

รายงาน Business Creation and Networking

สคต. ไมอามี ประเทศ สหรัฐฯ
วันที่ ๓ เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๓

๑. ข้อมูลบุคคล/องค์กรที่เข้าพบ

ชื่อ Mr. Nicolas Bohorquez
ตำแหน่ง Business Manager บริษัท/องค์กร Bimnic Inc.
ที่อยู่ ๑๙๐๕ Intermodal Circle, Suite ๓๒๐, Palmetto, FL
รหัสไปรษณีย์ ๓๔๒๒๑ ประเทศ สหรัฐอเมริกา
โทรศัพท์ ๒๐๑-๘๗๓๘๔๑๐ โทรศัพท์ -
Email nbc@bimnic.com Website www.bimnic.com

๒. รายละเอียดบริษัท/องค์กร

๒.๑) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. ๒๕๖๒

๒.๒) ประวัติความเป็นมา

บริษัทนำเข้า-ส่งออกสัญชาติโคลอมเบีย มีสำนักงานสาขาในไมอามีเพื่อนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างสหรัฐฯ โคลอมเบียและบางประเทศในแถบอเมริกาใต้ เป็นผู้นำเข้า, จัดจำหน่ายและให้คำปรึกษาในการจัดหาสินค้าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าสำเร็จรูปป้อนแก่โรงงานและร้านอาหารเครือข่าย เป็นบริษัทที่ค่อนข้างใหม่ เพิ่งเริ่มกิจการขึ้นโดยอาศัยเครือข่ายฐานลูกค้าเชื้อชาติโคลอมเบียที่เป็นโรงงานผลิตอาหารรายใหญ่แล้วต่อยอดไปยังร้านอาหารเครือข่ายเชื้อชาติโคลอมเบียในสหรัฐฯ

สินค้านำเข้าหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมจากเนเธอร์แลนด์ และสาธารณรัฐเชค สินค้าอื่นส่วนใหญ่จัดหาจากประเทศโคลอมเบียและประเทศใกล้เคียง อาทิ บราซิล เน้นจุดแข็งเรื่องความหลากหลายและยืดหยุ่นในการจัดซื้อให้ลูกค้าเป้าหมาย ปัจจุบันเริ่มมีผู้ซื้อรายใหญ่สั่งซื้อข้าวขาวเมล็ดยาว และข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น

๒.๓) รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

โรงงานผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก

๒.๔) สินค้าและบริการของบริษัท/องค์กร

กาแฟ เครื่องเทศนานาชนิด น้ำตาล ผลิตภัณฑ์นมสด วัตถุดิบในการผลิตขนมขบเคี้ยว (มันสำปะหลัง มันเทศ) ผักและผลไม้ ธัญพืชและข้าว รวมถึงการให้บริการในลักษณะการรวบรวมสินค้าหลายชนิดจากหลายแหล่งให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารและร้านอาหารเครือข่าย (Integral Solutions for Food Productions)

๓. สรุปผลของการหารือ/เข้าพบ

๓.๑) บริษัทฯ ต้องการนำเข้าข้าวหอมมะลิ และข้าวชนิดอื่น ๆ จากไทย ได้แก่ ข้าวขาวเมล็ดยาวอื่น ๆ รวมถึงข้าวนี้ด้วย และเมื่อมีโอกาสพูดคุยถึงธุรกิจของผู้นำเข้ารายนี้ก็พบว่า มีศักยภาพในการขยายตัวที่ดีในสหรัฐฯ เนื่องจากธุรกิจตั้งขึ้น

จากสินค้าหลักรายใหญ่ที่ทำกำไรได้ดี และฐานผู้ประกอบการชาวโคลอมเบียในอุตสาหกรรมอาหารในแถบชายฝั่งตะวันออก
มองหาโอกาสขยายไปยังหลายเกาะในแคริบเบียน

๓.๒ สินค้าอื่น ๆ ที่อาจหันมาสั่งซื้อจากประเทศไทยโดยตรงอีกหลายรายการ โดยเฉพาะน้ำตาลทรายขาว

๔. ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

๔.๑ ไมอามีเป็นประตูการค้าเข้าสู่ตลาดแคริบเบียน และอเมริกากลาง/ใต้ ในขณะที่เดียวกันประชากรกลุ่มฮิสแปนิก
ในฟลอริดาเริ่มเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้มีความต้องการซื้อสินค้าวัตถุดิบอาหารหลายๆ ประเภท โดยเฉพาะข้าว ซึ่งเป็น
อาหารหลักของกลุ่มฮิสแปนิก

๔.๒ สคต. ไมอามีเห็นว่าผู้ประกอบการรายนี้เป็นตัวอย่างการขยายตัวเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ แบบเก็บเล็กผสมน้อย
หลังจากมีลูกค้ารายใหญ่ที่ให้ผลกำไรเพียงพอที่จะเข้ามาตั้งฐานการจัดจำหน่ายในสหรัฐฯ ได้เต็มตัว

๔.๓ ตลาด Food Services เป็นตลาดที่มีมูลค่าทางการตลาดมากเป็นกึ่งหนึ่งของอุตสาหกรรมอาหารในสหรัฐฯ แต่
สินค้าสำหรับกลุ่มดังกล่าวมีความแตกต่างจากตลาดค้าปลีกคือ กลุ่มผู้ซื้อที่ไม่นิยมสะสมสินค้าในคลังของตนมากและยาวนาน
แต่จะสั่งสินค้าเท่าที่ต้องการใช้แต่มีความสม่ำเสมอและแน่นอน หากมีฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ ก็เป็นโอกาสที่จะขยายไปยังตลาด
ค้าปลีกได้ไม่ยาก อีกทั้งการมีฐานลูกค้าในกลุ่ม Food Services หรือโรงงานผู้ผลิตสินค้าอาหารสำเร็จรูปเป็นฐานก็ยังสามารถใช้
อ้างอิงถึงมาตรฐานและการเป็นที่ยอมรับในตลาดผู้ใช้สินค้าที่เป็นมืออาชีพ ย่อมมีส่วนช่วยให้การนำสินค้าสู่ตลาดค้าปลีกง่าย
ขึ้นและมีความเสี่ยงที่ต่ำลงมาก

∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞

สคต. ไมอามี
๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

รูปภาพประกอบการเยี่ยมชม



Mr. Nicolas Bohorquez, Bimnic Inc. ขณะร่วมกิจกรรม Online Business Matching