

นารายากระจายความเสี่ยง โฟกัสต่างประเทศมากขึ้น

นารายาเน้นตลาดต่างประเทศ หวังกระจายความเสี่ยงจากที่ในไทยต้องเผชิญ
 ปัญหาการเมือง พร้อมทุ่ม 180 ล้าน ขยายสาขาใหม่ 8 แห่งทั้งในและนอกประเทศ
 อีกทั้งเปิดโรงงานแห่งใหม่รองรับตลาดขยายไลน์สินค้ากลุ่มผู้ชาย มั่นใจรายได้ปีนี้
 เติบโต 20%

นางวาสนา รุ่งแสนทอง ลาทุรัส ประธาน
 กรรมการบริหาร บริษัท นารายณ์ อินเตอร์เทรด
 จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์
 “นารายา” เปิดเผยว่า สำหรับแผนการทำ
 ตลาดต่อจากนี้ บริษัทจะเน้นการตลาดทำใน
 ต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย
 เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงในการดำเนิน
 ธุรกิจ เนื่องจากที่ผ่านมตลาดในประเทศต้อง
 เผชิญกับปัญหาความไม่สงบทางการเมืองส่งผล
 ให้ออดขายในช่วงที่ผ่านมาลดลง

ขณะเดียวกันบริษัทจะขยายฐานลูกค้าให้
 กว้างขึ้น ภายใต้แผนการขยายสาขาทั้งในและ
 ต่างประเทศ ทั้งนี้ ได้ทุ่มงบประมาณลงทุนกว่า
 180 ล้านบาท แบ่งเป็นงบขยายสาขา 100 ล้าน
 บาท จำนวน 8 แห่งทั้งในและต่างประเทศ
 อย่างละเท่าๆ กัน คือ พาราไดซ์ พาร์ค, โตคิว
 เอ็มบีเค, สยามดิสคัฟเวอร์ และคิง พาวเวอร์

อ่านต่อหน้า 10



นารายา

ชอว์รางน้ำ ขณะที่สาขาในต่างประเทศ คือ
 ฮองกง ดูไบ สโลวัก และอินโดนีเซีย โดย
 สาขาที่ฮองกงจะเป็นรูปแบบการลงทุนเอง
 ทั้งหมด และอีก 3 แห่งที่เหลือเป็นระบบการ
 แต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย จากปัจจุบันที่มีสาขา
 รวมทั้งสิ้น 28 สาขา แบ่งเป็นในประเทศ 14
 แห่ง และต่างประเทศ 14 แห่ง นอกจากนี้
 ยังเตรียมแผนที่จะขยายสาขาเพิ่มที่ญี่ปุ่น ภายใต้
 ได้รูปแบบการลงทุนเองและแฟรนไชส์ และ
 คาดว่าจะเปิดได้ในช่วงปีหน้า

ขณะที่งบประมาณอีก 80 ล้านบาท จะ
 ใช้ไปกับการสร้างโรงงานแห่งใหม่บนพื้นที่ 5 ไร่
 โดยโรงงานแห่งใหม่สามารถบรรจุจักรเย็บผ้าได้
 ประมาณ 500 คัน เพื่อเพิ่มปริมาณจักรให้ได้
 3,000 คันจากเดิมที่มีอยู่ประมาณ 1,600 คัน
 เพื่อขยายไลน์การผลิตสินค้าให้รองรับกับ
 ปริมาณออเดอร์ที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

อย่างไรก็ตามคาดว่าโรงงานแห่งใหม่จะ

เปิดดำเนินการได้ช่วงปลายปีนี้และจะมีกำลัง
 ผลิตเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 20-30% จาก
 เดิมที่เคยผลิตได้ประมาณ 6-7 ล้านชิ้นต่อวัน
 นอกจากนี้ ยังเตรียมแผนที่จะแตกไลน์สินค้าใน
 กลุ่มผู้ชาย อาทิ กระเป๋าใส่เข็มขัด กระเป๋าใส่
 เครื่องสำอาง และเน็กไท เป็นต้น พร้อมกันนี้
 จะขยายไลน์สินค้ากลุ่มสินค้าเด็ก ของใช้
 ภายในบ้านต่างๆ อาทิ ผ้าปูโต๊ะอาหาร เครื่อง
 ใช้ในห้องนอน เครื่องใช้ในครัวเรือน ฯลฯ และ
 คาดว่าจะเริ่มทำตลาดได้ในช่วงปลายปีนี้

สำหรับภาพรวมบริษัทในช่วง 6 เดือน
 ที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตประมาณ 10%
 ต่ำกว่าเป้าที่ตั้งไว้ เนื่องจากประสบปัญหาความ
 รุนแรงทางการเมืองในประเทศที่ต้องปิดสาขาที่
 เซ็นทรัลเวิลด์ และคาดว่าจะเปิดให้บริการได้
 ในวันที่ 28 กันยายนนี้ อย่างไรก็ตาม เชื่อจาก
 ว่าการขยายงานอย่างต่อเนื่องในปีนี้จะผลักดัน
 ให้รายได้รวมของบริษัทมีการเติบโตไม่ต่ำกว่า
 20% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาที่มียอดขายอยู่ที่
 700 ล้านบาท ●