

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคแห่งสังคมข่าวสารปัจจุบัน การสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์นั้นว่ามีความสำคัญมาก เครือข่ายคอมพิวเตอร์ช่วยให้แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันได้โดยง่ายและพบว่ามีเชื่อมโยงไปทั่วโลก ผู้ใช้ในซีกโลกหนึ่งสามารถติดต่อกับผู้ใช้ในอีกซีกโลกหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่รู้จักกันในชื่อของ อินเทอร์เน็ต (Internet) จัดว่าเป็นเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในยุคนี้ อินเทอร์เน็ตมีขอบข่ายครอบคลุมพื้นที่แทบทุกมุมโลก สมาชิกในอินเทอร์เน็ตสามารถใช้คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ที่จุดใดๆ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ที่สำนักงาน หรือที่ศูนย์บริการแห่งใดแห่งหนึ่งเพื่อส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้ (สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, 2538)

บริการข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมีหลายรูปแบบ ปัจจุบันมีสมาชิกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกไม่ต่ำกว่า 100 ล้านคนในปี 2542 อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางที่สุด มีการขยายตัวสูงที่สุด และมีสมาชิกมากที่สุดเมื่อเทียบกับเครือข่ายอื่นที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน (วัชรพงศ์ ะไวทย์, 2542)

หลายประเทศทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญกับ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) เครื่องมือที่จำเป็นต้องใช้สำหรับงานไอทีคือคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคม ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสายโทรศัพท์ ดาวเทียม หรือเคเบิลใยแก้วนำแสง อินเทอร์เน็ตนับเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์ใช้ไอที หากจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารในการทำงานประจำวัน อินเทอร์เน็ต จะเป็นช่องทางให้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ข่าวสารหรือเหตุการณ์ความเป็นไปได้ต่างๆ ทั่วโลกที่เกิดขึ้นในขณะปัจจุบันสามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข่าวที่ทันสมัยและช่วยให้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในมุมอื่นๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่น ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือแม้แต่โทรทัศน์

อินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 สถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ล้วนแต่ติดตั้งระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต และเปิดให้บริการแก่บุคลากรภายใน และนิสิตได้ใช้งานเพื่องานวิจัยและการศึกษา ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2538 ได้มีบริษัทเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ (Internet Service Providers : ISP) ขึ้น เช่น บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย

ไทยจำกัด และ บริษัทเคเอสซี คอมเมอร์เชียลอินเทอร์เน็ตจำกัด (อ้างแล้ว, หน้า 12, 2538) หลังจากนั้น ISP ได้ขยายสาขามากมายไปทั่วทุกภาคของประเทศ เช่น ภาคเหนือที่จังหวัดนครสวรรค์ พิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่จังหวัดขอนแก่น หนองคาย อุดรธานี สกลนคร ภาคกลางที่จังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม เพชรบุรี ภาคตะวันออกที่จังหวัดตราด ระยอง ชลบุรี จันทบุรี และภาคใต้ที่จังหวัด ปัตตานี สุราษฎร์ธานี สงขลา นครศรีธรรมราช เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนไอเอสพีในประเทศไทยถึง 17 บริษัท (<http://www.thnic.net>, 2000) จะเห็นได้ว่าเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีสาขาของไอเอสพีมาเปิดให้บริการ โดยมีจำนวนไอเอสพีถึง 8 บริษัท ซึ่งในจำนวนดังกล่าวเป็นจำนวนที่มากกว่าจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ ประกอบไปด้วย

1. A-Net Co.,Ltd.
2. C.S. Communications Co.,Ltd.
3. E-Commerce and Internet Center ChiangMai Co., Ltd.
4. Internet Thailand
5. Jasmine Internet Co., Ltd.
6. KSC Commercial Internet Co., Ltd.
7. Loxley Information Service Co., Ltd.
8. Samart CyberNet Co., Ltd.

เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่ โดยจะเห็นได้จากในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนประชากร 1,556,676 คน มีสถานศึกษา 1,217 แห่ง มีจำนวนนักเรียนนักศึกษา 356,592 คน (สำนักศึกษาธิการจังหวัด, 2542) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากถึง 1,185,944 คน (องอาจ สุขุมลววรรณ, 2543) ซึ่งเป็นจำนวนสูงสุดในภาคเหนือ และเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย มีขอบข่ายขนาดใหญ่ครอบคลุมทุกมุมโลก นอกจากนั้นยังเป็นช่องทางที่เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นหาข้อมูล ติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และเปิดรับข่าวสารที่ตนสนใจ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังสามารถส่งข่าวสารถึงประเทศของตนได้ในเวลาอันรวดเร็วอีกด้วย

ไอเอสพีดำเนินงานในรูปแบบของศูนย์บริการให้ทั้งสมาชิกรายบุคคล และสมาชิกนิติบุคคล การสมัครเป็นสมาชิกเครือข่ายจะต้องเสียค่าบริการรายเดือนตามรูปแบบการใช้งาน สมาชิกจะได้รับบัญชีซึ่งเป็นรหัสประจำตัวสำหรับขอเข้าใช้เครือข่าย และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านเชื่อมเข้าศูนย์บริการได้ คอมพิวเตอร์ที่ใช้อาจเป็นพีซี แมคอินทอช หรือเครื่องระดับสถานีงาน หากใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านก็จำเป็นต้องจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็น ได้แก่ โมเด็ม และเบอร์โทรศัพท์ พร้อม

กับติดตั้งซอฟต์แวร์สำหรับเชื่อมคอมพิวเตอร์ที่บ้านผ่านทางสายโทรศัพท์เข้ากับคอมพิวเตอร์ที่ศูนย์บริการ (อ้างแล้ว, หน้า 12, 2538)

จะเห็นได้ว่าการเข้าใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะต้องเสียค่าใช้จ่ายหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นค่าเครื่องคอมพิวเตอร์ ค่าโมเด็ม ค่าเบอร์โทรศัพท์ ค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ และค่าสมัครเป็นสมาชิกเครือข่าย นอกจากนี้การเข้าใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้งจะต้องเชื่อมคอมพิวเตอร์ผ่านทางสายโทรศัพท์เข้ากับคอมพิวเตอร์ที่ศูนย์บริการ ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ และค่าใช้จ่ายในการใช้กระแสไฟฟ้าขึ้น จากความยุ่งยากดังกล่าวทำให้เกิดธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตขึ้นมากมาย และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายจากบุคคลทั่วไป จากสาเหตุดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาว่าการลงทุนในธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนมากน้อยเพียงไร ภายใต้อัตราการขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นและในขณะเดียวกันอัตราการขยายตัวของธุรกิจให้บริการแก่ผู้ใช้ก็ขยายตัวสูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบต้นทุน ผลตอบแทน และผลตอบแทนสุทธิ ของธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทราบถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานและหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตต่อไป

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบต้นทุน ผลตอบแทน และผลตอบแทนสุทธิที่ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ตภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่คาดว่าจะได้รับ
2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้ลงทุนใช้เป็นประโยชน์ช่วยประเมินและประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ปรับปรุง และเป็นนโยบายในการกำหนดแผนงานการประกอบการและขยายบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่อไป

1.4 ขอบเขตและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างประชากรด้วยวิธี Stratified Random Sampling นั่นคือเลือกประชากรตัวอย่างจากกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้จากการสำรวจภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 110 ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต โดยจะแบ่งขนาดของธุรกิจเป็น 3 ขนาดตามจำนวนเงินลงทุนและจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการ คือ

ธุรกิจที่มีจำนวนเงินลงทุนตั้งแต่ 100,000 บาท แต่ไม่เกิน 200,000 บาท และมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการตั้งแต่ 1 – 5 เครื่อง กำหนดให้เป็นธุรกิจขนาดเล็ก

ธุรกิจที่มีจำนวนเงินลงทุนตั้งแต่ 200,000 บาท แต่ไม่เกิน 400,000 บาท และมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการตั้งแต่ 6 – 10 เครื่อง กำหนดให้เป็นธุรกิจขนาดกลาง

ธุรกิจที่มีจำนวนเงินลงทุนตั้งแต่ 400,000 บาท ขึ้นไป และมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้บริการมากกว่า 10 เครื่อง กำหนดให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่

และแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ โดยรอบเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการแบ่งขนาดของธุรกิจดังกล่าวและเลือกกลุ่มประชากรตัวอย่างด้วยวิธีการดังกล่าวข้างต้นออกมาเพื่อเป็นประชากรศึกษาเพียงกลุ่มละ 50% และจากกลุ่มประชากรตัวอย่างที่เลือกมาจะใช้แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษาซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งกำหนดขั้นตอนในการสอบถามเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- | | |
|--------------|--|
| ขั้นตอนที่ 1 | เรื่องทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ |
| ขั้นตอนที่ 2 | เรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น ต้นทุน และผลตอบแทน |
| ขั้นตอนที่ 3 | ความคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรค ของผู้ประกอบการ |

จากการสำรวจซึ่งพบว่าจำนวนธุรกิจทั้งหมด 110 ธุรกิจให้บริการอินเทอร์เน็ต มีขนาดเล็ก 10 ราย ขนาดกลาง 68 ราย และขนาดใหญ่ 32 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามวิธีการที่กล่าวข้างต้น ได้เลือกประชากรกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก 5 ราย ขนาดกลาง 34 ราย และขนาดใหญ่ 16 ราย

ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จะได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชนจะนำมาใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการรายงานการศึกษาครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ระยะเวลาของโครงการกำหนดตามอายุการใช้งานของอุปกรณ์หลักของโครงการ คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งโครงการนี้ได้กำหนดอายุการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ 6 ปี

1.4.2 วิธีการที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์

จะใช้ระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้มาเป็นเครื่องมือทำการศึกษาวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์ทางด้านเทคนิค (Technical Aspects)
2. การวิเคราะห์ทางด้านสถาบันการจ้ดองค์กรและการจัดการ (Institutional Organization Managerial Aspects)
3. การวิเคราะห์ทางด้านสังคม (Social Aspects)
4. การวิเคราะห์ทางการตลาด (Marketing and Commercial Aspects)
5. การวิเคราะห์ทางด้านการธุรกิจ (Economic Aspects)
6. การวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Aspects)