«التكافل الدولية» تعلن نتائجها المالية للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026

اعتمد مجلس إدارة شركة التكافل الدولية نتائج الشركة المالية للفترة المنتهية في 30 يونيو 2026م. وبلغ صافي الربح العائد على المساهمين بعد الضريبة 306 آلاف دينار بحريني للأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026، بزيادة نسبتها 72% مقارنة بصافي ربح قدره 178 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق. وبلغ العائد على السهم 3.61 فلوس للأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ2.10 فلس لنفس الفترة من العام السابق. كما ارتفع الدخل الشامل العائد على المساهمين للأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026 ليصل إلى 331 ألف دينار بحريني مقارنة بـ149 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بزيادة نسبتها 122%.

وبلغ إجمالي أرباح الشركة بعد الضريبة 246 ألف دينار بحريني خلال الربع الثاني من عام 2026 مقارنة بـ 205 آلاف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بزيادة نسبتها 20%. حقق صندوق المساهمين ربحًا بعد الضريبة قدره 306 آلاف دينار بحريني خلال الربع الثاني من عام 2026 مقارنة بربح قدره 178 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بزيادة نسبتها 72%. وتعزى هذه الزيادة الملحوظة إلى ارتفاع الدخل من الاستثمارات خلال الفترة. بينما شهد أداء صندوقي تكافل المشاركين عجزاً قدره 60 ألف دينار بحريني خلال الربع الثاني من عام 2026 مقارنة بـ 26 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق. ويعزى هذا الانخفاض في أداء صندوقي تكافل المشاركين بشكل رئيسي إلى زيادة احتياطيات المطالبات، وارتفاع كلفة التعويضات خلال الفترة مقارنة بنفس الفترة من العام السابق.

○ عصام الأنصاري.

كما بلغت اشتراكات التكافل المثبتة 8,493 ملايين دينار بحريني للأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 7.306 ملايين دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق بزيادة نسبتها 16%. وبلغت تكاليف التكافل المتكبدة 6.301 ملايين دينار بحريني للأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 6.185 ملايين دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق بزيادة نسبتها 2%.

فيما بلغ صافي الربح العائد على المساهمين بعد الضريبة 736 ألف دينار بحريني للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026، بزيادة نسبتها 23% مقارنة بصافي ربح قدره 600 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق. وارتفع العائد على السهم إلى 8.68 فلوس مقارنة بـ 7.07 فلوس لنفس الفترة من العام السابق. كما بلغ الدخل الشامل العائد على المساهمين للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 نحو 568 ألف دينار بحريني مقارنة بـ 592 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بانخفاض نسبته 4%.

○ إبراهيم الريس.

وبلغ إجمالي أرباح الشركة بعد الضريبة 839 ألف دينار بحريني خلال الأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 761 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بزيادة نسبتها 10%. وحقق صندوق المساهمين ربحًا بعد الضريبة قدره 736 ألف دينار بحريني خلال الأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بربح قدره 600 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق بزيادة نسبتها 23%. وحقق صندوقا تكافل المشاركين فائضا بعد الضريبة قدره 103 آلاف دينار بحريني للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بفائض قدره 160 ألف دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق، بانخفاض نسبته 36%.

كما بلغت اشتراكات التكافل المثبتة 16.393 مليون دينار بحريني للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 14.146مليون دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق بزيادة نسبتها 16%. وبلغت تكاليف التكافل المتكبدة 12.533 مليون دينار بحريني للأشهر الستة المنتهية في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 11.912 مليون دينار بحريني لنفس الفترة من العام السابق بزيادة نسبتها 5%.

وبلغ مجموع حقوق الملكية 12.396 مليون دينار بحريني كما في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ13.100 مليون دينار بحريني كما في 31 ديسمبر 2025، بانخفاض نسبته 5%.

كما ارتفع إجمالي أصول الشركة بنسبة 1% ليصل إلى 46.997 مليون دينار بحريني كما في 30 يونيو 2026 مقارنة بـ 46.592 مليون دينار بحريني كما في 31 ديسمبر 2025.

وفي ضوء النتائج التي حققتها الشركة خلال فترة الأشهر الثلاثة المنتهية في 30 يونيو 2026، صرح إبراهيم الريس رئيس مجلس إدارة الشركة، بأن الشركة حققت أداءً جيداً خلال الربع الثاني، رغم استمرار التحديات الإقليمية. وأشار إلى أن النتائج الإيجابية لمحفظة الاستثمارات، والمدعومة بسياسة استثمارية منضبطة ومتنوعة، أسهمت بشكل رئيسي في دعم الأداء المالي للشركة، بما يعكس نهجها الحصيف في إدارة استثماراتها وتركيزها على تحقيق قيمة مستدامة للمساهمين وحملة الوثائق. وفي الختام، أعرب عن تقديره للمساهمين والعملاء على ثقتهم، وللفريق المتميز الذي يواصل الإسهام في تحقيق أهداف الشركة.

ومن جانبه، أكد عصام الأنصاري الرئيس التنفيذي للشركة، أن نتائج الربع الثاني للعام 2026 تعكس النهج المنضبط الذي تتبعه الشركة في إدارة أعمالها في ظل بيئة تشغيلية مليئة بالتحديات. وأوضح أنه، على الرغم من استمرار التحديات التي يشهدها القطاع المالي، واصلت الشركة التركيز على تطبيق أفضل ممارسات الاكتتاب، وتعزيز إدارة المخاطر، ورفع الكفاءة التشغيلية، فيما أسهم الأداء القوي لمحفظة الاستثمارات في دعم النتائج المالية الإجمالية. كما أكد التزام الشركة بمواصلة تقديم حلول تكافلية مبتكرة تلبي احتياجات العملاء، مع الالتزام بمبادئ التكافل والشفافية والتعاون، بما يعزز استدامة أعمالها ويحقق قيمة طويلة الأجل للمساهمين وحملة الوثائق.

الشركات العائلية الخليجية أمام اختبار الجيل الثالث

○ بقلم:

عدنان أحمد يوسف.

لم يكن تحرك وزارة الاقتصاد والسياحة في دولة الإمارات مؤخراً لتشجيع الشركات العائلية على التسجيل ضمن الإطار القانوني المنظم لها مجرد إجراء تنظيمي. فالوزارة ربطت هذا المسار بحماية ملكية الشركات من التفتت نتيجة الإرث، وتنظيم انتقال القيادة بين الأجيال، وإقرار الميثاق العائلي ومجالس العائلة والمكاتب العائلية. وهذه قضايا تلامس واحداً من أهم التحولات التي تواجه الاقتصادات الخليجية اليوم: انتقال الشركات والثروات التي بناها جيل المؤسسين إلى الأبناء والأحفاد.

وقد سبق أن تطرقنا إلى الشركات العائلية الخليجية وأهميتها وضرورة تعزيز حوكمتها وضمان استمراريتها. لكن القضية تستحق العودة إليها اليوم، ليس باعتبارها شأناً عائلياً أو إدارياً، وإنما قضية اقتصادية تتعلق باستدامة جزء مهم من رأس المال الوطني الخليجي.

فالشركات العائلية ليست قطاعاً هامشياً. تشير تقديرات متداولة في الدراسات المتخصصة إلى أن الشركات العائلية تمثل ما يقارب 90% من شركات القطاع الخاص في منطقة الشرق الأوسط، وتسهم بنحو 60% من الناتج المحلي الإجمالي وتوظف أكثر من 80% من القوى العاملة في القطاع الخاص في المنطقة. وفي دول الخليج العربي تحديداً، ارتبط صعود عدد كبير من البيوتات التجارية والصناعية والمصرفية والعقارية الكبرى وبعائلات أسهمت منذ عقود في بناء القطاع الخاص قبل الطفرات الاقتصادية الحديثة.

لكن هذه الشركات تدخل اليوم مرحلة مختلفة. فالشركة التي أسسها شخص واحد قبل خمسين أو ستين عاماً، وانتقلت بعد ذلك إلى عدد محدود من الأبناء، قد تصبح في الجيل الثالث موزعة بين عشرات الأحفاد، وفي الجيل الرابع بين أعداد أكبر من المساهمين الذين تختلف اهتماماتهم ومؤهلاتهم وعلاقتهم بالشركة.

وهنا يظهر اختبار الجيل الثالث. المشكلة ليست في انتقال الثروة ذاتها، وإنما في انتقال الملكية دون انتقال موازٍ في أنظمة الحوكمة. فكلما ازداد عدد أفراد العائلة المالكة، أصبحت العلاقة بين العائلة والشركة أكثر تعقيداً: من يحق له العمل في الشركة؟ ومن يختار الرئيس التنفيذي؟ وهل تكون الأولوية لأفراد العائلة أم للكفاءة المهنية؟ وكيف تحدد الأرباح الموزعة؟ وماذا يحدث إذا أراد أحد الورثة بيع حصته؟ وكيف تمنع الخلافات العائلية من الانتقال إلى مجلس الإدارة؟

وتصبح المسألة أكثر أهمية عندما ندرك أن العالم، ومن ضمنه الخليج العربي، مقبل على واحدة من أكبر عمليات انتقال الثروة بين الأجيال. فالأصول التي راكمتها الأجيال التي بنت الشركات خلال النصف الثاني من القرن الماضي تنتقل تدريجياً إلى الأبناء والأحفاد. وفي الخليج العربي تشمل هذه الثروة الشركات والعقارات والمحافظ الاستثمارية والأسهم والحصص في المؤسسات الخاصة، ما يجعل انتقالها حدثاً اقتصادياً وليس مجرد عملية توريث.

ولهذا فإن أخطر ما يمكن أن تواجهه الشركة العائلية ليس ضعف أرباح سنة معينة، وإنما تفتت الملكية وانقسام القرار. فقد تكون الشركة رابحة وقوية مالياً، لكنها تبدأ بالتراجع عندما يتحول مجلس الإدارة إلى ساحة للتوازنات العائلية، أو عندما يصبح الانتماء العائلي بديلاً عن الكفاءة، أو عندما تضطر الشركة إلى بيع أصول منتجة لتوفير السيولة لبعض الورثة.

وتكشف نتائج مسح PwC العالمي للشركات العائلية لعام 2025، الذي شمل 1325 شركة عائلية في 62 دولة وإقليماً، جانباً من هذه المفارقة؛ إذ وضع 78% من المشاركين حماية الشركة و77% المحافظة على إرث العائلة ضمن أهم أهدافهم طويلة الأجل، بينما لا تتجه سوى 3% إلى إعادة ابتكار أعمالها بصورة جوهرية. وهذا يعني أن الرغبة في المحافظة على الإرث قوية، لكن الاستمرار لا يتحقق بالمحافظة على أساليب الإدارة نفسها.

والخليج العربي يمتلك بالفعل نماذج لشركات عائلية استطاعت تجاوز أكثر من جيل والمحافظة على حضورها، من خلال الفصل التدريجي بين الملكية والإدارة، واستقطاب التنفيذيين المحترفين، وتشكيل مجالس إدارة أكثر مؤسسية، وتنويع الأنشطة والاستثمارات. وتبرز في البحرين، على سبيل المثال، مجموعات عائلية عريقة مثل كانو وفخرو والزياني والمؤيد، كما توجد نماذج مماثلة في السعودية والكويت والإمارات وعُمان وقطر استطاعت الانتقال من النشاط التجاري التقليدي إلى مجموعات متنوعة تعمل في قطاعات متعددة.

وهنا تكمن أهمية التطور التشريعي الذي نشهده في الإمارات وغيره من دول الخليج العربي. فالهدف ينبغي ألا يكون التدخل في الملكية العائلية، وإنما توفير الأدوات التي تساعدها على الاستمرار: ميثاق عائلي واضح، قواعد لانتقال الملكية، مجلس عائلة منفصل عن مجلس إدارة الشركة، سياسة لتوظيف أفراد العائلة، آليات لتخارج المساهمين، وخطة مكتوبة لتعاقب القيادة.

الحرارة تشعل أسعار الأسماك.. كيلو الصافي البحريني يصل إلى 7 دنانير

الصيادون : كميات السمك لاتغطي التكاليف التشغيلية للصيد

كتبت: نوال عباس

تشهد أسواق الأسماك المحلية استمرار ارتفاع الأسعار، في ظل شح المعروض وتأثر حركة الصيد بارتفاع درجات الحرارة، الأمر الذي أدى إلى تراجع دخول عدد من البحارة إلى البحر وانخفاض كميات الأسماك المحلية المطروحة في الأسواق.

ووصل سعر كيلو الصافي البحريني إلى نحو 7 دنانير، فيما يتراوح سعره بين 6 و7 دنانير بحسب الحجم والجودة، بينما بلغ سعر كيلو الشعري نحو 4 دنانير، والهامور نحو 7 دنانير. كما وصلت أسعار ثلاجات الأسماك إلى 240 دينارا وأكثر، وفقا للحجم والنوع والجودة.

وقال جزافون في السوق: إن ارتفاع درجات الحرارة خلال هذه الفترة من العام ينعكس بصورة مباشرة على حركة الصيد وكميات الأسماك المطروحة، مشيرين إلى أن قلة المعروض تسهم في استمرار ارتفاع الأسعار، وسط توقعات ببقاء الأسعار عند مستويات مرتفعة خلال الفترة المقبلة في حال استمرار الأجواء الحارة.

وفي ظل هذه الارتفاعات، بدأت حركة الشراء تتجه بصورة أكبر نحو الأسماك المستوردة، إذ يفضل عدد من المستهلكين شراء المستورد للاستفادة من انخفاض أسعاره مقارنة بالأسماك المحلية.

ويصل سعر كيلو الصافي المستورد إلى نحو 3 دنانير ونصف، مقابل وصول سعر الصافي البحريني إلى 7 دنانير، بفارق يصل إلى 3 دنانير ونصف للكيلو، ما يعكس فارقا سعريا كبيرا ويدفع المزيد من المستهلكين إلى اختيار المستورد.

ولم يقتصر شح المعروض وارتفاع الأسعار على الأسماك، إذ يشهد الروبيان المحلي أيضا نقصا في الكميات المطروحة رغم انتهاء حظر صيده، حيث وصل سعر كيلو الروبيان صغير الحجم إلى نحو 4 دنانير، ما دفع المستهلكين إلى التوجه نحو الروبيان المستورد كبديل، وخاصة مع توافره بأسعار أكثر تنافسية.

وقال الجزاف عقيل علي أحمد: إن أوضاع الصيد حاليا صعبة جدا، في ظل تراجع كميات الأسماك المطروحة في الأسواق، موضحا أن الصيد أصبح خفيفا، ولا تتوافر كميات كافية من الأسماك.

وأوضح أن ارتفاع درجات الحرارة أثر بشكل كبير على حركة الأسماك، مشيرا إلى أن ارتفاع حرارة البحر يدفع الأسماك إلى البحث عن مناطق أكثر برودة، ما يؤدي إلى انتقالها إلى مناطق ودول أخرى.

وأضاف أن حرارة البحر المرتفعة تنعكس مباشرة على كميات الصيد، حيث يخرج بعض البحارة إلى البحر منذ الخامسة صباحا ويواصلون العمل حتى ساعات العصر تحت أشعة الشمس، ورغم ساعات العمل الطويلة فإنهم يعودون بكميات محدودة من الأسماك.

وأشار إلى أن البحار قد يعود في بعض الأيام بنحو نصف «ثلاجة» فقط بعد ساعات طويلة من العمل، مؤكدا أن هذه الكمية لا تكاد تغطي تكاليف الخروج إلى البحر.

ووصف العمل في البحر خلال هذه الفترة بأنه مرهق للغاية، قائلا: إن «البحر نفسه أصبح شديد الحرارة، وتتصاعد منه الابخرة» الأمر الذي يزيد من صعوبة العمل ويضاعف الجهد المبذول من البحارة.

وأكد أن النوخذة البحريني الذي يعمل على القارب يحتاج إلى أجر مناسب يتناسب مع طبيعة العمل والظروف المناخية الصعبة، متسائلا: «من يرضى يشتغل في الشمس عشر ساعات مقابل 10 أو 20 دينارا؟». وأشار إلى أن أصحاب القوارب يتحملون في المقابل تكاليف تشغيلية مرتفعة تشمل الوقود والمصروفات اليومية والأكل وغيرها، فضلا عن كلفة توفير العمالة البحرينية المطلوبة.

وأكد أن ارتفاع درجات الحرارة وتراجع كميات الصيد وارتفاع تكاليف التشغيل، كلها عوامل جعلت عملية الصيد أكثر صعوبة وكلفة، في وقت تشهد فيه الأسواق انخفاضا ملحوظا في كميات الأسماك المحلية المطروحة، وهو ما ينعكس بدوره على الأسعار.

ويرى الجزافون أن فرق الأسعار بين المحلي والمستورد أصبح عاملا رئيسيا في قرارات المستهلكين، وخصوصا مع ارتفاع كلفة الأسماك المحلية وقلة الكميات، مؤكدين أن استمرار توافر المستورد يساعد على تلبية الطلب في السوق خلال فترة شح الإنتاج المحلي. وأشاروا إلى أن ارتفاع أسعار الأسماك خلال هذه الفترة من العام يتكرر سنويا بالتزامن مع ارتفاع درجات الحرارة وتأثر نشاط الصيد، متوقعين أن تشهد الأسواق انفراجا تدريجيا وانخفاضا في الأسعار مع تحسن الأجواء خلال الأشهر المقبلة، وزيادة نشاط البحارة وارتفاع كميات الأسماك والروبيان المطروحة في الأسواق.

OneCX من زين البحرين تطلق أول برنامج تدريبي متخصص في تجربة العملاء

يستمر ثلاثة أيام ويزود المهنيين بمهارات عملية لتعزيز تجربة العملاء داخل مؤسساتهم

أطلقت OneCX، المنصة الشاملة لإدارة حلول تجربة العملاء المدعومة بالذكاء الاصطناعي من زين البحرين، أول برنامج تدريبي احترافي في مجال تجربة العملاء، بالشراكة مع The CX Clinic ، شركة استشارات إقليمية بحرينية، متخصصة في تجربة العملاء والتدريب المهني. ويجمع البرنامج، الذي يمتد على مدى ثلاثة أيام، نخبة من المهنيين من مختلف القطاعات إلى جانب موظفي زين البحرين، لتزويدهم بالمعرفة التطبيقية والأدوات العملية التي تمكّنهم من تصميم رحلات عملاء أكثر فاعلية وتقديم تجارب أكثر تميزاً.

وتُعد OneCX منصة متكاملة ومدعومة بالذكاء الاصطناعي لإدارة تجربة العملاء وتطويرها عبر القنوات الرقمية والقنوات المدعومة بموظفي خدمة العملاء. ويعزز البرنامج التدريبي الجديد هذا الدور من خلال تزويد المهنيين والمؤسسات بالمعرفة والأدوات اللازمة لترسيخ ممارسات تتمحور حول العميل، والارتقاء بجودة التفاعل، وتحقيق نتائج أعمال أكثر فاعلية.

ويُقام البرنامج خلال الفترة من 9 إلى 11 أغسطس في المقر الرئيسي لزين البحرين، بمشاركة نخبة من المهنيين من مختلف القطاعات. ويقدم البرنامج محتوى متكاملاً يشمل أساسيات تجربة العملاء، ورسم خريطة رحلة العميل، ومنهجيات الاستماع إلى صوت العميل وتحليل ملاحظاته واحتياجاته، واستراتيجية تجربة العملاء، والثقافة المرتكزة على العميل، إلى جانب أبرز مقاييس تجربة العملاء ومؤشرات الأداء الرئيسية.

وتجمع الجلسات التدريبية بين أفضل الممارسات العالمية والتطبيق العملي، من خلال ورش عمل تفاعلية ودراسات حالة واقعية، بما يتيح للمشاركين تحويل المفاهيم المكتسبة إلى حلول عملية قابلة للتطبيق على تحديات الأعمال داخل مؤسساتهم.

وقال عبدالله سالمين، الرئيس التنفيذي لخدمة العملاء في زين البحرين: «يمثل إطلاق هذا البرنامج خطوة استراتيجية في ترسيخ مكانة OneCX كشريك متكامل للمؤسسات في مجال تجربة العملاء في مملكة البحرين والمنطقة. ومن خلال تعاوننا مع The CX Clinic، نرسّخ بيئة تعليمية تطبيقية تمكّن المهنيين من تحويل رؤى العملاء إلى قرارات أكثر دقة، وتحسينات قابلة للقياس، وتجارب أكثر تأثيراً تدعم نمو الأعمال وترتقي بالأداء المؤسسي. كما تنسجم هذه المبادرة مع استراتيجية زين البحرين الهادفة إلى دفع النمو القائم على التكنولوجيا، وبناء قدرات جاهزة للمستقبل، وتسريع تحول الشركة من مشغل اتصالات تقليدي إلى شركة متكاملة للحلول التكنولوجية، بما يدعم مسيرة التحول الرقمي في المملكة».

وقال رائد عبدالله، الرئيس التنفيذي لتجربة العملاء في The CX Clinic: «نؤمن في The CX Clinic بأن تجارب العملاء الاستثنائية تبدأ بقيادات استثنائية. وقد صُمم هذا البرنامج لتزويد قادة الصفوف الأمامية بأطر عمل تطبيقية، وأفضل الممارسات المتوافقة مع المعايير الدولية، والقدرات القيادية التي تمكّنهم من ترجمة استراتيجية تجربة العملاء إلى أداء يومي متسق وفعّال».

ويُعد هذا البرنامج الأول ضمن سلسلة متكاملة من برامج التدريب المهني والشهادات المتخصصة والخدمات الاستشارية في مجال تجربة العملاء، التي تعتزم OneCX تقديمها بالتعاون مع CX Clinic. وسيتم إعلان مبادرات إضافية خلال الفترة المقبلة، في إطار التزام OneCX بتطوير الكفاءات المحلية، وتسريع التحول المؤسسي المرتكز على العميل، ورفع معايير تجربة العملاء في السوق.

وزير الصناعة والتجارة يستقبل سفيرة الولايات المتحدة

استقبل عبدالله بن عادل فخرو وزير الصناعة والتجارة، ستيفاني لين هاليت سفيرة الولايات المتحدة الأمريكية لدى مملكة البحرين. وخلال اللقاء، أكد وزير الصناعة والتجارة أهمية العلاقات التاريخية التي تجمع مملكة البحرين والولايات المتحدة الأمريكية الصديقة، منوهًا بالحرص المتبادل على مواصلة تعزيز مسارات التعاون الثنائي، وخاصة في القطاعين التجاري والصناعي بما يحقق المصالح المشتركة.كما جرى استعراض عدد من الموضوعات ذات الاهتمام المشترك.

مختبر بنفت المتقدم للذكاء الاصطناعي يسجل نموا في البحث العلمي والتطبيقات العملية

○ عبدالواحد الجناحي.

○ د. فؤاد الأنصاري.

سجل مختبر بنفت المتقدم للذكاء الاصطناعي والحوسبة بجامعة البحرين نموًا ملحوظًا في نشاطه البحثي والتطبيقي خلال أربعة أعوام، بعد أن أسهم في إنجاز ونشر 53 بحثًا ودراسة علمية حصدت 269 استشهادًا علميًا خلال الفترة من عام 2022 إلى عام 2025، بما يعكس تنامي أثره وحضوره في الأوساط البحثية.

وارتفع الإنتاج البحثي للمختبر بنسبة 47% في عام 2025 مقارنة بالعام السابق، فيما نُشرت أعمال باحثيه لدى عدد من أبرز دور النشر والمنصات العلمية العالمية، من بينها Springer و-Else vier وIEEE وMDPI، بما يعكس جودة مخرجاته واتساع حضورها على المستوى الدولي.

وشملت المخرجات البحثية للمختبر طيفًا واسعًا من المجالات العلمية والتطبيقية، من أبرزها توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل الصور الطبية وتشخيص أورام الدماغ، وتطوير حلول لتحسين انسيابية الحركة المرورية في المدن الذكية، والكشف عن الأنشطة غير الاعتيادية في شبكات إنترنت الأشياء.

وامتدت الأبحاث إلى تطوير تقنيات للكشف المبكر عن أمراض النباتات وتقييم صحة المحاصيل، إلى جانب إجراء دراسات متقدمة في الكيمياء الحاسوبية، وتقنيات الطاقة الشمسية، وعلوم المواد.

ويُعد مختبر بنفت المتقدم للذكاء الاصطناعي والحوسبة ثمرة شراكة استراتيجية بين جامعة البحرين وشركة بنفت، الرائدة في مجال التكنولوجيا المالية وخدمات المعاملات المالية الإلكترونية في مملكة البحرين.

وقال عبدالواحد الجناحي، الرئيس التنفيذي لشركة بنفت: «تعكس هذه النتائج القيمة المتنامية للشراكة بين القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية في بناء منظومة بحثية قادرة على ربط المعرفة العلمية باحتياجات القطاعات المختلفة. فمن خلال ما يتيحه المختبر من بنية حوسبية عالية الأداء وخبرات متخصصة، تمكن الباحثون من تنفيذ دراسات متقدمة وتطوير تطبيقات تتعامل مع تحديات واقعية في مجالات حيوية، بما يفتح المجال أمام انتقال الأفكار الواعدة من البيئة الأكاديمية إلى نطاق الاستخدام الفعلي».

وأضاف: «ستواصل بنفت الاستثمار في المبادرات التي تسهم في إعداد كفاءات وطنية مؤهلة، وتحفيز الابتكار، ودعم تطوير حلول قائمة على الذكاء الاصطناعي ذات أثر اقتصادي ومجتمعي مستدام، بما ينسجم مع أولويات التحول الرقمي في مملكة البحرين».

من جانبه، قال الدكتور فؤاد محمد الأنصاري، رئيس جامعة البحرين: «يجسد المختبر ثمرة التعاون المثمر بين جامعة البحرين وشركة بنفت، ويمثل إضافة نوعية إلى منظومة البحث العلمي في الجامعة، لما يتيحه لأعضاء الهيئة الأكاديمية وطلبة الدراسات العليا من موارد حوسبية متخصصة تدعم إنجاز أبحاث متعددة التخصصات وفق معايير علمية رفيعة».

وأضاف: «أسهم هذا التعاون في ربط القدرات الأكاديمية والخبرات التقنية باحتياجات القطاعات المختلفة، ونتطلع إلى مواصلة العمل مع بنفت للبناء على ما تحقق، وتطوير أبحاث وتقنيات حديثة تدعم مسيرة التنمية والاقتصاد القائم على الابتكار في مملكة البحرين».