

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสารและสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทั่วไปร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี
- 4.2 ทรัพยากรภายในของร้านอินเทอร์เน็ต
- 4.3 สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต
- 4.4 ความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ต
- 4.5 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ต

4.1 ลักษณะทั่วไปร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

ร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี เริ่มมีการเปิดให้บริการจำนวนมากถึง 128 ร้าน ในช่วงปี 2552 (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี, 2562) ซึ่งในช่วงเวลานั้นถือได้ว่าเป็นยุครุ่งเรืองของร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจากเดิมที่ร้านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเพียงธุรกิจที่ให้บริการเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันร้านอินเทอร์เน็ตเน้นการให้บริการเกมออนไลน์เพื่อความบันเทิงของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่สังเกตได้จากกลุ่มลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นชายและเล่นเกมออนไลน์

โดยข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตพบว่า เหตุผลที่สนใจธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตเนื่องจากเห็นโอกาสในการทำธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต และชื่นชอบการเล่นเกมนั้นเป็นทุนเดิมจึงทำให้สนใจที่จะเปิดธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต ตามคำสัมภาษณ์

“...ผมรักในธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเห็นโอกาสจากธุรกิจนี้จึงได้เปิดหลายสาขา มีทั้งสาขาในอำเภอเมืองอุบลราชธานี วารินชำราบ และอำเภอเมืองมุกดาหาร...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เดิมทีร้านเราเป็นร้านเกม Play Station มาก่อน เนื่องจากผมชอบเล่นเกมอยู่แล้ว แต่ต่อมาลูกค้าเปลี่ยนไปเล่นเกมออนไลน์มากขึ้น ทำให้ผมเปลี่ยนมาทำร้านอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าต้องการ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

ปัจจุบันร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งหมด 18 ร้าน ซึ่งแบ่งเป็นร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กจำนวน 8 ร้าน และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่จำนวน 10 ร้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก

ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์น้อยกว่า 50 เครื่อง อัตราค่าบริการอยู่ที่ 10 – 15 บาท ลักษณะที่ตั้งเป็นห้องเช่า 1 คูหา ห่างไกลจากสถานศึกษามากกว่า 1 กิโลเมตร เจ้าของกิจการเป็นคนดูแลร้านเอง ไม่ได้จ้างคนดูแลร้าน โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการมีประสิทธิภาพปานกลาง และลูกค้าส่วนมากเป็นลูกค้าประจำที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้ร้าน ซึ่งมีความคุ้นเคยกับเจ้าของร้านเป็นอย่างดี

4.1.2 ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่

ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า 50 เครื่อง อัตราค่าบริการอยู่ที่ 10 – 18 บาท ลักษณะที่ตั้งเป็นห้องเช่ามากกว่า 1 คูหา ตั้งอยู่ใกล้กับสถานศึกษา เจ้าของกิจการไม่ได้เป็นผู้ดูแลร้าน โดยจ้างคนดูแลร้านและให้ค่าจ้างเป็นรายเดือน คอมพิวเตอร์ที่ให้บริการมีประสิทธิภาพสูง และลูกค้าที่ใช้บริการมีทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป โดยลูกค้าประจำจะเป็นสมาชิกของร้านเนื่องจากจะได้รับส่วนลดราคาค่าบริการ

แต่อย่างไรก็ตามร้านอินเทอร์เน็ตก็ได้ปิดตัวลงเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก (ภาพที่ 4.1) ดังปรากฏข้อมูลการให้สัมภาษณ์เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตต่อไปนี้

“...เคยเปิดร้านอินเทอร์เน็ตมาก่อนหน้าประมาณ 6 ปี จากเดิมที่มี 15 สาขา ก็ปิดไปและรีแบรนด์ใหม่ เปลี่ยนชื่อร้านใหม่ ลดสาขาลงแต่เพิ่มคุณภาพขึ้นในแต่ละสาขา แต่ก็ยอมรับว่าตลาดเริ่มปิดตัว เป็นช่วงขาลงมากของธุรกิจนี้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เมื่อประมาณ 3 ปีก่อน (ช่วง พ.ศ. 2559) ยังเป็นช่วงที่ลูกค้าเยอะและทุกคนยังไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย... แต่ในปัจจุบันทุกคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายและเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือก็ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้าน้อยลงกว่าเมื่อปี พ.ศ. 2559 อย่างชัดเจน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

เนื่องด้วยเหตุผลหลาย ๆ อย่าง เช่น เทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปทำให้อินเทอร์เน็ตเข้าถึงกลุ่มลูกค้าง่ายขึ้นลูกค้าจึงมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตน้อยลง พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตและเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น เศรษฐกิจที่แย่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการน้อยลง เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวนี้ ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ตน้อยลง ส่งผลให้ร้านอินเทอร์เน็ตจึงได้ปิดตัวลงในเวลาต่อมา



ภาพที่ 4.1 ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กที่ปิดกิจการ

4.2 ทรัพยากรภายในของร้านอินเทอร์เน็ต

ในส่วนของหัวข้อทรัพยากรภายในของร้านอินเทอร์เน็ตนี้ ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอออกเป็น 2 หัวข้อ ประกอบด้วย

- (1) ทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible Resource),
- (2) ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Resource)

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 ทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible Resource) ของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้ 1) ทรัพยากรทางการเงิน 2) ทรัพยากรทางกายภาพ 3) ทรัพยากรมนุษย์

4.2.1.1 ทรัพยากรทางการเงิน จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ งบประมาณในการจัดตั้งและตกแต่งร้าน และต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์

1) งบประมาณในการจัดตั้งและตกแต่งร้าน เป็นทรัพยากรทางการเงินที่สำคัญซึ่งมีผลต่อขนาดของกิจการและทรัพยากรทางกายภาพภายในร้าน โดยงบประมาณในการจัดตั้งร้านประกอบด้วยค่าใช้จ่าย อาทิเช่น ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ จอภาพ อุปกรณ์เสริม ค่าเฟอร์นิเจอร์ เก้าอี้นั่งให้บริการ ค่าตกแต่งปรับปรุงร้าน ค่าติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 รายละเอียดงบประมาณในการจัดตั้งร้านอินเทอร์เน็ต

รายละเอียดค่าใช้จ่าย	งบประมาณ (บาท)
1. ค่าเครื่องคอมพิวเตอร์	300,000 – 3,000,000
2. จอภาพ	100,000 – 700,000
3. อุปกรณ์เสริม	30,000 – 1,000,000
4. ค่าเฟอร์นิเจอร์	20,000 – 1,000,000
5. แก้วน้ำให้บริการ	10,000 – 400,000
6. ค่าตกแต่งปรับปรุงร้าน	1,000 – 3,00,000
7. ค่าติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต	50,000 – 700,000
8. ค่าลิขสิทธิ์ระบบปฏิบัติการ	20,000 – 100,000

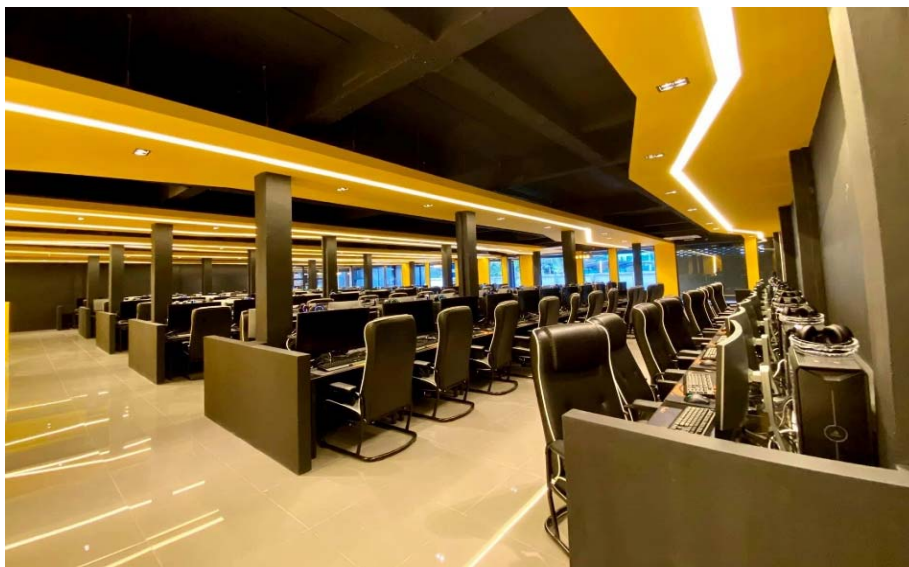
จากรายละเอียดในตารางที่ 4.1 งบประมาณในการจัดตั้งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กเริ่มต้นที่ 531,000 บาท ได้จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ 25 เครื่อง และงบประมาณในการจัดตั้งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่สูงสุด 9,900,000 บาท ได้จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ 105 เครื่อง

ซึ่งผลการจากสัมภาษณ์พบว่า การใช้งบประมาณในการจัดตั้งร้านที่มากกว่า 1.5 ล้านบาท ทำให้ได้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีสมรรถนะดี จำนวนมากกว่า 40 เครื่อง จอภาพขนาด 28 นิ้วขึ้นไป การตกแต่งร้านที่สวยงาม หรูหรา (ภาพที่ 4.2) และมีลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่องเกือบตลอดทั้งวัน ตามคำให้สัมภาษณ์

“ลงทุนร้านเยอะกว่าคนอื่น โดยไม่เน้นให้เหมือนร้านทั่วไป แต่เน้นคุณภาพ โฟกัสลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการเล่น โดยมองว่ายั่งยืนกว่า ...ทำประมาณ 3 ล้านบาท ได้ แค่ประมาณ 46 เครื่อง...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“ราคาคอมพิวเตอร์ชุดละ 30,000 บาท จำนวน 40-60 เครื่อง ค่าตกแต่งประมาณ เกือบ 1 ล้าน รวม ๆ ...แล้วลงทุนไปประมาณ 2.5 ล้านบาท...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เราใช้งบประมาณลงทุนกับสาขาแกรนด์ประมาณเกือบ 10 ล้าน เพื่อให้เป็นร้านอินเทอร์เน็ตที่ใหญ่ที่สุดในเขตอีสานใต้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.2 ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการตกแต่งสวยงาม หรูหรา

2) ต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ถือเป็นทรัพยากรทางการเงินที่ร้านอินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญเพราะเป็นตัวกำหนดความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตในเชิงเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนและสมรรถนะของเครื่องคอมพิวเตอร์ หากร้านใดมีเครื่องคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์ที่มีสมรรถนะสูงกว่าแต่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าย่อมได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งผลการสัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดอุบลราชธานีมีการบริหารต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์ผ่านการจัดซื้อ 2 แหล่งคือ 1) การจัดซื้อกับตัวแทนจำหน่าย และ 2) การจัดซื้อกับผู้ผลิตโดยตรง ทั้งนี้การจัดซื้อกับผู้ผลิตโดยตรงนั้นย่อมจะทำให้ร้านได้เปรียบด้านต้นทุนมากกว่า ดังคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ในส่วนของเราซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ คิดว่าร้านเราได้ราคาถูกมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง ...เนื่องจากสามารถต่อรองกับคู่ค้าที่ผลิตอุปกรณ์เหล่านั้นโดยตรง และซื้อจำนวนมาก ทำให้ได้ราคาที่ถูกลงที่สุด โดยคู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ตอนเปิดร้านใหม่ ร้านซื้ออุปกรณ์สำหรับคอมพิวเตอร์ จำนวนหลายเครื่องแต่ได้ราคาส่วนลดไม่มากนัก เพราะจัดซื้อกับตัวแทนจำหน่าย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...สั่งซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์กับตัวแทนจำหน่ายทั่วไป โดยจะมีชุดโปรโมชั่นสำหรับร้านอินเทอร์เน็ตที่จัดตั้งใหม่...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.2.1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งได้เป็น 5 อย่าง คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ กายภาพของร้านอินเทอร์เน็ต และทำเลที่ตั้งของร้าน

1) เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นทรัพยากรทางกายภาพที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งที่ให้บริการลูกค้า โดยแต่ละร้านใช้คอมพิวเตอร์ที่มีสมรรถนะแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ภายในคอมพิวเตอร์อาทิเช่น การ์ดจอ หน่วยความจำ หน่วยประมวลผล อุปกรณ์จ่ายไฟ ชุดระบายความร้อน เป็นต้น และจากการให้สัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตที่ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ภายในคุณภาพสูง และได้รับการรับรองมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิต (GEFORCE CERTIFIED) (ภาพที่ 4.3) จะได้รับความนิยมจากลูกค้า และมีลูกค้าใช้บริการร้านดังกล่าวตลอดทั้งวัน ตามคำให้สัมภาษณ์



ภาพที่ 4.3 ร้านอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการรับรอง (GEFORCE CERTIFIED)

“...เราลงทุนให้ความสำคัญกับเครื่องคอมพิวเตอร์มาก จนได้รับการรับรองจากบริษัทผู้ผลิต...และก็มีกลุ่มลูกค้าประจำที่ชื่นชอบมาโดยตลอด เนื่องจากลูกค้าสัมผัสถึงความรู้สึกที่รวดเร็ว สั้นโหดในการเล่น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ทางร้านใช้อุปกรณ์ภายในที่ได้คุณภาพมาประกอบเป็นคอมพิวเตอร์ของร้าน และถ้าเป็นร้านสาขาใหญ่จะได้รับการรับรอง (GEFORCE iCAFE ระดับ GOLD) ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

2) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นทรัพยากรทางกายภาพที่สำคัญรองจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยภายในเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นมีโปรแกรมและเกมออนไลน์หลากหลายให้ลูกค้าเลือกใช้งาน ซึ่งร้านอินเทอร์เน็ตแต่ละร้านจะมีโปรแกรมและเกมออนไลน์ให้ลูกค้าเลือกใช้งานไม่เท่ากัน ทำให้โปรแกรมและเกมออนไลน์เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นร้านอินเทอร์เน็ตจึงต้องมีโปรแกรมและเกมออนไลน์ให้มากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามให้คำสัมภาษณ์

“...ร้านเรามีโปรแกรมให้ลูกค้าที่ต้องการทำงานเอกสาร และเกมออนไลน์ทุกเกม เพราะไม่ได้มีแค่ลูกค้าที่เล่นเกมเพียงอย่างเดียว ลูกค้าที่ต้องการทำรายงาน พิมพ์งานก็สามารถใช้บริการร้านเราได้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“จะสังเกตเห็นว่าลูกค้าในร้านเล่นเกมหลากหลายประเภท...เพราะลูกค้าแต่ละคนก็มีความชอบในการเล่นไม่เหมือนกัน ผมจึงให้พนักงานติดตั้งเกมทุกประเภท...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

3) การปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์นั้นเมื่อให้บริการมาแล้วประมาณ 3 ปี จะเกิดการเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ภายในเครื่องส่งผลให้เครื่องคอมพิวเตอร์ตอบสนองช้า ดังนั้นจึงต้องมีการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีสมรรถนะที่ดีอย่างสม่ำเสมอ จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องภายใน 2 – 3 ปี แต่ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กไม่สามารถปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทุกเครื่อง ทำได้เพียงปรับปรุงเป็นบางเครื่องเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพคล่องทางการเงินของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ๆ ตามคำให้สัมภาษณ์

คำสัมภาษณ์ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่

“มีการเพิ่มจอภาพให้ขนาดใหญ่ขึ้น เพิ่มการ์ดจอรุ่นใหม่ การเพิ่มหูฟังที่ดีมีคุณภาพ เพิ่มแป้นพิมพ์ที่สววยงามมีสีสันทัน เป็นต้น ...ซึ่งการอัปเดตแต่ละอย่าง มีกำหนดระยะเวลาภายใน 2 – 3 ปี และงบประมาณอย่างชัดเจน... พร้อมทั้งสอบถามความต้องการของลูกค้าคราว ๆ ก่อนและหลังการอัปเดต” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เรามีการอัปเดตทุก 3 ปีอยู่แล้ว แต่ช่วงนี้มีการอัปเดตทุก 2 ปี เนื่องจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเร็วจึงต้องปรับเปลี่ยนตาม แต่ราคาอุปกรณ์นั้นแพงขึ้นเรื่อย ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

คำสัมภาษณ์ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก

“...ไม่สามารถอัปเดตได้ทุกเครื่อง จะขายคอมพิวเตอร์เก่านั้นโดยไม่ได้ซื้อใหม่ และส่วนมากจะมีการขายเครื่องเก่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4) ภายนอกของร้านอินเทอร์เน็ต เป็นทรัพยากรทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสเป็นอันดับแรกก่อนที่ลูกค้าจะใช้บริการ อาทิเช่น การตกแต่งภายในและภายนอกของร้าน พื้นที่จอดรถ เก้าอี้นั่ง โต๊ะวางคอมพิวเตอร์ ความกว้างขวางภายในร้าน จุดประจำของพนักงาน จุดจำหน่ายเครื่องดื่มและขนม ความสะอาดของห้องน้ำ บรรยากาศภายในร้าน เป็นต้น จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีการตกแต่งร้านที่หรูหรา มีความสะอาด มีพื้นที่กว้างขวาง มีบรรยากาศในร้านที่ดี (ภาพที่ 4.4) สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้ ตามคำให้สัมภาษณ์

“ลงทุนร้านเยอะกว่าคนอื่น โดยไม่เน้นให้เหมือนร้านทั่วไป ...แต่เน้นคุณภาพ โฟกัสลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการเล่น โดยมองว่ายั่งยืนกว่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ผมให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในร้าน พื้นที่ภายในร้านต้องไม่คับแคบจนเกินไป ต้องมีระยะห่างที่เหมาะสม และความสะอาดภายในร้านรวมถึงห้องน้ำต้องสะอาด... สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ร้านอินเทอร์เน็ต” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.4 กายภาพภายในร้านอินเทอร์เน็ต

5) ทำเลที่ตั้งของร้าน เป็นทรัพยากรทางกายภาพที่มีผลต่อจำนวนลูกค้าที่เข้าใช้บริการ โดยผลการสัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตตั้งอยู่ในบริเวณใกล้กับโรงเรียนขนาดใหญ่ในพื้นที่อำเภอเมือง ซึ่งเป็นทำเลที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และมีจำนวนร้านอินเทอร์เน็ตที่ตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียนขนาดใหญ่มีจำนวนถึง 14 ร้านจากทั้งหมด 18 ร้าน (ภาพที่ 4.5) ดังคำให้สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“...เหตุที่ตั้งเช่าร้านตรงสี่แยกหอนาฬิกา เพราะใกล้กับราชภัฏและนารีนุกูล... ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้า ถึงค่าเช่าจะราคาสูง แต่ก็คุ้มค่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...บริเวณใกล้โรงเรียนซึ่งมีร้านเยอะ แสดงว่าจุดนั้นมีลูกค้า...และเราคิดว่าเราทำได้ดีกว่าอยู่แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.5 ร้านอินเทอร์เน็ตที่ตั้งใกล้สถานศึกษา

4.2.1.3 ทรัพยากรมนุษย์ ของร้านอินเทอร์เน็ตนั้นประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ดังนี้
พนักงานประจำร้าน ทำหน้าที่ บริการจำหน่ายบัตรชั่วโมง จำหน่ายน้ำและขนม
ความสะอาดคอมพิวเตอร์ ทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายประจำวัน แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้เจ้าของทราบ
(ภาพที่ 4.6)

แม่บ้าน ทำหน้าที่ ทำความสะอาดพื้น ห้องน้ำ ทุกพื้นที่ภายในร้าน และจัดการ
ขยะ

ทีมช่างเทคนิค ทำหน้าที่ ซ่อมคอมพิวเตอร์ ติดตั้งและแก้ไขระบบอินเทอร์เน็ต
เจ้าของกิจการ ทำหน้าที่ ควบคุมและดูแลธุรกิจ เป็นผู้ติดต่อกับ Supplier
ทั้งหมด รวมถึงวางแผน กำหนดเป้าหมาย และทิศทางของธุรกิจตนเอง

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของร้านอินเทอร์เน็ตที่ทำให้
ให้ธุรกิจมีความสามารถทางการแข่งขันเหนือคู่แข่ง คือ ทีมช่างเทคนิค

ทีมช่างเทคนิค ที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีความต่อเนื่องในการให้บริการ
เนื่องจากทีมช่างเทคนิคสามารถแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตให้กลับมาใช้งานได้
อย่างฉับไว จึงทำให้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการได้ตลอดเวลา แต่ทีมช่างเทคนิคมีแค่เพียงร้าน
อินเทอร์เน็ตบางร้านเท่านั้น ตามคำให้สัมภาษณ์

“ถ้ารู้ว่าอุปกรณ์พังจะแสดงอาการ ก็ส่งเคลม ...ส่วนเรื่องระบบก็จ้างช่างตั้งค่า
ครั้งแรก และมีการอัปเดต Firmware อยู่ตลอด ถ้ามีปัญหาที่ติดต่อได้ตลอดเวลา...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ถ้ามีปัญหาเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มีทีมงานแก้ไขที่สามารถไปช่วยเหลือได้
ตลอด 24 ชั่วโมง... และมีเป้าหมายว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านทุกเครื่องจะไม่มีเครื่องเสียที่ตั้งไว้ให้
เห็น ต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน,
2562: สัมภาษณ์)



ภาพที่ 4.6 พนักงานประจำร้านอินเทอร์เน็ตแห่งหนึ่ง

4.2.2 ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Resource)

ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Resource) ของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถจำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้ 1) ชื่อเสียงของทางร้าน 2) ทรัพยากรทางเทคโนโลยี 3) ทรัพยากรทางนวัตกรรม

4.2.2.1 ชื่อเสียงของทางร้าน เป็นทรัพยากรที่ไม่สามารถเห็นได้ ยากต่อการประเมินคุณค่า ซึ่งขึ้นอยู่กับมุมมองของลูกค้าที่ให้คุณค่ากับชื่อเสียงของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ๆ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า การสร้างชื่อเสียงของร้านอินเทอร์เน็ตให้เป็นที่รู้จักกับลูกค้า นั้น ซึ่งเป็นทรัพยากรที่คู่แข่งกันยากที่จะเลียนแบบ ดังคำให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ในปัจจุบันถ้าไม่ใช้ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ ก็ไม่ควรเปิด ส่วนงบประมาณอย่างต่ำต้อง 3 ล้านบาท และตอนนี้ผมเองก็ทยอยปิดร้านขนาดเล็กของผม ...เนื่องจากต้องการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในฐานะร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่เท่านั้น...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“ที่เราทำร้านให้ดูดี เครื่องคอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพดี ...อยากให้ลูกค้ารู้จักกันเยอะ... และบอกต่อกันถึงประสบการณ์ที่ดี ที่ร้านเรามอบให้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์) เวลา 13.05 น.)

4.2.2.2 ทรัพยากรทางเทคโนโลยี เป็นทรัพยากรประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญกับร้านอินเทอร์เน็ต โดยทรัพยากรทางเทคโนโลยีนั้นคือ ลิขสิทธิ์โปรแกรม ซึ่งร้านอินเทอร์เน็ตที่ใช้โปรแกรมและเกมที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายจะทำให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้งาน เนื่องจากจะช่วยลดปัญหาเกี่ยวกับข้อผิดพลาดของการใช้งานโปรแกรมและเกม เช่น อาการค้างของโปรแกรม การหลุดออกจากโปรแกรมโดยไม่ตั้งใจ การทำงานที่ไม่ต่อเนื่องของโปรแกรม เป็นต้น ซึ่งถ้าใช้โปรแกรมและเกมที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง ทางผู้พัฒนาโปรแกรมจะสามารถแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...คอมพิวเตอร์ในร้านของเราไม่ให้งาน windows แท้ ทุกเครื่อง เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับการใช้งานโปรแกรมต่าง ๆ และยังมีโปรแกรมสแกนไวรัสที่ถูกลิขสิทธิ์ด้วย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“เรื่อง ลิขสิทธิ์ทางร้านเราไม่มีปัญหา เนื่องจากปัจจุบันทางค่ายเกมต่าง ๆ ให้ใช้งานได้ฟรี ไม่เก็บค่าลิขสิทธิ์...มีแต่พวกโปรแกรมของ office และ windows ที่ยังมีค่าลิขสิทธิ์ อยู่...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.2.2.3 ทรัพยากรทางนวัตกรรม จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตที่สามารถแบ่งทรัพยากรทางนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับร้านอินเทอร์เน็ตได้ดังนี้ได้เป็น 2 อย่าง คือ ความรู้ของพนักงาน และความรู้ของเจ้าของกิจการ

1) ความรู้ของพนักงาน หมายถึง ความรู้และความสามารถของพนักงานดูแลร้านอินเทอร์เน็ตที่สามารถแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์เบื้องต้นได้ทันที อีกทั้งยังมีความรู้เกี่ยวกับเกมและโปรแกรมที่ลูกค้าใช้งานสามารถแนะนำลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตนั้น พบว่า พนักงานที่ดูแลร้านต้องมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ด้วย สามารถระบุเกี่ยวกับปัญหาคอมพิวเตอร์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งนี้ยังมีการฝึกอบรมพนักงานประจำร้านให้มีความรู้ทั้งด้าน hardware และ software เพื่อแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์เบื้องต้นได้ตามคำให้สัมภาษณ์

“...เรามีน้องพนักงานที่คอยดูแลลูกค้า สามารถแก้ไขปัญหาในเรื่องโปรแกรมที่ลูกค้าใช้งานหรือแนะนำเทคนิคการเล่นเกมที่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเอง...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...พนักงานในร้านไม่จำเป็นต้องแก้ไขปัญหาเป็นทุกอย่าง เพียงรู้ว่าปัญหาเกิดขึ้นในส่วน hardware หรือ software เท่านั้นก็แก้ไขปัญหาได้ตรงจุด นอกจากนี้เรายังมีการอบรมพนักงานเกี่ยวกับความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์ด้วย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

2) ความรู้ของเจ้าของกิจการ หมายถึง ความรู้และความสามารถในการบริหารต้นทุนของกิจการ รวมถึงวิสัยทัศน์ของเจ้าของกิจการเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กิจการมีความสามารถทางการแข่งขันเหนือคู่แข่ง กล่าวคือ ถ้าเจ้าของกิจการมีการบริหารต้นทุนที่ดีจะทำให้ดำเนินกิจการไปได้อย่างต่อเนื่อง สามารถปรับปรุงคอมพิวเตอร์ตามวาระทุก 2 – 3 ปี และมีกำไรสม่ำเสมอ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...เคล็ดลับความสำเร็จของกิจการคือ การบริหารต้นทุนที่ดี สามารถหมุนเงินได้ และมีการวางแผนการเงินสำหรับกิจการ เป็นสิ่งที่ทำให้กิจการสามารถอยู่รอดได้มา...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

ด้านวิสัยทัศน์เจ้าของกิจการก็เป็นส่วนสำคัญเนื่องจากเจ้าของกิจการที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลักโดยศึกษาความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และเกิดเป็นความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือคู่แข่งได้ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...เราควรมองว่าลูกค้าว่าต้องการอะไรบ้าง ไม่ใช่มองแค่คอมพิวเตอร์ที่ดีหรือที่นั่งดีแต่ควรมองให้มากกว่านั้น อาทิเช่น ลูกค้าต้องการห้องสำหรับแข่งขันเกมเฉพาะกลุ่มเพื่อนพื้นที่สำหรับพักผ่อน มุมกาแฟหรือเครื่องดื่ม พื้นที่สำหรับอ่านหนังสือ เป็นต้น เราก็ควรจัดหามุมต่าง ๆ เหล่านี้ให้บริการลูกค้า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์) เวลา 12.03 น.)

ตารางที่ 4.2 สรุปทรัพยากรภายในของร้านอินเทอร์เน็ตและมิติการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน

ทรัพยากรภายในร้านอินเทอร์เน็ต	ประเภททรัพยากร	ทรัพยากร	มิติการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน
ทรัพยากรที่มีตัวตน	ทรัพยากรทางการเงิน	งบประมาณในการจัดตั้ง	ควรใช้งบประมาณ 1.5 ล้านบาทขึ้นไป
		ต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์	ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์กับผู้ผลิตโดยตรง
	ทรัพยากรทางกายภาพ	เครื่องคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์	เครื่องคอมพิวเตอร์ได้รับการรับรองมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิตสามารถรองรับโปรแกรมและเกมออนไลน์ได้ทุกเกม
		การปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์	ปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ทุก 2 - 3 ปี ทุกเครื่อง
		กายภาพของร้านอินเทอร์เน็ต	การตกแต่งร้านที่หรูหราและมีบรรยากาศภายในที่ดี
		ทำเลที่ตั้งของร้าน	เลือกทำเลใกล้กลุ่มเป้าหมายลูกค้า
	ทรัพยากรมนุษย์	ทีมช่างเทคนิค	จัดทีมช่างเทคนิคที่มีความสามารถในการบำรุงรักษาและแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์ได้อย่างรวดเร็ว
ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน	ชื่อเสียงของทางร้าน	ชื่อเสียงของทางร้าน	การสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักกับลูกค้า
	ทรัพยากรทางเทคโนโลยี	ลิขสิทธิ์โปรแกรม	ใช้โปรแกรมและเกมที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย
	ทรัพยากรทางนวัตกรรม	ความรู้ของพนักงาน	ฝึกอบรมพนักงานประจำร้านให้มีความรู้ทั้งด้าน hardware และ software สามารถช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ทันที
		ความรู้ของเจ้าของกิจการ	ความสามารถในการบริหารต้นทุนและวิสัยทัศน์ของเจ้าของกิจการ

4.3 สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต

4.3.1 สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในระดับมหภาค

4.3.1.1 กฎหมาย ด้านข้อบังคับที่ร้านอินเทอร์เน็ตทุกร้านต้องปฏิบัติตาม ว่าด้วยพระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551 (กระทรวงวัฒนธรรม, 2551) ดังต่อไปนี้

1) ให้เด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี เข้าใช้บริการได้ตั้งแต่เวลา 14.00 น. แต่ไม่เกิน 20.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ และตั้งแต่เวลา 10.00 น. แต่ไม่เกิน 20.00 น. ในวันหยุดราชการ หรือในระหว่างปิดภาคการศึกษาตามระยะเวลาที่นายทะเบียนกลางประกาศกำหนด

2) ให้เด็กอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปแต่ไม่เกิน 18 ปี เข้าใช้บริการได้ตั้งแต่เวลา 14.00 น. แต่ไม่เกิน 22.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ และตั้งแต่เวลา 10.00 น. แต่ไม่เกิน 22.00 น. ในวันหยุดราชการ หรือในระหว่างปิดภาคการศึกษาตามระยะเวลาที่นายทะเบียนกลางประกาศกำหนด
ยกเว้น ผู้ซึ่งบรรลุนิติภาวะโดยการสมรส

3) มีวัสดุหรืออุปกรณ์ที่ใช้กับเครื่องมือสำหรับฉายหรือเล่นเกมซึ่งเหมาะสมต่อการถนอมสายตา

4) มีระบบหรือวัสดุป้องกันเสียงและความสั่นสะเทือนไม่ให้เกินค่าระดับเสียงรบกวนตามที่กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติกำหนด

5) ดูแลมิให้มีการจำหน่ายบุหรี่ สารเสพติด หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในร้านเกม

6) ดูแลมิให้มีการสูบบุหรี่ สารเสพติด หรือดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในร้านเกม

7) ดูแลมิให้มีการเล่นการพนันภายในร้านเกม

8) ดูแลมิให้มีการจำหน่ายหรือฉายภาพยนตร์ที่ห้ามผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีดู และภาพยนตร์ที่ห้ามเผยแพร่ในราชอาณาจักรภายในร้านเกม

9) ดูแลมิให้มีสื่อลามกอนาจารภายในร้านเกม

10) ดูแลมิให้มีการจำหน่ายหรือฉายวีดิทัศน์ที่ไม่ผ่านการตรวจพิจารณาและไม่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (มาตรา 47) ภายในร้านเกม

จากการสัมภาษณ์พบว่าร้านอินเทอร์เน็ตบางร้านฝ่าฝืนข้อบังคับดังกล่าว โดยเฉพาะข้อที่ 1 และ 2 โดยบางร้านให้เด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี เข้าใช้บริการได้ก่อนเวลา 14.00 น. และเกินเวลา 20.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ ส่งผลให้ร้านที่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับมีลูกค้าน้อยกว่าในช่วงเวลาดังกล่าว และร้านอินเทอร์เน็ตเกือบทุกร้านก็มีการบล็อกเว็บไซต์ลามกอนาจาร เพื่อป้องกันลูกค้าเปิดใช้งานสื่อลามกอนาจาร ดังนั้นกฎข้อบังคับจึงมีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต ดังคำให้สัมภาษณ์

“...การที่ร้านเราปฏิบัติตามข้อบังคับ ทำให้ร้านมีลูกค้าน้อยกว่าร้านคู่แข่งในช่วงเวลา ก่อน 14.00 น. เพราะร้านอื่นไม่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับเดียวกัน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ถึงแม้ว่าลูกค้าจะน้อยในช่วงเวลา ก่อน 14.00 น. ในวันจันทร์ถึงศุกร์ แต่การที่ปฏิบัติตามข้อบังคับเป็นเรื่องที่ถูกต้อง และจะทำให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เราเข้าใจว่า ผู้คนภายนอกมองว่าร้านอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจสีเทา น่าจะมีสิ่งไม่ดีหรือสิ่งผิดกฎหมายภายใน เราจึงมีมาตรการควบคุมการเข้าถึงเว็บไซต์พนัน และสื่อลามกอนาจาร...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์) เวลา 20.04 น.)

4.3.1.2 เศรษฐกิจ จากรายงานเศรษฐกิจและการเงินเดือนมกราคม ปี 2563 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) เครื่องชี้การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวชะลอลง ตามปัจจัยด้านรายได้ที่ยังอ่อนแอและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลงต่อเนื่อง รวมทั้งสถาบันการเงินที่ยังระมัดระวังในการให้สินเชื่อแก่ภาคครัวเรือนหลังคุณภาพสินเชื่อต่ำลง จากรายงานเศรษฐกิจดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยอยู่ในภาวะชะลอตัวต่อเนื่อง จากการสัมภาษณ์พบว่า ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีลูกค้าประจำจำนวนมาก และร้านอินเทอร์เน็ตทั้งหมดมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย โดยการจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น บัตรเติมเกมออนไลน์ เครื่องดื่ม น้ำอัดลม ขนมขบเคี้ยว บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป บริการพิมพ์เอกสาร เป็นต้น ตามคำให้สัมภาษณ์

คำสัมภาษณ์ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่

“...สภาวะเศรษฐกิจไม่ดี ไม่มีผลกระทบต่อร้าน เพราะร้านผมมีเครื่องคอมพิวเตอร์สมรรถนะดี สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้สม่ำเสมอ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เศรษฐกิจไม่ดี ไม่มีผลอะไรกับร้าน เนื่องจากทางร้านมีลูกค้าประจำเยอะ และมีการขายขนม น้ำดื่ม กาแฟ เพิ่มเติมจากการให้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างเดียว...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

คำสัมภาษณ์ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก

“...สภาวะเศรษฐกิจไม่ดี มีผลกระทบเยอะกับร้าน เนื่องจากผู้ปกครองไม่มีเงินให้เด็กมาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าน้อยลงอย่างชัดเจน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...มีลูกค้าลดลงตาม สภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี แต่ก็มีรายได้เพิ่มเติมจากการขายขนม น้ำอัดลม และอาหารตามสั่ง เพราะลูกค้าเล่นไปกินไป...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.1.3 สังคม โดยจากข้อมูลของบทความ “ร้านเกมส์ ที่มั่วสุมในสายตาผู้ใหญ่ เปลี่ยนไปอย่างไรในปัจจุบัน” (Apichaya@mingleintrang, 2018) ชี้ให้เห็นว่ามุมมองของผู้ใหญ่และสังคมที่มี

ต่อร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ว่าเป็นแหล่งมั่วสุมของเยาวชน มีสิ่งผิดกฎหมายภายในร้านอินเทอร์เน็ต และอาจก่อให้เกิดเป็นปัญหาของสังคมตามมา จากให้สัมภาษณ์เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตพบว่า เจ้าของร้านอินเทอร์เน็ตตระหนักถึงมุมมองที่สังคมมองภาพลักษณ์ของร้านอินเทอร์เน็ตว่าเป็นสถานที่มั่วสุมของเยาวชน จึงพยายามปรับตัวสร้างภาพลักษณ์ของร้านอินเทอร์เน็ตให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ปกครองเกิดความไว้วางใจให้บุตรหลานใช้บริการ จึงมีมาตรการควบคุมและระบบรักษาความปลอดภัยแก่ลูกค้า ตามรายละเอียด ดังนี้

- 1) ปรับปรุงร้านอินเทอร์เน็ตให้ดูโปร่งใส สามารถมองเห็นได้จากภายนอก
- 2) จัดมุมสำหรับให้ลูกค้าอ่านหนังสือ และมีห้องประชุมเพื่อให้ลูกค้าประชุมงาน
- 3) ควบคุมการเข้าใช้บริการของลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 18 ปี โดยห้ามเข้าใช้บริการก่อนเวลา 14.00 น. และห้ามใช้บริการเกินเวลา 22.00 น.
- 4) มีมาตรการควบคุมการใช้งานเว็บไซต์ของลูกค้า โดยระงับการเข้าเว็บไซต์พนันออนไลน์หรือสื่อลามกอนาจาร
- 5) ห้ามลูกค้าสูบบุหรี่ เสพสารเสพติด หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ภายในพื้นที่ของร้านอินเทอร์เน็ต
- 6) พื้นที่ภายในร้านอินเทอร์เน็ตมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทได้สะดวก และไม่มีเสียงและกลิ่นรบกวน
- 7) ติดตั้งกล้องวงจรปิด สร้างความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้า เพื่อความสงบเรียบร้อยและป้องกันการทะเลาะวิวาท

โดยมาตรการเหล่านี้จะทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้นั้น ก็ต้องได้รับความร่วมมือจากร้านอินเทอร์เน็ตทุกร้านในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว จึงจะสามารถเปลี่ยนมุมมองของสังคมที่มีต่อร้านอินเทอร์เน็ตได้ ดังคำให้สัมภาษณ์

“...เราเข้าใจว่า ผู้คนภายนอกมองว่าร้านอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจสีเทา น่าจะมีสิ่งไม่ดีหรือสิ่งผิดกฎหมายภายใน เราจึงมีมาตรการควบคุมการเข้าถึงเว็บไซต์พนัน และสื่อลามกอนาจาร...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ผมตั้งใจทำให้ร้านดูโปร่งใส จึงติดตั้งกระจกด้านหน้าของร้าน สามารถมองเห็นได้จากภายนอก ว่าไม่มีสิ่งผิดกฎหมายภายในร้าน เพื่อเปลี่ยนมุมมองของสังคมที่มีต่อร้านอินเทอร์เน็ต...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์) เวลา 12.03 น.)

“...การที่จะทำให้สังคมภายนอกเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อร้านอินเทอร์เน็ตได้นั้น ต้องได้รับความร่วมมือจากร้านอินเทอร์เน็ตทุกร้านในพื้นที่... และควรมีสมาคมผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามไปในทิศทางเดียวกัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.1.4 เทคโนโลยี ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการผลิตเกมได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว อาทิ เช่น เทคโนโลยี Ray Tracing, Animation, หรือ Visual Effects (GamingDose, 2020: Website) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างกราฟิกที่สมจริงและสวยงามของเกมต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งเทคโนโลยีด้าน

อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์อย่าง “Solid State Drive” ที่รู้จักกันในนาม “SSD” ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยการเขียน/อ่านข้อมูลได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถโหลดเข้าเกมได้อย่างรวดเร็วและไม่มีอาการกระตุกของภาพจากการเล่นเกม เป็นต้น ซึ่งบริษัทผู้ผลิตเกมก็ได้ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาพัฒนาเกมเพื่อให้เกิดความสมจริงและสวยงาม จึงส่งผลให้ร้านอินเทอร์เน็ตต้องปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้สามารถรองรับเกมใหม่ ๆ ที่เข้ามาในปัจจุบัน จากการให้สัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตได้รับผลกระทบต้องปรับปรุงคอมพิวเตอร์ภายในร้านทุก 2 - 3 ปี ให้มีสมรรถนะรองรับเกมใหม่ ๆ ได้ จากเดิมที่มีการปรับปรุงคอมพิวเตอร์ทุก 4 - 5 ปี และราคาของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์รุ่นใหม่ก็มีราคาสูงขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์

“...ต้องปรับปรุงเครื่องตามเกมใหม่ ๆ ที่ออกมาให้ลูกค้าเล่น เนื่องจากถ้าไม่ปรับปรุงลูกค้าก็ไปเล่นร้านอื่นที่สามารถเล่นเกมที่ลูกค้าต้องการได้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ต้องปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ตามเทคโนโลยีเกมที่เข้ามาใหม่...แต่บางเครื่องที่ยังเล่นได้อยู่ก็ยังไม่ปรับปรุง อยู่ของลูกค้าจะเลือกเล่นเครื่องไหน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เรามีการอัปเดตทุก 3 ปีอยู่แล้ว แต่ช่วงนี้มีการอัปเดตทุก 2 ปี เนื่องจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเร็วจึงต้องปรับเปลี่ยนตาม...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.1.5 สิ่งแวดล้อม จากรายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2562 (มูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2562) สรุปรายงานคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่มีสถานการณ์น่าเป็นห่วง ได้แก่ ปัญหาสภาพดินตามธรรมชาติ ปริมาณการนำเข้าพลังงานและการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น คุณภาพอากาศเกินมาตรฐานในพื้นที่เมืองหนาแน่นและเขตอุตสาหกรรม และอัตราเกิดขยะมูลฝอยต่อคนเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ซึ่งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับร้านอินเทอร์เน็ตและได้รับผลกระทบคือ การใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มขึ้นและขยะจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จากการให้สัมภาษณ์พบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตมีการใช้พลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าจึงได้มีมาตรการประหยัดพลังงาน อีกทั้งยังมีวิธีกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ของคอมพิวเตอร์ ตามคำให้สัมภาษณ์

คำให้สัมภาษณ์เรื่องมาตรการประหยัดพลังงาน

“...ร้านมีมาตรการการเปิด - ปิด เครื่องปรับอากาศและการใช้หลอดไฟ LED เพื่อลดใช้พลังงานไฟฟ้า... และมีคู่มือการใช้พลังงานให้พนักงานปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนค่าไฟฟ้าได้อย่างสม่ำเสมอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...มีการใช้งานเครื่องปรับอากาศตัวละ 4 - 5 ชม. โดยสลับกัน และมีผู้จัดการมาคอยตรวจสอบการทำงาน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ใช้งานเครื่องปรับอากาศโดยเปิดสลับกัน และเปิดพัดลมช่วยกระจายความเย็น เพื่อลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

คำให้สัมภาษณ์เรื่องวิธีการจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์

“ถ้าเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์เก่าที่ยังใช้งานได้ เราก็จะขายต่อให้ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กในราคาถูก...ส่วนขยะอิเล็กทรอนิกส์เราจะมีการคัดแยกจากขยะชนิดอื่น ถ้าสามารถรีไซเคิลได้ก็จะเก็บไว้เป็นอะไหล่ แต่ถ้าไม่ได้ก็ส่งต่อร้านรับซื้อของเก่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.2 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Forces Model) ของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต

4.3.2.1 ภาวะคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่ ด้านคู่แข่งรายใหม่ของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น คือ ร้านอินเทอร์เน็ตที่เปิดใหม่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับร้านอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่เดิม จากข้อมูลสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า มีการเพิ่มขึ้นของ ร้านอินเทอร์เน็ตในปี 2562 เพียง 1 ร้าน ซึ่งเป็นร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กและตั้งอยู่พื้นที่นอกอำเภอเมือง ฉะนั้นการเข้ามาเปิดธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันจึงเป็นเรื่องยากของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กที่จะมาตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาขนาดใหญ่ภายในอำเภอเมือง เนื่องจากมีราคาเช่าสถานที่สูง ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนและมีคู่แข่งรายเดิมที่มีลูกค้าประจำตั้งอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ส่งผลให้คู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาอำนาจต่อรองน้อยกว่าคู่แข่งรายเดิมที่มีในพื้นที่นั้น ดังข้อมูลให้สัมภาษณ์

“...ปัจจุบันคิดว่าไม่มีใครมาเปิดร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่แน่นอน เพราะเคยมี 5 ร้านในพื้นที่นี้ ก็ปิดตัวไป 4 ร้านเหลือเพียงร้านเรา และร้านก็มีลูกค้าประจำ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...คู่แข่งรายใหม่ที่จะมาเปิดกิจการต้องคิดให้ดี เนื่องจากเป็นธุรกิจขาลง และแต่ละพื้นที่ก็มีคู่แข่งรายเดิมอยู่แล้ว...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.2.2 อำนาจต่อรองของคู่ค้า คู่ค้าหลักที่สำคัญของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตมี 2 ประเภท คือ บริษัทผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และบริษัทผู้ผลิตเกมออนไลน์หรือผู้ได้รับลิขสิทธิ์ในการจัดจำหน่าย บริษัทผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อาทิเช่น NVIDIA, AMD, Intel เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ร้านอินเทอร์เน็ตทุกร้านมีความจำเป็นต้องใช้และเป็นผู้กำหนดราคาของอุปกรณ์ดังกล่าว ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงมีอำนาจต่อรองมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ต ดังคำให้สัมภาษณ์

“...เราเลือกใช้การ์ดจอรุ่น 1060Ti ของ NVIDIA ถึงแม้ราคาสูงแต่มีคุณภาพดี และหากเราซื้อจำนวนมากถึงจะได้ราคาส่วนลด...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...การ์ดจอสมัยนี้ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสมัยก่อนและจำเป็นต้องใช้ จึงต้องหาการ์ดจอมือสองคุณภาพดีมาใช้บ้าง...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

บริษัทผู้ผลิตเกมออนไลน์ ซึ่งมีหลากหลายบริษัทให้บริการเกมออนไลน์ อาทิเช่น Tencent Games, Blizzard, Riots Games, Frontier, Bluehole, Epic Games, Netmarble Games เป็นต้น โดยบริษัทเหล่านี้เป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์ให้เกิดเกมออนไลน์ จึงเป็นผลให้มีความนิยมในกลุ่มลูกค้า ถ้าไม่มีบริษัทผู้ผลิตเกมออนไลน์เหล่านี้ ก็จะไม่เกิดธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ดังนั้นบริษัทเหล่านี้จึงมีอำนาจต่อรองมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ต ดังคำให้สัมภาษณ์

“...ร้านอินเทอร์เน็ตยังต้องพึ่งพิงบริษัทผู้ผลิตเกมออนไลน์ ถ้าไม่มีบริษัทเหล่านี้ ก็จะไม่เกิดธุรกิจนี้ และร้านอินเทอร์เน็ตก็ต้องทำตามความต้องการของลูกค้า เมื่อลูกค้าชื่นชอบหรือนิยมเกมอะไร ก็ต้องติดตั้งให้ลูกค้า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.2.3 การแข่งขันที่เกิดจากคู่แข่งในปัจจุบัน ด้านคู่แข่งของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ คู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม

1) คู่แข่งทางตรง ซึ่งคู่แข่งทางตรงของร้านอินเทอร์เน็ตคือ ร้านอินเทอร์เน็ตที่เปิดในบริเวณใกล้เคียงกัน โดยการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนั้นเกิดขึ้นในบริเวณใกล้เคียงกับสถานศึกษาขนาดใหญ่ของจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีทั้งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กกระจุกตัวอยู่ใกล้พื้นที่ดังกล่าว โดยเฉพาะร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่นั้นมีอำนาจต่อรองมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก และเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งในตลาดของพื้นที่ดังกล่าว เพราะมีงบประมาณในการจัดตั้งร้านที่สูงกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก ส่วนร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อย ก็ยังสามารถดำเนินกิจการให้สามารถอยู่รอดได้ เนื่องจากมีการบริหารต้นทุนที่ดี ไม่ใช้งบประมาณในการก่อตั้งและปรับปรุงร้านสูง ดำเนินงานตามงบประมาณที่มี และมีการปรับตัวโดยการจัดโปรโมชั่นลดราคา (ภาพที่ 4.7) โดยเมื่อลูกค้าซื้อจำนวนชั่วโมงมาก ราคาค่าบริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ต่อชั่วโมงก็ถูกลง จึงเป็นการเรียกความสนใจจากลูกค้าในพื้นที่ได้ ดังคำให้สัมภาษณ์

“...การเข้ามาของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ใกล้กับหอพัก มีผลทำให้ลูกค้าบางส่วนหายไปจากร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กอย่างร้านเราบ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ปัจจุบันร้านอินเทอร์เน็ตที่ยังอยู่รอด ก็กระจุกตัวใกล้กับโรงเรียนขนาดใหญ่ โดยเฉพาะร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่จัดโปรโมชั่นลดราคาเพื่อเรียกลูกค้า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กอย่างเราก็มีโปรโมชั่นเพื่อเรียกลูกค้า โดยเมื่อซื้อจำนวนชั่วโมงมากราคาค่าบริการต่อชั่วโมงก็ถูกลง และจำนวนชั่วโมงบริการที่ซื้อก็สามารถเก็บไว้ใช้ได้จนหมด ไม่จำเป็นต้องใช้หมดในครั้งเดียว...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ร้านอินเทอร์เน็ตของเรา เป็นร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก จึงไม่ได้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่คุณภาพสูงทุกเครื่อง เพราะดำเนินการตามงบประมาณที่มีค่อย ๆ ทயอยปรับปรุ่...”
(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

อัตราค่าบริการ	
- SERVICE RATE -	
สมัครสมาชิก ฟรี!!	
สมาชิก	คูปอง
1 ชั่วโมง 15 บาท	1 ชั่วโมง 18 บาท
2 ชั่วโมง 30 บาท	2 ชั่วโมง 35 บาท
3 ชั่วโมง 45 บาท	3 ชั่วโมง 50 บาท
5 ชั่วโมง 70 บาท	5 ชั่วโมง 80 บาท
20 ชั่วโมง 250 บาท	
50 ชั่วโมง 600 บาท	
PROMOTION!! (โปสโมขึ้น 70 ฿ / 00.00 - 08.00 น.)	

ภาพที่ 4.7 อัตราค่าบริการโปรโมชั่น

2) คู่แข่งทางอ้อม โดยคู่แข่งทางอ้อมของร้านอินเทอร์เน็ตคือ อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตพบว่า อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถืออื่นนั้น ไม่ได้มีผลกระทบกับธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นลูกค้าคนละกลุ่ม เพราะลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ก็ยังมีอยู่ เพราะเกมออนไลน์บนเครื่องคอมพิวเตอร์มีความรวดเร็วและมีรายละเอียดมากกว่าเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ลูกค้าเท่าเดิมเป็นปกติ และยังมีลูกค้าที่ชอบเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่มาก...เพราะคอมพิวเตอร์ยังไ้้รวดเร็วกว่าบนโทรศัพท์มือถือ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ลูกค้าเปลี่ยนไปเล่นเกมโทรศัพท์มือถือ แทบไม่มีผลกระทบอะไรเลย เนื่องจากมีลูกค้าที่ชื่นชอบเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์อยู่ เพราะเกมคอมพิวเตอร์มีความรวดเร็วและมีรายละเอียดภาพที่สวยงามกว่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.2.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตแต่ละร้านนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำ เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตอยู่ใกล้กับสถานศึกษาที่ลูกค้าศึกษาอยู่หรือใกล้กับที่พักอาศัยที่ลูกค้าอาศัยอยู่ ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ และลูกค้ายังมีความพึงพอใจกับ

คุณภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์และการบริการของร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ๆ อีกทั้งลูกค้ามีความคุ้นเคยกับพนักงานประจำร้านและกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ ที่มาใช้บริการด้วยกันภายในร้านอินเทอร์เน็ต จึงไม่เปลี่ยนไปใช้บริการร้านคู่แข่ง และลูกค้าเองก็ไม่มีต้นทุนในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์คุณภาพสูงมาใช้งานเอง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป็นนักเรียน นักศึกษา จึงยังไม่มีรายได้เพียงพอที่จะซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์คุณภาพสูงเหมือนกับคอมพิวเตอร์ของร้านอินเทอร์เน็ต จึงส่งผลให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองน้อยกว่าร้านอินเทอร์เน็ต ดังคำให้สัมภาษณ์

“...ร้านเรามีลูกค้าประจำที่มาใช้บริการ โดยร้านไหนมีความสนิทสนมกับลูกค้า ให้ความเป็นกันเอง บริการดี ลูกค้าก็มาใช้บริการร้านสม่ำเสมอ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ร้านข้างเคียงก็ไม่ได้แย่งลูกค้าไป เพราะเด็ก ๆ เล่นตามเพื่อน เพื่อนชอบร้านไหนก็เล่นตามกัน อีกอย่างลูกค้ามีความถนัด ความคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์ของร้าน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่ได้มีต้นทุนซื้อคอมพิวเตอร์คุณภาพสูง เนื่องจากส่วนมากเป็นนักเรียน นักศึกษา ลูกค้าจึงเลือกใช้บริการร้านเรา ซึ่งมีเครื่องคอมพิวเตอร์คุณภาพสูงตอบสนองความพึงพอใจได้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.3.2.5 ภาวะคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน ด้านสินค้าและบริการที่เข้ามาทดแทนการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ สินค้าหรือบริการทดแทนทางตรง และ สินค้าหรือบริการทดแทนทางอ้อม

1) สินค้าหรือบริการทดแทนทางตรง ซึ่งได้แก่อินเทอร์เน็ตจากสถานที่อื่น ๆ เช่น ร้านกาแฟ ที่พักอาศัย สถานที่ทำงาน สถานศึกษา สถานที่สาธารณะ เป็นต้น ซึ่งทำให้ลูกค้าเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ต แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า สินค้าและบริการเหล่านี้ไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมาก เนื่องจากลูกค้ายังมีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความรวดเร็วและมีเสถียรภาพกว่าอินเทอร์เน็ตของร้านกาแฟหรืออินเทอร์เน็ตสาธารณะ ใการใช้งานเพื่อความบันเทิง อาทิเช่น เล่นเกมออนไลน์ ดูหนัง ฟังเพลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ส่งผลให้อำนาจต่อรองของสินค้าและบริการทดแทนน้อยกว่าร้านอินเทอร์เน็ต

“...ก็ยังมีลูกค้าบางส่วนที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อดูหนัง ฟังเพลง ดูซีรีส์ เนื่องจากมีจอภาพใหญ่ จึงไม่ได้มีผลกระทบมาก...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ลูกค้าชอบความเร็วของอินเทอร์เน็ตในร้าน เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการการลูกค้าได้ทันที ไม่มีอาการค้างและหน่วงให้พบเห็น...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

2) สินค้าหรือบริการทดแทนทางอ้อม ซึ่งได้แก่บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือทำให้ลูกค้าสามารถเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือได้ แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ นั้น ไม่มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมาก เพราะลูกค้าที่ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว และเป็นลูกค้าคนละกลุ่มกัน ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ลูกค้าเท่าเดิมเป็นปกติ และยังมีลูกค้าที่ชอบเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่มาก...เพราะคอมพิวเตอร์ยังไวกว่าเร็วกว่าบนโทรศัพท์มือถือ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ลูกค้าเปลี่ยนไปเล่นเกมโทรศัพท์มือถือ แทบไม่มีผลกระทบอะไรเลยเนื่องจากมีลูกค้าที่ชื่นชอบเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์อยู่ เพราะเกมคอมพิวเตอร์มีความรวดเร็วและมีรายละเอียดภาพที่สวยงามกว่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

ตารางที่ 4.3 สรุปสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่มีผลกระทบ		ผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต
สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต (PESTEL)	กฎหมาย	ร้านต้องเปิดและปิดตามเวลา และควบคุมการใช้งานอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมตามอายุของผู้ใช้งาน
	เศรษฐกิจ	เศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ในด้านรายได้และค่าใช้จ่าย
	สังคม	ร้านอินเทอร์เน็ตมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในมุมมองของผู้ปกครองและบุคคลทั่วไป
	เทคโนโลยี	ร้านอินเทอร์เน็ตได้รับผลกระทบต้องปรับปรุงคอมพิวเตอร์ภายในร้านทุก 2 - 3 ปี ให้มีสมรรถนะสูงรองรับเกมใหม่ ๆ ได้
	สิ่งแวดล้อม	ร้านอินเทอร์เน็ตมีการใช้พลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าและปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์
สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Forces Model) ของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต	คู่แข่งที่มีผลกระทบ	อำนาจการต่อรองของร้านอินเทอร์เน็ต
	ภาวะคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่	คู่แข่งรายใหม่มีอำนาจต่อรองน้อยกว่าคู่แข่งรายเดิมที่มีในตลาด
	อำนาจต่อรองของคู่ค้า	อำนาจต่อรองของคู่ค้ามีอำนาจต่อรองมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ต
	การแข่งขันที่เกิดจากคู่แข่งในปัจจุบัน	ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีอำนาจต่อรองมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก และอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ต
	อำนาจต่อรองของลูกค้า	ลูกค้ามีอำนาจต่อรองน้อยกว่าร้านอินเทอร์เน็ต
	ภาวะคุกคามจากสินค้าหรือบริการทดแทน	สินค้าและบริการทดแทนไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมาก เนื่องจากยังมีลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์อยู่

4.4 ความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ต

4.4.1 วิเคราะห์ SWOT ของร้านอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ

จากข้อมูลด้านพฤติกรรมของลูกค้าที่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตในสถานที่อื่น ที่ไม่ใช่ร้านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น บ้านพักอาศัย สถานศึกษา อินเทอร์เน็ตสาธารณะ เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561: เว็บไซต์) และแนวโน้มที่ลูกค้าจะเลือกเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้นในอนาคต (กรุงเทพธุรกิจ, 2563: เว็บไซต์) นั้น ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือ SWOT Analysis มาค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของร้านอินเทอร์เน็ตโดยเปรียบเทียบกับการเล่นอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ ตามรายละเอียดดังนี้

4.4.1.1 จุดแข็งของร้านอินเทอร์เน็ต (Strengths) ทรัพยากรที่ทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีความสามารถทางการแข่งขันเหนือกว่าโทรศัพท์มือถือ คือ

1) เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นทำให้ลูกค้าเล่นเกมออนไลน์จากแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือได้ด้วยการติดตั้งโปรแกรมจำลองการใช้งานโทรศัพท์มือถือลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่ความสามารถของโทรศัพท์มือถือนั้นมีไม่เพียงพอที่จะทำให้ลูกค้าเล่นเกมจากแพลตฟอร์มคอมพิวเตอร์ได้ เนื่องจากโทรศัพท์มือถือยังไม่สามารถประมวลผลข้อมูลของเกมคอมพิวเตอร์ได้

2) การปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์ในร้านอินเทอร์เน็ตจะได้รับการปรับปรุงทุก 2 – 3 ปี เพื่อเพิ่มสมรรถนะคอมพิวเตอร์ให้สามารถเล่นเกมออนไลน์ที่เข้ามาใหม่ได้ ทำให้ลูกค้าได้รับความสนุกสนานจากการใช้บริการ โดยที่ลูกค้าไม่เสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่โทรศัพท์มือถือนั้นจะมีการพัฒนารุ่นใหม่ออกมาเรื่อย ๆ ทำให้ลูกค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อโทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ เพื่อการเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ

3) สภาพของร้านอินเทอร์เน็ต ถือว่าเป็นจุดแข็งสำคัญเนื่องจากภายในร้านอินเทอร์เน็ตมีบรรยากาศที่ดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เก้าอี้นุ่มปรับเอนได้ เครื่องปรับอากาศ ห้องน้ำสะอาด จุดจำหน่ายเครื่องดื่มและขนม เป็นต้น โดยสิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการ แต่การใช้งานเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือไม่มีบรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้

4) ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตมีทำเลที่ตั้งที่แน่นอน จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีความเสถียรในการใช้งาน ส่วนอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถใช้งานได้ทุกที่ แต่ความเสถียรของอินเทอร์เน็ตจะไม่มั่นคงเพราะคุณภาพสัญญาณของโทรศัพท์มือถือจะเปลี่ยนแปลงไปตามพื้นที่ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในพื้นที่ที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ โดยการเชื่อมต่อผ่านระบบ LAN (ระบบเครือข่ายเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกันในระยะจำกัด) จะทำให้อินเทอร์เน็ตมีความเสถียรสูง แต่หากไม่ใช้ระบบ LAN การใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านระบบ Wireless (ระบบเครือข่ายแบบไร้สาย) จะทำให้มีอาการหน่วงของการใช้งานอินเทอร์เน็ต และไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

5) ทีมช่างเทคนิค ร้านอินเทอร์เน็ตจะมีทีมงานช่างเทคนิคคอยดูแลและแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์ สามารถทำให้คอมพิวเตอร์กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง แต่โทรศัพท์มือถือเมื่อเกิด

ปัญหา อาทิเช่น เกิดอาการค้าง ไม่สามารถเปิดเครื่องได้ แบตเตอรี่หมดเร็ว รับสัญญาณโทรศัพท์มือถือไม่ได้ เป็นต้น ผู้ใช้งานต้องหาช่างซ่อมโทรศัพท์มือถือและเสียค่าใช้จ่ายในจ่ายซ่อมด้วยตนเอง

6) ชื่อเสียง เป็นทรัพยากรที่เป็นจุดแข็งสำคัญอีกหนึ่งของร้านอินเทอร์เน็ตที่หากมีชื่อเสียงดีเกิดขึ้นในมุมมองของลูกค้าแล้วย่อมจะสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับร้านอินเทอร์เน็ต

4.4.1.2 จุดอ่อนของร้านอินเทอร์เน็ต (Weaknesses) เป็นข้อเสียหรือปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต กล่าวคือ

1) การใช้จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมเป็นจำนวนมาก โดยการเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ในร้านอินเทอร์เน็ตนั้น ต้องมีอุปกรณ์เสริมในการใช้งาน เช่น โต๊ะวาง เก้าอี้ เมาส์ แป้นพิมพ์ หูฟัง จอภาพ เป็นต้น จึงไม่เกิดคล่องตัวในการใช้งาน แต่เกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือที่มีความคล่องตัวในการใช้งานมากกว่า เพียงใช้อุปกรณ์เสริมบางชิ้นก็สามารถเล่นได้ทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ต

2) ต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยคอมพิวเตอร์ในร้านอินเทอร์เน็ตที่มีสมรรถนะดี จะมีต้นทุนอยู่ที่เครื่องละประมาณ 30,000 – 35,000 บาท ซึ่งราคาสูงกว่าต้นทุนของโทรศัพท์มือถือที่มีสมรรถนะดี ซึ่งจะมีต้นทุนอยู่ที่เครื่องละประมาณ 15,000 – 25,000 บาท จึงเป็นจุดอ่อนของร้านอินเทอร์เน็ตที่มีต้นทุนสูงกว่าโทรศัพท์มือถือ

3) ต้นทุนการใช้โปรแกรมที่มีลิขสิทธิ์ เนื่องจากคอมพิวเตอร์ต้องมีโปรแกรมหรือเกมให้บริการลูกค้า และมีโปรแกรมบางชนิดที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเรื่องลิขสิทธิ์ของโปรแกรมเป็นรายปี เช่น ระบบปฏิบัติการ (Windows), Microsoft office เป็นต้น แต่โทรศัพท์มือถือที่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อแอปพลิเคชันใช้งานเพียงครั้งเดียว

4.4.1.3 โอกาสของร้านอินเทอร์เน็ต (Opportunities) จากข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นโอกาสของร้านอินเทอร์เน็ต มีรายละเอียดดังนี้

1) ลักษณะการใช้ชีวิตคนช่วงอายุ Gen Z โดยกลุ่มลูกค้าของร้านอินเทอร์เน็ตมีอายุช่วงตั้งแต่ 10 – 24 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุ Gen Z มีแนวโน้มความชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้น (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2562) แต่จากผลการให้สัมภาษณ์พบว่า การชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือมากขึ้นนั้น ไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมากนัก เนื่องจากเป็นลูกค้าคนละกลุ่มกับลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ จึงเป็นโอกาสของร้านอินเทอร์เน็ตที่ยังสามารถอยู่รอดได้

2) เทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้เกมออนไลน์คอมพิวเตอร์มีความสมจริง มีรายละเอียดมากกว่าเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ ส่งผลให้เกมออนไลน์คอมพิวเตอร์ยังได้รับความสนใจจากผู้เล่นทั้งรายใหม่และรายปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสของร้านอินเทอร์เน็ตที่สามารถแข่งขันกับโทรศัพท์มือถือ

3) ภาวะความยากจากสินค้าและบริการทดแทน จากข้อมูลทีอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ตภายในบ้าน อินเทอร์เน็ตในที่ทำงาน อินเทอร์เน็ตสาธารณะ อินเทอร์เน็ตจากเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ทำให้มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากร้านอินเทอร์เน็ตลดลง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561: เว็บไซต์) แต่จากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่า

สินค้าและบริการทดแทนเหล่านี้ ไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด จึงเป็นโอกาสของร้านอินเทอร์เน็ตที่ยังสามารถแข่งขันได้กับโทรศัพท์มือถือที่เป็นสินค้าทดแทนสำคัญ

4.4.1.4 อุปสรรคของร้านอินเทอร์เน็ต (Threats) เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบเชิงลบกับธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านกฎหมายข้อบังคับ เนื่องจากข้อบังคับทางกฎหมายกำหนดให้ร้านอินเทอร์เน็ตจำกัดช่วงเวลาที่ไม่อนุญาตให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปีเข้าใช้บริการได้ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการลูกค้าในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งยังมีข้อจำกัดเรื่องใช้งานของเกมบางประเภทที่มีเนื้อหาในการใช้ความรุนแรง จึงไม่เหมาะสมกับลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 15 ปี ดังนั้นร้านอินเทอร์เน็ตจึงต้องมีการควบคุมการใช้งานของลูกค้า แต่อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือนั้น ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา ทุกประเภทเกม จึงเป็นผลกระทบเชิงลบของร้านอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ

2) การแข่งขันที่มากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า กล่าวคือ จากเดิมที่ลูกค้ามีพฤติกรรมที่มีความชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์บนคอมพิวเตอร์ แต่เปลี่ยนพฤติกรรมไปเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือแทน ฉะนั้นร้านอินเทอร์เน็ตจึงต้องปรับตัวเพื่อรักษารฐานลูกค้าไว้

3) ภาวะเศรษฐกิจที่แย่ลง ส่งผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก อันเป็นผลมาจากลูกค้าได้รับเงินสนับสนุนในการเล่นเกมนจากผู้ปกครองน้อยลงหรือไม่ได้เลย เนื่องจากรายได้ของผู้ปกครองที่ลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ จึงส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่ลดลง

จากข้อมูลที่วิเคราะห์ SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของร้านอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ สามารถเขียนสรุปได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลที่วิเคราะห์ SWOT ของร้านอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ

SWOT Analysis	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อร้านอินเทอร์เน็ต
จุดแข็งของร้านอินเทอร์เน็ต (Strengths)	1) เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถทำให้ลูกค้าเล่นเกมออนไลน์จากแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือได้
	2) ร้านอินเทอร์เน็ตการปรับปรุงคอมพิวเตอร์ทุก 2 – 3 ปี ทำให้ลูกค้าได้ใช้คอมพิวเตอร์ที่มีสมรรถนะดี
	3) ภายใต้อาคารในร้านอินเทอร์เน็ตทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการ
	4) ร้านอินเทอร์เน็ตมีทำเลที่ตั้งที่แน่นอน จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีเสถียรภาพในการใช้งาน
	5) ร้านอินเทอร์เน็ตจะมีทีมงานช่างเทคนิคคอยดูแลและแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์
	6) ร้านอินเทอร์เน็ตที่มีชื่อเสียง จะมีความน่าเชื่อถือและทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับร้านอินเทอร์เน็ตนั้น
จุดอ่อนของร้านอินเทอร์เน็ต (Weaknesses)	1) การเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์ จะต้องใช้อุปกรณ์เสริมในการใช้งาน จึงไม่เกิดความคล่องตัวในการใช้งาน
	2) ราคาต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์สูงกว่าราคาต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ
โอกาสของร้านอินเทอร์เน็ต (Opportunities)	1) ร้านอินเทอร์เน็ตไม่ได้รับผลกระทบจากการที่ลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากเป็นลูกค้าคนละกลุ่มกับลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมออนไลน์บนเครื่องคอมพิวเตอร์
	2) เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้เกมออนไลน์คอมพิวเตอร์มีความสมจริง มีรายละเอียดมากขึ้นกว่าเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ
	3) สินค้าและบริการทดแทน ไม่ได้มีผลกระทบต่อร้านอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด
อุปสรรคของร้านอินเทอร์เน็ต (Threats)	1) ร้านอินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดเรื่องเวลาการเข้าใช้บริการสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี และเนื้อหาของเกมบางประเภทที่มีความรุนแรง จึงไม่เหมาะสมกับลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 15 ปี
	2) การแข่งขันที่มากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า
	3) ภาวะเศรษฐกิจที่แย่ลง ส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่ลดลงของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก

4.4.2 การค้นหาความสามารถทางการแข่งขันของร้านอินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตพบประเด็นสำคัญที่ร้านอินเทอร์เน็ตจำนวน 3 ร้าน กล่าวถึงเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนให้ได้ราคาต่ำที่สุด เพื่อให้สามารถแข่งขันทางด้านราคากับร้านอินเทอร์เน็ตในตลาดได้ ดังคำให้สัมภาษณ์

“...ในส่วนของการซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ คิดว่าร้านเราได้ราคาถูกมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง...เนื่องจากสามารถต่อรองกับคู่ค้าที่ผลิตอุปกรณ์เหล่านั้นโดยตรง และซื้อจำนวนมาก ทำให้ได้ราคาที่ถูกที่สุด โดยคู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...การจะตั้งราคาให้ได้เท่าเทียมกับคู่แข่งได้ เราต้องหาซื้อของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้ได้ในราคาถูกที่สุด อาทิเช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มือสองสภาพดี หรือโปรโมชั่นสินค้าลดราคา เป็นต้น...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...คอมพิวเตอร์ในร้านเราไม่ได้ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ราคาสูง และพยายามหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ราคาถูกมาใช้งาน เนื่องจากราคาการให้บริการค่อนข้างถูกเพียงชั่วโมงละ 10 บาท และลูกค้าก็ไม่ได้หนาแน่น จึงไม่คุ้มค่ากับการลงทุน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

การบริหารต้นทุนเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งราคาการให้บริการที่ถูกกว่าคู่แข่ง จำเป็นต้องหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในราคาถูกและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าต่อการใช้งาน และสามารถคืนทุนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงสรุปต้นทุนต่อหน่วยที่จะทำให้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 1 เครื่องสามารถคืนทุนภายใน 3 ปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.4.2.1 โดยปกติร้านอินเทอร์เน็ตจะมีการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ทุก 3 ปี ซึ่งราคาเครื่องคอมพิวเตอร์รวมอุปกรณ์เสริมของร้านอินเทอร์เน็ตสามารถแบ่งได้ 2 ขนาด ดังนี้

1) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กใช้เครื่องคอมพิวเตอร์รวมอุปกรณ์เสริมราคาประมาณ 20,000 - 25,000 บาทต่อเครื่อง ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นต้นทุนต่อหน่วยคิดจาก ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์หารด้วยจำนวนเดือนทั้งหมด 36 เดือน (ระยะเวลา 3 ปี) จะเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 555 - 694 บาท ดังนั้นเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ต้องมีลูกค้าใช้บริการให้มีรายได้มากกว่า 555 - 694 บาท ต่อเดือน

2) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์รวมอุปกรณ์เสริมราคาประมาณ 25,000 - 30,000 บาทต่อเครื่อง ดังนั้นค่าเสื่อมราคาของคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นต้นทุนต่อหน่วยคิดจาก ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์หารด้วยจำนวนเดือน 36 เดือน (ระยะเวลา 3 ปี) จะเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 694 - 833 บาท ดังนั้นเครื่องคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ต้องมีลูกค้าใช้บริการให้มีรายได้มากกว่า 694 - 833 บาท ต่อเดือน

ทั้งนี้ยังไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่น อาทิเช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าเช่าสถานที่ (กรณีไม่ใช่อาคารของตนเอง) ค่าจ้างพนักงาน ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ ค่าผ่อนชำระเงินกู้ (กรณีกู้มาลงทุน) ค่าโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างค่าใช้จ่ายของร้านอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 4.5) เพื่อแสดงให้เห็นถึงต้นทุนโดยรวม จะได้นำไปสู่การหาต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของ

คอมพิวเตอร์ 1 เครื่องต่อ 1 ชั่วโมง โดยร้านอินเทอร์เน็ตแห่งนี้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหมด 45 เครื่อง ต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์เฉลี่ยเครื่องละ 25,000 บาท มีการให้บริการเฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง (เปิดบริการ 24 ชั่วโมง) และไม่ได้กู้เงินมาลงทุน (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าใช้จ่ายร้านอินเทอร์เน็ตแห่งหนึ่งในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

รายการค่าใช้จ่าย	เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	เฉลี่ยต่อวัน* (บาท)	เฉลี่ยต่อชั่วโมง** (บาท)
ค่าเสื่อมราคาคอมพิวเตอร์	31,230 (694 X 45)	1,041	130.12
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	11,000	367	45.83
ค่าเช่าอาคาร	14,000	467	58.37
ค่าจ้างพนักงาน	8,000	266	33.30
ค่าซ่อมบำรุงอุปกรณ์	2,000	67	8.37
ค่าอินเทอร์เน็ต	1,000	34	4.25
ค่าผ่อนชำระเงินกู้	-	-	-
ค่าโฆษณา	1,000	34	4.25
ค่าลิขสิทธิ์ของโปรแกรม	2,000	67	8.37
รวมค่าใช้จ่าย	70,230	2,343	292.86

หมายเหตุ: *ค่าเฉลี่ยต่อวันคิดจากค่าเฉลี่ยต่อเดือนหารด้วย 30 วัน

**ค่าเฉลี่ยต่อชั่วโมงคิดจากค่าเฉลี่ยต่อวันหารด้วย 8 ชั่วโมง

จากข้อมูลในตารางที่ 4.5 จะเห็นว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือนของร้านอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนเงิน 70,230 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวมต่อวันเป็นจำนวนเงิน 2,343 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวมต่อชั่วโมงเป็นจำนวนเงิน 292.86 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อชั่วโมงเป็นค่าใช้จ่ายของเครื่องคอมพิวเตอร์รวมทั้งหมด 45 เครื่อง ดังนั้นการหาต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยของคอมพิวเตอร์ 1 เครื่องต่อ 1 ชั่วโมง คิดโดย นำค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อชั่วโมงหารด้วยจำนวนเครื่องทั้งหมด จึงได้ต้นทุนเฉลี่ยรวมต่อหน่วยของคอมพิวเตอร์ 1 เครื่อง ต่อ 1 ชั่วโมง เท่ากับ 6.50 บาท (หรือ 292.86 บาท/45 เครื่อง)

และเพื่อแสดงให้เห็นถึงต้นทุนของโทรศัพท์มือถือที่ใช้ในการเล่นอินเทอร์เน็ตและเกมออนไลน์ โดยคิดต้นทุนจากโทรศัพท์มือถือรุ่นที่มีประสิทธิภาพสูงราคาประมาณ 25,000 บาท อายุการใช้งานได้ 36 เดือน (3 ปี) และค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือนรูปแบบใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ไม่จำกัดอยู่ที่เดือนละ 900 บาท ค่าไฟฟ้าเฉลี่ยเดือนละ 80 บาท และคิดการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือวันละ 10 ชั่วโมง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561: เว็บไซต์) จะสามารถคิดต้นทุนเฉลี่ยของโทรศัพท์มือถือ 1 เครื่อง ต่อการใช้งาน 1 ชั่วโมง ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ต้นทุนเฉลี่ยของโทรศัพท์มือถือ 1 เครื่องต่อการใช้งาน 1 ชั่วโมง

รายการต้นทุน	เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	เฉลี่ยต่อวัน* (บาท)	เฉลี่ยต่อชั่วโมง** (บาท)
ค่าเสื่อมราคาของโทรศัพท์มือถือ (กรณีซื้อด้วยเงินสด)	694 (25,000/36)	23.13	2.31
ค่าอินเทอร์เน็ตเหมาจ่ายรายเดือน	900	30	3
ค่าไฟฟ้า	80	2.67	0.26
รวมค่าใช้จ่าย	1,674	55.8	5.57

หมายเหตุ : *ค่าเฉลี่ยต่อวันคิดจากค่าเฉลี่ยต่อเดือนหารด้วย 30 วัน

**ค่าเฉลี่ยต่อชั่วโมงคิดจากค่าเฉลี่ยต่อวันหารด้วย 10 ชั่วโมง

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่าต้นทุนเฉลี่ยรวมต่อเดือนของโทรศัพท์มือถือคิดเป็นจำนวนเงิน 1,674 บาท ต้นทุนเฉลี่ยรวมต่อวันคิดเป็นจำนวนเงิน 55.8 บาท และต้นทุนเฉลี่ยรวมต่อการใช้งาน 1 ชั่วโมงคิดเป็นจำนวนเงิน 5.57 บาท

จากข้อมูลต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของร้านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ จะเห็นได้ว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของร้านอินเทอร์เน็ตคิดเป็นจำนวนเงิน 6.50 บาท และต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของโทรศัพท์มือถือนั้นคิดเป็นจำนวนเงิน 5.57 บาท ดังนั้นต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงในการให้บริการของร้านอินเทอร์เน็ตจึงสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของการใช้งานโทรศัพท์มือถือเพื่อเล่นอินเทอร์เน็ตและเกมออนไลน์

จากข้อมูลการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ข้อมูลของร้านอินเทอร์เน็ต เปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ และคู่แข่งที่เป็นร้านอินเทอร์เน็ตด้วยกันเอง เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (ตารางที่ 4.7) เพื่อใช้สำหรับการศึกษากลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตต่อไป

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอินเทอร์เน็ต

จุดแข็งของร้านอินเทอร์เน็ต		จุดอ่อนของร้านอินเทอร์เน็ต	
เทียบกับคู่แข่ง	เทียบกับโทรศัพท์มือถือ	เทียบกับคู่แข่ง	เทียบกับโทรศัพท์มือถือ
1) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีอำนาจต่อรองมากกว่าจึงสามารถซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ถูกกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก เนื่องจากซื้อเป็นจำนวนมากจึงได้ราคาส่งส่วนลดมากกว่า	1) ความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สูงกว่าโทรศัพท์มือถือทำให้ลูกค้าเล่นเกมออนไลน์จากโทรศัพท์มือถือได้	1) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีสมรรถนะสูงให้บริการ	1) การเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์มีความคล่องตัวในการใช้งาน
2) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ มีงบประมาณจ้างทีมงานช่างเทคนิคแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์	2) กายภาพภายในร้านอินเทอร์เน็ตทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย	2) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กไม่ได้ปรับปรุงคอมพิวเตอร์ทุก 2-3 ปี ทุกเครื่อง	2) ราคาต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์สูงกว่าราคาต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ
3) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ มีกายภาพภายในร้านที่หรูหรา สวยงาม	3) ร้านอินเทอร์เน็ตมีอินเทอร์เน็ตที่มีเสถียรภาพ		3) ต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของร้านอินเทอร์เน็ตสูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยต่อชั่วโมงของโทรศัพท์มือถือ
4) ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ เป็นที่รู้จักของลูกค้า			
โอกาสของร้านอินเทอร์เน็ต		อุปสรรคของร้านอินเทอร์เน็ต	
1) ลูกค้ามีความชื่นชอบในการเล่นเกมนออนไลน์มากขึ้น ทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้น		1) ร้านอินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดเรื่องเวลาการเข้าใช้บริการ สำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี และเนื้อหาของเกมบางประเภทที่มีความรุนแรง จึงไม่เหมาะสมกับลูกค้าที่อายุต่ำกว่า 15 ปี	
2) เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกมออนไลน์คอมพิวเตอร์มีความสมจริง ลูกค้าจึงเกิดความตื่นเต้นสนุกสนาน		2) การแข่งขันที่มากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า	
3) การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่เป็นเรื่องยาก เนื่องจากมีคู่แข่งรายเดิมที่อยู่ในพื้นที่ของกลุ่มลูกค้า		3) ภาวะเศรษฐกิจที่แย่ลง ส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่ลดลงของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก	
4) สินค้าและบริการทดแทนไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมาก เนื่องจากเป็นลูกค้าคนละกลุ่มกับลูกค้าที่ชื่นชอบการเล่นเกมนออนไลน์บนเครื่องคอมพิวเตอร์			

จากข้อมูลในตารางที่ 4.7 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กแล้วพบว่า ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่สามารถทางการแข่งขันมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก เพราะร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่สามารถบริหารต้นทุนในการซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นจำนวนมากกว่าจึงได้ราคาส่วนลดมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่บางรายยังสามารถต่อรองขอส่วนลดราคาของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์กับบริษัทผู้ผลิตโดยตรง ทำให้ได้ราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ถูกลงอีกทั้งร้านอินเทอร์เน็ตใหญ่ยังมีงบประมาณมากกว่า ทำให้สามารถตกแต่งกายภาพภายในและภายนอกร้านในสวยงาม หรูหรา มากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก และร้านอินเทอร์เน็ตใหญ่บางร้านมีช่างเทคนิคคอยดูแลแก้ไขปัญหาคอมพิวเตอร์ให้กลับมาใช้งานได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นเรื่องยากที่ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กจะสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ข้อมูลด้านโอกาสทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าลูกค้ามีความชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์มากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะมีลูกค้าเพิ่มขึ้น สืบเนื่องมาจากด้านเทคโนโลยีของเกมออนไลน์คอมพิวเตอร์ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกมออนไลน์คอมพิวเตอร์มีรายละเอียดและสมจริง ลูกค้าจึงเกิดความตื่นเต้น สนุกสนาน และนอกจากนี้สินค้าและบริการทดแทนก็ไม่ได้มีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตมากนัก เพราะร้านอินเทอร์เน็ตมีลูกค้าเป็นผู้ที่ชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์คอมพิวเตอร์ แต่ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตยังมีอุปสรรคอยู่บ้างเนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อบังคับของเวลาเข้าใช้บริการที่ลูกค้าไม่สามารถใช้บริการได้หลังช่วงเวลา 22.00 น. และข้อจำกัดด้านข้อบังคับของอายุเด็กต่ำกว่า 18 ปี ไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ก่อนเวลา 14.00 น. ส่งผลให้ร้านอินเทอร์เน็ตมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง

จากข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างร้านอินเทอร์เน็ตและคู่แข่งที่เป็นโทรศัพท์มือถือเพื่อการเล่นอินเทอร์เน็ตและเกมนอนไลน์นั้นพบว่า ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์คิดเป็นร้อยละ 44.43 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับต้นทุนของโทรศัพท์มือถือที่คิดเป็นร้อยละ 41.47 ของต้นทุนในการใช้โทรศัพท์มือถือ สำหรับโอกาสทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตนั้นพบว่า ธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตยังมีโอกาสที่สามารถทำกำไรและประสบความสำเร็จด้านการเพิ่มจำนวนลูกค้าได้ เพราะจากข้อมูลการเติบโตของตลาดเกมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2562) กลุ่มช่วงอายุของคนเล่นเกมในไทยที่เล่นเกมมากที่สุด คือ 18 - 24 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุของลูกค้าร้านอินเทอร์เน็ต จึงส่งผลให้ลูกค้าปัจจุบันยังมีความชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์และมีแนวโน้มที่จะเล่นมากขึ้นในทุก ๆ ปี

4.5 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ต

กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตในที่นี่ ผู้เขียนจะนำเสนอกลยุทธ์การปรับตัวในสองด้าน คือ ด้านการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตเชิงเปรียบเทียบที่แบ่งตามขนาด และด้านการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตในเชิงเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ ก่อนที่จะนำเสนอกลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมในลำดับถัดไป ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวดังต่อไปนี้

4.5.1 การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตเชิงเปรียบเทียบที่แบ่งตามขนาด

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีวิธีการปรับตัวที่เหมือนกันและแตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.5.1.1 การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก มีวิธีการปรับตัวอยู่ 3 วิธี ดังนี้

1) การลดต้นทุนของกิจการ ผู้ประกอบการมีมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้าเพื่อลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการไฟฟ้า โดยมีมาตรการเปิด - ปิด เครื่องปรับอากาศเป็นเวลาและสลับกันใช้งาน เพื่อไม่ให้เครื่องปรับอากาศทำงานหนักเกินไป อีกทั้งยังเปิดพัดลมช่วยกระจายความเย็นตามคำให้สัมภาษณ์

“...มีการใช้งานเครื่องปรับอากาศตัวละ 4 - 5 ชม. โดยสลับกัน และมีผู้จัดการมาคอยตรวจสอบการทำงาน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ใช้งานเครื่องปรับอากาศโดยเปิดสลับกัน และเปิดพัดลมช่วยกระจายความเย็นเพื่อลดการทำงานของเครื่องปรับอากาศ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ถ้าไม่มีลูกค้าหรือลูกค้าไม่เยอะก็ไม่เปิดเครื่องปรับอากาศ เพื่อประหยัดค่าไฟ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

ต่อมาเป็นการลดต้นทุนด้านอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์โดยการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพปานกลางและถูกในตลาด อีกทั้งการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ยังเลือกใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เป็นสินค้ามือสองแต่สามารถใช้งานได้ดี เพื่อลดต้นทุนในการปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ ตามคำให้สัมภาษณ์

“การจะตั้งราคาให้ได้เท่าเทียมกับคู่แข่งได้...เราต้องหาซื้อของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้ได้ในราคาถูกที่สุด อาทิเช่น อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มือสองสภาพดี หรือโปรโมชันสินค้าลดราคา เป็นต้น...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เราเลือกใช้ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์คุณภาพปานกลางและราคาถูกเนื่องจากเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการ... และไม่คิดที่จะใช้อุปกรณ์คุณภาพสูงเนื่องจากราคาแพงและไม่คุ้มค่ากับการลงทุน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังพยายามลดต้นทุนในส่วนของการจ้างพนักงานดูแลร้าน โดยร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กส่วนมากจะไม่จ้างพนักงานดูแลร้าน เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก โดยเจ้าของร้านจะเป็นผู้ดูแลร้านเองหรือให้ญาติพี่น้องดูแลช่วยกัน ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ร้านเราไม่ได้จ้างพนักงานดูแลร้าน พี่เป็นคนดูแลเอง ถ้าพี่ไม่อยู่ก็ให้น้องชายกับน้องสะใภ้ดูแลช่วยกัน เพราะถ้าจ้างพนักงานดูแลร้าน คงไม่มีกำไร เนื่องจากร้านเราไม่ได้มี

รายได้เยอะเหมือนร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ป้าเป็นคนดูแลร้านเอง อยู่ร้านตลอดไม่ได้ไปไหน และลูกค้าก็มีแต่ลูกค้าประจำจำหน้าได้ ถ้าป้าไม่อยู่ก็มีลูกชายกับสามีที่คอยดูแลร้านประจำ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

และจากการทดลองใช้งานคอมพิวเตอร์ของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กก็พบว่า โปรแกรมที่ใช้งานในคอมพิวเตอร์นั้น บางโปรแกรมเป็นโปรแกรมที่ไม่ถูกลิขสิทธิ์ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนเรื่องลิขสิทธิ์ของโปรแกรมลดลง

2) การหารายได้เสริม ผู้ประกอบการพยายามหารายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากการให้บริการร้านอินเทอร์เน็ต อาทิเช่น ขายน้ำและขนมขบเคี้ยว ขายบัตรเติมเกมออนไลน์ ขายอาหารหรือบะหมี่สำเร็จรูป เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตของลูกค้า ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ทางร้านมีเครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยวจำหน่าย เพื่อเพิ่มรายได้อีกทาง และบางเดือนขายได้มากกว่ารายได้จากการให้บริการอินเทอร์เน็ต...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...การขายขนมและน้ำอัดลมเป็นรายได้อีกทาง เด็กบางคนเล่นแค่ 2 ชั่วโมงแต่กินน้ำและขนมหมดเยอะกว่าค่าใช้บริการ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

3) รักษาคุณภาพการบริการ การบริการนั้น คือ สิ่งสำคัญของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต ให้ความคิดเห็นว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการเนื่องจากชื่นชอบการบริการของพนักงานประจำร้าน เพราะการบริการที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามต้องการ อีกทั้งลูกค้ายังเลือกใช้บริการตามคำแนะนำของเพื่อน ลูกค้าจึงไม่คิดที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงกำชับพนักงานประจำร้านเรื่อง การรักษาคุณภาพการบริการ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ร้านเรามีลูกค้าประจำที่มาใช้บริการ โดยร้านไหนมีความสนิทสนมกับลูกค้า ให้ความเป็นกันเอง บริการดี ลูกค้าก็มาใช้บริการร้านสม่ำเสมอ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6, 8 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ร้านข้างเคียงก็ไม่ได้แย่งลูกค้าไป เพราะเด็ก ๆ เล่นตามเพื่อน เพื่อนชอบร้านไหนก็เล่นตามกัน อีกอย่างลูกค้ามีความถนัด ความคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์ของร้าน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“ร้านมีกล้องวงจรปิด คอยดูการบริการของพนักงานและสอดส่องพฤติกรรมของลูกค้า...พร้อมตักเตือนพนักงานหากบริการไม่ดีหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบร้าน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กบางร้านยังติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัยให้แก่ชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้า และยังป้องกันเหตุทะเลาะวิวาทได้ เป็นส่วนเสริมคุณภาพการบริการนอกเหนือจากการบริการของพนักงานประจำร้าน

4.5.1.2 การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ มีวิธีการปรับตัวอยู่ 5 วิธี ดังนี้

1) คุณภาพของคอมพิวเตอร์ ร้านอินเทอร์เน็ตใหญ่นั้น มีวิธีการปรับตัวโดยการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพสูง และได้รับการรับรองมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิต (GEFORCE CERTIFIED) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในคุณภาพที่ดีของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งลูกค้าส่วนมากก็เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพเหล่านั้น ตามคำสัมภาษณ์

“...เราลงทุนให้ความสำคัญกับเครื่องคอมพิวเตอร์มาก จนได้รับการรับรองจากบริษัทผู้ผลิต...และก็มีกลุ่มลูกค้าประจำที่ชื่นชอบมาโดยตลอด เนื่องจากลูกค้าสัมผัสถึงความรู้สึกที่รวดเร็ว ลื่นไหลในการเล่น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ทางร้านใช้อุปกรณ์ภายในที่ได้คุณภาพมาประกอบเป็นคอมพิวเตอร์ของร้าน และถ้าเป็นร้านสาขาใหญ่จะได้รับการรับรอง (GEFORCE iCAFE ระดับ GOLD) ...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

2) การบริหารต้นทุนให้ต่ำ ร้านอินเทอร์เน็ตใหญ่นั้น มีเป็นงบประมาณมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก แต่ก็ต้องใช้งบประมาณให้เกิดความคุ้มค่า โดยการหาต้นทุนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้ได้ราคาต่ำ เพื่อให้ได้จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนมาก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงบริหารต้นทุนโดยการต่อรองกับบริษัทผู้จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โดยตรงเพื่อให้ได้ราคาต่ำที่สุด ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ในส่วนของเราซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ คิดว่าร้านเราได้ราคาถูกมากที่สุด เมื่อเทียบกับคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง...เนื่องจากสามารถต่อรองกับลูกค้าที่ผลิตอุปกรณ์เหล่านั้นโดยตรง และซื้อจำนวนมาก ทำให้ได้ราคาที่ถูกต้องที่สุด โดยคู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เครื่องคอมพิวเตอร์นั้นเราติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตโดยตรง เนื่องจากทางร้านสั่งจำนวนมากกว่า 50 เครื่อง บริษัทจึงมีโปรโมชั่นส่วนลดมากกว่าซื้อกับตัวแทนจำหน่าย... อีกทั้งร้านอินเทอร์เน็ตเองก็จะได้รับการรับรองมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิต” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่บางร้านยังพยายามลดจำนวนพนักงานประจำร้าน ให้เหมาะสมและเพียงพอกับจำนวนลูกค้า เนื่องจากต้นทุนค่าจ้างพนักงานประจำร้านเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามคำให้สัมภาษณ์

“...พนักงานประจำร้านมี 2 คนครับ มีผู้จัดการ 1 คน กับพนักงานดูแลร้าน 1 คน ซึ่งทำหน้าที่สลับกันไป เพราะร้านเราเปิด 24 ชม. แต่ก่อนร้านเรามีพนักงาน 3 คน แต่ด้วย

ค่าใช้จ่ายที่ลดลงจึงต้องเลิกจ้างไป...ส่วนแม่บ้านจะจ้างเป็นรายวันแทนครับ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

3) คุณภาพบริการที่ดี จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้าเป็นอย่างมาก โดยศึกษาความต้องการของลูกค้าว่าต้องการอะไรบ้าง ต้องการบรรยากาศภายในร้านเป็นแบบไหน ต้องการอุปกรณ์เสริมรุ่นไหน ต้องการราคาให้บริการเท่าไร หรือต้องการบริการอื่นใด นอกเหนือจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งความต้องการเหล่านี้ ผู้ประกอบการก็ได้ตอบสนองแก่ลูกค้าอย่างครบถ้วน เกิดเป็นภาพลักษณ์การบริการโดยรวมที่ดี สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการ จนกลายเป็นลูกค้าประจำของร้าน ตามคำให้สัมภาษณ์

“ลงทุนร้านเยอะกว่าคนอื่น โดยไม่เน้นให้เหมือนร้านทั่วไป ...แต่เน้นคุณภาพ โฟกัสลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการเล่น โดยมองว่ายั่งยืนกว่า...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ผมให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในร้าน พื้นที่ภายในร้านต้องไม่คับแคบจนเกินไป ต้องมีระยะห่างที่เหมาะสม และความสะอาดภายในร้านรวมถึงห้องน้ำต้องสะอาด... สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ร้านอินเทอร์เน็ต” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ที่เราทำร้านให้ดูดี เครื่องคอมพิวเตอร์สภาพดี อยากให้ลูกค้ารู้จักกันเยอะ และบอกต่อกันถึงประสบการณ์ที่ดี ที่ร้านเรามอบให้...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...เราศึกษาว่าลูกค้าวัยนี้ต้องการอะไร ต้องการที่นั่งอ่านหนังสือ ต้องการห้องประชุมต้องการกาแฟ หรือแม้แต่เครื่องถ่ายเอกสาร เราก็ตอบสนองให้ลูกค้า นอกเหนือจากการให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้ลูกค้าประทับใจจะได้มาใช้บริการบ่อย...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4) การประชาสัมพันธ์ ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่เน้น มีการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยทำการประชาสัมพันธ์ถึงคุณภาพการบริการที่ดี รวมถึงภาพบรรยากาศภายในร้าน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิเช่น Facebook, YouTube, Instagram เป็นต้น รวมถึงปิดป้ายประกาศประชาสัมพันธ์บริเวณใกล้สถานศึกษา เพื่อให้นักศึกษารับทราบถึงสถานที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ต ตามคำให้สัมภาษณ์

“...เราทำการยิงโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Facebook, YouTube, Instagram และเชิญสื่อต่าง ๆ มาร่วมงานวันเปิดร้าน อีกทั้งยังปิดป้ายประกาศบริเวณใกล้สถานศึกษา เพื่อให้ลูกค้าทราบถึง โปรโมชั่นและจุดตั้งของร้าน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ร้านมีเพจทาง Facebook เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ ลงภาพกิจกรรมของร้าน แจ้างโปรโมชันในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และแจ้างข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับทางร้าน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

5) การตั้งร้านใกล้สถานศึกษา เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีงบประมาณสูง จึงสามารถเช่าสถานที่ใกล้สถานศึกษาเพื่อสร้างเป็นร้านอินเทอร์เน็ต ทำให้นักเรียนนักศึกษา มีโอกาสพบเห็นร้านอินเทอร์เน็ตมากกว่าร้านที่ตั้งไกลจากสถานศึกษา ลูกค้าจึงเลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตใกล้สถานศึกษา

“...เหตุที่ตั้งเช่าร้านตรงสี่แยกหอนาฬิกา เพราะใกล้กับราชภัฏและนารีนุกูล... ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้า ถึงค่าเช่าจะราคาสูง แต่ก็คุ้มค่า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...บริเวณใกล้โรงเรียนซึ่งมีร้านเยอะ แสดงว่าจุดนั้นมีลูกค้า...และเราคิดว่าเราทำได้ดีกว่าอยู่แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตจะเห็นได้ว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก มีการปรับตัวที่คล้ายคลึง 2 วิธี ดังนี้

(1) การบริหารต้นทุนให้ต่ำ คือ ทั้งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และขนาดเล็กพยายามหาต้นทุนของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้ได้ราคาต่ำ และพยายามลดค่าใช้จ่ายของกิจการให้ต่ำ เพื่อจะทำให้สามารถมีกำไรหรือประคองประกอบกิจการให้สามารถอยู่รอดต่อไปได้

(2) รักษาคุณภาพการบริการ คือ ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน และพยายามตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ได้เพื่อรักษาลูกค้าไว้ ไม่ให้ไปใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตอื่น

และวิธีการปรับตัวที่แตกต่างกันของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่และร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก มีอยู่ 4 วิธี ดังนี้

(1) คุณภาพของคอมพิวเตอร์ ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่มีงบประมาณมากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก จึงใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพมากกว่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก ซึ่งลูกค้าส่วนมากก็เลือกใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ตที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพดี

(2) การประชาสัมพันธ์ เป็นอีกวิธีการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่ทำให้ลูกค้ารับทราบถึง คุณภาพเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรโมชั่นของร้าน และกิจกรรมของร้าน ซึ่งร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กนั้น ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ใด

(3) การตั้งร้านใกล้สถานศึกษา ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่เลือกที่จะตั้งร้านบริเวณใกล้สถานศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจากข้อมูลการเพิ่มขึ้นของร้านอินเทอร์เน็ตในปี 2562 (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี, 2562) พบว่าร้านอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นในปี 2562 นั้นเป็นร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กที่ตั้งห่างไกลจากสถานศึกษาขนาดใหญ่ของจังหวัดอุบลราชธานี

(4) การเพิ่มบริการเสริมอื่น นอกเหนือจากการให้บริการอินเทอร์เน็ตแล้ว ร้านอินเทอร์เน็ตใหญ่มีวิธีการปรับตัว โดยการมีบริการอื่นเสริม เช่น พื้นที่สำหรับอ่านหนังสือ บริการกาแฟ และขนม ห้องสำหรับประชุมงาน ห้องฝึกซ้อมสำหรับนักกีฬาอีสปอร์ต บริการพิมพ์งานหรือถ่ายเอกสาร เป็นต้น ซึ่งบริการเหล่านี้ไม่มีในร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก

4.5.2 การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตในเชิงเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ

คู่แข่งสำคัญของร้านอินเทอร์เน็ตคือ อินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจากข้อมูลในตารางที่ 4.7 พบว่าจุดอ่อนของร้านอินเทอร์เน็ตเปรียบเทียบกับโทรศัพท์มือถือ คือ การเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์นั้นมีความคล่องตัวน้อยกว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ และราคาต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นสูงกว่าราคาต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ จากจุดอ่อนนี้ผู้ประกอบการได้ให้ความเห็นว่า อินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือไม่ได้มีผลกระทบมากกับร้านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากร้านอินเทอร์เน็ตมีกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับลูกค้าที่ชื่นชอบเล่นเกมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือ แต่ร้านอินเทอร์เน็ตก็ต้องปรับตัวให้ทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป โดยต้องปรับปรุงเครื่องคอมพิวเตอร์ให้สามารถรองรับเกมออนไลน์ที่ลูกค้าต้องการเล่น และศึกษาเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือควบคู่ไปด้วย เพื่อจะได้ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าในอนาคต ตามคำให้สัมภาษณ์

“...ลูกค้าเท่าเดิมเป็นปกติ และยังมีลูกค้าที่ชอบเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่มาก...เพราะคอมพิวเตอร์ยังไวกว่าเร็วกว่าบนโทรศัพท์มือถือ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3, 23 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ลูกค้าเปลี่ยนไปเล่นเกมโทรศัพท์มือถือ แทบไม่มีผลกระทบอะไรเลย เนื่องจากมีลูกค้าที่ชื่นชอบเล่นเกมออนไลน์บนคอมพิวเตอร์อยู่...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 22 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ก็ยังมีลูกค้าบางส่วนที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อดูหนัง ฟังเพลง ดูซีรีส์ เนื่องจากมีจอภาพใหญ่ จึงไม่ได้มีผลกระทบมาก...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

“...ผมเองก็ศึกษาเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถืออยู่ตลอด เพราะโทรศัพท์มือถือสมัยนี้เล่นเกมได้หลากหลาย...และบางครั้งยังคิดว่าจะเพิ่มบริการให้ลูกค้าเช่าโทรศัพท์มือถือเป็นรายเดือน ผมมองว่าคุ้มค่าในการลงทุน...” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2, 21 กันยายน, 2562: สัมภาษณ์)

4.5.3 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ต

จากข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอินเทอร์เน็ต และการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นกลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตโดยแบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับรูปแบบของกิจการและสถานการณ์ปัจจุบัน

4.5.3.1 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ นั้น มีความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก เนื่องจากมีงบประมาณในการลงทุนที่มากกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก ทำให้สามารถตกแต่งร้านทั้งภายในและภายนอก ให้สวยงาม หรูหรา อีกทั้งสามารถซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพดีและในราคาถูก เพราะซื้อสินค้า

เป็นจำนวนมากจึงมีส่วนลด ดังนั้นการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ จึงต้องอาศัยจุดแข็งที่มีของร้านร่วมกับโอกาสของร้านอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้ามีความชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์มากขึ้น ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่จึงต้องปรับตัวโดยการดำเนิน กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ซึ่งประกอบด้วย 2 วิธี คือ

1) ประชาสัมพันธ์ร้านอินเทอร์เน็ตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ อาทิเช่น Facebook, Instagram, YouTube, Twitter เป็นต้น ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ได้รับทราบถึงสมรรถนะเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ดีและร้านเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด ทำให้ลูกค้าได้รับทราบถึงประสบการณ์ใหม่ในการเล่นเกมนอนไลน์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2) ขยายฐานลูกค้า โดยการประชาสัมพันธ์มุ่งไปยังเป้าหมายกลุ่มใหม่ มุ่งเน้นตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของลูกค้ากลุ่มเจน Z (อายุ 10 – 25 ปี) จากเดิมที่ตอบสนองลูกค้าที่เล่นเกมออนไลน์คอมพิวเตอร์อย่างเดียว พร้อมทั้งออกแบบผังร้านใหม่ให้เหมาะสมกับบริการที่เพิ่มขึ้นเพื่อลูกค้ากลุ่มใหม่ ดังนี้

2.1) เพิ่มพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) และห้องส่วนประชุม

2.2) เพิ่มพื้นที่ในการอ่านหนังสือ และควบคุมเสียงให้เงียบสงบ

2.3) บริการจำหน่ายเครื่องดื่ม กาแฟ ขนม และเบเกอรี่

2.4) บริการพิมพ์เอกสารหรือบริการถ่ายเอกสาร

โดยการบริการเหล่านี้จะทำให้ได้กลุ่มลูกค้าที่แตกต่างจากลูกค้ากลุ่มเดิม จึงเกิดเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ และเพิ่มรายได้ให้ร้านธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตอีกช่องทาง

ซึ่งวิธีการดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ทั้งสองข้อนี้ สอดคล้องกับข้อมูลการให้สัมภาษณ์ในการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ที่ได้กล่าวถึงในหัวนี้ 4.5.1

4.5.3.2 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็ก ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กนั้นมีความสามารถทางการแข่งขันน้อยกว่าร้านอินเทอร์เน็ตขนาดใหญ่ อาทิเช่น ด้านคุณภาพของคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพด้อยกว่า การปรับปรุงคอมพิวเตอร์ที่ไม่ได้ปรับปรุงทุกเครื่อง เป็นต้น แต่ร้านอินเทอร์เน็ตทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่มีโอกาสที่เหมือนกัน คือ โอกาสที่ลูกค้ามีความชื่นชอบในการเล่นเกมนอนไลน์มากขึ้น ทำให้ร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กต้องดำเนินการแก้ไขจุดอ่อนของร้านและใช้โอกาสที่มี ดังนั้นการปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กจึงต้องดำเนินการ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ซึ่งโดยดำเนินการแก้ไขจุดอ่อน คือ ปรับปรุงคอมพิวเตอร์ให้มีคุณภาพดีและต้องดำเนินการปรับปรุงคอมพิวเตอร์ทุก 2 – 3 ปี เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่มีแนวโน้มเล่นเกมออนไลน์มากขึ้นในทุก ๆ ปี

4.5.3.3 กลยุทธ์การปรับตัวของร้านอินเทอร์เน็ตกับโทรศัพท์มือถือ ร้านอินเทอร์เน็ตนั้น มีจุดอ่อนเทียบกับโทรศัพท์มือถือคือ ความคล่องตัวในการใช้งานน้อยกว่าโทรศัพท์มือถือและราคาต้นทุนเครื่องคอมพิวเตอร์สูงกว่าราคาต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ แต่จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตนั้น โทรศัพท์มือถือไม่ได้มีผลกระทบกับธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตมากแต่

ร้านอินเทอร์เน็ตเองก็ต้องมีการปรับตัวโดยดำเนิน กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เพื่อรองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่อาจจะมีผลกระทบกับร้านอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งประกอบด้วย 2 วิธี คือ

1) บริการต้นทุนของเครื่องคอมพิวเตอร์ให้มีราคาต่ำกว่าต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ โดยดำเนินการเจรจาต่อรองกับบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โดยตรงเพื่อให้ได้ราคาต่ำ จะทำให้ราคาต้นทุนคอมพิวเตอร์ต่ำกว่าหรือเท่ากับราคาต้นทุนของโทรศัพท์มือถือ และทั้งพยายามลดค่าใช้จ่ายของกิจการ อาทิเช่น ค่าไฟฟ้า ค่าบริการอินเทอร์เน็ต หรือค่าจ้างพนักงานประจำร้าน เป็นต้น

2) การปฏิบัติตามข้อบังคับทางกฎหมายอย่างเคร่งครัด เนื่องด้วยร้านอินเทอร์เน็ตยังมีอุปสรรคเรื่องข้อบังคับเวลาการเข้าใช้บริการ สำหรับเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่สามารถเข้าใช้บริการได้ก่อนเวลา 14.00 น. และไม่สามารถใช้บริการได้หลังช่วงเวลา 22.00 น. ซึ่งเป็นข้อบังคับที่ร้านอินเทอร์เน็ตทุกร้านต้องปฏิบัติตาม ดังนั้นการปรับตัวโดยที่ร้านอินเทอร์เน็ตปฏิบัติตามข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ไม่ฝ่าฝืนกฎข้อบังคับ จะทำให้เกิดความเท่าเทียมในการแข่งขัน ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจร้านอินเทอร์เน็ตในมุมมองของสังคม และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครองที่วางใจให้บุตรหลานใช้บริการที่ร้านอินเทอร์เน็ต