

## สรุปรายงานการประชุม

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖

วันพฤหัสบดีที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๕

ณ ห้องประชุม ๒๐๙๑๑ ชั้น ๙ กรมการค้าภายใน

.....

### ผู้มาประชุม

๑. ร้อยตรีจักรา ยอดมณี	รองอธิบดีกรมการค้าภายใน	ประธาน
๒. ผศ.ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๓. นายทวนชัย ศิริตันดิธรรม	ผู้จัดการบริษัท ช.แหลมทองโปรดักส์ จำกัด	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๔. นางอารีย์ ณรงค์น้อย	ตัวแทนเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๕. นางมณัฐชลิต ประเสริฐสุด	ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน	เลขานุการ
๖. นางสาวกรองแก้ว ลิ้มสกุล	ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม	ผู้ช่วยเลขานุการ
๗. นายกรนิจ โนนจ้อย	ผู้อำนวยการกองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด	
๘. นางสมศรี เมืองกระจ่าง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๙. นางสาวอรทัย เมืองโคตร	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๐. นางสาวพิศากร พิศาลกุล	นักวิชาการซึ่งตวงวัดชำนาญการพิเศษ	
๑๑. นายสมบัติ หุตะเจริญ	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๒. นางสาววิวิสวัน บุญพุกกะนะ	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๓. นางสาวนงนุช ดอกนาค	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๔. นางชนัญญา ตะโกนา	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๕. นางสาวอรดา เพชรทอง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ	
๑๖. นางสาวอุษา ใหญ่กระโทก	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๗. นางสิริพร อัสวเดชาชัย	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๘. นายพอพันธ์ กฤดากร ณ อยุธยา	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
๑๙. นางสาวอรรธรณ จันทระเสนานนท์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
๒๐. นางสาวปทิตตา พรคลัง	นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ	
๒๑. นางสาวทัศนีย์ พรธวัชชัยนันท์	นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ	
๒๒. นางสาวพรทิศา ญาณนาม	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
๒๓. นางสาวศิวะพร ขจรศักดิ์ศิริกุล	นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ	
๒๔. นางสาวกชพร สร้อยทอง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
๒๕. นางสาวศิตรา ธนเดชากุล	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
๒๖. นางสาววินัสรา โสมรักษ์	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	
๒๗. นายอมรพงศ์ ศิริภัทรนุกูล	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	
๒๘. นายภาณุพงษ์ ศิริไชย	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	

## เริ่มการประชุม

รองอธิบดีกรมการค้าภายใน (ร้อยตรีจักรา ยอดมณี) ประธานกล่าวเปิดประชุม และดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

### ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

ประธานแจ้งที่ประชุมทราบว่า ที่ผ่านมากการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนของกรมการค้าภายใน เป็นรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-๑๙ ในส่วนของปีนี้สถานการณ์การแพร่ระบาดคลี่คลายลงแล้ว การประชุมจึงกลับมาเป็นแบบปกติ ซึ่งนับเป็นโอกาสอันดีที่จะได้รับฟังข้อเสนอของคณะที่ปรึกษาฯ และร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเชื่อว่าจะเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ของกรมฯ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

### ที่ประชุมรับทราบ

### ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องการรับรองรายงานการประชุม

ประธานเสนอให้ที่ประชุมพิจารณาว่าร่างรายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๓ มีนาคม ๒๕๖๕ ซึ่งฝ่ายเลขานุการได้จัดส่งให้คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะทำงานดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมการค้าภายในพิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๖๕ และไม่มีผู้ใดแจ้งขอแก้ไขภายในเวลาที่กำหนด

ที่ประชุมพิจารณาแล้ว รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๕ โดยไม่มีข้อแก้ไข

### ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเพื่อทราบ

#### ๓.๑ กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๕

ฝ่ายเลขานุการ ได้รายงานผลการดำเนินงานกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๕ ของกรมการค้าภายในให้ที่ประชุมทราบ

#### ๓.๑.๑ โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนชนกรมการค้าภายในพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค

กรมการค้าภายในได้ดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนเครือข่าย “เยาวชนพิทักษ์สิทธิ” ขึ้นทั่วประเทศ กลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้เป็นแนวร่วมในการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ด้านการพิทักษ์สิทธิผู้บริโภคจากการซื้อสินค้าและบริการตามภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมทั้งป้องกันการฉวยโอกาสเอาเปรียบผู้บริโภคจากผู้ประกอบการที่ไม่มีจริยธรรม และเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนโดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ ตลอดจนทำหน้าที่ในการสอดส่องดูแลแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙

ทั้งนี้จากสถานการณ์โควิด-๑๙ จากปี ๒๕๖๔ จึงทำให้กรมขยายเวลาโครงการฯ มาดำเนินการในปี ๒๕๖๕ โดยใช้ชื่อ DIT Young Camp ๒๐๒๑ โครงการนี้มีนักเรียนเข้าร่วมทั้งสิ้น ๒,๓๗๑ คน จากทั้งหมด ๒๐ โรงเรียน แบ่งกิจกรรมออกเป็น

๑. กิจกรรมพัฒนาความรู้ในลักษณะฐานการเรียนรู้ (Learning Stations) โดยได้ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค และประชาสัมพันธ์ภารกิจด้านลดค่าครองชีพของประชาชนให้เป็นที่รู้จัก

๒. กิจกรรมสร้างพลังเครือข่ายเยาวชนพิทักษ์สิทธิ โดยการให้ความรู้และแนะแนวเกี่ยวกับการจัดทำคลิปวิดีโอ เพื่อให้เยาวชนเข้าร่วมการประกวดคลิปวิดีโอสั้น ซึ่งได้รับวุฒิบัตรและเงินรางวัลทุนการศึกษา

๓.๑.๒ โครงการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลราคาสินค้าอัจฉริยะผ่านมือถือ (Mobile Intelligent Reporting System)

เนื่องจากกรมฯ มีภารกิจในการกำกับดูแลราคาสินค้าและพฤติกรรมทางการค้า เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรมต่อผู้บริโภค เพื่อช่วยเหลือผู้บริโภคไม่ได้รับความเดือดร้อนนั้น จำเป็นต้องมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ครอบคลุมในทุกพื้นที่อย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเป็นจริงมากที่สุด จึงได้พัฒนาระบบรายงานข้อมูลฯ เป็นช่องทางและเครื่องมือให้เครือข่ายอาสาสมัครฯ อาสาชั่งตวงวัด และประชาชนทั่วไป ใช้ติดตาม ตรวจสอบ ภาวะราคาสินค้าและบริการ ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้า สอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้า ตลอดจนการดำเนินการตามโครงการต่างๆ ของรัฐ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ผ่านระบบมือถือ ซึ่งได้เริ่มใช้ระบบนี้ ตั้งแต่ ๑ พ.ย. ๒๕๖๔ เพื่อให้เครือข่ายพันธมิตรทั้งภาคเอกชนและประชาชนทั่วไป ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้า รายงานข้อมูลราคาสินค้าและบริการ ได้สะดวก รวดเร็ว ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยสามารถสมัครสมาชิกผ่าน **Line Official อาสาชั่งตวงวัด ๑๕๖๙** ปัจจุบันมีผู้รายงานข้อมูลภาวะราคาสินค้ามาเป็นประจำทุกเดือน โดยมีจำนวนผู้ใช้ระบบทั้งสิ้น **๕๑๑ ราย**

### ๓.๑.๓ โครงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารขององค์กรผ่าน Line Official “DIT GO”

เนื่องจากกรมฯ มีภารกิจในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการส่งเสริมช่องทางการตลาดและเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าและบริการของชุมชนตามนโยบายของรัฐบาล โดยใช้ตลาดต้องชมเป็นกลไกในการขยายช่องทางการตลาด เป็นสถานที่จำหน่ายสินค้าโดยตรงแก่ประชาชน เพื่อสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับชุมชน และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว นำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ

จึงได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดชุมชน โดยจัดทำ Line Official “DIT GO” เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายในตลาดผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดกิจกรรมกระตุ้นเศรษฐกิจผ่าน “DIT GO” ด้วยการมอบคู่มือ เพื่อให้ประชาชนที่ไปเที่ยวในตลาดต้องชม สามารถนำคู่มือที่ได้รับ ไปซื้อสินค้าในตลาดเพื่อให้มีการจับจ่ายใช้สอยและสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งได้มีการจัดกิจกรรมในตลาดต้องชมแล้วจำนวน ๘๐ ตลาด มากกว่า ๒๐๐ ครั้ง สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในตลาดได้จำนวนมาก รวมถึงมีจำนวนผู้สมัครเป็นสมาชิก Line Official “DIT GO” แล้ว ๗๐,๐๐๐ ราย

#### ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของกรมการค้าภายในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชนในปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๕ ดังนี้

๑) **โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนกรมการค้าภายในพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค** ควรมีการกำหนดแผนการดำเนินงานและตัวชี้วัด เพื่อจะได้ทราบว่าจำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ หากไม่ได้ตามเป้าหมายเกิดเพราะสาเหตุอะไร ในส่วนของกิจกรรมประกวดคลิปวิดีโอสั้น มีจำนวนนักเรียนส่งคลิปเข้าประกวด และ กรมฯ ได้นำไปเผยแพร่ต่อในช่องทางใดบ้าง รวมถึงได้มีการมอบทุนการศึกษาที่รางวัล ซึ่งจะทำให้สามารถตอบตัวชี้วัดการดำเนินโครงการที่ชัดเจน

๒) **โครงการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลราคาสินค้าอัจฉริยะผ่านมือถือ (Mobile Intelligent Reporting System)**

- กรมฯ ได้มีการกำหนดเป้าหมายไว้อย่างไรบ้าง ข้อมูลการรายงานได้นำมาใช้พัฒนาการดำเนินงานอย่างไรบ้าง
- เป็นแนวทางที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทางการตลาด Mystery Shopper ที่ให้บุคคลทั่วไปเข้าไปตรวจสอบคุณภาพสินค้าและบริการของร้านค้า โดยไม่เปิดเผยตัวว่าเป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง แต่กรมฯ ควรเพิ่มจำนวนให้มากขึ้นครอบคลุมทั่วประเทศ และขยายกลุ่มเครือข่ายอาสาสมัครในการสอดส่องดูแลราคาสินค้า เช่น กลุ่มเด็กนักเรียนนักศึกษา เพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มจำนวนเครือข่ายแล้วยังเป็นการปลูกฝังพฤติกรรมให้แก่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาด้วย

### ๓) โครงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารขององค์กรผ่าน Line Official “DIT GO”

- หากเป็นไปได้ควรมีการพัฒนากิจกรรมในรูปแบบภาษาอังกฤษ เนื่องจากในปีหน้าประเทศไทยจะมีการเปิดประเทศมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- ปัจจุบันจำนวนผู้สมัครเป็นสมาชิก Line Official “DIT GO” แล้ว ๗๐,๐๐๐ ราย ได้มีการกำหนดเป้าหมายไว้ในเบื้องต้นอย่างไรบ้าง และในปีหน้าจะมีการกำหนดเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนไว้เท่าไรที่จะทำให้เกิดความเหมาะสม เพื่อจะทำให้ทราบว่า จะดำเนินกิจกรรมใดเพื่อให้ถึงเป้าหมายที่กำหนด

- ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ค้าในตลาดในแต่ละเดือน

**ที่ประชุมชี้แจงรายละเอียดผลการดำเนินงานด้านการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชนเพิ่มเติม**

**๑) โครงการพลังเครือข่ายเยาวชนกรมการค้าภายในพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค** จัดกิจกรรมทั้งหมดแบ่งเป็นภูมิภาค ภูมิภาคละ ๔ โรงเรียน จำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม ภูมิภาคประมาณ ๔๕๐ คน ในส่วนของการประกวดคลิปวิดีโอ ได้มีการมอบวุฒิบัตรและเงินรางวัลทุนการศึกษาทั้งหมด ๒๐ รางวัล และมีการเผยแพร่คลิปการประกวดของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมผ่าน Facebook DIT Young Camp

**๒) โครงการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลราคาสินค้าอัจฉริยะผ่านมือถือ (Mobile Intelligent Reporting System)** อาสาธองฟ้า ๑๕๖๙ จำนวน ๕๑๑ ราย ได้รับค่าตอบแทนเดือนละ ๕๐๐บาท ในส่วนของรายงานจะมีการนำข้อมูลราคาสินค้ามาสรุปผลเป็นรายเดือน ซึ่งเป็นการรับฟังข้อมูลราคาสินค้าจากประชาชนที่เป็นเครือข่ายของกรมฯ เป้าหมายในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ จะมีการเพิ่มเครือข่ายผู้ใช้ระบบรายงานข้อมูลราคาสินค้าอัจฉริยะผ่านมือถือจากอาสาซึ่งตวงวัด จำนวน ๗๐๐ กว่าคน ที่เป็นอาสาในการตรวจสอบเครื่องชั่งในตลาดที่ผ่านการอบรมจากกรมฯ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ได้รับค่าตอบแทนในการรายงานข้อมูล แต่จะมีประกาศนียบัตรมอบให้หลังการอบรม รวมถึงกรมฯ มีนโยบายที่จะรวมกลุ่มอาสาธองฟ้า ๑๕๖๙ กับอาสาซึ่งตวงวัด เพื่อให้ทำหน้าที่เดียวกัน โดยจะสามารถเพิ่มจำนวนเครือข่ายอาสาของกรมฯ ได้มากยิ่งขึ้น

**๓) โครงการพัฒนาช่องทางการสื่อสารขององค์กรผ่าน Line Official “DIT GO”** กรมฯ ได้กำหนดเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนผู้สมัครเป็นสมาชิก Line Official “DIT GO” ในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ไว้จำนวน ๑๕๐,๐๐๐ ราย ซึ่งจะมีการเน้นจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลปีใหม่ และเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งเป็นช่วงที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสนใจในกิจกรรมได้มาก ในส่วนของจำนวนตลาดต้องชมที่ในปัจจุบันมีทั้งสิ้น ๒๓๐ ตลาด เป็นตลาดที่เปิดจำหน่ายสินค้าตามปกติจำนวน ๒๐๐ ตลาด และได้คัดเลือกตลาดที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ๘๐ ตลาด ในการจัดกิจกรรมมอบคู่มือผู้ประกอบการจำหน่ายผ่าน Line Official “DIT GO” ซึ่งที่ผ่านมา นอกจากจะมีการสมัครเพื่อรับคู่มือแล้ว ยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์กิจกรรมภารกิจของกรมอีกด้วย เพื่อเป็นการรักษาจำนวนผู้สมัครสมาชิกไว้ไม่ให้บล็อก Line ส่วนตลาดที่เหลือนอกเหนือจาก ๘๐ ตลาด กรมฯ ยังได้มีการจัดกิจกรรมอื่นๆ ตลอดเพื่อฟื้นฟูยกระดับให้เป็นตลาดที่น่าสนใจ โดยมีนโยบายให้มีการกำหนดเจ้าหน้าที่ ๑ คนต่อ ๖ ตลาด เพื่อช่วยประสานงานดูแลตลาดให้สามารถฟื้นฟูกลับมาได้เร็วยิ่งขึ้น

**ที่ประชุมรับทราบ/ประธานเห็นด้วยกับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ และมอบหมายกองที่เกี่ยวข้องไปพิจารณาดำเนินการ**

**๓.๒ ผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕**  
**กิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางออนไลน์**

ฝ่ายเลขานุการ ได้รายงานผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ กิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางออนไลน์ของกรมการค้าภายใน ให้ที่ประชุมทราบ ดังนี้

**๑. จัดกิจกรรมการ Live สด ทางเฟซบุ๊กเพจ “กรมการค้าภายใน DIT”** เพื่อแนะนำตลาดต้องชม โดยคัดเลือกตลาดต้องชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน ๔ แห่ง คือ ตลาดบางน้ำผึ้ง ตลาดน้ำ

ไทรน้อย ตลาดคลองสวน และตลาดน้ำคลองลัดมะยม เป็นสถานที่จัดกิจกรรม มีแขกรับเชิญ (ดารานักแสดง อินฟลูเอนเซอร์) มาร่วมพูดคุยแนะนำสินค้าและร้านค้าต่างๆ ที่น่าสนใจ รวมถึงจัดกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัล โดยใช้ชื่อรายการว่า “DIT ชี้เป้า ภายใต้ Concept “DIT ชี้เป้าเที่ยว ชี้เป้าชิม ชี้เป้าช้อป

ครั้งที่ ๑ วันเสาร์ที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๕ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จ.สมุทรปราการ

ครั้งที่ ๒ วันเสาร์ที่ ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๕ ตลาดน้ำไทรน้อย จ.นนทบุรี

ครั้งที่ ๓ วันเสาร์ที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๖๕ ตลาดคลองสวน ๑๐๐ ปี จ.ฉะเชิงเทรา

ครั้งที่ ๔ วันเสาร์ที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๖๕ ตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพมหานคร

**๒. กิจกรรมเปิดตลาดออนไลน์** แนะนำสินค้าในตลาดต้องชม และจำหน่ายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ (Online Market) โดยการจัดการส่งเสริมการขาย ดังนี้

๒.๑ ส่งฟรีทุกรายการ ผู้ที่สั่งซื้อสินค้าใน รายการ Live DIT ชี้เป้า ได้รับสิทธิ์ส่งฟรีทุกรายการ พร้อมทั้งกระเป๋าผ้า ทุกยอดการสั่งซื้อ

๒.๒ จัดโปรโมชั่นนาฬิกาทอง เป็นสินค้าที่มีจำนวนจำกัดแต่เป็นสินค้าที่จำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด ซึ่งเป็นสินค้าในตลาดต้องชม ที่คัดเลือกมาทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย

๒.๓ Top Spender ผู้สั่งซื้อสินค้าในแต่ละสัปดาห์และมียอดสั่งซื้อสูงสุด ๓ คน จะได้รับรางวัล เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย กระตุ้นเศรษฐกิจในตลาดต้องชม

### **๓. ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม**

๓.๑ สามารถเสริมสร้างความรู้ให้กับภาคประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภคสามารถรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองได้ในระดับที่มากขึ้น

๓.๒ สามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน ที่จะช่วยลดภาระค่าครองชีพให้ประชาชนผู้บริโภคได้รู้จักมากยิ่งขึ้น

๓.๓ สนับสนุนผู้ประกอบการเกษตรกร ในตลาดต้องชม ซึ่งเป็นตลาดในความส่งเสริมของกรมฯ ให้มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นและมีลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

๓.๔ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำช่องทางประชาสัมพันธ์ของกรมการค้าภายใน ได้แก่ เฟซบุ๊ก “กรมการค้าภายใน DIT” Line Official “@DITGO” ได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างเครือข่ายและกรมการค้าภายใน ซึ่งตลอดระยะเวลาการจัดกิจกรรมทางเฟซบุ๊ก มีจำนวนผู้เข้าถึงกิจกรรมของปีนี้จำนวน ๑,๒๓๙,๗๓๕ ครั้ง จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ก่อนการดำเนินกิจกรรม ๕๐๐,๐๐๐ ครั้ง มีจำนวนการมีส่วนร่วมรวมทั้งหมด ๔,๓๗๕ ครั้ง และมีจำนวนการรับชมทั้งหมด ๑๓๒,๐๔๙ วิว มีสินค้าที่นำมาจำหน่ายในกิจกรรม Live สด ๔ ครั้ง ๗๔ ชนิด ๓๔๙ ชิ้น ยอดมูลค่าการส่งสินค้า รวมทั้งสิ้น ๑๘,๗๔๘ บาท

### **ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ**

ขณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ กิจกรรมการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนี้

- ควรมีการกำหนดตัวชี้วัดหรือเป้าหมาย ก่อนการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการประเมินว่ากิจกรรมที่ดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ เพื่อจะทำได้สามารถวางแผนการดำเนินงานในปีถัดไปได้

**ที่ประชุมรับทราบ/ประธานเห็นด้วยกับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ และมอบหมายฝ่ายเลขานุการ ไปพิจารณาดำเนินการ**

### **ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องเพื่อพิจารณา**

ประธานแจ้งที่ประชุมว่า ปัจจุบันกรมการค้าภายในใช้ช่องทางการให้ประชาชนมีส่วนร่วมและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางเพจ Facebook กรมการค้าภายใน DIT และ YouTube

ช่อง DIT Channel ที่มีการเผยแพร่คลิปไม่ใช้...เล่นๆ ซึ่งมีเนื้อหาโครงการของกรมการค้าภายใน เช่น ตลาดต้องชม หมู่บ้านทำมาค้าขาย หรือให้ความรู้กับประชาชน นอกจากนี้ มีช่องทาง Line Official DIT GO ซึ่งนอกจากแจ้งข่าวสารเรื่องตลาดต้องชมแล้ว ยังใช้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกรมการค้าภายในอีกด้วย ส่วน Line Official Mr.DIT เป็นอีกหนึ่งช่องทางรับเรื่องร้องเรียนเพิ่มเติมจากช่องทางโทรศัพท์ ๑๕๖๙ ขณะที่ช่องทาง Facebook มีการจำกัดการมองเห็นมากขึ้น เป็นข้อจำกัดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน กรมฯ จึงเห็นว่า TikTok ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

ผู้ช่วยเลขานุการ ได้นำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ ให้ที่ประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ได้พิจารณาให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาปรับปรุง แก้ไข เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานของกรมฯ ต่อไป

**โครงการจัดการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok** ในรูปแบบภาพและวิดีโอแบบสั้น (Microblogging) ภายใต้หัวข้อ “ตลาดต้องชม ต้องชิม ต้องแชะ ต้องแชร์” โดยให้ผู้เข้าประกวดโพสต์คลิปวิดีโอใน TikTok ด้วยแอคเคาท์ของตัวเอง และใส่ @ไม่ใช้...เล่นๆ (TikTok ของกรมการค้าภายใน) ติด Hashtag (แฮชแท็ก) #DITChallenge #ตลาดต้องชมByDIT พร้อมกับเชิญชวนให้เพื่อนๆ ร่วมกันโหวตให้คะแนน ซึ่งเกณฑ์การตัดสินจะเป็นผลคะแนนจากการโหวตโดยประชาชน ๑๐๐% คือ ๑ หัวใจ เท่ากับ ๑ คะแนน และ ๑ Share เท่ากับ ๕ คะแนน ผู้ที่มีคะแนนคลิปวิดีโอยอดเยี่ยมสูงสุดจะได้รางวัลอันดับ ๑ และคลิปวิดีโอที่มีคะแนนนิยม ๑๐ อันดับ รองลงมาจะได้รับรางวัลคลิปวิดีโอยอดเยี่ยม

#### วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม

๑. เพื่อเพิ่มระดับและขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน
๒. เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นตลาดต้องชมตามนโยบายรัฐบาล พร้อมนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตลาดและชุมชน ทั้งในแง่ของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสินค้าของดีของเด่นของชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว
๓. เพื่อส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศและสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก

#### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. กลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน มีการเพิ่มระดับและขยายฐานภาคประชาชนออกไปมากขึ้น
๒. ประชาชนรู้จักตลาดต้องชม ซึ่งเป็นตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายในให้เป็นที่รู้จักและจดจำในวงกว้างมากยิ่งขึ้น
๓. สามารถกระตุ้นให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยวตลาดต้องชมมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรและผู้ค้าในตลาดต้องชมมีรายได้เพิ่มขึ้น

#### ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะกับโครงการกิจกรรมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้

- เนื่องจากโครงการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ระบุครอบคลุมทุกภารกิจของกรมการค้าภายใน ซึ่งการทำกิจกรรมเฉพาะตลาดต้องชมจะไม่ตอบวัตถุประสงค์ ควรพิจารณาการเพิ่มทางเลือกเนื้อหาอื่นๆ ที่เป็นภารกิจของกรมการค้าภายในให้ประชาชนส่งเข้าประกวด เช่น การปิดป้ายราคาสินค้า การสังเกตเครื่องชั่ง สิทธิผู้ทำการค้า Farm Outlet หมู่บ้านทำมาค้าขาย เป็นต้น ซึ่งจะทำได้กองต่างๆ ที่รับผิดชอบภารกิจได้ประโยชน์อีกด้วย

- ควรระบุตัวชี้วัดว่ามีเป้าหมายอย่างไร เพื่อเป็นการประเมินถึงผลความสำเร็จของโครงการได้อย่างชัดเจน รวมทั้งนำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป เช่น ตัวชี้วัดจำนวนประชาชนส่งเข้าประกวด จำนวนหรือร้อยละชมและแชร์คลิปวิดีโอ เป็นต้น

- ควรพิจารณาการกำหนดเนื้อหาในคลิปวิดีโอว่า ต้องใส่โลโก้ของกรมการค้าภายใน หรือมีสโลโก้และเนื้อหาที่จำเป็นต้องใส่ในคลิปวิดีโอ เพื่อให้ทราบว่าคลิปวิดีโอแตกต่างจากคลิปวิดีโอที่ประชาชนลงใน Tiktok และเพื่อความถูกต้องของเนื้อหา

- ควรปรับตัวอุปสงค์และผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการให้ชัดเจนและสามารถวัดผลได้

**ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด**

**ระเบียบวาระที่ ๕ เรื่องอื่นๆ (ถ้ามี)**

ประธานแจ้งที่ประชุมว่า ปัจจุบัน Facebook มีการปิดกั้นการมองเห็น เนื่องจากต้องการขายโฆษณา ซึ่งจะขอความคิดเห็นเกี่ยวกับ Facebook กรมการค้าภายใน DIT เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้ Facebook กรมการค้าภายใน DIT เป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

**ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ**

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการในเรื่องอื่นๆ ดังนี้

#### **๑. การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook กรมการค้าภายใน DIT**

- กรมการค้าภายในมีภารกิจหลากหลายด้าน จึงควรแบ่งเนื้อหาที่นำเสนอเป็นเรื่องๆ ไปในแต่ละช่องทาง ทั้งนี้ หากดูว่าการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการสร้างภาระให้กับผู้ดูแลระบบ (Admin) ก็ให้แบ่งเนื้อหาภารกิจตามวัน เช่น ทุกวันจันทร์เป็นเรื่องสินค้าเกษตร ทุกวันอังคารเป็นเรื่องเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อให้ผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในภารกิจนั้นๆ ได้รับทราบข่าวสารที่จะต้องติดตามเป็นประจำและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีกิจกรรมกระตุ้นให้ผู้ติดตามเพจเข้าร่วม เช่น เล่นเกมทายปัญหา จัดส่วนลด แจกของ เป็นต้น

- ข้อเสนอแนะในการปรับ Facebook กรมการค้าภายใน DIT ให้สื่อสารกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีดังนี้ ๑) ต้องสร้างกิจกรรมให้เยอะขึ้นเพื่อเชิญชวนประชาชนเข้ามาติดตาม ๒) ให้ผู้ติดตามเพจรับทราบว่าแต่ละวันทางกรมการค้าภายในจะนำเสนอประเด็นอะไร ๓) ควรแบ่งทีมสีและสโลแกนแต่ละภารกิจของกรมการค้าภายในที่จะเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ ๔) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็น Infographic หรือเป็นรูปแบบให้ภาพเล่าเรื่อง เนื่องจากมีความสั้น กระชับ และเข้าใจได้ง่าย ซึ่งภาพ Infographic ควรเป็นรูปแบบที่อ่านง่ายและสีสันสบายตา ๕) หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาทางการ ๖) ควรใส่เนื้อหาเกริ่นแบบสั้นๆ ในโพสต์ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร และ ๗) ควรตอบ Comment อย่างรวดเร็ว ซึ่งหากใช้ Artificial Intelligence (AI) ตอบอัตโนมัติ อาจสร้างความหงุดหงิดกับประชาชน โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดของสื่อสังคมออนไลน์คือการมีปฏิสัมพันธ์ว่าทำอย่างไรให้ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์กับทางเพจ

#### **๒. การจัดทำ Media Plan เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน**

- ควรจัด Workshop ให้กองที่รับผิดชอบแต่ละภารกิจชี้แจงวัตถุประสงค์ของภารกิจงานและกิจกรรมตลอดทั้งปี รวมถึงห้วงเวลาที่จะจัดแต่ละกิจกรรมและรูปแบบที่ต้องการให้ช่วยประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม ได้จัดวาง slot กิจกรรมของแต่ละภารกิจตลอดทั้งปี เพื่อให้แต่ละส่วนงานภารกิจไม่ทับซ้อนกันในช่วงเวลาเดียวกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- ควรจัดทำตัวชี้วัดแต่ละกิจกรรม (Key Performance Indicator : KPI) เพื่อนำไปประเมินและพัฒนากิจกรรมต่อไป

- แนะนำให้เชิญวิทยากรด้าน Social Platform และ Line Certify มาให้ความรู้ด้านการทำการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ หลักการของการสื่อสารด้านการตลาด ๓ เป้าหมาย ๑. การรับรู้ (Inform) ๒. การ

แจ้งเตือน (Remind) ๓. การชักชวนให้เข้าร่วม (Persuade) ซึ่งการจะทำให้ประชาชนได้ประโยชน์มากกว่าการรับรู้  
ควรมีผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำปรึกษา

### ๓. การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง TikTok

- การจัดทำ TikTok ควรใส่รูปโลโก้กรมการค้าภายในตั้งแต่ต้นและจบคลิปวิดีโอ หรือมีการ  
โปรยคำช่วงต้นคลิปวิดีโอว่าเป็นกรมการค้าภายใน เพื่อให้ประชาชนเห็นความแตกต่างจากคลิปวิดีโอทั่วไป

- ควรมีคลิปวิดีโอแนะนำเกี่ยวกับ TikTok ไม่ใช่...เล่นๆ by DIT เพื่อให้ประชาชนรับทราบว่า  
เป็นการสื่อสารจากกรมการค้าภายใน และทราบกรอบข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่

- คลิปวิดีโอควรสะอาดตาและจุดประกายคนดูตั้งแต่ ๕ วินาทีแรก และควรมีคลิปวิดีโอ Viral ที่  
เป็นกระแสความนิยม ซึ่งการทำให้เกิด Viral ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากปัจจุบันมีการผลิตคลิปวิดีโอจำนวนมาก และ  
ประชาชนมีความหลากหลายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาเพื่อปรับการดำเนินงานด้านการ  
ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนต่อไป

\*\*\*\*\*

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน  
กรมการค้าภายใน