

مايكروسوفت تفسح المجال لتطبيق "تيمز" بعد إزاحة سكايب

12 مارس، 2025



أعلنت مايكروسوفت، الشركة العملاقة في مجال البرمجيات، عن قرارها بإيقاف خدمة سكايب بشكل رسمي في 5 مايو المقبل، لتضع بذلك حدا لفترة طويلة من تقديم خدمات المكالمات الصوتية والفيديو التي امتدت لعقدين من الزمن.

وقد صرّحت مايكروسوفت في بيان أصدرته يوم الجمعة أن قرار إيقاف خدمة سكايب يهدف إلى تمكين الشركة من التركيز بشكل أكبر على تطبيق "تيمز"، الخدمة المحلية التي تتبناها مايكروسوفت في مجال التعاون والتواصل داخل بيئة العمل، وذلك عبر تبسيط عروضها في مجال الاتصالات. وبهذا الشكل، ستقلل من تعقيدات التفاعل بين المستخدمين على منصات متعددة، مما يسهل الانتقال إلى منصات أكثر توافقاً مع احتياجات السوق الحديثة.

وتأسست خدمة سكايب في عام 2003، وسرعان ما أحدثت ثورة في صناعة الاتصالات، إذ أصبحت وسيلة رئيسية لإجراء المكالمات الصوتية والفيديو عبر الإنترنت، ومع مرور الوقت، بدأت تواجه تحديات من قبل

منصات أخرى أكثر توافقاً مع تطورات العصر مثل "زوم" و"سلاك". فقد أصبحت هذه التطبيقات أكثر موثوقية وسهولة في الاستخدام، خاصة مع تطور أجهزة الهواتف الذكية وتزايد الحاجة إلى أدوات تتماشى مع بيئات العمل الحديثة. كما أن سكايب كانت تفتقر إلى القدرات التي تحتاجها الشركات والعاملون عن بُعد لتبسيط عمليات التعاون بين الفرق المختلفة.

خدمة سكايب تأسست في عام 2003، وسرعان ما أحدثت ثورة في صناعة الاتصالات

وأحد أهم أسباب تراجع سكايب في السنوات الأخيرة هو أن التكنولوجيا الأساسية التي كانت تعتمد عليها المنصة لم تكن قادرة على التكيف مع التطور السريع في سوق الهواتف الذكية. ففي الوقت الذي كانت فيه التطبيقات المنافسة مثل "زوم" تعتمد على بنية تحتية أكثر حداثة وقابلة للتوسع في بيئات العمل والتواصل الشخصية، كان سكايب يجد صعوبة في تحديث نفسه بما يتناسب مع احتياجات المستخدمين.

ولتسهيل عملية الانتقال من سكايب إلى "تيمز"، قررت مايكروسوفت السماح للمستخدمين بتسجيل الدخول إلى "تيمز" مجاناً باستخدام بيانات اعتمادهم الحالية. كما سيكون بإمكان المستخدمين استيراد دردشاتهم وجهات الاتصال الخاصة بهم بشكل تلقائي، مما يجعل عملية الانتقال أكثر سلاسة ويسهم في تلبية احتياجاتهم في المستقبل دون انقطاع.

وقرار مايكروسوفت بإيقاف سكايب يأتي بعد سلسلة من الرهانات الكبيرة التي لم تكلل بالنجاح، مثل متصفح الإنترنت "إكسبلورر" وهاتف "ويندوز فون". فقد واجهت الشركة صعوبة في التكيف مع التغيرات السريعة في الصناعات التكنولوجية التي لم تكن قادرة على مواكبتها. كما أن هذا القرار يعكس حقيقة أن سوق أدوات الاتصال عبر الإنترنت أصبح شديد التنافسية. فعلى الرغم من الاستحواذ على سكايب في عام 2011 مقابل 8.5 مليار دولار، لم تتمكن مايكروسوفت من إعادة تقديم سكايب كمنافس قوي في مواجهة تطبيقات مثل "زوم" و"سلاك" التي أصبحت الأداة المفضلة للكثير من الشركات والأفراد.

وعندما اشترت مايكروسوفت سكايب في 2011، كانت المنصة تتمتع بحوالي 150 مليون مستخدم شهري، وهو ما جعلها صفقة ضخمة في وقتها. ومع مرور السنين، بدأ عدد المستخدمين في التراجع بشكل كبير، إذ وصل إلى حوالي 23 مليون مستخدم شهري بحلول عام 2020، رغم الانتعاش

المؤقت الذي شهدته الخدمة في فترة الجائحة. ورغم هذا التراجع الكبير، أكدت مايكروسوفت أن خدمة "تيمز" قد أصبحت الآن تضم حوالي 320 مليون مستخدم نشط شهريا، مما يوضح بشكل كبير التوجه الواضح للشركة نحو تبني إستراتيجية جديدة تركز على "تيمز" كحل مفضل للعملاء.