

นาดิม ซาเวียร์ ซาลฮานี พา 'มัดแมน' บุก 'ซีแอลเอ็มวี'



กลยุทธ์ คือ การมุ่งเปิดสาขาใหม่ ทั้งแบรนด์ ดั๊กกิน โดนัท และ โอ บอง แปะ ทำให้บริษัท กลับมา เกิร์นอะราวด์ เติบโตเฉลี่ย 20% ทุกปี



6 ปี 6 แปรนด์ ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม "ทรัพย์สินไทย" ผู้ถือหุ้นใหญ่ 64.27% ของ "มัดแมน" หุ่นน้องใหม่กำลังระดมทุนตลาด msi ไตรมาส 2 ปีนี้ "นาดิม ซาเวียร์ ซาลฮานี" ซีอีโอ ฉายภาพโมเดลใหม่ส่งแปรนด์ "ดั๊กกิน โดนัท" และ

“โอ บอง แปะ” เปิดตลาดลาว-กัมพูชา บั่นแกรฮาร์ด คาเฟ่ ขึ้นแท่นร้านอาหารระดับโลก

เมื่อกลางปี 2555 บมจ.ทรัพย์สินไทย หรือ SST ผู้ประกอบกิจการประเภทคลังสินค้า ประกาศซื้อหุ้น 100% ในบริษัท มัดแมน จำกัด ผู้ประกอบธุรกิจถือสิทธิในการประกอบธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มแบรนด์ "ดั๊กกิน โดนัท" และเครื่องดื่มแบรนด์ "โอ บอง แปะ" ในไทย สร้างความแปลกใจเป็นอย่างมาก กับการกระโดดเข้ามาในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

"นาดิม ซาเวียร์ ซาลฮานี" ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ. มัดแมน หรือ MM บอกกับ "กรุงเทพธุรกิจ" ว่า ใช้เวลา 6 เดือนกว่าจะได้ SST เข้ามาเป็นผู้ถือหุ้นคนใหม่ ต่อจากกลุ่มผู้ร่วมทุน Navis Capital จุดที่เลือกกลุ่ม SST มาจากวิสัยทัศน์ของกลุ่มผู้ถือหุ้นใหญ่

"ต้องการสร้างการเติบโตในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มและไม่คิดขายหุ้น"

เมื่อผู้ถือหุ้นใหญ่ SST ให้ "มัดแมน" เป็นหัวหอกในการรุกธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หลังจากนั้นไม่ถึง 6 เดือน บริษัทยังได้ขยายกิจการต่อไปในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม โดยได้ซื้อสินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมแปรนด์ "บาสกิ้น ร็อบบิ้นส์" แต่เพียงผู้เดียวในไทย

ทว่า ทั้ง 3 แปรนด์ เป็นแปรนด์อาหารและเครื่องดื่มจากต่างประเทศ ซึ่งมัดแมนเป็นเพียงผู้ถือสิทธิในการขยายแฟรนไชส์ แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของแปรนด์ ฉะนั้นในกลางปี 2557 จึงเกิดดิลซื้อหุ้น



บริษัท แกรฮาร์ด จำกัด (แพชั่น) 969,900 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท และหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิทั้งหมดบริษัทแกรฮาร์ด คาเฟ่ จำกัด (คาเฟ่) 107,843 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท จาก ภาณุ อิงคะวัต

"การซื้อแปรนด์แกรฮาร์ด ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้บริษัทมีแปรนด์เป็นของตัวเอง ดำเนินธุรกิจใน 2 กลุ่มคือ อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าแฟชั่นและไลฟ์สไตล์"

ปัจจุบันหลังมีแปรนด์เป็นของตัวเองแล้ว ต่อไปธุรกิจของบริษัทจะมีมาจาก 2 ทาง คือ การขยายสาขาจากแปรนด์ที่เป็นผู้ถือสิทธิจากต่างประเทศและแปรนด์ตัวเอง และการขายแฟรนไชส์ในแปรนด์แกรฮาร์ด

"ช่วงที่ธุรกิจมีปัญหาไม่สามารถขยายสาขาได้เนื่องจากไม่มีเงิน แต่หลังจากมีเงินทุนจากผู้ร่วมทุนแล้วกลยุทธ์คือการมุ่งเปิดสาขาใหม่อย่างเดียวกั้แปรนด์ ดั๊กกิน โดนัท

และ โอ บอง แพง ทำให้บริษัทกลับมา
เทิร์นอะราวด์ และมีการเติบโตเฉลี่ย 20%
ทุกปี”

เมื่อธุรกิจกลับมาแข็งแรงแล้ว “ซีอีโอ
มัดแมน” บอกว่าเกมธุรกิจต่อไปคือ “**ต้องการ
เติบโตในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม**” แต่
การที่จะโตต้องมีเงินลงทุน ฉะนั้น จึงพา
บริษัทเข้ามาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
เอ็มเอไอ (mai) แม้ว่าผลการดำเนินงานที่ยัง
“ขาดทุน” โดยในงวด 9 เดือนปี 2559 มีขาดทุน
สุทธิ 151 ล้านบาท ทำให้บริษัทเข้าตลาด
ในไตรมาส 2 ปี 2560 ด้วยเกณฑ์มาร์เก็ตแคป
(Market Capitalization)

ทว่า เป็นผลการขาดทุนมาจากการ
ตัดขาดทุนของการต่ออายุของธุรกิจแฟชั่น
มูลค่า 155 ล้านบาท ซึ่งเป็นการตัดขาดทุน
เพียงครั้งเดียว ในปี 60 จะไม่มีการตัดขาดทุน
แล้ว ขณะเดียวกันในธุรกิจแฟชั่นจะเริ่มพลิก
เป็นกำไร

ก่อนจะวาดภาพธุรกิจให้ฟังว่า ต่อจากนี้
เกอร์ฮาร์ด คาเฟ ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร
จะเป็น “**พระเอก**” ของ บมจ.มัดแมน เพราะ
ว่าอนาคตจะเป็นแบรนด์ที่สร้างรายได้ประจำ
ให้กับบริษัท จากให้ขายแฟรนไชส์กับผู้ที่ได้
รับสิทธิในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ
ปัจจุบันมีรายได้จากค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์
ประมาณ 50-60 ล้านบาท ซึ่งมีแฟรนไชส์
ในตลาดเอเชียอยู่ที่ 11 สาขา ในประเทศ
ฮ่องกง ,ปักกิ่ง, เชียงไฮ้, มาเลเซีย, สิงคโปร์
และในประเทศไทย 13 สาขา รวมทั้งหมด 24
สาขา

ในปีนี้ เกอร์ฮาร์ด คาเฟ มีแผนขยายธุรกิจ
ผ่านการขายแฟรนไชส์ออกไปในต่างประเทศ
ใหม่ ซึ่งกำลังคุยกับลูกค้า ได้หวัน, ฟิลิปปินส์,
อินโดนีเซีย ตามแผนบริษัทต้องขายแฟรนไชส์
ให้ได้ปีละ 1-2 ตลาดใหม่ สำหรับการลงทุน
ต่อสาขา 15-20 ล้านบาท

ในช่วงปลายปีนี้จะขยายเกอร์ฮาร์ด คาเฟ
สาขาแรกในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ โดย
เป็นการลงทุนเองให้เงินลงทุน 80-90 ล้านบาท

เพื่อเป็นการปูทางขยายออกไปในตลาด
ยุโรป หลังจากใช้เวลาศึกษาตลาดดังกล่าว
2 ปี บริษัทต้องการสร้างแบรนด์เกอร์ฮาร์ด
ให้เป็นที่รู้จักก่อน เมื่อประสบความสำเร็จ
ก็จะขยายสาขา รวมทั้งขยายออกไปใน
ประเทศอื่นๆ เช่น ฝรั่งเศส ,เยอรมัน และ
ตลาดสหรัฐอเมริกา

สำหรับ “**เกอร์ฮาร์ด แฟชั่น**” บริษัทอยู่
ระหว่างทยอยปิดสาขาปัจจุบันมี 16 สาขา
เพราะว่าธุรกิจขาดทุนจากคู่แข่งจำนวนมาก
และการแข่งขันรุนแรง ธุรกิจแฟชั่นในกลุ่มมี
4 แแบรนด์ โดยจะมีการปิด 2 แแบรนด์ เหลือ
แบรนด์ส์ไมล์ฮาร์ด ที่เป็นที่ยอมรับของวัยรุ่น
และเป็นแบรนด์ที่สร้างกำไร โดยบริษัทจะมี
แค่ 2-3 สาขา หรือปรับมาขายผ่านช่องทาง
ออนไลน์ และจะมารับจ้างออกแบบดีไซน์
ให้กับแบรนด์ที่ใหญ่ด้วย

“เป้าหมาย 3 ปี (2560-2562) จะไม่มี
ขาดทุนและมีอัตราการโตเฉลี่ยทุกปี 20%
จากการศึกษาซื้อแบรนด์อาหารและเครื่องดื่ม
ล่าสุดกำลังเจรจาซื้อแบรนด์ใหม่ๆ คาดว่าจะ
เห็นการซื้อกิจการในเร็วๆ นี้ ฉะนั้น ในอนาคต
MM จะมีแบรนด์มากขึ้น ถือว่าเป็นวิธีการโต
แบบง่ายสุด โดยไม่เสียเวลาสร้างแบรนด์ใหม่
รวมทั้งการเร่งขยายสาขาเพิ่มขึ้น”

สำหรับแผนธุรกิจแบรนด์ต่างประเทศ
ที่มัดแมนเป็นผู้ถือกรรมสิทธิ์แฟรนไชส์
ประกอบด้วย ดังกิ้น โดन्ह มีสาขา 269
สาขาทั่วโลก ประเทศ และเพิ่มเป็น 300 สาขา
ส่วน โอ บอง แพง มีจำนวน 71 สาขา และ
เพิ่มเป็น 100 สาขา ตามสัญญาต้องขยาย
สาขาปีละ 10 แห่ง

นอกจากนี้ กำลังศึกษาห้าง 2 แแบรนด์
เข้าไปลงทุนในประเทศลาว และกัมพูชา ซึ่ง
บริษัทกำลังคุยกับเจ้าของแบรนด์ ซึ่งแบรนด์
ระดับโลกดังกล่าวมองว่าไม่คุ้มค่าหากจะ
มาลงทุนเอง เพราะว่าเป็นประเทศเล็ก ซึ่ง
เจ้าของแบรนด์ก็เปิดประตูให้หากมัดแมน
มีพาร์เนอร์ที่ดีก็สามารถไปเปิดแฟรนไชส์
ที่นั่นได้ ที่ผ่านมามีการคุยกันในรายละเอียด

เบื้องต้นไปบ้างแล้ว คาดว่าจะมีความ
คืบหน้าหลังขายหุ้นไอพีโอเรียบร้อยแล้ว

ส่วน บาสกิ้น ร็อบบิ้นส์ ตามสัญญา
เปิดปีละมากกว่า 5 แห่ง ล่าสุดมี 31 สาขา
แต่ปัจจุบันยังขาดทุนจากต้นทุนสูง เพราะ
ว่าบริษัทต้องนำเข้าไอศกรีมจากประเทศ
สหรัฐอเมริกาต้องเสียภาษี 30% ปัจจุบัน
บริษัทอยู่ระหว่างเปลี่ยนมานำเข้าไอศกรีม
จากโรงงานที่ประเทศเกาหลีแทน

ปัจจุบันสัดส่วนรายได้ เกอร์ฮาร์ด
คิดเป็น 25.12% ดังกิ้น โดन्ह คิดเป็น 39.61%
โอ บอง แพง คิดเป็น 24.72% ส่วนอีก 3 ปี
ข้างหน้า สัดส่วนจะเปลี่ยนไปโดยเกอร์ฮาร์ด
สัดส่วนรายได้จะขึ้นมามาก 10%

สุดท้ายซีอีโอ MM ทั้งท้ายว่า “**ในระยะยาว
5 ปีเป้าหมายขยายตลาดเพิ่มอีก 5-6 ประเทศและ
นำแบรนด์เกอร์ฮาร์ดขึ้นระดับโลก**”