

الواقع والفرص
الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع
المنتجات الرقمية
في الخليج والشرق
الاطوسط

المحتويات

06 ↗

الواقع والفرص الاقتصادية
والمنصات الممكنة

10 ↗

الواقع والفرص في
التحولات التقنية السلوكية

14 ↗

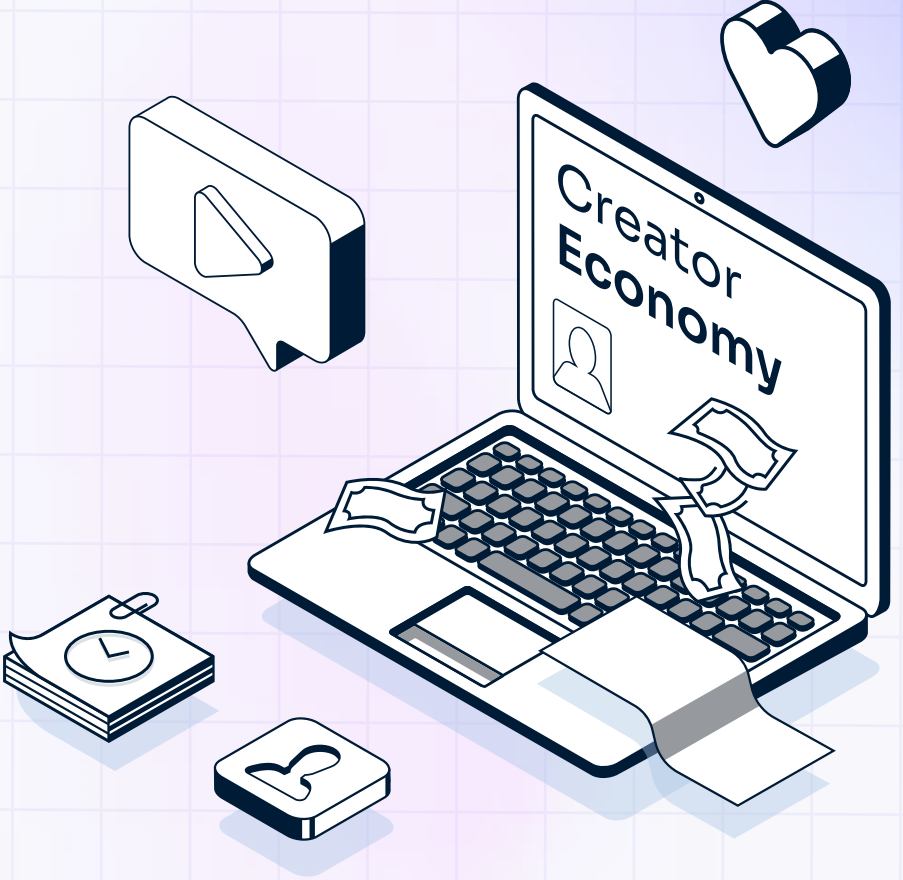
التحديات التي يواجهها
صناع المنتجات الرقمية

19 ↗

نتائج الاستبيان الاستطلاعي

25 ↗

كيف ساهمت منصة زاهر في تمكين
المبدعين وصناع المنتجات الرقمية



اقتصاد صنّاع المحتوى الرقمي والمنتجات الرقمية

هو نموذج اقتصادي يشمل صنّاع المحتوى الرقمي من المؤثرين الذين يقدمون محتوى ترفيهي أو تعليمي، وكذلك صنّاع المنتجات الرقمية؛ كالدورات التدريبية، وملحقات التصميم، والكتب الإلكترونية، وأي شخص يكسب المال من خلال استثمار مواهبه أو معرفته أو مهاراته عبر الإنترنت. ويشمل كذلك الشركات والمنصات التي نشأت لتمكينهم من إنتاج وتوزيع وبيع أعمالهم وخدماتهم.[1]

كيف يكسب صناع المنتجات الرقمية؟

عبر متجر إلكتروني ضمن موقع خاص

النسبة الأقل يلجأون لهذه الطريقة، لأنها تتطلب تكاليف وجهود عالية جدًا، تتضمن إدارة المدفوعات، والتسويق، وإدارة المتجر برمجيًا بأكمله بأنفسهم.

عبر منصات استضافة المتاجر الإلكترونية

نسبة متوسطة من صناع المنتجات الرقمية يتجهون إلى هذه الطريقة لأن تكلفتها معقولة، إذ تبيع هذه المنصات المتاجر الإلكترونية وتستضيفها كخدمة مقابل مبلغ من المال يُدفع شهريًا، إذ تتيح هذه المنصات للبائعين فتح متجر إلكتروني دون الحاجة إلى بناء موقع من الصفر، ويتطلب معرفة برمجية بسيطة جدًا.

عبر منصات التسوق أو المتاجر الإلكترونية المفتوحة (Marketplace)

النسبة الأعلى من صناع المنتجات الرقمية يلجأون إلى هذه الطريقة لبيع منتجاتهم لأنها الأقل سعرًا والأقل طلبًا لوجود أي خبرة برمجية، وقد تكون أحيانًا مجانية، تتولى هذه المنصات إدارة المدفوعات والتسويق وخدمة العملاء وعرض المنتجات لديها مقابل عمولة منخفضة على المبيعات.

كيف يكسب صناع المحتوى الرقمي؟

بيع المنتجات والخدمات

تشمل بيع الكتب الإلكترونية والدورات التدريبية والمنتجات التقليدية للعلامات التجارية الصاعدة، أو والخدمات الشخصية، كالاستشارات والتصاميم وغيرها.

الإيرادات المباشرة من المنصات

تدفع منصات مثل YouTube أموالاً بناءً على عدد المشاهدات وأداء الإعلانات، وكلما زادت المشاهدات، زادت أرباح صانع المحتوى.

التسويق بالعمولة

يُروج صناع المحتوى للمنتجات أو الخدمات عبر روابط التسويق بالعمولة، ويحصلون عمولة عن كل عملية شراء باستخدام رابط الإحالة الخاص بهم.

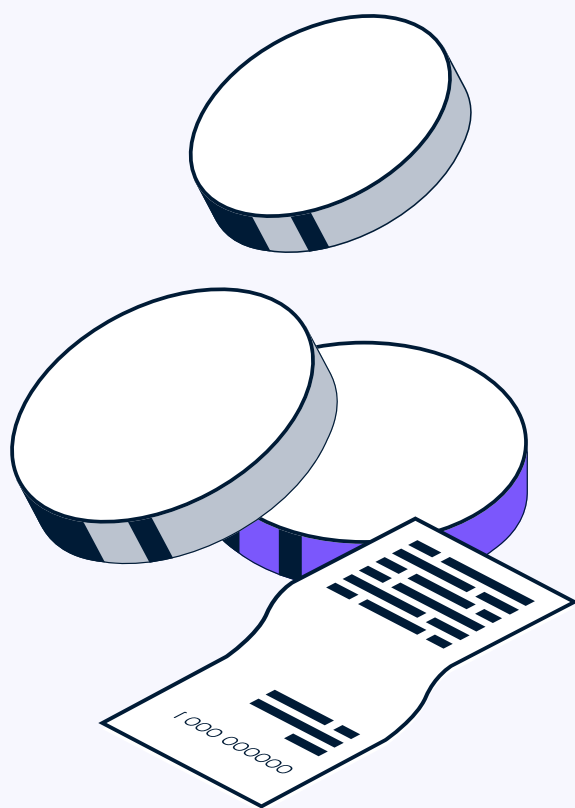
الإكراميات والمكافآت

يتلقى صناع المحتوى المبدعين الدعم المادي المباشر من جمهورهم عبر منصات مثل TikTok.

المحتوى التسويقي الممول

يتعاون صناع المحتوى مع العلامات التجارية التي تدفع لهم مقابل الترويج لمنتجاتها أو خدماتها، وهذه الطريقة تُعدّ من أكثر أساليب تحقيق الدخل شيوعاً على وسائل التواصل الاجتماعي.

الواقع والفرص الاقتصادية المُمكنة^٤

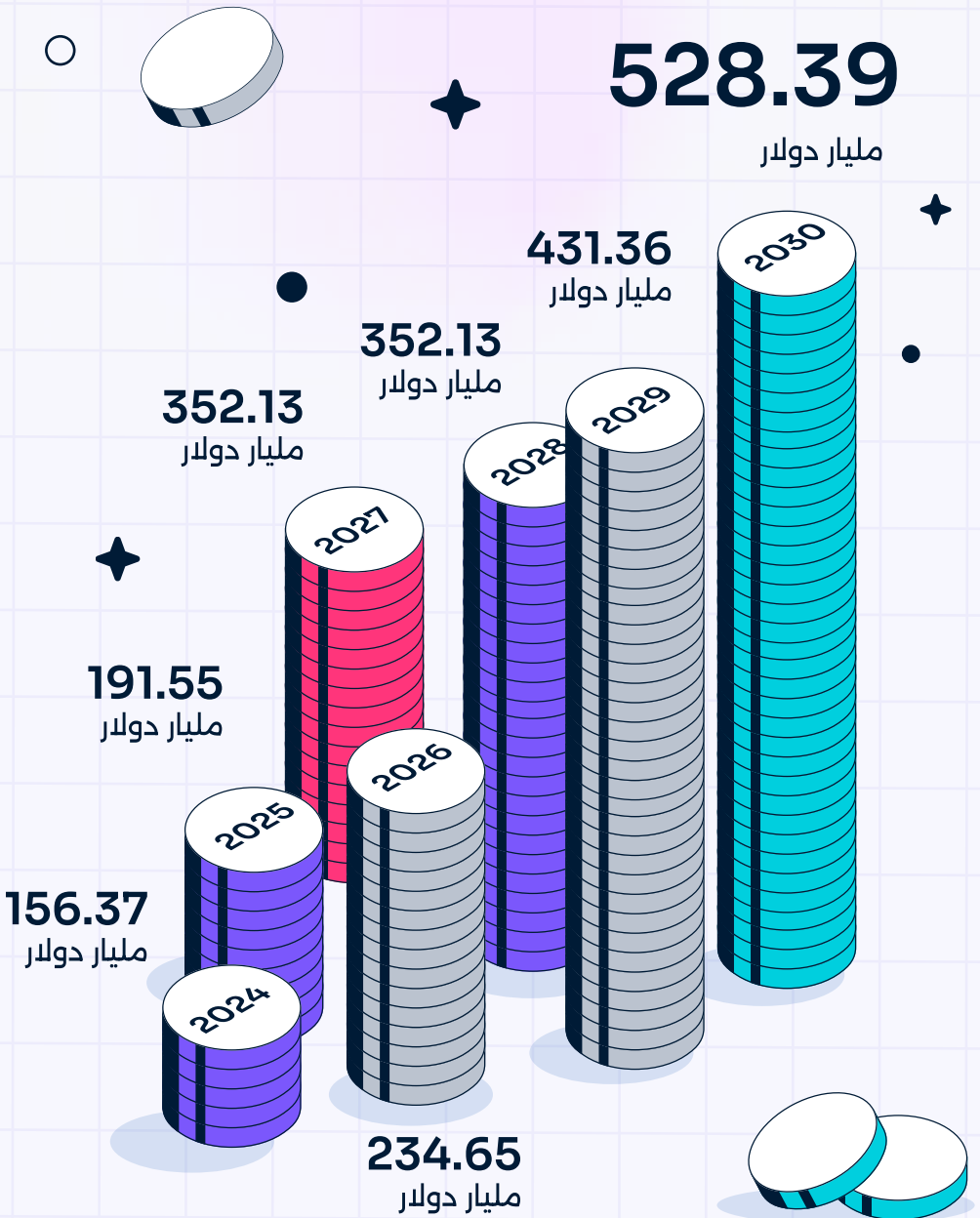


الواقع والفرص الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع المنتجات الرقمية في
الخليج والشرق الاوسط

فرص اقتصادية واعدة

وصل حجم سوق صناع المحتوى على مستوى العالم إلى 156 مليار دولار أمريكي لعام 2024، ومن المتوقع أن يصل الإنفاق على التحول الرقمي إلى 3.9 تريليون دولار بحلول عام 2030.[2]

مثلت الدورات التعليمية حوالي 30% من الإيرادات الرقمية لصنّاع المحتوى وصنّاع المنتجات الرقمية، وهو ما يعكس كبر حجم الفرص المتاحة لمقدمي هذه الخدمات عبر الإنترنت.[2][3]



مليار **10.9\$**

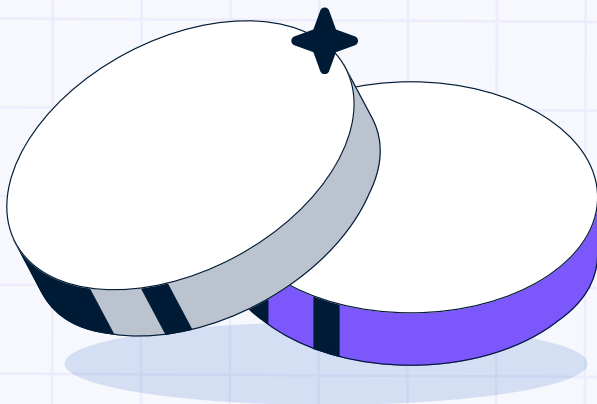
هو حجم سوق صناع المنتجات الرقمية في منطقة الخليج والشرق الأوسط

المتوقع الوصول إليه بحلول عام 2026

ازدهر سوق صناعة المنتجات الرقمية في منطقة الخليج
والشرق الأوسط بفضل زيادة استخدام الإنترنت واحتضان
المنطقة للتجارة الإلكترونية.[4][5]

الإمارات و السعودية هم أبرز الدول التي تستثمر في البنية
التحتية الرقمية، وساعد ذلك على نمو الأعمال الرقمية
ومنتجاتها في المنطقة العربية.[4][5]

تشهد مصر و الأردن تزايدًا في أعداد المبدعين وصناع المحتوى
الرقمي والمنتجات الرقمية، مع تزايد الطلب على الدورات
التعليمية والاستشارات والخدمات الرقمية.[4][5]



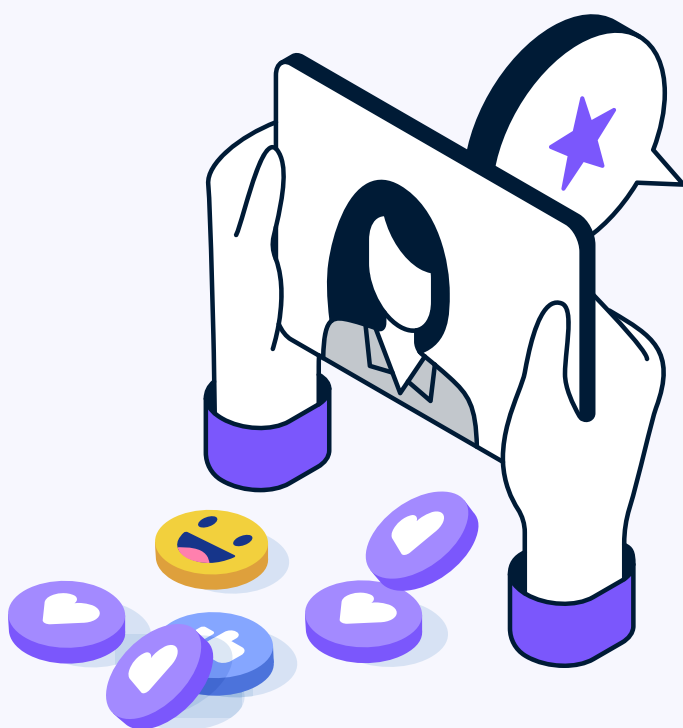
تطور المنصات الممكنة للتجارة الإلكترونية

انتعش سوق المنتجات الرقمية والمحتوى والتجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط، بفضل إطلاق عدد كبير من المنصات العربية التي تهدف إلى تمكين صناع المنتجات الرقمية وبائعي الخدمات الإبداعية والمؤثرين في الوطن العربي. ويتصدر المشهد الاستثماري منصات عدة، أهمها التالي:



إلى جانب منصة وويلت، وبيكاليفكا، وخمسات، ومنصة زامن، وغيرها، ويتصدر المشهد أيضًا المنصات العالمية واسعة الاستخدام في الوطن العربي مثل منصة Gumroad و Shopify التي يتجه إليها عدد كبير من صناع المنتجات الرقمية لبيع منتجاتهم.

التحويلات التقنية والسلوكية الممكنة^٤

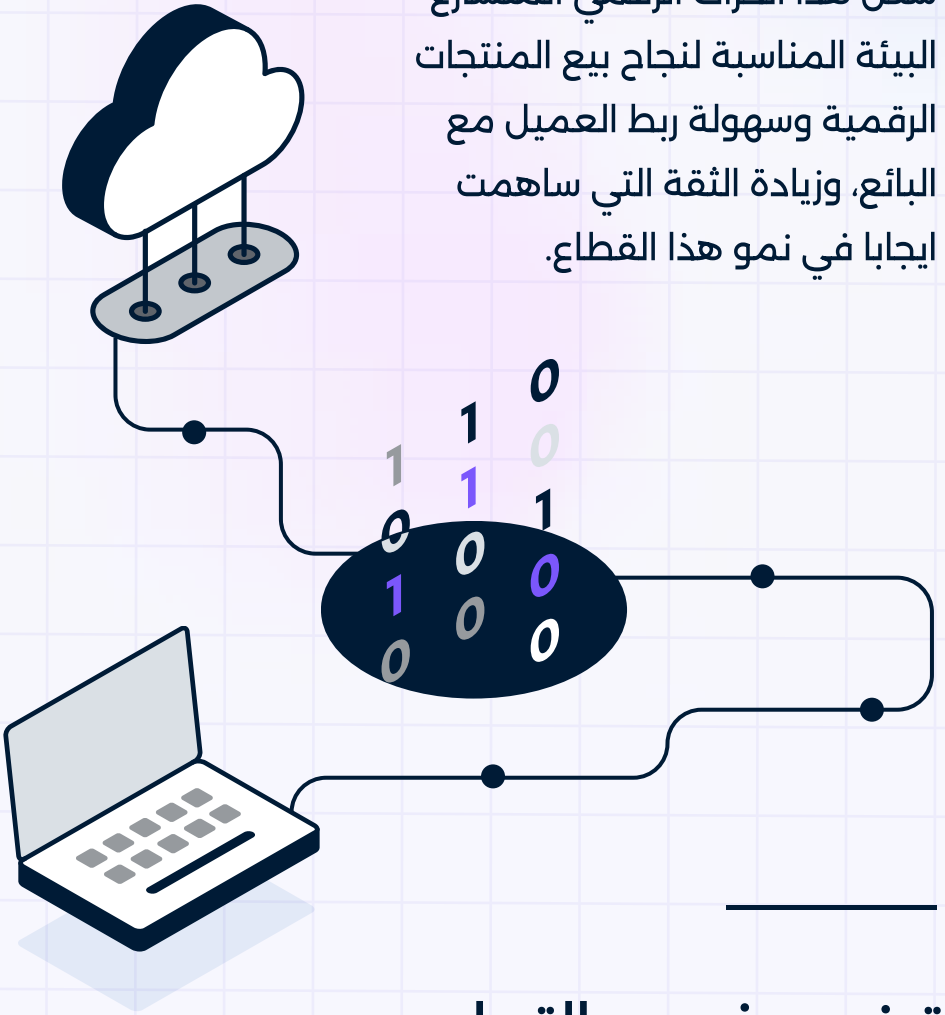


الواقع والفرص الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع المنتجات الرقمية في
الخليج والشرق الاوسط

التحول الرقمي والتقني

ازداد تبني التجارة الإلكترونية وزاد استخدام التكنولوجيا المالية والمحافظ الرقمية في الخليج والشرق الأوسط خلال العقد الأخير بشكل ملحوظ بفضل التحسن المستمر في البنية التحتية في المنطقة.[6]

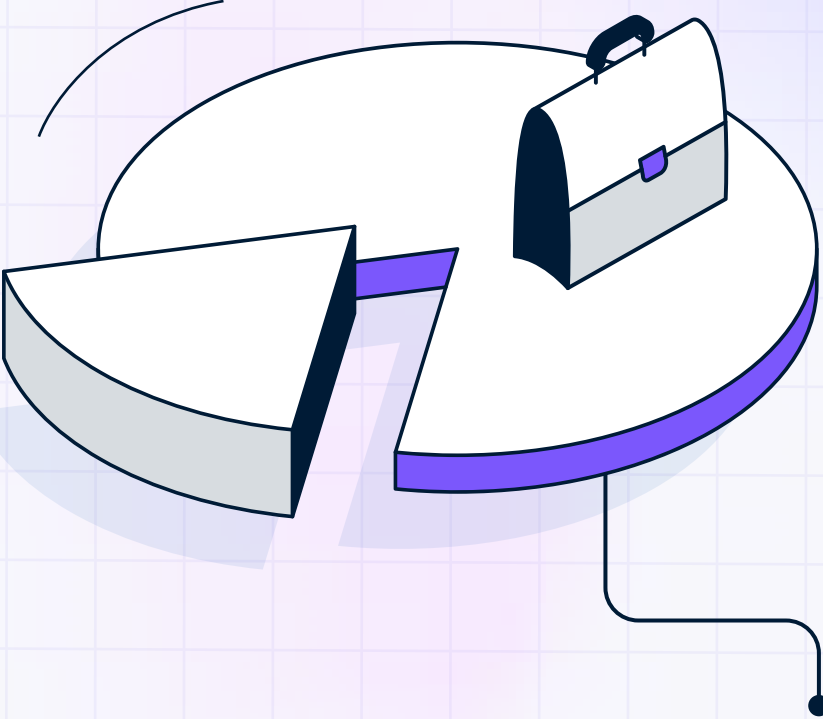
شكل هذا الحراك الرقمي المتسارع البيئة المناسبة لنجاح بيع المنتجات الرقمية وسهولة ربط العميل مع البائع، وزيادة الثقة التي ساهمت إيجاباً في نمو هذا القطاع.



تبني مفهوم التعليم عبر الإنترنت بعد جائحة كوفيد - 19

ازداد تبني مفهوم التعلم عبر الإنترنت بشكل كبير، خاصةً مع جائحة كوفيد-19 في 2019 وما بعدها، حين زاد تبني الحكومات والمؤسسات لهذه الوسيلة، والتي ساهمت بدورها في تبني الناس لفكرة التعلم عبر الإنترنت ووزادت ثقتهم به، وبالتالي أصبحوا على استعداد لدفع مقابل مالي من أجله.[7]

زيادة أعداد المستقلين وتبني فكرة العمل الحر والربح عبر الإنترنت



من صناع المنتجات الرقمية يعملون كمستقلين في الخليج والشرق الأوسط

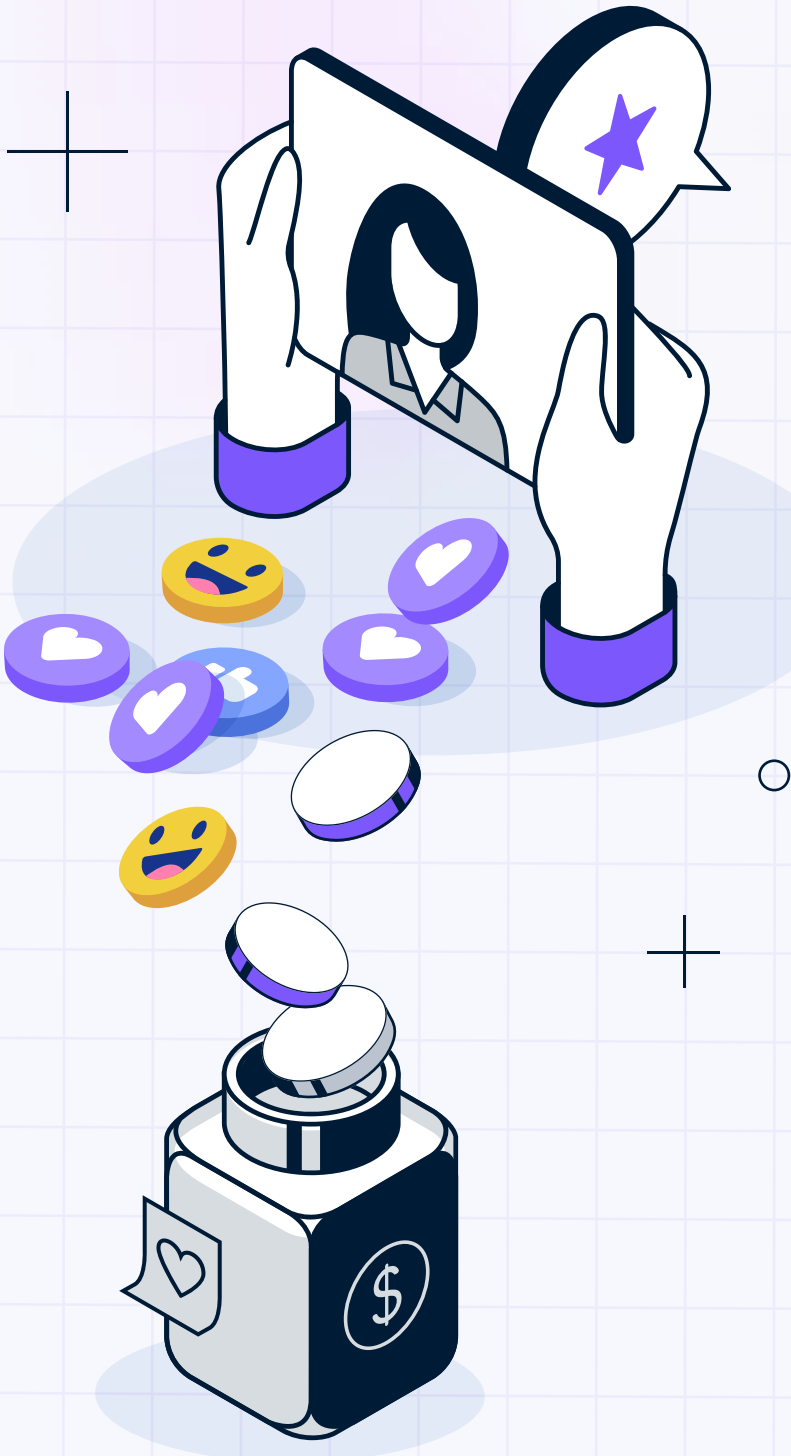
70%

يعكس هذا الاتجاه التحول نحو نموذج عمل أكثر مرونة، حيث يسعى العديد من الأفراد لتحقيق دخل إضافي أو بناء مصادر دخل رئيسية بعيدًا عن قيود الوظائف التقليدية.

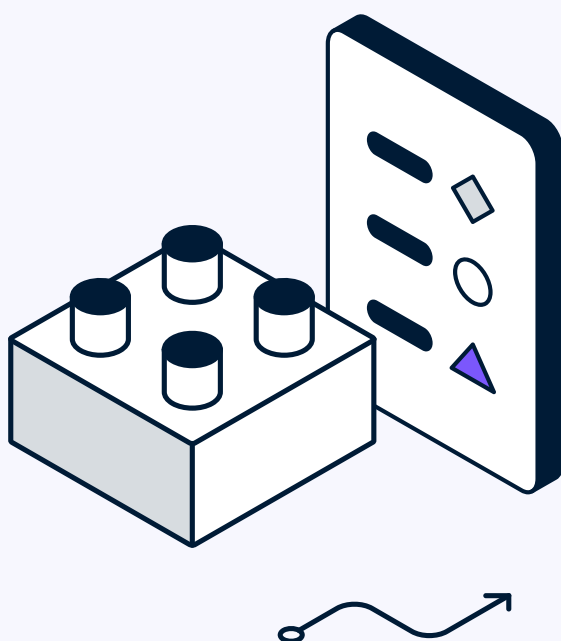
يتيح العمل الحر للمبدعين فرصة استغلال مهاراتهم في مجالات متعددة مثل التصميم، والكتابة، والبرمجة، وتطوير المنتجات الرقمية، مما يعزز من مساهمتهم في زيادة حجم السوق.

قوة مواقع التواصل الاجتماعي ورغبة صناع المحتوى بالكسب من متابعينهم

أصبح صناع المحتوى يتجهون إلى تحويل المتابعين إلى عملاء
فعليين من خلال بيع منتجات رقمية أو خدمات تدر المال لهم، أو
عبر التسويق لمنتجات وخدمات الآخرين مقابل عمولات
أو مبلغ ثابت.



التحديات التقنية والقانونية التي يواجهها صناع المنتجات الرقمية



الواقع والفرص الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع المنتجات الرقمية في
الخليج والشرق الاوسط

معضلة تحويل المستحقات المالية

يعاني 27.7% من صناع المنتجات الرقمية من صعوبة استلام مستحقاتهم المالية بسبب عدم توفر بعض وسائل الدفع الأساسية الموثوقة مثل PayPal، وتشمل بلدانًا مثل العراق، وفلسطين، واليمن.



27%

يعانون من صعوبة استلام
مستحقاتهم المالية

في هذه الحالة، يصبح الخيار الوحيد المتوفر هو الحوالات البنكية، التي تواجه تشريعات معقدة أو رسوم تحويل مرتفعة جدًا، وهو الأمر الذي يعيق المعاملات المالية ويحد من فرص المبدعين في الوصول إلى عوائد أعمالهم المادية.

التحديات التقنية ومشكلات البنية التحتية

يواجه المبدعون مشاكل في الوصول إلى الإنترنت عالي الجودة أو أدوات الإنتاج الرقمي، وهو الأمر الذي يحد من قدرتهم على التنافس عالميًا.

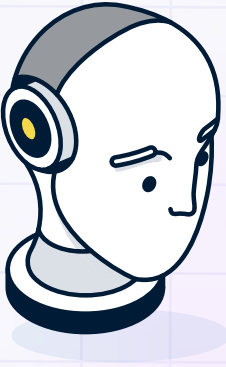
البيئة القانونية غير الواضحة

تعرقل المشاكل القانونية البيع لـ 10% من صناعات المنتجات الرقمية، وذلك بسبب نقص التنظيمات القانونية الواضحة في بعض الدول العربية، ووجود تشريعات غير داعمة للعمل الحر، وهو الأمر الذي يؤدي إلى عدم استقرار المبدعين قانونيًا ويؤثر على قدرتهم على العمل بحرية واحترافية.



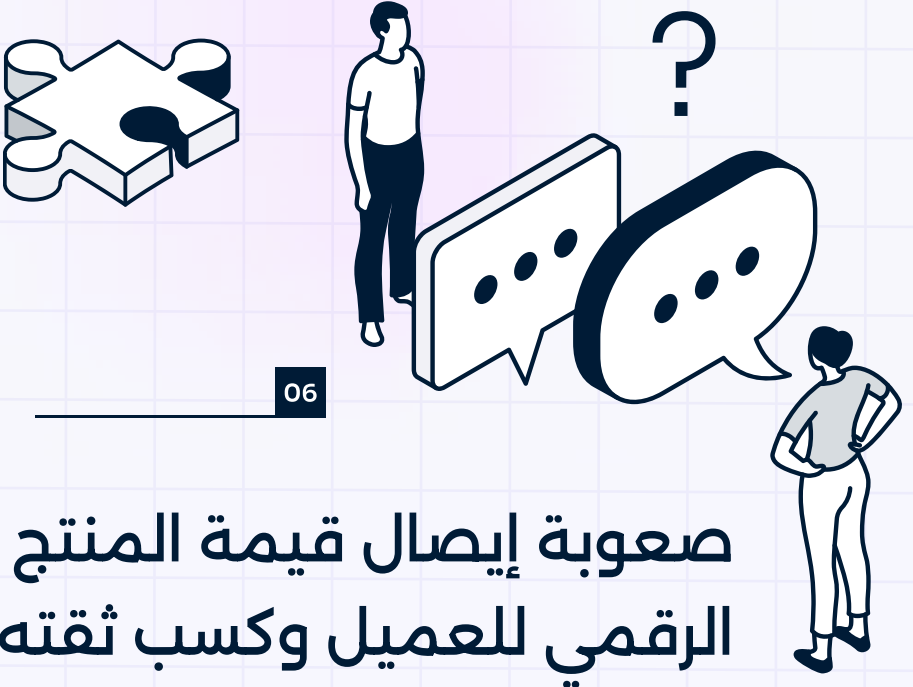
سرقة المنتجات الرقمية وانتهاك حقوق الملكية الفكرية

توقف 25% من بائعي المنتجات الرقمية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عن بيع المنتجات الرقمية بسبب التعدي على حقوق نشر منتجاتهم، إذ يتم أحيانًا شراء المنتجات الرقمية ومن ثم إعادة بيعها بشكل غير قانوني، ويعتقدون أن هذا يقلل من أرباحهم ومن قيمة أعمالهم.



منافسة الذكاء الاصطناعي

يقدم الذكاء الاصطناعي بدائل بأسعار أقل أو مجانًا في بعض الأحيان، مما يؤدي إلى تقليل الطلب على منتجات المبدعين ويجعلهم أقل قدرةً على المنافسة.



صعوبة إيصال قيمة المنتج الرقمي للعميل وكسب ثقته

يواجه 22.5% من صناعات المنتجات الرقمية تحديًا إضافيًا يتمثل في إقناع العملاء بجودتها وجدواها، خاصةً أنها غير ملموسة، ويتطلب الأمر وقتًا وجهدًا لإرساء الثقة بين البائعين والمشتريين.

وهناك شكوك كبيرة من قِبل صناعات المنتجات الرقمية حول استعداد الجمهور العربي للدفع مقابل هذه المنتجات، مما يؤدي إلى إحجام بعض المبدعين عن دخول هذا المجال.

رسوم اشتراكات المتاجر العالية واشتراطات المنصات المعقدة

تؤثر الرسوم المرتفعة بشكل كبير على أرباح صنّاع المنتجات الرقمية، بينما تشكل المتطلبات والشروط المعقدة عقبةً إضافيةً في عملية إدارة المتجر وتحقيق النجاح، ويتطلب الأمر وقتًا وجهدًا لتلبية هذه الشروط، ويعتبرونها ثقيلةً جدًّا وتعجيزيةً.



المردود المالي غير مجدٍ أو ضعيف

بالرغم من الجهد الكبير الذي يتم بذله في إنشاء المنتجات الرقمية، إلا أن العوائد المالية قد تكون منخفضة مقارنة بالتوقعات، وهذا الوضع قد يسبب إحباطًا للبائعين ويحد من قدرتهم على الاستمرار في تطوير وتحسين منتجاتهم.

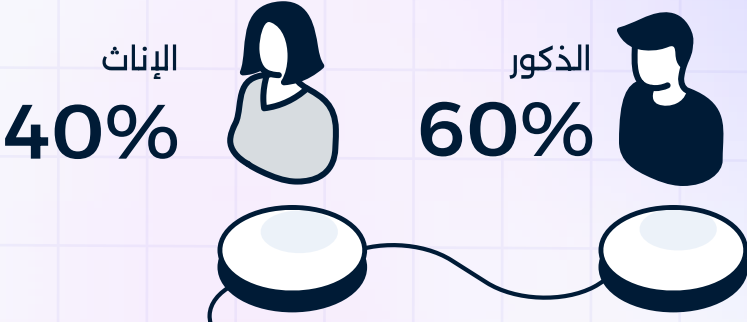
نتائج الاستبيان الاستطلاعي

الذي تم بواسطة منصة
زاهر، ديسمبر 2024



الواقع والفرص الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع المنتجات الرقمية في
الخليج والشرق الاوسط

البيانات الديموغرافية للمشاركين



العمر

34 - 18
عامًا

44 - 35
عامًا

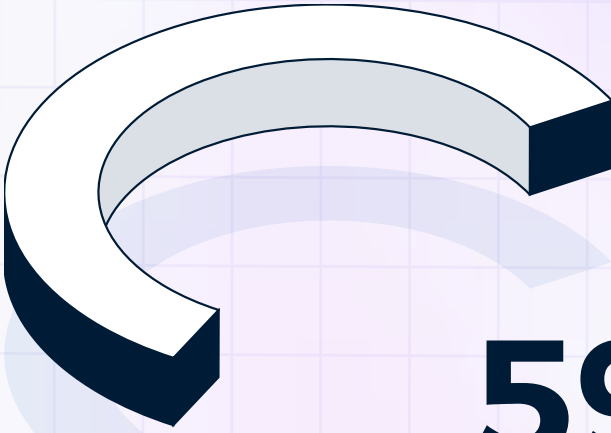
مكان الإقامة

49% من صناع المنتجات الرقمية يُقيمون في السعودية، بينما توزعت النسب الأخرى على أماكن إقامة أخرى مثل مصر، والأردن، إلى جانب المغرب، والجزائر، وسوريا، والسودان، ويُعزى السبب إلى توفر البنية التحتية المؤهلة لهذا النوع من الأعمال.

المستوى التعليمي

النسبة الأعلى من صناع المنتجات الرقمية هم من هم حملة درجة البكالوريوس بنسبة 70%، يليها حملة الدبلوم بنسبة 12.5%، يليها حملة شهادة الثانوية العامة فقط بنسبة 10%، يليها حملة الماجستير بنسبة 7.5%.

نجاح صنّاع المنتجات الرقمية



59.5%



من بائعي المنتجات الرقمية ينجحون في تحقيق مبيعات من منتجاتهم الرقمية خلال السنوات الأولى

أسباب عدم النجاح في بيع المنتجات الرقمية

للنجاح أسباب كثيرة، لكن للإخفاق أسباب أكثر تتلخص في النقاط التالية:

02

تقديم منتجات لا تلي احتياجات العملاء أو تفتقر إلى الجودة المطلوبة

01

ضعف التسويق للمنتجات وضعف في تطبيق استراتيجيات التسويق الشخصي

04

وجود منتجات شبيهة بالسوق دون إضافة قيمة جديدة أو ميزات فريدة في المنتجات.

03

وضع أسعار مرتفعة جدًا أو منخفضة جدًا تؤثر على ثقة العملاء

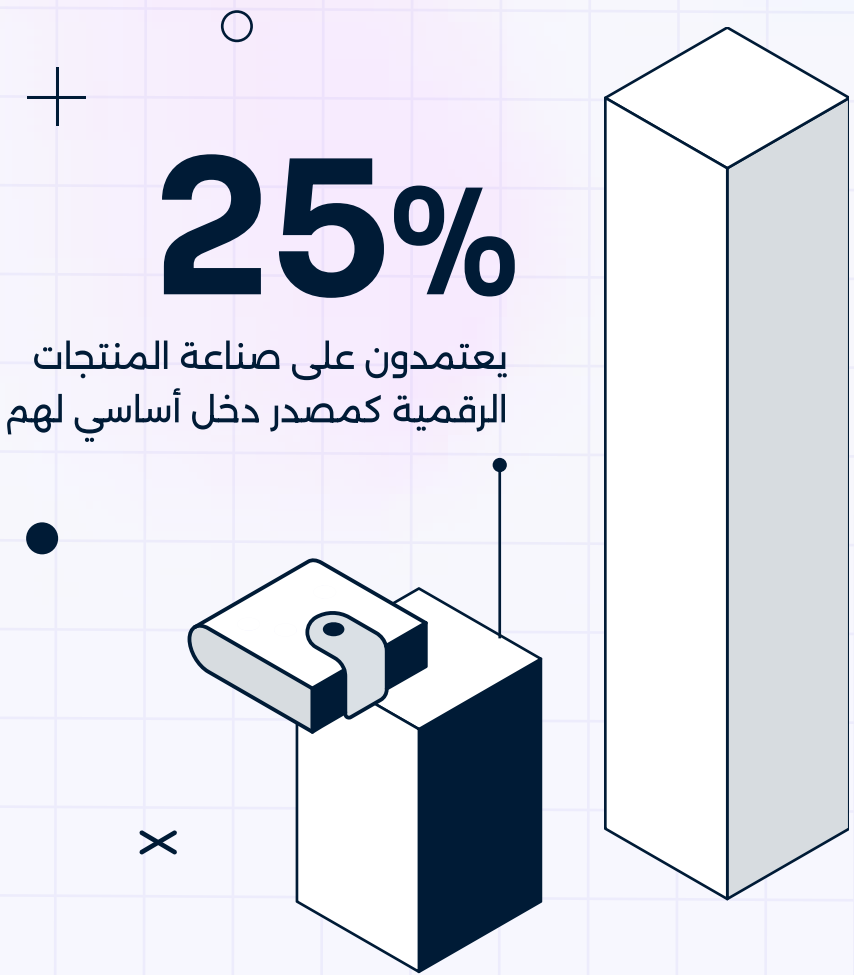
05

مواجهة صعوبات في تصميم المنتج الرقمي أو إدارته عبر المنصات الرقمية.

المردود المالي من المنتجات الرقمية

ينجح 5% فقط من بائعي المنتجات الرقمية في تحقيق دخل بين (500\$ - 1000\$) شهريًا.

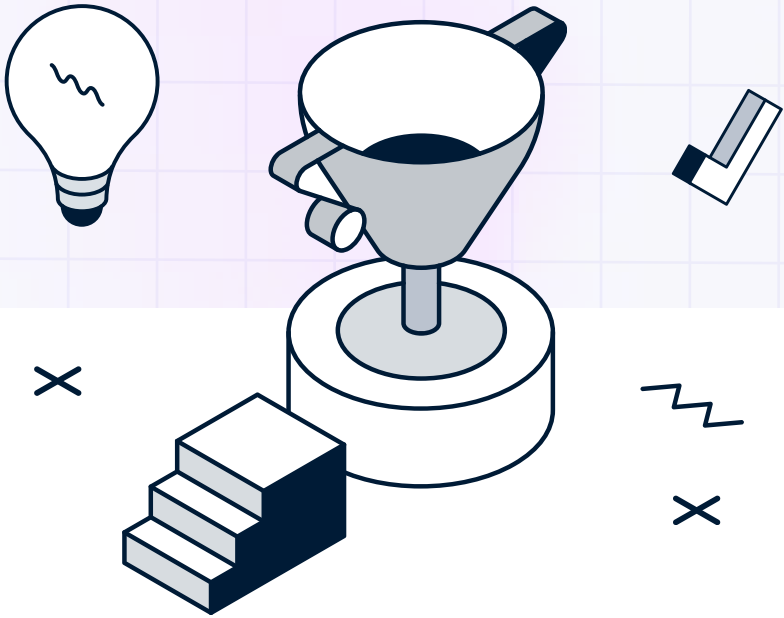
ويفشل أكثر من 47% من البائعين في تحقيق أي دخل مادي، خاصةً في الشهور الأولى.



من الجدير بالذكر، أنّ صناعة المنتجات الرقمية على منصة زاهر يحصلون على مردود مالي يعادل متوسط أو أكثر من المتوسط للرواتب في دول بعض البائعين، مما يجعلها مصدر دخل ممتاز قابل للاعتماد عليه.

ليس المال هو الدافع الوحيد لصناع المنتجات الرقمية

إن صناع المنتجات الرقمية الناجحين بالأساس هم أشخاص ذو خبرة ممتازة وتعليم ممتاز ولديهم أعداد كبيرة من المتابعين، ويقومون بنشر منتجات أو محتوى مدفوع أو مجاني بغرض تسويق اسمهم أو علامتهم الشخصية، رغبةً في تحقيق المنفعة لمتابعيهم وتحقيق أثر إيجابي في المجتمع جنبًا إلى جنب مع تحقيق دخل مالي.



قياس النجاح

يقيس صناع المنتجات الرقمية نجاحهم عبر عدة عوامل منفردة أو مجتمعة، وأهمها:

- 01 تحقيق دخل عالٍ.
- 02 الحصول على متابعات وتفاعل أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي.
- 03 إحداث تأثير إيجابي.

أين يُسوّق صناع المحتوى لمنتجاتهم الرقمية؟

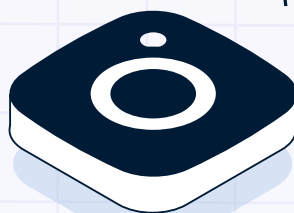
يسوق 64% من البائعين عبر انستغرام، ثم x (تويتر) بنسبه 28%، ونسبة أقل عبر تيكток، ولينكدان، ويوتيوب، والبريد الإلكتروني بالترتيب على التوالي.

أفضل منصات للتسويق

تبين أن المنصة الأنجح في التسويق للمنتجات الرقمية كان عبر انستغرام، ثم x (تويتر)، ثم تيكتك، ولينكدان بالترتيب.

01

انستغرام



02

x (تويتر)



03

تيكتك



04

لينكدان



كيف ساهمت منصة زاهر في تمكين المبدعين وصناع المنتجات الرقمية؟

الواقع والفرص الواعدة لإقتصاد
المحتوى وصناع المنتجات الرقمية في
الخليج والشرق الاوسط

منصة زاهر

منصة زاهر هي الحل التقني الذي مكنّ صناع المنتجات الرقمية من فتح متجر الكتروني بدون أي خبرة برمجية، وربطت جميع متاجر عملائنا بجميع وسائل الدفع وجميع وسائل استلام المبالغ المالية من جميع أنحاء العالم، وقدمت لهم جميع التحليلات التسويقية التي يحتاجونها، فسهلنا على صنّاع المنتجات الرقمية بيع المنتجات الرقمية وتحقيق المدخولات الإضافية بسهولة.

رسالة والتزام المنصة

رسالتنا هي دعم وتمكين المبدعين وصناع المحتوى والمنتجات الرقمية للكسب من مهاراتهم وخبراتهم.



ساعدنا المبدعين على الربح من خبراتهم ومهاراتهم

وفرت زاهر منصة آمنة وسهلة الاستخدام لتربط البائعين بعملائهم، وقد ساعدت صناع المنتجات الرقمية من كسب دخل قد يعادل متوسط الرواتب في بلدانهم أو يتجاوزه (عبر بيع منتجاتهم الرقمية فقط)، وهذا الدخل المالي يعزز استقرارهم المادي ويمكنهم من التركيز على هواياتهم الإبداعية وتحويلها إلى مصدر رزق دائم.

المساهمة في بناء مجتمعات إبداعية

هيئنا المكان المناسب للمبدعين للانخراط في شبكة تجمعهم مع العملاء المهتمين بإبداعاتهم، مما يساهم في خلق بيئة داعمة تلهمهم لإنتاج أعمال جديدة وتُنمّي مهاراتهم.

تعزيز مفهوم العمل الحر والكسب عبر الإنترنت

سعيًا في منصة زاهر من خلال حلولنا البرمجية، والمواد التثقيفية اليومية التي ننشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونة وغيرها إلى تثقيف الشباب وإرشادهم إلى أفضل الطرق للكسب من مواهبهم وخبراتهم.

المصادر

- الاستبيان الاستطلاعي لصناع المنتجات الرقمية في الخليج والشرق الاوسط، منصة زاهر ديسمبر 2024
- 32 Creator Economy Statistics 2024 (Market Size Data)
- 10 Largest economies in MENA
- Unlocking potential: The rise of the Middle East's creator economy
- Digital transformation in MENA 2022
- Impact of the COVID-19 pandemic on online learning in higher education: a bibliometric analysis
- Creator Economy Statistics That Will Blow You Away in 2023
- Young people's health and well-being in the Middle East and North Africa
- Young people in MENA: Coming of age in a context of structural challenges and global trends

إذا كنت من صناع المنتجات الرقمية والخدمات
الابداعية، فإن زاهر صُمِّمت خصيصًا لخدمتك
وتمكينك من الظهور بشكل احترافي عن متجرك
الإلكتروني، انضم إلينا اليوم مجانًا

www.zaher.io ↗



تواصل معنا

+966568510933



قم بمراسلتنا عبر

info@zaher.io



ديسمبر 2024
www.zaher.io