الرسيبة ملحق خاص

مُرَبَّ

أكتوبر 2026

نساء عمان يصنعن المستقبل

أحلام الخابورية

من فكرة عُمانية إلى علامة عربية

أمل الرئيسي ... حين تتحول الهوية إلى لغة للموضة

قمرة السريرية.. قيادة تصنع الجودة





نماء
nama
لخدمات المياه
WATER SERVICES

المرأة في نماء لخدمات المياه
كفاءات تصنع الإنجاز... وقيادات ترسم المستقبل

في نماء لخدمات المياه، تشكل المرأة العمانية جزءًا أصيلًا من مسيرة العمل والإنجاز، بما تحمله من كفاءة وطموح وقدرة على تحمل المسؤولية وصناعة الأثر. وفي بيئة عمل تقدر الكفاءات وتدعم التطور المهني والقيادي، يمتد حضور المرأة من مواقع العمل والمحطات والمختبرات إلى الإدارات ومراكز اتخاذ القرار، لتسهم بفاعلية في تنفيذ المشاريع وإدارة العمليات وتطوير الخدمات.
وتمنح نماء لخدمات المياه الكفاءات النسائية مساحة للمشاركة والمبادرة وتحمل المسؤوليات، انطلاقًا من إيمانها بأن تنوع الخبرات والقدرات يمثل مصدر قوة للمؤسسة. فالمرأة ليست مجرد جزء من القوى العاملة، بل شريكة في الإنجاز والتطوير، تسهم في التخطيط وتنفيذ المشاريع، وتقود فرق العمل والمبادرات، وتشارك في صياغة الحلول والقرارات التي تدفع المؤسسة نحو تحقيق أهدافها.

وفي الميدان، تبرز إسهامات المهندسات والفنيات والمختصات في المشاريع والأعمال التشغيلية والهندسية، بينما تمتد أدوار المرأة في الإدارات إلى التخطيط الاستراتيجي والتحول الرقمي والاستدامة والموارد البشرية والمالية والحوكمة والاتصال المؤسسي وخدمة المشتركين، لتتكامل هذه الأدوار في منظومة عمل تسهم في تحقيق النتائج وتطوير الخدمات.

كما تحظى المرأة بفرص لبناء مسيرتها القيادية من خلال اكتساب الخبرات وتطوير المهارات وتولي مسؤوليات متقدمة. وتقدم القيادات النسائية نماذج مهنية تجمع بين الخبرة والرؤية والقدرة على اتخاذ القرار، فيما تؤدي الموظفات في مختلف التخصصات أدوارًا محورية في العمليات اليومية. فالقيادة ليست منصبًا فحسب، بل مسؤولية ومبادرة وقدرة على التأثير الإيجابي.

وفي ظل تسارع التحولات التقنية وتزايد متطلبات الكفاءة والاستدامة، يمثل الاستثمار في الكفاءات النسائية استثمارًا في مستقبل المؤسسة. ومن خلال تعزيز فرص التعلم والتطور والمشاركة، تواصل نماء لخدمات المياه بناء بيئة عمل تستفيد من طاقات موظفاتها وتطلعاتهن، وتتيح لهن الإسهام في مواجهة التحديات واغتنام الفرص.

وهكذا، تتشكل صورة المرأة في نماء لخدمات المياه من تجارب ومسؤوليات متنوعة تجمعها روح المبادرة والانتماء والطموح. فهي مهندسة ومختصة وموظفة وقائدة، تسهم بخبرتها ورؤيتها في مسيرة مؤسسة تؤمن بأن نجاحها يبدأ من الإنسان، وأن مستقبلها تصنعه كفاءات قادرة على التطور والعطاء والقيادة.

@nws_oman
nws.nama.om
مركز الاتصال
1442
Call Center



أول الكلام

كيف يبدو المستقبل عندما ننظر إليه بعيون المرأة العُمانية؟
ربما لا يكون مجرد تقنيات جديدة، أو مدن أكثر تطوراً، أو أفكار لم نعرفها من قبل.
ربما يبدأ المستقبل بفكرة صغيرة
بسؤال مختلف
وبامرأة تؤمن أن بإمكانها أن تصنع أثراً.

في هذا العدد الخاص من «هنّ» بمناسبة يوم المرأة العُمانية 2026، نحتفي بالمرأة التي لا تكتفي بأن تكون شاهدة على المستقبل، بل تشارك في صناعته.
نلتقي بنساء يحوّلن المعرفة إلى ابتكار، والطموح إلى مشاريع، والشغف إلى إنجازات. نساء يعملن في العلوم والتكنولوجيا، ويبتكرن حلولاً أكثر إنسانية، ويؤسسن مشاريع جديدة، ويتركن بصمتهن في الفنون والثقافة والموضة والصناعات الإبداعية.

لكن هذا العدد ليس عن الإنجازات وحدها!
إنه عن الأسئلة التي تقود إليها، والصعوبات التي تقف خلفها، والأحلام التي ما زالت تنتظر أن تتحول إلى واقع.

ومع تطلع عُمان نحو تحقيق مستهدفات رؤية عُمان 2040، يصبح الحديث عن المستقبل حديثاً عن الإنسان أولاً؛ عن الأفكار التي يحملها، والطموحات التي يسعى إليها، والقدرة على الابتكار والتغيير. وفي قلب هذه المسيرة، تواصل المرأة العُمانية حضورها كشريكة في البناء، وصاحبة فكرة، وباحثة، ومبتكرة، وقائدة، ومبدعة.

في «هنّ المستقبل»، لا نسأل فقط: ماذا حققت المرأة العُمانية؟
بل نسأل أيضاً:
ماذا يمكن أن تصنع بعد؟
وما الأفكار التي تحملها للغد؟
وكيف ستبدو عُمان عندما تصبح هذه الأفكار واقعاً؟
لأن المستقبل لا يأتي وحده..
هناك من يفكر فيه اليوم.
من يحلم به.
ومن يبدأ بصناعته خطوةً بعد خطوة.
وهنّ... جزء من هذا المستقبل.

hounna.shabiba
hounna.shabiba
hounna_shabiba
hounna.shabiba.com

مجموعة مسقط للإعلام
Muscat Media Group

المؤسس
عيسى بن محمد الزدجالي

رئيس مجلس الإدارة
محمد بن عيسى الزدجالي

الرئيس التنفيذي:
أحمد بن عيسى الزدجالي

الناشر :
مجموعة مسقط للإعلام
حاصلة على شهادة الأيزو 9001/ 2008

صندوق بريد: 770
رمز بريدي: 112 روي
سلطنة عمان



هُنَّ

محتويات



سارة المحرزية.. حلم عُماني يصل إلى PlayStation

24



شيماء الهاشمي ... تصنع أمان المستقبل الرقمي

20



أمل الجهوري ... المعرفة حين تتحول إلى أثر

16



12

قمرة السريرية.. قيادة تصنع الجودة



28

عزة المالكية .. تبتكر لغة جديدة للألوان



عهود الشبلي .. من خلية صغيرة إلى علامة تحمل قصة عُمان

38



34

أحلام الخابورية .. من فكرة عُمانية إلى علامة عربية

فداء البروانية ... حين يتحول الطموح إلى ذهب

70

54

أمل الرئيسي.. حين تتحول الهوية إلى لغة للموضة



46

سماح ورجوه... حين يلتقي الشغف بالتصميم والطموح بالعالمية



42

زلفة البرواني .. سنوات من الجمال ترسم ملامح الغد



50

ليلى فاضل .. تأخذ LUVASHK من صلالة إلى العالم



72

ريم الحميدي .. تفتح للنساء طريقا إلى البحر



62

أروى الجابرية ... حين تحكي العدسة حكاية عُمان

المرأة في نماءِ لخدمات المياه

هي تقود

كفاءات تصنع الإنجاز... وقيادات ترسم المستقبل

في نماء لخدمات المياه، تشكل المرأة العمانية ركيزة أساسية في مسيرة الإنجاز والتطوير، بما تمتلكه من كفاءة وخبرة وقدرة على تحمل المسؤولية وصناعة الأثر. ويمتد حضورها من مواقع العمل الميداني والمحطات والمختبرات إلى الإدارات ومراكز اتخاذ القرار، لتسهم في تطوير الخدمات وتعزيز كفاءة العمليات وتحقيق الأهداف المؤسسية. وتبرز إسهامات المهندسات والفنيات والمختصات في تنفيذ المشاريع وإدارة العمليات ومراقبة جودة المياه، إلى جانب أدوارهن في التخطيط الاستراتيجي والتحول الرقمي والاستدامة والحوكمة والاتصال المؤسسي وخدمة المشتركين. وهي مسؤوليات متنوعة تتكامل في منظومة عمل تعكس قدرات المرأة العمانية وحضورها المهني. وتحرص نماء لخدمات المياه على توفير بيئة عمل تتيح للمرأة فرص التطور المهني والقيادي، وتعزز مشاركتها في قيادة الفرق والمبادرات وصياغة الحلول واتخاذ القرارات. فالتمكين لا يقتصر على إتاحة الفرص، بل يمتد إلى بناء الثقة بالكفاءات وتطوير مهاراتها وتوسيع مسؤولياتها. وفي ظل التحولات المتسارعة، تواصل نماء لخدمات المياه الاستثمار في كفاءاتها النسائية، إيمانا بأن استدامة الإنجاز تبدأ بالإنسان، وأن المستقبل تصنعه كفاءات قادرة على العطاء والتطور والقيادة.



أمل صالح باعمر
خبير النمو المستقبلي

عملت أمل باعمر في التخطيط الاستراتيجي وإدارة الأداء، مركزةً على تحويل التوجهات الاستراتيجية إلى أهداف ومؤشرات قابلة للقياس، ومواءمة المبادرات مع أهداف الشركة ورؤية عُمان ٢٠٤٠. وتعمل حاليًا في مكتب الرئيس التنفيذي ضمن مجال التوجهات المستقبلية للمؤسسة، للإسهام في دفع التقدم المؤسسي وتعزيز حضور نماء إقليميًا ودوليًا. ومن أبرز إنجازاتها المساهمة في مشروع إعادة هيكلة قطاع المياه، وقيادة إعداد أول استراتيجية مؤسسية وأول خطة أعمال خمسية متكاملة للشركة، إلى جانب قيادة إصدار أول تقرير سنوي متكامل بعد الدمج، جمع الأداء المالي والتشغيلي والاستدامة والتوجه الاستراتيجي. وترى أن المرأة العُمانية تؤدي دورًا متناميًا في قطاع المياه، يشمل القيادة والاستراتيجية والابتكار وصنع القرار. وتطمح إلى الإسهام في بناء مؤسسة أكثر كفاءة واستدامة.



ميرة سلطان العبرية
مديرة التنظيم الفني

تمتلك ميرة العبرية خبرة تتجاوز ١٥ عامًا في قطاعي الكهرباء والمياه، بدأت خلالها في التخطيط بقطاع الكهرباء، ثم توسعت خبرتها في قطاع المياه لتشمل التخطيط والمشاريع والجوانب التنظيمية. وتعمل على الملفات التنظيمية والاستراتيجية، بما فيها التنسيق مع هيئة تنظيم الخدمات العامة، والمتطلبات والتقارير التنظيمية، والامتثال لشروط الترخيص، والمراجعات المتعلقة بآلية التحكم بالأسعار. وتعتز بالمشاركة في ملفات مراجعات ضبط الأسعار، لما تتطلبه من فهم لاحتياجات الشركة من المشاريع والاستثمارات، والأداء التشغيلي ومستوى الخدمات المقدمة للمشتركين. وقد عززت تجربتها فهمها للعلاقة بين الجوانب الفنية والتنظيمية والمالية والتشغيلية في اتخاذ القرارات. وتطمح إلى تطوير خبراتها وتولي مسؤوليات قيادية أكبر.



مهرة خلفان البوسعيدية
مديرة التدقيق الداخلي

تتولى مهرة البوسعيدية الإشراف على أعمال التدقيق الداخلي في نماء لخدمات المياه، بما يشمل تقييم الضوابط الداخلية وإدارة المخاطر والحوكمة، ورفع التقارير إلى لجنة المخاطر والتدقيق الداخلي المنبثقة من مجلس الإدارة، والتنسيق مع الجهات الرقابية والتنظيمية. ومن أبرز محطاتها المهنية اختيارها قائمًا بأعمال المدير العام للتدقيق الداخلي، إلى جانب إعداد الخطة الاستراتيجية للتدقيق الداخلي للأعوام ٢٠٢٦–٢٠٢٨، بما يتواءم مع استراتيجية مجموعة نماء وأولويات الشركة. وترى أن تجربتها عززت فهمها لأهمية الحوكمة في ضمان جودة الخدمات واستدامتها. وتطمح إلى تطوير التدقيق الداخلي بالاستفادة من تحليل البيانات والتقنيات الحديثة، وبناء جيل من الكفاءات العُمانية في التدقيق والحوكمة.



ناهدة سلطان المسكرية
مديرة المبيعات

تمتلك ناهدة المسكرية خبرة تتجاوز ٢٢ عامًا في تطوير الأعمال والمبيعات وبناء الشراكات الاستراتيجية وإدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة. وتركز في نماء لخدمات المياه على تطوير فرص الاستفادة من المياه المجددة وتعزيز الشراكات الداعمة لاستدامة الموارد المائية في سلطنة عُمان. وتشمل مسؤولياتها تطوير استخدامات جديدة للمياه المجددة، ودراسة الفرص الاستثمارية، وبناء الشراكات مع الجهات الحكومية والخاصة، في مجالات منها أنظمة التبريد ومكافحة الحرائق وصناعة الخرسانة الجاهزة والمشاريع السياحية والتنموية. وتعتز بتوسيع مجالات استخدام المياه المجددة خارج الاستخدامات التقليدية، لما لذلك من أهمية في حماية المياه العذبة وتعزيز الأمن المائي والاستدامة. وتطمح إلى فتح مجالات جديدة للاستخدام وبناء شراكات تحقق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني والمجتمع.



منى زهران المعولية
مديرة الحوسبة السحابية وتقديم الخدمات

تحمل منى المعولية درجة الماجستير في علوم الحاسوب بمرتبة الشرف من جامعة شيفيلد في المملكة المتحدة. وتشرف على البنية الأساسية لتقنية المعلومات وبيئات الحوسبة السحابية والشبكات ومكتب الخدمات، مع التركيز على استمرارية الأنظمة وموثوقيتها وجودة الخدمات التقنية. ومن أبرز المشاريع التي تفخر بالمشاركة فيها مشروع التحول إلى الحوسبة السحابية (OCI)، ضمن استراتيجية التحول الرقمي، حيث أشرفت على انتقال الأنظمة والخدمات بالتنسيق مع الفرق الداخلية ومزودي الخدمات، مع مراعاة استمرارية الأعمال، والأداء، والتوافر، والأمن. وعززت تجربتها مهاراتها في القيادة وإدارة التغيير والمشاريع الاستراتيجية. وتطمح إلى مواصلة الإسهام في التحول الرقمي والابتكار ونقل المعرفة إلى الأجيال القادمة.



نادية جمعة البلوشية
مديرة مشاريع الشراكة بين القطاع الحكومي والخاص

تتولى نادية البلوشية إدارة وتطوير مشاريع الشراكة مع القطاع الخاص، بدءًا من دراسة الفرص وتقييمها وتطوير نماذج المشاريع، مرورًا بالإعداد للطرح والتنسيق مع الجهات المعنية، وصولًا إلى التعاقد ومتابعة التنفيذ والأداء. ومن أبرز المشاريع التي تعتز بها إدارة وتنفيذ مشاريع شبكات الصرف الصحي في ولاية بوشر، حيث تابعت مراحل التنفيذ ونسقت مع فرق العمل والاستشاريين والمقاولين والجهات ذات العلاقة، مع الحرص على الالتزام بالمتطلبات الفنية والبرنامج الزمني. وترى أن أهمية هذه المشاريع تتجاوز البنية الأساسية إلى أثرها في جودة الحياة واستدامة المدن. وتطمح إلى الإسهام في مشاريع نوعية مستدامة بقطاع المياه، ومواصلة تطوير قدراتها القيادية والاستراتيجية.



بشرى يعقوب السيابية
مديرة دائرة التواصل والتسويق

بدأت بشرى السيابية مسيرتها المهنية في قطاع المياه عام ٢٠٠٨، بعد حصولها على البكالوريوس في إدارة الأعمال من جامعة السلطان قابوس. وتشرف على استراتيجيات الاتصال والتسويق، وتعزيز الهوية والسمعة المؤسسية، وإدارة الحملات التوعوية، والتسويقية، والمشاركات المحلية، والدولية. وتعتز بمشاركتها في محطات التحول المؤسسي، ومنها إعادة الهيكلة وتأسيس الهيئة العامة للمياه عام ٢٠٠٨، ودمج قطاعي المياه والصرف الصحي عام ٢٠٢٠. كما تفخر بتطوير العلامات التجارية «ديم» و«نماء لخدمات المياه» و«منهل نماء» للمياه المجددة، وبالإسهام في تنظيم أسبوع عُمان للمياه واستضافة مؤتمر مجموعة الخبراء المتخصصين في فاقد المياه التابع للرابطة الدولية للمياه عام ٢٠٢٨. وتطمح إلى توظيف الذكاء الاصطناعي والبيانات في تطوير الاتصال والتسويق وتعزيز الحضور الدولي للمؤسسة.



حنان يوسف البلوشية
مديرة التعلّم والتطوير

تتمتع حنان البلوشية بخبرة في القطاعين الحكومي والخاص، وتحمل شهادتي ماجستير، إحداهما في إدارة الموارد البشرية من جامعة ليفربول البريطانية. وتعمل في مجال التعلّم والتطوير في نماء لخدمات المياه، مركزةً على بناء قدرات الموظفين بما يتوافق مع احتياجات العمل الحالية والمستقبلية. وتشمل مسؤولياتها تحديد الاحتياجات التدريبية وفجوات المهارات، وإعداد خطط التطوير، وتنمية القيادات والمواهب، والإشراف على برامج التدريب الفني والمهني والصحة والسلامة، وبناء الشراكات الأكاديمية والتدريبية. وتعتز ببرامج تطوير القيادات «تقدّم»، ومنصة «آفاق» للتعلّم الرقمي، والشراكات الأكاديمية، ضمن جهود تطوير منظومة التعلّم والتطوير. وتطمح إلى بناء منظومة أكثر نضجًا واستدامة تعتمد على المهارات والبيانات والتكنولوجيا.

نقاء محمد رضا اللواتية
مديرة مالية

تشرف نقاء اللواتية على العمليات المالية وإعداد القوائم والتقارير والتحليلات التي تدعم اتخاذ القرار، مع التركيز على كفاءة الإجراءات وتحسين استخدام الموارد. ومن أبرز المشاريع التي تفخر بقيادتها تطبيق التقارير المالية حسب القطاعات والأنشطة، وتطوير دليل حسابات مالي جديد، وتحسين الإجراءات والعمليات المالية، إلى جانب التوجه نحو التحول الرقمي وأتمتة العمليات لتعزيز التحليل وإضافة القيمة. وأسهمت تجربتها في تطوير مهاراتها القيادية وقدرتها على إدارة التغيير والعمل مع مختلف الإدارات. وتطمح إلى مواصلة تطوير العمليات المالية باستخدام الأتمتة والذكاء الاصطناعي والتحليلات، ونقل خبراتها إلى الكفاءات الشابة، مؤكدة أهمية ترك أثر حقيقي وتحقيق قيمة مستدامة للمؤسسة والوطن.

بلقيس

• البلوشية •• كيميائيّة.. لا تختزل طموحاتها المعادلات



خَلف كل مُنتج يحافظ على جودته منظومةٌ تبدأ فيها الجودة من أدق التفاصيل. وحين تتقاطع الصناعة مع الابتكار والاستدامة، تبرُز المختبرات في قلب هذه المنظومة، مُتجاوِزةً دورها التقليدي كمساحةٍ للاختبار والتحليل، لتصبح إحدى ركائز الثقة؛ فمنها تبدأ الجودة وعبرها تُصان دقة العمليات وكفاءتها وسلامتها.

ومن هذه المساحة الدقيقة، تبدأ حكاية المهندسة الكيميائية بلقيس البلوشية، بتجربةٍ مهنيّة واعدة في شركة شل العمانية للتسويق (شل عُمان)؛ تُغادر فيها الكيمياء حدود المعادلات والاختبارات، لتصبح معرفة وقرارات دقيقة تصون الموثوقية وتمهِّد المسار أمام مُستويات أعلى من التطوُّر. فمنذ انضمامها في العام ٢٠٢٢ كيميائية في "مختبر شل عُمان"، وظفت بلقيس معرفتها وخبراتها في الهندسة الكيميائية وهندسة العمليات؛ لتبدأ رحلة تتَّسع فيها مسؤولياتها من تحليل النتائج وضبط جودة المواد والتركيبات إلى الإسهام في معالجة التحديات الفنية والتكامل مع مُختلف فرق سلسلة الإمداد بالشركة؛ بمسؤولية تكتسب بُعدًا أكبر بالنظر لنطاق عمل المختبر، فـ"مختبر شل عُمان" معنيٌّ بمراقبة جودة الزيوت الأساسية والمواد المضافة الداخلة في التصنيع، وأكثر من ١٠٠ درجة من منتجات زيوت التشحيم النهائية، بحجم إجمالي يتجاوز ٥٠ مليون لتر، ضمن منظومة تحكمها معايير عالمية لدقة الأداء وموثوقية العمليات.

هذه التفاصيل لم تمنح بلقيس خبرةً فنية فحسب؛ بل صاغت رُؤيتها للجودة؛ حيث توضِّح -في حوارها لـ"هُن"- أنَّ مسؤولية المختبر تبدأ قبل وصول المنتج إلى صورته النهائية؛ تبدأ من مراقبة جودة الزيوت الأساسية والمواد المضافة إليها، والتحقُّق من صحة تركيبات المزج، وصولًا للاختبارات التحليلية للمحافظة على معايير شل للجودة والكفاءة. إلا أنَّ العمل المخبري -كما تكشفه بلقيس- لا يسير دائمًا وفق النتائج المتوقعة؛ فعندما تستدعي النتائج مزيدًا من التحسين، تبدأ مساحة أخرى من العمل؛ مساحة تنطلق من إعداد النماذج التجريبية لتصحيحها، واختبار البدائل للوصول إلى التركيبة الأكثر ملاءمة.

ولا تعمل بلقيس بمعزل عن بقية المنظومة داخل شل عُمان؛ فتجربتها تمتدُّ إلى التعاون مع فرق الإنتاج والتخطيط والصيانة والخدمات اللوجستية والمستودعات، فضلًا عن العمل مع الفرق المختلفة لمعالجة قضايا الجودة وتنفيذ الإجراءات التصحيحية؛ بتجربةٍ تكشفُ عن معنى أوسع للعمل الهندسي بالنسبة لها؛ فالمعرفة التقنية تمنح المهندس أدواته، لكنَّ القدرة على تحويل هذه لأدوات لأثر تحتاج تواصلًا وعملًا جماعيًّا وتنظيمًا وتعاملًا جيدًا مع المتغيرات.

ولرُبما بدأتْ بذور هذا الجانب قبل دخولها الحياة المهنية؛ فخلال سنوات دراستها الجامعية كانت بلقيس قائدة طلابية في برنامج "INTO" بجامعة جنوب فلوريدا، تساعد الطلبة الدوليين الجدد على الاندماج وتطوير لغتهم الإنجليزية، كما تطوَّعت في معرض الهندسة بالجامعة لإتاحة تجارب عملية في مجالات العلوم والتكنولوجيا، والهندسة، والرياضيات للطلبة، والزوار.

وبين التفاصيل الفنية والعمل مع الآخرين، تحمل مسيرة بلقيس محطتين لافتتين؛ حصولها على جائزة "People Hero" في العام ٢٠٢٣، ثم جائزة "Decarbonization and Sustainability" في الربع الأول من العام ٢٠٢٤؛ كمحطتين تختصران بُعدين متكاملين في تجربتها: النضج المهني وتميُّز الأداء.

واتساقًا مع السياق الاحتفائي الوطني بيوم المرأة العُمانية، فلا تأتي تجربة بلقيس -كإحدى مُلهمات هذا الوطن- من مُجرَّد اختيارها مجالًا علميًّا مُعقدًا نوعًا ما، وإنما من القيمة التي تضيفها إلى مجال بهذا الزخم كل يوم؛ حيث تمضي في مسيرتها بثقة امرأةٍ عُمانية وجدتْ في تخصُّصها مساحةً أرحَب للطموح، وفي كل محطةٍ فرصة تضيف من خلالها فصلًا جديدًا للحكاية.. حكاية كيميائية لا تختزل طموحاتها المعادلات.

> أرى عُمان ٢٠٤٠ مستقبلًا نصنعه بالمعرفة، ونقوده بالابتكار، ونحفظ أثره بالاستدامة

هي تقود

قمرة السريرية.. قيادة تصنع الجودة



من موقعها اليوم كمديرةً عامةً لمركز ضمان الجودة في وزارة الصحة، تواصل الدكتورة قمرة بنت سعيد السريرية مسيرةً قيادية بدأت من مستشفى النهضة، حيث كانت أول طبيبة عُمانية تتولى إدارته. ومن إدارة مؤسسة صحية كبرى إلى العمل على جودة الرعاية وسلامة المرضى على مستوى المنظومة الصحية، تتسع مسؤوليتها اليوم لتشارك في رسم ملامح مستقبل الرعاية الصحية في عُمان، برؤية تضع الإنسان وجودة حياته في قلب كل خطوة. وفي حوارها مع «هنّ»، تتوقف عند محطات صنعت تجربتها، وتكشف ما تعلمته من القيادة، وما تطمح إلى تحقيقه في مستقبل القطاع الصحي.

ما الذي يعنيه لكِ أن تكوني امرأة عُمانية تقود قطاعًا دقيقًا وحساسًا مثل ضمان الجودة في الرعاية الصحية؟

يعني لي ذلك الكثير، ويحمل في طياته أبعادًا عميقة تدمج بين الاعتزاز بالهوية الوطنية والمسؤولية المهنية والإنسانية. إن قيادة قطاع الجودة تمنحني الفرصة للمساهمة في تحقيق رؤية «عُمان ٢٠٤٠»، خاصة فيما يتعلق بتطوير منظومة صحية رائدة ومستدامة وذات جودة عالية تحمي المجتمع وتكسب ثقته. كما أن ضمان الجودة في الصحة ليس مجرد وظيفة إدارية، بل هو عمل فني بحت وخط الدفاع الأول عن سلامة المرضى. وهذا يعني أن كل قرار وكل معيار يتم تطبيقه يمس حياة الإنسان بشكل مباشر، وهي مسؤولية أخلاقية تملؤنا بالفخر والحرص في آن واحد. وأرى في وجودي بهذا التخصص رسالة لكل شابة عُمانية طموحة بأن المجالات العلمية والدقيقة ليست حكرًا على أحد، وأن التميز والشغف والتدريب المستمر هي المفاتيح الحقيقية لقيادة المستقبل.

كنتِ أول طبيبة عُمانية تتولى منصبًا قياديًا في مستشفى النهضة، كيف كانت تجربتك في تلك المرحلة المفصلية من مسيرتك؟

كانت تجربتي في تولي منصب قيادي كأول امرأة عُمانية تدير مستشفى مرجعيًا كبيرًا مثل مستشفى النهضة مرحلة مفصلية، مليئة بالتحديات والمسؤوليات، لكنها كانت أيضًا مصدر فخر واعتزاز كبيرين. وكنت قبلها أيضا اول امرأة عمانية تدير دائرة التخطيط. لم يكن التحدي يقتصر على إدارة مؤسسة صحية مرموقة وتقديم رعاية طبية عالية الجودة، بل شمل أيضًا إثبات كفاءة المرأة العُمانية في الإدارة القيادية للقطاع الصحي، بما يتطلبه من مسؤوليات إنسانية ومهنية. وكان التعاون وروح الفريق عنصرين أساسيين في التجربة، فلم يكن النجاح فرديًا، بل ارتكز على بناء جسور الثقة مع الطواقم الطبية والتمريضية والإدارية، والعمل بروح الفريق الواحد لمواجهة التحديات اليومية وتطوير الخدمات العلاجية. كما حظيت بدعم وتشجيع كبيرين، إلى جانب ثقة المجتمع، وهو ما كان دافعًا لتقديم الأفضل. وبشكل عام، كانت تلك التجربة حجر أساس أثبت أن الطبيبة والقيادية العُمانية قادرة على إدارة أصعب الملفات الصحية بكفاءة واقتدار، ومهدت الطريق لجيل واعد من الطبيبات لتولي مناصب قيادية في سلطنة عُمان.

ما أبرز التحديات التي واجهتكِ كامرأة في موقع القيادة؟

تتمثل أبرز التحديات في الصور النمطية المسبقة، وصعوبة التوازن بين العمل والحياة الشخصية، إلى جانب محدودية شبكات العلاقات المهنية التي يمكن أن تسهم في التوجيه والدعم. ومن أبرزها التصورات المجتمعية الخاطئة حول قدرة المرأة على إدارة الأزمات أو اتخاذ القرارات الحاسمة، إضافة إلى الضغط المزدوج الناتج عن تداخل المسؤوليات الأسرية والمهنية.

من أين تستمدين قوتك الدافعة للاستمرار في هذه المسؤوليات الكبيرة؟

أستمد قوتي أولًا من إيماني بالله عز وجل، ومن والدتي، حفظها الله، وأسرتي الداعمة لي في كل مراحل حياتي، ولله الحمد. كما أن تخصص الطب مهنة إنسانية بالدرجة الأولى، وهو أساس مهم من هدف وجودي: خدمة البشرية، وتسهيل الوصول إلى المعرفة، وتقديم الدعم والتمكين للأفراد في مختلف المجالات، ومواكبة تطلعاتهم لبناء مستقبل أفضل.

ما أبرز الدروس التي تعلمتها من إدارة مستشفى النهضة، وكيف انعكست على أسلوبك القيادي اليوم؟

تعلمت إدارة الأزمات والمرونة؛ فالعمل في القطاع الصحي يفرض التعامل مع طوارئ مستمرة وضغط تدفق المرضى، وهو ما يعلّم القائد أهمية اتخاذ قرارات سريعة ومبنية على البيانات. كما تعلمت أهمية القيادة المرتكزة على الإنسان، من خلال وضع مصلحة المريض والطاقم الطبي أولوية قصوى، بما يسهم في تحسين جودة الرعاية والحد من الاحتراق الوظيفي للأطباء والممرضين. ومن الدروس المهمة أيضًا التكامل بين الأقسام؛ فإدارة مستشفى يضم تخصصات دقيقة ومتنوعة



تتطلب كسر الحواجز بين الأقسام لضمان تدفق سلس للمعلومات والرعاية الطبية. وانعكست هذه الخبرات على أسلوبي القيادي اليوم، خصوصًا في القدرة على اتخاذ قرارات مدروسة تحت الضغط، إلى جانب التمكين والتفويض والعمل بروح الفريق.

ما أبرز إنجاز تفخرين به خلال مسيرتك حتى اليوم؟

من أبرز محطات مسيرتي أنني كنت أول طبيبة عُمانية تتولى منصب المديرة التنفيذية لمستشفى النهضة سبقتها أيضا كأول طبيبة كمديرة للتخطيط في محافظة مسقط. كما أسهمت في تأسيس نظام الاعتماد العُماني من خلال وضع معايير تقييم المستشفيات ضمن نظام الاعتماد العُماني للمؤسسات الصحية. وشملت مسيرتي كذلك المساهمة في تفعيل خدمات «تجربة المستفيد» عبر تطبيق «شفاء»، لتعزيز صوت المريض وتسهيل وصوله إلى الخدمات وأيضا تطوير لوحة مؤشرات ذكية لمتابعة أداء النظام الصحي إلى جانب الإسهام في الاعتراف الدولي بجهود سلطنة عُمان في مجال الجودة وسلامة المرضى، من خلال قيادة المركز المتعاون مع منظمة الصحة العالمية لإقليم الشرق الأوسط في الجودة وسلامة المرضى.

بعد توليك منصب المديرة العامة لمركز ضمان الجودة، كيف تصفين طبيعة مهام المركز ودوره في تطوير القطاع الصحي في سلطنة عُمان؟

مركز ضمان الجودة مرجع وطني يسعى إلى تحقيق مستويات عالمية في جودة الخدمات الصحية وسلامة المرضى. ولا تقتصر مهامه على الرقابة والتقييم، بل



أنصح الشابات العُمانيات الطموحات بالاستثمار المستمر في المعرفة والتعليم وتطوير مهاراتهن الأكاديمية والمهنية، فالقائد المتمكن هو من يمتلك أساسًا معرفيًا صلبًا.

يعمل شريكًا استراتيجيًا ومحركًا للتحسين المستمر، تماشيًا مع مستهدفات رؤية «عُمان ٢٠٤٠». ويعمل المركز على تطوير وتطبيق نظام اعتماد المؤسسات الصحية الحكومية والخاصة، من خلال صياغة المعايير الوطنية لاعتماد المؤسسات الصحية ومتابعة تطبيقها، بما يضمن توافقها مع الممارسات الدولية والواقع المحلي. كما يعمل على تعزيز سلامة المرضى وإدارة المخاطر الإكلينيكية، من خلال رسم السياسات الوقائية وإصدار الأدلة الاسترشادية، ومنها الدليل الإرشادي الوطني لإدارة المخاطر الإكلينيكية وسياسة الإفصاح عن الأحداث الطبية وسياسات الجراحات الامنة. ويشمل دوره كذلك مراقبة الأداء من خلال تطوير سجلات ومؤشرات قياس الأداء، بهدف توحيد البيانات ودعم اتخاذ القرارات المبنية على الأدلة ومتابعة دورية التدقيق والتقويم والتحسين المستمر. ويولي المركز أهمية خاصة لتمكين المرضى وإشراكهم، من خلال إعداد الوثائق الوطنية المتعلقة بحقوق المريض وواجباته، وتعزيز مشاركته المباشرة في منظومة الرعاية الصحية. كما يقود مبادرات لترسيخ ثقافة سلامة المرضى، ويرفع كفاءة الكوادر الطبية من خلال الورش التدريبية وتأهيل المقيمين والمدربين الوطنيين على أحدث ممارسات الجودة الشاملة. وقد أسهمت هذه الجهود في تعزيز مكانة سلطنة عُمان إقليميًا ودوليًا في مجال الجودة وسلامة المرضى، ومن بينها دور المركز كمركز متعاون مع منظمة الصحة العالمية للتدريب في مجال الجودة، إلى جانب حصوله على جوائز في مجالات التحول الرقمي من أجل سلامة المرضى وتجربة المرضى.

ما أبرز المبادرات التي يقودها المركز لتعزيز سلامة المرضى؟

من أبرز المبادرات إطلاق النظام العُماني لاعتماد المؤسسات الصحية، الذي يهدف إلى إرساء منظومة تقييم متكاملة تضمن التزام المستشفيات والمراكز الطبية الحكومية والخاصة بمعايير الجودة. كما طوّر المركز ونفّذ النظام الإلكتروني الوطني «أمان» لتسجيل الأحداث الطبية الضارة والتعلم منها عبر البوابة الصحية لوزارة الصحة والأنظمة المرتبطة بها، مثل تطبيق «شفاء». ويهدف النظام إلى توحيد آلية الإبلاغ عن الحوادث الطبية في القطاعين العام والخاص، وتحليل الأسباب الجذرية للمشكلات لتجنب تكرارها مستقبلًا. ويعمل المركز كذلك على تعزيز الشفافية وإشراك المرضى من خلال سياسة وإجراءات الإفصاح عن الأحداث الطبية، والسياسة الوطنية للموافقة المستنيرة، إضافة إلى إطار وطني لتمكين المريض. واسهمنا كفريق عمل في نشر ثقافة سلامة المرضى وحصول أكثر من ٢٤ مؤسسة صحية على الاعتراف الدولي كمؤسسات صديقة ومراعية لسلامة المرضى من قبل منظمة الصحة العالمية كما يعد المركز مقرًا لتنفيذ وتطبيق أدوات منظمة الصحة العالمية لسلامة المرضى في سلطنة عُمان، بوصفه أول مركز متعاون للجودة وسلامة المرضى لإقليم الشرق الأوسط، وتشمل جهوده تطبيق مبادرات المستشفيات المراعية لسلامة المرضى، وسياسات الجراحة المأمونة.

كيف يعمل المركز على ترسيخ مفهوم حقوق المريض داخل المؤسسات الصحية؟

تم اعتماد وثيقة وطنية مختصة بحقوق وواجبات المريض، ويعمل المركز على ترسيخ هذا المفهوم من خلال وضع معايير تنظيمية وسياسات واضحة تضمن تقديم رعاية آمنة ومتمركزة حول الإنسان. ويشمل ذلك صياغة وتحديث سياسات معتمدة، مثل إجراءات الإفصاح عن الأحداث الطبية وميثاق حقوق وواجبات المرضى، إلى جانب تمكين المريض وتحويله من متلقٍ للخدمة إلى شريك فاعل في رحلته العلاجية، من خلال إتاحة الاطلاع على المعلومات الصحية والتشخيصية. كما يشمل التدريب والتثقيف المستمر للكوادر الطبية والإدارية حول أخلاقيات المهنة وكيفية التعامل مع حقوق المرضى، وقياس الأداء ورضا المستفيدين من خلال جمع البيانات الدورية حول رضا المرضى ومرافقيهم لتحسين جودة الخدمة.

كيف توفقين بين ضغوط العمل ومسؤولياتك الشخصية والعائلية؟

من خلال تنظيم الوقت وتحديد الأولويات والتخطيط الأسبوعي، مع تحديد أوقات للعمل والأسرة والرعاية الذاتية، والفصل بين وقت العمل والوقت العائلي. كما أعتمد على تفويض بعض المسؤوليات المنزلية أو المهنية، وعدم محاولة القيام بكل شيء بمفردي، إلى جانب استخدام تطبيقات تنظيم المهام. وأحرص على تخصيص وقت قصير يوميًا لممارسة الرياضة أو القراءة أو الاسترخاء، بما يساعد على استمرارية العطاء.

ما النصيحة التي تقدمينها للشابات العُمانيات اللواتي يطمحن إلى تولي مناصب قيادية في المستقبل؟

أنصح الشابات العُمانيات الطموحات بالاستثمار المستمر في المعرفة والتعليم وتطوير مهاراتهن الأكاديمية والمهنية، فالقائد المتمكن هو من يمتلك أساسًا معرفيًا صلبًا. كما أنصحهن بالتركيز على اكتساب مهارات المستقبل، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والقيادة الرقمية، لمواكبة رؤية «عُمان ٢٠٤٠». ومن المهم أيضًا بناء شبكات العلاقات والدعم، والاستفادة من خبرات القادة الحاليين، وتعلم بناء فرق عمل متجانسة، فالقيادة الحقيقية تظهر في القدرة على إلهام الآخرين وتمكينهم. ولا ينبغي انتظار الفرصة، بل المبادرة إلى صناعتها، وتقديم أفكار ومشاريع تخدم المؤسسة والمجتمع، مع الثقة بالقدرات؛ فالثقة بالنفس هي الخطوة الأولى ليثق الآخرون بقيادتك.

وأخيرًا، ما رؤيتك المستقبلية لجودة الخدمات الصحية في سلطنة عُمان؟

تتمحور الرؤية المستقبلية لجودة الخدمات الصحية في سلطنة عُمان حول تحقيق أهداف «رؤية عُمان ٢٠٤٠» في القطاع الصحي، وبناء نظام صحي مرن ومستدام والانتقال بالمنظومة الصحية إلى مستويات عالمية من الجودة. وتشمل الرؤية تفعيل «نظام الاعتماد العُماني» الشامل في المستشفيات الحكومية والخاصة، وتعزيز الرعاية المتمحورة حول المريض وتجربة المستفيد، وإعادة تصميم العمليات العلاجية بناءً على قياس رضا المرضى وتحويل الشكاوى والملاحظات إلى فرص حقيقية للتحسين المستمر. كما تتضمن الاستخدام الأمثل للموارد، وتعزيز الثقة المؤسسية بالنظام الصحي المحلي من خلال الحوكمة الطبية، والحد من الهدر، وتوجيه الإمكانيات لدعم سلامة المرضى أولًا. ويمثل التحول الرقمي محورًا أساسيًا في المستقبل، من خلال دمج التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في الممارسات اليومية لضمان سرعة وجودة الخدمة الطبية في مختلف المحافظات. وطموحنا المستمر في مركز ضمان الجودة هو الانتقال بالمنظومة الصحية من مرحلة تقديم الخدمة إلى مرحلة «الرعاية الآمنة والموثوقة مدى الحياة»، بالتعاون والشراكة مع مختلف فئات المجتمع الصحي.



أمل الجهوري

المعرفة حين تتحول إلى أثر..

تجمع الدكتورة أمل بنت طالب الجهوري بين الإعلام والبحث العلمي والعمل البرلماني والاهتمام بقضايا المرأة والشباب، في مسيرة تجاوزت ٢٠ عامًا شكّلت رؤيتها للإعلام ودوره في صناعة الوعي وخدمة المجتمع. وتشغل الجهوري منصب مديرة دائرة الإعلام بمجلس الشورى، كما تترأس لجنة شؤون الصحفيات بجمعية الصحفيين العُمانية.









في هذا الحوار مع «هنّ»، تتحدث عن مسيرة صنعتها تجارب متعددة، ورؤيتها لإعلام المستقبل، ودور المرأة العُمانية في القيادة وصناعة القرار، والمهارات التي تحتاج إليها الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي، ورسالتها إلى الجيل القادم من النساء.

قبل الحديث عن المناصب والجوائز، من هي أمل الجهوري كما تحب أن تعرّف نفسها للقارئ؟

أمل الجهوري باحثة عن التجديد، ومؤمنة بأن المعرفة لا تكتمل قيمتها إلا حين تتحول إلى أثر. أحب أن أعرّف نفسي بأنني إنسانة شغوفة بالتعلم واستثمار المعرفة وبناء الذات في المجالات التي يمكن من خلالها أن أقدم إضافة حقيقية وأخدم وطني.

وأؤمن بأن الإنسان ليس منصبًا أو لقبًا، وإنما هو حصيلة تجاربه وما يتركه من أثر في محيطه ومجتمعه، وبأن الجوائز والإنجازات هي نتيجة ومحصلة طبيعية لكل من يُحسن الاستثمار في ذاته وطاقاته.

تنقلتِ بين الإعلام والبحث العلمي والعمل البرلماني.. كيف صنعت هذه التجارب مجتمعة رؤيتكِ لمسيرتكِ المهنية؟

في الحقيقة، أسهمت كل هذه المحطات بشكل كبير في بناء شخصيتي وإكسابي خبرات ومهارات متنوعة. فكل موقع كان يمثل مرآة مختلفة، له معطياته وآليات عمله وخصوصيته.

وحرصت دائمًا على أن أستثمر خبرتي التراكمية في كل محطة، وأن أبني عليها شيئًا جديدًا، لا أن أبدأ من الصفر مع كل تجربة. علّمني الإعلام قوة الكلمة ومسؤولية التأثير، ومنحني البحث العلمي أدوات التحليل والعمق، فيما قرّبني العمل البرلماني أكثر من قضايا المجتمع وصناعة القرار.

هذا التنوع جعلني اليوم أكثر ثقة بذاتي وقدراتي، وأضاف إلى مسيرتي شغفًا متجددًا، وأصبح لدي إيمان أكبر بأن تعدد التجارب ليس تشتتًا، بل يمكن أن يكون مصدر قوة إذا أُحسن الإنسان توظيفه.

اختيارك لنيل جائزة «ماسة العرب» عن مجال الإعلام يمثل محطة جديدة في مسيرتكِ.. ماذا يعني لكِ هذا التقدير في هذه المرحلة؟

هو تقدير أفخر به كثيرًا، وأراه تتويجًا لمسيرة عطاء في المجال الإعلامي تقارب عشرين عامًا، تنقلت خلالها بين الإعلام الجامعي، والإعلام التربوي، والإعلام البرلماني، إلى جانب الممارسة المهنية في الصحافة والإذاعة.

بالنسبة لي، الجائزة ليست مجرد تكريم لإنجاز تحقق، وإنما تقدير لمسيرة وتجربة وجهد متراكم. وهي في الوقت ذاته حافز ومسؤولية لمواصلة العطاء، وتقديم

ما هو أفضل، والاستمرار في تطوير الذات والأدوات بما يتواكب مع التحولات التي يشهدها الإعلام.

عملكِ البحثي واهتمامكِ بالإعلام يلتقيان في نقطة مهمة هي صناعة الوعي. برأيكِ، كيف يتغير دور الإعلام اليوم في تشكيل وعي المجتمع وصناعة المستقبل؟

لم يعد الإعلام اليوم مجرد ناقل للمعلومة، بل أصبح شريكًا في تشكيل الوعي وصناعة الاتجاهات، وربما يصبح تأثيره في المستقبل أكبر من أي وقت مضى.

لكن هذا التأثير يحمل مسؤولية كبيرة؛ فمع سرعة انتشار المعلومة وتعدد المنصات، أصبح الإعلام مطالبًا بأن يكون أكثر مهنية ودقة وقدرة على التحقق، وفي الوقت نفسه أكثر قربًا من اهتمامات المجتمع وقضاياه.

وأعتقد أن إعلام المستقبل هو الإعلام الذي لا يكتفي برصد الواقع، وإنما يساهم في فهمه واستشراف القادم، ويمنح المجتمع معرفة تساعده على اتخاذ قرارات أفضل. وهنا تلتقي أهمية البحث العلمي مع الإعلام؛ فالمعرفة تمنح الإعلام عمقًا، والإعلام يحول المعرفة إلى وعي يصل إلى المجتمع.

ولا بد من استثمار الإعلام بجميع محطاته ووسائله، كونه من أهم الأدوات لتحقيق الوعي المجتمعي، وهو الأمر الأكثر أهمية اليوم مع سرعة تدفق البيانات والمعلومات وانتشارها.

اهتممتِ خلال مسيرتكِ بقضايا المرأة والتمكين السياسي. كيف ترين المرأة العُمانية اليوم، وما المساحات التي تتوقعين أن يكون حضورها فيها أكبر خلال السنوات المقبلة؟

أصبحت المرأة العُمانية اليوم شريكًا فاعلًا في مسيرة التنمية، واستطاعت أن تثبت حضورها في مجالات متعددة، وأن تنتقل من مرحلة إثبات القدرة إلى مرحلة صناعة الأثر.

وأعتقد أن المرحلة المقبلة ستشهد حضورًا أكبر للمرأة في مواقع القيادة وصناعة القرار، وفي القطاعات الاقتصادية والتقنية والمعرفية، إضافة إلى ريادة الأعمال والابتكار والإعلام وصناعة السياسات العامة.

لكن طموحنا يجب ألا يتوقف عند زيادة الأرقام، بل أن نصل إلى تمكين حقيقي يجعل المرأة قادرة على التأثير والمشاركة وصناعة القرار، مستندة إلى الكفاءة والمعرفة والثقة بالذات.

وأؤكد هنا أهمية ما تحظى به المرأة العُمانية من فرص للتمكين، ومنها التوجيهات السامية بتخصيص ١١ مقعدًا إضافيًا للمرأة في مجلس الشورى، بواقع مقعد لكل محافظة، بما يعزز حضورها في العمل البرلماني. والأهم أن يواكب ذلك اختيار الكفاءات النسائية القادرة على تحقيق أثر حقيقي، ليكون حضور المرأة أكبر من مجرد رقم يُضاف إلى المجلس.

من خلال عملكِ مع الصحفيات والمرأة في المجال الإعلامي، ما أبرز التحديات التي ما زالت تواجه المرأة الإعلامية، وما الذي تحتاج إليه لتكون أكثر تأثيرًا في المستقبل؟

أعتقد أن التحدي اليوم لم يعد في إثبات قدرة المرأة الإعلامية على النجاح، فقد أثبتت ذلك بالفعل، وإنما في تعزيز قدرتها على الاستمرار والتطور والوصول إلى مواقع التأثير والقيادة.

وتحتاج الإعلامية إلى بيئة مهنية داعمة، وفرص متكافئة للتطوير والتدريب، وإلى الاستثمار المستمر في مهاراتها، خصوصًا في المجالات الرقمية والتقنية والذكاء الاصطناعي.

كما تحتاج إلى أن تؤمن بذاتها وبصوتها المهني، وأن تدرك أن حضورها لا يُقاس فقط بظهورها الإعلامي، وإنما بقيمة ما تقدمه وتأثيره في المجتمع.

نعيش تحولات متسارعة في الإعلام مع الذكاء الاصطناعي والمنصات الرقمية. ما المهارات التي تعتقدين أن الإعلامية العُمانية تحتاج إلى امتلاكها اليوم لتكون جزءًا من إعلام المستقبل؟

أهم مهارة في رأيي هي القدرة على التعلم المستمر ومواكبة المستجدات في العمل الإعلامي؛ لأن أدوات الإعلام تتغير بسرعة، وما نعتبره مهارة متقدمة اليوم قد يصبح أساسيًا غدًا.

وتحتاج الإعلامية إلى فهم أدوات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها بشكل مهني وأخلاقي، إلى جانب مهارات التحقق من المعلومات، وتحليل البيانات، وصناعة المحتوى الرقمي، والسرد القصصي، وإدارة المنصات، والقدرة على التفكير النقدي.

لكن رغم كل هذا التطور التقني، ستبقى هناك مهارات إنسانية لا يمكن للآلة أن تحل محلها، مثل الحس الصحفي، والوعي المجتمعي، والقدرة على طرح الأسئلة الصحيحة، وفهم الإنسان وقضاياه. وهذا الجانب أجده مهمًا جدًا، ويلامس متطلبات المجتمع بشكل عام وقضايا المرأة بشكل خاص.

ما التجربة أو القرار الذي تعتبرينه نقطة تحوّل حقيقية في مسيرتكِ، والتي لولاها ربما كانت أمل الجهوري اليوم في مكان مختلف؟

أعتقد أن نقطة التحول الحقيقية لم تكن قرارًا واحدًا بقدر ما كانت قناعة ترسخت لدي مع الوقت، وهي أنني لا أريد أن أكون أسيرة لمسار مهني واحد، ولا أن أترك المسار هو من يحدد وجهتي، بل أمضي بنهج واضح لأكون كما أريد لنفسي دائمًا.

وكان الانتقال من تجربة إلى أخرى يحمل بالنسبة لي فرصة للتعلم وإعادة اكتشاف الذات. وربما كان قرار الاستمرار في التعلم وتوسيع دائرة التجربة، حتى عندما يكون الانتقال إلى مساحة جديدة أكثر تحديًا، من أهم القرارات التي صنعت شخصيتي المهنية.

وأؤمن أن الإنسان أحيانًا لا يعرف قيمة الخطوة التي اتخذها إلا بعد سنوات، عندما ينظر إلى الوراء ويكتشف أن كل تجربة كانت تهيئه لما بعدها.

لو طلبنا منكِ أن تصفي رؤيتكِ للمرأة العُمانية في عام ٢٠٤٠، ماذا ترين؟ وما الرسالة التي تحبين أن توجهينها للجيل القادم من النساء؟

أرى المرأة العُمانية في ٢٠٤٠ شريكًا أساسيًا في صناعة المستقبل، حاضرة في مواقع القيادة وصناعة القرار، ومنافسة في الاقتصاد والمعرفة والتكنولوجيا والابتكار، ومؤثرة في مجتمعها ووطنها، مع احتفاظها بهويتها وقيمها وخصوصيتها.

رسالتي للجيل القادم من النساء هي: لا تنتظرن أن يمنحكن أحد مساحة لتثبتن أنفسكن، اصنعن مساحتكن بالمعرفة والكفاءة والعمل.

استثمرن في أنفسكن، ولا تخفن من التجربة أو التغيير، ولا تعتبرن التعثر نهاية الطريق. فالمستقبل لا يُمنح، وإنما يُبنى خطوة بعد خطوة.

وأؤمن أن المرأة التي تؤمن بقدرتها على التعلم والتطور وصناعة الأثر تستطيع أن تكون جزءًا من صناعة مستقبل وطنها، لا مجرد متلقية لهذا المستقبل.

الانستغرام: amal.aljahwari

أمل والمستقبل

امرأة عُمانية تلهمكِ؟
كل امرأة عُمانية اختارت أن تتحدى الظروف، وتتعلم، وتنجح، ثم فتحت الطريق لغيرها.

صفة تحتاجها امرأة المستقبل؟
المرونة والقدرة على مواجهة التغيرات.

مهارة لا يمكن للإعلامية الاستغناء عنها مستقبلًا؟
التفكير النقدي.

إنجاز ما زال على قائمة أمنياتكِ؟
الكثير من الطموحات ما زالت قائمة، ولا يمكن تحديدها في موضوع بعينه، بقدر ما هي الحرص والسعي إلى أن أكون امرأة مؤثرة فعلًا فيما أقدمه، وأن أترك أثرًا معرفيًا ومهنيًا يبقى بعدي، وأن أساهم في تمكين جيل جديد من النساء القادرات على صناعة التغيير.

كلمة واحدة تصفين بها المرأة العُمانية في المستقبل؟
ملهمة.

حين تتحوَّلُ القيمُ التي تربَّيْنا عليها إلى رسالةٍ مهنيّةٍ وحياتيّةٍ



م. جواهر الغسانية
مديرة الامتثال

منذ طفولتي، لم أكن أعلم أنني سأعمل يومًا في مجال الحوكمة والامتثال، أو أن مسيرتي المهنية ستقودني إلى التعامل مع مجالس الإدارة والجهات الرقابية والأطر التنظيمية. لكنني كنت أعلم شيئًا واحدًا: أن المسؤولية أمانة، وأن الالتزام والإتقان ليسا خيارًا، بل أسلوب حياة.

كبرت وأنا أُعرف بين أفراد عائلتي بالاتزان وتحمل المسؤولية، وكانوا غالبًا يعهدون إليّ بالمهام التي تتطلب الدقة والمتابعة والالتزام. ومع مرور السنوات، اكتشفت أن تلك الصفات التي نشأت عليها في منزلنا كانت تُمهّد، دون أن أدرك، للطريق المهني الذي سأسلكه لاحقًا.

كان حلمي الأول أن أصبح مهندسة، وبالفعل درست هندسة الاتصالات، لتبدأ من هناك أولى محطات رحلتي المهنية. وخلال فترة تدريبي في شركة تنمية نفط عُمان، حصلت على إشادة بعد أحد العروض التقديمية التي قدمتها، وكانت تلك اللحظة من أوائل المحطات التي منحتني الثقة بأن الاجتهاد الصادق يُرى ويُقدّر، وأن الإنسان قادر على تجاوز ما يتوقعه لنفسه إذا منح كل خطوة حقها من الجهد والإخلاص. لكن تلك لم تكن سوى بداية الرحلة.

لم أكن أعلم أن حلم الهندسة سيقودني يومًا إلى عالم التأمين والحوكمة والامتثال، إلا أنني كنت أؤمن دائمًا بأن التعلم لا يجب أن يتوقف عند تخصص أو وظيفة أو مرحلة معينة من العمر.

ومع كل محطة جديدة في حياتي، كنت أتعلم شيئًا يضيف إلى شخصيتي وخبرتي. وتعلمت أن النجاح لا يعني أن نبقى في المسار نفسه طوال العمر، بل أن نمتلك الشجاعة لخوض تجارب جديدة، وأن نحول كل تجربة إلى فرصة للنمو والتطور.

ومن بين المحطات التي أعتز بها كثيرًا مواصلة دراستي العليا والحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة السلطان قابوس بتقدير امتياز. ولم تكن هذه التجربة مجرد شهادة أكاديمية، بل كانت درسًا عميقًا في إدارة الوقت والإصرار والموازنة بين مسؤولياتي المهنية والتزاماتي الأسرية وطموحاتي العلمية.

لقد علمتني تلك المرحلة أن المرأة قادرة على الاستمرار في النمو مهما تعددت مسؤولياتها، وأن الاستثمار الحقيقي يبدأ بالاستثمار في الذات. كما أدركت مع مرور الوقت أن النجاح لا يتعلق فقط بما نحمله من مؤهلات أو مناصب، بل بما نضيفه إلى أنفسنا وإلى من حولنا من أثر ومعرفة وقيم.

وكغيري من الكثيرين، واجهت خلال رحلتي تحديات ومسؤوليات وضغوطًا مهنية مختلفة. لكنني تعلمت أن التحديات لا تأتي دائمًا لاختبارنا فحسب، بل لتكشف لنا قدرات لم نكن نعلم بوجودها داخلنا.

في أصعب المواقف تعلمت الصبر.

وفي أكثر المراحل ضغطًا تعلمت الهدوء.

وفي اللحظات التي بدا فيها الطريق صعبًا، تعلمت أن أثق بالله أولًا، ثم أبذل كل ما أستطيع وأمضي قدمًا.

وأصبحت أؤمن أن الإنسان لا يكتشف قوته الحقيقية في الأيام السهلة، بل في اللحظات التي يُطلب منه فيها أن يقدم أفضل ما لديه رغم كل الظروف.

وخلال عملي في الحوكمة والامتثال، وما أتاحه لي من فرص للتعامل مع مجالس الإدارة واللجان المنبثقة عنها والإدارات التنفيذية والجهات الرقابية، تعلمت أن الثقة هي رأس المال الحقيقي لأي مؤسسة.

وتعلمت أن الحكمة لا تقل أهمية عن المعرفة، وأن الذكاء المهني لا يتمثل فقط في معرفة ما ينبغي قوله، بل في معرفة متى يُقال وكيف يُقال. كما أدركت أن بناء الثقة والسمعة المؤسسية عملية مستمرة تقوم على الالتزام والشفافية والعمل المتقن، وهي قيم أؤمن بأنها أساس النجاح المستدام في أي مؤسسة.

كما تعلمت أن بعض أهم النجاحات لا تظهر في السيرة الذاتية، بل تتمثل في مشاركة المعرفة، وتمكين الآخرين، والمساهمة في بناء بيئة عمل أكثر وعيًا وثقة. ورغم اعتزازي بكل ما حققته في مسيرتي العملية، فإنني أؤمن أن هناك مسؤولية أعظم من أي منصب مهني، وهي مسؤولية المساهمة في بناء الأجيال القادمة.

فالأبناء بالنسبة لي ليسوا مجرد مسؤولية عائلية، بل مشروع مستقبل وطن.

فالمنزل هو المدرسة الأولى التي يتعلم فيها الإنسان معنى الأمانة والاحترام وتحمل المسؤولية والانتماء. وأؤمن أن كل أم وأب يغرسان هذه القيم في أبنائهما يساهمان بشكل حقيقي في بناء مستقبل عُماننا الحبيبة.

ولهذا أحرص دائمًا على أن أكرس ما أستطيع من وقت وجهد لغرس حب التعلم والمسؤولية وحب الوطن في نفوس أبنائي، إيمانًا مني بأن بناء الإنسان هو أعظم استثمار يمكن أن نقدمه لوطننا العزيز.

فالمؤسسات تُبنى بالخطط والأنظمة، أما الأوطان فتُبنى بالإنسان.

أنا فخورة كوني امرأة عُمانية، وفخورة بكل امرأة تسهم بعلمها وعملها وقيمها في خدمة هذا الوطن الغالي. وأؤمن أن مستقبل عُماننا الحبيبة سيظل مزدهرًا ما دامت هناك نساء ورجال يعملون بإخلاص، ويربون أجيالًا تؤمن بالعلم والمسؤولية والانتماء.

ومع كل محطة من محطات حياتي، ازداد يقيني بأن القيم التي نتربى عليها في الصغر قد تكون أعظم قوة تقودنا في الكبر. فالأمانة والالتزام والإخلاص وتحمل المسؤولية كانت البوصلة التي صاحبتني في رحلتي، وما أتمناه اليوم هو أن نغرس هذه القيم في أبنائنا وأجيالنا القادمة، إيمانًا بأن مستقبل الأوطان لا يُصنع بالموارد وحدها، بل بالإنسان الذي يحمل العلم والقيم والانتماء، ويسهم بإخلاص في خدمة وطنه ومجتمعه. هذا، بالنسبة لي، هو الإرث الأجمل الذي يمكن أن نتركه للأجيال القادمة.









هي تبتكر

شيماء الهاشمي

تصنع أمان المستقبل الرقمي



حين يصبح العالم أكثر اعتمادًا على التكنولوجيا، تصبح حماية هذا العالم مسؤولية لا تقل أهمية عن تطويره. وفي قلب هذا المستقبل الرقمي، اختارت الدكتورة شيماء بنت جمعة الهاشمي أن تجعل من الأمن السيبراني مجالًا للعلم والعمل وصناعة الأثر، وأن تسهم من موقعها الأكاديمي في إعداد جيل قادر على فهم التحديات الرقمية ومواجهتها.

وبفضل خبرتها في الأمن السيبراني، ودورها في التعليم والبحث والتوعية، استطاعت شيماء أن تحوّل شغفها بالتكنولوجيا إلى مسار مهني يمتد أثره إلى ما هو أبعد من قاعة المحاضرات. وفي عام ٢٠٢٦، تُوّج هذا المسار بفوزها بجائزة «امرأة الأمن السيبراني لعام ٢٠٢٦»، في تقدير دولي لإسهاماتها في مجال يرتبط بصورة مباشرة بأمن المجتمعات ومستقبلها الرقمي.

في «هنّ.. المستقبل»، نتحدث مع الدكتورة شيماء عن المرأة العُمانية في قطاع الأمن السيبراني، ودور التعليم في بناء الكفاءات، والفرص التي يفتحها الذكاء الاصطناعي، وما الذي تحتاجه عُمان لبناء مستقبل رقمي أكثر أمانًا.

عندما نقول «الأمن السيبراني»، قد يبدو المجال معقدًا بالنسبة إلى كثير من الناس. كيف تشرحين ببساطة ماذا يعني، ولماذا أصبح جزءًا أساسيًا من حياتنا اليومية؟

الأمن السيبراني، بشكل مبسط، يُعنى بحماية حياتنا الرقمية ومعلوماتنا وحساباتنا وأعمالنا من المخاطر والتهديدات. واليوم أصبح جزءًا من حياتنا اليومية، لأننا نعتمد على التكنولوجيا في التعليم والعمل والخدمات، وحتى في تفاصيل حياتنا الشخصية.





ما الذي جذبكِ شخصيًا إلى هذا المجال؟ وهل كان اختيارًا مخططًا له منذ البداية، أم قادكِ إليه الفضول والتجربة؟

في البداية، كان حبي وانبهاري بأفلام الخيال العلمي المستقبلية التي تصور التقنيات المستقبلية واتصالات الفضاء هو الدافع الأكبر. كنت دائمًا مهتمة بفهم كيفية عمل التكنولوجيا. ومع الوقت، تحول هذا الفضول إلى شغف حقيقي ومسار مهني لم أخطط له بالكامل منذ البداية.

في عام ٢٠٢٦، فزتِ بجائزة «امرأة الأمن السيبراني لعام ٢٠٢٦». بعيدًا عن اللقب نفسه، ماذا أضافت لكِ هذه التجربة، وماذا كشفت لكِ عن الطريق الذي اخترتِه؟

كان التكريم لحظة جميلة، مليئة بالفخر والاعتزاز والتواضع أيضًا، أمام الحضور المتميز من المختصين في المجال، ومن مختلف دول العالم. لكن بالنسبة لي، كانت القيمة الحقيقية في إدراك أن العمل المستمر، حتى لو كان بخطوات بسيطة، يمكن أن يصل إلى منصات دولية. والأهم أنه زاد من إحساسي بالمسؤولية تجاه تمثيل عُمان وتشجيع الجيل القادم.

كيف ترين حضور المرأة العُمانية اليوم في مجال الأمن السيبراني؟ وهل ما زالت هناك صورة نمطية تجعل بعض الفتيات يعتقدن أن هذا المجال «للرجال» أو يتطلب شخصية تقنية بحتة؟ وما الذي يمكن أن يساعد في تغيير هذه الصورة؟

أرى أن حضور المرأة العُمانية يتطور بشكل جميل وملفت، وهناك نماذج مشرفة جدًا في مجالات مختلفة. وأعتقد أن الصورة النمطية بدأت تتغير، لكن ما زال أمامنا الكثير من العمل. المهم أن تعرف الفتاة أن الأمن السيبراني ليس حكرًا على الرجال، وليس محصورًا في البرمجة. ووجود نماذج عُمانية ناجحة، وتشجيع الأسرة والمؤسسات، وإتاحة الفرص، كلها أمور تساعد على تغيير هذه الصورة.

ما الذي يمكن أن تضيفه المرأة إلى مجال الأمن السيبراني، ليس فقط كمتخصصة تقنية، وإنما كباحثة وصانعة قرار وقائدة؟ وما الذي تحتاجه المرأة العُمانية اليوم حتى تنتقل من الحضور في هذا المجال إلى مواقع القيادة وصناعة القرار؟

المرأة يمكن أن تضيف الكثير، ليس فقط من الناحية التقنية، وإنما أيضًا من خلال البحث، والإدارة، وصناعة القرار، والقيادة. وهناك أيضًا دراسات تشير إلى قدرة المرأة وتفوقها في الانتباه إلى التفاصيل والمتغيرات، مما يزيد من دورها وفاعليتها في أداء المهام السيبرانية. وأعتقد أن الخطوة الأهم هي أن ننتقل من الحديث عن مشاركة المرأة إلى الاستثمار الحقيقي في قدراتها ومنحها فرصًا للقيادة. وقد نحتاج إلى ترسيخ ثقافة التعليم المستمر، وتعزيز الإرشاد المهني، وإتاحة الفرص، والأهم أن نؤمن بأنفسنا نحن النساء العُمانيات، ونقبل على هذه الفرص بثقة وتواضع، وبإدراك أن المرأة مكملة للرجل، وأن لكل منهما مميزات وقدرات ميّزه الله بها.

هل تخصص الأمن السيبراني مناسب فقط لمن تحب البرمجة والتكنولوجيا، أم يمكن للمرأة أن تجد مكانها فيه حتى لو كانت خلفيتها مختلفة؟ وما المجالات التي ترين أنها ستفتح فرصًا أكبر أمام الشابات العُمانيات خلال السنوات القادمة؟

أبدًا. الأمن السيبراني أوسع بكثير من البرمجة. هناك مجالات في الحوكمة، وإدارة المخاطر، والتحقيق الرقمي، والسياسات، والتوعية، والبحث، والأمن السحابي، وأمن الذكاء الاصطناعي وغيرها. لذلك أقول دائمًا للطالبات: لا تبحثن عن مجال يناسب الصورة التي تتخيلنها عن الأمن السيبراني، بل اكتشفن المجال الذي يناسب قدراتكن واهتماماتكن.

المهارات التي تحرصين على أن يكتسبها طلبتكِ اليوم؟ وما الصورة التي تتمنين أن تريها للمرأة العُمانية في الأمن السيبراني بعد عشر سنوات؟

أحرص على ألا يخرج الطالب بالمعرفة التقنية فقط. أهم ما أريده هو أن يمتلك القدرة على التفكير النقدي، وحل المشكلات، والتعلم المستمر، والتواصل والعمل مع الآخرين. وأتمنى بعد عشر سنوات أن أرى المرأة العُمانية في مختلف المحافل الدولية؛ كمتخصصة وباحثة وقائدة وصانعة قرار، وأن تكون لدينا نماذج عُمانية تلهم الأجيال القادمة.

هل هناك عادة رقمية بسيطة تتمنين أن تتوقف عنها النساء خصوصًا، أو أن يبدأن في ممارستها لحماية أنفسهن وخصوصيتهن على الإنترنت؟

أعتقد أن أبسط عادة يمكن أن تحدث فرقًا هي عدم استخدام كلمة مرور واحدة لكل الحسابات، وتقليل أو تقنين مشاركة البيانات الشخصية في وسائل التواصل الاجتماعي، بحيث تكون المشاركة واعية وليست عشوائية. وأتمنى أيضًا أن نتوقف قليلًا قبل الضغط على أي رابط أو مشاركة أي معلومة شخصية. أحيانًا، دقائق بسيطة من الانتباه يمكن أن تحمينا من مشكلات كبيرة.

مع دخول الذكاء الاصطناعي في تفاصيل حياتنا، ومع اعتماد عُمان المتزايد على الخدمات الرقمية، ما أكثر ما يثير حماسكِ بشأن مستقبل الأمن السيبراني؟ وما الذي تتمنين أن تكون عُمان قد نجحت في تحقيقه في مجال الأمن الرقمي بحلول عام ٢٠٤٠؟

ما يثير حماسي هو أن الأمن السيبراني أصبح جزءًا أساسيًا من التحول الرقمي في السلطنة، وليس مجالًا منفصلًا عنه. ومع الذكاء الاصطناعي، ستظهر فرص جديدة، ولكن ستظهر أيضًا تحديات جديدة تحتاج إلى متخصصين وباحثين قادرين على فهم هذه التقنيات وحمايتها. وبحلول ٢٠٤٠، أتمنى أن نرى عُمان نموذجًا في بناء بيئة رقمية آمنة وموثوقة، وأن يكون لدينا جيل عُماني قادر على تطوير الحلول والمساهمة في الأمن الرقمي عالميًا.

وأخيرًا، لو جاءت إليكِ طالبة عُمانية وقالت: «أفكر في دراسة الأمن السيبراني، لكنني لا أعرف إن كان هذا المجال يناسبني»، ماذا ستقولين لها؟

سأقول لها أن تكتب ميزاتها الشخصية وسماتها، وتقارنها بما تعتقد أنه مجال يثير فضولها، وأن تطّلع وتسأل قليلًا لتشكل فكرة عن إمكانياتها الفعلية ورغبتها الحقيقية، ولتبني لنفسها الثقة في صنع القرار الأنسب لها، وألا تحكم على نفسها بصورة استباقية، فنحن نعيش في زمن المعلومات، وهي متاحة بشكل مبسط وميسر، وبإمكانها دائمًا اللجوء إلى طلب المساعدة والنصيحة إذا لم تتمكن من الوصول إلى المعلومات الصحيحة. أيضاً لا يشترط أن تعرف البرمجة أو أن تكون لديها خبرة تقنية كبيرة. الفضول والرغبة في التعلم أهم بكثير. وفي غالب الأحيان، أساعد الطلاب المترددين بشكل مباشر في فهم نقاط القوة الشخصية، وأشاركهم بعض الروابط والمصادر المعلوماتية التي تساعدهم على اتخاذ القرار.

وأخيراً أقول لها أيضًا: لا تخافي من أن تكوني في بداية الطريق، فكل شخص ناجح في هذا المجال بدأ يومًا من نقطة الصفر.

سيارة المحرزية..

حلم عُماني يصل إلى PlayStation

هي تبتكر

تبدأ بعض الأحلام بسؤال صغير... «كيف صُنعت هذه اللعبة؟». هكذا بدأ فضول المهندسة سارة المحرزية، قبل أن يتحول إلى شغف بالبرمجة وتطوير الألعاب، ثم إلى رحلة امتدت لنحو تسع سنوات، أخذتها من التعلم والتجربة إلى تطوير ألعابها الخاصة، وصولًا إلى شراكة مع PlayStation كمطورة ألعاب.

اليوم، تضع سارة عينيها على ما هو أبعد من تطوير لعبة واحدة؛ فهي تستكمل العمل على «Ember»، وتحلم بتأسيس استوديو ألعاب عُماني باسم «Rubioza»، يطوّر ألعابًا أصلية ويفتح المجال أمام المواهب العُمانية للمشاركة في صناعة تتجه نحو آفاق عالمية. سارة المحرزية، مهندسة برمجيات ومطورة ألعاب، تخوض اليوم مرحلة جديدة من رحلتها، برؤية تتجاوز اللعبة الواحدة نحو بناء تجربة وصناعة يمكن أن تنطلق من عُمان إلى العالم. في «هنّ.. المستقبل»، نلتقي سارة لنتعرف إلى رحلتها في عالم الألعاب، وما تعلمته خلال سنوات العمل، وما تتطلع إلى بنائه للمرحلة المقبلة.

كيف بدأت رحلتك مع البرمجة وتطوير الألعاب؟ وما الذي جذبك إلى هذا المجال؟

بدأت رحلتي مع البرمجة من حبي للألعاب. في المرحلة الثانوية، تحوّل فضولي من «كيف ألعب؟» إلى «كيف صنعوا هذه اللعبة؟»، وأصبحت أريد فهم كيفية تحريك الشخصيات وبناء العوالم وتحويل البرمجة إلى تجربة كاملة. لذلك درست هندسة البرمجيات، ثم تعمقت في تطوير الألعاب من خلال التعلم، والتجربة والدورات والمشاريع. وأكثر ما جذبني أنه يجمع بين البرمجة والإبداع والفن ورواية القصص، ويمنحني القدرة على صناعة تجربة تجعل اللاعب يضحك أو يتأثر أو يفكر.

بعد نحو تسع سنوات في تطوير الألعاب، ما أبرز المحطات التي شكّلت مسيرتك؟

بدأت بالتعلم الذاتي، ثم درست هندسة البرمجيات وانتقلت إلى مشاريع وتجارب عملية متنوعة. ومن أبرز المحطات حصولي على تدريب متخصص في تطوير الألعاب باستخدام Unity ضمن برنامج «مكين»، والعمل على مشاريع مختلفة، من الألعاب القصصية إلى التدريب والواقع الافتراضي، وصولًا إلى الشراكة مع PlayStation كمطورة ألعاب. واكتسبت خلال هذه الرحلة مهارات في البرمجة والخوارزميات، وتصميم تجربة اللاعب، والسرد القصصي، وإدارة المشروع من الفكرة إلى التنفيذ، إلى جانب الصبر وحل المشكلات والتعلم المستمر.

كيف تحولين الفكرة والقصة إلى تجربة لعبة متكاملة؟

أبدأ بكتابة القصة وتحديد كيفية ظهورها داخل اللعبة، ثم أنتقل إلى التصميم، وبعدها إلى البرمجة. فالقصة تحدد اتجاه المشروع، والتصميم يحولها إلى تجربة بصرية وتفاعلية، والبرمجة تنفذ هذه العناصر عمليًا. وأركز كثيرًا على مشاعر اللاعب، وأسأل نفسي ما الذي أريد أن يشعر به في كل لحظة، لذلك أحرص على تثبيت الفكرة والقصة والتجربة الشعورية أولًا، ثم أبني بقية العناصر عليها.

ماذا تعني لك شراكتك مع PlayStation، وكيف وصلتِ إليها؟

تمثل الشراكة مع PlayStation إنجازًا كبيرًا بالنسبة لي وحلمًا سعيت إليه لسنوات، وأراها ثمرة العمل والتعلم والمحاولة، كما أراها خطوة تؤكد أن المطور العُماني قادر على الوصول إلى المنصات العالمية. بدأت عندما تواصلت مع PlayStation وقدمت





فكرة المشروع، ثم مررت بالإجراءات والمتطلبات وقدمت المستندات المطلوبة. وتلقيت رفضًا أكثر من مرة بسبب بعض جوانب اللعبة، فراجعت القصة وعدّلت عددًا من التفاصيل وواصلت تطوير المشروع حتى حصلت على الموافقة. والشراكة تمت باسمي كمطورة ألعاب، وهي شراكة وليست تمويلًا من PlayStation.

حدثينا عن لعبة «Ember» والرسالة التي أردتِ إيصالها من خلالها.

«Ember» نتاج نحو خمس سنوات من الكتابة والتطوير، ومرت بمراحل وتغييرات كثيرة. وهي لعبة قصصية تمزج السرد العميق بالمشاعر والحماس والمغامرة، ويعيش اللاعب خلالها مواقف قريبة من الحياة الواقعية ليشعر بأنه جزء من الرحلة.

ومن رسائلها الأساسية أهمية التمسك بالأهداف وعدم السماح للضغوط أو التأثيرات السلبية أو الصداقات السيئة بتغيير المسار، إلى جانب فكرة أن بعض القرارات الصغيرة قد تقود إلى طريق يصعب الخروج منه. أريد أن يستمتع اللاعب بالمغامرة، وفي الوقت نفسه يصبح أكثر وعيًا بتأثير اختياراته، وبأن قرارًا واحدًا قد يغير الكثير في حياته.

ما أبرز التحديات التي واجهتك كامرأة عُمانية في مجال لا يزال ناشئًا في السلطنة؟

لم أشعر أن كوني امرأة جعلني أدخل مجالًا خاصًا بالرجال؛ بالنسبة لي، تطوير الألعاب يعتمد على المعرفة والمهارة والشغف. أما التحدي الحقيقي فكان أن المجال لا يزال ناشئًا في السلطنة، ولم يكن مسارًا مهنيًا واضحًا عندما بدأت، وكانت الفرص محدودة والخبرات المحلية قليلة. اعتمدت في البداية على التعلم الذاتي والإنترنت والتواصل مع أشخاص من خارج السلطنة، ثم استفدت من التدريب ضمن برنامج «مكين» مع خبراء من خارج عُمان. وتغلبت على هذه التحديات بالتعلم المستمر وعدم السماح للصعوبات أو التعليقات السلبية بإيقافي. لاحظت أيضًا أن وجود مطورة ألعاب عُمانية كان أمرًا غير معتاد بالنسبة لبعض الناس، لكنني لم أواجه عوائق كبيرة لمجرد كوني امرأة. وأؤمن أن أفضل طريقة لإثبات المكان هي العمل والنتائج.

مررتِ برحلة طويلة في تطوير الألعاب. هل فكرتِ في التوقف؟ وما الذي أبقى شغفك حيًّا؟

فكرت في التوقف أكثر من مرة، خصوصًا عندما كنت أسمع كلامًا محبطًا عن مستقبل تطوير الألعاب في عُمان، أو أشعر أن الطريق أطول وأصعب مما توقعت. لكن في كل مرة كنت أعود وأتذكر لماذا بدأت أصلًا، وأتذكر حلمي بـ «Ember» ورغبتي في أن أراها يومًا كلعبة حقيقية تصل للناس. أكثر شيء حافظ على شغفي هو أننا كل فترة نحقق خطوة جديدة تقرّبنا منها، سواء كانت في الفكرة، القصة، التخطيط أو بناء الفريق حولها. هذه الخطوات الصغيرة دائمًا تذكرني أن الحلم يتحرك فعلًا إلى الأمام. أيضًا دعم والدتي والدي وزوجي وإخوتي وأصدقائي كان مهمًا جدًا بالنسبة لي، والأهم أنني أريد أن يرى أطفالي أن الطريق نحو الحلم قد يكون طويلًا ومتعبًا، لكن هذا لا يعني أن نتخلى عنه. بالنسبة لي، الشغف لا يعني أنك لا تتعب أو لا تفكر في التوقف، بل أن تجد دائمًا سببًا يجعلك ترجع وتكمل.

ما طموحك للمرحلة المقبلة، وماذا تريدين أن تصنعي من خلال «Rubioza»؟

طموحي الأول حاليًا هو استكمال تطوير «Ember» والوصول بها إلى الشكل والجودة التي أطمح إليها. وبعد ذلك أخطط، بإذن الله، لتأسيس استوديو ألعاب عُماني باسم «Rubioza»، وتطوير أكثر من لعبة أصلية تحمل بصمتنا وتستطيع المنافسة عالميًا. كما أطمح إلى توفير فرص للمطورين والفنانين العُمانيين والاستثمار في خبراتهم ومنحهم المساحة والدعم للمشاركة في صناعة ألعاب كبيرة. ومن أكبر أحلامي أن يصل استوديو عُماني يومًا ما إلى The Game Awards، وأن تُرشح إحدى ألعابنا لجائزة Game of the Year.

ما الرسالة التي توجهينها للفتيات اللواتي يحلمن بدخول البرمجة وتطوير الألعاب؟

رسالتي أن تبدأ وألا تنتظر حتى تتعلم كل شيء، لأن جزءًا كبيرًا من التعلم يحدث أثناء الرحلة نفسها. يجب أن تعلم أنها لا تحتاج في البداية إلى مشروع ضخم؛ فقد تكون لعبة صغيرة أو دورة واحدة كافية لفتح الباب. والأخطاء والفشل جزء طبيعي من التعلم، ولا يعنيان أنها غير مناسبة للمجال. أنصحها أيضًا بألا تقارن نفسها بمن لديهم سنوات طويلة من الخبرة، وأن تبدأ بخطوات بسيطة وتتطور من مشروع إلى آخر، وتبحث عن أفكار أصلية تحمل بصمتها الخاصة، وأخيراً أقول: ابدئي بما تعرفينه اليوم، وتعلمي ما تحتاجينه غدًا.

كيف توفقين بين العمل والأسرة، وما الدور الذي لعبه الدعم العائلي في رحلتك؟

أتعامل مع التوازن بمرونة، وأقسم العمل إلى مهام صغيرة، وأستغل الأوقات التي يكون فيها أطفالي نائمين أو مع والدهم أو العائلة. وللدعم العائلي دور كبير في استمراري؛ فزوجي يساندني ويقضي وقتًا مع الأطفال عندما أحتاج إلى التركيز، ووالدتي تعتني بهم خلال الاجتماعات أو الالتزامات المهمة. وأعطي الأولوية لأطفالي، لذلك رتبت مساحة عملي داخل غرفة ألعابهم، فأكون معهم في المكان نفسه بينما أعمل على مشروعي. المرونة وتنظيم الوقت ودعم الأسرة تجعل هذا التوازن ممكنًا، حتى لو لم يكن مثاليًا كل يوم.

عندما كنتِ طفلة، ما الألعاب التي تركت أثرًا فيك، وكيف أثرت في طريقك؟

لم أكن أتخيل وأنا طفلة أنني سأصنع لعبة، لكنني كنت أفكر كثيرًا في عوالم الألعاب وكيف صُممت وبُنيت تفاصيلها. تحول تطوير الألعاب إلى حلم حقيقي في المرحلة الثانوية. تركت «The Sims» أثرًا كبيرًا فيّ، لأنها منحتني مساحة لبناء البيوت وصناعة الشخصيات والقصص داخل عالم أصنعه بنفسي. أما «Assassin's Creed» فدفعتني إلى البحث عن البرمجة وفهم كيفية صناعة الألعاب، وكانت لدي أيضًا ذكريات مع ألعاب «WWE» و«Hercules» على PlayStation. وألهمتني قصة هيديتاكا ميازاكي، المصمم خلف «Demon's Souls»، خصوصًا فكرة التمسك بالحلم وعدم وضع حدود له بسبب الكلام السلبي.

لو عاد بك الزمن إلى أول يوم بدأتِ فيه تعلم البرمجة، ماذا ستقولين لنفسك؟

لو عاد بي الزمن، فلن أغير شيئًا من الرحلة. سأقول لنفسي: «لا تستعجلي، فكل شيء سيأتي في وقته الذي كتبه الله». الأيام الصعبة والإحباط والمحاولات وكل لحظة شعرت فيها أن الطريق طويل كانت تبنيني ولم تكن تعطلني. لا تخافي من التأخير، ولا تقارني رحلتك برحلة أحد، واستمتعي بكل خطوة. وتمسكي بشغفك، لأنه سيكون البوصلة التي تعيدك إلى الطريق كلما شعرتِ بالتعب. واليوم، لا أشعر أنني وصلت إلى نهاية الحلم، بل ما زلت في بدايته، وما زال لدي الكثير الذي أريد أن أقدمه لعُمان ولصناعة الألعاب.

أخيرًا.. أين ترين المرأة العُمانية؟

أراها في كل مجال تطمح إليه، تقود وتبتكر وتنافس عالميًا، مع حفاظها على هويتها العُمانية.

أخطط لتأسيس استوديو ألعاب عُماني باسم «Rubioza» ، وتطوير أكثر من لعبة أصلية تحمل بصمتنا وتستطيع المنافسة عالميا.



هي تبتكر

ألوان: تبتكر لغة .. جديدة للألوان



ماذا لو كان للون صوتٌ ورائحة وملمس؟ من هذا السؤال بدأت المبتكرة العُمانية عزة بنت محمد المالكية رحلة تطوير «الألوان الحسية»، وهي فكرة تتجاوز حدود الرؤية لتمنح المكفوفين وضعاف البصر طريقة مختلفة لاكتشاف الألوان وفهمها والتعبير عنها. وفي حوارها مع «هنّ»، تتحدث عزة عن السؤال الذي أطلق الفكرة، وكيف تحولت من تصور إلى ابتكار، وما تعلمته من الاستماع إلى المستفيدين، وإلى أين يمكن أن يصل المشروع مستقبلًا، ولماذا ترى أن الابتكار الحقيقي يبدأ من الإنسان واحتياجاته.

كيف بدأ السؤال الذي قادكِ إلى ابتكار «الألوان الحسية»؟

بدأت الفكرة من سؤال بسيط، لكنه كان بالنسبة لي عميقًا جدًا: هل اللون فعلًا مرتبط بالعين فقط؟ ومن هنا بدأت أفكر: إذا كان الإنسان يستطيع أن يتعرف على الأشياء من خلال اللمس والرائحة والصوت، فلماذا لا نحاول أن نجعل اللون نفسه تجربة يمكن إدراكها بأكثر من حاسة؟ كنت أريد أن أمنح الشخص الكفيف فرصة ليس فقط لسماع اسم اللون، وإنما ليعيش اللون بطريقة مختلفة. ومن هنا بدأت رحلة «الألوان الحسية».

عندما يصبح اللون تجربة تُدرك بالحواس، كيف يمكن أن يفهمه شخص لم يره من قبل؟

«الألوان الحسية» بالنسبة لي ليست مجرد ألوان، وإنما محاولة لبناء لغة جديدة للون. فبدلًا من أن يكون اللون شيئًا يُرى فقط، يصبح شيئًا يمكن لمسه وشمّه والتفاعل معه. الفكرة أن يكون لكل لون خصائص حسية تساعد الشخص الكفيف أو ضعيف البصر على التعرف إليه، وبالتالي يستطيع أن يختار اللون ويستخدمه ويعبّر عن نفسه بشكل أكثر استقلالية.





اختيار ملمس أو رائحة أو صوت لكل لون يبدو عملية دقيقة. كيف وصلتِ إلى هذه الارتباطات؟

لم تكن الاختيارات عشوائية. كنت أبحث عن ارتباط حسي يساعد على تكوين صورة ذهنية عن اللون. بدأت من فكرة أن لكل لون إحساسًا وشخصية مختلفة، ثم حاولت ترجمة هذه الشخصية إلى عناصر محسوسة، مثل الملمس والرائحة والشكل، وأحيانًا خصائص إضافية. والأهم بالنسبة لي أن الابتكار لا يتوقف عند الفكرة؛ فالتجربة والاستماع إلى المستخدم هما ما يحددان ما إذا كانت الفكرة ناجحة فعلًا أو تحتاج إلى تطوير.

متى أدركتِ أن «الألوان الحسية» يمكن أن تتجاوز كونها فكرة مبتكرة إلى تجربة تحدث فرقًا في حياة شخص؟

أعتقد أن اللحظة الفارقة كانت عندما بدأت أنظر إلى الفكرة من منظور الشخص المستفيد منها، وليس من منظور المبتكر فقط. عندما أدركت أن هناك شخصًا قد يستطيع للمرة الأولى أن يختار لونًا بنفسه، أو يشارك في نشاط فني دون أن يعتمد بشكل كامل على شخص آخر، شعرت أن الموضوع أصبح أكبر من مجرد مشروع. هنا فهمت أن الابتكار الحقيقي ليس أن نصنع شيئًا جديدًا فقط، وإنما أن نصنع شيئًا يضيف قيمة حقيقية إلى حياة إنسان.

ما الذي كشفته لكِ تجارب المكفوفين وضعاف البصر مع الابتكار، ولم تكوني ترينه في البداية؟

أكثر ما أثّر فيّ أنني اكتشفت أنني كنت أرى الابتكار من زاويتي، بينما يراه المستفيد من زاوية مختلفة تمامًا. بعض ردود الأفعال جعلتني أشعر بأن الفكرة تحمل معنى أكبر مما كنت أتوقع. فعندما ترى شخصًا يتفاعل مع اللون بطريقة لم تكن متاحة له سابقًا، تدرك أن الموضوع ليس منتجًا فقط، وإنما مساحة جديدة للتعبير والاستقلالية. وهذه اللحظات تحديدًا هي التي تجعلني أقول لنفسي: نعم، كل التعب الذي بذلته في تطوير الفكرة كان يستحق.

ماذا علّمتكِ هذه التجربة عن العلاقة بين الابتكار واحتياجات الإنسان؟

تعلمت أن أفضل الابتكارات لا تبدأ دائمًا من التكنولوجيا، وإنما تبدأ من الإنسان واحتياجه. عندما نفهم المشكلة الحقيقية ونستمع إلى الأشخاص الذين يعيشونها، تبدأ الأفكار بالظهور بطريقة مختلفة. وأؤمن اليوم بأن الابتكار ليس أن تسأل: ماذا أستطيع أن أصنع؟ بل أن تسأل أولًا: ماذا يحتاج الإنسان؟ وكيف أستطيع أن أجعل حياته أسهل أو أجمل أو أكثر استقلالية.

هل تتخيلين «الألوان الحسية» مستقبلًا كمنتج، أم كمنظومة يمكن أن تدخل مجالات أوسع؟

بالتأكيد، وهذا أحد أكبر طموحاتي للمشروع. أتمنى أن تتوسع «الألوان الحسية» من مجرد منتج إلى منظومة تعليمية وتأهيلية يمكن استخدامها في المدارس ومراكز التأهيل والبرامج الفنية، وأن تساعد الأطفال المكفوفين وضعاف البصر على اكتشاف الفن والتعبير عن أفكارهم بطريقة مستقلة. وأتمنى أيضًا أن يصل الابتكار إلى خارج حدود سلطنة عُمان، لأن الحاجة التي يحاول أن يخدمها ليست محلية فقط. وفي هذه الرحلة، كان لشركة «أمواج الابتكار»، وهي شركة عُمانية تهتم بتطوير الابتكارات، دور مهم في دعم المشروع، من خلال تقديم الدعم المادي والمعنوي والمساهمة في تطوير الابتكار ودفعه نحو مراحل أوسع.

لديكِ تجارب وابتكارات أخرى حصلت على جوائز وتقدير. ما الذي يجمع بين هذه التجارب، رغم اختلاف مجالاتها؟

رغم اختلاف المجالات، هناك خيط واحد يجمعها كلها: محاولة تحويل المشكلة إلى فرصة، والفكرة إلى حل قابل للتطبيق. أنا أؤمن بأن الابتكار لا يجب أن يكون محصورًا في مجال واحد. قد تبدأ الفكرة من ملاحظة بسيطة في حياتنا اليومية، ثم تتحول مع البحث والتجربة إلى مشروع يمكن أن يخدم المجتمع. ولهذا أحب أن أتعامل مع كل فكرة باعتبارها بداية لرحلة جديدة، وليس مجرد مشروع منفصل. وقد حظيت بعض هذه التجارب بالتقدير من خلال حصولها على جائزة الرؤية الاقتصادية لفئة المسؤولية الاجتماعية والاستدامة في نسختها الثالثة عشرة لعام ٢٠٢٥، وجائزة الإبداع والتميز لعام ٢٠٢٥.

بعد هذه التجربة، ما الذي يدفعكِ إلى مواصلة الابتكار: الفضول، أم البحث عن حلول، أم الرغبة في ترك أثر؟

أعتقد أنها الثلاثة معًا، لكن أكثر ما يحركني هو الأثر. أحب أن أسأل نفسي دائمًا: هل أستطيع أن أجد حلًا لمشكلة بطريقة مختلفة؟ الفضول يجعلني أبحث، وحب الابتكار يجعلني أجرب، لكن عندما أعرف أن الفكرة يمكن أن تغيّر حياة شخص أو تمنحه فرصة لم تكن متاحة له، فهذا هو الشيء الذي يجعلني أستمر. فأنا لا أريد أن أبتكر فقط لأقول: أنا ابتكرت. بل أريد أن أستطيع في يوم من الأيام أن أقول: هذا الابتكار ترك أثرًا.

في عدد «هنّ.. المستقبل»، نتحدث عن المرأة العُمانية التي تصنع الغد بأفكارها. ماذا تقولين للمرأة التي تحمل فكرة لكنها لم تبدأ بعد؟ وما الابتكار الذي ما زلتِ تحلمين بتحويله من فكرة إلى واقع؟

أقول للمرأة العُمانية: لا تنتظري أن يأتي أحد ليخبركِ أن فكرتكِ تستحق. ابدئي، وتعلمي، وجربي، وحتى إن فشلتِ، عودي وحاولي من جديد. المرأة العُمانية قادرة على أن تكون شريكة حقيقية في صناعة المستقبل، ليس فقط بحضورها، وإنما بأفكارها، وعلمها، وإبداعها، وأثرها. أما أنا، فما زالت لدي أفكار كثيرة أحلم أن أراها تتحول من مجرد أفكار إلى ابتكارات ومشاريع تخدم الإنسان والمجتمع. وأعتقد أن أجمل شيء يمكن أن يتركه الإنسان خلفه ليس فقط جائزة أو شهادة، وإنما أثرًا يجعل حياة شخص آخر أفضل. وهذا هو المستقبل الذي أطمح إليه.

الانستغرام: azaa_almalki٧٧

يتقلدن مناصب ومسؤوليات
على مختلف المستويات

المرأة العمانية

شريكة في نجاح مسيرة بنك مسقط
وركيزة أساسية في التقدم والنمو



في السابع عشر من أكتوبر من كل عام، تحتفي سلطنة عُمان بيوم المرأة العُمانية، مناسبة وطنية تجدد فيها معاني الفخر بما حقّقته المرأة العُمانية من حضور فاعل ومكانة مرموقة في مختلف القطاعات، فالمرأة شريكة أساسية في مسيرة التنمية الشاملة التي تقودها السلطنة في ظل رؤية عُمان ٢٠٤٠ التي أكّدت على أهمية دور المرأة باعتباره ركيزة أساسية في بناء المجتمع. وفي هذه المناسبة، يجدد بنك مسقط التزامه الراسخ بدعم المرأة العُمانية وتمكينها، إيمانًا منه بأن نجاح المؤسسات يقوم على تنوع كفاءاتها وتكامل طاقاتها. وقد حرص البنك على أن تكون المرأة شريكًا أساسيًا في مسيرته، فهي تعمل اليوم في مختلف الأقسام والدوائر والفروع والمراكز، وتتقلد مسؤوليات كبرى ضمن فريق الإدارة التنفيذية للبنك وتتولى مسؤوليات متنوعة تمتد من الخدمات المصرفية للأفراد والشركات إلى الأدوار الفنية والإدارية والقيادية.

أرقام تعكس نهجًا متواصلاً

لقد حققت المرأة العمانية في بنك مسقط نجاحات وإنجازات كبيرة طوال مسيرة البنك الممتدة لأكثر من أربعة عقود وساهمت في تحقيق التقدم والنمو في عمليات البنك إضافة إلى دورها البارز في المجالات الاجتماعية وتعزيز مفهوم الابتكار والإبداع في تطوير مختلف الأعمال، ولعل الأرقام والمؤشرات خير دليل على الدور الكبير الذي تقوم به المرأة العُمانية في البنك حيث تؤكد الإحصائيات حجم هذا الحضور ونجاح نهج البنك في ترسيخ بيئة عمل داعمة ومتكافئة، فقد بلغ عدد الموظفات في البنك أكثر من ٢٠٠٠ موظفة، يشكّلن ما نسبته أكثر من ٤٦٪ من إجمالي الكوادر العاملة، كما وصلت نسبة المرأة العُمانية في الإدارة العليا إلى أكثر من ٢٠٪، في مؤشر على ثقة البنك بقدرات المرأة وإتاحته المجال أمامها للارتقاء في السلم الوظيفي وتولي مواقع مختلفة في صنع القرار، إلى جانب ذلك، انضمت إلى البنك خلال العام الجاري فقط ٨٠ موظفة عُمانية جديدة من بين أكثر من ٢٠٠ موظف تم تعيينهم منذ بداية هذا العام حتى الآن، ليواصلن مسيرة العطاء ضمن أسرة بنك مسقط ويعززن حضور الكفاءات الوطنية الشابة في القطاع المصرفي.

خدمات ومزايا لتمكين المرأة

وانطلاقًا من إيمانه بأن الاستثمار في الإنسان هو أساس التميّز وتحقيق الريادة، يحرص البنك على توفير بيئة العمل النموذجية وتوفير مختلف الخدمات والمرافق الضرورية بهدف قيام الموظفين بأعمالهم في جواء مريحة ومحفزة ولا يقتصر ذلك على المرافق الموجودة في المكتب الرئيسي بل يصل إلى مختلف فروع البنك المنتشرة في محافظات السلطنة وفي المراكز المختلفة حيث ينفذ البنك ومنذ سنوات خطة تشمل تطوير الفروع والمراكز التابعة للبنك بهدف توفير أفضل الخدمات للموظفين وللزبائن الكرام وتعزيز مفهوم بيئة العمل النموذجية، إضافة إلى ذلك يقدم البنك سنويًا المزايا التشجيعية لأصحاب الأداء المتميز في مختلف الأعمال.

وبهدف تنمية وتطوير الأداء الوظيفي للموظفات والموظفين يقوم البنك سنويًا بتنظيم برامج متنوعة من الدورات التدريبية وحلقات العمل، تشمل الدورات الإدارية والمهنية، إلى جانب تنمية المهارات الشخصية والفنية وغيرها، بما يرفع جاهزية الموظفات ويصقل قدراتهن القيادية. كما يستضيف البنك نخبة من المحاضرين والمتخصصين لتقديم محاضرات وجلسات ملهمة تسهم في توسيع آفاق الموظفات وتعزيز ثقتهن بأنفسهن وتطوير مساراتهن المهنية، كذلك يقوم بنك مسقط سنويًا باختيار مجموعة من الموظفين لتكملة دراستهم الجامعية أو الدراسات العليا أو الحصول على الشهادات المهنية داخل وخارج السلطنة وتحظى المرأة العُمانية بفرص متعددة في هذا المجال بهدف مواكبة المستجدات المختلفة على كافة الأصعدة، حيث بلغ إجمالي عدد الموظفات المستفيدات ٣٩ موظفة خلال العام. ولا يقتصر اهتمام ودعم البنك على موظفاته فحسب، بل يمتد إلى رائدات الأعمال وزبونات البنك في مختلف القطاعات، من خلال الحلول المصرفية والتمويلية المصممة لتلبية احتياجاتهن وورش العمل وبرامج التوعية المالية والتمكين والفعاليات التي تفتح لهن آفاق النمو والتوسع. ويؤمن البنك بأن المرأة شريك أساسي في تنويع الاقتصاد الوطني وتعزيز ريادة الأعمال وخلق فرص جديدة للمجتمع.

> يؤمن البنك بأن المرأة شريك أساسي في تنويع الاقتصاد الوطني وتعزيز ريادة الأعمال وخلق فرص جديدة للمجتمع

إشادة وتميز مؤسسي

وإشادة بدوره في دعم وتمكين الكوادر البشرية، تُوّج بنك مسقط مؤخرًا بجائزة "مؤسسة العام للتميز في تمكين المرأة في بيئة العمل" ضمن جوائز The Origin لعام ٢٠٢٦، التي نظّمتها مجموعة مسقط للإعلام، وتُعدّ منصة رائدة للاحتفاء بالنساء الملهمات والمؤسسات التي تسهم في إحداث تغيير مؤثر وملموس في المجتمع. كما كُرم البنك بجائزة الريادة في تمكين المرأة في النسخة الخامسة عشرة ضمن مؤتمر وجوائز المرأة ٢٠٢٦ إشادة بالجهود المبذولة في هذا الجانب والإسهام في تطوير الكفاءات الوطنية وتحفيز الابتكار والتميز، ويأتي هذا التتويج امتدادًا لمسيرة حافلة من التقدير في مجال دعم وتمكين الكوادر البشرية، إضافةً إلى جوائز مرموقة أخرى في مجالات الشمول والثقافة المالية وتطوير بيئة العمل. وتؤكد هذه الإنجازات المتتالية مكانة البنك الريادية في دعم المرأة، كما تشكّل حافزًا لمواصلة العمل وتطوير المبادرات بما يخدم المرأة ويعزز دورها في التنمية.

دعم وتمكين متجدد

ومع الاحتفال السنوي بيوم المرأة العُمانية، يؤكد بنك مسقط أن تمكين المرأة العُمانية نهج مؤسسي راسخ يتجدد كل عام، وأن ما تحقق من إنجازات ملموسة هو ثمرة بيئة عمل تؤمن بالكفاءة وتكافؤ الفرص، وسيواصل البنك تطوير برامجه ومبادراته لفتح آفاق مختلفة للمرأة والمساهمة في توفير فرص النمو والقيادة في مختلف التخصصات في القطاع، إضافة إلى تعزيز إسهامها في دعم الاقتصاد الوطني وبناء مستقبل مستدام للمجتمع.

أروى الزدجالي

.. من الشغف بالإبداع والتميز إلى قمة التسويق الاستراتيجي



لا تسير المسارات المهنية الملهمة في خط مستقيم، بل تتشكل عبر محطات من الشغف، والتعلم المستمر، والقدرة على التكيف. تجسد أروى الزدجالي هذا المفهوم بامتياز، فمسيرتها الممتدة لأكثر من ١٢ عاماً لم تكن مجرد انتقال تقليدي بين الوظائف، بل ارتقاءً متدرجاً من عوالم التصميم الجرافيكي والإعلام إلى قمة القيادة الاستراتيجية والتسويق المؤسسي في قطاع الضيافة الفاخرة. تشغل أروى اليوم منصب نائب مدير التسويق والعلاقات العامة في فندق "إنتركونتيننتال مسقط"، التابع لمجموعة فنادق إنتركونتيننتال العالمية (IHG)، حيث تقود منظومة متكاملة تشمل التسويق، والاتصالات المؤسسية، والعلاقات العامة، وإدارة الهوية التجارية، لترسم قصة نجاح تليق بطموح وإمكانيات المرأة العُمانية في ميادين الأعمال.

في عالم الأعمال وإدارة الشركات، يقاس الإنجاز بحجم التأثير والقدرة على التوجيه الاستراتيجي، وهو ما يتجلى بوضوح في سجل أروى القيادي. تتولى أروى إدارة عشرات الحملات التسويقية المتكاملة سنوياً، وتوجه العديد من العروض الترويجية المستمرة. ولا يقتصر دورها على التخطيط المكتبي، بل يمتد لقيادة عمليات تشغيلية واسعة النطاق؛ حيث تدير فريق عملها بشكل مباشر، وتنسق أعمال شبكة واسعة من الوكالات والموردين الخارجيين وشركاء الإنتاج. تبرز قوتها في القيادة العابرة للإدارات، حيث تعمل كحلقة وصل استراتيجية تنسق الجهود بين الإدارات المختلفة داخل الفندق لضمان جودة المخرجات. بالإضافة إلى ذلك، تشرف أروى بشكل كامل على المنصات الرقمية للفندق ومنافذ الأطعمة والمشروبات، والتي يتجاوز إجمالي جمهورها ١١٩ ألف متابع، موجهةً الدفة نحو تعزيز التفاعل وتحقيق نمو ملموس في الإيرادات.

ولم تكن البدايات الإبداعية لأروى مرحلة عابرة، بل كانت الأساس المتين الذي بنيت عليه رؤيتها الاستراتيجية الدقيقة. انطلقت مسيرتها من الصحافة المرئية والتصميم، محققة إنجازات دولية بارزة، منها حصدها الميدالية الفضية وجائزة التميز في مسابقة جمعية تصميم الأخبار العالمية (SND ٣٩) بالولايات المتحدة عام ٢٠١٨، بالإضافة إلى نيلها جائزة أفضل مشروع للواقع الافتراضي عام ٢٠١٥. هذه الخلفية البصرية الصلبة مكنتها اليوم من الإشراف الفني والإداري على أكثر من ١٥٠ إنتاجاً إبداعياً من جلسات تصوير وإنتاج مرئي لصالح الفندق، بما في ذلك إدارتها لجلسة التصوير الكبرى الخاصة بالعلامة التجارية، مما يضمن خروج صورة المؤسسة بأبهى حلة وبتوافق تام مع المعايير العالمية. كما تتولى أروى كتابة وإدارة المحتوى الإعلامي، وتصدر البيانات الصحفية الدورية، مدعومة بشبكة علاقات واسعة، وواجهة إعلامية بارزة تشمل وسائل الإعلام المحلية والإقليمية.

وكخبيرة في التسويق الاستراتيجي، تدرك أروى أن النجاح في قطاع الضيافة التنافسي يتطلب بناء تحالفات تجارية ذكية؛ حيث قادت بنجاح جهود عقد وإدارة شراكات استراتيجية وتبادلية مع كبرى المؤسسات والكيانات التجارية في قطاعات حيوية مثل البنوك والاتصالات. وقد أثمرت إدارتها لحملات كبرى، كحملات الأعياد والصيف، عن زيادة واضحة في معدلات الطلب وتنشيط الحركة التجارية للفندق خلال فترات الركود الموسمي. كما يمتد أثرها القيادي لدعم مبادرات الاستدامة البيئية (Green Key) وبرامج المسؤولية المجتمعية بالتعاون مع مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الخيرية.

إن التميز المهني لدى أروى يسير جنباً إلى جنب مع النضج الأكاديمي. تتويجاً لجهودها، حصلت في عام ٢٠٢٥ على درجة الماجستير في إدارة الأعمال (MBA)، حيث تعمقت في دراسة الإدارة الاستراتيجية، التسويق، والإدارة المالية. لم تقف دراستها عند حدود النظريات الأكاديمية، بل وظفتها كأداة حقيقية للتطوير العملي؛ حيث اختارت أن تكون رسالتها لدرجة الماجستير دراسة حالة تطبيقية على فندق "إنتركونتيننتال مسقط"، متناولةً دور الإدارة الاستراتيجية في تحقيق التميز المؤسسي وفق النموذج الأوروبي (EFQM).

وعلى الصعيد المهني، وضمن مسيرتها في قطاع الضيافة، أسهمت أروى، من خلال عملها ضمن فريق «إنتركونتيننتال مسقط» وبروح العمل الجماعي، في دعم وتنفيذ المبادرات التسويقية والإعلامية التي عززت حضور الفندق ومكانته، بالتزامن مع حصوله على عدد من التقديرات والجوائز المرموقة، من بينها جوائز (Luxury Lifestyle Awards ٢٠٢٥) و(Business Traveller Middle East Awards ٢٠٢٥).

لم يأتِ وصولها للقائمة القصيرة كأفضل شخصية تسويقية داخلية في جوائز (Hotelier Middle East Awards) لعام ٢٠٢٢ من فراغ، بل هو نتاج رؤية ومهنية استثنائية. وعن المرأة العُمانية، تقدم أروى الزدجالي نموذجاً حياً للمرأة القيادية التي لا تعترف بحدود لطموحها. ومع تطلعها لمواصلة مسيرتها الأكاديمية نحو درجة الدكتوراه، تؤكد أروى أن الفرص المهنية اليوم تتسع لمن تتسلح بالعلم والمبادرة. مسيرتها هي رسالة لكل امرأة بأن المهارات المتراكمة، سواء في التصميم أو غيره، لا تندثر، بل تُصقل لتشكل القوة الدافعة نحو مقاعد القيادة الاستراتيجية وصنع القرار في عالم الأعمال.

سناء الشبيبي وفاطمة البلوشي

.. من خدمة العملاء إلى التسويق والمبيعات في IDdesign

في بيئة عمل تتطلب الإبداع والتواصل والقدرة على فهم احتياجات العملاء، تواصل الكفاءات العُمانية حضورها في مختلف المجالات المهنية. وفي IDdesign، تخوض سناء حميد الشبيبي وفاطمة البلوشي تجربتين مهنيتين مختلفتين، تجمعهما الرغبة في التعلم والتطور، وتحويل كل مرحلة من مراحل العمل إلى فرصة لاكتساب مهارات جديدة وبناء مسيرة أكثر نضجًا.

سناء حميد الشبيبي

مساعد مدير التسويق

تعمل سناء الشبيبي حاليًا مساعدًا لمدير التسويق في IDdesign، حيث تشارك في الإشراف على مختلف الجوانب المرتبطة بالتسويق، بدءًا من وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى والإعلانات، وصولًا إلى متابعة الحملات التسويقية والتنسيق لمختلف الأنشطة والمبادرات التي تعكس هوية العلامة التجارية. وترى سناء أن أكثر ما يجذبها في مجال التسويق هو طبيعته المتجددة، فهو لا يتوقف عند أسلوب واحد، بل يجمع بين الإبداع والتخطيط والتواصل، ويمنحها فرصة مستمرة للتفكير في أفكار جديدة وتطويرها وتحويلها إلى حملات ومحتوى يصل إلى العملاء ويترك أثرًا لديهم. كما تستمتع بتنوع المهام والتحديات التي تدفعها إلى التعلم المستمر وتطوير قدراتها. تصف سناء رحلتها في IDdesign بأنها تجربة غنية بالتعلم والتطور، خصوصًا أنها انتقلت من مجال إلى آخر مختلف تمامًا. فقد بدأت عملها في خدمة العملاء، وهي تجربة أسهمت في تطوير قدرتها على التواصل مع الآخرين، وفهم احتياجات العملاء، والتعامل مع مختلف المواقف بثقة واحترافية.

ومع الوقت، انتقلت إلى قسم التسويق، لتبدأ مرحلة جديدة اكتسبت خلالها مهارات مختلفة في وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات والمحتوى والحملات التسويقية، وأصبحت تشارك في الإشراف على مختلف التفاصيل المتعلقة بالتسويق. وتؤكد أن هذا الانتقال ساعدها على اكتشاف جوانب جديدة من شخصيتها وقدراتها، وعزز ثقتها بنفسها، كما علّمها أن الانتقال إلى مجال جديد يمكن أن يكون فرصة حقيقية للنمو، وليس تحديًا فقط. وأسهمت التجربة كذلك في تطوير مهاراتها في التواصل والتنظيم والعمل الجماعي وتحمل المسؤولية والتعامل مع ضغط العمل وتعدد المهام. وتقول سناء إن كل مرحلة مرت بها في IDdesign أضافت إليها خبرة جديدة ومهدت للمرحلة التي تليها، مؤكدة أنها ما زالت تتعلم وتطمح إلى تطوير نفسها والوصول إلى مراحل أكبر في مسيرتها المهنية.

بمناسبة يوم المرأة العُمانية، توجه سناء رسالتها إلى الشابات في بداية مسيرتهن المهنية، داعية إياهن إلى الإيمان بأنفسهن وقدراتهن، وعدم الخوف من خوض تجارب جديدة أو الانتقال من مجال إلى آخر.

وترى أن الإنسان قد لا يبدأ دائمًا من المكان الذي يتخيله، إلا أن كل تجربة يمر بها تضيف إليه معرفة ومهارة، وتساعده على اكتشاف قدرات جديدة في نفسه. وتنصح كل شابة بالاستمرار في التعلم وتطوير المهارات ومنح نفسها الوقت الكافي للنمو والتقدم، مؤكدة أن لكل شخص رحلته الخاصة، وأن النجاح لا يأتي دائمًا بخطوة واحدة، بل هو نتيجة للاستمرار والاجتهاد والإيمان بالقدرات. وتضيف أن المرأة العُمانية اليوم لديها الكثير من الفرص لتثبت نفسها وترك بصمتها في مختلف المجالات، داعية الشابات إلى خوض التحديات وصناعة طريقهن بأنفسهن.

فاطمة البلوشي

من قسم المبيعات

تخوض فاطمة البلوشي تجربتها المهنية في قسم المبيعات في IDdesign، حيث تجمع طبيعة عملها بين فهم احتياجات العملاء، وتقديم الاستشارات، ومساعدتهم على اختيار الحلول المناسبة لمساحاتهم وأسلوب حياتهم.

وتشمل مهامها استقبال العملاء وتقديم استشارات بيع مخصصة، وفهم احتياجاتهم بدقة، ومساعدتهم في اختيار قطع الأثاث المناسبة. كما تقدم المشورة المتعلقة بتنسيق المساحات والألوان، وتوزيع الأثاث، واختيار الأقمشة والخامات الملائمة.

ولا تقتصر مسؤوليتها على مرحلة البيع، إذ تتابع رحلة العميل بدءًا من الشرح داخل المعرض، مرورًا بإنهاء المعاملات المالية، وصولًا إلى تنسيق عمليات التوصيل والتركيب، بما يضمن رضا العميل. كما تعمل ضمن فريق المبيعات للمساهمة في تحقيق المستهدفات البيعية ودعم نمو الحصة السوقية للشركة.

أسهمت تجربتها في قسم المبيعات في تطوير مجموعة من المهارات المهنية، من أبرزها إتقان البيع الاستشاري؛ إذ لم تعد ترى دورها مجرد بيع قطع أثاث، بل تقديم حلول متكاملة للمساحات، وهو ما عزز لديها مفهوم البيع المبني على القيمة والمنافع وليس السعر فقط.

كما طورت مهاراتها في التفاوض والإقناع من خلال التعامل اليومي مع شرائح مختلفة من العملاء، واكتسبت قدرة أكبر على فهم احتياجات العميل والتعامل مع اعتراضاته بطريقة مناسبة تساعده على اتخاذ القرار الصحيح.

ومن خلال عملها، تعمقت معرفتها بخامات الأثاث وجودة الأخشاب وتناسق الألوان والديكورات العصرية، وهو ما منحها خلفية فنية تدعم دورها في المبيعات والاستشارات.

ولم يقتصر أثر العمل على تطوير مهارات فاطمة المهنية، بل أسهم أيضًا في نموها على المستوى الشخصي. فقد عززت طبيعة العمل قدرتها على الاستماع الفعال والتواصل مع شخصيات مختلفة من العملاء، وجعلتها أكثر مرونة في التعامل وأكثر قدرة على فهم اختلاف احتياجاتهم وتوقعاتهم. كما أسهم التعامل مع مواعيد التسليم والتركيب وتلبية توقعات العملاء في تطوير صبرها وقدرتها على إدارة الضغوط وحل المشكلات بهدوء وثقة.

أما إدارة الوقت والمسؤولية، فقد تطورتا من خلال تنظيم المهام بين متابعة العملاء داخل المعرض، وإنهاء المعاملات، والتنسيق مع فرق الدعم والتوصيل، وهو ما عزز لديها الشعور بالمسؤولية تجاه العمل ومهّد لتطوير مهاراتها القيادية.

وإلى كل شابة عُمانية تخطو خطواتها الأولى في ميدان العمل، تؤكد فاطمة أن عليها أن تؤمن بقدراتها وبقدرتها على ترك بصمة مميزة في المجال الذي تختاره، وأن تجعل من الثقة والشغف والتعلم المستمر ركائز أساسية في رحلتها المهنية.

وترى أن البدايات قد تحمل بعض التحديات، لكن الصبر والعزيمة قادران على تحويل هذه التحديات إلى فرص حقيقية للنمو والنجاح. كما تشجع الشابات على تطوير مهاراتهن، ومواكبة المستجدات، وتقديم أفكار مبتكرة تسهم في تطوير بيئة العمل. وفي يوم المرأة العُمانية، توجه فاطمة رسالة إلى الشابات قائلة: «أنتِ امتداد لإرث عظيم من العطاء، وشريكة أساسية في صياغة مستقبل سلطنة عُمان ورؤيتها الطموحة. اجعلي من هذا اليوم انطلاقة جديدة لبناء مسيرة مهنية استثنائية». وتبقى الثقة بالنفس، والشغف بالتعلم، والمرونة، والإصرار، والقدرة على الابتكار، ركائز أساسية في أي رحلة مهنية؛ فكل تجربة، مهما بدت بسيطة في بداياتها، يمكن أن تكون خطوة نحو مرحلة جديدة من النمو والنجاح.

أحلام الخابورية

.. من فكرة عُمانية إلى علامة عربية



بدأت أحلام الخابورية رحلتها مع Baladi Baby من سؤال بسيط ولد مع الأمومة: لماذا لا تحمل منتجات أطفالنا شيئًا من ثقافتنا وهويتنا، بطريقة عصرية تشبه عالمهم؟ من هنا، تحولت الفكرة تدريجيًا إلى علامة عُمانية وصلت منتجاتها إلى أكثر من ٢٥ دولة، وحصدت المركز الأول في She's Next Oman ٢٠٢٦. اليوم، تنظر أحلام إلى ما هو أبعد من نجاح العلامة، وتحلم بأن تصبح علامتها جزءًا من طفولة جيل عربي يعتز بهويته، أينما كان. وفي «هنّ.. المستقبل»، تحكي عن رحلة بدأت بفكرة، وكبرت بالطموح، وما زالت تتطلع إلى العالم.

من هي أحلام الخابورية بعيدًا عن Baladi Baby وريادة الأعمال؟ وما الذي قادكِ إلى هذا الطريق؟

أنا أحلام الخابورية، أم قبل كل شيء، وشخصية تحب الإبداع وبناء الأفكار. خلفيتي المهنية في مجال المالية، لكنني دائمًا كنت أميل إلى الجانب الإبداعي وإلى العمل الذي يحمل معنى وقصة. في الحقيقة، لم أتخيل يومًا أن أصبح رائدة أعمال. بدأ اهتمامي الحقيقي بريادة الأعمال بعد أن أصبحت أمًا، إذ غيّرت الأمومة الطريقة التي أنظر بها إلى المنتجات التي نستخدمها يوميًا، وجعلتني أفكر أكثر في الهوية التي نريد أن تحيط بأطفالنا منذ سنواتهم الأولى. ومن هنا بدأت رحلتي في بناء مشروع يجمع بين الأمومة والثقافة والتصميم.

كيف وُلدت فكرة Baladi Baby؟ وما الفجوة التي أردتِ أن تسديها في سوق منتجات الأطفال؟

بدأت الفكرة بعد ولادة ابنتي. كنت أبحث لها عن منتجات أطفال جميلة وعصرية، لكنني لاحظت أن معظم المنتجات المتوفرة لا تعكس ثقافتنا العربية أو هويتنا. شعرت بوجود فجوة واضحة في السوق: لماذا لا توجد منتجات للأطفال تحمل تفاصيل من ثقافتنا، لكن بطريقة حديثة وجميلة يمكن أن نستخدمها بكل فخر؟ رغم ذلك، لم أبدأ المشروع مباشرة. كنت خائفة من ترك مسيرتي المهنية التي بنيتها لسنوات، ومن استبدال الاستقرار بشيء غير مضمون. وبعد ولادة ابني، شعرت أنني لم أعد أريد تأجيل الفكرة أكثر، فبدأت Baladi Baby فعليًا بمنتج بسيط، ثم تطورت تدريجيًا إلى علامة تقدم منتجات للأطفال تحمل تفاصيل من ثقافتنا العربية، وتساعدهم منذ سنواتهم الأولى على الشعور بالانتماء والفخر بهويتهم.

متى شعرتِ للمرة الأولى أن Baladi Baby بدأت تتجاوز حدود الفكرة لتصبح علامة لها حضورها الخاص؟

لم تكن هناك لحظة واحدة، بل مجموعة من اللحظات الصغيرة التي جعلتني أشعر بأن المشروع بدأ يكبر. عندما بدأ العملاء يعودون للشراء، ثم استقبلنا طلبات من خارج عُمان، وبعدها بدأت متاجر ومؤسسات في دول مختلفة بالتواصل معنا، شعرت أن العلامة بدأت تتجاوز حدود السوق المحلي. اليوم، وصلنا إلى عملاء في أكثر من ٢٥ دولة حول العالم، ووصلت منتجات Baladi Baby إلى الولايات المتحدة وأستراليا أيضًا. وهذا جعلني أؤمن أكثر بأن ما نبنيه يمكن أن يتجاوز حدود المكان. لا ننس أن العرب موجودون في أنحاء العالم، وتجمعنا الكثير من القيم والذكريات والتفاصيل الثقافية المشتركة. وأؤمن بأن العلامة يمكن أن تخاطب هذا المجتمع كله، سواء من يعيش في المنطقة أو خارجها، وتمنح أبناءنا منتجات تعكس جزءًا من هويتهم أينما كانوا.

فوزكِ بالمركز الأول في She's Next Oman ٢٠٢٦ وحصولك على الجائزة الكبرى بقيمة ٢١ ألف ريال عُماني كان محطة مهمة. ماذا مثّل لكِ هذا الفوز؟

كان الفوز بالنسبة لي أكثر من مجرد جائزة مالية؛ كان اعترافًا بالفكرة وبكل السنوات التي قضيتها في بناء مشروعي خطوة بخطوة. كنت أتابع بعض العلامات التي فازت بمبادرة She's Next في دول خليجية أخرى خلال السنوات الماضية، وهي علامات أحبها وأحترم ما بنته. لذلك عندما أصبحت Baladi Baby أيضًا من العلامات الفائزة، شعرت بوضوح أن علامتنا تستحق أن تكون بين هذه الأسماء.



عندما تبدأ مشروعًا من الصفر، تمر بلحظات كثيرة من الشك والتساؤل: هل الفكرة قوية؟ وهل يمكن أن تكبر؟ لذلك كان الفوز بالنسبة لي تأكيدًا بأن ما نبنيه لديه قيمة حقيقية وإمكانية للنمو. كما شعرت بفخر كبير لأن علامة عُمانية تحمل الهوية العربية استطاعت أن تحظى بثقة لجنة التحكيم وتحصل على هذه الفرصة.

كيف ستستثمرين قيمة الجائزة في المرحلة المقبلة؟

المرحلة المقبلة بالنسبة لنا هي مرحلة توسع حقيقية. استخدمنا جزءًا من قيمة الجائزة في تطوير فئات جديدة من المنتجات، وإعادة طلب المنتجات التي أثبتت نجاحها، والعمل على تصاميم جديدة، إلى جانب الاستثمار في التسويق والوصول إلى جمهور أكبر. كما خصصنا جزءًا منها لدعم تعاون جديد مع علامة إقليمية معروفة، وهو من المشاريع المهمة لنا في المرحلة المقبلة. الهدف ليس فقط زيادة عدد المنتجات، بل استخدام الجائزة بطريقة تساعد Baladi Baby على النمو بشكل أقوى وأكثر استدامة، وبناء علامة متكاملة تستطيع المنافسة إقليميًا وعالميًا.

ما الذي تعتقدين أنه جعل Baladi Baby تصل إلى المركز الأول في She's Next؟

أعتقد أن أحد أهم أسباب تميز Baladi Baby هو وضوح هويتها ورسالتها. نحن لا نصنع منتجات أطفال جميلة فقط، بل لدينا هدف واضح: أن يرى الطفل العربي ثقافته وهويته ممثلة في الأشياء التي تحيط به منذ سنواته الأولى. وبالنسبة لي، الشغف مهم جدًا، لكنه لا يكفي وحده. يجب أن تكون وراءه خطة قوية وواضحة. وأعتقد أنني استطعت أن أوضح للجنة التحكيم أن Baladi Baby ليست مجرد فكرة أحبها، بل مشروع لديه نموذج تجاري حقيقي، ومنتجات أثبتت وجودها في السوق، وقاعدة عملاء تتوسع، ووصول إلى عدة دول، وخطة مدروسة للتوسع.

بدأتِ من خلفية في المالية، وليس في التصميم أو تطوير المنتجات. ما أصعب ما واجهتِه في بناء مشروعك؟

من أكبر التحديات أنني بدأت من الصفر فعلًا. لم تكن لدي خبرة سابقة في تأسيس المشاريع، ولم تكن لدي شبكة علاقات في هذا المجال. كانت خلفيتي في المحاسبة والمالية، ولم تكن لدي خبرة في ريادة الأعمال أو التصميم أو تطوير المنتجات. لذلك اضطررت إلى تعلّم كل شيء خطوة بخطوة. وفي بداية المشروع كنت أقوم تقريبًا بكل شيء بنفسي: تطوير المنتجات والتصميم والتصنيع، والمبيعات والتسويق والعمليات. وأحد أهم الدروس التي تعلمتها هو أن المنتج الجيد وحده لا يكفي. عليكِ أن تعرفي كيف تسوّقينه، وتديرين المخزون والتدفقات النقدية والعمليات، وتبنين علاقة قوية مع العميل. كما تعلمت أن النمو يحتاج إلى الصبر. النجاح الذي نراه من الخارج قد يبدو لحظة واحدة، لكنه في الحقيقة نتيجة مئات القرارات والخطوات الصغيرة التي تتراكم مع الوقت.

Baladi Baby علامة عُمانية، لكنها تستهدف سوقًا عربيًا وعالميًا. كيف توازنين بين الهوية والطموح للتوسع؟

أنا فخورة جدًا بأن Baladi Baby علامة عُمانية، وهذا جزء أساسي من هويتها وقصتها. وفي الوقت نفسه، طموحنا أن نرى علامة عُمانية حاضرة على المستوى العالمي، وتمثل المنطقة بثقافتها وهويتها وجمال تفاصيلها. ولهذا، تستلهم Baladi Baby من ثقافات وتراث المنطقة بشكل عام، ومن التفاصيل التي نعرفها ونحبها ونشترك فيها، مع الحفاظ دائمًا على جذورها العُمانية. بالنسبة لي، لا يوجد تعارض بين أن نكون علامة عُمانية بكل فخر، وأن نخاطب جمهورًا خليجيًا وعربيًا أوسع. بل أرى أن هذه إحدى نقاط قوتنا: أن ننطلق من عُمان، ونحمل معنا جزءًا من هوية المنطقة إلى العالم.

من تجربتكِ، ما الذي تحتاجه المرأة العُمانية اليوم لتنتقل من امتلاك مشروع صغير إلى بناء علامة قابلة للنمو والاستمرار؟

أعتقد أننا نعيش مرحلة مهمة جدًا بالنسبة للمرأة العُمانية في ريادة الأعمال،











وهناك عدد متزايد من النساء اللاتي يبدأن مشاريع قوية ومبتكرة. لكن ريادة الأعمال ليست طريقًا سهلًا، وخصوصًا بالنسبة للأم. فالأمهات يحملن الكثير من المسؤوليات في الوقت نفسه، ومن السهل أحيانًا أن نشعر بالإرهاق أو نشك في قدرتنا على الاستمرار. لذلك من المهم أن ندخل هذا الطريق ونحن ندرك أنه يحتاج إلى صبر ونَفَس طويل، وأن الصعوبات لا تعني بالضرورة أن المشروع لن ينجح. أما الانتقال من مشروع صغير إلى علامة ناجحة ومستدامة، فيحتاج إلى التمويل والإرشاد وشبكات العلاقات والوصول إلى الأسواق، إلى جانب المعرفة المالية والإدارية. أحيانًا تكون الفكرة ممتازة والشغف موجودًا، لكن التحدي الحقيقي هو تحويل ذلك إلى نموذج عمل قوي وقابل للنمو والاستمرار.

لو نظرنا إلى Baladi Baby بعد خمس سنوات، أين تتمنين أن تكون؟ وما الحلم الأكبر الذي تعملين من أجله اليوم؟

أتمنى أن تصبح Baladi Baby واحدة من أبرز العلامات العربية المتخصصة في منتجات الأطفال، وأن تكون علامة عُمانية حاضرة بقوة على المستوى الإقليمي والعالمي. أحلم بأن تدخل العلامة إلى متاجر كبرى وأسواق عالمية، وأن تتوسع إلى فئات أكثر من المنتجات، مع الحفاظ دائمًا على الهوية التي بدأت منها. لكن الحلم الأكبر بالنسبة لي يتجاوز المنتجات نفسها. أريد أن ينشأ جيل من الأطفال العرب وهو يرى ثقافته وهويته ممثلتين أمامه بشكل جميل وحديث، سواء كان يعيش في المنطقة أو في أي مكان آخر في العالم. أريد أن تكون Baladi Baby جزءًا من طفولتهم وذكرياتهم، وأن يشعروا منذ صغرهم بأن هويتهم شيء جميل يستحق أن يفخروا به. إذا استطعنا أن نحقق ذلك، فسأشعر أننا بنينا شيئًا أكبر بكثير من مجرد علامة تجارية ناجحة.

«هنّ.. المستقبل» هو عنوان عددنا. ماذا تعني لكِ هذه العبارة عندما تفكرين في المرأة العُمانية؟

بالنسبة لي، عبارة «هنّ.. المستقبل» تعكس واقعًا نراه اليوم يتشكل أمامنا. المرأة العُمانية موجودة في مختلف القطاعات، وتؤسس الشركات، وتقود الفرق، وتبتكر مشاريع جديدة، وأعتقد أن دورها في الاقتصاد سيصبح أكبر خلال السنوات القادمة.

ما أتمناه هو أن نرى المزيد من النساء ينتقلن من تأسيس المشاريع الصغيرة إلى بناء شركات وعلامات قادرة على التوسع خارج عُمان. لدينا في عُمان الكثير من المواهب والأفكار، وإذا توفرت لها البيئة المناسبة والدعم والفرص، فأعتقد أن المرأة العُمانية ستكون جزءًا أساسيًا من الجيل القادم من الشركات والعلامات التي تمثل عُمان إقليميًا وعالميًا. ويشرفني جدًا أن أكون جزءًا من عدد يحمل موضوعًا بهذه الأهمية، وأن أُختار لتمثيل المرأة العُمانية، وهذا أمر أعتز به كثيرًا.

الانستغرام: baladi.baby



عهود الشبلي

.. من خلية صغيرة إلى علامة تحمل قصة عُمان

هي تبني



منذ أن بدأت عهود الشبلي رحلتها مع النحل والعسل عام ٢٠١١، لم تنظر إلى المنتج العُماني بوصفه سلعة فحسب، بل رأت فيه حكايةً وهويةً وفرصةً لصناعة علامة تتجاوز حدود الوطن. ومن مشروع منزلي صغير، وُلدت «يبياب وبرم»، التي تواصل اليوم تطوير حضورها والتوسع في أسواق جديدة. وفي هذا الحوار، تتحدث عهود عن الابتكار والاستمرارية، وعن طموحها في أن تحمل علامتها قصة العسل العُماني واسم عُمان إلى العالم.

بدايةً ما الذي قادكِ إلى عالم النحل والعسل وريادة الأعمال؟

آمنت منذ البداية بأن الفكرة الصغيرة يمكن أن تتحول إلى أثر كبير إذا وجدت الشغف والإصرار. بدأت رحلتي في عالم ريادة الأعمال من شغف حقيقي بالمنتج العُماني، وبالرغبة في تقديمه بصورة تليق بقيمته ومكانته. دخلت عالم النحل والعسل منذ عام ٢٠١١، وكانت البداية أقرب إلى مشروع بسيط من المنزل، لكن مع مرور السنوات أدركت أن العسل العُماني ليس مجرد منتج غذائي، بل جزء من بيئتنا وتراثنا وهويتنا. ومن هنا بدأت رحلة «يبياب وبرم»؛ رحلة هدفي فيها أن أحوّل هذا المنتج الأصيل إلى علامة تجارية عُمانية حديثة تستطيع أن تصل إلى الناس داخل عُمان وخارجها. أما ريادة الأعمال، فعلّمتني أن النجاح لا يبدأ دائماً برأس مال كبير، وإنما يبدأ بفكرة تؤمن بها، واستعداد لأن تتعلم وتجرّب وتتعثر ثم تعود أقوى.

بعد سنوات من تأسيس «يبياب وبرم»، ما الذي تغيّر في المشروع وفيكِ أنتِ كصاحبة مشروع؟ وما الإنجاز الذي تقولين إنه نقل العلامة إلى مرحلة جديدة؟

بعد سنوات من العمل، لم يتغير «يبياب وبرم» فقط، بل تغيرت عهود أيضاً. بدأت بمشروع صغير نابع من الشغف، ومع الوقت أصبحت أراه علامة تجارية تحمل هوية وقصة ورسالة، وتحتاج إلى رؤية واضحة واستمرارية وتطوير دائم. وكان اختيار «يبياب وبرم» من بين ست شركات للمشاركة في تدشين منتج ريفي في دار الأوبرا السلطانية، برعاية السيدة الجليلة عهد بنت عبدالله البوسعيدية، محطة فارقة بالنسبة لي. لم تكن المشاركة مجرد حضور في فعالية، بل فرصة لمشاركة قصة العلامة وتجربتي في بنائها، والوقوف أمام عدد من أصحاب السمو والمعالي، إلى جانب لقائي بالسيدة الجليلة والحديث معها عن منتجاتنا، وإبدائها إعجابها بما نقدمه. منحتني هذه التجربة قناعة بأن المنتج الريفي العُماني قادر على الوصول إلى منصات رأقية، وأن المشروع الصغير يمكن أن يصل إلى مستويات لم نتخيلها في البداية. ومنذ ذلك الوقت، أصبح طموحي أكبر؛ فلم أعد أريد فقط بيع العسل، بل بناء علامة عُمانية تحمل قيمة وقصة تصل إلى خارج عُمان.

فوز «يبياب وبرم» بجائزة اختيار الجمهور في She's Next Oman ٢٠٢٦ وضع المشروع أمام جمهور أوسع.. ماذا يعني لكِ أن يكون الجمهور نفسه هو من اختار مشروعكِ؟ وهل غيّر ذلك شيئاً في خططكِ؟

أن يختارك الجمهور تحديداً له معنى مختلف؛ لأنك لا تحصلين فقط على جائزة، بل تحصلين على ثقة الناس. بالنسبة لي كانت لحظة تقول: «استمري، ما تقدمينه له قيمة». وهذه الثقة حمّلتني مسؤولية أكبر تجاه العلامة وتجاه كل شخص آمن بها. بالتأكيد أثّر ذلك في خططنا؛ أصبح لدينا طموح أكبر للتوسع، وتطوير المنتجات، وتعزيز حضور «يبياب وبرم» كعلامة عُمانية قادرة على المنافسة، وليس فقط كمشروع محلي.

العسل العُماني يحمل قيمة مرتبطة بالبيئة والتراث، لكن تحويله إلى علامة قادرة على المنافسة يحتاج إلى ابتكار مستمر. ما الذي تعملين عليه اليوم لتطوير «يبياب وبرم»؟

نعمل اليوم على أكثر من جانب في الوقت نفسه: تطوير المنتجات، وتحسين تجربة العميل، وتطوير التغليف، وتوسيع قنوات البيع والوصول إلى أسواق جديدة. كما نعمل على تقديم العسل بطريقة تتناسب مع المستهلك الحديث، مع الحفاظ على أصالته وهويته. بالنسبة لي، الابتكار لا يعني أن نغيّر المنتج العُماني، بل أن نكتشف طرقاً جديدة تجعل العالم يراه ويقدّر قيمته. وطموحنا أن تصبح «يبياب وبرم» أكثر من مجرد علامة لبيع العسل؛ نريد أن نبني تجربة مرتبطة بالعسل العُماني والمنتجات المستمدة منه، وتحمل قصة المكان والإنسان العُماني.

من واقع تجربتكِ، ما الذي يحتاجه قطاع العسل العُماني اليوم حتى ينتقل من مشاريع فردية إلى صناعة أكثر حضوراً وتنافسية؟

نحتاج إلى منظومة متكاملة، تبدأ من دعم النحال وتطوير ممارسات تربية النحل، مروراً بالجودة والفحص والتصنيف والتعبئة والتصنيع، وصولاً إلى التسويق والتصدير. كما نحتاج إلى تعزيز ثقافة العلامة التجارية، لأن جودة المنتج وحدها لا تكفي في الأسواق العالمية. يجب أن نعرف كيف نروي قصة العسل العُماني، وكيف نحافظ على أصالته، وفي الوقت نفسه نقدمه بمعايير تنافسية عالمية. وأعتقد أن الشراكة بين النحالين ورواد الأعمال والجهات الحكومية والقطاع الخاص يمكن أن تصنع فرقاً حقيقياً في تحويل العسل العُماني من منتج محلي إلى قطاع اقتصادي أكثر قوة.



ما الأسواق أو الفرص التي ترين أن «يبياب وبرم» قادرة على الوصول إليها؟

بدأ التوسع خارج عُمان فعلياً، إذ أصبحت لـ«يبياب وبرم» منافذ بيع في الرياض بالمملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة. وكانت هذه الخطوة مهمة لاختبار المنتج في أسواق جديدة والتعرف إلى احتياجات المستهلك خارج السلطنة. ونطمح إلى توسيع حضور العلامة خليجياً، ثم الوصول إلى أسواق أخرى ترى قيمة في المنتجات الطبيعية والأصيلة ذات الهوية الواضحة. وأؤمن بأن العسل العُماني قادر على المنافسة عالمياً، ليس فقط لجودته، بل للقصة التي يحملها عن البيئة العُمانية والنحال العُماني وتنوع السلطنة الطبيعي. طموحي أن تتحول «يبياب وبرم» من علامة عُمانية موجودة في أسواق خارجية إلى علامة حاضرة في أسواق العالم، تحمل معها اسم عُمان وقصة عسلها.

ماذا تعلّمتِ من النحل نفسه؟ وهل هناك درس في الصبر أو التنظيم أو العمل الجماعي انعكس على طريقتكِ في إدارة مشروعكِ؟

النحل مدرسة كاملة في الإدارة والحياة. علّمني أن العمل الجماعي يصنع نتائج أكبر من الجهد الفردي، وأن لكل فرد دوره مهما كان صغيراً، وأن التنظيم والاستمرارية أهم من العمل العشوائي. وأكثر درس قريب إلى قلبي هو الصبر. النحلة لا تنتج العسل في يوم واحد، وكذلك المشاريع لا تُبنى في يوم واحد. هناك وقت للعمل، ووقت للتعلم، ووقت للانتظار، ثم تأتي النتيجة في الوقت المناسب. وأعتقد أن هذا الدرس انعكس كثيراً على شخصيتي كرائدة أعمال: لا أستعجل النتائج، لكنني لا أتوقف عن العمل من أجلها.

كيف تنظرين إلى حضور المرأة العُمانية في قطاعات مثل الزراعة وتربية النحل والصناعات الغذائية؟ وهل تعتقدين أن المستقبل سيفتح لها مساحات أكبر في هذه المجالات؟

المرأة العُمانية أثبتت أنها قادرة على الحضور في مختلف القطاعات، وليس فقط القطاعات التقليدية التي اعتدنا أن نراها فيها. وجود المرأة في الزراعة وتربية النحل والصناعات الغذائية وريادة الأعمال مهم جداً؛ لأنها لا تضيف فقط كفاءة اقتصادية، بل تضيف أيضاً أفكاراً جديدة وطريقة مختلفة في تطوير المنتجات والأسواق. وأعتقد أن المستقبل سيمنح المرأة مساحات أكبر، لكن الأهم أن نكون مستعدات لهذه المساحات بالعلم والخبرة والجرأة على اتخاذ القرار.

عندما تتخيلين «يبياب وبرم» بعد خمس سنوات، ما الذي ترينه أمامك؟

أحلم بأن تكون «يبياب وبرم» علامة عُمانية تُذكر عندما يُذكر العسل العُماني في الأسواق العالمية. لا أريد أن يكون نجاحنا مجرد أرقام مبيعات؛ أريد أن يكون لنا أثر في تطوير قطاع العسل، ودعم النحالين، وخلق قيمة مضافة للمنتج العُماني.

بعد خمس سنوات أتمنى أن أرى منتجاتنا في أسواق مختلفة حول العالم، وأن أقول بفخر: هذه علامة بدأت من عُمان، وحملت معها قصة عُمانية إلى العالم.

امرأة عُمانية تلهمك؟

السيدة الجليلة عهد بنت عبدالله البوسعيدية تلهمني كثيراً، لما تمثله من حضور إنساني واهتمام بالمرأة العُمانية وتمكينها ودعم طموحاتها. وأطمح في المستقبل أن أكون مثلها في الأثر، وأن أستطيع أن أمد يدي لرائدات الأعمال العُمانيات، وأدعمهن وأفتح لهن الأبواب، وأساعدهن على الوصول إلى أقصى طموحاتهن وتحويل أفكارهن إلى مشاريع ناجحة ومستدامة. لأن أجمل ما يمكن أن يحققه الإنسان بعد أن يصل، هو أن يساعد غيره على الوصول.

مهارة يحتاجها رائد الأعمال في المستقبل؟

القدرة على التكيف. فالعالم يتغير بسرعة، والتقنية والذكاء الاصطناعي يغيران طريقة العمل والأسواق. رائد الأعمال الذي يتعلم ويتكيف ويعيد ابتكار نفسه ستكون لديه دائماً فرصة للاستمرار.

ما الذي تتمنين أن يتغير في عالم ريادة الأعمال خلال السنوات المقبلة؟

أتمنى أن ننتقل من ثقافة الاحتفاء بالبدايات فقط إلى ثقافة دعم الاستدامة والنمو. كثير من المشاريع تبدأ بشكل جميل، لكن التحدي الحقيقي هو كيف تستمر، وتكبر، وتخلق وظائف وقيمة اقتصادية حقيقية.

عُمان في عينيكِ بعد ٢٠٤٠.. كيف تتخيلينها؟

أتخيل عُمان أكثر حضوراً على الخريطة الاقتصادية العالمية؛ دولة تحافظ على هويتها وأصالتها، وفي الوقت نفسه تقود الابتكار وتدعم الشباب والمرأة ورواد الأعمال. أتمنى أن يكون اسم عُمان مرتبطاً بالجودة والابتكار والاستدامة، وأن تصبح المنتجات العُمانية قادرة على الوصول إلى أسواق العالم بثقة.

كلمة تصفين بها المرأة العُمانية في المستقبل؟

صانعة.. صانعة للفرص، وصانعة للتغيير، وصانعة للمستقبل.

لو كان بإمكانكِ إرسال رسالة إلى عهود بعد ١٠ سنوات، ماذا ستقولين لها؟

سأقول لها: «أتمنى أنكِ لم تنسي أبداً المرأة التي بدأت من فكرة صغيرة، وآمنت بها رغم كل التحديات. أتمنى أنكِ حافظتِ على شغفكِ، وعلى قيمكِ، وعلى إيمانكِ بأن النجاح الحقيقي ليس فقط في الوصول، وإنما في الأشخاص والفرص والأثر الذي تركتِه خلفكِ. وإذا وصلتِ إلى المكان الذي حلمتِ به، فتذكري دائماً أن أجمل الإنجازات هي التي بدأناها بحب، وأكملناها بإصرار، وتركنا من خلالها أثراً يستحق أن يُروى».

الانستغرام: ypyap_and_param

DEEPAL

لامِس المستقبل

علامة ديبال لمركبات الطاقة الجديدة التابعة لمجموعة شانجان



جي318

بلاتينيوم

طراز ٢٠٢٧

أقساط شهرية
١٨٥ج.م*
لمدة ٦ سنوات

محرك مزدوج **بقوة قصوى ٤٣٠ حصان**،
المدى الإجمالي المشترك **أكثر من ٨٤٨ كلم (وفقًا لمعيار WLTC)***،
SUV ذات دفع بكامل العجلات (AWD) بمحركين كهربائيين



إس07

طراز ٢٠٢٧

أقساط شهرية
١٨٠ج.م*
لمدة ٦ سنوات

محرك كهربائي خلفي **بقوة قصوى ٢٣٥ حصان**،
المدى الإجمالي المشترك **أكثر من ٩٠٠ كلم**
(وفقًا لمعيار WLTC)*، دفع خلفي



إس05

طراز ٢٠٢٧

أقساط شهرية
١٤٥ج.م*
لمدة ٦ سنوات

محرك كهربائي خلفي **بقوة قصوى ٢١٤ حصان**،
المدى الإجمالي المشترك **أكثر من ١٠٠٠ كلم (وفقًا لمعيار WLTC)***،
دفع خلفي (محرك كهربائي خلفي فقط)

ضمان المصنع
٦ سنوات أو ٢٥٠,٠٠٠ كلم*
*(أيهما أسبق)
MANUFACTURING WARRANTY
6 YEARS OR 250,000 KMS*
*(WHICHEVER IS EARLIER)

ضمان بطارية الطاقة
٨ سنوات أو ٢٥٠,٠٠٠ كلم*
*(أيهما أسبق)
POWER BATTERY WARRANTY
8 YEARS OR 250,000 KMS*
*(WHICHEVER IS EARLIER)

deepaloman deepaloman.official www.deepaloman.com

تطبق الشروط والأحكام. *يتم احتساب القسط الشهري الميسر بناءً على دفعة مقدمة ٢٠٪ فترة سداد للقرض ٦ سنوات، خاضع لموافقات الائتمان من البنوك فقط. ينطبق فقط، قد تختلف المواصفات حسب نوع الطراز. في حالة أي طلب أو استفسار يرجى زيارة صالة عرض شانجان، لتجربة قيادة الطراز المختار والحصول على كافة التفاصيل ذات الصلة بالسعر، والعروض الترويجية السارية.

الخليج العربي للسيارات والمعدات ش.م.م

صالات العرض: القرم ٩٦٦٢٠٤٣٥، صحار ٩٦٦٢٠٤٧٥، صلالة ٩٦٦٢٩٠٥٠

مراكز المبيعات: الموالح ٩٧٨٨٨١٨٠، نزوى ٩٦٦٢٨٩٤٠، عبري ٩٦٦٢٨٩٣٠، بركاء ٩٦٦٢٩٠١٠، صور ٩٦٦٢٨٩٢٠

٨٠٠٥٠٨٠٠

CHANGAN

UNI

إشتر إحدى سيارات شانجان يوني وإستمتع بضمان ٦ سنوات غير محدد المسافة

إختار سيارتك المفضلة من بين تشكيلة سيارات يوني وتمتع بأقساط شهرية مُخفضة





UNI-K 4WD ترند

محرك تيربو سعة ٢٫٠ لتر، قوة ٢٣٣ حصان،
ناقل حركة أوتوماتيكي ٨ سرعات، دفع رباعي

أقساط شهرية
١٥٠ج.م*
لمدة ٦ سنوات

UNI-S 4WD رويال

محرك تيربو بسعة ١٫٥ لتر، ١٨٥ حصان،
ناقل حركة ثنائي التعشيق ٧ سرعات، دفع رباعي

أقساط شهرية
١٤٤ج.م*
لمدة ٦ سنوات





UNI-T سبورت الجديدة كليا

محرك تيربو بسعة ٢٫٠ لتر، ٢٣٠ حصان
ناقل حركة أوتوماتيكي ٨ سرعات، دفع ثنائي

أقساط شهرية
١٥٠ج.م*
لمدة ٦ سنوات

UNI-V 2.0T الفخمة

محرك تيربو بسعة ٢٫٠ لتر، ٢٤٢ حصان
ناقل حركة أوتوماتيكي ٨ سرعات

أقساط شهرية
١٤٨ج.م*
لمدة ٦ سنوات

ضمان سوبر ٦ سنوات غير محدد المسافة#

#تطبق الشروط والأحكام. *يتم احتساب القسط الشهري الميسر بناءً على دفعة مقدمة ٢٠٪ فترة سداد للقرض ٦ سنوات، خاضع لموافقات الائتمان من البنوك فقط. ينطبق على المركبات المشتراة للاستخدام الشخصي. الصور المعروضة لأغراض توضيحية فقط. قد تختلف المواصفات حسب نوع الطراز. في حالة أي طلب أو استفسار يُرجى زيارة صالة عرض شانجان، لتجربة قيادة الطراز المختار والحصول على كافة التفاصيل ذات الصلة بالسعر، والعروض الترويجية السارية.

الخليج العربي للسيارات والمعدات ش.م.م

صالات العرض:
القرم ٩٤٦٤١٠١٠، الموالح ٩٧٨٨٨١٨٠، نزوى ٩٦٦٢٨٩٤٠
صحار ٩٥٣٥١٢٠٠، صلالة ٩٦٦٢٩٠٥٠، عبري ٩٦٦٢٨٩٣٠
بركاء ٩٦٦٢٩٠١٠، صور ٩٦٦٢٨٩٢٠

٨٠٠٥٠٨٠٠
٩٦٦٢٨٩٠٩
changanoman
www.changanoman.com

زلفة البرواني

سنوات من الجمال ترسم ملامح الغد



شهدت صناعة الجمال تحولات كبيرة خلال السنوات الماضية، فلم تعد تقتصر على المكياج والعناية التقليدية، بل أصبحت قطاعاً سريع التطور تتداخل فيه التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي والابتكار وريادة الأعمال. وتأتي زلفة البرواني في مقدمة الأسماء العُمانية التي عاصرت هذا التحول عن قرب، وشاركت في تشكيل ملامح قطاع الجمال وتطوره في السلطنة. وبعد سنوات من العمل والإنجاز في هذا المجال، تواصل زلفة رحلتها برؤية تتجاوز ما حققته إلى ما يمكن أن تصنعه صناعة الجمال في المستقبل. في هذا الحوار، تتحدث لـ«هنّ» عن أبرز التحولات التي شهدها القطاع، والمحطات التي صنعت تجربتها، وكيف تغيرت رؤيتها مع تغير الصناعة، وما الذي تتوقعه لمستقبل الجمال والمرأة العُمانية في هذا المجال.

بدأتِ رحلتكِ في مجال الجمال منذ سنوات طويلة، كيف كانت صناعة الجمال في عُمان آنذاك، وما أبرز التحولات التي شهدتها حتى اليوم؟

في بداياتي، كان الاهتمام بالجمال يرتبط أكثر بالخدمات الأساسية والاستعداد للمناسبات، وكانت الخيارات المتاحة أقل تنوعًا. ومن خلال تجربتي، رأيت كيف أصبحت العناية بالبشرة والشعر والجسم جزءًا من الحياة اليومية لدى كثير من النساء. كذلك أصبحت الزبونة أكثر اطلاعًا، تسأل عن المنتج ومكوناته وعن الخدمة ونتائجها المتوقعة. وهذا التحول يدفعنا باستمرار إلى التعلم والتطوير والاهتمام بالتفاصيل.

ما التغيير الذي ترينه الأكثر تأثيرًا: تطور التقنيات والمنتجات، أم تغير احتياجات المرأة ونظرتها إلى الجمال؟

أرى أن تغير نظرة المرأة إلى الجمال هو الأكثر تأثيرًا؛ لأن احتياجاتها هي التي تحدد قيمة أي منتج أو تقنية. المرأة تريد خيارات تناسب ملامحها وعمرها وأسلوب حياتها، وتبحث عن الراحة والثقة بنفسها. والتقنيات تساعدنا على الاستجابة لهذه الاحتياجات، لكن نجاحنا يبدأ بالاستماع إليها وفهم ما تريده فعلًا.

ما أبرز إنجاز أو محطة في مسيرتكِ تشعرين بأنها صنعت فارقًا حقيقيًا في رحلتكِ المهنية؟

بناء اسم «صالون وسبا الليلك>> يمثل محطة أساسية في مسيرتي، لأنه يحمل سنوات من العمل والتعلم والعلاقة المباشرة مع الزبونات. كذلك شكّلت تجربتي مع محلات «فارماسي» لبيع مستحضرات التجميل في المجمعات التجارية والأونلاين محطة مهمة، فتوسعت خبرتي لتشمل المنتجات والتسويق والتوزيع والوصول إلى جمهور أوسع. وأعتز خصوصًا بالثقة التي أبنيها مع المرأة؛ فكل زبونة تعود إلينا أو توصي بنا تحملني مسؤولية المحافظة على هذه الثقة.

كيف أثرت وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الجمال، وفي طريقة بناء الخبيرات ورائدات الأعمال لأسمائهن ومشاريعهن؟

أعطتنا وسائل التواصل فرصة لنعرض أعمالنا ونشرح خدماتنا ونتواصل مباشرة مع الناس. ومن تجربتي، وجود صاحبة المشروع وظهورها بشخصيتها يساعد الجمهور على التعرف إلى رؤيتها وطريقة عملها. لكن هذا الحضور يحتاج إلى صدق واستمرارية؛ فما نعرضه على الشاشة يجب أن ينعكس في تجربة الزبونة. الانتشار يفتح الباب، وجودة العمل تجعل العلاقة تستمر.

بعد سنوات من الخبرة، كيف تغيرت رؤيتكِ للجمال ولإدارة مشروع في هذا القطاع؟

أصبحت أرى الجمال بصورة أكثر هدوءًا ونضجًا، وأقدّر ما يناسب كل امرأة ويُظهر شخصيتها. وفي الإدارة، تعلمت أن الشغف يحتاج إلى تنظيم ومتابعة وفريق يتحمل المسؤولية. أصبحت أهتم أكثر بتفاصيل مثل الاستقبال والنظافة والمواعيد وطريقة التعامل مع الملاحظات، وأقيّم أي خطوة تطوير بحسب فائدتها للزبونة وقدرتنا على تقديمها بمستوى ثابت.

ما الذي تعملين عليه اليوم ويعكس المرحلة الجديدة من مسيرتكِ؟

أركز اليوم على تطوير تجربة الزبونة في «الليلك»، وتعريف شريحة أوسع بالخدمات والمنتجات التي نقدمها. ويشغلني كيف نحول الاهتمام عبر وسائل التواصل إلى علاقة مستمرة مع الزبونة، وكيف نجعل اختيار الخدمة والحجز والمتابعة أكثر سهولة. هذه المرحلة بالنسبة لي هي مرحلة الاستفادة من الخبرة لاتخاذ قرارات أوضح، وتقديم قيمة تلمسها الزبونة في كل زيارة.





كيف تنظرين إلى دخول الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا بقوة إلى صناعة الجمال؟ وهل تتوقعين أن تغير شكل القطاع جذريًا؟

أنظر إليها باهتمام، وأتوقع أن تغيّر كثيرًا من طرق العمل، سواء في فهم تفضيلات الزبونات أو تجربة الإطلالات أو تنظيم الخدمات والتواصل. وأرى أن استخدامها يحتاج إلى وعي، خصوصًا عند التعامل مع الصور والبيانات الشخصية. بالنسبة لي، تظل خبرة المختصة وحسن تقديرها أساسيين، وتكون التكنولوجيا أكثر فائدة عندما تساعدها على تقديم خدمة أدق وتجربة أفضل.

ما أبرز الفرص التي ترينها أمام المرأة العُمانية في صناعة الجمال خلال السنوات المقبلة؟

أرى فرصًا في التخصص المهني، وتطوير المنتجات والعلامات المحلية، والتدريب والتجارة الإلكترونية وصناعة المحتوى المتخصص. والمرأة العُمانية قريبة من احتياجات مجتمعها وتفهم ذوقه، وهذه نقطة قوة يمكن أن تبني عليها مشروعًا مميزًا. وأنصح من تدخل هذا المجال أن تستثمر في مهارتها ومعرفتها بالإدارة والتسعير وخدمة العملاء، وأن تمنح نفسها الوقت لبناء سمعة تستحق الثقة.

كيف تتوقعين أن تبدو صناعة الجمال في عُمان خلال السنوات العشر القادمة، وهل يمكن أن تصل العلامات والمواهب العُمانية إلى حضور خليجي وعالمي أكبر؟

أتوقع أن نرى تخصصًا أكبر في الخدمات، واهتمامًا أوسع بالتدريب والجودة وتجربة الزبونة، إلى جانب حضور رقمي أقوى للمشاريع. وأؤمن بإمكانية وصول المواهب والعلامات العُمانية إلى جمهور خليجي وعالمي أكبر، بشرط أن تدعم الموهبةَ إدارةٌ جيدة وجودة ثابتة وتسويق مدروس. ولدينا هوية وثقافة يمكن أن تمنح منتجاتنا وأعمالنا طابعًا خاصًا يلفت الانتباه.

بعد كل ما حققتِه، ما الذي تطمحين إلى صنعه في المرحلة المقبلة، وما الصورة التي تتخيلينها لمستقبل صناعة الجمال؟

أطمح إلى أن أواصل تطوير عملي، وأن يكون لما تعلمته أثر مفيد يصل إلى من تبدأ رحلتها في هذا المجال. أريد أن يبقى اسمي مرتبطًا بالثقة وحسن التعامل والاختيار المدروس. وأتخيل مستقبلًا لصناعة الجمال في عُمان تتسع فيه الفرص للمواهب المحلية، وتشعر فيه المرأة بأن جمالها له خصوصيته، وأن العناية بنفسها تجربة تمنحها الراحة والثقة.

الانستغرام: Zulfabarwani





سوار وجوه

هي تبدع

حين يلتقي الشغف
بالتصميم والطموح بالعالمية



بدأت سماح ورجوه من شغف مشترك بالمجوهرات، لكنهما لم تكتفيا بتصميم قطع جميلة؛ أرادتا أن تبنيا علامة تحمل بصمتهما وتستمد إلهامها من عُمان دون أن تحدها حدودها. منذ انطلاق «روشان» عام ٢٠٢٢، أخذت الشقيقتان تخوضان رحلة تجمع بين الإبداع وريادة الأعمال، وصولًا إلى أسابيع الموضة العالمية وطموح أكبر بأن ترى «روشان» إلى جانب العلامات العالمية. في «هنّ.. المستقبل»، تتحدثان عن شغف تحول إلى مشروع، وهوية تفتح لهما طريقًا إلى العالم.

منذ إطلاق «روشان» عام ٢٠٢٢، كيف تغيرت العلامة؟ وما أبرز محطة شكّلت نقطة تحول في رحلتكما؟

عندما بدأنا «روشان» عام ٢٠٢٢، انطلقت الفكرة من شيء بسيط جدًا: كلتانا تحب المجوهرات، وخصوصًا القطع المختلفة التي تحمل طابعًا خاصًا وتعبّر عن شخصية من ترتديها. أردنا أن نصمم القطع التي كنا نحن نبحث عنها ونرغب في ارتدائها. اليوم، تطورت «روشان» كثيرًا عن تلك الفكرة الأولى. بدأنا بالأقراط اللافتة، ثم توسعنا إلى الخواتم والقلائد والأطقم المتكاملة، وأصبحنا أكثر ثقة في إدخال هويتنا العُمانية في تصاميمنا، سواء من خلال مجموعة «مجان» أو القطع المستوحاة من الخنجر واللبان وغيرها من عناصر تراثنا. وكانت رؤية «روشان» خارج عُمان للمرة الأولى محطة استثنائية بالنسبة لنا. مشاركتنا في أسابيع الموضة في لندن وباريس، ورؤية قطعنا تُعرض في نيويورك، جعلت الحلم يبدو أكبر وأكثر واقعية. كما غيّرت هذه التجارب نظرتنا إلى معنى أن نكون علامة عُمانية. أدركنا أننا لا نحتاج إلى الابتعاد عن هويتنا حتى نصبح أكثر عالمية؛ بل إن جذورنا والطريقة التي نرى بها العالم قد تكون تحديدًا ما يميزنا.

ماذا تعلمت كل منكما عن نفسها وعن الأخرى خلال رحلة بناء «روشان»؟

الكثير! دائمًا نقول إن حب المجوهرات وإدارة علامة مجوهرات هما شيئان مختلفان تمامًا. أكثر ما علمتنا إياه «روشان» هو الصبر. عندما تبدئين مشروعًا، يكون لديكِ الكثير من الحماس وتريدين أن يحدث كل شيء بسرعة. ثم تكتشفين أن بناء شيء حقيقي ومستدام يحتاج إلى وقت. هناك لحظات جميلة جدًا، لكن في المقابل هناك أخطاء، وقطع قد لا تحقق الإقبال الذي توقعناه، وأفكار لا تنجح، وقرارات علينا اتخاذها حتى عندما نكون متعلقتين عاطفيًا بفكرة أو تصميم معين. كما اكتشفنا أن اختلافنا عن بعضنا هو في الحقيقة أحد أكبر نقاط قوتنا. رجوه تأتي من خلفية مالية وتجارية، بينما تأتي سماح من خلفية في الإعلام والاتصال، ولذلك من الطبيعي ألا ننظر دائمًا إلى الأمور بالطريقة نفسها. قد تفكر إحدانا مباشرة في الجانب التجاري للقرار، بينما تفكر الأخرى في القصة أو العميل أو الطريقة التي سيتم بها تقديم الفكرة والتواصل حولها. وبالطبع، كوننا أختين يعني أيضًا أننا مرتاحتان جدًا في الاختلاف مع بعضنا! لكننا تعلمنا متى نتمسك بوجهة نظرنا، ومتى نتنازل، ومتى علينا ببساطة أن نثق بحدس الأخرى. ورغم كل شيء، من أجمل جوانب هذه الرحلة أننا ما زلنا نستمتع فعلًا بالجلوس معًا والتصميم. قد نقضي ساعات ونحن نناقش أصغر التفاصيل، وأحيانًا نبدأ ونحن مختلفتان تمامًا حول فكرة ما، ثم بطريقة ما ننتهي بقطعة نحبها كلتانا. هذه العملية لا تزال حتى اليوم من أكثر الأشياء التي نحبها في «روشان».

ما الخطوة التالية لـ«روشان»؟ وهل تعملان على الوصول إلى أسواق جديدة؟

لا يزال هناك الكثير مما نريد تحقيقه. من الناحية الإبداعية، نريد الاستمرار في تطوير «روشان» والتوسع إلى ما هو أبعد مما يعرفنا الناس به اليوم. نستكشف فئات وأفكارًا جديدة، وفي الوقت نفسه أصبحنا أكثر حرصًا على بناء هوية تصميمية واضحة يمكن التعرف عليها فورًا على أنها «روشان». كما أننا متحمستان جدًا لمواصلة استكشاف التراث العُماني وتقديمه برؤية معاصرة. هناك كم هائل من الإلهام حولنا، ولا نريد أن نقدم التراث بطريقة مباشرة أو تقليدية. التحدي الذي نستمتع به هو أن نأخذ عنصرًا يرتبط بعُمان ارتباطًا عميقًا، ثم نعيد تقديمه في قطعة حديثة تستطيع امرأة في أي مكان في العالم أن ترتديها وتشعر بأنها تناسبها. أما من ناحية الأسواق، فمن الطبيعي أن تكون





كيف تبدع المرأة العُمانية مستقبلها برأيكما؟ وما الرسالة التي توجهانها إلى امرأة لديها فكرة أو مشروع وتريد أن تبدأ؟

نعتقد أن المرأة تبدأ في صناعة مستقبلها عندما تكون مستعدة لأن تبدأ قبل أن تشعر بأنها جاهزة تمامًا. «روشان» نفسها بدأت من حديث بسيط بين أختين: ماذا لو أنشأنا علامة المجوهرات الخاصة بنا؟ لم تكن لدينا كل الإجابات، ولا خارطة طريق مثالية، لكننا بدأنا، ثم تعلمنا من التجربة، وأخطأنا وغيّرنا آراءنا وتطورنا. لذلك، إذا كان بإمكاننا أن نقول شيئًا واحدًا لأي امرأة عُمانية لديها فكرة، فسيكون: لا تنتظري حتى يصبح كل شيء مثاليًا. ابدئي بما لديكِ، واسألي وتعلمي من الآخرين، واغتنمي الفرص التي تخيفكِ قليلًا، ولا تسمحي لتعثر واحد بأن يقنعكِ بأن الفكرة بأكملها لن تنجح.

أين تحلمان بأن تكون «روشان» بعد خمس أو عشر سنوات؟ وما الأثر الذي تريدان أن تتركه العلامة إلى جانب نجاحها التجاري؟

نحلم بأن تصبح روشان خلال خمس أو عشر سنوات علامة مجوهرات عُمانية معروفة عالميًا، لها حضور في مدن ومتاجر رئيسية حول العالم. ومن أكبر أحلامنا أن تصل إلى هوية مميزة لدرجة أن يرى شخص قطعة ما ويقول: «هذه روشان» قبل أن يرى اسم العلامة. لكننا نريد أيضًا أن يكبر أثر «روشان» مع نمو العلامة. فمنذ البداية، كان دعم تعليم الفتيات والنساء جزءًا من الهدف الذي أردنا أن تحمله «روشان»، ونطمح إلى توسيع هذا الجانب مستقبلًا من خلال مبادرات تدعم الفتيات والنساء في التعليم والفرص. في النهاية، نريد أن نرى علامة وُلدت في عُمان، ووصلت إلى العالم، وظلت وفية لجذورها وكان لها أثر حقيقي. وإذا استطاعت قصة «روشان» أن تجعل الطريق أسهل قليلًا لامرأة عُمانية أخرى تنظر إلى فكرتها وتقول لنفسها: «ولِمَ لا أنا؟» فسيعني ذلك لنا الكثير.

الانستغرام: roshan.jewels



منطقة الخليج من أهم أولوياتنا، لكن طموحنا منذ البداية كان يتجاوز المنطقة. نرغب في مواصلة بناء حضور «روشان» عالميًا، وأن نرى العلامة يومًا ما في أهم وجهات ومتاجر الأزياء والمجوهرات حول العالم. الحلم بالنسبة لنا ليس فقط أن تصبح «روشان» أكبر، بل أن نبني علامة تستطيع أن تقف بثقة إلى جانب الأسماء العالمية، وفي الوقت نفسه تحمل هوية واضحة وتقول بكل فخر: هذه علامة وُلدت في عُمان.

كيف تريان حضور المرأة العُمانية اليوم في ريادة الأعمال والصناعات الإبداعية؟ وما الذي تتوقعانه في السنوات المقبلة؟

نشعر أن هذه مرحلة جميلة ومليئة بالفرص للمرأة العُمانية، سواء في ريادة الأعمال أو في المجالات الإبداعية. هناك ثقة نراها في هذا الجيل ونجدها ملهمة جدًا. المزيد من النساء أصبحن على استعداد لأن يأخذن أفكارهن بجدية، ويضعن أسماءهن خلفها، ويقلن: «لدي فكرة وأريد أن أبنيها». ونرى ذلك في مجالات كثيرة جدًا، من الأزياء والتصميم إلى التكنولوجيا والطعام والفن وغيرها من الصناعات. وما يسعدنا بشكل خاص هو رؤية المرأة العُمانية أكثر ثقة في التفكير عالميًا. ربما كانت هناك في السابق فكرة أن المشروع إما أن يكون «محليًا» أو «عالميًا»، لكننا لا نرى الأمر بهذه الطريقة. يمكنك أن تكوني مرتبطة جدًا بعُمان، وأن تستمدي إلهامك من المكان الذي أتيتِ منه، وأن تفخري بثقافتك، وفي الوقت نفسه تبني شيئًا يستحق أن يكون موجودًا على منصة عالمية. في الحقيقة، نعتقد أن هذين الجانبين يعززان بعضهما. خلال السنوات المقبلة، نعتقد أننا سنرى المزيد من العلامات والأسماء العُمانية تتجاوز حدود السلطنة. الموهبة موجودة بالفعل، وما نتمنى أن يتطور معها هو منظومة أقوى لدعم رواد الأعمال والمبدعين، سواء من خلال الاستثمار والتمويل، أو التصنيع، أو الإرشاد والتوجيه، أو فرص البيع بالتجزئة، أو الوصول إلى المنصات العالمية. وكلما رأت المرأة العُمانية نساءً عُمانيات أخريات ينجحن ويحققن ذلك، أصبح الحلم أكثر واقعية بالنسبة لمن تأتي بعدهن.





هي تبدع

تأخذ LUVASHK
من صلالة إلى العالم

ليلى فاضل





من صلالة، بدأت ليلى فاضل ببناء LUVASHK كعلامة عُمانية معاصرة متخصصة في الأحذية، تجمع بين الحس الإبداعي والرؤية التجارية. ومع توسع حضور العلامة ومشاركاتها خارج عُمان، تسعى ليلى إلى تقديم تصميم يحمل هويته بثقة من دون أن يكون مقيدًا بها. في هذا الحوار مع «هُنّ»، تتحدث ليلى عن بداية LUVASHK، وفلسفتها في التصميم، وبناء علامة من عُمان بطموح عالمي.

قبل أن تصبح LUVASHK علامة أزياء، كيف تشكلت علاقتك بالإبداع والأعمال؟

نشأت في بيئة تجمع بين التجارة والإبداع. عائلتي لها جذور طويلة في الأعمال، وفي الوقت نفسه كان الجانب الفني حاضرًا في محيطي، لذلك كان من الطبيعي بالنسبة إليّ أن أنجذب إلى الاثنين. درست التسويق، وفي الجامعة بدأت LUVASHK عام ٢٠٢١ كمشروع يجمع شغفي بالتصميم واهتمامي ببناء الأعمال. وبعد الجامعة، ساعدتني تجربتي المهنية في التسويق وإدارة الحسابات على فهم السوق والعملاء بصورة أعمق. مع الوقت، أدركت أن LUVASHK هي المساحة التي تجمع شخصيتي الإبداعية والتجارية معًا.

انطلقت LUVASHK من صلالة. كيف انعكس المكان على هوية العلامة؟

صلالة جزء مني، وبالتالي هي موجودة بشكل طبيعي في LUVASHK، لكنني لا أحب التعبير عن الهوية بطريقة حرفية. بالنسبة إليّ، ليس من الضروري أن أضع رمزًا عُمانيًا على كل تصميم حتى يكون عُمانيًا. قد تظهر الهوية في تفصيلة، أو لون، أو إحساس، أو في الطريقة التي تقدم بها العلامة نفسها. أريد أن تحب المرأة القطعة أولًا لأنها جميلة ومختلفة، ثم تكتشف أن قصتها بدأت في صلالة. أرى صلالة نقطة انطلاق للعلامة، وليست حدودًا لها.

ماذا أضاف لك حصولك على المركز الثاني في She's Next Oman ٢٠٢٦؟

جعلني أنظر إلى LUVASHK بصورة أكبر من المنتج نفسه. عندما تقدمين مشروعك من منظور تجاري، تبدئين في التفكير في قابلية النمو، والأسواق، والتوزيع، وما الذي يجعل العلامة قادرة على الاستمرار والتوسع. بالنسبة إليّ، قيمة أي إنجاز ليست في اللقب وحده، بل في الخطوة التي أبنيها بعده.



ماذا تريدين أن تقولي عن عُمان من خلال حضور LUVASHK عالميًا؟

أريد أن أقدم صورة عن عُمان تشبه جيلي: معتزة بجذورها، وفي الوقت نفسه معاصرة وطموحة ومنفتحة على العالم. لا أشعر أن التصميم العُماني يحتاج دائمًا إلى شرح نفسه أو أن يكون تراثيًا بصورة مباشرة. بالنسبة إليّ، أن يصل تصميم بدأ في صلالة إلى امرأة في مدينة أخرى وتحبه وتختاره، فهذا بحد ذاته جزء من القصة التي أريد أن أرويها.

كيف تحافظ المصممة العُمانية على هويتها وفي الوقت نفسه تخاطب جمهورًا عالميًا؟

بألا تحول هويتها إلى قيد. هويتي موجودة فيّ، ولذلك ستظهر بصورة طبيعية فيما أصنعه. وفي المقابل، بناء علامة عالمية يتطلب فهم المرأة التي نصمم لها، وجودة المنتج، وتجربة العميل، والسوق. العالمية بالنسبة إليّ لا تعني التخلي عن الأصل، بل تقديمه بلغة يستطيع العالم فهمها.

عندما تصممين مجموعة جديدة، من أين تبدأ الفكرة؟

غالبًا من شعور أو قصة. أتخيل المرأة التي سترتدي القطعة: أين ستذهب بها، وكيف ستنسقها، والأهم كيف ستشعر وهي ترتديها. مصادر الإلهام بالنسبة إليّ واسعة؛ صلالة، الثقافة العُمانية والظفارية، النساء، السفر، المدن والذكريات. لكنني أحب دائمًا أن أعيد تقديم الإلهام بطريقتي، لا أن أنقله بصورة مباشرة. ومن التصاميم الأقرب إلى هوية LUVASHK مجموعة البالرينا، إلى جانب تصاميم الكعب التي أصبحت جزءًا واضحًا من لغة العلامة.

ما أصعب درس تعلمته في بناء علامة أزياء مستقلة من عُمان؟

أن التصميم الجميل وحده لا يبني علامة ناجحة، فخلف كل قطعة هناك تصنيع وتسعير ومخزون وشحن، وتسويق، ومبيعات، وعلاقات. تعلمت أن أوازن بين عقلية المصممة وعقلية رائدة الأعمال؛ أن أحب الفكرة، ولكن في الوقت نفسه أسأل: هل يمكن إنتاجها؟ هل لها سوق؟ وكيف يمكن أن تنمو؟ الإبداع قد يبدأ العلامة، لكن الاستمرارية تحتاج إلى رؤية تجارية.

كيف ترين مستقبل المصممات العُمانيات؟

لدينا مواهب حقيقية، والمرحلة المقبلة تحتاج إلى تحويل هذه المواهب إلى صناعة أقوى، من خلال التصنيع والتوزيع والتصدير والعلاقات والوصول إلى المشترين والمنصات العالمية. وأتمنى أن يصبح وجود علامة عُمانية في باريس أو نيويورك أمرًا طبيعيًا، لا استثنائيًا.

كيف تتخيلين ليلى فاضل وLUVASHK بعد عشر سنوات؟

أتمنى أن تصبح LUVASHK علامة عُمانية ذات حضور دولي وهوية واضحة، إلى درجة أن تتعرف المرأة إلى تصميمها قبل أن ترى الاسم. أما بالنسبة إليّ، فلا أريد أن أصل إلى مرحلة أشعر فيها أنني انتهيت. أريد أن تكبر طموحاتي مع كل مرحلة، مع الاحتفاظ دائمًا بروح البداية: أن كل هذا بدأ بفكرة في صلالة. وإذا ألهمت رحلتي فتاة عُمانية أخرى لتؤمن بأن فكرتها الصغيرة يمكن أن تصبح شيئًا أكبر، فسأعتبر ذلك من أجمل أشكال النجاح.

ليلى والمستقبل

تصميم تتمنين أن ترتديه امرأة في كل مكان في العالم؟

حذاء LUVASHK تتعرف إليه من تصميمه قبل أن ترى اسمه.

مدينة تحلمين بأن تعرضي فيها؟

ميلانو.

امرأة عُمانية تلهمك؟

جدتي وأمي. كلما كبرت، أصبحت أرى أكثر حجم تأثيرهما في ذوقي وشخصيتي.

ما الذي لا يمكن أن تتنازلي عنه في هوية LUVASHK؟

أن تكون لها شخصيتها الخاصة. يمكن أن تتطور وتتوسع، لكن لا أريدها أن تصبح نسخة من غيرها.

كلمة تصفين بها مستقبل المرأة العُمانية؟

مُشرق.

الانستغرام: LUVASHK



أمل الرئيسي

حين تتحول الهوية إلى لغة للموضة

منذ أن أطلقت أمل الرئيسي علامتها في عام ٢٠٠٦، لم تتعامل مع الموضة بوصفها تصميمًا جميلًا فحسب، بل كمساحة تحمل هوية عُمانية قادرة على الوصول إلى العالم. وعلى مدى عقدين، تطورت تجربتها من تصميم القطعة إلى بناء علامة تحمل اسمها، ثم إلى العمل على تطوير منظومة الموضة في عُمان من خلال «Fashion Future» وإعادة إطلاق «أسبوع الموضة في مسقط».

اليوم، تنظر أمل إلى الموضة من زاوية أوسع؛ زاوية تجمع التصميم بالهوية، والإبداع بالأعمال، والتكنولوجيا بالأسواق، وتؤمن بأن مستقبل المصمم العُماني لا يتوقف عند امتلاك الموهبة، بل يبدأ عندما تتحول هذه الموهبة إلى علامة مستدامة قادرة على المنافسة عالميًا. وفي هذا الحوار مع «هنّ»، تتحدث عن رحلتها، وما تغير في صناعة الموضة العُمانية، وما تحتاجه لتصبح صناعة متكاملة، وعن رؤيتها للجيل القادم ومستقبل الموضة حتى ٢٠٤٠.

بعد ٢٠ عامًا في صناعة الأزياء، كيف تنظرين اليوم إلى موقع الموضة العُمانية مقارنة بما كانت عليه عندما بدأتِ؟

عندما بدأت في ٢٠٠٦، كانت هناك موهبة وحِرفية كبيرة في عُمان، لكن لم تكن هناك منظومة واضحة لصناعة الموضة كما نفهمها اليوم. كانت المنصات محدودة، وفرص التدريب والاحتكاك بالأسواق العالمية قليلة، كما أن فكرة بناء علامة عُمانية قادرة على المنافسة خارج السلطنة لم تكن مطروحة بالشكل الحالي. خلال هذه السنوات، شاهدت المشهد يتغير وكنت جزءًا من هذا التغيير. اليوم لدينا جيل أكثر وعيًا بالصناعة وأكثر جرأة في طموحه، ومصممون يفكرون أبعد من السوق المحلي، إلى جانب اهتمام أكبر بكيفية تقديم الهوية العُمانية بلغة معاصرة. أشعر أننا قطعنا شوطًا مهمًا، لكننا ما زلنا في بداية الطريق. المرحلة المقبلة ليست فقط في نجاح المصممين، بل في بناء منظومة متكاملة تشمل التعليم والتدريب والإنتاج والتجزئة والإعلام والاستثمار، وهذا ما أحاول المساهمة فيه اليوم من خلال أدواري المختلفة في الصناعة.

أصبحت الهوية العُمانية جزءًا واضحًا من تجربتكِ التصميمية. كيف تطورت طريقتكِ في تقديمها بحيث تبقى حاضرة من دون أن تتحول إلى تكرار للتراث؟

في بداياتي، كنت أتعامل مع الهوية بصورة أكثر مباشرة، من خلال تفاصيل الزي التقليدي والتطريز والألوان والعناصر التي يمكن التعرف إليها بسهولة. لكن مع الوقت، أصبحت علاقتي بها أعمق وأقل حرفية. اليوم لا أشعر بأنني بحاجة إلى وضع عنصر تراثي واضح في كل قطعة حتى أقول إن المجموعة عُمانية. قد تكون عُمان حاضرة في لون مستوحى من مكان، أو خط معماري، أو طريقة سقوط القماش، أو في إحساس المجموعة بالكامل. استلهمت مجموعات من مسندم، ووادي وكان، ورأس الحد، ونخل وبهلاء، وكان التحدي دائمًا ألا أنقل المكان كما هو، بل أن أترجم إحساسي تجاهه إلى تصميم معاصر. بعد عشرين عامًا، أصبحت أرى أن الهوية ليست شيئًا نضيفه إلى التصميم، بل شيئًا نحمله في داخلنا. أنا عُمانية، وهذه البيئة أصبحت جزءًا من ذاكرتي البصرية وطريقتي في رؤية الجمال، لذلك ستظهر في عملي حتى عندما لا تكون مباشرة. التراث بالنسبة لي ليس شيئًا جامدًا نكرره، بل لغة يمكن إعادة تفسيرها مع كل جيل.





ما الذي يجعل التصميم العُماني قادرًا على الوصول إلى المرأة خارج عُمان والمنافسة في الأسواق العالمية؟

أعتقد أن علينا أولًا ألا ننظر إلى الهوية المحلية باعتبارها عائقًا أمام الوصول إلى العالم. بالعكس، في سوق عالمي مليء بالعلامات، ما يميزنا هو امتلاك قصة وهوية مختلفة. لكن التحدي هو تقديم هذه الهوية بلغة تفهمها المرأة أينما كانت. عندما بدأت أعرض مجموعاتي خارج عُمان، أدركت أن المرأة في باريس أو لندن أو دبي لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة مصدر كل تفصيلة حتى ترتبط بالقطعة. هي تنظر أولًا إلى التصميم والجودة والقصة وكيف تشعر عندما ترتديها. وهنا يأتي دور المصمم في تحويل الإلهام العُماني إلى منتج معاصر، لا إلى قطعة تعتمد فقط على رمزيتها التراثية. والعالمية لا تتحقق بالتصميم وحده. نحتاج إلى جودة ثابتة، وتسعير مدروس، وإنتاج وتسليم في الوقت المناسب، وهوية بصرية قوية، وتسويق وعلاقات عامة، وشبكة توزيع وفهم حقيقي للأسواق. لدينا في عُمان قصص كثيرة لم تُروَ للعالم من خلال الموضة. وطموحنا يجب ألا يكون أن تختار المرأة القطعة لأنها «عُمانية»، بل لأنها أحبتها أولًا، ثم تكتشف أن وراءها علامة عُمانية وقصة من عُمان. هنا نكون قد نجحنا في الانتقال من المحلية إلى العالمية.

اليوم لا تكفي الموهبة وحدها لبناء علامة أزياء. ما الذي ينقص منظومة الموضة في عُمان حتى تنتقل إلى مرحلة أكثر نضجًا؟

المواهب موجودة، وما ينقصنا هو المنظومة التي تحول هذه الموهبة إلى صناعة حقيقية ومستدامة. تعلمت خلال عشرين عامًا أن التصميم جزء من بناء العلامة، بينما هناك إدارة وتمويل وإنتاج وتسعير وتسويق وتكنولوجيا وتوزيع وعلاقات مع الأسواق. وهذه المجالات تحتاج إلى تطوير أكبر في عُمان. نحتاج أيضًا إلى تعليم متخصص لا يركز على الإبداع فقط، بل يعلّم المصمم إدارة العلامة وفهم السوق والأرقام وسلوك المستهلك. كما نحتاج إلى منظومة إنتاج أكثر تطورًا، ومستثمرين يفهمون طبيعة قطاع الأزياء وحاجته إلى استثمار طويل المدى. والتكنولوجيا أصبحت جزءًا أساسيًا من الصناعة، سواء في إدارة الأعمال والمخزون وتحليل البيانات، أو التجارة الإلكترونية والوصول إلى العملاء خارج السوق المحلي. لذلك لا نحتاج فقط إلى المزيد من المصممين، بل إلى متخصصين حول المصمم في الإدارة والتسويق والإنتاج والشراء والتجارة الإلكترونية والعلاقات العامة. عندها نستطيع الحديث عن صناعة أزياء عُمانية متكاملة.

من خلال خبرتكِ واحتكاكك بالمواهب الشابة، ما التغيير الأهم الذي تحتاجه حتى تبني علامات مستدامة وقابلة للنمو؟

أعتقد أن التغيير الأهم هو أن ينتقل المصمم من فكرة «أريد أن أصبح مصمم أزياء» إلى «أريد أن أبني علامة تجارية». الفرق كبير. من خلال احتكاكي بالمواهب في برنامج Fashion Future، أرى الكثير من الإبداع والحماس، لكن أحيانًا يكون التركيز على التصميم والظهور أكثر من الجانب الذي يحدث خلف الكواليس: من هو العميل؟ ما تكلفة المنتج؟ كيف أسعّره؟ كيف أدير الإنتاج؟ وكيف أبيع وأستمر وأنمو؟ وأعتقد أننا نحتاج أيضًا إلى تغيير مفهوم النجاح السريع. بناء علامة أزياء يحتاج إلى صبر. بعد عشرين عامًا ما زلت أتعلم وأواجه تحديات وأعيد النظر في قرارات كثيرة. النجاح ليس مجموعة ناجحة أو ظهورًا جميلًا، بل القدرة على الاستمرار والتطور. لذلك أشجع المصممين الشباب على البحث عن الخبرة قبل الاستعجال في تأسيس علامات خاصة؛ أن يتدربوا، ويعملوا داخل المؤسسات، ويحتكوا بأسواق مختلفة، ويتعلموا الجانب التجاري بجدية التصميم نفسها. لدينا جيل موهوب جدًا، وما يحتاجه ليس مزيدًا من الموهبة بقدر ما يحتاج إلى المعرفة والانضباط والخبرة العملية وعقلية رائد الأعمال.

أعدتِ إطلاق «أسبوع الموضة في مسقط» بوصفه منصة تربط عُمان بصناعة الموضة العالمية. ما الذي تريدين أن يصبح عليه الحدث خلال السنوات المقبلة، وكيف يمكن أن يتحول من مساحة لعرض المجموعات إلى منصة تفتح للمصممين العُمانيين أبوابًا حقيقية نحو المشترين والأسواق العالمية؟

عندما أعدنا إطلاق أسبوع الموضة في مسقط، لم يكن هدفي إضافة أسبوع موضة آخر إلى أجندة المنطقة، بل بناء منصة تربط عُمان بصناعة الموضة عالميًا وتخلق فرصًا حقيقية للمواهب الموجودة في السلطنة. طموحي أن يصبح أسبوع الموضة في مسقط محطة معروفة على خارطة الموضة في المنطقة، ولكن بشخصية عُمانية واضحة. لا أريد أن نقلد باريس أو ميلانو؛ عُمان لديها ثقافتها وجغرافيتها وحِرفها وطريقتها الخاصة في استقبال العالم،

وهذه عناصر تمنحنا فرصة لبناء تجربة مختلفة. والأهم أن يتجاوز تأثير الحدث منصة العرض. أريد أن نرى مصممين عُمانيين يصلون إلى مشترين وأسواق جديدة، وأن نستقطب إلى مسقط مصممين وخبراء وإعلامًا دوليًا، إلى جانب ورش العمل، والنقاشات، وفرص التدريب، والتعاون. وأرى أن نجاح أي فعالية للموضة لا يجب أن يقاس بالعرض والتغطية الإعلامية فقط، بل بما يحدث بعده. نحتاج إلى لقاءات مباشرة مع المشترين، واجتماعات مجدولة، وفرص لوضع طلبات فعلية، إلى جانب مساعدة المصمم في مرحلة ما بعد العرض: المتابعة، والتفاوض، وتجهيز المنتجات وتنفيذ الطلبات. هدفي أن ننتقل من مفهوم «نعرض المصمم» إلى «نفتح سوقًا للمصمم». فالظهور يصنع لحظة جميلة، لكن العلاقة التجارية المستمرة هي التي تبني علامة وتخلق صناعة.

يدخل الذكاء الاصطناعي والتقنيات الجديدة بسرعة إلى صناعة الأزياء. كيف ترين تأثيرها على مستقبل المصمم؟

أرى الذكاء الاصطناعي كأداة ستغير طريقة عملنا، لكنها لن تلغي دور المصمم. يمكن للتكنولوجيا أن تساعد في البحث وتطوير الأفكار، وتحليل سلوك العميل وإدارة المخزون والتنبؤ بالطلب، إضافة إلى التسويق وصناعة المحتوى.

لكن هناك شيئًا لا تستطيع التكنولوجيا استبداله، وهو التجربة الإنسانية خلف التصميم. عندما أستلهم مجموعة من مكان في عُمان، مثل بهلاء أو مسندم أو وادي وكان، فالأمر لا يتعلق بصور أو ألوان فقط؛ هناك ذاكرة وشعور وتجربة شخصية وطريقة خاصة في ترجمتها إلى قطعة. هذه هي روح التصميم.

مع انتشار الذكاء الاصطناعي، سنرى الكثير من الصور والأفكار الجميلة، ولذلك سيصبح السؤال: ما الذي يجعل التصميم يحمل بصمتك أنت؟

أعتقد أن المصمم في المستقبل يحتاج إلى الاثنين معًا: أن يحافظ على حسه الإبداعي وهويته وحرفته، وألا يخاف من التكنولوجيا، بل يتعلم استخدامها لصالحه. يمكن للتكنولوجيا أن تساعدني وتسرّع بعض مراحل العمل، لكنها لا يجب أن تفكر أو تشعر أو تبدع بدلًا مني.

كلما أصبحت الأدوات متاحة للجميع، ستصبح الأصالة والهوية واللمسة الإنسانية أكثر قيمة.

عندما نتحدث عن «رؤية عُمان ٢٠٤٠»، كيف يمكن لصناعة الأزياء أن تكون جزءًا من الاقتصاد الإبداعي وتساهم في تنويع الاقتصاد وإبراز الهوية العُمانية؟

عندما نتحدث عن تنويع الاقتصاد، لا يجب أن نحصر تفكيرنا في القطاعات التقليدية أو الكبيرة. الاقتصاد الإبداعي يمكن أن يكون جزءًا حقيقيًا من هذا التنويع، والموضة قادرة على الجمع بين الاقتصاد والثقافة والهوية. صناعة الأزياء ليست فقط مصممًا وقطعة ملابس. حولها سلسلة من الفرص في التصميم والخياطة والتطريز والحِرف والتصوير وصناعة المحتوى والتسويق والتجزئة والتكنولوجيا، والفعاليات، والسياحة، والتصدير. رأيت ذلك خلال رحلتي. عندما بدأت، كان هدفي بناء علامة عُمانية ناجحة، لكنني مع الوقت أصبحت أرى أن المسؤولية أكبر من نجاح علامتي. إذا أردنا أن تكون الموضة جزءًا من رؤية عُمان ٢٠٤٠، فعلينا بناء منظومة تساعد المواهب على التحول إلى شركات ومنتجات قابلة للنمو والتصدير. ولدينا ميزة مهمة جدًا هي هويتنا. لدينا تراث وحِرف وقصص ومناطق وثقافة بصرية غنية، ويمكن للموضة تحويلها إلى قيمة اقتصادية معاصرة من دون فقدان أصالتها. عندما تصل قطعة صُممت في عُمان إلى امرأة في باريس أو لندن، فنحن لا نصدر منتجًا فقط، بل جزءًا من قصة عُمان. لهذا أرى الموضة جزءًا من الاقتصاد الإبداعي، وأيضًا من القوة الناعمة لعُمان.

بعد عقدين من العمل، وإذا نظرنا إلى عام ٢٠٤٠، ما الذي أصبح يشغلكِ أكثر اليوم؟ وكيف تتمنين أن يكون أثر تجربتكِ وموقع أمل الرئيسي في مستقبل الموضة العُمانية؟

بعد عشرين عامًا، لم أعد مشغولة بفكرة إثبات نفسي كمصممة. في البدايات كان عليّ أن أثبت أن علامة عُمانية يمكن أن تنجح وتصل إلى خارج عُمان. اليوم أشعر براحة أكبر تجاه هذه المسألة، وأصبحت أكثر انتقائية، وأسأل نفسي: هل هذه الخطوة تضيف إلى العلامة؟ وهل تشبهنا؟ وهل تخدم المكان الذي أريد الوصول إليه بعد خمس أو عشر سنوات؟ ما يشغلني اليوم هو الاستمرارية والأثر. أريد أن أبني علامة تستطيع أن تعيش وتتطور وتتجاوز وجودي الشخصي فيها، وفي الوقت نفسه أفكر فيما يمكنني أن أضيفه إلى قطاع الموضة في عُمان، وكيف أستطيع أن أختصر على الجيل القادم جزءًا من الطريق الذي تعلمناه بالتجربة. وعندما أتخيل مشهد الموضة العُمانية في ٢٠٤٠، أتمنى ألا نتحدث عن إمكانيات الموضة، بل عن صناعة حقيقية ومتكاملة: علامات عُمانية موجودة عالميًا، ومواهب تصل إلى أسواق جديدة، ومنظومة تدعم التعليم والإنتاج والاستثمار والتجزئة، مع الحفاظ على هويتنا









بروح معاصرة. وأتمنى أن يكون أسبوع الموضة في مسقط منصة دولية تربط عُمان بالعالم وتخلق فرصًا حقيقية للمصممين. أما على المستوى الشخصي، فأريد أن أرى Amal Al Raisi حاضرة عالميًا بطريقة صحيحة ومستدامة، وأن تتجاوز العلامة وجودي الشخصي فيها. وسيكون أكبر إنجاز بالنسبة لي أن أرى جيلًا جديدًا من المصممين العُمانيين يصل إلى أماكن أبعد، وأن أعرف أنني ساهمت، ولو بجزء، في فتح هذا الطريق لهم. أعتقد أن النجاح في مرحلة ما من الحياة يتوقف عن أن يكون فقط حول ما حققته أنت، ويصبح أيضًا حول ما تركته خلفك.

ما الرسالة التي ترغبين في تركها للمصممات العُمانيات اللواتي سيصنعن الجيل القادم من الموضة؟

رسالتي لهن أن يؤمنّ بهويتهن، لكن ألا يضعن لها حدودًا. تعلّمن، جرّبن، سافرن، واحتككن بالعالم، ثم عدن دائمًا إلى ما يميزكن فعلًا. ولا تستعجلن النجاح. بناء اسم وعلامة حقيقية يحتاج إلى وقت وصبر وانضباط، وسيكون هناك الكثير من التحديات والأخطاء في الطريق، وهذا جزء من الرحلة. أتمنى أن يكون الجيل القادم أكثر جرأة منا، وأن يصل إلى أماكن لم نصل إليها بعد. وإذا كان الطريق اليوم أسهل قليلًا مما كان عليه عندما بدأنا، فمسؤوليتكن أن تجعلنه أسهل وأوسع للجيل الذي سيأتي بعدكن.







أروى الجابرية

حين تحكي العدسة حكاية عُمان

هي تبدع

تلتقط أروى الجابرية المستقبل بعدستها؛ مصورة عُمانية شابة بدأت رحلتها في التصوير منذ سنوات، وحققت خلالها عددًا من الإنجازات المحلية والدولية. شاركت في تمثيل سلطنة عُمان في بينالي الشباب للتصوير الضوئي، وأسهمت أعمالها ضمن المشاركات العُمانية في تحقيق كأسَي العالم في فئتي تحت ١٦ سنة وتحت ٢٥ سنة. وفي أحدث إنجازاتها، حصدت الميدالية الذهبية في المسابقة الدولية الخامسة للتصوير الفوتوغرافي في روسيا، إلى جانب ثلاث جوائز شرفية.

وبين إنجازات تتوالى وطموح لا يتوقف عند حدود الصورة، تواصل أروى تطوير تجربتها الفنية، حاملةً في عدستها رؤية خاصة لعُمان وتفاصيلها. وفي «هنّ.. المستقبل»، نتعرف إلى مصورة شابة ترى في الصورة مساحة للإبداع، ووسيلة تحكي من خلالها حكاية عُمان للعالم.

من هي أروى الجابرية بعيدًا عن لقب «المصورة»؟ وكيف تصفين شخصيتكِ، وما الذي جذبكِ إلى عالم التصوير؟

قبل أن أكون مصورة، أنا إنسانة تحب التفاصيل، وتحب أن تلاحظ الأشياء التي قد لا ينتبه إليها الآخرون. أصف نفسي بأنني هادئة وفضولية، وأحب التعلم والتجربة. جذبني التصوير لأنه منحني طريقة مختلفة للتعبير عن نفسي؛ فأحيانًا تكون الصورة أبلغ من الكلام، وتستطيع أن تختصر إحساسًا أو قصة كاملة في لحظة واحدة.

تشير بداياتكِ إلى أن التصوير دخل حياتكِ من خلال والدكِ ومرافقتكِ له في ورش التصوير.. كيف تحولت هذه البداية من مجرد تجربة إلى شغف حقيقي، ثم إلى مسار تطمحين إلى بناء مستقبلكِ من خلاله؟

كانت البداية بسيطة جدًا، مجرد مرافقة وفضول وتجربة جديدة، لكن مع الوقت بدأت أكتشف أنني أستمتع فعلًا بالتقاط الصور والتفكير في تفاصيلها. كان لوالدي دور كبير في تعريفي بهذا العالم وتشجيعي على الاستمرار. ومع كثرة الممارسة، بدأت أنظر إلى التصوير بشكل مختلف، ليس كهواية فقط، وإنما كمجال يمكنني أن أطور نفسي فيه وأبني مستقبلي من خلاله.

ما الذي تبحثين عنه عندما ترفعين الكاميرا؟ هل توثقين ما ترينه، أم تحاولين أن تجعلي الآخرين يرون الأشياء بالطريقة التي ترينها بها؟

أعتقد أنني أفعل الأمرين معًا. أحب أن أوثق اللحظة كما أراها، لكن في الوقت نفسه أحاول أن أنقل إحساسي تجاهها إلى المشاهد. بالنسبة لي، الصورة الناجحة ليست فقط صورة جميلة، وإنما صورة تجعل المشاهد يتوقف قليلًا ويتساءل أو يشعر بشيء.

في عام ٢٠٢٦ حققتِ إنجازًا دوليًا مهمًا بحصولكِ على الميدالية الذهبية في المسابقة الدولية الخامسة للتصوير الفوتوغرافي للشباب في روسيا، إلى جانب جوائز شرفية أخرى.. ماذا مثّل لكِ هذا الإنجاز؟ وهل غيّر نظرتكِ إلى إمكاناتكِ كمصورة؟

كان إنجازًا أعتز به كثيرًا، لأنه جاء نتيجة شغف ومحاولات وتعلم مستمر. الحصول على الميدالية الذهبية، إلى جانب الجوائز الشرفية، أعطاني دافعًا كبيرًا للاستمرار، وعزز إيماني بأن المصور العُماني الشاب قادر على الوصول إلى منصات دولية إذا امتلك الشغف وطوّر مهاراته. وفي الوقت نفسه، أرى أن كل إنجاز هو بداية لمسؤولية أكبر، وليس نهاية الطريق.

عندما تصل صورة لمصورة عُمانية شابة إلى منصة دولية وتحصل على تقدير عالمي، ما الذي تشعرين أنكِ تمثلينه في تلك اللحظة: نفسكِ فقط، أم جيلًا جديدًا من المواهب العُمانية؟

بالتأكيد أشعر بالفخر لتمثيل نفسي، لكن الشعور يتجاوز ذلك. عندما أشارك في محفل دولي وأحمل اسم عُمان، أشعر أنني أمثل جزءًا من جيل شاب لديه الكثير من الطموح والمواهب. وأتمنى أن تكون تجربتي حافزًا لمواهب أخرى، وأن تؤمن بأن الوصول إلى العالمية ممكن.

إلى أي مدى تحضر عُمان في صوركِ؟ وهل تشعرين بمسؤولية تجاه تقديم صورة مختلفة عن السلطنة للعالم، تتجاوز الصور التقليدية والمشهورة؟

GAC
GAC GS7
PHEV
SEEING IS
BELIEVING
رؤيتهـــا تغني عن الكـــلام
STARTING FROM
ابتداءً من
13,999 ﷼
مقاعد جلدية
Leather Seating
مصابيح أمامية LED تفاعلية
Interactive LED Headlights
شاشة ذكية للمعلومات والترفيه مقاس 15.6 بوصة
15.6-Inch Smart Infotainment Display
Gargash
gargashgacmotoroman
رقـم مـجـانـي: 80076422 Toll free number
9134 8916







عُمان حاضرة في صوري بشكل كبير، ليس فقط من خلال الأماكن والمناظر، وإنما من خلال الناس والتفاصيل والحياة اليومية. وأعتقد أن جمال عُمان لا يقتصر على الصور التي اعتدنا رؤيتها؛ فهناك قصص كثيرة وتفاصيل إنسانية وثقافية تستحق أن تُكتشف وتُوثق. لذلك أشعر بمسؤولية جميلة تجاه تقديم عُمان من زاوية مختلفة، وإظهار جوانب قد لا يعرفها العالم عنها.

الصورة اليوم لم تعد مجرد فن؛ أصبحت لغة عالمية ووسيلة لتوثيق الهوية والثقافة والقصص الإنسانية.. كيف ترين دور المصور العُماني في صناعة الصورة التي ستبقى عن عُمان للأجيال القادمة؟

أرى أن دور المصور العُماني مهم جدًا، لأنه الأقرب إلى تفاصيل المجتمع وثقافته وهويته. نحن لا نوثق اللحظة فقط، بل نحفظ جزءًا من الذاكرة للأجيال القادمة. الصورة يمكن أن تصبح وثيقة تحكي كيف كنا نعيش، وما الذي كان مهمًا لنا، وكيف تغير مجتمعنا مع مرور الوقت. لذلك على المصور أن يكون واعيًا لما يوثقه، وأن يحافظ على صدق الصورة وروح المكان.

عندما تفكرين في المرأة العُمانية التي ستصنع المستقبل، أين ترين مكان المصورة والمبدعة العُمانية في هذا المستقبل؟ وما الذي تتمنين أن يتغير أو يتطور في مجال التصوير خلال السنوات المقبلة؟

أرى أن مكان المرأة العُمانية هو في كل مجال تمتلك فيه الشغف والقدرة على الإبداع. والمصورة العُمانية تستطيع أن يكون لها حضور أكبر محليًا ودوليًا، وأن تقدم قصصًا وصورًا تعبّر عن المجتمع من منظورها الخاص. أتمنى في المستقبل أن تتوسع الفرص أمام المصورين الشباب، وأن تزداد المسابقات والمعارض والمبادرات التي تساعد المواهب على التطور والوصول إلى العالمية.

أنتِ تنتمين إلى جيل يعيش في عصر الذكاء الاصطناعي والصور المُولّدة رقميًا.. هل ترين أن هذه التقنيات تمثل تهديدًا للتصوير الفوتوغرافي، أم أنها تفتح أمام المصور فرصًا جديدة للإبداع؟

أرى أن الذكاء الاصطناعي يمثل تحديًا، لكنه في الوقت نفسه فرصة. التقنية تتطور دائمًا، وعلى المصور أن يتطور معها، لكن هناك فرق بين الصورة التي توثق لحظة حقيقية وبين الصورة التي تُنشأ بالكامل رقميًا. بالنسبة لي، قيمة التصوير تكمن في اللحظة والمكان والمشاعر والقصة التي تقف خلف الصورة. ويمكن استخدام الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة للإبداع، لكن لا أعتقد أنه يلغي قيمة الصورة الفوتوغرافية الحقيقية.

لو تخيلنا أروى بعد عشر سنوات.. ما الصورة التي تتمنين أن تكوني قد التقطتها، وما الإنجاز الذي تتمنين أن تكون عدستكِ قد أوصلتكِ إليه؟

أتمنى بعد عشر سنوات أن أكون قد التقطت صورة تحمل قصة إنسانية أو ثقافية عُمانية تصل إلى جمهور عالمي، وتجعله يرى عُمان بطريقة جديدة. أما على مستوى الإنجاز، فأطمح إلى أن أكون مصورة محترفة لها أسلوبها وبصمتها الخاصة، وأن أصل إلى مسابقات ومعارض دولية أكبر، وأن أستمر في تمثيل عُمان من خلال الصورة التي تعكس جمالها وتنوعها.

الانستغرام: lens_byarwa

نظيرة الحارثية

قمةٌ لا يغيب أثرها



هناك نساء لا تختصرهنّ الإنجازات، مهما بلغت عظمتها، لأن ما يتركنه وراءهن أكبر من أي لقب أو رقم أو قمة. كانت نظيرة الحارثية واحدة من هؤلاء. اختارت الجبل ميداناً لاختبار الشغف والإرادة، وصعدت حيث تبدو الخطوات أكثر صعوبة، وحيث يصبح الاستمرار قراراً يومياً. لكنها، في كل مرة تجاوزت فيها تحدياً، كانت تفتح في الوقت نفسه مساحة جديدة لصورة المرأة العُمانية التي تعرف ما تريد، وتملك الشجاعة لتذهب نحوه. لم تكن قيمة نظيرة في القمم التي بلغتها وحدها، بل في المعنى الذي منحته لهذه الرحلة. كانت تقول، من خلال تجربتها قبل كلماتها، إن الطموح لا يحتاج إلى طريق سهل، وإن الأحلام الكبيرة لا تصبح أقل واقعية لأنها تبدو بعيدة. وحين رحلت في يوليو ٢٠٢٦، إثر انهيار ثلجي أثناء محاولتها تسلق برود بيك في باكستان، لم تكن تلك اللحظة قادرة على اختصار قصتها أو إغلاقها. فالرحلات العظيمة لا تنتهي دائماً عند آخر خطوة. تبقى في الذاكرة، وفي الصور، وفي القصص التي تُروى، والأهم في أولئك الذين رأوا في تجربة صاحبتها سبباً لرفع سقف أحلامهم. نظيرة لم تكن تصعد الجبال لنفسها فقط. كانت، من حيث ربما لم تقصد، تمهّد طريقاً لنساء وفتيات عُمانيات قد ينظرن يوماً إلى قمة بعيدة، ويتساءلن: لماذا لا أصل إليها؟ ولهذا نحتفي بها اليوم لا بوصفها بطلة تسلق فحسب، بل بوصفها امرأة وسّعت حدود الممكن، وتركت خلفها إرثاً من الجرأة والشغف والإصرار. في عدد «هنّ.. المستقبل»، نضع نظيرة في المكان الذي يليق بها: بين النساء اللواتي لا يكتفين بصناعة إنجازهن، بل يوسّعن الطريق أمام من يأتي بعدهن. نظيرة الحارثية.. غابت عن القمم، لكن القمة التي صنعتها في ذاكرة عُمان ستبقى.







سلوى الشهيبية

.. قيادة تؤمن بالتطوير والاستدامة في القطاع العقاري



تؤمن سلوى الشهيبية، الرئيسة التنفيذية ومؤسسة شركة بيوت التمكين العقارية، بأن العمل في القطاع العقاري يتجاوز مفهوم بيع العقارات وشرائها، ليرتبط ببناء الثقة، وتقديم الحلول التي تلبي احتياجات العملاء، والمساهمة في تطوير بيئة عقارية أكثر كفاءة واستدامة. ومن موقعها القيادي، تتولى الشهيبية مسؤولية قيادة التوجه الاستراتيجي للشركة، والإشراف على عملياتها وتطوير أدائها المؤسسي، إلى جانب استكشاف الفرص الاستثمارية وتعزيز جودة الخدمات. وفي هذا الحوار، تتحدث عن تجربتها المهنية، وأهمية بناء فرق العمل، والفرص المتنامية أمام المرأة العُمانية في القطاع العقاري، ورؤيتها لمستقبل القطاع في ظل التحول الرقمي.

ما أبرز محطة أو إنجاز تفخرين بأنكِ كنتِ جزءًا منه خلال مسيرتكِ المهنية، وما الذي تعلمتِه منها؟

أعتز بكل محطة أتاحت لي فرصة التعلم وتحمل المسؤولية وتحويل الأفكار إلى نتائج ملموسة. وأرى أن من أهم الإنجازات التي يمكن أن يحققها القائد بناء فريق عمل يمتلك الثقة والقدرة على المبادرة، وتأسيس بيئة مؤسسية تشجع على التطور وتمنح الكفاءات الفرصة لإبراز قدراتها. لقد علمتني تجربتي المهنية أن الإنجازات الحقيقية لا تتحقق بين ليلة وضحاها، بل تحتاج إلى وضوح في الرؤية، وصبر في مواجهة التحديات، ومرونة في التعامل مع المتغيرات. كما تعلمت أن النجاح لا يُقاس بالنتائج وحدها، وإنما بالأثر الذي نتركه، وبالفرص التي نخلقها للآخرين، وبقدرتنا على الاستمرار والتطور.

ما الذي أضافه عملكِ في القطاع العقاري إلى خبرتكِ، وكيف ترين تطور حضور المرأة العُمانية في هذا القطاع؟

أضاف العمل في القطاع العقاري إلى خبرتي منظورًا متكاملًا يجمع بين الإدارة والاستثمار وفهم احتياجات العملاء وتحليل الفرص ومواكبة تحولات السوق. كما عزز لديّ أهمية اتخاذ القرارات المبنية على البيانات، وبناء العلاقات المهنية، والتعامل بمرونة مع اختلاف متطلبات العملاء وتوقعاتهم. أما فيما يتعلق بحضور المرأة العُمانية، فأرى أن هناك فرصًا متنامية أمامها للمشاركة في مختلف مجالات القطاع العقاري، سواء في الإدارة التنفيذية أو الاستثمار أو التسويق أو إدارة الأصول والمشروعات. والمرأة العُمانية تمتلك من الكفاءة والطموح والقدرة على التعلم ما يؤهلها للإسهام بفاعلية في هذا المجال. وأؤمن بأن المرحلة المقبلة تتطلب توسيع فرص التأهيل والتمكين، وتعزيز الثقة بالكفاءات النسائية، وتوفير بيئات عمل تتيح للمرأة إثبات قدراتها والوصول إلى مواقع صنع القرار على أساس الكفاءة والإنجاز.

من خلال تجربتكِ في موقع قيادي، ما أبرز التحديات التي واجهتكِ، وكيف استطعتِ تحويلها إلى فرص للتطور والنجاح؟

من أبرز التحديات التي تصاحب العمل القيادي ضرورة تحقيق التوازن بين التخطيط الاستراتيجي ومتطلبات العمل اليومية، والتعامل مع التغيرات المتسارعة في السوق، واتخاذ القرارات المناسبة في ظل تعدد الأولويات وتباين التوقعات. وقد تعلمت أن التحديات لا ينبغي أن تكون عائقًا أمام التقدم، بل فرصة لإعادة تقييم الأساليب المتبعة والبحث عن حلول أكثر فاعلية. لذلك أحرص على التعامل مع التحديات بعقلية عملية تقوم على تحليل الأسباب، والاستماع إلى وجهات النظر المختلفة، والعمل بروح الفريق، والاستفادة من التجارب السابقة. كما أن القيادة بالنسبة لي ليست مجرد منصب أو صلاحية لاتخاذ القرار، بل مسؤولية تتطلب الاستماع والتعلم المستمر والقدرة على تحفيز الآخرين. وكل تحدٍ نتجاوزه يمنحنا خبرة أعمق وثقة أكبر في قدرتنا على التعامل مع المستقبل.

كيف ترين مستقبل القطاع العقاري في عُمان في ظل التحول الرقمي وتغير احتياجات العملاء، وما الدور الذي يمكن أن تؤديه المرأة في تشكيل هذا المستقبل؟

أرى أن القطاع العقاري في سلطنة عُمان أمام فرص مهمة للتطور، خصوصًا مع التوسع في استخدام التقنيات الرقمية وتزايد توقعات العملاء بشأن سرعة الخدمات وشفافيتها وسهولة الوصول إلى المعلومات. وستكون المؤسسات الأكثر قدرة على مواكبة هذه التحولات هي التي تستثمر في الحلول التقنية، وتطور تجربة العميل، وتعتمد على البيانات في فهم السوق واتخاذ القرارات. فالتحول الرقمي لم يعد مجرد خيار إضافي، بل أصبح عنصرًا مهمًا في تعزيز الكفاءة والقدرة التنافسية، بدءًا من التسويق العقاري وإدارة علاقات العملاء، وصولًا إلى تحليل الفرص وتحسين جودة الخدمات. أما المرأة العُمانية، فأرى أن أمامها دورًا مهمًا في تشكيل مستقبل هذا القطاع، ليس فقط من خلال المشاركة في الوظائف القيادية، وإنما أيضًا عبر الابتكار وريادة الأعمال وتوظيف التكنولوجيا وتطوير نماذج عمل تستجيب لاحتياجات السوق. فتنوع الخبرات ووجهات النظر يسهم في إيجاد حلول أكثر شمولًا وفاعلية، ويعزز قدرة المؤسسات على النمو والاستدامة.

ما طموحكِ للمرحلة المقبلة، وما الرسالة التي توجهينها للمرأة العُمانية التي تطمح إلى بناء مسيرتها والوصول إلى مواقع قيادية؟

طموحي في المرحلة المقبلة هو مواصلة تطوير العمل في بيوت التمكين العقارية، وتعزيز مكانتها من خلال تقديم خدمات ذات قيمة مضافة، وتبني أساليب عمل أكثر ابتكارًا، وبناء شراكات تسهم في تحقيق النمو المستدام. كما أتطلع إلى مواصلة تطوير قدراتي القيادية والمهنية، والإسهام في إيجاد بيئة عمل تتيح للكفاءات النمو وتحويل أفكارها إلى إنجازات. أما رسالتي للمرأة العُمانية الطموحة، فهي أن تؤمن بقدراتها، وتستثمر في تطوير معرفتها ومهاراتها، وألا تجعل الخوف من التجربة أو الإخفاق سببًا للتراجع عن أهدافها. فالنجاح يحتاج إلى الاجتهاد والاستمرارية والاستعداد لتحمل المسؤولية، كما يحتاج إلى الشجاعة في اقتناص الفرص والتعلم من الأخطاء. وأقول لكل امرأة تطمح إلى الوصول إلى موقع قيادي: لا تنتظري أن تكون جميع الظروف مثالية حتى تبدئي، بل ابدئي بما تمتلكينه اليوم، وطوري نفسكِ باستمرار، واجعلي من كفاءتكِ وأخلاقياتكِ المهنية وجودة عملكِ أساسًا لمسيرتكِ. فكل خطوة جادة، مهما بدت صغيرة، يمكن أن تكون بداية لإنجاز أكبر، وتمهّد الطريق لنساء أخريات يطمحن إلى تحقيق أحلامهن والإسهام في تنمية وطنهن.`







هي تتحدى
البروانية فداء
حين يتحول الطموح إلى ذهب

تخطو فداء البروانية بثبات في مسيرتها مع التايكواندو، وتثبت في كل بطولة أن طموحها يتجاوز حدود منصة التتويج. ففي عام ٢٠٢٦، أحرزت ذهبية وزن تحت ٥٢ كجم في كأس العرب للتايكواندو للناشئات، لتصبح أول لاعبة عُمانية تحصد ذهبية البطولة في هذه الفئة، قبل أن تضيف إلى رصيدها ذهبية وزن ٥٧ كجم في دورة الألعاب الرياضية الخليجية الرابعة في قطر. وتواصل فداء، لاعبة منتخب عُمان للتايكواندو، بناء مسيرتها بخطوات تتجه نحو المنافسة الدولية؛ فهي ضمن الرياضيين العُمانيين المستفيدين من منحة التضامن الأولمبي للإعداد لأولمبياد لوس أنجلوس ٢٠٢٨، فيما تضع أمامها أهدافًا قريبة تشمل المشاركة في بطولة العالم للناشئين ودورة الألعاب الأولمبية للشباب. في «هنّ.. المستقبل»، نلتقي فداء لنتعرف إلى رحلتها مع التايكواندو، وما صنعته المنافسة من شخصية وطموح، وكيف تنظر إلى مستقبلها الرياضي، وحلمها بالوصول إلى أكبر منصة رياضية في العالم.

ماذا يعني لكِ الفوز بالميدالية الذهبية في كأس العرب للتايكواندو للناشئات، بعد كل ما بذلته من جهد واستعداد؟

يعني لي الفوز بالميدالية الذهبية الكثير، فهو ثمرة كل الجهد والعمل الدؤوب الذي بذلته خلال فترة الاستعداد والمنافسات. وشعرتُ بسعادة وفخر كبيرين عندما أدركتُ أنني حقّقتُ الذهبية، وكانت لحظة لا تُنسى بالنسبة لي ولعائلتي. كما شعرتُ بفخر كبير وأنا أرفع اسم عُمان في هذه البطولة.

كيف استعددتِ للبطولة؟

استعددتُ للبطولة من خلال التدريب يوميًا والالتزام بجدول تدريبي صارم. ركزتُ مع مدربي على تطوير لياقتي البدنية وسرعتي ومهاراتي في التايكواندو، كما حرصتُ على تناول الطعام الصحي والحصول على قسط كافٍ من الراحة، حتى أتمكن من تقديم أفضل أداء خلال المنافسات.

ما أكثر ما تتذكرينه من لحظة التتويج؟

كانت لحظة مليئة بالفخر والاعتزاز، خصوصًا عندما وقف الجميع في المجمع الرياضي أثناء عزف السلام السلطاني. كان موقفًا مؤثرًا جدًا بالنسبة لي، وشعرتُ بالفخر لأنني تمكنتُ من رفع اسم بلدي عاليًا.

واجهتِ لاعبات أكبر سنًا وأكثر خبرة.. كيف تعاملتِ مع هذا التحدي؟

كان من أكبر التحديات التي واجهتها المنافسة أمام لاعبات أكبر سنًا وأكثر خبرة. وبما أنني ما زلتُ لاعبة في فئة الناشئات، لم تكن المنافسة أمام اللاعبات في الفئات الأكبر سهلة. كانت المباريات قوية جدًا، وتطلبت مني قدرًا كبيرًا من الثقة والتركيز والإصرار، لكنني نظرتُ إليها باعتبارها فرصة رائعة للتعلم وتطوير نفسي.

ماذا يعني لكِ تمثيل سلطنة عُمان في المحافل الرياضية الخليجية؟

بصراحة، تمثيل عُمان بالنسبة لي شعور كبير جدًا، وأشعر بالفخر في كل مرة أرتدي فيها شعار السلطنة. المسؤولية تكون أكبر لأنني أعرف أنني لا أمثل نفسي فقط، وإنما أمثل وطني وأهلي وكل فتاة عُمانية لديها حلم. وهذا الشيء يعطيني دافعًا أكبر لأقدم أفضل ما عندي وأرفع اسم عُمان بكل فخر.

كيف غيّرتكِ رياضة التايكواندو على المستوى الشخصي؟ وما أهم ما تعلمتِه منها خارج الملعب؟

التايكواندو غيرتني كثيرًا، ليس فقط كلاعبة وإنما كشخص. أصبحت أكثر انضباطًا وثقة بنفسي، وتعلمت كيف أتحكم في خوفي وأواجه التحديات بدلًا من أن أهرب منها. وأكثر شيء تعلمته أن الفوز جميل، لكن حتى الخسارة لها قيمة، لأنها تعلمني أين أخطأت وكيف أعود أقوى في المرة القادمة.

بعد هذه الإنجازات، ما الذي يدفعكِ إلى الاستمرار والتطور؟

أكثر شيء يدفعني هو أنني أشعر أن أمامي طريقًا طويلًا وأهدافًا كثيرة أريد تحقيقها. كل بطولة وكل تمرين يعطيني درسًا جديدًا. كذلك دعم أهلي ومدربي وتشجيع الأشخاص من حولي يجعلني أتمسك بحلمي أكثر. وأحب دائمًا أن أرى نفسي أفضل من اليوم الذي قبله، حتى لو كان التطور بسيطًا.

هل تحلمين بالوصول إلى منصات عالمية في التايكواندو؟ وكيف تبدو لكِ الميدالية الأولمبية؟

طبعًا، هذا حلم كبير بالنسبة لي. أتمنى أن أصل إلى مستوى عالمي وأشارك في بطولات كبيرة، وأحلم بأن أرى علم عُمان يرتفع على منصة عالمية بسببي.

الوصول إلى الأولمبياد وتحقيق ميدالية فيه سيكون حلمًا لا يوصف، لكنني أعرف أن الطريق يحتاج إلى وقت وتعب والتزام، وأنا مستعدة لأعمل من أجل هذا الحلم خطوة بخطوة.

كيف ترين حضور الفتيات العُمانيات في الرياضة اليوم؟ وما الذي تتمنين أن يتطور في المستقبل؟

أرى أن حضور الفتاة العُمانية في الرياضة اليوم أصبح واضحًا أكثر، وهذا شيء جميل جدًا. هناك مواهب كثيرة وطموحات كبيرة، وأتمنى أن تحصل الفتيات على فرص أكبر للمشاركة والتدريب والاحتكاك ببطولات ومستويات أعلى.

وأتمنى أيضًا أن تستمر نظرة المجتمع للرياضة النسائية بالتطور، لأن الفتاة العُمانية قادرة على المنافسة وتحقيق الإنجازات إذا وجدت الدعم والفرصة.

عندما تفكرين في «عُمان المستقبل»، ما الدور الذي تتمنين أن تؤديه المرأة العُمانية في الرياضة؟

أتمنى أن تكون المرأة العُمانية جزءًا أساسيًا من مستقبل الرياضة في عُمان، وأن نراها في منصات التتويج، وفي التدريب والإدارة والتحكيم وكل المجالات الرياضية.

وأتمنى أن يأتي يوم تصبح فيه الفتاة العُمانية التي تحلم بأن تكون بطلة عالمية مؤمنة أن هذا الحلم ممكن فعلًا، وليس مجرد حلم بعيد.

كيف تختصرين معنى المرأة العُمانية بالنسبة لكِ؟

قوة وطموح وإصرار، وهي قادرة على الوصول مهما كان الطريق صعبًا.

ما الدرس الأهم الذي منحكِ إياه التايكواندو في حياتك؟

أن أؤمن بنفسي، وأن أستمر حتى عندما تكون الأمور صعبة.

كيف تتمنين أن يُذكر اسم فداء البروانية في المستقبل؟

بين الأسماء التي صنعت إنجازًا يظل فخرًا لعُمان.

ما الرسالة التي توجهينها إلى كل فتاة عُمانية تحلم بأن تصبح رياضية؟

لا تخافي من البداية، ولا تسمحي لأي شخص أن يجعلكِ تشكين في قدرتكِ. إذا كان لديكِ حلم، تمسكي به واعملي من أجله. يمكن أن يكون الطريق طويلًا ومتعبًا، لكن كل خطوة تخطينها اليوم تقربكِ من المكان الذي تتمنين الوصول إليه.

والأهم: لا تستسلمي.

ريم الحميدي

تفتح طريقًا إلى البحر

هي تتحدى







تخوض ريم الحميدي البحر بشغف لا يتوقف عند المغامرة، بل يتحول إلى مساحة تفتحها أمام نساء أخريات لاكتشاف قدراتهن وخوض تجارب جديدة. كابتن قوارب وغواصة حرة ومرشدة سياحية، ومنظمة رحلات بحرية، أسست «مشاعر المحيط | Ocean Emotions» لتقدم تجارب بحرية في عُمان، وتمنح النساء مساحة يشعرن فيها بالراحة والثقة في الماء. في «هنّ.. المستقبل»، تحكي ريم عن رحلتها مع البحر، وعن رؤيتها لمستقبل تكون فيه المرأة العُمانية حاضرة بقوة في المجالات البحرية والسياحية والرياضية.

بدايةً، عرّفينا بكِ وبمجالكِ، وما طبيعة مشروعكِ المرتبط بالبحر؟

ريم الحميدي، كابتن قوارب، غواصة حرة، ومرشدة سياحية ومنظمة للرحلات البحرية في سلطنة عُمان. بدأت رحلتي مع البحر من شغفي بالمغامرة والطبيعة، ومع الوقت أصبح جزءًا أساسيًا من عملي ورسالة أحرص على مشاركتها مع الآخرين. من خلال مشروعي «مشاعر المحيط | Ocean Emotions»، أقدم تجارب سياحية وبحرية في مختلف أنحاء السلطنة، من الجزر والشواطئ إلى الأودية والوجهات الطبيعية، بهدف تعريف الزوار بجمال عُمان وتنوعها الطبيعي بطريقة مختلفة وقريبة من الطبيعة. ومن أهم توجهات المشروع توفير تجارب بحرية نسائية تقودها كفاءات نسائية عُمانية، تتيح للنساء من عُمان ومن مختلف أنحاء العالم اكتشاف البحار العُمانية وخوض تجارب مثل السباحة مع السلاحف والغطس السطحي واستكشاف الحياة البحرية في بيئة مريحة وآمنة. وأحرص على أن تكون التجربة متاحة حتى للمرأة التي لا تجيد السباحة أو تشعر بالتردد تجاه البحر، إذ يرافقها طاقمنا النسائي خطوة بخطوة ويقدم لها الإرشادات والدعم في الماء. بالنسبة لي، «مشاعر المحيط» ليست مجرد رحلات بحرية، بل وسيلة لخلق علاقة أجمل بين الإنسان والطبيعة، وتعريف النساء والزوار بجانب من عُمان ربما لم يختبروه من قبل.

ما الذي قادكِ إلى البحر، ومتى أدركتِ أنه يمكن أن يصبح جزءًا من رسالتكِ في تمكين النساء؟

بدأت علاقتي بالبحر في عام ٢٠٢٠، عندما زرت جزر الديمانيات للمرة الأولى. أتذكر دهشتي من جمال المكان ولون البحر التركوازي والحياة البحرية التي وجدتها أمامي. كانت تلك الزيارة نقطة تحوّل بالنسبة لي، ومنها بدأ شغفي بالبحر يكبر. مع تعمقي في المجال، أدركت أن السياحة البحرية في عُمان ما زالت تحمل مساحة كبيرة لمزيد من مشاركة المرأة. وكنت ألاحظ سعادة النساء بوجود امرأة إلى جانبهن تفهم احتياجاتهن وترافقهن خطوة بخطوة، وتشعرهن براحة أكبر أثناء التجربة. من هنا بدأت أرى أن وجودي في هذا المجال يمكن أن يكون أكبر من مجرد ممارسة شغفي. أردت أن أخلق مساحة تستطيع فيها المرأة خوض تجارب بحرية ومغامرات جديدة بثقة وراحة، وأن ترى أن البحر والطبيعة والمغامرة ليست مجالات بعيدة عنها.

ماذا تعني لكِ عبارة «خلق مساحة للنساء في البحر»؟

يعني ذلك بالنسبة لي أن أتيح للمرأة فرصة لتعيش البحر بطريقة تمنحها الراحة والحرية والمغامرة، وليس الخوف أو التردد. كثير من النساء يحببن البحر ويشعرن بالفضول تجاهه، لكن الخوف أو عدم الثقة قد يمنعهن من خوض التجربة. كما أن وجود قائدات وطاقم نسائي يمنح الكثير منهن شعورًا أكبر بالراحة والاستعداد





لتجربة أشياء جديدة. لذلك أحرص على أن تستمتع كل امرأة بالرحلة بطريقتها، سواء كانت سبّاحة متمرسة أو تخوض أول تجربة لها في البحر. ومن هنا جاءت فكرة «سكينة في الماء»، وهو برنامج أقدمه لمساعدة النساء اللواتي لديهن خوف أو رهبة من الماء، من خلال العمل بشكل تدريجي على بناء الثقة والتأقلم مع الماء، حتى يتحول بالنسبة لهن من مصدر للخوف إلى مساحة يشعرن فيها بالراحة والأمان. وهذا بالنسبة لي هو جوهر الفكرة: أن تكتشف المرأة البحر بطريقتها، وأن يرتبط وجودها فيه بالثقة والراحة والمتعة.

هل شعرتِ في بداياتكِ بأن وجود امرأة عُمانية في هذا المجال أمر غير مألوف؟

بالتأكيد. في بداياتي، كان وجود امرأة عُمانية في مجال السياحة والقيادة البحرية أمرًا غير مألوف، خصوصًا أنني لم أكن أرى الكثير من النساء العُمانيات في هذا المجال. لكنني لم أنظر إلى ذلك كعائق، بل رأيته مساحة جديدة يمكنني أن أكون جزءًا من بنائها. استمريت في تطوير نفسي وخبراتي إلى أن تمكنت من تأسيس «مشاعر المحيط | Ocean Emotions». ولم يعد الأمر متعلقًا بخوض تجربة شخصية فقط، بل أصبح فرصة لفتح المجال أمام نساء عُمانيات أخريات يشاركنني حب البحر والطبيعة. واليوم، من أجمل الأشياء بالنسبة لي أن أرى نساءً عُمانيات يعملن معي في هذا المجال، ونتعلم من بعضنا ونتبادل الخبرات.

من خلال تجربتك، ما الذي يمنع بعض النساء من خوض مجالات جديدة وغير تقليدية؟

أعتقد أن السبب يختلف من امرأة إلى أخرى، لكن الخوف من المجهول والخروج من منطقة الراحة قد يكونان من أكثر الأمور التي تجعل المرأة تتردد، خصوصًا عندما تكون التجربة بعيدة عن المألوف بالنسبة لها. وأحيانًا لا يكون الخوف من التجربة نفسها، بل من عدم معرفة من سيقودها أو عدم وجود شخص تشعر معه بالثقة والراحة. وهذا ما لاحظته كثيرًا في عملي. فوجود شخص داعم وموثوق يشرح للمرأة ما سيحدث ويكون إلى جانبها خطوة بخطوة يمكن أن يغير تجربتها بالكامل. لذلك أؤمن أن توفير الفرص مهم، لكن الأهم أن تكون في بيئة تشعر فيها المرأة بالثقة والأمان حتى تستطيع أن تخطو خطوتها الأولى.

هل هناك امرأة أو قصة لامرأة التقيتِ بها من خلال تجربتك البحرية تركت أثرًا خاصًا فيك؟

من الصعب أن أختار امرأة واحدة، لأن كل امرأة التقيت بها من خلال البحر تركت أثرًا مختلفًا في داخلي، سواء كانت عُمانية أو زائرة من خارج السلطنة. أحيانًا يكون الأثر في امرأة جاءت وهي تخاف من الماء، ثم أراها بعد التجربة أكثر راحة وثقة، أو في امرأة تخوض للمرة الأولى تجربة بحرية جديدة وتغادر وهي تحمل حماسًا لاكتشاف المزيد. ومن الجميل أيضًا أن ألتقي بنساء من ثقافات مختلفة يأتين إلى عُمان ويكتشفن بحرها وطبيعتها للمرة الأولى. رؤية انبهارهن بجمال السلطنة تجعلني أراها من منظور مختلف وتذكرني بمدى ثراء الطبيعة التي نعيش بينها. لذلك، أكثر ما ترك أثرًا في نفسي هو مجموع هذه اللقاءات والتجارب؛ كل امرأة شاركتني جزءًا من رحلتها، وتركت لي في المقابل شيئًا من قصتها.

ماذا تعلمتِ من البحر عن القيادة والشجاعة والتعامل مع التحديات؟

علمني البحر قبل كل شيء الهدوء. أصبح بالنسبة لي مصدر أمان، وعلمني أن أتعامل مع المواقف بهدوء وتركيز حتى عندما لا تسير الأمور كما توقعت. كما علمني أن الإنسان لا يعرف حدوده الحقيقية إلا عندما يجرؤ على تجاوزها. في الغوص الحر، قد تصلين إلى عمق ٣٠ مترًا بنفس واحد، ثم تعودين إلى السطح وأنت تحملين شعور الإنجاز والسعادة. وكلما غصت أعمق، لم أكتشف تفاصيل جديدة تحت الماء فقط، بل اكتشفت جوانب جديدة من نفسي؛ قدرتي على التركيز، ومواجهة الخوف، والهدوء تحت الضغط. وهذا ما أحاول أن أحمله معي في القيادة وفي حياتي بشكل عام: أن التحديات لا تعني أن نتوقف، وإنما أن نتعامل معها بهدوء ونتعلم منها ونكتشف إلى أي مدى يمكننا أن نصل.







هل ترين أن رؤية المرأة لذاتها تتغير عندما تُمنح فرصة لخوض تجربة جديدة؟

بالتأكيد. أرى هذا التغيير بوضوح من خلال النساء اللواتي يشاركننا رحلاتنا. كثير منهن يأتين متوترات لأن التجربة جديدة، خصوصًا إذا كانت لديهن رهبة من البحر أو السباحة، لكن عندما يجدن شخصًا يثقن به ويكون إلى جانبهن خطوة بخطوة، يتحول التوتر إلى فضول وحماس. وأحيانًا تكون أجمل لحظة بالنسبة لي عندما أسمع في نهاية الرحلة: «ما توقعت أني أقدر أسوي كل هذا، وهذي أكيد ما رح تكون آخر مرة». وأحرص دائمًا على أن تتذكر كل امرأة أن ما حققته لم يكن بفضل أحد، بل لأنها قررت أن تمنح نفسها الفرصة وثقت بنفسها وخرجت من منطقة راحتها. ونحن فقط كنا هناك لنهيئ لها البيئة المناسبة ونشاركها جمال البحر.

كيف يمكن لعُمان أن تستثمر في طاقات النساء في المجالات البحرية والسياحة والرياضات والمغامرات، خصوصًا مع رؤية عُمان ٢٠٤٠؟

تمتلك عُمان مقومات كبيرة للاستثمار في طاقات النساء في هذه المجالات، خصوصًا مع توجه رؤية عُمان ٢٠٤٠ نحو تنويع الاقتصاد وتطوير قطاع السياحة وتمكين الكفاءات الوطنية. ومن وجهة نظري، يبدأ ذلك بالاستثمار في المهارات والخبرات، من خلال توفير المزيد من برامج التدريب والتأهيل، وإتاحة فرص حقيقية للمرأة العُمانية للعمل والقيادة في هذه القطاعات. كما أن دعم المشاريع العُمانية الصغيرة والمتخصصة يمكن أن يصنع فرقًا كبيرًا. أحيانًا تكون الفكرة والشغف موجودين، لكن ما تحتاجه المرأة هو المساحة والفرصة والموارد لتحويل شغفها إلى مشروع مستدام. وعُمان بما تتمتع به من بحر وجزر وشواطئ وجبال وأودية، تملك ثروة طبيعية تفتح أبوابًا واسعة أمام السياحة والمغامرات والرياضات المختلفة. وأتمنى أن نرى مستقبلًا مساحة أكبر للمرأة العُمانية في هذه القطاعات، ليس فقط كمشاركة في التجربة، وإنما كقائدة وصاحبة مشروع وخبيرة وصانعة لهذه التجارب.

ما المجال غير التقليدي الذي تتمنين أن تري فيه مزيدًا من العُمانيات خلال السنوات القادمة؟

لا أتمنى أن نحدد للمرأة العُمانية مجالًا واحدًا باعتباره «غير تقليدي». أتمنى أن يصبح اختيار المرأة لمجالها مرتبطًا بشغفها وقدراتها، وليس بمدى كونه مألوفًا أو غير مألوف. أتمنى أن أرى المزيد من العُمانيات في البحر والمغامرات والرياضات والمجالات الإبداعية، وأن نرى نساءً يكتشفن مجالات جديدة ربما لم نفكر فيها اليوم. الأجمل بالنسبة لي هو أن تصبح عبارة «هذا مجال غير تقليدي للمرأة» أقل حضورًا مع الوقت، وأن يكون الطموح هو الشيء الذي يحدد المجال، لا الصورة النمطية عنه.

في يوم المرأة العُمانية، ما الرسالة التي توجهينها إلى فتاة تفكر في دخول مجال لا تزال النساء فيه قلة؟لا تجعلي أي شيء يعيقك عن الوصول إلى ما تطمحين إليه. الشيء الذي يخيفك اليوم قد يكون هو نفسه السبب الذي يجعلك تكتشفين قوتك وتنجحين غدًا. آمني بنفسك وبطموحاتك، وثقي بما تستطيعين تقديمه في أي مجال تختارينه. لا تنتظري أن يكون الطريق مألوفًا أو أن يسبقك إليه الكثيرون، فأحيانًا أجمل الإنجازات تبدأ من مكان لم يعتد الناس أن يروا المرأة فيه.

ودائمًا تذكري أنك نجمة. وحتى لو لم يرَ الجميع نورك اليوم، استمري في السعي والتطور، لأنك ستسطعين يومًا بالطريقة التي تستحقينها.

الانستغرام: ocean.emotions.om

أمتور
للذهب والألماس



نبذة تعريفية عن الشركة | أكتوبر ٢٠٢٦

قدرات تنقية الذهب وسبك السبائك والعملات شهد عام ٢٠٢٦ تأسيس مصنع أمتور لسبك السبائك والعملات الذهبية ومنشأة لتنقية الذهب في المنطقة الصناعية بالمعيبيلة في سلطنة عُمان. وتدعم هاتان المنشأتان عمليات الشركة في المعادن الثمينة من خلال معدات متخصصة وإجراءات تشغيل منضبطة والتركيز على الدقة والجودة والاتساق، مما يعزز قدراتها التشغيلية إلى جانب أنشطة البيع بالتجزئة.

خطط التوسع الدولي لعام ٢٠٢٦

استنادًا إلى حضورها في عُمان والإمارات وقطر، حددت أمتور ست دول إضافية تخطط لافتتاح فروع فيها خلال عام ٢٠٢٦، وهي: سنغافورة والبحرين والمملكة العربية السعودية وسويسرا وتركيا والمغرب. وتمثل هذه الأسواق المرحلة التالية من طموحات الشركة للتوسع خارج دول مجلس التعاون الخليجي نحو آسيا وأوروبا وشمال أفريقيا. وهذه الفروع ضمن الخطط المستقبلية ولا تُعد فروعًا عاملة حتى يتم افتتاحها رسميًا.

نموذج الأعمال والقوة التنظيمية

تجمع أمتور بين التشغيل الذي تديره الشركة ونموذج حصص أصحاب الامتياز في مواقع مختارة. ويضم هيكلها الإداري إدارة المناطق والفروع والمالية والموارد البشرية والتسويق والمشتريات والعمليات ومراقبة المخزون والامتثال. ويهدف هذا التكامل إلى تعزيز اتساق تجربة العملاء والمساءلة التشغيلية والنمو المسؤول في الأسواق المختلفة.

رؤيتنا للمستقبل

تطمح أمتور إلى أن تصبح اسمًا دوليًا معروفًا في مجالات الذهب والألماس والمعادن الثمينة، مع الحفاظ على الهوية الثقافية والحرفية التي شكّلت بداياتها. وتشمل أولوياتها الاستراتيجية توسيع شبكة المعارض ومنافذ السبائك، وتطوير مجموعات جديدة، وتعزيز العلاقات مع العملاء عبر القنوات الرقمية، وتقوية البنية التشغيلية. ومن سلطنة عُمان إلى الأسواق العالمية، تواصل أمتور مسيرتها لبناء قيمة مستدامة من خلال المنتجات الأصيلة والخدمة الموثوقة والتصميم المتقن والعلاقات طويلة الأمد.

نبذة عن الشركة

تأسست شركة أمتور للذهب والألماس في الأول من أغسطس ٢٠٢٢ في سلطنة عُمان، وهي العلامة التجارية لشركة الماطور الدولية ش.ش.و، المسجلة بالسجل التجاري رقم ١٤٣٧١٥٤. تعمل الشركة في مجالات الذهب والمجوهرات المرصعة بالألماس والمعادن الثمينة، وتجمع بين الحرفية التقليدية والتصميم المعاصر والخدمة التي تضع العميل في مقدمة أولوياتها. وتستلهم أمتور هويتها من التراث العُماني والفنون الإسلامية.

القيم والهوية

ترتكز أمتور على مبادئ النقاء والأصالة والشفافية ورضا العملاء. وتقدم مجموعات من المجوهرات التي تحتفي بالمناسبات الخاصة والإنجازات الشخصية والتقاليد العائلية، مع الاهتمام بجودة الصناعة والأناقة التي تدوم.

المنتجات والحرفية وتجربة العملاء

تشمل منتجات أمتور المجوهرات الذهبية والألماسية ومجموعات الزفاف والتصاميم المستوحاة من التراث العُماني والفن الإسلامي والمجوهرات اليومية والسبائك الذهبية. كما توفر تصاميم خاصة حسب الطلب، وتركز على اختيار المواد بعناية وضبط الجودة ووضوح المعاملات وخدمات ما بعد البيع.

النمو والحضور الإقليمي

انطلقت أمتور من مسقط وتوسعت في مختلف أنحاء سلطنة عُمان، ثم دخلت أسواقًا دولية. ووفقًا للملف التعريفي للشركة في سبتمبر ٢٠٢٦، ضمت شبكتها ١٤ موقعًا في عُمان والإمارات العربية المتحدة وقطر، بما فيها منافذ البيع ومنشأتان صناعيتان. وتشمل مواقعها في عُمان روي والسيب وعبري وصحار والمعبيلة والخصب وصلالة وصور، إلى جانب معرضها الرئيسي في عُمان أفينيوز مول. كما تشمل المواقع الدولية سوق الذهب في دبي وسوق الذهب في قطر. ويعكس هذا النمو حرص الشركة على توحيد معايير العلامة التجارية وتطوير فرق العمل والتوسع في الأسواق المعروفة بتجارة الذهب.



شمع للعطور

من إرثٍ عريق إلى آفاق عالمية من الفخامة



من إرثٍ عريق في صناعة العطور إلى آفاق جديدة من الفخامة، تبرز سارة شيخ، مديرة العلامة التجارية في شمع للعطور، برؤية تجمع بين أصالة الجذور وابتكار التجارب المعاصرة. وفي حوارها مع «هنّ»، تكشف عن فلسفة العلامة في صياغة هويتها، واستلهام الثقافة العربية، وتقديم العطر بوصفه تجربة متكاملة تعكس روح المكان وثراء الحكاية.

تشتهر شمع للعطور بابتكار عطور تمزج بين التراث والفخامة. بصفتكِ مديرة العلامة التجارية، كيف تعرّفين جوهر العلامة؟

بالنسبة لي، يكمن جوهر شمع في تقديم التراث برؤية خاصة. لدينا تاريخ يمتد لما يقارب خمسة عقود، بدأ عام ١٩٧٧، وهو ما يمنح العلامة أصالة لا يمكن اصطناعها. واليوم، نأخذ هذا العمق المتجذر في فنون العطور التقليدية ونعبّر عنه بلغة أكثر عصرية للفخامة. ونظل متمسكين بجذورنا الراسخة في الحرفية وحسن الضيافة والتقاليد التي ورثناها، بينما نبني دار عطور تواكب الحاضر وتمثل منطقتنا على الساحة العالمية.

أصبحت الفخامة اليوم تتجاوز مفهوم الحصرية لتصبح تجربة متكاملة. كيف تنسجون السرد القصصي في مجموعات شمع؟

يشكل السرد القصصي جوهر الطريقة التي نبني بها مجموعاتنا في شمع. فنحن لا نبدأ بمجرد ابتكار عطر جديد، بل نبدأ بعالَم نريد أن نصنعه. فعلى سبيل المثال، تعبّر مجموعة ايليمنتس عن الطبيعة من خلال العطر، بينما تستكشف مجموعة الجلد كمكوّن رئيسي، من خلال عطور وتفسيرات مختلفة. ومؤخراً، نعمل على مجموعة جديدة مستوحاة من مفاهيم اللقاء والانتماء والثقافة العربية. ثم تمتد هذه القصة إلى كل تفصيل، من العطر والأسماء إلى الألوان والخامات والتغليف. بالنسبة لي، تتمثل الفخامة العصرية في خلق ذلك الارتباط العاطفي، وليس مجرد تقديم منتج جميل.

كامرأة تقود علامة فاخرة، ما الذي يلهم قراراتك الإبداعية والاستراتيجية؟

كامرأة تقود العلامة، أعتقد أنني أمتلك فهماً حدسياً للطريقة التي تختبر بها النساء الفخامة؛ ليس فقط ما يشترينه، بل كيف يجعلهن العطر أو المنتج أو المكان يشعرن. وهذه النظرة تؤثر بطبيعة الحال في الطريقة التي أتعامل بها مع الجانبين الإبداعي والتجاري.

تعتبر الكثير من النساء العطر امتداداً لهويتهن. ما نصيحتك لمن تبحث عن عطرها المميز؟

أعتقد أن العثور على عطركِ المميز يتعلق بفهم الروائح التي تنجذبين إليها بطبيعتكِ. لا تختاري عطراً لمجرد أنه رائج أو بناءً على رائحته على شخص آخر؛ جرّبيه على بشرتكِ، وامنحيه الوقت، ولاحظي كيف يجعلكِ تشعرين. شخصياً، أحب الروائح الزهرية مثل الياسمين والورد، وغالباً ما أمزج زيوتهما النقية مع عطور أكثر عصرية. فهذا يخلق تركيبة أكثر تفرّداً، وأجد أن هذه التركيبات هي دائماً الأكثر لفتاً لانتباه الآخرين والأكثر حصولًا على الإطراء. ومع الوقت، يصبح العطر المناسب جزءاً من هويتكِ، ويبدأ الناس بربط تلك الرائحة بكِ.

تجمعين بين التراث والحداثة في شمع بانسجام رائع. كيف ترين تطور دور العطور العربية عالمياً؟

نعيش اليوم مرحلة مثيرة للغاية بالنسبة للعطور في الشرق الأوسط. فقد أثرت مكونات مثل العود والعنبر والمسك والورد في صناعة العطور العالمية لسنوات، لكننا نشهد اليوم اهتماماً أكبر بالثقافة والحرفية والطقوس التي تقف وراءها. وأعتقد أن ذلك يمنح العلامات التجارية في منطقتنا فرصة لسرد قصصنا بأنفسنا وبثقة. لسنا بحاجة إلى إضفاء طابع غربي على تراثنا حتى يصبح ذا حضور عالمي، بل علينا أن نقدمه بجودة استثنائية ومنظور معاصر. وأؤمن بأن شمع يمكن أن تكون جزءاً من صياغة هذا الفصل الجديد.

شمع ليست مجرد دار عطور، بل تمثل أسلوب حياة. ما معنى «الرفاهية» بالنسبة لكِ شخصياً؟

بالنسبة لي، ترتبط الفخامة بالطريقة التي يجعلكِ بها الشيء تشعرين أكثر من ارتباطها بثمنه. أنجذب إلى الحرفية والتفاصيل والأشياء التي تحمل وراءها قصة أو غاية، سواء كان ذلك مكاناً صُمم بعناية، أو عوداً استثنائياً، أو قطعة مصنوعة يدوياً. وهذه النظرة تؤثر بطبيعة الحال في الطريقة التي نتعامل بها مع شمع. فمتاجرنا، على سبيل المثال، منسقة بعناية لتعكس عالم العلامة، بينما تحول قطع مثل أطقم المباخر المصنوعة يدوياً العطر إلى طقس يصبح جزءاً من المنزل. أعتقد أن الفخامة اليوم أصبحت أكثر شخصية. فهي لا تتعلق باستعراض شيء ما بقدر ما تتعلق بالطريقة التي تختبرينه بها، وأريد لشمع أن تصبح جزءاً من تلك الطقوس اليومية من خلال العطور والمساحات والقطع والتجارب.

أخيراً، ما الجديد الذي يمكن أن تتطلع إليه النساء في عُمان وخارجها من شمع للعطور؟

هناك الكثير مما يمكن التطلع إليه في شمع في الوقت الحالي. فعلى الصعيد الإبداعي، نعمل على مجموعات جديدة، ونطور بعض مجموعاتنا الحالية، ونستكشف طرقاً جديدة لاستخدام العطور. كما نتطلع إلى ما هو أبعد من العطر نفسه، ونستكشف كيف يمكننا بناء عالم أوسع حول شمع من خلال منتجات وتعاونات وتجارب جديدة. وتواصل عُمان لعب دور مهم في هذه الرحلة. ونحن فخورون بافتتاح متجرنا في مول عمّان هذا العام. كما احتفلنا مؤخراً بافتتاح متجرنا الرئيسي الجديد في كولايا، مومباي، وستكون البحرين محطتنا القادمة مع متجرنا المرتقب في مراسي مول. وفي الوقت ذاته، نعيد التفكير في مفهوم متجر التجزئة وما يمكن أن يكون عليه. ففي مومباي، على سبيل المثال، أضفنا ركناً للقهوة مع باريستا خاص بنا وحبوب قهوة من مصادر محلية، لنبتكر مساحة يمكن للناس فيها اكتشاف العطور وقضاء الوقت وتجربة العلامة بطريقة أكثر شخصية. في النهاية، نريد لشمع أن تصبح عالماً يمكن للناس اختباره بطرق مختلفة، مع نقل الإرث الذي بدأ في مومباي عام ١٩٧٧ إلى جمهور عالمي أوسع.



ما يغلب خياراتها

شيء



نحتفل بيوم المرأة العُمانية

بتقديم عروض حصرية صُممت لأجلكِ

بمناسبة يوم المرأة العُمانية، يحتفي بنك مسقط بكِ بعروض حصرية ترافقكِ في اهتمامكِ بصحتكِ، أسلوب حياتكِ، وخطواتكِ نحو تحقيق أهدافكِ المالية طوال شهر أكتوبر.



بطاقة بنك مسقط الائتمانية

قدّمي على بطاقة بنك مسقط الائتمانية واحصلي على استرداد على الرسوم السنوية للسنة الأولى.
اكسبي استرداد ٥٪ كنقاط مكافأة واحصلي على قيمة أكبر على مشترياتكِ المؤهلة.

يسري العرض لغاية ٣١ أكتوبر ٢٠٢٦



قرض الصحة والجمال

احصلي على قرض للعلاجات الشخصية وعلاجات الأسنان، **بسعر فائدة مخفض ٤٪ وفترة سداد ٢٤ شهرًا.**

يسري العرض لغاية ١١ ديسمبر ٢٠٢٦

بنك مسقط .أفضل كل يوم.

تُطبق الشروط والأحكام.

لمعرفة المزيد

CR No. 1/14573/8