

รายงานผลการตรวจราชการประจำเดือนมีนาคม ๒๕๖๘

๑. การเตรียมความพร้อมการจัดพิธีมอบแบบลายผ้าพระราชทาน ประจำปี ๒๕๖๘

โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ตรวจราชการกรม กำกับ ติดตามให้จังหวัดในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
ดำเนินการ ดังนี้

- ๑) กำหนดการจัดพิธีมอบแบบลายผ้าพระราชทานให้เหมาะสม และไม่ควรให้วันจัดพิธีของ
แต่ละจังหวัดตรงกัน
- ๒) ให้มีการประสานงานกับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าว
ในพระราชสำนักเกี่ยวกับการจัดพิธีดังกล่าว

๑.๑ ข้อค้นพบ โดยจังหวัดมีการดำเนินการ ดังนี้

ด้านการเตรียมความพร้อมและการจัดพิธี

- ๑) เตรียมความพร้อมจัดพิธีมอบแบบลายผ้าพระราชทาน ประจำปี ๒๕๖๘ โดยวางแผน
กำหนดสถานที่ รูปแบบพิธี และกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมและสมพระเกียรติ
- ๒) มีการกำหนดช่วงเวลาจัดพิธีให้เหมาะสมกับพื้นที่ พร้อมประสานกับจังหวัดใกล้เคียง
เพื่อไม่ให้จัดกิจกรรมซ้ำวันกัน
- ๓) มีการจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มทอผ้าและผู้ประกอบการ OTOP อย่างเป็นระบบและเตรียม
ความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมให้ครบองค์ประกอบ เช่น การมอบลายผ้าและนิทรรศการผ้าพระราชทาน

ด้านการประชาสัมพันธ์

- ๑) มีการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ให้ผู้ผลิตผ้าและประชาชนเข้าใจความสำคัญ
ของโครงการ พร้อมส่งเสริมการนำลายผ้าพระราชทานไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- ๒) ทุกจังหวัดมีการประสานงานกับสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด และจังหวัดส่วนใหญ่
มีการจัดทำข่าวและส่งต่อข้อมูลให้กับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เพื่อเผยแพร่ข่าวในพระราชสำนัก

ด้านการส่งเสริมและขยายผล

- ๑) จังหวัดได้ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ลายผ้าพระราชทานแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ
OTOP และกลุ่มภูมิปัญญาด้านผ้าไทยอย่างต่อเนื่อง โดยผู้ว่าราชการจังหวัดนำไปมอบต่อให้กลุ่มผู้ผลิตและช่าง
หัตถกรรมในจังหวัด
- ๒) แนะนำให้จังหวัดติดตามผลหลังการมอบแบบลายผ้า โดยส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้านำลายผ้า
พระราชทานไปประยุกต์ใช้ในการผลิตจริง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการประกวดในปี ๒๕๖๘

๑.๒ ข้อเสนอแนะ โดยผู้ตรวจราชการกรม

- ๑) ควรจัดพิธีมอบแบบลายผ้าพระราชทานให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โดยกำกับดูแล
ให้การดำเนินพิธีเป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่ถูกต้อง สมพระเกียรติ และตรวจสอบความถูกต้องของแบบลายผ้าที่จะ
มอบให้แก่กลุ่มเป้าหมายอย่างรอบคอบ
- ๒) ควรดำเนินการชักชวนขั้นตอนการปฏิบัติของผู้เข้าร่วมพิธีมอบลายผ้าพระราชทาน
เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ราบรื่น และสมพระเกียรติ

๓) ให้จังหวัดพิจารณาคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับมอบลายผ้าพระราชทานให้เป็นผู้ที่สามารถนำลายผ้าพระราชทานไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และชุมชน รวมถึงสามารถเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การใช้ลายผ้าพระราชทานให้แพร่หลายต่อไป

๔) ให้จังหวัดวางแผนและกำหนดการจัดพิธีมอบแบบลายผ้าพระราชทานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ พร้อมประสานข้อมูลระหว่างจังหวัดในเขตตรวจราชการ เพื่อหลีกเลี่ยงการจัดพิธีในวันและเวลาที่ซ้ำซ้อนกัน

๕) ควรเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของแบบลายผ้าพระราชทานแก่กลุ่มผู้ผลิตผ้า กลุ่มทอผ้า และผู้ประกอบการ OTOP โดยประสานความร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) สื่อมวลชนในพื้นที่ และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของจังหวัดและอำเภอ

๖) ส่งเสริมการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่าย เช่น สมาคมแม่บ้านมหาดไทย และกลุ่มผู้นำสตรี เพื่อรณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยลายพระราชทานอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

๑.๓ ข้อเสนอแนะ เชิงพื้นที่

๑) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มทอผ้าและเครือข่ายผู้ผลิตผ้าพื้นถิ่นในการเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับแบบลายผ้าพระราชทานให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสืบสานมรดกผ้าไทยอย่างยั่งยืน

๒) สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผ้าในด้านการออกแบบ คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น และสร้างรายได้ให้ชุมชน

๓) ควรวางแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับลายผ้าพระราชทานประจำปี ๒๕๖๕ อย่างเป็นระบบ โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง พร้อมจัดทำรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

๔) ควรเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการผลิตผ้าลายพระราชทานลายใหม่ โดยจัดหาผู้เชี่ยวชาญถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคนิคเฉพาะทาง เพื่อยกระดับคุณภาพผลงาน

๒. การทบทวน ปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เข้าสู่แพลตฟอร์ม E – commerce

โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ตรวจราชการกรม กำกับ ติดตาม ให้จังหวัดดำเนินการ ดังนี้

๑) ติดตามและส่งเสริมช่องทางการตลาดและการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เกิดความต่อเนื่อง

๒) สสำรวจผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่เข้าสู่แพลตฟอร์ม E-Commerce และขับเคลื่อนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ เข้าสู่ตลาดออนไลน์

๓) ค้นหาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพโดดเด่นด้านการพัฒนาสินค้าสู่ตลาดออนไลน์ และ Modern trade

๒.๑ ข้อค้นพบ โดยจังหวัดมีการดำเนินการ ดังนี้

ด้านที่ ๑ : การติดตามและส่งเสริมช่องทางการตลาดและการขายสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เกิดความต่อเนื่อง

๑) ส่งเสริมการตลาดผ่าน Social Commerce, Facebook, TikTok และแพลตฟอร์ม E-Commerce

๒) เชื่อมโยงเครือข่ายนักสร้างคอนเทนต์ Influencer และ Creator เพื่อรีวิวและจำหน่ายสินค้า

- ๓) พัฒนา Content Marketing และสร้างแบรนด์สินค้าให้โดดเด่นในตลาดดิจิทัล
- ๔) ผลักดันผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้าสู่ตลาด Modern Trade
- ๕) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขยายช่องทางจำหน่ายสู่แพลตฟอร์ม E-Commerce ทั้งภาครัฐ

และเอกชน

- ๖) ลดอุปสรรคด้านต้นทุนและข้อจำกัดทางเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- ๗) ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายนักขายออนไลน์และเชื่อมโยงกับผู้มีอิทธิพลทางสื่อ

ด้านที่ ๒ : การสำรวจผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่เข้าสู่แพลตฟอร์ม E-Commerce และขับเคลื่อนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ เข้าสู่ตลาดออนไลน์

- ๑) ปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน
- ๒) สำรวจข้อมูลด้านศักยภาพการผลิต ช่องทางจำหน่าย และความพร้อมสู่ตลาดออนไลน์
- ๓) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและระบบสนับสนุนการขายออนไลน์
- ๔) มีการอบรมและติดตามผลการนำความรู้ไปใช้จริง
- ๕) ส่งเสริมการยกระดับทักษะดิจิทัล (Up-skill & Re-skill) ผ่านหลักสูตรและกิจกรรม

ฝึกปฏิบัติจริง

- ๖) จัดตั้งจุดเรียนรู้ดิจิทัลชุมชน และส่งเสริมคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างคอนเทนต์

ด้านที่ ๓ : การค้นหาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพโดดเด่นด้านการพัฒนาสินค้าสู่ตลาดออนไลน์ และ Modern Trade

- ๑) สนับสนุนองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกิจกรรม การถ่ายภาพ และการทำคอนเทนต์
- ๒) มีผู้ประกอบการ OTOP ปรับตัวเข้าสู่ตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ๓) มีหลายจังหวัดประสบความสำเร็จในการเชื่อมโยงตลาดออนไลน์กับ Modern Trade
- ๔) มีการใช้เทคโนโลยี AI และแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายและขยายตลาด

๒.๒ ข้อเสนอแนะ โดยผู้ตรวจราชการกรม

๑) ติดตามและส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง พร้อมสำรวจและผลักดันผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีศักยภาพเข้าสู่ตลาดออนไลน์และ Modern Trade

๒) ทบทวนและปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อใช้ในการวางแผนและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

๓) ใช้ผู้ประกอบการต้นแบบ (Best Practice) ของแต่ละจังหวัดเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และยกระดับศักยภาพร่วมกัน

๔) เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนติดตามและประเมินผลผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมทักษะดิจิทัล เพื่อให้การสนับสนุนและต่อยอดการพัฒนาในอนาคต

๕) พัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล การสร้างคอนเทนต์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๖) คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพโดดเด่นเพื่อส่งเสริมเข้าสู่ตลาดศักยภาพสูง พร้อมสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานสินค้า บรรจุกิจกรรม และการทำ Storytelling

๗) ให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอติดตามและส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายช่องทางการตลาดและเพิ่มรายได้ที่ยั่งยืน

๒.๓ ข้อเสนอแนะเชิงพื้นที่

- ๑) จัดอบรมให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์แก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคและบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒) ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแบบ “พี่เลี้ยงมืออาชีพ” (Coaching) โดยเจ้าหน้าที่และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสอนการสมัครแพลตฟอร์ม การถ่ายภาพสินค้า และการเขียนคำบรรยายสินค้า
- ๓) ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP ด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสริมความเข้มแข็งในชุมชน
- ๔) สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจ และบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนานวัตกรรมและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ๕) ปรับปรุงฐานข้อมูลผู้ประกอบการให้ทันสมัย คัดเลือกผู้ที่มีศักยภาพ และนำระบบ Live Commerce มาใช้เพื่อขยายตลาดสินค้า OTOP
- ๖) ติดตามและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านดิจิทัลและยอดขายออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และหลักสูตรอบรมให้ตรงกับความต้องการตลาด
- ๗) ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์ด้วย Storytelling ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและพหุวัฒนธรรม เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด E-Commerce
- ๘) พัฒนา Digital Storytelling ให้ทันสมัยและเข้าถึงคนรุ่นใหม่ โดยใช้เทคโนโลยี AI และวิดีโอสั้น พร้อมระบบสนับสนุนด้านการชำระเงิน การขนส่ง และการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
- ๙) เชื่อมโยงข้อมูลสินค้า OTOP เข้ากับแพลตฟอร์ม Marketplace ยอดนิยม เพื่อให้เกิดการซื้อขายจริง และพัฒนาทักษะด้านการถ่ายภาพ การเขียนคำบรรยาย และการจัดสต็อกสินค้า
- ๑๐) จัดตั้ง “จุดเรียนรู้ดิจิทัลชุมชน” ระดับอำเภอ เพื่อให้คำปรึกษาและอบรมผู้ประกอบการด้าน E-Commerce ครอบคลุมทุกชั้นตอนตั้งแต่การตั้งร้านจนถึงการจัดการคำสั่งซื้อ

๓. การเร่งรัดเบิกจ่ายงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ (ไตรมาส ๑ - ๒)

โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ตรวจราชการกรม กำกับ ติดตาม เร่งรัด ให้จังหวัดและอำเภอ ดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ ให้เป็นไปตามแผนการใช้จ่ายงบประมาณและกรอบระยะเวลาที่กรมฯ กำหนด

๓.๑ ข้อค้นพบ โดยจังหวัดมีการดำเนินการ ดังนี้

- ๑) มีการติดตามและเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำระบบสรุปผล จัดประชุมวางแผนรายเดือน และใช้เทคโนโลยีออนไลน์ในการรายงานและแก้ไขปัญหา เพื่อให้การเบิกจ่ายเป็นไปตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๒) หลายจังหวัดสามารถเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามแผน โดยมีระบบติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานทั้งในรูปแบบเอกสาร การลงพื้นที่ และการสื่อสารผ่านการประชุมหรือไลน์กลุ่ม เพื่อให้เจ้าหน้าที่ทุกระดับเข้าใจแนวทางการเบิกจ่ายอย่างชัดเจน
- ๓) จังหวัดที่เบิกจ่ายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มักเกิดจากข้อจำกัดด้านบุคลากรที่มีจำนวนน้อย แต่ภาระงานมาก ส่งผลให้การดำเนินงานล่าช้า
- ๔) มีการบริหารจัดการงบประมาณตามแผนและระเบียบราชการอย่างเคร่งครัด ทั้งด้านการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดกิจกรรม และการรายงานผลการเบิกจ่ายเป็นระยะ
- ๕) หลายจังหวัดนำเครื่องมือดิจิทัล เช่น Dashboard และ Google Sheet เรียลไทม์ มาใช้บริหารจัดการและติดตามงบประมาณ ทำให้การติดตามผลรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๓.๒ ข้อเสนอแนะ โดยผู้ตรวจราชการกรม

๑) จังหวัดและอำเภอต้องเร่งรัดการเบิกจ่ายงบประมาณให้เป็นไปตามแผนและกรอบเวลา และวิเคราะห์สาเหตุของการเบิกจ่ายที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จัดทำแผนเร่งรัด และกำหนดแผนรายเดือนอย่างชัดเจน พร้อมถ่ายทอดเป้าหมายสู่เจ้าหน้าที่ทุกระดับ

๒) พัฒนาระบบติดตามผลการเบิกจ่ายให้ทันสมัยและใช้ข้อมูลได้จริง เช่น Dashboard หรือระบบออนไลน์ รวมถึงใช้การประชุมและช่องทางสื่อสารออนไลน์ในการติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง

๓) ส่งเสริมความรู้ด้านการเงิน การคลัง และระเบียบพัสดุแก่เจ้าหน้าที่ โดยนำแนวทางที่ประสบผลสำเร็จจากจังหวัดอื่นมาปรับใช้ และวิเคราะห์ปัญหาเฉพาะพื้นที่เพื่อจัดทำมาตรการบริหารจัดการที่เหมาะสม

๔) ให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดจัดทำแผนการดำเนินงานและแผนการใช้จ่ายเงินให้ทันตามไตรมาส โดยเฉพาะงบลงทุนต้องประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดระยะเวลาดำเนินการให้ชัดเจน

๕) ให้หน่วยงานในพื้นที่ติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลการดำเนินงานและการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินสถานการณ์และแก้ไขปัญหาได้ทันที่วงที่ รวมทั้งวางแผนรับมือความเสี่ยงด้านเวลา เช่น ช่วงเดือนธันวาคม

๖) เสริมสร้างสมรรถนะด้านการเงินและพัสดุให้เจ้าหน้าที่ใหม่หรือผู้ย้ายสายงาน โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาและใช้แนวทาง “พี่สอนน้อง” เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดข้อผิดพลาดในการเบิกจ่าย
