

بتطور الأهداف والغايات الكبرى للسوق البريدي العالمي تبعاً لمقتضيات ومتغيرات العولمة، كان لابد أن يأخذ تحديد الأهداف الكبرى والغايات السامية للخدمة البريدية بالسودان في الاعتبار جملة من العوامل بعضها عالمي أو إقليمي، وبعضها قومي إجتماعي أو إقتصادي أو إنساني أو ثقافي، هذه الأهداف والغايات لا يتأتى تحقيقها إلا بعد دراسة علمية وتحليل دقيق للمشكلات المتعددة التي يواجهها البريد بالسودان، من أجل تحديد احتياجاته بدقة وكفاءة وواقعية.. وحيث إن عملية إعادة هيكلة القطاع وتحويله للصيغة التجارية وتطويره وتجديده والرفع من مستوى خدماته لمواكبة السوق البريدي وتفضيلات العملاء المعاصر يتطلب المدى الزمني البعيد نسبياً.. قام الباحث بإتباع مراحل عملية التخطيط الإستراتيجي المدعوم بالحلول الإلكترونية...

وبإكمال عملية تخطيط البريد بالسودان، حيث تطلب وضع الخطة الإستراتيجية البريدية إنجاز المراحل العملية الأساسية التالية:

مرحلة إعداد مشروع الخطة الإستراتيجية البريدية وفق الخطوات التالية:

- إجراء الدراسات التحليلية..

- عرض النتائج وتحديد المشكلات البريدية..

- تعيين أهداف ومؤشرات الخطة الإستراتيجية البريدية ووضع الحلول الممكنة المدعومة بالحلول الإلكترونية وفق إستراتيجيات تفصيلية (Goals)، ومن ثم ..

مراحل إقرار وتنفيذ وتقييم الخطة الإستراتيجية البريدية:

- مرحلة الإستشارات وتبني الخطة الإستراتيجية البريدية وإقرارها.

- مرحلة تنفيذ الخطة الإستراتيجية البريدية وتعديلها.

- مرحلة التقييم والمراجعة وإعداد الخطة الجديدة التالية.

فإن إقرار وتنفيذ الخطة الإستراتيجية البريدية وإعتماد تكنولوجيا الإعلام والإتصال كأساس لتطوير القطاع يحتاج إلى تمويل ضخم، فالبريد الذي سيتولى بنفسه مستقبلاً التصرف في أموره لابد له من مضاعفة السعي للتمكن من الإنفاق على تطبيق المشاريع الفنية والتكنولوجية التي تواكب المستجدات العالمية، وأن يكون له هدف التوازن المالي بين مصروفاته وإيراداته يصل إليه بعد بضع سنوات، وهو الهدف الذي سيُمكنه لاحقاً من البحث عن الفائض الإيجابي من خلال تطوير إيراداته والتحكم الأمثل في المصروفات. بما يُمكن من خلق الحركية الإقتصادية للخدمة وأن يلعب دوره الإقتصادي والإجتماعي والثقافي لمعاودة مجهودات الدولة من أجل التنمية المستدامة، ويصبح الشريك الذي لا

يُستغنى عن خدماته في الحكومة الإلكترونية وفي تطوير التجارة الإلكترونية، ونشر الثقافة الرقمية من خلال الشبكة البريدية المنتشرة بكافة أرجاء الوطن.

* تجدر الإشارة بأن كافة الحلول الإلكترونية المطروحة بالدراسة، يمكن تطويرها ومقتضيات ترقية وتطوير الخدمة البريدية بالسودان في زمن قياسي، بالإستفادة من تطور قطاع الاتصالات البعيدة والمعلوماتية بالسودان بإعتبار الجهود المبذولة، من ربط الكوابل البحرية والبرية مع الدول المجاورة وإعتماد مسارات بديلة في حالة الطوارئ، بالإضافة لتمييز المحول القومي للإنترنت.. والبريد بخياره التخطيط الإستراتيجي المدعوم بالحلول الإلكترونية وإقتفاء الآداء التلقائي على التبادل الدولي لمعطيات الإستثمار البريدي، ليس في حاجة للبداية من الصفر، ويجدر به البداية من حيث إنتهى الآخرون، والأمر ليس بمس تحيل إذا ما توفر التمويل اللازم والخبرة الفنية والإدارة العلمية الحديثة..

الخلاصة

نود أن نورد بعض التوصيات التي قد تسهم في تحقيق أهداف الدراسة الرامية لترقية وتطوير الخدمة البريدية بالسودان بما يلي: تفضيلات العملاء المتجددة تبعاً لتداعيات تطور السوق البريدي..

النتائج والمناقشة:

- 1- اعتماد سياسة قطاعية تهتم بوضع المعايير المتعلقة بتنمية وتحديث القطاع البريدي بالسودان الذي يعاني صعوبات ومعوقات هيكلية وعملية، وتوقف خدماته عاجزة أمام منافسة القطاع الخاص بالسوق البريدي، وتبني نهج التخطيط الإستراتيجي لإجراء إصلاحات هيكلية كبرى بإستنباط المحاور الإستراتيجية المعتمدة للتغيير، وتحقيق التحول النوعي للخدمة البريدية لإمكانية ضمان أحسن الظروف لهذه الذلة من وضع إداري إلى وضع مؤسساتي.
- 2- ضرورة أن تقوم الإدارة البريدية بمهمة التخطيط الإستراتيجي الشامل من أجل تحقيق الترابط العضوي الموضوعي الفعال فيما بين المهام البريدية والإقتصادية والإجتماعية الأساسية لفروع وقطاعات الإقتصاد الوطني كافة، وأن تستفيد إستفادة قصوى من الطاقات المادية والبشرية المتوفرة لصالح تحقيق الأهداف الأساسية وإيجاد الإنسجام بين أهدافها الآنية والبعيدة، وأهداف المجتمع الأساسية والثانوية.
- 3- ضرورة إتباع الشروط اللازمة لإنتهاج أسلوب التخطيط الإستراتيجي البريدي الشامل، بحيث يتم وضع الأهداف الأساسية إستناداً إلى السياسة البريدية والإقتصادية للدولة مع الأخذ بعين الإعتبار الحالة التي يمر بها البلد والإمكانات والطاقات المتوفرة، وتحديد المؤشرات الرئيسية في عملية التخطيط لمختلف الخدمات البريدية على ضوء المؤشرات والأهداف من قبل أجهزة التخطيط الممتدة والعاملة في القطاعات البريدية، بحيث يتم تجميع المقترحات التفصيلية للقطاعات والفروع البريدية كافة مع ضمان تنسيقها وتوحيدها وإقرارها النهائي وتشريعها بقانون ملزم يصدر عن السلطة المركزية.
- 4- لا بد أن تركز الخطة الإستراتيجية البريدية على مبادئ علمية متمثلة في الواقعية في التصورات والتنبؤات المستقبلية مع تحري الدقة في البيانات المستخدمة في إجراء

التنبؤات، وأن تكون واضحة مفهومة وخالية من التعقيدات، شاملة ومتكاملة ومترنة، مرنة متضمنة لمسارات بديلة لم قابلة المتغيرات، وأن تتسم بالثبات والاستقرار، مع مراعاة تحديد الأولويات أي الأسبقية القائمة على درجة أهمية الأعمال أو الخدمات، أيضا ضرورة توحيد جهود مشاركة القاعدة مع الإدارة التنفيذية والاستشاريين، وإعتبار عملية التخطيط الإستراتيجي مشروع جماعي يعتمد نجاحه على مدى التعاون والتنسيق والتنظيم والمتابعة.

5- حتى يكون التخطيط الإستراتيجي للخدمة البريدية أداة فعالة لتدقيق الأهداف المتعلقة به لابد من الأخذ في الإعتبار مجموعة من القوانين الاقتصادية الموضوعية التي تعبر عن الروابط والعلاقات الجوهرية والضرورية ذات العلاقة السببية بين العناصر المختلفة للعمليات والخدمات البريدية:

- الأخذ بقانون الإشباع المتزايد للحاجات البريدية المتنامية بإستمرار للمجتمع بأسره الذي يتوجب بمبدأ الإلتزام بتوفير التوازن والتنسيق الداخلي بين مختلف قطاعات وفروع الخدمة البريدية، والإستخدام الأمثل للموارد والإمكانات المتاحة لتدقيق المزيد من الإيرادات، وإتباع أسلوب سليم في توزيع العمل وعائداته، مع الإستفادة القصوى من التكنيك والتكنولوجيا والأساليب والطرق العلمية. وتعبئة أفراد المجتمع لصالح تدقيق الهدف الأساسي المنبثق من القانون الاقتصادي وفق الخطط البريدية اللاحقة.

- الأخذ بقانون التطور المتناسب المخطط للخدمات البريدية، حيث أن أهم التناسبات التي يسعى هذا القانون لتدقيقها تتمثل في التوزيع الإقليمي المتناسب للخدمات البريدية داخل البلد الواحد، التناسب بين الكوادر المتوفرة وحاجة القطاعات والفروع البريدية، وبين إنتاجية العمل ومتوسط الأجور المدفوعة..إلخ.

- الأخذ بقانون التطور المطرد لإنتاجية العمل البريدي الذي تتضح فاعليته من حيث سرعة معدلات تطور العمل من خلال العلاقة القائمة بين قوة العمل ووسائل الإنتاج، والقدرة على تحسينها بإستمرار من خلال العوامل المؤثرة: مادية تقنية مثل (مستوى التكنولوجيا المستخدمة، إستخدام نتائج البحوث)، إقتصادية مثل (تغيير نسب توزيع قوة العمل والكفاءات الفنية والمتخصصة بين القطاعات والفروع البريدية، الحوافز المادية والمعنوية للقوى العاملة)..

- الأخذ بقانون إقتصاد الوقت في الخدمات البريدية: وإلإقتصاد في الحركة البريدية عن طريق دراسة مكونات العمل وإستبعاد الحركات الزائدة أو الغير ضرورية في

تقديم الخدمة، وتقليص وقت التحضير والتهيئة للعمليات البريدية توفيراً للجهد والنفقات لتدقيق نمو متصاعد وسريع للخدمة وخلق مزيد من القيم المادية بتقليل تكلفة الأداء وتقديم المزيد من الخدمات البريدية للمجتمع.

- 6- لتدقيق أهداف التخطيط الإستراتيجي البريدي لابد من تغيير في أساليب الإدارة والتنظيم، في وسائل العمل المستخدمة وفي التكنيك والتكنولوجيا والطرق العلمية، وفي مستوى العاملين ومهاراتهم و قدراتهم على العمل وإستيعاب التقنية الحديثة، الأمر الذي يفترض تخصيص مبالغ كبيرة لهذا الغرض، مما يستوجب وضع موازنات تخطيطية تلخص كافة الأعمال المضمنة بالخطة معززة بالأرقام ومبينة أوجه النفقات والإيرادات، وأن يتم الإلتزام بها والعمل ضمن حدودها.
- 7- ضرورة دعم عملية التخطيط الإستراتيجي للخدمة البريدية بتحديد أولوية إستخدام منظومة تكنولوجية متطورة تمكن من ترشيد العمل والإقلال من التكاليف، تحسين نوعية الخدمات البريدية وزيادة معدلات الأداء، بحيث تستجيب لحاجيات العملاء ومتطلبات تحرر السوق. بالإضافة لإعتماد بعض الشراكات مع القطاع الخاص لمزيد من التنمية، مع ضمان المنافسة الشريفة وإحترام القانون من خلال التنظيم المحكم للسوق.
- 8- يلزم أن تكون خطة العمل التشغيلية للبريد منظمة بشكل يجعل كل وحدة من وحدات النشاط تُعامل ككيان مستقل هدفه الإكتفاء الذاتي المالي، بحيث يجلب كل مركز من مراكز النشاط بكافة مكاتب الشبكة البريدية ما يكفي من الإيرادات لتغطية نفقاته التشغيلية والإستثمارية، وأن يكون مربحا كهدف على المدى البعيد..

• 00000000 0000 000000 000000000000000000 00

- 9- إعادة النظر بمفهوم الثقافة التنظيمية بهدف محاولة إعداد منهجية ح قي قية لإجراء الإصلاح المؤسسي والهيكل للبريد بالسودان من خلال تحديد وإستعراض القيم (Values)، وتحديد رؤية البريد (Vision) وتشكيل رسالته ((Mission وأهدافه المست قبلية. والعمل على مراجعة الهياكل التنظيمية والقطاعات والوحدات البريدية والدوائر الإدارية وتطويرها بما يتفق مع رؤية ورسالة البريد وغاياته الإستراتيجية..
- 10- تعزيز الوضع القانوني للبريد، وإصلاح الإطار القانوني بتدقيقه بصفة د قي قة وشاملة، أو السعي تشريعيا لإعداد مشروع قانون بريدي جديد مناسب شامل لكل أوجه النشاط في مجال البريد التي تتصف ببعض الخصوصيات، مع تحديد د قي قة لكل الأطراف ذات الصلة من: العملاء، الدولة، الشركات الخاصة، جهاز التنظيم.. فيما يتعلق بالقوق والواجبات تجاه البريد.

11- إنشاء جهاز محايد لتنظيم قطاع النشاط البريدي، تُعطى له الصلاحية لا قيام بعمليات مراقبة وتفتيش المشغلين البريديين المرخص لهم، مع إجبارهم بتوفير كل المعلومات والوثائق والبيانات التي تؤكد إحترامهم لواجباتهم حسب ما جاء بالنصوص التشريعية والترتيبية ووضعتها على ذمة جهاز التنظيم. ويجدر العمل على تحديد وظائفه وإختصاصاته بأن تكون مجالات تدخله على المستوى القانوني والفني والإقتصادي وعلى مستوى الإشراف، وأن يكون له النفوذ الكافي لتنظيم السوق ومراقبة قبتها عن بعد، ومحاصرة المخلين بالقانون وغير المحترمين لبقية المتدخلين الملتزمين بالشرفاء.

12- تحديد مفهوم الخدمة البريدية الشمولية وضبط حدودها وتقدير تكلفتها، وتعيين المشغل المكلف بتقديمها وضمان تنفيذها لفائدة الزبون أينما وُجد بنوعية جيدة وبأسعار مناسبة مع إيجاد السبيل الأمثل لتمويلها وضمان تطويرها، بإعتبار أن هذا من واجبات الدولة الملتزمة نحو مواطنيها من جهة ومع الإتفاقيات الدولية للإتحاد البريدي العالمي من جهة أخرى.

:□□□□ □□□□□□

13- القيام ببعض الدراسات الضرورية لعملية التخطيط الإستراتيجي للبريد، بواسطة فرق عمل ولجان دراسات للتمكن من تبين حقائق وتفاصيل أوفى، حيث تتجمع من خلالها بيانات ومعلومات هامة تدعم الموقف، تسهل إتخاذ القرار وتساعد في وضع الإجراءات التنظيمية لوضع الحلول الممكنة للمشكلات البريدية، وتبني السبيل لا قيام بكل التغييرات على أحسن وجه من خلال خطة إستراتيجية مرنة تقبل التعديلات حسب المتغيرات البيئية. ويمكن لسلطة الإشراف على قطاع البريد أن تتولى القيام بهذه الدراسات بالتنسيق مع البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بالخرطوم.

14- تطوير النهج الإداري للبريد بالسودان بتجاوز النمط الهرمي البيروقراطي الرتيب للخدمة البريدية الذي يزرع تحت تعقيدات التقاليد الإدارية وسيطرته في الإدارة والتخطيط ومحاولة تعديل هيكل البريد التقليدي الذي يقوم على أساس هيكل صلب والتحول إلى مؤسسة ذات حيوية متجهة نحو ظروف السوق هدفها الأساسي الرفع من مستوى فعالية الخدمة البريدية، من خلال إتخاذ تدابير عملية لتحديث تنظيمها وإدارتها وإتخاذها بعدا تجاريا وانتقالها من إستراتيجية العرض إلى إستراتيجية الطلب بإنجاز منظومة معلوماتية متجانسة، تمكن من تقديم خدمات جديدة إضافة لتطوير الخدمات الحالية بشكل يستجيب لإحتياجات الزبائن المتجددة، ولتقوية تصدي البريد للمنافسة..

15- العمل على إعادة التقسيم الجغرافي لقطاعات البريدية وفق التقسيم القومي للولايات، لإتاحة التخطيط البريدي المتزامن مع الخطة الإستراتيجية القومية الشاملة التي تنتفع للولايات، بإعتبار أهمية الربط بين أهداف الخطط البريدية المتعاقبة وخطط الدولة الاقتصادية والاجتماعية، وتحديد الإحتياجات البريدية وإنجازها بكل ولاية بما يوفق التغطية البريدية لكافة أرجاء الوطن.

16- ضرورة الإستفادة من الثورة العلمية والتكنولوجية وإرساء البنية التحتية المعلوماتية والاتصالية، بإنشاء شبكة معلومات بريدية وطنية مرتبطة بالشبكة العالمية وإستخدام تطبيقات برمجية الخدمات بأنظمة تغطي المكاتب البريدية بإعتبار أن بناء وتشغيل وإدارة نظم المعلومات المعاصرة للخدمة البريدية سواء على الشبكات المخصصة أو على شبكة الإنترنت، تعتبر الركيزة الأساسية لتطور الخدمة البريدية وتسهيل وترقية أدائها لتقدم للمواطن بأسرع وقت ممكن وبالجودة المطلوبة..

17- تفعيل الموقع الخاص بالبريد على شبكة الإنترنت، بما يوفر إمكانيات تفاعلية وخدمية متميزة، ويشكل نقلة كبيرة وإضافة في المنهجية الاعلامية، ويساهم بشكل فعال في توسيع مساحة التواصل والحوار المباشر بين البريد وجميع الفئات التي يستهدفها الموقع، ويساهم أيضا في زيادة الوعي العام لدى شرائح وفئات المجتمع من خلال تقديم خدمات تفاعلية غير محدودة يمكن أن ينجزها الموقع وفقا لبنيته التصميمية والتقنية، ليتوازي بذلك ومدى التطور المذهل الذي يشهده الإنترنت وإزدياد عدد مستخدمي الشبكة على المستوى القومي والعالمي. مع تعزيز دور البريد في رآب الفجوة الرقمية وإرساء دعائم مشروع الحكومة الإلكترونية بالسودان وتدعيم التجارة الإلكترونية الدولية.

18- الإهتمام بتأهيل البنية التحتية للشبكة البريدية ونشر مكاتب الشبكة البريدية وخدمة الوكالات البريدية بهدف توفير الخدمة البريدية للمواطن بكافة أرجاء الوطن، وبإعتبار إقرار الصيغة التجارية للبريد يمكن تحويل مكاتب البريد إلى مراكز أعمال نموذجية تعرض للبيع تشكيلة كاملة من المنتجات. كما يمكن تنمية موقع مجتمعي بكل مكتب بريد على الشبكة لفائدة الأفراد والمؤسسات الاقتصادية والإدارية.

19- ضرورة الإهتمام بالعنصر البشري وإعطائه الأولوية القصوى لإمكانية تحقيق النقلة النوعية المنتظرة لقطاع البريد، بدراسة وتخطيط الموارد البشرية بالبريد كما وكيفا وتحديد أعدادها ومواصفاتها، ووضع الجداول النسبية والإحصائية لمعرفة الإحتياجات الحالية والمستقبلية من القوى البشرية على إختلاف مجالاتها ومستوياتها وتخصصاتها، وإعادة توزيع الموظفين بالقطاعات البريدية لضمان الأداء الجيد. وفي إطار تكييف

التأهيل مع التوجه التجاري للبريد لابد من تهيئة وتعزيز مفهوم الثقافة المؤسسية الموائمة المنبثقة من رؤية ورسالة البريد لدى العاملين، ووضع برامج للتأهيل المهني المستهدف بتنظيم برامج تدريبية مكثفة ومتنوعة لمختلف فئات العاملين دون إستثناء، والتدريب عن بعد (الإتحاد البريدي العالمي) لتحسين قدراتهم وتطوير كفاءاتهم بتدريبهم على مهارات جديدة والرفع من مستواهم المنهجي والمعلوماتي من أجل مساهمة السياق العملي للإصلاح وتنمية القطاع.

-20 ضرورة إقرار الأسلوب التجاري للخدمة البريدية والعمل بروح تجارية نشطة ذات حيوية تهتم بإستباق إحتياجات العملاء المتغيرة والمتجددة ومتابعتها في محيط تجاري تنافسي، وإتباع إستراتيجيات تقتضي تنظيم الخدمة البريدية وسير عملها إنطلاقاً من نموذج المؤسسة، حيث أن التطور في منطق المؤسسة هذا يفترض الفصل بين وظائف التنظيم ووظائف الإستثمار، الأمر الذي يتطلب أن يكيف البريد تنظيمه الهيكلي والتشغيلي وأيضاً طريقة تفكيره وعمل موظفيه مع مقتضيات السوق ومتطلبات الزبائن لأغراض تنمية الخدمة البريدية وإستمراريتها وأداء دورها الإجتماعي والإقتصادي المساند لسياسة الدولة.

-21 العمل على تطوير خدمة المراسلات بمواكبة التغيرات التكنولوجية الحديثة في مجالي الإتصال والتراسل الإلكتروني للمعطيات، بإرساء وتشغيل منظومة البريد اللامادي بإعتبارها خدمة بريدية فورية تمكن عملاء البريد الذين لديهم أعداد كبيرة من المراسلات من إرسالها في شكل ملفات إلكترونية إلى قاعدة البريد الإلكتروني، لتتولى معالجتها وإرسالها للجهة المطلوبة حسب رغبة العميل في شكل رسائل بعد معالجتها الكاملة من قبول إلكتروني للملف، طباعته ووضعها في مظاريـف.. إلخ)، أو في شكل بعائث إلكترونية (بريد إلكتروني e-mail)، أو عبر الفاكس. والعمل على مواكبة مستحدثات التوزيع على الركيزة الإلكترونية، بإعتبار أن تحسين النوعية للخدمات الحالية يقاس تطورها على مستوى التوزيع وآجال وصول الرسائل، وذلك للحد من عدد الرسائل المفقودة أو التي ترجع للمرسل، والإستجابة السريعة لإستعلامات الزبون وتطوير الإرشادات وتحسين الإستقبال، والحد من الأخطاء على مستوى صناديق البريد الخصوصية..

-22 السعي الجاد لإدخال نظام العنونة الدقيقة بالسودان من خلال التشاور الجاد بين مختلف الأطراف المتأثرة والمستفيدة إقتصادياً من تطبيقها مثل الحكومة والسلطات المحلية والمؤسسات الخاصة والبريد، حيث أن قطاعات كاملة من الإقتصاد مرتبطة بنوعية العنوان. على أن يتم الإتفاق على كيفية التقسيم العمراني للأراضي وعلى

خطط تحديد المناطق والنظام القومي للرموز البريدية وطريقة تسمية الشوارع وترقيم المنازل، بغرض التوصل لتوزيع البريد بمحل الإقامة وكسب حصص جديدة من السوق.

23- تطوير خدمة الرسائل المسجلة بإعتبار خصوصيتها من حيث الضمان والأمان للعميل وللمؤسسات وسرية مستنداتها، بتسهيل إجراءات أدائها من خلال أتمتتها وتفعيلها بالحلول التقنية الحديثة بإستخدام نظام IPS المتابعة وتلقي أثر بعائتها، وإستخدام جهاز المسح الضوئي (السكرانر) الذي أصبح أداة لازمة من أجل توزيع المراسلات العادية والمسجلة والذي يتصف بنوعية جيدة حيث يُستخدم كجهاز، وأيضاً كهاتف وكجهاز تحديد الموقع، ويسمح بمعرفة موقع موزع البريد، ويتيح له متابعة خط سيره دون أن يضل طريقه، ولا حاجة لإدخال نظام الباركود للتخليص علي البعائت الداخلية والخارجية.. وكل ما من شأنه تحسين الجودة والنوعية، والمحافظة على إيراداتها..

24- التوسع في نشر خدمة البريد السريع داخليا بكافة أرجاء الوطن تبعاً للتطور الإنمائي الذي تشهده البلاد، بتحسين وسائل التوزيع من سيارات صغيرة ودرجات بخارية، بالإضافة للتعاقد مع شركات النقل السريع تحقيقاً للسرعة المطلوبة، على أن يكون رسم الخدمة للنقل الدولي تنافسي ومحلياً هو الأفضل، والعمل على تفعيل منظومة المتابعة وتلقي أثر البعائت (الإتحاد البريدي العالمي) IPS التي تعتبر من المنظومات التي تطور نوعية الخدمة، وإدخال خدمات جديدة على مستوى البريد السريع تستجيب إلى حاجيات خصوصية للعملاء. مع تفعيل نظام رغبي الذي يركز على الإنترنت وتم إقامته بواسطة تعاونية البريد العاجل الدولي ليربط المراكز الدولية للإستعلام الهاتفي للبريد العاجل الدولي فيما بينها ويوجه طلبات إستعلام الزبائن، ويسهل الوصول إلى أنظمة المتابعة التي تستخدمها إدارات البريد الأخرى، ويمكن من التدقيق بسرعة من حالة توجيه أي بعثة قبل القيام بأي تدقيق بين الدول، مدققاً بذلك تحسين الأداء في مجال التوزيع بفضل المعايير المحددة بوضوح والتي يمكن تقييم درجة تطبيقها..

25- إستخدام اللصائق التي تدخل فيها تقنية التعرف بواسطة التردد الراديوي RFID بخدمة الفرز والتوزيع بالإستعانة بالبطاقات السلبية للقيام بقياسات وضمان متابعة البعائت طوال مسارها، مع إقامة هوائيات في مراكز الخدمة الكبيرة لتقرأ عن بعد المعلومات المتضمنة في لصائق البعائت سواء كانت موجودة في عربات التوزيع أو في صناديق أو على ألواح تحميل، لإمكانية إكتشاف وإزالة أي عبة خلال عملية المعالجة والفرز في زمن قياسي، مما يساعد على تحسين نوعية الخدمة البريدية وخفض مهلات التوجيه.

26- أن يعي البريد بالسودان أهمية خدمة الطرود في التجارة الإلكترونية، وإتخاذ مواقف أكثر تجارية وتفاعلية للحصول على حصة جيدة من السوق، بأن يتخذ موقع الطرف الرئيسي

في توزيع البضائع المباعة إلكترونياً، ويعمل على إعادة تنظيم خدمة التوزيع السريع للطرود بتحسينها وتجديدها، حيث يبادر بإطلاق خدمات للذقل السريع للأشياء الصغيرة. وأن يطلق ومن خلال موقعه التفاعلي بوابة تأوى العديد من المتاجر الإلكترونية (أى التي تتعامل بنظام التجارة الإلكترونية)، بصفة خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتدقديم خدمة دفع آمنة ووظيفة لمتابعة الطلبات الإلكترونية ومراحل التوزيع المختلفة، ومحركاً للبحث عن المنتجات ومقارنة الأسعار، وكذلك نموذج لحساب تعرفات التوزيع القومية والدولية والسريعة والإقتصادية وكل ما يلزم لإرضاء حاجيات الزبون الكامنة والمتجددة.

27- ضرورة إعداد وتصميم برنامج للحوالات البريدية الداخلية يتم إستخدامه عبر الشبكة الإلكترونية للبريد، حتى يصبح في إمكان المواطن إرسال أمواله وإستلامها داخل البلاد بصفة إلكترونية وفورية في أى مكتب بريد بطريق آية تتصف بالسرعة والأمان وسهولة الإستعمال، ويتم تحويل الأموال على مستوى المكاتب البريدية المنتشرة بكل أرجاء البلاد. ويجدر مراعاة تحديد تعرفة أكثر جاذبية مخفضة ومناسبة للحوالات البريدية الداخلية، تمكن من منافسة الشركات والبنوك والمؤسسات المتخصصة في تحويل الأموال.

28- لمحدودية حجم التحويلات الخارجية بأدارة السودان البريدية، فإنه وبإكتمال إنشاء التوصيلة بشبكة النظام المالي الدولي IFS وليتم الوصول بعمليات التحويل المالي الخارجي إلى الحد الأمثل، لابد أن تتم عبر مركز نداء تعاوني لمعالجة العمليات، حيث يتحمل المركز مسؤولية ضمان المعالجة الموحدة بين الدول ونوعية الخدمة للحوالة السريعة الدولية. فمركز النداء يوفر ويدير شبكة هاتفية تعمل عبر الإنترنت وتضمن أمان الإتصالات ومجانياتها وتسهل الإتصال بين إدارات البريد.

29- ضرورة تبني خطة محكمة لإحداث تحويلات جوهرية بينك التوفير البريدي وتأهيله لخوض التجربة الإلكترونية ولمواكبة العولمة المصرفية، بالعمل على تدعيم مركزه بزيادة القوة المالية بالشكل الذي يجعله قادراً على التنافس، وعدم تجاهل نظرية التخصص وتقسيم العمل مع مراعاة التكامل، والعمل على إعادة هندسة بنك التوفير من الداخل بفاعلية محددة لتصبح أنشطة (التنظيم والتوجيه والمتابعة) جماعية إرتقائية توظف كافة الإمكانيات والطاقت وتقتضي على نواحي الهدر وغير المستقل، مع تحقيق أكبر قدر من جوانب الأمن، بالإضافة لتوسيع نطاق التكامل وأسواق البنك بإتاحة الفرصة لإنشاء أنظمة مصرفية متكاملة قائمة على إمتلاك البنك لمجموعة حزم متكاملة من المزايا التنافسية المختلفة.

ضرورة إقرار منهاج للإدارة المتكاملة يستند على مفهوم النوعية الشاملة وعلى تقنيات الإدارة الحديثة، خاصة بمجال التخطيط الإستراتيجي والتشغيلي، والعمل على التوافق الطردي بين خطط التسويق والدعم التشغيلي. مع الحرص على نشر ثقافة النوعية وترويجها كمفهوم إستراتيجي لدى كافة الموظفين حتى تصبح عقليتهم لا تقبل التأخير في العمل و قلة النظام والتهاون، وأن يحرصوا على أداء عملهم بحزم وجدية أكثر وبغيرة على المؤسسة البريدية بوضع برنامج اعلامي داخلي منتظم يحثهم على تعهد أداء الخدمات بالنوعية المطلوبة. ولابد من إحداث هيكل يُعني بنوعية الخدمة البريدية، يسعى لإعداد برنامج عمل للنهوض بنوعية الخدمة بأن يُعد جدول لمرجعيات ومقاييس الجودة يمكن أن يُعتمد في مراقبة الجودة و قياسها لتحقيق أهدافها، من خلال العمل على تحديث الخدمات وتحديث نوعية الاداءات البريدية عموما، وتطوير نظم متابعة البعائث ومبادلات المعطيات العلمية.

لإستعادة ثقة العملاء بالخدمة البريدية، لابد أن يقوم البريد بعمليات تسويقية ضخمة وتوليفة تسويقية متناسقة من المنتج والسعر والتوزيع، عبر قسم تسويق متخصص يُدار بطريقة علمية تشمل كل أساليب الترويج والدعاية والعلاقات العامة، توفر معلومات عن السوق وتقدم بحوث ودراسات تسويقية عبر وحدات ذات كادر متخصص. وحيث أن عملية التسويق البريدي تتضمن مجموعة من الأنشطة الموجهة والمصممة مسبقا وهي عملية ذات أبعاد تؤثر وتتأثر بالتحويلات الإجتماعية والإقتصادية، لذا لابد أن تخضع لمستوى من الإعداد والتخطيط يعتمدان على المنطق والمنهجية العلمية، وذلك بتبني أنشطة هادفة ومتخصصة يستطيع البريد من خلالها توصيل ما ينتجه من خدمات بريدية أساسية ومالية للجمهور بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، ويحقق في نفس الوقت المستوى الإيرادي المرغوب فيه مع أقصى درجة إرضاء للمتعاملين معه.

باعتبار دور القطاع البريدي كوسيط للتجارة الدولية بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التي أدركت بالفعل الفائدة التي تعود عليها من التجارة الإلكترونية وبيع منتجاتها على شبكة الإنترنت مما يزيد من فرص الشراء ويضاعف الدخل، أصبح من الواجب على البريد بالسودان إعتتماد أنظمة إدارة العلاقات والتسويق الموجه المباشر للخدمة البريدية عبر الإنترنت، بتقديم حلول بكل تشكيلة الخدمات التسويقية اللازمة للتجارة الإلكترونية بإعتباره يُمثل أحد أضلاعها الأساسية، لتمكين الزبون من معرفة معلومات واضحة عن الخدمة المقدمة له، تمكنه بسهولة من المقارنة بين نوعيات العروض ليتمكن من الاختيار بناء على معلومات موثوقة وفي زمن قياسي، وأن تُتاح

له إمكانية تقييم الخدمة التي يتلقاها ومعرفة تكلفتها، من خلال الإطلاع على موقع البريد على الويب.

-33 لإخراج البريد من أزمته المالية والتي تهدده في كل لحظة بمزيد من التدهور، ولضمان إستمرارية تقديم الخدمات وحسن التسيير، لابد من توفير مدير مالي قوي وإقرار سياسات مالية وتخطيط مالي وذقدي كفؤ لوضع الخطط المالية البريدية. والعمل على تحديد النسب والميزانيات الموضحة للسيولة والفوائد والقروض والصرف والقبض، مع تحديد كل ما يتعلق بالإيرادات والمصروفات والممتلكات المذقولة، لإمكانية ضبط دقيق لميزانية البريد ولأصوله، وتوفير الأحتياطي الذقدي الأدنى لتقديم الخدمات والإلتزام بعدم إستعماله إلا لتقديمها، ولمختلف معاملاته المالية، مع تفعيل عملية التدقيق (المراجعة الداخلية).

-34 ضرورة الإنتقال من المحاسبة العمومية إلى نظام المحاسبة التجارية في إعداد القوائم المالية مع إعتماد التحليل المالي والرقابة المالية، والسعي لإرساء نظام محاسبي تطبيقي لتسهيل تجميع المعلومات اللازمة بتفاصيلها والخروج بنتائج الأنشطة بالذقة والسرعة المطلوبين، وإستخدامها في نظام المحاسبة التحليلية المزمع إرسائه لأغراض إحتساب النفقات الختامية التي يُفضل إرتباطها بالتكلفة الفعلية من أجل تشغيل سليم واضح الرؤية في تحديد تكلفة الخدمات وتحديد التعرفة.

-35 عند إعداد البريد برنامجه الطوابعي يلزم أن يكون متوافقا مع توصيات وأحكام مؤتمر الإتحاد البريدي العالمي، وتبني سياسة طوابعية ترمي إلى التجديد كما بالدول المتقدمة لإمكانية الحصول على حصص جديدة في السوق، من خلال طابع البريد المشخص بإستخدام تقنيات جديدة في الطباعة، وأيضاً بيع المنتجات الطوابعية السودانية على المواقع الدولية إدراكاً للسياق العملي الذي يرتقي بقيمة الطابع السوداني بما يعطيه إمكانية التعريف بشكل أفضل ومضاعفة حصته في السوق الطوابعية.

-36 إدخال خدمة الشيكات البريدية على مراحل مما سيجعل النشاط المالي البريدي متكاملًا ويجلب المزيد من العملاء، حيث يمكن أن تمثل ذقلة هامة على طريق التعاون المثمر مع المؤسسات الحكومية التي قد تدفع رواتب موظفيها من خلال الصكوك البريدية، ويمكن إعتماد النظام عبر الإنترنت حيث يمكن لهذا البنك الافتراضي أن يُمكن العملاء من مؤسسات وأشخاص أصحاب الحسابات الجارية من خلال موقع البريد من النفاذ إلى حساباتهم البريدية الجارية لدى مركز الشيكات البريدية، وإجراء العمليات المصرفية على هذه الحسابات بكل أمان وسهولة طيلة أيام الأسبوع.

37- في ظل تطور الحراك الإقتصادي بالسودان، ولفائدة أبناء السودان المقيمين بالخارج والسياح والمؤسسات، يلزم البريد خوض تجربة صرف العملة بيعا وشراء بمكاتب البريد، وأن يستعد لذلك من خلال تدريب موظفيه وإعداد النصوص الترتيبية لذلك والإتفاق مع البنك المركزي السوداني، وذلك في إطار شراكة مميزة تتسم بالسرعة والسهولة والثقة بين بريد السودان وبعض الشركات المتخصصة كشركة ويسترن يونيون العالمية للحوالات المالية وغيرها..

38- بما أن المطبوع مازال الوسيط المفضل لتلقي الرسائل الترويجية حيث أنه إحدى الوسائل الأكثر إثارة للثقة، تأتي ضرورة تفعيل خدمة البريد الدعائي لإقترانه بقيمة مضافة مرتفعة، بأن يتم العمل على مساعدة المعلنين بجعل مضمون البريد الترويجي مناسب بقدرة الإمكان، وتقديم أدوات فعالة وبيانات مفيدة لتشجيعهم على الإستعانة بهذه الوسيلة في الإتصال، مع توفير أنظمة عنونة كاملة وواضحة حيث أنها تشكل قاعدة المعطيات الضرورية لتنمية البريد الدعائي والنمو السريع لهذا النشاط.. تدريجيا يمكن إنشاء موقع خاص للبريد الدعائي على الشبكة الإلكترونية، وأن يكون موقع شامل ومتجدد يوفر للمعلنين جميع أشكال المعلومات المفيدة، والبيانات ذات الطابع الديموغرافي والإقتصادي، ودليل إلكتروني تفاعلي وتشريعي، وأيضا معجم مساعد في هذا المجال.

39- السعي لإدخال خدمة البريد المختلط ببريد السودان من خلال شراكة داخلية أو خارجية، بإعتبارها من الخدمات ذات القيمة المضافة العالية، والتي أصبحت من الخدمات المطلوبة من القطاع البنكي، حتى تتوفر البنوك لأعمالها الأصلية وتترك النشاط البريدي لأهل الإختصاص من تصميم المستندات وصناعتها (طباعة وتغليف وعنونة وإرسال..إلخ). والعمل على إستقطاب فئات مختلفة من العملاء من بين البنوك والمؤسسات المالية والاجتماعية، وإقناعهم بها كخدمة جديدة منتشرة عالمياً وذلك من خلال بناء مركز مختص للبريد المختلط وإقتناء التجهيزات الضرورية، وإلقيام بالإتصالات اللازمة لدى تلك الجهات، مع مواصلة تطوير هذه الخدمة بالإعلام والتواصل الخارجي لمساندتها وضمان ظروف نجاحها..

40- العمل على خدمة المواطن بإنجاز بعض الخدمات الحكومية التي يحتاجها نيابة عنه مثل: تقديم خدمات شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين عبر منافذ البريد، خدمة بيع عقود الإيجار، خدمة معاملات التراخيص التجارية، خدمة دفع المخالفات المرورية، وأيضا العمل على تقديم خدمات الاتصال مثل: خدمة التخليص عبر الهاتف الخليوي، خدمة مركز النداء..

41- تزويد البريد بأحدث الأنظمة الإلكترونية موحدة العمل سهلة التعامل بالإعتماد على شبكة الإنترنت بإعتبارها شبكة رخيصة، وإستعمالها كبنية تخاطب تُمكن من التقليل في تكلفة بناء بنية تحتية خاصة وغالية الثمن، وتطوير آليات العمل بالبريد بما يساعد في تحسين وتعدد نوعية الخدمات بهدف زيادة العائدات، ذلك بإستخدام التكنولوجيا المستخدمة عالميا لأنواع التطبيقات الشبكية الموزعة، على أن تكون ذات أداء عالي تعمل على شبكة الإنترنت، ويكفي متصفح إنترنت لعمل النظام، النظام يمكن إنزاله على أي نظام تشغيل.

42- يتعين على الإدارة البريدية بالسودان أن تضع إستراتيجية شاملة لمعالجة البريد الإلكتروني الذي يتبعه توزيع مادي (ما يعرف تحت تسمية الخدمة المختلطة)، والبدء في التأثير على هذه الأسواق في أسرع وقت ممكن، بإقامة خدمات إلكترونية من البداية للنهاية، وأيضا خدمات شبكة إلكترونية أخرى (خدمات شبكة ذات قيمة مضافة) تتمثل في: خدمة البريد الإلكتروني المحض (من الشاشة للشاشة) ونفاذ قاعدة المعطيات، خدمات مختلطة (خطابات إلكترونية ذات توزيع مادي للرسائل وصور بعيدية)، التبادل الإلكتروني للمعطيات، خدمات الدليل الإلكتروني، تطبيقات تستند على الإتصالات. مع إنشاء قاعدة تنافسية في نفس الوقت لعرض خدمات إلكترونية جديدة.

43- العمل على إرساء خدمة الجنية الالكترونية ببريد السودان بالإستفادة من تجربة الإدارات البريدية ببعض الدول العربية التي بادرت بالسبق في تقديمها، وهي عملة إفتراضية إلكترونية، يُقتبس إسمها من العملة الرسمية للبلد الذي يقدمها، والتي تُقدم عبر الموقع البريدي على الإنترنت بهدف تقديم خدمات حديثة متطورة ومواكبة للتطورات التقنية في مجال الخدمات الإلكترونية، والتأسيس لتجارة إلكترونية حقيقية في أوساط المجتمع السوداني، وتسهيل تقديم الخدمات البريدية والمالية بجعلها في متناول يد المواطن.

44- تقديم خدمة الدفع الإلكتروني المصرفية التي تختلف عن خدمات الدفع البريدية، كونها خدمات مصرفية تتيح للمواطن إجراء معاملات مالية من خلال إستخدام أحدث تكنولوجيا خدمات الأعمال الإلكترونية، بحيث تربط بين المكاتب المتصلة بشبكة المعلوماتية ببعضها البعض، لتعمل 24 ساعة طيلة أيام الاسبوع، وترتبط بشبكات عالمية يتم الإتفاق معها مثل: شبكتي الفيزا العالمية والماسترد كارد وغيرها. مع طرح البطاقات اللازمة لأدائها، لإستخدامها بقنوات الإتصال التي تُتاح للزبائن في الخدمة من ماكينات الصرافات الآلية الخاصة بالبريد، ماكينات نقاط البيع الآلية Pos، الإنترنت البنكي..

45- تمشيا مع إستراتيجية البريد في تفعيل مفهوم (مركز الخدمة الشاملة) وإمكانية النفاذ، ومن خلال الشراكات مع مؤسسات وشركات كبرى، يمكن للبريد أن يُمكن عملائه الحصول

على خدمات مصرفية متكاملة عن طريق منافذ للخدمة البنكية أو أجهزة الخدمات البنكية الإلكترونية التي تُقدم أجهزة الصراف الآلي والإنترنت من خلال منافذ الشبكة البريدية، بالاستفادة من ميزة إنتشار مكاتبها بكافة أنحاء الوطن م مقارنة بمحدودية فروع البنوك المختلفة.

-46 جعل مكاتب البريد مراكز أعمال ومراكز نفاذ إلكتروني بتشجيع النفاذ إلى خدمات البنية القاعدية (الكهرباء، المياه، الهاتف.. إلخ) بمكاتب الشبكة البريدية المنتشرة بكل مناطق السودان، مما يستوجب التفكير في ع قد شراكات بين الشبكات ضمانا للتقاسم الأفضل للموارد في العديد من التجمعات السكانية الصغيرة والمتوسطة، حيث أن مثل هذه الشراكات قد توفر نفاذا أسهل وأفضل إلى الخدمات من قبل المواطن مع خفض التكاليف. والعمل على تقديم مجموعة من التطبيقات التقنية المندمجة على مستوى مكاتب البريد مثل: خدمة سداد الفواتير عبر شبكة الإنترنت، خدمة دفع المعاشات والتأمينات الإجتماعية عبر الشبكة، خدمة تجديد رخص القيادة والسير إلكترونيا، خدمة نقل البضائع والمستلزمات للأفراد والمؤسسات والجهات الحكومية والتجارية بطلبها إلكترونيا.. وغيره.

-47 بإعتبار أن موازين التنافس التجاري والخدمي أصبحت تعتمد على فعالية بنية الأعمال التحتية ونظم المعلومات المساندة لها، يلزم البريد تطبيق المشروعات الإستراتيجية من خلال إستخدام تقنيات المعلومات الحديثة، مثل أنظمة تخطيط موارد الأعمال (أنظمة إدارة الموارد) (ERP) التي يمكن إحتسابها على أنها برمجيات جاهزة قابلة للتشكيل صُممت بناء على أحسن التطبيقات للأعمال لتعمل على تكامل المعلومات والإجراءات على مستوى وظائف البريد وإدارته مهما كانت جغرافيته، ليتمكن من إستخدام موارده المعلوماتية والمادية والبشرية وإدارتها بفعالية وكفاءة.

-48 أمام إختراق الخدمات الإلكترونية، وبتحقيق ترقية الخدمة البريدية بالسودان وإحتياجاتها الفنية، ولأغراض التبادل الدولي، يمكن الإستعانة بالبرنامج التطبيقي الذي يتيح لكل إدارة بريدية في العالم تقديم خدمات أختام بريدية إلكترونية، وهو بمثابة برنامج مساعد طوره البريد الإيطالي بمساعدة مايكروسوفت، يتيح إعتماد المستندات بفضل ختم إلكتروني يقدم إثباتا واضحا للحدث الإلكتروني بشكل محدد وفي لحظة معينة، ويوفر للمستندات الإلكترونية جميع فوائد الختم البريدي التقليدي.

-49 تحديد سياسة تعاونية من خلال الإستعانة بدول ممتصرة في مجال النوعية الشاملة بإعتبار التبادل الدولي للمواد البريدية والخدمات المالية، وإقتفاء الآداء التلقائي على التبادل الدولي لمعطيات الإستثمار البريدي، والحرص على وضع البرنامج العلمي

بالإستفادة من تطور قطاع الإتصالات البعيدة بالسودان. مع إعداد إستراتيجيات مشتركة للتنمية على المستوى الإقليمي وتشجيع تبادل المعلومات مع الإدارات البريدية الدولية، ومتابعة برامج التنمية البريدية بالمشاركة في المؤتمرات والندوات وورش العمل الدولية ومساندتها بمختلف الوسائل.

-50

مضاعفة السعي للتمكن من الإنفاق على تطبيق المشاريع الفنية والتكنولوجية، وكذلك على مشاريع البحوث العلمية الأساسية والتطبيقية في مجال الخدمة البريدية التي تساهم في تشجيع الإبداع والإبتكار والتنمية، وتحقق تحسين الجودة والنوعية للخدمة البريدية بالسودان حسب معايير الإعتماد البريدية العالمية.

البريدية العالمية: معايير الإعتماد

1- إجراء دراسة متخصصة عن ديناميكية تنمية السوق البريدي بالسودان والتطورات المرغوبة والممكنة في إطار دراسة الإقتصاد البريدي والتنمية، وحيث إن جمع البيانات والمعلومات اللازمة يُعتبر مرحلة أولى من مراحل تطويره، فالإجدي أن تشمل كافة القطاعات البريدية، وأن يقوم بجمعها وتحليلها وتصنيفها باحثين بريدين إقتصاديين لهم الدراية بما يدور بالساحة السودانية من ثوابت ومتغيرات، والمقدرة على تقييمها وتقدير مدى أثرها السلبى أو الإيجابى على ديناميكية السوق البريدي بالسودان، وبالتالي معرفة ما هو الأصلح والمرغوب والممكن لتنميته وتطويره بكافة ولايات السودان.

2- إجراء دراسة ميدانية متخصصة عن الخدمة البريدية بالسودان لتفحص واقع العمل اليومي في المكاتب البريدية، بأن تكون ذات معايير إقليمية لدول عربية تطورت بريديا بخطى ثابتة مثل (تونس، الإمارات العربية، السعودية)، وتدرجيا يمكن أن تتطور لتكون ذات مقاييس عالمية.. بحيث تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مستوى الأداء ضمن معايير الجودة وخدمة العملاء مع تسليط الضوء على نقاط القوة ومجالات التطوير، لإمكانية تحديد الكفاءة المحورية للخدمة والتعرف على فرص النمو، ولتحاشي زيادة الميل الحدي للهدر بفقدان الإستخدام الأمثل لمدخلات أداء الخدمات البريدية بمختلف منافذ الشبكة البريدية.

البريدية العالمية: معايير الإعتماد...