



นักธุรกิจรุ่นใหม่

มุ่งพัฒนา KPI สู่นำตลาดถุงพลาสติกโลก

A new generation executive to steer plastic bag business to world class position

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และทวีความรุนแรงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการขยายขอบเขตทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความแตกต่าง รวมถึงแนวคิดการบริหารจัดการในด้านต่างๆ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่ง ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และแนวคิดในการบริหารจัดการธุรกิจ จากผู้บริหารรุ่นเก่าไปสู่รุ่นใหม่ ซึ่งหากทำได้อย่างต่อเนื่อง และชัดเจน ย่อมช่วยในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เพื่อนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จในจุดสูงสุด

หนึ่งในองค์กรที่เป็นตัวอย่างอันน่าชื่นชมของการถ่ายทอดประสบการณ์ในธุรกิจที่ยาวนานของผู้บริหารยุคเก่า ผสานเข้ากับมุมมองการจัดการสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว คือ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด (King Pac Industrial หรือ KPI) ซึ่งดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต และจัดจำหน่ายถุง

พลาสติกทุกประเภท และนับเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกรายใหญ่ที่สุดในเอเชียบริษัทหนึ่ง

คุณไพบูลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล เป็นนักธุรกิจรุ่นใหม่ไฟแรงที่เข้ามาสืบทอดกิจการบริหารคิงแพคต่อจาก คุณเสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล ผู้เป็นบิดา ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งคิงแพค ปัจจุบัน คุณไพบูลย์นับว่าเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญในการนำพาคิงแพคก้าวไปอีกขั้นสู่การแข่งขันในตลาดถุงพลาสติกระดับโลก

คุณไพบูลย์เล่าถึงจุดเริ่มต้นของ คิงแพค ตลอดจนเส้นทาง karierเติบโตของธุรกิจตั้งแต่ครั้งก่อตั้งโดยบิดาว่า "คุณพ่อ (คุณ เสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล) เริ่มต้นธุรกิจการผลิตถุงพลาสติกมากกว่า



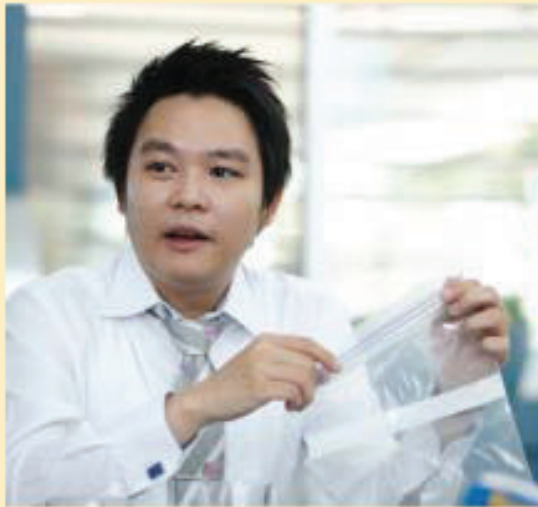
30 ปีแล้ว โดยเริ่มจากกิจการผลิตถุงประเภทถุง Zip เมื่อปี 2519 ในชื่อ IQ Plastic Co., Ltd. ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Siam Zip 1992 Co., Ltd. ภายหลังได้มีผู้ร่วมทุนจากประเทศเยอรมันและมาเลเซียมาร่วมธุรกิจนี้ด้วย โดยเน้นไปที่การผลิตถุงเพื่อส่งออกไปยังยุโรป ในนามบริษัท Zip Pac Co., Ltd. จนกระทั่งปี 2539 ได้ขยายกิจการและก่อตั้งบริษัท **คิงแพค อินดัสเตรียล** เพื่อทำธุรกิจผลิตถุงพลาสติกทุกประเภท เพื่อส่งออกต่างประเทศ

เนื่องจากคุณเสรี จุลศักดิ์ศรีสกุล ประธานกรรมการบริษัท เป็นทั้งนักบริหารและนักลงทุน ตลอดเวลาที่ผ่านมามีการครอบครองธุรกิจมากมาย อาทิเช่น ธุรกิจประเภท อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจทางด้านสถาบันการศึกษา ทางด้านการแพทย์ อุตสาหกรรมต่างๆ จนกระทั่งปี 2540 ได้มีการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการลงทุนหลังวิกฤติเศรษฐกิจโดยเลือกให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีที่สุดในขณะนั้น ได้แก่ ธุรกิจส่งออก จึงทำให้ คิงแพค (KPI) ขยายโรงงานถุงพลาสติกอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่มากขึ้นในขณะนั้นด้วย และยังเพิ่ม line การผลิตถุงขยะ (trash bag) และถุงรีไซเคิล (recycle bag) และสินค้าอีกมากมาย เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศนับแต่่นั้นเป็นต้นมา จวบจนปัจจุบัน คิงแพค สามารถก้าวสู่การเป็นผู้ผลิตถุงพลาสติกเพื่อส่งออกที่มีฐานการผลิตใหญ่เป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย

ก่อนเป็นอันดับแรก รวมไปถึงการดูแลกระบวนการผลิตเพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลังจากเรียนรู้งานด้านการผลิตได้ระยะหนึ่ง จึงเข้ามาดูแลงานในฝ่ายขายและพัฒนาธุรกิจจนถึงปัจจุบัน

เมื่อเข้ามาเป็นผู้บริหารเต็มตัว ภารกิจที่คุณไพบูลย์ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ คือ การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมไปถึงแนวคิดการขยายพันธมิตรร่วมทุนทางธุรกิจ (Business Alliance) เพื่อขยายตลาดใหม่ๆ ไปยังประเทศต่างๆ มากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอย่างเด่นชัดหลังจากที่เขาเข้ามาสืบทอดการบริหารจากบิดา จากเดิมพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทมีเพียง 3 ประเทศหลัก คือ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น จนปัจจุบันพันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด ขยายวงกว้างเพิ่มมากขึ้นกว่า 10 ประเทศทั่วโลก โดยพัฒนาจากฐานลูกค้าเดิมกว่า 38 ประเทศทั่วโลก

"การบริหารจัดการเกี่ยวกับเรื่องการตลาด และพันธมิตรทางธุรกิจเดิมที่จะเป็นไปในลักษณะ การบริหารการตลาดเชิงรับ แต่เนื่องด้วยเศรษฐกิจในปัจจุบันเริ่มที่จะถดถอยลง จึงทำให้ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้เป็น การบริหารการตลาดเชิงรุก โดยต้องเข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ต้องมีการสังเกตพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า สอบถามความคิดเห็นและความต้องการสินค้าของผู้บริโภคโดยตรง เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุดมากที่สุด"



คุณไพบูลย์ จุลศักดิ์ศรีสกุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล
Mr. Paiboon Julasakrisakul, Assistant Managing Director of King Pac Industrial Company Limited (KPI), the new generation with great vision in management.

เมื่อครั้งเริ่มแรกทำงาน **คุณไพบูลย์** ได้รับมอบหมายจากบิดาให้รับผิดชอบด้านการควบคุมการผลิตเพื่อลดต้นทุน และด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักรในโรงงานใน **บริษัท คิงแบ็ก จำกัด (King Bag Co., Ltd.) และ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด** ที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าภายในประเทศ เป็นระยะเวลากว่าปีเศษ ด้วยการทำงานที่มุ่งมั่น และมีวิสัยทัศน์ จนครบครันแล้วเห็นถึงความตั้งใจจริงในการทำงาน จึงมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลบริหารธุรกิจ ในตำแหน่ง **ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท คิงแพค อินดัสเตรียล จำกัด** อย่างเต็มตัว

"ผมเริ่มต้นการบริหารคิงแพค จากการเข้ามาควบคุมสายการผลิตในโรงงานเพื่อลดต้นทุน และพัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจักร

"จากแนวคิดการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศต่างๆ ทำให้เราออกไปพบกับลูกค้าผู้ใช้สินค้าจริงมากขึ้น เพื่อรับฟังความต้องการของพวกเขา และนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของเขาให้ได้มากที่สุด และมีการลงทุนในเรื่องการวิจัยและพัฒนาเครื่องจักร และสินค้า เช่น ถุงขยะ (Garbage Bag) ที่เรานำมาปรับเปลี่ยนจากถุงขยะแบบเดิม ให้กลับกลายมาเป็นถุงขยะที่มีเชือกผูกปากถุง (Draw Tape) เพื่อความสะดวกสบายในการใช้งานมากยิ่งขึ้น หรือจะเป็นการพัฒนาถุงซิป (Zip Lock) ภายใต้ Brand ของคิงแพคเอง ที่เพิ่มความแตกต่างตรงตัวซิปให้เป็นแบบ Double-Zip เพื่อช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ใช้ต่อความสามารถในการปิดผนึก รวมถึงการเปลี่ยน

packaging ของ ของถุงซิป ดังกล่าวจากแบบกล่องให้เป็นแบบถุง ที่ง่ายต่อการพกพาและหยิบใช้มากขึ้น เป็นต้น" คุณไพบูลย์กล่าว

อีกสิ่งหนึ่งที่ทำทลายความสามารถของนักบริหารรุ่นใหม่เช่นคุณไพบูลย์ ย่อมหนีไม่พ้นการนำพิกิจการให้อยู่รอดจากวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อแทบทุกธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คิงแพค เป็นธุรกิจที่ทำการผลิตเพื่อส่งออก ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเสี่ยงต่อพิษเศรษฐกิจมากที่สุดธุรกิจหนึ่งนั้นน่าจะได้รับการกระทบบ้างไม่มากนักน้อย ซึ่งคุณไพบูลย์เห็นว่า "จริงอยู่ที่ตลาดหลักๆ ของคิงแพค อยู่ในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ที่ล้วนเป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางของวิกฤติเศรษฐกิจครั้งนี้ แต่เรายังนับว่าโชคดีที่แทบไม่ได้รับผลกระทบเลย เนื่องจากประสบการณ์อันยาวนานในการบริหารธุรกิจ และในเรื่องตลาดถุงพลาสติกตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ ได้ถูกถ่ายทอดเป็นบทเรียนให้เราเริ่มการวางแผนเพื่อเตรียมการรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งในช่วงนี้ ผมมองว่ากลับเป็นเรื่องดีมากกว่า ที่ทำให้เราได้มีโอกาสทำตลาดเชิงรุกมากขึ้น คือ ได้ออกไปพบและรับทราบความต้องการของลูกค้าผู้ใช้สินค้าจริง รวมถึงสร้างความสัมพันธ์กับผู้แทนจำหน่ายในประเทศต่างๆ มากขึ้น"

เกี่ยวกับมุมมองต่อผลกระทบของวิกฤติเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีต่อธุรกิจถุงพลาสติก คุณไพบูลย์เห็นว่า "สินค้าหลายประเภทมีความต้องการซื้อเพิ่มขึ้นสวนทางกับกระแสเศรษฐกิจปัจจุบันหนึ่งในนั้นก็คือถุงพลาสติก โดยเฉพาะ ถุง Shopping bag หรือ ถุง T-Shirt bag ช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี คนก็ออกไปจับจ่ายซื้อของเพื่อนำกลับมาทำอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น กลับกลายเป็นว่าต้องใช้ถุงใส่ของและถุงขยะมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงถุงใส่แซนด์วิช (Sandwich bag) ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ เพื่อใส่อาหารจากบ้านไปทานที่ทำงานหรือที่โรงเรียน ดังนั้น ผมคิดว่า ธุรกิจถุงพลาสติกไม่น่าจะได้รับการกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจมากนัก ยิ่งไปกว่านั้น น่าจะเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจมากกว่า"

ในด้านปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของคิงแพคนั้น คุณไพบูลย์ได้แบ่งปันเคล็ดลับให้เราฟังว่า "บริษัทของผมเน้นหนักในเรื่องของคุณภาพและบริการเป็นสำคัญ ผมจึงตั้งใจและทุ่มเทอย่างมากในเรื่องของการศึกษาและใส่ใจในทุกรายละเอียดของสินค้าตลอดจนเรื่องของ CRM (Customer Relationship Management) กล่าวคือ เราจะต้องรู้จักลูกค้าก่อนเป็นอันดับแรก โดยต้องศึกษาลูกค้าในทุกแง่มุม ตั้งแต่อายุลักษณะนิสัย ความชอบ แนวความคิด และต้องกลายเป็นผู้ที่ดีเวลาที่ลูกค้าให้คำแนะนำด้านสินค้าและบริการของเรา ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้เราสามารถปรับตัวให้เข้ากับลูกค้าแต่ละรายได้"

"อีกสิ่งหนึ่งที่มีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของคิงแพค ภายใต้การดูแลของนักบริหารมือใหม่อย่างผม คือ ความต่อเนื่องและชัดเจนของแนวคิดในการบริหารที่ถูกถ่ายทอดจากผู้บริหารรุ่นคุณพ่อมายังรุ่นผม ที่ผ่านมาสำหรับการทำงานร่วมกันระหว่างคุณพ่อและผมนั้น นับว่าไม่มีปัญหาเรื่องช่องว่างทางแนวคิดและวิธีการทำงานระหว่างรุ่น (generation gap) มาเป็นอุปสรรคเลย เราไม่เคยขัดแย้งกันในการทำงาน อาจเป็นเพราะคุณพ่อจัดว่าเป็นนักบริหารสมัยใหม่ท่านหนึ่งที่ค่อนข้างเปิดโอกาสให้ลูกๆ ได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมใน

การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อย่างเต็มที่ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของเรา หากไม่เหมาะสม ก็จะชี้แนะสิ่งที่ถูกให้เราอย่างหวังดี ซึ่งเราก็ต้องเป็นฝ่ายรับฟังท่านเช่นกัน เพราะผมคิดว่าอยู่เสมอว่าเราเองยังใหม่ในงานบริหาร ประสบการณ์ก็ยังไม่มาก ความรู้ที่ได้จากการศึกษาก็ไม่สามารถนำมาใช้ในสถานการณ์จริงได้เสมอไป การรับฟังท่าน นำไปคิดต่อ และประยุกต์ใช้เป็นแนวทางของตัวเอง จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผมได้เรียนรู้เคล็ดลับในการทำงานดีๆ ซึ่งหาไม่ได้จากที่ไหน"

ท้ายสุด คุณไพบูลย์ได้กล่าวถึงกุญแจสำคัญที่สุดแห่งความสำเร็จของคิงแพค ว่าเป็นเพราะความทุ่มเท มุ่งมั่น และตั้งใจของพนักงานกว่า 2,000 ชีวิต ซึ่งร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่องมาตลอด อันเป็นผลมาจากวิธีการบริหารบุคลากรในบริษัทในแบบฉบับของเขาเอง

"คุณพ่อผม และตัวผมเองให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนในบริษัท หลักการในการบริหารคนของผมนำๆ คือ ผมมองพนักงานของผมทุกคนเป็นเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นเพื่อน ที่สามารถรับฟังความคิดเห็น ยอมรับคำติชมที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานซึ่งกันและกัน ส่วนตัวผม แม้จะเป็นผู้บริหารใหม่ แต่ก็จะให้เกียรติ และรับฟังคำแนะนำของคนที่อยู่มาก่อนเสมอ ผมเชื่อมั่นว่า ปัจจุบันพนักงานของผมทุกคน พร้อมที่จะให้การสนับสนุนผมเป็นอย่างดี และสนับสนุนให้ธุรกิจก้าวเดินไปข้างหน้าเช่นนี้ตลอดไป"

จากแนวคิดการบริหารที่เรียบง่าย และวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของคุณไพบูลย์ จึงสามารถกล่าวได้ว่า เขาเป็นนักบริหารรุ่นใหม่ที่น่าจับตามองคนหนึ่ง ซึ่งเป็นลูกไม้ไม่หล่นใต้ต้นของนักบริหารผู้ประสบความสำเร็จเช่นบิดา และเมื่อผนวกกับความมุ่งมั่นตั้งใจจริงในการทำงานของเขา ย่อมเป็นแรงผลักดันที่จะทำให้เขาสามารถนำพาบริษัท คิงแพค อินดัสตรีเรียล จำกัด ก้าวสู่ความสำเร็จบนเวทีธุรกิจถุงพลาสติกระดับโลกได้อย่างสง่างาม



Business competition is becoming more intense these days in terms of expansion, marketing strategies for differentiation, and management tactics. A key to the competitiveness of most successful business organizations is conveyance of knowledge, experiences, and business management concepts from senior executives to new generation executives. If the conveyance is clear, and consistent, it will certainly help fulfill the organization goals, thus leading to the ultimate success.

One of the organizations that are praiseworthy for the transfers of long experiences from senior executives to new generation executives, and for the perfect combination of rich industry experiences and modern business management concepts is **King Pac Industrial Company Limited (KPI)**. A producer and marketer of all kinds of plastic bags, King Pac is recognized as one of the largest plastic bag producers in Asia.

Mr. Paiboon Julasakrisakul is a modern, hard-working young businessman, a successor of Mr. Seri Julasakrisakul, his father and the founder of King Pac. At present, Mr. Paiboon is the major force driving King Pac forward to compete in the global plastic bag market.

Recalling the beginning of King Pac and the path of its growth, Mr. Paiboon said: "My father (Mr. Seri Julasakrisakul) started the business with the production of plastic bags over 30 years ago. It began with the production of zip bags in 1976 under the company named IQ Plastic Co., Ltd., which was later renamed Siam Zip 1992 Co., Ltd. After becoming joint venture with German and Malaysian partners, the company was renamed again to Zip Pac Co., Ltd. and focused on the production of bags for export to Europe. In 1996, he expanded the business and established **King Pac Industrial Co., Ltd.** to produce all kinds of plastic bags for export."

As the chairman of the company, Mr. Seri Julasakrisakul is an executive-cum-investor. He has run a number of businesses, including property development, education, medical services, and others in various industries. Following the 1997 financial crisis, he pondered the future of investment, and chose to emphasize on the area with the brightest prospect at the time-export-oriented businesses. In pursuing the export goal, King Pac rapidly expanded its plastic bag factories to meet the then growing market demands. Since then, it has also added the production lines of trash bags and recyclable bags, as well as many other products for export. Nowadays, King Pac becomes the export-



oriented plastic bag producer with the largest production base in Asia.

During the first stage of his career, Mr. Paiboon was assigned by his father to take charge of cost-reduction production control and the capacity improvement of machinery at the factories of **King Bag Co., Ltd.**, which manufactured and marketed products for domestic market, and **King Pac Industrial Co., Ltd.** He took up the job, and proved to work with determination and visions for over a year. Then, his family entrusted him with business management and appointed him to the position of the **Assistant Managing Director of King Pac Industrial Co., Ltd.**

"I started to run King Pac by controlling the production lines of the factories to cut costs and improve the productivity of the machinery, while ensuring that the production process was environmentally friendly. After learning the production job for a while, I moved to take charge of sales and business development until now."

Taking full management responsibilities, Mr. Paiboon prioritizes the improvement of marketing strategies, and the expansion of business alliance to enter into new markets in more countries. These are the obvious changes that have happened since he took over the management from his father. Previously, the company had business allies only in the United States, Europe and Japan. Today, the alliance of King Pac Industrial Co., Ltd. expands to over 10 more nations worldwide, built on its old customer base that covered some 38 countries around the world.

"Previously, management of marketing and business allies used to be unaggressive. The present economic recession, however, has triggered the change to proactive marketing management to approach more customers and business partners. In other words, market and customer research must be conducted on customer needs, behavior, and satisfaction in order to improve, correct and develop products that exactly meet their needs."

"Implementation of proactive marketing to expand business alliance network overseas has driven us to meet more customers, who are the end users of our

products. We have listened to their needs so that we can develop new products that best serve their needs. We have also invested in the research and development of machinery and products. For example, we have added draw tapes to our garbage bags for users' convenience. We have also developed Zip Locks under the King Pac brand, which feature unique Double Zips that boost users' confidence in sealing. Besides, we have changed the packaging of those Zip Locks from a conventional box to a more handy bag" Mr. Paiboon said.

Another challenge for Mr. Paiboon is, inevitably, how to ensure his business' survival in light of the current economic crisis, which has impacted almost all businesses. As an export-oriented manufacturer, King Pac is among the high-risk business sectors most vulnerable to the shrinking market demand. Mr. Paiboon said: *"It is true that the target markets of King Pac are the United States, Europe and Japan, the epicenter of this economic crisis. But, fortunately, we have been affected only slightly because the long, and rich, experiences in business management of plastic bag markets were conveyed from my father and with these lessons, we can come up with contingency plans to effectively cope with the possible impacts of the economic crisis. Actually, I take this moment as a good opportunity for us to intensify our proactive marketing attempts. We can go out to visit and learn more about customers' needs, and to develop relationships with more traders overseas."*

Regarding the impacts of the present economic crisis on the plastic bag business, Mr. Paiboon said: *"There are increasing demands for products in many categories despite the current economic situation. Among them are shopping bags, or T-shirt bags. During economic hardships, more people buy food to cook at home, so they need more shopping and garbage bags. Sandwich bags are also more popular in overseas markets because they are used to take food from home to offices or schools. So I do not think the plastic bag business will be significantly affected by the economic crisis. On the contrary, it should buck the economic trend."*

In terms of the key success factors of King Pac, Mr. Paiboon shared his secrets with us: *"Since my company focuses on quality and services, I take research and development, and CRM (Customer Relationship Management) very seriously. In other words, we must first know the customers. We must get to know them in all aspects, including their ages, characteristics, preferences and ideas. Moreover, we must be a good listener when the customers give advice on our products and services. This enables us to adjust to each customer and serve him right."*

"Another key to the success of King Pac is the consistency and clarity of management concept

an direction that were transferred from my father. Between my father and me, there is no generation gap when it comes to ideas and methods about work. We have never had a dispute on work. This is possibly because my father is a modern executive, who is quite open to children's opinion. He lets us fully have our say and takes part in deciding on issues. If our decisions are inappropriate, he corrects us constructively. And we must listen to him as well because I think that we are still new in managerial jobs, and have yet to gain experiences. The knowledge we obtained from school cannot always be applied in the real world. Listening to him, contemplating his advice and applying it in my own way, I have learned the secrets of work which are unavailable elsewhere."

Finally, Mr. Paiboon revealed that the top secret of King Pac's success was the devotion, determination



ดูพลาสติกหลากหลายชนิดได้รับการพัฒนาขึ้น เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

Various types of plastic bags have been developed to meet the needs of customers.

and perseverance of over 2,000 staff members who joined forces to consistently improve the quality of products and services of the company, the result of his own personnel management style.

"My father and I realize the importance of all staff members of the company. My personnel management principle is simple. I think of all my employees as my family. We are brothers, sisters, and friends, who can listen to one another's opinions and criticisms, which are useful for our work. Being a new executive, I always respect and listen to the advice of those who have been here longer than I have. I do believe that all my staff members are ready to support me and work for the prosperity of the business as they have been doing all along."

Regarding the sharp management ideas, and the great vision of Mr. Paiboon, it can be stated that he is a modern executive well worth watching. He is following the path of his father who is a successful executive. With lessons from his father, along with his own determination, he will be able to lead King Pac Industrial Co., Ltd. to its glorious success in the global plastic bag arena in the near future. ■