



ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม



โดย

นายกันตภณ รอดทุกข์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร





ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE RELATIONSHIP AMONG CHINESE DISHES RESTAURANT NETWORKS IN  
NAKHON PATHOM PROVINCE



By

MR. Kantapon RODTHOOK

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2018

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม
โดย	กัณตภณ รอดทุกข์
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผนก ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

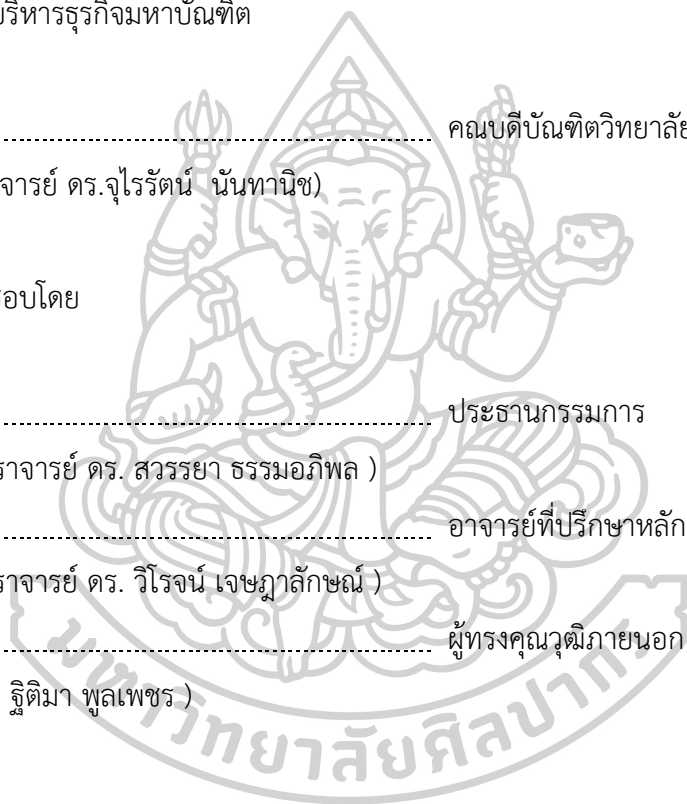
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สวรรยา ธรรมอภิพล )

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ )

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(อาจารย์ ดร. ฐิติมา พูลเพชร )



60602301 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ, สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, ความสัมพันธ์ในเครือข่าย

นาย กันตภณ รอดทุกข์: ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจริญลักษณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม 2) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม 3) ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องโต๊ะ ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ จำนวนทั้งหมด 17 รายโดยนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการโต๊ะจีนส่วนใหญ่มีลักษณะในการดำเนินธุรกิจเป็นแบบเจ้าของเพียงรายเดียว โดยมีการลงทุนในการทำธุรกิจด้วยเงินทุนตนเอง และพื้นที่ในการให้บริการอยู่ที่ราชอาณาจักร 2) อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านสินค้าทดแทนคู่แข่งรายเดิมในธุรกิจ ผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีจุดแข็งในสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ด้านสินค้า ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย 3) ความสัมพันธ์ในเครือข่ายธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบเครือข่าย ภายใต้ความไว้วางใจซึ่งกัน การเข้าใจกัน และมีการติดต่อสื่อสารกันสม่ำเสมอ ช่วยให้ในเครือข่ายธุรกิจเกิดประโยชน์ร่วมกัน จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจโต๊ะจีนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายธุรกิจโต๊ะจีนให้มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุดต่อไป

60602301 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : THE NATURE OF BUSINESS, ENVIRONMENT OF BUSINESS, BUSINESS NETWORKING

MR. KANTAPON RODTHOOK : THE RELATIONSHIP AMONG CHINESE DISHES RESTAURANT NETWORKS IN NAKHON PATHOM PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR VIROJ JADESADALUG, Ph.D.

The purpose of this research is to study 1) the form and characteristics of the Chinese dishes business in Nakhon Pathom Province; 2) the business environment of the Chinese dishes business in Nakhon Pathom Province and 3) the relationship of the network of Chinese dishes business cluster in Nakhon Pathom. The in-depth interview is used as a tool to collect the data which is a phenomenological research from the chairman of the Chinese dishes association in Nakhon Pathom, Chinese dishes business operators, Chinese tableware business operators, table-chair rental service operators and waiter and waitress suppliers with a total of 17 operators. The data were analyzed according to the objectives and examined for the accuracy.

The results of the study showed that 1) Most Chinese dishes business operators are single owners by doing business with self-financing and have the service areas across the country; 2) The main obstacle of the external environment is substitute products. Original competitors in the Chinese dishes business have strengths for the internal environment, namely products, prices and distribution channels; and 3) Grouping the Chinese dishes business operators creates the business relationships in a form of the network under mutual trust and understanding with regular communication. This creation brings about mutual benefits within the business network. These results can be applied as recommendations to develop the Chinese dishes business and other related business for the utmost efficiency.



## กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลาที่มีค่าให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ อีกทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สวรรยา ธรรมอภิพล ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลา และให้ความเมตตาในการชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณบุคลากร คณะวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านอย่างสูงยิ่ง ที่คอยช่วยเหลือรวมถึงอำนวยความสะดวกตลอดการศึกษาเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูล ผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม และเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลสำหรับการทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ และก่อให้เกิดประโยชน์กับบุคคลอื่น ๆ ที่ต้องการศึกษาในธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ขอขอบคุณมิตรสหายในระดับมหามหาบัณฑิตที่คอยช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาค้นคว้าประสบความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ ที่มีส่วนในการสนับสนุนทั้งทุนการศึกษาและกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียนในระดับมหามหาบัณฑิต

สุดท้ายนี้ หากการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีความสนใจในการทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ นับเป็นเรื่องที่น่ายินดีที่วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์

กัณฑ์ รอดทุกข์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ .....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน .....	7
รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจ .....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ .....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจ .....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
ระเบียบวิธีวิจัย .....	31
การเลือกพื้นที่.....	32
ผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก .....	32

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล .....	33
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	33
การเก็บรวบรวมข้อมูลและการบันทึกภาคสนาม .....	33
การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูล .....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล .....	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน.....	36
ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน.....	43
ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน.....	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	56
สรุปผลการวิจัย.....	56
อภิปรายผลการศึกษา .....	61
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต.....	67
รายการอ้างอิง .....	69
ภาคผนวก.....	73
ประวัติผู้เขียน.....	78

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ในกิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ .....	52
ภาพที่ 2 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ในกิจกรรมส่วนการเช่าโต๊ะ-เก้าอี้.....	53
ภาพที่ 3 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ในกิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ...	54
ภาพที่ 4 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม.....	55



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตราบลุ่มในพื้นที่ภาคกลางและเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบสำหรับทำโต๊ะจีน อาทิ แหล่งเพาะปลูกพืชทางการเกษตร แหล่งทำฟาร์มสุกรและแปรรูป ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังใกล้แหล่งวัตถุดิบที่เป็นสินค้าแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์ทะเลในจังหวัด สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และยังมีแหล่งวัตถุดิบสินค้าเกษตรในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ราชบุรี กาญจนบุรี ซึ่งทำให้สามารถหาวัตถุดิบในการประกอบอาหารได้ง่าย ทั้งนี้ในอดีตมีชาวจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียงได้อาศัยข้อได้เปรียบนี้ผนวกกับความสามารถในการประกอบอาหารเลี้ยงดูแขกในการจัดงานเลี้ยงในพื้นที่ท้องถิ่นเป็นประจำ จึงได้เกิดการเริ่มการให้บริการอาหารโต๊ะจีนในรูปแบบนอกสถานที่ทางภายในจังหวัดนครปฐมเองและพื้นที่ใกล้เคียง ตั้งแต่งานขนาดเล็กประมาณ 5 โต๊ะจนถึงงานขนาดใหญ่มากกว่า 40 โต๊ะจนได้เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง ด้วยรสชาติอาหารที่อร่อยราคาที่เหมาะสม ผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในการให้บริการและสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ ทำให้ลูกค้าสามารถควบคุมค่าใช้จ่าย จนทำให้ในปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการโต๊ะจีนเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนหลายร้อยราย สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมาก จนนำไปสู่การแข่งขันและการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการรายใหญ่บางรายสามารถให้บริการได้มากกว่า 3,000 โต๊ะต่อวัน (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

ธุรกิจจัดเลี้ยงเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนสูงทั้งในด้านอุปกรณ์ในการจัดเลี้ยง ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายของวัตถุดิบที่มีราคาสูง ทำให้ผู้ที่ต้องการลงทุนต้องทำการศึกษาธุรกิจให้เป็นอย่างดี ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการประกอบธุรกิจ ต้องมีการศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ถูกต้องตรงกับบริการของธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์ทางการแข่งขัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะมีผลต่อธุรกิจว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ นอกจากนี้การแข่งขันในธุรกิจจัดเลี้ยงมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเนื่องจากมีผู้เข้าร่วมธุรกิจรายใหม่ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นต่อเนื่องทุกปี (ศุภชัย วัชรวิทย์, 2553) นอกจากนี้ธุรกิจจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยม ซึ่งเป็นช่องทางตลาดใหม่ของบรรดาผู้ประกอบการร้านอาหาร ได้เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค รสนิยมของคนรุ่นใหม่ที่นิยมจัดงานเลี้ยงฉลองกันในกลุ่มครอบครัวและเพื่อน ๆ รวมทั้งยังตอบสนองความต้องการของตลาดที่เริ่มต้องการธุรกิจจัดเลี้ยงนอกโรงแรมในช่วงโอกาสต่าง ๆ และในปี 2560 มูลค่าของธุรกิจจัดเลี้ยงโต๊ะจีนอยู่ที่ 300 ล้านบาท มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับในช่วงระยะ 2-3 ปี

ที่ผ่านมาเมื่อตราเติบโตเพียงร้อยละ 10 ซึ่งการขยายตัวของตลาดนี้ทำให้ธุรกิจบริการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง เนื่องจากทำให้เห็นว่ายังมีโอกาสในการขยายธุรกิจอีกมาก และธุรกิจนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องธุรกิจรับจัดเลี้ยงนอกโรงแรมนับว่าเป็นธุรกิจที่สามารถเปลี่ยนรูปแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

ในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นการดำเนินธุรกิจที่ต้องอาศัยทรัพยากรจำนวนมาก จึงทำให้มีปัจจัยหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งสภาพแวดล้อมของธุรกิจ สภาพภายในของธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านตัวสินค้า ปัจจัยด้านราคาของสินค้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ ปัจจัยด้านคู่แข่งรายใหม่ ปัจจัยด้านสินค้าทดแทน ปัจจัยด้านลูกค้า ปัจจัยด้านความรุนแรงในธุรกิจเดิม เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่การพัฒนาธุรกิจ (ธนภัทร กันทวงศ์, 2559) ซึ่งในปัจจุบันในภาคธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีการแข่งขันที่รุนแรง ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการวางกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจใหม่เพื่อเพิ่มความสามารถให้แก่ธุรกิจ และต้องมีการพัฒนาเทคนิค ศักยภาพ ของทั้งธุรกิจ บุคคลในองค์กร เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับความรุนแรงของตลาดได้ ดังนั้นในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก จึงถือได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ของธุรกิจ เพื่อให้รู้จักตัวตนของตนเอง รู้จักสภาพแวดล้อมทางธุรกิจชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกของธุรกิจ ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และการกำหนดกลยุทธ์ ดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป (ชูเพ็ญ วิบูลสันติ, 2551)

นอกจากนี้ ในทางสังคมวิทยาเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างหนึ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่ม โดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจน มีความเป็นรูปธรรม มองเห็นได้ มีโครงสร้างทางสังคมในระดับหนึ่ง แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่ไม่มีขอบเขตการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายที่สามารถมองทั้งที่เป็นรูปธรรมและไม่เป็นรูปธรรม สาระของเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันที่จะช่วยให้มองเห็นความเป็นรูปธรรมของเครือข่าย คือ เครือข่ายในการแลกเปลี่ยน เครือข่ายในการติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายในการอยู่ร่วมกัน เครือข่ายเป็นรูปแบบที่ไม่มีโครงสร้างตายตัว อาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมาทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างคนในองค์กรให้มีความต่อเนื่อง นอกจากนี้แต่ละคนต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้พอกัน ดังนั้นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนในตัวของเครือข่ายอยู่ (Boissevain and Mitchell, 1973) ซึ่งในการดำเนินธุรกิจโต๊ะจีนในปัจจุบันนั้นเป็นที่ยอมรับกันว่า การดำเนินธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายที่มีประโยชน์ร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มผลตอบแทน เป็นสิ่งที่ธุรกิจโต๊ะจีนได้ดำเนินการในอดีตที่เป็นเพียงธุรกิจเจ้าของเพียงรายเดียว แต่ในปัจจุบันนี้มีความร่วมมือในฐานะความเป็นหุ้นส่วนต่อกัน

โดยความเป็นหุ้นส่วนนั้นเป็นทั้งในรูปแบบของความร่วมมือในการผลิตการค้าขาย การสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน และการรวมพลังเพื่อพัฒนาธุรกิจ โดยเครือข่ายในธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการรวมตัวของผู้ทำงานในธุรกิจประเภทเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้จากการที่กลุ่มองค์กรในธุรกิจโต๊ะจีน มารวมตัวกันเป็นเครือข่ายธุรกิจ อาทิ ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายเครื่องโต๊ะ ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการเครื่องเสียง เป็นต้น โดยเครือข่ายภาคธุรกิจเหล่านี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการประสานผลประโยชน์ร่วมกัน และสนับสนุนเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีจุดประสงค์เดียวกันคือการทำเป้าหมายให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นการที่มีเครือข่ายธุรกิจที่ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถทำงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและมีคุณภาพ ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงสถานภาพของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนให้มีความยั่งยืน (พนม ภัยหน่วย, 2542)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนารูปแบบของกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม และได้รับรู้ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน นอกจากนี้ได้เข้าใจถึงการสร้างความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อเป็นแนวทางในการระคองความสัมพันธ์ให้เกิดประโยชน์ร่วมกันได้อย่างยาวนาน โดยทำการศึกษาจาก ผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการเครื่องเสียง ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และพัฒนาเป็นการจัดการในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาดในระดับประเทศต่อไป และสามารถนำหลักการวิธีการจัดการดำเนินงาน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ เข้ามาเป็นหลักในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา  
ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม รวมถึงศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

## 2. ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 – มิถุนายน พ.ศ. 2562 รวมระยะเวลาทั้งหมด 8 เดือน โดยแบ่งเป็นระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ระยะเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2562 ระยะเวลาในการวิเคราะห์และจัดรูปเล่ม ระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2562

## 3. ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

3.1 ประธานชมรมผู้ประกอบการโตะเงินจังหวัดนครปฐม จำนวน 1 ราย เป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจโตะเงิน

3.2 ผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโตะเงิน จำนวน 4 ราย โดยคัดเลือกจากรยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ด้วยการในการประกอบธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงินที่จะต้องอาศัยทั้งประสบการณ์และทักษะทางธุรกิจจึงจำเป็นต้องให้ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์มาเป็นระยะเวลาหนึ่งในการให้ข้อมูล โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงินจะเป็นผู้ให้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น การดำเนินธุรกิจ จุดเริ่มต้นของธุรกิจ การบริหารจัดการ การประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงิน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงิน

3.3 ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโตะเงิน จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ในการคัดเลือกผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโตะเงินจะต้องอาศัยทั้งประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโตะเงิน จึงต้องได้ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจในระยะเวลาที่เหมาะสม โดยที่ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโตะเงิน เป็นผู้ให้ข้อมูลในวิธีการดำเนินธุรกิจ การติดต่อกับผู้ประกอบการโตะเงิน การตกลงกันทางการค้า และการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายของธุรกิจ จนถึงวิธีการบริหารต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นการร่วมมือกันในการทำธุรกิจจึงต้องอาศัยทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการโตะเงินและผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโตะเงิน

3.4 ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ แก้ว จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปซึ่งการประกอบธุรกิจให้เช่าโตะ แก้วนี้จะต้องอาศัยเงินทุนในการดำเนินธุรกิจและต้องมีอุปกรณ์มากพอจึงต้องใช้ผู้ประกอบการที่อยู่ในวงการณ์ที่มีประสบการณ์ที่เหมาะสมในการให้ข้อมูล โดยที่ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ แก้ว จะเป็นผู้ให้ข้อมูลในวิธีการดำเนินธุรกิจ การติดต่อกับผู้ประกอบการโตะเงิน การตกลงกันทางการค้า และการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายของธุรกิจ



จนถึงวิธีการบริหารต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นการร่วมมือกันในการทำธุรกิจจึงต้องอาศัยทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ ใ้ละเงินและผู้ประกอบการให้เข้าใ้ละแก้อ

3.5 ผู้ประกอบการด้านจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการทำธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ประสบการณ์และความสามารถในการดำเนินธุรกิจมีความสำคัญยิ่งในการให้ข้อมูลด้วยระยะเวลา 5 ปี เป็นระยะเวลาที่พอเหมาะในด้านประสบการณ์และการให้ข้อมูล โดยผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำจะเป็นผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ การตกลงกันของผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำและผู้ประกอบการใ้ละเงินถึงการจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

#### 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษากลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินในจังหวัดนครปฐม ด้วยพื้นที่นครปฐมมีการประกอบกิจการด้านการรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินอยู่หลายรายทำให้ในการที่จะหาข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเป็นไปได้อย่างครอบคลุมและได้ประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดพื้นที่การทำวิจัยเป็นพื้นที่จังหวัดนครปฐม

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบและลักษณะของการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงิน ในจังหวัดนครปฐม ขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่มีความสนใจในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินหรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินได้มาศึกษาแนวทางการทำธุรกิจและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงิน

2. ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงิน เนื่องจากในธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินปัจจุบันมีสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ทั้งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค เพื่อที่จะสามารถนำไปกำหนดแนวทางพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

3. ทราบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงิน ด้วยธุรกิจรับจัดเลี้ยงใ้ละเงินเป็นมีลักษณะการดำเนินในลักษณะกลุ่มธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญการแลกเปลี่ยนแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และการรักษาความสัมพันธ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจเพื่อให้การดำเนินธุรกิจไปในทิศทางที่ดี

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ (The nature of Business) หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกิจในลักษณะการเป็นเจ้าของของกิจการหรือการเข้าไปร่วมทุน และลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนคือ หน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ที่มีการกำหนดความรับผิดชอบ จะประกอบด้วย การเงิน การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดสถานที่ การจัดเก็บหลังการจัดงาน โดยลักษณะความรับผิดชอบที่แตกต่างกันต้องอาศัยการทำงานร่วมกันเพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Environment of Business) หมายถึง สภาพแวดล้อมของธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและ สภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน 5 ด้าน โดยจะเป็นการเจาะลงไปทุกด้านของกลุ่มธุรกิจโต๊ะจีน ทั้งคู่แข่งรายใหม่ของธุรกิจโต๊ะจีน ลูกค้า ผู้ป้อนวัตถุดิบ สินค้าที่เข้ามาทดแทน เพื่อให้เห็นทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจ

3. ความสัมพันธ์ในเครือข่าย (Business Networking) หมายถึง การร่วมมือระหว่างธุรกิจเครือข่ายหลาย ๆ แห่ง ทั้งผู้ประกอบการจัดหารวัตถุดิบ ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟ เพื่อให้ธุรกิจในเครือข่ายสามารถทำงานและการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ โดยที่ผู้ประกอบการไม่สามารถทำเพียงลำพังได้ ธุรกิจเครือข่ายจะส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพความคล่องตัวและที่สร้างความร่วมมือกันจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม ได้นำแนวคิดและทฤษฎีรวมถึงวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ลักษณะการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน
2. รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

##### ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

ต้นกำเนิดของโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีจุดเริ่มต้นเมื่อ 40 ปีก่อน โดยจุดเริ่มต้นมาจากการจัดงานเลี้ยงการทำบุญต่าง ๆ ในชุมชนซึ่งในอดีตที่ผ่านมาในการจัดงานเลี้ยงหรือการทำบุญรวมถึงงานประเพณีต่าง ๆ จะได้มีการขอแรงจากชาวบ้านหรือผู้ที่อยู่ใกล้ชุมชนที่มีฝีมือในการทำอาหารทั้งชาวไทยและชาวจีนเพื่อมาเลี้ยงแขกในงาน โดยมีการให้ค่าตอบแทนกับเจ้าภาพในการจัดเลี้ยง ตามแต่สมควร อาทิเช่น เงิน เสื้อผ้า ผ้าขาวม้า ผ้าขนหนู สุรา และเมื่อจะมีการจัดงานขึ้นบ่อย ทำให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มชาวจีนเพื่อมาทำธุรกิจในลักษณะการให้บริการร้านอาหารเคลื่อนที่โดยที่มีลูกจ้างทั้งที่เป็นลูกจ้างประจำหรือชั่วคราวในพื้นที่ที่มีอยู่จำนวนมาก ในขณะเดียวกันก็มีหน้าที่ในการทำการประกอบอาหารหรือที่เรียกกันว่ามือมีด มือเขียง ช่วยในการหั่นผักหรือวัตถุดิบรวมทั้งเป็นคนคอยล้างอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยในช่วงแรกยังไม่ได้เป็นที่นิยมมากนัก แต่เวลาต่อมาผู้คนได้เริ่มเห็นถึงความสะดวกสบายและเริ่มให้ความสนใจอีกทั้งยังสามารถเลือกชนิดอาหารได้ในราคาที่ไม่แพง อีกทั้งยังสามารถคาดเดาประมาณค่าใช้จ่ายทั้งหมดได้ จนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน ยังรวมไปถึงการให้บริการได้ทุกสถานที่ทุกเวลาตามแต่ที่ลูกค้าต้องการไม่ว่าลูกค้าจะจัดงานเล็กหรืองานใหญ่ ซึ่งในการให้บริการโต๊ะจีนนั้นจะช่วยให้นักค้าประหยัดทั้งเวลาในการเตรียมงานและการจัดเก็บหลังเลิกงานและด้วยเหตุนี้ทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วจนในปัจจุบันกลายเป็นผู้ให้บริการอาหารโต๊ะจีนทั่วประเทศ

และขยายไปสู่ต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา ซึ่งในอำเภอเมือง นครปฐมจังหวัดนครปฐมถือได้ว่ามีผู้ประกอบการโต๊ะจีนมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบบ้านนา สร้าง ตำบลพระปฐมเจดีย์ ที่มีอยู่จำนวนมากจนได้ฉายาว่า “ถนนสายโต๊ะจีนของจังหวัดนครปฐม” นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน คือธุรกิจสนับสนุนการประกอบการโต๊ะจีน ได้แก่ ธุรกิจให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้รวมถึงเครื่องครัวต่าง ๆ ที่เติบโตไปพร้อมกับธุรกิจโต๊ะจีน (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

ในช่วงที่ธุรกิจโต๊ะจีนมีความเฟื่องฟูมากที่สุดคือในช่วงยุคสมัยของ พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณและช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัวหลังจากวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี 2540 ซึ่งในช่วงนั้นทำให้มีการจัดงานเลี้ยงเป็นจำนวนมากทั้ง งานบวช งานแต่ง งานขึ้นบ้านใหม่ งานอุทิศส่วนบุญกุศลให้ผู้ที่เสียชีวิตไปแล้ว นอกจากนี้ยังกระจายไปสู่งานเลี้ยงอื่น ๆ เช่น การจัดเลี้ยงฉลองปริญญา งานเลี้ยงการต้อนรับ รวมถึงงานเลี้ยงฉลองของบริษัทต่าง ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุคทองของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ในช่วงขณะนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับยุคปัจจุบัน เนื่องด้วยการประกอบธุรกิจโต๊ะจีนลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้บริการเมื่อมีงานจัดเลี้ยงซึ่งทำให้ในแต่ละปีมีช่วงเวลาของการจัดงาน เช่นงานประเพณี งานบวช มักจะมีช่วงการจัดก่อนเข้าพรรษา ประมาณเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม ในส่วนช่วงปลายปีจากเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมีนาคมจะเป็นช่วงที่เป็นโอกาสทองของผู้ประกอบการโต๊ะจีนโดยถ้าเป็นลูกค้าของหน่วยงานราชการหรือธุรกิจอื่น ๆ ก็จะทำให้มีรายได้เพิ่มซึ่งแล้วแต่ว่าผู้ประกอบการนั้นมีกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าเป็นกลุ่มใด (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

### **จำนวนผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม**

จากการสำรวจของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมกระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม, 2561) ซึ่งเป็นหน่วยงานในการเป็นแหล่งข้อมูลและติดตามเฝ้าระวังการปนเปื้อนของอาหารภายในพื้นที่จังหวัดนครปฐมและมีหน้าที่ในการพัฒนาควบคุมคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการกินและยังช่วยในการส่งเสริมศักยภาพการผลิตอาหารโต๊ะจีนให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมพบว่ามีผู้ประกอบการโต๊ะจีนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 245 ราย โดยสามารถแบ่งออกเป็นรายอำเภอได้ดังนี้

1. อำเภอเมืองนครปฐมจำนวน 169 ราย
2. อำเภอดอนตูมจำนวน 23 ราย
3. อำเภอบางเลนจำนวน 22 ราย
4. อำเภอกำแพงแสนจำนวน 15 ราย
5. อำเภอสามพรานจำนวน 8 ราย
6. อำเภอนครชัยศรีจำนวน 7 ราย
7. อำเภอพุทธมณฑลจำนวน 1 ราย

### องค์ประกอบของการประกอบธุรกิจโตะเงิน

แหล่งวัตถุดิบของการประกอบธุรกิจโตะเงินโดยส่วนใหญ่แล้วมาจากพื้นที่ใกล้เคียงในหลายจังหวัด ได้แก่กาญจนบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร กรุงเทพมหานคร โดยแหล่งใหญ่ที่สุดคือตลาดทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ในจังหวัดนครปฐมซึ่งตั้งอยู่บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ โดยเป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีความจำเป็นในการประกอบโตะเงิน เช่นเนื้อสัตว์ รวมไปถึงเฉพาะอย่างที่ต้องนำเข้าจากประเทศจีน เช่น เห็ดหอม แปะก๊วย กระเพาะปลา หมูไม่จีน ถ้าเป็นผักสดผู้ประกอบการจะไปเลือกซื้อที่ตลาดปฐมมงคล นอกจากนี้อาหารทะเลก็จะมีผู้ประกอบการรายใหญ่จะไปเลือกซื้อที่แพปลาในเขตมหาชัยและตลาดไทยในจังหวัดสมุทรสาคร ปัจจุบันการเลือกซื้อวัตถุดิบที่มีราคาสูงหรือต้องนำเข้าจากต่างประเทศผู้ประกอบการโตะเงินไม่ต้องเดินทางไปซื้อถึงแหล่งวัตถุดิบที่อยู่ต้นทางเนื่องด้วยมีผู้แทนจำหน่ายสินค้ามาส่งให้กับผู้ประกอบการโตะเงินซึ่งมีหลายรายทำให้ลดต้นทุนวัตถุดิบได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการโตะเงินที่ซื้อวัตถุดิบเหล่านี้จะตัวแทนยังสามารถกระจายให้กับผู้ประกอบการรายย่อยได้ด้วยอีกด้วย (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

แหล่งอุปกรณ์ในการประกอบการรับจัดเลี้ยงโตะเงิน ในปัจจุบันแบ่งเช่าอุปกรณ์โตะเงินได้แก่ ถ้วย ชาม โตะ แก้ว ฝักคลุมโตะ รวมถึงรถบรรทุกที่ใช้ในการขนอุปกรณ์ต่าง ๆ ไปให้บริการแก่ลูกค้า มีผู้ประกอบการให้เช่าอยู่จำนวนมากทั้งในจังหวัดนครปฐมเองและจังหวัดพื้นที่ใกล้เคียง โดยผู้ให้เช่าโตะแก้วบ้างรายเป็นผู้ประกอบการโตะเงินด้วยตนเอง รวมถึงวัดหลายแห่งในจังหวัดนครปฐมมีอุปกรณ์เครื่องครัวให้เช่าอุปกรณ์ทั้งหมดเหล่านั้นเป็นทั้งที่ผู้ประกอบการโตะเงินต้องการเลิกกิจการหรือผู้ที่นำมาถวายวัด ราคาเช่าเครื่องโตะโดยทั่วไปขึ้นอยู่กับจำนวนของโตะ แก้วและอุปกรณ์อื่น ๆ โดยผู้ประกอบการ โตะเงินบางรายก็มีการให้เช่าอุปกรณ์โตะเงินซึ่งการให้เช่าโตะแก้ว ในปัจจุบันมีราคาที่สูงกว่าการลงทุนเองซึ่งมีต้นทุนค่อนข้างสูงจะทำให้รอดได้ยากในภาวะการแข่งขัน (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

แหล่งแรงงานในการประกอบการโตะเงินซึ่งในการประกอบธุรกิจโตะเงินในแต่ละรายไม่ได้มีงานทุกวันจึงไม่มีการจ้างแรงงานเป็นรายเดือนแต่จะจ้างแรงงานเป็นรายวันหรือรายงานเลี้ยงแทนโดยที่ 1 งานเลี้ยงเท่ากับ 2 วัน คือ 1 วันแรกในการเตรียมวัตถุดิบ 2 คือ วันที่ปรุงและประกอบอาหารณสถานที่จัดเลี้ยงอีก 1 วันด้วยเหตุนี้แรงงานในการประกอบโตะเงินบางรายจึงเป็นเกษตรกร นักเรียน นักศึกษาที่ต้องการมีรายได้เสริม นอกจากนี้แรงงานบางรายได้ยึดอาชีพนี้ในการประกอบอาชีพเป็นรายได้หลักด้วย (สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ, 2554)

### การส่งเสริมธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงินในจังหวัดนครปฐม

ตั้งแต่ปี พ. ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันจังหวัดนครปฐมโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมกระทรวงสาธารณสุขได้ทำการจัดโครงการ “โตะเงินนครปฐมสะอาดปลอดภัย” ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการโตะเงินในจังหวัดนครปฐมและเป็นการยกระดับโตะเงินนครปฐมให้มี

มาตรฐานด้านความปลอดภัยของสาธารณสุขโดยโครงการได้ดำเนินการต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันเพื่อประชาสัมพันธ์ไ้ะจิ้นนครปฐมให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับเพื่อพัฒนาไ้ะจิ้นให้เป็นที่หนึ่งของประเทศและเป็นต้นแบบของไ้ะจิ้นที่เป็นมาตรฐานต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและศักยภาพความพร้อมเป็นแหล่งผลิตอาหาร จึงได้มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาไ้ะจิ้นในจังหวัดนครปฐมซึ่งเหตุนี้เองสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมจึงได้แก้ปัญหาด้านอาหารปลอดภัยและข้อมูลด้านอาหารของจังหวัดนครปฐมให้สามารถบรรจุนโยบายด้านอาหารปลอดภัยของจังหวัดนครปฐมได้โดยพัฒนาควบคู่กับการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการกินซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญลงไปในรายละเอียด เช่น การกำหนดเส้นทางของนักท่องเที่ยวในการกิน นอกจากนี้ยังร่วมกับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งให้เห็นถึงความเป็นอาหารปลอดภัยและมีคุณภาพรวมถึงความอร่อยของจังหวัดนครปฐม (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม, 2561)

การส่งเสริมศักยภาพในการผลิตไ้ะจิ้นให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนั้นในทุกขั้นตอนของการผลิตอาหารตั้งแต่การปรุงอาหารการเสิร์ฟการเคลื่อนย้ายอาหารรวมถึงภาชนะที่ประกอบอาหารและอุปกรณ์ที่ใช้จะต้องมีมาตรฐานสะอาดและปลอดภัยโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมได้กำหนดสุขาภิบาลอาหารมาเป็นเกณฑ์สำหรับมาตรฐานไ้ะจิ้นในจังหวัดนครปฐมโดยได้จัดโครงการมอบป้ายเพื่อรับรองมาตรฐานไ้ะจิ้นโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 44 รายนอกจากนี้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมได้พัฒนาไ้ะจิ้นของนครปฐมให้มีคุณภาพในการให้บริการโดยจัดสรรงบประมาณความรู้ศึกษาดูงานเพื่อเป็นการเสริมสร้างคุณลักษณะที่ดีของไ้ะจิ้นในจังหวัดนครปฐมโดยมีเกณฑ์ในการตรวจรับรองมาตรฐานของสำนักงานจังหวัดนครปฐมโดยมีหลักการ 3 ข้อดังนี้ (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม, 2561)

1. ด้านสถานประกอบการ โดยแบ่งเป็นสถานที่เตรียมและปรุงอาหารโดยที่สถานที่เตรียมปรุงอาหารจะต้องสะอาดและเป็นสัดส่วนรวมถึงต้องเตรียมอาหารบนไ้ะให้สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร วัสดุที่นำมาประกอบอาหารต้องสดใหม่ไม่มีสารปนเปื้อนและปลอดภัย นอกจากนี้อาหารสดต้องล้างก่อนนำมาปรุงอาหารและเก็บอาหารประเภทต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วน รวมถึงการปรุงอาหารต้องใช้สารปรุงแต่งที่มีความปลอดภัยและได้รับมาตรฐานที่ทางภาครัฐได้กำหนดและรับรองไว้ภาชนะที่มาเตรียมปรุงอาหารต้องล้างให้สะอาดด้วยน้ำยาล้างจานตามสุขลักษณะและสุขาภิบาลด้านอาหารในการปรุงอาหารอุปกรณ์จะต้องสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตรและจัดเก็บให้เป็นระเบียบในภาชนะที่สะอาดเพื่อป้องกันการปนเปื้อน เช่น เขียง มีด กระชား ตะหลิว ต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานและสะอาดโดยแยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก และ เนื้อสัตว์ดิบ ผัก และ ผลไม้ ต้องมีการล้างอุปกรณ์อยู่เสมอ ในส่วนของผู้ป่วยอาหารจะต้องมีการแต่งกายอย่างมิดชิดสวมเสื้อผ้าแขนยาวมีผ้ากันเปื้อนและสวมหมวกเก็บผมให้อยู่ภายในหมวกและจะต้องล้างมือให้สะอาดก่อนปรุงอาหารทุกขั้นตอนนอกจากนี้ ยังต้องใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่พร้อมรับประทานทุกชนิด ขยะมูลฝอยและน้ำเสียต้องมีการกำจัดให้ถูก

สุขลักษณะและสุขาภิบาลห้องสุขาสำหรับผู้ที่ต้องสัมผัสอาหารต้องสะอาดและมีอ่างล้างมือสบู่ผ้าเช็ดมือ และต้องทำความสะอาดทุก3ชั่วโมง

2. ด้านการขนส่ง คือการขนส่งจากสถานประกอบการไปถึงสถานที่จัดเลี้ยง โดยภาชนะที่บรรจุอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น แก้ว ชาม ช้อน ต้องสะอาดและปกปิดมิดชิด รวมถึงการแยกเก็บอาหารประเภทเนื้อสุกและดิบออกจากกันเพื่อป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุดิบที่นำมาปรุง นอกจากนี้ในการเก็บรักษาอาหารระหว่างการขนส่งต้องแยกประเภทและเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมซึ่งต้องไม่สูงกว่า 72 องศาเซลเซียส

3. ด้านการจัดอาหาร ณ จุดจัดเลี้ยง ในการปรุงอาหารต้องปรุงให้สูงกว่าพื้น 60 เซนติเมตร ภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหารจะต้องทำความสะอาดและมีการแยกใช้อย่างเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้หยิบจับอาหารในระหว่างอาหารที่ปรุงสุกโดยไม่สัมผัสอาหารโดยตรง น้ำแข็งที่เตรียมไว้ใช้เสิร์ฟจะต้องสะอาดและเก็บในภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิดนอกจากนั้นยังต้องไม่มีสิ่งอื่นมาแช่รวมไว้ ผู้ที่ประกอบอาหารจะต้องแต่งกายให้มิดชิดไม่สวมเครื่องประดับมีการผูกผ้ากันเปื้อนและปิดจมูกปากให้มิดชิด สวมหมวกระหว่างการประกอบอาหาร พนักงานเสิร์ฟต้องแต่งกายให้สะอาดเสื้อผ้าที่ใส่ต้องเป็นแขนยาว และใส่รองเท้าน้ำยาง โดยจะต้องล้างมือด้วยสบู่ น้ำยาฆ่าเชื้อให้สะอาดก่อนเสิร์ฟอาหาร นอกจากนี้ต้องหลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหารและต้องเสิร์ฟอาหารให้ถูกวิธี โดยการไม่ซ้อนจาน ไม่ใช้มือจับปากแก้วน้ำ

หากผู้ประกอบการสามารถทำได้ตามข้อทั้ง 3 ข้อจะผ่านเกณฑ์การได้รับการรับรองมาตรฐานโต๊ะจีนสะอาดปลอดภัยจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม

จากข้อมูลทั่วไปของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งที่มีผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนอยู่จำนวนมาก นอกจากจำนวนที่มีมากแล้ว ยังมีผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการโต๊ะจีน ทั้ง ผู้จำหน่ายวัตถุดิบโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่า โต๊ะ-เก้าอี้ ทำให้การประกอบธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนต้องอาศัยผู้ประกอบการหลายด้านเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมมาตรฐานของการประกอบธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อให้ธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐมให้มีมาตรฐาน ตามหลัก “โต๊ะจีนนครปฐมสะอาดปลอดภัย”

## รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจ

### รูปแบบการดำเนินงานทางธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจนั้นเป็นการที่บุคคลหรือองค์กรพยายามที่สร้างและหากำไรโดยเป็นการจัดหาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (พรพรหม พรพรเพชร, 2551) ในการทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามที่ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการขึ้นโดยมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน และมีวัตถุประสงค์ให้เกิดประโยชน์จากกิจกรรมนั้น คือการดำเนินการทางธุรกิจด้วยเช่นกัน (ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ, 2552) การดำเนินธุรกิจนั้นจะต้องก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการโดยที่มีการแลกเปลี่ยน

ซื้อขายไปยังบุคคลอื่นโดยที่มีจุดมุ่งหมายในการแสวงหากำไรจากการดำเนินธุรกิจนั้น (สมคิด บางโม, 2553) นอกจากนี้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องมีการตัดสินใจเลือกรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้การประกอบธุรกิจเป็นผลสำเร็จ โดยในการตัดสินใจเลือกดำเนินธุรกิจในรูปแบบใดนั้น ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงอุปสรรคหลายด้านเข้าด้วยกัน เช่น ลักษณะของกิจการ เงินทุน ความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้ในการประกอบธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จและได้ประโยชน์และกำไรสูงสุด (อนิวัช แก้วจางค์, 2555) โดยรูปแบบการดำเนินธุรกิจมีดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว เป็นกิจการที่มีเจ้าของเพียงคนเดียวโดยการนำสินทรัพย์มาลงทุนในกิจการทั้งในการลงทุนและหากำไรเพียงคนเดียวรวมถึงการควบคุมการดำเนินงานทั้งหมด การเป็นเจ้าของเพียงคนเดียวจะมีอำนาจในการตัดสินใจ ควบคุม ดูแล การจัดการในการดำเนินงานธุรกิจด้วยตนเอง โดยทั่วไปกิจการเจ้าของคนเดียวจะมีขนาดเล็ก โดยเป็นกิจการที่รูปแบบเก่าแก่และเป็นที่ยอมรับสูงสุดในประเทศไทย ด้วยสาเหตุที่มีการจัดตั้งหรือเลิกกิจการที่ทำได้สะดวกไม่ซับซ้อน และในการตัดสินใจมีความคล่องตัวสูง

2. ห้างหุ้นส่วน เป็นธุรกิจที่คน 2 คนนำทุนเข้ามาหุ้นกันในจำนวนที่มากน้อยเพียงใดก็ได้ โดยมีการทำสัญญาตกลงว่าจะทำกิจการร่วมกันโดยแบ่งในการดำเนินงานด้วยกัน มีทั้งสัญญาเปล่าและระดับสอนนอกจากนี้ในการนำทุนเข้ามาหุ้นอาจเป็นทั้งเงินสด แรงงาน ทรัพย์สินอย่างอื่น ตามที่ได้ตกลงกันไว้โดยห้างหุ้นส่วนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือห้างหุ้นส่วนสามัญและห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยที่ห้างหุ้นส่วนสามัญคือห้างหุ้นส่วนที่ผู้เป็นหุ้นส่วนนั้นต้องรับผิดชอบร่วมกันในหนี้สินทั้งปวงของห้างหุ้นส่วนแบบไม่จำกัดตามกฎหมาย แต่ในห้างหุ้นส่วนจำกัดเป็นห้างหุ้นส่วนที่กฎหมายบังคับว่าต้องจดทะเบียนในรูปนิติบุคคลโดยที่หุ้นส่วนมีทั้งหุ้นส่วนที่จำกัดความรับผิดชอบและไม่จำกัดความรับผิดชอบ

3. บริษัท เป็นธุรกิจที่ก่อตั้งด้วยการร่วมทุนของกลุ่มคนหลาย ๆ คน เข้ามาแบ่งหุ้นส่วนในแต่ละหุ้นที่เท่ากันเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยที่ผู้ถือหุ้นจะต้องรับผิดชอบในหนี้สินตามจำนวนเงินที่ตนได้ลงทุน โดยแบ่งออกได้ 2 รูปแบบ คือ บริษัทจำกัด คือ บริษัทซึ่งตั้งขึ้นด้วยการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นซึ่งแต่ละหุ้นมีมูลค่าเท่ากัน โดยมีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 3 คนแต่ไม่เกิน 100 คน ผู้ถือหุ้นทุกคนต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถือเท่านั้น และคุณสมบัติของผู้ถือหุ้นไม่สำคัญ แต่ บริษัทจำกัดมหาชนนั้นเป็นบริษัทซึ่งตั้งด้วยความประสงค์ที่จะเสนอขายหุ้นต่อประชาชนโดยผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินค่าหุ้นที่ต้องชำระ และบริษัทดังกล่าวได้ระบุมูลค่าประสิทธิ เช่นนั้นไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิด้วย

### **ลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจ**

ลักษณะการดำเนินงาน คือหน้าที่งานทางธุรกิจจะถูกใช้เพื่อแบ่งองค์การตามรับผิดชอบภายใต้ภาระงาน โดยมีการกำหนดความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่งาน โดยทั่วไปแล้วการดำเนินธุรกิจจะมีการกำหนดกิจกรรมในการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน โดยกำหนดตามหน้าที่ทางธุรกิจได้



(รวิวรรณ นิพันธ์ประศาสน์, 2547) หน้าที่ของธุรกิจ การประกอบธุรกิจนั้นผู้ประกอบการจะต้องกำหนดหน้าที่ต่าง ๆ ให้ชัดเจนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ ซึ่งลักษณะการดำเนินงานทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีดังนี้

### 1. การเงิน

การลงทุน หมายถึง การนำเงินสดหรือการกู้เงินเพื่อลงทุนในการทำธุรกิจ โดยที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์หรือการหากำไรจากการทำธุรกิจนั้น ในการลงทุนเป็นการเพิ่มมูลค่าของเงินให้เพิ่มพูน โดยที่ผู้ประกอบการได้รับผลกำไรหรือผลตอบแทนจากการลงทุน เนื่องจากได้นำเงินไปลงทุนจนเกิดผลที่ออกงอกเงยเกินภาระเงินทุนที่ลงทุนมาแล้ว จนสร้างความมั่งคั่งได้รวดเร็วขึ้นช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน (รินลดา ทองหงส์ และคณะ, 2541) การลงทุนนั้นจะต้องใช้เงินในการลงทุน ซึ่งเป็นเงินตราที่ธุรกิจหามาเพื่อนำมาใช้เพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุนได้อย่างคุ้มค่าที่สุด หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นเงินที่ผู้ประกอบการจัดเตรียมไว้เพื่อใช้ในการเริ่มต้นประกอบกิจการ เงินทุนมีความสำคัญต่อธุรกิจมาก เพราะเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกิจการ และระหว่างดำเนินกิจการ เงินทุนทำให้การผลิต การซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ในการเริ่มต้นธุรกิจ เงินลงทุนถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เพราะไม่ว่าจะทำอะไรก็จำเป็นต้องใช้เงินในการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ โดยวิธีการจัดหาเงินทุนนั้นมีหลายรูปแบบ หลายแหล่งที่มา การจะเลือกเงินทุนจากแหล่งใดนั้นขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ประกอบการ เช่น เงินทุนส่วนตัว เป็นเงินที่เกิดจากผู้ประกอบการเอง จนไปถึงเงินที่ขอยืมมาจากญาติพี่น้องใกล้ชิดโดยใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว เป็นต้น

### 2. การจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์

การจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า วัตถุดิบ หรือเครื่องจักร เครื่องมือเพื่อต้องการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ (บุญประคอง เนียมคำ, 2544) วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ ได้แก่ เพื่อให้กิจการมีสินค้า วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้ใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานต่อไปได้โดยไม่สะดุด และ เพื่อให้กิจการได้รับสินค้าในเวลาอันสมควรคุณภาพถูกต้องปริมาณเหมาะสมเพื่อเป็นการบริหารเกี่ยวกับการเงิน ไม่ให้จมอยู่กับสินค้าคงเหลือมากเกินไปและไม่ต้องเสี่ยงภัยกับสินค้าด้วย

### 3. การผลิต

กิจกรรมการผลิต เป็นกิจกรรมที่สำคัญของธุรกิจในการตัดสินใจการดำเนินงาน ในการผลิตคือ การนำปัจจัยทางด้านวัตถุดิบต่าง ๆ มาทำให้เกิดสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมถึงการสร้างประโยชน์ให้กับลูกค้าในการผลิต อาจจะใช้ปัจจัยการผลิตมากขึ้นอยู่ตามชนิดของสินค้าแต่ละชนิด (อนิวัช แก้วจางันต์, 2555) นอกจากนี้การผลิตคือการใช้วิธีหรือเทคนิคในการเปลี่ยนสภาพของวัตถุดิบให้เป็นสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ ในกระบวนการ

การผลิต โดยปกติมีระดับพื้นฐาน 4 ประเภทคือ กระบวนการแปรรูป เป็นการแปรรูปทางกายภาพของวัตถุดิบไปสู่อีกสภาพ เช่น การนำเนื้อหมูมาประกอบอาหาร กระบวนการการขึ้นรูป เป็นการแปรรูปของวัตถุดิบให้มีรูปทรงอื่น ๆ เช่น การแปรรูปแผ่นเหล็กให้เป็นตัวถังรถ กระบวนการการประกอบ เป็นการเอาชิ้นส่วนต่าง ๆ ประกอบเข้าด้วยกัน กระบวนการทดสอบถึงไม่ใช่กระบวนการขั้นพื้นฐานในกิจกรรมการผลิตแต่เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์จึงต้องมีขั้นตอนนี้และเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก

#### 4. การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาด ที่ธุรกิจใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและเป็นการให้ข่าวสารทางการตลาดเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ (สุขุม อังกูรพิพัฒน์, 2559) ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการขาย คือ การเสนอขายสินค้าหรือบริการ โดยไม่ต้องใช้พนักงานขาย ด้านการโฆษณา คือ เป็นการเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิด โดยการใช้สื่อ และต้องการจ่ายเงินค่าสื่อโดยเป็นผู้สนับสนุนรายการ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงระหว่างพนักงานขายและลูกค้าที่คาดหวัง ด้านการส่งเสริมการตลาด ณ จุดขาย เป็นกิจกรรมที่ใช้ส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละระดับ หรือช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณา การส่งเสริมการขายอาจใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยพนักงานขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่เป็นลูกค้าและไม่ใช้ลูกค้า เป็นความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

จากการศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงรูปแบบและลักษณะการดำเนินงานธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน โดยรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัท รวมถึงทำให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ได้แก่ ประกอบด้วย การเงิน การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การส่งเสริมการตลาด ซึ่งธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะต้องอาศัยความร่วมมือกันในการทำงานหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้งานสำเร็จ ลุล่วงตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์ของธุรกิจนี้ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในครั้งนี้

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ความหมายของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นขั้นตอนหนึ่งในการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นขั้นตอนในการประเมินศักยภาพขององค์กรเพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรกับสภาพแวดล้อมทั้ง

ภายในและภายนอกขององค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมถือว่าเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ใช้ในการประเมินสถานการณ์ขององค์กรเพื่อช่วยให้สามารถกำหนดทิศทางของสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ที่มีผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานขององค์กร (อลงกรณ์ โอภาสศรีวิศาล, 2554) ซึ่งจะวิเคราะห์ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กรหรือธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินการ ปัจจัยที่ผลกระทบต่อการทำงานมีทั้งปัจจัยภายใน (Internal Factor) และปัจจัยภายนอก (External Factor) โดยที่ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้เช่น บุคลากร,งบประมาณ,โครงสร้างราคา,ระบบการบริหารจัดการ,วัตถุดิบ เป็นต้น ส่วนปัจจัยภายนอกถือว่าเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ยากจนถึงไม่สามารถควบคุมได้เช่น สภาพทางการเมือง การปกครอง,สภาพเศรษฐกิจ,กฎหมาย,เทคโนโลยี,คู่แข่งจากกลุ่มธุรกิจเดียวกัน,ผู้ขายวัตถุดิบ,สินค้าทดแทน เป็นต้น (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2547) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะต้องอาศัยปัจจัยที่ประกอบไปด้วย สภาพแวดล้อมภายในคือจุดแข็งและจุดอ่อน สภาพแวดล้อมภายนอกคือ โอกาสและอุปสรรคเพื่อเป็นตัวในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรโดยที่กำหนดจากจุดแข็งขององค์กรและเพิ่มช่องทางในการสร้างโอกาส (อภิชา ประกอบเส็ง, 2555) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนับได้ว่าเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจทั้งโดยตรงและโดยอ้อมซึ่งมีผลต่อการดำเนินธุรกิจรวมทั้งการบริหารจัดการภายในองค์กร ถ้าหากมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจได้อย่างแม่นยำก็จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ (ธนภัทร กันทาวงศ์, 2559)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ สิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้โดยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตข้อมูล เหล่านี้มีประโยชน์ต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินงานตามกลยุทธ์ของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ

### **วิธีหรือขั้นตอนในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ**

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจจะต้องวิเคราะห์ให้มีความครอบคลุมให้ทุกขอบเขตของทุกปัจจัย ด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ ทำให้มีข้อมูลมาจากการวิเคราะห์นำไปกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นจากจุดแข็งของธุรกิจ และนำไปใช้ในการหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อมของธุรกิจ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ที่ทำให้สามารถเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมและลดจุดอ่อนขององค์กรได้ ซึ่งในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจจะวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ โดยมีขั้นตอนดังนี้

## 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจเป็นการวิเคราะห์และพิจารณาถึงทรัพยากรและความสามารถต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อที่จะหาจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งในการหาข้อมูลที่จะมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน อาศัยหลักการทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ ในธุรกิจต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้มีความสำคัญเท่าเทียมกันทุกตัว แต่ขึ้นอยู่กับธุรกิจจะวางกลยุทธ์ให้ตัวไหนเป็นองค์ประกอบสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นหน้าด่านแรกที่แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจของเรามีความสิ่งที่จะนำเสนอขายซึ่งเป็นสินค้าที่มีตัวตนบริการความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีการศึกษาทั้งในรูปของตัวสินค้ากับความพึงพอใจและผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น (Armstrong and Kotler, 2009) ธุรกิจจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีความสอดคล้องกันของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ รวมถึงตราสินค้ามีความเป็นอัตลักษณ์ และตัวบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่น (อำพล นววงศ์เสถียร, 2557) อีกทั้งจะต้องศึกษาถึงปัญหาต่าง ๆ ที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงตัวผลิตภัณฑ์ การเพิ่มการลดของสินค้าในผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของสินค้า การรับประกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจำหน่ายจะต้องตอบสนอง กลุ่มลูกค้ากลุ่มใด วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์นั้นมีระยะเวลาเท่าใดในแต่ละช่วงดังนั้นธุรกิจควรที่จะต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างความเจริญก้าวหน้าของกิจการจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการอยู่อย่างสม่ำเสมอ

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ครอบคลุมทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทุกส่วน ซึ่งผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือ หรือลูกค้า กลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ สินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ลูกค้านำไปประเมินและก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดอื่น ๆ ด้วย และการกระจายสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า (คลังความรู้ธุรกิจ, 2558) โดยต้องพิจารณาหลักว่าควรที่จะมีการกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าไปในช่องทางใดที่มีความเหมาะสมที่สุด

การกำหนดราคา (Price) ในการกำหนดราคา หลังจากการพัฒนาสินค้าขึ้นมาแล้ว อีกครั้งจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย ในส่วนต่อไปที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการกำหนดราคาของสินค้าให้เหมาะสม

ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาของสินค้าจะต้องมีการตั้งเป้าของราคาเพื่อกำไลหรือขยาย ส่วนถือครองของตลาดต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาให้เป็นที่ยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสามารถสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันของตลาดในการตั้งราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งที่คู่แข่งชั้นนำมาใช้และมีผลรวดเร็ว กว่าปัจจัยอื่น ๆ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2550) หากตั้งราคาสินค้าให้สูงกับสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และพิเศษของตัวสินค้า เป็นการแสดงถึงภาพพจน์ที่ดีซึ่งมีผลช่วยให้กันตั้งราคาสินค้าสามารถตั้งราคา สูงขึ้น (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อ ตรายสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือน ความทรงจำในสินค้า โดยค่านึงว่าจะต้องมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือ เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ (Etzel, Walker, and Stanton, 2007) เพื่อให้เกิดสร้าง การทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจจะมีการใช้พนักงานขายช่วยในทำการขาย หรือการสื่อสารกับลูกค้าโดยไม่ต้องผ่านบุคคล เช่น การประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ วิทยู เครื่องมือใน การติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งเลือกใช้ได้หลากหลายโดยการเลือกใช้ ให้พิจารณาความเหมาะสม ของเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง

## 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมนอกของธุรกิจ

สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจคือแรงผลักดันที่อยู่ภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้ นั่นคือ โอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอก และ อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมซึ่งมีผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจและความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ สภาพแวดล้อม ภายนอกในตัวเดียวกันสามารถเป็นได้ทั้งอุปสรรคและโอกาสของธุรกิจอีกธุรกิจหนึ่งที่แตกต่างกันได้ โดยสภาพแวดล้อมภายนอก (จิงพิศ สิริรัตน์ และคณะ, 2547) จึงต้องอาศัยสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน มาเป็นเครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ

### สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Five Force Model)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน จะทำให้เห็นถึงความรุนแรงของการแข่งขัน ซึ่งแนวคิดนี้มีปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของแต่ละ อุตสาหกรรม ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่สำคัญและมีประโยชน์ในการวิเคราะห์การแข่งขัน ซึ่งสภาพแวดล้อม ทางการแข่งขันที่บอกถึงโอกาสของธุรกิจ ยิ่งปัจจัยสำคัญนี้มีความเข้มข้นมากเท่าใดยิ่งจะส่งผลต่อ การขึ้นราคาที่น้อยลง (พรชัย ศักดิ์สกุลพรชัย, 2554)

#### 1. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (New Potential Entrant)

การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่เป็นอุปสรรคของสินค้าและบริการเนื่องจากธุรกิจที่เรา ประกอบการอยู่นั้นเป็นไปในทิศทางที่ดีมีกำไรสูงและมีอุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ทำให้มี คู่แข่งรายใหม่เข้ามาประกอบในการในลักษณะเดียวกันการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่เป็นภัยคุกคามต่อ

การประกอบธุรกิจทั้งในด้านการเข้ามาแบ่งส่วนถือครองของตลาดรวมทั้งการแย่งทรัพยากร วัตถุดิบ แรงงาน ความร่วมมือจากคนกลางในธุรกิจทำให้อุตสาหกรรมหรือธุรกิจจะต้องเพิ่มข้อจำกัดให้กับคู่แข่งรายใหม่โดยปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดประกอบไปด้วย 1) การประหยัดจากขนาดการผลิต (Economic of Scale) คู่แข่งขันรายใหม่จะต้องพบกับแรงกดดันด้านต้นทุนในการผลิตในปริมาณมาก ๆ จึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมที่มีต้นทุนในด้านการผลิตที่มากกว่าได้ 2) ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) คู่แข่งขันรายใหม่จะต้องพบกับอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าใหม่ในตลาดทำให้ต้องมีการแนะนำและจูงใจ ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งรายเดิมที่มีการสร้างการรับรู้ในตัวสินค้ามานานกว่า 3.เงินลงทุน (Capital Requirement) การที่ต้องเสี่ยงในการลงทุนทั้งการประชาสัมพันธ์ การทำการตลาด การจัดซื้อวัตถุดิบ ในคู่แข่งรายใหม่ทำให้ต้องลงทุนสูงกว่ารายเดิมในตลาดทำให้เสี่ยงในการลงทุนที่ไม่คุ้มทุน

## 2. แรงกดดันจากผลิตภัณฑ์ทดแทน (Pressure from Substitute Products)

การคุกคามมักเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าหันไปพบสินค้าที่มาแทนในสินค้าเดิมได้ ธุรกิจจะต้องพิจารณาของการเข้ามาทดแทนกันของสินค้าว่าผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นผลิต คุณภาพของสินค้าที่มีมากกว่าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้จากความต้องการเดิม ซึ่งในการรับมือกับสินค้าทดแทนธุรกิจต้องทำให้สินค้ามีความโดดเด่นจนไม่สามารถหาสินค้ามาทดแทนได้ นอกจากนี้อาจจะพัฒนารูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจมากกว่าเดิมเพื่อเป็นการลดแรงกดดันจากสินค้าที่จะเข้ามาทดแทน

## 3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers)

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การแข่งขัน ธุรกิจส่วนใหญ่มักจะละเอียดถึงผู้ซื้อทั้งที่มีแรงผลักดันจากผู้ซื้อผลกระทบต่อกำไรของธุรกิจ ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงการต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเป็นสิ่งที่กิจการต้องนำมาวิเคราะห์ว่าตลาดนั้นเป็นตลาดของผู้ซื้อและผู้ขายเพราะอำนาจการต่อรองที่เหนือกว่าของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลต่อระดับราคา หรือต้นทุนของกิจการโดยตรงกิจการจะต้องวิเคราะห์ถึงอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อก่อนที่จะกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจของตนซึ่งโดยทั่วไปผู้ซื้อ

## 4. อำนาจการต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

อำนาจการต่อรองที่กิจการมีต่อผู้จัดหาวัตถุดิบมีผลกระทบต่อต้นทุนและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกิจการโดยตรงในตลาดที่ผู้จัดหาวัตถุดิบมีอำนาจการต่อรองสูง กิจการจะมีระดับผลกำไรที่ต่ำลง ซึ่งโดยทั่วไปผู้จัดหาวัตถุดิบจะมีอำนาจการต่อรองสูงเมื่อผู้จัดหาวัตถุดิบมีจำนวนน้อยราย กิจการซื้อวัตถุดิบผลิตภัณฑ์จากผู้จัดหาวัตถุดิบไม่สามารถหาวัตถุดิบผลิตภัณฑ์อื่นมาทดแทนหรือทดแทนได้ในอัตราจำกัด และต้นทุนในการเปลี่ยนวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อสูง รวมถึงผู้จัดหาวัตถุดิบมีความต้องการ มีกำลังทรัพยากรเพียงพอและมีความสามารถที่จะขยายการดำเนินงานธุรกิจไปข้างหน้าโดยอาศัยวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ของตนเองเป็นปัจจัยการผลิต ตลอดจนช่องทางการจำหน่ายของผู้จัดหาวัตถุดิบมีหลายช่องทาง หรือในหลายประเภทอุตสาหกรรม

## 5. การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Current Competitors)

ความรุนแรงในการแข่งขันในหัวข้อนี้นั้นประกอบไปด้วยปัจจัยใน 4 หัวข้อข้างต้นทั้งอำนาจของผู้ซื้อ อำนาจของผู้จัดหาวัตถุดิบ การคุกคามของผู้ประกอบการหน้าใหม่ การคุกคามจากการมีสิ่งทดแทนได้ ล้วนที่จะส่งผลต่อการอัตราความรุนแรงในการแข่งขันแทบทั้งสิ้น และยังตลาดไหนที่มีอัตราการแข่งขันที่รุนแรงแล้วนั้นธุรกิจก็จะมีความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่สูงตาม ดังนั้นเมื่อตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงแล้วก็ควรที่จะเตรียมพร้อมรับมือให้ดี และรีบทำให้องค์กรแข็งแกร่งเพื่อที่จะได้อยู่รอดในตลาดได้ หากสังเกตดูเครื่องมือวิเคราะห์ 5 Forces ให้ดีจะเห็นได้ว่าเมื่อธุรกิจเริ่มเกิดอุปสรรคต่าง ๆ ขึ้นมาแล้วนั้น การร่วมมือกับคู่แข่งมักจะเป็นทางออกของอุปสรรคเหล่านั้นอยู่เสมอ ทั้งการรวมตัวกันเพื่อมีอำนาจในการต่อรองราคากับซัพพลายเออร์ เพื่อลดอำนาจของลูกค้า รวมถึงการสร้างอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อป้องกันภัยคุกคามจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดได้อีกด้วย ดังนั้นอย่ามองคู่แข่งเป็นเพียงศัตรูทางธุรกิจที่จะต้องเอาชนะเท่านั้นเพราะการร่วมมือกันจะช่วยลดความรุนแรงทางการแข่งขันและยังทำให้องค์กรที่ร่วมมือกันนั้นมีความแข็งแกร่งมากขึ้นไปอีก

### ประโยชน์ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์กร เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ช่วยให้เข้าใจได้ว่าผลของการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างไร จุดอ่อนขององค์กรมีคุณลักษณะภายในที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน จุดแข็งขององค์กรสามารถถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการบรรลุเป้าหมายหรือไม่ ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมภายนอกจะเป็นตัวขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กรจึงต้องหาโอกาสทางสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นตัวลดอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กรก็จะสามารถนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ วัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายในทิศทางที่เหมาะสม (ชูเพ็ญ วิบูลสันติ, 2551)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้จะไปสอดคล้องกับการวิจัยนี้ในส่วนของการศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม ซึ่งประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมภายใน ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด สภาพแวดล้อมภายในด้านสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน 5 ด้าน โดยจะเป็นการเจาะลงลึกไปทุกด้านของกลุ่มธุรกิจโต๊ะจีน ทั้งคู่แข่งรายใหม่ของธุรกิจโต๊ะจีน ลูกค้า ผู้ป้อนวัตถุดิบ สินค้าที่เข้ามาทดแทน เพื่อให้เห็นทั้งจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ถือได้ว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการบริหารจัดการธุรกิจรวมถึงการตัดสินใจในการลงทุนเพิ่มเติม เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจหลังจากที่ได้ทำการศึกษาอย่างลึกซึ้งแล้วยังสอดคล้องกับเรื่องความสัมพันธ์ของธุรกิจในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษาในครั้งนี้

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจ

### ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมนั้นมีหลายรูปแบบ ซึ่งเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่อย่างหนึ่งที่เป็น การเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนเข้าด้วยกัน อาจจะมองเห็นและมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ รูปแบบของเครือข่ายที่ช่วยให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นนั้นมี 3 อย่าง คือ เครือข่ายความสัมพันธ์แบบมีการแลกเปลี่ยน เครือข่ายความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายความสัมพันธ์ในรูปแบบการอยู่ร่วมกัน ซึ่งเครือข่ายนั้นไม่รูปแบบของโครงสร้างที่ตายตัว ในการออกแบบโครงสร้างเพื่อทำหน้าที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อความต่อเนื่องแต่ข้อจำกัดของเครือข่ายคือไม่มีใครสามารถบังคับหรือให้ใครทำอะไรได้เพียงแต่มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางระหว่างบุคคลกับบุคคลเข้าด้วยกัน (Boissevain and Mitchell, 1973) นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายยังถือว่าการทำให้บุคคลและกลุ่มบุคคลที่อยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การที่สมาชิกในเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลกันนั้นต้องเกิดจากความสมัครใจในการให้ข้อมูลหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน และสมาชิกในเครือข่ายก็ยังมีอิสระต่อกันในการดำเนินงานในส่วนของแต่ละบุคคล (Starkey, 1997)

ซึ่งข้อมูลนี้สอดคล้องกับ (Burke, 1999) ได้พูดถึงความสัมพันธ์ซึ่งการที่เครือข่ายดำรงอยู่ได้เนื่องจากเหตุผลหลายประการ นั่นคือ เครือข่ายมีไว้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อเป็นศูนย์รวมของการสนับสนุนเพื่อให้เกิดประโยชน์จากการมีประสบการณ์แตกต่างกันและเป็นช่องทางสำหรับแหล่งทุนเครือข่ายเป็นเวทีในการเจรจาต่อรองกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ หน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้วยเป้าหมาย 2 ประการ เพื่อเพิ่มสร้างศักยภาพและสนับสนุนการสร้างอำนาจแก่ประชาชน และ เพื่อเป็นช่องทางสำหรับการให้บริการแก่ประชาชนจากหาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่า เครือข่ายแต่ละเครือข่ายต่างถูกสร้างมาได้ด้วยกันทั้งหมด 3 ลักษณะ (ธนา ประมุขกุล, 2547)

1. เครือข่ายความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เครือข่ายนี้เป็นเครือข่ายที่ผู้คนมีความคิดตรงกัน ทำงานใกล้เคียงกัน หรือพบเจอกับปัญหาในลักษณะเดียวได้เข้ามารวมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ ไปจนถึงร่วมกันแสวงหาทางเลือกใหม่ในการคงลักษณะของกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายให้เหนียวแน่นที่สุด อันเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มเอง เครือข่ายเช่นนี้ มักเกิดบนพื้นที่ชุมชน ที่มีวัฒนธรรมความเป็นอยู่คล้ายคลึงกัน มารวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรมก่อน ต่อเมื่อมีการเพิ่มขึ้นของสมาชิกมีการขยายพื้นที่การดำเนินการออกไปหรือมีการขยายเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกลุ่มมากขึ้น กลุ่มก็มักจะพัฒนาขึ้นมาเป็นเครือข่ายเพื่อให้เกิดการครอบคลุมต่อความต้องการของสมาชิกเครือข่ายเช่นนี้ มักมีเวลาการก่อสร้างเครือข่ายนาน แต่เมื่อเกิดแล้วก็จะมีความเข้มแข็งยั่งยืนและมีแนวโน้มว่าเครือข่ายจะขยายตัวเพิ่ม เมื่อเปรียบเทียบกับตอนเริ่มก่อตั้ง



2. เครือข่ายวิวัฒนาการ เป็นอีกรูปแบบเครือข่ายอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตั้งแต่ตอนแรก แต่จะเป็นไปในลักษณะของการรวมตัวอีกทั้งพัฒนาความคิดโดยเริ่มที่กลุ่มบุคคล มารวมกันด้วยวัตถุประสงค์ในวงกว้างและตรงกันจนเกิดการที่จะสนับสนุนกัน และเรียน โดยที่ยังไม่มีเป้าหมาย พันกิจและวัตถุประสงค์ร่วมอย่างชัดเจน หรือในรูปออบแบบหนึ่งคือการถูกจุดความคิดจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการรับฟังหรือการได้ไปเห็นเครือข่ายอื่น ๆ จนเกิดความคิดที่จะรวมตัวกันสร้างพันธสัญญาการเป็นเครือข่ายขึ้น

3. เครือข่ายจัดตั้ง เป็นเครือข่ายจัดตั้งโดยมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายรวมถึงการดำเนินงานของภาครัฐ ทั้งนี้ก็เป็นไปตามแนวคิดที่มีอยู่ดั้งเดิมและเป็นการอาศัยกลไกของภาครัฐในการผลักดันให้เกิดรูปธรรมของงานโดยเร็ว ภาคีสมาชิกที่เข้าร่วมเครือข่าย ไม่ได้มีพื้นฐานความต้องการ ความคิดความเข้าใจที่ตรงกันมาก่อนการมารวมตัวกันจึงเป็นลักษณะบางครั้งบางคราว ไม่มีความต่อเนื่อง และมักจะยุติในที่สุด ยกเว้นว่าเครือข่ายจะได้รับการชี้แนะที่ได้อย่างที่ควร จนสามารถสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและนำไปสู่การพัฒนาเป็นเครือข่ายที่แท้จริงได้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มจะยังคงรักษาสถานภาพเครือข่ายไว้ได้ แต่แนวโน้มเครือข่ายก็มักจะมึขนาดที่ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับในช่วงแรกของการก่อตั้งเครือข่าย เพื่อช่วยเหลือพัฒนาตนเอง ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวแม้ว่าจะมีได้เกิดจากแรงกระตุ้นภายในโดยตรงแต่แรก แต่ถ้าวหากสมาชิกมีความตั้งใจจริงที่ดีและได้รับแรงกระตุ้นนี้ก็สามารถร่วมกันกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนได้ โดยสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกแล้วเครือข่ายนี้จะสามารถพัฒนาตนเองต่อไป จนสร้างเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งเหมือนเครือข่ายที่เกิดโดยธรรมชาติได้เช่นเดียวกัน เครือข่ายวิวัฒนาการที่กำลังพัฒนาตนเองอยู่ในขณะนี้ มีตัวอย่างมากมาย เช่น เครือข่ายประชาคมหมู่บ้าน เครือข่ายผู้สูงอายุ และเครือข่ายโรงเรียนส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

### องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย

เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการวางแผนของทางภาครัฐจำพวก หน่วยงานราชการ องค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ หรือหน่วยงานภาคเอกชนที่ให้การอุดหนุนเงินทุน บางเครือข่ายดำเนินงานโดยคนกลุ่มเดียว รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหน่วยหนึ่ง ไม่มีการติดต่อกับองค์กรอื่น ๆ ที่เป็นสมาชิกเหล่านี้ไม่ใช่เครือข่ายที่แท้จริง เพราะเครือข่ายที่แท้จริงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และการติดต่อสัมพันธ์กันของสมาชิกที่ต่างก็มีอำนาจอิสระของตน พวกนี้ใช้คำว่า “เครือข่าย” เพื่อภาพลักษณ์ในสังคม เป็นการใช้นิยามความคิดของการสร้างเครือข่ายที่ผิด ซึ่งไม่ควรให้การสนับสนุนอย่างยิ่ง (สำนักงานจังหวัดเลย, 2561) จึงทำให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบของเครือข่ายนั้นต้องประกอบไปด้วย

1. สมาชิกหรือบุคคล เป็นองค์ประกอบเบื้องต้นของความเป็นเครือข่าย ที่สร้างระบบปฏิสัมพันธ์โดยแต่ละบุคคล โดยที่ดำเนินการต่อเพื่อหาแนวร่วมในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการดำรงอยู่ร่วมกันตามหลักธรรมชาติที่ทุกสรรพสิ่งจะต้องพึ่งพาอาศัยและสร้างกระบวนการที่สืบเนื่อง

เพื่อรักษาความเป็นไปของชีวิต ดังนั้นบุคคลหรือสมาชิกในองค์กรนั้น จะเป็นองค์ประกอบหลักที่ก่อให้เกิดความเป็นเครือข่าย

2. จุดมุ่งหมาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง เนื่องจากถ้าหากว่ามีการมารวมกันเพียงอย่างเดียวเพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยที่ไร้เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายร่วมกัน ความสัมพันธ์ดังกล่าวก็ไม่อาจที่จะเรียกว่าเครือข่ายได้ โดยเหตุผลนี้ความเป็นเครือข่ายจะต้องมีการร่วมกันอย่างมีจุดหมาย เพื่อที่จะทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีเป้าและวัตถุประสงค์รวมถึงกระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

3. การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก การที่แต่ละหน่วยชีวิตหรือการที่แต่ละบุคคลจะมารวมกันนั้น สิ่งที่จะยึดโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน คือ การทำหน้าที่ต่อกัน และกระทำอย่างมีจิตสำนึก เพราะหากขาดจิตสำนึกต่อส่วนรวมแล้ว กระบวนการนั้นจะเป็นเพียงการจัดตั้งและเรียกร้องหาผลประโยชน์ตอบแทนเท่านั้น และการที่คนจะมารวมกลุ่มเป็นองค์กรเครือข่ายได้นั้น นอกจากจะมีความสนใจหรืออุปนิสัยใจคอที่คล้ายคลึงกันแล้ว บุคคลยังต้องมีจิตสำนึกต่อส่วนรวม กล่าวคือ เมื่อพวกเขาเห็นปัญหาหรือต้องการที่จะพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จิตใจที่มุ่งมั่นซึ่งเป็นปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลนั้นเป็นแรงผลักดันที่นำไปสู่กระบวนการคิดวิเคราะห์และร่วมถึงการค้นหาวิธี อีกทั้งเพื่อแก้ไขปัญหา รวมถึงเป็นการหาแนวร่วมจากบุคคลอุดมการณ์เดียวกัน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองหรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน จนกลายเป็นองค์กรเครือข่ายที่ทุกฝ่ายต่างก็มีความไว้วางใจต่อกัน ทั้งนี้ เพราะความเป็นเครือข่าวนั้น สามารถที่จะตอบสนองกระบวนการแก้ไขปัญหาได้มากกว่า

4. การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน ในองค์ประกอบของความเป็นเครือข่ายสิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้ก็คือการมีส่วนร่วม การพึ่งพาอาศัยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิกจะเป็นปัจจัยที่หนุนเสริมให้เครือข่าวนั้นมีพลังมากขึ้น เพราะการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้ทุกฝ่ายหันหน้าเข้าหากันและพึ่งพากันมากขึ้น นอกจากนี้ ในระบบความสัมพันธ์ของเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะนำไปสู่การให้และการรับ รวมถึงการระดมทรัพยากรเพื่อให้ภารกิจที่เครือข่ายดำเนินการร่วมกันนั้นบรรลุถึงเป้าหมาย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเป็นทั้งแนวคิด กระบวนการและวิธีการของการจัดการเครือข่าย เป็นกระบวนการสร้างข้อมูลต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันที่มาจากการมีส่วนร่วมแล้ว พัฒนาการของเครือข่ายจะเป็นไปอย่างช้า ๆ และอาจถดถอยลง ดังนั้น การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนจึงเสมือนกลไกที่เป็นแรงผลักดันให้ความเป็นเครือข่ายดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

5. ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร เมื่อพูดถึงเครือข่ายว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงแล้ว สิ่งที่มีขาดไม่ได้ของเครือข่าวนั้นคือ ข้อมูลและการสื่อสารระหว่างกัน นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลหรือกลุ่มกับกลุ่ม จนถึงระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย รวมทั้งระบบความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นจะช่วยให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดการรับรู้ เกิดการยอมรับในกระบวนการ

ทำงานและช่วยรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่องเช่นนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ถ้าระบบความสัมพันธ์ได้รับการตอบสนองหรือขาดการติดต่อแล้วความเป็นเครือข่ายก็อยู่ในภาวะที่เสื่อมถอย ดังนั้น การพัฒนาระบบเครือข่ายจะต้องยึดหลักการของความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกัน โดยมีกิจกรรมและข้อมูลเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวออกของเครือข่ายนั้น

### เครือข่ายทางธุรกิจ

เครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network) คือ กระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์ทั้งแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการระหว่างธุรกิจกับธุรกิจอื่น (Lin and Zhang, 2005) เครือข่ายทางธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการทำธุรกิจเพราะเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญในการสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือก็เป็นบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งนั่นหมายถึงการมีเครือข่ายทั้งองค์กรและธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วแนวคิดของเครือข่ายหรือระบบเครือข่ายในปัจจุบันได้เป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ แต่ในเครือข่ายทางธุรกิจเป็นกิจกรรมที่แตกต่างกันไปตามคุณลักษณะแต่ละผู้ประกอบการ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เวลา และสถานที่ (O'Donnell, 2004) กระบวนการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจ (Business Networking) ปกติจะเกิดขึ้นเองในสมาคมหรือ ชมรมทางธุรกิจ โดยมีการเชื่อมโยงเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนของการรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจเพื่อทำงาน ร่วมกันและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ชัดเจนประการใดประการหนึ่ง การรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของระบบ เครือข่ายจะเปรียบได้กับเป็นกระดูกสันหลังของฝ่ายจัดการที่ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของสัมพันธ์ภาพ ปฏิกริยา และการพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ ระบบเครือข่ายทางธุรกิจจึงต้องมีความเข้าใจร่วมกันอย่างชัดเจนในกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ (Henneberg, Mouzas, and Naude, 2006) ทั้งนี้ ระบบเครือข่ายธุรกิจจะสามารถแพร่ขยายการดำเนินการไปได้ทุกสถานที่ เท่าที่บุคคลหรือสมาชิกกลุ่ม จะสามารถพบธุรกิจหรือกลุ่มบุคคลที่สอดคล้องกับเป้าหมายและความสามารถของเครือข่าย ทั้งนี้มีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการ เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ ที่ปรึกษา อาจารย์ และอื่น ๆ ซึ่งความเข้าใจต่อธรรมชาติและลักษณะ ของธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป เป็นองค์ประกอบส่วนสนับสนุนต่อความสำเร็จของระบบเครือข่าย

### ปัจจัยที่สนับสนุนต่อความสำเร็จในระบบเครือข่ายธุรกิจ

เครือข่ายจะประสบความสำเร็จหรือจะเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืนได้นั้นมีปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จตามที่ (ธนา ประมุขกุล, 2547) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

#### 1. ความเข้าใจ

เครือข่ายที่จัดตั้งและล้มไปอย่างรวดเร็วในเวลาต่อมาโดยมีสาเหตุสำคัญประการแรกมาจากการที่เครือข่ายไม่สามารถสร้างความเข้าใจที่ตรงกันให้กับสมาชิก โดยอาจเป็นความไม่เข้าใจต่อวัตถุประสงค์

ของเครือข่ายนั้นตั้งแต่เริ่ม หรือเป็นความไม่เข้าใจในบทบาทของสมาชิกที่ตัวเองเป็นอยู่นั้น ว่ามีบทบาทอย่างไร เป็นบทบาทหลัก หรือบทบาทสนับสนุน ดังนั้น เมื่อเครือข่ายที่ตั้งขึ้น ได้ดำเนินการไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง สมาชิกที่ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ ก็อาจถอนตัวออกไป ด้วยเห็นว่า เครือข่ายไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง หรือสมาชิกที่ไม่เข้าใจบทบาทของตนเองได้นั้น ก็อาจเกิดเป็นความสับสนว่ากิจกรรมแต่ละกิจกรรม ใครควรเป็นแกนหลัก และใครควรเป็นผู้สนับสนุน เช่น หน่วยงานภาครัฐ ก็ไปทำบทบาทการเป็นแกนหลัก แทนที่จะเป็นบทบาทของกลุ่มคน หรือ ชุมชนเจ้าของพื้นที่ ในขณะที่ผู้ที่เป็นแกนหลักเอง ก็อาจจะยังเคยชินกับรูปแบบเดิม ของการเป็น “ผู้ร่วมกิจกรรม” ที่รอคอยการนำจากภายนอก

## 2. ความเป็นประชาธิปไตย

ด้วยความที่สมาชิกทุกคนในเครือข่าย มีอิสระทางความคิด สิ่งก็ตามมาก็คือความหลากหลาย ที่มีทั้งคล้ายคลึงกัน และแตกต่างกัน ของความคิดที่แสดงออกมา ดังนั้น จุดเริ่มต้นที่จะทำให้เกิดความแตกต่างเหล่านี้ อยู่ด้วยกันได้อย่างราบรื่น คือ การให้เกียรติ ยอมรับความคิดเห็นของกันและกัน ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกทั้งหลาย ได้เห็นทางเลือกอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากที่ตนคิดเห็น ตามประสบการณ์ที่จำกัดของแต่ละบุคคล และเมื่อได้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางความคิดระหว่างกันแล้ว จุดเด่น จุดด้อย ของแต่ละทางเลือก จะได้รับการวิเคราะห์ อย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นผลจากการหลอมรวมของทุกความคิด มาเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด บนพื้นฐานการยอมรับของสมาชิกโดยรวม

## 3. ความจริงใจ

เนื่องจากการทำงานในเครือข่าย เน้นการประสานงานในแนวราบ ไม่เน้นการบังคับสั่งการ ดังนั้น ผู้ที่เป็นสมาชิก จึงต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ และมีความจริงใจในการทำงานร่วมกัน โดยเห็นประโยชน์ร่วม ตามที่เครือข่ายกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ซึ่งบางครั้งประโยชน์ร่วมที่เกิดขึ้นได้นั้น อาจหมายถึงการยอมรับของสมาชิกแต่ละส่วนนั่นเอง

## 4. การจัดการ

ไม่ว่าในเครือข่ายใหญ่หรือเล็ก สมาชิกมากหรือน้อย การจัดการยังคงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของความสำเร็จขององค์กรเสมอ และสำหรับการจัดการเครือข่าย ที่มีพื้นฐานสมาชิกหลากหลาย มารวมกัน โดยอิสระ ไม่ถือการสั่งการเป็นกลไกหลักนั้น การจัดการจะมีความสำคัญยิ่งขึ้นไปอีก สิ่งที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดการเครือข่ายที่ต้องมี คือ ความยืดหยุ่นในการจัดการให้กับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการณ์ ที่เครือข่ายต้องติดต่อประสานงานกับกลุ่มองค์กรภายนอกอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากการจัดการของเครือข่าย

## 5. การสื่อสาร

การสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ทำให้เครือข่ายสามารถเชื่อมโยงติดต่อถึงกันได้ โดยเป็นที่ทราบกันเป็นอย่างดีว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ไม่ควรจะเป็นแบบทางเดียว เพราะนั่นคือ ระบบการสั่งการ

และก็ได้หมายถึงเพียงระบบการสื่อสาร เฉพาะระหว่างผู้มีหน้าที่ส่งสาร กับผู้รับสาร ถ้ามองกลับไปมาอยู่แค่นั้น เพราะถ้านึกถึงภาพขยายแยบยลจะเข้าใจทันทีว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิผลในเครือข่ายจะต้องมีลักษณะหลากหลายช่องทาง เชื่อมโยงระหว่างสมาชิกกันเองได้โดยอิสระคล่องตัว เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันให้มากที่สุด โดยที่แม้ว่าเครือข่ายจะมีระบบการสื่อสารหลัก ผ่านทางผู้ประสานงานอยู่ก็ตาม แต่มีควรรกำหนดเป็นระบบการสื่อสารที่ตายตัวขึ้นมา ว่าต้องผ่านเป็นขั้นเป็นตอนตามนั้น เพราะการกำหนดเช่นนี้อาจทำให้เครือข่ายต้องเข้าไปติดอยู่ในระบบมากขึ้น

### การรักษาเครือข่าย

เครือข่ายยังไม่สำเร็จย่อมมีความจำเป็นที่จะต้องรักษาเครือข่ายไว้ การทำให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายแล้ว ก็จำเป็นต้องรักษาความสำเร็จของเครือข่ายไว้ (ธนา ประมุขกุล, 2547) หลักการรักษาความสำเร็จของเครือข่าย

#### 1. การจัดกิจกรรมรวมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ความยั่งยืนของเครือข่ายจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อได้มีการจัดกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งกิจกรรมดังกล่าวกลายเป็นแบบแผนของการกระทำที่สมาชิกของเครือข่ายยอมรับโดยทั่วกัน การที่จะรักษาเครือข่ายไว้ได้ต้องมีการกำหนดโครงสร้างและตารางกิจกรรมไว้ให้ชัดเจน ทั้งในแง่ของเวลา ความถี่ และต้องเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจเพียงพอที่จะดึงดูดสมาชิกให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมเดียวที่ใช้สำหรับสมาชิกทุกคน ในสำรวจดูความต้องการเฉพาะของสมาชิกในระดับย่อยลงไปในแต่ละคนและแต่ละกลุ่ม กล่าวคือควรจะมีกิจกรรมย่อยที่หลากหลายเพียงพอที่จะตอบสนองความสนใจของสมาชิกกลุ่มย่อยในเครือข่ายด้วย โดยที่กิจกรรมเหล่านี้ก็ต้องอยู่ในทิศทางที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายของเครือข่าย

#### 2. การรักษาสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกเครือข่าย

ความสัมพันธภาพที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในการรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนต่อไป ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นเสมือนน้ำที่คอยหล่อเลี้ยงการทำงานร่วมกันให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เมื่อใดที่สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกบาดหมางไม่เข้าใจกัน หรือเกิดความขัดแย้งระหว่างกันโดยหาข้อตกลงไม่ได้ สัมพันธภาพระหว่างสมาชิกก็จะเริ่มแตกร้าง ซึ่งหากไม่มีการแก้ไขอย่างทันทั่วถึง ก็จะนำไปสู่ความเสื่อมถอยและความสิ้นสุดลงของเครือข่ายได้ ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมที่มีจุดประสงค์เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกโดยเฉพาะ และควรจัดอย่างสม่ำเสมอไม่ใช่ว่าจะจัดในช่วงที่มีปัญหาเกิดขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้เครือข่ายพึงตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสัมพันธภาพ เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกันที่อาจเกิดขึ้น สมาชิกควรแสดงความเป็นมิตรต่อกัน เมื่อเกิดความขัดแย้งต้องรีบแก้ไข และดำเนินการไกล่เกลี่ยให้เกิดความเข้าใจกันใหม่ นอกจากนี้ควรมีมาตรการป้องกันปัญหาที่ก่อนที่จะเกิดความขัดแย้งระหว่างกัน

### 3. การกำหนดกลไกสร้างระบบจิตใจ

กิจกรรมของเครือข่ายที่จะดึงดูดให้เข้าไปมีส่วนร่วมจำเป็นต้องกำหนดกลไกบางประการที่จะช่วยจิตใจให้สมาชิกเกิดความสนใจอยากเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งตามทฤษฎีแรงจูงใจแล้ว สิ่งจูงใจที่ต่างกััน ดังนั้นควรทำการวิเคราะห์เพื่อบ่งชี้ถึงแรงจูงใจที่แตกต่างหลากหลายในแต่ละบุคคล แล้วทำการจัดกลุ่มของสิ่งจูงใจที่ใกล้เคียงกันออกเป็นกลุ่ม ๆ ถ้าจำเป็นจะต้องให้ค่าตอบแทนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจ ควรเป็นการแลกเปลี่ยนกับผลงานมากกว่าการให้ผลตอบแทนในลักษณะหมาง่าย กล่าวคือผู้ที่รับค่าตอบแทนต้องสร้างผลงานเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน โดยผลงานที่ได้ต้องสนับสนุนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาเครือข่าย และควรมีการทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรให้ชัดเจน เพื่อสร้างทักษะผูกพันระหว่างผู้รับทุนและผู้ให้ทุน การให้ค่าตอบแทนก็ไม่ควรให้ทั้งหมดในงวดเดียว ทั้งนี้เพื่อให้มีการปรับลดค่าตอบแทนได้ หากผู้รับทุนไม่ดำเนินการตามสัญญา

ในกรณีที่ต้องการให้เกียรติยศและชื่อเสียงเป็นสิ่งจูงใจโดยเฉพาะในงานพัฒนาสังคมที่มักจะไม่มามีค่าตอบแทนการดำเนินงาน จำเป็นต้องหาสิ่งจูงใจอื่นมาชดเชยสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ตามทฤษฎีของ Maslow ความต้องการการยกย่องจากผู้อื่น ที่อยู่ในรูปของอำนาจเกียรติยศชื่อเสียง หรือสถานะทางสังคม เป็นสิ่งที่นำมาใช้จูงใจได้ อาจทำเป็นรูป “สัญลักษณ์” บางอย่าง ที่สื่อถึงการได้รับเกียรติยศ การยกย่องและมีคุณค่าทางสังคม เช่น การประกาศเกียรติยศ เข็มเชิดชูเกียรติ โล่เกียรติยศ เป็นต้น โดยสัญลักษณ์เหล่านี้ต้องมีคุณค่าเพียงพอให้เขาปรารถนาอยากที่จะได้ และควรมีเกียรติยศหลายระดับที่จูงใจสมาชิกเครือข่ายให้ร่วมมือลงแรงเพื่อไต่เต้าไปสู่ระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งจะช่วยให้เกิดความต่อเนื่อง และควรมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่รายชื่อคนกลุ่มนี้อย่างกว้างขวาง

### 4. การจัดหาทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอ

หลายเครือข่ายต้องหยุดดำเนินการไป เนื่องจากขาดแคลนทรัพยากรสนับสนุนการดำเนินงานที่เพียงพอ ทั้งด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากร ที่สำคัญคือเงินทุนในการดำเนินงาน ซึ่งเปรียบเสมือนเลือดที่ไหลเวียนหล่อเลี้ยงเครือข่ายให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ เมื่อขาดเงินทุนเพียงพอที่จะจุนเจือ เครือข่ายอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด หากได้รับการสนับสนุนจะต้องมีระบบตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุม และมีการรายงานผลเป็นระยะ หากการดำเนินงานไม่คืบหน้าอาจให้ระงับทุนได้

### 5. การให้ความช่วยเหลือและช่วยแก้ไข้ปัญหา

เครือข่ายอาจเกิดปัญหาระหว่างการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายที่เพิ่งเริ่มดำเนินการใหม่ ๆ การมีที่ปรึกษาที่ดีคอยให้คำแนะนำและคอยช่วยเหลือจะช่วยให้เครือข่ายสามารถดำเนินการต่อไปได้ และช่วยหนุนเสริมให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ควรมีที่ปรึกษาเพื่อทำหน้าที่ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ เป็นแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้า และช่วยอบรมภาวะการเป็นผู้นำให้กับสมาชิกเครือข่าย

## ประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

ประโยชน์ที่สำคัญจากการสร้างเครือข่ายโดยเฉพาะในธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่รวมตัวกันเป็นเครือข่ายนั้น ทั้งทางด้านอุปกรณ์ ทางการผลิต และระบบทางการบริหาร จะสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังรักษาความคล่องตัว และการเข้าถึงสภาพในพื้นที่ได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ (สุรศักดิ์ นานานุกุล, 2555) ซึ่งธุรกิจเครือข่ายสามารถช่วยทำให้เกิดลดต้นทุน (Cost Reduction) และแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย (Share Costs) ทางการบริหารร่วมกัน นอกจากนี้ยังเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีราคาแพงโดยลงทุนร่วมกัน การแบ่งหน้าที่กัน และร่วมกันผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อนสูงได้ ยังร่วมกันช่วยเจรจาต่อรองเพื่อให้ได้ข้อตกลง และเงื่อนไขที่ดีกว่าการทำธุรกิจเพียงรายเดียวทำให้เกิดอำนาจต่อรองกับลูกค้าได้ การทำเครือข่ายทางธุรกิจร่วมกันสามารถผลิตสินค้าส่งมอบให้ลูกค้ารายใหญ่และตลาดที่มีขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่านอกจากนี้ยังมีประโยชน์ที่มีต่อธุรกิจเครือข่าย แบ่งเป็น 3 ประการ คือ

1. Economies of scope หมายถึง การที่ธุรกิจเครือข่ายจัดระบบขั้นตอน และกระบวนการทำธุรกิจ Value Chains ใหม่ จนสามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ New Product Lines ได้ เช่น ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ใน เดนมาร์ค ร่วมเครือข่ายกัน ผลิต สูท เสื้อเชิ้ต เสื้อผ้าถัก และอุปกรณ์ที่มีราคาสูง หรือ ผลิตเครื่องแบบให้กองทัพอากาศขนาดใหญ่ในยุโรป หรือธุรกิจการต่อเรือ 7 แห่ง ในเดนมาร์ค ที่ต่างมีความชำนาญต่างกัน บางรายสามารถ อิเล็กทรอนิกส์ ร่วมเครือข่ายกัน ติดต่อธนาคาร และหน่วยงานวิจัย เพื่อผลิตเรือหาปลาที่มีอุปกรณ์ทันสมัยสำหรับขายในตลาดต่างประเทศ

2. Economies of Scale หมายถึง การที่ธุรกิจเครือข่าย แบ่งหน้าที่กันใช้ความชำนาญพิเศษทำให้ต่างคนสามารถผลิตสินค้าในปริมาณสูง ตัวอย่าง ธุรกิจเครื่องจักรกลการเกษตรในอาเจนติน่าร่วมเครือข่ายกัน ผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร สำหรับใช้ในสภาพดินที่ไม่มีความอุดมสมบูรณ์ ต้องมีการออกแบบทางวิศวกรรมพิเศษ หากต่างคนทำให้ลดต้นทุนลงได้และยังส่งออกไปยังที่ประเทศใหญ่ใกล้เคียงได้

3. Economies of management หมายถึง การร่วมเครือข่าย เพื่อลดต้นทุน หรือร่วมกันจ่าย ต้นทุน ทางการบริหาร ได้แก่ การจ้างหรือซื้อ ระบบการบริหาร ระบบการเงิน และระบบการตลาดร่วมกัน เช่น ชมรม ธุรกิจเสื้อผ้าแห่งหนึ่งในอิตาลี ตั้งอยู่ในพื้นที่การเกษตร ห่างไกลจากเมืองใหญ่ แต่สามารถร่วมกันว่าจ้างธุรกิจวิจัยการตลาดระดับโลก เพื่อติดตามวงการแฟชั่นของโลกและร่วมกันเจรจาซื้อผ้าและเครื่องจักรที่ทันสมัยได้

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทำให้ทราบถึงความหมายของเครือข่ายทางธุรกิจ แนวคิดที่เกี่ยวกับเครือข่าย องค์ประกอบของเครือข่าย ปัจจัยที่สนับสนุนต่อความสำเร็จในระบบเครือข่ายธุรกิจ ทั้งความเข้าใจ ความเป็นประชาธิปไตย ความจริงใจ การจัดการ และการสื่อสาร รวมถึง ประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้

เห็นว่าการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจใ้เครือข่ายสามารถทำงานที่แต่ละคนทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน จะมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่า ที่ธุรกิจแต่ละที่จะทำตามลำพัง ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงพร พุทรวงศ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของการพัฒนาระบบเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็กของผู้ประกอบธุรกิจ เสื้อผ้าแฟชั่น โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของ ระบบเครือข่าย การสนับสนุนจากภาครัฐ และอุปสรรคในการพัฒนาระบบเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ เสื้อผ้า แฟชั่นขนาดเล็ก 2. เพื่อทราบความคิดเห็นและความต้องการของสมาชิกเครือข่ายต่อการพัฒนา ระบบเครือข่ายและ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของภาครัฐในการใช้ระบบเครือข่าย โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และสำรวจความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของเครือข่าย จากทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจที่กระจายตัว ผลการวิจัยได้ว่า 1. สมาชิกเครือข่ายส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้ดี เป็นนักออกแบบสินค้าแฟชั่นที่ตระหนักถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยต้องการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาภายใต้สนับสนุนจากภาครัฐ 2. สมาชิกเครือข่าย ต้องการได้รับการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาในระดับเข้มข้น สมาชิกส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมเครือข่าย และ 3) สมาชิกมองถึงการปฏิบัติงานของภาครัฐและการประสานงาน ร่วมกันของสมาชิกเครือข่าย ซึ่งแสดงว่าแผนการดำเนินงานของระบบเครือข่ายสำเร็จตาม

ชญญภาภักดิ์ หล้าแหล่ง (2561) ศึกษาเรื่อง การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่มีต่อตัวแปรตามและทดสอบปัจจัยสาเหตุ ผลวิจัยพบว่า 1.จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันของผู้นำ ความเชื่อถือไว้วางใจของภาคี กลไกการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงภาคี การจัดการความรู้ และระบบการบริหารจัดการเครือข่ายส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ 2.ศักยภาพการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ธนภัทร กันทาวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การแข่งขันต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชีของกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การแข่งขันกับการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชีผลการวิจัยพบว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้



ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ในขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ทั้งนี้ผลการวิจัยยังระบุว่ากลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การแข่งขันต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ยุวรัตน์ จิระเมธาธร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารพันธมิตรของธุรกิจรับจัดทำกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจรับจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาการบริหารพันธมิตรของธุรกิจรับจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มลูกค้าของธุรกิจรับจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลางจนถึงขนาดใหญ่และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจประเภทของกิจกรรมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ต้องการ 2. การร่วมมือด้านการตลาดของพันธมิตรธุรกิจรับจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมเป็นการร่วมมือให้เกิดกำไรร่วมกัน สร้างความสัมพันธ์ที่ให้กับลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การร่วมมือด้านการผลิตนั้นทำให้พันธมิตรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดค้นวิธีและรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ความคิดสร้างสรรค์ของการนำเสนอสินค้าและบริการ การร่วมมือการด้านจัดหาสินค้าและวัตถุดิบให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและยังช่วยในการนำไปต่อราคาให้กับลูกค้าได้ง่ายขึ้น ร่วมมือทางด้านทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ให้การสนับสนุนเพิ่มทักษะแต่ละด้านให้กับพนักงาน

จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษารูปแบบและการดำเนินการธุรกิจโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินการธุรกิจของผู้ประกอบการทัวร์โต๊ะจีนเป็นธุรกิจขนาดเล็กแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนการบริหารงานนั้นผู้ประกอบการจะบริหารงานเพียงคนเดียวโดยมีการวางแผนการทำงานที่เป็นขั้นตอนและในแต่ละขั้นตอนการทำงานของผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญเนื่องจากมีผลกระทบต่อคุณภาพของอาหารซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ ด้านการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นพบว่าผู้ประกอบการใช้วิธีสร้างความแตกต่างของคุณภาพอาหารและบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและยังพบอีกว่าการใช้นายหน้าก็เป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้นนอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเฉพาะโดยมุ่งเน้นลูกค้าระดับกลางที่ต้องการโต๊ะจีนที่ราคาไม่สูงและไม่ให้ความสำคัญกับรูปแบบมากนัก

กัธร แจ่มจรัส (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพลวัตการทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน ของอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนมีการพัฒนาธุรกิจตลอดเวลา

ตั้งแต่ด้านบุคลากรด้านอุปกรณ์ด้านอาหารด้านราคาและปัจจัยใหม่ที่พบต่างจากอดีตที่ผ่านมาคือด้านการตลาดการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และการจัดงานครบวงจร ส่วนปัญหาและอุปสรรคพบว่าผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมากและโดยส่วนมากเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับรองมาตรฐานด้านอาหารสะอาดและปลอดภัยจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเลือกใช้ธุรกิจโต๊ะจีนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมเพื่อความสะอาดและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

อภิชา ประกอบแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบ กลยุทธ์ทางการตลาด และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงผม กรณีศึกษาบริษัทจินดาสมุนไพรอ่าเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมกรณีศึกษาบริษัทจินดาสมุนไพรอ่าเภอลำลูกกาจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่าบริษัทสมุนไพรอ่าเภอลำลูกกาเป็นธุรกิจประเภท SME มีกลยุทธ์การทำการตลาดโดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นในเรื่องสมุนไพรอ่าเภอลำลูกกา กลยุทธ์การตั้งราคาทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกระดับ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือตัวแทนจัดจำหน่ายและมีการส่งเสริมการตลาดกับตัวแทนจัดจำหน่ายทุก ๆ เดือน การสร้างมูลค่าเพิ่มทางผู้ประกอบการได้ผลักดันสินค้าให้มีสินค้าออกเกิน 100% รวมถึงการเพิ่มสายการผลิตประพันธ์ให้มีความหลากหลายที่ได้รับรองคุณภาพจากสถาบันต่าง ๆ และพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความภักดีและเต็มใจที่จะจ่ายนอกจากนี้มีอุปสรรคและปัญหาในการดำเนินธุรกิจคือการสื่อสารและทัศนคติของผู้บริโภคและการแข่งขันในตลาดที่สูง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในระยะเวลาตั้งแต่ปี 2555 ถึง 2561 โดยพบว่างานวิจัยที่ได้ศึกษามีการมุ่งเน้นไปที่ประเด็นต่าง ๆ ทั้งแนวคิดใน สภาพแวดล้อมทางการตลาด แนวทางการสร้างความสัมพันธ์เครือข่ายกลุ่ม รูปแบบ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนใน อำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยจากการค้นคว้าหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนอันได้แก่ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม และพลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีนใน อำเภอมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่างานวิจัยที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีการศึกษาในด้านนี้ยังไม่มาก จึงเป็นผลทำให้ผู้วิจัยนางานวิจัยข้างต้นมาเป็นแนวทางในการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมเพื่อเป็นการเพิ่มประเด็นจากงานวิจัยที่มีอยู่ซึ่งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนให้แก่ผู้ที่มีความสนใจได้ศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้รวมถึงการพัฒนาในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม” การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางการศึกษาแบบวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) โดยศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจโต๊ะจีนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโต๊ะจีน รวมถึงความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจโต๊ะจีน ในจังหวัด นครปฐม ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. การเลือกพื้นที่
3. ผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการบันทึกภาคสนาม
7. การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล
9. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Study) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เนื่องจากการวิจัยนี้ต้องการมุ่งเน้นข้อมูลที่เป็นความจริง ภายในกรอบของบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเป็นหลัก ผู้ประกอบการโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ ผู้ประกอบการให้เช่าเครื่องเสียง ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟหน้า ในจังหวัดนครปฐม เพื่อการศึกษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยแยกตามวัตถุประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยที่ผู้วิจัยเลือกใช้การศึกษาแบบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อเป็นการศึกษาวิธีการดำเนินธุรกิจ และทำความเข้าใจถึงการปฏิสัมพันธ์กันของกลุ่มผู้ประกอบการโต๊ะจีน เนื่องจากการเก็บข้อมูลนั้นต้องอาศัยข้อมูลการสัมภาษณ์และข้อมูลจากประสบการณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของข้อมูลและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

มากที่สุด จึงต้องมีการศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลทางวิชาการ และหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาของข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด

### การเลือกพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาในพื้นที่จังหวัดนครปฐม เพราะจังหวัดนครปฐมมีธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนอยู่เป็นจำนวนมาก จากการจดทะเบียนธุรกิจด้านอาหารของกระทรวงการคลังในพื้นที่จังหวัดนครปฐม พ.ศ 2558 พบว่าจดทะเบียนอยู่ประมาณ 300 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) โดยธุรกิจโต๊ะจีนเป็นธุรกิจที่อยู่คู่กับจังหวัดนครปฐมมาเป็นเวลานานจนมีชื่อเสียงและยังเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างมากจึงทำให้มีการเกื้อกูลกันในธุรกิจอื่น ๆ จนเป็นเครือข่ายธุรกิจโต๊ะจีนเกิดขึ้น

### ผู้ให้ข้อมูลหลักและเกณฑ์การคัดเลือก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลมี 4 กลุ่ม มีดังนี้

1. ประธานชมรมผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม จำนวน 1 ราย เป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จำนวน 4 ราย โดยคัดเลือกจากรยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยที่ผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะเป็นผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ จุดเริ่มต้นของธุรกิจ การบริหารจัดการ การประสานงานกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ทางธุรกิจโต๊ะจีน
3. ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยที่ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน จะเป็นผู้ให้ข้อมูลในวิธีการดำเนินธุรกิจ การติดต่อกับผู้ประกอบการโต๊ะจีน การตกลงกันทางการค้า และการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายของธุรกิจ จนถึงวิธีการบริหารต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นการร่วมมือกันในการทำธุรกิจจึงต้องอาศัยทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการโต๊ะจีนและผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน
4. ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยที่ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ จะเป็นผู้ให้ข้อมูลในวิธีการดำเนินธุรกิจ การติดต่อกับผู้ประกอบการโต๊ะจีน การตกลงกันทางการค้า และการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายของธุรกิจ จนถึงวิธีการบริหารต้นทุนในการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นการร่วมมือกันในการทำธุรกิจจึง

ต้องอาศัยทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการโต๊ะจีนและผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะเก้าอี้

5. ผู้ประกอบการด้านจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ จำนวน 4 ราย โดยเลือกจากประสบการณ์ในการทำธุรกิจตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำจะเป็นผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ การตกลงกันของผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำและผู้ประกอบการโต๊ะจีน ถึงการจัดการความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยสร้างแนวคำถามเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล มีดังนี้

แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างประเด็นในการสัมภาษณ์เพื่อที่จะใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล คือแนวคำถามสำหรับประธานชมรมผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการด้านจัดหาบริการ

### การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ แนวคำถามในการวิจัย สำหรับประธานชมรมผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการด้านจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้อง และสอบถามผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อนำมาใช้ในการตั้งแนวคำถามในการสัมภาษณ์
2. กำหนดประเด็นที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมกับเนื้อหาที่ต้องการศึกษาและให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบในเบื้องต้น
3. ปรับปรุงประเด็นตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

### การเก็บรวบรวมข้อมูลและการบันทึกภาคสนาม

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และได้ให้ข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้รับทราบถึงบริบท รวมทั้งเก็บข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เพื่อประกอบการวิจัย หลังจากนั้นจึงเริ่มเก็บข้อมูล ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารบทความและงานวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางในการวิจัย
2. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ที่วิจัย โดยการสร้างแนวคำถามเพื่อเป็นแนวการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่าง ๆ สามารถแตกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้

### การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจรรยาบรรณในการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินกระบวนการเก็บข้อมูล และการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล โดยมีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยในครั้งนี้ให้กับผู้ให้ข้อมูลได้รับทราบ โดยผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิ์ที่จะปฏิเสธและตอบรับการให้ข้อมูลเพื่อไม่ให้เกิดการเป็นเสียผลประโยชน์และกระทบในการให้ข้อมูลใด ๆ จากการวิจัย เพื่อให้เป็นโดยการสมัครใจ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยในขณะที่สัมภาษณ์มีการขออนุญาตในการบันทึกเสียง ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความรู้สึกไม่สบายใจในการให้ข้อมูล สามารถยุติการให้ข้อมูลและการสัมภาษณ์ได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลซักถามเกี่ยวกับข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัยได้ตลอดเวลา นอกจากนี้จะไม่มีอาการอ้างอิงถึงชื่อผู้ให้ข้อมูล หรือข้อมูลส่วนตัวลงไปในงานวิจัยในครั้งนี้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเรียงข้อมูลตามวัตถุประสงค์ เรียบเรียง และพรรณนา ด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จะทำการวิเคราะห์ไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยในแต่ละวันที่เก็บข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจัดบันทึกการถอดเทปเสียงมาแยกหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ และพิจารณาข้อมูลที่ได้ในแต่ละครั้งว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบวัตถุประสงค์หรือไม่และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด
2. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยศึกษาจากเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด เพื่อนำไปใช้ในการจัดแยกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดโดยข้อมูลที่ได้อาจจะวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อความถูกต้องของข้อมูลและการพรรณนาที่ถูกต้อง
3. นำข้อมูลไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมแก้ไขและลงพื้นที่เพิ่มเติมเพื่อเก็บข้อมูลที่ยังไม่ครบถ้วนและมีความบกพร่องเพื่อนำมาแก้ไขให้เสร็จสมบูรณ์

### การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องและน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจาก Methodological Triangulation ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ว่าสอดคล้องกันหรือไม่โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูล ในสองรูปแบบ รูปแบบแรกโดยวิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ ผู้ประกอบการด้านจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ โดยนำข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลมาเชื่อมโยงและประมวลผล เพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงความสอดคล้องกันแต่ละกลุ่มหรือไม่ ในกรณีข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์นั้นมีความขัดแย้งไม่ตรงกับผู้ที่ให้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการไปสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลอื่นถึงประเด็นดังกล่าวอีกครั้งเพื่อที่จะได้ ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล ส่วนข้อมูลที่เป็นที่น่าสงสัยหรือขาดความน่าเชื่อถือและไม่สามารถพิสูจน์ทราบได้ ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ และถ้าข้อมูลไม่เพียงพอที่จะศึกษา ผู้วิจัยก็จะเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนและเป็นจริงตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล โดยในรูปแบบสอง ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้อีกมาตรวจสอบ และวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล หากมีความขัดแย้งหรือไม่น่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อสรุปถูกต้องและชัดเจนของข้อมูล

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งจากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา และสื่อต่าง ๆ รวมถึงการไปสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานชมรมผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีน ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ ผู้ประกอบการด้านจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์โดยวิธีการสรุปบรรยายผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

#### ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

##### รูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

จากการศึกษา ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนทั้งหมด 4 ราย พบว่าในการประกอบธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นการประกอบธุรกิจเป็นเจ้าของรายเดียว ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งหมดเป็น เพศชาย ระดับอายุอยู่ที่ 40 ปี ถึง 65 ปี โดยมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 10 ปี ถึง 40 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ถึง ระดับปริญญาโท โดยผู้ประกอบการทั้งหมดได้เริ่มต้นการทำร้านอาหารจากนั้นได้พัฒนามารับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ ระดับราคาในการให้บริการอยู่ระหว่าง 1,500 บาท ถึง 5,000 บาท จำนวนโต๊ะที่ให้บริการสูงสุดอยู่ที่ 600 โต๊ะต่องาน ต่ำสุดอยู่ที่ 5 โต๊ะต่องาน ขอบเขตในการบริการจะให้บริการทั่วราชอาณาจักร รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

ข้อมูลของประธานชมรมธุรกิจโต๊ะจีน นครปฐม เพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี อายุ 65 ปี สถานที่ตั้ง 69 หมู่ 4 ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม รูปแบบเป็นเจ้าของเพียงรายเดียว ราคาอาหารเริ่มต้น 1,200 บาท ถึง 5,000 บาท จำนวนโต๊ะสูงสุดที่เคยรับ 500 โต๊ะต่องาน



“ผมเริ่มต้นธุรกิจด้วยตัวเอง ปัญหาหน้างานมันเยอะ จุกจิก ของไม่พอบ้าง บางอย่างหาได้ก็รอดไป บางอย่างเป็นของเฉพาะก็ต้องรีบแก้ปัญหาให้เจ้าภาพ โต๊ะจีนมีหลายราคาแล้วแต่เจ้าภาพ ตั้งแต่ 1,200 บาท จนถึง 5,000บาท” (ประธานชมรมธุรกิจโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

ข้อมูลของผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนรายที่ 1 เจ้าของธุรกิจเป็นเพศชาย อายุ 65 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานที่ตั้งอยู่ที่ โรงแรมสยาม นครปฐม ถ. ราชดำเนิน 1 อ.เมือง จ.นครปฐม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 40 ปี รูปแบบเป็นเจ้าของธุรกิจเพียงรายเดียว ราคาอาหารอยู่ที่ 1,500 บาท ถึง 3,700 บาท ต่อโต๊ะ โดยรับงานสูงสุด 600 โต๊ะต่องาน เริ่มต้นธุรกิจจากการเปิดร้านอาหารและได้พัฒนามาทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

“แป๊ะเริ่มทำโต๊ะจีนตั้งแต่ปี 22 สมัยก่อนแป๊ะทำร้านอาหาร พอหลัง ๆ แป๊ะเห็นว่าเรามีความสามารถเลยเริ่มทำโต๊ะจีนด้วย แป๊ะทำโต๊ะตั้งแต่ โต๊ะตัวละ 400-500 บาท จนทุกวันนี้เฉลี่ย 2,000 ขึ้น” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

ข้อมูลของผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนรายที่ 2 เจ้าของธุรกิจเป็นเพศชาย อายุ 44 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท สถานที่ตั้ง ซ. ศาลายา 1/1 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 18 ปี รูปแบบเป็นเจ้าของเพียงรายเดียว ราคาอาหารที่ให้บริการเริ่มตั้งแต่ 2,000 แพงสุดที่ 5,000 บาท นอกจากนี้ยังจัดเลี้ยงแบบบุฟเฟ่ต์ ทั้งไทย จีน เริ่มต้นธุรกิจมาจากครอบครัว จากนั้นมาสานธุรกิจครอบครัวต่อ จำนวนโต๊ะสูงสุดที่เคยให้บริการ 300 โต๊ะต่องาน รับงานมากที่สุด 4 งานต่อวัน

“จุดเริ่มต้นของพี่ เกี่ยวกับแม่พี่เป็นคนเริ่ม ทำจากร้านอาหารเล็ก ๆ จนมีหลายสาขา แล้วก็เริ่มทำโต๊ะจีนมีเจ๊ก พี่สาว ญาติ ๆ พี่พี่กลับมาทำได้ 10กว่าปี พี่เคยทำโต๊ะสูงสุด 300 โต๊ะต่องาน เคยรับงาน 4 งานในวันเดียว” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

ข้อมูลของผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนรายที่ 3 เป็นเพศชาย อายุ 62 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา สถานที่ตั้ง ม.6 ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม เริ่มดำเนินธุรกิจมา 40 ปี โดยเป็นเจ้าของเพียงรายเดียว ราคาอาหารเริ่มต้นที่ 2,300 บาท ถึง 4,500 บาท โดยได้เริ่มธุรกิจมาด้วยตัวเองตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ ปริมาณโต๊ะที่ให้บริการสูงสุดอยู่ที่ 600 โต๊ะต่องาน

“ผมเริ่มทำธุรกิจนี้มาตั้งแต่อายุประมาณ 20 กว่า ๆ เริ่มจากไม่มีอะไรเลย จนมีลูกค้าเยอะ วิ่งทั่วประเทศได้ ใช้ประสบการณ์ของตัวเองล้วน ๆ ทำ จนวันนี้สูงสุดที่เคยทำก็ 600 โต๊ะ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

ข้อมูลของผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนรายที่ 4 อายุ 45 ปี เพศชาย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รูปแบบการประกอบธุรกิจเป็นแบบเจ้าของเพียงรายเดียว ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 15 ปี สถานที่ตั้ง ต.ตาก้อง อ.เมือง จ.นครปฐม ราคาอาหารที่ให้บริการอยู่ที่ 1,200 บาท ถึง 4,500 บาท เริ่มต้นมาจากลูกมืออยู่ที่ร้านอาหาร พอมีประสบการณ์และเงินทุนก็มาประกอบกิจการเอง

“นำเริ่มต้นจากเป็นลูกมือในครัว พออยู่ตัวก็ออกมาทำโต๊ะจีนเอง แรก ๆ ก็ไปเยี่ยมอุปรณ์ ครัวคนอื่นมา พอตอนนี้ก็มีเป็นของตัวเอง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4 , 2562)

## 2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

การดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะมีองค์ประกอบ ขั้นตอน ที่ต้องชัดเจน โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีการบริหารจัดการทั้ง ทรัพยากรบุคคล เงินทุน วัตถุดิบต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม เพื่อที่จะ ทำให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### 2.1 การเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีจุดเริ่มต้นการทำธุรกิจคล้ายในการเริ่มต้นจาก ธุรกิจร้านอาหาร ส่วนที่แตกต่างกันคือในด้านการเงินและการลงทุนซึ่งมีทั้งในการใช้เงินทุนของตนเอง ในการลงทุน การกู้ยืมจากธนาคารและนอกระบบ รวมถึงการที่มีทุนเดิมจากครอบครัวที่เป็นผู้ลงทุนให้ โดยที่เงินทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจโต๊ะจีนอยู่ที่ 200,000 บาท จนถึง 1,000,000 บาท การลงทุนจะเป็นการลงทุนในสินทรัพย์และค่าใช้จ่าย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ถ้วย ชาม ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ทางผู้ประกอบการ โต๊ะจีนต้องมี รวมถึงค่าใช้จ่ายทั้งในด้านวัตถุดิบและค่าจ้างพนักงานครัว โดยมีปัจจัยในเรื่องขนาดของ ธุรกิจและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

การลงทุนเริ่มแรก จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้น โดยส่วนใหญ่มี จุดเริ่มต้น ที่ทั้งมีธุรกิจที่เริ่มมาจากร้านอาหาร รวมถึงการที่เคยทำงานในส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ โต๊ะจีน และมีการเริ่มจากธุรกิจด้านอื่น ๆ ทั้งที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโต๊ะจีนและไม่เกี่ยวข้องกับ จากนั้นได้เริ่มพัฒนาทั้งขยายธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้นโดยที่เริ่มจากธุรกิจอาหารขนาดเล็ก รายละเอียด ของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“ผมเริ่มต้นธุรกิจด้วยตัวเอง สมัยก่อนเริ่มจากพ่อแม่ทำสวน หลังจากนั้นก็มาทำเกี่ยวกับ ยางรถยนต์ พอเห็นช่องทางก็เริ่มเข้ามาทำธุรกิจโต๊ะจีน” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“แม่เริ่มทำโต๊ะจีนตั้งแต่ปี 22 สมัยก่อนแม่ทำร้านอาหาร พอหลัง ๆ แม่เห็นว่า เรามีความสามารถเลยเริ่มทำโต๊ะจีนด้วย เริ่มทำตั้งแต่ไม่เป็นอะไรเลย จนแม่เป็นอันดับต้น ๆ ของ นครปฐม” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“จุดเริ่มต้นของพี่ เตี้ยกับแม่พี่เป็นคนเริ่ม ทำจากร้านอาหารเล็ก ๆ จนมีหลายสาขา แล้วก็เริ่มทำโต๊ะจีนมีเจ๊ก พี่สาว ญาติ ๆ เริ่มช่วยกันทำตอนแรก” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“ผมเริ่มทำธุรกิจนี้มาตั้งแต่อายุประมาณ 20 กว่า ๆ เริ่มจากไม่มีอะไรเลย จนมีอย่าง ทุกวันนี้ มีลูกค้าเยอะ วิ่งทั่วประเทศได้อย่างทุกวันนี้ ใช้ประสบการณ์ของตัวเองล้วน ๆ” (ผู้ประกอบการ โต๊ะจีนรายที่ 3 ,2562 )

“นำเริ่มต้นจากเป็นลูกมือในครัว หั่นผัก หั่นหมู อาศัยครูปัก ลักจำเอาเก็บเล็กประสม น้อย พออยู่ตัวก็อยากจะมีกิจการเป็นของตัวเองก็เลยออกมาทำโต๊ะจีนเอง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีน รายที่ 4, 2562)

แหล่งเงินทุนในการลงทุน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้น โดยส่วนใหญ่ มีการเริ่มต้นลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัวของผู้ประกอบการโต๊ะจีน ซึ่งนอกจากนี้ในอีกผู้ประกอบการเงิน อีกส่วนหนึ่งได้เงินทุนเริ่มแรกมาจากการกู้ยืมโดยที่เป็นการกู้ยืมทั้งในระบบและการกู้ยืมนอกระบบด้วย และยังมีผู้ประกอบการอีกรายที่มีเงินทุนเริ่มแรกจากครอบครัวในการลงทุนมาก่อนหน้าอยู่แล้ว รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“การเริ่มต้นสมัยก่อน ผมเก็บเงินทุนมาเริ่มต้นทำธุรกิจ ช่วงแรกก็เริ่มจากกิจการเล็ก ๆ 30 โต๊ะ” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ตอนที่เริ่มทำโต๊ะจีน แปะต้องไปกู้เงินธนาคารมาส่วนหนึ่ง แล้วก็เงินเก็บแปะเอง ลงทุนไปเป็นล้าน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“ของพี่ไม่ต้องลงทุนอะไรมากนัก เพราะพี่โชคดีที่ครอบครัวพี่ลงทุนให้แล้ว แต่เท่าที่พี่ พอจะประมาณได้นะ อยู่ที่ราว ๆ 500,000 บาท” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“เงินทุนผมตอนเริ่มทำผมไม่มีเลย ต้องไปยืมญาติ ๆ มา ไปยืมธนาคารก็ไม่ได้ไม่มีเครดิต ให้เขา เราก็ลงทุนตามสภาพของเรามีน้อยก็ลงทุนน้อย ค่อย ๆ พัฒนากัน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีน รายที่ 3, 2562 )

“เงินน้ำไม่ค้อมี อาศัยเก็บตอนเป็นลูกมือร้านอาหาร นอกเวลางานน้ำก็ไปทำงานเก็บ พอได้ประมาณ 500,000 บาท” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

การลงทุนในสินทรัพย์และค่าใช้จ่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะ ลงทุนทั้งโต๊ะ เก้าอี้ วัตถุดิบการสำหรับในการประกอบธุรกิจโต๊ะจีน รวมถึงการมีการสำรองลงทุนใน การต่อยอดขยายธุรกิจนั้นได้มาจากเงินที่ได้จากการทำธุรกิจและนำในส่วนที่มาต่อยอด โดยที่สินทรัพย์ที่ ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะต้องลงทุน ได้แก่ โต๊ะ เก้าอี้ ถ้วย ชาม จะต้องมีการสำรองไว้สำหรับในการให้บริการ และในบางรายในด้านสินทรัพย์นี้จะใช้วิธีการเช่า ในส่วนของค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการโต๊ะจีนส่วนใหญ่ นั้น เป็นค่าใช้จ่ายในด้านวัตถุดิบและค่าจ้างพนักงาน รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“การลงทุนก็ต้องค่อย ๆ เสริม ๆ ลงไป เดียวนี้ถ้านับ ๆ รวมก็เป็นล้านบาทได้แล้วนะ ทั้งอุปกรณ์ คนงาน พวกนี้แหละ” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ส่วนใหญ่หมดไปกับวัตถุดิบอาหาร อุปกรณ์ถ้วยชาม โต๊ะเก้าอี้ ลงทุนไปก็ไม่รู้ว่าจะ มีคนมาจ้างไหม การทำธุรกิจมันอยู่บนความเสี่ยง เราไม่รู้เลยว่าทำไปแล้วกำไรจะได้ไหม ช่วงแรกนี้ เข้าเนื้อเลยนะ แต่ตอนนี้แปะก็ได้ลงทุนอะไรแล้วส่วนใหญ่ก็เป็นเงินที่หมุน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีน รายที่ 1, 2562)

“ของที่ไม่ต้องลงทุนอะไรมากนัก เพราะครอบครัวที่ลงทุนให้แล้ว ประมาณอยู่ที่ราว ๆ 500,000 บาท แต่พอมารุ่นพี่มันก็เป็นเงินหมื่น มันก็มีอะไรที่ต้องลงทุนอยู่เรื่อย ๆ นั้นแหละ ฝ่าบูโต๊ะ เก๋มั้ง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“เราก็ลงทุนตามสภาพของเรามีน้อยก็ลงน้อยหน่อย ค่อย ๆ พัฒนากัน พอมีเงินหน่อย ก็ไปซื้ออุปกรณ์เพิ่ม แต่ที่ต้องให้ความสำคัญที่สุดคือของที่มาทำอาหาร” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“น้ำก็ไปซื้อโต๊ะเก้าอี้ พวก ถ้วยชาม แรก ๆ น้ำก็ไปเยี่ยมเขาบ้าง ไปเช่าบ้าง พวกหมู ของโต๊ะน้ำก็ไปซื้อร้านเขา บางเจ้าก็ใจดีให้เครดิต บางเจ้าเขาก็เอาเงินสด เราต้องเข้าใจเขา เขาก็ต้องมีเงินไปหมุนด้วย พอมาตอนนี้เขาก็มีเป็นของตัวเองแล้ว” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

## 2.2 การจัดหาวัตถุดิบ

ผู้ประกอบการจะลงไปเลือกซื้อวัตถุดิบเอง แต่ภายหลังก็ไม่มีการส่งผ่านแอปพลิเคชัน ส่วนใหญ่วัตถุดิบจะลงไปเลือกเองจะเป็นจำพวก ของสด ส่วนเครื่องปรุง หรือของแห้ง จะมีการให้ร้านค้า มาส่งถึงที่ โดยในการส่งแต่ละครั้งจะเป็นการส่งตามออเดอร์หลังจากรับการจากทางเจ้าภาพมาก่อนจัดงานหนึ่งวันทางผู้ประกอบการจะส่งวัตถุดิบ เพื่อให้วัตถุดิบยังสดและใหม่ไม่ใช่ของแช่แข็ง แต่ก็มีผู้ประกอบการบางรายที่เลือกให้ของแช่แข็งด้วยต้นทุนที่ถูกกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนทุกราย จะมีผู้ขายวัตถุดิบที่เป็นเจ้าประจำของแต่ละคนอยู่แล้ว โดยการส่งของจะมีการส่งล่วงหน้าประมาณ 2 วัน เพื่อให้ร้านค้าได้จัดเตรียมของให้ตามความต้องการ แหล่งที่ผู้ประกอบการโต๊ะจีนเลือกซื้อจะมีทั้งอยู่ใน นครปฐม และพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ตลาดบึง-ล่าง นครปฐม ตลาดผักสดปฐมมงคล แผลปลา มหาชัย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะลงมาตลาดเองเพื่อสำรวจราคาเองด้วย

แหล่งวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการโต๊ะจีนไปเลือกซื้อและระยะเวลาในการสั่งซื้อ จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนทั้งหมดเลือกซื้อสินค้าจากภายในจังหวัดนครปฐม โดยที่เลือกซื้อจากสถานที่จำหน่ายวัตถุดิบโดยตรง อาทิ ของสดและของแห้ง ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะเลือกซื้อจาก ตลาดทรัพย์สิน พระมหาเกษัตริย์ และมีบางรายที่มีการเลือกซื้อจากตลาดผัก-ผลไม้จากตลาดปฐมมงคล รวมถึงในอาหารทะเลจะมีการสั่งจากแผลปลา มหาชัย โดยระยะเวลาในการสั่งซื้อวัตถุดิบเมื่อผู้ประกอบการโต๊ะจีนเมื่อได้รับใบงานมาจะคำนวณปริมาณของสินค้าและทำการสั่งของจากผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบ โดยให้ระยะเวลาในการเตรียมวัตถุดิบเพื่อไม่เป็นการสั่งที่กระชั้นชิดจนเกินไป รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“ของโต๊ะที่เอามา มาจากตลาดนครปฐมเป็นแหล่งเลย ของผมจะมีเจ้าประจำที่ซื้อขายกันมานาน ในตลาดล่าง เวลาออกงาน เราก็ต้องเตรียมตัวคำนวณวัตถุดิบให้ดี พอรู้ปริมาณที่ใช้ผมก็ลงไปหาของสด ของแห้ง ต้องเวลาสั่งเราก็ต้องสั่งไม่ให้กระชั้นชิดเขาเกินไปนะ เขาจะเตรียมตัวไม่ทัน” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“พวกของทำโต๊ะเนี่ย แป๊ะจะมีเจ้าประจำอยู่แล้ว ในตลาดล่างเนี่ย ทุกวันนี้แป๊ะยังต้องลงไปเลือกเอง ส่วนใหญ่จะเป็นพวกผัก พวกหอม เนี่ยแหละที่จะเจอ เพราะเราสั่งที่เป็นร้อย ๆ โหล เวลาเราสั่งของเราต้องให้เวลาร้านเขาเตรียมตัวด้วย ร้านส่วนใหญ่ซื้อกันมาเป็น 10-20 ปีแหละ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“มันแล้วแต่งานนะ อยู่ที่ว่าเจ้าภาพเขาเลือกรายการอาหารแบบไหน พอที่รับงานมาแล้วเนี่ยต้องคำนวณต้นทุนของงานเท่าไร ต้องสั่งของเท่าไร เราจะต้องใช้ของเจ้าไหน มีอะไรบ้าง พอเสร็จเราก็โทรไปสั่งร้านเขาให้เขาจัดให้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“ถ้าพวกของมาทำโต๊ะเนี่ย มันมีร้านขายเครื่องโต๊ะอยู่แล้วยอะแปะเลยในตลาด ก็ต้องไปเลือกว่าร้าน เลือกหลาย ๆ ร้าน แต่ละร้านของก็ไม่เหมือนกัน โต๊ะจีนต้องมีคุณภาพ สะอาด” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“โต๊ะของน้ำ น้ำเป็นคนไปเลือกเอง ส่วนใหญ่น้ำไปที่ตลาดบน-ล่าง พวกของทะเล มาจากมหาชัยเลย พวกผักมันจะมีที่ปฐมมงคล เพราะร้านที่นั่นเขาขายส่งราคาจะถูกกว่าที่อื่น” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

### 2.3 การจัดสถานที่

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่แล้วเมื่อได้รับงานมาจากเจ้าภาพจะมีการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้ได้ทราบคร่าว ๆ ว่าสถานที่จัดเป็นเช่นไร จะวางผังการจัดโต๊ะอย่างไร นอกจากนี้ปัจจุบันจะยังให้การส่งรูปภาพสถานที่จัดงานผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อให้เห็นหน้างานจริง ซึ่งสะดวกกว่าอดีตที่มีเพียงการคุยผ่านโทรศัพท์ โดยจะมีการคำนวณพื้นที่คร่าว ๆ จากนั้นจะให้มีการลองจัดโต๊ะเพื่อให้เวลางานโต๊ะจะไม่ชิดกันเกินไปและง่ายต่อการเดินเข้า-ออกของพนักงานเสิร์ฟ โดยประมาณจะวางโต๊ะห่างกันที่ 3 เมตร นอกจากนี้ยังมีผังการจัดโต๊ะให้กับประธานที่จะต้องแยกออกจากโต๊ะทั่วไป จะมีการวางโต๊ะแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือตัวยู นอกจากโต๊ะแล้วเมนูอาหารก็จะแตกต่างจากโต๊ะอื่น ๆ ด้วย รวมถึงการจัดที่สำหรับเตรียมปรุงอาหารจะต้องห่างจากพื้นที่งานพอสมควรเพื่อความสะดวกในการเสิร์ฟอาหาร

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์โดยเป็นการสอบถามเบื้องต้น ในด้าน พื้นที่จัดงาน จำนวนโต๊ะที่ต้องการจัด นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้ใช้ทางแอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสารแทนการใช้โทรศัพท์ ซึ่งสามารถช่วยให้ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้เห็นภาพของพื้นที่จัดงานได้มากกว่า การสอบถามผ่านทางโทรศัพท์ รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“ลูกค้าเราจะออเดอร์มา โทรมาเราก็จะมีลูกน้องคอยติดต่อถามรายละเอียด พอรู้คร่าว ๆ เราก็จะรู้แล้วว่าต้องจัดประมาณไหน” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ส่วนมากแล้ว เจ้าภาพเขาจะโทรมาจองแล้วบอกจำนวนโต๊ะที่จะจัด แปะก็ต้องถามเขาว่า พื้นที่จัดเป็นไง ต้องบอกเจ้าภาพเลยให้จัดที่ที่อาหารให้ด้วย” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“พี่จะให้เจ้าภาพส่งรูปมาทางไลน์ พี่จะได้ไม่ต้องลงพื้นที่จริงมันเสียเวลา คุยรายละเอียดกันว่า จะเอาโต๊ะกี่ตัว จะวางหันไปทางไหน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“ผมจะโทรคุยกับเจ้าภาพก่อนว่า จะจัดกี่โต๊ะ ขนาดพื้นที่ขนาดไหน แล้วลองสังเกตว่า จะวางโต๊ะอย่างไร ให้เด็กเสิร์ฟเดินได้ แยกไม่อัดอัด” (ผู้ประกอบการรายที่ 3, 2562)

“น้ำจะโทรคุยกับเจ้าภาพว่าขนาดพื้นที่ประมาณไหน เอากี่โต๊ะ แล้วก็ลองจัดโต๊ะดูว่า จัดได้ไหม ถ้าไม่มีปัญหาก็ไม่ต้องไปดูสถานที่จริง” (ผู้ประกอบการรายที่ 4, 2562)

การสำรวจพื้นที่ในการจัดวาง จากการศึกษาพบว่า ในการสำรวจพื้นที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะลงพื้นที่ก่อนวันจัดสถานที่จริงเพื่อวางตำแหน่งต่างของพื้นที่จัดงาน ทั้งการจัดพื้นที่ในการประกอบอาหาร จะต้องจัดในพื้นที่ห่างจากพื้นที่จัดโต๊ะจีน โดยมีความปลอดภัย และพื้นที่ที่มีความสะอาดในการประกอบอาหาร ในการจัดวางตำแหน่งของโต๊ะจีน โดยที่โต๊ะจีนต้องมีการวางตำแหน่งให้ห่างกันอยู่ที่ประมาณ 3 เมตร เพื่อความสะดวกในการให้บริการของพนักงานเสิร์ฟ นอกจากนี้แล้วในการจัดพื้นที่จริงอาจจะไม่สามารถจัดตามรูปแบบที่ได้พูดคุยกับทางลูกค้าได้ ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจึงต้องมีการแก้ปัญหาเฉพาะให้สามารถจัดพื้นที่ได้ตามแผนให้ทันเวลา

“พอไปดูหน้างาน มันก็จะไม่มีปัญหามาก เราก็มีแผนแล้ว เราก็ดำเนินงานได้เลย” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ถ้าเป็นที่จัดที่เป็นดินนะ ต้องปรับหน้าดินให้เรียบ ๆ จัดที่ที่อาหารให้ด้วย เราต้องวางโต๊ะให้ห่างกันประมาณ 3 เมตร” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“พอวันงานจริงพี่ก็ลองไปจัด ปรับโต๊ะให้เหมาะ เดินดูกับเจ้าภาพเลย ลองให้เด็กเดินทำเหมือนกำลังเสิร์ฟ เพราะวันจริงเราลองไม่ได้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“พอถึงวันงานเราจะไปเตรียมสถานที่ ดูแลเรื่องคร่าวก่อนว่าจัดโซนให้อยู่ในพื้นที่ที่สะอาด ปลอดภัย แล้วโต๊ะในการจัด ส่วนใหญ่ก็ไม่มีปัญหาอะไร” (ผู้ประกอบการรายที่ 3, 2562)

“น้ำจะโทรคุย มีบ้างที่พอจัดแล้ว มันแคบเกิน ส่วนครวน้ำจะให้อยู่ไม่ไกลกันมากนัก จะได้สะดวกเวลาออกของเด็กจะได้ไม่เดินไกล” (ผู้ประกอบการรายที่ 4, 2562)

#### 2.4 การจัดเก็บหลังการจัดงาน

การจัดเก็บหลังการจัดงาน พบว่า หลังจากงานเลิกแล้วจะมีเด็กยกโต๊ะคอยทำให้ที่เก็บโต๊ะและพวกถ้วย ชาม ถ้าเป็นการเช่าอุปกรณ์มา ทางผู้ให้เช่าอุปกรณ์จะมีทีมงานเก็บให้ ทางโต๊ะจีนจะไม่ต้องเก็บ แต่ถ้าเป็นอุปกรณ์จากโต๊ะเองก็จะมีการจัดเก็บโดยที่ ต้องมีการนับจำนวนเพื่อป้องกันอุปกรณ์สูญหาย ส่วนการล้างจะมีพนักงานล้างทำความสะอาดถ้วยล้างถ้วยชาม ทำการตากแดดให้แห้ง ส่วนใหญ่จะล้างที่งานเพื่อป้องกันเชื้อโรคและช่วยประหยัดเวลาในการเตรียมงานครั้งต่อไป นอกจากนี้

ยังยึดอายุการใช้งานให้ยาวนานขึ้น ในบางครั้งส่วนของโตะและเก้าอี้ทางผู้ประกอบการโตะเงินได้มีการ  
เช่าจากผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-เก้าอี้โดยที่ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-เก้าอี้จะมีหน้าที่ทั้งในการจัดวาง  
และจัดเก็บอุปกรณ์ด้วย รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“เวลางานเลิกก็จะให้ทีมงานเก็บ จะมีพวกคนรับจ้างล้างจานมาคอยล้าง และส่วนผ้า  
ปูโตะ ถ้าเช่า ผิงคนให้เช่าเขาจะจัดการเอง แต่เราก็มีเครื่องซักคอยไว้ปั่นนะ” (ประธานชมรมโตะเงิน  
นครปฐม, 2562)

“ของแปะ โดยมากลูกน้องจะเป็นคนเก็บ แปะจะให้กลับล้างวันรุ่งขึ้นสะดวกกว่าล้าง  
ที่งาน” (ผู้ประกอบการโตะเงินรายที่ 1, 2562)

“หลังเลิกงาน พี่ก็จะมี้เด็กคอยเก็บ ใส่ถัง แล้วเอากลับมาล้างที่หลัง เวลาเก็บก็จะ  
คอยเช็คว่ามีของ แต่ถ้าเช่าอุปกรณ์มา เขาก็จะมีทีมงานของเขามาเก็บ” (ผู้ประกอบการโตะเงินรายที่ 2,  
2562)

“ของผมจะเก็บเอามาล้างที่หลังนะมันเสียเวลา พวกนี้เขาต้องแยก อย่างแก้วน้ำมัน  
จะมีถังของมันพววงเต็มก็ยกไปขึ้นรถเลย เราก็เช็คได้ว่าแก้วมันขาดก็ใบ” (ผู้ประกอบการโตะเงินรายที่ 3,  
2562)

“น่าจะให้ลูกน้องเก็บมาเลยแล้วค่อยเอากลับมาล้างอีกวัน” (ผู้ประกอบการโตะเงิน  
รายที่ 4, 2562)

## ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงิน

การดำเนินธุรกิจส่วนหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวนั้นก็คือ สภาพแวดล้อม  
ของธุรกิจ ยิ่งในปัจจุบันแล้วธุรกิจต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมากขึ้นและมีความรุนแรงอยู่  
ตลอดเวลา ในการทำธุรกิจนั้นจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องและเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว  
ซึ่งเป็นความท้าทายที่ทางเจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารจะต้องประเมินและติดตาม รวมถึงทำความเข้าใจ  
เพื่อที่จะได้กำหนดวิธีหรือนโยบายในการทำพาธุรกิจผ่านสภาพแวดล้อมที่คู่เดื่อนี้ได้

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงิน ซึ่งผลจาก  
การศึกษาพบว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพื่อช่วยใ  
การวางแผนการทำธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ โดยในการวิเคราะห์จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อม  
ภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน เป็นไปตามลำดับขั้นตอน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์  
ดังรายละเอียดดังนี้

## 1. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ

### 1.1 ด้านคู่แข่งรายเดิมในธุรกิจ

จากการศึกษา พบว่า ในปัจจุบันจำนวนธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีจำนวนมาก จังหวัดโดยรอบเองก็มีการประกอบโต๊ะจีนอยู่เยอะ ซึ่งจำนวนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนที่มีมาก ส่งผลกระทบโดยตรงกับผู้ประกอบการที่ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรง อีกทั้งในเรื่องของการตัดราคานอกจากนี้ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายใหญ่ที่มีชื่อเสียงมากกว่า มักจะรับงานได้เยอะกว่าผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายเล็ก ด้วยชื่อเสียงของรายใหญ่ที่เป็นที่รู้จักกว่า เรื่องของวัตถุดิบก็มีที่คู่แข่งที่มีโอกาสมากกว่าจะสามารถลงทุนในเรื่องวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ส่วนในรายที่เป็นรายเล็กกว่าจะใช้วัตถุดิบเทียมวัตถุดิบจริง ซึ่งรสชาติก็มีความแตกต่างกัน ทำให้เป็นอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการรายเล็กกว่า ซึ่งผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ให้เหมาะสมว่าจะเลือกที่จะปรับราคาเพื่อแข่งกับคู่แข่งหรือจะเน้นที่คุณภาพของการบริการ รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

“โต๊ะจีนเดี๋ยวนี้คู่แข่งเพียบ ส่วนใหญ่ก็เป็นพวกโต๊ะจีนด้วยกันเนี่ยแหละ นครปฐมมีโต๊ะจีนเยอะต้องแข่งกันเอง” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“การแข่งขันในธุรกิจโต๊ะจีนเนี่ย แข่งขันกันสูงมากแค่โต๊ะในนครปฐมเองก็ต้องแข่งกัน แต่ถ้าของเรามีคุณภาพยังไงเราก็แข่งกับคู่แข่งได้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“ยังโต๊ะจีนด้วยกันเองก็เยอะ ตัดราคากันน่าดู ถ้าเราไม่พัฒนาเรื่องอาหาร วัตถุดิบที ะนะ เรายืนจะอยู่ไม่ได้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“โต๊ะจีนนครปฐมเนี่ยเยอะที่สุด คู่แข่งก็รู้จักกันทั้งนั้น ของพวกนี้ ต้องคอยพัฒนา” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“คู่แข่งใหม่ ๆ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกรุ่นที่รับช่วงต่อ ที่ น้าก็พยายามจะตามคู่แข่งให้ทันนะ เดี่ยวนี้มีตัวเลือกมาก สวย ๆ ทั้งนั้น” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

### 1.2 ด้านคู่แข่งรายใหม่

จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันได้มีธุรกิจที่มีการบริหารจัดการเข้ามาเพิ่มมากขึ้น และได้รับความนิยมสูงอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับเวลา ทำให้เกิดธุรกิจบริหารจัดการประเภทใหม่ ๆ ขึ้นมาแข่งขันเยอะขึ้น การที่ทางโต๊ะจีนจะลงทุนเริ่มขึ้นก็ต้องใช้ต้นทุนสูง ทรัพยากรที่มีอยู่ก็จะไม่สามารถนำมาใช้ได้ โดยคู่แข่งรายใหม่ก็ได้รับแรงสนับสนุนที่เริ่มมีความต้องการเปลี่ยนไปทำให้รูปแบบการจัดเลี้ยงแบบเดิม โดยจะเห็นได้ชัดจากรูปแบบการจัดเลี้ยงงานมงคลสมรสที่เปลี่ยนไปจากเดิม ที่จัดเลี้ยงบริเวณบ้าน แต่ปัจจุบันคู่สมรสหลายคู่เลือกใช้บริการ ร้านอาหารที่ทำแบบครบวงจร ที่มีตั้งแต่สถานที่ บริเวณงานจัดเลี้ยง อาหารที่ให้บริการ ทำให้ลูกค้าใช้บริการรูปแบบการจัดเลี้ยงที่สำเร็จรูปนี้มากขึ้น เนื่องจากสะดวกสบายกว่ารูปแบบเดิม เพียงแค่คู่บ่าวสาวไปเพียงแคตัวเปล่าเท่านั้น



ซึ่งถือได้ว่าเป็นคู่แข่งรายใหม่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการประกอบธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนแบบเดิม รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“หน้าใหม่โต๊ะจีนเยอะมาก นครปฐมเองก็มี แย่งหาลูกค้ากันหมด สมัยนี้โรงแรมเองก็มีเยอะ ในกรุงเทพฯเนี่ย คนนครปฐมไปจัดงานแต่งงานที่นั่นเยอะ” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“คู่แข่งรายใหม่ เดียวนี้วัยรุ่นไม่นิยมมาจัดงานแต่งงานแบบโต๊ะจีนแล้ว เดียวนี้เขาไปใช้บริการที่จัดเลี้ยงแบบครบวงจรกันเลย มันสะดวกกว่า มันทำให้คนเริ่มจะเข้ามาตรงนี้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“เดี๋ยวคนนิยมไปจัดที่ร้านอาหาร จัดกันงานเล็ก ๆ ร้านอาหารเขาก็ปรับตัวเข้ามาเล่น ไม่ต้องลงทุนอะไรมากขึ้น ยิ่งเศรษฐกิจแย่ ๆ แบบนี้ด้วยแล้วนะ ยิ่งทำให้คนหันไปหาทางเลือกใหม่ ๆ เยอะเลยแหละ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“โต๊ะจีน ส่วนใหญ่ก็มาจากคนที่อยู่กับโต๊ะจีนมาก่อน แล้วก็ออกมาทำเอง นี่แหละคู่แข่งใหม่ ๆ ของเรา เราก็คงควบคุมไม่ได้ยิ่งพ่อครัวนะ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

### 1.3 ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ

จากการศึกษาพบว่า วัตถุดิบในการทำโต๊ะจีนมีหลายประเภท ทั้งของสด และของแห้ง เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารสำหรับการทำโต๊ะจีน เช่น หอยเป่าฮื้อ ปลิงทะเล ปลาหิมะ กระเพาะปลา ส่วนใหญ่ถ้าเป็นช่วงก่อนวันงานจะมีการสั่งของล่วงหน้าเพื่อให้ทางร้านได้เตรียมสินค้าให้ โดยในการสั่งแต่ละครั้งจะสั่งตามจำนวนที่จะต้องใช้จริง ซึ่งจะเป็นการซื้อกับผู้ขายรายเดิมเป็นประจำที่มีความสนิทสนมและสามารถต่อรองราคาได้ หากซื้อในปริมาณมาก ๆ โดยที่อาศัยความภักดีในตัวสินค้าแล้วก็สามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงกว่าเดิมไปอีก ซึ่งโต๊ะจีนนั้นจะสั่งวัตถุดิบในแต่ละครั้งจำนวนมาก ในบางวัตถุดิบที่เป็นประเภทเครื่องปรุงก็จะมีคำสั่งซื้อไว้ ทำให้ทางผู้จัดหาวัตถุดิบจะมีการคอยติดตามและเตรียมวัตถุดิบสำรองไว้ให้เสมอ นอกจากนี้ยังมีผู้จัดหาวัตถุดิบรายอื่น ๆ ที่เข้ามาเสนอขายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าเจ้าประจำโดยเป็นการตัดกราคากัน แต่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้นไม่ได้เปลี่ยนใจไปเลือกซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดหาวัตถุดิบรายอื่น เมื่อคำนวณราคามาต่อแล้วไม่ได้เฉลี่ยออกมาไม่ต่างกันมากนัก และไม่สามารถไว้วางใจถึงคุณภาพของวัตถุดิบได้ว่ามีคุณภาพเทียบเท่ากับรายเดิมอยู่หรือไม่ รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“นครปฐมที่อยู่พื้นที่ดี หาซื้ออะไรก็ง่าย พวกปลาก็มหาชัย ของสด ของแห้งในพื้นที่ก็มีเยอะ หากคนขายที่ไวใจได้ ต้องซื้อสัตย์ในอาชีพตัวเอง ต้องมีความตรงไปตรงมาทั้งคู่” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“แป๊ะจะมีพวกเจ้าประจำอยู่แล้ว แต่ก่อนตอนเริ่ม แป๊ะก็ไปดูแต่ละเจ้าเลยว่าของเป็นยังไง เขาก็จะราคาถูกกว่าคนอื่นบ้าง ให้เครดิตหลังงานเสร็จบ้าง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“พวกของแห้ง พวกเนี่ยมีเจ้าประจำอยู่แล้ว เป็นร้านที่ขายส่งในตลาดเยอะเลย ราคาเนี่ยก็ตามปกติ มีลดเศษ ๆ บ้าง พี่ก็ไม่เคยเบี้ยว พอเขาไวใจหลังนี้มาก็โอนเงินเอา” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“อันนี้เรามีอำนาจต่อรองกับคนขายมากกว่า เราซื้อที่ละเยอะ ๆ ก็ให้เขาละมาให้เราประหยัดค่าของไปได้เยอะเหมือนกัน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“น้ำซื้อที่ร้านขายส่งเครื่องโต๊ะ ร้านพวกนี้เขาจะขายส่ง ราคาเขาจะถูก ช่วยเซฟค่าของไปเยอะนะ ซื้อที่ละเยอะ ๆ นี่บางที่ไม่ได้ลดแถมเกินตาชั่งก็มี” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

#### 1.4 ด้านลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าของโต๊ะจีนจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการจากการบอกต่อกันมา และลูกค้าที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งในกลุ่มที่กลับมาใช้บริการซ้ำนี้ เกิดจากความประทับใจในการบริการและรสชาติของอาหาร รวมถึงราคาที่สมเหตุสมผล ในส่วนนี้ทำให้การต่อรองของลูกค้าแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า งบประมาณของลูกค้าที่เป็นเครื่องในการกำหนดรูปแบบของการจัดโต๊ะจีน นอกจากนี้ในเรื่องรสชาติของอาหารก็เป็นตัวต่อรองของลูกค้าได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำของโต๊ะจีน ก็จะมีการแถมจำนวนโต๊ะเพิ่มให้หรือไม่ก็ เป็นการลดราคารวมลง โดยโอกาสในด้านลูกค้านี้เกิดจากการบอกปากต่อปาก ยิ่งถ้าบริการได้ประทับใจก็จะเกิดทั้งการบอกต่อกันและการกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งส่วนที่สำคัญที่สุดของการทำโต๊ะจีนคือรสชาติของอาหาร แต่ในทางกลับกันก็สามารถเป็นอุปสรรคได้เช่นกัน ในด้านการให้บริการในการออกอาหารก็จะต้องมีความต่อเนื่องไม่ขาดตอน รวมถึงชุดแต่งการของพนักงานเสิร์ฟต้องมีความสะอาดและสุภาพ เพื่อสร้างผลลัพธ์ด้านบวกที่ดีต่อลูกค้า รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“แต่ก่อนมีแคในพื้นที เดียวนี้มีทั่วไปประเทศ ลูกค้าประจำก็มีเยอะนะ เราก็ให้บริการอยู่บ่อย ๆ พอเขาติดใจก็เรียกให้ไปทำตลอด” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ลูกค้าของแป๊ะก็จะเป็นทั่วไป ๆ ส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกคนแก่ ๆ เขาจะเข้ามาติดต่อจะเป็นลูกค้าประจำนะ ที่เคยมาจ้างแป๊ะก็กลับมาเรียกซ้ำตลอด” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“โต๊ะที่ส่วนใหญ่ก็เป็นลูกค้าเก่า ๆ มีใหม่ด้วย พวกที่มาใหม่ ๆ นี้เขาก็พวกที่เคยเอาโต๊ะไปบอกว่าให้มาหาพี่เนี่ย ถ้าลูกค้าเก่า ๆ เราก็มีส่วนลดบ้าง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“พวกลูกค้าเนี่ย ลูกค้าเก่า ๆ ทั้งนั้น พวกที่เคยเรียก เขาก็ติดใจเรื่องรสชาติที่เหมือนเดิมเนี่ยและ เราต้องคงเส้นคงวา สูตรเดิมตลอด” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

“โต๊ะน้ำเนี่ย ลูกค้าเดิม ๆ ทั้งนั้น ตั้งแต่งงานศพ งานลูกบวช พวกเนี่ย เจ้าเดิม ๆ แต่ก็มีนะเจ้าใหม่ ๆ เข้ามา พวกใหม่ที่มาก็มาจากเขาแนะนำมาทั้งนั้น” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

### 1.5 ด้านสินค้าทดแทน

จากการศึกษาพบว่า สินค้าที่มาทดแทนที่มีผลกระทบต่อธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีค่อนข้างมาก เนื่องจากธุรกิจกลุ่มรับจัดเลี้ยงประเภทต่างได้หันมาให้ความสนใจในวงการณ์ โดยเฉพาะรูปแบบการจัดเลี้ยงที่สำเร็จรูปของโรงแรมที่รับจัดเลี้ยงสำหรับงานแต่งงาน ที่มีเป็นแพคเกจให้ลูกค้านำไปเลือก ที่มีในเรื่องของ การจัดเลี้ยงอาหารอยู่ด้วย ยิ่งทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนได้รับผลกระทบจากสินค้าที่เข้ามาทดแทน นอกจากโรงแรมแล้วยังมี การจัดเลี้ยงในรูปแบบร้านอาหารที่ปรับตัวเข้ามารับงานจัดเลี้ยงตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เน้นความประหยัดและคุ้มค่า ซึ่งการเข้ามาของกลุ่มธุรกิจนี้มาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และในปัจจุบันคู่สมรสหลายคู่เลือกใช้บริการ สถานที่จัดเลี้ยงแบบครบวงจร ที่มีตั้งแต่สถานที่ บริเวณงานจัดเลี้ยง ออแกไนเซอร์ รวมถึงอาหารที่ให้บริการ ทำให้ลูกค้าใช้บริการรูปแบบการจัดเลี้ยงที่สำเร็จรูปนี้มากขึ้น เนื่องจากสะดวกสบายกว่ารูปแบบเดิม เพียงแค่คู่บ่าวสาวไปเพียงแค่วันเดียวเท่านั้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นคู่แข่งรายใหม่ที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนแบบเดิม นอกจากนี้ยังรวมไปถึงงานอวมงคลที่ในปัจจุบันเน้นความรวดเร็วมากขึ้น จากเดิมที่เมื่อพิธีสวดอภิธรรมเสร็จสิ้น แขกผู้มาร่วมงานจะร่วมรับประทานโต๊ะจีนก่อนเดินทางกลับ แต่ปัจจุบันเปลี่ยนรูปแบบเป็นการแจกเซตของว่างที่มีทั้งขนมปัง น้ำดื่ม อยู่ในกล่องเดียวทำให้ไม่เสียเวลาทั้งแขกที่ต้องการรับทันทีและเจ้าภาพที่สามารถลดระยะเวลาในการจัดการงานให้สั้นลงได้ รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“ก็มีพวกงานศพสมัยก่อนก็เรียกโต๊ะจีนไปทานะ แต่เดี๋ยวนี้ไปเสิร์ฟเป็นอาหารว่างแบบกล่อง ๆ เนี่ย มันง่าย” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“เดี๋ยวนี้ คนหันไปจัดงานในโรงแรมกันเยอะ เพราะมันสะดวก ที่จัดงานก็ไม่ต้องไปหาเนี่ยละจะมาแทนที่โต๊ะจีนหมด” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“พี่ว่าด้วยสไตล์ของคนเริ่มเปลี่ยนไป ชอบอะไรง่าย ๆ ยิ่งหนุ่มสาว สมัยนี้นะชอบจัดงานแบบตาม ที่สวย ๆ เขาชอบถ่ายรูป” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“สมัยนี้ก็พวกตามที่เขาจัดเลี้ยงแบบครบวงจร คนเลยหันไปสนใจแบบนี้มากกว่า” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“มันมีทางเลือกให้กับลูกค้าน่ามากขึ้น เราไม่มีเรื่องบรรยากาศ แบบพวกที่สวยงาม ๆ ที่อะไรพวกนี้” (ผู้ประกอบการรายที่ 4, 2562)

## 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ

สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเป็นการวิเคราะห์ถึง ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งในการประกอบธุรกิจที่กล่าวมานี้ ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ดังผลการศึกษาดังนี้

### 2.1 ด้านสินค้า

ผลการศึกษาพบว่า สินค้าของโต๊ะจีนถือได้ว่าเป็นจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน โดยที่ผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้นมีการกำหนดสูตรของอาหารให้มีรสชาติที่เป็นมาตรฐานของรสชาติในแต่ละครั้งที่จัดโต๊ะจะต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน ถึงแม้พ่อครัวในการปรุงไม่เหมือนกัน เพราะสิ่งที่สำคัญของอาหารบนโต๊ะจีนคือรสชาติของอาหารที่ต้องอร่อย อาหารในปัจจุบันของโต๊ะจีนมาความทันสมัยมากขึ้น และมีความหลากหลายของเมนู โดยปกติ โต๊ะหนึ่งโต๊ะจะมีอาหารอยู่ที่ 8-10 อย่างแล้วแต่ราคาของโต๊ะ ซึ่งอาหารของโต๊ะจีนถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ โดยที่ผู้ประกอบการจะมีการใช้สูตรของแต่ละรายไม่เหมือนกัน โดย โดยที่แต่ละเซตเมนูที่ราคาเท่ากันสามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของลูกค้าได้ รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“โต๊ะจีน เวลาทำอาหาร ก็ผมจะสอนเอง ต้องคอยชิมว่ามาตรฐานรสชาติเหมือนเดิมไหม” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“โต๊ะจีนเนี่ยสิ่งที่สำคัญเลยนะ เรื่องอาหารบนโต๊ะ ของแปะเนี่ยต้องใช้สูตรเดียวกันหมด” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“รสชาติของอาหารเราเนี่ยคือจุดขายเลย พ่อครัวที่ปรุงเนี่ยที่จะต้องให้สูตรไว้เลยว่าต้องใช้อะไรเท่าไร” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“ของผมเนี่ย อาหาร จะมีหัวหน้าพ่อครัวคอยดู บางอย่างเราเตรียมจากที่นี่ไปเลย เพราะมันจะได้เป็นรสชาติเดียวกันทุกงาน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“โต๊ะน้ำ น้ำจะเป็นคนคอยสอนพ่อครัวก่อน ฝึกกันเป็นปี ๆ ให้รสชาติมันคงที่” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4 , 2562)

### 2.2 ด้านราคา

ด้านโครงสร้างราคาของการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้นถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง ด้วยที่มีความหลากหลายในด้านราคาที่มีความแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับราคาอาหารและจำนวนโต๊ะ โดยเริ่มตั้งแต่ว่าราคา 1,500 บาท ที่ประกอบด้วยอาหาร 9 อย่าง จำนวนโต๊ะที่ต้องสั่งขั้นต่ำ 20 โต๊ะขึ้นไป จนถึงราคาอาหาร 5,000 บาท โดยจำนวนโต๊ะขั้นต่ำคือ 5 โต๊ะขึ้นไป เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหาร โครงสร้างของราคาต้องคำนวณจากต้นทุนของวัตถุดิบ อุปกรณ์ในการจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ค่าแรงงานพนักงาน จึงทำให้ต้องมีการกำหนดจำนวนโต๊ะขั้นต่ำในแต่ละโครงสร้างของราคา นอกจากนี้ในพื้นที่ให้บริการที่ต้อง

เดินทางไกลก็ต้องมีค่าเดินทางเพิ่มเติม ซึ่งบางงานเลี้ยงที่ ต้องมีการเช่าโต๊ะ เก้าอี้เพิ่มเติม ทางผู้ประกอบการ ต้องคิดค่าใช้จ่ายส่วนนี้รวมไปในโครงสร้างราคา ที่ต้องเพิ่มเติม

“เรามีหลายระดับราคา ตั้งแต่แพงจนไม่กี่พันก็มี เพราะคนส่วนใหญ่จะสั่งมากที่สุดก็ ประมาณ 3,000บาท ราคาต้องเข้าถึงคน” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ราคาหรือ มันขึ้นอยู่กับงานว่าเจ้าภาพเขาเอากี่โต๊ะ เมนูอาหารเซทไหน ถ้าเอาถูก แต่โต๊ะเยอะอันนี้เราคุ้มทุน แต่ถ้าเมนูแพง เราก็ต้องมีบอกขั้นต่ำ เพราะของที่เราร้องเตรียมมันแพงตาม” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“ของพี่มาหลายเรทราคาตั้งแต่หลักพันต้น ๆ ถึง 5,000 บาท เป็นราคาที่รวมหมดแล้วนะ ไม่มีการบวกเพิ่ม” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“เราตั้งราคาไม่แพงเลยนะ เรามีให้เลือกเยอะหลายราคา ตามความต้องการ” (ผู้ประกอบการรายที่ 3, 2562)

“เราต้องดูลูกค้าเราด้วยว่า ลูกค้าเราอยู่ระดับไหน ถ้าระดับชาวบ้าน ๆ ตั้งราคาแพง เมนูหรูเลยก็ไม่ได้” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

### 2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน มี ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ คือ เว็บไซต์ของโต๊ะจีน ออนไลน์ และ เฟสบุ๊ก ซึ่งเป็นช่องทาง หลักในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เนื่องจาก เป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ซึ่งลูกค้าสามารถเลือก ดูรายการอาหาร เมนูโต๊ะจีน ผลงานที่ผ่านมา เพื่อประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งยังช่วยให้ลูกค้าเห็นถึง ภาพรวมของโต๊ะจีนได้มากขึ้นกว่าอดีตที่พูดคุยผ่านโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว ถือได้ว่า โซเชียลมีเดียเป็น สิ่งที่สำคัญสำหรับการทำธุรกิจโต๊ะจีนเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังมีช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางที่มี ความสำคัญ นั่นคือการบอกกันจากปากสู่อีกปากของลูกค้าที่เคยใช้บริการโต๊ะจีน โดยการที่ลูกค้าที่เคย มาใช้บริการของโต๊ะจีนนั้นแล้วนำไปปากต่อ ๆ กัน ถือได้ว่าเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่ต้องลงทุน เนื่องจากถ้าโต๊ะจีนบริการได้ดี อาหารอร่อย ก็จะเป็นการสื่อสารไปถึงลูกค้าและทำให้เกิดการพูดต่อ ๆ กันจนเป็นการโฆษณาไปในตัว แต่ในทางกลับกัน หากการบริการไม่สร้างความประทับใจ อาหารไม่พึง ใจต่อลูกค้า ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ออกไปในทางลบต่อธุรกิจโต๊ะจีน ซึ่งการบอกกันปากต่อปากมี อิทธิพลอย่างยิ่งและเป็นการประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถืออีกช่องทางหนึ่งของผู้รับสารในการตัดสินใจเลือกใช้ บริการของโต๊ะจีน รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์

“เดี๋ยวนี้ร้านเรามีเว็บไซต์ เฟสบุ๊กก็มี ลูกค้าก็มาสั่งผ่านเว็บไซต์เยอะ” (ประธานชมรม โต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ของแปะ จะมีพวกเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ทำไลน์ด้วยนะ ส่วนถ้ารุ่นเก่า ๆ อย่างแปะก็ต้อง พูดต่อ ๆ กัน” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 1, 2562)

“โต๊ะที่เดี๋ยวนี้นั่งเฟสหมด คนติดต่อมาทางเฟสเยอะเลย ทำเว็บไซต์ด้วย” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“ของผม ทำเว็บไซต์ ผมมีไลน์ของ ส่วนพวกปากต่อปากก็ยังคงสำคัญนะ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“ส่วนใหญ่เป็นปากต่อปากนะ เจ้าก่อนแนะนำมา อะไรประมาณนี้ มีเฟสบุ๊ค ก็มีนะ ทักมาคุย” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

#### 2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการขายของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม นั้น จะเป็นในเรื่องของการแถมโต๊ะฟรีอีก 1 โต๊ะหลังจากการสั่ง 20 โต๊ะขึ้นไปในระดับราคาเดียวกัน หรือเป็นการฟรีค่าเดินทางในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ในพื้นที่ต่างจังหวัดถ้าจำนวนโต๊ะที่สั่งมีจำนวนมากก็จะฟรีในค่าเดินทาง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโต๊ะจีนในเรื่องการส่งเสริมการขายนั้น ไม่ได้มีการทำมากนัก โดยทั่วไปแล้วลูกค้าที่มาใช้บริการโต๊ะจีนจะมีการต่อรองพูดคุยกันในเรื่องราคา เมนูอาหาร ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะมีการทิ้งลดราคา หรือ เปลี่ยนเมนูบางชนิดจากเซตหนึ่งมายังอีกเซตหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจึงยังมีการทำเรื่องการส่งเสริมการขายยังน้อยอยู่ รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“โต๊ะจีนเขาก็ทำแบบ 50 โต๊ะแถม 1 โต๊ะ บางเจ้าเขาก็จะเป็นการลดราคาให้กัน มันแล้วแต่จะตกลงกันเอง” (ประธานชมรมโต๊ะจีน นครปฐม, 2562)

“ไม่ค่อยมีโปรโมชั่นอะไรมากนัก ส่วนใหญ่แะจะลดราคาให้ พวกเศษ ๆ จะลดให้เลย” (ผู้ประกอบการรายที่ 1, 2562)

“ของพี่จะเป็นการแถมโต๊ะให้มากกว่า พี่ก็จะแถมให้เขา โต๊ะหนึ่ง หรือไม่กี่ลดราคาให้ไป” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 2, 2562)

“มีแถม มีลดราคา ไม่คิดค่าขนส่งเนี่ย ก็มีบ้าง แต่ไม่ได้เป็นมาตรฐานอะไร มันแล้วแต่งาน ต้องคุยกับเจ้าภาพ ผมก็จะลดให้ แถมโต๊ะมีบ้างนะ” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 3, 2562)

“ลดเป็นส่วนต่างให้ดีกว่า ต้องดูเป็นกรณี ๆ ไป บางงานเอาโต๊ะถูกแล้วจะให้เปลี่ยนเมนู ไม่ไหว คนทำโต๊ะก็แล้วแต่ว่าจะต่อรองกันยังไง” (ผู้ประกอบการโต๊ะจีนรายที่ 4, 2562)

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้วิจัย พบว่า ในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐมนั้น ทำให้ในธุรกิจหลากหลายธุรกิจเกิดการสร้างความสัมพันธ์กันโดยที่เป็นการทำธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้ธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายสามารถดำเนินงานที่แต่ละส่วนของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่ในการทำธุรกิจโดยมีเครือข่ายการทำกิจกรรมร่วมกันเป็น

การทำธุรกิจที่เสมือนเป็นการทำธุรกิจที่มีองค์กรขนาดใหญ่โดยแบ่งหน้าที่กันทำ ซึ่งในการดำเนินงานร่วมกันนั้นเป็นการสร้างประโยชน์ร่วมกัน เพื่อศักยภาพที่สูงกว่า รวมถึงการเสริมสร้างศักยภาพในส่วนที่ขาดของแต่ละธุรกิจที่อาจจะไม่สามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพแต่เป็นการเกื้อกูลในส่วนที่ธุรกิจแต่ละธุรกิจขาด

#### 1. การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ

จากการศึกษา พบว่า การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในส่วนการจัดหาวัตถุดิบนั้น เมื่อผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้รับงานมาจากลูกค้าแล้ว ในขั้นตอนต่อไปนั้นคือการดำเนินการคำนวณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการประกอบอาหารทั้งของสดและของแห้งจะขึ้นอยู่กับใบรายละเอียดงาน วัตถุดิบที่จะใช้เท่าไรขึ้นอยู่กับสูตรอาหารของแต่ละผู้ประกอบการโต๊ะจีน รวมทั้งเครื่องปรุงการจะใช้ในปริมาณเท่าไรขึ้นอยู่กับเมนูของอาหาร หลังจากนั้นทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้ปริมาณของอาหารแล้วนั้นก็จะต้องติดต่อกับทางผู้ประกอบการวัตถุดิบเพื่อให้ทางผู้ประกอบการวัตถุดิบได้จัดเตรียมวัตถุดิบตามที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนต้องการ ดังการดำเนินการในของร้านที่เป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบเครื่องโต๊ะจีนร้านได้รับใบสั่งสินค้ามาแล้วก็จะมีกรเช็คสินค้าว่ามีจำนวนของสินค้าถึงหรือไม่ หากสินค้านั้นขาดของอยู่ก็จะมีกรนำของมาเพิ่มเติมตามจำนวนที่ทางผู้ประกอบการสั่ง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ พบว่าในการประกอบธุรกิจโต๊ะจีนนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทางผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องโต๊ะจีนเนื่องจากวัตถุดิบในการประกอบโต๊ะจีนเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก อาหารของโต๊ะจีนจะออกมามีคุณภาพหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบ ดังนั้นในการเลือกสรรวัตถุดิบต้องเลือกผู้จำหน่ายที่ไว้ใจได้ มีความซื่อสัตย์ในอาชีพ และต้องมีความรับผิดชอบต่อสินค้าของตัวเอง ส่วนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนเอง ก็ต้องรักษาความสัมพันธ์ในส่วนของความซื่อสัตย์ในการชำระเงินให้ตรงต่อเวลา นอกจากนี้ยังต้องมีความไว้วางใจในคู่ค้าของตัวเองด้วยเช่นกัน รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้

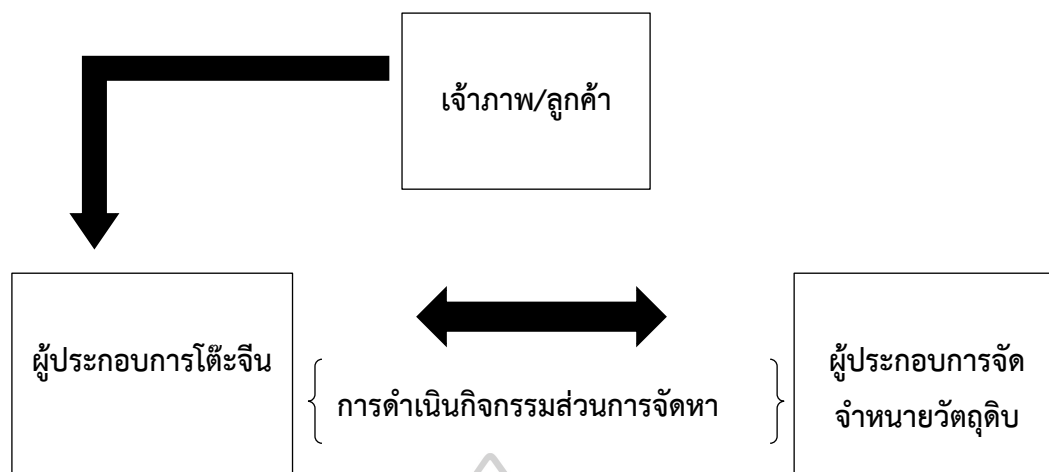
“ร้านหมูของพี่ เวลาเขามีโต๊ะมาเขาก็จะโทรมา เราก็เตรียมของไปส่ง เราเป็นคนค้าขายต้องตรงไม่ตรงไม่ได้” (ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบรายที่ 1, 2562)

“ร้านพี่ชายของแห้ง เราอาศัยความซื่อตรงของเรา” (ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบรายที่ 2, 2562)

“อ๊ะจะสต็อกของไว้ที่ตลาด ร้านอ๊ะจะรับแต่เงินสด ไม่อยากให้เครดิต ไม่ใช่ไม่ไว้วางนะ” (ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบรายที่ 3, 2562)

“ของทะเลเราไปรับมาจากมหาชัย ส่วนใหญ่เขาจะขอเครดิตเรา หลังงานเสร็จค่อยมาเคลีย” (ผู้ประกอบการจำหน่ายวัตถุดิบรายที่ 4, 2562)

ลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ในกิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ

## 2. การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการร่วมการเช่าโตะ-แก้อี้

จากการศึกษา พบว่า เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีน จะมีการติดต่อระหว่างกันโดยจะเป็นในกลุ่มที่มีทั้งกลุ่มโตะจีนและผู้ให้เช่าอุปกรณ์ โดยที่จะคอยติดต่อสื่อสารกันเพื่อเป็นการป้อนงานให้ซึ่งกันและกันโดยจะมีการติดต่อกันอยู่เสมอ จนมีความไว้วางใจกัน โดยทราบจำนวนที่แน่ชัดแล้ว ว่าโตะงานเท่าไร โตะสำรองเท่าไร ในขั้นตอนต่อจากนั้นก็ติดต่อกับผู้ประกอบการให้เช่าโตะ แก้อี้ หรือที่เรียกกันว่า “โตะม้า” โดยส่วนใหญ่แล้วทางผู้ประกอบการโตะจีนจะทราบถึงจำนวนของโตะและแก้อี้ที่ต้องการ เมื่อทราบแล้วจะมีการส่งจองการเช่าโตะ-แก้อี้กับทางผู้ประกอบการโตะจีน โดยโตะแก้อี้ในการจัดเลี้ยงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน อาจจะมีแตกต่างกันในส่วนเล็กน้อย เช่น โตะสำหรับประธาน ที่ทางเจ้าภาพต้องการ นอกจากนี้ในการเตรียมงานของผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-แก้อี้ จะเริ่มต้นก่อนหน้าเริ่มจัดเลี้ยง 1 วันโดยทางผู้ประกอบการให้เช่าโตะ แก้อี้จะมีการพูดคุยกับทางเจ้าภาพว่าต้องการให้จัดในรูปแบบใด ต้องการให้ติดหน้าเวทีใหม่ หรือ ระยะห่างของโตะจีนแต่ละตัวประมาณไหน โดยที่ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-แก้อี้ จะเป็นทั้งผู้จัดวางและจัดเก็บโตะหลังจากงานเสร็จสิ้น รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

“พอพี่ได้รับงานจากโตะแล้ว พี่ก็ต้องไปแต่เข้าไปเตรียมดูสถานที่ว่าหน้างานเป็นไง งานเช่าโตะไม่มีอะไรซับซ้อน แต่เราต้องซื้อสตัย์ในงานตัวเองนะ” (ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-แก้อี้รายที่ 1, 2562)

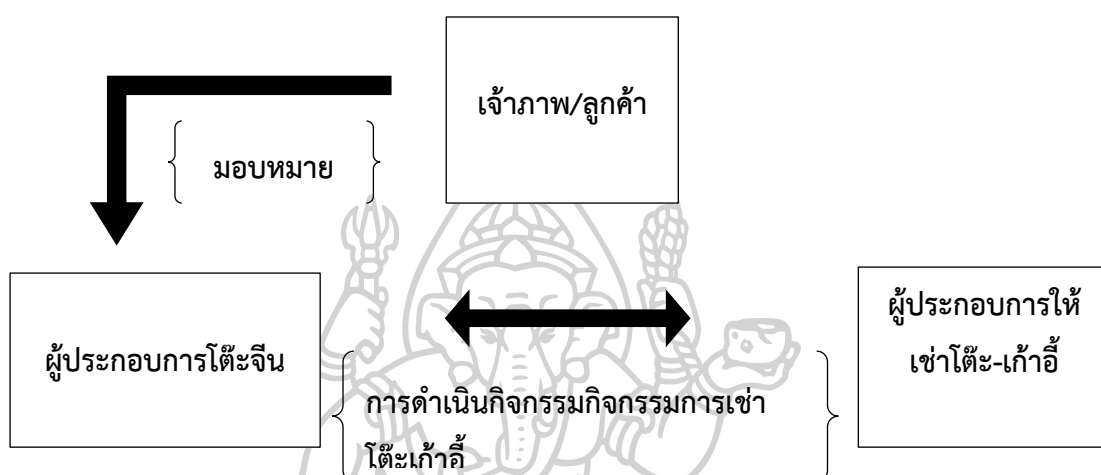
“โตะ แก้อี้ ส่วนใหญ่พวกโตะจีนจะมาเช่ากัน เพราะถ้าลงทุนทุกอย่างบางที่มันก็ไม่ไหว ลงทุนเยอะเกิน มันเลยทำให้ลงทุนทำงานนี้ได้ด้วย” (ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-แก้อี้รายที่ 2, 2562)

“เรามีฐานลูกค้ามานานไม่ค่อยเปลี่ยนไปใช้เจ้าอื่น เพราะด้วยประสบการณ์” (ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-แก้อี้รายที่ 3, 2562)



“พวกโตะเงินเขาพอรับงานมาเขาก็โทรมาบอกนะ ส่วนพวกรายละเอียดว่าต้องจัดอย่างไร ต้องไปคุยกับเจ้าภาพเขาอีกรอบ โตะเขาจะบอกแค่คร่าว ๆ แค่นั้น” (ผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-เก้าอี้ รายที่ 4, 2562)

ลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในกิจกรรมส่วนการเช่าโตะ-เก้าอี้ ดังแสดงใน ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในกิจกรรมส่วนการเช่าโตะ-เก้าอี้

### 3. การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ

จากการศึกษา พบว่า ในส่วนของการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำนั้นทางผู้ประกอบการโตะเงินจะติดต่อมาทางผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ โดยเป็นการพึ่งพากันในกลุ่มธุรกิจซึ่งมีการติดต่อกันมานานจนไว้วางใจกันและมีการช่วยกันในการหากลุ่มลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างงานให้แก่กัน ด้วยจำนวนของพนักงานของผู้ประกอบการโตะเงินอาจจะไม่เพียงพอ โดยในการติดต่อนั้นทางผู้ประกอบการโตะเงินจะบอกจำนวนโตะว่ามีอยู่เท่าไร โดยในการคิดเป็นรอบ โดยรอบละ 4 ชั่วโมง โดยเหมาจ่ายเป็นหัว หัวละ 450 บาท ด้วยเหตุที่ในอดีตที่จะให้ทางแขกบริการตนเอง ทำให้เกิดปัญหาเครื่องดื่มไม่เพียงพอ เมื่อได้มีธุรกิจนี้ขึ้นมาช่วยให้ปัญหานั้นสามารถควบคุมได้ โดยพนักงานเสิร์ฟ 1 คน จะดูแลประมาณ 4 โตะ ถือได้ว่าไม่มากไม่น้อยจนเกินไป โดยผู้ประกอบการเสิร์ฟน้ำจะมีหน้าที่โดยการคำนวณปริมาณของเครื่องดื่มว่าจำนวนโตะนี้ใช้เครื่องดื่มต่อโตะเท่าไรและควรสำรองไว้ด้วย โดยปัจจุบันธุรกิจจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำจะจัดหาจากนักศึกษาที่ต้องการมีรายได้เสริมหลังจากเลิกเรียนซึ่งเป็นงานที่มีรายได้ดี โดยเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้

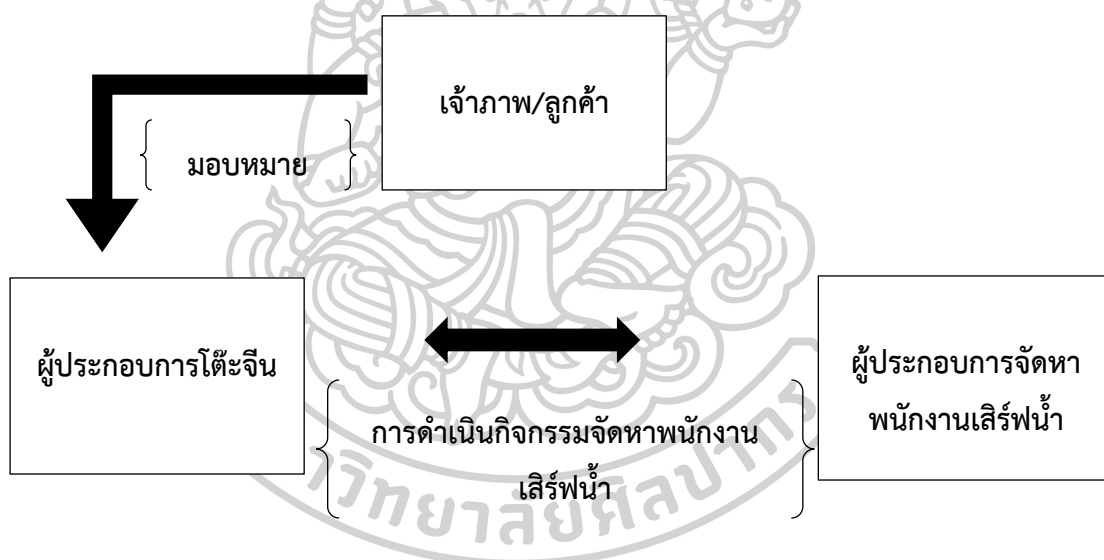
“ส่วนใหญ่แล้วโตะเงินเขาจะเป็นคนติดต่อมา เดี่ยวนี้งานบวช งานแต่งงานใช้เยอะ บางทีเหล่า ในงานไม่พอแขกกินกันเยอะ ก็ทำให้งบบ้นบานปลาย ส่วนใหญ่เจ้าภาพเขาจะให้ทางโตะเป็นคนหาให้ เพราะเขาจะได้ไม่ต้องยุ่งยาก พี่ก็ต้องมีเวลาเตรียมคนนะ” (ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำรายที่ 1, 2562)

“ของเสีย เสียจะมีไลน์กรู๊ปของโตะ มี ส่วนใหญ่เด็กเราเป็นเด็ก ม ปลาย มหาวิทยาลัย วันหนึ่งก็ตก 450 บาท” (ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำรายที่ 2, 2562)

“เราจะมีทีมงานที่คอยไป ปกติพวกโตะเขาจะเป็นคนโทรมา เราไม่ต้องวิ่งหางาน มันสบายตรงนี้แหละ” (ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำรายที่ 3, 2562)

“โตะติดต่อมา บางทีก็เจ้าภาพ ถ้าเป็นโตะเงินเราก็ให้ราคาพิเศษนะ” (ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำรายที่ 4, 2562)

ลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ดังแสดงในภาพที่ 3

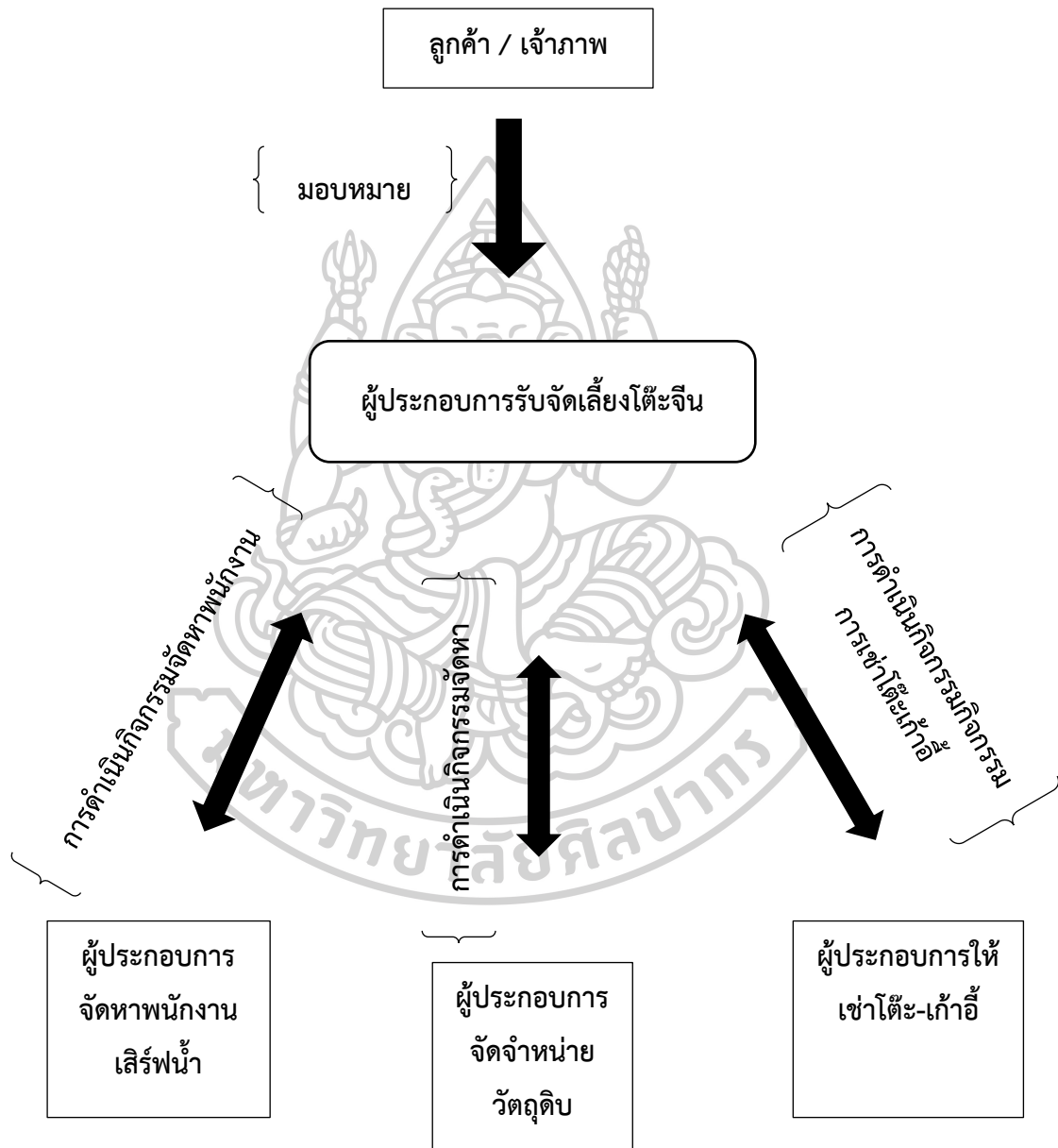


ภาพที่ 3 แสดงลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในกิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ

จากการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงิน จังหวัดนครปฐม ซึ่งผู้วิจัยได้ทราบถึงการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงินที่ต้องการสร้างสัมพันธ์ในเครือข่ายในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ โดยในธุรกิจมีการเกื้อกูลกันเนื่องจากในการทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะเงินต้องมีแผนกต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งการจัดหาวัตถุดิบ การเช่าโตะ-เก้าอี้ แม้กระทั่งการจัดหาพนักงานเสิร์ฟซึ่งในการทำโตะเงินคือการทำงานภายใต้ระยะเวลาอันสั้นที่ต้องการมีการเตรียมการที่รวดเร็ว ดังนั้นหากได้ผู้ที่มีความสามารถในแต่ละด้านเข้ามาช่วยเติมเต็มก็จะทำให้งานที่ต้องให้ความรวดเร็วสามารถบรรลุเป้าหมาย

และทำงานได้ตามเป้าหมาย โดยผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนคือส่วนกลางของกลุ่มธุรกิจนี้ในการที่จะส่งมอบงานต่าง ๆ ให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะการดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมของเครือข่ายธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงลักษณะความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ในจังหวัดนครปฐม สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ด้วยแนวคำถามการวิจัยที่มีรายละเอียดของคำถามเกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน และความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่สนใจทั่วไปทราบถึงการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน การเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการบริหาร การจัดการ การดำเนินงาน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินธุรกิจ ได้มุ่งเน้นให้เห็นถึงความสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

#### สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม มีรูปแบบในการดำเนินธุรกิจลักษณะเป็นเจ้าของคนเดียว เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 40 – 65 ปี จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา ถึง ระดับปริญญาโท โดยที่ผู้ประกอบการได้เริ่มต้นทำธุรกิจมาจากการประกอบธุรกิจร้านอาหารและจะพัฒนามาสู่กิจการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ระดับราคาในการให้บริการอยู่ระหว่าง 1,500 บาท ถึง 5,000 บาท โดยจำนวนโต๊ะจีนที่เคยให้บริการสูงสุดอยู่ที่ 600 โต๊ะต่องาน โดยให้บริการทั่วราชอาณาจักร

## 2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

### 2.1 การเงิน/การลงทุน

ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมีจุดเริ่มต้นเริ่มต้นจากธุรกิจร้านอาหาร และมีการเริ่มจากธุรกิจด้านอื่น ๆ ทั้งที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโต๊ะจีนและไม่เกี่ยวข้องกับ และแหล่งเงินทุนในการลงทุน ผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้น โดยส่วนใหญ่มีการเริ่มต้นลงทุนด้วยเงินทุนส่วนตัวของผู้ประกอบการโต๊ะจีน ซึ่งนอกจากนี้ในอีกผู้ประกอบการเงินอีกส่วนหนึ่งได้เงินทุนเริ่มแรกมาจากการกู้ยืมโดยที่เป็นการกู้ยืมทั้งในระบบและการกู้ยืมนอกระบบด้วย และยังมีผู้ประกอบการอีกรายที่มีเงินทุนเริ่มแรกจากครอบครัวในการลงทุนมาก่อนหน้าอยู่แล้ว การลงทุนในสินทรัพย์และค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะลงทุนสำหรับการประกอบธุรกิจโต๊ะจีน รวมถึงการมีการสำรองของทุนในการต่อยอดขยายธุรกิจนั้นได้มาจากเงินที่ได้จากการทำธุรกิจและนำในส่วนที่มาต่อยอด โดยที่สินทรัพย์ที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะต้องลงทุนและต้องมีสำรองไว้สำหรับการให้บริการ และในบางรายในด้านสินทรัพย์นี้จะใช้วิธีการเช่าในส่วนของการใช้จ่ายของผู้ประกอบการโต๊ะจีนส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในด้านวัตถุดิบและค่าจ้างพนักงาน

### 2.2 การจัดซื้อวัตถุดิบ

ผู้ประกอบการจะเลือกซื้อวัตถุดิบเองโดยที่วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็น ของสดและของแห้งนั้น จะมีการเลือกซื้อในพื้นที่ของจังหวัดนครปฐม บริเวณตลาดบน-ล่าง และตลาดปฐมมงคล ซึ่งเป็นพื้นที่จำหน่ายวัตถุดิบที่สำคัญของโต๊ะจีน โดยในช่วงแรกผู้ประกอบการจะลงไปเพื่อสำรวจตลาด ต่อมาในระยะเวลาหลังทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนกับผู้ประกอบการจัดจำหน่ายวัตถุดิบที่ได้ทำธุรกิจกันมาเป็นเวลาได้พัฒนามาใช้เทคโนโลยีกันมากขึ้นเพื่อความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะมีคู่ค้าเจ้าประจำอยู่โดยในการสั่งวัตถุดิบเพื่อเตรียมงานนั้นจะต้องมีการสั่งล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วันเพื่อให้ทางร้านค้าได้มีการเตรียมวัตถุดิบในทันและเพียงพอต่อจำนวนที่ทางโต๊ะจีนต้องการ

### 2.3 การจัดสถานที่

การจัดสถานที่สำหรับการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์โดยเป็นการสอบถามเบื้องต้น ในด้านพื้นที่จัดงาน จำนวนโต๊ะที่ต้องการจัด นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้ใช้ทางแอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสารแทนการใช้โทรศัพท์ ในการสำรวจพื้นที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะลงพื้นที่ก่อนวันจัดสถานที่จริงเพื่อวางตำแหน่งต่างของพื้นที่จัดงาน ทั้งการจัดพื้นที่ในการประกอบอาหาร จะต้องจัดในพื้นที่ห่างจากพื้นที่จัดโต๊ะจีน และพื้นที่ที่มีความสะอาดในการประกอบอาหาร ในการจัดวางตำแหน่งของโต๊ะจีน โดยที่โต๊ะจีนต้องมีการวางตำแหน่งให้ห่างกันอยู่ที่ประมาณ 3 เมตรเพื่อความสะดวกในการให้บริการของพนักงานเสิร์ฟ

### 2.4 การจัดเก็บหลังการจัดงาน

ในการจัดเก็บอุปกรณ์โต๊ะจีน จะมีพนักงานคอยทำหน้าที่ในการจัดเก็บอุปกรณ์ โดยที่ภาชนะทั้งหมดจะถูกจัดเก็บเพื่อนำไปทำความสะอาดหลังจากเลิกงานในการจัดเก็บนั้นต้องมีการนับ

จำนวนของภาระหนี้ให้ครบถ้วน โดยหากมีภาระหนี้บางส่วนที่เสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุหรือสูญหายทาง ลูกค้าจะต้องมีการชดเชยค่าเสียหายในส่วนนี้ ในบางครั้งส่วนของโต๊ะและเก้าอี้ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีน ได้มีการเช่าจะมีหน้าที่ทั้งในการจัดวางและจัดเก็บอุปกรณ์

## ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

### 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ

สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้น ประกอบไปด้วย ด้านคู่แข่งรายใหม่ ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ ด้านลูกค้า ด้านสินค้าทดแทน ด้านคู่แข่งรายเดิมในธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ดังผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

#### 1.1 ด้านคู่แข่งรายใหม่

การรับจัดเลี้ยงในรูปแบบต่าง ๆ ในปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ด้วยความต้องการความสะดวก ทำให้เกิดรูปแบบของการจัดเลี้ยงแบบครบวงจรมากขึ้น โดยมี ทั้งสถานที่จัดเลี้ยง อุปกรณ์ในการตกแต่งสถานที่ รวมถึงในด้านอาหารมีจัดเลี้ยง ยิ่งทำให้ทางโต๊ะจีนที่ มีการบริการเพียงด้านอาหารต้องมีการปรับตัวเพื่อที่จะแข่งขันกับทางคู่แข่งรายใหม่ เพื่อที่จะเป็น การลดอำนาจของคู่แข่งที่มีความสามารถสูง โดยต้องดึงจุดเด่นของทางธุรกิจโต๊ะจีนในเป็นสิ่งที่ต้องกร กับทางคู่แข่ง ด้วยเหตุนี้ทำให้ในการจะทดแทนการได้มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับการปรับตัวของธุรกิจ รับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนที่สามารถถึงความสนใจของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด

#### 1.2 ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ

วัตถุดิบสำหรับการทำโต๊ะจีนมีผู้จัดจำหน่ายให้กับทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนโดยตรง ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะติดต่อไปยังผู้จัดหาวัตถุดิบล่วงหน้าเพื่อให้ทางผู้จัดหาวัตถุดิบได้จัดเตรียม ซึ่งเป็นคู่ค้าประจำอาศัยจากการที่ติดต่อซื้อขายกันเป็นประจำและจำนวนในการสั่งซื้อแต่ละครั้งใน จำนวนมาก ทำให้ได้ราคาสินค้าที่ถูกกว่าท้องตลาด ด้วยจำนวนของผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่มีจำนวนมากนั้น ทำให้ทางผู้จัดหาวัตถุดิบต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างความภักดีต่อผู้ประกอบการโต๊ะจีน ทั้งการให้สินเชื่อ ในการซื้อแต่ละครั้ง การบริการจัดส่งถึงที่ การให้ราคาถูกกว่าลูกค้ารายอื่น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการโต๊ะจีน นั้นมีอำนาจต่อรองที่สูงกว่าผู้จัดหาวัตถุดิบ

#### 1.3 ด้านลูกค้า

กลุ่มลูกค้าของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนเกิดจากการบอกต่อกันมาเป็นแบบปากต่อปาก รวมถึงกลุ่มที่กลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งกลุ่มที่กลับมาใช้ซ้ำนั้นเกิดจากความประทับใจในการให้บริการและเรื่องของรสชาติอาหารที่โดยรวมแล้วมีความเหมาะสมผล และในส่วนของลูกค้าที่กลับมาใช้ซ้ำทางผู้ประกอบการ โต๊ะจีนได้มีการให้ส่วนลดพิเศษ หรือการแถมจำนวนโต๊ะเพิ่มให้ ยิ่งเป็นการสร้างความประทับใจ ให้กับ ทางลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้าเพื่อ รักษาฐานลูกค้าให้ยาวนาน

#### 1.4 ด้านสินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนที่มีผลกระทบต่อธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้นมีค่อนข้างมาก ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้วยในกลุ่มการจัดงานต่าง ๆ ได้หันมาทำธุรกิจในรูปแบบสำเร็จรูป ทั้งโรงแรมที่มีแพคเกจแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการจัดสถานที่ การจัดเลี้ยง ซึ่งในส่วนของการจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้นทางลูกค้าจะต้องเป็นคนจัดสถานที่ด้วยตนเองทำให้เกิดความยุ่งยากในการจัดงานเลี้ยง ดังนั้นในสินค้าทดแทนจะสร้างอุปสรรคให้กับธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนได้อย่างมาก

#### 1.5 ด้านคู่แข่งรายเดิมในธุรกิจ

จำนวนคู่แข่งของโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีของจังหวัดโดยรอบเองที่ประกอบธุรกิจเดียวกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในเรื่องการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ในการตัดราคากัน รวมถึงการมีนายหน้าคอยรับงาน ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงกว่า ส่วนใหญ่จะรับงานได้เยอะกว่ารายเล็ก ด้วยชื่อเสียงที่มีมากกว่า วัตถุดิบที่มีคุณภาพมากกว่าส่งผลต่อรสชาติของอาหาร ทำให้เป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการในธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ซึ่งถ้าหากแข่งขันกันในเรื่องของราคาที่ดีกว่ากันก็ไม่คุ้มกับการแบกรับต้นทุนที่สูงด้วย ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับการแข่งขัน

### 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ

นอกจากสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ผู้ประกอบการของธุรกิจจะต้องวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถที่จะควบคุมในการจัดการสภาพแวดล้อมไปในทิศทางที่ต้องการได้ และสภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจมีผลต่อการดำเนินกลยุทธ์และวางแผนด้วย

#### 2.1 ด้านสินค้า

โต๊ะจีนสินค้าหลักคือการทำบริการด้านอาหาร ซึ่งในปัจจุบันได้มีการสร้างสรรค์เมนูให้มีความหลากหลายและทันสมัย โดยที่ชุดอาหารมีให้เลือกสรรในหลายระดับราคา อาหารถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทำให้ผู้ประกอบการมีการสร้างมาตรฐานของรสชาติให้แต่ละครั้งที่ปรุงออกมามีรสชาติที่คงที่ ทำให้เป็นจุดแข็งที่สำคัญของผู้ประกอบการโต๊ะจีนที่จะต้องทำให้อาหารบนโต๊ะมีรสชาติที่ดีเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เกิดความประทับใจ

#### 2.2 ด้านราคา

ในด้านราคาธุรกิจโต๊ะจีนมีความหลากหลายในด้านราคาเพื่อที่จะสามารถให้ลูกค้าเลือกสรรได้ตามงบประมาณของตนเอง โดยในด้านโครงสร้างของราคาต้องคำนวณมาจากต้นทุนของวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเลี้ยง ค่าแรงงาน ทำให้ต้องมีการกำหนดราคาขั้นต่ำในแต่ละโครงสร้างของราคา รวมถึงพื้นที่ในการให้บริการที่มีความห่างไกลต้องมีการบวกในส่วนของค่าเดินทางเข้าไปในโครงสร้างของราคาด้วย

### 2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน มีการใช้ช่องทางการผ่านทางออนไลน์ เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ ด้วยปัจจุบันคนส่วนมากได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์กันมากขึ้น นอกจากนี้ภายในเว็บไซต์ยังสามารถเลือกเมนูอาหาร และผลงานที่ผ่านมาของทางโต๊ะจีนเพื่อประกอบการตัดสินใจได้ด้วย และอีกช่องทางหนึ่งที่เป็นช่องทางที่ดี คือการบอกปากต่อปากที่เป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับทางธุรกิจโต๊ะจีนที่ดีอีกช่องทางหนึ่งด้วยประสบการณ์ของผู้ที่เคยใช้บริการสามารถถ่ายทอดไปยังลูกค้าคนอื่น ๆ ได้อย่างดี โดยบุคคลเหล่านี้เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่ต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายและมีความน่าเชื่อถืออย่างมาก

### 2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการขายของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนมาหลากหลายวิธีการซึ่งขึ้นอยู่กับระหว่างผู้ประกอบการโต๊ะจีนและลูกค้าที่ได้มีการตรงกัน ซึ่งไม่มีการกำหนดอย่างเป็นทางการ ซึ่งอาจจะมาในรูปแบบของการแถมโต๊ะให้กับทางลูกค้าเมื่อมีการสั่งจองในจำนวนที่ทางผู้ประกอบการมองว่าสามารถแถมได้ หรือจะเป็นในการสลับสับเปลี่ยนเมนูในบางรายการให้กับลูกค้า ซึ่งขึ้นอยู่กับ การพูดคุยกันของทั้งสองฝ่าย

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

จากการศึกษาพบว่า ในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐมนั้น ทำให้เกิดการความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกัน ซึ่งมาในรูปแบบการทำธุรกิจร่วมกัน เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันนั้นสามารถทำงานร่วมกันได้และมีการช่วยเหลือเกื้อกูล เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจร่วมกันมีประโยชน์ในด้านความสามารถที่สูงขึ้น

#### 1. การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ

การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในส่วนการจัดหาวัตถุดิบนั้น ผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้รับงานมาจากลูกค้าแล้ว ในขั้นตอนต่อไปนั้นคือการดำเนินการคำนวณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการประกอบอาหาร ทั้งของสดและของแห้งจะขึ้นอยู่กับใบรายละเอียดงาน หลังจากที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนได้ปริมาณของอาหารแล้วนั้นก็จะต้องติดต่อกับทางผู้ประกอบการวัตถุดิบเพื่อให้ทางผู้ประกอบการวัตถุดิบได้จัดเตรียมวัตถุดิบตามที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนต้องการ ในการประกอบธุรกิจโต๊ะจีนนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทางผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องโต๊ะ เนื่องจากวัตถุดิบในการประกอบโต๊ะจีนเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ดังนั้นในการเลือกสรรวัตถุดิบต้องเลือกผู้จัดจำหน่ายที่ไว้วางใจได้ มีความซื่อสัตย์ในอาชีพ และต้องมีความรับผิดชอบต่อสินค้าของตัวเอง ส่วนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนเอง

#### 2. การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในการกิจกรรมส่วนการเช่าโต๊ะ-เก้าอี้

เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนได้รับงานจากลูกค้ามาแล้ว ต่อจากนั้นก็จะต้องติดต่อกับผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ เก้าอี้ ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะทราบถึงจำนวนของโต๊ะและเก้าอี้



ที่ต้องการ เมื่อทราบแล้วจะมีการสั่งจองการเช่าโต๊ะ-เก้าอี้กับทางผู้ประกอบการโต๊ะจีน โดยโต๊ะเก้าอี้ในการจัดเลี้ยงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน อาจจะมีแตกต่างกันในส่วนเล็กน้อย ในการเตรียมงานของผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้จะเริ่มต้น โดยที่ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ จะเป็นทั้งผู้จัดวางและจัดเก็บโต๊ะหลังจากงานเสร็จสิ้น

### 3. การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ

การจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำนั้นทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะติดต่อมาทางผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำโดยผู้ประกอบการเสิร์ฟน้ำจะมีหน้าที่โดยการคำนวณปริมาณของเครื่องดื่มว่าจำนวนโต๊ะนี้ใช้เครื่องดื่มต่อโต๊ะเท่าไรและควรสำรองไว้ด้วย โดยปัจจุบันธุรกิจจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำจะจัดหาจากนักศึกษาที่ต้องการมีรายได้เสริมหลังจากเลิกเรียนซึ่งเป็นงานที่มีรายได้ดี โดยเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ทำให้ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีการสร้างความสัมพันธ์กับทางผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟเพื่อการสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน

## อภิปรายผลการศึกษา

### ตอนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

#### 1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

รูปแบบของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเจ้าของเพียงรายเดียว โดยเป็นผู้ประกอบการที่บริหารและดูแลสิ่งต่าง ๆ ภายในธุรกิจเพียงผู้เดียว โดยอำนาจการตัดสินใจทั้งหมดเป็นของเจ้าของธุรกิจ ทำให้ในการทำงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็วกว่าการทำงานที่ต้องผ่านบุคคลหลาย ๆ บุคคล ซึ่งทำให้การตัดสินใจล่าช้าไม่ทันต่อสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราณท์ กิ่งสวัสดิ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจผักรูปไฮโดรโปนิคส์ พบว่า การที่ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเพียงรายเดียวนั้น ทำให้มีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจทั้งหมดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งง่ายต่อการบริหารและดำเนินงาน เพราะด้วยการที่มีอำนาจเพียงผู้เดียวทำให้ไม่ต้องผ่านคนกลางอื่น ๆ อีก แต่ในการมีอำนาจเพียงคนเดียวจะต้องมีการวางแผนระบบที่ดีและทำให้เพิ่มโอกาสในการทำกิจการเพิ่มขึ้นในอนาคตด้วยการขยายตัวของตลาด

#### 2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

##### 2.1 การเงิน/การลงทุน

จากการศึกษา พบว่าในด้านการลงทุนของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้น ผู้ประกอบการใช้เงินลงทุนเริ่มแรกมาจากเงินทุนของตนเอง มีบางรายเท่านั้นที่ได้มาจากการกู้ยืม เพื่อมาธุรกิจ โดยเป็นการลงทุนในเรื่องของวัตถุดิบและการลงทุนในด้านอุปกรณ์ ในการลงทุนนั้นเป็นเรื่องที่ทุก ๆ ธุรกิจต้องมีการลงทุน ในการลงทุนนั้นจำเป็นต้องมีการใช้เงิน โดยหากใช้เงินทุนที่มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสนับสนุนของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภาลักษณ์ ธนะวัฒน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง

การดำเนินธุรกิจและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจดาวเรืองในจังหวัดนครปฐม พบว่าเงินที่ใช้ในการลงทุนเป็นเงินที่มาจากรายได้ทางอื่นและเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งผู้ประกอบการมีการลงทุนในด้านพื้นที่ในการทำธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีเงินหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา และอาจจะใช้ประสบการณ์จากอดีตมาเป็นตัวประเมินถึงขนาดของการลงทุน

## 2.2 การจัดซื้อวัตถุดิบ

ผู้ประกอบการมีการลงไปเลือกซื้อวัตถุดิบด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่เป็นของสด ส่วนของแห้งและเครื่องปรุงรส ทางผู้ประกอบการได้จะเงินจะให้ทางผู้จัดซื้อวัตถุดิบเป็นผู้จัดส่งให้ โดยการจัดซื้อวัตถุดิบจะทำล่วงหน้าอย่างน้อย 2 วันก่อนวันงาน และต้องมีการคำนวณถึงประมาณของวัตถุดิบในการใช้แต่ละครั้งว่ามีประมาณเท่าไร รวมถึงการตรวจสอบราคาจากทางผู้จัดซื้อวัตถุดิบรายอื่น ๆ ว่าราคาถูกกว่ากันหรือไม่ และต้องมีการวางแผนในการจัดการวัตถุดิบเพื่อให้มีความสดใหม่ อีกทั้งในช่วงที่มีปริมาณการสั่งของเยอะจะต้องมีการจัดการในเรื่องของวัตถุดิบให้เพียงพอต่อความต้องการใช้เพื่อไม่ให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับจันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโตะเงินจังหวัดนครปฐม พบว่าผู้ประกอบการจะมีการคำนวณถึงประมาณของวัตถุดิบที่ต้องเตรียมเพื่อนำไปใช้ และต้องมีการวางแผนในการบริหารวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งต้องมีการตรวจสอบสินค้าและการเก็บรักษาให้มีคุณภาพมากที่สุดเมื่อจะนำมาใช้งาน การจัดซื้อที่มีกระบวนการที่ชัดเจนตามจำนวนโตะที่ได้รับ ทำให้มีการสั่งซื้อที่ชัดเจน

## 2.3 การจัดสถานที่

ผู้ประกอบการเมื่อได้รับงานมาจากลูกค้าแล้ว จะมีการสอบถามรายละเอียดของการจัดงานเบื้องต้นว่าต้องการจัดรูปแบบใด การวางตำแหน่งโตะ จำนวนโตะ ที่จะใช้ หลังจากนั้นทางผู้ประกอบการโตะเงินต้องมีการลงพื้นที่เพื่อสำรวจตำแหน่งของการวางทั้งในเรื่องการวางครีวและการวางโตะเพื่อประเมินไม่ให้เกิดการวางตำแหน่งโตะติดกันมากเกินไปเพื่อให้ในเวลาที่ต้องมีการปฏิบัติงานนั้นไม่เกิดปัญหาและเพื่อความสะดวกของพนักงานเสิร์ฟในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับคู่มือมารยาทและการเข้าสังคม กองทัพอเรือ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิบัติงานพิธีการทูต กรมพิธีการทูต พบว่า การจัดสถานที่ในการจัดเลี้ยงในงานพิธีต่าง ๆ สำหรับงานที่ไม่เป็นทางการ โดยปกติจะไม่กำหนดที่นั่งลงไป แต่จำเป็นต้องจัดที่นั่งโดยที่นิยมให้เจ้าภาพและแขกเกียรติยศนั่งรวมกัน และแขกรายอื่นให้นั่งไล่ตามกลุ่มโตะ นอกจากนี้ในการจัดพื้นที่ต้องให้ห่างกันระยะพอเหมาะตามแต่รูปแบบพื้นที่

## 2.4 การจัดเก็บหลังเลิกงาน

การจัดเก็บอุปกรณ์หลังเลิกงานจะมีการเก็บในส่วนของถ้วย ชาม และในส่วนของโตะ แก้ว โดยที่ในส่วนของโตะ แก้วที่มีการเข้ามาจะมีส่วนของผู้ประกอบการให้เข้าโตะ-แก้วเป็นผู้เก็บอุปกรณ์ ในส่วนถ้วย ชาม ทางผู้ประกอบการจะเก็บรวบรวมและทำการนับจำนวนของภาชนะและนำ

กับไปทำความสะอาดที่สถานประกอบการ โดยที่จะมีการจ้างพนักงานล้างทำความสะอาด และตากแห้ง เพื่อความสะดวกและถูกสุขลักษณะ

## ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

### 1. สภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรคของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ซึ่งมีผลกระทบต่อการบริหารงานและศักยภาพรวมถึงความสามารถในการทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย ด้วยสิ่งเหล่านี้ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ได้แก่ สินค้าทดแทน คู่แข่งขันรายเดิมในธุรกิจ ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่มากด้วยธุรกิจที่มีการลงทุนและการดำเนินงานที่ให้ผลกำไรดี สอดคล้องกับ จันทรเพ็ญ ชาประดิษฐ์ (2557) ศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมพบว่าโอกาสในการทำธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมมีความได้รับนิยมในการใช้บริการคุณอย่างสูงซึ่งในปัจจุบันมีการจัดเลี้ยงประเภทต่าง ๆ ล้วนแต่ใช้บริการโต๊ะจีนเนื่องจากเงินสามารถตอบสนองความต้องการและความสะดวกสบายในการจัดงานให้แก่เจ้าภาพ หน่วยงานจากคู่แข่งภายในธุรกิจเดียวกันแล้ว ธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน แต่อย่างไรก็ตามมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านลูกค้า ด้านผู้จัดซื้อวัตถุดิบ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สามารถสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนได้

### 2. สภาพแวดล้อมภายในของธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนทำให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ได้แก่ ด้านสินค้าอาหารบนโต๊ะจีน ที่มีความหลากหลายและทันสมัยของเมนู ซึ่งอาหารของโต๊ะจีนถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจด้วยการควบคุมคุณภาพของรสชาติและมาตรฐานของการทุกโต๊ะต้องเหมือนกัน อีกทั้งในด้านของราคาที่มีความหลากหลายแตกต่างกันทำให้ลูกค้าสามารถเลือกให้ตรงตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลได้ นอกจากนี้จากการวิจัยพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจโต๊ะจีนที่เน้นไปในช่วงทางอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้สามารถสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และในด้านการส่งเสริมการขาย ธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนยังมีการส่งเสริมการขายที่ค่อนข้างน้อย ซึ่งจากการวิจัยพบว่าการส่งเสริมการขายไม่ค่อยส่งผลต่อธุรกิจในด้านนี้มากนัก เนื่องจากการการส่งเสริมการขายจะขึ้นอยู่กับทางผู้ประกอบการ ทรูซิงและลูกค้าในการตกลงกันทำให้การส่งเสริมการขายไม่ค่อยส่งผลต่อธุรกิจนี้มากนัก สอดคล้องกับ จุไรพร สุธรรมโกศล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการโต๊ะจีนต่อผู้ประกอบการธุรกิจ

โต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการโต๊ะจีนต่อผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ร้านอาหารรสชาติของอาหารและความสดใหม่ของวัตถุดิบเป็นสิ่งที่ผู้บริการต้องใส่ใจและให้ความสำคัญ และผู้ประกอบการโต๊ะจีนนั้นต้องมีการจัดประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและจะต้องจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้รับบริการด้วย

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

#### 1. การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาวัตถุดิบ

การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในส่วนการจัดหาวัตถุดิบ เริ่มต้นจากการติดต่อมาของลูกค้า โดยที่ผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะมีการคำนวณปริมาณของวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการประกอบอาหาร ขึ้นอยู่กับใบรายละเอียดงาน ต่อจากนั้นผู้ประกอบการโต๊ะจีนติดต่อกับผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบเพื่อให้ทางผู้ประกอบการวัตถุดิบได้จัดเตรียมวัตถุดิบตามที่ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนต้องการ เมื่อทางร้านได้รับใบสั่งสินค้ามาแล้วก็จะมีการเช็คสินค้าว่ามีจำนวนของสินค้า การสร้างความสัมพันธ์ในการประกอบธุรกิจโต๊ะจีนนั้นจะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทางผู้ประกอบการจำหน่ายเครื่องโต๊ะ ซึ่งในการทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนั้น ความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจด้วยกันนั้น ทั้งผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบจะต้องมีการสื่อสารในการทำธุรกิจ อีกทั้งการรักษาความสัมพันธ์ การไว้วางใจ โดยถ้าไม่มีการไว้วางใจกันจะทำให้เกิดการไม่สบายใจกันในการทำธุรกิจ หรือการจัดการความสัมพันธ์ในการธุรกิจหากไม่มีการจัดการที่ดีจะทำให้ไม่สามารถดำเนินความสัมพันธ์ต่อไปได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการทั้งสองฝ่ายให้ดี

#### 1.2 การดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจในกิจกรรมส่วนการเช่าโต๊ะ-เก้าอี้

ในส่วนของการเช่าโต๊ะ-เก้าอี้ เริ่มต้นตั้งแต่ทางผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนจะติดต่อมาทางผู้ให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ โดยจะมีการเตรียมการทั้งเก้าอี้และโต๊ะตามจำนวนที่ทางลูกค้าได้สั่งมา โดยส่วนใหญ่แล้วทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะมีการติดต่อสื่อสารกันในการทำธุรกิจร่วมกัน โดยการช่วยเหลือกันทางธุรกิจ ทั้งการหาลูกค้า การส่งมอบหมายงานกัน ซึ่งในการสร้างความสัมพันธ์นี้ ทำให้การทำธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งสองธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจด้วยกันได้มาอย่างยาวนาน ภายใต้การไว้วางใจกัน การติดต่อทางธุรกิจกันมาโดยตลอด ซึ่งเป็นข้อดีต่อการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนนี้

#### 1.3 การดำเนินความสัมพันธ์กิจกรรมส่วนการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ

การจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำนั้นทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะติดต่อมาทางผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ด้วยจำนวนของพนักงานของผู้ประกอบการโต๊ะจีนอาจจะไม่เพียงพอ โดยในการติดต่อนั้นทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนจะบอกจำนวนโต๊ะ นอกจากนี้ผู้ประกอบการเสิร์ฟน้ำจะมีหน้าที่โดยการคำนวณปริมาณของเครื่องดื่มว่าจำนวนโต๊ะนี้ใช้เครื่องดื่มต่อโต๊ะเท่าไรและควรสำรองไว้ด้วย โดยปัจจุบันธุรกิจจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำกำลังเป็นที่นิยมในการจัดเลี้ยงทำให้ผู้ประกอบการโต๊ะจีนต้องมี

การคอยติดต่อกับผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ทำให้ทางผู้ประกอบการโต๊ะจีนต้องมีการสร้างความสัมพันธ์กับทางผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟเพื่อการสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน เพื่อที่จะทำให้มีงานเข้ามาตลอด ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มปริมาณของงานทั้งผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ให้ธุรกิจขับเคลื่อนได้ตลอดและเป็นการกระจายเม็ดเงินในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาความสัมพันธ์ในเครือข่ายทางธุรกิจนั้น สอดคล้อง (Lin and Zhang, 2005) ที่อธิบายถึง เครือข่ายธุรกิจ ในการสร้างความสัมพันธ์ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งเครือข่ายทางธุรกิจมีบทบาทที่ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสจากทรัพยากรที่ตัวเองมีในการดำเนินธุรกิจ และความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่สำคัญกับการดำเนินธุรกิจ โดยการสร้างระบบเครือข่ายธุรกิจ จะเป็นการร่วมกันของกลุ่มธุรกิจในการทำงาน การเชื่อมโยงอย่างเป็นกระบวนการ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้ประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่มีความสำคัญในการกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่ายธุรกิจคือการ สร้างสัมพันธ์ภาพ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบเครือข่ายทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธนา ประมุขกุล (2547) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายธุรกิจคือการอยู่ภายใต้ 1) ความเข้าใจ ถึงวัตถุประสงค์ที่จัดตั้งเครือข่าย 2) ความจริงใจ ในการทำงาน ในเครือข่าย ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจและมีความจริงใจในการทำงานร่วมกัน ดังนั้นในการรวมตัวเป็นเครือข่ายทางธุรกิจ จึงเป็นการประสานผลประโยชน์ให้ลงตัว ในสภาวะการแข่งขันที่สูง โดยมีแนวคิดการรวมพลัง คือการรวมพลังการทำงานนำไปสู่ผลที่มีความเข้มแข็งมากกว่าที่แต่ละองค์กรจะทำงานเพียงโดดเดี่ยว นอกจากนี้ยังต้องมีความเข้าใจและความจริงใจในการสร้างเครือข่ายร่วมกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ หรือ การทำธุรกิจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อธุรกิจสามารถดำเนินการร่วมกันและมีประโยชน์ร่วมกัน จะมีประสิทธิภาพสูงกว่า การทำธุรกิจเพียงลำพัง

### ประโยชน์จากการวิจัย

#### 1. ประโยชน์เชิงการจัดการ

1.1 ด้านรูปแบบและลักษณะการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน เป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว ในการเป็นเจ้าของเพียงคนเดียวนั้นเป็นการจัดการที่ช่วยทำให้การบริหารจัดการเป็นไปได้ง่าย หากธุรกิจมีการขยายตัวเติบโตมากขึ้น การบริหารเพียงคนเดียวอาจจะทำให้มีการมองข้ามปัญหาทางธุรกิจได้ ดังนั้นหากมีการขยายตัวของขนาดธุรกิจควรมีการขยายการบริหารโดยเป็นการร่วมลงทุน และเป็นการเพิ่มขนาดของเงินทุนในการขยายธุรกิจ

1.2 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในเรื่องสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน มาเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจใน

การดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และนำมาพัฒนาให้ดีกว่าเดิม เพื่อความก้าวหน้าทางธุรกิจ

1.2.1 ด้านสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจโตะจีนจะต้องควบคุมและพัฒนาในด้านอาหารให้มีรสชาติที่เป็นมาตรฐานและสะอาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกับลูกค้า หากอาหารมีรสชาติที่ดีจะเป็นการสร้างความจดจำที่ดีต่อธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีน ดังนั้นจึงควรมีการตรวจสอบมาตรฐานของอาหารอย่างสม่ำเสมอ

1.2.2 ด้านลูกค้า ลูกค้าของทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีน ที่เลือกใช้บริการของธุรกิจ ต่างมีความคาดหวังการให้บริการของทางโตะจีนที่มีความสมบูรณ์แบบ ดังนั้นในการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเป็นสิ่งที่ทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีนต้องมุ่งมั่นให้การบริการออกมาดีเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าในปัจจุบันนี้มีการใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Website การมีช่องทางออนไลน์สามารถเพิ่มการเข้าถึงของลูกค้าได้มาก รวมทั้งยังเป็นการประหยัดเวลาและสร้างความน่าเชื่อถือของทางธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีน ดังนั้นในการจัดการเว็บไซต์ควรให้สร้างความสะดวกและเข้าใจง่าย มีการจัดประเภท หรือการเลือกเมนูอาหาร รวมทั้งการสร้างภาพจำลองของเมนูบนโตะอาหารเพื่อเพิ่มความความสะดวกสบายให้กับทางลูกค้า

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายเป็นการสร้างความสนใจที่ดีรวมทั้งผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีนได้มากขึ้น รวมถึงการแถมโตะ และ การลดราคา ดังนั้นจึงควรให้มีการส่งเสริมการขายให้มากขึ้นตามระดับความเหมาะสมของแต่ละบุคคลของลูกค้า

1.3 ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีน ความสำคัญในการสร้างเครือข่ายเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่มีความสนใจ เพื่อนำไปดำเนินธุรกิจและพัฒนาการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

1.3.1 ความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ประกอบการจัดหาเครื่องโตะ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโตะจีนจะต้องมีการรักษาความสัมพันธ์กับทางผู้ประกอบการจัดหาเครื่องโตะ โดยต้องมีการไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมถึงการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน นอกจากนี้ยังต้องมีความซื่อสัตย์ต่อกันในการทำธุรกิจร่วมกัน

1.3.2 ความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-เก้าอี้ โดยการทำธุรกิจโตะจีนนี้จะต้องมีการติดต่อกับกับธุรกิจให้เช่าโตะ-เก้าอี้บ่อยครั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการโตะจีนจะต้องมีการจัดการความสัมพันธ์กับทางผู้ประกอบการให้เช่าโตะ-เก้าอี้ เพื่อเป็นการเกื้อกูลกันทางธุรกิจ

โดยต้องคอยมีการสานความสัมพันธ์กันอยู่ต่อเนื่องเพื่อให้เป็นการช่วยกันในการประกอบธุรกิจ โดยต้องมีการรักษาความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อมีความก้าวหน้าทางธุรกิจ

1.3.3 ความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ด้านความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟน้ำ ในการทำธุรกิจร่วมกันของทั้งสองธุรกิจจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยการเป็นมิตรที่ดีต่อกัน และไว้วางใจการทำธุรกิจร่วมกันซึ่งเป็นการจัดการทางธุรกิจที่ดีในการสานความสัมพันธ์ทางธุรกิจร่วมกัน

## 2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม พบว่า ความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ทำให้เข้าใจทางการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนและผู้ประกอบการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่จำเป็นต้องมีการรักษาความสัมพันธ์กันเพื่อให้การดำเนินธุรกิจในกลุ่มเครือข่ายธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนบรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งจากการค้นพบนี้ นำมาจากการศึกษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ในเชิงทฤษฎีนั้นสามารถนำการค้นพบนี้ไปต่อยอดเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบความสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อไป ซึ่งจากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งเกิดขึ้นในการทำธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน โดยในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนสามารถนำแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นการสร้างขนาดของกลุ่มธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งในเครือข่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพต่อการแข่งขันให้ทันต่อโลกปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม โดยข้อเสนอแนะนี้ ทางผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน สามารถนำไปปรับใช้เพื่อให้ทางธุรกิจสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีนได้อย่างดีและเป็นการสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งรายอื่นในกลุ่มธุรกิจได้อย่างสูงสุด

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

1. การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม โดยที่มีกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบ ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟ ผู้วิจัยได้มีความเห็นว่าควรมีการศึกษาในรูปแบบเดียวกันในเขตพื้นที่อื่น ๆ ด้วย เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการดำเนินธุรกิจได้อย่างรอบด้าน

2. การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นศึกษาในด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม เพียงจังหวัดเดียว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรที่จะศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ ในลักษณะเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

3. การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในด้านความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งขอบเขตของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจึงมีผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน ผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบ ผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้ ผู้ประกอบการจัดหาพนักงานเสิร์ฟ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าความสมบูรณ์ของข้อมูลควรมีการศึกษาในด้านมุมมองของผู้ใช้บริการโต๊ะจีน เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วนและสามารถนำไปวิเคราะห์และดำเนินธุรกิจต่อไป





## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กองทัพเรือ. (2542). **คู่มือมารยาทและการเข้าสังคม กองทัพเรือ**. กรุงเทพฯ: กรมโรงแฝงพิมพ์กองทัพเรือ กองสารบรรณทหารเรือ.
- กำธร แจ่มจำรัส. (2556). “พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัด นครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คลังความรู้คู่ธุรกิจ. (2558). **Marketing Mix : 4Ps คืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 30 มกราคม 2562. เข้าถึงได้ จาก <http://thbusinessinfo.com/2015/02/marketing-mix-4ps.html>
- จงพิศ สิริรัตน์ และคณะ. (2547). **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์. (2557). “การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิต วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิราพันธ์ กิ่งสวัสดิ์. (2556). “กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จุไรพร สุธรรมโกศล. (2558). “ความพึงพอใจของผู้รับบริการโต๊ะจีนต่อผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม”. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการพัฒนารวมคน คณะสังคม สงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยภูมิกัด หล้าแหล่ง. (2561). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่ม วิชาธุรกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดชุมพร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(2): 447-464.
- ชูเพ็ญ วิบูลสันติ. (2551). **การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน จุดด้อยโอกาส และอุปสรรค (ความเสี่ยง) ขององค์กร (SWOT Analysis)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharmcare/pharad/swot982.htm>
- ดวงพร พุทธรังศรี. (2561). ความสำเร็จของการพัฒนาระบบเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็กของผู้ประกอบ ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 7: 18-31.
- ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ. (2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2547). **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: แชนพอร์รี่ พริ้นต์ติ้ง.
- ธนภัทร กันทาวงศ์. (2559). “ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การแข่งขันต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชีของกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะสำนักวิชาบัญชี, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ธนา ประมุขกุล. (2547). **เครือข่าย. วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม**, 24(3): 26-31.
- นภลัย ณะวัฒน์. (2558). “การดำเนินธุรกิจและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจดาวเรืองในจังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญประคอง เนียมคำ. (2544). **ความหมายและความสำคัญของการตลาด**. เข้าถึงเมื่อ 30 มกราคม 2562 เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/2Wml8oo>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). **อิมแพ็ค รุกตลาดจัดเลี้ยง ดันรายได้ F&B โต 20% โต**. เข้าถึงเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-187998>
- พนม ภัยหน่วย. (2542). **เครื่องจักรกลในงานก่อสร้าง**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พรชัย ศักดิ์สกุลพรชัย. (2554). “การประเมินสภาพเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอาเซียน”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรมภาควิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรพรหม พรหรรเทศ. (2551). **ธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ยุวรัตน์ จิระเมธธร. (2559). “การบริหารพันธมิตรของธุรกิจรับจัดทำ กิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม ในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รวีวรรณ นิพนธ์ประศาสน์. (2547). **การบริหารการเงิน**. กรุงเทพฯ: Higher Press.
- รินลดา ทองหงส์ และคณะ. (2541). **การบริหารเงินทุน**. เข้าถึงเมื่อ 26 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/karpenphuprakxbkarlpe/hnwy-thi-5>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). **SME พร้อมปรับกลยุทธ์รับเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร**. เข้าถึงเมื่อ 15 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornbank.com/th/SMELocalRestaurant.pdf>
- สมคิด บางโม. (2553). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: วิทยาพัฒนา.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). **การจดทะเบียนธุรกิจด้านอาหารของกระทรวงการคลังในพื้นที่จังหวัดนครปฐม พ.ศ 2558**. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx>
- สำนักงานจังหวัดเลย. (2561). **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจังหวัดเลย**. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.loei.go.th/attachments/article/Analysis.pdf>
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐม. (2561). **เกณฑ์มาตรฐานโต๊ะจีนนครปฐม**. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก [http://nptho.moph.go.th/Dev\\_nptweb/index.php](http://nptho.moph.go.th/Dev_nptweb/index.php)
- สุขุม อังกูรพิพัฒน์. (2559). **การส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด**. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch10.htm>
- สุมาลี เทพสุวรรณ และคณะ. (2554). **คุณภาพอาหารและการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐมและความพึงพอใจของผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุรศักดิ์ นานานุกูล. (2555). **การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business to Business Networking): ทางอยู่รอดของธุรกิจขนาดย่อม**. เข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/2W2EUHg>
- โสภิตา รัตน์สมโชค. (2558). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7PS) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนิวัช แก้วจำนงค์. (2555). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อภิชา ประกอบแสง. (2555). **การวิเคราะห์ SWOT Analysis**. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swothumphrey-swot-2.html>.

อลงกรณ์ โอภาสศรีวิศาล. (2554). “กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในธุรกิจช่องโทรทัศน์ดาวเทียม: กรณีศึกษา บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)”. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อำพล นววงศ์เสถียร. (2557). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในร้านค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 5(2): 134-149.

### ภาษาอังกฤษ

Armstrong, G., and Kotler, P. (1999). **Marketing, an introduction**. 9th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Boissevain, J., and Mitchell, C. J. (1973). **Network analysis: Studies in human interaction**. Netherlands: Mouton and Company.

Burke, A. (1999). **Communications & Development: a Practical Guide**. London: Social Development Division Department for International Development.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). **Marketing**. 14th ed. Boston: McGraw – Hill.

Henneberg, S. S., Mouzas, S., and Naude', P. (2006). Network picture: Concepts and representations. *European Journal of Marketing*, 40(3/4): 409-429.

Lin, C., & Zhang, J. (2005). Changing structures of SME. networks: Lessons from the publishing industry in Taiwan. *Long Range Planning*, 38(2): 145-162.

O'Donnell, A. (2004). The nature of networking in small firms. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 7(3): 206-217.

Starkey, P. (1997). **Networking for Development**. London: International Forum for Rural Transport and Development.



ภาคผนวก

**แนวคำถามในการวิจัยเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก**  
**เรื่อง ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม**

วันที่ให้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

สถานที่สนทนา

ประเด็นคำถามของประธานชมรมผู้ประกอบการโต๊ะจีนมีดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ**

**1.1 รูปแบบการดำเนินงาน**

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานที่ตั้ง
- กลุ่มลูกค้า
- ระดับราคา/ประเภทของอาหารที่ให้บริการ
- ขอบเขตพื้นที่ให้บริการ

**1.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน**

- การเงิน
- การจัดซื้อวัตถุดิบและสำรองวัตถุดิบ
- การผลิต
- การส่งเสริมการตลาด

**ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน**

**2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก**

- ด้านคู่แข่งชั้นรายใหม่
- ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ
- ด้านลูกค้า
- ด้านสินค้าทดแทน
- ด้านคู่แข่งชั้นรายเดิมในธุรกิจ

## 2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

- ด้านสินค้า
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

## 2.3 สถานการณ์โตะเงินในปัจจุบัน



**แนวคำถามในการวิจัยเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก**  
**เรื่อง ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน จังหวัดนครปฐม**

วันที่ให้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

สถานที่สนทนา

ประเด็นคำถามมีดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ**

**1.1 รูปแบบการดำเนินงาน**

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานที่ตั้ง
- กลุ่มลูกค้า
- ระดับราคา/ประเภทของอาหารที่ให้บริการ
- ขอบเขตพื้นที่ให้บริการ

**1.2 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน**

- การเงิน
- การจัดซื้อวัตถุดิบและสำรองวัตถุดิบ
- การผลิต
- การส่งเสริมการตลาด

**ตอนที่ 2 สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน**

**2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก**

- ด้านคู่แข่งชั้นรายใหม่
- ด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ
- ด้านลูกค้า
- ด้านสินค้าทดแทน
- ด้านคู่แข่งชั้นรายเดิมในธุรกิจ



## 2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

- ด้านสินค้า
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

## ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ในเครือข่ายกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

### 3.1 ลักษณะความสัมพันธ์ของเครือข่ายในกลุ่มธุรกิจรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน

- การดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการจัดหาวัตถุดิบกับผู้ประกอบการรับจัดเลี้ยงโต๊ะจีน
- การดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างกับผู้ประกอบการให้เช่าโต๊ะ-เก้าอี้กับผู้ประกอบการโต๊ะจีน
- การดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างกับผู้ประกอบการจัดหาบริการกับผู้ประกอบการโต๊ะจีน



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กันตภณ รอดทุกข์
วัน เดือน ปี เกิด	26 มกราคม 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศึกษาต่อ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	201/50 ถ.ทหารบก ต.พระปฐมเจดีย์ อ.เมือง จ.นครปฐม

