

รายงานผลการดำเนินงานตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

กรมการค้าภายใน ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมตามโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยในปีนี้ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานมุ่งเน้นให้เครือข่ายมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และสนับสนุนกิจกรรมของกรมฯ เพื่อตอบสนองต่อกระแสการสื่อสาร ยุคดิจิทัล และเสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สังคมในวงกว้าง กระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในทางตรง (การเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ) และทางอ้อม (การกดติดตามและสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์) รวมถึงสามารถขยายผลสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจัดกิจกรรมใน ๒ รูปแบบ ประกอบด้วย

๑. กิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) กรมการค้าภายใน DIT เป็นสื่อกลางในการสร้างการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ภายใต้โครงการณรงค์บริโภคผลไม้ไทย (Thai Fruits Festival ๒๐๒๕ by DIT) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มุ่งกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยในช่วงฤดูกาลผลผลิตออกสู่ตลาด ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติเชิงบวกต่อโครงการสนับสนุนสินค้าเกษตรของกรมฯ ในภาคประชาชนอย่างกว้างขวาง ผ่านการจัดทำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมบนเฟซบุ๊กกรมการค้าภายใน DIT มากยิ่งขึ้น ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ และสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ไทยได้ด้วยตนเอง เช่น กิจกรรมตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยให้ผู้ติดตามเพจร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกิจของกรมฯ นอกจากนี้ ยังได้มอบของรางวัลเป็นผลไม้คุณภาพจากเกษตรกรในแหล่งผลิตสำคัญตามฤดูกาล เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมมากยิ่งขึ้น สร้างความผูกพันระหว่างกรมฯ กับประชาชน และขยายการรับรู้สู่สาธารณชนในวงกว้าง ทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยจากแหล่งผลิตโดยตรง สนับสนุนช่องทางการจำหน่ายแก่เกษตรกรในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตทางการเกษตรได้อีกช่องทางหนึ่ง

๒. กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม ณ สถานที่จริง (Onsite) โดยในปีนี้กรมการค้าภายในได้รับความร่วมมือจากคณาจารย์และนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในการร่วมสร้างเครือข่ายนักศึกษาผ่านโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่กรมฯ มุ่งพัฒนาให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดออนไลน์มากขึ้น สามารถนำ Social Media & Digital Tools ไปสร้างการมีส่วนร่วมแก่ผู้บริโภคผ่าน การนำเสนอสินค้า Farm Outlet บนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถกระตุ้นยอดขายแก่ศูนย์จำหน่ายสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ กรมฯ ได้จัดกิจกรรมประกวดผลงานจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประเมินองค์ความรู้ที่นักศึกษาได้รับ และกรมฯ สามารถนำผลงานไปขยายผลสู่การพัฒนาการตลาดออนไลน์ของสินค้าเกษตรชุมชน Farm Outlet ในอนาคตต่อไป

กรรมการค้าภายในได้ดำเนินกิจกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. กิจกรรมเกม ภายใต้โครงการรณรงค์บริโภคผลไม้ไทย (Thai Fruits Festival ๒๐๒๕ by DIT)

๑.๑ วางแผนและออกแบบการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Infographic เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลไม้ไทย การเลือกซื้อผลไม้คุณภาพ และการส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทยในประเทศให้สอดคล้องกับช่วงฤดูกาลผลผลิตออกสู่ตลาด

๑.๒ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก “กรรมการค้าภายใน DIT” โดยจัดกิจกรรมเล่นเกมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและขยายการรับรู้ในวงกว้าง จำนวน ๕ ครั้ง ดังนี้

๑) เกมมะม่วงใครใหญ่กว่ากัน (๗ มิถุนายน ๒๕๖๘) ได้ดำเนินการเผยแพร่ภาพเชิญชวนประชาชนร่วมสนุกด้วยการถ่ายภาพกับมะม่วงแพนซี จากสถานีบริการน้ำมันที่ร่วมรายการในกิจกรรม “เต็มสุข เต็มใจ ให้มะม่วง” โดยให้ผู้ร่วมกิจกรรมโพสต์ภาพพร้อมแคปชั่นโดนใจใต้โพสต์กิจกรรม และแชร์โพสต์แบบสาธารณะ เพื่อร่วมลุ้นรับของรางวัลมะม่วงแพนซี รางวัลละ ๕ กก. จำนวน ๑๐ รางวัล รวมทั้งสิ้น ๕๐ กก. โดยกรมฯ สนับสนุนผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรมะม่วงแพนซี จังหวัดลำพูน

๒) เกม Fruits on Board! จิ้มเร็ว คอมเมนต์เลย (๑๙ มิถุนายน ๒๕๖๘) ได้ดำเนินการเผยแพร่ภาพเคลื่อนไหว (GIF) ในกิจกรรม DIT X AirAsia “Fruits on Board!” โดยเชิญชวนให้ผู้ติดตามเพจและภาพเคลื่อนไหวเพื่อให้เครื่องบินหยุดตรงช่องว่างพอดี จากนั้นแคปหน้าจอและคอมเมนต์ใต้โพสต์กิจกรรมพร้อมกดติดตามและแชร์โพสต์แบบสาธารณะ เพื่อลุ้นรับรางวัลมังคุด รางวัลละ ๑๐ กก. จำนวน ๒๐ รางวัล รวมทั้งสิ้น ๒๐๐ กก. โดยกรมฯ สนับสนุนผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรจังหวัดจันทบุรี

๓) เกมตามหา ๕ คำปิ้ง มังคุด-ชาวสวน-DIT (๑๑ กรกฎาคม ๒๕๖๘) ได้ดำเนินการเผยแพร่ภาพเชิญชวนให้ผู้ติดตามเพจค้นหาคำศัพท์ที่ซ่อนอยู่ ๕ คำในตารางคำจากภาพกิจกรรม แล้วแคปภาพคำตอบมาคอมเมนต์ใต้โพสต์กิจกรรม พร้อมกดติดตามและแชร์โพสต์แบบสาธารณะ เพื่อลุ้นรับรางวัลมังคุด รางวัลละ ๑๐ กก. จำนวน ๕ รางวัล รวมทั้งสิ้น ๕๐ กก. โดยกรมฯ สนับสนุนผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรจังหวัดจันทบุรี และลำไย รางวัลละ ๕ กก. จำนวน ๑๕ รางวัล รวมทั้งสิ้น ๗๕ กก. จาก กลุ่มเกษตรกรจังหวัดลำพูน

๔) เกมแซะ & แชร์ & แท็ก กับเมนูลำไยไทย (๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๘) ได้ดำเนินการเผยแพร่ภาพเชิญชวนให้ผู้ติดตามเพจร่วมถ่ายภาพกับเมนูเครื่องดื่มจากลำไย เช่น น้ำลำไยสด โอ้เอวน้ำลำไย พร้อมโพสต์ลงเฟซบุ๊กส่วนตัว (ตั้งค่าสาธารณะ) พร้อมติดแฮชแท็ก #DITXAIRASIA #ลำไยติดปีก และ #อุดหนุนเกษตรกรไทย แสดงพลังสนับสนุนผลไม้ไทย เพื่อลุ้นรับรางวัลหมอนอิงจากสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน ๕ รางวัล

๕) เกมช่วย DIT ส่งลำไยให้ถึงมือ (๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๘) ได้ดำเนินการเผยแพร่ภาพเชิญชวนให้ผู้ติดตามเพจร่วมกิจกรรมจำลองเส้นทางการขนส่งลำไย ให้ผู้ร่วมกิจกรรมลากเส้นทางของรถขนส่งจากต้นทางสู่ปลายทางผ่านจุดเครือข่ายจำหน่ายของกรมฯ จากนั้นแคปภาพมาคอมเมนต์ใต้โพสต์กิจกรรมพร้อมกดติดตามและแชร์โพสต์แบบสาธารณะ เพื่อลุ้นรับรางวัล Power Bank จำนวน ๑๐ รางวัล

๑.๓ ดำเนินการคัดเลือกผู้โชคดี เผยแพร่รายชื่อ และจัดส่งของรางวัล

๒. กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่

๒.๑ ประสานงานอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม เพื่อวางแผนโครงการและเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมาย (นักศึกษา) ตามวัตถุประสงค์ที่กรมการค้าภายในกำหนด พร้อมประสานเชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในประเด็นหัวข้อที่จะดำเนินการอบรมฯ นอกจากนี้ เจ้าหน้าที่กรมฯ ได้พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้เพื่อดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย

๒.๒ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าว

๒.๓ ดำเนินการจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการฯ ด้วยการบรรยายและฝึกภาคปฏิบัติจาก วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๒ วัน (วันที่ ๑๗ และ ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๘)

๒.๔ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการประกวด “การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า Farm Outlet บนสื่อสังคมออนไลน์” แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดเกณฑ์ตัดสินผู้ชนะและเงินรางวัล จำนวน ๘ รางวัล ได้แก่

รางวัลที่ ๑ ได้รับเกียรติบัตรพร้อมเงินรางวัลมูลค่า ๑๐,๐๐๐ บาท

รางวัลที่ ๒ ได้รับเกียรติบัตรพร้อมเงินรางวัลมูลค่า ๕,๐๐๐ บาท

รางวัลที่ ๓ ได้รับเกียรติบัตรพร้อมเงินรางวัลมูลค่า ๓,๐๐๐ บาท

รางวัลชมเชย ๕ รางวัล ได้รับเกียรติบัตรพร้อมเงินรางวัล มูลค่ารางวัลละ ๒,๐๐๐ บาท

๒.๕ ประกาศผลการคัดเลือกและมอบรางวัลพร้อมเกียรติบัตร แก่ผลงานที่ผ่านเข้ารอบตัดสิน ในกิจกรรม “การประกวดจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า Farm Outlet บนสื่อสังคมออนไลน์” จำนวน ๘ รางวัล โดยมีนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมรวมจำนวน ๕๐ กลุ่ม (กลุ่มละ ๑๐ คน)

ผลที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม

๑. กิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

๑.๑ การดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ Thai Fruits Festival ๒๐๒๕ by DIT ได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวาง โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ทั้ง ๕ เกม มียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวม ๓,๙๙๒ ครั้ง แบ่งเป็นการกดถูกใจ (Like) ๑,๔๘๑ ครั้ง การแสดงความคิดเห็น (Comment) ๑,๓๔๙ ครั้ง การแชร์ (Share) ๑,๑๔๗ ครั้ง

๑.๒ การจัดกิจกรรมมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในช่วงฤดูกาลผลผลิต ออกสู่ตลาด ซึ่งกรมฯ ได้จัดหาผลผลิตจากเกษตรกรในแหล่งผลิตสำคัญ ได้แก่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดจันทบุรี เพื่อใช้เป็นของรางวัลในกิจกรรม ส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลไม้คุณภาพจากแหล่งผลิตให้เป็นที่รู้จัก ในวงกว้าง ช่วยขยายช่องทางการจำหน่ายแก่เกษตรกร

๑.๓ การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ “กรมการค้าภายใน DIT” ยังช่วยสร้างความรับรู้เชิงบวกต่อบทบาทของกรมฯ ในการส่งเสริมสินค้าเกษตรไทย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมฯ สร้างความผูกพันระหว่างกรมฯ กับผู้ติดตามเพจ และเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมออนไลน์

๒. กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม ณ สถานที่จริง (Onsite)

๒.๑ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “การเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์ สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่” ร่วมกับคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้รับความสนใจจากนักศึกษาจำนวนมาก มีผู้เข้าร่วมรวม ๕๐๐ คน

๒.๒ ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร และสามารถนำไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า Farm Outlet ผ่านกิจกรรมการประกวด

๒.๓ ผลจากการจัดกิจกรรมทำให้เกิดเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์รุ่นใหม่ที่สามารถเป็นกำลังสำคัญในการขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรชุมชนผ่านสื่อดิจิทัล อีกทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยของกรมฯ และสร้างการรับรู้ในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่

การดำเนินโครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ดังกล่าว เป็นการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ในมิติใหม่ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การสื่อสารของภาครัฐในยุคดิจิทัล โดยผสานการดำเนินงานระหว่าง กิจกรรมออนไลน์ (Online) และ กิจกรรม ณ สถานที่จริง (Onsite) ซึ่งจากผลการดำเนินงานสะท้อนว่า กรมฯ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้กว้างขวางยิ่งขึ้นผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารภารกิจ ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย และสนับสนุนสินค้าเกษตรจากชุมชน อีกทั้งนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกรมฯ ในฐานะหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและเกษตรกรผู้ผลิต นอกจากนี้ การดำเนินกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกับสถาบันการศึกษา เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการพัฒนาเครือข่ายคนรุ่นใหม่ให้มีศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัล สามารถเป็นนักสื่อสารที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลสินค้า Farm Outlet และต่อยอดองค์ความรู้สู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในอนาคต ซึ่งถือเป็นแบบอย่างของการบูรณาการระหว่างการสื่อสาร ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ช่วยเสริมบทบาทของกรมฯ ในการเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและเข้าถึงประชาชนในยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

กองประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ตุลาคม ๒๕๖๘

ตัวอย่างภาพกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
โครงการรวมพลังเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘



(๑) เกมมะม่วงใครใหญ่กว่ากัน



(๒) เกม Fruits on Board! จิ้มเร็ว คอมเมนต์เลย



(๓) เกมตามหา ๕ คำปิ้ง มังคุด-ชาวสวน-DIT



(๔) เกมแซะ & แซร์ & แก้ก กับเมนูลำไยไทย



(๕) เกมช่วย DIT ส่งลำไยให้ถึงมือ

ภาพกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่
โครงการรวมพลังเครือข่ายกรรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

(๑) การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการฯ ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม



(๒) ผลงานที่ผ่านการคัดเลือก จำนวน ๘ ผลงาน

2. นักศึกษาที่ได้รับรางวัล (มีตัวแทนมารับมอบประมาณ 20 คน)

(1) รางวัลที่ 1 : กลุ่มช้อย่นชน นศ.สาขาการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์

> สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านเจ๊น้อง จ.พังงา



(2) รางวัลที่ 2 : กลุ่มบาร์บิตรีมเฮ้าส์ นศ.สาขาการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์

> สื่อประชาสัมพันธ์ บมจ.ทรอปికานา จ.นครปฐม



(3) รางวัลที่ 3 : กลุ่มผู้พันธ์เกียม นศ.สาขาการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์

> สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านแตรโฮม จ.นครราชสีมา



(4) รางวัลชมเชย : จำนวน 5 กลุ่ม

(4.1) กลุ่มชาตาน นศ.สาขาภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ > สื่อประชาสัมพันธ์ วิสาหกิจ

ชุมชนอาสาพัฒนาสตรีทุ่งเสมอ จ.กาญจนบุรี



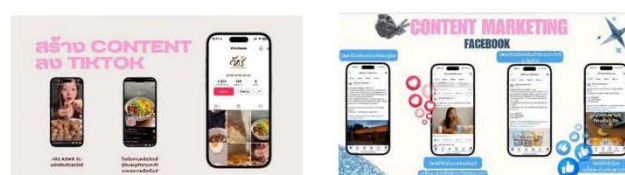
(4.2) กลุ่มชายแท้ทั้งที นศ.สาขาภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ > สื่อประชาสัมพันธ์ ร้าน

กันตา@ตลาดน้ำลำพญา จ.นครปฐม



(4.3) กลุ่ม Tiny นศ.สาขาภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์ > สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านวัชร

จ.ระนอง



(4.4) กลุ่มปักเป๋ม นศ.สาขาภาพยนตร์ คณานิเทศศาสตร์ > สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านแม่เอ๋ย

จ.นครปฐม



(4.5) กลุ่ม I need a gay นศ.สาขาการตลาดดิจิทัล คณานิเทศศาสตร์ > สื่อประชาสัมพันธ์ ร้านเค้กนิษฐา จ.ตรัง

ร้านเค้กนิษฐา จ.ตรัง



(๓) พิธีมอบรางวัลการประกวดจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายหลังกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการฯ

