

นารายาโกอินเตอร์ ลุยเพิ่มสินค้าผู้ชาย

ปทุมวัน ● นารายาเตรียมเดินเครื่องลุยตลาดต่างประเทศต่อยอดรายได้ ขณะที่ตลาดในประเทศเล็งแตกไลน์สินค้าผู้ชาย สินค้าเด็กมั่นใจสิ้นปีไทยรายได้เข้าเป้า 20%

นางวาสนา รุ่งแสงทอง ลาทุรัส ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายณ์ อินเตอร์เทรต จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์นารายาเปิดเผยว่า แผนการดำเนินธุรกิจนับจากนี้บริษัทจะเน้นการขยายธุรกิจไปในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์นารายาส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าต่างชาติ ประกอบกับการทำธุรกิจในตลาดต่างประเทศสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าได้ดีกว่าการจำหน่ายสินค้าในประเทศไทย โดยในปีนี้นี้บริษัทมีแผนที่จะเปิดสาขาใหม่จำนวน 4 สาขา คือ ย่างกุ้ง บริษัทจะเข้าไปลงทุนเอง ขณะที่อีก 3 คือ ดูไบ สโลวัก และอินโดนีเซีย จะจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนจำหน่าย ปัจจุบัน

บริษัทมีจำนวนสาขาที่เปิดให้บริการในตลาดต่างประเทศทั้งหมดจำนวน 14 สาขา

ส่วนแผนการดำเนินงานตลาดในประเทศนั้น ปีนี้บริษัทมีแผนที่จะขยายสาขาเพิ่มอีกประมาณ 4 สาขา คือ พาราไดซ์พาร์ค, โดคิว, สยามดิสคัฟเวอร์ และคิงพาวเวอร์ ซอยรางน้ำ ซึ่งการเปิดสาขาใหม่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างประเศปีนี้ บริษัทคาดว่าจะใช้งบลงทุนรวมไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท จากงบรวมทั้งปีที่ 180 ล้านบาท โดยงบที่เหลืออีก 80 ล้านบาท บริษัทจะนำไปใช้ในการทำกิจกรรมทางการตลาด และเปิดโรงงานผลิตแห่งใหม่

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนที่จะเพิ่มไลน์สินค้าในส่วนของผู้ชาย เช่น กระเป๋าใส่เข็มขัด และกระเป๋าใส่เครื่องสำอาง ช่วงปลายปีนี้จะผลิตสินค้าพร้อมจำหน่าย พร้อมกันนี้บริษัทยังมีแผนที่จะผลิตสินค้าสำหรับเด็กและสินค้าเครื่องครัวออกมาจำหน่าย คาดสิ้นปีรายได้โตตามเป้าหมาย 20%.