

My Dear Cafe'

สวยสไตล์ยุโรปวินเทจ
ตอบใจท่อนักชิมยุคใหม่

กอบบรรณารักษ์



ต้องบอกก่อนว่า “วิวัฒน์ พานิตวงษ์” กรรมการผู้จัดการ บริษัท วิ.เอนเทอร์เทน เติบโตกับครอบครัวนักธุรกิจ ทั้งใน ส่วนของธุรกิจสนามกอล์ฟ The Pine Golf & Lodge และ ธุรกิจร้านอาหาร ทั้งอาหารไทย ภายใต้ชื่อร้านบ้านคุณแม่ และ อาหารอิสลาม ภายใต้ชื่อฮอนอีแหม่

ในขณะที่เขื่อนั้น เรียนจบมาทางด้านบริหารธุรกิจ ที่มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ และทำงานประจำในธนาคารมานานกว่า 10 ปี ก่อนจะตัดสินใจลาออกจากงานประจำ เพื่อมาบุกเบิกธุรกิจแรกของตัวเอง แต่ก็ยังทำภายใต้กลุ่มบริษัท วิ.เอนเทอร์เทน ซึ่งเป็นธุรกิจของครอบครัว ถึงจะทำงานประจำในสายงานธนาคารมานานกว่า 10 ปี แต่วิวัฒน์ อาศัยความได้เปรียบจากประสบการณ์ตรงที่คลุกคลีกับธุรกิจร้านอาหาร ของที่บ้านมานาน

บวกกับความชอบส่วนตัวที่ชอบทำอาหารและขนมมาตั้งแต่เด็ก อีกทั้งโลโก้สไตล์ของครอบครัว ที่ชอบแสงเงาของอร่อยมากินกันเป็นประจำ ทำให้มองเห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจร้านอาหารขึ้นมาอีกหนึ่งแบรนด์ ที่มีเอกลักษณ์ และความแตกต่าง จิกไปจากร้านอาหารทั้ง 2 ร้านที่มีอยู่ “ธุรกิจร้านอาหารแห่งแรกที่ครอบครัวทำ คือ ร้านอาหารบ้านคุณแม่ ที่เปิดขายมานานกว่า 16 ปี ที่สยามสแควร์ ซอย 8 รูปแบบของเมนูอาหาร จะเป็นอาหารไทยโบราณ จะกะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวเป็นหลัก ที่ผ่านมาได้รับผลตอบรับที่ดีมาโดยตลอด

แต่เมื่อมองถึงโอกาสในการขยายสาขา เพื่อสร้างความเติบโตให้กับ บริษัท ก็พบว่าเป็นเรื่องยาก เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นชาวต่างชาติ ตรงนี้เป็นความยากในเรื่องของทำเลที่ตั้งร้าน หากไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็คงขายได้ยาก ก็เริ่มมองหา รูปแบบของร้านอาหารที่ขยายสาขาได้ง่าย กว่านี้

อย่างร้านฮอนอีแหม่ ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ 2 เปิดขายอยู่ที่สยามสแควร์ ซอย 8 เช่นเดียวกัน ด้วยรูปแบบของอาหาร ที่เป็นอาหารอิสลาม ก็จะถูกปากคนไทย แต่ถ้ามองถึงเรื่องการขยายสาขา ก็คิดว่ายาก เนื่องจากร้านอาหารสไตล์อิสลามมีอยู่เยอะมาก ทั้งในร้านข้างทางจนถึงร้านหรูขึ้นห้าง การขยายสาขาอาจจะทำได้ยาก

สุดท้าย เลยมาลงตัวที่การสร้างร้านอาหารแบรนด์ที่ 3 ขึ้นมา ใช้ชื่อแบรนด์ว่า My Dear Cafe ที่เลือกใช้ชื่อนี้ เพราะต้องการสื่อว่าทำร้านอาหารที่มาจากความรัก ความเอาใจใส่ รูปแบบอาหารจะเป็นยุโรป และไทยพิวชั่น อาหารที่ขายในร้านทุกจานกว่า 70 เมนู คาว - หวาน ต้องชิมเองทุกจานจนอร่อย ถ้าไม่อร่อยจริงจะไม่เอามาขายให้ลูกค้า”

เรื่องความชอบ และความชอบอยู่ในแวดวงอาหาร วิวัฒน์ มั่นใจว่า ตนเองก็มีอยู่ไม่แพ้ใคร ถึงจะเป็นสาวเบงกัมมานานกว่า 10 ปี แต่ ทุกวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ เธอจะมาเรียนรู้งานที่ร้านอาหารทั้ง 2 แบรนด์ ของครอบครัวอยู่เสมอ ทั้งยังศึกษาข้อมูลในแวดวงอาหารทั้งจากสื่อในไทย และต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ

แต่เมื่อตั้งใจจะลาออกจากงานประจำ เพื่อมาสร้างธุรกิจเองอย่าง



เต็มตัว เธอก็เลือกที่จะเติมองค์ความรู้ทางด้านอาหารให้แน่นขึ้นอีก ด้วยการไปศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการทำอาหารฝรั่งที่ Le Cordon Bleu เพื่อเพิ่มความหลากหลายในรสชาติอาหาร

สำหรับที่ตั้งของร้าน My Dear Cafe จะอยู่ที่ชั้น 5 โซน Winter ของศูนย์การค้าเปิดใหม่ Siam Square One ในใจกลางสยามสแควร์ เน้นการเดินทางที่สะดวก เพราะอยู่ติดกับ BTS สยามสแควร์

กลุ่มเป้าหมายหลักของร้าน มองว่าเป็นลูกค้าอายุ 20 - 30 ปี เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่น กลุ่มนักศึกษา รวมถึงคนทำงานที่มีงบกลางวันที่สังสรรค์กลางเมือง เดินทางไปมาได้สะดวก

“จุดแข็งอย่างแรกของร้านเรา อยู่ที่การผสมผสานระหว่างอาหารไทยดั้งเดิม ซึ่งเป็นจุดแข็งของร้านบ้านคุณแม่ และอาหารยุโรปสไตล์ใหม่ๆ ออกมาเป็นเมนูที่ไม่เหมือนใคร เช่น แกงเผ็ดเปิดย่างกับขนมปังปิ้ง หรือปลาเก็ดตีลมายเดียร์ ซึ่งเป็นการผสมผสานกันอย่างลงตัว ระหว่างสถาปัตยกรรมเก่าโบราณของอาคาร กับฟริกเผาของไทย

ทำให้เมนูกลายเป็นซิกเนเจอร์ของร้าน My Dear Cafe” ไปแล้ว ทุกคนที่มาจะต้องสั่งเมนูนี้มาชิมกันทุกคน สนนราคาของอาหารก็จะไม่แพงมาก เป็นราคากลางๆ อยู่ที่ 100 - 300 บาท ทั้งอาหารคาวและหวาน สามารถซื้อทานได้ทั้งน้องๆ นักศึกษา และคนในวัยทำงาน”

นอกจากเรื่องเมนูอาหาร ที่วิวัฒน์รังสรรค์ขึ้นเองด้วยความตั้งใจแล้ว อีกเรื่องที่เขาให้ความสำคัญไม่แพ้กัน คือ การตกแต่งร้าน ที่ต้องสวย ต้องสะอาดตามพothที่จะดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการภายในร้าน และอยากที่จะบอกต่อ

“ด้วยความที่เรายุ่งกับธุรกิจร้านอาหารมาตั้งแต่เด็ก อย่างหนึ่งที่เราเห็นก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของคนในยุคนี้มันเปลี่ยนไป จากที่แต่ก่อนลูกค้ามองหาแค่อาหารที่อร่อย สะอาด คุ้มค่างกับราคา แต่สมัยนี้ร้านอาหารมันต้องมีอะไรที่มากกว่านั้น

นอกจากความอร่อย และความสะอาดแล้ว ลูกค้ายังอยากได้ความสวยทั้งของตัวอาหาร และการตกแต่งร้าน ตรงนี้เป็นอิทธิพลของ Social Media ซึ่งกลายเป็นเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมมากในไทย โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นที่เวลาไปไหน ทำอะไร ก็จะต้องถ่ายรูปอัพลง Social Media



เราเข้าใจในพฤติกรรมครั้งนี้ จึงดีไซน์หน้าตาอาหารให้ออกมาดูน่ารับประทาน ไม่ใช่แค่เรื่องรสชาติที่ต้องอร่อย แต่หน้าตาของทุกเมนูอาหารยังต้องดูดีอีกด้วย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าอยากถ่ายรูปแล้วแชร์ลง Social Media เป็นการโปรโมทร้านไปในตัว เพราะสมัยนี้สามารถเช็คอินได้ ว่าตอนนี้กำลังอยู่ที่ไหน ชื่อร้านอาหารของเรา ก็จะมีคนรู้จักได้เร็วขึ้น”

นอกจากนี้ การตกแต่งร้านก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะเป็นด่านแรกที่สะดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาที่ร้าน

วิวัฒน์จึงยอมทุ่มงบประมาณลงทุนในส่วนนี้ไปกว่า 10 ล้านบาท ในการเนรมิตร้าน My Dear Cafe' ให้กลายเป็นร้านอาหารสุดชิค ที่ทั้งสวย ทั้งหวาน มองไปมุมไหนก็เหมาะกับการถ่ายรูปเก๋ร่วมกับแก๊งค์เพื่อน ๆ

“สไตล์การตกแต่งร้านมาจากความชอบส่วนตัว คือ ชอบโทนสีพาสเทลหวาน ๆ เลยเลือกที่จะแต่งร้านออกแนวยุโรปวินเทจ ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากร้าน French Cafe' ส่วนกระถางต้นไม้ที่นำมาตกแต่งร้านด้านนอก ก็ได้ไอเดียมาจาก Sidewalk Cafe' ในฝรั่งเศสเช่นเดียวกัน ที่เขามักจะประดับดอกไม้ไว้ริมถนน

ส่วนภายในร้านจะแบ่งออกเป็น 4 โซน ได้แก่ โซนโซฟานั่งชิล โซนโต๊ะเก้าอี้ สำหรับมาเฮาส์ลิ่งสรรคกลุ่มใหญ่ โซนไพรเวท룸 สำหรับจัดปาร์ตี้เล็กๆ ได้ และโซนเอทเตอร์ ที่ตกแต่งด้วยกระถางดอกไม้ ให้ความรู้สึกเหมือนนั่งเล่นอยู่ในสวน สามารถรองรับลูกค้าได้ทั้งหมด 100 คน บนพื้นที่ของร้านกว่า 200 ตารางเมตร”

My Dear Cafe' เปิดให้บริการไปเมื่อวันที่ 27 กรกฎาคมที่ผ่านมา ต้องบอกว่าผลตอบรับเริ่มดีขึ้นเรื่อยๆ สำหรับ แปรนด์น้องใหม่ ซึ่งมีเป้าหมายในการขยายสาขาต่อไปในอนาคตตามโซนต่างๆ แต่ยังคงเน้นโอเคชั่นที่สามารถเดินทางเข้ามาได้สะดวก และเป็นศูนย์รวมของกลุ่มเด็กวัยรุ่น และวัยทำงานตอนต้น

แต่หลังจากลงมือดูแลธุรกิจร้านอาหาร My Dear Cafe' ด้วยตัวเองอย่างเต็มตัว ได้พูดคุยกับกลุ่มลูกค้าอย่างใกล้ชิด ก็ทำให้วิวัฒน์ คลิใจไอเดียในการแตกไลน์ธุรกิจออกไปได้อีก

“เป้าหมายต่อไปของเรา คือ การทำอาหารลดความอ้วน แล้วบริการจัดส่ง เรียกว่าเป็นอาหาร Diet แบบ Delivery ขณะนี้กำลังอยู่ในช่วงของการคิดเมนูอาหารต่างๆ

น่าจะเป็นการทำตลาดภายใต้แบรนด์ใหม่ ที่สื่อถึงความ เป็นอาหารสำหรับลดความอ้วนไปเลย ตอนนี้อยู่กำลังเร่งมืออยู่ คาดว่าจะเสร็จภายในสิ้นปีนี้ หรืออย่างช้าก็เป็นต้นปีหน้า

สาเหตุที่เราอยากโฟกัสไปที่อาหารกลุ่มนี้ เพราะมอง ว่าที่ผ่านมายังไม่มีใครเป็นเจ้าของตลาดอย่างแท้จริง แปรนด์ที่ เคยทำแล้วล้มหายตายจากไปก็มีเยอะ ในขณะที่ร้านอาหาร ประเภทอื่นๆ มีคู่แข่งที่เยอะกว่ากันมาก ส่วนมากก็มีเจ้าตลาด อยู่แล้วทุกประเภท

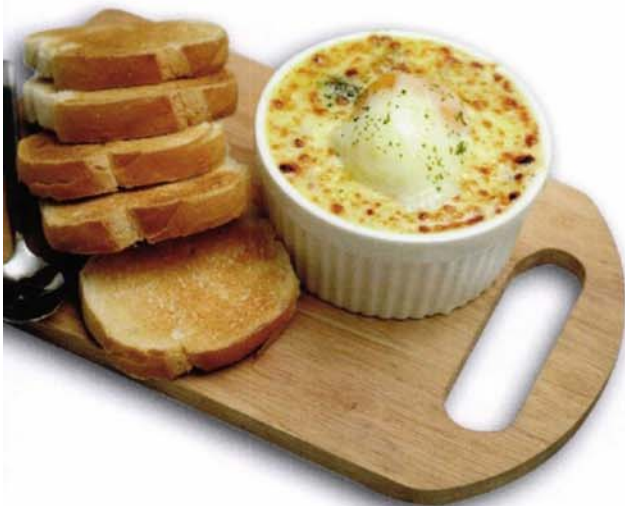
เท่าที่สำรวจตลาดดู คนที่ทำธุรกิจในประเทศ Diet แบบ Delivery ยังมีอยู่น้อย และส่วนมากไม่ได้อยู่ในธุรกิจร้านอาหารมาก่อน ต่างจากเราที่มีความชำนาญและมีความพร้อม มาก ทั้งในส่วนของการไม่เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ วัตถุดิบ และองค์ความรู้ที่เรามีอยู่

โดยส่วนตัวแล้ว เราเป็นคนชอบศึกษาข้อมูลเรื่องอาหาร อยู่แล้ว โดยเฉพาะอาหารสำหรับลดความอ้วน ซึ่งพบว่า หลายคนยังเข้าใจผิดในเรื่องของอาหารลดความอ้วนอยู่ เท่าที่ เห็นทุกวันนี้ สิ่งที่เราเรียกว่าเป็นอาหาร Diet มันไม่ใช่อาหาร Diet อย่างแท้จริง

เพราะคนไทยยังเข้าใจผิดอยู่เลยว่า การลดความอ้วน ต้องเลือกกินอาหารโดยการคำนวณจำนวนแคลอรี ว่าต่อวัน ต้องกินไม่เกินกี่แคลอรีน้ำหนักถึงจะลด ซึ่งมันเป็นทฤษฎีที่ เก่าไปแล้ว



ENTREPRENEUR



นอกจากความอร่อย และความสะอาดแล้ว
ลูกค้ายังอยากได้ความสวยงามของ
ตัวอาหาร และการตกแต่งร้าน

ปัจจุบันนี้ ทฤษฎีใหม่ๆ เราจะให้ดูว่า อาหารแต่ละชนิดให้ระดับน้ำตาลในเลือดเท่าไรแทน ถ้าอาหารชนิดไหนทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดสูงขึ้นเร็ว ก็จะส่งผลให้เราอ้วนง่าย

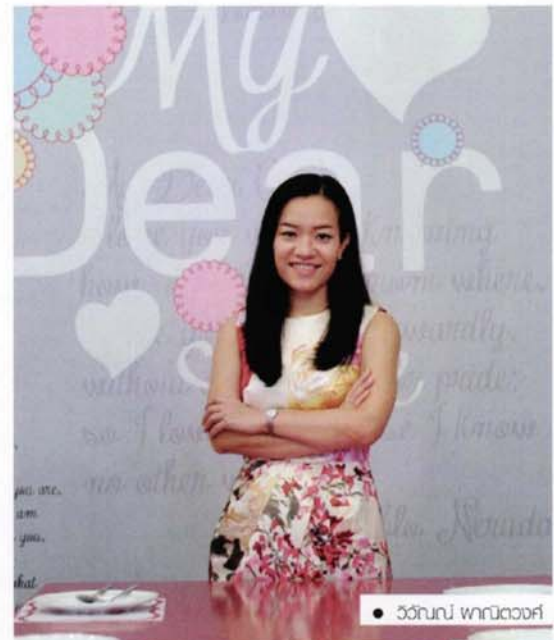
แต่ที่เราเห็นกันในท้องตลาด อาหาร Diet ของหลายๆ แบรินด์ ยังให้กินแบ่งอยู่เลย แต่อาจจะให้กินในปริมาณที่น้อย เพราะมุ่งแต่คำนวณเรื่องแคลอรีเพียงอย่างเดียว คนเราทนไม่ได้หรอก ส่วนใหญ่กินไปไม่ไม่นานก็ตบะแตก มันไม่ยั่งยืน

ทำให้เรามองเห็นโอกาสที่จะแตกแบรินด์ใหม่ออกมาได้

หากสร้างความรับรู้ ให้ข้อมูลถูกต้องและทันสมัยแก่ผู้บริโภค ก็น่าจะสามารถจับกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่เป็นคนรุ่นใหม่ รักสุขภาพ และหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารการกินเป็นหลักได้ไม่ยาก"

วิวัฒน์ มองว่า ตลาดของอาหาร Diet แบบ Delivery มีผู้ประกอบการกลุ่มหนึ่งบุกเบิกตลาดมาแล้วก่อนหน้านี้ แต่ยังไม่มีความแข็งแรงพอที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาด กลายเป็นช่องว่างทางการตลาดที่น่าจะสามารถแทรกตัวเข้าไปได้

ในขณะที่ My Dear Cafe' ที่เปิดตัวมาก่อน ก็เป็นคอนเซ็ปต์ร้านอาหารอีกแบบหนึ่งที่มีความชัดเจน น่าจะเจาะกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ได้ไม่ยากเช่นเดียวกัน"



• วิวัฒน์ พานิชวงษ์

โทรสนับจิบคู่ธุรกิจกับ My Dear cafe' ติดต่อได้ที่ 0 2115 1342
หรือเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.facebook.com/mydearcafe