

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/-

วันที่: จันทร์ 16 พฤศจิกายน 2558

ปีที่: 15

ฉบับที่: 5140

Col.Inch: 167.63 Ad Value: 368,786

หน้า: 1 (กลาง), 7, 8

PRValue (x3): 1,106,358

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ดึง'พรสวรรค์'สร้างธุรกิจปั้น'วาเวีย'อวดสายตาเวทีโลก

ดึง 'พรสวรรค์'
สร้างธุรกิจ
คมคิด
ธุรกิจนวัตกรรม
ปั้น 'วาเวีย' หน้า 7
อวดสายตาเวทีโลก



ดึง'พรสวรรค์'สร้างธุรกิจ ปั้น 'วาเวีย' อวดสายตาเวทีโลก



พรปวีณ์ ธรรมศิริ

“

สิ่งที่สำคัญ

เมื่อเราค้นหาตัวเองเจอแล้ว
รู้ว่าชอบอะไร ถนัดอะไร และ
อยากที่จะทำอะไรแล้ว ก็จะทำให้เรา
สามารถอยู่กับสิ่งนั้นได้นานๆ แล้ว
คือการที่เราเจอกับอุปสรรคใดเข้ามา
ก็จะต้องไม่ย่อท้อด้วย

”

การค้นหา “พรสวรรค์” ของตัว

เองอาจจะไม่ใช่เรื่องยากนัก แต่การนำพรสวรรค์
ที่มีมาก่อร่างสร้างเป็น “ธุรกิจส่วนตัว” นั้น
จะต้องใช้ความมานะและอดทน กว่าที่จะฝ่าฟัน
อุปสรรคต่างๆ มา จนเรียกได้ว่าธุรกิจอยู่ตัว
และพร้อมจะก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่ย่อท้อ

นั่นเป็นที่มาของสินค้าแบรนด์ “วาเวีย”
(VAVIA) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าและเครื่องประดับ
ตกแต่งสไตล์วินเทจ ของเพื่อนคู่หูที่มีความ
ใฝ่ฝันอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองเหมือนๆ กัน
และมีแนวความคิดไปในทางเดียวกัน จึงได้
ร่วมกันสร้างธุรกิจของพวกเขา “พรปวีณ์
ธรรมศิริ” และ “สิริภพ อุปริปาก” ซึ่งทั้งคู่
แบ่งหน้าที่กันตามความถนัดด้านการออกแบบ
และการตลาด โดยมีเป้าหมายที่ไม่ใช่แค่การ

จำหน่ายสินค้าในประเทศ

เท่านั้น แต่ยังมองไกล

ไปอีกหลายๆ ประเทศ

ในโลก ด้วย

การนำ

พรสวรรค์คือความรักในงานศิลปะที่ฝึกฝน
จนสร้างเป็นอาชีพ มาเป็นเครื่องนำทางไปสู่
ความสำเร็จ

“พรปวีณ์” หรือ หมอน เล่าว่า “วาเวีย”
เปิดตัวเมื่อ 3 ปีที่แล้วในงานแสดงสินค้าของ

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/-

วันที่: จันทร์ 16 พฤศจิกายน 2558

ปีที่: 15

ฉบับที่: 5140

หน้า: 1 (กลาง), 7, 8

Col.Inch: 167.63 Ad Value: 368,786

PRValue (x3): 1,106,358

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ดึง'พรสวรรค์'สร้างธุรกิจปั้น'วาเวีย'อวดสายตาเวทีโลก

ขวัญและของตกแต่งบ้าน หรือ BIG & BIH โดยได้แรงบันดาลใจมาจากการทำธุรกิจค้าปลีกที่ตลาดน้ำอโยธยาก่อนหน้านี้ ที่ได้ร่วมหุ้นกับเพื่อนๆ เปิดร้านขายสินค้าไลฟ์สไตล์ ซึ่งมีสินค้าหลากหลายแบบ ทั้งของที่ระลึกสไตล์วินเทจ ของตกแต่งและสินค้าแฟชั่น ชื่อร้าน "เด็กไทย" รวมทั้งการที่ตัวเองมีความถนัดในเรื่องงานศิลปะและการออกแบบลวดลายผ้า จึงรับวาดภาพบนเสื้อยืดเพื่อจำหน่ายด้วย จากนั้นเมื่อไม่ได้ทำกิจการที่ตลาดน้ำอโยธยาต่อแล้ว เลยตัดสินใจมา

ทำบริษัทเพื่อสร้างแบรนด์สินค้าเป็นของตัวเอง

"ก่อนที่จะมาเปิดตัวแบรนด์วาเวียในงาน BIG & BIH เราได้พัฒนาสินค้ามาก่อนล่วงหน้า 2-3 เดือน ซึ่งก่อนหน้านี้ก็ได้ฝึกฝนตัวเองในการออกแบบลวดลายต่างๆ ระหว่างที่ยังเปิดร้านค้าปลีกที่ตลาดน้ำอโยธยาด้วย เพราะระยะหลังๆ เมื่อมีลูกค้ามากขึ้น การจะวาดลายลงเสื้อทีละตัวก็ไม่ไหว จึงใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเข้ามาช่วย ซึ่งก็เป็นจุดเริ่มต้นของการ

ทำลวดลายกราฟฟิก จนมาเป็นแพทเทิร์นงานในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของเรา"

โดยผลิตภัณฑ์

แรกของ

แบรนด์

เริ่มจาก

"กระเป๋า"

ซึ่งเกิดจาก

การสังเกต

และพบว่า

ลูกค้า

ส่วนใหญ่ที่เข้าร้านเราจะสนใจ

กระเป๋ากันเยอะมาก และ

กระเป๋าก็ไม่มีไซส์เหมือนเสื้อที่

เราจะต้องมาบริหารจัดการ จึงคิด

เริ่มต้นด้วยการผลิตกระเป๋า ก่อน

จากนั้นจึงไปศึกษาวิธีการทำกระเป๋า

ศึกษาการทำลวดลายผ้าในระหว่าง

ที่ร้านเด็กไทยยังเปิดอยู่ จนออกมาเป็น

กระเป๋าผ้าพิมพ์ลายผสมกับหนังแท้

และตัวเองเป็นคนออกแบบลวดลายเองทั้งหมด



"การที่เราออกแบบลวดลายเองทั้งหมด ทำให้สินค้าของเรามีความเป็นเอกลักษณ์ และไม่ซ้ำแบบใคร มาจนถึงปัจจุบันมีลวดลายเยอะมากเป็นสิบๆ ลายแล้ว แต่ละแบบก็มีแรงบันดาลใจเกี่ยวกับธรรมชาติ และดอกไม้ ซึ่งถือเป็นธีมหลักของแบรนด์วาเวียเลยก็ว่าได้ เพราะวาเวียคือผู้หญิงที่ชอบความโรแมนติก และลูกค้ายหลักของเราคือผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่วัยรุ่นถึงวัย

ผู้ใหญ่ แต่จะมีตัวราคาของกระเป๋าที่จะแบ่งกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน และคนที่มียูแต่ยังมีความอ่อนเยาว์ในหัวใจ ทำให้สีสนัของกระเป๋าจะออกมาในโทนสดใสแต่ก็ดูสุสุขุม ไม่ดูฉูดฉาด และไม่วาดเป็นลายการ์ตูนมากนัก"

นอกจากนี้ กว่าจะออกมาเป็นวาเวียในรูปแบบปัจจุบันนั้น "พรปวีณ" เล่าว่าแรกๆ เธอออกมาเป็นกระเป๋ากันหนังหลายๆ ก่อน โดยยังไม่ได้ลงไลน์ผลิตที่เป็นกระเป๋าลวดลาย แต่รู้สึกว่ายากที่จะนำความชอบของตัวเองมาใส่เข้าไปด้วย จึงเป็นที่มาของคอลเลกชันถัดไป และผลตอบรับที่ออกมาถือว่าดีมาก รวมทั้งแรกๆ เราก็ได้

ทำลวดลายออกมาทดสอบตลาดก่อนด้วย โดยมี 3 แนวคือ ลายสีฟ้าที่สื่อถึงผู้หญิงหวานและดูอบอุ่น ลายที่สองดูเป็นผู้หญิงที่มีความ

สนุกสนาน

หน่อย

และสุดท้ายเป็นแนวผู้หญิงสไตล์วินเทจและหวานเจี๊ยบ สรุปเป็นว่าลูกค้าที่เข้ามาหาเราส่วนใหญ่จะชอบแนวหวาน และอบอุ่น ทำให้การออกแบบลวดลายหลังจากนั้นจะไม่ฉูดฉาดและไม่ออกแบบลายการ์ตูน

เมื่อเรานำลายพิมพ์มาใส่กับกระเป๋าแล้ว ก็พบว่ามียูลูกค้าเข้ามาหาเรามากขึ้น เพราะว่ามันมีความแตกต่างจากทุกๆ ไป นั่นเป็นเพราะว่า



เราเป็นผู้ผลิตเอง สร้างสรรค์เอง และไม่ซ้ำกับตลาดข้างนอกทั่วไป ทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของ “วาเวีย” คือลายพิมพ์ผ้า รวมทั้ง “โลโก้” ของวาเวียก็มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เมื่อใครเห็นก็จะตั้งคำถามก่อนว่าคือรูปอะไร ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำสินค้าแบรนด์ของเราได้ดีขึ้น และก็ไม่มีสิ่งที่จะขึ้นทะเบียนเครื่องหมายการค้า

อ่านต่อหน้า 8

ต่อจากหน้า 7

กับโลโก้ของเรา ส่วนแพทเทิร์นลวดลายต่างๆ เราก็มีการเก็บบันทึกการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ด้วย

เมื่อพูดคุยกันถึงช่องทางตลาดออนไลน์ เน้นออนไลน์เป็นหลัก ไม่พัวพันกับการทำตลาดออนไลน์ ซึ่งพวกเขาบอกว่า นอกจากการออกงานแฟร์ คืองาน BIG & BIH เป็นหลัก เป็นประจำปีละ 2 ครั้งแล้ว เรายังมีช่องทางตลาดออนไลน์อื่นๆ ด้วยไม่ว่าจะเป็นทางเว็บไซต์ www.vavia.co.th, เฟซบุ๊ก คือ Vavia-design, อินสตาแกรม @vaviadesign เป็นต้น รวมทั้งยังมีแคตตาล็อกที่ไฮเทค ในเซ็นทรัลเวิลด์ อีกแห่งหนึ่งด้วย

ด้านยอดขายเติบโตขึ้นมาเรื่อยๆ เป็นระดับ 7 หลัก แต่พวกเขาบอกว่า อยากขยายให้ได้มากกว่านี้ ทำให้เราจะต้องพัฒนาสินค้าในรูปแบบต่างๆ จากความถนัดของเราให้มากขึ้น เช่น ขณะนี้มีเป้าหมายที่จะขยายเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัยชาวญี่ปุ่น ทำให้มีคอลเล็กชันกระเป๋าสำหรับผู้สูงอายุ เพราะจากการศึกษาตลาดญี่ปุ่นมา เราพบว่าผู้สูงวัยชาวญี่ปุ่นจะแต่งตัวไม่แก่ คือจะแต่งตัวในวัยเดียวกับคนไทยอายุประมาณ 30 ปี และคุณลักษณะของกระเป๋าสำหรับผู้สูงวัยนั้นคือจะมีลักษณะเบา นอกจากนี้ก็จะมีผลิตภัณฑ์กระเป๋าอื่นๆ ที่หลากหลายประเภทมากขึ้น เช่น กระเป๋าคุณแม่ ที่มีลูกเล็กและใส่ของของลูกต่างๆ ได้มาก

อย่างไรก็ตาม นอกจากตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นกระเป๋า และของตกแต่งแล้ว “วาเวีย” ยังใช้ความเชี่ยวชาญในการออกแบบลวดลายผ้า ในการให้บริการผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มเติมด้วย “ลูกค้าต่างประเทศที่มีแบรนด์ของตัวเองอยู่แล้ว แต่เขาเห็นว่าเรามีความสามารถในการออกแบบลวดลายผ้า ซึ่งสามารถนำไปลงในผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น หมอน ผ้าปูที่นอน หรือสินค้าในกลุ่มของตกแต่งบ้าน และเครื่องครัว ซึ่งเรารับออกแบบและทำออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ให้ได้ครบวงจร เพราะเรามีความ

เชี่ยวชาญ และมีพันธมิตรที่มีความสามารถในการผลิตในแต่ละชิ้นงานอยู่แล้ว”

อย่างไรก็ตาม กลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันทั้งความชอบ และรสนิยม ทำให้เราจะต้องทำรีเสิร์ชการออกแบบลวดลายในแต่ละตลาดด้วย เพราะลายที่เราผลิตอยู่ในปัจจุบันนี้ ก่อนข้างจะอิงในสไตล์เอเชียและไทยก่อน เพราะเราต้องการที่จะให้แบรนด์ของเรามีความแข็งแกร่งจากภายในประเทศก่อน แม้จะมีเป้าหมายที่จะขยายตลาดไปสู่ประเทศซึ่งถือเป็นเป้าหมายตั้งแต่แรกเริ่มก็ตาม

สำหรับแบรนด์ “วาเวีย” มาจากคำสองคำคือ วินเทจ (vintage) และวิกตอเรียน (victorian) ซึ่งเจ้าของแบรนด์บอกว่า ต้องการให้นึกถึงความเป็นผู้หญิงที่มีสไตล์วินเทจ แต่ก็มีเป้าหมายที่ชัดเจนคือจะมีความหลากหลายมากกว่าการผลิตกระเป๋าสไตล์วินเทจ เพราะจากความเชี่ยวชาญในการนำลวดลายลงในผลิตภัณฑ์อื่นๆ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของวาเวียมีมากกว่านั้น ซึ่งสามารถนำไปลงในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ โดยหากนึกถึงแบรนด์ในต่างประเทศ อาจจะมีกระเป๋าแบรนด์อย่าง “cath kidston” แบรนด์ดังที่คนไทยรู้จักกันเป็นอย่างดี ซึ่งเราก็อยากไปในแนวนั้น แต่สิ่งที่แตกต่างคือเราจะทำในแบบของเรา ที่เป็นบุคลิกของเราเองคือ จะเป็นแนวตะวันออกผสมตะวันตก

“ดีไซน์ของเราจะมีความละเอียดในแบบเอเชีย ซึ่งลวดลายของเราจะมีความใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ ซึ่งขณะนี้เราได้ผ่านประสบการณ์ต่างๆ มาถึงจุดที่มีความเชี่ยวชาญแล้ว จากนั้นจึงจะขยายธุรกิจด้วยองค์ความรู้ที่เรามีจากการทำกระเป๋า รวมไปถึงการลงลายพิมพ์ในผลิตภัณฑ์อื่นๆ”

แน่นอนว่าการพูดคุยกันของเรานั้นแนวความคิดการสร้างธุรกิจนั้น หมอน และ ป๊อป ให้คำแนะนำเพื่อน ๆ คนรุ่นใหม่ที่มีความใฝ่ฝันอยากเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัวว่า ต้องเริ่มค้นหาตัวเองก่อนว่าชอบอะไร ถนัดในสิ่งไหน คือถ้ายังไม่เวลาในช่วงที่ยังเรียนอยู่ ก็ไปเข้าร่วมโครงการสำหรับเยาวชนโครงการต่างๆ ที่มี เช่น หากเราสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการก็จะมีโครงการที่เขาให้คำแนะนำกับเราได้ในเรื่องนี้ได้ หรือถ้ายังไม่รู้ว่าเราถนัดในเรื่องไหน ก็ลองก้าวข้ามไปศึกษาค้นหาในเรื่องต่างๆ ก่อน

“แต่สิ่งที่สำคัญเมื่อเราค้นหาตัวเองเจอแล้ว รู้ว่าชอบอะไร ถนัดอะไร และอยากที่จะทำอะไรแล้ว ก็จะทำให้เราสามารถอยู่กับสิ่งนั้นได้นานๆ แล้ว คือการที่เราเจอกับอุปสรรคใดเข้ามา ก็จะต้องไม่ย่อท้อด้วย และการที่เราอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ เราคิดว่ามีความเป็นอิสระ แต่จริงๆ แล้วกลับเป็นว่าเมื่อเรามีธุรกิจเป็นของตัวเองแล้ว เราต้องใช้เวลาลดลงทั้ง 7 วันในการทำงาน ทั้งการคิดงาน การแก้ปัญหาต่างๆ การติดตามข่าวสาร ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความอดทนอย่างมาก” พวกเขากล่าว

- อนุรักษ์นา สาระคุ : เรื่อง
- ศุภกฤต คุ่มกัน : ภาพ

คม ชัด ลึก

Khom Chad Luek
Circulation: 900,000
Ad Rate: 2,200

Section: First Section/-

วันที่: จันทร์ 16 พฤศจิกายน 2558

ปีที่: 15

ฉบับที่: 5140

หน้า: 1 (กลาง), 7, 8

Col.Inch: 167.63 Ad Value: 368,786

PRValue (x3): 1,106,358

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ดึง'พรสวรรค์'สร้างธุรกิจปั้น'วาเวีย'อวดสายตาเวทีโลก



พรวิมล ธรรมศิริ
และสิรภพ อภิรภาพ

จากเด็กกิจกรรม สู่เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

“หม่อม” พรวิมล ธรรมศิริ และ “ป๊อป” สิรภพ อภิรภาพ หุ่นส่วนธุรกิจผลิตภัณฑ์แบรนด์ “วาเวีย” ซึ่งทั้งคู่บอกว่ามีความใฝ่ฝันอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง จึงเข้าโครงการอบรมการทำธุรกิจในที่ต่างๆ ทำให้ทั้งคู่ได้รู้จักกันและคุยกันลงตัว จนตกลงทำธุรกิจร่วมกันหลังจากจบการศึกษา

โดยสมัยที่ยังเรียนอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัย “หม่อม” เรียนในสาขาวิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ขณะที่ “ป๊อป” เรียนคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งคู่หนีออกจากคร่ำเคร่งการเรียนหนังสือแล้ว ยังเรียกได้ว่าเป็นเด็กกิจกรรมตัวยง โดยเฉพาะหม่อม ที่เล่าว่า ทำกิจกรรมทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย

“ตอนเรียนอยู่ปี 3 รู้แล้วว่าไม่ได้สนใจด้านวิทยาศาสตร์ การทำงานอยู่ในห้องแล็บไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของเรา ประกอบกับเป็นเด็กทำกิจกรรมด้วย ได้ทำโปรเจกต์ต่างๆ เกี่ยวกับเยาวชนทั้งในมหาวิทยาลัยและนอกมหาวิทยาลัย ทำให้ได้ค้นพบตัวเองว่ามีความสนใจเรื่องการเป็นผู้ประกอบการ เลยค้นหาตัวเองตอนขึ้นปี 4 และรู้สึกว่าจะอยากทำธุรกิจ จึงเข้าค่ายศึกษาด้านการตลาด และศึกษาทุกอย่างที่จะเป็นองค์ประกอบของคนที่จะเป็นผู้ประกอบการได้ จนกระทั่งจบการศึกษาจึงได้ร่วมกับเพื่อนๆ เปิดร้านที่ตลาดน้ำอโยธยา”

พวกเขาบอกด้วยว่า การที่เข้าโครงการอบรมต่างๆ ในการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้เราได้รู้จักกับคนจำนวนมาก และคนรุ่นใหม่ที่ทำธุรกิจส่วนตัวที่รู้จักก็มีเยอะมาก พวกเขาเริ่มต้นตั้งแต่สมัยเรียนด้วยซ้ำ นั่นเป็นเพราะว่าสมัยนี้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ โลกออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย เข้ามามีบทบาทกับเรามากขึ้น ทำให้คนกล้าที่จะทำธุรกิจมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การที่มาทำธุรกิจส่วนตัว แรกๆ ทางครอบครัวอาจจะยังไม่เห็นภาพ เพราะอยากให้ลูกได้เรียนต่อและมีความมั่นคงในชีวิต แต่เราเองก็ค่อยๆ ทำความเข้าใจกับที่บ้าน เพื่อให้พวกเขาได้เห็นว่ามีโอกาสสามารถด้านไหน และเราก็ทำให้เห็นว่าเราทำอย่างจริงจัง