

خلال الندوة التكنولوجية الكويتية

«جنرال إلكتريك» تسلط الضوء على أحدث التقنيات الصناعية الرقمية لتعزيز «قطاع الطاقة»

بنتاء وحدة إنتاج محلية لصب وتشكيل المعادن للعلاء في السعودية والمنطقة رفع كفاءاتهم التشغيلية في مجال توريد المنتجات والإصلاح والخدمات المساندة».

ويؤدوره قال أنطونيو فالوقا رئيس شركة سيفيدال الإيطالية «تؤكد دراسة تقييم الجدوى الحفوف القوة لإقامة مصنع بمعايير عالمية لخدمات صب وتشكيل المعادن في المملكة. فإشياء مرفق متكامل من خلال مشروع شراكة سيجعل من المملكة العربية السعودية مركزاً للتقنية والخدمات المرتبطة بالمعدات والخدمات المتخصصة».

وتتضمن مذكر التفاهم هذه مع نهج الشراكة الأولية بين أرامكو السعودية وسيفيدال، وهي إحدى شركات الإنتاج الأوروبية الرائدة في مجال الفولاذ والحديد المصبوب، لإجراء دراسات جدوى لخدمات صناعة صب وتشكيل المعادن في المملكة. وانضمت «جنرال إلكتريك» لهذه المذكرة لتقديم خبراتها والاستثمار في إنشاء مصنع وفق معايير عالمية عبر الدول في مشروع مشترك بين الكيانات الثلاثة.

ويتسم مشروع إنشاء مصنع لصب المعادن وتشكيلها مع خطط أرامكو السعودية الرامية إلى تطوير مشاريع صناعية في المملكة، بما في ذلك مشروع الصناعات البحرية الذي يركز على خدمات البناء والصيانة والإصلاح والتوصيب للمعدات البحرية وأجهزة الحفر المزودة بقوائم رافعة وسفن الخدمات البحرية والتألقات التجارية.

وتتعاون أرامكو السعودية أيضاً مع شركائها في تطوير مرفق لتصنيع أجهزة الحفر على اليابسة من أجل تقديم خدمات بناء الأجهزة الجديدة وخدمات الصيانة والإصلاح والتوصيب لأجهزة الحفر على اليابسة وأنظمتها، وكذلك مشروع تصنيع محركات البزل وصناعتها وإصلاحها، وتصنيع المنشآت البحرية وإصلاحها، إلى جانب مدينة صناعية للطاقة لتسريع أنشطة التصنيع في قطاع النفط والغاز.

12 مولداً توريثياً غازياً من طراز LM6000 إلى «شركة الغاتم الدولية للتجارة العامة والمقاولات» لاستخدامها في منشأة الشويخ لتوليد الطاقة، والتي تستخدم في حالات الطوارئ بمواسم ذروة الاستهلاك.

أرامكو السعودية وتوقيع الاتفاقية

على جانب آخر وقعت أرامكو السعودية، مذكرة تفاهم مع كل من: «جنرال إلكتريك» و«سيفيدال إس.إس.إ» الإيطالية، لإنشاء مصنع لصب وتشكيل المعادن، بعد الأول من نوعه في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بهدف دعم توطيد الصناعات في قطاعي الطاقة والصناعة البحرية.

وسيقام هذا المرفق الجديد، الذي يؤسس لاستثمار مشترك باكثر من 1.5 بليون ريال (400 مليون دولار)، في منطقة رأس الخير الواقعة ضمن المنطقة الصناعية للملكة للجيل وينبع، وفي حال تم الاتفاق على إنشاء مصنع، ينتظر أن يبدأ تشغيله في العام 2020 وأن يساهم في خلق نحو 2000 وظيفة للسعوديين.

وقال عبد الله السعدان، النائب الأعلى للرئيس للمالية والاستراتيجية، والتطوير في أرامكو السعودية، «تعكس مذكرة التفاهم طموحنا لخلق سلسلة إمداد قادرة على تعزيز التكامل في قطاع الطاقة، بما يتواءم مع رؤية الملكة 2030، الهادفة إلى تعزيز التنوع الاقتصادي والصناعي في المملكة ودعم توطيد الصناعات».

من جانبه قال راسي قاسم، الرئيس والرئيس التنفيذي لشركة جنرال إلكتريك للنفط والغاز في الشرق الأوسط، «ستعمل المملكة في المملكة على تعزيز التعاون مع شركائنا في تطوير مرفق لتصنيع أجهزة الحفر على اليابسة من أجل تقديم خدمات بناء الأجهزة الجديدة وخدمات الصيانة والإصلاح والتوصيب لأجهزة الحفر على اليابسة وأنظمتها، وكذلك مشروع تصنيع محركات البزل وصناعتها وإصلاحها، وتصنيع المنشآت البحرية وإصلاحها، إلى جانب مدينة صناعية للطاقة لتسريع أنشطة التصنيع في قطاع النفط والغاز».



جانب من الندوة التكنولوجية الكويتية

■ «أرامكو» السعودية توقع مذكرة تفاهم مع «جنرال إلكتريك» و«سيفيدال إس.بي.أ» لإنشاء مصنع لصب وتشكيل المعادن

■ 2000 فرصة عمل للسعوديين سيوفرها المرفق الجديد والمتوقع تشغيله في العام 2020

ليكون المشروع غند استكمالها أكبر منشأة من نوعها في العالم لتطبيق تقنيات التناضح العكسي لتقنية المياه.

كما تقدم «جنرال إلكتريك» معدات توليد الطاقة من الطراز F لمحطة الشعيبة الشمالية التي تبلغ طاقتها الإنتاجية 800 ميغاواط، وتعمل على تزويد المقاملات المائية إلى مشروع جديد تخطط له «شركة بترول الكويت الوطنية» في الزور، وهو المشروع الذي سيصبح أكبر منشأة لتوليد في الشرق الأوسط. وإضافة إلى ذلك، تقوم «جنرال إلكتريك» بتزويد

إلى 20% للعلاء. كما تساعد هذه الحلول في تحقيق قيمة اقتصادية تصل إلى 465 مليار دولار أمريكي سنوياً في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركيا وباكستان بحلول عام 2020.

وعلى مستوى شركات «جنرال إلكتريك» في دولة الكويت، تقدم الشركة تقنيات لدعم محطة الصلبة لتقنية المياه التي تشهد حالياً مشروع توسعة كبير لرفع طاقتها الإنتاجية إلى 600 ألف متر مكعب في اليوم، لتحقيق أهداف إعادة استخدام المياه في التطبيقات الصناعية وإليه غير المخصصة للشرب،

الخدمات وأعمال الصيانة، وتعزيز الجهود البحثية للشركة، والترويج للابتكار. وسيعتمد المركز حلول الإنترنت الصناعي وينتج الابتكارات المحلية في قطاع الطاقة لتقديم أفضل الخدمات للشركاء.

وتعمل تقنيات الإنترنت الصناعي والبرمجيات التي تطورها «جنرال إلكتريك» بالاعتماد على منصة «بريديكس Predix» للحوسبة السحابية التي تعتبر الأولى من نوعها في العالم من حيث تخصصها بالطاقة الصناعي. وتساهم في تحقيق نمو في الأداء بنسبة تصل

الطلب المتزايد على الطاقة. ويجري في هذا السياق تطبيق عدد من المشاريع في الدولة، ونحن حريصون على التعاون مع شركائنا لتزويدهم بحلول رقمية حديثة ترتقي بمستويات الإنتاجية والكفاءة في قطاع الطاقة.

وكانت «جنرال إلكتريك» قد أعلنت مؤخراً عن استثمارها في «مركز جنرال إلكتريك» للتكنولوجيا في الكويت، والذي يعتبر واحداً من أول مركز تقني من نوعه تؤسس الشركة خارج الولايات المتحدة الأمريكية بهدف مباشرة تقديم مختلف أنشطة

قامت شركة «جنرال إلكتريك» المخرجة في بورصة نيويورك بالرمز GE، بتسليط الضوء على الدور الكبير الذي يمكن للحلول الصناعية الرقمية التي طورها أن تساهم به في تحقيق مستويات غير مسبوقة من الكفاءة والإنتاجية ضمن قطاع الطاقة الكويتي، وذلك خلال الندوة التكنولوجية التي نظمتها أمس.

وتم تنظيم الندوة بالتعاون مع سفارة الولايات المتحدة الأمريكية بالكويت، بحضور معالي المهندس أحمد الجسار، وزير الكهرباء والماء ووزير الأشغال، وعدد من كبار المسؤولين الحكوميين والشخصيات البارزة.

وخلال الندوة التكنولوجية في الكويت، حرصت «جنرال إلكتريك» على تعريف الحضور بأسس وأسس الإنترنت الصناعي، إضافة إلى أحدث التطورات التي حققت ضمن وحدات أعمال «جنرال إلكتريك لخدمات الطاقة» و«جنرال إلكتريك للمياه» و«جنرال إلكتريك طاقة البحار» و«جنرال إلكتريك للتقنيات الرقمية»، والتي تساهم في تعزيز الكفاءة والإنتاجية ضمن قطاع الطاقة بدولة الكويت.

وتضمنت الندوة جلسة متخصصة حول التوربينات الغازية عالية الكفاءة التي تعمل بالدورة المركبة والتي طورها «جنرال إلكتريك» لتحقيق فترات نوعية في الإنتاجية، بما يتوافق مع رؤية الكويت الرامية إلى مضاعفة الطاقة الإنتاجية للكهرباء، وأعب ذلك ورشة عمل حول قطاع المياه، ودور أحدث الحلول التي طورها «جنرال إلكتريك» في تحسين استخدام الأصول ورفع مستويات الكفاءة التشغيلية.

كما ناقش عدد من الخبراء المتخصصين موضوع «تنوع مصادر التوربينات محطات البخار النفطية وعالية الكفاءة»، للتعريف بالتطبيقات العملية لموارد الوقود البديلة، أما ورشة العمل التي حملت عنوان «اقوى بتعاوننا» فغطت إلى إمكانيات «جنرال إلكتريك» المحسنة في

يحتل المرتبة الأولى قبل «تويتر» و«لينكد إن» «هوتواير»: 24 في المئة من صناع قرار يفضلون «الفيسبوك» عند عمليات الشراء

حدوا الفجوة بين الطريقة التي يستخدمها صناع القرار لوسائل الإعلام الاجتماعية بأنفسهم، وكيف يتفكرون إلى استخدام أرائهم لها. كما يعزز التقرير أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الاجتماعية كمنصة لمعلومات صناع القرار. فهد أشار التقرير إلى أن 87% من صناع القرار يعتبرون أن وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الاجتماعية تحمل ذات الدور من الأهمية كمنصة للمعلومات وكمنصة مرجعية لقرارات الشراء.

عن ذلك قال جون براون، رئيس قسم التواصل في هوتواير، «لقد حان الوقت للتخلي عن الصورة أن بعض القنوات غير ملائمة لتسويق أعمال - لأعمال (B2B)، وتسويق أعمال - للمستهلكين (B2C). لقد نسخت وسائل الإعلام الاجتماعية هذه الانقسامات وأثبتت بوضوح مدى إدارة الموضوع، وليس كما يرونها صناع القرار. نحن بحاجة إلى التوقف عن وضع افتراضات حول ما يريد جمهورنا، والسماح للأبحاث والدراسات بتوجيه كيفية إنشاء حملات متعددة القنوات، ستواجه شركات الأعمال - لأعمال (B2B) الذي يتجاهلون تلك القنوات لأنهم يظنون إليها على أنها فقط للمستهلكين، صدمة لاسية عندما يدركون أنه لا أحد يهتم للقنوات التي أمضوا وقتاً كبيراً في استحضارها».

يقبل واحد من كل أربعة أشخاص من صناع القرار (24%) منصة الفيسبوك عند قيامهم بالبحث عن المعلومات لإجراء عمليات الشراء. مما جعله يحتل المرتبة الأولى قبل تويتر ولينكد إن.

كشف تقرير «الوجه المتغير للتأثير» - The Changing Face of Influence، المشترك من Active Hotwire و فاشون بورن Vanson Bourne، عن مكان بحث صناع القرار عن المعلومات، حيث غير نتائج الاعتقادات السائدة بأن «تويتر» و«لينكد إن» هما القنوات الاجتماعية الأكثر فعالية لتسويق أعمال - لأعمال (B2B).

شمل التقرير دراسة لعادات 1000 شخص من صناع القرار وفئاتهم المفضلة ومصادر معلوماتهم التي تؤثر على قراراتهم الشرائية، وبالتالي وجد التقرير أن الفيسبوك يستخدم عند اتخاذ قرارات الشراء أكثر بكثير من لينكد إن، الذي يقضه فقط 17% منهم، ومتقدماً بفارق كبير على تويتر الذي كان مصدر رئيسي للمعلومات - 6% فقط من صناع القرار. وعلى الرغم من تفضيل الفيسبوك كمنصة للمعلومات، فإن ما يربط من الثلث (30%) من المسؤولين لا يهتمون لاستخدام الفيسبوك في مجال تسويق أعمال - لأعمال (B2B) - حيث

وبهذه المناسبة قال نائب رئيس مجلس الإدارة (التقني) في شركة المشاريع السيد فيصل العيار «يسرنا الحصول على هذا التقدير المميز للعام الثالث على التوالي. تواصل شركة المشاريع تعزيز عملياتها عبر عدد من القطاعات الهامة في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط، ونحن كشركة رائدة في المنطقة نساهم في تطوير قطاع الأعمال التجارية ودعم التنمية والنمو في الدول التي نعمل فيها. إن هذه الجائزة تعزز نجاح استراتيجياتنا وجهودنا لتحقيق التميز في القطاعات التي نشط بها».

وتضمن احتفال هذا العام بتتبع واسع من العديد من القطاعات مثل الخدمات المصرفية والمالية، والبيع بالتجزئة، والأغذية والمشروبات، والاتصالات، والتعليق، والعقارات والبناء.



صانر خلشت يسلمك الجائزة

لعمليات المجموعة في شركة المشاريع السيد سامر خلشت.

ناصر بن عقيل الطيار يتقدم بالجائزة للرئيس التنفيذي

دار الناصر العربي ونشر مجلة فوربس الشرق الأوسط الدكتور

مؤتمر «قطاع المنتجات الفاخرة» يحدث صدى واسعاً لدى المهتمين والمتخصصين



جانب من المؤتمر

من جهته، علق جوليان هوري الرئيس التنفيذي المشارك في «مديا كويست» على هذا الحدث بقوله: «لقد استقطب مؤتمر قطاع المنتجات الفاخرة 2016 أبرز المتخصصين في هذا المجال من شتى أنحاء المنطقة والعالم، لمناقشة التحديات والفرص، وإمكانيات أسواق المنتجات والخدمات المتميزة والفاخرة. وكان الموضوع الرئيسي لمؤتمر هذا العام تحت عنوان «المعيار الجديد».

وأضاف: «لقد استحوذ موضوع «المعيار الجديد» على اهتمام بالغ من قبل المشاركين، وكانت هناك مناقشات موسعة حول كيفية إعادة مواءمة نموذج الأعمال في المنطقة، إلى جانب ترشيح التكاليف في بعض المدن، خاصة في ظل التطور الذي تشهده الأسواق الجديدة، الأمر الذي يتطلب صناعة استراتيجية جديدة لقطاع التجزئة واستحداث نهج تسويقي في المنطقة. أما الموضوع الرئيسي الآخر الذي تم تسليط الضوء عليه واستحوذ على اهتمام خاص من قبل المشاركين فكان تحت عنوان «أفق دول مجلس التعاون الخليجي»، لاسيما وأنه تم من خلاله تطوير تحليل إقليمي مع الأخذ في الحسبان تراجع أسعار النفط، والميزانيات الحكومية والتأثير الكلي على سوق المنتجات الفاخرة. وكان هذا الموضوع على قدر مائل من الأهمية لعلاقته المباشرة مع الاتجاه الحالي للشركات التي تبتذل قصارى جهدها لخلق فرص العمل الجديدة في هذه البيئة الصعبة على مستوى الصناعة.

يشار إلى أن مؤتمر هذا العام يحظى بالرعاية من قبل مجموعة شلوبيو و«إلفينيتي» و«OMD» ومجلة «لها» ومجلة جمالك. وتضمن قائمة رعاة الجلسات هذا العام كلا من «هوبلو» و«استغرام» و«مايندشير» و«سويسرو».

موضوع «اتجاهات الموضة» وانعكاساته على الموضة الناشئة واتجاهات المصممين.

وشارك في الحدث عدد من كبار المتحدثين في الصناعة، بمن فيهم جاستن وايتهاوس الشريك الأعلى للضرائب في «ديلويت»، وجان بيير نو كالفر، الرئيس العالمي للحلقات والشراكات وتسويق العملاء في «إتش بي إند» ، ونين غيبيريل الرئيس التنفيذي لمجلس دبي للتصميم والموضة، ومن بين الفعاليات التي ينتظرها الكثيرون في اليوم الثاني جلسة نقاش تحت عنوان «من المنتج إلى العاطفة»، والتي سيتم خلالها مناقشة كيفية إعادة ربط العلامات التجارية مع المستهلكين العرب و«الجهات المؤثرة»، وتحليل الحلات في المنطقة وخارجها من كان لها تأثير واضح.

ومن المتوقع لنسخة العام 2016 من مؤتمر قطاع المنتجات الفاخرة أن تستقبل 700 شخصية من المتخصصين على مستوى المنطقة والعالم من قطاع السلع والخدمات الفاخرة. حيث سيلقي جميع هؤلاء في دبي لمناقشة المشاكل وتقديم الحلول لكافة الأطراف ذات الصلة في هذه الصناعة، ويجمع هذا الحدث خلال فعالياته تحت سقف واحد بين العلامات التجارية الفاخرة والوكلاء والموزعين، إضافة إلى الجهات القائمة على تشغيل وإدارة مراكز التسوق، ومقدمي الخدمات لصناعة المنتجات الفاخرة، حيث يناقشون التحديات والفرص التي تواجه هذه الصناعة، وسيتركز المشاركون على فهم رؤى المستهلكين من خلال البحوث الفريدة التي سيتم تقديمها في جلسات المؤتمر. وفيه الاضطرابات الكبيرة التي قد تطرأ على هذا القطاع، ومن ثم إيجاد السبل الكفيلة لتحقيق النمو.

حققت النسخة الثالثة من «مؤتمر قطاع المنتجات الفاخرة 2016» نجاحاً ملحوظاً في يومها الأول، مع طرح الرؤى الخلفية والمعلومات القيمة للحضور. ويتم تنظيم هذا الحدث من قبل «مديا كويست» على مدى يومين في الأول والثاني من يونيو الجاري بفندق «ويست دبي المياد السياحي». حيث سيشهد تنظيم ما يزيد على 30 من الفعاليات المختلفة، بما في ذلك حلقات النقاش والعروض التوضيحية والجلسات الخاصة لاستكشاف أحدث الأفكار والاتجاهات في قطاع المنتجات الفاخرة.

وفي كلمته الرئيسية التي ألقاها صباح اليوم، تحدث باتريك شلوبيو الرئيس التنفيذي المشارك لمجموعة شلوبيو، عن التحديات والحقائق الجديدة المتعلقة بقطاع المنتجات الفاخرة في دول مجلس التعاون الخليجي. وكان الموضوع الرئيسي على جدول أعمال المؤتمر في اليوم الأول تحت عنوان «المعيار الجديد». حيث تم التعرض لمسألة تأثير انخفاض الإيرادات السياحية في دول مجلس التعاون الخليجي، وما نجم عن ذلك من حاجة إلى التوسع الإقليمي للعديد من العلامات التجارية وشركات التجزئة، وتضمن جدول الأعمال على نقاط رئيسية، ومنها «الأفق في دول مجلس التعاون الخليجي» لتحليل أسعار النفط، والميزانيات الحكومية والأثر اللاحقة على سوق المنتجات الفاخرة، وموضوع «الاستراتيجية الرقمية» لتحليل التحول الرقمي وتأثيره على صناعة السلع والخدمات الفاخرة، وموضوع «العلامات التجارية الفاخرة وتوجه برامج الإعلانات: إعادة تعريف النموذج القائل» ، حيث تم من خلاله تقديم الدور الذي لعبته برامج الإعلانات في تحويل نموذج شراء الإعلانات على الشبكة، وأخيراً