احتلت المرتبة 11 عالمياً في مجال أساسيات مزاولة الأعمال

الكويت تحقق تطوراً ملحوظاً على مؤشر «أجيليتي اللوجستي للأسواق الناشئة»

احتلت دولة الكويت المرتبة (11) عالمياً بين الأسواق الناشئة في مجال أساسيات مزاولة الأعمال و المرتبة (4) على مستوى منطقة الخليج في مجال الخدمات اللوجستية المحلية، وذلك وفقاً لمؤشر أجيليتي اللوجستي السنوي للأسواق الناشئة.

ويقوم المؤشر، الذي يصدر هذا العام في نسخته السنوية الثانية عشرة، بتصنيف 50 دولة بحسب العوامل التي تعزز جاذبيتها بالنسبة لمزودي الخدمات اللوجستية ووكلاء وخطوط الشحن وشركات الطيران والموزعين. وكانت الصين والهند وإندونيسيا قد تصدّرت المؤشر، بينما وصلت ثلاث دول خليجية إلى قائمة العشرة الأوائل؛ حيث احتلت الإمارات العربية المتحدة المركز (4)، بينما أتت المملكة العربية السعودية في المركز (6) وقطر في المركز (9).

كما احتلت دول الخليج صدارة المؤشر على صعيد أساسيات مزاولة الأعمال، حيث جاءت دولة الإمارات في المركز (1) والمملكة العربية السعودية في المركز (3) وقطر في المركز (4) واحتلت البحرين المركز (7)، فيما حققت عُمان المركز (8) وحلت الكويت في المركز (11). وليس ببعيد عن دول الخليج، أتت الأردن في المركز (10). بينما تصدرت كل من الصين والهند وإندونيسيا المراتب الأولى من حيث الخدمات اللوجستية المحلية؛ فيما تبوأت الصين والهند والمكسيك المراتب الثلاث الأولى في الخدمات اللوجستية الدولية.

وبهذه المناسبة قال إلياس منعم، الرئيس التنفيذي لأجيليتي للخدمات اللوجستية العالمية المتكاملة في الشرق الأوسط وأفريقيا: « تبذل دول الخليج جهوداً حثيثة لتحقيق التنويع والتكامل الاقتصادي، وذلك من خلال تطوير بنى تحتية عالمية المستوى وخلق ظروف تتسم بالعدالة والشفافية لممارسة الأعمال. إن البنية التحتية الجيدة والظروف المستقرة لإدارة الأعمال التي توفرها دول الخليج تعد من المميزات التنافسية الهائلة للمنطقة وسوف تكون من العوامل الأساسية للتعافي من الانكماش الاقتصادي الذي أحدثته الجائحة.»

ومن المتوقع أن يُسهم الإنجاز الدبلوماسي الذي أنهى إجراءات المقاطعة الاقتصادية لمدة ثلاثة أعوام على قطر في أواخر عام 2020 في إعطاء دفعة للاقتصاد الخليجي الإقليمي. كما من شأن هذه الخطوة أن تُسفر عن تعزيز التكامل في المنطقة التي تشهد نمواً متسارعاً في معدلات التجارة العابرة للحدود وخدمات النقل البري والتجارة الإلكترونية.

وإضافة إلى المؤشر، أجرت أجيليتي استبياناً شمل أكثر من 1،200 من مهنيّ قطاع سلاسل الإمداد للوقوف على آرائهم حيال التداعيات الناجمة عن جائحة كوفيد19-. وقد أظهر الاستبيان أن 44.7 % من المشاركين يتوقعون تعافي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في عام 2021؛ بينما قال 38.9 % أن تعافي المنطقة لن يحدث حتى عام 2022-2024. كما تشير غالبية التنبؤات إلى إمكانية تعافي اقتصادات آسيا وأمريكا الشمالية وأوروبا خلال العام الجاري.

انفوغرافيك توضيحي

• رغم بحث العديد من الشركات لإمكانيات تقليص اعتمادها على الصين، فإن القليل منها فقط يعتزم إعادة توطين عمليات التصنيع والإنتاج، حيث اعتبر 7.8 % فقط من الرؤساء التنفيذيين الذين شملهم الاستبيان بأنّ نقل أنشطة الإنتاج من الصين يعني بالضرورة عودتها إلى البلدان الأم لهذه الشركات. وقد أظهر الاستبيان أن فيتنام (19.6 %) والهند (17.4 %) وإندونيسيا (12.4 %) تعد من الوجهات الأكثر جذباً لنقل أنشطة الإنتاج إليها، تليها في ذلك تايلاند (10.3 %) وماليزيا (9.6 %).

• أصبحت التكلفة الإجمالية هي المحرك الرئيسي لعولمة الأسواق الناشئة والاستثمار فيها، أما تكلفة اليد العاملة الرخيصة فبالكاد يتم أخذها بعين الاعتبار في الوقت الراهن - بينما يعتبر 2.2 % فقط من تنفيذيي الصناعة أنها ذات أهمية. وأوضح الرؤساء التنفيذيون بأنّ العوامل التي تلي التكلفة الإجمالية في أهميتها هي عوامل البيروقراطية واللوائح الحكومية (25.8 %) وجودة البنية التحتية (14.1 %) وتوافر اليد العاملة الماهرة (8.0 %). وبينما تقوم الشركات باستكشاف مواقع جديدة لأنشطة الإنتاج الخاصة بها، أعرب المشاركون في الاستبيان أن أكبر مخاوفهم في هذا الصدد هو عدم وجود بنى تحتية ملائمة (14.5 %) وزيادة التكاليف (13.5 %).

• من جهة أخرى، قال 19.1 % من الرؤساء التنفيذيين الذين شملهم الاستبيان بأنّ انخفاض المبيعات خلال عام 2020 جاء نتيجةً جائحة كوفيد19-. بينما قال 9.4 % منهم فقط أن التدابير الاحترازية الخاصة بسلامة الموظفين من كوفيد-19 قامت بالحد من معدلات الكفاءة.

• التوجه نحو الاستدامة يحظى بالزخم. بيّن 26.9 % من الرؤساء التنفيذيين المشاركين في الاستبيان بأنّ شركاتهم تتجه نحو تعزيز اعتماد الممارسات البيئية المستدامة في أعقاب الأزمة. بينما أعرب 45.2 % منهم عن عدم وجود أي تغييرات في خططهم، مؤكدين بأنّهم لا يعتزمون التراجع عن التزاماتهم في مجال الاستدامة.

• أتت المكسيك في المركز السابع على المؤشر، لتكون أقوى الأسواق الناشئة في أمريكا اللاتينية. وتستمر معاناة الأرجنتين، صاحبة المركز (36)؛ وفنزويلا، صاحبة المركز (50)، في ظل الاختلال الاقتصادي المزمن في البلدين. وتجدر الإشارة أيضاً إلى أنّ ثماني دول من أمريكا اللاتينية قد نجحت في تحسين أساسيات مزاولة الأعمال لديها، وهي: الأوروغواي والمكسيك والبيرو وكولومبيا والإكوادور والبرازيل والباراغواي وبوليفيا. وحظيت تشيلي بلقب المناخ التجاري الأفضل في المنطقة، علماً أنها تحتل المرتبة الخامسة على المؤشر من أصل 50 دولة ضمن هذه الفئة.

• ومن ناحيتها، تمكّنت نيجيريا من تحسين قدرتها التنافسية أكثر من جميع الدول الأخرى على مؤشر عام 2021، حيث تقدمت بخمس مراكز في الترتيب لتصل إلى المرتبة (30)، وهي أعلى قفزة تحققها دولة من دول أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى على مدى 12 عاماً من عمر المؤشر. وبالإضافة إلى ذلك، عزّزت نيجيريا من موقعها النسبي عبر مجالات التصنيف الثلاث للمؤشر، وهي: بيئة الأعمال واللوجستيات الدولية واللوجستيات المحلية.

• ضمّت قائمة الدول الأكثر نجاحاً في تحسين نقاط قوتها في مجال الخدمات اللوجستية المحلية كلاً من ماليزيا ونيجيريا وفيتنام وإيران والأوروغواي وميانمار وكمبوديا. بينما أتت أكبر الإنجازات في الخدمات اللوجستية الدولية من المغرب وأوكرانيا وكينيا وميانمار والباراغواي. ومن الجدير بالذكر أن شركة ترانسبورت إنتلجنس (Ti)، الشركة الرائدة في مجال تحليل وأبحاث قطاع الخدمات اللوجستية، قد عملت على تجميع وإعداد المؤشر.

وفي هذا السياق، قال جون مانرز بيل، الرئيس التنفيذي لشركة ترانسبورت إنتلجنس: «لطالما كانت أهمية مؤشر أجيليتي للأسواق الناشئة تكمن بالقدرة على التمييز بين الأسواق التي تظهر مرونة عالية في مواجهة التحديات وبين تلك الأسواق الأكثر هشاشة، ولم يكن هذا العام استثناءً. وعلى الرغم من أن بعض الأسواق، مثل الصين وفيتنام، تمكنت من إعادة التوازن على الطلب الصناعي والاستهلاكي المحلي، إلا أن الغالبية لا تزال تعتمد بشكل كبير على الأسواق الدولية والاستثمار، لذلك كان لنقص الطلب العالمي وانهيار الشبكات اللوجستية البحرية والجوية عواقب وخيمة عليها. ومع انحسار أزمة كوفيد19- خلال العامين القادمين من المتوقع أن تتعافى الاقتصاديات الأكثر مرونة بشكل أسرع. أما الدول التي فشلت في تبني إصلاحات السوق والإصلاحات التجارية والحكومية والاجتماعية فستكون الأكثر تضرراً على الإطلاق».

«سيسكو»: شهادات الخصوصية الخارجية عامل قوي محفز للشراء إلكترونياً

نشرت سيسكو «دراسة معيار خصوصية البيانات لعام 2021»، وهي رابع دراسة سنوية لها حول ممارسات الخصوصية لدى الشركات في جميع أنحاء العالم، والتي أشارت إلى ازدياد أهمية حماية الخصوصية أثناء فترة انتشار الوباء وزيادة الفوائد لدى الشركات التي تتبنى تدابير الخصوصية القوية. وحلل الاستطلاع المستقل دون ذكر هوية المشاركين ردود 4400 متخصص في مجال الأمن والخصوصية في 25 دولة، واستكشف مواقفهم تجاه تشريعات الخصوصية وظهور مقاييس الخصوصية التي يتم إبلاغ الإدارة التنفيذية بها.

اضطر الكثيرين في فترة الاضطراب والشك الذين نتجا عن انتشار الوباء، إلى مشاركة معلوماتهم الشخصية بشكل فجائي أحياناً للمساعدة في الحد من انتشار فيروس كوفيد19-. وفي الوقت نفسه، حوّل الناس معظم مهامهم الحياتية لتصبح عبر الإنترنت، مما أدى إلى تسريع هذا الانتقال الذي عادة ما يستغرق سنوات. ونتج عن هذه التحولات واسعة النطاق في التفاعل البشري والمشاركة الرقمية العديد من التحديات المتعلقة بخصوصية البيانات لدى الشركات التي تهدف إلى اتباع القانون ووقف انتشار الوباء واحترام الحقوق الفردية في الوقت ذاته. وبدأ يزداد قلق المستهلكين وعامة الناس بشأن كيفيّة استخدام بياناتهم الشخصية.

ومع تزايد أهمية الدور الحاسم لخصوصية البيانات أثناء فترة انتشار الوباء، كشف الاستطلاع أنه بالنسبة للشركات في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا وروسيا، مازالت الميزانيات مستمرة في النمو، حيث وصلت إلى 2.2 مليون دولار هذا العام. كما ظلت قيمة الأعمال المرتبطة بهذه الاستثمارات مرتفعة، حيث أشارت 71 % من شركات تلك المناطق إلى أنّ الاستثمار في تقنيات الخصوصية يحقق فوائد كبيرة في «تمكين الابتكار». علاوة على ذلك، لقي تشريع الخصوصية في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا وروسيا استحساناً كبيراً، حيث أشارت الغالبية العظمى (88 %) إلى أنّ شهادات الخصوصية الخارجية هي عامل قوي محفز للشراء عند اختيار بائع أو منتج معيّن للتعامل مع البيانات الشخصية بشكل صحيح.

تشمل النقاط الرئيسية الأخرى في تقرير الاستطلاع الذي شمل 25 دولة، ما يلي:

ريم أسعد

• تتعدى الخصوصية كونها قضية امتثال، حيث ترى الشركات الآن أنها حق أساسي من حقوق الإنسان وأولوية مهمة لدى كبار التنفيذيين في الشركات.

• أشارت 60 % من الشركات أنها لم تكن مستعدة لمتطلبات الخصوصية والأمان المتضمنة في مرحلة التحول إلى العمل عن بُعد

• لجأت 93 % من الشركات إلى فرق الخصوصية لديها للتغلب على هذه التحديات

• أعرب 87 % من المستهلكين عن مخاوفهم بشأن حماية خصوصيتهم عند استخدام الأدوات التي يحتاجون إليها في العمل والتفاعل والاتصال عن بُعد

• 90 % من الشركات تقوم الآن بالإبلاغ عن مقاييس الخصوصية إلى كبار التنفيذيين والإداريين لديهم

• هناك تحول واضح في السوق نحو توحيد معايير الخصوصية كمتطلب حاسم عند رقمنة أهداف العمل وتطويرها.

• أقرّت أكثر من 140 سلطة قضائية قوانين الخصوصية الشاملة، ووجد ما يقرب من 80 % من المشاركين أن هذه القوانين لها تأثير إيجابي

• معظم المستخدمون يوافقون على مشاركة المعلومات الصحية في مكان العمل لغرض السلامة والاستجابة للأوبئة، لكنهم يشعرون بعدم الراحة لمشاركتها للاستخدامات الأخرى مثل البحث.

• دعم 57 % من أصحاب العمل استخدام البيانات للمساعدة في جعل أماكن العمل آمنة، بينما دعم أقل من نصفهم تتبع الموقع وتتبع جهات الاتصال والكشف عن معلومات حول الأفراد المصابين واستخدام المعلومات الفردية بغرض البحث

• ستلعب الخصوصية والمنظومة الشاملة للأمن السيبراني دوراً رئيسياً في النمو الاقتصادي والتعافي من انتشار جائحة كوفيد19-.

• مع بدء الاقتصادات والمجتمعات بالتعافي، ستظهر العديد من التحديات المهمة التي ستختبر كيفية قيام الحكومات والشركات والأفراد بجمع وإدارة وحماية البيانات الشخصية بالتوازن مع حماية الحقوق الفردية والمصلحة العامة

• لا يزال الاستثمار مستمراً في تقنيات وحلول حماية الخصوصية، حيث تشهد 75 % من الشركات القيمة التجارية الكبيرة في تقليص الخسائر الأمنية وتعزيز المرونة والابتكار وتحسين الكفاءة التشغيلية وتحسين ولاء العملاء وثقتهم

• أكثر من ثلث الشركات تحصل على مزايا تساوي ضعف استثماراتها على الأقل

قالت ريم أسعد، نائب الرئيس لدى شركة سيسكو في الشرق الأوسط وأفريقيا: «بلغت الخصوصية اليوم أوج أهميتها وأصبح معترف بها كحق أساسي من حقوق الإنسان وارتقت لتصبح أولوية بالغة الأهمية في إدارة أعمال الشركات. ومع التحول السريع نحو العمل عن بُعد، اكتسبت الخصوصية أهمية أكبر في ريادة مسيرة الرقمنة ومرونة الشركات وتعزيز الابتكار».

«KIB» يعلن الفائزين في السحوبات الخمسة الأخيرة لحملة KIBPay

أعلن بنك الكويت الدولي «KIB» مؤخراً عن أسماء الفائزين التسعة المحظوظين في السحوبات الخمسة والأخيرة لحملة خدمة KIBPay والتي انطلقت في شهر نوفمبر 2020. ولقد تم إجراء هذه السحوبات النهائية والخاصة بشهر يناير في مقر البنك الرئيسي يوم 26 يناير الماضي بحضور ممثل وزارة التجارة والصناعة وعدد من الموظفين والإداريين في البنك.

ولقد فاز أحمد محمد تقي بجائزة السحب الشهري بقيمة 1،000 د.ك، بينما فاز 8 عملاء آخرين بالسحوبات الأسبوعية التي بلغت قيمة كل منها 250 د.ك، وهم كل من: مؤيد رومل الحريري، محمد صابر محمد، سها مسفر الخثعمي، عبدالله علي الشمري، محمد سعيد العتيلي، مينا مكرم إسكندر، سلامة ربيع مهنى ومنال علي العجمي. هذا وسيتم إيداع الجوائز النقدية في حسابات العملاء الفائزين خلال 10 أيام عمل من تاريخ السحب.

يذكر أن هذه الحملة صممت لمكافأة مستخدمي خدمة KIBPay حيث تم تأهيلهم لدخول السحوبات الأسبوعية ومكافأة فائزيّن إثنين أسبوعياً بجائزة قيمتها 250 د.ك لكل فائز بمجرد استلام عملية تحويل واحدة بقيمة 200 د.ك أو أكثر عبر الخدمة وإيداعها في حسابهم خلال الفترة المحددة للسحب، هذا إلى جانب دخول السحوبات الشهرية لمكافأة فائز واحد شهرياً بجائزة قيمتها 1،000 د.ك بشرط أن يكون إجمالي التحويلات المستلمة عبر خدمة KIBPay والمودعة في حساب العميل بقيمة 2،000 د.ك أو أكثر خلال الفترة المحددة لكل سحب.

عثمان توفيقي

وبهذه المناسبة، هنأ المدير العام للخدمات المصرفية للأفراد في البنك، عثمان توفيقي، جميع الفائزين في حملة خدمة KIBPay متمنياً لهم ولغيرهم من العملاء دوام الفوز والتوفيق في حملات البنك المستقبلية. كما أشاد توفيقي بهذه الحملة قائلاً: «نحن سعداء بالإقبال الكبير من قبل العملاء على المشاركة في الحملة والتي جاءت فكرتها لتتماشى مع استراتيجية التحوّل الرقمي الجديدة التي بدأ «KIB» في تطبيقها خلال الفترة الأخيرة، حيث لاحظنا زيادة إقبال العملاء على استخدام خدمة KIBPay الإلكترونية بشكل ملحوظ، والتي تمكنهم من استلام المبالغ خلال دقائق بمنتهى السرعة والأمان، وذلك إما عن طريق تطبيق الهواتف الذكية أو عبر مشاركة رابط الدفع من خلال البريد الإلكتروني والواتساب وغيرها من التطبيقات.»

وأضاف توفيقي قائلاً: «يواصل «KIB» جهوده الرامية إلى مكافأة مختلف شرائح العملاء ومنحهم أفضل الخدمات والمنتجات التي تميزهم عن غيرهم، ولذلك يحرص البنك على إطلاق الحملات التسويقية المبتكرة التي تشجع العملاء على الاستفادة من خدماته المختلفة إلى جانب مكافأتهم من خلال منحهم الجوائز القيّمة التي ترضي تطلعاتهم وتناسب أسلوب حياتهم. علماً أننا نعد عملائنا بابتكار المزيد من الحملات التسويقية والعروض المميزة خلال الفترة المقبلة.»

ولابد من الإشارة إلى أن «KIB» يسعى دائماً إلى كسب ولاء عملائه وتحقيق احتياجاتهم المالية والمصرفية في آن واحد، وذلك من خلال إطلاق العديد من الخدمات والمنتجات الجديدة من وقت إلى آخر، إلى جانب حرصه على منحهم المزايا الخاصة وابتكار الحملات التسويقية والترويجية المختلفة التي ترضيهم وتلبي مختلف متطلباتهم.

«ديلويت»: الشهادة المحلية المضافة تدفع عجلة الاستثمارات الاقتصادية في الإمارات

بالتعاون مع المجلس الهندي للأعمال والمهنيين في أبوظبي، نظمت ديلويت مؤخراً ندوة افتراضية حول برنامج القيمة المحلية المضافة (ICV) بهدف زيادة توعية جميع المؤسسات والشركات العاملة في قطاع الأعمال في دولة الإمارات العربية المتحدة حول برنامج القيمة المحلية المضافة. وقد شاركت في هذه الندوة بعض الجهات المعنية مثل شركة بترول أبوظبي الوطنية (أدنوك) وشركة الدار العقارية بالإضافة إلى الجهات المانحة لشهادة القيمة المحلية المضافة، وهما ديلويت وشركة آردينت.

والجدير بالذكر أن اللوائح الحديثة النافذة في دولة الإمارات قد بدأت تشترط على جميع المنشآت القانونية التي تحمل رخصة صناعية أو تجارية سارية المفعول الحصول على شهادة القيمة المحلية المضافة كشرط مسبق للمشاركة في المناقصات الحكومية العامة. وتظل هذه الشهادة صالحة لمدة 14 شهراً اعتباراً من تاريخ تقرير التدقيق المالي للمؤسسة. وبموجب هذه اللوائح، إذا رغبت إحدى المنشآت بالمشاركة في مناقصة حكومية باستخدام نفس كشوفاتها المالية المدققة التي شاركت فيها بمناقصة سابقة، فإنها تستطيع إعادة استصدار شهادة القيمة المحلية المضافة خلال فترة سريان شهادتها الأصلية دون أن تحصل على فترة سريان جديدة، بل تظل فترة 14 شهراً الأولى سارية منذ إصدار الشهادة السابقة.

من جهته، أكد بادمانابها آشاريا، الشريك المسؤول عن خدمات التدقيق في ديلويت الإمارات ورئيس المجلس الهندي للأعمال، الذي أدار هذه الندوة، على أهمية برنامج القيمة المحلية المضافة لدولة الإمارات نظراً لأنه سيزيد من الفرص التجارية أمام المؤسسات والشركات العاملة في دولة الإمارات، وسيخلق فرص توظيف للمواطنين الإماراتيين.

وقد شهدت الندوة عرضاً تقديمياً قدمه حمد سيف بالمحاينا، رئيس لجنة القيمة المحلية المضافة، ومدير تطوير القيمة المحلية المضافة في أدنوك استعرض فيها مسيرة الشهادة منذ برنامج أدنوك للقيمة المحلية المضافة عام 2017 وحتى البرنامج الموحد للقيمة المحلية المضافة، وأعاد التأكيد فيها على أهداف هذا البرنامج بالإضافة إلى الإنجازات التي حققها البرنامج منذ إنشائها ومن أبرزها خلق أكثر من 2،000 فرصة عمل للمواطنين الإماراتيين في القطاع الخاص، وإعادة ضخ 76 مليار درهم في الاقتصاد الإماراتي.

بعد العرض التقديمي، ترأس آشاريا لجنة مناقشة ضمت خبراء في القيمة المحلية المضافة من بينهم حمد سيف، ورافي فاليا، مساعد نائب رئيس المجلس الهندي للأعمال ومدير برنامج القيمة المحلية المضافة في الدار العقارية؛ ونيربهاي فيديا، شريك آردينت للاستشارات والمحاسبة، وفايزة سوهاون، الشريكة في قطاع التدقيق والمسؤولة عن القيمة المحلية المضافة في ديلويت الإمارات.

بدأ آشاريا كلامه بالقول: "يشرفنا في ديلويت أن نستضيف هذه الندوة الافتراضية بالتعاون مع المجلس الهندي للأعمال والمهنيين من أجل تبادل الأفكار القيّمة وأفضل الممارسات حول كيفية تطبيق برنامج القيمة المحلية المضافة في دولة الإمارات. ولا شك أن مشاركة ممثلين عن أدنوك والدار وآردينت قد أغنى مناقشاتنا المفتوحة وتبادل المعرفة في هذه الندوة التي نأمل أن تساهم في زيادة تعريف قطاع الأعمال في دولة الإمارات وخارجها ببرنامج القيمة المحلية المضافة."