'ดี ชอมอง' งานปักจากใจ

จตุจักร ตลาดนัดทำเงิน

■วราภรณ์ เทียนเงิน

จากการรวมกลุ่มของเพื่อนและพี่น้อง สู่การสร้างเสื้อผ้าลายปัก ที่มีความพิเศษ พร้อมสร้างสรรค์แบรนด์ "ดี ชอมอง" ให้กลายเป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่โดดเด่นอย่างมากในตลาดนัดจตุจักร โดยมีกลุ่มลูกค้าประจำทั้งคนไทยและต่างประเทศจำนวนมาก

"ทัศวรรณ บุณยะพุกกนะ" "ธัญลักษณ์ บุณยะพุกกนะ" และ "วรนิษฐ์ มหรรฆรัตน์" เปิดเผยว่า แบรนด์ **"ดี ชอมอง" (De'Chormon)** ได้เข้ามาทำตลาดในประเทศไทยมาประมาณ 3 ปีแล้ว โดยแบรนด์มีเอกลักษณ์จากการนำลวดลายของชนเผ่าต่างๆ นำมาเป็นลวดลายปักบนเสื้อ พร้อมกับการใช้เสื้อผ้าจากเส้นใยธรรมชาติ จากส่วนผสมดังกล่าวทำให้เสื้อผ้ามีความทันสมัย มีสีสัน สวมใส่สบาย

ลายปักในช่วงแรกได้รับแรงบันดาลใจจาก "Islamic art" จึงนำมาร่วมออกแบบพร้อมกับงานปัก ทำให้มีลวดลายพิเศษ อีกทั้งการเลือกสร้างชื่อแบรนด์ "ดี ชอมอง" มาจากการที่ "ทัศวรรณ บุณยะพุกกนะ" และ "ธัญลักษณ์ บุณยะพุกกะ" สองพี่น้อง เป็นคนที่เกิดในพื้นที่ จ.นราธิวาส และมีชื่อหมู่บ้านนี้ จึงนำมาสร้างเป็นชื่อแบรนด์ ขณะที่ "ธัญลักษณ์ บุณยะพุกกนะ" และ "วรนิษฐ์ มหรรฆรัตน์" ทั้งสองได้เรียนมาด้วยกัน ในคณะสถาปัตยกรรม เอกศิลปะอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกับผ้า สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลังจากนั้นเมื่อทำงานภาคเอกชน 2-3 ปี ทั้ง 3 คนจึงตัดสินใจมาสร้างแบรนด์ร่วมกัน

ในช่วงแรกได้เปิดร้านที่จตุจักร เป็นลายเสื้อลายปักแบบใหม่ที่โดดเด่น และได้รับความสนใจจากลูกค้า เพราะในร้านที่จตุจักรไม่มีลวดลายแบบนี้มาก่อน โดยการสร้างแบรนด์น้องใหม่ในตลาด สิ่งสำคัญคือ การได้เรียนรู้และนำความคิดเห็นของลูกค้ามาปรับให้ตรงกับความต้องการ ส่วนการเลือกเปิดร้านครั้งแรกที่ตลาดนัดจตุจักร เพราะต้องการศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน ซึ่งปัจจุบันได้เปิดร้านที่ตลาดนัดจตุจักร โครงการ 3 ซอย 43/1 ล็อก 106 พร้อมกับทำตลาดออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กพร้อมกัน

การผลิตของสินค้าเป็นงานฝีมือ (แฮนด์เมด) และมีการออกแบบลวดลายงานปักเองทุกอย่าง พร้อมกับมีเครื่องจักรที่ผลิตลายปักเอง สินค้าจึงมีความเป็นเอกลักษณ์ (ยูนิก) อีกทั้งการเลือกผลิตเองเพราะลวดลายงานปักมีความซับซ้อน และทำให้ได้ความหลากหลาย รวมทั้งยังสามารถบริหารจัดการสต๊อกสินค้าได้อย่างดี

กลุ่มลูกค้าของแบรนด์มีทั้งในประเทศที่มีทุกวัย ตั้งแต่วัยรุ่นไปจนถึงกลุ่มคนทำงาน รวมถึงลูกค้าต่างประเทศทั้งจากฮ่องกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น และอิสราเอล รวมทั้งมีลูกค้าที่สั่งผลิตในรูปแบบรับจ้างผลิต (โออีเอ็ม) โดยแบรนด์มีการส่งออกโออีเอ็มไปประเทศอิสราเอลและฮ่องกงแล้ว ซึ่งในแต่ละปีจะมีลูกค้าประจำชาวต่างชาติที่เดินทางมาไทย ก็จะเลือกมาซื้อสินค้าทุกครั้ง

สิ่งสำคัญในการบริหารแบรนด์นอกจากการมุ่งดีไซน์ที่มีความแตกต่าง จะต้องมุ่งการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ การให้บริการที่ดี และการมุ่งสร้างสรรค์ใหม่ อีกทั้งในแต่ละปีการบริหารร้านจะมีความท้าทายใหม่ๆ เข้ามาต่อเนื่อง แต่ทั้ง 3 คนได้เรียนรู้พร้อมการปรับแผนธุรกิจ เรียนรู้ตลาด และการมุ่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้แบรนด์เติบโตต่อเนื่อง

เป้าหมายต่อไป จะผลักดันให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์ "ดี ชอมอง" มากขึ้น พร้อมกับสนใจขยายตลาดส่งออกสินค้าไปต่างประเทศใหม่ๆ รวมถึงมุ่งทำให้สินค้ามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสนใจออกแบบสินค้าเกี่ยวกับของตกแต่งบ้าน ที่เกี่ยวข้องกับผ้างานปักต่างๆ พร้อมกับมุ่งสร้างสรรค์สินค้าที่มีความโดดเด่น พิเศษ และนำเสนอที่มีคุณภาพสู่ลูกค้า เชื่อมั่นว่า แบรนด์มีโอกาสขยายตัวได้ดีในระยะยาวอย่างแน่นอน