

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

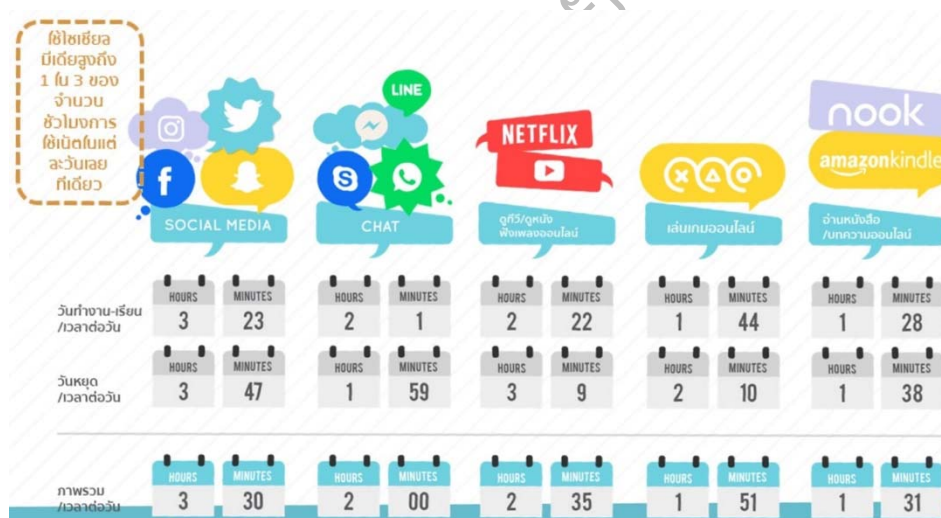
อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยเชื่อมโยงถึงกันจำนวนมาก ซึ่งกระจายอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก กล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโต และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วมากในปัจจุบัน จนเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนไทยเราเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องด้วยความสามารถในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะสื่อประสม (Multimedia) คือสามารถสื่อความหมายได้ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และในปัจจุบันมีความต้องการอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นและเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้บริโภคอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น เช่น การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ การใช้งานธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต การส่งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ และใช้การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง เช่น การชมภาพยนตร์ออนไลน์ เล่นเกมออนไลน์ การใช้งานโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ บนมือถือ สิ่งเหล่านี้ใช้อินเทอร์เน็ต จึงได้เกิดธุรกิจให้บริการเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์และโปรแกรมต่าง ๆ ไว้คอยบริการและคิดค่าบริการตามเวลาที่ใช้งาน เรียกว่า ร้านอินเทอร์เน็ต (Internet Café) (สมเกียรติ น้อยคำมูล, 2550)

จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561) ในปี 2561 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 10,727 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52 เพศชาย ร้อยละ 46 และเพศทางเลือก ร้อยละ 2 พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน เฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาที โดยกลุ่มคนวัย 18 ถึง 37 ปี (Gen Y) เป็นช่วงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ภาพที่ 1.1) ซึ่งกิจกรรมที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ Social Media ต่าง ๆ ถึง 3 ชั่วโมง 30 นาที รองลงมาคือ ดูทีวี/ดูภาพยนตร์ ฟังเพลงออนไลน์ 2 ชั่วโมง 35 นาที (ภาพที่ 1.2)



ภาพที่ 1.1 สถิติการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ปี 2561

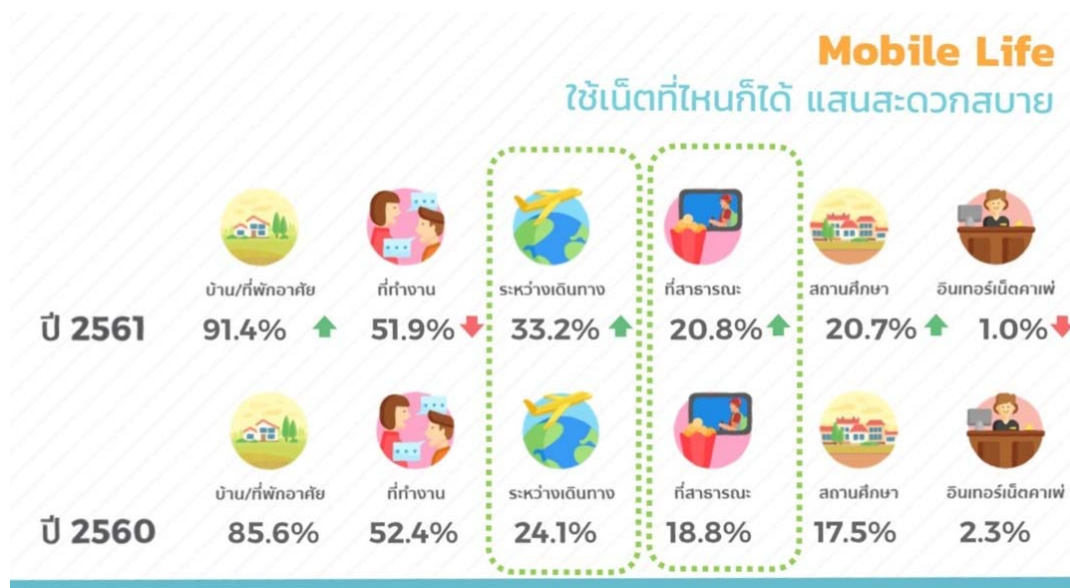
ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561: เว็บไซต์)



ภาพที่ 1.2 กิจกรรมยอดฮิตของคนไทยในการใช้อินเทอร์เน็ต

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561: เว็บไซต์)

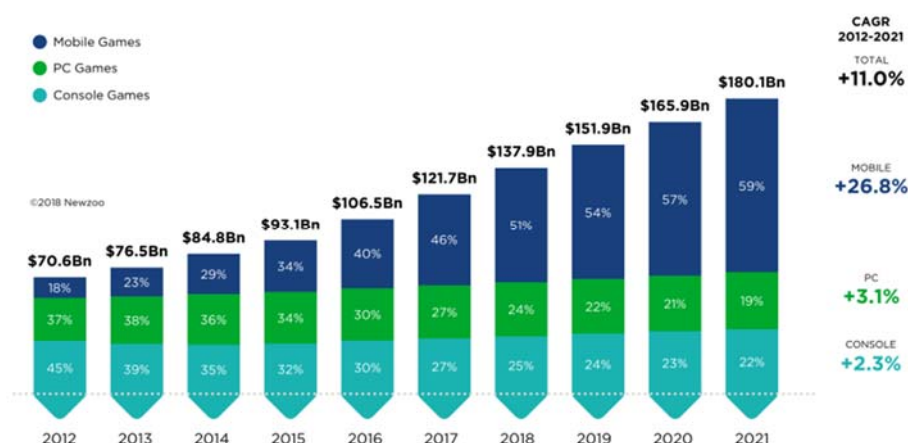
ในปัจจุบันมีร้านอินเทอร์เน็ตเปิดขึ้นใหม่ แต่คนไทยใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่ลดลง โดยในปี 2560 มีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในร้านอินเทอร์เน็ตร้อยละ 2.3 แต่ในปี 2561 มีการใช้บริการร้อยละ 1 ซึ่งกลุ่มช่วงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 18 ปี (Gen Z) ดังแสดงในภาพที่ 1.3 จากข้อมูลเหล่านี้จะเห็นได้ว่าลูกค้ามีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตจากสถานที่อื่นนอกเหนือจากร้านอินเทอร์เน็ต เช่น บ้านพักอาศัย สถานศึกษา อินเทอร์เน็ตสาธารณะ อินเทอร์เน็ตบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น



ภาพที่ 1.3 สถานที่ที่คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างปี 2560 และ ปี 2561

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2561: เว็บไซต์)

ด้านพฤติกรรมของลูกค้ายที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเล่นเกมออนไลน์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์มากกว่าการเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ แต่ในปัจจุบันมีการเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากกว่าการเล่นเกมบนคอมพิวเตอร์ จากข้อมูลปี 2560 สัดส่วนรายได้จากเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์คิดเป็นร้อยละ 27 แต่ในปี 2561 สัดส่วนรายได้ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 24 และสัดส่วนรายได้จากเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือในปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 46 ต่อมาในปี 2561 มีสัดส่วนรายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 51 ดังข้อมูลในภาพที่ 1.4 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมในการเล่นเกมออนไลน์ของลูกค้ายจากทุกแพลตฟอร์มนั้นมากขึ้น แต่มีลูกค้ายที่เล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ลดลงเนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้ายบางส่วนที่เปลี่ยนแปลงไปเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น และในการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์นั้น ลูกค้ายก็ต้องการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพสูง การประมวลผลเร็วและมีขนาดของหน้าจอที่ใหญ่ด้วย



ภาพที่ 1.4 ภาพรวมของตลาดเกมออนไลน์
 ที่มา: Newzoo (2018)

นอกจากนี้การมีเทคโนโลยีใหม่ที่มีความรวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย นโยบายของรัฐบาลที่จะสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านได้ใช้อินเทอร์เน็ต “โครงการเน็ตประชารัฐ” (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562: เว็บไซต์) ทำให้ผู้ที่ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตสามารถใช้อินเทอร์เน็ตสาธารณะได้โดยไม่ต้องเข้าร้านอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว จากแรงกดดันเหล่านี้ส่งผลให้ร้านอินเทอร์เน็ตที่ไม่สามารถปรับตัวได้ต้องปิดกิจการไป

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ร้านอินเทอร์เน็ตได้พยายามปรับตัวด้วยการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการผ่านการโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการ เช่น ราคาค่าบริการถูกลงเมื่อเล่นติดต่อกันหลายชั่วโมง การได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เมื่อสมัครสมาชิก ฯลฯ อย่างไรก็ตาม วิธีการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันเช่นนี้ย่อมเกิดการเลียนแบบได้ง่าย จนอาจทำให้ไม่เกิดความยั่งยืนในการดำเนินกิจการได้เพราะเมื่อลูกค้าได้รับโปรโมชันที่ดีกว่าจากร้านอินเทอร์เน็ตอื่น ย่อมทำให้ลูกค้าหันไปเลือกใช้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตเหล่านั้น ในขณะที่ร้านอินเทอร์เน็ตปัจจุบันยังต้องเฝ้าระวังร้านอินเทอร์เน็ตรายใหม่ที่มีความพร้อมทั้งเรื่องเงินทุนที่สูงกว่า และองค์ความรู้ตลอดจนรูปแบบการบริหารจัดการที่ดีกว่า ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ท้าทายความสามารถของร้านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเป็นอย่างมากในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันเพื่อให้สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งต่อไปในอนาคต

สำหรับในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีนั้นพบว่า มีกลุ่มคนที่มีช่วงอายุ 18-37 ปี (Gen Y) มีจำนวนประมาณ 64,115 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 28.89 ของจำนวนคนที่อยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี (สำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานี, 2561: เว็บไซต์) โดยกลุ่มคนเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีตั้งแต่ปี 2560 - 2561 ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นทุกปี แต่กลับมีการใช้อินเทอร์เน็ตในร้านอินเทอร์เน็ตลดลงจาก ร้อยละ 8 เหลือ ร้อยละ 7.3 คิดเป็นจำนวน 1,923 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562: เว็บไซต์) และมูลค่าเฉลี่ยต่อเดือนของร้านอินเทอร์เน็ตทั้งหมดในอำเภอเมือง มีมูลค่าถึง 10,690,000 บาท (ธงสรวง ศรีธัญรัตน์, 2562: สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ร้านอินเทอร์เน็ตน้อยลง จึงส่งผลให้รายได้ของร้านอินเทอร์เน็ตลดลงตามมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตในการค้นหากลยุทธ์การปรับตัวของตนเองเพื่อนำไปสู่การเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ทำให้กิจการสามารถอยู่รอดต่อไปได้ทั้งปัจจุบันและในอนาคต อีกทั้งยังจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่จะได้ใช้คอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ได้รับการบริการที่ดีของพนักงาน ได้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความรวดเร็วและมีเสถียรภาพ การติดต่อสื่อสารที่ดีขึ้น ราคาที่ยอมรับได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

1.2 คำถามการวิจัย

ร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีควรจะปรับตัวอย่างไรเพื่อให้อยู่รอดในสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบันและในอนาคต และอะไรคือกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตเหล่านั้น

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะทั่วไปและทรัพยากรภายในร้านอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.2 เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ต ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.3.4 เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตในสภาพแวดล้อมการแข่งขันปัจจุบันในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.4 ประชากรและขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ประชากร ได้แก่ ร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 128 ร้าน (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี, 2562)

1.4.2 ขอบเขตการศึกษา ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 18 ร้าน ซึ่งใช้ขนาดเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ ขนาดใหญ่จำนวน 10 ร้าน ขนาดเล็กจำนวน 8 ร้าน และประกอบกิจการในเดือนกันยายน - ตุลาคม 2562

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สามารถใช้ผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลประกอบการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน

1.5.2 ผู้ที่จะสนใจเปิดร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีสามารถใช้ผล การศึกษานี้เป็นข้อมูลการตัดสินใจประกอบการลงทุนทำธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต

1.5.3 หน่วยงานภาครัฐใช้ผลการศึกษานี้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางเพื่อ ส่งเสริมธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การปรับตัว หมายถึง การที่ร้านอินเทอร์เน็ตภายในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสร้างหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่ เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและสามารถอยู่รอดได้

1.6.2 ร้านอินเทอร์เน็ต หมายถึง สถานที่ประกอบการในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่ ให้บริการเช่าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งมีโปรแกรมและเกมส์ออนไลน์อื่น ๆ ให้บริการ โดยคิดค่าบริการเป็นรายชั่วโมง

1.6.3 ความสามารถทางการแข่งขัน หมายถึง การที่ร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีสามารถสร้างให้เกิดคุณค่าได้มากกว่าคู่แข่ง โดยวัดได้จากการดำเนินธุรกิจให้ได้ กำไรสูงกว่าหรือมีต้นทุนต่ำกว่าหรือมีลูกค้าใช้บริการมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ

1.6.4 กลยุทธ์การแข่งขัน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าในสายตาของ ลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งอันจะนำมาซึ่งการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ประกอบด้วยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การให้บริการที่มีความแตกต่าง และ การเน้น ตลาดเฉพาะส่วน

1.6.5 การบริการ หมายถึง การให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ร้านอินเทอร์เน็ตจัดขึ้นเพื่อรองรับความ ต้องการการใช้งานของลูกค้า เช่น บริการอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์ พิมพ์รายงาน เป็นต้น

1.6.6 ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ของร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

1.6.7 คู่ค้า หมายถึง บริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำให้ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตดำเนินการได้ เช่น บริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัทผู้ให้บริการเกมส์ออนไลน์ บริษัทจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ บริษัทที่จำหน่ายอุปกรณ์ในร้านอินเทอร์เน็ต ผู้ให้เช่าอาคารสถานที่ เป็นต้น

1.6.8 คู่แข่ง หมายถึง ร้านอินเทอร์เน็ตที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีการให้บริการในลักษณะเดียวกัน

1.6.9 สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ของร้านอินเทอร์เน็ต ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม

1.6.10 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน หมายถึง สภาพการณ์ของการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจของ ร้านอินเทอร์เน็ตซึ่งมีปัจจัยส่งผลต่อการแข่งขัน 5 ปัจจัย ได้แก่ คู่แข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของลูกค้า ความรุนแรงของการแข่งขันในปัจจุบัน อำนาจต่อรองของลูกค้า ภาวะคุกคามจากสินค้าหรือบริการ ทดแทน

1.6.11 ทรัพยากรภายใน หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรที่มีตัวตน ได้แก่ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรทางวัตถุ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรขององค์กร และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ ทรัพยากรทางเทคโนโลยี ทรัพยากรเพื่อการนวัตกรรม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี