



นารายารุกตลาด.ลดเสียงในไทย

โพสต์ทูเดย์ — นารายา ซูโมเดล แพรนไซส์ญี่ปุ่นบุกทั่วโลก พร้อมเสริมไลน์สินค้าผู้ชาย เด็ก เครื่องครัวในบ้าน คาดปีนี้ได้กว่า 800 ล้าน

นางวาสนา รุ่งแสนทอง ลาตุรัส ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายณ์ อินเตอร์เทรต ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ นารายา เปิดเผยว่า แผนจากนี้ไป บริษัทจะขยายสาขาต่างประเทศเป็นหลัก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้นและลดความเสี่ยงจากปัญหาในประเทศ โดยปีนี้บริษัทมี

แผนจะเปิดสาขาใหม่ 4 แห่ง ได้แก่ ฮองกง บริษัทจะลงทุนเอง เปิดในย่านนาธาน และไทม์สแควร์ โดยจะเปิดปีนี้ก่อน 1 แห่ง

สำหรับอีก 3 สาขาอยู่ที่ เมือง ดูไบ สโลวาเกีย และอินโดนีเซีย ด้วยรูปแบบการขยายผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศดังกล่าว ซึ่งจากการขยายสาขาทั้งหมดในปีนี้จะส่งผลให้บริษัทมีสาขาต่างประเทศ 14 สาขา

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนที่จะขยายสาขาในประเทศญี่ปุ่นใน

รูปแบบเดียวกันกับที่ฮองกงและมาเก๊า

“การขยายสาขาในต่างประเทศ นอกจากจะเป็นการลดความเสี่ยงจากความไม่สงบภายในประเทศไทยแล้ว ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอีกด้วย ซึ่งบริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายสาขาในเมืองสำคัญๆ ทั่วโลก เช่น ฝรั่งเศส นิวยอร์ก เป็นต้น” นางวาสนากล่าว

ด้านแผนการดำเนินงานในประเทศจะขยายสาขาใหม่ 4 สาขา ลงทุนกว่า 100 ล้านบาท บริษัทมี

แผนเพิ่มไลน์สินค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มได้แก่ สินค้าสำหรับผู้ชาย เช่น กระเป๋าใส่เข็มขัด กลุ่มเด็ก สินค้าเครื่องครัว ในปลายปีนี้

บริษัทจะใช้บ 80 ล้านบาท ขยายกำลังการผลิตโรงงาน จ.ขอนแก่น ในสิ้นปีนี้ และจะเพิ่มจักร 1,500 คัน จากปัจจุบันที่มี 1,600 คัน

ขณะที่ภาพรวมรายได้ของบริษัทปีนี้โตตามเป้า 20% จากรายได้ในปีที่ผ่านมามี 700 ล้านบาท ○