الأنباء
الاربعاء 19 سبتمبر 2018
لمشاهدة الصفحة PDF

التتويج الخامس على التوالي من "تيليكوم وورلد"

"زين" أفضل علامة تجارية في الشرق الأوسط للعام 2018

حصدت مجموعة زين جائزة «أفضل علامة تجارية» في قطاع الاتصالات في أسواق الشرق الأوسط خلال مراسم حفل توزيع جوائز تيليكوم وورلد للعام 2018 الذي استضافته دبي مؤخرا، وهو التتويج الخامس على التوالي لعلامتها التجارية في هذا الحدث الإقليمي.

وذكرت زين التي تملك وتدير 8 شبكات اتصالات متطورة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا في بيان صحافي أمس أن لجنة التحكيم التي شكلتها مؤسسة «terrapin» المسؤولة عن تنظيم فعاليات المؤتمر السنوي لجوائز تيليكوم وورلد منحتها الجائزة تقديرا للنجاح المتواصل الذي تحققه العلامة التجارية «زين» في أسواقها، والذي جاء مدفوعا بالتطورات الملموسة التي تحققها مبادراتها في مجالات الابتكار الرقمي.

وأوضحت المجموعة أنها واصلت تنفيذ مشاريعها في تحديث وتطوير الشبكات، وتعزيز مبادراتها في مجالات الابتكارات التكنولوجية، وهو ما عزز جهودها في تحسين تجربة العملاء، كما أنها دفعت بجهودها في تكثيف حملاتها التسويقية المبتكرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى سلسلة المبادرات التي نفذتها خلال هذه الفترة في مجالات الاستدامة على مستوى أسواق الشرق الأوسط في القطاعات التعليمية والصحية والاجتماعية.

وأفادت بأن فعاليات المؤتمر السنوي لجوائز تيليكوم وورلد تجمع كبرى المؤسسات والشركات الإقليمية والدولية، حيث تركز على الأداء المتميز في المجالات الرئيسية في صناعة الاتصالات، والإسهامات الحيوية التي يقدمها اللاعبون الرئيسيون في هذه الصناعة على مستوى أسواق المنطقة.

الجدير بالذكر أنه وبعد مرور 10 سنوات على إطلاقها، شهدت علامة زين التجارية تحديثا في التصميم، وبينما خدمت العلامة التجارية زين بشكل مميز عملاءها على مدار هذه السنوات، فإن ذلك التحديث جاء ليعكس ديناميكية العالم من حولها، كما أنه يعكس تفاصيل رحلة طموحاتها المتعلقة باستراتيجية نمط الحياة الرقمي.

وإذ تتحرك زين بثقة وثبات نحو بناء عالمها الرقمي الخاص بها، فإنها تستثمر بكثافة في الترويج لعلامتها التجارية، وفي خدماتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي بما يسهم في زيادة مستويات الولاء بين العملاء، بالإضافة إلى اجتذاب عملاء جدد، ومنذ أن تم استحداثها وطرحها في العام 2007، ظلت العلامة التجارية زين معترفا بها في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا باعتبارها أفضل علامة تجارية في مجال صناعة الاتصالات في مناسبات عديدة من جانب مؤسسات إقليمية ودولية متنوعة، وهذا الأمر استمر خلال العام 2018، وللعام الخامس على التوالي يقع الاختيار على علامة زين التجارية للفوز بلقب «أفضل علامة تجارية للاتصالات في الشرق الأوسط» خلال حفل توزيع جوائز مؤسسة تيليكوم وورلد.

الرئيس التنفيذي للشؤون التجارية في مجموعة «زين» دنكن هوارد يتسلم الجائزة

وقال الرئيس التنفيذي للشؤون التجارية في مجموعة زين دنكن هوارد «تطمح زين لأن تفتح علامتها التجارية آفاقا جديدة من الفرص لعملائها، والمساعدة في تحويل المجتمعات إلى تبني أساليب الحياة الرقمية، وربطهم بالفرص التي من الممكن أن توفرها الخدمات الرقمية».

وأضاف هوارد: «هذه التوجهات الاستراتيجية ستساعدنا في دفع الطلب على محفظة خدماتنا، وتعزيز ولاء العملاء، وبفضل هذا التركيز والتوجه، فإن لدينا تفاؤلا كبيرا بالفرص التي تنتظرنا، وبقدرتنا على تعزيز مكانتنا في أسواق المنطقة، وتقديم أفضل تجربة عملاء على الإطلاق».

وكانت مجموعة زين وجهت تركيزها على تعزيز وتطوير شبكاتها لتقديم أفضل التقنيات والخدمات الرقمية، حيث استثمرت "زين" في توسيع وتحديث شبكات الجيل الثالث، وشبكات الجيل الرابع LTE، وفي وقت سابق من هذا العام، أبدت زين دعمها لمجالات الابتكار الرقمي في المنطقة باعتبارها الراعي الرئيسي لمنافسات منتدى MIT لريادة الأعمال في العالم العربي، وهو الحدث الذي يدعم توليد الأفكار الناشئة في البلدان العربية.

كما تقوم «زين» برعاية سلسلة واسعة من المبادرات الرقمية والمشاريع الناشئة، حيث افتتحت مؤخرا مركز زين للإبداع (ZINC) في مقرها الرئيسي، وهو عبارة عن منصة تجمع مبادرات ريادة الأعمال، وتعزيز روح العمل المشترك للشركات الناشئة في الكويت، بهدف تمكين وبناء قدرات رواد الأعمال، واحتضان وتسريع الأعمال لأصحاب المشاريع الناشئة.

مع العلم أن إجمالي متابعي مجموعة زين وشركاتها التابعة على شبكات التواصل الاجتماعي ارتفع عن العام الماضي بنسبة 20٪، فقاعدة متابعيها على فيسبوك تتعدى الـ 10 ملايين متابع، وأكثر من 7 ملايين متابع عبر تويتر، وأكثر من 1,3 مليون عبر تطبيق انستغرام، وعلى مدار السنوات الخمس الماضية، شهدت قنوات المجموعة على YouTube أكثر من 250 مليون مشاهدة، كما تنشط زين على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل سناب شات، وLinkedIn.

بحسب تقرير لـ "إرنست ويونغ":

53٪ من المديرين التنفيذيين في المنطقة يدرجون الذكاء الاصطناعي ضمن أجنداتهم

أشار 53٪ من كبار المديرين التنفيذيين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إلى أن الذكاء الاصطناعي والتشغيل الآلي للعمليات الروبوتية هما أبرز التقنيات على أجندات مجالس إدارتهم. أما في القطاعات التي تتعامل مع العملاء بشكل مباشر في المنطقة، فقد كان التركيز أكبر على تقنية التشغيل الآلي، وذلك بحسب تقرير لشركة إرنست ويونغ (EY).

وحدد التقرير الذي حمل عنوان «قوة التشغيل الآلي الذكي: نحو تفاعل أكثر ذكاء مع العملاء في دول مجلس التعاون الخليجي»، الخدمات الحكومية وخدمات التمويل والتجزئة باعتبارها القطاعات الرئيسية الثلاثة التي تتعامل مباشرة مع العملاء وتستخدم كفاءات محركات التشغيل الآلية الذكية وتستفيد من القدرات الناتجة في خلق قيمة جديدة وتحسين تجربة العميل ودعم ابتكار المنتجات والخدمات.

وتقوم حكومات دول مجلس التعاون الخليجي بتكليف إداراتها باستخدام التشغيل الآلي الذكي لدفع الكفاءة، وإدخال الابتكار في الاقتصاد وتحسين مستويات رضا المواطنين والمقيمين والسياح من خلال توفير خدمات عامة سريعة وعالية الكفاءة، ففي السعودية على سبيل المثال، تتعاون وزارة الصحة مع شركات الرعاية الصحية الخاصة وعدد من الشركات السعودية ومستثمري القطاع الخاص لإحداث تحول في طرق توفير الرعاية الصحية، في حين تعتبر دبي هي المدينة الأكثر تقدما في منطقة الخليج من حيث اعتماد التشغيل الآلي في تقديم الخدمات العامة.

دبي الأكثر تقدماً في الخليج باعتماد التشغيل الآلي في تقديم الخدمات العامة

ويقول رئيس قسم القطاع العام والحكومي في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لدى EY فراس قسوس: «نحن نرى أن حكومات دول مجلس التعاون الخليجي تربط بين استخدام الذكاء الاصطناعي والأهداف الاستراتيجية الرئيسية لديها. ويفيد هذا النهج في غرس هذه التقنيات من بداية مرحلة التخطيط. ويركز بشكل أساسي على تحسين تجربة العميل أو المواطن، بحيث يكون خفض التكاليف هو ثمرة التشغيل الآلي بدل أن يكون الهدف الرئيسي للبرنامج. ومع ذلك، لايزال عدد المشاريع والشراكات الجارية حاليا قليلا نسبيا، وسيكون التعاون مع القطاع الخاص عاملا أساسيا في تحقيق النتائج المرجوة. ويجب على الحكومات التركيز على بناء مواهب علمية محلية متخصصة في البيانات من أجل تعزيز كفاءة الخدمات وتشجيع الابتكار في القطاع الخاص».

بالنسبة لقطاع التجزئة، توفر تقنية التشغيل الآلي للعمليات الروبوتية القدرة على وضع الأسس لتجربة عملاء رقمية محسنة، ولكن جعل تفاعل العملاء أكثر ذكاء سيتطلب إجراء تحليلات تنبؤية تدعم الذكاء الاصطناعي.

ويشير التقرير أنه في ظل التوجه السريع للشركات نحو التقنيات التنبؤية الناشئة، فهي بحاجة إلى مراجعة والتعامل مع أمن المعلومات، وأخلاقيات استخدام وخصوصية البيانات.

سوف تحتاج مؤسسات القطاعين العام والخاص لتطوير نماذج حوكمة بيانات خاصة بها ووضع مبادئ توجيهية أخلاقية حول كيفية استخدام بيانات العملاء من أجل إدارة مخاطر السمعة.

ماذا يتنظر الاقتصاد العالمي في الأجل القريب؟

محمود عيسى

قال موقع Ein Presswire ان التجارة بين الدول تجعل العالم مزدهرا بينما لا تثمر الحروب الا دمارا وبؤسا. ومن المفارقات ان التجارة قد تكون نوعا آخر من الحرب في زمن السلم، لأنها تفرض حلولا لإعادة توزيع المصالح بين بلدين تجمعهما شراكة تجارية.

وقال الموقع في تحليل بقلم مدير عام شركة ويزهو لينهال التجارية في بكين دونغ وي انه عندما اشتكت واشنطن من عجزها التجاري البالغ 350 مليار دولار مع الصين وطالبتها بتخفيضه بنحو 200 مليار دولار في غضون عامين، ظنت بكين إلى حد ما أن المفاوضات المتعلقة بهذا الموضوع لن تكون سوى صفقة تجارية، ولم يدر في اذهان المسؤولين في بكين انها ستكون مقدمة لصراع استراتيجي، وبالتالي فإن تسوية هذا الصراع تتمثل ببساطة في شراء المزيد من السلع الأميركية.

القوة الأميركية في التكنولوجيا المتقدمة مقابل الأيدي العاملة الضخمة والموارد الكامنة لدى الصين

وقال الرئيس الاميركي ترامب انه «حتى الآن لم نحصل على شيء، لا شيء على الإطلاق!» وبعد اجتماعه مع نظيره الصيني شي جين بينغ في ولاية فلوريدا، بات من الواضح أنهما على طرفي نقيض، وليس من المستغرب أن طلب الصين الضخم شراء 300 طائرة بوينغ لم يساهم كثيرا في ترميم العلاقات الصينية الأميركية. ففي أواخر عام 2017.

وبعد التحقيق تحت البند 301، تم فرض عقوبات على الواردات من الصلب والألمنيوم والغسالات من الصين.

ومضى الموقع الى القول ان الخلافات قد تصاعدت لتصبح «حربا تجارية» حقيقية في النهاية، على نحو اضر بالشركات والمستهلكين من كلا البلدين.

وبرغم إعلان بكين عن خطة لتخفيض التعريفات المزمع فرضها على الولايات المتحدة، وصفقات الشراء بمليارات الدولارات من الولايات المتحدة، الا ان أيا من تلك الاجراءات لم يرض الرئيس ترامب، الذي يطالب بحماية الملكية الفكرية والالتزام بالقواعد التجارية، مثل إزالة الحواجز أمام التجارة والاستثمار، والتعريفات المتبادلة، وتقليل الدعم المالي للشركات المملوكة للدولة، والتوقف عن إرغام الشركات الأميركية على تقديم التكنولوجيا القيمة التي تملكها مقابل تمكينها من دخول الأسواق الصينية.

وتتجلى مواطن القوة الاميركية حاليا في التكنولوجيا المتقدمة والابتكار والخطط المالية والتطوير والأبحاث، مقابل الايدي العاملة الضخمة والموارد الكامنة، والسوق التي تحتاج الى تطوير لدى الصين. ومن هنا يمكن القول ان الاقتصادين متكاملان، بدلا من كونهما قابلين للحلول محل بعضهما البعض.

وفي حين أعلنت الولايات المتحدة أن الصين سرقت ما يقرب من مليوني وظيفة أميركية، فان الواقع يشير الى ان الصين خسرت المئات والآلاف من الوظائف في الهند والمكسيك ودول جنوب شرق آسيا في السنوات الأخيرة.

ويذكر أن الشركات الصينية تعتنق فكرة «صنع في أميركا» استنادا الى انها موقع مثالي لممارسة الأعمال، ناهيك عن ان الممتلكات محمية بموجب القانون الاميركي.

كما ان تكاليف الأرض والطاقة جذابة للغاية وفقا لما يراه كاو ديوانغ، الذي وسع قاعدته الإنتاجية في مصنع انتاج الزجاج العائد له في الولايات المتحدة الاميركية اعتبارا من عام 2016 ومنذ ذلك الحين ساهمت شركته في خلق ما لا يقل عن 2000 وظيفة للأميركيين.

S&P:2,7 تريليون دولار استثمارات الطاقة البديلة حتى 2040

الصكوك الخضراء.. سوق جديد للبنوك الإسلامية

قالت وكالة «إس آند بي جلوبال للتصنيفات الائتمانية» إن الصكوك الخضراء استحوذت على اهتمام متزايد من المستثمرين في قطاعي التمويل الإسلامي والتقليدي منذ أن قامت «تاداو إنيرجي» بإصدار أول صك أخضر في ماليزيا في يوليو 2017.

تبع ذلك بعض الإصدارات الأخرى من قبل شركات في الدولة، والتي قامت بجمع الأموال بغرض استثمارها إلى حد كبير في مشاريع توليد الطاقة الشمسية.

وترى الوكالة أن الصكوك الخضراء تتيح للمصدرين ليس فقط الوصول إلى المستثمرين التقليديين المهتمين بالمشاريع الخضراء، بل وكذلك للمستثمرين في قطاع التمويل الإسلامي. والأمر لم يقتصر فقط على اهتمام المستثمرين في قطاع التمويل التقليدي بهذا النوع من الصكوك، ولكنه تعدى ذلك بأن قام الكثير منهم بمراجعة توجهاتهم الاستثمارية لأخذ المسؤولية الاجتماعية بعين الاعتبار.

ومن العوامل التي دفعت المصدرين للتوجه نحو هذا النوع من الصكوك هو النقص الكبير في حجم الإصدارات مقارنة بالطلب. وقد وصل هذا النقص إلى 143 مليار دولار في العام 2017 بحسب تقديرات تومسون رويترز.

وتلبي الصكوك الخضراء احتياجات المستثمرين في قطاع التمويل الإسلامي لكونها أدوات مالية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، إذ لا يمكن للبنوك الإسلامية أو لشركات التكافل، على سبيل المثال، الاستثمار بالمنتجات التقليدية.

ما الصكوك الخضراء؟

الصكوك الخضراء نوع من الأدوات المالية الإسلامية التي تتيح للمصدرين استخدام عائداتها لتمويل الاستثمارات في الطاقة المتجددة أو الأصول البيئية الأخرى مثل المزارع الشمسية، ومحطات الغاز الحيوي، ومشاريع توليد الطاقة بالرياح، وكذلك مشاريع النقل والبنية التحتية المعتمدة على الطاقة المتجددة.

في المقابل، يلتزم المستثمرون في قطاع التمويل التقليدي بالاستثمار في الأدوات المالية الخضراء لتحقيق أهدافهم أو توجهاتهم الاستثمارية الخاصة.

وتتوقع الوكالة الدولية للطاقة أن يزداد الطلب على الطاقة بشكل كبير خلال العشرين عاما المقبلة وستكون هناك حاجة لاستثمارات كبيرة لتغطية الارتفاع في الطلب، وعلى سبيل المثال تتوقع الوكالة الدولية للطاقة أن يرتفع الطلب على الطاقة في جنوب شرق آسيا بنحو الثلثين بحلول 2040.

وتقدر الوكالة في السيناريو الأساسي لديها أيضا بأن تلك المنطقة تحتاج الى استثمارات تراكمية في الطاقة تبلغ نحو 2,7 تريليون دولار حتى العام 2040.

وفي دراسة أخرى تتوقع الوكالة أن يرتفع الطلب على الطاقة في منطقة الشرق الأوسط 45٪ في الفترة بين 2015 و2040.

وتسعى بعض الدول إلى الاعتماد أكثر على الطاقة النظيفة لتنويع مصادر الطاقة لديها. وقد وضعت بعض الدول الأساسية في التمويل الإسلامي لنفسها أهدافا طموحة بهذا الصدد.

ومع تنامي الطلب على المزيد من الطاقة النظيفة أو المتجددة فإن دول آسيا ودول الخليج ستحتاج الى جذب مبالغ كبيرة من الاستثمارات في مشاريع الطاقة المتجددة خلال السنوات العديدة القادمة. وفي حين أن البنوك تتولى الدور الرئيسي في منح القروض لهذه المشاريع في هذه الدول، تتوقع الوكالة أن تجد بعض هذه الصفقات طريقها إلى أسواق رأس المال على شكل صكوك وسندات.