

บทคัดย่อ

เรื่อง : กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน
ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : คเชนทร์ วงศ์ใหญ่

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.นรา หัตถสิน

คำสำคัญ : การปรับตัว, ร้านอินเทอร์เน็ต, ความสามารถทางการแข่งขัน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรภายในร้านอินเทอร์เน็ต ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ต และค้นหากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 18 ราย ด้วยแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับทรัพยากรภายในของร้านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยภายนอกรวมถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต และการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต ในช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม 2562 และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในร้านอินเทอร์เน็ตประเภททรัพยากรทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านงบประมาณในการจัดตั้งร้านถือว่ามีความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต ส่วนด้านสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีส่งผลให้ร้านอินเทอร์เน็ตได้รับผลกระทบมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตพบว่า อำนาจต่อรองกับคู่ค้าซึ่งเป็นผู้ขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้กับร้านอินเทอร์เน็ตนั้น มีอิทธิพลต่อธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด สำหรับการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวที่แตกต่างกันตามขนาดของกิจการคือ ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ใช้กลยุทธ์การปรับตัวด้วยการเพิ่มบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งและการส่งเสริมการขายโดยการประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กใช้กลยุทธ์การปรับตัวด้วยการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ทุก 2-3 ปี ให้มีสมรรถนะสูงสามารถรองรับเกมใหม่ ๆ อนึ่ง กิจการทั้ง 2 ขนาดล้วนใช้กลยุทธ์การมุ่งต้นทุนต่ำด้วยการบริหารต้นทุนของธุรกิจให้ต่ำเพื่อให้ส่งผลต่อกำไรที่มากขึ้นของธุรกิจ อย่างไรก็ตามกลยุทธ์ต้นทุนต่ำนั้น ไม่มีความยั่งยืนสำหรับร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กเนื่องจากขาดอำนาจต่อรองกับผู้จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กจึงควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า สร้างความสนิทสนม ความคุ้นเคยกับลูกค้า จึงสามารถรักษาลูกค้าเอาไว้ได้

ABSTRACT

TITLE : SELF-ADAPTATION STRATEGY OF INTERNET CAFE TO BUILD UP
COMPETITIVE ADVANTAGE IN MUEANG DISTRICT, UBON
RATCHATHANI PROVINCE

AUTHOR : KACHAIN WONGYAI

DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : NARA HUTTASIN, Ph.D.

KEYWORDS : SELF-ADAPTATION, INTERNET CAFE, COMPETITIVE ADVANTAGE

The key objectives of this research were to study the resource-based view of internet cafes and their external and internal environments under current competitive conditions and to find adaptation strategies to increase competitive advantages for internet cafe operators in the Mueang District, Ubon Ratchathani Province. The research instrument involved interview forms for in-depth interviews with 18 internet cafe entrepreneurs concerning internal resources, external factors, and competitive environments affecting internet cafes and the adaptation strategies of internet cafe entrepreneurs between September - October 2019. The data was analyzed by means of content analysis. The results revealed that an internal financial resource, particularly the budget to establish an internet cafe, was necessary for conducting this business. With regard to external factors, technology affected internet cafes most. Regarding competitive environments, bargaining power with computer suppliers influenced internet cafes most. Regarding increasing the competitive advantages of internet cafes, the entrepreneurs used a variety of adaptation strategies, depending on their business size. To clarify, large internet cafes added services beyond those of competitors and promoted sales through public relations. Small internet cafes updated computers every 2 – 3 years for higher performance capable of supporting new games. Firms of both sizes employed the low-cost strategy of keeping business costs low to contribute to increased profitability. However, this proved to be an unsustainable strategy for small internet cafes, due to a lack of bargaining power with computer suppliers. Therefore, small internet cafe operators should develop intimate and familiar relationships with customers to increase retention.