



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.



รายงานการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเสมือนจริง (Virtual Event) United Fresh LIVE!

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ร่วมกับฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าผักและผลไม้สด “United Fresh 2020” ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าใหญ่เป็นลำดับที่ ๒ ในสหรัฐอเมริกาและทวีปอเมริกาเหนือรองลงมาจากงาน PMA Fresh Summit and Expo ในลักษณะงานแสดงสินค้าเสมือนจริงหรือ Virtual Event ระหว่างวันที่ ๑๕ – ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ โดยเป็นการจัดงานแสดงสินค้าในลักษณะออนไลน์ ภายหลังจึงได้ใช้ชื่องานใหม่ว่า “United Fresh LIVE!” และจะคงอยู่บนแพลตฟอร์มของบริษัทผู้จัดจนถึงวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๓ ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนและเข้าชมงานแสดงสินค้าเสมือนจริงได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายที่ www.unitedfreshlive.org สำหรับ คูหา (Booth) หรือนิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) ของสำนักงานฯ ใช้ชื่อว่า “Thailand Premium Produce”



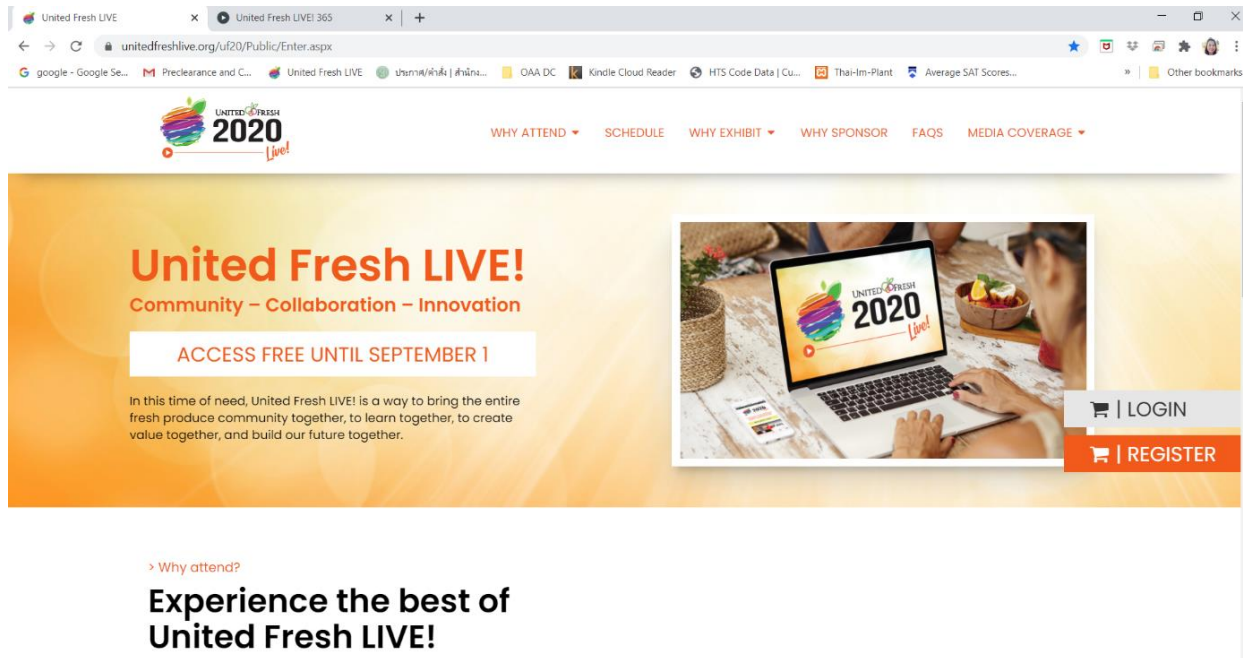
ความเป็นมา สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ได้จองเช่าพื้นที่ขนาด ๑๐๐ ตาราง ฟุต สำหรับจัดนิทรรศการสินค้าเกษตรไทยโดยเฉพาะผลไม้เขตร้อน ในงานแสดงสินค้า United Fresh 2020 มีกำหนดจัดขึ้น ระหว่างวันที่ ๑๖ – ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ ณ นครซานดิเอโก มลรัฐแคลิฟอร์เนีย โดยมีการจ่ายเงินค่าเช่าพื้นที่ล่วงหน้า เพื่อนำเสนอสินค้าผักผลไม้สดและผลิตภัณฑ์จากประเภทย มีบริษัทผู้ประกอบการไทยและต่างชาติ (ซึ่งนำเข้าสินค้าเกษตร

ไทยมายังสหรัฐอเมริกา) แจ้งความประสงค์เข้าร่วมนำเสนอสินค้าจำนวน ๕ ราย อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๓ สำนักงานฯ ได้รับแจ้งจากผู้จัดงาน United Fresh 2020 ว่า ไม่สามารถจัดงานตามปกติได้ เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัส COVID – 19 ในสหรัฐอเมริกาได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ และรัฐบาลสหรัฐอเมริกาไม่อนุญาตให้มีการจัดงานที่ต้องมีการรวมตัวของผู้คนเป็นจำนวนมาก โดยจะเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานในลักษณะ นิทรรศการเสมือนจริงบนแพลตฟอร์มของบริษัทผู้จัดงาน www.unitedfreshlive.org หากยังสมัครใจ เข้าร่วม ผู้จัดจะแจ้งให้ทราบถึงพัฒนาการเป็นระยะ และจะนัดหมายประชุมหารือเพื่อดำเนินการร่วมกัน ต่อไป ทั้งนี้ การจัดงานในลักษณะออนไลน์ที่ใช้ชื่อว่า



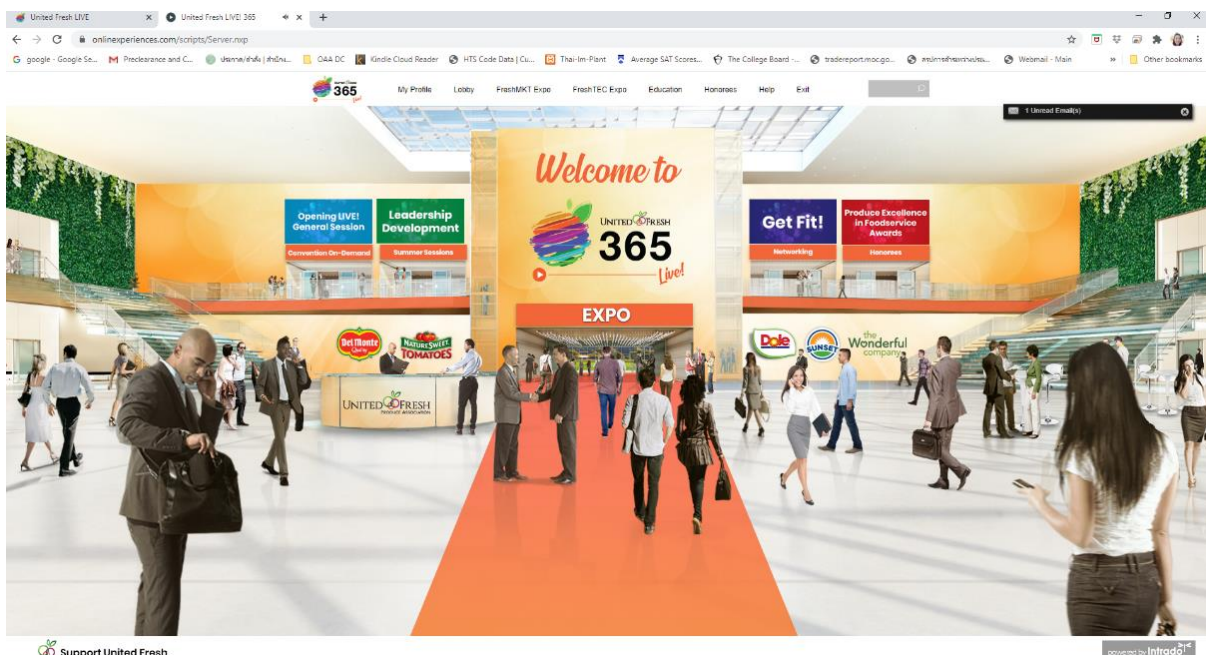
“United Fresh LIVE!” กำหนดเป็น ๑๕ – ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ โดยที่การคงอยู่ของคูหาเสมือนจริงบน แพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์ของผู้จัดจะขยายออกไปจนถึงวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๓ ผู้สนใจที่ลงทะเบียนเข้าชมงานจะ

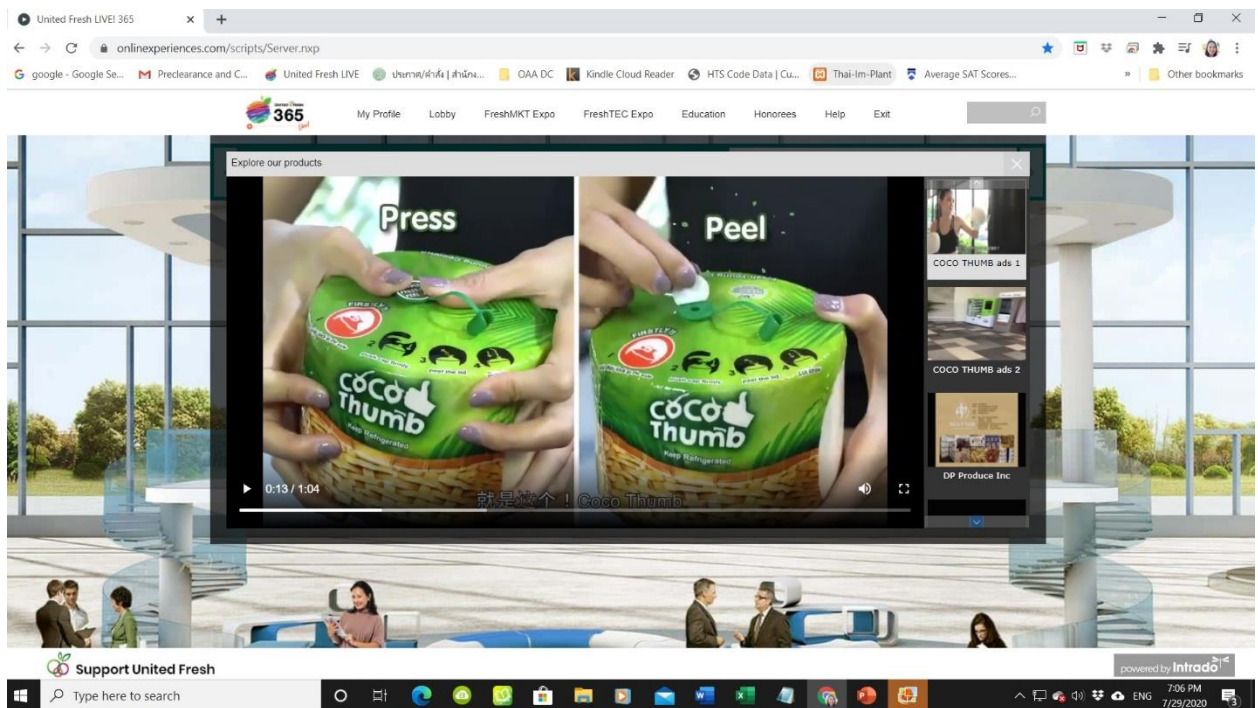
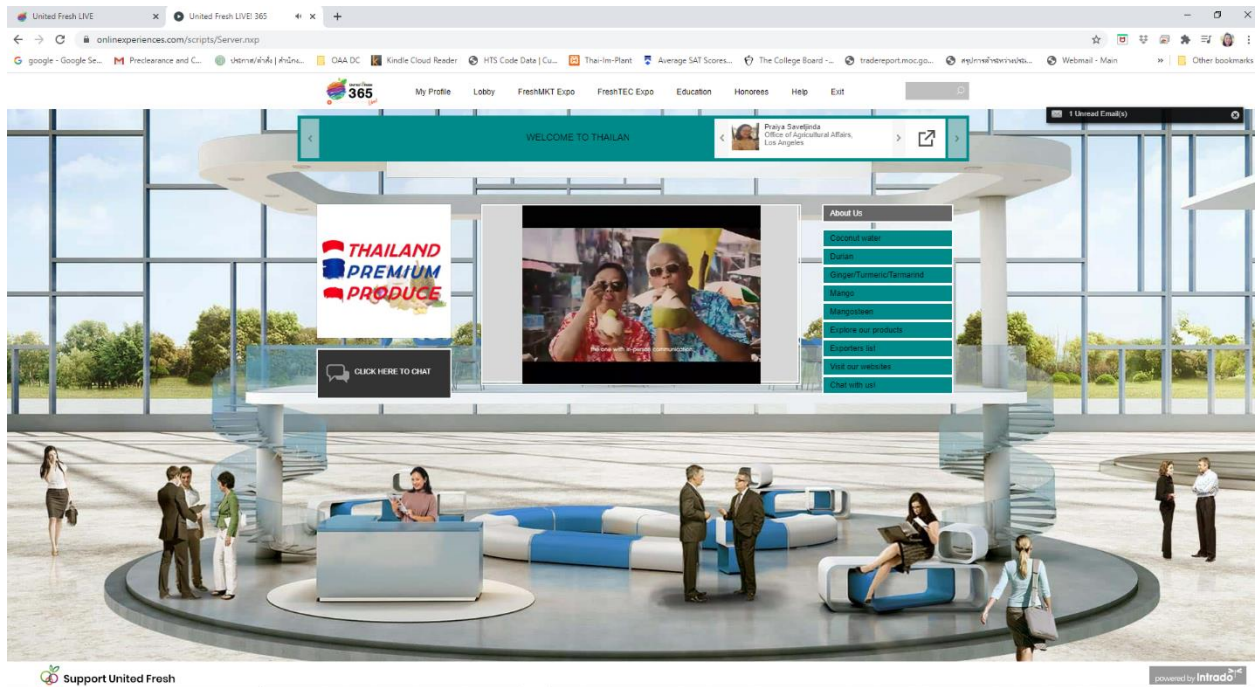
ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สามารถเข้าชมงานและกิจกรรมภายในงานได้ตลอดเวลาหรือ ๒๔/๗ (๒๔ ชั่วโมง ตลอดทั้ง ๗ วันในสัปดาห์) สำนักงานฯ ได้แจ้งความประสงค์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการเสมือนจริง United Fresh LIVE! โดยที่ผู้จัดงานเองก็ไม่เคยดำเนินการในลักษณะนี้มาก่อน จึงมีการประชุมหารือร่วมกับผู้แสดงสินค้าอย่างต่อเนื่องผ่านแอปพลิเคชัน Zoom



นิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) “Thailand Premium Produce”

คูหาหรือนิทรรศการเสมือนจริงของสำนักงานฯ ใช้ชื่อว่า “Thailand Premium Produce” โดยสร้างขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของ United Fresh LIVE! ทั้งนี้ เจ้าหน้าที่จากสำนักงานฯ ร่วมกับเจ้าหน้าที่จากฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้เข้าร่วมเป็นเจ้าหน้าที่ (Staff) เพื่อร่วมให้ข้อมูลและตอบคำถามแก่ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธได้ตลอดทั้งวัน เนื่องจากสหรัฐอเมริกา มี Time Zone ที่แตกต่างกัน ซึ่งภาคตะวันออกของสหรัฐอเมริกาจะเร็วกว่าภาคตะวันตก ๓ ชั่วโมง





นิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) “Thailand Premium Produce”

บนแพลตฟอร์ม www.unitedfreshlive.org

หมายเหตุ: ผู้สนใจยังสามารถลงทะเบียนเข้าชมงานและกิจกรรมต่างๆ ภายในงานได้จนถึงวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๖๓

ตารางที่ ๑ รายชื่อผู้ประกอบการที่เข้าร่วมแสดงสินค้าเกษตรไทยในคูหา Thailand Premium Produce

บริษัท	ลักษณะการดำเนินงาน	สินค้า
1. K Fresh Ltd.	ผู้ผลิตและส่งออกสินค้า ตั้งอยู่ในประเทศไทย	น้ำมะพร้าวทั้งผล Coco Thumb สามารถเจาะเพื่อเปิดดื่มได้ง่าย
2. Korakot Intergroup Co., Ltd.	ผู้บรรจุและส่งออก ตั้งอยู่ในประเทศไทย	ทุเรียนแกะพูแช่เย็น และมะม่วงน้ำดอกไม้ฉายรังสี
3. Siam Tropical Fresh LLC	ผู้บรรจุและส่งออก ตั้งอยู่ในประเทศไทยและออสเตรเลีย	ทุเรียนแกะพูแช่เย็น และมะม่วงน้ำดอกไม้ฉายรังสี
4. DP Produce Inc.	ผู้นำเข้า ตั้งอยู่ในนครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา	ผักผลไม้สด เช่น ขิง ข่า ขมิ้น มังคุด ฯลฯ
5. Top Quality Produce Inc.	ผู้นำเข้า ตั้งอยู่ในนครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา	ผลไม้แช่เยือกแข็ง เช่น ทุเรียนแช่แข็ง น้ำมะพร้าวแช่แข็ง ฯลฯ

ภายในนิทรรศการเสมือนจริง ได้บรรจุข้อมูลติดต่อผู้ประกอบการข้างต้น พร้อมด้วยวิดีโอคลิป สไลด์โชว์ และโบรชัวร์เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ผู้สนใจได้รับชมและดาวน์โหลดเพื่อพิจารณาเจรจาธุรกิจ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยในภาพรวม สำนักงานฯ ยังได้ประสานกับผู้ผลิต ผู้บรรจุ (Packing House) และผู้ส่งออกสินค้าผักผลไม้สดในประเทศไทยที่ประสงค์ส่งออกสินค้ามายังสหรัฐอเมริกา โดยได้มีการจัดเตรียมเอกสารบัญชีรายชื่อ พร้อมข้อมูลสินค้าและข้อมูลสำหรับติดต่อ และบรรจุบัญชีชื่อดังกล่าวไว้ในคูหาเสมือนจริง เพื่อให้ผู้สนใจนำเข้าสินค้าในสหรัฐอเมริกาสามารถดาวน์โหลดเพื่อใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจต่อไป



สินค้าเกษตรไทยที่ผู้ประกอบการ
จำนวน ๕ ราย นำมาร่วมแสดงในคูหา
Thailand Premium Produce

ผลการเข้าร่วมงานนิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) United Fresh LIVE!

ตารางที่ ๒ แสดงการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการเข้าร่วมงานนิทรรศการเสมือนจริง United Fresh LIVE! ระหว่างวันที่ ๑๕ – ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ การไม่สามารถเห็นสินค้าจริง สัมผัส รับกลิ่น และชิมรสชาติ ส่งผลต่อความน่าสนใจสำหรับงานแสดงสินค้าผักและผลไม้สดเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ยังไม่สามารถสนทนาตามปกติ ทำให้ขาดโอกาสในการนำเสนอข้อมูลที่สำคัญและน่าสนใจเกี่ยวกับสินค้าและธุรกิจแก่ผู้เข้าชม

ตารางที่ ๒ เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของการเข้าร่วมงาน United Fresh LIVE! ในลักษณะนิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition)

ข้อดี	ข้อเสีย
มีปริมาณผู้เข้าชมงานเพิ่มมากขึ้น	ไม่สามารถเห็นและทดสอบสินค้าจริง
สามารถรวบรวมสถิติการเข้าชมจากการกำหนดให้ต้องมีการลงทะเบียนก่อน และสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเหล่านั้นได้	ขาดโอกาสในการปฏิสัมพันธ์ ให้ข้อมูลเพิ่มเติม และรับรู้ความต้องการที่แท้จริงของผู้สนใจ
ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและค่าตกแต่งบูธ	มีผู้ถือวิสาสะเข้ามาใช้พื้นที่เว็บไซต์ (Web board) ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน
นำเสนอสินค้านอกฤดูกาลได้ โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องผ่านการฉายรังสีภายใต้โครงการ Pre-clearance	การเข้าชมข้อมูลของ Thailand Premium ค่อนข้างซับซ้อน
เข้าถึงข้อมูลได้เป็นเวลายาวนานขึ้น เนื่องจากยังคงอยู่บนแพลตฟอร์มได้อีกระยะหนึ่ง	
ผู้สนใจเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ตลอดเวลาหรือ ๒๔/๗ (ตลอด ๗ วัน และตลอด ๒๔ ชั่วโมง)	

โดยที่สำนักงานฯ และฝ่ายการเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้จัดเจ้าหน้าที่เพื่อให้ข้อมูลและตอบคำถามสดให้แก่ผู้สนใจในลักษณะ Live Chat ใน Chat Box แต่มีเฉพาะผู้เข้ามาเขียนข้อความในเว็บไซต์สาธารณะของบูธ ซึ่งเป็นข้อความทั่วไปเกี่ยวกับการเข้าชมบูธและความน่าสนใจของวิดีโอคลิป แต่ไม่มีการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับชนิดสินค้าที่เข้าร่วมนำเสนอแต่อย่างใด เข้าใจว่าเนื่องจากเป็นเว็บไซต์สาธารณะซึ่งผู้ลงทะเบียนทุกคนสามารถคลิกเข้ามาอ่านได้ นอกจากนี้ พบว่ามีผู้ฉวยโอกาสเข้ามาโฆษณาเกี่ยวกับธุรกิจของตนในเว็บไซต์สาธารณะด้วย โดยมากเป็นธุรกิจการด้านการตลาดและโฆษณา การให้บริการระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) และนำเสนอสินค้าเกษตรของตนเองซึ่งตรวจสอบแล้วไม่ใช่ผู้ที่ร่วมจัดนิทรรศการเสมือนจริงแต่อย่างใด ทั้งนี้ สำนักงานฯ ได้แจ้งให้กับบริษัทผู้จัด United Fresh LIVE! รับทราบประเด็นปัญหานี้ด้วยแล้ว นอกจากนี้ การเข้าชมนิทรรศการเสมือนจริง Thailand Premium Produce ค่อนข้างซับซ้อน โดยได้รับการจัดให้เข้าไปอยู่ในกลุ่มสินค้า International/Domestic Marketing Group ซึ่งทำให้เข้าชมได้ยาก ยกเว้นมีผู้สนใจค้นหา โดยใช้คำสำคัญ (Keyword) เกี่ยวกับประเทศไทย โดยที่บริษัทผู้จัดมีการแจ้งล่วงหน้าก่อนแล้วว่า หากจ่ายค่าสปอนเซอร์ระดับพรีเมียมเพื่อสนับสนุน จะได้รับการโปรโมทให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แต่สำนักงานฯ ไม่ได้ใช้ทางเลือกนั้นเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมค่อนข้างสูง และไม่ทราบว่าคุ้มหรือไม่ เนื่องจากไม่เคยมีการแสดงสินค้าในลักษณะนี้มาก่อน

อย่างไรก็ตาม การจัดทำคูหาเสมือนจริงซึ่งตั้งอยู่บนแพลตฟอร์ม ทำให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมชมงานเพิ่มมากขึ้น มีการจัดทำระบบเก็บรวบรวมสถิติอย่างละเอียดซึ่งเป็นประโยชน์สามารถนำมาต่อยอดได้ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าสินค้าที่นำมาแสดง ค่าตกแต่งคูหา ค่าบริหารจัดการต่างๆ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมาก และการที่เกิดสถานการณ์ COVID - 19 ทำให้ไม่มีเจ้าหน้าที่ Inspector จาก APHIS/USDA มาประจำในประเทศไทยเพื่อตรวจสอบผลไม้ฉายรังสีภายใต้โครงการ Pre-clearance Program เพื่อส่งสินค้าตัวอย่างเพื่อมาแสดง แต่เมื่อเป็นนิทรรศการเสมือนจริง ก็ยังสามารถนำเสนอสินค้าเพื่อเจรจาธุรกิจล่วงหน้าสำหรับฤดูกาลต่อไปได้ นอกจากนี้ ผู้สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เป็นเวลายาวนานขึ้น จากงานแสดงสินค้าปกติจะใช้ระยะเวลาในการจัด ๓ - ๕ วัน เพิ่มเป็นประมาณ ๘๐ วัน

ตารางที่ ๓ แสดงข้อมูลเปรียบเทียบข้อมูลการเข้าถึงงานแสดงสินค้าระหว่างปี ๒๕๖๒ (United Fresh 2019) ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้านำแบบปกติ จัดขึ้น ระหว่างวันที่ ๑๐ - ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๒ ณ North Hall of McCormick Place ในนครชิคาโก สหรัฐอเมริกา และงาน United Fresh Live! ซึ่งเป็นงานนิทรรศการเสมือนจริง ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ พบว่า มีผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานมากกว่าการเข้าร่วมงานปกติกว่า ๒ เท่า แต่มีจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าในงานลดลงจาก ๒๘๐ ราย เหลือเพียง ๒๐๐ ราย คาดว่าไม่มั่นใจในผลของการเข้าร่วมงานซึ่งมีค่าเช่าพื้นที่เท่ากับงานแสดงสินค้าปกติ การที่เป็นการดำเนินการออนไลน์จึงไม่ต้องเดินทางและเสียค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเข้าร่วมชมงาน ส่งผลให้มีผู้เข้าร่วมชมงานในลักษณะนิทรรศการเสมือนจริงจาก ๖๗ ประเทศ มากกว่าปีก่อนหน้าซึ่งมาจาก ๓๒ ประเทศ นอกจากนี้ ยังมีจำนวนผู้ประกอบการค้าปลีกและบริการอาหาร (Food Service) เข้าร่วมมากกว่าปีก่อนหน้าถึง ๑๕๐ ราย

ตารางที่ ๓ เปรียบเทียบข้อมูลการเข้าถึงงานแสดงสินค้า United Fresh 2019 และ United Fresh LIVE!

งานแสดงสินค้า	United Fresh 2019	United Fresh LIVE!
จำนวนบริษัทที่เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitors)	๕,๐๐๐	๑๒,๕๐๐
จำนวนผู้เข้าร่วมชมงาน (Attendees) (ราย)	๒๘๐	๒๐๐
จำนวนประเทศที่มีผู้เข้าร่วมงาน	๓๒	๖๗
จำนวนธุรกิจค้าปลีกและบริการด้านอาหารที่เข้าชม (ราย)	๓๕๐	๕๐๐

นอกจากสถิติข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแล้ว แพลตฟอร์ม United Fresh LIVE! ยังสามารถเก็บรวบรวมและรายงานสถิติต่างๆ เกี่ยวกับนิทรรศการเสมือนจริงของ Thailand Premium Produce ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์โดยการวิเคราะห์ความสนใจของผู้เข้าเยี่ยมชม รวมทั้งพิจารณาดำเนินกลยุทธ์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรไทยให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป โดยนอกจากจะสามารถรับทราบข้อมูลของผู้คลิกเข้ามาชมจากข้อมูลการลงทะเบียนแล้ว ยังสามารถรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

(๑) สถิติจำนวนผู้เข้าชมคูหา Thailand Premium Produce ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๓ รวมทั้งสิ้น ๕๒๒ ราย ระยะเวลารวมในการเข้าชม ๑๕.๕๗ ชั่วโมง นานที่สุด ๓.๒๖ ชั่วโมง สั้นที่สุด ๑ วินาที

(๒) สถิติการเข้าชมเอกสาร จำนวนรวมทั้งสิ้น ๘๙ ครั้ง แบ่งเป็น

- เอกสารของบริษัท K Fresh มีผู้เข้าชมจำนวน ๒๐ ครั้ง
- เอกสารของบริษัท DP Trading มีผู้เข้าชมจำนวน ๔ ครั้ง
- เอกสารของบริษัท Korakot Inter Group มีผู้เข้าชมจำนวน ๑๒ ครั้ง
- เอกสารของบริษัท Top Quality มีผู้เข้าชมจำนวน ๔ ครั้ง
- เอกสารรายชื่อผู้ส่งออกผู้ส่งออكمังคุด มีผู้เข้าชมจำนวน ๖ ครั้ง

(๓) สถิติการเข้าชมวิดีโอคลิปและสไลด์โชว์ จำนวนรวมทั้งสิ้น ๔๐ ครั้ง จาก ๘ ประเทศ ได้แก่

๑) สหรัฐอเมริกา ๒) แคนาดา ๓) โคลอมเบีย ๔) คอสตาริกา ๕) อิตาลี ๖) เกาหลี ๗) เม็กซิโก และ ๘) ยูเครน โดยแบ่งเป็นเข้าชม

- วิดีโอ Trailer ของ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. จำนวน ๒๗ ครั้ง
- วิดีโอคลิปของ บริษัท Siam Fruit: Durian the King of Fruits จำนวน ๓ ครั้ง
- สไลด์โชว์ของบริษัท DP Trading จำนวน ๓ ครั้ง
- วิดีโอคลิปของ บริษัท K Fresh: Coco Thumb จำนวน ๒ ครั้ง
- สไลด์โชว์ของบริษัท Top Quality จำนวน ๒ ครั้ง
- วิดีโอคลิปของ บริษัท Korakot Inter Group: Fresh Durian จำนวน ๑ ครั้ง
- วิดีโอคลิป “New Normal” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน ๒ ครั้ง

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

จากการเข้าร่วมจัดนิทรรศการเสมือนจริงผ่านสื่อดิจิทัล United Fresh LIVE! ของสำนักงานฯ ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรก ยังต้องปรับปรุงให้มีความน่าสนใจ เข้าถึงได้ง่าย และส่งผลกระทบ (Impact) ได้มากกว่านี้ แต่การดำเนินการผ่านระบบดิจิทัลมีข้อดีในการสามารถเก็บรวบรวมสถิติและข้อมูลเกี่ยวกับผู้เข้าชมงานและความสนใจสินค้าได้อย่างละเอียด ซึ่งเป็นประโยชน์และสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อต่อยอดในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ตรงประเด็น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเจรจาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการดำเนินงานด้านส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตรไทยในต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล มีดังต่อไปนี้

๑. การพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีกรอบแนวคิดเชิงธุรกิจ เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น ควรมีศักยภาพในการนำเสนอข้อมูลและมีความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อดึงดูดความสนใจ สื่อความหมายที่ตรงประเด็น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรไทยได้

๒. การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลที่รวบรวมได้จากการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเสมือนจริง เพื่อนำมาวางแผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เช่น การจัดส่งข้อมูลที่น่าสนใจผ่านอีเมล ประสานกับ

กลุ่มเป้าหมายรายที่มีศักยภาพโดยตรงและจัดส่งตัวอย่างสินค้าให้ทดลอง และจัดกิจกรรมผ่านแอปพลิเคชัน Zoom เพื่อนำเสนอสินค้าและอำนวยความสะดวกให้เกิดการเจรจาธุรกิจ

๓. ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลโดยพัฒนารูปแบบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเสมือนจริงให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ใช้สื่อที่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ เพิ่มสาระ (Content) ที่น่าสนใจมีการปรับปรุงข้อมูลสม่ำเสมอ และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ของสำนักงานฯ ด้วย

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี. ซี.

สิงหาคม ๒๕๖๓