

مشروع الاستراتيجية البريدية العربية 2018 - 2024

تنفيذاً للتوصية الصادرة عن الدورة 41 للمكتب التنفيذي لمجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات، بتشكيل فريق عربي مؤقت يكلف بصياغة محاور الاستراتيجية البريدية العامة حتى 2024 .

واستناداً على تكليف جمهورية مصر العربية برئاسة الفريق وبناءً على الاجتماع الأول للفريق بتاريخ 2017/9/25 في مقر الأمانة العامة لجامعة الدول العربية بالقاهرة بحضور وفود كل من البريد الأردني و البريد الإماراتي و البريد التونسي والبريد الجزائري و البريد السعودي و البريد العراقي (المندوبية) والبريد المصري والبريد اليمني (المندوبية)، بالإضافة لممثل الأمانة العامة لجامعة الدول العربية والذي انتهت أعماله بالتوصيات التالية.

- اختيار جمهورية مصر العربية لرئاسة الفريق: السيد / حاتم ابراهيم السيد ؛ مدير عام توكيد الجودة بالبريد المصري.
- تكليف الأمانة العامة بتعميم الاستراتيجية البريدية العربية العامة السابقة على كل الإدارات البريدية العربية للاطلاع على ما جاء.
- دعوة رئاسة الفريق لسرعة إعداد خطة عمل وإرسالها للأمانة العامة لعرضها على الاجتماع القادم للجنة العربية الدائمة للبريد في شرم الشيخ يومي 3 و 4 أكتوبر القادم 2017.
- تكليف الأمانة العامة بتعميم خطة التنمية الإقليمية للمنطقة العربية للفترة 2017-2020 على كل الإدارات البريدية العربية للاطلاع على ما جاء فيها.
- تكليف الأمانة العامة بتعميم خطة اسطنبول للفترة 2017-2020 على كل الإدارات البريدية العربية للاطلاع على ما جاء فيها.
- تكليف الأمانة العامة بمخاطبة الإدارات البريدية العربية لإبداء مرئياتهم بشأن محاور الاستراتيجية البريدية العربية العامة حتى 2024، وإرسالها للأمانة العامة قبل الخامس من نوفمبر القادم 2017، وعرضها خلال الاجتماع القادم للفريق.
- حث الإدارات البريدية العربية على المشاركة في أعمال هذا الفريق المؤقت.
- التنسيق بين الأمانة العامة ورئاسة الفريق لتحديد موعد ومكان الاجتماع القادم للفريق.

أولاً : خطة عمل فريق الاستراتيجية البريدية العربية 2018: 2024

أكتوبر-17
تعميم أوراق العمل المقترحة والمقدمة في الجلسة الأولى على جميع البلدان العربية
من منتصف أكتوبر إلى منتصف نوفمبر 2017
جمع مقترحات البلدان العربية حول الخطة الاستراتيجية البريدية العربية 2018:2024
من منتصف نوفمبر 2017 حتى مارس 2018
قيام رئاسة الفريق بالتنسيق مع النواب بوضع مسودة أولى للاستراتيجية مستندة على مبادئ خطة إسطنبول و أوراق العمل المقدمة من البلدان العربية
اجتماعات اللجنة العربية الأولى في 2018
عرض المسودة الأولى للخطة على فريق العمل في اجتماعات اللجنة العربية القادمة في 2018
توصيات اللجنة العربية الدائمة باجتماعها 34 " مسقط "
1. تكليف الأمانة العامة بتعميم مسودة وثيقة الاستراتيجية البريدية العربية للفترة القادمة على الإدارات البريدية العربية من أجل إبداء الملاحظات بشأنها واقتراح الأنشطة والبرامج والمشروعات التي تخدم تحقيق أهدافها وتدخل في إطار الخطة التنفيذية لمحاور العمل الواردة بها، وذلك قبل منتصف شهر مايو القادم 2018.
2. تكليف فريق العمل المكلف بإعداد محاور الاستراتيجية البريدية العربية للفترة القادمة إلى اعتبار الملاحظات والمقترحات التي ترد من الإدارات البريدية العربية وصياغة مسودة أخيرة لوثيقة الاستراتيجية وخطة عمل تفصيلية تعرض على الاجتماع القادم للجنة العربية الدائمة للبريد تمهيدا لرفعها إلى الدورة القادمة لمجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات.
مايو- 2018
قيام رئاسة الفريق بالتنسيق مع النواب بتنقيح المسودة ومراجعتها في ضوء ملاحظات البلدان العربية على المسودة الأولى
- قامت الأمانة العامة لجامعه الدول العربية بتعميم وثيقة الاستراتيجية البريدية العربية على الإدارات البريدية العربية من أجل إبداء الملاحظات بشأنها واقتراح الأنشطة والبرامج والمشروعات.
- تم مخاطبة البلدان العربية بالبريد الإلكتروني لموافاتنا بمقترحات وآرائهم حيال مشروع الاستراتيجية العربية 2018-2024 حتى يتسنى للفريق استئناف أعماله.
- ورد الينا تحديث لمقترحات البريد الفلسطيني وتم إضافتها لمشروع وثيقة العمل .
يوليو- 2018
عرض النسخة الأخيرة من الخطة على فريق العمل قبيل انعقاد اللجنة العربية الثانية لعام 2018 للموافقة عليها و تقديمها للجنة العربية الدائمة للاعتماد

المملكة العربية السعودية
تنمية التجارة الإلكترونية من خلال إنشاء منظومة متكاملة للتجارة الإلكترونية
تطوير الخدمات البريدية والمالية الإلكترونية
تحسين الربط بين الشبكات البريدية العربية من خلال اعتماد المعايير والإجراءات
التوعية بدور البريد في بناء مجتمع المعلومات
تطوير وتسويق الخدمات البريدية الإلكترونية
الإمارات المتحدة العربية
الجاهزية لتلبية متطلبات واحتياجات متعاملي التجارة الإلكترونية
العنونة البريدية
الخدمات المالية الرقمية
الخدمات اللوجستية
الدفاع عن الخدمات البريدية الحالية والتقليدية والعمل على تطوير هذه الخدمات
تونس
مشروع تحسين فعالية تشغيل التجارة الإلكترونية وتنميتها في المنطقة العربية
تنمية التجارة الإلكترونية بالمنطقة العربية من خلال إنشاء منظومة متكاملة للتجارة الإلكترونية والاستئناس في هذا المجال بمشروع Ecom@Africa بتونس،
تطوير الخدمات المالية في المنطقة العربية
تنوع الخدمات المقدمة في المنطقة العربية
لبنان
تنمية التجارة الإلكترونية
تطوير الخدمات البريدية والمالية الإلكترونية
الأردن
تنمية التجارة الإلكترونية
الربط الإلكتروني
العنونة البريدية
تفعيل قاعدة البيانات بين الدول العربية والتي تم إقرارها سابقاً.
التعاون بين الجمارك العربية والبريد العربية وذلك لتبسيط الإجراءات.
تأهيل الكوادر البشرية من خلال التدريب الموجود في تونس أو إنشاء مركز تدريب إقليمي لمنطقة الشرق الأوسط.

تشجيع خدمات الدفع الإلكتروني.

التزام الدول العربية بتقديم الخدمة البريدية الشمولية حيث أن التوجه العام في مجال النشاط البريدية يتمثل في تقديم خدمة بريدية شمولية تسمح للبريد بالاعتماد على وسائل تكنولوجية وذلك للارتقاء بتقديم خدمات بريدية ومالية (دعوة البلدان العربية التي لها تجربة ناجحة بالخدمة البريدية الشمولية بتعميمها على البلدان العربية للاستفادة منها).

البحرين

البناء الاستراتيجي للبريد بناء الشبكات المتعددة

تطوير وحدات الأعمال.

تطوير البناء التنظيمي وأساليب العمل.

تطوير الهيكل التنظيمي لقطاع البريد وإعداد نظام متطور للعمل البريدي

تطوير الخدمات البريدية التي تقدمها وتحديث وتطوير أداء في سوق البريد

تطوير العمليات وتحديثها وتقوية المنتجات القائمة وتنويعها والاهتمام بالعملاء ورفع مستوى الخدمة والتعاون مع شركاء استراتيجيين لتطوير المنتجات الهامة.

الجزائر

دمقرطة النفاذ إلى خدمة بريدية عصرية وتقليص الفجوة الرقمية،

اعتماد المعايير الدولية وأحسن الممارسات في مجال البريد،

جعل البريد شريكي أساسي في مجال التجارة الإلكترونية (الدفع المالي والتوزيع المادي)،

تحسين الربط بين الشبكات البريدية العربية،

تنوع الخدمات والخدمات البريدية وتعزيز الإدماج المالي

الترويج للمنتجات والخدمات المبتكرة،

إصلاح المنظومة القانونية المؤثرة لنشاطات البريد.

السودان

إرساء الحق الأساسي في التواصل عن طريق ضمان توفير الخدمة البريدية الشمولية.

تحسين نوعية الخدمات وجودة وانتشار الشبكات الوطنية والدولية للبريد.

الاستفادة القصوى من التغيرات التكنولوجية والاقتصادية والتنظيمية في بيئة البريد.

المساهمة في تنفيذ أنشطة الحكومة الإلكترونية وأنشطة التجارة الإلكترونية.

تعزيز المنافسة وجذب الاستثمارات الخاصة.

تقوية وتوسيع نطاق التعاون والتفاعل فيما بين أصحاب المصلحة في الصناعة البريدية.

قطر

خفض تكلفة النقل الجوي والبري وكذلك البحري

تسهيل الإجراءات الجمركية، والعمل بالاتفاقية المشتركة بين منظمة الجمارك العالمية واتحاد البريدي العالمي

تحفيز التنمية المستدامة للخدمات البريدية الفعالة وسهولة المنال من أجل تيسير العمليات البريدية بين الدول العربية

ضمان الاستجابة للاحتياجات المتغيرة للزبائن ومتطلبات الشعوب العربية

تحديث وتنويع المنتجات والخدمات البريدية

تحفيز وتيسير نمو التجارة الإلكترونية الدولية

التشجيع على تبادل وعرض المشاريع والإنجازات والابتكارات البريدية الجديدة ليعكس تأثيره على عمل الدول العربية

الارتقاء إلى مستويات أعلى من قبل الإدارات البريدية ومراقبة ارتفاع مستوى كفاءة الخدمات

عمان

الارتقاء بجودة تقديم الخدمات البريدية لكسب ثقة الزبائن وتلبية حاجاتهم المتزايدة في محيط شديد التنافس

تكثيف استخدام التكنولوجيا والتطبيقات الذكية واعتماد الحلول والخدمات البريدية المبتكرة بما يساعد على تلبية حاجات وتوقعات المتفاعلين

جعل البريد فاعلا أساسيا وشريكا محوريا في مجال التجارة الإلكترونية واعتماد على سلسلة من خدمات متكاملة تشمل مجال التوزيع والخدمات اللوجيستية والمخازن والدفع الإلكتروني والخدمات الرقمية

تنويع الخدمات الرقمية البريدية منها والمالية وتعزيز دور البريد كمقدم لخدمات الحكومة الإلكترونية

تطوير الشراكة والتكامل بين الشركات البريدية والقطاع الخاص ولاسيما مع المؤسسات العاملة في الحقل التكنولوجي والشحن والتسهيل الجمركي والخدمات المالية والمصرفية والترويج

تعزيز دور البريد كوسيط ثقة رقي بين مختلف الأطراف في مجال المبادلات الرقمية بما يساعد على تلبية متطلبات خدمات الحكومة الإلكترونية والخدمات المالية الرقمية

المغرب

تدعيم مكانة قطاع البريد في تنمية الاقتصاد العربي وإبراز دوره الفعال والحيوي من أجل مواكبة السياسات الحكومية

تنمية التجارة الإلكترونية

تطوير الخدمات المالية والإلكترونية

تطوير نوعية الخدمات البريدية والمالية والإلكترونية

إحداث خدمات القرب عبر

- خدمات لصالح الإدارة (مادى أو إلكتروني أو هجين)
- خدمات التوزيع والتحصيل الخاصة بالمساعدات والإعانات الاجتماعية

تدعيم الإدماج المالي عبر ولوج التجمعات السكنية الصغيرة لخدمات القرب المالية البريدية والممثلة في :

- الدفع
- الادخار
- الائتمان
- التأمين

العراق

1- المحور الأول: - اعتماد الخدمات التالية كأساس للانطلاق بالاستراتيجية الحديثة.

أ- التجارة الإلكترونية

ب- الدفع المالي الإلكتروني

2- المحور الثاني: تطوير الخدمات البريدية التقليدية بما يضمن تبادل مثالي بين الإدارات العربية وإدخال التكنولوجيا الحديثة لهذه الخدمات.

آلية تطبيق الاستراتيجية:

- 1- تبادل الخبرات والتجارب للإدارات البريدية الناجحة في الاختصاصات المختلفة.
- 2- النهوض بواقع الخدمات البريدية العربية ودعمها عن طريق ورشات العمل والدورات التدريبية.
- 3- تأسيس مركز استشاري عربي خاص بالخدمات التي وردت في المحور الأول كونها تجارب حديثة للتطبيق من خلال الإدارات البريدية العربية.
- 4- عمل الشراكات في قطاعات البريد المختلفة مع جهات متطورة داخلية وخارجية وذلك للاستفادة من الخبرات ومما يرفع من مستوى الأداء بالإضافة إلى توفير إيرادات جيدة للقطاع البريدي.
- 5- محاولة تأسيس مؤسسات مالية تستند العمل البريدي وحسب التشريع الداخلي لكل بلد من خلالها يتم تنشيط موضوع الحوالات الخارجية بين الدول العربية.
- 6- تضمين الخدمات البريدية لتقديم خدمة مقبولة وحديثة للزبائن.
- 7- الالتزام بالمعايير الدولية ومواكبة الاستراتيجية العالمية للبريد من خلال الاتحاد البريدي العالمي.
- 8- تحسين خدمة EMS بين الدول العربية والدول الخارجية.
- 9- عمل نظام عنونة بريدية في الإدارات العربية
- 10- تنظيم العلاقات مع سلطة الجمارك والحماية الجمركية.
- 11- وضع دراسات للسوق العربي والنفوذ إلى الأسواق العربية وبطريقة تضمن النجاح والمناقشة والمنافسة.
- 12- إيجاد بيئة ملائمة لتطبيق الخدمات الحديثة وخصوصاً ما ورد في المحور الأول.

فلسطين

الهدف الأول: تعزيز مساهمة القطاع البريدي في تنفيذ برامج التنمية المستدامة

الآليات و البرامج:

- ضمان أن تغطي لخدمات البريدية و المالية 90% من السكان و التجمعات الريفية مع انتهاء فترة عمل هذه الخطة.
- تحسين و مضاعفة إجراءات الحد من تهريب البضائع الممنوعة و المواد الخطرة.
- خفض استخدام المواد البلاستيكية في عمليات التغليف بنسبة 20% في المرحلة الأولى و تشجيع استخدام المواد المعاد تصنيعها .
- تشجيع استخدام الطاقة البديلة، و التقليل من الانبعاثات الناجمة حين استخدام وسائل النقل ، و كذلك مخلفات المعدات الإلكترونية.
- منح ذوي الإعاقة أهمية خاصة سواء من خلال إيجاد بيئية تمكينيه ، و اعتماد تعرفه خاصة في إتاحة تمكين هذه الفئة في المجتمعات العربية.

الهدف الثاني: تمكين مؤسسات البريد العربي من تقديم خدمات التجارة الإلكترونية و الحكومية

الآليات و البرامج :

- خفض أسعار الخدمات البريدية بنسبة 25% بحلول عام 2021 وصولاً بنسبة 40% بانتهاء عام 2024
- إنشاء و توفير قاعدة بيانات بالمنتجات و الصناعات (الحرفية – اليدوية – التراثية – الغذائية – التقنية – الصناعية ..إلخ) المتوفرة في الأقطار العربية
- اعتماد الحوافز و التعرفه التشجيعية للمصدرين و الزبائن و الاستفادة من التجارب و النماذج المعمول بها حالياً على المستوى الدولي (علي بابا ، ، إلخ)

التحول الرقمي : إنشاء قاعدة بيانات عربية موحده

- إقامة أو إنشاء شبكة بريدية عربية موحده على الملتقيين :-
 - المرحلة الأولى بحلول عام 2021 تركز في المرحلة الأولى على صياغة و تصميم برامج موحده و نقاط ربط و اتصال مشتركة تتضمن تبادل و إتاحة المعلومات و تبادل الخبرات ، و يمكن الاستفادة من البرامج و الأنظمة و التطبيقات التي تبنيها المكتب الدولي .
 - المرحلة الثانية : بحلول عام 2024 و تشمل الوصول إلى سوق عربية بريدية مشتركة يمكن من خلالها التسويق و توفير المعلومات و تبادل الخبرات و زيادة الإنتاجية و الخدمات .
 - ضرورة وضع خطة مشتركة للانتهاء من مشاريع العنونة للترميز البريدي

الهدف الرابع : تكامل سلسلة الإمدادات العربية

- تيسير الإجراءات الجمركية و التخليص الجمركي
- تسهيل العبور بين البلدان

الهدف الخامس : تحسين جودة الخدمات

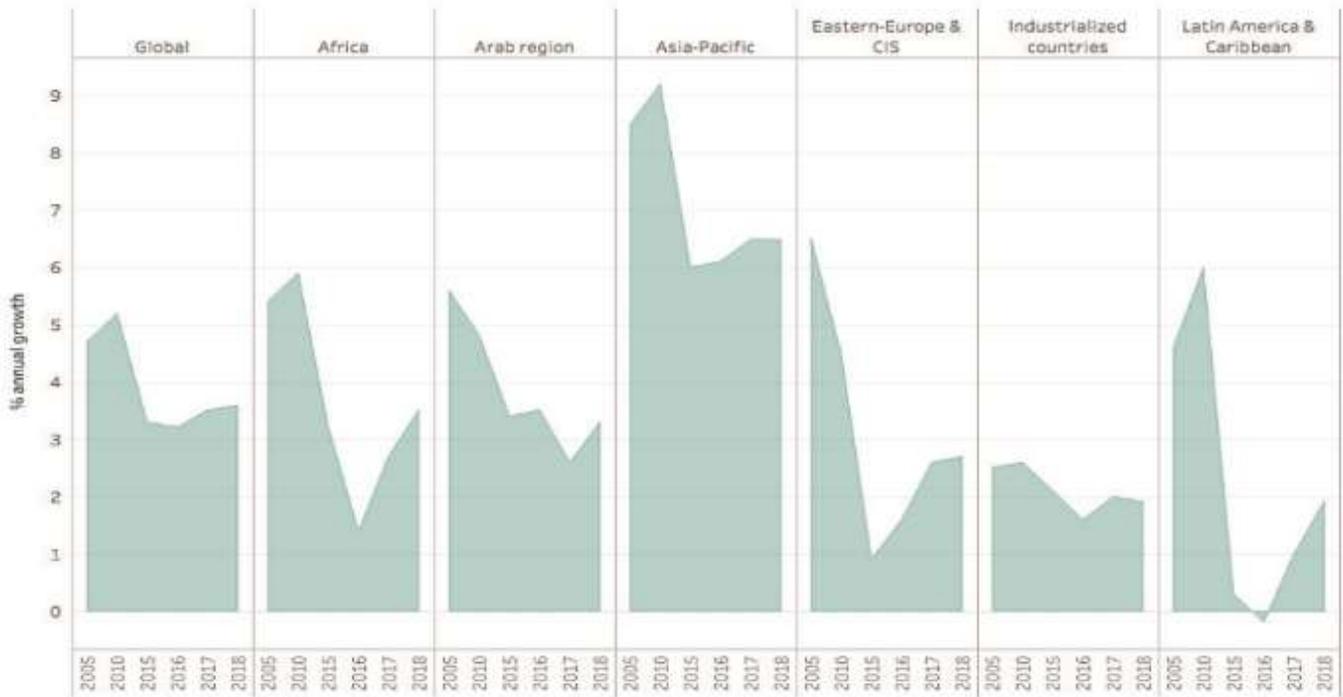
- إقامة شراكات فعالة و محتملة مع أصحاب المصلحة سواء المنطقة العربية أو الاتحادات الإقليمية الأخرى .
- تشجيع الابتكارات و المبادرات و تحفيز المشاريع و الشركات الصغيرة باعتبارها عوامل مساعدة على الانتشار وزيادة تفعيل الخدمات البريدية
- إقامة صندوق (تضامن) عربي على غرار صندوق تحسين نوعية الخدمة يهدف على مساعده الإدارات العربية على تنفيذ مشاريع تحسين نوعية الخدمة و يساعدها على خفض الفجوة المتعلقة بالقدرة على تحمل الفارق في الأسعار و الخدمات و ضعف تراجع الإيرادات .

ثالثاً: عرض تحليلي لوضع بلدان المنطقة العربية بالنسبة للعالم

ⓧ معدلات نمو الناتج المحلي Gross Domestic Product

لم يصل النمو الاقتصادي العالمي للحد المتوقع في عام 2016، حيث حقق 3.2% (عند احتساب تعادل القدرة الشرائية) ، كذلك لم تزدهر التجارة بالشكل المتوقع أيضاً حيث تقلصت بنسبة – 0.1 % في عام 2016 بعد انحدار واضح في 2015 وصل إلى -1.8% . في المنطقة العربية تعرض النمو الاقتصادي في بعض البلدان خصوصاً النامية منها في الفترة من 2011 : 2015 إلى ضغوط قوية حيث وصل معدل النمو إلى 3.3% كما تراجع التجارة بنسبة – 12.4% إلا أنها في 2016 تقلص معدل التراجع ليصبح -1% و من المتوقع أن يتعافى الاقتصاد في المنطقة بنهاية عام 2018 .

Figure 1 – Average GDP growth by region

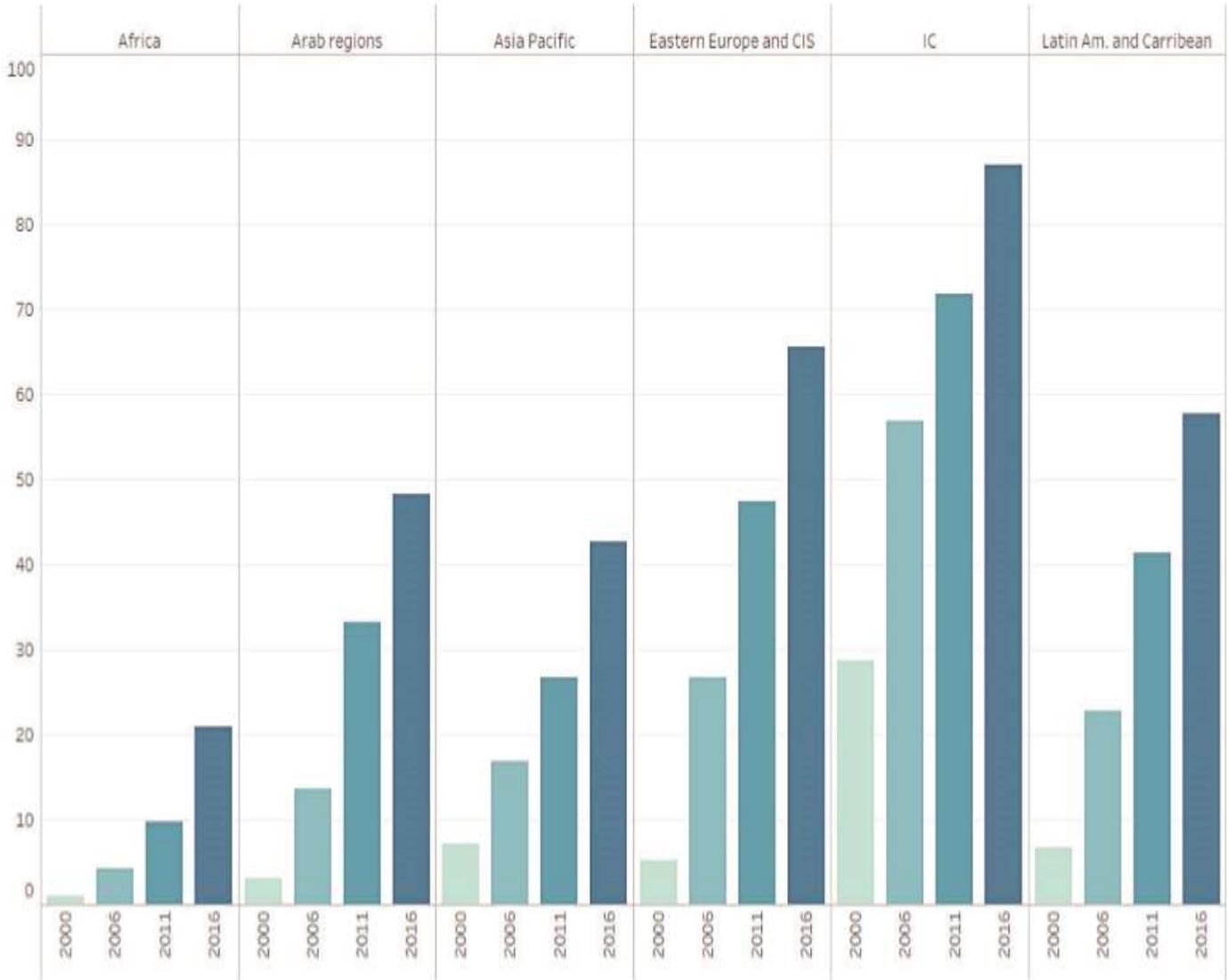


Source: International Monetary Fund, World Bank, UPU calculations

ⓧ استخدام شبكة الإنترنت

بنمو الاقتصاد العالمي توسع نطاق نفاذ الأفراد إلى شبكة الإنترنت ووصل المعدل العالمي إلى 48% في 2017 و بالنسبة لأفراد من 15 : 24 عام يقفز المعدل العالمي ليصبح 70.6% (الاتحاد العالمي للاتصالات). هذا النمو يُعد بمثابة فرصة لتحقيق أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة و يأتي القطاع البريدي التقليدي ممثلاً في مشغلي الخدمات البريدية كأساس لهذا التوجه حيث يفتح نفاذ الأفراد إلى الإنترنت الطريق أمام فرص المشغلين المعينين في التوسع و جذب شرائح جديدة من عملاء الطرود ، المدفوعات ، الخدمات الحكومية الإلكترونية .

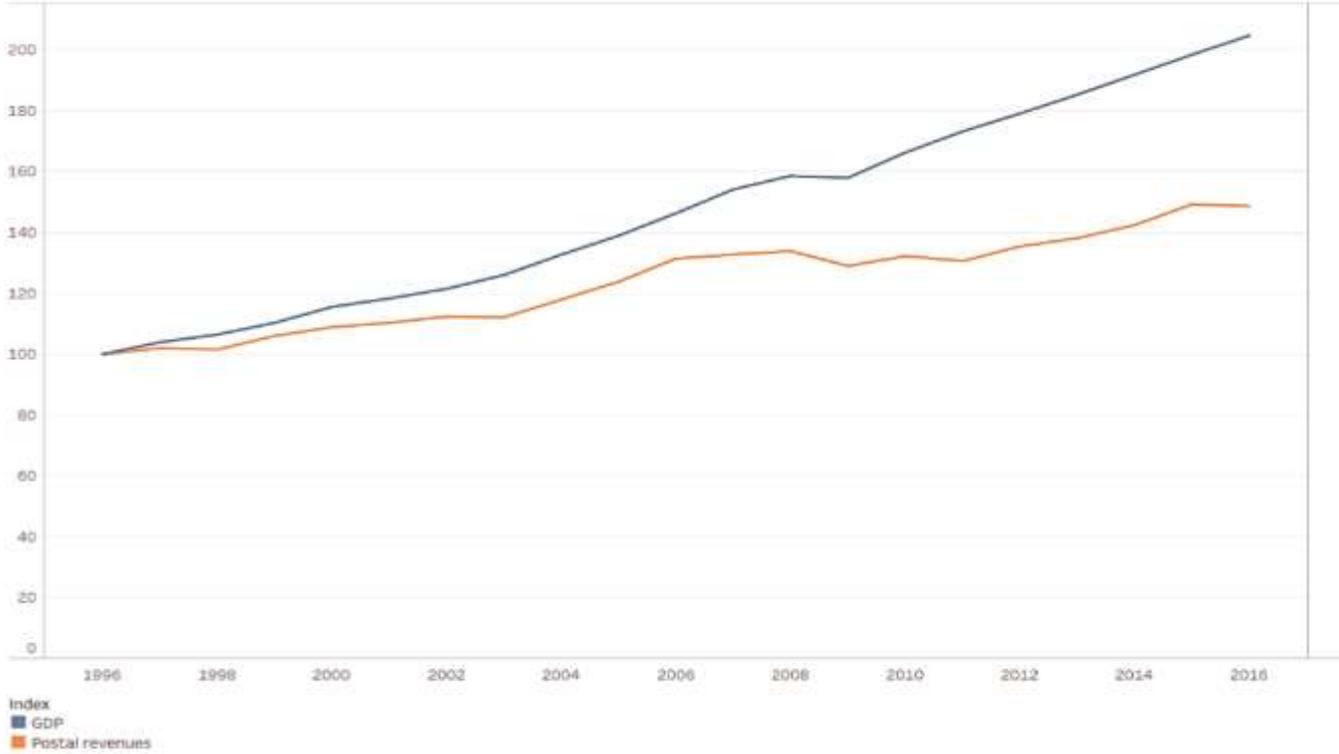
Figure 2 – Proportion of individuals using the Internet (average number of Internet users per 100 people)



Source: ITU, UPU calculations (for regions)

عالمياً ، تظهر المؤشرات نمو متواضع للإيرادات البريدية للمشغلين المعيّنين خلال العقد الماضي بمعدل يصل إلى حوالي 2 % سنوياً ، و هو معدل يقل بكثير عن معدل نمو الناتج المحلي للبلدان الذي وصل إلى 3.4 % عن نفس الفترة . (الإيرادات البريدية في مقابل نمو الناتج المحلي ، عند احتساب تعادل القدرة الشرائية)

Figure 3 – Postal revenues vs GDP growth (PPP, 1996 =100)



Source: UPU calculations and statistics, International Monetary Fund, World Bank

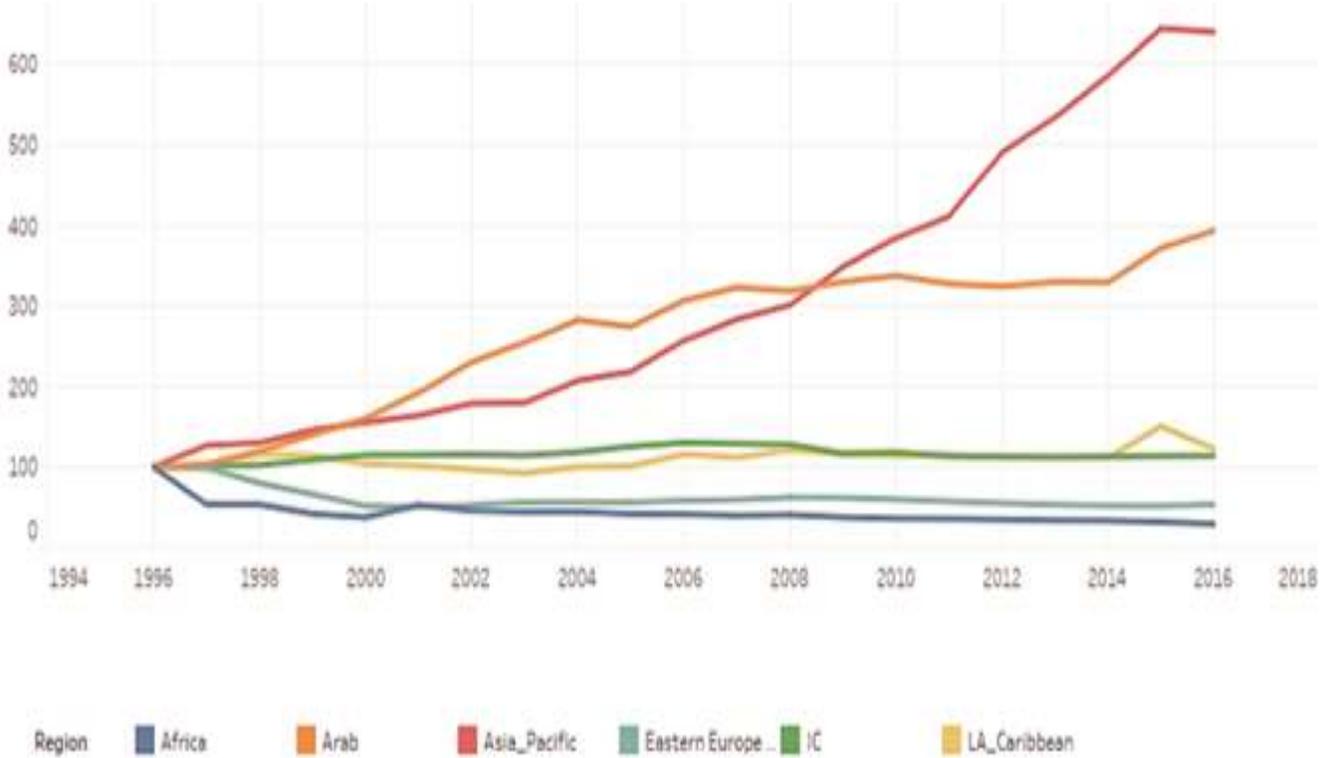
بينما شهدت منطقة شرق آسيا نمو في حجم الإيرادات البريدية تخطى معدل نمو الناتج المحلي حيث وصل إلى 10.5 % سنوياً منذ عام 2005 ، بينما شهدت المنطقة العربية معدل نمو متذبذب خلال العقد الماضي .

2012	2013	2014	2015	2016
1,716,466,701	1,690,920,435	1,806,259,380	2,107,028,352	2,181,241,084
	%1.5-	%6.8	%16.7	%3.5

و في مناطق أخرى انحدر معدل نمو الإيرادات البريدية أو شهد نمو أقل من معدلات النمو الاقتصادي في تلك المناطق ، مثل أفريقيا حيث تقلصت الإيرادات البريدية بنسبة 2.9 % سنوياً ، و في منطقة أوروبا الشرقية و رابطة الدول المستقلة تقلصت بنسبة 4 % ما بين 2010 إلى 2014 و تعافت في 2015 لتنمو بنسبة متواضعة 0.5 % . في البلدان الصناعية شهد النمو البريدي ركوداً ما بين 2005 إلى 2016 و تأرجح مؤشر النمو في بلدان أمريكا و الكاريبي إلا أنها اتسمت بالتراجع بشكل عام . (نمو الإيرادات البريدية و إجمالي الناتج المحلي عند تعادل القوة الشرائية)

Figure 4 – Regional postal revenues and GDP

Postal revenue growth, in PPP (1996=100)



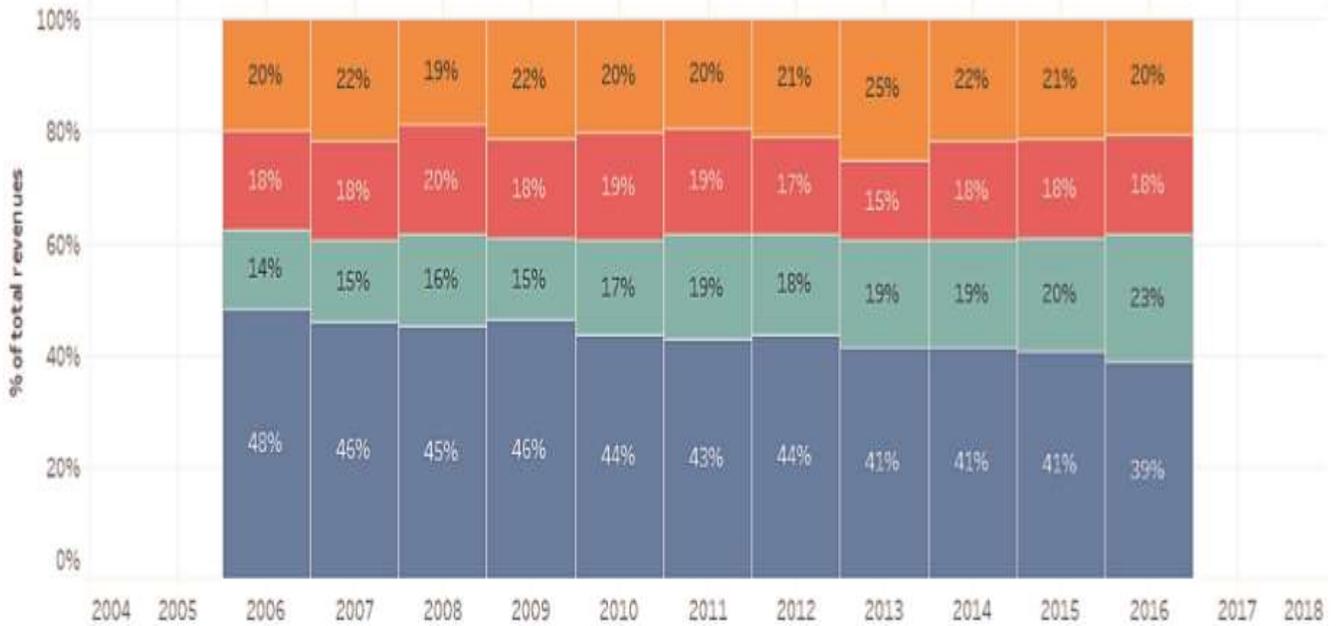
Source: UPU calculations and statistics, International Monetary Fund, World Bank

تركيبة الإيرادات البريدية

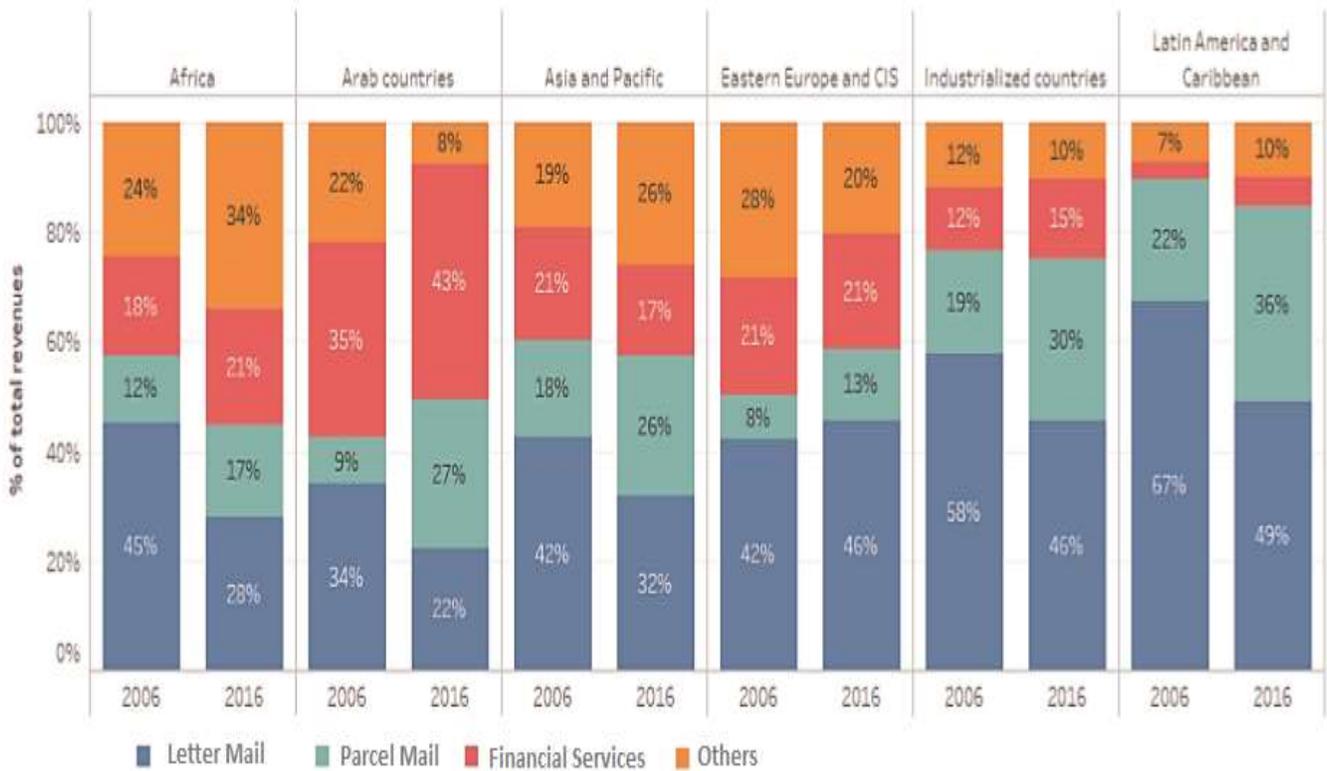
بالنظر عن قرب لتركيبة إيرادات مشغلي الخدمات البريدية يظهر تغير واضح _ يحدث فعلياً_ في نماذج الأعمال على الرغم من كونه ليس تغير جذرياً بسبب ظهور التجارة الإلكترونية . على الرغم من تقلص أهميتها إلا أن بعائث بريد الرسائل لازالت تشكل 39 % من حجم الإيرادات لعام 2016 (بالمقارنة بـ 48 % في عام 2006) . وصلت حصة الطرود البريدية من حجم الإيرادات إلى 23 % (بالمقارنة بـ 14 % في عام 2006) . في نفس الوقت تظل حصة الخدمات المالية بمتوسط 18 % و أنشطة أخرى بمتوسط 20 % مستقرة إلى حد ما .
إلا أن مؤشرات المنطقة العربية تظهر تغير بمعدلات أكبر حيث تقلصت حصة بريد الرسائل في الإيرادات إلى 22 % لحساب نمو حصة خدمة الطرود لتصل إلى 27 % و للخدمات المالية لتصل إلى 43 % .

Figure 5 – Breakdown of postal revenues by segment (% of total)

Global breakdown

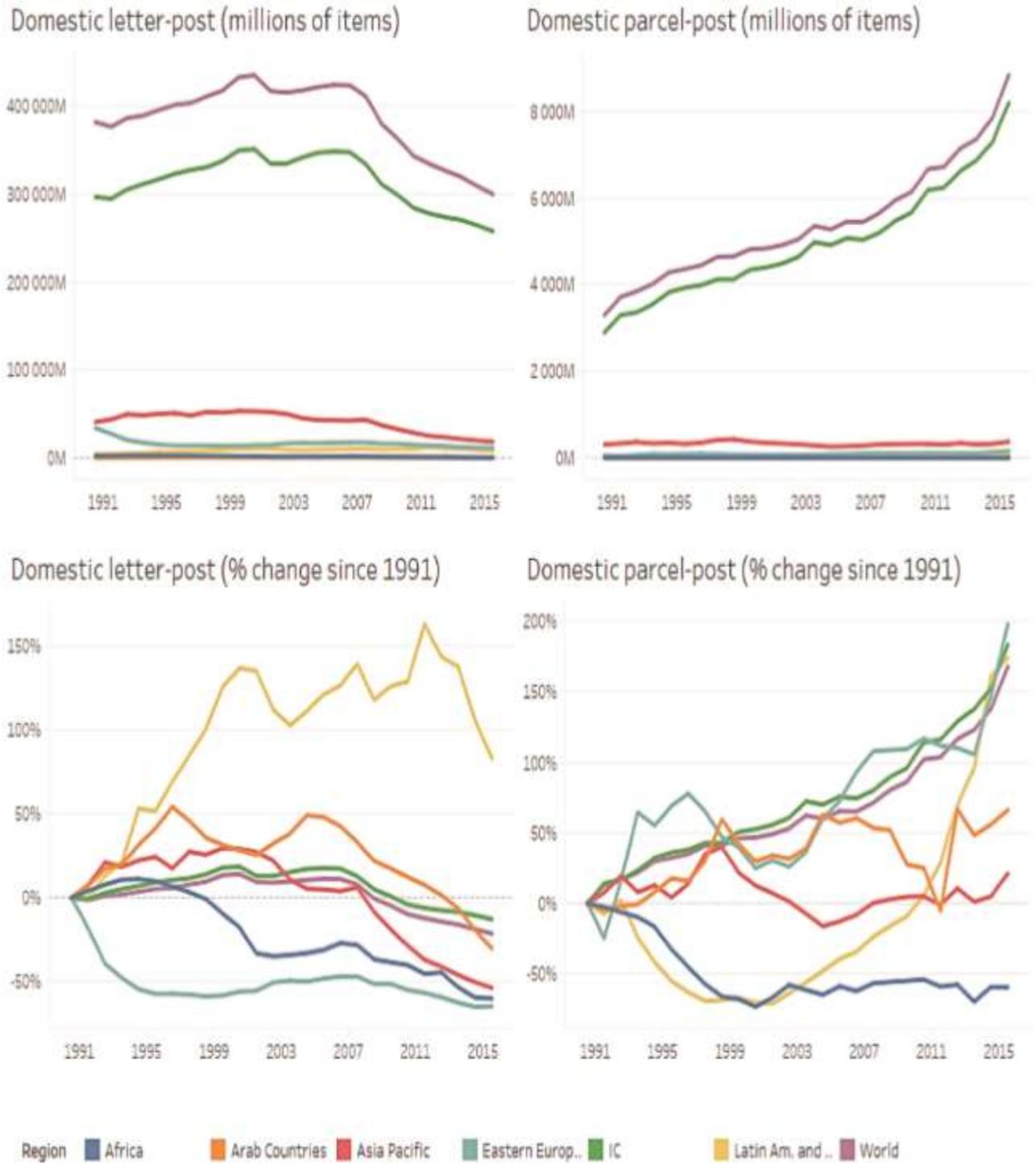


Breakdown in different regions



استمر حجم بريد الرسائل المحلي في الانحدار عالمياً بمتوسط بلغ 3.4 % في عام 2016 و تجاوز الانحدار في المنطقة العربية وأمريكا اللاتينية حاجز 10 % خلال الفترة 2014 : 2016

Figure 6 – Evolution of domestic postal traffic



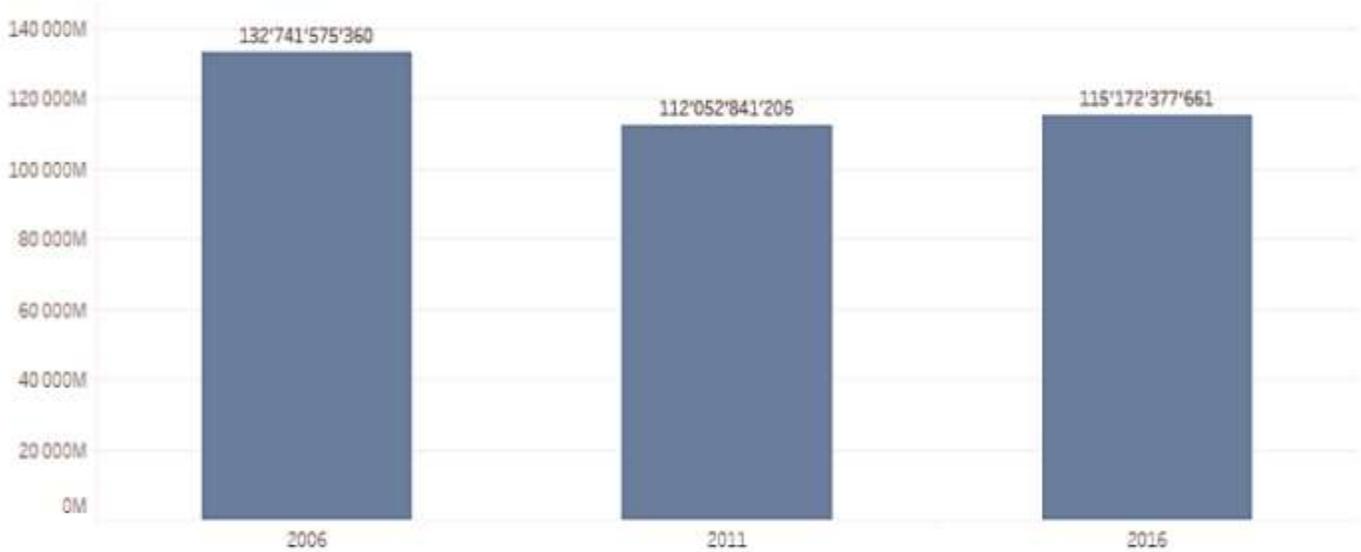
✘ البريد السريع في مقابل الطرود:

تقلص حجم بريد الرسائل المحلي بنسبة 15 % خلال العقد الأخير بينما شهدت الطرود نمو وصل إلى 12.5 % ؛ معدل عالمي ما بين 2015 : 2016 ليس في جميع البلدان حيث يظهر النمو بشكل واضح في البلدان الصناعية وأوروبا الشرقية ويصبح المعدل متذبذب في المناطق الأخرى مما يدل على أن سوق التجارة الإلكترونية الواعد لا يجد دعم كافي بتوافر بنية تحتية مناسبة وغياب استراتيجية واضحة المعالم في تلك المناطق

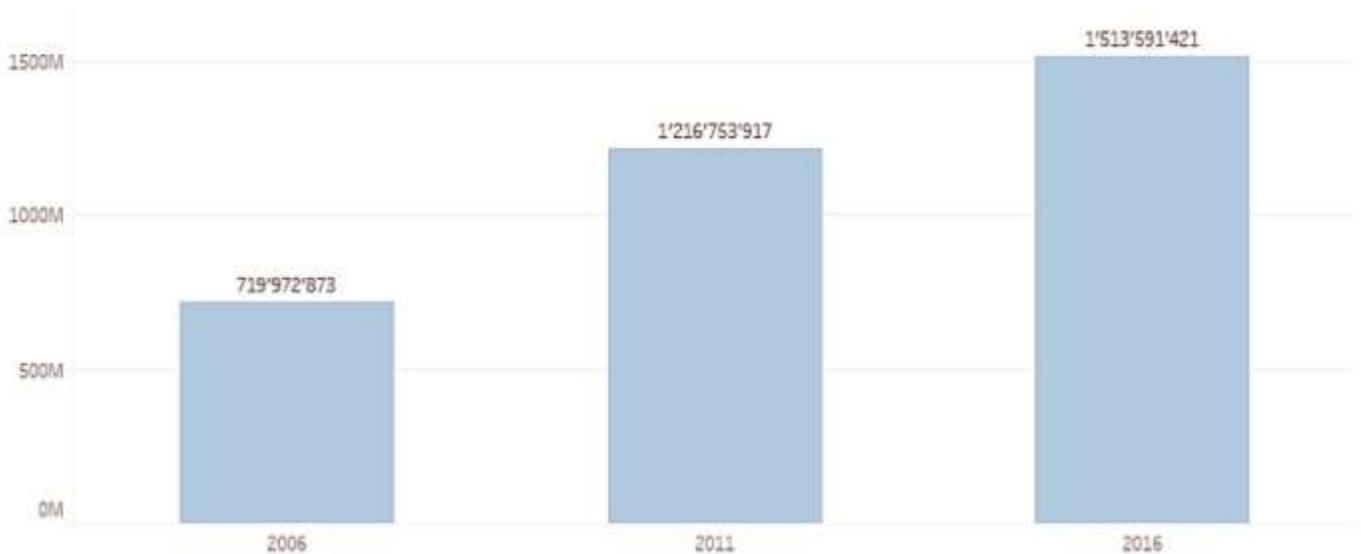
وتشهد خدمة البريد السريع معدل نمو أسرع من معدل نمو خدمة الطرود في 57 بلد (عينة مقارنة) ووفقاً لتقدير الاتحاد البريدي العالمي خلال العقد الأخير شهدت خدمة الطرود نمو بنسبة 62 % و شهدت خدمة البريد السريع نمو بنسبة 110 % .

Figure 7 – Evolution of marketing and express mail (number of items)

Marketing mail



Express mail

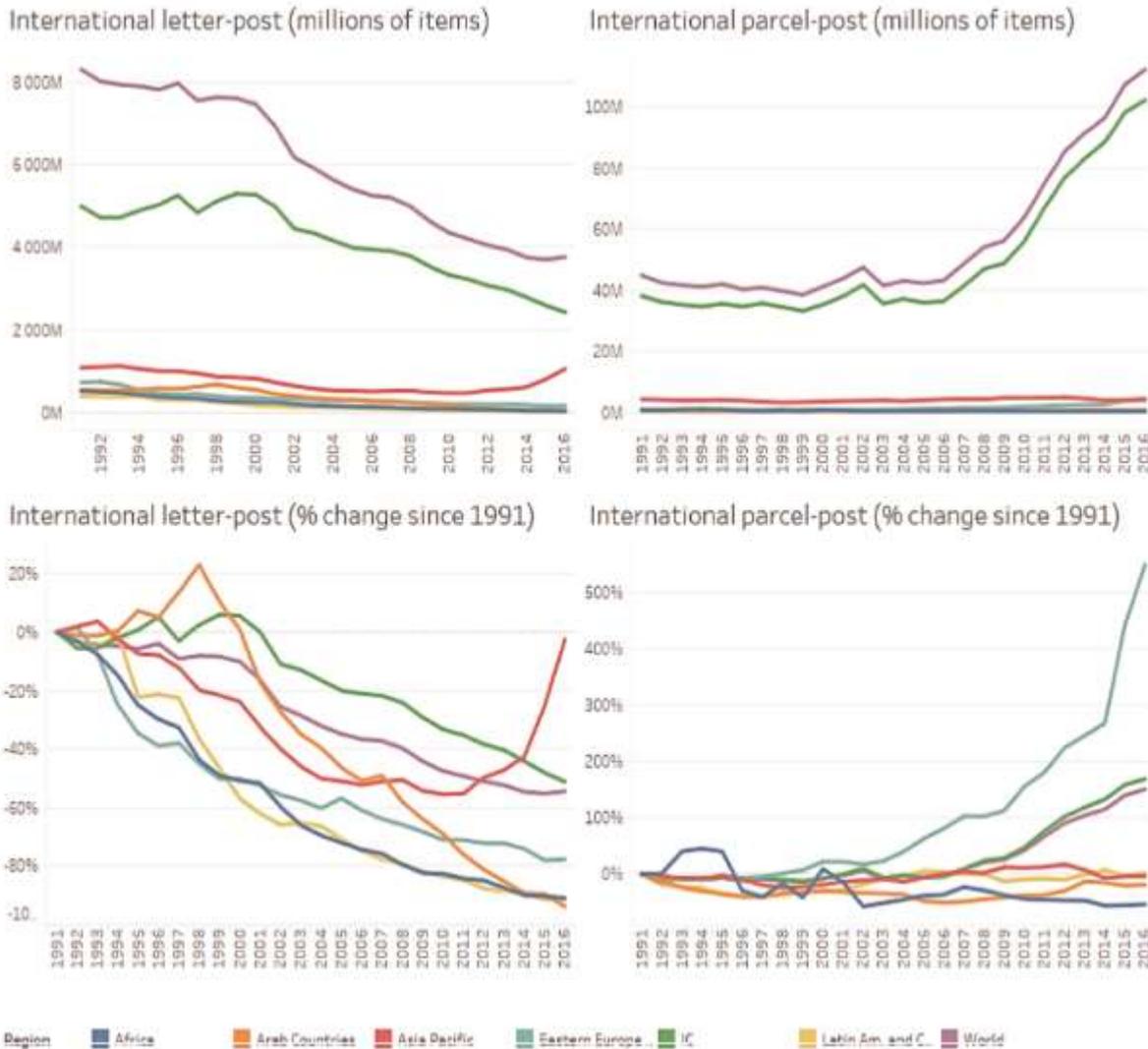


✕ حجم البريد الدولي

- **الرسائل:** يقدر معدل النمو العالمي لبريد الرسائل بـ 1.2% و خلال عام 2016 شهد نمو وصل إلى 1.7% و المحرك الرئيسي خلف هذا النمو هو بلدان شرق آسيا و المحيط الهادي بسبب نمو حجم الرزم الصغيرة ذات الصلة ببضائع التجارة الإلكترونية. باستثناء بلدان أوروبا الشرقية فإن حجم بريد الرسائل في انحدار متسارع أكثر من انحدار بريد الرسائل محلياً (مثال البلدان الصناعية تقلص بريد الرسائل بنسبة 6.1%).

- **الطرود:** يقدر معدل النمو العالمي لبريد الطرود بـ 1.3% و خلال عام 2016 شهد نمو بنسبة 4.5% (أقل من المعدل المحلي) إلا أن هذا المعدل وصل ما بين 2011 : 2014 إلى 8.8% (بالمقارنة بالطرود المحلية 3.4%) و يلاحظ نمو سريع في بلدان أوروبا الشرقية و المحرك الرئيسي خلف هذا النمو هو إنشاء مستودعات التجارة الإلكترونية في هذه المنطقة.

Figure 8 – Evolution of international postal traffic

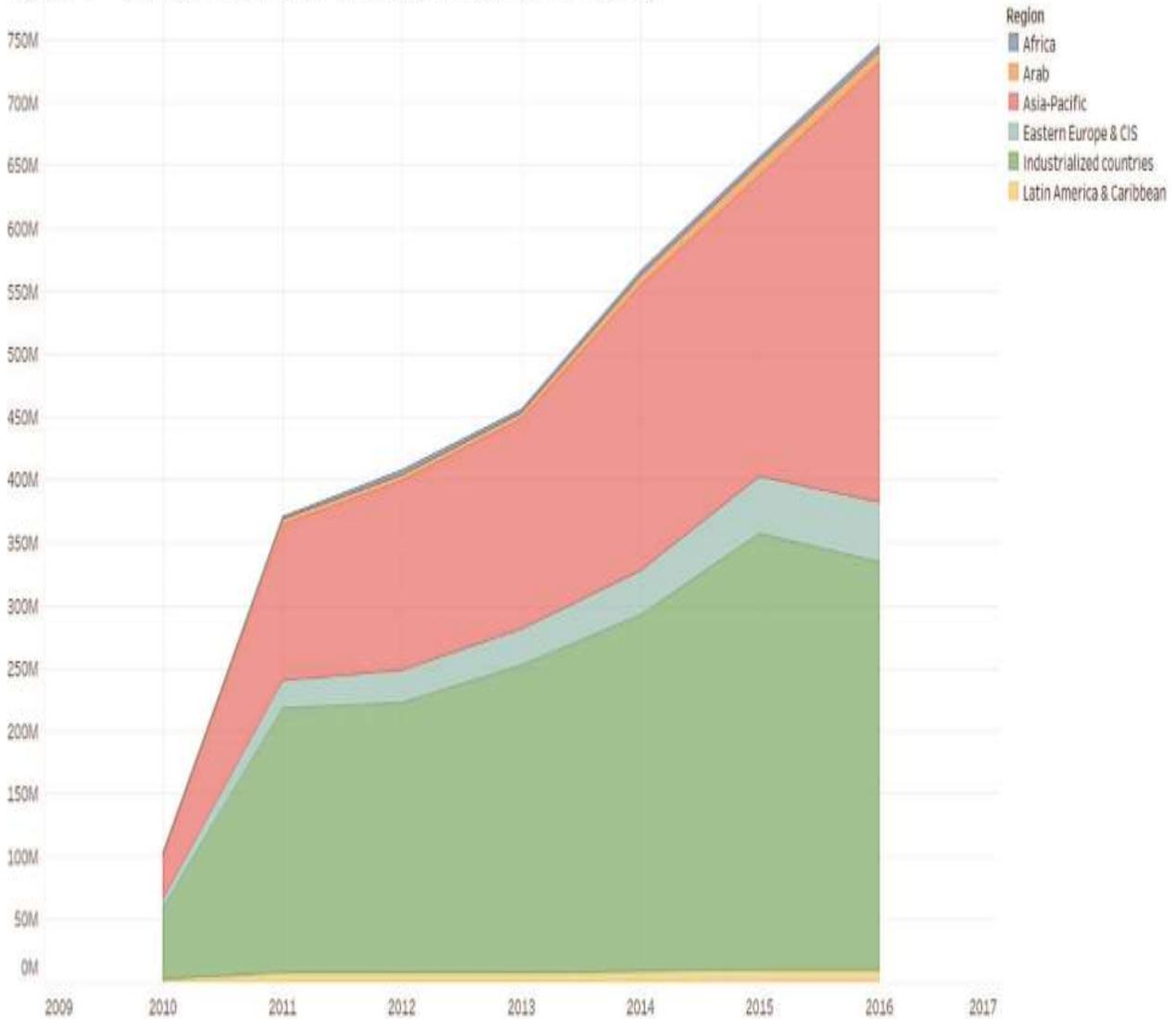


Source: UPU statistics

حجم التبادل:

ارتفع حجم تبادل البريد عالمياً بشكل ملحوظ (الوزن) و متسارع في جميع أنحاء العالم ، و بالنسبة لبريد الرسائل المسجلة و بريد الطرود و البريد السريع نلاحظ في أفريقيا ارتفاع بنسبة 20% ما بين 2011 : 2016 و في أوروبا الشرقية و رابطة البلدان المستقلة و شرق آسيا و المحيط الهادي ارتفاع بنسبة 45.6% في 2016 . في المنطقة العربية عقب الارتفاع القوي لنمو حجم التبادل الذي وصل إلى 32.8% في 2015 تراجع النمو بشكل ملحوظ في 2016 ليصبح 8.3% . في البلدان الصناعية باستثناء عام 2011 الذي شهد تقلص بنسبة (- 13.1%) ينمو حجم التبادل بأقل من 10% . على الرغم من التباين بين مناطق العالم إلا أن الاتجاه العالمي يظهر نشاط ملحوظ يمكن أن يعتمد عليه في تحقيق الاستدامة للإيرادات البريدية .

Figure 9 – International postal exchanges (millions of tonnes)



Source: UPU tracking systems

البنية التحتية البريدية (المنافذ البريدية)

وصل عدد المنافذ البريدية حول العالم في عام 2016 إلى 677.347 منفذ ، أكثر من 50 % منهم (338.348) في بلدان شرق آسيا و المحيط الهادي و حوالي نصف هذه المنافذ (154.910) في الهند . و على الرغم من استقرار هذا الرقم خلال السنوات القليلة الماضية إلا ان بعض المناطق تشهد تقلص طفيف في حجم المنافذ البريدية مثل البلدان الصناعية ، أفريقيا ، أمريكا اللاتينية و المنطقة العربية

Figure 10 – Number of post offices worldwide (2016, available data) Source: UPU statistics

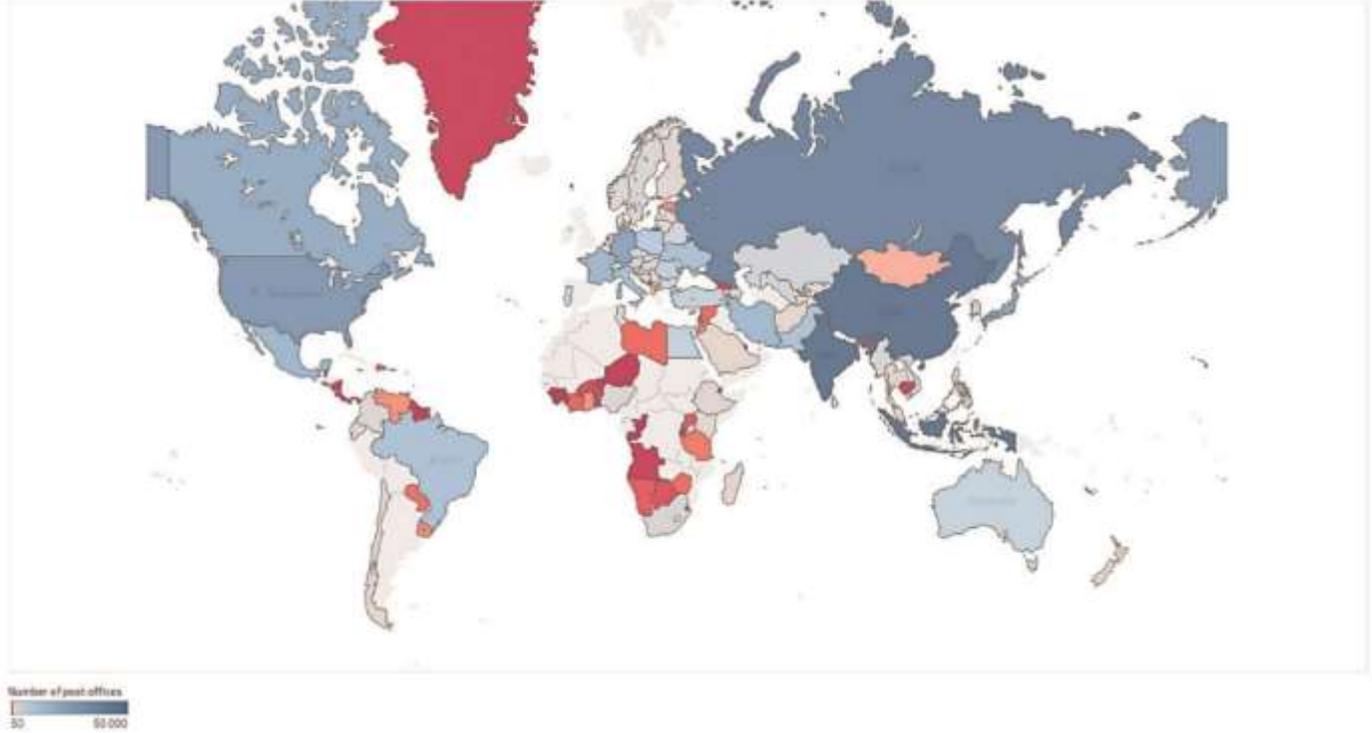


Table 2 – Number of post offices by region Source: UPU statistics

Region	Total number of permanent postal offices or agencies	Number of people served by one postal office	Number of postal offices per 1000 km ²
Africa	11'596	82'959	0.58
Arag region	13'667	30'302	0.95
Asia and Pacific	338'348	11'789	14.59
Eastern Europe and CIS	104'501	4'697	4.31
Industrialized countries	168'755	5'579	4.96
Latin America and Caribbean	40'480	15'666	1.98
World	677'347	10'971	4.97

Table 3 – Access to postal services by region Source: UPU statistics

Region	Population having mail delivered at home	Population having to collect mail from a postal establishme..	Population without postal services
Africa	20.9%	65.0%	14.1%
Arab region	83.9%	12.3%	3.8%
Asia and Pacific	85.7%	9.9%	4.4%
Eastern Europe and CIS	97.4%	2.6%	0.0%
Industrialized countries	94.9%	5.1%	0.0%
Latin America and Caribbean	87.8%	10.1%	2.1%
World	80.4%	15.8%	3.8%

مؤشر التنمية البريدية

كشف مؤشر التنمية البريدية المتكامل ZIPD 2017 عن وجود فجوات مؤثرة في التنمية البريدية حول العالم و أن هناك فقط القليل من البلدان التي نجحت في بناء قدراتها لتقديم خدمات بريدية موثوقة و مرنة و عول على ضعف الاستثمارات في البنية التحتية البريدية المحلية للبلدان كأحد أهم المسببات لتلك الفجوات .

Table 4 – Performance in different indices Source: UPU, World Bank

Region	ZIPD score	Reliability	Reach	Relevance	Resilience	World Bank LPI	World Bank EoDB
Africa	25.40	30.90	26.50	0.10	46.50	21.50	25.60
Arab region	27.50	33.40	37.30	0.60	41.40	30.10	35.00
Asia-Pacific	38.90	52.00	47.70	13.30	41.00	40.20	48.40
Eastern Europe & CIS	55.10	74.70	58.70	12.20	67.50	41.40	74.40
Industrialized countries	67.40	79.40	68.20	44.30	66.10	83.20	86.90
Latin America & Caribbean	24.50	26.30	31.10	2.90	41.60	34.10	44.90
World	38.60	47.80	43.40	11.60	50.20	40.50	50.40

LPI	Logistic Performance Index
EoDB	Ease of doing Business
ZIPD	Integrated index for postal development

مشروع الاستراتيجية البريدية العربية 2018 : 2024

الرؤية :

يقوم القطاع البريدي بدور أساسي في التنمية الاقتصادية و المجتمعية للبلدان لتحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال إتاحة الخدمات البريدية الشمولية التي تكفل حق الاتصال عالمياً و هو حق من حقوق الإنسان وفقاً لميثاق الأمم المتحدة و كذلك إتاحة خدمات الاشتغال المالي التي بمثابة محرك اقتصادي هام لدفع الاقتصاد قدماً على وجه الخصوص في البلدان النامية . و يمتاز القطاع البريدي العربي إقليمياً بامتلاك مقومات تأهله بالقيام بهذا الدور على نحو فعال و مستدام من خلال تحقيق التآزر و التعاون الفعال بين مشغلي البريد في البلدان العربية في مجالات تكامل سلسلة الإمدادات ، وبناء الشراكات الاستراتيجية و إطلاق مبادرات قومية تعزز من حركة التجارة الإلكترونية بين البلدان الأعضاء و خصوصاً و أن حجم البريد المتبادل بين البلدان العربية يرهن على أن البلدان العربية تشكل الشريك الأكبر لبعضها البعض .

ونظراً لما تشهده منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا من نمو ملحوظ في حجم التجارة الإلكترونية الأمر الذي يعتبر فرصة لجذب مزيد من طرود التجارة الإلكترونية إلى الشبكة البريدية العربية ، الأمر الذي يستلزم وضع استراتيجية فعالة تخدم المصالح العربية و تعزز من قدرات مشغلي الخدمات البريدية في البلدان العربية للاستجابة إلى متطلبات مختلف أطراف التجارة الإلكترونية لكل من البائع / التاجر و المشتري على حد سواء ، حيث يتطلب الأمر بناء منصات تجارة إلكترونية ، تقديم خدمات دفع إلكترونية متطورة ، خدمة عملاء ممتازة ، خدمات لوجيستية ذات جودة عالية

من أجل وضع استراتيجية فعالة فلا بد من تحليل الوضع الحالي للسوق الخدمات البريدية العربية من حيث جودة الخدمات و تكامل سلسلة الإمدادات و موقف الشركات الاستراتيجية بين البلدان العربية في القطاع البريدي.

أوجه الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> ⊗ ضعف القدرة على مواكبة تطور السوق و تطلعات و احتياجات العملاء بالسرعة المطلوبة ⊗ ضعف قدرات التحول الرقمي للكيانات البريدية بالمنطقة العربية. ⊗ انخفاض نوعية الشبكة البريدية بالمنطقة العربية. ⊗ ضعف مستوى التنسيق بين مؤسسات الجمارك العربية و بين البريد ⊗ خدمة عملاء تقليدية 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ حجم البريد المتبادل بين البلدان العربية يشكل النصيب الأكبر من حجم البريد الصادر من و الوارد إلى البلدان العربية. ✓ انخفاض معدل التضخم لأسعار أجور اللاتوزان و الحصص البريد الواردة و النفقات الختامية بين البلدان العربية. ✓ امتلاك شبكة بريدية ضخمة قوامها 677.345 مكتب بريد
التحديات	الفرص
<ul style="list-style-type: none"> ⊗ أدى تحرير سوق الخدمات البريدية إلى دخول الشركات الخاصة إلى سوق الخدمات البريدية و التي تمثل تهديد ليس فقط للمصالح المشغلين الحكوميين و لكن لمستوى جودة الخدمة البريدية و مبادئ الخدمة الشمولية ⊗ ارتفاع تكاليف العمليات و الميكنة و التحول الرقمي ⊗ دخول شركات شحن خاصة في سوق التجارة الإلكترونية 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ نمو نشاطات التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا ✓ سعي الحكومات لتطوير و ميكنة خدماتها و إتاحتها لمواطنيها على نطاق مكاني و زمني أوسع . ✓ التعاون بين البلدان العربية من أجل تكامل سلسلة الإمدادات العربية ✓ الخدمات البريدية الإلكترونية ✓ تدفقات التحويلات المالية بين البلدان العربية .

الأهداف الاستراتيجية بناءً على مراثيات البلدان العربية:-

1. تعزيز مساهمة القطاع البريدي في تنفيذ برامج التنمية المستدامة	
المشروع الاول	المساهمة في تمكين المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة للوصول إلى الأسواق الخارجية
آليات تنفيذية	إطلاق مبادرة لتيسير حركة التجارة الإلكترونية بين البلدان العربية عبر الشبكة البريدية للبضائع محدودة القيمة والمخاطر وذلك بهدف فتح المجال أمام المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة للوصول إلى الأسواق الخارجية.
الشركاء	مؤسسات البريد بالتنسيق مع الجهات المختصة على سبيل المثال " وزارات التجارة ، وزارات المالية ، مؤسسات الجمارك العربية " او ما يمثلها بكل دولة .
الفرق المكلفة	فرق عمل " الطرود والبريد العاجل ، تطوير الخدمات والمنتجات ، الأجرور "
مدة التنفيذ	عامان ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2021.
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع الثاني	الاشتمال المالي والاقتصاد الرقمي
آليات التنفيذ	التوسع في استخدام خدمات المدفوعات الرقمية
الشركاء	مؤسسات البريد العربية والمؤسسات الدولية العاملة في مجال الخدمات البنكية الرقمية وبطاقات الدفع الإلكتروني
الفرق المكلفة	فريق عمل تطوير الخدمات والمنتجات
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية
المشروع الثالث	تفعيل خدمات التحويلات المالية الإلكترونية بين البلدان العربية
آليات التنفيذ	وضع خطة تسويقية لترويج الخدمة تتضمن إيجاد اسم تجاري موحد للخدمة في جميع البلدان العربية وتنفيذ دراسة سوق لوضع نسبة عمولة تنافسية وإطلاق حملة دعائية متزامنة في جميع البلدان العربية
الشركاء	مؤسسات البريد العربية
الفرق المكلفة	فريق عمل تطوير الخدمات والمنتجات
مدة التنفيذ	عامان ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2021.
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع الرابع	تقليل انبعاثات الغازات الدفيئة (ثاني أكسيد الكربون) الناجمة عن أنشطة صناعة الخدمات البريدية
آليات التنفيذ	استخدام أداة الاتحاد البريدي العالمي لقياس وتحليل انبعاثات الكربون الناجمة عن أنشطة صناعة الخدمات البريدية OSCAR on line solution for Carbon Analysis and reporting لتقييم البصمة البيئية للمؤسسات البريدية العربية .
الشركاء	مؤسسات البريد العربية / المكتب الدولي بالاتحاد البريدي العالمي
الفرق المكلفة	فريق عمل التنظيم والخدمة الشمولية
مدة التنفيذ	عام ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2020.
التمويل	الاتحاد البريدي العالمي
المشروع الخامس	الوصول الشامل لدعم ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن
آليات التنفيذ	إتاحة البريدية والبريدية المالية عن بعد من خلال الخدمات الإلكترونية On line / Mobile App اعتماد مواصفات إنشائية / هندسية لمكاتب البريد تراعي حركة ذوي الاحتياجات الخاصة وتمكنهم من دخول مكاتب البريد بسهولة والتعامل على شبائيك الخدمات باستقلالية تامة
الشركاء	مؤسسات البريد العربي – المؤسسات الحكومية والغير حكومية الاجتماعية لرعاية ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن
الفرق المكلفة	فريق عمل التنظيم والخدمة الشمولية
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019

التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع السادس	الخدمة الشمولية البريدية حق لكل مواطن عربي
آليات التنفيذ	<ul style="list-style-type: none"> - التوسع في الشبكة البريدية العربية المادية - وضع مفهوم خدمة بريدية شمولية موحد - مراقبة مؤشرات التنمية البريدية في البلدان العربية من حيث الموثوقية / النفاذ / المواثمة للاحتياجات العملاء و القدرة على الابتكار للوقوف على سبل تعزيز قدرات المؤسسات البريدية العربية لتقديم خدمة بريدية شمولية بمستوى مقبول من الجودة و على نحو يسير و في متناول كل مواطن عربي.
الشركاء	مؤسسات البريد العربية
الفرق المكلفة	فريق عمل التنظيم والخدمة الشمولية
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
2. تمكين مؤسسات البريد العربي من تقديم خدمات التجارة الإلكترونية والحكومية	
المشروع الأول	تطوير الخدمات البريدية والمالية
آليات تنفيذية	<ul style="list-style-type: none"> ☒ تقديم خدمات الدفع المسبق / عند التسليم / إلكتروني ☒ إنشاء / مشاركة في بناء منصات عربية للتجارة الإلكترونية. ☒ ربط منصات التجارة الإلكترونية العربية الحالية ومشاركة كتالوجات المنتجات على هذه المنصات. ☒ إنشاء مستودعات للتجارة الإلكترونية في المنطقة العربية
الشركاء	مؤسسات البريد العربية
الفرق المكلفة	فرق عمل " الطرود والبريد العاجل، تطوير الخدمات والمنتجات، الأجور "
مدة التنفيذ	ثلاثة أعوام ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2022 .
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع الثاني	بناء قدرات مؤسسات البريد العربي من تقديم الخدمات الحكومية الإلكترونية
آليات تنفيذية	التدريب و تبادل الخبرات بين البلدان العربية في مجال خدمات التسجيل الإلكتروني لخدمات الحكومة الإلكترونية من خلال مكاتب البريد .
الشركاء	مؤسسات البريد العربية
الفرق المكلفة	فريقي عمل التنظيم والخدمة الشمولية وتطوير الخدمات والمنتجات
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
3. التحول الرقمي	
المشروع الأول	العنونة
آليات تنفيذية	<ul style="list-style-type: none"> ☒ إنشاء قاعدة بيانات عربية موحدة ☒ التدريب وتبادل الخبرات بين البلدان العربية في مجال العنونة والترقيم البريدي
الشركاء	مؤسسات البريد العربية، الاتحاد البريدي العالمي
الفرق المكلفة	انشاء فريق عمل معنى بالعنونة
مدة التنفيذ	ثلاثة أعوام ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2022
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع الثاني	تقديم الخدمات من خلال المنافذ المتعددة والمتكاملة Omni channel

آليات تنفيذية	☒ التدريب و تبادل الخبرات بين البلدان العربية في مجال تطوير منافذ الخدمات المتعددة المتكاملة و تقديم الخدمات التقليدية و الغير تقليدية من خلال مكاتب البريد، الموقع الإلكتروني، تطبيق الهاتف الجوال
الشركاء	مؤسسات البريد العربية
الفرق المكلفة	فريقي عمل وتطوير الخدمات والمنتجات
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
4. تكامل سلسلة الإمدادات العربية	
المشروع الاول	خطة تنفيذية بالتنسيق مع مؤسسات الجمارك العربية لتسهيل الإجراءات الجمركية
آليات تنفيذية	☒ توقيع اتفاق مشترك مع الجمارك بالاسترشاد بنموذج اتفاقية الاتحاد البريدي العالمي لتنظيم عمليات التخليص الجمركي و لمنحها مزيد من الشفافية. ☒ تنفيذ الربط الإلكتروني مع الجمارك وتبادل البيانات الجمركية.
الشركاء	مؤسسات البريد العربية / مؤسسات الجمارك بالدول العربية
الفرق المكلفة	فرق عمل " الطرود والبريد العاجل، تطوير الخدمات والمنتجات "
مدة التنفيذ	عام ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2020.
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
المشروع الثاني	وضع خطة تنفيذية بالتنسيق مع شركات النقل الجوي لتحسين جودة عمليات النقل
آليات تنفيذية	☒ توقيع اتفاق مشترك مع شركات النقل الجوي بالاسترشاد بنموذج اتفاقية الاتحاد البريدي العالمي ☒ تنفيذ الربط الإلكتروني مع النقل الجوي ☒ توقيع اتفاق عربي ينظم حركة العبور بين البلدان العربية بأجور تنافسية
الشركاء	مؤسسات البريد العربية وشركات النقل الجوي وشركات الخدمة الأرضية
الفرق المكلفة	فرق عمل " الطرود والبريد العاجل، تطوير الخدمات والمنتجات "
مدة التنفيذ	عامان ابتداء من الأول من يناير 2019 وحتى الأول من يناير 2021.
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.
5. تحسين جودة الخدمات	
المشروع الأول	الامتثال لمعايير الاتحاد البريدي العالمي
آليات تنفيذية	☒ التصديق على معايير التوزيع / التصدير الخدمات البريدية والانضمام إلى برنامج الأجور الإضافية لبريد الرسائل ☒ الامتثال لمعايير تبادل البيانات M 40 EMSEVT V 3 / M 41 PREDES V 2.1 / M48 CARDIT V 2.1 ☒ الامتثال لمعايير الأمن البريدي وأمن المنشآت S 58 & S 59 ☒ الامتثال لمعايير مكافحة غسل الاموال ☒ الدخول في مشروعات توأمة ثنائية / متعدد
الشركاء	مؤسسات البريد العربية و المكتب الدولي التابع للاتحاد البريدي العالمي
الفرق المكلفة	فريق عمل تطوير الخدمات والمنتجات
مدة التنفيذ	سنوي بدء من عام 2019
التمويل	تمويل ذاتي من البلدان والمؤسسات البريدية العربية.

رئيس الفريق
البريد المصري

