«كابتن الأجرة» تشجع الكويتيين على دخول عالم التاكسي من أوسع أبوابه

الأحمد: يجب القضاء على الفوضى وتحديد أسعار للنقل بالأجرة

■ «تاليا» دعت إلى تخصيص خطوط للمواطنين في الفنادق والمجمعات لنقل الركاب

■ الشراكة المثمرة والحقيقية مع الفنادق والمجمعات تأتي بنتائج إيجابية للوطن

سليمان الأحمد

■ تعزيز ثقافة التاكسي يخفض الازدحام المروري

■ على «الصحة» و«الداخلية» الحد من ظاهرة تحميل الركاب على الطرقات

الكويت تحتاج إلى تعاون الجميع، من أجل الارتقاء بقطاع سيارات الأجرة، ورفع أسهمها على مؤشرات التنافسية السياحية.

من هنا، جاءت فكرة شركة تاليا، التي احتفلت أخيراً بتعيين أول دفعة من 100 مواطن عينتهم بوظيفة كابتن أجرة على سياراتها، ما يعكس حرصها على أداء دورها الوطني، وتقليص مستويات البطالة، وإيجاد فرص عمل للمواطنين ومنحهم موطئ قدم في قطاع النقل ومركبات الأجرة.

الشركة الوطنية لم تتوقف عند هذا الحد، بل بدأت تعد العدة حالياً لتوظيف الدفعة الثانية من 100 مواطن ككباتن قيادة على سياراتها، داعية المتقاعدين والشباب إلى التقدم للوظائف، شريطة أن يكونوا من ذوي السمعة الحسنة، وبعيدين عن جميع أنواع المشاكل السلوكية.

وفي هذا الإطار، أكد الرئيس التنفيذي في شركة تاليا الدكتور سليمان الأحمد، أنه من حق الكويت على الجميع السعي لرفعة شأنها وتطويرها، خصوصاً على المستوى السياحة سواء الداخلية أو للقادمين من الخارج.

ولفت الأحمد إلى أهمية التعاون بين القطاع السياحي ممثلاً بالفنادق والمطاعم والمجمعات السياحية والأماكن الحيوية وقطاع النقل وسيارات الأجرة في الكويت، بما يساعد على إعطاء صورة حضارية عن الدولة في جميع أنحاء العالم.

وطالب الأحمد خلال تكريم «تاليا» للدفعة الأولى من كباتن الأجرة لدى الشركة، إلى منح صفة كابتن أجرة للكويتيين، والعديد من المزايا مثل الاشتراك بالنوادي الصحية وتأمين على الحياة وغيرها، بما يجذب المواطنين وخصوصاً المتقاعدين للعمل في قطاع مركبات الأجرة في السوق الكويتي.

وشدد الأحمد على ضرورة منح كابتن الأجرة الكويتي، الحق بالحصول على خط أو تواجد دائم في مواقف الفنادق والمجمعات التجارية والأماكن الحيوية في البلاد، بما يتيح لهم نقل الركاب، لافتاً إلى أن «تاليا» جاهزة لعقد اتفاقيات ثنائية ومنح الفنادق أو المجمعات 15 في المئة من الربح الناجم عن هذه الخطوة.

وأكد الأحمد ضرورة تنظيم قطاع الأجرة في الكويت، والحد من الفوضى والتلاعب بالأسعار الذي يشهدهما السوق اليوم، بما ينعكس إيجاباً على الزبائن والشركات العاملة في القطاع.

وشدد الأحمد على ضرورة منع تحميل الركاب الذي يحصل بطريقة عشوائية اليوم على الطرقات، مبيناً أن المسؤولية الرئيسية في هذه الإطار تقع على عاتق وزارة الصحة في ظل الظروف الاستثنائية التي تعيشها الكويت اليوم بسبب فيروس كورونا، وعلى وزارة الداخلية التي يقع على عاتقها حماية الأمن ومنع السرقات والحفاظ على حياة الركاب وسلامة الجميع في الدولة.

ورأى أنه من شأن الخطوات المذكورة، المساعدة على تشجيع المواطنين على الالتحاق بركب القطاع، ونيل لقب كابتن الأجرة، معتبراً أن السوق الكويتي بحاجة إلى الترويج لثقافة التاكسي بين أفراد المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى تخفيض الازدحام المروري الذي تعاني منه الطرقات على مدار الساعة.

وبين أن الشركة تسعى إلى تشجيع الزبائن على تحميل تطبيق «تاليا» على الهواتف الذي يسمح لهم بتحديد الوجهة التي يريدون الوصول إليها، ومعرفة التكلفة المترتبة عليهم، الأمر الذي يريحهم من عناء الانتظار في الشوارع.

عبر حساباتها المختلفة مع جوائز نقدية وعينية قيَمة

«KIB تكافل» تواصل إجراء السحوبات الاسبوعية والشهرية لعملائها

جانب من توزيع الجوائز على الفائزين

■ العطار: تنظيم المسابقات يستهدف ربط العملاء بتطبيقات الشركة على الإنترنت

■ تطوير شامل شهدته حسابات الشركة على مواقع التواصل الاجتماعي وطفرة بالمتابعين

■ تدشين تطبيق جديد متطور قريباً و تحديثات كبرى للموقع الإلكتروني

تأكيداً منها على أهمية التواصل مع عملاءها من كافة القطاعات ، وسعياً منها لتقديم كل ما هو جديد ومتنوع لخدمتهم ، تنظم شركة KIB للتأمين التكافلي بشكل متواصل مسابقات لعملاءها ، حيث يتم إجراء سحوبات أسبوعية وشهرية للعملاء ، سيحصل الفائزين على هدايا وجوائز قيمة نقدية وعينية .

وفي هذا السياق ، أشار مدير العلاقات العامة في الشركة عبد الرحمن غازي العطار، الى أن تنظيم المسابقات يتم من خلال مواقع السوشيال ميديا التابعة للشركة « تويتر وانستغرام» ، «فيس بوك »، لافتاً الى أن الجوائز التي يتم توزيعها تتضمن مفاجآت تحقق رغبات العملاء والمتابعين .

ولفت العطار الى أن الهدف من المسابقة ، هو العمل على ربط العملاء بمواقع الشركة على السوشيال ميديا ، حيث يتم من خلالها تعريف العملاء بالخدمات والمنتجات التي تقدمها الشركة.

وبين أن KIB تكافل ، تستهدف دائماً تقديم كل ما هو جديد ومتميز في قطاع التأمين التكافلي ، لزيادة حصتها السوقية بين الشركات العاملة في القطاع.

واستدرك قائلاً: تحرص KIB تكافل على ربط العملاء بخدمات الشركة المتنوعة ، ورفع درجة الاستفادة من خدماتها المتنوعة التي تقدمها للعملاء، عبر الوصول إليهم من خلال التطبيقات المختلفة والمتنوعة.

وأوضح العطار أن حسابات الشركة على مواقع السوشيال ميديا شهدت مؤخراً الكثير من التطوير ، لموائمة احتياجات العملاء ، خاصة وأن تداعيات جائحة كورونا والظروف المرتبطة جعلت التطبيقات الالكترونية ذات أهمية بالغة للشركة لتسويق منتجاتها وخدماتها.

وكشف العطار عن قرب تدشين الشركة لتطبيق جديد متطور ، فضلا عن تحديث موقعها الالكتروني ، بما يعزز مكانتها وحضورها وتواصلها مع عملاءها .

وأشار إلى أن الشركة تسعى دائماً لتعزيز وتطوير خدماتها ومنتجاتها المطروحة من خلال التعرف على رؤية عملاءها فيما تقدمه من خدمات متنوعة ومتجددة.

شركة «ترايب» نظمت حفلاً للمبادرين وفق الاشتراطات الصحية

الرشيدي: 2021 سيكون عام الانطلاقة الجديدة لرواد الأعمال في الكويت

■ «كورونا» أفرزت الكثير من الفرص الاستثمارية الجيدة لاسيما في القطاعات التشغيلية

■ إطلاق متجر إلكتروني «ترايب شوب» يعرض منتجات مميزة لأسلوب جديد في العمل وللحياة

عبدالرحمن الرشيدي يلقي كلمته خلال حفل المبادرين

قال الرئيس التنفيذي لشركة ترايب عبدالرحمن الرشيدي أن 2021 سيكون عام الانطلاقة الجديدة لرواد الأعمال في الكويت، وذلك بعد الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي مرت بها كافة المشاريع الصغيرة والمتوسطة جراء انتشار جائحة كورونا في الكويت والعالم، مشدداً على أن أزمة كورونا أفرزت الكثير من الفرص الاستثمارية الجيدة، لاسيما في القطاعات التشغيلية التي تحقق عوائد مجزية.

حديث الرشيدي جاء خلال تنظيم شركة ترايب حفل للمبادرين ورواد الأعمال والمهتمين بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة والمتدربين، وتم تنظيمها وفق الاشتراطات الصحية المفروضة من قبل وزارة الصحة لاسيما التباعد الاجتماعي.

ودعا الرشيدي اهتمام الحكومة بقطاع ريادة الأعمال والمشاريع الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال طرح المبادرات وحزم التحفيز لتعزيز قدرته على الصمود أمام تداعيات جائحة «كوفيد – 19»، والارتقاء بمنظومته تشريعياً وتنظيمياً، وإيجاد الحلول العملية لجميع تحدياته وتهيئة البيئة المحفزة للنهوض به وزيادة فرص النجاح التجاري، مشددا على أن المشاريع الصغيرة والمتوسطة تُشكل ركيزة أساسية ومساهماً رئيساً في الإقتصاد الوطني ومحركاً قوياً لعجلة التحول نحو اقتصاد تنافسي منتج قائم على الابتكار والمعرفة.

وقال الرشيدي ان شركة ترايب قامت بإطلاق «ترايب شوب» وهو عبارة عن متجر إلكتروني يعرض منتجات مميزة لأسلوب جديد في العمل وللحياة.

من جهة أخرى، ذكر الرشيدي أن «ترايب» أطلقت فيديو كليب حمود الخضر باسم «مثل كل يوم»، حيث يهدف الكليب إلى عشق الأحلام والاستمرارية في بحث الفرص.

تجدر الاشارة الى ان ترايب هي مكان عمل لرواد الأعمال وأصحاب المشاريع، ويعتبر المكان المناسب للعمل وصناعة شبكة علاقة لتنمية الأفكار التجارية للمبادرين، حيث تسعى الشركة إلى تغيير طريقة عمل نمط الناس وجمعهم في مكان واحد من خلال خلق بيئة تسرع الانتاجية والابتكار والتعاون.

«أسواق المال» تطلق فعاليات الحملة التوعوية «فكر قبل أن تستثمر»

هيئة أسواق المال

انطلقت فعاليات الحملة التوعوية الشاملة «فكر قبل أن تستثمر» التي تنظمها هيئة أسواق المال في دولة الكويت وتمتد لشهر كامل حيث تختتم بنهاية يناير الجاري.

وتندرج هذه الحملة في إطار برنامج التوعية الاستثمارية الخليجية» ملم» الذي انطلقت فعالياته مطلع شهر نوفمبر الماضي، ويتضمن حملات توعوية عدة تستهدف التوعية بأساسيات الاستثمار في أسواق المال وتجنب المخاطر المرتبطة بها، حيث تتولى كل دولة من دول المجلس رعاية فترات محددة من فتراته مع منح حريةً بث وإعادة بث الرسائل التوعوية في إطار موضوع كل حملة على حدة بما يتناسب مع آلية تطبيقها في كل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار اللوائح المنظمة، وذلك وفقاً لما صرح به الدكتور أحمد عبد الرحمن الملحم رئيس مجلس مفوضي الهيئة حين الإعلان عن برنامج « ملم» في الثامن من نوفمبر الماضي.

هذا، وقد بدأت هيئة السوق المالية في المملكة العربية السعودية تنفيذ أولى حملات البرنامج والتي امتدت لشهري نوفمبر وديسمبر الماضيين، لتعقبها الحملة الحالية لهيئة أسواق المال في دولة الكويت إعتباراً من اليوم كما أسلفنا.

وتجدر الإشارة إلى أن حملة» فكر قبل أن تستثمر» تستهدف التعريف بالاستثمار في أسواق المال والتوعية بمخاطر هذه النوعية من الاستثمارات، النظامية منها وغير النظامية، والتأكيد على ضرورة انتهاج إستراتيجيات تساعد في تقليل تلك المخاطر، أما الشرائح المستهدفة بتلك الحملة فتشمل جمهور المستثمرين بصورة عامة، وصغار المستثمرينً والمبتدئين منهم وعموم المهتمين بأنشطة الأوراق المالية بصورةٍ خاصة.

أما فعاليات الحملة وأنشطتها، فتتنوع بين بيانات صحفية عدة، وعشرات الرسائل التوعوية التي تتضمن توصيات للمستثمر وتتنوع طبيعتها بين رسائل إذاعية وتلفزيونية وأخرى عبر حسابات الهيئة على وسائل التواصل الاجتماعي، إضافةً إلى مواد صحفية تتناول موضوع « الوعي الاستثماري كأحد مؤشرات كفاءة أسواق المال» بركنيه الرئيسيين (المعلومة، المستثمر) واستعراض أبرز إجراءات الهيئة على صعيد كل منهما، إضافة إلى مواد علمية لإصدارات توعوية تتناول الموضوع ذاته، وكذلك العديد من الأنفوغرافات التوعوية.

وأخيراً، لابد من التذكير بأن «بوابة المعرفة لأسواق المال الخليجية» هي المنصة التي يتم إطلاق تلك الحملات التوعوية من خلالها، تعد منطلقاً للتعاون المشترك بين هيئات أسواق المال في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية أو من يعادلها من الجهات الرقابية في مجالات التوعية المالية والثقافة الاستثمارية.