

بعد إنجاز العام الماضي بدخولها قائمة الدول الـ 10 الكبار

## الإمارات تتقدم إلى المركز الـ 7 عالمياً

## في التقرير السنوي للتنافسية للدول 2024



التقرير السنوي للتنافسية للدول 2024

يصنف الدول التي يشملها حسب أربعة محاور رئيسية و20 محورا فرعيا تغطي 336 مؤشرا تنافسيا في

أبو ظبي - «كونا»: حققت الإمارات قفزة جديدة في التقرير السنوي للتنافسية العالمية لعام 2024 متقدما 3 مراتب إلى المركز الـ 7 عالميا بعد إنجاز العام الماضي بدخولها قائمة الدول الـ 10 الكبار متقدمة على النرويج وأيسلندا واليابان وكندا وفنلندا.

وذكرت وكالة أنباء الإمارات «وam» أن أداء الإمارات جاء متميزا في مختلف محاور التقرير الصادر عن مركز التنافسية العالمي التابع للمعهد الدولي للتعلمية الإدارية بعدما حلت بالمركز الثاني عالميا في محور الأداء الاقتصادي والمركز الرابع عالميا في محور كفاءة الحكومة والمركز الـ 10 في محور كفاءة بيئة الأعمال. وأضافت أن التقرير السنوي للتنافسية العالمية

ولفتت إلى تقدم الإمارات في تقرير هذا العام في جميع المحاور الرئيسية الأربعة مما ساهم بإدائها إيجابيا في حلولها بالصدارة العالمية في أكثر من 90 مؤشرا من مؤشرات التنافسية العالمية في التقرير التي تأتي ضمن محاوره الرئيسية والفرعية. ونقلت «وام» عن نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم قوله إن «الإمارات بقيادة الشيخ محمد بن زايد آل نهيان

رئيس الدولة وبالجهد المخلص والمتميزة لأبنائها تنتقل في كل عام إلى مرحلة جديدة من التفوق والريادة في مختلف مؤشرات التنافسية العالمية». وأضاف الشيخ محمد بن راشد أنه «في أحد أهم تقارير القوة التنافسية للدول الصادر عن المعهد

مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية في قطاعات الكفاءة الحكومية والتعليم والابتكار وغيرها.

## استبيان لـ «بيت.كوم» و«يوجوف» يكشف أهم فرص العمل الجديدة للشباب

## قطاعات التسويق والرعاية الصحية والمالية هي أكثر 3 قطاعات

## توظيفا للخريجين الجدد بالمنطقة في عام 2024

يملكون مهارات التعامل مع الآخرين، أكد (86%) أنهم يملكون مهارات التواصل مع فريق العمل، وأكد (85%) أنهم يستطيعون التكيف مع التغيير.

ويتفقد نحو (43%) من خريجي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أن التحدي الأكبر الذي يواجههم عند البحث عن وظيفة هو عدم معرفة طريقة البحث الفعالة عن الوظيفة، كما يرى (43%) أن عدم معرفة كيفية العثور على وظائف ذات صلة يشكل عقبة أيضا.

بينما أفاد ما يقرب من ثلثي (63%) الخريجين أنهم اكتسبوا خبرة عمل خلال فترة دراستهم بالجامعة أو قبلها. وأوضحت نتائج الاستبيان أن طبيعة الوظيفة أو الشغل بالوظيفة تبرز بنسبة (46%) كأهم عامل للمشاركين من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عند اختيار الوظيفة، ويتوقع ما يقرب من ثلاثة أرباع (74%) الخريجين الجدد أن يعرض عليهم راتب أساسي مقابل وظيفتهم الأولى، كما يتوقع 45% الحصول على تأمين طبي شخصي.

وعند سؤال المشاركين عما سيفعلونه إذا لم يجدوا وظيفة تناسبهم مهنيا أو في القطاع الذي يستهدفونه، أجاب أكثر

بنسبة (13%) كأكثر القطاعات توظيفا. وأعرب (42%) من المشاركين في الاستبيان عن اعتقادهم أن بعض القطاعات توظف عددا أكبر من الخريجين الجدد مقارنة بغيرها بسبب توقعات الرواتب المنخفضة، في حين رأى (37%) منهم أن بعض القطاعات توظف عددا أكبر من الخريجين الشباب لأنهم أكثر قدرة على التعامل مع المزيد من التحديات.

وفي منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، برزت قطاعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة بنسبة (22%) كأكثر القطاعات جاذبة للخريجين الجدد وعند سؤال المشاركين عن وجهة نظر مهنية، تلتها قطاعات تكنولوجيا المعلومات والإنترنت والتجارة الإلكترونية وملتت نسبة (19%) ثم الاستشارات التجارية بنسبة (17%).

وقالت علا حداد، المدير العام في بيت.كوم: إن «نتائج أحدث استبيان الخريجين الجدد تكشف عن الطريقة التي ينظر بها الشباب الباحث عن عمل والخريجين الجدد إلى سوق العمل، وكيفية تحديد القطاعات الأكثر جاذبية من وجهة نظرهم». وأضافت أن «بيت.كوم يقدم العديد من الأدوات التي تستهدف

حدد استبيان الخريجين الجدد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لعام 2024 الذي أجراه بيت.كوم، موقع التوظيف الأول في منطقة الشرق الأوسط، وشركة أبحاث السوق «يوجوف»، عن القطاعات الأكثر جاذبية للخريجين الجدد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، موضحة التحديات التي تواجه الشباب عند البحث عن وظيفة، وكشفت أكثر من 4 من كل 5 مشاركين في الاستبيان، ويمثلون نسبة (82%)، عن رضائهم عن مستوى جودة التعليم العالي الذي تلقوه في الجامعات، كما أفاد نحو 35% من إجمالي عدد المشاركين أنهم راضون جدا عن مستوى جودة التعليم العالي.

وأوضحت نتائج الاستبيان أنه خلال العام 2024، ازدهرت العديد من القطاعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتمكنت من تقديم فرص عمل جديدة للخريجين الجدد. وكان من أبرز تلك القطاعات هو قطاع الإعلان والتسويق والعلاقات العامة بنسبة (25%)، وقطاعات الرعاية الصحية والخدمات الطبية بنسبة (14%)، والقوى المسلحة والشرطة بنسبة (13%)، إلى جانب قطاع الخدمات المصرفية والمالية

## إضفاء طابع من المتعة على فترات استراحة اللاعبين المحترفين

## «كيت كات» شريكا لكأس العالم للرياضات الإلكترونية

يتابع المشجعون منافسات أهم اللاعبين والأندية المفضلة لديهم عبر 22 بطولة في أشهر الألعاب للفوز بجوائز مالية ضمن إجمالي جوائز يصل إلى أكثر من 60 مليون دولار أمريكي والذي يعد أعلى إجمالي جوائز في تاريخ الرياضات الإلكترونية. كما سيستمتع الزوار بالآلاف من الفعاليات والأنشطة والعروض التفاعلية التي تناسب جميع الأعمار وتقدم مزيجا بين الجوانب الرياضية والترفيهية والتعليمية والثقافية والإبداعية.

مزيد من المعلومات حول بطولة كأس العالم للرياضات الإلكترونية، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني: Esports World Cup. كما يمكن متابعة جميع أخبار بطولة كأس العالم للرياضات الإلكترونية على منصة [X].

الحدث العالمي إلى توسيع قاعدتها الجماهيرية والتواصل مع لاعبي ومحبّي الرياضات الإلكترونية، ودمج شعارها الغني عن التعريف «خدك بريك» في ثقافة عالم الألعاب الإلكترونية المتنامي.

وتعليقا على هذه الشراكة، قال محمد النمر، مدير إدارة المبيعات في مؤسسة كأس العالم للرياضات الإلكترونية: «متحمسون جدا للشراكة مع علامة تجارية عريقة مثل «كيت كات» التي سنساهم في تجديد طaque المهرجان وتعزيز روابط قطاع الرياضات الإلكترونية. ومن المؤكد أن هذا التعاون سيؤدي تجربة الزوار ويسلط الضوء على أهمية فترات الاستراحة للاعبين المشاركين. ننظر بفارغ الصبر انطلاق البطولة وندعو جميع الحاضرين لزيارة جناح «كيت كات» والاستمتاع بقسط من الراحة

الرياض: أعلنت مؤسسة كأس العالم للرياضات الإلكترونية عن عقدها للشراكة الرسمية مع «كيت كات»، علامة الشوكولاتة الشهيرة من نستله، تكون بموجبها «كيت كات» شريكا رسميا للنسخة الأولى من كأس العالم للرياضات الإلكترونية، أكبر حدث في تاريخ ستستضيفه الرياض ابتداء من 3 يوليو القادم.

ويمتاز عالم الرياضات الإلكترونية بشدة التنافس والتفاني حيث يبذل اللاعبون جهدا كبيرا خلال المنافسات، ويحتاجون إليها للراحة والتقاط الأنفاس، وهنا يأتي دور الواح الشوكولاتة الشهيرة «كيت كات» لمساعدة اللاعبين على الاستمتاع بفترات استراحة منعشة وتجديد نشاطهم وتركيزهم. وتسمى «كيت كات» من خلال تعاونها مع هذا

سجلت خلال شهر مايو الماضي ما قيمته 3.5 مليارات دولار

## مصر: الصادرات السلعية تحقق أعلى معدل

لها في خمسة أشهر بارتفاع 9.8 بالمئة



وزير التجارة والصناعة المصري الدكتور أحمد سمير

القاهرة - «كونا»: حققت الصادرات السلعية المصرية أعلى معدل لها خلال الخمسة أشهر الأولى من العام الحالي حيث بلغت 16 مليارا و551 مليون دولار أمريكي مقابل 15 مليارا و74 مليون دولار أمريكي خلال الفترة نفسها من العام الماضي 2023 بارتفاع نحو 9.8 بالمئة.

وذكر وزير التجارة والصناعة المصري أحمد سمير في بيان أن صادرات بلاده من السلع والمنتجات سجلت خلال شهر مايو الماضي ما قيمته 3.5 مليارات دولار «وهو أعلى معدل تحققه خلال شهر واحد».

وأوضح سمير أن أكبر الأسواق المستقلة للصادرات السلعية المصرية خلال أشهر الأولى من العام الحالي شملت السعودية بقيمة 1.391 مليار دولار وتركيا بقيمة 1.310 مليار دولار والإمارات بقيمة 1.133 مليار دولار وإيطاليا بقيمة 974 مليون دولار والولايات المتحدة الأمريكية بقيمة 904 ملايين دولار.

وأشار إلى أن أبرز الصادرات التي حققت زيادة في هيكल الصادرات السلعية المصرية خلال الفترة من يناير حتى مايو 2024 تضمنت الموالح الطازجة والمحففة بقيمة 721 مليون دولار والأسلاك بقيمة 353 مليون دولار وزيوت النفط المصنعة بقيمة

186 مليون دولار. ولفت إلى أنه وفقا للتقرير الهئية العامة للرقابة على الصادرات والواردات حول مؤشرات الصادرات السلعية المصرية أن أهم القطاعات التصديرية التي شكلت هيكل الصادرات السلعية المصرية خلال الـ 5 أشهر الأولى من العام الحالي تضمنت مواد البناء بقيمة 3.869 مليارات دولار.

وقال إن من بين القطاعات التي حققت طفرة في الصادرات المصرية قطاع الصناعات الغذائية بقيمة 2.644 مليار دولار والمنتجات الكيماوية والأسمدة بقيمة 2.491 مليار دولار والحاصلات الزراعية بقيمة 2.269 مليار دولار والسلع الهندسية والإلكترونية بقيمة 1.81 مليار دولار والملابس الجاهزة بقيمة 1.077 مليار دولار.

كما شملت الصادرات المصرية المفروشات والغزل والمنسوجات ومنتجات الطباعة والتغليف والورق والكتب والمصنغات الفنية والصناعات الطبية والأثاث والصناعات اليدوية والجلود والأحذية والمنتجات الجلدية.

وأكد سمير أن الزيادة الملموسة في صادرات القطاعات الإنتاجية المختلفة ترجع إلى افتتاح عدد كبير من المصانع خلال الفترة الماضية وبصفة خاصة في قطاع الصناعات الهندسية.

## إنجاز تاريخي لـ «أكوا العقارية»: مبيعات

## قياسية في مشروع «ذا سنترال داون تاون»



علي تومي

دبي، يونيو - أعلنت شركة أكوا العقارية، وهي شركة وساطة وتطوير عقاري حائزة على جوائز متعددة، بفخر عن تحقيق إنجاز كبير ببيع أكثر من 900 وحدة في مشروعها الأخير «ذا سنترال داون تاون» خلال 100 يوم فقط من إطلاقه. يُظهر هذا النجاح الطلب القوي على العقارات الفاخرة في دبي، حيث تصدر مشروع «ذا سنترال داون تاون» القوائم في مايو، مستحوذا على 40.5% من جميع المعاملات في منطقة أرجان، وفقا لـ «بروريتي مونتور».

وقال السيد علي تومي المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة أكوا العقارية: «إن هذا النجاح السريع في المبيعات يؤكد الحضور القوي لشركة أكوا العقارية في سوق العقارية بدبي ويعكس مستوى الثقة العالية للمستثمرين في مشاريعنا».

وللاحتفال بنجاح «ذا سنترال داون تاون»، استضافت شركة أكوا العقارية رحلة بحرية فاخرة لمدة 3 أيام في الخليج العربي في فبراير، جمعت أكثر من 300 من المستثمرين الرئيسيين وشركاء الوساطة وأعضاء المجتمع. واستمرت الاحتفالات في أبريل مع حدث وضع حجر الأساس، إيدانا ببدء هذا المشروع الطموح.

منذ تأسيسها في عام 2005، بنت شركة أكوا العقارية سمعة قوية للتميز. ومع إطلاق مشروعها السابع «ذا سنترال داون تاون»، أثبتت الشركة مرة أخرى قدرتها

على تحقيق أعلى معدل مبيعات في تاريخها، مما يجعلها أكبر مشروع من أربعة أبراج تقدم استوديوهات وشققا تتراوح بين غرفة واحدة إلى ثلاث غرف نوم، ويضم مستوى بوديوم بمساحة 200.000 قدم مربع مع أكثر من 25 وسيلة راحة، بما في ذلك محاكى الجولف، وملعب سباحة بأمواج صناعية، وملعب كرة السلة، وسينما خارجية، وملعب بادل تنس، ومزرعة عضوية. بالإضافة إلى ذلك، يوفر مركز تجاري بمساحة 150.000 قدم مربع أسفل هذه الأبراج المتصلة.

مع ما يقرب من عقدين من الخبرة في الصناعة، تواصل شركة أكوا العقارية تقديم خدمات استثنائية، وضمان رضا العملاء من خلال استراتيجيات تسعير تنافسية وللاحتفال بنجاح «ذا سنترال داون تاون»، استضافت شركة أكوا العقارية رحلة بحرية فاخرة لمدة 3 أيام في الخليج العربي في فبراير، جمعت أكثر من 300 من المستثمرين الرئيسيين وشركاء الوساطة وأعضاء المجتمع.

واستمرت الاحتفالات في أبريل مع حدث وضع حجر الأساس، إيدانا ببدء هذا المشروع الطموح. منذ تأسيسها في عام 2005، بنت شركة أكوا العقارية سمعة قوية للتميز. ومع إطلاق مشروعها السابع «ذا سنترال داون تاون»، أثبتت الشركة مرة أخرى قدرتها