العرب
الأحد 2021/10/31
السنة 44 العدد 12226

نقص الموارد البشرية والإلكترونية يهدّد نمو أمازون وآبل

أرقام المرابيح تُثبت أن إرادة العملاقين لا تزال قوية

يعيق نقص الموارد البشرية والإلكترونية نموّ عمالقة التكنولوجيا مثل أمازون وآبل، حيث يصعب عليهما تحقيق أهدافهما الإنتاجية والمزيد من المرابيح في ظل صعوبات في التوظيف وشح الرقائق الإلكترونية الناجمة عن اضطرابات سببتها الجائحة، مع ذلك يبدي العملاقان إرادة قوية لتجاوز هذه الأزمة للحفاظ على الريادة.

الريادة مستمرة رغم الصعوبات

سان فرانسيسكو – **تعاني شركتا أمازون وآبل من صعوبات في التوظيف وشحّ في أشباه الموصلات، ما يهدّد نموّ العملاقين رغم وصول عائداتهما في الربع الأخير من العام إلى عشرات المليارات من الدولارات.**

وخيّبت نتائج المجموعتين الأميركيتين آمال المستثمرين وخسرت أوراقهما المالية أكثر من 3 في المئة خلال التعاملات الإلكترونية بعد إغلاق بورصة نيويورك.

وحققت شركة أمازون التي تكافح من أجل التوظيف لتلبية احتياجاتها إيرادات في الربع الثالث من العام بلغت 110.8 مليار دولار (15+ في المئة) بما يتماشى مع توقعاتها ولكن ليس توقعات المحللين الذين توقعوا أكثر من 111.6 مليار.

تيم كوك:
النقص العالمي في الرقائق الإلكترونية كان له تأثيره على جميع قطاعات الصناعة وليس آبل فقط

وحققت أمازون 3.2 مليار دولار كأرباح صافية بعد أن زادت أرباحها ثلاث مرات خلال عام واحد لتصل إلى 6.3 مليار دولار بفضل الأزمة الصحية والمبيعات السنوية.

وسلطت المجموعة الأميركية في بيانها الضوء على استثماراتها العديدة مؤكدة أنها "ضاعفت شبكة مستودعاتها تقريبا منذ بداية الوباء".

ووصل عدد العاملين لصالح أمازون إلى الـ1.5 مليون شخص في العالم، أي أكثر بـ30 في المئة من العام الماضي، وتستمر الشركة بالتوظيف لتلبية الطلب المتزايد باستمرار، رغم رفع القيود المفروضة لمكافحة كوفيد – 19 في العديد من الدول. غير أن التوتر في السوق الأميركي يعيق نمو الشركة.

ولفتت أمازون إلى أن "في الفصل الرابع من العام، نتوقع تكاليف إضافية بقيمة عدة مليارات من ناحية بيع أعمالنا للمستهلكين"، مشيرة إلى "نقص في القوى العاملة وارتفاع الأجور وقضايا التوريد العالمية وارتفاع تكاليف النقل".

وأبدت المجموعة منذ عشرة أيام تقريبا خطتها في توظيف 150 ألف عامل موسمي في فترة أعياد آخر السنة، بالإضافة إلى 165 ألف توظيف معلن عنه في سبتمبر.

ويؤثر أيضا سعر النفط والشح في أشباه الموصلات الإلكترونية على نشاطات الشركة كما هو الحال بالنسبة إلى آبل.

وبحسب الرئيس التنفيذي تيم كوك عند عرض النتائج، فإن آبل تقدّر خسارتها بنحو 6 مليارات دولار بين يوليو وسبتمبر، بسبب "قيود العرض أكبر من المتوقع".

وتعاني آبل من "شحّ في السيليكون" وهو مادة أساسية لتصنيع الرقائق الإلكترونية، علما أن هذا النقص يطال كلّ قطاع المنتجات الإلكترونية واسعة الاستهلاك. كما تعاني من "اضطرابات سببتها الجائحة" في مصانع المجموعة في جنوب شرق آسيا.

وأكد كوك "نعيش في حقبة غير مسبوقة".

ويتوقّع كوك أن تكون الخسائر خلال الربع الحالي الذي يشمل فترة الأعياد أعلى من التي سُجّلت خلال فصل الصيف.

ومن غير المرجح أن تتمكن آبل من تحقيق أهدافها الإنتاجية لجهاز آيفون الجديد قبل موسم الأعياد بسبب النقص العالمي في الرقائق الإلكترونية، وفق تقارير حديثة.

وأقر كوك أن النقص العالمي في الرقائق الإلكترونية كان له تأثيره على جميع قطاعات الصناعة وليس آبل فقط، بسبب الطلب الهائل الأعلى من التوقعات.

وفي المجموع، بلغت الإيرادات 83.3 مليار دولار أميركي بزيادة قدرها 29 في المئة من مبيعات أجهزة آيفون. وزادت نسبة بيع أجهزة آيفون بـ47 في المئة خلال عام واحد. وباعت آبل طيلة فترة نشاطها في موسم 2021–2020 (من أكتوبر حتى سبتمبر) هواتف ذكية لقاء إجمالي 191.9 مليار دولار من الإيرادات، أي نحو أكثر من ثلث الذي باعته قبل الجائحة.

وتواجه آبل أيضا ضغوطا من الهيئات الناظمة ومطوري البرامج لخفض عمولاتها في متجر التطبيقات "آب ستور"، المنفذ الوحيد للتواجد على أجهزتها المحمولة المرغوبة بشدة في جميع أنحاء العالم.

ويرى المحلّل دان إيفز من شركة ويدبوش، المتفائل بشأن خطة آبل حتى نهاية العام والفترة اللاحقة، أن الأرقام تُثبت أن الإرادة لا تزال قوية.

وقال المدير المالي في أمازون برايان أولسافسكي خلال مؤتمر المحللين أن التوظيف والمشكلات فيه كلّفا المجموعة نحو مليارَي دولار هذا الصيف، ويمكن أن تتضاعف هذه التكاليف في الربع الحالي.

ولا يزال أولسافسكي يتوقع مبيعات تتراوح قيمتها بين 130 و140 مليار دولار للربع الأخير من العام (أي نمو يتراوح بين 4 و12 في المئة خلال عام واحد).

ميتا تعلن عن نظارات الواقع الافتراضي المعزز

واشنطن – **أعلنت شركة ميتا، فيسبوك سابقا، عن النموذج الأول لنظارات الواقع الافتراضي المعزز "نازير".**

وستمكن النظارات المستخدمين من إجراء بعض تجارب الواقع المعزز المألوفة مثل التواصل مع الأصدقاء في نوافذ افتراضية وحتى لعب اللاعبين المتعددين مع صور رمزية تظهر في غرفة معيشة المستخدم.

وبحسب تقارير إعلامية فإن شركة ميتا قد عرضت النموذج الأوّلي لنظارات الواقع الافتراضي المعزز نازير تمهيدا لإطلاقها خلال الأشهر المقبلة، وقد بدأت العمل على تطويرها.

ويظهر مقطع فيديو توضيحي لنظارات نازير البعض من تجارب الواقع المعزز والإمكانات التي يمكن أن تحظى بها هذه النظارات في المستقبل، والتي ستشكل تكاملا ضمن عالم الخيال العلمي "ميتافيرس" الجديد.

ويتشكل الواقع المعزز الحقيقي ليكون سوقًا تنافسية حيث تمتلك شركات مثل مايكروسوف وماجيك ليب بالفعل أجهزة واقع معزز كاملة مثل HoloLens، وهي ضخمة الحجم ولديها مجال رؤية محدود، كما تعمل شركات أخرى مثل آبل على تطوير أجهزة الواقع الافتراضي.

وكانت فيسبوك أصدرت زوجًا من النظارات بالشراكة مع شركة "راي بان" الأميركية – الإيطالية لصناعة النظارات الشمسية والطبية، لتدخل سوقا ناشئة للأجهزة التي يمكن ارتداؤها مع التركيز على التقاط الصور وليس تحسين الرؤية.

ورغم ذلك فإن هذه ليست نظارات الواقع المعزز الحقيقية، ولا تحتوي حتى على تركيبات مبسطة، وتظل الميزة الرئيسية لراي بان الكاميرا والميكروفون المدمجان من أجل تسجيل صور وتسجيل الفيديو من وجهة نظر معينة.

والخميس أعلنت شركة فيسبوك تغيير اسمها إلى ميتا في إعادة لإطلاق علامتها التجارية بالتركيز على طموحات تتعلق بإنشاء ميتافيرس، وهو بيئة للواقع الافتراضي المشترك تراهن الشركة على أنها ستكون المنصة الكبرى المقبلة.

النظارات ستمكن المستخدمين من إجراء تجارب الواقع المعزز مثل التواصل مع الأصدقاء في نوافذ افتراضية

يأتي تغيير الاسم في وقت تواجه فيه أكبر شركة في العالم للتواصل الاجتماعي انتقادات من مشرعين وجهات تنظيمية تطال قوتها السوقية وقراراتها الرقمية والرقابة على الانتهاكات التي تقع في منصتها.

وقال الرئيس التنفيذي مارك زوكربيرغ في مؤتمر الشركة عن البث الافتراضي الحي والواقع المعزز إن الاسم الجديد يعكس طموح شركته لإنشاء عالم جديد من الواقع الافتراضي بدلا من أن تكون المنصة خدمة تواصل اجتماعي فقط.

ومصطلح ميتافيرس الذي ظهر للمرة الأولى في رواية قبل ثلاثة عقود ويجتذب الآن اهتماما كبيرا في وادي السيليكون يشير بشكل عام إلى فكرة البيئة الافتراضية المشتركة التي يمكن لأشخاص الدخول إليها رغم استخدامهم أجهزةً مختلفة.

غوغل تطرح أدوات جديدة لمطوري تطبيقات «المنزل الذكي»

واشنطن – **طورت شركة التكنولوجيا وخدمات الإنترنت الأميركية العملاقة غوغل مجموعة من الأدوات لمطوري تطبيقات المنزل الذكي، فيما تكثف الشركات الكبرى العاملة في مجال أجهزة المنزل الذكي جهودها لوضع معايير موحدة وفقا للبرتوكول المعروف باسم "ماتر".**

وأعلنت الشركة، خلال المؤتمر الذي نظمته تحت اسم "قمة غوغل لمطوري المنازل الذكية"، عن أدوات وخصائص جديدة لمساعدة المطورين في تقديم تطبيقات جديدة للأجهزة التي سيتم إنتاجها متوافقة مع برتوكول ماتر لأجهزة المنزل الذكي، والذي سيكون بمثابة لغة برمجة عالمية للأجهزة المنزلية المتصلة بالإنترنت.

ومن المقرر إطلاق البرتوكول الجديد خلال العام القادم، مع دعم ليس فقط من غوغل وإنما من الشركات الكبرى الأخرى مثل آمازون وآبل وسامسونغ.

وتعتزم شركة غوغل الإبقاء على خدمة "غوغل هوم" مع إضافة أشياء جديدة أبرزها "مركز مطوري غوغل هوم" الذي يتيح للمطورين الوصول إلى الأدوات التي يحتاجون إليها لإنتاج أجهزة أو تطبيقات أو آلات البيت الذكي.

ويعد مركز المطورين متجراً شاملاً لتطوير أي شيء يتعلق بالمنزل الذكي، حيث يقدم أدوات جديدة للمساعدة في تسريع ماتر في المنزل الذكي.

ويمكن أن تساعد حزمة غوغل هوم المطورين على بناء أجهزة ماتر ودمجها بسرعة، وذلك حتى يكونوا جاهزين عند إطلاق الإصدار القياسي العام المقبل.

ويحدث هذا أيضًا عندما تلتزم غوغل بتحديث أجهزة ناست وأندرويد بدعم ماتر.

ويوفر دعم أندرويد الأصلي، عبر خدمات غوغل بلاي وغوغل هوك الجديد، دعمًا هامًا للأجهزة المحمولة والتطبيقات من أجل المساعدة في تبسيط جهاز المنزل الذكي.

ويستخدم نظام المنزل الذكي في المنازل حيث يتم استعمال الأجهزة المتصلة بالشبكة لتوفير المراقبة عن بعد وإدارة الأجهزة والأنظمة مثل الإضاءة والتدفئة.

ويعرّف الخبراء أيضا تقنية المنزل الذكي بـ"المنازل المؤتمتة"، وتوفر لأصحاب المنازل الأمان والراحة وكفاءة الطاقة من خلال السماح لهم بالتحكم فيها عن طريق الأجهزة الذكية.

شركة غوغل سباقة دائما

تنافس شديد تشهده سوق خدمات الفيديو بالبث التدفقي

منصة «إتش بي أو ماكس» الأميركية تطلق خدماتها في أوروبا

باريس – **انطلقت منصة "إتش بي أو ماكس" الأميركية للبث التدفقي الثلاثاء في أوروبا، مستهلة انتشارها داخل القارة بإطلاق خدمتها في إسبانيا وبلدان إسكندنافية.**

ويأتي وصول "إتش بي أو ماكس" إلى أوروبا في ظل تنافس شديد تشهده سوق خدمات الفيديو بالبث التدفقي، بعدما سبقتها إلى هذه السوق خدمات عملاقة أبرزها نتفليكس وديزني بلاس وأمازون برايم فيديو وآبل. ورغم ذلك تعتمد المنصة على إنتاجات "إتش بي أو" لجذب الجماهير، ومن بينها الجزء المقبل من "غايم أوف ثرونز" وسلسلة حلقات جديدة من "سكس أند ذي سيتي".

وبما أن "إتش بي أو" تابعة لمجموعة "وورنر ستوديوز" فستحصل على أفلامها في وقت أبكر من الوقت الذي ستحصل فيه المنصات الأخرى على أفلامها، بعد ستة أسابيع من طرحها في قاعات السينما.

ولـ"إتش بي أو" وجود أصلا في بلدان أوروبية عدة، فيما تشكل "إتش بي أو ماكس" محاولة للوصول إلى جمهور أوسع.

وقد أُطلقت "إتش بي أو ماكس" الثلاثاء في أندورا والدنمارك وفنلندا والنرويج وإسبانيا والسويد. كما من المقرر إطلاقها في 21 دولة أوروبية أخرى العام المقبل.

ومع ذلك ستبقى الخدمة غائبة لفترة عن أسواق رئيسية عدة ترتبط فيها "إتش بي أو" بعقود مع شركات مشغّلة كبرى، مثل "سكاي" في بريطانيا وإيطاليا وألمانيا.

ويقول خبراء إن المرابيح التي تحققها سوق خدمات الفيديو بالبث التدفقي أغرت الشركة الأميركية بالانتشار في أوروبا. وقد حققت نتفليكس أرباحا هائلة عقب عرض مسلسل "لعبة الحبار".

وذكرت وكالة بلومبرغ نيوز استنادا إلى أرقام داخلية في وثيقة لدى نتفليكس أن قيمة مسلسل "لعبة الحبار" الذي تبثه الشبكة –وهو أكبر مسلسل من إنتاجها الأصلي– تقدر بما يقارب 900 مليون دولار.

وفي المسلسل المثير والمؤلف من تسع حلقات يلعب متنافسون يمرون بضائقة مالية ألعاب أطفال لكن لها تبعات مميتة سعيا للحصول على جائزة قدرها 45.6 مليار وون (38.58 مليون دولار).

وأثار المسلسل ضجة في العالم منذ بداية بثه في سبتمبر وأصبح محل اهتمام عالمي. وأوضحت نتفليكس أن الشغف العالمي بمسلسل الإثارة الكوري اجتذب عددا من المشتركين الجدد أكبر مما كان متوقعا، مضيفة أن تعزيز محتوى البث سيساعد في اجتذاب المزيد حتى نهاية العام، وهو ما من شأنه أن يحفز الشركات المنافسة على تقديم ما يجذب الجمهور ويحقق الأرباح.

وبعد حدوث هبوط حاد في أعداد المشتركين في النصف الأول من 2021 أضافت نتفليكس 4.38 مليون مشترك من يوليو حتى سبتمبر، مما رفع عدد مشتركيها إلى 213.6 مليون مشترك في مختلف أنحاء العالم.

وشهدت نتفليكس زيادة كبيرة في الاشتراكات العام الماضي حين أبقت جائحة كورونا المشاهدين في منازلهم، لكن النمو توقف في بداية العام الحالي، في الوقت ذاته زادت الخدمات المنافسة مثل "ديزني" و"إتش.بي.أو ماكس".

تنافس كبير على جذب الجمهور