**สรุปผลการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชุมชนนักปฏิบัติ (COP)**

**กลุ่ม การผลิตบัณฑิตมืออาชีพ**

**หัวข้อ “International Marketing”**

**\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\***

**สรุปผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้**

**ประเด็นปัญหา**

1. การทำการตลาดแบบ International Marketing มีความสำคัญกับธุรกิจและประเทศอย่างไร

**การดำเนินการแก้ไข**

1. การที่เราศึกษาตลาดในต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จและสามารถขยายกิจการได้

2. การตลาดระหว่างประเทศทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ เกิดการขยายตัวของการจ้างงาน มีการกระจายรายได้ของประชาชนในประเทศ

3. การทำการตลาดกับต่างประเทศทำให้เราเห็นมุมมอง ทัศนคติ และกลยุทธ์ต่างๆซึ่งทำให้เราสามารถรับมือกับปัญหาต่างๆที่เข้ามาได้

4. การตลาดระหว่างประเทศต้องดีจริงๆถึงจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและทำให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพไปด้วย

5. การค้าระหว่างประเทศทำให้ประเทศมีการหมุนเวียนทางการค้า เพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ

6. การค้าระหว่างประเทศทำให้มีการกระจายความเสี่ยง เมื่อเศรษฐกิจในประเทศกำลังตกต่ำ ยังมีการค้าในต่างประเทศที่ยังสร้างรายได้อยู่ ทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ โดยไม่ได้รับผลกระทบจนมากเกินไป

**การเผยแพร่องค์ความรู้**

เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์งานจัดการความรู้ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**เกริ่นนำอะคะพี่หนึ่ง**

**สรุปผลการจัดกิจกรรม International Marketing**

**1 ตุลาคม 2559 เวลา 13.00 – 16.00 น.**

**ณ ห้อง Ad & PR Presentation Room คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน**

สรุปผลการจัดกิจกรรม International Marketing จัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 1 ตุลาคม 2559 เวลา 13.00–16.00 น. ณ ห้อง Ad & PR Presentation Room ชั้น 3 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การทำการตลาดในต่างประเทศว่ามีความสำคัญกับธุรกิจและประเทศมาก ทำให้ธุรกิจมีรายได้ ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และหากเศรษฐกิจในประเทศตกต่ำ ก็ยังมีรายได้จากธุรกิจต่างประเทศ ที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้