



**67** ปี  
 28 เมษายน วันมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข่าวประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000  
 ภายใน 15666 โทรศัพท์/โทรสาร 02-259-6172

จากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที 31 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2559 หน้า C1, C8 มูลค่าข่าว 716,859.-

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



C8

ศิริดา หันนาคินทร์  
 กอดรหัสธุรกิจออนไลน์  
 สู่มัลติสโตร์สุดฮึก

## ศิริดา หันนาคินทร์

### กอดรหัสธุรกิจออนไลน์สู่มัลติสโตร์สุดฮึก

เจ้าของธุรกิจยุคนี้ต่างยอมตีเกราบให้กับเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำมาแรง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจไหนที่คอมมีหน้าร้าน ก็ต้องหันไปปรึกษาหาที่อื่นในโลกออนไลน์ ทว่าสำหรับ **จิบ-ศิริดา หันนาคินทร์** สาวหน้ากึ่ง เจ้าของยุคโลกาภิวัตน์ กลับมีแนวคิดที่ถึกการประกอบการทำธุรกิจ เธออาศัยความเข้าใจในธุรกิจออนไลน์มาต่อยอดเป็นธุรกิจใหม่อย่างล่ามมือใจ ด้วยการก่อตั้งธุรกิจมัลติแบรนด์ส์ไลฟ์สไตล์แห่งแรกของไทยที่รวบรวมแบรนด์ชื่อดังระดับโลกออนไลน์มาสู่ห้างสรรพสินค้าใจกลางเมืองภายใต้ชื่อ แฟ็บแล็บ ดีพาร์ทเมนต์ ออฟ แฟชั่น (FabLab Department of Fashion)

หลังจากจบระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร จิบเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี หลักสูตรนานาชาติ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ด้วยความฝันที่อยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง เธอจึงมุ่งมันเก็บเกี่ยวประสบการณ์ทางด้านธุรกิจ

อย่างจริงจัง ด้วยการเข้าฝึกงานกับธนาคารและบริษัทต่างๆ พร้อมเก็บเกี่ยวความรู้ด้วยการศึกษาเพิ่มเติมจากสถาบันการศึกษาจากประเทศต่างๆ อาทิ การบริหารจัดการแบรนด์ จากโรงเรียนไอเอสซี และความรู้ด้านการตลาด จากมหาวิทยาลัยปารีสดาฟฟิน ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส “ตอนที่เลือกเรียนมีปีเอ จิบไม่ได้มีใจของอาชีพที่ฝันในใจ แต่รู้ว่าตัวเองอยากทำธุรกิจของตัวเอง บอกกับมีความสนใจด้านแฟชั่น แต่ยังไม่รู้ว่าจะอยู่ในจุดไหนของธุรกิจนี้ดี โชคดีที่สมัยเรียนได้รับการคัดเลือกจากมหาวิทยาลัยเข้าแข่งขันด้านการตลาดระดับประเทศ จนได้เป็นตัวแทนไปสู้เวทีนานาชาติ พอเรียนจบกลับมาเลยได้มาเป็น Management Trainee ที่ลอร์วัล ประเทศไทย ซึ่งจะรับปีละ 10 คน ให้นำทุนเรียนทำงานในแผนต่างๆ เป็นเวลา 1 ปี เพื่อดูว่าแต่ละคนเหมาะกับงานส่วนไหน ของจิบสุดท้ายได้ไปเป็นผู้ช่วยผู้จัดการดูแลรีเทล ปารีส ทำหน้าที่



เรื่อง... พุทธิ สิริวัธนะ-เมตตา ภาพ... ปรี-กฤษณ์ จินะวงษ์



E:ข่าวข่าว.doc 5/31/2016 7:01:33 AM

ดูแลโปรดักต์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศตั้งแต่ต้นว่าจะใช้ชื่อโปรดักต์ภาษาไทยว่าอย่างไร จะทำการตลาดแบบไหน”

ระหว่างที่ทำงานประจำ ความฝันที่อยากจะมีธุรกิจเป็นของตัวเองของจิบไม่เคยจางหายไป เธอบอกว่าไอดีเยการทำแฟ็บแล็บถือกำเนิดขึ้นตั้งแต่เธอยังเป็นมนุษย์เงินเดือน เธอและแฟนหนุ่มวาดฝันกับธุรกิจนี้ไว้ไกล ถึงขั้นตัดสินใจตั้งบริษัท แฟ็บแล็บ กรุ๊ป ขึ้น ตั้งแต่ยังไม่ได้ไปเสนอไอดีเยกับห้างเลยด้วยซ้ำ แต่ด้วยภาระงานที่รัดตัวของทั้งคู่ ทำให้โปรเจกต์ที่คิดร่วมกันจนแล้วจนรอดก็ไปไม่ถึงไหนเสียที กระทั่งเมื่อทั้งคู่ตัดสินใจแต่งงานและเริ่มต้นใช้ชีวิตคู่ด้วยกัน จิบจึงตัดสินใจลาออกจากการประจำเพื่อเลือกเส้นทางเดินใหม่ให้ชีวิต

“ตอนแรกจิบจะทำงานประจำและธุรกิจส่วนตัวไปคู่กัน แต่เอาเข้าจริง เราไม่สามารถโฟกัสทั้งสองอย่างไปพร้อมกันได้ และถ้าเราไม่ออกจากการประจำ แฟ็บแล็บก็คงไม่เกิด ถามว่าเสี่ยงมั้ยสำหรับพนักงานประจำที่ออกมาปั้นธุรกิจส่วนตัว ก็เสี่ยงนะ แต่แฟนจิบพูดให้คิดว่า การที่เราไม่ออกมาทำอะไรของตัวเองเสียทีก็เสี่ยงเหมือนกัน”

จิบบอกว่าด้วยความที่รักแฟชั่นเป็นทุนเดิมอย่างที่เกริ่นไว้ จึงไม่แปลกที่ธุรกิจแรกในชีวิตของเธอจะตั้งต้นจากการทำแบรนด์เสื้อผ้าของตัวเองแล้วขายผ่านอินสตาแกรม ประสบการณ์จากการปลุกปั้นธุรกิจของตัวเองกับเพื่อนที่เป็นหุ้นส่วนอีก 1 คน เป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่สมัยยังเป็นนิสิต ทำให้จิบได้เข้าไปคลุกคลีกับธุรกิจในโลกออนไลน์อย่างจริงจัง ได้ศึกษาธรรมชาติของธุรกิจออนไลน์อย่างใกล้ชิด

“ในฐานะที่เราที่ทำแบรนด์ขายในไอจีมาตลอด เรารู้ว่าเจ้าของแบรนด์ออนไลน์ต้องการอะไร หลายครั้งที่บรรดาเจ้าของแบรนด์ออนไลน์ยอมมาออกบูธก็เพื่อจะได้มีโอกาสพบปะกับลูกค้า ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้า ลองใส่ของจริงแทนที่จะวัดดวงสิ่งของกันผ่านหน้าจอ ในแง่หนึ่ง ต้องยอมรับงานเหล่านี้ก็ช่วยตอบโจทย์แม่ค้า



ออนไลน์อย่างเรา แต่อีกมุมก็ต้องยอมรับว่า ด้วยข้อจำกัดของพื้นที่ในงานแฟร์ บางครั้งก็ยังไม่เอื้ออำนวยกับคนทำธุรกิจอย่างเราเท่าที่ควร ยกตัวอย่าง บางครั้งลูกค้าเห็นบูธเรา อยากลองสินค้า แต่ด้วยพื้นที่บูธที่จำกัด ก็ไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อยู่ดี”

เช่นเดียวกับการทำแบรนด์ดัง ไม่ว่าจะแบรนด์ออฟไลน์ หรือออนไลน์ การทำแบรนด์ดังเป็นสิ่งสำคัญ แต่ข้อจำกัดที่ทำให้การทำแบรนด์ดังของแบรนด์ออนไลน์ยากคือ เราขาดหน้าร้าน บางแบรนด์ก็อยากจะทำเข้าไปวางขายในห้างก็ยาก เพราะแบรนด์ยังไม่มาเชื่อถือพอ ห้างก็ไม่ยอมให้เข้าไปวางขาย

“จากช่องว่างที่เห็นนี้เอง ทำให้จิบตั้งใจตั้งแต่วันแรกที่จะทำแฟ็บแล็บว่า ด้วยคอนเซ็ปต์ของเรา เราจะต้องเปิดในห้าง



เท่านั้น เพราะถ้าเราไปเปิดในโลกชั้นที่ไม่ใช่ห้าง ร้านออนไลน์ที่ไหนมีทุนก็ไปเปิดได้ ซึ่งไม่ตอบโจทย์กับช่องว่างที่เราพบในตลาด ดังนั้นสาขาแรกของเราที่แฟ็บแล็บเราจึงประเดิมเปิดที่เซ็นทรัลพลาซ่า สาขาต่อมาคือ เซ็นทรัลพลาซ่า โดยเราตั้งใจเป็นแหล่งรวมของแบรนด์ออนไลน์อย่างแท้จริง รวมถึงสินค้าทุกประเภทไม่เฉพาะเสื้อผ้า แต่รวมถึงแอกเซสเซอรี่ต่างๆ เครื่องสำอาง เครื่องสำอางค์ เครื่องสำอางค์ และเครื่องประดับ”

สำหรับร้านค้าที่เลือกเข้ามา จีบบอกกว่า 50% ทางแฟ็บแล็บไปทาบตามมา อีก 50% คือแบรนด์ต่างๆ ติดต่อมาเพราะสนใจอยากเข้ามาวางขายที่แฟ็บแล็บ ซึ่งกระบวนการเลือกแบรนด์เข้ามาของเราก็ต้องพิถีพิถัน อย่างน้อยเราต้องศึกษาแล้ว

ว่าเป็นแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ สินค้ามีคุณภาพ เพราะเราเองก็เหมือนสตรีเล็ก ๆ ที่ต้องเลือกผู้เช่า เพราะทุกร้านที่เข้ามาวางจำหน่ายสินค้าที่เรา เราดูแลให้ทุกอย่าง ตั้งแต่พนักงานขาย ดูแลสำหรับใส่สินค้า ดูแลสต็อก พร้อมรับพรีออเดอร์ได้ด้วย

ถามว่า การดึงเอาแบรนด์ออนไลน์มาอยู่ในสตรีตามห้างสรรพสินค้าแบบนี้ จะทำให้เสน่ห์ของการช้อปปิ้งออนไลน์หายไปไหม จีบมองว่า ไม่ ในทางกลับกัน กลับเป็นโอกาสที่ทำให้แบรนด์ทำรายได้ได้มากขึ้น จากเดิมที่ลูกค้าดูเตรสในไอจีแล้วซื้อตัวเดียว แต่ถ้ามาซื้อที่ร้าน ลูกค้ามีโอกาสได้เห็นสินค้ามากขึ้น แทนที่จะซื้อเตรส 1 ตัว อาจจะซื้อแอกเซสเซอรี่มาอีกซี แอนด์แมตซ์ให้ได้ทุกชิ้นเลยก็ได้

“หลายคนอาจมองว่าเราทำธุรกิจสวนกระแส แต่จริงๆ แล้วเราแค่พยายามอุดรอยรั่วของธุรกิจออนไลน์ ซึ่งส่วนใหญ่อยากมีหน้าร้านทั้งนั้น แต่เพราะต้องลงทุนสูง บวกกับถ้าแบรนด์ยังไม่สต็อกพอก็เข้าห้างลำบาก เราก็มาตอบโจทย์ตรงนี้”

ในอนาคต จีบบอกว่า วางแผนจะติดต่อกับแบรนด์ออนไลน์ของต่างประเทศที่มีสินค้าน่าสนใจมากมายมาวางขายในแฟ็บแล็บ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภค ให้สมกับคอนเซ็ปต์ของชื่อ แฟ็บแล็บ (FabLab มาจาก Fabulous+Laboratory) หมายถึงสถานที่แห่งการทดลองของทั้งตัวเราที่ทดลองนำแบรนด์ใหม่ๆ



เข้ามา ตัวแบรนด์เองที่มาทดลองตลาด และลูกค้าเองที่ได้มาทดลองใช้บริการของแบรนด์ใหม่ๆ

“มาถึงวันนี้ แฟ็บแล็บกำลังจะขยายสาขา 3 แล้ว ถามว่าเร็วมั๊ย แน่นอน แต่ถ้าถามว่าเราประสบความสำเร็จหรือยัง ยังอีกไกล เรายังเป็นแค่คนตัวเล็กๆ ที่อยากทำตามความฝันและความชอบของตัวเอง ทุกวันนี้สิ่งที่เราทำคืองานที่เรารัก ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมาควบคู่ไปกับการทำงานเกี่ยวกับแฟชั่นที่เราชอบ” จีบกล่าวทิ้งท้าย ๗