



beyond

FOOD EXPO 2025

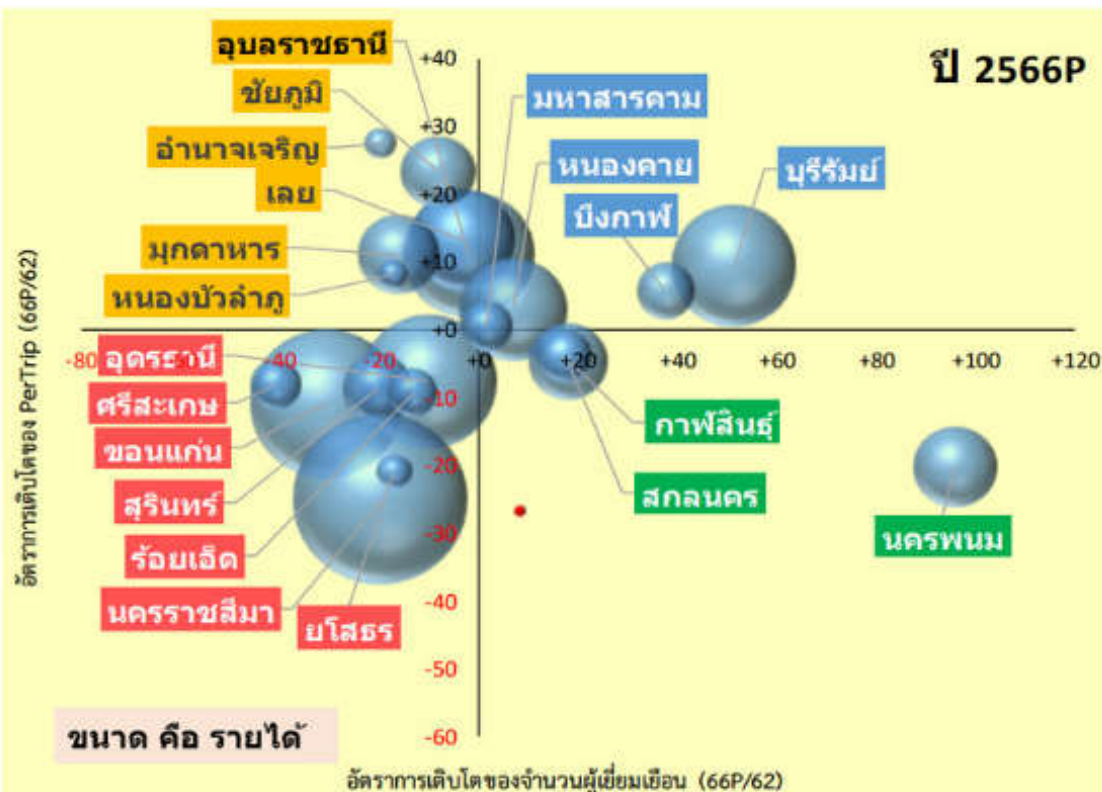
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

Innovation . Sustainable . Nutrition



INSIGHT ISAN 2025

สถานการณ์ท่องเที่ยว ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



พื้นที่รายจังหวัด :

ฟื้นตัวทั้ง จำนวน และ PerTrip

บุรีรัมย์ / บึงกาฬ / หนองคาย / มหาสารคาม

กระตุ้นการเดินทางเข้าพื้นที่เพิ่มได้เนื่องจากมีแนวโน้มที่ดี

ฟื้นตัวด้าน จำนวน

นครพนม / สกลนคร / กาฬสินธุ์

ควรเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กลับมาฟื้นตัว

ฟื้นตัวด้านค่าใช้จ่าย PerTrip

อุบลราชธานี / ชัยภูมิ / อำนาจเจริญ / เลย / มุกดาหาร / หนองบัวลำภู

ควรกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น

ไม่ฟื้นตัวทั้ง จำนวน และ PerTrip

นครราชสีมา / ขอนแก่น / อุดรธานี / สุรินทร์ / ศรีสะเกษ / ยโสธร / ร้อยเอ็ด

INSIGHT ISAN 2025

TOURISM SNAPSHOT

สถานการณ์ท่องเที่ยว ตลาดในประเทศ

กรกฎาคม-กันยายน 2567



จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย

46,160,534

คน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ▲

รายได้ทางการท่องเที่ยว

206,000

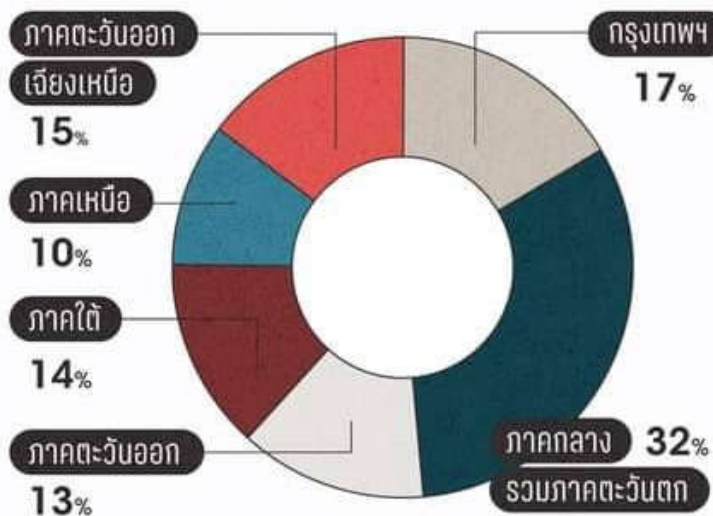
ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ▲



TAT
REVIEW



สัดส่วนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย



INSIGHT ISAN 2025

ปัจจัยสนับสนุน



วันหยุดยาว
ต่อเนื่องหลายช่วง



กิจกรรมกระตุ้น
การท่องเที่ยว
ช่วง Green Season



มาตรการภาษี
จากรัฐบาลส่งเสริม
เมื่อนำเที่ยว 55 จังหวัด

ปัจจัยอุปสรรค



การเกิดอุทกภัยอย่างรุนแรง
ในพื้นที่หลายจังหวัดของภาคเหนือ



Sentiment ความต้องการ
ออกเที่ยวต่างประเทศของคนไทย

กรุงเทพมหานคร

กระแส 'ตามรอยลิซ่า...เขาวราช' หลังที่มีการปล่อย
MV ROCKSTAR ซึ่งใช้ถนนเขาวราชเป็นที่ถ่ายทำหลัก
และ 'น้องหมีเนย' Mascot แห่งร้าน Butterbear
ที่ดึงดูดให้แฟน ๆ มายมแน่นทุกช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

7.62
ล้านคน-ครั้ง

40,334
ล้านบาท



ภาคกลาง (รวมภาคตะวันตก)

กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น
เจาะลึกแหล่งกำเนิด "มวยลพบุรี", กิจกรรมวิ่ง
มหากาพย์รามเกียรติ์ 3 ซีรีส์ 3 จังหวัด, มาตรการภาษี
เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเมื่อนำเที่ยว 55 จังหวัด

14.79
ล้านคน-ครั้ง

41,964
ล้านบาท



ภาคตะวันออก

กระแส "หมูแดง" ฮิปโปแคระแห่งสวนสัตว์เปิดเขาเขียว
ได้สร้างปรากฏการณ์ไวรัลในอินเทอร์เน็ต,
กิจกรรม เลาะเรื่องราว Point Of View 9X9 มุมลับ
เที่ยวหน้าฝนภาคตะวันออก

6.06
ล้านคน-ครั้ง

38,542
ล้านบาท



ภาคใต้

งานวิจัย 5 ภาค@ภูเก็ต 'Pearl of Andaman
The Undiscovered Treasure', มหกรรมเสน่ห์ไทย
Charming KHANOM จ.นครศรีธรรมราช,
การจัดโปรโมชัน 'เที่ยวดำกับแอร์เอเชีย'
ในราคาเริ่มต้นที่ 900 บาทต่อเที่ยว

6.25
ล้านคน-ครั้ง

34,713
ล้านบาท



ภาคเหนือ

ปัจจัยอุปสรรค
เกิดอุทกภัยในเดือนสิงหาคม-กันยายน 2567
ในพื้นที่หลายจังหวัดของภาคเหนือโดยจังหวัดเชียงราย
และเชียงใหม่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ส่งผลให้
สถานการณ์ท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัดตกอยู่ในภาวะติดลบ

4.58
ล้านคน-ครั้ง

30,143
ล้านบาท



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทย-อีสาน
ร่วมกับพันธมิตรจากสายการบินแอร์เอเชีย
จัดโปรโมชันเที่ยวจำ ในราคารวมเริ่มต้นเที่ยวละ
900 บาท มินตรงจากกรุงเทพฯ สู่มืองน้ำเที่ยง

6.86
ล้านคน-ครั้ง

20,304
ล้านบาท



INSIGHT ISAN 2025

FLAGSHIP PROJECT

แผนงาน กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย



ทิศทาง



กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก
โดยเน้น การเพิ่มค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง

เป้าหมาย

จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการ : 13,900 PAX
จำนวนการรับรู้ : 5.450,000 คน-ครั้ง

ผลการดำเนินงาน



จำนวนผู้ซื้อสินค้าและบริการ : 10,8403 PAX
จำนวนการรับรู้ : 19,923,064 คน-ครั้ง

แผนงาน 1.1

กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย

กกค. อีสาน...ไปไหนซะแซบ

สขก. อาหารนำทาง (From Local to Your Dishes)

สนพ. สนุกปาก

สนม. ท่องถิ่น กินเที่ยว โคราซ-ชัยภูมิ

สสย. Tasty ที่เลย

สอบ. อูบลแซบโพน

สสร. กิน...อย่างช้า

แผนงาน 1.2

ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองตลาดอัตลักษณ์พื้นที่

สอศ. กินแล้วได้...ไหวแล้วปัง @ นครราชสีมา

สบร. Buriram What's แซบนิวส์

INSIGHT ISAN 2025





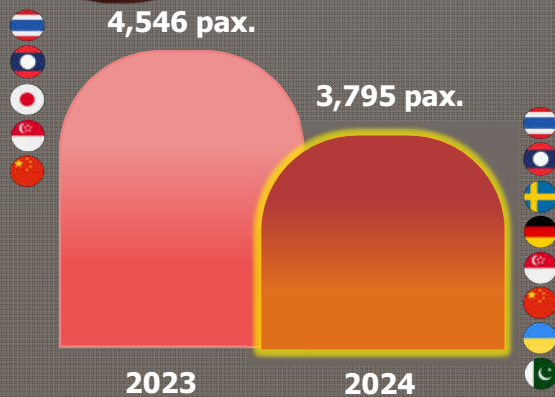
Beyond insights



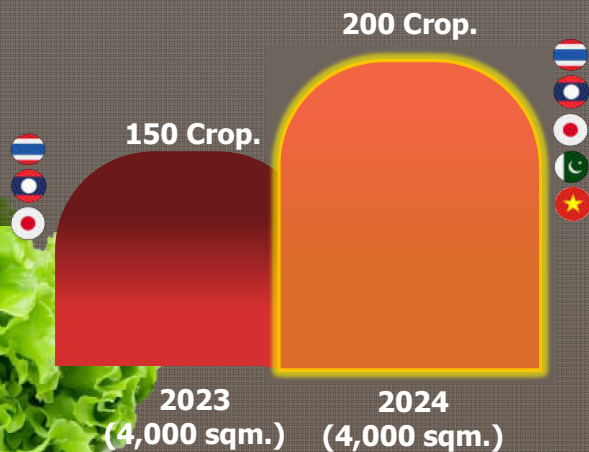
Beyond Food insights

Comparative data from the previous year.

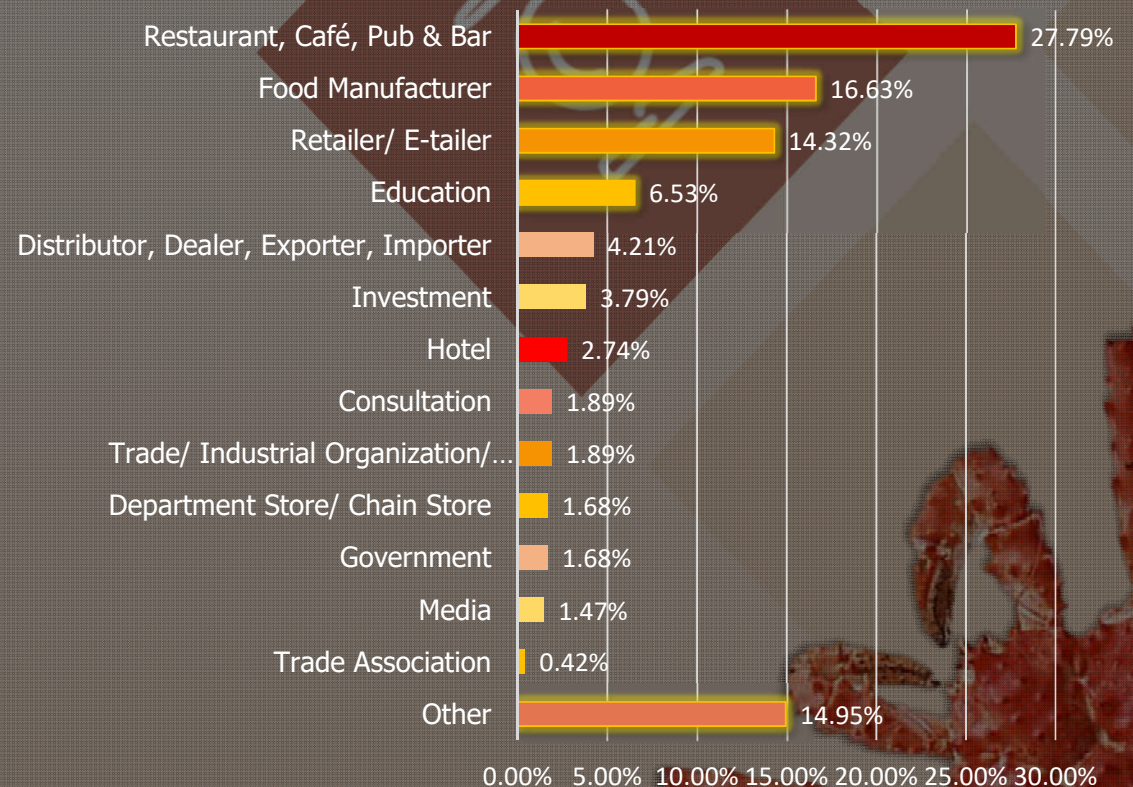
Visitor Participation



Exhibitor Participation



Industry Sector for visiting exhibitions.

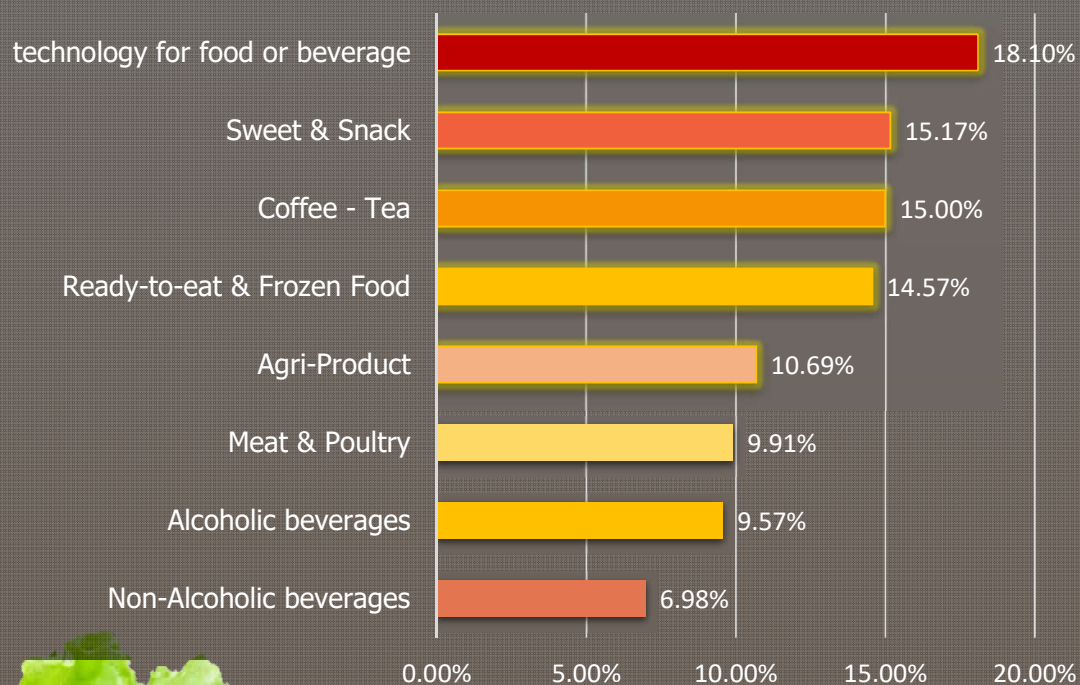


Beyond Food insights

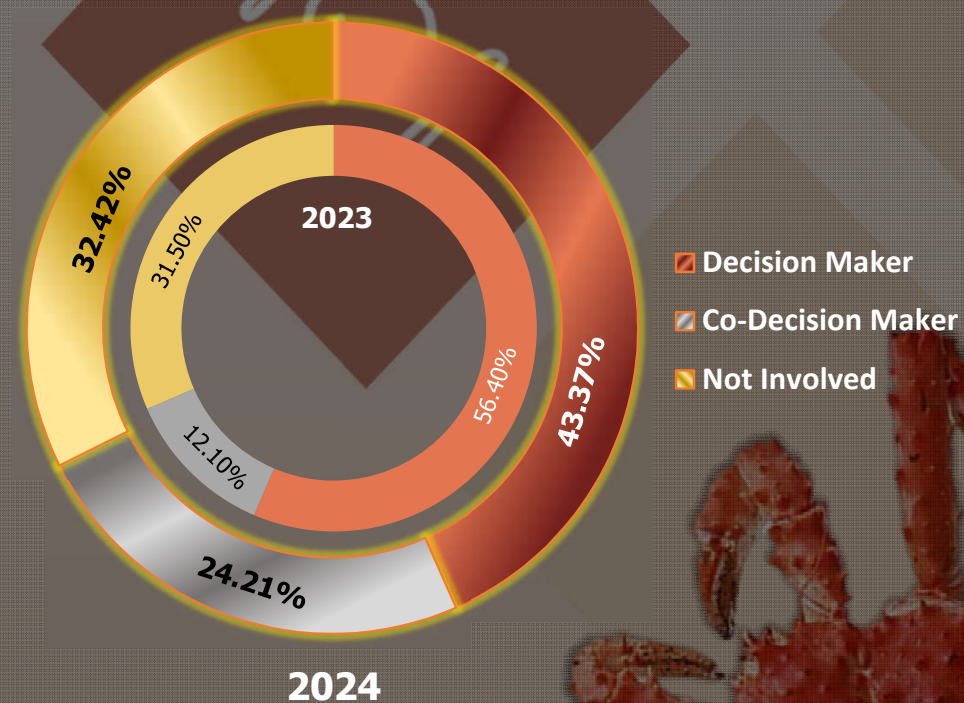


Comparative data from the previous year.

Which products or services are you interested in?



Responsibilities and engagement of visitors.



Export insights

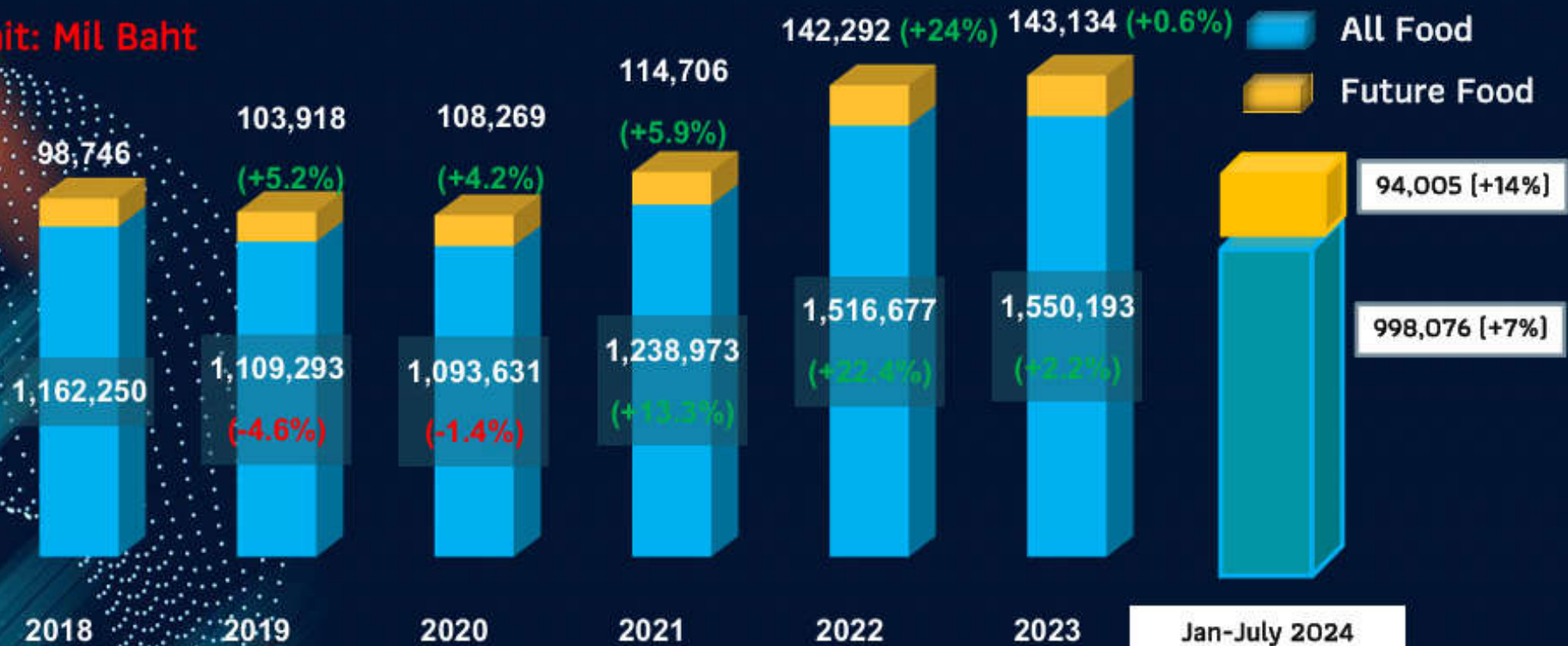
Periods : Jan – July 2024



การส่งออกสินค้าอาหารอนาคตไทย

Future Food accounts for 9% of all food.

Unit: Mil Baht



Source: Information Technology and Communication Center, Ministry of Commerce

Export insights

Periods : Jan – July 2024



ตลาดส่งออกสินค้าอาหารอนาคตไทย

มกราคม - กรกฎาคม 2567



ASEAN

Share: 41.8%

Growth: +9%

- ✓ Functional Drink
- ✓ Sauce
- ✓ Personalized foods: infant food
- ✓ Fruit juice
- ✓ Prebiotic :Yogurts



USA

Share: 14.3%

Growth: +22%

- ✓ Fruit juice
- ✓ Dehydrate fruit : citrus preserved
- ✓ Sauce
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Organic Rice



EU27+UK

Share: 10.5%

Growth: +9%

- ✓ Sauce
- ✓ Dehydrate fruit
- ✓ Preparation & Plant-Based Food
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Fruit juice
- ✓ Herb : Ginger Spice



China

Share: 10.6%

Growth: +17%

- ✓ Fruit juice
- ✓ Preparation & Plant-Based Food
- ✓ Mixture for beverage industries
- ✓ Sauce
- ✓ Alternative milk

Source: Information Technology and Communication Center, Ministry of Commerce

Export insights

Periods : Jan – July 2024



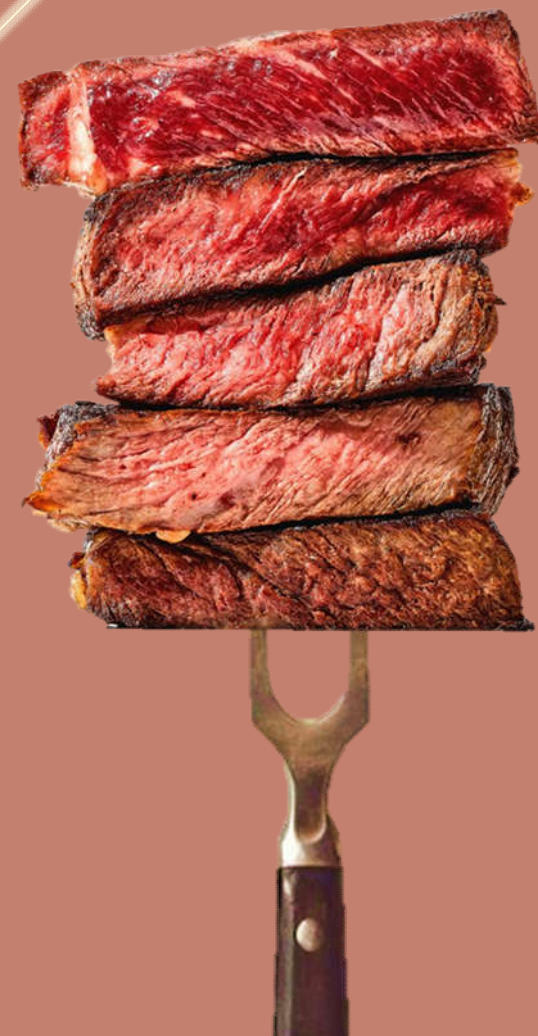
พฤติกรรมผู้บริโภคไทยต่อแบรนด์ อนาคตอาหาร



Source: baramizilab



Beyond Food Expo 2025



Key Visual

beyond 3rd
FOOD EXPO 2025
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

THU FRI SAT
7 8 9 AUG 2025
HALL 1, KICE KHON KAEN, THAILAND

สัปดาห์แห่งอนาคตของ
อาหาร เครื่องดื่ม และ เทคโนโลยี
แหล่งชุมนุมผู้นำใจที่เหนือกว่าทุกความรู้สึก

BEYOND EXPERIENCE

ORGANIZER BY:
KICE

f i t i n Beyondfoodexpo www.Beyondfood.com

beyond 3rd
FOOD EXPO 2025
THE GREATER MEKONG FOOD TRADE SHOW

THU FRI SAT
7 8 9 AUG 2025
HALL 1, KICE KHON KAEN, THAILAND

สัปดาห์แห่งอนาคตของ อาหาร เครื่องดื่ม และ เทคโนโลยี
แหล่งชุมนุมผู้นำใจที่เหนือกว่าทุกความรู้สึก

BEYOND EXPERIENCE

ORGANIZER BY:
KICE

f i t i n Beyondfoodexpo www.Beyondfood.com

BEYOND FOOD EXPO 2025

EP. 3rd "Beyond Experience"



Show date: 7-9 สิงหาคม 2568 (3 Days)



Show venue: Hall 1, KICE. Khon Kaen



Objective

- เชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค: เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร
- สร้างโอกาสทางธุรกิจ: ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การจับคู่ธุรกิจ การสัมมนา และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

งาน Beyond Food Expo จึงเป็นมากกว่างานแสดงสินค้าทั่วไป แต่เป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมอาหารในภูมิภาคเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืนค่ะ



Beyond the concept

Multisensory Dining

อาหารที่กระตุ้นประสบการณ์ทุกประสาทสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นการใช้เสียง แสง กลิ่น หรือแม้กระทั่งการสัมผัส ร่วมกับการกินอาหาร เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดผู้บริโภค

Immersive Culinary Experiences

ร้านอาหารที่น่าเสนอประสบการณ์เฉพาะตัว เช่น การใช้เทคโนโลยี AR/VR เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับสถานที่หรือวัฒนธรรมอาหารจากทั่วโลกในขณะรับประทานอาหาร

Sustainability Beyond the Plate

การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นประเด็นหลัก ไม่ใช่แค่เรื่องของวัตถุดิบที่ยั่งยืนเท่านั้น แต่รวมถึงวิธีการจัดส่ง การบรรจุภัณฑ์ และการใช้พลังงานที่มีผลกระทบต่อ

Personalized Nutrition

อาหารที่ปรับตามความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคลโดยใช้ข้อมูลด้านสุขภาพและพันธุกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับร่างกายและสภาพชีวิต

Hyper-Local Ingredients

การใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งในท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งการปลูกอาหารในร้านหรือในบ้านเรือนเอง

“เปิดโลกแห่งอาหาร สู่ประสบการณ์แห่งอนาคต”

Show Theme:

“เปิดโลกแห่งอาหารสู่ประสบการณ์แห่งอนาคต”

The harmonious blend of unique cuisine, culture, and groundbreaking innovation creates a magnificent and powerful experience. It not only reflects distinct flavors but also weaves together people and wisdom across all dimensions. This journey propels us towards sustainability and infinite growth, unlocking new possibilities and inspiring a bright future in the world of food. Every bite and every experience is a step towards profound transformation.

การผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร วัฒนธรรม และนวัตกรรมล้ำสมัย สร้างประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่และทรงพลังที่ไม่เพียงสะท้อนรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังเชื่อมโยงผู้คนและภูมิปัญญาในทุกมิติ พร้อมผลักดันสู่ความยั่งยืนและการพัฒนาที่ไม่สิ้นสุด เพื่อเปิดโอกาสใหม่ๆ สร้างแรงบันดาลใจให้กับอนาคตในโลกของอาหาร ที่ทุกคำและทุกประสบการณ์คือการเดินทางสู่ความเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่.

Mood & Tone:

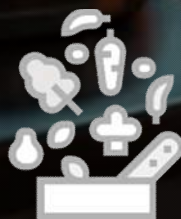
Elevate your experience.

สัมผัสประสบการณ์ที่เหนือกว่าการชิม หรือการประกอบอาหาร



Innovating through cultural fusion.

การผสมผสานนวัตกรรม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ในรูปแบบที่น่าตื่นตา ตื่นใจ และล้ำสมัย



Catalyzing connections, inspiring fresh perspectives.

กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกละเอียดอ่อน และสร้างแรงบันดาลใจใหม่ๆ

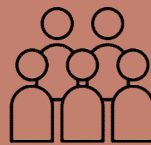


Show concept **"Beyond Experience"**

beyond
FOOD EXPO 2025
Innovation · Sustainable · Nutrition



Exhibitor : งานที่รวบรวมนวัตกรรม อาหาร และเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย ทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น และระดับนานาชาติ โดยเน้นที่ผู้ผลิตภายในท้องถิ่น



Visitor : เน้นให้ผู้เข้าชมงานได้สัมผัสประสบการณ์ที่เหนือกว่า การชิม หรือการประกอบอาหาร ด้วยการผสมผสานนวัตกรรม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ในรูปแบบที่น่าตื่นตาตื่นใจ และล้ำสมัย ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมโยง และสร้างแรงบันดาลใจใหม่

- เน้นนวัตกรรมด้านอาหาร และการนำเสนอประสบการณ์ ที่ล้ำสมัย
- แสดงให้เห็นศักยภาพอาหารท้องถิ่นสู่ระดับสากล





3 Pillars of Beyond Experience



3 Pillars of Beyond Experience

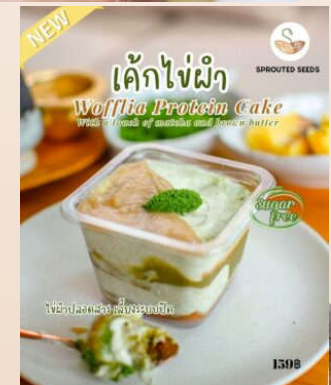
Pillar 1 : การผสมผสานกับเทคโนโลยี "Integration with technology"



- นำเสนออาหารที่มีพื้นฐานจากวัตถุดิบท้องถิ่นแต่ใช้เทคโนโลยีล้ำสมัย กระบวนการผลิต เช่น นวัตกรรมของการแปรรูปวัตถุดิบท้องถิ่น ไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีต่างๆ

เช่น นวัตกรรมการแปรรูปอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น, โปรตีนจากแมลง - ไข่ผ่า - หอยเชอร์รี่

Key Player : สถาบันปัญญาภิวัฒน์





3 Pillars of Beyond Experience

Pillar 2 : เหนือประสบการณ์ด้านรสชาติ “Beyond taste experience”

- ผู้เข้าร่วมสามารถสัมผัสแบบครบวงจร เช่นการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการสร้างสรรค์อาหาร การถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และการสัมผัสวัตถุดิบจริง

Key Player : สมาคม หรือ ชมรมที่เกี่ยวข้องในรูปแบบ workshop
หรือ การประกวด ภายในงาน



3 Pillars of Beyond Experience

Pillar 3 : เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับโลก

“Connecting local identity to align with global standards.”

Pillar 3 Concept : การนำเสนอข้อมูล GI product (Thai Geographical Indicator) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการส่งออก นำเสนอ และ ตอบโจทย์ Food – Soft Power

- การให้ความรู้ พร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วโลก

Key Player : Government pavilion from MOC or OSS.





3 Show Highlight





*Design not yet finalized



Show Highlight



Innovation Showcase

- โซน นวัตกรรมที่แสดงตัวอย่างเทคโนโลยี ในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น การแปรรูป การผลิตที่มีความยั่งยืน



Show Highlight

Local-to-Global Zone

โซนพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เน้นวัตถุดิบท้องถิ่นจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและประเทศลุ่มแม่น้ำโขง เพื่อเสริมสร้างมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อยกระดับให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล





*Design not yet finalized



Show Highlight

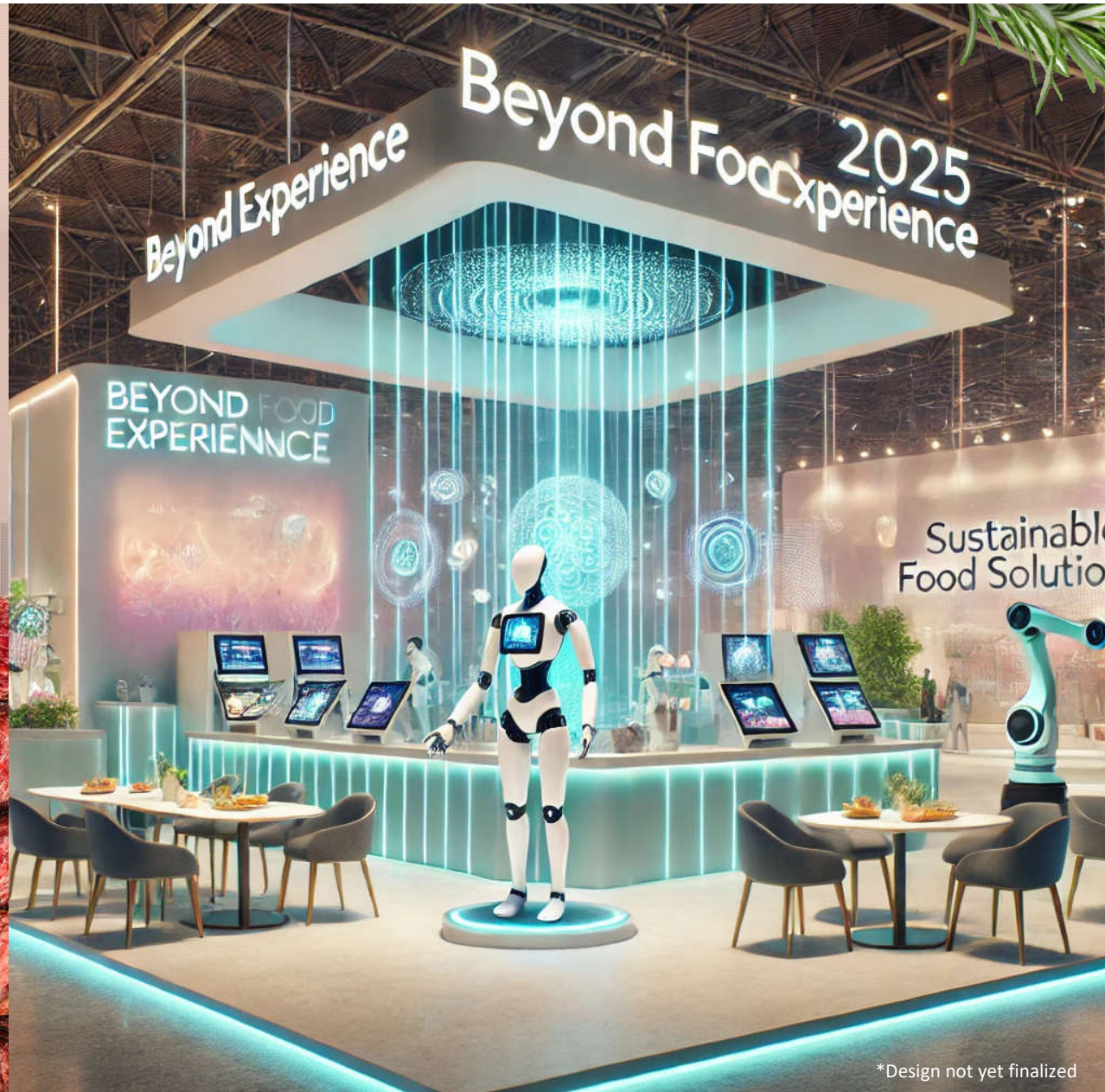
Experiential Food Tasting

- การชิม สัมผัสอาหารที่แสดงถึงการผสมผสานของวัตถุดิบและนวัตกรรม โดยผู้เข้าชมสามารถมีส่วนร่วมและให้ความคิดเห็นกับผลิตภัณฑ์



Business Matching & VIP Networking Lounge

- Hosted buyer program
- Local & GMS
- VIP Networking





Exhibitor 's Profile

Food & Beverage

- วัตถุดิบ/ส่วนผสม – **Food ingredient & seasoning**
- อาหารพร้อมปรุง - **Ready to Cook**
- อาหารพร้อมรับประทาน - **Ready to Eat**
- อาหารแช่แข็ง - **Frozen Food**
- เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ - **Alcoholic Beverages**
- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ - **Non-alcoholic Beverages**
- อาหารตามหลักโภชนาการ - **Nutritional Food**
- วัตถุดิบที่มีส่วนผสมจากท้องถิ่น - **Hyper-Local Ingredients**

Food Innovation & Tech Providers

- เครื่องจักรการผลิต - **Food Machinery**
- เครื่องมืออำนวยความสะดวก - **Food Equipment**
- นวัตกรรมอาหาร - **Food Innovation**
- บริการด้านอาหาร - **Food Service**
- บริการด้านการขนส่ง - **Transportation Services**
- ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี - **Tech Providers**
- เทคโนโลยีทางการตลาด - **MarTech**
- ผู้ให้บริการหุ่นยนต์บริการ - **Service robot providers**
- ที่ปรึกษาด้านความยั่งยืน - **Sustainability consulting provider**

Visitor 's Profile

1. ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหาร

- นักพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีอาหาร: สนใจวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง/พร้อมรับประทานแบบใหม่
- เจ้าหน้าที่จัดซื้อ: จากซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อที่ต้องการสินค้าใหม่
- เชฟและผู้เชี่ยวชาญการทำอาหาร: มองหาวัตถุดิบพิเศษและสินค้าพร้อมใช้

2. กลุ่มคนรักสุขภาพ

- นักโภชนาการ: สนใจวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
- โค้ชฟิตเนสและแบรนด์สุขภาพ: มองหาอาหารเพื่อสุขภาพและเครื่องดื่มที่เน้นสุขภาพ

3. ผู้ประกอบการด้านบริการอาหารและการท่องเที่ยวเจ้าของร้านอาหารและคาเฟ่

- ต้องการอาหารพร้อมปรุงและอาหารแช่แข็งใหม่ๆ โรงแรมและบริการจัดเลี้ยง: มองหาสินค้าพร้อมทานและเครื่องดื่มสำหรับงานขนาดใหญ่

4. ผู้ส่งออกและนำเข้าผู้จัดจำหน่ายระหว่างประเทศ

- มองหาวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ สำหรับตลาดโลกที่ปรึกษาด้านการส่งออก: ช่วยผู้ผลิตท้องถิ่นปรับผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับตลาดต่างประเทศ

5. นักลงทุนและผู้ลงทุนร่วมสนใจแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์

6. ผู้บริโภคทั่วไป

- ผู้ที่รักการทำอาหาร: สนใจวัตถุดิบและวิธีการทำอาหารใหม่ๆ
- นักช้อปสินค้าพิเศษ :มองหาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพสูง



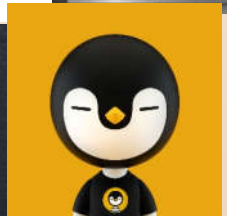
Target Market

- มุ่งเน้นผู้เข้าชมจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และประเทศกลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์
- เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในตลาดท้องถิ่นและภูมิภาคเข้าถึงผู้บริโภคและขยายตลาดสู่สากล
- เพิ่มรายได้ และเศรษฐกิจไปสู่ความยั่งยืน



Show Strategy

1. Showcase standout features to engage key stakeholders.(exhibitor / visitor/buyer/ association related/ Government supporter)
2. Key Target exhibitor
 - Government Subsidy both local and Center
 - Key Player in Food industry
3. Empower local businesses by showcasing regional products as key highlights.
 - Famous restaurants (Michelin-rated in Isan).
 - celebrated chefs from the region.
 - Influential local personalities.



Show Strategy

1. โปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษ:
 - Early Bird rate (จองล่วงหน้า)
 - Loyalty Customer Rate (ลูกค้าเก่า)
 - Newcomer (ลูกค้าใหม่)
 - Referral program (Friend get Friend)
2. Government Proposing :
 - MOC
 - สสว
 - TCEB
3. Sales Agent (Local & Inter)
4. Looking for Co located show.



พันธมิตร ด้านอาหารเพื่อความยั่งยืน



พันธมิตร ด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร



พันธมิตร ด้านความยั่งยืน



Floor Plan



Thank You





Marketing Strategy



Marketing Strategy

**Prolonged billboard
for greater impact.**

ขยายระยะเวลาการ
โฆษณา Billboard เพื่อผล
ตอบรับที่มากขึ้น



**Longer ad
on Facebook
and Instagram for
increased visibility.**

ขยายระยะเวลาโฆษณาบน
Facebook และ Instagram
เพื่อเพิ่มการมองเห็น
ที่มากขึ้น



Exhibitor

Early Bird
SPECIAL

**Early Bird
Promotion to
encourage faster
sales closing.**

โปรโมชั่น Early Bird Price
เพื่อกระตุ้นให้ปิดการขาย
ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

**Join the
roadshow
activities with
experts, focusing
on SMEs**

ร่วมกิจกรรมโรดโชว์กับ
ผู้เชี่ยวชาญ เน้นเจาะกลุ่ม
SMEs

