

มันตง ตรงไป ตรงมา

# แนวหน้า

## ‘นารายา’ แอนด์เมด พีมีอคนไทย เปิดสาขาเพิ่มทั้งในและต่างประเทศ

นารายา (NaidoYo) ทุ่มงบกว่า 180 ล้านบาท ขยายสาขาใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อเกิดพื้นที่ในห้างดังไม่ว่าห้างสรรพสินค้า หรือขยายการลงทุนเปิดโรงงานผลิตแม่พิมพ์ในช่วงปลายปี ของปี การขยายตัวของตลาดส่งออกที่เพิ่มขึ้น มีปัจจัยหนุนค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงทำให้มูลค่าของสินค้าในแบรนด์นารายา พีมีอยังคงเอกลักษณ์คุณภาพ และราคาที่ยั่งยืน

**วราภรณ์ รุ่งแสงทอง สาธุกิจ** ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายา อินเทอร์เน็ต จำกัด กล่าว ว่า บริษัท “นารายา” ได้กำหนดแผนและยุทธศาสตร์ รวมถึงการวางเป้าหมาย การร่วมลงทุนในต่างประเทศ ภายใต้โมเดลธุรกิจและแผนการตลาดเชิงรุก และกลยุทธ์ธุรกิจแบบเห็นรูปแบบ พร้อมกับขยายฐานกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศด้วยการเปิดสาขาเพิ่มในพื้นที่ยุทธศาสตร์ชั้นนำ เพราะเชื่อมั่นว่าสินค้าแบรนด์นารายา ยังคงเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้า แม้ว่ากำลังการซื้อของลูกค้านั้นจะลดลงก็ไม่บ้างก็สาม

“นารายา” ยังคงยึดมั่นความใส่ใจใส่ใจในการเลือกสถานที่เปิดร้านในย่านใจกลางแหล่งช้อปปิ้ง และตกแต่งร้านให้

ความได้ใจ ไปๆ หมาย รวมทั้งใช้วิธีช่วยสร้างความรู้สึกดีถึงลูกค้าและผู้ชมและเรียนเข้ามาชมสินค้า ซึ่งแน่นอนว่าเราจะต้องคงคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า ตั้งแต่การคัดเลือกผ้าที่จะนำมาใช้เป็นวัสดุแบบที่ จะคือเอกลักษณ์ความ รวมทั้งมีรูปแบบที่สวยงามและเพื่อใช้ในการใช้งานศิลปะของผู้ใช้ไม่ว่าหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นหัวใจหลัก

ที่ทำให้ นารายา ได้รับการยอมรับจากตลาดทั้งในและต่างประเทศ”

ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นารายา อินเทอร์เน็ต จำกัด กล่าวต่อว่า หลังจากมีการขยายฐานลูกค้าในระดับโลก เพื่อดึงดูดลูกค้า นารายา วางแผนที่จะเพิ่มกำลังการผลิตด้วยการลงทุนเปิดโรงงานผลิตแม่พิมพ์ในช่วงปลายปี’53 นี้ โดยวางแผน





นาราชาเป็นผู้คิดสรรวิถุนิยม ออกแบบ และจัดการฝึกอบรมให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้นาราชายังได้เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมในชุมชน โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้สนับสนุน เพื่อให้ครอบครัวในชุมชนสามารถมีรายได้จากการทำงานในจังหวัดของตน ปัจจุบันนาราชามีผู้ผลิตมากกว่า 3,000 ครอบครัว ซึ่งอยู่ในชนบทกระจายอยู่ในหลายจังหวัดทั่วประเทศไทย

บริษัท นาราชา อิมพอร์ตจำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2532 ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกระเป๋าถือหนังวัว และผ้าขนสัตว์คุณภาพสูงแบรนด์ "นาราชา" อาทิ กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพาย ผูกปาก สบง และกระเป๋าเดินทาง ซึ่งแบรนด์ ครีเอทีฟ และผลิตภัณฑ์ของแต่งบ้านตามเทศกาล แนวดีไซน์ที่ผลิตจากผ้าคุณภาพสูง ปัจจุบันนาราชามี 14 สาขาในประเทศไทย และ 14 สาขาในต่างประเทศทั่วโลก โดยตลอดระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี แบรนด์ "นาราชา" เป็นแบรนด์ไทยที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคชาวไทย กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เรียกกระเป๋า "นาราชา" ว่า "กระเป๋าบูโอบ" (Biboon bag) ขณะที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เรียกกระเป๋า "นาราชา" ว่า "บันบูเยา" (กระเป๋ากุงเยา) นอกจากนี้สินค้า "นาราชา" ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นสินค้าประจำสถานการณ์อันศักดิ์



ในการแข่งขันรายการ "2010 Formula BMW Pacific" พร้อมเปิดตัววีดีโอแข่งขันรถยนต์ "พินิน ลากรูโร" กับนักแข่งรถสุดหรูของพินินเอารีฟิต จะทำให้แบรนด์นาราชาซึ่งเป็นพี่ผู้จัดทำในระดับนานาชาติมากขึ้นอย่างแน่นอน

เคล็ดลับความสำเร็จอีกอย่างของแบรนด์นาราชาก็คือ แนวคิดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยให้การสนับสนุนผู้ประกอบการค้าขนาดเล็ก ผลิตกันที่ส่วนใหญ่อำเภอชายฝั่ง ในปัจจุบันมาจากงานฝีมือของกลุ่มฝีมือแรงงานในชนบทหลายจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งทำให้เกิดการรวมตัวกันไม่พวกัน เป็นการส่งเสริมรายได้และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับคนในหมู่บ้าน พร้อมกันกระจายรายได้ไปสู่ประชากรระดับล่าง โดย

เปิดสาขาเป็นอีก 8 แห่ง แบ่งเป็น 4 สาขาในประเทศ คือ พาราไดซ์พาร์ค, โค้คว์ เอ็มโบล, สยามคิงดอมพาร์ค และคิง เพาเวอร์ ชอปปิงมอลล์ และอีก 3 สาขา เป็นระบบแฟรนไชส์ ส่วนงานจำหน่าย คือ คูโบต้า โกลด์วีก และฮินโดนิเซีย ซึ่งมั่นใจว่าความสำเร็จระดับโลกนี้ จะเกิดขึ้นจากการทำงานที่ทุ่มเทสุด โดยการทำงานเป็นทีมของนาราชา