

นารายาพุ่งเป้าต่างชาติ เล็งญี่ปุ่นตลาดใหญ่

นางวาสนา รุ่งแสนทอง ลาทุรัส ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายณ์ อินเตอร์เทรด จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า “นารายา” เปิดเผยว่า การลงทุนต่อจากนี้จะเน้นการตลาดต่างประเทศมากขึ้น เพื่อกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากตลาดในประเทศเผชิญปัญหาความไม่สงบทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อแผนธุรกิจ โดยที่ผ่านมาพบว่าลูกค้าหลักเป็นต่างชาติ อีกทั้งการทำตลาดต่างประเทศสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ดีกว่าหลายเท่าตัว”

สำหรับรูปแบบการขยายตลาดครั้งใหม่ จะเน้นการเปิดซ้อปเป็นหลัก เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ไทย จากที่ผ่านมาใช้วิธีผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 12 ราย ส่วนรูปแบบซ้อปมีอยู่เพียง 2 แห่ง ในมาเก๊า

การรุกตลาดต่างประเทศครั้งใหญ่จะเริ่มต้นขึ้นปีหน้า เป้าหมายคือญี่ปุ่น ในรูปแบบซ้อป และแฟรนไชส์ โดยมีเป้าหมายระยะยาวคือเปิดซ้อปให้ได้อย่างน้อยเมืองละ 1 แห่ง

“ญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่และลูกค้ารู้จักนารายาอยู่แล้ว ขณะนี้กำลังเจรจากับพันธมิตร ซึ่งอาจจะดำเนินการในลักษณะร่วมทุน นอกจากนี้แล้วในระยะยาวเราอยากผลักดันให้มีซ้อปกระจายในเมืองใหญ่อย่างนิวยอร์ก ปารีส อีกด้วย”

นางวาสนา กล่าว

ส่วนแผนขยายในปีนี้จะประกอบด้วย การเปิดซ้อปแห่งใหม่ที่ ฮองกง ยานนาธาน และ ไทมส์แควร์ คาดดำเนินการได้ภายในปีนี้ 1 แห่ง และจำหน่ายอีก 3 แห่งในดูไบ สโลวัก และอินโดนีเซีย

ทางด้านตลาดในประเทศซึ่งปัจจุบันมี 14 สาขา จะเปิดเพิ่มอีก 4 สาขาในปีนี้ ที่ พาราไดซ์ พาร์ค, โตคิว, สยามดิสคัฟเวอร์ และคิงเพาเวอร์ ซอยรางน้ำ

นางวาสนากล่าวว่า แผนการเปิดสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศจะใช้เงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 100 ล้านบาท จากงบลงทุนรวมของบริษัทที่วางไว้ 180 ล้านบาทในปีนี้ โดยงบที่เหลือจะใช้สำหรับการทำกิจกรรมทางการตลาดและเปิดโรงงานผลิตแห่งใหม่ คาดว่าจะดำเนินการปลายปีนี้ ส่งผลให้มีจำนวนจักรผลิตสินค้าประมาณ 3,000 คัน จากปัจจุบัน 1,600 คัน และแผนขยายไลน์สินค้าใหม่ กลุ่มผู้ชายเป็นต้น

ทั้งนี้เชื่อว่าการขยายงานอย่างต่อเนื่อง จะผลักดันให้บริษัทมีรายได้เติบโตไม่ต่ำกว่า 20% จากปีก่อนที่ทำได้ 700 ล้านบาท ขณะที่ครึ่งปีแรกมีรายได้เติบโต 10% ต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เนื่องจากผลกระทบจากปัญหาการเมือง