أبل تكشف أسباب إحجامها عن دخول سوق محركات البحث

أعلن إيدي كيو، مدير قطاع الخدمات بأبل، أن الشركة لا يمكنها إنشاء محركها الخاص للبحث، وبالتالي تعتمد بشكل أكبر على شراكات تعقدها مع شركات أخرى، وعلى رأسها جوجل.

وبحسب وثائق رسمية في دعوى الاحتكار ضد جوجل، قال كيو، الأسبوع الماضي، إن شركة أبل ضد فكرة إنشاء محرك خاص بها للبحث؛ لأن ذلك سيكلفها مليارات الدولارات، وسيستغرق سنوات عديدة، مما قد يدفع الشركة لتحويل استثماراتها عن العديد من القطاعات التي تركز عليها حالياً لتحقيق النمو.

وأوضح مسؤول أبل، أيضاً، أن سوق البحث يتطور ويتغيّر بشكل مستمر، نتيجة معدل التقدم السريع الذي يشهده الذكاء الاصطناعي، لذلك ستكون فكرة إنشاء محرك بحث حالياً مخاطرة اقتصادية كبرى لا يمكن أبل تحملها.

ومن الأسباب التي تمنع شركة أبل من إنشاء محركها البحثي هو أن دخول سوق البحث يتطلب منها بيع إعلانات موجهة، وهو أمر بعيد عن صُلب قطاعات الشركة للأعمال، وسيتعارض كذلك مع التزامها الأساسي تجاه حماية الخصوصية.

يتمثل السبب الأخير، بحسب أبل، في أن الشركة الأميركية لا تمتلك خبراء مختصين في مجال البحث على الإنترنت، ولا تتوفر لديها البنية التحتية التشغيلية اللازمة لبناء وتشغيل محرك بحثي ناجح.

وقال كيو إن الشركة لن تخطو تجاه دخول سوق البحث، حتى وإن نتج عن دعوى الاحتكار ضد جوجل إلغاء عقد الاتفاق بينها وبين الأخيرة، والذي ينص على جعل جوجل سيرش هو المحرك الافتراضي للبحث على متصفح أبل سفاري عبر مختلف أجهزتها، مقابل حصولها على عائد مالي سنوي، وصل في 2022 إلى قرابة 20 مليار دولار، بحسب كيو.

وكشف كيو عن أن أبل هي الشركة الوحيدة التي بإمكانها التحدث حول حجم التأثير لشراكاتها على مستوى جودة ما تقدمه لمستخدميها من خدمات، مؤكداً أن الشركة دائماً ما تستكشف، شراكات وتعاونات محتملة مع الشركات الأخرى، لتحقيق ذلك.

وأقامت وزارة العدل الأميركية دعواها القضائية ضد جوجل بتهمة احتكار سوق البحث، معلنة مجموعة من الإجراءات التصحيحية لهذا الوضع الاحتكاري، وتتضمن احتمالية دفعها لجوجل نحو بيع متصفحها جوجل كروم، ونظام تشغيلها أندرويد ليصبحا شركات مستقلة.