รายงานการประชุม
คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนและคณะกรรมการประสานการดำเนินงานร่วมกับคณะที่ปรึกษาภาคประชาชน ครั้งที่ ๑/๒๕๖๙
วันศุกร์ที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๙ เวลา ๑๐.๐๐ น. ณ ห้อง ๒๐๖๑๐ ชั้น ๖ กรมการค้าภายใน

ประเด็น/เรื่อง การมีส่วนร่วม	ข้อมูล ผู้มีส่วนร่วม	ผลจากการมีส่วนร่วม	การนำผลจากการมีส่วนร่วมเพื่อปรับปรุงพัฒนา การดำเนินงานของกรมการค้าภายใน
ผลการดำเนินงานกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป เกษตรกรและผู้ประกอบการ	คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ และแนวทางการดำเนินกิจกรรมเกมภายใต้โครงการ Thai Fruits Festival ๒๐๒๕ by DIT ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวาง โดยมีรายละเอียดกิจกรรม ดังนี้ ๑. มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ทั้ง ๕ เกม มียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) รวม ๓,๙๙๒ ครั้ง แบ่งเป็นการกดถูกใจ (Like) ๑,๔๘๑ ครั้ง การแสดงความคิดเห็น (Comment) ๑,๓๔๙ ครั้ง การแชร์ (Share) ๑,๑๔๗ ครั้ง ได้แก่ เกมมะม่วงใครใหญ่กว่ากัน เกม Fruits on Board! จิ้มเร็ว คอมเมนต์เลย เกมตามหา ๕ คำปัง มังคุด–ชาวสวน–DIT เกมแชะ & แชร์ & แท็ก กับเมนูลำไยไทย และเกมช่วย DIT ส่งลำไยให้ถึงมือ ๒. มีการจัดกิจกรรมมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในช่วงฤดูกาลผลผลิตออกสู่ตลาด ซึ่งกรมฯ ได้จัดหาผลผลิตจากเกษตรกรในแหล่งผลิตสำคัญ ได้แก่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดจันทบุรีเพื่อใช้เป็นของรางวัลในกิจกรรม ส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลไม้คุณภาพจากแหล่งผลิตให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ช่วยขยายช่องทางการจำหน่ายแก่เกษตรกร ๓. การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ “กรมการค้าภายใน DIT” ยังช่วยสร้างความรับรู้เชิงบวกต่อบทบาทของกรมฯ ในการส่งเสริมสินค้าเกษตรไทย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรมฯสร้างความผูกพันระหว่างกรมฯ กับผู้ติดตามเพจ	ผลจากการดำเนินงานทำให้กรมฯ สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนได้กว้างขวางยิ่งขึ้นผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารภารกิจ ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย และสนับสนุนสินค้าเกษตรจากชุมชน อีกทั้งนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อกรมฯ ในฐานะหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและเกษตรกรผู้ผลิต โดยการดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ Thai Fruit Festival ๒๐๒๕ by DIT ซึ่งดำเนินการผ่าน Facebook กรมการค้าภายใน โดยจัดกิจกรรมเกมออนไลน์จำนวน ๕ กิจกรรม เพื่อส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย สนับสนุนการกระจายผลผลิตทางการเกษตร และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลไม้ไทยสายพันธุ์ใหม่ อาทิ มะม่วงพันธุ์แดงจักรพรรดิ และมะม่วงพันธุ์ R๒E๒ พร้อมดำเนินการคัดเลือกผู้โชคดีประกาศผล และจัดส่งของรางวัลจากผลผลิตคุณภาพของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดลำพูนและจังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีผลการดำเนินงานมียอดการมีส่วนร่วม (Engagement) เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคในวงกว้าง ตลอดจน

		และเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมออนไลน์ ซึ่งคณะที่ปรึกษาฯ ให้ข้อสังเกตว่าควรพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างตัวชี้วัดด้านการมีส่วนร่วมบนสื่อออนไลน์กับผลสัมฤทธิ์ในการกระจายผลผลิตจริง และเสนอให้ขยายความร่วมมือกับภาคเอกชนและหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ ที่ร่วมดำเนินกิจกรรมกับกรมการค้าภายใน เพื่อช่วยขยายการรับรู้และเพิ่มจำนวนผู้เข้าถึงกิจกรรมผ่านช่องทางของกรมให้กว้างขวางมากขึ้น สามารถร่วมรับซื้อผลผลิตในช่วงที่เกษตรกรประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มช่องทางการระบายสินค้า นอกเหนือจากการดำเนินงานผ่านสถานีบริการน้ำมัน และยังเป็นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการช่วยเหลือเกษตรกรอย่างยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในระยะยาว ในด้านแนวคิดการแจกผลไม้แทนน้ำดื่มถือเป็นแนวทางที่น่าสนใจ และเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างการรับรู้แก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี จะช่วยให้ประชาชนได้รู้จักผลไม้ไทยที่มีความหลากหลายมากขึ้น และสามารถเชื่อมโยงผู้บริโภคให้เข้าถึงกลุ่มเกษตรกรหรือแหล่งผลิตได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นครั้งแรก ก็ถือว่าได้รับการตอบรับในระดับที่น่าพอใจ พร้อมเสนอให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพผลผลิตเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในระยะยาว	สนับสนุนช่องทางการจำหน่ายผลผลิตให้แก่เกษตรกร และยังส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของกรมการค้าภายใน และสร้างความผูกพันระหว่างกรมการค้าภายในกับประชาชนผ่านกิจกรรมออนไลน์เชิงสร้างสรรค์ออนไลน์ และต้องพัฒนา ปรับปรุงการเชื่อมโยงกิจกรรมออนไลน์ไปยังกิจกรรมภาคสนาม โดยนำ QR Code มาใช้ในพื้นที่จัดกิจกรรมหรือจุดจำหน่ายสินค้าจะเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วมของประชาชน
ผลการดำเนินงานกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน กรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป - นักศึกษา	คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ และแนวทางในการจัดกิจกรรมโดยมีรายละเอียด ดังนี้ ๑. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “การเสริมสร้างเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์สินค้า Farm Outlet ผ่านกลุ่มคนรุ่นใหม่” ร่วมกับคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยศรีปทุม	ผลจากการดำเนินกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการกับสถาบันการศึกษา เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการพัฒนาเครือข่ายคนรุ่นใหม่ให้มีศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัล สามารถเป็นนักสื่อสารที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลสินค้า Farm Outlet และต่อยอดองค์ความรู้สู่การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในอนาคต ซึ่งถือเป็น

		ได้รับความสนใจจากนักศึกษาจำนวนมาก มีผู้เข้าร่วมรวม ๕๐๐ คน ๒. ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัล การใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตร และสามารถนำไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สินค้า Farm Outlet ผ่านกิจกรรมการประกวด ๓. ผลจากการจัดกิจกรรมทำให้เกิดเครือข่ายนักการตลาดออนไลน์รุ่นใหม่ที่สามารถเป็นกำลังสำคัญในการขยายช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรชุมชนผ่านสื่อดิจิทัล อีกทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยของกรมฯ และสร้างการรับรู้ในกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ ซึ่งคณะที่ปรึกษาฯ เพิ่มเติมว่า กิจกรรมดังกล่าวเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญของกรมการค้าภายในและเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมการบริหารจัดการสินค้าเกษตรและการตลาดของผู้ประกอบการได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงเสนอให้ขยายรูปแบบความร่วมมือไปยังสถาบันการศึกษาในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายคนรุ่นใหม่ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและเศรษฐกิจชุมชนและให้ประสานไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในด้านแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจพิจารณาในมิติที่กว้างขึ้น โดยนอกจากการวัดผลผ่านออนไลน์แล้ว อาจนำข้อมูลจากกิจกรรมภาคสนามมาประกอบการประเมินผลด้วย ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งในมิติของการมีส่วนร่วมของประชาชนเช่นเดียวกัน ไม่ควรมุ่งเน้นแค่ทางออนไลน์อย่างเดียว เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมงานธงฟ้า งานจำหน่ายสินค้า หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆของกรมการค้าภายใน และในการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถพิจารณาได้ ๒ ระดับ ได้แก่	แบบอย่างของการบูรณาการระหว่างการสื่อสารส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ช่วยเสริมบทบาทของกรมฯ ในการเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและเข้าถึงประชาชนในยุคดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

		๑. ระดับการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับภารกิจและบทบาทของกรมการค้าภายใน ซึ่งถือว่าเป็นผลลัพธ์ที่ดีและมีความสำคัญต่อการสื่อสารกับสาธารณชน ๒. ระดับผลลัพธ์เชิงนโยบาย (Outcome) ที่ต้องการให้เกิดขึ้นจริง เช่น การคุ้มครองผู้บริโภค การเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม การกระจายผลผลิตทางการเกษตร และการสร้างความเป็นธรรมทางการค้า ทั้งนี้ เห็นว่ากิจกรรมในลักษณะดังกล่าวสามารถตอบโจทย์ได้ทั้งในด้านการสร้างการรับรู้และการสร้างผลลัพธ์เชิงนโยบายไปพร้อมกัน สำหรับโครงการ Farm Outlet นั้น เห็นว่ามีศักยภาพในการขยายผล โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากบริบทและทรัพยากรในพื้นที่ของตนเอง อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเครือข่ายคนรุ่นใหม่ที่มีความเข้าใจภารกิจของกรมการค้าภายในได้อย่างต่อเนื่องจึงเสนอให้พิจารณาคัดเลือกมหาวิทยาลัยหลักในแต่ละภูมิภาคเป็นเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อขยายผลโครงการในอนาคต	
แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการค้าภายใน	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป	คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ และแนวทางในการจัดทำแผนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ของกรมการค้าภายใน อาทิ Facebook, Instagram, YouTube, X และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ เพื่อขยายการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกรมการค้าภายในและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งนี้ คณะที่ปรึกษาฯ มีข้อเสนอให้พัฒนารูปแบบของการสื่อสารให้มีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และเชื่อมโยงการประชาสัมพันธ์ไปยังแพลตฟอร์ม e-Marketplace และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า	- ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

แนวทางการจัดทำโครงการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายกรมการค้าภายในประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙	- คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนกรมการค้าภายใน - ประชาชนทั่วไป - ผู้สร้างสรรค์คอนเทนต์ - เกษตรกร - นักเรียน นักศึกษา และเยาวชน	คณะที่ปรึกษาภาคประชาชนได้ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะ และแนวทางในการจัดทำโครงการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของเครือข่ายกรมการค้าภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ภายใต้กิจกรรม “DIT Challenge คอนเทนต์คนไทยช่วยไทย” เพื่อส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทและภารกิจของกรมการค้าภายใน รวมถึงมาตรการช่วยเหลือค่าครองชีพของประชาชน ผ่านการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้ Content Creator นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป เข้าร่วมผลิตและเผยแพร่เนื้อหาภายใต้แนวคิด “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” โดยมีข้อเสนอแนะว่า - โครงการนี้มุ่งหวังให้ประชาชนมีบทบาทเป็นผู้ร่วมสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม พร้อมทั้งช่วยขยายการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการของกรมการค้าภายในให้เข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ กรมการค้าภายในได้ร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจภายใต้บันทึกความเข้าใจ (MOU) ที่ทำความร่วมมือกับ TikTok ประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรม โดย TikTok จะสนับสนุนระบบ Dashboard สำหรับใช้ตรวจสอบข้อมูลสถิติการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานจริง เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการพิจารณารางวัล - การดำเนินโครงการดังกล่าวมีความสำคัญ เนื่องจากในช่วงที่มีมาตรการคนละครึ่งหรือมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอื่นๆ ของภาครัฐ อาจส่งผลให้ประชาชนมุ่งความสนใจไปยังมาตรการหลักดังกล่าวเป็นสำคัญ ขณะที่กิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือเกษตรกร การกระจายผลผลิตทางการเกษตร หรือการลดค่าครองชีพผ่านกลไกของกรมการค้าภายใน อาจไม่ได้รับความสนใจในระดับเดียวกัน ดังนั้น การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรม “ไทยช่วยไทย” ของกรมการค้า	- ที่ประชุมรับข้อเสนอแนะของคณะที่ปรึกษาฯ ไว้พิจารณาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม เพื่อความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

		ภายในให้ปรากฏอยู่ในสายตาของประชาชนอย่างต่อเนื่อง จึงถือเป็นแนวทางที่มีความสำคัญและสามารถช่วยขยายการรับรู้ต่อมาตรการของภาครัฐในมิติที่กว้างขึ้น และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับโครงการ “ไทยช่วยไทย” ว่า หากกรมการค้าภายในมุ่งเน้นการสื่อสารเรื่องสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีมาตรฐานและระบบควบคุมคุณภาพอยู่แล้ว จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่รับทราบโครงการ “ไทยช่วยไทย พลัส” ของภาครัฐอยู่แล้วอย่างไรก็ตาม การสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ถึงกิจกรรมและมาตรการของกรมการค้าภายในโดยตรง โดยเฉพาะโครงการ รถโมบายพาณิชย์ลดราคา (รถพุ่มพวง) และร้านค้าธงฟ้า ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการช่วยลดค่าครองชีพของประชาชน - ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่เข้าร่วมโครงการให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนทราบว่าเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือใช้บริการรถโมบายพาณิชย์ลดราคาและร้านค้าธงฟ้า จะสามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทใดได้บ้างในราคาพิเศษ เนื่องจากสินค้าที่เข้าร่วมโครงการไม่ได้ครอบคลุมทุกประเภท แต่เป็นสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกให้จำหน่ายในราคาที่เหมาะสมและช่วยลดภาระค่าครองชีพได้จริง - การสื่อสารข้อมูลดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะช่วยสร้างการรับรู้เกี่ยวกับมาตรการของกรมการค้าภายในแล้ว ให้กำหนดรายละเอียดประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่เข้าร่วมโครงการให้ชัดเจน เพื่อให้ประชาชนสามารถวางแผนการเลือกซื้อสินค้าได้ตรงตามความต้องการ จะสามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทใดได้บ้างในราคาพิเศษ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการรับรู้และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น	