المملكة تستثمر بشكل مكثف في عمليات البحث والتطوير وتعزيز الشراكات

«آرثر دي ليتل»: السعودية على المسار الصحيح لريادة ابتكارات التنقل الذاتي

أنطونيو سيمرارو

أميمة بامسق

نشرت آرثر دي ليتل، شركة الاستشارات الإدارية الرائدة على مستوى العالم، الإصدار الرابع لمجلتها الخاصة بالتنقل الذاتي، والذي أشارت فيه إلى القيود الداخلية والتحديات الخارجية التي شهدتها السنوات الأخيرة والتي أدت إلى تباطؤ وتيرة تنفيذ مشاريع التنقل الذاتي بعد استحواذها على الحيز الأكبر من الاهتمام على مستوى قطاع التنقل ككل خلال العقد المنصرم، هذا بالإضافة إلى النقص المستمر في رقائق أشباه الموصلات حول العالم وأزمة سلاسل الإمداد التي أدت إلى تحويل انتباه الشركات المصنعة للسيارات نحو تبني واعتماد وظائف أكثر أهمية في المركبات. ولفت الإصدار الجديد للمجلة إلى أن الافتقار إلى البنية التحتية المناسبة وهياكل التكلفة غير المحسّنة قد أعاقت حالات استخدام التنقل الذاتي المدفوعة بالابتكار، وذلك رغم توفر التقنيات اللازمة وإثبات فعاليتها في جميع ظروف الاختبار وظروف الحياة الواقعية. وسلط خبراء "آرثر دي ليتل" الضوء على هذه النتائج وغيرها في العدد الرابع ضمن سلسلة مجلة "التنقل الذاتي" Autonomous Mobility Journal التي تختص بتغطية أحدث التطورات على صعيد مشاريع التنقل الذاتي في جميع أنحاء العالم بما في ذلك المملكة العربية السعودية، مع تسليط الضوء على التحولات المتسارعة التي يشهدها القطاع وحالات ومجالات الاستخدام الجديدة والبارزة، والدور المحوري الذي يلعبه موفرو حلول التنقل الذكية فضلاً على استراتيجيات الحكومات وجهودها لتحقيق أهداف الاستدامة بحلول عام 2030.

وقال أنطونيو سيمرارو، مدير أول في شركة "آرثر دي ليتل" الشرق الأوسط: "في أعقاب سنوات طويلة من الترقب على مدار العقد الماضي لاستكشاف الإمكانيات التي تتمتع بها المركبات ذاتية القيادة، بدأت تظهر بعض الملامح الواعدة. وفي حين لا يزال التنقل الذاتي غير متاح لمعظم مستخدمي وسائل النقل حول العالم، إلا أن الشركات العاملة في هذا المجال تواصل العمل لتطوير البنية التحتية والتقنيات اللازمة. ومن المتوقع أن يؤدي نمو التقنيات وحالات الاستخدام الأخرى المتعلقة بالتنقل إلى تمهيد الطريق وتسهيل اعتماد نماذج التنقل الذاتي".

ووفقاً لوكالة الطاقة الدولية، وصلت مبيعات السيارات الكهربائية إلى مليوني سيارة في الربع الأول من عام 2022، وهو ما يمثل زيادة بنسبة تصل إلى 75٪ مقارنة بالفترة نفسها من عام 2021. وبالمقارنة مع محركات الاحتراق الداخلي التقليدية، تعد أجهزة وبرمجيات السيارات الكهربائية أكثر ملاءمة بشكل ملحوظ للتوافق مع ميزات القيادة الذاتية، كما تتوفر تقنيات القيادة الذاتية في المركبات الكهربائية بصورة أكبر مقارنة بالسيارات المزودة بمحركات الاحتراق الداخلي.

وتم إعداد الإصدار الرابع من المجلة في ضوء مجموعة من الأبحاث التي أجريت على الصعيدين الإقليمي والدولي، كما يسلط الضوء على أحدث المشاريع الابتكارية في مجال التنقل في المشهد الحضري. وبالنسبة لآفاق مشهد التنقل الذاتي في المملكة العربية السعودية، تؤدي الهيئة العامة للنقل في المملكة دوراً رائداً في ضمان توافق قطاع النقل في المملكة العربية السعودية مع أعلى معايير ومستويات السلامة والجودة بشكل صارم، بالإضافة إلى تشجيع الاستثمار والتنمية المستدامة من خلال التوظيف الاستراتيجي للبيانات والتكنولوجيا. وتشكل الهيئة العامة للنقل المحرك الرئيسي لمنظومة النقل الحديثة والفعالة، والتي من المتوقع أن تحقق النجاح على المدى الطويل وذلك من خلال مواءمة استراتيجياتها مع الأهداف الاجتماعية والاقتصادية الطموحة لرؤية المملكة 2030، وقد تم التأكيد على ذلك من خلال مقابلة الدكتورة أميمة بامسق وكيل تمكين النقل في الهيئة العامة للنقل في المملكة العربية السعودية.

وقالت الأستاذة الدكتورة أميمة بامسق: "بعد أكثر من عقد على تأسيسها، تتمتع الهيئة العامة للنقل في المملكة العربية السعودية اليوم بمكانة متميزة كهيئة تنظيمية ذات إمكانيات كبيرة للمساهمة في دعم أهداف رؤية المملكة 2030. وتتجسد الأهداف الطموحة لرؤية المملكة العربية السعودية في مجال التنقل الذاتي من خلال المشاريع الكبرى مثل مشاريع "نيوم" و"البحر الأحمر، حيث صُممت هذه المدن الذكية لتكون مستدامة من خلال اعتماد أنظمة نقل جديدة سواءً للركاب أو شحن البضائع والتي تعتمد كلياً على التنقل الذاتي، مثل الطائرات ذاتية القيادة، والحافلات ذاتية القيادة وسيارات الأجرة الآلية".

جدير بالذكر أن الهيئة العامة للنقل تعمل على محورين أساسين، يستلزم الأول تطوير وتعزيز اعتماد وسائل تنقل جديدة من خلال الاختبار والتجريب والبحث والتطوير والشراكة مع الهيئات الحكومية والخاصة والجامعات والهيئات البحثية لصياغة أطر تنظيمية ممكّنة لهذه التقنيات. وعلى المحور الثاني تعمل الهيئة العامة للنقل على إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي تحدد من خلالها مراحل فرض لوائح معينة على مشغلي ومقدمي خدمات النقل العام وشحن البضائع.وفي حين تتمتع الهيئة العامة للنقل في المملكة بالقدرة على تنفيذ اللوائح بسرعة، فمن المهم للغاية إجراء تحليل شامل لأي تأثيرات محتملة قد تنشأ عن تنفيذ تلك اللوائح. ويضمن هذا النهج الاستباقي توافق اللوائح مع رؤية المملكة، وضمان تحقيق نتائج إيجابية لقطاع النقل والمجتمع ككل. وتتعاون الهيئة العامة للنقل أيضاً مع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات، والهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي لرفع جاهزية البنية التحتية للاتصالات، بما في ذلك الجيل الخامس وخصوصية البيانات وأمنها. وبالتوازي مع ذلك، تتطلع وحدة الاستثمار والقدرة التنافسية التابعة للهيئة العامة للنقل إلى خلق فرص استثمارية للقطاع الخاص وتمهيد الطريق لآفاق جديدة في السوق المحلية للمركبات ذاتية القيادة.

رغم تحديات الأسواق والاقتصادات العالمية

«شيرات»: تنامي عمليات تسويق خدمات التجارة الإلكترونية خلال شهر رمضان

أرناب مادهور

صرحت مجموعة "شيرت إت" SH–REit، شركة التكنولوجيا العالمية التي توفر خدماتها لأكثر من 2.4 مليار شخص حول العالم، عن مواصلة العلامات التجارية اهتمامها بالتركيز على الاستثمار في أنشطة التسويق ذات الصلة بأعمال التجارة الإلكترونية حول العالم. وبحسب المجموعة، يتنامى هذا الاتجاه عبر مجالات متعددة، على الرغم من التحديات الواضحة التي تواجهها الأسواق والاقتصادات العالمية.

ويوفر شهر رمضان المبارك، فرصة استثنائية يستغلها المسوقون لتعزيز التواصل مع مختلف شرائح العملاء. فقد أشارت التوقعات إلى احتمالية ارتفاع نفقات المستهلكين عبر الانترنت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 2022، لتصل إلى معدل 6.2 مليار دولار أمريكي، بزيادة قدرها 40٪ مقارنة بشهر رمضان 2021، ما يمثل 16٪ من إجمالي المبيعات السنوية. وتعتبر تطبيقات الهواتف المحمولة، التي تتمتع بشعبية واسعة على الصعيد العالمي مع قاعدة متسعة من المستخدمين، منصات استثنائية لتمكين العلامات التجارية من سرد رواياتها واستهداف مستخدمين جدد خلال المواسم الاحتفالية، مثل رمضان والأعياد. وتجدر الإشارة إلى تنامي أهمية منصات التطبيقات مثل SHAREit لدى العلامات التجارية، نظراً لدورها في تعزيز قدرة هذه العلامات على جذب الشرائح العليا من المستخدمين في الأسواق الناشئة، ما يساهم بالتالي في الارتقاء بمستويات القيمة.

وقال أروناب مادهور، نائب الرئيس ورئيس أعمال مجموعة SHAREit في أوروبا والشرق الأوسط وأفريقيا : "صممت حلول SHAREit على نحو مبتكر لتلبية الاحتياجات الفريدة للعلامات التجارية عبر القطاعات المختلفة، ونحرص على التعاون عن كثب مع شركائنا لوضع الخطط والاستراتيجيات الهادفة لضمان نجاح حملاتهم الإعلانية. وتساهم القاعدة الواسعة من مستخدمي منصتنا، بالإضافة إلى قدراتنا الاستثنائية في مجال الاستهدافات الإعلانية، إلى تمكيننا من توفير الدعم اللازم للعلامات التجارية، وضمان وصولها إلى الشرائح المستهدفة من العملاء، وبالتالي تحقيق أهدافها التسويقية. ونحن على استعداد مع اقتراب حلول شهر رمضان المبارك، لتدعيم منظومة شراكاتنا، والمساهمة في رفع معدلات النمو للعلامات التجارية التي نتعاون معها".

وبحسب دراسة أجرتها Facebook IQ بالتعاون مع YouGov، قضى عدد كبير من مستخدمي الهواتف المحمولة، وقت أطول على شبكة الإنترنت خلال شهر رمضان 2022 (44٪ في الإمارات العربية المتحدة و 42٪ في المملكة العربية السعودية). وبالتالي، يوفر الشهر الفضيل موسماً استثنائياً للمسوقين، بفضل مجموعة الإمكانات والفرص الفريدة التي تمكنهم من تطوير أعمالهم وتعزيز مشاركة قاعدة عملائهم، بالإضافة إلى تكوين نوع من التواصل الوجداني مع المستهلكين.

وتتوفر لمنصات النشر مفتوحة المصدر مثل SHAREit، القدرة على مساعدة شركات التجارة الإلكترونية لزيادة إيراداتها على نحو ملحوظ ورفع متوسط قيمة الطلب، بفضل خدمة الإعلانات المستهدفة عبر الإنترنت والحلول الفريدة لجذب العملاء. ويعود السبب الأساسي في ذلك، إلى توجه المستخدمين لمشاركة روابط المنتجات والتطبيقات والعروض الرقمية في دائرتهم الاجتماعية. ويتم تشجيع مستخدمي منصات النشر هذه، على مشاركة المنتجات والتطبيقات عبر أنشطة النظام الأساسي. وتمكنت العلامات التجارية الرئيسية في قطاعات التجارة الإلكترونية والتسليم والسلع الاستهلاكية والهواتف المحمولة، من تحقيق مستويات عالية من الأداء بفضل حملات SHAREit.

وتعتبر SHAREit منصة أساسية تعتمدها شرائح واسعة من المستهلكين والمجتمعات التي تحتفل بشهر رمضان المبارك، متميزة بسجل رائد في تلبية احتياجات العملاء، وتزويد المستخدمين بمنصة محتوى متكاملة. ووفقاً للإصدار 14 لمؤشر أداء AppsFlyer خلال النصف الثاني من عام 2021، صنفت SH – REit في المرتبة رقم 4 من حيث الحجم وقوة الأداء في الفئات غير المخصصة للألعاب والمرتبة رقم 7 في جميع الفئات على مؤشر عمليات الشراء داخل التطبيق (IAP). وتظهر هذه الحقائق، المدى العالي من التأثير والريادة اللذين تتمتع بهما المنصة على المستوى المحلي والإقليمي، بالإضافة إلى الإمكانات التي تتوفر للشركات بفضل خدمات الدعم الإعلاني الذي تقدمه SHAREit لعملائها خلال شهر رمضان.

«علي بابا كلاود» معظم الشركات الآسيوية تتوقع زيادة الاستثمار السحابي في 2023

يتوقع 84 % من المستخدمين الحاليين للخدمات السحابية زيادة استثماراتهم في التكنولوجيا السحابية في عام 2023، بينما ينوي أكثر من أربعة من كل خمسة (84 %) ترحيل أعمالهم بالكامل إلى السحابة في غضون عامين، كما ورد في تقرير استطلاع جديد بعنوان "الجيل التالي للإستراتيجية السحابية من في آسيا"، والذي جرى بتكليف من شركة علي بابا كلاود، العمود الفقري للذكاء والتكنولوجيا الرقمية في مجموعة علي بابا.

استثمار متزايد في السحابة

بينما تنقل المزيد من الشركات أعمالها الأساسية إلى شبكة الإنترنت لإدارة أعباء العمل بكفاءة في عالم ما بعد الوباء، تخطط الشركات الآسيوية التي تستخدم الخدمات السحابية بالفعل زيادة استثماراتها السحابية خلال العام المقبل.

وستأتي الزيادة على الأرجح من تايلاند (95 %) وإندونيسيا (94 %) والفلبين (91 %) ومنطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة (83 %) وسنغافورة (83 %)، في حين أن نسبة أكبر من الشركات التي شملها الاستطلاع في اليابان وكوريا الجنوبية تشير إلى أنها ستحافظ على مستويات استثماراتها الحالية. وعلى صعيد القطاعات الرئيسية، من المتوقع أن يشهد قطاع الألعاب أكبر زيادة في الاستثمار السحابي، يليه قطاع الإعلام والاتصالات وقطاع الإنترنت والتكنولوجيا وقطاع الخدمات المالية.

وفيما يتعلق بأولويات الاستثمار، سيركز جزء أكبر من الشركات في آسيا على تحليلات البيانات والذكاء الاصطناعي (53 %) والحوسبة السحابية (52 %) والأتمتة (46 %). كما أن عزم أكثر من نصف الشركات (52 %) على زيادة الاستثمار في الحوسبة السحابية يؤكد أهمية البنية التحتية السحابية في دعم نمو الأعمال.وقالت سيلينا يوان، نائب رئيس مجموعة علي بابا رئيس الأعمال الدولية في علي بابا كلاود إنتيليجنس: "يكشف البحث الأخير عن رؤى مهمة حول الشركات ومقدمي الخدمات السحابية في آسيا. فقد أصبح اعتماد السحابة شرطًا أساسيًا لنجاح الأعمال ويقوم عملاؤنا باعتماد استراتيجية سحابية متنوعة لتعزيز نمو الأعمال في العصر الرقمي. وحيث أن البنية التحتية السحابية تشكل الأساس الأهمّ للعديد من الابتكارات المتطورة مثل الذكاء الاصطناعي التوليدي، فنحن لا نزال ملتزمين بتقديم الحلول السحابية التي أثبتت كفاءتها للشركات في مختلف الصناعات ودعم انتقالها السلس إلى الخدمات السحابية".

وفي حين أن أكثر من ثلثي الشركات التي شملها الاستطلاع (69 %) قد استخدموا السحابة لمدة ثلاث سنوات على الأقل، تعدّ الشركات الموجودة في منطقة هونغ كونغ الإدارية الخاصة واليابان وسنغافورة أول من تبنت ذلك، حيث أن واحدة فقط من كل خمسة شركات (20 %) لديها خبرة تقل عن ثلاث سنوات في استخدام الخدمات السحابية. وعلى صعيد القطاعات، يتمتع قطاع الإنترنت والتكنولوجيا وقطاع التصنيع والخدمات المالية بأعلى مستوى من النضج السحابي.

وقد قامت علي بابا كلاود بتكليف شركة أبحاث السوق العالمية Niels–nIQ لإجراء الاستطلاع، بهدف اكتساب فهم أفضل لحالة اعتماد الاستراتيجيات السحابية السائدة – الخاصة والعامة والمختلطة – في أنحاء آسيا.

التحول الكامل إلى السحابة بحلول عام 2024

يكشف البحث أيضًا أن 84 % من الشركات المشمولة بالاستطلاع تتوقع التحول الكامل إلى السحابة خلال العامين المقبلين، مدفوعة جزئيًا بالاحتياجات الجديدة التي ظهرت خلال الوباء. كما يتوقع أكثر من ثلث المستجيبين (36 %) تحولاً كاملاً إلى السحابة خلال الأشهر الستة المقبلة.

وقد أدت تداعيات كوفيد19–إلى تغييرات كبيرة في استخدام تكنولوجيا المعلومات لدى الشركات المشمولة بالاستطلاع، حيث أبلغ 54 % منها عن زيادة استخدام البرمجيات السحابية وأبلغ 41 % عن تسارع في عملية انتقالهم إلى السحابة.

اعتماد سحابي أكثر تنوعًا

في وقت إجراء الاستطلاع، كانت السحابة الخاصة (40 %) هي الاستراتيجية الأكثر شيوعًا في آسيا، تليها السحابة العامة (27 %). وتفضّل الشركات اختيار السحابة العامة نظرًا لشهرتها من حيث الأمان وموثوقية الدعم المحلي وجاذبية الأسعار، حيث يتوقع 38 % من الشركات التي شملها الاستطلاع زيادة الاستثمار في هذه السحابة بأكثر من الخمس في العام المقبل.وفي الأسواق الآسيوية المشمولة بالاستطلاع، تتمتع كوريا الجنوبية بأعلى نسبة في اعتماد السحابة العامة (43 %). وأبرز القطاعات التي تستخدم السحابة العامة حاليًا هي الألعاب والقطاع العام، التجزئة، الإنترنت والتكنولوجيا.

وفي الوقت نفسه، يشهد اعتماد السحابة المختلطة تزايدًا مستمرًا، حيث سجل الاستطلاع زيادة صافية في معدل الاعتماد الحالي بمقدار 7 نقاط مئوية مقارنة بالاعتماد الأولي للاستراتيجية السحابية لدى المستجيبين. علاوة على ذلك، تحولت النسبة الأعلى 39 % من المستجيبين الذين غيروا استراتيجيتهم السحابية إلى السحابة المختلطة.

وتميل الشركات إلى اختيار السحابة المختلطة من أجل الخدمات السحابية المخصصة بالإضافة إلى الأمان.

وأضافت يوان بالقول: "يشير اعتماد استراتيجيات سحابية متنوعة في آسيا إلى أن الشركات تبحث عن بنى تحتية مرنة ومتينة وآمنة من أجل رقمنة أعمالها. وبصفتنا مزودًا رائدًا للخدمات السحابية، سنواصل تقديم خدمات سحابة عامة آمنة ومبتكرة لتلبية هذا الطلب".

«التجاري» يوزع سلال رمضان على الأسر المتعففة

انطلاقاً من حرصه على تعزيز التواصل مع فئات المجتمع كافة، وفي إطار حملة «ضاعف أجرك مع التجاري» الموجهة لعملاء البنك والهادفة إلى تحقيق التكافل الاجتماعي عن طريق قيام البنك بالتبرع بمبلغ مماثل لما يقوم به أي متبرع للجمعيات والجهات الخيرية المشاركة في الحملة من خلال حساباتها لدى البنك التجاري، قام البنك، بالتعاون مع جمعية الشيخ عبدالله النوري الخيرية، بتوزيع سلال رمضان على الأسر المتعففة.

وعن ترتيبات توزيع سلال رمضان الغذائية بالتعاون مع جمعية عبدالله النوري، قالت نائب المدير العام، قطاع التواصل المؤسسي في البنك التجاري الكويتي، أماني الورع: "لقد جاءت فكرة توزيع السلال على الأسر المتعففة متزامنة مع دخول شهر رمضان الفضيل الذي تتجسد فيه روح التكافل والتآزر الاجتماعي حيث تأتي هذه البادرة من البنك إيمانا منه بضرورة مد يد العون والمساعدة للأسر المتعففة والمساهمة في توفير مستلزمات شهر رمضان المبارك لهذه الأسر".

وتابعت أماني الورع مؤكدة أن البنك يحرص على تكريس مفهوم العمل الاجتماعي التطوعي والمساهمة في العديد من الفعاليات الإنسانية والخيرية في شهر رمضان الفضيل ضمن برنامج اجتماعي يدعم المبادرات الخيرية والإنسانية الموجهة للفئات الأكثر احتياجاً.

وعن آلية التبرع والمشاركة في حملة ضاعف أجرك مع التجاري، أوضحت أماني الورع أنه يمكن لعملاء التجاري الدخول إلى حساباتهم من خلال تطبيق التجاري وخدمة الأونلاين والتبرع بحد أدنى 5 دينار كويتي، حيث سيقوم البنك بإيداع مبلغ مماثل للمبلغ الذي يقوم المتبرع من عملاء البنك بإيداعه في حساب الجمعيات والجهات الخيرية التي تحتفظ بحسابات لدى البنك التجاري من خلال صفحة التبرعات، مشيدة بالتجاوب الجيد التي تحظى به هذه الحملة من قبل متابعي صفحات البنك على مواقع التواصل الاجتماعي وموجهة بالشكر للمتبرعين من عملاء البنك التجاري وكذلك الجهات المشاركة في الحملة.