا تعكس لزما آراء الاتحاد البريدي العالمي. ومن المرح إعادة نشر مقاطع من النشرة طالما أن العبارة الخالية تصحها: © Union Postale (UPU)

Union Postale

Bureau International

Union postale universelle

P.O.B

3000 BERNE 15, SWITZERLAND

هاتف : ٠٠ ٤١ ٣١ ٣٥٠ ٣٣ ١٠

فاكس : ٠٠ ٤١ ٣١ ٣٥٠ ٣١ ٧٧

بريد إلكتروني: rheal.leblanc@upu.int

www.upu.int

مجلة الاتحاد البريدي تصدر منذ عام ١٨٧٥ باللغات العربية والصينية والفرنسية والإنجليزية والألمانية والروسية والإسبانية



**UNION  
POSTALE  
UNIVERSELLE**

## تحديث المظهر الخارجي للاتحاد البريدي العالمي

الأولى لمسبوكته، يتم الاستلهم من صورة النُصب الذي يمثل خمسة رُسل يرمزون للقارات الخمسة ويتناقلون الرسائل حول الكرة الأرضية، رمز الخدمة البريدية العالمية في قلب مهمة المنظمة.

وفي ٢٠٠٧، قبل مجلس إدارة الاتحاد البريدي العالمي الاقتراح الخاص بإضافة فروع شجرة الزيتون التي ترمز للأمم المتحدة على الشعار لتأكيد انتماء الاتحاد البريدي العالمي لأسرة الأمم المتحدة. وقريرا سوف تتلقى جميع البلاد الأعضاء بلاغا عن الهوية المرئية الجديدة مصحوبا بالإرشادات الخاصة باستعمالها.

ولأي معلومات إضافية، الرجاء الاتصال ببرنامج "الاتصال" (رقم الهاتف ٥١ ٢٣ ٣٥٠ ٣١ ٤١ ٠٠، بريد إلكتروني: rheal.leblanc@upu.int. ر.ل.

قام الاتحاد البريدي العالمي بإطلاق هويته المرئية الجديدة. وتتميز المسبوكة بطابع أكثر حداثة وهي أخف في الشكل كما أنها تتضمن الشعار الرسمي للمنظمة واسمها المختصر وتسميتها الرسمية. وسوف ترد هذه المسبوكة الجديدة التي يتم تطبيقها تدريجيا على جميع ركائز الاتصال الخاصة بالاتحاد البريدي العالمي بما في ذلك الورق المزود بترويصة والمظاريف وبطاقات الزيارة ونماذج العرض وموقع الويب على الإنترنت، إلخ.

يتم تحسين الهوية المرئية في الوقت المناسب بما أن الاتحاد البريدي العالمي سوف يحتفل في ٤ أكتوبر/ تشرين أول ٢٠٠٩ بالعيد المئوي لنصبه التذكاري المُقام في حديقة تقع في وسط مدينة برن وهو من عمل النحات الفرنسي رينيه دي سان مارسوه. وفي شعار الاتحاد البريدي العالمي، وهو الدعامة

## الرقم



لبنين وبوركينا فاسو ومالي وموريتانيا والتيجر والسنگال. وابتداءً من الآن وحتى عام ٢٠١٠، سوف يساعد الشركاء البلاد على ربط مكاتب البريد الـ ١١٩ الموجودة في الوسط الريفي بالشبكة المالية الدولية الخاصة بالاتحاد البريدي العالمي والتي يتم استثمارها بالاستعانة ببرنامجه التطبيقي IFS (النظام المالي الدولي)، ر.ل.

يمثل هذا الرقم عدد البلاد الأفريقية التي سوف تستفيد من مشروع يهدف إلى إقامة خدمات إلكترونية لتحويل الأموال في الوسط الريفي يمولها الصندوق الدولي للتنمية الزراعية بمساعدة الاتحاد البريدي العالمي والبريد الفرنسي والبلاد المعنية. وقد تم إطلاق المشروع الذي تبلغ قيمته ٣٧٩ ألف يورو رسميا في بداية مارس/أذار بياماكو وهو موجه



## المقدمة

### لماذا نخترع مرة أخرى العجلة؟

من المهم أن نتعلم الاستفادة بطريقة أفضل من المعارف والممارسات النموذجية الموجودة بدلا من إعادة اختراع العجلة باستمرار. فالعديد من الناس ينفذون مهام متشابهة للغاية ولكنهم يستعينون بأدوات أو بأساليب مختلفة للقيام بها. وكمن مرة لم نستطع إيصال جهاز كهربائي على سبيل المثال بمنفذ التيار الكهربائي ونحن في الخارج إلا إذا كان معنا محول عام. ألا يشعرك ذلك بالاحباط، أليس كذلك؟

إن هيئات التوحيد القياسي تحاول جاهدة أن تعمل سويا بطريقة أفضل في سبيل تبسيط وإدخال بعض الترتيب على عالمنا الذي يعتبر في أغلب الأحيان معقدا. وهذا هو السبب الذي دفع الاتحاد البريدي العالمي الذي يعد المعايير الدولية من أجل القطاع البريدي والمنظمة الدولية للتوحيد القياسي وهي أكبر منتج وناشر للمعايير الدولية في العالم لأن تقرر تكثيف التعاون بينهما كي يكون لنتائج أعمالهما المقابلة فائدة في مجالات أخرى.

وبين مقالنا الرئيسي طبيعة التعاون الجديد بين الاتحاد البريدي العالمي والمنظمة الدولية للتوحيد القياسي وكذلك مع هيئات التوحيد القياسي الأخرى كما إننا نشرح في مقال مرتبط بالمقال الرئيسي كيف يمكن لكيانات متنافسة أن تعمل أيضا سويا على شكل "التعاون بين المتنافسين" من أجل وضع المعايير الدولية كما كان الوضع بالنسبة لتطبيق برنامج IPS الخاص بالاتحاد البريدي العالمي.

وقد نجد أيضا شكلا من أشكال التعاون بين المتنافسين بسوق الطرود إذ تشرح السيدة سيليا غالبريث، رئيسة لجنة "الطرود"، في حديث اللقاء، كيف يجب على المستثمرين البريديين المعينين الذين غالبا ما يكون بينهما تنافسا كبيرا أن يعملوا سويا تحت إشراف الاتحاد البريدي العالمي من أجل تحديد الاحتياجات المتزايدة للزبن وتنمية سوق طرود مهمة بطريقة أفضل. ريتال ليبلان ، رئيس التحرير

إن هيئات التوحيد القياسي تحاول جاهدة العمل بأسلوب أفضل وذلك للتبسيط ولخلق بعض النظام في عالمنا حيث أنه معقد في أغلب الأحوال. لهذا السبب قرر الاتحاد البريدي العالمي، الذي يعد معايير دولية من أجل القطاع البريدي والمنظمة الدولية للتوحيد القياسي وهي أكبر منتج وناشر للمعايير الدولية في العالم، تكثيف تعاونهما لكي يكون هناك فائدة من نتائج أعمالهما المقابلة في مجالات أخرى.

فبالنظر لأن عدد المستثمرين البريديين الذين يقدمون الخدمات المالية في تزايد متواصل، ينبغي وجود معايير مشتركة ضمنا للتوجيه الفعال لعمليات تحويل الأموال الإلكترونية من بلد لآخر. إن العنونة وهي نشاط بريدي جوهري له استخدامات أخرى غير تسليم البريد لأنه إذا كانت الفضاءات الجغرافية موحدة قياسيا، فيمكن استخدام العنونة للعثور سريعا على ضحايا الكوارث في حالات الطوارئ على سبيل المثال.



### الاتحاد البريدي العالمي يحضر موقعه الإلكتروني الجديد

كافية ومضبوطة.

وقد بينت بوضوح نتائج عملية سير إلكترونية على الخط تمت في شهر نوفمبر/ تشرين ثان وأجاب عليها ما يقرب من ٥٠٠ موظف وأخصائي من القطاع البريدي أنه يصعب حاليا التوصل إلى المعلومة المطلوبة. وتتم عند نشر المضمون والتحديث

سوف يتميز موقع الاتحاد البريدي العالمي الجديد على الإنترنت والمفترض بداية العمل به خلال شهر يونية/حزيران بالحيوية والحدثة. فمن أول حركة ضغط على صفحة الاستقبال يتضح كل ما تعنيه الصفتان. فسوف تتابع الصفحات والأعمدة بأسلوب طبيعي ويسير ومنطقي في مساحة

اليومي الحيوي للموقع الاستعانة بنظام إدارة المضمون تايبو ٣ الذي يعتبره الأخصائيون الأداة الأكثر قوة والأكثر قياسية والأكثر تطورا بالسوق! وسوف يتكيف الموقع بسمات كل فرد. فسوف يتيسر للخبراء وأعضاء فرق العمل وفرق المشروعات وكذلك لموظفي إدارات البريد بعد التعريف بهويتهم الوصول إلى مجموعة من الوظائف مثل الاستقصاءات والنماذج والمننديات ويمكن كذلك تبادل الآراء واقتراح التعديلات والإجابة على عمليات السير أو التسجيل في المؤتمرات وورش العمل وكل ذلك في بيئة موحدة وطبيعية. ج.د.

## المدير الجديد للمسائل اللوجيستية (اللوازية)



دانييل ليوغوف

صورة: ألكسندر بلاتيه

إن دانييل ليوغوف هو المدير الجديد للمسائل اللوازية (اللوجيستية) بالمكتب الدولي وهو يحل محل السيد هايكي كارفونين الذي وصل إلى سن التقاعد في شهر ديسمبر/ كانون أول ٢٠٠٨ بعد ٢٦ عاما من الخدمة. والسيد ليوغوف من أصل فرنسي ووصل إلى المكتب الدولي عام ٢٠٠٥ كمنسق للعلاقات مع البلاد الصناعية والتنمية المستدامة. وهو اليوم مسئول عن جميع الوحدات المرتبطة بحسن سير المسائل اللوازية (اللوجيستية) بالمكتب الدولي وتنظيم المؤتمرات خصوصا دورات مجلس الإدارة ومجلس الاستثمار البريدي والمؤتمرات رفيعة المستوى والمؤتمرات الاستراتيجية وكذلك المؤتمر البريدي العالمي. وتتضمن هذه الوحدات خدمات الترجمة والأمانات وورش إنتاج المستندات والمطبوعة

والخدمات المعلوماتية والمكتبة وكذلك الاستقبال بالمبنى وصيانته. وفي مجتمع الإعلام الذي نعيش في قلبه، ينوي استكشاف جميع أساليب استخدام التقنيات الجديدة بفعالية والاستفادة إلى أقصى حد من الفضاءات والأحجام المتوفرة لدى المكتب الدولي. وسوف يهتم أيضا بجعله أمانة توجه اهتمامها نحو حماية البيئة. كما أن طموحه هو أن يتم تزويد الاتحاد البريدي العالمي سريعا بنظام للمؤتمرات التي تتم عن طريق الفيديو (فيديوكونفرانس) والتي تتيح للأطراف المعنية من القطاع البريدي المشاركة عن بعد في الاجتماعات والمؤتمرات. أما على المدى البعيد، فهو ينوي خفض بل التخلص من الكم الهائل للورق الذي يتم اليوم استخدامه في الاجتماعات وذلك بالاستعانة بالتقنيات الجديدة. رل.

## قطر وإسبانيا يجربان نظام المراقبة العالمي

للتعرف بواسطة الترددات الراديوية يتم تلقائيا تسجيلها بنقطة الإرسال ببلد المقصد. إن هدف الاتحاد البريدي العالمي من إقامة النظام العالمي للمراقبة هو قياس نوعية توزيع البريد الدولي بين بلاده الأعضاء وتحديد الصلة بين نوعية الخدمة ومعدل أجور بلاد المقصد للبريد. وعلاوة على استخدام ذلك في حساب النفقات الختامية، فإن المستثمرين سوف يستخدمون النظام العالمي للمراقبة من أجل تحسين التدفقات الداخلية للبريد بفضل المعلومات التي يقدمها النظام. ومن المنتظر أن تتضمن حوالى عشرين بلدا للنظام العالمي للمراقبة عام ٢٠٠٩ يليها ثلاثون بلدا آخر عام ٢٠١٠. ج.د.

تقوم قطر وإسبانيا حاليا بتجربة لنظام المراقبة العالمي SCM وهو في مرحلة الإعداد من جانب الاتحاد البريدي العالمي. وقد تم تزويد مكاتب التبادل ليهما بتقنيات التعرف بواسطة الترددات الراديوية RFID التي تتيح قياس مهلات التوجيه لبريد الرسائل وكذلك الوقت الذي يستغرقه بلد المقصد من أجل توجيه البريد الوارد لغاية نقطة توزيعه. وسوف يقوم خبراء خارجيون تم خصيصا تأهيلهم من أجل هذا المشروع بتبادل الرسائل الاختبارية وسوف يقومون بتحليل مؤشرات مستويات الأداء المجمعة. إن النظام العالمي للمراقبة يمر أيضا بمرحلة تجربة قبوله من جانب المستخدم. وتحمل كل رسالة اختبارية شريحة

## اكتبوا رأيكم!

هل هناك مقال في مجلة الاتحاد البريدي يثير لديكم رد فعل؟ وتريدون أن تشاركوا مع قراننا وجهة نظر جديدة أو ممارسة نموذجية؟ لا تترددوا في الكتابة إلينا. فسوف يتلقى قسم التحرير رسائلكم بالكثير من السرور لكي تتحول مجلة الاتحاد البريدي إلى مجلة أكثر تفاعلية. اتصلوا بنا بواسطة البريد العادي أو بواسطة البريد الإلكتروني (rheal.leblanc@upu.int) مع العناية ببيان اسمكم وعنوانكم ورقم هاتفكم وعنوانكم الإلكتروني. وعند اللزوم، يحتفظ قسم التحرير بحق تقليص النصوص المختارة للنشر. الرجاء إذن الكتابة بإيجاز، وسوف يسعدنا قراءة ما تفضلون بكتابتته!

## ثلاثة شركاء ومشروع واحد



يقوم الاتحاد البريدي العالمي والمنظمة الدولية للهجرة والاتحاد البريدي الأفريقي الشامل بإطلاق مشروع نموذجي في تنزانيا وأوغندا لمعرفة الظروف التي يرسل فيها المهاجرون نقودا لأسرهم في البلد الأصلي. وسوف يتيح بهذا المشروع التعرف على مواطن الضعف والقوة في عمليات التحويل الموجودة من أجل الإسراع بها وتأمينها وتقديمها بتكلفة معقولة. وخلال المرحلة الأولى، سوف تقوم المنظمات الثلاثة بإجراء التحريات لدى المهاجرين وأسره حول ممارساتهم والسوق الكامنة. وسوف تركز المنظمة الدولية للهجرة ١٠٠ الف دولار امريكي للبحث عن المعلومات ميدانيا. والهدف على المدى الوسيط هو

التوسع في هذا المشروع ليشمل بلادا مجاورة أخرى. وقد تم اختيار تنزانيا وأوغندا بسبب التدفقات الهامة في مجال الهجرة فيما بين هذين البلدين ونحو بلاد الشمال وأفريقيا والشرق الأوسط وآسيا. علاوة عليه، يوجد لدى إدارتي بريد تنزانيا وأوغندا النظام المالي الدولي الخاص بالاتحاد البريدي العالمي وهو برنامج تطبيقي يتم استخدامه من أجل التحويلات الإلكترونية للأموال. وحسب معلومات البنك الدولي، فإن التحويلات المالية للمهاجرين في اتجاه أوغندا مثلت عام ٢٠٠٧ مبلغ ٨٥٦ مليون دولار. أما في اتجاه تنزانيا، فقد وصلت الى ١٤ مليون دولار. س.د.

## انخفاض النوعية الدولية

المراقبة العالمية تقييما لنوعية الخدمة الدولية بطريقة أكثر مصداقية». وفيما عدا أفريقيا الناطقة بالإنجليزية وأمريكا اللاتينية، تعتبر النتائج الإقليمية إيجابية. فعلى سبيل المثال، تسجل البعثات العابرة بأوروبا الشرقية وكومنولث الدول المستقلة معدلا قدره ٧٢,٨ ٪ في مهلة ٤,٧ يوما. وقد تمت ملاحظة تحسينات واضحة أيضا في العلاقات بين البلاد الصناعية والبلاد العربية وأمريكا اللاتينية. وتعتبر المراقبة المتواصلة التي تم إطلاقها في عام ٢٠٠٤ نظاما يتيح تقييم الاتصالات من مدينة لأخرى بأسعار معقولة فيما بين البلاد التي لا تتوافر فيها المراقبة. ويشارك في هذه العملية ما يقرب من ١٢٠ مستثمرا. ر.ل.

الأداء لدى بعض البلاد ضعيف للغاية وغالبا ما يكون متقلبا، فتتجه البلاد المعنية نحو خفض النتائج الإجمالية على حد ما شرح السيد سيد كوناتي، المسئول عن برنامج «بريد الرسائل» بالمكتب الدولي. ويبدو أيضا بوضوح من عمليات تحليل أكثر تفصيلا أن البلاد لا تعالج بصفة أولوية البريد الوارد من بلاد أخرى. «من البديهي أن النظام ليس ممتازا ولكنه يعطينا فكرة عن حالة نوعية الخدمة على الصعيد الدولي. ومن المنتظر أن يقدم لنا نظام المراقبة العالمي الجديد المفترض إقامته في ٢٠١٠ معلومات أكثر بخصوص الجوانب التي لا تشغل. وهذا العام، سوف يفحص فريق نوعية الخدمة بالاتحاد البريدي العالمي إمكانيات دمج نتائج المراقبة المتواصلة مع نتائج نظام

بموجب نتائج ٢٠٠٨ لبرنامج المراقبة المتواصلة للنوعية الخاص بالاتحاد البريدي العالمي، لم يصل المستثمرون البريديون المشاركون للهدف المنشود والذي ينص على أن تتم بنسبة ٦٥ ٪ معالجة البريد الدولي في خمسة أيام عمل أو أقل (ي+٥) من تاريخ الإيداع للتوزيع. وتبين النتائج المتراكمة للبريد المرسل بلا توقف على ٢٠٠٨ اتصالات دولية خلال الشهور الثلاثة الماضية أنه قد تم توزيع ٥٤,٧ ٪ من البعثات في ي+٥ مع مهلة عبور متوسطة قدرها ٦,٨ أيام لكل بعثة. إن النتائج تتراجع باستمرار منذ عام ٢٠٠٦ عندما كانت البعثات تلتزم بنسبة ٥٧,٨ ٪ بمعيار ي+٥. وهناك العديد من العوامل التي يمكن أن تفسر هذا التدهور. بما أن مستوى



# تطبيق المعايير

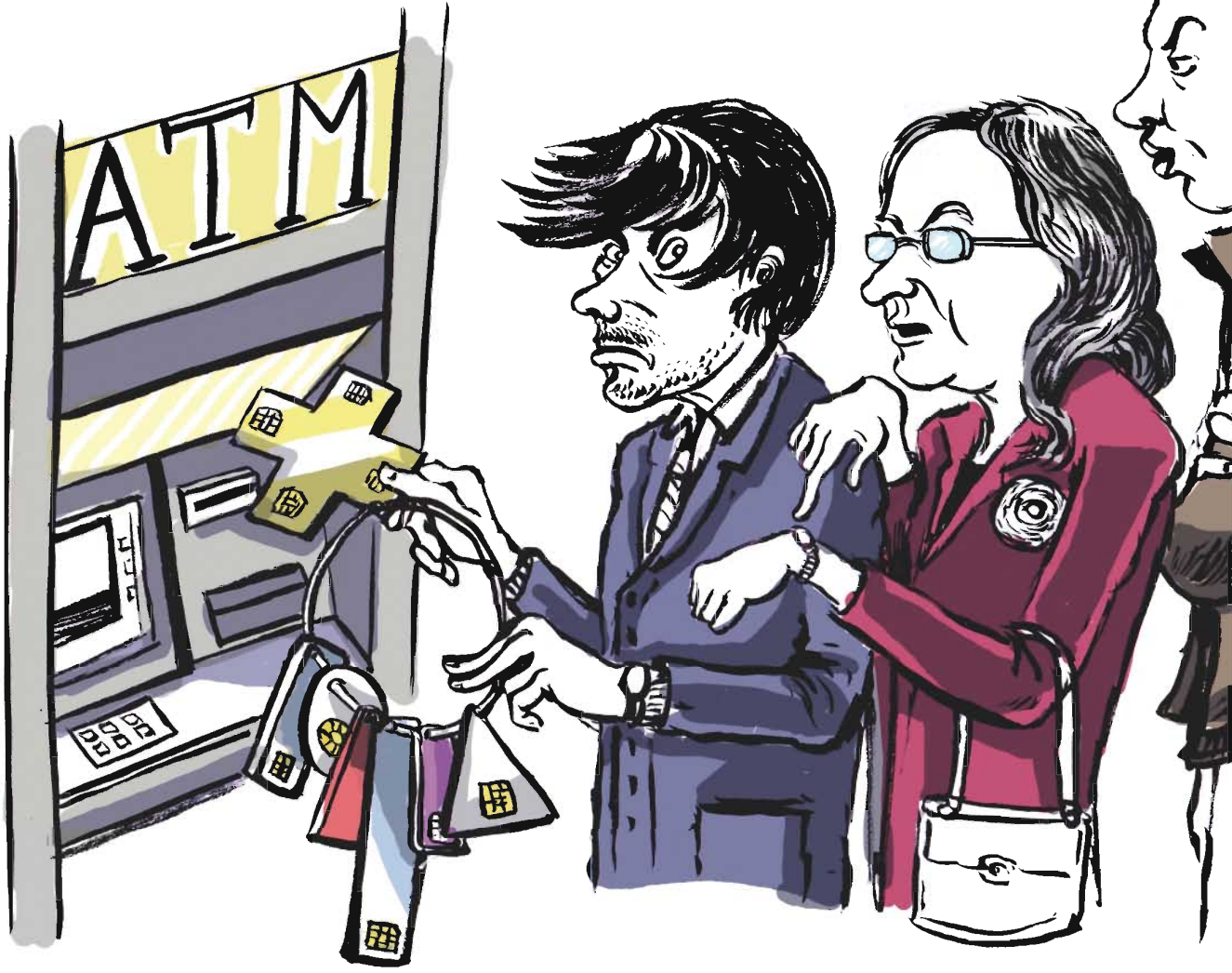
يقلم

فريال ميرزا

تصوير

سيمون شنيلمان





بطاقات مصرفية لا يمكن استخدامها سوى في كينيا لسحب النقود ؟  
وأجهزة حاسوب محمولة لا يمكن تحميلها بالبرامج سوى في كندا ؟  
دون المعايير الدولية، قد تصير هذه السيناريوهات غير اللطيفة  
حقيقة. إن وضع المعايير الدولية من أجل المستثمرين البريديين  
يعتبر أحد الأنشطة الرئيسية للاتحاد البريدي العالمي الذي يقوم الآن  
بمساعدة منظمات أخرى على تطوير المعايير من أجل قطاعاتها.

# ”يجب علينا الآن أن نركز على المعايير الخاصة بالخدمات الإلكترونية والمالية“.

بما أنه يتوفر لدى الاتحاد البريدي العالمي أكثر من مائة معيار بريدي وما زال هناك المعايير الأخرى التي سوف تظهر فهو خبير في تطوير المعايير من أجل قطاعه.

إلا أن هناك عصر جديد قد بدأ: فالاتحاد يتعاون تعاوناً وثيقاً مع منظمات دولية أخرى للتوحيد القياسي مستفيداً من خبرته للمساهمة في وضع المعايير في قطاعات نشاط أخرى. وأحدث أنشطة التعاون هنا هو العمل المقر مع المنظمة الدولية للتوحيد القياسي حيث إنها أكبر منتج وأكبر ناشر عالمي للمعايير الدولية.

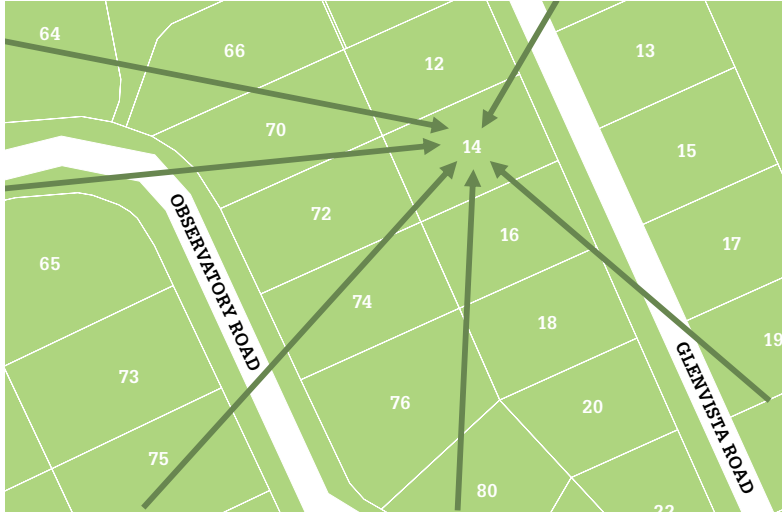
## تضافر العمل بين أصحاب الفكر البارزين

وقع الاتحاد البريدي العالمي والمنظمة الدولية للتوحيد القياسي اتفاق تعاون من أجل جعل تحالفهما رسمياً في عام ٢٠٠٨. وقد تعهد الطرفان بدعم تعاونهما في سبيل وضع المعايير التي تتسم بأهمية مشتركة والتي يمكن تطبيقها على العديد من القطاعات. وإذا كان الاتحاد قد أعد من قبل العديد من المعايير من أجل معالجة البريد المادي، فعليه الآن «أن يركز على المعايير الخاصة بالخدمات الإلكترونية والمالية»، على حد ما صرح السيد إدوارد ديان، المدير العام للاتحاد البريدي العالمي.

وأسباب ذلك تبدو واضحة. فقد توسع العديد من المستثمرين البريديين في تشكيلة الخدمات التقليدية لدمج الخدمات المالية بها. إلا أن الأمر يؤثر بعض التحديات ويشرح السيد أكيليش ماتتيور، رئيس برنامج «التوحيد القياسي وشهادة الاعتماد» في الاتحاد البريدي العالمي قائلاً: «ليظلوا تنافسيين، على المستثمرين البريديين أن يقدموا خدمات مالية مطابقة للمعايير المقبولة».

وبصفة عامة، يتم تطوير هذه المعايير في إطار المنتديات الدولية مثل المنظمة الدولية للتوحيد القياسي وذلك بمعرفة ومن أجل القطاع المالي.

وأضاف قائلاً: «من المهم إذن أن يتيسر للمستثمرين البريديين المشاركة والمساهمة في تطوير هذه المعايير».



.....  
 العناوين تستخدم في توزيع البريد ولكن يمكن أيضا استخدامها لتحديد أي  
 مكان جغرافي مثل هذا المكان في جنوب أفريقيا، يكون خاضعا للضرائب  
 العقارية أو يتطلب خدمات عاجلة على سبيل المثال. إن هيئات التوحيد  
 القياسي تهتم بتطوير معيار دولي يمكن أن يضمن التشغيل المتبادل بين أنواع  
 العناوين المختلفة.

روحيه فروست، رئيس خدمة الاتصال بالمنظمة الدولية  
 للتوحيد القياسي قائلا: «بالمشاركة في إعداد معايير المنظمة  
 الدولية للتوحيد القياسي، يمكن للاتحاد البريدي العالمي أن  
 يؤثر على المعايير التي تعتبر هامة بالنسبة للقطاع البريدي  
 الدولي ويمكنه هكذا ضمان أن تؤخذ المصالح النوعية لهذا  
 القطاع بعين الاعتبار. وفي المقابل، تستفيد المنظمة الدولية  
 للتوحيد القياسي من خبرة ممثلي الاتحاد البريدي العالمي». وأضاف قائلا: «وبالنظر لأن معايير المنظمة الدولية للتوحيد  
 القياسي غير ملزمة ولكنها تستند إلى الإجماع، فمن المهم أن  
 تعكس قاعدة واسعة بقدر الإمكان من الأطراف الذين سوف  
 يتأثرون بها أو الذين سوف يستخدمونها».

#### المعايير الجغرافية

منذ بداية العام، يتفاوض الاتحاد البريدي العالمي مع اللجنة  
 الفنية TC 211 التابعة للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي  
 وهي لجنة فنية تعمل في مجال الإعلام الجغرافي أو علم  
 المساحة المعلوماتية (الجيوماتك). ويدور النقاش حول  
 التعاون المحتمل في مجال العنونة وذلك في نطاق التوحيد  
 القياسي للمعلومات الجغرافية الرقمية. ووفقا للجنة، الهدف  
 هو وضع مجموعة من المعايير من أجل المعلومات المتعلقة  
 بالاشياء أو بالظواهر التي ترتبط بطريقة مباشرة وغير  
 مباشرة بمكان موجود على الأرض. وتنتظر لجنة المنظمة  
 الدولية للتوحيد القياسي إلى العنوان بأسلوب مختلف عن  
 نظرة الاتحاد له. فمعايير العنونة التي يعدها القطاع البريدي  
 تأخذ بعين الاعتبار اسم المرسل إليه وتوصي بشكل عنونة  
 دقيق. وبالنسبة للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي، يتسم  
 العنوان بالأهمية في السياق الجغرافي، فعلى سبيل المثال،  
 يمكن استخدام العنوان لوصف موقع أي مؤسسة وذلك من  
 أجل فرض الضرائب أو ضمان تشكيلة الخدمات بما في ذلك  
 الإغاثة في الحالات الطارئة. إلا أن هذه المنهجيات المختلفة  
 لا تعرقل، على ما يبدو، المفاوضات.

وقد أبرز، من ناحيته، السيد آلان برايدن، الأمين العام السابق  
 للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي والذي يعمل حاليا مستشارا  
 رئيسيا، أن اتفاق التعاون قد يضمن الاستثمار الأمثل للخبرة  
 النوعية للاتحاد البريدي العالمي وللمنصة متعددة الأطراف  
 التي تمثلها المنظمة الدولية للتوحيد القياسي. ويضمن ذلك أن  
 «تتمتع الخدمات البريدية بتزايد بمعايير يمكن تطبيقها على  
 الصعيد العالمي».

#### في البداية....

إذا كان التعاون بين العملاقين في أيامه الأولى، إلا أن الأعمال  
 قد انطلقت. فالاتحاد البريدي العالمي على اتصال حاليا مع  
 11 لجنة فنية ولجنة فرعية من لجان المنظمة الدولية للتوحيد  
 القياسي.

وهو يتمتع بعلاقة من «الفئة أ» مع خمس من اللجان المذكورة  
 التي تعمل على وضع المعايير التي تخص التوزيع البريدي.  
 وفيما يلي المجالات المعنية وهي: الأساليب الفنية التلقائية  
 للتعرف على الهوية وتسجيل البيانات، الورق والورق المقوى  
 (الكرتون) والعجان، طرائق إجراء التجارب وخصائص  
 النوعية في الورق والورق المقوى (الكرتون)، التغليف  
 والعمليات التصنيعية، عناصر المعلومات والمستندات في  
 التجارة والصناعة والإدارة. إن تبادل الاتحاد البريدي العالمي  
 لعلاقة من الفئة أ يتيح له المشاركة في أعمال اللجان. وتتم  
 دعوة ممثليه إلى الاجتماعات ويتلقون مجموعة المستندات  
 الملزمة ويمكنهم إبداء التعليقات حول مختلف المشروعات.  
 إلا أن الاتحاد ليس له أي حق في التصويت. وبالإضافة إلى  
 ما سبق، يتبادل الاتحاد علاقة من «الفئة ب» مع ست لجان  
 أخرى تعمل على إبلاغه بكل ما يخص أعمالها.

وتعتبر المنظمة الدولية للتوحيد القياسي أن تعاونها مع  
 الاتحاد البريدي العالمي مفيد للجميع. ويشرح ذلك السيد

ويشرح السيد ليوك هاوس، رئيس وحدة «العنونة» في الاتحاد البريدي العالمي الموضوع قائلا: «دارت المناقشات لتحديد ما إذا كانت عناصر معيار العنونة S42 الخاص بالاتحاد البريدي العالمي يمكن إدراجها بمعيار للمنظمة الدولية للتوحيد القياسي يطبق على قطاعات أخرى من النشاط».

ويتعلق المعيار المشار إليه بمكونات العناوين البريدية الدولية وهيكلها. وهو يحدد كيفية عرض أي عنوان وبأي ترتيب يجب أن ترد المكونات.

### حركة دوقية

بدأ التعاون من وقت قصير نسبيا مع أجهزة أخرى نشطة في مجال التوحيد القياسي. وقد قال السيد توماس دايي، رئيس فريق «التوحيد القياسي» مفسرا: «هناك تغيير جوهري قد طرأ في الاتحاد البريدي العالمي خلال السنوات الأخيرة: فهو لم يعد يرغب في وضع المعايير بين المستثمرين البريديين المعينين فقط ولكن المعايير التي تطبق على كافة القطاعات». ويتيح له العمل مع المجموعات مثل المنظمة الدولية للتوحيد القياسي ضمان استخدام بعض الأشكال وبعض الطرائق الإجرائية المطابقة لمتطلبات أجهزة التوحيد القياسي الدولية من أجل وضع معاييرها. وتوضيحا للنقطة المعنية، أشار السيد توماس دايي إلى التعاون بين الاتحاد البريدي العالمي ورابطة النقل الجوي الدولية (الياتا) الذي يسمح بالتوحيد القياسي لتبادل المعلومات بالنسبة للبعثات البريدية التي تعبر عن طريق الشركات الجوية التجارية وذلك بين هذه الشركات والمستثمرين البريديين.

«كان يمكننا استخدام المعيار الذي ينطبق على المستثمرين البريديين فقط. إلا أنه بالعمل مع الرابطة الدولية للنقل الجوي، يتيسر وضع معايير يمكن تطبيقها على جميع الشركات الجوية التجارية»، على حد ما شرح السيد توماس دايي. وذلك يبسط إلى حد بعيد الأمور. إن معيار M39 جوهري فهو يسمح بتبادل البيانات الإلكترونية (EDI) بين المستثمرين البريديين والشركات الجوية. وقد أتاح ترشيد العملية إلى حد بعيد وأتاح بالتالي كسب الوقت والمال من جانب الطرفين.

وقال السيد اكيليش ماتيوور: «بفضل تبادل البيانات

الإلكترونية، يمكن للمستثمرين البريديين إرسال المعلومات إلكترونيا إلى الشركات الجوية مثل ساعة الوصول ووزن البعثات، مما يتيح لهذه الشركات تخطيط سعة النقل لديها على أفضل وجه».

إن تبادل المعلومات المشار إليه يتم تلقائيا تماما بعكس الطريقة القديمة للاتصال على الركيزة الورقية والتي كانت أكثر بطئا. أما في المستقبل، فسوف تتم أيضا المحاسبة تلقائيا لزيادة تسهيل عملية الاستثمار، علاوة عليه، اكتشفت الرابطة الدولية للنقل الجوي أثرا ثانويا مهما لهذا التعاون.

وقال السيد توماس دايي مصرحا: «بالعمل معنا، لاحظت الرابطة الدولية للنقل الجوي أن هيكل البيانات لا يعمل بالنسبة للبعثات البريدية فقط ولكنه يسمح أيضا بإدارة البيانات من أجل الشحن وحتى من أجل أمتعة الركاب».

### الحديث عن التعرف بواسطة الترددات الراديوية

يشارك الاتحاد البريدي العالمي أيضا في مناقشات تخص تقنية التعرف بواسطة الترددات الراديوية مع المنظمة الدولية للتوحيد القياسي. وفي الداخل، يعمل الاتحاد في مشروع نظام المراقبة العالمية الذي سوف يستخدم تقنية التعرف بالترددات الراديوية من أجل قياس نوعية البريد. وبدلا من تطوير معايير الخاصة من أجل هذه التقنية المتطورة، سوف يستند الاتحاد على المساعدة الخارجية بما أن هذا الجزء من المشروع سوف يخضع للمناقشة.

وشرح مستشار الاتحاد البريدي العالمي، السيد ريشار وشارت، قائلا: «سوف يركز نظام المراقبة العالمية على أحدث المعايير التي أعدت من أجل تقنية التعرف بواسطة الترددات الراديوية وهو أمر غير معتاد على الإطلاق». وقد تم اتخاذ هذا القرار لسبب مالي على وجه الخصوص. إن إنشاء معياره الخاص انطلاقا من الصفر أو العمل على إنشائه قد يكلف الكثير، على حد ما بين. ومع ذلك، هناك عوامل أخرى تلعب أيضا دورا.

وقال السيد هنري بارتيل، المدير الفني في GS1 أن «الاتحاد يشارك بتزايد في وضع المعايير الدولية فهو لا يرغب في



لكل بلد عضو يرغب المشاركة في المناقشات. وأضاف أنه لا طائل من تطوير معيار يمكن لبلد واحد فقط أن يستفيد منه. وعليه يعتبر أي معيار جديد غير مفيد من الناحية العملية ما لم يعمل الأعضاء على تطبيقه.

#### النظر إلى الأمام

أما بالنسبة للمستقبل، فيظل الاتحاد البريدي العالمي ملتزماً بمهمته التي تكمن في تطوير معايير بريدية عالمية. ومخزونه من المشروعات مليء في الوقت الحاضر. وسوف ينصب أي معيار جديد على عناصر التعرف على البعثات البريدية وسوف يحدد طريقة محسنة للتعرف على البعثات يمكن أن تتم متابعتها. وهناك معايير أخرى مقررّة تتعلق بتبادل الرسائل.

وقد شرح الأمر السيد أكيلش ماثيور فقال: «سوف تسمح المعايير المعنية ليس فقط بإدخال نظام للمحاسبة التلقائية بين المستثمرين البريديين وبينهم وبين الشركات الجوية ولكنها سوف تسهل أيضاً عمليات تبادل معلومات الاستثمار بين المستثمرين البريديين والجمارك».

ويرد في البرنامج أيضاً موضوع تحديد خاصية ما فيما يتعلق بخدمة للبريد المسجل الإلكتروني. ويدور الأمر حول نسخة إلكترونية من الخدمة التقليدية للبريد المسجل المادي، تعمل في بيئة رقمية يتم فيها ضمان سرية الرسائل والأمن والنزاهة بين الشركاء الموثقين.

وسوف يستمر الاتحاد البريدي العالمي أيضاً في النظر لما وراء قطاع النشاط الخاص به. وسوف يستثمر سنوات الخبرة التي اكتسبها في مجال التوحيد القياسي من أجل ضمان سماع صوت البريد عندما يتم وضع معايير دولية جديدة تطبق على قطاعات متعددة.

إعادة اختراع كل شيء عندما يتعلق الأمر بنفس الموضوع». وتضع هذه المنظمة التي لا تهدف إلى الربح وتنفذ المعايير منذ أكثر من ثلاثين عاماً وقد بدأت في نشاطها بإمداد المؤسسات بأرقام تستخدم في تعريف السلع (الرموز ذات الخطوط). ومنذ ذلك الحين، قامت بالتوسع في نشاطها لتشمل أنواعاً أخرى من الرموز ذات الخطوط وتقنية التعرف بواسطة الترددات الراديوية ومجالات أخرى وتعمل بالتعاون الوثيق مع المنظمة الدولية للتوحيد القياسي.

وأضاف السيد هنري بارتل أن: «هناك عدد من المستثمرين البريديين يستخدمون بالفعل معاييرنا من أجل التعرف على البعثات والمسائل اللوازمية» وقال إن الاتحاد البريدي العالمي يستخدم أيضاً بعض معايير التعرف بواسطة الترددات الراديوية المعدة بمعرفة جهاز». وفي التسعينيات، قام الاتحاد البريدي العالمي بتطوير بعض المعايير الخاصة بالتعرف بواسطة الترددات الراديوية. وحسب ما فهمت من مناقشاتي الأخيرة مع الاتحاد، فإن نشاطه الرئيسي ليس حقاً تطوير المعايير الفنية ولكن بالأحرى وضع معايير التطبيق».

وقد فهم السيد هنري بارتل جيداً استراتيجية الاتحاد. «أعتقد أنها الطريقة الجيدة للتعامل مع الوضع» على حد ما قال.

#### أطراف مؤثرة متعددة

إن فريق «التوحيد القياسي» التابع للاتحاد البريدي العالمي يعرف بالفعل منهجية تعدد الأطراف التي يمكن مقارنتها بالمنهجية التي تقدمها المنظمة الدولية للتوحيد القياسي.

وشرح السيد توماس دايب، الرئيس، قائلاً: «نحن نحاول أن نظل منفتحين بقدر الإمكان على الأعضاء الجدد. وبقدر الإمكان أيضاً لا نكتفي بمحاولة تشجيع البلاد الأعضاء على الاشتراك بل نحاول أيضاً تشجيع الموردين الفنيين مثل سيمنز».

وشرح أن «مسألة وجود تمثيل على نطاق أوسع في محيط الفريق يفتح الطريق لمنهجية أكثر حيوية في كيفية تطوير المعايير مع التأكد من توفر كل الخبرة الفنية اللازمة». ويساعد ذلك على تجنب وضع معايير يستحيل تطبيقها من الناحية الفنية. وأشار الرئيس إلى وجود سياسة انفتاح بالنسبة

# مزايا «التعاون بين المتنافسين»

كيف يمكن لبرنامج إلكتروني مثل برنامج النظام البريدي الدولي IPS الخاص بالاتحاد البريدي العالمي أن يصير معياراً دولياً في بضع سنوات فقط؟ الإجابة هي عندما يوجد "التعاون بين المتنافسين"، يمكن للعملية أن تتقدم بسرعة.

التعاون يتسم بالأهمية بالنسبة للمستثمرين البريديين والقطاع برمته.

إن النظام البريدي الدولي IPS برنامج تطبيقي معلوماتي الهدف منه هو إدارة البريد الدولي من المصدر إلى بلد المقصد. وقد تم تطويره عام ١٩٩٥ بمعرفة فريق مستخدمي خدمات البريد الدولي (GUSCI) في مركز التقنيات البريدية. وفي البداية، كان الأمر يتعلق باتفاق غير رسمي بين المستثمرين البريديين في أستراليا وفرنسا والولايات المتحدة واليابان. ثم في عام ١٩٩٦، صار بريد الأرجنتين أول مستثمر يعتمد هذه الخدمة وتبعه بريد أستراليا. أما اليوم، فيستعين ١٢٣ مستثمراً بريدياً بهذا البرنامج التطبيقي.

## استراتيجيات مختلفة

كيف يستخدم هؤلاء المستثمرون «التعاون بين المتنافسين» من أجل إعداد المعايير؟ الإجابة هي أنهم يقرون إحدى الاستراتيجيات الثلاثة التالية:

أولاً، يصير بعض المستثمرين مستخدمين غير عاملين ويختارون شراء برنامج IPS لكي يتاح لبرنامجهم التقني المحوري (المنصة الإلكترونية) التفاعل مع البرمجيات المحورية التقنية (المنصات الإلكترونية) للمستثمرين البريديين الآخرين (الذين يستعملون نفس البرنامج الإلكتروني) مشكّلين بذلك منصة إلكترونية محورية تقنية بريدية دولية. إلا أنهم لا يساهمون في تحديد المعايير أو في إعدادها. وليس هناك أي تشريع يفرض على المستثمرين البريديين استخدام البرنامج الإلكتروني IPS ولكن يدفع هؤلاء المستثمرين رسوماً سنوية لتغطية تكاليف التطوير والصيانة والخدمة.

كثيراً ما يتم انتقاد هيئات التوحيد القياسي التقليدية لعدم ملاحظتها للتطور التقني. لذا ظهر في عشرات السنين الأخيرة نوعاً جديداً من الأطراف المؤثرة في المجال المعني ويتعلق الأمر باتتلاف بين الشركات الصناعية يسمى أيضاً هيئات تحديد المعايير (ODN). فهناك مؤسسات متنافسة تنشئ هيئات لتحديد المعايير أو تنضم إليها من أجل تشكيل مجموعات أو شبكات مكونة من كيانات قادرة على إعداد منتجات تقنية جديدة. وهدفها هو دفع السوق في مجمله إلى قبول هذه المنتجات لتتحول في الأمر الواقع إلى معايير صناعية.

ويوفر التعاون في نطاق هذه الهيئات للمتنافسين بها مزايا استراتيجية ضخمة. فهم يعملون على تنسيق مواردهم وقراراتهم من أجل وضع وضبط منتجات جديدة وخلق أسواق جديدة يتقاسمون بها، هذا من جهة ومن جهة أخرى، تدافع المؤسسات عن مصالحها الخاصة في محيط الهيئات المعنية بمحاولة الترويج للاختيارات التكنولوجية التي تناسب نموذجها التجاري على أفضل وجه. وتحاول بذلك الوصول إلى الحد الأقصى للقيمة الناجمة عن السوق التي قاموا بخلقها سويلاً. إن هذا السلوك المختلط والذي يكمن في التعاون في نطاق التنافس يسمى «التعاون بين المتنافسين»\*. وهو يستند إلى الفرضية القائلة بأن المؤسسات تصير أكثر فعالية عندما تتبادل في نفس الوقت علاقات التعاون والمنافسة.

والمثال الجيد على ذلك هو البرنامج التطبيقي IPS للاتحاد البريدي العالمي. فعلى مر السنين، تعاون المستثمرون البريديون المتنافسون من أجل إعداد معيار IPS عن طريق مركز التقنيات البريدية بالاتحاد البريدي العالمي الذي يعتبر في حد ذاته هيئة لتحديد المعايير ODN. وقد اتضح أن هذا

بقلم:  
فرح عبد الله، معيدة  
في البحوث وماتياس  
فينغر، أستاذ معين  
بالمدرسة الاتحادية  
للعلوم الهندسية  
بلوزان.

ثانياً، يوجد مستخدمون عاملون وهم أعضاء في فريق مستخدمي خدمات البريد الدولي (GUSCI) الذي يقوم بتحديد استراتيجية تطوير البرنامج الإلكتروني والوظائف الجديدة التي يجب أن تتوفر به. ويدفع أعضاء الفريق اشتراكاً سنوياً إلى مركز التقنيات البريدية وينتخبون خمسة أعضاء لهم حق التصويت لولاية مدتها أربع سنوات، للفريق الإداري لفريق مستخدمي خدمات البريد الدولي (GUSCI). ويتم تكليف الأعضاء الخمسة بضمان التنسيق بين مختلف المستثمرين الذين يطبقون المعيار وتعداد احتياجاتهم المختلفة.

ثالثاً، يتميز بعض المستخدمين العاملين بالريادة. وهم (مثل البريد الأسترالي) أعضاء في فريق مستخدمي خدمات البريد الدولي (GUSCI) ويوفرون الموارد والقدرات من أجل تطوير المعيار وتحسينه. وعندما يريد مستثمر بريدي أو تريد مجموعة مستثمرين إدخال وظيفة جديدة ليست جزءاً من النسخة الموحدة قياسيياً، فيجب أن يوافق على الموضوع مركز التقنيات البريدية CTP والفريق الإداري لفريق مستخدمي خدمات البريد الدولي (GUSCI). ويعمل هذان الجهازان على ضمان مطابقة الطلب مع الاستراتيجية وأساسيات تصميم البرنامج الإلكتروني. وعندئذ يوقع المستثمرون المعنيون عقداً مع مركز التقنيات البريدية لتمويل تكاليف التطوير. وما أن يتم الانتهاء من النسخة الجديدة من البرنامج الإلكتروني، توضع النسخة المشار إليها تحت تصرف جميع المستخدمين الآخرين. ومن المهم للغاية بالنسبة لهؤلاء المستثمرين البريديين القيام بالاستثمار في تطوير المعيار.

«التعاون بين المتنافسين» في محيط هيئات تحديد المعايير (ODN)  
اختار المستثمرون البريديون التعاون من أجل تطوير البرنامج الإلكتروني للنظام البريدي الدولي IPS الذي تحول بسرعة إلى معيار فعلي في القطاع. ويقدم هذا التعاون بين كيانات تعتبر تقليدياً تنافسية من أجل إعداد معايير مشتركة، مزايا بيئية. وفيما يلي بعضها:

خلق قيمة مضافة عامة: إن المعايير المعدة في نطاق هيئة من هيئات تحديد المعايير (ODN) تنقسم نقاط مشتركة عديدة مع الممتلكات العامة. إن هيئة تحديد المعايير (ODN) تضمن إمكانية النفاذ العادلة لنفس التقنيات بالنسبة لجميع المنظمات المشاركة في الشبكة. ويشجع هذا المبدأ المستثمرين البريديين بالبلاد النامية على الانضمام إلى هيئة تحديد المعايير (ODN) ويشجعها على إقرار المعيار بل إنه، في بعض الحالات، تصير هذه البلاد رائدة في تطبيقه، مثل الأرجنتين عام ١٩٩٧. ووفقاً لتقرير لمركز التقنيات البريدية «فإن جميع البلاد الأقل تقدماً والتي تستخدم برنامج إلكتروني لإدارة البريد قد أدخلت في نظامها البرامج الإلكترونية التطبيقية لمركز التقنيات البريدية».

إجابة إجماعية لانعدام اليقين التقني: تكون المؤسسات أكثر ميلاً للانضمام إلى هيئة تحديد المعايير (ODN) عندما يتم

تطوير التقنية للإقلال من انعدام اليقين التقني وعندما يتم العمل على سرعة تطوير منتج يضمن الاتصال المتبادل بين مختلف المفارق والروابط بالشبكة وبالتالي التشغيل الفني لهذه الشبكة. ومع ذلك، عندما يصير البرنامج الإلكتروني معياراً للقطاع، على المسؤولين عنه وعلى العاملين على تطويره أن ينجحوا في المحافظة على برنامج بيني (انترفيس) وحيد لجميع المستثمرين في الشبكة. إلا أن المستثمرين البريديين يختلفون في احتياجاتهم ومتطلباتهم، وبالتالي يجب التوصل إلى إدخال IPS في مختلف البيئات مما يزيد من التعقد الفني للبرنامج الإلكتروني.

تحسين تنافسيتها: في عام ١٩٩٤، كان المستثمرون البريديون يعانون من المنافسة المتزايدة من جانب المستثمرين الخواص مثل تي إن تي ودي اتش إل. وكان الزبن في حاجة لأن يكونوا على علم بأحوال بعائتهم الدولية. وكان المستثمرون الدوليون الخواص يتوفر لديهم بنية قاعدية عالمية تسمح لهم بتلبية احتياجات زبائنهم مع ضمان متابعة للبريد من مصدره لغاية مقصده. وكرد فعل، قرر المستثمرون البريديون القوميون التعاون في إعداد معيار دولي يهدف إلى إدخال برنامج بيني (انترفيس) يسمح لهم بالاتصال فيما بينهم. وقد خلقوا بذلك بنية قاعدية تقنية عالمية غاية في التنافسية.

تحسين قدراتهم على التجديد: إن المؤسسات في جوهرها مختلفة من ناحية الموارد والقدرات الداخلية. إلا أنه في مجال المنتجات، يتطلب التجديد عدداً معيناً من الموارد والقدرات التي تعتبر إقامتها مكلفة. وقد يكون الأمر أقل تكلفة بالنسبة لمستثمر بريدي يرغب في إعداد معيار جديد، ضم موارده الداخلية إلى موارد المستثمرين البريديين الآخرين المشتركين سويًا في شبكة هيئة تحديد المعايير (ODN) بدلاً من العمل على تجميع كل الموارد المطلوبة لديه. علاوة عليه، تتيح عملية إدخال الموارد في شبكة للمستثمرين البريديين خلق آفاق مشتركة جديدة واستثمارها.

وعليه، يعتبر المستثمرون البريديون أن هيئات تحديد المعايير (ODN) تشكل أداة تسمح لهم في آن واحد بالنهوض بمصالحهم الاقتصادية الخاصة وتحسين تنافسية الشبكة البريدية في جملتها. فهل يستطيع المستثمرون البريديون تحسين مستوى أدائهم بفضل «التعاون بين المتنافسين» في محيط هيئات تحديد المعايير (ODN)؟ إن المستقبل وحده هو الذي يستطيع أن يقدم لنا الإجابة ولكن نتعهد المدرسة الاتحادية للعلوم الهندسية في لوزان بدراسة المسألة.

\* Brandenburger, A. and B. Nalebuff (1995).

"The right Game: Use Game Theory to Shape Strategy"  
Harvard Business Review.

Brandenburger, A. M. and B. J. Nalebuff (1996). Co-Opetition

# البريد العاجل الدولي: أسباب نجاحه



إذا كان العديد من المستثمرين البريديين يرون أن أحجام البريد لديهم تتراجع، إلا أن هناك خدمة تشذ عن القاعدة وهي خدمة البريد السريع "البريد العاجل الدولي".

موظفو البريد ببهاماس الملحقون بتوزيع بعثات البريد العاجل الدولي وهم يستعدون لبدء يوم عملهم.

بقلم :  
فريال ميرزا





مجلس إدارة تعاونية البريد العاجل الدولي، بعض الأسباب: «يعتبر البريد العاجل الدولي منتجا جيدا يقدم بسعر معقول. ويتعلق الأمر أيضا بالمنتج الوحيد للتوزيع السريع الذي يتم توزيعه على صعيد شمولي».

وتعتبر هذه الخاصية إحدى مواطن القوة الرئيسية في الخدمة: تغطية الشبكة بفضل التواجد في أكثر من ١٨٠ بلدا وإقليما بالإضافة إلى شبكة واسعة من مكاتب البريد والتوزيع القومية.

#### غزو أفريقيا

إن الخدمة السريعة لها تقديرها في البلاد الأفريقية. ففي السنغال، على سبيل المثال، يرجع ذلك أساسا لأوجه نشاط التسويق المباشر التي يقوم بها المستثمر البريدي القومي حسبما أشارت السيدة أوا سيسيه، المنسقة المسؤولة عن أفريقيا في محيط وحدة البريد العاجل الدولي. وقد عملت السيدة أوا سيسيه، التي كانت المديرية العامة للبريد العاجل الدولي في السنغال، مع هذا المنتج لمدة تقارب العشر سنوات في بلدها الأصلي قبل أن تلتحق بالمكتب الدولي في ٢٠٠٤. وقالت

ما زال البريد العاجل الدولي يعتبر إحدى خدمات البريد المادي التي تمر بنمو سريع للغاية من ضمن الخدمات المقدمة من قبل المستثمرين البريديين بالعالم أجمع، فمنذ أكثر من حوالي عشر سنوات، استفاد المنتج من دفعة صغيرة تمتع بها مع إنشاء تعاونية البريد العاجل الدولي وذراعها التشغيلي، أي وحدة البريد العاجل الدولي، التي يقع مركزها بالمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي. وتحدث الأرقام الحالية عن نفسها: فحوالي ٤٤ مليون بعبئة قد تم إرسالها عبر العالم في ٢٠٠٧ بواسطة البريد العاجل الدولي، مما يعني زيادة قدرها ٧,٧٧٪ بالمقارنة بالعام السابق. وقد أشار المستثمرون البريديون الذين قاموا باستيفاء الاستقصاء الخاص بتبادل البريد والمرسل من جانب وحدة البريد العاجل الدولي إلى وجود زيادة قدرها ١٦,٤٤٪ وقد سجلت أفريقيا أعلى نمو خصوصا البلاد الناطقة بالإنجليزية. بالإضافة إلى ما تثيره زيادة الرواج الخاص بالبريد العاجل الدولي في آسيا والمحيط الهادي (٨,٧٥ ٪) وفي البلاد العربية (٧,٦ ٪) من دهشة.

لماذا يلقي البريد العاجل الدولي كل هذا النجاح؟ تقدم لنا السيدة وندي إيتان، من البريد الإسرائيلي، والتي ترأس

شارحة: «يتم الاتصال بمعظم الزبن عبر البريد الدعائي أو بصفة فردية».

وتأتي معظم إيرادات البريد العاجل الدولي بالبلد من المؤسسات المحلية والأجنبية. وتقول السيدة أوأ سيسيه، وهي تعود بذاكرتها لحين كانت تعمل بالبريد العاجل الدولي بالسنگال، أن أهم زبونين كانا سوناتل، المورد الرئيسي لخدمات الاتصال اللاسلكي بالبلد وتوتال، شركة البترول الفرنسية. وكانت العقود الموقعة مع المؤسستين تتعلق بتوزيع قوائم حسابهما. ومن ضمن أيضا زبن الخدمة المعنية، كانت هناك المنظمات غير الحكومية والمؤسسات الدولية مثل اليونيسف.

وهناك مجموعة راسيكو وهي شركة وسائط إعلامية مقرها داكار وتستخدم البريد العاجل الدولي منذ أكثر من خمس سنوات. «نحن نرسل، كما شرحت السيدة فاتو غايي، الشرائط التسجيلية (الكاسيت) التي تتضمن مشاهد من التلفاز القومي إلى المناطق. والخدمة سريعة للغاية وموثوقا بها».

وترى السيدة أوأ سيسيه أن نمو البريد العاجل الدولي في الآونة الأخيرة بأفريقيا بصفة عامة يرجع لعدد من العوامل خصوصا لأن وحدة البريد العاجل الدولي تتعامل مباشرة مع المستثمرين القوميين. «بفضل المنهجية الإقليمية التي نتبعها، نلتقي بمتخذي القرار وموظفي الاستثمار لنشرح لهم تفصيليا ما هي الثغرات لديهم كمقدمي خدمات وكيف يمكنهم التغلب عليها. ثم نقوم بعد ذلك بعملية المتابعة»، على حد ما قالت شارحة. وقد أضافت أن المستثمرين أكدوا، إبان ورشة عمل بنيريوي عام ٢٠٠٨، إننا «فتحنأ أعينهم» وأن لديهم فكرة أوضح عن الكيفية التي يمكنهم بها إدخال التحسينات.

**تجربة الخدمة والموافقة عليها في آسيا والمحيط الهادي**  
من الناحية الأخرى من الكرة الأرضية، وصفت السيد ايمي نغ، من بريد هونغ كونغ، البريد العاجل الدولي بأنه «منتج مربح للغاية». وأضافت مديرة العلاقات الخارجية وعضوة مجلس إدارة تعاونية البريد العاجل الدولي، قائلة: «إن خدمة البريد العاجل الدولي خدمة هامة ويمكن الوثوق بها وسعرها معقول وهي الخدمة التي يحتاج إليها الزبن التجاريون والخواص».

وتولي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقديرا خاصا للخدمة. «فهي ليست بصفة عامة قادرة على التفاوض مع شركات التوزيع الخاصة الكبرى وعليها أن تدفع ثروة من أجل استخدام خدمات التوزيع السريع لدى هذه الشركات. أما البريد العاجل الدولي فهو يقدم حلا معقولا ومفتوحا للجميع»، على حد ما شرحت السيدة ايمي نغ.

إن المنافسة في منطقة آسيا والمحيط الهادي ضارية على حد ما قالت والعالم يواجه من ناحيته الأزمة الاقتصادية. ومع ذلك، لدى البريد استراتيجية وهي: «إننا نريد إبراز قيمة ما نفترحه على الزبن. ونحن نحاول أن نفهم احتياجاتهم مع البقاء رابحين». ويتطلب ذلك على وجه الخصوص تشجيع الزبن على استخدام البريد العاجل الدولي بآتاحة إمكانية الاستفادة من العروض الموجودة. وعلى الصعيد التشغيلي،

تحاول إدارة البريد العاجل الدولي أن تبسط الاجراءات وأن تجعلها أقل تكلفة. وشرحت ايمي نغ ذلك قائلة: «إن نفقات العاملين تشكل هنا العنصر الرئيسي. فنحن غالبا ما نلحق العاملين بالبريد العاجل الدولي بالبريد الشمولي مثل توزيع البريد. وذلك ينجح بما أن هؤلاء الموظفين ليسوا أخصائيين وإنما موزعو بريد بصفة عامة».

وإلى حد بعيد، يرجع النهوض بالبريد العاجل الدولي إلى قرار مجلس الاستثمار البريدي بإقامة تعاونية البريد العاجل الدولي عام ١٩٩٨.

وقد أكدت السيدة وندي ايتان: أنه «قد تم إنشاء تعاونية البريد العاجل الدولي بينما كانت الخدمة في حالة ضياع شديد. وقرر مجلس الاستثمار البريدي إطار التعاونية وأنشأ مجلسا مزودا بمنهجية تجارية وذلك إنقاذا للمنتج وقد نجح في ذلك».

إن الانضمام لتعاونية البريد العاجل الدولي اختيارية وبها اليوم ١٥٣ مستثمرا بريديا عضوا. وبما أن مجلس الإدارة يتبع مجلس الاستثمار البريدي، فمن الواضح أن التعاونية تشكل جزءا من الاتحاد البريدي العالمي وتتمتع بهذا بجميع الإنجازات التي حققها في مجالات متعددة مثل نوعية الخدمة أو الاجراءات الجمركية أو العلاقات مع الشركات الجوية أو الأمن وذلك دون أن نذكر كل المجالات. «بدون إنجازات الاتحاد البريدي العالمي في هذه المجالات، كانت تعاونية البريد العاجل الدولي واجهت صعوبات في إنجاز الأعمال بمفردها»، على حد ما شرح السيد اليستر مارك ريه، رئيس وحدة البريد العاجل الدولي.

### رؤية واضحة

فيما يتعلق بمستقبل المنتج، فإن خطة النشاط الحالية لمجلس الإدارة هي وضع خارطة الطريق للفترة الممتدة من ٢٠٠٩ إلى ٢٠١٢ ويتم بهذه الخطة بوضوح تحديد السوق التي يتطور فيها المنتج: «إن زبن البريد العاجل الدولي يبحثون عن أربع خصائص رئيسية هي: إمكانية الثقة والسرعة والسعر والمعلومة. ولن يتطور البريد العاجل الدولي مالم تتم تلبية هذه المتطلبات ضمانا للحصول على رضا الزبن والأمر يستدعي الالتزام بتعهدات الخدمة بنسبة ٩٥ ٪ من الوقت على الأقل وتلبية المنتظر في مجال الخدمة المقدمة للزبن».

وخلال السنوات المقبلة، سوف يدخل أعضاء تعاونية البريد العاجل الدولي في استراتيجية تحسين متواصلة. إن الاهتمام موجه لإمكانية الثقة بالإضافة إلى الأهداف العالمية المحددة بخطة النشاط في مجالات جوهرية مثل التوزيع والمتابعة والتفاعل. ويعني ذلك أنه يجب التصرف بحيث يصل معدل التوزيع في المهلات إلى ٩٥ ٪ أو أكثر وأن تتم متابعة ٩٨ ٪ من البعثات. ترى السيدة وندي ايتان أن الخطة لا تتميز بطموح خاص. «فهي خطة بالأحرى واقعية. ونحن نتطلع إلى تحسينات متواصلة وتدرجية باستخدام مؤشرات الأداء الرئيسية لكي نتأكد من عدم وجود عضو واحد في حالة ركود أو في حالة تراجع»، على حد ما شرحت. وما زال يجب أن نرى ما اذا كان الأعضاء سوف يصلون إلى الأهداف التي

# مجموعة- كاهالا تواجه المنافسة



إن بعض المستثمرين البريديين قد وجدوا طريقته الخاصة لمجابهة المنافسة الشديدة من جانب موردي خدمات التوزيع السريع من القطاع الخاص. وقد تم إنشاء المجموعة البريدية كاهالا في ٢٠٠٣ من أجل تحسين مستويات الأداء والقدرات والاتصال المتبادل في البريد العاجل الدولي والسماح للمستثمرين البريديين الأعضاء بتبادل المعلومات بخصوص المنافسة. وريد أستراليا وريد الصين وإسبانيا والولايات المتحدة وفرنسا وهونغ كونغ واليابان وجمهورية كوريا وبريطانيا العظمى وسنغافورة أعضاء في هذه المجموعة. ويعد جميع هذه البلاد، وهم أعضاء في تعاونية البريد العاجل الدولي، «روادا» عندما يتعلق الأمر بتقديم خدمة للبريد العاجل الدولي من نوعية رفيعة، حسبما قالت السيدة وندي ايتان.

ويشرح الأمر السيد بيتر موريسون، مدير المجموعة الدولية بالبريد الاسترالي، قائلا: «إن تولي أعضائنا لبعض المهام النوعية كان لازما من أجل الاستجابة لما ينتظره الزبون وكسب حصص من سوق المؤسسات التجميعية المنافسة».

وبموجب الخدمة البريدية بالولايات المتحدة الأمريكية، فإن مجموعة كاهالا توزع البعثات على أكثر من ٢٦١ مليون مرسل إليه و٨ مليار توكينات لرموز بريدية وتقدم خدماتها لأكثر من ١٤٢ ألف نقطة بيع عبر أقاليمها الأعضاء.

حددتها خطة النشاط. «في نهاية المطاف، يتوقف الأمر على البلاد الأعضاء. فنحن نقدم الأدوات ولكن هم الذين يقررون استخدامها أم لا»، أضافت السيدة وندي ايتان قائلة.

## عيد ميلاد سعيد

تبعاً لمجلس الإدارة، يمكن الآن تعديل طريقة عمل تعاونية البريد العاجل الدولي بما أنها قد احتفلت لتوها بعيد ميلادها العاشر. وشرح السيد التيسير ماك ريه أنه: «عندما تم إنشاء التعاونية، كان انشغالنا الرئيسي هو أن ينضم إليها أعضاء الاتحاد البريدي العالمي، واليوم، نجد أن ٨٠٪ من المستثمرين البريديين في العالم أعضاء بها، وعليه ربما أن الألوان لمراجعة سير العمل لدينا. فالشروط المطبقة حالياً لم تعد هي نفس الشروط التي كانت سارية عند إنشاء التعاونية». وأضاف قائلاً أن هناك، حتي في هذا السياق، الكثير من الثوابت. ففي الأساس، يتطلب الزبون تأدية خدمة تتميز بالنوعية وبسعر معقول.

ومن الواضح أن البريد العاجل الدولي يواجه وسوف يستمر يواجه منافسة المستثمرين الخواص. ومع ذلك، فإن تعاونية البريد العاجل الدولي ترى أنه يتوفر لدى أعضائها مزيتان: «فالبريد يمكنه توفير شبكة عالمية حقيقية. وقد يختلف السوق التي يعمل بها من بلد لآخر ولكن إذا عمل المستثمرون البريديون سوياً وليس بطريقة منفردة، فسوف يتقدم البريد العاجل الدولي»، على حد ما أكد السيد أليستير ماك ريه.

ويدرك تماماً مجلس الإدارة التحديات التي ينطوي عليها الأمر خصوصاً بسبب صغر سن التعاونية. وقد قال في هذا الصدد السيد أليستير ماك ريه مبتسماً: «رغم أن عمرها عشرين سنوات إلا أنها كالطفل. فما زال هناك مشاكل تتعلق ببدء العمل بها تستدعي التسوية. وهي تدخل الآن في مرحلة المراهقة وأنتم تعرفون إلى أي مدى يجب أن يكون الآباء أقوياء في هذه الفترة».



# إنذار بوجود طوابع مزورة



إذا كان طابع البريد يعاني منذ زمن طويل من المزورين، إلا أن المستثمرين البريديين لا يستسلمون أمام المشكلة ويهجمون بدورهم بمساندة من الاتحاد البريدي العالمي وبالاستعانة بأساليب فنية للحماية تزداد تطورا وذلك من أجل مكافحة هذا الوباء.

## متاجر صغيرة وتقنيات

ساعدت عوامل عديدة على تسهيل انتشار التزوير، خصوصا في البلاد الصناعية، على حد ما شرح السيد جون-فرانسوا لوجيت. ففي المقام الأول، تكاثرت المراسلات مسبقة الدفع وكذلك نقاط بيع الطوابع، بما في ذلك من على الإنترنت. ثم إن سوق بيع طوابع البريد قد انفتحت على المنافسة. وتتضافر كل هذه العناصر لتجعل الرقابة على شبكات التوزيع أكثر صعوبة ولتشجع المزورين على تصنيع وتسويق طوابع مقلدة. ويؤثر التزوير تأثيرا أكبر على البلاد التي تستخدم أحدث التقنيات في مجال الطباعة. وهذه الأنظمة في متناولها نظرا لأن سعرها معقول ولأن استخدامها سهل.

وأمام النطاق الواسع للمشكلة، وضع الاتحاد البريدي العالمي، وتدعّمه العديد من البلاد، تدابير وأنظمة للتغلب على هذه الظاهرة والتعرف على الطوابع المزورة قبل تسويقها. علاوة عليه، يحاول الاتحاد البريدي العالمي جاهدا أن يلعب دور موحد الأطراف المعنية في مجال التوعية وينظم في الوقت المناسب ورش عمل لهواية طوابع البريد تتناول التقنيات الجديدة والطباعة الآمنة. ويمكن بذلك للمطابع وأهل المهنة توعية خبراء هواية طوابع البريد وإمدادهم بالنصائح من أجل ضمان طباعة مضمونة.

وقد قامت البلاد المتأثرة، خلال مؤتمر تم تنظيمه في ٢٠٠٧، باستعراض الوضع وقدمت الحلول. وتحدث أهل المهنة عن تجاربهم وعرضوا التدابير المختلفة المتخذة لحل هذه المشكلة الشائكة. أما الحلول التي تم إقرارها فهي تتراوح من إدماج عناصر تسمح بالحماية الأمنية عند صناعة الطوابع الشرعية إلى تطبيق الرقابة البصرية للطوابع المطروحة للتداول وهي أسلوب فني مكلف للغاية.

شرح السيد جون-فرانسوا لوجيت، رئيس برنامج "هواية طوابع البريد"، بالمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي، أن التزوير يكمن في تقليد طابع موجود وتسويقه وأن المشكلة تصيب البلاد الصناعية على وجه الخصوص وأن المزورين يفضلون الطوابع العادية (التي تستخدم في تخليص البريد).

"والمشكلة في تزايد وسوف تتضخم لأن وسائل الطباعة تتعمق في تطورها وتسهل مهمة المزورين. ويؤثر طرح طوابع البريد المزورة بالأسواق سلبا على إيرادات المستثمرين البريديين المصدرين ويؤدي إلى خداع هواة الجمع"، على حد ما صرح السيد جون-فرانسوا لوجيت.

والسويد تعرف المشكلة جيدا. ففيما بين ٢٠٠٥ و ٢٠٠٧، حسب البريد السويدي عدد ٣١ إصدارا لطوابع مزورة. وفي نهاية عام ٢٠٠٥ وبداية ٢٠٠٦، أمسكت الشرطة والجمارك في السويد والدانمرك أكثر من مليون طابع بريد سويدي مزور عابر أو مخفي في أثاث مستورد من الشرق الأقصى. إن جميع هذه الطوابع تستخدم في التخليص على الرسائل من الفئة الأولى بالنظام الداخلي.

بقلم :  
سارة لدول

وتأسف السيدة كلاوديا هاغر من المطبعة الرسمية بالنمسا، وهو بلد آخر من البلاد التي تكافح هذا الوباء، لأن الطوابع المزورة "مصنوعة صناعة جيدة للغاية" ويتم تسويقها في المتاجر الصغيرة والبقالات والأكشاك. "إن قيمة أي طابع فريد قليلة ولكن عندما يتم إنتاجه وتوزيعه بكميات كبيرة، تصبح الأضرار هامة. وطابع البريد صورة مميزة فهو علامة مودعة أصلية ومبتكرة تميز المستثمرين البريديين. أنه رسول البلد"، على حد ما قالت مذكورة.



# طوابع لا يمكن تزويرها

إن المطابع الآمنة تستعين اليوم بالتخريم وبالعطر والرسم بالنحت وبالصور المجسمة (الهولوجرام) وبأساليب فنية أخرى للإنتاج من آخر صيحة وذلك لحماية الطوابع من التزوير بل ولردعه. فلنقم بجولة في نطاق بعض الأساليب الفنية المشار إليها.



الطابع الهندي يصور زهر الياسمين وله رائحة الياسمين.



طابع فرنسي لتكريم لويس برايل يتضمن كتابة برايل.



عباطل ين دعمل ايبهذلا راطل - دعبو لبق  
ول ابق في (ول ع) «س دقل اقل اعل» يواس منلا  
سجل عمل (روز لمل باق مدن عقي يربن مدي عبدح  
دوجو ل عطل ل الكاي هاض ي ادهش شو. (COPY  
ةي عون مرز ل قطل س اوب ع ابطل ين فبول س  
ةي اغل ةئي س

## مطابع آمنة

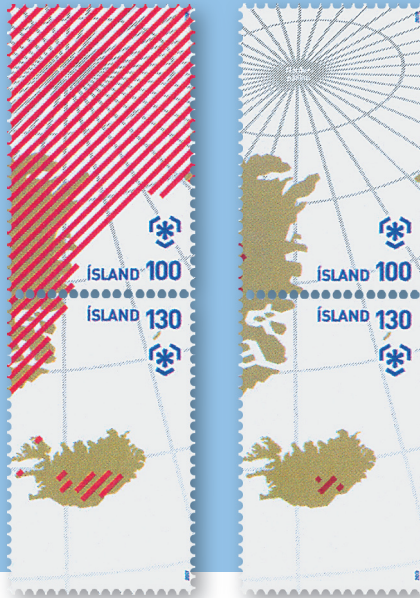
يوجه الاتحاد البريدي العالمي البلاد المصدرة للطوابع والتي تدخل في نظام التقييم العالمي للطوابع WNS نحو مطابع آمنة، بهدف تشجيع الطوابع الشرعية (ينظر البرواز). كما أنه يضع تحت التصرف بالموقع الإلكتروني للنظام المشار إليه قائمة بمطابع الأوراق ذات القيمة التي صدقت علي القانون الأدبي لـ INTERGRAF ، الاتحاد الدولي للطباعة وللصناعات المرتبطة، الذي وقع معه الاتحاد البريدي العالمي اتفاق تعاون عام ٢٠٠٣، ويحدد الاتحاد الدولي للطباعة والصناعات المرتبطة بها المعايير والشروط اللازمة لتيسير الانضمام إلى قائمة المطابع الآمنة. وهناك تدبير بسيط آخر أقره عدد كبير من البلاد الأعضاء وهو بيان اسم المطبعة على طابع البريد.

وفي المادة ٧-٧ من قانونه الأدبي الجديد في مجال هواية طوابع البريد، يقدم الاتحاد البريدي العالمي النصيحة لإدارات البريد ألا تعهد بطباعة الإصدارات سوى لمطابع تضمن أمن طوابع البريد وتكون قد قبلت القانون الأدبي الذي أعده اتحاد INTERGRAF.

## التقدم

بفضل الجهود العديدة التي تم بذلها لمكافحة التزوير، توجد بلاد تمكنت من عكس الاتجاه. وترى السيدة كريستينا أولوفسدورتر، المسؤولة عن التسويق والتصميم بالبريد السويدي، أنه قد تم اليوم السيطرة على الوضع في بلدها. فيفضل التدابير التي تم إقرارها منذ ٢٠٠٧، استطاع البريد السويدي أن يخفض إلى أقصى درجة تجارة الطوابع

تستخدم أيسلندا حبرا للألوان  
الحرارية (ثيرموكروماتك) لطبع  
هذا الطابع المتعلق بحماية  
المناطق القطبية والجليدية. وتبين  
المناطق المغطاة بخطوط حمراء  
الوضع الحالي في منطقة القطب  
الجنوبي. وعندما تلمس الحرارة  
الورقة، تختفي الخطوط الحمراء  
تدرجيا لتظهر كيفية انكماش  
الأنهار الجليدية والمسطح المجد  
من المحيط في القطب الجنوبي  
من الآن وحتى عام ٢١٠٠ إذا ما  
صدقنا التنبؤات العلمية.



المزورة:“ اتضح أن تدابير الأمن لدينا تتميز بأداء عالٍ لأنه لم يتم تسجيل سوى ثماني حالات فقط“.

إن جميع الطوابع تخضع للتحليل الفني ولنظام مراقبة أصالة الطوابع، على حد ما شرحت. وقد وفر البريد تدريباً لموظفيه لدعم يقظتهم ولتوعيتهم بخطورة المشكلة.

كما تمت تعبئة وسائل الإعلام لإذاعة المعلومات على الزين مما سمح في أغلب الأحوال باكتشاف المزورين والتجار. وعلى أي حال، فإن العاملين بالشرطة قد تابعوا تدريباً متخصصاً في اكتشاف المزورين والبائعين.

”كما اضطررنا لتعديل الأساليب الفنية في تصميم الطوابع فأضفنا مؤشرات أصالة وإجراءات أمنية يمكن أن يتعرف عليها الجمهور والعاملون البريديون على حد سواء. واليوم، يعمل البريد السويدي مع شبكة من الشركاء المحددين والمعترف بهم“، على حد ما قالت السيدة كريستينا أولوفسدورتر في الخلاصة. وقد نصحت أيضاً إدارات البريد

# نظام الترقيم العالمي لطوابع البريد WNS : طوابع وأرقام

إن WNS نظام ترقيم عالمي لطوابع البريد يهدف إلى تشجيع الطوابع الشرعية والمصدرة رسمياً. وقد قام الاتحاد البريدي العالمي والرابطة العالمية لتنمية هواية طوابع البريد بإطلاقه في أول يناير/كانون ثان ٢٠٠٢. فصار يتم تسجيل كل الطوابع التي تصدرها البلاد الأعضاء على الموقع ثنائي اللغة [www.wnsstamps.ch](http://www.wnsstamps.ch) ويأخذ كل طابع رقماً فريداً من أرقام WNS. ويوصي الاتحاد البريدي العالمي البلاد أن تنضم إلى النظام ولكنه لا يستطيع أن يفرض عليها الإجراء المعني لأن الخدمة تقدم مقابل الأجر. وعلى أي حال، فقد اقترح الاتحاد البريدي العالمي إضافة إنذار على هامش الطوابع التي كانت ضحية التزوير ولكن البلاد الأعضاء تخشى أن يساهم هذا الإجراء بغير إرادتهم في تشجيع الطوابع المزورة، فللطوابع المزورة جمهورها. وفي يومنا هذا، تشترك ١٩١ سلطة بريدية مصدرة للطوابع في العالم أجمع كأعضاء في نظام الترقيم العالمي. يرد على الموقع المشار إليه أكثر من ٣٧ ألف طابع.



البرتغال وكندا تستعينان بالتخريم الأمني وهي تشير إلى الرموز القومية مثل الصليب أو ورقة شجر القيقب لجعل طوابعهما أصعب في التزوير.



طوابع أصدرها البريد في هونغ كونغ لإبراز السنة القمرية الجديدة ويظهر الغار والبقرة مشبعان باللون الذهبي.

## الطابع بايجاز

يتم إصدار طابع البريد بمعرفة سلطة مصدرة مختصة فقط وذلك بموجب وثائق الاتحاد البريدي العالمي وتتضمن عملية إصدار طوابع البريد مسألة طرحها للتداول. وهذه العملية سمة من سمات السيادة وتشكل الإثبات على دفع التخليص المقابل لقيمتها الذاتية عندما يوضع على أي بعيثة بريدية وفقاً لوثائق الاتحاد. وطابع البريد كشيء من أشياء هواية الطوابع البريدية يمثل مصدراً للإيرادات الإضافية بالنسبة للمستثمرين المعينين. ويجب أن يكون متداولاً بالإقليم الأصلي للسلطة البريدية المصدرة من أجل استخدامه بغرض التخليص أو هواية الطوابع البريدية.

المصدر: القانون الأدبي في هواية طوابع البريد لاستخدام البلاد الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي، المؤتمر البريدي العالمي الرابع والعشرون، التوصية سي ٢٦/٢٠٠٨.

المصدرة للطوابع التي تجابه مشكلة التزوير بأن تتعاون مع الشرطة وأن تجمع معلومات تدرج في قاعدة بيانات توضع تحت تصرف مراكز الفرز. وقالت إنه قد اتضح أن هذه الإجراءات مفيدة للغاية.

وسوف يتابع المستثمرون البريديون جهود التوعية التي يبذلونها. ومن ١٣ إلى ١٥ مايو/أيار المقبل، ينظم اتحاد INTERGRAF معرضاً تقنياً كبيراً في أستكهولم يضم المطابع الآمنة. بالإضافة إلى ذلك، سوف يتم فحص مسألة التزوير على هامش معارض هواية طوابع البريد بلندن (أبريل/نيسان ٢٠١٠) والبرتغال (مايو/أيار ٢٠١٠).

والاعتقاد بأنه يمكن القضاء تماماً يوماً ما على التزوير أمر غير واقعي. ولكن، السيد جون-فرانسوا لوجيت يعتقد أن الاتحاد البريدي العالمي وبلاده الأعضاء سوف يواصلون التعاون وتبادل المعلومات بخصوص أفضل الاستراتيجيات والأساليب التقنية في مجال الأمن التي يمكن إقرارها للتخفيف من آثار الوباء وأقل ما فيها لجعل الأمور أكثر صعوبة على المجرمين.





# الطرود تحت الأضواء

وصلت كمية الطرود البريدية المتبادلة بالأسواق الداخلية عام ٢٠٠٧ إلى ٦,٥ مليار بعبئة، أكثر من عام ٢٠٠٢، أي بنسبة ٧,٩ ٪. وفيما بين هاتين السنتين، لم يزداد مع ذلك حجم عمليات التبادل الدولية سوى بنسبة ١,٤ ٪، أي بـ ٤٤ مليون بعبئة عام ٢٠٠٧ .

إن نمو التجارة الإلكترونية ووجود استراتيجية تركيزها على الزين أكبر يُحولان المستثمرين المعينين إلى مقدمي خدمات أكثر هجومية بسوق تتسم المنافسة فيها بالضراوة ومن الحتمي بها استثمار أحدث التقنيات لكسب حصص من السوق.

بقلم :

ريال لوبلان

صور :

مارك كوت

ومن الصعب تحديد قيمة دقيقة للسوق العالمية للطرود. فالمستثمرون البريديون بالعالم أجمع، سواء كانوا من القطاع الخاص أو العام، يحيطون أرقامهم بسرية شديدة. وتبين بعض التقارير أن السوق العالمية للطرود والتوزيع السريع كانت قيمتها ١٦٢ مليار دولار أمريكي من عام ٢٠٠٥. وفي بلاد الاتحاد الأوروبي، حيث المستثمرون البريديون يعتبرون مستثمرين كبارا بسوق الطرود، يؤكد الخبراء أن هذه السوق تنمو بأكثر من ٦ ٪ سنويا وأن قيمتها كانت تصل إلى ٣٩ مليار يورو عام ٢٠٠٥.

وفي السنوات الأخيرة، قررت البلاد الأعضاء بالاتحاد البريدي العالمي أن تزيد من تركيزها على نوعية الخدمة في الطرود. وقد صار الآن لزاما وضع الرموز ذات الخطوط وقبول المسؤولية وهناك علاوات مرتبطة ببعض عناصر الخدمة. وفي عام ٢٠١٠ سوف ترتبط هذه العلاوات أيضا بنتائج البلاد التي يتم قياسها بالمقارنة بالأهداف المحددة في مجال نقل البيانات.

وعليه، أكدت رئيسة اللجنة الجديدة "الطرود" التابعة لمجلس الاستثمار البريدي، السيدة سيليا غالبريث، من بريد زيلندا الجديدة، أن المستثمرين المعينين عليهم في الوقت الحاضر أن يتفهموا السوق واحتياجات الزين بطريقة أفضل حتى يمكنهم انتهاز الفرص التي توفرها لهم السوق وكسب ثقة الزين بطريقة أفضل.





# «نحن في حاجة لتقديم حلول وليس فقط منتجات كما نحن في حاجة للإبقاء على أسعار معقولة بالنسبة لجميع الزين».

ماهي الاتجاهات الكبرى في سوق الطرود؟

بما أن قطاع الطرود يمر بحالة نمو مواتية، فعلينا أن نسانده بكل قوانا. إن عادات المستهلكين تتغير. ويمكننا أن نرى بعض العلامات المقلقة التي تشير إلى وجود إحلال إلكتروني لأحجام البريد التقليدية ولكن الزيادة في التعاملات على الإنترنت قد أدت إلى نمو سوق الطرود لأنه قد تزايد شراء المستهلك للأشياء من على خط الإنترنت وخارج الحدود القومية. إن اتساع شبكة المستثمرين البريديين في حد ذاته والثقة التي يتمتعوا بها كمستثمرين معينين توفر لنا إمكانيات ضخمة لتشجيع هذه الاتجاهات بتقديم حلول ممتازة. كما أننا قد بدأنا نفهم ضرورة تقديم الحلول التجارية لمن يرسل كميات كبيرة من الطرود على الصعيد الدولي. لذا سوف نزيد الاهتمام بالإتقان وتسويق المنتج "طرد" خلال هذه الدورة.

هناك تقرير من المؤتمر يوصي أن يكتسب الاتحاد البريدي العالمي "فهما أفضل للسوق". فما هو المراد من ذلك؟

أنه يجب علينا جميعا أن نفهم احتياجات زيننا بطريقة أفضل. يجب أن نسمع صوتهم في مجلس الاستثمار البريدي. فنحن في حاجة لتقديم الحلول وليس المنتجات فقط والمحافظة على أسعار معقولة من أجل جميع الزين. ويجب أن يتوفر لزينا إمكانيات اختيار السعر والخدمات. وسوف

ندرس إقامة خدمات مثل النفاذ المباشر وطريقة محسنة لإرجاع الطرود. إن الطرود تمثل سوقا في حالة نمو ويواجه المستثمرون المعينون منافسة شديدة. ومن المهم للغاية أن تكون الاختيارات جيدة وأن نضع الزين في قلب أوجه النشاط.

كيف ستعملون على جعل صوت الزين مسموعا؟

من الناحية الفردية، كل مستثمر معين لديه معلومات عن الذي يراه يوميا وعن مواقف واحتياجات الزين التي يمكن إشراك المستثمرين الآخرين في معرفتها. أما من الناحية الجماعية، فيجب علينا أن نتقاسم بطريقة أفضل معلوماتنا والتعلم من دروس نجاحنا المتبادل. إن إحدى النقاط المدرجة باستمرار في جدول أعمال لجنة "الطرود" هي عملية استعراض المبادرات المتخذة بمعرفة الأعضاء فيها على الصعيد الإقليمي لحل المشاكل القديمة بتناولها من منظور جديد. وفي غرب أفريقيا، على سبيل المثال، عمل المستثمرون البريديون على تحديد المسار الذي يسمح لهم بأن يبينوا لزينهم متى يتم إرسال طرودهم وتسليمها بيقين أكبر. وسوف نتعاون أيضا مع مجموعات الشركاء الآخرين في الاتحاد البريدي العالمي، مثل تعاونية البريدي العاجل الدولي وفريق "تنمية المنتجات والتسويق" بلجنتنا ومنتدى تنمية البريد الدعائي واللجنة الاستشارية. فهم أيضا يمثلون زيننا نحاول أن نخدمهم.

هل توجه الأزمة المالية ضربة جادة لنشاط الطرود؟

ما زال الوقت مبكرا لمثل هذا القول. إلا أنه من المرجح أن الزين سوف يوجهون اهتماما أكبر لمصروفاتهم الائتمانية وسوف يحاولون البحث عن وسائل توجيه أخرى لمنتجاتهم. ويجب علينا أن ننصت للاحتياجات والانشغالات الخاصة بزيننا وأن نركز على الأساسي. ومع مجلس الاستثمار البريدي، أماننا الفرصة لنفهم على نحو أفضل كيفية عمل نشاطنا وكيفية رد فعله على الأزمة. وعلى أي حال، طرودي الصادرة هي الطرود الواردة لأحد آخر. نحن شبكة عالمية. وقد تشكل الأزمة فرصة لاستقطاب زين كانوا فيما قبل يستخدمون الخدمات رفيعة المستوى لمقدمي الخدمات غير البريديين ولكننا يجب أيضا أن نحرص على عرض سعر جيد.

ما هو أهم تقدم تم إحرازه في مجال النوعية خلال السنوات الماضية؟

دون أدنى شك، استخدام الرموز ذات الخطوط. إن هذه الخطوط كانت الأساس للكثير من التحسينات. ففي عام ٢٠٠٥، جعلنا استخدام الرموز ذات الخطوط إجباريا. وفي ذاك الوقت، كانت ٨٧ بلدا تضع منهجيا هذه الرموز على الطرود المصدرة. وفي عام ٢٠٠٧، ذهبنا إلى أبعد من ذلك وجعلنا وضع الرموز المعنية إلزاميا للمشاركة في نظام العلاوات الخاصة بالحصول البرية (ملحوظة من المحرر: هذه الحصص هي المبالغ

التي يدفعها كل بلد للآخر كأجر لتوزيع الطرود الدولية الواردة). أما اليوم، فهناك أكثر من ١٥٠ بلدا يضع رموزا مزودة بخطوط على طروده. وتسمح لنا هذه الرموز متابعة وتحديد مكان الطرود وبالتالي الاستجابة سريعا لطلبات المعلومات التي يقدمها الزبون بفضل نظامنا المشترك للاستعلامات الموجود على الإنترنت.

استخدام الرموز المزودة بخطوط وأنظمة للمتابعة وتحديد المكان بالنسبة للطرود قد شكل تقدما هاما، ولكن هل هذه الرموز تتميز بمقدار الفعالية التي يمكن أن تقدمها؟

بالطبع، يتوفر لدينا الآن أسس لتحسين الخدمة وقد ساهمت الأعمال التي تجرى بشأن الحصص البرية للوارد مساهمة كبيرة في إرساء تدابير تحفيزية فعالة بالنسبة للبلاد الأعضاء. وعليه، يلزم المزيد من التدريب والدعم الفني ما أن يتم اعتماد التقنيات. وفي الوقت الحاضر، يستخدم ما يقرب من مائة بلد نظام الاستعلامات الخاص بنا ويعتبر النظام البريدي الدولي (IPS) تطبيقا من الدرجة الأولى بالنسبة للبلاد النامية. ولكن يجب أن يفهم كل فرد بعمق وظائفه وخصائصه ليكون تبادل البيانات مفيدا بقدر الإمكان بالنسبة للبلاد الأعضاء. فعلى سبيل المثال، كان هناك بلد يستخدم نافذة غير مضبوطة لتسجيل بياناته (IPS) والنتيجة: لم ترسل أبدا المعلومات. وكانت بعض البلاد تجهل أن إمكانية تبادل الرسائل الإلكترونية EDI بالنسبة للإرساليات وظيفية مدرجة في النظام البريدي الدولي. وضمانا للحصول على نتائج مثلى، يجب على الاتحاد البريدي العالمي توعية المعنيين باستخدام التقنيات وذلك بأعمال تأهيلية وبالمتابعة. وعلاوة

عليه، إذا لم ترسل البلاد بنسبة ١٠٠٪ بيانات تتميز بالتنوع وما لم ترد على الاستعلامات في المهلات، لن يمكننا توفير معايير خدمة متجانسة بكل الشبكة العالمية لزبنا.

تحسين نوعية الخدمة شيء كبير. ولكن كيف يمكن للاتحاد مساعدة بلاده الأعضاء على تنمية سوق الطرود لديهم؟

يجب على الاتحاد البريدي العالمي أن يواصل تسهيل عمليات تبادل المعلومات بين أعضائه. ويجب علينا أن نستثمر هذه المعرفة لمصلحة الجميع. إن النظر في اتجاهات الأحجام والمبادرات الإقليمية مثل شبكة النقل الأخذة في النمو بغرب أفريقيا مفيد دون شك ولكن علينا أيضا أن نستثمر هذه المعلومات لتقديم نوع الخدمة التي يريدها الزبون والتي يحتاجونها. بطريقة أفضل. فيكفي إلقاء نظرة على السوق لنعرف أن هناك بالفعل تشكيلة كاملة من الحلول. وليس هناك سبب يعوقنا عن تحقيق نفس النتيجة أو نتيجة أفضل. فعلى فقط أن نزيد من تقبلنا للأمور ليتيسر لنا استكشاف إمكانيات الخدمة الجديدة مثل النفاذ المباشر للطرود والتخليص الجمركي المسبق وإعداد قائمة حساب المرسل إليه.

كيف يمكن للبلاد الأعضاء تنفيذ القرارات بسرعة أكبر وبطريقة أكثر تنافسية؟

يمكننا أن نبدأ بترتيب أولوياتنا في العمل. ومن المهم أن يعرف الأعضاء في أي اتجاه نحن نعمل، لأننا لا نستطيع أن نسمح لأنفسنا بالعمل منعزلين. ومن المفترض أن يسهل لنا إقرار أي مسعى يركز على النتائج، المهمة. وهناك العديد ممن ينتظرون من لجنة "الطرود" الجديدة أن تسير على درب الفريق السابق وأن تقوم

بعمل ممتاز. ومن المهم إذن أن نتوجه مباشرة إلى الأساسي. ونحن نرحب بالمشاركة المتزايدة في الفريق لكي يمكننا أن نستفيد من الرؤى المتنوعة. وبالتوازي، نعمل على وضع عناصر جديدة للخدمة في نهاية عام ٢٠٠٩ مثل النفاذ المباشر. وإذا ما حققنا نتائج ترتكز على السوق، فسوف يزداد عدد الأعضاء الذين يرغبون في المشاركة. كما يجب أن يزيد تعاوننا مع الاتحادات المحدودة ليتوفر لدينا وجهة نظر إقليمية عن المسائل وإثارة بعض الحماس إزاء فكرة أن الاتحاد البريدي العالمي يمكنه تقديم حلول محورها الزبون.

لقد تفضلت بالحديث عن النفاذ المباشر مرتين. ما هو المعنى بالضبط؟

إن النفاذ المباشر عنصر من عناصر الخدمة يقدمها بالفعل بعض المستثمرين البريديين في إطار الخدمة الدولية لبريد الرسائل ويضفي على البعثات المودعة من جانب بريد ما في بلد أجنبي شكل بعثات الخدمة الداخلية بهذا البلد. وعليه، يستفيد البريد المشار إليه من التعريفات البريدية للخدمة الداخلية، مما يجذب المؤسسات إلى التعامل مع البريد تفضيلا على التعامل مع منافسيه. نحن نحاول أن نقدم نفس هذا النوع من الخدمة بالنسبة للطرود الدولية. وبالنسبة للطرود، نأمل أن يكون النفاذ المباشر جاذبا بصفة خاصة للتجار على الإنترنت أو الموزعين على الخط، الذين يحاولون أن يكونوا أقرب بطريقة محسوسة من زبائنهم ويحاولون الحصول على تعريفات تجارية تنافسية. ويعرض العديد من المستثمرين البريديين منصات إلكترونية محورية للتجارة الإلكترونية. إن النفاذ المباشر هو الحل فيما يتعلق بالتسليم وهو الحل الذي يساعدنا جميعا على تقديم خدمة تسويق شاملة متكاملة (تحت شكل



أن تتم أيضا معالجة الطرود بأكبر فعالية ممكنة في الجمارك.

هل تعتقدون أن الاتحاد البريدي العالمي يمكنه حقا أن يخلق الفرق في قطاع تنافسي بنفس قدر قطاع الطرود؟

تماما. فلدينا خدمة يسهل النفاذ إليها وبأسعار معقولة. وتتعاون الفرق مع بعضها البعض وعندما نريد أن نغير الأشياء، أثبتنا أننا نستطيع أن نفعل ذلك. فلنأخذ كمثال الحصص البرية للوارد. انطلقنا من بلاد كانت تحدد بنفسها حصصها البرية للوارد لنصل إلى قرار من مؤتمر بوخارست يعطي لمجلس الاستثمار البريدي السلطة اللازمة لتحديد السعر بنفسه ومنح علاوات للبلاد التي تعهدت بتقديم بعض عناصر الخدمة النوعية. واليوم، نجد أنفسنا إلى حد ما في عجلة بسبب تطور اتجاهات السوق والأزمة المالية ولكننا أثبتنا أنه، عند الحاجة، نحن قادرون على إعادة تحديد قدراتنا.

تشاطرون هذا الرأي؟

أعتقد أنه من المهم الثقة في شبكتنا. فلدينا أكثر من نقطة اتصال واحدة بالمقارنة بأي مؤسسة أخرى ويجب أن نتحدث عن المزايا التي توفرها لنا شبكتنا. إن أي علامة عالمية تعتبر قوية عندما يعرف الزبون أن مستوى الخدمة المرتفع الذي يحظى به في بلد ما هو نفسه الموجود في بلد آخر. فنحن، المستثمرين البريديين، لدينا أيضا نقاط مشتركة مثل سهولة النفاذ إلينا وأسعار خدماتنا المعقولة التي تميزنا. وعلمنا أن نسوق أنفسنا بطريقة أفضل مع الأخذ بعين الاعتبار الوعود التي قدمناها لزبنا.

التشريع الجمركي يمر حاليا بتعديلات مختلفة في العديد من البلاد. فما هي عواقب هذه التغييرات بالنسبة للتخليص الجمركي على الطرود الدولية؟

هذا عالم جديد يفتح هنا. فقد يكون للتغييرات مثل تسجيل تبادل البيانات الجمركية الإلكترونية في التشريع انعكاسا هاما على عملياتنا، نظرا لأن جزءا كبيرا من الطرود التي نعالجها ما زال يتم إيداعه في الشباك ولا يتكون من إرساليات تجارية موحدة قياسيا مع عرض وتسجيل إلكتروني للمعلومات الجمركية. ولدينا في الاتحاد البريدي العالمي فرق ممتازة تعمل في مجال هذه المسألة. ومن المهم أن يتوفر لدينا الوقت والمعارف اللازمة من أجل التعاون بصفة وثيقة مع المنظمة العالمية للجمارك من أجل

بريد دعائي) عند التوزيع (بفضل النفاذ المباشر) مرورا بالبيع (بفضل المنصات المحورية الإلكترونية للتجارة الإلكترونية). إن مثل هذه الخدمة الشاملة المتكاملة تلبي احتياجات الزين الذين ينتظرون من المستثمرين حلولاً وشراسة معهم لمساعدتهم في النفاذ إلى أسواق جديدة وفي التطور.

مع تحسن نوعية خدمة الطرود البريدية، يراجع الفرق مع خدمة البريد العاجل الدولي. وترى البلاد الأعضاء أن لجنة "الطرود" وتعاونية البريد العاجل الدولي يجب أن يتعاونوا بطريقة أوثق، فما هي الطريقة التي يمكن بها لهذين الجهازين أن يعملوا من أجل تحديد أفضل لمنتج كل منهما؟ من المفترض أن تكون الطرود والبريد العاجل الدولي خدمات تكميلية وليس تنافسية. إن تعاونية البريد العاجل الدولي ولجنة "الطرود" تتبادلان بالفعل العديد من المعلومات ليمكنهما أن يفهما بطريقة أفضل سلوك زين كل منهما. وعلى سبيل المثال، تتم دعوتي لاجتماعات مجلس إدارة تعاونية البريد العاجل الدولي ونحن ندعو أعضاءها إلى اجتماعاتنا. وفي منطقة آسيا/المحيط الهادي، ننظم سويا ندوات ونأمل أن يتيسر لنا القيام بذلك في مناطق أخرى.

يؤكد البعض أن الصورة نقطة ضعف للمستثمرين المعينين بسبب عدم وجود علامة مشتركة من سوق لأخرى. فهل



## جولة في الآفاق البريدية

### الاندماج التاريخي

### ePostal كله في بوابة واحدة

اعتباراً من أبريل/نيسان ٢٠٠٩، يجمع بريد جنوب أفريقيا كل خدماته البريدية الإلكترونية ببوابة وحيدة تسمى ePostal. وقد تم تسجيل أكثر من ١٢١ ألف مستخدم بها. إن هذا الموقع الجديد موجه للإدارات وللمؤسسات الكبيرة والصغيرة والمتوسطة والأفراد على حد سواء. وهي تقدم خدمة البريد المختلط ودفع قوائم الحساب من أجل تجديد الصناديق البريدية أو دفع مخالفات الطريق على سبيل المثال. ويمكن دفع قوائم الحساب على الخط عن طريق البريد الإلكتروني أو الفاكس أو الرسالة الهاتفية القصيرة. وتتم الخدمات الإلكترونية بزيادة سنوية قدرها ٦٠٪ وذلك منذ ثلاث سنوات.

المصدر: Itweb

المال والدولة الدانماركية ٤٠٪، وسوف يتم اتخاذ القرارات بالتساوي بين الدولتين وسوف يقع مقر المؤسسة الجديدة بسولنا، بالقرب من أستوكهولم. ويتعلق الأمر بدمج تاريخي يسمح للمؤسستين القوميتين بزيادة تنافسيتهما ودعم موقعهما في السوق البريدية لبلاد الشمال.

المصدر: ANP

وقع وزير المؤسسات والطاقة والاتصالات بالسويد ونظيره الدانمركي للنقل على اتفاق شراكة يتم التأكيد فيه على دمج بوسطن أيه. بي وبوست دانمرك. وسوف يتم النظر في هذا الدمج بمعرفة سلطات التنظيم المقابلة. وسوف يكون حجم أعمال المؤسسة المدمجة السنوي حوالى ٤٥ مليار كورونة سويدية (٥ مليارات دولار أمريكي) وسوف تضم ٥٠ ألف موظف. وتمتلك الدولة السويدية ٦٠٪ من رأس

### GeoPost في السوق البريدية

التي يتجاوز وزنها ٢ كغ بين المؤسسات. ويمكن لهذا الضوء الأخضر أن يخلق سابقة. فالتنظيم البريدي الهندي يخضع حالياً لتعديلات ومنها تعديل يهدف إلى تحديد حد أقصى للاستثمار الأجنبي في مؤسسات إرسال الرسائل وهو نسبة ٤٩٪.

المصدر: إيكونوميك تايمز إنديا

صرحت الحكومة الهندية لشركة جيوبوست، المؤسسة البريدية الفرنسية للطرود، شراء ٦٠٪ من حصص شركة الطرود بالتوزيع السريع كونتيننتال إير اكسبرس. إلا أن هذا الشراء يخضع لشروط: قطاع الرسائل والطرود الصغيرة لغاية ٢ كغ يظل مخصصاً للمستثمرين الهنود بموجب التنظيم الدولي. وسوف يتم قصر أنشطتها على التوزيع السريع للطرود

### عدد أقل من الأميين

باع البريد البلجيكي ٢٠ مليون طابع أعياد ميلاد (بابا نويل) بمبلغ إجمالي يصل إلى ٨٤٠ ألف يورو وهذا نجاح حقيقي. فكل طابع بريد مباع، يخصص ٢ سنت لصندوق البريد من أجل محو الأمية. إن الأمية ما زلت إشكالية مهمة وتخصص، حسب البيانات الحديثة المتوفرة، مليون مواطن بلجيكي يجدون صعوبة في القراءة والكتابة. وتستخدم الأموال التي يتم ضخها في هذا الصندوق لبحث الروح الخلاقة للمنظمات والجهات المعنية بهذا الوباء وتشجيع العائلات من أصول أجنبية على إلحاق أطفالهم بالمدرسة في أقرب وقت ممكن ومساعدة النساء من أصول أجنبية على تجاوز العقبات المرتبطة بالأمية.

المصدر: بيان صحفي، مؤسسة الملك بودوان

## جولة في الآفاق البريدية

### عقود برازيلية على الخط الإلكتروني

في العام الماضي، عالج البريد البرازيلي تقريبا كل مناقصاته وعقوده من أجل شراء السلع والخدمات عن طريق الإنترنت، أي أكثر من ٣ آلاف بمبلغ قدره ٩٠٠ مليون دولار أمريكي. وتعتبر هذه العمليات الإلكترونية مفيدة في آن واحد للبريد ولالاقتصاد البلد. وهناك أكثر من مؤسسة تشارك في هذه المناقصات، والمنافسة تتزايد ويتم تبسيط الإجراءات وضمان

الشفافية. وهناك مزية أخرى، تم تخفيض التكاليف بنسبة ١٨,٧٪ أي وفر يقارب ٢١٨ مليون دولار حتي أن البريد قد قام لتوه بإنشاء موقع على الإنترنت مكرسا لهذا النشاط.

المصدر: البيان الصحفي، Empresa de Correios

### الرمز البريدي يتجدد

قام بريد المغرب بإعادة هيكلة رمزه البريدي من أجل إدخال الأداء التلقائي على عمليات الفرز وبلوغ الحد الأمثل لتوزيع البريد. وهناك معايير دولية جديدة تطبق على الرموز البريدية تحدد جغرافيا كل قطاع وكل حي ووكالة ومركز بريد من أجل التسليم بالشبائيك وفي الصناديق البريدية. هكذا، يقدم بريد المغرب منذ الآن فصاعدا لزبن «الحسابات الكبيرة» الذين يولدون أحجاما كبيرة من البريد توزيعا يتم في نقطة واحدة ومرامزة لقواعد بياناتهم وكذلك الأدلة المادية أو الرقمية.

المصدر: بيان صحفي ، بريد المغرب

### استهداف التعليم

يشارك Deutsche Post World Net (DPWN) الألماني ويساهم في تمويل مشروع تربوي اسمه «Teach First Germany» موجهها إلى تلاميذ المدارس الإعدادية والثانوية. وسوف يشارك موظفو المجموعة الألمانية في هذه المبادرة كمتطوعين. وسوف تتم دعوتهم لشرح مهنتهم والكفاءات المطلوبة لممارستها في الفصول التي تشارك في هذا المشروع. وسوف يعمل البريد على تمويل وتنظيم فترات تدريبية صيفية يتم خلالها توعية أطفال العاملين بالبريد الألماني ودي اتش إل بالإمكانيات الكامنة بالنسبة لهم بسوق العمل. وسوف يتم تأهيل طلبة جامعيين يتم اختيار أفضلهم لمساعدة العاملين التربويين في المهمة التي يقومون بها لتحفيز الشباب على تحسين نتائجهم وكفاءاتهم.

المصدر: بيان DPWN

### جريدة حسب الطلب

يقوم البريد السويسري في زيوريخ بتجربة «Personal News» (الأنباء الشخصية) وهي جريدة يومية يتم اختيار محتواها بمعرفة القارئ من بين عشرين جريدة سويسرية وأجنبية. فأمام تراجع البريد التقليدي، اختار البريد السويسري هذا المنفذ الجديد: تشكيل صحيفة حسب الطلب بالتعاون مع الناشرين الصحفيين المهتمين بتوسيع قاعدة قرائهم. وبلاستعانة بموقع إلكتروني مكرس لهذا الموضوع، يقوم شخص باختيار قسم محدد من ضمن عشرين عنوانا

أجنبيا وسويسريا ناطقا بالألمانية تقريبا ويحصل في اليوم التالي على جريدته الورقية بالأسود والأبيض أو عن طريق البريد الإلكتروني بالألوان. وقد صمم البريد السويسري برنامجا إلكترونيا الذي يسمح بإدخال الأداء التلقائي على سلسلة الإنتاج كلها، من وضع الترتيب ولغاية صناعة الصحيفة لدى مطبعة في زيوريخ. وتتم تجربة هذا المشروع لمدة ٣ شهور.

المصدر: Le Temps





Misez sur la planète en choisissant des matériels conçus selon les règles d'un Système de Management de l'Environnement (certifié ISO 14001).

# Optimiser vos performances.



SOLYSTIC, PARTENAIRE DES SERVICES POSTAUX DEPUIS 60 ANS.

Pour fidéliser leurs clients, les services postaux exigent toujours plus de performance de leurs équipements. En consacrant 10 % de son chiffre d'affaires à la R&D, SOLYSTIC est à même d'anticiper les besoins des opérateurs postaux et de leur proposer des solutions d'avenir.

Choisir les équipements SOLYSTIC, c'est miser sur l'innovation afin d'optimiser vos performances.

[www.solystic.com](http://www.solystic.com)



Des solutions postales d'avenir



# الشبكة البريدية



من أجل تحويل الأموال دولياً  
وبسعر في متناول الجميع

