



العالم العربي على الإنترنت 2014

توجهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية

تخوض المنطقة العربية غمار تحديات تنموية متصاعدة، تتوافق مع تحولات تلعب التكنولوجيا فيها دوراً أساسياً، ما ترك أثراً بالغاً على اقتصاداتها ومجتمعاتها ونماذج الحوكمة فيها. وخلال العقد الفائت، أدرك عدد متزايد من البلدان العربية أن "الاقتصاد المعرفي"، الذي يغذيه توفر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتبني الواسع لها من قبل المجتمع، يلعب دوراً رئيسياً في النمو الاقتصادي وتنمية المجتمع. كما خلق التزايد المستمر للاتصال بالإنترنت في المنطقة العربية، والاعتماد واسع النطاق على تقنيات الهاتف الجوال، آفاقاً جديدة لريادة الأعمال والتوظيف في منطقة تواجه تحديات اقتصادية وتنموية هائلة.

وقد عززت هذه التوجهات دائمة التغير في اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من جدوى توفير الخدمات من خلال وسائط جديدة. فقد زودت هذه التوجهات الأعمال والحكومات، على حد سواء، بقنوات جديدة للوصول إلى العملاء والمواطنين والأسواق بطرق مبتكرة. وكنتيجة مباشرة، اقترنت هذه التحولات بنماذج "ذكية" ناشئة من طرق التفاعل بين الحكومة والمواطن. وعلى هذا النحو، باتت كتلة كبيرة من سكان العالم العربي، سواء على صعيد الدول بمفردها أو على المستوى الإقليمي، تتمتع بإمكانية النفاذ إلى الخدمات والمعلومات بطرق أكثر فعالية وأجدي اقتصادياً، مما أعاد صياغة النماذج الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان.

تشير أبحاثنا إلى أن أكثر من 135 مليون فرد يستخدمون الإنترنت حالياً في البلدان العربية الـ 22. ويقترن هذا مع معدل انتشار للأجهزة الجواله يبلغ نحو 110% على المستوى الإقليمي؛ وأكثر من 71 مليون مستخدم نشط لتقنيات التواصل الاجتماعي.

أعدّ برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية هذا التقرير في نسخته الثانية، بالشراكة مع شركة بيت دوت كوم، لمتابعة دراسة توجهات استخدام الإنترنت والأجهزة الجواله في المنطقة العربية. وتهدف هذه السلسلة من البحوث إلى تزويد صنّاع السياسة وقادة الأعمال والمؤسسات التنموية بمعلومات محدّثة عن توجهات الاستخدام في "مشهد رقمي" دائم التغيّر في العالم العربي.

مقدمة:

بعد أن كانت نسبة المتصلين بالإنترنت حول العالم عام 1995 لا تزيد عن 1%، يوشك عدد مستخدمي الإنترنت حالياً على تخطي عتبة 3 مليارات مستخدم. ويقترب العالم، في الوقت نفسه، من بلوغ عتبة 7 مليارات اشتراك في الهاتف الجوال؛ ويعادل هذا الرقم عدد سكان كوكب الأرض تقريباً. وقد غيّر الاتصال بالإنترنت في المنطقة العربية طرق ممارسة أنشطة الأعمال والتعلم والنشاط الاجتماعي والتفاعل مع الحكومة لملايين الأشخاص. وفي حين لا تزيد نسبة مستخدمي الإنترنت العرب حالياً عن نصف في المائة (0.5%) من عدد مستخدمي الإنترنت في العالم في أفضل الأحوال، إلا أن عددهم يتزايد بأسرع من المعدل الوسطي، بحدود 20% سنوياً. وتشير أبحاثنا، في الوقت الحالي، إلى أن معدل انتشار الإنترنت في المنطقة العربية إجمالاً يبلغ 36%. بالمقابل، يتصل نحو 40% من سكان العالم بالإنترنت.

وتأثرت جوانب عديدة من حياة العرب كثيراً بفعل الانتشار المتزايد لاستخدام الإنترنت، بعد أن بلغ عدد مستخدميها في المنطقة العربية أكثر من 135 مليون مستخدم، يستخدم أكثر من 71 مليون منهم الإعلام الاجتماعي بنشاط حالياً¹. بالإضافة إلى ذلك، بات الانتشار الواسع للاتصال الرقمي في العالم العربي، من خلال 400 مليون جهاز جوال، وملايين "الأشياء" الأخرى المتصلة بالإنترنت، يخلق فرصاً وتحديات جديدة للحكومات والأعمال والمجتمعات على المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية². وفضلاً عن فتح أسواق جديدة، أرست هذه الكتلة الضخمة من مستخدمي الإنترنت

1. سلسلة "تقرير الإعلام الاجتماعي العربي"، برنامج الحوكمة والابتكار، كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية (www.ArabSocialMediaReport.com)

والأجهزة الجواله في المنطقة العربية البنية التحتية للمبادرات الطموحة لتوفير الخدمات؛ كالحكومة الذكية وتقديم الخدمات عبر الهاتف النقال و"المدن الذكية" ومبادرات إشراك المواطنين المدعومة بالتكنولوجيا.

من المتوقع أن يلحق العالم العربي بالمعدل العالمي للاتصال بالإنترنت في عام 2014³؛ محققاً خطوة مهمة في معدلات الإقبال على الاتصال بالإنترنت في المنطقة. وبينما حققت البلدان مرتفعة الدخل في المنطقة العربية مستويات مرتفعة نسبياً من معدلات الانتشار والاتصال بالإنترنت، إلا أن البلدان العربية بمعظمها متخلفة عن الركب العالمي على صعيد النفاذ إلى الإنترنت عن طريق النطاق العريض. وفي حقبة "المدن الذكية، و"الحكومات الذكية"، يغدو توسيع انتشار الاتصال بالإنترنت عن طريق النطاق العريض أحد الجهات التنموية الملحة. فالالاتصال الواسع بالإنترنت عن طريق النطاق العريض يبشر بفرص تنموية متعددة، من قبيل تمكين بنية تحتية أفضل للمدن "الذكية"، وقيادة النمو الاقتصادي، وزيادة تطوير التعليم ورفع المهارات، وتعزيز فرص العمل لا سيما للشباب؛ وزيادة تكامل التجارة الإقليمية. وفي حقيقة الأمر، تقدّر عديد من الدراسات أن زيادة خدمات النطاق العريض بنسبة 10% في بلد ما، قد تفضي إلى نمو الناتج الإجمالي المحلي بنسبة 1.4%. ولكن الواقع هو أن اتصال الأجهزة الجواله بالإنترنت عن طريق النطاق العريض لا يتجاوز 25% في المنطقة العربية حالياً، في حين يقتصر الاشتراك بالنطاق العريض عبر الهاتف الثابت على 3%، أي ما يعادل تقريباً نصف المعدل السائد في البلدان النامية الذي يبلغ 6%.

وسيستمر الأثر الاقتصادي لنمو الإنترنت في المنطقة العربية بالازدياد كلما مضيينا قدماً. فعلى سبيل المثال، يقدر أن نحو 20% من سوق العمل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ستكون في عام 2020 مرتبطة بقطاعات الإنترنت والتكنولوجيا⁴. وخلافاً لقطاعات ناضجة أخرى في الاقتصادات العربية، ستقدم هذه القطاعات سريعة النمو السواد الأعظم من فرص العمل الجديدة التي تحتاجها المنطقة بشدة.

ولكن العقبات المستقبلية كبيرة، في منطقة تواجه تحديات متزايدة على صعيد النفاذ والجودة في مجال الخدمات على المستويات الاجتماعية والاقتصادية⁵. وما زالت "الفجوة الرقمية"، السائدة في أكثر البلدان في المنطقة، تلقي بظلالها على ملايين العرب⁶ المحرومين من فرص النفاذ إلى المعلومات وفرص العمل والتعليم والخدمات المدعومة بالاتصال بالإنترنت.

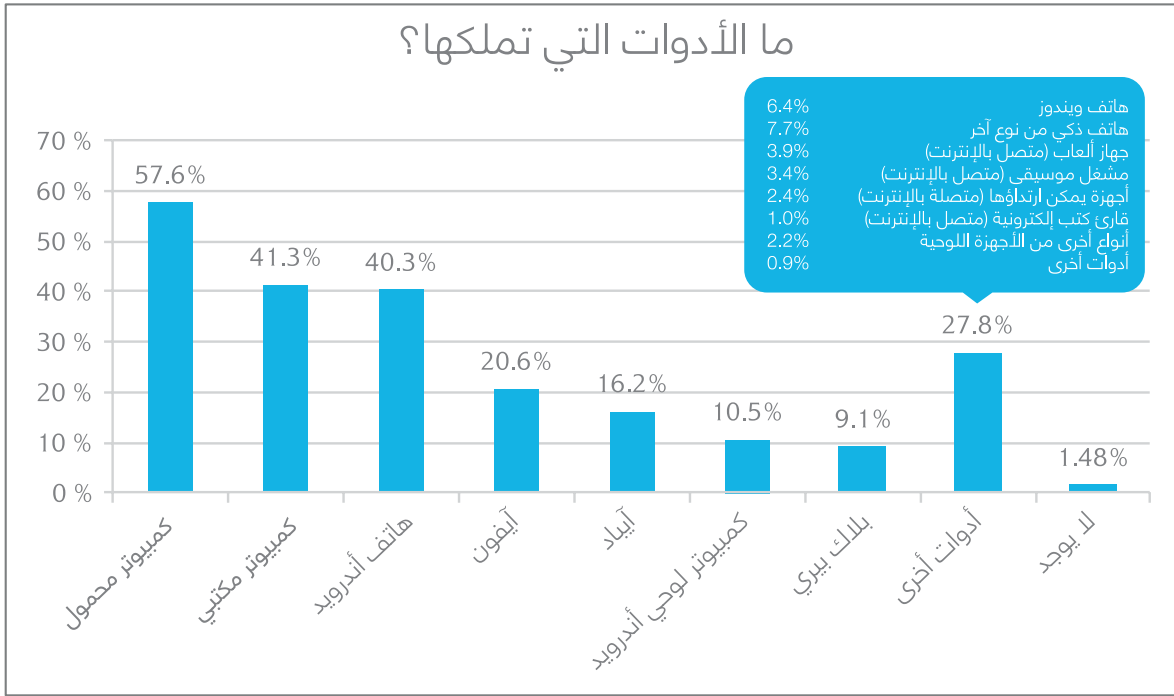
تُعدّ محدودية توافر المحتوى العربي ذي الصلة على الإنترنت عائقاً رئيسياً آخر يواجه مستخدمي الإنترنت العرب. وإذا أخذنا موسوعة ويكيبيديا مثلاً على إنتاج المعرفة الرقمية، نجد أن نسبة المقالات المكتوبة باللغة العربية من المقالات الـ 31 مليون التي أنشئت عبر تلك المنصة باللغات الـ 285 أقل من 0.9%. وهو رقم ضئيل إذا اعتبرنا أن عدد سكان العالم العربي يمثل حالياً أكثر من 5% من إجمالي سكان العالم، هذا بغض النظر عن ملايين الناطقين باللغة العربية الذين يعيشون خارج العالم العربي⁷. ووفقاً لما توصلنا إليه من نتائج في هذا التقرير، كان كل من "قابلية النفاذ والاتصال"، و"الكلفة" و"نقص المحتوى بلغتي" هي التحديات الثلاثة الأكبر التي تواجه مستخدمي الإنترنت في المنطقة.

يهدف هذا التقرير إلى إكمال الصورة التي ترسمها التقارير والمؤشرات العالمية عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وتقدم النتائج الواردة هنا لمحة محدّثة عن اتجاهات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة العربية. وإذا تكاملت هذه النتائج مع بيانات الاستخدام وبيانات الانتشار التي جمعتها وصنفتها المؤسسات الدولية والسلطات المحلية، فمن شأن الصورة الكاملة أن تقدم لصنّاع السياسة وقادة الأعمال تصوراً أوضح حول الآفاق المستقبلية.

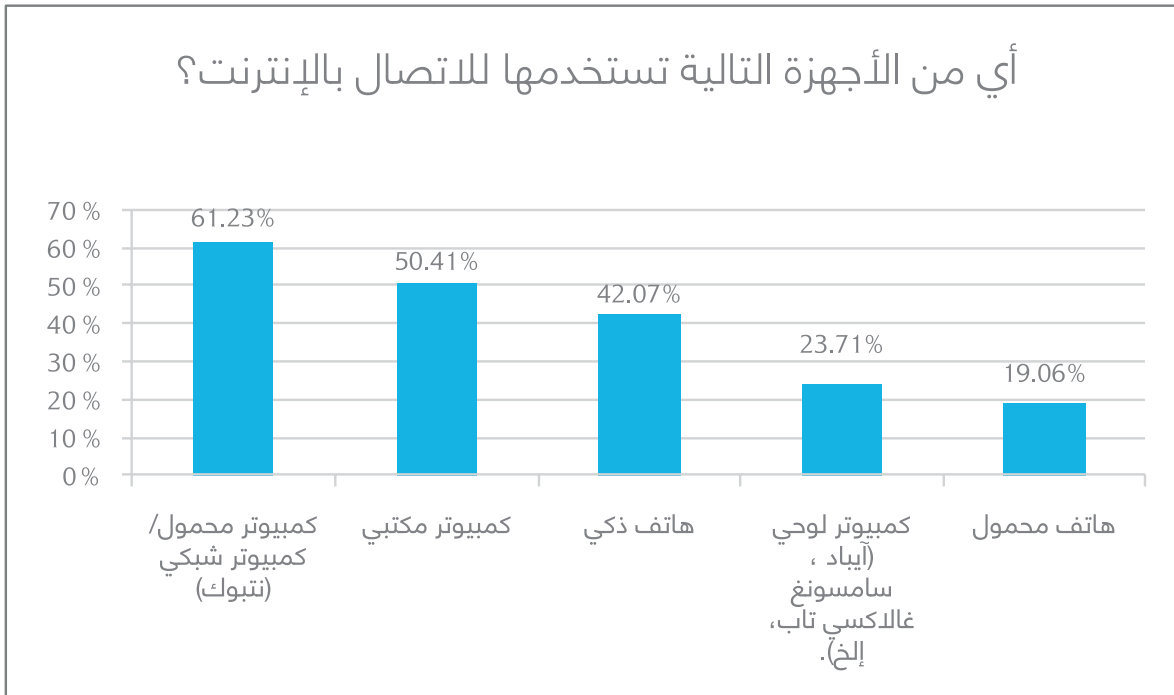
يدرس هذا التقرير الاتجاهات عبر أبعاد أربعة: 1. النفاذ إلى الإنترنت والأجهزة التي تعمل بالإنترنت، 2. نوعية وكمية الوقت الذي يقضيه الناس على الإنترنت، 3. مدى استخدام الإنترنت، 4. التصورات والتوجهات إزاء أنشطة الإنترنت.

2. تستند التقديرات إلى تقرير "الاقتصاد المعرفي العربي 2014"، مدار للأبحاث والتنمية
3. يتوقع الاتحاد الدولي للاتصالات أن المنطقة العربية ستصل إلى معدل انتشار يبلغ 41% في 2014. "العالم في 2014: حقائق وأرقام"، الاتحاد الدولي للاتصالات.
4. "شبكات النطاق العريض في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: تسريع الوصول إلى الإنترنت"، البنك الدولي 2014: (<http://www.worldbank.org/en/region/mena/publication/broadband-networks-in-mna>)
5. "آفاق الخدمات الحكومية في العالم العربي 2014". القمة الحكومية الثانية. دبي: برنامج الحوكمة والابتكار، في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية: (<http://bit.ly/1rYhJmA>)
6. "تقرير تكنولوجيا المعلومات العالمي 2014". المنتدى الاقتصادي العالمي: (<http://www.weforum.org/issues/global-information-technology>)
7. ويكيبيديا: (http://meta.wikimedia.org/wiki/List_of_Wikipedias) - جرى النفاذ إليها في: مايو 2014.

النفاز إلى الإنترنت

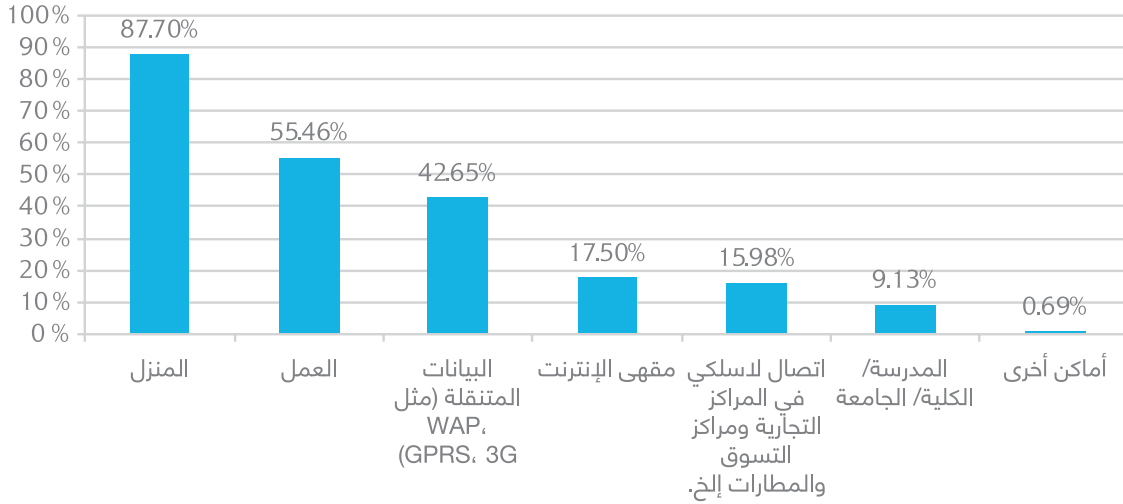


- 99% من أفراد العينة أشاروا إلى امتلاكهم جهاز كمبيوتر محمولاً أو مكتبياً
- 1.48% لا يملكون هاتفاً ذكياً، أو كمبيوتراً لوحيًا، أو كمبيوتراً مكتبياً أو محمولاً



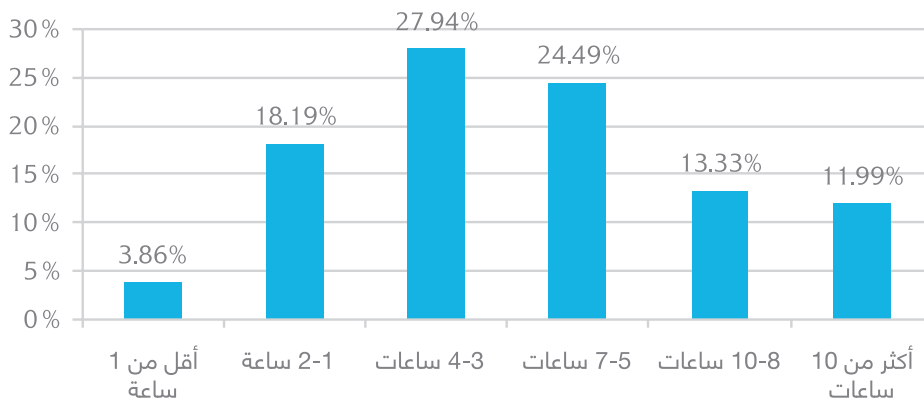
- 61% من أفراد العينة يتصلون بالإنترنت من خلال جهاز كمبيوتر محمول، و50% من خلال كمبيوتر مكتبي
- 42% من أفراد العينة يتصلون بالإنترنت من خلال الهواتف الذكية و24% من خلال كمبيوتر لوحي
- 19% يتصلون بالإنترنت عبر الهاتف المحمول

من أي الأماكن التالية تتصل بالإنترنت؟



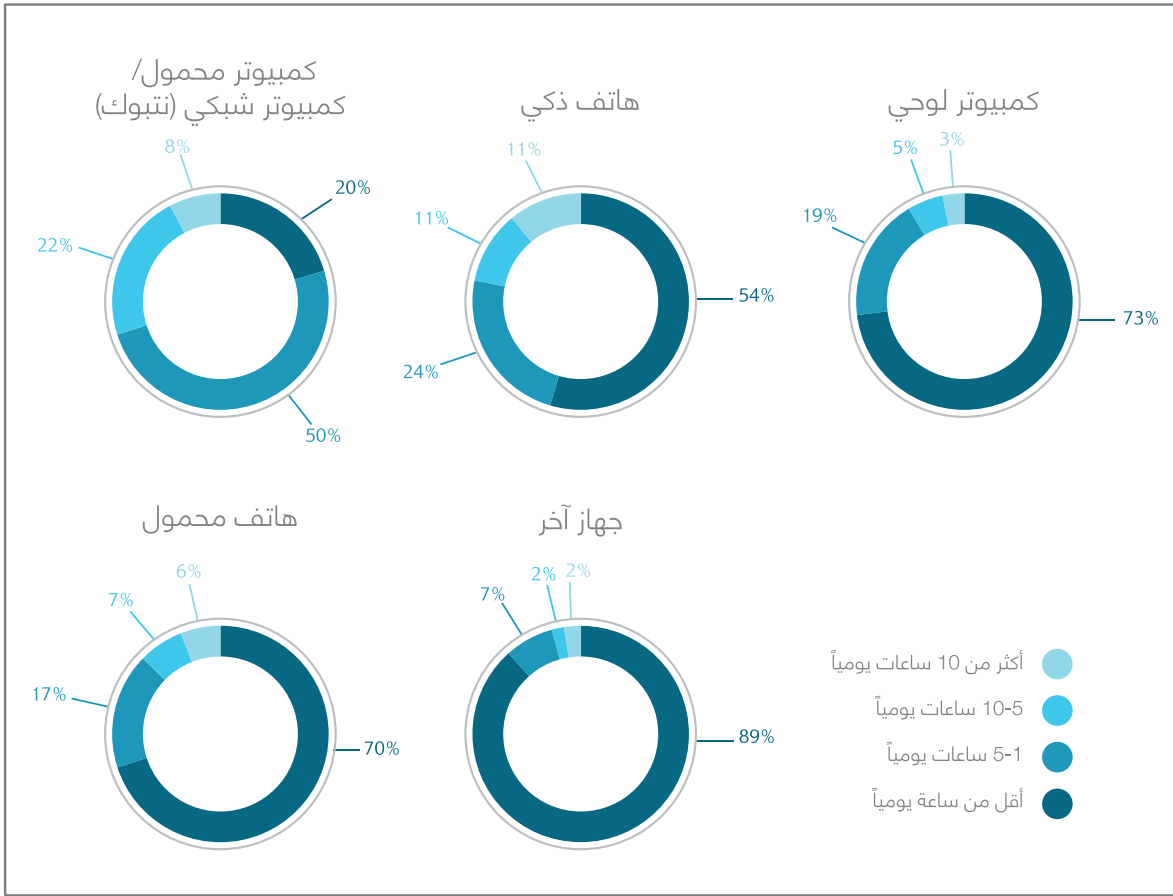
- 88% من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يتصلون بالإنترنت من المنزل
- 56% أشاروا إلى أنهم يتصلون بالإنترنت من العمل
- 9% فقط من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يتصلون بالإنترنت من المدرسة أو من الجامعة

كم من الوقت تقضيه على الإنترنت؟

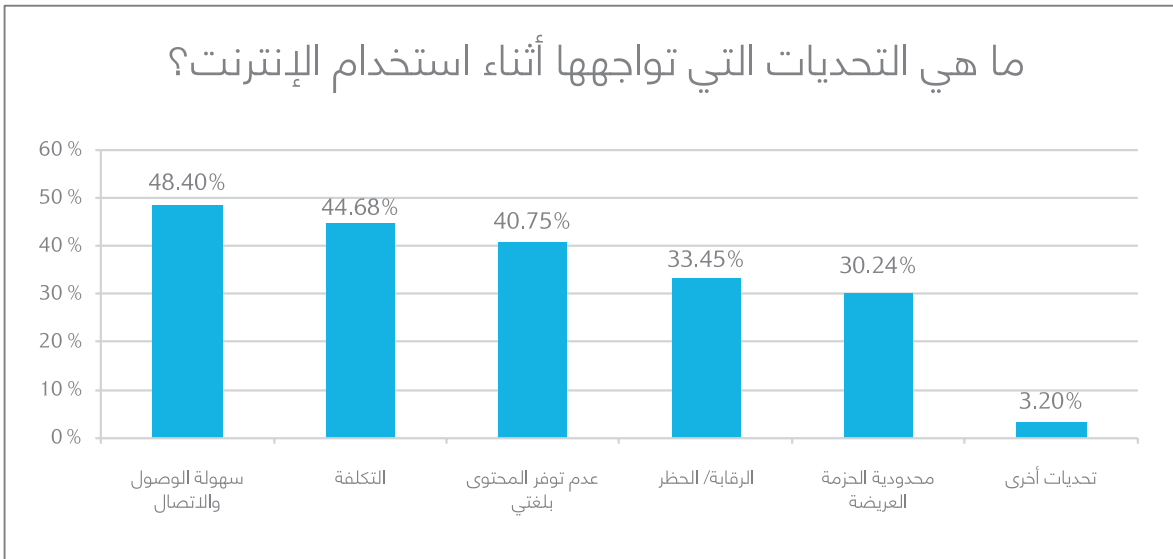


- 28% من أفراد العينة يمضون 3-4 ساعات على شبكة الإنترنت
- 12% فقط من أفراد العينة يمضون أكثر من عشر ساعات على شبكة الإنترنت
- 4% فقط يمضون أقل من ساعة واحدة على شبكة الإنترنت

الزمن المنفق في النفاذ إلى الإنترنت عبر مختلف الأجهزة



- 50% من أفراد العينة يتصلون بالإنترنت من خلال كمبيوتر مكتبي او محمول لمدة 1-5 ساعات يومياً
- 54% يتصلون بالإنترنت لأقل من ساعة يومياً من خلال هواتفهم الذكية
- 73% يتصلون بالإنترنت لأقل من ساعة يومياً من خلال كمبيوتر لوحي

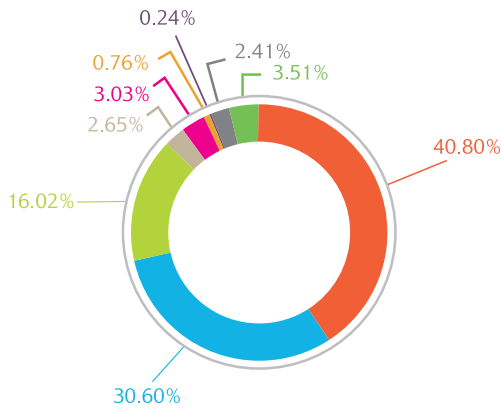


- 48% من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يواجهون تحديات في الاتصال بالشبكة وإمكانية النفاذ إلى الإنترنت
- 45% أشاروا إلى أن تكلفة النفاذ إلى الإنترنت كانت عالية جداً
- 41% من أفراد العينة أشاروا إلى أن عدم توفر محتويات باللغة العربية كان تحدياً بالنسبة لهم

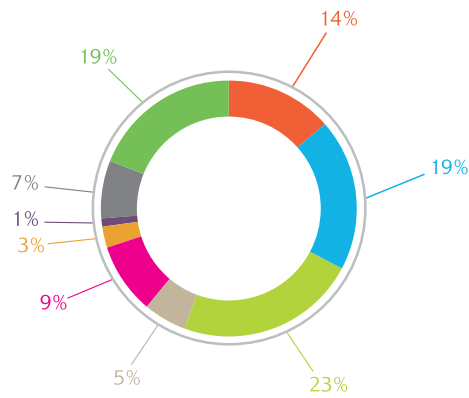
الزمن المنفق في التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت

- 41% من أفراد العينة يتواصلون مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي عدة مرات في اليوم
- 56% يتواصلون مع الأهل والأصدقاء عبر بروتوكول VoIP (سكايب على سبيل المثال) عدة مرات في الأسبوع
- 25% من أفراد العينة يستخدمون الرسائل الفورية عدة مرات في اليوم

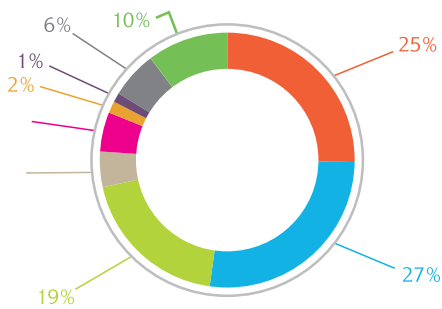
التواصل مع الأصدقاء عبر وسائل الإعلام الاجتماعي



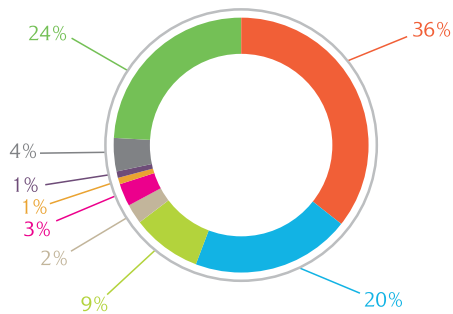
التواصل مع الأصدقاء أو العائلة عن طريق برامج الصوت عبر بروتوكول الإنترنت



التواصل مع الأصدقاء أو العائلة باستخدام برامج التراسل الفوري



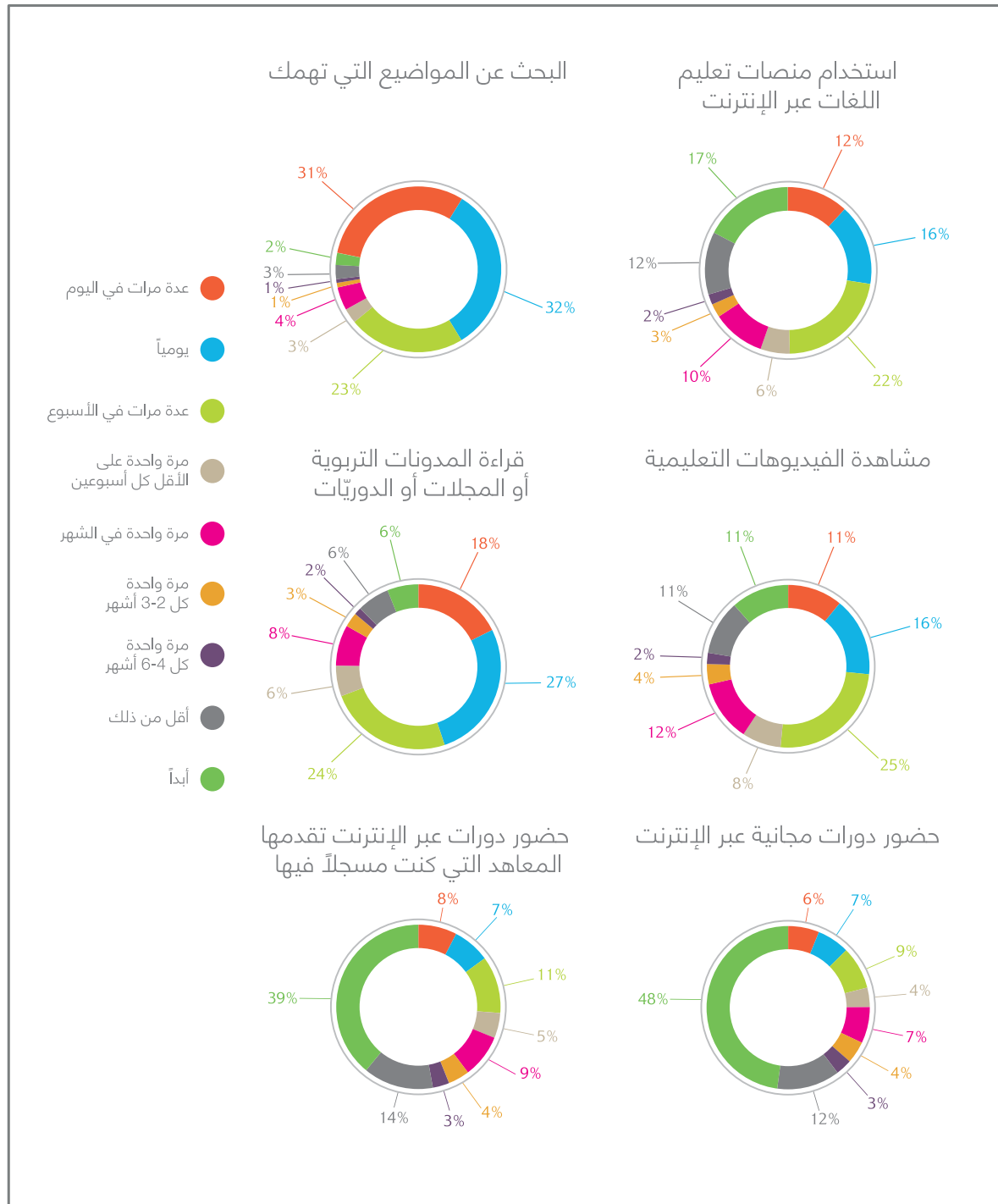
التواصل مع الأصدقاء أو العائلة عن طريق تطبيقات التراسل الجوال (WhatsApp، BBM، إلخ.)



- | | | |
|-------------------------|----------------------|----------------------------------|
| ● عدة مرات في الأسبوع | ● يومياً | ● عدة مرات في اليوم |
| ● مرة واحدة كل 2-3 أشهر | ● مرة واحدة في الشهر | ● مرة واحدة على الأقل كل أسبوعين |
| ● أبداً | ● أقل من ذلك | ● مرة واحدة كل 4-6 أشهر |

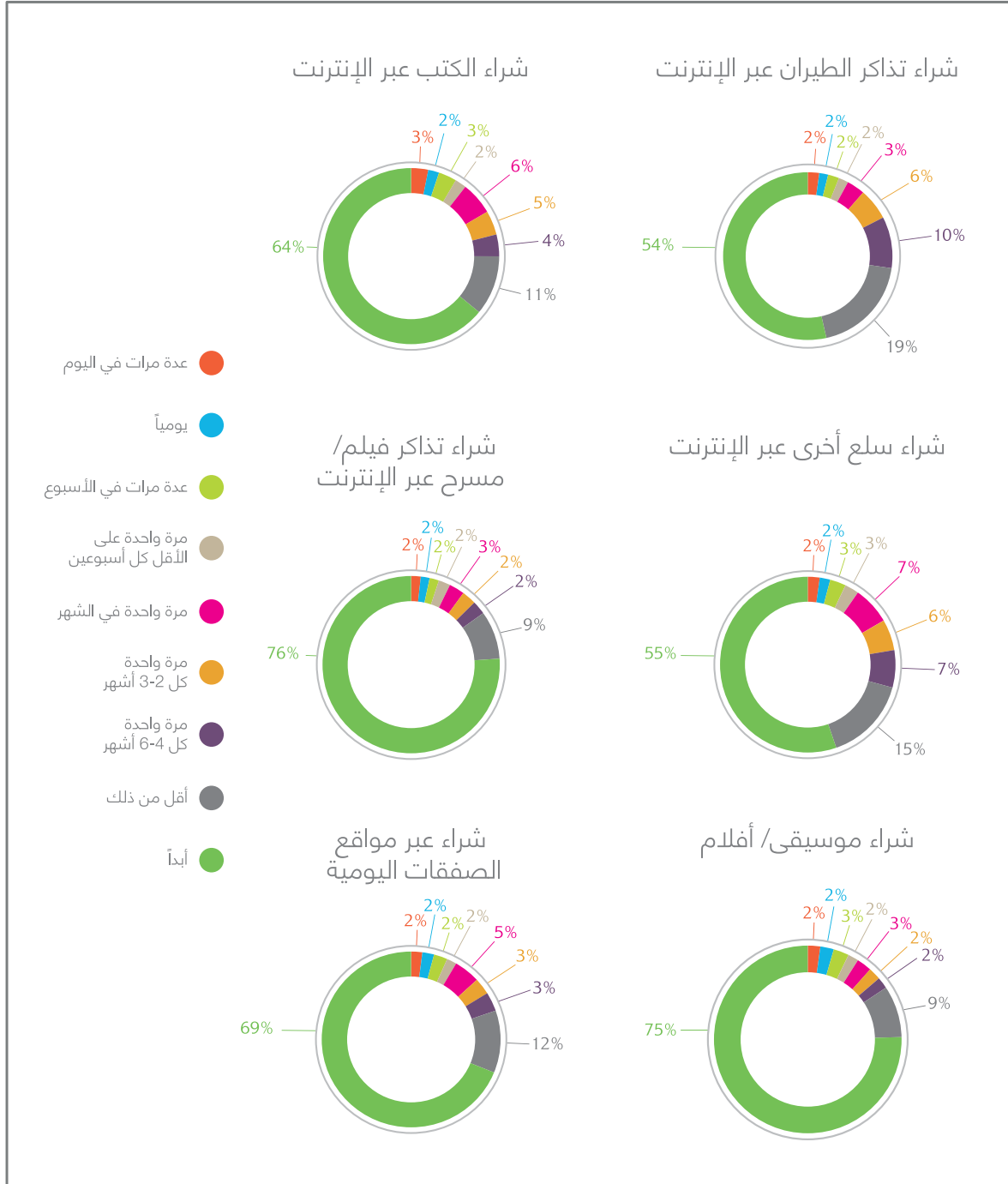
الزمن المنفق في الأنشطة التعليمية على الإنترنت

- 63% من أفراد العينة يبحثون عن ما يهمهم مرة واحدة على الأقل في اليوم، و فقط 2% لم يفعلوا ذلك
- 28% من أفراد العينة يستخدمون منصات تعلم اللغة مرة واحدة على الأقل في اليوم
- 45% من أفراد العينة يقرأون مدونات تعليمية مرة واحدة على الأقل في اليوم
- 27% من أفراد العينة يشاهدون أشرطة الفيديو التعليمية مرة واحدة على الأقل في اليوم
- 15% من أفراد العينة لم يلتحقوا بأي دورة رسمية على الإنترنت من الدورات التي توّقرها معاهدهم
- 48% من أفراد العينة لم يلتحقوا بأي دورات مجانية على الإنترنت، و32% يلتحقون بهذه الدورات عدة مرات على الأقل في الأسبوع (مع 13% من هؤلاء يلتحقون بهذه الدورات مرة واحدة في اليوم على الأقل)



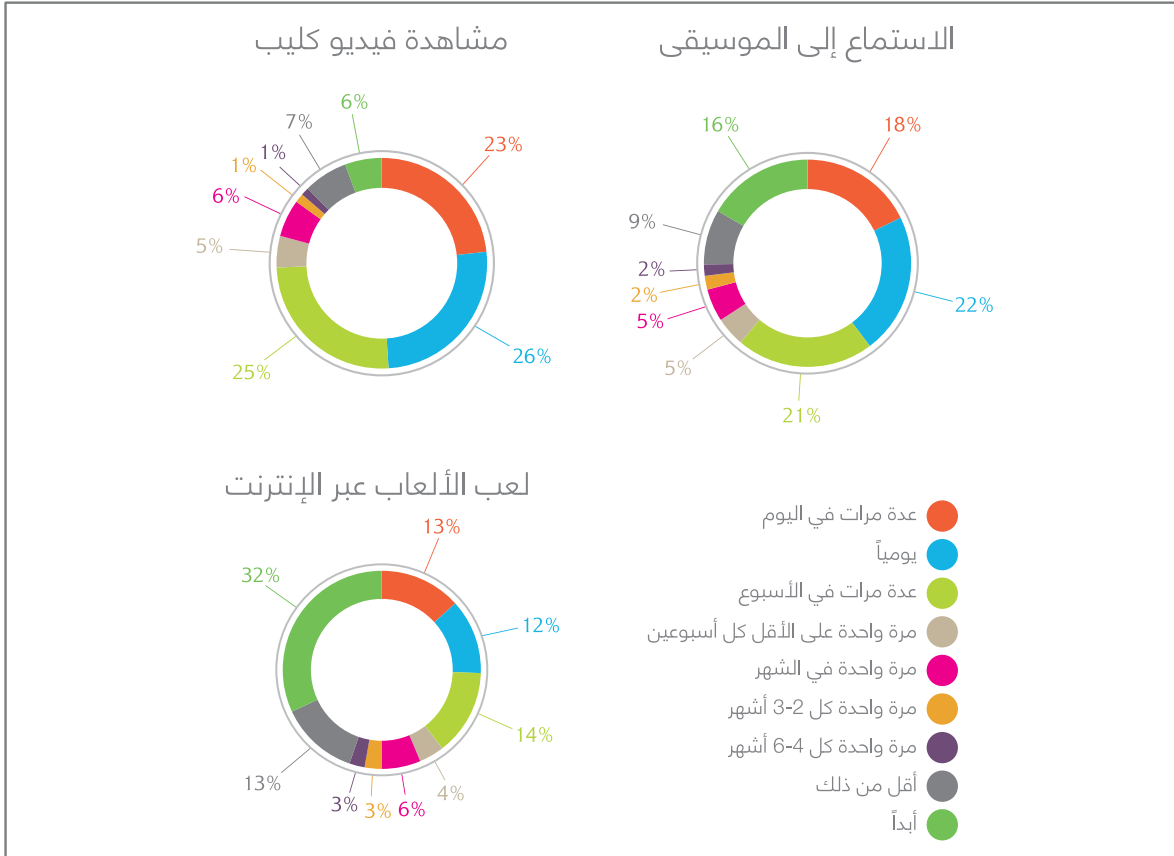
الزمن المنفق في التسوّق عبر الإنترنت

- الاستجابات على الأسئلة الخاصة بالتسوق عبر الإنترنت، بيّنت أن غالبية المشاركين في هذا الاستطلاع لا يتسوقون عبر الإنترنت
- 64% من أفراد العينة لم يشتروا كتباً إطلاقاً عبر الإنترنت
- 54% من أفراد العينة لم يشتروا تذاكر طيران إطلاقاً عبر الإنترنت
- 76% من أفراد العينة لم يشتروا تذاكر سينما/ مسرح إطلاقاً عبر الإنترنت
- 55% من أفراد العينة لم يشتروا سلعاً أخرى إطلاقاً عبر الإنترنت



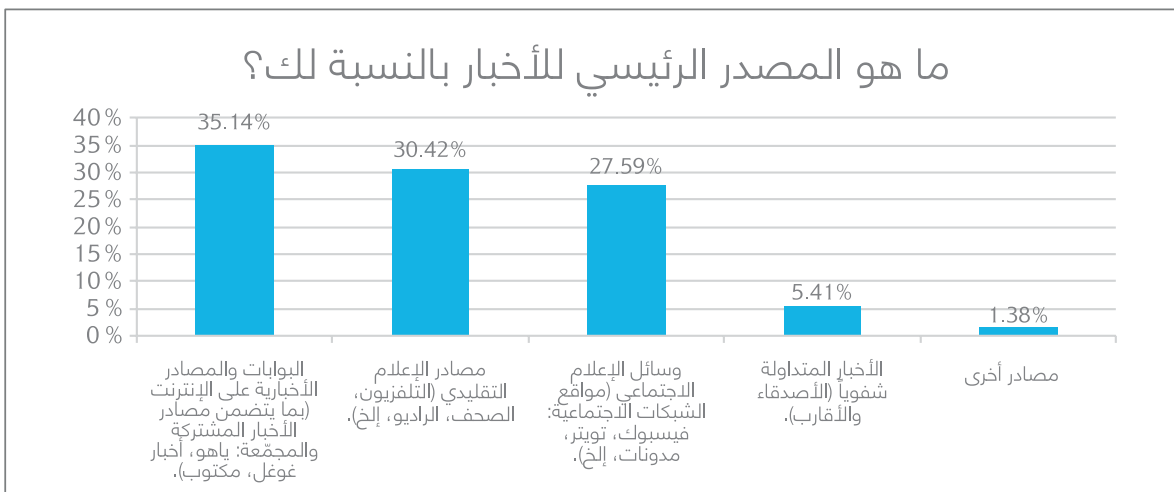
الزمن المنفق في الترفيه عبر الإنترنت

- 49% من أفراد العينة يشاهدون مقاطع الفيديو على الأقل مرة في اليوم
- 40% من أفراد العينة يستمعون إلى الموسيقى مرة واحدة على الأقل في اليوم، في حين أن 16% منهم لا يستمعون إلى الموسيقى على الإنترنت
- 32% من أفراد العينة لم يلعبوا مباريات عبر الإنترنت، في حين يلعب 25% منهم مرة واحدة على الأقل في اليوم



الإنترنت كمصدر إخباري عن الأحداث الراهنة

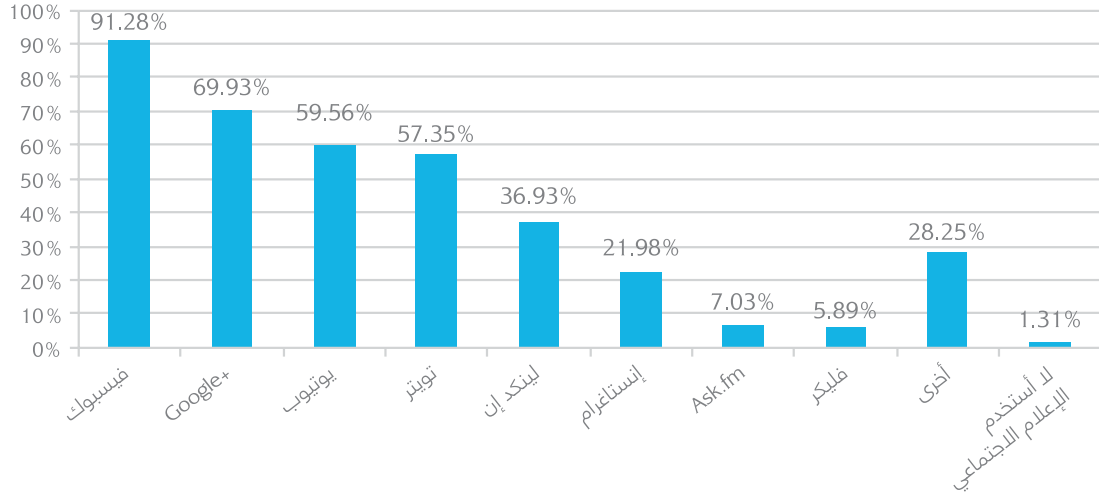
- تمثل الإنترنت المصدر الرئيسي للأخبار لدى 35% من المجيبين
- 28% يحصلون على تلك الأخبار من مواقع الإعلام الاجتماعي، في أنّ 30% آخرون يحصلون عليها من مصادر الإعلام التقليدي



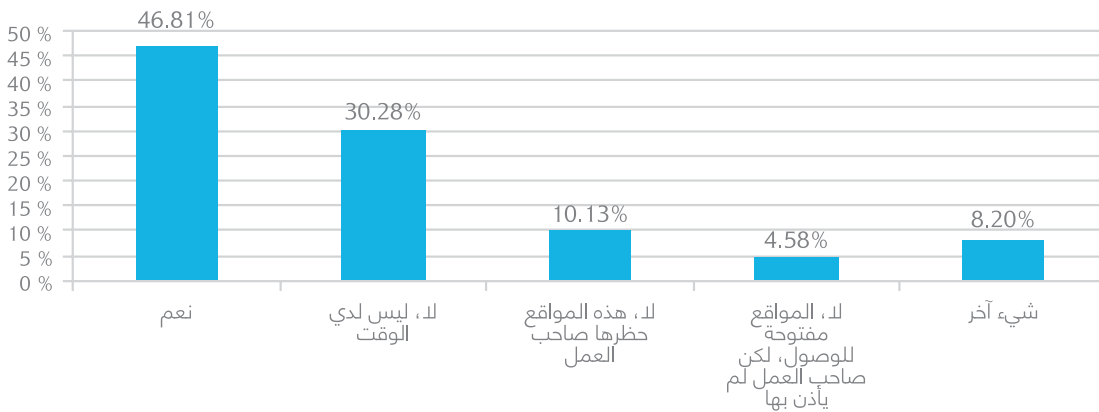
توجّهات استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي

- يعدّ فيسبوك (91%) الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية، يليه جوجل ويوتيوب ثم تويتر. معظم المجيبين لم يكن لديهم حساب في الشبكات الاجتماعية الأخرى المدرجة.

أي من مواقع وسائل الإعلام الاجتماعي التالية لديك حساب فيها؟

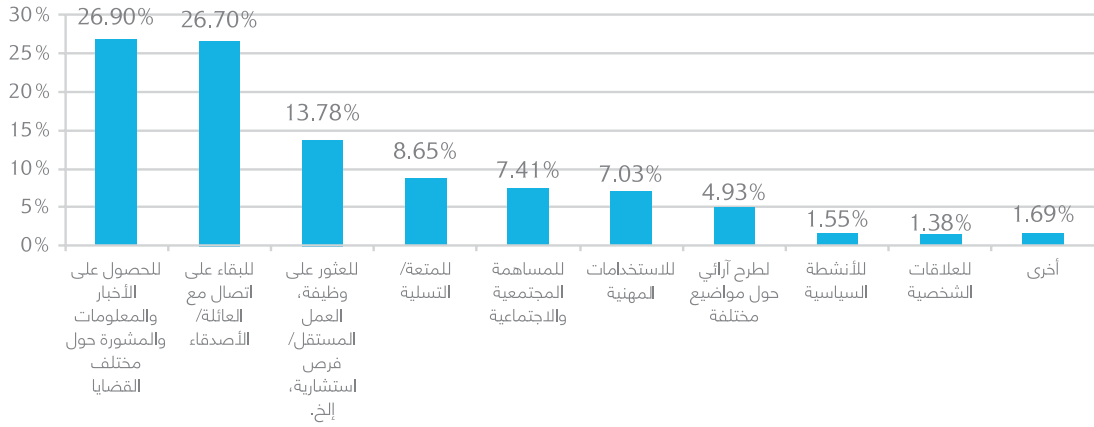


هل تتصل بمواقع الشبكات الاجتماعية في العمل؟



- ما يقرب من 50% من أفراد العينة ينفذون إلى مواقع الإعلام الاجتماعي في العمل
- 30% أشاروا إلى أنهم لا يمتلكون الوقت لذلك، و فقط 10% أشاروا إلى أن أرباب عملهم يحظرون النفاذ إلى مواقع الإعلام الاجتماعي

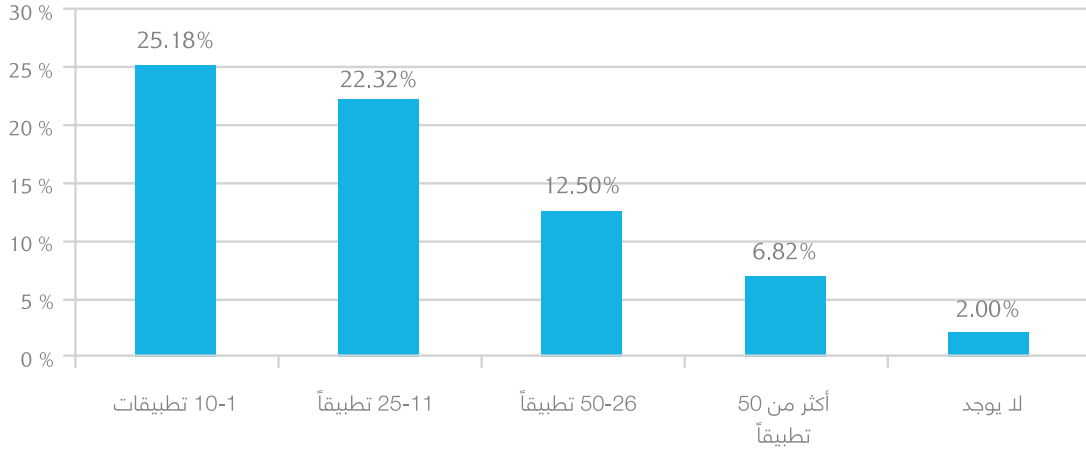
أي من العبارات التالية تصف على نحو أفضل استخدامك مواقع الشبكات الاجتماعية؟



- 27% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات حول مختلف القضايا
- أشار 27% أيضاً إلى أنهم يستخدمون مواقع الإعلام الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والعائلة
- 7% فقط يستخدمونها لأغراض مهنية، و14% فقط يستخدمونها للبحث عن فرص عمل أو وظيفة
- أقل من 5% يستخدمونها لتبادل الآراء أو الأنشطة السياسية

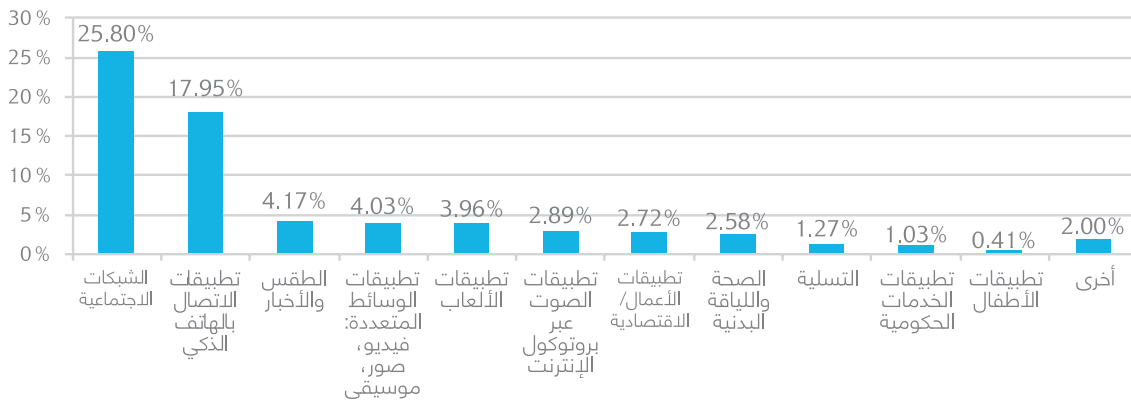
توجّهات استخدام الهواتف الذكيّة

كم عدد التطبيقات التي لديك على الهاتف الذكي؟



- أشار 25% من أفراد العينة إلى أنّ لديهم 10-1 تطبيقات على هواتفهم الذكية
- 22% أشاروا إلى وجود 25-11 تطبيقاً في هواتفهم الذكي، في حين أشار 2% فقط إلى عدم وجود تطبيقات في هواتفهم الذكية

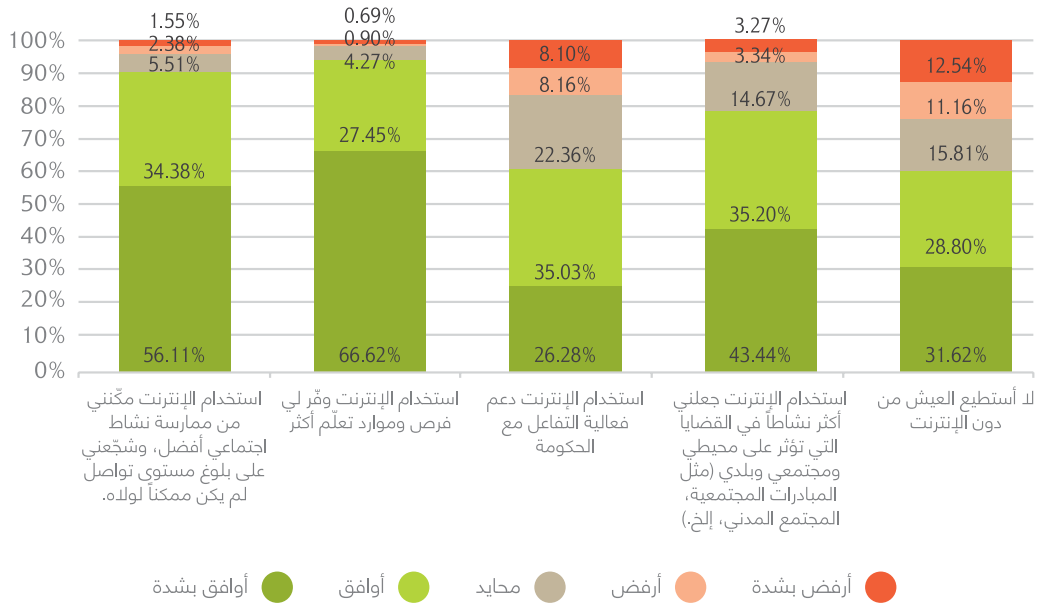
ما نوع التطبيقات التي تستخدمها أكثر؟



- 26% من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يستخدمون تطبيقات الشبكات الاجتماعية بشكل متكرر
- 18% من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يستخدمون تطبيقات التواصل عبر الهاتف الذكي بشكل متكرر
- أشار أقل من 5% من جميع أفراد العينة إلى أنهم يستخدمون تطبيقات الطقس، أو الأخبار، أو الوسائط المتعددة، أو الألعاب، أو التطبيقات الحكومية، بشكل متكرر.

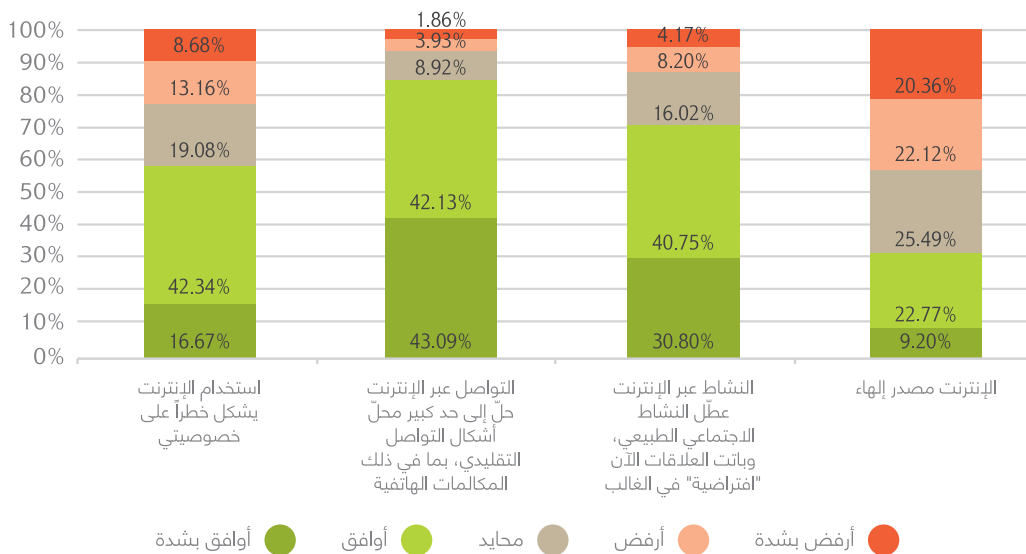
التصورات المتعلقة بالإنترنت

التصورات المتعلقة بفوائد الإنترنت



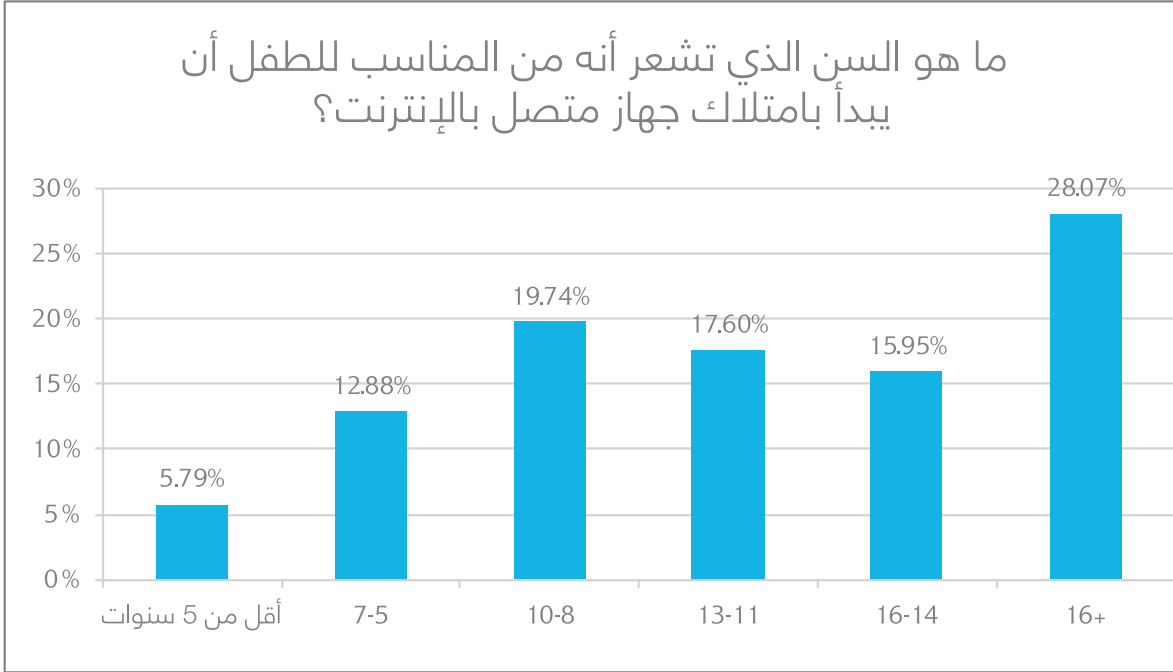
- 94% من أفراد العينة أشاروا إلى أنّ استخدام الإنترنت يحسّن النشاط الاجتماعي
- 94% من أفراد العينة وافقوا على أن الإنترنت وفرت لهم المزيد من موارد وفرص التعلم
- 61% من أفراد العينة وافقوا على أن الإنترنت عزّزت تفاعلهم مع الحكومة
- 79% من أفراد العينة أشاروا إلى أن الإنترنت جعلتهم أكثر انخراطاً في شؤون مجتمعاتهم
- 61% من أفراد العينة وافقوا على أنهم لا يستطيعون العيش من دون الإنترنت

التصورات المتعلقة بمضارّ الإنترنت

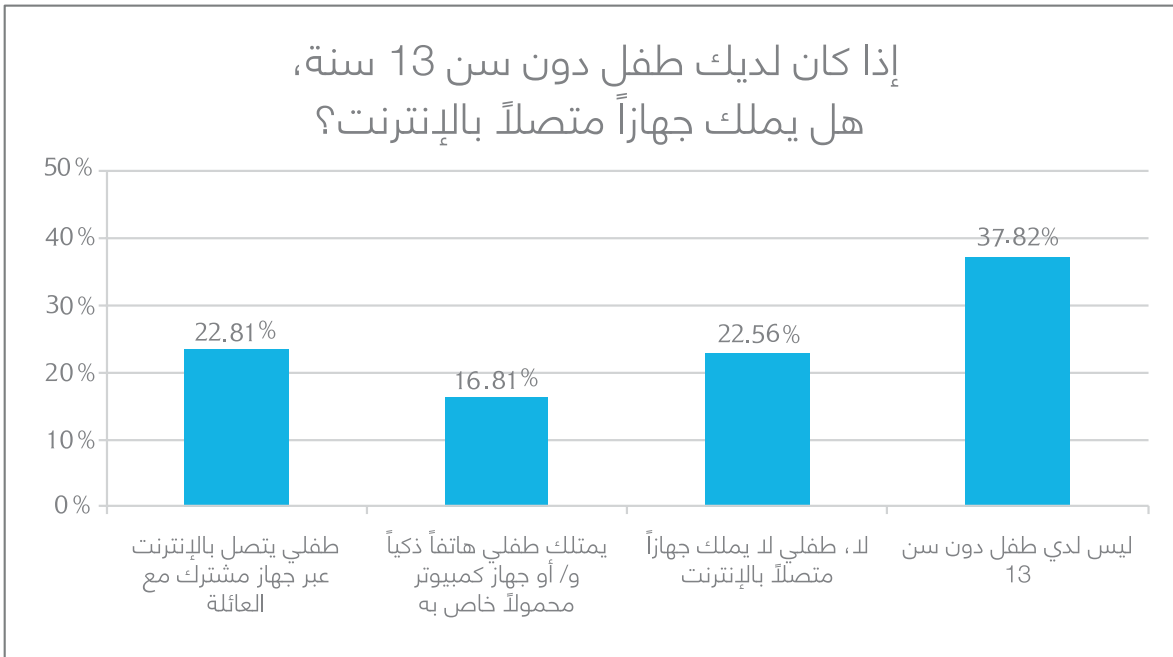


- 59% من أفراد العينة وافقوا على أن الإنترنت تمثل تهديداً لخصوصياتهم
- 85% من أفراد العينة وافقوا على أن التواصل عبر الإنترنت حلّ محلّ أشكال التواصل التقليدية
- 72% من أفراد العينة وافقوا على أن النشاط عبر الإنترنت عطل النشاط الاجتماعي الطبيعي
- 32% من أفراد العينة أشاروا إلى أنّ الإنترنت مصدر إلهاء في حياتهم

المواقف حيال استخدام الأطفال للإنترنت



- 28% من أفراد العينة يعتقدون أنه لا يجب أن يسمح للأطفال بامتلاك أجهزة تتصل بالإنترنت إلا بعد بلوغهم 16 سنة من عمرهم
- 16% يعتقدون أنه يجب السماح بذلك للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 16-14 سنة، و17% يعتقدون بضرورة السماح بذلك للأطفال الذين تتراوح أعمارهم من 13-11 سنة، و20% يعتقدون بضرورة السماح بذلك للأطفال بين 10-8 سنوات
- يعتقد فقط 6% من المجيبين أن الأطفال دون سن 5 سنوات يجب السماح لهم بامتلاك أجهزة تتصل بالإنترنت

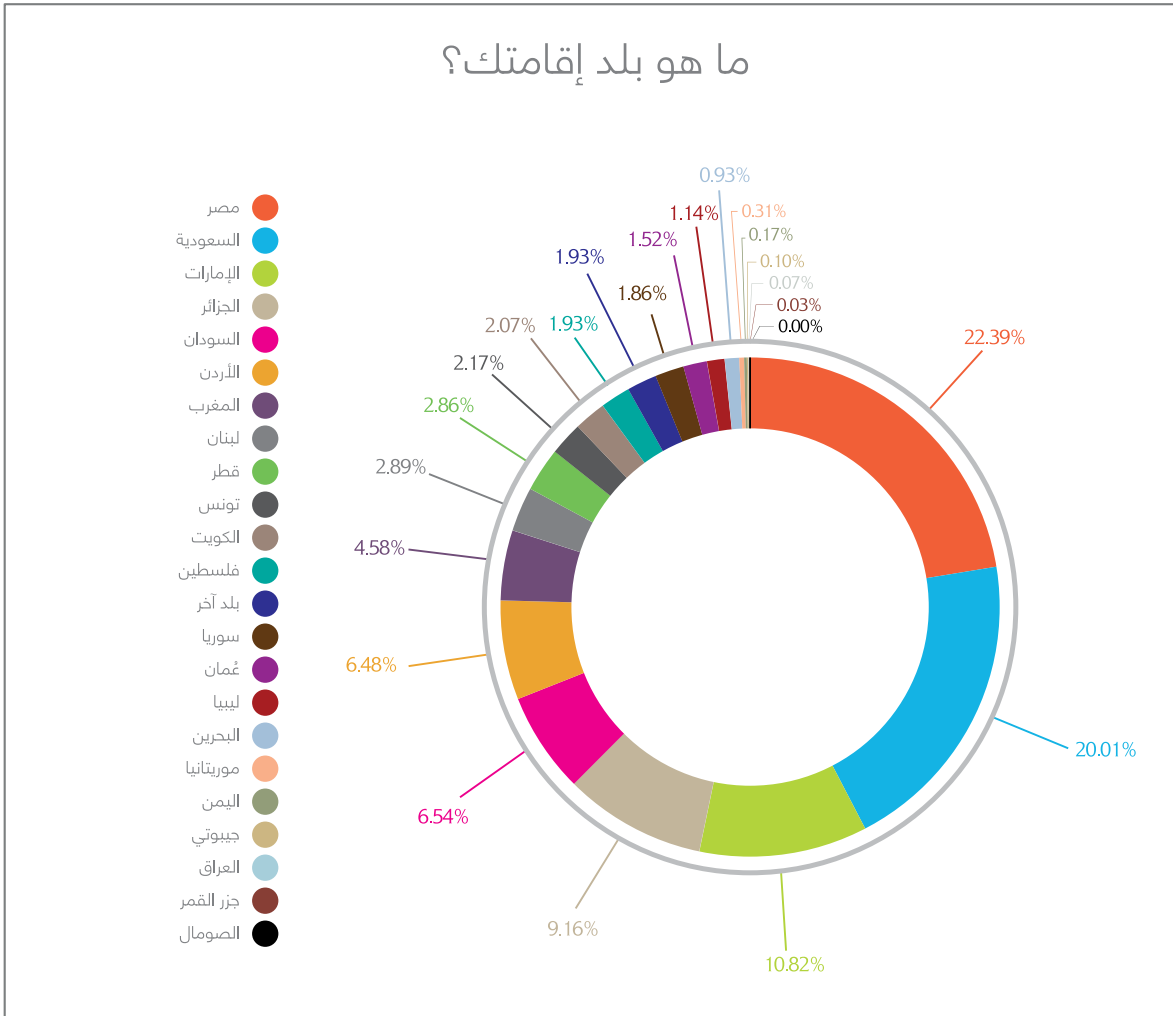


- 23% من أفراد العينة الذين لديهم طفل دون سن 13 عاماً لم يعطوا لطفلهم جهازاً يتصل بالإنترنت
- 17% من أفراد العينة الذين لديهم أطفال دون سن 13 عاماً قدّموا لأطفالهم هاتفاً ذكياً أو كمبيوتراً محمولاً، و23% يسمحون لأطفالهم باستخدام الجهاز العائلي المتصل بالإنترنت

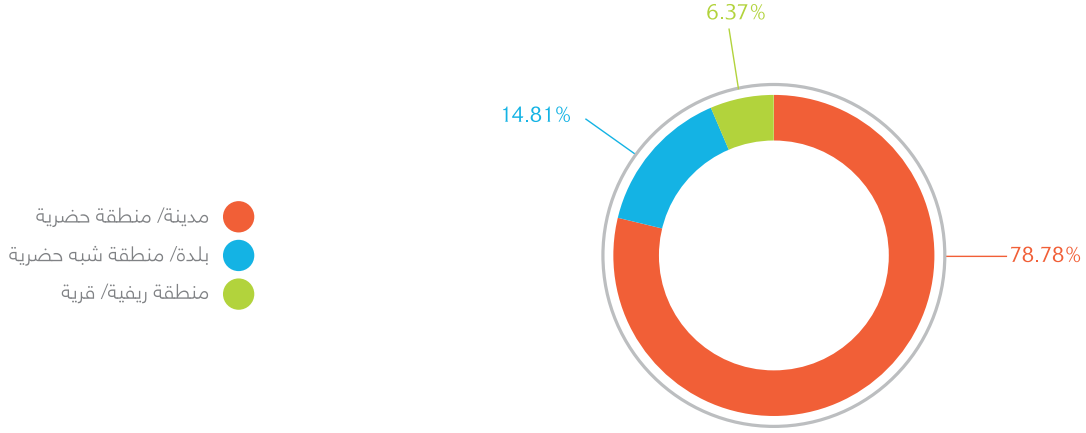
منهجية وعينة الاستبيان

تستند النتائج الواردة في هذا التقرير إلى استبيان إقليمي أجراه برنامج الحوكمة والابتكار بالتعاون مع بيت دوت كوم، استهدف القاطنين في 22 بلداً عربياً. واستُكمل الاستبيان في مارس 2014، وبلغ عدد المجيبين تقريبا 3000. وجرى استلام الإجابات من كافة البلدان في المنطقة العربية (الجزائر والبحرين وجزر القمر وجيبوتي ومصر والعراق والأردن والكويت ولبنان وليبيا وموريتانيا والمغرب وعمان وفلسطين وقطر والسعودية وسوريا وتونس والإمارات واليمن). وكانت العينة تتألف بصورة أولية من مستخدمي الإنترنت، حيث أنها أُديرت من خلال استبيان على الإنترنت. وكانت تتألف من 75% من الذكور، وتضم أشخاصاً تتراوح أعمارهم بين 15 والمئة منهم بين 15 و24 عاماً و 44% منهم بين 24 و 34 عاماً. وكانت مصر والسعودية والأردن والجزائر والإمارات والمغرب هي الدول التي تحظى بأكبر تمثيل في حجم العينة.

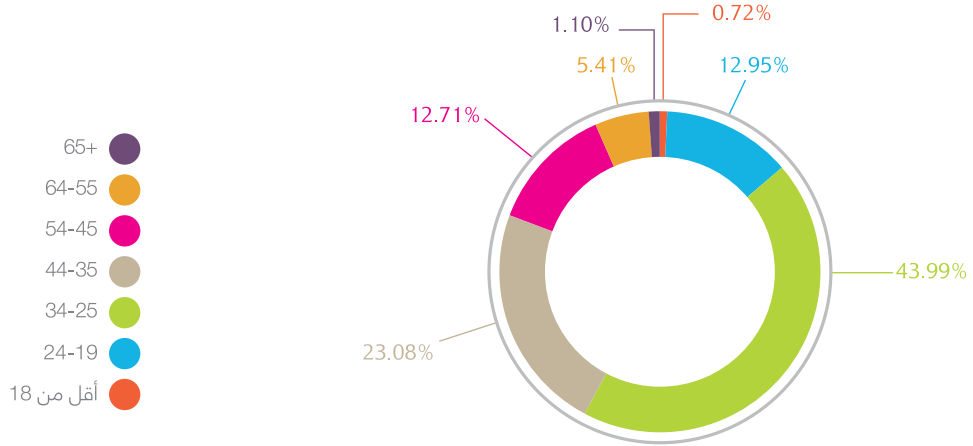
البيانات الديموغرافية



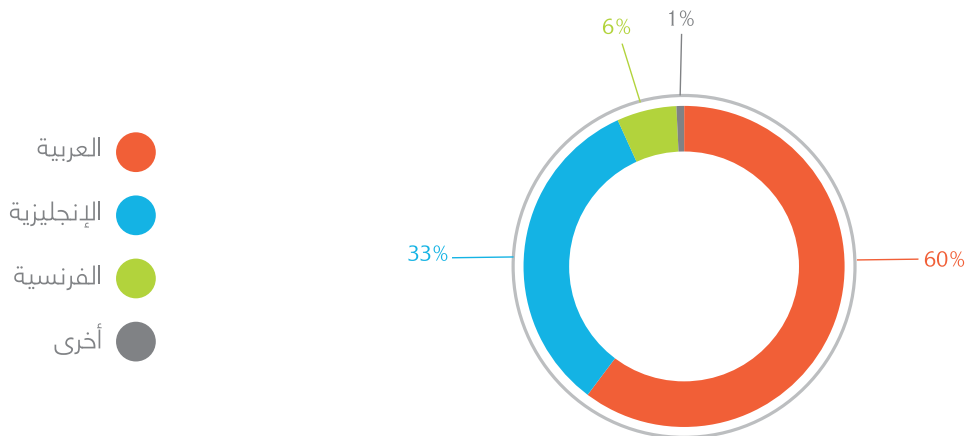
التقسيمات الحضرية/ الريفية لدى المشاركين



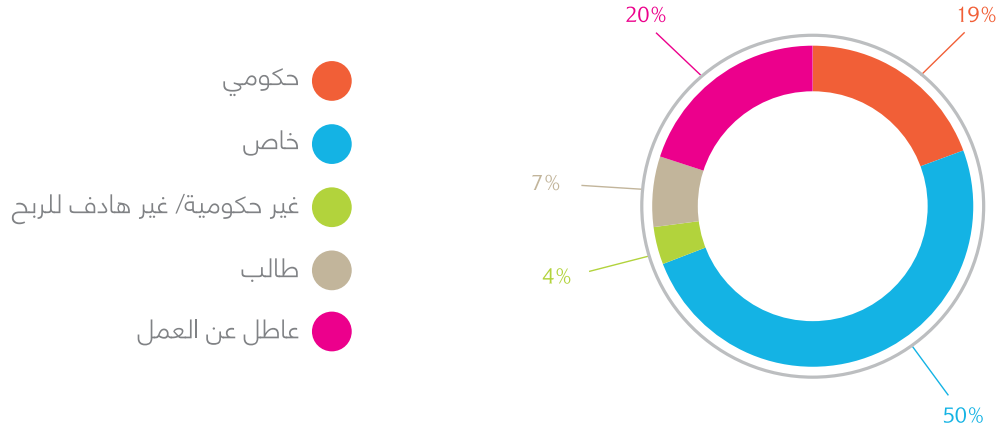
تقسيمات المشاركين حسب أعمارهم



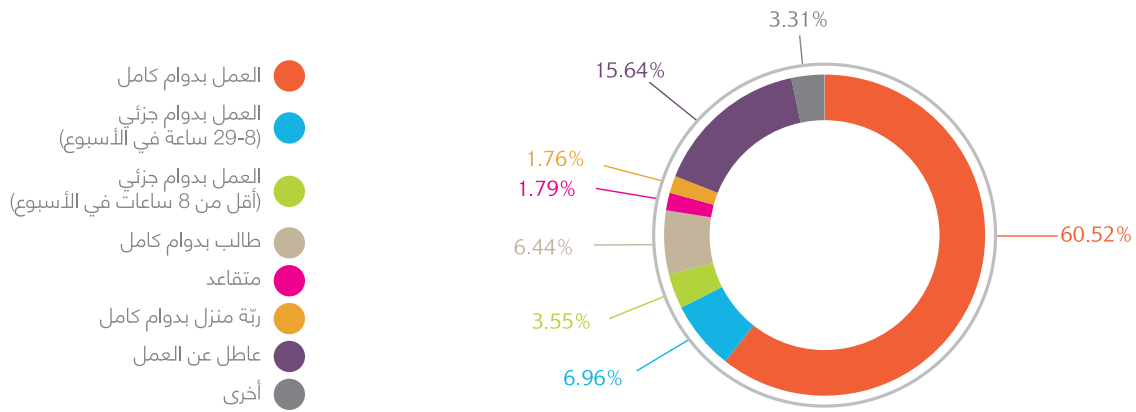
ما هي لغتك المفضّلة أثناء استخدام الإنترنت



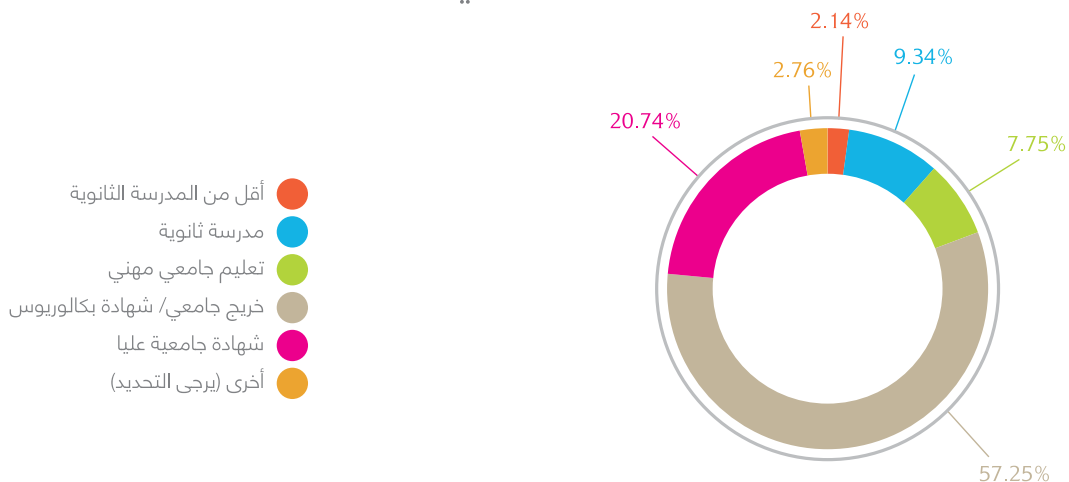
القطاعات الممثلة من خلال المشاركين



الحالة الوظيفية لدى المشاركين

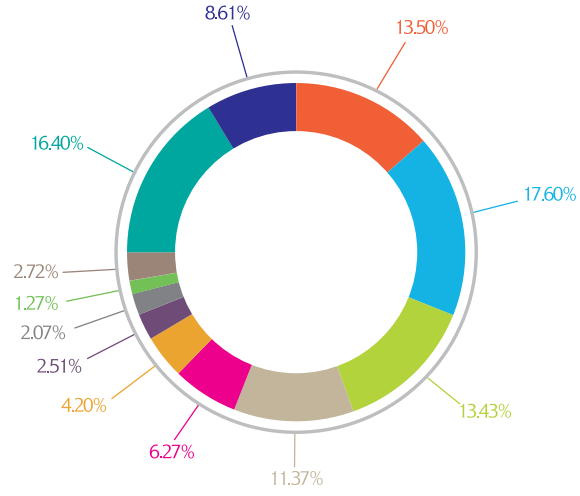


مستويات التحصيل التعليمي لدى المشاركين



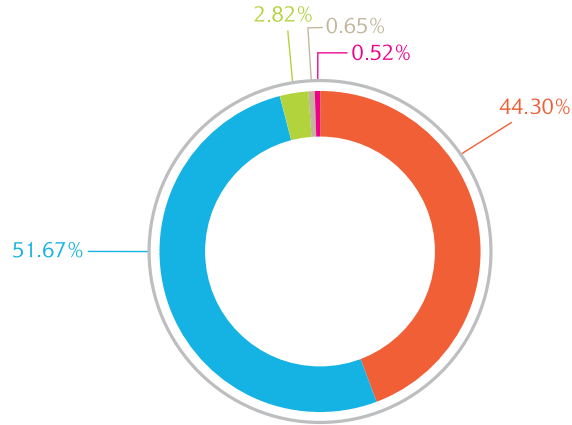
توزيع المشاركين حسب الدخل

- أقل من 200 دولار أمريكي شهرياً
- 200-500 دولار شهرياً
- 500-1000 دولار شهرياً
- 1000-2000 دولار شهرياً
- 2000-3000 دولار شهرياً
- 3000-4000 دولار شهرياً
- 4000-5000 دولار شهرياً
- 5000-6000 دولار شهرياً
- 6000-7000 دولار شهرياً
- 7000 دولار أمريكي أو أكثر
- لا يوجد دخل شخصي
- لا أعرف/ لا أستطيع
- الإجابة/ لا أريد الإفصاح

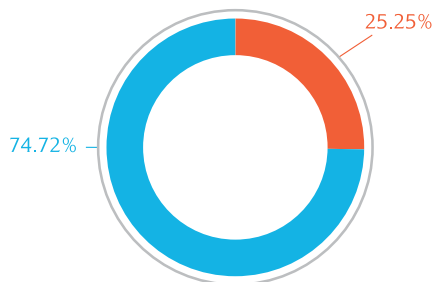


الحالة الاجتماعية للمشاركين

- عازب
- متزوج
- مطلق
- منفصل
- أرمل

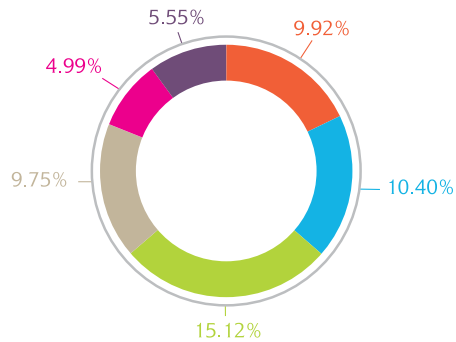


النوع الاجتماعي للمشاركين



- ذكر
- أنثى

عدد أبناء المشاركين



- لا يوجد أطفال
- واحد
- اثنان
- ثلاثة
- أربعة
- أكثر من أربعة

المؤلفون

أصدر هذا التقرير برنامج الحوكمة والابتكار في **كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية**.

فادي سالم مدير برنامج الحوكمة والابتكار وزميل في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.
رشا مرتضى باحثة مشاركة في برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.
سارة الشاعر باحثة في برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية.

للاتصال مع برنامج الحوكمة والابتكار يرجى التراسل الإلكتروني مباشرة مع: socialmedia@mbrsg.ac.ae

الآراء الواردة في هذا التقرير هي آراء المؤلفين، ولا تعكس بالضرورة وجهات نظر الأمناء والمسؤولين وغيرهم من موظفي **كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية**، أو شركة Bayt.com.

© 2014 برنامج الحوكمة والابتكار، **كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية**.

شكر وتقدير

يطيب للمؤلفين، بالنيابة عن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، أن يعربوا عن تقديرهم لفريق العمل في بيت دوت كوم، لدعمهم هذا الجهد التعاوني. كما يودّ المؤلفان أن يشكروا فريق كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية لجهودهم المبذولة في إنتاج هذا البحث. وينوّه المؤلفون بالجهود القيمة التي بذلها الزملاء التالية أسماؤهم، سواء في شركة بيت دوت كوم وفي كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، تقديراً لمساهماتهم الجوهرية، ومدخلاتهم، ومساعدتهم في إنجاز هذا التقرير ومواده ذات الصلة:

- **لما عطايا**
- **بيغي طرابلسي**
- **ربا العاصي**
- **هبة شعبان**

برنامج الحوكمة والابتكار

يقوم برنامج الحوكمة والابتكار في كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية بإجراء الدراسات البحثية والأنشطة المبرمجة التي تركز على السياسات لتشجيع الابتكار الحكومي والتنمية في الدول العربية، وذلك من خلال تكنولوجيا المعلومات. وتنسجم أهداف البرنامج مع الأهداف الإقليمية في مجال تعزيز ثقافة الابتكار في المجتمع، والسعي نحو نموذج تشاركي في الحوكمة يعتمد على الشفافية المعلوماتية وإشراك المجتمع. كما تساعد على تحقيق نماذج حوكمة سريعة الاستجابة للتغيرات وذات فعالية أعلى، وذلك من خلال التبني الفعال لتكنولوجيا المعلومات، كمبادرات الحوكمة الذكية والحوكمة الإلكترونية.

ويعمل البرنامج على ثلاثة محاور:

- **بحوث السياسات والبحوث الأكاديمية:** تركز البحوث على السياسات الحكومية والتغيرات المجتمعية الناتجة عن الابتكارات التكنولوجية في المنطقة العربية.
- **تقديم المشورات حول السياسات:** أحد الأهداف الرئيسية للبرنامج هو تقديم النصح والمشورة لصناع القرار العرب الحاليين والمستقبليين في تقييم أثر التغيرات الجارية على مجتمعاتهم وحكوماتهم، والمساعدة في تطوير سياسات ملائمة للبيئة المحلية لمبادرات الحوكمة المستقبلية.
- **الأنشطة التنموية الإقليمية:** يجمع البرنامج شبكة من الخبراء الممارسين والأكاديميين العاملين في القطاعات المتعلقة بمجال عمل البرنامج، وذلك من خلال نشاطات عملية وتعليمية تهدف إلى تشجيع التبادل الفعال للمعرفة، وجسر الهوة بين البحوث والسياسات التطبيقية.

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية

كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية هي مؤسسة بحثية وتعليمية تركز على السياسات العامة في العالم العربي. تأسست الكلية عام 2005 برعاية كريمة من صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي. تهدف الكلية إلى تعزيز الإدارة الحكومية عن طريق زيادة قدرات المنطقة على اعتماد سياسات عامة فعالة. وسعيًا لتحقيق هذا الهدف، تتعاون الكلية أيضاً مع مؤسسات عالمية وإقليمية في تقديم البحوث وبرامج التدريب. بالإضافة إلى ذلك، تنظم الكلية منتديات ومؤتمرات دولية لتشجيع تبادل الأفكار والنقاش حول السياسات العامة في العالم العربي.



كلية محمد بن راشد
للإدارة الحكومية
MOHAMMED BIN RASHID
SCHOOL OF GOVERNMENT

تلتزم الكلية بإنتاج المعرفة ونشر أفضل الممارسات وتدريب صناع السياسات في الوطن العربي. ومن أجل تحقيق هذه الرسالة، تُكرس الكلية جهودها لدعم برامج البحوث والتعليم بما فيها:

- بحوث تطبيقية في السياسات العامة والإدارة العامة
- ماجستير في السياسات العامة والإدارة العامة
- تعليم تنفيذي لكبار المسؤولين والمديرين
- منتديات المعرفة للباحثين وصناع السياسات

بيت.كوم

بيت.كوم هو موقع التوظيف الرائد في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. تضم قاعدة بيانات بيت.كوم أكثر من 15,500 مليون باحث عن عمل مسجل ويستقبل الموقع أكثر من 8 ملايين زائر في الشهر الواحد من كافة المستويات المهنية ومجالات العمل والأدوار الوظيفية والجنسيات ومن كافة أنحاء المنطقة. ان موقع بيت.كوم متوفر بثلاث لغات مختلفة: العربية والفرنسية والإنجليزية من أجل تلبية المتطلبات المتنوعة والمختلفة للمهنيين على مستوى المنطقة.



ويعمل بيت.كوم مع أكثر من 40,000 شركة ابتداءً من الشركة الصغيرة ووصولاً الى الشركات المتعددة الجنسيات حيث يساعدها يوميا على استقطاب المؤهلين من المهنيين والمدراء التنفيذيين وتوظيفهم بنجاح. ويحرص فريق عمل بيت.كوم من خلال 31 مكتبا في كل من البحرين، ومصر، والأردن، والكويت، ولبنان، وقطر، والمملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، وباكستان وسريلانكا على تقديم الدعم المتواصل والمباشر من أجل مساعدة الشركات على تحقيق أهدافها وتحقيق أكبر قدر ممكن من النتائج الفعالة بأقل كلفة ممكنة.