

INTERNET RESEARCH LABS, NHU CẦU PHÁT SINH TỪ THỰC TIỄN

Phòng thí nghiệm nghiên cứu Internet là một bước đi kế tiếp của Microsoft trong cuộc đua với các đối thủ như Google và Yahoo, nhằm đẩy nhanh tốc độ thương mại hóa sản phẩm. Microsoft Live labs (MLL)

Phòng thí nghiệm nghiên cứu Internet là một bước đi kế tiếp của Microsoft trong cuộc đua với các đối thủ như Google và Yahoo, nhằm đẩy nhanh tốc độ thương mại hóa sản phẩm. Microsoft Live labs (MLL)

Ảnh: Yahoo! News

Kết hợp giữa sự nhóm phát triển MSN của Microsoft và bộ phận nghiên cứu của họ, mục đích của MLL không giống như các phòng thí nghiệm thông thường mà là tạo ra các sản phẩm mới có sức cạnh tranh cao. Microsoft hy vọng sự hợp tác này sẽ tạo ra những sản phẩm mang tính đột phá thật sự, làm "tươi mới" các sản phẩm đã quá "quen thuộc đến nhàm chán" của mình. Có thể thấy, động thái này của Microsoft nhằm để bắt kịp với các đối thủ như Google và Yahoo, những công ty mà thu nhập chủ yếu dựa trên các trình ứng dụng nền Web. Các ứng dụng nền Web, luôn được cho là dễ xây dựng và triển khai, tốc độ cập nhật cao, giao diện thân thiện với nhiều đối tượng người dùng. Đó chính là một lợi thế so với các công ty phần mềm truyền thống, khi mà một sản phẩm của họ phải tốn hàng năm trời phát triển. Giá cả của sản phẩm, phụ thuộc vào mức độ đồ sộ của chương trình. Các sản phẩm trên nền Web thường có giá rẻ hơn nhiều, đôi khi còn miễn phí. Đương nhiên, tiền nào của đó. Tuy vậy, trong xu thế các tập đoàn tài chính đang muốn "linh động" về tổ chức của mình, thì yêu cầu của phần mềm là nhỏ gọn, giải quyết đúng mục đích công việc, và giá cả phải chăng. Nói chung, tính hiệu quả phải được đặt lên hàng đầu. Microsoft cũng nhận ra được điều này, chính vì thế họ đã đặt mục tiêu là phát triển các phần mềm ứng dụng trên nền web, như Windows Live và Office Live, có những tính năng tương tự như hai bộ sản phẩm Windows và Office. Ngoài ra, Microsoft cũng giới thiệu adLabs, một dự án nghiên cứu thúc đẩy sự phát triển hiệu quả của quảng cáo, nhất là quảng cáo Online. Một cái nhìn chiến lược?

Có thể nói, việc Microsoft thành lập MLL là một bước đi hợp lý, xét trên phương diện thị trường. Cần phải xác định một điều rằng MSN ra đời trước MML như là một bước chuẩn bị cơ sở vật chất và tự liệu thực tế cần thiết cho việc nghiên cứu. Chính vì thế, Microsoft không phải tốn công xây dựng các hệ thống điều nghiên về thị trường và nhân lực. Đây cũng là một điểm khác so với các phòng thí nghiệm thông thường, và dường như mọi chuyện đều đã có chủ ý, được chuẩn bị một cách chu đáo từ đầu. Có thể nói, đây là một bước đi đầy tính chiến lược, đầy tham vọng của Microsoft. Giới quan sát vẫn dõi theo những bước chân của nhà khổng lồ. TRẦN HUY