

www.kuwaiticonsultant.com
د. عبدالله فهد العبد الجادر
مستشار تنظيم وإدارة



الاقتصاد.. والحاجة لإصلاح التعليم

نظام التعليم التقليدي في الجامعات والكليات بات ضمن التاريخ لكثير من الدول الأجنبية مثل الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وأوروبا وغيرها من الدول المتقدمة، حيث بدأت هذه الدول ومنذ سنوات بتطبيق نظام التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد باستخدام تقنية التكنولوجيا الحديثة في تصميم أنظمة منهجية وتعليمية بدون قاعات دراسية ولا حضور شخصي وتعتمد على التواصل الإلكتروني للتفاعل مع الجامعة حسب النظام والمواقيت المتبعة للدخول على المواد الدراسية المسجل فيها الطالب وحسب التخصصات مثل الاقتصاد والإدارة والقانون وغيرها من تخصصات دراسية.

نظام التعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد قد ساعد الكثير من الطلاب الذين يريدون إكمال دراستهم الجامعية ولكن لا يستطيعون لعدة أسباب منها عدم مقدرتهم المالية للتنقل من مكان سكنهم إلى الجامعة للحضور الشخصي وعدم مقدرتهم لتأجير السكن والصرف على الأمور المعيشية اليومية في منطقة الجامعة بعيدا عن مكان إقامتهم بين أهلهم كما هنالك أسباب أخرى منها الكثافة الطلابية في المحاضرات وعدم الاستفادة علميا والسبب الآخر الطاقة الاستيعابية للطلاب في الشعب الدراسية المحدودة ولذلك لن تقبل بكل الطلاب الراغبين في الدراسة فيها وكما هنالك من يعمل بوظيفة ولا يستطيع الحضور شخصيا للحاضرات في القاعات الدراسية.

أن الدول التي لم تطبق نظام التعلم الإلكتروني وعن بعد في جامعاتها وكلياتها أصبحت تعاني من مشاكل في الطاقة الاستيعابية لعدد كبير من الطلاب بسبب قلة الهيئة التدريسية وقلة وضيق القاعات الدراسية وتحتاج إلى مشاريع بناء جامعات وكليات جديدة بمبالغ مليارية وسنوات طويلة وهذه لن تستطيع عليها كل الدول وخاصة في ظل انخفاض أسعار النفط وعجزوات الميزانيات والزيادة السنوية لعدد الطلاب ولكن هنالك دول بدأت بتطبيقها مثل المملكة العربية السعودية والإمارات وقطر.

الكويت تعاني منذ سنوات بزيادة عدد الطلاب الراغبين في الدراسة الجامعية وكذلك الدراسة في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب وعدم مقدرتها استيعاب كل الطلاب لعدم كفاية القاعات الدراسية والهيئات التدريسية ووجود مشاريع إنشائية معطلة ومتأخرة من سنوات طويلة ولهذا السبب تضعف فرصة الطلاب الراغبين في استكمال دراستهم الجامعية وفي كليات الهيئة ويضطرون للبحث عن جامعات وكليات خارج الكويت ويكلفهم مبالغ لا يتحملونها بقروض وكما يعقون في مشاكل بجامعات وكليات غير معترف فيها.

لذلك هنالك طريقتان لتطبيق نظام التعلم الإلكتروني وعن بعد في الكويت إما بتوفير قائمة معتمدة من التعليم العالي بجامعات وكليات خارج الكويت تطبق هذه الأنظمة أو تطبيقها داخل الكويت في جامعة الكويت أو الشداية (اللي نسمع عنها وما شغفنا) وكذلك في كليات الهيئة للتعليم التطبيقي والتدريب والجامعات والكليات الخاصة داخل الكويت وأعداد البعثات المحلية فيها بهذا النظام التعليم عن بعد وسوف توفر الدولة الكثير في ميزانيتها أولا عدم حاجتها لمشاريع جديدة لإنشاء جامعات وكليات وتوفير رواتب الهيئات التدريسية وساعدت شبابنا على استكمال دراستهم الجامعية ومنها يقدرن يشتغلن ويديرسن عن بعد وهنا الطالب سوف تكون لديه خبرة عملية قبل تخرجه تساعده في ترقيةه وحصوله على فرص عمل وتحل مشكلة البطالة ومخرجات التعليم.

النفط الكويتي "يهبط إلى 48 دولاراً"

كونا: انخفض سعر برميل النفط الكويتي 2,07 دولار أميركي في تداولات أمس الأول ليبلغ 48,35 دولاراً مقابل 50,42 دولاراً في تعاملات 31 يوليو الماضي، وفقا لسعر الملغن من مؤسسة البترول الكويتية، وكانت أسعار النفط واصلت هبوطها بسبب القلق من زيادة المعروض من النفط في وقت بلغ إنتاج منظمة الدول المصدرة للبترول (أوبك) مستويات قياسية في يوليو الماضي.

أسهم البنوك اليونانية تخسر 60% يومين

العربية: تراجعَت الأسهم اليونانية أمس لليوم الثاني على التوالي، ما يعكس استمرار الأزمة المالية والمشاكل الاقتصادية التي تتعرض لها البلاد، وبلغت خسائر أسهم البنوك في بورصة اليونان نحو 60%، من قيمتها خلال يومين. وكان مؤشر أتيندا العام انخفض نحو 4%، بعد افتتاح أعلى. وارتفعت بعض الأسهم غير المالية. وخسر مؤشر أسهم أتيندا 16,2%، أمس الأول في أسوأ هبوط لها على الإطلاق، ليخسر رأس المال السوقي ما يقرب من 8 مليارات يورو.

بنمو 6%.. وتغطية المخصصات 160%

«الأهلي المتحد» يربح 83,4 مليون دينار بالنصف الأول



زاد دخل الرسوم والعمولات بنسبة 8,4% ليبلغ 85,1 مليون دولار مقابل 78,5 مليون دولار للفترة ذاتها من العام 2014، في حين كان لتغيير عن نسبتها في 31 ديسمبر 2014، في حين واصل البنك تأمين المستوى الملائم من المخصصات إزاءها حيث بلغ معدل تغطية المخصصات المرسودة لأصول غير منتظمة محددة نسبة 81,0% (مقابل 83,8% كما في 31 ديسمبر 2014)، فيما بلغ معدل تغطية المخصصات الإجمالية شاملة

بأفضل المعدلات لجودة الأصول مصرفيا، حيث لم تتجاوز نسبة القروض غير المنتظمة 2,0% من إجمالي المحفظة الائتمانية دونما تغيير عن نسبتها في 31 ديسمبر 2014، في حين واصل البنك تأمين المستوى الملائم من المخصصات إزاءها حيث بلغ معدل تغطية المخصصات المرسودة لأصول غير منتظمة محددة نسبة 81,0% (مقابل 83,8% كما في 31 ديسمبر 2014)، فيما بلغ معدل تغطية المخصصات الإجمالية شاملة

وتعليقا على ذلك، أعرب

هكذا فقد الذهب بريقه وخفت الاستثمار فيه

الفائدة والتي تعوضه عادة عن حقيقة عدم حصول المالك المعدن الأصفر على سعر

من مخاطر الأسواق، كما لم يستفد الذهب من التدني الشديد في معدلات

العالمية خلال العاميين الماضيين، كما أنه لم يوفر حماية للمستثمرين مؤخرا

7 عوامل وراء هبوط الذهب

خامسا: لم تؤثر العوامل الرئيسية المحركة لمعظم الأصول المالية والمتمثلة في السيولة التي تضخها البنوك المركزية، وانتشار الحيازات النقدية لدى الشركات عن طريق توزيعات الأسهم، وإعادة الشراء، وعمليات الانماجات والاستحوادات بشكل مباشر أو غير مباشر على أسعار الذهب.

سادسا: ضعف حجم الطلب على المعادن والاستثمارات الأخرى من الذهب، بالرغم من انخفاض الأسعار، وهو ما لم يساعد على تعويض هبوط اهتمام المستثمرين بالمعدن النفيس.

سابعا: تشهد الفترة الحالية نوعا من الخلاف حول مستوى الأسعار.

عامة بين المستثمرين والأفراد، على خلفية تباطؤ النمو العالمي. ثالثا: واجه الذهب مخاطر متنامية من تراجع الطلب على شرائه من قبل البنوك المركزية، خاصة مع هبوط الاحتياطات الدولية لدى الدول الناشئة مع محاولة التكيف مع أثر هبوط أسعار السلع.

رابعا: مع تراجع الارتباطات التاريخية تشير التحليلات الاستثمارية للذهب إلى تحديات متزايدة، وبصفة خاصة الإيجابية لبعض الصدمات الجيوسياسية المحولة، ما يمثل تكللا لجاذبية المعدن كأداة لتنوع الاستثمار والتحوط من المخاطر.

يشير التقرير إلى أن هناك 7 عوامل ساعدت على هبوط الذهب، ● أولا: أن المستثمرين وجدوا طريقة أكثر مباشرة للتعبير عن رؤيتهم حول المستقبل، وخاصة في عالم البنوك المركزية الذي له تأثير كبير على أسعار الأصول، حيث ارتفع عدد صناديق الاستثمار التي تتداول في الأسهم على مستوى العالم، واتجهت أسعار الفائدة لمستويات متدنية، بالإضافة إلى المنتجات الائتمانية الواسعة.

● ثانيا: تحول الذهب إلى أداة أقل جذبا للمستثمرين، نتيجة غياب الضغوط التضخمية، بالإضافة إلى أنه عانى من انخفاض الاهتمام تجاه السلع بصفة

أعلن البنك الأهلي المتحد عن نتائجها المالية لفترة الستة أشهر المنتهية في 30 يونيو 2015 والتي تظهر تحقيق أرباح صافية بلغت 278,4 مليون دولار (ما يعادل 83,4 مليون دينار)، بنمو قدره 6,1% عما كانت عليه للفترة النصفية نفسها من العام 2014 (262,5 مليون دولار ما يعادل 78,6 مليون دينار)، فيما سجل الربع الثاني من العام صافي ربح بلغ 131,2 مليون دولار، بزيادة بنسبة 4,2% مقارنة بالفترة الربعية نفسها من العام 2014 والتي بلغ صافي أرباحها 125,9 مليون دولار، ليرتفع بذلك العائد الأساسي للسهم إلى 4,3 سنتات عن فترة النصف الأول من العام الحالي مقابل 4,2 سنتات للفترة المقارنة من العام 2014.

وتعكس نتائج الفترة استمرارا لوتيرة النمو الصحي الذي يحققه البنك في إيراداته التشغيلية في قطاعات وأسواق عمله الرئيسية على الرغم من التحديات السائدة في ظل استمرار التباطؤ الاقتصادي عالميا وإقليميا، حيث سجل صافي دخل البنك من الفوائد نموا بنسبة 2,6% ليصل إلى 391,7 مليون دولار مقابل 381,7 مليون دولار للفترة نفسها من العام 2014، فيما

أثار استمرار هبوط أسعار الذهب عالميا التساؤلات حول ما إذا كان المعدن النفيس قد تحول من ملاذ آمن إلى فقد بريقه.

وفي تقرير لـ «فاينانشال تايمز» نقلته «أرقام» اعتبر أن حقيقة تحول الذهب لاستثمار مخبر للإحباط مؤخرا يجب ألا يمثل مفاجأة بالنسبة للمستثمرين حول العالم.

وأشار التقرير إلى أن هبوط أسعار المعدن الأصفر جاء في سياق مجموعة من التطورات التي أثرت سلبا على تحركه رغم تضارب مدلولها في بعض الأحيان. وفي إطار التقرير قال الخبير الاقتصادي محمد العريان إن الأوضاع الأخيرة تهدد بفرضية مهمة تشير إلى إمكانية أن يفقد الذهب دوره التقليدي في المحافظ الاستثمارية المتنوعة. ولم يشهد الذهب ارتفاعا مماثلا لمعظم الأصول المالية

المؤسسات. وتملك الحكومة البريطانية حصة قدرها 78% في البنك بعدما قامت بإنقاذه بنحو 45,8 مليار جنيه استرليني من أموال دافعي الضرائب في ذروة الأزمة المالية في 2008. وكان من المتوقع على نطاق واسع أن يبدأ البيع قريبا، بعدما قال وزير المالية البريطاني جورج أوزبورن الشهر الماضي إنه يرغب في بيع الأسهم في أقرب وقت ممكن وإنه يهدف إلى بيع ثلاثة أرباع الحصة على الأقل في السنوات الـ 5 القادمة.



الحكومة البريطانية بدأت بيع حصتها في البنك بعد سبع سنوات من قيامها بإنقاذه (أ. ف. ب)

«سناپ شات».. نافذة جديدة للتسويق في الكويت

العلى إحدى مستخدمات موقع (سناپ.شات) أن الموقع برز بصورة كبيرة في المجتمع الكويتي في الآونة الأخيرة وأصبح له تأثير قوي وفعال، لاسيما بين أوساط فئة الشباب لتأثرهم بشخصيات إعلانية بارزة تمتلك متابعين وقاعدة جماهيرية كبيرة في الموقع. وأضافت العلى أن عرض المنتجات عبر الموقع يتم بصورة سلسلة وسهلة وبسيطة وبادق تفاصيلها، لافتة إلى أن تسويق المنتج يتم داخل البلاد وخارجها بهدف فتح آفاق تسويقية محلية وخارجية للمنتجات. بدوره، قال يوسف التركيت المتابع الموقع (سناپ.شات) إن أكثر ما يثير اهتمامه في الموقع هو عرض الأماكن السياحية داخل الكويت وخارجها مما يزيد حرصه على زيارة هذه الأماكن ومعرفة جمالها من خلال ما يعرضه (سناپ.شات) من صور وفيديوهات بطريقة تفصيلية. وأضاف التركيت أن الأشخاص الذين يسوقون بعض المنتجات في الموقع عرض تفاصيلها، لاسيما الأماكن السياحية داخل الكويت وخارجها ويكون تأثيرهم محدودا «إذ إن عرضهم للمنتج يكون بمقابل بالتالي سواء كان المنتج جيدا أو سيئا فإنهم يظهره بطريقة مبالغ فيها ويظهرون الجوانب الإيجابية فقط للمنتج بعيدا عن المصادقية وبغض النظر عن جودة المنتج».

أن المتابع يستطيع إرسال الأسئلة والاستفسارات للحصول على تفاصيل أكثر عن المنتج ويتم الإجابة عنها بوضوح من جانبها، أكدت الوجهة الإعلاني في (سناپ.شات) أنسام الرضوان أن الطلب على التسويق عبر الموقع في تزايد ونمو مستمر سواء من جانب المتابعين أو من أصحاب المشاريع لتسويق منتجاتهم، وأوضح الرضوان أن «سناپ.شات» في بدايته كان يعتمد على تسويق المنتجات التي يمتلكها الأفراد ثم تحول في الوقت الحالي إلى تسويق منتجات الأفراد والمحللات التجارية والمطاعم والشركات بسبب زيادة قاعدة الزبائن عبر هذا الموقع، ونكرت أن الوجهة الإعلانية تلعب دورا كبيرا وفعالا في طريقة عرض السلعة والقناع المستهلك من خلال عدد من القومات والخصائص منها امتلاك «كاريزما» من نوع خاص التي تمكنهم من تسويق المنتجات بسهولة لأكبر عدد من المتابعين، قالت سارة

المنتجات والسلع لدى المستهلكين وفي توتوه موقعا مهما في قائمة الوسائل الأكثر قدرة على تسويق المنتجات لأكبر عدد من المتابعين بسهولة ويسر. وقال الوجهة الإعلاني في «سناپ.شات» مشاري الشلاحي إن إقبال المتابعين وتفاعلهم وتأثرهم بالمنتجات التي تعرض في الموقع يتخطى ما يعرض عبر وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى أو التي تعرض في إعلانات الشوارع والصحف والمواقع الإلكترونية، وأضاف الشلاحي أن الماكولات والملابس والمكياج تصدر قائمة المنتجات التي يتم التركيز عليها في التسويق وتحظى بنسبة إقبال عالية من قبل المتابعين لاسيما النساء، حيث إنهن يمثلن الشريحة الأكثر اهتماما بالتسويق. وبين أن الموقع يعرض السلعة بطريقة لا تحتاج إلى إخراج أو مونتاج إذ يغطي التصوير المنتج بتفاصيله ويعطي مساحة وزوايا أكبر، مشيرا إلى أن «سناپ.شات» يملك خاصية مميزة وهي



حمد الحميضي

الحميضي: أداء

متميز وأرباح جيدة

نعكس قدرة البنك

على مواصلة تحقيق

النمو الصحي

16% العائد على

حقوق المساهمين