

UNION POSTALE

ديسمبر / كانون أول ٢٠١٠

الأحداث التي تحرك القطاع البريدي
منذ ١٨٧٥



الاتحاد البريدي العالمي ، مؤسسة متخصصة
من مؤسسات الأمم المتحدة



الاتحاد الأوروبي
يطلق عملية التنافس

الكاتبة الشابة
للمرسالة الفائزة
تزور برن

المؤتمر الاستراتيجي
مستقبل القطاع
البريدي

ألم يحن الوقت للاشتراك؟

منذ عام ١٨٧٥، تقدم مجلة الاتحاد البريدي الأنباء عن القطاع البريدي الدولي لصالح الأطراف المعنية في هذا القطاع. ويتضمن ذلك المنظمين والرؤساء التنفيذيين والخبراء التشغيليين والعاملين بمكاتب البريد والمفكرين الاستراتيجيين والموردين والأكاديميين وهواة طوابع البريد وأي أحد آخر له مصلحة وثيقة مع البريد.

اشتركوا في الاحتفالات بمرور ١٣٥ عامًا على مجلة الاتحاد البريدي. بالاشتراك منذ الآن لكي يصلكم، باللغة المرغوبة، ٤ أعداد سنويًا من هذه المجلة الفاخرة التي تصدر بالألوان. ويمكن لأي مشترك خاص في أي مكان من العالم أن يشترك مقابل ٥٠,٠ فرنكا سويسريا سنويا. وتطبق أسعار خصم خاصة على المستثمرين البريديين من البلاد الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي.



أرسلوا إلينا فاكسا بطلبكم الآن على الرقم :

00 41 (0) 31 350 37 11 أو وجهوا إلينا رسالة

إلكترونية إلى العنوان الإلكتروني التالي

faryal.mirza@upu.int تتضمن التفاصيل التالية:

الاسم :	
المنصب :	
المنظمة / المستثمر :	
العنوان البريدي كاملاً :	
العنوان الإلكتروني :	
رقم الهاتف :	
رقم الفاكس :	

اللغة المرغوبة :	
الإنجليزية	
الفرنسية	
العربية	
الصينية	
الألمانية	
الروسية	
الإسبانية	

الفهرس

قصة الغلاف

تغيير جذري في شكل القطاع البريدي

ما يقرب من ٦٠٠ مندوب التقوا في نيروبي من أجل مناقشة مستقبل القطاع

١٣

المقالات

الاتحاد الأوروبي يفتح باب التنافس

أول يناير/كانون ثان، ٢٠١١ هو أول يوم لإطلاق السوق البريدية الأكثر تنافسية في أوروبا

٨

الكتابة الشابة للرسالة الفائزة تزور برن

الفائزة في مسابقة الدولية في كتابة الرسائل لعام ٢٠١٠ جاءت من فييتنام

١٧

العناوين تتجاوز الرسالة في مدلولها

إن العنوان لا يُعتبر مجرد علامة كما اتضح ذلك من مؤتمر البريدي العالمي الأخير الخاص بالعنونة

٢٠

شخصيات

اللقاء والتحية

يعمل وينغ- تونغ يام بالشباك في مكتب بريد كولون بيبي، بهونغ كونغ

٢٣

اللقاء

الرئيس التنفيذي يجدد الأشرعة القديمة

الرئيس التنفيذي الجديد لبريد استراليا، السيد أحمد فهور، مستعد للمستقبل

٢٤

الأبواب

بإيجاز

٤

كلمة رئيسة التحرير

٥

لمحة شخصية من الاتحاد البريدي العالمي

٧

جولة في الآفاق البريدية

٢٩



الغلاف: ياسويوشي شيبا
(اي بي ايه/كيستون)

ديسمبر/كانون أول

٢٠١٠

المدير، برنامج الاتصال: ريال ليبلان (ر.ل.)

رئيسة التحرير: فريال ميرزا (ف.م.)

المساهمون: شانتال بريت وكابيتلين براون (سي.بي.)

جبروم دويتشمان (ج.د.)، مونيك كيوغمان

المساعدة الإدارية: جيزيل كورون

المصورون: مارسيل بيري وياسويوشي شيبا وأورس فليولير

والكساندر بلاتيه ودانييل ريز

الرسوم: لوطا نيمنين

الترجمة إلى العربية: ماجدة بكير

التصميم: Die Gestalter, Saint-Gall (Switzerland)

الطباعة: Gassmann AG, Biel (Switzerland)

الاشتراكات: publications@upu.int

الدعاية: faryal.mirza@upu.int

الطباعة على ورق FSC بوسيلة وحبر موافقين للبيئة.

إن الآراء المعرب عنها في المقالات لا تعكس لزماً آراء الاتحاد البريدي العالمي.

ومن المصرح إعادة نشر مقاطع من النشرة طالما أن العبارة التالية تصحبها: ©

Union Postale (UPU)

Union Postale
International Bureau
Universal Postal Union
P.O. Box
3000 BERNE 15
SWITZERLAND

هاتف: +٤١ ٣١ ٣٥٠ ٣٥ ٩٥

فاكس: +٤١ ٣١ ٣٥٠ ٣٧ ١١

بريد إلكتروني:

faryal.mirza@upu.int

Website:

www.upu.int

إن مجلة الاتحاد البريدي تحمل شعلة الاتحاد البريدي العالمي منذ ١٨٧٥. وهي تصدر كل ثلاثة شهور بسبع لغات وتغطي أنشطة الاتحاد البريدي العالمي والأنباء الدولية والابتكارات في القطاع البريدي. وتنتشر المجلة أيضاً مقالات رئيسية عن الموضوعات الفنية التجديدية وكذلك أحاديث مع القادة بالقطاع البريدي. ويتم توزيع مجلة الاتحاد البريدي على المستثمرين والوزارات المسؤولة عن البريد والمنظمين في ١٩١ بلداً عضواً في الاتحاد البريدي العالمي وخصوصاً على الآلاف من متخذي القرار الذين يعتبرون المجلة مصدراً قيماً للمعلومات.

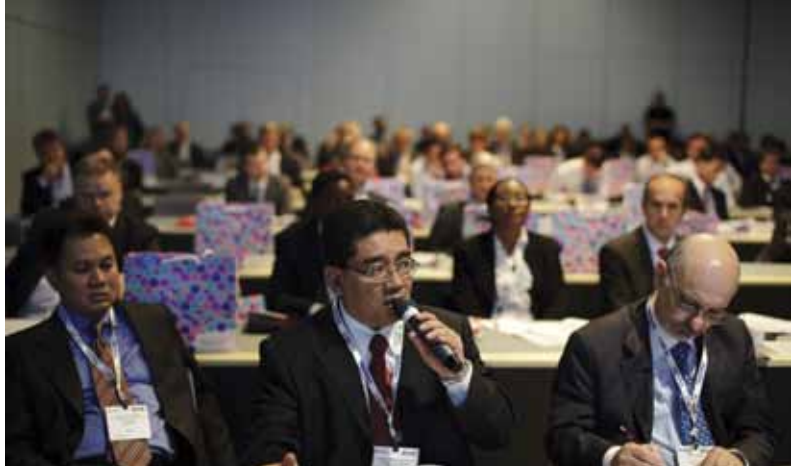
تصدر مجلة الاتحاد البريدي باللغات الألمانية والإنجليزية والعربية والصينية والإسبانية والفرنسية والروسية

القادة يناقشون اتجاهات القطاع

اتخذته الشركتان الشماليتان كان مناسباً لهما، على حد ما قال السيد نورديستروم. ولكن على المستثمرين البريديين أن يأخذوا بعين الاعتبار بالنسبة لأنفسهم التوجه الاستراتيجي الأفضل بما أن هناك اليوم العديد من العوامل التي تؤثر على القطاع البريدي. وقال «إن التغيير يهب على كافة أنحاء العالم كالإعصار في قوته». وقد تكرر صدى هذا الموضوع فيما قاله المتحدثون الواحد تلو الآخر.

تكيف المنتجات بالمتطلبات

تحدث رئيس بريد اليابان ومديره التنفيذي، السيد شينيتشي نايكورا، عن أهمية تحديد اتجاهات المستهلكين من أجل تكيف المنتجات والخدمات البريدية بحيث تلبي التطور في الاحتياجات. فمع تزايد انطواء المستهلكين اليابانيين وبقائهم في منازلهم بسبب الأزمة الاقتصادية الأخيرة، تصاعد نشاط تجارة التجزئة الإلكترونية (بنسبة ٥٪ سنوياً في المتوسط) وأصبحت توفر فرصاً لتتيح نشاطاً لوجيستياً بريدياً. وكان هناك أيضاً متحدثون آخرون من مستوى رفيع بما فيهم السيد أهتي كالاست، رئيس مجلس إدارة بريد استونيا والسيد انجمندر سيغوربالسون، المدير التنفيذي لبريد أيسلندا والسيد داغ مجدل، المدير التنفيذي لبريد النرويج. ولمدة ثلاثة أيام، زار حوالي ٤٠٠٠ شخص معرض بوسـت إكسبو وهو أكبر معرض ومؤتمر للتقنية البريدية في العالم. ر.ل.



المنديبون في المنتدى يتحدثون صورة مايكل بوتاجر (سكايبكس / كيبستون)

post. فبالنسبة لقطاع مثل قطاعنا موجهاً نحو تقديم الخدمات، يوفر هذا الموقع فرصة لتنمية فضاء آمن على الإنترنت يتم فيه دمج الأبعاد المادية والمالية والإلكترونية للبريد ويقدم قيمة جديدة للزبون». وقد قام السيد لارس نورديستروم المدير التنفيذي لبريد الشمال «بوسـت نوردين»، بافتتاح المنتدى في كوبنهاغن بالدانمرك. إن هذا الكيان وهو أول شركة أتت بها عملية الاندماج بين مستثمرين بريديين قوميين اثنين هما المستثمر البريدي السويدي والمستثمر البريدي الدانمركي، أعطى المثل على التحول الكبير الذي يشعر بعض أعضاء القطاع البريدي بأنهم على استعداد للقيام به وهم يحددون الاستراتيجية المقبلة لتغطية احتياجات الزبون.

وبما أن المستثمرين البريديين في العالم أجمع يبحثون عن الوسائل التي تسمح لهم بأن يظلوا تنافسيين في سوق اتصالات متنامي، فإن قرار الاندماج الذي

للسنة العاشرة، اتسم تواجد الاتحاد البريدي العالمي في معرض بوسـت - إكسبو، الحدث السنوي لقطاع البريد، بحضور قوي للغاية وتم خلاله تنظيم المنتدى العالمي للمؤسسات البريدية. وقد تبادل قادة هذا القطاع مع المئات من المندوبين وجهات النظر حول كيفية التغلب على الأزمة المالية.

وقال المدير العام للاتحاد البريدي العالمي، السيد إدوارد ديان، أن التنوع والتجديد «هما مفتاحا القطاع البريدي». وشدد على دور الاتحاد البريدي العالمي في دعم هذه الاتجاهات بمشروعات مثل مشروع النطاق الإلكتروني دوت بوسـت post. «فللمحافظة على دورهم ولدعمه كموردين محل ثقة بالنسبة للخدمات التي يقدمها طرف ثالث، يجب على المستثمرين البريديين في العالم وعلى زبائنهم ومورديهم أن يعتمدوا العصر الرقمي تماماً. وهذا هو سبب الحماس الذي يشعر به الاتحاد البريدي العالمي تجاه موقع دوت بوسـت

فيديو معرض بوسـت إكسبو ٢٠١٠

<http://tinyurl.com/post-expo-2010>

قناة يوتيوب

<http://www.youtube.com/universalpostalunion>

تصحيح

الاتحاد البريدي، العدد ٣ لعام ٢٠١٠، صفحة ١١، في الواقع أن المنهجية الإجمالية تمت قيادتها بنجاح في منطقة أفريقيا الجنوبية.

هذا هو عدد المندوبين الذين اشتركوا في مجلس الإدارة المنعقد في نوفمبر/ تشرين ثان.

الرقم
٧٦٧

كلمة رئيسة التحرير

مناقشتها، نجد الاتجاهات في البريد والعنونة والبريد الدعائي والتنظيم والخدمة الشمولية. وقد تضمن هذا النشاط المكثف استقبال الفائزة في المسابقة السنوية لكتابة الرسائل ببرن من أجل تسلم جائزتها (ينظر إلى المقال).

وعند قراءة المجلة هذه المرة، سوف تجدون أنه يوجد ببعض المقالات وصلات تشير إلى المضمون متعددة الوسائط المتعلقة بالموضوع الوارد على الشبكة العنكبوتية الإلكترونية العالمية (الإنترنت). وإنني أشجعكم على مراجعة هذه الوصلات. فسوف تزايد هذه الإشارات في المستقبل مع التنامي المتدرج للإنتاج متعدد الوسائط (مالتيميديا) لبرنامج الاتصال. وتتضمن الوسائل متعددة الوسائط مطبوعات مازالت تعتبر عنصرا هاما للتواصل بخصوص الاتحاد البريدي العالمي وأنشطته والقطاع البريدي بصفة عامة. فريال ميرزا، رئيسة التحرير

مع اقتراب نهاية عام ٢٠١٠، تتجه كل الأنظار في القطاع البريدي إلى ما سوف تؤدي إليه عملية تحرير السوق الأوروبية في ٢٠١١. و تتعدد التساؤلات التي تدور في فكر المستثمرين البريديين والمنظمين. ما مدى المساواة في قواعد ونظم العمل التي تطبق عندما يتم فتح السوق الأوروبية للاتحاد الأوروبي رسميا للمنافسة؟ ما الذي قد يحدث بالنسبة للالتزام بالخدمة الشمولية؟ إن الاتحاد البريدي العالمي يضطلع على الصعيد العالمي بدوره عندما يفتح باب النقاش بين أعضائه وهو على استعداد لتقديم النصيحة. وفي أحد المقالات، يتم عرض الجوانب التي تحيك هذا الموضوع المعقد والذي يؤثر على جميع المستثمرين بشكل ما.

وفي هذه المرة، تعرض مجلة الاتحاد البريدي جدول الأعمال المشحون لمجلس الإدارة المنعقد خلال شهر نوفمبر/ تشرين ثان بما في ذلك المحاضرات التي تنصب على موضوعات تهم بلدنا الأعضاء. ومن الموضوعات التي تتم

جزء يعين عناصر العنوان والجزء الآخر يتضمن النموذج الذي يبين للمستخدمين كيفية تحويل هذه العناصر إلى عنوان مصمما بطريقة مناسبة. وقد قالت السيدة إيما غودير هام من فريق عمل المعيار S42 لمجلس الاستثمار البريدي خلال الحفل أن العناوين المتوافقة مع المعيار لها فوائد متنوعة. كما قالت «إنه يكمل مبادرات الاتحاد البريدي العالمي الخاصة بالعنونة ويعمل على تحسين نوعية العنوان وإمكانية توزيع البريد ويخفض من عدد البريد الدولي الذي لا يمكن توزيعه والبريد المعاد كما يخفض من تكلفة المعالجة».

وقال السيد علي بخيت من البريد السعودي وهو أحد المستثمرين البريديين الذين استخدموا بالفعل هذا المعيار أن الفوائد الفورية متعددة. وأشار إلى «أنه يؤدي إلى تسهيل معالجة البريد الأجنبي الصادر والوارد ويساعد في التحقق من صحة العنوان وتحسين نوعية المراقبة وينجم عنه تحسين الخدمة البريدية».

وهناك فريق العمل S42 وهو مكرس للمعيار ويساعد البلاد الأعضاء على تطوير النماذج التي تركز على عينة من العناوين التي تم تصميمها بطريقة مناسبة. ثم يقوم الفريق بتوفير النماذج على شكل ملفات إلكترونية يسهل استخدامها ودمجها في البرمجيات الإلكترونية للعنونة الموجودة. ف.م./ ج.د.



ديان يهنى البرتغال صورة: ألكساندر بلاتيه

العنونة

مكافأة لتطبيق المعيار S42

وبريطانيا العظمى وإيطاليا والمغرب وهولندا وزيلندة الجديدة والبرتغال والمملكة العربية السعودية وجنوب أفريقيا والولايات المتحدة وفنزويلا بمنحها شهادات.

وتتشارك هذه البلاد في نقطة واحدة وهي استخدام عناوين مطابقة للمعيار S42 وهو معيار مكون من جزئين. فهناك

تمت مكافأة سبعة عشر بلدا لأنها طبقت معيارا اختياريًا للاتحاد البريدي العالمي وهو معيار S42 على نماذج العناوين الإلكترونية مما يسرع إلى حد بعيد بمعالجة البريد. وفي حفل نظم أخيرا، قام المدير العام للاتحاد البريدي العالمي، السيد إدوارد ديان، بمكافأة أستراليا والبرازيل وكندا وشيلي وفنلندا وفرنسا وألمانيا

الاحتفال بالحدث بأسلوب مبتكر

وافتححت الكامبيرون منشآت بريديّة تمّ تجديدها وفي مدينة إربيل في العراق تمّ تنظيم مهرجان ثقافي وفي بوركينا فاسو تمّ تنظيم سباق دراجات.

خدمات جديدة

كان هذا الاحتفال أيضا مناسبة بالنسبة للمستثمرين البريديين لبيّنوا فيها كيف أن تشكيلة الخدمات المتزايدة لديهم تتناسب الاحتياجات المتغيرة للزبن. وأطلق البريد الهندي الأسبوع القومي للبريد ملقيا الضوء كل يوم على خدمة بريديّة مختلفة من حسابات الادخار إلى التأمين على الحياة. وأطلق بريد ماكو خدمته الجديدة «لأجور البريديّة التي يدفعها المرسل اليه» وقام البريد التونسي بالترويج لخدماته الإلكترونيّة خصوصا التي تركز على الرسائل الهاتفية النصية القصيرة SMS وهي خدمة «m-Poste». ج.د.

صور اليوم العالمي للبريد:

<http://tinyurl.com/world-post-day-2010>

Flickr channel

http://www.flickr.com/photos/universal_postal_union/

universal postal union
universalpostalunion

هذا الملصق، تمّ تصميم شعار انترنت على شكل رسوم متحركة وقام عدد من المستثمرين البريديين بضمه لمواقعهم. أما التجديد الآخر فهو إطلاق المسبوكة (الوجو) الجديدة متعددة الألوان والخاصة باليوم العالمي للبريد والتي تمّ عالميا إعادة طبعها على العديد من المطبوعات والطوابع والأشياء التذكارية والملابس البريديّة المدفوعة مسبقا.

متنوع وملون

لقد احتفل المستثمرون البريديون بالحدث بعدد من الطرق الابتكارية. فكانت هناك احتفالات أقيمت على شرف العاملين البريديين الاستثنائيين في أدائهم وقدمت الجوائز للفائزين القوميين في المسابقة الدولية لكتابة الرسائل الخاصة بالاتحاد البريدي العالمي. وفي متحف الاتصال بليتوانيا، استطاع الزوار أن يحصلوا على دخول مجاني. وتمّ تنظيم أيام مفتوحة في مراكز معالجة البريد. وفي البحرين وإيطاليا وباكستان وبولندا وسنغافورة وسريلانكا تمّ طبع إصدارات جديدة للطوابع. وفي المغرب والمملكة العربية السعودية تمّ تنظيم المعارض لهواية طوابع البريد.



أطفال من مدرسة سان جوزيف بنتزانيا وهو يغنون خلال الاحتفالات صورة بريد تنزانيا

إن يوم البريد العالمي، الذي يرمز إلى ذكرى إنشاء الاتحاد البريدي العالمي في ٩ أكتوبر/ تشرين أول ١٨٧٤، تمّ الاحتفال به حول العالم هذا العام تحت شعار «بريد متجدد ومناسب». وقد أبرز الاتحاد البريدي العالمي الحدث بإطلاق مجموعة جديدة من أدوات الاتصال. فكان هناك ملصق جديد يصور الناس حول العالم وهم يتبادلون الهدايا وذلك على خلفية مكونة من الطوابع وكان هذا الملصق هو حجر الزاوية في هذه الحملة. وبالإستناد إلى

نوفمبر/ تشرين ثان



جوائز صندوق تحسين نوعية الخدمة تمنح للفلبيين والمجر وكازاخستان واوزبكستان ورومانيا وسانت فنسان وغرينادين

٢٥ أكتوبر/ تشرين أول - ١٢ نوفمبر/ تشرين ثان



اجتماع مجلس الإدارة ببرن بوجود ٧٦٧ مندوبا من ١٠٢ بلدا عضوا لحضور ١٢٩ اجتماعا. صورة مارسيل بييري كيستون

٩ أكتوبر/ تشرين أول



اليوم العالمي للبريد يطلق مسبوكة (لوجو) جديدة

سبتمبر/ أيلول



ثلاث دراجات نارية قامت لمدة عام في فريتاون بيسرايون بتسليم البريد بالتوزيع السريع بعد أن قامت إدارة تنمية التعاون في الاتحاد البريدي العالمي بشرائها بتمويل من البريد الايطالي

تجهيز التنمية

الاسم ساندرا بونفيللي
المنبص مساعدة تنسيق العمليات
إدارة تنمية التعاون
الجنسية سويسرية/إيطالية



للمنتجات المختلفة مع عدم نسيان المنشأ الجغرافي للتجهيزات. ويتم ذلك بحيث تحقق بلادنا الأعضاء أفضل صفقة وتحصل على أفضل معدات بأفضل الأسعار وبأقصر وقت ممكن. «وعلى حد ما قالت شارحة: «نحن نحاول أن نجعل بقدر الإمكان المشتريات صديقة للبيئة ونأخذ ببعض الاعتبارات مثل فترة الصلاحية والتكاليف غير الظاهرة».

إن الدور الذي تقوم به السيدة بونفيللي يناسبها تماما بما أنها تعمل كنقطة الاتصال الرئيسية بين الأطراف الداخلية المؤثرة والبلاد الأعضاء والموردين والشركاء الآخرين. وهي تقول بهذا الشأن: «إنني أحب الاتصال المباشر مع الناس. ويجب أن أقر أن ذلك هو أكثر الجوانب المرضية في عملي اليومي».

وقد اشتركت السيدة بونفيللي أيضا في مشروعات ضخمة هذا العام: امداد هايتي بالتجهيزات والمعدات إثر الزلزال الكبير الذي وقع في يناير/كانون ثان ٢٠١٠. «إن الأمر هنا كان كارثة تسببت في خسائر كبيرة في البنية البريدية القاعدية. وتقديم المساعدة الملموسة في هذا المجال أمر مريح».

«عندما نجمع كل هذه الأشياء سويا، يمكنني حقا أن أقول إنني أحب العمل الذي أقوم به» على حد ما قالت في الخلاصة. «فأنا أقوم بأعمال صغيرة ومتنوعة في كل المجالات ولا أواجه أي لحظة ملل. فهناك كل يوم شيء أتعلمه». سي. بي. صورة ألكساندر بلاتيه.

تتولى إدارة تنمية التعاون وضع مشروعات التعاون من أجل القطاع البريدي. والسيدة ساندرا بونفيللي التي تعمل في الاتحاد البريدي العالمي من ٢٠ عاما تقريبا مسئولة عن تحديد المعدات اللازمة لهذه المشروعات وعن البحث والحصول عليها. وهي تقول «دوري هو جمع المعلومات عن السوق وإجراء الدراسات عن النوعية والسعر بالنسبة

ديسمبر/كانون أول



الاتحاد البريدي العالمي يوافق على التوقيع على مذكرة تفاهم مع الرابطة العالمية للمعايير.

١٨ نوفمبر / تشرين ثان



ارمين برون، رئيس مجلس إدارة يوروجيرو، حضر إلى برن للتوقيع على اتفاق لربط شبكة الدفع الخاصة بالشركات التجارية مع الاتحاد البريدي العالمي. صورة ألكساندر بلاتيه

١٧ نوفمبر/ تشرين ثان



المدير التنفيذي لبريد استراليا، السيد احمد فهور يزور الاتحاد البريدي العالمي لأول مرة صورة: اورس فليولير / كيستون

١٢ نوفمبر/تشرين ثان



هو شي ثو ثيين، الفائزة في مسابقة الاتحاد البريدي العالمي لكتابة الرسائل، جاءت إلى برن لتعرض رسالتها وللمشاركة في حفل تقديم الجوائز. صورة: دانييل ريز

الاتحاد الأوروبي يفتح الباب للتنافس

مع عملية تحرير الأسواق التي تلوح في أفق الاتحاد الأوروبي، عقد الاتحاد البريدي العالمي منتدى للتنظيم البريدي خلال شهر نوفمبر/تشرين أول ٢٠١٠ حول الانعكاسات الممكنة لفتح الباب أمام التنافس في مجال الالتزام بالخدمة الشمولية. وكان التركيز على أفضل الممارسات والترويج للتنظيم الجيد. وقال السيد موراي بوشنان، مدير الشؤون الاقتصادية والتنظيمية في الاتحاد البريدي العالمي: «نحن نريد أن نرى الظروف الموضوعية التي تتيح للسوق البريدية الازدهار والنمو». وأضاف قائلاً: «نحن نريد أن نساعد بلادنا الأعضاء على فهم المزايا والمزالق في أوضاع أي سوق سواء تعلق الأمر بالتحريير وبالاختكار أو تعلق الأمر بالالتزام واسع للغاية أو ضيق للخدمة الشمولية.»

وقد تضمن أيضا جدول الأعمال دور المنظم. ففي البيئة التي تثير التحدي والتي تخلقها عملية التحرير، يواجه المنظمون مسألة المحافظة على الالتزام بالخدمة الشمولية وكذلك إتاحة الفرصة للأطراف الجديدة في الأسواق أن تتنافس بإنصاف مع المستثمرين المعينين وأن تعدل وتضبط نماذج العمل البريدية التقليدية للأطراف الرسمية. وهناك إطار تنظيمي يضمن عمل هذه السوق بطريقة صحيحة كما يضمن وجود مستوى في النشاط لا يقضي على الطرف الرسمي. إن نشاط المستثمرين البريديين له تأثير هام على الاقتصاد ليس أقله القوى العاملة

يشكل رسميا أول يناير / كانون ثان ٢٠١١ أول يوم تبدأ فيه السوق الأوروبية الموحدة للخدمات البريدية العمل بالنسبة لمعظم أعضاء هذا الاتحاد. وفي مثل هذه الأوقات، تكون رؤية الاتحاد البريدي العالمي واضحة عن مهمته وهو أن يقدم المشورة غير المتحيزة لأعضائه أيا كان الطريق الذي يريدون أن يسلكوه.

بقلم
شانتال بریت



أما السيد مايكل كرو، المشارور في مجال التسعير من جامعة روتغر، بالولايات المتحدة الأمريكية، فقد قال أنه، وفقا للأمر التوجيهي الأوروبي، يجب الإبقاء على الالتزام بالخدمة الشمولية. وذلك يعني أنه يجب أن تتم إدارة المستثمرين البريديين كمؤسسات خاصة تجارية تضطلع بمهمة عامة. وعلاوة على كل ذلك، يجب أن تتم كل هذه المهام في سوق ينكمش في ظل اقتصاد يتراجع. وقد أشار بوشنان في هذا الصدد إلى «أن أهم العوامل المؤثرة في الوقت الحاضر هي الأزمة الاقتصادية أو الخروج منها وما هو نوع الأسواق التي سوف نتعامل معها عندما نخرج من الأزمة» وأضاف «إن الأمر ليس مرتبطا بالإرادة السياسية بالنسبة لسوق محرة واحدة أو بحسن أداء المستثمر المعين أو عدم أدائه أو برغبة المستهلك في توفر الاختيارات. إن المسألة مجرد مسألة بقاء في الظروف الاقتصادية الحالية».

قطاعات متشابهة ومختلفة تماما

في أوروبا، بدأت موجة التحرير في التسعينيات وانطلقت من الرغبة في خلق سوق واحدة في كل الاتحاد الأوروبي. فهناك شركات كانت تملكها من قبل الدولة وتم تحويلها جزئيا أو كاملة إلى قطاع خاص مثل شركات الاتصالات السلكية واللاسلكية والكهرباء والغاز والماء وكذلك مستثمرو السكك الحديدية والناقلون الجويون. وقد اعتبر المشاركون والملاحظون

الكبيرة. وهذه هي «المسؤولية الضخمة التي يشعر بها المنظّمون حاليا بشدة» كما قال بوشنان الذي أضاف قائلا: «يمكن للاتحاد البريدي العالمي أن يساعد وذلك بتوفير مركز محوري مثل منتدى التنظيم البريدي من أجل أفضل الممارسات والمشاكل التي يجب أن يشارك فيها وان يفهمها كل المجتمع التنظيمي».

التنافس

نظريا، تهدف عملية التحرير إلى تحسين الخدمات البريدية وتركز على خلق فرص العمل في الشركات البريدية الجديدة وفي القطاعات المتعلقة بها. إن التنافس من جانب المتدخلين في السوق يجب أن يوفر اختيارات متزايدة للمستهلكين وأن يخلق الحافز لدى موفري الخدمات الشمولية في أوروبا من أجل زيادة الثقة بهم والفعالية. وفي بعض بلاد الاتحاد الأوروبي التي بدأت في المقدمة مثل السويد، فإن هذه الأهداف قد تم الآن بلوغها. «لقد رأينا فوائد واضحة بالنسبة لتقديم الخدمة الشمولية من جانب المنافسة» على حد ما قال السيد ستين سيلاندر في منتدى برن. إن سيلاندر يعمل للبريد السويدي ولوكالة تيليكوم Telecom Agency PTS وهي أحد أكبر المنظمين الأوروبيين الذين يتعاملون مع سوق بريدية مفتوحة تماما منذ ١٩٩٣. وأضاف قائلا: «إن ضغط المنافسة على الطرف الرسمي جعلته بوضوح أكثر إنتاجية وأكثر ربحية بدون تغيير مدى الخدمة الشمولية أو نوعيتها».



حيث يضم ٥,٥ مليون فرد. وعلى سبيل المثال، يعتبر بريد فرنسا «لابوست» ثاني أكبر مستخدم بعد الولايات المتحدة فلدیه ٣٠٠ ألف موظف يعملون. وقد قال بوشمان في هذا المجال: «من الخطر للغاية المقارنة بين الشبكة البريدية وشبكات القطاعات الأخرى لأن البريد مرتبط للغاية بالقوى العاملة». وأضاف قائلاً: «من الخطأ محاولة وضع الشبكة البريدية في نفس الصندوق مع القطاعات الأخرى».

وأياً كانت استراتيجيته، فيجب على البريد أن يختار نموذجاً يناسب احتياجاته الفردية. وبسبب تنوع البلاد الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي فيما يتعلق بالأسواق والتنمية، فالمقاس الواحد لن يناسب الجميع سواء لتحديد الخدمة الشمولية أو التنظيم. ويلج السيد غونزاليس دالكانتارا وهو خبير في الاقتصاد الإحصائي من جامعة انتفيرب، على البلاد أن تختار أحد الاختيارين الاثنین لكل سمة من سمات نموذجها – على سبيل المثال، القيمة أم الحجم، مختلط أم متجانس، أفضل خدمة أم الخدمة الكاملة. ووفقاً لدالكانتارا، ليس هناك اختيارات جيدة وغيرها سيئة ولكن البلاد في حاجة لأن تركز وأن تتابع استراتيجيتها باستمرار. ولن تحتاج بعض البلاد لإجراء إصلاحات هامة بما أن البريد لديها يتمتع بالفعل بمعدلات توزيع مرتفعة للغاية.

أن تحرير أسواق شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية في ١٩٩٨ والطاقة في ٢٠٠٤ قد حقق نجاحاً ملحوظاً. في ذلك الوقت، لم يكن هناك أي سبب يستدعي الشك في أن القطاع البريدي قد يكون مختلفاً.

البريد ناس وليس أنابيب

إلا أن المقارنة بين أسواق هذه الشبكات والسوق البريدية غير صحيحة. «بالفرصة التي يتيحها التجديد الفني في خلق الفعالية في النشاط البريدي محدودة. وبالرغم من أن الطرود والعمليات المصرفية البريدية تعتبر مجالات تتميز بتنافسية كبيرة، إلا أنها لا توفر إمكانية النمو التي تظهر في منتجات الاتصالات السلكية واللاسلكية، مثل الخدمات اللاسلكية والخدمات عريضة النطاق» على حد ما قال السيد كرو. كما أن المتنافسين في الخدمات البريدية قد يستخدمون الطرق العامة بينما يجب على المتنافسين في الاحتكار على صعيد أسواق الطاقة والاتصالات السلكية واللاسلكية أن يستثمروا في بنية قاعدية أو في شبكات عامة مكلفة.

وأخيراً وليس آخراً: بينما تمر الطاقة وتمر الاتصالات السلكية واللاسلكية عبر أنابيب وكابلات، فإن الخدمات البريدية تمر عبر الناس بما أن البريد من أكبر المستخدمين للعمالة في العالم

الأمر التوجيهي البريدي الثالث للاتحاد الأوروبي

الاحتكار الفعال

إن البريد السويسري من أفضل مقدمي الخدمات ومثل أقرانه في البلاد الأخرى خارج الاتحاد الأوروبي فهو يراقب مراقبة دقيقة ما يحدث بالرغم من أنه لا يتأثر مباشرة. وفي نظام يعمل على نحو جيد مثل نظام سويسرا، ليس هناك فائدة عامة من تفكيك التنظيم تفكيكا كاملا، كما يقول السيد يان ريميرت، رئيس تسويق البريد في بريد سويسرا. وهذا على وجه الخصوص في البلاد التي تعد خدماتها ناقصة والتي قد يؤدي فتح السوق فيها إلى تحسينات سوف تقتصر أساسا على القليل من قطاعات الزين. «إن أبسط حل بالنسبة للكل المشاركين هو مورد واحد فعال- أي احتكار يعمل على نحو طيب- لأن أي مورد إضافي سوف يخلق مشاكل تنسيق بالنسبة للتنفيذ إلى العناوين وصناديق البريد وغيره»، كما قال ريميرت لمجلة الاتحاد البريدي. «وفي سويسرا، سوف نجد الحلول لهذه المهام الخاصة بالتنسيق من أجل تقديم خدمة مناسبة لعملائنا. ولكن ذلك لا يتضمن نفاذا منظما من المنبع في سبيل المنافسة كما هو الحال في بريطانيا العظمى».

إن بريطانيا العظمى قد حولت بعض خدماتها العامة إلى قطاع خاص، بما في ذلك النقل العام وحقت درجات متغيرة من النجاح في هذا المجال. وهي الآن في محاولتها الرابعة مع الخدمات البريدية وتأمل أن تكون قد وجدت هذه المرة الإجابة، كما يقول تيم براون، الرئيس التنفيذي للمنظم البريطاني، بوستكوم. فأولا، يجب على الحكومة أن تحرر البريد الملكي من «العجز» الضخم الذي يعاني منه في مسألة معاشات التقاعد، كما قال براون الذي أضاف مشيرا إلى أن المستثمر المعين «مفلس تقريبا» بعد تراجع أحجام البريد والضغط التي يمارسها المستثمرون المتنافسون وجاءت الوسائل الإلكترونية وتسببت في تآكل نشاطه.

أما الاتحاد البريدي العالمي، فإن الأولوية لديه هي المحافظة على سوق البريد العالمي. «إن ما يهمنا هو وجود تبادل اتصال بين البلاد الأعضاء المختلفة ومستثمريهم المعينين في السوق البريدية العالمية. وبشكل جزء هام من ذلك الإبقاء على نوع ما من الالتزام بالخدمة الشمولية في كل بلد لأنه بدون مفهوم الخدمة الشمولية، لن تكون هناك سوق بريدية عالمية متصلة فيها بينها على نحو مناسب»، كما قال بوشمان.

«ومن المؤكد أنه في أول يناير/كانون ثان، لن تكون مجموعة الظروف في أوروبا هي نفسها ولا حتي في نطاق أعضاء الاتحاد الأوروبي السابق وذلك بسبب الأنظمة التنظيمية وأنظمة النفاذ والخدمات الشمولية وطرائق التمويل المختلفة» كما قال السيد بوشمان، و«سوف تكون الأسواق البريدية مختلفة للغاية حتي وإن شكلت نظريا جزءا من السوق الوحيدة. الوقت فقط هو الذي يمكن أن يقول لنا ما إذا كانت عملية تحرير الأسواق البريدية في أوروبا سوف تكون نموذجا يتبعه الآخرون».

شاتال بریت، صحفية حرة تعمل في برن، بسويسرا.

أحجار الزاوية

- تاريخ غير مشروط للانفتاح التام للسوق أمام جميع الدول الأعضاء (٢٠١٠/١٢/٣١) بالنسبة لـ ٩٥ ٪ من سوق الاتحاد الأوروبي، ٥ ٪ ضمان سنتين إضافيتين لغاية (٢٠١٢/١٢/٣١)،
- التعهد بالمحافظة على الالتزام بالخدمة الشمولية،
- دعم الأمر التوجيهي البريدي للاتحاد الأوروبي الموجود وتوضيحه (دور السلطات التنظيمية القومية والتصريح والترخيص).

الالتزام بالخدمة الشمولية

- توفير خدمة تتميز بنوعية عالية
- (على الأقل) خمس مرات أسبوعيا
- في كافة الأراضي
- بسعر معقول
- انفتاح كامل غير مشروط للسوق (لا حقوق تمييزية)
- قائمة غير شاملة لإمكانيات تمويل الخدمة الشمولية
- التوجيه فيما يتعلق باحتساب التكاليف الصافية
- خطوات مناسبة للترشيد كان يجب أن تعتمد من قبل
- التكاليف الصافية للخدمة الشمولية ليست مثل تكاليف توفير الخدمة
- الحسابات تركز على نظام محاسبة مناسب للتكاليف
- تقييم متبادل تقوم به السلطات التنظيمية القومية.



http://ec.europa.eu/internal_market/post/doc/legislation/200806-en.pdf

التنافس يؤدي إلى التجديد

بقلم
فريال ميرزا

يجب عليها خلق التوازن في سيرها على الخط الرفيع الذي يفصل بين عبء الالتزام بالخدمة الشمولية وفوائده؟
إن الأمر هو أنه لدينا، في السوق البريدية، المصلحة الاجتماعية القوية والرغبة في نفس الوقت في الاستفادة من الحوافز التي تخلقها السوق التنافسية. فعلى الإنسان أن يكون عملياً وأن يطبق الأنظمة مع القليل من الفطرة السليمة البسيطة وهذا هو الاتجاه الذي يجب أن يسير فيه الناس.

ومع تطور البدائل الجديدة طوال الوقت، يجب علينا أن نكون واقعيين بخصوص ما هو متوقع عندما يتعلق الأمر ببدائل التوزيع لأن الناس لا يعتمدون اليوم على نظام الرسائل مثلما كانوا يفعلون من قبل ظهور الإنترنت والرسائل النصية.

وإذا كان لدي نقطة أريد أن أضيفها فأود أن أشير إلى أن هناك توقعات مبالغ فيها في بعض الأحيان بخصوص ما تعنيه عملية التحول إلى القطاع الخاص نفسها والتركيز قليل على فوائد المنافسة. ففي الواقع أن التنافس هو الذي يخلق التجديد أكثر من أي شيء آخر. أما إذا انتهى الأمر بوضع يتم فيه خلق احتكار خاص، فهذا يعني أنه ليس بالضرورة أفضل من قبل.

الأوروبية يجب أن تؤدي إلى زيادة عمليات اندماج الخدمات البريدية وزيادة التنافس عابر الحدود وتنامي السوق النابضة بالحياة. إلا أنه بالنظر للتوقيت، سوف يحدث ذلك ببطء أكثر مما هو متوقع.

وما إن يتم الانفتاح في الأسواق، كيف تتعامل الأطراف العاملة مع الالتزام بالخدمة الشمولية؟
أعتقد أن الالتزام بالخدمة الشمولية ميزة بالنسبة للرسمي أكثر مما هو عيب. فحوالي ٤٠ في المائة من النشاط البريدي يأتي من زبن يطلبون الالتزام بالخدمة الشمولية. وقد يصير عبئاً لو بالغت الحكومات في فرض القيود على موفر الخدمة الشمولية. أما إذا التزمت بالمستوى المقرر في الأمر التوجيهي الأوروبي، فيمكنني القول إن فوائده أكثر من أعبائه.

وإنني أدرك أنه في بعض البلاد توجد شروط إضافية تجعله ثقيلًا. وما يجب أن يتم القيام به هو تصويب الالتزام بالخدمة الشمولية ليصل إلى مستويات واقعية وهي المستوى الأدنى المطلوب في هذا الأمر التوجيهي - على سبيل المثال خمسة أيام للتوزيع، مرة واحدة في اليوم وإلخ - ومرونة السعر.

هل لديك ما تنصح به البلاد التي

إن أولف داهلستن هو المستشار الرئيسي للإدارة العامة لمجتمع المعلومات والإعلام في المفوضية الأوروبية. وكان فيما قبل رئيس البريد السويدي (١٩٨٨ - ١٩٩٩) وهو الذي قاده عندما تم تحريره.

إن تحرير السوق البريدية للاتحاد الأوروبي يقترب فماذا يعني ذلك على الصعيد الاستثماري؟
أولف داهلستن: إنها خطوة مرغوبة وفي اعتقادي أنها تأخرت كثيراً. وفي نفس الوقت، هذه الخطوة غير واضحة وتفسح المجال للكثير من التفسير بالنسبة لكل من البلاد الأعضاء ثم إن التوقيت ربما ليس هو الأفضل نظراً لأن ذلك يحدث في أسوأ حالة هبوط في الاقتصاد لم نمر بها منذ مدة طويلة. إن إعادة هيكلة الخدمات البريدية في هذه اللحظة على وجه الخصوص - وهو أمر لازم - ليس بالأمر السهل نظراً للوضع الاقتصادي العام. إن إعادة هيكلة السوق البريدية



الصورة
أولف داهلستن

تغيير جذري في شكل القطاع البريدي

بقلم
ريال ليلان

صورة
ياسويوشي شيبا

حوالي ٦٠٠ مندوب من ١١٦ بلدًا،
التقوا في نيروبي، كينيا، في ٢٢ - ٢٣
سبتمبر/ أيلول ٢٠١٠ لمناقشة مستقبل
القطاع.





كل الأنظار متجهة إلى المستقبل

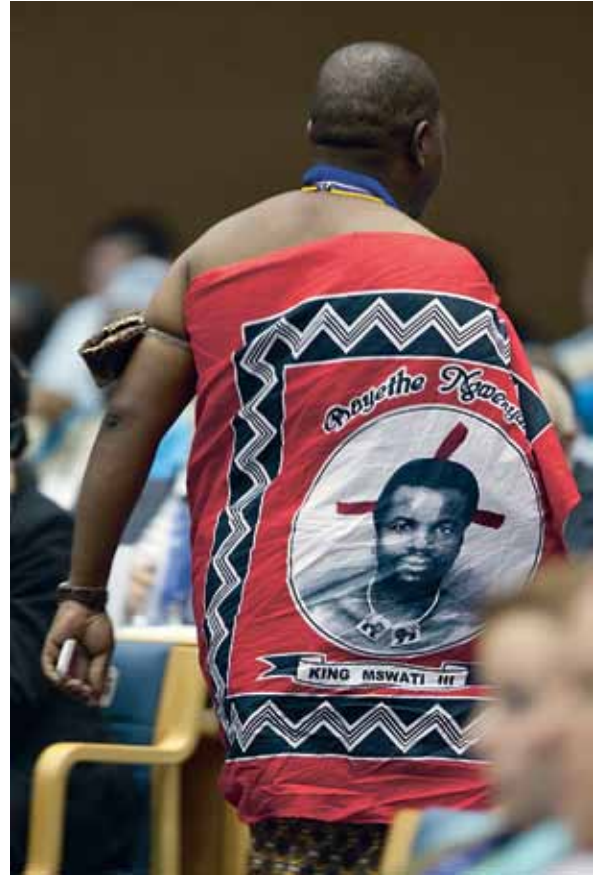
إن اللقاء في نيروبي شكل خطوة هامة على الطريق نحو إعداد مشروع استراتيجية بريدية عالمية تغطي جولة العمل القادمة للاتحاد البريدي العالمي من ٢٠١٣ إلى ٢٠١٦. وقد أكدت المناقشات عددا من الافتراضات الموجودة. وسوف تساعد الدراسات السوقية الإضافية والمحادثات القادمة مع الأطراف الإقليمية على وضع الأهداف النهائية لاستراتيجية المستقبل.

إن التقنيات الجديدة والإحلال الإلكتروني والمنافسة وعمليات الاندماج وتغيير سلوكيات الزبون واحتياجاته وتحرير السوق والتغير المناخي كلها عوامل تؤثر على طبيعة الخدمات البريدية ومستقبلها. فهذه الخدمات تمر بما أسماه المدير العام للاتحاد البريدي العالمي، السيد إدوارد ديان «فترة التحول الجذري». وقد حفزت الاتجاهات والأزمة الاقتصادية الأخيرة المستثمرين البريديين في العالم أجمع على أن يجدوا طرقا جديدة من أجل تلبية احتياجات الزبون. وقد حذر ديان من أنه «من الخطر عدم استكشاف دروب جديدة».

إن مثل هذه الطرق الجديدة أصبحت أوضح مع بدء القطاع البريدي في سحب نفسه من الأزمة الاقتصادية التي أسرعت بالاتجاه نحو تراجع أحجام بريد الرسائل والتي، مع ذلك، كشفت وفرة فرص الأعمال كما أظهرت قوة القطاع البريدي. فالقطاع يتوفر لديه أكثر من ٦٠٠ ألف مكتب بريد حول العالم وما زال بالتالي أوسع شبكة مادية للتوزيع في العالم.

قواعد تنافس متساوية

اتفق المندوبون على أن التقدم التقني كان من ضمن أكبر



الابتعاد عن نماذج الأعمال التقليدية

الطريق إلى الدوحة



نائب الرئيس الكيني، السيد كالونزو موسويا
يفتح المؤتمر

.....
في دورة شهر نوفمبر/ تشرين ثان هذا العام لمجلس إدارة الاتحاد البريدي العالمي والمنعقد في برن، قامت البلاد الأعضاء بفحص الإطار العام للاستراتيجية البريدية المقبلة للدوحة وكذلك ستة أهداف كبيرة.

من الآن وحتى الدوحة في ٢٠١٢، سوف يتم في العمل التركيز على تنمية هذه الاستراتيجية. وقد حث السيد تيري دون، الذي يرأس اللجنة المشتركة بين مجلس الإدارة ومجلس الاستثمار البريدي وهي اللجنة المسؤولة عن الاستراتيجية المقبلة، البلاد الأعضاء والاتحادات المحدودة وأعضاء اللجنة الاستشارية على التعليق على مشروع المستند بحيث يمكن لفريق عمل مكون من البلاد واجتماع في يناير/كانون ثان أن يحسن هذا المشروع من أجل تقديمه بعد ذلك إلى مجلس الاستثمار البريدي في أبريل/نيسان ٢٠١١. وقال بهذا الصدد: «هذه هي استراتيجيتنا كأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي ونجاحنا مرتبط بالمساهمات الجماعية لكل واحد».

ومن المخطط عقد مجموعة من الدوائر المستديرة الإقليمية بدءاً من يونيو/حزيران ٢٠١١ لجمع وجهات نظر الأطراف البريدية في العالم أجمع من أجل الانتهاء من الاستراتيجية العالمية. وسوف يستمر الاتحاد البريدي العالمي في استخدام المنهجية الإقليمية من أجل طرح الاستراتيجية. وتعتبر الاتحادات المحدودة في العالم أجمع- وهي رابطات إقليمية مكونة من بلاد أعضاء وتعمل على تحسين الشبكة البريدية في منطقتها علاوة على الخطة الاستراتيجية للاتحاد البريدي العالمي، مركزية لنجاحها.

وقد تحرك أيضاً مجلس الإدارة إلى الأمام عندما بسط المؤشرات المستخدمة لتقييم النجاح المحقق في تنفيذ الاستراتيجية الحالية وخفض عدد هذه المؤشرات من ٨٠ إلى ٣٠. وسوف يتم مواصلة تهذيب المؤشرات من أجل استراتيجية الدوحة وذلك قبل إقرارها بوقت كبير. وقد تقرر أيضاً أن تصل اقتراحات المؤتمر في الدوحة ومعها بيان تحليلي لأثرها. وسوف يكون من المهم توضيح العلاقات التي تربط بين المشروعات والأهداف الاستراتيجية ويجب أن تحدد بوضوح الموارد البشرية والمالية المناسبة من أجل تنفيذ المشروعات خلال جولة العمل التالية.

التحديات التي واجهها المستثمرون البريديون. «فقد أثرت التقنية على سلوك الناس وعلى ردود الفعل الاجتماعية. ويجب الإمساك بما يفضلهُ المستهلك وتطويعه من أجل الأعمال بما في ذلك الأعمال البريدية وذلك لكي نظل مناسبين» على حد ما قال راميش لاكشمي- راتان، رئيس مستندات تقنيات الرسائل ببيتني باوز Pitney Bowes .

إن بعض المستثمرين البريديين من البلاد النامية متقدمون فعلاً على الصعيد التقني. وقال آخرون أنه من الضروري وجود استثمارات أكبر في البنية القاعدية والتزام حكومي أقوى تجاه القطاع البريدي من أجل مساعدتهم على الدخول في العصر الرقمي بطريقة أسهل.

وقد قال مندوب ماليزي لا يجب وجود أي فجوة رقمية بين المناطق الريفية والحضرية وسأل ما هي أفضل طريقة يمكن للبلاد أن تدير بها هذه المسألة. وقد رد مندوب من بنغلادش، السيد ميزانور رحمن، صدى الاهتمام «بضرورة وجود أرضية مهيأة للتنمية».

وقد أكدت بلاد أكثر تقدماً للبلاد النامية أنها على استعداد لمساعدتها بتقاسم التقنية والمعرفة. وقال السيد ماسيمو سارمي، المدير التنفيذي للبريد الإيطالي إن الاستثمارات في البنية القاعدية التي تمت في شركته كانت معقولة ومن المفروض أن تكون ممكنة حتى بالنسبة للبلاد النامية.

نقود، نقود، نقود

إن الخدمات المالية البريدية على وجه الخصوص أثبتت

إلى المناطق الريفية في أفريقيا وفي أجزاء من شرق أوروبا وآسيا. وقد وقع في الآونة الأخيرة الاتحاد البريدي العالمي على اتفاق مع يوروجيرو من أجل ربط شبكتها وتوسيع الخدمات لتشمل زين كل منهما.

نمو التجارة الإلكترونية

فيما يتعلق بالطرود، فإن التجارة الإلكترونية هي التي أدت إلى نمو الحجم. وقد استمر هذا الاتجاه حتى خلال الأزمة، وصد التأثير العام لهذه الأزمة عن الأعمال البريدية. إن البيانات التي تم في الآونة الأخيرة جمعها بمعرفة الاتحاد البريدي العالمي لدى ٢٠ من أكبر المستثمرين البريديين وشركات النقل السريع في العالم تلمح إلي أن شريحتي الطرود والتوزيع السريع بدأتا في الخروج سليمتين من الأزمة وسجلتا نموا إيجابيا في ٢٠١٠ بالمقارنة بالسنة السابقة.

إلا أنه يجب التغلب على مشاكل الجمارك والاندماج الأفضل للسلسلة اللوجيستية من أجل تسهيل تنمية التجارة الإلكترونية العابرة للحدود، على حد ما قال المشاركون في المؤتمر. وقد شدد السيد كونيو ميكوريا، الأمين العام للمنظمة العالمية للجمارك، على أن التعاون والشركة بين السلطات الجمركية والشركات البريدية هما المفتاح لتحسين حركة البضائع عبر الحدود.

وقد ناقش المندوبون في النهاية كيفية ضمان التنمية المستدامة للقطاع خصوصا كيفية خفض بصمات الكربون الناجمة عن الأنشطة البريدية. ويمكن أن يشكل الاهتمام بالخدمات والمنتجات صديقة البيئة مزية تنافسية كبيرة جدا. وقد تحدث السيد أخيم شتاينر، المدير التنفيذي لبرنامج البيئة للأمم المتحدة، عبر خط الفيديو من نيويورك، وطلب من القطاع البريدي أن يضطلع بمسؤولياته وأن يواصل النشاط الذي بدأه من قبل.

ومن المؤكد أن المؤتمر الاستراتيجي ألقى بعض الضوء على التوجه المقبل للقطاع البريدي. إن المستثمرين البريديين على الصعيد العالمي ينصتون باهتمام إلى المناقشات. وقد قال السيد توماس داي، وهو مندوب من الولايات المتحدة، حيث توجد أكبر خدمة بريدية في العالم وهي خدمة تكافح من أجل إعادة تحديد نفسها في سياق اقتصادي صعب: «أمامنا العديد من التحديات، الكثير من التحديات المالية لذا فقد تأثرنا مثل أية إدارة بريد في العالم. ومن المهم بالنسبة لنا أن نفهم البدائل المختلفة التي نحتاج البحث عنها».

الرجاء مراجعة قناة يوتيوب YouTube للاتحاد البريدي العالمي

لمشاهدة فيلمي الفيديو اللذين يعرضان المؤتمر الاستراتيجي

www.youtube.com/universalpostalunion

الصور:

www.flickr.com/universal_postal_union

أنها مجال مبشر بنمو الأعمال حيث أن القادة والمنظمات الدوليين يبحثون عن الطرق التي توفر للملايين من الناس الذين لا يتعاملون مع البنوك النفاذ إلى الاشتمال المالي. وخلال الأزمة، مرت عدة مؤسسات مالية بريدية متقدمة بنمو متسارع في عدد الزبن والحسابات وارتأى أن ذلك جاء كنتيجة لتراجع ثقة المستهلكين في البنوك. وفي منتديات الاتحاد البريدي العالمي الأخيرة التي كانت تدور حول الاشتمال المالي، تم إلقاء الضوء أيضا على عدد من المشروعات في بلاد مثل أذربيجان وجنوب أفريقيا والهند حيث يقوم المستثمرون البريديون بطرح استراتيجيات ناجحة من أجل جعل الخدمات المالية أقرب إلى الناس وذلك بالشركة مع حلفائهم الاستراتيجيين مثل البنك الدولي. وسريعا ما تم الاعتراف بالمستثمرين البريديين كمقدمين محترمين لخدمة هامة وهي خدمة يمكن أن تخرج الملايين من الناس من الفقر بإعطائهم الأدوات المالية الأساسية من أجل إدارة أموالهم وحياتهم بطريقة أفضل.

وفي كلمة وجهها عبر الفيديو إلى مؤتمر نيروبي، قال السيد دومينيك شتراوس- كاهن، رئيس صندوق النقد الدولي: «إن الخدمات المالية البريدية تساعد في تعبئة الادخار ويعتبر ذلك مهما من أجل الاستثمار في البلاد النامية. فهناك حاجة لوجود خدمات مالية اشتمالية بما فيها الحوالات المالية». وقد تحدث أيضا عن الخدمات البريدية «كسلعة عامة» غائبة من الاقتصاد العالمي.

ويواصل الاتحاد البريدي تنمية شبكته المالية الإلكترونية العالمية ويساعد المستثمرين البريديين على التحول من الحوالات الورقية إلى التحويلات المالية الإلكترونية الفعالة من ناحية التكاليف والتي يسهل النفاذ إليها. ويقوم الصندوق الدولي لتنمية الزراعة بتمويل مشروعات مع الاتحاد البريدي العالمي من أجل جلب التحويلات المالية الإلكترونية

مشروع أهداف الدوحة المكرسة للاتحاد البريدي العالمي

- ضمان التبادل الحر والموثوق فيه لخدمات الاتصال البريدية الدولية
- التحول إلى مركز معرفة وكفاءة وخبرة بالنسبة للقطاع البريدي
- الترويج لشبكة ثلاثية الأبعاد وتنميتها بتقديم منتجات وخدمات مبتكرة
- الاعتراف به كمنظمة تمثل القطاع البريدي كله
- تشجيع التنمية المستدامة للقطاع البريدي
- والترويج لبناء القدرات والتعاون الفني

تريد أن تشارك بأفكارك في هذه الأهداف؟
ارسل تعليقاتك إلى strategy@upu.int

الفائزة الشابة تزوور برن



هادية بلحاج (ي.) تستمع بانتباه للفائزة



هو ثي هيو هيين أمام برج الساعة الشهير ببرن

إن الفائزة في المسابقة الدولية لكتابة الرسائل ٢٠١٠ ، هو ثي هيو هيين، سافرت من فييتنام إلى سويسرا في نوفمبر/تشرين ثان.

توعية الشباب

في الحفل، قامت السيدة هادية بلحاج، مديرة الشراكة ببرنامج الأمم المتحدة المشترك للإيدز، بتهنئة الاتحاد البريدي العالمي لأنه قد استخدم المسابقة لزيادة وعي الشباب بأهمية الوقاية من هذا المرض. فمن ضمن ٣٣ مليون شخص يعيشون مع الإيدز، هناك خمسة ملايين من الشباب الذين تتراوح أعمارهم فيما بين ١٥ و ٢٤ عاما. ويقدر أن حوالي ٢٥٠٠ من الشباب يصابون يوميا بالإيدز. «يجب على الشباب أن يتولوا الإرشاد إلى طريق الوقاية»، هذا ما قالته قبل أن تطلب مشاركة عدد متزايد من البلاد في حملة الوقاية من المرض التي أطلقها العام الماضي الاتحاد البريدي العالمي وبرنامج الأمم المتحدة المشترك للإيدز ومنظمة العمل الدولية واتحاد يوني غلوبال UNI Global. وأضافت السيدة بلحاج قائلة: «بالاستعانة بالشبكة البريدية الواسعة، يمكننا أن نوصل المعلومات عن هذا المرض إلى السكان فغالبا لا يمكن الوصول إليهم بوسائل أخرى».

إن التلميذة الفيتنامية كانت تبدو مرتاحة وهي تقرأ الرسالة التي كتبتها عن أهمية التوعية بمرض نقص المناعة البشرية/الإيدز لجمهور منتبه وذلك خلال الجلسة العامة لمجلس إدارة الاتحاد البريدي العالمي. وقد قالت هيو هيين أن هذه هي الرحلة الأولى للخارج بالنسبة لها. وقالت أنها «أعجبت إلى حد التأثر بجبال الألب في برن وبأروقة (بوادي) المدينة القديمة لبرن والتي تخفي العديد من المحلات الصغيرة وكذلك بترام المدينة الأحمر الذي لا يتوقف أبدا». وأضافت قائلة أنها تود تذكر رحلتها للأبد وربما تعود يوما ما لتصور فيلما. أما خططها للمستقبل فهي تتضمن دراسة كيفية كتابة الحوارات (سيناريو) وكيفية إخراج الأفلام عن حياة الناس.

وكانت رسالتها الفائزة موجهة إلى تساهنغ يمو وهو مخرج سينمائي صيني شهير وأثرت في لجنة التحكيم الدولية. إنها المرة الأولى التي تكسب فيها فييتنام المسابقة بالرغم من أنها تشارك فيها منذ ٢٠ عاما. وكل عام، يقوم حوالي ١,٣ مليون تلميذ فيتنامي بكتابة الرسائل من أجل المسابقة. ويبلغ عدد الأطفال الذين يشاركون فيها على الصعيد العالمي ٢ مليون طفل.

بقلم
جيروم دويتشمان
صور
دانييل ريز

الرسالة الفائزة

دائغ في ٢٠ نوفمبر / تشرين ثان ٢٠٠٩

عمي العزيز تسهانغ بيمو،

أحيانا أقلق لأنني لا أعرف إن كنت سوف تهتم بفتح رسالة أتت من هو ثي هيو هيين في فييتنام. فلقد جاءتني فكرة الكتابة إليك فقط بعد أن سمعت في المدرسة عن المسابقة الدولية التاسعة والثلاثين في كتابة الرسائل للشباب التي ينظمها الاتحاد البريدي العالمي وموضوعها الخاص بمكافحة مرض الإيدز.

ولجمع معلومات أكثر عن موضوع رسالتي، تحدثت مع العديد من الناس لمعرفة ما هو فهمهم للإيدز وكيف يحمون أنفسهم. وفي البداية، سألت جدي التي قالت: «في سني هذا، ليس عندي فكرة عن هذا الفيروس «إد». لقد سمعت أنه يعيش داخل الناس الذين أخلاقهم فضفاضة. لا تقتربي منهم وإلا سوف تصابين به». هل تتخيل؟ إن جدي المسكينة لا تعرف شيئا عن الإيدز.

أما والدي، فقد أجابا عندما سألتهما قائلين: «الإيدز يعني متلازمة نقص المناعة المكتسب ويتسبب فيه فيروس نقص المناعة البشرية. إن هذا المرض خطير للغاية ولم يجدوا له حتى الآن أي علاج. أيا كان ما تفعلينه، لا تأخذي المخدرات ولا تقيمي علاقات جنسية بلا واق إذا كنت تريدين أن تظلي سليمة». وقالت لي والدي: «إذا كان هناك أحد مصاب بالإيدز في فصلك، يجب أن نخبرنا فوراً بحيث يمكننا أن ننقلك إلى فصل آخر أو إلى مدرسة أخرى». وكما ترى، حتى أهلي الذين يعملون موظفين في الحكومة عندهم تحيز ضد المصابين بالمرض. وقد سألت أختي الصغيرة التي قالت لي أنه بلا شك لا يوجد أحد في فصلها يعاني من الإيدز وإن كان هناك أحد، فسوف تلبس قناعاً للذهاب إلى المدرسة أو سوف تترك الدراسة وتبقى في المنزل! إن الأمر مضحك - فأختي تعتقد أن مرض الإيدز مثل أنفلونزا الطيور!

وأنا في طريق العودة من المدرسة إلى المنزل، سألت نفس السؤال لعاملة نظافة تابعة للدولة. فأررتني كومة من الحقن الفارغة الملقاة بجانب الطريق وقالت: «إن مرض نقص المناعة البشرية يوجد في هذه السرنجات!» إذن كما ترى، فإن معلومات الكُناسة في الطريق غير صحيحة أيضاً. ثم ذهبت إلى مطعم وتحدثت مع صاحبه. فقال: «الإيدز؟». «إذا رأيت أحداً نحيفاً جداً ويصعب للغاية أن يقف وتملأ البقع جسده، تأكدي عندئذ أنه مصاب به! ولكن لا تقلقي، فأنا لا أسمح لهم أبداً بالدخول إلى هذا المكان لأنني أخشى أن ينقلوا المرض إلى الزين!». إنني أشعر بالأسف للناس الضعفاء الذين يكون شكلهم هكذا ولكنهم غير مصابين بالفيروس! إن صاحب المطعم لا يعرف أن مرض نقص المناعة البشرية لا ينتقل مع الطعام ولا من الحديث مع أحد يحمل الفيروس وأنا نعيش حياتنا جنباً إلى جنب مع الإيدز.

وفي المدرسة، تحدثت مع أصدقائي ولكن الكثيرون منهم لا يبدو مهتمين وقالوا إن مكافحة الإيدز موضوع يخص الأطباء والمستشفيات وبما أنه لحسن الحظ ليس هناك أحد في فصلنا مريضاً به، فلا يجب علينا أن نقلق. إن عدم الاكتراث من جانب الأصدقاء من سني قد يفسر لماذا هناك الآلاف من الأطفال الذي يكون عمرهم ١٤ عاماً أو أقل يصابون كل يوم.

وأردت عندئذ أن أجلس وأكتب رسالة أطلب فيها من كل واحد أن يحاول معرفة المزيد عن الإيدز وأن أغير طريقة تفكيرهم في هذا المجال بحيث يمكنهم الانضمام إلي في مكافحة والوقاية منه. وقد فكرت في الأمر عدة أيام ولكنني لم أجد أي فكرة عن كيفية تناول الموضوع ولا من أين أبدأ. وعليه، تركت ورقة الكتابة وذهبت أشاهد التلفاز. وكانوا يعرضون فيلماً من أفلامك، وهو لعنة الزهرة الذهبية. ما أجمل هذا الفيلم! وفجأة، خطرت ببالي فكرة: ماذا لو كان لدي موهبة إخراج الأفلام مثلك؟ فسوف أقوم فوراً بإخراج أفلام عن هذا الموضوع لزيادة الوعي. وسوف يكون فيلمي الأول عن قصة حب مؤثرة وسوف يكون رومانسياً ومأساوياً فالشخصيات الرئيسية سوف تقع بجنون في الحب ولكنهم لن يستطيعوا الزواج لأن واحداً منهما مصاب بالإيدز ويمكن أن يسمى هذا الفيلم الموت وقد يعتبر فيلماً جيداً مثل فيلمك الحياة. والرسالة سوف تكون التالية: إنهم لا يريدون الموت شباباً ولكن الموت يستتر في كل مخاطرة يقومون بها مثل العلاقة الجنسية غير الآمنة أو تقاسم الإبر.

إن معظم أفلامي سوف تستوحى موضوعاتها من الحياة الحقيقية وسوف يكون الأبطال فيها ضحايا الإيدز. وسوف يكون هناك موظف حكومي عمل طوال حياته وحافظ على كرامته ولكنه يخسر كل شيء في لحظة متعة يفقد فيها انضباطه أو موظف طبي أصيب بالفيروس بسبب الإهمال وهو قد عمل بجد طوال حياته ليكون أسرة وبيت ولكنه يموت وحيداً لأن من يحبهم تركوه أو شباب ينبض بالحياة ويموت بسبب المخدرات وأطفال أبرياء فقدوا آباءهم بسبب الإيدز أو لا يعرفون أن الموت سوف يخطفهم قريباً، فتبات يعرفن أنهم مصابات ولكنهن يردن رؤية الموت عند الآخرين للانتقام....

شخصيات مختلفة لكل مصيره: في أفلامي، سوف أتحدث عن الحب والألم وعن الجحود والجهل بينما أقوم بالتعريف بالوقاية من الإيدز بأسلوب لطيف ولكنه قوي من أجل إيقاظ الضمير الإنساني. إنني أمل من كل قلبي أن تقرأ رسالتي وتفهمها.

المخلصة

هو ثي هيو هيين

إن هذه الرسالة قد أعيدت صياغتها من أجل النشر

الرسائل الفائزة على: <http://tinyurl.com/winning-letters>



«العم» تساهنغ ييمو

إن تساهنغ ييمو أحد المخرجين الذين يتميزون في الصين بوفرة الإخراج ويتمتع في آن واحد بنجاح كبير وبنجاح تجاري في بلده وفي الخارج. وهو قد التحق بأكاديمية الأفلام ببكينجغ في ١٩٧٨ حيث تم تدريبه كمصور سينمائي. وقد أثر عمله في واحد وثمانية *One and Eight* (مع تساهنغ يونغتسهاو) وفي الأرض الصفراء *Yellow Earth* (مع تشين كيجيه) على التحول التاريخي للفيلم الصيني. ثم سريعا ما برز كمخرج يعمل لحسابه بفيلم الذرة الرفيعة الحمراء *Red Sorghum* وأصبح يعرف مع كيجيه ويونغتسهاو، بالجيل الخامس من المخرجين الذين يمثلون العصر الجديد في السينما الصينية.

وقد حقق فيلم الذرة الرفيعة الحمراء *Red Sorghum* نجاحا كاسحا في الصين ورفعته هو ونجمه غونغ لي إلى مستوى النجاح الدولي. وكان أول فيلم يقدم فيه ما سوف يصبح علامته التجارية- أي قص قصة بصرية جميلة مع قيادة نسائية قوية. وقد حصل فيلمه التاليان جودو *Judou* وقيام الفانوس الأحمر *Raise the Red Lantern* على جائزة الأكاديمية الأمريكية لأفضل فيلم أجنبي. ويشكل هذان الفيلمان ثلاثية بدأت مع الذرة الرفيعة الحمراء. وكان فيلمه التالي هو حكاية كيو جيو *The Story of Qiu Ju*. وواصل عمله اللامع بأفلام مثل الطريق إلى البيت وهو الفيلم الذي أظهر تساهنغ زيي، أحد أشهر النجوم الدوليين في الصين.

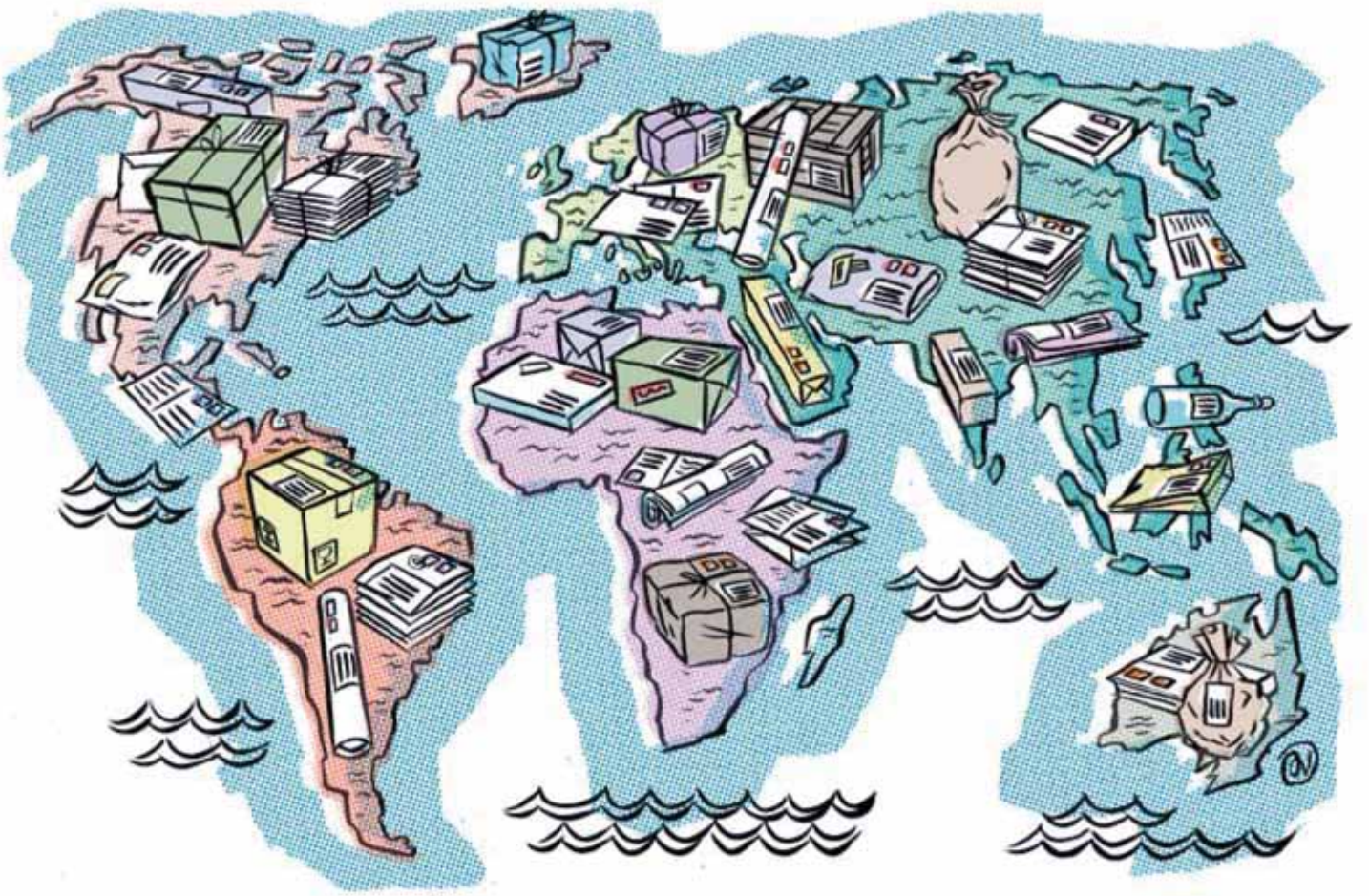
وقد حقق نجاحا آخر مع فيلم البطل *Hero*، وهو أحد أفلامه الأكثر نجاحا كما أنه أحد الأفلام القليلة الناطقة بلغة أجنبية التي تشغل مقدمة قائمة الأفلام الناجحة في الولايات المتحدة. وقد تم حصوله على الأوسكار لأفضل فيلم أجنبي. وقد عمل أيضا رئيسا للمخرجين في افتتاح واختتام الألعاب الأولمبية عام ٢٠٠٨ في بايجنغ وهو دور كان مثيرا للجدل بقدر ما كان ناجحا. ف.م.



تساهنغ ييمو الصورة: غيتيماج



الذرة الرفيعة الحمراء
الصورة رويترز



العناوين لها مدلول يتجاوز الرسالة

كما اتضح من مؤتمر الاتحاد البريدي العالمي الأخير الخاص
بالعنوان، فإن العنوان لا يقتصر على كونه علامة. فهو يمكن أن
يكون وسيلة قوية تمنح الهوية القانونية من أجل التفاعل الاجتماعي
وتتيح النفاذ إلى الخدمات وتسمح بالتنمية الاقتصادية.

بقلم
شنتال بریت

رسوم:
لوتا نيمينين

جنوب أفريقيا

قامت جنوب أفريقيا، حيث ينقص العديد من سكانها الخمسين مليون التعليم وحيث يعيشون في مساكن عشوائية، بتصميم نظام بسيط من أجل عنوان من لا عنوان له. فقد اختار بريد جنوب أفريقيا نظاما رقميا مع إمكانية الترميز بالارتكاز على أرقام المباني في قطع الأراضي.

وقام البريد بعمل ميداني واستخدام المحاور الجغرافية والترقيم المادي لتحديد القرى والأقسام والمنازل في المناطق الريفية والمساكن العشوائية. وتم تخصيص مُعرِّفات مكونة من ٦ أرقام. ثم عين موظف بريد في كل قرية مسئولاً عن تقديم المعلومات والسلع والخدمات للمجتمع ويدفع له عن كل بعيثة يتم تسليمها. وبسطة مليون عنوان سبق إنشاؤها، بدأ بريد جنوب أفريقيا في السير على طريق تحقيق أهدافه بتخصيص أكثر من ٨ مليون عنوان ريفي في نهاية ٢٠١٠ كل منها تكلف ٢٨,٧٦ راند (٤,٠٠ دولار).

«عندما يحصل أصحاب العناوين الجدد على حزمة الترحيب، التي تعرفهم العنوان الذي يجب أن يستخدموه في المستقبل، ندرك أن العنوان أكثر بكثير من مجرد علامة لأن هؤلاء الناس يشعرون بفخر كبير لأن لهم رمز عنوان وحيد شخصي، وهو هويتهم الرسمية الجديدة»، على حد ما قال السيد بيبير روسوف، مدير نظام إي-لاند eLAND للعنوان البريدي ونظام الرموز في بريد جنوب أفريقيا.

وقبل إدخال النظام الجديد، كان يستحيل القيام ببعض الأعمال البسيطة مثل تقديم طلب للعمل لأنه لم يكن من الممكن تسليم البضائع والبريد سوى لعنوان رسمي. فقد كان على العاملين البريديين وخدمات الطوارئ أن تتعامل مع طريقة في وصف العنوان مزخرفة ولكنها غير مفيدة كما كانت تفعل السلطات التي كان عليها أن تدير مناطق ريفية شاسعة يوجد بها حوالي ١٣ مليون أسرة.

ومما يزيد من سوء الوضع في جنوب أفريقيا، غالبا ما تظهر فجأة طرقات أو مبان أو تخطي والكثير من القرارات يجب أن يؤيدها رئيس القرية. علاوة على أن الأرقام المادية للمنازل تخضع لرحمة المناخ أو أعمال التخريب. و«في بعض الأحيان نحى قرى بكاملها بسبب الزوابع أو قد تسقط أرقام المنازل من على الجدران التي جففتها الشمس. كما أننا نفضل عدم الكتابة على الأبواب لأن الباب قد يشتري ويبيع»، على حد ما قال روسوف.

إن الأموال التي تم صرفها على العناوين الجديدة أموال صرفت في مكانها الصحيح، لأن الناس في حاجة لعنوان رسمي من أجل النفاذ إلى الخدمات الأساسية والتجارة في السلع ولتفتح حسابا في البنك وللقيام بمعاملات مالية فهو الشرط المسبق لنشاط أية شركة. «إن البلد قد اتبع منهجية عملية تتكيف بالواقع في الأجزاء الريفية من أفريقيا» وأضاف روسوف قائلا أن «ذلك سوف يسمح لنا بالتوسع ليس فقط لغاية البلاد المجاورة وأفريقيا الواقعة جنوب الصحراء ولكن أيضا لأي بلد آخر يعاني من تحديات مماثلة».

ألقى مؤتمر شهر نوفمبر/تشرين ثان الضوء على الفائدة التي يحققها الجميع من نوعية العنوان ومن معايير العنوان المقبولة على نطاق واسع. وقد استمع المندوبون من المستثمرين البريديين للبلاد الأعضاء ومن الأطراف الأخرى كيف أدخل في الأونة الأخيرة العديد من البلاد حول العالم أنظمة متطورة لفرز وإدارة العنوان تناسب معايير الاتحاد البريدي العالمي من أجل تحسين نوعية الخدمات البريدية وضمانها.

إن العناوين تتيح للخدمة البريدية الوصول إلى المواطنين كما تتيح للسلطات المحلية جمع الضرائب وتقديم البنية القاعدية والخدمات. واليوم، مازال هناك ٤ مليارات نسمة في العالم أجمع بدون نفاذ لسيادة القانون وفقا لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية. وما يزيد من خطورة هذا الوضع هو عدم وجود العنوان المادي. وغالبا ما يتطلب إدخال نظام للعنوان أن تتعامل الحكومات مع موضوعات ثقافية واجتماعية وسكانية وسياسية تعرق تطويره وتنفيذه.

إلا أن العنوان قد توتى ثمارها بالنسبة للأفراد والشركات والسلطات على حد سواء. وقال أحد المتحدثين، السيد بيبير روسوف من بريد جنوب أفريقيا: «إننا لا نتحدث فقط عن الكيفية التي يتيح بها العنوان لأي فرد امتلاك حساب ادخار وممارسة نشاط اقتصادي وإرسال أطفاله إلى المدرسة. وما يعتبر أيضا عاملا مهما هو شعور الناس بالفخر بعنوانهم وهويتهم والإثبات على وجودهم المادي».

معالجة اللبس

يجب أن تكون هناك حلول مبتكرة من أجل عنوان من هو غير معنون في بلد موطن روسوف حيث ينقص السكان في جزء كبير منهم التعليم والقراءة والكتابة وحيث يعيشون في تجمعات عشوائية ولوائهم لرئيس القرية ولرجل الطب. وقد اختار البلد حلا مبتكرا (ينظر البرواز). وقال روسوف إن ذلك يمكن أن يشكل نموذجا لبقية أفريقيا لأن المنهجية عملية وتتكيف بالواقع في الأجزاء الريفية من القارة.

إن المواطنين في جنوب أفريقيا وفي العديد من البلاد الأخرى مازالوا يستخدمون معالم الطرق والوصف القصصي أو الغامض وعلاقات القرابة المحيرة ليميزوا عناوينهم. وكنيجة لذلك، تفقد أرواح كثيرة عندما تفشل خدمات الطوارئ (الإسعاف) في الوصول إلى شخص مصاب إصابة خطيرة أو مريض. وتحضر عربة الموتى - وهي فآل سيئ في أغلب الثقافات - إلى عتبة باب امرأة أعلن عن وفاتها بعد أن فشلت تكرارا في إفراغ صندوق بريدها الواقع على بعد ٥٠ كم من منزلها.



وما زال موضوع العنونة موضوعا هاما في بلاد بها أنظمة مستقرة وذلك بسبب حركة التنقل وموضوعات الملكية الفكرية وانعدام التنسيق. وقد ناقشت السيدة ليا إيمرسون من الخدمة البريدية للولايات المتحدة والسيدة كارين أوينز من مكتب التعداد الأمريكي موضوع التوحيد القياسي للإطارات الموجودة من أجل قواعد بيانات العنوان. وتسمح المعايير في ملف العناوين الرئيسي بمكتب التعداد والذي يتضمن ١٩٢ مليون عنوان في الولايات المتحدة الأمريكية وبورتوريكو تحقيق دقة أكبر والنوعية في بلد ينمو ويتحرك، على حد ما قالت السيدة أوينز. وقد شرح السيد مورتين لند من المؤسسة الدانمركية ومن السلطة المسؤولة عن البناء أن فتح الباب أمام نفاذ الجمهور إلى قواعد بيانات العناوين في الدانمرك يفيد الاقتصاد بحوالي ٢٠ مليون دولار في ٢٠١٠ وحدها. وأضاف قائلا إن إدخال عنصر إضافي على العنوان لحل مشكلة ازدواج أسماء الشوارع بحيث يصير النظام لا ليس فيه قد يكون اقتصاديا حتى لو كانت المشكلة تؤثر فقط على ٠,٧ في المائة من كل العناوين.

وقالت السيدة كاترين فارفاك- فيتكوفيتش، وهي رئيسة برنامج التنمية الحضرية بالبنك الدولي أن برامج عنونة الشوارع الفعلية والمستدامة تساعد أيضا في دعم الاندماج الاجتماعي وتسرع بترقية الأحياء الفقيرة وتحسين نظام الضرائب. وأبرز السيد فرانك نان من منظمة الأمن والتعاون في أوروبا الاعتبارات السياسية والقانونية التي تدخل في الحساب عند تطبيق نظام السجل الإلكتروني للعناوين في ألبانيا. والمسائل الرئيسية التي كان على السيد نان أن يتعامل معها هي عدم وجود الإرادة السياسية وتغيير مواقف الناس لجعلهم يتبعون القواعد وتحسين الاتصال بين المؤسسات القومية والدولية وهي مهام صعبة ولكنها ليست مستحيلة على حد قوله.

«كنز ثمين لا يقدر بمال»

عند اختتام مؤتمر الاتحاد البريدي العالمي، قام السيد عبد اللطيف مسكين، رئيس فريق العنونة في الاتحاد البريدي العالمي بوصف العنونة كحق مدني. وقال السيد شارلز بريسكوت، رئيس اللجنة الاستشارية إن الخدمات البريدية مازالت «كنز ثمين لا يقدر بمال» وكرر رؤية اللجنة التي تهدف إلى أن يكون لكل فرد ولكل شركة عنوان في عام ٢٠٢٠.

شانتال بریت صحفية حرة مقرها برن في سويسرا

وعلاوة على اللغات والثقافات والتقاليد التي لا تعد ولا تحصى، يجب على الحكومات أن تعالج المشاكل التي تنجم عن سقوط المساكن العشوائية والنمو السريع للمدن: الفقر والجريمة والاضطرابات السياسية وانعدام الموارد. وكان على بعض البلاد أن تضع النظام بدءا من الصفر وهناك بلاد أخرى ورثت الأنظمة التي وضعتها القوى الاستعمارية.

إن الهند، التي تعد ١,٦ مليار نسمة وهي ثاني أكثر بلد أهل بالسكان في العالم، تتصارع مع مثل هذا النظام الموجود. وهي تخطط أيضا للقيام بتعداد في ٢٠١١ وجمع بيانات يمكن الوثوق بها وإدخال نظام لإدارة العناوين قابل للاستمرار به رقم هوية فريد لكل فرد. وحسب السيدة كالبانا نيوار، المسؤولة عن خدمة الرسائل بالحكومة الهندية «في السنتين أو الثلاث القادمة، سوف نغطي كل نسمة حتى في أكثر الأماكن النائية بالبلد». وقد بدأ العمل بالفعل وبدأ هذا النظام في إصدار معرف شخصي لمن ليس له هوية.

الأنظمة الأكثر تطورا

إن معظم البلاد أدخلت فقط في الآونة الأخيرة أنظمة تكيف مع وضعها واحتياجاتها الخاصة. وقد قامت العديد من الخدمات البريدية بنجاح بتعريف الرموز البريدية وأطلقت أسماء على الشوارع أو أعطتها أرقاماً وأعطت المباني أرقاماً من أجل خلق نظام عنونة موحد يضمن تسليم البريد بدقة وفي الوقت المناسب. وهي تستخدم بصفة عامة أنظمة لها مرجعية جغرافية ويتم بالنسبة لأي موقع جغرافي تحديد خطوط العرض والطول الخاصة به كذلك تقنية حديثة مثل خرائط الأقمار الصناعية وذلك من أجل تصميم مثل هذا النظام.

وعلى سبيل المثال، اعتمدت المملكة العربية السعودية أحدث تقنية معلومات من أجل تطوير نظام عنونة من أحدث طراز يكون جاهزا للتجارة الإلكترونية، على حد ما قال السيد عبد العزيز وزان، مستشار رئيس البريد. ومن ناحيتها، تقدر كوستاريكا أن التكلفة الاقتصادية لحسابات نظام العنونة الضعيف لديها تصل إلى ٧٢٣,١ مليون دولار في السنة. وقال السيد جيوفاني كامبوس، مدير التوزيع البريدي في بريد كوستاريكا، أنه تم في الآونة الأخيرة إدخال نظام يكلف فيه كل عنوان ٢,٦١ دولار أمريكي. إن الحل التجاري المماثل كان من المحتمل أن يكلف ١٥ دولارا أمريكيا.

اللقاء والتحية

إن وينغ تونغ يام يعمل بشباك مكتب بريد كوكولون باي في هونغ كونغ. وهو متزوج ولديه طفلين وقد عمل في البريد لمدة ٢٥ عاما. وهو يكسب تقريبا ٢٠ ألف دولار هونغ كونغ (٢٥٧٩ دولار أمريكي) شهريا.



بقلم
بريد هونغ كونغ
وفريال ميرزا
صورة:
بريد هونغ كونغ

لماذا قررت أن تعمل كموظف شباك؟
وينغ-تونغ يام: إنني أحب العمل في الشباك وأمل أن يتيسر لي تطبيق مؤهلات البيع التي اكتسبتها من برامج التدريب المتنوعة والتي نظمها بريد هونغ كونغ لمساعدة الزين على حل احتياجاتهم البريدية.

ما هو الذي تحبه في عملك؟
إنني أحب لقاء الناس من الأنواع المختلفة وأحب خلق العلاقات مع الزين وأعاملهم كأصدقاء.

كم يوم تعمل في الأسبوع؟
خمسة أيام ونصف يوم. ويتضمن ذلك عطلات نهاية الأسبوع. إنني أعمل ٤٤ ساعة في الأسبوع.

ما هي المزايا التي تحصل عليها من المستخدم الذي تعمل لديه خلاف راتبك؟

لي الحق في ٤٠,٥ ساعة إجازات مدفوعة. وأحصل على العلاج الطبي وعلاج الأسنان مجانا من مستشفيات الحكومة. ولي الحق في التمتع بفوائد المعاش عندما أقاعد.

ما هو نوع الزين الذين تلتقي بهم في المعتاد؟

إنهم يأتون من مختلف البلاد ودروب الحياة. وقد أحتاج لأن أقضي وقتا أطول مع كبار السن لمساعدتهم في استيفاء الإقرارات الجمركية وإعداد الرزمة وقد أشرح أيضا الخدمات المختلفة الموجودة لدينا وعدد الأيام اللازمة لإرسال رسالة فيما وراء البحار. إن دفع قوائم الحساب



حقائق وأرقام

هونغ كونغ	
اللغات الرسمية:	لغة كانتون وبوتونغوا والإنجليزية
عدد السكان:	٧ مليون (٢٠٠٩)
المساحة:	١,١٠٤ كم ^٢
الناتج القومي الداخلي لكل نسمة:	٢٢٩,٣٢٩ دولار هونغ كونغ (٢٩,٥٣٥ دولار أمريكي) (٢٠٠٩)
العملة:	دولار هونغ كونغ
الصناعات الرئيسية:	المال والسياحة.
الخدمات البريدية الرئيسية:	البريد العادي، كوريربوست المحلي Local CourierPost، البريد السريع Speedpost، الخدمة الدائرية لبريد هونغ كونغ، البريد الدعائي، والنفع عبر البريد PayThruPost و هواية طوابع البريد والتحويلات البريدية والأمور اللوجستية.
عدد مكاتب البريد:	١٢٧

سلة المشتريات	
اللين	٥ دولار هونغ كونغ / العلية (٠,٦٤ دولار أمريكي)
الأرز	١٠ دولار هونغ كونغ / كغ (١,٢٩ دولار أمريكي)
المكرونات	٣ دولار هونغ كونغ / الكفة (٠,٣٩ دولار أمريكي)
لحم الخنزير	٢٥ دولار هونغ كونغ / الرطل (٣,٢٢ دولار أمريكي)

والتحويلات المالية البريدية وخدمة الطرود والبريد السريع Speedpost تشكل أكثر الخدمات المستعملة. وأقوم بخدمة أكثر من ١٠٠ زبون في اليوم.

ماهي الخدمات التي تفضل تقديمها؟
أحب بيع الطوابع لأن الطوابع مثل الجسور تربط الناس بعضها ببعض. وقد نرسل مباركات كل واحد للآخر بالاستعانة بهذه الطوابع الصغيرة جدا.

من كان أكثر الزين جاذبية في الآونة الأخيرة؟

زبون كوري جاء مرة لشراء الطوابع. وقمت بتحيتته باللغة الكورية وهي لغة قد تعلمتها أثناء السفر. ودعش وابتسم. فيمكننا تحسين تواصلنا مع زبنا بتعلم اللغات المختلفة وباكتساب المؤهلات المختلفة.

ما هي النظرة الموجهة للعاملين البريديين في بلدك؟
إن النظرة للعاملين في البريد ممتازة في هونغ كونغ وتكسب فعاليتنا والخدمة المهنية ثقة الزين.

السعادة هي...
أن أقوم بعملتي على نحو طيب وأن أعتني بأسرتي، هكذا أشعر بشعور طيب وهذا يجعلني سعيدا.

ماهي أكثر الأشياء التي تقلقك؟
من أن أأخر، نواجه صعوبات ومشاكل. وأختار التغلب على التحديات والإقلال من التأثير غير الموات والذي قد ينعكس على عملي وأسرتي.



.....
بخبرة ٢٠١ سنة خدمة ، استقبل البريد
الأسترالي في الآونة الأخيرة رئيسا تنفيذيا
جديدا. إن أحمد فهور يأتي من عالم
البنوك وخلال زيارة قام بها حديثا للاتحاد
البريدي العالمي ، تحدث عن أول شهور
له في المنصب الرفيع .

.....
بقلم
فريال ميرزا

.....
صورة
أورس فليولير /
كيستون

المدير التنفيذي يصلح الأشركة القديمة

ليس من المعتاد أن نرى كل يوم
مصرفي دولي رفيع المستوى سابق
يقبل قيادة المستثمر البريدي.
فلماذا جذبك ذلك؟

أحمد فهور: هناك عاملان رئيسيان
جعل هذا العمل لا يقاوم بالنسبة لي.
أولهما أن البريد الأسترالي مؤسسة
قومية مبدعة كالأيقونة. وهو أقدم
منظمة مستمرة في عملها في أستراليا
واعتبرت تكرارا إحدى العلامات
التجارية القومية الأكثر استحقاقا للثقة.
وهو يقدم خدمات هامة ويخلق روابط
جيدة عبر مجتمعنا واقتصادنا.
ولدى البريد تاريخ ثري حقا
ومجموعة متنوعة من الأطراف
المعنية التي تهتم بشغف بهذه الخدمة.
لذا تحمست بصدق أمام احتمال العمل
لتأمين مستقبل البريد على المدى
الطويل.

وثانيا، إنني أحب التحدي.
وأعتقد أن أكثر ما يناسبني هو قيادة
التغيير في العمل. ومع التغيير في
الأجيال والذي يحدث حاليا في سوق
الاتصالات العالمية، فلن يمكن أن نجد
في الوقت الحاضر بيئة مثيرة للتحدي
أكثر من بيئة الخدمة البريدية. فلدينا
برنامج استراتيجي ضخم للتغيير
أمامنا ولكنني أعرف أنه سوف يكون
مريحا جدا بالنسبة لكل واحد عندما
ننجح في تطبيقه.
لذا فأنا مسرور للغاية لأنني قد قبلت
التحدي منذ سنة تقريبا. وإنني أستمع به.

إن الرئيس التنفيذي السابق عمل
في هذا المنصب لمدة ١٦ عاما.
فما هي الإجراءات المتخذة لتسهيل
العملية الانتقالية من فترة إدارته لفترة
إدارتكم؟

لقد قام بوضع الأساس للخلفية
الاستراتيجية من أجل تقدم المنظمة
إلى الأمام، وهو الأمر الذي أعلنت
عنه في شهر أبريل/نيسان ٢٠١٠
والمسمى برنامج المستقبل جاهز

«أنا مسرور للغاية لأنني قد قبلت التحدي منذ سنة تقريبا. وإنني أستمع به»

نستمر في الاستثمار في خدمة الرسائل لدينا بما أن الرسائل سوف تظل تشكل جزءا هاما من نشاطنا ومجتمعنا بالرغم من التغييرات التي تحدث في طريقة تواصل هذا المجتمع. وبريد الرسائل يجب أن يصير نشاطا يحقق الاكتفاء الذاتي. إلا أننا يجب أن نكون مدركين أن الإيرادات تتراجع في هذا المجال وأنه يجب محاذاة هيكل تكلفتنا مع إيراداتنا.

ونحن في حاجة أيضا لأن نفكر في تطبيق أشكال في خدمة الرسائل غير أشكال رسائل المعاملات وبالطبع إنني أتحدث عن البريد الترويجي. وبالنسبة لنا في أستراليا، الفرصة كبيرة وسوف تستمر على هذا النحو.

نحن في حاجة أيضا للحصول على تحديد منصف للأسعار لخدمة الرسائل لدينا. فأسعارنا لم تزد أكثر من ٢٠٪ على مدى ٢٠ عاما. والتضخم وحده قد وصل إلى مستوى ٦٠ في المائة، دون ذكر تضخم الأجور بنسبة ١٠٠٪. يجب علينا أن نكون حذرين عندما يتعلق الأمر بإدارة الطلب لأن منافسنا- وهو البريد الإلكتروني- مجاني إلى حد بعيد.

إن الإنترنت هو أسوأ عدو لخدمة الرسائل ولكنه في الواقع هو أفضل صديق لخدمة الطرود. وعندما يزيد انتشار النطاق العريض وتراجع الأسعار مع الوقت، فإن أحجام الرسائل تنخفض ولكن نسبة الشراء من محل الإقامة تزداد. وفي أماكن مثل الولايات المتحدة، الشراء المنزلي يبلغ بالنسبة المئوية من إجمالي المبيعات بالتجزئة ٧ إلى ٩٪. وفي

جزئيا إلى الاستراتيجية في حد ذاتها ولكنه يرجع أيضا وأكثر إلى كيفية تطبيقها. إن تنفيذ أية استراتيجية هو حقا الفرق بين المنظمة الناجحة والمنظمة غير الناجحة. وهناك الكثير من هذا التنفيذ توجهه نوعية الفريق الذي يعمل معكم وكذلك ثقافة المنظمة.

كيف غيرت التقنية مشهد الاتصال
الاستراتيجي؟

من ٢٠ عاما تقريبا، كانت حصة البريد الاستراتيجي من السوق تصل إلى ١٠٠٪ من الاتصال المكتوب وكان يحقق ٣ مليارات رسالة سنويا تقريبا. ولكن لم يكن هناك أية رسائل نصية SMS ولا بريد إلكتروني ولا جوجل في العالم والفيش بوك كان عبارة يستحيل أن ترد في قاموسنا.

أما اليوم، فهناك أربعة مليارات رسالة تسبح حول أستراليا ولكن هناك أيضا ١٨ مليار رسالة نصية و ٤٠٠ مليار رسالة بريد إلكتروني. إننا انتقلنا إذن من حصة في السوق تصل إلى ١٠٠ في المائة من الاتصال المكتوب إلى تقريبا ١٪ دون ذكر عدد الرسائل على الفيس بوك أو على تويتر. وعندما نجمع عدد كل هذه الرسائل، نكون قد انتقلنا من الهيمنة على وسيلة الاتصال إلى كوننا الأصغر في وسائل الاتصال.

كيف تنوي منظمتكم التعامل بطريقة
ملموسة مع هذا التغيير العميق في
الاتصال؟

إن الاستراتيجية الجديدة تركز على ٣ مجالات. المجال الأول هو أننا سوف

Future Ready (انظر البرواز). إن الرئيس التنفيذي السابق والمجلس أنجزوا الكثير من العمل الأساسي خلال ٢٠٠٩ بخصوص أين نحن الآن وإلى أين نريد أن نصل وأين مواطن القوة والضعف لدينا.

والخطة كانت آنذاك هي إتاحة الفرصة للرئيس التنفيذي الجديد أن يستخدم هذه المعلومات ويضع الاستراتيجية الجديدة بدلا من تركه يأتي أو تركها تأتي بلا خلفية وبلا معلومات وبلا استراتيجية. إن هذا التحضير أتاح لي أن أصل وأن أبدأ في تكوين الفريق لنبدأ في السير على الطريق الطويل نحو التنفيذ.

لماذا حدثت تغييرات في الاستراتيجية
ويجب بالتالي إعادة الهيكلة اللازمة؟
فيما يتعلق بسبب احتياجنا لهذه

الاستراتيجية، من الواضح لكل من يعرف العالم البريدي أن سوق الاتصالات الذي نعيش فيه قد تغير تغيرا جوهريا بسبب الطريقة التي يتواصل بها المجتمع بالاستعانة بالتقنية. إن هذا التغيير الجوهري والذي يقوده العالم الرقمي هو السبب في أن البريد يحتاج للتغيير ولوضع طرق جديدة ليظل مناسباً ولمواصلة استدامته.

وعندما يتم الإعلان عن استراتيجية ما، فالأمر يحتاج عرض السياق الذي يجعلنا نقود الأمور في اتجاه معين. و يقضي العديد من الناس وقتا طويلا في العمل الاستراتيجي قائلين ما هي الاستراتيجية. أما في حالتي، فأعتقد عن حق أن نجاح أي منظمة يرجع

المستقبل جاهز

تتم إعادة هيكلة بريد أستراليا في أربع وحدات عمل مع وجود مساءلة عن الربح والخسارة الفردية خلال ٢٠١٠-٢٠١١

- وحدات العمل الاستراتيجية هي :
- الخدمات البريدية
 - خدمات البيع بالتجزئة
 - خدمات التوزيع السريع
 - والخدمات الإلكترونية

السنة المالية

٢٠٠٩ — ٢٠١٠

- إجمالي الدخل الصافي ٤,٨٥٦ مليار دولار أسترالي
- الربح الصافي ٨٩,٥ مليون دولار أسترالي (٨٧,٨ مليون دولار أمريكي)
- ٩٦,١ في المائة من الرسائل الداخلية تسلم في وقتها أو في وقت مبكر،
- ٥,١٤ مليار بعبئة تتم معالجتها وتسلم لأكثر من ١٠,٧ مليون عناوين أسترالية
- أكثر من ٧٧ مليار دولار أسترالي مدفوعات تتم معالجتها وتُمر بالخدمات المالية البريدية الأسترالية وخدمات الوكالات،
- إجمالي الأرباح المدفوعة بمبلغ ٧٩,١ مليون دولار أسترالي للمساهمين فقط، الحكومة الأسترالية
- ١,٥ مليون لقاء يتم من أجل جواز السفر الأسترالي،
- حوالي ٢٤٠ مليون زيارة زبون توفر سنويا في ٤,٤١٥ منفذ بيع بالتجزئة في كل أستراليا
- أداء قوي في الطرود وفي المحافظ اللوجيستية تم تسجيله مع تحقيق نمو في الحجم قدره ١٦,٨٪ بالنسبة لخدمة الطرود الإلكترونية.

من أول يوم أطلق فيه. وبعد مرور خمسة شهور، كان قد تم تحميله ١٠٠ ألف مرة وأكثر. فهو يسمح للناس، من بين ما يسمح به، أن يجدوا مكاتب البريد المحلية وأن يتعقبوا طرودهم وأن يدفعوا قوائم حسابهم.

كيف يمكنكم ضمان وجود شبكتكم المادية في الوقت الذي تتوسعون فيه في العروض الإلكترونية على الخط؟ إن شبكتنا المادية تمر بمرحلة مثيرة.

فلدينا ثلاث مبادرات أساسية في نطاق شبكة التوزيع بالتجزئة منها بيع منتجات وخدمات اتصال أكثر وعليه نعمل بطريقة وثيقة مع الشركاء المحليين في الاتصال مثل موردي شبكة الهاتف المحمول (موبايل). ونشهد مجال نمو كبير آخر في خدمات الهوية والخدمات الحكومية. فنحن نعالج حاليا ٩٣ في المائة من جميع جوازات السفر من أجل الحكومة الأسترالية وذلك عبر محلاتنا. كما أننا نقوم بمراجعة الهوية حيث يوجد لدينا نظام يركز على الثقة يسمح لنا بالقيام بعمل اعرف زبونك من أجل الحكومة والشركات.

ثالثا، نحن مركز محوري للخدمات المالية ونحن على اتصال بـ٧٦

أستراليا، الأمر يدور حول ٣٪ فقط ولذا يتعلق الأمر بفرصة نمو هائلة. لذا نحن نستعد للاستفادة من عالم البيع بالتجزئة الإلكترونية هذا e-tailing، فنصير موردي مثل هذه المنتجات. واليوم في أستراليا، يتولى البريد الأسترالي توزيع تقريبا اثنين من كل ٣ طرود داخلية يتم شحنها بسبب التسوق المنزلي.

ما هو الوضع بالنسبة لعروضكم الإلكترونية؟

إن العنصر الثالث في الاستراتيجية هو أن كل ما نقوم به ماديًا، يستحسن أن نقوم به رقميًا. فلدينا هذه العلامة التجارية الكبيرة الموثوق فيها ومعها شبكة توزيع مذهلة مع ٤٥٠٠ محل تجزئة متناثرة عبر البلاد. إلا أننا نبحث عن الاستمرار في ضمان توفير المنتجات والخدمات في محلات التجزئة لدينا بينما نقدم أيضا تشكيلة من الخدمات التي توافق عروضنا المادية وذلك إلكترونيا وعبر الهاتف. وقد أطلقنا أول برنامج تطبيقي أي-فون iPhone في ٢٠١٠ وهو الآن متوفر على وويندوز ٧ Windows7 واندرويد. وقد صار ذلك البرنامج التطبيقي الأول للأعمال في أستراليا



ومن الأفضل أن نحل سوريا المشكلة من أن ندخل في خلاف حول من يحصل على ماذا». وقد تم حل هذه المشكلة بطريقة مرضية للغاية ويمكننا الآن أن ننظر إلى الأمام والاهتمام بالبيئة الخارجية التي نواجهها.

ويسعدني أن يكون ما قام به الفريق الذي يعمل معي قد أفتق المنظم بأن يسمح لنا بزيادة الأسعار. أما التحدي الثاني، فقد كان هو العلاقات الصناعية والعمل مع نقاباتنا. إن بريد أستراليا مر بوقت عصيب في ٢٠٠٩ حيث كان الجميع قلقا تماما على عمله وعلى الطبيعة الانكماشية لنشاطنا. ويسرني أن أقول أنه في شهر أكتوبر/تشرين أول ٢٠١٠، سجلنا ٧٣٪ إجابة بنعم في التصويت الخاص بقيام المؤسسة بمساومة اتفاق جديد مع جميع العاملين لدينا ومع النقابات.

إن ذلك يوفر لنا مركزا محوريا إيجابيا للغاية للعمل مع النقابات وأعتقد أنهم قد أظهروا نوعا من الاستجابة الرائعة. فجاءت الزيادة في الأجور منصفة. لقد كان إثباتا حقيقيا لروح القيادة في النقابات حيث قالوا: «إننا جميعا في هذا الأمر سوريا. الجو صعب

مؤسسة مالية في أستراليا ونغطي بذلك كل البنوك الهامة والتعاونيات الائتمانية وشركات البناء. ونسمح لزبننا بإيداع الاموال وسحبها من الحسابات والقيام بعمليات تغيير العملات الأجنبية وتحصيل التأمين وذلك من ضمن أشياء أخرى. وفي الآونة الأخيرة، جددنا اتفاقنا مع البنك القومي الأسترالي لكي يمكن لزبن الأعمال التابعين له أن ينهوا بعض الخدمات الأساسية في محلاتنا.

ما هي التحديات الأكثر أهمية التي واجهتموها خلال السنة الأولى في العمل؟

عندما بدأت العمل في بريد أستراليا، لم يكن الأمر بالضرورة سهلا. فقد كان هناك تحديان كبيران يجب التعامل معهما. كان يجب أولا إقناع المنظم لدينا بأن الزيادة في سعر الطابع مبررة بالرغم من رفضه المبدئي.

الاستشارات تحدد اتجاهات السوق

بقلم مونيكا كيوغان

هناك تقرير حديث أعده مكتب استشاري للإدارة، إكسانتيور، يتم فيه التوصية بأن يستمر المستثمرون البريديون في العمل حتى عندما تصبح الأمور صعبة. إن المنظمات البريدية رفيعة الأداء يجب عليها، حسب المؤلف المشترك، بريان موران، في آن واحد التحلي بروح خلاقة في الأعمال وأن يكون لها تركيز استراتيجي واضح. "يجب على البريد أن ينظر إلى الحقائق في نشاطه التقليدي ويجب عليه أن يقر بأن هذا النشاط في حالة تقهقر. وعليه أن يحدد ما هي المكانة الخاصة التي سوف يشغلها في السوق - سواء عن طريق التوسع

الجغرافي أو المنتجات الجديدة أو إدخال النظام الرقمي وعليه أن يُحكّم ذلك بقوة على مدى ١٢ إلى ٢٤ شهرا التالية من أجل تأمين مستقبله بصفة فعلية".

وبالنسبة للمستثمرين البريديين الذين يواجهون هبوط أحجام البريد، فإن النظام الرقمي سوف يكون في آن واحد حيويًا ولا يتيسر الهروب منه. "إنها لحظة هامة بلا حدود بالنسبة للبريد"، على حد ما قال موران. "فالبريد لديه القدرة الفريدة على توفير مزيج من المادي والرقمي. ويمكنه أن يقدم عرضا أفضل بكثير للمستهلك مما يقدمه موقع أية شركة. إن المستهلكين يعرفون أنه يمكنهم أن يثقوا في البريد. ويمكنهم التعامل مع

جميع مرسلي قوائم الحساب من مكان واحد. وإذا كانوا يريدون كشفًا رقميًا وكشفًا ماديًا، المنظمة الوحيدة التي تقدم ذلك هي البريد". وحسب التقرير، فإن الاستدامة يمكن أن تكون المحرك لثقافة المنظمة. فهي يمكن أن تساعد في إمداد القادة البريديين بأفكار حول الكيفية التي يحققون بها نمو الدخل ويديرون المخاطر ويكونون أصولًا معنوية. إن نماذج الأعمال المستدامة يمكن أن تتضمن عمليات التحليل من طرف لطرف عن استهلاك الطاقة وعن المخلفات والانبعاثات من حلقة البريد وتهدف إلى الوصول بطرق التسليم وإعادة التدوير إلى المستوى الأمثل". مونيكا كيوغان، صحفية حرة مقرها برن في سويسرا.

راجع واضبط شكل العناوين وفقا للمعيار S42

إن موقع World Addresses Web على الإنترنت خدمة عالمية لفحص العناوين على الخط الإلكتروني. ويقوم هذا الموقع بإخراج عناوين الإرسال بشكل معيار الاتحاد البريدي العالمي S42. إن كل معيار S42 قد وافق عليه مسبقا المستثمر البريدي القومي.

إنه يخفض وقت معالجة البريد ويحسن من فعالية خدمتكم البريدية كما تم إثبات ذلك في الاحتفال الذي تم تنظيمه في سويسرا في الآونة الأخيرة بمناسبة اعتمادها.

زوروا الموقع www.worldaddresses.com للحصول على البرنامج التجريبي المجاني أو اتصلوا بنا للحصول على معلومات أوفى.

أمريكا الشمالية: World Addresses, Inc.
383 King Street, Unit 1011, San Francisco,
CA 94158, USA

هاتف: +١ ٤١٥ ٧٣٨ ٠٦٣٨
بريد إلكتروني: nasales@worldaddresses.com
الموقع: www.worldaddresses.com

بقية العالم: World Addresses Ltd
Manor Farm Barns, Fox Road, Framingham Pigot,
Norwich, NR14 7PZ

هاتف: +٤٤ (٠) ١٥٠٨ ٤٩٤٤٨٨
بريد إلكتروني: www.worldaddresses.com
الموقع: www.worldaddresses.com

 **worldaddresses**
the postal address experts
خبراء العنوان البريدي

البريد الإلكتروني E-Postbrief يبلغ سن الرشد

بقلم مونیکا كيو غمان

وقع مليون مستخدم من أجل استخدام خدمة E-Postbrief، ثلاثة شهور بعد أن أطلق البريد الألماني Deutsche Post DHL هذه الخدمة. ومن ضمنهم ١٠٠ مؤسسة، بما في ذلك شركة التأمين أليانز، والاتحاد الألماني لكرة القدم والحلواني ليندت وشبرونغلي وموردي الحلول للشركات SAP.

ووفقا للبريد، تتسم E-Postbrief بنفس خصائص الرسائل الورقية: يمكن بوضوح تحديد الراسل والمرسل إليه والرسائل سرية والتسليم مضمون. وقد قال يورغن غيرديس، وهو عضو في مجلس إدارة البريد الألماني Deutsche Post DHL MAIL "نحن نجعل الرسائل الورقية التقليدية تنتقل إلى العصر الرقمي ومازلنا نحافظ على العرض الذي نقدمه والذي أثبت قيمته والخاص بالمسؤولية والسرية والمصادقية". إن السوق تبدو مستعدة اليوم لمثل هذا التطور. وتقدر وزارة الداخلية الألمانية أن المراسلات الإلكترونية سوف تحل محل ثلاثة أرباع أحجام الرسائل في البلد في الأجل الطويل وسوف يتم استخدامها بمعرفة واحد من كل خمسة ألمانين وذلك في غضون خمس سنوات.

وبعد التسجيل الأولي في www.epost.de وبعد تقديم الإثبات على الهوية في مكتب بريد ما، يمكن لمستخدم هذه الخدمة أن يرسل

الرسائل الإلكترونية الرسمية بسعر البريد العادي. حتى الزين غير المسجلين يمكنهم استلام رسالة E-Postbrief بما أن خيار البريد المختلط يسمح بالطباعة في مكتب بريد والتسليم بواسطة موزع رسائل. ويقول البريد الألماني إن الشركات يمكنها أن تحسن خدمة الزين ويمكنها في نفس الوقت أن توفر لغاية ٦٠٪ من تكاليف معالجة البريد. إن SAP من ضمن هذه الشركات وهي تخطط لإدراج الخدمة الجديدة في برمجيات إدارة الموارد البشرية لديها. "إن هذا الإدماج... يشكل خطوة هامة في اتجاه خلق عمليات أعمال إلكترونية من طرف لطرف بين الشركات وموظفيها والسلطات والمواطنين"، على حد ما قال كيرستين جايجر، رئيس الحلول الصناعية في SAP. وأضاف زبون آخر، وهو أليانز جيرماني، قائلا: "في العصر الرقمي، يتوقع الزين بتزايد إجابات فورية. ويقدم لنا التفاعل الإلكتروني مع E-Postbrief أول فرصة لاتصال زبون مكتوب آمن وملزم عبر الإنترنت"، على حد قول رئيس الاستثمار، السيد رالف شنايدر.

ظهور المنافسة

في حين أن E-Postbrief ليست مفهوما جديدا تماما، إلا أن البريد الألماني هو المورد الألماني الوحيد حتى اليوم لخدمة رسائل إلكترونية ملزمة. ولكن بدأت المنافسة تلوح في الأفق بما أن الحكومة الألمانية تستعد لاعتماد

قانون حول الاتصال الإلكتروني الآمن على الصعيد القومي في بداية ٢٠١١. وكجزء مما يسمى مبادرة De-Mail، تخطط الاتصالات الألمانية Deutsche Telekom بالاتصال مع Web.de و GMX لإطلاق رسائلها الإلكترونية الخاصة التي تكلف من ٠,١٠ يورو إلى ٠,٢٠ يورو لكل رسالة (٠,١٤ - ٠,٢٧ دولار أمريكي) وتتوي أن تعرض بسعر أقل بكثير عن أسعار E-Postbrief بـ ٠,٥٥ يورو. إلا أن البريد الألماني كان سابقا وسوف يطلب اعتماده كمورد ما أن يتم إقرار القانون. «وبالنسبة لـ ٩٩٪ من البريد الملزم قانونا، يشعر المشرعون بالرضا إزاء إعلان نوايا يمكن بوضوح إحالته بمعرفة الفرد. وهذه هي بالضبط الحالات التي يمكن للبريد الألماني أن يعالجها بواسطة بنيته القاعدية E-Postbrief» كما شرح أوفيه بنسيان، الملحق الصحفي بالشركة. "كل الرسائل الإلكترونية مشفرة وتورد مصحوبة بتوقيع البريد الإلكتروني الألماني. ولا تحتاج لمعدات حاسوب أو لبرمجياته من أجل ذلك، أي جهاز حاسوب PC مع إمكانية النفاذ إلى الإنترنت." كما أن البريد قد وضع وسيلة مبتكرة لتجربة أمن البوابة. فقد دعا مخترقي البريد الإلكتروني (الهكرز) ليكتشف الفتحات الممكنة في نطاق من أجل الجوائز النقدية.

مونیکا كيو غمان، صحفية حرة مقرها برن، سويسرا

انشروا إعلاناتكم في مجلة الاتحاد البريدي !

ألف قارئ في ١٩٢ بلدا. وللحصول على معلومات أوفى، اتصلوا بالسيدة فريال ميرزا، رئيسة التحرير، هاتف : ٣٥ ٣١ ٤١ +،

faryal.mirza@upu.int

هل تريدون النفاذ إلى الرؤساء والمديرين وإلى متخذي القرار رفيعي المستوى في القطاع البريدي الدولي من أجل الترويج لمنجكم أو لخدمتكم؟ انشروا إذن إعلانا في مجلة الاتحاد البريدي وهي مجلة تنشر بسبع لغات ويقرأها ٢٥

1296

1296 MARS

www.solystic.com

— Vallant — Traduction film photo prise à Bagny-les-Bains — SOVIETPRODUCTION

تقنية مبتكرة لمعرفة النوعية



GMS

Global Monitoring System

إن قياس أداء البريد بالاستعانة بتقنية التعرف بواسطة الترددات الراديوية RFID كان مجرد حلم يراود العديد من البلاد الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي. وبفضل نظام المراقبة العالمية GMS، يمكن الآن للمستثمرين البريديين الاستفادة من أحدث حل تستخدم فيه تقنية التعرف على الترددات الراديوية من النوع السلبي (الخامل) وذلك بسعر معقول للغاية.

للحصول على معلومات أوفى، الرجاء متابعة فيلم الرسوم المتحركة
أو الاتصال بـ :

<http://www.tinyurl.com/gmsfilm>
or contact gms@upu.int.



UPU

UNIVERSAL
POSTAL
UNION