



محمد الهاشل

مدى النجاح في السيطرة على التضخم وتحقيق أهداف النمو الاقتصادي إلى جانب الاستقرار النقدي وإدارة أسعار الفائدة . ويعني تصنيف «أ» الأداء الممتاز ، فيما يمثل «إف» أسوأ درجة وتعني الفشل الذريع.

بقيادة قوية في إدارة اقتصادها . كما يسلط الضوء على التوجهات الفعالة للسياسات النقدية . ويتم تصنيف الدرجات من «أ» إلى «إف» . ويأخذ بعين الاعتبار العديد من المعايير من بينها

في الظروف الملائمة، يواجه محافظو البنوك المركزية مجموعة من التحديات، واليوم ومع الأزمة الصحية العالمية، فإن محافظي البنوك المركزية يواجهون إكراهات عديدة ذات طابع سياسي وعملي غير مسبوقة. وأضاف «تقريرنا السنوي يحلل وضعية الدول التي تتمتع

الوسطى والبنك المركزي لدول غرب إفريقيا. وأضافت المجلة أن والي بنك المغرب، عبد اللطيف الجواهري، حافظ للعام الرابع على التوالي، على مركزه ضمن أفضل 10 محافظي البنوك المركزية، بحسب وكالة أنباء المغرب الرسمية. وذكر بنك المغرب في بيان،

الجنوبية) ويانغ تشين لونغ (تايبان). ويصنف « تقرير تقييم أداء محافظي البنوك المركزية »، التي تصدره (غلوبال فاينانس) منذ عام 1994، محافظي البنوك المركزية في أكثر من 90 دولة بالإضافة إلى الاتحاد الأوروبي والبنك المركزي لشرق الكاريبي، وبنك دول إفريقيا

قائمة محافظي البنوك المركزية الأخرى الذين حصلوا على التصنيف «أ» ضمت فيليب لوي (أستراليا)، روبرتو كامبوس نيتو (البرازيل)، ديميتار راديف (بلغاريا)، ماريو مارسيل كليل (السيلبي)، ونور شمسيه محديونيس (ماليزيا)، وجوليو فيلاردي فلوريس (بيرو)، لي جو يول (كوريا

أظهر الترتيب الأخير الصادر عن مجلة (غلوبال فاينانس) الأمريكية، أن كل من عبد اللطيف الجواهري والي بنك يوسف الهاشل محافظ المركزي الكويتي، جاءا بين أفضل 10 محافظي البنوك المركزية في 90 دولة بتصنيف «أ».

وقالت المجلة في تصنيفها أن

وفقاً للترتيب الأخير الصادر عن مجلة «غلوبال فاينانس» الأمريكية

الهاشل بين أفضل 10 محافظين للبنوك المركزية في 90 دولة بتصنيف «أ»

هبوط جماعي لمؤشرات البورصة.. و«العام» يتراجع 14.4 نقطة



جلسة حمراء للبورصة

بلغت 0,23 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 95,2 مليون سهم تمت عبر 7042 صفقة بقيمة 41,7 مليون دينار (نحو 12,150 مليون دولار). وفي غضون ذلك انخفض مؤشر (رئيسي 50) نحو 24,7 نقطة ليبلغ مستوى 4519,72 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0,54 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 321,7 مليون سهم تمت عبر 6970 صفقة نقدية بقيمة 20,2 مليون دينار (نحو 70,7 مليون دولار). وكانت الشركات الأكثر ارتفاعا هي (إيفا) و(فجيعة 1) و(الأولى) و(أعيان) أما شركات (الأولى) و(أرزان) و(المدنية) و(أعيان) فكانت الأكثر تداولا في حين كانت شركات (ريم) و(السورية) و(مزايبا) و(سنام) الأكثر انخفاضا.

انغلق بورصة الكويت تعاملاتها أمس الأربعاء على انخفاض مؤشر السوق العام 14,4 نقطة ليبلغ مستوى 5747,64 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0,25 في المئة. وتم تداول كمية أسهم بلغت 460,2 مليون سهم تمت عبر 15650 صفقة نقدية بقيمة 63,7 مليون دينار (نحو 229,3 مليون دولار). وانخفض مؤشر السوق الرئيسي 13,4 نقطة ليبلغ مستوى 4452,10 نقطة بنسبة هبوط بلغت 0,3 في المئة من خلال كمية أسهم بلغت 364,9 مليون سهم تمت عبر 8608 صفقات نقدية بقيمة 22,2 مليون دينار (نحو 79,2 مليون دولار). كما انخفض مؤشر السوق الأول 14,9 نقطة ليبلغ مستوى 6398,54 نقطة بنسبة هبوط

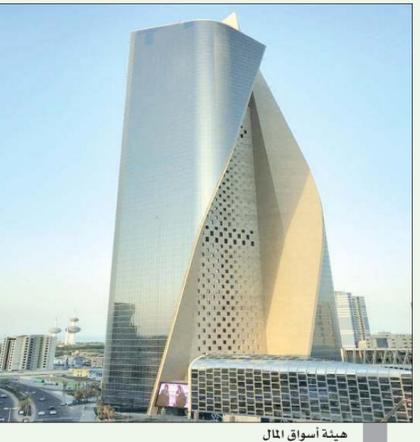
بالشراكة مع الهيئة العامة لشؤون ذوي الإعاقة بنك برقان يرعى حملة «حياتهم غالية»

الصحية التي من شأنها معالجة الحد من الآثار بعيدة المدى للأزمة من ذوي الإعاقة. ومن خلال مشاركته في حملات وبرامج متنوعة، سيواصل بنك برقان في دعم الحملات والمبادرات التي تدعم وتمكن الشباب من ذوي الإعاقة. وتدرج هذه المبادرة ضمن برنامج «برقان» الاجتماعي تحت عنوان «ENGAGE» معاً لتكون التغيير، الهدف إلى تسليط الضوء على الجوانب المهمة والمؤثرة في المجتمع، إضافة إلى تعزيز مسؤوليته الاجتماعية من خلال دعم المبادرات الإيجابية ضمن استراتيجيته للمسؤولية الاجتماعية. ويأتي نهج حملة «ENGAGE» متماشياً مع مبادئ البنك، كمؤسسة مالية كويتية رائدة، حيث ينسجم أسلوب سياساته مع احتياجات ومصالح المجتمع.

يسعى البرنامج إلى قياس مدى التجاوب مع العلاجات النفسية من خلال استبيانات تم تقديمها للأشخاص ذوي الإعاقة مما يعكس مدى الاستفادة من هذه التجربة التي تعتبر الأولى من نوعها. وسوف تستمر هذه المبادرة وستشمل جميع المناطق في مختلف المحافظات، والهيئة مستمرة في استقبال الحالات عبر منصتها التي تم تدشينها لهذه المبادرة. تتماشى هذه المبادرة مع سياسة المسؤولية الاجتماعية في بنك برقان، حيث إننا نؤمن بتعزيز المساواة في الحقوق المجتمعية ومساعدة الأفراد من ذوي الإعاقة في الاندماج بالمجتمع والمساهمة في بنائه. مع تفشي فيروس كورونا المستجد (COVID-19) ساهم في حدوث صعوبات ومشاكل نفسية كبيرة، فمن واجبنا الوطني والمجتمعي العمل على توفير الرعاية

يرعى بنك برقان المبادرة الوطنية التي أطلقتها الهيئة العامة لشؤون ذوي الإعاقة تحت عنوان «حياتهم غالية». وهي مبادرة وطنية فريدة تهدف لدعم الصحة النفسية للأشخاص ذوي الإعاقة نتيجة التأثير السلبي الناشئ عن انتشار وباء كوفيد-19. تم إطلاق المبادرة، التي تمتد عاماً كاملاً، بالشراكة الاستراتيجية مع منظومة البناء البشري للتنمية الاجتماعية والهيئة الخيرية الإسلامية العالمية، إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني والهيئات الخاصة والحكومية، كإعداد للمبادرة السابقة «نحن بعد وياكم»، التي تم تنظيمها بإشراف من مكتب ممثل منظمة الأمم المتحدة في دولة الكويت. تعد المبادرة استجابة لحالة الطوارئ الصحية العامة، بهدف تحقيق رؤية الكويت 2035 الجديدة تجاه الأشخاص ذوي الإعاقة، حيث

«ريم» تتراجع عن التظلم من قرار «أسواق المال»



هيئة أسواق المال

أقرت شركة ريم العقارية باتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لتنفيذ قرارات مجلس التدابير في الشكوى رقم 38 لسنة 2019 الصادرة عن هيئة أسواق المال الكويتية في جلسته المنعقدة بتاريخ 6 أكتوبر 2020. وقالت الشركة في بيان للبورصة الكويتية، أمس الأربعاء، إنها تراجعت عن فكرة التظلم من القرار السابق، على عكس ما أشارت إليه في بيان للبورصة بتاريخ 7 أكتوبر الجاري، بأنها ستقوم بالتظلم من القرار كتابياً لدى الهيئة خلال الأجل المحدد قانوناً والطعن عليه أمام المحكمة المختصة وفقاً للإجراءات القانونية.

كانت هيئة أسواق المال أعلنت بتاريخ 6 أكتوبر الجاري، عن صدور قرار مجلس التدابير في جلسته المنعقدة يوم الثلاثاء 6 أكتوبر 2020، بشأن شكوى ريم العقارية والمال للاستثمار وعدة أطراف أخرى. في المخالفة المقيدة برقم (38/2019 مجلس تدابير) ضد شركتي ريم العقارية والمال للاستثمار وعدة أطراف أخرى. وقالت «سفن» بياناً للبورصة الكويتية، إن العقد خاص بتنفيذ الأعمال

وقالت الهيئة في بيان على موقعها الرسمي آنذاك، إن القرارات صدرت ضد «ريم» لمخالفتها أحكاماً خاصة بالإفصاح والشفافية وقواعد الإدراج وحوكمة الشركات.

«سفن» توقع عقداً لصالح نفط الكويت بـ 1.5 مليون دينار

لـ«سفن» لعامي 2020 و2021. كانت أرباح «سفن» تراجعت 6,8 % بالنصف الأول من عام 2020، لتصل إلى 5,075 مليون دينار، مقابل أرباح بقيمة 5,444 مليون دينار للفترة المماثلة للعام الماضي.

أعلنت شركة الصناعات الهندسية الثقيلة وبناء السفن عن توقيع عقد بقيمة 1.5 مليون دينار، مع المقاول الرئيسي لصالح شركة نفط الكويت لمدة 3 أشهر ونصف. وقالت «سفن» بياناً للبورصة الكويتية، إن العقد خاص بتنفيذ الأعمال

«أوجلفي» تبحث الفجوة بين المستهلكين والعلامات التجارية في مجال العافية

الحافظ على عافيتهم، فيما يرى 59% أن الخيارات التي تراعي العافية تستحق دفع ثمن أو تعرفه أعلى. وتشكل الجوانب الاجتماعية والهاذقة مساحة جديدة للعلامات التجارية بالنسبة لمسألة العافية. وفيما تعد الوجبات الصحية والنوم الجيد والوقت المخصص للاسترخاء أولويات عالمية للحفاظ على العافية، وجدت هذه الدراسة أن مسألة العافية أصبحت ذات طابع شخصي أقل من السابق. في عام 2020، كان هناك أربعة أوجه للعافية: البدنية، والنفسية، والاجتماعية، والهاذقة. وأكثر من أي وقت مضى، يخبرنا الناس أنهم لا يجدون أنفسهم بحالة صحية جيدة في هذا الوقت، وكانوا على تواصل مع الآخرين، أو لم يساهموا في جعل العالم مكاناً أفضل.

71% يقولون أن العلامات الخاصة بالعافية يجب أن تحقق فرقاً إيجابياً 60% يقولون أنها يجب أن تمنحهم شعوراً بوجود هدف 53% يقولون أن العلامات التجارية يجب أن تساعدهم على الشعور بالتواصل هذا الأمر يتبع العديد من الفرص للعلامات التجارية كي تخلق روابط أمتن مع مستهلكيها، من خلال وجود هدف واضح

بالبشرية. ويعد هذا الأمر إيجابياً جداً بالنسبة للعلامات التجارية، إذ يؤكد على كون مسألة العافية تحمل فرصة ثمينة لتحقيق معدلات نمو مرتفعة، من خلال الارتقاء إلى مستوى توقعات مختلف العملاء وسد الفجوة الحالية. ومن الاستنتاجات الهامة في هذا التقرير أن كل علامة تجارية تستطيع تحقيق النمو من خلال الاهتمام بالعافية، إذ لم تعد هذه المسألة مكوناً خاصاً بقطاع المنتجات الصحية الفاخرة، ولا بالعلامات التجارية العاملة في مجال العافية، وكانت آراء المشاركين في الدراسة واضحة بهذا الخصوص: 73% يقولون أن العلامات التجارية بحاجة استراتيجية خاصة بالعافية كجزء من وظيفتها الأساسية 67% يقولون أنه لا بد من توفر المزيد من الخيارات التي تراعي العافية، بغض النظر عما يسوقونه 52% يتوقعون من شركات السيارات والمصارف والخطوط الجوية أن توفر خيارات خاصة بمسألة العافية - ما يقارب قطاع الماكولات بفعل كل ما عليه القيام به لمساعدتهم في الحفاظ على عافيتهم، وترتفع هذه النسبة إلى 53% بالنسبة للمعاني

مصدر الإهام للعديد من الشركات والعلامات التجارية والمنتجات والخدمات والخبرات الجديدة، إذ أتت إلى تعديل العديد من الشركات لاستراتيجياتها وأعمالها، ومجموعات منتجاتها وخدماتها، وغيرت بشكل جذري قطاعات اقتصادية بأكملها. ويرى اليوم 77% من الأشخاص أن مسألة العافية شديدة أو فائقة الأهمية بالنسبة لهم، ورغم ذلك ما زال المستهلكون يرغبون بالمزيد بهذا الخصوص. رغبة بالمزيد من العافية - 80% من المشاركين يرغبون بتحسين عافيتهم. بانتظار المزيد - 75% من المشاركين يشعرون أن العلامات التجارية يمكنها القيام بالمزيد من أجل عافيتهم. محبطون - فقط 46% من المشاركين يشعرون أن العلامات التجارية يمكنها القيام بالمزيد من أجل عافيتهم. وحققت القطاعات شديدة الإرتباط بالعافية، مثل الماكولات والعناية بالبشرة، الكثير من الابتكار والنمو في مجال العافية في العامين الماضيين، رغم ذلك فقط 41% من المشاركين في الاستبيان حول العالم يرون أن قطاع الماكولات يفعل كل ما عليه القيام به لمساعدتهم في الحفاظ على عافيتهم، وترتفع هذه النسبة إلى 53% بالنسبة للمعاني

أصبح اقتصاد العافية الذي تبلغ قيمته عالمياً 4,5 تريليون دولار أمريكي - محققاً ضعف سرعة نمو الاقتصاد العالمي - أكثر اتساعاً، إذ يعتبر 73% من المستهلكين أن العافية عنصر جوهري في استراتيجية أي علامة تجارية. وصدرت دراسة شركة «أوجلفي» الجديدة بعنوان «فجوة العافية» (Wellness Gap)، والتي تحدد لأول مرة بشكل كمي حجم الفجوة بين تطلعات المستهلكين الخاصة بالعافية، ومدى تحقيق العلامات التجارية لهذه الفجوة في سبع مجالات رئيسية، وهي الماكولات والوجبات السريعة والعناية بالبشرة والخطوط الجوية والفنادق والسيارات والمصارف. وجمعت «أوجلفي» آراء 7.000 مستهلك من 14 بلداً في أربع قارات، للتعرف على نظرتهم لمسألة العافية في 2020، وللمساعدة المسؤولة على تعويض الفجوة الموجودة واستغلال الفرص المتاحة المتوفرة في هذا المجال، وتم تنفيذ هذا البحث في أبريل 2020، الفترة التي ساءت فيها صحة الكثيرين، وستصبح هذه المسألة أكثر أهمية حتى في العام 2021. وقد انبثقت عن مسألة العافية العديد من النقاشات والتوقعات والغايات الجديدة، بالنسبة للشركات والأفراد، كما شكلت