



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-259-6172

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับประจำวันที 25 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2566 หน้า 12 มูลค่าข่าว 484,341.-

วิชานารถ สิริสิงห์

ยอมทิ้งพันใหญ่ที่อเมริกา

สร้างพันใหม่...สานต่อธุรกิจพ่อให้ไกลกว่าเดิม



ในวันเปิดตัวสโตร์ แบนด์ “XLARGE” แห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่สยามเซ็นเตอร์ เมื่อช่วงเดือนเมษายนที่ผ่านมา มีโอกาสได้พบผู้บริหารหนุ่ม **วิชานารถ สิริสิงห์** ผู้จัดการทั่วไป บริษัท บางกอกสปอร์ตแวร์ จำกัด ดีไซน์รีเวียร์อย่างหนึ่งทางการหนึ่งเดียวของตลาดภูมิภาคนี้ ที่ทำตลาดให้ XLARGE แฟชั่นสตรีทแวร์สัญชาติอเมริกา โด่งดังมาตั้งแต่ยุค 90’s จนถึงปัจจุบัน บอกได้เลยว่า รู้สึกทึ่งไม่น้อย เพราะหน้าละอ่อมมาก เมื่อสอบถามกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ ไม่แค่น้ำใส่อ่อน แต่วัยก็ละอ่อน คุณวิชานารถ หรือ “**ฉัตร**” เป็นผู้บริหารในวัย 27 ปี ยังได้พึ่งประวัติโดยสังเขปก็ยิ่งทึ่งมากขึ้น จบปริญญาโทที่ George Washington University สาขา Managing Information System สหรัฐอเมริกา จากนั้นได้เข้าทำงานกับบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Google ที่บริษัท Qualitest ในตำแหน่ง Quality Assurance Engineer supporting Google ที่สหรัฐอเมริกา

“กำลังสนุกกับงาน แต่โดนคุณพ่อ (วิจักษ์ สิริสิงห์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บางกอกสปอร์ตแวร์ จำกัด) เรียกตัวให้กลับเมืองไทย” คุณฉัตรเปรยให้ฟังหลังโดนยิงคำถามถึงที่มาดูแลแบรนด์ XLARGE ซึ่งจุดเริ่มต้นทำตลาดให้แบรนด์นี้ ไม่ใช่บริษัท บางกอกสปอร์ตแวร์ ติดต่อขอทำตลาด แต่กลายเป็นเจ้าของแบรนด์ที่เป็นฝ่ายเลือกบริษัท โดยมีระยะเวลาสัญญาเบื้องต้น 5 ปี

คุณฉัตรเล่าขยายความว่า “ในช่วงที่ยังทำงานที่สหรัฐ คุณพ่อได้โทรศัพท์มาขอคำปรึกษา เพราะมีคนติดต่อทาบทามชวนให้บริษัททำตลาดแบรนด์ XLARGE ในไทย แต่คุณพ่อไม่รู้จักแบรนด์นี้ ผมจึงบอกว่าแบรนด์นี้เพิ่งเกิดขึ้นครอลอสแอนเจลิส เป็นที่รู้จักของชาวอเมริกันมานานแล้ว ผมเองไม่เคยคิดว่าวันนี้หนึ่งแบรนด์ที่ตั้งฝั่งอเมริกาจะอยากมาทำตลาดในไทย จึงบอกพ่อนานสนใจ นำลองทำตลาด เพราะเป็นแบรนด์ที่ติดตลาดที่ญี่ปุ่น และใน 2 เมืองใหญ่ที่อเมริกา คือ แอลเอและนิวยอร์ก คุณพ่อจึงยื่นเงื่อนไขให้ผมกลับมามีบทบาททำตลาดแบรนด์นี้ เพราะพ่อไม่มีความรู้ด้านนี้ ซึ่งแบรนด์นี้ตั้งชาติรู้จักดีอยู่แล้ว ส่วนลูกค้าคนไทยยังรู้จักแบรนด์แบบ



เฉพาะกลุ่ม จึงตัดสินใจทิ้งความฝันที่อเมริกา กลับมาไทย”

เมื่อตัดสินใจแล้ว คุณฉัตรก็มุ่งสู่ประเทศไทยพร้อมกับไอเดียในหัวถึงการทำตลาดแบรนด์ XLARGE แบบเต็มตัว วางตำแหน่งของแบรนด์คือแบรนด์ทางเลือก (Alternative) ที่จับต้องได้ เป็นแฟชั่นแบรนด์ที่ใส่ได้ทุกวัยไม่เฉพาะวัยรุ่น แต่แน่นอนว่าจุดยืนของแบรนด์คือแบรนด์วัยรุ่น แต่เป็นแบรนด์ที่มี History และเป็นแบรนด์ Timeless ใส่ได้เรื่อยๆ

ก่อนถึงวันเปิดตัวสโตร์อย่างเป็นทางการ สโตร์ที่สยามเซ็นเตอร์ได้เปิดบริการแล้วอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่ทำให้คุณฉัตรและทีมงานผิดหวัง ลูกค้าที่รู้จักแบรนด์ต่ออยู่แล้วให้การต้อนรับเป็นอย่างดี และที่เหนือความคาดหมายแม้จะตั้งเป้าหมายไว้ก็ตาม คือลูกค้าวัยผู้ใหญ่ ไม่เขินอายที่จะเดินเข้าสโตร์เลือกหาไอเท็มที่ดูใจ ดังนั้นตำแหน่งของแบรนด์ที่วางไว้แต่แรกคือเป็นแบรนด์ Timeless ไร้กาลเวลา และใส่ได้ทุกวัย ถือว่ามถูกทาง

คุณฉัตรเพิ่งเริ่มกลับมาดูธุรกิจของพ่อเมื่อปีก่อน ช่วงเดือนสิงหาคม ช่วงเริ่มต้นยังเป็นคุณพ่อวิจักษ์ที่คอยใกล้ชิดคอยอยู่เบื้องหลัง แนะนำสิ่งต่างๆ จากประสบการณ์ที่สั่งสมมา แต่พร้อมเปิดรับไอเดียใหม่ๆ จากลูก เนื่องจาก



@SIAM CENTER, M FLOOR



รูปแบบทำธุรกิจเปลี่ยนไปจากเริ่มต้นทำธุรกิจเสื้อผ้าแนวสปอร์ต 100% แต่ปัจจุบันขยับมากทำเสื้อผ้าแนวแฟชั่น ปรับวิธีทำงานจากสมัยก่อนสินค้าสปอร์ตแวร์รุ่นไหนขายได้ก็จะสั่งสินค้ายกล็อตเลย ปัจจุบันคุณฉัตรปรับแนวสินค้า โดยเลือกสินค้าที่ Diverse (หลากหลาย) ขึ้นอีกนิด เป็นสินค้าที่สามารถขายได้เรื่อยๆ ไม่ตามเทรนด์แต่ไม่ตกเทรนด์ แม้วันเวลาจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม

“คุณพ่อทำธุรกิจรีเทลมา 30 ปี สมัยก่อนทำแบรนด์กีฬา จะต่างกับแบรนด์ที่ทำตอนนี้สิ้นเชิง พ่อทำงานแบบมีความเก่า Old Fashion นิดหนึ่ง แต่ผมจะให้คุณค่ากับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อมของที่ทำงาน เพราะเชื่อว่าถ้าบรรยากาศดี สิ่งแวดล้อมดีทั้งบริษัท จะทำให้พนักงานมีความสุข โอเคเลยจะมีมากขึ้น มีความคิดสร้างสรรค์เพราะเราไม่ได้ทำสายแบรนด์ที่เป็นกีฬา แต่เป็นแบรนด์แฟชั่นที่ต้องมีโอเคเลย”

ซึ่งแนวคิดนี้ไม่ได้ส่งผลจนเกิดปัญหา

ในช่วงรอยต่อของการทำงานระหว่างพ่อสู่ลูก เพราะทั้งคู่คุณพ่อและคุณแม่ของฉัตรมีความเข้าใจ

ในตัวลูกคนนี้ หนึ่งคือผ่านการทำงานกับองค์กรยักษ์ใหญ่อเมริกา มาแล้ว จะสามารถนำประสบการณ์มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจได้ อีกหนึ่งคือทั้งพ่อและแม่เปิดกว้าง เชื่อว่าโลกมันต้องหมุนไปข้างหน้าเสมอ หากยังเป็นรุ่นพ่อแม่บริหารธุรกิจก็ยังคงเหมือนเดิม หากเป็นคนรุ่นใหม่มาบริหารก็จะทำอะไรใหม่ๆ

ซึ่งเป็นจริงตามนั้น คุณฉัตรได้นำความรู้จากองค์กรใหญ่ที่อเมริกา มาปรับใช้กับธุรกิจของที่บ้าน จัดวางระบบใหม่ นำดาต้ามาใช้ให้เกิด

ประโยชน์ นำมาวิเคราะห์ความ ต้องการของลูกค้า ทั้งการวางกลยุทธ์ การกำหนด ทิศทางของแบรนด์ รวมถึงการเลือกสินค้ามา จำหน่ายให้ตรงใจผู้บริโภค “ระบบที่พอวางไว้เริ่ม ไม่ทันกับปัจจุบัน จึงต้องพัฒนา วางระบบใหม่ รวมถึงพนักงานจะมีเงินใหม่ๆ เข้ามาเสริม ส่วนตัวผม จะให้คุณค่ากับโอเดียของพนักงานทุกระดับชั้น การ วางกลยุทธ์ต่างๆ ได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดง ความคิดและโอเดียเสมอ ให้พวกเขา (พนักงาน) สามารถพัฒนาศักยภาพของตัวเอง เพราะเชื่อว่า หากเราไม่รับฟัง หรือไม่มีพื้นที่ให้พวกเขาได้เติบโต เราอาจจะกลายเป็นผู้สูญเสียโอกาสนั้นเอง แต่ การที่เราให้คุณค่าของพนักงานก็คือคุณค่าที่ส่ง กลับมาให้บริษัท”

“ผมจะให้คุณค่า กับโอเดียของพนักงาน ทุกระดับชั้น... การที่เราให้คุณค่า ของพนักงาน ก็คือคุณค่า ที่ส่งกลับมาให้บริษัท”



ถามถึงโลกทัศน์ ทำไมต้องเป็นสยามเซ็นเตอร์ คุณฉัตร บอกว่า มี Bias (ลำเอียง) ส่วนตัว เป็นเด็กสยามมาก่อน เคยเรียนมัธยมที่สาธิตไพทอนวัน (โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน) และอีกเหตุผลหลักคือจุดเด่น ของแบรนด์ มีความเป็นสตรีทค่อนข้างสูง ส่วนห้างในเมือง ไทยหลักๆ ไม่มีความดิบ จะมีความลักซ์วรีเหมือนๆ กันทุก ห้าง แต่สยามเซ็นเตอร์มีคาแร็กเตอร์เด่นเป็นตัวของตัวเองค่อนข้างสูง ส่วนตัวมองสยามฯ คือฮาราจุกุ-ชินจูกุ เมืองไทย ขณะนี้ XLARGE วางจำหน่ายที่ชินจูกุ จึงมองว่าเหมาะ

ส่วนดีไซน์ภายในร้าน บริษัทหลักที่ญี่ปุ่นกำหนดแบบการ ตกแต่ง หากเดินสตรี XLARGE ที่สยามเซ็นเตอร์ก็จะให้ความรู้สึก กลิ่นอายเดียวกับ XLARGE ที่ชินจูกุ

แล้วสินค้าจะเหมือนกันทุกซอกซอปทั่วโลกหรือไม่ คุณฉัตร บอกว่า หลักๆ จะเหมือนกันคือ ออร์จินัลคอลเล็กชั่น และการ Collaboration กับแบรนด์ที่ตั้งอื่นๆ อย่างล่าสุดร่วมกับ Warner Bros. ในวาระครบรอบ 100ปี จะมีสินค้าคอลเล็กชั่น เหล่าการ์ตูนจากแอนิเมชัน LOONEY TUNES ทั้ง บักส์

บันนี่, แดฟฟี ดิก, เทพ ชมาเนี่ยน เดวิล, ทวิตตี้, ซิลเวสเตอร์, ไวลี อี. โคโยตี และโรเจอร์เนเจอร์ และยังมี แผนจะ Collaboration กับแบรนด์ดังของไทย แต่ ต้องทำแผนส่งให้บริษัท หลักที่ญี่ปุ่นอนุมัติก่อน ไม่ สามารถทำตามใจได้ คาดว่าในเร็วๆ นี้จะมีคอลเล็กชั่นสายไทยออกมา

วกกลับมาถามถึงการ ดัดลีนใจกลับมาช่วยคุณ พ่อทำธุรกิจ คุณฉัตรบอก ว่า “คุณพ่ออยากรีไทร์ อยากพักผ่อน เป็นลูกคน เดียวกับห้วงพ่อและแม่ เพราะที่ผ่านมามีท่านอยู่กัน แค่ 2 คน คุณพ่อเหนื่อยมา มากแล้ว เพื่อเปิดโอกาส ให้ผมได้ท่องโลกกว้าง ได้ โอกาสเรียนรู้กับบริษัท

ระดับโลก ถึงเวลาที่ผมต้องเหนื่อยแทนคุณพ่อ”

ส่วนฝันที่อเมริกาที่วาดแผนไว้หลังเรียนจบ คุณฉัตร กล่าวยอมรับตรงๆ ว่า ช่วงแรกรู้สึกเสียดายกับโอกาส ที่มาถึงแต่ต้องทิ้งไป แต่ไม่เป็นไร เมื่อตัดสินใจแล้วก็ต้อง อยู่กับปัจจุบัน

“การกลับมาเมืองไทยถือเป็นจุดเริ่มต้นของความ ฝันใหม่ มาต่อยอดสิ่งที่คุณพ่อคุณแม่สร้างไว้ให้ ทำให้ มันไปได้ไกลกว่าเดิม ทำแบรนด์ที่คุณดูแลอยู่ให้กลายเป็น เทรนด์ใหม่ในประเทศไทย” คุณฉัตรทิ้งท้ายถึงฝันใหม่ ที่กำลังปั้นให้เป็นจริง!

เกษมณี นันทรัตนพงศ์