بحسب دراسة متخصصة أعلنت عنها

«أفايا»: أسواق المنطقة تشهد تزايداً في الطلب على الحلول الشبكية من قبل المؤسسات

معن الشكرجي

أعلنت «أفايا»، المزود العالمي الرائد للأنظمة والخدمات وحلول التواصل بين العملاء وفرق عمل المؤسسات، أن الحلول الشبكية اللاسلكية باتت تشهد اعتماداً متزايداً من قبل المؤسسات الحكومية والشركات من مختلف الأحجام؛ وذلك نظراً للتوجهات السائدة في الأسواق كالحلول المتنقلة، وتقنيات استخدام الأجهزة الخاصة في مكان العمل، وانترنت الأشياء، والتي من شأنها تعزيز تحويل خدماتها نحو القنوات الرقمية آمنة.

يذكر أن شركة «أفايا» قد سجلت خلال الأشهر الستة الماضية نمو مبيعات الحلول اللاسلكية ثلاث مرات في أسواق آسيا، وأوروبا، والشرق الأوسط، وافريقيا، حيث تسعى المؤسسات في هذه الأسواق إلى بناء بيئة تقنية آمنة للتواصل مع عملائها عبر الحلول المتنقلة واللاسلكية. ومن ناحية أخرى، فإن الوتيرة المتسارعة للأعمال التي يشهدها العالم اليوم جعلت من المكلف بالنسبة للشركات الاعتماد على الحلول التقليدية، حيث بات الموظفون في الوقت الحالي بحاجة للتنقل بحرية خلال يوم عملهم والوصول إلى المعلومات التي يحتاجون إليها بشكل آمن متى وأينما كانوا في حاجة إليها.

ويجسد هذا النمو السعي المتزايد للشركات لاعتماد الحلول اللاسلكية المتطورة التي تقدمها «أفايا»، حيث توفر الشركة مجموعة واسعة من حلول التواصل اللاسلكية الآمنة وحلول التواصل الموحدة، والتي توفر وصولا أسهل وأكثر أمانا للمستخدمين. كما تساهم حلول «أفايا» اللاسلكية والمدعمة بالنسيج الشبكي الذي تطوره الشركة في تسهيل الوصول إلى الخدمات عبر شبكة الواي فاي وتسريع أداء التطبيقات المستخدمة، وبالتالي جعل اعتماد تقنيات انترنت الأشياء أكثر فعالية.

وبهذا الإطار، علق بول بلاك، مدير الاتصالات والإعلام وقطاع انترنت الأشياء لمنطقة الشرق الأوسط، وتركيا، وافريقيا في مؤسسة البيانات الدولية (IDC) قائلا: «نجحت العديد من المؤسسات في المنطقة بالوصول إلى أعتاب التحول الرقمي. تبحث هذه المؤسسات عن حلول فعالة من ناحية التكلفة، وقابلة للتطوير ومواجهة التحديات المستقبلية، وتلبية متطلبات العملاء بذات الوقت. إن اتباع المؤسسات لاستراتيجيات التحول الرقمي يساهم في مساعدتها على العمل بشكل استباقي وأكثر مرونة لتلبية متطلبات عملائهم، الأمر الذي يعد مطلبا أساسيا للعديد من مسؤولي قطاع تقنية المعلومات، حيث أن أكثر من 70 في المئة من المؤسسات تطلع لتحقيق تحول رقمي حقيقي خلال عام 2016، إن حلول التواصل اللاسلكية تتناسب تماما مع هذه المتطلبات، إضافة إلى تعزيزها لمبادرات التحول الرقمي التي تنتهجها المؤسسات.»

وبدوره، قال جميل الشرف، رئيس تقنية المعلومات في مجموعة يوسف بن أحمد كانو: «بعد إمداد الموظفين أينما كانو بقنوات آمنة للوصول إلى المعلومات والبيانات الداخلية للمؤسسات أمرا في غاية الأهمية، ويساهم بضمان أعلى مستويات رضا العملاء نحو الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات. وخاصة مع الأخذ بعين الإعتبار التحديات التي يواجهها قطاع الأعمال في المنطقة والعالم ككل. ومن ناحية أخرى، فإن حلول التواصل اللاسلكية الآمنة من شأنها أن تساهم بشكل كبير في تعزيز مستويات التعاون فيما بين موظفي المؤسسات، مما سيساعد على رفع إنتاجيتهم ورفع مستويات الكفاءة وبالتالي زيادة قيمة الخدمات المقدمة من خلال الإعتماد على هذه الحلول التقنية.»

ومن ناحيته، قال معن الشكرجي، رئيس شبكات «أفايا» في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وافريقيا وآسيا والمحيط الهادئ: «إن نسب النمو المتصاعدة التي نشهدها، تؤكد التوجه الذي تسجله أسواق المنطقة للاستثمار في الحلول اللاسلكية. إنه لمن الضروري أن نعمل على توفير حلول شبكية تساهم في تلبية متطلبات عملائنا، خاصة مع سعيهم نحو تحقيق تحول رقمي حقيقي. ولهذا، فقد طورنا في «أفايا» شبكات انترنت الأشياء بحيث تساهم بتوفير ميزات المرونة، والسلاسة، والقابلية على التوسع لهم بما يتناسب مع التوجهات السوقية المستقبلية.»

مبيعات الشركة للحلول اللاسلكية تشهد نمواً بثلاثة أضعاف بالتزامن مع توجهات اعتماد الحلول المتنقلة

OSN تعين عماد مرقص رئيساً تنفيذياً للمحتوى

عماد مرقص

أعلنت OSN، شبكة التلفزيون المدفوع الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، عن تعيين عماد مرقص رئيسا تنفيذيا للمحتوى، وهو منصب استحدثته الشبكة مؤخرا. وسيكون مرقص مسؤولا عن إدارة استراتيجية المحتوى المتكامل للشبكة. كما أنه مكلف بالاستحواذ على حقوق البرامج لبثها عبر جميع منصات OSN.

ويحظى مرقص بخبرة واسعة تزيد على 24 عاما في مجال البث التلفزيوني اكتسبها من عمله لدى العديد من الشركات الإعلامية الرائدة في الولايات المتحدة، وأوروبا، والشرق الأوسط. وقد شغل مرقص منصب نائب الرئيس الأول لتنمية الأعمال التجارية والرقمية في OSN. ويرفع تقاريره إلى ديفيد بوتوراك، الرئيس التنفيذي لشبكة OSN.

وعقب ديفيد بوتوراك بهذه المناسبة: «تكمن نقاط القوة التي تتميز بها OSN في محفظتها الواسعة من المحتوى الحصري المميز والمصمم خصيصا للعرض عبر جميع منصاتنا بما في ذلك القنوات التلفزيونية، وخدمة OSN Play، وخدمة التلفزيون المدفوع عبر الإنترنت Go online TV. ويتمتع مرقص برؤى وخبرات واسعة تتيح لنا تعزيز مكانتنا الرائدة في القطاع، حيث سيعمل على دعم المحتوى عبر منصاتنا المختلفة، وهو عامل جوهري لمواصلة نجاحنا.»

وقال عماد مرقص: «يتسم جمهور اليوم بالانتقائية حيال مضمون وأساليب متابعة المحتوى التلفزيوني، فهو يتشد مشاهدة المحتوى الأحدث بالتزامن مع عرضه حول العالم، وهذا يتطلب رؤية عالمية شاملة حول استراتيجيتنا الخاصة بالمحتوى عبر منصاتنا بغية توفير قيمة مستدامة لمشتركينا. لذا سنواصل التركيز على عقد شراكات عالمية مع أهم مزودي المحتوى والقنوات التلفزيونية الرائدة بالتوازي مع إنشاء المحتوى المحلي للحفاظ على تفوقنا كمزود رئيسي للمحتوى الترفيهي عالمي المستوى.»

ومن خلال منصبه الجديد، سيرتكز مرقص على استراتيجية OSN للمحتوى المتكامل من أجل تعزيز نمو الإيرادات، وإدارة التكاليف، وتحسين تجربة المشتركين. وسيكون مسؤولا كذلك عن عمليات الاستحواذ لحقوق البث عبر جميع المنصات، بالإضافة إلى البرامج والخدمات الإبداعية.

وبصفته جزء من الفريق الإداري للشبكة منذ عام 2007، لعب مرقص دورا رئيسيا في نمو الشبكة من خلال إنشاء شراكات جديدة وتوقيع اتفاقيات لقنوات عالمية. وقد كان المسؤول عن إطلاق المنصات الرقمية، OSN Play، وGO خدمة التلفزيون المدفوع عبر الإنترنت. كما قاد مرقص عملية الاستحواذ على شبكة بهلا، ليجعل الشبكة الوجهة الأولى للمحتوى الجنوب آسيوي المميز، بما في ذلك فعاليات الكريكيت، ولعب دورا أساسيا في تعزيز المحتوى الفلبيني عبر شبكة OSN.

انطلاقاً من عملها وفق إستراتيجيتها بدعم الشباب

«أولى» تمنح رعاية إعلامية لـ «البروتيجيز»

انطلاقا من حرصها على دعم جيل الشباب وتوجيه طاقاتهم لما فيه خير البلاد، وتماشيا مع برنامجها الرائد في المسؤولية الاجتماعية؛ قدمت أولى للتسويق الوقود المحلي رعايتها الإعلامية لبرنامج «البروتيجيز» الجيل السادس لعام 2016.

انطلق برنامج البروتيجيز في عام 2010، وهو برنامج ارشادي علمي ثقافي حضاري مخصص للشباب بين عمر 16 - 24 من كلا الجنسين يُعنى بكل الجوانب الثقافية و الاقتصادية من منظور محلي بحت يركز على خلق جيل شاب يتحلى بالقيادة والمعرفة بالإضافة إلى البعد الإنساني و الاجتماعي و يقود البروتيجيز مجموعة مميزة ومختارة بعناية من المرشدين في شتى المجالات لتوفير بيئة متنوعة وفريدة من نوعها.

حول هذه الرعاية، صرح م. عادل العوضي - الرئيس التنفيذي لأولى للوقود: « تمثل رعاية «أولى» نوعا من الدعم على مختلف أنواعه لطموح الشباب الكويتي لتحقيق أهدافهم وتطلعاتهم مع رفعة اسم وعلم دولة الكويت في الوقت ذاته في المحافل الدولية. كما تأتي هذه الرعاية تنفيذا لرؤية واستراتيجية الشركة حول توزيع وتنويع الرعايات التي تقدمها بما يخدم المجتمع بشكل فعال».

ومن جهتها، صرّحت م.دانه حماده - مدير مشروع برنامج البروتيجيز- قائلة: «أن هذا البرنامج يهتم بالدرجة الأولى بتنمية الطاقات البشرية للشباب في الوطن العربي وليس الكويت فقط و كما أننا نؤمن بأن هذه الأجيال تستحق بأن تلقى الأفضل لتقوية شخصيتهم. كما نؤمن بأن هؤلاء الشباب لديهم طاقة هائلة لا تحصى ويحتاجون إلى إخراجها ليكونوا مؤثرين في المستقبل، وأن من شأن هذه المساعدات التي تأتي من الشركات أن تحفزنا لإستكمال مسيرة البرنامج والإستمرار في مساعدة الشباب في حياتهم».

«الخطوط التركية» تبدأ رحلاتها المباشرة إلى دوبروفنيك في كرواتيا

الخطوط الجوية التركية

أعلنت الخطوط الجوية التركية عن تدشين رحلاتها المباشرة إلى مدينة دوبروفنيك، لتصبح بذلك ثاني مدينة تخدمها الناقلة في كرواتيا بعد العاصمة زغرب، وذلك منذ 10 مايو الجاري بمعدل 3 رحلات في الأسبوع حاليا على أن يرتفع هذا الرقم إلى 5 رحلات اعتباراً من 31 مايو، و6 رحلات من 29 أغسطس.

وتتوافر الأسعار المبدئية للرحلات ذهابا وإيابا، من اسطنبول إلى دوبروفنيك، بدءا من 99 دولارا أمريكيا، ومن دوبروفنيك إلى اسطنبول 99 يورو (شاملة الضرائب والرسوم).

وعلاوة على ذلك، ولمدة ستة أشهر من تسيير الرحلات إلى الوجهة الجديدة، سيكون هناك عرض خاص لأعضاء برنامج «مايلز آند سمايلز»، بتخفيض قدره 25 في المئة في الأميال المطلوبة لاستبدال تذاكر الجوائز أو الترقيات.

الربع الأول للسنة المالية 2016

«ماركة» تحقق إيرادات إجمالية بقيمة 75.7 مليون درهم

خالد المهيري

أعلنت «ماركة»، شركة التجزئة الرائدة الأولى المدرجة في سوق دبي المالي عن نتائجها المالية الأولية للربع الأول من عام 2016. وبالنسبة للأشهر الثلاثة المنتهية في 31 مارس 2016 أوردت الشركة أنها حققت إيرادات إجمالية قدرها 75.730 مليون درهم، و خسائر صافية بقيمة 18.138 مليون درهم. من ناحية أخرى، سجلت العمليات التشغيلية خسارة صافية قدرها 4.979 مليون درهم خلال الربع الأول من عام 2016

وقال خالد المهيري نائب رئيس مجلس الإدارة والعضو المنتدب في شركة «ماركة»: «على الرغم من التحديات الاقتصادية، تستمر ماركة بإحراز التقدم في خطة أعمالها لبناء محفظة غنية بالعلامات التجارية المميزة في قطاعات الضيافة والأزياء والجمال. وبناء عليه، كلي ثقة أن من خلال القيادة الكفوءة التي تمتاز بها إدارتنا والخبرة الوافية التي يمتلكها فريق عملنا في مجال الضيافة والتجزئة، أننا قادرون على تعزيز محفظة مساهمينا المالية بقيمة طويلة الأمد ونتائج أفضل خلال الفترة المتبقية من عام 2016.»

وبالنسبة لعام 2016، تخطط ماركة لافتتاح أربعة فروع جديدة لسلسلة مطاعم «ريم البوادي»، وثلاثة فروع أخرى لسلسلة مراكز «تشيكي مونكيز بالايلاند» وجهة الألعاب الرائدة بمفهوم «التعليم الترفيهي»، ومتجرا لعلامة «موديلز سبورتينغ جودز» الرياضية في العين. وتأتي هذه المبادرات المستقبلية بافتتاح مزيد من الفروع لعلاماتها خلال العام 2016. في أعقاب إعلان الشركة مؤخرا عن عزمها التوسع خارج دولة الإمارات العربية المتحدة. في هذا السياق، ستقوم «ماركة» بإطلاق كل من علامة «موربللیز جيلاتو» لآيس كريم، وعلامتي «سيتي شيك» و«ويل» في قطاع الازياء، وعلامة «دين فان» للمجوهرات، في سوق قطر خلال الربع الثالث من عام 2016. كما تعتزم قريبا الإعلان عن اتفاقية تقضي بطرح عشرة مشاريع امتياز تحمل علامة «تشيكي مونكيز» في أسواق المملكة العربية السعودية، على مدى السنوات الخمس المقبلة.

أبرز نتائج العمليات التشغيلية للربع الأول من عام 2016:

- افتتاح «ريم البوادي» في رأس الخيمة
- افتتاح «تشيكي مونكيز بالايلاند اند سيربرايزس» في رأس الخيمة
- افتتاح «نايكي» في العين
- افتتاح دين فان، كارفن و إستسيال في التوسعة الجديدة من سيتي واك في دبي
- إطلاق علامة «آيكونز» لأول مرة في دبي ضمن فرعين مدمجين داخل متجرين تابعين لعلامة «موديلز»، في مول الإمارات وسيتي سنتر مردف

تدير ماركة حاليا عمليات تشغيلية عبر 50 متجر ينضوي تحت محفظة علاماتها التجارية في قطاعات الضيافة والأزياء الجمال. وتعتزم الشركة مضاعفة هذا الرقم على مدى العامين المقبلين.

الشركة تعزز خططها التوسعية لبناء محفظة علاماتها في قطاعات الضيافة والجمال والأزياء

خلال الربع الأول من العام

بنك «ABC» الإسلامي يحقق 4.4 ملايين دولار أرباحاً صافية

بنك ABC

أعلن بنك ABC الإسلامي اليوم أن الأرباح الصافية للربع الأول من العام 2016 بلغت 4.4 مليون دولار أمريكي، أي أقل بنسبة 27 في المئة قياسا على الأرباح الصافية لنفس الفترة من العام السابق التي بلغت 6.1 مليون دولار أمريكي والتي تضمنت ايرادا غير متكرر. ولكن بالمقارنة مع أرباح الربع الأخير من العام 2015 البالغة 3.6 مليون دولار أمريكي فقد ارتفعت الأرباح بنسبة ممتازة بلغت 22 في المئة.

بلغ دخل الهوامش خلال الربع الأول 5.1 مليون دولار أمريكي، مقارنة مع 5.2 مليون دولار أمريكي لنفس الفترة من العام السابق. وانخفضت الرسوم والعمولات ومبيعات الاستثمار بمقدار 1.4 مليون دولار أمريكي وذلك لأن أرباح الربع الأول من العام الماضي تضمنت ايرادا غير متكرر. وارتفع إجمالي دخل التشغيل قليلا وبلغ 1.7 مليون دولار أمريكي، مقارنة مع 1.6 مليون دولار أمريكي خلال الربع الأول من العام 2015.

وبلغ مجموع حقوق المساهمين في 31 مارس 2016 نحو 288 مليون دولار أمريكي مقارنة مع 283 مليون دولار أمريكي في نهاية عام 2015. وظلت القاعدة الرأسمالية للبنك قوية جداً حيث بلغ معدل كفاية رأس المال 28.5 في المئة.

وبلغ إجمالي قيمة موجودات بنك ABC الإسلامي 1.361 مليار دولار أمريكي في نهاية الربع الأول، مقارنة مع 1.344 مليار دولار امريكي في نهاية عام 2015.

وفي تعليق له حول هذه النتائج المالية قال السيد نافيد خان، العضو المنتدب لبنك ABC الإسلامي: «لقد واجهنا بعض التحديات خلال الربع الأول هذا العام بسبب التباطؤ الاقتصادي في المنطقة وفي قطاع العقارات والمقاولات، الأمر الذي تطلب اتخاذ خطوات لتقليل المخاطر في الميزانية العامة. وبالرغم من اتخاذ هذه الإجراءات الوقائية فقد حافظ البنك على نفس مستوى دخل الهوامش الذي حققه في العام الماضي وبزيادة طفيفة في المصاريف. وبالرغم من النظرة المستقبلية السلبية للأوضاع الاقتصادية في المنطقة، فنحن على ثقة بأن إجراءات تقليل المخاطر التي اتخذناها سوف تؤدي الى استقرار محفظة الأصول».