



دیجیتال فعالیت خود را شروع کرده اند، فرصت موجود در این بازار سودآور را به خوبی شناسایی کرده اند و با تمام قوا قصد بهره گیری از آن را دارند. شرکت ۹۸ ساله دیزنی طی ۱۸ ماه توانست ۱۱۶ میلیون مشترک جدید برای سامانه پخش آنلاین فیلم و موسیقی خود در بازار پیدا کند. همچنین والمارت ۵۸ ساله هم سال گذشته ۳۸ میلیارد دلار از فروش آنلاین به دست آورد. اینها تنها بخشی از آماری است که نشان می دهد شرکت های قدیمی نه تنها قصد ورود به بازارهای جدید را دارند، بلکه می توانند در آن موفق هم باشند.

رونق با چاشنی همه گیری

همه گیری کووید-۱۹ موجب اوج گرفتن انبوهی از شرکت های نه چندان با سابقه در دنیای فناوری اطلاعات شده است. یکی از موفق ترین آنها، شرکت کانادایی شایفای بود که در زمینه ارائه راه حل های تجارت الکترونیک و ساخت فروشگاه آنلاین فعالیت دارد. در یک سال گذشته این شرکت با رشد خیره کننده ای روبه رو شد و حتی توانست عنوان ارزشمندترین شرکت بورس تورنتو را نیز به دست آورد. سایر پلتفرم های خرید و پرداخت آنلاین نیز طی دوره همه گیری با رشد بسیار خوبی روبه رو شدند.

اما پیشرفت شرکت های دیجیتال به سیلیکون ولی یا آمریکای شمالی محدود نمی شود. آسیا و به ویژه چین شاهد اوج گیری شرکت های حوزه فناوری اطلاعات در طول یک سال گذشته بوده است. شاید برایتان جالب باشد که ارزش شرکت علی بابا، تن سنت و پنج شرکت دیگر حوزه دیجیتال در چین روی هم رفته بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار ارزیابی شده است. هند و اندونزی نیز میزبان شرکت های بزرگی هستند که هر کدام انبوهی کاربر و بازارهای مستعد در اختیار دارند. همه این شرکت ها به دنبال متنوع تر کردن محصولات و خدمات خود هستند و این می تواند خطری بزرگ برای شرکت های انحصارگرای مستقر در سیلیکون ولی باشد. البته در این میان، بده بستان های پشت پرده غول های دیجیتال را نباید دست کم گرفت. برای مثال، گوگل هر سال حدود ۱۲ میلیارد دلار به اپل پول می دهد تا به عنوان موتور جست و جوی پیش فرض در گوشی های آیفون قرار گیرد. همچنین علی بابا و تن سنت به عنوان پیشتازان فناوری دیجیتال در چین، سهامدار بسیاری از شرکت های تازه وارد چینی حوزه دیجیتال هم هستند. این ارتباطات پیدا و پنهان سبب می شود تعیین معادلات آینده دنیای دیجیتال دشوار و غیرقابل پیش بینی شود. اما غول های دیجیتال فقط با رقبای تازه نفسی که به دنبال کسب سهم بیشتری از بازار هستند روبه رو نیستند. همان طور که گفتیم، این اواخر انبوهی از موانع حقوقی و قانونی نیز در مسیر حرکت این غول ها ایجاد شده است. انواع پرونده های حقوقی درباره نقض حریم خصوصی و انحصارطلبی از جمله موانع پیش روی این شرکت هاست. در نتیجه با این که دامنه گسترده کاربران این غول ها سبب می شود بتوانند حداقل تا چند سال آینده با روندی مشخص به پیشرفت و سودآوری ادامه دهند، اما پیشرفت رقبا و سخت گیری های بیشتر قانونی می تواند آینده آنها را در میان مدت با چالش هایی بسیار جدی تر روبه رو کند.



همه گیری موجب اوج

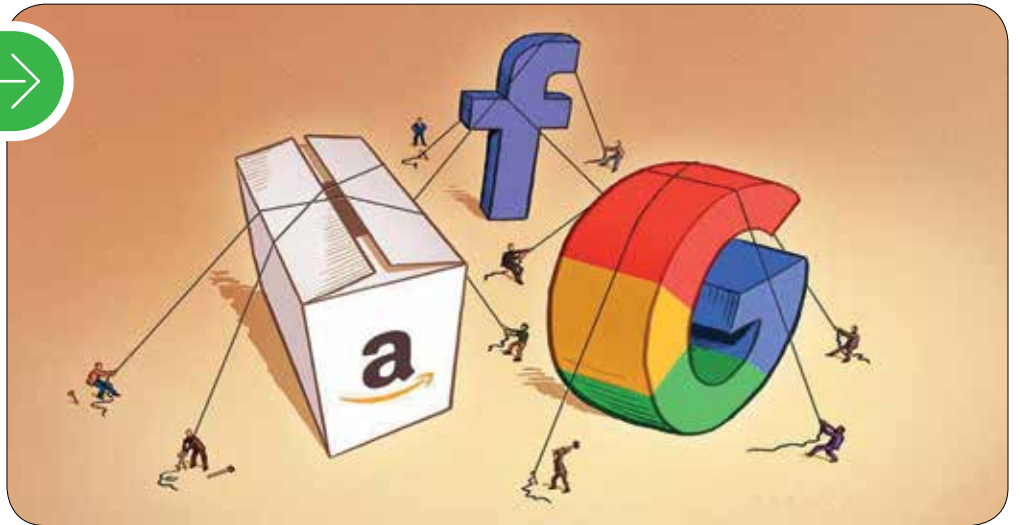
گرفتن انبوهی

از شرکت های نه چندان

باسابقه در دنیای

فناوری

اطلاعات شده است



آینده پرچالش غول های کنونی دنیای دیجیتال

تغییر قواعد بازی

سال هاست سبک زندگی دیجیتال ما متأثر از محصولات و فناوری های چند غول بزرگ این صنعت شده است. اگر لپ تاپ دارید، احتمالاً سیستم عامل ویندوز شرکت مایکروسافت روی آن نصب شده و بارها از بسته نرم افزاری آفیس این شرکت برای کارهایتان استفاده کرده اید. اگر گوشی هوشمند دارید یا از کاربران محصولات شرکت اپل هستید یا گوشی شما از سیستم عامل اندروید شرکت گوگل استفاده می کند. همچنین در بسیاری از کشورها، گزینه اصلی مردم برای خرید آنلاین چیزی جز آمازون نیست و فیسبوک یا اینستاگرام هم گزینه اول شان به عنوان شبکه اجتماعی به شمار می رود. اما نگاهی دقیق تر به وضعیت بازار، دنیای فناوری اطلاعات و رقبای جوان تر این شرکت ها نشان می دهد شاید امکان حفظ این بازارهای انحصاری دیگر برای این شرکت ها امکان پذیر نباشد.



صالح سپهری فر

مشاور کسب و کارهای نوآور

بازاری پرارزش

پنج شرکت برتر دنیای فناوری دیجیتال در مجموع حدود ۷۶۰۰ میلیارد دلار ارزش دارند. طی چند سال گذشته، این شرکت ها روی هم رفته ۳۵ درصد از کل ارزش بازار فناوری ایالات متحده را به خود اختصاص داده اند. اما نکته ظریف داستان اینجاست که ارزش شرکت های دوم و سوم در هر کدام از حوزه های عملکرد این پنج غول اصلی (مثل جست و جو، شبکه های اجتماعی، تجارت الکترونیک و...)، طی شش سال اخیر بین ۱۸ تا ۲۶ درصد افزایش یافته است. به عبارت دیگر، با این که غول های فناوری معروف همچنان یکه تاز میدان هستند، رقبا با سرعت زیادی در حال رشد هستند و همین رقبا می توانند در آینده انحصار این شرکت های با سابقه تر را به طور جدی به چالش بکشند.

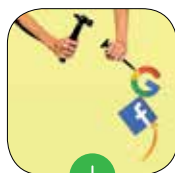
تلاش های ناموفق

شرکت های برتر فناوری دیجیتال به دلیل داشتن طیف گسترده ای از مشتریان، از بازار بالقوه وسیعی برخوردارند. در این میان، محدودیت های موجود برای گسترش محصولات و خدمات کنونی (مثل سخت گیری های مربوط به حریم خصوصی از سوی برخی دولت ها)، موجب شده این شرکت ها به دنبال گسترش فعالیت خود در بازارهای جدید باشند که همین به تشدید رقابت بین آنها می انجامد. هر کدام این شرکت ها چندین بار سعی کرده اند وارد بازارهای یکدیگر شوند، هرچند معمولاً این برنامه ها با شکست روبه رو شده است. گوگل چند سال پیش سعی کرد با

ارائه یک شبکه اجتماعی به نام گوگل پلاس به رقابت با فیسبوک برود که البته ناکام بود. این شرکت کمترین هر سال حدود شش میلیارد دلار برای جذب شرکت های جدید به مجموعه خود هزینه می کند که بیشتر از کل پولی است که آمازون در کل عمر خود ضرر کرده است. جف بزوس هم که رویای ارائه محصولی فیزیکی مثل آیفون را در سر داشت، آمازون را به سمت طراحی و تولید فایرفون برد. فایرفون یک گوشی با قابلیت های زیاد و البته قیمتی گزاف بود که هرگز موفق نشد و در مجموعه محصولات ناکام آمازون قرار گرفت. اما تجربیات تلخ گذشته سبب نشده، این غول ها دست از تلاش برای سرک کشیدن به بازار رقبا بردارند. آمازون سال هاست در زمینه ارائه خدمات میزبانی وب فعالیت می کند و البته گوگل و مایکروسافت نیز مدتی است به طور جدی به این بازار روی آورده اند. در مقابل، بازار تبلیغات آنلاین که بیشتر قلمرو انحصاری گوگل بود، اکنون به شدت مورد توجه آمازون قرار گرفته است. فیسبوک به دنبال ورود به دنیای تجارت الکترونیک است. مایکروسافت هم می خواهد از قافله عقب نماند و برای همین به فکر خرید دو شبکه معروف اجتماعی یعنی تیک تاک و پینترست افتاده بود. سایر شرکت های بزرگ هم رویه مشابهی در پیش گرفته اند. هوآوی در چین می خواهد سیستم عاملی مشابه اندروید ایجاد کند و پی پل هم قصد دارد تا ۲۰۲۵ بیش از ۷۵۰ میلیون کاربر برای سوپراپ مالی خود جذب کند. این که طرح های این چینی چقدر موفق خواهند بود خود داستان دیگری است، اما نکته اینجاست که بازار این غول ها به شدت مورد توجه شرکت های پیر و جوان دیگری هم قرار گرفته است و این می تواند به معنی آغاز پایان انحصار غول های فناوری بر زندگی دیجیتال ما باشد.

سرزمینی برای پیرمرد ها

اپل و مایکروسافت بیش از حدود چهار دهه است در بازار حضور دارند. آمازون و گوگل نیز بیست و چند ساله هستند. فیسبوک هم به زودی ۱۷ ساله می شود. همه این شرکت ها در چند حوزه مختلف و معمولاً مجزا فعالیت دارند. اگر این پنج غول را جوان یا میانسال بدانیم، در این صورت شرکت هایی مثل دیزنی یا والمارت در ایالات متحده حکم پدربزرگ را خواهند داشت. با این که این دو شرکت هر دو قبل از عصر



شرکت های قدیمی تری
مثل والت دیزنی و
والمارت که شروع
کارشان به پیش از
دوران عصر فناوری
اطلاعات باز می گردد
فرصت های موجود
در بازار سودآور
فناوری های دیجیتال
را به خوبی شناسایی
کرده اند و با تمام قوا
قصد بهره گیری از آن
و به چالش کشیدن
غول های فناوری را
دارند