فرنشايز®

FRANCHISE

مجلة الامتياز التجاري - العدد 15 – يونيو 2022م

أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «فودكس»:

ندعم أصحاب المطاعم والامتيازات لإدارة أعمالهم بنجاح

كُـــن شـــريـــكـــاً
لنجاح سفرة فايـزة

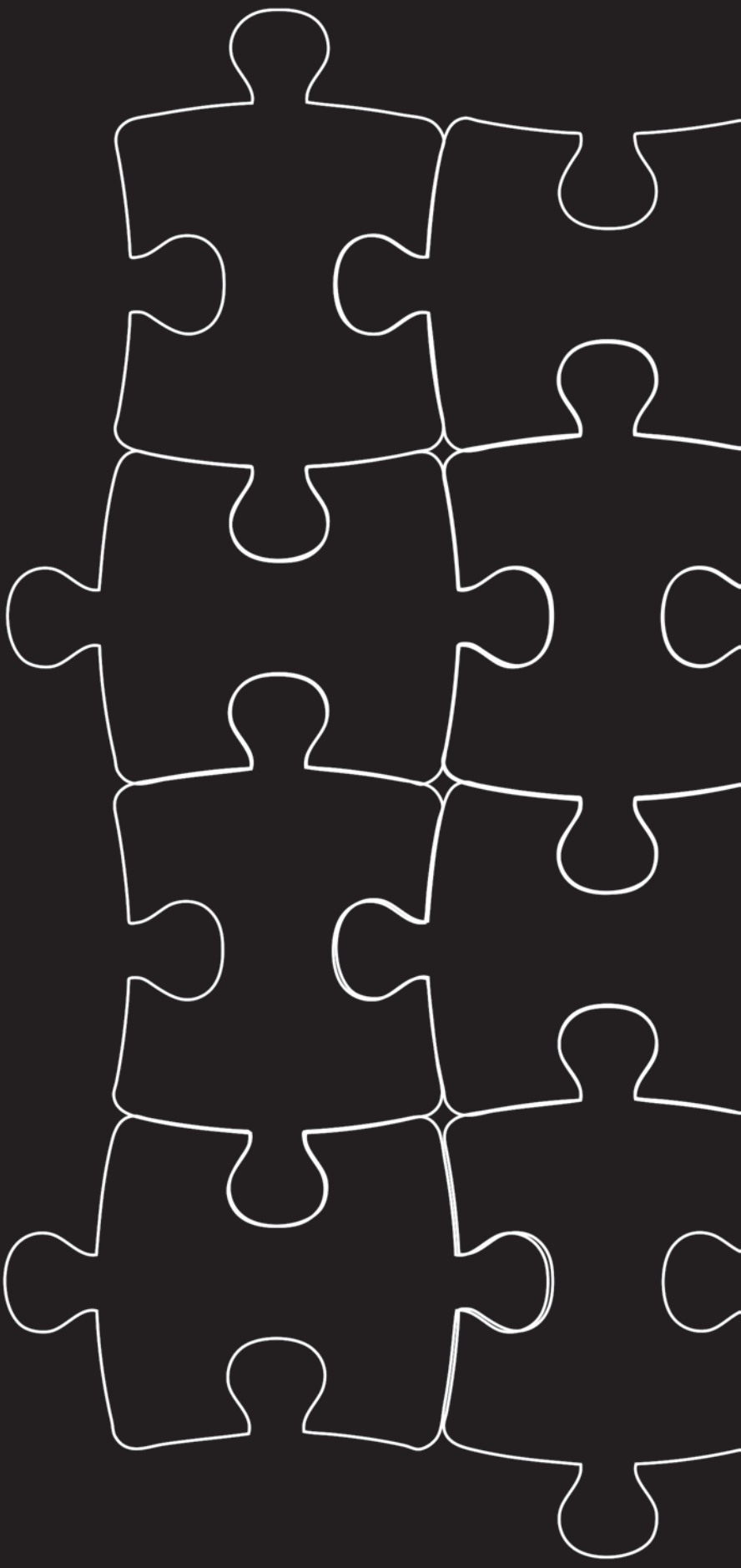
+966 50 666 5469

admin@sofretfayzah.com

sofret_fayzah

Franaccess®

FRANCHISE CONSULTING FIRM



مكتب فراناكسس للاستشارات

info@franaccess.com

الفرنشايز®
www.franchise.sa

العدد 15 – يونيو 2022م

مجلة ربع سنوية مجانية
تصدر عن دار الامتياز التجاري للنشر

المشرف العام – رئيس التحرير
أحمد بن عبدالله العرفج

info@franchising.sa

FranchisingSM
franchisingSM
FranchisingSM
Franchising SM
Franchising SM

الآراء المنشورة في المجلة
لا تعبر بالضرورة عن رأي دار الامتياز التجاري للنشر
www.franchising.sa

الناشر:

دار الامتياز التجاري للنشر
ص.ب 105859 الرياض 11656

إدارة التحرير
هاتف: 011 - 2019674

التوزيع
والإعلان والتسويق
جوال : 0555477944
هاتف: 011 - 2019674

للتواصل
info@franchising.sa

أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «فودكس»:

ندعم أصحاب المطاعم والامتيازات لإدارة أعمالهم بنجاح

أكد أحمد الزيني، أن النجاح في قطاع المطاعم يحتاج إلى شركاء تستطيع الاعتماد عليهم في كل وقت وحين، ويتطلب النمو التدفُّق المالي. ومن هنا، فإن «فودكس» تسعى لتقديم كل ما يحتاجه أصحاب المطاعم من أدوات لمساعدتهم على زيادة مبيعاتهم وتخفيض تكاليفهم لتنمو أعمالهم بشكل مستدام.

يصدر العدد الخامس عشر من مجلة الفرنشايز المتخصصة في كل ما يتعلق بالامتياز التجاري.
وتضمن العدد الجديد مواضيع متنوعة وتقارير تركز على قضايا الامتياز التجاري محلياً وعالمياً. كما تضمن العدد عدة لقاءات منها لقاء أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة "فودكس"، وتحدث فيه عن كل ما يحتاجه أصحاب المطاعم من أدوات لمساعدتهم على زيادة مبيعاتهم وتخفيض تكاليفهم لتنمو أعمالهم بشكل مستدام. ويتضمن العدد لقاءات مع أصحاب علامات امتياز من السعودية ومصر والكويت.

المحتويات

04

صندوق الاستثمارات العامة يعلن إطلاق الشركة السعودية للقهوة

أعلن صندوق الاستثمارات العامة عن إطلاق الشركة السعودية للقهوة، بهدف دعم منتج القهوة المحلي والارتقاء به إلى المصاف العالمية في المستقبل.

07

بسكلته يطلق أحدث فروعه في الرياض

افتتح خلال شهر مارس الماضي أحدث فروع بسكلته في الرياض

09

نعناع تطلق رؤيتها الجديدة

تدخل شركة نعناع مرحلة من التوسع اتخذت فيها الجمل شعارا لها، مستلهمة من الجمل موثوقيته

14

أول عقد امتياز تجاري لحاضنة الأعمال السعودية be-i في سلطنة عمان

وقعت أكاديمية تمكين للابتكار وريادة الأعمال، اتفاقية شراكة إستراتيجية مع حاضنة الأعمال السعودية

22

«فرنشايزينغ – الكويت» .. حلول عملية وجذابة لتسويق فرص الفرنشايز

كشف الشريك المؤسس لمنصة فرنشايزينغ – الكويت، فواز العيسى عن إطلاق المنصة في الكويت مطلع أبريل الماضي

في هذا العدد

04 محلي
بنك التنمية الاجتماعية يوقع مجموعة من الاتفاقيات لدعم رواد الأعمال

07 محلي
إطلاق منصة تمور السعودية – المحلية تحت شعار (وطن التمور)

11 محلي
جولة تمويل جديدة لشركة كلين السعودية بقيمة ٢ مليون دولار

27 مقال
قطاع الأعمال بالسعودية يشهد مزيداً من الزخم في نمو وتوسع الشركات

28 مصر
اتفاق مصري ماليزي للتعاون في قطاع الفرنشايز

38 لقاء
رؤية (زارك)التوسع الذاتي عن طريق الامتياز التجاري

صندوق الاستثمارات العامة يعلن إطلاق الشركة السعودية للقهوة

أعلن صندوق الاستثمارات العامة عن إطلاق الشركة السعودية للقهوة، بهدف دعم منتج القهوة المحلي والارتقاء به إلى المصاف العالمية في المستقبل، إذ تهدف الشركة إلى القيام بدور رئيسي في تعزيز جهود تطوير الزراعة المستدامة في منطقة جازان بجنوب المملكة، باعتبارها موطنًا رئيسيًا لبُنّ الأرابيكا الأشهر عالميًا.

ويأتي إطلاق الشركة السعودية للقهوة تماشيًا مع استراتيجية صندوق الاستثمارات العامة، التي تركز على تطوير ١٣ قطاعًا استراتيجيًا وتمكين القطاعات الواعدة في المملكة، ومنها قطاع الأغذية والزراعة، إلى جانب تعزيز جهود المملكة في تنويع مصادر الدخل.

وستعمل الشركة السعودية للقهوة على دعم كامل سلسلة القيمة الخاصة بمنتج القهوة المحلي بالشراكة مع القطاع الخاص، وذلك بدءًا من مرحلة الزراعة حتى وصول المنتج إلى المستهلك، مع مراعاة عنصر الاستدامة في كافة مراحل الإنتاج والتوزيع والتسويق، وهو ما سيسهم في رفع المعايير وتطبيق أفضل الممارسات في هذا المجال، واستحداث العديد من فرص العمل في القطاع، والمساهمة في تعزيز قدرات المملكة على تصدير أجود حبوب البُنّ السعودي للأسواق العالمية.

وقد شهد قطاع القهوة في المملكة نموًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، إذ تظهر الدراسات نموًا سنويًا لاستهلاك القهوة محليًا بنحو ٤٪ للفترة بين عامي ٢٠٢١-٢٠١٦. وتشير الدراسات إلى أن من المتوقع أن ينمو بنسبة ٥٪ في السنوات المقبلة، ليصل إلى ٢٨٧٠٠ طن بحلول نهاية عام ٢٠٢٦، مما يتيح فرصًا استثمارية جاذبة يوفرها القطاع.

وتسعى الشركة السعودية للقهوة لاستثمار نحو ١,٢ مليار ريال على مدى السنوات العشر المقبلة في قطاع القهوة في المملكة، والمساهمة في رفع القدرة الإنتاجية للبُنّ السعودي من ٣٠٠ إلى ٢٥٠٠ طن سنويًا. وتشير أحدث الإحصائيات إلى أن الناتج المحلي من محصول البُنّ الخولاني السعودي يتوزع في المحافظات الجبلية بمناطق جازان والباحة وعسير، إذ بلغ عدد مزارع البُنّ بها أكثر من ٢٥٠٠ مزرعة، تضم ما يقارب ٤٠٠ ألف شجرة بُنّ. وتفعيلاً لالتزامها برفع مستوى الوعي والمعرفة في قطاع الأغذية والزراعة، ستركز جهود الشركة كذلك على توطين المعرفة وأحدث التقنيات في مجالات (زراعة وإنتاج، وتحميص، وتسويق القهوة) وكافة العمليات المتعلقة بها في المملكة. إذ تعتزم الشركة تأسيس أكاديمية متخصصة في صناعة القهوة بعدة مناطق في المملكة تتولى مسؤولية التدريب والتأهيل وتقديم العديد من البرامج لأصحاب الكفاءات ورواد الأعمال والمزارعين السعوديين بهدف تزويدهم بكافة المعارف والمهارات لمساعدتهم على تأسيس مشاريعهم ومزارعهم الخاصة، وتعزيز مشاركة وإسهام أهالي المنطقة في الاستفادة من الفرص التي يوفرها هذا القطاع.

وزارة العدل تطلق خدمة التسوية الودية للنزاعات الناشئة بين طرفي اتفاقيات الامتياز التجاري

أطلق مركز الامتياز التجاري التابع لـ«منشآت» وبالمشاركة مع وزارة العدل، خدمة التسوية الودية للنزاعات الناشئة بين طرفي اتفاقيات الامتياز التجاري لتسويتها بشكل ودي وضمان سرعة الإجراء.

ويتم من خلال خدمة التسوية الودية، العمل على تسوية الخلافات التي تنشأ بين أصحاب الامتياز التجاري ومانحيه بالطرق الودية للنظر في كافة أنواع النزاعات الناشئة بينهم بشكل ودي لضمان سرعة الإجراءات وتجنب اللجوء إلى المحاكم التقليدية.

وتتمثل أهداف الخدمة في: تسوية النزاعات بشكل ودي يكفل سرعة الإجراءات وتجنب اللجوء للقضاء، والعمل على تسوية الخلافات بالطرق الودية بالتنسيق مع المراكز الأخرى، وتوفير بيئة آمنة للأطراف لمناقشة نزاعاتهم وخلافاتهم مع مصلحين ذوي اختصاص، إلى جانب الحد من أعباء التكاليف القضائية.

ويتولى عمل المصالحة مصلح مسجل ومعتمد في منصة «تراضي» ذو اختصاص في نظام الامتياز التجاري ولائحته التنفيذية.

وتشتمل هذه الخدمة على ٤ خطوات هي: الدخول على منصة «تراضي»، ثم تعبئة نموذج الطلب، ثم دراسة الطلب، ومن ثم البدء في عقد جلسات للنظر في النزاع. وسيتم إرسال محضر الصلح كرسالة نصية.

بنك التنمية الاجتماعية يوقّع مجموعة من الاتفاقيات لدعم رواد الأعمال

على هامش إكسبو٢٠٢٠ دبي، شارك نائب الرئيس التنفيذي لبنك التنمية الاجتماعية لقطاع الأعمال، سلطان بن عبدالعزيز الحميدي، في الجلسة الحوارية بعنوان «التمويل المستدام الشامل»، في افتتاحية المنتدى العالمي لرواد الأعمال للاستثمار(WEIF)، حيث تحدث عن الدور الاستراتيجي الهام الذي يقدمه البنك لدعم وتطوير بيئة ريادة الأعمال في المملكة.

وبين الحميدي خلال كلمته التي ألقاها في المؤتمر، أن البنك يسعى لبناء منظومة دعم شامل لرواد الأعمال السعوديين، بدءًا من التوجيه والتدريب حتى التمويل والتوسع والوصول الى أسواق جديدة، موضحًا أن برامج تمويل الأعمال المقدمة من بنك التنمية الاجتماعية في الفترة الماضية تجاوزت قيمتها الـ١٠ مليارات ريال، وقد ساهم هذا الدعم في خلق أكثر من ١٠٠ ألف وظيفة مباشرة. وأضاف الحميدي أن البنك خصص أكثر من ١١ مليار ريال حتى عام ٢٠٢٥م لدعم رواد الأعمال في المملكة والمساهمة في نمو المنشآت الصغيرة والناشئة للوصول إلى أسواق جديدة محليًا وعالميًا.

وأوضح الحميدي أن البنك يقدم إلى جانب التمويل، خدمات غير مالية من خلال التدريب والرعاية لدعم رواد الأعمال في إنشاء وتنمية مشاريعهم من خلال ذراعه مركز دلني للأعمال.

من جهة أخرى، وإيمانًا بأهمية الشراكات في دفع العملية التنموية، وقع البنك على هامش المؤتمر مجموعة من اتفاقيات ومذكرات التعاون الهامة مع عدة جهات، بهدف تقديم خدمات التدريب والتأهيل والرعاية للمستفيدين من روّاد ورائدات الأعمال وتسويق منتجات الأسر المنتجة.

وزارة الثقافة تطلق حملة تعريفية بمبادرة «عام القهوة السعودية ٢٠٢٢» في عددٍ من المراكز التجارية

أطلقت وزارة الثقافة حملة تعريفية بمبادرة «عام القهوة السعودية ٢٠٢٢» في عددٍ من المراكز التجارية بثلاث مدن في المملكة، تستهدف من خلالها المتسوقين لتعريفهم بالمبادرة، وتسليط الضوء على القهوة السعودية وأنواعها المتعددة في مختلف مناطق المملكة، ورمزيتها الثقافية المتأصلة في المجتمع السعودي والمرتبطة ارتباطًا وثيقًا بمظاهر الكرم والضيافة.

وبدأت الحملة في مركز الرياض بارك التجاري بمدينة الرياض، ثم في الظهران مول بالمنطقة الشرقية، وصولًا إلى العرب مول في مدينة جدة عبر ركن خاص بالقهوة السعودية في هذه المراكز التجارية لاستقبال المتسوقين وتقديم الضيافة لهم بخمسة أنواع من القهوة لعددٍ من المناطق بحسب اختيار الزائر مع تمر فاخر، وعرض المكونات ودرجة التحميص بحسب كل منطقة. كما أنها تُعرّف الزوّار بالفروقات بين النكهات المضافة للقهوة، إلى جانب تسليط الضوء على البن السعودي وأماكن وجوده بالمملكة وأهم مميزاته.

وتأتي هذه الحملة ضمن أنشطة وفعاليات مبادرة «عام القهوة السعودية ٢٠٢٢» التي أطلقتها الوزارة مطلع العام الحالي بدعمٍ من برنامج جودة الحياة - أحد برامج تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠ - للاحتفاء بهذا الإرث الثقافي للمملكة الذي ارتبط عبر تاريخ حافل بالعادات والتقاليد، وقيم الكرم والضيافة، والحضور الإنساني والجمالي والفني في الأغاني والقصائد واللوحات، حتى أصبحت عنصرًا رئيسًا في الثقافة والموروث الشعبي السعودي، وعلامةً ثقافيةً تتميز بها المملكة، سواءً من خلال زراعتها، أو طرق تحضيرها وإعدادها وتقديمها للضيوف.

«بسكلته» يطلق أحدث فروعه في الرياض

افتتح خلال شهر مارس الماضي أحدث فروع «بسكلته» في الرياض، ويقع الفرع الجديد في حي الوادي ويقدم مختلف أنواع الأطعمة والمشروبات التي اشتهر بها «بسكلته» ومنها القهوة والمشروبات المتنوعة والمخبوزات الطازجة، إضافة إلى إتاحة الفرصة لشراء بعض المنتجات.

ومع افتتاح الفرع الجديد يرتفع عدد الفروع إلى ٥ فروع في الرياض وجدة والطائف، مع خطة طموحة للتوسع والانتشار، ولا سيما عن طريق الامتياز التجاري كما يقول الأستاذ باسم إسكندراني المدير التنفيذي لـ«بسكلته».

يشير إسكندراني إلى أن «بسكلته» انطلق في صيف٢٠١٧ كعربة متنقلة، ويحمل معاني المرح والحيوية والذكرى الجميلة. ويهدف أن يكون مكانًا لتجربة فريدة تجمع الأصدقاء وليس مجرد مكان لتقديم كوب قهوة. ويضيف: إن اسم العلامة «بسكلته» سهل ورنان، فهو قابل للانتشار والتوسع مستقبلاً بأنشطة أخرى.

إطلاق منصة تمور السعودية - المحلية تحت شعار «وطن التمور»

أطلق المركز الوطني للنخيل والتمور، منصة تمور السعودية – المحلية، وذلك استثمارًا في تاريخ وأصول المملكة منذ آلاف السنين، وتعزيزًا للتحوّل الرقمي لرقمنة الأسواق والقطاعات، وهي أحد مشاريع المركز الوطني للنخيل والتمور.

وأطلقت المنصة من خلال حملة إعلامية عبر قنوات التواصل الاجتماعي، تحت وسم #وطن_التمور، ويتمثّل شعار الحملة في كون التمور منتجًا وطنيًّا مرتبطًا ارتباطًا وثيقًا بتاريخ المملكة، ودلالة على المعنى اللغوي لـ«الوطن» وهو مكان الشيء ومقره وإليه ينتمي وإليه يعود؛ إذ تهدف الحملة إلى إبراز البعد التاريخي للمملكة في قطاع التمور، ودورها الحالي في ريادة ورقمنة القطاع محليًّا وعالميًّا، من خلال تسليط الضوء على المنصة الحكومية الأولى للتجارة الإلكترونية (منصة تمور السعودية).

وتبتكر منصة تمور السعودية ثلاث أذرع تقنية؛ تعدُّ منفذًا تسويقيًّا يضم جميع تجار التمور الحاصلين على علامة تمور السعودية، بالإضافة إلى منتجاتها ومشتقاتها، ومتجرًا لبيع التمور ومنتجاتها للمستهلك، ومستودعًا لتخزين منتجات التجّار وتوصيلها للمستهلك النهائي.

من جهة أخرى، تتخذ الآن المملكة قفزات لتكون أكبر مصدِّر في العالم للتمور، من خلال وصول منتجات تمور السعودية إلى المستهلك العالمي لتحقيق رؤية المملكة المتمثلة في زيادة الصادرات غير النفطية.

الهلال وi-be يوقعان اتفاقيتين لتأسيس شركتي «Midewide» و«Boonfull» لتطوير مشروعات الطرفين

وقع رئيس مجلس إدارة نادي الهلال رئيس مجلس إدارة شركة نادي الهلال الاستثمارية، فهد بن نافل، اتفاقيتين مع شريك ريادة الأعمال للنادي شركة i-be؛ لتأسيس شركتي «Midewide» و«Boonfull»، لتطوير مشروعات الطرفين.

ووقع ابن نافل، وخالد الطويل رئيس مجلس إدارة شركة i-be مع ممثل شركة Midewide علي التميمي، وممثلة شركة Boonfull سامية العتيبي، بحضور نائب رئيس نادي الهلال سليمان الهتلان، وأعضاء مجلس الإدارة فيصل الغشيان، وسلمان التويجري، وسلطان آل الشيخ الرئيس التنفيذي لشركة نادي الهلال الاستثمارية.

وسيساهم الهلال من خلال هاتين الاتفاقيتين في تطور مشروعات الشركتين، وتحقيق مستهدفاتهما، إلى جانب تنويع العوائد المالية للنادي، واستثمار منصاته في إيصال المشروعات بسهولة إلى الفئات المستهدفة .

وفي هذا الصدد، قال رئيس الهلال فهد بن نافل: نسعد اليوم بأن نستفيد من المؤتمر العالمي لريادة الأعمال في إبرام هاتين الشراكتين في خطوة أخرى رائدة للنادي في مجال ريادة الأعمال الذي يحظى باهتمام من القيادة الرشيدة - رعاها الله - وهذه الخطوة غير المسبوقة سيكون أثرها على المدى الطويل للنادي، وسيكون هناك العديد من العقود في المستقبل بذات المجال لنواصل ريادتنا وتميزنا في مختلف المجالات.

i-be تعلن توقيع اتفاقية امتياز مع أكاديمية تمكين لرواد الأعمال في سلطنة عمان

أعلنت i-be عن توقيع اتفاقية امتياز مع أكاديمية تمكين لرواد الأعمال في سلطنة عمان.

وطبقًا لتغريدة على حسابها في تويتر كشفت i-be أن هذه الاتفاقية ستسهم في تكوين أول حاضنة ومسرعة أعمال سعودية تمنح هذا الحق خارج المملكة العربية السعودية.

وتهدف هذه الاتفاقية إلى دعم وخدمة المشاريع الإبداعية لشباب وشابات الأعمال في عمان.

وتعدi-be مجتمع ريادة أعمال متكاملاً يعمل تحت شعار «إطلاق شركة ناجحة كل يوم»، ويدعم المبتكرين ويخدم المستثمرين ويربط الخبراء ومزودي الخدمات بالرياديين والرياديات ويصمم البرامج التدريبية النوعية لهم.

وتستهدف i-beأصحاب الأفكار الريادية الذين لديهم إصرار ورغبة عالية لحل مشاكل تواجه الأفراد أو المجتمعات من خلال خدماته ومنتجاته، ولديهم إرادة عالية ويبحثون عن بيئة عمل تساعدهم على بناء قدراتهم ومهاراتهم الفردية التي ستعينهم على تأسيس مشاريعهم الريادية. وكذلك تهدف إلى الربط لتكوين مجتمع متكامل من خلال المشاركة والتكامل مع رواد الأعمال ليتمكنوا من تحويل مشاريعهم إلى واقع ملموس ومشاريع ريادية تحقق أهدافهم.

(نعناع) تطلق رؤيتها الجديدة وتختار الجمل شعارًا لعلامتها التجارية

تكريمًا لمكانتها في قطاع تسوق المقاضي أونلاين الذي ميز نشاطها على مدى سبع سنوات كانت خلالها الرائدة كمنصةٍ لتوصيل المقاضي، تدخل شركة (نعناع) مرحلة من التوسع اتخذت فيها الجمل (نعناع) شعارًا لها؛ مستلهمة من الجمل موثوقيته، وألفته مع أصحابه، وما يتميز به من قوة وصبر، وقدرةٍ على الوصول إلى غايته.

وأكد السيد سامي الحلوة، المؤسس والرئيس التنفيذي للشركة، سعي (نعناع) لتكون جزءًا من كل أسرة في المملكة، ولتقود نمو السوق السعودية في هذه الفئة من خدمات التسوق، وتطلعها للوصول إلى ٤٠٪ من حصة السوق، أي ما يزيد على (٩٠٠ مليون دولار أمريكي) بحلول عام ٢٠٢٥.

جاء ذلك في كلمة ألقاها في الحفل الذي أقامته الشركة في منطقة العمارية قرب الرياض لإطلاق شعارها الجديد.

وقال: إن إطلاق هوية علامتنا التجارية الجديدة، يحول شركتنا إلى مرحلة جديدة، ويؤكد على نجاحها في الارتقاء بعلامة تجارية سعودية محلية باتجاه حديث وفعال لتكون كيانًا واعدًا عالميًا، وكيانًا محليًا راسخًا.

وأشار إلى أن اختيار الجمل شعارًا جديدًا لهوية الشركة يعكس إيمان (نعناع) بالدلالات والرمزية التي تميز الجمل في بيئته العربية كأقدم وسيلة لوجستية في العالم، وأكثر وسيلة يعتمد عليها.

ومن جانب آخر، أكد السيد سائد العلي، رئيس قطاع التسويق في الشركة، أن عام ٢٠٢٢ هو العام الذي انطلقت فيه «نعناع» في مرحلة جديدة مع رؤيتها لتوفير حياة يومية أسهل لعملائها، مشيرًا إلى أن «نعناع» قامت بتحديث علامتها التجارية كي تكون أقرب من جمهورها المستهدف من المواطنين، إلى جانب أعداد كبيرة من المقيمين العرب وغيرهم من جنسيات أخرى. واختارت الجمل (نعناع) كتميمة ليكون رمزًا للبهجة؛ لما فيه من صفات رائعة، ولكونه بالأصل «سفينة الصحراء» عبر تاريخ العرب مع التجارة.

ونوَّه هشام العلي، نائب رئيس قطاع الموارد البشرية، بالشباب السعودي العامل في الشركة، ودورهم في إثراء ثقافتها وتعزيز هويتها، قائلا: الموظفون يصنعون ثقافة المنظمة، وثقافة المنظمة تشكل القيم، والقيم هي من تحدد المستقبل في (نعناع).

و(نعناع) تطبيق ومنصة إلكترونية مختصة، تحديدًا في توصيل المقاضي اليومية، والأسبوعية، والشهرية، ويعد الأول من نوعه في المملكة لشراء المقاضي المنزلية بجودة عالية، وطريقة تغليف مميزة واحترافية، وبسرعة قياسية. وتعمل (نعناع) حاليًا في الرياض من خلال نعناع إكسبريس ونعناع هايبر، وفي جدة من خلال نعناع إكسبريس وهايبر. كما تعمل في الخبر والدمام باسم نعناع هايبر، ولها شركاء من محلات السوبر ماركت على مستوى المملكة.

أمريكانا المطاعم توقّع عقد شراكة مع شركة يَمْ! براندز لإعادة افتتاح بيتزا هت في السوق السعودي

أعلنت أمريكانا المطاعم، المُشغّل الرائد لمطاعم الخدمة السريعة (QSR) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، اليوم الاحد ٤ يوليو ، أنها وقعت اتفاقية امتياز مع شركة يَمْ! براندز، أكبر شركات المطاعم في العالم، لتطوير وتشغيل مطاعم بيتزا هت في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية، باستثناء مدينة جدة. وبأكثر من ٥٤٠٠٠ مطعم في أكثر من ١٥٥ دولة ومنطقة، تشتهر يَمْ! براندز على نطاق واسع بتشغيل العلامات التجارية الشهيرة للمطاعم مثل كنتاكي وبيتزا هت وتاكو بل.

وضمن الاتفاقية، من المقرر أن تقوم أمريكانا المطاعم بإعادة إطلاق العلامة التجارية الشهيرة بيتزا هت رسميًا في أكبر مدن ومناطق المملكة. وسيكون أول متجر لها، وهو مطعم بيتزا هت في الرياض في مجمع كيان سكوير - حي النرجس، والذي سيرحب رسميا بزواره في ٤ يوليو ٢٠٢٢. للاستفادة بشكل كامل من الطلب المتزايد على أجود أنواع البيتزا وقنوات التسويق الشاملة (OMNI CHANNEL) في السوق السعودي، كما تخطط أمريكانا المطاعم لإطلاق ٣٠ موقعًا إضافيًا لبيتزا هت من الآن وحتى بداية عام ٢٠٢٣ و١٠٠ فرع على مدار السنوات الثلاث المقبلة. كما ستوفر بيتزا هت لعشاق البيتزا في المملكة العربية السعودية فرصة لتجربة الأرتيزانال بيتزا (ARTISANAL PIZZA) «لأول مرة في العالم»، والتي يتم خبزها بإتقان في الفرن الحجري.

وتعليقًا على هذا الحدث، قال أماربال سندو، الرئيس التنفيذي - أمريكانا المطاعم: «يمثل اليوم بداية جديدة لبيتزا هت في المملكة العربية السعودية، أحد أسواقنا الإقليمية الرئيسية والذي يواصل تقديم إمكانات نمو فريدة ومذهلة. ونحن على ثقة من أن أمريكانا المطاعم ستزود العملاء والعائلات في جميع أنحاء المملكة بأساليب وطرق مبتكرة وجديدة في بيتزا هت الشهيرة عالميًا، حيث سيكون هناك تركيز كبيرعلى جودة المكونات وسرعة الخدمة، لتجربة فريدة لا مثيل لها.

وأضاف:» خططنا الخاصة بالمملكة العربية السعودية وبيتزا هت لا تتوقف عند هذا الحد، وفي إطار التزامنا بضمان أن يتمتع عملاؤنا دائمًا بتجربة سلسة وسهلة في مطاعمنا، سنقدم أيضًا مجموعة من الخدمات التكنولوجية المبتكرة التي تسمح لعملائنا بالطلب في أي مكان باستخدام التطبيق المتطوّر، ورموز الاستجابة السريعة (QR CODE) وأكشاك الخدمة الذاتية».

من جانبه علق إيوان دافنبورت، مدير عام بيتزا هت - شركة يَمْ، في منطقة الشرق الأوسط وتركيا وأفريقيا قائلا:» «نحن متحمسون لمواصلة نمونا في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية، ونحن سعداء حقا بهذه الشراكة مع شريكنا المميز، أمريكانا المطاعم، لتقديم بيتزا هت المشهورة عالميًا لروادها في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية. ونحن على ثقة من أن هذه الشراكة تمثل البداية لرحلة نمونا الرائعة في المملكة العربية السعودية، وسنسعى جاهدين لكسب قلوب عملائنا من خلال تقديم البيتزا اللذيذة، بدءًا من أول فرع في الرياض، في منطقة النرجس، مع الاستمرار في تقديم الابتكار في المنتجات والمتعة والمرح».

وتعد امريكانا المطاعم هي صاحبة الامتياز في تشغيل وتطوير العديد من العلامات التجارية الشهيرة للمطاعم العالمية مثل؛ كنتاكي، وبيتزا هت، وهارديز، وكرسبي كريم، وويمبي، وتي جي آي فرايديز. تعد امريكانا المطاعم منصة إقليمية رائدة مع شبكة متنوعة من مطاعم الخدمات السريعة والخدمة الكاملة في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا وكازخستان.

جولة تمويل جديدة لشركة كلين السعودية بقيمة ٢ مليون دولار

أعلنت شركة كلين"Kleen ، التي توفر حلول تقنية لقطاع المغاسل في المملكة العربية السعودية، عن إغلاقها جولة استثمارية (Seed) قدرها ٧,٥ مليون ريال سعودي (مليوني دولار أمريكي) بمشاركة بلس في سي (VC+) ومجموعة مستثمري الرياض الملائكيين (RAI) وعدد من المستثمرين الملائكيين الأخرين.

تأسست كلين العام الماضي وأطلقت خدماتها شهر نوفمبر قبل أسابيع من إعلانها عن إغلاق جولتها الاستثمارية (Pre-Seed). وتعمل الشركة على تطوير منظومة من الحلول التقنية والعملياتية واللوجستية لتمكين مزودي الخدمة من رفع مستوى الجودة، ضبط العمليات، وتخفيض تكاليف الخدمات، بالإضافة إلى تحسين تجربة العميل وفقًا لبيانها. وتضيف الشركة إنها تقوم بالتعاقد مع مزودي الخدمة ضمن إطار الوكالة التقنية التجارية (Tech Franchise) وهو نموذج عمل يتم تطبيقه لأول مرة في قطاع المغاسل في المملكة لضمان جودة الخدمات المقدمة.

وصرح تركي الشرمان، أحد مؤسسي كلين، عن ذلك بالقول إنه منذ تطبيق منظومة الشركة لنموذج الوكالة التقنية نما عدد العملاء بما يقارب ٣٣٦٪، وشهدت المبيعات نموًا بنسبة ٢١١٪ منذ ديسمبر العام الماضي. كما تم تنفيذ أكثر من ٦ آلاف طلب للعملاء وغسيل أكثر من ٥٠ ألف قطعة وتحقيق ١٨٠٪ معدل نمو في متوسط قيمة الطلب.

وأضاف تركي الشرمان بأن كلين سوف تعمل على توظيف الاستثمارات التي حصلت عليها في هذه الجولة للتوسع الجغرافي وتقديم خدماتها في كل من الرياض وجدة ومناطق أخرى في المملكة. بجانب الاستمرار في استقطاب الكفاءات وبناء فريق العمل الذي سيُمكن الشركة من تقديم حلول مبتكرة سواء لعملاء تطبيق كلين أو لمزودي الخدمة.

من جهته، قال حسن حيدر، الشريك المدير في بلس في سي: "إن توظيف التقنيات الحديثة ضمن نماذج العمل المبتكرة في القطاعات الخدمية تعتبر من الممكنات الرئيسية لتحقيق معدلات النمو المستهدفة والتوسع في الشركات الناشئة، ومن هنا كانت مشاركتنا في الجولة الاستثمارية في كلين، إضافة لما وجدناه من فريق عمل متكامل يمكن الاعتماد عليه في تحقيق الأهداف المنشودة".

هذا وقد أشار تركي الشرمان بأن كلين بصدد إطلاق جولة استثمارية جديدة في الربع الرابع من العام الحالي، وذلك من أجل الاستمرار في عملية ابتكار الحلول والخدمات والتوسع الجغرافي في المملكة العربية السعودية والأسواق المحيطة.

٥١,٨ مليار ريال إجمالي حصيلة الإطلاقات والاتفاقيات خلال المؤتمر العالمي لريادة الأعمال

اختتمت فعاليات المؤتمر العالمي لريادة الأعمال (الرياض ٢٠٢٢)، الذي أقيم تحت رعاية صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز، ولي العهد، نائب رئيس مجلس الوزراء، رئيس مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، وبتنظيم الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت»، بالتعاون مع الشبكة العالمية لريادة الأعمال (GEN).

اختتمت فعاليات المؤتمر العالمي لريادة الأعمال (الرياض ٢٠٢٢)، الذي أقيم تحت رعاية صاحب السمو الملكي الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز، ولي العهد، نائب رئيس مجلس الوزراء، رئيس مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية، وبتنظيم الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت»، بالتعاون مع الشبكة العالمية لريادة الأعمال (GEN).

وحقق المؤتمر على مدى ٤ أيام؛ رقمًا قياسيًا في قيمة مبالغ الاتفاقيات والإطلاقات والجولات الاستثمارية، بلغ أكثر من ٥١,٨ مليار ريال (ما يعادل١٣,٨ مليار دولار أمريكي)، بهدف دعم ريادة الأعمال في مختلف المجالات، وتعزيز مكانة المملكة كبيئة جاذبة للرواد والمبتكرين والمبدعين من أنحاء العالم.

ومن أبرز الاتفاقيات والإطلاقات خلال المؤتمر، توقيع بنك التنمية الاجتماعية اتفاقيات مع عدة جهات منها: الهيئة الملكية للجبيل وينبع، ومعهد ريادة الأعمال الوطني، فيما أعلن البنك عن إطلاق عدد من المنتجات والمبادرات لدعم وتمكين رواد الأعمال بأكثر من ١١ مليار ريال (ما يقارب ٣ مليارات دولار أمريكي).

ووقعت الشركة السعودية للاستثمار الجريء SVC اتفاقيات مع عدد من الصناديق الاستثمارية بقيمة إجمالية قدرها ٢,٤ مليار ريال (أكثر من ٦٥٦ مليون دولار أمريكي). وأطلقت شركة سابك صندوق نسائد «٢» مع شركة الأهلي المالية بقيمة ٧٥٠ مليون ريال (٢٠٠ مليون دولار) لدعم الشركات الناشئة وتطوير القطاع الصناعي. وشملت الإطلاقات أيضًا إعلان بنك المنشآت الصغيرة والمتوسطة الميزانية المعتمدة لتمويل قطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة التي بلغت ١٢ مليار ريال (٣,٢ مليارات دولار أمريكي).

ووقّعت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت»، اتفاقية تعاون مع مصرف الراجحي بقيمة ملياري ريال (ما يزيد على ٥٣٣ مليون دولار أمريكي)، لإطلاق برامج ومنتجات تمويلية مبتكرة. ووقعت أيضًا مع البنك العربي الوطني عدة اتفاقيات تعاون منها: اتفاقية إطلاق برامج ومنتجات تمويلية مبتكرة، بقيمة أكثر من مليار ريال (ما يزيد على ٢٩٣ مليون دولار)، وإطلاق منتج البطاقة الائتمانية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة بمبلغ يصل إلى٥٠ مليون ريال (١٣ مليون دولار أمريكي).

بدورها، أعلنت وزارة الاستثمار عن مجموعة من الاستثمارات والترخيص للعديد من الشركات العالمية للدخول في السوق السعودي بحجم استثمارات تقدر بنحو ٣,٥١ مليارات ريال (ما يزيد ٩٣٦ مليون دولار أمريكي). كما تضمن المؤتمر إعلان القيمة الإجمالية لمبالغ البرامج التمويلية المبتكرة من البنوك التي بلغت أكثر من ٧,٣ مليارات ريال (مليارى دولار أمريكي) للأعوام الخمسة المقبلة. في حين وقّع البنك الأهلي السعودي اتفاقية تعاون؛ لمنتج برامج ومنتجات تمويلية مبتكرة بقيمة مليار ريال (ما يزيد على ٢٦٦ مليون دولار أمريكي)، واتفاقية تعاون أخرى لدعم برنامج الابتكار بقيمة ٢,٧ مليون ريال (٧٢٠ ألف دولار أمريكي). ووقّع بنك البلاد اتفاقية مع «منشآت» لتقديم برامج ومنتجات تمويلية مبتكرة بقيمة تقارب مليارى ريال (٥٢٠ مليون دولار أمريكي).

ووقّع برنامج ضمان التمويل للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «كفالة» ١٢ اتفاقية تعاون والعديد من مذكرات التفاهم بقيمة بلغت ٦ مليارات ريال (١,٦ مليار دولار أمريكي) منها اتفاقية تعاون مع وزارة الصناعة والثروة المعدنية، ووزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، ووزارة الرياضة، وصندوق التنمية الثقافي، وصندوق التنمية السياحي، وبرنامج تطوير الصناعات الوطنية «ندلب»، وجامعة الملك سعود، وجامعة الجوف، وشركة ركن العمل لحاضنات ومسرعات الأعمال.

وشهد المؤتمر خلال أيامه الأربعة تجمعًا كبيرًا لرواد الأعمال من أكثر من ١٨٠ دولة، وأقيمت خلاله العديد من الفعاليات، تضمنت أكثر من ١٤٥ جلسة حوارية، شارك فيها ما يزيد على ٢٩٣ متحدثًا، إضافة إلى ٣٩ ورشة عمل.

واستضاف المؤتمر خلال فعالياته متحدثين من كبار المسؤولين الحكوميين؛ إذ شارك في الجلسات الحوارية الرئيسية صاحب السمو الملكي الأمير عبدالعزيز بن سلمان بن عبدالعزيز، وزير الطاقة؛ ومعالي وزير الاستثمار المهندس خالد بن عبدالعزيز الفالح؛ ومعالي وزير الاتصالات وتقنية المعلومات المهندس عبدالله بن عامر السواحة. واستضاف المؤتمر متحدثين دوليين من كبار رواد الأعمال في العالم، حيث تضمن جلسة حوارية مع الشريك المؤسس لشركة أبل ستيف ووزنياك. في حين استضاف المؤتمر في جلسة أخرى الشريك المؤسس، الرئيس التنفيذي السابق لمنصة نتفلكس مارك راندلف.

وتضمن المؤتمر العالمي لريادة الأعمال معرضًا مصاحبًا أقيم في فندق الريتزكارلتون، وشارك فيه عدد من الجهات الحكومية، والقطاع الخاص ورود أعمال من مختلف أنحاء العالم.

ونظمت الشبكة العالمية لريادة الأعمال (GEN) بالتعاون مع «منشآت» على هامش المؤتمر، حفل توزيع جوائز The Compass Award التي تُمنح للأنظمة الريادية العالمية للأفراد أو المنظمات أو المجتمعات التي لها تأثير كبير على المستوى الدولي في تمكين رواد الأعمال من تأسيس شركات ناشئة ونموها حول العالم، وأعلنت خلاله فوز ثلاث جهات سعودية؛ حيث فازت وزارة التجارة بجائزة ONE GLOBAL ECOSYSTEM AWARD، في حين فازت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» بجائزة BRAND CHAMPION AWARD ، وفازت مؤسسة محمد بن سلمان «مسك» بجائزة Startup Competition of the Year.

يشار إلى أن الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة، نظمت خلال هذا الحدث العالمي نشاطات جانبية لضيوف المؤتمر شملت حفل عشاء في منطقة الدرعية، ورحلة إلى شركة أرامكو السعودية، ولمنطقة العُلا للتعرف على أحد أبرز الجهات السياحية في المملكة.

توقيع أول عقد امتياز تجاري لحاضنة الأعمال السعودية i-be في سلطنة عمان

مسقط – الفرنشايز

وقّعتْ أكاديمية تمكين للابتكار وريادة الأعمال، اتفاقية شراكة إستراتيجية مع شركة الأداء (i-be) حاضنة الأعمال المبتكرة في المملكة العربية السعودية؛ تمّ بموجبها توقيع أول عقد امتياز تجاري لحاضنة الأعمال السعودية في السلطنة؛ بهدف خدمة ودعم رواد ورائدات الأعمال وأصحاب المشروعات الناشئة والمشروعات الإبداعية في البلدين الشقيقين.

ورَعَتْ سَعادة حليمة بنت راشد الزرعية رئيسة هيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حفل توقيع الاتفاقية، الذي أقيم بجناح الضيافة، في مركز عُمان للمؤتمرات والمعارض، الأربعاء ٢٩ يونيو ٢٠٢٢م.

وقّع الاتفاقية من الجانب العُماني خميس بن عبيد العجمي رئيس مجلس إدارة أكاديمية تمكين للابتكار وريادة الأعمال، فيما وقّع المهندس بسام الخراشي الرئيس التنفيذي لمنصة الأعمال (i-be) عن الجانب السعودي.

وحضر حفل التوقيع سفير خادم الحرمين الشريفين سعادة الأستاذ عبد الله بن سعود العنزي، ووفد من الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة (منشآت).

وتتضمّن اتفاقية الشراكة الإستراتيجية بين الطرفين تقديم الأدلة التشغيلية التفصيلية والإجراءات الخاصة بحاضنة "i-be"، وتقديم المناهج والتدريب "ممنوح الامتياز" لتفعيل تشغيل الحاضنة بشكل فعّال.

وقال خميس العجمي رئيس مجلس إدارة أكاديمية تمكين للابتكار وريادة الأعمال: سعداء بتوقيع الاتفاقية مع شركة ريادة الأداء لحاضنات ومسرعات الأداء السعودية، من أجل تدشين حاضنة "i.be" في السلطنة، في خطوة تعد إضافة نوعية لاستثماراتنا في السلطنة؛ نظرا لما تمتلكُهُ الحاضنةُ السعودية من تميز مشهُود لهُ في مجال الابتكار وريادة الأعمال، والتي تستهدفُ أصحاب الأفكار الريادية ممن لديهم رغبةٌ في خدمة أفراد المُجتمع، ويبحثون عن بيئة عمل تُساهمُ في بناء قُدراتهم ومهاراتهم الفردية؛ لتأسيس مشاريعهم الريادية. وأضاف العجمي: نُعولُ كثيراً على هذا المشروع الإستراتيجي لخدمة هذا القطاع الواعد في سلطنة عُمان، ونثقُ في خبرات شُركائنا من المملكة العربية السعودية لإحداث نقلة نوعية في هذا المجال.

وتابع العجمي: يأتي توقيع الاتفاقية للاستفادة من تجربة المملكة في تأسيس مجتمع ريادي متكامل من خلال

الأستاذ بسام الخراشي يستلم درع التكريم من رئيسة هيئة تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة

جانب من الحضور

تكوين جيل من الرياديين، قادر على ابتكار فرص عمل استثمارية؛ عبر تعزيز قدراته وتمكينه من إدارة منشأته الصغيرة، وتحفيزه وتسويق ابتكاراته؛ حيث قطعت المملكة العربية السعودية شوطا كبيرا في تعزيز ريادة الأعمال؛ من خلال تأسيس منشآت تساعد رواد الأعمال على تسويق أفكارهم ومنتجاتهم، وتشجعهم على الإبداع والابتكار لزيادة مساهماتهم في إجمالي الاقتصاد الوطنيّ. ولفت العجمي إلى أنَّ المملكة تميزت بوجود العديد من حاضنات ومسرعات الأعمال التي تدعم المشاريع الجديدة والمبتكرة وتتبنّاها. مؤكدا أن الهدف الأساس من هذه الشراكة العمانية-السعودية تطوير قطاع ريادة الأعمال والابتكار في البلدين، بما يتفق وأولويات رؤية "عُمان ٢٠٤٠"، و"المملكة ٢٠٣٠"، لاسيما في ضوء الاهتمام المتنامي من قبل حكومة البلدين بهذا القطاع الواعد؛ مما ساعد في توفير بيئة جاذبة لكثير من المبدعين ورواد الأعمال.

من جانبه، عبَّر المهندس بسام الخراشي الرئيس التنفيذي لـ i-be، عن سعادته بتوقيع الاتفاقية، والتي اعتبرها تُمثل قفزة نوعية في مجال ريادة الأعمال لدى البلدين. وقال الخراشي: فخورون بأن يكون لـ i-be دور في ترسيخ علاقات التعاون الثنائي القائم بين المملكة وسلطنة عُمان، على صعيد ريادة الأعمال ودعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ونتطلع من خلال هذه الشراكة إلى تحقيق الرؤى المشتركة مع أشقائنا في السلطنة؛ من خلال تصدير منهجيات داعمة لريادة الأعمال من شأنها جذب المستثمرين العُمانيين واستقطاب أصحاب المشاريع المبتكرة.

وأكّد الخراشي أن i-be تحرص على تقديم فعاليات متنوعة في جميع مجالات ريادة الأعمال والابتكار، تكون قادرة على تحقيق الإلهام ومنح فرصة التعلم والتواصل لرواد الأعمال من خلال عدة مبادرات؛ تشمل: الابتكار، والاستثمار، والتمكين.

و"i-be" هي حاضنة أعمال سعودية تأسست في العام ٢٠١٨م، تحت شعار "إطلاق شركة ناجحة كل يوم"، واليوم هي الراعي الرسمي لريادة الأعمال لنادي الهلال السعودي، وتملك ٧ أفرع داخل المملكة، ويُعد الفرع في سلطنة عُمان هو الأول خارجها، وتطمح الشركة لإطلاق ٣٠٠ مشروع ريادي بحلول ٢٠٣٠م.

تكريم فراناكسس من رئيسة وهيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هذه اول اتفاقية امتياز تجاري لـ i-be مع شريك خارج السعودية وهو أكاديمية تمكين لرواد الأعمال في سلطنة عُمان وذلك برعاية من منشآت وهيئة تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في سلطنة عمان ومكتب الامتياز التجاري للاستشارات (فراناكسس) المطور لنموذج عمل الامتياز التجاري لحاضنة i-be

الأستاذ أحمد العرفج مدير عام فراناكسس يستلم درع التكريم من رئيسة هيئة تنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة

أكثر من ١٠ علامات عالمية مميزة لخدمة العملاء تقدمها شركة الامتياز

تواصل شركة الامتياز مسيرة نجاح وتفوق بدأتها منذ أربعين عامًا لتكون من أكبر الشركات المتخصصة التي تجمع أهم العلامات التجارية للأشمغة محليًا وإقليميًا.

وأكد الأستاذ عبدالعزيز بن فهد العجلان، نائب رئيس مجلس الإدارة، أن شركة الامتياز التي تخصصت في تقديم الزي الوطني السعودي وما يتعلق به من منسوجات خلال نصف قرن من الزمان نالت ثقة جميع عملائها وتقديرهم لما قدمته لهم من منتجات عالية الجودة من أرقى العلامات التجارية العالمية، منوهًا بحرصها الدائم على تطوير خدماتها، والعمل باستمرار على تحديث المنتجات التي تطرحها في الأسواق، وتنويع الخامات المصنعة منها، والبحث عن كل جديد ومميز يليق بعملائها ومكانتهم.

وكشف الأستاذ العجلان أن شركة الامتياز تفخر اليوم بتقديمها أكثر من ١٠ علامات تجارية مرموقة ومميزة من المنتجات المختلفة التي يتم التعامل معها بعناية ودقة منذ اللحظة الأولى لاختيار نوعية الأقمشة وحتى تقديمها بشكلها النهائي مع مراعاة أعلى معايير الجودة في مختلف مراحل العمل والتزامًا بشعارها تميز منذ القدم.

وأشار الأستاذ العجلان إلى المكانة المميزة التي حققتها شركة الامتياز، حيث أصبحت واحدة من الشركات الوطنية التي التزمت بتحقيق عدة أهداف استراتيجية تتمثل في تحقيق مصالح المساهمين والعمل على تنمية الاقتصاد السعودي، والمشاركة الوطنية الفعالة في تشكيل الهوية السعودية والحفاظ عليها وتقديم المنسوجات والملبوسات السعودية في أرقى صورة عصرية.

الأستاذ العجلان

شركة الامتياز المحدودة
Alemtiaz Co., Ltd.

شركة الامتياز

شركة «الامتياز المحدودة» تأسست في سنة ١٩٧٧م، وتعمل وفق نظام «الامتياز التجاري» الذي يمكنها من تسويق منتجاتها عالية الجودة تحت علامات تجارية عالمية معروفة، تسهل لها دخول الأسواق والاستحواذ على حصص سوقية معتبرة. كما تمتلك الشركة علامات تجارية أخرى خاصة بها في عالم الملبوسات والمنسوجات وتقوم بتسويقها مع علاماتها التجارية العالمية الأخرى.

ويمكن الاطلاع على العلامات التجارية ومزيد من المعلومات من خلال موقع الشركة وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

بالتعاون مع «منشآت» أمازون تدعم رواد الأعمال السعوديين لتأسيس شركات ناشئة في مجال الخدمات اللوجستية

أعلنت أمازون، عن إطلاق برنامجها العالمي الرائد «رواد الأعمال للخدمات اللوجستية» في المملكة العربية السعودية، بالتعاون مع الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت»، والذي يهدف إلى تحفيز رواد الأعمال المحليين وتمكينهم من تأسيس وإدارة شركاتهم الخاصة في مجال الخدمات اللوجستية لتوصيل شحنات أمازون. وتُعَد هذه النسخة من البرنامج هي الأولى التي يتم إطلاقها في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، فيما سيتم التوسع في إطلاق البرنامج عبر عدة دول في المنطقة. كما من المتوقع أن يسهم هذا البرنامج في تأسيس ما يزيد عن ٣٠ شركة ناشئة جديدة وخلق مئات الوظائف في مجال الخدمات اللوجستية داخل المملكة خلال سنواته الثلاث الأولى.

وجاء الإعلان عن برنامج «رواد الأعمال للخدمات اللوجستية» خلال حفل عقد بحضور محافظ الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» المهندس صالح الرشيد، ونائب رئيس شركة أمازون لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا رونالدو مشحور.

ويقدم برنامج «رواد الأعمال للخدمات اللوجستية» للراغبين في الانضمام إليه من رواد الأعمال السعوديين، العديد من المزايا، مثل الحصول على نسبة محددة من طلبات أمازون ضمن المحطة الأخيرة لتوصيل الشحنات، وإمكانية الاستفادة من تقنيات أمازون المتطورة، وبرامج التدريب على رأس العمل، بالإضافة إلى تخفيضات على مجموعة من الخدمات، بما فيها المركبات التي تحمل علامة أمازون التجارية، والزي الموحّد بشعار أمازون، والتأمينات الشاملة.

وتعليقاً على مبادرة أمازون الجديدة، قال محافظ الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة «منشآت» المهندس صالح الرشيد: «تعد المنشآت الصغيرة والمتوسطة شريانا حيويا لاقتصادات الدول، ونعمل في الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة على دعم وتمكين هذا القطاع الحيوي، وذلك عبر العديد من البرامج والاتفاقيات والشراكات مع القطاعين العام والخاص، وتأتي مبادرة أمازون لتترجم هذا التعاون الذي يمثل إحدى ثمار الاتفاقيات التي وقعت خلال المؤتمر العالمي لريادة الأعمال (GEC) والذي نظمته منشآت بالتعاون مع شبكة ريادة الأعمال العالمية، كما نتطلع أن يحقق هذا البرنامج الطموح أهدافه لدعم بيئة ريادة الأعمال في المملكة، وأن يمثل نموذجا يحتذى في الشراكة بين القطاع العام والخاص»

من جانبه، قال نائب رئيس شركة أمازون لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا رونالدو مشحور: «يواصل رواد الأعمال في المملكة إلهامنا بأفكارهم المبتكرة وإبداعاتهم التي تُسهم في إرساء معايير جديدة في نهج التفكير الذي يركز على تلبية احتياجات العملاء. ونحن في أمازون، نؤكد على التزامنا بالاستمرار في تعزيز ودعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء المنطقة. ومن خلال إطلاق برنامج «رواد الأعمال للخدمات اللوجستية» الجديد في المملكة، وتوفير الأدوات والتقنيات والمعرفة اللازمة لرواد الأعمال السعوديين، نهدف إلى تشجيعهم على تأسيس وتشغيل شركاتهم الخاصة في مجال الخدمات اللوجستية. كما نسعى إلى تمكين رواد الأعمال المبتكرين من خلال دعم الشركات والعلامات التجارية الناشئة في جميع أرجاء المملكة لاستثمار كامل طاقاتها وقدراتها، إلى جانب المساهمة الفاعلة في الاقتصاد الرقمي القوي وسريع النمو في المملكة».

أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة «فودكس»:

ندعم أصحاب المطاعم والامتيازات لإدارة أعمالهم بنجاح

أكد أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لـ«فودكس»، أن النجاح في قطاع المطاعم يحتاج إلى شركاء تستطيع الاعتماد عليهم في كل وقت وحين، ويتطلب النمو التدفُّق المالي. ومن هنا، فإن «فودكس» تسعى لتقديم كل ما يحتاجه أصحاب المطاعم من أدوات لمساعدتهم على زيادة مبيعاتهم وتخفيض تكاليفهم لتنمو أعمالهم بشكل مستدام. وأشار الزيني في حوار خاص مع مجلة (الفرنشايز) إلى أنه ليس لديهم أي خطط حالية لمنح امتيازات خدمات «فودكس»، مؤكدًا استمرارها في مساعدة أصحاب المطاعم والامتيازات على إدارة أعمالهم بنجاح وتمكينهم من تقديم حق الامتياز لعلاماتهم التجارية.

كيف بدأت «فودكس»؟ ومن تستهدف؟ وما رؤيتها؟

أطلقت «فودكس» منتجها الخاص بنقاط البيع وإدارة المطاعم في عام ٢٠١٤م، وهو برنامج متكامل سحابي يمكّن أصحاب المطاعم من الربط مع الكثير من تطبيقات الطرف الثالث مثل: المحاسبة، وتطبيقات التوصيل، وغيرها. وعملت الشركة على مدى عدة سنوات لتعديل هذا المنتج وتحديثه بما يساهم في تبسيط عمليات المطاعم لديهم.

مؤخرًا قررنا دخول عالم المدفوعات لتأمين خدمة متكاملة لعملائنا بكل ما يخص احتياجاتهم التكنولوجية وحصولهم عليها من مزوِّد خدمة واحد. لذلك أطلقنا «فودكس Pay»، خدمة التكنولوجيا المالية التي نقدمها للمطاعم وتتيح إمكانية قبول المدفوعات الرقمية دون تلامس وبكل سلاسة.

النجاح في قطاع المطاعم يحتاج إلى شركاء تستطيع الاعتماد عليهم في كل وقت وحين، ويتطلب النمو التدفُّق المالي. نسعى لتقديم كل ما يحتاجه أصحاب المطاعم من أدوات لمساعدتهم على زيادة مبيعاتهم وتخفيض تكاليفهم لتنمو أعمالهم بشكل مستدام.

في الفعالية السنوية، مؤخرًا، أعلنتم عن حزمة من حلول الطلب والدفع الذاتي لدعم أصحاب المطاعم وتعزيز نمو أعمالهم. هل يمكن تسليط الضوء على أبرز هذه الحلول وانعكاسها الإيجابي على القطاع؟

مع تغيُّر سلوك العملاء الذي حدث، أخيرًا، قبل وأثناء وبعد جائحة كورونا (كوفيد-١٩)، أصبح الناس يفضّلون أن يخوضوا تجربة الطلب ويعيشوا التجربة بأنفسه، بحيث يتطّلعون على قائمة الطعام أو المنيو، ومن ثم الطلب. وأثبتت الدراسات أن العميل حين يقوم بالطلب بنفسه من قائمة طعام أو منيو واضح وصريح، متوسط قيمة الطلب أو قيمة الفاتورة يرتفع بشكل واضح من ٦٥ ريالاً للطلب الواحد إلى ٨٥ ريالاً.

قريبًا سنطلق «فودكس كابيتال» التي تتيح لأصحاب المطاعم الحصول على التمويل السريع

فكان لا بد أن نقدِّم هذه التجربة، تجربة الطلب والدفع الذاتي للمطاعم حتى نمكّنهم من تقديم تجربة عملاء أفضل وزيادة مبيعاتهم وأرباحهم.

لذلك، كشفنا عن ٤ منتجات أساسية خلال الحدث السنوي الأخير «آفاق غير محدودة ٢٠٢٢»، وهي كالتالي:

1. فودكس أونلاين (Foodics Online)، وهي منصة طلب أونلاين تمكّن أصحاب المطاعم من إنشاء موقع أو تطبيق إلكتروني خاص بهم.
2. جهاز الطلب الذاتي (Foodics Kiosk – Tower)، وهو جهاز يمتد ارتفاعه بطول الشخص تقريبًا مع شاشة تفاعلية يمكّن العميل من إمكانية الطلب والدفع بدون انتظار.
3. جهاز الطلب الذاتي (Foodics Kiosk – Counter Top)، وهو جهاز يوضع على الطاولة مع شاشة تفاعلية أيضًا يمكّن العميل من إمكانية الطلب والدفع بدون انتظار.
4. خدمة الطلب والدفع الذاتي من الطاولة للمطاعم (تحديدًا مطاعم من نوع Dine-in)، وهي خدمة لتوفير آلية دفع ذاتية من قبل العميل نفسه من نفس الطاولة بدون أي وسطاء.

كيف تقدم «فودكس» الدعم لقطاع المطاعم والمقاهي ومتاجر التجزئة؟

«فودكس» تدعم أصحاب المطاعم والمقاهي من عدة نواحٍ، أولها أن نكون في «فودكس» مزوِّد الخدمة الوحيد. وهذا يعطي أفضلية وأريحية أكبر لأصحاب المطاعم والمقاهي من التعامل مع العديد من مزودي الخدمات المختلفين. بحيث يكون لكل عميل مدير حساب واحد ولوحة تحكُّم واحدة يستطيع من خلالها الاطلاع على كل التقارير والأرقام المتعلقة بنشاط مطعمه والتي يحتاجها لاتخاذ قرارات صحيحة ودقيقة على أساسها.

«فودكس» أيضًا تربط أصحاب المطاعم بكل الخدمات الضرورية والإضافية وإن كانت عن طريق طرف ثالث. حتى وإن كان الاحتياج لبعض المزايا غير المتوفرة في النظام حاليًا، عن طريق هذا الربط مع تطبيقات الطرف الثالث نمكِّن أصحاب المطاعم والمقاهي من الاستفادة من مزايا التطبيقات الأخرى.

ونسعى في «فودكس» أن نقوم بتسريع عملية دورة التدفُّق النقدي في المطاعم والمقاهي. بالتالي يستطيع صاحب المطعم من الحصول على المبالغ النقدية الخاصة بنشاطه بشكل يومي وسريع مما يساعده في تجنُّب تأخير المدفوعات الأخرى المتطلب دفعها والتوسُّع بشكل أسرع.

استطاعت «فودكس» تحقيق النجاح رغم المنافسة، كيف حققت «فودكس» هذا النجاح والتفوق؟ وما هي العوامل التي ساعدتها؟

بداية ظهورنا في السوق كانت منافستنا مع الشركات العالمية الكبيرة والضخمة الموجودة لخدمة نفس القطاع، والتي كانت لا تعتمد على التقنية السحابية في أنظمتها، بل كانت تعتمد على وجود الخادم أو ما يُعرف بـ«السيرفر» في نفس المُنشأة أو المحل. هذا العامل أعطانا قدرة تنافسية كبيرة لأننا منصة سحابية ومن أوائل الشركات التي توفِّر هذا النوع من التقنيات التي تتميَّز بكونها ذات تكاليف أقل وتعطي تحكُّمًا أكبر في كل مكان مما يساعد أصحاب المطاعم والمقاهي في الاطلاع على تقاريرهم وأرقامهم دون حاجة الذهاب لنفس المُنشأة أو المحل.

الميزة التنافسية الأخرى والمهمة هي أننا تخصصنا في مجال المطاعم والمقاهي. إذ تعلَّمنا الكثير عن هذه الصناعة وهذا القطاع والمشاكل المتعلقة به وعوامل نجاحه وغيرها الكثير. وهذا ما ساعدنا على تطوير أنظمتنا وخدماتنا بناءً على تلك العوامل بما يتناسب مع نمو هذا القطاع واحتياج أصحاب المطاعم والمقاهي. لذلك، ما زلنا الوحيدين في هذا المجال ولم تظهر شركة أخرى متخصصة بعدُ؛ مما ساعدنا على النمو وزيادة ثقة الناس بنا.

تبحث الشركات الناشئة عن الدعم المالي، فهل تقدم «فودكس» مثل هذا الدعم؟

قريبًا - إن شاء الله - سوف نقوم بإطلاق «فودكس كابيتال» التي تتيح لأصحاب المطاعم الحصول على التمويل السريع من خلال منصتنا بالشراكة مع شركاء تمويل مصرَّح لهم من البنك المركزي السعودي.

كشركة متخصصة رائدة في السوق، ما هي نظرتكم لواقع سوق المطاعم والمقاهي الحالي؟

إن قطاع المطاعم والمقاهي من أكثر القطاعات ازدهارًا في المملكة، والسبب في ذلك يعود لعاملين رئيسين:

1. يعد القطاع من القطاعات الترفيهية، ومن أكثر القطاعات نموًّ محليًا وجذبًا لاستثمار الجيل الصاعد.
2. إبداع أصحاب المطاعم والمجتمع الريادي في تقديم أفكار وتجارب جديدة لعملائهم.

وعلى الرغم من التحدي الذي واجه القطاع مع إغلاق ٩٠٪ من المتاجر أبوابها أثناء أزمة كوفيد-١٩، فإن القطاع في تعافٍ ونموٍّ مستمر حاليًا، إضافة إلى القوة الشرائية في المملكة والتأقلم السريع لاحتياجات العملاء.

ما هي ميزات البرنامج السحابي لإدارة المطاعم الذي تقدمه «فودكس»؟

«فودكس» تقدِّم خدماتها لجميع أقسام المطعم، سواء كانت الأقسام الأمامية (Front-of-house)، وهي الأقسام التي لها علاقة مباشرة مع العملاء لتحسين تجربة العميل والمدفوعات، أو الأقسام الخلفية (Back-of-house) التي يكون فيها إدارة عمليات المطبخ. وأيضًا لوحة التحكُّم الأساسية (Console) لإدارة ما تبقَّى من العمليات.

وكما ذكرنا سالفًا، توفِّر خدمة الربط مع تطبيقات الطرف الثالث أو برامج أخرى، يساعد أصحاب المطاعم والمقاهي ويقدِّم لهم رؤية شاملة لجميع عملياتهم وأرقامهم.

أصدرتم تقريرًا خاصًا عن المطابخ السحابية، ما أبرز الملامح المستخلصة من هذا التقرير، ولا سيما مستقبل المطابخ السحابية؟

خلال هذا التقرير تحدَّثنا عن النقاط التالية:

1. تعريف بسيط للمطابخ السحابية.
2. آلية عمل المطابخ السحابية.
3. ماذا يجب أن تعرفه قبل الافتتاح.
4. فوائد تشغيل المطابخ السحابية.
5. اختيار التكنولوجيا المناسبة للمطبخ السحابي.

وللاطلاع على التقرير كاملاً، بإمكانكم البحث عن «مدونة فودكس» في محركات البحث للاطلاع على كافة التدوينات والتقارير المنشورة من ضمنها تقرير المطابخ السحابية.

هناك طلب كبير على منح حقوق الامتياز التجاري، هل تفكرون في منح هذه الحقوق لبعض خدماتكم؟

نعمل حاليًا مع الموزعين الشركاء، وليس لدينا أي خطط حالية لمنح امتيازات خدمات «فودكس»، مع استمرارنا في مساعدة أصحاب المطاعم والامتيازات على إدارة أعمالهم بنجاح وتمكينهم من تقديم حق الامتياز لعلاماتهم التجارية.

أين توجد «فودكس» حاليًا؟ وما هي تطلعاتها للمستقبل والتوسع في الانتشار؟

سجلت «فودكس» نموًا سريعًا منذ انطلاق أعمالها، وتمتلك اليوم ثمانية مكاتب؛ ثلاثة في المملكة العربية السعودية، ومكتب واحد في كل من: الإمارات ومصر والأردن والكويت وهولندا، ونعمل على مدار الساعة لتلبية احتياجات العملاء.

ونقدم في «فودكس» خدماتنا اليوم في أكثر من ٣٠ دولة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وخارجها؛ ونشكر جميع العملاء والمستثمرين والشركاء والزملاء ممن انضموا إلينا في رحلتنا حتى الآن.

بعد تجربتكم الناجحة في «فودكس»، يتطلع رواد الأعمال لسماع نصائحكم التي تعينهم على إنجاح شركاتهم الناشئة؟

هذه هي نصائحي لزملائي من رواد الأعمال الذين يعتزمون تأسيس أعمالهم الخاصة في القطاع:

- دراسة حجم السوق وفرص النمو المحتملة فيها قبل دخولها، مع التأكد من ملاءمة المنتج قبل البدء بالعمليات.
- طرح فكرة العمل الجديد ومفهومه أمام الأشخاص المختصين والموثوقين لأخذ آرائهم قبل إطلاق المشروع.
- اختيار بيئة إطلاق المشروع بعناية. ويتوافر حاليًا العديد من طرق الدعم المالي للمساعدة في تأسيس الشركات التجارية والمواقع الإلكترونية، إضافةً إلى المنصات التي توفر حلول مشاركة المكاتب في مرحلة انطلاق الأعمال.
- التركيز على استقطاب الموظفين الموهوبين؛ إذ تعدُّ الكوادر البشرية ميزةً تنافسية استراتيجيةً تعتمد عليها جميع الشركات.
- اعتماد حلول التحول الرقمي منذ البداية لتسريع نمو الأعمال.

أحمد الزيني

- أحمد الزيني، الشريك المؤسس والرئيس التنفيذي لـ«فودكس»، الشركة الرائدة بمجال تكنولوجيا المطاعم في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، والتي تم إنشاؤها في ٢٠١٤م.
- تشهد الشركة بقيادته نجاحًا كبيرًا مع وجود أكثر من ٥٠٠ موظّف. نمت «فودكس» في بدايتها من مدينة الخبر، بينما الآن «فودكس» لديها ٨ مكاتب في كلٍّ من: المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، ومصر، والأردن، والكويت وهولندا.
- كرائد أعمال، تم تسليط الضوء على أحمد الزيني في نطاقات متعددة وواسعة. إذ حصل على جائزة فوربس «Forbes» المرموقة لرواد الأعمال الذين يشكلون مستقبل المملكة العربية السعودية وباعتباره رائد أعمال عالي التأثير من إنديفور العالمية «Endeavor Global».
- بعد أن أكمل، مؤخرًا، دورة في القيادة من جامعة هارفرد، ظل أحمد الزيني نشطًا جدًا في بيئة ريادة الأعمال. وهو مستشار في مجلس إدارة، ومستشار أعمال لعدد من الشركات، ومستثمر ملائكي في العديد من الشركات التقنية الناشئة.

فواز العيسى: «فرنشايزينغ – الكويت» منصة متخصصة تتطلع إلى إيجاد حلول عملية وجذابة لتسويق فرص الامتياز التجاري

كشف الشريك المؤسس لمنصة «فرنشايزينغ – الكويت»، رئيس مجلس إدارة شركة الشرق العالمية للخدمات الإعلامية، فواز العيسى، عن إطلاق المنصة في الكويت مطلع أبريل الماضي، إذ تتطلع إلى إيجاد حلول عملية وجذابة لتسويق فرص الامتياز التجاري في دولة الكويت وخارجها.

وقال العيسى، في تصريح صحافي: إن «فرنشايزينغ - الكويت» هي منصة عربية متخصصة في قطاع الامتياز التجاري، تديرها «شركة الشرق العالمية للخدمات الإعلامية» بدولة الكويت.

وأشار إلى أن المنصة تتوجه إلى المهتمين بالامتياز التجاري، وتُقدِّم ثقافة ومعرفة متنوعة في قطاع الامتياز، وتحرص على مواكبة كل جديد سواء ما يتعلق بالامتياز التجاري، أو الهوية التجارية، أو الخدمات المساندة لهذا القطاع الفتي، إلى جانب عرض أفضل فرص الامتياز التجاري المحلية والعالمية من خلال رؤية فنية مميزة.

وذكر أن المنصة تستضيف بشكل دوري أبرز رجال وسيدات المال والأعمال في عالم الامتياز التجاري وريادة الأعمال، للحديث عن تجاربهم وخبراتهم ورؤيتهم لمستقبل هذا القطاع الواعد. وأوضح أن المنصة تعمل بمشاركة مع مؤسسة الامتيازات العربية للتسويق وهي إحدى الشركات الرائدة في المملكة العربية السعودية في تسويق العلامات التجارية وجذب المستثمرين للاستثمار ونشر ثقافة الفرنشايز. كذلك سوف تتعاون «فرنشايزينغ – الكويت» مع منصة «كن مانجًا» في تصميم وبناء أنظمة عمل الامتياز التجاري «الفرنشايز»، وفق أفضل التجارب العالمية مع مراعاة الأنظمة والقوانين المحلية والعالمية.

الجدير بالذكر أن فواز العيسى يتمتع بخبرة تزيد على ٣٠ عامًا في الأعمال المصرفية الدولية والتمويل واستثمارات الأسهم الدولية، مع خبرة خاصة في

التمويل المهيكل والشراكات بين القطاعين العام والخاص.

كذلك يتمتع بخبرة عميقة عند توجيه المستثمرين، ويعمل معه فريق ذي خبرة عريقة في المنطقة، ويمتلك خبرة كبيرة في الشأن الخليجي والتركي ودول الكومنولث المستقلة جعلت منه أحد المستثمرين الرواد، إذ إن لديه شبكة كبيرة من العلاقات في تلك المناطق جعلته قادرًا على ربط المستثمرين بالمشاريع، وتقديم التوجيه للعملاء حتى يتمكنوا من تعظيم وحماية مصالحهم التجارية.

«الكنفاني» يقدم أشهى الحلويات الشرقية عبر أكثر من ١٢ فرعًا

الكويت - عادل سامي

يقدم «الكنفاني» الموجود في عدد كبير من مناطق الكويت بأكثر من ١٢ فرعًا، أنواعًا عديدة من الحلويات العربية والشرقية والغربية. ومن أكثر الأطباق مبيعًا الكنافة الخشنة، وبين نارين، وأم علي، والمبرومة، والعديد من الخيارات الأخرى.

وتتخصص محلات «الكنفاني» في الكويت في بيع الحلويات الشرقية وعلى رأسها الكنافة، وغيرها عدد كبير من أشهى الحلويات الشرقية التقليدية التي يعشقها الكويتي والمقيم على أرضها من الجنسيات العربية والغربية.

ويسعى «الكنفاني» إلى تلبية رغبات عملائه بتحضير ألذ الأصناف بجودة ممتازة وأسعار مناسبة. ومن أشهر الأصناف التي يقدمها المحل القطايف، والكنافة بالقشطة أو بالجبنة، ولقيمات الكنافة بالبوظة اللذيذة، وأم علي بالمكسرات، ومبرومة بالجبن أو بالقشطة، وغيرها الكثير.

وما يميز «الكنفاني» هو الجودة وسرعة التوصيل في مدة لا تستغرق أكثر من ٣٠ دقيقة، إذ يقدم الكنفاني خدمة ممتازة بجودة عالية لعملائه حيث يفتح أبوابه لاستقبالهم من الساعة الثامنة صباحًا إلى الساعة الثانية عشرة مساء.

وتحتوي قائمة أصناف محل حلويات الكنفاني على عدد هائل من أشهى وألذ الحلويات الشرقية المبتكرة التي يفضلها الكثيرون، وأهمها الكنافة فتجدها بالجبنة النابلسية أو بالقشطة أو بالهيل مع إضافة المكسرات اللذيذة، كما يقدم المبرومة بالجبنة أو بالقشطة مع إضافة الشيرة، وحلوى أم علي بالمكسرات، وكذلك يوجد لقمة الكنفاني التي تحضر من الكنافة والبوظة العربية أو القشطة مع الفستق أو بحشوة الجبنة، والقطايف المقرمشة بالجبنة والجوز، والبقلاوة مع البوظة العربية، وبقلاوة الفستق بالبوظة، وحلاوة الجبن بالبوظة المُزينة بالفستق، وغيرها الكثير والكثير من الأصناف التي لاقت استحسان الجميع في الكويت.

ولأن منتجاته تتميز بالجودة، فنجد الكثير من الفروع يتم افتتاحها واحدًا تلو الآخر لتغطية جميع مناطق الكويت وتلبية رغبات رواد ومحبي الكنفاني في كل مكان داخل الكويت.

مطعم «بيت ديكسون» تاريخ عريق يمزج التراث والحداثة في آنٍ واحدٍ

الكويت - عادل سامي

«بيت ديكسون» هو مطعم عريق في الكويت، يقدم أكلات من المطبخ الكويتي. ويحكي المطعم بأجوائه التراثية قصة تاريخ بدأت منذ عام ١٨٩٦ وما زالت مستمرة.

تعود تسميته نسبة إلى المندوب السامي البريطاني السير هارولد ديكسون الذي كان المندوب السابع والأخير لبريطانيا في الكويت حتى استقلالها عام ١٩٦١.

يتميز مطعم «بيت ديكسون» بتصاميمه الداخلية التي تجمع التراث الكويتي والحداثة في آنٍ واحدٍ، ويقدم المطعم الذي يقع فرعه الرئيس في وسط مدينة الكويت بمنطقة السالمية، وتحديدًا في شارع حمد المبارك، بالإضافة إلى فروعه الأخرى والمنتشرة في مناطق المنقف والسالمية والرقعي والعارضية الصناعية وأسواق القرين، أشهى الأطباق مثل: عيش المشخول مع المرق، ومرقوقة بيت ديكسون، والمحاشي، والمجبوس بأنواعه مثل: مجبوس اللحم، ومجبوس الدجاج، والتشريبة، والبلاليط والمحاشي، إلى جانب دجاج أم بدر، ومجبوس لحم جدتي أم سعود، وفتوش، ومموش روبيان طري، إضافة إلى العديد من الأطباق الكويتية والمأكولات البحرية.

مجموعة مميزة

ويقدم مطعم «بيت ديكسون» مجموعة مميزة من الأطعمة الكويتية في أجواء تراثية جميلة. ويفتخر المطعم بتقديم أفضل أنواع الطعام بمستوى عالٍ من الجودة والسرعة. كما يقدم المطعم خدمة التوصيل السريعة على مدار الساعة التي تغطي مناطق عديدة في الكويت.

ويقدم مطعم «بيت ديكسون» أيضًا تشكيلة واسعة من أنواع الطعام المتميزة التي ترضي جميع الأذواق، وتشمل الأكلات التراثية والشعبية الكويتية المتنوعة والشهية من عيش المشخول مع المرق، أو مع الكباب، ومرقوقة بيت ديكسون، ومرقوق اللحم، والريش، والمحاشي، بالإضافة إلى المشاوي بأنواعها من كباب اللحمة والدجاج، والسمك، والزبيدي، ومجبوس الدجاج، والمجبوس بأنواعه، والبلاليط بالبيض، والكبة، وورق العنب، والسلطات بأنواعها، وقائمة المأكولات البحرية الغنية التي تشمل البرياني روبيان، وحميسة الروبيان، ومطبق الهامور الطازج، وعيش المشخول مع مرق سمك الهامور. أما أطباق المقبلات فتضم الحمص، والبطاطا بأنواعها، وخبز الثوم، وروب الخيار. وللتحلية في مطعم بيت ديكسون نكهة رائعة فتتنوع التحليات الشرقية الكويتية ومنها: المحلبية، واللقيمات، وسلطة الفواكه، والبوظة بأشكالها المختلفة.

بالإضافة إلى ما سبق، فإن المطعم يقدم قائمة متنوعة من المشروبات الساخنة والباردة التي تتضمن القهوة بأنواعها، والشاي، والمشروبات الغازية، والعصائر الطبيعية، واللبن، والكوكتيلات الرائعة من الليمون والنعنع، والمانجو، والكيوي، والفراولة وغيرها.

«فريج صويلح».. ثقافات الطبخ المتنوعة في مكان واحد

الكويت - عادل سامي

تعد زيارة مطعم «فريج صويلح» في قلب العاصمة الكويتية، وتحديدًا في منطقة المباركية، فرصة للتمتع بالتراث الكويتي العريق، والنكهة المميزة لكل أطباق الخليج العربي والحلويات الشرقية.

ويقدم المطعم أكلات من المطبخ الكويتي، تتنوع بين الطبخ والمشاوي والأسماك. ومن الأطباق الأكثر مبيعًا مجبوس اللحم ومجبوس الدجاج والمشاوي والحلويات.

ويعد المطعم الذي يتميز بخدمته الرائعة وطعامه الشهي الذي يتناسب مع كل الأذواق، أحد أبرز المطاعم التقليدية في الكويت ومزارًا للعائلات والزوار، إذ يقدم المأكولات الكويتية الشعبية والأكلات الخليجية الشهية، بالإضافة إلى كل أصناف الحلويات الشرقية والغربية والمأكولات السريعة.

ويتم تحضير جميع الأطباق في المطعم بأيدٍ خبيرة، تتمتع بالذوق الرفيع والنفس الجميل على الطعام، فكل عمليات طهو الطعام تتم عبر إشراف مباشر من الطهاة، وكل من يعمل في الطهي ملتزم بمعايير عالية من الجودة والاهتمام بالنظافة بشكل كبير.

ويقدم المطعم المأكولات الخليجية من أطيب المأكولات العربية التي لا يمكن مقاومتها.

للمطعم حاليًا ثلاثة فروع أحدها في السالمية، والآخر في المباركية، والثالث في أسواق القرين. ويتميز مطعم «فريج صويلح» بتقديمه أفضل الأطباق وأشهاها، فالطبق المقدم يتمتع بروعة التكوين وجمال المظهر بالإضافة إلى النكهة الشهية، وذلك ضمن أجواء هادئة وجميلة جدًا، فالمطعم ذو بناء معماري جميل وفاخر مستوحى من التراث الكويتي.

وتتمتع إطلالة مطعم فريج بالجمال والهدوء، إلى جانب الشعور بالراحة التامة داخل المطعم، وضمن أجواء شعبية وتراثية مميزة.

يراعي «فريج صويلح» الذوق المحلي في دولة الكويت، إذ يعتبر من المطابخ العربية المتميزة، الذي امتزجت فيه ثقافات طبخ مختلفة ومتنوعة.

ويحتوي مطبخ هذا المطعم على العديد من الوصفات الثرية التي تتشابه مع الوصفات العربية التي تمتد من الخليج العربي شرقًا إلى المحيط الأطلسي غربًا. وتتمتع المأكولات الكويتية باحتوائها على الأرز في معظم الأطباق، فمن المأكولات التي تجدونها في المطعم المجبوس باللحم، والمجبوس بالسمك، والمطبق بأنواعه، وهناك المزيد من الأطباق الخليجية التي ستجدونها ضمن القوائم في المطعم.

ويقدم المطعم أصنافًا متعددة من الحلويات الخليجية مثل: الرهش، والسمسمية، وبلح الشام، والعنبرية، والقرص العقيلي، والكثير من الحلويات الشرقية والغربية.

ويعد مطعم «فريج صويلح» من المطاعم الحاصلة على شهادة الأيزو الشهيرة، ولذلك فإن الكثير من الزوار يثقون بما يقدمه. ويقدم خدمة التوصيل للمنزل مجانًا في حدود ٣ ميل حول كل فرع من فروع المطعم، وذلك بعد الاتصال على رقم المطعم، وطلب الوجبات.

«ميس الغانم» من مقصف بسيط لأعرق المطاعم الكويتية

الكويت - عادل سامي

منذ انطلاقه في الكويت قبل نحو ٧ عقود، يسعى مطعم «ميس الغانم» إلى تطبيق أفضل سبل النظافة والأمان في جميع نواحي متطلبات المطاعم والمطابخ الخاصة به، والعمل على تحسين مفهوم جودة الخدمة الشاملة التي تقدم للزبائن الكرام.

فالمطعم العريق بدأت قصته في الكويت في العام ١٩٥٣ عندما افتتح المؤسس إدمون بركات (أبو إميل) مقصفًا لموظفي شركة يوسف الغانم وأولاده أطلق عليه اسم «مس الغانم».

وكانت تلك بداية العلاقة الطيبة بين أبو إميل صاحب «مس الغانم» والعائلات الكويتية والمقيمة كذلك. وفي فترة قصيرة أصبح ذاك المقصف المكان المفضل للم شمل الجميع، إذ يقدم أفضل وأشهى المأكولات، ويوفر خدمة التوصيل للحفلات الخارجية منتقلا بذلك من مقصف لمطعم متكامل الخدمات.

وقدَّ أكمل إميل بركات، الابن البكر للراحل إدمون بركات، المرحلة الثانية من المشوار في عام ١٩٧٤ بالعطاء والالتزام نفسه، مكللا جهود والده الراحل بالمزيد من النجاح، فاتبع خطاه في تطوير وتوسعة المطعم وذلك بنقله إلى مبنى تلفزيون الكويت القديم حيث كان مكانًا فسيحًا غدا مطعمًا بأجواء مميزة. وفي عام ١٩٨٧ تم تغير أسم المطعم من «مس الغانم» إلى «ميس الغانم».

1953
ميس الغانم
Mais Alghanim

حسن الضيافة

وقد اقترن اسم ميس الغانم بحسن الضيافة والمأكولات الشهية على الطريقة المنزلية بالإضافة إلى الخدمة المتميزة ما أدى إلى اكتسابه شعبية وإشادة كبيرة على مر السنين. وفي العام ٢٠٠٣ نُقل المطعم إلى موقعه الحالي ببناء يعبق بالأصالة، حيث صمم على طراز بيت كويتي قديم، مخلدًا بذلك إرثًا عريقًا، ونزولا عند رغبة الزبائن قام ميس الغانم في عام ٢٠١٠ بافتتاح فرعه الثاني في منطقة المهبولة، وتوسع أيضًا في خدمة الطلبات الخارجية والسفري بافتتاح العديد من الفروع في كافة مناطق الكويت.

وعلى نهج المؤسس أكمل الجيل الثاني والثالث للعائلة مشوار الجد والابن مقرونًا بحسن الضيافة والمذاق الطيب بنفس الروح والشغف.

وبعد مرور ٦٩ عامًا من التطور والنجاح المستمرين، ما زال «ميس الغانم» متمسكًا بالجودة العالية في الإعداد والتقديم، وبخدمة استثنائية لضمان رضا الزبائن، وبترسيخ الثقة مع أهلنا وشعبنا في بلدنا الكويت الحبيبة.

أفضل مطعم

واستطاع مطعم «ميس الغانم» للمرة الثامنة على التوالي الحفاظ على الصدارة بنيل المركز الأول كأفضل مطعم عن فئة المطاعم (الكاجول)، وكذلك حصد جائزة المركز الثاني كأفضل خدمة عملاء على جميع القطاعات الخدمية على مستوى دولة الكويت وذلك في آخر استطلاع للعملاء تقيمه شركة سيرفيس هيرو للعام ٢٠١٩، وهو أول مؤشر في الكويت والوحيد في المنطقة لقياس رضا المستهلكين.

كذلك حصد المطعم جائزتين مرموقتين ضمن الحفل السنوي لجائزة الكويت للعلاقات العامة وخدمة العملاء ٢٠١٨ وهما جائزة التميز في مركز الاتصال وجائزة التميز في حسابات مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب حصول المطعم على جائزة الامتياز وجائزة الاختيار المفضل للمسافرين لعام ٢٠٢٠ حسب موقع «TripAdvisor»، وقد أعطي شهادة تكريم على تميز الخدمات المقدمة للزوار والسياح الذين زاروا الكويت واستمتعوا بحسن الضيافة، إذ تمنح هذه الجائزة إلى المؤسسات التي تنال باستمرار تعليقات ومديح المسافرين على موقع «TripAdvisor» وتشمل الشركات المؤهلة في جميع أنحاء العالم.

قطاع الأعمال بالسعودية يشهد مزيدًا من الزخم في نمو وتوسع الشركات

أثبتت السنوات القليلة الماضية أن المملكة العربية السعودية تتحول سريعًا إلى مركز إقليمي بارز للاستثمار، إذ تمهّد الإصلاحات والمبادرات التي جرت مؤخرًا – انطلاقًا من رؤية المملكة للعام ٢٠٣٠ والتي طرحت عام ٢٠١٦ – الطريق لاستقطاب فرص الأعمال الجديدة إلى المملكة.

بقلم: خرام شاهزاد*

ورغم تعدد التحديات، بقي نمو الاقتصاد السعودي مستقرًا فيما تحسّن مؤشر سهولة ممارسة الأعمال بالمملكة. كما بيّنت الحكومة السعودية أن مستقبل اقتصاد المملكة يكمن في مواصلة التوسع بمختلف قطاعات الأعمال كالسياحة والترفيه والثقافة والرياضة والنقل والخدمات اللوجستية والتعليم، تماشيًا مع رؤية ٢٠٣٠ – الأمر الذي يسهم في خلق فرص واعدة للمستثمرين الأجانب والشركات المحلية. كما أطلقت الاستراتيجية الوطنية للاستثمار مبادرات يتوقع أن تستقطب استثمارات أجنبية بقيمة ٣٨٨ مليار دولار أمريكي بحلول العام ٢٠٣٠، من المتوقع أن تساهم في حوالي٦٥٪من إجمالي ناتج الدخل المحلي وتخفض معدلات البطالة لأقل من ٧٪.

عندما تطلق دولة ما مبادرات كتلك التي أطلقتها السلطات السعودية، فلا بدّ أن تستقطب اهتمامًا واسعًا من جانب المستثمرين على الصعيدين المحلي والدولي. وإلى جانب إطلاق المبادرات الجديدة، أعلنت المملكة كذلك عن مجموعة من القوانين والأنظمة الجديدة التي تسهّل دخول المستثمرين الأجانب إلى الأسواق السعودية، فقد تم تخفيف شروط الاستثمار في المملكة وأصبحت عملية تأسيس المشاريع والشركات أكثر كفاءة وسهولة. وإلى جانب الترخيص، أصبحت متطلبات تأسيس الشركات أكثر سهولة أيضًا بحيث يمكن للمستثمرين الأجانب تأسيس أعمالهم بيسر وراحة في المملكة، إذ تقدم وزارة الاستثمار السعودية خدمة من ثلاث خطوات تساعد المستثمر الأجنبي في إقامة وبدء أعماله من خارج المملكة.

واستكمالًا لالتزام السعودية المستمر تجاه تعزيز مكانتها كوجهة استثمارية جاذبة، أطلقت المملكة منصة «استثمر في السعودية» التي تركز على تحقيق أهداف رؤية ٢٠٣٠ وتوحيد الجهود الحكومية بهذا الخصوص. ولترويج المنصة، افتتحت وزارة الاستثمار مؤخرًا ستة مكاتب توزعت في واشنطن ولندن وبكين وسنغافورة وطوكيو وباريس ضمن خططها للتوسع الدولي، وهي خدمة جديدة تتيح للشركات والمستثمرين الحصول على رخص الاستثمار بسرعة وفقًا لأفضل الممارسات الدولية، وتعزز تنافسية بيئة الاستثمار بالمملكة على المستويين الإقليمي والعالمي. كما أعلنت الحكومة السعودية عن مجموعة من حوافز النقل للشركات التي تنقل مقرّها إلى المملكة، وتشير أحدث الأخبار إلى بدء ٤٤ شركة عالمية بنقل مقراتها الإقليمية إلى الرياض.

على الرغم من كل تلك الجهود، فقد يكون من الصعب على الشركات العمل في الأسواق السعودية ما لم تكن على معرفة كاملة بجميع الخطوات المطلوبة لإقامة شركة قانونية بملكية أجنبية. ولهذا فإن هناك حاجة كبيرة للمعرفة الدقيقة بمراحل تأسيس الأعمال، والتي تلعب دورًا حيويًا في إنجاز المهمة بكافة جوانبها.

ليس هناك شك في أن المملكة العربية السعودية تمثل بيئة أعمال تتطور سريعًا، ويمكن لمزودي الخدمات المحليين من أمثال بروڤن تعزيز رحلة المستثمرين الأجانب عبر مساعدتهم في اجتياز مختلف الإجراءات ومتطلبات الجهات الحكومية المعنية بالتوسع في المملكة، حيث تضع الشركة خبراتها المحلية والدولية بين أيدي عملائها وتساعدهم في تحقيق تطلعاتهم للنمو.

*مدير تطوير الأعمال (للمبيعات) - بروڤن

اتفاق مصري ماليزي للتعاون في قطاع الفرنشايز

وقع الاتحادان المصري والماليزي للفرنشايز اتفاقية تعاون مشتركة تستهدف سبلاً جديدة لزيادة التعاون في المرحلة القادمة في قطاع الفرنشايز، وفقًا لبيان من الاتحاد العام للغرف التجارية.

وقال الدكتور حاتم زكي، رئيس الاتحاد المصري للفرنشايز وعضو مجلس إدارة الاتحاد العام للغرف التجارية، إن الاتفاقية مع الجانب الماليزي تتضمن تسهيل تبادل الخبرات والاستثمارات في مجال حقوق الامتياز التجاري (الفرنشايز)، وبالنسبة للشركات المصرية ستتيح لها الحصول على المعلومات وتلقي التدريب والمشاركة في المعارض، والحصول على دعم فني من الاتحاد الماليزي للفرنشايز، ونفس الأمر بالنسبة للشركات الماليزية الراغبة في الدخول إلى السوق المصري.

وأضاف أن فرصة كبيرة لنا لدخول السوق الماليزي إلى مصر، خاصة أن السوق الماليزي سوق كبير جدًا ويعلم الكثير من المعلومات عن السوق المصري، إذ يوجد الكثير من الطلاب الماليزيين في مصر، وكذلك الكثير من الطلاب المصريين في ماليزيا، وهذا قد يُمثل النواة الأساسية لإخراج رجال أعمال حاصلين على حقوق الامتياز التجاري سواء المصري أو الماليزي.

وقع عن الجانب المصري الدكتور حاتم زكي، وعن الماليزي السيد محمد شكري صالح نائب رئيس الاتحاد الماليزي للفرنشايز، وذلك خلال اللقاء الذي جمع

الجانب المصري والوفد الماليزي بمقر غرفة القاهرة التجارية في حضور السيد داتوك رسول وحيد، نائب وزير التجارة الداخلية وشؤون المستهلك الماليزي، والسيد زماني إسماعيل سفير ماليزيا بالقاهرة، وأحمد الوسيمي نائب أول رئيس غرفة القاهرة.

وتابع زكي، أن الفرنشايز من الأدوات الهامة جدًا لدعم الاقتصاد القومي، خاصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر؛ لأنها عبارة عن استنساخ مشروع ناجح معروف سواء بنفس الحجم أو بحجم أكبر، فلا يحتاج إلى خبرات سابقة، وهو وسيلة جيدة جدًا لتشغيل العاملين؛ فإذا فرضنا متوسط العاملين في محل للوجبات السريعة ٦٠ عاملًا، فهذا سيكون مهمًا للاقتصاد ولتشغيل العاملين، وأي فرنشايز لا بد له من سلسلة إمداد بصورة وثيقة مضمونة لخروج منتج جيد، فهو يساعد المصانع على التوسع.

وقال السيد داتوك رسول وحيد، نائب وزير التجارة الداخلية وشؤون المستهلك الماليزي، إن هذه الاتفاقية تستهدف استمرار التعاون والتفاهم في مجال الاستيراد والتصدير بين مصر وماليزيا، مشيرًا إلى أن ماليزيا من ضمن أوائل دول العالم التي عملت بالامتياز التجاري، فمن الممكن فتح قطاعات مثل «الاغذية والمشروبات والملابس والتعليم والموضة الجديدة بين مصر وماليزيا» من خلال هذا التعاون الجديد، مشيرًا إلى أن الحكومة الماليزية سعيدة بالتطور والتنمية التي تحدث في مصر حاليًا، مُتوقعًا أن يكون هناك تعاون جديد في ظل هذه الاتفاقية في المستقبل، خاصة بوجود عدد العاملين الكبير في قطاعات الخدمات والمطاعم والتجزئة.

آيس كريم بارادايس كافيه يتوسع بالفرنشايز

القاهرة - أروى عصام

أكد محمد منتصر، مدير التطوير لشركة فرونيري مصر «نستلة سابقًا»، أن الشركة بدأت في مجال الفرنشايز منذ فترة قريبة من خلال بارادايس كافيه، وذلك بعد أن حقق آيس كريم برادايس نجاحًا باهرًا على مدار سنوات طويلة، وهو منتج موجود بكل الأسواق ويعرفه كل بيت مصري. وقد قامت الشركة بإنشاء بارادايس كافيه استثمارًا لنجاح اسم بارادايس آيس كريم.

ولا يقتصر بارادايس كافيه على تقديم الآيس كريم فقط، ولكنه يقدم المشروبات الساخنة والباردة إلى جانب مجموعة متنوعة من الأطباق الخفيفة والمميزة ما بين الكريب والوافل والكرواسون والباتيه والحلوى.

وأكمل «منتصر» أن للكافيه فرعين: الأول بمول العرب بأكتوبر، والثاني بمول طنطا. وتابع متحدثًا عن الشروط الواجب توافرها في الممنوحين الجدد، وقال إن أهمها موقع الفرع، فكلما كان مميزًا كان أفضل وضمن نجاح المشروع واستمراريته، كما أنه يتحمل كل التكاليف المادية لتجهيز الفرع. ثم إن المتقدم يجب أن يتسم بالجدية والالتزام بدليل التشغيل الخاص ببارادايس، ويقوم بإدارة الفرع كاملًا بعد فترة من التدريب. كذلك يجب عليه الالتزام بأماكن شراء الخامات التي يحتاجها للتشغيل حفاظًا على نفس الجودة.

وعن الأماكن المستهدفة للتوسع بالفرنشايز قال «منتصر» إنهم يستهدفون المولات بجميع المحافظات بشكل أساسي والمدن الجديدة مثل العلمين الجديدة والعاصمة الإدارية الجديدة، حيث تستهدف الإدارة افتتاح عشرة فروع حتى نهاية العام الحالي.

وعن تجهيزات الموسم الصيفي أكد أن بارادايس سيكون بثلاثة أشكال من عربات الطعام لتقديم منتجات بارادايس في العين السخنة والساحل الشمالي وغيرهما من الأماكن الساحلية.

«جالينا» تستعد لإطلاق أول فرنشايز بمصر

تستعد الشركة المصرية البريطانية للتنمية العامة «جالينا» لإطلاق أول فرنشايز في مصر للخضروات والفاكهة المجمدة، وتعتزم منح امتيازها للعلامة التجارية «جالينا جالو» لافتتاح ١٠٠٠ فرع لها خلال ٥ سنوات.

وتخطط «جالينا» المتخصصة في تصدير الخضروات والفاكهة المجمدة لإطلاق علامتها التجارية للسوق المحلية «جالينا جالو» قريبًا، مستهدفة انتشار علامتها الجديدة في مختلف المحافظات على أن تبدأ في القاهرة بداية الأمر.

وتستهدف افتتاح نحو ٢٥٠ فرعًا بنظام الفرنشايز خلال العام الجاري، كما ستنسق الشركة للتعاون مع وزارة التجارة والصناعة وجهاز تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر، لتوفير قروض للشباب المتقدمة للحصول على امتياز علامتها التجارية، بالإضافة إلى إطلاق حملة إعلانية كبيرة مروجة لعلامتها في السوق المحلية.

وتخطط «جالينا» لإنشاء شركة لها في دولة كينيا لتصبح مركزًا لها للتوسع في إفريقيا ضمن خطتها الطموحة للتوسع في القارة السمراء.

وقال الدكتور عبدالواحد سليمان، رئيس مجلس الإدارة، إن إنشاء الشركة الجديدة سيكون مركزًا لـ«جالينا» في ٧ دول إفريقية مجاورة إلى كينيا.

وطبقًا لتصريحات نقلها موقع Food Today، أشار سليمان إلى أن الشركة تصدر حاليًا إلى ٦٥ دولة حول العالم، فيما تسعى إلى زيادة صادراتها سواء في الكميات التي تصدرها للدول الحالية، أو في دخول دول جديدة بمختلف مناطق العالم وعلى رأسها إفريقيا.

ورفعت «جالينا» طاقتها الإنتاجية من ٢٨ ألف طن إلى ٣٥ ألف طن بعد التحديثات التي أضافتها الشركة من خطوط الإنتاج الجديدة؛ بهدف التوسع بصادراتها في أمريكا وإفريقيا وباقي المناطق من العالم، من خلال زيادة عدد عملائها الموزعين لمنتجها في الخارج، ولتلبية زيادة الطلب الخارجي على منتجات الخضروات والفاكهة المجمدة.

وتقدمت، مؤخرًا، شركتان سعوديتان لمشاركة «جالينا» في زيادة رأس المال والتوسع في خطط الشركة، في حين تدرس الشركة العروض المقدمة التي ستمكنها في حال الموافقة من مضاعفة رأس المال وتوفير ٥٠٠ مليون جنيه، وستتيح للشركة التوسع بشكل أكبر في الأسواق الإفريقية.

وتأسست «جالينا» في ١٩٩٦، وتصدر حاليًا كامل إنتاجها من الخضراوات المجمدة التي تضم: (البازلاء الخضراء، والبازلاء الخضراء مع الجزر، والفاصوليا الخضراء، والسبانخ المفروم والجزر المكعبات، والخضار المختلطة، والخرشوف، والبامية في أحجام مختلفة، والملوخية، والقلقاس، والقرنبيط، والباذنجان، والبطاطا، والكوسة، والبروكلي، والطماطم، وأوراق العنب في محلول ملحي، والبصل.

وتضم قائمة منتجات الشركة الفواكه المجمدة، أبرزها: (الفراولة، والتين، والمانجو، والشمام، والمشمش، والرمان، والخوخ، والجوافة).

«إشراق» للضيافة تتوسع في مصر وعُمان

أعلنت شركة «إشراق» للضيافة الرائدة في إدارة الفنادق تحت مظلة مجموعة محمد وعبيد الملا، عن خطط توسعية ونمو محفظتها من خلال توقيع عقد حق الامتياز التجاري لثمانية فنادق جديدة في مصر وعُمان والإمارات.

تبدأ «إشراق» للضيافة فصلاً جديدًا، إذ أصبحت شركة رائدة مزودة للخدمات الإدارية كطرف ثالث، والعمل على نمو محفظتها من خلال العلامة التجارية «هوليداي إن إكسبرس» خلال السنوات الخمس القادمة.

تتمتع العلامة التجارية «هوليداي إن إكسبرس» بقدرة هائلة على التكيف بفضل النظام التشغيلي الحديث المتبع، وقدرتها على توفير تجربة فندقية راقية مقابل سعر مناسب، مما أدى إلى زيادة رضا النزلاء عن الخدمات المقدمة إضافة إلى تحقيق عائدات أعلى.

شهدت دبي زيادة في نسبة إشغال فنادق المجموعة بمعدل ٨٠٪ في عام ٢٠٢١ مع تحقيق المزيد من النجاح واستمرار هذه النسبة في الارتفاع لتصل إلى أكثر من ٩٥٪ منذ يناير ٢٠٢٢.

«هوليداي إن إكسبرس» أحد أكبر العلامات التجارية نموًا في مجموعة فنادق «إنتركونتيننتال» مع ٣ آلاف فندقًا، وهي تُعد الخيار الأول لعدد متزايد من المسافرين الذين يحتاجون إلى محيط أنيق يتميز بالبساطة مقابل سعر مناسب للراحة واستعادة النشاط أثناء العمل خارج بلادهم.

صرح «شريف بشارة»، المدير التنفيذي لمجموعة محمد وعبيد الملا قائلًا: «تتشرف (إشراق) للضيافة بالمشاركة في معرض (سوق السفر العربي)، أكبر منصة في قطاع السفر والسياحة داخل المنطقة. سيحظى الزوار بنظرة شاملة على سجل (إشراق) للضيافة الحافل بالخبرات الواسعة والتجارب المميزة في القطاع، بداية من خدمات تقديم الطعام حتى تلبية مختلف متطلبات المسافرين».

وأضاف قائلًا: «إنها فرصة حقيقية لنا مع شركائنا للاستثمار في قطاع الضيافة مع واحدة من أشهر الامتيازات التجارية من خلال الخطط التوسعية داخل مصر وعُمان لكونهما من أكبر الوجهات السياحية العالمية. ستعزز هذه الفنادق الجديدة من مكانتنا وتسرع من نمو قطاع الضيافة. وتأكيدًا على استراتيجية التوسع التي تتبعها مجموعة محمد وعبيد الملا، تركز المجموعة على التحالف مع المجموعات الفندقية الدولية الحائزة على جوائز، التي تمثل أشهر العلامات التجارية المرموقة عالميًا في قطاع الضيافة، فضلاً عن مواصلة استراتيجية التوسع مع شركاء الامتياز التجاري».

وأضاف «ألكسندر سوسكي»، الرئيس التنفيذي بالإنابة لشركة «إشراق» للضيافة قائلًا: «كم نحن متحمسون للمشاركة في معرض (سوق السفر العربي ٢٠٢٢)، فهو يمتاز ببيئة مثالية لعرض أهم إنجازاتنا ورفع الوعي الدولي بالتطورات التي تم تحقيقها لدى قطاع الضيافة. يتمتع الفريق الإداري لدى شركة (إشراق) للضيافة بخبرة واسعة تزيد عن مئة عام في تشغيل أرقى الامتيازات الفندقية العالمية، إدارة أي فندق من أي فئة يرفع كفاءتنا، بداية من الفنادق الاقتصادية والتجارية إلى أفخم الفنادق والمنتجعات الفاخرة».

افتتاح أول متاجر «سبينس» في المملكة في الربع الأول من العام المقبل ٢٠٢٣

أعلنت «سبينس دبي» ومجموعة عبدالمحسن الحكير القابضة عن شراكة لإطلاق علامة «سبينس» التجارية في سوق المملكة العربية السعودية. ومن المقرّر، في إطار الشراكة بين الجانبين، افتتاح أول متاجر «سبينس» في المملكة في الربع الأول من العام المقبل٢٠٢٣ . ويأتي الإعلان عن هذه الشراكة وسط تطور متسارع وتوسّع تشهده القطاعات التجارية في المملكة العربية السعودية.

وأعلن عن الشراكة بين «سبينس» ومجموعة عبدالمحسن الحكير القابضة، رسميًا في ٤ مارس ٢٠٢٢، في مقر «سبينس» الرئيسي عقب إبرام اتفاقية بين الجانبين تمتد لعدة سنوات.

وبهذه المناسبة، قال سونيل كومار، الرئيس التنفيذي لـ«سبينس دبي»، إن شركته درست بعناية فكرة التوسع في المملكة العربية السعودية، مؤكّدًا أنها تعتزم الآن إطلاق علامة «سبينس» في السوق السعودية بعد أن اكتملت أركان التأسيس ووجدت في مجموعة عبدالمحسن الحكير القابضة الشريك المناسب. وأضاف: «نعتزم تقديم تجربة سوبرماركت رفيعة المستوى للمستهلكين، وتزويدهم بأفضل المنتجات».

ومن المقرَّر أن تنطلق «سبينس» في المملكة من العاصمة الرياض، على أن يتبع ذلك افتتاح متاجر في مدن أخرى خلال السنوات المقبلة. وكانت «سبينس» أعلنت في الربع الأخير من العام الماضي عن استحواذها على متاجر «سوق بلانيت» في أبوظبي، مُواصلة إبداء حرصها على توسعة حضورها الجغرافي بمنطقة الشرق الأوسط.

من جهته، أعرب سامي بن عبدالمحسن الحكير، العضو المنتدب لمجموعة عبد المحسن الحكير القابضة، عن تفاؤله بقدرة «سبينس» على تقديم تجربة سوبرماركت متميّزة للمستهلكين في المملكة العربية السعودية، مؤكّدًا شعوره بالثقة تجاه الشراكة المبرمة بين الجانبين. وأضاف العضو المنتدب للمجموعة السعودية التي تأسست في العام ١٩٧٥، وتتركّز أعمالها في مراكز الترفيه وقطاعات الضيافة والتجزئة: «تُؤكد إضافة علامة (سبينس) التجارية إلى جعبتنا من العلامات التجارية العالمية المتسمة بالأداء المستقر، التزامنا بالتنمية المستدامة للأعمال التجارية، مع حرصنا على تنويع القطاعات التي ننشط فيها».

وتشتهر «سبينس» التي تعمل في كل من دولة الإمارات وسلطنة عمان بتقديم المنتجات الطازجة والخدمات المتميزة، بفضل استراتيجية المشتريات التي تنفذها، وتمتلك بموجبها مكاتب لشراء المنتجات موزعة في جميع أنحاء العالم، وتبني بها علاقات مباشرة مع المزارعين ومربي الثروة الحيوانية.

وطبقت الشركة في الآونة الأخيرة استراتيجية المشتريات هذه على منتجات البقالة، ما منح العملاء وفرة من المنتجات الحصرية ضمن فئات الأطعمة الجاهزة والمجمّدة والبقالة. كما نجحت في إبرام علاقات شراكة مع المزارعين المحليين في دولة الإمارات من خلال مبادرات مثل «نادي مزارعي سبينس»، وذلك بهدف المساهمة في تنفيذ استراتيجية الأمن الغذائي الوطني لدولة الإمارات. هذا، ومن الوارد إطلاق مبادرات مماثلة في المملكة العربية السعودية بعد أن ترسّخ العلامة حضورها في السوق.

تطبيق كوفي يستحوذ على تطبيق طلب القهوة في السعودية «كافيين»

أعلن تطبيق كوفي، السوق الإلكتروني المختص في القهوة، مؤخرًا، عن الاستحواذ على تطبيق «كافيين»، وهو تطبيق شهير لطلب القهوة من المملكة العربية السعودية. تأسس عام ٢٠١٨ على يد الأخوين حسن وهاشم الجواد. ركزت كافيين على تسهيل عملية الطلب والدفع للعملاء في المملكة، وتمكينهم من تقصير المسافة بينهم وبين فنجانهم اليومي من خلال خدمات الاستلام. تمامًا مثل روح كوفي التي تؤمن بمساعدة الناس على قضاء المزيد من الوقت مع قهوتهم بدلاً من انتظارها، نجحت كافيين منذ إنشائها في خلق مجتمع لعشاق القهوة في المملكة.

جاء الاستحواذ على كافيين في أعقاب عملية الاستحواذ علىSippy في يناير من هذا العام، نتيجة لدراسة مستفيضة لسوق التجارة الإلكترونية واتجاهه وتأثيره على سلوك المستهلك، لأن التجارة الإلكترونية واحدة من أهم الاتجاهات للخروج من الوباء، وفقًا لتقرير KPMG's Coffeeفي ٢٠٢١ الاستعداد للإقلاع « - يقدر المستهلكون الحاجة إلى الراحة نظرًا للمخاوف الصحية ومعايير التباعد الاجتماعي، والتي ستستمر إلى عالم ما بعد COVID وهي اتجاهات دائمة في تطور المستهلك».

وقال علي الإبراهيم، المؤسس والرئيس التنفيذي لتطبيق كوفي:

«بالنسبة إلى كوفي، سعينا دائمًا إلى إنشاء نظام تجاري تعاوني صحي، استحواذنا على كافيين هو خطوة أخرى في هذا الاتجاه. نريد العمل مع الأشخاص الذين لديهم رؤية لتغيير طريقة وصول الناس إلى قهوتهم في جميع أنحاء العالم، وهذا الشغف قوي للغاية لاحظناه مع مؤسسي كافيين، حسن وهاشم الجواد. من خلال خبرة كافيين في السوق وخبرتهم في تأسيس وإطلاق كافيين، نحن على يقين من الوصول إلى المزيد من محبي القهوة في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية وخارجها».

نظرًا لأن الاستلام من المقهى أصبح بالفعل عنصرًا رئيسيًا في الخدمات التي تقدمها كوفي منذ بدايتها، كان من الطبيعي أن تجمع العلامة التجارية قواها مع كافيين، للوصول إلى قاعدة جماهيرية أكبر، لا سيما في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية، إذ سيؤدي الاستحواذ إلى تسهيل استراتيجية النمو الطموحة لكوفي، حيث تواصل الشركة الناشئة توسيع وجودها في المنطقة.

وتعليقًا على الاستحواذ، قال الشريك المؤسس لتطبيق كافيين، حسن الجواد: «لقد أطلقنا كافيين لرقمنة سوق القهوة عبر الإنترنت، وبالتعاون مع كوفي أعتقد أن بإمكاننا استكمال الرحلة والتقدم إلى مراحل جديدة، نحن متحمسون للغاية بشأن هذا الاستحواذ ونتطلع إلى رؤيتنا ننمو معًا».

يعد الاستحواذ على كافيين و Sippy Beansفي الربع الأول من عام ٢٠٢٢ من المؤشرات القوية على أن كوفي تتطلع إلى تعزيز انتشارها داخل المنطقة، قبل الشروع في التوسع إلى مصر، ثم في الخارج في وقت لاحق من هذا العام.

«فيدا» ومطاعم «لافويا» توقعان اتفاقية امتياز تجاري مع علامة «جو آند ذا جوس»

أبرمت مجموعة «فيدا» وشركة «لافويا» التابعة لها اتفاقية امتياز تجاري مع العلامة التجارية العالمية الصاعدة «جو آند ذا جوس»، سلسلة المقاهي الدنماركية التي تقدم تجاربٍ عصرية صحية وتجسّد اليوم خيارًا مفضلًا لقاعدة عملاء من الشباب الذين يواكبون أحدث التوجهات العصرية ويركزون على التجارب الغامرة والأطعمة الشهية. وتنص الاتفاقية على افتتاح ١٠ متاجر جديدة خلال العامين المقبلين.

وتؤذن اتفاقية الامتياز بوصول علامتي «لافويا» و«جو آند ذا جوس» إلى سوق دبي في إطار سعيهما لتعزيز مكانتهما المرموقة، حيث تمثلان مزيجًا مثاليًا لتحقيق النجاح في دبي نظرًا للطبيعة العالمية لسكانها وأنماط الحياة الصحية السائدة والتركيز المتنامي على الاستدامة بين جيل الشباب. وسيكون التفاعل مع العملاء مفعمًا بالبهجة والحيوية.

وبهذه المناسبة، قال فهد الحكير، الرئيس التنفيذي لمجموعة «فيدا»: «نفخر بتوقيع هذه الشراكة المتميزة مع علامة عصرية وقوية مثل (جو آند ذا جوس). وأنا على ثقة بأن هذه الشراكة تجسّد خيارًا مثاليًا يتيح لمجموعتنا (فيدا) وذراعها التشغيلية (لافويا) مواصلة مسار نموهما المتميز عبر إضافة علامات تجارية عالية الجودة إلى محفظتهما الحالية. وأتطلع قدمًا للمشاركة في كتابة فصول قصة النمو المذهلة لعلامة (جو آند ذا جوس) في منطقتنا».

وبدوره، قال وليد الحاج، الرئيس التنفيذي لمجموعة «لافويا»: «تأتي شراكتنا مع (جو آند ذا جوس) لتجمع بين علامتين تجاريتين تعكسان ذات القيم والأخلاقيات على العديد من المستويات. وتعتبر (لافويا) شركة متخصصة في تشغيل المطاعم الراقية وتركز على طرح مجموعة متنوعة من العلامات التجارية الرائعة وعروض الطهي المبتكرة في قطاع المطاعم ضمن دول مجلس التعاون الخليجي. ونبحث باستمرار عن الامتيازات العالمية ونسعى لإبرام شراكات جديدة ودخول أسواق جديدة وافتتاح سلاسل مطاعم تحافظ على اتصال مباشر مع العملاء».

من جانبه، قال توماس نوروكس، الرئيس التنفيذي لعلامة «جو آند ذا جوس»: «تشكل شراكتنا مع (لافويا) امتدادًا لهوية علامتنا التجارية؛ إذ إننا نهتم بالناس، ويمثل هذا الأمر القوة الدافعة لأعمالنا. وتتمحور فلسفتنا الأساسية حول تجاوز حدود الممكن ونشر فوائد الصحة والعافية وتحقيق التطلعات وتحقيق حضور ملموس وهادف. ونتطلع أيضًا لإحداث تغيير إيجابي يشمل جميع مفاصل المجتمع، ولا شك أن ترك بصمة مميزة في دول مجلس التعاون الخليجي التي تجسّد مركزًا ثقافيًا نابضًا بالحياة، يمثل فرصة مثالية بالنسبة لنا».

وتهدف شركة «لافويا» إلى تقديم نكهات جديدة ومتنوعة من خلال طرح مفاهيم جديدة لمنافذ المأكولات والمشروبات التقليدية في جميع الأسواق التي تنشط ضمنها، مما يؤكد على مكانة العلامة كشريك مفضل للعلامات التجارية العالمية التي تنشط في مجال امتيازات المطاعم. ورغم القيود التي فرضتها الجائحة على قطاع المأكولات والمشروبات العالمية، تنفذ علامة «جو آند ذا جوس» استراتيجية توسع سريعة مع نموها من مجرد متجر وحيد للعصائر في كوبنهاجن إلى ٣٠٠ منفذ في ١٦ دولة حول العالم. وتخطط سلسلة المقاهي الرائدة لمضاعفة هذه الأرقام خلال المستقبل القريب.

وتتمحور رسالة «لافويا»، التي تأسست على يد وليد الحاج، أحد أشهر قادة قطاع المأكولات والمشروبات في المنطقة؛ وفهد الحكير، رائد الأعمال السعودي البارز ومؤسس مجموعة «فيدا القابضة» التي تركز على قطاعات الأزياء والتجزئة والعقارات والمأكولات والمشروبات؛ حول تصور الزخم والتفاؤل والتجارب الإيجابية أثناء سعيها الدؤوب لتحقيق أقصى درجات الأصالة.

«جي أم جي» تستحوذ على متاجر Nike التابعة لشركة «سوتل» في سنغافورة وماليزيا

استحوذت «جي أم جي»، الشركة الرائدة في قطاع العافية وبيع وتوزيع وتصنيع مُنتجاتٍ لمحفظة متنوعة من العلامات التجارية المحلية والدولية المتخصصة بقطاعات الرياضة والأغذية والصحة، على المتاجر المخصصة حصريًا لمنتجات «نايكي» Nike من ذراع تجارة التجزئة الرياضية لشركة «سوتل» SUTL الرائدة في توزيع المنتجات الاستهلاكية ومنتجات أنماط الحياة والممثلة لعلامات تجارية عالمية في آسيا.

وبموجب الاتفاقية، ستنتقل ملكية جميع المتاجر الحصرية لمنتجات «نايكي» Nike التابعة لشركة «سوتل» في سنغافورة وماليزيا إلى شركة «جي أم جي» التي ستتولى مسؤولية تشغيلها أيضًا. وأقيمت مراسم توقيع الاتفاقية بحضور شخصيات إدارية عليا من الجانبين، بمن فيهم محمد باقر، نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي؛ وكابيل سيثي، نائب الرئيس التنفيذي؛ وبراديب شاندراسيخاران، كبير المسؤولين القانونيين، كممثلين عن شركة «جي أم جي»؛ وآرثر تاي، رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي؛ وتيو جو لينج، المدير العام للمجموعة؛ وأليكس تاي، مدير أعمال المجموعة، ممثلين عن شركة «سوتل».

وفي هذا السياق، قال محمد باقر، نائب رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي في «جي أم جي»: «يجسد استحواذنا على متاجر (نايكي)Nike التابعة لشركة (سوتل) إنجازًا جديدًا في مسيرة النمو الطموحة التي تشهدها أعمالنا. ولا تقتصر أهمية هذه الخطوة على الاستحواذ وحسب، بل إنها تمهد الطريق للكثير من فرص النمو الواعدة لتعزيز مكانتنا وحضورنا في آسيا، وتمكننا من ترسيخ علاقات شراكتنا الوثيقة والطويلة مع علامة (نايكي) Nike».

وقدمت «جي إم جي» أكثر من ١٢٠ علامة تجارية عالمية في الأسواق، ونجحت بتعزيز أنماط الحياة الصحية والنشطة من خلال أربعة أقسام رئيسية هي: «جي إم جي للرياضة»، و«جي إم جي للمواد الغذائية»، و«جي إم جي للرعاية الصحية»، و«جي إم جي للمنتجات الاستهلاكية». وتندرج جميع هذه الأقسام ضمن رؤية موحدة وهادفة لجعل العالم مكانًا أفضل عبر إلهام العملاء على مواصلة السعي لتحقيق النجاح.

من جانبه، قال آرثر تاي، رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي في شركة «سوتل»: «بعد شراكتنا المثمرة معها منذ ١٢ عامًا، وضعنا أسسًا متينة لتوسيع حضورها في قطاع التجزئة في هذه الأسواق، ونؤمن بأن هذا الوقت المناسب لتسليم دفة القيادة إلى شركة تتطلع إلى المستقبل مثل (جي أم جي)، للاستمرار بتعزيز زخم نمو العلامة التجارية بناءً على هذا النجاح لقيادتها نحو آفاق جديدة زاخرة بالنمو والتطور».

تتمتع «جي أم جي» بعلاقة شراكة طويلة مع علامة «نايكي» Nike، حيث وقعت معها اتفاقية في عام ١٩٨٢ لتقديم منتجاتها في دولة الإمارات، ومن ثم قامت بتوزيعها وبيعها بالتجزئة في دول مجلس التعاون الخليجي التي توسعت الشركة فيها. وفي عام ٢٠٢١، استحوذت «جي أم جي» على «رويال سبورتنج هاوس»، سلسلة متاجر التجزئة الرياضية التي تشكل «نايكي» Nike إحدى علاماتها التجارية الرئيسية. ومؤخرًا، استحوذت أيضًا على الحقوق الرسمية لإدارة وتوزيع وبيع منتجات علامة «نايكي»Nike في مصر والعراق، معززة مكانتها في قطاع بيع المنتجات الرياضية بالتجزئة في منطقة الشرق الأوسط وآسيا والعالم بأسره.

رئيسة مجلس إدارة شركة المستقبل المتطورة المحدودة ناجية الموسى:

خطة للتوسع بفروع مركز الجمال الألماني ونرحب بمنح حقوق الفرنشايز

رحبت رئيسة مجلس إدارة شركة المستقبل المتطورة المحدودة ناجية الموسى بمنح حقوق الامتياز التجاري للراغبين في مختلف مناطق المملكة..
وأكدت في حوار مع مجلة الفرنشايز أن العمل بنظام الفرنشايز في المملكة بات منظمًا وواضحًا بعد صدور لائحة نظام الامتياز التجاري من وزارة التجارة...إلى اللقاء:

تملكين سيرة مميزة من العطاء والعمل الناجح. كيف بـدأت هذه المسيرة؟

درست في ألمانيا وساعدتني أسرتي في تحقيق حلمي بأن أكـون من أبرز وأهـمّ خبيرات التجميل. وفـي ألمانيا حققت نجاحات كبيرة في عالم التجميل والجمال، وحصلت على شهادات عليا من جامعة برلين في مجال التجميل، وكل ما يخص العناية في مجال السيدات، إلى جانب دورات تدريبية في عدة دول أوروبية مثل: إيطاليا وفرنسا وهولندا وأمريكا، وهذا أكسبني الخبرة اللازمة في تخصصي.

وبعد تخرجي في ألمانيا توجهت إلى المملكة العربية السعودية وبدأت رحلة عملي في مستشفيات جدة، ثم انتقلت إلى العاصمة (الرياض) وأنشأت عدة مشاريع، ولعل من أحبها إليَّ (مراكز الجمال الألماني)، وقد اخترت هذا الاسم لأنه يمثل البلد الذي درست فيه وأعطاني الخبرة والثقة بقدراتي الإبداعية المميزة في مجال التجميل.

ما أهمية مراكز التجميل ودورها وإقبال الفتيات السعوديات على العمل فيها؟

مراكز التجميل ودور الأزياء النسائية السعودية من أنشط مراكز التجميل في منطقة الشرق الأوسط، خصوصًا أن المرأة السعودية أصبحت أكثر معرفة واطلاعًا من غيرها. فمراكز التزيين مرتبطة بعضها ببعض وظهرت أسماء كبيرة لسيدات سعوديات ومصممات حققن تفوقًا كبيرًا، وأصبح لدينا كم كبير من المبدعات السعوديات في هذا المجال سواء متخصصات من خلال دراسة، أو موهوبات في هذا المجال، أو هواية يمارسنها. وهناك تنوع ولمسات فريدة من نوعها نجدها لدى عدد كبير من المصممات واختصاصيات التجميل في العاصمة الرياض ومدينة جدة. إن تطور الوعي لدى السيدة السعودية بأهمية التجميل والأزياء وهما مرتبطان معًا ارتباطًا وثيقًا من خلال الإنترنت والقنوات الفضائية وكثرة السفر للخارج، غيَّر مفهوم التجميل والأزياء، فكل شيء في العالم حاليًا يتم متابعته ورؤيته وتفقُّد تفاصيله بأسهل الطرق من خلال الإعلام الجديد، وكذلك أصبح العالم مثل القرية الصغيرة في ظل التكنولوجيا والتطور التقني. كل تلك الأمور جعلت المرأة السعودية تهتم أكثر بجمالها وأناقتها وأزيائها.

ما هو مستقبل مراكز التجميل في المملكة؟

تعد مراكز التجميل في السعودية من أنشط مراكز التجميل في منطقة الشرق الأوسط بسبب التعداد السكاني، وكثرة المناسبات وتطور الوعي لدى السيدة السعودية بأهمية التجميل والتزيين وعالم الأناقة من خلال الإنترنت والقنوات الفضائية.

وكان في الماضي في السعودية نحو ٣ آلاف مركز تجميل ومشغل، وتقلص عدد المراكز ودور الأزياء «المشاغل» إلى نصف العدد تقريبًا.

كيف تنظرين إلى دور سيدات الأعمال السعوديات؟

سيكون للمرأة خلال الفترة المقبلة ومواكبة لرؤية المملكة ٢٠٣٠، موقعها ومناصبها التي تستحقها في إدارة الشركات العليا والبنوك والغرف التجارية حالها حال رجال الأعمال، وأتمنى أن يكون هناك مقاعد إضافية للمرأة السعودية في لجان الغرفة التجارية بالرياض، وكذلك مجلس الغرف، وفتح المجال لعدد من سيدات الأعمال المؤثرات اللاتي لهن وجود جيد في المجال التجاري.

لقد ظهرت في الآونة الأخيرة عدد من سيدات الأعمال المستثمرات في مجالات جديدة وحيوية، منها: المطاعم والمقاهي والترفيه والتقنية والتجميل والازياء بعيدًا عن المجالات القديمة التجارية. كما أنهن يواكبن التطور الذي تمر به المملكة العربية السعودية أكثر من الرجال من وجهة نظري، خصوصًا في مجال الأعمال التجارية الصغيرة.

وإن كافة الأنشطة الاقتصادية النسائية بالمملكة لا تزال حديثة العهد نوعًا ما، لذلك فإن دخول المرأة السعودية للعمل التجاري لا يزال يحتاج منها الكثير من الخبرة والدراية، وخصوصًا أنه زاد عددهن بشكل كبير، وبعد إزالة بعض القيود ودعم أسرهن لهن وأزواجهن وأبنائهن، فإنهن سوف يثبتن خلال هذا العام وسيوجدن بشكل كبير في السوق السعودي.

ما هي مشاريعكم المستقبلية على مستوى مراكز التجميل المتخصصة؟

أصبح مركز الجمال الألماني هو الخيار الأول لأبرز سيدات العاصمة الرياض، ولذلك نستعد خلال مطلع العام المقبل ٢٠٢٣م إلى افتتاح فروع جديدة في العاصمة الرياض، ونسعى للانتشار خليجيًا في العواصم المجاورة، خصوصًا أننا نمتلك خبرة طويلة تتجاوز العشرين عامًا في هذا المجال. ونسعى كذلك لنشر ثقافة التجميل والشعر بين صالونات التجميل، والعمل على إعداد كوادر نسائية سعودية متخصصة في هذا المجال.

هل تفكرين في منح حقوق الامتياز التجاري (الفرنشايز) لمركز الجمال الألماني في مناطق المملكة؟

بالتأكيد نرحب بمنح حقوق الامتياز التجاري للراغبين في مختلف مناطق المملكة، خاصة أن العمل بنظام الفرنشايز في المملكة بات منظمًا وواضحًا بعد صدور لائحة نظام الامتياز التجاري من وزارة التجارة. ونحن سبق أن تلقينا طلبات لفتح فروع لمركز الجمال الألماني في مناطق المملكة. ولكن لا يوجد نظام تشغيل للعمل، ونرغب في أن تكون شروط منح الامتياز واضحة ومحددة ودقيقة تضمن استمرار نجاح المركز وتميزه وفق أعلى المعايير التي نطبقها الآن. ونحن نستعد حاليًا لإعداد أدلة التشغيل الخاصة بنا تمهيدًا للبدء بمنح حقوق الامتياز التجاري مع إشرافنا الكامل ومتابعتنا للفروع الجديدة التي سيتم افتتاحها.

قصي العواجي: رؤية «زارك» التوسع الذاتي عن طريق الامتياز التجاري

انطلقت شاورما «زارك» عام ٢٠٢١ عمليًا بعد تحضيرات بدأت عام ٢٠١٧م ، وكانت الانطلاقة الفعلية من المدينة المنورة خلال فبراير العام الماضي كما ذكر الأستاذ قصي العواجي، مدير إدارة الفرنشايز في مطعم زارك، في حوار خاص لمجلة الفرنشايز. وأكد العواجي أن رؤية «زارك» هي الوصول بالمنتج إلى كل أطراف المملكة والعالم في مدة وجيزة - بإذن اللّه - عبر التوسع الذاتي وعن طريق الامتياز التجاري.
إلى الحوار..

ما هي فكرة شاورما زارك؟ ومتى بدأ؟ وكم فرعًا له الآن؟

شاورما زارك فكرة بدأت في ٢٠١٧، بحيث تتمحور حول تقديم شاورما اللحم بطريقة تغير ذائقة الفرد عن شاورما اللحم المعتادة. وتحولت هذه الفكرة إلى منتج حقيقي في فبراير سنة ٢٠٢١ عند افتتاح أول فرع في المدينة المنورة. وبفضل الله، ثم بتعاون فريق العمل من إدارة وملاك، تطورت الآن لتصل سلسلة الفروع إلى ٤ بعضها تحت الإنشاء.

ما هي رؤية شاورما «زارك»؟

رؤيتنا هي الوصول بمنتجنا إلى كل أطراف المملكة والعالم في مدة وجيزة - بإذن الله - عبر التوسع الذاتي وعن طريق الامتياز التجاري.

بماذا تتميز شاورما «زارك» عن العلامات المشابهة الأخرى؟ وما هو الجديد الذي تقدمه؟

بجانب تميزنا ولله الحمد في تقديم شاورما اللحم التقليدية بمذاق فريد ومختلف يجذب العميل في كل مرة يجربه وكأنها المرة الأولى، فإننا أيضًا حريصون على استمرارية جودة المنتجات وتوحيدها في جميع فروعنا حول المملكة والعالم بإذن الله. وإيمانًا منا بأن هذه الخطوة تحتاج إلى تكاتف فريق العمل قمنا بإنشاء إدارة خاصة للتطوير والجودة للعمل على تطوير المنتجات بشكل دائم.

كيف تطبقون معايير الجودة التي تضمن سلامة الغذاء وجودته ومذاقه المميز؟

كما ذكرت سابقًا، الحمد لله عندنا إدارة كاملة للتطوير والجودة حريصة جدًا على تطبيق أعلى معايير الجودة للوصول إلى منتج مذاقه مختلف عن كل ما قد جربه العميل في السوق، والحمد لله واثقين من هذا الشيء.

ما هي خططكم المستقبلية للتوسع محليًا وعربيًا؟

بإذن الله توسعنا سوف يكون بسرعة كبيرة على أن لا يؤثر التوسع في جودة المنتج، وكما ذكرت نحنا حريصون جدًا على أن يجرب العميل منتجًا فريدًا في كل الفروع على حد سواء. ونستطيع القول محليًا وعربيًا - بإذن الله - في خلال سنتين سنصل لأغلب المدن والبلدان.

هل تمنحون الفرنشايز؟

نعم، نمنح الفرنشايز ووصلنا إلى نموذج عمل تشغيلي يسهل على كل ممنوح أن يصل لمنتج مطابق لمنتجات الفرع الرئيسي.

ماذا تقدمون للراغبين في العمل معكم عن طريق الفرنشايز؟ وماذا تطلبون منهم؟

علاقة الفرنشايز هي علاقة أشبه بأن تكون شراكة. لأن الفرع يكون واجهة لك في المنطقة التي ستفتح فيها. لذلك نقدم كل الدعم وكل إداراتنا التشغيلية والإدارية ستكون على خط تواصل دائم مع الممنوح طوال فترة العقد وما بعده بإذن الله.

وكل ما نطلبه من المتقدم أن يكون جاهزًا للعمل، لأنه - بإذن الله - سيكون فاتحة خير علينا وعليه.

كيف تحافظون على جودة المنتج في مختلف الفروع الممنوحة بالفرنشايز؟

الحمد لله بعد عمل سنة كاملة كان كل هدفنا أن نصل إلى لنموذج عمل تشغيلي يسهل على كل الفروع تقديم نفس الجودة. لذلك توصلنا لطريقة أن صاحب الامتياز فقط يقوم بآخر عمليتين قبل المنتج النهائي للمحافظة على أن المنتج يكون طازجًا، وما قبل ذلك كل شيء يتم عندنا بمعاملنا من خلطات وغيرها.

> **نمنح الفرنشايز ووصلنا إلى نموذج عمل تشغيلي يسهل على كل ممنوح أن يصل لمنتج مطابق لمنتجات الفرع الرئيسي**

في رأيكم هل لسوق المطاعم مستقبل مع كثرة المطاعم التي تفتح من جهة، ومع الظروف الطارئة مثل كورونا وازدياد الطلب أون لاين؟

الحمد لله الآن نستطيع القول إننا تجاوزنا جائحة كورونا بفضل الله، والسوق الآن مقبل على طلب كبير جدًا، ومن يكون جاهزًا - بإذن الله - سيكون له الطريق سالكًا للنجاح.

كيف ترون نظام الامتياز التجاري ودوره في تشجيع العمل بالفرنشايز؟

الامتياز التجاري في السعودية فعليًا بدأ في ٢٠١٨، مع صدور النظام وبفضل الله وصلنا لمرحلة متقدمة جدًا في بعض (البراندات) حيث تصل فروعها إلى ما يزيد على ١٠٠ فرع، وهذا إن دل على شيء يدل على قدرة وقوة السوق السعودي.

كلمة أخيرة

أحب أن أشكركم على إعطائنا الفرصة أولاً، وأشجع الناس على اتخاذ الخطوة في مجال الامتياز التجاري والاتجاه للبراند الذي يرى أن لديه القدرة على الإبداع فيه؛ لأن الامتياز التجاري لا يختلف عن (براندك) الشخصي ويحتاج إلى شغف بالموضوع وقدرة على الإدارة.

ربيع فخر الدين: «٧ مانجمنت» توسع حضورها في جدة والخبر بعلامات عالمية جديدة

منذ انطلاقها عام ٢٠١١م وحتى اليوم تواصل Seven Management مسيرتها بثقة واقتدار معلنة حضورها في أكثر من مدينة: بيروت، ودبي، والرياض، والدوحة.. والبقية تأتي من خلال سلسلة من العلامات التجارية التي سجلت نجاحًا وتفوقًا في أكثر من مكان.
ما هي قصة Seven Management؟ وكيف بدأت؟ وإلى ماذا تتطلع؟ الرئيس التنفيذي والمؤسس ربيع فخر الدين متحدثًا إلى مجلة الفرنشايز:

بداية كيف كانت الفكرة لانطلاقة Seven Management؟ وأين؟

في عام ٢٠١٥ تأسست «٧ مانجمنت» مع افتتاح أول موقع، Seven Sisters، واحة فاخرة من الموسيقا والمأكولات في قلب بيروت.
عملت Seven Sisters كمحفز لتطوير مفاهيم الطعام والمشروبات والترفيه التي تلت ذلك بين بيروت، ودبي، والدوحة، والمملكة العربية السعودية.

حققت «٧ مانجمنت» انتشارًا كبيرًا وحضورًا مميزًا.. كيف استطاعت تحقيق ذلك في سوق تشتد فيه المنافسة؟ وما هي أبرز قيمها في هذا المجال؟

تتبوّأ شركة «٧ مانجمنت» الصدارة اليوم في مجال المطاعم والنوادي في كل من الرياض وبيروت ودبي والدوحة، ويُعزى الفضل في ذلك إلى أفكارها المميّزة وخبرتها على امتداد سنوات في مجال تطوير أطيب قوائم المأكولات والمشروبات وإرفاقها بأروع الأجواء الترفيهية.
بعد سنوات من العمل لإتقان المعادلة المثالية بين الطعام والترفيه، رسّخت شركة «٧ مانجمنت» اسمها بين الشركات الرائدة في مجال إدارة المطاعم والنوادي في بيروت ودبي. تَعِد الشركة ضيوفها بتجارب تنبض بالسحر والتشويق، ويكمن سحرها في الدمج بين الطابعَين الكلاسيكي والحديث، وبين الموسيقا الصاخبة والأجواء الهادئة.

أين توجد «٧ مانجمنت» حاليًا؟

بالإضافة إلى بيروت، شركة «٧ مانجمنت» تفرض حضورها بقوّة في دول الخليج بكل من الإمارات، وقطر، والمملكة العربيّة السعودية.

أين توجدون في السعودية؟ وما هي أبرز العلامات فيها؟ وما تطلعاتكم المستقبلية؟

تصطحب «قهوة بيروت» الضيوف إلى أجواء العاصمة اللبنانية، من موقعها في البوليفارد في قلب الرياض، تلك الوجهة الرائعة المقابلة لنافورة الرياض. يضم المطعم أكثر من ٢٠٠ كرسي في القاعة الداخلية وعلى التراس الخارجي، حيث تُقدّم أشهى المأكولات اللبنانية المحضّرة على الأصول، إلى جانب الشيشة.

أيضًا سابقًا، حقق «أنتيكا» نجاحًا بارزًا عند وجوده في قلب «أوايسس الرياض»، حيث يقع إلى جانب علامات تجارية عالمية أخرى، لمدة أربعة أشهر.

كانت تتوزّع طاولات المطاعم بين الداخل والخارج، حيث كان يُقدّم أطيب لقمة وأروع الأجواء الشرقية والترفيهية لإرضاء جميع الأذواق. كان المطعم يركز على مفهوم الفخامة الباعثة على الهدوء والاسترخاء، حيث ينعم الضيوف بتجربة تبقى محفورة في الذاكرة طوال العمر.

تشرّفت شركة «٧ مانجمنت» بطرح هذه العلامة المحبوبة لعملائها الكرام في السعودية، على أن توسّع حضورها قريبًا في المملكة بافتتاح علامات عالمية أخرى مميّزة من محفظتها المتنامية، ومن المرتقب أن تشمل في المستقبل القريب جدة والخبر.

ما هي تطلعاتكم للمستقبل لجهة التوسع والانتشار دوليًا؟

تركّز الشركة دائمًا على تجديد قوائم المأكولات والمشروبات واكتشاف مطابخ ونكهات جديدة تأسر الضيوف. تجتمع المأكولات الفيوجن والأجواء الرائعة والتجارب الترفيهية غير المسبوقة في مطاعم الشركة ونوادي السهر التابعة لها، لتغمر الضيوف بأحلى اللحظات. واللافت أن كل علامة تملك هويّة خاصة بها لا تُشبه الأخرى.

بفضل إلمام الشركة بالسوق، تطمح إلى تقديم أفضل الخدمات للسيّاح والعملاء الأوليّاء بصفتها رائدة في مجال المأكولات والمشروبات بعد الفوز بجائزة «أفضل مجموعة نوادي سهر ترفيهية لعام ٢٠٢٢» Best Nightlife Entertainment Group.

ما هي أبرز العلامات التجارية في المجموعة؟

اقترن اسم شركة «٧ مانجمنت» بعلامات تجارية راسخة أبصرت النور في الشرق الأوسط، نذكر منها «قهوة بيروت»، The Theater، February ٣٠، و«لوتشياز»، و«أنتيكا».

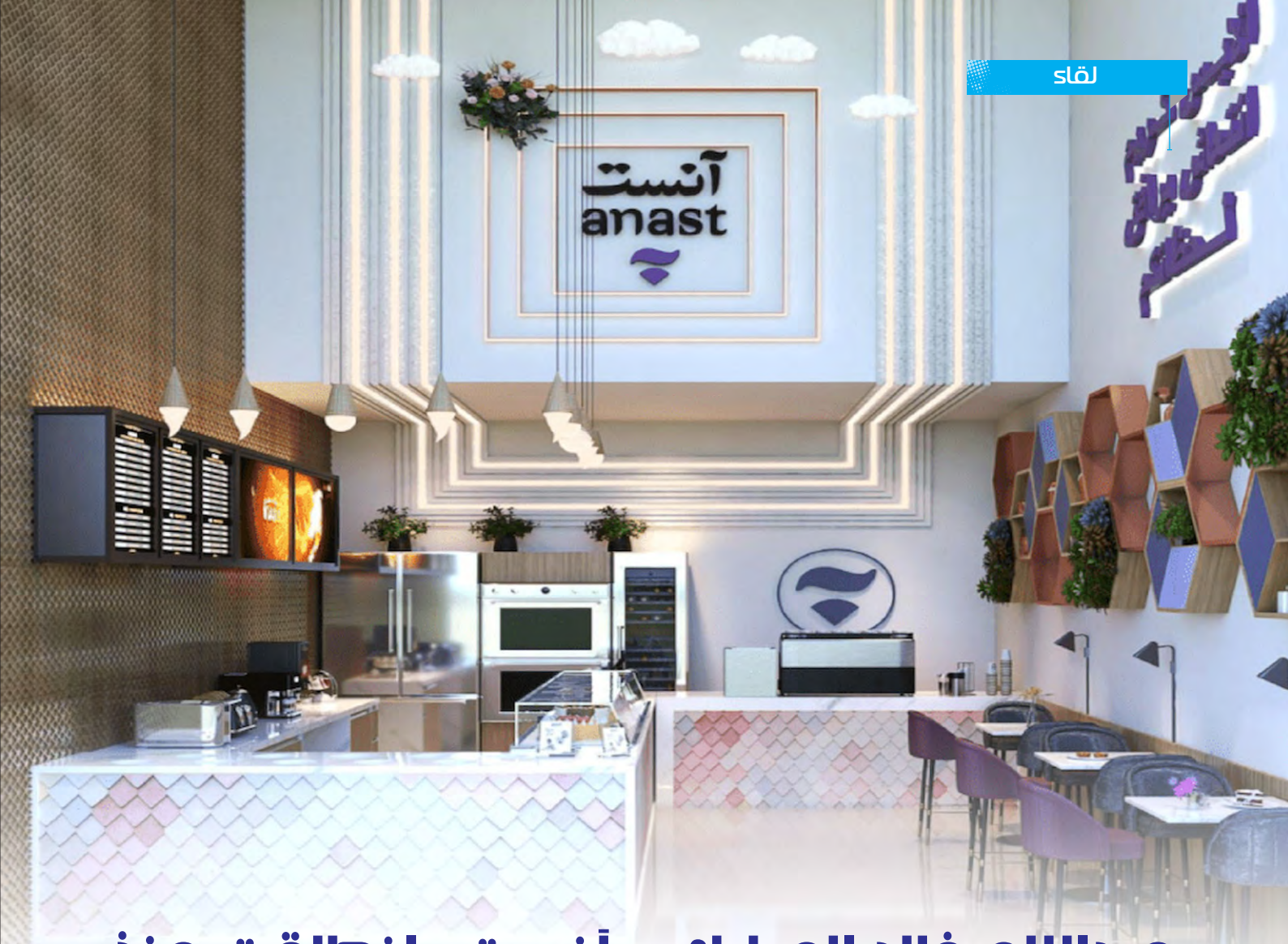
تمنحون حقوق الفرنشايز للعلامات التي تملكونها.. هل هناك شروط موحدة لجميع العلامات، أم أن لكل علامة شروطها الخاصة؟

تحافظ كل علامة تجارية على هويتها وتقدم نفس التجربة في جميع المواقع مع احترام قواعد وأنظمة البلد المضيف مع الحفاظ على رضا الزبائن.

جوائز وتقدير

تأكيدًا على ريادة شركة «٧ مانجمنت»، فازت بجائزة «أفضل وجهة لاحتساء المشروبات» Best Sundowner Spot عند مغيب الشمس عن مطعم February ٣٠، و«أفضل عرض ترفيهي» عن مطعم The Theater، و«أفضل حفلة برانش Best Party Brunch عن مطعم «سفن سيسترز» لعام ٢٠٢٢.

ونجح ربيع فخر الدين، الحائز على جائزة «أفضل رائد أعمال في مجال نوادي السهر» Best Nightlife Entrepreneur لعام ٢٠٢٢، إلى جانب مجموعة من الشباب الطموحين والخلّاقين من بيروت، في إطلاق وتنفيذ وإدارة مشاريع مميّزة فازت بقلوب العملاء وروّاد السهر.



عبدالإله خالد المبارك: «آنست» انطلقت منذ عامين وتطمح للتوسع أكثر بمنح حقوق الفرنشايز مع ضمان الجودة للمنتجات

أكد عبدالإله خالد المبارك، المدير التنفيذي لمؤسسة (آنست) لبيع المثلجات، أن فكرة مثلجات (آنست) انطلقت لتقدم هذا المنتج بصورة أنيقة وعصرية وبنكهات مبتكرة ومتجددة. وقال في حوار مع مجلة الفرنشايز إن الفكرة لاقت الترحيب، حيث تم افتتاح **٣** فروع، وهناك استعدادات لافتتاح فروع جديدة بعد الثقة الكبيرة التي نالتها المنتجات من المستهلك، وهذا ما دفعنا لدراسة منح حقوق الامتياز التجاري وفق شروط وضوابط تحفظ الجودة وتضمن تطبيق أعلى المعايير.
إلى الحوار:

ما هي فكرة آنست؟ متى بدأ؟ وماذا يقدم؟

(آنست) هي فكرة مشروع لتقديم المثلجات بصورة أنيقة وعصرية، بنكهات مبتكرة وجديدة، بعنصر يجعل من يتذوقه لا يستطيع إلا أن يعود إليه إما لتجربة جديدة أو لتكرار التجربة. وهذا ما سيجعلنا أيقونة مميزة عن مشاريع المثلجات الأخرى. وهدفنا صناعة اسم لمنتج سعودي بأيدٍ سعودية وبجودة عالمية قابلة للانتشار.

وبداية المشروع كانت عام ٢٠٢٠ ولم تمنعنا الأوضاع الصعبة التي مر بها العالم، مؤخرًا، من التراجع، بل كانت دافعًا قويًا للإصرار على النجاح.

كم عدد فروعكم اليوم؟

لدينا ٣ فروع قائمة حاليًا وتعمل، وهناك ٣ فروع تحت الإنشاء داخل السعودية.

بماذا تتميزون عن العلامات التجارية المشابهة؟ وما هو جديدكم؟

لا يكفي أن تكون العلامة التجارية أفضل، بل يجب أن تكون مختلفة؛ بينما يجب السعي لتقديم منتجات أو خدمات جيدة أو أفضل من المنافسين، فمن المهم أن يكون المنتج أو الخدمة مختلفًا، حتى تبرز العلامة التجارية ولا يتم نسيانها، وهذا سيعطيها ميزة كبيرة على المنافسين.

ونسعى دائمًا للتطوير في منتجاتنا بما يناسب الجو العام مع مراعاة متطلبات الذوق العام.

ونلتزم في (آنست) بفلسفة تجعل «ضمان الجودة مسؤولية على جميع منسوبيها وليست حصرًا على قسم أو شخص واحد، وهي عملية مشتركة يتبناها كل العاملين في (آنست) من أجل تحقيق الأهداف التي تحقق رضا المستهلكين بأعلى مستويات معايير الجودة.

ما هي خططكم المستقبلية للتوسع محليًا وعربيًا؟

نعمل لتحقيق نمو مرتفع أكبر من المعدلات السابقة، من خلال توسيع نطاق عمليات النشاط التجاري. وتكرّس الاستراتيجية هدفًا واحدًا هو النمو بغض النظر عن المخاطر والعقبات التي قد تعترض الطريق. لهذا لا نكتفي بالتوسع المحلي فقط، ولكن نطمح للعالمية ولجعل اسم (آنست) يجاور كل العلامات المشهورة بحول الله.

هل تمنحون الفرنشايز؟

نعم، نمنح الفرنشايز ووصلنا إلى نموذج عمل تشغيلي يسهل على كل ممنوح أن يصل لمنتج مطابق لمنتجات الفرع الرئيسي .وبفضل الله وصلنا اليوم بعد الفرنشايز إلى دول خارج المملكة مثل الكويت، ومصر، والإمارات وبريطانيا.

ماذا تقدمون؟ وماذا تطلبون للعمل معكم بنظام الفرنشايز؟

كل ما نطلبه من المتقدم أن يكون جاهزًا للعمل، فطالب الامتياز سيمثل اسمنا وسمعتنا في السوق؛ لذلك على من يختار تمثيلنا أن يكون على أتم الجاهزية والاستعداد.

كيف تحافظون على جودة المنتج في مختلف الفروع؟

لا يخفى الأمر بعد البحوث التي أجريناها في السوق، وبشكل عام وجدنا أكثر من تعليق حول فرق الجودة أو اختلاف الطعم في حال وجود أكثر من فرع من العلامة ذاتها مهما كانت شهرتها .لذا، فإن استراتيجية العمل لدينا ركزت على إنهاء ما يعادل ٧٠٪ من الأعمال في معاملنا لتصل المنتجات لجميع الفروع حيث يتم فيها الانتهاء من اللمسات الأخيرة قبل تسليمها للزبون.

هدفنا صناعة اسم لمنتج سعودي بأيدٍ سعودية وبجودة عالمية قابلة للانتشار

هل لسوق المطاعم والمقاهي مستقبل مع كثرة المحلات التي تفتح من جهة، ومع الظروف الطارئة مثل كورونا وخدمات التوصيل؟

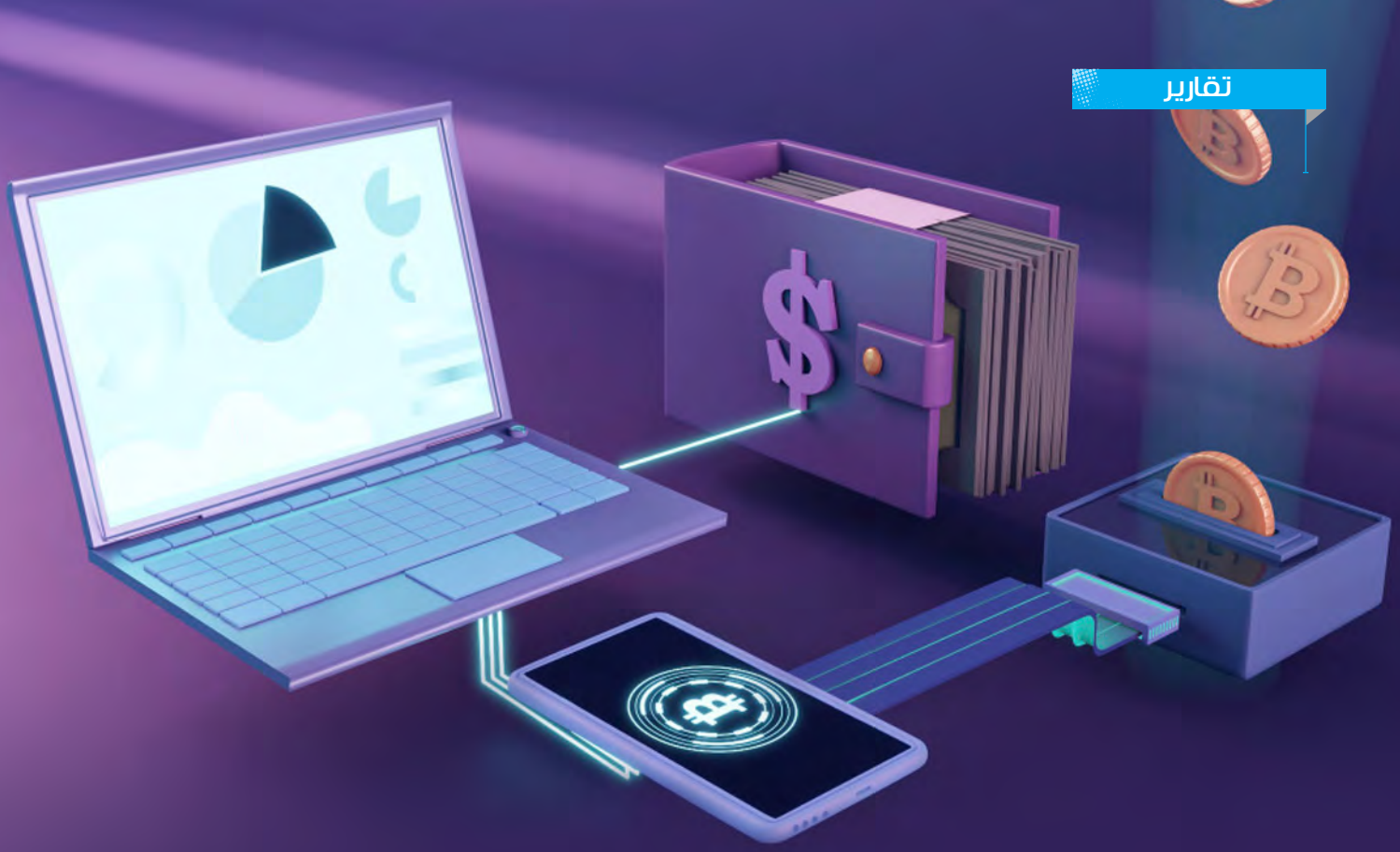
من استطاع الإثبات والثبات فلن يجعل الظروف التي نمر بها عائقًا يكترث به. وفي بلدنا ولله الحمد مكانة كبيرة جدًا لكل من يريد أن يعمل في هذا القطاع والبقاء للأفضل.

كيف ترون نظام الامتياز التجاري ودوره في تشجيع العمل بالفرنشايز؟

تشجيع العمل بهذا النظام يعود بالنفع على المانحين والممنوحين (أصحاب الامتياز) على حد سواء، ومن ثم على المناخ الاقتصادي بشكل عام.

كلمة أخيرة

حينما تقوم بتأسيس مشروعك وتدخل به إلى السوق، فمن المؤكد أنك ستجد المنافسة مشتعلة وقوية، فإن تمكنت من تفاديها والتعامل معها بشكل صحيح، فتأكد أن جميع النتائج ستكون بصالحك وستحقق جميع أهدافك.



كيف سيعزز الاقتصاد الرقمي الناتج المحلي السعودي بـ١١٩ مليار دولار؟

كشف التقرير الصادر، مؤخرًا، عن ستراتيجي& الشرق الأوسط – جزء من شبكة برايس ووتر هاوس كوبرز – أن دول الخليج أمامها فرصة ذهبية لمواكبة الاقتصادات الرقمية المتقدمة بما يعزز الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة بواقع ٢٥٥ مليار دولار أمريكي بحلول عام ٢٠٣٠م، منها ١١٩ مليار دولار في المملكة العربية السعودية وحدها، وذلك من خلال سن السياسات المناسبة والعمل على تطوير الشركات الوطنية الرائدة العاملة في مجال التقنية.

جدير بالذكر أن الاقتصاد الرقمي في منطقة الخليج يشهد حالة من التوسع بخطى متسارعة، إلا أن دول المنطقة ما زالت توجه أنظارها واهتمامها صوب التقنيات التقليدية. كما أن مستوى نضج السوق الرقمي في المنطقة لا يرقى لنفس المعدلات المحققة في مناطق أخرى بالعالم. ومن هنا تنبع أهمية استحداث الشركات الوطنية الرائدة العاملة في مجال التقنية بمنطقة الخليج بالنظر إلى الدور المحوري الذي يمكنها القيام به لسد هذه الفجوة؛ إذ تتمتع هذه الشركات بالمقومات التي تمكنها من تحقيق الوفورات الاقتصادية وتوفير نطاق العمل اللازم لتعزيز الابتكار، واستقطاب الكوادر، واستحداث الوظائف، وتنفيذ الاستثمارات الضخمة، وتنمية الصادرات الوطنية.

ينمو الاقتصاد الرقمي حاليًا بمعدل ستة أضعاف أسرع من الاقتصاد التقليدي، وتتربع دولتا الولايات المتحدة الأمريكية والصين على عرش الاقتصاد الرقمي مدفوعةً بشركاتها الناشئة العاملة في مجال التقنية والتي تستحوذ على ٩٠ بالمئة من القيمة السوقية الرأسمالية لأكبر ٧٠ شركة رقمية رائدة في العالم.

وفي هذا السياق، علّق شادي سميْرة – الشريك في ستراتيجي& الشرق الأوسط – قائلاً: «على الرغم من تسارع وتيرة نمو الاقتصاد الرقمي بمنطقة الخليج، فإنه لن يكون كافيًا وحده لتعزيز التنافسية الدولية للمنطقة، فالاستثمار في البحث والتطوير والشركات الناشئة بالمنطقة ما زال محدودًا، وما زالت الشركات الأجنبية مسؤولة حتى هذه اللحظة عن معظم عمليات تطوير منتجاتها وتقديم الخدمات. وفي المقابل، يمكن بمساعدة الشركات الوطنية الرائدة تحقيق قفزة نوعية في الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة بمعدل تراكمي ٥٪ بحلول عام ٢٠٣٠م، واستحداث ست مئة ألف فرصة عمل تقريبًا في مجال التقنية».

وفي سياق متصل، صرح طارق الزين – الشريك في ستراتيجي& الشرق الأوسط – قائلاً: «هناك فرصة ذهبية أمام الاقتصاد الرقمي لتعزيز مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي للمنطقة بقيمة ٣٠ مليار دولار خلال السنوات الخمسة المقبلة، أي من ١٦٩ مليار إلى ٢٠٤ مليارات دولار وذلك مع تحول المنطقة إلى أرض خصبة للابتكار بقيادة شركات الابتكار الرقمي، وستكون الحلول الرقمية – ومن بينها التقنيات الناشئة – هي الدافع الرئيسي للجزء الأكبر من هذا النمو».

يشير التقرير الصادر عن ستراتيجي& الشرق الأوسط إلى أن رحلة تطوير الشركات الوطنية الرائدة العاملة في مجال التقنية تمر بثلاث مراحل رئيسية، وهي: مرحلة بناء محفظة المنتجات وعروض الخدمة الأساسية، ومرحلة التعزيز والتوسع الجغرافي، ومرحلة التنويع والتوسع في تحقيق العائد المادي. ويعتمد نجاح الشركات التقنية الطامحة في اجتياز هذه المراحل الثلاثة على عدة عوامل، وهي:

استحداث القيمة المستدامة:

بالنظر إلى حجم منظومة التقنية، لا يمكن لأي شركة أن تكون المصدر الوحيد لتوفير كل الحلول التي تناسب الجميع، وهو ما يتطلب من الشركات الوطنية الرائدة المبادرة بتحديد الشكل القانوني الذي ستكون عليه (طبيعتها التأسيسية)، ويلي ذلك تحديد الخصائص الرئيسية لسلسلة القيمة، ونموذج العمل، ومنهجية تحقيق التميز والاختلاف لمنتجاتها. وبعد ذلك سيكون على الشركة بناء سلسلة قيمة تنافسية، والقدرات الضرورية، ونموذج العمل المبتكر المناسب، وتحديد المستوى والوتيرة المثلى للاستثمار.

اعتماد المنهجية المناسبة لدخول السوق:

تعتمد الشركات الوطنية الرائدة العاملة في مجال التقنية العديد من النماذج التي تمكنها من دخول السوق، ويتوقف اختيار المنهجية المناسبة لدخول السوق على نموذج العمل الأساسي المقرر تطبيقه بكل شركة. ومن الأمثلة على الآليات المعتمدة في هذا الصدد نموذج التصميم المشترك بالتعاون مع العملاء، والاستعانة بشركاء البيع والتوزيع القادرين على استحداث قيمة مضافة، وإتاحة الخبرات والتجارب الرقمية السلسة للعملاء، وتقديم الخدمات التكميلية المساندة. إضافةً إلى ذلك، فإن الوضع يتطلب من الشركات التي تركز على المنتجات أن تعمل على تعزيز عنصر الابتكار سواءً على مستوى المعدات أو المنصات أو البرمجيات، مع تطوير أصول الملكية الفكرية من خلال القدرات الداخلية بالشركة، ومن خلال الشراكات البحثية والتطويرية مع الشركات المتخصصة، والتراخيص الابتكارية المفتوحة، أو الحصول على حقوق الملكية الفكرية من خلال أطراف خارجية أو من خلال عمليات الاستحواذ.

استقطاب الكوادر المؤهلة:

يتعيّن على الشركات استقطاب الكوادر المتخصصة في مجالات العمل الأساسية والاحتفاظ بها، ومن بين هذه المجالات تطوير المنتجات، وتصميم تجارب وخبرات المستخدمين، وهيكلة الحلول، وعلوم البيانات، وتحليلات الأعمال، بالإضافة إلى الخبرات الفنية العميقة في تقنيات محددة (ومنها إنترنت الأشياء [IoT]، والتعلم الآلي [machine learning]، والواجهات التفاعلية الغامرة [immersive interfaces]، والشبكات المحايدة [neutral networks]).

تطبيق النماذج التشغيلية المرنة:

ينبغي للشركات اعتماد نموذج تشغيلي مُبسّط ومرن، ولا سيما على مستوى سلسلة القيمة - بدءًا من تطوير المفاهيم الأساسية ووصولاً لمرحلة دخول السوق (concept-to-market) - وبعض المجالات الأخرى المحددة مثل إعداد استراتيجية المنتجات ومحفظة الخدمات، وصياغة الأفكار المبتكرة، وتطوير خارطة الطريق، والتطبيق، والإطلاق المبدئي، وإدارة المنتجات وإيقافها.

اعتماد الهياكل المؤسسية والانتشار الجغرافي المناسب:

من شأن اختيار الهيكل المؤسسي الأمثل والحزمة ومواقع العمل المناسبة للشركات القابضة والمشغلة، تمكين الشركات الوطنية الرائدة من تحقيق أهدافها المرتبطة بنتائج وأداء الأعمال وتعزيز قدرتها على تحقيق العائد المادي، وسيسهم اتخاذ القرارات الصحيحة بهذا الشأن في تمكين الشركات من التعامل بصورة أكثر كفاءة مع قوانين إدارة البيانات والمسائل المرتبطة بحماية الملكية الفكرية والمحاسبة الضريبية.

الدعم التنظيمي والسياسي:

في هذا الصدد، علّق رمزي خوري – الشريك في ستراتيجي& الشرق الأوسط – قائلاً: «تتولى حكومات الخليج دورًا محوريًا في تطوير الشركات الوطنية الرائدة العاملة في مجال التقنية، إذ يتعين على صنّاع القرار على المستوى الوطني تحقيق التوازن المناسب بين دعم تأسيس الشركات الوطنية واستقطاب الشركات العالمية الرائدة، فضلا عن توفير فرص عادلة لضمان وصول الشركات الناشئة للسوق حيث يمكن لهذه الشركات أن تنمو لتصبح شركات تقنية كبرى في المستقبل».

وختامًا، صرح وسام عبدالصمد – الشريك في ستراتيجي& الشرق الأوسط – قائلاً:

«ينبغي لدول الخليج العمل على تأسيس الشركات الوطنية الرائدة وتعزيزها لبناء اقتصاد رقمي قوي وتيسير المرونة الوطنية. وفي الوقت الراهن فإن غالبية دول المنطقة ما هي إلا مشترٍ أو مستخدم للتقنيات الرقمية، وهو وضع لا يحقق لها الاستدامة المنشودة. إلا أنه يمكن لهذه الدول أن تصبح مبتكرةً للتقنية من خلال تطوير شركاتها الرائدة على أن تقوم الحكومة بدورها المأمول في تيسير ومساندة تأسيس هذه الشركات».

Public First:

كيف ساهمت Google في دفع عجلة الاقتصاد السعودي؟

أعلنت شركة Google عن إصدار تقرير «تأثير Google الاقتصادي»، وهو تقرير من إعداد وكالة الأبحاث Public First حول دور منتجات Google (وتحديدًا «بحث Google» وPlay و«خرائط Google» وYouTube و«إعلانات Google») في مساعدة الأفراد والأنشطة التجارية المحلية وصناع المحتوى ومطوّري البرامج في السعودية والإمارات ومصر. تستند هذه التقارير، التي تنشرها Google في مختلف بلدان العالم، إلى استبيانات عامة وتحليلات قائمة على النمذجة الاقتصادية، بالإضافة إلى بيانات من جهات خارجية موثوقة. يشير التقرير الأخير إلى أن Google ساهمت في دفع عجلة النشاط الاقتصادي في السعودية بنحو ١٢,٢ مليار ريال سعودي خلال عام ٢٠٢١.

بدوره، علّق أنطوني نقاش، المدير العام التنفيذي في Google في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، قائلًا: «إنه من الرائع رؤية التأثير الإيجابي لبعض منتجات Google مثل «بحث Google» و«خرائط Google» وYouTube وAndroid على حياة الأفراد اليومية، والأنشطة التجارية المحلية، ومطوّري التطبيقات وصنّاع المحتوى في المملكة العربية السعودية. نحن فخورون بأن نكون محرّكًا مستمرًا يدعم المملكة في رحلتها نحو التحول الرقمي. كما أننا نتطلّع لمتابعة المشاريع والأفكار الرائعة التي ستظهر بمجرد استخدام الأفراد للأدوات والمهارات الصحيحة، ونحن ملتزمون بإطلاق المزيد من البرامج والشراكات المحلية لتوسيع نطاق الاستفادة للجميع».

قال جوناثان دوبانت، أحد الشركاء في Public First: «ساهمت أزمة (كوفيد-١٩) خلال العامين الماضيين في تسريع نمو بعض المجالات التي لم تكن جديدة تمامًا، مثل التجارة الإلكترونية والعمل عن بُعد. وفي الدراسة البحثية الأخيرة التي أجريناها، أكّد الأفراد وأصحاب الأنشطة التجارية من مختلف أرجاء منطقة الشرق الأوسط على أهمية الأدوات والخدمات من Google في مساعدتهم

في التكيف مع هذه التغييرات، سواء من خلال مساعدة الأنشطة التجارية الصغيرة في البيع على الإنترنت، أو مساعدة الموظفين في التواصل بشكل أفضل مع زملائهم على الإنترنت، أو مساعدة الأطفال في مواصلة التعلّم».

في هذا التقرير حول تأثير Google الاقتصادي في السعودية، تم التركيز على مستوى تأثير منتجات Google خلال عام ٢٠٢١ في ثلاث مجالات، هي الأفراد والأنشطة التجارية والاقتصاد. فيما يلي أهم النتائج التي تضمنها التقرير:

مساعدة الأفراد في السعودية

- استخدم ٧٢٪ من الأفراد «بحث Google» للاطّلاع على أحدث المعلومات حول فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩).
- استخدم ٦٤٪ من الأهالي (ممَّن لديهم أطفال دون سن ١٢ عامًا) تطبيق YouTube Kids لمساعدة أطفالهم في التعلّم.
- استخدم ٧٥٪ من الأفراد «بحث Google» لتعلّم مهارة جديدة.
- استخدم ٦١٪ من الأفراد «بحث Google» للعثور على فرص عمل جديدة.
- تستخدم حوالي ٥ ملايين امرأة في المتوسط «بحث Google» كل شهر للبحث عن وظيفة جديدة.

مساعدة الأنشطة التجارية في السعودية

- استخدم ٦٦٪ من الأفراد «خرائط Google» للعثور على نشاط تجاري محلي.
- سجَّل ٥٢٪ من الأنشطة التجارية ارتفاعًا في عدد العملاء الذين تعرَّفوا على النشاط التجاري من خلال نتائج البحث على الإنترنت أو من خلال الإعلانات على شبكة البحث خلال العامين الماضيين.
- أشار ٦٧٪ من الأنشطة التجارية على الإنترنت إلى أن تطبيقات Google Workspace كانت أساسية في تعزيز تجربة العمل عن بُعد. تتضمَّن Google Workspace مجموعة من الأدوات المستندة إلى الحوسبة السحابية والتعاون، مثل Google Drive و Gmail و Meetg

دعم النشاط الاقتصادي في السعودية

يجمع هذا القسم من التقرير نتائج من أبحاث Public First وبيانات Google الداخلية، ويركّز على مدى مساهمة Google في دعم منشئي المحتوى ومطوّري البرامج والناشرين. فيما يلي أهم ما تضمَّنه هذا القسم:

- دعمت Google الاقتصاد السعودي بنحو ١٢,٢ مليار ريال سعودي خلال عام ٢٠٢١.
- تساهم منظومة مطوّري برامج Android في توفير ٢٩ ألف وظيفة على الأقل في السعودية كل عام.
- ارتفع عدد قنوات YouTube التي تحقّق أرباحًا من ستة أرقام أو أكثر بنسبة ٢٠٪ على أساس سنوي (بحسب بيانات Google الداخلية - ٢٠٢١).
- ازداد إجمالي عدد مطوّري البرامج الذين يحقّقون أرباحًا بقيمة ٣٧,٥٠٠ ريال سعودي (ما يعادل ١٠ آلاف دولار أمريكي) أو أكثر شهريًا على Google Play بنسبة ١٥٪ (بحسب بيانات Google الداخلية - ٢٠٢١).

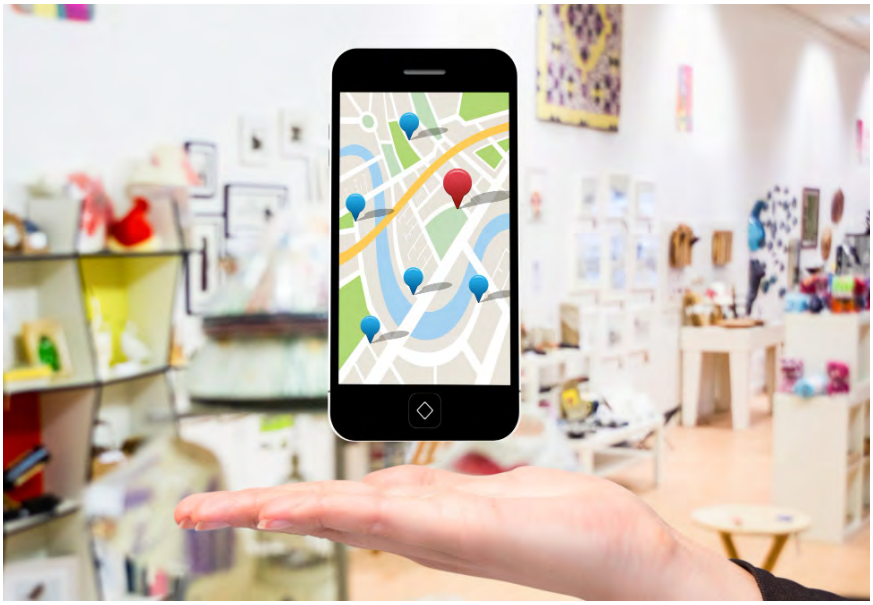
كانت شركة Google قد أعلنت في أكتوبر ٢٠٢٠ عن تقديم منحة بقيمة ٣٧,٥ مليون ريال سعودي (ما يعادل ١٣ مليون دولار أمريكي) لمساعدة مليون شخص ونشاط تجاري في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا على تعلّم مهارات رقمية جديدة وتنمية أعمالهم بحلول نهاية عام ٢٠٢١. يهدف هذا البرنامج إلى تسريع وتيرة التعافي الاقتصادي في المنطقة من خلال دعم مسيرة التحوُّل الرقمي عن طريق توفير الأدوات الرقمية والدورات التدريبية والمنح التمويلية اللازمة لدعم الأنشطة التجارية المحلية والباحثين عن عمل.

تتوفَّر تقارير «تأثير Google الاقتصادي» في ثلاث نسخ، هي:

- الإمارات العربية المتّحدة: googlemena.publicfirst.co/uae
- المملكة العربية السعودية: googlemena.publicfirst.co/saudiarabia
- مصر: googlemena.publicfirst.co/egypt

منهجية التقرير

تستند منهجية إعداد تقرير «تأثير Google الاقتصادي» إلى الاستعانة باستبيانات رأي عامة والاعتماد على تحليلات قائمة على النمذجة الاقتصادية وبيانات من جهات خارجية موثوقة. تعاونت Public First مع شركة Dynata لإجراء استبيان شارك فيه ألف شخص و٥٠٠ من كبار المديرين من مختلف الأنشطة التجارية في كل من الإمارات والسعودية ومصر. أمّا بهدف قياس مستوى التأثير في النشاط الاقتصادي، فاستخدمت Public First بيانات من جهات خارجية لتقدير الحجم الإجمالي لسوق «إعلانات Google» في كل بلد، مستعينةً بكل من تقرير PWC Global Entertainment & Media Outlook والبيانات الصادرة عن Google حول حجم الإيرادات. يمكن الاطّلاع على المنهجية والتفاصيل الكاملة في التقرير. تجدر الإشارة إلى أن جميع النتائج الاقتصادية التقديرية التي يتضمَّنها التقرير مأخوذة من مصادر رسمية ومن معلومات مملوكة لشركة Public First.



علامات سعودية غير تقليدية تنتشر عالميًا

أحمد بن عبدالله العرفج
رئيس التحرير

لا يقتصر شعار (صنع في السعودية) على المنتجات مهما كان نوعها وشكلها وطبيعتها، بل يتعداه إلى الأفكار والرؤى والبرامج المبتكرة التي تسهم في تحقيق تقدم اقتصادي وتنموي أينما تم تطبيقها وتنفيذها.

لقد أطلقت هيئة تنمية الصادرات السعودية مبادرة برنامج (صنع في السعودية) بهدف بناء علامة صناعية موحدة تهدف إلى توفير فرص واعدة للشركات، وتوسيع نطاق أعمالها والترويج لمنتجاتها محليًا وعالميًا، وهو ما يعد فرصة للاحتفاء بالابتكارات التقنية والمواهب الإبداعية. وكان لهذه المبادرة أثر كبير وحضور فعال في المحافل العالمية للترويج للعلامات السعودية.

وإذا كان المجال هنا لا يتسع للإشارة بالاسم إلى هذه العلامات لكثرتها وتنوعها أكتفي بالإشارة إلى علامة سعودية مميزة حققت حضورها المحلي وبنت سمعة جيدة في الداخل، ثم انطلقت للتوسع والانتشار، وكانت البداية في سلطنة عمان الشقيقة والبقية تأتي تاليًا.

تعد i-be مجتمعًا ريادياً متكاملاً يستهدف أصحاب الأفكار الريادية الذين لديهم إصرار ورغبة عالية لحل مشاكل تواجه الأفراد أو المجتمعات من خلال خدماتهم ومنتجاتهم. وتعمل i-be لتكوين مجتمع متكامل من خلال المشاركة والتكامل مع رواد الأعمال ليتمكنوا من تحويل مشاريعهم إلى واقع ملموس ومشاريع ريادية تحقق أهدافهم.

وخلال مسيرتها التي تعتبر قصيرة مقارنة بالتجارب الأخرى استطاعت i-be تحقيق حضور مميز ومؤثر في هذا المجال، وكسبت الرهان ونالت ثقة مختلف الأطراف، وهذا ما تجلى في الانتشار الأفقي على مستوى مناطق المملكة، والتعاون مع العديد من الجهات الخاصة والعامة، بما يؤدي إلى تحقيق الأهداف الطموحة وتمكين الشباب والشابات الشغوفين من تحقيق تطلعاتهم الريادية والنمو محليًا وعالميًا.

وبتعاون مميز مع فراناكسس للاستشارات أطلقت i-be برنامجًا طموحًا للحصول على حقوق الامتياز التجاري الذي يتيح لممنوح الامتياز امتلاك مشروعه الخاص وتشغيله بنفسه، ونجح هذا البرنامج في الانطلاق والتوسع في العديد من مناطق المملكة وخارجها.

إن الأفكار الخلاقة والإرادة القوية والتخطيط العلمي وتضافر الجهود والإمكانيات، كفيلة جميعها بتحقيق النجاح والتفوق، مع الاستمرار في البحث عن مسارات جديدة تخدم المشاريع الطموحة التي تسهم في تنمية الاقتصاد والمجتمع من خلال إيجاد بيئات مبتكرة غير تقليدية تحفز على العطاء والإبداع.

سفرة فايزة

SOFRET FAYZAH
restaurant

سفرة لبنانية عريقة

sofret_fayzah

+966 50 666 5469

admin@sofretfayzah.com

نُرحب بشركـاء النجاح

عن الاتفاقية

تمثل هذه الاتفاقية ما بين مركز الابتكار وريادة الأعمال i-be ، وأكاديمية تمكين لرواد الأعمال خطوة مهمة في دعم العلاقات الثنائية ما بين البلدين، حيث سيساهم خروج أول حاضنة أعمال سعودية إلى عُمان فى تحقيق الرؤى المشتركة وتنمية الاقتصاد، وتعزيز المجتمعات الريادية وتطوير منهجيات العمل بقطاع الأعمال والخدمات

2018
تأسيس حاضنة ومسرعة ريادة الأعمال، و مساحات العمل المشتركة.

2019
- 43 مشترك
- رخصة الملكية الفكرية (wipo)

2020
- برنامج وثبة
- برنامج ثراء 1

2021
- مركز الابتكار وريادة الأعمال i-be
- الشراكة الاستثمارية مع الهلال
- تأسيس حاضنة مع جامعة الأمير سلطان
- تشغيل فرع الجوف

2022
- تشغيل فرع القطيف
- اتفاقية الامتياز التجاري في عُمان

مجالات i-be

- ابتكار
- ملكية فكرية
- تمكين
- ريادة أعمال

أرقام

- 110 شركة ناشئة
- 80 رائد أعمال
- 30 رائدة أعمال
- 7 فروع
- 14 برنامج احتضان
- 17 برنامج تدريبي