

เกมทำชนระหว่าง Facebook & Google Buzz

ผศ.สุพล พรหมมาพันธุ์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ลงตีพิมพ์ในวารสาร CIO World & Business, Issue 102, May 2010

แนวคิดของเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ ต้องสะเทือนอีกครั้งหนึ่ง เหตุด้วยเมื่อวันพุธที่ 10 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2010 ที่ผ่านมานี้ สำนักงานใหญ่เม้าท์เท่นวิว คาลิฟอร์เนีย มีการเปิดตัวของ **กูเกิ้ลบัซ (Google Buzz)** อย่างยิ่งใหญ่ กูเกิ้ลบัซ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดจากค่ายบริษัทกูเกิ้ล ออกมาเพื่อเป็นเกมทำชนคู่แข่งอย่าง Facebook และ Twitter ซึ่งกำลังโด่งดังอย่างสุดขีดในช่วงเวลานี้ กูเกิ้ลบัซเป็นเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networks) ซึ่งสร้างติดมากับ Gmail อันเป็นผลิตภัณฑ์บริการอีเมลที่ได้รับความนิยมสูงสุดอีกชนิดหนึ่ง คุณสามารถจะแบ่งปันข้อความรูปภาพกับเพื่อนฝูง ชมวิดีโอ เชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์ อัพเดทสถานะต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วบนจีเมลหรือผ่านเว็บเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ โดยเฉพาะการรันการทำงานบนระบบปฏิบัติการ Android ของกูเกิ้ล Google Buzz เป็นการผนวกเอาการทำงานของ Gmail, Google Maps และ Android มาบูรณาการร่วมกัน นอกจากนี้ Google Buzz ยังเป็นความพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลของลูกค้าที่ใช้ Gmail อยู่ในปัจจุบันนับจากเดือนธันวาคม ค.ศ. 2009 ซึ่งมีอยู่ประมาณ 176.5 ล้านคนทั่วโลกซึ่งมีสถิติผู้ใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจาก Windows Live Hotmail ของบริษัทไมโครซอฟท์ซึ่งเป็นอันดับ 1 มีผู้ใช้ 369.2 ล้านคน และอันดับ 2 คือ Yahoo Mail มีผู้ใช้ 303.7 ล้านคน ทำให้ Google Buzz ไม่ต้องสร้างหรือแสวงหาลูกค้าใหม่เพิ่มเติม ซึ่งลักษณะอย่างนี้เองเป็นข้อได้เปรียบของ Google Buzz เป็นอย่างยิ่ง การที่บริษัทกูเกิ้ลจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละครั้ง จะสังเกตว่า กูเกิ้ลได้อาศัยความชาญฉลาดอัจฉริยะของเว็บ เสิร์ชเอนจิน (Search Engine) อันดับหนึ่งของโลก ซึ่งตนเองมีความเชี่ยวชาญมากที่สุด หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นจุดแข็งของกูเกิ้ลเลยก็ว่าได้ ซึ่งถ้าไม่แน่ใจ คงไม่สามารถคว้าอันดับหนึ่งแข่งหน้าคู่แข่งอย่าง Yahoo.com ขึ้นมาได้ ก่อนหน้านี้ กูเกิ้ลได้ออกผลิตภัณฑ์โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ ได้แก่โปรแกรมที่ใช้ติดต่อดังสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตที่ชื่อว่า Chrome และประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามมาแล้ว แต่ก่อนจะเปิดตัว Chrome กูเกิ้ลได้ทุ่มศึกษาเรื่องนี้อย่างลึกซึ้ง ด้วยการเปิดโอกาสให้หุ้นส่วน (Partner) ของตนเอง สามารถนำเอาแบนเนอร์ของโปรแกรม Firefox ไปติดไว้บนเว็บไซต์ของตนเอง ใน Google AdSense และให้ลูกค้าสามารถดาวน์โหลดได้ฟรี จนทำให้กระแส Firefox มาแรงสุดขีด แซงขึ้นแทนแชมป์การถูกดาวน์โหลดมากที่สุดถึง 526 ล้านครั้ง ล้มแชมป์อย่าง IE7 ของไมโครซอฟท์มาแล้ว เพียงแค่เปิดตัว Chrome ได้ไม่นาน ทำให้ Chrome แซงขึ้นแทนอยู่อันดับ 4 ของโปรแกรมประเภทเว็บเบราว์เซอร์ได้ ด้วยสถิติ 0.78% ในกรณีเดียวกันในด้านเว็บสังคมออนไลน์ กูเกิ้ลได้ศึกษาเรื่องนี้มาแล้วอย่างลึกซึ้งเช่นกัน ด้วยการคว้านซื้อเว็บวิดีโอออนไลน์อย่าง YouTube ซึ่งมาแรงและเติบโตเร็วที่สุดด้วยเม็ดเงินถึง 1,650 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

จากการเปิดตัวของ Google Buzz ในครั้งนี้ เป็นการประกาศแผนการสร้างและทดสอบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ความเร็วสูง โดยนายมินนี่ อิงเกอร์ซอล และนายเจมส์ เคลลี 2 ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ของกูเกิ้ล เปิดเผยว่า ระบบใหม่นี้ จะช่วยให้การส่งอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็วกว่าที่ชาวอเมริกันส่วนใหญ่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันกว่า 100 เท่า ด้วยความเร็ว 1 กิกะไบต์ต่อวินาที และในช่วงเวลาของการทดสอบ บริษัทมีแผนเสนอบริการราคาถูกแก่ผู้สนใจทั่วประเทศอย่างน้อย 50,000 ราย และอาจถึง 500,000 ราย โดยผู้สนใจจะต้องแจ้งความจำนงภายในวันที่ 26 มีนาคม ค.ศ. 2010 ซึ่งแผนการนี้สอดคล้องกับเป้าหมายของประธานาธิบดีบารัค โอบามา ที่ให้คำมั่นสัญญากับชาวอเมริกันว่าจะทำให้ชาวอเมริกันทุกครัวเรือนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ได้อย่างทั่วถึงแน่นอน

ลักษณะพิเศษสำคัญของ Google Buzz คือ : (1). ไม่ต้องมีการติดตั้ง สามารถติดตามบุคคลที่คุณติดต่ออยู่บ่อยๆ ผ่านจีเมล พร้อมสนทนาได้กับเพื่อนคุณที่ออนไลน์อยู่, (2). แบ่งปันสู่สาธารณะ หรือในแบบส่วนตัว เผยแพร่ความคิดของคุณสู่คนทั้งโลก หรือแค่เฉพาะในกลุ่มเพื่อนสนิทเท่านั้น, (3). พร้อมผนวกกล่องจดหมาย ความคิดเห็นต่างๆ จะถูกส่งตรงถึงกล่องจดหมายของคุณทันที ทำให้คุณติดตามการสนทนาได้อย่างง่ายดาย, (4). แบ่งปันภาพถ่ายโดยง่ายดาย สามารถดูภาพขนาดย่อ พร้อมบทความแต่ละบทความ และเรียกดูภาพถ่ายขนาดใหญ่หน้าจอกจากเว็บไซต์ยอดนิยมต่างๆ , (5). เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ที่ใช้งานอยู่แล้ว สามารถนำเข้าสู่ข้อมูลจาก Twitter, Picasa, Flickr และ Google Reader, (6). ดูการอัปเดตแบบเรียลไทม์ ข้อความและความคิดเห็นใหม่ๆ จะแสดงให้เห็นทันทีโดยไม่ต้องรีเฟรชใหม่, (7). สามารถแนะนำบทความที่น่าสนใจ และข้ามบทความที่คุณไม่ต้องการอ่านไปได้, (8). Google Buzz ยังสามารถใช้กับอุปกรณ์และโทรศัพท์มือถือได้อย่างง่ายดายอีกด้วย (<http://cybergyaan.blogspot.com>)



นอกจากลักษณะพิเศษของ Google Buzz ดังกล่าวแล้ว ผู้บริหารของกูเกิลยังกล่าวอีกว่า ผู้ใช้สามารถแชร์คอนเท้นท์หรือเนื้อหาผ่านเว็บที่ให้บริการแชร์รูปภาพอย่าง Picasa และเว็บที่ให้บริการแชร์วิดีโออย่าง Youtube รวมไปถึงสามารถแชร์ข้อความผ่านเว็บคู่แข่งอย่าง Twitter ได้ แต่ไม่สามารถเผยแพร่ข้อความบน Twitter ได้เท่านั้น ผู้บริหารยังให้สัมภาษณ์ผ่านข่าวรอยเตอร์อีกว่า Google Buzz ในปัจจุบันยังไม่สามารถแสดงข้อความต้นฉบับบนเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งมีผู้ใช้งานอยู่ถึง 400 ล้านคนอย่าง Facebook ได้ เนื่องจากความจริงที่ว่า Gmail ยังไม่ได้เชื่อมโยง และยังไม่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่คลื่นสัญญาณบน Twitter และ Facebook ซึ่งตรงนี้เองเป็นความท้าทายของกูเกิลอย่างยิ่ง

แม้ที่จริงแล้วบริษัทกูเกิล ได้มีพยายามที่จะเข้าไปครอบครองเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อนหน้านี้ตั้งนานแล้ว ด้วยการเปิดตัวเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ชื่อ **ออคัส (Orkut)** ในปี ค.ศ. 2004 ซึ่งในขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในท้องตลาดของประเทศบราซิล แต่ว่า Orkut ก็ประสบความสำเร็จล้มเหลวในการที่จะดึงดูดผู้ใช้งานที่มีจำนวนมหาศาลใน Facebook และ MySpace ที่อยู่ในสหรัฐอเมริกาได้

กล่าวถึง Facebook ซึ่งเป็นเว็บสังคมออนไลน์เจกเช่นเดียวกัน ก่อตั้งโดย นาย Mark Zuckerberg เมื่อเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2006 ร่วมกับเพื่อนในชั้นเรียนภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ขณะที่เป็นนักศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดสหรัฐอเมริกา เพื่อนผู้ร่วมก่อตั้งประกอบด้วย นาย Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, และ Chris Hughes ลักษณะเด่นของ Facebook คือ ผู้ใช้สามารถเพิ่มชื่อเพื่อนเข้าไปได้, ส่งข้อความได้, แชร์รูปภาพได้, ใส่เรื่องที่ตนเองมีความสนใจไปได้, มีสารสนเทศสามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ได้, สนทนาพร้อมกันได้, อัปเดตสถานะส่วนบุคคลลงไปได้ เพื่อแจ้งให้เพื่อน

ของตนซึ่งอยู่ในระบบออนไลน์ได้รับทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหว นอกจากนี้ ผู้ใช้ยังสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกับเพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันไม่ว่าจะเป็นสถานที่ทำงาน โรงเรียน และมหาวิทยาลัย ในช่วงแรกการเริ่มก่อตั้งใหม่ๆ นั้น Facebook สามารถรับสมัครสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างมีขีดจำกัด โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ร่วมก่อตั้งกับนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยฮาวาร์ดเท่านั้น ต่อมาจึงขยายไปสู่มหาวิทยาลัยอื่นๆ ในเขตบอสตัน และมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด จนกระทั่งปัจจุบันเด็กที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไป ซึ่งมีอีเมลเป็นของตนเองก็สามารถสมัครเป็นสมาชิกได้ ทำให้ Facebook เติบโตอย่างรวดเร็ว และเป็นเว็บไซต์คอมมูนิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีสมาชิกอยู่ที่ 400 ล้านคนทั่วโลก ตามหลังมาด้วย MySpace ซึ่งครองอันดับ 2

ถึงแม้ว่า มีบางประเทศจะทำการบล็อกเว็บไซต์ของ Facebook เอาไว้ เพื่อไม่ให้ประชากรของตนเข้าไปใช้ เพราะเกรงว่า สารสนเทศส่วนบุคคล หรือความลับบางอย่างอาจถูกนำไปเปิดเผยได้อย่างง่ายดาย เช่น เรื่องการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น ประเทศที่ทำการบล็อกเว็บไซต์ Facebook เหล่านี้ได้แก่ ประเทศซีเรีย, จีน, เวียดนาม และอิหร่าน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม คลื่นมนุษย์หรือคลื่นของจำนวนผู้ใช้นับวันจะหลังไหลเข้ามาเป็นสาวกของ Facebook อย่างมากมายมหาศาล ทำให้ Facebook แข่งหน้า MySpace ขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ติดต่อกันมา 2 ปีแล้ว คือ ปี ค.ศ. 2009 และ 2010 คงต้องรอดูกันต่อไปว่า Google Buzz จะสามารถขึ้นมาเทียบชั้น หรือแข่งหน้า Facebook ได้หรือไม่ ซึ่งนับว่า เป็นเกมท้าชนที่สนุกเอาการทีเดียว.



