



บ้านม่วง

เข้มข้น ครบเครื่อง เรื่องข่าว www.banmuang.co.th

นำรายาทุ่ม 180 ล.ขยายกำลังการผลิต

● เจาะลูกค้าชายเพิ่มจำหน่ายต่างประเทศ

นารายณ์เท 180 ล้านบาทเพิ่มกำลังการผลิตจาก 1,500 จักร เป็น 3,100 จักร พร้อมเดินหน้าขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ หลังการเมืองส่งยอดขายครึ่งปีแรกชะลอตัว เล็งเพิ่มไลน์สินค้ากลุ่มผู้ชาย แม่และเด็ก ภายในสิ้นปี คาดสิ้นปีโต 20% จากปีที่ผ่านมา

นางวาสนา รุ่งแสงทอง ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายณ์ อินเตอร์เทรต จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายพิมพ์ลายแบรนด์ "นารายณ์" เปิดเผยว่า ช่วงครึ่งปีหลังนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตของธุรกิจภายใต้แผนการตลาดเชิงรุก พร้อมกับการขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศด้วยการเปิดสาขาเพิ่มเติม โดยบริษัทฯ ทุ่มงบ 180 ล้านบาท แบ่งเป็นการขยายกำลังการผลิตจากปัจจุบันมีกำลังการผลิตที่ 1,500 จักร หรือมีกำลังการผลิตราว 6-7 ล้านชิ้นต่อปี เป็น 3,100 จักร โดยกำลังการผลิตจะเพิ่มขึ้น 30% เพื่อรองรับคำสั่งซื้อที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตจำนวน 80 ล้านบาท และงบประมาณในการขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ 100 ล้านบาท โดยการวางแผนเปิดสาขาเพิ่มอีก 8 แห่ง แบ่งเป็นภายในประเทศ 4 แห่ง ได้แก่ พาราไดซ์ พาร์ค, โตคิว มาบุญครอง, สยามดิฟฟ์เวอร์รี่ และคิง พาวเวอร์ รังน้ำ และต่างประเทศอีก 4 แห่ง คือ ฮองกง 1 แห่ง ที่บริษัทฯ เป็นผู้ลงทุนเองโดยใช้เงินลงทุนราว 40 ล้านบาท ต่อสาขา จะเปิดภายในสิ้นปีนี้ และอีก 3 สาขาเป็นการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย คือ ดูไบ, สโลวัก และอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะเปิดเพิ่มอีก 1 แห่งที่ฮองกง อยู่ในระหว่างเจรจากรหาพื้นที่ที่เหมาะสม ปัจจุบันบริษัทฯ มีสาขาทั้งสิ้น 28 สาขา แบ่งเป็น

ในประเทศ 14 สาขา และต่างประเทศ 14 สาขา ปัจจุบันสัดส่วนลูกค้าของบริษัทฯ แบ่งเป็นชาวต่างประเทศ 80% และชาวไทย 20% โดยมีสัดส่วนยอดขายเป็นส่งออก 60% และขายภายในประเทศ 40% ซึ่งการขายภายในประเทศสามารถแบ่งสัดส่วนเป็นคนในประเทศ 70% และชาวต่างประเทศทั่วไปขาย 30% ทั้งนี้ บริษัทฯ มีสินค้ากว่า 3,000 แบบ หรือราว 60,000 รายการ ขณะที่บริษัทฯ มีแผนที่จะพัฒนาไลน์สินค้าในกลุ่มผู้ชาย ไม่ว่าจะเป็น เนคไท เข็มขัด รวมกว่า 70 รายการ, สินค้าในกลุ่มแม่และเด็ก รวมถึงการเพิ่มไลน์ในกลุ่มของเครื่องใช้ในครัวให้มากขึ้น สำหรับครึ่งปีแรกที่ผ่านมามีผลจากการเมืองทำให้บริษัทฯ ต้องปิดร้านที่เซ็นทรัลเวิลด์ซึ่งเป็นสาขาที่ใหญ่ ส่งให้ยอดขายชะลอตัวลง ขณะเดียวกันบริษัทฯ ก็มีสาขาที่กระจายอยู่รอบๆ ทำให้ครึ่งปีแรกบริษัทฯ ยังคงมีอัตราการเติบโต 10% จากปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม คาดการณ์ว่าด้วยแผนการตลาดเชิงรุกจะทำให้สิ้นปีบริษัทฯ จะมีอัตราการเติบโตที่ 20% จากปีที่ผ่านมา นางวาสนา ยังกล่าวต่อว่า ในส่วนของงบการตลาดนั้นบริษัทฯ ไม่ได้มีการวางบในส่วนของปีนี้ไว้ แต่บริษัทฯ จะสร้างแบรนด์เชิงรุกผ่านกีฬา มอเตอร์สปอร์ต โดยการเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนให้กับทีมมอเตอร์สปอร์ตระดับเอเชียแปซิฟิก ในการแข่งขันรายการ "2010 Formula BMW Pacific" ซึ่งจะช่วยให้แบรนด์ "นารายณ์" เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น