

УДК 316.47

Особенности конкурентной борьбы на рынке информационных технологий (на примере корпорации Google)

*Семенов А.С., студент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Автоматизированные системы обработки информации и управления»*

*Научный руководитель: Оплетина Н.В., к.с.н., доцент
Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Социология и культурология»
dekan.fsgn@bmstu.ru*

Со вступлением в информационную эру жизнь человечества кардинально изменилась: начали стремительно развиваться компьютерные технологии, появилась глобальная информационная сеть Интернет и мобильные устройства. В связи с этим, всё большую роль в жизни мирового сообщества стали играть IT-корпорации, среди которых со временем сформировались лидеры, занявшие большую часть рынка. О Google, одном из представителей лидеров, и пойдёт речь в данной статье.

Сложно переоценить темы роста данной корпорации. Созданная в 1996 году двумя студентами, компания Google быстро начала расти и уже через 10 лет получила статус корпорации с многомиллионными доходами. Спустя 18 лет после своего основания Google прочно занимает лидирующие позиции на многих рынках, являясь одной из крупнейших IT-корпораций, а слово «погуглить» уже прочно вошло в лексикон. Однако её влияние не ограничивается одним лишь рынком информационных технологий. Рассмотрим некоторые, элементы политики влияния корпорации, которые она активно использует в своей деятельности.

Лоббирование

Стремясь расширить сферу своего влияния, Google выделяет огромные деньги на продвижение своих интересов в США. В 2011 году её расходы на взаимодействие с представителями власти составили 9.7 миллионов долларов, в 2012 – на 70% больше – 16.48 миллионов. Анализ сравнительных данных за 2013г показал, что, несмотря на снижение расходов на нужды лоббирования, корпорация осталась лидером по данному виду расходов среди американских компаний. [1]

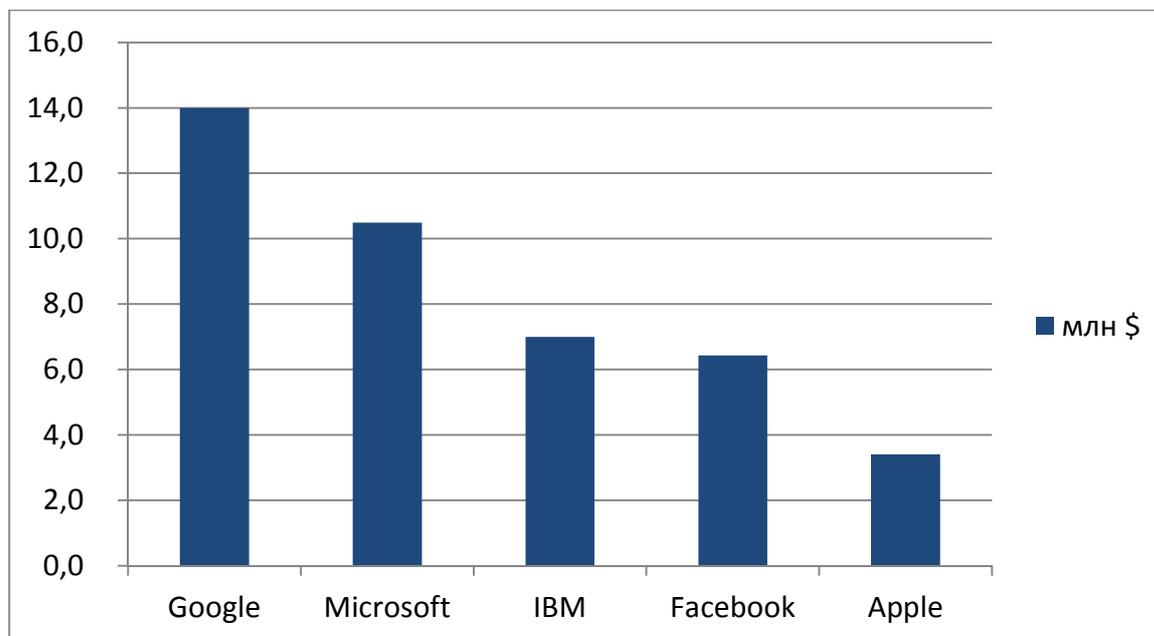


Рис. 1. Сравнительная диаграмма по расходам на лоббирование среди IT-корпораций за 2013 год

Среди направлений лоббирования, по которым компания Google активно продвигает свои интересы, присутствуют защита приватности, информационная безопасность и защита прав на интеллектуальную собственность, в чём, несомненно, заинтересовано большинство интернет-пользователей.

Вместе с тем, лоббируемые компанией законы прежде всего отражают интересы самой корпорации и направлены прежде всего на защиту её доходов. Необходимо понимать, что, выделяя на данное направление деятельности бюджет, равный четверти доходов небольшого тихоокеанского государства, компания прежде всего преследует свои интересы, связанные с усилением влияния на людей, пользующихся продукцией Google, людей, на которых будут действовать принятые не без помощи финансовых вливаний законы, так или иначе ограничивая их.

Поглощение

Для того чтобы сохранить лидерские позиции, Google попросту не даёт появиться конкурентам. Помимо трёх крупнейших сделок в истории компании (покупка Motorola Mobility за \$12,5 млрд. в 2012 году, DoubleClick за \$3,1 млрд. в 2007 году, Nest Labs за \$3,2 млрд. в 2014 году) ежегодно выделяются деньги и для более мелких поглощений. Общие расходы Google на поглощение только за первую половину 2014 года составили около \$4.2 млрд.[2]

Такая политика позволяет компании сохранять почти монопольное положение на мировом рынке IT-технологий в сфере поисковых систем. На диаграмме представлено распределение рынка интернет-поиска в США, из которого следует, что Google занимает долю более чем в 3 раза большую, чем её крупнейший конкурент.[3]

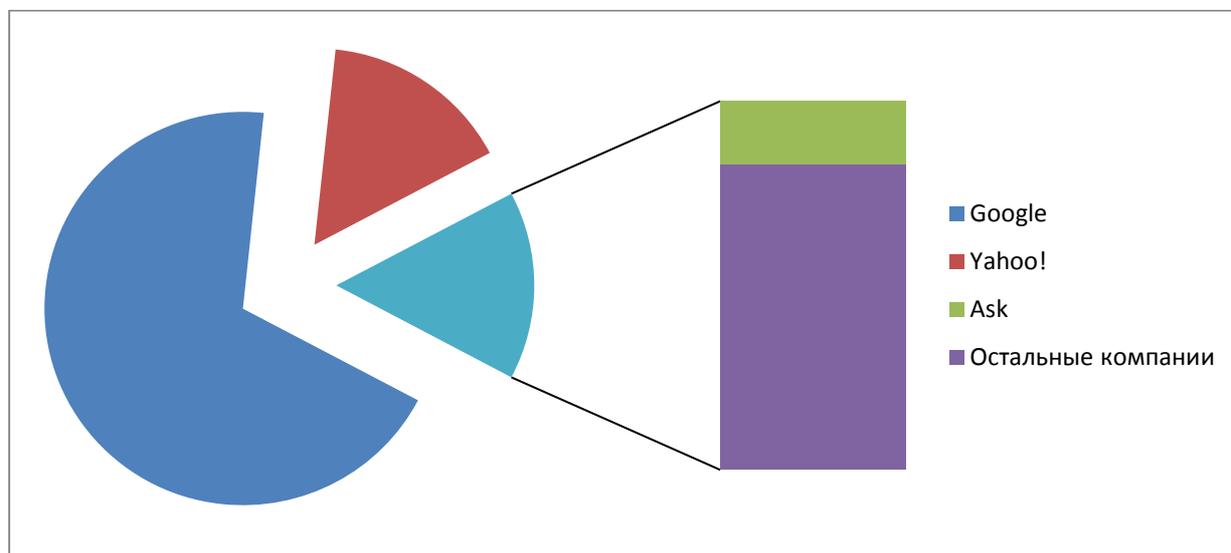


Рис. 2. Доли рынка интернет-поиска

Медиа

Корпорация Google является владельцем крупнейшего видеохостинга YouTube, ежемесячная посещаемость которого ещё в 2013 году достигала 1 млрд. человек. В настоящее время эта площадка для размещения видеоконтента приносит компании 7% её дохода. YouTube уже давно перестал выполнять функции только развлекательной площадки, все более востребованы задачи информационного, пропагандистского и политического характера: на нём постоянно размещаются видео, целенаправленно освещающие мировые события и пропагандирующие видение и мнение определенных социально-политических групп и т.п.

Политическая небеспристрастность YouTube впервые проявилась в 2006 году, когда Таиланд заблокировал сайт на своей территории за размещение оскорбительных видеороликов, что продолжается и по сей день. Именно тогда, в ходе массовых волнений в этой стране, материалы, размещенные в YouTube, власть расценила как попытки вмешательства во внутренние проблемы страны с целью дестабилизации ситуации. На сегодняшний день данный сайт именно по этой причине заблокирован в нескольких странах, например, в Китае, самой густонаселённой стране в мире.

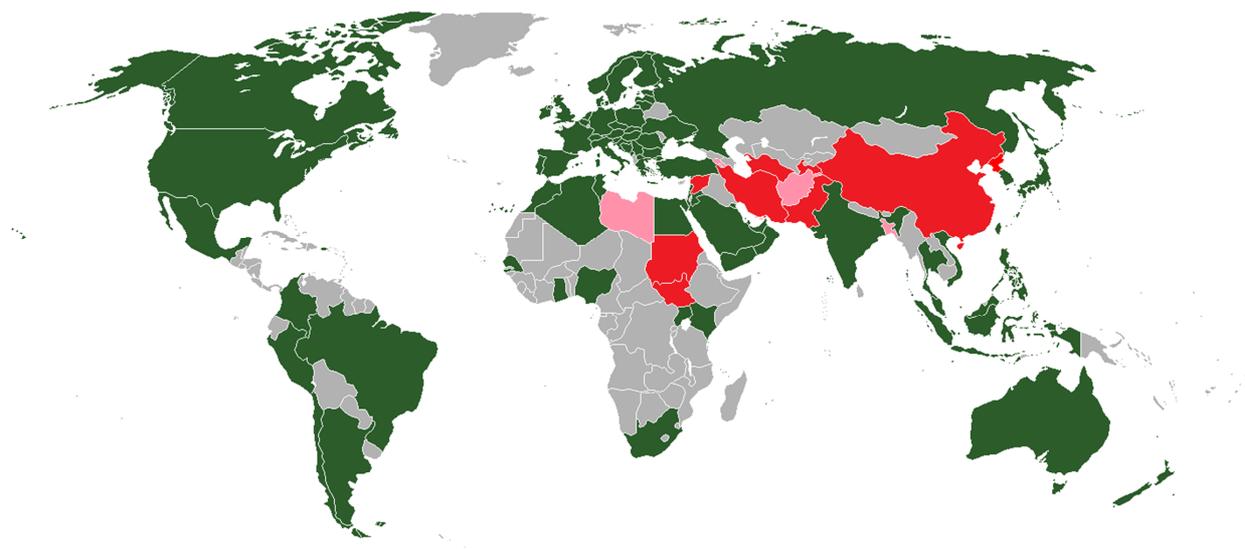


Рис. 3. Карта мира, которая показывает состояние сервиса YouTube в разных странах на 2014 год (Карта взята со страницы YouTube[4])

На карте зелёным цветом обозначены страны, для которых существует специальная версия YouTube, серым – имеющие полный доступ к сайту, розовым – где сайт был ранее заблокирован, красным – где сайт заблокирован (по состоянию на октябрь 2014 года). Таким образом, в большинстве стран сегодня данный контент проходит определенную цензуру или вовсе запрещен. Данный факт так же доказывает, что размещаемые на сайте видеоматериалы не столь уж и безопасны, т.к. могут оказывать сильное воздействие на людей, манипулировать массовым сознанием, и правительства большинства стран обращают на это внимание. И именно компания Google, как владелец сайта, активно использует ресурс данного влияния в своей деятельности, оставляя за собой полное право контролировать размещаемые материалы.

Социальные сети.

Во владении компании также находится собственная социальная сеть Google+, созданная в 2011 году, уже через год после своего создания достигшая ежемесячной посещаемости в 135 млн. человек. По статистическим данным, в том же году она стала второй по количеству пользователей социальной сетью во всём мире.[5] Более того, Google+ так же является и бизнес-платформой – в ней существуют специальные аккаунты для продвижения предприятий. Естественно, что такая масштабная структура занимает не последнее место в жизни её пользователей. Более того, в ней сконцентрировано огромное количество личных данных. То же самое относится и к почтовому сервису Gmail, ставшим в 2012 году самым популярным почтовым сервисом, общее число пользователей которого

превышает 425 млн. человек[6]. Таким образом, учитывая темпы роста социальных сетей в мире, на данный момент компания обладает личными данными более чем полумиллиарда пользователей со всех уголков света, что превышает население США – третьей по количеству населения страны в мире.

Однако, являясь одним из лидеров по обладанию личной информацией, Google не может гарантировать её полную конфиденциальность. Согласно законам США, компания по требованию обязана предоставлять информацию о любом из пользователей, причём без права оглашения данного факта, чем уже неоднократно пользовалось ФБР. Благодаря этому, компания, фактически, является ещё и инструментом контроля над частной жизнью – люди сами оставляют данные, необходимые соответствующим структурам.

Не менее успешно Google контролирует свои позиции на IT-рынках, в частности – рынке поисковых систем, на котором компания занимает первое место. Поглощение новообразованных перспективных компаний не даёт появиться конкуренции и вместе с тем укрепляет позиции самой Google. Сервисы, которыми владеет компания, во многом изменили жизнь общества, что делает её игроком не только на экономической, но и на политической арене, на что уже отреагировали некоторые государства.

Масштабность компании и её действий уже давно вызывает опасения – в 2014 году европейская комиссия даже предложила разделить компанию, чтобы остановить темпы её роста и ограничить степень влияния на развитие Интернета [7]

Безусловно, активное использование корпорацией данных ресурсов открывает новые возможности для осуществления влияния и воздействия Google как на органы государственной власти, так и на умы и настроения больших масс людей, предоставляя ей возможности фактически устанавливать собственные рамки поведения и законы для своей более чем миллиардной аудитории, что ранее могли себе позволить только государственные образования. К сожалению, степень риска относительно безопасности личности в данных условиях пока экспертами полно и до конца не оценена.

Выявленные обстоятельства позволяют сделать выводы, что компания Google оказывает огромное влияние не только на IT-сферу, но и на экономическую и правовую жизнь мирового сообщества, самостоятельно определяя, как права компаний, так и своих пользователей, активно используя политические инструменты для продвижения своих интересов.

Список литературы

1. Гайнуллина А. Google сократила расходы на лобби в США, но осталась лидером по тратам. Режим доступа: <http://digit.ru/business/20140123/411132371.html> (дата обращения 12.02.2015)
2. Сидорова Е. Google купил Motorola Mobility за \$13 миллиардов. Режим доступа: <http://lifenews.ru/news/92535> (дата обращения 12.02.2015)
3. Louise Story, Miguel Helft. Google Buys DoubleClick for \$3.1 Billion. Режим доступа: <http://www.nytimes.com/2007/04/14/technology/14DoubleClick.html> (дата обращения 12.02.2015)
4. Электронный ресурс YouTube. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube> (дата обращения 12.02.2015)
5. Божинов А. Google объявила новые цифры использования социальной сети Google+. Режим доступа: http://www.oszone.net/19447/Google_Plus_rastet (дата обращения 12.02.2015)
6. Лазовский Е. Gmail стал самым популярным почтовым сервисом в мире. Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/637430> (дата обращения 12.02.2015)
7. Ланин Д. Разделяй и властвуй. Google хотят поделить напополам, чтобы ограничить его влияние. Режим доступа: <http://www.bfm.ru/news/279718> (дата обращения 12.02.2015)
8. Jakobeit L. Transnational Corporations as Political Actors. Munich: GRIN Verlag, 2011. 36р.
9. Воронин А.В., Шегельман И.Р. Конкуренция на рынке ИТ-товаров и ИТ-услуг. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2010. 300 с.