

‘นารายา’ตั้งเป้า 5 ปี พาดย่านแฟชันเวิลด์

นารายา ไม่สะดุดหลังสาขาเซ็นทรัลเวิลด์โดนปิดยาว
ปรับยุทธศาสตร์โฟกัสตลาดต่างแดน พร้อมเดินหน้าเปิดสาขาเพิ่ม
ทั้งใน และต่างประเทศ วาดฝันอีก 5 ปี พาดนิวยอร์ก และปารีส

วาสนา รุ่งแสนทอง ลาทุรัส ประธานกรรมการบริหาร บริษัท
นารายณ์ อินเตอร์เทรด จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า “นารายา”
แบรนด์กระเป๋าผูกโบว์ขวัญใจชาวไทยและต่างชาติ เปิดเผยถึงแผนการ
ลงทุนว่า เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ จากนั้นไป
บริษัทจะเดินหน้าทำตลาดต่างประเทศ โดยมีแผนจะขยายสาขาใหม่ใน
หลายประเทศเพิ่มขึ้น

“หลังจากก่อนหน้านี้ นารายา ได้ไปเปิดสาขาของตัวเองที่มาเก๊า ในเวเน
เซีย และเซนาโตัสแควร์ ล่าสุดเรามีแผนจะเปิดซ้อปใหม่เพิ่มอีก 2 สาขาที่
ฮ่องกง ในย่านนาธาน ย่านไทมส์แควร์ และอีก 3 สาขาที่เป็นระบบตัวแทนจำหน่าย
ในคูโบ สโลวัก และอินโดนีเซีย โดยคาดว่าจะใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท
สำหรับการขยายสาขาทั้งในและต่างประเทศ”

ปัจจุบัน นารายา มี 14 สาขาในประเทศ และ 14 สาขาในต่างประเทศทั่วโลก
โดยตลอดระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 20 ปี แบรินด์นารายาได้รับการ
ตอบรับจากผู้บริโภคชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวญี่ปุ่นและชาวจีนที่มีชื่อเรียกกระเป๋าแบรนด์ไทยนี้ว่า “กระเป๋า
ผูกโบว์” (Ribbon Bag) และ “มันกู่เปา” หรือ กระเป๋ากรุงเทพ

กระแสความนิยมที่ล้นหลามในหมู่ชาวญี่ปุ่น และในแง่การทำตลาดที่สามารถ
สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้หลายเท่า กลายเป็นอีกโอกาสสำคัญในการขยาย
ตลาดไปยังแดนซากุระ เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่และลูกค้ารู้จักแบรนด์ดี

ทั้งนี้ นารายา มีแผนที่จะไปเปิดซ้อป และขายแฟรนไชส์ ซึ่งอาจจะดำเนินการ
ในลักษณะร่วมทุนกับพันธมิตรในช่วงต้นปี 2554

ด้วยเอกลักษณ์ คุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ที่ทำให้นารายาได้รับความนิยม
ไปไกลทั่วโลก กลายเป็นความฝันของแบรนด์ไทยผูกโบว์ว่า จะพาแบรนด์ไทยไป
เปิดสาขา และพาดอยู่ท่ามกลางย่านแฟชันเวิลด์ระดับโลกอย่างนิวยอร์ก และ
ปารีส ได้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ■