«عموميتها» أقرت عدم توزيع أرباح

العيسى: «المصالح» حققت 392.4 ألف دينار أرباحاً عن فترة العام الماضي

أعلنت شركة المصالح العقارية عن نتائجها للسنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2012 وذلك خلال اجتماع الجمعية العمومية السنوية العادية للشركة الذي أقيم امس وبنسبة حضور 70.3 في المئة من إجمالي عدد المساهمين.

وخلال الجمعية العمومية، أعلن مجلس الإدارة أن الشركة قد حققت أرباحا صافية بلغت 392.430 دينار بواقع 1.81 فلس للسهم الواحد، مقابل ربحية 10.34 فلوس للعام الماضي والتي نتجت عن بيع احدى عقارات الشركة، كما شهدت إيرادات الشركة التشغيلية إستقرارا نسبيا حيث بلغت 9.92 ملايين دينار مقابل 11، 1 مليون دينار في العام الماضي. وارتفعت موجودات الشركة بنسبة 10.6 في المئة حيث بلغت 153.9 مليون دينار للعام الحالي مقابل 139.1 مليون دينار للعام الماضي.

وحول خطط الشركة المستقبلية، يقول رئيس مجلس إدارة شركة المصالح العقارية، حمد العيسى: «بناءً على توجه مجلس الادارة الجديد تتبنى الشركة إستراتيجية تقوم على السياسات المالية التحوطيه وتخفيض الخسائر التي تكبدتها الادارة السابقة والتركيز على تطوير العوائد التشغيلية، حيث ستقوم الشركة بتحديث وتطوير العقارات السكنية «مجمع المصالح والتعمير» وذلك من اجل زيادة قيمتهم الايجارية.

كما تقوم الشركة حاليا بدراسة فرص التخارج من بعض استثماراتها العقارية الخارجية ذات الجدوى الاقتصادية المنخفضة للتقليل من الأعباء المالية التي تعرضت لها الشركة تحت الادارة السابقة وتعزيز المركز المالي للشركة.

وتعليقا على نتائج الشركة المالية أفاد العيسى: «لقد تمكنت الشركة، خلال العام الماضي، من تحقيق نتائج مالية مرضية ساهمت في إرتفاع حقوق المساهمين بنسبة 3 في المئة لتصل إلى 42.8 مليون دينار مقاربة بـ41.8 مليون دينار في العام 2011» وأضاف: «تسير مشاريع الشركة المحلية والتي مازالت قيد التنفيذ وفق الخطط الموضوعة لها، ومن بينها برجي مجمع المصالح المكون من 144 شقة سكنية والذي شهد إنجاز بنسبة 60 في المئة والمتوقع الإنتهاء من أعمال البناء خلال النصف الأول من العام القادم. أما المشاريع المحلية الأخرى فتتمتع حالياً بنسبة إشغال تتجاوز 90 في المئة وقد شهدت إرتفاعا في الإيرادات التاجيرية بنسبة 3 في المئة».

وفيما يخص مشاريع الشركة الخارجية فقد أوضح العيسى أن مشروعي «برايم تاور» بمنطقة يزينيس باي في إمارة دبي ومشروع «صيفي كراون» في بيروت شهدا نسبة إنجاز وصلت إلى 95 في المئة ومن المتوقع الإنتهاء من أعمال البناء لدى المشروعين في النصف الأول من العام الحالي.

أما مشاريع الشركة العقارية في كل من السودان ومالطا فقد أكد العيسى أن الشركة مستمرة في البحث عن أفضل السبل المتاحة لتطويرها بالتعاون مع شركاء المصالح العقارية في كل من الدولتين.

كما أن استثمارات الشركة في شركة التعمير للاستثمار العقاري المتخصصة في مجالات الضيافة والنوادي الصحية وشركة فيتوس إنترناشيونال بالقاهرة وشركة الدائرة الأهلية للتنظيف فقد ساهمت في تحقيق أرباح إضافية للشركة.

هذا وقد أقرت الجمعية العمومية جميع بنودها وقررت عدم توزيع اي أرباح عن العام 2012.

العيسى يتوسط اجتماع الجمعية العمومية

■ إيرادات الشركة التشغيلية بلغت 9.92 ملايين دينار

عدد السياح الكويتيين في تزايد خلال السنوات الأخيرة

السفير السريلانكي لدى الكويت: نمنح تأشيرة زيارة لبلادنا عبر «الإنترنت»

أعلن سفير سيرلانكا لدى الكويت «اسي.اي.أش.ام. ويجيراتنا » أن نظام الحصول علي التاشيرة لزيارة سيرلانكا أصبح عبر الإنترنت، ولا توجد أي تعقيدات في الموضوع بل تمنح بكل سهولة ويسر.

وأضاف خلال حفل افتتاح «معرض الطريق لتشجيع السياحة» الذي أقامته السفارة السيرلانكية في فندق كراون بلازا في الكويت أن الهيئة الترويجية السياحية السيرلانكية حددت الشرق الأوسط سوقا واعدة باعتبارها سوقا ذات إمكانات عالية، وقال أن عدد السياح تزايدة في السنوات القليلة الماضية من منطقة الشرق الأوسط بشكل كبير وانعكس ذلك على الإحصاءات السياحية إلى سيرلانكا، ولذا فإن الخطوط العريضة في استراتيجية السياحة من 2011-2016 ستكون العروض الترويجية في الشرقالأوسط، وتتركز أكثر على تلبية احتياجات المسافرين في الشرق الأوسط، مثل نوع الاقامة، الطعام الحلال، والتدريب وتطوير المرشدين السياحيين اللذين يجيدون اللغة العربية، وتدريب موظفي الفندق على الإلمام بأعراف وعادات الشرق الأوسط.

مؤكدا أن الكويت تعتبر منطقة واعدة ولديها معدل نمو مرتفع طوال السنوات الماضية.

وقال السفيرأن الهيئة الترويجية السياحية السيرلانكية تتوقع جذب 90000 الزوار من دول الشرق الأوسط في هذا العام، وإجمالي التوقعات من بالنسبة لمواطني دول الخليج أنها ستشهد إرتفاعا يصل إلى 200000 زائر.

وبين السفير السيرلانكي أن سيرلانكا تتمتع بطبيعة خلابة وتعتبر من أفضل المدن السياحية من حيث الهدوء والإسترخاء، داعيا الجميع لجعل حلمهم حقيقة واقعية من خلال التخطيط لعطلتهم المقبلة في السفر إلى سري لانكا. هذا وقد بدأ الحفل بكلمة السفير سي.اي.أش.ام. ويجيراتنا وأعقبه فلم مصور لفيديو قدمته الهيئة الترويجية السياحية السيرلانكية وثم عرض التي قدمتها الخطوط الجوية السيرلانكية. وقداختتمت الفعالية مع جلسات تفاعل رجال الأعمال وحفل عشاء. وحضر الحفل كبار منظمي الرحلات السياحية من سريلانكا وتبادلوا الآراء ووجهات النظر وكذلك الشبكات المتقدمة بين منظمي الرحلات السياحية في الكويت.

جانب من الحضور

السفير السيرلانكي خلال إلقائه كلمته

تقرير يتوقع نمو الناتج المحلي في سلطنة عمان 5.0 في المئة

«كونا»: قال تقرير اقتصادي متخصص ان اجمالي الناتج المحلي في سلطنة عمان نما بخطى ثابتة على مدار السنوات القليلة الماضية متوقعا تسجيلها نموا بواقع 5.0 في المئة في عام 2012 «وهو أقل من هدف الحكومة بواقع 7.0 في المئة ومقارب لتوقعات صندوق النقد الدولي».

واضاف تقرير شركة بيت الاستثمار العالمي «جلوبل» صدر اليوم ان النفط والغاز استمرا في الهيمنة على الاقتصاد العماني ويساهمان بما يزيد عن نصف اجمالي الناتج المحلي الاسمي وحوالي ثلثي صافي الايرادات هناك.

وذكر ان سلطنة عمان نفذت استراتيجية التنوع حيث ازداد اجمالي الناتج المحلي غير النفطي بواقع 5.4 في المئة في العام 2011 من 3.1 في المئة في العام 2009.

وبين ان مساهمة القطاع غير النفطي ارتفعت في اجمالي الناتج المحلي ارتفاعا كبيرا من 25.7 في المئة في العام 2001 الى 72.2 في المئة في العام 2011 «كما ان العوامل كارتفاع الطلب المحلي والسياسة المالية التوسعية ونمو الاقتصاد غير النفطي من شأنها أن تعزز النمو الاقتصادي ليبلغ في المتوسط 5.1 في المئة للسنوات القادمة بين 2013 و2017». وأشار الى تقديرات تظهر زيادة إنتاج النفط بواقع 1.5 في المئة سنويا في السلطنة خلال الفترة بين 2013 و2017 مقارنة بالمتوسط السنوي بواقع 5.7 في المئة بين 2008 و2011 والارتفاع بواقع 4.0 في المئة في عام 2012. وتوقع ان يعوض النمو القوي في الانتاج غير النفطي من ضعف انتاج النفط كما أن العوامل مثل ارتفاع الطلب المحلي والسياسة المالية التوسعية ونمو الاقتصاد غير النفطي من شأنها أن تضمن حدوث نمو اقتصادي قوي.

«بنك الخليج» يرعى المعرض الطلابي لثانوية صالح الشهاب

أعلن بنك الخليج عن رعايته للمعرض الطلابي الذي أقيم في مدرسة صالح الشهاب الثانوية للبنين بمنطقة مشرف على مدى ثلاثة أيام.

وقامت نجلاء العيسى، المدير التنفيذي في الخدمات المصرفية الشخصية في بنك الخليج، بزيارة المعرض للرد على جميع استفسارات وأسئلة طلاب المرحلة النهائية في الثانوية العامة المهتمين بحساب red™. كذلك قامت العيسى بالتعاون مع فريق من البنك خلال المعرض بتسليط الضوء على مميزات حساب red™، الذي صممه بنك الخليج خصيصاً لطلاب المرحلة الجامعية والشباب في الفئة العمرية 17 – 24 عاما.

ويقدم بنك الخليج حالياً إلى عملاء حساب red™ مجموعة من المزايا، التي تشمل بطاقة تعبئة وقود بقيمة 5 د.ك. وقسيمة شراء لدى الشايع بقيمة 5 د.ك.

ويتميز حساب red™ مع بنك الخليج بأنه حساب متميز صمم خصيصاً لتلبية الاحتياجات والتطلعات المالية لطلاب الجامعات في الكويت الذين تتراوح أعمارهم بين 17 و24 عاماً. ولا يتطلّب فتح هذا الحساب إيداع أيّ مبلغ من المال وهو متاح كحساب جار أو حساب توفير مع فائدة شهرية.

لفتح حساب red™، يمكنك زيارة أحد فروع بنك الخليج البالغ عددها 56 فرعاً أو الاتصال بمركز خدمة العملاء على الرقم 1805805 للحصول على المساعدة والتوجيه. كما تستطيع زيارة موقع بنك الخليج الإلكتروني ثنائي اللغة www.e-gulfbank.com للحصول على جميع المعلومات المتعلقة ببرنامج red™ ومزاياه.

موظفو الخليج مع الطلاب المشاركين في المعرض

جانب من المشاركين

«التجاري» يطلق حملة «هون عليهم» في موسمها الصيفي

من الحملة

أطلق البنك التجاري الكويتي حملة «هون عليهم» للعام الثاني على التوالي وذلك لموسم صيف 2013، حيث قام فريق العلاقات العامة وعدد من موظفي البنك المتطوعين بتوزيع حافظة الماء الترمس على عمال التنظيف والبناء المتواجدين في الشوارع، بالإضافة إلى الكمامات الطبية الواقية من الغبار وايضا معقم الأيدي وماء الشرب في إطار هذه الحملة المبتكرة التي كان البنك التجاري قد أطلقها العام الماضي في فصلي الصيف والشتاء، وأعلن عن اعادة إطلاقها مرة أخرى لصيف عام 2013 تجاوباً مع موجة الحر والغبار التي تتعرض لها البلاد في الوقت الحالي.

وفي هذا السياق صرحت مساعد المدير العام – إدارة الإعلان والعلاقات العامة أماني الورع قائلة «لقد لمسنا الأثر الطيب الذي تركته الحملة في نفوس عمال النظافة والبناء الذين تحتم عليهم طبيعة أعمالهم التواجد في الشوارع في أجواء إما شديدة الحرارة في فصل الصيف أو شديدة البرودة في فصل الشتاء، وهو ما دفعنا إلى إطلاق الحملة لعامها الثاني على التوالي خلال هذا الصيف وتوزيع المياه والكمامات الواقية من الغبار ومعقم الأيدي على عمال النظافة والبناء المتواجدين بالشوارع ويعملون في ظروف جوية متقلبة». وتابعت أماني الورع «لقد لاقت هذه الحملة استحساناً وتجاوبا ملحوظا من فئات المجتمع كافة ليس فقط لكونها حملة جديدة ومبتكرة بل لأنها استهدفت أيضاً فئة جديرة بكل الرعاية والاهتمام».

وأكدت أماني الورع أن البنك التجاري، ومن خلال التنوع الواسع للمبادرات الاجتماعية الهادفة والمبتكرة، قد أرسى مفهوما جديدا لدعم ومساعدة فئات مختلفة من المجتمع، مبينة أن الحملة سوف تستمر من خلال جدول زمني معد مسبقا لزيارة الأماكن التي يتواجد بها عمال النظافة في إطار مساعي البنك الدائمة لمد يد العون لمساعدة الجميع وجهوده للتواصل مع أطياف المجتمع كافة دون تهميش أو إقصاء.

واختتمت أماني الورع حديثها بتوجيه الشكر لكافة المتابعين لهذه الحملة على شبكات التواصل الاجتماعي على ما ابدوه من إعجاب وتقدير وثناء على فكرة الحملة ومن فريق العمل بهذه الحملة، مشيدة بجهود جميع الموظفين المشاركين في الزيارات التي يقوم بها البنك في إطار هذه الحملة.

بعد زيادة الإقبال على جناحيه في ديوان المحاسبة والهيئة العامة للصناعة

«البنك الدولي» يعرّف بخدماته في جناحه في «البترول الوطنية»

جناح البنك الدولي

على ضوء الإقبال الكبير الذي حصده جناحا بنك الكويت الدولي اللذان نظمهما مؤخرا في مقر كل من الهيئة العامة للصناعة وديوان المحاسبة، أقام بنك الكويت الدولي جناحه الثالث في مقر شركة البترول الكويتية الوطنية لتعريف الموظفين والعاملين والمراجعين بخدماته المتنوعة وأنشطته المبتكرة.

وتعليقا على هذه المبادرة، قالت مدير عام الادارة المصرفية للأفراد في بنك الكويت الدولي انتصار السويدي ان البنك والتزاما منه بالوعد الذي كان قد قطعه على نفسه بضرورة الوصول الى عملائه في اماكن تواجدهم أينما كانوا، فهو ي واصل سلسلة زياراته المي دانية الي العديد من وزارات وأجهزة ومؤسسات القطاعين الحكومي والخاص ليس فقط للتعريف بخدماته ومنتجاته العديدة والمبتكرة ولكن لإفساح المجال امام الجمهور الذين تحول ضغوطات العمل بينهم وبين مراجعة او زيارة البنك بين الحين والآخر، وللإجابة ايضا على أسئلتهم واستفساراتهم المتعددة.. ولإشعارهم باننا قريبون دائما منهم ومتواجدون بجانبهم في كل الظروف.

ورأت السويدي ان تحرك الدولي هذا جاء ليؤكد مرة اخرى مدى إدراكه باهمية التفرد والتميز في اسلوب خدمة العملاء بما في ذلك تطويرها والارتقاء بها في سوق تنافسي تحتدم فيه المنافسه الشرسة، والبقاء سيكون فيه للأفضل وليس للأقوى، معتبرة ان معيار المفاضلة بات يكمن في جودة الخدمة المقدمة للعملاء وفي ترسيخ قناعاتهم باهميته لدينا وبانهم يتصدرون دائما سلم أولوياتنا.. مؤكدة حرص البنك على الاستمرار في زياراته الميدانية تلك وإقامة المعارض او افتتاح الأجنحة النوعية وتكشف حملاته وبرامجه التسويقية للتعريف بخدماته ومنتجاته الجديدة وبسلسلة ابتكاراته الممتدة التي يطرحها وفق جدول زمني مدروس وعلى ضوء خطة انتشار مدروسة تغطي جل المواقع التي يتواجد ويتمركز فيها الموظفين والعاملين بكثافة.