

GOOGLE KAO WEB ПРЕТРАЖИВАЧ



Веб претраживачи су се појавили раних 90-их година као релативно једноставни претраживачки програми који су посећивали веб-странице и сакупљали информације о садржају сваке стране. Те прве програме су називали различито – пужачи (*crawlers*), паукови (*spiders*) или шетачи (*wanderers*). Алта Виста, лансирана 1995. године, била је први претраживач који је омогућио поставку упита тзв. природним језиком, на пример у облику – историја развоја претраживача, а не као што је то до тада чињено у форми „историја + претраживање веба + претраживач“.

Студенти рачунарства с универзитета Станфорд/САД, David Filo и Jerry Yang су 1994. године креирали ручно изабрану листу омиљених веб-страница и назвали су је „Yet Another Hierarchical Official Oracle – Yahoo). Yahoo је тако постао не претраживач, већ уређена селекција веб-страница организована по категоријама које су њихови уредници сматрали релевантним. Од тада, Yahoo је развио и сопствене капацитете претраживачких машина.

Такође студенти Станфорда, Larry Page и Sergey Brin 1998. године објављују своју прву верзију Google претраживача који је имао потпуно другачије карактеристике. Претраживач је индексирао сваку реч веб-странице и истовремено рангирао резултате претраживања према значају сваке веб-странице. Google је тако патентирао идеју рангирања веб-страница (*PageRank System*) којој је у основи праћења популарност одређене стране мерењем броја осталих страна које према датој страни имају линкове. Brin је функционалности претраживача допринео и посебним веб *crawler* програмом који је индексирао не само кључне речи веб-странице, већ и комбинације речи (на пример, имена аутора или наслова њихових чланака). Ове две идеје су постале основа Google претраживача. Име Google долази од погрешног изговора речи “googol” што је назив за број 10.100 (цифра 1 праћена са стотину нула). Наиме, Larry Page и Sergey Brin, када су одлучили да региструју интернет домен *googol*, установили су да је већ заузет те су морали мало да га модификују пошто нису хтели да одустану и траже друго име.



I am feeling lucky у бинарном коду – прва порука на друштвеној мрежи *Twitter* компаније *Google*

У фебруару 1999. године Google се са својих десетак запослених сели у Пало Алто. Веб-сајт <http://www.google.com> већ бележи 500.000 корисничких претрага дневно. Redhat, највећи светски дистрибутер Linuxа постаје прва комерцијална муштерија,

делимично зато што Google користи искључиво Linux на својим серверима. Велики играчи им се придружују, велика имена добијају посао у Google, а пар гиганта из Силицијумске долине улаже 25 милиона долара за право гласа у управном одбору. Фирма се сели у Маунтин Вју (Калифорнија), у своје данашње просторије, тзв. Googleplex. Након још две значајне награде, *Webby* и *People's Voice Award*, Google у јуну 2000. године објављује да у својој бази има податке за преко милијарду веб-страница и тако постаје највећа машина за претраживање интернета.



Googleplex – седиште компаније Google

Данашњи председник компаније каже да је Google успео зато што је од почетка имао добар концепт и оријентацију. Претраживање веб-страница је, по учестаности, друга активност на интернету, одмах иза размене електронске поште. За разлику од сличних компанија које су настале 1996. и 1997. године са идејом да постану "Yahoo уместо Yahoo", Google је од почетка сматрао да ће, са растом интернета, ефикасна машина за претраживање са релевантним резултатима постати кориснија од бескрајно разгранатих каталога у Yahoo стилу.

Google дневно одговори на преко 200 милиона упита, при чему током највећег оптерећења обради неколико хиљада корисничких захтева у секунди. Захтев се типично извршава за око 0,3 секунде и подразумева претрагу базе података у којој се налази преко три милијарде индексираних веб-страница у најразличитијим форматима, нешто мање од милијарду конференцијских (*Usenet*) порука и 250 милиона слика. Google „роботићи“, „спајдери“ или „ботови“, потпуно аутономни програми који перманентно „шпартају“ интернетом, бележећи нове странице и ажурирајући информације о већ постојећим, изнова „прериљају“ читав интернет за око месец дана. Четири од пет интернет претрага обавља се помоћу Google.

Основни извор прихода Google су огласи који се пласирају на страницама резултата претраге, искључиво у текстуалном облику (како брзина учитавања страница не би трпела), и то на прилично „демократски начин“. Ако, на пример, корисник тражи информацију о аутомобилима, Google ће приложити и пар рекламних линкова до сајтова великих произвођача. Компаније које су Google платиле више појављиваће се чешће у огласима, али само иницијално. У каснијем периоду, рекламни линкови на које кликне већи број корисника појављиваће се чешће од оних на које не кликне нико.

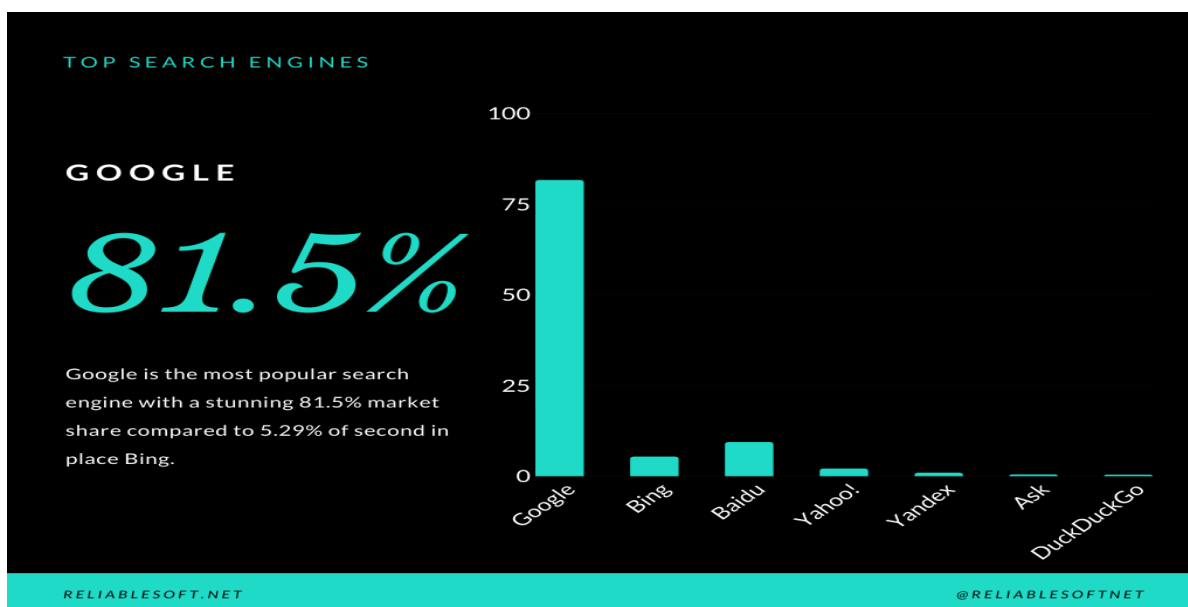
Google статистика говори и следеће. Google месечно оствари седам милијарди претрага на 100 језика укључујући Xhosa и зулу. Он је најпосећенији претраживач у 2019. години који заузима чак 80% глобалног тржишта. Google је ушао и у речник енглеских речи као глагол гугловати. У 2018. години Googleов приход је износио 136,22

милијарде америчких долара. Велики део тих прихода чине приходи од оглашавања, који су у 2018. години износили 116 милијарди америчких долара. Google је од маја 2018. године на првом месту међу светским интернет компанијама, са тржишном капитализацијом од 510 милијарди америчких долара (Statista, 2018).

Позиција Google-а на тржишту претраживача

Успех Google базира на континуираном иновирању своје понуде. Нови производи се нуде преко GoogleLaba, преводе се у бета верзију онда када се процени да су корисни за купце и коначно се додају у Google палету производа – овај процес може да траје до годину дана. Преко овог процеса Google учи од купаца и укључује стална унапређивања на бази њихових утисака и реакција. Google микс производа укључује 15 производа претраге (веб, блог, земљу, мапе, опомене и др) три рекламна производа (AdSense, AdWords и Analitiku) 21 апликацију (GuglDocs, Picassa, YouTube, Blogger) пет производа за предузећа (Earth Enterprise, Maps for Enterprise, SketchUp pro) и две мобилне апликације. Све што Google нуди мора да се уклапа у Google филозофију „10 ствари које су тачне“:

- Фокусирај се на корисника и све остало ће уследити,
- Најбоље је урадити само једну ствар, али стварно, стварно добро,
- Демократија на мрежи функционише,
- Не мораш бити у канцеларији да би ти требао неки одговор,
- Можеш зарађивати и да не радиш лоше ствари,
- Увек постоји више информација негде тамо,
- Потреба за информацијама прелази све границе,
- Можеш бити озбиљан и без одела,
- Одлично није довољно добро.



Остали производи Googlea

- Године 2001. компанија *Keyhole Inc.* је направила апликацију *EarthViewer3D* која је омогућавала преглед планете Земље у три димензије. Компанију је купио Google 2004. године. После годину дана рада на *EV3D* апликацији, прерађену верзију су назвали *Google Earth* и пласирали је 2005. године. Постоје две верзије апликације – регуларна, бесплатна, верзија, и знатно детаљнија „*про*“ верзија која се наплаћује око 400 долара на годишњем нивоу.
- Од 1. априла 2004. године, корисницима Googlea је понуђено коришћење имejл сервиса под називом *Gmail* (Google mail). У почетку је сервис био затвореног типа (могли сте га користити само уз позивницу некога ко је већ корисник). Главна предност *Gmaila* у односу на конкуренцију је била могућност чувања огромне количине података (1 ГБ) док је, рецимо, *Microsoftov Hotmail* дозвољавао свега 10 МБ. *Gmail* је убрзо интегрисан са *Google Talkom*, бесплатним сервисом за chat-овање.
- Године 2005. Google купује *Android Inc.*, компанију која је дизајнирала оперативни систем под истим именом намењен „смарт“ мобилним телефонима и таблет рачунарима.
- У новембру 2006. године, Google је купио *Youtube* и тиме спојио базу корисника *Youtubea* и корисника *Googleovih* услуга што данас представља једну од највећих база података корисника на свету.
- Године 2008. Google лансира својствени интернет претраживач *Google Chrome* који убрзо постаје други по популарности и коришћењу (за петама *Mozilla Firefoxu* а далеко испред *Microsoft Internet Explorera*).
- Године 2009. Google проширује своју делатност избацивањем *Google OS*-а на тржиште. У партнерству са *Acerom* и *Samsungom* су осмишљени и пласирани такозвани *Chromebook* рачунари опремљени *Google* оперативним системом намењеним ексклузивно за рад са веб-апликацијама.
- У августу 2011. године, Google обелодањује своје најновије „чедо“ – *Google plus*, друштвену мрежу која, према првим утисцима корисника, има потенцијала да у будућности постане озбиљна конкуренција до сада најкоришћенијој друштвеној мрежи *Facebooku*.



За онлајн рекламирање Google користи више алата, а најзначајнији су *AdWords* и *AdSense*.

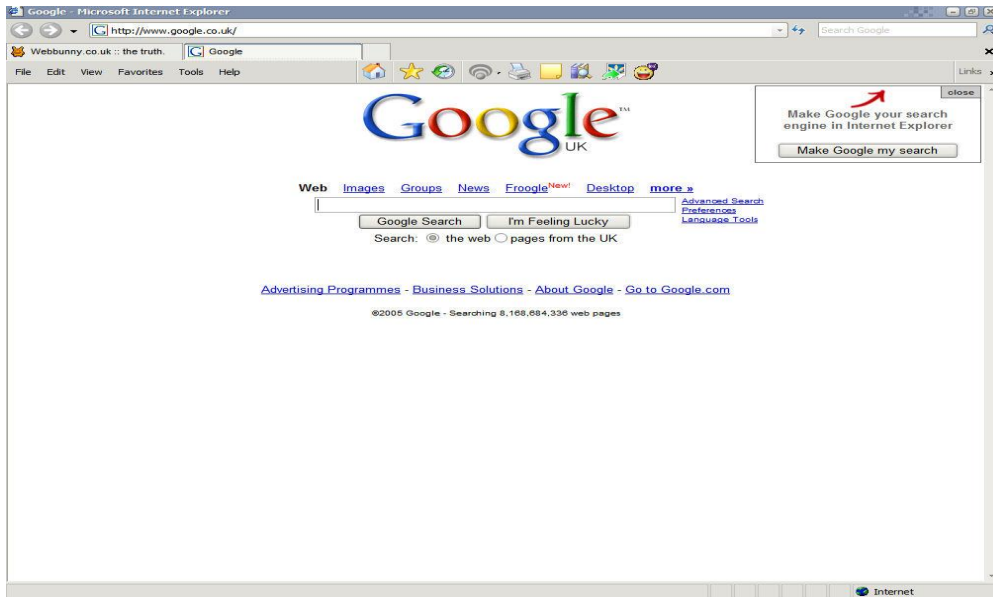
AdWords је ад сервер за самопослуживање који користи исти алогоритам релевантности рангирања који користи и Google претраживач, који га чини тако ефикасним. Рекламери кажу Googleu колико желе да потроше и онда „купе“ одговарајуће кључне речи. Када купци укуцају наведене речи у упитни бокс претраживача, банер рекламера се листира са спонзорисаним линковима који се приказују поред оригиналних резултата претраживања. Сваки пут када купац кликне на банер Google задужује рачун компаније која се рекламира за уговорени износ клика. *Click-through* стопа је око 15%, а компаније које се овако рекламирају забележиле су раст онлајн продаје за 20-25%.



AdSense је афилијет програм у коме Google нуди власницима веб-сајтова да зараде тако што ће дозволити постављање туђих рекламних банера на свој сајт. *AdSense* аутоматски испоручује текст и слику оног ко рекламира партнерском сајту који му одговара. Уклапање партнерских сајтова Google врши преко посебног алгорита (*contextuall matching*). Кључни критеријум упаривања сајтова је квалитет и појављивање оба сајта и реклама, као и ниво популарности. Google партнерима обезбеђује и аналитику о посећености и претварању посетилаца у купце.



Веб-странице које су служиле за лоцирање информација на мрежи као што су Yahoo!, Google и MSN су постале тако популарне и лаке за употребу, да служе и као основни портали за интернет. Тржиште претраживача данас одликује врло висока конкуренција. Тако, на пример, Microsoft је лансирао свој MSN претраживачки алат, Amazon.com је ушао на тржиште са својим решењем A9, а Overture.com (сада у поседу Yahoo-a) је трансформисао свет претраживача увођењем наплате маржи за постављање реклама и рангирање. Google је најпопуларнији претраживач на вебу са остварених близу 50% свих истраживачких упита.



Извор: Turban, 2008:191; Statista, 2018.