دراسة عالمية تسلط الضوء على أثر الذكاء الاصطناعي في تحويل العلاقة بالعمل

«أوراكل»: 64 في المئة من البشر يثقون بالروبوتات أكثر من مديريهم

يضع الناس ثقتهم في الروبوتات أكثر من مديريهم، هذا ما كشفت عنه دراسة الذكاء الاصطناعي في العمل السنوية الثانية التي أجرتها شركة Oracle مع شركة «فيوتشر وركبليس» (مستقبل مكان العمل)، وهي شركة متخصصة في إجراء أبحاث السوق التي تعد قادة الشركات للتحولات الجذرية في مجالات التوظيف والنمو وارتباط الموظفين بشركاتهم. شملت الدراسة 8370 موظفا يعملون في مناصب المديرين ورؤساء أقسام الموارد البشرية في 10 دول، ووجدت أن الذكاء الاصطناعي غير العلاقة بين البشر والتقنية في أماكن العمل، وأنه يعمل اليوم على إعادة تشكيل الدور المطلوب من فرق الموارد البشرية والمديرين لاستقطاب المواهب والمحافظة عليها وتنميتها.

الذكاء الاصطناعي يغير العلاقة بين البشر والتقنية

خلافا للمخاوف الشائعة بشأن تأثير الذكاء الاصطناعي السلبي على الوظائف المتوفرة، أبلغ الموظفون والمديرون ورؤساء أقسام الموارد البشرية في مختلف دول العالم عن تفاؤل أكبر للذكاء الاصطناعي في العمل مع ترحيب كثير منهم بهذا الاتجاه بتفاؤل وحماس.

• أصبح الذكاء الاصطناعي أكثر انتشارًا إذ يستخدمه اليوم بأشكاله المختلفة 50 في المئة من الموظفين في مجال العمل مقارنة بنسبة 32 في المئة فقط العام الماضي.

• يستخدم الموظفون في دولة الإمارات العربية المتحدة (62 في المئة) والصين (77 في المئة) والهند (78 في المئة) الذكاء الاصطناعي بمعدل يزيد عن ضعف الموظفين في فرنسا (32 في المئة) واليابان (29 في المئة).

• أغلب الموظفين (65 في المئة) متفائلون ومتحمسون وشاكرون لإمكانية وجود الروبوتات كزملاء لهم في العمل، ولدى نحو ربعهم مشاعر محبة ورضا لاستخدام الذكاء الاصطناعي في العمل.

• يشعر الموظفون في الهند (60 في المئة) والصين (56 في المئة) بالحماس الأكبر لاستخدام الذكاء الاصطناعي، ويليهما موظفو الإمارات (44 في المئة)، وسنغافورة (41 في المئة)، والبرازيل (32 في المئة)، وأستراليا / نيوزيلندا (26 في المئة) واليابان (25 في المئة) والولايات المتحدة (22 في المئة) والمملكة المتحدة (20 في المئة) وفرنسا (8 في المئة).

• الرجال ينظرون بإيجابية أكثر لدور الذكاء الاصطناعي في العمل مقارنة بالنساء في دولة الإمارات العربية المتحدة، إذ وجدت الدراسة أن 61 في المئة من الرجال متفائلين بهذا الشأن مقابل 55 في المئة من النساء.

الموظفون يثقون بالروبوتات أكثر من مديريهم

يترك تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في أداء الأعمال أثرًا كبيرًا على طريقة تفاعل الموظفين مع مديريهم، ما ينتج عنه تحولات في الدور التقليدي لفرق الموارد البشرية والمديرين.

• 64 في المئة من المستطلعين في يثقون في الروبوتات أكثر من مديريهم ويتجهون إلى الروبوتات بدلاً منهم طلبًا للنصح والمشورة.

• الموظفون في الهند (89 في المئة) والصين (88 في المئة) يقعون في قمة الترتيب من ناحية الثقة بالروبوتات مقارنة بمديريهم، ويليهم في ذلك الموظفون في سنغافورة (83 في المئة)، والبرازيل (78 في المئة)، واليابان (76 في المئة)، والإمارات العربية المتحدة (74 في المئة)، واستراليا/نيوزيلندا (58 في المئة) والولايات المتحدة (57 في المئة) والمملكة المتحدة (54 في المئة) وفرنسا (56 في المئة).

• في الإمارات العربية المتحدة، يتجه الرجال (76 في المئة) أكثر من النساء (64 في المئة) لاستشارة الذكاء الاصطناعي مقارنة بمديريهم.

• 82 في المئة من المستطلعين يرون أن الروبوتات قادرة على تنفيذ عدد من المهمات بصورة أفضل من مديريهم.

• عندما سئل المستطلعون عما تستطيع أن تفعله الروبوتات بصورة أفضل من مديريهم، توزعت النتائج، فقال بعضهم أن الروبوتات أفضل في اتباع خطط العمل بدقة (42 بالمئة)، او في حل المشكلات (34 بالمئة)، أو في توفير معلومات غير متحيزة (32 بالمئة)

• عندما سئل المستطلعون عما يفعله المديرون بصورة أفضل من الروبوتات، قال الموظفون الإماراتيون إنها فهم مشاعرهم (46 بالمئة) وتدريبهم (32 بالمئة) وتقييم أداء الفريق (25 بالمئة).

الذكاء الاصطناعي وجد ليبقى

ما زال التأثير الذي نشهده للذكاء الاصطناعي على العمل يخطو خطواته الأولى، وكي تستفيد الشركات من أحدث التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي، يجب أن تعمل على تبسيط استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل وتأمينه وإلا ستصبح تحت خطر التخلف عن الركب.

• 88 في المئة من الموظفين المستطلعين في دولة الإمارات (و84% من رؤساء أقسام الموارد البشرية) يواجهون صعوبة في مواكبة وتيرة التغييرات التقنية في مكان العمل.

• يريد الموظفون في دولة الإمارات العربية المتحدة أن تكون تجربتهم سهلة مع الذكاء الاصطناعي خلال العمل، ولهذا طالبون بواجهة استخدام أفضل (43 بالمئة)، والتدرب على أفضل الممارسات (41 بالمئة) وتعديل التجربة كي تصبح مناسبة لسلوكهم (35 بالمئة).

• الخصوصية (41 في المئة) والأمن (40 في المئة) تمثل أهم نقاط القلق الرئيسة التي تجعل الموظفين الإماراتيين يحجمون عن استخدام الذكاء الاصطناعي في العمل.

• المواطنون الرقميون من جيل الزد (41 بالمئة) وجيل الألفية (45 بالمئة) يهتمون أكثر بالمحافظة على الخصوصية والأمن في العمل مقارنة بالجيل إكس (33 بالمئة).

أوراكل

اقتباسات داعمة

قالت «إيملي هي» نائب الرئيس لمجموعة أعمال حلول إدارة الموارد البشرية في Oracle «تنتشر أحدث التطورات في تعلم الآلة والذكاء الاصطناعي سريعاً لتصبح التيار السائد، ما ينتج عنه تحول هائل في طريقة تفاعل البشر في مختلف أنحاء العالم مع التقنية وفرق العمل. وكما أظهرت الدراسة، تخضع العلاقة بين البشر والآلات في العمل إلى تغيرات جذرية، ولا يوجد أسلوب واحد يناسب جميع الشركات ويتيح إدارة هذا التغيير بنجاح. ولهذا لا بد من طلب خدمات شركة متخصصة في الموارد البشرية لضبط أسلوب تطبيق الذكاء الاصطناعي في العمل من أجل تلبية التوقعات المتغيرة لفرقها في مختلف بقاع العالم» قال دان شوبل، مدير الأبحاث في فيوتشر وركبليس «وجدنا خلال العامين الماضيين أن الموظفين أصبحوا متفائلين أكثر لأنهم تبنوا استخدام الذكاء الاصطناعي في مكان العمل ويأتي في مقدمتهم قسم الموارد البشرية. وتظهر الدراسة الحالية 2019 أن الذكاء الاصطناعي لا يكتفي بإعادة صياغة العلاقة بين الموظف والمدير، بل يغير أيضا دور المدير في مكان العمل المعتمد على الذكاء الاصطناعي. وبناء على هذه النتائج، سيبقى دور المدير ذو أهمية في المستقبل إن ركز على الجوانب الإنسانية واستخدام مهاراته الشخصية وترك المهارات التقنية والمهام الروتينية للروبوتات.»

قالت جين ميستر الشريك المؤسس لشركة فيوتشر وركبليس «كشفت نتائج استطلاع 2019 أن الشركات ذات الرؤية المستقبلية تستفيد فعلاً من قوة الذكاء الاصطناعي، ولأن الموظفين والمديرين يستفيدون من قوة الذكاء الاصطناعي في مكان العمل، فإنهم يتحولون من الخوف منه إلى الحماس له لأنهم يتطلعون إلى التحرر من العديد من مهامهم الروتينية واكتساب وقت أطول لحل المشكلات الحساسة في المشروع.»

منهج الدراسة

تستند نتائج البحوث إلى دراسة استقصائية عالمية أجرتها سافانتا في الفترة من 2 يوليو إلى 9 أغسطس 2019. كان مجموع المشاركين 8370 شخصًا، وأجريت الدراسة على الإنترنت وأرسلت إلى 10 دول (تتحدث بست لغات). وكان الموظفون الدائمون المتفرغون الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و74 عامًا مؤهلين للمشاركة. استهدف المسح رؤساء أقسام الموارد البشرية والمديرين والموظفين. واختير المشاركون من خلال عدد من الآليات المختلفة، تدعوهم للانضمام إلى اللجان والمشاركة في استطلاعات أبحاث السوق. اجتاز جميع المشاركين عملية الاختيار على مرحلتين وأكملوا 300 نقطة بيانات لتحديد طبيعة خبراتهم قبل المشاركة في الاستبيانات. ودعي المستطلعون للمشاركة عبر البريد الإلكتروني وقدمت لهم حوافز نقدية صغيرة لتنفيذ ذلك.

«الاتحاد» و«العربية» تتعاونان لإطلاق أول شركة طيران اقتصادي في أبوظبي

أعلنت «مجموعة الإتحاد للطيران»، الناقل الوطني لدولة الإمارات العربية المتحدة، و«مجموعة العربية للطيران»، أول وأكبر شركة طيران اقتصادي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، عن إبرام اتفاقية لإطلاق «العربية للطيران أبوظبي»، أول شركة طيران اقتصادي منخفض التكلفة مقرها العاصمة أبوظبي.

وستكون «العربية للطيران أبوظبي» مشروع مشترك مستقل، تتخذ من مطار أبوظبي الدولي مقراً ومركزاً رئيسياً لعملياتها. وستقوم الشراكة الجديدة بدعم شبكة الوجهات والخدمات التي تقدمها الإتحاد للطيران، وستلبي بدورها احتياجات قطاع السفر منخفض التكلفة والمتنامي في المنطقة.

وقال توني دوجلاس، الرئيس التنفيذي لمجموعة الاتحاد للطيران: «أبوظبي مركز ثقافي مزدهر ذو رؤية اقتصادية واضحة مبنية على الاستدامة والتنويع، ومع وفرة معالم الجذب السياحي والضيافة في الإمارة، يلعب قطاع السياحة والسفر دورًا حيويًا في مسيرة النمو الاقتصادي للعاصمة ولدولة الإمارات العربية المتحدة، وبدورنا نسعى لخدمة هذه الرؤية من خلال هذه الشراكة مع العربية للطيران بإطلاق أول شركة طيران اقتصادي منخفض التكلفة مقرها العاصمة أبوظبي».

وأضاف: «تدعم هذه الشراكة خطتنا في برنامج التحول وستوفر لضيوفنا خيارات للسفر منخفض التكلفة من وإلى أبوظبي، معززة الخدمات التي تقدمها شركة الإتحاد للطيران، ونتطلع قدماً إلى إطلاق شركة الطيران الجديدة في وقت وشيك».

وقال عادل العلي، الرئيس التنفيذي لمجموعة العربية للطيران: «تعد دولة الإمارات العربية المتحدة موطن لأول شركة طيران اقتصادي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ومركزًا عالميا رائدًا للسياحة والسفر. ويسرنا أن نتشارك مع مجموعة الاتحاد للطيران بتاسيس «العربية للطيران أبوظبي» والتي ستخدم بدورها الطلب المتزايد على خدمات قطاع السفر الاقتصادي منخفض التكلفة محلياً وإقليمياً، والمبني على خبرة كل من العربية للطيران والاتحاد للطيران».

وأضاف: «تؤكد هذه الخطوة على قوة قطاع الطيران في دولة الإمارات العربية المتحدة وتخدم الرؤية المستقبلية لهذا القطاع. ونحن نتطلع قدماً إلى شراكة ناجحة وإطلاق الشركة الجديدة في المستقبل القريب».

وستعتمد الشركة الجديدة على نموذج الطيران الاقتصادي منخفض التكلفة، كما سيتولى مجلس إدارتها، الذي يتالف من أعضاء يتم ترشيحهم من قبل الشركتين، مسؤولية توجيه استراتيجية الشركة المستقلة وتطوير أعمالها.

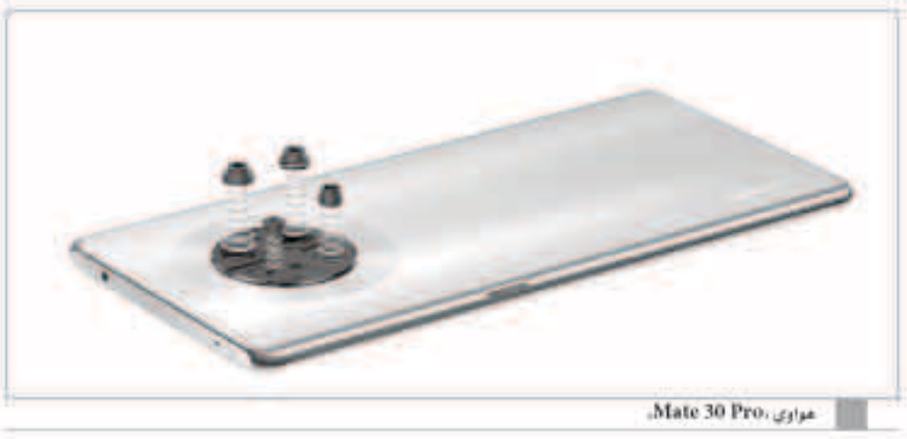
ويساهم قطاع السياحة والسفر في دولة الإمارات العربية المتحدة باكثر من 13.3% من الناتج المحلي الإجمالي للدولة ويتمتع بمكانة بارزة كمركز عالمي للطيران، وذلك بفضل البنية التحتية الحديثة والخدمات المتطورة.

ولقد شهد قطاع الطيران الاقتصادي منخفض التكلفة نموًا سريعًا منذ ان تم طرحه لأول مرة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عام 2003 انطلاقاً من دولة الإمارات العربية المتحدة. واليوم، تتمتع منطقة الشرق الأوسط بثالث أعلى معدل نمو في سوق الطيران الاقتصادي إقليمياً، حيث استحوذت شركات الطيران الاقتصادي منخفضة التكاليف على 17٪ من سعة المقاعد المتوفرة من وإلى الشرق الأوسط في عام 2018، مقارنة بنسبة 8٪ في عام 2009.

وسيتم الإفصاح عن المزيد من المعلومات حول المشروع المشترك الجديد في المستقبل القريب.

بفضل الأداء المتفوق للكاميرا وتحقيقها أعلى النقاط في فئة الصورة

هواوي «Mate 30 Pro» يتربع على عرش التصوير الفوتوغرافي


هواوي Mate 30 Pro.

■ الكاميرا السينمائية بمستشعر الصورة SuperSensing المبتكرة تحقق المركز الأول في اختبارات موقع DxOMark

أعلنت شركة هواوي عن أن نظام الكاميرا المتفوق في الهاتف HUAWEI Mate 30 Pro حقق المركز الأول في اختبارات الموقع DxOMark، إذ سجلت خاصية الكاميرا السينمائية بمستشعر الصورة SuperSensing المبتكرة في الهاتف نتيجة بلغت 121 نقطة، متفوقا بأربع نقاط عن المركز الثاني الذي بلغت 117 نقطة ، علما أن الكاميرا سجلت أيضا أعلى معدل في فئة الصورة بلغت 131 نقطة، وبهذا يرفع هاتف HUAWEI Mate 30 Pro سقف المنافسة ويتربع ملكا على عرش التصوير الفوتوغرافي بكاميرات الهواتف الذكية.

ويشتهر الموقع DxOMark بأنه متخصص في التصوير الفوتوغرافي ويجري باستمرار تقييمات شاملة لجودة الصور التي تلتقطها كاميرات الهواتف الذكية. وأعلن مؤخرا بأن نظام الكاميرا الرباعية التي يمتاز بها الهاتف HUAWEI Mate 30 Pro، والتي تتضمن كاميرا سينمائية بمستشعر الصورة SuperSensing قد جاء في المركز الأول، الأمر الذي يعزز سمعة العلامة التجارية ويؤكد على مكانة هواتفها الذكية وتربعها كملك للتصوير الفوتوغرافي بتلك الأجهزة.

وجاء في تعليق موقع DxOMark: «حقق هاتف HuaweiMate30Pro مجموعا بلغ 121 نقطة في نظام اختبارات DxOMark فاحتل المركز الأول في تصنيفنا لكاميرات الهواتف الذكية. وجاءت هذه النتيجة بفضل المجموع الاستثنائي للنقاط الذي حققه في فئة الصورة والذي بلغ 131 نقطة، متفوقا بخمس نقاط عن الفائز السابق».

ويتضمن الهاتف HUAWEI Mate 30 Pro كاميرا رباعية مذهلة مؤلفة من نظام كاميرا بمستشعر الصورة SuperSensing بدقة 40 ميجابكسل وكاميرا سينمائية بدقة 40 ميجابكسل وكاميرا للتصوير البعيد بدقة 8 ميجابكسل telephoto وكاميرا ثلاثية الابعاد بمستشعر لعمق الصورة.

ويتالف نظام الكاميرا المزدوجة السينمائية بمستشعر الصورة SuperSensing من كاميرتين رئيستين قادرتان على التقاط لقطات ليلية بزاوية تصوير عريضة جدا، والصور بزاوية التصوير العريضة جدًا مع ألوان ذات نطاق ديناميكي عالي HDR+ ولقطات الصور الشخصية البورتريه بمؤثرات بوكيه.

وصممت الكاميرا بمستشعر الصورة SuperSensing بدقة 40 ميجابكسل وكاميرا 8 RYYB للزودة بمجموعة ألوان لجذب نسبة إضاءة أكثر ليتيح لهاتف HUAWEI Mate 30 Pro التقاط الصور بوضوح بالغ وتفاصيل دقيقة حتى في ظروف الإضاءة المنخفضة جدا. وحين يضاف إلى ذلك قدرات معالج إشارة الصورة ISP 5.0 ينتج الهاتف الصور ومقاطع الفيديو باعلى جودة متوفرة في الهواتف الذكية اليوم.

الهاتف الذكي Huawei's Mate 30 Pro قادر أيضاً على تصوير الفيديو بمستوى سينمائي الطابع، فكاميرته السينمائية تتضمن حساساً ضوئياً ضخماً من مقاس 1.54/1 بوصة ذو حساسية قصوى عالية تبلغ 51200 وفق معيار ISO. ويتيح هذا تسجيل بسرعة بطيئة جدا للأحداث السريعة بمعدل إطارات عال يبلغ 7680 إطاراً في الثانية وبجودة 4K بزاوية تصوير عريضة جداً في بيئات الإضاءة الخافتة بطريقة التصوير المتقطع (تايم لابس).

منذ إطلاق سلسلة Mate 30 في وقت سابق من سبتمبر، أعادت هواوي تقديم معايير جديدة لقدرات الهاتف الذكي وحفزت المستهلكين على إعادة التفكير بقدرات التصوير الفوتوغرافي والفيديو في الهواتف الذكية.

مصنوعة بالكامل من برغر شيك شاك

«ديليفرو» تطلق أول لوحة إعلانية في الكويت

في عطلة نهاية هذا الأسبوع، ستطلق ديليفرو أول لوحة إعلانية في الكويت مصنوعة بالكامل من برغر شيك شاك، وذلك يوم السبت 19 أكتوبر الجاري في المروج، من الساعة الخامسة وحتى الحادية عشرة مساءً. وستحتوي علب البرغر، التي سيتم صفها على مسافة أكثر من خمسة أمتار، على هدايا ستوزع على الحضور، بالإضافة لعشرة كوبونات للحصول على برغر مجانًا لمدة عام، لعشرة فائزين مخطوظين.

ويأتي إطلاق هذه اللوحة التي تتكون من 1,100 علبة برغر قابلة لإعادة التدوير ضمن حملة ديليفرو لحرية الغذاء، لتشجيع الناس على طلب الطعام الذي يحبونه في الوقت والمكان الذي يختارون، وهي المهمة التي تسعى ديليفرو لتطبيقها.

تفخر ديليفرو بإطلاق هذه اللوحة الإعلانية بالتعاون مع شيك شاك، أحد أكثر المطاعم شهرة عند عملاء ديليفرو، حيث تسجل شاك برغر والبطاطس بالجبنة أعلى مبيعات على التطبيق، وستستمر الفعالية حتى الساعة الحادية عشرة أو نفاد الكمية.