

รายงาน Business Creation and Networking

สคต. ไมอามี ประเทศ สหรัฐฯ
วันที่ ๒๐ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑

๑. ข้อมูลบุคคล/องค์กรที่เข้าพบ

๑. ชื่อ Mr. Panithan (Dan) Narmsthien ๒. ชื่อ Mrs. Sai Wongchaoum
ตำแหน่ง President/Founder ตำแหน่ง Managing Director
บริษัท/องค์กร Foodworks International LLC.
ที่อยู่ ๓๖๗๐ ๑๓๑st Ave. North, Clearwater, Florida
รหัสไปรษณีย์ ๓๓๗๖๒ ประเทศ สหรัฐอเมริกา
โทรศัพท์ ๗๒๗-๔๕๙-๕๙๐๙ (Dan), ๗๒๗-๔๐๙-๘๗๗๒ (Sai) โทรสาร ๘๘๘-๘๕๓-๕๒๑๐
Email dan@foodworks.biz, sai@foodworks.biz Website -

๒. รายละเอียดบริษัท/องค์กร

๒.๑) ก่อตั้งเมื่อ ปี ๒๐๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๔)

๒.๒) ประวัติความเป็นมา

คุณปณิธานเริ่มต้นชีวิตทางธุรกิจ在美国 หลังจากที่ได้เดินทางมาศึกษา在美国 และเมื่อจบการศึกษาแล้ว ก็ได้ศึกษาลู่ทางในการทำธุรกิจด้านการจัดหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารด้วยตนเอง จนในที่สุดได้ริเริ่มจัดตั้งบริษัท Foodworks International LLC. ของตนเองขึ้นที่ ๖๗๖๐ Ulmerton Road, Suite A, Largo, FL ๓๓๗๗๑ ในปี ๒๐๑๑ ด้วยสำนักงานที่มีพื้นที่ขนาดเพียงแค ๓,๐๐๐ ตารางฟุต และได้บริหารจัดการด้วยตนเอง โดยเสาะหาสินค้าจากแหล่งผลิตในประเทศไทยเป็นหลัก โดยล่าสุดเมื่อกิจการเติบโตขึ้น จึงได้ย้ายสำนักงานมา ณ ที่ตั้งปัจจุบันในปี ๒๐๑๗ โดยที่สำนักงานแห่งใหม่นี้มีพื้นที่ขยายใหญ่ขึ้นถึงเกือบ ๗ เท่าของพื้นที่เดิมประมาณกว่า ๒๐,๐๐๐ ตารางฟุต โดยประกอบด้วยพื้นที่สำนักงาน และโกดังเก็บสินค้าด้วย บริษัทเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างดีเยี่ยม โดยจัดรถบรรทุกขนาดใหญ่ ๔ คันจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าในเมือง Tampa, Sarasota, Largo, Clearwater, St. Petersburg และ Orlando เป็นประจำ และในเมืองที่อยู่ไกลออกไปอย่าง Tallahassee และ Daytona ก็ยังส่งด้วยรถของตนเองในช่วงทุก ๒ สัปดาห์และยังส่งไปถึงบางแห่งในรัฐ Georgia ด้วย สำหรับลูกค้าที่อยู่ห่างไกลออกไปซึ่งเริ่มมีเพิ่มมากขึ้นนั้น รวมถึงบางครั้งใช้ผู้ให้บริการจัดส่งสินค้าแทนด้วย ปัจจุบันเน้นกลุ่มลูกค้าหลักคือ ซูเปอร์มาร์เก็ตเอเชีย, ผู้ค้าส่งสำหรับตลาดอาหารเอเชีย และร้านอาหาร จึงอาจนับได้ว่าเป็นผู้ให้บริการ Food Services ด้วยในอีกบทบาทหนึ่ง

๒.๓) รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ



ผู้นำเข้า



ผู้ขายส่ง



ผู้แทนจำหน่าย

๒.๔) สินค้าและบริการของบริษัท/องค์กร

ผลิตภัณฑ์อาหาร อาทิเช่น ข้าวหอมมะลิ กะทิกระป๋อง เครื่องแกง เส้นก๋วยเตี๋ยว ผักและผลไม้กระป๋อง และซอสปรุงรส อาหาร Ready to eat/cook โดยมีแหล่งสินค้ามาจากประเทศไทยเป็นหลัก

๒.๕) สินค้า/บริการที่นำเข้าและสนใจนำเข้าจากไทย

บริษัทฯ ต้องการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มทุกอย่าง เช่น น้ำกะทิ เครื่องแกง ซอสปรุงรส อาหาร ready to eat

๓. สรุปผลของการหารือ/เข้าพบ

๓.๑ ปัจจุบันบริษัทกำลังอยู่ในช่วงของการขยายตัว โดยมีความสนใจนำเข้าสินค้าอาหารไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าใหม่ๆ ที่ต้องการมาเปิดตลาดหรือทดลองตลาด ทั้งนี้บริษัทต้องการร่วมมือกับผู้ส่งออกไทยในด้านการพัฒนาสินค้าร่วมกัน โดยเฉพาะเมื่อได้รับข้อเสนอแนะจากลูกค้าแล้ว อยากให้ผู้ส่งออกไทยพยายามปรับปรุงสินค้าให้ได้ตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้สามารถเข้าตลาดได้ (ผู้ส่งออกไทยบางรายขายสินค้าแล้วจบ ไม่ยอมปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับตลาดผู้บริโภคเลย ทำให้ตัวแทนขายเสียเวลาและเงินลงทุน) นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องข้อตกลงการเป็นตัวแทนขายสินค้า เช่น บริษัทนำเสนอสินค้าให้จนได้รับการยอมรับในระดับที่น่าพอใจ แต่กลับมีข้อขัดข้องภายหลังในการให้สิทธิ์จัดจำหน่ายต่อในฐานะ Sole Distributor ตามที่ตกลงไว้ล่วงหน้า

๓.๒ บริษัทได้เดินทางไปเจรจาการค้าในงานแสดงสินค้า THAIFEX เมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา และชื่นชมการจัดงานของกรมว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้เข้าชมงานเนืองแน่น แต่พบว่า ในช่วงวันเจรจาการค้าผู้เข้าชมงานที่ไม่ได้เป็นนักธุรกิจปะปนเข้ามา เช่น แต่งตัวไม่เหมาะสม (ใส่รองเท้าแตะ ลากรถเข็นเพื่อมาเก็บตัวอย่างอาหารฟรี) ระหว่างการเจรจาการค้าเข้ามารบกวนผู้จัดแสดงสินค้า ทำให้ภาพลักษณ์ของงานดูไม่เป็นมืออาชีพ และทำให้การเจรจาการค้าหยุดชะงักไป นอกจากนี้พบว่ามีคนมารับคูปองอาหารสำหรับคณะผู้แทนการค้าไปนั่งทานอาหาร โดยเล่าว่า มาลงทะเบียนออนไลน์ล่วงหน้าทำให้ได้รับคูปองอาหาร แต่ไม่ได้มาเจรจาธุรกิจแต่อย่างใด ดังนั้นจึงอยากให้กรมช่วยจัดระเบียบวันเจรจาการค้าให้ดีกว่านี้ โดยกันให้ประชาชนทั่วไปมาเยี่ยมชมงานได้ในช่วงวัน public จะดีกว่า

๓.๓ สำหรับผู้ที่สนใจเข้าตลาดสหรัฐฯ ควรพึงระวังในเรื่องของ Shelf life ของสินค้า เนื่องจากการขนส่งใช้เวลานาน (กว่าไปยุโรป) ปรกติการขนส่งจากประเทศไทยก็ใช้เวลานานถึง ๔๐ - ๔๕ วันแล้วกว่าที่ของจะเดินทางมาถึง ในปัจจุบันสินค้าประเภทเครื่องดื่มหรือน้ำกะทิบรรจุกล่อง UHT ที่มี Shelf Life เพียง ๑ ปี จำเป็นต้องกระจายสินค้าออกให้ทันภายใน ๙-๑๐ เดือนเท่านั้น ซึ่งเป็นเวลาที่สั้นเกินไป (ควรจะมี shelf life ประมาณ ๒-๓ ปี) จึงทำให้สินค้าขาดความน่าสนใจในการสั่งซื้อได้

๓.๔ ค่าใช้จ่ายด้าน Logistics ของฟลอริดา มีราคาที่สูงกว่ารัฐอื่น ๆ มาก ทำให้บางครั้งการนำเข้าสินค้าเองโดยตรงจะสู้ราคาต้นทุนที่นำเข้าผ่านมาจากผู้นำเข้าในรัฐอื่น เช่น แคลิฟอร์เนีย ไม่ได้ ดังนั้นหากต้องมีการแข่งขันเสนอราคาให้ผู้ซื้อที่มีเครือข่ายครอบคลุมกว้างกว่า Florida แล้วนั้น ผู้ประกอบการที่มีฐานอยู่ใน Florida จะเสียเปรียบอย่างมาก ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดสำคัญในการขยายตลาดออกไปนอกเขตรัฐ Florida

๓.๕ บริษัทมีความพยายามที่จะเจาะเข้าตลาดซูเปอร์มาร์เก็ตระดับ Mainstream หลาย ๆ แห่งอยู่อีกด้วย เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นในอนาคต

๓.๖ บริษัทยินดีให้ความร่วมมือกับสคต. ในทุกรูปแบบ เช่น การประชาสัมพันธ์ตรา Thai Select ผ่านการ wrap รถบรรทุกของบริษัทที่วิ่งไปส่งสินค้าเป็นประจำ หรือช่วยนำเสนอการวิธีการขอรับตรา Thai Select ให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นร้านอาหารไทยเนื่องจากซื้อผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยผ่านบริษัทอยู่แล้ว เป็นต้น

๔. ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

- ๔.๑ ปัจจุบัน ในสหรัฐฯ นั้นมีร้านค้าหลากหลายรูปแบบที่จัดว่าเป็นร้านค้าของชำและซูเปอร์มาร์เก็ต โดยแบ่งออกเป็น ซูเปอร์มาร์เก็ตทั่ว ๆ ไป (๕๙%) ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (๑๙%) คลังสินค้า/ร้านเฉพาะสมาชิก (๑๓%) ร้านสะดวกซื้อ (๗%) และร้านค้าของชำเดี่ยว (๒%) ทั่วสหรัฐฯ มีปริมาณสูงถึง ๖๓๓ พันล้านเหรียญสหรัฐฯⁱ โดยยอดขายในธุรกิจนี้ เฉพาะในรัฐฟลอริดาⁱⁱ สูงถึง ๓๘ พันล้านเหรียญสหรัฐฯⁱⁱ ซึ่งนับว่าสูงมากเมื่อเทียบกับยอดจำหน่ายทั่วประเทศ โดยมีซูเปอร์มาร์เก็ต ถึง ๓๕ แห่งและร้านสะดวกซื้อ ๓๒ แห่งⁱⁱⁱ ที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในเขตรัฐ Florida เอง
- ๔.๒ บริษัท Foodworks International มีแนวโน้มในการขยายกิจการ อย่างไรก็ตาม บริษัทเป็นของคนไทยแท้ จึงมีความตั้งใจสินค้าจากไทยเป็นหลัก และต้องการพัฒนาสินค้าร่วมกับผู้ผลิตรายใหม่/รายย่อยที่ต้องการเจาะตลาดสหรัฐฯและแคริบเบียนในแบบผู้ร่วมธุรกิจมากกว่าจะเป็นแค่ตัวแทนขาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มที่เห็นว่ามี ความน่าสนใจมาก เนื่องจากผู้ประกอบการไทยต้องการข้อมูลด้านการตลาดเหล่านี้ไปปรับปรุงพัฒนาสินค้า ให้เข้ากับผู้บริโภค ซึ่งในประเทศสหรัฐฯ มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติสูง การขายสินค้าอาหารจึง จำเป็นต้องปรับรสชาติให้เข้ากับพื้นถิ่นและชุมชนในรัฐนั้น ๆ การร่วมมือกันพัฒนาสินค้าและหาทางเข้า ตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการมีบริษัทของคนไทยอย่างบริษัท Foodworks เข้ามาช่วยเหลือ
- ๔.๓ ผู้ผลิต/ผู้ส่งออกไทยที่ต้องการนำเสนอสินค้าให้แก่บริษัท Foodworks สามารถส่งรายละเอียดสินค้าไปที่ dan@foodworks.biz, sai@foodworks.biz

สศต. ไมอามี
๒๖ กันยายน ๒๕๖๑

รูปภาพประกอบการเยี่ยมชม



คณะ สคต ไมอามี เข้าเยี่ยมชม Foodworks International (ภาพจากซ้ายสุด)

๑. วรวิทย์ วิริยะเลิศ - เจ้าหน้าที่ สคต ไมอามี
๒. นิธิมา ศิริโกศากิจ - ผอ สคต - ไมอามี
๓. ปณิธาน (เด่น) นามเสถียร - President, Foodworks International
๔. ทราย วงศ์ช่อม
๕. พิระพัฒน์ ภัทรประสิทธิ์ - เจ้าหน้าที่ สคต ไมอามี



บรรยากาศในห้องรับแขกหลังเสร็จสิ้นการเยี่ยมชม



รับประทานอาหารไทยร่วมกันหลังการเยี่ยมชม



ภาพคลังสินค้าแห่งใหม่ขณะเข้าเยี่ยมชม และคุณปณิธานพาเข้าชม

Endnote:

ⁱ ที่มา: IBISWorld, retrieved from <https://www.ibisworld.com/industry-trends/market-research-reports/retail-trade/food-beverage-stores/supermarkets-grocery-stores.html>

ⁱⁱ ข้อมูลจาก IBISWorld, retrieved from <https://www.ibisworld.com/industry-trends/market-research-reports/florida/retail-trade/supermarkets-grocery-stores-in-florida.html>

ⁱⁱⁱ ที่มา: 2018 Directory of Supermarket, Grocery & Convenience Store Chains, retrieved from www.chainstoreguide.com