

## «اهتمى بصحتك.. افحصي اليوم» «الوطني» يواصل حملته لمكافحة سرطان الثدي

لدعم ورعاية القطاع الصحي الوثيق الصلة بحياة كافة أفراد المجتمع الكويتي، من مطلق سياسته الراسخة في إطلاق المبادرات الإنسانية والقيام بأبحاثه تجاه المجتمع وكافة أفراد.

بالتزامن مع الاحتفال العالمي للكشف المبكر عن سرطان الثدي، يواصل بنك الكويت الوطني حملته لمكافحة مرض سرطان الثدي والتوعية حول سبل الوقاية منه تحت عنوان «اهتمى بصحتك.. افحصي اليوم»، وذلك حرصاً منه على سلامة وصحة عميلاته. ويقدم بنك الكويت الوطني لكافة عميلاته بالتعاون مع مستشفى الأمومة، خدمات خاصة تصل إلى 50% على فحص الماموغرام والسونار، بالإضافة إلى الاستشارة الطبية والتحليل للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

وتهدف هذه الحملة التي أطلقها البنك الوطني على مستوى كافة فروع وإدارته إلى توعية المجتمع عموماً والمرأة خصوصاً بمخاطر سرطان الثدي وسبل الوقاية منه، انسجاماً مع سياسته الراسخة للنهوض بمسؤولياته الاجتماعية وواجباته الإنسانية. كما تعبر عن الاهتمام الخاص الذي يولييه الوطني بصحة عميلاته وسلامتهن. هذا وبحفل سجل الوطني على امتداد تاريخه بالأنشطة والمبادرات



مقارنة بالفترة نفسها من العام 2010

## ارتفاع عدد السياح في العالم إلى 440 مليون سائح في النصف الأول بزيادة نسبتها 5,4%

Be Aware. Get Checked Today. اهتم بصحتك افحصي اليوم.

بنك الكويت الوطني يقدم بالتعاون مع مستشفى الأمومة جميع فحوص الماموغرام والسونار مجاناً من 40 سنة فصلاً.

لمزيد من المعلومات يرجى الاتصال على: 24997000

National Bank of Kuwait and Al Omeida Hospital offer all HBK customers a special discount on Mammograms, Gynecologist consultation and other lab tests starting from KD 40.

For more details please call Al Omeida Hospital 24997000

## السعودية الأولى عربياً في تصنيف دولي للتنافسية في صناعة تقنية المعلومات

مؤشر التنافسية، صرح روبيرت هوليمان رئيس وكبير الإداريين التنفيذيين لاتحاد البرمجيات التجارية قائلاً «إنه لمن الواضح أن الاستثمار في أساسيات الإبداع التقني يعود بأرباح أكبر على المدى الطويل». بالإضافة إلى ذلك فإنه لا توجد دولة تتمتع بالأحتكار الحصري فيما يتعلق بتقنية المعلومات.

دولياً وذلك لنشاطاتها الهائلة في مجال الإنصات والتطوير مع إعطاء الملكية الفكرية إطاراً قانونياً راسخاً. كما فزت الهند عشرة مراكز لتتوضع في المركز الرابع والثلاثين نظراً لنشاطاتها البحثية ورأس مالها البشري الديناميكي.

حازت المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى عربياً والثامنة والأربعين دولياً في قائمة عالمية تعنى بترتيب دول العالم فيما يتعلق بدرجات تنافسية صناعة تقنية المعلومات. تم الإعلان عن نتائج هذا المسح الدولي من قبل اتحاد البرمجيات التجارية بالتعاون مع أيكو نومست إينتليجينس يونت. وتعد القائمة المعلنة بشكل أساسي على مؤشر يقيس العوامل اللازمة للإبداع والابتكار في حقل تقنية المعلومات. هذه العوامل السبع هي: البيئة التجارية والبيئة التحتية الخاصة بتقنية المعلومات والرسائل البشرية والأبحاث والتطوير والبيئة القانونية والتنظيمية الحكومية. وقد حازت الولايات المتحدة المركز الأول وجاءت بعدها في التصنيف فنلندا وسنغافورة والسويد والمملكة المتحدة على التوالي.

وتعليقاً على مركز السعودية في تقرير المؤشر، قال أيمن التكروري نائب رئيس المنظمات الرائدة دولياً في صناعة البرمجيات حيث أنها تمثل ما يقارب مائة شركة دولية والتي تستثمر البلايين من الدولارات سنوياً لتطوير حلول برمجية محفزة للاقتصاد ولا غنى عنها لحياة حديثة. يسعى الاتحاد ودفاعه عن حقوق الملكية الفكرية ونشاطاته التوعوية لإيجاد عالم رقمي تسوده الثقة في التقنيات المعاصرة.

وتعد الجهة الناشئة للتقريب، اتحاد البرمجيات التجارية، من المنظمات الرائدة دولياً في صناعة البرمجيات حيث أنها تمثل ما يقارب مائة شركة دولية والتي تستثمر البلايين من الدولارات سنوياً لتطوير حلول برمجية محفزة للاقتصاد ولا غنى عنها لحياة حديثة. يسعى الاتحاد ودفاعه عن حقوق الملكية الفكرية ونشاطاته التوعوية لإيجاد عالم رقمي تسوده الثقة في التقنيات المعاصرة.

على هذا، بات الاهتمام بالتراث عنصرًا أساسيًا من عناصر السياحة الثقافية، ومن طبيعة العلاقة التي تربط بين السياحة والتراث والقائمة على الحفاظ على الموروثات وإدارتها بطريقة مستدامة، والتي تصب دورها في السياحة العالمية الأخذ في النمو بإضطرار منذ بداية الحرب العالمية الثانية. أي عندما نشأت آنذاك هيئة الأمم المتحدة والمنظمات المتخصصة المنفردة عنها مثل منظمة اليونسكو، والتي قامت بالمساعدة على حماية المباني التاريخية والمواقع الأثرية، والمركز الدولي لحماية الممتلكات الثقافية وترميمها (ICROM) في روما. وعندما عقدت في العام 1954 اتفاقية لاهي الدولية أيضاً، من أجل حماية الممتلكات الثقافية من أضرار نزع مسلح، فضلاً عن طرق الفرص وغيرها من النشاطات الإجرامية. ولكن في نفس الوقت، ارتفع درجة المتفرعة عنها مثل الأليكسو وغيرها، يعقد مؤتمرات الثقافة والأثار والتراث وحماية الأثار في الوطن العربي، وبتنظيم سلسلة من المؤتمرات الأثرية الخاصة بالدول العربية، وقيام وحد للندن التاريخية العربية في إدارة الثقافة في الأليكسو.

ووفق المصدر نفسه، فإن الحفاظ على أصول التراث الثقافي ساعد على «تعزيز الاقتصاد الوطني والمحلي، وعلى توفير حوافز لخلق فرص العمل وتحسين البيئة الحضرية وتوعية الأماكن العامة. ففي إطار عمليات التحديث والتحول التي تمر بها بلدان المنطقة، يمكن أن تتيح المسد التاريخية عنصرًا حيويًا للاستمرارية والاستقرار، ويمكن لإرث الماضي أن يساعد على تنمية المستقبل».

ولأن الأحياء القديمة هي عادة من أكثر الأحياء العمرانية فقراً، يتم التركيز على إعادة تأهيلها وعلى إعادة تأهيل أوضاع المساكن فيها، وتهتمه فرص العمل للحد من العزلة الاجتماعية للسكان ومكافحة الفقر في آن. ويحسب تقرير البنك الدولي أيضاً، يمكن اجتذاب القطاع الخاص للاستثمار في السوق العقارية في هذه الأحياء وفي أنشطتها الاقتصادية، في



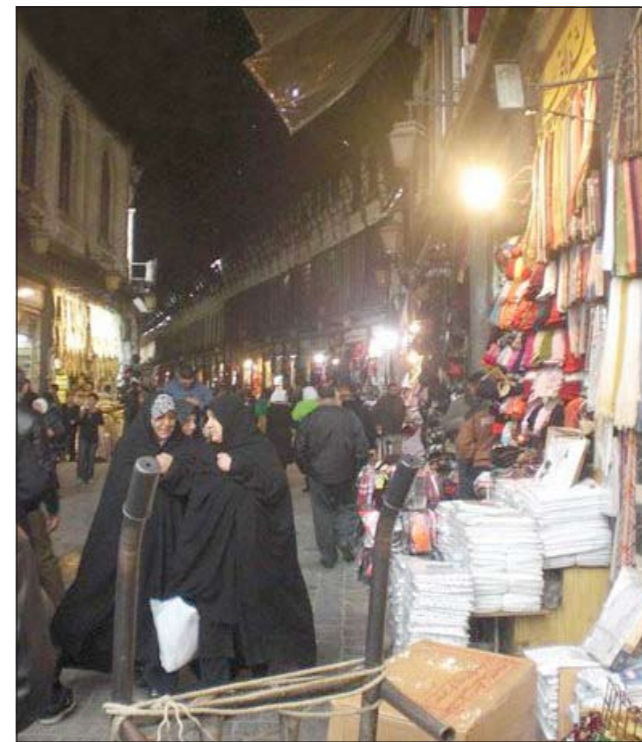
مجموعة من المختبرات المتخصصة وكذا استخدام استراتيجية بحث متخصمين مجموعة من العملاء المتطوعين من أجل إجراء هذه الدراسات ومن خلال إطار وميثاق أخلاقيات التسويق التي تخدم العملاء وتلبي احتياجاتهم. بلا شك سيكون لتوجه المؤسسات العربية لتطبيق استراتيجية التسويق الرقمي، مهم جداً على توجيه الاستثمارات في أنشطة التسويق ودراسات وبحوث المستهلك وإيجاد نوع من الاستثمارات الجديدة المرتبطة بتقنيات التسويق الرقمي والتكنولوجيا المتعلقة به، فضلاً عن ذلك إيجاد نمط جديد من الوظائف

على هذا، بات الاهتمام بالتراث عنصرًا أساسيًا من عناصر السياحة الثقافية، ومن طبيعة العلاقة التي تربط بين السياحة والتراث والقائمة على الحفاظ على الموروثات وإدارتها بطريقة مستدامة، والتي تصب دورها في السياحة العالمية الأخذ في النمو بإضطرار منذ بداية الحرب العالمية الثانية. أي عندما نشأت آنذاك هيئة الأمم المتحدة والمنظمات المتخصصة المنفردة عنها مثل منظمة اليونسكو، والتي قامت بالمساعدة على حماية المباني التاريخية والمواقع الأثرية، والمركز الدولي لحماية الممتلكات الثقافية وترميمها (ICROM) في روما. وعندما عقدت في العام 1954 اتفاقية لاهي الدولية أيضاً، من أجل حماية الممتلكات الثقافية من أضرار نزع مسلح، فضلاً عن طرق الفرص وغيرها من النشاطات الإجرامية. ولكن في نفس الوقت، ارتفع درجة المتفرعة عنها مثل الأليكسو وغيرها، يعقد مؤتمرات الثقافة والأثار والتراث وحماية الأثار في الوطن العربي، وبتنظيم سلسلة من المؤتمرات الأثرية الخاصة بالدول العربية، وقيام وحد للندن التاريخية العربية في إدارة الثقافة في الأليكسو.

ويعتبر التسويق الرقمي، مهم جداً على توجيه الاستثمارات في أنشطة التسويق ودراسات وبحوث المستهلك وإيجاد نوع من الاستثمارات الجديدة المرتبطة بتقنيات التسويق الرقمي والتكنولوجيا المتعلقة به، فضلاً عن ذلك إيجاد نمط جديد من الوظائف

## السعوديون ينفقون 60 مليون ريال في دبي خلال إجازة العيد

شهدت أسعار تذاكر الطيران بين الرياض ودي دبي ذهاباً وإياباً ارتفاعاً بنسبة 70% إذ ارتفع سعر التذكرة منذ بداية الإجازة من 1400 إلى 2500 ريال. وقال عدد من العاملين في سوق السفر والسياحة أنه لا يوجد مقعد شاغر للطائرات المتجهة من المملكة إلى دبي والبالغة نحو 12 طائرة يومية بسبب الإقبال الشديد. وتوقعوا أن يتجاوز حجم إنفاق السعوديين في دبي خلال إجازة العيد 60 مليون ريال. ووصف نائب المدير التنفيذي لمكتب وايت ساندز للسياحة دبي سامي المهديب في اتصال هاتفياً مع جريدة «الرياض» إقبال الأسر السعودية على دبي بغير العادي حسب الحجوزات التي أجريت بالفنادق والشقق المفروشة. وأضاف المهديب: تجاوزت نسبة الإشغال بالفنادق حتى الآن 95% والموقع أن يكون عدد السعوديين القادمين إلى دبي أكثر من العام الماضي بنسبة لا تقل عن 742% لا اعتدال الطقس ولما تتمتع به من مرافق سياحية وبنى تحتية لا تتوافر في أي دولة عربية أخرى. وحول الأوضاع السياسية المحيطة بالمنطقة قال المهديب: لاشك أن الأوضاع السياسية في كل من سوريا ولبنان ومصر والأحداث الجارية حالياً في بعض مناطق الشرق الأوسط وضعت دبي كأفضل خيار للسياحة.



الآثار في التنمية الاجتماعية، إذ استندت هذه الدراسة إلى تجربة مشروع الحفريات الأثرية في موقع تل دير علا، التي بدأت العام 1960 بتعاون مشترك بين دائرة الآثار العامة الأردنية، وجامعة اليرموك الأردنية، وجامعة لايدن الهولندية، والتي تستمر حتى الوقت الحالي على شكل مشروع مشترك بين جامعة اليرموك وجامعة لايدن الهولندية بالتعاون مع دائرة الآثار العامة الأردنية. فبين الباحث أن للحفريات الأثرية التي تقوم في منطقة الأغوار الوسطى بشكل خاص، وفي الأردن بشكل عام، دوراً مهماً ورئيسياً في تحسين المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمجتمعات التي تسكن بالقرب من المواقع الأثرية التي جرى وتجرى فيها تنقيبات أثرية، كما كان لها دور في تنمية الوعي بأهمية التراث الثقافي الأثري، وفي تعزيز الانتماء للوطن بين أفراد المجتمع، فضلاً عن إسهامها في حل مشكلة البطالة، خصوصاً بين الشباب. وكان للحفريات دور كذلك في إنشاء شبكة من العلاقات الإنسانية بين أفراد المجتمع المحلي وأعضاء الفرق الأثرية الأردنية والأجنبية العاملة في التنقيبات الأثرية، ما فتح المجال لسكان المناطق المجاورة للتعرف إلى ثقافات أخرى بتاتحة الفرصة أمامهم في دخول مجالات حياتية أخرى غير القيام بالأعمال الزراعية.

حين أن الجمعيات المحلية التي تنشأ حول المناطق الحضرية أو ذات الاهتمام الاجتماعي تستطيع أن توفر رأس المال الاجتماعي والضغط السياسي لتنفيذ مبادرات تساعد على إعادة تأهيل الأحياء القديمة.

لذا بات على الحكومات بحسب تقرير البنك الدولي التعرف بشكل دقيق إلى الأحياء القديمة التي تملك الخصائص اللازمة لتصبح مقصداً واعدة للسياحة الثقافية. وقد رجح التقرير أن يبلغ إجمالي عدد المدن في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أكثر من 100 مدينة. وبلغت المواقع المنصرفة مواقع تراثية ثقافية عالمية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 61 موقعاً في كل من الجزائر ومصر وإيران وإسرائيل ولبنان وليبيا والمغرب وسورية وتونس واليمن. ومن بين المدن التاريخية التي باتت مصنفة على قائمة التراث العالمي من المنطقة العربية: دمشق، وبيروت (في سورية)، القيروان وسوسة (في تونس)، فاس وكناس ومراتش وتطوان والصويرة والجديدة (في المغرب)، قصب الجزائر وغرداية (في الجزائر)، سيبام، زيد، صنعاء (في اليمن)، غدامس (في ليبيا).

وعلى صعيد آخر، بينت دراسة بعنوان «دور الحفريات الأثرية في التنمية الاجتماعية في الأردن» (2009) لـ زيدان كفاي، أهمية

متغيرات بيئة المنافسة العالمية، حيث يكون الصراع بين المؤسسات على تقديم كل ما هو جديد ومتوافق مع تطورات ورغبات العملاء انطلاقاً من المواقع النفسية والعقلية والعاطفية والعصبية، وبما يمكن هذه المؤسسات من امتلاك حصة وشرية سوقية كبيرة. وأوضحت الدراسة التي تم تطبيقها على مجموعة من البنوك التجارية بمصر أن أسلوب «التسويق الدماغي» يؤثر في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، كما أنه يعتمد على القيام بإجراء دراسة متعمقة جداً على سلوك المستهلكين من النواحي العاطفية والعقلية أو العصبية ورد الفعل تجاه المؤثرات

# «التسويق الدماغي».. أول دراسة تطبيقية في العالم العربي ترصد خطط وإستراتيجيات التسويق بالشركات العالمية

مجموعة من المختبرات المتخصصة وكذا استخدام استراتيجية بحث متخصمين مجموعة من العملاء المتطوعين من أجل إجراء هذه الدراسات ومن خلال إطار وميثاق أخلاقيات التسويق التي تخدم العملاء وتلبي احتياجاتهم. بلا شك سيكون لتوجه المؤسسات العربية لتطبيق استراتيجية التسويق الرقمي، مهم جداً على توجيه الاستثمارات في أنشطة التسويق ودراسات وبحوث المستهلك وإيجاد نوع من الاستثمارات الجديدة المرتبطة بتقنيات التسويق الرقمي والتكنولوجيا المتعلقة به، فضلاً عن ذلك إيجاد نمط جديد من الوظائف

المستهلك تجاه المنتجات وتفسير هذا السلوك من خلال ذلك، الأمر الذي يترتب عليه معرفة معلومات مهمة عن رد فعل العملاء وتطوير الخطط الاستراتيجية للتسويق بما يتناسب مع هذا السلوك وترجمته في أنشطة تفكير العملاء ودور تعظيم القيمة الاقتصادية المضافة من وراء أنشطة التسويق. حددت دراسة عماد صقر مجموعة من المتطلبات المهمة التي تمكن من تطبيق استراتيجيات «التسويق الدماغي» بالمؤسسات العربية، من أهمها أن يتم توجيه العناية والاهتمام بالأنشطة التسويقية في بحوث المستهلك لدراسة طريقة تفكير العملاء وتحديد الجوانب

متغيرات بيئة المنافسة العالمية، حيث يكون الصراع بين المؤسسات على تقديم كل ما هو جديد ومتوافق مع تطورات ورغبات العملاء انطلاقاً من المواقع النفسية والعقلية والعاطفية والعصبية، وبما يمكن هذه المؤسسات من امتلاك حصة وشرية سوقية كبيرة. وأوضحت الدراسة التي تم تطبيقها على مجموعة من البنوك التجارية بمصر أن أسلوب «التسويق الدماغي» يؤثر في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، كما أنه يعتمد على القيام بإجراء دراسة متعمقة جداً على سلوك المستهلكين من النواحي العاطفية والعقلية أو العصبية ورد الفعل تجاه المؤثرات

تداول مستشار التخطيط الاستراتيجي والتطوير الإداري د.عماد صقر في دراسة تطبيقية (لدراسات ما بعد الدكتوراه) تعد الأولى من نوعها في الوطن العربي التي تناولت إبعاد وجوانب استراتيجية «التسويق الدماغي» أو «التسويق العصبي» الذي يطلق عليه علمياً مصطلح «Neuromarketing»، وتعتبر هذه الدراسة مهمة جداً لأنها أول دراسة عربية تتناول هذا الموضوع وكذلك حصولها على ملكية فكرية دولية، وقد جاء التوجه من قبل الشركات العالمية للاخذ بتطبيقات وممارسات هذا الأسلوب المتطور من أساليب التسويق بسبب زيادة حدة وتسارع



د.عماد صقر