



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๙-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๖๔๙-๖๑๗๒

ข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที ๑๕ เดือนตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๘ หน้า ๑-๓ มูลค่าข่าว ๑,๓๗๕,๒๕๕.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

MAGZ Fresh

วันจันทร์ที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2558

M8

ก้าวตามฝัน
สู่เส้นทางโมเดล

M2

สร้างแบรนด์เองไม่ไกลเกินเอื้อม
เนธยาภาวี วัริยะตั้งสกุล



สร้างแบรนด์เองไม่ไกลเกินเอื้อม

เนธียาภาวี วัริยะตั้งสกุล

ลองดู(เพื่อเวิร์ก)

เรื่อง : วราภรณ์
ภาพ : วิศิษฐ์ แคมเงิน

รูปร่างของ บิว-เนธียาภาวี วัริยะตั้งสกุล วัย 24 ปี จะเล็กบอบบาง แต่ความสามารถด้านสร้างแบรนด์และการออกแบบไม่ได้เล็กพริกขี้หนู เธอเป็นเด็กรุ่นใหม่ดีกรีปริญญาตรีด้านแฟชั่นดีไซน์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่เดินตามความฝันอยากมีแบรนด์เสื้อผ้าเป็นของตัวเอง ภายใต้ชื่อ “Naetiyapa”

เอกลักษณ์โดดเด่นที่เป็นซิกเนเจอร์ของแบรนด์คือ เน้นเสื้อผ้าสีพาสเทล และตัวเสื้อผ่าไม่เข้ารูป ซึ่งเป็นความชอบส่วนตัว ลุคออกบอยๆ ทว่าแฝงความเซ็กซี่ที่ลูกเล่นตัวเสื้อด้านหลังซิทูเนิดๆ ดึงเสน่ห์ของผู้หญิงออกมา สร้างแบรนด์ได้เพียงหนึ่งปีเศษ แต่ด้วยคาแรกเตอร์ของเสื้อผ้าทำให้เสื้อผ้าของเธอได้ไปวางจำหน่ายที่ร้านไทยดีไซเนอร์มัลติแบรนด์ แฟ็บแล็บ (Fablab) ชั้น 2 เซ็นทรัลเวิลด์ ทำให้เธอสามารถขยายฐานลูกค้าไปที่ชาวต่างชาติด้วย

เนธียาภาวี เล่าแรงบันดาลใจของการสร้างแบรนด์ คือ เธอชอบขีดๆ เขียนๆ มาตั้งแต่เด็ก พอจบการศึกษาเธอเริ่มคิดถึงการสร้างแบรนด์ เพราะหากเริ่มเร็วก็จะไปได้เร็วกว่าคนอื่น แต่ก็ทำการบ้านเพิ่มทักษะตัวเองด้วยการทำงานในตำแหน่งอาร์ตไดเรกเตอร์คุมฝ่ายศิลป์ทั้งหมดให้กับบริษัทนำเข้าด้านแฟชั่นของญี่ปุ่นในเมืองไทย โดยมีหน้าที่ดูแลการจัดทำอาร์ตเวิร์กสื่อสิ่งพิมพ์ จัดดีสเพลย์หน้าร้านในหมวดสินค้าบิวตี้ให้สวยงาม ทำให้เธอได้เรียนรู้และมีความเข้าใจในตลาดสินค้าแฟชั่นในโลกที่เป็นจริงมากขึ้น



“เดิมบิวชอบแฟชั่น ชอบออกแบบ วาดรูป เห็นอะไรใหม่ๆ มองว่ามันสามารถ ดัดแปลงเป็นเสื้อผ้าในสไตล์ที่เราชอบได้ไหม พอทำงานได้ 2 ปี คิดว่าทำไมเราไม่ทำแบรนด์ เสื้อผ้าในสไตล์ที่เราชอบ เพื่อให้คนได้เสพสิ่งที่เราสร้างขึ้นมานะ ซึ่งเป็นเป้าหมายก่อนเรียนจบ ว่า อยากรู้ว่าเราต้องมีแบรนด์เสื้อผ้าเป็นของตัวเองให้ได้ แต่อยากหางานประจำชัฟฟอร์ด โดยเลือกเป็นคนละไลน์เพื่อโอเคจะได้ไม่ ตีกัน ก็เลยเลือกทำงานอาร์ต บิวจึงได้เรียนรู้เรื่องกระบวนการคิดเพื่อปรับใช้กับแบรนด์ ทำควบคู่กับการทำแบรนด์เสื้อผ้า เช่น เวลา เราจัดป๊อปปูล่าเสนอเสื้อผ้าแบรนด์เรา เราก็คิดให้แตกต่างจากร้านอื่นๆ ได้อย่างไร เพื่อ ปรับใช้กับเสื้อผ้าของเราให้แตกต่างจากคนอื่น เช่น การเลือกโทนสี การจัดวางเสื้อผ้า



แต่ละชุด ลุคนี้แมตช์กับลุคอันนี้ได้ คอลเลกชั่น เราจะมีสีอะไรบ้าง เพื่อให้ผู้ดูและโทนออกมาในทิศทางเดียวกัน”

เสื้อผ้าทั้งคอลเลกชันก็จะสามารถมิกซ์แอนด์แมตช์กันได้ทั้งหมด โดยการจะสร้างแบรนด์ นั้น เนธิยาภาวี บอกว่า ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานที่บ้านทำธุรกิจด้านเสื้อผ้ามาก่อน แต่เธอปรับใช้สิ่งที่ได้เรียนรู้จากที่บ้านทำธุรกิจผลิตรองเท้า บูตกันน้ำจำหน่ายตลาดล่างมานานกว่า 10 ปี ทำให้เธอรู้วิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ผลิตเสื้อผ้าจำนวนหนึ่งก่อนด้วยทุนที่จำกัดออกมาลองตลาด 1 คอลเลกชันเพียงไม่กี่ไอเทม เช่น เซ็ตเบลเซอร์ กางเกงขาสั้น กางเกงขายาว และเสื้อครอปอย่างละ 1 แบบ และจับทั้ง 5 ชิ้นมาใส่ มิกซ์แอนด์แมตช์ได้หลายๆ ลุค จากนั้นค่อยๆ เพิ่มสีจะได้ผสมผสานกันได้อีก จัดให้ลูกค้าได้เห็นเกิดไอเดียในการแต่งกาย

คอลเลกชันแรกเธอจึงผลิตไม่เยอะ เพื่อทดลองตลาดว่าลูกค้าชอบแบบไหน เลือกไซส์ไหนและสีอะไร ก็พบว่าเสื้อผ้าไซส์เอสขายดีมากก็ผลิตไซส์เอสมากขึ้น แต่ก็ไซส์เอ็มและแอลด้วย แต่ผลิตน้อยหน่อย เพราะไม่ได้มีเงินลงทุนมากมายเพียง 1 แสนบาทเท่านั้น บวกกับการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้ดูเก๋ ดูเป็นอินเตอร์ด้วยการใส่ใจในการถ่ายลุคบุ๊กลือเลือกทำงานร่วมกับนางแบบฝรั่ง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แบรนด์ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น

“บิวค่อนข้างให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของแบรนด์เท่าๆ กับคุณภาพของการตัดเย็บ บิวจะลงทุนเยอะกับค่าถ่ายลุคบุ๊กลือค่าเช่าสตูดิโอ และนางแบบเพื่อเก็บเป็นพอร์ตโฟลิโอของแบรนด์ มีซัพพลายเออร์ติดต่อเข้ามาหลายเจ้า เพราะลุคบุ๊กลือที่สวยงามของเรา อีกทั้งเราอยากสร้างภาพลักษณ์ให้ดูอยู่ในตลาดบนนิดนึงค่ะ”

ด้านการวางแผนการตลาดในฐานะเป็นแบรนด์ใหม่ที่เกิดขึ้นได้เพียงปีเศษ เธอเริ่มต้นจากการวางจำหน่ายแบรนด์ผ่านไอจี Naetiyapa Official ซึ่งผลตอบรับดีทีเดียว แต่ก็ต้องใจเย็นและต้องใช้เวลา เพราะเธอถ่อมตัวว่าเป็นแค่เด็กผู้หญิงธรรมดาๆ ดังนั้น คุณภาพของงานคัดต้องต้องเนียบ โดยเสื้อผ้าทุกชิ้นเธอใส่ใจในรายละเอียด และต้องผ่านสายตาของเธอแทบทุกชิ้นก่อนส่งถึงมือลูกค้า

“แม้เป็นแบรนด์ใหม่ แต่บิวค่อนข้างไม่มีปัญหาเรื่องช่างฝีมือในการเย็บผ้า เพราะตอนเรียนหนังสือก็ได้เคยออกแบบและเลือกผ้าด้วยตัวเอง เราจึงรู้แหล่งช่างฝีมือตัดเย็บ พอขายผ่านไอจีเราพยายามกระตุ้นตลาดคิดโปรโมชันในแต่ละสัปดาห์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือผลิตไอเท็มใหม่ๆ ออกมาสร้างความตื่นเต้นในตลาดเสมอๆ อีกทั้งต้องหมั่นออกบูธตามแหล่งช้อปปิ้งต่างๆ เรียกว่าเป็นการหาเวทีให้ตัวเอง และทุกครั้งที่ไปจะพกนามบัตรไปด้วย เพื่อประชาสัมพันธ์แบรนด์อีกทางหนึ่ง เป็นการเริ่มตลาดแบบเล็กๆ เหมาะกับแบรนด์เล็กๆ อย่างเรา คนก็เริ่มรู้จักมากขึ้น มีทั้งลูกค้าเก่าและใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่คุณภาพเราต้องดีด้วย เพราะลูกค้าก็อยากได้ของดีๆ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจเราด้วย

เราไม่มีหน้าร้าน เราจึงเพิ่มบริการหากลูกค้าใส่เสื้อผ้าไม่พอดีเราเปลี่ยนให้ เป็นการให้บริการ

ที่เราใส่ใจในความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เราไม่ได้ฮาร์ดเซลล์ แต่เราเลือกสิ่งที่ดีให้กับเขา พอเรามีหน้าร้านของตัวเอง เราก็มีหน้าที่เป็นเพอร์ซันนัล สโตนิสต์ (ยิ้ม) ลูกค้าก็มีมาถามเหมือนกันว่าเบลเซอร์ตัวนี้ควรใส่กับกางเกงตัวไหนก็มึนๆ ซึ่งเราก็นำไปด้วยความเต็มใจ อีกทั้งการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าที่เป็นขาประจำเพื่อทำของขวัญขึ้นพิเศษช่วงปลายปีมอบให้เป็นการขอบคุณด้วยค่ะ ซึ่งการเน้นการตัดเย็บที่เนียบบางครั้งเสื้อผ้าบางตัวต้องอัดกาวเพิ่มเพื่อให้เสื้ออยู่ทรงสวยงาม ทำให้ต้นทุนสูงตาม บิวก็ยอมกำไรน้อยหน่อย เพื่อดึงดูดลูกค้ากลับมาซื้อเสื้อผ้าซ้ำๆ”

อุปสรรคก็มีมาให้ทดสอบการแก้ปัญหาด้วยเช่นกัน นอกจากช่างฝีมือหายากแล้ว ก็มีการส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา ยิ่งมีร้านขึ้นห้างสรรพสินค้าด้วยแล้ว ต้องมีสต็อกที่มากขึ้น ทำให้ได้สินค้าไม่ตรงตามเดดไลน์ ทำให้บางครั้งก็สูญเสียลูกค้าไปบ้างเหมือนกัน แต่เธอมีวิธีจัดการกับปัญหาคือ พูดคุยกับช่างกำหนดเสร็จสินค้าให้ชัดเจน คิดโปรโมชันลดราคาคอลเลกชันเก่าเพื่อเบี่ยงเบนความสนใจ หรือแบบไหนยังไม่ได้สินค้าก็อย่าโปรโมทผ่านไอจี เป็นต้น

หัวใจหลักทำแบรนด์ให้อยู่รอดท่ามกลางเสื้อผ้าหลากหลายแบรนด์ คือ รักในสิ่งที่ตัวเองทำ ทำให้มีความสุขอดทน ไม่ใช่ทำเสื้อผ้าเพราะเป็นกระแส มีใจที่สู้ เพราะหากไม่สู้แบรนด์ก็จะหายไปจากตลาดในที่สุด

“แบรนด์ใหม่ๆ เกิดขึ้นและก็หายไปเกือบทุกวัน ดังนั้น อยากมีแบรนด์เป็นของตัวเองก็ต้องรักจริงๆ ในสภาพเศรษฐกิจที่ยอดไม่ดีก็ต้องอดทนแล้วมันจะผ่านไป ได้ และเราพยายามคิดบวก รักและทำไปเรื่อยๆ ก็จะทำให้ไปเอง”

สุดท้ายเธออยากแนะนำน้องๆ ว่า หากอยากมีแบรนด์ของตัวเองไม่ใช่เรื่องยาก แต่ทุกคนต้องตั้งใจให้แน่นๆ เกิดปัญหาอย่าท้อ อุปสรรคเป็นสิ่งที่ต้องเจออยู่แล้ว ไม่ว่าจะเรื่องเล็กหรือใหญ่ เพราะการทำงานทุกอย่างไม่ได้ราบรื่น แค่อยาท้อ รัก อดทน ให้กำลังใจตัวเอง และทำไปเรื่อยๆ แล้วจะพบทางออกของปัญหาในที่สุด **M**

