



[Judėjimas tai gyvenimas - judam į priekį kartu | Norim LT™ informacijos portalas](#) :: Your Favorite Site

## Prognozė: „Google“ ir „Facebook“ išnyks per 5 metus

Mes galvojame apie „Google“ ir „Facebook“ kompanijas kaip apie tikras interneto gorilas. Jos išliks amžinai. Tačiau jei technologijų pasaulis ir toliau vystysis tokiu tempu, yra pagrindo tikėti, kad šios dvi kompanijos išnyks per artimiausius 5-8 metus

Ne, jos ne bankrutuos, tačiau išnyks panašiai kaip „MySpace“. Šį požiūrį taip pat pagrindžia tam tikra akademinė teorija bei pastarųjų metų įvykiai. „Forbes“ apžvalgininkas Ericas Jacksonas rašo, kad ilgalaikis kompanijos gyvybingumas priklauso nuo to, kada ji pradėjo veikti. Skirtingos žmonijos kartos į pasaulį žvelgia unikalai ir tai pasireiškia jų pirkimo sprendimuose bei kituose įpročiuose. Technologijų pasaulyje egzistuoja 3 kartos: Web 1.0 (kompanijos, įkurtos nuo 1994-2001 metų, tarp jų yra tokios kaip „Netscape“, „Yahoo“, AOL, „Google“, „Amazon“ ir „eBay“) Web 2.0 arba tiesiog socialinė karta (kompanijos, įsteigtos nuo 2002-2009 metų, tarp kurių yra „Facebook“, „LinkedIn“ ir „Groupon“) Šiandieninė karta yra mobilioji (nuo 2010 iki dabar įsteigtos bendrovės, pavyzdžiui „Instagram“) Sulig kiekviena ateinančia technologijų kompanijų karta, ankstesnės kartos atstovės nesugeba prisitaikyti prie naujų pokyčių. Pirmosios kartos kompanijos sėkmingai sukaupe duomenis ir pateikė juos patraukliose bei lengvai prieinamose interneto svetainėse. „Google“ išsprendė interneto chaoso problemą geriau nei „AltaVista“, „Excite“, „Lycos“ ir kitos interneto paieškos svetainės. „Amazon“ puikiai centralizavo elektroninės prekybos chaosą ir į vieną vietą sukėlė viską, ko reikia vartotojams. Pradėjus atsirasti antrosios kartos kompanijoms, savo proveržį jos pasiekė socialinių ryšių dėka. „MySpace“ sukūrė muzika besidominčių žmonių tinklą, „Facebook“ patraukė universitetų studentus, „LinkedIn“ apjungė ištaigų profesionalus, kiti socialiniai tinklapiai pademonstravo kaip vartotojai gali generuoti turinį patys ir taip pakelti visos bendruomenės vertę. Vis dėlto pirmosios kartos kompanijos taip ir nesuprato socialinės bendruomenės kūrimo svarbos. Nors kartais ši svarba atrodo akivaizdi, senesnės kompanijos tiesiog neatranda pakankamai pajėgumu pakeisti savo paradigmu. Nors tokios kompanijos kaip „Amazon“ ar „Google“ skiria milijardus dolerių šiai problemai spręsti, turtas joms atnešę verslo modeliai ir toliau užgožia jų skverbimąsi į naujas verslo sritis. Nuo 2010 metų pradėjusios steigti socialinės kartos kompanijos turi skirtingą požiūrį į pasaulį. Šios bendrovės (šiuo metu geriausias jų pavyzdys yra „Instagram“) išmaniuosius telefonus laiko pagrindine (ir neretai išskirtine) savo aplikacijų platforma. Jos net negalvoja susikurti savo internetinių svetainių. Jos spėja, kad laikui bėgant žmonės naudos jų mobiliosiomis programėlėmis, o ne lankysis internetinėse svetainėse. E. Jacksono teigimu, mes niekada nesulauksime Web 3.0 kartos, nes internetas jau yra miręs. Pirmųjų dviejų kartų kompanijos dar nėra iki galo perpratusios, kaip reiktų adaptuotis prie šios naujos paradigmos. „Facebook“ triumfuoja tarp socialinių kompanijų. Artimiausiomis savaitėmis kompanijos laukia IPO (pirminis viešas akcijų siūlymas), kuris greičiausiai pakels jos rinkos kapitalizaciją iki 140 mlrd. JAV dolerių. Vis dėlto kompanija praranda pinigų mobiliųjų telefonų rinkoje, o sukurtos „iPhone“ ir „iPad“ socialinio tinklapio versijos neprilygsta kompiuterinėms. Kompanija tiesiog bando atrasti būdą, kaip pritraukti kuo daugiau pinigų iš interneto. 2011 metais „Facebook“ pajamos siekė 3,7 mlrd. JAV dolerių, tačiau lyginant šių metų pirmąjį ketvirtį su praėjusių metų paskutiniu ketvirčiu įmonės pajamos krito. Kompanija dar nėra sugalvojusi, kaip uždirbs pinigų mobiliųjų telefonų rinkoje. Pirmosios kartos interneto kompanijų nesugebėjimas adaptuotis prie socialinių bendrovių leidžia teigti, kad „Facebook“ nepavyks prisiderinti prie mobiliosios kartos kompanijų panašiai kaip „Google“ nepavyko su praėjusiais metais pristatyto „Google+“ projektu. Organizacinių ekologų mokykla kalbėjo apie „polinkį pasenti“ – augantis neatitikimas tarp organizacijos pradinės produkto strategijos ir jos veiklos aplinkos. Ši teorija gerai paaiškina tai, ką šiandien matome technologijų pasaulyje. Tačiau ar tokios kompanijos kaip „Google“, „Amazon“ ir „Yahoo“ jau yra pasenusios? Jos vis dar auga, turi milžinišką klientų ratą ir labai talentingus vadovus. Tačiau sulig kiekvienu paradigminiu pasikeitimu ankstesnės kartos vis labiau atsilieka ir artėja prie reikšmingo nuosmukio. Be to šiandieninis technologijų pasaulis juda į priekį itin dideliu greičiu. Kompanija „Yahoo“ šiandien yra tik menkas šešėlis tos kompanijos, kurią matėme 2000 metais. Pasigirsta vis daugiau abejonių dėl to, kaip „Google“ susidoros su problemomis, kai bendrovės internetinės paieškos verslas (iki šiol vis dar sudarantis didžiąją dalį kompanijos pajamų ir pelno) pradės smukti, kadangi vartotojai pradės ieškoti alternatyvių informacijos šaltinių mobiliuosiuose telefonuose. Ar „Amazon“ krypta link nuosmukio? Šiandien dar nėra tai įrodančių ženklų, o žmonės vis dar pirks prekes mobiliajame pasaulyje. Tačiau naujos mobiliosios platformos atvers galimybes naujiems rinkos veikėjams, apie kuriuos „Amazon“ šiandien nė negalvoja. „Facebook“ taip pat greičiausiai laukia sudėtingas kelias paskui mobiliosios kartos kompanijas. Kai kurie apžvalgininkai mano, kad kompanija šią problemą gali bandyti spręsti išskaidydama kelias savo paslaugas į atskiras aplikacijas ir atskirus tinklapius. Tačiau tai suskaldys pagrindinį įmonės produktą ir tai gali atnešti daug žalos. Sprendžiant pagal tai, kiek „Facebook“ užtrukto persikeldama į mobiliąją erdvę, galima daryti prielaidą, kad įmonės pokyčiai vyks taip pat lėtai kaip vyko „Google“ poslinkis link socialinės kartos technologinių kompanijų. „Instagram“ įsigijimas, E. Jacksono įsitikinimu, parodo, kad „Facebook“ bijo būti aplenkta sparčiai besivystančios mobiliosios kartos kompanijos. Kalbant apie kompaniją „Apple“ reikia pažymėti, kad ji yra techninės įrangos kompanija ir dėl to yra sunku ją lyginti su įmonėmis, kurios susijusios su interneto aplikacijomis. Kompanija atitiko pirmosios kartos bendroves su socialine aplikacija „Ping“. Mobilųjų telefonų rinkoje „Apple“ sugebėjo sukurti geriausią techninės ir programinės įrangos ekosistemą, kurioje pradėjo klestėti mobiliosios aplikacijos. Tol, kol sėkmingai veiks jos sukurta „iOS“ operacinė sistema, kompanijai nerūpės, kokios technologijų kompanijos žlugs ar iškilės. Galbūt dėl šios priežasties tiek daug ne mobiliosios kartos kompanijų nori pamėgdžioti „Apple“. „Google“ nusipirko „Motorola Mobility“, kad galėtų pasiekti techninės įrangos rinką. Tuo tarpu sklando gandai, kad „Facebook“ ir „Baidu“ kuria savo atskirą mobiliąją operacinę sistemą. Galiausiai galima teigti, kad ateinantys 5-8 metais bus itin dinamiški. Yra labai didelė tikimybė, kad tiek „Google“, tiek „Facebook“ bus tik šiandieninių kompanijų šešėlyje ar netgi apskritai išnyks. Šios bendrovės turės pakankamai pinigų pamėginti prisiderinti prie mobiliosios kartos kompanijų, tačiau istorija liudija, kad joms nepavyks to padaryti. E. Jacksonas prognozuoja, kad ateityje matysime vis daugiau socialinių kompanijų, kurios pusiakelėje nuspręš tapti stambiomis ir reikšmingomis mobiliosiomis kompanijomis. Ateities technologijų milžinės šiandien galbūt dar net neegzistuoja, o kai kurios pirmųjų dviejų technologijų kartų kompanijos iki to laiko apskritai gali išnykti. Pasisekimo sulauks tos kompanijos, kurios sugebės tinkamai prisitaikyti prie besikeičiančios aplinkos ir investuos į šią visiškai naują technologinę terpę. Pasak E. Jacksono, ateitis priklausys tiems, kurie ją kurs. Tavo informacijos ir pramogų šaltinis Info.Norim.lt™

