

รายงาน Business Creation and Networking

สคต. ไมอามี ประเทศ สหรัฐฯ
วันที่ ๗ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

๑. ข้อมูลบุคคล/องค์กรที่เข้าพบ

ชื่อ Mr. Hans Buddan
ตำแหน่ง Owner บริษัท/องค์กร P Factor Trading LLC
ที่อยู่ ๑๒๓๖๗ SW ๑๔๐th Street, Miami, Florida
รหัสไปรษณีย์ ๓๓๑๘๖ ประเทศ สหรัฐอเมริกา
โทรศัพท์ +๑ (๓๐๕) ๙๗๑-๘๕๓๔ โทรศัพท์ -
Email info@pfactortrading.com Website www.pfactortrading.com

๒. รายละเอียดบริษัท/องค์กร

๒.๑) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. ๒๕๔๒

๒.๒) ประวัติความเป็นมา

P Factor Trading Co, Ltd เป็นบริษัทตัวแทนส่งออก-นำเข้าสินค้าที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในสหรัฐฯ และมีลูกค้าหลักคือประเทศในแคริบเบียน โดยเฉพาะจาเมกา Mr. Hans Buddan เจ้าของกิจการเป็นคนอเมริกันเชื้อสายจาเมก้า การดำเนินธุรกิจจะเน้นใช้เครือข่ายส่วนบุคคลในลักษณะร่วมเป็นพันธมิตรกับลูกค้าในตลาดเป้าหมายในรูปแบบโบรกเกอร์ หรือ Buying Agent คือจะหารีโอกับลูกค้าในเครือข่ายส่วนบุคคลและรับหน้าที่ในการเสาะหาและจัดซื้อสินค้าที่ต้องการมาให้ บริษัทฯ เริ่มต้นจากการเป็นตัวแทนจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์ เครื่องจักรและวัตถุดิบเพื่อป้อนกิจการเหมืองแร่และโรงงานนาซนิตจากหลากหลายประเทศที่ตั้งอยู่ในจาเมกา ต่อมาขยายไปยังกลุ่มอุปกรณ์และเครื่องจักรหนักป้อนกิจการก่อสร้าง และชิ้นส่วนยานยนต์ป้อนกิจการผู้จัดจำหน่าย ปรับแต่งและซ่อมบำรุงยานยนต์ ปัจจุบันมีกลุ่มผู้ค้าปลีกต้องการสินค้าอาหาร อาทิ ข้าวขาวเมล็ดยาว ข้าวเหนียวและบะหมี่สำเร็จรูป รวมถึงปลากระป๋องชนิดต่าง ๆ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๒.๓) รูปแบบของการดำเนินธุรกิจ

โรงงานผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก

๒.๔) สินค้าและบริการของบริษัท/องค์กร

อาหาร (สายผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ อาทิ ข้าว บะหมี่สำเร็จรูปและปลากระป๋อง) เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องจักรและชิ้นส่วนยานยนต์สำหรับผู้ประกอบการโรงงาน ธุรกิจก่อสร้างและผู้จำหน่ายและซ่อมบำรุงยานยนต์

๓. สรุปผลของการหารือ/เข้าพบ

๓.๑) บริษัทฯ ติดต่อกับ สคต. ไมอามีครั้งแรก เนื่องจากได้เจอจากการค้ากับเว็บไซต์ที่อ้างตนว่าเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวจากประเทศไทย ซึ่งสามารถจัดหาข้าวคุณภาพสูงราคาถูกลงมาได้ จึงขอให้ สคต. ไมอามีตรวจสอบบริษัทตามที่

อ้างถึงบนเว็บไซต์ดังกล่าว สคต. ไม่อาจมีพบว่าเคยตรวจสอบเว็บไซต์ดังกล่าวมาครั้งหนึ่ง และได้แจ้งเตือนผู้นำเข้าให้ระมัดระวัง แต่ครั้งนี้เว็บไซต์เดียวกันนี้ก็กลับใช้ชื่อบริษัทและผู้ติดต่อต่างไปจากเดิม และที่นำแปลกใจคือในครั้งก่อนผู้นำเข้าที่ตกเป็นเหยื่อได้มีการแจ้งรายงานว่าเป็นเว็บไซต์ทุจริตไปแล้วครั้งหนึ่ง แต่เว็บไซต์ดังกล่าวก็ยังอยู่และยังคงดำเนินการหลอกลวงอยู่อย่างต่อเนื่อง

๓.๒ สคต. ไม่อาจมีได้จัดส่งรายชื่อผู้จำหน่ายข้าวในประเทศไทย แต่บริษัทฯ แจ้งว่า ไม่มีผู้ตอบกลับอีเมลตามรายชื่อที่ให้ไป สคต. ไม่อาจมีจึงเชิญให้เข้าร่วมกิจกรรม Online Business Matching ทำให้บริษัทฯ ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการเจรจาการค้าผ่านการประชุมออนไลน์ที่เห็นหน้าเห็นตากัน ทำให้มีความมั่นใจยิ่งขึ้น และจากการสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจหลังร่วมกิจกรรม ก็พบว่าขณะนี้ กำลังพิจารณาแต่ผู้ส่งออกจากประเทศไทยเท่านั้น ในทั้ง ๓ ผลิตภัณฑ์ที่กำลังมองหาอยู่ ทั้งนี้สินค้าอาหารถือเป็นสายผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ จึงยังไม่ได้มีข้อผูกมัดกับผู้จำหน่ายรายใดจากแหล่งประเทศใด จึงเป็นโอกาสที่ดีผู้ประกอบการไทยที่ได้นำเสนอสินค้าในช่วงเวลานี้ ซึ่งหากบริษัทฯ เลือกผู้จำหน่ายรายใดสำหรับแต่ละสินค้าแล้ว ก็น่าจะเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวได้

๓.๓ สินค้าที่บริษัทต้องการได้แก่ ข้าวขาวเมล็ดยาวและข้าวหนึ่ง ในระดับคุณภาพปานกลาง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปลากระป๋อง (Mackerel, Tuna & Sardines) นอกจากนี้เนื่องจาก บริษัทฯ มีประสบการณ์ยาวนานในการจัดซื้อสินค้าอื่น ๆ อีกหลายชนิดมาก่อน ประเภทเครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้าระดับอุตสาหกรรม รวมถึงชิ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์ตกแต่งด้วย

๓.๔ ลักษณะตลาดของจาเมกา พบว่า ข้าวที่มีจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาดจะเป็นข้าวหัก ๒๕% และมักมีการแข่งขันกันรุนแรงด้วยราคาเป็นหลัก บริษัทฯ และพันธมิตรธุรกิจเห็นว่า หากแข่งขันด้วยราคาจะไม่ยั่งยืน บริษัทฯ พบว่าข้าวจากประเทศไทยที่มีคุณภาพสูงกว่า ซึ่งราคาก็สูงกว่าด้วย แต่หากแข่งขันด้วยข้าวคุณภาพสูงของไทยที่เป็นข้าวหักเปอร์เซ็นต์สูงกว่าปกติสักเล็กน้อย (๑๐-๑๕%) ก็จะเลี่ยงการแข่งขันกับข้าวคุณภาพปานกลางและต่ำโดยตรงได้ ซึ่งจะต้องวางกลยุทธ์ด้านราคาให้เหมาะสม (ผู้นำเข้าที่สามารถติดต่อได้ก่อนหน้านี้นี้มักจะเน้นจำหน่ายข้าวคุณภาพสูง อาทิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวสีต่าง ๆ ซึ่งอาจไม่เหมาะกับตลาดเป้าหมายนี้) ส่วนบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดหลาย ๆ ประเทศในแถบทะเลแคริบเบียน โดยในเบื้องต้นบริษัทฯ ต้องการนำเข้าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (คนไทยมักเรียกว่า Instant Noodle ในขณะที่ในสหรัฐฯ และประเทศแถบนี้มักจะเรียกว่า Noodle Soup ในการสื่อสารกันอาจก่อให้เกิดความสับสนได้) ที่มีรสชาติตามมาตรฐานปกติก่อน ส่วนรสชาติแพนซีอื่น ๆ จะได้ทดลองตลาดในโอกาสต่อไป ซึ่งปัจจัยในการพิจารณาจะให้ความสำคัญกับราคาที่สุุดก่อน และเรื่องรสชาติคุณภาพรองลงมา

๓.๕ สินค้าที่มีการเตรียมการสั่งซื้อในปริมาณมากได้แก่ ปลากระป๋อง (Mackerel, Tuna & Sardines) ซึ่งก็เน้นที่ตลาดจาเมกาเป็นหลัก รองลงมาคือสาธารณรัฐโดมินิกัน ซึ่งใน ๒ ประเทศนี้จะมีทัศนคติต่อปลาแต่ละชนิดแตกต่างกันไป ปัจจัยการตัดสินใจยังเน้นที่ราคาเป็นหลักเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ทัศนคติต่อปลากระป๋องในแต่ละประเทศอาจแตกต่างกันบ้าง อาทิ จาเมกามองว่าปลาทูน่าและ Mackerel เป็นอาหารสำหรับตลาดล่าง ในขณะที่ สาธารณรัฐโดมินิกันมองว่าปลาชาร์ดินเป็นสินค้าตลาดล่าง ส่วนปลาทูน่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยการคิดอัตราภาษีจึงแตกต่างกันในบางรายการ

๓.๖ บริษัทฯ เน้นการแย่งส่วนแบ่งตลาด ในขณะที่คู่แข่งเน้นการแข่งขันด้านราคาและมีแนวโน้มจะส่งผลให้คุณภาพโดยเฉลี่ยต่ำลงอันเป็นผลจากการแข่งขัน ซึ่งบริษัทฯ เองก็ให้ความสำคัญกับราคาและพร้อมจะปรับมาตรฐานสินค้าให้อยู่

ในเกณฑ์ที่ตลาดยังรับได้ในราคาที่แข่งขันได้ แต่ที่น่าสนใจคือ บริษัทฯ และพันธมิตรไม่แน่ใจว่าสินค้าที่จะนำมาขาย จะใช้แบรนด์ของใคร トラบเท่าที่ราคาได้ตามวัตถุประสงค์

๓.๗ ทั้งนี้ สคต. ไม่อาจมีได้เชิญให้เข้าร่วมกิจกรรม Online Business Matching สำหรับสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ ในระหว่างวันที่ ๑-๒ เมษายน ๒๕๖๔ ต่อไปด้วย และบริษัทได้ตอบรับการเข้าร่วมกิจกรรมแล้ว

๔. ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ

๔.๑ สคต. ไม่อาจเห็นว่าตลาดประเทศในหมู่เกาะแคริบเบียน แม้ตัวเลข GDP ต่อประชากรจะสูง แต่พบว่ารายได้ที่สูงนั้นจะตกอยู่ในกลุ่มกิจการท่องเที่ยว แต่รายได้จริงของประชากรนั้นค่อนข้างต่ำ สินค้าปกป้องและบะหมี่สำเร็จรูป จึงมีโอกาสดีอย่างมากในระยะยาว โดยเฉพาะผู้ผลิตที่ประสงค์จะขยายตลาดโดยใช้แบรนด์ของตนเอง สคต. ไม่อาจเห็นว่า เป็นโอกาสที่ดีในการบุกเจาะตลาดด้วยแบรนด์ของไทย และสร้างความยั่งยืนในตลาดอนาคต เพราะแนวโน้มตลาดที่ตัดราคาสู้กัน คุณภาพโดยรวมจะมีแนวโน้มต่ำลง หากนำเสนอสินค้าภายใต้แบรนด์ตนเองที่มีคุณภาพสูงกว่ามาตรฐานตลาด ในราคาที่ต่ำสำหรับผู้จัดจำหน่ายในระยะแรกเหมือนเป็นงบการตลาดเพื่อให้ผู้จัดจำหน่ายนำเสนอต่อร้านค้าปลีกได้ง่ายขึ้น (เช่น การเปิดตัวด้วยราคาพิเศษ หรือกลยุทธ์ทางการตลาดอื่น ๆ ที่เหมาะสม) ก็จะเป็นโอกาสที่จะช่วงชิงตลาดได้ หากราคาปกติไม่ได้แตกต่างกันมากเกินไป ซึ่งกรณีนี้อาจต้องเจรจากันในรูปแบบผู้แทนจำหน่ายแทนที่จะเป็นผู้นำเข้า

๔.๒ ปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัส ส่งผลให้การค้าแบบออนไลน์มีความสำคัญมากขึ้น การที่เว็บไซต์หลอกลวงยังคงลายนวนอยู่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้าจากประเทศไทยได้ ซึ่งทางกรมฯ กำลังดำเนินการจัดการกับผู้ปลอมแปลงเหล่านี้้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการไทยควรจัดทำหน้าเวปไซด์บริษัทให้สวยงาม มีความน่าเชื่อถือ (และควรใส่ใจในรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่เขียนบนเวปไซด์ด้วย) ซึ่งจะช่วยให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์บริษัทได้อย่างดี

๔.๓ ในส่วนของการตอบกลับอีเมลล์ของผู้ประกอบการไทย สคต. ไม่อาจเห็นว่า หลายๆ ครั้งที่ผู้นำเข้าส่งอีเมลล์ไปไม่มีการตอบกลับแต่อย่างใด ทำให้ผู้นำเข้าคิดว่า ข้อมูลของสคต. ไม่ทันสมัย ทั้งๆ ที่ส่วนใหญ่จะมีการปรับข้อมูลให้ทันสมัยอยู่อย่างต่อเนื่อง มีหลายกรณีที่ สคต. ไม่อาจได้ทดลองติดต่อเข้ามาทางโทรศัพท์ในช่วงดึกของสหรัฐฯ ซึ่งจะตรงกับเวลาทำงานในไทยก็สามารถติดต่อได้ การที่ผู้นำเข้าไม่สามารถติดต่อกับผู้ส่งออกได้นั้นอาจมีเหตุจากระบบคัดกรองอีเมลล์ของบริษัทไทยเหล่านั้นเองก็เป็นไปได้ ในขณะที่การติดต่อสื่อสารกับผู้จำหน่ายชาวในภูมิภาคอื่น ๆ อาทิ ภายนา บราซิล มักจะมีผู้ตอบกลับอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงเห็นว่า ผู้ประกอบการไทยควรปรับตัวและรูปแบบการตอบกลับลูกค้าให้เหมือนชาติอื่นๆ เช่น ตอบรับว่าได้รับเมลล์แล้ว กำลังดำเนินการส่งข้อมูล เป็นต้น การเฝ้าระวังไปอาจทำให้ลูกค้าคิดว่า บริษัทปิดตัวไปแล้ว จึงทำให้สูญเสียโอกาสไป

∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞∞

สคต. ไม่อาจมี
๑๒ มีนาคม ๒๕๖๔

รูปภาพประกอบการเยี่ยมชมพบ

Mr. Hans Buddan – Owner

P Factor Trading Co, Ltd

ภาพขณะร่วมกิจกรรม Online Business Matching

