

รายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ 1/2568

วันจันทร์ที่ 24 มีนาคม 2568

ณ ห้องประชุม 20610 ชั้น 6 กรมการค้าภายใน

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
- ผลการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Social Media)	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป ที่ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการค้าภายใน	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินการในเรื่อง Social Media ดังนี้ - Social Media ทุกแพลตฟอร์ม มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน การเข้าถึงทุกแพลตฟอร์มเป็นเรื่องที่ดี แต่กรมต้องมีความพร้อม มีเจ้าหน้าที่ผู้ดูแล (Admin) ที่คอย monitor ให้มีการตอบโต้อย่างรวดเร็วตลอดเวลา - Social Media แต่ละแพลตฟอร์ม มีรูปแบบการนำเสนอ Content ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องผลิต Content ที่เข้ากับแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อให้เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมาย	- ผลการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Social Media) กรมฯ มีการจัดทำช่องทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์ม X และ Instragram ตามข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน โดยผลิตคอนเทนต์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม ดังนี้ 1. X : dit_moc ดำเนินการโดยใช้ข้อความสั้น กระชับ จัดทำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ แนวโน้มราคาสินค้าโดยเฉพาะราคาสินค้าเกษตร การควบคุมราคาสินค้า และมาตรการช่วยเหลือต่างๆ รวมถึงสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคที่ประชาชนให้ความสนใจ แชร์ข่าวสำคัญ และประเด็นที่เป็นกระแสที่เกี่ยวข้องกับกรมการค้าภายใน นอกจากนี้ยังมีการใช้ #แฮชแท็ก เพื่อช่วยให้เข้าถึงง่าย เช่น #ราคาสินค้า #กรมการค้าภายใน #DTI #ของแพง 2. Instragram : department_of_internal_trade ดำเนินการโดยสื่อสารผ่านรูปภาพ อินโฟกราฟฟิกและรูปแบบวิดีโอสั้น (Reels) โดยมีการจัดทำเนื้อหา เช่น สรุปราคาสินค้า อธิบายเหตุผลถึงการขึ้นลงของราคาสินค้า มาตรการช่วยเหลือต่างๆ จากหน่วยงาน สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค รวมถึงการรีวิวตลาด รีวิวสินค้าในความส่งเสริมของกรมการค้า

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
			ภายใน และแนะนำช่องทางการร้องเรียนหากประชาชนไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้การดำเนินการของทั้ง 2 แพลตฟอร์ม ขณะนี้อยู่ระหว่างปรับปรุง พัฒนาคอนเทนต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และตรงกับแต่ละแพลตฟอร์ม
- ผลการดำเนินงานของกรมการค้าภายในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ซึ่งจัดกิจกรรมตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ในกิจกรรมรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (ระดับประถมศึกษา) ภายใต้แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อประหยัดใช้”	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป ที่ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการค้าภายใน - นักเรียนเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะกับโครงการกิจกรรมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้ - ควรเพิ่มการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างกลุ่มคนยุค Gen Z ซึ่งเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษา และกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่ากลุ่ม Gen Z มีความเห็นที่ส่งผลต่อกลุ่มคนหลายรุ่นในครอบครัว โดยจัดกิจกรรมให้สะท้อนถึงภารกิจของกรมการค้าภายใน เช่น จัดประกวดแนวคิด วิธีการจัดการผู้ที่ปฏิเสธการขาย ผู้ค้าที่โกงตาชั่ง ในกลุ่มเยาวชน ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบใหม่ๆ - ตัวชี้วัดของการจัดกิจกรรม โดยการระบุให้มีความรู้ความเข้าใจร้อยละ 80 ไม่มีความชัดเจน จึงควรระบุถึงจำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ชัดเจน และสัดส่วนจำนวนโรงเรียนที่จัดกิจกรรมควรมีความสอดคล้องกับจำนวนโรงเรียนทั้งหมด นอกจากนี้ ควรกำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกโรงเรียนที่จัดกิจกรรม	กิจกรรม “เด็กจิ๋ว ขวนซ้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยกรมฯ ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้ 1. ผลิตสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบคลิปวิดีโอ Animation โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อประหยัดใช้” ได้แก่ การปิดป้ายแสดงราคา ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ.2542 และเกี่ยวกับการโกงตาชั่ง การแสดงปริมาณสินค้าหีบห่อตามพระราชบัญญัติว่าด้วยมาตรชั่งตวงวัด พ.ศ.2542 รวมถึงช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน 1569 เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา ผ่านตัวการ์ตูนและเพื่อน รวมถึงมีตัวแทนของกรมการค้าภายใน ที่ใช้ชื่อว่า Mr.DIT 2. ผลิตเกมสื่อออนไลน์ ให้สอดคล้องกับ วิดีโอ Animation และใช้วัดผลความเข้าใจของ เยาวชน นักเรียน หลังจากดูสื่อการเรียนรู้ ซึ่งเกมสื่อออนไลน์ ที่กรมการค้าภายในผลิต นอกจากใช้วัดผลความเข้าใจแล้ว ยังให้ เยาวชนนักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการป้องกันไม่ให้ตนเองถูกเอารัดเอาเปรียบในการซื้อสินค้าและบริการ และยังสามารถส่งต่อ

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
		- เห็นควรกำหนดรูปแบบกิจกรรมให้ชัดเจนว่าเป็นรูปแบบ hybrid (onsite และ online) เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารทางออนไลน์มีผลต่อการเข้าถึงมากขึ้น - เพื่อให้การจัดกิจกรรมส่งผลกระทบต่อกลุ่มประชาชนในวงกว้าง กรมฯ สามารถดำเนินการโดยการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้คือ การรู้จักสิทธิผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ โดยให้นักเรียนระดับประถมศึกษาเป็นผู้ขับเคลื่อนวัตถุประสงค์ดังกล่าว ซึ่งเพื่อให้ประชาชนรับรู้ในวงกว้างมากขึ้น กรมฯ สามารถเชิญชวนโรงเรียนระดับประถมศึกษาทั่วประเทศร่วมกันส่งประกวดแนวคิดการจัดกิจกรรม แนวคิดรณรงค์ หรือแนวคิดการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการให้รับรู้ในกลุ่มเยาวชน ทั้งนี้ กรมฯ ควรเป็นผู้คัดเลือกโรงเรียนที่นำเสนอเข้าเกณฑ์ตามที่กำหนดมากที่สุด เพื่อมอบโล่ประกาศรางวัล	กิจกรรมนี้ให้กับเพื่อน คนรู้จัก ผ่านช่องทาง Line และ Facebook อีกด้วย 3. ประชาสัมพันธ์กิจกรรม “เด็กจิ๋ว ขวนซ้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ผ่าน Influencer ที่มีผู้ติดตามเป็นกลุ่มเยาวชน นักเรียน ในช่องทาง Tiktok, Facebook Page, Youtube ได้แก่ ช่อง classicnu และ ช่องthongthing.show รวมถึงช่องทางของกรมการค้าภายใน นอกจากนี้ ยังได้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมโดยการส่งโปสเตอร์เชิญชวนร่วมกิจกรรม ไปยังโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นานทบุรีจำนวนกว่า 100 โรงเรียน เพื่อร่วมสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนในโรงเรียนเข้าถึงกิจกรรมให้มากที่สุดและได้มีการมอบโล่ประกาศเกียรติคุณให้กับ โรงเรียนวัดตาล ที่มีนักเรียนร่วมกิจกรรมสูงสุดถึง 159 คนจากนักเรียนระดับประถมศึกษาทั้งหมด 310 คน 4. กิจกรรม“เด็กจิ๋ว ขวนซ้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เริ่มให้ร่วมกิจกรรมตั้งแต่วันที่ 8-31 สิงหาคม 2567 ซึ่งมีจำนวนเยาวชน นักเรียน ที่ตอบคำถามถูกต้องตามกติกาครบถ้วน ได้รับรางวัลตุ๊กตา Art Toy จำนวน 100 รางวัลจากการสุ่มจากจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมทั้งหมด 2,862 คน <u>ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม</u> - เยาวชน นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้การรักษาสีทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการซึ่งเป็นทักษะในการดำรงชีวิต และสร้างเสริมประสบการณ์ให้รู้จักการ

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
			สังเกตก่อนซื้อสินค้า โดยวัดผลจากการร่วมกิจกรรมตอบคำถามทั้งหมด โดยพบว่าเยาวชน นักเรียนตอบคำถามถูกต้อง 4 ข้อขึ้นไป จำนวน 1,107 คน คิดเป็นร้อยละ 38.68 ของจำนวนนักเรียนที่ร่วมกิจกรรม และเยาวชน นักเรียนได้ร่วมแสดงความเห็นเกี่ยวกับการรักษาสิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ หลังจากตอบคำถาม จำนวน 1,194 คน คิดเป็นร้อยละ 41.71 - เยาวชน นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการ ได้ร่วมเป็นพลังเครือข่ายที่เข้มแข็งในการช่วยตรวจสอบดูแลและปกป้องผลประโยชน์ของตนเองในด้านราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมทางการค้า วัดผลจากการแชร์กิจกรรมทั้งหมด จำนวน 876 ครั้ง - โรงเรียนระดับชั้นประถมศึกษาได้นำสื่อการเรียนรู้ วิดีโอ Animation ไปเปิดให้นักเรียนเรียนรู้เพื่อให้นักเรียนรู้จักรักษาสิทธิของตนเอง รวมถึงรู้จักภารกิจของกรมการค้าภายในมากยิ่งขึ้น - ภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกรมการค้าภายใน และเป็นเครือข่ายของกรมการค้าภายในเพิ่มขึ้น
- แนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมภาคประชาชนของ	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน	คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะโครงการ/กิจกรรมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้	- ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษา ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
กรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ 2568	- กลุ่มเป้าหมาย นักศึกษาที่เข้าร่วม กิจกรรม จาก สถาบันอุดมศึกษา 4 สถาบัน	- ควรมีการผลิตสื่อความรู้ที่ชัดเจน เช่น เรื่อง กฎหมายของกรมการค้าภายใน เนื่องจากเนื้อหาเกี่ยวกับกฎหมายบางข้อมีความละเอียดอ่อน แต่หากนักศึกษาเข้าใจแล้วจะเป็นประโยชน์อย่างมาก - ตัวชี้วัดของการจัดกิจกรรม เช่น การเข้าร่วมเป็นสมาชิกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรม ควรเพิ่มเป็นตัวชี้วัดในการจัดกิจกรรม รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดด้านคุณภาพให้ชัดเจน เพิ่มเติมจากการกำหนดตัวชี้วัดด้านปริมาณ - ให้คำนึงถึงช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมให้ตรงกับช่วงเปิดเทอมเพื่อให้มีจำนวนนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้น - ควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ของแต่ละสถาบัน เพื่อช่วยโปรโมทกิจกรรมของกรม โดยเฉพาะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องกฎหมายของกรมการค้าภายใน สิทธิประโยชน์ผู้บริโภคให้เหมาะสมกับระดับการรับรู้ของนักศึกษาอุดมศึกษา โดยอาจสร้างแรงจูงใจด้วยผลคะแนน หรือการทำกิจกรรมร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์ตามภารกิจของกรม - ควรจัดกิจกรรมช่องทาง Online ขยายเพิ่มเติมควบคู่ไปกับกิจกรรมช่องทาง Onsite โดยสร้างคอนเทนต์เนื้อหาที่กรมต้องการสื่อสารเพื่อให้เกิด Impact และสร้างการรับรู้ในบทบาท ภารกิจของกรมมากขึ้น และในการจัดกิจกรรม onsite 1 ครั้ง อาจไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่จะ	

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
		เกิดผลกระทบได้ในวงกว้าง การดำเนินกิจกรรมใน 4 สถาบันจึงเหมาะสม - การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง TikTok ให้ดำเนินการเพิ่มเติมแบบเชิงรุกในส่วนของการกิจกรรมนโยบาย เช่น ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค การเตือนภัยสินค้าเกษตรล่วงหน้า กระแสข่าวเชิงลบ ความรู้เรื่องกฎหมายและอื่นๆ ตามภารกิจของกรม อาจเป็นในรูปแบบของละครคุณธรรมที่เป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน ละครสั้น เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยผู้สูงอายุ รวมไปถึงการร่วมเล่นเกมส์เพื่อรับของรางวัลในช่อง ซึ่งน่าจะดึงดูดความสนใจกลุ่มนักศึกษาและประชาชนทั่วไปได้มากขึ้น - การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง X และ Instagram ควรจัดให้มีกิจกรรมที่ร่วมงานกับสื่อที่มีชื่อเสียงเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรมแจกของรางวัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม - ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เพิ่มเติมและยกระดับการรับรู้ นอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมายที่เราวางไว้แค่กลุ่มนักศึกษาไปยังกลุ่มบุคลากร เจ้าหน้าที่อื่นๆ ที่อยู่ในรั้วของมหาวิทยาลัยเพิ่มเติมไปถึงกลุ่มเป้าหมายภาคประชาชน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการและเกษตรกร เนื่องจากจำนวนผู้เข้าร่วมที่ตั้งเป้าหมายไว้ไม่สอดคล้องกับจำนวนประชากรในมหาวิทยาลัย และควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมล่วงหน้า	

ประเด็นหรือเรื่องในการมีส่วนร่วม	สรุปข้อมูลของผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินการของกรม
		- สร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายโดยอาจดำเนินการเป็นกลุ่ม Line เพื่อแชร์ความรู้ เผยแพร่กิจกรรม ข่าว สารของกรม รวมถึงเป็นตัวแทนนักศึกษาหรือเครือข่ายภาคประชาชนในการสื่อสารภารกิจของกรมได้เพิ่มมากขึ้น - จัดทำแผนประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข่าวสาร ภารกิจของกรมได้อย่างชัดเจน และเป็นแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก	

รายงานการประชุม
คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน
ครั้งที่ ๑/๒๕๖๘
วันจันทร์ที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๘ เวลา ๑๓.๓๐ น.
ณ ห้องประชุม ๒๐๖๑๐ ชั้น ๖ กรมการค้าภายใน

ผู้มาประชุม

๑. นางสาวจิตรัตน์ สิริเรืองชัยภัก	ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ประธาน
๒. รศ.ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร (ผ่านระบบ ZOOM)	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๓. นางอารีย์ ณรงค์น้อย	ตัวแทนเครือข่ายอาสาธงฟ้า ๑๕๖๙ (ผ่านระบบ ZOOM)	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๔. นายทวนชัย ศิริตันดิธรรม	ผู้จัดการบริษัท ช.แหลมทองโปรดักส์ จำกัด (ผ่านระบบ ZOOM)	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๕. นายวรพจน์ แพร์ศรีมี	อดีตผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์	ที่ปรึกษาภาคประชาชน
๖. นายอภิระพล อัฐนาถ	นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการพิเศษ	ผู้แทนสำนักงาน
๗. นางสาวกนกพงศ์ อนันต์สันติวงศ์	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านกฎหมายการพาณิชย์	เลขานุการกรม
๘. นายสมบัติ หุตะเจริญ	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	ผู้แทนกองกฎหมาย
๙. นางสาววิวิสวัน บุญพุกกะนะ	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	ผู้แทนกองส่งเสริมการค้า
๑๐. นายธวัชชัย ทรัพย์สมิง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	สินค้าเกษตร ๒
๑๑. นางสาวศิรา ธนเดชากุล	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	ผู้แทนกองส่งเสริมและ
๑๒. นายชูเกียรติ สาระสุรีย์ภรณ์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการพิเศษ	บริหารระบบตลาด
๑๓. นายณัฐวัฒน์ จิตตานาสวัสดิ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	ผู้แทนกองจัดระบบราคา
๑๔. นางสาวจิราภรณ์ วงศ์โกเมศ	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	และปริมาณสินค้า
๑๕. นายธีระพัฒน์ พรหมมา	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	ผู้แทนกองตรวจสอบและ
๑๖. นางเพ็ญจันทร์ วัฒนไทรภพ	นักวิชาการตรวจสอบภายในชำนาญการพิเศษ	ปฏิบัติการ
		ผู้แทนกองยุทธศาสตร์
		และแผนงาน
		ผู้แทนกองวิเคราะห์
		ตลาดสินค้าเกษตร
		ผู้แทนกองบริหารงาน
		กองทุนรวมเพื่อ
		ช่วยเหลือเกษตรกร
		ผู้แทนกองบริหาร
		มาตรฐานลดค่าครองชีพ
		ผู้แทนกองตรวจสอบ
		ภายใน

๑๗. นางสาวพรพรรณ รัตนากุล	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	ผู้แทนกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
๑๘. นางสาวเพ็ญพร ปักเข็ม	ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร	เลขานุการ
๑๙. นางสาวชมพูนุช ตรีเกษม	ผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร	ผู้ช่วยเลขานุการกองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ผู้ไม่มาประชุม

๑. รศ.ดร.พีรเดช ทองอำไพ	ผู้อำนวยการสถาบันคลังสมองแห่งชาติ	ติดราชการ
๒. นายไชยวัฒน์ แสงไชย	ที่ปรึกษาสมาคมตลาดสดไทยและตลาดบางขุนศรี	ติดภารกิจ
๓. นางสาวพิชชาภรณ์ อาชวงค์ทิพย์	ผู้อำนวยการสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป	ติดภารกิจ
๔. ผู้แทนกองส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร ๒		ติดราชการ
๕. ผู้แทนกองช่างตวงวัด		ติดราชการ

ผู้เข้าร่วมประชุม

๑. นายกลยุทธ อัครวิณะกุล	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	กองตรวจสอบและปฏิบัติการ
๒. นางสาวพรทิตา ญาณนาม	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
๓. นางสาวกชพร สร้อยทอง	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
๔. นางสาวพนิดา จันทะสาย	นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ	กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
๕. นายอิศเรศ ทรัพย์สกุล	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด
๖. นางสาวฉัตรวดี สมิงรัมย์	นักวิชาการพาณิชย์กองบริหารงาน	กองบริหารงานกองทุนรวมเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

เริ่มประชุมเวลา ๑๓.๓๐ น.

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล (นางสาวจิตติรัตน์ สิริเรืองชัยภักดิ์) ประธานกล่าวเปิดประชุมและดำเนินการประชุมตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

ระเบียบวาระที่ ๑ เรื่องที่ประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ

ประธานแจ้งที่ประชุมทราบวาระการประชุมเรื่องเพื่อทราบ ประกอบด้วย การดำเนินการสรรหา คณะที่ปรึกษาทดแทนผู้แทนภาควิชาการ (ด้านกฎหมาย) เนื่องจากผู้แทนเดิมขอลาออก การแก้ไขปรับปรุงคำสั่งองค์ประกอบของคณะเพื่อแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน การดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Social Media) เพิ่มเติม ๒ ช่องทาง ผ่านแพลตฟอร์ม และผลการดำเนินงานของกรมการค้าภายในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗

ที่ประชุมรับทราบ

ระเบียบวาระที่ ๒ รับรองรายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗

ฝ่ายเลขานุการฯ เสนอให้ที่ประชุมพิจารณารายงานการประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ เมื่อวันที่ ๒๒ เมษายน ๒๕๖๗ ซึ่งฝ่ายเลขานุการฯ ได้จัดส่งให้คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนพิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๗ และไม่มีการแจ้งขอแก้ไขรายงานดังกล่าวมาภายในเวลาที่กำหนด

ที่ประชุมพิจารณาแล้ว รับรองรายงานการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๗ โดยไม่มีการแก้ไข

ระเบียบวาระที่ ๓ เรื่องเพื่อทราบ

ฝ่ายเลขานุการฯ ได้รายงานผลการดำเนินงานให้ที่ประชุมทราบ

วาระที่ ๓.๑ การแก้ไขปรับปรุงคำสั่งแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน เนื่องจากผู้แทนเดิมขอลาออก ซึ่งกรรมการค้าภายในได้พิจารณาแล้วเห็นชอบให้ลาออกเมื่อวันที่ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๗ และได้ดำเนินการสรรหาคณะที่ปรึกษาทดแทนผู้แทนภาควิชาการ (ด้านกฎหมาย) โดยวิธีการเสนอรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิของกองกฎหมาย ซึ่งกองกฎหมายเสนอชื่อ นายวรพจน์ แพร่ศรีมี เป็นผู้แทนภาควิชาการ (ด้านกฎหมาย) ทั้งนี้ อธิบดีให้ความเห็นชอบและลงนามคำสั่งกรรมการค้าภายในที่ ๓๑๗/๒๕๖๘ เรื่อง แต่งตั้งคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน เมื่อวันที่ ๑๙ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๘ เรียบร้อยแล้ว

วาระที่ ๓.๒ ผลการดำเนินงานด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (Social Media) กรมฯ ได้มีการจัดทำช่องทางทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์ม X และ Instagram ตามข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน โดยผลิตคอนเทนต์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมในแต่ละแพลตฟอร์ม ดังนี้

๓.๒.๑ X : dit_moc ดำเนินการโดยใช้ข้อความสั้น กระชับ จัดทำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มราคาสินค้า โดยเฉพาะราคาสินค้าเกษตร การควบคุมราคาสินค้า และมาตรการช่วยเหลือต่างๆ รวมถึงสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคที่ประชาชนให้ความสนใจ การแชร์ข่าวที่สำคัญ และประเด็นที่เป็นกระแสที่เกี่ยวข้องกับกรมการค้าภายใน นอกจากนี้ยังมีการใช้ #แฮชแท็ก เพื่อช่วยให้เข้าถึงง่าย เช่น #ราคาสินค้า #กรมการค้าภายใน #DIT #ของแพง

๓.๒.๒ Instagram : department_of_internal_trade ดำเนินการโดยสื่อสารผ่านรูปภาพ อินโฟกราฟิก และรูปแบบวิดีโอสั้น (Reels) โดยมีการจัดทำเนื้อหา เช่น สรุปราคาสินค้า อธิบายเหตุผลของการขึ้นลงของราคาสินค้า มาตรการช่วยเหลือต่างๆ จากหน่วยงาน สิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค รวมถึงการรื้อตลาด ราคาสินค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน และแนะนำช่องทางร้องเรียนหากประชาชนไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ การดำเนินการของทั้ง ๒ แพลตฟอร์ม ขณะนี้อยู่ระหว่างปรับปรุง พัฒนาคอนเทนต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และตรงกับแต่ละแพลตฟอร์ม

วาระที่ ๓.๓ ผลการดำเนินงานของกรมการค้าภายในด้านการสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ในงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่งจัดกิจกรรมตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ในกิจกรรมรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (ระดับประถมศึกษา) ภายใต้แนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” รณรงค์ให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ รู้จักรักษาสิทธิในการซื้อสินค้าและบริการ รู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ การร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับการกิจของกรมการค้าภายในเพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวันและสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังผู้ปกครอง พี่น้อง

เพื่อนและบุคคลทั่วไป เป็นการป้องกันไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากการซื้อสินค้าและบริการ การสร้างเครือข่าย การคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็ง และเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าตามภารกิจหลักของ กรมการค้าภายในให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา โดยใช้ชื่อ กิจกรรมว่า “เด็กจิว ชวนช้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยกรมฯ ได้ดำเนินกิจกรรม ดังนี้

๓.๓.๑ ผลิตสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบคลิปวิดีโอ Animation โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิด “ผู้บริโภคยุคใหม่ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ได้แก่ การปิดป้ายแสดงราคาตามพระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ และเกี่ยวกับการโกงตาชั่ง การแสดงปริมาณสินค้าหีบห่อ ตามพระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. ๒๕๔๒ รวมถึงช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม ทางการค้า ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาผ่านตัวการ์ตูนและเพื่อน รวมถึงมี ตัวแทนของกรมการค้าภายในที่ใช้ชื่อว่า Mr.DIT

๓.๓.๒ ผลิตเกมสื่อนอนไลน์ ให้สอดคล้องกับวิดีโอ Animation และใช้วัดผลความเข้าใจ ของเยาวชน นักเรียน หลังจากดูสื่อการเรียนรู้ ซึ่งเกมสื่อนอนไลน์ที่กรมการค้าภายในผลิต นอกจากใช้วัดผลความเข้าใจ แล้วยังให้เยาวชน นักเรียนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการป้องกันไม่ให้ตนเองถูกเอารัดเอาเปรียบในการซื้อสินค้าและ บริการ และยังสามารถส่งต่อกิจกรรมนี้ให้กับเพื่อน คนรู้จัก ผ่านช่องทาง Line และ Facebook อีกด้วย

๓.๓.๓ ประชาสัมพันธ์กิจกรรม “เด็กจิว ชวนช้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” ผ่าน Influencer ที่มีผู้ติดตามเป็นกลุ่มเยาวชน นักเรียน ในช่องทาง Tiktok Facebook Page Youtube ได้แก่ ช่อง classicnu และ ช่อง thongthing.show รวมถึงช่องทางของกรมการค้าภายใน นอกจากนี้ ยังได้ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมโดยการส่งโปสเตอร์เชิญชวนร่วมกิจกรรม ไปยังโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นนทบุรี จำนวนกว่า ๑๐๐ โรงเรียน เพื่อร่วมสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนในโรงเรียนเข้าถึงกิจกรรม ให้มากที่สุด และได้มีการมอบโล่ประกาศเกียรติคุณให้กับโรงเรียนวัดตาลที่มีนักเรียนร่วมกิจกรรมสูงสุดถึง ๑๕๙ คน จากนักเรียนระดับประถมศึกษาทั้งหมด ๓๑๐ คน

๓.๓.๔ กิจกรรม “เด็กจิว ชวนช้อป ให้ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” เริ่มให้ร่วมกิจกรรมตั้งแต่วันที่ ๘-๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๗ ซึ่งมีจำนวนเยาวชน นักเรียน ที่ตอบคำถามถูกต้องตามกติกาครบถ้วน ได้รับรางวัลตุ๊กตา Art Toy จำนวน ๑๐๐ รางวัลจากการสุ่มจากจำนวนผู้ร่วมกิจกรรมทั้งหมด ๒,๘๖๒ คน

ซึ่งผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม

- เยาวชน นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้เรื่อง การรักษาสิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการซึ่งเป็นทักษะในการดำรงชีวิต และสร้างเสริมประสบการณ์ให้รู้จักการสังเกตก่อนซื้อสินค้า โดยวัดผล จากการร่วมกิจกรรมตอบคำถามทั้งหมด โดยพบว่าเยาวชน นักเรียนตอบคำถามถูกต้อง ๔ ข้อขึ้นไป จำนวน ๑,๑๐๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๖๘ ของจำนวนนักเรียนที่ร่วมกิจกรรม และเยาวชน นักเรียนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักษาสิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการหลังจากตอบคำถาม จำนวน ๑,๑๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๗๑

- เยาวชน นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการ ได้ร่วมเป็นพลังเครือข่ายที่เข้มแข็งในการช่วยตรวจสอบดูแล และปกป้องผลประโยชน์ของตนเองในด้านราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้ ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมทางการค้า วัดผลจากการแชร์กิจกรรมทั้งหมด จำนวน ๘๗๖ ครั้ง

- โรงเรียนระดับชั้นประถมศึกษาได้นำสื่อการเรียนรู้วิดีโอ Animation ไปเปิดให้นักเรียนได้เรียนรู้ เพื่อให้นักเรียนรู้จักรักษาสิทธิของตนเอง รวมถึงรู้จักภารกิจของกรมการค้าภายในมากยิ่งขึ้น

- ภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกรมการค้าภายใน และเป็นเครือข่ายของกรมการค้าภายในเพิ่มขึ้น

ที่ประชุมรับทราบ

ระเบียบวาระที่ ๔ เรื่องเพื่อพิจารณา

ฝ่ายเลขานุการฯ ได้นำเสนอร่างโครงการรวมพลังเครือข่ายกรรมการค้ำภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ กิจกรรมรณรงค์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภค (ระดับอุดมศึกษา) ให้ที่ประชุมคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้พิจารณาให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานของกรมฯ ต่อไป ดังนี้

พิจารณาจัดทำโครงการรวมพลังเครือข่ายกรรมการค้ำภายใน โดยการรณรงค์ให้นักศึกษาระดับอุดมศึกษา รู้จักรักษาสีทธิในการซื้อสินค้าและบริการอย่างมีเหตุผล รู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม ต้องรู้ช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ รวมทั้งมีความรอบรู้เกี่ยวกับการกิจของกรมการค้าภายใน เช่น การดูแลผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ (พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒) การดูแลเครื่องชั่งน้ำหนักและหีบห่อสินค้า (พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. ๒๕๔๒) เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปยังเพื่อน ครอบครัวและบุคคลทั่วไป ทั้งยังเป็นการป้องกันไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายการคุ้มครองผู้บริโภคให้เข้มแข็งครอบคลุมทั่วประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลราคาและปริมาณสินค้าตามภารกิจหลักของกรมการค้าภายในให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม

๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้แก่ภาคประชาชนในการบริโภคสินค้าและบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้ผู้บริโภค รวมทั้งการรักษาสีทธิประโยชน์ของตนเองในระดับที่มากขึ้น
๒. เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายในให้นักศึกษาผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น เพื่อเป็นผู้บริโภคยุคใหม่ที่สามารถลดภาระค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน
๓. เพื่อสร้างเครือข่าย และขยายกลุ่มเป้าหมายของภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามภารกิจของกรมการค้าภายใน
๔. เพื่อสร้างเครือข่ายในการรณรงค์ และประชาสัมพันธ์การรักษาความเป็นธรรมทางการค้าและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายในไปยังกลุ่มนักศึกษา

วิธีการดำเนินงาน

๑. กำหนดพื้นที่เป้าหมาย โดยการคัดเลือก สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา จัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ให้นักศึกษารู้จักการรักษาสีทธิผู้บริโภค จำนวน ๔ สถาบัน
๒. ออกแบบ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาสีทธิผู้บริโภค ได้แก่ กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะกฎหมายในส่วนที่กรมการค้าภายในดูแลรับผิดชอบ เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ พ.ศ. ๒๕๔๒ เกี่ยวกับการปิดป้ายแสดงราคา การกักตุนสินค้า การขายสินค้าเกินราคา การจงใจขายสินค้าราคาถูกหรือแพงเกินสมควร ทำให้ปั่นป่วนซึ่งราคาสินค้า การปฏิเสธการจำหน่าย พระราชบัญญัติมาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. ๒๕๔๒ เกี่ยวกับการโกงตาชั่ง และมาตรฐานเครื่องชั่งตวงวัด และการแสดงปริมาณสินค้าหีบห่อ และช่องทางการร้องเรียนผ่านสายด่วนกรมการค้าภายใน ๑๕๖๙ เมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า ในรูปแบบที่นักศึกษาเกิดความเข้าใจและจดจำได้ง่าย
๓. นำเสนอรายละเอียดการจัดกิจกรรมและเนื้อหาความรู้ และประโยชน์ที่จะได้รับจากกิจกรรมในรูปแบบกิจกรรมรณรงค์ และเชิญชวนนักศึกษาให้มีส่วนร่วมกิจกรรม เช่น เล่นเกมส์ชิงรางวัล
๔. เชิญชวนนักศึกษาให้มีส่วนร่วมกิจกรรม เช่น เล่นเกมส์ชิงรางวัล, สแกน QR code เพื่อกดไลค์เฟซบุ๊กแฟนเพจของกรม, Youtube : DIT Channel Tiktok : ไม่ใช้เล่นๆ By DIT เป็นต้น
๕. จัดทำเครื่องมือประเมินวัดผลความเข้าใจเรื่องรักษาสีทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ และกิจกรรมของกรมการค้าภายใน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๑. นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้เรื่องการรักษาสีทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ
๒. นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ สามารถเป็นพลังเครือข่ายที่เข้มแข็งในการช่วยตรวจสอบดูแลและปกป้องผลประโยชน์ของตนเองในด้านราคาและปริมาณของสินค้า รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเป็นธรรมทางการค้า
๓. ประชาชนผู้บริโภคได้รับความรู้เรื่องสิทธิของผู้บริโภคและสามารถรักษาสีทธิผู้บริโภคของตนเองมากขึ้น
๔. ประชาชนรับทราบและมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ของกรมการค้าภายในที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภคให้มีบทบาทในการพิทักษ์ประโยชน์ของตนเอง รวมทั้งเกิดการรับรู้และเข้าใจ และเป็นผู้บริโภคที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป สามารถลดภาระค่าครองชีพได้อย่างยั่งยืน
๕. กลุ่มเป้าหมายภาคประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกรมการค้าภายใน และเป็นเครือข่ายของกรมการค้าภายในต่อไป

ตัวชี้วัด

๑. นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ ๗๐ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการรักษาสีทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ
๒. นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการร้อยละ ๗๐ นำความรู้สิทธิประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการไปเผยแพร่ต่อ

ประธานฯ ขอความคิดเห็นของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและกรรมการฯ ในเรื่องกฎหมายของกรมที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษาเพื่อดำเนินกิจกรรมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและกรรมการฯ ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะกับโครงการกิจกรรม/กิจกรรมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ดังนี้

- ควรมีการผลิตสื่อความรู้ที่ชัดเจน เช่น เรื่องกฎหมายของกรมการค้าภายใน เนื่องจากเนื้อหาเกี่ยวกับกฎหมายบางข้อมีความละเอียดอ่อน แต่หากนักศึกษาเข้าใจแล้วจะเป็นประโยชน์อย่างมาก
- ตัวชี้วัดของการจัดกิจกรรม เช่น การเข้าร่วมเป็นสมาชิกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรม ควรเพิ่มเป็นตัวชี้วัดในการจัดกิจกรรม รวมถึงการกำหนดตัวชี้วัดด้านคุณภาพให้ชัดเจนเพิ่มเติมจากการกำหนดตัวชี้วัดด้านปริมาณ
- ให้คำนึงถึงช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมให้ตรงกับช่วงเปิดเทอมเพื่อให้มีจำนวนนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้น

- ควรเพิ่มความร่วมมือระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ของแต่ละสถาบัน เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกรม โดยเฉพาะรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องกฎหมายของกรมการค้าภายใน สิทธิประโยชน์ผู้บริโภคให้เหมาะสมกับระดับการรับรู้ของนักศึกษาอุดมศึกษา โดยอาจสร้างแรงจูงใจด้วยผลคะแนนหรือการทำกิจกรรมร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์ตามภารกิจของกรม

- ควรจัดกิจกรรมช่องทาง Online ขยายเพิ่มเติมควบคู่ไปกับกิจกรรมช่องทาง Onsite โดยสร้างคอนเทนต์ มีเนื้อหาที่กระชับ ต้องการสื่อสารเพื่อให้เกิด Impact และสร้างการรับรู้ในบทบาท ภารกิจของกรมมากขึ้น และในการจัดกิจกรรม Onsite ๑ ครั้ง อาจไม่สามารถสร้างการรับรู้ที่จะเกิดผลกระทบได้ในวงกว้าง การดำเนินกิจกรรมใน ๔ สถาบันจึงเหมาะสม

- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง TikTok ให้ดำเนินการเพิ่มเติมแบบเชิงรุกในส่วนของการติดตามนโยบาย เช่น ราคาสินค้าอุปโภคบริโภค การเตือนภัยสินค้าเกษตรล่วงหน้า กระแสข่าวเชิงลบ ความรู้เรื่องกฎหมายและอื่นๆ ตามภารกิจของกรม อาจเป็นในรูปแบบของละครคุณธรรมที่เป็นกระแสอยู่ในปัจจุบัน ละครสั้น เพื่อขยาย

กลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยผู้สูงอายุ รวมไปถึงการร่วมเล่นเกมสื่อบนช่องทาง TikTok ซึ่งน่าจะดึงดูดความสนใจกลุ่มนักศึกษาและประชาชนทั่วไปได้มากขึ้น

- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง X และ Instagram ควรจัดให้มีกิจกรรมที่ร่วมงานกับสื่อที่มีชื่อเสียงเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายที่จะสร้างการรับรู้ผ่านกิจกรรม โดยแจกของรางวัลเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

- ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เพิ่มเติม ยกย่องการรับรู้จากกลุ่มเป้าหมายที่เราวางไว้แค่กลุ่มนักศึกษาไปยังกลุ่มบุคลากรและเจ้าหน้าที่อื่นๆ ที่อยู่ในรั้วของมหาวิทยาลัยเพิ่มเติมไปถึงกลุ่มเป้าหมายภาคประชาชน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการและเกษตรกร เนื่องจากจำนวนผู้เข้าร่วมที่ตั้งเป้าหมายไว้ไม่สอดคล้องกับจำนวนประชากรในมหาวิทยาลัย และควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมล่วงหน้า

- สร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายโดยอาจดำเนินการเป็นกลุ่ม Line เพื่อแชร์ความรู้ เผยแพร่กิจกรรมข่าวสารของกรม รวมถึงเป็นตัวแทนนักศึกษาหรือเครือข่ายภาคประชาชนในการสื่อสารภารกิจของกรมได้เพิ่มมากขึ้น

- จัดทำแผนประชาสัมพันธ์สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข่าวสารภารกิจของกรมฯ ได้อย่างชัดเจน และเป็นแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ที่ประชุม รับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและกรรมการฯ ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมเพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

เลิกประชุมเวลา ๑๕.๐๐ น.

นางสาวชมพูนุช ตริเกษม
ผู้อำนวยการกลุ่มสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร
ผู้จัดรายงานการประชุม

นางสาวเพ็ญพร ปักเข็ม
ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
ผู้ตรวจรายงานการประชุม