

2.2) ประวัติความเป็นมา

บริษัทเป็นผู้นำเข้า จำหน่ายสินค้าและรับออกแบบตกแต่งภายในให้กับลูกค้าทั้งในแบบที่พักอาศัยและกลุ่มโรงแรม เน้นกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน สินค้าทั้งหมดนำเข้าจากต่างประเทศ ปัจจัยการนำเข้าสินค้าบริษัท คือ เน้นในเรื่องการออกแบบ วัสดุที่ใช้ นำมาใช้ ตลอดจนคุณภาพของสินค้าเป็นลำดับต้น และราคาในการผลิตเป็นปัจจัยเสริม

บริษัทนำเข้าสินค้าจากไทยในกลุ่มพรมทอมือจากชนสัตว์ต่างๆ และเคหะภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าไหม บริษัทค่อนข้างมั่นใจในเรื่องงานออกแบบ วัสดุและความประณีตของนักออกแบบและแรงงานฝีมือไทยเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความประสงค์ที่จะขยายการนำเข้าไปยังสินค้าในกลุ่มอื่นๆ เช่น ผ้าม่อฮ่อม เครื่องประดับ ของตกแต่งบ้านที่ทำจากไม้และตกแต่งด้วยเงิน เป็นต้น อย่างไรก็ตามทั้งสองบริษัทมีแผนในการเดินทางมาเจรจาการค้าในงาน STYLE ในเดือนตุลาคม 2562 ตลอดจนเดินทางไปยังจังหวัดเชียงใหม่เพื่อแสวงหาสินค้าพรีเมียมแปลกใหม่เพื่อมาจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าในช่วงสิ้นปี

นอกจากนี้แล้วบริษัทต้องการสรรหานักออกแบบ (artisans) ที่น่าสนใจมาร่วมงานกับทางบริษัทเพื่อพัฒนาสินค้าและนำเข้ามาจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่มีจำนวนมากแต่มีความพิถีพิถันในเรื่องการออกแบบที่โดดเด่นและคุณภาพที่ดี ถือเป็นโอกาสอันดีของนักออกแบบท้องถิ่นไทยจะได้ร่วมพัฒนาและกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ โดยผ่านเครือข่ายของนักธุรกิจที่มีเครือข่ายที่แข็งแกร่งในตลาดสหรัฐฯ บริษัทเคยเดินทางไปไทยหลายครั้ง รู้จักประเทศไทยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะสินค้าตกแต่งภายใน บริษัทมีความประสงค์ที่จะเดินทางไปเจรจาการค้าในงาน STYLE 2019 ในเดือนตุลาคมนี้

2.3) รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> โรงงานผู้ผลิต | <input type="checkbox"/> ผู้ส่งออก | <input checked="" type="checkbox"/> ผู้นำเข้า |
| <input type="checkbox"/> ผู้ขายส่ง | <input checked="" type="checkbox"/> ผู้ขายปลีก | <input checked="" type="checkbox"/> บริษัทตัวแทน |
| <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้าเฉพาะ | |
| <input type="checkbox"/> องค์กรระหว่างประเทศ | <input type="checkbox"/> องค์กรทางการค้า | <input type="checkbox"/> องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร |
| <input checked="" type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) บริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน | | |

2.4) แหล่งผลิต/วัสดุ

สินค้านำเข้าจากไทย ฟิลิปปินส์ ไอร์แลนด์และอังกฤษ

2.5) ฐานลูกค้า

ประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดระดับบน

3. ปัญหาและอุปสรรค

3.1 การเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มนักออกแบบในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ยังเป็นไปโดยลำบาก

3.2 ควรส่งเสริมนักออกแบบเข้าร่วมงานแสดงสินค้าให้มากขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการเชื่อมต่อกับกลุ่มผู้นำเข้าที่ต้องการสินค้าในปริมาณไม่มากและเน้นความแตกต่าง

3.3 ควรจัดอบรมนักออกแบบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำในเรื่องการเลือกใช้วัสดุ การออกแบบ กำหนดราคา การหาช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม การวางแผนการตลาด การขนส่งและการดูแลลูกค้าหลังการขายต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการแข่งขันในตลาดส่งออกหลัก ซึ่งมีการแข่งขันกันรุนแรง

สกต.นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

วันที่ 27 กันยายน 2562