

งานแสดงสินค้าต่างประเทศ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อ พัฒนาสินค้าและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่โลก

นำเสนอโดย กนกวรรณ สุขชัยศรี
กรรมการผู้จัดการ
บ.บีแอลไอ (ไทยแลนด์) จำกัด
บ.เอ็กซ์โปอินเตอร์ จำกัด

AGENDA



About US

- Our Story
- What we do



Our Success

- Performance
- Customers
- Partners



NGT3

- 10 Techniques to succeed
- SME Proactive
- Exhibition calendar

ABOUT US

BLI Thailand

- Established in 2002
- B2B Outbound: **Thai exporters to Global market**
- Long-standing reputation for being a dependable and effective sales representative for international exhibition organizers.
- Represent more than 100 trade exhibitions in 50 countries, promote the events to exhibitors in Thailand and the other Southeast Asian countries.
- Strong relationships with government bodies, industry associations and bellwether companies and SME in Thailand and Southeast Asia.
- Strong industries: food & beverage, hospitality, agriculture, beauty, lifestyle, auto part and medical that we bring to bear on securing broad-based support for exhibitions around the world.

EXPO Inter

- Established in 2017
- B2B Inbound: **Global business to Thai market**
- Professional Event Management company
- Providing local expertise to international exhibition organizers wanting to stage events in Thailand and Southeast Asia. Instant capability to plan, promote and execute successful events with deep local knowledge.
- Our team of dedicated and experienced MICE industry professionals grew up in Thailand, understand regional Southeast Asian cultures, speak regional languages and have established both Thailand and regional connections.
- Strong industries: Digital, Pro-AV, Smart retail, Smart cities, Manufacturing, 5G, IoT, Solutions

BLI Thailand

- Trade Exhibitions Representative
- Exhibitor and Visitor Promotion
- Oversea sales and marketing consultancy
- National Group Participations supported by governments (Thailand, Vietnam, Philippines, Malaysia).
- Business matching
- Onsite operation service
- Hosted Buyer Program

EXPO Inter

- End-to-end Event Management
- Show Secretariat Office
- Sales and aftersales service
- Conference management
- Marketing and PR for B2B project
- Operation Service
- Onsite Service
- Virtual/Online Platform

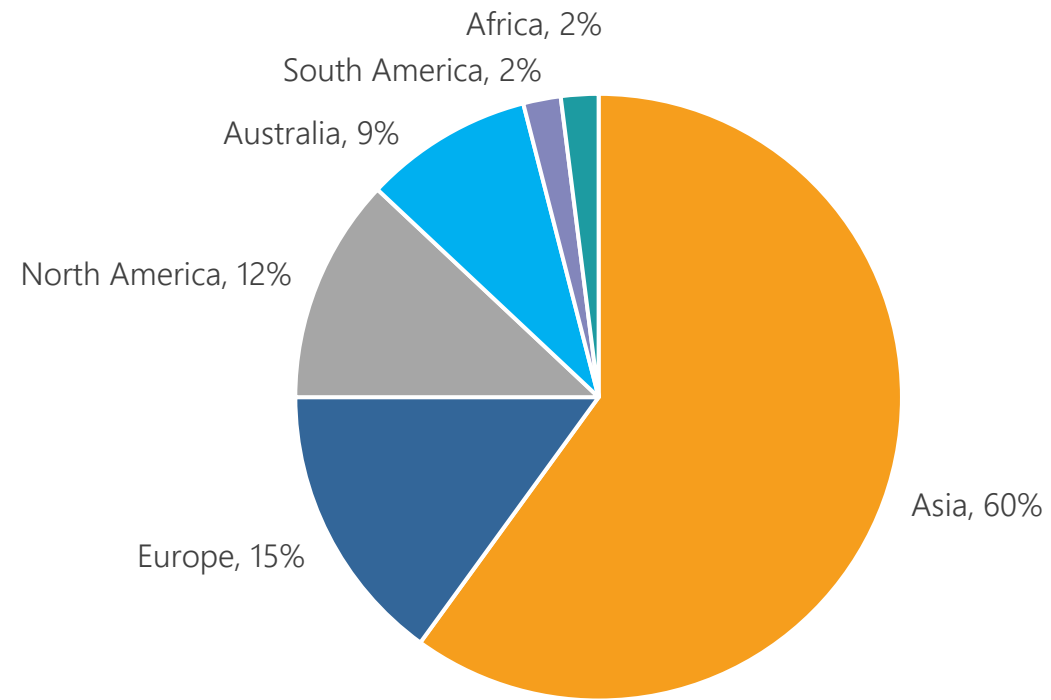


OUR SUCCESS



PERFORMANCE

We've brought thousand Thai and Southeast Asian exporters to global export market each year.



OUR SUCCESS

The Saudi Food Show, Riyadh, Saudi Arabia



OUR SUCCESS

InfoComm ASIA, Bangkok, Thailand



OUR SUCCESS

Australia After Market Expo, Melbourne, Australia



OUR SUCCESS

Seoul Food Hotel, Korea



OUR SUCCESS

FHA, Singapore



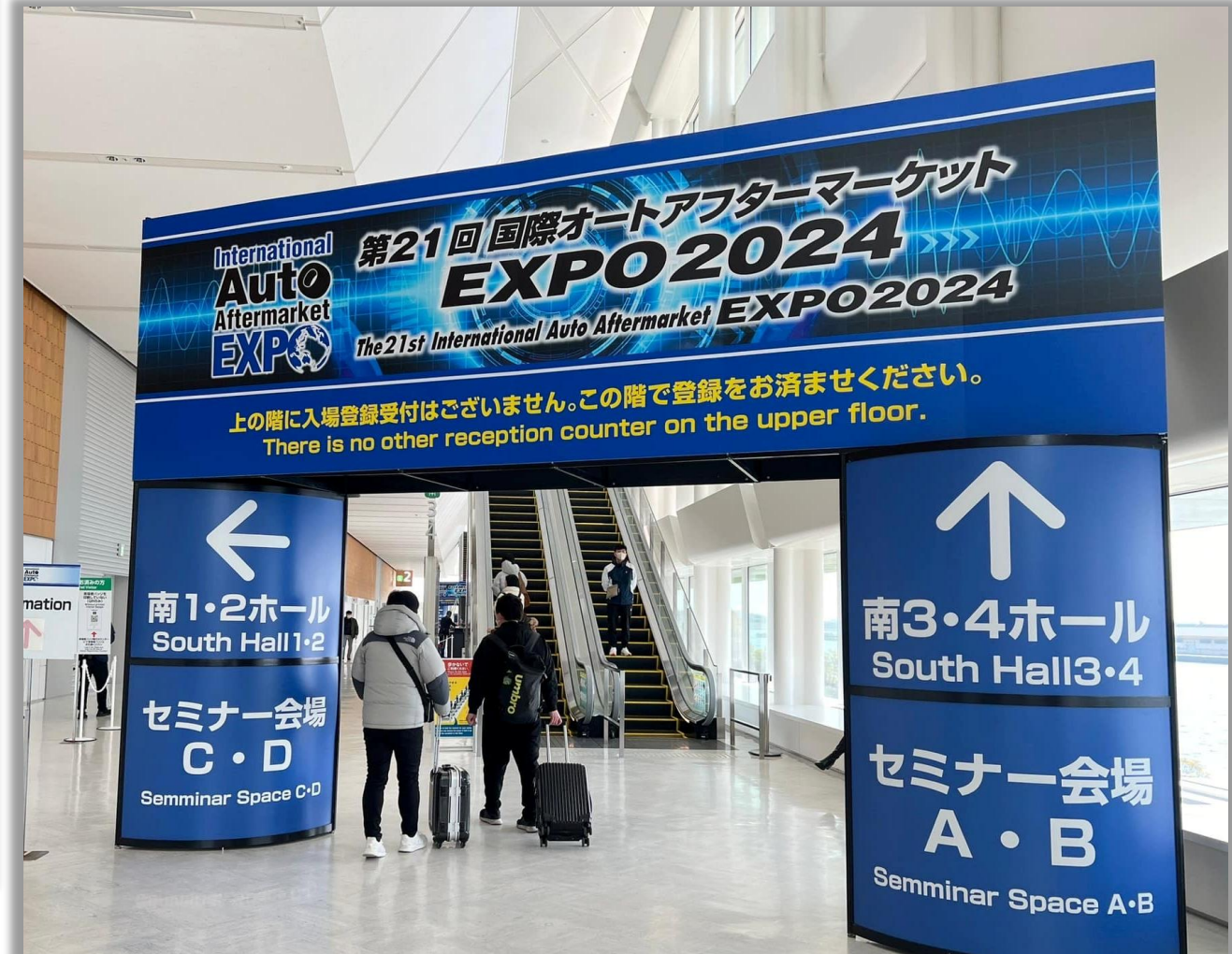
OUR SUCCESS

PROPAK, VIETFOOD, VIETNAM



OUR SUCCESS

International Auto Aftermarket Expo, Japan



OUR SUCCESS

SFF, New York, USA



OUR SUCCESS

PLMA, Chicago, USA



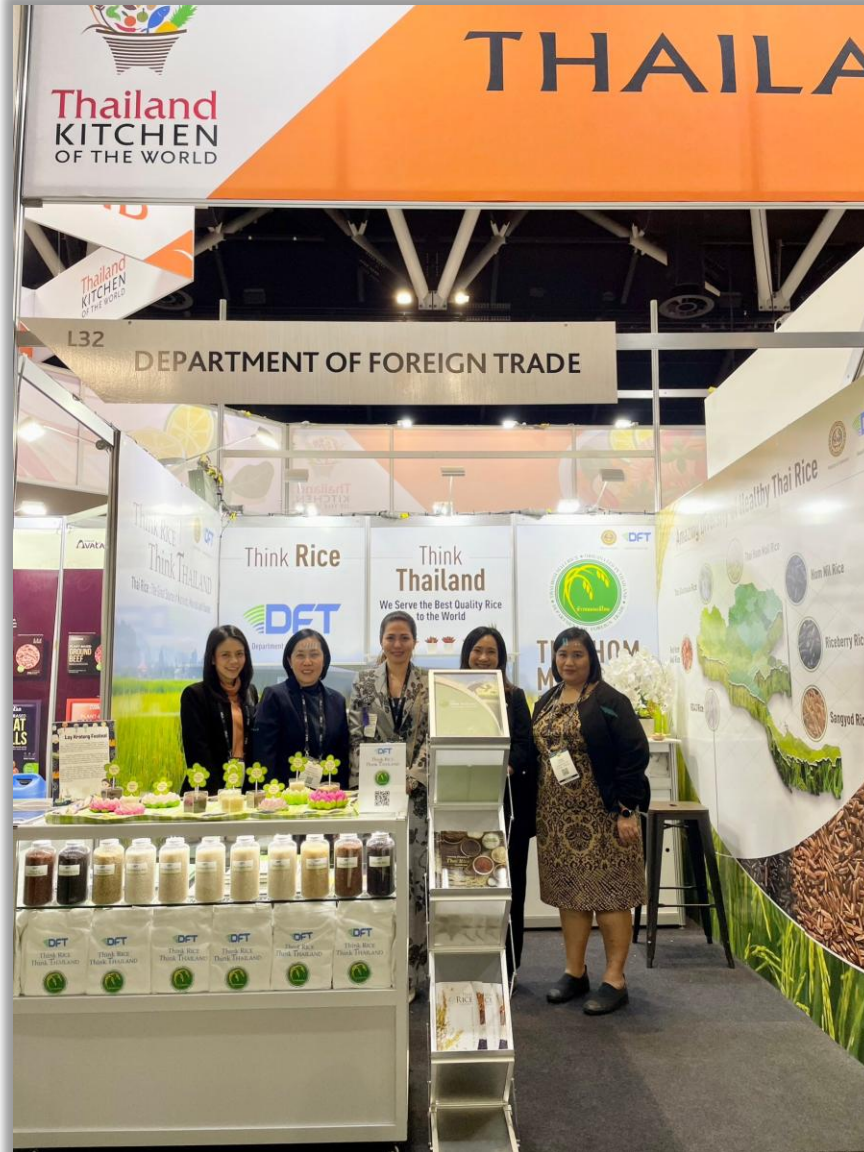
OUR SUCCESS

China Food & Drink Fair, Chengdu, China



OUR SUCCESS

Fine Food Australia, Sydney



Ministry of Industry: Genius Academy – BLI is a Special Coach for International Market.
We selected products from candidates and coach them to do marketing for international market.



Genius² ACADEMY

150 DAYS TO DREAM

มูลค่าหลักสูตร 100,000 บาท ราวฟรี!!
ผู้ฝึกสอน 150 ท่าน
ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก

150 วัน บัณฑิตสู่ผู้ประกอบการอัจฉริยะ

GENIUS COACHES 2018

หลักสูตรเพื่อสร้างอัจฉริยะ
ทางธุรกิจด้วยอัจฉริยะไทยแห่งเมืองไทย

ให้คุณเป็น Genius ได้ใน 150 วัน

หลักสูตรที่จะให้คุณในทุกมิติ ทั้งวิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจ การค้นหาตัวตน การทะยานสู่ธุรกิจจริงด้วยมุมมองใหม่ ชักจูงเทคโนโลยี การเรียนรู้แบบบูรณาการทางธุรกิจ

ด่วน!!
รับสมัคร 22-31 ม.ค. 61 เท่านั้น

โทร: 09-1772-2150 Line ID: @geniusacademy
https://www.facebook.com/DIPGeniusAcademy/
สมัคร online ที่ https://goo.gl/forms/dclGj6VSORKSGG1O2

คุณจะได้ประโยชน์: ผู้ประกอบการ SME, OTOP, นักธุรกิจรุ่นใหม่, ผู้ประกอบการชุมชน หรือผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจในภาค หรือองค์กร SME หรือ OTOP หรือผู้สนใจด้านธุรกิจ และอื่นๆ ที่ต้องการส่งเสริมการดำเนินงานธุรกิจของตนเอง

4 ปัจจัยสำคัญที่เรามุ่งเน้นในหลักสูตร

1. วิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจ 2. การค้นหาตัวตน 3. การเรียนรู้แบบบูรณาการ 4. การเรียนรู้แบบบูรณาการ

พันธมิตรร่วมในวงกว้าง

EXIM THAILAND KING POWER SIAM PIWAT THE MALL TOKYU BLI Eastland earthsafe



Genius² ACADEMY

OUR GENIUS COACHES

150 DAYS TO DREAM
150 วัน บัณฑิตสู่ผู้ประกอบการอัจฉริยะ

ทีมโค้ชหลัก

สาขา A	สาขา B	สาขา C	สาขา D	สาขา E	พันธมิตร	องค์กรพันธมิตร

ทีมโค้ชเฉพาะทาง

4 ปัจจัยสำคัญที่เรามุ่งเน้นในหลักสูตร

1. วิสัยทัศน์และแรงบันดาลใจ 2. การค้นหาตัวตน 3. การเรียนรู้แบบบูรณาการ 4. การเรียนรู้แบบบูรณาการ

พันธมิตรร่วมในวงกว้าง

EXIM THAILAND KING POWER SIAM PIWAT THE MALL TOKYU BLI Eastland earthsafe



Genius² ACADEMY

150 DAYS TO DREAM
150 วัน บัณฑิตสู่ผู้ประกอบการอัจฉริยะ

พันธมิตรร่วมในวงกว้าง

EXIM THAILAND KING POWER SIAM PIWAT THE MALL TOKYU BLI Eastland earthsafe

Genius² ACADEMY

OUR SUCCESS

Ministry of Industry: Genius Academy

After selected, we brought them to International Platform. Next project, we will bring them to online platform.



Ministry of Commerce



OTOP GO INTER

**“การเตรียมความพร้อมการส่งออกและ
การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ”**

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

f LIVE
OTOP Premium
Go Inter [52]

0:09

วันที่ 23 กันยายน 2563
เวลา 13.00-17.00 น.

13.00-14.30	14.30-16.00	16.10-17.00
ReMaker เทคนิคและวิธีการส่งออก ฉบับมือใหม่หัดขาย	BLI โอกาสทางธุรกิจผ่าน งานแสดงสินค้านานาชาติ	YOO บทสรุปการพัฒนาสินค้า OTOP PREMIUM GO INTER
ยุรนา อินทียสินทวี	กนกวรรณ สุขชัยศรี	จิตรชัย ระเบียบธรรม

การสัมมนาจะเริ่มต้นในเวลา 13.00 น.

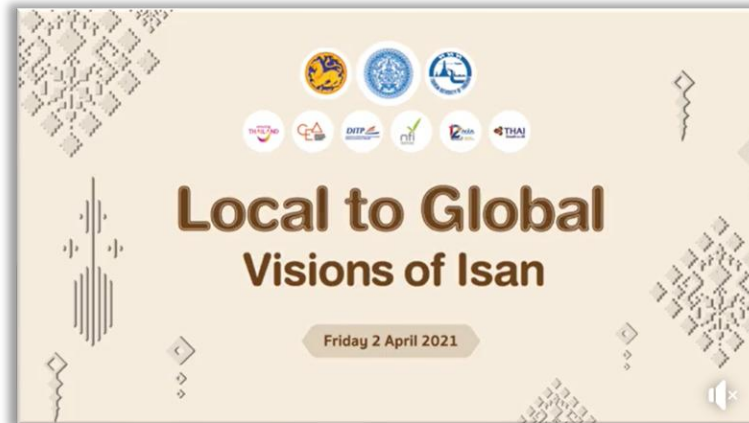


OTOP GO INTER

กนกวรรณ สุขชัยศรี
กรรมการผู้จัดการบริษัท บีแอลไอ (ไทยแลนด์) จำกัด
ตัวแทนผู้จัดงานแสดงสินค้ากว่า 80 งาน ใน 40 ประเทศทั่วโลก

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

Ministry of Foreign Affair



**Local to Global
Visions of Isan**

Friday 2 April 2021



ดร.วิทย์ สิทธิเวคิน
ผู้ดำเนินรายการ



**Local to Global
Visions of Isan**
Friday 2 April 2021

DITP
Department of International Trade Promotion
Ministry of Commerce, THAILAND

นายปณต บุญยะโทระ
ผู้อำนวยการใหญ่ สำนักงานส่งเสริมการค้า การค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ



นางกนกวรรณ สุขชัยศรี
กรรมการผู้จัดการ บริษัท บีแอลไอ (ไทยแลนด์) จำกัด

THAILAND & SOUTHEAST ASIA



OUR PARTNERS

GOVERNMENT & ASSOCIATIONS



GLOBAL PARTNERS



งานแสดงสินค้าต่างประเทศ
โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อพัฒนา
สินค้าและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่โลก

Value Proposition คุณค่าของงานแสดงสินค้า

Exhibitor/Seller/คนออกบูท

Exhibition เป็นเครื่องมือทางการขายและการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับตลาดส่งออก

- เพิ่มช่องทางและโอกาสในการส่งออก
- เจาะตลาดต่างประเทศทั่วโลก
- หาคู่ค้าทางธุรกิจต่างประเทศ
- ขยายฐานลูกค้าในต่างประเทศ
- ได้ผู้ซื้อที่มีคุณภาพ
- สร้าง public awareness ยกกระดับความน่าเชื่อถือ
- สร้างและสานความสัมพันธ์กับคู่ค้า
- สำรวจคู่แข่งและตลาด

Visitor/Buyer/คนเดินงาน

Exhibition เป็นแหล่งหาซื้อสินค้าและบริการที่ครบครันที่สุด

- สั่งซื้อ
- มองหาสินค้าและบริการใหม่ๆ
- พบกับผู้ขายรายปัจจุบัน
- หาผู้ขายรายใหม่ๆ
- สร้างเครือข่ายกับคนในแวดวงธุรกิจ
- สร้างโอกาสอาชีพใหม่ๆได้
- ร่วมสัมมนาเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ
- อัปเดตเทรนด์ปัจจุบันและอนาคต

10 เทคนิคการออกบูธต่างประเทศให้ประสบความสำเร็จ

1. Selecting the right exhibition
2. Set clear & measurable objectives
3. Planning the exhibition stand
4. Appoint an exhibition coordinator
5. Prepare a detailed budget
6. Prepare the operation
7. Invite customer and prospects
8. Promote yourself online
9. Train and motivate booth staff
10. Follow up your leads



1. Selecting the right exhibition

- Determine market
- Exhibition's profile
- Exhibition's positioning
- Who are the organizers
- Exhibition's composition
- The trade promotion agencies



2. Set clear & measurable objectives

Have specific goals

- Generate 50-150 sales lead.
- Generate 20-60 inquiries.
- Close sales contract at least 100,000 baht.
- Find new distributors for three countries.
- Give out 200 samples.



3. Planning the exhibition stand

- Suitable size
- Select location
- Create a High-Impact Stand

Keep your key messages brief, bold and relevant to your customer needs



small booth but **BIG IMPACT!**



small booth but **BIG IMPACT!**



small booth but **BIG IMPACT!**



small booth but **BIG IMPACT!**



small booth but **BIG IMPACT!**



4. Appoint an exhibition coordinator

To maximize efficiency, appoint one person with overall responsibility for

- Planning
- Budgeting
- Coordinating



5. Prepare a detailed budget

- Booth
- Design
- Product
- Travel
- Marketing collateral
- Staffs
- Government's funding

5. Prepare a detailed budget

โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

DITP
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์

SMEs Pro-active Program

ปฏิทินรอบการรับสมัคร **Phase 4** ปีงบประมาณ 2568-2570

SMEs Pro-active
Project No. 1014

	ระยะเวลาเปิดรับสมัคร	ระยะเวลาเริ่มกิจกรรม (Tradefair/BOP/Virtual) ระยะเวลาเริ่มเปิดหน้าร้าน (e-Commerce) ที่สามารถสมัครได้	ประชุม คณะทำงานฯ	แจ้งผลอนุมัติ	จำนวนที่รับ (ราย)
รอบที่ 1/2569 (70)	17 ต.ค. 68 - 16 ม.ค. 69	ตั้งแต่ พ.ค. - ต.ค. 69	มี.ค. 69	เม.ย. 69	150
รอบที่ 2/2569 (71)	17 ม.ค. - 16 เม.ย. 69	ตั้งแต่ ก.ค. - ต.ค. 69	มี.ย. 69	ก.ค. 69	150

*ทั้งนี้ 1. สำหรับแพลตฟอร์ม e-Commerce จะต้องเปิดระยะเวลาการใช้อาณาเขตแพลตฟอร์ม 1 ปี นับจากวันเริ่มเปิดหน้าร้าน โดยไม่เกิน 30 กันยายน 2570
2. การพิจารณาให้สิทธิ์แก่ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติครบถ้วน จะเป็นไปตามลำดับการสมัคร ก่อน-หลัง หรือวิธีอื่นใดที่คณะทำงานฯ เห็นควร
3. ระยะเวลาการรับสมัครอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

<https://smesproactive.ditp.go.th/intro>

SME Pro-active Program

หลักเกณฑ์การสนับสนุนผู้ประกอบการตามโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของ
ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active Program)
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2570



1. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการฯ

- 1.1 เป็นนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และมีผู้ถือหุ้นเป็นสัญชาติไทยไม่น้อยกว่าร้อยละ 51
- 1.2 เป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทยตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และแก้ไขเพิ่มเติม ประกอบกฎกระทรวงกำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562⁽¹⁾
- โดยพิจารณาจากงบการเงินได้เป็นปีที่ 1 ซึ่งจะต้องมีการยื่นบัญชีแสดงรายการทางการเงินต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- 1.3 มีความประสงค์ดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ และปฏิบัติตามข้อกำหนดในการเข้าร่วมโครงการ S Pro-active ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- 1.4 เป็นนิติบุคคลที่เป็นผู้ผลิตและ/หรือผู้ส่งออกสินค้าไทยที่มีประสบการณ์การส่งออก
- 1.5 เป็นสมาชิกของ :
 - 1.5.1 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ
 - 1.5.2 หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย : สมาชิกของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย
 - (1) สมาชิกสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 - (2) สมาชิกของสมาคมที่เป็นสมาชิกของสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 - (3) สมาชิกของหอการค้าไทย
 - (4) สมาชิกของหอการค้าจังหวัด
 - (5) สมาชิกของหอการค้าต่างประเทศ หรือ
 - 1.5.3 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือ
 - 1.5.4 สมาพันธ์ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไทย หรือ
 - 1.5.5 สมาพันธ์ สมาคมการค้า หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าด้านสินค้าและบริการ⁽²⁾ ที่เป็นสมาชิกสภาใด สภาหนึ่ง ในข้อ 1.5.2 - ข้อ 1.5.4 และได้ผ่านการรับรองจากสภานั้น
- 1.6 ไม่เคยมีประวัติเสียเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
- 1.7 กรณีนิติบุคคลที่ยังไม่ยื่นส่งออก แลมีศักยภาพ สามารถเข้าร่วมโครงการฯ ได้โดยต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติมดัง
 - 1.7.1 เป็นผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมหลักสูตรของกรมฯ หรือ หลักสูตรที่โครงการฯ ให้การรับรอง ตามรายชื่อหลักสูตรฝึกอบรมที่ได้รับการรับรอง (Qualified Training List: QTL)

และ

- 1.7.2 เป็นผู้ประกอบการที่เคยเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรือ กิจกรรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีการเจรจาเชิงการค้า เป็นผู้จัดอย่างน้อย 1 ครั้ง เช่น งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย หรือ งานแสดงสินค้านานาชาติ (Thailand Week) หรือ งานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย (Top Thai Brand) หรือ คณะผู้แทนการค้าไปเจรจาธุรกิจในต่างประเทศ เป็นต้น

⁽¹⁾ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ กิจกรรมที่มีลักษณะ (1) กิจกรรมผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าปลีก หรือกิจกรรมค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30 คนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ (1) กิจกรรมผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท (2) กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าปลีก หรือกิจกรรมค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 100 คน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท

⁽²⁾ สมาพันธ์ สมาคมการค้า หรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าด้านสินค้าและบริการ ต้องเป็นนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนเป็นสมาชิกหรือสมาชิกภาพการประกอบธุรกิจการค้าอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และต้องเป็นสมาชิกของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หรือสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หรือสมาคมการค้าระหว่างประเทศไทย สภาใดสภาหนึ่ง

- 1.8 กรณีเป็นนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการด้านธุรกิจบริการระหว่างประเทศ จะได้รับการยกเว้นคุณสมบัติตามข้อ 1.4 และ 1.7
- 1.9 กรณีเป็นนิติบุคคลที่มีประวัติเข้าร่วมกิจกรรมนำเสนอผลงาน (Business Pitching) จะได้รับการยกเว้นคุณสมบัติตามข้อ 1.4 และ 1.7
- 1.10 กรณีเป็นนิติบุคคลที่มีประวัติเข้าร่วมกิจกรรมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce) จะต้องมีความรู้เพิ่มเติม คือ เป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thailand e-Commerce ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรณีที่ยังไม่เคยส่งออกจะได้รับการยกเว้นคุณสมบัติ ตามข้อ 1.7.2

2. ลักษณะของกิจกรรมที่ให้การสนับสนุน

- 2.1 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) เป็นงานที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเจรจาธุรกิจการค้า (Business to Business) โดยมีลักษณะ ดังนี้
 - 2.1.1 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการที่จัดขึ้นในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) ซึ่งรวมถึงงานแสดงสินค้ารูปแบบไฮบริด (Hybrid Exhibition Trade Show) ซึ่งผสมผสานรูปแบบงานแสดงสินค้าแบบดั้งเดิมกับการจัดแสดงผ่านระบบออนไลน์หรือกิจกรรมอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกับกิจกรรมดังกล่าว โดยเป็นงานที่อยู่ในบัญชีรายชื่องานแสดงสินค้า/บริการที่ได้รับการรับรอง (Qualified Exhibition List QEL) หรืองานที่จัดโดยผู้จัดงานที่ได้รับการรับรอง (Qualified Organizer List : QOL)⁽³⁾
 - 2.1.2 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศ (Virtual Exhibition) ที่อยู่ในบัญชีรายชื่องานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศที่ได้รับการรับรอง (Qualified Virtual Exhibition List QVL) หรืองานที่จัดโดยผู้จัดงานที่ได้รับการรับรอง (Qualified Organizer List : QOL)⁽³⁾
- 2.2 การเข้าร่วมกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายธุรกิจการค้าในต่างประเทศ (Business Opportunities Partnership: BOP) ที่อยู่ในบัญชีรายชื่อกิจกรรมที่ได้รับการรับรอง (Qualified Activity List : QAL)⁽³⁾ ดังนี้
 - 2.2.1 กิจกรรมเจรจาธุรกิจ (Business Matching) โดยต้องมีลักษณะกิจกรรม ดังนี้
 - 2.2.1.1 กิจกรรมการเจรจาการค้า แบบ Pre-Scheduled Face-to-Face meeting และ
 - 2.2.1.2 กิจกรรมสร้างเครือข่าย อาทิ Networking
 - 2.2.2 กิจกรรมนำเสนอผลงาน (Business Pitching) เพื่อขยายและ/หรือระดมเงินทุน โดยต้องมีลักษณะกิจกรรมการประกวดแข่งขัน การนำเสนอผลงาน/แผนงานทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าร่วมกิจกรรม (ถ้ามี)
 - 2.2.3 กิจกรรมเจรจาธุรกิจในรูปแบบ Showroom ในช่วงการจัดงาน Fashion Week ในต่างประเทศ
 - 2.2.4 กิจกรรมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเจรจาธุรกิจ
- 2.3 การเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce) แพลตฟอร์ม Business to Business ที่อยู่ในบัญชีรายชื่อแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการรับรอง (Qualified Cross-Border e-Commerce List: QCL)⁽³⁾

ทั้งนี้ กิจกรรมที่ให้การสนับสนุนในข้อ 2.1 - 2.3 ต้องมีลักษณะ ดังนี้

- เป็นงานที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเจรจาธุรกิจการค้า (Business to Business)
- ต้องไม่เป็นการจัดในช่วงระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกับงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศของกรม หากเป็นงานที่จัดในช่วงเดียวกันหรือใกล้เคียงกับงานแสดงสินค้านานาชาติ ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติที่กรมฯ จัด จึงจะมีสิทธิ์สมัครเข้าร่วมโครงการฯ
- เป็นงานที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฯ ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการเข้าร่วมจัดแสดงสินค้า/บริการ ยกเว้นการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์หรือคุณสมบัติแตกต่างกับที่กรมฯ นำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานฯ
- สำหรับงาน/กิจกรรมที่ไม่ได้อยู่ในบัญชีรายชื่อตามที่ได้รับการรับรองดังกล่าว คณะทำงานฯ จะพิจารณาเป็นกรณีไป

⁽³⁾ รายละเอียด : บัญชีรายชื่องานแสดงสินค้า/บริการที่ได้รับการรับรอง (QEL) บัญชีรายชื่อผู้จัดงานที่ได้รับการรับรอง (QOL) บัญชีรายชื่องานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศที่ได้รับการรับรอง (QVL) บัญชีรายชื่อกิจกรรมที่ได้รับการรับรอง และบัญชีรายชื่อแพลตฟอร์มการค้า

- เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนในการให้การสนับสนุน คณะทำงานโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) จะพิจารณาให้ความเห็นชอบเฉพาะกรณี ที่ผู้ประกอบการรับรองว่าไม่ได้รับการสนับสนุนซ้ำให้ซ้ำจากหน่วยงานอื่น
- หมายเหตุ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair) หรือกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจการค้าในต่างประเทศ (Business Opportunities & Partnership: BOP) จะต้องไม่บุคคลของนิติบุคคลเดิมทางจากประเทศไทยไปร่วมงาน ไม่สามารถมอบให้ตัวแทน (Agent) ในต่างประเทศไปร่วมงานแทนได้

3. วงเงินสนับสนุนและจำนวนสิทธิ์

วงเงินสนับสนุนและจำนวนสิทธิ์ในการเข้าร่วมโครงการฯ ของผู้ประกอบการประเภทรายนิติบุคคลรวมแล้ว⁽⁴⁾ ต้องไม่เกินที่กำหนดไว้ ดังนี้

3.1 งานแสดงสินค้า/บริการที่จัดขึ้นในต่างประเทศ (Overseas Trade Fair)

ผู้ประกอบการ SMEs	มูลค่าการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี	วงเงินสนับสนุนสำหรับค่าพื้นที่พร้อมตามมาตรฐานขนาด 9 ตรม. ⁽⁵⁾	จำนวนสิทธิ์
	0 - 500 ล้านบาท	200,000.- บาท	6 ครั้ง

3.2 งานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศ (Virtual Exhibition)

ผู้ประกอบการ SMEs	มูลค่าการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี	วงเงินสนับสนุนสำหรับค่าเข้าร่วมกิจกรรม Virtual Exhibition ⁽⁶⁾	จำนวนสิทธิ์
	0 - 500 ล้านบาท	50,000.- บาท	6 ครั้ง

3.3 กิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจการค้าในต่างประเทศ (Business Opportunities & Partnership: BOP)

ผู้ประกอบการ SMEs	มูลค่าการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี	วงเงินสนับสนุนสำหรับค่าเข้าร่วมกิจกรรม BOP ⁽⁷⁾	จำนวนสิทธิ์
	0 - 500 ล้านบาท	200,000.- บาท	6 ครั้ง

3.4 กิจกรรมส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน (Cross-Border e-Commerce)

ผู้ประกอบการ SMEs	มูลค่าการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี	วงเงินสนับสนุนสำหรับค่าเข้าร่วมกิจกรรม ⁽⁸⁾	จำนวนสิทธิ์
	0 - 500 ล้านบาท	100,000.- บาท	6 ครั้ง

กรณีผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล Prime Minister's Export Award ตั้งแต่ปี 2567 เป็นต้นไป จะได้รับสิทธิ์เพิ่ม 2 สิทธิ์/กลุ่มกิจกรรม จาก 6 สิทธิ์/กลุ่มกิจกรรม เป็น 8 สิทธิ์/กลุ่มกิจกรรม ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ SMEs Pro-active ระยะที่ 4 ทั้งนี้ คุณสมบัติต่าง ๆ ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของโครงการฯ

ทั้งนี้ การเบิกจ่ายต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกิจกรรมประเภทรายนิติบุคคล หลักเกณฑ์ และวิธีการการซื้อ การจ้าง การเช่า การใช้จ่ายเงิน ตลอดจนการเบิกจ่ายและเก็บรักษาเงินกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2555 และระเบียบของราชการที่เกี่ยวข้อง

4. การขอยกเลิกเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้ว

การขอยกเลิกเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้วจะนับเป็นการใช้สิทธิ์แล้ว ยกเว้นในกรณีที่การยกเลิกมีเหตุสุดวิสัย อาทิ ผู้จัดงานยกเลิก หรือเลื่อนกำหนดการจัดงาน หรือไม่สามารถออกพื้นที่แสดงสินค้าได้ (ทั้งนี้ ต้องมีหนังสือยืนยันอย่างเป็นทางการจากผู้จัดงาน) เป็นต้น ทั้งนี้ หากนิติบุคคลไม่ได้ไปเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้ว จะต้องไม่หนังสือแจ้งการยกเลิก โดยกรอกแบบฟอร์มการขอยกเลิกและอัปโหลดเอกสารในระบบบัญชีกิจกรรม Online (<https://smesproactive.ditp.go.th/>) ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 15 วันก่อนวันเริ่มกิจกรรม โดยนับตั้งแต่วันที่ส่งเอกสารในระบบฯ (หากเกินกำหนดจะถูกตัดสิทธิ์การพิจารณาขอรับการสนับสนุนเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไปจำนวน 1 ครั้ง หรือตัดสิทธิ์กิจกรรมที่ได้รับอนุมัติแล้วจำนวน 1 ครั้ง)

5. คณะทำงานฯ ของวงสิทธิ์ในการพิจารณาอนุมัตินิติบุคคลเข้าร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

6. คณะทำงานฯ ของวงสิทธิ์ในการพิจารณาปรับปรุงกรอบแนวทาง หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในกิจกรรมขยายตลาดในต่างประเทศตามโครงการฯ ตามความเหมาะสมตามวัตถุประสงค์โครงการและยุทธศาสตร์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

7. กรณีที่มีปัญหาในการปฏิบัติตามกรอบแนวทาง หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขในการสนับสนุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจกรรมขยายตลาดในต่างประเทศฯ รวมถึงขั้นตอนตามโครงการฯ นี้ ให้คณะทำงานฯ มีอำนาจในการพิจารณาวินิจฉัย และผลการวินิจฉัยของคณะทำงานฯ ถือเป็นขั้นสิ้นสุด

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
6 สิงหาคม 2567

⁽⁴⁾ จำนวนสิทธิ์ในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการในต่างประเทศ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/บริการเสมือนจริงในต่างประเทศ และการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างโอกาสทางการค้าและเครือข่ายทางธุรกิจการค้าในต่างประเทศ กิจกรรมส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน จะเป็นสิทธิ์ใหม่ตั้งแต่เริ่มโครงการฯ (ระยะที่ 4) ปีงบประมาณ 2568-2570

⁽⁵⁾ รายละเอียดการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเป็นไปตามบัญชีแบบคำขอยกเลิกค่าใช้จ่ายที่กรมสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active

⁽⁶⁾ รายละเอียดการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเป็นไปตามบัญชีแบบคำขอยกเลิกค่าใช้จ่ายที่กรมสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active

⁽⁷⁾ รายละเอียดการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเป็นไปตามบัญชีแบบคำขอยกเลิกค่าใช้จ่ายที่กรมสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active

⁽⁸⁾ รายละเอียดการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเป็นไปตามบัญชีแบบคำขอยกเลิกค่าใช้จ่ายที่กรมสนับสนุนภายใต้โครงการ SMEs Pro-active

https://smesproactive.ditp.go.th/Portals/0/Docs/01_2568_2570_ph4.pdf

SME Pro-active Program

รายละเอียดที่ต้องทำหน้าเพื่อประกอบการขอเบิกเงินคืนจากโครงการ SMEs Pro-Active ดังนี้

รูปถ่ายแสดงหลักฐานการเดินทางไปร่วมงาน/กิจกรรมตามที่ได้รับอนุมัติ ประกอบด้วย

1. รูปถ่ายสถานที่จัดงาน ที่ปรากฏชื่องาน/กิจกรรมนั้น ๆ (และรูปถ่ายที่ต้องมีเจ้าหน้าที่ในภาพ)

2. รูปถ่ายคู่หา/รูปถ่ายพื้นที่หรือโต๊ะเจรจาการค้า/รูปถ่ายขณะเข้าร่วมกิจกรรม โดยต้องมีองค์ประกอบให้ครบถ้วน ดังนี้

1. ป้ายชื่อบริษัท

2. สินค้า หรือ โบรชัวร์ธุรกิจ หรือ Presentation

3. Sticker สัญลักษณ์โครงการ

(สามารถแสดง Sticker สัญลักษณ์โครงการในรูปแบบอื่นได้เช่น พิมพ์ (Print) ใส่กระดาษ, ฉายด้วยโปรเจกเตอร์, แผ่นป้ายไวเนล หรือสามารถตั้งโชว์ได้ด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่นคอมพิวเตอร์ หรือ iPad เป็นต้น)

เพิ่มเติม

ควรถ่ายภาพให้เห็นภาพรวมของบูทโดยละเอียด **ต้องมีเจ้าหน้าที่ในภาพ**

ไม่แนะนำให้ถ่ายรูปเดี่ยว → ควรถ่ายหลายมุม เพื่อมีการตรวจสอบเพิ่มเติมจากกรม

รบกวนนำ Fair Catalogue / E-Fair Catalogue / Directory ของงานกลับมาที่ไทย บริษัทละ 1 เล่ม โดยติดต่อขอรับได้ที่เคาน์เตอร์หน้าทางเข้า หรือ organizer's office หากไม่มี catalogue ทางทีมต่างประเทศจะจัดทำ confirmation letter ให้ใช้แทน

หมายเหตุ: หากท่านไม่ปฏิบัติตามรายละเอียดข้างต้น อาจมีผลทำให้ไม่สามารถเบิกคืนเงินได้ในภายหลัง

ดูข้อมูลเพื่อเตรียมการเบิกได้ที่ <https://smesproactive.ditp.go.th/Po>

SME Pro-active Program



เอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงินสนับสนุน



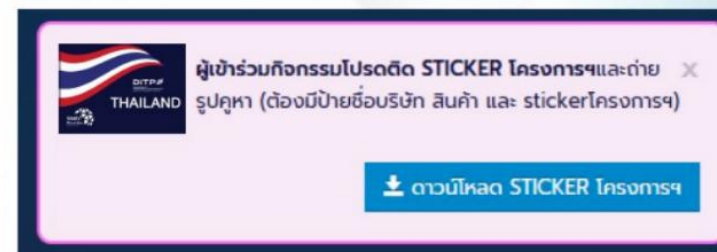
สัญลักษณ์ Sticker โครงการ



สัญลักษณ์ Sticker โครงการ สามารถดาวน์โหลดได้ที่
<https://smesproactive.ditp.go.th/>



สัญลักษณ์ Sticker โครงการ (แบบใหม่)



SME Pro-active Program

 ข้อแตกต่างของหลักเกณฑ์ และเอกสารประกอบการเบิกจ่าย		PHASE 3 โครงการระยะที่ 3 เข้าร่วม กิจกรรม 1 ต.ค. 62 - 31 ต.ค. 67	PHASE 4 โครงการระยะที่ 4 เข้าร่วม กิจกรรม 1 พ.ย. 67 - 10 มี.ย. 68	PHASE 4 โครงการระยะที่ 4 เข้าร่วม กิจกรรม 11 มี.ย. 68 - 30 ก.ย. 70
	ใบแสดงผลการดำเนินกิจกรรม	✓	✓	✗
	หนังสือรับรองรายการค่าใช้จ่ายตามใบแจ้งหนี้ ใบกรณีใบแจ้งหนี้ (Invoice) เป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์	✓	✓	✗
	Fair Packaging List ของผู้จัดงาน (organizer)	✓	✓	✗
	รายงานการเดินทาง	✓	✓	✗
	สามารถใช้ใบเสนอราคา แสดงยืนยันการสมัครการจองสถานที่ออนไลน์ได้	✗	✗	✓
	จบหน้าหลักฐานใบสำคัญจ่าย	✓	✓	✓ ไม่ต้องระบุ "อัตราแลกเปลี่ยน" และ "จำนวนเงิน (บาท)"
	แบบสอบถามความพึงพอใจ และ แบบประเมินผล	✓	✓	✗ หมายเหตุ: ผู้ประกอบการยังคงต้อง กรอกเอกสารภายในระบบ
	Sticker สัญลักษณ์โครงการ	✓	✓ สามารถใช้ทั้ง แบบเก่า และ แบบใหม่	✓ แบบใหม่เท่านั้น
	การจ่ายเงินโดยบุคคลหรือนิติบุคคลอื่น ที่ไม่ใช่การจ่ายในนามนิติบุคคล หรือกรรมการของบริษัทตามที่ได้รับอนุมัติได้	✓	✗ จ่ายในนามนิติบุคคล หรือกรรมการของบริษัท ตามที่ได้รับอนุมัติเท่านั้น	✓ หมายเหตุ: ต้องแนบหนังสือมอบหมาย ให้ดำเนินการชำระเงินแทน

6. Prepare the operation

- Read Exhibitor's Manual.
- Plan ahead what must be used or ordered from the manual, ordering onsite will be costly & the items may not be available.
- Make sure all important information has been sent to the organizer or the contractors.
- Make sure that all order or information replies are sent within the stated dead lines in the exhibitors manual.

7. Invite customers and prospects

The success of trade fair participation has to be made sure before the show starts

- Contacts & appointments with important customers or visitors in advance.
- The company 's presence at the exhibition must be visible & known before the show begins.
- Communications must be done before the show.
- Activities include: public relations, sales promotion, advertising, special events, etc.

8. Promote yourself online

Everyone goes online and want information right a way. Visitors check website when they plan to visit exhibition.

- Exhibition's website
- Digital platform
- EDM (Electronic Direct Mail)
- Social Media
- SEO (Search Engine Optimization)
- SEM (Search Engine Marketing)
- Organizer's Digital Tools

9. Train and motivate booth staff

Get your best people on the stand, as their performance is central to the success of your exhibition.

- Set up a task force with a team leader who will be the focal point of the planning and activities.
- Internal staff: Sales, R&D, marketing, PR
- External staff: Hostesses, Pretties, Interpreters, catering, etc.
- Determine the number of staff needed, the team's composition
- Staffs' briefing before and during the exhibition



10. Follow up your leads

- Track the leads: If the target of exhibiting is sales volume, this is the most important part of the exhibition process for the company.
- Closing sales at the stand can be only a small fraction of what the show can give in terms of sales contracts. Most contracts are finalized 3 months after the show, some up to half a year.
- Evaluate all the leads: Summarize the leads that the company attracted at the show & make 3 months, 6 months report to the management.

EXHIBITION CALENDAR

No.	Event name	Country, City	Date
1	INDUSFOOD Manufacturing	India, New Delhi	Jan 06-08, 2026
2	INDUSFOOD	India, New Delhi	Jan 08-10, 2026
3	Winter FancyFaire	USA, San Diego, California.	Jan 11-13, 2026
4	Vegetarian Food Asia	Hong Kong	Jan 23-25, 2026
5	HCI	Japan, Tokyo	Feb 17-20, 2026
6	Supermarket Trade Show	Japan, Chiba	Feb 18-20, 2026
7	Hostex	South Africa, Johannesburg	Mar 08-10, 2026
8	Foodex Japan	Japan, Tokyo	Mar 10-13, 2026
9	Food Expo Greece	Greece, Athens	Mar 14-16, 2026
10.	Alimentaria	Spain, Barcelona	Mar 23-26, 2026
11	Food & Hospitality Vietnam (FHV)	Vietnam, Ho Chi Minh	Mar 25-27, 2026
12	CFDF Spring	China, Chengdu	Mar 26-28, 2026
13	Hotelex Shanghai	China, Shanghai	Mar 30-02 Apr, 2026
14	IFE - International Food and Drink Event	UK, London	Mar 30- Apr 01, 2026
15	UzFood	Uzbekistan, Tashkent	Apr 01-03, 2026
16	World Food Poland	Poland, Warsaw	Apr 14-16, 2026
17	Food & Hospitality Asia (FHA)	Singapore	Apr 21-24, 2026
18	Food Hotel & Tourism Bali (FHTB)	Indonesia, Bali	Apr 28-30, 2026
19	SIAL Canada	Canada, Montreal	April 29 - May 01, 2026
20	Canton Fair Spring	China, Guangzhou	May 01-05, 2026

EXHIBITION CALENDAR

No.	Event name	Country, City	Date
21	Interfood Azerbaijan	Azerbaijan, Baku	May 05-08, 2026
22	NRA Show	USA, Chicago	May 16–19, 2026
23	Iran Agro Food	Iran, Tehran	May 18-21, 2026
24	PLMA's Private Label Trade Show	Netherlands, Amsterdam	May 19-20, 2026
25	Bakery China Spring	China, Shanghai	May 20-23, 2026
26	IFEX	Philippines, Manila	May 21-23, 2026
27	Fispal Food Service	Brazil, Sao Paulo	May 26-29, 2026
28	Natural Health & Nutrition Expo (Spring)	China, Guangzhou	May TBA, 2026
29	Ethiopia Agrofood	Ethiopia, Addis Ababa	Jun 04-06, 2026
30	China (Guangzhou) International Nutrition Healthy Food and Organic Products Exhibition (CINHOE)	China, Guangzhou	Jun 04-06, 2026
31	Saudi Food Manufacturing Show	Saudi Arabia, Riyadh	Jun 08-10, 2026
32	Food and Beverage West Africa	Nigeria, Lagos	Jun 09-11, 2026
33	Seoul Food & Hotel (ของป SMEs Proactive ไม่ได้)	Korea	Jun 09-12, 2026
34	The Saudi Food Show	Saudi Arabia, Riyadh	Jun 15–17, 2026
35	JFEX Summer	Japan, Tokyo	Jun 24-26, 2026
36	Summer Fancy Food	USA, New York	Jun 28-30, 2026
37	Food & Hotel Indonesia (FHI)	Indonesia, Jakarta	Jul 21-24, 2026
38	Wofex Manila	Philippines, Manila	Jul 29-Aug 1, 2026
39	Vietfood & Beverage	Vietnam, Ho Chi Minh	Aug 06-08, 2026
40	Africa Food Show Kenya	Kenya, Nairobi	Aug 19-21, 2026

EXHIBITION CALENDAR

No.	Event name	Country, City	Date
41	Fine Food Australia (ของบ SMEs Proactive ไม่ได้)	Australia, Melbourne	Aug 31- Sep 03, 2026
42	India Foodex	India, Bangalore	Aug TBA, 2026
43	Restaurant & Bar	Hong Kong	Sep 01-03, 2026
44	Speciality & Fine Food Fair	UK, London	Sep 15-16, 2026
45	World Food Moscow	Russia, Moscow	Sep 15-18, 2026
46	Malaysia International Halal Showcase (MIHAS)	Malaysia, Kuala Lumpur	Sep TBA, 2026
47	Food Asia International Trade Fair	Pakistan, Lahore	Sep TBA, 2026
48	Canton Fair Autumn	China, Guangzhou	Oct 31-Nov 04, 2026
49	Bakery China Autumn	China, TBA	Oct TBA, 2026
50	CFDF Autumn	China, Nanjing	Oct TBA, 2026
51	Abu Dhabi International Food Exhibition	UAE, Abu Dhabi	Oct TBA, 2026
52	Horeca Jordan	Jordan, Amman	Oct TBA, 2026
53	Food Week Korea (Coex Food Week)	Korea, Seoul	Nov 4-7, 2026
54	FoodExpo Qazaqstan	Kazakhstan, Almaty	Nov TBA, 2026
55	Café Show	Korea, Seoul	Nov TBA, 2026
56	Food & Hospitality China (FHC)	China, Shanghai	Nov TBA, 2026
57	JFEX Winter	Japan, Chiba	Nov TBA, 2026
58	Natural Health & Nutrition Expo (Autumn)	China, Wuhan	Nov TBA, 2026
59	PLMA's Private Label Trade Show	USA, Chicago	Nov TBA, 2026
60	World Food Istanbul	Türkiye, Istanbul	Dec 15-18, 2026
61	Drink Japan	Japan, Chiba	Dec TBA, 2026
62	AgroFood Jeddah & Propak	Saudi Arabia, Jeddah	Dec TBA, 2026
63	Food Africa	Egypt, Cairo	Dec TBA, 2026



THANK YOU



BLI (Thailand) Co., Ltd.
EXPO Inter Co., Ltd.

170/20 Ocean Tower 1, 8th Flr,
New-Ratchadapisek Rd., Klongtoey,
Bangkok 10110 Thailand.

Ms. Kanokwan Sukchaisri
Managing Director
E. kanokwan@blithailand.com
M. +66 818331839
Line. o-kanokwan

