

ضمن السحوبات الشهرية لحملة «حوّل راتبك»

البنك الوطني يعلن ثلاثة فائزين بسيارة مرسيدس CLA الجديدة

فاز ثلاثة من عملاء بنك الكويت الوطني بسيارة Mercedes CLA الجديدة ضمن السحوبات الشهرية لحملة «حوّل راتبك» وأرباح فوراً وأسبوعياً وشهرياً، المخصصة لكافة العملاء الذين يقومون بتحويل راتبهم إلى بنك الكويت الوطني.

وقد فاز كل من هادي عبيد العجمي ومحمد جعفر مبرزا وإسماء محمد غريب بسيارات Mercedes CLA حيث تسلم الفائزون سياراتهم في مقر شركة عبدالرحمن البشر وزير الكاظمي، الوكيل العام لسيارات مرسيدس - بنز في الكويت بحضور ممثلين من بنك الكويت الوطني وشركة عبدالرحمن البشر وزير الكاظمي.

وما زال هناك فائز واحد ضمن حملة بنك الكويت الوطني «حوّل راتبك» وأرباح فوراً وأسبوعياً وشهرياً، التي وفّرت منذ إنطلاقها ولغاية الآن 5 فرص للفوز بهذه السيارات.

والجديد الذين يحولون راتبهم إلى بنك الكويت الوطني الحصول على مبلغ نقدي فوري بقيمة تتراوح بين 100 دينار ولغاية 5,000 دينار، بالإضافة إلى فرصة الدخول في السحب الأسبوعي للفوز بمبلغ 500 دينار نقداً. كما تتبع هذه الحملة لكافة العملاء الحاليين والعملاء الجدد الذين حولوا رواتبهم إلى البنك الدخول في سحب شهري للفوز بواحدة من سيارات Mercedes CLA الست العصرية الجديدة.



جانب من تسليم الجوائز

ويستفيد عملاء بنك الكويت الوطني من مختلف الخدمات المصرفية بكل سهولة وروية بدءاً من سرعة إجراءات تحويل الراتب وصولاً إلى الخدمات المتنوعة التي يوفرها من خلال شبكة فروعها الأكبر محلياً والتي تشمل الفروع وأجهزة السحب الآلي ونقاط البيع، إلى جانب فرع بنك الكويت الوطني في مطار الكويت الدولي المتوفر للعملاء على مدار الساعة،

وخدمة الكونسيرج المحلية والدولية والتأمين المجاني على السفر وخدمة إيفال السيارات المجانية وغيرها العديد من العروض الحصرية محلياً وعالمياً، إلى جانب الاستفادة من برنامج مكافآت الوطني الذي يضم أكثر من 600 جهة ومحل من العلامات التجارية المحلية والعالمية.

ويكرس بنك الكويت الوطني موقعه الريادي في السوق المصرفية من خلال سعيه الدائم إلى توفير معرفته باحتياجات العملاء وتلبية احتياجاتهم على أكمل. ويحتفد بنك الكويت الوطني باحتلاكه أكبر شبكة فروع محلية يغطيها في الكويت وعملائه وضمان خدمتهم على النحو الأمثل، كما يسعى دوماً إلى الارتقاء بجودة خدماته وفق أعلى المعايير العالمية وابتكار وطرح العروض المجزية التي تلبي احتياجاتهم وتطلعاتهم.

«تيرنير» ومجموعة «beIN» الإعلامية... شراكة إستراتيجية



يوسف العبيدي

أعلنت تيرنير، التابعة لـ تايم وارنر، عن شراكة إستراتيجية مع مجموعة beIN الإعلامية، وهي مجموعة رائدة في مجال الإنتاج التلفزيوني والتوزيع وحقوق البث. وبمقتضى الشراكة الجديدة سيتم بث القنوات التابعة لـ تيرنير بشكل حصري على نظام الـ (direct-to-home) عبر باقات شبكة beIN في أسواق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

وفي تعليقه على الشراكة المهمة قال راسي رعد، المدير التنفيذي لـ تيرنير المنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا: «نحن نرى في شراكتنا الحصرية مع مجموعة beIN الإعلامية تطوراً إيجابياً، حيث ستمكننا هذه الشراكة من تعزيز حضورنا في المنطقة وتلبية تطلعات المشاهدين في مجتمعنا العربي. ما نقدمه من مفهوم ترفيهي وإعلامي متكامل يشمل الأخبار والأفلام وترفيه الأطفال، وفقاً لأفضل المعايير العالمية، سيتم إضافة نوعية لمشركي باقات مجموعة beIN».

ولفت رعد إلى الحضور القوي الذي تخطي به قنوات تيرنير عالمياً، مؤكداً أن الانضمام إلى باقات مجموعة beIN الإعلامية سينقل شعبية وحضور هذه القنوات لدى المشاهدين من مختلف الفئات العمرية في الأسواق العربية إلى مستويات جديدة، كما سيمنحهم في ترسيخ ريادة المجموعة وحضورها القوي. وهذا يستندل إلى اتفاقية

نوعيم الماضي باقة القنوات الترفيهية، أكدنا على التزامنا بالشراكة مع أبرز القنوات العالمية وتقديم أفضل ما ينتج في عالم الترفيه العالمي للمشاهدين في منطقتنا». وتابع العبيدي: «شراكتنا مع تيرنير هي خطوة بارزة في هذا الاتجاه، ما تقدمه تيرنير في مجال ترفيه الأطفال والخدمات الإخبارية يرتقي لأفضل معايير الإنتاج التلفزيوني والترفيهي، نحن سعداء بأننا نعرض باقاتنا الترفيهية ونجذب كل ما هو مميز حصرياً لمشركينا».

وتشمل الاتفاقية أسواق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

دراسة: الجهات الخليجية الحكومية والخاصة تسعى لتعزيز مهارات تكنولوجيا المعلومات بين الكوادر

والجداول الحسابية ومعالجة المعلومات نظراً لأهميتها في تنفيذ المهام اليومية. كما أشار الاستبيان إلى أهمية المهارات الشخصية كروح العمل الجماعي ومهارات التواصل والتخطيط، واعتبار المرونة والتحليل من المهارات الأساسية لأي منصب ضمن بيئة العمل. وأخيراً، يرى مدراء المؤسسات بأنه من الصعب اكتساب هذه المهارات الشخصية دون مستوى جيد من المهارة في مجال استخدام التكنولوجيا. وقال جميل عزو، مدير عام مؤسسة «أي سي دي إل - العربية»، تشهد منطقة الشرق الأوسط نمواً قوياً في مختلف القطاعات، وجزء كبير من هذا التقدم ناجم عن تحرك الشركات والمؤسسات الحكومية نحو تبني أحدث التكنولوجيات في أماكن العمل. ويأتي إلى جانب ذلك ضرورة أن تكون الموارد البشرية باهرة في تبني واستخدام هذه التكنولوجيات مستمر، ومن هنا يتزايد الاهتمام بمهارات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والتي تحتاج إلى تحديث وتطوير وفقاً لتطور التكنولوجيا لأنها تعتبر عنصراً جوهرياً في نجاح تنفيذ الالتزامات الوظيفية. ويؤكد هذا الاستبيان على التزامنا بتقديم أحدث المعرفة في مجالات التكنولوجيا التي تعزز وتنمي من قدرات الموارد البشرية لتلبية متطلبات سوق العمل في هذه المنطقة.



جهات العمل تسعى لتطوير مهارات الكوادر الاتصالية

الشرق الأوسط مقلوبون على فكرة تقديم برامج ملائمة لتدريب موظفيهم من أجل تطوير وتحسين مهاراتهم وفقاً لمتطلبات المؤسسة والسوق. وغير معظم المشاركين في الاستبيان عن حاجتهم إلى إضفاء مظهرهم لبرامج تدريبية في مجالات تخطيط المشاريع وإعداد العروض التقديمية

ومعالجة النصوص والتعاون الإلكتروني تحظى بطلب كبير من قبل أصحاب العمل، فإن أغلبية الموظفين يجيدون المهارات الأساسية كأعداد العروض التقديمية ومعالجة النصوص وسهلات شبكات التواصل الاجتماعي. ومعظم مدراء المؤسسات في

من استطلعت آراؤهم أن كافة مجالات العمل، بما في ذلك العمل الإداري وخدمة العملاء والعمليات وتطوير المبيعات والأعمال والتسويق والإدارة، تتطلب مجموعة من المهارات في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات. وفي حين أن مهارات مثل التسويق الرقمي

أشارت دراسة صدرت مؤخراً عن مؤسسة «أي سي دي إل - العربية» (ICDL Arabia)، الجهة المسؤولة عن نشر مهارات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والاستخدام الآمن للإنترنت في دول مجلس التعاون الخليجي والشرق ومصر، إلى أهمية تطوير وتحسين مهارات استخدام الإنترنت لدى الكوادر في القطاع العام والخاص باعتبارها مطلباً لمكان العمل اليوم في المنطقة. كما كشفت الدراسة عن توجه جديد، حيث يسعى أصحاب العمل إلى توفير الأشخاص الأكفاء في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وأيضاً رغبتهم في تقديم دورات تدريبية إضافية لهؤلاء الموظفين من أجل زيادة مهاراتهم في مجالات متخصصة، كتخطيط المشاريع، وأمن المعلومات والمشاركة الإلكترونية والقواصل الإجمالي واستخدام الآمن على الإنترنت. وشارك في الاستبيان 500 هيئة حكومية وشركة خاصة من مختلف أنحاء المنطقة، بما في ذلك مدراء المؤسسات ورؤساء أقسام الموارد البشرية من مختلف مؤسسات القطاع العام والخاص في منطقة الشرق الأوسط. وتشير الدراسة إلى أن أصحاب العمل في المنطقة يسعون إلى توفير الأشخاص ذوي المهارات والذي يمكنهم من تحسين أدائهم استجابة للتغيرات التقنية والتحديات العمل المتطورة. وأفاد ما يقارب 85 في المئة



هشام الخازندار

وتأتي عملية التخرج المذكورة في إطار الاستراتيجية التي تتبناها الشركة خلال عام 2015، تركزاً على تخفيض الديون على مستوى شركة القلعة والشركات التابعة، وزيادة حصص القلعة في بعض الشركات التابعة الرئيسية، وضع استثمارات إضافية مختارة في مجموعة من الشركات التابعة، إلى جانب شراء أسهم خريضة نظراً لأن العائد على استثمار القلعة في أسهم الخريضة بالسعر الحالي للسهم يفوق العائد المحتمل من أي استثمار آخر.

وتوضح شركة القلعة أنها قد تلجأ إلى تنفيذ تخارجات أخرى إذا طرأت الحاجة لذلك في ضوء الاستراتيجية المذكورة. علماً بأن شركة القلعة بلغت مراحل متقدمة في مجموعة من التخارجات المرتقبة، ومنها شركة مزارع دينا ومشروعات شركة أسيد لاسمنت في الجزائر (شركتي أسمنت زهانة وبنجلما لاسمنت). وقد أعلنت شركة القلعة مؤخراً عن توقيع اتفاق لبيع كامل حصتها بشركة الرشيدى الميزان إلى مجموعة العليان المالية السعودية، فضلاً عن توقيع اتفاق بيع شركتي أسيد الحلبا وأسيد للخرسانة الجاهزة لصالح شركة مصر لاسمنت - قنا. وتجدر الإشارة إلى قيام شركة القلعة بالتخارج من عدة استثمارات غير رئيسية منذ عام 2014 في إطار خطة التحول إلى شركة استثمارية، ويشمل ذلك التخارج من البنك السوداني المصري وشركة سفتكس للزجاج وإثان من الشركات التابعة للشركة المتحدة للمسابك وشركة فاروس القابضة للاستثمارات المالية.

وقد قامت شركة القلعة بتكليف بنك الاستثمار فاروس للقيام بدور المستشار المالي، وكذلك تكليف مكتب زكي هاشم وشركاه للمحاماة والاستشارات القانونية للقيام بدور المستشار القانوني للطرف محل البيع بالصفقة.

أعلنت شركة القلعة (CCAP.CA) المصرية في استثمارات الصناعة والبنية الأساسية بمصر وأفريقيا - أن شركتها التابعة MENA Glass LTD قامت بتوقيع عقد بيع كامل حصتها في شركة مصر لصناعة الزجاج (MGM) إلى شركة الشرق الأوسط لصناعة الزجاج، وكذلك بيع كامل حصتها في الشركة المتحدة للعبوات الزجاجية إلى شركة MGM HOLDING في عملية تقدر القيمة الإجمالية لحقوق الملكية بالشركتين بحوالي 828 مليون جنيه. ويستهدف الأطراف إتمام خطوات البيع خلال الربع الأول من عام 2016 فور انتهاء الأطراف محل الشراء من إجراءات التمويل اللازمة.

وفي هذا السياق قال هشام الخازندار الشريك المؤسس والعضو المنتدب لشركة القلعة، أن التخارج من شركة مصر لصناعة الزجاج يعد الإعلان الخامس من هذا النوع خلال الربع الجاري، وهو ما يؤكد اتجاه القلعة إلى التخارج من المشروعات غير الرئيسية وكذلك قدرتها على تنفيذ تلك التخارجات مقابل العائد المناسب. وأعرب الخازندار عن اعتزازه بالتعاون مع فريق العمل بشركة مصر لصناعة الزجاج من أجل ترسيخ مكانة الشركة وتعزيز قدرتها على توفير فرص النمو خلال المرحلة الماضية، وأنه يتطلع إلى متابعة تطورات ومستجدات الشركة تحت مظلة كيان عربي بمكانة شركة الشرق الأوسط لصناعة الزجاج.

جدير بالذكر أن شركة القلعة تمتلك بصورة غير مباشرة حصة 15.2% من شركة مصر لصناعة الزجاج والشركة المتحدة للزجاج، وهي من كبرى الشركات المتخصصة في تصنيع وتصدير العبوات الزجاجية بأسواق الشرق الأوسط وأفريقيا.

مركز سلطان يحضر مفاجآت للجماهير في احتفالات العام الجديد

الأشخاص إلى العمل على الفحص المبكر لسر لهدف الوقاية منه. وفي هذا الإطار، تحدث ليزا الغريب، مديرة التسويق في مركز سلطان قائلة: «من ضمن برنامج مركز سلطان «لأننا نهتم» ودعمنا للتعليم للجمتمع فإن مركز سلطان حرص على أن يزود عموم أفراد هذا المجتمع بمكان يستطيعون فيه الخضوع إلى الفحص الصحي للمساعدة على تشخيص العوارض التي يمكن أن تسفر عن الإصابة بداء السكري وبالتالي إن يضمن لهم حياة تتميز بالصحة السليمة الخالية من الأمراض».

وبالإضافة إلى الخضوع لستمر للفحص الصحي، فإن مركز سلطان ينصح كافة أفراد المجتمع بتبني أسلوب حياة صحي لينجذبوا مخاطر السكري

المخاسية واستلامه من أي فرع من فروع مركز سلطان في السالمية، حولي، الشعب البحري أو الكوث». ومن ناحية أخرى أطلق مركز سلطان بالتعاون مع مؤسسة دسمان للسكري حملة قصص لداء السكري وضغط الدم في فروع، وكانت الحملة قد انطلقت في نوفمبر الماضي في فرع السالمية و في يوم 22 ديسمبر في فرع سوق شرق وفي 22 يناير في فرع حولي.

واستناداً إلى برامجهما الفعالة وحملاتها اللوعوية النوعية، فإن مؤسسة دسمان للسكري تهدف إلى الحد من مخاطر داء السكري في الكويت، لذا ومن خلال الحملة

الراحة فإن كلاً من مركز سلطان ومؤسسة دسمان يعملان بدا بيداً لتكثيف العملاء حول داء السكري عبر حملات ترويجية تطل كل كافة المجتمع الكويتي وتعمل على تشجيع

يستعد مركز سلطان لإطلاق حملة من المفاجآت لكل الراغبين بقضاء فترة أعياد لا تُنسى والاحتفال ببدء العام الجديد الذي أصبح قاب قوسين أو أدنى، حيث سيتولّى المركز مهمة تحضير عشاء رأس السنة الميلادية الجديدة تاركاً بذلك الفرصة للاستمتاع برفقة العائلة والأصدقاء وفي معرض تعليقه، تحدث مكرم ملاعب- المدير التجاري للمجموعة الدولية وغير الغذائية لدى مركز سلطان- : «نظراً لأن العديد من عملائنا يسافرون أو يعملون خلال موسم العطلات مما لا يترك لهم مشغ من الوقت للتحضير لوليمة العشاء، فإن مركز سلطان يقدم لعملائه الأوفياء فرصة الاستمتاع بالطعام الشهى والذي الذي يتم طهيها بأجود المكونات من قبل اسم يتقون به». وأضاف ملاعب: «يمكن لعملائنا طلب العشاء الخاص بهم قبل 24 ساعة من