

خلال استبيان جديد بالتعاون مع «يوجوف»

«بيت.كوم»: 81 في المئة من المهنيين

في المنطقة متفانون في عملهم

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



علا حداد

الراتب الأساسي يبرز كجانب حاسم بالنسبة لـ 54 في المئة من المشاركين

إهمال اقتراحات الموظفين يؤدي إلى إلحاق ضرر كبير بتفانيهم في أداء مهام عملهم

لوظيفتها، فيما ذكر 52 في المئة أهمية تقديم فرص للنمو الوظيفي، وأشار 50 في المئة منهم إلى أهمية عقد مندوبات 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 الاقتراح 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 الرضا 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 والمهنية وفرص العمل هم أكثر ميلاً 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».

«إن فهم واستيعاب ولاء الموظفين 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 ولاء 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 متميز 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 شاغرة، نضمن أن يجد الباحثون عن عمل الوظائف التي تناسبهم، وأن يتكشفت 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

كشفت «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 تحدد من الشعور بالولاء والانتماء لأماكن العمل.

وقد أظهر الاستبيان أن 54 في المئة من المشاركين في الاستبيان يوصون بشركتهم كأفضل مكان للعمل، و68 في المئة يفخرون بالترويج لمؤسساتهم. وفيما يعد مؤشرًا على مدى الاستقرار داخل سوق العمل في المنطقة، أفاد غالبية المشاركين في الاستبيان ويمثلون نسبة 55 في المئة بأنهم مستعدون في العمل بنفوس وطاقاتهم 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 تشير قلق الموظفين، فقد كشف الاستبيان عن أن الغالبية العظمى من الموظفين وبنسبة 81 في المئة متفانون في عملهم ويتمتعون بمستوى عالٍ من الإهتمام بإداء وظيفتهم، ما يدل على مدى انخراطهم في الأنشطة اليومية داخل مؤسساتهم. كما أن 38 في المئة من الموظفين يظهرون 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: «في إطار جهود البنك الرامية إلى المحافظة على البيئة ضمن مبادرة التحول الأخضر Go Green، وإيمانًا 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 بالغسب 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 واعدة بما تحويه من كنوز جمالية وثرورات 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

البنك التجاري يزور جزيرة قاروه



جانب من الزيارة

«التجاري» الأنشطة الهادفة إلى المحافظة على البيئة على البيئة البحرية، وتحظى باهتمام كبير ضمن أجندة أنشطة 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 مبينة 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.

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



بشار القطان

مهارات استثنائية وجسدن روح الابتكار والقيادة. تتطلع إلى مشاهدة نجاحهن المستمر ومساهمتهن في تطور المجتمع والقطاع المصرفي». وصرّح بنك برقان برنامج Empower Her لتعزيز المهارات بعد الدراسة الأكاديمية عن طريق التجربة المهنية على أرض الواقع، حيث أتاحت 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 اللطائف 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.

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 تسليط الضوء على أبرز إنجازات الطالبات خلال البرنامج الذي استمر لمدة ثلاثة أسابيع.

ان تنظيم بنك برقان لبرنامج التدريب الصيفي «Empower Her» يأتي في إطار برنامجها 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 جداً باحتفالنا اليوم بتخرج 18 طالبة موهوبة من برنامج التدريب الصيفي E- power Her. إن تفانيهن في العمل وإنجازتهن الرائعة طوال البرنامج دليل على ما يتمتعن به من إمكانيات وطموح وشغف». وأضاف: «نحن ملتزمون بدعم هذه المواهب وتوفير الفرص أمامهن لتحقيق النمو المهني والتميز. لقد أظهرت تلك الشابات

تدعم بقوة الشركات الصغيرة والمتوسطة

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

ومن خلال نموذج يستمر 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. ونظراً لأن الأشخاص اليوم يقومون بالتحقق أولاً من تواجد الشركة وسمعتها عبر الإنترنت، فإن إدارة هذه العناصر بشكل فعال تسهم في تعزيز الرؤية والمصادقة.



جانب من فعالية الإطلاق العالمي لـ «جويس»

والمستشمل التحديات واللاحة التي ستجري على المنتج خلال الأشهر القليلة المقبلة، وإدارة التواصل الاجتماعي، وإدارة الحملات الإعلانية، والتحليلات المتقدمة، وتعزيز إدارة علاقات العملاء، ومساعدة الذكاء الاصطناعي المتقدمة، والبريد الإلكتروني، والرسائل النصية القصيرة، وحملات الواتساب، وغيرها من الميزات الأخرى. وتهدف هذه التحديثات إلى تعزيز الشركات الصغيرة والمتوسطة وتمكينها من المنافسة في السوق العالمية. كما تشمل التحديثات تحسين تجربة المستخدم، وإضافة ميزات جديدة مثل «جويس» التي تتيح للشركات الصغيرة والمتوسطة الوصول إلى الأسواق العالمية بسهولة أكبر. وتهدف «جويس» إلى تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من تحقيق المزيد من التقدم في هذا المجال، والمساهمة في تعزيز وتيرة تحقيق أهدافها التجارية. وتعتبر «جويس» خطوة هامة في مسيرة الشركة نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية، والتي تتمثل في تعزيز الإنتاجية وقابلية التطور والتوسع، فإن إطلاق «جويس» يعتبر مثالاً واضحاً على حرص مركز «أنوفيشن» التابع لمركز دبي المالي العالمي على تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من التقدم في هذا المجال، والمساهمة في تعزيز وتيرة تحقيق أهدافها التجارية. وتعتبر «جويس» خطوة هامة في مسيرة الشركة نحو تحقيق أهدافها الاستراتيجية، والتي تتمثل في تعزيز الإنتاجية وقابلية التطور والتوسع، فإن إطلاق «جويس» يعتبر مثالاً واضحاً على حرص مركز «أنوفيشن» التابع لمركز دبي المالي العالمي على تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة من التقدم في هذا المجال، والمساهمة في تعزيز وتيرة تحقيق أهدافها التجارية.

أعلنت «ويبيدو» والشركة المتخصصة في الذكاء الاصطناعي والحائزة على عدة جوائز، عن الإطلاق العالمي لحلها التقني المتكامل للتسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي «جويس» Jo-ice، للشركات الصغيرة والمتوسطة. ويُمثل الحل، الذي أقيم في مجمع «كامبس دبي للذكاء الاصطناعي» بالتعاون مع مركز «أنوفيشن هب» في مركز دبي المالي العالمي، محطة بارزة ضمن جهود «ويبيدو» لإتاحة الفرصة للشركات من 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 النوعية، وتبسيط جهودها التسويقية، بما يوفر منصة بأسعار معقولة تهدف إلى تعزيز استدامة النمو والنجاح، وتمتاشي هذه الخطوة مع رؤية الحكومة لدعم قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز عملية توسعها في ظل تسريع عملية التحويل الاقتصادي في دولة الإمارات العربية المتحدة. وفي 28 يوليو 2024 في مبنى «المنطقة الحرة» في دبي، نظمت «ويبيدو» فعالية إطلاق «جويس» بحضور عدد كبير من المسؤولين الحكوميين والشركاء، حيث تم توقيع اتفاقية شراكة بين «ويبيدو» و«جويس» لتعزيز التعاون في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. وقالت كيتاكي بانجا، الرئيس التنفيذي في «ويبيدو»: «نحن سعداء جداً بالتعاون مع «جويس» في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. نحن ملتزمون بدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهدافها التجارية، ونرى في «جويس» فرصة مثالية لتحقيق ذلك». وأضافت بانجا: «نحن سعداء جداً بالتعاون مع «جويس» في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. نحن ملتزمون بدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهدافها التجارية، ونرى في «جويس» فرصة مثالية لتحقيق ذلك».

البنك التجاري يعلن الفاتر في سحب النسخة التجريبية

مقولة ومدعوم بقدرات الذكاء الاصطناعي. ويتيح لنا تعاوننا الاستراتيجي مع مركز «أنوفيشن هب» التابع لمركز دبي المالي العالمي الفرصة للمساهمة في تطوير منظومة الذكاء الاصطناعي، بما يمكننا من تقديم منتجاتنا لتلبية احتياجات قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة الحيوي والمتنامي في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا». وقالت كيتاكي بانجا، الرئيس التنفيذي في «ويبيدو»: «نحن سعداء جداً بالتعاون مع «جويس» في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. نحن ملتزمون بدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهدافها التجارية، ونرى في «جويس» فرصة مثالية لتحقيق ذلك».

أعلنت «ويبيدو» والشركة المتخصصة في الذكاء الاصطناعي والحائزة على عدة جوائز، عن الإطلاق العالمي لحلها التقني المتكامل للتسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي «جويس» Jo-ice، للشركات الصغيرة والمتوسطة. ويُمثل الحل، الذي أقيم في مجمع «كامبس دبي للذكاء الاصطناعي» بالتعاون مع مركز «أنوفيشن هب» في مركز دبي المالي العالمي، محطة بارزة ضمن جهود «ويبيدو» لإتاحة الفرصة للشركات من 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 النوعية، وتبسيط جهودها التسويقية، بما يوفر منصة بأسعار معقولة تهدف إلى تعزيز استدامة النمو والنجاح، وتمتاشي هذه الخطوة مع رؤية الحكومة لدعم قطاع الشركات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز عملية توسعها في ظل تسريع عملية التحويل الاقتصادي في دولة الإمارات العربية المتحدة. وفي 28 يوليو 2024 في مبنى «المنطقة الحرة» في دبي، نظمت «ويبيدو» فعالية إطلاق «جويس» بحضور عدد كبير من المسؤولين الحكوميين والشركاء، حيث تم توقيع اتفاقية شراكة بين «ويبيدو» و«جويس» لتعزيز التعاون في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. وقالت كيتاكي بانجا، الرئيس التنفيذي في «ويبيدو»: «نحن سعداء جداً بالتعاون مع «جويس» في تطوير حلول التسويق الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة. نحن ملتزمون بدعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق أهدافها التجارية، ونرى في «جويس» فرصة مثالية لتحقيق ذلك».