أكثر من 18 ألف زائر ساهموا في إنجاح الدورة الأخيرة

موسى: «باشا كويت» خطفت أنظار زوار معرض النخبة العقاري

أكد حسين موسى المدير العام لشركة باشا كويت احدى شركات مجموعة إسكان جلوبل لتنظيم المعارض والمؤتمرات تحقيق الدورة الأخيرة من دورات معرض النخبة العقاري الذي نظمته المجموعة على أرض المعارض الدولية بمشرف خلال الفترة من 9 وحتى 14 مايو الجاري.

وقال موسى "إن النجاح الكبير للدورة الأخيرة من معارض النخبة أكد علو كعب المجموعة في مجال تنظيم المعارض والمؤتمرات، وكان للاقبال الكبير على المعرض الذي فاق الـ18 الف زائر أثره الكبير في انجاح هذه الدورة.

وأضاف "أضحت لمعارض النخبة العقارية طابعها الخاص والمميز الذي يميزها عن باقي الفعاليات المشابهة واتسمت بطابع العالمية في فعالياتها المتنوعة، وذلك بسبب التجهيزات الخاصة والمتطورة التي استحدثتها المجموعة في معارضها، واستعانت المجموعة بالتقنيات الحديثة لدمج عنصر الاثارة والتشويق في الفعاليات المصاحبة لمعارضها، حيث استقطبت المجموعة وسائل اعلام محلية ودولية لتغطية فعالياتها وأضافت فقرات خاصة بمعارضها بمشاركة نجوم واعلاميين محليين وعرب، وكان لاستخدام شاشات العرض الضخمة داخل المعرض دور كبير في مواكبة الزوار للاحداث وهو الامر الذي كان محل استحسان واشادة الجميع".

برامج إذاعية مميزة شاركت في التغطية

واستطرد قائلاً "انطلاقاً من احساس المجموعة بالمسؤولية الملقاة على عاتقها تجاه الشركات والمؤسسات العقارية وتجاه المستثمرين والعملاء، وسعيا منها لتقديم أفضل خدمة ممكنة للجميع أسست المجموعة شركة متخصصة بالتجهيزات الخاصة والمتطورة للفعاليات، وتقوم شركة "باشا كويت" التابعة للمجموعة بتوفير جميع التجهيزات الخاصة بالمعارض من إضاءات وتجهيزات خاصة خارجية وداخلية، مثل شاشات العرض بالاضافة إلى تصميم وتنفيذ الأجنحة الخاصة بالشركات المشاركة . ولتقديم أفضل خدمة ممكنة تم اختيار فريق عمل ضخم يتميز بالمهنية والاحترافية العالية".

وأضاف "نجحت شركة "باشا كويت" في خطف انظار زوار معرض النخبة بما أعدت له من فعاليات وتجهيزات مبهرة، وكان للحضور المميز لإعلاميين كبار مثل اسامة فودة والدكتور طارق الادور وبرامج اذاعية متميزة كالقابلة والديوانية وغيرها بالاضافة الى استديو النخبة والجوائز والمسابقات التي صاحبت المعرض دورا مقدرا في انجاح المعرض".

وعن مراحل تجهيزات المعارض قال "استكمالا للصورة المبهرة والمشوقة والحضرفة لمعارض المجموعة وفعالياتها يتم اختيار المواقع التي نستضيف هذه الفعاليات بعناية . ومن ثم يتم تجهيز جميع المعينات والتقنيات المصاحبة للمعرض . وتتميز فعاليات النخبة كذلك بالاجواء العائلية الجاذبة وبمستوى رفاهية عال تتخلله سحوبات على جوائز يومية قيمة بالاضافة إلى هدايا ومفاجآت لا تنتهي نستقبل بها زوار معارض النخبة".

البنك الوطني يطلق حملته السنوية لتنظيف شواطئ الكويت

يعقوب الباقر

أطلق بنك الكويت الوطني حملته البيئية السنوية لتنظيف الواجهة البحرية، وسيبدأ بتنظيم جولات ميدانية إلى الشواطئ وذلك في إطار برنامجه المستمر لحماية البيئة ومسؤوليته الاجتماعية باعتباره أول بنك صديق للبيئة في الكويت.

وتشمل هذه الحملة التي دأب بنك الكويت الوطني على إطلاقها منذ أكثر من عشر سنوات الواجهة البحرية للكويت وتستمر طوال موسم الصيف، وتهدف إلى الحفاظ على شواطئ نظيفة وتعزيز الوعي لأهمية الحفاظ على الطبيعة.

وقال مسؤول العلاقات العامة في بنك الكويت الوطني يعقوب الباقر إن بنك الكويت الوطني ملتزم بإطلاق حملة تنظيف الواجهة البحرية في الكويت منذ عشر سنوات كجزء من برنامج بيئي متكامل يشمل البيئة البرية والبحرية والحفاظ على الطاقة والمياه وغيرها من المبادرات البيئية المهمة.

وأضاف الباقر أن حملة تنظيف الشواطئ تنطلق سنوياً مع بداية موسم الصيف وتتضمن برنامجاً مكثفاً يغطي مختلف شواطئ الكويت. ويشارك في هذه الحملات عدد كبير من المتطوعين من موظفي بنك الكويت الوطني الذين يقومون بجولات ميدانية نهاية كل أسبوع ويجوبون مختلف الشواطئ بهدف جمع المخلفات والمواد الضارة والنفايات. وتندرج هذه الحملة ضمن جهود بنك الكويت الوطني الهادفة إلى تعزيز نهجه كبنك صديق للبيئة، حيث يقوم سنوياً بإطلاق حملات واسعة النطاق مثل حملة تنظيف المخيمات خلال موسم البر وحملة «حافظ على الطاقة بأقصى طاقة» وحملة إعادة تدوير المخلفات الورقية، وذلك بهدف نشر وتعزيز الوعي والمسؤولية البيئية بين كافة أفراد المجتمع.

في ظل التحديات الاقتصادية الأخيرة

مؤتمر «قطاع المنتجات الفاخرة» 2016 يسلط الضوء على «الفخامة»

تستعد دبي لاستضافة النسخة الثالثة من مؤتمر قطاع المنتجات الفاخرة العربي 2016 المتخصص في قطاع الفخامة في منطقة الشرق الأوسط. وسيجمع المعرض المرتقب الشهر المقبل في دبي، 700 شخصية بارزة من قطاعات المنتجات والخدمات الفاخرة على المستويين الإقليمي والعالمي، ومن بينهم لاعبين أساسيين وصُناع قرار ومستهلكين في المنطقة، لمناقشة المسائل والتحديات التي تواجه هذا القطاع واستشراف مجموعة من الحلول المفيدة لكافة الجهات المعنية في هذه الصناعة.

يُعد هذا المؤتمر الذي سيُقام لمدة يومين من 1-2 يونيو المقبل، في ويسْتن دبي الميناء السياحي، تجمعاً للمثقفين ورجال الأعمال وتجار التجزئة والمصمّمين والمصنّعين وخبراء الصناعة والموزعين، وكذلك صنّاع القرار والمستهلكين في قطاعات الفخامة من مختلف دول مجلس التعاون الخليجي وخارجها. وتنظم المؤتمر مجموعة «ميديا كويست» إحدى كبرى دور النشر الرائدة في دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي تحتضن تحت مظلتها عدداً من المطبوعات والمجلات المرموقة مثل مجلة التسويق الخليجية Gulf Marketing Review، ومجلة «صانعو الحدث» و«تريندس»، من بين نسخات وعلامات تجارية أخرى.

في هذا السياق، علق جوليان هواري، الرئيس التنفيذي المشارك في مجموعة 'ميديا كويست': «سيشكل مؤتمر عالم الفخامة العربي 2016 منصة تجمع كافة الأطراف المعنية بهذا القطاع لمناقشة التحديات والفرص والإمكانات المتميزة لأسواق البضائع الفاخرة والفاخرة جدا وأسواق الخدمات ذات الصلة».

وأضاف هواري: «لقد ارتأينا أن تحمل الدورة الثالثة لمؤتمر هذا العام شعارا عاما بعنوان 'المعيار الجديد' ينضوي تحته أكثر من 30 نشاطا منفصلا ممتدا على يومي الحدث. كما دعونا أيضا عددا من العلامات التجارية الفاخرة لمشاركتنا حصيلة خبراتها ودرايتها بسوق السلع الفاخرة».

في ظل اندثار نماذج الأعمال القديمة، وتراكم السلبيات المرتبطة بالتقدم التكنولوجي، والحاجة إلى إعادة التفكير الاستراتيجي، والتغيرات السريعة ومخاطر تدهور الاقتصاد العالمي على نحو متزايد، برزت الحاجة إلى إرساء «معيار جديد» في هذا القطاع على مستوى العالم. وسيبحث المؤتمر آفاق هذا 'المعيار الجديد' بالنسبة لقطاع السلع الفاخرة والخدمات المتميزة في الشرق الأوسط بشكل عام، ودول مجلس التعاون الخليجي بشكل خاص.

سيضم المؤتمر 30 محوراً للنقاش إضافة إلى مجموعة من العروض والجلسات الخاصة ذات الصلة، وسيتناول مجموعة من المواضيع مثل: «الاستراتيجية الرقمية»، «إدارة البيانات الفعالة»، «اتجاهات للوضة»، «التركيز على الجوهر»، « رموز الترف الخفية»، « تمكين سوق المملكة العربية السعودية»، «الضرائب، ضريبة القيمة المضافة والنتائج»، و «ازدهار مراكز التسوق في المجتمعات السكنية».

يُشار أن مؤتمر الفخامة العربي أطلق للمرة الأولى في عام 2014، وقد شهدت دورة العام الماضي حضور ما يقرب من 750 متخصصا في هذا القطاع و80 ممثلا عن وسائل الإعلام ومشاركة 140 متحدثا.

وفي وقت يشهد فيه الاقتصاد العالمي خطر الانزلاق إلى حالة الركود وتراجع معدلات النمو، ستشكل الدورة المقبلة للمؤتمر منصة اللقاء لكل الجهات المعنية في قطاع الخدمات والمنتجات الفاخرة للاطلاع على أفضل السبل والطرق لمواجهة هذه التحديات والاستمرار في تحقيق النمو بغض النظر عن الظروف المحيطة.

دبي تستعد لاستضافة النسخة الثالثة من مؤتمر قطاع المنتجات الفاخرة العربي

«بيتك»: 7 عملاء يفوزون في السحب الثالث لحملة البطاقات المصرفية

فاز 7 من عملاء بيت التمويل الكويتي «بيتك» في السحب الثالث للحملة التسويقية الجديدة للتشجيع على استخدام بطاقات «بيتك» الائتمانية ومسبقة الدفع وبطاقات السحب الآلي، وذلك بهدف زيادة القيمة المضافة للبطاقة وتشجيع اصدار واستخدام بطاقات «بيتك»، وتتضمن الحملة جوائز قيمة عبارة عن ربح تلفزيون سامسونج سمارت 65 "UHD Curved" يوميا لمدة 50 يوم عند استخدام بطاقات «بيتك» لسداد قيمة المشتريات داخل وخارج الكويت.

الفائزون هم : راشد ناصر الهاجري- طلال حمود العنزي- رنا د عادل البرجس - سلمان هزاع الديحاني - فؤاد حمد السالم - محمد حبيب بوعليان - ناصر نايف للطيري .

وتتيح الحملة التي اطلقت تحت شعار «اربح سامسونج سمارت 65» يوميا مع بطاقات «بيتك» للعملاء الفرصة لدخول السحب اليومي وربح سامسونج سمارت 65» وذلك مقابل كل 10 دنانير يتفقها العميل باستخدام بطاقات «بيتك» الائتمانية أو مسبقة الدفع داخل وخارج الكويت، أو بطاقات السحب الآلي خارج الكويت فقط، وذلك ضمن فترة الحملة التي تستمر لغاية 14 يونيو من العام الجاري.

وقال مسؤول العلاقات العامة في بنك الكويت الوطني يعقوب الباقر إن بنك الكويت الوطني ملتزم بإطلاق حملة تنظيف الواجهة البحرية في الكويت منذ عشر سنوات كجزء من برنامج بيئي متكامل يشمل البيئة البرية والبحرية والحفاظ على الطاقة والمياه وغيرها من المبادرات البيئية المهمة.

وأضاف الباقر أن حملة تنظيف الشواطئ تنطلق سنوياً مع بداية موسم الصيف وتتضمن برنامجاً مكثفاً يغطي مختلف شواطئ الكويت. ويشارك في هذه الحملات عدد كبير من المتطوعين من موظفي بنك الكويت الوطني الذين يقومون بجولات ميدانية نهاية كل أسبوع ويجوبون مختلف الشواطئ بهدف جمع المخلفات والمواد الضارة والنفايات. وتندرج هذه الحملة ضمن جهود بنك الكويت الوطني الهادفة إلى تعزيز نهجه كبنك صديق للبيئة، حيث يقوم سنوياً بإطلاق حملات واسعة النطاق مثل حملة تنظيف المخيمات خلال موسم البر وحملة «حافظ على الطاقة بأقصى طاقة» وحملة إعادة تدوير المخلفات الورقية، وذلك بهدف نشر وتعزيز الوعي والمسؤولية البيئية بين كافة أفراد المجتمع.

مجموعة «ميديا كويست» تنظم الدورة الثالثة للمؤتمر الذي يستهدف روّاد قطاع السلع والخدمات الفاخرة

وتؤكد الحملة حرص «بيتك» على الاستمرار بتقديم العروض المميزة لعملائه من حملة البطاقات المتنوعة مكافأة لهم، وأيضا حرصا على خلق طابع فريد ومميز لجميع بطاقات «بيتك» التي تقدم دائما قيمة مضافة لحاملها، بما يساهم في رضاء العميل وزيادة فرص استفادته عند الاستخدام، فضلا عن تعزيز تواجد البنك وحصته السوقية ومكانته الرائدة كأحد أكبر البنوك المحلية من حيث قاعدة العملاء.

وتساهم الحملة في ترسيخ مبادئ وأهداف «بيتك» الرامية إلى تنشيط حركة المبيعات، وتحقيق الفائدة للعملاء مستخدمي البطاقة وللتجار، والسعي لتعزيز سمعة بطاقات «بيتك» واستخدامها محليا وعالميا.

وقد حصد «بيتك» العديد من الجوائز في مجال البطاقات المصرفية، الامر الذي يؤكد نجاحه وكفاءته بسوق البطاقات، والريادة والثقة التي يتمتع بها، فضلا عن الجودة والنوعية في بطاقاته التي تشهد نموا ملحوظا واقبالا كبيرا من العملاء لما لها من قيمة مضافة ومميزات متعددة، حيث يحتل «بيتك» التصنيف الاول في الكويت في عدد البطاقات المصدرة ومن ضمن الاوائل في منطقة الخليج.

«جارتنر»: السوق العالمية للسيرفرات الافتراضية ينمو بنسبة 5.7 في المئة

تشير آخر التوقعات الصادرة عن مؤسسة الدراسات والأبحاث العالمية جارتنر إلى أن السوق العالمية للسيرفرات الافتراضية من فئة x86 ستتخطى عتبة الـ5.6 مليار دولار خلال العام 2016، أي بزيادة قدرها 5.7 بالمائة عما حققته في العام 2015. ولكن على الرغم من هذا الارتفاع العام في معدل نمو السوق، تراجعت تراخيص البرمجيات الجديدة، وذلك للمرة الأولى منذ ازدهار هذا السوق الرائج قبل أكثر من عقد من الزمن. وتقف إيرادات عمليات الصيانة حاليا وراء موجة النمو هذه، ما يشير إلى سرعة تعافي واستقرار قطاع سوق البرمجيات.

في هذا السياق قال مايكل واريلو، مدير الأبحاث لدى مؤسسة الدراسات والأبحاث العالمية جارتنر: «تعافى السوق واستقر بسرعة خلال السنوات القليلة الماضية، وذلك في ظل تجاوز معدل استعانة المؤسسات بالسيرفرات الافتراضية نسبة الـ75 بالمائة، وهو مؤشر قوي على ارتفاع مستويات انتشار استخدام هذه الفئة من السيرفرات».

ولا تزال شركة في إم وير تهيمن على معظم تداولات هذا السوق، ومع ذلك شقت شركة مايكروسوفت طريقها كمنافس قوي في هذا القطاع على مستوى المؤسسات، وذلك إلى جانب وجود العديد من اللاعبين الأساسيين والمختصين في هذا المجال، بمن فيهم شركة سيتريكس، وأوراكل، وريد هات، بالإضافة إلى صعود الكثير من شركات البيع والتوريد على مستوى المحلي للسوق الصينية.

من جهة أخرى، وعلى الرغم من محافظة السيرفرات الافتراضية على مكانتها كمنصات للبنى التحتية الأكثر شيوعاً لمعالجة أحمال العمل في أنظمة تشغيل السيرفرات من فئة x86 ضمن مراكز البيانات في بيئة العمل، إلا أن محللو مؤسسة جارتنر يرون بأن أنماط ومنهجيات الحوسبة الجديدة ستؤثر بشكل متزايد وكبير على هذا السوق، وذلك يتضمن أنظمة التشغيل القائمة على المحاكاة الافتراضية والحوسبة السحابية.

أما التوجهات السائدة فهي متفاوتة ومتباينة حسب حجم المؤسسة أكثر من أي وقت مضى، فاستنادا على نتائج تقرير مؤسسة جارتنر، نجد بأن معدل استخدام السيرفرات الافتراضية بين المؤسسات التي تخصص ميزانيات أكبر لقطاع تقنية المعلومات حافظ على استقراره خلال العامين 2014 و2015. وتواصل هذه التقنية لعب دور حيوي وهام ضمن هذه الشركات، لكن هذا القطاع من السوق يقترب شيئا فشيئا من مستويات الإشباع. وبالمقابل، من المتوقع تراجع استخدام السيرفرات الافتراضية من قبل المؤسسات التي تخصص ميزانيات أصغر لقطاع تقنية المعلومات، على الأقل حتى حلول العام 2017، الأمر الذي من شأنه أن ينعكس بتراجع عام في معدل الإنفاق الجديد على السيرفرات الافتراضية في أماكن العمل.

بالإضافة إلى ذلك، تشير توقعات مؤسسة جارتنر إلى تنامي استخدام المؤسسات للتجهيزات «الواقعية»، وذلك من أجل تشغيل السيرفرات دون الحاجة إلى البرمجيات الافتراضية، فأكثر من 20 بالمائة من هذه المؤسسات تتوقع خفض معدل استخدامها لأنظمة التشغيل الافتراضية الخاصة بالسيرفرات من فئة الـ x86 إلى أقل من ثلث بحلول العام 2017، أي ضعف معدل الاستخدام المسجل للعام 2015. ومع ذلك، لا تزال الدوافع الرئيسية متنوعة ومتباينة.

كما نجد بأن صعود البنية التحتية المعرفة بالبرمجيات (SDI) والأنظمة المتكاملة شديدة التقارب (HCIS) من شأنها توفير خيارات جديدة، فهي تشكل ضغطاً متزايداً على كبرى شركات بيع وتوريد أنظمة وبرمجيات المحاكاة الافتراضية الأفضل على مستوى فئتها، وذلك من أجل إضافة المزيد من الوظائف النوعية، وتقديم تجربة أفضل، واختصار الزمن المستغرق للوصول إلى القيمة.

واختتم مايكل واريلو حديثه بالقول: «ما كانت تعتبر أفضل وسيلة أو منهجية متاحة لتعزيز سرعة وانسيابية أداء البنية التحتية قبل بضع سنوات، أضحت تواجه العديد من التحديات من قبل مجموعة من خيارات البنى التحتية الأحدث والأكثر تطوراً».