بحسب «استطلاع أصداء بيرسون- مارستيلر السنوي لرأي الشباب العربي»

الشباب الخليجي أكثر ميلاً لمقاطعة العلامات التجارية لأسباب سياسية

أشار «استطلاع أصداء بيرسون- مارستيلر السنوي لرأي الشباب العربي» لعام 2016 إلى أن أكثر من ثلث الشباب العربي في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، ونحو 60% من شباب المملكة العربية السعودية-كبرى أسواق المنطقة- قد يفكرون في مقاطعة علامة تجارية ما لأسباب سياسية.

وكشف الاستطلاع أن 38% من الشباب الخليجي أبدوا استعدادهم لمقاطعة علامة تجارية ما لأسباب سياسية، مقابل29% من الشباب في أرجاء المنطقة العربية عموما.وفي دول مجلس التعاون الخليجي استبعد 13% من الشباب المقاطعة السياسية لعلامة تجارية ما، وقال 40% منهم إنهم «ربما» يقومون بذلك، فيما أعربت النسبة المتبقية عن حيرتها إزاء اتخاذ موقف محدد. أما في دول المشرق العربي، فقد بلغت نسبة الشباب الذين قالوا إنهم قد يقاطعون علامة تجارية ما لأسباب سياسية 21% فقط، مع نسبة قريبة في شمال افريقيا27%. وأبدى 57% من الشباب العربي المستطلعة آراؤهم في السعودية استعدادهم لمقاطعة العلامات التجارية لأسباب سياسية مقابل رفض 8% فقط لهذا الموقف.

وكشف الاستطلاع أيضاً أن الشباب العربي مهتم ببلد المنشأ للعلامات التجارية المفضلة لديه، حيث قال 52% منهم إن بلد المنشأ مهم بالنسبة لهم،فيما قال 44% العكس تماما. ويتجلى ذلك بوضوح أكبر في بلدان الخليج العربي، حيث أبدى 58% من الشباب اهتمامهم بمنشأ العلامة التجارية، على عكس شباب دول المشرق العربي الذين أبدى 55% منهم عدم اكتراثهم.

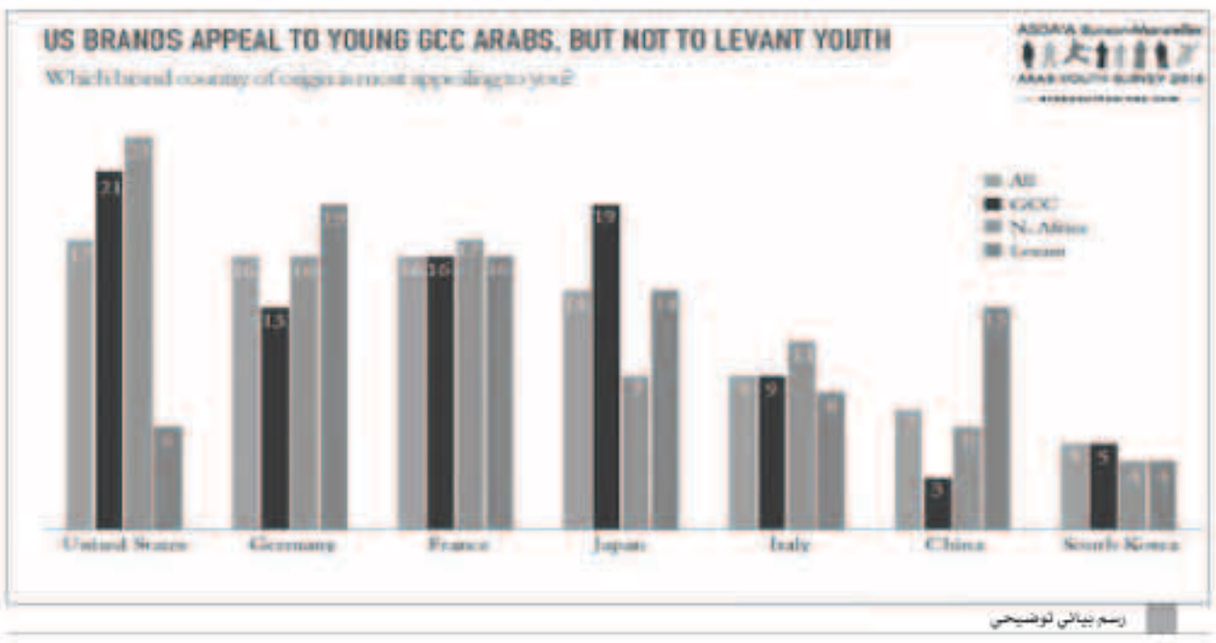
وفي هذا السياق، قال سونيل جون، الرئيس التنفيذي لشركة «أصداء بيرسون- مارستيلر»: «تظهر نتائج الاستطلاع أن الشباب العربي يأخذ بعين الاعتبار منشأ العلامة التجارية، ليس فقط من منظور جودة المنتج بل وأيضاً من حيث السياسة التي يتبعها بلد المنشأ. ويعتبر العالم العربي، الذي يبلغ تعداد شبابه 200 مليون نسمة، من الأسواق التي تحظى بأهمية متزايدة من قبل الشركات متعددة الجنسيات في وقتنا الحاضر. ولكن في عالم اليوم- الذي يتجه نحو العولمة بصورة متسارعة-تمتلك هذه الشريحة السكانية القدرة على حرمان هذه الشركات من حصة كبيرة من هذه السوقبسبب تطورات سياسية خارجة عن إرادتها أصلاً».

وتعدّ العلامات الأمريكية الأكثرشعبية لدى العرب عموماً، حيث وضع 17% من المشاركين في الاستطلاع الولايات المتحدة على رأس قائمة البلدان التي يفضلون علاماتها التجارية، تلتها ألمانيا، وفرنسا، واليابان، وإيطاليا، والصين، وكوريا الجنوبية. ويظهر هذا التوجه جليا فيدول الخليج العربي وشمال أفريقيا (حيث أن 21% و23% على التوالي يفضلون العلامات التجارية الأمريكية). بينما ينظر المشاركون في الاستطلاع من دول المشرق العربي إلى العلامات الأمريكية بشكل سلبي للغاية، حيث جاءت الولايات المتحدة سادساًعلى القائمة بنسبة تفضيل 6% فقط، تسبقها ألمانيا، وفرنسا، واليابان، والصين، وإيطاليا.

وتأتي هذه الآراء المتناقضة رداً على سؤال أكثر تحديداً طرحه الاستطلاع: «ماهو موقفك العام من العلامات التجارية الأمريكية؟». وفيما كشفت النتائج العامة أن 41% من الشباب العربي ينظرون إلى العلامات الأمريكية بشكل إيجابي، فقد أبدىأكثر من نصف الشباب الخليجي (54%) موقفاً إيجابيامن هذه العلامات التجارية، مقابل 18% من أصحاب النظرة السلبية المغايرة. وعلى النقيض، ينظر 23% فقط من شباب دول المشرق العربي بشكل إيجابي إلى العلامات الأمريكية مقارنة مع ما يزيد على الثلث (36%) من أصحاب الانطباع السلبي.

ويعد هذا هو العام الثامن الذي تنشر فيه "أصداء بيرسون- مارستيلر" استطلاعها لرأي الشباب العربي، وقد استطاع منذ انطلاقه أن يرسخ مكانته كمصدر مرجعي موثوق حول العالم.

وتم إجراء «استطلاع أصداء بيرسون- مارستيلر السنوي لرأي الشباب العربي» لعام 2016 بواسطة شركة الاستطلاعات العالمية «بين شوين آند بيرلاند» التي أجرت 3500 مقابلة شخصية خلال الفترة بين 11 يناير و22 فبراير 2016 مع شبان وشابات عرب ينتمون للفئة العمرية بين18 و24 عاما، وتم انتقاء المشاركين حصراً من مواطني دول مجلس التعاون الخليجي الست الإمارات، والسعودية، وقطر، والكويت، وعُمان، والبحرين؛ بالإضافة إلى العراق، ومصر، والأردن، ولبنان، وليبيا، وفلسطين، وتونس، والمغرب، والجزائر، واليمن.



رسم بياني توضيحي

العلامات التجارية الأمريكية هي الأكثر تفضيلاً لدى الشباب العربي رغم النظرة السلبية تجاهها

تحت عنوان Fight Like a Girl وللعام الثاني على التوالي

«Ooredoo» تختتم مبادرة التوعية بسرطان الثدي بنجاح

مجيل الأيوب وفريدريك دوبور مع المنظمين والمشاركين في الفعالية

شاركت Ooredoo، أسرع شبكة اتصالات في الكويت لعام 2016، في فعاليةFight Like a Girl المعنية بالتوعية ضد سرطان الثدي الأسبوع الماضي، والتي أقيمت في فندق الجميرا. تهدف الفعالية لتسليط الضوء على أهمية الفحوصات المنتظمة للنساء للكشف المبكر عن المرض، الذي يعد السرطان الأكثر أنواع السرطان شيوعا بين النساء في الكويت.

وتأتي رعاية هذه المبادرة في إطار إستراتيجية المسئولية الإجتماعية التي تنتهجها شركة Ooredoo الكويت، والتي تسلط الضوء على أهمية رفع مستوى الوعي الصحي وتمكين المرأة، كما تعد هذه المبادرة امتدادا لالتزام الشركة بدعم الأهداف العالمية للأمم المتحدة، التي تتضمن أهمية تبني نمط الحياة الصحية والمساواة بين الجنسين. حضر هذه الفعالية عدد من موظفي وموظفات Ooredoo الكويت بالإضافة إلى مدير إدارة العمليات فريدريك دوبور.

تعليقا على الرعاية، يقول مدير إدارة الإتصال المؤسسي لدى شركة Ooredoo الكويت، مجيل الأيوب: «تأتي رعاية Ooredoo لهذه الفعالية ليس فقط إيمانا بأهمية التوعية ضد مرض سرطان الثدي ودعم المبادرات التي تأتي ضمن هذا الإطار، بل أيضا سعيا وراء إثراء حياة المرأة بشكل عام، وفتح آفاق وفرص ومجالات جديدة أمام كل إمرأة والعمل على تعزيز روح المبادرة، والمشاركة المدنية، والعمل التطوعي. نأمل أن تكون هذة الفعالية قد حققت الصدى الإيجابي المرجو منها، من خلال تسليط الضوء على أهمية أجراء الفحوص الطبية بشكل منتظم مساهمة منا في نشر الوعي وانقاذ مئات الأرواح».

تواصل شركة Ooredoo سعيها إلى دعم مختلف المبادرات التي تلبي أهداف المسؤولية الاجتماعية للشركة وتقديم الدعم اللازم خصوصا فيما يخص صحة أبناء الكويت وإزدهار الوطن.

من أجل دعم ريادة مشاريع الشباب في تسعة بلدان بالمنطقة

«سيتي» و«إنجاز العرب» ... تجديد شراكة لاستمرار الفائدة

تجدد كلّ من مؤسسة إنجاز العرب، وهي المكتب الإقليمي لمؤسسة إنجاز الشباب العالمية، ومؤسسة سيتي، شراكتهما الممتدة على مدى 11 عاما دعما لرؤية مشتركة – لغرس روح المبادرة وريادة الأعمال في نفوس الشباب العرب من خلال مبدأ «التعلم بالممارسة» كجزء من مبادرة «الطريق نحو التقدم». ويسعى الطرفان لإحداث تغيير إيجابي في المنطقة من خلال تطوير مهارات الطلاب، وصقلها، لتمكينهم من النجاح في حياتهم العملية عبر برامج تدريب مشهود لها دوليا. وتحديدا، ستدعم الشراكة برنامجيْ لمؤسسة إنجاز العرب هما: برنامج الشركات، وبرنامج معسكرات الابتكار، وذلك في تسع دول بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بما فيها الكويت. وتستهدف المبادرتان ما مجموعه 9920 من الشباب والشابات العرب بهدف تطوير مهاراتهم في مجالي ريادة الأعمال ومحو الأمية المالية.

وفي هذه المناسبة قال عاكف العقرباوي، الرئيس التنفيذي لمؤسسة إنجاز العرب: «بفضل المساهمة السخية من مؤسسة سيتي، تتوافر للطلاب العرب فرصة صقل مهاراتهم في ريادة الأعمال ليتمكنوا من بدء مشاريعهم الخاصة وليكونوا قادة ناجحين في المستقبل. فعندما يتسلح الشباب بهذه المهارات الأساسية، يمكنهم أن يشرعوا بقوة وثقة في تأسيس أعمالهم الخاصة، ويصبحون أكثر نضجا وأكثر جهوزية أيضا لتولي الوظائف، ما يساعدهم على تحويل أفكارهم إلى خيارات عمل فعلية. وعلى نطاق أوسع، فالفكرة تتمثل في إعداد الشباب للمساهمة في تنمية اقتصادات العالم العربي من خلال برامج التدريب المصممة لتحفيزهم على تطوير طموحاتهم، ومبادراتهم في ريادة المشاريع، ومهاراتهم المهنية».

أحد البرنامجين اللذين تدعمهما الشراكة القائمة بين المؤسستين هو: مسابقة برنامج الشركات السنوية الإقليمية والذي تم إعداده لبناء جيل واعد من الشباب العربي وتشجيعهم على استخدام ملكاتهم الطبيعية وشغفهم وروح التصميم والعزيمة التي يتمتعون بها حتى يصبحوا قادة الأعمال وروادها في المستقبل. وتأتي هذه المبادرة تتويجا لدورات 2016-2017 في التعلم بالتجربة وفي الضلوع في أنشطة قائمة على التطبيق تنفذها مجموعة مختارة من خبراء الشركات، الذين يعملون كمرشدين ويأخذون بأيدي الطلاب خلال مساعيهم لتأسيس أعمال حقيقية وتسويقها، ومن ثم بيعها إن أرادوا والبدء بمشاريع جديد.

من جانبها، قالت كارمن حداد، الرئيس التنفيذي لمؤسسة سيتي في قطر وعضو مجلس الإدارة الإقليمي لمؤسسة إنجاز العرب: «مؤشرات البطالة بين الشباب العربي تعد حاليا من بين الأعلى في العالم. ومع وجود فجوة واضحة بين النظام التعليمي وسوق العمل في المنطقة، يحتاج الشباب العربي إلى استحداث الوظائف بأنفسهم، وهذا هو السبب وراء الحاجة إلى برامج تعليمية مبتكرة تقوم على تطوير المهارات الريادية وعقليات إدارة الأعمال الآن أكثر من أي وقت مضى. تهدف شراكة مؤسسة سيتي-إنجاز العرب إلى تمكين الجيل القادم من رواد الأعمال من تطوير مهارات عملية تؤدي إلى التغلب على مشكلة البطالة، ليس فقط لأنفسهم وإنما لإيجاد فرص عمل للآخرين أيضا من خلال مشاريعهم الجديدة».

بالتعاون مع شركة كامكو للاستثمار

بنك الخليج يقدم لعملائه رؤية شاملة حول سوق العقارات

التزاماً منه بتقديم الأفضل لعملائه، فقد عقد بنك الخليج ندوة خاصة لعملاء «الخدمة المصرفية المميزة»، هدفت إلى تقديم معلومات مفيدة ومعمقة حول النظرة المستقبلية لسوق العقار على المدى المتوسط. وقد عقدت هذه الندوة بالتعاون مع شركة كامكو للاستثمار، إحدى كبرى الشركات الاستثمارية في المنطقة من حيث حجم الأصول المدارة، وذلك بتاريخ 18 اكتوبر 2016 في "The Chairman's Club"، الكويت.

وقد رحب بالحضور كل من مشاري شهاب، مساعد مدير عام الخدمات المصرفية المميزة والسيد طارق الصالح مساعد مدير عام – وحدة الاستثمار- الخدمات المصرفية الشخصية لدى بنك الخليج، مؤكدين على سعي بنك الخليج الدائم من خلال هذه الفعاليات الخاصة القائمة على تعزيز المعرفة إلى إنشاء منصات تعود بالفائدة على عملائه وتمكنهم من الاطلاع على المسائل المالية والاقتصادية وتساعدهم على اتخاذ القرارات المبنية على الدقة والدراسة المعمقة مما يساهم في تطوير أعمالهم.

ومن جهته، أثنى فيصل صرخوه، الرئيس التنفيذي لشركة كامكو للاستثمار، على التعاون المثمر والبناء بين كل من كامكو وبنك الخليج، مشيراً إلى حرص كامكو الدائم – انطلاقا من استراتيجيتها – على تزويد المستثمرين برؤية شاملة حول قطاع الاستثمار والتغييرات الاقتصادية السائدة محليا وعالميا، بالإضافة الى المنتجات الاستثمارية المبتكرة المتاحة في الأسواق المالية لمساعدة المستثمرين على اتخاذ قرارات مبنية على المعرفة ويمنح قيمة مضافة إلى استراتيجياتهم الاستثمارية.

وخلال الندوة، قدم كل من خالد فؤاد، الرئيس التنفيذي لقطاع الاستثمار لدى شركة كامكو للاستثمار، والسيد محمد العثمان، رئيس قطاع الاستثمارات البديلة بالوكالة لدى كامكو، عرضا تقديميا تناول القضايا المتعلقة بالأسواق العقارية المحلية والإقليمية والدولية، بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها كامكو وتتماشى مع مختلف الأهداف الاستثمارية، وذلك بهدف تقديم الدعم المطلوب للمستثمرين من أجل تحقيق خططهم الاستثمارية بشكل أفضل.

ومن خلال الخدمة المصرفية المميزة من بنك الخليج، يتمتع العملاء بمعاملة خاصة تشمل مجموعة من المنتجات والخدمات المصرفية والاستثمارية المصممة خصيصا لتلبية تطلعاتهم المالية مع تخصيص مدير علاقات العملاء لتلبية متطلبات العملاء المصرفية في قاعات خاصة تتميز بطابعها الخصوصي وأجوائها المريحة. وبالإضافة إلى ذلك، يحصل العملاء على بطاقة السحب الآلي الخاصة بالخدمة المصرفية المميزة، تقديرا لمكانتهم عبر شبكة بنك الخليج، وعلى بطاقات ائتمانية ذات امتيازات حصرية، وإعفاءات من الرسوم والعمولات المتعلقة بالمعاملات المصرفية إلى جانب عروض قيمة بالتعاون مع شبكة شركاء بنك الخليج من أصحاب المتاجر.

على جانب اخر أعلن البنك أن يوم الخميس الموافق 31 اكتوبر 2016 هو آخر موعد للعملاء لفتح حسابات الدانة وإيداع المزيد من المبالغ في حساباتهم، وذلك بهدف زيادة فرصهم ليصبح واحدا منهم مليونير الدانة القادم.

للمشاركة في سحوبات الدانة، يتعين على العملاء المحافظة على الحد الأدنى لرصيد الحساب وهو 200 د.ك. أما بالنسبة للعملاء الجدد فيمكنهم فتح حساب الدانة عن طريق زيارة أحد فروع بنك الخليج البالغ عددها 56 فرعا والمنتشرة في جميع أنحاء الكويت. كما يستطيع العملاء الذين لديهم حسابات زيادة إيداعاتهم أو الحفاظ على أرصدتهم بهدف مضاعفة فرص فوزهم في السحوبات. هذا، وسيتم إجراء سحب مليونير الدانة بتاريخ 5 يناير 2017. كما يمكن للعملاء المؤهلين الدخول في السحب اليومي على جائزتين قيمة كل منهما 1000 د.ك. لكل يوم عمل.

جانب من الحضور