



جانب من الحضور



صورة جماعية للإعلاميين مع مسؤولي بيتك»



(محمد هنداري)

لمشاهدة الفيديو
يمكن استخدام QR كود أو

«بيتك» ينظم الغبقة الرمضانية السنوية للإعلاميين

ضمت وسائل إعلامية مختلفة

المجتمع، والشخصيات التي ساهمت في تأسيسه وتوسعة نشاطاته، وكذلك نشأة فكرة الاقتصاد الإسلامي، ومرحلة تأسيس البنوك الإسلامية، والصعوبات التي واجهت الأرقام والأرباح والتوزيعات، «بيتك»، وتطور الأداء في الأرقام والأرباح والتوزيعات، فيما يلقي الضوء على انطلاق الكفاءات الكويتية المتخصصة في الاقتصاد الإسلامي من تجربة «بيتك»، التي نتج عنها نجاح التجربة الناشئة، وتحولها في زمن قياسي إلى عملاق اقتصادي.

العام والإعلام، لدورهم في تزويد وسائل الإعلام بمواد ومعلومات اقتصادية متنوعة تدعم جهود الصحافة ورسالة الإعلام. وقد أصدر «بيتك» الجزء الثاني من كتاب «رؤى الاقتصاد الإسلامي» المطلقون من تجربة «بيتك» الذي يجمع بين الغوص في أعماق العمل المصرفي وتوجهاته وتأثيراته على الحياة الاقتصادية والاجتماعية. ويتناول الكتاب الحديث عن تواصل الأجيال في خدمة الاقتصاد الإسلامي، ودور «بيتك» في خدمة

الذي يشمل أنشطة ومساهمات إنسانية واجتماعية متعددة، ومبادرات توعوية وتواصل يومي مع الجمهور، تأكيداً على حرص البنك على الالتزام برسائله الاجتماعية والإنسانية بما يرسخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويهدف إلى دعم كل مبادرات العمل التطوعي والإنساني، انسجاماً مع القيم الاجتماعية وتعزيزاً لأهداف التنمية المستدامة. من جانبه، أشاد الإعلاميون بجهود فريق «بيتك» في مجال العلاقات

المصرفية والاقتصاد بشكل عام، وتزويد القارئ والمتابع للشأن الاقتصادي بكل ما هو جديد، لافتاً إلى أن «بيتك» يتميز بفريق علاقات عامة وإعلام متخصص ومتكامل، الأمر الذي يساهم في تعزيز التواصل مع الجهات الإعلامية وفق معايير عالمية، ويعزز من نوعية الأنشطة والمواد التي يقدمها البنك في مجال العلاقات العامة والإعلام. وأضاف أن البنك يواصل برنامج الحافل في رمضان تواصل بالخير في شهر

جاء ذلك خلال كلمته في الغبقة الرمضانية السنوية التي نظمها «بيتك» على شرف ممثلي وسائل الإعلام والصحافة، في فندق الشيراتون والتي شهدت حضور عدد كبير من الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية. وأضاف أن وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً وأساسياً في تسليط الضوء على أبرز التطورات في الصناعة



محمد الفارس ملقياً كلمته

أكد مدير أول الإعلام والعلاقات الحكومية في بيت التمويل الكويتي (بيتك)، محمد الفارس، ومتابعة صناعة الإعلام التي تشهد تطوراً ملموساً عبر مواكبتها لتطورات وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الإلكترونية المختلفة، مشيراً إلى أن جهود الإعلاميين في إثراء المحتوى الاقتصادي محل تقدير. وتقدم بأطيب التهاني والتبريكات بمناسبة شهر رمضان المبارك.



جانب من المسابقات



جانب من الحضور

ضمن إطار مشاركتها في مشروع «كورتيكس» «لاند روفر» تطور سيارة ذاتية القيادة للسير على جميع أنواع التضاريس



تعمل شركة «لاند روفر» على تطوير سيارات ذاتية القيادة تكون قادرة على اجتياز جميع أنواع التضاريس والطرق الوعرة وفي مختلف ظروف الطقس. وتندرج هذه المساعي ضمن إطار مشاركة «لاند روفر» في مشروع «كورتيكس» (CORTEX) الأول من نوعه على مستوى العالم، والذي يهدف إلى تطوير سيارات ذاتية القيادة تسير على الطرق الوعرة في جميع ظروف الطقس المطيرة والمثلجة والغبورية والضبابية والجديدة. وكجزء من هذا المشروع، يتم العمل على تصميم تقنية خماسية الأبعاد تجمع بين البيانات الصوتية، والمرئية، والرادارية، وأستشعار المسافة وقياس المدى بواسطة الضوء (LiDAR) في الوقت الحقيقي، ومن شأن الوصول إلى هذه البيانات مجتمعة أن يعزز إدراك السيارة للبيئة المحيطة بها، وبفضل تقنيات التعلم الآلي، ستتمكن السيارات ذاتية القيادة من التطور تدريجياً بما يعزز قدرتها على السير في مختلف ظروف الطقس وعلى جميع أنواع التضاريس.

المشروع يسعى إلى استكشاف قدرات القيادة الذاتية على جميع أنواع التضاريس وفي مختلف الأحوال الجوية

للتعاون مع بعض الشركاء المتميزين والاستفادة من خبراتهم لتحقيق هذه الرؤية في المستقبل المنظور. وتقوم «لاند روفر» بتطوير تقنيات السيارات ذاتية ونسبة ذاتية القيادة بما يتيح للعاملين اختيار مستوى التحكم بالسيارة مع الاستمتاع بتجربة قيادة ممتعة وآمنة. ويشكل مشروع «كورتيكس» جزءاً من رؤية الشركة لجعل السيارات ذاتية القيادة خياراً متاحاً عبر مجموعة واسعة من بيئات القيادة الحقيقية على الطرق المعقدة والوعرة وفي مختلف ظروف الطقس. ويسعى مشروع



«مازدا» تحتفل بإنتاج 50 مليون مركبة صنعت في اليابان



موبيلات متعددة بأعداد منخفضة، وهذه تعتبر عملية غير مسبوقة في التقاليد الشائعة خاصة عند التوفيق بين تشكيلة المنتج والأعداد المنتجة. وفي 2016 و 2017 قامت الشركة باتخاذ خطوات لزيادة مرونتها الإنتاجية في موبيلات الكروس أوفر وخلق إطار قادر على الاستجابة السريعة للتغيرات في الطلب. تم يتم إيصال تقنيات التصنيع والتكنولوجيا المطبقة في اليابان بالمصانع المحلية السباقة في تصنيع سيارات مازدا إلى المرافق عبر

وتنوي مازدا بيع 1.6 مليون سيارة خلال السنة المالية الحالية، وتخطط لإنشاء إطار إنتاج عالمي قادر على تصنيع مليوني وحدة سنوياً بحلول السنة المالية المنتهية في مارس 2024. على أن يبدأ الإنتاج الكثيف للمركبات باستخدام تصاميم وتكنولوجيا الجيل القادم في 2019. وستستمر الشركة في توسيع إطارها الإنتاجي لتتأكد من إيصال السيارات لعملائها في أسرع وقت، أملاً في إنشاء عالم حيث تتواجد السيارات على نحو مستدام مع المجتمع والأرض، و«مازدا ستستمر في إثراء حياة الناس من خلال ضمانها تصنيع سيارات ذات جودة عالية لتبقى على الدوام تلك العلامة التجارية التي يشعر العميل بثقة تجاهها.

إنتاج الوحدة رقم 50 مليوناً تحقق بعد 86 عاماً و7 أشهر من إنتاج مازدا لأولى شاحناتها

أعلنت مؤسسة مازدا للسيارات أن إجمالي الإنتاج في اليابان قد وصل إلى 50 مليون وحدة في منتصف مايو، وبهذه المناسبة أقامت الشركة احتفالاً في مصنع هوفو الواقع بولاية Yamaguchi وقد حضر الاحتفال الرئيس والمدير التنفيذي ماماميشي كوجاي، والمديرون التنفيذيون ومندوبو النقابة. جدير بالذكر أن إنتاج الوحدة رقم 50 مليوناً قد تحقق بعد 86 عاماً و7 أشهر من إنتاج مازدا لأولى الشاحنات ذات العجلات الخلفية في أكتوبر 1931. وقد قال كوجاي في كلمة له: بدأت مازدا إنتاج السيارات منذ 86 سنة، والآن قد وصلنا إلى الوحدة رقم 50 مليوناً في اليابان، حتى مع تصنيع مليون سيارة في السنة، سيتطلب الأمر 50 سنة لبلوغ هذا الرقم ويدين هذا التاريخ العريق لمازدا، وأضاف: في المستقبل، ستواصل مازدا بناء علامتها التجارية من خلال عدة مبادرات، ومصانعنا في هوفو وهيروشيما ستواصل التطور بصفتها المصانع الرئيسية، ولتعزيز التكنولوجيا والمهارات التي مصانعتنا عبر البحار، لا بد لنا جميعاً أن نعمل للتأكد من أن تواصل هذه المصانع تجسيد البراعة التقنية لإضاف تاريخ اليابان العريق في الحرفية.