

PAC เปิดประตูสู่โอกาส

ติดปีกความสำเร็จกับโครงการ PGC

PAC打开机遇大门 PGC项目迈向成功

บริษัท PAC Corporation (ประเทศไทย) จำกัด คือหนึ่งในบริษัทได้เข้าร่วมโครงการ **พาสปอร์ตสู่โกลบอลชาเลนจ์ (Passport to Global Challenge : PGC By NEA)** ซึ่งจัดโดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ไม่เพียงแต่เข้าร่วมเท่านั้น PAC Corporation แต่ยังมีดีกรีเป็นผู้ชนะของโครงการ PGC รุ่นที่ 1 ด้วย

อัจฉรา ปู่มี กรรมการผู้จัดการของบริษัท PAC Corporation (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ชนะในโครงการ PGC ได้ร่วมแบ่งปันประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการกับทางนิตยสาร TAP

“เราก็เหมือนผู้ประกอบการทั่วไป อยากโกอินเตอร์ อยากเอาสินค้าเราไปตลาดในต่างประเทศ ซึ่งพอเราเห็นโครงการนี้ ก็มองว่า โครงการน่าจะทำให้เราเปิดช่องทางที่จะรู้จักกับผู้บริหาร หรือว่ามีเครือข่ายที่จะขยายตลาดต่างประเทศ พอเห็นชื่อของ NEA เป็นคนจัดก็สนใจ รวมถึงหลักสูตรที่ทางโครงการ เน้นเรื่องของการทำ Business model (แผนธุรกิจ) เพื่อให้เกิดระบบในการทำธุรกิจมากขึ้น ก็ยิ่งรู้สึกว่ามันจะได้ประโยชน์ต่อธุรกิจของเรา จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้ามาสมัคร”

PAC Corporation (ประเทศไทย) ก่อตั้งอย่าง

เข้าสู่ปีที่ 15 เดิมทีดำเนินกิจการเทรดเครื่องปรับอากาศ แต่หลังจากที่คลุกคลีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ อัจฉรา ได้มองเห็นโอกาสจากความร้อนเหลือทิ้งจำนวนมากจากเครื่องปรับอากาศ แล้วจุดประกายว่าความร้อนตรงนี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ จึงก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ ที่ใช้นวัตกรรมเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก ในการตัดแปลงเอาความร้อนเหลือใช้จากเครื่องปรับอากาศ มาใช้ประโยชน์ผลิตสินค้าเป็นแบรนด์ของ PAC เอง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องทำน้ำร้อน เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์ เครื่องปรับอากาศผสมไม้น้ำ ซึ่งกลายเป็นจุดแตกต่างจากสินค้า





“กลับมาถามตัวเองตลอดเลยว่า เรากำลังทำสิ่งนี้เพื่ออะไร เพราะมันจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้เราไม่ยอมแพ้ที่จะพัฒนา นวัตกรรมต่อไป”

ในท้องตลาด เพราะเป็นสินค้าคลื่น เทคโนโลยี เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้วยความที่สินค้าประเภทเดียวกันมีน้อย แทนที่จะแข่งขันกับตลาดเอกชนผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั่วไป แต่อัจฉรา กล่าวว่า PAC ทำการตลาดแข่งขันกับตัวเอง แข่งขันกับความรู้ ความยอมรับจากลูกค้ามากกว่า จะทำยังไงให้ลูกค้ายอมรับผลิตภัณฑ์ของเรา ทำยังไงให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เป็นความยากอีกแบบหนึ่งที่ไม่ได้มาดัดกันเรื่องราคา แต่เป็นการแข่งกับตัวเอง

อัจฉรา เล่าให้ฟังว่า ก่อนเข้าร่วมโครงการ PGC บริษัทฯ มีลูกค้าในตลาดต่างประเทศอยู่แล้วจำนวนหนึ่ง โดยเลือกทำตลาดกับประเทศที่มีภูมิอากาศร้อน ใช้เครื่องปรับอากาศ และตระหนักถึงสนใจเรื่อง

สิ่งแวดล้อม เพียงแต่ทำการตลาดแบบอแกนิก ทำให้ยังไม่ได้มีลูกค้าในจำนวนที่มากนัก จนกระทั่งมาร่วมโครงการนี้ ทำให้ PAC สามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการส่งเสริมเพื่อที่จะออกไปหาตลาดส่งออกอย่างมีระบบ และมีทูตพาณิชย์เป็นพี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษา

“จากเดิมบริษัทมีส่วนการส่งออกอยู่ที่ 2-3% หลังจากที่เราเข้ามาตรงนี้ ยอดตัวเลขส่งออกอยู่ที่ประมาณ 10% เพราะเรามีโอกาสได้รู้จักกับผอ.NEA จากคนที่ไม่ได้มีคอนเนกชันเลย ก็ได้ผอ.ที่ช่วยแนะนำให้รู้จัก ทำให้ได้รับการสนับสนุน ได้รับการต่อยอด เช่น มีลูกค้าที่ติดต่อเราจากเคนยา ซึ่งได้มาจากการไปออกบูธกับกรมส่งเสริมการส่งออก เราก็ได้รับคำปรึกษา

จากท่านทูตพาณิชย์ที่นั่น เราได้รับความเชื่อถือของลูกค้าจากการไปออกบูธ แล้วเรารู้สึกมั่นใจด้วย ว่าเราเปิดตลาดไปแบบไม่ได้ดำนํ้าพริกละลายแม่น้ำ หรือว่าไปแล้วมันไม่ถูกช่อง ถูกทาง”

ปัจจุบันตลาดต่างประเทศของ PAC Corporation มีฝั่งแอฟริกา เคนยา มัลดีฟส์ อินเดีย ประเทศกลุ่ม CLMV (กัมพูชา, ลาว, เมียนมาและเวียดนาม) มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย

นอกเหนือจากยอดขายต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว สิ่งที่ PAC สามารถต่อยอดได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ ยังมีอีกหลายด้าน เธอบอกว่า การเข้าร่วมโครงการนี้เหมือน Fast track เพราะเดิมที่ไม่รู้จักตลาด ไม่รู้จักคอนเนกชัน ไม่รู้จักกลไกในการสนับสนุน

ต่างๆ ก็ได้มาทำความรู้จัก เนื่องจากการไปด้วยตัวเอง อาจจะก้าวไปได้ช้ากว่า

ทั้งยังได้ความรู้จากการฝึกอบรม วางแผนธุรกิจ ที่จะทำตลาดทั้งในและต่างประเทศ ได้คำแนะนำ จากทางผู้อำนวยการของสถาบันNEA ได้ร่วมออก บูธ Business matching ต่างๆ เรียนรู้เรื่องการทำ ประชาสัมพันธ์บริษัท หรือได้ร่วมลงเรียนคอร์ส Smart exporter ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ ช่วยส่งเสริมความรู้เรื่องการส่งออกเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วมกับโครงการ โครงการ พาสปอร์ตทูโกลบอลชาเลนจ์ (Passport to Global Challenge) อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้สัมผัสกับ ความสำเร็จได้ไวขึ้น แต่ความสำเร็จจะไปได้ก้าวไกล นั้นมี กฎแห่งความสำเร็จ คือ จุดแข็งภายใน

“สินค้าเราไม่ได้เป็นแค่ผลิตภัณฑ์ที่ขายทั่วไป แต่มีจุดแตกต่างที่ลูกค้าได้ประโยชน์ ทำให้เขา ลดต้นทุนค่าพลังงาน ทำให้มีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น โดย ยังมีภาพลักษณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นอะไรที่ บวกๆ หดเลย เพราะฉะนั้นลูกค้า เขาใช้ เขาได้กับ ตัวเองโดยตรง

แล้วเรื่องการบริการ ที่เราไม่ได้มุ่งเน้นแค่การขาย สินค้า เราดูแลลูกค้าหลังการขายด้วย ก็เลยทำให้เรา ต่อยอด แม้กระทั่งต่างประเทศ เรามองเลยว่า ต้องได้ คู่ค้า (Partner) ที่ดูแลผลิตภัณฑ์เราให้กับลูกค้าที่ซื้อ ไปแล้ว มีการซ่อมบำรุง มีการดูแลหลังการขายให้ได้ดี

และสุดท้ายก็น่าจะเป็นเรื่องของความรู้ ความ เชี่ยวชาญของเราเอง เพราะว่าเราต่อยอดธุรกิจนี้ จากความรู้เดิมของธุรกิจครอบครัวด้วย เราก็ศึกษาค้นคว้า เพราะว่ามันเป็นนวัตกรรมที่เราคิดค้น ศึกษา ค้นคว้า จนกระทั่งเราได้รับการยอมรับจากลูกค้าว่า ถ้าผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ต้อง PAC”

อัจฉราทิ้งท้ายว่า การทำสินค้านวัตกรรมต้อง ศึกษาตลาดให้ออก ตั้งเป้าหมายให้ชัดว่ากลุ่มเป้าหมายของสินค้าคือใคร คุณภาพ คอนเซ็ปต์ของสินค้า และการนำเสนอสินค้าที่ต้องมีประสิทธิภาพ แต่ที่สำคัญคือใจเรา

“มันไม่ได้ง่าย จะต้องฝ่าฟันหลายอย่าง เพราะว่าไม่ใช่ว่าการขายสินค้าที่คนทั่วๆ ไปใช้กัน ดังนั้นอาจจะเจอปัญหาอุปสรรค ก็ต้องอดทน ต้องมุ่งมั่น จะต้องกลับมาถามตัวเองตลอดเลยว่า เรากำลังทำสิ่งนี้เพื่ออะไร เพราะมันจะเป็นแรงขับเคลื่อนให้เราไม่ยอมแพ้ที่จะพัฒนานวัตกรรมต่อไป” **ITAP**

PAC Corporation (泰国) 股份有限公司是加入Passport to Global Challenge:PGC By NEA项目的公司之一，该项目由泰国新经济学院 (NEA) 主办。PAC Corporation (泰国) 股份有限公司也是首届获胜的企业。

PAC Corporation (泰国) 股份有限公司董事总经理Atchara Poomee女士和东盟博览杂志分享了此次参加PGC项目的经验。

“我们和其他企业一样，想走向国际，想将自己的产品出口到国外。当看到这个项目后，认为这个项目也许能让我们结识国外企业的管理层，拓展海外市场，而泰国新经济学院 (NEA) 作为项目主办

方，为此觉得更加值得关注，此外还开设有商业模式课程，让经营业务更加系统化，为此更加认为会对我们企业有所帮助，这也是加入该项目的初始原因。”

PAC Corporation (泰国) 股份有限公司成立至今已有15年，最初经营空调业务，在经营该种业务后，Atchara女士发现许多热量来源于空调的排放，于是心中燃起充分利用这部分热量的想法，因此产生了新的业务。并将使用创新科技作为主要推动力，将这些热量变废为宝，转化成PAC的产品，包括热水器、太阳能热水器、游泳池温控器，这也是区别于市场上其他产品的地方，因为这属于环保科技产品。

市场上同类产品比较少，并不像其他产品一样竞争激烈，但是Atchara女士表示，PAC公司更多的是在和自己竞争，和知识竞争以及获得客户认可。如何才能让客户认可和购买我们的产品，这是面临的一个困难，而不是和其他商家进行价格竞争，最重要的还是和自己竞争。

Atchara女士说到，在加入PGC项目之前，公司就已经有部分海外客户，一般选择的是使用空调且注重环保的热带国家市场，因此客户



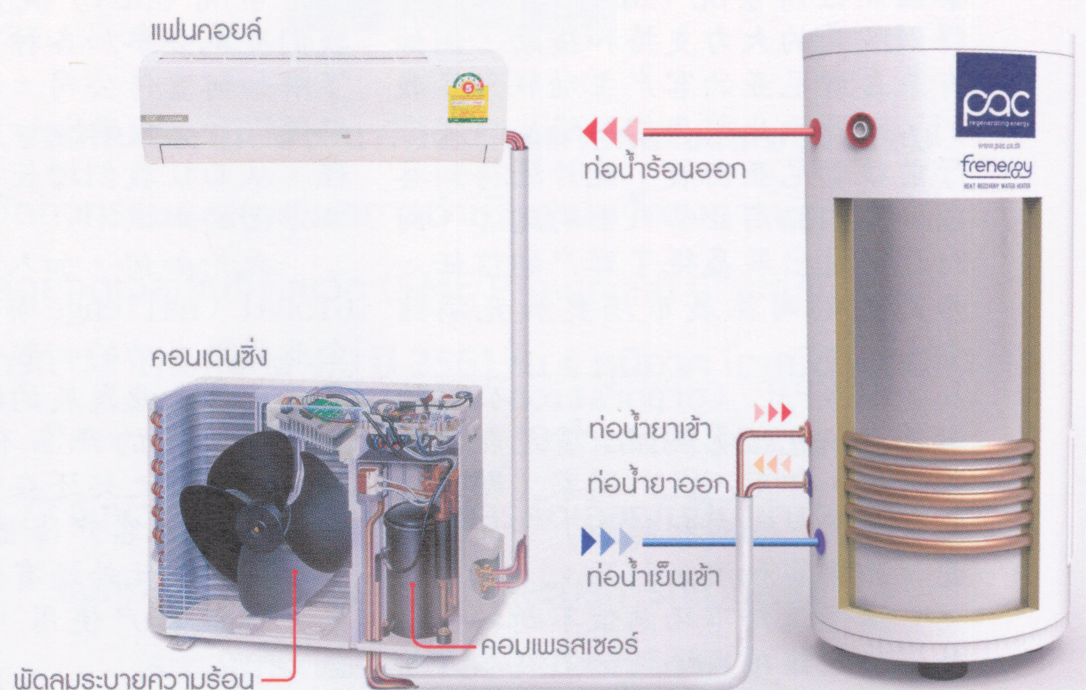
7 Inno Awards 2017

รางวัล รองชนะเลิศอันดับ 1 ด้าน สังคม

ผลิตภัณฑ์ : เครื่องทำน้ำร้อน

จากเครื่องปรับอากาศ

PAC Frenergy





“要时刻问自己，现在正在做的事情是为了什么，因为这是我们在发展科技时不服输的推动力。”

并不是很多。直到加入该项目后，使我们能够不断拓展海外市场，因为这个项目促进系统地寻找出口市场，还有驻外商业部人士提出的宝贵建议。

“过去，公司出口份额约占2-3%，但是在加入项目后，出口增长约10%，因为我们有机会结识了泰国新经济学院（NEA）院长，并得到院长的大力支持和援助，例如有来自肯尼亚的客户主动联系了我们，这源于此前我们跟随出口促进厅前往肯尼亚出展，此外还得到泰国驻肯尼亚商业部人士的建言，同时还通过出展赢得了客户的信任，为此我们对拓展市场更加充满信心。”

如今PAC Corporation公司的海外市场包括有美国、肯尼亚、马尔代夫、印度、CLMV国家（即柬埔寨、老挝、缅甸和越南）、马来西亚、菲律宾和澳大利亚。

除了海外市场总值不断增长之外，加入该项目还让公司在多方面

受益。Atchara女士说到，加入项目相当于是一个捷径，因为过去不了解市场，没有广泛的交际网，不了解各种促进机制，而如今有了认识和了解。假如单凭一己之力，恐怕会发展缓慢。

此外，还从参加国内外市场营销培训中获益良多，以及泰国新经济学院（NEA）院长的建言，让我们有机会参加各种商品交易会，了解如何宣传公司，同时学习由出口促进厅开设的Smart exporter课程，从而让我们增长了不少有关出口方面的知识。

无论如何，加入Passport to Global Challenge项目可能是加快企业获得成功的一部分，但是内在优势才是企业发展的钥匙。

“我们的产品不仅是一件商品，其特别之处还在于能让客户从中获益，让客户降低能源成本，增加利润。此外还有优秀的环保形象，因此客户使用，就能切身获益。”

服务方面，我们并不是一味的只注重营销，还注重售后服务，从而带动我们发展。即便是海外市场，我们认为需要有合作伙伴负责售后服务这一块，提升服务质量。

最后是我们在这方面的知识和丰富经验，因为我们是从家族企业发展起来的，不断去了解，去研究，因为这是我们发明的科技，最终获得客户一致认可，纷纷表示要买此类产品，就认准PAC。

最后，Atchara女士还说到，经营科技类产品需要先了解市场，要制定明确目标客户群，产品的质量、理念以及推出产品的有效方法，最重要的是我们要用心去做。

“一路走来并不容易，要克服各种困难，因为这并不是出售大众都使用的产品，因此可能会遇到困难，要坚持，要坚定不移，要时刻问自己，现在正在做的事情是为了什么，因为这是我们在发展科技时不服输的推动力。”