

# Recommendations

## คำแนะนำ

สำหรับผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

ในต่างประเทศภายใต้โครงการ SMEs Pro-active



**SMEs**  
Pro-active  
Program

## บทนำ

โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) เป็นหนึ่งในโครงการสำคัญที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน ประกอบด้วย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเจาะขยายตลาดต่างประเทศ โดย SMEs ไทยจะได้รับการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศของผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเวทีและช่องทางหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitors) ที่มีความคาดหวังในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จัก พบปะผู้นำเข้าและคู่ค้าในตลาดต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและเจรจาการค้าให้มีการสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้น และผู้เข้าชมงาน (Visitors) ซึ่งมีความตั้งใจในการเข้าชมงานเพื่อแสวงหาสินค้าและบริการที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ รูปแบบทันสมัยที่ตนเองต้องการ รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางการค้า

ดังนั้น การจัดทำ “คำแนะนำสำหรับผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ภายใต้โครงการ SMEs Pro-active” นี้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ใช้เป็นแนวทางในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ รวมถึงขั้นตอนการเตรียมความพร้อมล่วงหน้าก่อนเดินทางและขั้นตอนการปฏิบัติภายหลังจากการเข้าร่วมงาน ซึ่งจะส่งผลให้การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ รวมถึงสามารถสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไทยต่อผู้นำเข้าและผู้บริโภคตลาดเป้าหมายในต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

## บทที่ 1

### ข้อมูลเบื้องต้นงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

“งานแสดงสินค้า” หรือ “Trade Fair/ Trade Show/ Exhibition” เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่ได้รับความสนใจจากนักธุรกิจและผู้ประกอบการ เนื่องจากสามารถนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ผู้ซื้อและผู้บริโภคได้โดยตรง ในขณะเดียวกัน ผู้ซื้อ ผู้นำเข้า จะได้รับประโยชน์จากการมีทางเลือกเพิ่มขึ้นในการเจรจาธุรกิจกับผู้ส่งออก หรือผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ การจัดงานแสดงสินค้าจึงยังคงเป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นและได้รับความนิยมนอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในปัจจุบันจะเกิดช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่มากมาย อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

อย่างไรก็ตาม ในการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในแต่ละครั้ง ผู้ประกอบการแต่ละรายต้องทำความเข้าใจและวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจของตนให้ชัดเจนถึงเหตุผลและความจำเป็น รวมถึงความพร้อมของธุรกิจก่อนที่จะสมัครเข้าร่วมงานแสดงสินค้าแต่ละครั้ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการอย่างแท้จริง

#### ประเภทของงานแสดงสินค้า

ในเบื้องต้น ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจในลักษณะของงานแสดงสินค้า เนื่องจากปัจจุบันมีการจัดงานแสดงสินค้าทั่วโลก ซึ่งอาจจำแนกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) งานแสดงสินค้าทั่วไป (General Trade Fair) 2) งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภท (Specialized Trade Fair) และ 3) งานแสดงสินค้าเฉพาะประเทศหรือเฉพาะราย (Solo Show) โดยสรุปได้ ดังนี้

ประเภทของงานแสดงสินค้า	ความคาดหวังของผู้จัดงาน (Exhibitors)	ความคาดหวังของผู้ชมงาน (Visitors)
<b>1. งานแสดงสินค้าทั่วไป (General Trade Fair)</b> เป็นงานแสดงสินค้าหลากหลายประเภท ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มหรือประเภทสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากหลากหลายประเทศ แต่ละประเทศจะมีพื้นที่จัดแสดงสินค้านร่วมกันในบริเวณเดียวกันที่เรียกว่าคูหาของประเทศ (National Pavilion) โดยเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศในหลายมิติ อาทิ การค้า การลงทุน วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้า	ผู้เข้าร่วมงานอาจยังไม่ได้รับคำสั่งซื้อขายในทันที ซึ่งควรหวังผลในระยะยาว โดยถือว่าการจัดกิจกรรมนี้เป็น การแนะนำ หรือสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า และประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับจากสาธารณชนเป็นหลัก เนื่องจากมีสินค้านามากมายหลายประเภท ดังนั้นผู้เยี่ยมชมจึงมีความหลากหลายด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานลักษณะนี้ ผู้เข้าร่วมงานมักจะได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง/ผู้ซื้อรายย่อยมากกว่าที่จะเป็นนักธุรกิจ ผู้นำเข้า หรือผู้ซื้อรายใหญ่	ผู้เข้าชมงานส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคหรือผู้ค้าปลีก ซึ่งต้องการชมและ/หรือเลือกซื้อสินค้าจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกในปริมาณที่ไม่มากนัก นอกจากการซื้อสินค้าแล้วยังต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และการชมศิลปะ วัฒนธรรมของผู้เข้าร่วมงานจากประเทศต่างๆ ควบคู่กันไปด้วย

ประเภทของงานแสดงสินค้า	ความคาดหวังของผู้จัดงาน (Exhibitors)	ความคาดหวังของผู้ชมงาน (Visitors)
<p><b>2. งานแสดงสินค้าเฉพาะประเภท (Specialized Trade Fair)</b></p> <p>เป็นงานแสดงสินค้าเฉพาะประเภทสินค้า หรืออุตสาหกรรม และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เป็นงานสำหรับรับคำสั่งซื้อ (Order) เท่านั้น ไม่มีการจำหน่ายปลีก ผู้เข้าชมงานจะต้องมีการลงทะเบียนหรือนัดหมายล่วงหน้า เพื่อที่จะได้พบปะกับผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นผู้ผลิต/ผู้ส่งออกสินค้าจากประเทศต่างๆ การจัดสรรพื้นที่จัดแสดงจะแบ่งตามกลุ่มย่อยของประเภทสินค้านั้นๆ อาทิ งานแสดงสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้าน อาจแบ่งเป็นกลุ่มสินค้า ตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก หรืออาจแบ่งเป็นกลุ่มตามประเภทของผู้ซื้อ อาทิ กลุ่มสินค้าสำหรับผู้ซื้อในปริมาณมาก กลุ่มสินค้าที่มีดีไซน์ที่โดดเด่น กลุ่มสินค้าที่มีแบรนด์ทางการค้าที่มีชื่อเสียง รวมทั้งจะมีการจัดแบ่งเป็นกลุ่มประเทศ โดยผู้ผลิตจากประเทศเดียวกันจะรวมตัวกันจัดแสดงในพื้นที่บริเวณเดียวกัน</p>	<p>ผู้เข้าร่วมงานในฐานะ Exhibitors มีความคาดหวังเชิงธุรกิจที่จะได้รับคำสั่งซื้อในทันที และภายใน 6 เดือน-1ปี การพบปะกับลูกค้าเดิม และต้องการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหม่ การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ การเรียนรู้คู่แข่ง ซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเดียวกันจากประเทศต่างๆ</p>	<p>เพิ่มโอกาสที่จะสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิต/ผู้ส่งออกจากทั่วโลก ภายในพื้นที่เดียว อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่จะเปรียบเทียบหาผู้ผลิตสินค้าที่เสนอราคาและคุณภาพเป็นที่น่าพอใจของผู้ซื้อ</p>
<p><b>3. งานแสดงสินค้าเฉพาะประเทศ หรือเฉพาะราย (Solo Show)</b></p> <p>เป็นการจัดงานแสดงสินค้าของบริษัทหรือประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียวในลักษณะ Event Marketing เป็นการจัดเฉพาะกิจ ไม่ต่อเนื่อง</p>	<p>มีโอกาสมพบปะผู้ซื้อเฉพาะกลุ่มที่สนใจจะดำเนินธุรกิจกับประเทศหรือบริษัทที่มาจัดงานแสดงอย่างแท้จริง แต่ในปริมาณที่ไม่มากนัก เมื่อเทียบกับการเข้าร่วมงานที่มีผู้จัดแสดงจากหลายประเทศ</p>	<p>ผู้เข้าชมงานที่มีทั้งผู้ค้าปลีกและผู้นำเข้าซึ่งสนใจที่จะชมความหลากหลายของสินค้าและบริการจากประเทศหรือบริษัทนั้นๆ รวมทั้งนวัตกรรมใหม่</p>

ในแต่ละปีมีการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติทั่วโลกเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศของผู้ประกอบการไทยจึงต้องพิจารณาเข้าร่วมงานที่มีชื่อเสียงและเป็นงานสำคัญระดับโลก ในแต่ละประเภทสินค้า/บริการที่ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม ลักษณะของกิจกรรมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) ที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเข้าร่วมงานฯ ภายใต้โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) มีหลักเกณฑ์ฯ พอสรุปได้ ดังนี้

1. เป็นงานที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือหน่วยงานอื่นของภาครัฐไม่ได้นำผู้ประกอบการเข้าร่วมจัดแสดงสินค้า/บริการ (เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซ้อน)
2. เป็นงานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเจรจาธุรกิจการค้า (Business to Business) ที่อยู่ในบัญชีรายชื่องานแสดงสินค้า/บริการที่ได้รับการรับรอง (Qualified Exhibition List: QEL) หรืองานที่จัดโดยผู้จัดงานที่ได้มาตรฐาน (Qualified Organizer List: QOL) ซึ่งกำหนดโดยคณะกรรมการโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) สำหรับงานแสดงสินค้า/บริการที่ไม่ได้อยู่ในบัญชีดังกล่าว คณะกรรมการโครงการ SMEs Pro-active จะพิจารณาเป็นกรณีๆ ไป
3. ไม่เป็นงานที่จัดในช่วงระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศของกรมฯ หากเป็นงานที่จัดในช่วงเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับงานของกรมฯ ผู้ประกอบการต้องเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่กรมฯ จัด จึงจะมีสิทธิ์สมัครเข้าร่วมโครงการฯ

## บทที่ 2

### การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ SME ก่อนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

#### ❖ ข้อควรพิจารณาก่อนการตัดสินใจ

##### 1. ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของงานแสดงสินค้า

- ผู้จัดงานมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด
- ประเภทสินค้าที่จัดแสดงในงานว่าตรงกับประเภทสินค้าของตนมากน้อยเพียงใด
- ประเทศที่จัดแสดงเป็นตลาดเป้าหมายส่งออกของตนหรือไม่ หรือสามารถเป็นฐานการกระจายสินค้าไปสู่ตลาดสินค้าอื่นๆ ได้ด้วยหรือไม่
- ขนาดของงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (Exhibitors) และจำนวนผู้เข้าชมงาน (Visitors) รวมถึงแหล่งหรือประเทศที่มาเป็นผู้เข้าร่วมงานและ/หรือผู้เข้าชมงาน เพื่อดูว่าตรงตาม Market Profile ที่ต้องการหรือไม่
- คู่แข่งของเราเข้าร่วมงานมากน้อยเพียงใด

2. พิจารณาประมาณการค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงาน อาทิ เงินที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการฯ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพื่อพิจารณาความพร้อมทางการเงินของผู้ประกอบการที่จะใช้เพื่อเข้าร่วมงาน หรือเพื่อเตรียมความพร้อมการจัดสรรค่าใช้จ่ายส่วนนี้ไว้

3. สอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมจากสภาที่ผู้ประกอบการเป็นสมาชิก (ได้แก่ สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หรือ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ สภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย) เพื่อให้ได้รับข้อมูลของงานที่ครบถ้วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลความสำเร็จของการเข้าร่วมงานในครั้งที่ผ่านมา หรือดูผลการจัดงานครั้งที่ผ่านมาของผู้จัดงานจากเว็บไซต์ของงาน/ผู้จัดงาน รวมถึงอาจสอบถามจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้นำเข้า/ผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกัน

#### ❖ เมื่อตัดสินใจเข้าร่วมงาน

1. ศึกษาหาข้อมูลหลักเกณฑ์ รายละเอียดการสมัคร และเงื่อนไขการสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active ได้จาก Web-site ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ([www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)) หรือสอบถามข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติม จากสภาฯ ที่ผู้ประกอบการเป็นสมาชิก อาทิ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการสนับสนุน คุณสมบัติของผู้สมัคร ขั้นตอนการสมัครเข้าร่วมงาน รายการเอกสารประกอบการสมัคร การประเมินผล และการเบิกจ่ายเงินสนับสนุนตามหลักเกณฑ์ฯ เป็นต้น

\*\*\* ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องเป็นสมาชิกกรมฯ ด้วย จึงจะมีสิทธิ์สมัครขอรับการสนับสนุนจากโครงการ SMEs Pro-active ได้

2. การสมัครตามกำหนดเวลา ผู้ประกอบการต้องส่งเอกสารหลักฐานการสมัครขอรับการสนับสนุนจากโครงการฯ กับสภาที่ผู้ประกอบการเป็นสมาชิก ล่วงหน้าก่อนวันเริ่มงานไม่ต่ำกว่า 6 เดือน เนื่องจากต้องมีกระบวนการตรวจสอบจากสภาฯ ที่รับสมัคร และส่งให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการโครงการ SMEs Pro-active พิจารณาให้ความเห็นชอบและอนุมัติตามหลักเกณฑ์ฯ การขอรับการสนับสนุนของโครงการฯ

ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีแผนงานด้านการตลาดต่างประเทศที่ชัดเจนล่วงหน้าในแต่ละปี เพื่อจะได้ไม่เสียสิทธิ์

3. ติดตามผลการพิจารณาของคณะกรรมการฯ หลังการสมัครเข้าร่วมโครงการฯ ภายหลังจากประชุมของคณะกรรมการฯ เสร็จสิ้น ฝ่ายเลขานุการโครงการฯ จะมีหนังสือแจ้งผลอนุมัติการขอรับการสนับสนุนผ่านสภาเพื่อส่งให้ผู้ประกอบการที่สมัครขอรับการสนับสนุนทราบผลการพิจารณาต่อไป

**หมายเหตุ :** ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะต้องได้รับหนังสือแจ้งผลอนุมัติของกรมฯ จากสภาฯ ก่อน จึงจะถือว่าผู้ประกอบการรายนั้นได้รับการสนับสนุนจากโครงการฯ แล้ว

#### ❖ การเตรียมตัวก่อนการเดินทางเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

##### 1. ข้อมูลตลาดและสินค้า

- ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศ และข้อมูลด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการจะไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภค ราคาจำหน่ายปลีกในตลาด คู่แข่ง มาตรฐานสินค้าที่กำหนดโดยภาครัฐระเบียบในการนำเข้า อัตราภาษี รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อจะได้พัฒนาและนำสินค้าไปจัดแสดงได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาดซึ่งจะทำให้ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากผู้เข้าชมงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคทางการค้าที่มีในปัจจุบัน เพื่อจะได้หาทางป้องกันได้ทันที่
  - การหาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะตลาดของประเทศที่จัดงานแสดงสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถค้นหาได้จากเว็บไซต์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th) หรือจากสำนักส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ของกรมฯ ที่ตั้งอยู่ในประเทศนั้นๆ
  - การเตรียมการด้านสินค้าที่จะไปแสดง อาทิ การนำสินค้าที่ผลิตอยู่แล้ว และ/หรือพัฒนาสินค้าตัวใหม่ ควรยึดหลักการตลาดสมัยใหม่ โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่สนองความต้องการของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคเท่านั้น ซึ่งควรให้ความสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าด้วย (Value Creation) เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าสินค้าที่ผู้ประกอบการนำมาเสนอมีคุณค่าและคุ้มค่ากับการเดินทางมาเจรจาธุรกิจ
  - การเตรียมพร้อมด้านข้อมูลของสินค้าที่นำไปแสดงเป็นภาษาอังกฤษ และ/หรือภาษาราชการท้องถิ่นของประเทศนั้นๆ หรือของประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย อาทิ ไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่จัดในฮ่องกง แต่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาชมงาน ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา กรณีนี้ควรจัดเตรียมข้อมูลทั้งภาษาอังกฤษ/ ญี่ปุ่น และ/หรือจีน โดยข้อมูลพื้นฐานที่ควรมี ได้แก่ เงื่อนไขการขายและการส่งมอบสินค้า ระยะเวลาการผลิต วิธีการชำระเงิน รายละเอียดของสินค้านิยาม ขนาด จำนวนสั่งสินค้าขั้นต่ำ/ขั้นสูงต่อการสั่งซื้อ ราคา ฯลฯ เพื่อใช้ในการแนะนำและการเจรจาธุรกิจกับผู้ซื้อให้มีเกิดความเข้าใจในสินค้ามากขึ้น ซึ่งจะสร้างความประทับใจในความพร้อมของผู้ประกอบการในสายตาของผู้ที่เข้ามาติดต่อและเจรจาธุรกิจ
- ทั้งนี้ การแปลภาษาเป็นภาษาต่างประเทศ ต้องระมัดระวังการใช้คำพูด/ภาษา โดยควรใช้ผู้เชี่ยวชาญภาษานั้นๆ ในการแปล และอาจให้คู่ค้า/คนประเทศนั้นๆ ได้ตรวจสอบคำแปลก่อนนำไปใช้อย่างเป็นทางการ เนื่องจากบางครั้งภาษาธุรกิจหรือภาษาเฉพาะที่ใช้ในแต่ละอุตสาหกรรมอาจมีคำศัพท์เฉพาะ หรือมีความหมายแตกต่างกัน หรืออาจมีศัพท์เฉพาะในแต่ละประเทศ
- จัดทำและส่งข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและรายละเอียดของสินค้าให้กับผู้จัดงานอย่างครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้จัดงานสำหรับนำข้อมูลดังกล่าวไปประชาสัมพันธ์บริษัทและ

แนะนำสินค้าในเบื้องต้น เนื่องจากผู้เข้าชมงานอาจมีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าโดยอาศัยข้อมูลจากเว็บไซต์ของงานและคู่มือที่ผู้จัดแจกภายในงานแสดงสินค้า

- หากผู้ประกอบการต้องการจัดทำเอกสารเผยแพร่ต่างๆ ให้ผู้เข้าชมงาน ควรคำนึงถึงความสวยงามและเป็นสากลสามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย โดยปกติจะเป็นภาษาอังกฤษเป็นหลัก นอกจากนี้ นามบัตรของผู้ประกอบการควรใช้เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ รวมถึงพิจารณาใช้ภาษาต่างประเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจในการติดต่อเพิ่มมากขึ้น
- หากไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารหลัก อาทิ จีน ญี่ปุ่น ควรพิจารณาจัดทำเอกสารที่เป็นภาษาท้องถิ่นนั้นๆ รวมถึงการจัดทำล่ามแปลภาษา เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สินค้าเป็นไปอย่างราบรื่น และเพิ่มความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมสินค้าในคูหาของบริษัท

## 2. ศึกษาหาความรู้ที่สำคัญเพิ่มเติมเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ

- กรมฯ โดยสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ ดำเนินการจัดหลักสูตรอบรม สัมมนาและฝึกปฏิบัติต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการค้าระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก เทคนิคการจัดสินค้าและเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่สนใจสามารถติดตามรายละเอียดและกำหนดการจัดหลักสูตรอบรม สัมมนา และฝึกอบรมต่างๆของกรมฯ ได้ที่เว็บไซต์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th) หัวข้อ “อบรมสัมมนา”
- นอกจากนี้ สถาบันพัฒนาฯ ดำเนินการจัดทำระบบการฝึกอบรมออนไลน์ (E-learning) เพื่อให้บริการฝึกอบรมออนไลน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นศูนย์ความรู้อิเล็กทรอนิกส์และขยายโอกาสการเข้าถึงองค์ความรู้ด้านการค้าระหว่างประเทศให้กับผู้ประกอบการที่สนใจ สามารถเข้าดูรายละเอียดหลักสูตร E-learning ได้ที่ <http://elearning.ditp.go.th/>
- หากต้องการข้อมูลการอบรม/สัมมนาด้านการค้าระหว่างประเทศเพิ่มเติม ติดต่อได้ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สายด่วน 1169 หรือเว็บไซต์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th)

## 3. ข้อควรทราบเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออก

- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับการเตรียมความพร้อมเมื่อต้องการส่งสินค้าและ/หรือ บริการไปยังประเทศต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดคิด
- ควรศึกษาหรือปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในเรื่องระบบจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศที่จะส่งออกว่ามีขั้นตอนและกระบวนการจดทะเบียนเพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างไร สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาได้ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา สายด่วน 1368 หรือเว็บไซต์ [www.ipthailand.go.th](http://www.ipthailand.go.th)
- **ข้อห้าม** ห้ามผู้ประกอบการนำสินค้าลอกเลียนแบบหรือละเมิดลิขสิทธิ์ไปแสดงหรือจำหน่ายโดยเด็ดขาด มิฉะนั้นอาจถูกยึดสินค้า หรือฟ้องร้องดำเนินคดีโดยเจ้าของลิขสิทธิ์สินค้าได้
- นอกจากนี้ ควรมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสินค้าที่นำไปจำหน่าย/ออกงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศที่จัดงานและตลาดเป้าหมายก่อนการทำตลาดอย่างจริงจัง เพื่อป้องกันปัญหาต่างชาติมาลอกเลียนแบบหรือจดทะเบียนก่อน



#### 4. การวางแผนเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

- ควรเตรียมการวางแผนรูปแบบการจัดวางสินค้าของตนเองไว้ล่วงหน้า เพื่อให้คูหามีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมงาน และช่วยให้การจัดเตรียมและขนส่งสินค้ารวมถึงอุปกรณ์การจัดแสดงได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ทั้งนี้ การวางแผนจัดแสดงสินค้าล่วงหน้าจะช่วยลดปัญหาของการขนส่งสินค้าส่วนเกิน/ไม่จำเป็น ซึ่งเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นที่เกิดจากการสั่งซื้อหน้างาน ซึ่งมักจะคิดค่าใช้จ่ายในอัตราสูงมากได้อีกด้วย
- ควรดำเนินการติดต่อลูกค้า/ผู้นำเข้า/บริษัทลูกค้า ล่วงหน้าสำหรับนัดหมายในการเจรจาธุรกิจในช่วงงานแสดงสินค้า เพื่อให้การเข้าร่วมงานประสบผลสำเร็จและเกิดความสะดวกแก่ทั้งสองฝ่าย รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้ Potential Buyers ทราบล่วงหน้า โดยอาจติดต่อขอรายชื่อผู้นำเข้าจาก สคต. ที่ดูแลตลาด/ประเทศนั้นๆ
- ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการฯ สามารถเบิกจ่าย**ค่าเช่าพื้นที่พร้อมคูหา** **มาตรฐาน (ขนาด 9 ตร.ม.)** หากงานแสดงสินค้าใดที่มีขนาดคูหามาตรฐานมากกว่า 9 ตร.ม. ต้องมีเอกสารหลักฐานยืนยันขนาดคูหามาตรฐานจากผู้จัดงานตามที่ระบุไว้ในใบสมัครเข้าร่วมงานที่ชัดเจน เพื่อใช้ประกอบการเบิกจ่าย

#### 5. การขนส่งสินค้า

- ศึกษาภาระเบียบและขั้นตอนการในการขนส่งและการจัดส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทาง
- ควรตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับพิธีการนำเข้า/ภาษี/ระเบียบปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าที่ส่งไปไม่ผิดระเบียบการนำเข้าของประเทศที่ผู้ประกอบการไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสัตว์ที่ได้รับการคุ้มครองและควบคุมการนำเข้า/การส่งออกจากอนุสัญญา CITES (เช่น ช้างเอเชีย เสือดาว เสือโคร่ง หนังสระเข้ หนังงู กล้วยไม้หายากบางชนิด เป็นต้น) มิฉะนั้น อาจเกิดปัญหาทางศุลกากรทำให้ไม่สามารถนำสินค้าเข้าร่วมแสดงได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการและสินค้าไทยในระยะยาวได้

#### 6. การเตรียมการด้านบุคลากร และวิธีการนำเสนอ

- **ข้อแนะนำ** เจ้าหน้าที่ประจำคูหาแสดงสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ดังนั้น จึงควรมีลักษณะเป็นนักการตลาดที่ดี ซึ่งต้องมีความรู้ในตลาดที่จะไปจัดแสดงสินค้า เช่น สภาพตลาด กฎ/ระเบียบทางการค้า ช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งมีความสามารถในการเจรจาธุรกิจ มีมนุษยสัมพันธ์ดี และ**หากเป็นการเข้าร่วมงานในประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ควรจัดหาล่ามแปลภาษาท้องถิ่น เพื่อให้การเจรจาธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และเพิ่มความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า**
- ควรจัดเตรียมรูปภาพ/ VDO Present สินค้า/ Brochure/ Catalogue/ สื่อสมัยใหม่อื่นๆ เพื่อให้ผู้เข้าชมงานได้รู้จักและมีความเข้าใจในสินค้ามากขึ้น
- ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้า **ต้องมีเจ้าหน้าที่เดินทางจากประเทศไทยไปร่วมงานด้วยตนเอง ไม่สามารถมอบให้ตัวแทน (agent) ในต่างประเทศเข้าร่วมงานแทนได้ หากพบว่ามี การให้ตัวแทนเข้าร่วมแทน จะไม่สามารถใช้สิทธิเบิกจ่ายภายใต้โครงการฯ ได้** เนื่องจากขัดกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการนี้ที่มุ่งเน้นในการแสวงหาตลาดให้กับผู้ประกอบการไทย

- ติดต่อเรื่องการขอหรือต่อหนังสือเดินทางหรือขอวีซ่า (ในกรณีที่จำเป็น) โดยอาจศึกษาเพิ่มเติมจากเว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ของประเทศนั้นๆ ในไทย หรือ เว็บไซต์กระทรวงการต่างประเทศของประเทศนั้น หรืออาจขอข้อมูลจากกระทรวงการต่างประเทศ (กรมการกงสุล) ของไทย
- เอกสารสำคัญอื่นๆ ที่ควรนำไป เช่น หลักฐานประกอบการขนส่ง ซึ่งอาจมีความจำเป็นต้องใช้หากมีปัญหาในการนำสินค้าออก บัตรเข้างานแสดงสินค้า (ในกรณีที่ได้รับล่วงหน้า) เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรนำเอกสารเกี่ยวกับมาตรฐานต่างๆ ของสินค้าไปแสดงคู่กับสินค้าด้วย ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าได้

#### ❖ การขอยกเลิกเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้ว

- การขอยกเลิกเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้วตามหลักเกณฑ์ฯ จะถือว่าเป็นการใช้สิทธิ์ไปแล้ว **ยกเว้น**ในกรณีที่การยกเลิกมีเหตุสุดวิสัย อาทิ ผู้จัดงานยกเลิก หรือเลื่อนกำหนดการจัดงาน เป็นต้น ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการไม่ได้ไปเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้ว **ต้องมีหนังสือแจ้งยกเลิกให้สภาฯ ที่ผู้ประกอบการยื่นใบสมัครเข้าร่วมโครงการฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วันก่อนวันเริ่มกิจกรรม** (หากเกินกำหนดจะถูกตัดสิทธิ์การพิจารณาขอรับการสนับสนุนเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป) และสภาฯ ต้องมีหนังสือแจ้งยกเลิกการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ประกอบการดังกล่าวให้กรมฯ ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 10 วันก่อนวันเริ่มกิจกรรม

## บทที่ 3

### คำแนะนำระหว่างเข้าร่วมงานฯ

#### ❖ การเดินทาง

- ควรเดินทางถึงประเทศ/เมืองที่จัดงานแสดงสินค้าล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน กรณีเป็นตลาดใหม่แนะนำให้ไปล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 วัน เพื่อไปศึกษาตลาดในประเทศนั้นๆ เช่น การสำรวจตลาด/สินค้าที่เป็นประเภทเดียวกันกับของบริษัทเพื่อดูสินค้า/การซื้อขาย/ราคาจำหน่าย/พฤติกรรมผู้บริโภค/ลูกค้า (พ่อค้าส่ง) ในตลาด
- ศึกษาเส้นทางเดินทางจากที่พัก-สถานที่จัดงาน

#### ❖ การตกแต่งคูหางานแสดงสินค้า

- เดินทางถึงสถานที่จัดงานแสดงสินค้าตามกำหนดการที่ได้รับแจ้งจากผู้จัดงาน เพื่อพบเจ้าหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับเข้าเตรียมคูหาและรับบัตร Exhibitor ในกรณีที่ไม่มีบัตรล่วงหน้า
- ตรวจสอบความถูกต้องของป้ายชื่อบริษัทเพื่อในกรณีที่มีข้อผิดพลาดจะได้สามารถดำเนินการแก้ไขได้ทันท่วงที รวมถึงตรวจสอบขนาดของพื้นที่คูหาว่าเป็นไปตามที่สมัครมาหรือไม่
- การตกแต่งคูหาและการวางสินค้า ควรพิจารณาถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ พร้อมทั้งมีการนำสินค้าจริงมาจัดแสดง เพื่อให้คูหาดูโดดเด่นและให้ผู้เข้าชมงานได้เห็นศักยภาพของสินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายมีเพียงแค้ใบแสดงรายละเอียดแนะนำสินค้า (Brochure) มาวางเท่านั้น ทำให้คูหาดูโล่ง ไม่มีความเหมาะสม และไม่ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงาน
- การปิดคูหาเพื่อป้องกันการสูญหายของสินค้า หากเป็นไปได้ควรมีการนำผ้า หรือวัสดุที่สามารถใช้ปิดคูหาได้ด้วย เพื่อความเรียบร้อยสวยงาม และไม่นำของมีค่าเก็บไว้ที่คูหา
- **คำเตือน** สินค้าที่มีลักษณะเด่น (เช่น สินค้าลิขสิทธิ์ หรือสินค้าที่ถูกพัฒนาล่าสุดซึ่งเป็นที่สนใจของลูกค้า และคู่แข่ง เป็นต้น) ควรนำกลับที่פקหากสามารถทำได้ หรือเก็บไว้ที่มีขีดความสามารถปิดล็อกกุญแจได้ เพื่อป้องกันการสูญหาย

#### ❖ การปฏิบัติตัวช่วงวันงาน

- แต่งกายสุภาพแบบสากลนิยม อาทิ สูท เครื่องแบบของบริษัท
- มาถึงบริเวณงานแสดงสินค้าก่อนเวลาเปิดงานเป็นอย่างน้อย 30 นาที เพื่อดูแลความเรียบร้อยของคูหาให้มีความพร้อมต้อนรับผู้มาชมและเจรจาธุรกิจในงาน
- เจ้าหน้าที่ที่ประจำคูหาไม่ควรรับประทานอาหารกลางวันภายในคูหา
- ตอบข้อซักถามด้วยอัธยาศัยไมตรีและแสดงออกด้วยความเป็นมิตร รวมทั้งให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นประโยชน์แก่ผู้เข้ามาชมสินค้า
- รวบรวมนามบัตร ชื่อของผู้เข้าชมงาน และผลการเจรจาธุรกิจ เพื่อใช้สำหรับการรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและการติดตามผลทางธุรกิจในอนาคต โดยอาจส่งหนังสือ/Email เพื่อขอบคุณที่มาเยี่ยมชมคูหาและแนะนำสินค้าเพิ่มเติม

- ควรสังเกตการจัดแสดงสินค้าในงาน และผู้เข้าร่วมงานอื่นๆ รวมถึงแนวทางการเข้าร่วมงานของคู่แข่งจากประเทศต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการเข้าร่วมงานในอนาคต นอกจากนี้ ควรเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจภายในงาน อาทิ การเข้าสัมมนา เพื่อให้ทราบข้อมูลและ Trend ใหม่ๆ ของตลาดโลก เป็นต้น
- การแจกจ่ายตัวอย่างสินค้าสามารถทำได้แต่ต้องอยู่ภายใต้ระเบียบและเงื่อนไขของผู้จัดงาน
- **คำเตือน** ไม่ควรถ่ายภาพคูหาหรือสินค้าของบริษัทอื่น เพราะอาจถูกต่อว่าหรือร้องเรียนในเรื่องของการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้
- กรณีเกิดเหตุสุดวิสัยหรือพบปัญหาในงานแสดงสินค้า ควรรีบดำเนินการแจ้งผู้จัดงานให้ทราบโดยทันที
- นอกเหนือจากการปฏิบัติตามคำแนะนำนี้แล้ว ควรปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่ผู้จัดงานระบุไว้อย่างเคร่งครัด
- **ข้อแนะนำ** เพื่อใช้ประกอบหลักฐานการเบิกจ่ายเงิน ผู้ประกอบการต้องดำเนินการดังต่อไปนี้
  - ถ่ายรูปคูหาที่มีป้ายชื่อบริษัท และสินค้าที่นำไปแสดงในภาพเดียวกัน อย่างน้อยจำนวน 2 รูป
  - ถ่ายรูปสถานที่จัดงาน และป้ายชื่องานแสดงสินค้านั้นๆ
  - จัดทำรายงานการเดินทาง โดยกรอกตามแบบฟอร์มที่กำหนดตั้งแต่วันที่ออกเดินทางจนถึงวันที่เดินทางกลับถึงประเทศไทย

## บทที่ 4

### คำแนะนำสำหรับการดำเนินการหลังจากเข้าร่วมงานฯ

#### ❖ การนำส่งเอกสารและหลักฐานประกอบการขอรับการสนับสนุน

- ผู้ประกอบการต้องนำส่งเอกสารและหลักฐานประกอบการขอรับเงินสนับสนุนให้สภาฯ ที่ผู้ประกอบการยื่นใบสมัคร และได้รับแจ้งการอนุมัติให้เข้าร่วมโครงการฯ แล้ว ดังนี้
  - หนังสือแจ้งผลการอนุมัติโครงการและวงเงินสนับสนุน ออกโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ต้นฉบับ)
  - ใบแสดงผลการดำเนินกิจกรรม
  - งบหน้าสรุปค่าใช้จ่ายที่ขอเบิก (คิดเป็นเงินบาท) ตามที่จ่ายจริงแต่ต้องไม่เกินวงเงินที่กรมอนุมัติ
  - หลักฐานการจ่ายเงิน (แนบมาพร้อมกับคำแปลใบสำคัญคู่จ่ายทั่วไป)
    - ใบแจ้งหนี้ (Invoice) จากผู้จัดงาน \*\*\* **เป็นฉบับจริง** เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการจ่ายเงิน (กรณีเป็นภาษาต่างประเทศให้มีคำแปลภาษาไทยไว้ด้วย)
    - ใบเสร็จรับเงิน (Receipt) จากผู้จัดงาน \*\*\* **ต้องเป็นฉบับจริงเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่สามารถจ่ายเงินให้ได้** (กรณีเป็นภาษาต่างประเทศให้มีคำแปลภาษาไทยไว้ด้วย)
    - หลักฐานการโอนเงินหรือการจ่ายจริงจากธนาคารที่มีการระบุอัตราแลกเปลี่ยนของธนาคารชัดเจน
    - ใบแสดงอัตราแลกเปลี่ยนจากธนาคาร (กรณีใบโอนไม่มีระบุอัตราแลกเปลี่ยนมาให้)
    - ใบจองสถานที่ (Application form)
    - ชื่อบริษัทที่ปรากฏอยู่ใน Fair Catalogue กรณีไม่มี Fair Catalogue ให้ยื่นหนังสือรับรองการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ซึ่งออกโดยผู้จัดงานโดยตรง มีชื่อตัวแทนในประเทศไทย
  - รูปถ่ายแสดงหลักฐานการเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าตามที่ได้รับอนุมัติ ได้แก่
    - คูหาที่มีป้ายชื่อบริษัท และสินค้าที่นำไปแสดงในภาพเดียวกัน อย่างน้อยจำนวน 2 รูป
    - สถานที่จัดงาน และป้ายชื่องานแสดงสินค้านั้นๆ
  - รายงานการเดินทาง โดยกรอกตามแบบฟอร์มที่กำหนดตั้งแต่วันที่ออกเดินทางจนถึงวันที่เดินทางกลับถึงประเทศไทย
  - สำเนาหน้าพาสปอร์ตของผู้เดินทางทุกท่านที่เดินทางไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และหน้าที่มีตราประทับผ่านการตรวจคนเข้าเมือง
  - แบบประเมินผล
  - แบบสอบถามความพึงพอใจโครงการ

(ผู้ประกอบการสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้จากเว็บไซต์ [www.ditp.go.th](http://www.ditp.go.th) คลิกช่อง SMEs Pro-active)

\*\*\*\*\* เอกสารทุกหน้ากรรมการผู้มีอำนาจตามหนังสือรับรองจะต้องลงนาม และประทับตราบริษัททุกหน้า พร้อมสำเนาเอกสารทั้งหมด 2 ชุด ลงนาม และประทับตราบริษัทเช่นเดียวกับต้นฉบับ นำมายื่นต่อสภาฯ ที่นิติบุคคลยื่นใบสมัคร ภายใน 30 วันหลังดำเนินกิจกรรมเสร็จสิ้น

- **ข้อเสนอแนะ** กรอกข้อมูลในแบบประเมินผลการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศภายใต้การสนับสนุนโครงการ SMEs Pro-active **ให้ครบถ้วน** โดยกรมฯ จะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาประมวลและประเมินผลความสำเร็จของการเข้าร่วมงานดังกล่าว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินโครงการ รวมทั้งการเสนอขอของบประมาณเพิ่มเติมในระยะต่อไป
- ประเมินผลการทางธุรกิจที่ได้รับ อาทิ มูลค่าการสั่งซื้อทันทีในระหว่างงาน มูลค่าการซื้อขายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (ประมาณ 1 ปี) จำนวนลูกค้าที่เยี่ยมชมค้นหา และจำนวนลูกค้าที่มีศักยภาพทางธุรกิจ เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวมาปรับปรุงและกำหนดแนวทางการจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าครั้งต่อไป

#### ❖ การดำเนินงานอื่นๆ

- การจัดส่งข้อมูลต่างๆ ให้แก่ลูกค้าตามที่ตกลงกันไว้ในระหว่างงาน (หากมี)
- อาจเผื่อเวลาอยู่ต่อ 1-2 วัน เพื่อใช้เวลาในการไปพบลูกค้าเดิมหรือนักลูกค้า (Potential Buyers) ที่พบในงานฯ เพื่อหารือเพิ่มเติม และตรวจสอบสถานะกิจการของลูกค้าในอนาคต รวมถึงเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าประจำให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

\*\*\*\*\*

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

มีนาคม 2560