



# Gen Z ไทยเปลี่ยนวิถีเลือกซื้อแบรนด์ TikTok แซง Google ขณะที่ AI กลายเป็นผู้ช่วยตัดสินใจ



คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ YouGov Thailand และ เอบีเอ็ม คอนเนค เปิดผลสำรวจพฤติกรรมการใช้สื่อและการใช้งาน AI ของ Gen Z ในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลและตัดสินใจซื้อของ Gen Z เปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ โดย TikTok และ AI กลายเป็นเครื่องมือสำคัญก่อนเลือกแบรนด์ สะท้อนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค “Social-first” และ “AI-assisted decision making” ที่กำลังเป็นตัวแปรให้แบรนด์ปรับกลยุทธ์การสื่อสาร สร้างความน่าเชื่อถือ และรักษาสมดุลระหว่าง “ความเร็ว” ของข้อมูลจาก AI กับ “ความถูกต้อง” ของข้อมูลจากแบรนด์

AI เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของกลุ่ม Gen Z ไทย ในหลายมิติ :

- 1) Visual search และวิดีโอ** มีผลต่อการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ  
Gen Z 66.9% เลือกดูรีวิววิดีโอบน TikTok และโซเชียลมีเดีย ก่อนตัดสินใจซื้อ ขณะที่ Google Search มีเพียง 21.9% สำหรับแหล่งข่าวสารและเนื้อหาหลัก พบว่ามาจากหน้าฟีดโซเชียลสูงถึง 73.9% ทั้งหาลองค้นหาเอง (42.5%) การรับข้อมูลจากอินฟลูเอนเซอร์ (36.8%) และข่าวสรุปจาก AI (19.0%) สะท้อนว่า พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลกำลังเปลี่ยนจาก “Search-based”

ไปสู่ “Discovery-based” ที่ผู้บริโภคค้นพบสินค้าและตัดสินใจผ่านคอนเทนต์ วิดีโอ รีวิว และประสบการณ์จริงมากขึ้น

- 2) ใช้ AI หาไอเดีย เปรียบเทียบ และสรุป**  
AI กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจของ Gen Z โดยใช้เพื่อหาไอเดีย (43.2%) เปรียบเทียบข้อมูล (41.3%) และสรุปเนื้อหา (39.9%) สะท้อนว่า AI ไม่ได้ถูกใช้เพียงเพื่อความสะดวก แต่กำลังทำหน้าที่เป็น “ผู้ช่วยตัดสินใจ” ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ChatGPT เป็นเครื่องมือที่มีการใช้งานรายวันสูงสุด (25.7%) ตามด้วย Gemini (22.1%) Google AI Search (15.9%) Microsoft Copilot (6.7%)

Gen Z กว่า 42.3% ค่อนข้างเชื่อใจ AI เพราะสรุปข้อมูลได้เข้าใจง่าย (56.1%) และมีแหล่งอ้างอิง (53.1%) แต่เมื่อถามถึงความถี่ในการซื้อสินค้าตามคำแนะนำของ AI มีเพียง 12.1% ที่ซื้อตามบ่อยครั้ง และ 28.7% ระบุว่าไม่เคยซื้อตามเลย

- 3) ยังต้องการ ‘ความเป็นมนุษย์’**  
แม้ AI จะ เข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ผลสำรวจพบว่า Gen Z ยังให้ความสำคัญกับ “ความเป็นมนุษย์” และประสบการณ์จริงจากผู้คน โดยอินฟลูเอนเซอร์ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่า การสรุปข้อมูลโดย AI เกือบ 2 เท่า สะท้อนว่า Gen Z ใช้ AI



# บางกอกทูเดย์

Bangkok Today  
Circulation: 150,000  
Ad Rate: 1,000

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 29 พฤษภาคม - พุธสัปดาห์ที่ 4 มิถุนายน 2569

ปีที่: 24 ฉบับที่: 3502 หน้า: 5(ซ้าย)

Col.Inch: 64.58 Ad Value: 64,580 PRValue (x3): 193,740

คลิป: 5:58

หัวข้อข่าว: Gen Z ไทยเปลี่ยนวิถีเลือกซื้อแบรนด์

เพื่อความรวดเร็วและประสิทธิภาพ (Efficiency) แต่ยังคงต้องการความจริงใจและคอนเทนต์ที่จับต้องได้จากบุคคลจริงๆ (Human Touch)

**รศ.ประไพพิศ มุฑิตาเจริญ** อาจารย์ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า “Gen Z ให้ความสำคัญกับโซเชียล กลั่นกรองข้อมูลจากหลายแหล่ง เชื่อถือข้อมูล AI ระดับกลางๆ ส่วนใหญ่ใช้เพื่อหาไอเดียมากกว่าเพื่อการตัดสินใจซื้อ และยังต้องการแหล่งอ้างอิงหรือหลักฐานที่ตรวจสอบได้ นี่จึงเป็นโจทย์ใหม่ของแบรนด์ในการบาลานซ์ความเร็ว ความถูกต้อง ความโปร่งใส และความจริงใจในการสื่อสาร”

“เรายังพบว่าการกิจกรรมในชุมชนหรือมหาวิทยาลัย รวมถึงประสบการณ์ที่จับต้องได้ เป็นจุดเชื่อมโยงกายภาพกับโลกดิจิทัลได้อยู่ การออกแบบประสบการณ์ให้กลายเป็น UGC (User-Generated Content) จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ ขณะเดียวกัน งานวิจัยยังพบว่า Gen Z ไทยมีความหลากหลายสูง การสื่อสารที่คำนึงถึงความหลากหลายและเท่าเทียม (Inclusivity) จึงเป็นอีกประเด็นที่แบรนด์ควรใส่ใจ”

**เสรี ศิริณพวงศากร** Executive Director บริษัท เอบีเอ็ม คอนเนค จำกัด เปิดเผยว่า “สถิติที่ใช้ TikTok เพื่อค้นหาข้อมูล เมื่อเทียบกับ Google ทำให้เชื่อได้ว่า Gen Z ต้องการสัมผัส ‘ประสบการณ์จริง’ และการเล่าเรื่องผ่านวิดีโอสามารถสร้าง Impact ได้สูง การที่ Gen Z ใช้ TikTok ในชีวิตประจำวัน จึงเป็นโอกาสสำคัญในการวาง Content Strategy เพื่อสร้างความคุ้นเคยและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง”

“นอกจากนี้ อินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถเชื่อมโยงคุณค่าและความไว้วางใจ จะเป็นสะพานสำคัญระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค แบรนด์จึงควรโฟกัสทั้งคอนเทนต์แบบ Always-on ที่สร้างความสัมพันธ์ระยะยาว และประสบการณ์จากรีวิวหรือเสียงสะท้อนจากผู้ใช้งาน เพราะทุกทัชพอยต์คือโอกาสสำคัญในการสื่อสารที่ไม่ควรมองข้าม”

แบรนด์จึงควรมีกลยุทธ์ Content Strategy ที่แข็งแกร่ง เพื่อจัดระเบียบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและชัดเจน พร้อมสร้างสมดุลระหว่างความเร็วของข้อมูลจาก AI และความถูกต้องของข้อมูลจากแบรนด์ โดยผสมผสานคอนเทนต์รีวิวเพื่อสร้างความบันเทิงควบคู่ไปกับการมีฐานข้อมูลที่แม่นยำ เพื่อให้ AI สามารถค้นหาและสรุปข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ได้อย่างถูกต้องผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล ซึ่งกำลังกลายเป็น Touchpoint สำคัญใหม่ของผู้บริโภค Gen Z ไทยในปัจจุบัน ■



# มติชน สุดสัปดาห์

Matichon Weekend  
Circulation: 500,000  
Ad Rate: 353

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 29 พฤษภาคม - พุธสัปดาห์ 4 มิถุนายน 2569

ปีที่: 46

ฉบับที่: 2389

หน้า: 83(เต็มหน้า)

Col.Inch: 94.25 Ad Value: 33,270.25 PRValue (x3): 99,810.75

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Agora: ผลเลือกตั้งแบบกลับตาลปัตร

## ผลเลือกตั้งแบบกลับตาลปัตร

### Agora



กฤตภาส ศักดิ์ชานนท์  
วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
[www.facebook.com/bintokit](http://www.facebook.com/bintokit)

ช่วงนี้เป็นฤดูแห่งการทำวิจัยเพื่อจบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือที่เรียกว่า "ภาคินพนธ์" ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 ในหลักสูตรปริญญา การเมือง และเศรษฐศาสตร์ (PPE) วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โดยหลักสูตรที่เล่าปางซึ่งผมประจำอยู่นั้นมีนักศึกษา 3 คนเสนอหัวข้อเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรปี พ.ศ.2569"

ซึ่งแต่ละคนก็แยกกันไปศึกษาคนละพรรคและพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความนิยมของพรรคการเมืองจากการเลือกตั้งครั้งก่อนในปี พ.ศ.2566 มาสู่การเลือกตั้งครั้งล่าสุดในปี นี้ ภายใต้ขอบเขตพื้นที่ที่น่าสนใจ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเลือกตั้งที่ผลการเลือกตั้งปี 2569 เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในปี 2566 แบบ "กลับตาลปัตร" อันอาจสามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อคะแนนนิยมของทั้งพรรคการเมืองและผู้สมัครในแต่ละเขตได้

ผมเองในฐานะที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับทั้งสามคนนี้ก็มองเห็นว่าเป็นหัวข้อที่มีประโยชน์ต่อสาธารณชนในวงกว้าง

จึงถือโอกาสหยิบยกบางส่วนของงานที่กำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการวิจัยมาเล่าสู่กันฟัง

นักศึกษาคนแรกคือ "ฉัฐิกา สุทธการ" (พลอย) เลือกทำ "พรรคเพื่อไทย" โดยจำกัดขอบเขตลงมาด้วยการเปรียบเทียบกันระหว่าง จ.ปทุมธานี เขต 2 อ.สามโคก, เมืองปทุมธานี (เฉพาะบางกะดี, บางปรอก, บาง



พุด, บางพูน, บ้านกระแซง, บ้านกลาง, ส่วนพริกไทย) กับ จ.แพร่ เขต 2 อ.สอง, หนองม่วงไข่, ร้องกวาง, เมืองแพร่ (เฉพาะท่าข้าม, แม่คำมี, แม่ยม, แม่หลาย, วังธง, วังหงส์, ห้วยม้า) เนื่องจากมีผลการเลือกตั้งออกมาเป็นแบบกลับตาลปัตรที่สวนทางกันทั้งสองเขตคือจากเดิมที่คนหนึ่งชนะแต่ต่อมากลับเป็นผู้แพ้ ขณะที่อีกคนหนึ่งจากแพ้แต่ต่อมากลับกลายเป็นผู้ชนะ

เริ่มจาก "ศุภชัย นพขำ" ผู้สมัครพรรคเพื่อไทยเขต 2 จ.ปทุมธานี ซึ่งได้รับความนิยมพ่ายแพ้ในปี พ.ศ.2566 โดยได้อันดับที่ 2 ด้วยคะแนน 37,011 คิดเป็น 36.16% ของผู้มีมาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง แต่แล้วก็พลิกกลับมาชนะได้ในปี 2569 ด้วยคะแนน 36,340 คิดเป็น 37.45% ของจำนวนผู้มีมาใช้สิทธิ์

จะเห็นว่าแม้คะแนนเสียงของศุภชัยจะลดลงเล็กน้อย แต่หากคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของผู้มาใช้สิทธิ์ก็กลับมีมากขึ้น 1.29% และเพียงพอให้ศุภชัยพลิกกลับมาเป็นผู้ชนะกว่าอันดับที่ 1 ไปครองได้

ขณะที่ "นิยม วิวรรธณดิฐกุล" ผู้สมัครจากพรรคเพื่อไทยเขต 2 จ.แพร่ ซึ่งเดิมเป็นผู้ชนะในครั้งก่อน แต่กลับกลายเป็นผู้แพ้ในการเลือกตั้งครั้งล่าสุดเมื่อปี 2569 โดยร่วงจากอันดับที่ 1 ลงมาเป็นอันดับ 3 ด้วยคะแนนที่ต่ำกว่าเดิมเกือบ 3 เท่า ด้วยคะแนน 13,030 คิดเป็น 15.65% ของจำนวนผู้มีมาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ทั้งๆ ที่เมื่อปี 2566 สามารถคว้าชัยมาได้ ด้วยคะแนนมากถึง 32,845 คะแนน คิดเป็น

37.31% ของจำนวนผู้มีมาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งน่าสนใจว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้คะแนนเสียงเปลี่ยนแปลงไปมากขนาดนี้

นักศึกษาคนถัดมาคือ "ทยา หลินมา" (ป๊อก) เลือกทำ "พรรคภูมิใจไทย" โดยจำกัดขอบเขตลงมาด้วยการเปรียบเทียบกันภายในจังหวัดที่ลงระหว่างเขต 1 เขต 2 และเขต 3 เนื่องจากในปี 2569 ผลการเลือกตั้งเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด

จากเดิมในปี 2566 ซึ่งพรรคประชาธิปัตย์ได้ไป 2 เขต และอีกหนึ่งเขตเป็นผู้สมัครจากพรรครวมไทยสร้างชาติ ส่วนพรรคภูมิใจไทยไม่ได้แม้แต่เพียงเก้าอี้เดียว

ทว่า พอมาถึงการเลือกตั้งปี 2569 ก็กลายเป็นว่าพรรคภูมิใจไทยสามารถคว้าเก้าอี้ไปครองได้ถึง 2 เขต ส่วนอีกเขตหนึ่งก็กลับกลายเป็นผู้สมัครจากพรรคกล้าธรรมคว้าชัยไปเป็นสมัยแรก

จึงน่าสนใจอย่างยิ่งว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขต 2 ป่าพะยอม, ศรีบรรพต, ความซนุน, ศรีนครินทร์, กงทรา (เฉพาะชะรัด, สมหวัง) ซึ่ง "วรท เทอดวิระพงศ์" ผู้สมัครพรรคภูมิใจไทยที่มีคะแนนพุ่งขึ้นจากครั้งก่อนถึง 19,345 คะแนน จากเดิมที่ได้ 39,581 เพิ่มมาเป็น 58,926 คะแนนในรอบนี้ คิดเป็น 50.30% หรือครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้มีมาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ทั้งๆ ที่คราวก่อน



# มติชน สุดสัปดาห์

Matichon Weekend  
Circulation: 500,000  
Ad Rate: 353

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 29 พฤษภาคม - พุธสัปดาห์ 4 มิถุนายน 2569

ปีที่: 46 ฉบับที่: 2389 หน้า: 83(เต็มหน้า)

Col.Inch: 94.25 Ad Value: 33,270.25 PRValue (x3): 99,810.75

ศิลป์: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Agora: ผลเลือกตั้งแบบกลับตาลปัตร

คะแนนของเขาคิดเป็น 33.99% ของจำนวนผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้งเท่านั้น

ความนิยมทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปตามที่ปรากฏออกมาผ่านผลการเลือกตั้งได้สะท้อนให้เห็นถึงพลวัตทางการเมืองในพหุพลังที่มีความซับซ้อนและมีลักษณะเฉพาะตัวอันแตกต่างจากภูมิภาคอื่น

นักศึกษาคนสุดท้ายก็คือ “กฤตพล พรหมจักร” (ไอ้ต) เลือกทำ “พรรคประชาชน” โดยจำกัดขอบเขตลงมาด้วยการเปรียบเทียบกันภายใน จ.เชียงใหม่ระหว่างเขต 5 และเขต 6 เพราะผลการเลือกตั้งออกมาในปี 2569 ปรากฏให้เห็นว่าผู้สมัครจากพรรคประชาชนมีความเปลี่ยนแปลงแบบกลับตาลปัตรเมื่อเทียบกับการเลือกตั้งครั้งก่อน นั่นคือเขต 5 จากเดิมที่แพ้กลายเป็นผู้ชนะ ในขณะที่เขต 6 จากผู้ชนะก็กลับกลายเป็นผู้แพ้

ในเขต 5 แม่แตง, กัลยาณิวัฒนา, สะเมิง, แม่ริม (ยกเว้นดอนแก้ว, แม่สลา, เหมืองแก้ว) คือฝั่งที่เป็นจริงของพรรคส้ม เมื่อ “สมชิต กันธะยา” จากพรรคก้าวไกล ซึ่งได้อันดับที่ 2 ในปี 2566 โดยได้ 37,738 คะแนน คิดเป็น 34.80% ของจำนวนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งแพ้ให้กับจุลพันธ์ อมรวิวัฒน์ จากพรรคเพื่อไทยที่ได้ 38,015 คะแนน

ทว่า ต่อมาเมื่อจุลพันธ์ย้ายไปลงในรูปแบบบัญชีรายชื่อพร้อมทั้งเป็น 1 ใน 3 แคนดิเดตนายกรัฐมนตรีให้กับเพื่อไทยในการเลือกตั้ง 2569 สมชิต กันธะยา ก็สามารถคว้าชัยเหนืออัจฉรารัตน์ นันทะเสน จากพรรคเพื่อไทยไปได้ด้วยคะแนน 39,120 คะแนน คิดเป็น 42.5% จากผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

แม้คะแนนที่ได้เพิ่มขึ้นมา 1,382 คะแนนจะ

ดูไม่ได้มากนัก แต่หากพิจารณาที่เปอร์เซ็นต์ของจำนวนผู้มาใช้สิทธิ์ก็พบว่าคะแนนของสมชิตมากขึ้นถึง 7.7% เลยทีเดียว

ขณะที่เขต 6 พร้าว, เชียงดาว, เวียงแหง, ไชยปราการ (เฉพาะศรีดงเย็น, หนองบัว) กลายเป็นฝั่งร้ายของพรรคส้ม เนื่องจาก “อรพรรณ จันทาเรือง” เจ้าของตำแหน่งเดิมจากพรรคก้าวไกล ซึ่งคราวนี้ลงสนามในนามพรรคประชาชน กลับต้องพ่ายแพ้ให้แก่ “สุภานันท์ ปัญญาทิพย์” จากพรรคกล้าธรรมไปแบบขาดลอย

โดยอันดับที่ 1 สุภานันท์ได้ 33,043 คะแนน คิดเป็น 40.5% ของจำนวนผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

ส่วนอันดับที่ 2 อรพรรณได้ 26,649 คะแนน คิดเป็น 32.7% ของจำนวนผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

ตามหลังอันดับที่ 1 ถึง 6,394 คะแนน

นักศึกษาทั้งสามคนได้ผ่านการสอบเค้าโครงภาคินพนธ์จากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อที่ตนศึกษาไปเรียบร้อยแล้ว โดยหัวข้อของพรรคเพื่อไทยนั้นได้รับเกียรติจาก “ส.ส.เดี๋ยร์” ชัตติยา สวัสดิผล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อพรรคเพื่อไทยและรองเลขาธิการพรรคเพื่อไทยเป็นกรรมการสอบ

ส่วนหัวข้อของพรรคประชาชนนั้นได้รับเกียรติจาก “ส.ส.พิมพ์” พิมพ์กาญจน์ กิรติวิราภรณ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อพรรคประชาชนเป็นกรรมการสอบ

และหัวข้อพรรคภูมิใจไทยได้รับเกียรติจาก รศ.ดร.ชนศักดิ์ สายจำปา อาจารย์ประจำแขนงวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์

และรองอธิการบดีฝ่ายแผน ยุทธศาสตร์ และเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นกรรมการสอบ

หลังจากนี้เป็นต้นไปจนถึงช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2569 นักศึกษาทั้งสามคนจะลงพื้นที่ซึ่งเป็นทั้งสนามวิจัยและภูมิสำเนาของแต่ละคน เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำมาประมวลผล ก่อนจะวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น

ตลอดจนอธิบายพฤติกรรมทางการเมืองของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในพื้นที่ดังกล่าว โดยนำเสนอบทสรุปที่มุ่งหวังว่าจะมีคุณภาพการตั้งต่อวงวิชาการและแวดวงการเมืองได้

ท้ายที่สุดแล้วผลลัพธ์ของงานวิจัยชุดนี้จะออกมาเป็นเช่นใด ได้ค้นพบคำตอบที่ทรงคุณค่าอย่างที่ตั้งใจไว้หรือไม่

ถึงตอนนั้นจะกลับมาเล่าให้ฟัง ●

## เรือนจำอำเภอฝาง ร่วมกับสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ขับเคลื่อนโครงการพัฒนาต้นแบบการเตรียมความพร้อมก่อนปล่อย (Pre-Release Model)



วันพุธที่ 27 พฤษภาคม 2569 นางสาวปภาสร จันห้วนา ผู้บัญชาการเรือนจำอำเภอฝาง เป็นประธานการประชุมร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่อำเภอฝาง ภายใต้โครงการพัฒนาต้นแบบการเตรียมความพร้อมก่อนปล่อย (Pre-Release Model) ซึ่งดำเนินการโดยสถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย (TIJ) ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในการประชุมครั้งนี้ มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเข้าร่วมอย่างพร้อมเพรียง ได้แก่ ที่ว่าการอำเภอฝาง, สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอฝาง, สำนักงานคุมประพฤติจังหวัดเชียงใหม่ สาขา

ฝาง, ศูนย์พัฒนาปิโตรเลียมภาคเหนือ, เทศบาลตำบลเวียง, สถาบันพัฒนา  
ฝีมือแรงงาน 19 เชียงใหม่, กลุ่มศิลปินลุ่มน้ำฝาง, ศูนย์การเรียนรู้ระดับ  
อำเภอฝาง, วิทยาลัยการอาชีพฝาง, วิทยาลัยอาชีวศึกษานอร์ท, สำนักงาน  
ประกันสังคมจังหวัดเชียงใหม่ สาขาฝาง, โรงพยาบาลฝาง, สาธารณสุข  
อำเภอฝาง, สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, บริษัท สาม  
แสนไรซ์ จำกัด และบริษัท เฮามี จำกัด

การประชุมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันยกระดับและพัฒนา  
หลักสูตรการเตรียมความพร้อมก่อนปล่อยให้มีความเหมาะสม สอดคล้อง  
กับความต้องการและบริบทของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้  
ต้องขังหญิงให้มีความพร้อมทั้งด้านอาชีพ ทักษะชีวิต และการกลับคืนสู่  
สังคมอย่างมีคุณภาพ นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างความร่วมมือและพัฒนา  
เครือข่ายในพื้นที่อำเภอฝาง เพื่อร่วมสนับสนุนผู้พ้นโทษในด้านการศึกษา  
การประกอบอาชีพ การเข้าถึงบริการภาครัฐ และการใช้ชีวิตในชุมชน อัน  
จะนำไปสู่การลดการกระทำผิดซ้ำ และส่งเสริมการคืนคนดีสู่สังคมอย่าง  
ยั่งยืน

## รูปภาพ



ถนอม ศรีแก้วเลิศ

สวท.ฝาง

28 พ.ค. 69 ผู้เข้าชม 43

แชร์ข่าว



270,595  
จำนวนข่าว

9  
วิดีโอทั้งหมด

35,130,928  
จำนวนคนอ่าน

แท็กที่กำลังได้รับความนิยม