

لحملة حساب «الشباب»

KIB يتوج 10 فائزين في «Blue Deals»

أعلن بنك الكويت الدولي (KIB) نتيج الرابحين في عرض Blue Deals، الذي أطلق مؤخراً بالتعاون مع شركة Petro Easy للوقود ضمن حملة «حساب الشباب»، حيث فاز كل من محمد النوح، وفاطمة المحمد، وشلاش الحجرف، وأبرار خلف، وشوق العجمي، وراشد خالد، وناصر المعيوف، وأسماء المطيري، وعبدالرحمن العزني، وساره عبدالرحمن، في السحب الذي تم إجراؤه مؤخراً على جوائز العرض، والتي شملت بطاقة تعبئة بنزين لكل منهم بقيمة 100 دينار، مقابل 10 دنانير فقط.



فهد السرحان



المالية والمصرفية المصممة خصوصاً لهم، وذلك بالتعاون مع أفضل الشركاء لدى KIB من متاجر البيع بالتجزئة والملابس والإلكترونيات، وكذلك المطاعم وشركات السيارات وغيرها. وأشار إلى استمرار حملة «حساب الشباب» من KIB حتى نهاية العام الحالي، مع فرص أخرى للاستفادة بعروض الـ Blue Deals القادمة، والتي سيقوم البنك بالإعلان عنها لعملائه لاحقاً على مدار للسحب الألي.

بما يعادل ربحية للسهم الواحد تبلغ 20,12 فلساً

«البترولية المستقلة» تتوقع تحقيق 3,63 ملايين دينار أرباحاً صافية بالنصف الأول



شركة المجموعة البترولية المستقلة ش.م.ك.ع.

أعلنت شركة المجموعة البترولية المستقلة عن انتهاء الإدارة المالية للشركة من إعداد النتائج الأولية لآداء الربع الثاني المنتهي في 30 يونيو 2022، حيث من المتوقع أن يصل صافي أرباح الشركة إلى 2,28 مليون دينار تقريباً، أي ما يعادل نحو 12,61 فلساً للسهم الواحد، وذلك مقارنةً بربحية قيمتها 2.08 مليون دينار للربع الثاني من 2021، وربحية السهم البالغة 11,53

فلساً للسهم الواحد بالفترة نفسها من العام الماضي. وأوضحت الشركة في بيان صحافي، أنه في ضوء توقعات نتائج الربع الثاني من العام الحالي، فإنها تتوقع أن يصل صافي الربح للنصف الأول من العام الحالي إلى 3,63 ملايين دينار تقريباً، أي ما يعادل نحو 20,12 فلساً

لحقت بـ «فويجر ديجيتال» و«Three Arrows Capital»

مسلسل إفلاس شركات العملات المشفرة لايزال مستمراً.. وهذه المرة مع «سيلسيوس»



قيمتها الحالية بالنصف تقريباً، في توقعات خفضت كفة أي صعود جديد إلى 30 ألف دولار، كما يرى البعض، وذلك وفقاً لـ 60% من 950

وكالات: تقدمت شركة «سيلسيوس نتورك»، التي تقدم خدمات الإقراض للعملاء المشفرة، بطلب لإشهار إفلاسها، لتلحق بنظيرتها «فويجر ديجيتال» و«صندوق التحوط Three Arrows Capital». وكانت «سيلسيوس» جمعت أكثر من 20 مليار دولار من الأصول من خلال تقديم أسعار فائدة تصل إلى 18% للمودعين، قبل أن توقف جميع عمليات السحب في يونيو، إثر مخاوف من تكبد المزيد من الخسائر في سوق العملات المشفرة والتي

مستثمرا استجابوا لآخر استطلاع أجرته MLIV Pulse. في المقابل، رأى 40% منهم أن الأمر يسير في الاتجاه الآخر، لكن بيتكوين انخفضت بنسبة 2,4% إلى 20474 دولاراً الاثنين الماضي في نيويورك. ويؤكد التنبؤ غير المتوازن كيف أصبح المستثمرون «هيوطين» في وقت هن قطاع العملات المشفرة المقرضين المتعثرين والعملات المنهارة، ووضع حدا لسياسات الأموال السهلة التي طبعت فترة الوباء والتي غذت نوبة المضاربة في الأسواق المالية.

الاتحاد الأوروبي يخفّض توقعات نمو منطقة اليورو

وأقر الاتحاد الأوروبي بأن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يمكنه الحفاظ على توازن الاقتصاد الأوروبي لأشهر قادمة، وجعل أي توقعات غير مؤكدة إلى حد كبير. قال بيان صادر عن الاتحاد الأوروبي «تعتمد المخاطر على توقعات النشاط الاقتصادي والتضخم بشكل كبير على تطور الحرب وخاصة تداعياتها على إمدادات الغاز إلى أوروبا».

وتراجعت توقعات النمو الاقتصادي بمقدار 0,1 نقطة إلى 2,6% لهذا العام، وهو انخفاض كبير عن نمو العام الماضي بنسبة 5,3%. وقال نائب رئيس الاتحاد الأوروبي فالديس دومبروفسكيس، إن «حرب روسيا ضد أوكرانيا لاتزال تلقي بظلالها على أوروبا واقتصادنا». وأدت الحرب إلى ارتفاع أسعار الطاقة والغذاء، مما أدى إلى ارتفاع التضخم وأثقل كامل النمو الاقتصادي وثقة المستهلك. وتزايد المخاوف من أن أزمة الطاقة يمكن أن تزداد سوءاً إذا خفضت روسيا إمدادات الغاز الطبيعي أو أغلقت الضخ تماماً، بينما تتدافع الدول الأوروبية لإعادة ملء احتياطياتها استعداداً لفصل الشتاء.

وكالات: خفض الاتحاد الأوروبي أمس توقعات نمو منطقة اليورو إلى 2,6% هذا العام، ورفع توقعاته للتضخم بمنطقة اليورو إلى 7,6% في 2022. وأظهرت التوقعات الاقتصادية للمفوضية الأوروبية أن الحرب الروسية في أوكرانيا تؤدي إلى إفساد جهود الانتعاش الاقتصادي للاتحاد الأوروبي في المستقبل المنظور مع انخفاض النمو السنوي وتسجيل تضخم قياسي. وحددت الأرقام الصيفية لمنطقة اليورو، التي تضم 19 دولة، أن التضخم سيصل إلى متوسط 7,6% هذا العام، وهي زيادة كبيرة عن التوقعات السابقة البالغة 6,1%. والشهر الماضي، ارتفعت أسعار المستهلكين بنسبة 8,6% عن العام السابق.

المستشار الكويتي

عجز الميزانية سببه تضخم الجهاز الحكومي



د.عبدالله فهد العبدالجادر مستشار تطوير اداري وموارد بشرية

Abumishari@yahoo.com

هناك أسباب نذكرتها الحكومة ووسائل الإعلام صحافة وتلفزيون عن أسباب عجز ميزانية الحكومة الكويتية، ومنها انخفاض أسعار النفط وخسائر في مشاريع لم تكتمل وزيادة وتضخم الجهاز الحكومي. أسعار النفط الآن ارتفعت وسوف يكون هناك خفض كبير في عجز الميزانية المفروض وهذا إذا ما نتج عنه وفر في الميزانية ولكن لن يتم ذلك مادام الفساد والرشوات مستمرين والصرف غير المبرر، وهناك أمثلة لهذا الصرف وجود أجهزة وهيئات ومؤسسات ومجالس حكومية ليس لها داع وجودها ومن الممكن إلغاؤها أو إضافة عملها في قطاع أو وحدة تنظيمية داخل الوزارات وهناك صرف لرواتب الموظفين من دون عمل ومكافآت مالية كبيرة لمجالس إدارات، لأنه ليس لها دور ومهام تساهم وتساعد في تطوير البلد وإنما تنفيع. على سبيل المثال هناك وزارة اسمها وزارة النفط لم أسمع عنها أخباراً أو تصريحات أو وكلاء وموظفين أن لديها وزيراً ووكيل وزارة وقياديين وموظفين والذي لاحظته أن مؤسسة البترول الكويتية هي بالواجهة وهي التي تقوم بإدارة القطاع النفطي وتشرف عليه وتتخذ القرارات، كما أن هناك مجلساً لحافظات الكويت ومحافظات ومختارين لم نر لها دوراً ومهام في البلد وإذا كان هناك بعضها يقوم بزيارة وتفتيش في المناطق التي تشرف عليها فهذا دور الجهات الحكومية وضمن اختصاصاتها مثل وزارة التجارة وبلدية الكويت ووزارة

الأشغال والكهرباء وهذه فيها رواتب ومكافآت كبيرة ما في داع لها. وهناك ازدواجية وتشابك في الاختصاصات لبعض الجهات الحكومية وتضخم الهياكل التنظيمية، وكل هذه الأمثلة التي نذكرتها ترى الحكومة ومجلس الأمة لديهم علم بها ولكن لم يتم اتخاذ اي قرار وتنفيذه بحلها ولهذا سبب عجز الميزانية مستمر والحقيقة العجز هو عجز مجلس الوزراء في إدارة جهاز حكومي فعال وذو كفاءة ويحل المشاكل المالية والإدارية والتضخم والفساد والرشوة. لذلك أرجو من الحكومة القادمة حل جميع هذه المشاكل والظواهر التي تتسبب في عجز الميزانية ونرى مشاريع تنجز تحقق أهدافها التي تصب في مصلحة الوطن والمواطن وتطور البلد في خدماته بكفاءة. وإذا احتاجت الحكومة القادمة دراسة شاملة مع توصيات بحل الكثير من المشاكل المالية والإدارية يجب أن تكون هناك لجنة أو فريق محايد ولا يتأثر بأعضاء في الحكومة أو مجلس الأمة ويكون هدفه تحقيق مصلحة الوطن والمواطن وأن يكون أعضاؤه من خبرات وكفاءات كويتية سببرتها وملفاتها نظيفة، وأنصحكم بأن تختاروا من المتقاعدين الكويتيين، والله يوفقهم مع تمنياتي لصاحب السمو الأمير الشيخ نواف الأحمد وسمو ولي العهد الشيخ مشعل الأحمد بالصحّة والعافية وطول العمر لهما.

خلال السنوات الثلاث المقبلة

61% من المستهلكين يخططون للتسوق أكثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي



بالملايين أمام مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي كل يوم، أصبحت الشركات بحاجة إلى جذب اهتمام المستهلك وبسرعة. وهنا يضمن تخصيص المحتوى بقاء العلامات التجارية على صلة بالجمهور المستهدفة ويعتبر طريقة فعالة لتحقيق التميز أمام المنافسين. ومن أجل تحقيق هذا الهدف يتاح أمام الشركات أدوات الذكاء الاصطناعي التي تقوم بتحليل أداء الإعلانات وتعزز من حملات اكتشاف المنتج بشكل أفضل، بحيث أصبح بإمكان الشركات جذب العملاء بسهولة أكبر من أي وقت مضى مع استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي المتقدمة التي يمكنها التعلم بسرعة ومطابقة الإعلانات بشكل أكثر فعالية وتحديد الجماهير الملائمة بشكل أفضل لمعاودة استهدافها.

الابتكار هو الأساس

عملية جذب اهتمام الجمهور والحفاظ عليه أصبحت تستدعي الكثير من العمل والابتكار في ضوء انتشار الملايين من مقاطع المحتوى كل يوم في وسائل التواصل الاجتماعي. وتعتمد إستراتيجية التجارة الناجحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على مبدأ تعزيز التفاعل مع الجمهور، فالوسائط الاجتماعية بدأت كمنصات للتواصل والمحادثة لا لإزاع الجمهور بمحتوى المبيعات. ولذلك يعتبر التواصل من خلال إنشاء محادثة باتجاهين مع الجمهور أمراً ضرورياً تحتاج إليه العلامات التجارية لبناء الثقة وترسيخ صورتها عبر الإنترنت. ويأتي من بعض الأمثلة عن كيفية نجاح العلامات التجارية في جذب المتابعين وزيادة أعدادهم، اتباع تكتيكات مبتكرة مثل إطلاق استطلاعات الرأي وتقديم الهدايا وعرض المحتوى المصنوع من المستخدمين وعقد جلسات طرح الأسئلة والأجوبة والتفاعل مع تعليقات العملاء.

ويسرى تيري نيكول، نائب الرئيس لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وأوروبا لدى شركة «سيلزفورس»، أنه يتعين على شركات التجزئة المتطلعة للمستقبل أن تتأكد من تعزيز استراتيجياتها في التواصل الاجتماعي لضمان قدرة أعمالها على مواكبة المستقبل، لكن هناك نحو 45% من مديري قطاع التجارة يشعرون بعدم جاهزيتهم للمضي قدماً على طريق الاستفادة من القنوات الرقمية الناشئة مثل الميتافيرس وتيك توك وواجهات المتاجر الاجتماعية الحديثة عبر الإنترنت. فالسؤال المطروح لدى الكثيرين هو أين بداية الطريق؟

الاستثمار في الرؤى المعقدة

من أجل استهداف الجمهور المناسب، تحتاج الشركات بداية إلى معرفة مكان وجوده. وتحديد مكان الجمهور الذي يتسوق عبر القنوات الرقمية ليس إلا الخطوة الأولى، حيث تحتاج الشركات بعدها إلى تحديد المنصات التي يستخدمها الجمهور المستهدف والأماكن التي يرجح أن يقبل على الشراء منها، مع التأكد من أن العلامة التجارية للشركة ورسالتها في التواصل وخدماتها متسجمة عبر سائر القنوات الرقمية. وتعتبر أدوات الذكاء الاصطناعي التي تسمح للشركات بتحديد أماكن وأساليب تسوق الجمهور لا غنى عنها لضمان عدم تبديد الأموال على جهود التسويق في الأماكن الخطأ، فالبيانات تستطيع أن تكون أداة قوية لفهم القنوات التي يمكن أن تقدم أفضل عوائد على الاستثمار، ما يسمح لشركات التجزئة بتطوير إستراتيجية تجارة ناجحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

القوة تكمن في التخصيص

يعتبر استهداف الجمهور بمحتوى مخصص يلبي أذواقه ومتطلباته أمراً جوهرياً. وفي عالم يشهد خروج محتوى

سارعت الكثير من شركات التجزئة إلى نقل أنشطة مبيعاتها من المتاجر التقليدية إلى الإنترنت استجابة لتأثيرات الجائحة. وترافق هذا التحول نحو العالم الرقمي مع ظهور مصطلح قوية في مجال التسويق الإلكتروني، لاسيما التواصل الاجتماعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد شهدت السنوات القليلة الماضية ازدياد أهمية دور وسائل التواصل الاجتماعي في قطاع التجزئة. وفي الواقع، تشير التقديرات إلى أن واحداً من عشرة مشتريات تتم اليوم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على تراجع موقع تجارة التجزئة التقليدية أمام نقاط الشراء الرقمية الحديثة. وكشفت نتائج تقرير حالة «المستهلك المتصل» عن تفضيل 55% من المستهلكين للقنوات الرقمية من أجل التفاعل مع العلامات التجارية، وتقف هذه النسبة إلى 65% بين المستهلكين الشباب من جيل «زد».

وسمحت وسائل التواصل الاجتماعي للشركات من مختلف الأحجام بالوصول إلى جماهير جديدة وزيادة أعداد متابعيها ورفع إيراداتها عبر الإنترنت. وسيبقى هذا التوجه يحافظ على زخمه، حيث 61% من المتعاملين والمستهلكين يخططون للتسوق أكثر عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال السنوات الثلاث القادمة وفقاً لنتائج التقرير الخامس من «سيلزفورس» عن حالة «المستهلك المتصل».

علاوة على ذلك، أظهر التقرير أن 56% من المستهلكين يتسوقون أكثر اليوم عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالعام الماضي، ويسلط هذا التحول في عادات التسوق الضوء على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدراً متنامياً لحركة مرور المتسوقين وزيادة إيرادات الشركات العاملة عبر الإنترنت، حيث أصبحت هذه الوسائل مستخدمة على نطاق واسع كأداة لزيادة الأرباح.

مسايرة التوجهات

يتعين على الشركات الحفاظ على مسافة قريبة من الجماهير المستهدفة ومتابعة القنوات التي تستخدمها دائماً، لأن منصات التواصل الاجتماعي قد تحظى بالشهرة وتفقدتها بشكل سريع، فالمنصة التي تلقى إقبالا اليوم قد تصبح قديمة في الغد. ومثل أي إستراتيجية، تعتبر مزايا المرونة وسرعة الاستجابة للمتغيرات ضرورية حتى تحافظ الشركات على مواقع متقدمة. واكتساب ميزة سرعة الاستجابة للمتغيرات يحتاج أولاً إلى الشجاعة، ففي المحصلة، تلك الشركات التي تخاطر وتتكيف وتختبر منصات جديدة هي التي يرجح أن تفوز بجمهور أكبر وتخلق فرصاً جديدة من الإيرادات وزيادة المبيعات.

النظر لأبعد من إستراتيجية القناة الواحدة

في العالم الرقمي تحتاج العلامات التجارية إلى التواجد أينما كان عملاً لها. ولذلك ينبغي أن تمتد حدود التجارة لأبعد من نطاق أي قناة رقمية واحدة، ويجب أن تسري البيانات في سائر تلك القنوات بشكل يمكن الشركات من تقديم تجارب متصلة بصورة فعالة. الاستثمار في وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط إستراتيجية ناجحة للوصول إلى الجماهير الحالية، بل يعتبر كذلك طريقة ممتازة تمكن شركات التجزئة من مواكبة المستقبل في عملها وجذب قاعدة أوسع من العملاء والبقاء على صلة ضمن عالم رقمي سريع التطور.