«إنفور» تعين فيبهو كابور مديراً لاختيار وتعزيز أعمال الشركاء في الشرق الأوسط

أعلنت شركة «إنفور»، الرائدة في مجال برمجيات تطبيقات المؤسسات والتي تخدم أكثر من 70,000 عميل، عن تعيين فيبهو كابور مديراً لاختيار وتعزيز أعمال الشركاء في منطقة الشرق الأوسط. وسيتولى فيبهو مسؤولية نمو وتوسيع قاعدة نظام الشركاء على امتداد جميع منتجات شركة «إنفور»، والتي تغطي مختلف أنواع الصناعات في المنطقة. هذا وقد جاء تعيين فيبهو كآخر مرحلة ضمن مراحل الإستراتيجية التنفيذية التي تطبقها «إنفور»، والقائمة على منهجية الاستثمارات الكبيرة بهدف رفع معدل النمو، وتوسيع ودعم شبكة شركاء «إنفور».

سيعمل فيبهو انطلاقاً من مقر شركة «إنفور» في مدينة دبي للإعلام، وسيتحمل مسؤولية اختيار وضم الشركاء الجدد، بالتزامن مع «تعزيز» أواصر الشراكة مع الشركاء الحاليين. وتخطط شركة «إنفور» لتوسيع شبكة شركائها في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط، وضمن أبرز الصناعات الرئيسية في مجال التصنيع والتوزيع وسلسلة التوريد والقطاع العام والرعاية الصحية والخدمات الفندقية. ويتمتع فيبهو بخبرة واسعة تمتد لأكثر من 13 عاماً قضاها في مجال برمجيات المؤسسات، وذلك انطلاقاً من مهام إدارة الشركاء وقنوات التوزيع المعمول بها من قبل شركة «مايكروسوفت وشركة «إس إيه بي». وفي شهر يناير من العام 2013، افتتحت شركة «إنفور» مركزاً جديداً لخدمة العملاء، وذلك في ظل توسع نطاق عملها بشكل كبير، انطلاقاً من مكتبها الواقع في مدينة دبي للإنترنت، الذي يقوم بخدمة عملاء شركة «إنفور» في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط، بمن فيهم مستشفيات جامعة الملك حمد، وسلسلة فنادق «إنتركونتيننتال» العالمية، والشركة السعودية لمعدات الديزل المحدودة، وشركة أوال الخليج للصناعات، الشركة السعودية للطباعة والتغليف، ومجموعة حول الإمارات، ومجموعة زاهد.

فيبهو كابور

وفي هذا السياق، قال جيف أبوت، نائب الرئيس الأول في إدارة الشراكات والقنوات العالمية، والمبيعات عبر الهاتف، وتطوير الأعمال والتسويق الميداني لدى شركة «إنفور»: «تستند معدلات نمو مبيعات شركاءنا في منطقة الشرق الأوسط على قيام شركة «إنفور» بتوفير برمجيات تطبيقات صناعية محددة، والتي تتطلب الحد الأدنى من التعديلات، وتلبي بسهولة كبيرة احتياجات عملائنا في تخصصاتهم الصناعية. لقد قام منافسونا بابتكار بيئة من البرمجيات الحرة التي تتطلب عمليات تخصيص واسعة ومكلفة، ونظام عمل متكامل كي تتمكن البرمجيات من تلبية احتياجاتهم. بالمقابل، نحن نعي حقيقة أن عملاءنا يستثمرون ميزانيات محدودة في قطاع تقنية المعلومات، وبالتالي فإن نهج شركة «إنفور» قائم على تقديم برمجيات مبتكرة تعمل بشكل مثالي لخدمة عملائنا».

وتابع أبوت قائلاً: «وسيعزز فيبهو من قدرة شركة «إنفور» العمل بشكل وثيق الصلة مع شركائنا في قنوات التوزيع على امتداد منطقة الشرق الأوسط، وذلك بهدف رفع معدلات النمو، وتركيز مجالات صناعتنا، ورفع مستوى عمليات البيع. وأعتقد بأنه في ظل ريادتنا لهذه الصناعة في مجال البرمجيات، وابتكارنا لتقنيات ثورية تعمل على توفير المزيد من المرونة بكلفة أقل للملكية، سيقضي السيد فيبهو وقتاً ممتعاً بانضمامه إلى فريق عمل شبكة شركاء إنفور التابعة للشركة».

توصية خليجية «موحدة» لزيادة ضرائب التبغ 200 في المئة

الخليج يحارب التدخين بطريقة غير مباشرة

وضع المكتب التنفيذي لوزراء الصحة في دول الخليج دراسة جاهزة للتنفيذ لزيادة الضرائب الانتقائية على منتجات التبغ الموافق عليها، والمتوقع صدورها قريبا، بنسبة تتراوح بين 150 و200 في المئة.

و قال الدكتور توفيق خوجة، مدير المكتب التنفيذي لمجلس وزراء الصحة الخليج، إن الضريبة ستكون موحدة لتلتزم بها جميع دول المجلس عما قريب، وإن إقرار رفع الضرائب مرهون أساسا بموافقة وزراء المالية في دول المجلس وليس من اختصاص مجلس وزراء الصحة.

وأضاف خوجة «ما علمناه حسب تصريح أحد أعضاء لجنة التعاون المالي والاقتصادي، أن اللجنة قطعت شوطا كبيرا نحو إقرار هذه الضرائب الانتقائية على التبغ ومنتجاته على النحو المطلوب، وحسب ما جاء في الاجتماعات الثلاثة التي عقدتها لجنة الحد من تنامي مشكلة التبغ».

وقال إن الضرائب الانتقائية الموافق عليها والمتوقع صدورها قريبا، ستشمل في مضاعفة الضرائب على جميع أنواع منتجات التبغ بنسبة150 إلى 200 في المئة، وستكون ضريبة خليجية موحدة، تلتزم بها جميع دول المجلس، وسيتم إعلان النسبة من قبل لجنة التعاون المالي والاقتصادي المعنية بالأمر.

وأشار إلى أن زيادة الضرائب مرهون أساسا بموافقة جهات أخرى وأهمها موافقة وزراء المالية بدول المجلس، «وهذا الإجراء ليس من اختصاصات مجلس وزراء الصحة، حيث إن المطلوب منا دراسة الموضوع من مختلف النواحي الفنية والصحية، ورفعها إلى الجهات المعنية لاتخاذ الإجراءات التنفيذية النظامية بصددها حفاظا على صحة المواطن الخليجي واقتصاده الوطني».

وحول موعد التطبيق قال: «نأمل أن يكون ذلك في القريب العاجل جدا، نظرا إلى أن كل المؤشرات والمعطيات توضح بجلاء هذه الكارثة الإنسانية بتناول التبغ ومشتقاته».

واعتبر أن زيادة الضرائب، التي من شأنها زيادة أسعار التبغ بنسبة 10 في المئة، تقلل استهلاك التبغ بنسبة 4 في المئة في البلدان مرتفعة الدخل، وبنسبة تصل إلى 8 في المئة في معظم البلدان منخفضة ومتوسطة الدخل.

الأسواق الناشئة «أرض المعركة» التالية لسوق الهواتف

سوق سامسونغ و أبل.. مهدد

أشارت دراسة حديثة إلى أن «أرض المعركة» التالية بالنسبة لسوق الهواتف الذكية ستكون الأسواق الناشئة، حيث الدول الفقيرة التي لا يزال معظم الناس فيها يستخدمون الهواتف التقليدية، والتي لا يزال الاتجاه نحو الهواتف الذكية فيها بطيئاً.

وفي الأونة الأخيرة، ظهر العديد من الشركات التي تقوم بتصنيع هواتف ذكية رخيصة مع عتاد يمتاز بالجودة المقبولة، مثل شركتي «شياومي» Xiaomi و«ون بلس» OnePlus اللتين تعدان أبرز مثالين على الشركات التي غزت سوق الهواتف الذكية منخفضة المواصفات بهواتف أسعارها معقولة وقادرة على منافسة الهواتف مرتفعة المواصفات التي تنتجها شركتا «آبل» و«سامسونغ».

وفي الصين، على سبيل المثال، تمكنت شركة «شياومي» من تجاوز شركة «آبل» من حيث حصة السوق، وذلك بسبب هواتفها الذكية التي تمتاز بسعر رخيص ومنافس، حيث تتوفر هواتف هذه الشركة بسعر يتراوح بين 200 إلى 300 دولار، مقارنة بهواتف شركتي «آبل» و«سامسونغ» التي لا يقل سعر بعضها عن 600 دولار.

ووفقاً لدراسة شركة «جانا»Jana المتخصصة في تسويق الهواتف الذكية ضمن الأسواق الناشئة، يتجه معظم الناس إلى هواتف شركة «شياومي» بسبب عدم رغبتهم في دفع المبالغ الخيالية التي تطرح شركات مثل «سامسونغ» و«آبل» هواتفهما.

وتشير الدراسة إلى أن سوق الهواتف الذكية لن ينتظر طويلاً حتى تصبح الغالبية العظمى من مستخدميه يملكون هواتف رخيصة بدلاً من الهواتف الراقية مرتفعة الثمن.

فيتنام تخطط لرفع معدل الناتج الإجمالي المحلي 6 في المئة العام المقبل

تسعى السلطات الفيتنامية لرفع الناتج الإجمالي المحلي الى ما بين 6 في المئة و2.6 في المئة في العام القادم 2015.

وذكر رئيس الوزراء الفيتنامي نجوين تان دونج في بيان نشر على الموقع الإلكتروني للحكومة أن معدل النمو المستهدف يأتي أعلى من توقعات النمو للعام الحالي التي تبلغ 8.5 في المئة.

وأضاف أن حكومته ستقوم بمواصلة الإصلاح الاقتصادي وستحافظ على معدل التضخم كما ستكافح انتشار الفساد ضمن خطة عام 2015.

وأفاد بان فيتنام تسعى إلى توسيع علاقاتها التجارية والاستثمارية مع الدول الأخرى لتنويع أسواقها وتقليل اعتمادها على أسواق منفردة.

يذكر أن متوسط الناتج المحلي الإجمالي لفيتنام خلال العقد الماضي بلغ سبعة في المئة إلا أنه تباطأ في السنوات الثلاث الماضية نتيجة لضعف الطلب المحلي والعالمي وارتفاع نسبة الديون في النظام المصرفي المحلي.

منتجع سانت ريجيس بول هاربور الاختيار المفضل للخطوط الجوية القطرية في ميامي

أعلنت شركة «الريّان للاستثمار السياحي» «ارتك»، ذراع الاستثمار لقطاع الضيافة العالمية والمملوكة لشركة الفيصل القابضة، إحدى أكبر وأبرز مجموعات الأعمال متنوعة الأنشطة بدولة قطر، عن إبرام اتفاقية شراكة مع الخطوط الجوية القطرية الحاصلة على تصنيف ضيافة الخمس نجوم، بموجبها يصبح منتجع سانت ريجيس بول هاربور، وهو أحد الفنادق الفخمة التابعة لشركة الريّان للاستثمار السياحي، الفندق المفضل للخطوط الجوية القطرية في ميامي.

وكانت الخطوط الجوية القطرية قد عقدت مؤتمراً صحافياً بمنتجع سانت ريجيس بول هاربور للإعلان عن تسيير أربعة رحلات أسبوعية مباشرة من الدوحة إلى مدينة ميامي الأمريكية.

وبهذه المناسبة، قال طارق محمود السيد عضو مجلس الإدارة التنفيذي لدى شركة الريّان للاستثمار السياحي: «نود أن نتوجه بالتهنئة إلى الخطوط الجوية القطرية على إنجاز متميز تخر في مسيرتها، فتسيير هذه الرحلات من الدوحة إلى ميامي سيعزز العلاقات بين قطر والولايات المتحدة، لا سيما الصلات التجارية. تشهد قطر نمواً اقتصادياً واسعاً، ووجود ناقلة وطنية طموحة تسيّر رحلات على امتداد شبكة واسعة ومتنامية حول العالم يدعم حتماً أعمال الشركات. ويسرنا إبرام هذه الشراكة مع الخطوط الجوية القطرية، شاكرين لها دعمها لنا، ونتطلع إلى مزيد من التعاون، لا سيما مع توسيع شركة الريّان للاستثمار السياحي الرقعة الجغرافية لأستثماراتها حول العالم».

من جهته، قال رونجر سميتس الرئيس التنفيذي لدى الريّان للاستثمار السياحي: «يسرنا أن نبرم هذه الشراكة مع الناقلة الوطنية القطرية ذات المكانة الرفيعة والحريصة على تعريف المسافرين على متنها بمنتجع سانت ريجيس بول هاربور، أحد الفنادق الفخمة التي تتوافق مع رؤية خطوط جوية مرموقة حاصلة على تصنيف الخمس نجوم على صعيد الضيافة، ونحن واثقون أن هذه الشراكة ستحقق الكثير للجانبين».

إطلاق أول تطبيق لعملة «بيتكوين» على «آب ستور»

عملة بيتكوين الافتراضية

أعلن عن تدشين أول تطبيق مستقل للعملة الرقمية «بيتكوين Bitcoin» على متجر التطبيقات آب ستور» التابع لشركة «آبل»، وذلك بعد نحو أسبوعين من قيام الأخيرة بتحديث سياستها الخاصة بمتجر التطبيقات للسمح بمحافظ «بيتكوين» وعمليات الدفع داخل التطبيقات باستخدام العملة الرقمية.

ويحمل التطبيق الجديد الذي يتوفر مجاناً اسم «كوين بوكت» Coin Pocket، وهو أول تطبيق مستقل يتوفر لمستخدمي نظام «إي أو إس» المشغل لأجهزة شركة «آبل» الذكية.

ويتيح تطبيق «كوين بوكت» الجديد للمستخدمين إرسال واستقبال العملة الرقمية «بيتكوين»، والتحقق من سعرها، وجمع المفاتيح الخاصة داخل مكان واحد وتشفيرها. كما يمكنه استخدام كاميرا الجهاز الذكي لمسح شيفرة «كيو ار QR».

ويأتي هذا التطبيق بعد أيام من اتخاذ شركتي «غوغل» و«ياهو» خطوة نحو الاعتراف بالعملة الرقمية «بيتكوين»، حالهما حال «آبل»، وقبل ذلك شركة «مايكروسوفت».

إسبانيا تطرح سندات دين سيادية بقيمة خمسة مليارات يورو

طرحت اسبانيا سندات دين حكومية قصيرة الاجل بقيمة خمسة مليارات يورو بأدنى الفوائد المسجلة تاريخيا في وقت بلغ فيه الطلب نحو 13 مليار يورو.

وأصدرت الخزانة العامة الاسبانية سندات بقيمة 909 ملايين يورو مستحقة السداد في ستة أشهر بمتوسط فائدة بلغ 14.0 في المئة مقارنة بنسبة 36.0 في المئة المسجلة في المزاد الأخير للفئة نفسها في 13 مايو الماضي ما يمثل ادنى المستويات التاريخية في هذه الفئة.

وتم أيضا طرح سندات بقيمة 1.4 مليار يورو مستحقة السداد في 12 شهرا بمتوسط فائدة بلغ 38.0 في المئة ما يمثل انخفاضا مقارنة بنسبة 6.0 في المئة المسجلة في المزاد الأخير المماثل الذي أجري في مايو الماضي محققة بذلك أيضا أدنى مستوى تاريخي لها حتى اللحظة.

وبذلك تكون اسبانيا طرحت سندات سيادية بقيمة 8.86 مليار يورو منذ بداية العام الجاري ما يمثل 65 في المئة من المجموع الكلي للاحتياجات التمويلية لإسبانيا للعام الجاري والبالغة 3.133 مليار يورو.

سوق الإعلانات في المغرب يحقق 5.6 مليارات دولار خلال 2013

سجل الاستثمار الإجمالي لسوق الإعلانات في المغرب 5.6 مليارات درهم في سنة 2013، في الوقت الذي شهدت فيه حصة السوق لمختلف وسائل الإعلام خلال هذه السنة انخفاضا متفاوتا بالمقارنة مع سنة 2012 ماعدا الإذاعة التي سجلت ارتفاعا بنسبة في المئة 7 بفعل تصاعد عدد الإذاعات الخاصة الذي بلغ 14 إذاعة.

وعرف تسويق الإعلانات التجارية عبر الإنترنت تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، بحيث حقق ما يقدر بـ40 مليون درهم، وذلك على حساب الصحافة المكتوبة، ومن المنتظر أن يحتل المرتبة الثانية مستقبلا بعد التلفزيون الذي ما زال يتربع على رأس القائمة.

وذكرت وثيقة مرجعية مختصة بدراسة وضعية الإعلانات لوزارة الاتصال استنادا إلى تقرير لـ«امبريموم ميديا» أن سوق الإعلان شهد خلال الثلاثة أشهر الأولى من سنة 2014، انتعاشا بنسبة في المئة 1.5، فيما اقتنصت الإذاعة فرصة النمو في القطاع وسجلت ارتفاع نسبته في المئة 6.8، في الوقت الذي انخفض حجم الإعلانات الموجهة إلى التلفزيون والصحافة المكتوبة على التوالي بانخفاض نسبته في المئة 7.5 و في المئة 6.2.

وقال مصطفى الخلفي وزير الاتصال الناطق الرسمي باسم الحكومة، في لقاء عقدته لجنة التعليم والثقافة والاتصال بمجلس النواب الأربعاء الماضي، إن توزيع الإعلانات حسب الصحف الوطنية يعاني من تفاوت كبير، حيث تهيمن الصحف الناطقة بالفرنسية على الحصة الكبيرة من سوق الإعلان، موضحا أنه لابد من إيجاد مقاربة شمولية وبمنهج تشاركي يسهم بمعالجة المشاكل التي يعاني منها القطاع من الجوانب القانونية والاقتصادية، وذلك لضمان الشفافية والمنافسة الشريفة وتكافؤ الفرص، بالإضافة إلى العمل على تعزيز شفافية توزيع الإعلانات الإدارية.

وبحسب الوثيقة المرجعية فإن تحرير قطاع الاتصال السمعي البصري وإحداث الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري وظهور فاعلين جدد، بالإضافة لإرساء قواعد وأنظمة قياس لنسب المشاهدة «CIAUMED»، وقياس نسب الاستماع «CIRAD»، له أثر كبير ووقع إيجابي في تطور قطاع الإعلانات بالمغرب؛ فعلى مر السنوات الماضية حقق القطاع مكاسب مهمة وتطورا ملحوظا بفعل النمو الذي يعرفه الاقتصاد الوطني، وبالتالي فإن حجم الاستثمارات في هذا المجال وصلت إلى نسب مرتفعة تقارب النسب المسجلة في بعض الدول المتقدمة.

وتشير الإحصائيات التي تقدمت بها مؤسسة «Imperium media» نهاية سنة 2005 إلى انتعاش القطاع بصورة ملحوظة بالنظر إلى قيمة المداخيل الإعلانية التي حققها القطاع خلال السنة المذكورة، حيث سجلت وسائل الإعلام الأربعة ارتفاعا يفوق في المئة 10 مقارنة مع المستوات الأربعة السابقة عن 2005، فبالنسبة للتلفزيون قدر ارتفاع الاستثمارات الإعلانية فيه بنسبة 19.2 في المئة ، تليه الصحافة المكتوبة بارتفاع حجم استثمارات قدر بنسبة 17 في المئة، في حين لم يسجل الإعلان على الراديو أو بالملصقات أي تغيير ملموس خلال عام 2005.

وعرف سوق الإعلانات ما بين 2006 و 2010، ارتفاعا بنسبة 20 في المئة ، ما عدا سنة 2009 التي تأثرت بالأزمة المالية العالمية. وعليه فقد سجلت وسائل الإعلام نهاية 2010 ارتفاعا ملحوظا، انتعش من خلاله التلفزيون بنسبة 29 في المئة : ارتفع الإعلان على الراديو بنسبة 17 في المئة ؛ فيما ارتفعت نسبة الإعلانات على الملصقات بنسبة 23 في المئة .

ويعتبر سوق الإعلانات في المغرب أكبر سوق في إفريقيا الشمالية والمغرب العربي، ويحتل الرتبة الخامسة عربيا.