

DỊCH VỤ E-MAIL VÔ HẠN TRONG SỰ HỮU HẠN

Bất ch

Bất chấp quá trình mở rộng không giới hạn dung lượng hòm thư miễn phí cho người sử dụng, các dịch vụ webmail chuẩn bị tiến đến một thời điểm tạm lắng để chuẩn bị cho một giai đoạn phát triển mới.

"Ngành công nghiệp này cũng vận hành mang tính chu kỳ. Chúng ta đang ở vào khúc cuối của một giai đoạn do Gmail khởi xướng", Joe Laszlo, nhà phân tích của hãng Jupiter Research (Mỹ), nhận xét.

Mới đây Yahoo tuyên bố từ tháng 5, mọi account của khách hàng dùng Yahoo Mail sẽ có dung lượng lưu trữ không hạn chế. AOL đã thực hiện điều này từ tháng 9 năm ngoái, trong khi Google đều đặn tăng kích thước hòm thư và đến nay đã lên tới 2,8 GB cho mỗi người sử dụng.

Chỉ mới cách đây 3 năm, hầu hết các nhà cung cấp dịch vụ mail miễn phí đều áp dụng dung lượng rất hạn chế, thường trong khoảng 2 MB đến 10 MB. Thực tế đó buộc người sử dụng phải thường xuyên xóa bớt hoặc tải hẳn nội dung về ổ cứng PC thay vì lưu trong hộp thư nằm trên server của nhà cung cấp.

Mọi thứ bắt đầu thay đổi khi Google tạo bước đột phá vào tháng 4/2004 với việc tung ra dịch vụ Gmail với dung lượng 1 GB, ở thời điểm đó được coi là "chưa từng thấy". Cuộc chạy đua tăng dung lượng tài khoản cho khách hàng từ đó bắt đầu.

Nhiều người cho rằng tăng thêm dung lượng là tốt nhưng chưa hẳn thực sự cần thiết so với những ưu tiên như bảo mật chống lại tình trạng thư rác, lừa đảo phishing và spyware, adware. Số đông người sử dụng thì khẳng định các dịch vụ webmail hiện nay không đơn thuần chỉ đóng vai trò nhận/gửi thông điệp. Với dung lượng khổng lồ, mỗi account đã trở thành một cổng lưu trữ tổng hợp cá nhân trực tuyến, trong đó chứa đủ thứ từ văn bản, danh bạ liên lạc, báo cáo tài chính cá nhân, hóa đơn, ảnh, phim....

Việc tăng dung lượng đương nhiên sẽ tạo thêm thuận lợi cho người dùng cất giữ thông tin và đỡ phải xóa bớt tài liệu cũ để nhường chỗ cho nội dung mới. Tuy nhiên, việc này cũng có phần giống như con dao 2 lưỡi nếu nhà cung cấp dịch vụ không bổ sung kèm theo những tiện ích tổ chức, phân loại thông tin và hướng dẫn người sử dụng khai thác dịch vụ một cách đơn giản nhất. Việc mở rộng kích thước tài khoản đồng nghĩa với lượng nội dung lưu trữ sẽ tăng cao, hòm thư rất có

thể trở thành một thùng rác hỗn độn khổng lồ. Khi đó, người ta có thể lưu trữ tất cả e-mail của 5 năm qua nhưng không thể tìm nổi cái mình cần khi có việc.

Bản chất của việc các nhà cung cấp dịch vụ liên tục tăng dung lượng account là để giữ chân khách hàng. Khi có hòm thư to hơn, người ta cất giữ được nhiều thứ hơn và sẽ khó từ bỏ account đó khi đã lưu nhiều thông tin cá nhân bên trong. Quá trình tăng dung lượng tài khoản cho khách hàng hoàn toàn có lợi cho nhà cung cấp vì chi phí lưu trữ nói chung hiện nay đang giảm mạnh, chỉ đáng một tỷ lệ nhỏ so với 5 năm trước, trong khi nguồn thu từ quảng cáo lại liên tục gia tăng.

Trước nhu cầu chia sẻ hình ảnh và các đoạn video clip của người tiêu dùng hàng ngày, bước tiếp theo của cuộc cạnh tranh mở rộng dịch vụ e-mail sẽ là việc tăng kích thước file đính kèm mail. Dung lượng attachment hiện nay nằm trong khoảng từ 10 MB đến 60 MB, tùy theo nhà cung cấp. Tuy nhiên, nếu e-mail của người nhận không phải là một dịch vụ mạnh thì mọi thứ nâng cấp ở phía người gửi cũng trở nên vô nghĩa.

Mặc dù đảm bảo không giới hạn hòm thư, các nhà cung cấp vẫn luôn nhắc đi nhắc lại những "quy định về chống lạm dụng tài khoản mail", trong đó khuyến cáo khách hàng không được sử dụng dung lượng lưu trữ miễn phí vào những việc không liên quan đến e-mail. "Chúng tôi cho khách hàng dung lượng không giới hạn để dùng vào những mục đích chính thống của thư điện tử, tức là trao đổi thông tin, nội dung, kể cả các nội dung đa phương tiện, nhưng không phải để biến hòm thư thành một cái ổ cứng phụ", Phó chủ tịch Yahoo John Kremer từng nói.