

รายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานดำเนินงานร่วมกับที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ 1/2567

วันที่ 22 เมษายน 2567

ณ ห้องประชุม 21104 ชั้น 11 กรมการค้าภายใน

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรม
<p>- ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ Tik Tok กรมการค้าภายใน ปี 2566</p>	<p>- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน</p> <p>- ประชาชนทั่วไปที่ติดตาม Facebook และ Tiktok กรมการค้าภายใน</p>	<p>ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการในเรื่องอื่นๆ ดังนี้</p> <p>1. การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook กรมการค้าภายใน DIT</p> <p>- กรมการค้าภายในมีภารกิจหลากหลายด้าน ควรแบ่งเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นเรื่องๆ ไปในแต่ละช่องทาง ทั้งนี้ หากดูว่าการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการสร้างภาระให้กับผู้ดูแลระบบ (Admin) ก็ให้แบ่งเนื้อหาภารกิจตามวัน</p> <p>- ข้อเสนอแนะในการปรับ Facebook กรมการค้าภายใน DIT ให้สื่อสารกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีดังนี้ 1) ต้องสร้างกิจกรรมเพื่อเชิญชวนประชาชนเข้ามาติดตาม 2) ให้ผู้ติดตามเพจรับทราบว่าแต่ละวันทางกรมการค้าภายในจะนำเสนอประเด็นอะไร 3) ควรแบ่งธีมสีและสโลแกนแต่ละภารกิจ 4) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็น Infographic หรือเป็นรูปแบบให้ภาพเล่าเรื่อง เนื่องจากมีความสั้น กระชับ และเข้าใจได้ง่าย 5) หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาทางการ 6) ควรใส่เนื้อหาเกริ่นแบบสั้นๆ ในโพสต์ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร และ 7) ควรตอบ Comment อย่างรวดเร็ว</p>	<p>ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ Tik Tok กรมการค้าภายใน (1 ตุลาคม 2565 - 30 กันยายน 2566)</p> <p>1.1 ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook : กรมการค้าภายใน DIT</p> <p>มีการปรับเนื้อหาในการเผยแพร่ภารกิจของกรมผ่านช่องทาง Facebook กรมการค้าภายใน DIT ดังนี้</p> <p>1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็น Infographic ใช้ภาษาเพื่อให้กระชับ เข้าใจง่าย</p> <p>2) ใช้ Hashtag (#) เช่น #ราคาสินค้าเกษตร #พาณิชย์ลดราคา #ตลาดต้องชม #หมู่บ้านทำมาค้าขาย #กรมการค้าภายใน #กระทรวงพาณิชย์ #DIT #MOCThailand #MOC เป็นต้น</p> <p>3) กำหนดเผยแพร่เนื้อหาภารกิจประจำวัน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - วันจันทร์ เรื่องสินค้าเกษตร - วันอังคาร เรื่องการลดภาระค่าครองชีพ - วันพุธ เรื่องการรักษาสิทธิผู้บริโภค - วันพฤหัสบดี เรื่องซื้ไปสินค้าลดราคา - วันศุกร์ เรื่องส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก <p>4) มีการตอบคำถาม โต้ตอบ คอมเมนต์ของประชาชนอยู่เสมอ</p> <p>5) มีการจัดกิจกรรมเล่นเกมส์ตอบคำถามชิงรางวัล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน</p>

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรม
		<p>2. การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง TikTok</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดทำ TikTok ควรใส่รูปโลโก้กรมการค้าภายในตั้งแต่ต้นและจนจบคลิปวิดีโอ หรือมีการโปรยคำช่วงต้นคลิปวิดีโอว่าเป็นกรมการค้าภายใน - ควรมีคลิปวิดีโอแนะนำเกี่ยวกับ TikTok ไม่ใช่...เล่นๆ by DIT เพื่อให้ประชาชนรับทราบว่าเป็นการสื่อสารจากกรมการค้าภายใน และทราบกรอบข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่ - คลิปวิดีโอควรสะดุดตาและจุดประกายคนดูตั้งแต่ 5 วินาทีแรก และควรมีคลิปวิดีโอ Viral ที่เป็นกระแสความนิยม ซึ่งการทำให้เกิด Viral ไม่ใช่เรื่องง่ายเนื่องจากปัจจุบันมีการผลิตคลิปวิดีโอจำนวนมาก และประชาชนมีความหลากหลายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ 	<p>2.1 ผลการดำเนินการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง TikTok : ไม่ใช่เล่นๆ By DIT</p> <p>จากข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน จึงได้มีการปรับปรุงช่อง TikTok : ไม่ใช่เล่นๆ By DIT ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เปลี่ยนชื่อช่องจากเดิมที่ใช้ชื่อว่า ไม่ใช่เล่น เป็น ไม่ใช่เล่นๆ By DIT เพื่อให้ทราบเป็นช่องของกรมการค้าภายใน แต่ก็ยังไม่เป็นทางการมาก เพื่อให้เข้าถึงง่าย 2) ทำคอนเทนต์วิดีโอ โดยกำหนดให้เป็นรูปแบบไลฟ์ สไตล์เล่าเรื่องภารกิจกรม ที่สนุกสนาน เนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย <p>นอกจากนี้ กรมการค้าภายในยังได้สนับสนุนผู้ประกอบการจากโครงการ Farm Outlet หมู่บ้านทำมาค้าขาย เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่าน แพลตฟอร์ม TikTok ได้แก่ ส่งเสริมให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นการจัดทำคอนเทนต์ของร้านค้าผู้ประกอบการ และสนับสนุนการจัดทำคอนเทนต์ในรูปแบบ Infographic เพื่อให้ร้านค้าผู้ประกอบการสามารถนำไปเผยแพร่ ผ่านช่องทางต่างๆ ของตนได้สนับสนุนสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น รม ถุงผ้า เพื่อให้ทางร้านค้าผู้ประกอบการนำไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย</p>
- ผลการดำเนินงานรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายในผ่านช่องทาง Tik Tok ปี 2566	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไปที่ติดตาม Facebook และ Tiktok กรมการค้าภายใน	<p>ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะกับโครงการกิจกรรมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เนื่องจากโครงการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ระบุดูครอบคลุมทุกภารกิจของกรมการค้าภายใน ควรพิจารณาให้ประชาชนส่งเข้าประกวดให้สอดคล้อง 	<p>ผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ 2566</p> <p>กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok</p> <p>กรมการค้าภายในได้ดำเนินการจัดกิจกรรมตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ภายใต้หัวข้อ DIT ชี้เป้า โดยให้ประชาชนส่งประกวด</p>

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรม
	<p>- ประชาชนผู้ส่งผลงานเข้าร่วมการประกวด</p>	<p>ภารกิจของกรมการค้าภายใน</p> <p>2) ควรระบุตัวชี้วัดว่ามีเป้าหมายอย่างไร เพื่อเป็นการประเมินถึงผลความสำเร็จของโครงการได้อย่างชัดเจน รวมทั้งนำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป</p> <p>3) ควรพิจารณาการกำหนดเนื้อหาในคลิปวิดีโอว่า ต้องใส่โลโก้ของกรมการค้าภายใน หรือมีคีย์เวิร์ด และเนื้อหาที่จำเป็นต้องใส่ในคลิปวิดีโอ เพื่อให้ทราบว่าคลิปวิดีโอแตกต่างจากคลิปวิดีโอที่ประชาชนลงใน Tiktok และเพื่อความถูกต้องของเนื้อหา</p> <p>4) ควรปรับวัตถุประสงค์และผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการให้ชัดเจนและสามารถวัดผลได้</p>	<p>คลิปวิดีโอแบบสั้นความยาวไม่น้อยกว่า 30 วินาที ลงช่อง TikTok เพื่อชิงรางวัล ตามหัวข้อ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ตลาดต้องชม เพื่อให้ประชาชนรู้จักตลาดภายใต้โครงการตลาดต้องชมและกระตุ้นให้หันมาท่องเที่ยวและสนับสนุนสินค้าชุมชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นโครงการที่กรมฯ สนับสนุนให้เป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว นำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน การปิดป้ายราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคมีความรู้และรู้จักพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง และให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมทางการค้า การสังเกตเครื่องชั่ง เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับการสังเกตเครื่องชั่ง ช่วยกันสอดส่องดูแลพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง <p>ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> เพิ่มระดับและขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้รับทราบโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของกรมการค้าภายใน การรักษาความเป็นธรรมทางการค้า สิทธิของผู้บริโภค และการรักษาสิทธิของผู้บริโภค โดยมีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดจำนวน 120 ผลงาน จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 100 ผลงาน ประชาชนสามารถต่อยอดถ่ายทอดความรู้เรื่องของโครงการตลาดต้องชม ตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวในตลาดต้องชม เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก รู้จักการรักษาความเป็นธรรมทางการค้า

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรม
			<p>การรักษาสิทธิของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการร้องเรียนของกรมการค้าภายใน เมื่อพบการกระทำที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 และให้ประชาชนสังเกตเครื่องชั่งก่อนซื้อสินค้า ตามพระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ.2542</p> <p>3. เพิ่มช่องทางในการสร้างการรับรู้ภารกิจต่างๆ ของกรมการค้าภายใน และช่องทางรณรงค์และประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยคลิปวิดีโอที่ส่งเข้าประกวดผ่านช่องทาง TikTok จะต้องติด #DITonTikTok #DITชี้เป้า #กรมการค้าภายใน #ตลาดต้องชม #ปิดป้ายราคา #เครื่องชั่งเที่ยงตรง ซึ่งตลอดกิจกรรมมียอดวิวคลิปวิดีโอรวมทั้งสิ้น 11,629,510 วิว และยอดโลก์คลิปวิดีโอรวมทั้งสิ้น 119,146 โลก์ และมียอดวิวจากการติด Hashtag (#) รวมทั้งสิ้น 76.4 ล้านวิว จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ ยอดวิวคลิปวิดีโอ 1,000,000 วิว ยอดโลก์คลิปวิดีโอ 30,000 โลก์ และยอดวิวจากการติด Hashtag (#) 6,000,000 วิว</p>
<p>- แนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567</p>	<p>- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายเยาวชน นักเรียนระดับประถมศึกษา เขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 4 โรงเรียน</p>	<p>คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน เสนอแนะให้มีการดำเนินการ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดกิจกรรม onsite จำนวน 4 โรงเรียน อาจไม่สามารถทำให้เกิดผลกระทบและสร้างการรับรู้ได้ในวงกว้าง 2. ควรเพิ่มการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างกลุ่มคนยุค Gen Z ซึ่งเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษา และกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนในวงกว้างมากขึ้น 3. ตัวชี้วัดของการจัดกิจกรรม โดยระบุให้มี 	<p>คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการ โดยกรมฯ รับข้อเสนอนแนะของคณะที่ปรึกษา ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งแนวทางการดำเนินงานอื่นๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Social Media ทุกแพลตฟอร์ม มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน การเข้าถึงทุกแพลตฟอร์มเป็นเรื่องที่ดี แต่กรมต้องมีความพร้อม มีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล (Admin) ที่คอย monitor ให้มีการตอบโต้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา 2) Social Media แต่ละแพลตฟอร์ม มีรูปแบบการ

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกรม
		<p>ความรู้ความเข้าใจร้อยละ 80 ซึ่งไม่มีความชัดเจน จึงควรระบุถึงจำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ชัดเจน และสัดส่วนจำนวนโรงเรียนที่จัดกิจกรรมควรมีความสอดคล้องกับจำนวนโรงเรียนทั้งหมด และกำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกโรงเรียนที่จัดกิจกรรม</p> <p>4. เห็นควรกำหนดรูปแบบกิจกรรมให้ชัดเจนว่าเป็นรูปแบบ hybrid (onsite และ online) เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารทางออนไลน์มีผลต่อการเข้าถึงมากขึ้น</p> <p>5. ตัวชี้วัดที่วัดที่ใช้ในการวัดผลการรู้จักรักษาสิทธิของตน ตามภารกิจกรมการค้าภายใน ควรวัดจากข้อร้องเรียนราคาสินค้าและบริการ</p> <p>6. กำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้และเชิญชวนโรงเรียนระดับประถมศึกษาทั่วประเทศ ส่งประกวดแนวคิดการจัดกิจกรรม แนวคิดรณรงค์ หรือแนวคิดการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ</p> <p>7. การจัดกิจกรรมหากกรมมีงบประมาณที่จำกัด กรมสามารถขอความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เรื่องการจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดกิจกรรมร่วมกัน</p> <p>8. ควรมีการสนับสนุนนโยบาย Soft Power โดยการเชื่อมโยงเข้าไปให้กิจกรรมที่กรมจะดำเนินการ รวมถึงใช้เครือข่ายจากผู้ติดตาม Social Media ในการร่วมเป็นกรรมการตัดสินการประกวดต่างๆ ของกรม</p>	<p>นำเสนอ Content ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องผลิต Content ที่เข้ากับแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>กรมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษา ไว้พิจารณาเพื่อปรับการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนต่อไป</p>



บันทึกข้อความ

ห้องรองอธิบดี
(ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)
เลขที่ 2220 เวลา 17.38
วันที่ 23 เม.ย. 2567

ส่วนราชการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม โทร. ๕๖๒๑

ที่ พณ ๐๔๑๐/๑๐๒๓ วันที่ ๒๓ เมษายน ๒๕๖๗

เรื่อง สรุปรายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗

เรียน รองอธิบดี (ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)

ประธานคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ตามที่ ได้มีการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนของกรมการค้าภายใน และร่วมกำหนดแนวทางการจัดทำแผนการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗ นั้น

ฝ่ายเลขานุการ ได้จัดทำรายงานการประชุมฯ เรียบร้อยแล้ว (รายละเอียดตามเอกสารแนบ) และเห็นควรจัดส่งให้คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะทำงานดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐด้านการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (PMQA) พิจารณาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความเห็นชอบรายงานการประชุมฯ ก่อนแจ้งเวียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน และนำไปพิจารณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

(นางมณีนุชสลิล ประเสริฐสุด)

ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน

เลขานุการคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ความเห็น/คำสั่ง

(ร้อยตรีจักรา ยอดมณี)
รองอธิบดีกรมการค้าภายใน
23 เม.ย. 2567

๓๕

24 เม.ย. 2567

เรื่องรับกลับ 24 เม.ย. 2567

รายงานการประชุม

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน

ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗

วันจันทร์ที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗

ณ ห้องประชุม ๒๑๑๐๔ ชั้น ๑๑ กรมการค้าภายใน

.....

ผู้มาประชุม

๑. ร้อยตรีจักรา ยอดมณี รองอธิบดีกรมการค้าภายใน ประธาน
๒. รศ.ดร.พีรเดช ทองอำไพ ผู้อำนวยการสถาบันคลังสมองแห่งชาติ (ผ่านระบบZOOM) ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๓. ผศ.ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม ที่ปรึกษาภาคประชาชน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร (ผ่านระบบZOOM)
๔. นายทวนชัย ศิริตันดิธรรม ผู้จัดการบริษัท ช.แหลมทองโปรดักส์ จำกัด (ผ่านระบบZOOM) ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๕. นางอารีย์ ฌรณรงค์น้อย ตัวแทนเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ (ผ่านระบบZOOM) ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๖. น.ส.พิชชาภรณ์ อาชวงค์ทิพย์ ผู้อำนวยการสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (ผ่านระบบZOOM) ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๗. น.ส.กรองแก้ว ลิ้มสกุล ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม ผู้ช่วยเลขานุการ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

ผู้ไม่มาประชุม

๑. ศ.ดร.ศักดิ์ดา ธนิตกุล อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ติดราราชการ
๒. นายไชยวัฒน์ แสงไชย ที่ปรึกษาสมาคมตลาดสดไทยและตลาดบางขุนศรี ติดภารกิจ
๓. นางมนัญชัฐสลิล ประเสริฐสุด ผู้อำนวยการกองยุทธศาสตร์และแผนงาน ติดภารกิจ

ผู้เข้าร่วมประชุม

๑. นางสาวสมศรี เมืองกระจ่าง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ รักษาการในตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต้นทุนและการกำหนดราคาสินค้า
๒. น.ส.ชินตา ชันธัตตบำรุง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๓. นางอรวรรณ รัตนพันธุ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๔. นางสาวพิศากร พิศาลกุล นักวิชาการซึ่งตวงวัดชำนาญการพิเศษ
๕. นายณัฐวัฒน์ จิตตานาสวัสดิ์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๖. นางสิริพร อัครเดชาชัย นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๗. นางสาวลักษณ์ ไวยนาคร นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๘. นางชนัญญา ตะโกนา นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๙. นางสาวอรดา เพชรทอง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ
๑๐. นายพอพันธ์ กฤดากร ณ อยุธยา นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ
๑๑. นางสาวศิตรา ธนเดชากุล นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๑๒. น.ส.วรรณชุล ลามอ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
๑๓. นางสาวอรวรรณ จันทร์เสนานนท์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๑๔. นางสาวพรชิตา ญาณนาม นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๑๕. นางสาวศิวะพร ขจรศักดิ์สิริกุล นักวิชาการเผยแพร่ชำนาญการ

๑๖. นางสาวกชพร สร้อยทอง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๑๗. น.ส.เกศรารัตน์ ศิริพัฒน์	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ
๑๘. นายอมรพงศ์ ศิริภัทรนุกูล	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
๑๙. นายยุติธรรม ภูจอมจิต	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
๒๐. นายสมปราชญ์ ภิราษร	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
๒๑. นายภานุพงษ์ ศิริไชย	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
๒๒. น.ส.พนิดา จันทะสาย	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
๒๓. นายนราเศรษฐ์ แพ่งกลิ่น	เจ้าพนักงานการพาณิชย์ปฏิบัติงาน
๒๔. น.ส.สุนิสา กองทอง	ลูกจ้างเหมาบริการ

เริ่มประชุมเวลา ๑๓.๓๐ น.

รองอธิบดีกรมการค้าภายใน (ร้อยตรีจักรา ยอดมณี) ประธานกล่าวเปิดประชุม และดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

ประธานแจ้งที่ประชุมทราบวาระการประชุม เรื่องเพื่อทราบ ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ TikTok กรมการค้าภายใน และผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok เรื่องเพื่อพิจารณา พิจารณาให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนา กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ รวมถึงขอหารือเพิ่มเติมเรื่องการใช้ Social media ที่มีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างจากที่กรมการค้าภายในมีอยู่ เช่น Instagram , X (twitter)

ที่ประชุมรับทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒ เรื่องการรับรองรายงานการประชุม

ฝ่ายเลขานุการได้นำรายงานผลการดำเนินงานประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๕ ซึ่งฝ่ายเลขานุการได้จัดส่งให้คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะทำงานดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐของกรมการค้าภายในพิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ ๑๓ ธันวาคม ๒๕๖๕ และไม่มีผู้ใดแจ้งขอแก้ไขมาภายในเวลาที่กำหนด

ที่ประชุมพิจารณาแล้ว รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๖ โดยไม่มีข้อแก้ไข

ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเพื่อทราบ

ฝ่ายเลขานุการ ได้รายงานผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ TikTok กรมการค้าภายใน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖) ให้ที่ประชุมทราบ

วาระที่ ๓.๑ ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ TikTok กรมการค้าภายใน (๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๖)

วาระที่ ๓.๑.๑ ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook : กรมการค้าภายใน DIT จากข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน จึงได้มีการปรับเนื้อหาในการเผยแพร่ภารกิจของกรมการค้าภายใน ผ่านช่องทาง Facebook กรมการค้าภายใน DIT ดังนี้

- ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็น Infographic โดยการหลีกเลี่ยงภาษาทางราชการ เพื่อให้กระชับ เข้าใจง่าย

- มีการกำหนดให้ใช้ Hashtag (#) เช่น #ราคาสินค้าเกษตร #พาณิชย์ลดราคา #ตลาดต้องชม #หมู่บ้านทำมาค้าขาย #กรมการค้าภายใน #กระทรวงพาณิชย์ #DIT #MOCThailand #MOC เป็นต้น

- กำหนดให้มีการเผยแพร่เนื้อหาภารกิจประจำวัน ดังนี้

- วันจันทร์ เรื่องสินค้าเกษตร
- วันอังคาร เรื่องการลดภาระค่าครองชีพ
- วันพุธ เรื่องการรักษาสิทธิผู้บริโภค
- วันพฤหัสบดี เรื่องซ้เข้าสินค้าลดราคา
- วันศุกร์ เรื่องส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก

- มีการตอบคำถาม ได้ตอบ คอมเมนต์ของประชาชนอยู่เสมอ

- มีการจัดกิจกรรมเล่นเกมสตอบคำถามชิงรางวัล เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน

วาระที่ ๓.๑.๒ ผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง TikTok : ไม่ใช่เล่นๆ By DIT จากข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน จึงได้มีการปรับปรุงช่อง TikTok : ไม่ใช่เล่นๆ By DIT ดังนี้

- เปลี่ยนชื่อช่องจากเดิมที่ใช้ชื่อว่า ไม่ใช่เล่น เป็น ไม่ใช่เล่นๆ By DIT เพื่อให้ทราบเป็นช่องของกรมการค้าภายใน แต่ก็ยังไม่เป็นทางการมาก เพื่อให้เข้าถึงง่าย

- ทำคอนเทนต์วิดีโอ โดยกำหนดให้เป็นรูปแบบไลฟ์สไตล์เล่าเรื่องภารกิจกรม ที่สนุกสนาน เนื้อหากระชับ เข้าใจง่าย

นอกจากนี้ กรมการค้าภายในยังได้สนับสนุนผู้ประกอบการจากโครงการ Farm Outlet หมู่บ้านทำมาค้าขาย เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่าน แพลตฟอร์ม TikTok ดังนี้

- ส่งเสริมให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นการจัดทำคอนเทนต์ ของร้านค้าผู้ประกอบการ
- สนับสนุนการจัดทำคอนเทนต์ ในรูปแบบ Infographic เพื่อให้ร้านค้าผู้ประกอบการสามารถนำไปเผยแพร่ ผ่านช่องทางต่างๆ ของตนได้
- สนับสนุนสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ร่ม ถุงผ้า เพื่อให้ทางร้านค้าผู้ประกอบการนำไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ TikTok กรมการค้าภายใน เกี่ยวกับแนวทางการกระตุ้นยอดวิวและยอดติดตามให้เพิ่มมากขึ้น

ที่ประชุมชี้แจงรายละเอียดผลการดำเนินงานการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในช่องทาง Facebook และ TikTok กรมการค้าภายใน

ที่ประชุมรับทราบ

วาระที่ ๓.๒ ผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok

ฝ่ายเลขานุการ ได้รายงานผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ให้ที่ประชุมรับทราบ ดังนี้

กรมการค้าภายในได้ดำเนินการจัดกิจกรรมตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ภายใต้หัวข้อ DIT ซี้เป้า โดยให้ประชาชนส่งประกวดคลิปวิดีโอแบบสั้นความยาวไม่น้อยกว่า ๓๐ วินาที ลงช่อง TikTok ตามหัวข้อ ดังนี้

๑. ตลาดต้องชม เพื่อให้ประชาชนรู้จักตลาดภายใต้โครงการตลาดต้องชมและกระตุ้นให้หันมาท่องเที่ยว และสนับสนุนสินค้าชุมชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นโครงการที่กรมฯ สนับสนุนให้เป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว นำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจท้องถิ่น มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

๒. การปิดป้ายราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคมีความรู้และรู้จักพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง และให้ผู้ประกอบการมีจริยธรรมทางการค้า

๓. การสังเกตเครื่องชั่ง เพื่อให้ประชาชนผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับการสังเกตเครื่องชั่ง ช่วยกันสอดส่องดูแลพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของตนเอง

กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ภายใต้หัวข้อ DIT ซี้เป้า ดำเนินการดังนี้

๑. ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และเชิญชวนให้ประชาชนเข้าร่วมการประกวด

๒. จัดทำช่องทางรับสมัครส่งผลงานเข้าประกวดออนไลน์ผ่าน Google form เพื่อให้ประชาชนที่สนใจสมัครและรับรู้เงื่อนไขต่างๆ ก่อนการส่งผลงานเข้าประกวด โดยเริ่มรับผลงานเข้าประกวดตั้งแต่วันที่ ๗ เมษายน ถึง ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๖ มีผู้สมัครและส่งผลงานทั้งสิ้น จำนวน ๑๒๐ ผลงาน

๓. การตัดสินคลิปวิดีโอที่ส่งเข้าประกวด โดยใช้เกณฑ์การตัดสินจากยอดวิวรวมกับยอดไลค์ มี ๒ ประเภทรางวัล รวมทั้งสิ้น ๑๑ รางวัล ดังนี้

๓.๑ รางวัล คลิปวิดีโอยอดเยี่ยม จำนวน ๑ รางวัล รางวัลละ ๑๐,๐๐๐ บาท

๓.๒ รางวัล คลิปวิดีโอยอดเยี่ยม จำนวน ๑๐ รางวัล รางวัลละ ๓,๐๐๐ บาท

โดยรางวัลคลิปวิดีโอยอดเยี่ยม ยอดวิวรวมยอดไลค์จำนวน ๕,๙๒๔,๑๐๐ ครั้ง โดยจัดทำเรื่องตลาดจริงใจมาร์เก็ต จ.เชียงใหม่ / การสังเกตเครื่องชั่ง

ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม

๑. เกิดการเพิ่มระดับและขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้รับทราบโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของกรมการค้าภายใน การรักษาความเป็นธรรมทางการค้า สิทธิของผู้บริโภค และการรักษาสิทธิของผู้บริโภค โดยมีผู้ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดจำนวน ๑๒๐ ผลงาน จากเป้าหมายที่ตั้งไว้ ๑๐๐ ผลงาน

๒. ประชาชนสามารถต่อยอดถ่ายทอดความรู้เรื่องของโครงการตลาดต้องชม ตลาดในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน เชิญชวนให้ไปท่องเที่ยวในตลาดต้องชม เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก รู้จักการรักษาความเป็นธรรมทางการค้า การรักษาสิทธิของผู้บริโภค รวมถึงช่องทางการร้องเรียนของกรมการค้าภายใน เมื่อพบการกระทำที่ไม่เป็นธรรมทางการค้า ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.๒๕๔๒ และให้ประชาชนสังเกตเครื่องชั่งก่อนซื้อสินค้า ตามพระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ.๒๕๔๒

๓. เพิ่มช่องทางในการสร้างการรับรู้ภารกิจต่างๆ ของกรมการค้าภายใน และช่องทางรณรงค์และประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยคลิปวิดีโอที่ส่งเข้าประกวดผ่านช่องทาง TikTok จะต้องติด #DITonTikTok #DITซี้เป้า #กรมการค้าภายใน #ตลาดต้องชม #ปิดป้ายราคา #เครื่องชั่งเที่ยงตรง ซึ่งตลอดกิจกรรมมียอดวิวคลิปวิดีโอรวมทั้งสิ้น ๑๑,๖๒๙,๕๑๐ วิว และยอดไลค์คลิปวิดีโอรวมทั้งสิ้น ๑๑๙,๑๔๖ ไลค์

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๖ กิจกรรมการประกวดออนไลน์ผ่านช่องทาง TikTok ดังนี้

- ศิลปที่ส่งเข้าประกวดเรื่องตลาดต้องชมควรมีการสอดแทรกประเด็นที่เกี่ยวกับกรมการค้าภายใน เช่น ราคายุติธรรม เครื่องชั่งมาตรฐาน การปิดป้ายแสดงราคา เป็นต้น เพื่อให้แตกต่างจากศิลปินำเที่ยวทั่วไป และกรมการค้าภายในสามารถยกระดับการรับรองให้ตลาดที่ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อเป็นเครื่องหมายการันตีให้กับประชาชน

- การกำหนดตัวชี้วัดหรือเป้าหมาย ควรกำหนดให้ชัดเจน เพื่อหลังการจัดกิจกรรมจะเห็นผลการดำเนินการที่ชัดเจน

ที่ประชุมรับทราบ/ประธานเห็นด้วยกับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ และรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องเพื่อพิจารณา

ประธานแจ้งที่ประชุมว่า ร่างโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน พ.ศ. ๒๕๖๗ จะจัดกิจกรรมรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (ระดับประถมศึกษา) ภายใต้แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยจะจัดเป็นกิจกรรม onsite จำนวน ๔ โรงเรียน จึงสอบถามความเห็นคณะที่ปรึกษาฯ เกี่ยวกับแนวทางที่จะทำให้นโยบายดังกล่าวขยายไปกว้างขวางมากกว่ากลุ่มนักเรียน

ฝ่ายเลขานุการ ได้นำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ให้ที่ประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ได้พิจารณาให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาปรับปรุง แก้ไข เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานของกรมฯ ต่อไป

โครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ พิจารณาจัดทำโครงการภายใต้แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยการรณรงค์ให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ รู้จักรักษาสิทธิในการซื้อสินค้าและบริการ ซื้อสินค้าและบริการอย่างมีเหตุผล รู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมต้องรู้ช่องทางร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ รวมทั้งมีความรอบรู้เกี่ยวกับภารกิจของกรมการค้าภายใน เช่น การดูแลผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ (พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.๒๕๔๒) การดูแลเครื่องชั่งน้ำหนักและหีบห่อสินค้า (พระราชบัญญัติว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ.๒๕๔๒) เพื่อให้เยาวชนสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ปกครอง พี่น้อง เพื่อนและบุคคลทั่วไป เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดเอาเปรียบจากการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งครอบคลุมทั่วประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าตามภารกิจหลักของกรมการค้าภายในให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม

๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้แก่ภาคประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค รวมทั้งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองในระดับที่มากขึ้น

๒. เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน ให้เยาวชนผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น ภายใต้แนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เพื่อเป็นผู้บริโภคยุคใหม่ที่สามารถลดภาระค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน

๓. เพื่อสร้างเครือข่ายและขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน

๔. เพื่อสร้างเครือข่ายในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การรักษาความเป็นธรรมทางการค้าและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายใน ไปยังกลุ่มเยาวชน

การดำเนินงาน

๑. กำหนดพื้นที่เป้าหมาย โดยการคัดเลือกโรงเรียนในพื้นที่ใกล้กระทรวงพาณิชย์ จัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ให้เยาวชนรู้จักการรักษาสิทธิผู้บริโภคแนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” จำนวน ๔ แห่ง

๒. นำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรม และเนื้อหาความรู้ ออกแบบสื่อการเรียนรู้ และประโยชน์ที่จะได้รับจากกิจกรรม ประกอบด้วยประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ได้แก่ กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะกฎหมายในส่วนที่กรมการค้าภายในดูแลรับผิดชอบ เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.๒๕๕๒ เกี่ยวกับการปิดป้ายแสดงราคา การกักตุนสินค้า การขายสินค้าเกินราคา การจงใจขายสินค้าราคาถูกหรือแพงเกินสมควร ทำให้ปั่นป่วนซึ่งราคาสินค้า การปฏิเสธการจำหน่าย พระราชบัญญัติว่าด้วยมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ.๒๕๕๒ เกี่ยวกับการโกงตาชั่ง และมาตรฐานเครื่องชั่งตวงวัด และการแสดงปริมาณสินค้าหีบห่อ และช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า

๓. ออกแบบ จัดทำวัสดุ และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ในความรับผิดชอบและส่งเสริมของกรมการค้าภายในเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดค่าครองชีพให้ประชาชนผู้บริโภคได้รับทราบ เช่น โครงการธงฟ้าราคาประหยัด โครงการร้านธงฟ้าพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โครงการตลาดต้องชม โครงการหัวจ่ายเชื้อเพลิงมาตรฐาน เป็นต้น รวมถึงสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมรณรงค์ เช่น ป้ายไววิลแบ็คดริอป เป็นต้น

๔. เชิญชวนเยาวชนให้มีส่วนร่วมไปกับกิจกรรม เช่น เล่นเกมส์ชิงรางวัล, สแกน QR code เพื่อกดไลก์เฟซบุ๊กแฟนเพจของกรม, Youtube : DIT Channel Tiktok : ไม่ใช่เล่นๆ By DIT เป็นต้น

๕. จัดทำเครื่องมือประเมินวัดผลความเข้าใจเรื่องรักษาสิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ แนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” และกิจกรรมของกรมการค้าภายใน ในกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการและประชาชนที่เยาวชนนำความรู้ไปเผยแพร่

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้การรักษาสินค้าและบริการ
๒. เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ สามารถเป็นพลังเครือข่ายที่เข้มแข็งในการช่วยตรวจสอบดูแลและปกป้องผลประโยชน์ของตนเองในด้านราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมทางการค้า

๓. ประชาชนผู้บริโภคได้รับความรู้เรื่องสิทธิของผู้บริโภคและสามารถรักษาสินค้าและบริการของตนเองมากขึ้น

๔. ประชาชนรับทราบและมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ของกรมการค้าภายในที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งเกิดการรับรู้และเข้าใจแนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เป็นผู้บริโภคยุคใหม่ที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป สามารถลดภาระค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน โดยมีโครงการฯ ของกรมการค้าภายในเป็นเครื่องมือ

๕. กลุ่มเป้าหมายภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกรมการค้าภายใน และเป็นเครือข่ายของกรมการค้าภายในต่อไป

ตัวชี้วัด

๑. เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ ๘๐ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการรักษาสินค้าและบริการ แนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้”

๒. เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ ๘๐ นำความรู้สิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ และแนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ไปเผยแพร่ให้กับผู้ปกครอง ญาติ หรือเพื่อน

จากเดิม เช่น Instagram , X (twitter) จึงอยากขอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากคณะที่ปรึกษา ถึงแนวทางการดำเนินงานที่จะเพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่าน Social Media ในช่องทางอื่นๆ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการในเรื่องอื่นๆ ดังนี้

- Social Media ทุกแพลตฟอร์ม มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน การเข้าถึงทุกแพลตฟอร์มเป็นเรื่องที่ดี แต่กรมต้องมีความพร้อม มีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล (Admin) ที่คอย monitor ให้มีการตอบโต้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา

- Social Media แต่ละแพลตฟอร์ม มีรูปแบบการนำเสนอ Content ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องผลิต Content ที่เข้ากับแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาเพื่อปรับการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนต่อไป

เลิกประชุมเวลา ๑๕.๐๐ น.

นางสาวพรชิตา ญาณนาม
นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ
ผู้จตุรงานการประชุม
นางสาวกรองแก้ว ลิ้มสกุล
ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการมีส่วนร่วม
ผู้ตรวจรายงานการประชุม