

העיתון דר' דוד פסיג מדווח מסיליקון וואדי

<http://www.passig.com>

מיקרו-תשלומים

האם אפשר להציל את אתרי התוכן ברשת? כן! לא נגזר עליהם לגווע בגלל הפסדיהם.

ההתרסקות בנאסדק ממשיכה. אבל מה הם בוכים? מה הם חשבו להם? הם חשבו שמודלים עסקיים 'רגילים' איכשהו יחזיקו מים בעולם הוירטואלי! זה זמן רב שאנו העתידנים טוענים שהמודלים העסקיים והתיאוריות הכלכליות שהביאונו עד הלום מאבדים מהרלבנטיות שלהם. זה זמן מה שאנחנו טוענים שחייבים להיות סופר יצירתיים בשלב המעבר הזה אל 'הכלכלה החדשה' כדי לשרוד את הטלטלות שיהיו מנת חלקנו.

אלו שחשבו שאפשר לתת הכל בחינם ולהרוויח מפרסומות כפי שעשו עד היום משידורי הטלביזיה והרדיו, או לחילופין שאפשר להמשיך לסחור בטובין פחות או יותר כפי שעושים בקניון, לא מבינים את עומק המהפכה שאנו רק בפיתחה. סתירת הלחי אמורה הייתה לבוא במוקדם או במאוחר מבלי לפסוח על אף אחד!

מי שעדיין לא מבין את גודל השעה, הנה שוב כמה מילים על אופי המהפכה שרק אחת מצורותיה היא רשת האינטרנט. שלא תגידו שוב שלא הוזהרתם. אח"כ נדגים את המודלים העסקיים המתבקשים כדי לשרוד וגם להכניס רווחים בתקופת השפל של ה-dot.com.

המימד הרביעי

תודעת החירות—פיסית והמנטלית—של המין האנושי התפתחה עד כה בארבעה שלבים/מימדים. אנחנו בפיתחה של תודעה מסוג חדש שעומדת לשנות הכל:

- מימד אפס: החל לפני כעשרת אלפים שנה—יש המכנים את השלב הזה בהתפתחות התרבות האנושית "תרבות הנקודה". המגע עם נקודות אחרות היה כרוך בסכנת הכחדה. כל קהילה הייתה יעילה עבור עצמה. ניתוק מרצון זה הקשה על רעיונות להתפתח ולעבור מקהילה לקהילה. כל קבוצה המציאה מחדש את דרכי הישרדותה. הניסיון האנושי בשלב זה אך בקושי הצטבר.
- המימד הראשון: ההומו-ספיינס הפך לחקלאי והחל לסלול דרכים שיחברו את הקהילות השונות לצורכי מסחר. זה הוביל לכך שרעיונות וטכנולוגיות החלו לנוע ממקום למקום, אם כי בכבדות רבה.
- המימד השני: תודעת הקהילה התרחבה, ונוצרו אימפריות שסחרו ביניהן בדרכי מסחר רחבות. רק במאה ה-15, ניתקה האנושות סופית את חבל טבורה מהיבשה והפליגה בימים חדשים—לאורך ולרוחב. תוך כ-35 שנה, ימאי אירופה הקיפו את אפריקה וגילו את אמריקה.



- המימד השלישי: תודעת המרחב של "הגובה" וה"עומק" משתרשת באנושות. בסוף מלה"ע השנייה מתברר שמטוס עם פצצה גרעינית אחת חזק מאלף אוניות קרב או מ-100,000 חיילים. אבל אנחנו כנראה בתחילתה של תקופה חדשה ושונה. המין האנושי מתחיל לעבור לתודעת קיום וחירות פיסית ומנטלית במימד אחר—במימד הרביעי. ואם נכון הדבר הרי שכל המוכר לכם ולי היום יש סבירות גבוהה שיהיה שונה לחלוטין. יש המכנים את המימד הרביעי "השער לשום מקום". מה קורה במימד הרביעי? תודעת הקיום עולה מדרגה. המרחב הפיסי הולך ונדחס לנקודות זעירות מאוד. חלק גדול מהמרחב כפי שהוא מוכר לנו היום ילך וייעלם לחלוטין. נוכל להעביר דברים, לחיות ולסחור דרך שערים רבים, החל מטלפונים לווייניים ועד להיטמעות מרחוק [tele-immersion](#). עובדה זו תניע את המין האנושי לייצר ידע מסוג חדש ולשתפו עם אחרים ללא גרר במרחב. זה יעצב כללי משחק שונים לכלכלה בעלת מימדים וכללים חדשים. רוב הכלכלות עד היום עסקו בעיקר בגרירת דברים במרחב, ולא עוד. במימד הרביעי יהיו עדיין מרחקים, אך הם לא יכתיבו יותר כיצד החברה האנושית תהיה מאורגנת. הכל ילך וידחס למסה קריטית אחת שתאיץ את העימות ותקדם את הידע והסחר האנושי למחוזות שלא הכרנו.

כלכלת המימד הרביעי

התיאוריות העכשוויות בקושי מזקקות את הישנות. התיאוריות עדיין מבוססות על אכסיומת המחסור. המחסור היה תמיד קשור במרחב, וזה הולך ונדחס לנקודות אפס. לכן, בזמני טלטלה אלו כל עוד אין בידינו תיאוריות חדשות מוכחות, המצליחים יהיו אלו שיעצבו מחדש דפוסי עבודה ויתעלמו מהמבנים הקיימים ששורשם עדיין מונח במימד השלישי. המצליחים ביותר יהיו אלו שיהיה בהם העוז לדמיין את העתיד הקיצוני ביותר ויציעו לנו שירותים ומוצרים בהנחות עבודה חדשות.

כסף קטן

אז איך צריך לחשוב בזמני מעבר מעין אלו כדי לא למצוא את עצמנו בשוקת שבורה? הנה לכם דוגמא כיצד יש לעצב מודלים עסקיים. בשבוע שעבר ביקרתי ב-[seti.org](#) – המעבדה בברקלי שבקליפורניה המחפשת בעזרת מיליוני מחשבים אישיים של משתמשים רבים ברחבי תבל חיים אינטליגנטים מחוץ למערכת השמש שלנו. מצאה חן בעיניי האפשרות לתרום לפרוייקט ככל העולה על רוחך—מדולר והלאה.



פרוייקט זה מבית מדרשו של Bezos הוא להעניק לכ-30 מליון האנשים הרשומים ב-amazon את האפשרות לתרום לאתרים המועדפים עליהם סכומים קטנים. הוא חושב שהקופה-הקטנה הזו יכולה למלאות את כיסיהם של חברות אינטרנט שמגיע להם לשרוד את הטלטלה הזו עד אשר ימצאו דרך להתחיל להרוויח. אמזון, אגב, מקבלת 15 סנט ו-15% על כל תרומה. יוזמה זו של אמזון יכולה להיות דוגמה למגמה ברוכה ולמודלים עסקיים שונים לחברות אינטרנט—תחום זה מכונה כיום "מיקרו-תשלומים" (micropayment).

המושג מיקרו-תשלומים או מיקרו-עסקים ([microcommerce](#)) מוכר גם בשמות pay-per-click או per-view. שיטה זו יכולה לאפשר לאתרים לחייב עבור תכנים בסכומים ממש זעומים. נמצא כי לאתרי תכנים רבים קשה למכור מנויים, מלבד כמובן מה-[Wall Street Journal](#) ואתרי הסקס. זו יכולה בהחלט להיות מחשבה חדשה בכוון הנכון. אנשים רבים יהיו [מוכנים](#) לשלם סכומים זעומים (סנטים) בכדי למשוך תכנים מבוקשים, מאמרים, מוסיקה, וסרטים. ועושה רושם שיש לזה עתיד. באתר של ה-[New York Times](#) אפשר לראות את העיתון בחינם מלבד מאמר או שניים מיוחדים שעולים פרוטות.

[Sony](#) מוכרת דרך האתר שלה singles במחירים זעומים.

היישום היפה ביותר שאני מכיר הוא של אוצרת אומנות מסיאטל בשם Linda Farris המגדירה מחדש את חווית האספנות האומנותית והמודל העסקי של הגלריה לאומנות. החברים [באתר](#) שלה משלמים \$15,000 (כסף קטן) לשנה כדי "לשכור" חפצי אומנות, תמונות, וציורים לתצוגה בבתיים. הפריטים אותם היא בוחרת מחליפים בתים כל חצי שנה עד שלבסוף הם ניתנים כתרומה למוזיאונים. החברים בפרוייקט שלה הם בד"כ techies היודעים להעריך חפצי אומנות. הקולקציה שלה הוסיפה 50% לערכה מאז החלה את הפרוייקט ב-1999. השותפים בפרוייקט גם מקבלים קבלה מוכרת כהוצאה לצורכי מס על בסיס ערך הפריט בעת שהיא תורמת אותו. הנה לכם רעיון סיבובי לעילא ולעילא. היצירתיות גדושה בו. ויש בו הרבה הבנה באופייה של הכלכלה החדשה והצרכן העתידי. היא עושה שימוש ברשת כדי לבנות קהילת צורכי אומנות שמשלמים פרוטות (!) על חפצי אומנות יקרים ובסוף גם מקבלים אישור מוכר במס לשם כך.

סביר להניח שיותר ויותר חברות ישפרו בעזרת [פרוטוקול מיוחד](#) את הרעיון. בוודאי יהיו הרבה מוצרים ושירותים שיעלו חלקי סנטים—אחרת גם רעיון זה ישבוק חיים. הבעיה הגדולה של מיקרו-תשלומים היא שיטת הגביה הקיימת. זו אינה בנויה לטפל בפרוטות. וגם כאן יש לא מעט הזדמנויות עסקיות. חברת [MilliCent](#) של קומפאק, למשל, היא סנונית ראשונה המטפלת בטרנסאקציות פעוטות. המודל העסקי של חברה זו מדבר על כך שהמשתמשים יוכלו לשלם את הפרוטות דרך כרטיס האשראי שלהם, הטלפון, ספק האינטרנט, או כרטיסיות משולמות מראש. אינני בטוח שהרעיונות בתחום זה מוגמרים. בטוחני שהם עוד יעברו תהפוכות. אבל אפשר לרענן את החשיבה, שאם לא כן העלייה בנאסדק רק תאחר לבוא.