

คอลัมน์ “เศรษฐกิจพรรคเจ้าพระยา”

นิตยสารผู้จัดการรายเดือน ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2546

ครึ่งทศวรรษ Google.com

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์

Google.com มีอายุครบครึ่งทศวรรษในปีนี้

ไม่น่าเชื่อว่า ธุรกิจขนาดจิ๋ว ซึ่งก่อเกิดจากมันสมองของนักศึกษาวิชาคอมพิวเตอร์ แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด 2 นาย จะสามารถเติบโตเป็น Search Engine ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดในโลก เพียงชั่วระยะเวลาเพียง 5 ปี

เซอร์ไก บริน (Ser- gey Brin) ขณะอายุ 22 ปี และลาร์รี เพจ (Larry Page) ขณะอายุ 21 ปี ร่วมกันสถาปนา Google.com ในปี 2538 โดยในขั้นแรกใช้ชื่อ Back Rub ห้องพักในมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดของคนทั้งสองแปรสภาพเป็นสำนักงาน ห้องพักของเพจเป็นศูนย์สารสนเทศ ส่วนห้องพักของบรินเป็นสำนักงานธุรกิจ โดยที่ในเวลาต่อมาย้ายสำนักงานไปยัง Menlo Park มลรัฐแคลิฟอร์เนีย Google.com ถือกำเนิด ณ ที่ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นคู่อมรดก เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2541 ด้วยเงินลงทุน 1 ล้านดอลลาร์อเมริกันที่ระดมจากญาติสนิทและมิตรสหาย

เมื่อ Google.com ถือกำเนิดนั้น ธุรกิจ Dot Com กำลังรุ่งเรืองสุดขีด แต่แล้วภาวะฟองสบู่ของธุรกิจ Dot Com ก็เริ่มแตกในปี 2543 จนธุรกิจ Dot Com กลายเป็นธุรกิจ Dot Gone Google.com สามารถฝ่ามรสุมธุรกิจดังกล่าวนี้ได้เป็นอย่างดี ไม่เพียงแต่จะอยู่รอดได้เท่านั้น หากยังเติบโตใหญ่ได้อีกด้วย

เมื่อ Google.com เริ่มให้บริการ Search Engine นั้นในขั้นแรกมีผู้ใช้บริการเพียงวันละ 10,000 รายเศษ ในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการมากกว่าวันละ 200 ล้านราย

Search Engine ทำหน้าที่เสมือนหนึ่ง 'ห้องสมุด' ใน Cyberspace ผู้ที่ต้องการแสวงหาความรู้และค้นหาข้อมูล เพียงแต่เข้าสู่ Search Engine และพิมพ์คำไข (Key Words) หรือหัวข้อที่ต้องการค้น Search Engine จะช่วยนำพาไปสู่ Web- sites ต่างๆ ที่สามารถให้ความรู้และข้อมูลตามคำไขหรือหัวข้อที่ค้นนั้น

Google.com ให้ความสนใจในการพัฒนา Indexing Technology เพราะการจัดระบบตรรกะนี้เป็นหัวใจของ Search Engine ทั้งนี้ Search Engine จะต้องสามารถนำผู้ใช้บริการไปสู่ Website ที่ให้ข้อมูลและความรู้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการในเวลาอันรวดเร็ว

Google.com ทุ่มทรัพยากรในการวิเคราะห์เนื้อหาของ webpage ต่างๆเพื่อกำหนดค่าไข และเพื่อประเมินความนิยมของผู้ใช้บริการ ด้วยเหตุดังนี้ Google.com จึงสามารถจัดทำตรรกะสำหรับ Web Journals เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการให้บริการได้

ในด้านหนึ่ง Google.com กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา Indexing Technology ในอีกด้านหนึ่ง Google.com ให้ความสำคัญในด้านยุทธศาสตร์การตลาด ทั้งนี้เนื่องจาก Google.com อยู่รอดในทางธุรกิจได้ด้วยรายได้จากการโฆษณา โดยที่รายได้จากการโฆษณาเพิ่มพูนตามปริมาณผู้ใช้บริการ ในขณะที่ปริมาณผู้ใช้บริการจะมีมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการให้บริการของ Google.com เอง ยุทธศาสตร์ทั้งสองจึงขึ้นต่อกันและกัน และมีผลต่อชะตากรรมของ Google.com

Google.com สนใจศึกษาว่า webpage แต่ละหน้าสมควรโฆษณาสินค้าหรือบริการอะไร การหาโฆษณาของ Google. com จึงมีเป้าหมายเด่นชัด เพราะมีได้เพียงให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการได้ประโยชน์เท่านั้น หากต้องการให้ผู้ใช้บริการได้ประโยชน์ด้วย อาทิ ในขณะที่ผู้ใช้บริการกำลังค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะมีโฆษณาบริการนำเที่ยวปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ ฯลฯ ด้วยวิธีการเช่นนี้ Google.com ช่วยให้การโฆษณามีประสิทธิผลเพิ่มขึ้น บริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการพอใจที่จะโฆษณากับ Google.com

การเติบโตใหญ่ของ Google.com เป็นปรากฏการณ์ที่มีผู้จับตามองมากขึ้น เมื่อ Google.com ก้าวล่วงไปซื้อ Pyra Labs ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์เมื่อต้นปี 2546 วงการธุรกิจเริ่มตั้งคำถามว่า เหตุใดบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ Search Engine จึงตัดสินใจซื้อบริษัทผลิตคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์?

Pyra Labs เป็นเจ้าของบริษัท Blogger เมื่อ Google. com ซื้อ Pyra Labs Google.com ย่อมเป็นเจ้าของ Blogger ด้วย

Blogger นอกจากผลิตคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์แล้วยังเป็นเจ้าของ Website อันเป็นที่สิงสถิตของ Weblogs นับล้านใน Cyberspace

Weblogs เป็น Website ส่วนบุคคล ณ ที่ซึ่งผู้อ่านสามารถเข้าไปสื่อสารด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงทัศนวิจารณ์ หรือมี 'บทสนทนา' กับผู้อ่านอื่นๆ โดยปกติจะมี Web Links ด้วย

กระบวนการเติบโตของ Weblogs หรือ Weblogging นอกจากจะมีผลต่อการขยายขนาดของ Cyberspace แล้ว ยังมีผลต่อวัฒนธรรมการสื่อสารของมนุษย์อย่างสำคัญอีกด้วย Cyberspace กลายเป็นแหล่งความรู้และข้อมูลที่สำคัญยิ่งกว่าห้องสมุดใดๆ การแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนวิจารณ์ใน Cyber-space เป็นไปอย่างเสรี ข้อเขียนที่ปรากฏในสิ่งตีพิมพ์ถูกถ่ายทอดสู่ Cyberspace ได้โดยง่าย ผ่านการเชื่อมโยงระหว่าง Weblogs ต่างๆ

แต่ Weblogs แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ข้อเขียนที่ปรากฏบน Weblogs ไม่มีการตรวจสอบว่าเป็นข้อเขียนที่ถูกต้องตรงต่อข้อเท็จจริง ไม่มีกระบวนการบรรณาธิการเพื่อให้ภาษาสละสลวย หากจะมีการใช้ภาษาหยาบคาย หรือแม้แต่หยาบโจน ก็เป็นเรื่องคาดการณ์ได้

การปรากฏตัวของ Weblogs ก่อให้เกิด Weblog-sphere หรือ Blogosphere อันเป็นส่วนต่อเติมของ Cyberspace กระบวนการ Weblogging ช่วยขยายต่อเติม Blogosphere

Google.com ต้องการหาประโยชน์จาก Blogosphere อันกว้างใหญ่ไพศาลอย่างปราศจากข้อกังขา มิฉะนั้นคงไม่ตัดสินใจซื้อ Pyra Labs การซื้อ Pyra Labs ไม่เพียงแต่จะทำให้ Google.com ได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่พัฒนาโดย Pyra Labs และ Blogger เท่านั้น หากยังได้ประโยชน์จากข้อมูลเกี่ยวกับ Weblogs ที่ Blogger ครอบครองอีกด้วย ข้อมูลเหล่านี้ช่วยขยายต่อเติมฐานข้อมูลที่ Google.com มีอยู่เดิม มีพักต้องกล่าวถึง Interlinks ที่มากับ Weblogs ด้วย

นักสังเกตการณ์จำนวนไม่น้อยเริ่มตั้งข้อสังเกตว่า Google.com อาจอยู่ในกระบวนการปรับโครงสร้างเพื่อเปลี่ยนโฉมเป็นธุรกิจสื่อสารมวลชน (Media Business) Google.com รุกคืบไปทำสัญญาพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์กับ American Online เมื่อต้นเดือนตุลาคม 2546 ทำให้ข้อคาดการณ์ข้างต้นนี้มีความเป็นไปได้เพิ่มขึ้น ในอีกด้านหนึ่ง Microsoft จับตามองการเติบโตของ Google.com ด้วย และเริ่มวางแผนที่จะประกอบธุรกิจ Search Engine แข่งกับ Google.com

ครึ่งทศวรรษของ Google.com เป็นครึ่งทศวรรษแห่งการเติบโตที่มีคุณภาพ อย่างน้อยที่สุด แม้แต่ยักษ์ใหญ่ดุจดั่ง Microsoft ยังต้องเกรงขาม

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ Google.com

กำเนิด	7 กันยายน 2541
ผู้ก่อตั้ง	Larry Page Sergey Brin
ความหมาย	Google มาจากคำว่า Googol ซึ่งในทางคณิตศาสตร์ หมายถึงเลข 1 ตามด้วยศูนย์อีก 100 ตัว
จำนวนพนักงาน	มากกว่า 1,000 คน
จำนวนผู้ใช้บริการ	200 ล้านรายต่อวัน
จำนวนข้อมูล	3,100 ล้าน Web Pages