

عُمان: «صندوق التوازن» (الخطوط الوطنية الكويتية) هل حان وقت الإقلاع؟ خطوة غير مألوقة

خالد الدخيل: كيف تختلف تركيا عن إيران؟ علي النمش: مَنْ يساوم مَنْ: السياسي أم الاقتصادي؟ ناصر الطيار: أزمة تمويل شراء الطائرات

السنة الخامسة - العدد السابع والخمسون - مارس آذار - 2009

Forbes

العربية

جميل و. أفندي

جميل القنيبط، رجل الأعمال السعودي، رئيس شركة (أنوال المتحدة للتجارة) السعودية، يخوض غماراً صعباً لتغيير ثقافة قرنين في الشركة المصرية الأسطورة (عمر أفندي)

ISSN 1818-9954

0 3 >

9 771818 995000

السعودية 15 ريالاً
الإمارات 15 درهماً
البحرين 1.5 دينار
الكويت 1.25 دينار
قطر 15 ريالاً
عُمان 1.5 ريالاً
مصر 25 جنيهات
الأردن 3 دنانير
الدول الأخرى 4 دولارات



أدوات رقمية

اقتصاد الويكي:
إعادة اختراع الأعمال

لعل إحدى ذكريات طفولتي التي لاتزال تحضرني حتى اليوم هو شعور الدهشة المزوجة بالإجلال كلما وقع بصري على دائرة المعارف البريطانية (إنسايكلوبيديا بريتانكا- Encyclopedia Britannica) والتي كانت تحتل أكثر من رفين في مكتبة والدي، لقد كانت مجموعة ضخمة تحتوي على أكثر من 30 مجلدًا يزيد عدد صفحات كل جزء منها على 1000 صفحة.

لقد تربعت دائرة المعارف البريطانية على عرش الموسوعات منذ تأسيسها في العام 1768 وحتى العقد الأخير من القرن الماضي، حيث واجهت تحديًا خطيرًا من الموسوعات الرقمية وخصوصًا (إنكارتا- Encarta) من مايكروسوفت، وذلك منذ العام 1993، حيث حصلت مايكروسوفت على حقوق نشر لثلاث موسوعات قباًا ثم قامت بطرحها بشكل رقمي على قرص مضغوط بمبلغ زهيد نسبيًا لتشكل هجومًا ضارًا على مملكة (Britannica)، ليس فقط لسعرها التنافسي ولا لاختزالها عشرات المجلدات في قرص لا يتعدى قطره البوصات الخمس وربع البوصة فحسب، بل أيضًا لقدرات البحث الهائلة التي تتيحها وأساليب الإيضاح الإضافية التي تستخدم الوسائط المتعددة من صور وفيديو وصوت. ولم يجد مديرو (Britannica) مناصًا من الإنخراط في التقنية الجديدة، وإطلاق النسخة الرقمية من الموسوعة إضافة إلى النسخة المطبوعة؛ وسرعان ما قام المنافسان بتوفير موسوعتهما مباشرة على الإنترنت لشتريكيهما بخاصية التحديث الفوري.

لكن التحدي الجديد الذي واجهته كل من (Britannica) و(Encarta) في عامي 2000 و2001 جاء من موسوعة (ويكيبيديا- Wikipedia) الجديدة! لقد قدمت ويكيبيديا مفهومًا جديدًا قوبل بالسخرية والإزدراء من قبل ناشري الموسوعات وكثير من رجال الأعمال والنقاد. كانت الفرضية التي قدمتها وقامت عليها ويكيبيديا هي «الموسوعة المحررة من قبل قرائها تطوعيًا ومجانًا». فالسؤال الذي يتبادر إلى الذهن عند تقييم هذه الفرضية هو لماذا سيتطوع الناس للكتابة وتوفير المعلومات الدقيقة بلا مقابل؟ وكيف سيعملون أساسًا من الناحية

التنظيمية والإدارية، وما هي جودة المنتج الناتج عن التعاون بين متطوعين، غير محترفين، لا يتلقون أجرًا ولا يعرفون بعضهم البعض! ومن المثير للدهشة أن السؤال المتعلق بالجودة تصدت للإجابة عنه المجلة العلمية (ناتشر- Nature) الشهيرة في عددها (ديسمبر/ كانون الأول 2005) بعد إجراء إحصاء دقيق هو أن دقة (Wikipedia) تكاد توازي دقة (Britannica) التي يحررها متخصصون وعلماء، بل إن منهم حملة جائزة نوبل، نظير أجور مناسبة، وهو ما يراه كثير من المحللين نتيجة مذهلة تؤكد نجاح تجربة (Wikipedia).

إن قصة تطور الموسوعات التي ذكرناها تمثل دور الثورة النوعية التي قدمتها تكنولوجيا المعلومات في تفعيل إدارة الأعمال. فالمرحلة الكلاسيكية هي التي انحصرت فيها استخدام تكنولوجيا المعلومات على الحفظ والاسترجاع وتحرير وطباعة المنتج. أما مرحلة الويب فهي مرحلة استخدمت الطفرة الاتصالية التي قدمها الإنترنت لتوفير محتوى لحظي التحديث لكل مستخدميه في مواقعهم بأقل تكلفة. وأما المرحلة التي نغنى عنها اليوم وهي مرحلة الويب (Web 2.0) والتي نجحت في «تمكين الأعمال والمؤسسات من إعادة اختراع نفسها لتوفير خدمات مختلفة كمًا ونوعًا عما كانت توفره من قبل» كما يقول أستاذ علوم الإدارة الشهير (توم بيتيرز- Tom Peters)، بل أوجدت للأعمال مجالات تنافسية وقدرات إضافية خارج النطاق التقليدي لهذه الأعمال. ولعل مفهوم (اقتصاد الويكي- Wikinomics) الذي نحن بصده اليوم هو أكثر المفاهيم ثورية في مرحلة الويب 2.0، إن تعبير اقتصاد الويكي يرجع أصله إلى كتاب يحمل العنوان نفسه مؤلفه (تاسكوت وويليمز- Tapscott & Williams) في نهاية 2006. وكلمة «ويكي» بلغة أهل هاواي تعني «سريعًا» وفي الكتاب، الذي اتهم بالتناؤل المبالغ في ذلك الوقت، يشر الكاتبان بعصر تتمكن الأعمال فيه من استخدام نفس الأسلوب الذي قامت عليه (Wikipedia) من تفعيل للمشاركة التطوعي (بل المجاني) بين المستخدمين في تطوير المنتج وتسويقه بما يعود بمكاسب اقتصادية وتسويقية إلى أصحاب هذه الأعمال. ولكن مما لم يختلف عليه الخبراء هو نجاح اقتصاد الويكي في عدد من الأمثلة القائمة اليوم للعديد من الشركات التي تمكنت من إعادة اختراع نفسها، بل إعادة اختراع الأسواق التي تعمل فيها! ولعل ال(يوتيوب- You Tube) وال(فايس بوك- Facebook) لهما مثالان ناجحان لاقتصاد الويكي. وما زال بعض الناقدين يشكون في إمكانية أن يشمل هذا الاقتصاد مجالات أوسع من المجال الاجتماعي والترفيهي، أو أن ينجح من دون حافز مادي، أو أن يبرز في المجالات عالية التخصص، أو أن يحقق مكاسب مادية. وهنا تجدر الإشارة أن (Wikipedia) هو مشروع غير ربحي، ويعتمد على التبرعات بدلًا من الإعلانات لتمويله.

وستستعرض في أعداد لاحقة بعض الأمثلة الناجحة لحالات موجودة اليوم، وتعتمد اقتصاد الويكي كخيار استراتيجي للخروج من شرقة المرحلة الكلاسيكية، وما تلاها والانضمام إلى سرب فرائشات الويب 2.0. وستنطرق إلى أسس وأبعاد هذا الاقتصاد، وكيف يمكن الاستفادة منه لإعادة اختراع الشركات أو الأعمال.

F

* المدير العام لشركة (جي أند كيه للاستشارات- G&K Consulting).