

«ساس»: 39 بالمئة من الشركات تسخر البيانات في إستراتيجياتها التجارية



مارسيل فرون

قال نحو ثلاثة أرباع الشركات (72 بالمئة) إن تقنيات تحليل البيانات تساعدها في تكوين بصيرة متمعة ذات قيمة، فيما تساهم موارد تحليل البيانات لدى 60 بالمئة من الشركات في جعلها أكثر ابتكاراً، وفقاً لدراسة بحثية أجرتها شركة «ساس» SAS، إحدى أبرز الشركات في مجال تقنيات تحليل البيانات.

وأظهرت الدراسة، على الرغم من ذلك، أن أربعة فقط من كل عشر شركات (39 بالمئة) قالت إن تقنيات تحليل البيانات «تدخل في جوهر إستراتيجياتها التجارية»، في حين أفاد أكثر من ثلث المستطلعة آراؤهم في الدراسة (35 بالمئة) بأنهم يستخدمونها في مشاريع محددة فقط.

وعلى الرغم من إدراك الشركات لقيمة تحليل البيانات، وإن يوسع معظمها (65 بالمئة) قياس هذه القيمة، لا تحقق الشركات أقصى استفادة ممكنة من استثماراتها في مجال تحليلات البيانات.

ولمسة سعي حاصل من الشركات، مع ذلك، للتمسك إلى تحقيق البصيرة المتعمقة المنشودة، بوصفها أولوية، وذلك بالتزامن مع تحولها إلى التقنيات الناشئة كالذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء.

واستطلعت الدراسة المحلية للعبوة «حاجة الشركات العاجلة لمصنعة تحليلات»، آراء خبراء تحليلات ومختصي تقنية معلومات وخبراء في الأعمال التجارية ضمن مجموعة واسعة من القطاعات في جميع أنحاء العالم، ووجدت أن التحليلات تغير الطريقة التي تمارس بها الشركات أعمالها التجارية، ولا ينطبق هذا على العمليات اليومية فقط، لأنه يحرك عجلات أيضاً الابتكار، إذ ذكر أكثر من ربع المستطلعة آراؤهم

(27 بالمئة) أن تحليلات البيانات ساعدتهم في إطلاق نماذج مبتكرة للأعمال. وثمة العديد من المزايا التي يمكن الانتفاع بها من منصة متقدمة لتحليل البيانات، الأكثر استفاداً في إعداد البيانات (46 بالمئة) واتخاذ قرارات أكثر ذكاء وثقة (42 بالمئة) وتقليل وقت الوصول إلى البصيرة المتعمقة والأفكار (41 بالمئة).

وقال مارسيل فرون، المدير العام لأسواق الخليج والأسواق الناشئة في شركة «ساس» أنه خلال محادثاته مع قادة الأعمال الإقليميين، وجدنا أن التحديات التي تعيق تسارع مسيرة التطور في تحليلات البيانات والذكاء الاصطناعي، تشمل الحاجة إلى منصة تحليلية، وتحسين مستوى المهارات المتاحة في علم البيانات والتحليلات. وأضاف: «بجدا الذكاء الاصطناعي ينتشر بسرعة في أرجاء المنطقة بوصفه أداة رئيسة لإحداث التحول الرقمي، ما يضع الحاجة إلى تحسين التحليلات في دائرة الضوء، ومن خلال هذه النتائج، يتضح في ضوء

زيادة مهام العمل التحليلي وانتشار الذكاء الاصطناعي، أن اتباع استراتيجية تقوم على منصة تحليلية شاملة هو الطريق الأمثل للنجاح». وجاء ذلك خلال حدث «أنتليكتس إكسبيرينس» المقام في مدينة ميلان الإيطالية، وهو مؤتمر خاص بتقنيات الأعمال تنظمه «ساس» ويجمع الآلاف من الحاضرين في الموقع وعبر الإنترنت لمشاركة الأفكار بشأن القضايا التجارية المهمة.

وأبرز الاستطلاع وجود الفجوة التوافقية في المهارات والسمات القيادية اللازمة لتعظيم إمكانات تحليل البيانات، وتنازل العديد من الشركات لإدارة أدوات التحليلات المتعددة وعمليات إدارة البيانات. واختلفت الآراء حول دور منصة التحليلات: إذ رأى معظم المشاركين في الدراسة (61 بالمئة) أنها تتعلق باستخلاص الإحصائيات والقيمة من البيانات، ولكن الكثير منهم انقسم في الرأي بشأن مآربها الأخرى، مثل تحسين حوكمة البيانات والنماذج التنبؤية وتقنيات

المصدر المفتوح. وقال 59 بالمئة من المشاركين إن هناك دوراً آخر تلعبه منصة التحليلات يتمثل في وجود إطار عمل مدمج أو مركزي للبيانات، في حين رأى 43 بالمئة منهم أنها تقدم قوائم وخوارزميات لتقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلات. وتشير الإجابات التي جمعتها الدراسة إلى أن الشركات تدرك أن التحليلات قادرة على مساعدتها، ولكنها تفتقر إلى فهم واضح وعام لمنافع استخدام منهج قائم على منصة تقنية في إنشاء الشركة، فضلاً عن عدم إدراك دورة حياة التحليلات. وفي هذا تعلق لسبب قلة عدد الشركات التي لديها منصة مناسبة، وفقاً للنتائج دراسة أخرى كانت أجرتها «ساس» حول عود الذكاء الاصطناعي للشركات، والتي تم الإعلان عنها في الدورة الماضية من مؤتمر «أنتليكتس إكسبيرينس» واستمرام العام الماضي. وكانت هذه الدراسة أظهرت أن ربع الشركات فقط (24 بالمئة) شعرت بأن لديها البنية التحتية المناسبة للذكاء الاصطناعي، في حين

أن أغلبتها (53 بالمئة) إما شعرت بأنها بحاجة إلى تحديث أنظمتها الحالية أو أنها لم تكن تملك منصة محددة للتعامل مع الذكاء الاصطناعي.

وعلى الرغم من التنوع الكبير في استخدام التحليلات، تبقى الثقة في النتيجة النهائية عالية. ووجدت دراسة التحليلات أن لدى المشاركين ثقة تبلغ 70 بالمئة في المتوسط بأنه يمكنهم استخلاص قيمة تجارية من البيانات عبر التحليلات، ومن المرجح أن تحقق الشركات التي تستثمر في مواهب علوم البيانات عائداً على الاستثمار؛ فالنصف ترتفع إلى 72 بالمئة لدى أولئك الذين يتولون أدواراً لها علاقة بتحليل البيانات، ولكنها تنخفض إلى 65 بالمئة لدى فرق تقنية المعلومات التقليدية.

وينطبق الأمر نفسه عند النظر في المستقبل: إذ إن فرق تحليل البيانات أكثر ثقة (66 بالمئة) بقدرتها على التوسع لتلبية مهام العمل المستقلة في التحليلات، مقارنة بدور تقنية المعلومات التقليدية (59 بالمئة).

يذكر أن تقرير الدراسة البحثية «حاجة الشركات العاجلة لمصنعة تحليلات»، جاء نتيجة عملية بحث من جزئين. تضمن الأول إجراء مقابلات موسعة مع مختصين في 132 شركة خاصة وجبهة حكومية في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا، وقد استندت هذه المقابلات إلى مجموعة مشتركة تتألف من 15 سؤالاً طرحت على مسؤولي تحليل البيانات، ومسؤولي القرار في تقنية المعلومات، وعلماء في البيانات. بعد ذلك، غُذت نتائج الإجابات والمقابلات الجزء الثاني من البحث، وهو استطلاع عالمي أُجري عبر الإنترنت وشمل 477 مشاركاً مؤهلاً.

خلال السحب ربع السنوي للعام 2018 البنك الوطني يعلن الأسماء الفائزة في حملة «وفر وأربح مع زينة»



فرح الجلال

الإذخار. تستمر هذه الحملة حتى نهاية العام ويامكان الأهل مضاعفة فرص أطفالهم بالفوز من خلال المحافظة على رصيدهم في باقة «زينة» وتابعت المخلد قائلته: «نخص الأطفال الصغار من خلال هذا الحساب بالعديد من المكافآت والانشطات المتعددة التي تتم على مدار العام والتي تحفّز دوماً باهتمام ومشاركة العملاء، ويعتبر هذا الحساب وسيلة هامة للصغار للتعلم السن الإذخار والمعاملات المصرفية، كما يلهم للاهل فرصة مميزة للتخطيط لمستقبل أولادهم.

ويامكان عملاء حساب زينة الذين تقل أعمارهم عن 15 عاماً الدخول في الحملة، حيث يحصل العميل على فرصة لدخول السحب مقابل كل 10 د.ك يتم إيداعها في الحساب. كما يامكان أولياء الأمور مضاعفة فرص أطفالهم بدخول السحب من خلال الاستقطاع الشهري. علماً بأن الفرصة ما زالت متاحة أمام جميع عملاء حساب «زينة».

في 31 ديسمبر 2018. حيث أن حملة «وفر وأربح مع باقة زينة» تنتهي في 31 ديسمبر 2018. إضافة إلى هذه المكافآت يوفر حساب زينة الخدمات التالية: بطاقة زينة للسحب الآلي، الاختيار بين حساب التوفير مع فوائد أو حساب الأمانات بدون فوائد، المشاركة في الأنشطة والفعايلات طوال العام المخصصة لعملاء حساب زينة، فضلاً عن العديد من الخصومات عند التسوق باستخدام بطاقة زينة للسحب الآلي.

يامكان أولياء الأمور فتح حساب زينة لأولادهم من خلال زيارة الفرع لبنك الكويت الوطني أو الموقع الإلكتروني NBK.com.

يقدم بنك الكويت الوطني من خلال حساب «زينة» المخصص للأطفال مجموعة متنوعة من الخدمات، فهو يساعد الأهل على التخطيط لمستقبل أطفالهم، فضلاً عن تعليمهم أسس الإذخار منذ الصغر. ويحرص البنك أيضاً على تقديم للأطفال من خلال هذا الحساب العديد من المكافآت، ومنها سحبيات ربع سنوية لربح مبلغ 250 د.ك وسحوبات سنوية على مبلغ 500 د.ك. ومن هذا المنطلق أعلن بنك الكويت الوطني عن الأسماء الفائزة في السحب الربع سنوي في حملة «وفر وأربح مع باقة زينة»، حيث حصل 10 أطفال على مبلغ 250 د.ك لكل منهم. وفاز بالسحب الربع سنوي بمبلغ 250 د.ك كل من:

- القاصر عبدالعزيز سعود عبدالعزيز المنصور
- القاصر راكان بدر احمد الرقم
- القاصر مريم عبدالله جعفر علوم
- القاصر شيخة سالم عبداللطيف الشهاب
- القاصر منيرة عبداللطيف حمود الصباح
- القاصر فائيه عبدالرحمن ابراهيم رضا
- القاصر هاشم منصور هاشم العتيقي
- القاصر فاطمة جمال معتوق الوائلي
- القاصر ايوب بدر اسماعيل نصرالله
- القاصر صبا عبدالله عيسى الرشود

وبهذه المناسبة، أعلنت فرح الجلال من الخدمات المصرفية الشخصية في بنك الكويت الوطني قائلة: «يسرنا الإعلان عن الأسماء الفائزة في حملة «وفر وأربح مع زينة» والتي نقدم من خلالها المكافآت لعملائنا الصغار، لكي نشجعهم على

«ديلويت» تعين مديراً سعودياً لقيادة مركزها الرقمي في الرياض



مازن فرون

الجاذبية في هذا الإطار. وعلق شيم بار، الرئيس التنفيذي لقسم خدمات الاستشارات في ديلويت الشرق الأوسط قائلاً: «يسرني أن أرحب بمازن رئيساً لمركز ديلويت الرقمي في الرياض، وكلي ثقة بأنه ومن خلال قيادته، معززاً بخبراته ديلويت العالمية والإقليمية في مجال التحول الرقمي. سنتمكن من خلق مركز مؤهل لتقديم حلول رقمية مبتكرة، بما يتماشى مع رؤية السعودية 2030». وأضاف رشدي دقة، المدير المسؤول عن الخدمات الرقمية في ديلويت الشرق الأوسط: «سنلعب مركز ديلويت الرقمي دوراً محورياً في تعزيز قدرات الشركات السعودية، كما سنستقطب من الخارج أفضل المواهب في المجال الرقمي. ومن خلال خبرته الواسعة، سيجود مازن عمليات المركز بما يحقق الهدف المرجو منه لعملائنا ولأسواق المنطقة».

علقت ديلويت مازن فرون مديراً مسؤولاً عن مركز ديلويت الرقمي في الرياض، وسيقوم مازن بإدارة وقيادة مجموعة متكاملة من الخدمات الرقمية التي يقدمها المركز للعملاء في المنطقة، بما في ذلك إعداد مبادرات استقطاب المواهب الرقمية. يمتنع مازن فرون بخبرة تتجاوز العشرين سنة في مجال التكنولوجيا قد اكتسبها بفضل مناصبه السابقة كرئيس لإدارة التكنولوجيا وغيرها من الأدوار التكنولوجية الأخرى في المصارف الكبرى وغيرها من المؤسسات المالية في مختلف أنحاء الشرق الأوسط عامة والسعودية تحديداً، وسيشرف مازن على مركز ديلويت الرقمي الذي يقدم الخدمات الاستراتيجية لكافة العملاء والمستثمرين، فيتمكنهم من وضع إجراءات فاعلة وابتكارات رقمية حديثة تساعدهم على تطوير أعمالهم وتقديم خدمات أو نماذج عمل جديدة، تحثهم

الإبحاث التقنية عصباً جديداً بمساعدة الانتعاش الاقتصادي الذي جسده فترة الإزدهار في عشرينيات القرن الماضي. ولم تشهد الطرقات الأوروبية في ذلك الحين مرور الكثير من السيارات والتي كانت بمعظمها إما من السيارات الفاخرة أو السيارات الرياضية، والتي لا تزال من بين النماذج الأكثر اقتناء حتى يومنا هذا. ولكن طرقات سيارات ألفا روميو 1921 لعشرينيات وثلاثينيات القرن الماضي ودياتو تيبو 30 و«ألتا 61» و«لانسيا لامبا» و«أو إم سوبرا»، و«فيات 525SS» وغيرها من السيارات الإيطالية العريقة التي تقطعت إطارات ممتازة بالقدرة على مواكبة الأداء القوي لهذه السيارات، وهذا ما ألهم إلى تصميم إطارات «بيريلي ستيليا بيانكا». وكانت هذه الإطارات سابقة لعصرها، حيث كانت ملائمة للاستخدام في سيارات مثل «فيراري 166» أو «جاكارو XK120» في خمسينيات القرن الماضي، بعد أن كانت مصممة بالأساس خصيصاً للسيارات التي تم إنتاجها في عشرينيات القرن.

وتتم استخدام إطارات «ستيليا بيانكا» ذاتها في عدد من أشهر سباقات السيارات، ما أتاح القدرة على جمع معلومات مهمة حول سبل تحسين إطارات السيارات المتخصصة للطرق، وهكذا نجح النموذج الأولي من إطارات «بيريلي» المخصصة للسيارات الحديثة، والذي استمر إنتاجه لأطول فترة في تاريخ الشركة، بالقيام بدورته في استخدام إطارات «بيريلي» المخصصة للسيارات الرياضية، للطرق، والسيارات الرياضية، بل وحتى الشاحنات، والآن تعود هذه الإطارات مجدداً للظهور في مجموعة من أكثر السيارات الكلاسيكية جاذبية على مستوى العالم.



إطارات «ستيليا بيانكا»

ويطابق النموذج الجديد من إطارات «بيريلي ستيليا بيانكا» بشكل كامل النموذج الأصلي، وذلك بعد إعادة تصميمه استناداً إلى أرشيف شركة «بيريلي» والذي يضم جميع الوثائق القديمة للشركة. كما تمت إعادة إحياء الرموز المصنوعة على الأسطح الجانبية للإطار إلى جانب شعار «بيريلي» الخاص بملك الفترة على النحو الأمثل، حيث قام فريق التطوير بدراسة أدق التفاصيل التي يوفرها أرشيف الشركة، أما الحجم السدي تم اختياره

الغثة حتى بدايات خمسينيات القرن الماضي، عندما أصبح المجال لظهور إطارات «بيريلي ستيليو». وقبل أن تتم إحالتها على المتاحف، خُصّصت إطارات «ستيليا بيانكا» لبحوثات أخيرة من المجد بعد إحراز البرنو أسكاري لقب «جائزة إيطاليا الكبرى» في حلبة مونزا مع سيارة «فيراري 500».

عودة الإطارات ذات المحور المتقاطع

تعود إطارات «بيريلي ستيليا بيانكا» اليوم إلى الأسواق مجدداً بتصميم مطابق لما كانت عليه سابقاً، ولكن مع تزويدها بالمزيد من التقنيات المعاصرة والحديثة. وتعكس التركيبة المستخدمة في هذه الإطارات أحدث تقنيات «بيريلي» المتطورة بهدف ضمان أرقى مستويات الكفاءة والسلامة، حتى في ظروف الطقس الحارة، فضلاً عن أنها تراعي المتطلبات البيئية. وبالرغم من ذلك، يمتاز تصميم هذه الإطارات بطابعها الكلاسيكي الذي يستحضر الق الماضي، فبعد ما يزيد على نصف قرن من الزمن، تعاود «بيريلي» إنتاج الإطارات ذات المحور المتقاطع بدلاً من الإطارات ذات المحور الشعاعي، ووقع خيار الشركة على هذا التصميم للحفاظ على الطابع الأصلي العريق للسيارات الكلاسيكية، حيث تم تصنيع النموذج الأحدث من إطارات «ستيليا بيانكا» خصيصاً من أجل ذلك وقد شُكّل هذا القرار بعد ذاتها تحدياً حقيقياً بالمشية لصنع الشركة في مدينة أزيد التركية: مكان تصنيع إطارات «بيريلي» الخاصة بريادة سباقات الدرجات الثابتة وإطارات «كوليتسوني»، حيث تعبر على العاملين إعادة تعلم التقنيات التي كانت متبعة في الماضي.

أعلنت «بيريلي» الشركة الإيطالية المتخصصة بصناعة الإطارات المتميزة للسيارات الرياضية، عن معاودتها إنتاج الإطارات التقليدية ذات المحور المتقاطع مجدداً وبشكل حصري بعد مرور ما يزيد عن نصف قرن من الزمن عن إنتاج الإطارات ذات المحور الشعاعي، وذلك بهدف مواكبة تطلعات محبي السيارات الكلاسيكية ممن يبتعدون الحصول على المفهر والطابع الأصلي لإطارات سياراتهم، ولكن مع توفير بعض المزايا التي تتيحها التقنيات المتطورة.

وبفضل تشجيع عدد من مصنعي السيارات مثل «فيراري» وقسم السيارات الكلاسيكية Classiche التابع لها، قامت «بيريلي» بإنتاج الإطارات الجديدة لمتضم إلى إطارات «كوليتسوني» والتي تم إطلاقها خلال فعاليات معرض «بادوفا للسيارات والدرجات الكلاسيكية»، ونتيجة لذلك، تمت إعادة إحياء أحد الأسماء التي تركت بصمتها في تاريخ السيارات وهو «ستيليا بيانكا»، والذي يعد النموذج الأكثر استمرارية بين إطارات «بيريلي» وأولى الإطارات الحديثة التي صنعتها الشركة الإيطالية منذ عام 1927.

عودة تاريخية

شهد عام 1927 إجراء أول اتصال هاتفي عبر المحيط الأطلسي بين الولايات المتحدة وبريطانيا العظمى، كما تم بث أول برنامج رياضي عبر الإذاعة في إيطاليا، وكان عبارة عن سباق لخيول الرقص في ميدان «سان سيرو» للسباقات، وعلى بعد كيلومترات قليلة من هذا الموقع، كان مهندسو شركة «بيريلي» يعملون على تصميم إطاراتهم الجديدة «ستيليا بيانكا» وقد حافظ هذا التصميم على مكانته المتميزة ضمن هذه