للعام الثاني على التوالي

«الوطنية للاتصالات» ترعى سباق GulfRun للسيارات

دشتي: فخورون برعاية هذا الحدث المميز انطلاقاً من الحرص على نشر الوعي في المجتمع

للعام الثاني على التوالي، رعت شركة الوطنية للاتصالات سباق Gulf Run كارت - «لمدة 42 ساعة تحمل» - والذي اقيم على ارض المعارض بمشرف يوم 14 الجاري والذي امتد على مدى يومين. وتأتي رعاية الوطنية لهذا الحدث الرياضي انطلاقا من حرصها الدائم على نشر الوعي حول اهمية تطبيق قواعد القيادة الآمنة للحد من حوادث السير، واستنادا إلى التزامها الاجتماعي في هذا السياق.

وشارك في الحدث العديد من فرق المحترفين والهواة، حيث تنافسوا في سباق الكارت لمدة 42 ساعة متواصلة، اختبروا فيها مدى تحملهم للوقت والقيادة والعناء والمثابرة. وتم اختيار مراكز انطلاق سيارات الكارت عبر تصفيات اقيمت يوم 13 الجاري حيث تم تتويج فريق Shunubz فائزا بسباق Gulf Run، وتم توزيع الجوائز والميداليات على الفائزين من الوطنية للاتصالات.

شعار «الوطنية» للاتصالات

فاطمة دشتي

وأكدت مدير إدارة العلاقات العامة في الوطنية للاتصالات فاطمة دشتي إن الوطنية للاتصالات فخورة برعاية هذا الحدث المميز للعام الثاني على التوالي، خصوصا وانه قد شهد نجاحا كبيرا خلال العام الماضي.

واضافت «إن اهم ما يميز سباقات GulfRun انها تساهم في رفع درجة وعي السائقين والشباب باهمية تطبيق قوانين القيادة الآمنة والمسؤولة للحد من حوادث السيارات، والتوعية باهمية الامن والسلامة للصغار أيضا، وهو الأمر الذي اثلج صدورنا ودفعنا الى دعم العاملين على هذا الحدث».

ونوهت دشتي بالقول ان الوطنية للاتصالات «تبذل جهودا حثيثة لتوعية السائقين خاصة الشباب منهم، باهمية ممارسة سباقات السيارات في البيئة الآمنة لذلك، بدلا من إقامتها في الشوارع والتسبب في المزيد من الحوادث المؤلمة».

ويعتبر سباق GulfRun مكانا مثاليا لذلك حيث اقيمت حلبة خاصة في ارض المعارض لاستضافة سباق GulfRun المليء بالتشويق والإثارة، وتم شرح كافة معايير السلامة وشروط المنافسة وقواعد السباق على الفرق المشاركة، قبل يومين من الحدث.

رعى مؤتمر «العلاقات العامة» الذي بدأ أعماله

«بيتك»: أولوية كبرى لدور «العلاقات» في تعزيز التواصل وخدمة العملاء

شارك بيت التمويل الكويتي «بيتك» في مؤتمر العلاقات العامة الذي بدأ اعماله امس من خلال رعاية هذا الحدث الاعلامي المتميز ومشاركة بعض موظفيه في ورش العمل على هامش المؤتمر بالإضافة إلى كلمة القاها نيابة عن «بيتك» في الجلسة الافتتاحية مشرف العلاقات العامة يوسف الرويح.

وقال الرويح في كلمته إن «بيتك» يولي اهمية كبرى لنشاط العلاقات العامة والإعلام حيث يحقق من خلاله أعلى درجة من التواصل مع الجمهور سواء من القطاع الحكومي أو القطاع الخاص او الأفراد بمختلف شرائحهم، مشيرا إلى ان نشأة «بيتك» كأول بنك اسلامي في الكويت يقدم خدمات ومنتجات بفكر جديد على الساحة الاقتصادية، ثم انتشاره وتوسعه حول العالم في دول وحضارات ذات ثقافات مختلفة، اعطى الأهمية القصوى لبناء منظومة متكاملة من الآليات والوسائل القادرة على بيان الطبيعة الخاصة للصيرفة الإسلامية وإبراز نواحي التميز في عمل «بيتك» بالإضافة إلى الاهتمام بشرائح العملاء من خلال برامج مناسبة لخصائص كل شريحة.

الرويح يتسلم درع التكريم

.. ويلقي كلمة «بيتك»

وقال: إن «بيتك» حرص أن تكون هويته في هذا المجال ومنذ البداية قائمة على الإعلام الصادق المبني على الحقائق الموضوعية دون أية إضافة أو نقص مما جعل مسيرة «بيتك» مثالا يحتذي به، تحصد التقدير والإشادة محليا وعالميا.

وأضاف الرويح بأن الكوادر الوطنية التي يضمها «بيتك» في هذا المجال تعد من ذوي الكفاءات التي يستعان بخبرتها في العديد من الجامعات الأهلية والحكومية خاصة وأن هذا المجال مضى على انطلاقته في «بيتك» نحو 30 عاما بخبرات وكفاءات كويتية أسهمت في نجاح مسيرة الصيرفة الإسلامية من خلال ملامستها لاهتمامات المجتمع والوصول إلى أكبر شريحة ليس في الكويت وحسب وإنما تعدى ذلك ليصل إلى المجتمعات الأخرى من خلال الوسائل المتطورة.

وأشار إلى أن «بيتك» نجح كذلك في ربط أنشطة العلاقات العامة والإعلام بأعماله المختلفة حيث يرتبط الاقتصاد بها ارتباطا وثيقا، واستطاع تطبيق مفهوم الابتكار في مختلف الأنشطة من خلال إطلاق الأفكار الإبداعية التي تستقطب شرائح جديدة من الجمهور.

ودعا الرويح المؤسسات إلى أن تدرك مدى التطور الذي تشهده صناعة العلاقات العامة والإعلام من خلال دخول وسائل التواصل الاجتماعي إلى هذه الصناعة حيث أصبحت تلك الوسائل تشغل حيزاً كبيراً منها، مع استمرار وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة والإذاعة والتليفزيون في استقطابها للمتابعين من مختلف الشرائح باستخدامها هي أيضا لوسائل التواصل الاجتماعي.

وقد كرم المؤتمر «بيتك» تقديرا لمساهماته في هذا المجال وتميز مشاركاته وأنشطته.

الخالد: «البترول الكويتية» بصدد إصدار مشروع ثقافي .. الأول من نوعه في الصناعة النفطية

أعلنت مؤسسة البترول الكويتية انها بصدد اطلاق مشروع تربوي رائد يعد الأول من نوعه في الصناعة النفطية العالمية يهدف الى غرس الثقافة النفطية لدى الجيل الناشئ ودعم المناهج التربوية الخاصة بالصناعة النفطية الكويتية بالتنسيق شركاتها النفطية التابعة ووزارة النفط. وصرح الشيخ طلال الخالد الأحمد الصباح العضو المنتدب للعلاقات الحكومية والبرلمانية والعلاقات العامة والاعلام ان مؤسسة البترول الكويتية تدرك حجم المسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتقها باعتبارها المحرك الرئيسي للاقتصاد الكويتية والأبعاد المتعددة لعملها لذا ارتأت أخذ روح المبادرة بنشر سلسلة من القصص التعليمية التصويرية بقالب قصصي ممتع. وتجدر الاشارة انه قد سبق للمؤسسة اصدار عدد من القصص الموجهة للأطفال وهي «حكاية نفطان» و«بخضور والبيئة» وهي بصدد نشر قصة ثالثة للاطفال بعنوان « قصة النفط من برقان الى موانئ اليابان» تركز على عمليات الاستكشاف والحفر والانتاج موجة للفئة العمرية من 9 الى 13 سنة وذلك بالتعاون مع شركة نفط الكويت.

وقال الشيخ طلال الخالد الصباح ان اصدار القصة الجديدة هي باكورة مشروع تربوي رائد للمؤسسة يهدف الى غرس الثقافة النفطية لدى الجيل الناشئ ويعد جزءا من سلسة قصص تتناول كل واحدة منها جانبا من الانشطة النفطية بأسلوب قصصي مشوق. وأضاف الشيخ طلال الخالد ان المؤسسة تدرك مسؤوليتها تجاه تعزيز الثقافة النفطية لدى النشء الصغير ودعم المناهج التربوية الخاصة بوزارة التربية بالثقافة النفطية، كما تندرج ضمن جهود مؤسسة البترول الكويتية لزيادة الوعي العام حول اهمية النفط في الحياة المعاصرة.

ومجددا تتعاون مؤسسة البترول الكويتية مع الدكتورة زهرة حسين المتخصصة بأدب الطفل العربي لتأليف القصة بشكل مغاير تماما للإصدارات الأولى لتعريف الأطفال بالجهود المبذولة لاستكشاف واستخراج النفط والتقنيات الحديثة المطبقة وجهود العاملين في شركة نفط الكويت لاستخراج الثروة النفطية الكويتية. ويجمع الاصدار الجديد بين التثقيف والترفيه في القصة لإثراء عقل الطفل بالمعرفة العلمية حول طريقة استكشاف واستخراج النفط مستخدمة الخيال الطريف واللغة المبسطة، معززة بالرسوم التوضيحية الملونة والأحداث الشيقة.

الشيخ طلال الخالد

زهرة حسين

وأكد الشيخ طلال الخالد ان هذا الاصدار يعد الاول من نوعه في الصناعة النفطية العالمية ويعد بمثابة مشروع ثقافي رائد وفريد من نوعه حيث بذلت مؤسسة البترول الكويتية كل جهد ممكن في أن يجمع الكتاب بين المادة العلمية الدقيقة والعرض الأدبي الجميل والرسوم التوضيحية والسرد القصصي المشوق الذي يشحذ ملكة الفضول المعرفي لدى الطفل ويحاكي خياله في المرحلة العمرية المستهدفة ويدفع مداركه نحو فهم قصة نشأة النفط كطاقة مختزنة في باطن الارض ومن ثم استخراجه كمصدر أساسي للطاقة وتحريك أوجه الحياة العصرية.

«التجاري»: استمرار العرض مع «الخطوط البريطانية»

صرح البنك التجاري الكويتي انه اصبح بامكان عملائه من حملة البطاقات الائتمانية فيزا وماستركارد الاستفادة من العرض المقدم من الخطوط الجوية البريطانية مع إمكانية إجراء الحجوزات عبر الانترنت والتمتع بخصم 10 في المئة وذلك من خلال الدخول على الرابط الموجود على موقع البنك والخاص بالعرض.

وكان البنك قد أطلق في 2012/10/1 هذا العرض المميز مع الخطوط الجوية البريطانية والمستمر حتى 2013/2/28 ، حيث يهدف هذا العرض إلى تقديم خصم بنسبة 10 بالمائة على تذاكر السفر وعلى جميع الدرجات «الدرجة الأولى ،درجة رجال الأعمال، والدرجة السياحية» لحاملي البطاقات الكلاسيكية والذهبية والبلاتينية الصادرة عن التجاري، بالإضافة إلى خصم 15 في المئة على تذاكر السفر على جميع الدرجات لحاملي بطاقات فيزا انفينيت الائتمانية ، وذلك عند حجز تذاكر السفر إلى أي وجهة سفر من الكويت باستخدام بطاقاتهم الائتمانية في مركز مبيعات الخطوط الجوية البريطانية في مدينة الكويت – برج العوضي، أو عبر الإنترنت فقط عبر الرابط الموجود على صفحة البنك وذلك تسهيلا وتيسيرا على عملاء البنك .

ويسعى البنك من خلال هذه العروض إلى مكافأة عملائه أصحاب البطاقات بمنحهم فرص مميزة للتسوق والشراء من أفضل الشركات ومتاجر التجزئة المعروفة والحصول على خصومات مميزة

والخطوط الجوية البريطانية هي واحدة من الشركات العريقة والمميزة في عالم الطيران وتغطي وجهات سفر متنوعة ومفضلة في أوروبا وأمريكا وهو ما يعود بالنفع على شريحة واسعة من عملاء البنك.

ولما كان البنك يسعى دوماً إلى تأمين راحة البال لعملائه في حلهم وترحلهم ، فقد قام أيضا بالتعاقد مع احد أكبر شركات التأمين لإصدار بوالص تأمين السفر المجانية لجميع العملاء من حملة البطاقات الائتمانية بما يجعل من سفرهم تجربة مميزة، ويمكن للعميل استلام بوليصة التأمين الخاصة بالسفر بمراجعة أقرب فرع إليه من فروع البنك التي تغطي كافة أنحاء الكويت.

94 في المئة من المقيمين في الكويت يخططون للسفر في الأشهر المقبلة

تقرير: الكويت في صدارة بلدان المنطقة من حيث التخطيط للسفر بغرض السياحة والاستجمام

طبقاً لنتائج احدث استطلاع اجرته HYPERLINK «http://newsroom.mastercard.com» ماستركارد، يعتزم 94 في المئة من المشاركين فيه ا المقيمين في الكويت السفر للسياحة والاستجمام في الأشهر المقبلة، أي بزيادة قدرها 11 في المئة على نتائج عام 2011. وأظهر الاستطلاع أيضا ان نسبة 72 في المئة من المقيمين في الكويت يخططون لزيادة وتيرة سفرهم بغرض السياحة أو للحفاظ على تلك الوتيرة بالمقارنة مع العام المنصرم.

و أشار معظم المشاركون في الإستطلاع من الكويت إلى أنهم سيسافرون في الغالب إلى بلدان داخل منطقة الشرق الأوسط خلال الأشهر المقبلة، ، تليها مناطق شمال افريقيا وآسيا..

وفيما يخص الوجهات السياحية بين البلدان جاءت مصر في الطليعة حيث يخطط 31 في المئة من المقيمي في الكويت للسفر إلى هذا البلد في غضون الأشهر القادمة. واحتلت المملكة العربية السعودية «31 في المئة» والإمارات العربية المتحدة «20 في المئة» مركزين متقدمين على قائمة الوجهات السياحية للمسافرين المقيمين في الكويت. وفي حين شهدت الإمارات العربية المتحدة ارتفاعاً في شعبيتها بلغت نسبته 4 في المئة من المستطلعة آراؤهم في الكويت منذ 2011، فإن عدد المشاركين في الإستطلاع الذين يخططون لزيارة السعودية في الأشهر المقبلة قد ازداد بنسبة ملفتة بلغت 15 في المئة. أما فيما يخص السياحة المحلية، فقد أشار المشاركون في الاستطلاع إلى أن منطقة السالمية تبقى وجهة سياحية رائجة «45 في المئة»، تليها منطقة حولي «40 في المئة»، ثم الفروانية «31 في المئة».

وقال سافدار خان، مدير السوق في قطر وعُمان و الكويت، ماستركارد العالمية: «من اللافت للانتباه أن الغالبية العظمى من المشاركين في الاستطلاع من الكويت يخططون للسفر في الأشهر المقبلة. وهذا يعد خبرا جيدا وهاما لقطاع السفر. وقد أظهر آخرُ استطلاعاتنا حول المنافذ الأكثر شعبية للحصول على عروض السفر، أن وسائل الإعلام الاجتماعية ومواقع القسائم وتطبيقات الهواتف المحمولة تكتسب زخما أكبر كمصادر لتلك العروض».

وخلال العام الماضي، سافر 82 في المئة من المشاركين في الاستطلاع المقيمين في الكويت إلى الخارج بقصد الاستجمام، بينما سافر 95 في المئة داخليا لقضاء العطلات، مما يشكل زيادة قدرها 2 في المئة على معدل السفر إلى الخارج، وزيادة مذهلة بلغت نسبتها 77 في المئة على معدل السياحة الداخلية بالمقارنة بعام 2011. وفيما يتعلق بسفر رجال الأعمال، فقد سافر 25 في المئة ممن شملتهم الدراسة إلى الخارج، وقام 74 في المئة بالتنقل داخليا خلال العام الماضي. وازداد معدل السفر لأغراض العمل منذ استطلاع ماستركارد الأخير، حيث سافر 15 في المئة من المستطلعة آراؤهم إلى الخارج في العام الماضي، بينما سافر 6 في المئة منهم محليا.

■ خالد: سافر 82 في المئة من المشاركين بالاستطلاع من المقيمين خلال العام الماضي بقصد الاستجمام

سافدار خان

■ نسبة المسافرين بغرض الأعمال وصلت إلى 42 في المئة خلال نفس الفترة

ظلت شركات الطيران منخفضة التكلفة الأكثر شعبية بين المشاركين في الاستطلاع من المسافرين جوا «66 في المئة»، تليها خطوط الطيران الوطنية «36 في المئة» وشركات الطيران العالمية «17 في المئة». ومن المثير للاهتمام أن شركات الطيران منخفضة التكلفة شهدت ارتفاعا في شعبيتها مقداره 22 في المئة منذ عام 2011.

وأقام المسافرون من الكويت بغرض الأعمال في القالب مع الأصدقاء الأقارب «42 في المئة»، في حين فضل ما يقرب من نصف المسافرين «49 في المئة» النزول لدى الأصدقاء الأقارب عند السفر بقصد السياحة والاستجمام. وشهدت الفنادق الفاخرة انخفاضا في شعبيتها بين المسافرين في رحلات العمل بلغت نسبته 20 في المئة منذ الاستطلاع الأخير.

يستمتع معظم المسافرين من الكويت بالتسوق في المطارات، فقد أشار 74 في المئة منهم إلى أنهم اشتروا سلعا في أحد المطارات خلال أسفارهم في الأشهر الماضية. وبقيت المواد الغذائية «52 في المئة»، ومستحضرات التجميل العطورات مستحضرات العناية الشخصية «43 في المئة»، السلع الأكثر شعبية في المطارات.

يحرص المشاركون في الاستطلاع من الكويت على الحصول على أفضل عروض السفر، وأشاروا إلى أن مواقع شركات الطيران «64 في المئة» هي منافذ البيع الأكثر شعبية للحصول على أسعار مخفضة. وما تزال وكالات السفر «44 في المئة» ذات شعبية بين الباحثين عن التخفيضات في أسعار البطاقات، كما يبحث بعض المسافرين عن العروض في الصحف «16 في المئة». كما ازدادت شعبية مواقع القسائم تطبيقات الهواتف النقالة «13 في المئة» ووسائل الإعلام «11 في المئة» فيما يخص العثور على عروض السفر.

من غير المستغرب أن يذكر 85 في المئة من مقيمي الكويت الهاتف الجوال كأداتهم الإلكترونية التي ينبغي عليهم اصطحابها في أسفارهم، بينما ذكر 5 في المئة أنهم لا يغادرون المنزل بدون الحاسوب المحمول، ويصطحب 2 في المئة منهم أجهزة إم بي ثري «MP3» خلال السفر. يبرز النقد كخيار الدفع الأكثر شعبية لدى المسافرين في الكويت عندما يتعلق الأمر بكلفة الإقامة «76 في المئة»، والنفقات التي تقل قيمتها عن 100 دولار أمريكي «62 في المئة»، وكلفة التنقل «55 في المئة». وجاءت بطاقات الخصم الفوري بطاقات الصراف الآلي ثانية من حيث شعبيتها كوسيلة لشراء المنتجات التي تزيد قيمتها عن 100 دولار أمريكي «49 في المئة»، ولتسديد كلفة التنقل «37 في المئة»، والإقامة «18 في المئة». وكانت بطاقات الائتمان أقل أساليب الشراء شعبية في الفئات كافة.

نتائج الاستطلاع في الشرق الأوسط:

وفي منطقة الشرق الأوسط، يأتي المستهلكون المقيمون في الكويت في الصدارة من حيث عدد الذين يعتزمون السفر إلى الخارج بغرض السياحة والاستجمام في الأشهر المقبلة «82 في المئة»، يليهم المقيمون في الإمارات «79 في المئة»، وقطر «77 في المئة»، وعمان «52 في المئة»، والسعودية «43 في المئة»، ولبنان «19 في المئة» ومصر «14 في المئة». وانتزعت الكويت صدارة ترتيب هذا العام من السعودية التي احتلت المرتبة الأولى في عام 2011.

حققت شركات الطيران منخفضة التكلفة بعض التواجد في الشرق الأوسط في العام الماضي، إذ استخدم غالبية المسافرين من الكويت وعمان وعددا معتبرا من المسافرين من الأسواق الأخرى، هذه الوسيلة للسفر جوا خلال الأشهر الماضية. وكانت شركات الطيران الوطنية الخطوط الجوية الأكثر استخداما في بلدان الشرق الأوسط الأخرى التي شملها الاستطلاع.

ظلت السلع المبتاعة في المطارات رائجة في منطقة الشرق الأوسط، إذ اشترى حوالي 75 في المئة من مسافري المنطقة سلعا من المطارات خلال العام الماضي. وبشكل عام كانت المواد الغذائية «45 في المئة»، ومستحضرات التجميل / العطورات «32 في المئة» والسجائر / التبغ «21 في المئة» الفئات الأكثر شعبية.