تأثير Googleفي الإمارات العربية المتحدة

PUBLICFIRST

تأثير Googleفي الإمارات العربية المتحدة

معلومات عنا

Public First هي شركة متخصّصة في تقديم الاستشارات الاقتصادية وفي مجال السياسات. نحن متخصصون في أبحاث الرأي الكمية والنوعية، والنمذجة الاقتصادية وتحليل السياسات.

إن Public First عضو في مجلس الاقتراع البريطاني، ويضم فريقها خبراء اقتصاد وعلماء النفس المعرفي وخبراء في أبحاث الرأي ومستشارين سابقين في السياسة الحكومية.

A: Public First Ltd, Tufton Street, SWP QB, London
T: + (44) 020 368 72761
E: info@publicfirst.co.uk
www.publicfirst.co.uk

إخلاء مسؤوليّة: تم عمل البحث الخاص بهذا التقرير، ووقعت الفترة التي يغطيها، قبل جائحة كوفيد19- الأخيرة. هدف تشكيل نماذجنا واقتراعاتنا إلى قياس تأثير غوغل في عام 2019. بينما مازال الوقت مبكراً جدّاً للتأكّد من الآثار الاقتصاديّة طويلة المدى للجائحة، شهدنا في الشهور الأخيرة كيف يمكن للوسائل الرقميّة مساعدة العائلات على مواصلة الاطّلاع والتواصل، والشركات التجاريّة على التكيّف مع أساليب العمل الجديدة.

محتويات

6 أهم 10 استنتاجات

10 المقدّمة

14 الاقتصاد

20 مساعدة العملاء

31 الأعمال والابتكار

49 العاملون والإنتاجية

60 الأمن

66 الملحق

تأثير Google في الإمارات العربية المتحدة في 2019

1

في المُجمل، نقدّر أن منتجات Googleتولّد ما بين 4.5 و10.2 مليار درهم إماراتي سنويًا في النشاط الاقتصادي. على مدار السنوات الخمس الماضية، نما النشاط الاقتصادي القائم على محرك البحث وإعلانات Googleبنسبة 157% من حيث القيمة الاسمية.

10.2 مليار درهم إماراتي

2

تساعد Googleقطاعات مثل السياحة على الازدهار. أكثر من 92% من مستخدمي محرك البحث من Googleفي الإمارات العربية المتحدة يستخدمون محرك البحث مرة واحدة على الأقل في السنة لمساعدتهم في البحث عن عطلة ترفيهية، بينما وافقت 86% من الشركات السياحية على أن البحث عبر الإنترنت سهّل على السياح الوصول إلى شركاتهم.

3

يوفّر محرك البحث من Google وخرائط Google للشخص العادي حوالي 35.4 ساعة في السنة في الإمارات العربية المتحدة. وهذا يعادل أربعة أيام عمل إضافية وذلك من خلال تسهيل البحث عن المعلومات والوصول إلى المكان الذي ترغبون في السفر إليه.

35.4 ساعة في السنة

4

في المُجمل، تشير تقديراتنا إلى أن القيمة الإجمالية لمحرك البحث والخرائط وYouTube للمستهلكين هي حوالي 284 درهمًا إماراتيًا شهريًا لمستخدم الإنترنت في الإمارات العربية المتحدة. يعادل إجمالي فائض المستهلك حوالي 3.27% من الناتج المحلي الإجمالي، وهو ما يعادل حجم قطاع المعلومات والاتصالات في الإمارات العربية المتحدة.

5

. يُعد البحث عبر الإنترنت طريقة مهمّة تُساعد العملاء في البحث عن الشركات. في المُجمل، نقدّر أن حركة الإحالة والإعلانات المدفوعة من خلال محرك البحث من Google وإعلانات AdSense وGoogle تتراوح بين 4.1 و9.8 مليار درهم في النشاط الاقتصادي في الإمارات العربية المتحدة من خلال مساعدة الشركات على الوصول إلى مجموعة أكبر من العملاء.

6

. تسعي Googleإلى إنشاء قطاع تجاري أكثر تركيزًا على المستهلك.
85% من المتسوّقين يعتقدون أنهم يتخذون قرارات شراء أفضل بفضل المعلومات التي يحصلون عليها عبر الإنترنت، وتعتقد 89% من الشركات أنه بسبب الإنترنت أصبح من الأصعب محاولة بيع سلع أو أغذية أو خدمات متدنية الجودة.

7

تساعد Googleفي تعزيز انتاجية العاملين.
وافق 85% من العاملين على أن محرّكات البحث تسهّل عملهم وتخفّض الوقت اللازم لتنفيذه. في المُجمل، نقدر أن محرك البحث من Googleو GoogleG Suite يساهمون على الأقل 4.1 مليار درهم إماراتي سنويًّا في الاقتصاد الإماراتي.

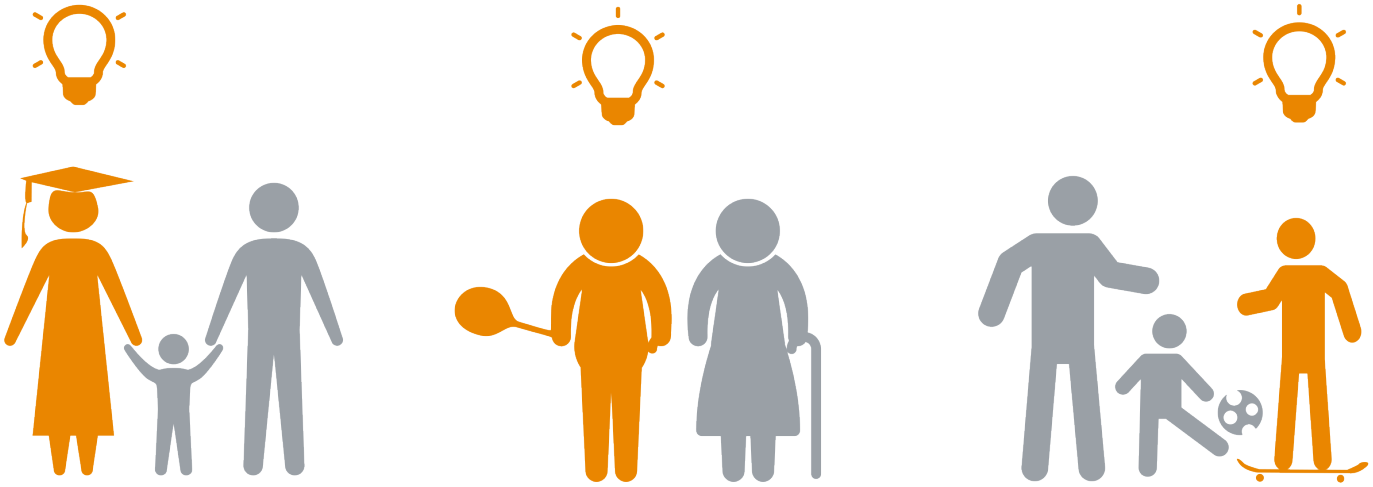
4.1

إماراتي مليار درهم

8

تساعد Googleالأفراد على البحث عن الوظائف وتعلّم مهارات جديدة. كل عام،
يستخدمه 87% من مستخدمي محرك البحث الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا للبحث عن الوظائف، ويستخدمه 79% منهم للحصول على نصائح بشأن سيرتهم الذاتية. 89% من مستخدمي محرك البحث من Googleيستخدمونه مرة واحدة على الأقل شهريًا لتعلّم مهارة جديدة.

%79



9

يستخدم محرك البحث من Googleأفراد من كافة الأعمار بغرض التعلّم. 84% من مستخدمي محرك البحث أفادوا أنهم الآن يبحثون عن الأمور غير المتأكدين منها أكثر مما كانوا يفعلون قبل وجود محرّكات البحث.

10

يساعد محرك البحث من Googleفي الحفاظ على أمان الأفراد أثناء استخدام الإنترنت. 79% من مستخدمي الإنترنت في الإمارات العربية المتحدة أفادوا أنهم يخشون عمليات الاحتيال أو الخداع على الإنترنت، و72% أعربوا عن قلقهم حيال استخدام الأطفال للتكنولوجيا. للمساعدة في الحفاظ على أمان الأسر، قامت Googleبتدريب 30,000 من الطلاب وأولياء الأمور والمعلّمين على الأمان أثناء استخدام الإنترنت من خلال برنامج أبطال الإنترنت.

مقدّمة - تأثير Google في الإمارات العربية

أدخلت شبكة الإنترنت التاريخ في حقبة غير مسبوقة من الخيارات أمام العملاء والشركات

في عام 2018، ولأول مرة، تمكّن أكثر من نصف سكان العالم من استخدام الإنترنت.[1]فكل يوم، يتم إنشاء حوالي 900 مليون جيجا بايت من البيانات الجديدة - أي ما يعادل 30 تريليون صورة رقمية.[2]

بينما في المعدل قد يتوفّر لدى محال السوبر ماركت 30,000 منتج وقد تقدّم شركات كابل التلفاز بضع مئات من القنوات، اليوم أصبح بإمكان متاجر التجزئة على الإنترنت تقديم أكثر من 500 مليون منتج ويتم تحميل أكثر من 500 ساعة من المحتوى الجديد على YouTubeوحده كل دقيقة.[3]

وبالرغم من أننا نتحدث غالبًا عن الفوائد التي يقدّمها الإنترنت للمستهلكين مثل انخفاض الأسعار وزيادة الشفافية، ولكن الأهم من ذلك هو زيادة الخيارات المتاحة والمستوى الكبير من التنوّع. أشارت أحد التقديرات الأكاديمية التي صدرت في وقت مبكر نسبيًا في تاريخ الإنترنت أن المكاسب الناتجة مثلاً عن زيادة الخيارات هي 7 إلى 10 مرّات أهم من المكاسب المتعلقة بانخفاض الأسعار أو ارتفاع عدد الشركات المنافسة.ولأول مرة، يمكن لأي شخص يملك هاتفًا[4] ذكيًا أو يمكنه الوصول إلى متصفح الإنترنت البحث عن الكثير من المواد الأدبية أو العلمية أو الأفلام أو الموسيقى أو الأخبار أو الألعاب في العالم.

وبينما حوّلت شبكة الإنترنت حياة المستهلكين، إلا أنها وسعت أيضًا نطاق الخيارات للشركات بشكل جذري. ومثلما يمكن للمستهلكين البحث عن سلع من أي مكان في العالم، يمكن كذلك للشركات الاستفادة من أسواق جديدة لخدماتهم. وقد ساهم ذلك في تأسيس أنواع جديدة من الشركات المتوّجهة نحو الأسواق العالمية، من شركات التصنيع الصغيرة إلى أنواع جديدة من الشركات المختصّة بإنشاء المحتوى.

تساعد Googleالأشخاص على إنجاز المهام وتدعم الشركات في التقدّم والنمو بشكل أسرع

إن رسالة Googleهي «تنظيم المعلومات حول العالم وجعلها في متناول الجميع ومفيدة". وباعتبارها بوابة الوصول إلى شبكة الإنترنت للعديد من الأشخاص، مَكّنت منتجات Googleمثل محرك البحث وYouTubeوأندرويد من استعراض عدد هائل من المعلومات الجديدة المُنشأة على شبكة الإنترنت.

في هذا التقرير، كلفتنا Googleبالسعي لفهم وتحديد أفضل الطرق التي تساعد بها منتجاتها الأفراد والشركات وتُمكنهم في الإمارات العربية المتحدة:

- **كيف تدعم منتجات Googleالنمو الاقتصادي في الإمارات العربية المتحدة.** ننظر إلى التأثير الاقتصادي العام لGoogleفي الإمارات العربية المتحدة، وكيف تعمل على تمكين قطاعات مثل السياحة وتجارة التجزئة.
- **الطرق المختلفة التي تساعد بها منتجات Googleالأفراد والأسر في حياتهم اليومية.** ندرس كيف تساعد منتجات Googleالأفراد على التعلّم، وتوفير الوقت، والتواصل بشكل أفضل مع أصدقائهم وأسرهم.
- **كيف تساعد Googleالشركات على النمو والابتكار.** ندرس كيف تقوم Googleبتيسير تواصل الشركات الصغيرة مع عملائها في كافة أنحاء العالم، مما يمنح قوة أكبر للمستهلكين ويساهم في إنشاء أنواع جديدة تمامًا من الشركات.
- **تساعد Googleفي زيادة انتاجية الناس وتساعدهم على تعلّم مهارات جديدة والتقدّم في حياتهم المهنية.** ندرس كيف يستخدم العاملون منتجات Googleلإنجاز المزيد من المهام، فمحرك البحث من Google وسيلة مهمّة بشكل متزايد للباحثين عن عمل وإمكانات الذكاء الاصطناعي تدعم بشكل إضافي العاملين في زيادة انتاجيتهم.
- **كيف تساعد Googleالأفراد على التعلّم عبر الإنترنت واستخدامه بطريقة آمنة.** ندرس كيف يستخدم الأفراد من كافة الأعمار في الإمارات العربية المتحدة Googleللتعلّم، وما هي الأمور التي يعتبرونها ضرورية لتعزيز الاستخدام الآمن للإنترنت.

---

1 اتجاهات الإنترنت 2019، ماري ماكر وبوند، https://www.bondcap.com/report/itr19/#view/9

2 العملية الحسابية للكاتب مستمدة من https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf

3 عدد وحدات SKU في سوبر ماركت نموذجي من https://www.fmi.org/our-research/supermarket-facts; عدد وحدات SKU من تاجر تجزئة على الإنترنت من https://www.scrapehero.com/number-of-products-on-amazon-april-2019/; تحميل مقاطع الفيديو على يوتيوب من https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/

4 فائض المستهلك في الاقتصاد الرقمي: تقدير قيمة التنوّع المتزايد للمنتجات لدى بائعي الكتب على الإنترنت، إريك برينجولفسون، يو (جيفري) هو، مايكل دي سميث،

جزء كبير من القيمة التي تولّدها Google غير مشمول في الإحصاءات الاقتصادية التقليدية

العديد من المنتجات الأكثر شعبية على الإنترنت مفتوحة ويمكن لأي شخص استخدامها - بما في ذلك العديد من خدمات جوجل الرائدة، مثل بحث جوجل، ويوتيوب،

وأندرويد. تقيس الإحصاءات الاقتصادية التقليدية قيمة الأعمال التجارية أو المنتجات من خلال الزيادات في المعاملات الاقتصادية التي تنشئها - وبعبارة أخرى، كم دفعنا مقابل شيء ما. وهذا يعني أنها لا تلتقط العديد من التأثيرات الإيجابية الناتجة عن منتجات جوجل المفتوحة - بدءاً من توفير الوقت لنا في المنزل، إلى تسهيل التواصل مع الأقارب البعيدين. حسبت دراسات أخرى أنه إذا أدرجت القيمة التي توفرها جميع خدمات الإنترنت المفتوحة في الناتج المحلي الإجمالي، فسوف يعزز ذلك معدل النمو بنسبة 0.7 نقطة مئوية في السنة.

ولفهم النطاق الكامل للتأثير الذي تحققه Googleبشكل أفضل، قمنا بدمج مجموعة من تقنيّات البحث النوعيّة والكميّة. وأجرينا استطلاعًا جديدًا تمثيليًا على المستوى الوطني شمل 1000 شخص في من جميع مناطق دولة الإمارات العربية المتحدة، لمعرفة كيفية استخدامهم لمنتجات Googleفي حياتهم العادية وحجم القيمة التي تمّ توليدهم لهم من خلال تلك المنتجات. وفي الوقت ذاته، تحدّثنا إلى 497 من كبار رجال الأعمال من قطاعات مختلفة ومن شركات بأحجام مختلفة لتقييم الفرق الذي أحدثته تلك المنتجات في القوى العاملة لديهم. وأخيرًا، وضعنا نماذجًا اقتصادية متعددة يمكن أن تساعدنا في تحديد الحجم الإجمالي للفوائد التي تحققها Googleللاقتصاد أو مستوى المعيشة في الإمارات العربية المتحدة.

في المُجمل، نقدّر، حسب القياسات التقليدية، أن منتجات Google**تدعم ما بين 4.5 و10.2 مليار درهم في النشاط الاقتصادي للشركات المحلية**.

ولكن القيمة التي تولّدها منتجات Googleوالوقت الذي توفّره في الحياة اليومية يعتبران أيضًا عاملين مهمين تمامًا كالقيمة الاقتصادية التقليدية المذكورة. قد يلزم تعويض الشخص العادي في الإمارات العربية المتحدة بمبلغ 284 درهم إماراتي شهريًّا لكي يتخلى طوعًا عن استخدام منتجات جوجل.

كيف قمنا بقياس تأثير Googleفي الإمارات العربية المتحدة

في الغالب لا تأخذ الإحصاءات الاقتصادية التقليدية في الحسبان الفوائد الكاملة للاقتصاد الرقمي، مثل توفير الوقت أو زيادة الفرص التي يمكن أن يوفرها الوصول السهل والسريع إلى المعلومات. وينطبق ذلك أيضًا على المطبعة والتلفاز. ولكن إذا كان هناك شيء يصعب قياسه، فهذا لا يعني أنه غير مهم.

في هذه الورقة، حاولنا استخدام مجموعة من الطرق المختلفة لقياس الأثر الاقتصادي والدعم الذي يقدّمه محرك البحث من GoogleوYouTubeوأندرويد ومنتجات Googleالأخرى:

- للبدء، استندنا إلى التقارير السابقة حول تأثير جوجل[5] واستخدمنا النمذجة الاقتصادية التقليدية القائمة على تقديرات جهات خارجية لحجم سوق Googleفي الإمارات، والعوائد المحتملة على الاستثمار والتحسينات في الإنتاجية لقياس النشاط الاقتصادي الذي تولّده منتجات Google مثل محرك البحث من جوجل، وإعلانات جوجل، وAdSense، ويوتيوب، وأندرويد، وخدمات Google السحابية.
- ولتقديم صورة أشمل عن الفوائد، لقد أجرينا استطلاعًا عامًا موسعًا لمعرفة طريقة استخدام الأفراد والشركات لمنتجات Googleوالفرق الذي أحدثته في أنشطتهم الترفيهية وفي عملهم وفي مجتمعهم. وبالعمل مع MSI، أجرينا استطلاع رأي مع عينة تمثيلية على مستوى الدولة ضمت 1000 شخص بالغ و497 من كبار المدراء الشركات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة في الإمارات العربية المتحدة، وطرحنا عليهم 50 و23 سؤالًا على التوالي عن تجربتهم في استخدام Googleوالمنتجات الأخرى المتوفرة على الإنترنت. إن Public First عضو في مجلس الاستطلاعات البريطاني ويمكن تنزيل الجداول الكاملة لجميع البيانات المستخدمة في هذا التقرير من موقعنا الإلكتروني.
- وأخيرًا، قمنا بالاطلاع على 20 دراسة حالة متعمقة حول كيفية استخدام الشركات والأفراد من مختلف المناطق والقطاعات في الإمارات العربية المتحدة لGoogleلدعم وتوسيع أعمالهم.

نتعمق أكثر في منهجيتنا في الفصل الأخير، حيثُ نوضح كيف تساهم في النقاش الأوسع حول قياس القيمة التي قدّمها الإنترنت. تتوفّر التفاصيل التقنية الكاملة في ملحق في نهاية التقرير..

رُغم تكليف Googleلشركة Public First بإجراء هذا التقرير، إلا أنّ جميع التقديرات مستمدة من معلومات رسمية وخاصة وواردة من جهات خارجية.

5. بما في ذلك تأثير جوجل الاقتصادي (الولايات المتحدة 2019، جوجل)، تأثير جوجل في المملكة المتحدة: في المنزل وفي المدرسة وفي العمل (المملكة المتحدة 2018، Public First)، تأثير جوجل الاقتصادي (كندا 2018، ديلويت)، تأثير جوجل الاقتصادي والاجتماعي (نيوزيلندا 2017، آلفا بيتا)، تأثير جوجل الاقتصادي والاجتماعي (أستراليا 2015، آلفا بيتا) وتأثير جوجل الاقتصادي: المملكة المتحدة (المملكة المتحدة 2014، ديلويت)

تدعم Googleالنمو الاقتصادي لدولة الإمارات العربية المتحدة

قيمة منتجات Googleفي الاقتصاد

كيف تدعم Googleالنمو

عندما نفكّر في النشاط الاقتصادي القائم على الإنترنت، فإننا نركز غالبًا على الجهات المختصّة بإنشاء البرامج والأجهزة التي نستخدمها كمستهلكين، أي الجهة التي تعمل على تصنيع أحدث الأدوات والتطبيقات التي نستخدمها.

في الواقع، إنّ الأهمية الاقتصادية للتأثير غير المباشر للتكنولوجيا الجديدة أكبر من الأهمية الاقتصادية للإيرادات المباشرة لتلك الجهات. ما يجعل التكنولوجيا مهمة هي قدرتها على تعزيز مستوى الإنتاجية لدى الشركات والعمالة في كافة القطاعات الاقتصادية.

وهذا ينطبق بشكل خاص على جوجل. في هذا التقرير، نركّز على أربع طرق عزّزت بها منتجات وخدمات Googleالنمو الاقتصادي في الإمارات العربية المتحدة:

- **لقد سهّلت على الشركات المحلية التواصل مع العملاء في الإمارات العربية المتحدة وحول العالم.** وفقًا لاستطلاعنا للشركات، ترى الشركات في دولة الإمارات العربية المتحدة أن البحث عبر الإنترنت هو الآن أهم وسيلة يستخدمها المستهلكون للوصول إليها وأهم من الاشتهار عن طريقة التداول في الأحاديث.
- **لقد وفرت Googleمنصات أساسية لأنواع جديدة من الوظائف والشركات.** على سبيل المثال، نُقدر أن YouTubeيحقّق 180 مليون درهم إماراتي لمُنشئي المحتوى المحليين.
- **لقد عزّزت Googleإنتاجية العاملين والشركات.** على الرغم من أننا لم ندرج هذه القيمة في تقديرنا الرئيسي للنشاط الاقتصادي المدعوم من جوجل، نقدّر أن زيادة الإنتاجية من خلال محرك البحث من Googleوتطبيقاته تساعد في توفير 4.1 مليار درهم إماراتي على الأقل للشركات الإماراتية سنويًّا.

الأثر الاقتصادي لجوجل

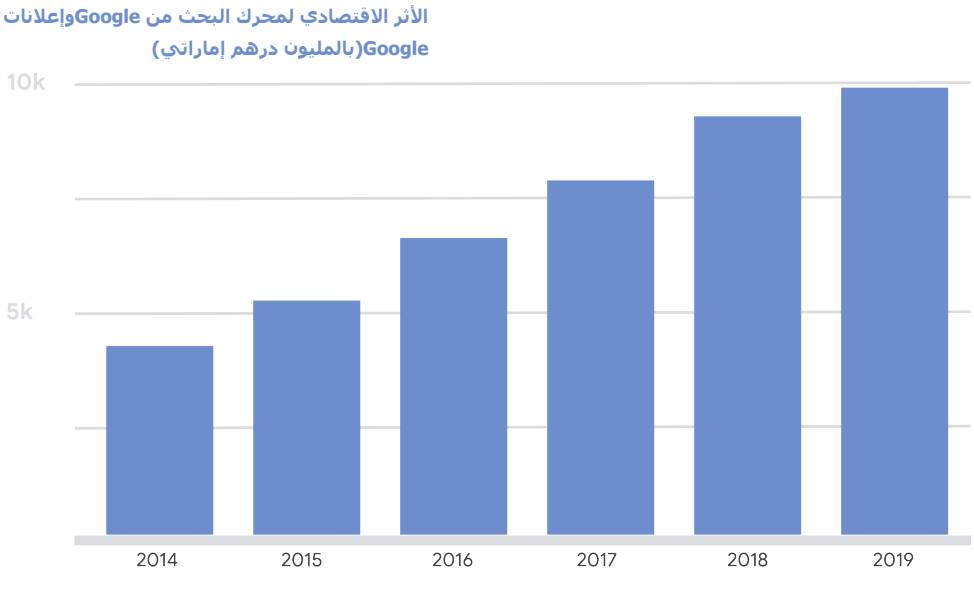
إذا تمّ قياسه بشكل متحفظ، نقدّر أنّ منتجات Googleتدعم **ما بين 4.5 و10.2 مليار درهم إماراتي في النشاط الاقتصادي للشركات الإماراتية.**

يعتمد هذا التقدير على تقديرات الجهات الخارجية لإيرادات الإعلانات في الإمارات العربية المتحدة، وبالتالي، قد يكون أقل من القيمة الكاملة التي ولّدتها Googleفي الإمارات العربية المتحدة.[6]

كشركة، تُعتبر الإعلانات المصدر الرئيسي لإيرادات جوجل، ويرد مبلغ كبير من القيمة التي تولّدها Googleللشركات الإماراتية قيد الدراسة من محرك البحث وإعلانات Google(4.1 مليار درهم إماراتي).

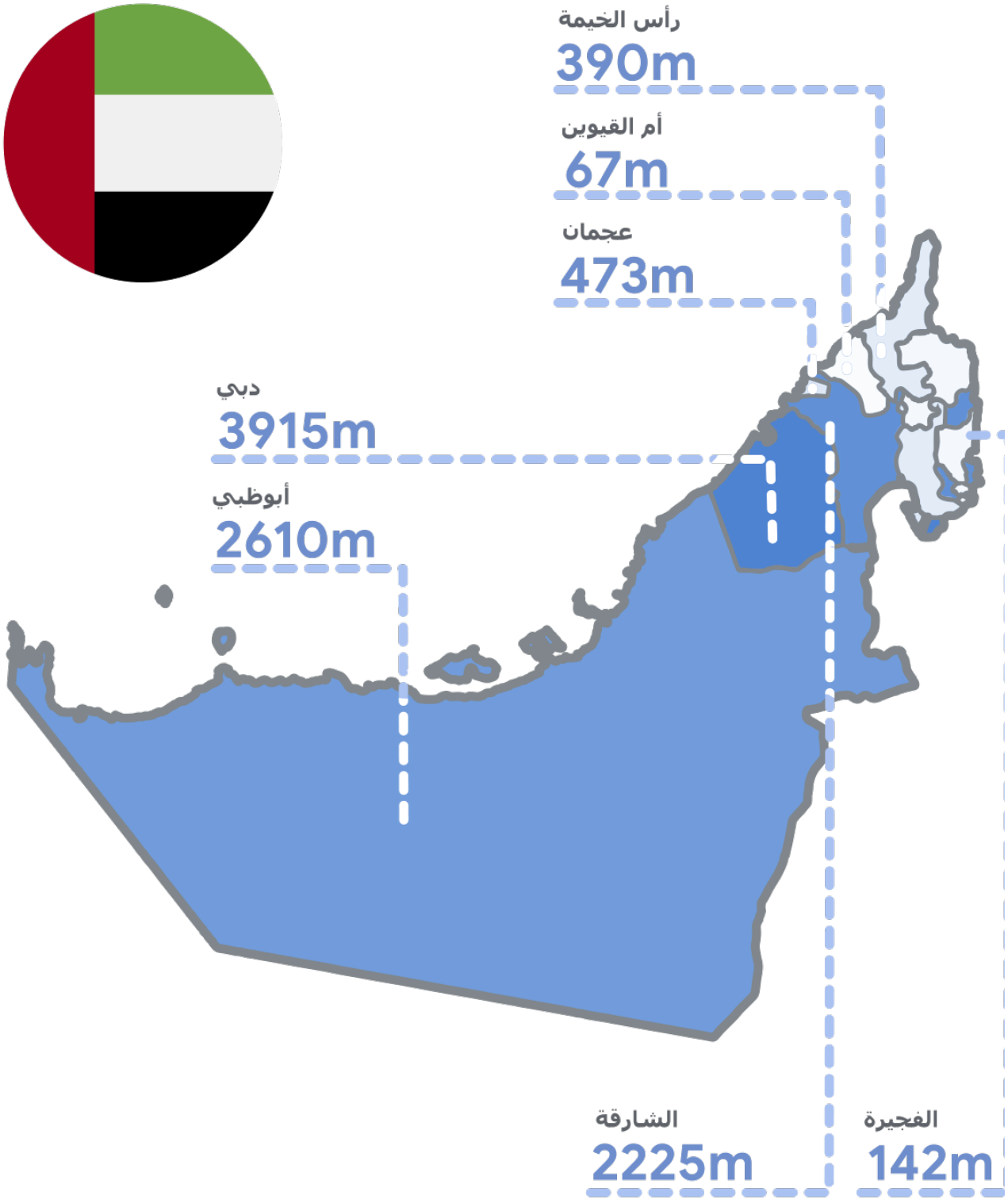
على مدار السنوات الخمس الماضية، نما النشاط الاقتصادي القائم على محرك البحث وإعلانات Googleبنسبة 157% من حيث القيمة الاسمية.

تتولّد هذه القيمة بشكل مباشر في كافة مناطق الدولة.



6 للاطلاع على منهجيتنا الكاملة، يُرجى الرجوع إلى الملحق في نهاية هذا التقرير

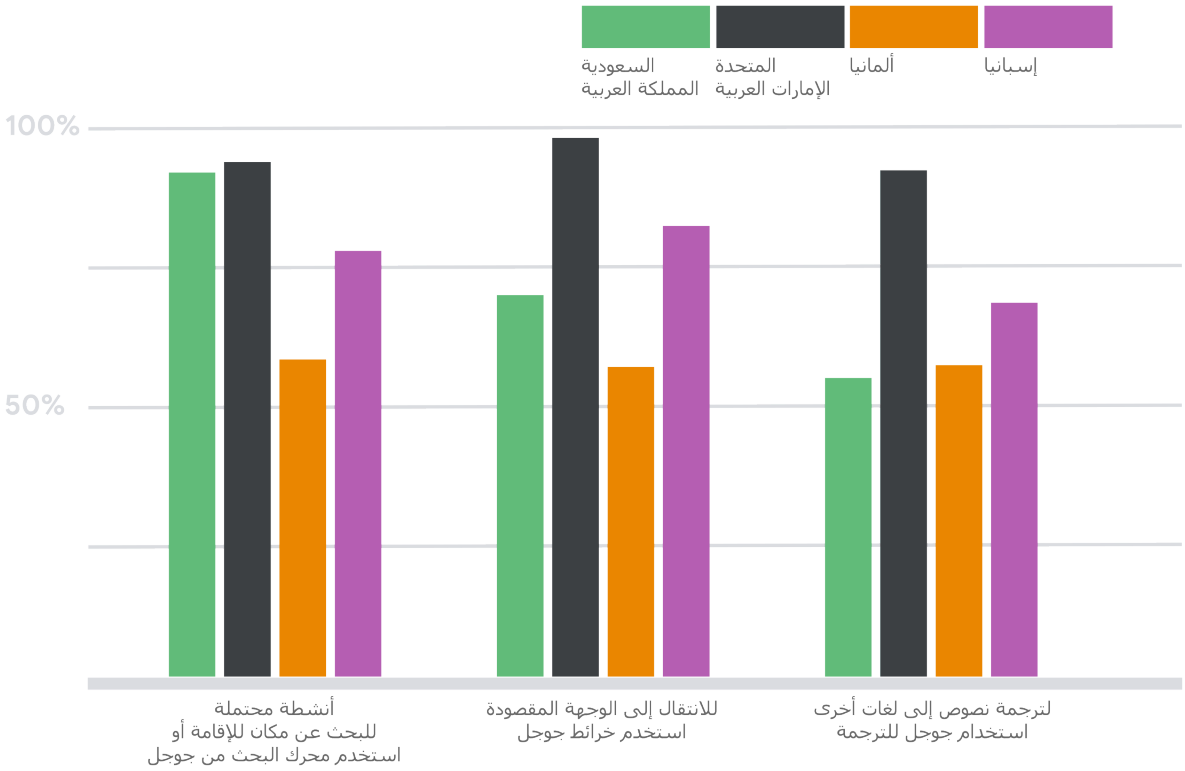
مساهمة Googleفي إجمالي القيمة المضافة حسب المنطقة (بالدرهم الإماراتي)



مساعدة قطاع السياحة

لنأخذ قطاع السياحة كمثال. يعد قطاع السياحة أحد القطاعات الرئيسية التي تساهم في اقتصاد الإمارات، وفقًا للمجلس العالمي للسفر والسياحة، حيث يدعم قطاع السياحة حوالي 5% من الناتج المحلي الإجمالي وأكثر من 300,000 وظيفة. ويقيم أكثر من 14 مليون زائر في دبي كل عام.

اكتشفنا في استطلاعات الرأي أن أدوات Googleأصبحت الآن أداة مهمة يستخدمها السياح من جميع أنحاء الشرق الأوسط وأوروبا لمساعدتهم على التصفّح والبحث عن أمور يقومون بها وللترجمة للغات مختلفة. أكثر من 92% من مستخدمي محرك البحث من Googleفي الإمارات العربية المتحدة يستخدمونه مرة واحدة على الأقل سنويًّا لمساعدتهم على البحث عن عطلة ترفيهية.

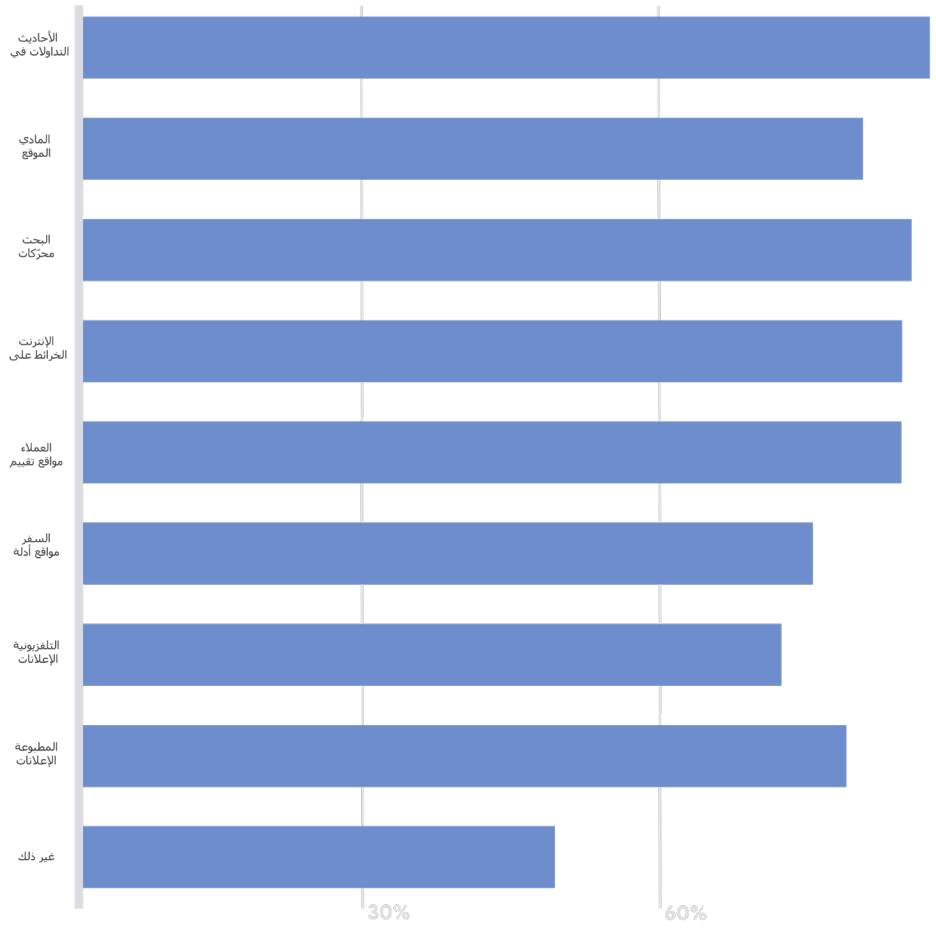


كما تستخدم الشركات السياحية أيضًا بشكل متزايد أدوات Googleلمساعدة العملاء المحتملين على الوصول إليها أو نشر تقييمات إيجابية عنها والإشادة بخدمتها الجيدة.

من الشركات السياحية التي تحدّثنا إليها:

- وافقت نسبة 86% على أن البحث على الإنترنت قد سهّل على السياح العثور على شركاتهم.
- وافقت نسبة 91% على أن التقييمات على الإنترنت زادت من أهمية خدمة العملاء الجيدة وذكرت نسبة 78% أنها خفّضت من أهمية الأدلة التقليدية
- وافقت نسبة 88% على أن المهارات الرقمية القوية يمكن أن تكون ميزة تنافسية مهمة لشركات السياحة

أي من الطرق التالية ترون أنها مهمة لكي يصل العملاء إلى شركتكم؟ (شركة سياحة)



مساعدة قطاع التجزئة

بالمثل، أثبتت أدوات Googleأنها مهمة كذلك لقطاع التجزئة في دولة الإمارات العربية المتحدة. بالإضافة إلى قطاع الضيافة، يعد قطاع التجزئة القطاع الأسرع نموًا في الإمارات العربية المتحدة، حيث تجاوزت قيمته 55 مليار دولار أو حوالي 16% من الناتج المحلي الإجمالي بنهاية عام 2016.[7]

معظم مستخدمي محرك البحث من Googleفي الإمارات العربية المتحدة يجدونه أداة مفيدة بشكل متزايد عند التسوّق:

%82

82% منهم يستخدمون محرك البحث من Googleمرة واحدة على الأقل شهريًّا للمساعدة في البحث عن عملية شراء كبيرة

%85

وافقت نسبة 85% على أنهم «يمكنهم اتخاذ قرارات شراء أفضل بسبب المعلومات التي يجدونها على الإنترنت»

7 https://www.khaleejtimes.com/business/retail/uae-retail-sector-continues-to-grow

عندما تحدّثنا إلى شركات البيع بالتجزئة:

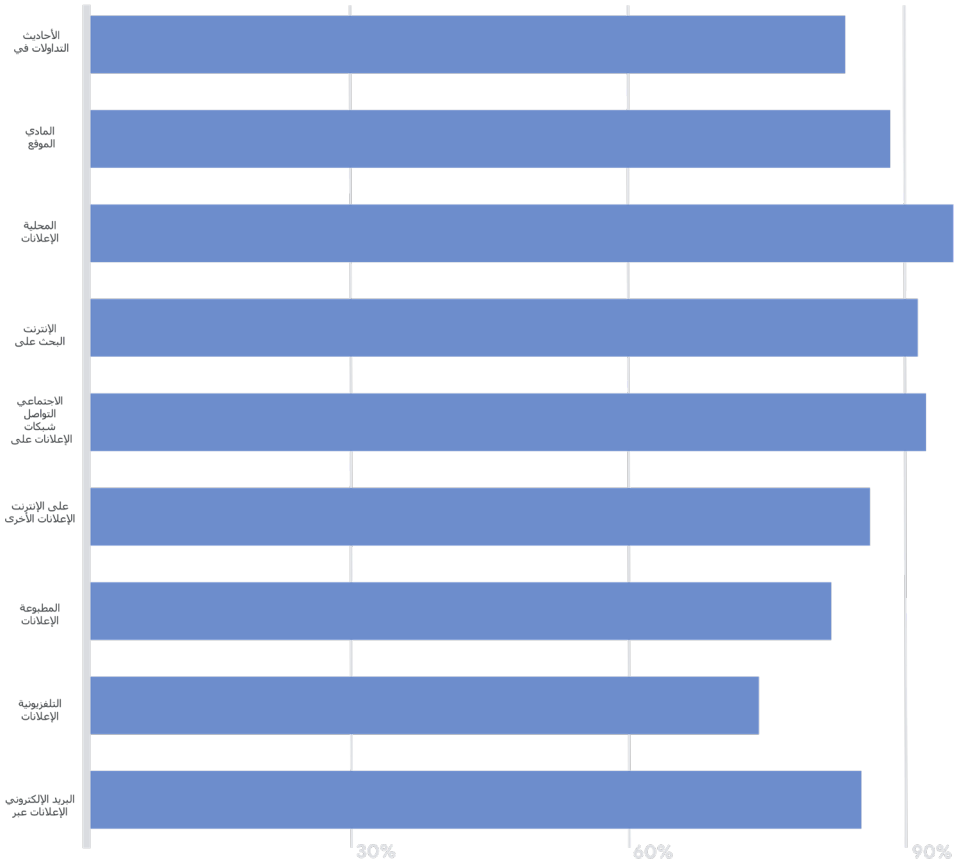
%93

وافقت نسبة 93% منها على أن محرّكات البحث على الإنترنت زادت أهمية الحفاظ على مستويات عالية من رضا العملاء

%93

وافقت نسبة 93% أن الأدوات المتوفرة على الإنترنت ساعدت شركاتهم بتوسيع وتطوسر أعمالهم بشكل أسهل

ما مدى أهمية كل طريقة من الطرق التالية كوسيلة لوصول العملاء إلى شركتكم؟ (شركة بيع بالتجزئة)



من خلال زيادة الشفافية والخيارات، زادت أدوات البحث والأدوات الأخرى على الإنترنت من المنافسة الفعالة، ممّا أدى إلى وجود المزيد من الشركات المنتجة وخدمة ذات جودة أفضل للعملاء النهائيين. ففي اقتصاد اليوم، لم يعد من السهل على الشركات تقديم سلعات أو خدمات متدنية الجودة من دون عواقب وخيمة.

وهذا لا يحدث فقط على شبكة الإنترنت ولكن يحدث أيضًا في التعاملات الشخصية. أفادت نسبة 94% أنهم استخدموا هواتفهم للبحث عن عملية شراء محتملة في متجر في العام الماضي. وهذا يتيح لهم تجنب المنتجات التي حصلت على تقييمات سيئة، والتأكد من أنهم يدفعون ثمنًا مناسبًا.

تقدّم Googleمنتجات
مفيدة وقيّمة للجميع

Googleتسهّل الحياة اليومية، مما يساهم في توفير الوقت الثمين

أهمية الوقت الإضافي

منذ عام 1960، انخفض متوسط ساعات العمل في الأسبوع في مكان العمل في الولايات المتحدة الأمريكية من 38 إلى 34 ساعة، أي بنسبة تجاوزت 8%.[8] وبقدر أهمية انخفاض ساعات العمل في المكتب، يُعتبر انخفاض الوقت الذي يقضيه الأفراد في أداء الأعمال المنزلية مهمًا ايضًا. في عام 1900، أشارت البيانات الواردة من أمريكا إلى أن الأسرة العادية تقضي 58 ساعة أسبوعيًا في إعداد وجبات الطعام والتنظيف وغسيل الملابس. وساعد وصول التقنيات المحلية الجديدة مثل غسالة الملابس والمكنسة الكهربائية والثلاجة في تقليل الوقت اللازم للأعمال المنزلية بشكل كبير. وبحلول عام 2015، كان متوسط الوقت الذي تستغرقه هذه الأعمال نفسها أقل من ثماني ساعات.

على الرغم من أننا لا نملك بيانات جيدة عن كل تاريخ، فقد تكرّرت هذه القصة في العديد من الدول. على عكس الزيادة في الإنتاجية في مكان العمل، فإن هذه الزيادة في وقت الفراغ لا تظهر مباشرة في إحصاءات الناتج المحلي الإجمالي الرسمية. ومع ذلك، فمن خلال تحرير الوقت بشكل كبير، ساهمت هذه التقنيات الجديدة في زيادة الأوقات الترفيهية، مما أتاح لأفراد الأسر قضاء المزيد من الوقت مع بعضهم البعض أو الاسترخاء أو متابعة مشاريعهم الأخرى. **في المتوسط، أشار الأفراد الذين شملهم الاستطلاع إلى أن الساعة الإضافية التي يتم قضاؤها كساعة ترفيهية تقدّر بمبلغ 131 درهم إماراتي لهم**، مما يشير إلى أن الوقت الإضافي الذي توفّره التكنولوجيا الحديثة سيكون ذا قيمة عالية.

في الوقت الحالي، التقنيّات الرقمية تسمح بشكل متزايد بتحرير الوقت في المنزل. في هذا القسم، ننظر إلى قيمة الوقت الذي توفّره منتجات Googleمثل محرك البحث والخرائط ومساعد جوجل. **في المُجمل، نُقدّر أن منتجات Googleتوفّر على الأقل 35.4 ساعة سنويًّا - أي ما يعادل يوم ونصف كوقت فراغ.**

8 https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=ANHRS

الاستخدامات الأكثر رواجًا لمحرك البحث من Googleفي الإمارات العربية المتحدة (الحجم = الرواج)

توفير الوقت باستخدام محرك البحث من Googleومساعد جوجل

تسهيل الوصول إلى المعلومات بشكل فارقًا كبيرًا في حياة الأشخاص. قبل وجود محرك البحث، كانت الطريقة الوحيدة للحصول على إجابة على الأسئلة هي طرح السؤال على صديق أو التوجّه إلى المكتبة.

عندما سألنا الأفراد في الإمارات العربية المتحدة عن سبب استخدامهم لمحرك البحث من جوجل:

السرعة	التغطية	الراحة
%98	%78	%85
%98 من مستخدمي محرك البحث أجابوا **السرعة**: فهو يوفّر لهم الوقت	%78 من مستخدمي محرك البحث أجابوا **التغطية**: فهو يوفّر معلومات غير متوفرة بطرق أخرى	%85 من مستخدمي محرك البحث أجابوا **الراحة:** يسهل استخدامه مقارنة بالبدائل

في المُجمل، يُقدّر أن **المستخدمين يوفرون ما لا يقل عن 22.8 ساعة سنويًّا باستخدام محرك البحث** مقارنة بالطرق الأخرى للعثور على المعلومات لأنه أسهل وأسرع في الوصول إلى إليها.[9]

ولكن من المحتمل أن يكون هذا الرقم أقل من الوقت الذي يتم توفيره باستخدام محرك البحث من جوجل. وإذا أخذنا في الاعتبار الوقت الذي يتم توفيره من خلال تطبيق المعلومات الجديدة من جوجل، مثل تجريب وصفة جديدة أو تعلّم مهارة جديدة، يُصبح الوقت الذي يتم توفيره أكبر.

9 القيمة الاقتصادية لجوجل، هال فاريان

Googleدودل

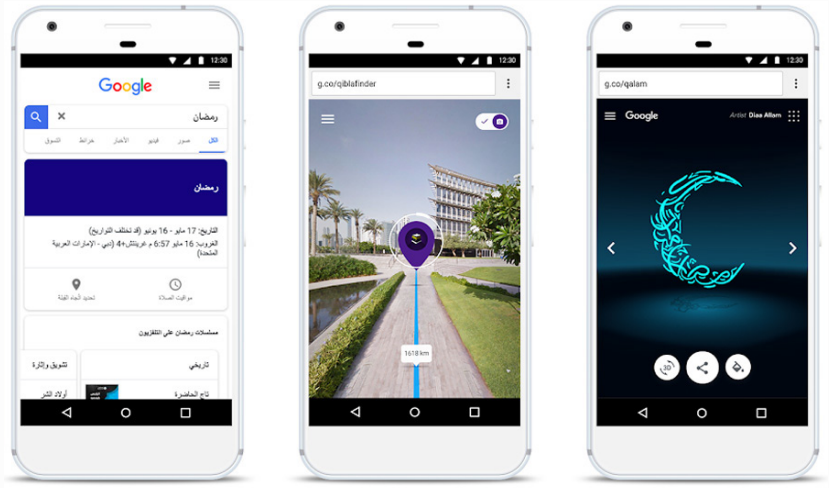
Googleدودل هي التغييرات المرحة والمدهشة التي يتم ادخالها على شعار Googleللاحتفال بالأعياد واحتفالات الذكرى السنوية وحياة الفنانين والرواد والعلماء المشهورين. تلتقي مجموعة من موظفي Googleبانتظام من أجل التفكير معًا وتحديد الأحداث التي سيُحتفل بها مع رسومات مبتكرة. وتأتي أفكار هذه الرسومات المبتكرة من مصادر عديدة بما في ذلك موظفو Googleومستخدموه.

تهدف عملية اختيار الرسومات المبتكرة إلى الاحتفال بالأحداث والمناسبات السنوية الشيقة التي تعكس شخصية Googleوحبها للابتكار. على مر السنين، احتفلت Googleبشخصيات ملهمة مل الممثل الأسطوري والكوميدي فؤاد المهندس حيث سلطت Googleالضوء على مساهماته في المسرحيات والبرامج التلفزيونية وأعمال الصور المتحركة من خلال دودل. تحية حليم كما احتفلت Googleبالرسامة المصرية تحية حليم التي كانت عادة ما تصور النيل والقوارب بأسلوب شعبي رائع ولمسات فرشاة مذهلة.

رمضان مع Google(القبلة، والقلم، ومواقيت الصلاة)

خلال شهر رمضان، تتغير الحاجة إلى المعلومات المطلوبة، من معرفة متي يبدأ ومتى ينتهي الصيام، وكيفية تحضير أطباق رمضان، ووقت فتح المطاعم والأماكن خلال شهر رمضان. للبحث بسهولة عن كل ما تحتاجه في شهر رمضان، صمّمت Googleأداة خاصة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وإندونيسيا تظهر عند البحث عن "رمضان" على جوجل. وستجد معلومات مخصّصة ومتعلّقة بالموقع المحلي، كل شيء بدءًا من النصائح وأوقات الصلاة إلى الوصفات الأكثر شيوعًا، وجميعها في نتائج محرك البحث مباشرةً.

نظرًا لأن الناس يصومون طول اليوم وتجتمع العائلات الكبيرة أثناء الإفطار، فإن إعداد أطباق لذيذة للأشخاص المهمين في حياتنا يشكل أهمية جديدة. خلال شهر رمضان، تزيد عمليات البحث عن الوصفات بنسبة 50%، وتزيد أوقات المشاهدة على YouTubeلمشاهدة مقاطع فيديو للطهي بنسبة 30% تقريبًا. يمكنك الآن معرفة أفضل الوصفات ومشاهدة مقاطع الطهي على YouTubeمباشرة من خلال تجربة محرك البحث الخاص بشهر رمضان. لا تُعد مقاطع الطهي المحتوى الوحيد الذي يبحث عنه الأفراد على يوتيوب. شهر رمضان هو موسم الترفيه الرئيسي في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ويزور المستخدمون قنوات YouTubeلمشاهدة المسلسلات التلفزيونية أو البرامج الكوميدية المفضلة لديهم. يرتفع وقت المشاهدة على YouTube»للمسلسلات التلفزيونية» إلى 151 بالمائة في شهر رمضان مقارنة بأي فترة أخرى في العام. في شهر رمضان، يمكنك متابعة آخر المسلسلات الرمضانية والبرامج الكوميدية مباشرة من خلال محرك البحث.



يتجه ملايين المسلمين حول العالم إلى مكّة المكرّمة كل يوم للصلاة. لمساعدتك في الإجابة على سؤال رئيسي آخر، «ما هو اتجاه القبلة؟»، أطلقت Googleتطبيق اتجاه القبلة، وهو تطبيق على الإنترنت يستخدم الواقع المعزز لتوضيح اتجاه القبلة في أي مكان في العالم. فعّلت Googleالآن إمكانية استخدام التطبيق من دون الاتصال بشبكة الإنترنت واختصارًا لإضافة تطبيق اتجاه القبلة إلى الشاشة الرئيسية لنظام أندرويد، حتي تتمكن من تحديد موقع مكّة المكرّمة أثناء تنقّلك. تُعد بطاقات المعايدة الخاصة بشهر رمضان والعيد أهم عمليات البحث التي يتم إجراؤها قبل وأثناء رمضان وبعده، بالإضافة إلى استفسارات مثل «أمنيات سعيدة لشهر رمضان» و «كيفية إنشاء بطاقة معايدة للعيد». ولمساعدتك على إنشاء رسائل رائعة مخصصة لمشاركتها خلال شهر رمضان، أطلقت Googleتطبيق قلم من جوجل.

توفير الوقت مع خرائط جوجل

حتى وقت قريب، كنا نعتمد على الأطالس والخرائط الورقية للعثور على أماكن جديدة. كما أننا قد ندخل في جدال بسبب الاتجاهات أثناء القيادة، أو نخشى من الذهاب إلى أماكن غير معروفة بمفردنا.

في الوقت الحالي، وجدنا أنّ خرائط Googleوتطبيقات المواقع الأخرى قد سهّلت على الأشخاص العثور على المطاعم والشركات، والتنقّل في مدن جديدة، والوصول إلى الأماكن بسرعة وسهولة أكبر.

عندما طرحنا مجموعة من الأسئلة عن سبب استخدام الناس لخرائط جوجل، وجدنا أنّ توفير الوقت من الأسباب المشتركة الداعية لاستخدام خرائط جوجل.

%90

%90 من مستخدمي خرائط Google بانتظام[10] قد استخدموا التطبيق للحصول على الاتجاهات أثناء السفر

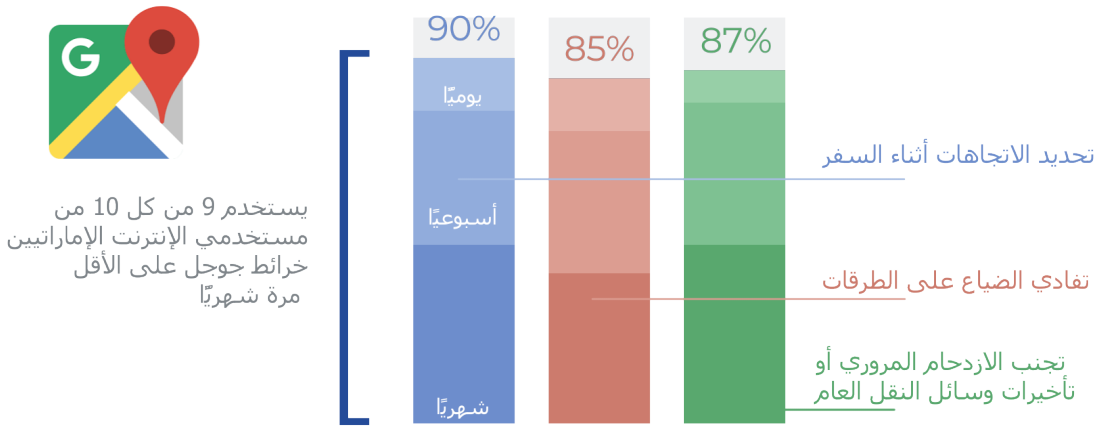
%85

نسبة 85% من مستخدمي خرائط Googleاستخدموا التطبيق بشكل منتظم لمعرفة الاتجاهات الصحيحة.

%86

86% من مستخدمي خرائط Google استخدموا التطبيق بشكل منتظم لتجنب الازدحام المروري أو تأخيرات وسائل النقل العام.

النسبة التي تستخدم خرائط Googleللقيام بـ...



في المُجمل، نقدر أن استخدام خرائط Google**يوفّر في المتوسط للفرد في الإمارات العربية المتحدة 12.6 ساعة سنويًا.**

10 ما لم ينص على خلاف ذلك، نستخدم عبارة «بانتظام» في هذا التقرير للإشارة إلى إجراء يُتخذ مرةً واحدة على الأقل في الشهر.

التجوّل الافتراضي

في عام 2014، أعلنت Googleعن تفعيل خاصية «التجوّل الافتراضي» في دبي، وهي ميزة توفرها خرائط Googleوالتي تتيح للمستخدمين عرض صور الشوارع الرئيسية في المدينة والتنقّل فيها بدقة 360 درجة. وهذه هي المرة الأولى التي يتم فيها توفير ميزة «التجوّل الافتراضي» على مستوى الشارع في العالم العربي.

كما أطلقت Googleجولة افتراضية لبرج خليفة برج خليفة والعديد من المواقع التاريخية والسياحية في جميع أنحاء دولة الإمارات العربية المتحدة بصور واضحة وعالية الدقة بعرض 360 درجة على التجوّل الافتراضي. لقد استخدموا خرائط والصور الجوية وملايين الصور المُجمّعة معًا بدقة 360 درجة، لاستحداث أجمل وأهم المشاهد الإماراتية الأجمل لتستكشفها. من الأسماك الغريبة الموجودة في دبي أكواريوم وحديقة حيوان أندروتر، إلى الشالات الملونة والمحلات التجارية الموجودة في سوق ديرة، يمكن لمستخدمي خرائط Googleالبالغ عددهم مليار مستخدم حول العالم التعرف على المدينة بشكل أفضل قليلاً. تمّ إطلاق الصور ضمن المجموعات الخاصة في التجوّل الافتراضي، وهي ميزة في خرائط Googleتتيح للمستخدمين استكشاف أماكن حول العالم مثل المعالم والعجائب الطبيعية والمواقع المهمة ثقافيًا وتاريخيًا. وتوضّح الصور المناظر الطبيعية المتنوّعة في دبي، حيث تضمّ عناصر من ماضي المدينة مثل أرصفة خور دبي وعناصر من حاضرها مثل مول الإمارات وقناة دبي مارينا. هذه هي السلسلة الأخيرة من صور التجوّل الافتراضي التي تمّ جمعها من المعالم الرئيسية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، بعد البتراء في الأردن، وبرج خليفة في دبي، ومسجد الشيخ زايد الكبير في أبوظبي، ومتحف الدوحة للفن الإسلامي، ومتحف الدوحة للفنون الإسلامية، وأهرامات الجيزة في مصر. تتوفر خاصية «التجوّل الافتراضي» حاليًا في خمس إمارات في الإمارات العربية المتحدة: أم القيوين، والشارقة، ودبي، وعجمان، والفجيرة.

تساعد Googleفي قضاء الوقت في المنزل

لا يتم دائمًا استخدام محرك البحث من Googleللقيام بأمر جدي، حيث أفاد حوالي 42% من مستخدمي البحث في الإمارات أنهم يستخدمون محرك البحث من Googleمرة يوميًا على الأقل للبحث عن أشياء مسليّة، وذكرت غالبية المستخدمين في الإمارات أنهم يستخدمون محرك البحث بانتظام للمساعدة في أنشطتهم اليومية:

%73

يقوم 73% من المستخدمين باستخدام محرك البحث من Googleبانتظام للبحث عن شركة

%83

وتستخدمه نسبة 83% من مستخدمي البحث بانتظام للبحث عن مشاكل صحيّة و59% للبحث عن صالات الألعاب الرياضية أو أنشطة اللياقة البدنية المحلية.

وعندما يحصلون على المعلومات المطلوبة، فإنهم في الغالب يجدون أنّ محرك البحث مفيد. يوافق 87% من مستخدمي محرك البحث من Googleأنّه يساعدهم في حل مشاكلهم في أغلب الأوقات، مقارنة بنسبة 16% ممن اعتقدوا أنه مضيعة للوقت عادةً أو نسبة 30% ممن يرون أنه طريقة للتسويف. يتم تصنيف محرك البحث أيضًا في المرتبة الثانية بعد المنشورات الحكومية الرسمية من بين أكثر مصادر المعلومات الموثوقة.

يجد الكثير من الأشخاص أنّ التعلّم من خلال الفيديو أسهل من التعلم من خلال النصوص. وعلى غرار محرك البحث، أصبح يوتيوب، على نحو متزايد، وسيلة يتعرّف من خلالها الناس على العالم، أو يتابعون هواياتهم، أو يحصلون على المساعدة في أداء مهامهم اليومية.

وجدنا ما يلي:

- أكثر من تسعة أعشار مستخدمي YouTubeيستخدمونه مرة واحدة على الأقل سنويًّا للمساعدة في الطهي (93%)، و86% للمساعدة في الصيانة المنزلية.
- 77% من مستخدمي YouTubeيستخدمونه بانتظام لمشاهدة التعليقات على الأخبار أو الأحداث السياسية، و80% للحصول على معلومات عن اللياقة البدنية أو الصحة.

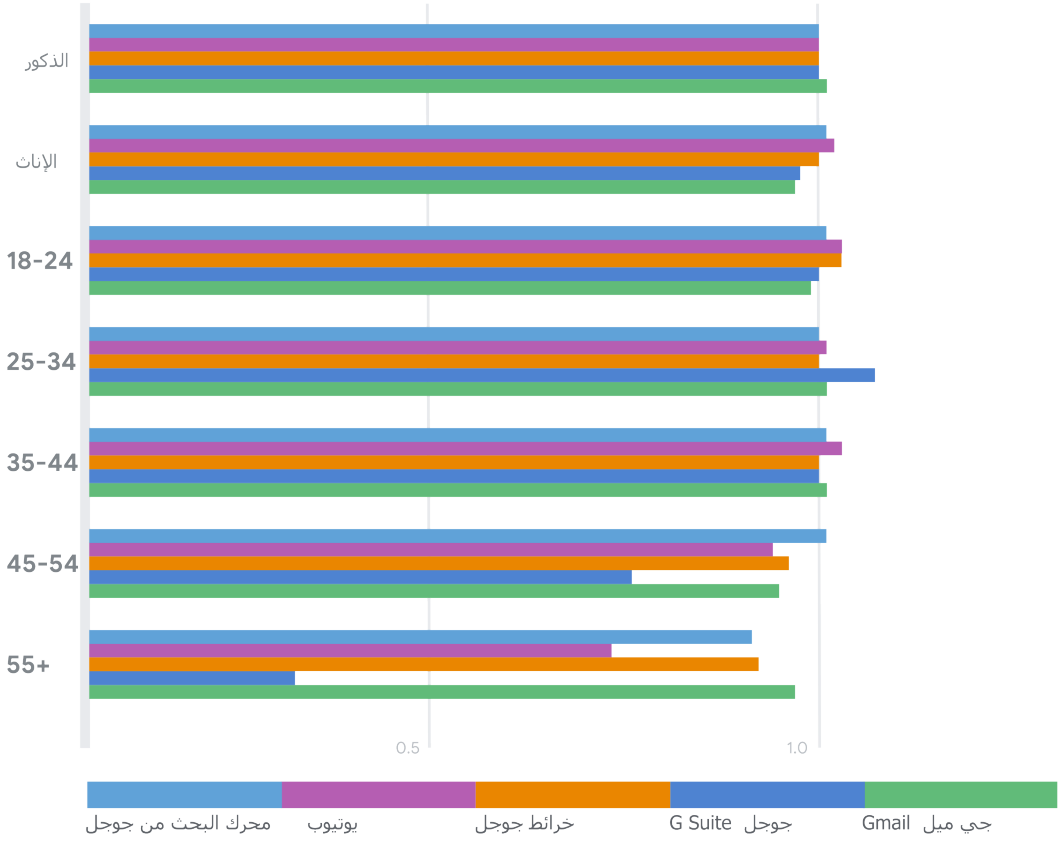
استخدامات جوجل: من حيث الرواج والوتيرة

تُستخدم منتجات Googleبشكل متساوي بين الأفراد من كافة فئات الدخل والفئات العمرية والخلفيات.

على مدار الخمسة وعشرين عامًا الماضية، تحوّلت الإنترنت والهواتف الذكية من منتجات خاصة إلى منتجات يستخدمها عموم الناس، وكانت نسبة اعتمادها من أسرع معدلات اعتماد لأي منتجات استهلاكية على الإطلاق. ولقد شهدت شبكة الإنترنت والهواتف الذكية سرعة اعتماد عالية، ليس من جانب من المعتمدين الأوائل للتكنولوجيا فقط، أي الذكور وذوي التحصيل العلمي العالي بشكل غير متناسب، ولكن من جانب جميع أفراد المجتمع مهما كانت خلفياتهم.

وبالمثل، يتم استخدام منتجات Googleعلى نطاق واسع من جانب الرجال والنساء، مع وجود تدرج بسيط على مستوى الفئة العمرية بالنسبة لمحرك البحث من جوجل. في حين يستخدم الشباب YouTubeبانتظام بشكل أكبر، فإن غالبية منتجات Googleيتم استخدامها بشكل كبير من كافة الأعمار. (الاستثناء الوحيد الذي لاحظنا فيه فرقًا واضحًا هو GoogleG Suite، حيث كان الاستخدام أعلى من قبل الأجيال الشابة).

استخدام منتجات Googleحسب العمر (1 = المتوسط الوطني)



أشارت بيانات واضحة إلى أن الأشخاص من كافة الخلفيات يستخدمون منتجات Googleلمساعدتهم في حياتهم اليومية:

- 91% من مستخدمي محرك البحث من Google**الحاصلين على التعليم الأساسي فقط** يستخدمونه لتعلّم مهارة جديدة.
- 94% من مستخدمي YouTubeالحاصلين على تعليم أساسي فقط يستخدمونه بانتظام لتعلّم شيء جديد

قيمة منتجات Googleفي الحياة اليومية

في هذا الفصل، درسنا بعض الطرق التي تساعد بها منتجات Googleالأشخاص في حياتهم اليومية: توفير الوقت، وتسهيل العثور على المعلومات، ومساعدة الأشخاص على البقاء على اتصال دائم ببعضهم البعض.

هناك أنواع كثير للقيمة لا تتناولها دائمًا دراسات التأثير الاقتصادي التقليدية التي تميل إلى التركيز على تأثير شركة أو منتج على الناتج المحلي الإجمالي.

ورُغم ذلك، لم يتضمن إجمالي الناتج المحلي نفسه أي شيء نقدره أو كل نوع من أنواع العمل الذي نقوم به. وإذا تعاملنا مع التقديرات كما جاءت، فإن إجمالي الناتج المحلي لا يأخذ في الحسبان التغيرات في وقت فراغنا أو حجم العمل الذي نقوم به عندما نقوم بأدوار خارج سوق العمل، مثل الأعمال المنزلية أو رعاية الأسرة. غالبية أنواع المساعدة التي درسناها في هذه الدراسة لا تؤدي إلى زيادة الناتج المحلي الإجمالي بالطريقة التي نقيسها بها عادة، ولكن يوافق معظم الناس على أهميتها.

كيف يمكننا أن نفهم ونقدّر بشكل أفضل القيمة التي ولّدتها Googleفي الحياة اليومية؟

يمكن القيام بذلك من خلال الاطلاع على التغييرات في *فائض المستهلك*. يعرّف الاقتصاديون فائض المستهلك على أنه الفرق بين المبلغ الذي سيكون المستهلك على استعداد لدفعه والمبلغ الذي يدفعه بالفعل.

وهذا مهم بشكل خاص لمنتجات مثل منتجات جوجل، والتي يتم توفيرها إلى حد كبير للمستخدم النهائي دون مقابل عند الاستخدام. وإذا كانت مجانية فهذا لا يعني أنها غير قيّمة.

ولفهم قيمة Googleبشكل أفضل، استخدمنا نوعين من المنهجيات لوضع تقديرات جديدة لفائض المستهلك من منتجاتها الأساسية:

- وكلما أمكن، وضعنا تقديرات لقيمة الوقت الذي يتم توفيره نتيجة لاستخدام منتجات Googleمثل محرك البحث والخرائط ويوتيوب.
- استخدمنا البيانات المستمدة من استطلاعات المستهلكين الخاصة بنا لمعرفة الحد الأدنى للمبلغ التعويض عن عدم الوصول إلى كل منتج، بناءً على المنهجية التي سبق أن وضعها خبراء اقتصاديون بارزون آخرون[11]

تبيّن لنا أن **إجمالي فائض المستهلك** لمنتجات Googleفي الإمارات العربية المتحدة يبلغ حوالي 284 درهم إماراتي شهريًّا للشخص في المعدل:

11 استخدام تجارب واسعة النطاق للاختيار عبر الإنترنت لقياس التغيرات في الرفاهية، برينجولفسون، إيغرز وجاناميني، 2017

محرك البحث من جوجل

26.4مليار درهم إماراتي

بالنسبة **لمحرك البحث من جوجل**، بلغ إجمالي فائض المستهلك حوالي 26.4 مليار درهم إماراتي.

يوتيوب

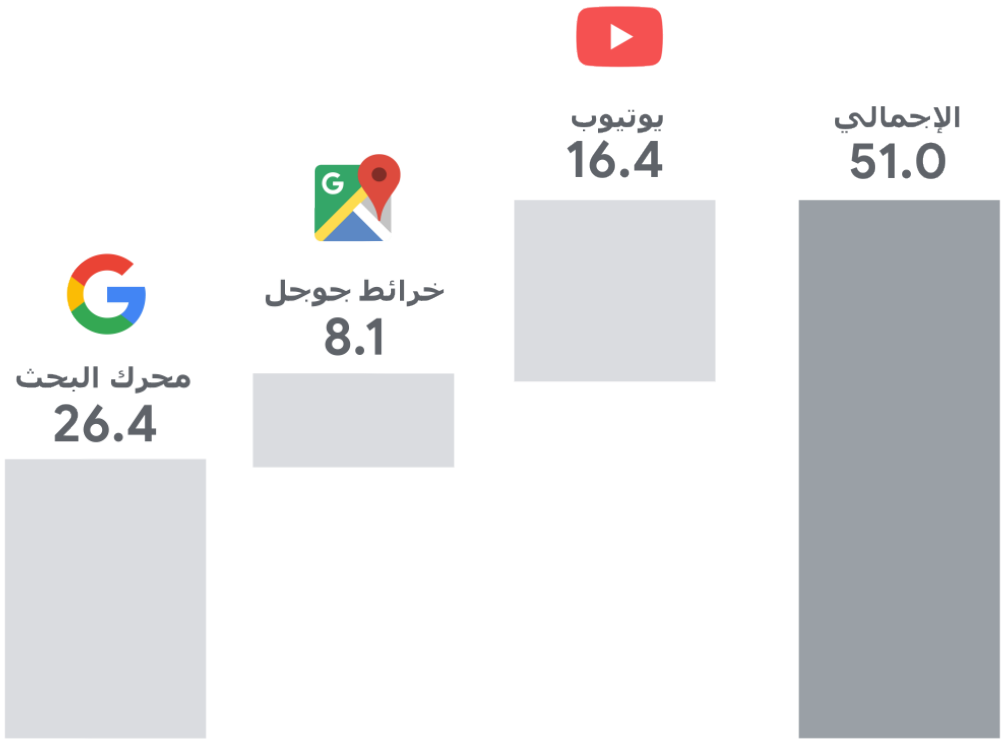
16.4 مليار درهم إماراتي

بالنسبة **ليوتيوب**، بلغ إجمالي فائض المستهلك 16.4 مليار درهم إماراتي سنويًّا.

خرائط جوجل

8.1 مليار درهم إماراتي

بالنسبة **لخرائط جوجل**، يبلغ إجمالي فائض المستهلك 8.1 مليار درهم إماراتي سنويًّا.



فائض المستهلك (مليار)

يبلغ إجمالي فائض المستهلك حوالي 3.27% من الناتج المحلي الإجمالي.

توصلت تقديراتنا إلى أن فائض المستهلك أعلى بكثير من المنتجات الاستهلاكية الأخرى. في الواقع، عندما طلبنا من الأشخاص الاختيار من بين مجموعة من الأشياء التي لا يرغبون في التخلي عنها، وجدنا أنّ الأفراد في دولة الإمارات العربية المتحدة يفضلون التخلي عن وسائل النقل العام بدلاً من محرك البحث، ويفضلون عدم امتلاك سيارة على التخلي عن هواتفهم الذكية.

توضح هذه المؤشرات مجتمعة أن الإحصاءات التقليدية مثل إجمالي الناتج المحلي قد لا تؤدي دورًا جيدًا في قياس القيمة الناتجة عن الإنترنت. **توصّلت دراسات أخرى أنه إذا تمّ تضمين قيمة خدمات الإنترنت المجانية في الناتج المحلي الإجمالي، سيزيد ذلك من معدل الناتج المحلي الإجمالي الأخير بما يعادل 0.7 نقطة مئوية سنويًّا.**[12] ووجدنا أنّ النتائج التي توصّلنا إليها تتناسب بشكل كبير مع الدراسات الموضّحة في الفصل الأخير.

12 اقتصاد الاهتمام: قياس قيمة الخدمات الرقمية المجانية على الإنترنت، برينجولفسون وأوه، 2012، https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1045&context=icis2012

تُساعد Google
الشركات على النمو
والابتكار

تُمثّل حركة الإحالات المعتمدة على Googleمصدرًا مهمًا للغاية لإيرادات الشركات في الإمارات العربية المتحدة

يرتبط تطور الدعاية والإعلان ارتباطًا وثيقًا بالتغييرات في البنية الأكبر للاقتصاد. نظرًا لأن الإعلانات أصبحت أكثر تخصيصًا واستهدافًا، فقد حفّزت النمو والابتكار في الاقتصاد الأكبر: تمكين أنواع جديدة من الشركات من التواصل مع العملاء، وتوفير مصدر جديد للإيرادات لتمويل الآخرين.

كانت الإعلانات الأولى محلية بطبيعتها؛ فمنذ العصور القديمة، كانت تُستخدم العلامات والإشارات في توجيه العملاء إلى الشركات المحلية. ظهرت وسائل الإعلام الجماهيري في القرن العشرين، مما أدى إلى توسّع في نطاق الإعلان والدعاية وظهرت جوانب جديدة منه. وكان الترفيه النوعي (مثل الويسترن وكوميديا المواقف والبرامج الإخبارية) يعتمد كثيرًا على القدرة على تحديد شرائح الجمهور والانتشار على نطاق واسع وبيع الإعلانات على هذا الأساس. ثم انضمت الإذاعة إلى الصحف، وانضم التلفاز إلى الإذاعة والمجلات الجماهيرية.

وبالمثل، يستمر الإعلان على الإنترنت في تحفيز النمو والابتكار:

- تمكين الشركات الصغيرة من الوصول بشكل أسهل إلى العملاء في كافة أنحاء العالم
- تمويل أنواع جديدة من المحتوى، بما في ذلك مواقع الإنترنت والمدونات ومقاطع الفيديو

يصبّ الإعلان في جوهر نموذج العمل في Googleلمعظم منتجاتها. تمثّل الهدف الرئيسي لابتكارات Googleفي مجال الإعلانات في استخدام البيانات لما يلي:

- مُساعدة المعلنين على الوصول إلى الناس في أفضل وقت ممكن
- مساعدتهم على التأكد من أن أموالهم قد أنفقت في مكانها الصحيح
- تمكين الشركات المتخصصة من استهداف ذوي الاهتمامات المحددة

وهذا يعني عددًا أقل من الإعلانات ولكن بمستوى أعلى من الجودة للعميل، ومعدل عائد أعلى جدًا على الإعلانات التجارية.

على الرغم من أن الأثر المباشر لإعلانات Googleمهم للشركات في الإمارات العربية المتحدة، إلا أن الأهم هو الإحالات الطبيعية التي يوفرها محرك البحث من جوجل. في استطلاعات الرأي التي أجريناها، قدّرت الشركات في الإمارات العربية المتحدة أن هذه هي الطريقة الأهم للوصول إلى العملاء قبل طريقة الاشتهار من خلال التداولات في الأحاديث. وافقت نسبة 89% من الشركات التي تحدّثنا إليها على أنه بفضل محرّكات البحث كان من السهل جدًا على العملاء المحليين العثور عليها.

في المعدل، تحسب Googleأنه مقابل كل دولار تنفقه الشركات على إعلانات جوجل، تحصل على 8 دولارات أرباح. في البداية، تحصل كل شركة في المتوسط على دولارين مقابل كل دولار تنفقه. وهذا بدوره يُعزّز الزيارات التي تأتي من خلال البحث الطبيعي، حيث تشير تقديرات أخرى إلى أن الشركات تتلقى خمس نقرات تقريبًا على نتائج البحث الخاصة بها لكل نقرة واحدة على إعلاناتها.[13]

وهذا يعني أن أغلب القيمة التي تولّدها إعلانات Googleتستفيد منها الشركات وعملاؤها. **في المُجمل، تشير تقديراتنا إلى أن محرك البحث من Googleوإعلانات Googleتولّد ما بين 4.1 و9.8 مليار درهم في إجمالي النشاط الاقتصادي للشركات في الإمارات العربية المتحدة.**

كما ذكرنا سابقًا، يعتمد هذا التقدير على تقديرات الجهات الخارجية لإيرادات الإعلانات في الإمارات العربية المتحدة، وبالتالي، قد يكون أقل من القيمة الكاملة التي تولّدها Googleفي الإمارات العربية المتحدة.[14]

ليست الشركات وحدها هي التي تستفيد من الحركة المستندة إلى محرك البحث من Googleوإعلانات جوجل. تعد حركة الإحالات التي يوفرها محرك البحث من Googleعنصر اهتمام مهم للمؤسسات غير الربحية أيضًا، حيث خصّصت منح إعلانات Googleعلى مدار الأعوام ثلاثة مليارات دولار من الإعلانات المجانية على الإنترنت من خلال إعلانات loogleالعينية في 30 دولة مختلفة.

13 https://economicimpact.google.com/methodology

14 للاطلاع على منهجيتنا الكاملة، يُرجى الرجوع إلى الملحق في نهاية هذا التقرير

نشاطي التجاري من جوجل

يسمح تطبيق نشاطي التجاري من Googleلأصحاب المؤسسات بعرض درجة تقييم مؤسستهم وموقعها ومعلومات عنها في محرك البحث على جوجل.

أصبح البحث عبر الإنترنت جزءًا أساسيًّا من الحياة اليومية للأفراد في الإمارات العربية المتحدة. وفقًا لبحث جديد أجرته Ipsos، فإن كل عملية من بين 3 عمليات بحث في الإمارات العربية المتحدة تتعلق بمواقع الشركات المحلية؛ ويستخدم 95% من مستخدمي الهاتف المحمول أولاً محرك البحث من Google(و88% على خرائط جوجل) للحصول على معلومات تتعلق بعمليات الشراء. بالإضافة إلى ذلك، المشترون الذين يرون معلومات كاملة عن الأعمال على محرك البحث من Googleوعلى خرائط Googleيمولون بنسبة 20% أكثر للتأكيد على أنّ الشركة موثوقة وتقدّم منتجات وخدمات عالية الجودة.

وللمساعدة في تنمية ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دولة الإمارات العربية المتحدة، أعلنت Googleوغرفة تجارة وصناعة دبي في عام 2018 عن إطلاق «أعمالك أون لاين»، وهو برنامج مخصّص لمساعدة الشركات المحلية على العثور عليها بسهولة على شبكة الإنترنت، عن طريق إدراجها مع معلومات العمل الخاصة بها والمتحقّق منها (ساعات عمل الشركة، وأرقام الاتصال والموقع) على محرك البحث من Googleوخرائط Googleمن خلال حل فريد يُدعى «نشاطي التجاري من جوجل».

يمكن للأعضاء الجدد والحاليين في غرفة دبي تلقي المساعدة في إدراج شركاتهم من خلال زيارة الموقع الإلكتروني. ستتمكن الشركات أيضًا من تحويل الإدراج الخاص بأعمالها على الفور إلى موقع إلكتروني مجاني مناسب للجوال باللغتين العربية والإنجليزية. يمكن للشركات أيضًا الوصول إلى مركز الاتصال المساند على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع في ما يتعلق بكافة الاحتياجات والأسئلة المتعلقة بنشاطي التجاري من جوجل. ومع تزايد عدد الأشخاص في الإمارات العربية المتحدة الذين يبحثون عن المعلومات على الإنترنت، يتعين على الشركات التحرك بسرعة للقاء عملائها والتعريف عن أعمالها في الأوقات المهمة. لقد حان الوقت لتجربة الأدوات الرقمية واستخدامها لرقمنة الأعمال وقياس النتائج. تمّ إنشاء عشرات الآلاف من المواقع الإلكترونية باللغتين العربية والإنجليزية في جميع أنحاء الإمارات العربية المتحدة من خلال نشاطي التجاري من Googleخلال الأشهر الستة الأولى من البرنامج. وتعمل Googleعلى توسيع نطاق البرنامج.

غرفة تجارة وصناعة دبي وGoogleتطلقان برنامج «أعمالك أون لاين»

منح إعلانات جوجل

لدى Google.org هدف عالمي كل خمسة أعوام وهو منح مليار دولار في شكل منح والمساهمة بمليون ساعة تطوع من خلال موظفيها. وتعمل في مجال التعليم، والفرص الاقتصادية، والشمول وتبحث عن الشركاء والبرامج في البلدان المختلفة التي تُساعد الأفراد والشركات.

منح الإعلانات تربط بين الأفراد والمؤسسات غير الربحية من خلال إعلانات جوجل. وتتمثل رسالتها في توفير مساندة وخدمات إضافية لدعم المؤسسات غير الربحية والقضايا، وتشجيعها على تحقيق نتائج إعلانية وتأثير اجتماعي أكبر من خلال الإعلانات عالية الجودة عبر الإنترنت.

باستخدام حملات الإعلانات المستهدفة، يمكن للمئات من المؤسسات غير الربحية الوصول إلى الأشخاص الذين يرغبون في مساعدة المحتاجين، والأشخاص الذين يبحثون عن عمل، في الوقت المناسب، وتوجيههم بنجاح للتبرع أو تقديم طلب.

خصّصت منح إعلانات Google3 مليارات دولار من الإعلانات المجانية من خلال إعلانات Googleالعينية لأكثر من 27,000 مؤسسة في 30 دولة في أوروبا والشرق الاوسط وأفريقيا.

مؤسسة الإمارات

لقد منحت Google.org، ذراع Googleالخيرية، 300,000 دولار أمريكي لمؤسسة الإمارات، لتحسين القدرة على الاستعداد الوظيفي لـ 5,000 شاب عاطل عن العمل في الإمارات وربط المشاركين بفرص العمل الرسمية. بالتعاون مع جامعات مختلفة في مصر، تقدم مؤسسة الإمارات دورات تدريبية في المهارات الشخصية إضافة إلى جلسات التدريب المهني. وصلت مؤسسة الإمارات إلى آلاف الطلاب في دولة الإمارات العربية المتحدة، من بينهم ياماها صالح، التي تلقت التدريب في وزارة الاقتصاد في الإمارات. بعد التدريب، قالت ياماها: «لقد استفدت كثيرًا من التدريب وأوصي به لأي شخص يرغب في بدء أعمال». ياماها هي سيدة أعمال، وقالت «قبل التدريب، لم يكن لدي طريقة واضحة ومنظّمة لإدراج أعمالي على الإنترنت، ولكن عرفت من خلال برنامج «مهارات من جوجل» مهارات وأدوات رقمية جديدة. هناك أيضًا قصة منيرة اليزيدى التي تعمل في فريق الاتصالات في جامعة الإمارات العربية المتحدة وحضرت جلسة «مهارات مين غوغل» في جامعة الإمارات العربية المتحدة. قرّرت الاستفادة من بعض أدوات التسويق الرقمي والدروس التي استفادت منها خلال الجلسة للترويج للفعاليات والبرامج الجامعية. قرّرت لاحقًا المساعدة في تعريف المزيد من الطلاب على التدريب وإعداد 3 دورات إضافية داخل الجامعة.

إنجاز العرب

منحت Google.org، ذراع Googleالخيرية، مليون دولار أمريكي لإنجاز العرب، وهي منظمة إقليمية غير ربحية، تُقدم تدريبات شخصية لـ 100,000 طالب عبر 14 بلدًا في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركّز على الشباب في المناطق المحرومة والمناطق الريفية.

سهّل محرك البحث من Googleوإعلانات Googleعلى العملاء من الشركات المحلية والدولية الوصول إلى الشركات الإماراتية

مساعدة الشركات على التصدير

إحدى أكبر التحولات في عالم الإنترنت هو أنّ الأعمال يمكنها الوصول إلى أي مكان في العالم. وفي الوقت ذاته، أصبح من الأسهل على الشركات الصغيرة التنافس مع الشركات الكبرى، وهذا يعني أن المؤسسات لم تعد مضطرة للتكليف بحملات تلفزيونية أو إعلانات مطبوعة باهظة الثمن للوصول إلى العملاء المستهدفين بشكل أوضح بكثير.

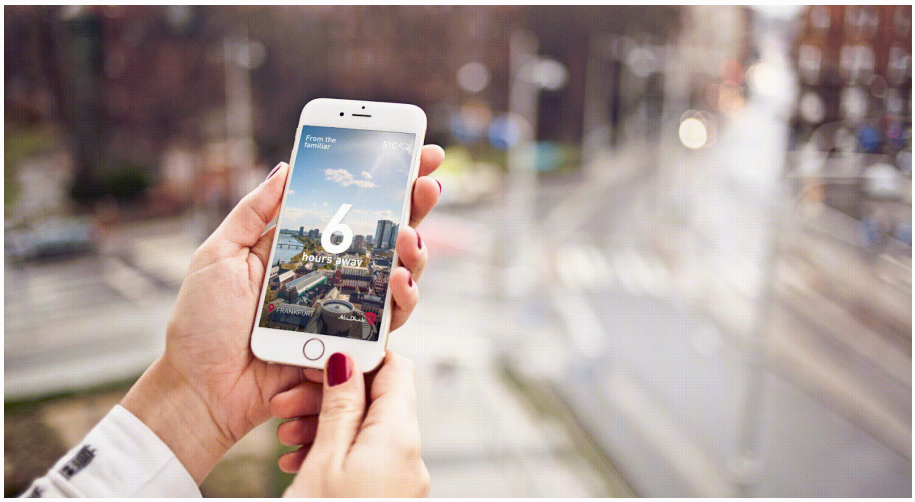
جعلت أدوات مثل إعلانات Googleوتطبيق التحليلات من Googleوتطبيق Market Finder من السهل جدًا على الشركات من أي حجم الوصول إلى عملاء جدد بصرف النظر عن مكانهم. وافقت نسبة 38% من الشركات التي تحدّثنا إليها على أنه مقارنة بالوقت الذي سبق محرّكات البحث، أصبح الآن من الأسهل للعملاء الدوليين الوصول إلى شركاتهم.

بالنظر فقط إلى الشركات التي أفادت بأن أغلب عملائها من الخارج، وافقت نسبة 87% منها على أنها **سيكون لها عدد أقل بكثير من العملاء الدوليين بدون محرك البحث على الإنترنت والإعلانات على الإنترنت.**

دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي كيف تتم مطابقة الإعلانات الجذابة بالجمهور المناسب لتحقيق مكاسب كبيرة مع العرض والفيديو بتقنية 360

قامت دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي وسبارك فاوندري، وGoogleبتجربة حملة عرض ديناميكية شارك فيها أكثر من 5400 مبدع في المملكة المتحدة وألمانيا لستة فئات من الجمهور. استفادت الحملة من تطبيق الموقع الجغرافي وواجهة برمجة تطبيقات خاصة بالطقس للعناصر الديناميكية، وكانت النتيجة زيادة هائلة في التفاعل مع الإعلان وإقامات أطول في أبوظبي.

دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي هي هيئة السياحة المسؤولة عن الترويج لأبوظبي كوجهة سياحية وجاذبة للزوار. وفي محاولة لجذب الزوار من المملكة المتحدة وألمانيا، نظّمت دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي حملة تجريبية ديناميكية استخدمت رسائل مخصّصة. دخلت سبارك فاوندري، الوكالة الإعلامية الرسمية للهيئة، في شراكة مع Googleللتعاون في الحملة. وباستخدام فئات محددة من الجمهور لها اهتمامات محددة، قام الفريق بتصميم رسائل وطرق تواصل مخصّصة من خلال الاستهداف الديناميكي للجمهور الأساسي لدائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي. ولزيادة الصلة أكثر من ذلك، تمّ تحديد المسافة إلى أبوظبي المشمسة لكل موقع في المملكة المتحدة وألمانيا بشكل مخصص. وتمّ دمج واجهة برمجة تطبيقات الطقس لعرض بيانات الطقس الفعلية في أبوظبي والمدينة المستهدفة: «أمطار ودرجة حرارة 12 درجة مئوية في لندن؟ طقس بارد وجهة قضاء العطلات المشمسة في درجة حرارة 25 درجة مئوية على بعد ست ساعات فقط! من خلال الاستفادة من تقنية العرض والفيديو بدقة 360 درجة في استراتيجيات عرض الأسعار وتحديد الجمهور المستهدف والتعزيز، ضمنت سبارك فاوندري التنفيذ الأمثل: بعد اختبار خوارزميات متعددة لعرض الأسعار، اختارت سبارك فاوندري تقديم عروض الأسعار بشكل آلي مما أدى إلى تحقيق نتائج رائعة. مقارنةً بالنتائج المتوقعة، كانت نسبة النقر على الإعلانات ملحوظة، حيث فاقت التوقعات بأكثر من 300% على نسبة النقر على الإعلانات في ألمانيا وأكثر من 400% على نسبة النقر على الإعلانات في المملكة المتحدة، مقارنةً بالحملات السابقة. لقد نجحت الحملة الديناميكية في زيادة الوعي والمشاركة من خلال الرسائل المستهدفة.



كان التحدي الثاني هو جذب الزوار إلى أبوظبي من خلال استخدام التكنولوجيا وتحديد الفئات المستهدفة الرئيسية الموجودة في السوق (يبحث الأفراد بشكل نشط عن أبوظبي كوجهة). استمرت الحملة لمدة 4 أسابيع مما أدى إلى 7000 عملية بحث إضافية عن الفنادق و6,600 عملية بحث إضافية عن رحلات جوية. والأهم من ذلك، كانت هناك زيادة كبيرة في جودة الحجوزات حيث ارتفعت مدة الإقامة بنسبة تزيد عن 34% وزادت نسبة الإنفاق أثناء إقامتهم بأكثر من 35%. بعد نجاح الحملة، قامت دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي بدمج الدروس الإبداعية والتكنولوجية المستفادة من الحملة التجريبية في استراتيجيتها التسويقية، وأصبح هذا النهج الديناميكي الجديد جزءًا من نشاطها الدائم وهي تتطلع إلى توسيع نطاقه ليشمل قنوات أخرى مثل الفيديو. «لقد حقق هذا البرنامج التجريبي نجاحًا كبيرًا في كل من وسائل الإعلام ونتائج الأعمال، فكان سبّاقًا لفي تحويل التسويق في أبوظبي إلى علاقة ديناميكية شخصية نتطلع إليها مع زوارنا المحتملين». - سعيد السعيد، مدير تسويق الوجهات، دائرة الثقافة والسياحة في أبوظبي.

اتصالات: حملة قائمة على البيانات تعزز المبيعات على التطبيق والمشاركة

البيانات والمعطيات المقترنة بتقنيّات الإعلان المستهدفة تدعم تطبيق بسمات من اتصالات من خلال زيادة أثر العلامات التجارية وأداء الأعمال.

توفر «اتصالات»، وهي أكبر شركة اتصالات في دول مجلس التعاون الخليجي، تقنيات وخدمات مبتكرة. في أحدث حملة لإطلاق تطبيق «بسمات»، بحثت اتصالات عن الابتكار لتعزيز المبيعات على التطبيق ومشاركات فيه. لمحة عامة: «بسمات من اتصالات» عبارة عن تطبيق للصفقات والمكافآت، ويوفّر خصومات للعملاء وعروض مجانية لمرة واحدة على فئات مختلفة من تذاكر السينما إلى الترفيه والتسوق وتناول الطعام والسفر والرعاية. في السابق، قامت «اتصالات» بتسويق تطبيقها مرتين في السنة فقط لزيادة الوعي بالمنتج والمشاركة والحصول على العروض والصفقات المخفضة من خلال الترويج لمقطع فيديو على YouTubeيبرز جميع خدمات التطبيق. في أحدث حملة إبداعية لها، أرادت أن تتبع نهجًا أكثر استراتيجية، بالعمل مع Initiative Media وBrandLab من Googleلمدة شهر لتصور خطة إطلاق مبتكرة مدعومة بالنتائج والمعطيات القائمة على البيانات من جوجل. Brandlab هو برنامج مدّته 4 إلى 6 أسابيع يهدف إلى تقديم معطيات مخصّصة عن الجمهور استنادًا إلى بيانات Googleوأفضل الممارسات في تصميم الفيديوهات وخطة متقدمة لتنسيق الإعلام لتناول تحد محدد لعلامة تجارية.

تعزّز حملات الإعلانات القصيرة (bumper campaigns) نتائج الأعمال والإعلام.

أوصى معمل BrandLab بأن تطلق اتصالات حملة تعرض عشرة «فيديوهات إعلانية قصيرة» مختلفة (إعلانات بتنسيق الفيديو مدتها ست ثوان) تعرض رسائل مخصّصة مرتبطة مباشرة بالمعطيات. اقترح معمل BrandLab اتباع نهج ثلاثي الجوانب:

1. ساعد في تقسيم الجمهور إلى 5 شخصيات، ومن ثم تقديم محتوى يستهدف كل شخصية من تلك الشخصيات.

2. استنادًا إلى البيانات التي تم جمعها من كل من المصادر المرصودة والمعلنة (بما في ذلك إشارات الجمهور واستبيانات المستهلكين من جوجل)، وضعوا استراتيجية i3 «المفعّلة دائمًا». قدّم معمل BrandLab خطة تنسيق إعلامي متقدمة غطت جميع نقاط المسار (من التوعية إلى الشراء) التي كانت تستند إلى فئات الجمهور والإشارات المحددة.

بناءً على هذه المعلومات، قرروا استخدام الإعلانات القصيرة التي تتميز بقدرات عالية الاستهداف ويمكن أن تأخذ المحتوى أو الاهتمام أو الوقت من اليوم في الاعتبار. على سبيل المثال، لاحظت Googleزيادة في البحث عن الأفلام يوم الخميس وأوصت بأن تعرض إعلانات اتصالات الترويجية القصيرة للعروض السينمائية المخفضة في ذلك اليوم. باستخدام هذا النهج المبتكر، تمكنت اتصالات من زيادة نسبة تنزيل تطبيق بسمات بنسبة 35% وزيادة عدد المستخدمين النشطين شهريًا بنسبة 24%. أسفرت خطة الإطلاق الجديدة عن نتائج إعلامية أقوى، حيث شهد التطبيق زيادة بنسبة 10.8% في الوعي بالعلامة التجارية، وزيادة ملاءمة بنسبة 12.3%، وزيادة بنسبة 10.7% في نية الشراء. يقول تامر ألفونس، مدير قطاع الاتصالات في جوجل: «لقد انتهى وقت الشركات التي تعتمد فقط على مجموعات التركيز وأبحاث السوق الخارجية». «لا يحصل المسوقون على معطيات حقيقية حول المنتجات. بيانات Googleومعطياتها قوية لأنه يتم جمع البيانات في الوقت الفعلي. هذا النهج مفيد بشكل لا يصدق في إنشاء حملات تؤدي إلى زيادة التأثير «.

مساعدة العملاء المحليين في الوصول إلى الشركات

لا تساعد Googleالعملاء الدوليين فقط في الوصول إلى الأنشطة التجارية، ولكن تساعد العملاء المحليين كذلك. بل أصبح من الأسهل على الأشخاص محليًا وإقليميًا ووطنيًا إيجاد مؤسسات مثل المطاعم، بفضل تطبيقات مثل خرائط Googleوحلول نشاطي التجاري من جوجل. وهذا يمكن أن يكون مهمًا بشكل خاص لمن هم بعيدين عن تلك المواقع.

في استطلاع المستهلكين، وجدنا أن:

الأعمال المحلية

%78

78% من مستخدمي خرائط Googleيستخدمون التطبيق بشكل منتظم للبحث عن أعمال محلية

شيء جديد

%90

90% من مستخدمي خرائط Googleيستخدمون التطبيق بشكل منتظم للبحث عن شيء جديد لتجربته

تساعد Googleفي إنشاء اقتصاد إماراتي أكثر تنافسية

مساعدة الشركات الصغيرة على المنافسة والنمو

نظرًا إلى كلفتها المنخفضة، غالبًا ما تكون أدوات الإنترنت مهمة بشكل خاص لإنتاجية الشركات الصغيرة. إذا أراد أي شخص يرغب في بدء نشاط تجاري كبير للتصدير قبل عشرين عامًا، كان عليه الاستثمار في حملة إعلانية دولية وخوادم تكنولوجيا المعلومات الداخلية وتراخيص البرامج باهظة الثمن.

في استطلاعنا، من بين الشركات التي يعمل بها أقل من 250 موظفًا رأينا:

%84

وافقت 84% أن الأدوات المتوفرة على الإنترنت سهلت عليها المنافسة مع مؤسسات كبرى

%83

وافقت 83% أنه من الأسهل الآن للعملاء الدوليين الوصول إلى شركاتهم

تعمل Googleعلى تسهيل تنافس الشركات الجديدة مع الشركات القائمة

ساهمت الأدوات المجانية الإلكترونية والحوسبة السحابية والقدرة على التواصل مع العملاء في جميع أنحاء العالم في تقليل الحواجز التي تحول دون دخول الشركات الناشئة إلى السوق، مما جعل عملية النمو أسهل على تلك الشركات.

في استطلاعنا، من بين الشركات التي تأسست منذ خمس سنوات رأينا:

%73

وافقت 73% على أن تكاليف بدء نشاط تجاري قد انخفضت كثيرًا بفضل أدوات الإنترنت

%85

وافقت نسبة 85% أن الأدوات المتوفرة على الإنترنت سهلت تنمية شركاتهم وتوسيع نطاقها

%62

وافقت نسبة 62% أن الإعلان على محرك البحث على الإنترنت مهم للشركات

تعمل منتجات Googleعلى تمكين أنواع جديدة تمامًا من الأنشطة التجارية

منشئو المحتوى على يوتيوب

لعقود من الزمان، كان الناشرون وشركات التسجيل ومنتجو التلفاز محاصرين بطلبات الأفراد الذين يريدون فرصة للوصول إلى جمهور أكبر. زوّد موقع YouTubeالكثيرين بديلاً، فمنحهم منصة للتواصل مباشرة مع أشخاص من جميع أنحاء العالم. بينما كان الأطفال يحلمون بأن يصبحوا نجوم سينمائيين أو نجوم رياضيين عندما يكبرون، يقول عدد متزايد الآن أن حلمهم هو أن يصبحوا مدونين فيديو على يوتيوب.[15]

يبلغ عدد جمهور YouTubeعلى مستوى العالم أكثر من مليارِي مستخدم، ويتم تحميل ما يزيد عن 500 ساعة من المحتوى كل دقيقة ومشاهدة مليار ساعة من المحتوى يوميًا. يدعم هذا الجمهور الهائل آلاف المبدعين المستقلين. زاد عدد القنوات التي تضم أكثر من مليون مشترك بأكثر من 65% سنويًّا، وزاد عدد القنوات التي تكسب الآلاف أكثر من 40% سنويًّا.[16]

YouTubeمسلسلات وYouTubeأفلام

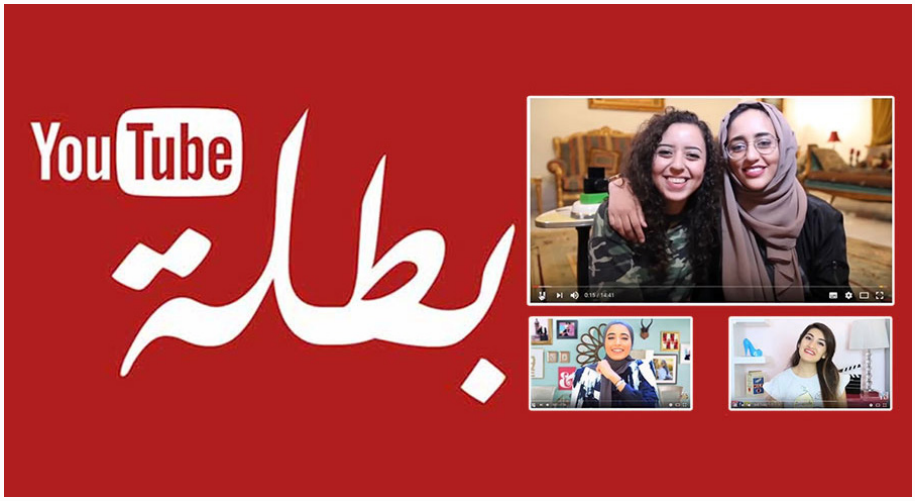
أطلق موقع YouTubeمركزًا باسم مسلسلات YouTubeوبه أكثر من 500 مسلسل تلفزيوني عربي مشهورة ويعود تاريخها إلى عام 1962 من بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. ويُمكن للمشاهدين مشاهدة أكثر من 7,000 ساعة من المسلسلات العربية على يوتيوب، من أي جهاز وفي أي مكان. ويُصنف المركز هذه العروض بحسب السنة لتسهيل عملية البحث عنها. وأطلق YouTubeأيضًا YouTubeأفلام، مركزًا مشابهًا للأفلام العربية. يعرض مركز أفلام حاليًا أكثر من 10,000 فيلم، وحظي بأكثر من أربعة ملايين مشاهدة منذ إطلاقه.

15 انظر على سبيل المثال هنا أو هنا.

16 https://www.youtube.com/yt/about/press/ و https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/

YouTube بطالة

أطلقت YouTube مركزًا يُسمى YouTube بطالة لمنشئات المحتوى من الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ويضُم أكثر من 400 منشئة محتوى من المنطقة. وتحتوي القناة على أكثر من 1,000 مقطع فيديو ومُصنفة إلى أنواع مثل الكوميديا والتعليم واللياقة البدنية وغيرها الكثير.



قناة دروسي على يوتيوب

عمل YouTubeمع اتصالات ووزارة التعليم لتطوير مئات البرامج التعليمية على موقع YouTubeبهدف تخفيف عبء الدروس الخاصة. دروسي هي قناة على YouTubeتضم أكثر من 400 برنامج تعليمي، وتغطي مجموعة متنوعة من المواضيع، وتهدف إلى مساعدة الأسر على خفض التكلفة العالية للدروس الخاصة.

علي المحمودي، مُنشئ محتوى على يوتيوب، قناة Ali Alhamoudi On Cars

بدأ علي المحمودي رحلته على YouTube عندما أسس قناته Ali Alhamoudi On Cars في أغسطس 2013. تركز قناته على منتجات الرفاهية والسيارات، بما في ذلك السيارات الفاخرة والسيارات الحصرية بالإضافة إلى محتوى نمط الحياة والطعام والتسوق والسفر. يركز محتواه بشكل أساسي على تقييمات السيارات التي يعرض فيها إيجابيات وسلبيات أحدث السيارات. ولقد شارك علي حتى الآن أكثر من 240 مقطع فيديو، وتجاوز عدد المشتركين بقناته أكثر من 1.5 مليون مشترك مع أكثر من 122 مليون مشاهدة من جميع أنحاء العالم.

حنان السماك، منشئة محتوى على قناة حنان السماك على يوتيوب

حنان السماك هي كاتبة إماراتية، ومتحدثة ومعلمة محترفة، وبدأت YouTubeفي يونيو 2014. بعد تكريمها كواحدة من أكثر الشخصيات تأثيرًا وصوت المجتمع خلال مبادرة تمكين المرأة في عام 2015، شاركت حنان مع والدتها في تأسيس مؤسسة للتدريب والاستشارات تحت اسم Heart Masters مع والدتها وكرست حياتها المهنية لرسالتها المتمثلة في نشر الإيجابية والثقة. تهدف حنان من خلال قناتها على YouTubeإلى تحفيز الناس من خلال مشاركة أحدث الأبحاث العلمية والمعرفة في مجال علم النفس الإيجابي. تواصل حنان التأثير في حياة الآخرين وإلهام الآلاف من الأشخاص في جميع أنحاء العالم من خلال مدوناتها للمساعدة الذاتية ومقاطع الفيديو والمحاضرات والدورات التدريبية على يوتيوب. حتى الآن، وصلت إلى أكثر من 141 ألف مشترك وأكثر من 4.5 مليون مشاهد من خلال أكثر من 70 فيديو تحفيزي.

مها جعفر، منشئة محتوى على مها جعفر قناة على يوتيوب

مها جعفر طبيبة أسنان وجدت نفسها فجأة على وسائل التواصل الاجتماعي. بعد أول مقطع فيديو لها، والذي كان عبارة عن مجموعة من التعبيرات بلهجات عربية مختلفة، حصلت على أكثر من 1.8 مليون مشاهدة على الإنترنت، انطلقت مها في رحلتها على يوتيوب. تهدف مها المقيمة في دبي ومن جذور سودانية وعراقية، إلى تعزيز المحبة والوحدة بين الناس من خلفيات ثقافية مختلفة، وعرض الثقافة من خلال الكوميديا والضحك. منذ أن بدأت مها رحلتها على YouTubeفي أغسطس 2016، حصلت على أكثر من 550 ألف مشترك و27 مليون مشاهدة لمائة مقطع فيديو.

هيفاء بيسو، منشئة محتوى على قناة Fly with Haifa على يوتيوب

ولدت هيفاء بسيسو وترعرعت في دبي، وتركت عملها في الإنتاج التلفزيوني للسفر إلى أماكن مختلفة في كافة أنحاء العالم ونشر التسامح بين الثقافات من خلال مقاطع الفيديو. هيفاء بيسو هي منشئة قناة Fly with Haifa، التي تشارك فيها تجاربها في السفر وتجاربها الثقافية مع جمهور يصل إلى الملايين. من خلال 46 مليون مشاهدة و780 ألف مشترك، تربط هيفاء الناطقين باللغتين العربية والإنجليزية بمحتوى ثنائي اللغة يهدف إلى سد الفجوة بين الدول العربية وبقية العالم. شاركت في العديد من برامج الأثر الاجتماعي، بما في ذلك المشاركة في استضافة أوركسترا الموسيقيين السوريين مع YouTube وإفريقيا إكسبريس، واستضافة حفل جائزة نوبل للسلام كممثلة مختارة لمنشئي المحتوى على يوتيوب، والمشاركة في حملة #MoreThanARefugee على YouTube وتمّ الاعتراف بها مؤخرً باعتبارها من بين: منشئي المحتوى على YouTube لتحقيق التغيير في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

لوي ساهي، منشئ محتوى على قناة لوي ساهي على يوتيوب

أحد الدوافع الرئيسية التي ألهمت لوي ساهي لبدء قناته هو تمكين الجمهور من استكشاف دبي من خلال مقاطع الفيديو التي يقدمها. قبل بضع سنوات، تواصلت معه واحدة من جمهوره من العراق وذكرت له أنه قد تمّ تشخيصها بمرض عُضال. وأعربت عن عدم قدرتها على السفر بسبب مرضها، ولكنها استمتعت بتجربة الحياة في دبي من خلال المحتوى الذي يقدمه. لذلك، قرر تحميل مقاطع فيديو منتظمة على قناته على YouTubeلعرض حياته الشخصية ومشاركة تجاربه. وهذا ساعده على إدراك مدى قوة مقاطع الفيديو. إنها طريقة لمشاركة وجهة نظرك وثقافتك وحس الدعابة الذي تتمتع به وإسعاد الآخرين. وعلى الرغم من وفاة تلك المعجبة العراقية، للأسف، أبقاها لوي حية في الذاكرة من خلال محتواه. قام حتى الآن بتحميل أكثر من 730 مقطع فيديو وحصل على أكثر من 270 مليون مشاهدة. أدى نجاحه إلى تشكيل جمهور يضم أكثر من مليوني مشترك، كما ساهم تصويره السينمائي المثير للإعجاب والبرمجة الجذابة في نجاحه على منصة يوتيوب. تغطي مقاطع الفيديو الخاصة به مجموعة متنوعة من المواضيع التي تتراوح من الكوميديا إلى الطعام والسفر إلى الأوقات التي يقضيها مع الأصدقاء والعائلة، وأهم رسائله هي الاستمتاع بكل ثانية.

ليلى مراد، منشئة محتوى على ليلى مراد قناة على يوتيوب

بدأت ليلى مراد التدوين باستخدام مقاطع الفيديو في عام 2015. بدأت ليلى بإعطاء نصائح حول فقدان الوزن وممارسة التمارين الرياضية، ولكنها توسعت لاحقًا لتقديم مقاطع فيديو عن حياتها اليومية ورحلاتها. ومع أكثر من 1.9 مليون مشترك وأكثر من 103 مليون مشاهدة، تعد ليلى مراد من بين منشئات المحتوى الأكثر تأثيرًا في المنطقة، وقد ساعدت مشاهديها على استكشاف الحياة البرية في زنجبار، والطبيعة في فنلندا، والمشاهد الخلابة في سيشيل والعديد من الوجهات. ويركز محتوى ليلى الخاص برحلاتها على إبراز الأنشطة الفريدة القائمة على المغامرة التي يمكن لمشاهديها تجربتها.

أكاديمية منشئي المحتوى

أكاديمية منشئي المحتوى في YouTubeهي منصة تعليمية تُقدم دورات ودروسًا مجانية على الإنترنت لمساعدة الناس على فهم كيفية استخدام YouTubeللوصول إلى الأشخاص وكسب المال.

أطلقت GoogleThe Lantern Award للاحتفال بحملات رمضان وعيد الفطر الأكثر إبداعًا في المنطقة على يوتيوب. تقدم The Lantern Award، المصممة خصيصًا لجميع المعلنين والوكالات الإبداعية والإعلامية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، الفرصة للمتسابقين لعرض أعمالهم من خلال تقديم تصميمات إبداعية تحرّك مشاعر الجمهور على يوتيوب. سيفوز من يبيّن كيف أن استخدامهم لموقع YouTubeقد حظي بأكبر قدر من التفاعل من قبل المشاهدين خلال فترة رمضان والعيد.

أطلقت Googleفكّر مع Google- الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وهي منصة تعليمية وإخبارية مجانية تغطي أبحاث التسويق والاتجاهات الرقمية. ويتم تسليط الضوء على العديد من الأعمال في الإمارات العربية المتحدة على هذه المنصة.

الأثر الاقتصادي لتطوير أندرويد

يعد أندرويد من أكثر أنظمة التطبيقات شعبية في العالم، حيث أثبت أنّه من السهل جدًا على مطوّري التطبيقات أو الألعاب نشرها للعملاء وتسويقها في جميع أنحاء العالم.

على مستوى العالم، يستهدف أكثر من 5.9 مليون مطور أندرويد أولًا.[17]وفي المُجمل، يقدم متجر Googleبلاي حوالي 2.7 مليون تطبيق للتنزيل[18] حيث تمّ تنزيل أكثر 75 مليار تطبيق على مستوى العالم من متجر Googleبلاي في عام 2018.[19]ويستخدم المستهلك العادي في الدول المتقدّمة أكثر من 30 تطبيقًا، مع ما لا يقل عن 100 تطبيق مثبتًا على هاتفه الذكي.[20]

مجموعات مطوّري جوجل

إن مجموعات مطوّري Googleهي مجموعات مطوّرين محلية مهتمة تحديدًا بمنتجات Google وواجهات برمجة التطبيقات (APIs). تُسمى كل مجموعة محلية من المطوّرين «مجموعة فرعية» ويُمكنها استضافة عدد متنوع من الأنشطة التقنية للمطورين، سواء لعقد اجتماع بين عدد قليل من الأشخاص لمشاهدة أحدث مقاطع الفيديو، أو تجمعات كبيرة مع عروض توضيحية ومحادثات تقنية أو لعقد أحداث البرمجة (الهاكثون). وأحد البرامج الرئيسية التي تغطيها مجموعة المطوّرين المحلية هو برنامج Women Techmakers من Googleالذي يوفر الشهرة والمجتمع والموارد للنساء في عالم التكنولوجيا.

17 https://evansdata.com/press/viewRelease.php?pressID=244

18 https://www.statista.com/statistics/266210/number-of-available-applications-in-the-google-play-store/

19 Store Intelligence Data Digest Q4 and Full Year 2018, Sensor Tower

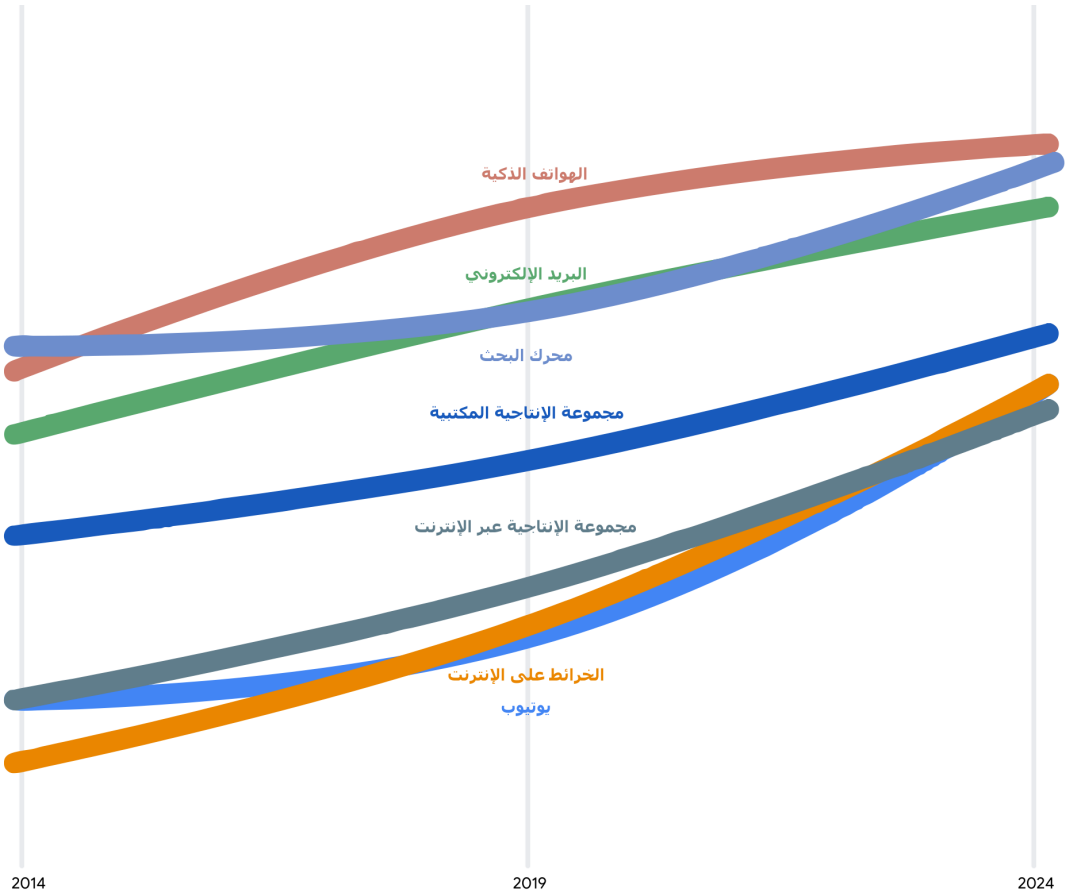
20 The State of Mobile 2019, App Annie

تساعد Googleفي
زيادة انتاجية العاملين
وتساعدهم على
تعلّم مهارات جديدة
والتقدّم في حياتهم
المهنية.

تساعد Googleالعاملين على زيادة انتاجيتهم

في السنوات الخمس الماضية، أعلنت الشركات الإماراتية عن زيادة كبيرة في استخدام البريد الإلكتروني والهواتف الذكية ومحرّكات البحث والخرائط على الإنترنت ومجموعة الإنتاجية عبر الإنترنت، وتتوقّع أن يزداد اعتمادها في السنوات الخمس المقبلة.

استخدام تقنيات الإنترنت بمرور الوقت



تساعد Googleالعاملين على زيادة انتاجيتهم

مثل جهاز الحاسب الآلي وجدول البيانات للجيل السابق، يمكن القول إن أهم أدوات الإنتاجية الشخصية في الجيل الأخير كانت الهاتف الذكي ومحرك البحث:

- يميل العاملون أكثر إلى استخدام محرك البحث من Googleفي الأسبوع العادي لأغراض العمل من استخدامهم للحاسب الآلي أو الحاسب المحمول أو مايكروسوفت أوفيس أو السيارة.
- وافق 85% من العاملين على أن محرّكات البحث تسهّل عملهم وتخفّض الوقت اللازم لتنفيذه.

الأمر ليس مجرد عملية «بحث». قدّرت دراسة سابقة لشركة Forrester Consulting أن استخدام GoogleG Suite وأدوات مثل Docs وSheets وSlides قد يوفّر على الموظفين 15 دقيقة إلى ساعتين في الأسبوع في إطار تعاون يتسم بقدر أعلى من الكفاءة.[21]

وافق أصحاب العمل الذين تحدّثنا إليهم على أن الإنترنت قد رفع مستوى الإنتاجية وأتاح أساليب جديدة للعمل:

%85

وافق 85% من قادة الأنشطة التجارية الذين أجرينا الاستطلاع معهم على عبارة «استخدام الإنترنت يزيد مستوى انتاجية الموظفين في شركتي»

%86

وافق 86% «أنه من السهل على الموظفين العمل عن بعد»؛

%86

وافق 86% «أنه أصبح من الأسهل الآن على العاملين وفرق العمل المختلفة التعاون مما كان عليه الحال قبل التطبيقات على الإنترنت والخدمات السحابية».

تتجه الشركات، بشكل متزايد، إلى مزودي الخدمات السحابية مثل خدمات Googleالسحابية لتمكينهم من النمو بسلاسة.

في المتوسط، حققت الشركات عائدات صافية بلغت 2.5 دولارًا لكل دولار يتم استثماره في الخدمات السحابية، حيث حقق بعض المستخدمين الأكثر نجاحًا في خدمات Googleالسحابية عائدات تصل إلى 10 دولارات لكل دولار واحد مستثمر. في المُجمل، وجدت تقديرات ديلويت أن خدمات Googleالسحابية رفعت مستوى الإنتاجية في الإمارات العربية المتحدة بمقدار 8 ملايين درهم إماراتي.[22]

نظرًا للعدد الكبير من العمال والشركات الذين أفادوا في الاستطلاع أنهم الآن يستخدمون منتجات Googleويعتمدون عليها، فمن المحتمل أن يكون حجم هذا الاستخدام كبيرًا. **كتقدير تقريبي، نقدّر أن محرك البحث من Google وG Suite يحققان وفورات لا تقل عن 4.1 مليار درهم إماراتي سنويًّا للشركات العاملة في الاقتصاد الإماراتي.**[23]

21 التأثير الاقتصادي الكلي لتطبيقات جوجل للعمل، فورستر للاستشارات، 2015

22 العملية الحسابية لـ Public First قائمة على الآثار الاقتصادية والاجتماعية لخدمات Googleالسحابية وديلويت، سبتمبر 2018

23 استنادًا إلى استطلاعات الرأي التي أجريناها، على افتراض أن نصف العاملين في الإمارات العربية المتحدة يستخدمون خدمة محرك البحث من جوجل أسبوعيًا و20% من العاملين يستخدمون G Suite. بناءً على العمل الذي قامت به فورستر للاستشارات، نفترض أن كل مستخدم من مستخدمي G Suite يوفّر ما بين 15 دقيقة وساعتين في الأسبوع. نفترض أن العاملين يبحثون عن سؤال واحد من خلال محرك البحث من جوجل في الأسبوع، وأن هذا يوفّر عليهم 15 دقيقة. يتم تحويل إجمالي الوقت الذي يتم توفيره إلى مبلغ نقدي باستخدام متوسط الإنتاج للساعة في الإمارات العربية المتحدة.

نمشي: الاستفادة إلى أقصى حد ممكن من الخدمات المصغّرة باستخدام محرك GoogleKuberne-tes

تسمح شركة نمشي لمتاجر التجزئة للأزياء عبر الإنترنت بتوفير الوقت والمال من خلال تبسيط إدارة خدماتها المصغّرة من خلال الانتقال إلى محرك GoogleKubernetes.

تأسّست نمشي في عام 2011، وهي الآن واحدة من أهم مواقع الأزياء في الشرق الأوسط، حيث سجّلت زيادة في المبيعات بنسبة 16 بالمائة في عام 2018. منذ البداية، تبنّت شركة التجزئة على الإنترنت الحوسبة السحابية، وبنت منصتها على مجموعة من الخدمات المتميزة القائمة على حاويات. ولكن مع مرور الوقت، أصبحت بنية الخدمات المصغرة المتنوعة أكثر تعقيدًا. وكان لا بد من إدارة كتل Kubernetes يدويًا، مما وضع صعوبات على مهندسي الموثوقية في موقع نمشي. ذكر عبد الرحمن شدو، مدير مهندسي الموثوقية في الشركة «لقد قضينا نصف وقتنا على الأقل في تصحيح الأخطاء، وذلك للحفاظ على استقرار الموقع وتشغيله فقط». «ومع نمو نمشي، أصبحت مهمة إدارة خدماتنا المصغرة معقدة للغاية. كنا مثل رجال الإطفاء. كنا نبدأ في حل مشكلة، ثم نُفاجئ بمشكلة أخرى في مكان آخر.»

حدّد الفريق أن الشبكات هي السبب الجذري للمشاكل. يقول عبد الرحمن: «نظرًا لأن شبكتنا كانت دون المستوى الأمثل، في أي وقت قد يزيد أو ينخفض العمل عليها، كنا نواجه الكثير من الأخطاء». «في الواقع، كان الحفاظ على الكتل وتشغيلها يستغرق 30 بالمائة من وقت الفريق.» كانت التكلفة عاملاً آخر، حيث أن كل كتلة إضافية يتم طلبها تعني طلبات جديدة من الميزانية. وأضاف عبد الرحمن «لقد أدركنا أننا بحاجة إلى عقد جديدة للاستمرار والمتابعة، لكن يتعين علينا حساب مقدار التكلفة في ذات الوقت.» «وأدى ذلك إلى زيادة الضغط على القرارات التي كان علينا اتخاذها.» بدلاً من قضاء الوقت في الصيانة، أرادت نمشي التركيز على تطوير واستخدام إصدارات جديدة لإضافة قيمة إلى النشاط التجاري. بحث الفريق عن طريقة فعالة وغير مكلفة لتبسيط إدارة خدماته المصغرة: شيء يمكنهم الاعتماد عليه ولا يكون مصدر قلق، فيسمح لهم بالتركيز أكثر على الابتكار. يقول عبد الرحمن: «كان من المحبط قضاء نصف وقتنا في صيانة البنية التحتية». «لقد جربنا العديد من الحلول الإدارية دون نجاح، لذلك عندما اختبرنا محرك GoogleKubernetes، كان ذلك بمثابة اكتشاف. بنقرة واحدة، يمكننا توفير كتلة وتشغيلها في غضون دقائق. اختفت أكبر مشاكلنا اليومية بين ليلة وضحاها.»

مطابقة الخدمات المصغرة مع أدوات الإدارية الصحيحة

عادةً ما تختار المؤسسات بنية الخدمات المصغرة لتحسين قابلية التوسع والمرونة وسرعة التطوير التي يمكنها تنفيذها. ولكن عمليًا، الأدوات الإدارية غير المناسبة ستحول دون تحقيق تلك الفوائد. قامت نمشي ببناء بنية الخدمات المصغرة الخاصة بها مع مرور الوقت، ولكن أضحى تشغيل النظام مهمة يدوية صعبة أكثر فأكثر، لاسيّما عند التوسع. يقول عبد الرحمن: «قد تزداد نسبة زيارة موقعنا بين 30 و50 في المائة خلال دقائق قليلة». «وفي هذا الوقت تظهر الأخطاء، لأن نظامنا لم يكن جاهزًا لاستيعاب مثل هذه الحركة. وبعد ذلك نبحث عن طرق لإصلاح المشكلة وإدخال تعديلات يدوية على نظامنا. طريقة عملنا كانت عبارة عن عملية طويلة ومرهقة. غالبًا ما كنا نحاول التنبؤ بأوقات الذروة وتوفير سعة إضافية في وقت مبكر، لأننا لم نثق في أن الأمور ستتحسن بشكل مناسب في الوقت الفعلي.»

ومع مزود الخدمات السحابية السابق لشركة نمشي، كانت تستغرق البنية التحتية دقائق عدّة للاستجابة للزيارات المرتفعة للموقع. وكان المستخدمون يتلقون إشعارات خطأ خلال ذلك الوقت، أو لم يتمكنوا من الوصول إلى الموقع الإلكتروني. ولأنه كان من الصعب الانتقال إلى كتل جديدة، توقفت أعمال التطوير كذلك. يقول عبد الرحمن: «كان الانتقال إلى كتلة جديدة يستغرق الكثير من الوقت، وبالتالي كنا نحاول الحفاظ على حد أدنى من الترقيات». «كنا نحصر الترقيات بترقية واحدة كل أربعة أشهر، لكن هذا يعني أننا كنا نستخدم دائمًا إصدارات قديمة للمنتجات، الأمر الذي تسبب في حدوث مشاكل أخرى.» سعى عبد الرحمن وفريقه إلى الانتقال إلى أفضل مزود خدمات سحابية متاحة لتنظيم Kubernetes. وأضاف عبد الرحمن: «لقد أجرينا مقارنة معيارية، ولم تكن البدائل مثل محرك GoogleKubernetes». «لقد كان من الأسهل بكثير إدارة الشبكات والتوسعة، وإجراء ترقيات للكتل بنقرة زر واحدة.» بالإضافة إلى نقل الخدمات المصغرة إلى محرك GoogleKubernetes، قام الفريق بنقل قاعدة البيانات الأساسية الخاصة به إلى Cloud SQL أيضًا، حتى يتمكن من الاستفادة من الأسعار التنافسية. يقول عبد الرحمن: «كان لدينا ملايين الصفوف من البيانات التي سيتم نقلها إلى Cloud SQL، وكان من الممكن أن يستغرق الأمر وقتًا طويلًا للغاية إذا قمنا بذلك بأنفسنا.» «سهلت خدمات Googleالسحابية الأمر عندما أصدروا واجهة برمجة تطبيقات لنسخ كل شيء في قاعدة البيانات التي كانت لدينا مع مزود الخدمات السحابية السابق.»

نقل المقاييس الرئيسية مع لوحات المعلومات على Stackdriver

ومع الوقت الذي توفّره نمشي بفضل عمليات الترقية والترحيل الأسرع، يبحث الفريق عن طرق جديدة لتحسين النظام الأساسي الخاص بهم، مثل إنشاء لوحات معلومات داخلية للمقاييس الأساسية. يقول عبد الرحمن: «نريد أن نجعل المقاييس شفافة بقدر الإمكان للفرق في نمشي». «وهذا مهم بشكل خاص للتأكد من أننا نفي باتفاقات مستوى الخدمة بشأن معدلات الخطأ أو حالات التأخر. لكننا نريد أيضًا أن يشعر الأفراد في الشركة بأنهم أكثر ارتباطًا بما يحدث عبر الإنترنت وبعمل فريقنا الفني.» وللقيام بذلك، ترسل نمشي السجلات والمقاييس من محرك GoogleKubernetes إلى Stackdriver، والتي تعمل على إحالة بيانات الأداء والتشخيص إلى لوحات المعلومات. يقول عبد الرحمن: «استغرق الأمر أقل من 15 دقيقة لإعداد لوحة معلومات مع Stackdriver». «في الحل السابق، كان يستغرق ذلك أسبوعًا ونصف. تعد لوحات المعلومات ميزة إضافية رائعة، إلى جانب استخدامنا الرئيسي لـ Stackdriver كأداة للمراقبة السريعة والموثوقة يتم تحديثها تلقائيًا.»

من خلال خفض التكاليف وبناء الثقة من خلال الانتقال إلى محرك GoogleKubernetes وCloud SQL، خفضت نمشي تكاليف البنية الأساسية بنسبة 30 بالمائة. يقول عبد الرحمن: «إن الوفورات التي بلغت 30 في المائة هي مجرد بداية ما نتوقّع تحقيقه». «لم ندرس كيفية تحسين تكاليفنا على منصة Googleالسحابية حتى الآن، لكننا نتوقع أن تزداد هذه الوفورات إلى أكثر من 40 في المائة. أحد الجوانب المفضلة لنا في تسعير منصة Googleالسحابية هو الخصم على الاستخدام الملتزم به. بدلاً من الاضطرار إلى التخطيط للمستقبل وحجز الحالات، فالسعة موجودة عندما نحتاج إليها، وكلما استخدمناها، كلما زادت نسبة الوفورات». تدرس نمشي حاليًّا طرق جديدة لاستخدام منتجات Googleالسحابية لزيادة مرونة موقعها. يقول عبد الرحمن: «كلما زاد نجاحنا، سنصبح أيضًا هدفًا للقراصنة». «نحن مهتمون بالفعل باستخدام Google Cloud Armor في حمايتنا من هجمات حجب الخدمة الموزعة (DDoS). في الماضي، كانت لدينا طرق محدودة لفرز الحركة الواردة إلى كتلتنا، ولم تتكامل بشكل انسيابي مع السحابة. ولكن بفضل Cloud Armor، يمكننا إعداد مرشحات لتحديد الحركة الهجومية والتصدّي لها قبل أن تؤثر على خدماتنا.» وفي الوقت نفسه، يؤدي الأداء المحسّن لمحرك GoogleKubernetes إلى إحداث فرق كبير في المؤسسة، مع إدراك فرق العمل أنها تستطيع الوثوق في البنية التحتية الجديدة. يقول عبد الرحمن: «باستخدام محرك GoogleKubernetes، لم تعد إدارة مجموعاتنا أمرًا صعبًا». «نحن لا نقلق عندما تحصل مشكلة ما. كان فريق التسويق يتواصل معنا قبل إرسال الإشعارات للتأكّد من أنّ المجموعات جاهزة للتعامل معها. أما الآن، لم تعد هناك حاجة للتواصل معنا للتحقّق. فنحن نعلم أنّ النظام سيعمل بشكل جيد.»

حماية الأنشطة التجارية على الإنترنت باستخدام حماية أمنية رائدة

ميزات الأمن مشمولة في جميع منتجات Googleوخدماتها وبنيتها التحتية للحفاظ على حماية البيانات، وقد خصصت Googleفرق عمل وتقنيات متخصّصة لتحسين هذه الحماية باستمرار.

الدفاع المتعمّق

تمّ تصميم أمن البنية الأساسية لGoogleفي طبقات تعتمد على بعضها البعض، بدءًا بالأمان الفعلي لمراكز البيانات إلى الحماية الأمنية للأجهزة والبرمجيات إلى العمليات المستخدمة لدعم الأمن التشغيلي. تُرسي هذه الحماية المؤلفة من طبقات أساسًا أمنيًا قويًا لكل ما تقوم به جوجل.

- **الأمن المادي لحماية سلامة البيانات:** توزّع Googleالبيانات عبر عدة مراكز بيانات، بحيث يمكن، في حالة نشوب حريق أو كارثة، نقلها تلقائيًا إلى مواقع مستقرة ومحمية. تتم مراقبة وحماية كل مركز من مراكز البيانات على مدار الساعة، ويتم التحكّم في الوصول من خلال إجراءات مشدّدة مثل تحديد الهوية عن طريق السمات البيولوجية والمراقبة باستخدام أشعة الليزر.
- **أجهزة مخصّصة وآمنة في جوهرها:** يبدأ الأمن في الأجهزة. وضعت Googleعمليات تعزّز أمان أجهزتها، بما في ذلك التدقيق في الموردين الذين تعمل معهم، وتصميم شرائح مخصّصة، واتخاذ تدابير لتحديد أجهزة Googleالمشروعة والتصديق عليها، وذلك بهدف ترسيخ الأمن على كافة المستويات.
- **التشفير للحفاظ على خصوصيّة البيانات وحمايتها:** يوفّر التشفير مستوى أعلى من الأمان والخصوصية لخدمات جوجل. بما أن البيانات التي تمّ إنشاؤها تحرّك جهازك وخدمات Google ومراكز البيانات، فهي محميّة بواسطة تقنية الأمان مثل HTTPS وTransport Layer Security. كما تعمل Googleتلقائيًا على تشفير البريد الإلكتروني عندما تكون البيانات مخزنة غير ناشطة أو أثناء نقلها، وتشفر أيضًا ملفات تعريف ارتباط الهوية بشكل افتراضي.
- **إجراءات العمليات الآمنة:** تستخدم Googleمراقبة الأمان لحماية المستخدمين من البرامج الضارة. وتتم باستمرار مراقبة التطبيقات ونشر التصحيحات من خلال تحليل الشبكات الآلية والتكنولوجيا الحصرية. ويسمح هذا لGoogleباكتشاف التهديدات وحماية المنتجات من الرسائل غير المرغوب فيها والبرامج الضارة والفيروسات وغيرها من أشكال الأكواد الضارة والاستجابة لها.
- **مسح نشط لتحديد نقاط الضعف:** تبحث Googleعن الثغرات الأمنية في البرمجيات، وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات التجارية الخارجية والأدوات التي يتم بناؤها داخليًا لأغراض مخصّصة، واختبار الاختراق الآلي واليدوي المكثف، وتعمل على تنفيذ عمليات ضمان الجودة، ومراجعات لأمن البرمجيات، وعمليات التدقيق الخارجي.
- **تصميم يركّز على الجانب الأمني:** يعمل خبراء الأمن والخصوصية في Googleمع فرق التطوير على مراجعة الكودات وضمان مستوى عال من الحماية الأمنية في المنتجات.
- **ضوابط متينة لحصر الوصول بالعاملين الموثوقين فقط:** تحصر Googleالوصول إلى بيانات أعمال المستخدمين بموظفي Googleالذين يحتاجون إلى صلاحيات الوصول لأداء عملهم؛ مثلاً، عندما يقوم موظف خدمة العملاء بمساعدة المستخدم في إدارة بياناته. ويتم فرض تطبيق ضوابط وصول متينة من خلال إجراءات حماية تنظيمية وتقنية. وتعمل Googleمع أطراف خارجية، مثل موردي خدمات دعم العملاء، لتوفير خدمات جوجل، ويتم إجراء تقييم لضمان توفير المستوى المناسب من الأمن والخصوصية اللازمين للحصول على صلاحيات الوصول إلى البيانات.
- **إدارة الحوادث لمواجهة التهديدات بسرعة:** يعمل فريق الأمن في Googleعلى مدار الساعة للكشف بسرعة عن الحوادث الأمنية وحلّها وإخطار الأفراد المناسبين. برنامج إدارة الحوادث الأمنية مبني على أفضل الممارسات في القطاع ومُصمّم وفقًا لبرنامج «إدارة الحوادث في جوجل»، القائم على الجوانب الفريدة لGoogleوبنيتها التحتية. ويتم اختبار خطط الاستجابة للحوادث بانتظام، لكي تبقى Googleعلى استعداد دائم.

تساعد Googleالأشخاص على إنجاز المزيد من المهام أثناء التنقل

من البودكاست إلى التطبيقات، ومشاهدة مقاطع الفيديو إلى الألعاب، أصبح السفر والتنقّل أكثر ممتعًا بفضل انتشار الهواتف الذكية وزادت انتاجية الناس. فبدلاً من الانتظار للعودة إلى المكتب للبحث عن جزء هام من المعلومات أو الرد على رسالة عاجلة، يمكننا اليوم القيام بأمور كثيرة في اللحظة ذاتها.

في استطلاع الرأي الذي أجريناه، لاحظنا أن الأفراد في الإمارات العربية المتحدة يستخدمون هواتفهم الذكية بطرق متعدّدة لمواصلة أنشطتهم المنتجة أثناء التنقل:

- **البحث عن المعلومات.** 96% من مستخدمي محرك البحث يستخدمونه بانتظام للإجابة على سؤال أثناء التنقل.
- **القيام بالعمل.** يستخدم 95% من مستخدمي أندرويد هواتفهم بانتظام للرد على بريدهم الإلكتروني أو القيام بأعمال أخرى أثناء التنقل.
- **تفادي الضياع:** يستخدم 95% من مستخدمي أندرويد خرائط Googleبانتظام لمعرفة الاتجاهات إلى وجهتهم أثناء العطلة أو رحلة العمل.

تساعد Googleالعاملين على تحسين مهاراتهم والبحث عن وظائف جديدة

مساعدة الناس في البحث عن وظائف والتقدّم في حياتهم المهنية

تهدف السياسة العامة، منذ أكثر من مئة عام، إلى المساعدة في ربط العمالة بالوظائف المناسبة ومن ثم تدريبها وتحسين مهاراتها بمجرد الالتحاق بالعمل.

من خلال تسهيل البحث عن خيارات مختلفة، تساعد محرّكات البحث مثل محرك البحث من Googleعلى تحسين خيارات المستهلك والشفافية والمنافسة.

ولعلّ سوق العمل هو من أهم الأسواق التي ينطبق عليها ذلك بشكل خاص، ويُعد محرك البحث من Googleالبوابة الرائدة التي يبحث العاملون من خلالها عن وظيفة جديدة وعن تحسين مهاراتهم بعد الالتحاق بالعمل.

كل عام:

%98

98% من مستخدمي محرك البحث يستخدمونه للبحث عن وظائف جديدة

%80

80% من مستخدمي محرك البحث يستخدمونه للحصول على نصائح بشأن سيرتهم الذاتية.

%96

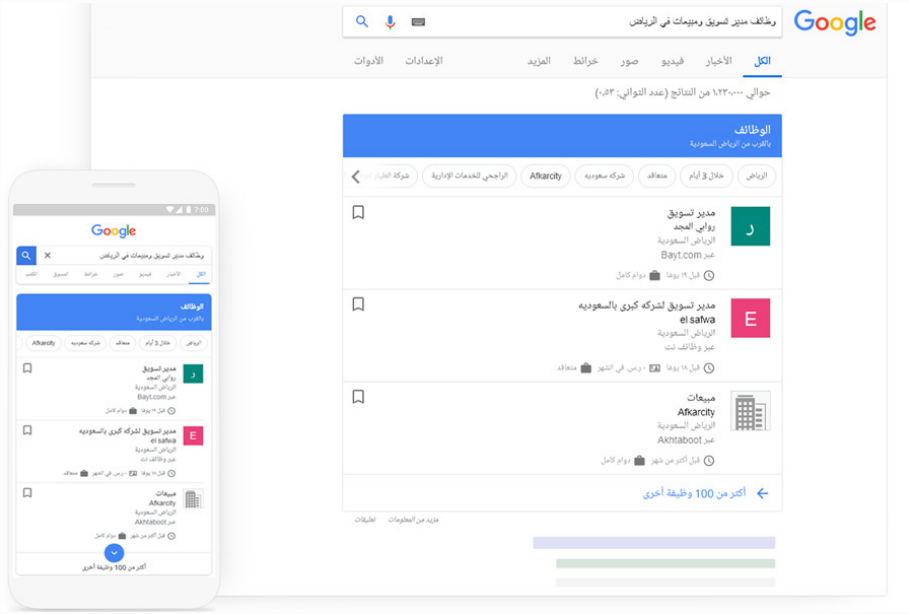
96% من مستخدمي محرك البحث يستخدمونه لتعلّم مهارة جديدة.

وهذا ينطبق بشكل خاص على العاملين الشباب. 87% من مستخدمي محرك البحث الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا و89% من مستخدمي البحث الذين تتراوح أعمارهم بين 25 و34 عامًا أجابوا أنهم يستخدمونه مرة واحدة على الأقل سنويًا للبحث عن وظيفة جديدة، و79% و87% على التوالي يستخدمونه للحصول على المشورة بشأن سيرتهم الذاتية.

ميزة البحث عن وظائف

في سبتمبر 2018، أطلقت Googleميزة البحث عن وظيفة في الإمارات العربية المتحدة. عندما يبحث الشخص عن «وظائف بالقرب مني» أو «وظائف تدريس» أو يطرح استفسارات مماثلة، يُمكنه الانتقال إلى ميزة تتيح له استكشاف الوظائف في كل شبكة الإنترنت بما يوافق احتياجاته. وتعرض النتائج تفاصيل تحت كل وظيفة مثل الموقع المحدّد، وتاريخ نشرها ومعلومات تفصيلية عن الوصف الوظيفي من جهة العمل.

تعاونت Googleمع 11 بوابة وظيفية لها تغطية محلية وإقليمية بما في ذلك Emploitic وNovojob و Rekrute وWUZZUF وForasna وBayt وJobzella وWzayef وAkhtaboot وLaimoon وGulfTalent لإطلاق هذه الميزة، وبإمكان جميع مزوّدي الوظائف إتاحة إمكانية الاطلاع على الوظائف الشاغرة لديهم في هذه التجربة. أي شخص يبحث عن وظائف في Googleسيرى منشورات من هذه المواقع والعديد من المواقع الإلكترونية الأخرى بمجرد ما يتم نشرها.



مساعدة المدراء على تعلّم المزيد في العمل

وتمامًا مثل القوة العاملة، يتحول أصحاب الأعمال والمدراء أيضًا بشكل متزايد إلى منتجات Googleلمتابعة الاتجاهات والفرص والبقاء على دراية بما يفعله المنافسون ولتحسين ممارساتهم وإدارتهم باستمرار.

في استطلاع الشركات الذي أجريناه، وجدنا أنّه على الأقل مرة واحدة في الشهر:

%91
91% يستخدمون محرك بحث لتعلّم مهارة جديدة؛

%88
88% يستخدمون محرك البحث للبحث عن فرصة عمل أو منافس جديد؛

%71
71% يستخدمون محرك بحث للبحث عن فرص تسويق جديدة؛

%93
93% يستخدمون محرك بحث للبحث عن طرق لتحسين الكفاءة.

إعداد الأفراد لوظائف المستقبل

مع تزايد أهمية التكنولوجيا الرقمية لمستقبل الاقتصاد، ازدادت أهمية المهارات الرقمية أيضًا.

على مدار السنوات الأربع الماضية، ساعدت دورات Googleفي تدريب أكثر من 10 ملايين شخص في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، حيث تلقى 45% من الملتحقين بدورات Googleعروضًا ترويجية أو قاموا بتأسيس شركات جديدة أو توسيع أنشطتهم التجارية الحالية.

الورشة الرقمية مهارات

كشفت دراسة حديثة أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي أنه بحلول عام 2020، ستتطلب كل وظيفة من بين 5 وظائف في العالم العربي مهارات رقمية غير متوفرة على نطاق واسع اليوم. 51% من الشباب يعتبرون البطالة من مخاوفهم الأساسية و38% فقط يعتقدون أن تحصيلهم العلمي يمنحهم المهارات التي يحتاجونها للدخول إلى سوق العمل. أكثر من 50% من خريجي الجامعات في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هم من الإناث، ولكن فقط 25% منهن يشاركن في القوى العاملة.

لمعالجة الفجوة المتزايدة في المهارات لدى القوى العاملة في المنطقة، وحرصًا على إتاحة الفرص التي توفرها التكنولوجيا للجميع، أطلقت Googleبرنامج مهارات من جوجل. البرنامج عبارة عن مبادرة لمساعدة الناطقين باللغة العربية، وخاصة النساء والشباب، على الاستعداد لفرص العمل في المستقبل، أو التقدّم في حياتهم المهنية، أو تنمية أعمالهم. Googleيوفّر دورات مجانية وأدوات وتدريبًا شخصيًا على المهارات الرقمية للطلاب والمعلمين والباحثين عن عمل والشركات. تتضمن المنصة الإلكترونية أكثر من 100 درس وفيديو توضيحي يُغطي مجموعة من مهارات التسويق الرقمي بما في ذلك التسويق باستخدام محرك البحث، ومواقع التواصل الاجتماعي، والفيديو، والتجارة الإلكترونية وغير ذلك. منذ إطلاقها، تمّ تدريب أكثر من 500,000 فرد (50% منهم من النساء) على المهارات الرقمية، وحصل واحد من بين 4 أشخاص على وظيفة أو ساعدهم التدريب على تطوير أعمالهم أو حياتهم المهنية.

تبلغ البطالة بين الشباب في المنطقة حوالي 31% وفقًا لآخر تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي، حيث يبحث حوالي 27 مليون شاب عن عمل. وحوالي ثلثي هذا الرقم هم من بين خريجي الجامعات. في أبريل 2018، أطلقت Googleبرنامج مهارات من Googleوهو عبارة عن منصة رقمية مجانية تقدّم المحتوى التعليمي عبر الإنترنت وجهاً لوجه، مما يساعد الناطقين باللغة العربية على تحسين فرص عملهم. فهو يعلّم مجموعة من المهارات، من كيفية إنشاء موقع إلكتروني وتعزيز التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي إلى كيفية تسويق الأنشطة التجارية، وكل ذلك باللغة العربية. الإماراتي يونس جابر خريج جامعي حديث يكمّل تدريبه في مستشفى الجليلة للأطفال في دبي. قال الأستاذ/ جابر: «التعلّم باللغة العربية يساعدني على فهم المواضيع الرقمية بشكل أفضل». «تتطلب معظم الوظائف الجديدة التي أبحث عنها معرفة رقمية أعمق بكثير من مجرد المهارات الأساسية في استخدام الحاسب الآلي واستخدام وورد والعروض التقديمية. «إن فهم تقنيات الذكاء الاصطناعي الجديد هو جزء من العمل الحديث، لذا يجب تعلّمها، لكن هذا ليس سهلاً دائمًا عندما تكون الدورات باللغة الإنجليزية فقط».

مريم يوسف، مؤسس ومدير عام بيكسل للتسويق الرقمي

قامت مريم يوسف بتأسيس شركة التسويق الرقمي الخاصة بها في دولة الإمارات العربية المتحدة. من خلال «مهارات من جوجل»، اكتسبت مريم معرفة قيمة في مجال توليد الأفكار، وأفضل الممارسات في التسويق الرقمي، والأهم من ذلك كيفية العمل مع عملاء جدد في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. كانت بيكسل عبارة عن شركة مؤلّفة من سيدة واحدة، أما الآن أصبحت بيكسل تضمّ 8 أشخاص ساعدوا أكثر من 50 شركة على النمو.

مريم يوسف، مؤسس ومدير عام بيكسل للتسويق الرقمي

في المستقبل، سيمكّن الذكاء الاصطناعي العاملين من زيادة انتاجيتهم

في السنوات العشرين الأولى، جاءت معظم القيمة التي ولدّتها خدمات Googleمن الوصول المعزّز إلى المعلومات والاتصالات. وفي السنوات العشرين القادمة، ستتولّد القيمة من خلال الذكاء الاصطناعي والتعلّم الآلي لأتمتة المهام الروتينية. ذكر الرئيس التنفيذي لشركة Googleأن الشركة مستعدة للانتقال من «شركة تساعدك في البحث عن إجابات لشركة تساعدك في إنجاز الأمور.»[24]

بينما يتكيّف القطاع مع المرحلة التالية من التقنيات، أي البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، والروبوتات المتقدمة، نجد أن الشركات في الإمارات العربية المتحدة قد أدمجت بالفعل تقنية الإنترنت في عملياتها اليومية، وفي عمليات اتخاذ القرارات، وفي المبيعات والتسويق.

تتوقّع 56% من الشركات في الإمارات العربية المتحدة أن يتم استخدام علوم البيانات والتعلم الآلي من قبل معظم العاملين لديها خلال السنوات الخمس القادمة.

وفي حين أنه من الصعب التنبؤ بالمدى المستقبلي لشركة معينة، يمكننا أن نتوقّع بثقة إمكانات الذكاء الاصطناعي والصناعة الرقمية للاقتصاد ككل.

في المُجمل، تُشير تقديراتنا إلى أن الذكاء الاصطناعي قادر على تعزيز الاقتصاد في الإمارات العربية المتحدة بنسبة 16.69% بحلول عام 2030، مما يُعزز متوسط معدلات النمو بمعدل 1.52 نقاط مئوية في العام، أي ما يعادل 23.7 مليار درهم إماراتي إضافي في الناتج المحلي الإجمالي، أو 2480 درهمًا إماراتيًا إضافيًا لكل فرد في الإمارات، كل عام.

بالإضافة إلى تحسين مستويات المعيشة، سيصبح أداء العمل ممتعًا أكثر مع الذكاء الاصطناعي الذي سيساهم أيضًا في تحرير وقت الموظفين لتمكينهم من القيام بأمور أكثر منفعة أو ابداعًا.

من خلال منتجات مثل المساعد ودوبلكس، قدّمت Googleبالفعل بعض التقنيّات التي يمكنها أن تقترح ردودًا نموذجية في الرسائل الإلكترونية أو البحث عن مكان مناسب للاجتماع أو لحجز موعد.

24 https://www.youtube.com/watch?v=IyRPyRKHO8M&feature=youtu.be

تلتزم Google
بمساعدة الأفراد على
التعلّم عبر الإنترنت
واستخدامه بطريقة
آمنة

تمكين التعلّم مدى الحياة

وجدنا أنّ غالبية المقيمين في دولة الإمارات، من كافة الأعمار، يستخدمون محرك البحث للبحث عن معلومات جديدة، مما يساعد في ترسيخ ثقافة التعلّم مدى الحياة: 84% من مستخدمي محرك البحث أفادوا أنهم الآن يبحثون عن الأمور غير المتأكدين منها أكثر مما كانوا يفعلون قبل وجود محرّكات البحث. يبحث 93% من مستخدمي محرك البحث في موضوع معين على الأقل مرة واحدة في الشهر.

تطبيق الباحث العلمي من جوجل: الوصول إلى أفضل الأبحاث في العالم

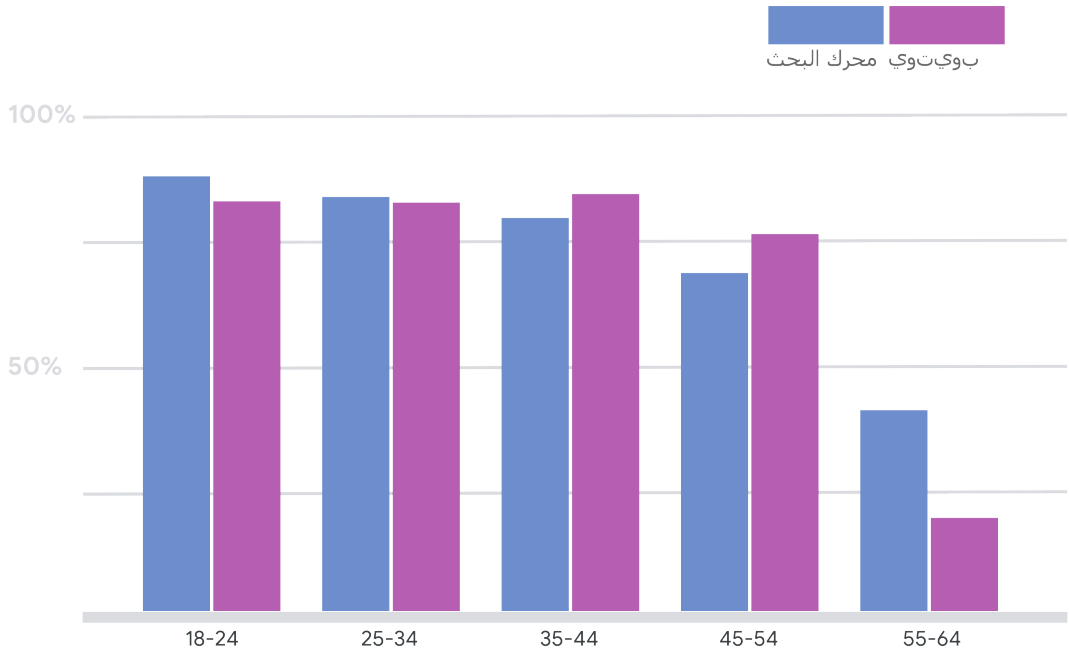
من العلوم والتاريخ إلى الاقتصاد، يسعى الأكاديميون في دولة الإمارات إلى تطوير المعرفة الإنسانية ومفهوم التفاهم. يُساعد تطبيق الباحث العلمي الناس في الوصول إلى هذا البحث. إنها طريقة بسيطة للبحث عن المؤلفات الأكاديمية في مختلف القطاعات والتخصصات: المقالات والأطروحات والكتب والملخصات وآراء المحاكم، من الناشرين الأكاديميين والجمعيات المهنية والمستودعات الإلكترونية على الإنترنت والجامعات والمواقع الإلكترونية الأخرى. أفادت بعض الدراسات أن تطبيق الباحث العلمي من Googleيشتمل على مصادر أفضل وأنه أسهل من الوسائل الأخرى المستخدمة في البحث عن الأبحاث الأكاديمية.

الدكتور محمد عايش هو رئيس قسم الإعلام في الجامعة الأمريكية في الشارقة. تشمل خبرته الأكاديمية 30 عامًا من التدريس والإدارة في جامعات الأردن والإمارات العربية المتحدة. قبل انضمامه إلى الجامعة الأمريكية في الشارقة، شغل منصب عميد كلية الاتصال في جامعة الشارقة وعمل مستشارًا للمجلس الوطني للإعلام في الإمارات العربية المتحدة. تمّ نشر أحدث أعماله العلمية على الباحث العلمي من Googleالذي استخدمه طوال دراسته. ساهم حتى الآن بعشرة آراء تغطي البث الفضائي والاتصالات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي وأخلاقيات وسائل الإعلام. من خلال بحثه، اكتشف الدكتور محمد عايش تأثير منصات الفيديو مثل YouTubeعلى جيل الألفية ويشرح: لقد نجح مستخدمو YouTubeالعرب في تسخير قنوات التواصل الاجتماعي، وفي هذه الحالة YouTube لإعادة تحديد الاتصال في منطقة سادت فيها منذ فترة طويلة أشكال التواصل الجامد والشفهي والتقليدي. يعتبر البعض الوسائط الهجينة بمثابة ميزة بارزة بشكل ملفت، ولقد سعى مستخدمو YouTubeإلى تقديم رؤية وسيطة عن مجتمعاتهم ونظرتهم إلى العالم»

الدكتور محمد عايش هو رئيس قسم الإعلام في الجامعة الأمريكية في الشارقة.

لقد لاحظنا ثقافة التعلّم المتزايدة في كل الفئات العمرية، حيث يستخدم معظم مستخدمي البحث محرك البحث من GoogleويوتيوبYouTube مرة واحدة على الأقل في الأسبوع لتعلّم شيء جديد.

استخدام تقنيات الإنترنت بمرور الوقت



Googleللفنون والثقافة

Googleللفنون والثقافة عبارة عن منصة إلكترونية يستطيع الجمهور من خلالها الوصول إلى صور عالية الدقة للأعمال الفنية الموجودة في المتاحف المشاركة في المبادرة.

تضع منصة Googleللفنون والثقافة أكثر من 1,500 متحف بين يدك. إنها وسيلة مجانية ورائعة لاستكشاف الفن والتاريخ وعجائب العالم. من لوحات غرفة نوم فان غوخ إلى الزنزانة التي سُجن بها مانديلا. كما أن تطبيق Googleللفنون والثقافة مجاني ومتوفّر على الإنترنت وعلى نظام iOS وأندرويد. أقام معهد Googleالثقافي شراكة مع أكثر من 1500 مؤسسة من 70 دولة، حيث تمّ توفير منصة لأكثر من 400,000 عمل فني وما مجموعه 6 ملايين صورة ومقطع فيديو ومخطوطة ووثائق أخرى للفن والثقافة والتاريخ. Art Camera هي كاميرا روبوتية مصممة خصيصًا لإنشاء أفضل صور ممكنة للوحات. الكاميرا قادرة على التقاط صور بتنسيق «غيغابكسل» وتزيد عن 1000 ميجابكسل. أنتجت Art Camera أكثر من 2,000 صورة عالية الدقة للأعمال الفنية في كافة أنحاء العالم.

الحفاظ على سلامة الأشخاص على الإنترنت

تعزيز السلامة والأمن عبر الإنترنت

على الرغم من أن الإنترنت حقّق العديد من الفوائد للمستخدمين في الإمارات العربية المتحدة، إلا أنّ العديد من الأشخاص الذين تحدّثنا معهم يخشون المخاطر المحتملة ويرون أنه لا بدّ من أن يتوفّر المزيد من الأدوات التي تساعد في الحفاظ على أمان عائلاتهم.

في استطلاعنا:

%81
قال 81% من الأفراد المستخدمين للإنترنت في الإمارات العربية المتحدة إنهم يخشون فقدان الخصوصية

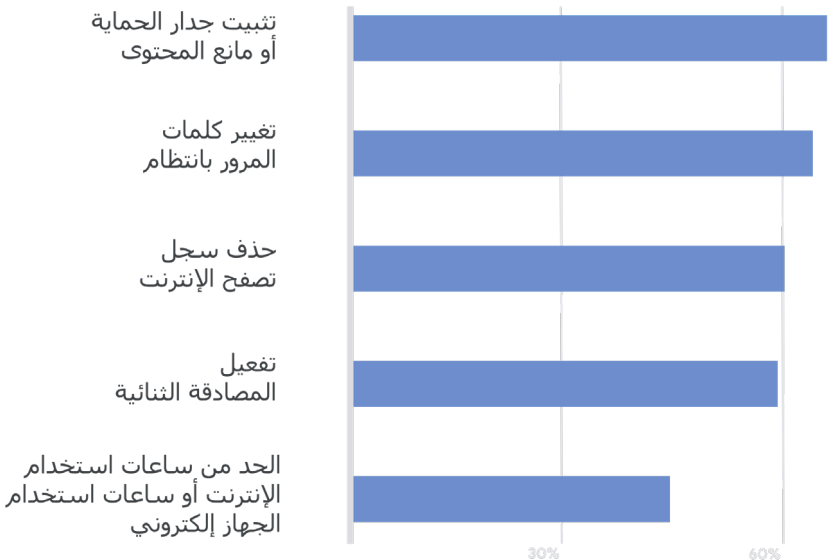
%79
أفاد 79% من الأفراد المستخدمين للإنترنت في الإمارات العربية المتحدة أنهم يخشون عمليات الاحتيال على الإنترنت

%77
أفاد 77% من الأفراد المستخدمين للإنترنت في الإمارات العربية المتحدة أنهم يخشون قرصنة حساباتهم على الإنترنت

%72
قال 72% من الأفراد المستخدمين للإنترنت في الإمارات العربية المتحدة إنهم قلقون بشأن استخدام أطفالهم للتكنولوجيا

ردًا على ذلك، ذكر الأفراد المستخدمون للإنترنت في الإمارات العربية المتحدة أنهم يتبعون مجموعة كبيرة من الخطوات لضمان أمانهم على الإنترنت، بما في ذلك تثبيت جدار الحماية، وتغيير كلمات المرور بانتظام، وتفعيل المصادقة الثنائية، والحد من الساعات التي يقضونها على الأجهزة الإلكترونية.

هل اتخذت الخطوات التالية لزيادة سلامتك أو أمان أسرتك على الإنترنت؟



ومع ذلك، يعتقد الكثيرون في الإمارات العربية المتحدة أنه سيكون من المجدي توفير دعم إضافي:

%92

أيّد 92% وجود المزيد من الموارد التعليمية المقدمة حول كيفية الحفاظ على الأمان

%87

أيّد 87% توفير المزيد من الأدوات التكنولوجية للحفاظ على سلامة الأفراد والأسر

%84

أيد 84% تطبيق عدد أكبر من التنظيمات الحكومية

لمساعدة الأطفال في دولة الإمارات العربية المتحدة في الحفاظ على أمانهم على الإنترنت، أطلقت Googleأبطال الإنترنت وهو برنامج متعدد الجوانب مُصمّم لتعليم الأطفال أساسيات المواطنة والسلامة الرقمية باللغة العربية. لقد تدرّب إلى الآن أكثر من 30,000 طالب وولي أمر ومعلم على الأمان على الإنترنت من خلال برنامج أبطال الإنترنت.

أبطال الإنترنت

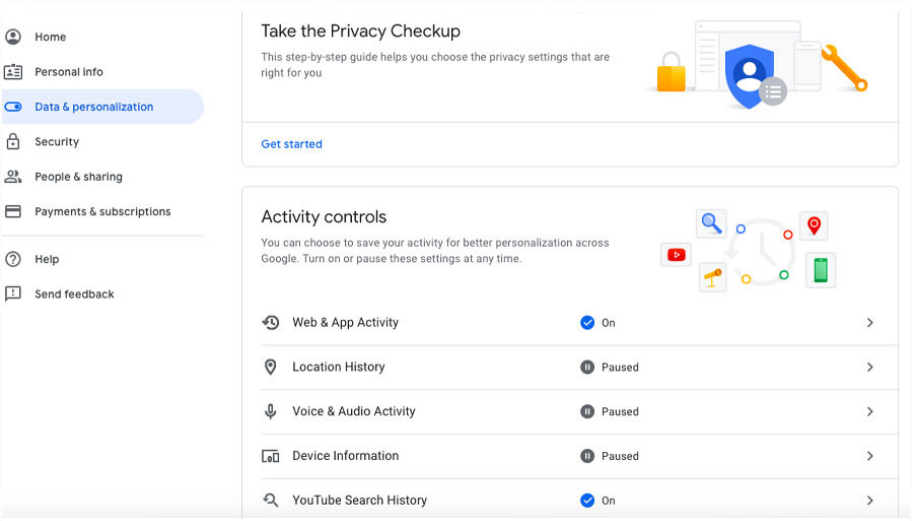
أعلنت Googleعن إطلاق "أبطال الإنترنت" أبطال الإنترنت، وهو برنامج متعدد الجوانب مُصمّم لتعليم الأطفال أساسيات المواطنة والسلامة الرقمية باللغة العربية. «أبطال الإنترنت» يوفر مجموعة من الموارد والأنشطة على الإنترنت للأطفال والمربين وأولياء الأمور لتشجيع السلامة والمواطنة الرقمية، ويركّز النظام الأساسي عبر الإنترنت — g.co/abtalinternet — على خمس أساسيات رئيسية لمساعدة الأطفال على التنقل في العالم الرقمي بثقة من خلال تعلّم كيفية التصرّف بذكاء وحذر وقوة ولطافة وشجاعة أثناء استخدام الإنترنت. يشتمل البرنامج أيضًا على «عالم الإنترنت»، وهي مغامرة عبر الإنترنت تعكس أساسيات السلامة الرقمية في الممارسة العملية للأطفال للتعرّف على الأمور المتعلقة بالسمعة على الإنترنت، والخداع والتصيد الاحتيالي، والخصوصية والأمان، والتحرّش على الإنترنت والإبلاغ عن أي محتوى غير لائق. استطلعت Googleآراء المدرسين في العالم العربي للتعرّف على تجربتهم في مجال السلامة على الإنترنت في الفصل الدراسي. وفقًا للاستطلاع، يرى غالبية المعلمين وجوب تعلّم الأطفال الأمور المتعلقة بالأمان على الإنترنت في المنزل، ويعتقد 98% منهم أن الأمان على الإنترنت يجب أن يكون جزءًا من المنهج. قال واحد من بين ثلاثة مدرسين إنه شاهد حادثة أمان على الإنترنت (على سبيل المثال، مشاركة المعلومات الشخصية أو التنمر على الإنترنت) في مدرستهم. ورُغم ذلك، قال 84% منهم إنهم لا يملكون الموارد اللازمة لتعليم الأمان على الإنترنت لطلابهم.

أقامت Googleشراكة مع جمعية البيت متوحد ودائرة التعليم والمعرفة في أبوظبي لتقديم ورش عمل أبطال الإنترنت في 25 مدرسة مجتمعية في جميع أنحاء أبوظبي. لقد قمنا بتدريب أكثر من 70 مدرسًا قاموا بتدريب أكثر من 2,500 طالب على الأمن على الإنترنت. لقد تدرّب إلى الآن أكثر من 30,000 طالب وولي أمر ومعلم على الأمان على الإنترنت من خلال برنامج أبطال الإنترنت.

التحكّم في من يرى بياناتك

سهّلت Googleللمستخدمين اتخاذ القرار بشأن بياناتهم مباشرةً في خدماتها. على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين، بدون مغادرة محرك البحث، مراجعة وحذف نشاط البحث الحديث والوصول بسرعة إلى عناصر التحكّم في الخصوصية من حساب Googleالخاص بهم ومعرفة المزيد حول ما يفعله محرك البحث ببياناتهم.

تتيح إعدادات الحذف التلقائي للمستخدمين اختيار حد زمني للفترة الذي يريدون خلالها الاحتفاظ ببيانات نشاطهم، وسيتم باستمرار وتلقائيًا حذف البيانات التي تسبق تاريخ الحد المحدّد من حساب المستخدم. ويسمح ذلك للمستخدمين بضبط الحساب والاطمئنان، علمًا أنّه يمكن العودة إلى الوراء في أي وقت وتحديث هذه الإعدادات.



كيف يُحافظ أولياء الأمور على أمان أطفالهم أثناء استخدام الإنترنت

لدى Googleعدد من الميزات المُصممة لتمكين أولياء الأمور من التحكّم في الوقت الذي يمضيه الأولاد أمام الشاشات. تعرض تقارير النشاط مثلاً مقدار الوقت الذي يقضونه في تطبيقات محددة، وميزة الإشعارات تتيح للبالغين المسؤولين حجب التطبيقات وإدارة أي عمليات شراء.

يسمح تطبيق الرقابة الأبوية من Googleلأولياء الأمور ومقدمي الرعاية بوضع قيود على الوقت المسموح أمام الشاشة، وأوقات النوم، وبقفل الأجهزة. وإذا أراد أولياء الأمور معرفة مكان أولادهم، يُمكنهم استخدام تطبيق الرقابة الأبوية لتحديد موقع أجهزة أولادهم.

وإذا أراد أولياء الأمور معرفة مكان أولادهم، يُمكنهم استخدام تطبيق الرقابة الأبوية لتحديد موقع أجهزة أولادهم.

قياس تأثير Google
بشكل عام

قياس تأثير Googleبشكل عام

كيف يُمكننا تقدير التأثير الكلي للمنتجات والخدمات الرقمية مثل Googleعلى الاقتصاد الإماراتي والمجتمع ومستوى المعيشة؟

تميل الدراسات التقليدية للأثر الاقتصادي إلى التركيز على أثر الشركة أو المنتج على إجمالي الناتج المحلي. ورُغم ذلك، لم يتضمن إجمالي الناتج المحلي نفسه أي شيء نقدره أو كل نوع من أنواع العمل الذي نقوم به. وإذا تعاملنا مع التقديرات كما جاءت، فإن إجمالي الناتج المحلي لا يأخذ في الحسبان التغيرات في وقت فراغنا أو حجم العمل الذي نقوم به عندما نقوم بأدوار خارج سوق العمل، مثل الأعمال المنزلية أو رعاية الأسرة.

وبشكل عام، لم يكن هذا الأمر مهمًا للغاية، فهناك أدلة ذات وجاهة على أن إجمالي الناتج المحلي مرتبط تمامًا بالأشياء الأخرى التي نهتم بها، مثل البيئة النظيفة أو السعادة بشكل عام. وقد لا يقيس إجمالي الناتج المحلي كل ما يهمّ، لكنه قدّم بديلاً معقولاً.

إذا كان هناك شيء واحد في الاقتصاد الرقمي يبهر علماء الاقتصاد هو عدد الأشياء المتوفرة مجانًا فيه. المواقع الإلكترونية السبعة الأكثر رواجًا في العالم هي Googleو YouTubeوفايسبوك وبيدو وويكيبيديا ورادیت وياهو![25] ويتم تقديمها بالكامل دون مقابل. وكما جاء في العديد من التقديرات، فإن الهاتف الذكي الحديث يحل محل عشرات الأجهزة المنفصلة التي كانت لتكلف آلاف اليورو، بما في ذلك: الهاتف، والكاميرا، وكاميرا الفيديو، ووحدة التحكم في الألعاب، والمنبه، والخريطة، ونظام التنقل عبر الأقمار الصناعية، والكتاب، والتلفاز، ومُشغّل الفيديو الرقمي، وجهاز الاستماع، وساعة التوقيت، والمصباح اليدوي، وبطاقة الائتمان، والمرآة المدمجة، ومتعقب السير، ومكبر صوت المحمول والبوصلة.

في الوقت ذاته، كما استعرضنا في هذا التقرير، إن الخدمات الرقمية توفر لنا على نحو متزايد الوقت في أعمالنا خارج السوق، مما يسهّل القيام بالأعمال المنزلية أو الأعمال اليدوية، والاستعاضة عن الوظائف التي نكلّف الآخرين بالقيام بها مقابل رسوم، مثل حجز رحلة أو عطلة، كما تساعد في توفير أنواع جديدة من الوظائف.

بما أنّ الخدمات الرقمية متوفرة مجانًا وهي نوع جديد تمامًا من السلع، فلا يوجد أي بدائل غير رقمية حقيقية لمحرك البحث، وبالتالي يصعب على الاقتصاديين والإحصائيين تقدير مدى أهميتها للمستهلكين.

ومع ذلك، وضع الاقتصاديون طرقًا متعددة تسمح لنا بتقدير مقدار القيمة، أو فائض المستهلك، الناتج عن السلع غير المسعّرة، التي طبقناها في هذا التقرير على منتجات جوجل، بما في ذلك:

- **استخدام الوقت أو الاهتمام بديلًا للتكلفة التي نحن مستعدون لدفعها مقابل المنتجات الرقمية.** المال ليس التكلفة الوحيدة التي يجب دفعها مقابل استخدام سلعة أو خدمة، فوقتنا مهم للغاية. على مدار العقد الماضي، ازداد الوقت الذي نقضيه يوميًا على الهواتف الذكية. هذا الوقت يشمل كلفة الفرصة الضائعة لكافة الأمور الأخرى التي يمكننا القيام بها لأغراض ترفيهية أو للعمل، مما يشير إلى أنه يجب علينا إيجاد خدمة رقمية تُقدّر على الأقل بنفس قيمة البديل.

- **الطلب إلى الأفراد تقدير المبلغ الذي هم مستعدون لدفعه مقابل الحصول على الخدمة المجانية، أو الطلب إليهم تحديد الشيء الذي قد يقبلونه مقابل الاستغناء عن الخدمة المجانية.** جرّب خبراء الاقتصاد وعلماء الاجتماع لعقود من الزمن أفضل طريقة لسؤال الأفراد عن تفضيلاتهم بشأن السلع غير المسعرة، مثل المنتزه الطبيعي أو الهواء النقي. الاستبيانات المصمّمة بشكل جيد تقدّم نتائج دقيقة بشكل مذهل. في المستقبل، قد تساعدنا أنظمة الاستطلاع الجماعية الجديدة على الإنترنت، مثل استبيانات Googleللمستهلكين والبيانات الضخمة التي يتم تمكينها عبر الإنترنت، على تحسين دقة وسرعة وموثوقية إحصاءاتنا الاقتصادية، وبالتالي قياس ما يهمنا كأفراد بشكل أفضل.

- **مقارنة تفضيلاتك لسلعة مجانية مقابل أخرى مسعّرة.** وأخيرًا، بدلًا من محاولة وضع سعر افتراضي، وهو شيء نادرًا ما نقوم به على أرض الواقع، غالبًا ما نجد أنه من الأسهل المقارنة بين عناصر مختلفة: هل يفضل الأشخاص الاستغناء عن الغسالة أم غسالة الصحون؟ بمقارنة العناصر المسعّرة مع العناصر غير المسعّرة، يمكننا أن نحدّد التصنيف ووضع بين قوسين مدى أهمية السلعة المجانية.

25 https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_popular_websites

رُغم أننا حاولنا تقدير الوقت الذي توفّره خدمات Googleمباشرة كلما كان ذلك ممكنًا، إلا أننا قد اضطررنا في حالات أخرى إلى الاعتماد على التفضيلات المعلنة، كما كانت الممارسة الشائعة في مجالات أخرى عندما يكون التقييم صعبًا، مثل الاقتصاد البيئي. توفّر التقديرات نتائج ناجحة من خلال سؤال الأفراد عما إذا كانوا مستعدين لفقدان إمكانية الوصول إلى منتج معين مقابل مبالغ متفاوتة، وبافتراض أنهم إذا رفضوا هذه الصفقة، فيجب أن تكون قيمة الخدمة مساوية لهذا المبلغ على الأقل. أشارت أبحاث أخرى إلى أن هذه الأنواع من التقديرات توفّر تقديرًا موثوقًا للقيمة التي تولّدها الخدمات الرقمية (انظر المربع)، حيث يقدّم المجيبون على الاستطلاع إجابات مماثلة حتى عندما يكون هناك خطر حقيقي وغير افتراضي بفقدان الوصول إلى الخدمة في حال لم يقدّموا تقديرًا دقيقًا.

وللتأكيد، طلبنا أيضًا من المجيبين على الاستطلاع تصنيف محرك البحث من GoogleوYouTubeوهاتفهم الذكي مقابل السلع الاستهلاكية الأخرى التي يرغبون في تجنب الاستغناء عنها، ووجدنا أنه في المعدل، **يُفضّل الأفراد في الإمارات المستخدمون للإنترنت فقدان الوصول إلى النقل العام على فقدان الهاتف الذكي أو محرك البحث.**

قد يكون السؤال الآخر هو ما الذي نقيسه: إذا لم تكن Googleموجودة، كيف سيتغير شكل العالم؟ قد يتوفر محرك بحث آخر رائد في السوق، ولكن كيف ستختلف جودته؟ نظرًا لحجم فائض المستهلك الذي وجدناه، فإن أي بديل آخر أقل جودة بنسبة 10% فقط سيؤدي إلى تراجع كبير في رفاهية المستهلك. بشكل عام سألنا في الاستطلاعات عن قيمة منتج معين من منتجات Googleبدلاً من فئة عامة، وتركنا للمشاركين في الاستطلاع حرية اختيار، نظريًا، منتج خاص بشركة منافسة حتى إذا فقدوا إمكانية الوصول إلى منتج جوجل. وهذا يجعل دراستنا مختلفة عن العديد من الدراسات الأخرى التي أجريت حول قيمة المنتجات الرقمية، ونظرًا للقيم العالية التي وجدناها، تشير الدراسة إلى أن العديد من الأشخاص يقدّرون خدمات Googleبشكل كبير.

في المُجمل، تُشير تقديراتنا إلى أن **التقدير المتحفظ لإجمالي فائض المستهلك الذي تولّده خدمات Google في الإمارات العربية المتحدة هو 51 مليار درهم سنويًا أو حوالي 1600 درهم سنويًا للشخص في المعدل.** ونعتقد أن هذا العمل يدعم الأدلة المتزايدة في المنشورات التي تفيد بأن الخدمات الرقمية تُولّد قيمة كبيرة لا يُمكن قياسها للنتائج العادية. بينما تُشير تقديراتنا إلى رقم كبير بالفعل، **أفادت دراسات أخرى أن قيمة البحث عبر الإنترنت ككل قد تصل إلى 15,600 دولار للشخص الواحد سنويًا.**[26]

تقديرات أخرى لقيمة المستهلك الناتجة عن الاقتصاد الرقمي

بحسب المنهجيات والافتراضات المستخدمة، يمكن أن تتفاوت تقديرات القيمة التي ينتجها الاقتصاد عبر الإنترنت بموجب العديد من الطلبات الضخمة. ولكن بشكل عام، حتى التقديرات الأكثر تواضعًا تشير إلى أن الخدمات على الإنترنت تولّد فائضًا عاليًا يتجاوز ما يدفعه المستخدمون مباشرة.

ورقة جلوسبي وكلينو *المنتجات الاستهلاكية حسب الوقت الذي يتم قضاؤه في استخدامها: تطبيق على الإنترنت* (2006) يستخدم تكلفة الفرصة الضائعة لوقت الفراغ الذي يقضيه الشخص على الإنترنت لتقدير إجمالي فائض المستهلك بما يعادل 3,000 دولار أمريكي في المتوسط في الولايات المتحدة الأمريكية.

تقرير ماكينزي «*فائض الإنترنت 100 مليار يورو* (2011)»[27] استخدام أساليب التفضيلات المعلنة لحساب إجمالي فائض المستهلك الناتج عن الخدمات عبر الإنترنت، مما يؤدي إلى مبادلة تفضيلات المستهلكين لتجنب الإعلانات أو مشاركة بياناتهم. وجدت تقديراتهم أن البحث ولّد فائضًا شهريًا للمستهلك يعادل 3.1 يورو، وولّد البريد الإلكتروني 3.2 يورو، وولّدت خرائط Google1.1 يورو، ومقاطع الفيديو 0.9 يورو.

ورقة برينجولفسون وأوه *اقتصاد الاهتمام: قياس قيمة الخدمات الرقمية المجانية على الإنترنت* (2012تحديث)[28] منهجية جلوسبي وكلينو (2006) لمراعاة أن الإنترنت ربما يكون بديلاً عن مشاهدة التلفزيون، حيث توصلت الدراسة إلى أن المواقع المجانية على الإنترنت تحقق ما يعادل حوالي 500 دولار للشخص الواحد في فائض المستهلك. ورقة برينجولفسون، إيغرز وجاناميني *استخدام تجارب واسعة النطاق للاختيار عبر الإنترنت لقياس التغيرات في الرفاهية* (2017) استخدمت مسوحات عبر الإنترنت لاختبار استعداد قبول التعويض بدلاً من السلع الرقمية وإنشاء ترتيب للسلع المختلفة. وجدوا أرقامًا أعلى بكثير، مع فائض مستهلك لمحرك البحث يعادل 17,500 دولار سنويًا، وللبريد الإلكتروني 8,400 دولار، ولخرائط Google3,600 دولار وللفيديو 1,170 دولار. ولاختبار موثوقية هذه الأرقام الافتراضية، يجرون تجربة على نطاق أصغر حيث يطلبون من بعض الأشخاص التوقّف عن استخدام الخدمات على الإنترنت، ويجدون أنّ هذا يؤدي إلى اختلاف بسيط في التقييم. بالإضافة إلى ذلك، يجرون تجربة تصنيف، ويجدون أنّ التوقّف عن استخدام محرّكات البحث والبريد الإلكتروني والهواتف الذكية ينتج عنه خسارة تتراوح بين 500 و1000 دولار سنويًا.

---

26 استخدام تجارب واسعة النطاق للاختيار عبر الإنترنت لقياس التغيرات في الرفاهية،برينجولفسون، إيغرزوجاناميني، 2017

27 فائض الإنترنت البالغ 100 مليار يورو، ماكينزي، 2011 ، https://www.mckinsey.com/industries/media-and-entertainment/our-insights/the-webs--and-8364100-billion-surplus

28 اقتصاد الاهتمام: قياس قيمة الخدمات الرقمية المجانية على الإنترنت، برينجولفسون وأوه، 2012، https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1045&context=icis2012

المنهجية

كما هو موضح في التقرير الأساسي، فإن تقدير الأهمية الناجمة عن المنتجات الرقمية صعب للغاية - وهذا ينطبق بشكل خاص على المنتجات التي تُقدَّم بدون عائد مادي والمنتجات التي تستخدم على نطاق واسع في جميع مجالات الاقتصاد والمنتجات التي تحتوي على عناصر للاستهلاك وأخرى للإنتاج، كما هو حال العديد من منتجات جوجل.

بينما نعتقد أن تقديراتنا تستند إلى افتراضات متحفظة، إلا أنه من الجدير معرفة محدوديتاها:

- تعتمد العديد من تقديراتنا على الأثر الإجمالي لمنتجات جوجل، حيثُ إنه من الصعب تحديد شكل العالم دون جوجل.
- بخلاف ذلك، لم نتمكن في بعض الحالات من تقدير جميع الآثار الناتجة عن منتجات Googleبالكامل، مما يوحي بأنه يجب النظر إلى تقديراتنا على أنها الحد الأدنى.
- تستفيد العديد من تقديراتنا من استطلاع الرأي الجديد المنفّذ لهذا التقرير، ولكن كما هو الحال في أي استطلاع رأي، يُمكن للمستهلكين التقليل من تقدير استخدامهم للمنتجات أو المبالغة في التقدير. (جداول الاستطلاع الكاملة للبيانات المستخدمة في هذا التقرير متوفرة في ملحق على الإنترنت).
- لا تزال أفضل الممارسات في العديد من هذه المجالات، مثل تقييم ساعة من وقت الفراغ أو استخدام التفضيلات المعلنة لاحتساب فائض المستهلك، محل نقاش أكاديمي مستمر.
- لم تُقدم Googleأي بيانات جديدة أو داخلية لإعداد هذه التقديرات. وتستند جميع نماذجنا إلى بيانات الجهات الخارجية أو العامة، إلى جانب تقديراتنا الداخلية.

الفوائد العائدة على المستهلك

محرك البحث من جوجل

يُحتسب تقديرنا الأساسي لإجمالي فائض المستهلك لمحرك البحث من Googleعلى أنه المتوسط الهندسي لما يلي:

- **الوقت الذي يتم توفيره.** وفقًا لمنهجية فاريان (2011)، نفترض أن استخدام Googleيوفّر 15 دقيقة لكل سؤال، حيثُ يسأل الشخص العادي سؤالًا واحدًا يمكن الإجابة عنه كل يومين. ويُقيّم الوقت الذي يتم توفيره بناءً على بيانات متوسط الدخل التي يفيد بها الشخص في الاستطلاع، ونقيس التقدير العام حسب تقديرات الجهات الخارجية لانتشار الإنترنت ومعلومات الاستطلاع عن استخدام محرك البحث من جوجل. (يتوفّر مزيد من المعلومات عن هذا النهج العام في *القيمة الاقتصادية لـGoogle*، عرض تقديمي من كبير الاقتصاديين في جوجلهال فاريان).
- **التفضيل المُعلن (الاستعداد للقبول).** وكجزء من استطلاع الرأي الذي أجريناه، طرحنا على المشاركين سؤالًا فرديًا ثنائي الإجابة «هل تفضّل الاحتفاظ بالوصول إلى محرك البحث من Googleأم المتابعة دون الوصول إلى محرك البحث من Googleلمدة شهر واحد مع الحصول على مبلغ مالي [السعر]» مع تقديم سعر عشوائي يتراوح ما بين 4 و8 و15 و30 و60 و150 و300 و600 و1500 درهم إماراتي. لقد راجعنا نتائج هذا الاستطلاع خطيًا لاشتقاق منحنى الطلب واستخدمنا ذلك لحساب إجمالي فائض المستهلك لكل مستخدم. وفي النهاية، قدّرنا هذا التقييم وفقًا لتقديرات الجهات الخارجية لانتشار الإنترنت ومعلومات الاستطلاع المتعلقة باستخدام محرك البحث من جوجل.

اتباعاً لخطوات برينجولفسون وآخرون (2017)، اخترنا صيغة الاستعداد للقبول (قبول أقل تعويضاً ممكناً) عوضاً عن صيغة الاستعداد للدفع ليكون السؤال التفضيلي المعلن عنه الخاص بنا، حيث نعتقد أن هذا يتماشى مع الوضع الحالي، نظراً لأن معظم خدمات جوجل تُقدَّم بدون عائد مادي.

كما هو الحال مع العديد من المنتجات الأخرى، يكون متوسط فائض المستهلك أعلى بكثير من المتوسط - أو بمعنى آخر، يستخدمه عدد قليل من المستخدمين المتفانين بنسبة أكبر من المعدّل.

للتأكّد من أن الأرقام على مستوى الأسر ليست مضللة، فلن نعتمدها وفقًا لمتوسط القيمة للأسرة لتعويض الاستعداد للقبول، بل وفقًا لتقدير منفصل لمتوسط الاستعداد للقبول. لقد استخلصنا ذلك من خلال مراجعة بيانات استطلاع الرأي الذي أجريناه مرة أخرى، باستخدام طريقة أسية اعتبرناها الخيار الأفضل لتمثيل الجزء السفلي من التوزيع بدقة.

خرائط جوجل

يُحتسب تقديرنا الرئيسي لإجمالي فائض المستهلك لخرائط Googleعلى أنه المتوسط الهندسي لما يلي:

- **الوقت الذي يتم توفيره.** نحتسب الوقت الذي يتم توفيره بواسطة خرائط جوجل، باستخدام تقديرات الوقت الذي يتم توفيره بواسطة أنظمة معلومات المسافر المتقدمة من Levinson (2003) وإجمالي مدة السفر حسب وسيلة التنقل وفقًا لاستطلاع الرأي الذي أجريناه، مع الأخذ في الاعتبار بيانات مسح القوى العاملة الإماراتية في ما يتعلق بإجمالي الوقت الذي يستغرقه التنقل. تُقدر قيمة الوقت الذي يتم توفيره بنحو 37.5% من الدخل المقدّر بالساعات لمستخدمي خرائط جوجل، وذلك وفقًا للممارسة النموذجية في احتساب وقت السفر الذي تم توفيره.
- **التفضيل المُعلن.** وكما هو الحال مع محرك البحث من جوجل، طرحنا على المشاركين في استطلاع الرأي الذي أجريناه سؤالًا فرديًا ثنائي الإجابة «هل تفضل الاحتفاظ بالوصول إلى خرائط Googleأم المتابعة دون الوصول إلى خرائط Googleلمدة شهر واحد مع الحصول على مبلغ مالي [السعر]» مع تقديم سعر عشوائي يتراوح ما بين 4 و8 و15 و30 و60 و150 و300 و600 و1500 درهم إماراتي. لقد راجعنا نتائج هذا الاستطلاع خطيًا لاشتقاق منحنى الطلب واستخدمنا ذلك لحساب إجمالي فائض المستهلك لكل مستخدم. وفي النهاية، قدّرنا هذا التقييم وفقًا لتقديرات الجهات الخارجية عن انتشار الإنترنت ومعلومات استطلاع الرأي المتعلقة باستخدام خرائط جوجل. وبالإضافة إلى ذلك، وضعنا تقديرًا منفصلًا لمتوسط تعويض الاستعداد للقبول لفقدان خرائط جوجل، واستخدمناها في تقديراتنا لكل شخص واحد وللأسر.

يوتيوب

يُحتسب تقديرنا الأساسي لإجمالي فائض المستهلك لمحرك البحث من Googleعلى أنه المتوسط الهندسي لما يلي:

- **الوقت الذي يتم توفيره.** بالرجوع إلى منهجية فاريان (2011)، نفترض أن استخدام موقع YouTubeيوفر 11 دقيقة لكل سؤال، وذلك باستخدام بيانات التي أفاد بها الأشخاص في الاستطلاع لمعايرة عدد الأسئلة المطروحة. ويُقيّم الوقت الذي يتم توفيره بناءً على بيانات متوسط الدخل التي يفيد بها الشخص في الاستطلاع، ونقيس التقدير العام حسب تقديرات الجهات الخارجية لانتشار الإنترنت ومعلومات الاستطلاع عن استخدام يوتيوب.
- **التفضيل المُعلن (الاستعداد للقبول).** وكجزء من استطلاع الرأي الذي أجريناه، طرحنا على المشاركين سؤالًا فرديًا ثنائي الإجابة «هل تفضل الاحتفاظ بالوصول إلى YouTubeأم المتابعة دون الوصول إلى YouTubeلمدة شهر واحد مع الحصول على مبلغ مالي [السعر]» مع تقديم سعر عشوائي يتراوح ما بين 4 و8 و15 و30 و60 و150 و300 و600 و1500 درهم إماراتي. لقد راجعنا نتائج هذا الاستطلاع خطيًا لاشتقاق منحنى الطلب واستخدمنا ذلك لحساب إجمالي فائض المستهلك لكل مستخدم. وفي النهاية، قدّرنا هذا التقييم وفقًا لتقديرات الجهات الخارجية لانتشار الإنترنت ومعلومات استطلاع الرأي المتعلقة باستخدام يوتيوب.

الفوائد للأعمال

إعلانات جوجل/

بعد التقارير السابقة لأثر Google، نستخدم بيانات الجهات الخارجية لتقدير الحجم الإجمالي لإعلانات Googleفي السوق الإماراتية، حيث نجمع بيانات عن التوقّعات المتعلقة بالترفيه والإعلام في العالم الصادرة عن شركة بي دبليو سي حول إجمالي سوق البحث الإماراتي المدفوع مع تقديرات أخرى للحصة السوقية لجوجل. يعتمد التقدير الأدنى فقط على تقدير بي دبليو سي لسوق البحث المدفوع في دولة الإمارات العربية المتحدة، في حين يأخذ التقدير الأعلى أيضًا في الحسبان التقدير التصاعدي بناءً على متوسط تكلفة النقرة وعدد الإعلانات.

وفقًا لمنهجية Google- في الولايات المتحدة، نقدِّر هذه الإيرادات من خلال عامل عائد الاستثمار المفترض والمقدّر بـ 8، نتيجة ما يلي:

- دراسة فاريان (2009) تقدّر أن الشركات تحقّق في المتوسط دولارين لكل دولار تنفقه على AdWords.
- توضّح دراسة بانسن وسبينك (2009)أن الشركات تتلقى 5 نقرات على نتائج البحث الخاصة بها لكل نقرة واحدة على إعلاناتها.
- تقدّر شركة Googleأن قيمة نقرات البحث تمثل حوالي 70% من قيمة نقرات الإعلانات.
- إجمالي العائد على الاستثمار هو 2 * الإنفاق + 70% * 5 * 2 * الإنفاق - الإنفاق = 8 (الإنفاق).

يتوفر مزيد من المعلومات عن هذه المنهجية على https://economicimpact.google.com/methodology/

AdSense

لتقدير إجمالي إيرادات AdSense في السوق الإماراتية، نقيس نسبيًا تكاليف اكتساب الحركة عالميًا من Google لعام 2019 على أعضاء الشبكة بحصة الإمارات من الإنفاق العالمي على العرض، والتي توفرها لنا بيانات التوقعات المتعلقة بالترفيه والإعلام العالمي الصادرة عن شركة بي دبليو سي. وبالإضافة إلى ذلك، نُدرِج أيضًا العائدات المقدرة للمعلنين، بالاعتماد على العائد على الاستثمار المقدر للإعلانات التي تظهر في محركات البحث والمواقع الإلكترونية من Kireyev وغيرهم (2013).

يوتيوب

من أجل تقدير إجمالي الإيرادات الإماراتية لمنشئي المحتوى الإماراتيين ، نجمع ما يلي:

• تم الإبلاغ عن عائدات إعلانات YouTube العالمية على YouTube في عام 2019

• بيانات PWC Global Entertainment & Media Outlook عن إجمالي إيرادات إعلانات الفيديو في الإمارات العربية المتحدة كنسبة من الإجمالي العالمي

• بيانات Sandvine عن حصة YouTube لعام 2017 من عرض النطاق الترددي لفيديو أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا

• بيانات AdStage على YouTube CPC و CTRs

ثم نقوم بتوسيع نطاق ذلك من خلال عامل استثمار محافظ محافظ.

أندرويد/

نقوم بتوسيع نطاق بيانات تطبيق آني لعام 2019 حول إنفاق المستهلكين في متجر تطبيقات أندرويد على مستوى العالم وحصة إيرادات أندرويد حسب تقدير شركة كاريبو ديجيتال لعام (2016) للحصة العربية من إجمالي قيمة متجر التطبيقات التي تم تحصيلها، وحصة إيرادات تبلغ 70% للمطورين. ثم نقوم بتوسيع هذا المعدل حسب النسبة بين إيرادات متجر التطبيقات ومجموع الإيرادات، بما في ذلك الأعمال الاستشارية، المستمدة من كارد ومولیغان (2014).

الذكاء الاصطناعي/

نستند إلى تقديرات معهد ماكينزي العالمي (2017) المتعلقة بنسبة الوظائف التي يمكن أتمتتها في الإمارات العربية المتحدة، ونفترض بتحفظ أن تكاليف البرمجيات والأجهزة معًا للمهمة المؤتمتة تقارب 10% من تكلفة العمالة البشرية. بعد ذلك، نفترض أن الأتمتة تتم على مدار 50 عامًا، وفقًا لمنحنى S اللوجيستي، نظرًا لتأخر الإمارات العربية المتحدة في اعتماد الإنترنت مقارنة مع الولايات المتحدة.

ولتقدير التأثير المحتمل على المهام الإدارية، نعتمد على بيانات الاستطلاع المتعلقة بمتوسط الزمن الذي تتم تمضيته في العمل الإداري.

PUBLICFIRST

Public First - All Rights Reserved ©