

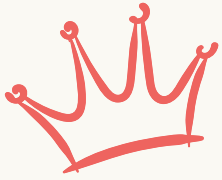
ลักษณะและส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง

ลักษณะของธุรกิจจัดเลี้ยง

ธุรกิจจัดเลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีลักษณะสำคัญดังนี้

1. **ตลาดมีผู้ประกอบการจำนวนมาก** มีทั้งโรงแรม ภัตตาคาร บริษัทรับจัดเลี้ยง ร้านอาหาร ผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ให้บริการออนไลน์ จึงมีการแข่งขันค่อนข้างสูง
2. **เป็นตลาดที่แข่งขันกันทุกขนาด** ผู้ประกอบการขายบริการที่คล้ายกัน แต่สามารถสร้างความแตกต่างด้านเมนู รสชาติ ราคา การตกแต่ง รูปแบบบริการ ชื่อเสียง และความคิดสร้างสรรค์ได้ จึงจัดเป็นตลาดแบบ Monopolistic Competition



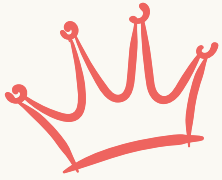


ลักษณะและส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง



3. **การบริการผลิตและบริโภคในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน** อาหารต้องจัดเตรียม ขนส่ง และให้บริการตามเวลาที่กำหนด หากเกิดความผิดพลาด เช่น อาหารมาช้า หรือจำนวนไม่เพียงพอ จะแก้ไขได้ยากและกระทบต่อความพึงพอใจทันที
4. **ความต้องการเปลี่ยนแปลงตามโอกาส** ยอดขายขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันสำคัญ และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานแต่งงาน งานประชุม งานรับปริญญา งานปีใหม่ และงานเทศกาล
5. **ลูกค้ามีความต้องการแตกต่างกัน** ลูกค้าแต่ละกลุ่มมีงบประมาณ จำนวนแขก รูปแบบอาหาร และข้อจำกัดเฉพาะ เช่น อาหารฮาลาล อาหารมังสวิรัติ อาหารเพื่อสุขภาพ หรืออาหารสำหรับผู้แพ้อาหาร



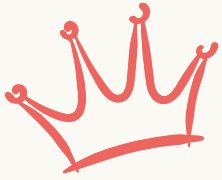


ลักษณะและส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง



6. **คุณภาพบริการมีผลต่อการตัดสินใจ** ลูกค้าไม่ได้พิจารณาเฉพาะรสชาติ แต่รวมถึงความสะอาด ความตรงต่อเวลา มารยาทของพนักงาน ความสวยงาม และความสามารถในการแก้ไขปัญหา
7. **ชื่อเสียงและการบอกต่อมีความสำคัญ** ผลงานที่ผ่านมา รีวิวจากลูกค้า ภาพถ่ายงาน และสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ
8. **มีต้นทุนและความเสี่ยงหลายด้าน** ต้นทุนประกอบด้วยวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าเดินทาง ค่าเช่าอุปกรณ์ และค่าเสียหายจากอาหารเหลือ ผู้ประกอบการจึงต้องประมาณจำนวนแขกและควบคุมต้นทุนอย่างรอบคอบ





ลักษณะและส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง



ส่วนตลาด	ตัวอย่างบริการ	ปัจจัยตัดสินใจสำคัญ
งานสังคมและครอบครัว	งานแต่งงาน วันเกิด งานทำบุญ งานศพ	รสชาติ ราคา ความยืดหยุ่น
งานองค์กร	ประชุม สัมมนา อบรม งานเลี้ยงพนักงาน	ความตรงเวลา เอกสารครบถ้วน ความเป็นมืออาชีพ
โรงแรมและศูนย์ประชุม	งานแต่ง งานประชุม งานเลี้ยงขนาดใหญ่	สถานที่ ภาพลักษณ์ บริการครบวงจร
สถาบัน	โรงเรียน โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย	โภชนาการ สุขอนามัย และต้นทุน
โรงงานและสำนักงาน	โรงอาหารและอาหารพนักงาน	ราคา ปริมาณ ความต่อเนื่อง
การขนส่ง	เครื่องบิน รถไฟ เรือ	ความปลอดภัยและมาตรฐานเฉพาะ
ข้าวกล่องและเดลิเวอรี่	ชุดประชุม อาหารว่าง Party Set	ความสะอาด บรรจุภัณฑ์ และความรวดเร็ว
ตลาดเฉพาะกลุ่ม	ฮาลาล วีแกน อาหารสุขภาพ	มาตรฐานและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง

ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) หมายถึง สัดส่วนยอดขายหรือรายได้ของผู้ประกอบการรายหนึ่งเมื่อเทียบกับยอดขายรวมของตลาดในช่วงเวลาเดียวกัน

$$\text{ส่วนแบ่งตลาด (\%)} = \frac{\text{ยอดขายของกิจการ}}{\text{ยอดขายรวมของตลาด}} \times 100$$

ตัวอย่าง บริษัท A มีรายได้จากงานจัดเลี้ยง 5 ล้านบาท ขณะที่ตลาดในพื้นที่มีมูลค่ารวม 50 ล้านบาท

$$5/50 \times 100 = 10\%$$

ดังนั้น บริษัท A มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10



ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง

ภาพรวมส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทย

ตลาดจัดเลี้ยงไทยมีลักษณะกระจัดกระจาย ไม่มีผู้ประกอบการรายเดียวครองตลาดทั้งหมด เพราะมีผู้ให้บริการจำนวนมากทั้งในระบบและนอกระบบ โดยสามารถอธิบายเชิงโครงสร้างได้ดังนี้

- โรงแรมและศูนย์ประชุมมีความได้เปรียบในงานขนาดใหญ่และงานระดับพรีเมียม
- บริษัทรับจัดเลี้ยงตามสัญญามีบทบาทสูงในโรงงาน โรงเรียน โรงพยาบาล และสำนักงาน
- ร้านอาหารและผู้ประกอบการรายย่อยมีส่วนสำคัญในงานครอบครัว งานชุมชน ข้าวกล่อง และงานขนาดเล็ก
- แพลตฟอร์มออนไลน์และเดลิเวอรีช่วยให้ผู้ประกอบการรายเล็กเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น
- ตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น อาหารสุขภาพ ฮาลาล และการจัดเลี้ยงรักโลก ยังมีพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่



ส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจจัดเลี้ยง

ปัจจัยที่ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งตลาด

ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้ด้วยการรักษาคุณภาพอาหาร สร้างจุดเด่นของเมนู กำหนดราคาเหมาะสม ส่งมอบตรงเวลา ใช้สื่อออนไลน์ สร้างเครือข่ายกับผู้จัดงาน และนำเสนอ บริการครบวงจร

สรุปได้ว่า ธุรกิจจัดเลี้ยงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีผู้ประกอบการหลากหลาย ส่วนแบ่งตลาดจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดกิจการเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความแตกต่างของบริการ และความสามารถในการตอบสนองลูกค้าแต่ละกลุ่ม



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง (Catering Business Management) คือ กระบวนการวางแผน จัดองค์การ ควบคุม และประเมินผลการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างมีคุณภาพ ตรงเวลา ปลอดภัย และสร้างกำไรให้กิจการ



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

1. การวางแผนงานจัดเลี้ยง

ผู้ประกอบการต้องรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า ได้แก่

- ประเภทและวัตถุประสงค์ของงาน
- วัน เวลา และสถานที่จัดงาน
- จำนวนและลักษณะของแขก
- งบประมาณ
- รูปแบบการบริการ
- เมนูอาหารและเครื่องดื่ม
- ซ้อมและการตกแต่ง
- ข้อกำหนดด้านอาหารและสุขภาพ

ข้อมูลเหล่านี้จะนำไปจัดทำใบเสนอราคา สัญญา ตารางปฏิบัติงาน และแผน
สำรองกรณีฉุกเฉิน



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

2. การออกแบบเมนู

เมนูควรเหมาะกับประเภทงาน กลุ่มลูกค้า งบประมาณ สถานที่ และช่วงเวลา โดยพิจารณาเรื่องต่อไปนี้

- ความหลากหลายและความสมดุลของอาหาร
- รสชาติ สี สัน และการจัดวาง
- ความสะดวกในการผลิตและเสิร์ฟ
- วัตถุดิบตามฤดูกาล
- อาหารสำหรับผู้แพ้อาหาร
- อาหารฮาลาล มังสวิรัติ วีแกน หรืออาหารสุขภาพ
- ความสามารถในการรักษาคุณภาพระหว่างขนส่ง

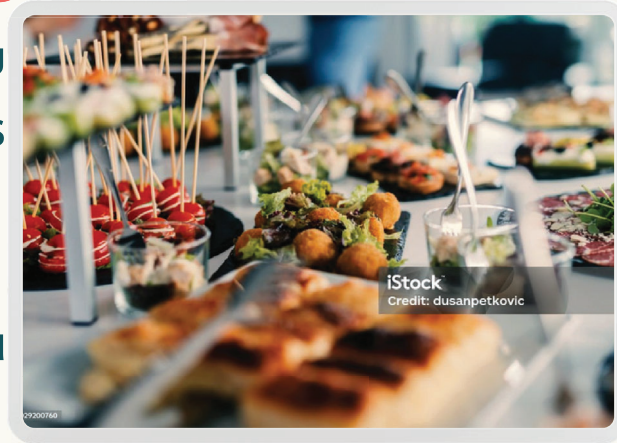


การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

3. การประมาณจำนวนอาหาร

ต้องคำนวณอาหารให้เหมาะกับจำนวนแขกและรูปแบบบริการ โดยอาจเตรียมอาหารสำรองในอัตราที่เหมาะสม เพื่อป้องกันอาหารไม่เพียงพอ แต่ไม่ควรเตรียมมากเกินไปจนเกิดขยะอาหารและต้นทุนสูญเสีย

ตัวอย่างปัจจัยที่ใช้คำนวณ ได้แก่ จำนวนแขก ระยะเวลาของงาน จำนวนรายการอาหาร อายุของผู้ร่วมงาน และรูปแบบบุฟเฟต์หรืออาหารชุด



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

4. การจัดซื้อและบริหารวัตถุดิบ

ควรคัดเลือกผู้ขายที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม และส่งมอบตรงเวลา พร้อมตรวจสอบวัตถุดิบตามหลักสำคัญ ได้แก่

- คุณภาพและความสด
- ปริมาณและน้ำหนัก
- ราคาและเงื่อนไขการชำระเงิน
- วันผลิตและวันหมดอายุ
- อุณหภูมิขณะรับสินค้า
- มาตรฐานและแหล่งที่มา

การเบิกใช้วัตถุดิบควรใช้หลักเข้าก่อน-ออกก่อน (FIFO) หรือหมดอายุก่อน-ออกก่อน (FEFO)



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

5. การบริหารการผลิตอาหาร

ควรกำหนดสูตรมาตรฐาน ปริมาณต่อหน่วย ขั้นตอนการปรุง และเวลาการผลิตให้ชัดเจน เพื่อควบคุมรสชาติ คุณภาพ และต้นทุนให้สม่ำเสมอ การผลิตควรแบ่งพื้นที่อาหารดิบและอาหารสุก ใช้อุปกรณ์ที่สะอาด และควบคุมเวลาและอุณหภูมิเพื่อลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อน



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

6. การบริหารบุคลากร

บุคลากรสำคัญประกอบด้วยผู้จัดการงาน เชฟ ผู้ช่วยครัว พนักงานเสิร์ฟ พนักงานขนส่ง และทีมติดตั้งสถานที่ ผู้บริหารควรดำเนินการดังนี้

- กำหนดหน้าที่และผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน
- จัดจำนวนพนักงานให้เหมาะกับขนาดงาน
- ฝึกอบรมด้านบริการและสุขอนามัย
- ประชุมชี้แจงก่อนเริ่มงาน
- กำหนดรูปแบบการแต่งกาย
- เตรียมพนักงานสำรอง
- ประเมินผลหลังจบงาน



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

7. การบริหารอุปกรณ์และสถานที่

ต้องจัดทำรายการอุปกรณ์ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ผ้าปูโต๊ะ ภาชนะ เครื่องอุ่นอาหาร เครื่องดื่ม และอุปกรณ์ทำความสะอาด พร้อมตรวจนับก่อนออกเดินทางและหลังจบงาน

นอกจากนี้ ควรสำรวจพื้นที่ล่วงหน้า เพื่อตรวจสอบเส้นทางขนส่ง จุดจอดรถ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ห้องครัว ห้องน้ำ และพื้นที่ทิ้งขยะ



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

8. การขนส่งและโลจิสติกส์

ควรกำหนดเส้นทาง เวลาออกเดินทาง ลำดับการขนย้าย และผู้รับผิดชอบ โดยแยกอาหารร้อน อาหารเย็น วัตถุดิบดิบ และสารเคมีทำความสะอาดออกจากกัน ต้องมีแผนรองรับปัญหาการติด รถเสีย ฝนตก อุปกรณ์ชำรุด หรือสถานที่ไม่พร้อม



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

9. การควบคุมสุขอนามัยและความปลอดภัย

สุขอนามัยเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจจัดเลี้ยง ตั้งแต่การรับวัตถุดิบ การเก็บรักษา การปรุง การขนส่ง จนถึงการเสิร์ฟ โดยควรดำเนินการตามหลัก GMP หรือ HACCP ตามความเหมาะสม บุคลากรต้องรักษาความสะอาด ล้างมือ สวมเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม และไม่ปฏิบัติงานเมื่อมีอาการเจ็บป่วยที่อาจปนเปื้อนอาหาร



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

10. การบริหารต้นทุนและการกำหนดราคา ต้นทุนสำคัญประกอบด้วย

- ค่าวัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่ม
- ค่าแรงพนักงาน
- ค่าขนส่ง
- ค่าเช่าหรือค่าเสื่อมอุปกรณ์
- ค่าตกแต่งสถานที่
- ค่าสาธารณูปโภค
- ค่าใช้จ่ายสำรองและค่าใช้จ่ายทางการตลาด



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

ราคาขายควรครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดและมีกำไรตามเป้าหมาย

กำไร = รายได้-ต้นทุนรวม

ตัวอย่าง ต้นทุนรวมของงาน 40,000 บาท และต้องการกำไร 20% ของต้นทุน

$$\begin{aligned}\text{ราคาขาย} &= 40,000 + (40,000 \times 20\%) \\ &= 48,000 \text{ บาท}\end{aligned}$$



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

11. การตลาดและการขาย

ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายและจุดเด่นของกิจการ พร้อมใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook Instagram TikTok และ LINE เพื่อแสดงเมนู ราคา ผลงาน และรีวิวจากลูกค้า

กิจการอาจสร้างเครือข่ายกับโรงแรม สถานที่จัดงาน บริษัทอีเวนต์ ช่างภาพ และนักจัดงานแต่งงาน เพื่อเพิ่มโอกาสในการรับงาน



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

12. การควบคุมคุณภาพบริการ

ควรกำหนดมาตรฐานในทุกขั้นตอน เช่น

- อาหารมีรสชาติและหน้าตาตรงตามที่ตกลง
- อาหารมีปริมาณเพียงพอ
- พนักงานสุภาพและแต่งกายเหมาะสม
- บริการตามลำดับและตรงเวลา
- พื้นที่บริการสะอาด
- แก้ไขข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็ว



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

13. การบริหารความเสี่ยง

ควรเตรียมแผนสำรองสำหรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เช่น อาหารไม่เพียงพอ ไฟฟ้าดับ ฝนตก พนักงานขาดงาน อุปกรณ์เสีย การแพ้อาหาร หรือการเลื่อนและยกเลิกงาน รวมถึงกำหนดเงื่อนไขการจอง เงินมัดจำ และการคืนเงินไว้ในสัญญา



การบริหารจัดการธุรกิจจัดเลี้ยง

14. การประเมินผลหลังจบงาน

หลังจบงานควรตรวจสอบรายได้ ต้นทุน อาหารเหลือ ความเสียหาย ขอร้องเรียน และความคิดเห็นของลูกค้า จากนั้นประชุมสรุปบทเรียนเพื่อปรับปรุงงานครั้งต่อไป

ตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่

- ความพึงพอใจของลูกค้า
- กำไรต่องาน
- ต้นทุนอาหารต่อคน
- ปริมาณอาหารเหลือ
- จำนวนขอร้องเรียน
- ความตรงต่อเวลา
- อัตราการกลับมาใช้บริการซ้ำ





คุณสมบัติของผู้ทำธุรกิจ Catering

ผู้ประกอบการจัดเลี้ยงควรมีทั้งความรู้ด้านอาหาร ทักษะการบริการ และความสามารถในการบริหารจัดการ เนื่องจากต้องรับผิดชอบงานหลายด้านพร้อมกัน คุณสมบัติสำคัญมีดังนี้

1. มีความรู้ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เข้าใจวัตถุดิบ การประกอบอาหาร การออกแบบเมนู การจัดงาน และการจับคู่อาหารกับเครื่องดื่ม เพื่อให้สามารถตรวจสอบและรักษาคุณภาพได้
2. มีความรู้ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย รู้วิธีเลือกซื้อ เก็บรักษา ปรุงรสนำส่ง และเสิร์ฟอาหารอย่างปลอดภัย รวมถึงป้องกันการปนเปื้อนและจัดการอาหารสำหรับผู้แพ้อาหาร
3. มีใจรักงานบริการ มีความสุภาพ เอาใจใส่ กระตือรือร้น และพร้อมช่วยเหลือลูกค้า เพราะความประทับใจไม่ได้เกิดจากอาหารเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการดูแลตลอดทั้งงาน



คุณสมบัติของผู้ทำธุรกิจ Catering

4. มีทักษะการวางแผน สามารถกำหนดขั้นตอน เวลา จำนวน อาหาร บุคลากร อุปกรณ์ และการขนส่งให้สัมพันธ์กัน เพื่อให้งานเสร็จตามกำหนด
5. มีความละเอียดรอบคอบ ตรวจสอบข้อมูลสำคัญ เช่น จำนวนแขก เมนู สถานที่ เวลา อุปกรณ์ และข้อจำกัดด้านอาหาร ความผิดพลาดเพียงเล็กน้อยอาจกระทบต่อแขกจำนวนมากได้
6. มีความคิดสร้างสรรค์สามารถออกแบบเมนู การจัดวางอาหาร รูปแบบโต๊ะ และบรรยากาศให้สอดคล้องกับธีมหรือเอกลักษณ์ของงาน
7. มีทักษะการสื่อสารและเจรจา สื่อสารความต้องการกับลูกค้า พนักงาน ผู้ขายวัตถุดิบ และผู้จัดงานได้ชัดเจน รวมถึงเจรจา ราคาและจัดการข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม



คุณสมบัติของผู้ทำธุรกิจ Catering

8. มีภาวะผู้นำและทำงานเป็นทีมได้ สามารถมอบหมายงาน ควบคุมทีม สร้างแรงจูงใจ และประสานการทำงานระหว่างครัว ฝ่ายบริการ ฝ่ายขนส่ง และฝ่ายตกแต่ง
9. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ควรตัดสินใจได้รวดเร็วเมื่อเกิดเหตุการณ์ เช่น อาหารไม่เพียงพอ รถติด อุปกรณ์เสียหาย พนักงานขาดงาน หรือสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง
10. มีความอดทนและรับแรงกดดันได้งานจัดเลี้ยงมีข้อจำกัดด้านเวลาและอาจต้องทำงานเป็นเวลานาน รวมถึงวันหยุดหรือช่วงกลางคืน ผู้ประกอบการจึงควรควบคุมอารมณ์และทำงานภายใต้ความกดดันได้

การจัดเลี้ยง (Catering)

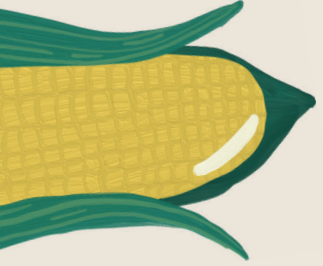
ข้อควรระวังสำหรับผู้ให้บริการ Catering

- เข้าใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงของกระแส เนื่องจากการจัดเลี้ยงนั้นเป็นเรื่องของสมัยนิยม ทำให้รูปแบบการจัดเลี้ยงนั้นเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ให้บริการต้องเข้าถึงกระแสที่กำลังมาให้รวดเร็ว รวมถึงมีทางถอยเมื่อกระแสนั้นซาลง
-
- ต้องมีความชัดเจนในข้อตกลง ธุรกิจ Catering นั้นคือการทำงานบนพื้นฐานความต้องการของลูกค้า ซึ่งในระยะเวลาที่เตรียมงานหลังจากได้ตกลงกันแล้วนั้น ลูกค้าอาจจะอยากเปลี่ยนแปลงรายละเอียดในการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการต้องมีความชัดเจนกับลูกค้าว่าสามารถเปลี่ยนแปลงอะไรได้บ้าง ต้องแจ้งล่วงหน้าก่อน อาจจะใช้เป็นเอกสารสัญญาก็ได้ เพราะทุกการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลต่อการจัดเตรียมวัตถุดิบ และสิ่งของต่างๆ สำหรับการทำงาน

การจัดเลี้ยง (Catering)

ข้อควรระวังสำหรับผู้ให้บริการ Catering

- ต้องมีความรับผิดชอบ สิ่งสำคัญที่สุดของการให้บริการ Catering คือความรับผิดชอบ ซึ่งเมื่อได้ตกลงกับลูกค้าแล้วผู้ให้บริการจำเป็นต้องทำตามข้อตกลงอย่างเคร่งครัดในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา คุณภาพอาหาร คุณภาพการให้บริการ การดูแลทำความสะอาด การรับผิดชอบต่อความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งถ้าผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ และใส่ใจในงานที่ได้รับ เชื่อได้ว่าลูกค้าจะเกิดความประทับใจอย่างแน่นอน



Thank You!

