

خلال استبيان جديد بالتعاون مع «يوجوف»

بيت.كوم: 81 في المئة من المهنيين في المنطقة متفانون في عملهم

الرتاب الأساسي يجز كجانب حاسم بالنسبة لـ 54 في المئة من المشاركين إهمال اقتراحات الموظفين يؤدي إلى إلحاق ضرر كبير بتفانيهم في أداء مهام عملهم



علا حداد

علا حداد: فهم واستيعاب ولاء الموظفين أمر بالغ الأهمية عند التعامل مع شكل سوق العمل 54 في المئة من الموظفين يوصون بشركتهم كأفضل مكان للعمل و68 في المئة يفخرون بالترويج لمؤسساتهم

كشف «بيت.كوم»، أكبر موقع للوظائف في الشرق الأوسط، في استبيان جديد له حول «مستوى ولاء الموظفين لمؤسساتهم في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا»، بالتعاون مع «يوجوف»، الشركة الرائدة المتخصصة في مجال أبحاث السوق، عن العوامل التي تحفز ولاء المهنيين والموظفين للمؤسسات التي يعملون بها، وتحديد العوامل التي يمكن أن تحد من الشعور بالولاء والانتماء لأماكن العمل.

وفيما يعد مؤشرا على مدى الاستقرار داخل سوق العمل في المنطقة، أفاد غالبية المشاركين في الاستبيان ويمثلون نسبة 55 في المئة بأنهم مستمرين في العمل بنفس وظائفهم الحالية لفترة تمتد لأكثر من أربع سنوات. كما يتزامن هذا النوع من الاستقرار الوظيفي مع حالة الرضا عن مكان العمل، حيث يشير ثلاثة من كل خمسة موظفين تقريبا إلى رضاهم عن أصحاب عملهم الحاليين. وتشير النتائج إلى أن 33 في المئة من الموظفين الحاليين يصفون أنفسهم على أنهم «مخلصون للغاية» لمؤسساتهم، مع شعور 23 في المئة آخرين بأنهم «مخلصون إلى حد ما».

ومع ذلك، فإن الشعور بالولاء لمكان العمل لا يخلو من التحديات، حيث يسيطر الاستبيان الضوء على أن أحد أهم الأسباب البارزة وراء عدم شعور الموظفين بالولاء التام يعود إلى قلة الثقة في إدارة مؤسساتهم، وهو ما يشير إليه نحو 48 في المئة من المشاركين في الاستبيان. بينما ينظر 39 في المئة من المشاركين إلى عدم الشعور بالأمان الوظيفي باعتباره مصدر قلق يؤثر على مدى ولاء الموظفين إلى أماكن عملهم.

وعلى الرغم من وجود بعض الجوانب التي تتنبأ قلق الموظفين، فقد كشف الاستبيان عن أن الغالبية العظمى من الموظفين وبنسبة 81 في المئة متفانون في عملهم ويتمتعون بمستوى عال من الاهتمام بإداء وظائفهم، ما يدل على مدى انخراطهم في الأنشطة اليومية داخل مؤسساتهم. كما أن 38 في المئة من الموظفين يُظهرون مستوى رائعًا من الولاء لمؤسساتهم الحالية من خلال اختيار البقاء والعمل لفترات أطول، حتى عند تلقي عروض العمل أكثر جاذبية من أماكن أخرى.

وقالت علا حداد، المدير العام في بيت.كوم:

«إن فهم واستيعاب ولاء الموظفين هو أمر بالغ الأهمية عند التعامل مع شكل سوق العمل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث يكشف الاستبيان عن وجود علاقة قوية بين الثقة في قيادة المؤسسات وولاء الموظفين لها». وأضافت أنه «مع سعي أماكن العمل إلى التميز، أصبح من الواضح بشكل متزايد أن شفافية الإدارة وتقديرها لمساهمات قوتها العاملة تشكل حجر الأساس لبناء فريق عمل مخلص ومنحدر في أداء مهامه الوظيفية على أكمل وجه». وأضافت علا حداد أن «تحقيق التوافق بين أهداف الباحثين عن عمل والفرص الوظيفية المناسبة هو الأولوية القصوى لموقع بيت.كوم»، وأضافت أنه «من خلال أكبر قاعدة بيانات عن الوظائف في الشرق الأوسط تضم أكثر من 50 مليون باحث عن عمل وأكثر من 40 ألف وظيفة شائعة، نضمن أن يجد الباحثون عن عمل الوظائف التي تناسبهم، وأن يكتشف أصحاب العمل المرشحين المثاليين للانضمام إلى فرق عملهم، مما يضمن الرضا المتبادل».

من حيث العوامل التي تساهم في تعزيز ولاء الموظفين، أفاد الاستبيان أن الراتب الأساسي يبرز كجانب حاسم بالنسبة لـ 54 في المئة من المشاركين، يليه مدى ملاءمة الموظف للوظيفة التي يشغلها بنسبة 36 في المئة، كما تمثل المزايا الإضافية من المؤسسة أهمية بنسبة 32 في المئة. ولتعزيز الولاء بين الموظفين، طالب 60 في المئة من المشاركين في الاستبيان من أصحاب العمل بضرورة التركيز على زيادة المبادرات التحفيزية والمكافآت التي تظهر تقدير المؤسسة

لوظائفها، فيما ذكر 52 في المئة أهمية تقديم فرص للنمو الوظيفي، وأشار 50 في المئة منهم إلى أهمية عقد منتديات منتظمة لمناقشة وفهم ومعالجة شكاوى الموظفين.

وأوضح الاستبيان أن الفوائد الملموسة لتعزيز مستويات عالية من ولاء الموظفين متنوعة، وتتضمن تحسين جودة العمل بنسبة 74 في المئة، واستعداد الموظفين لبذل المزيد من الجهد بنسبة 67 في المئة، وانتشار الآراء الإيجابية عن الشركة بنسبة 65 في المئة.

من ناحية أخرى، فقد حدد الاستبيان العديد من العوامل المحتملة وراء تراجع الشعور بالولاء لمكان العمل. موضحاً أن 56 في المئة من المشاركين في الاستبيان يرون أن إهمال اقتراحات الموظفين قد يؤدي إلى إلحاق ضرر كبير بتفاني الموظفين في أداء مهام عملهم، كما يشير 54 في المئة من الموظفين إلى أبعاد العمل الثقيلة أو التوزيع غير المتساوي للمسؤوليات، ويؤكد 51 في المئة على تأثير الاقتناع إلى التواصل المفتوح بين الموظفين ومديريهم المباشر، واعتبر 48 في المئة أن تكليف الموظفين بعمل غير مستعدين له يعد من المصادر الرئيسية لعدم الرضا والتي قد تؤدي إلى تدهور ولاء الموظفين.

وفي سياق متصل، ينظر 54 في المئة من الموظفين إلى شركتهم بشكل إيجابي بما يكفي لتوصية الآخرين بها كمكان مناسب للعمل.

وعلاوة على ذلك، أعرب 68 في المئة من الموظفين عن فخرهم بمناقشة منتجات وخدمات شركتهم، وهو ما يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على سمعة المؤسسة.

وقال ظفر شاه، مدير الحسابات في «يوجوف»: «إن نتائج الاستبيان هذا العام تؤكد العلاقة القوية بين الأمان والرضا الوظيفي من جانب، والولاء للمؤسسة من جانب آخر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إذ تشير البيانات، إلى أن الموظفين الذين يشعرون بالتقدير من خلال التعويض العادل لجهوداتهم الوظيفية والملازمة المهنية وفرص العمل هم أكثر ميلا إلى الشعور بمزيد من المشاركة في مكان عملهم والتحدث عن منتجات وخدمات شركاتهم بشغف». وأضاف أن «الشعور بالانتماء هو ما يميز الموظفين المخلصين للغاية عن غيرهم».

«برقان» يحتفل بتخرج 18 طالبة موهوبة من برنامج «Empower Her»



بشار القطان

مهارات استثنائية وجسدن روح الابتكار والقيادة. نتطلع إلى مشاهدة نجاحهن المستمر ومساهماتهن في تطور المجتمع والقطاع المصرفي». وصمّم بنك برقان برنامج «Empower Her» لتعزيز المهارات بعد الدراسة الأكاديمية عن طريق التجربة المهنية على أرض الواقع، حيث أتاح الفرصة للمشاركة لاكتساب خبرة عملية في مختلف أقسام العمل في القطاع المصرفي عبر دورات تدريبية أسبوعية مكثفة، إلى جانب زيارتهن لفروع البنك والتعرّف على الأقسام المتنوعة. كذلك تم اختيار اللطالبات مرشدات لهن من قيادات نسائية في بنك برقان بما يتناسب مع شخصياتهم واهتماماتهم، الأمر الذي يضمن لقيادات البنك في المستقبل مواصلة دورهن في تمكين الأجيال القادمة من النساء الطموحات.

كما ركّز برنامج التدريب الصيفي على صقل المهارات الأساسية اللازمة للنجاح في العمل، مثل مهارات التواصل، والذكاء العاطفي، والعمل الجماعي، والمهارات الاجتماعية. وتجدر الإشارة إلى أن بنك برقان يتمتع بموقع ريادي متقدم في مجال المساواة بين الجنسين في الكويت، حيث تشكل النساء نحو 45 في المئة من إجمالي عدد موظفيه. ويعتبر برنامج Empower Her واحدا من العديد من البرامج المميزة ضمن التصميم المطور للبنك لضمان النمو والتطور المستمر لكوادره النسائية سواء من موظفات البنك أو الكفاءات الكويتية كافة.

احتفل بنك برقان مؤخراً بتخرج 18 طالبة موهوبة بعد إتمامهن برنامج التدريب الصيفي «Empower Her»، والذي أقيم في الفرع الرئيسي للبنك بحضور ممثلين عن الإدارة التنفيذية، ومجموعة من القيادات النسائية الرائدة، وأولياء أمور الخريجات، حيث تم خلال الحفل عرض مشروع تخرجهن تحت عنوان «قدوتي النسائية»، بالإضافة إلى تسليم الضوء على أبرز إنجازات الطالبات خلال البرنامج الذي استمر لمدة ثلاثة أسابيع.

ان تنظيم بنك برقان لبرنامج التدريب الصيفي «Empower Her» يأتي في إطار برنامجه الشامل للمسؤولية الاجتماعية، وانطلاقاً من التزامه بإستراتيجية تطوير رأس المال البشري، واستمرار جهوده في تمكين المرأة، وتطوير الكوادر المهنية الشابة ودعمها للوصول إلى مراكز قيادية من أجل الارتقاء بمكانتها كعنصر فعال في المساهمة بالتنمية في مختلف المجالات.

وبهذه المناسبة، قال بشار القطان، مدير تنفيذي بالإنابة - قسم التعلم وتطوير الكفاءات في بنك برقان: «فخورون جدا بإحتفالنا اليوم بتخرج 18 طالبة موهوبة من برنامج التدريب الصيفي «Empower Her». إن تفانيهن في العمل وإنجازتهن الرائعة طوال البرنامج والمتوسطة التي تعانين من وطوح وشغف». وأضاف: «نحن ملتزمون بدعم هذه المواهب وتوفير الفرص أمامهن لتحقيق النمو المهني والتميز. لقد أظهرت تلك الشابات

تدعم وبقوة الشركات الصغيرة والمتوسطة

«ويبيدو»: «جويس» ستحدث تحولاً نوعياً في مجال التسويق عالمياً

ومن خلال نموذج يستم بتكلفة منخفضة وتوفير خيارات معيارية مرنة، يتيح حل «جويس» التقني للشركات الصغيرة والمتوسطة الدفع مقابل ما تحتاج إليه من خدمات وإضافة ميزات مع تطور احتياجاتها. ويتضمن «جويس» العناصر الأساسية لأي عمل تجاري، مثل القوائم وإدارة المراجعة.

ونظرا لأن الأشخاص اليوم يقومون بالتحقق أولا من تواجد الشركة وسمعتها عبر الإنترنت، فإن إدارة هذه العناصر بشكل فعال تسهم في تعزيز الرؤية والمصداقية.

وستشمل التحديّثات اللاحقة التي ستجرى على المنتج خلال الأشهر القليلة المقبلة، إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وإدارة الحملات الإعلانية، المتكاملة، والتحليلات المتقدمة، وتعزيز إدارة علاقات العملاء، ومساعدة الذكاء الاصطناعي المتقدمة، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية القصيرة، وحملات الواتساب، وغيرها من الميزات الأخرى. وتهدف هذه التحديّثات إلى تزويد الشركات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة شاملة من الأدوات لتعزيز جهودها التسويقية وتبسيط عملياتها التجارية، بما يضمن قدرتها على المنافسة حتى أمام الشركات الكبيرة.

بالإضافة إلى ذلك، بالنسبة للشركات مثل البنوك وشركات الاتصالات والهيئات الحكومية، ستتضمن تحديّثات «جويس» القادمة ميزات ونماذج الوكالات، ونماذج الموزعين، ما يوفر أداة قوية للشركات الصغيرة والمتوسطة والشركاء على حدٍ سواء.



جانب من فعالية الإطلاق العالمي لـ «جويس»

والمتوسطة برمّته وتلبية احتياجاتهم لتفعيل الحلول الابتكارية والمتكاملة. ونظرا للفرص الوافرة المتاحة عبر التكيف الفعال والأمن للذكاء الاصطناعي والتي تتمثل في تعزيز الإنتاجية وقابلية التطور والتوسع، فإن إطلاق «جويس» يعتبر مثالا واضحا على حرص مركز «إنوفيشن هب» التابع لمركز دبي المالي العالمي على تمكين الشركات الناشئة ولتلبية متطلباتها. كما تهدف إلى إبرام شراكات مع البنوك وشركات الاتصالات والحكومات والهيئات الاقتصادية والتجارية المرتبطة بدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة لدعم أهداف التحول الرقمي الطموحة في المنطقة».

ويهدفه المناسبة، قال محمد البلوشي، الرئيس التنفيذي لمركز «إنوفيشن هب» في مركز دبي المالي العالمي: «نحن وببيدو على إطلاق حلنا التقني الجديد جويس، الذي تواصل من خلاله اعتماد النهج الابتكاري ودفع حدود المألوف بما يخدم مصالح مجتمع الشركات الصغيرة

معقولة ومدعوم بقدرات الذكاء الاصطناعي. ويتيح لنا تعاوننا الاستراتيجي مع مركز «إنوفيشن هب» التابع لمركز دبي المالي العالمي الفرصة لتطوير منظومة الذكاء الاصطناعي، بما يمكننا من تصميم عروض منتجاتنا لتلبية احتياجات قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة الحيوي والمتنامي في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا».

من جانبها، قالت كيتاكي بانجا، الرئيس التنفيذي والمؤسس المشارك لدى «ويبيدو» الشرق الأوسط وأفريقيا: «تمثل القدرة على الاستفادة من إمكانات الذكاء الاصطناعي تحد كبير للعديد من الشركات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بسبب افتقارها إلى غالبية ما تحتاجه الشركات إلى ما بين 5 إلى 15 أداة مختلفة عبر وظائف التسويق، ما يجعل مواءمة الابتكار أمرا معقدا ومكلفا في الوقت نفسه. وباستخدام جوي Jooice، نقوم بدمج وظائف التسويق

أعلنت «ويبيدو»، الشركة المتخصصة في الذكاء الاصطناعي والحائزة على عدة جوائز، عن الإطلاق العالمي لحلها التقني المتكامل للتسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي «جويس» «Jo-ice» للشركات الصغيرة والمتوسطة. ويمثل الحدث، الذي أقيم في مجمع «كامبس دبي للذكاء الاصطناعي» بالتعاون مع مركز «إنوفيشن هب» في مركز دبي المالي العالمي، محطة بارزة ضمن جهود «ويبيدو» لإتاحة الفرصة للشركات مختلف الأحجام للوصول إلى الابتكار. ويعمل حل «جويس» الحائز على براءة اختراع، على تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من الاستفادة من إمكانات الذكاء الاصطناعي، والتغلب على التحديات التكنولوجية وتبسيط جهودها التسويقية، بما يوفر منصة بأسعار معقولة تهدف إلى تعزيز استدامة النمو والنجاح. وتتماشى هذه الخطوة مع رؤية الحكومة لدعم قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز حجم توسعها في ظل تسريع عملية التنوع الاقتصادي في الدولة.

من جانبه، قال جيوفاني فاريسي، المؤسس المشارك والمدير العام العالمي لدى «ويبيدو»: «يسعدنا أن نعلن عن الإطلاق العالمي للحل التقني «جويس» من الإمارات، التي تعد المركز الدولي المتنامي للابتكارات القائمة على الذكاء الاصطناعي. وسيسهم «جويس» في إحداث تحول نوعي في مجال التسويق للشركات الصغيرة والمتوسطة من خلال تقديم حل شامل وسهل الاستخدام وبأسعار

البنك التجاري يزور جزيرة قاروه



جانب من الزيارة

«التجاري» الأنشطة الهادفة إلى المحافظة على البيئة البحرية، وتحظى باهتمام كبير ضمن أجندة وأنشطة المسؤولية الاجتماعية والاستدامة لديه». وأضافت أن هذه الزيارة إلى جزيرة قاروه جاءت بغرض تعزيز الوعي المجتمعي بأهمية المحافظة على البيئة، والمشاركة في توعية رواد البحر بكيفية المحافظة على البيئة البحرية والتقليل والتخلص من النفايات بصورة حضارية وتشجيع الآخرين على احترام البيئة البحرية.

وتابعت الورع مبيّنة أن الزيارة اشتملت على توزيع أكياس صديقة للبيئة منها أكياس للمهملات تستعمل لمرات عديدة، إضافة إلى الكثير من الهدايا المتعلقة بالأنشطة البحرية التي يمكن الاستفادة منها.

وقد لاقت هذه الزيارة تفاعلاً كبيراً واستحسان رواد الجزيرة، الذين رحبوا بفريق البنك التجاري، وشكروا البنك على المساهمة والدور الفعال والأنشطة الهادفة لحماية البيئة الكويتية من التلوث.

في إطار جهود البنك الرامية إلى المحافظة على البيئة ضمن مبادرة التحول الأخضر Go Green، وإيماناً منه بأهمية الاستدامة البيئية والمسؤولية الاجتماعية، قام قطاع التواصل المؤسسي في البنك التجاري الكويتي، بزيارة إلى جزيرة قاروه وهي إحدى الجزر الكويتية الرملية الجميلة حيث يمكن الاستمتاع بالغطس والسباحة وقضاء يوم كامل هناك.

وفي هذا الصدد قالت نائب مدير عام قطاع التواصل المؤسسي في البنك أمانى الورع: «مما لا شك فيه أن الحياة البحرية لها قيمة كبيرة في نفوس الشعب الكويتي حيث أنها كانت المصدر الرئيسي لحياة الأبناء والأجداد وتمثل لجيل اليوم والغد فرص وأعدة بما تحويه من كنوز جمالية وثروات طبيعية وسياحية، إلا أن التلوث يهدد الحياة البرية والبحرية على السواء وعلى وجه الخصوص الاستخدام المتزايد للمواد البلاستيكية وما لها من تأثير سلبي كبير على حياة الكائنات البحرية. ومن هذا المنطلق، يدعم