

# ทางเลือกใหม่ สำหรับคอ “สุกี้”

กลิ่นหอมของน้ำซุปรกั๊วเข้มข้นมาพร้อมกับไอน้ำ  
กับที่ก่เปิดพห้หม้อ ภายในหม้อคือน้ำซุปรกั๊วกำลังเดือด  
พ่นฟองปุดๆ ถือเป็นสัญญาณเริ่มต้นของ  
การรับประทานสุกี้ยากั๊วที่คอ “สุกี้” คู่เบญจอย่างดี

ด้วยสภาพเมืองที่แออัด การจราจร  
หนาแน่นขึ้นในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ทำให้  
คอ “สุกี้” พันธุ์แท้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร  
อาจมีความรู้สึกว่าคุณนั่งบังคับกล้วยๆ เมื่อถึง  
เวลาที่ยอยากรับประทานสุกี้หม้อโปรด เพราะ  
เขาหรือเธอเหล่านั้นจำเป็นต้องเข้าไปใช้บริการ  
ร้านสุกี้ที่อยู่ภายในศูนย์การค้า ซึ่งแม้ว่าจะมี  
สถานที่ให้จอดรถได้อย่างสะดวกสบาย แต่ก็  
มีแบรนด์สุกี้ให้เลือกเพียง 1-2 แบรนด์เท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตคนเมือง  
ส่งผลให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคสุกี้ก็จำเป็นต้อง  
ต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยอย่างช่วยไม่ได้!!!

แม้ว่าแบรนด์สุกี้ดั้งเดิมอย่างโคคา  
หรือแคนตันที่ไม่นิยมขยายสาขาเพื่อเพิ่มจุด  
ขาย ยังมีลูกค้าประจำเข้าไปใช้บริการแน่น  
ร้านที่สยามสแควร์อยู่ทุกวัน แต่เนื่องจากจุด  
ขายของร้านที่มีอยู่เพียงไม่กี่แห่ง ทำให้โอกาส  
ของคนอีกหลายคนที่ต้องการรับประทานสุกี้  
คุณภาพ ชนิดที่เรียกว่าเนื้อเป็นเนื้อมันน้อยลง  
ไปด้วยโดยปริยาย

ธุรกิจร้านสุกี้ยากั๊วคุณภาพจึงยังคงมี  
ช่องว่างที่เปิดให้คนที่เป็นคอสุกี้ตัวจริง  
กระโดดเข้ามาจับ

ด้วยความที่มีชื่อเสียงในด้านรสชาติ  
ของอาหารไทยมาช้านาน จนชื่อของแบรนด์  
ติดตลาด ทำให้ร้านอาหาร “บัว” ให้ความ  
สนใจจะเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ให้กับคอสุกี้  
เหล่านี้

จิรัชดาพร พึ่งสุนทร  
ผู้ที่เข้ามาเป็นหุ้นส่วนเปิดสาขา  
ร้านค็อคี้ สุกี้ สาขา 3 ในซอยสุขุมวิท 35





สมปราชรณนา กฤษณคุปต์  
กับมาเจียม ประดิษฐ์สุวรรณ  
อีก 1 ในผู้ร่วมก่อตั้งร้านอาหารบัว

ร้าน "ดัดกั สุกี้" ที่การันตีโดย "บัว"  
เป็นแบรนด์ที่เปิดตัวขึ้นมาเพื่อสอดแทรกเข้า  
ไปในช่องว่างดังกล่าว

จุดเด่นที่นำมาใช้เป็นจุดขายของดัดกั  
สุกี้ คือจุดเด่นที่ร้านบัวประสบความสำเร็จ  
มาแล้ว นั่นคือคุณภาพและรสชาติของอาหาร  
ไม่ได้เน้นที่สาขา

เป็นสาเหตุให้ในช่วง 6 ปี ตั้งแต่เริ่ม  
เข้ามาจับธุรกิจนี้เมื่อปี 2545 ร้านดัดกั สุกี้  
จึงมีสาขาเพียง 3 แห่งเท่านั้น

โดยสาขาล่าสุดที่อยู่ในซอยสุขุมวิท 39  
เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อกกลางปีที่ผ่านมานี้เอง

"การจะเปิดสาขาแต่ละแห่ง เราต้อง  
ดูให้แน่ใจก่อนว่าเรามีความพร้อมแล้วจริงๆ  
ไม่ใช่เมื่อขยายออกไปแล้ว คุณภาพอาหาร  
ของเรากลับลดลง" สมปราชรณนา กฤษณคุปต์  
ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจร้านอาหารบัว ให้  
เหตุผลกับ "ผู้จัดการ"

สมปราชรณนามีศักดิ์เป็นหลานของ  
อัญญาดี โอสถานุนเคราะห์ ภรรยาของเสรี โอสถา  
นุนเคราะห์ ผู้ก่อตั้งร้านอาหารบัว เมื่อหลาย  
ปีก่อน

ร้านดัดกั สุกี้ สาขา 3  
ในซอยสุขุมวิท 39  
ตั้งอยู่เคียงกับโรงพยาบาลพร้อมมิตร

จุดกำเนิดของร้านบัวเกิดจากความเป็นคนชอบทำและรับประทานอาหารของอัญญาดี  
ที่เมื่อทราบว่ามีใครทำอะไรอร่อยก็มักจะเสาะแสวงหาไปรับประทาน จนได้สูตรหรือเคล็ดลับ  
และสามารถสร้างเครือข่ายพ่อครัวมีฝีมือขึ้นมาได้จำนวนหนึ่ง จึงคิดเริ่มต้นทำเป็นธุรกิจ

และด้วยความที่มีฐานะอยู่แล้ว การเข้ามาทำธุรกิจร้านอาหารของอัญญาดีจึงไม่ได้เน้นที่  
กำไรเป็นหลัก แต่เน้นที่คุณภาพของอาหาร ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบ เครื่องปรุง การสร้างสรรค์  
เมนู ตลอดจนบรรยากาศของร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้รับประทานอาหารที่มีรสชาติอร่อยจริงๆ

ร้านดัดกั สุกี้ก็ยึดแนวทางนี้เช่นกัน ด้วยความที่อัญญาดีมีสูตรน้ำจิ้มเป็นของตนเอง จึงมัก  
ชักชวนญาติมิตร เพื่อนสนิทมาทำสุกี้กินกันที่บ้านเป็นประจำ เมื่อคนที่มากินเริ่มติดใจในรสชาติ  
ก็เริ่มเชียร์ให้เปิดร้าน

ปี 2545 ดัดกั สุกี้ สาขาแรกจึงเกิดขึ้นบนพื้นที่ข้างๆ ร้านอาหารบัว ศรีนครินทร์ ก่อน  
จะขยายมาเปิดสาขาที่ 2 ที่พรีเมียร์ พระราม 9 ในอีก 2 ปีต่อมา





บรรยากาศภายในร้านดังที่สุด (บนซ้าย)  
ในสาขาใหม่ ที่ซอยสุขุมวิท 39 (บนขวา-ขวา)  
ในร้านดั้งเดิม ซึ่งอยู่บริเวณเดียวกับร้านบัว ศรีนครินทร์

ย้อนกลับไปถึงเรื่องราวของร้านอาหารบัว สำหรับลูกค้าขาประจำที่ติดใจในรสชาติอาหารไทยของร้านอาหารแบรนด์นี้ อาจรู้สึกว่าเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นในระยะหลังๆ โดยเฉพาะกับร้านอาหารบัว สาขาเกษตร

สาเหตุเนื่องจากในกลุ่มของผู้ก่อตั้งร้านอาหารบัว นอกจากอัญชลีที่อยู่ในสายไอศถาณูเคราะห์แล้วยังมีอีกสายหนึ่ง คือสายกรรมสุด นำโดยมานะ กรรมสุด น้องชายของ นพ.ชัยยุทธ กรรมสุด มานะเป็นเพื่อนสนิทของเสรี ไอศถาณูเคราะห์ ที่เคยร่วมกันก่อตั้งบริษัทเนาวรัตน์พัฒนาการขึ้นมาด้วยกัน

ระยะหลังเมื่อเจเนอเรชันที่ 2 ของสายกรรมสุดเริ่มเข้ามา มีบทบาทในธุรกิจ มองเห็นช่องทางการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารว่าน่าจะเน้นไปทางอาหารยุโรป โดยเฉพาะอาหารอิตาเลียน จึงปรับปรุงร้านบัว สาขาเกษตรเสียใหม่แล้วเปลี่ยนมาใช้ชื่อ "โพลา โพลา" แต่ยังคงป้ายชื่อ "บัว" เอาไว้อยู่ข้างๆ



ตัวอย่างต้มยำและเปิดย่างที่มีให้บริการ รวมถึงไวน์รสชาติต่างๆ (ซ้าย) ที่มีเสิร์ฟในร้านอาหารบัว



สำหรับสาขาล่าสุดของร้านดัดดี้ สุกี้ ในซอยสุขุมวิท 39 ถือเป็นการนำรูปแบบใหม่เข้ามาใช้ โดยเป็นการร่วมทุนกับพันธมิตรที่มองเห็นทิศทางธุรกิจที่ตรงกัน

จุดเด่นของสาขานี้คือการเดินทางที่สะดวก สามารถรองรับคนที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในย่านสุขุมวิท ตั้งแต่แยกอโศก นานา ไปจนถึงทองหล่อ ประกอบด้วยสถานที่ตั้งที่มีที่จอดรถเพียงพอ เพราะอยู่ชั้นล่างของคอนโดมิเนียม เยื้องๆ กับโรงพยาบาลพร้อมมิตร

การนำรูปแบบร่วมทุนเข้ามาใช้ ถือเป็นการเริ่มต้นทดลองระบบ โดยศึกษาจุดเด่นจุดด้อยรวมทั้งขั้นตอนการจัดส่งวัตถุดิบจากร้านหลักที่ศรีนครินทร์มายังร้านสาขาที่จะต้องไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพของอาหาร

ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการขยายสาขาดัดดี้ สุกี้ ที่อาจนำรูปแบบของการขายแฟรนไชส์เข้ามาใช้ในอนาคต ◦

ขณะที่ "บัว" ในสายไอศกรณูเคราท์ ยังคงเน้นอาหารไทย แต่การขยายธุรกิจร้านอาหารไทยมีความยุ่งยากมากกว่า ดังนั้นเมื่อร้านดัดดี้ สุกี้ ทั้ง 2 สาขาประสบความสำเร็จ จึงมองว่าการขยายตัวของร้านอาหาร น่าจะไปในทางร้านสุกี้ยากี้มากกว่า

"การจะเปิดร้านอาหารไทยที่มีเมนูให้เลือกถึงร้อยกว่ารายการ ไม่ใช่เรื่องง่าย ประกอบกับพฤติกรรมมารับประทานอาหารของคนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป คนส่วนใหญ่เริ่มมองไปที่อาหารเพื่อสุขภาพ ร้านสุกี้จึงเข้ากับเทรนด์นี้ เราจึงคิดว่า จะขยายไปในแนวทางนี้จะดีกว่า" สมปราวณานอก



ดัดดี้ สุกี้ ซึ่งกำลังกลายเป็นซัพแบรนด์อันใหม่ของการขยายตัวของร้านอาหารบัวในการขยายสาขา