**الدراسة الاستقصائية لعام 2020 حول وضع سوق البريد العاجل الدولي وحركته**

يُرجى استيفاء هذه الدراسة الاستقصائية وإعادتها في أقرب وقت ممكن بالبريد أو بالفاكس أو بالبريد الإلكتروني إلى المكتب الدولي للاتحاد البريدي العالمي على العنوان التالي، ولكن **في موعد أقصاه 31 مارس 2021**:

EMS Unit

UPU International Bureau

Weltpoststrasse 4

3015 BERNE

SWITZERLAND

|  |  |
| --- | --- |
| الفاكـس: | +41 31 351 52 00 |
| البريد الإلكتروني: | ems.unit@upu.int |

رد المستثمر المعيَّن في: ــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ

**أولاً- بيانات الاتصال**

|  |  |
| --- | --- |
| الاسم الكامل: |  |
| ❑ السيدة ❑ السيد |
| الوظيفة/اللقب الوظيفي: |
| البلد: |
| الهاتف: | الفاكس: |
| البريد الإلكتروني: | التوقيع: |

تحليل الوضع هو بمثابة مراجعة للوضع الحالي لأعمالكم، وينبغي أن تكون الردود واضحة وواقعية فيما يخص منتجات وسوق البريد العاجل الدولي والفرص المتاحة لسوقكم والتحديات المطروحة أمامه حتى يتسنى لنا رسم مسار واضح انطلاقاً من الوضع الحالي بهدف بلوغ الوضع المنشود. وسعياً إلى إعداد تحليل للوضع، من الضروري جمع معلومات عن منتجكم والسوق التي يباع فيها بما في ذلك حجمها والمنافسون والزبائن الذين يشترونه.

**ثانياً- خدمة البريد العاجل الدولي**

1- كم عدد بعائث البريد العاجل الدولي التي:

- أرسلتها مؤسستكم في عام 2020؟ ــــــــــــــــــــــــــــــــــ بعيثة/بعائث

- استلمتها مؤسستكم في عام 2020؟ ــــــــــــــــــــــــــــــــــ بعيثة/بعائث

2- ما هي النسبة المئوية لما يلي من بعائثكم المُرسلة بالبريد العاجل الدولي:

- المستندات؟ ــــــــ ٪

- البضائع؟ ــــــــ ٪

**المجموع 100٪**

2-1 ما هي النسبة المئوية لبعائثكم التي تحتويعلى **سلع** المرسلة بالبريد العاجل الدولي من الأوزان التالية:

-صفر - 3 كيلوغرامات؟ ـــــــــــ ٪

- 4 - 10 كيلوغرامات؟ ـــــــــــ ٪

- أكثر من 10 كيلوغرامات؟ ـــــــــــ ٪

 **المجموع 100٪**

2-2- ما هي النسبة المئوية لبعائثكم التي تحتوي على **سلع** والمرسلة بالبريد العاجل الدولي وتخضع للرسوم والضرائب من أجل تخليصها جمركياً في المقصد؟

ــــــــــــــــــــــ ٪

3- ما هي الحصة الحالية للبريد العاجل الدولي من سوقكم؟

❑ صفر - 5٪

❑ 5 - 10٪

❑ 10 - 20٪

❑ 20 - 30٪

❑ 30 - 40٪

❑ 40 -50٪

❑ 50 - 60٪

❑ 60 - 70٪

❑ 70 - 80٪

❑ 80 - 90٪

 ❑ 90 - 100٪

4- يُرجى منح درجة للخصائص الواردة أدناه بناء على أهميتها بالنسبة للقيمة المقترحة فيما يخص خدمة البريد العاجل الدولي في سوقكم. وينبغي ألا يتجاوز مجموع الدرجات 100 نقطة.

فعلى سبيل المثال: لا تُمنح نقاط للخاصية إذا كانت لا تنطبق أو غير مهمة على الإطلاق بالنسبة إلى القيمة المقترحة فيما يخص خدمة البريد العاجل الدولي في سوقكم؛ وتُمنح 100 نقطة إذا كانت خاصية واحدة تنطبق؛ و10 نقاط إذا كانت كل خاصية من الخصائص تكتسي الأهمية ذاتها؛ و50/30/20؛ وما إلى ذلك.

|  |  |
| --- | --- |
| *خصائص القيمة المقترحة* | *الأهمية* |
| السرعة |  |
| الخدمة من الباب إلى الباب |  |
| يسر التكلفة |  |
| الموثوقية/التقيد بالمواعيد |  |
| التوزيع المضمون |  |
| الأمن/السلامة/التأمين |  |
| التتبع/دليل التوزيع |  |
| التغطية الجغرافية |  |
| الملاءمة |  |
| خدمة سحب البعائث |  |
| خدمة الإعادة |  |
| **المجموع** | **100** |

5- ما هو أداء خدمة البريد العاجل الدولي مقارنة بمنتجات دولية أخرى متاحة في سوقكم بالنسبة إلى الخصائص التالية؟

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *لا ينطبق* | *أسوء بكثير من المنتجات الأخرى* | *إلى حد ما أسوء من المنتجات الأخرى* | *مشابه للمنتجات الأخرى* | *إلى حد ما أفضل من المنتجات الأخرى* | *أفضل بكثير من المنتجات الأخرى* |
| السرعة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الخدمة من الباب إلى الباب | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| يسر التكلفة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الموثوقية/التقيد بالمواعيد  | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التوزيع المضمون | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الأمن/السلامة/التأمين | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التتبع/دليل التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التغطية الجغرافية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الملاءمة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خدمة سحب البعائث | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خدمة الإعادة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

6- إذا أُدخلت تحسينات على الخصائص التالية الخاصة بخدمة البريد العاجل الدولي التي تقدمها مؤسستكم، فإلى أي حد ستسهم هذه التحسينات في الارتقاء بقدرتكم على بيع خدمة البريد العاجل الدولي؟

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *لا على الإطلاق* | *إلى حد قليل جدا* | *إلى حد ما* | *إلى حد كبير* |
| التتبع/دليل التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| القدرة على دفع رسوم/ضرائب التوزيع مسبقاً | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| عملية التخليص الجمركي/إعداد المستندات | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| وتيرة أسرع في التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الضياع/الضرر/التأمين | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الطرق المتاحة لدى المُرسل/المرسل إليه للدفع لقاء الحصول على خدمة البريد العاجل الدولي | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| القدرة على انتقاء خيارات التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أداة إدارة توزيع الرُزم | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خيارات خدمة سحب البعائث | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خصم في الأسعار/تكاليف النقل | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التغطية الجغرافية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التوزيع المضمون | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خدمة الإعادة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| إشعار التسليم الآلي للمُرسل/المرسل إليه | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| حاسبة زمن العبور (في التاريخ المؤكد) | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| حاسبة التكلفة النهائية الكاملة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| غير ذلك (يرجى التحديد): |  |  |  |  |

|  |
| --- |
|  |

**ثالثاً- تحديد الأسعار**

7- ما هو سعر البيع **بعملتكم المحلية** لإرسال البريد العاجل الدولي إلى الوجهات التالية لقاء الوزن المُبيَّن؟

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *البلد* | *كيلوغرامان* | *5 كيلوغرامات* | *30 كيلوغراماً**(أو الحد الأقصى إذا قل الوزن عن 30 كيلوغراماً)* |
| أستراليا |  |  |  |
| البرازيل |  |  |  |
| جمهورية الصين الشعبية |  |  |  |
| جامايكا |  |  |  |
| نيجيريا |  |  |  |
| الاتحاد الروسي |  |  |  |
| المملكة العربية السعودية |  |  |  |
| المملكة المتحدة |  |  |  |
| الولايات المتحدة الأمريكية |  |  |  |

7-1 يرجى ذكر عملتكم المحلية: \_\_\_\_\_\_\_\_

8- هل تفرضون أسعاراً مختلفة باختلاف نوع الزبون فيما يتعلق ببعائث البريد العاجل الدولي (شركة، أو زبون خاص، أو زبون جملة)؟

* نعم
* لا

(إذا كانت إجابتكم هي "نعم"، فيرجى الإجابة على الأسئلة من 8-1 إلى 8-3).

8-1 يرجى بيان **نوع المنتجات** المستخدمة لتحديد التخفيضات التي يستفيد منها الزبائن فيما يتعلق بصادرات البريد العاجل الدولي:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ❑ البريد العاجل الدولي فقط | ❑ جميع المنتجات الدولية المجمعة | ❑ المنتجات الدولية والمنتجات المحلية المجمعة |

8-2 يرجى بيان الأساس المستخدم لتحديد التخفيضات التي يستفيد منها الزبائن فيما يتعلق بصادرات البريد العاجل الدولي:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ❑ الكمية | ❑ الوزن | ❑ الإيرادات |

(إذا كان الأساس المستخدم هو الإيرادات، فيرجى بيان المتطلبات الدنيا بالنسبة إلى السؤال 8-3 **بالعملة المحلية**.)

8-3 يرجى بيان **المبلغ الأدنى والفترة الزمنية** المستخدمان لتحديد التخفيضات التي يستفيد منها الزبائن فيما يتعلق بصادرات البريد العاجل الدولي:

| *المبلغ الأدنى* | *كل سنة* | *كل شهر* | *كل أسبوع* | *كل شحنة* |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ــــــــــــــــــــــــــــــــــ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

9- ما هي النسبة المئوية للزبائن الذين يشترون منتجات البريد العاجل الدولي؟

زبائن التجزئة: ـــــــــــ ٪

الزبائن المتعاقدون: ــــــــــ ٪

**المجموع 100٪**

**رابعاً- التبادل الإقليمي**

10- ما هي النسبة المئوية لكميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادرة والواردة المُرسلة من المناطق التالية وإليها؟

|  | *البريد العاجل الدولي الصادر* | *البريد العاجل الدولي الوارد* |
| --- | --- | --- |
| أفريقيا |  ٪ |  ٪ |
| المنطقة العربية |  ٪ |  ٪ |
| آسيا والمحيط الهادئ |  ٪ |  ٪ |
| منطقة الكاريبي |  ٪ |  ٪ |
| أوروبا |  ٪ |  ٪ |
| أمريكا اللاتينية |  ٪ |  ٪ |
| أمريكا الشمالية |  ٪ |  ٪ |
| **المجموع** | **100٪** | **100٪** |

11- ما هما الوجهتان الرئيسيتان لصادرات البريد العاجل الدولي **في منطقتكم**؟

 الوجهة الرئيسية الأولي: ــــــــــــــــــــــــــــــــــ ـــــــــــــ ٪ من كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر

 الوجهة الرئيسية الثانية: ـــــــــــــــــــــــــــــــــــ ـــــــــــــ ٪ من كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر

11-1 ما هما الوجهتان الرئيسيتان لصادرات البريد العاجل الدولي **خارج منطقتكم**؟

 الوجهة الرئيسية الأولي: ــــــــــــــــــــــــــــــــــــ ـــــــــــــ ٪ من كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر

 الوجهة الرئيسية الثانية: ـــــــــــــــــــــــــــــــــــــ ـــــــــــــ ٪ من كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر

12- بالنسبة إلى كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر إلى المناطق التالية، كيف تُقيمون مستوى التعاون مع المؤسسات البريدية في بلد المقصد في معظم بلدان هذه المناطق (مثلاً على استعداد للمساعدة على حل المشاكل، أو تقوم بالمبادرة، أو تقوم بعملية المساءلة، وغير ذلك.)؟

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *لا ينطبق* | *ضعيف جداً* | *ضعيف إلى حد ما* | *محايد* | *جيد إلى حد ما* | *جيد جداً* |
| أفريقيا | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| المنطقة العربية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| آسيا والمحيط الهادئ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| منطقة الكاريبي | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أوروبا | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أمريكا اللاتينية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أمريكا الشمالية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

13- بالنسبة إلى كميات بعائث البريد العاجل الدولي الصادر إلى المناطق التالية، كيف تُقيمون الأداء الإجمالي للمؤسسات البريدية في بلد المقصد في معظم بلدان هذه المناطق (مثلاً الموثوقية، أو التوزيع، أو خيارات التوزيع، أو غير ذلك.)؟

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *لا ينطبق* | *ضعيف جداً* | *ضعيف إلى حد ما* | *محايد* | *جيد إلى حد ما* | *جيد جداً* |
| أفريقيا | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| المنطقة العربية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| آسيا والمحيط الهادئ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| منطقة الكاريبي | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أوروبا | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أمريكا اللاتينية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أمريكا الشمالية | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

**خامساً- الزبائن**

14- ما هي النسبة المئوية لكميات البريد العاجل الدولي الصادر المُرسل بواسطة مجموعات الزبائن الآتية؟

من مؤسسة تجارية إلى أخرى[[1]](#footnote-2) \_\_\_\_ ٪

 من مؤسسة تجارية إلى زبون \_\_\_\_ ٪

 من زبون إلى مؤسسة تجارية \_\_\_\_ ٪

 من زبون إلى زبون \_\_\_\_ ٪

**المجموع 100٪**

**سادساً- الشراكات**

15- هل أقامت مؤسستكم شراكة مع شركة للبريد التجاري السريع لتقديم الخدمات الدولية؟

 نعم ❑

 لا ❑

 (إذا كانت إجابتكم هي "نعم"، فيُرجى الإجابة على السؤال 19)

16- هل تنطوي هذه الشراكة على أي خدمة من الخدمات التالية؟

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *نعم* | *لا* |
| خدمات الرُزم | ❑ | ❑ |
| الشحن | ❑ | ❑ |
| التخليص الجمركي | ❑ | ❑ |
| المسؤولية الموسعة | ❑ | ❑ |
| النقل | ❑ | ❑ |
| التوزيع في الكيلومتر الأخير | ❑ | ❑ |
| التوزيع المضمون | ❑ | ❑ |
| غير ذلك (يرجى التحديد): |  |  |

|  |
| --- |
|  |

**سابعاً- التجارة الإلكترونية**

17- يرجى بيان ما إذا كانت أي من الأسواق الإلكترونية التالية تبيع منتجات من بلدكم **و**ترسلها إلى زبائن دوليين:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Crazydeals | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Amazon | ❑ | daylily | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | Americanas | ❑ | eBay | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | Allegro | ❑ | Fyndiq | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Gmarket | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Livre | ❑ | Sopee |  |  |
| ❑ | Cdiscount | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |  |  |

 يرجى ذكر أي أسواق إلكترونية أخرى تُرسل دولياً بضائع من السوق الخاص بكم:

|  |
| --- |
|  |

18- يرجى بيان ما إذا كان لدى مؤسستكم البريدية علاقة عمل مع أي من الأسواق الإلكترونية التالية فيما يتعلق باستخدام البريد العاجل الدولي:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ❑ | Alibaba Group | ❑ | Crazydeals | ❑ | Jumia | ❑ | Noon | ❑ | Tatacliq |
| ❑ | Amazon | ❑ | daylily | ❑ | Kaymu | ❑ | Okazii | ❑ | trademe |
| ❑ | Americanas | ❑ | eBay | ❑ | Konga | ❑ | Otto | ❑ | Walmart |
| ❑ | Allegro | ❑ | Fyndiq | ❑ | Lazada | ❑ | Rakutan | ❑ | Zalando |
| ❑ | bidorbuy | ❑ | Gmarket | ❑ | Linio | ❑ | snapdeal | ❑ | Zozotown |
| ❑ | CaribShopper | ❑ | JadoPado | ❑ | Mercado Livre | ❑ | Sopee |  |  |
| ❑ | Cdiscount | ❑ | JD.com | ❑ | Mydeal | ❑ | Takealot |  |  |

 يرجى بيان أي أسواق إلكترونية أخرى تستخدم البريد العاجل الدولي:

|  |
| --- |
|  |

19- يرجى بيان أنواع شركات النقل التي تعد من المنافسين **الرئيسيين** في سوقكم فيما يتعلق بالبريد العاجل الدولي:

❑ شركات النقل المباشر المتكامل (مثلاً Blue Dart، وDHL، وDPD، وFedEx، وSF Express، وToll، وUPS، وما إلى ذلك.)

❑ الوسطاء البريديون/مقدمو خدمات التجميع (مثلاً 4PX، وAsendia، وGeopost، وGPS، وIMEX، وLandmark Global، وما إلى ذلك.)

❑ وكلاء الشحن (مثلاً Apex، وDB Schenker، وFNS، وKuehne+ Nagel، وNippon، وPanalpina، وSinotrans، وما إلى ذلك.)

❑ مكاتب التبادل الواقعة خارج الأراضي الإقليمية (مثلاً عمليات المؤسسات البريدية الدولية في سوقكم)

❑ غير ذلك، (يرجى التحديد):

|  |
| --- |
|  |

20- يرجى بيان ما إذا كان أي من **شركات النقل المحددة** التالية تعد من المنافسين الرئيسيين في سوقكم فيما يتعلق بالبريد العاجل الدولي:

❑ DHL

❑ FedEx

❑ GLS

❑ UPS

❑ غير ذلك، (يرجى التحديد):

|  |
| --- |
|  |

21- يرجى بيان طرائق البيع المستخدمة للترويج لمنتجات البريد العاجل الدولي لدى باعة التجارة الإلكترونية:

❑ فريق المبيعات المباشرة (مثلاً، إدارة حسابات محددة وما إلى ذلك.)

❑ فريق المبيعات الداخلية (مثلاً، المبيعات العامة عبر مراكز الاتصال وما إلى ذلك.)

❑ وسائل التواصل الاجتماعي (مثلاً فيسبوك ويوتيوب وما إلى ذلك.)

❑ الموقع الإلكتروني للمؤسسة البريدية

❑ البريد الدعائي، أو البريد الإلكتروني، أو المواد التسويقية المستهدفة الأخرى

❑ وسائل الإعلام مثل المطبوعات، أو التلفاز، أو الراديو

❑ غير كل ما ورد أعلاه

❑ غير ذلك (يرجى التحديد):

|  |
| --- |
|  |

22- يرجى بيان ما إذا كان لدى مؤسستكم البريدية أي من الحلول التكنولوجية اللوجستية التالية فيما يتعلق بالبريد العاجل الدولي أو تخطط لتطويرها:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | *تمتلك حالياً* | *قيد التطوير* | *تود تقديم الخدمة ولكنها لا تمتلك الإمكانيات* | *ليس لديها خطة للقيام بذلك/لا تنظر في المسألة* |
| حاسبة التكلفة النهائية الكاملة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| تحديد المستندات الجمركية آلياً/الإشعارات المسبقة/البضائع المحظورة  | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| وصل البيانات الخاصة بالمرسل والجمارك والمرسل إليه | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| حاسبة زمن العبور | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| أدوات تكامل الموقع الإلكتروني | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| التحقق من العنوان في المقصد | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| خيارات موقع التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| الحلول القائمة على وسائل الاتصال المحمولة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| تحسين مستوى التتبع/إمكانية المتابعة | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| إدارة عملية التوزيع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| تحليلات البيانات | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |
| حل إعادة البضائع | ❑ | ❑ | ❑ | ❑ |

شكراً جزيلاً على استيفاء هذه الدراسة الاستقصائية.

1. 1 من مؤسسة تجارية إلى أخرى (B2B) (بما في ذلك المؤسسات الحكومية ومن مؤسسة تجارية إلى أخرى ثم إلى زبون (B2B2C))؛ ومن مؤسسة تجارية إلى زبون (B2C)؛ ومن زبون إلى مؤسسة تجارية (C2B)؛ ومن زبون إلى زبون (C2C). [↑](#footnote-ref-2)