

‘ไทยไฟท์’ทะลวงตลาดโลก

ต่อยอดแบรนด์สู่ 5 กลุ่มธุรกิจไทยรายได้หมื่นล้านบาทใน 3 ปี



“นพพร วาทิน” ต่อยอดแบรนด์ “ไทยไฟท์” สู่ 5 กลุ่มธุรกิจ บริหารสินทรัพย์/ฟิตเนสแอนดริยม/อาหาร/เครื่องดื่ม/ค้าปลีก ชุกกลยุทธ์คอนเน็คชั่น จับมือพันธมิตรสร้างเครือข่ายธุรกิจแข็งแกร่ง ประเดิมเข้าถือหุ้นคอมมิวนิตี มอลล์ย่านรามคำแหง พลิกโฉมเป็น “ไทยไฟท์ สเตชัน” และจับมืออิสถ สภาลอนซ์ “TF” เครื่องดื่มชูกำลังน้องใหม่ พ.ค. นี้ ตั้งเป้าเข้าตลาด MAI ไตรมาส 2/2560 พร้อม สร้างอาณาจักร “Thai Fight Empire” ก่อนดัน รายได้ทะลุหมื่นล้านบาทใน 3 ปี

นาย นพพร วาทิน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไทยไฟท์ จำกัด ผู้จัดการแข่งขันมวย “ไทยไฟท์” (Thai Fight) เปิดเผยกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า บริษัทเดินหน้า สร้างแบรนด์ไทยไฟท์ ให้เป็น แรนด์สินค้าของคนไทย พร้อม เตรียมแตกไลน์สินค้าให้มีความ หลากหลายเพื่อทำตลาดทั้งในและ ต่างประเทศ โดยอาศัยจุดแข็งของ แรนด์ไทยไฟท์ ซึ่งเป็นที่รู้จักไป ทั่วโลก จากการจัดการแข่งขัน ชกมวยไทยตลอด 6 ปีที่ผ่านมา โดยมีเป้าหมายที่จะเข้าจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ MAI ในไตรมาส 2 ปี 2560 พร้อมเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 800 ล้านบาท เป็น 1 พันล้านบาท เพื่อสร้างความ เชื่อมั่นให้กับนักลงทุนในการขยาย ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้โครงสร้างธุรกิจของ บริษัทจะแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1.ธุรกิจบริหารสินทรัพย์ รับบริหารพื้นที่อาคาร, คอมมิวนิตี มอลล์ และโรงแรม เป็นต้น 2.ธุรกิจฟิตเนสแอนดริยม ให้บริการ



กลยุทธ์หลัก คือการร่วมมือ กับพาร์ทเนอร์ ผ่านคอนเน็คชั่นที่มิเพื่อ สร้างความ แข็งแกร่งให้กับ ธุรกิจ โดยอาศัย จุดแข็งของแต่ละฝ่าย พร้อมต่อยอด ไปยังธุรกิจ อื่นๆ”

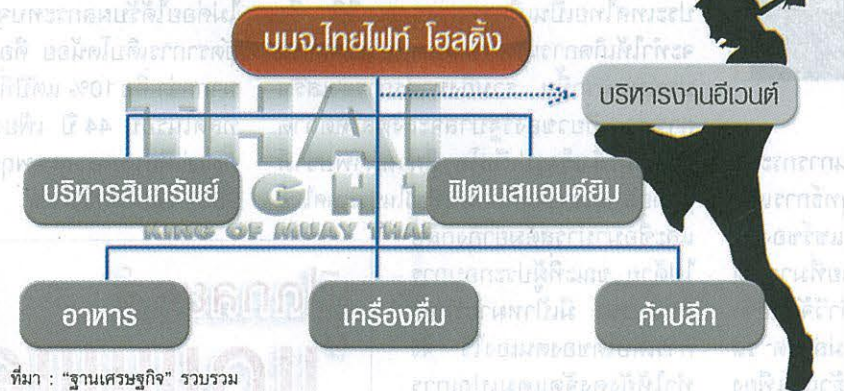
ด้านฟิตเนส ภายใต้ชื่อ Thai Fight Physique Sport การออกกำลังกายรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานมวยไทยกับเวด เทรนนิ่ง และ Thai Fight Clinic คลินิกความงาม ฯลฯ 3.ธุรกิจอาหาร เปิดบริการ Thai Fight Cafe ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 4.ธุรกิจเครื่องดื่ม “TF” เครื่องดื่มชูกำลังอัดก๊าซ และ 5.ธุรกิจค้าปลีก Thai Fight Shop ร้านจำหน่ายสินค้าต่างๆ จำนวน 200-300 รายการ อาทิ เสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬา สมุนไพร ฯลฯ ภายใต้แบรนด์ไทยไฟท์ ขณะที่ธุรกิจหลักยังคงเป็นการจัดอีเวนต์ การแข่งขันชกมวยไทย ซึ่งในอนาคตจะมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

ด้านกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ จะเป็นการร่วมมือกับพาร์ทเนอร์ผ่านคอนเนกชันที่มีอยู่ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ โดยอาศัยจุดแข็งของแต่ละฝ่าย พร้อมต่อยอดไปยังธุรกิจอื่นๆ เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยในปีนี้มีบริษัทที่แผนเปิดตัวโครงการต่างๆ รวมทั้งสิ้น 16 โครงการ ซึ่งนอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีโครงการ Thai Fight Sports Model การ

ประกวดหาคนรุ่นใหม่ที่มีบุคลิกดี รักการออกกำลังกายจาก 30 ประเทศทั่วโลก, การจัดงาน Thai Fight Festival ร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) เปิดหลักสูตรการบริหารจัดการเกี่ยวกับการกีฬา (Thai Fight Institute of Sports Administration : TISA) และ Proud to be THAI รายการทีวี เพื่อส่งเสริมให้คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย เป็นต้น

นายนพพร กล่าวอีกว่า สำหรับโครงการไฮไลต์ที่จะเกิดขึ้นในครึ่งปีแรก ได้แก่ การจัดตั้งบริษัทร่วมกับ A-link รมคำแหง พร้อมพลิกโฉมจากคอมมูนิตี้ มอลล์เป็นออฟฟิศบิลดิ้งและร้านค้าปลีกภายใต้ชื่อ “Thai Fight Station” ด้วยคอนเซ็ปต์ Station of Brave โดยที่นี้ถือเป็นทำเลทองที่มีความพร้อมด้านการขนส่งสาธารณะ เพราะเชื่อมต่อกับแอร์พอร์ตลิงค์ สถานีรามคำแหง ท่าเรือ และสถานีรถไฟ หัวหมาก นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารส่วนบุคคลและรถสาธารณะสัญจรผ่านไปมาอีกกว่า 8 แขนงต้นต่อวัน ทำให้เชื่อว่าจะเป็นแหล่งจัดอีเวนต์และอาคารสำนักงานที่สะดวกสบาย โดยจะเปิดให้บริการในไตรมาส 2 ปีนี้

> 5 กลุ่มธุรกิจใหม่ “ไทยไฟท์”



“นอกจากไทยไฟท์ สเตชันแล้ว บริษัทยังได้สิทธิ์บริหารโรงแรมนาซ่าเวกัส ขนาด 700 ห้อง โรงแรมนิราศ บางกอก บูทีคโฮเทล ขนาด 79 ห้อง และนาซ่าเวกัส เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ขนาด 400 ห้อง ซึ่งในปีแรกคาดว่าจะมีรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 1 พันล้านบาท นอกจากนี้ยังเตรียมเปิดตัวเครื่องดื่มชูกำลังอัดก๊าซสำหรับคนรุ่นใหม่ ภายใต้แบรนด์ “TF” ออกวางจำหน่ายในเดือนมิถุนายนนี้ โดยมีบริษัท โอเอสสกา จำกัด เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

ด้วย” นายนพพรกล่าวและว่า

ปัจจุบันบริษัทยังได้จดลิขสิทธิ์แบรนด์ไทยไฟท์ในประเทศต่างๆทั่วโลก และพร้อมเป็นต้นแบบให้ผู้ประกอบการคนไทยได้เรียนรู้ที่จะสร้างแบรนด์ให้มีความแข็งแกร่ง เพื่อสร้างโอกาสในการทำธุรกิจ โดยเป้าหมายของบริษัทในอนาคต คือ การสร้างอาณาจักรภายใต้ชื่อ “Thai Fight Empire” โดยตั้งเป้าที่จะมีรายได้กว่า 1 หมื่นล้านบาท ใน 3 ปีข้างหน้า