

Date : July 9, 2012

Media Title : Best Seller Magazine

Page : No.36-37



ซูชิสามล้อเคลื่อนที่ 'Dr.Sushi' เขาวา...อร่อยกว่าซูชิ



เดี๋ยวนี้ร้านขายซูชิเกิดขึ้นมากมาย กลายเป็นของทานเล่นสไตล์ญี่ปุ่นที่หาซื้อได้ง่ายขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก แต่เรื่องรสชาติและวัตถุดิบที่ใช้กัน ถือว่าคนละเรื่องกับต้นตำรับญี่ปุ่นเสียเป็นส่วนใหญ่ และโดยมากก็ซื้อใส่กล่องกลับไปทานที่บ้านกัน

ด้วยความที่เป็นคนช่างคิดค้นพัฒนา บวกกับชอบทานซูชิเป็นทุนเดิม จึงทำให้ **ดร.วิโรจน์ กุศลมโนมัย** ประธานกรรมการบริหาร กุศลมัย กรุ๊ป และกรรมการบริหารชมรมเซฟญี่ปุ่นแห่งประเทศไทย ที่คว่ำหวอดอยู่ในวงการธุรกิจอาหารมายาวนานร่วม 25 ปี เกิดปิ๊งไอเดียว่า ถ้าหากทำซูชิที่มีคุณภาพดีด้วยวัตถุดิบจากญี่ปุ่น 100% สด ใหม่ อร่อย และสามารถเคลื่อนย้ายร้านซูชิไปบริการลูกค้าได้ถึงที่ พร้อมทั้งมีที่นั่งชิลล์ๆ ทานได้ตรงนั้นเลยก็น่าจะสร้างความสะดวก และเพิ่มความสุขให้แก่ผู้ทานได้ไม่น้อย

อาหารญี่ปุ่นที่สดใหม่อร่อยด้วยคุณภาพ อย่าง **'Dr.Sushi'** (ดอกเตอร์ซูชิ) แพรนไชส์ซูชิรถสามล้อเคลื่อนที่ ที่สร้างจุดดึงดูดตั้งแต่รูปแบบที่เคลื่อนย้ายร้านซูชิได้ทั้งร้าน จึงถือกำเนิดขึ้นเมื่อ 3 ปีที่แล้ว

ต่อยอดเส้นทางธุรกิจอาหาร

กับปริญญาด้านการตลาดจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ บวกเพิ่มด้วยประสบการณ์การศึกษาเพิ่มเติมและการทำงานด้านการส่งออกกว่า 2 ปี เป็นจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจด้านอาหารของ ดร.วิโรจน์

"ปี พ.ศ. 2526 ตอนนั้นผมอายุ 24 ปี เริ่มทำงานด้านการส่งออก

ทั้งอาหาร ผลไม้กระป๋อง ช่วงนั้นทำแล้วรุ่งมาก เพราะมีนโยบายลดค่าเงินบาทพอดี เราจึงได้รับอานิสงส์ แต่พอทำไปสักระยะก็โดนโกง อีกทั้งผู้ประกอบการด้านนี้เริ่มมีมากขึ้น แล้วผมก็มีนิทานเรื่องคนชุดทองเป็นเหมือนนิทานประจำใจ คือมีคนไปชุดทองที่อเมริกาเป็นพันคน ถ้าผมเป็นคนชุดทองอีกคนหนึ่ง โอกาสที่ผมจะเจอทองนี่ยาก แต่เป็นคนขยันน้ำให้คนชุดทองทุกคนดีกว่า คือไม่ทำโรงงานอาหาร แต่ทำอะไรที่เกี่ยวกับอาหาร ผมเริ่มทำจากตะเกียบ ไม้จิ้มฟัน ไม้เสียบ ไม้ค็อกเทลอะไรต่างๆ แล้วก็ขยับมาเป็นพลาสติก พวกเครื่องครัว วัตถุดิบของอาหารญี่ปุ่น"

เมื่อรู้ว่ามีทางแล้ว ดร.วิโรจน์ จึงเริ่มเพิ่มสินค้าไปเรื่อยๆ สิ่งสำคัญอีกอย่างคือหาพันธมิตรเพิ่ม ทำให้ก่อเกิดสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ ประกอบกับเห็นกระแสความนิยม "ญี่ปุ่น" ในบ้านเรา จึงเกิดไอเดียทำร้านอาหารญี่ปุ่นขึ้น โดยไปเรียนทำซูชิเองถึงญี่ปุ่น เพื่อให้ได้ความเป็นต้นตำรับ แล้วนำกลับมาสอนพ่อครัว และให้พ่อครัวรุ่นพี่คอยสอนรุ่นน้องต่อไป เพื่อให้เกิดความเคารพซึ่งกันและกัน โดยมีศูนย์กลางการสอนทำซูชิแก่ผู้มาสมัครแฟรนไชส์ที่ร้าน ดร.เทปัน ในซอยท่าข้าม 7 ย่านบางขุนเทียน

"Dr.Sushi" แพรนไชส์อาหารญี่ปุ่นสไตล์ใหม่

แล้วแฟรนไชส์อาหารญี่ปุ่น Dr.Sushi จึงถือกำเนิดขึ้น โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ "ความสดใหม่และความอร่อยจากวัตถุดิบที่นำเข้าจากญี่ปุ่น 100%" การันตีคุณภาพ "อร่อยกว่าซูชิ" ทั่วไป ที่ตลาดให้การยอมรับอย่างงดงามตลอด 3 ปีที่ผ่านมา

"ความแตกต่างของแฟรนไชส์ผมที่ว่าอร่อยกว่าซูชิอื่นๆ ก็คือ

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : July 9, 2012

Media Title : Best Seller Magazine

Page : No.36-37

จุดเด่น 1. ขายบนรถเคลื่อนที่ได้ 2. ขายเป็นเซต ไม่ขายเป็นชิ้น เราจะไม่
ทำแล้ววางทิ้งไว้ให้มันแข็ง แต่ทำสดๆ สั่งปั๊บทำเลย มีภาชนะและมีฝาปิดเพื่อ
ความสะอาด วัตถุดิบที่ใช้นำเข้าจากญี่ปุ่นทั้งหมด มีทั้งหมด 9 เมนู ราคา
ชุดหนึ่งเริ่มตั้งแต่ 80-120 บาท กลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มลูกค้าระดับกลาง
ขึ้นไป โดยการคำนวณต้นทุนสำหรับผู้ซื้อแฟรนไชส์นี้คิดรวมทุกอย่างต้นทุน
จะไม่เกิน 35 บาท ต่อ 1 ชุด 3. แฟรนไชส์เราไม่แพง 4. เราสอนให้จริง ๆ
ไม่มีการก๊อปปี้ ผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์มาเรียนทำซูชิแบบฝึกทำจริง ให้ลูกค้าทาน
จริงเลย” เจ้าของธุรกิจกล่าวถึงการคัดสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อลูกค้า

และเพราะหนึ่งในธุรกิจของกุศมัย กรุป คือการผลิตรถขนส่ง
ยี่ห้อ “ซูโมต้า” อยู่แล้ว ดังนั้น การนำรถมอเตอร์ไซด์ฮาเลย์มาปรับเป็น
รูปแบบรถสามล้อซูชิเคลื่อนที่ จึงเป็นการต่อยอดธุรกิจที่เรียกได้ว่า มี
ต้นทุนในการทำพร้อมอยู่แล้ว ผู้ซื้อแฟรนไชส์จึงหมดกังวลเรื่องการบริการ
หลังการขายได้เลย เพราะหากมีปัญหาใดสามารถติดต่อกุศมัย กรุปได้ตลอด

โดยในส่วนของการลงทุนแฟรนไชส์ ดร.วิโรจน์ แจกแจงว่า
“แฟรนไชส์มีหลายแบบ ถ้าเอาเซตแบบไม่รวมอุปกรณ์ ลงทุน 50,000
บาทก็ทำได้แล้ว แต่ถ้าเลือกเซตที่รวมอุปกรณ์และเคาน์เตอร์ แต่ไม่มีรถ
มอเตอร์ไซด์ก็ 180,000 บาท หากมีครบชุดทุกอย่างรวมทั้งมอเตอร์ไซด์
สามล้อเคลื่อนที่ด้วยก็ 250,000 บาท ทุกแบบผมให้คุณเรียนจนทำเป็น
แต่ต้องคุยกันในเรื่องละเอียดว่าจะทำเป็นลักษณะไหน โดยให้พ่อครัวที่
ผ่านการอบรมจากทางร้านมาเป็นอย่างดีคอยเป็นผู้สอน เหมือนรุ่นพี่สอน
รุ่นน้อง หากกลับไปแล้วยากทบทวน เรามีวีซีดีให้กลับไปดูทุกขั้นตอน
ซึ่งเราทำเหมือนรายการสอนทำอาหารอย่างละเอียด”

ดร.วิโรจน์ ขยายความเรื่องแฟรนไชส์ว่า Dr.Sushi จะช่วยทำ
การตลาดให้ โดยเรียกเก็บ 50,000 บาท/ปี เป็นค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์
แต่ถ้าในอนาคตอยากเปลี่ยนไปใช้ชื่ออื่น ต้องการรับเพียงวัตถุดิบจากที่นี่
ในส่วน 50,000 บาทที่เป็นค่ารายปีก็ไม่ต้องชำระ ในส่วนของวัตถุดิบ
ชุดหนึ่งตกประมาณ 35-40 บาท และระยะเวลาคืนทุนโดยปกติอยู่ที่
3 เดือน เร็วหรือช้าตามแต่พื้นที่ทำเล

“ถ้าจะให้แนะนำควรไปลงแถวหน้ามหาวิทยาลัย เพราะนักศึกษา
เป็นกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์ ยิ่งถ้าบริเวณนั้นเป็นหอพักยิ่งดี ขายได้ทั้ง
กลางวัน-กลางคืน ช่วยให้คืนทุนเร็วขึ้นไปอีก นอกจากนี้ ผู้ลงทุนจะต้อง
คำนวณว่า วันหนึ่งต้องขายให้ได้สัก 100 กล่อง อย่างแย่สุดก็ต้อง 50
กล่อง ถ้าขายได้ 100 กล่อง กล่องละ 80 บาท คุณก็ขายได้ 8,000 บาท
หักต้นทุนวัตถุดิบประมาณ 40% ของ 8,000 ก็ประมาณ 3,000 - 4,000
บาท คุณควรจะตั้งได้กำไรสักครึ่งหนึ่งอย่างต่ำ”



ทำธุรกิจต้องมี ‘จุดยืน’ และ ‘ใจรัก’

“ทำธุรกิจมันไม่ง่าย แต่มันก็ไม่ใช่ว่ายาก คือเราอย่าไปคาดหวัง
ผลก่อน ส่วนใหญ่คนไปคาดหวังว่าทำแล้วจะรวย ทำแล้วจะขยายสาขา
มันไม่ใช่อย่างนั้น มันต้องทำแล้วมีความสุข ทำด้วยความสุข ทำเต็ม
ที่เดียวผลมันออกมาเอง ทำธุรกิจต้องมีจุดยืน มีความซื่อสัตย์ แล้วก็ทำ
ไปเรื่อยๆ อย่าหยุด ถ้าทำแล้วไม่หยุด คุณไม่ต้องไปแข่งกับใคร ผมไม่
เคยศึกษาตลาด เอาจากประสบการณ์ จะลงทุนในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ
คนเขาไม่ทำ ผมทำ คนเขาทำ ผมก็ไม่ทำ คุณคิดถึงตัวเองก่อนว่า ปีที่
แล้วเราเป็นยังไง ปีนี้เราทำแล้วดีขึ้นไหม เราทำแล้วดีขึ้นทุกวันทุกเดือน
พอแล้ว” ดร.วิโรจน์ กล่าว

ก้าวต่อไปของอาหารแบรนด์ “ดอกเตอร์”

“แบรนด์ ดร.ซูชิ มีที่มาจากชื่อตำแหน่งของผมหือดอกเตอร์ เพราะ
ตอนคิดชื่อก็มีเพื่อน ๆ หลายคนช่วยออกความเห็น ว่า ก็เป็นดอกเตอร์
อยู่แล้ว ขายอาหารก็ใช้ชื่อดอกเตอร์เลย ส่วนภาพโลโก้ของ ดร.ซูชิ เป็น
ภาพอาจารย์ชาวญี่ปุ่นที่สอนผมทำซูชิ ตอนนี้มีอาหารในแบรนด์
ดอกเตอร์อยู่ทั้งหมด 3 ตัว คือ ดอกเตอร์ซูชิ (ซูชิตำรับญี่ปุ่น) ดอกเตอร์
เทปัน (เทปันยากิสไตล์ได้หวัน) และ ดอกเตอร์ยากินิกุ (เนื้อย่างสไตล์
เกาหลี) ซึ่งทั้ง 3 แบรนด์เปิดขายแฟรนไชส์ทั้งหมด ส่วนเป้าหมายต่อไป
คือ ผมอยากเห็นดอกเตอร์ซูชิในทุกจังหวัด ผมจะใช้กลยุทธ์คบใกล้เคียง
หมายความว่า อะไรที่มันอยู่ใกล้มือเกินเอื้อมเราก็จะไม่ไปทำเอง ให้
คนพื้นที่ไปทำ คนที่เขาซื้อแฟรนไชส์ไปจะได้กำไรจากการขายซูชิ 50:50
กรณีวัตถุดิบแพงขึ้น จะขอลดปริมาณได้ไหม ผมบอกไม่ได้ แต่ผมอนุญาต
ให้คุณขึ้นราคาเป็น 80 บาท คุณอย่าลดปริมาณ เพราะถ้าคุณลดปริมาณ
เท่ากับคุณกำลังฆ่าตัวเอง คุณกำลังวิ่งไปหาซูชิอันละ 5 บาท อยากเห็น
อาหารญี่ปุ่นกระจายออกไปเยอะๆ ให้คนไทยได้ทานอาหารอร่อยและมี
คุณภาพ” ดร.วิโรจน์ ทิ้งท้ายด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกล

กำแพงเบอร์ลินไม่ได้สร้างเสร็จในวันเดียว ทุกสิ่งทุกอย่างต้องค่อย
เป็นค่อยไป เก็บสะสมไปเรื่อยๆ ขอเพียงแต่ว่า “เราต้องไม่หยุด นั่งรอคอย
โชคชะตา” และ “ใส่หัวใจ” ลงไปในสิ่งที่ทำ เพียรทุกวัน มันก็เยอะขึ้นได้

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท กุศมัย เคเคอริง จำกัด
78/43 ซ.กำจาม 7 ถ.กำจาม แขวงสามวา เขตบางขุนเทียน กทม. 10150
Ins. 0-2405-4667 Insas 0-2416-5811 Email: info@kusamai.
com, www.kusamai.co.th หรือแวะไปที่ร้าน ดร.เกป็น ในซอยกำจาม 7
ได้ตั้งแต่เวลา 11 โมงเช้า ถึง 4 ทุ่ม