

UNION POSTALE

عاماً

145



الاتحاد
البريدي
العالمي

على درب التنمية

صيف ٢٠١٩

١٤ بناء الثقة في العلامة
التجارية PosTransfer

١٦ موضوع الغلاف

٢٤ تشجيع المؤسسات
البريدية على الخروج
من دائرة راحتها

سد الفجوة
الإقليمية

#UPU145

١٠ أسباب لوجود الاتحاد البريدي العالمي

السبب رقم ٢ ربط الشبكات

إن الترابط بين الشبكات البريدية أمرٌ حاسمٌ للتشغيل الفعال للخدمات البريدية الدولية. ويضطلع الاتحاد البريدي العالمي بدور رئيسي في إيجاد وتوحيد أنماط الحلول التقنية لتبادل البيانات الإلكترونية والمدفوعات والمعلومات الأخرى.

السبب رقم ١ ضمان وجود إقليم بريدي واحد

تشكل البلدان الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي، البالغ عددها ١٩٢ بلداً، وشبكات البريد التي تديرها أكبر شبكة توزيع في العالم. وتكفل حرية عبور البعثات البريدية داخل إقليم بريدي واحد، وتوافق البلدان الأعضاء في الاتحاد على احترام قواعد تبادل البريد الدولي.

السبب رقم ٣ تحسين نوعية الخدمات

من دون جودة الخدمات، يستحيل تطوير الأسواق وكسب ثقة الزبائن. وقد وضع الاتحاد البريدي العالمي عدداً من النظم والحلول ومبادرات بناء القدرات لمساعدة المؤسسات البريدية على تحسين نوعية خدماتها.

السبب رقم ٥ تسهيل التجارة

تعتبر المؤسسات البريدية، نتيجة للعولمة ونمو التجارة الإلكترونية، جهات شريكة مثالية في تيسير التجارة — لا سيما بالنسبة إلى المنشآت الصغرى والصغيرة والمتوسطة. ويوفر الاتحاد البريدي العالمي إطاراً قانونياً وتنظيمياً وتقنياً لدعم تطوير المنشآت الصغرى والصغيرة والمتوسطة من خلال البنية الأساسية البريدية.

السبب رقم ٧ العمل على إصلاح القطاع

لا يزال إصلاح القطاع البريدي يحظى بأولوية رئيسية لتحقيق التعاون من أجل التنمية. ويعمل الاتحاد البريدي العالمي في مجالات عديدة لتقديم مساعدة ممنهجة، مقترنة بإصلاحات، إلى البلدان: إبراز أهمية الإصلاح البريدي في صفوف المؤسسات المالية الدولية؛ تسهيل تبادل أفضل الممارسات؛ وضع أدلة لرصد ودعم وتقييم الإصلاح.

السبب رقم ٩ دعم التنمية المستدامة

باعتبار أن الخدمات البريدية تشكل جزءاً من النسيج الاجتماعي والاقتصادي المحاك باستحكام في البلدان التي تتمتع بها، فهي تؤدي دورها في التنمية المستدامة للقطاع والكوكب على السواء. ويدعم الاتحاد البريدي العالمي المستثمرين البريديين في جهودهم الرامية إلى إدماج التنمية المستدامة في أنشطتهم.

السبب رقم ١٠ التنسيق مع الشركاء الدوليين

إن الاتحاد البريدي العالمي، بصفته منظمة حكومية دولية ووكالة متخصصة في منظومة الأمم المتحدة، هو الهيئة الوحيدة التي تمثل القطاع البريدي برُمته وتتفاوض بالنيابة عنه. ويعالج الاتحاد البريدي العالمي جملة من المسائل العالمية بالتعاون مع الوكالات المتخصصة الأخرى.

نظام الترقيم العالمي للرابطة العالمية لتنمية هواية جمع الطوابع البريدية (WNS)

طوابع البريد؟
لنكن واقعيين!

اكتشف سائر طوابع البريد المشروعة التي تصدرها السلطات المختصة في العالم، مع سهولة الوصول إلى متاجر هواة جمع طوابع البريد على الإنترنت في جميع أنحاء العالم.

اجمع بثقة!

تدير الرابطة العالمية لتنمية هواية جمع الطوابع البريدية نظام الترقيم العالمي، من خلال الاتحاد البريدي العالمي.

لمزيد من المعلومات، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني التالي: www.wnsstamps.post

لا يزال المليارات من سكان العالم لا يحصلون على خدمات الإنترنت ولا غيرها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأساسية، ولذلك، تسعى الحكومات والمنظمات الدولية والشركات الخاصة جاهدة للرد على سؤال من الأسئلة الرئيسية التي طُرحت في عالمنا المعاصر ألا وهو: ما السبيل إلى سد الفجوة الرقمية؟ وما هو الاتحاد البريدي العالمي يسعى لتشجيع المؤسسات البريدية على إيلاء الأولوية للتحويل الرقمي كمبادرة لإيجاد حل لهذه المعضلة.

تحقيق صحفي لا بديل للتغير

يعمل السيد ديريك أوسبورن، الذي يحظى بخبرة تزيد على ثلاثين عاما في القطاع البريدي الدولي، مدربا له باع في مجال الأعمال في الشركة Whatnext4u، حيث تكمن مهمته في تسهيل تنظيم الأحداث وكذلك "الدروس" المتصلة بالقطاع البريدي لتقاسم معارف القطاع وعرض آخر ما شهده من تطورات. وبصفته مستشارا لدى الاتحاد البريدي العالمي فإنه يسدي إليه المشورة أيضا فيما يتعلق بكيفية استحداث الأفكار جديدة والابتكارات خلال المنتدى العالمي للأعمال البريدية الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي خلال معرض Parcel+Post Expo.



تحقيق صحفي هواية جمع الطوابع البريدية في حلة جديدة

نتيح الابتكارات والرقمنة فرصا جديدة لبرامج هواية جمع الطوابع البريدية لدى المؤسسات البريدية في سوق بلغت قيمتها عدة مليارات من الدولارات.

البيانات الشاملة البيانات الضخمة للاتحاد البريدي العالمي: كيف تستخدم وإلى أين تتجه

تجوب مليارات الرسائل والطرود كل عام كامل أنحاء المعمورة. ولذلك، تتبادل المؤسسات البريدية بيانات إلكترونية تتعلق بجميع المجالات، من موقعها إلى تكلفة الشحن. وقد اكتشف الاتحاد البريدي العالمي وسائل جديدة تتيح له الاستفادة من هذه الثروة من المعلومات.



الاتحاد البريدي العالمي يستهل الاحتفال بمرور ١٤٥ عاماً على تأسيسه

في ٩ أكتوبر ١٨٧٤، اتفق ٢٢ بلدا على توقيع اتفاقية برن لإنشاء جهاز حكومي دولي يُعنى بإرساء إقليم بريدي واحد لتقديم خدمات للعالم بأسره، وأضحى هذا الجهاز اليوم يعرف باسم الاتحاد البريدي العالمي. وفي عام ٢٠١٩، ها هو الاتحاد البريدي العالمي، ببلدانه الأعضاء البالغ عددها ١٩٢ بلدا عضوا، يحتفل بمرور ١٤٥ عاماً على تأسيسه قطع خلالها شوطا كبيرا على "درب تنمية" القطاع البريدي.



بناء الثقة في العلامة التجارية PosTransfer

اعترافاً من الاتحاد البريدي العالمي بالدور الذي يضطلع به المستثمرون البريديون في تعزيز الإدماج المالي والحد من الفقر، أنشأ الاتحاد العلامة التجارية PosTransfer لخدمات الدفع البريدية في عام ٢٠١٥ كأداة لبناء الثقة، ولا سيما في أوساط العمال المهاجرين الذين يبحثون عن خدمات موثوقة وميسورة التكلفة لتحويل الأموال إلى أسرهم. وترمي العلامة التجارية PosTransfer أيضا إلى تعزيز وضع المستثمرين المعيّنين في السوق التنافسية لتحويل الأموال إلكترونياً.

تشجيع المؤسسات البريدية على الخروج من دائرة راحتها

أضحى مفهوم تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة (blockchain) في السنوات الأخيرة، مفهوما عصريا تتغنى به جميع القطاعات. وفي أعقاب المنتدى الذي نظمه الاتحاد البريدي العالمي حول الخدمات المالية البريدية تحت عنوان "تشكيل الخدمات البريدية المالية في الاقتصاد الرقمي"، قابل فريق مجلة UNION POSTALE المحاضر الرئيسي في المنتدى والشريك في إدارة شركة FutureLab Consulting، السيد موزيس ما، لينقضي منه كيف للمؤسسات البريدية أن تحقق قفزة في مجال التكنولوجيا وتؤثر إيجابيا ليس فقط في الأنشطة البريدية بل وأيضا في المجتمع بأسره.



تمهيد اختيار المسار الصحيح

٧ كلمة رئيسة التحرير ديناميكية التكنولوجيا الرقمية

٨ بايجاز أول خدمات يتيحها الاتحاد البريدي العالمي للأطراف الفاعلة في القطاع البريدي بنطاقه الواسع

شخصية من الاتحاد البريدي العالمي
الاتحاد البريدي العالمي يعقد مؤتمراً استثنائياً ثالثاً

٢٣ مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي

٣٢ التركيز على السوق

مؤسسة بريد أيرلندا An Post تمنح المشردين عنواناً خاصاً بهم

مقهى البريد التركي يمزج بين الحلة العصرية وتقاليد الضيافة في مكاتب البريد

٣٩ الأحداث المرتقبة المهمة

٤٠ مختارات

تحمل المجلة UNION POSTALE (الاتحاد البريدي) مشعل الاتحاد البريدي العالمي منذ عام ١٨٧٥. وتصدر كل ثلاثة أشهر بسبع لغات وتغطي أنشطة الاتحاد البريدي العالمي وأنباء وتطورات دولية في القطاع البريدي.

تنتشر المجلة بانتظام مقالات معمقة عن مسائل تنصدر الأحداث يواجهها القطاع، وكذلك مقابلات مع الشخصيات القيادية في القطاع. وتوزع المجلة على نطاق واسع على البلدان الأعضاء الـ ١٩٢ في الاتحاد البريدي العالمي بما في ذلك الآلاف من صناع القرار في الحكومات والمؤسسات البريدية، فضلا عن أطراف بردية معنية أخرى. ويعتبرها الجميع مصدراً هاماً للمعلومات عن الاتحاد البريدي العالمي والقطاع البريدي بصفة عامة.

وتصدر المجلة أيضا باللغات الفرنسية والإنكليزية والصينية والألمانية والروسية والإسبانية.

ولا يدعم الاتحاد البريدي العالمي أية منتجات أو خدمات يروج لها أي طرف ثالث من المعلنين ولا يضمن صدق أي شيء تدعيه هذه الإعلانات. ولا تعكس الآراء المعرب عنها في المقالات آراء الاتحاد البريدي العالمي بالضرورة.

ومن الممنوع منعاً صريحاً إعادة نشر أي جزء من المجلة UNION POSTALE (بما في ذلك النصوص أو الصور أو الرسوم) دون الحصول مسبقاً على إذن بذلك.

صيف ٢٠١٩

إشارة إلى الموسم في بلد النشر.

رئيسة التحرير:

كاثلا رڤستون (ك.ر.)

المحررون:

دافيد دادج (د.د)، وأولينا مورافيوفا (أ.م.)

التصميم والتوضيب:

صونيا ديفوسكي، (النسخة العربية: أحمد الصوفي)

صورة الغلاف:

Starline/Freeipik

الاشتراكات:

publications@upu.int

الإعلانات:

kayla.redstone@upu.int

الاتصال:

UNION POSTALE
International Bureau
Universal Postal Union
P.O. Box 312
3000 BERNE 15
SWITZERLAND

رقم الهاتف: +41 31 350 31 11

البريد الإلكتروني: kayla.redstone@upu.int

الموقع الشبكي: news.upu.int/magazine

اختيار المسار الصحيح



توصلنا أخيرا إلى حل يرضي الجميع. ولكن خاب ظني. وللأسف لم تطبق الأسعار الجديدة بما يكفي من السرعة لصرف الولايات المتحدة الأمريكية عن موقفها.

وأثناء المؤتمر الاستثنائي الثالث، الذي ستفتتح أعماله في ٢٤ سبتمبر في جنيف، سنحاول تسوية هذه المشكلة لكي تتمكن من الالتفات إلى التحديات العديدة الأخرى التي يجب أن نتصدى لها. وبصفتي المدير العام للمكتب الدولي، ليس لي أن أؤثر في هذه العملية ولا في آراء البلدان الأعضاء. فهذه المسائل تدخل في نطاق سيادة البلدان الأعضاء، ولطالما احترمنا حقها في بلوغ أهدافها. ومع ذلك، أرى أيضا أن واجبي يحتم علي، بحكم مهام منصبي، أن أسلط الضوء على التهديدات التي تحيط بوجود الاتحاد البريدي العالمي وعلى ضرورة اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

فتسوية مسألة أسعار الأجور، على أمل بقاء الولايات المتحدة الأمريكية عضوا في الاتحاد، تشكل خطوة في الاتجاه الصحيح. وتكتسي هذه النقطة أهمية حاسمة نظرا لأن توثيق عرى التعاون وتعزيز الشراكات أمران حاسمان من أجل التغلب على الصعوبات العديدة التي على القطاع أن يتصدى لها. فكل مستثمر بريدي يهدف إلى تحقيق الأرباح، وقد نجح بعض المستثمرين البريديين في تحقيق هذا الهدف، فيما لم يحققه البعض الآخر.

يبدو لي أن الاتحاد البريدي العالمي يضرب مثلاً استثنائياً في الكفاح من أجل تحويل القطاع وتجديده، حيث يعمل بلا كلل في مجالات الرقمنة والتجارة الإلكترونية والخدمات المالية.

عندما التقت أليس بالقط شيشاير في مفترق طرق، في رواية أليس في بلاد العجائب، قالت له لا يهمني كثيرا إلى أين أذهب. فأجابها القط قائلا "إذا، لا يهم أي طريق تسلكين". فلئن كانت الشخصية الخيالية تقبل بالتخبط، فإن فترات التخبط ليست أساسا صلبا تقف عليه مؤسسة متخصصة تابعة لمنظومة الأمم المتحدة تدير القطاع البريدي الدولي منذ مائة وخمسة وأربعين عاما.

وكشأن أليس، يقف الاتحاد البريدي العالمي حاليا في مفترق طرق، ينتظر قرارا قد يؤثر تأثيرا شديدا في توجهه في المستقبل. فمنذ أن أعلنت حكومة الولايات المتحدة الأمريكية عن عزمها الانسحاب من الاتحاد (وهي سابقة في تاريخ الاتحاد العريق)، لم ندخر جهدا أنا وفريق المكتب الدولي لكي تتمكن البلدان الأعضاء من التعبير عن آرائها والتوصل إلى توافق في الآراء حول هذه المسألة.

وإننا لنعلم منذ أمد بعيد أن نظام الأجور لا يلبي الغرض المنشود منه، كما نعلم أنها مسألة معقدة لن تحل بين عشية وضحاها. لذا فإننا نعكف في كل مؤتمر على تحسين نظام الأجور وتطبيقه على أمثل وجه منذ إنشائه في مؤتمر طوكيو لعام ١٩٦٩. ولقد راودني الظن أثناء مؤتمر إسطنبول لعام ٢٠١٦ أننا

كلمة رئيسة التحرير

ديناميكية التكنولوجيا الرقمية

لا شك في أن القراء سيلمسون تسلسلا في الأفكار في هذا العدد.

وتشكل افتتاحيتنا نافذة مطلّة على هذا العدد، إذ إنها تسلط الضوء على دور المؤسسات البريدية في سد الفجوة الرقمية وتسوق دراسات حالة لمستثمرين معيّنين عديدين أضحوا روادا في هذا المجال. وتحدث السيد موزيس ما، وهو خبير إستشاري في مجال الابتكار، خلال لقاء أجري معه عن بوادر مشجعة وقدم نصائح لتسريع وتيرة الابتكار.

ولإبراز أهمية الابتكار، جاءت في هذا العدد مقالات عن أنشطة الاتحاد البريدي العالمي في مجال البيانات الضخمة وعن آثار الإنترنت في سوق هوية جمع الطوابع البريدية، ومقالة تسلط الضوء على حل التحويل البريدي PosTransfer الذي استتبّه الاتحاد البريدي العالمي في مجال خدمات الدفع البريدية.

وفي الختام، سنقدّم إلى القراء لمحة مقتضبة عن المواضيع المزمع مناقشتها خلال المنتدى العالمي للأعمال البريدية الذي سينظمه الاتحاد البريدي العالمي في شهر سبتمبر المقبل، والذي سيبثّ في مسالة أهمية التحول الرقمي بالنسبة إلى مستقبل المؤسسات البريدية.

ويحتوي هذا العدد في طياته أيضا على الدراسة الاستقصائية السنوية المعدة لاستطلاع آراء القراء بعد أن كنا قد تخلينا عنها منذ زمن بعيد. وها نحن الآن نود من خلالها معرفة ما يعجبكم في مجلّتنا هذه وما يمكن تحسينه فيها كذلك بحسب رأيكم. ونحن في انتظار تعليقاتكم بكل اهتمام لمراعاتها وللاستمرار في إصدار أعداد قيمة يستفيد منها قُرّاءنا.

نتمنى لكم قراءة ممتعة!

كايل رُستاون، رئيسة التحرير

ويبدو لي أن الاتحاد البريدي العالمي يضرب ويبدو لي أن الاتحاد البريدي العالمي يضرب مثلا استثنائيا في الكفاح من أجل تحويل القطاع وتجديده، حيث يعمل بلا كلل في مجالات الرقمنة والتجارة الإلكترونية والخدمات المالية. ومن دون مساهمة القطاع برمته، سيظل تحقيق الأرباح هدفا بعيد المنال، ومع ذلك فإن الحل في المتناول، ولا يلزم إلا تنفيذه. ولئن كان الاتحاد البريدي العالمي يحرز تقدما في هذا الصدد على الصعيد العالمي، فلما يزل يتعين بذل الكثير من الجهود.

وعلاوة على ذلك، يعكف الاتحاد البريدي العالمي على تحقيق مبدأ أساسي وهو: عالم واحد وشبكة بريدية واحدة، أي شبكة موحدة يمكنها أن تستوعب أحدث التكنولوجيا وأن تحسن ما تقدمه من خدمات إلى الزبائن. ومن هذا المنطلق، فإننا ندرس تدشين رؤية بريدية جديدة في كل المناطق، أي نهج جديد يرمي إلى تحفيز الاتحاد البريدي العالمي جيدا لما ينتظره في القرن الحادي والعشرين. ويشمل هذا النهج أربعة محاور كبرى هي: تشجيع الحكومات على تقليص الفوارق في مجال التنمية البريدية، ومواءمة الأنظمة، وتحسين النتائج التشغيلية، وتعزيز إدماج القطاع الخاص والمؤسسات العامة في القطاع البريدي الدولي.

وإننا لنأمل أن تشكل هذه التهجّج الأسس التي ستقوم عليها استراتيجية أبيدجان البريدية لعام ٢٠٢٠، كما أنني لا أزال أؤمن بإيماننا راسخا بأنها قادرة على تعزيز أعمال الاتحاد البريدي العالمي والقطاع برمته. ولكن يلزم أولا وقبل أي شيء أن يتحلّى القطاع البريدي الدولي بالشجاعة ويختار المسار الصحيح.

ولن ننسى أن أليس قالت للقط شيشاير، في رواية لويس كارول، إنها تريد أن تذهب إلى "مكان ما". وأود أن أقول بكل احترام، بصفتي المدير العام للمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي، إن القطاع البريدي لا يمكنه ألا يبالى للمسار الذي يسلكه؛ بل عليه أن يختار المسار الصحيح.

بشار عبد الرحمن حسين، المدير العام، الاتحاد البريدي العالمي

ولئن كان الاحتفال الرسمي بذكرى تأسيس المنظمة، المعروف باليوم العالمي للبريد، يُنظَّم في ٩ أكتوبر، فإن الاتحاد البريدي العالمي كان قد استهل مجموعة من الأنشطة احتفالاً بمرور ١٤٥ على تأسيسه قضاها في تعزيز الطابع التعددي للتعاون البريدي الدولي.

ووصف المدير العام للمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي، السيد بشار حسين، في كلمته الرسمية التي ألقاها بهذه المناسبة، المنظمة بأنها رمز للابتكار والإبداع في القطاع البريدي.

وأشار إلى أن أنشطة الاتحاد البريدي العالمي وبرامجه ترمي إلى مساعدة البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء على التحول للاتحاق بركب الابتكار التكنولوجي السريع.

ثم أضاف قائلاً "في هذا السياق، اخترنا عنواناً لهذه الذكرى يعكس بحق التزامنا تجاه البلدان الأعضاء ومستثمريها المعينين ألا وهو 'على درب التنمية'."

ثم أضاف قائلاً إن "هذا العنوان يلخص كل ما نبذله من جهود مضيئة لإيجاد سبل جديدة ومبتكرة من أجل تعزيز قيمة الشبكة البريدية الدولية."

الاحتفال البريدي العالمي بسنه ١٤٥ عاماً على تأسيسه

في ٩ أكتوبر ١٨٧٤، اتفق ٢٢ بلداً على توقيع اتفاقية برن لإنشاء جهاز حكومي دولي يُعنى بإرساء إقليم بريدي واحد لتقديم خدمات للعالم بأسره، وأضحى هذا الجهاز اليوم يعرف باسم الاتحاد البريدي العالمي. وفي عام ٢٠١٩، ها هو الاتحاد البريدي العالمي، ببلدانه الأعضاء البالغ عددها ١٩٢ بلداً عضواً، يحتفل بمرور ١٤٥ عاماً على تأسيسه قطع خلالها شوطاً كبيراً على "درب تنمية" القطاع البريدي.

النص: كايل رذستاون.



أول خدمات يتيحها الاتحاد البريدي العالمي للأطراف الفاعلة في القطاع البريدي بنطاقه الواسع

النص: كايل رذستاون.

وتضمّن هذا الاقتراح عدة مبادئ توجيهية وشروط تشغيلية لمنح حق النفاذ إلى المنتجات والخدمات. فعلى سبيل المثال، يجب المساهمة في تبليغ رسالة الاتحاد من خلال تيسير ربط المستثمرين المعيّنين بسائر أصحاب المصلحة في القطاع البريدي بنطاقه الواسع الذين يؤدون دوراً أساسياً في سلسلة الإمدادات، مثل شركات الطيران والسلطات الجمركية ووكلاء المعالجة الأرضية وشركات النقل.

ويُعد هذا الإجراء ثمرة سنتين من الدراسة والمرحلة الأولى في تنفيذ الولاية التي حددها المؤتمر البريدي العالمي لعام ٢٠١٦.

ويأمل الاتحاد البريدي العالمي، من خلال رسم سياسة لنفاذ الأطراف الفاعلة في القطاع البريدي بنطاقه الواسع، في تحسين التعاون والتفاعل بين أصحاب المصلحة لكي يتمكن القطاع البريدي من التطور وتلبية احتياجات الزبائن المتغيرة.

ومنذ عام ٢٠١٦ ولجان مجلس الاستثمار البريدي ومجلس الإدارة تعمل على رسم

خلال الدورة المشتركة لمجلس الاستثمار البريدي ومجلس الإدارة التي عقدت في أبريل ٢٠١٩، خطت البلدان الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي خطوة نحو تمكين الأطراف الفاعلة في القطاع البريدي بنطاقه الواسع من النفاذ إلى منتجات الاتحاد وخدماته.

وأيدت البلدان الأعضاء خلال هذه الدورة الاقتراح الرامي إلى تمكين الشركاء ذوي الأولوية كالسلطات الجمركية وشركات الطيران من النفاذ إلى الخدمات المعلوماتية للمنظمة التي لها صلة بسلسلة الإمدادات. وستُسهّم هذه الخطوة في تحسين عمليات التخليص الجمركي والنقل والأمن على مدى الشبكة البريدية. وحتى الساعة، لم تكن هذه الخدمات تقدم إلا إلى المستثمرين المعيّنين للبلدان الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي. وستسمح هذه الخطوة أيضاً للاتحاد البريدي العالمي بإنشاء منصة مركزية يمكن للأطراف في سلسلة الإمدادات النفاذ إليها للحصول على كل ما يحتاجونه في الوقت المناسب.

شخصية من الاتحاد البريدي العالمي

ويعمل في المكتب الدولي ثلاث موظفات استقبال، ولكن، عادة، لا يكون في شبك الاستقبال إلا موظفة واحدة. "وهذا يعني أنه يجب على موظفة واحدة معالجة مشاكل متنوعة جداً بمفردها." فعلى سبيل المثال يجب علينا أداء مهام أمنية كما يجب أن نتمتع بالحس الأمني.

وقالت السيدة فاينينغ إنه "يجب أن نتصرف دائماً بدبلوماسية متحليين بحسن الخلق والمهنية في تعاملاتنا". وبحكم العدد الكبير من الزبائن الذين يمرون يومياً من أبواب المكتب الدولي، فإن تحقيق رضا الجميع يعد بحق تحدياً كبيراً. وأضافت موضحة "لا أقول أبداً لا أعلم، لما يعوزه ذلك من المهنية. بل أقول 'سأنظر في الأمر'، ثم أبذل قصارى جهودي لتلبية احتياجات الزبائن". وينطبق هذا حتى في تعاملها مع زملائها الموظفين في المكتب الدولي.

ولما كانت تعمل في مؤسسة الإذاعة السويسرية الدولية، أتمت السيدة فاينينغ تدريباً في مجال علم النفس وتعلمت طريقة إدارة حالات الإجهاد القصوى. وصرحت قائلة "كثيراً ما أجهل ما ينتظرني في مكان عملي، ولكنني دائماً أكون مستعدة ذهنياً لأي حالة عارضة".

وقالت إن "مثل ذلك وكأنك على ركح، فينبغي أن تبعث هينتك على الثقة والإيجابية بصرف النظر عما يخالفك من أحاسيس، لأن الزبائن الذين يزورون الاتحاد يختلفون من حيث العواطف. فما يُرى منهم أكثر مما يصرحون به." وأردفت قائلة إن موظف الاستقبال كثيراً ما يكون الشخص الأول الذي يتفاعل معه الناس في الصباح، ولذلك يجب أن يكون هذا التفاعل إيجابياً. وراحت توضح قائلة إن "الدور الذي أؤديه في هذه الحالة هو دور شبيه بدور الطبيب النفسي إلى حد ما".

وأعربت السيدة فاينينغ عن بالغ امتنانها بالعمل في الاتحاد البريدي العالمي. وقالت "يشكل الاتحاد بوابة على العالم بأسره. ولقد تعلمت الكثير هنا وأنا على ثقة بأنني في المكان المناسب، وأشعر بأنني محظوظة للغاية".

ومن المنتظر أن تُحال السيدة فاينينغ على التقاعد خلال بضع سنوات وهي تعتزم مواصلة ممارسة هواياتها الفنية. ومن مشاريعها المستقبلية هوايات الرسم بالألوان المائية والخزافة والتصميم الداخلي باليد والأسفار ودراسة اللغات الأجنبية. وبحكم التزامها بحماية البيئة، فهي تود التركيز أكثر فأكثر على موضة إعادة التدوير. وهي تود أيضاً تكريس جهودها للأعمال التطوعية ومساعدة الناس في أمريكا الجنوبية وأفريقيا.

"هناك العديد من الشخصيات الفذة مثل المهاتما غاندي الذي اعتبره مثلاً يُحتذى به، ولكن هناك أيضاً العديد من الناس العاديين الذين أكن لهم كل الإعجاب على لطفهم. فهو لاء، أعتقد أنهم نجحوا في فهم معنى الحياة. ولكن، سنتل جدتي على الدوام هي مثلي الأعلى، فهي التي علمتني التواصل، وها أنا الآن أود الاقتداء بها والمساهمة، بكل تواضع، في جعل هذا العالم أسعد." **أم**



الاسم:

مونتسيرات فاينينغ

المديرية:

الشؤون اللوجستية

المنصب:

موظفة استقبال/عاملة هاتف

الجنسية:

سويسرية من أصول إسبانية وفرنسية

شخصية من الاتحاد البريدي العالمي

وكانت فرحتها عارمة عند عودتها إلى برن حيث وجدت عملاً لدى المكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي في البيئة الدولية التي تعشقها.

وأردفت قائلة "في كل يوم أتوجه فيه لمقر عملي تغمرني السعادة. فأنا أحب عملي هذا حباً جماً، وكل يوم يمر فيه هو يوم فريد لا يشبه الذي قبله." وأضافت أن الأشخاص الذين تلقى بهم في المكتب الدولي هم أشخاص ذوو عقليات وأساليب عيش مختلفة، وهذا أمر يلهمها ويساعدها على أن تظل منسجمة الصدر. وقالت "إنني أسعى دائماً إلى جعلهم يشعرون وكأنهم في بلدانهم ولا يشعروا بالغربة." وهي تعتبر أن زوار المكتب الدولي شخصيات هامة للغاية وتكرم وفادتهم. وقالت بكل صدق إن "ابتساماتي في وجوههم ابتسامات عفوية".

وتهوى السيدة فاينينغ التواصل مع الناس ويُعد إتقانها للغات عديدة ميزة، فهي تجيد اللغة الكاتالونية، التي تعتبرها لغتها الأم، وكذلك اللغات الإسبانية والإنكليزية والألمانية والفرنسية والإيطالية والبرتغالية. وترى أن الناس يشعرون بارتياح أكبر عند التعامل مع أشخاص يتحدثون لغتهم ويشعرون أنهم مفهومون.

ويطرح الدور الذي تضطلع به في الاتحاد البريدي العالمي بصفة حارسه للاتحاد تحدياً حقيقياً وكبيراً.



موظفو الإدارة العليا يلتقطون صورة أمام اللوحة الجديدة التي تعرض أهداف التنمية المستدامة.

"اعلموا أن الشبكة البريدية تعمل كل يوم على دعم الشركات والمستهلكين وتلبية الحاجات على مستوى البنية التحتية وعلى مستوى تنمية المناطق الريفية وتساعد الموظفين المعنيين بالصحة على تقديم يد العون إلى الأشخاص ذوي الإعاقة. وكل هذه الأنشطة هي أنشطة تسهم في تحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠"



فيليكس باينينبورغ يطرب الحضور بمعزوفة على البوق البريدي.

#UPU145

المدى
اعترافاً من الاتحاد البريدي العالمي بدوره بوصفه وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة، فإنه قد بدأ احتفالاته يوم ١ مايو الماضي بتدشين لوحة عُلقَت على جدار من جدران مبنى مقره في برن خصصت لعرض أهداف خطة الأمم المتحدة السبعة عشر للتنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠.

وخلال حفل الافتتاح، الذي شارك فيه موظفو المكتب الدولي، شدد السيد باسكال كليفا، نائب المدير العام للاتحاد، في كلمته على التزام الاتحاد البريدي العالمي بتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وصرح قائلاً إن "الشبكة البريدية تعمل كل يوم على دعم الشركات والمستهلكين وتلبية الاحتياجات من حيث البنية التحتية والتنمية في المناطق الريفية وتساعد الموظفين المعنيين بالصحة على تقديم يد العون إلى الأشخاص ذوي الإعاقة. وكل هذه الأنشطة تسهم في تحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠".

وتجدر الإشارة إلى أن الاتحاد البريدي العالمي كان قد انضم لأسرة الأمم المتحدة في عام ١٩٤٨.

وفي أواخر شهر مايو، وفي إطار الاحتفال بذكرى تأسيس الاتحاد البريدي العالمي، اجتمع أعضاء من السلك الدبلوماسي السويسري وموظفون من الحكومة المحلية ومسؤولون من منظمات حكومية دولية وموظفون من الاتحاد البريدي العالمي لغرس شجرة زيزفون في حديقة الاتحاد البريدي العالمي. وقد اختيرت شجرة الزيزفون رمزا لأن لحاءها كان يستخدم فيما مضى في كتابة الرسائل.

وعُلق نائب المدير العام قائلاً إن "هذه الشجرة تمثل بحق السنوات المائة والخمس والأربعين التي مرت من حياة الاتحاد البريدي العالمي والأهمية التي نوليها للتواصل وتوثيق عرى التعاون على الصعيد العالمي".

وخلال هذا الحفل عزف الموسيقي فيليكس باينينبورغ، من المعهد الأعلى للفنون في برن، على مسامع الضيوف مقطوعة باستخدام البوق البريدي الذي كانت تستخدمه المؤسسات البريدية في جميع أنحاء العالم في العصور الماضية للإعلان عن وصول البريد أو مغادرته.

وأطلق الاتحاد البريدي العالمي، لفائدة رواد شبكات التواصل الاجتماعي، حملة تدوم ١٤٥ يوماً وتنتهي في اليوم العالمي للبريد. وكل يوم يمر من هذه الأيام يُسلط الضوء على حدث من الأحداث البارزة في سنة من السنوات المائة والخمس والأربعين التي مرت منذ تأسيس المنظمة. وبإمكانكم متابعة هذه الحملة من خلال شبكات Twitter و Facebook و LinkedIn باستخدام الوسم #UPU145.

ك.ر

الاتحاد البريدي العالمي يعقد مؤتمراً استثنائياً ثالثاً

قررت البلدان الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي، في اقتراع بريدي، عقد مؤتمر استثنائي ثالث في سبتمبر المقبل في جنيف لمناقشة مراجعة نظام الأجور البريدية الدولي.

النص: كايلاردنستاؤن.

بمناسبة الإعلان عن عقد المؤتمر، قال المدير العام للمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي، السيد بشار عبد الرحمن حسين إن "هذا القرار يؤكد مدى اهتمام البلدان الأعضاء بالحفاظ على الاتحاد البريدي العالمي موحدا وقادرا على تلبية احتياجات الجميع. وإنني لعلّي ثقة في أن الاتحاد البريدي العالمي، كدأبه، سيسترشد بروح الحوار والتعاون بغية التوصل إلى الحلول اللازمة في اجتماعه في جنيف."

وأوصى مجلس إدارة الاتحاد البريدي العالمي البلدان الأعضاء في شهر أبريل بعقد مؤتمر استثنائي من أجل تيسير مناقشة التغييرات المحتملة إدخالها على نظام الأجور المطبقة لقاء توزيع الرسائل والرمز الصغيرة، المعروف أيضا باسم نظام النفقات الختامية وتسريع وتيرتها. وجاءت هذه التوصية استجابة للمخاوف التي أثارها تغطية التكاليف واضطرابات الأسواق والتي عبرت عنها عدة بلدان، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية، التي ذكرت أن الأجرة المطبقة على الرزم الصغيرة هي السبب الرئيسي وراء نيتها الانسحاب من الاتحاد البريدي العالمي في أكتوبر ٢٠١٩.

خيارات ثلاثة

سيبحث المؤتمر الاستثنائي في ثلاثة خيارات تتعلق بمستقبل نظام النفقات الختامية، قدمها في اقتراح مشترك كل من مجلس الإدارة ومجلس الاستثمار البريدي.

ودخل نظام النفقات الختامية الحالي حيز التنفيذ في يناير ٢٠١٨، بعد التعديل الذي اعتمدته مؤتمر إسطنبول لعام ٢٠١٦. ويطبق

هذا النظام طريقة تعتمد على مؤشرات التنمية البريدية بغية نقل جميع البلدان إلى نظام واحد مع تحسن الشبكات البريدية.

وتقضي المراجعة المقترحة في الخيار الأول، المعروف باسم الخيار "ألف"، بالاستمرار في تطبيق الطريقة والمعايير الحالية التي قررها مؤتمر إسطنبول، لكن مع تسريع تنفيذها بتقديم موعد رفع الأسعار المطبقة على الرسائل المزحمة والرمز الصغيرة إلى عام ٢٠٢٠، بدلا من ٢٠٢١، وبضم جميع البلدان إلى المجموعة نفسها لأغراض تطبيق نظام النفقات الختامية.

أما الخيار "جيم" الذي يُدعى أيضا "الخيار التوافقي"، فيقضي هو أيضا بالانتقال إلى الإعلان ذاتيا عن الأسعار التي تطبقها على أساس اختياري اعتبارا من عام ٢٠٢٠. ومن شأن تحديد سقف للأسعار خاص بكل بلد، تفادي الارتفاع المفرط في النفقات الختامية.

في عام ٢٠٢٠ لأغراض تطبيق نظام أسعار النفقات الختامية. وفي مرحلة ثانية، يقترح في الخيار "جيم" إدراج الإعلان ذاتيا عن الأسعار، على غرار الخيار "باء"، على أن يكون مقرونا بحماية إضافية تقوم على تحديد زيادات قصوى للإيرادات خلال الفترة الممتدة من عام ٢٠٢١ إلى عام ٢٠٢٥ تقاديا لارتفاع الأسعار وضمانا لقدرة البلدان المرسلّة على التنبؤ بمجرى الأعمال.

وسيُعقد المؤتمر الاستثنائي الثالث يومي ٢٤ و٢٥ سبتمبر في المركز الدولي للمؤتمرات في جنيف. وسيدعى المؤتمر إلى التصويت على إمكانية تمديد الاجتماع حتى منتصف يوم ٢٦ سبتمبر لتمكين البلدان الأعضاء من الموافقة على أي بروتوكول إضافي ضروري للاتفاقية البريدية العالمية وتوقيعه. وسيعقد مجلس الاستثمار البريدي جلسة استثنائية بعد ظهر يوم ٢٦ سبتمبر لمراجعة واعتماد التعديلات اللازم إدخالها على نظام الاتحاد البريدي العالمي نتيجة لقرارات المؤتمر الاستثنائي.

وللمزيد من المعلومات والمستجدات بخصوص المؤتمر الاستثنائي الثالث، يُرجى زيارة الموقع الإلكتروني التالي: www.upu.int/en/congress.

تدوير

١٧ أكتوبر ٢٠١٨

تلقى المدير العام للاتحاد البريدي العالمي خطاباً من حكومة الولايات المتحدة الأمريكية تبلغ فيه الاتحاد البريدي العالمي بعزمها الانسحاب من معاهدات المنظمة بعد عام واحد من تاريخ استلام الخطاب.

٢٥ أكتوبر ٢٠١٨

قرر مجلس الإدارة برنامج العمل الذي من شأنه تسريع المناقشات حول نظام الأجور الخاص بالاتحاد البريدي العالمي في مجلس الإدارة ومجلس الاستثمار البريدي واتفق على عرض اقتراحات بهذا الشأن على مجلس الإدارة في دورته المعقودة في أبريل ٢٠١٩.

١١ ديسمبر ٢٠١٨

شرع الاتحاد البريدي العالمي في إجراء مشاورات عامة بشأن نظام أجوره ووجه دعوة إلى تقديم مساهمات في هذا الموضوع بغية إصدار منشور رئيسي عن المسألة في عام ٢٠١٩.

٢٢ فبراير ٢٠١٩

اجتمع فريق تكامل الأجور التابع لمجلس الاستثمار البريدي وفريق الخبراء المعني بالأجور التابع لمجلس الإدارة في برن لمناقشة الاقتراحات المقدمة بشأن نظام الأجور واقتراح خيارات بغية اتخاذ قرار في هذه الاقتراحات قبل عقد المؤتمر المقبل.

٩ أبريل ٢٠١٩

عقد الاتحاد البريدي العالمي مؤتمرا حول التنظيم البريدي بعنوان "نظم أجور الاتحاد البريدي العالمي - حدود جديدة لعالم قديم؟"، استمع فيه إلى آراء طائفة متنوعة من أصحاب المصلحة في نظام النفقات الختامية. ومن المقرر نشر أعمال هذا الاجتماع في مطبوع.

١٠ أبريل ٢٠١٩

اختار مجلس الإدارة ثلاثة خيارات بشأن مستقبل نظم الأجور الخاصة بالاتحاد البريدي العالمي ودعا البلدان الأعضاء إلى التصويت عبر البريد لتحديد ما إذا كانت ترغب في اتخاذ قرار في هذه الخيارات عن طريق الاقتراع البريدي أو خلال مؤتمر استثنائي.

٧ يونيو ٢٠١٩

تلقى الاتحاد البريدي العالمي العدد اللازم من بطاقات الاقتراع الصحيحة ليعلن أن البلدان الأعضاء قررت عقد مؤتمر استثنائي ثالث.

ما هي النفقات الختامية؟

أنشأ مؤتمر طوكيو

لعام ١٩٦٩ نظام

النفقات الختامية

بهدف دفع أجرة لبلدان

المقصد مقابل معالجة

بعائث بريد الرسائل

ونقلها وتوزيعها عبر

الحدود. وتراجع

طريقة حساب

الأسعار وتحسّن

عموما في كل مؤتمر

بريدي عالمي يعقد كل

أربع سنوات.



بناء الثقة في العلامة التجارية PosTransfer

اعترافاً من الاتحاد البريدي العالمي بالدور الذي يضطلع به المستثمرون البريديون في تعزيز الإدماج المالي والحد من الفقر، أنشأ الاتحاد العلامة التجارية PosTransfer لخدمات الدفع البريدية في عام ٢٠١٥ كأداة لبناء الثقة، ولا سيما في أوساط العمال المهاجرين الذين يبحثون عن خدمات موثوقة وميسورة التكلفة لتحويل الأموال إلى أسرهم. وترمي العلامة التجارية PosTransfer أيضاً إلى تعزيز وضع المستثمرين المعيّنين في السوق التنافسية لتحويل الأموال إلكترونياً.

النص: برنامج " الخدمات المالية البريدية والإدماج المالي " للاتحاد البريدي العالمي.

وهذه العلامة التجارية البريدية المعاد تفعيلها، مسجلة حالياً في أكثر من ١١٠ بلدان، وتستند هذه العلامة التجارية إلى تقنية الأداء الآني وإلى معايير جودة عالية بفضل منصة تربط المستثمرين البريديين بالنظام المالي الدولي للاتحاد البريدي العالمي، وهو عبارة عن تطبيق برمجي مصمم لتبادل الحوالات البريدية العالمية الدولية الإلكترونية آنياً.

وبمجرد أن يبدأ المستثمر في استخدام علامة التحويل البريدي التجارية -PosTrans fer فإن التكنولوجيا التي تقوم عليها هذه العلامة التجارية تتيح للزبون الحصول على خدمة جد مبتكرة لتحويل الأموال على أساس آلية مناسبة لحساب الأسعار. وعلاوة على ذلك، ييسر استخدام تلك العلامة التجارية إبرام الاتفاقات المتعددة الأطراف مع المستثمرين الآخرين الذين يستخدمون العلامة التجارية، مما يسهم في اتساع نطاقها الجغرافي أسرع فأسرع.

ويعني اعتماد العلامة التجارية -PosTrans fer تقييد مكاتب البريد بمعايير نوعية الخدمة المعتمدة، التي تقتضي منها ضمان إرسال الحوالات في غضون فترة زمنية محددة، الأمر الذي يجذب الزبائن الذين

المالية والإدماج المالي على عنوان البريد الإلكتروني التالي:

sergey.dukelskiy@upu.int

بمجرد أن يبدأ المستثمر في استخدام علامة التحويل البريدي التجارية PosTransfer فإن التكنولوجيا التي تقوم عليها هذه العلامة التجارية تتيح للزبون الحصول على خدمة جد مبتكرة لتحويل الأموال على أساس آلية مناسبة لحساب الأسعار. وعلاوة على ذلك، ييسر استخدام تلك العلامة التجارية إبرام الاتفاقات المتعددة الأطراف مع المستثمرين الآخرين الذين يستخدمون العلامة التجارية، مما يسهم في اتساع نطاقها الجغرافي أسرع فأسرع.

إلى الأمام بالقطاع البريدي منذ ١٨٧٥

شهادة: السيد هايك أفاغيان، رئيس مؤسسة بريد أرمينيا (HayPost) ومديرها العام

كانت أرمينيا أحد أوائل البلدان التي شاركت في مبادرة PosTransfer. ما الذي حفزكم إلى تبني الخدمة الجديدة بهذه السرعة؟

إن مؤسسة بريد أرمينيا (HayPost CJSC)، وهي المستثمر البريدي الوطني لأرمينيا، دائماً منفتحة أمام الفرص والتحديات الجديدة. وقد رحبنا بهذه المبادرة للبدء في تقديم خدمة جديدة وحديثة لتحويل الأموال بين المستثمرين البريديين في إطار العلامة التجارية الموحدة PosTransfer، استجابة للطلب المرتفع من زبائننا على نظام كهذا. فلدينا زبائن يجرون التحويلات البريدية على الدوام، وعلى الرغم من وجود العديد من المنافسين الذين يتقاضون رسوماً منخفضة لقاء التحويلات، فزبائننا يفضلون إرسال التحويلات المالية واستلامها عبر مكاتب البريد. ونحن على يقين من أن الطلب سيزداد إذا قدمنا خدمة حاولات أسرع وأكثر أماناً وأقل تكلفة. وتعتبر المؤسسة أن العلامة التجارية PosTransfer تفتح أبواب حقبة جديدة أمام قطاع تحويل الأموال، وهذا هو سبب عدم ترددنا في اعتماد هذه الخدمة.

كيف ستساعد العلامة التجارية PosTransfer في رأيكم على بناء الثقة لدى زبائنكم؟

كما ذكرنا من قبل، لدينا زبائن يستخدمون الخدمات البريدية على الدوام.

وتضمن المؤسسة حضورها عبر ٨٨٦ مكتب بريد تعمل لمدة ستة أيام في الأسبوع في جميع أنحاء أرمينيا، وقد زود ٧٥٢ مكتب بريد منها بالإنترنت فيما تنجز المكاتب الأخرى عملها دون اتصال بالإنترنت. وعلاوة على ذلك فإن المؤسسة تعمل بنشاط على تحديث بنيتها التحتية وسيضم العديد من المكاتب الأخرى إلى المنصة المتاحة على الإنترنت وفقاً لخطط التطوير التي ننفذها.

وتتيح لنا شبكتنا الواسعة الوصول إلى زبائننا في كل مكان من المناطق الحضرية إلى المناطق الريفية النائية، مما يضمن حصول أقصى عدد ممكن من الزبائن على خدماتنا. إذ يعيش ما يبلغ نسبته ٣٦٪ تقريباً من سكان أرمينيا في المناطق الريفية، وهم المستفيدون الرئيسيون من التدفقات النقدية المرسلة من الخارج إلى أرمينيا.

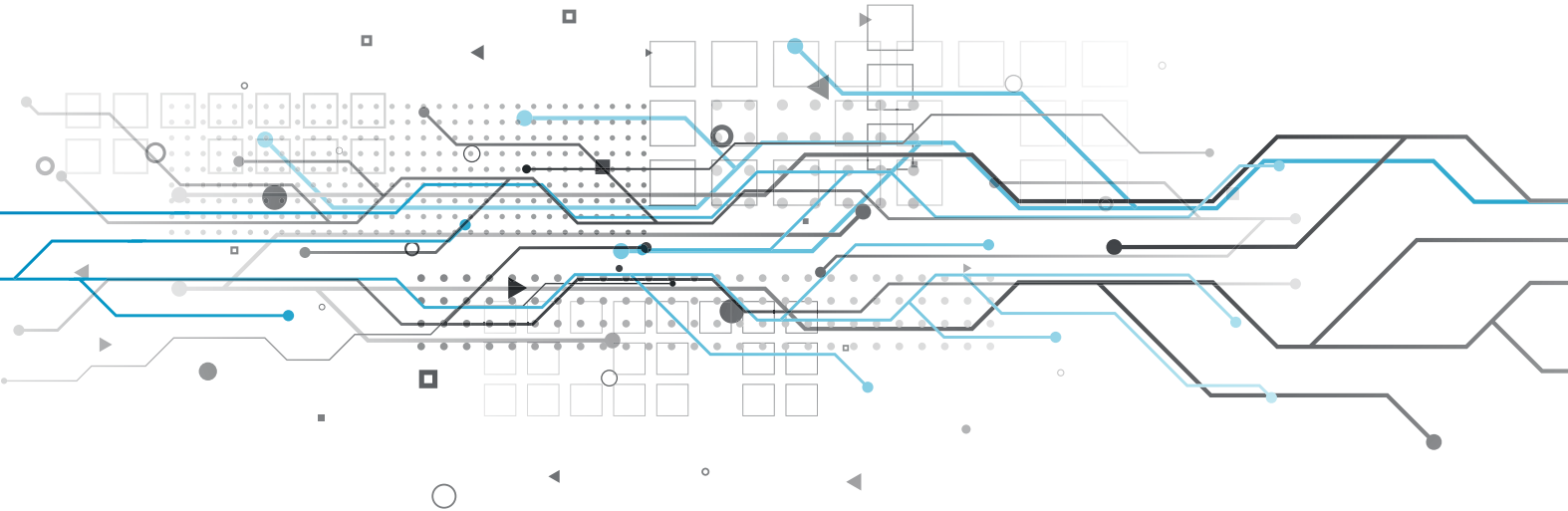
وتؤكد هذه الإحصاءات وجود طلب على المنتج وقبوله. وإننا على هذا الأساس، نؤكد رغبتنا في تقديم خدمة التحويل البريدي PosTransfer وقدرتنا على ذلك من أجل الاستمرار في تعزيز علاقاتنا المبنية على الثقة مع زبائننا.

كيف سيمكن استخدام العلامة التجارية PosTransfer من التعاون مع المؤسسات البريدية الأخرى في جميع أنحاء العالم؟

الفكرة من وراء استخدام العلامة التجارية PosTransfer هي تحصيل الأموال المحولة ودفعها عبر شبكات المستثمرين البريديين، وذلك باستخدام أحدث أنظمة الاتصالات. وستكون بذلك الأموال متاحة للمرسل إليه عبر الإنترنت وفقاً للمعايير التشغيلية والتكنولوجية الموحدة التي طورها الاتحاد البريدي العالمي. وستعمل المؤسسات البريدية معاً على توحيد المعايير ومساعدة بعضها على تنظيم عملية إرسال واستقبال الحوالات المالية في مجملها. وستنفذ المؤسسات البريدية كذلك مبادرات وحملات تسويقية لجذب الزبائن والترويج للعلامة التجارية PosTransfer.

ما الذي يمكن أن تقولوه لتشجيع المستثمرين البريديين الآخرين على استخدام هذه العلامة التجارية؟

نوصي بشدة باستخدام هذه العلامة التجارية، فكلما زاد عدد البلدان الأعضاء التي تدعم هذه المبادرة، نمت الشبكة وزادت الفوائد سواء للبلدان الأعضاء أو للزبائن. ونعتقد أن هذه العلامة التجارية سيشجع استخدامها في جميع أرجاء العالم وسيؤدي صيتها بين نظم المنافسين الرئيسية.



في نهاية عام ٢٠١٨، أصدر الاتحاد الدولي للاتصالات آخر توقعاته المتعلقة بالوضع العالمي والإقليمي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي قدرت أن ما نسبته ٥١,٢٪ من السكان، أي ٣,٩ مليارات شخص، سيستخدمون الإنترنت في نهاية العام. ولئن برهن هذا الرقم على حدوث تحسن واضح في نسبة الربط بالإنترنت على الصعيد العالمي، فإنه يبين أيضا أن النصف الآخر من سكان العالم لا يزال متأخرا خلف الركب.

ولإيجاد وسائل مبتكرة لجعل ما يعرف باسم "الثورة الصناعية الرابعة" ثورة شاملة، أنشأ السيد أنطونيو غوتيريش، الأمين العام للأمم المتحدة، فريقا رفيع المستوى معنيا بالتعاون الرقمي، وكلفه بدراسة الطرق الكفيلة باستخدام التكنولوجيا في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠. وأصدر الفريق الذي يتأسسه كل من السيدة ميليندا غيتس، من مؤسسة بيل وميليندا غيتس، والسيد جاك ما، مؤسس موقع Alibaba، في يونيو ٢٠١٩ تقريره المعنون "عصر الترابط الرقمي".

وجرى في هذا التقرير تحديد خمسة مجالات ذات أولوية ألا وهي: الاقتصاد الرقمي والمجتمع الشاملان؛ والقدرات البشرية والمؤسسية؛ وحقوق الأشخاص والقدر البشرية؛ والثقة والأمن والاستقرار؛ والتعاون الرقمي العالمي. وذهب الفريق حتى إلى ضرورة إضافة هدف ثامن عشر بشأن الرقمنة إلى أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة.

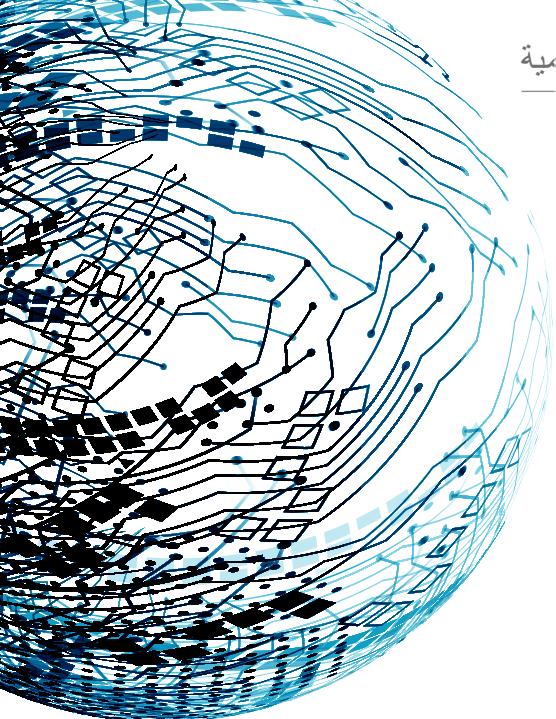
تصور الإدماج

لما كانت وكالات الأمم المتحدة متعطشة إلى تقديم مساهمة في هذا المجال، دعت بُعيد صدور التقرير إلى عقد اجتماع من أجل تحديد التدابير الواجب اتخاذها للمساهمة

لا يزال المليارات من سكان العالم لا يحصلون على خدمات الإنترنت ولا غيرها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأساسية، ولذلك، تسعى الحكومات والمنظمات الدولية والشركات الخاصة جاهدة للرد على سؤال من الأسئلة الرئيسية التي طُرحت في عالمنا المعاصر ألا وهو: ما السبيل إلى سد الفجوة الرقمية؟ وها هو الاتحاد البريدي العالمي يسعى لتشجيع المؤسسات البريدية على إيلاء الأولوية للتحويل الرقمي كمبادرة لإيجاد حل لهذه المعضلة.

سد الفجوة الإقليمية

النص: كايلاردستاؤن.



بأخر مراحل ربط الناس بالتكنولوجيا التي يحتاجونها لتطوير هذا التطبيق واستخدامه.

وأردف قائلا إن "المؤسسات البريدية هي الملاذ المتاح في الكيلومتر الأخير للأفراد الذين لا يحصلون على الخدمات المصرفية أو الذين يفتقرون إلى وثائق الهوية، وكذلك فإن استغلال هذه المكانة يمثل فرصة للتعاون مع الشركات الأخرى التي تستخدم سلاسل السجلات المغلقة ومن ثم إتمام الثورة الرقمية". وأضاف قائلا "إذا جَهَّزنا سَعَاتنا بهواتف محمولة، فسيتمكن لنا مباشرة تنفيذ بعض هذه المبادرات".

ويرى السيد ما أن المؤسسات البريدية قادرة على تسوية مشكلة الكيلومتر الأخير وكذلك على تجاوز المنافسين إذا سرعت نسقتها ولو قليلا.

خطوة إلى الأمام في سبيل سد الثغرات

يعمل السيد دونو هي مع فريقه على الترويج لعمل السيد دونو هي مع فريقه على الترويج للتطور تدريجيا خطوة بخطوة، ولا سيما في البلدان النامية التي يلزم استثمار مبالغ كبرى فيها لتحديث البنية التحتية وتسريعها. وأكد السيد دونو هي أن قصور البنية التحتية من شأنه أن يحمل البلدان على إعادة النظر في دور المؤسسات البريدية وتسريع وتيرة الابتكار.

وهذا ما ساعد بالفعل بعض البلدان النامية على تسريع وتيرة الابتكار حتى أنها تجاوزت في ذلك نظيراتها في البلدان المتقدمة؛ هذا ما أكدته السيد دانيال نيتو، خبير الإدماج الرقمي ومسائل السياسة العامة في الاتحاد البريدي العالمي وأحد معدي التقرير المعنون "الاقتصاد الرقمي والأنشطة البريدية الرقمية- مشهد عالمي".

وأضاف قائلا "تمتلك معظم المؤسسات البريدية في البلدان المتقدمة نظاما معلوماتية ضخمة ولكنها قديمة، ومن ثم يجب عليها إيجاد توازن بين صيانة نظمها والاستثمار لاقتناء تكنولوجيا رقمية جديدة. أما البلدان النامية فمن حسن حظها أنها ليست مرتبطة بحلول موضوعة من قبل".

ويوصي الخبيران المستثمرين المعيّنين بالمبادرة بإقامة شراكات مع شركات ناشئة لإيجاد حلول لسد الثغرات على مستوى البنية التحتية بسرعة.

وأكد السيد دونو هي أن "الشركات الناشئة تمتاز بالمرونة، ولكنها لا تصل إلى السوق، وهذا ما تتيحها لها المؤسسات البريدية".

إن المؤسسات البريدية إذا لم تعجل بتكثيف جهودها في سبيل الرقمنة، فسيفوتها الركب بوصفها مقدم خدمات إدارية وتجارية ومالية إلكترونية.

بهذه الأبعاد الثلاثة، وهي الوصول إلى السكان وتقديم الخدمة الشمولية والتمتع بالثقة، أصبحت المؤسسات البريدية محركا للإدماج في عدة مجالات.

ولذلك لا بد أيضا من تشجيع المؤسسات البريدية على أن تصبح مؤسسات رقمية وتتيح خدماتها البريدية التقليدية على منصات رقمية لكي تحتفظ بأهميتها لدى الزبائن الذين يستخدمون الإنترنت. ويفضل إتاحة الخدمات البريدية في مكاتب بريد متطورة رقميا ومن خلال تطبيقات على أجهزة الاتصال المحمولة، سيتمكن الناس من الحصول على خدمات المؤسسات البريدية حيثما كانوا.

ولطالما شدد الاتحاد البريدي العالمي مرارا وتكرارا على هذه المسألة منذ سنين، بعد أن أدمج الرقمنة في هدفه الثاني من أهداف استراتيجية إسطنبول البريدية العالمية للدورة ٢٠١٧-٢٠٢٠. ولعل هذه المسألة هي المسألة التي تُطرح تقريبا خلال كل المناسبات الكبرى التي ينظمها الاتحاد البريدي العالمي، ولا سيما منتدى الخدمات المالية البريدية الذي نُظم في أبريل تحت عنوان "تشكيل الخدمات البريدية المالية في الاقتصاد الرقمي".

ولدى افتتاح أعمال المنتدى، شدد السيد بشار عبد الرحمن حسين، المدير العام للاتحاد البريدي العالمي، على أهمية تطبيق أحدث التكنولوجيا، مثل سلاسل السجلات المغلقة (blockchain)، لتسريع عملية الإدماج.

وقال "إننا نعيش في عصر يشهد تحولات تكنولوجية استثنائية. والوضع الحالي يمنحنا فرصة فريدة لإدخال تغييرات كبيرة على القطاع، وإنه لعين الصواب أن نسعى إلى تحقيق أقصى استفادة من إيجابيات هذه التحولات". فالقدرات متوافرة، ولكن السؤال المطروح هو كيف للقطاع أن يستفيد من هذه التطورات إلى أقصى حد؟

وقال السيد موزيس ما، الشريك المؤسس لشركة FutureLab Consulting، في كلمته الرئيسية التي ألقاها أثناء المنتدى "فلنسرع قليلا ولنغامر بعيدا عن دائرة راحتنا".

وأضاف السيد ما في كلمته "إن تطبيق سلاسل السجلات المغلقة الرائع"، أو التطبيق السريع الانتشار الذي يستخدم تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة، لم يُخترع بعد بسبب الصعوبات المتعلقة

عصر الترابط الرقمي يحدد معالم توصيات في خمسة مجالات ذات أولوية:

١. الاقتصاد الرقمي والمجتمع الشاملان

٢. القدرات البشرية والمؤسسية

٣. حقوق الأشخاص والقدرة البشرية

٤. الثقة والأمن والاستقرار

٥. التعاون الرقمي العالمي

الخدمات البريدية الرقمية.

وأوضحت الحكومات تدرك هي الأخرى الدور الذي يمكن أن تؤديه المؤسسات البريدية بإتاحة النفاذ إلى الخدمات الإلكترونية الأساسية، إذ أشار ما نسبته ٦٢٪ من المستثمرين المعيّنين الذين ردوا على الاستبيان إلى أن حكوماتهم أوضحت تسند إلى المؤسسات البريدية في سياساتها دورا في تقديم الخدمات الإلكترونية إلى المواطنين.

وأظهر التقرير، مع ذلك، أن أكثر من نصف المؤسسات البريدية التي ردت على الاستبيان ترى أن الاستثمارات الحالية لا تزال لا تكفي لضمان تقديم الخدمات الرقمية بالكامل. ومن ثم فإن الدراسة تحذر بوضوح من أن المؤسسات البريدية إذا لم تعجل بتكثيف جهودها في سبيل الرقمنة، فسيفوتها الركب بوصفها مقدم خدمات إدارية وتجارية ومالية إلكترونية.

يشكل التحول الرقمي المرحلة الثانية من رسالة الاتحاد البريدي العالمي المتمثلة في تقديم الخدمات العامة الأساسية إلى السكان الذين لا يحصلون على القدر الكافي من الخدمات.

للمؤسسات البريدية كشريك. ويُعدّ الإدماج دعامة من الدعائم الثلاث التي تقوم عليها رؤية الاتحاد البريدي العالمي لعام ٢٠٢٠، ويستند إليها جزء كبير من عمل الاتحاد في مجال التحول الرقمي.

وكانت المؤسسات البريدية قد أثبتت في الماضي جدارتها بأن تضحي رائدة في مجال حصول الجميع على خدمات الاتصالات المادية والخدمات اللوجستية. وبفضلها تسنى لما يزيد على ملياري شخص الحصول على الخدمات المالية، ولذلك بدأت الحكومات خلال السنوات الأخيرة تعترف بدور هذه المؤسسات في تحقيق الإدماج المالي. ويشكل التحول الرقمي المرحلة الثانية من رسالة الاتحاد البريدي العالمي المتمثلة في تقديم الخدمات العامة الأساسية إلى السكان الذين لا يحصلون على القدر الكافي من الخدمات.

تحليل الوضع

منذ عام ٢٠١٢ والمكتب الدولي للاتحاد البريدي منذ عام ٢٠١٢ والمكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي يتابع عن كثب تطور الخدمات الرقمية في القطاع البريدي. وبيّن تقريره الشهير الذي صدر حديثا والمعنون "تقرير عن الاقتصاد الرقمي والأنشطة البريدية الرقمية - مشهد عالمي" أن المؤسسات البريدية بدأت تؤدي بحق دورها بوصفها عاملا من عوامل الإدماج الرقمي.

وتُبين دراسات الحالات الواردة في هذا التقرير العلاقات بين التحول الرقمي للقطاع البريدي ومساهمته في تحقيق أهداف خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠، كما أنه تربط المبادرات الرقمية التي اتخذها المستثمرون البريديون بعشرة أهداف من أهداف التنمية المستدامة البالغ عددها سبعة عشر هدفا.

وبيّن التقرير، الذي يستند إلى البيانات التي قدمها ١٢٥ مستثمرا معيّنا من المستثمرين الذين ردوا على استبيان الاتحاد البريدي العالمي لعام ٢٠١٧ المتعلق بالخدمات البريدية الرقمية، أن ما نسبته ٩٣٪ من المستثمرين المعيّنين يقدمون حاليا خدمات رقمية، إما بأنفسهم أو بشراكة مع أطراف أخرى. وأشار التقرير علاوة على ذلك إلى أن ثلاثة أرباع المستثمرين الذين ردوا على الاستبيان تقريبا زادوا من استثماراتهم في

في تناول هذه المجالات. وشارك السيد بول دونو هي، مدير برنامج الاقتصاد والتجارة الرقميين في الاتحاد البريدي العالمي، في هذا الاجتماع وقدم عرضا حول المساهمة التي يمكن أن تقدمها الوكالة المتخصصة في هذا المجال، ولا سيما في عملية إرساء اقتصاد ومجتمع رقميين شاملين. وحدد خلال المناقشات مجالين من مجالات الاهتمام يمكن للشبكة البريدية أن تشكل على صعيدهما شبكة جد قيمة.

وقال إن "أحد المجالين يتمثل في إيجاد طريقة لاستخدام البنية التحتية والمبادرات القائمة في تنفيذ التوصيات من جهة، أما الثاني فيتمثل في إيجاد حلول معلوماتية وطنية. ويؤدي القطاع البريدي بالفعل دورا فعالا في هذين المجالين وله قدرة كبيرة على الترويج للإدماج".

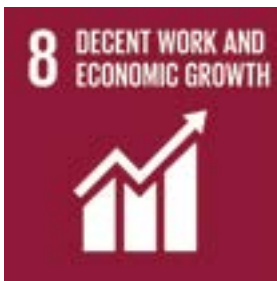
وبفضل شبكة تضم أكثر من ٦٦٠.٠٠٠ مكتب بريد في شتى ربوع العالم، بما في ذلك في المناطق الريفية والنائية وما يزيد على ٥ ملايين موظف بريد إجمالا، يتمتع القطاع البريدي بعلاقة فريدة تربطه بسكان العالم. وعلاوة على ذلك، يقع عليه أيضا التزام تقديم مجموعة من الخدمات العامة إلى هؤلاء السكان. وبحكم تعايشه اليومي وسط المجتمعات وبفضل تجربته بوصفه مقدم خدمات عامة كسبت المؤسسات البريدية ثقة زبائننا.

وبهذه الأبعاد الثلاثة، وهي الوصول إلى السكان وتقديم الخدمة الشمولية والتمتع بالثقة، أصبحت المؤسسات البريدية محركا للإدماج في عدة مجالات ولذلك ترى الاتحاد البريدي العالمي يسعى جاهدا للترويج

بفضل شبكة تضم أكثر من ٦٦٠.٠٠٠ مكتب بريد في شتى ربوع العالم، بما في ذلك في المناطق الريفية والنائية وما يزيد على ٥ ملايين موظف بريد إجمالا، يتمتع القطاع البريدي بعلاقة فريدة تربطه بسكان العالم.

تونس

في تونس، على سبيل المثال، أصبحت المؤسسة البريدية دعامة من دعائم الاستراتيجية الحكومية للإدماج المالي الوطني وإلغاء العملة



من التداول. وكانت مؤسسة البريد التونسي أول مؤسسة مالية في البلاد تشرع في تطبيق عمليات الدفع



الإلكتروني في عام ٢٠٠٠ بواسطة عملتها الرقمية، وهي الدينار الرقمي e-DINAR. ثم بدأت في عام ٢٠١٠ في تشغيل منصة دفع على أجهزة الاتصال المحمولة، وتحوز هذه المنصة حاليا نسبة ٩٥٪ من السوق. وتتعاون مؤسسة البريد التونسي مع شركة ناشئة من شركات التكنولوجيا المالية من أجل دمج تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة في هذه المنصة.

وعرض السيد حسام غربي، رئيس قسم العلاقات الدولية في مؤسسة البريد التونسي، هذه الإنجازات خلال منتدى الخدمات المالية وحث المستثمرين الآخرين على إقامة شراكات بين القطاعين العام والخاص لتسريع وتيرة تنفيذ التكنولوجيا الرقمية. وأشار إلى أن مؤسسة البريد أمست تعتبر نفسها حاضنة للشركات الناشئة.

وأردف قائلا "لقد أصبحنا مهذا ومنطلقا للشركات الناشئة".

وتعتبر مؤسسة البريد التونسي مقدم خدمات رقمية مثاليا، بل وأيضا نموذجا يُحتذى به في مجال تحديث العمليات البريدية. وأوضح السيد دونو هي أن هذا المستثمر يسعى حاليا إلى تجهيز جميع موظفيه البريديين بهواتف محمولة للتخلص من العمليات غير الفعالة القائمة على الورق ولتقديم خدمات بريدية إلى زبائننا في محال إقامتهم.

جمهورية كوت ديفوار

قطعت مؤسسة بريد كوت ديفوار (la Post) هي الأخرى أشواطا كبيرة في تحويل نهجها على مستوى الأنشطة من خلال تركيز خطط التحديث على الابتكار وعلى التكنولوجيا الرقمية.



وقال السيد إسحاق غنامبا ياو، المدير العام لمؤسسة بريد كوت ديفوار "بالنسبة إلى من يعرفون خدمات مؤسسة البريد، فإن مجرد النظر في إعادة صياغة استراتيجيتنا لجعلها تتمحور حول التكنولوجيا الرقمية لابتكار في حد ذاته".

إذ إن المؤسسة البريدية انتقلت من الخدمة اليدوية إلى الخدمة الرقمية الكاملة في المكتبين الأمامي

والخلفي، بما في ذلك أتمتة بعض الإجراءات. وفي عام ٢٠١٧، أنشأ المستثمر مديرية خاصة لدعم التحول الرقمي للمؤسسة. وأشار السيد غنامبا ياو إلى أن عملية إدارة التحول تُعد أولوية أيضا بالنسبة إلى المؤسسة البريدية التي نفذت خططا لتوجيه موظفيها خلال عملية الانتقال إلى بيئة عمل رقمية.

واستحدثت المؤسسة مؤخرا خدمات الإدارة الإلكترونية عبر المنصة documents.ci كما أنشأت منصة للتجارة الإلكترونية، وهي

سعيًا إلى الترويج للتحول الرقمي في جميع البلدان الأعضاء البالغ عددها ١٩٢ بلدا عضوا، يقدم الاتحاد البريدي العالمي إلى المؤسسات البريدية التي لا تزال في بداية مرحلة الرقمنة مساعدة تقنية بأشكال مختلفة ومبادرات لبناء القدرات.

sanlishop.ci، ليتسنى للمواطنين الإفواريين بيع منتجاتهم على الإنترنت. كما اعتمدت المؤسسة نهجا هجينا عند إرساء بنيتها التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال إيواء جزء من تطبيقاتها في السحابة الإلكترونية لضمان إتاحتها.

وعملت مع شركات ناشئة لإعداد تطبيق خاص بها للتوزيع في الكيلومتر الأخير، ولا سيما فيما يخص مشروع يرمي إلى تيسير الاتصال مجانا بالإنترنت من خلال الشبكة 2G ومنصة تسمح بإجراء عمليات دفع بريدية آمنة.

وأكد السيد غنامبا ياو قائلا إن "مؤسسة بريد كوت ديفوار مفتوحة لاعتماد أي حلول مبتكرة تُقترح. ولذلك، فهي تقيم شراكات مع شركات ناشئة قادرة على ابتكار حلول تلبي حاجاتها".

سويسرا

تعتبر مؤسسة بريد سويسرا (SwissPost) التي احتلت خلال سنتين متتاليتين المركز الأول في تصنيف التنمية البريدية للاتحاد البريدي العالمي، مؤسسة رائدة ومشهورة في مجال الابتكار البريدي. فقد اعتمدت نهجا تصاعديا في تبادل الأفكار، كما أنها تشجع الموظفين على تجربة أشياء جديدة.

وعرض متحدث باسم المؤسسة معلومات عن ثقافتها التي تركز على الابتكار، وتقوم على حد قوله على الانفتاح والتعاون وربط الشبكات والمسؤولية الشخصية.

وتعمل المؤسسة على ترسيخ هذه الثقافة من خلال برنامج ينظم مرة كل سنتين حول الابتكار، يُمكن للموظفين أن يقدموا في إطاره أفكارا

بخصوص الأنشطة ويتلقوا دعما من مهنيين لتنفيذها، ومن خلال تنظيم حلقات عمل يمكن لهم في إطارها تجربة أفكارهم مع الزبائن مباشرة، ومن خلال برنامج يسمح لهم بالعمل على مشاريع في شركات أخرى رائدة، ومن خلال منصة إلكترونية



يمكنهم أن ينشروا فيها أفكارهم في كل حين.

ومؤسسة بريد سويسرا هي مؤسسة متمرسة في اتباع نهج إقامة الشراكات بين القطاعين العام والخاص في مجال الابتكار. إذ إنها استهلت في العام الماضي تنفيذ مشروع نموذجي بالشراكة مع شركة Matternet الناشئة لنقل العينات المخبرية إلى مستشفيات في عدة مدن بواسطة الطائرات المسيرة دون طيار. وقد حقق هذا المشروع نجاحا باهرا لدرجة أنه استقطب اهتمام شركة النقل الخاصة UPS التي بدأت بدورها مؤخرا تنفيذ مشروعها الخاص بالشراكة مع شركة ناشئة في الولايات المتحدة الأمريكية.

وتشمل توصيات مؤسسة بريد سويسرا، بخصوص إقامة الشراكات مع الشركات الناشئة، ضمان فهم الأفرقة العاملة لهذه الشركات الصغيرة فهما مناسبة وتمتع هذه الأفرقة بالاستقلالية الكافية ليتسنى لها التقدم بسرعة في أعمالها مع

شركائها من الشركات الناشئة. فأى تأخر في المشاريع من شأنه أن يضر بسمعة الشركات الناشئة التي لا بد لها من النجاح في مشاريعها لكي تتمكن من استقطاب مستثمرين جدد.

وتوصي مؤسسة بريد سويسرا أيضا المستثمرين البريديين بأن يقوموا أولا بعملية تقييم دقيقة للمخاطر قبل إقامة الشراكة. وبعد تحديد الشروط، يكون مفتاح النجاح هو إقامة علاقة عمل نزيهة وشفافة.

وتعمل مؤسسة PostFinance حاليا، وهي المؤسسة المالية التابعة لمؤسسة بريد سويسرا، على استحداث حل جديد قائم على تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة لتمكين المالك من إنتاج الكهرباء بالطاقة الشمسية لتزويد المباني وإرسال فواتير استهلاك الطاقة إلى المستأجرين. وجاء هذا الحل الذي أطلقت عليه التسمية "Blockchain for Utility"، على إثر سن التشريع السويسري الجديد الذي يسمح لملاك العقارات باستخدام الطاقة المستدامة التي ينتجونها بأنفسهم مباشرة، دون استبعاد شركة الكهرباء المحلية عن العملية.

دعم الاتحاد البريدي العالمي

سعى إلى الترويج للتحول الرقمي في جميع البلدان الأعضاء البالغ عددها ١٩٢ بلدا عضوا، يقدم الاتحاد البريدي العالمي إلى المؤسسات البريدية التي لا تزال في بداية مرحلة الرقمنة مساعدة تقنية بأشكال مختلفة ومبادرات لبناء القدرات.

ويحتل الاتحاد البريدي العالمي، بوصفه فردا من أسرة الأمم المتحدة ووكالة حكومية دولية، مكانة فريدة لجمع كل أصحاب المصلحة البريديين لتحقيق الهدف المشترك المتمثل في الإدماج الرقمي.

وقد طاف السيدان دونو هي ونيثو في مختلف أنحاء العالم ينظّمان

معلومات عن مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي (FITAF)

مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي هو عبارة عن مبادرة اتخذها الاتحاد البريدي العالمي وتركز على تعزيز الإدماج المالي من خلال توفير الخدمات المالية الرقمية التي يمكن الوصول إليها من خلال الشبكة البريدية.

وبدعم من مؤسسة Visa Inc. ومؤسسة Bill & Melinda Gates، بدأ الاتحاد البريدي العالمي في تنفيذ مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي في عام ٢٠١٧ للمساعدة على زيادة قدرة المؤسسات البريدية على تقديم خدمات مالية رقمية إلى المواطنين والشركات الصغيرة.

ويساعد مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي المذكور المؤسسات البريدية من عدة جوانب فيما يتعلق بالخدمات المالية الرقمية، بما يشمل المساعدة على:

إجراء تقييمات الخدمات
المالية الرقمية



شراء البرمجيات



تطوير منتجات جديدة



بناء القدرات



الأهداف

المضي قدماً بالإدماج المالي

دفع عجلة رقمنة الخدمات المالية البريدية

أسباب لوجود مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي (FITAF)

١ على الرغم من وجود بعض التحسينات، ما زال مئات الملايين من الناس مستبعدين من الخدمات المالية

وفقاً للبنك الدولي، ما زال ١,٧ مليار شخص بالغ يفتقرون إلى الخدمات المالية الرسمية. وعدد سكان الأرياف والنساء والشباب من المستبعدين غير متناسب. ويساعد مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي على ضمان إدماج الأشخاص، الذين جرت العادة على استبعادهم، في الأنشطة المالية.

٢ المؤسسات البريدية هي همزة الوصل بين المجتمعات المحلية والمجتمع

في ظل شبكة عالمية تضم أكثر من ٦٧٠.٠٠٠ مؤسسة، يملك البريد قدرة لا مثيل لها على الوصول حتى إلى أكثر المناطق عزلة، مما يجعله شريكاً مثالياً لتوسيع نطاق الإدماج المالي. ويربط مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي، من خلال بناء قدرة الشبكة البريدية على تقديم خدمات مالية رقمية، بين المجتمعات الريفية والعالم، ويمكن النساء من خلال منحهن فرص الحصول على الخدمات المالية، ويضمن حصول المنشآت الصغيرة على الأموال اللازمة للنمو.

٣ البريد جهة فاعلة قوية في سوق الخدمات المالية

- سبق أن أظهرت الدراسات أن المؤسسات البريدية جهات فاعلة قوية في سوق الخدمات المالية.
- ٩١٪ من المستثمرين البريديين المعنيين يقدمون خدمات مالية
- ملياراً شخص يستفيدون من الخدمات المالية عن طريق البريد
- ما زال المستثمرون البريديون يملكون إحدى أكبر الشبكات المادية

٤ بفضل التحول والتنوع الرقمي، يمكن أن يقدم البريد قيمة أكبر إلى الاقتصادات الوطنية

تقدم المؤسسات البريدية الخدمات المالية بأسعار معقولة وبفعالية. وبالتركيز على تطوير المعروض من الخدمات الرقمية، سيكون البريد قادراً على دعم أي شخص في أي وقت وفي أي مكان - مما يسمح للمنشآت الصغيرة بتوسيع آفاقها وإضافة قيمة إلى اقتصاد كل بلد.

٥ يمكن للإدماج المالي البريدي أن يساعد على تحقيق خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠

يعد مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي بوابة من أجل تحسين قطاعات الصحة والتعليم وتحسين الحياة. وتعد المؤسسات البريدية محركاً للتنمية المستدامة بفضل مدى انتشارها ودورها المتمثل في كونها جهات تقدم خدمات من القطاع العام. ويعمل مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي مع المؤسسات البريدية لمساعدتها كي تضحي منفذ بيع واحد ليس لتقديم الخدمات المالية فحسب، بل وكذلك لتقديم الخدمات الحكومية، مثل مدفوعات التأمينين الصحي والاجتماعي.

إضافة قيمة لاقتصاد كل بلد.



للحصول على المزيد من المعلومات عن مساهمة المؤسسات البريدية في سد الفجوة الرقمية، يُرجى الاطلاع على التقرير المعنون "الاقتصاد الرقمي والأنشطة البريدية الرقمية- مشهد عالمي":
<http://www.upu.int/en/DigitalPanorama>



ويُرجى الاطلاع على التقرير المعنون "عصر الترابط الرقمي"

https://www.un.org/sites/www.un.org/files/uploads/files/Ere_Interdependence_numerique.pdf

٩٣٪
من المستثمرين
البريديين يقدمون حالياً
خدمات رقمية.

٦٢٪
من المستثمرين
المعنيين أشاروا إلى
أن الحكومات تسند إلى
المؤسسات البريدية في
سياساتها دوراً في تقديم
الخدمات الإلكترونية إلى
المواطنين.

B2
يحصل ملياراً شخص
فعالاً على الخدمات
المالية عن طريق
المؤسسات البريدية.

حلقات جميع المناطق حلقات عمل حول عمل حول التحول الرقمي والتنوع في جميع المناطق. ويجتمع خلال هذه اللقاءات المؤسسات البريدية والمنظمون والوزراء لتوعية البلدان بالدور الذي يمكنه أن تؤديه الشبكات البريدية في خططهم الوطنية الخاصة بالتحول الرقمي. وتتمتع البلدان أيضاً بإمكانية الاستفادة من عدة برامج مثل مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي، وهو عبارة عن مبادرة أطلقها الاتحاد البريدي العالمي لتعزيز الإدماج المالي من خلال تقديم خدمات مالية رقمية متاحة



عبر الشبكة البريدية.

ويسهم مرفق المساعدة التقنية في مجال الإدماج المالي بالفعل حالياً في تنفيذ مشاريع في تسعة بلدان في منطقة أفريقيا ومنطقة آسيا والمحيط الهادئ بتمويل من شركة Visa Inc. ومن مؤسسة بيل وميليندا غيتس. وتكفل الشراكات المقامة مع منظمات أخرى تابعة للأمم المتحدة والمشاركة في مؤتمر القمة العالمي المعني بمجتمع المعلومات أيضاً أن يكون الاتحاد البريدي العالمي وأعضاؤه جزءاً من الحركة العالمية للإدماج الرقمي.

وعلى إثر الاجتماع المخصص لدراسة تقرير الأمم المتحدة، من المزمع أيضاً تنظيم حدث توعوي للبيّن للمنظمات الدولية وللدبلوماسيين ولأطراف فاعلة دولية أخرى في جنيف أن المؤسسات البريدية يمكن أن تكون شريكا في سد الفجوة الرقمية.

تشجيع المؤسسات البريدية على الخروج من دائرة راحتها

أضحى مفهوم تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة (blockchain) في السنوات الأخيرة، مفهوما عصريا تتغنى به جميع القطاعات. وفي أعقاب المنتدى الذي نظمه الاتحاد البريدي العالمي حول الخدمات المالية البريدية تحت عنوان "تشكيل الخدمات البريدية المالية في الاقتصاد الرقمي"، قابل فريق مجلة UNION POSTALE المحاضر الرئيسي في المنتدى والشريك في إدارة شركة FutureLab Consulting، السيد موزيس ما، ليتقصى منه كيف للمؤسسات البريدية أن تحقق قفزة في مجال التكنولوجيا وتؤثر إيجابيا ليس فقط في الأنشطة البريدية بل وأيضا في المجتمع بأسره.

لقاء أجرته: كايل رُدستاون

لقد أشرت في كلمتك أمام المنتدى إلى أن المؤسسات البريدية بإمكانها أن تساهم في حل "مشكلة الكيلومتر الأخير". فهل بوسعك توضيح هذه الإشكالية وكيف للمؤسسات البريدية أن تساهم في حلها؟

إذا نظرنا إلى شركة تقليدية للهواتف المحمولة، لوجدنا أنها تبيع الهواتف للأشخاص الذين يمكنهم شراؤها وأن السوق شبه مشبعة في الوقت الراهن. لذا فإن التحدي التالي يكمن في بيع الهواتف المحمولة للأشخاص الذين ليس لديهم هواتف. وثمة سوق على الأرجح لبيع ما يزيد على مليار هاتف ذكي تتراوح أسعارها ما بين ٢٠٠ و ٣٠٠ دولار أمريكي.

غير أن المشكلة تكمن في تعذر الوصول إلى هؤلاء الزبائن حاليا. فلا يمكن الوصول إليهم بواسطة الإعلانات ولا توجد شبكة قائمة للبيع بالتجزئة. فموزع الهواتف المحمولة التقليدي يمكنه أن يصل فقط إلى الأشخاص الذين سبق وقد وصل إليهم، في حين سيمنعه ارتفاع تكلفة إعادة التجهيز اللازمة من الوصول إلى كل قرية من قرى إفريقيا أو الهند. وفي نظري، فإن أفضل جسر ولعله الوحيد للوصول إلى الأشخاص الذين يفتقرون إلى الخدمات المصرفية ووثائق الهوية في شتى ربوع العالم هو المؤسسات البريدية.

وإن لم تعمل المؤسسات البريدية جنبا إلى جنب مع شركات الهواتف المحمولة، فإنها لن تتمكن من الوصول إلى آخر مليار شخص يقفون على الضفة الثانية من الفجوة الرقمية. فيجب أن يستطيع هؤلاء الأشخاص

في نظري، فإن أفضل جسر ولعله الوحيد للوصول إلى الأشخاص الذين يفتقرون إلى الخدمات المصرفية ووثائق الهوية في شتى ربوع العالم هو المؤسسات البريدية.

الاتصال بالإنترنت حتى تتمكن الإنسانية من المضي قدما كي تخطو الخطوة التالية، ذلك لأن البريد، ومنذ زمن بعيد، ظل وفيًا لمبدأ تقديم الخدمة الشمولية. ولهذا السبب، تتمتع الشبكة البريدية كذلك بقدرة لا نظير لها على قطع الكيلومتر الأخير كي تصل إلى الأشخاص الذين يفتقرون إلى الخدمات المصرفية والذين يتجاوز عددهم مليار شخص في شتى أرجاء العالم. فما بالك لو تمكنت المؤسسات البريدية من أن تقدم إلى الناس الوسائل اللازمة للحصول على الخدمات المالية الرقمية الحديثة، مثل

الهواتف المحمولة، لا بل وأن تطور هذه الخدمات أيضا بنفسها باستخدام تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة والعملية المشفرة، ثم تقدم هذه الخدمات في المناطق التي لا تصل إليها المؤسسات المالية التقليدية بعد. والواقع أن الشبكة البريدية كانت أول شبكة إنترنت وقضت عقودا في تتطور بغية الوصول بخدماتها إلى الجميع، ولعل هذه المقدرة الأساسية هي التي ستستخدمها المؤسسات البريدية لاكتساب أهمية أكبر بكثير في المستقبل.

هل هذا الجانب هو ما يحفزك على الرغبة في العمل مع المؤسسات البريدية؟

بلى، إنني أهتم بصفة خاصة بمشروع نعم، إنني أهتم بصفة خاصة بجعل المؤسسات البريدية تتقدم. لقد عُرض فيلم عنوانه Bad News Bears، يروي قصة فريق نجح في الفوز بالبطولة بعد أن كان يحتل المرتبة الأخيرة في دوري كرة القاعدة (Baseball) للصغار. فمن المُرضي جدا أن يواجه المرء تحديا بغية مد يد العون إلى قطاع معروف عنه أنه يتغير ببطء شديد، ليس فقط ليتغير تغيرا طفيفا، لا بل لينطلق إلى المرتبة الأولى. إن مثل قصص التحول هذه، هي التي تلهم البشرية وتنهض بها.

غير أن التحدي هنا يبقى كبيرا. لقد تحدثت مؤخرا مع المسؤول عن قسم التكنولوجيا في إحدى المؤسسات البريدية الكبرى وقال إنهم أوقفوا شراكتهم مع الشركات الابتكارية الناشئة. وعندما سألته عن السبب، كان جوابه أن المؤسسة البريدية قضت بتلك الشراكات على مستقبل أكثر من ١٠٠ شركة ناشئة. فتلك المؤسسة البريدية الضخمة كانت قد وضعت متطلبات صارمة لإقامة الشراكة. فأصبح على أصحاب المشاريع الصغيرة أن تقترض مبالغ طائلة للحصول على شهادة تأمين، وتحتمل التعامل في ظروف تتسم بالبطء وبالبيروقراطية، لتجد نفسها في نهاية المطاف، غير قادرة على تقديم أي منتج. والنتيجة أن هذه المؤسسة البريدية وحدها قضت على ١٠٠ شركة ناشئة، مما جعلها تُقرر إيقاف الشراكات بعد أن لاحظت أنها ضرت تلك الشركات الناشئة أكثر مما نفعتها. وإن لم تدرك المؤسسات البريدية أنها في الواقع قد لا تنفع أكثر مما تضر إذا لم تسرع وتيرة عملها قليلا، فسيكون هذا أحد أكبر العقبات أمام نموها. ولقد أخبرني المسؤول عن الابتكار في أحد المصارف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية أن الابتكار يشبه كثيرا التزلج على الجليد أو تعلم ركوب الدراجة النارية. أي أنه من الأمن في الواقع الإسراع قليلا والخروج من دائرة الراحة. فإذا حاول المرء القيام بذلك داخل دائرة راحتها المعتادة، فإنه سيقع في أغلب الأحيان.

وعلى هذا الغرار، يكون شأن الابتكار. فعندما يُجبر الجميع على التقدم بخطى مريحة، تفشل مبادرات الابتكار ويقول المسؤولون حينها "أرأيتم؟ لقد حاولنا، ولكن الابتكار لا يُجدي نفعًا." وهنا مكمن التغير الثقافي الرئيسي والضروري، أي الرغبة في المغامرة قليلا خارج دائرة الراحة.

هل لديك نصائح عملية تقدمها إلى المؤسسات البريدية لمساعدتها على تغيير رؤيتها فيما يخص الابتكار؟

هناك طريقتان لتغيير ثقافة ما، إحداهما يمكن تغيير ثقافة ما بطريقتين لا ثالث لهما، إحداهما الشروع في تقديم تدريب جاد في مجال الابتكار. والتدريب الذي نقترحه يدعى "سباق التصميم". وتقوم طريقتنا في وضع تصميم لتكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة على أساس سباق التصميم الرشيق هذا، وهو السلاح الخفي الذي تستله كل شركة من شركات وادي السيليكون انطلاقا من شركة غوغل إلى شركة أبل. حتى أن شركة Google Ventures أصدرت كتابا في الواقع عن النهج الذي تسلكه في وضع هذا التصميم. وإذا طبقت هذه العملية تطبيقا صحيحا، فإنها ستسمح بإيجاد طريقة جديدة للتعامل مع الأمور ينصب فيها التركيز على الزبائن والنتائج. وإن أول ما ننصح به المؤسسات البريدية هو أن تتعلم العدو في سباقات التصميم الرشيق ثم تعمم هذا التحول الثقافي على سائر المؤسسة. ويجب على المؤسسات البريدية أيضا أن تزيد من مشاركتها في أنشطة التدريب على الابتعاد عن المركزية في التفكير والذكاء الاصطناعي والتحسين وغيرها من الأمور. أما الطريقة الثانية فتتمثل في إيجاد التكنولوجيا المناسبة واعتمادها في المؤسسة بغية اكتساب ثقافة أكثر مرونة وفطنة. وسأقص عليكم قصة طويلة، ولكنها مثال حسن على ما للتكنولوجيا من آثار غير مرتقبة في المؤسسات:

فدأت مرة كلفتني شركة كبيرة، يمكن أن نقول بالأحرى بطيئة، بمهمة استشارية. وفعلا كان يلزمها بضعة أشهر لترتيب أول لقاء مع أصحاب الأفكار الابتكارية. ونجحت في التحجيل بهذا اللقاء بمساعدة المدير التنفيذي وعقدت اجتماعا مع هذه الشركة في غضون شهر واحد. وخلال هذا الاجتماع، بدأت بشرح المشروع، الذي يجب أن توافق عليه إدارة تكنولوجيا المعلومات، لكن المسؤول عن الإدارة قاطعني قائلا "تمهل!" فتوقفت عن الحديث، فمضى يقول "لا يمكنك تقديم مشروعك في هذا الاجتماع. فالهدف من هذا الاجتماع هو تحديد موعد للاجتماع" ولما أخبرت المدير التنفيذي بهذه القصة، تنهد قائلا "مرحبا بك معنا!"

تشجيع المؤسسات البريدية على الخروج من دائرة راحتها



من الأمن في الواقع الإسراع قليلا والخروج من دائرة الراحة. فإذا حاول المرء القيام بذلك داخل دائرة راحتها المعتادة، فإنه سيقع في أغلب الأحيان. وعلى هذا الغرار، يكون شأن الابتكار.

وكانت النتيجة أن طُلب مني أيضا تحليل أسباب هذا البطء الشديد. لذلك، سألت بعض المسؤولين "منذ متى تعاونون من هذا البطء؟" فردوا قائلين إنهم يركزون تحت ضغط يفوق طاقتهم منذ عامين أو ثلاثة أعوام بسبب أثر التكنولوجيا في العالم. ثم طلبت إلقاء نظرة على جداول مواعيدهم على الإنترنت، فلاحظت أمرا غريبا. فكان لكل مدير من المستوى المتوسط نظريا ثمانية اجتماعات يوميا طوال الأسبوع. وكانوا يحضرون إلى مكاتبهم في الساعة السادسة صباحا للاطلاع على بريدهم الإلكتروني لمدة ساعتين قبل الاجتماع الأول. في حين أن العدد المتوسط للاجتماعات في الولايات المتحدة الأمريكية هو ثلاثة اجتماعات يوميا؛ لذا لم يكن هذا الأمر طبيعيا.



واستنتجت من خلال تحليلي للوضع أن واستنتجت من خلال تحليلي للوضع أن المشكلة بدأت عندما استهلت الشركة استخدام برنامج مايكروسوفت أوت لوك (Microsoft Outlook)، الذي يتيح خصائصه لأي موظف أن يرى برنامج أعمالك ويطلب لقاءك في وقت فراغك. ففي السابق، كان بوسع الشخص أن يخصص حصة من وقته للتفكير والاطلاع على بريده الإلكتروني والقيام بأنشطة أخرى، غير أن جداول الأعمال الآن أصبحت معروضة أمام الجميع مما أفضى إلى هذه الزيادة الهائلة في عدد الاجتماعات. وعندما أصغوا إلى أصل المشكلة حسب تحليلي لها، قالوا "يا إلهي، إنك محق، عند ترحيل بياناتنا إلى برنامج أوت لوك، لم تكن لدينا أدنى فكرة عما نفعله وعما سيحل بيئة عملنا".

وهلّت نهاية سعيدة على هذه الشركة عندما بدأت تضع حدودا لبرنامج أوت لوك، وتنهج المفهوم الجديد الذي يسمى "الاجتماعات الذكية". ويتميز هذا النوع من الاجتماعات بما يلي: (١) التمهّل والتفكير: هل تحتاج فعلا إلى عقد هذا الاجتماع؟ (٢) إدارة الوقت، (٣) تقييم المشاركة والتأكد من أن الأشخاص المدعويين إلى الاجتماع هم المعنيون حقا به، (٤) احترام الآخرين باحترام المواعيد وبإنهاء الاجتماع بعد خمسين دقيقة بدلا من ستين دقيقة حتى يتسنى للمشاركين الالتحاق بالاجتماع التالي وعدم البدء متأخرين، (٥) متابعة التقدم المحرز من خلال تحويل القرارات إلى إجراءات عملية، وينبغي أن تبدأ هذه المتابعة اعتبارا من الدقيقة الخامسة والأربعين.

وفي هذه الحالة أثر تركيب تكنولوجيا جديدة دون تدبّر أمرها تأثيرا سلبيا على العمليات

في كوريا الجنوبية. فلم يكن لدى هذا البلد بنية تحتية للاتصالات الهاتفية السلكية، لكنه استطاع الاستفادة من موطن من مواطن الضعف، إذ لم يكن هناك مستثمرون في مجال الاتصالات الهاتفية يمكنهم إعاقة الانتقال إلى استخدام الهاتف المحمول. وهكذا وبفضل الاستثمارات والأنشطة التدريبية المُحمّكة، قفز البلد من المرتبة الأخيرة ليصبح أحد أكثر البلدان ابتكارا في العالم. وهذا هو هدف البلدان "البطيئة" أو الاقتصادات الناشئة، شأنها شأن القطاع البريدي.

ولكنني أظن أنه إذا رغب بعض المستثمرين المعيّنين في تمهيد الطريق للتقدم، فسيؤدي ذلك إلى تغيير التصور الراهن وتمكين المؤسسات البريدية من الإسراع في التطور. وبفضل تحقيق بعض النجاحات السريعة والمؤكدة، يمكن للمؤسسات البريدية أن تحتل مكانة أفضل وتكتسي حلة جديدة بصفقتها رائدا في مجال التكنولوجيا، على أن العديد من المؤسسات البريدية رائدة فعلا في ميدان التكنولوجيا.

أما بالنسبة إلى سلاسل السجلات المغلقة، فأهم ما في الأمر هو أن تتخلى المؤسسات البريدية عن دائرة راحتها التي تقوم فيها بإنشاء سلاسل سجلات مغلقة بسيطة من الجيل الأول ومنخفضة المخاطر، في حين أن رواد السوق شرعوا فعلا في استخدام سلاسل سجلات مغلقة من الجيل الثاني. وأعتقد أنه يتعين علينا أن ننطلق من متطلبات الزبائن ثم نوظف الأشخاص المناسبين لتصوير سلاسل السجلات المغلقة من الجيل الثالث.

ماذا تقصد بسلاسل السجلات المغلقة من "الجيل الثالث"؟

يتضمن الجيل الثالث عناصر مثل الهوية اللامركزية والمطالبات القابلة للتحقق وخدمات بناء السمعة والتعلم الآلي وسبل التحسين. فعندما تدمج هذه العناصر في تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة ستزيد فعاليتها، لأن سلاسل السجلات المغلقة ليست سوى قاعدة بيانات محسنة لا غير. فاستخدام قاعدة بيانات بسيطة ليس بذات الأهمية كاستخدام تطبيق. ولكي ندرك ما تقدمه تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة من الجيل الثالث يلزم "تغيير عقليتنا" لنفكر على نحو لامركزي.

يتضمن الجيل الثالث [من سلاسل السجلات المغلقة] عناصر مثل الهوية اللامركزية والمطالبات القابلة للتحقق وخدمات بناء السمعة والتعلم الآلي وسبل التحسين.

الاجتماعات "الذكية"

١. التمهّل والتفكير هل تحتاج فعلا إلى عقد هذا الاجتماع؟

٢. إدارة الوقت.

٣. تقييم المشاركة والتأكد من أن الأشخاص المدعويين إلى الاجتماع هم المعنيون حقا به.

٤. احترام الآخرين باحترام المواعيد وبإنهاء الاجتماع بعد خمسين دقيقة بدلا من ستين دقيقة حتى يتسنى للمشاركين الالتحاق بالاجتماع التالي وعدم البدء متأخرين.

٥. متابعة التقدم المحرز من خلال تحويل القرارات إلى إجراءات عملية، وينبغي أن تبدأ هذه المتابعة اعتبارا من الدقيقة الخامسة والأربعين.

فلنقارن سلاسل السجلات المغلقة بالمواقع الشبكية. فعندما رأيت المصارف أول مواقع شبكية انتابها خوف شديد، ودفعت لمطوري شبكات الإنترنت الأولين ملايين الدولارات لإنشاء مواقع لها، أصبح بمتناول الجميع اليوم تقليدها مجانا باستخدام برنامج وورد بريس (Wordpress). إلا أن كبار المسؤولين التنفيذيين في المصارف كانوا يدركون ما كانوا يفعلونه عند إنشاء المواقع الأولى، ولم تعد لديهم حاجة بعد ذلك إلى توظيف أي شخص مختص، لأن المرء يتعلم بالممارسة. وأعتقد أن الشيء نفسه يسري على سلاسل السجلات المغلقة. وفي الوقت الحالي، قد تضطر إلى إنفاق مئات الآلاف من الدولارات لبناء سلسلة واحدة، ولكن شركتي مايكروسفت (Microsoft) وأي بي إم (IBM) وغيرهما من الشركات تقترح حولا عديدة في هذا الشأن. وسيكون ممكنا في المستقبل، استخدام بطاقة الائتمان على الموقع السحابي ودفع ٥٠ دولارا شهريا مقابل إنشاء أول سلسلة سجلات مغلقة. وبمجرد أن يكتسب الناس حدسا بخصوص هذه التكنولوجيا، ستظهر تطبيقات بالغة الأهمية حقا فيما يخص سلاسل السجلات المغلقة. فإذا فقد حيوان أليف مثلا، فينبغي أن تكون سلسلة سجلات مغلقة معدة للحيوانات الأليفة المفقودة، وينبغي صرف مكافآت للأشخاص الذين يعيدون هذه الحيوانات المفقودة. ألن يكون من المفيد أن يُتاح موقع مركزي لهذا الغرض؟

ماهي أهم العراقيل التي تحول دون استخدام سلاسل السجلات المغلقة؟

أكبر عقبة تحول دون استخدام سلاسل السجلات المغلقة هي الخوف من الخروج من دائرة الراحة. فعلى عكس الشركات الأخرى،

تشجيع المؤسسات البريدية على الخروج من دائرة راحتها

ولديّ رمز يذكرني بالنهج الشامل أسميه أحرف التاء الثمانية التي تختصر العناصر التالية: التصميم الذي يركز على الزبائن، والتواصل المؤثر على المستوى الإداري، والتكنولوجيا التعاونية، والتفكير في منح تعويضات عن الإبداع، وترك المجال لعمليات الإبداع الأساسية، وتبني القيادة البناءة، والتعلم المستمر، والتحلي بالشجاعة. ويظل أهم هذه العناصر التحلي بالشجاعة للخروج من دائرة الراحة.

متطلبات الزبائن الفعلية، ثم محاولة البحث عن التكنولوجيا المناسبة والباع المناسب. وأعتقد أنه يجب اتباع نهج يكون أكثر توجهًا نحو الزبون.

ما هو في نظرك دور الاتحاد البريدي العالمي في مساعدة المؤسسات البريدية على تحقيق قفّرات كبيرة؟

أرى أن دور الاتحاد البريدي العالمي يتمثل بكل بساطة في التفاوض على العقود، بل وأيضا في تحديد التكنولوجيا التي تزيد من كفاءة المؤسسات البريدية في بلدانه الأعضاء وتمكنها من تحقيق المزيد من الأرباح. وهذا تحديدا ما تنتجه تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة. والأهم من ذلك هو ألا ينسى المسؤولون التنفيذيون البريديون أن المؤسسات البريدية لا تحتاج إلى استخدام سلاسل السجلات المغلقة وإتقانها للبقاء على قيد الحياة وحسب، بل إن سلاسل السجلات المغلقة هي أيضا تحتاج إلى المؤسسات البريدية للتصدي لأحد أصعب التحديات، وهو تعميم ثورة المعلومات لسد الفجوة الرقمية عن طريق تقديم خدمة رقمية شمولية إلى كل سكان العالم. وقد تكون المؤسسات البريدية عامل النجاح الرئيسي في هذا الصدد لأنها تتيح فرصا واعدة جدا لنشر التحول والازدهار في شتى ربوع العالم.

٤٨

مقابلة منقحة لطولها وللتوضيح.

للمزيد من المعلومات عن هذا المنظور، يرجى الاتصال:

بالسيد سيرغي دوكلسكي

sergey.dukelskiy@upu.int

أو السيد موسى ما

moses.ma@futurelabconsulting.com

يمكن الاستماع إلى الكلمة الرئيسية بأكملها على الموقع الشبكي التالي:

<https://youtu.be/d3OT-8zsUus>

لا بديل للتغير

يعمل السيد ديريك أوسبورن، الذي يحظى بخبرة تزيد على ثلاثين عاما في القطاع البريدي الدولي، مدربا له باع في مجال الأعمال في الشركة Whatnext4u، حيث تكمن مهمته في تسهيل تنظيم الأحداث وكذلك ”الدروس“ المتصلة بالقطاع البريدي لتقاسم معارف القطاع وعرض آخر ما شهده من تطورات. وبصفته مستشارا لدى الاتحاد البريدي العالمي فإنه يسدي إليه المشورة أيضا فيما يتعلق بكيفية استحداث الأفكار جديدة والابتكارات خلال المنتدى العالمي للأعمال البريدية الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي خلال معرض Parcel+Post Expo.

النص: دافيد دادج.

وسيدور النقاش خلال الجلسة الثانية، بين المشاركين وأعضاء حلقة النقاش حول العديد من التحديات التي تطرحها المدن الكبرى والمناطق الريفية النائية. وتضطلع المؤسسات البريدية، وفقا للسيد أوسبورن، بدور هائل في خفض الانبعاثات والوفاء بالمعايير البيئية والالتزام بتقديم الخدمة الشمولية.

وسيناقش المشاركون في الجلسة الختامية مسألة جرائم الفضاء الإلكتروني التي تهدد الثقة التي تتمتع بها المؤسسات البريدية تهديدا مباشرا، إذ تمثل هذه الثقة الركيزة الأساسية في مجال توزيع الطرود المتبادلة في إطار التجارة الإلكترونية. وقال السيد أوسبورن ”إننا ندرك جميعا مواطن ضعف النظام الأمني، وتأثير الاحتيال المالي، والأضرار الجسيمة التي يمكن أن تسببها هجمات الفضاء الإلكتروني“. واسترسل قائلا إنه من الضروري أن تكون استجابة المؤسسات البريدية قوية للحفاظ على الثقة الذي تحظى بها في أعين زبائننا.

ويود السيد أوسبورن تعزيز التفاعل خلال جلسات المنتدى. ففي رأيه، ينبغي أن يغادر المشاركون المنتدى وقد استفادوا من تجارب جديدة وعبروا عن آرائهم.

وصرح قائلا ”سيعمد الخبراء على إقامة حوار بين المشاركين وتشجيعهم على المساهمة في المناقشات لعرض خبراتهم واكتساب معارف جديدة وإقامة علاقات مع أطراف جديدة والحصول على معلومات من شأنها أن تساعد على حل المشاكل الرئيسية التي تواجه هذا القطاع.“

وعند سؤال السيد أوسبورن عن أوجه التأثر بين معرض Parcel + Post Expo والمنتدى، قال إن بفضلهما يمكن أن يتبادل قادة القطاع البريدي الأفكار وأن يكتشفوا في الوقت ذاته الفرص الاستثنائية التي تتيحها التكنولوجيا الجديدة، بما في ذلك الذكاء الاصطناعي، والتحكم الآلي، والأجهزة المتطورة، والمنصات الرقمية.

وأكد السيد أوسبورن أن ”هذا المجال لا نهاية له، فهناك العديد من الأمور الجديدة التي تستدعي النقاش كل عام.“

سيفتح معرض Parcel+Post Expo، وهو التجمع الدولي الرئيسي المتعلق بالطرود والمسائل اللوجستية، أبوابه هذه السنة في الفترة من ٣٠ سبتمبر إلى ٣ أكتوبر في مركز مؤتمرات أمستردام (RAI Amsterdam)، في هولندا. وفي لقاء أجرته مجلة Union Postale، وصف السيد أوسبورن معرض Parcel+Post Expo بأنه ”الحدث العالمي الوحيد الذي يسمح للخبراء وكبار المسؤولين من القطاع البريدي فعليا بالاطلاع على أحدث المستجدات التكنولوجية ومناقشة التطورات والتوجهات المستقبلية“.

وسئل السيد أوسبورن عن أهمية المنتدى العالمي للأعمال البريدية الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي، فرد قائلا إن أهميته تكمن في أنه يقدم إلى الخبراء في مجال الخدمات الرقمية والطرود والخدمات البريدية والنقل واللوجستيات وغيرها من المجالات، المعلومات الأساسية عن موقع القطاع البريدي مستقبلا. وقال إن ”هذا الحدث السنوي الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي هو منتدى حاسم الأهمية لتحديد الاستراتيجيات البريدية وتوضيح ما يتعين على قادة القطاع فعله لإجراء تغيير يستفيد منه القطاع“.

ويرى المستشار المتمرس، أن التحول الرقمي يُعد أولوية أساسية بالنسبة إلى كل مستثمر معيّن. وأشار السيد أوسبورن إلى أن المستثمرين المعيّنين يعانون من مشكلتين مترابطتين وهما كيفية تحقيق التحول وكيفية ضمان حصول الزبائن على الخدمات الرقمية. وقال إن ”التغيير والاستعداد الرقمي ليس مجرد خيارين في الظروف الحالية، بل إنهما مسألتان حتميتان“.

ويتعمق المنتدى الذي سيعقد في عام ٢٠١٩ تحت عنوان ”الاستدامة في عصر الابتكار البريدي“، في تلك المسائل وستدور خلاله مناقشات حولها، وسيطرق في الآن ذاته إلى العديد من التحديات والفرص المطروحة أمام القطاع البريدي. وسينظر خلال الجلسة الأولى في الطريقة التي يحفز بها الاضطراب الرقمي والابتكار نمو القطاع البريدي. وحرص السيد أوسبورن على الإشارة إلى أنه، في مجال التجارة الإلكترونية، ليس باستطاعة المستثمرين المعيّنين تقديم منصة رقمية موثوقة فحسب، بل وأيضا تقديم واحدة من أكبر البنى التحتية في العالم.

PARCEL+POSTEXPO
POSTAL • COURIER • EXPRESS

BE THE
SOLUTION
WORLD POSTAL BUSINESS FORUM

30 September 2019
Amsterdam, Netherlands

#postaldialogue

f universalpostalunion

U_PU_UN



هواية جمع الطوابع البريدية في حلة جديدة

تتيح الابتكارات والرقمنة فرصا جديدة لبرامج هواية جمع الطوابع البريدية لدى المؤسسات البريدية في سوق بلغت قيمتها عدة مليارات من الدولارات.

النص: كايلار رُستاون.

أدى الابتكار في إصدار الطوابع البريدية إلى قيام ثورة في الخدمات البريدية، وأفضت هذه الثورة إلى تبسيط نظام التعريفات المطبقة لدفع تكلفة خدمة الرسائل وتقليص الخسائر التي يتكبدها المستثمرون البريديون. ولقد صدر أول طابع بريدي يلصق في العالم في المملكة المتحدة في عام ١٨٤٠ وعرف هذا الطابع البريدي باسم "Penny Black" نسبة إلى لونه وسعره.

أما اليوم فأضحت الطوابع البريدية أكثر من مجرد وسيلة لدفع تكاليف الخدمة؛ فأصبحت تحتل مكانة جوهريّة في سوق عالمية تضم العديد من أصحاب المصلحة المختلفين.

وتشير إحصاءات الاتحاد البريدي العالمي إلى أن حجم إيرادات المستثمرين المعيّنين من هواية جمع الطوابع البريدية قد بلغ ١,٨ مليار وحدة من وحدات حقوق السحب الخاصة (٢,٥ مليار دولار أمريكي) بعد أن كان هذا الرقم لا يتجاوز مليار وحدة من وحدات حقوق السحب الخاصة (١,٤ مليار دولار أمريكي) في عام ٢٠٠٤. وتقدر قيمة السوق الثانوية، التي يشغلها التجار والبائعون وهواة جمع الطوابع البريدية والجهات الأخرى التي تشتري منتجات هواية جمع الطوابع المستعملة، بما يتراوح بين ٣ مليارات وحدة من وحدات حقوق السحب الخاصة (٤,٢ مليار دولار أمريكي) و ١٠ مليارات وحدة من وحدات حقوق السحب الخاصة (١٣,٨ مليار دولار أمريكي).

وأوضحت السيدة ألفة المقدم، رئيسة برنامج هواية جمع الطوابع البريدية في الاتحاد البريدي العالمي، أن ظهور الإنترنت والتجارة الإلكترونية قد ساهم في تزايد الاهتمام بمنتجات هواية جمع الطوابع البريدية.

وقالت السيدة المقدم إن "الأنشطة الإلكترونية قد فتحت أبواب السوق وسرعت وتيرة نموها. وقد أصبحت هواية جمع الطوابع البريدية نشاطا تجاريا مربحا بدأت المؤسسات البريدية تستفيد منه".

وضمن تداول الطوابع البريدية في سوق التجارة الإلكترونية لهواة جمع الطوابع البريدية في شتى أنحاء العالم شراء الطوابع البريدية الدولية التي كان يصعب عليهم في أكثر الظن إيجادها لدى التجار التقليديين.

ولئن كان هواة جمع الطوابع البريدية التقليديون هم هواة القيمة التراثية والثقافية للطوابع البريدية، فإن التجارة الإلكترونية، بحسب السيدة المقدم، قد أتاحت استقطاب فئات جديدة من هواة جمع الطوابع البريدية. فبات، على سبيل

المثال، بإمكان أحد هواة جمع الطوابع البريدية المهتمين بموضوع محدد أن يبحث على الإنترنت ويجد جميع أنواع المنتجات المتعلقة بهذا الموضوع معروضة للبيع، بما في ذلك الطوابع البريدية.

وصرح ما نسبته ٦٥٪ تقريبا من ٩٥ مؤسسة بريدية ردت على الدراسة الاستقصائية التي أجراها الاتحاد البريدي العالمي مؤخرا، بأن لها متاجر على الإنترنت، مما يبرهن على أن المستثمرين البريديين يعكفون على استغلال هذه الفرصة للوصول إلى هواة جمع الطوابع البريدية. وقد كثفت المؤسسات البريدية أيضا من جهودها في مجالي التسويق والاتصال عبر الإنترنت بغية الوصول إلى مستهلكين جدد، إذ يستخدم حاليا ما نسبته ٦٩٪ من المجيبين على الدراسة الاستقصائية وسائل التواصل الاجتماعي للترويج لمنتجاتهم.

ورغم أن المؤسسات البريدية تحتكر السوق الرئيسية، فقد أكدت السيدة المقدم أهمية التعرف على مال هذه المنتجات بعد بيعها.

وأوضحت أن "المؤسسات البريدية يمكن أن تضطلع بدور غير مباشر في السوق الثانوية، وأن المزيد من المستثمرين قد شرعوا في متابعة أنشطة التجار وهواة جمع الطوابع البريدية وغيرهم من أصحاب المصلحة لمتابعة طابعهم البريدية في الفصل الثاني من دورة حياتها".

ونتيجة لذلك، يعمل عدد متزايد من المستثمرين على تحسين برامجهم الخاصة بهواية جمع الطوابع البريدية للارتقاء بنوعية طابعهم البريدية من خلال الابتكار في مجالات الطباعة والخامات والتكنولوجيا.

وتعمل الرابطة العالمية لتنمية هواية جمع الطوابع البريدية، التي يقودها الاتحاد البريدي العالمي، على تبسيط العلاقات التي تربط بين جميع أصحاب المصلحة في مجال هواية جمع الطوابع البريدية من خلال تنظيم المؤتمرات والمنتديات بحيث تستمر كل سوق من السوقين الرئيسية والثانوية في التطور وتحفيز نمو السوق الأخرى.

يرجى زيارة نظام الترقيم العالمي (WNS) الخاص بالرابطة العالمية لتنمية هواية جمع الطوابع البريدية على الموقع الإلكتروني www.wnsstamps.post من أجل الاطلاع على أكثر من ٩٥ ٠٠٠ طابع بريدي من شتى أنحاء المعمورة.



أحيانا تصدر المؤسسات البريدية طوابع بريدية تخليدا لذكرى أحداث معيّنة، مثل أول زيارة يقوم بها المدير العام للاتحاد البريدي العالمي إلى جزيرة ناورو.



مؤسسة بريد النمسا تخلد تراثها بإصدار طابع بريدي مطرز بقبعة دوقية ستيريا.



مؤسسة بريد جزر فارو أصدرت طابعاً بريدياً يحمل قطعة حقيقية من جلد سمكة القد.



مؤسسة بريد سويسرا تبتكر طابعاً بريدياً يمكنه عزف النشيد الوطني للبلد.

دراسة حالة: النمسا

تضرب مؤسسة بريد النمسا (Österreichische Post) مثالا يحتذى به للمؤسسات البريدية التي نجحت في دراسة السوق والتكيف معها.

فبعد أن لاحظ هذا المستثمر المعيّن أهمية الأنشطة الإلكترونية أطلق متجره الإلكتروني في عام ٢٠١٢. وقالت السيدة إنغيبورغ غراتزر، الناطقة باسم مؤسسة بريد النمسا، إن المؤسسة البريدية قد حققت إيرادات بلغت مليوني يورو (٢,٢ مليون دولار أمريكي) من هذا المتجر الإلكتروني في عام ٢٠١٨. وأضافت أن منتجات هواية جمع الطوابع البريدية تمثل نسبة ٩٩٪ من المنتجات المتاحة على المنصة.

واتخذت المؤسسة عدة تدابير في نهجها في مجال الإنتاج والتسويق من أجل استقدام الزبائن. وأول هذه التدابير هو أن يستحدث برنامج هواية جمع الطوابع البريدية ابتكارا تقنيا واحدا في كل عام. وتتمثل أحدث ابتكارات البرنامج في تصميم طابع بريدي مشفر رقميا. ومن بين الابتكارات الأخرى التي استحدثها البرنامج طابع بريدي مطرز بقبعة دوقية ستيريا وطابع بريدي مصنوع من خشب البلوط وطابع بريدي يحتوي على غبار نيزك عمره ٤,٥ مليار سنة. ومن بين أولويات المؤسسة الأخرى استحداث أنواع جديدة من المنتجات مثل دفاتر الطوابع البريدية.

وقالت السيدة غراتزر إن "لهذه المنتجات تأثير كبير على سمعة مؤسستنا، حيث أنها تجذب اهتماما كبيرا من وسائل الإعلام".

وأعلنت، إضافة إلى ذلك، أن المؤسسة البريدية تتعاون مع أحد أهم الصحف في النمسا من أجل تنظيم مسابقات في مجال تصميم الطوابع البريدية.

كما يرحب المستثمر بتزايد عدد هواة جمع الطوابع البريدية الذين يمثلون أهم شريحة من الجمهور الذي تستهدفه المؤسسة البريدية. ولذلك تبذل المؤسسة قصارى جهدها من أجل تحقيق التوازن في برنامج إصدار الطوابع البريدية لجذب هواة جمع الطوابع البريدية والزبائن في مكاتب البريد وحتى فئة جديدة من صغار هواة جمع الطوابع البريدية.

مؤسسة

إيرلندا

An Post

تمنح

المشردين

عنوانًا

خاصًا بهم

بدأت مؤسسة بريد إيرلندا في تقديم خدمة جديدة تسمح للمشردين أو الأشخاص الذين يعيشون في سكن مؤقت بالتمتع بعنوان بريدي خاص بهم.

النص: أولينا مورافيوفا.



الصورة: Shutterstock

”نقطة عنوان“ هو حل بسيط وعملي يمنح المشردين عنوانا بريديا ثابتا مجانا. وبالتعاون مع مؤسسات خيرية أيرلندية ومقدمي خدمات أيرلنديين، يستحدث عنوان شخصي فورا على الإنترنت بناء على مكتب البريد المحلي الذي يختاره الشخص المعني. ولا تظهر عبارة ”مكتب بريد“ في هذه العناوين لتفادي أي وصم اجتماعي.

ومن ثم يصبح مكتب البريد المعني أيضا مركزا تجمع فيه رسائل الزبائن. ويكفي أن يقدم هؤلاء الأشخاص بطاقة هوية تحمل صورة لهم لاستلام بعائتهم البريدية. ويجب ألا يتجاوز وزن هذه البعائث ١٠٠ غرام، ولا تتجاوز مدة الاحتفاظ بها في مكتب البريد عشرين يوما. وإذا انتقل الزبون للعيش في مكان آخر، فله أن يحصل على عنوان جديد يرتبط بمكتب البريد التابع لمكان إقامته الجديد.

وأفاد المستثمر البريدي بأن هذه الخدمة هي أول خدمة من نوعها في أوروبا ويقدمها بالفعل ٢٠٠ مكتب بريد من مكاتب البريد المنتشرة في أنحاء البلد كله والبالغ عددها ٩٥٠ مكتباً.

وقد يبدو امتلاك عنوان بريدي أمرا عاديا بديهيا. ومع ذلك، فالعنوان البريدي هو أمر أساسي، إذ إنه يشكل جزءا من الهوية. فيفضله يمكن الحصول على الخدمات الاجتماعية الأساسية كالرعاية الطبية والمراسلات المدرسية وإعلانات الوظائف ومَنح السكن، ومصرفي، أو بكل بساطة دخول المكتبة للمطالعة. وبفضل العنوان البريدي أيضا يظل المرء على اتصال بأسرته وأصحابه.

وبفضل خدمة ”نقطة عنوان“، يمكن للمستثمر الآن مساعدة الأشخاص الذين ألمت بهم الشدائد على الخلاص منها.

وصرحت السيدة ديبى بيرن، مديرة مؤسسة An Post Retail في البيان الصحفي الذي أعلنت فيه عن بدء تقديم هذه الخدمة قائلة: ”إننا ندرك حق إدراك الصعوبات التي قد تترتب على عدم امتلاك شخص عنوانا بريديا موثوقا به وأمنا أو مكان يستلم منه البريد... وبما أننا شركة إيرلندية عريقة تتمتع بخبرة عالمية وتضم فريقا مترابلا له ضمير اجتماعي، فإننا نسعى ما استطعنا، لكي نكون قوة خير“.

وصرح السيد فرانسيس دوهيرتي، مدير الاتصالات في مؤسسة Peter McVerry Trust، وهو واحدة من أكبر المؤسسات الخيرية التي تدعم المشردين في أيرلندا، في البيان الصحفي نفسه قائلا إن ”هذه الخدمة هي خدمة شخصية وعملية قد يتغير بها مجرى حياة الناس... فامتلاك عنوان آمن قد يبدو أمرا تافها، ولكنه قد يمنح المشردين أو الأشخاص الذين يعيشون في سكن مؤقت مزايا جمّة.“

وتوفر مؤسسة بريد أيرلندا مطويات إعلامية بشأن خدمة ”نقطة عنوان“ لفائدة جميع المؤسسات التي تعمل على مساعدة المشردين على الصعيد الوطني للترويج للخدمة الجديدة التي تقدمها ولمساعدتها على شرح الخدمة لزبائنهم.

بفضل [العنوان البريدي] يمكن الحصول على الخدمات الاجتماعية الأساسية كالرعاية الطبية والمراسلات المدرسية وإعلانات الوظائف ومَنح السكن، وبفضله يمكن فتح حساب مصرفي، أو بكل بساطة دخول المكتبة للمطالعة.

ورحبت المؤسسات الخيرية المعنية بهذه المبادرة الجديدة لما لها من أثر إيجابي في حياة ما يربو على ١٠ ٠٠٠ شخص مشرد في أيرلندا، تلتهم من الأطفال. ومنذ بدء تقديم الخدمة في أبريل، استخدم أكثر من ١٠٠٠ شخص الخدمة عن طريق شبكة الإنترنت لإنشاء عنوان بريدي فريد.

وفي مقطع فيديو أعد لعرض خدمة ”نقطة عنوان“، أوضح السيد مايك ألان، مدير مؤسسة Advocacy Focus Ireland أن ”الخدمة ستؤثر تأثيرا كبيرا في قدرة المشردين على البقاء على قيد الحياة وعلى الخلاص من الشدائد. وبذلك، فإنها تشكل بصيص الأمل الذي يتعلق به الناس.“

وأفاد السيد سام ماك غيناس، رئيس مؤسسة Dublin Simon Community ومديرها العام، بأن خدمة ”نقطة عنوان“ التي تقدمها مؤسسة بريد أيرلندا نجحت في منح الأشخاص الذين ألمت بهم شدائد ”شعورا بالهوية، وهو شعور لطالما افتقدوه“.

وبفضل هذه الخدمة، اكتسب هؤلاء الأشخاص أيضا شعورا بالكرامة، إذ أمسى لديهم عنوان باسمهم.

١٤

أبطال مغمورون

خفايا الخدمة البريدية العالمية

احتفالا بمرور ١٤٥ عاما على تأسيس الاتحاد البريدي العالمي وباليوم العالمي الخمسين للبريد الذي كرسه الأمم المتحدة لتوعية المواطنين بدور المؤسسات البريدية، يدعو الاتحاد البريدي العالمي المشاركين من جميع أنحاء العالم إلى إرسال أفضل صور فوتوغرافية ذات صلة بالمجال البريدي لإدراجها في رزمة الاتحاد البريدي العالمي لعام ٢٠٢٠.

وللحصول على مزيد من المعلومات بهذا الخصوص، يرجى متابعة الاتحاد البريدي العالمي على وسائل التواصل الاجتماعي وزيارة الموقع الشبكي news.upu.int



universalpostalunion



UPU_UN

#UPUPhotos



الصورة: البريد التركي

خدمات توزيع الرسائل والطرود والخدمات المصرفية وخدمات الهواتف المحمولة عبر أدوات أنسب بكثير.

ومن المزمع افتتاح المقاهي البريدية عما قريب في جميع الأحياء الجامعية في شتى ربوع البلد ليتمتع فيها الزوار ببيئة ودية. فعندما يصطف الزبائن انتظاراً في مكاتب البريد، غدا بإمكانهم الاستمتاع في الآن ذاته بحسن الضيافة، كما تضيف الحلة الجديدة على مكتب البريد روح حفاوة الاستقبال التركية المعهودة.

ونفذ البريد التركي عدداً من المشاريع الاجتماعية المهمة الأخرى، التي عززت دور المستثمر داخل المجتمع الدولي. فقد أهدى المستثمر، في عامي ٢٠١٨ و ٢٠١٩، على سبيل المثال، ٤٠ دراجة نارية وغيرها من اللوازم إلى العديد من المستثمرين الريديين الآخرين لمساعدتهم على تحسين عملية توزيع البريد ولتوثيق عرى التعاون معهم.

وفي إطار مشروع "لا للإهدار!" الخيري الذي استهل تنفيذه في عام ٢٠١٧ بالتعاون مع رجل الإحسان معمر كافازوغلو، يوزع البريد التركي طروداً تحتوي على ألعاب بعد إصلاحها وتجديدها مجاناً على المستشفيات والمدارس ومراكز إعادة التأهيل وغيرها من المؤسسات الاجتماعية في شتى أرجاء البلد. وبعد أن وزع المستثمر زهاء ٣٥٠٠ لعبة بالفعل، فإنه يستهدف توزيع ألعاب على مليون طفل مكروب.

أ.م.

دشن البريد التركي "المقهى الريدي" وهو فكرة مبتكرة تدرج ضمن تصور جديد لمكاتب بريد المستثمر وتمثل خطوة مهمة على درب التحديث. وترمي هذه المبادرة إلى الارتقاء بمستوى رضا الزبائن.

ويعكف البريد التركي منذ عدة سنوات خلت على تحديث منتجاته وخدماته لتلبية المتطلبات الحديثة، والارتقاء بقيمة علامته، وبالتالي تعزيز موقعه في السوق. ولقد طور البريد التركي فكرته بعد أن أجرى مسوحاً استطلع آراء الزبائن.

وخطط المستثمر، بادئ ذي بدء، لافتتاح المقاهي في مكاتب البريد الرئيسية التي يرتادها عدد كبير من الزبائن والتي تقدم طائفة عريضة من المنتجات والخدمات. وكان الفرع الأول من المقهى قد افتتح في عام ٢٠١٧ في أحد مكاتب البريد الرئيسية في مدينة بورصة. ومنذ ذلك الحين وسع المستثمر نطاق المشروع وافتتح مقهى بريدياً في سبتمبر ٢٠١٨ في حرم جامعة غازي في أنقرة.

وقال السيد كنعان بوزغبيك، المدير العام للبريد التركي، أثناء افتتاح المقهى الثاني إن "البريد التركي سيظل حاضراً في كل ميادين الخدمات التي تيسر حياة الشباب".

وأكد السيد بوزغبيك أيضاً أن البريد التركي، بصفته مؤسسة محلية ووطنية في آن واحد، يود أن يقدم الخدمات إلى الطلاب بشروط مواتية. وأضاف قائلاً "إننا سنواصل تقديم

مقهى البريد التركي يمزج بين الحلة العصرية وتقاليد الضيافة في مكاتب البريد

النص: أولينا موافيفا.



اليوم العالمي للبريد ٩ أكتوبر



البيانات الضخمة للاتحاد البريدي العالمي:

كيف تستخدم وإلى أين تتجه

تجوب مليارات الرسائل والطرود كل عام كامل أنحاء المعمورة. ولذلك، تتبادل المؤسسات البريدية بيانات إلكترونية تتعلق بجميع المجالات، من موقعها إلى تكلفة الشحن. وقد اكتشف الاتحاد البريدي العالمي وسائل جديدة تتيح له الاستفادة من هذه الثروة من المعلومات.

النص: كايلا رُستناون



الصورة: Shutterstock

تستخدم المنظمات البيانات الضخمة اليوم في جميع المجالات، ابتداء بالإحصاءات ومرورا بعلم البيانات ووصولاً إلى التعلم الآلي، حسب قول السيد سيلفيو ليتا، كبير مهندسي البرمجيات في مركز التكنولوجيا البريدية في الاتحاد البريدي العالمي. ويشكل السيد ليتا مع أربعة زملاء آخرين فريقاً معنيا بإدارة البيانات الضخمة لدى الاتحاد البريدي العالمي.

وقال السيد ليتا إنه "في قواعد البيانات الارتباطية أو قواعد البيانات "القديمة" كان لا بد من إدخال البيانات في أداة حسابية، إلا أن نُظم البيانات الضخمة تتيح إدراج المنطق الحسابي في البيانات لتحليلها. وأضاف قائلاً إن "ذلك يسمح لنا بمعالجة كميات أكبر من المعلومات".

ونفذ مركز التكنولوجيا البريدية منذ عدة سنوات أول أداة مصممة لمعالجة البيانات الضخمة في المنظمة، وهي الأداة QCS BigData، استناداً إلى البيانات الإلكترونية المتبادلة عبر شبكة Post*Net، من أجل التخفيف من الضغط المتزايد التي تزرع تحته قواعد البيانات التقليدية في الاتحاد البريدي العالمي. ويخزن النظام الجديد مئات الملايين من رسائل التبادل الإلكتروني للبيانات بشأن تحديد المواقع الجغرافية والتتبع البريدي والجمارك والطيران والنقل والشؤون المالية، والمتبادلة باستخدام الحلول تكنولوجيا المعلومات المختلفة التي يتيحها الاتحاد البريدي العالمي. وتخزن هذه البيانات كافة في البنية التحتية للاتحاد البريدي العالمي.

وتتضمن شبكة Post*Net بيانات عالمية عن المبادلات البريدية بين المؤسسات البريدية لدى البلدان الأعضاء والشركاء في سلسلة الإمدادات، بما في ذلك السجلات القديمة التي أعدت منذ

سنوات خلت. وتستخدم هذه المعلومات حالياً في إعداد التقارير عن نوعية تبادل البريد أو خدمات الدفع البريدية وعن أداء المستثمرين والتنمية البريدية، أي مؤشر التنمية البريدية المتكامل، وفي وضع أدوات تتيح مراقبة المبادلات البريدية أو المالية أياً.

إدماج البيانات

تظل القيمة المحتملة للإمكانات التي تطرحها تظل القيمة المحتملة للبيانات البريدية الضخمة هائلة بشرط اختيار الشركاء المناسبين ودمج مصادر البيانات والأهم من ذلك، توفير الموارد اللازمة.

وسرد السيد ماورو بوفاء، بصفته خبيراً اقتصادياً لدى الاتحاد البريدي العالمي، قصص النجاح التي قدمت، بعد دمج البيانات مع مجموعات بيانات أخرى، معلومات مفيدة عن التوجهات الاجتماعية والاقتصادية الأعم. وقد استخدمت البيانات البريدية على سبيل المثال في تحديد تأثير تقلبات الأسعار على تدفقات التجارة الإلكترونية وتبسيط الضوء على إمكانية استخدام التدفقات البريدية كمؤشر لتقدير مستوى الرفاه الاجتماعي والاقتصادي. وصرح السيد بوفاء بأن الاتحاد البريدي العالمي يجري حالياً، بالتعاون مع منظمة الطيران المدني الدولي، بحثاً على الجمع بين البيانات البريدية الضخمة وبيانات أخرى عن الجداول الزمنية للرحلات الجوية لاستطلاع الفرص المتاحة لتحسين الفاعلية اللوجستية.

وأكد السيد بوفاء أنه "يمكننا من خلال الجمع بين بياناتنا الضخمة وبيانات منظمة الطيران المدني الدولي تحديد الوقت الذي تستغرقه البعثات البريدية في المطارات وتحديد سبل تحسين

الكمية

سجل الاتحاد البريدي العالمي ١٧ مليار حدث خلال الفترة من عام ٢٠١٣ إلى عام ٢٠١٨. ويتوقع أن تتضاعف كمية البيانات حتى عام ٢٠٢٥.

السرعة

تصدر تحيينات كل ساعة بشأن الرسائل الجديدة الخاضعة للتتبع.

التنوع

المزج بين المعايير المختلفة والبيانات النصية والكميات البريدية والمعلومات عن التوزيع.

القيمة

منتجات جديدة ومعلومات عن السوق وخدمات أفضل للأعضاء.

مستوى فعالية سلسلة الإمدادات وبالتالي تيسير التجارة الإلكترونية على الصعيد الدولي".

وأشار إلى أن الاتحاد البريدي العالمي أقام بالفعل شراكات في مجال البحث مع منظمات دولية أخرى مثل البنك الدولي ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية بالإضافة إلى مبادرة "جس النض العالمي" وغيرها من المنظمات.

وقال السيد ليتا إن الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي هما المرحلة التالية التي سيسعى الاتحاد البريدي العالمي إلى بلوغها باستخدام أدوات مصممة لمعالجة البيانات الضخمة. وأضاف أن "الآلات قادرة على اكتشاف الهياكل التي لا يقدر الإنسان على اكتشافها".

ويعكف السيد بوفاء وزملاؤه في برنامج البحث والاستراتيجية لدى الاتحاد البريدي العالمي حالياً على وضع نموذج أولي للوحة متابعة تنبؤية قادرة على تحليل رسائل التبادل الإلكتروني للبيانات الخاصة بالاتحاد البريدي العالمي ومقارنتها بالتوجهات الأخرى أياً، مما يتيح للبلدان الأعضاء، على سبيل المثال، التنبؤ بأوقات التوزيع أو كميات البريد.

وبفضل التطورات التكنولوجية في مجال البيانات الضخمة، وتحسين مستوى التواصل بين المؤسسات البريدية والسلطات الجمركية، يمكن تحقيق قفزة تكنولوجية كبيرة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي لضمان سلامة الزبائن والموظفين البريديين.

وختم السيد بوفاء حديثه قائلاً إن "الشيء المذهل فيما يتعلق بالبيانات الضخمة هو أن الأسئلة والاحتمالات تتضاعف كلما أضيفت أنواع مختلفة من البيانات".

ش.ر.

الربع
الثالث

٣ و ٤ يوليو ندوة عن البريد العاجل الدولي لفائدة المنطقة العربية بيروت، لبنان	٨-١٢ يوليو حلقة عمل بشأن الاستعداد للتجارة الإلكترونية من الناحية التشغيلية لفائدة البلدان الناطقة بالفرنسية لومي، توغو	٩ و ١٠ يوليو المنتدى الاستراتيجي الإقليمي لمنطقة أوروبا مينسك، بيلاروس	٢٢-٢٦ يوليو حلقة عمل بشأن الاستعداد للتجارة الإلكترونية من الناحية التشغيلية لفائدة البلدان الناطقة بالإنكليزية القاهرة، مصر	٢٣ و ٢٤ يوليو المنتدى الاستراتيجي الإقليمي للمنطقة العربية القاهرة، مصر
١٢ و ١٣ أغسطس المنتدى الاستراتيجي الإقليمي لمنطقة الأمريكتين سان خوسيه، كوستاريكا	٢٠ و ٢١ أغسطس ندوة عن البريد العاجل الدولي لمنطقة آسيا والمحيط الهادئ أولانباتار، منغوليا	٢-٥ سبتمبر حلقة عمل مشتركة بين منظمة الجمارك العالمية والاتحاد البريدي العالمي الأمن مونتفيدو، أوروغواي	٢-٦ سبتمبر اجتماع المجلس التنفيذي للاتحاد البريدي لآسيا والمحيط الهادئ طوكيو، اليابان	٩-١٢ سبتمبر محفل تليكوم العالمي للاتحاد الدولي للاتصالات لعام ٢٠١٩ بودابست، هنغاريا
٩-١٢ سبتمبر حلقة عمل بشأن الإصلاح والتنظيم البريديين لعام ٢٠١٩ مونتفيدو، أوروغواي	١٠ سبتمبر إصدار طابع بريدي تذكاري مشترك احتفالاً بالذكرى العشرين لإنشاء خدمة البريد العاجل الدولي برن، سويسرا	١٦-٢٠ سبتمبر حلقة عمل بشأن الاستعداد للتجارة الإلكترونية من الناحية التشغيلية مخصصة للزرم الصغيرة والخدمات الإضافية تونس العاصمة، تونس	٢٤ و ٢٥ سبتمبر المؤتمر الاستثنائي الثالث للاتحاد البريدي العالمي جنيف، سويسرا	٢٦ سبتمبر المؤتمر الاستثنائي الثالث للاتحاد البريدي العالمي - المؤتمر يقرر مد فترة انعقاده لنصف يوم جنيف، سويسرا
٢٦ سبتمبر دورة استثنائية لمجلس الاستثمار البريدي جنيف، سويسرا	٢٦-٢٩ سبتمبر حلقة عمل مشتركة بين منظمة الجمارك العالمية والاتحاد البريدي العالمي بشأن تعزيز القدرات في مجال الأمن البريدي تونس العاصمة، تونس	٣٠ سبتمبر المنتدى العالمي للأعمال البريدية الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي أمستردام، هولندا		

الربع
الرابع

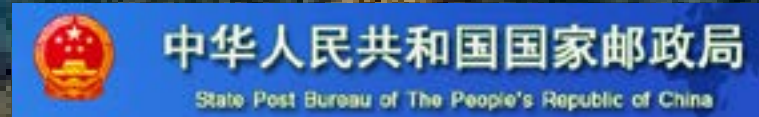
٣-١ أكتوبر معرض Parcel+Post Expo أمستردام، هولندا	٩ أكتوبر الاحتفال باليوم العالمي للبريد برن، سويسرا	١٠ و ١١ أكتوبر حلقة عمل عالمية تنظمها تعاونية البريد العاجل الدولي برن، سويسرا	١٠ و ١١ أكتوبر الجمعية العامة للمؤسسة PostEurop ومنتدى الابتكار التجاري جيرسي، المملكة المتحدة	١٤-١٨ أكتوبر مجلس الاستثمار البريدي برن، سويسرا
٢١-٢٥ أكتوبر مجلس الإدارة (الدورة ٦) برن، سويسرا	خلال الدورة ٦ لمجلس الإدارة مؤتمر التنظيم البريدي الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي تحت عنوان "التكنولوجيا الجديدة لتوفير خدمات بريدية مالية - اعتبارات نظامية وتنظيمية" برن، سويسرا	٤-٨ نوفمبر حلقة العمل الرابعة بشأن الاستعداد للتجارة الإلكترونية من الناحية التشغيلية لفائدة منطقة آسيا. بانكوك، تايلند	٥ نوفمبر منتدى الأجور الذي تنظمه المؤسسة PostEurop، واجتماع فريق الجمارك فيينا، النمسا	٦ نوفمبر يوم تكامل البيانات الذي تنظمه المؤسسة PostEurop فيينا، النمسا
٧ نوفمبر اجتماع فريق العمل المعنيين بنوعية الخدمة والعمليات للمؤسسة PostEurop فيينا، النمسا	١١-١٣ نوفمبر حلقة عمل بشأن إدارة مخاطر الكوارث بانكوك، تايلند	١٨-٢٢ نوفمبر حلقة عمل بشأن تحسين الأداء في مجال البريد العاجل الدولي. بانكوك، تايلند	١٨-٢٢ نوفمبر اجتماع المجلس التنفيذي للاتحاد البريدي للأمريكتين وإسبانيا والبرتغال مونتفيدو، أوروغواي	٢٦-٢٨ نوفمبر المؤتمر العالمي الذي ينظمه الاتحاد البريدي العالمي بشأن التعاون عبر الحدود في عالم التجارة الإلكترونية شيامن، جمهورية الصين الشعبية

المؤتمر العالمي الذي ينظمه الاتحاد
البريدي العالمي بشأن التعاون عبر
الحدود في عالم التجارة الإلكترونية

٢٦-٢٨ نوفمبر ٢٠١٩

فندق مركز شيامن الدولي للمؤتمرات (Xiamen International Conference Centre Hotel)
شيامن (جمهورية الصين الشعبية)

#postaldialogue



أستراليا

أقامت مؤسسة بريد أستراليا (AUSTRALIA POST) شراكة مع الرابطة الأسترالية للنقل بالشاحنات للمساعدة على الحد من حوادث الطرق. وسيعكف المستثمر، الذي أعلن عن إقامة الشراكة خلال أسبوع أستراليا الوطني للسلامة على الطرق، مع الرابطة لإعداد برنامج تنقيفي للسائقين الشباب، يشمل أنشطة عملية وأنشطة تستخدم تكنولوجيا الواقع الافتراضي وجلسات تدريبية في مجموعات صغيرة. وستقدم المؤسسة، في إطار هذه الشراكة، منحة قدرها ٢٠٠.٠٠٠ دولار أسترالي (١٤٠.٠٠٠ دولار أمريكي) لمعرض السلامة على طرق السفر الذي تنظمه شركة Volvo ATA Safety Truck ويستهدف السائقين الشباب عديمي الخبرة. وسيستهل المعرض نشاطه في أكتوبر ٢٠١٩.

م.أ.

النمسا

أصدرت مؤسسة بريد النمسا (ÖSTERREICHISCHE POST) طابعا بريديا مشفرا، هو أول طابع بريدي في العالم يُوثق باستخدام تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة. ويؤدي هذا الطابع البريدي وظيفتين. إذ يُستخدم جانبه الأيسر الذي يظهر فيه رمز على شكل أحادي القرن متعدد الألوان، وهو رمز سلاسل السجلات المغلقة الخاصة بمنصة Ethereum، كطابع بريدي عادي لإرسال البريد. أما جانبه الأيمن فيتألف من المقابل الرقمي المُخزّن في سلاسل السجلات المغلقة. وأصدر المستثمر البريدي ١٥٠.٠٠٠ طابع بريدي يبلغ سعر الطابع الواحد منها ٦,٩٠ يورو. ويمكن اقتناء هذه الطوابع من مكاتب البريد في كل أنحاء البلد وعبر متجر المؤسسة البريدية على الإنترنت.

م.أ.

باربادوس

يعمل كل من وزارة الداخلية ومؤسسة بريد بربادوس (BARBADOS POSTAL SERVICE) بالتعاون مع الاتحاد البريدي العالمي على إصلاح الخدمة البريدية في البلد. وفي إطار هذا المشروع، سيعيد البلد النظر في التزام المؤسسة البريدية بالخدمة الشمولية، ويعد سياسة عامة خاصة بالقطاع البريدي، ويحين التشريعات القانونية ذات الصلة. ويُنتظر أن تفضي عملية الإصلاح هذه إلى إنشاء مصرف بريدي وتحسين نظام العنونة وإتاحة تنظيم القطاع على نحو أفضل.

م.ك.ر.

كندا

سعيًا من مؤسسة بريد كندا (CANADA POST) إلى مواجهة الزيادة الكبيرة في كميات الرزم الصغيرة، فقد ركبت آلات جديدة لفرز الرزم في مدينتي فانكوفر وتورنتو حيث توجد أكبر مراكز لإيداع البريد الوطني والدولي في البلد. ويعتزم المستثمر البريدي أيضا تجهيز ثالث أكبر مركز من مراكز الإيداع الذي يقع مقره في مونتريال، بآلة فرز جديدة. ويخطط المستثمر عموما لاستثمار مبلغ ٢,٣ مليار دولار كندي (ما يعادل ١,٨ مليار دولار أمريكي) في تطوير البنية التحتية الخاصة به خلال السنوات العشر المقبلة وذلك بغية تعزيز قدراته في مجال فرز الطرود في أكبر مراكز الفرز التابعة له للاستمرار في تلبية احتياجات الزبون.

م.أ.

كرواتيا

اقتنت مؤسسة بريد كرواتيا (HRVATSKA POŠTA) ٢٠ دراجة كهربائية جديدة رباعية العجلات لاستخدامها في توزيع البعائث البريدية. وصُممت هذه المركبات، التي تنتجها شركة Ducati Energia SPA، لإتاحة التنقل في الطرقات الضيقة. كما أن خصائصها العملية وسهولة استخدامها جعلت منها وسيلة تلائم عملية توزيع البريد في مراكز المدن للمستثمر بالحد من تلوث الهواء وخفض ضجيج حركة المرور الحضرية وتحسين كفاءة وسائل النقل في استهلاك الطاقة. كما أنها ستساهم في خفض انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون بمعدل ٧,٥ أطنان سنويا.

م.أ.

ألمانيا

أبرمت مؤسسة بريد ألمانيا (DEUTSCHE POST) عقدا مع شركة Siemens Logistics لإدماج آلة فرز ذات حزام ناقل من نوع VarioSort في البنية التحتية الحالية لمركز الفرز التابع لها في مطار فانكوفر. ويمكن لهذه الآلة الجديدة أن تفرز ١٨.٠٠٠ طرد في الساعة، بما في ذلك البعائث الخفيفة التي يبلغ وزنها ٢٠ غراما. وعلاوة على ذلك، ستتتيح برمجية التعرف على العناوين “ARTread” التي انتجتها شركة Siemens، قراءة العناوين والصفات على نحو موثوق، مما يُمكن المؤسسة البريدية من مواجهة زيادة كميات البعائث الواردة والصادرة.

م.أ.

غانا

تعمل مؤسسة بريد غانا (GHANA POST) على دعم المقاولين المحليين عن طريق منصتها الجديدة الخاصة بالتجارة الإلكترونية على الإنترنت. وخلافا لسائر مواقع التسوق على الإنترنت، يقدم المتجر الإلكتروني (postshop.com.gh) الخاص بالمستثمر إلى المقاولين عروضًا بأسعار ميسورة لتوزيع البعائث البريدية، مما يفتح أبواب السوق في غانا أمام الزبائن الأجانب. وتهدف هذه العملية المبتكرة إلى جذب شركات البيع بالتجزئة المحلية والأجنبية والارتقاء بمكانة المنتجات الغانية على الصعيد العالمي. ويمكن أن يستلم الزبائن طلبياتهم من أقرب مكتب بريد.

م.أ.

جمهورية كوريا

تعتزم مؤسسة بريد كوريا (KOREA POST) اعتماد تكنولوجيا سلاسل السجلات المغلقة في خدمة الدفع البريدي الخاصة بها. وسيكون استخدام الخدمة الجديدة سهلا بقدر سهولة استخدام الخدمات القائمة، لكن بيانات الزبائن ستحفظ في سلاسل السجلات المغلقة عند قيامهم بمسح رمز الاستجابة السريعة ضوئيا من أجل إجراء عملية دفع ما. وسيطلق المشروع التجريبي في “مدينة ناجو الابتكارية” وسيستهدف المطاعم الصغيرة في بادئ الأمر. وتعتزم المؤسسة البريدية مستقبلا تعميم المشروع على المؤسسات العامة والشركات المحلية. كما يعتزم المستثمر من خلال هذه المنصة الجديدة الوصول إلى سوق الحوالات المالية في الخارج.

م.أ.

قيرغيزستان

تلقت مؤسسة بريد قيرغيزستان (KYRGYZ POCHTASY) ثمانية عشر مركبة من الاتحاد البريدي العالمي لتحسين نوعية توزيع البريد. ووفقا لما أدلى به المدير العام لمؤسسة بريد قيرغيزستان، السيد مارس ناسبكوف، فإن ”مؤسسة بريد قيرغيزستان هي المؤسسة الوحيدة في قيرغيزستان التي يمكن لمركباتها الوصول إلى مدينة كاشغر الصينية“. وستساهم المركبات الجديدة في تقليص آجال توزيع البضائع المطلوبة من المتاجر الإلكترونية بفترة تتراوح بين ١٥ و ٢٠ يوما.

م.أ.

بولندا

ستقوم مؤسسة بريد بولندا (POCZTA POLSKA) بتوزيع الطرود عن طريق شبكة جديدة من خزانات الطرود التي صمّمتها الشركة الدنماركية لخزانات الطرود والبرمجيات SwipBox. وقد تم بالفعل تركيب حوالي ١٥٠ خزانة في متاجر Biedronka، وهي أكبر سلسلة متاجر للبيع بأسعار مخفضة في البلد، وأضحى بإمكان الزبائن استخدام هذه الخزانات لسحب طرودهم يوميا وهم يتبضعون. ومؤسسة بريد بولندا هي المؤسسة الوحيدة التي تقدم خدمات السعاة والخدمات اللوجستية في أوربا الوسطى والشرقية. وتبلغ قيمة إمكانياتها السوقية فيما يخص خدمة التوزيع حتى الكيلومتر الأخير حوالي مليار زلوتي بولندي سنويا (ما يعادل ٢٦٧,٣ مليون دولار أمريكي). ومن المتوقع أن يتيح أسلوب التوزيع الجديد للمؤسسة بلوغ الهدف الذي رسمته ويرمي إلى مضاعفة إيراداتها في موعد أقصاه عام ٢٠٢٣.

م.أ.

الإمارات العربية المتحدة

أقامت مجموعة بريد الإمارات شراكة مع منصة التكنولوجيا اللوجستية FarEye ومجموعة Landmark لتجارة التجزئة من أجل تحسين عملية توزيع البعائث البريدية في بلدان مجلس التعاون الخليجي. وستقوم مؤسسة FarEye بإنشاء منصة توزيع ذكية تسمح بضمان توزيع البريد في الأجال المحددة وبتكلفة أيسر. وبفضل استخدام خطة مجموعة بريد الإمارات لتوجيه البريد يمكن زيادة عدد عمليات التوزيع في الساعة الواحدة وتمكين الزبائن من تتبع بعائثهم آنيا.

م.أ.

المملكة المتحدة

تعتزم مؤسسة البريد الملكي (ROYAL MAIL) تركيب أول صناديق بريد على الإطلاق تتلاءم مقاساتها مع مقاسات الطرود في المملكة المتحدة. وسيستهل في شهر أغسطس من هذا العام استخدام زهاء ١٤٠٠ صندوق بريد خاص بالطرود في مختلف مناطق المملكة المتحدة، بما فيها مدن بيرمينغهام وليدز وأبردين وكارديف. وستركب كل صناديق البريد في غضون ستة أشهر. وتتيح هذه الصناديق الجديدة للزبائن إرسال الطرود التي دُفعت أجرتها مسبقا أو إعادة الطرود التي تحمل رموزا ذات خطوط على غرار ما هو معمول به بالنسبة إلى بريد الرسائل.

م.أ.

أوزبكستان

وقّعت مؤسسة بريد أوزبكستان (UZBEKISTON POCHTASI) مذكرة تعاون مع شركة سامسونغ للإلكترونيات لتحديث بنيتها التحتية البريدية. وستقوم شركة سامسونغ برقمنة البنية التحتية البريدية القائمة وإنشاء نظم أماكن العمل المتنقلة لفائدة موظفي البريد. وتعتبر هذه المبادرة خطوة هامة نحو رقمنة مسارات العمل والمساهمة في تحسين نظام إدارتها عن طريق الارتقاء بنجاعة هذا النظام وشفافيته.

م.أ.

المعلومات النوعية تأتي من التجديد

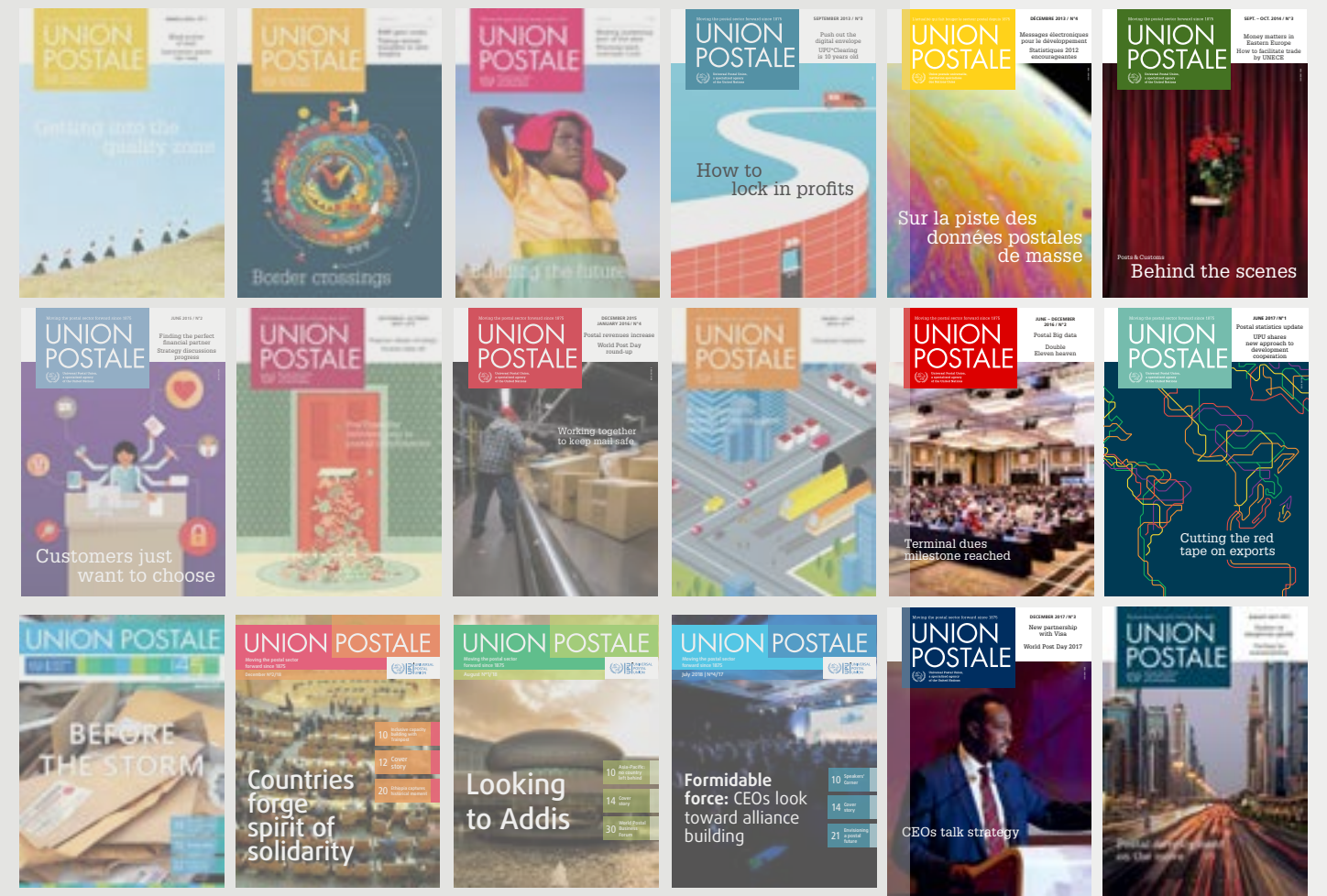


GMS
Global Monitoring System

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 الرصد العالمي 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.



اشتركوا الآن:

الاسم:

الوظيفة:

المنظمة/المستثمر:

العنوان البريدي بالكامل:

البريد الإلكتروني:

الهاتف:

فاكس:

اللغة المطلوبة

☐ الإنكليزية

☐ العربية

☐ الألمانية

☐ الإسبانية

☐ الفرنسية

☐ الصينية

☐ الروسية

انضموا الآن إلى صفوف الآلاف من القراء الذين يشعرون بالرضاء. يمكنكم التوقيع للحصول على أربعة أعداد في السنة من مجلتنا المتميزة وذلك بإحدى اللغات السبعة.

يمكن للمشتركين الأفراد في أي مكان في العالم الاشتراك مقابل ٥٠ فرنكاً سويسرياً في السنة. وتطبق أسعار خصم خاصة على البلدان الأعضاء في الاتحاد البريدي العالمي.

أرسلوا إلينا الآن طلبكم بالفاكس على الرقم:

+41 31 350 37 11

أو أرسلوا إلينا بريداً إلكترونياً على العنوان:

publications@upu.int

مع البيانات التالية ←



FOLLOW US

**We're
SOCIAL!**



UPU_UN



universalpostalunion



universalpostalunion



UPU_UN



universal_postal_union



Universal Postal Union

