

บทความ(/articles/) > เศรษฐกิจ(https://www.dailynews.co.th/articles/articles_group/economic/)
> SME ยุทธวิธีเศรษฐกิจใหม่ (https://www.dailynews.co.th/articles/articles_group/economic/sme-landscape/)
19 เม.ย. 2568 • 9:30 น.



‘ปั่นสินค้าแฟชั่นไทย’ใช้จุดขายไถไปตลาดโลก

หากต้องการผลักดันอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยให้เป็นซอฟต์แวร์ต้องนำเอาเอกลักษณ์ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดแข็งเข้าไปสู่ และไม่ควรแข่งขันด้วยจุดขายการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ



([https://social-](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F)

[plugins.line.me/lineit/share?](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F)

[url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F)

แม้กำแพงภาษีที่สหรัฐอเมริกาตั้งไว้จะทำให้ผู้ประกอบการไทยถอนหายใจ แต่ตราใบที่ “สู้” ก็ยัง “มีโอกาส” ซึ่งวันนี้คอลัมน์นี้นำคำแนะนำจาก ผศ.ดร.วุฒิไกร ศิริผล รองคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาการ และอาจารย์สาขาวิชาศิลปการออกแบบพัสดราภรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.)

มาสะท้อนต่อเพื่อที่ผู้ประกอบการจะนำไปใช้เป็นข้อมูล



ผศ.ดร.วุฒิไกร ศิริผล

ผศ.ดร.วุฒิไกร แนะนำว่าหากต้องการผลักดันอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยให้ยกระดับเป็นซอฟต์แวร์ จะต้องนำเอาเอกลักษณ์ ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นจุดแข็งเข้าไปสู่ และไม่ควรแข่งขันด้วยการชู จุดขายเรื่องการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ เพราะเทรนด์แฟชั่นโลก คือความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งอังกฤษ และฟินแลนด์ต่างพูดว่าไทยมีศักยภาพตอบโจทย์เทรนด์นี้ เพราะมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเสื้อผ้าที่เป็นงานคราฟต์ ซึ่งใช้เส้นใยผ้ารีไซเคิลกับการย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งเป็นต้นทุน ที่ยังคงเหลืออยู่ของไทย แต่หายไปยุโรปและสแกนดิเนเวีย นอกจากนั้นการผลิตระดับอุตสาหกรรม ของไทยมีกระบวนการที่คำนึงถึงสวัสดิภาพแรงงาน และไม่มีกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชนรุนแรง เมื่อเทียบกับบางประเทศ จึงเป็นจุดแข็งของไทยที่ไม่จำเป็นต้องแข่งด้วยจุดขายเรื่องการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ แต่ ควรนำเอกลักษณ์ของไทยเหล่านี้ไปสู่ และปรับปรุงให้มีความร่วมสมัย เหมือนฝรั่งเศสและญี่ปุ่น ภายได้ **“จุดขายดีไซน์”** ที่ผลิตเป็นสินค้ามูลค่าสูงได้ ผศ.ดร.วุฒิไกร ระบุ

นอกจากนั้นยังได้แนะนำเพิ่มเติมว่า การผลิตแฟชั่นสิ่งทอของไทยมีจุดแข็ง 3 ประเภท คือ หัตถกรรม ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SME) และอุตสาหกรรมโรงงาน จึงมีข้อเสนอแนะการพัฒนา ดังต่อไปนี้

สำหรับ **“สินค้าหัตถกรรม”** หากจะส่งเสริมงานคราฟต์ให้ไปสู่ตลาดโลก รัฐควรมองหากลุ่มตลาดในประเทศต่าง ๆ และศึกษาความต้องการเฉพาะว่าต้องการการดีไซน์หรือเนื้อผ้าแบบใด โดยรูปแบบการ ดีไซน์ผ้าไทยวันนี้ยังไม่ใช่สิ่งที่กลุ่มประเทศตะวันตกให้ความนิยมมากนัก จึงต้องปรับรสชาติให้ถูกปาก ฝรั่งเศสขึ้น ซึ่งหากผลักดันเรื่องนี้สำเร็จจะก่อให้เกิดการค้าที่กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภูมิภาค เพราะ งานหัตถกรรมมีต้นทุนผลิตไม่สูงนัก ประชาชนจึงเข้าถึงการเป็นเจ้าของกิจการได้

“ธุรกิจ SME” สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เน้นขายดีไซน์ มีจุดเด่นด้านสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ ก็ควรเน้นสินค้าคุณภาพสูงเพื่อตอบโจทย์แฟชั่น และรัฐบาลควรส่งเสริมให้กลุ่มนี้เข้าถึงตลาดและการลงทุนได้มากขึ้น เพราะมีสินค้าที่อยู่ในช่วงกลางถึงสูง ที่นำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มได้ดี และมีโอกาสเติบโตมาก แต่ปัญหาที่พบตอนนี้ คือยังมีขนาดเล็ก และไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าใดนัก



และสุดท้ายคือ “ระดับอุตสาหกรรม” เสนอแนะว่าสิ่งที่ควรสนับสนุน คือส่งเสริมในเรื่องของเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น กับช่วยให้ต้นทุนลดลง ตลอดจนการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพราะมีผู้ประกอบการไทยน้อยมากที่จะจ้างดีไซเนอร์ให้ออกแบบเสื้อผ้าเป็นการเฉพาะ และนี่เป็นข้อเสนอแนะน่าสนใจเพื่อ “อัปเกรดสินค้าแฟชั่นไทย” ที่หลาย ๆ แนวทางต่าง ๆ เหล่านี้ที่ก็น่าพิจารณาปรับใช้.

ศิริโรจน์ ศิริแพทย์ siriroats@dailynews.co.th



([https://social-](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F4)

[plugins.line.me/lineit/share?](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F4)

[url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F4](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Farticles%2F4)

บทความยอดนิยมในหมวดหมู่

 5 ครั้ง



เดลินิวส์

Daily News
Circulation: 350,000
Ad Rate: 1,800

Section: First Section/ช่องทางทำกิน-บทความ

วันที่: เสาร์ 19 เมษายน 2568

ปีที่: - ฉบับที่: 27582

หน้า: 12(กลาง)

Col.Inch: 36.90 Ad Value: 66,420

PRValue (x3): 199,260

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: SMEs ยุทธวิธีเศรษฐกิจใหม่: 'ปั่นสินค้าแฟชั่นไทย'ใช้จุดขายได้ไป...



'ปั่นสินค้าแฟชั่นไทย' ใช้จุดขายได้ไปตลาดโลก



แม้กำแพงภาษีที่สหรัฐอเมริกาตั้งไว้จะทำให้ผู้ประกอบการไทยถอนหายใจ แต่ตราใบที่ "สู้" ก็ยัง "มีโอกาส" ซึ่งวันนี้คอลัมน์นี้มีคำแนะนำจาก ผศ.ดร.วุฒิกร ศิริผล รองคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ฝ่ายวิชาการ และอาจารย์สาขาวิชาศิลปะการออกแบบพัฒนารักษ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.) มาสะท้อนต่อเพื่อที่ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นข้อมูล

ผศ.ดร.วุฒิกร แนะนำว่าหากต้องการผลักดันอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยให้ยกระดับเป็นซอฟต์แวร์ จะต้องนำเอาเอกลักษณ์ ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นจุดแข็งเข้าไปสู้ และไม่ควรแข่งขันด้วยการซุกซนขายเรื่องการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ เพราะเทรนด์แฟชั่นโลก คือ

ความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งอังกฤษและฟินแลนด์ต่างพูดว่าไทยมีศักยภาพพอตอบโจทย์เทรนด์นี้ เพราะมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเสื้อผ้าที่เป็นงานคราฟต์ ซึ่งใช้เส้นใยผ้ารีไซเคิลกับการย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งเป็นต้นทุนที่ยังคงเหลืออยู่ของไทย แต่หายไปยุโรปและสแกนดิเนเวีย นอกจากนี้ การผลิตระดับอุตสาหกรรมของไทยมีกระบวนการที่คำนึงถึงสวัสดิภาพแรงงาน และไม่มีกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชนรุนแรงเมื่อเทียบกับบางประเทศ จึงเป็นจุดแข็งของไทยที่ไม่จำเป็นต้องแข่งด้วยจุดขายเรื่องการผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ แต่ควรนำเอกลักษณ์ของ "ไทยเหล่านี้ไปสู้" และปรับปรุงให้มีความร่วมสมัย เหมือนฝรั่งเศสและญี่ปุ่น ภายใต้อายุ "จุดขายดีไซเนอร์" ที่ผลิตเป็นสินค้ามูลค่าสูงได้ ผศ.ดร.วุฒิกร ระบุ

นอกจากนี้ยังได้แนะนำเพิ่มเติมว่า การผลิตแฟชั่นถึงทอดของไทยมีจุดแข็ง 3 ประเภท คือ หัตถกรรม ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง (SME) และอุตสาหกรรมโรงงาน จึงมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้ "สินค้าหัตถกรรม" หากจะส่งเสริมงานคราฟต์ให้ไปสู่ตลาดโลก ควรมองหากลุ่มตลาดในประเทศต่าง ๆ และศึกษาความต้องการเฉพาะว่าต้องการดีไซน์หรือเนื้อผ้าแบบใด โดยรูปแบบการดีไซน์ผ้าไทยวันนี้ยังไม่ใช้สิ่งที่กลุ่มประเทศตะวันตกให้ความนิยมมากนัก จึงต้องปรับรสชาติให้ถูกปากมากขึ้น ซึ่งหากผลักดันสำเร็จจะก่อให้เกิดการค้าที่กระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภูมิภาค เพราะงานหัตถกรรมมีต้นทุนผลิตไม่สูง ประชาชนจึงเข้าถึงการเป็นเจ้าของกิจการได้, "ธุรกิจ SME" สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เน้นขายดีไซเนอร์ มีจุดเด่นสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ควรเน้นสินค้าคุณภาพสูงเพื่อตอบโจทย์แฟชั่น และรัฐควรส่งเสริมให้กลุ่มนี้เข้าถึงตลาดและการลงทุนได้มากขึ้น เพราะมีสินค้าที่อยู่ในช่วงกลางถึงสูงที่นำมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มได้ และมีโอกาสเติบโตมาก, "ระดับอุตสาหกรรม" สิ่งที่ต้องสนับสนุน คือส่งเสริมเรื่องเทคโนโลยีทันสมัยที่จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้นกับต้นทุนลดลง และส่งเสริมความรู้การออกแบบให้ตรงความต้องการลูกค้า เพราะมีผู้ประกอบการไทยน้อยมากที่จะจ้างดีไซเนอร์ให้ออกแบบเสื้อผ้าเป็นการเฉพาะ และนี่เป็นข้อเสนอ เพื่อ "อัปเกรดสินค้าแฟชั่นไทย" ที่หลาย ๆ แนวทางเอสเอ็มอีก็นำปรับใช้ได้.

ศิริโรจน์ ศิริเทพย์
siriroots@dailynews.co.th

วันจันทร์ ที่ 21 เมษายน พ.ศ. 2568

หน้าแรก (<https://www.naewna.com/index.php>) / ข่าว Like สาระ
(<https://www.naewna.com/likesara>)



สื่อบนหน้า : ‘เหลื่อมล้ำ’ด้านการศึกษา ปัจจุบันมากกว่าระบบโรงเรียน

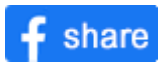
วันเสาร์ ที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2568, 06.00 น.

Tag : สื่อบนหน้า (<https://www.naewna.com/tags/สื่อบนหน้า>)

โรงเรียน (<https://www.naewna.com/tags/โรงเรียน>)

การศึกษา (<https://www.naewna.com/tags/การศึกษา>)

เหลื่อมล้ำ (<https://www.naewna.com/tags/เหลื่อมล้ำ>)



“เวลาผมลงไปในพื้นที่แล้วไปเยี่ยมโรงเรียน ก็เป็นโรงเรียนขนาดเล็กแต่ก็ไม่ค่อยเล็กมาก พอเห็นบรรยากาศการเรียนรู้เมื่อเทียบกับโรงเรียนที่อาจจะมีชื่อเสียงหรือมีคุณภาพหรือมีทรัพยากรที่มากกว่า ไม่ได้หมายถึงมีคอมพิวเตอร์ มีแท็บเล็ต แต่หมายถึงการดูแลเอาใจใส่ การเรียนรู้ที่มันมีคุณภาพ ผมคิดว่าอันนี้จริงๆ ยังเป็นปัญหาใหญ่ แล้วเป็นเรื่องที่ผมคิดว่าเป็น ความเหลื่อมล้ำที่สำคัญ”

รศ.ดร.วีระชาติ กิเลนทอง สถาบันวิจัยเพื่อการประเมินและออกแบบนโยบาย (RIPED) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย กล่าวในรายการ “ความเหลื่อมล้ำในการศึกษา” ซึ่งเป็นความร่วมมือกันระหว่างกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) และ 101 ให้ นิยามมุมมองเรื่องความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดยเฉพาะการเข้าถึงคุณภาพด้านการศึกษาที่แตกต่างกันระหว่างนักเรียนในแต่ละพื้นที่

ทั้งนี้ ในความสนใจของตนมุ่งไปที่การพัฒนาเด็กปฐมวัย ซึ่งไม่เฉพาะการที่เด็กไปโรงเรียน แต่รวมถึงการพัฒนาเด็กผ่านผู้ปกครองด้วย และหนึ่งในโครงการที่น่าสนใจซึ่งทำร่วมกับ กสศ. คือ “Parenting” ไปพัฒนาผู้ปกครองให้รู้วิธีทำกิจกรรมร่วมกับเด็กเพื่อให้เด็กได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ มีการถอดบทเรียนจากเครื่องมือของหลายๆ ประเทศที่ใช้แล้วประสบความสำเร็จ มาทดลองใช้ ซึ่งในปี 2568 นี้ กำลังจะเริ่มทดลองใน จ.ขอนแก่น

เช่น อยากให้เด็กอ่านหนังสือ โครงการก็จะหาหนังสือไปและสอนผู้ปกครองว่าจะสอนให้เด็กอ่านหนังสือได้อย่างไรให้ทั้งสนุกและได้ประโยชน์ หรือให้จ๊ากซอร์เพื่อให้ผู้ปกครองไปช่วยบุตรหลานเล่น ด้านหนึ่งโครงการฯ เชื่อว่ากิจกรรมนี้มีประโยชน์ และหากผู้ปกครองเชื่อเช่นเดียวกันก็จะเต็มใจที่จะนำกิจกรรมไปทำร่วมกับเด็กเองเพราะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง รวมถึงร่วมกับ กสศ. ทำวิจัยไปด้วยเพื่อประเมินว่าเด็กดีขึ้นมาก – น้อยเพียงใด และการนำแนวเครื่องมือไปใช้มีอุปสรรคอะไรบ้าง ซึ่งหากประสบความสำเร็จก็สามารถขยายผลต่อไปได้

รศ.ดร.วีระชาติ ยังอธิบายเพิ่มเติมถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นพัฒนาเด็กปฐมวัยด้วยว่า มีข้อพิสูจน์จากงานวิจัยของ เจมส์ Heckman นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล ซึ่งเราเชื่อกันว่า “ทุกคนอาศัยฐานเก่าเพื่อไปเรียนฐานใหม่” ปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่ปัญหาเด็กหลุดออกจากระบบการศึกษา เพราะเมื่อเด็กไม่ได้รับการพัฒนาฐานแล้วต้องไปเรียนเรื่องที่อยู่ในระดับสูงขึ้นก็จะเรียนไม่รู้เรื่องและคิดว่าเรียนไปก็ไม่เห็นได้ประโยชน์อะไร ดังนั้นการเร่งพัฒนาตั้งแต่ปฐมวัยเพื่อให้เติบโตมาเป็นคนที่มีทักษะที่ดี เชื่อว่าจะเป็นอนาคตที่ช่วยให้แก้ปัญหาในภายหลังได้ด้วย

ผศ.ดร.อดิสร จันทรสุข คณะวิทยาการเรียนรู้และศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า ประเด็นความเหลื่อมล้ำสำหรับตนคือเรื่องของโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ พัฒนาตนเองได้เต็มศักยภาพและอยู่ในพื้นที่ที่สามารถพัฒนาและเติบโตได้ แต่หลายครั้งเมื่อเราพูดถึงความเหลื่อมล้ำทางการศึกษามักมุ่งเน้นไปที่เด็กด้อยโอกาส ซึ่งแม้จะไม่ผิด

แต่การมองปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษามีมากกว่าเพียงการให้เงินเด็กแล้วจบเพียงเท่านั้น ยังรวมถึงโครงสร้างต่างๆ ทั้งโครงสร้างของประเทศ โครงสร้างทางวัฒนธรรมและอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยแวดล้อม

ทั้งนี้ ยิ่งทำการศึกษาไปก็ยิ่งพบว่า “ล้าหลังการหว่านเมล็ดเงินหรือการทำให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาในแบบเดียวกันไม่ทำให้ประสบความสำเร็จ” เพราะเด็กมีความแตกต่างด้วยปัจจัยหลากหลายมากกว่าเรื่องสถานะทางเศรษฐกิจ เช่น เวลาที่ผู้ปกครองมีให้บุตรหลาน สุขภาวะทางใจที่เป็นปัญหาค่อนข้างใหญ่สำหรับคนรุ่นใหม่ ต่อเด็กและเยาวชนที่อยู่พื้นที่ประสบภัยพิบัติซึ่งไม่สามารถเข้าถึงการศึกษาได้ เป็นต้น

“มันมีปัจจัยที่หลากหลายมาก ฉะนั้นเวลาที่เราคิดหรือออกแบบในแง่ของการแก้ไขโจทย์ในเรื่องของความเหลื่อมล้ำ เราอาจต้องถอยหลังออกมามองในหลากหลายแง่มุม และต้องการอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีมุมมองหลายๆ ด้านเข้ามามองเรื่องนี้ร่วมกัน อย่างที่คณะที่ผมทำงานอยู่ด้วยกัน ส่วนใหญ่เราจะทำงานกับกลุ่มประชากรที่เรียกว่าชายขอบบ้างหรือกลุ่มเฉพาะบ้าง อย่างเช่นกลุ่มเด็กชาติพันธุ์ กลุ่มเด็กที่อาจมีปัญหาเรื่องของความพิการ กลุ่มเด็กที่เป็นลูกหลานแรงงานข้ามชาติ รวมถึงกลุ่มเด็กที่เป็นผู้มีความหลากหลายทางเพศ” ผศ.ดร.อดิสร ระบุ

ผศ.ดร.อดิสร ขยายความเพิ่มเติมว่า อัตลักษณ์ต่างๆ ที่ติดตัวเด็กมา มีผลอย่างมีนัยสำคัญในด้านความสามารถในการเข้าถึงการศึกษา ซึ่งเราไม่สามารถมองการแก้ปัญหาด้วยวิธีการนำเด็กกลับเข้าสู่ระบบการศึกษาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ต้องทำความเข้าใจว่าอะไรบ้างในระบบนั้นขัดขวางการเข้าถึงโอกาสในการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเต็มที่ เช่น วัฒนธรรมในโรงเรียน ครูไม่เข้าใจเรื่องความหลากหลาย ซึ่งครูเป็นปัจจัยสำคัญมาก หลายครั้งเมื่อครูเปลี่ยนวิธีการปฏิสัมพันธ์กับเด็ก ก็ทำให้เด็กที่เคยออกไปจากโรงเรียนเพราะเห็นว่าครูไม่เข้าใจ ได้เปลี่ยนความคิดและตัดสินใจเดินกลับเข้ามา

รศ.ดร.วิระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า การที่เด็กหลุดออกจากระบบการศึกษามาจากหลากหลายปัจจัยทั้งด้านเศรษฐกิจ ระบบโรงเรียนและครอบครัว ทั้งนี้ งานวิจัยที่ตนทำอยู่จะว่าด้วยเรื่องของเด็กและเยาวชนที่อยู่นอกระบบการศึกษา โดยมองว่า “โรงเรียนไม่สามารถจัดการได้ทั้งหมดทุกเรื่อง” แต่ยังมีภาคสังคมอื่นๆ เช่น องค์กรท้องถิ่น ภาคประชาสังคม (NGO) องค์กรชุมชน สภาเด็กและเยาวชน ฯลฯ ซึ่งอยู่ใกล้ชิดและเห็นปัญหาในพื้นที่ของตนเอง สามารถทำงานขับเคลื่อนด้านการศึกษากับเด็กที่อยู่นอกระบบได้

“เราไม่เชื่อว่าทุกอย่างจะต้องเข้าสู่ระบบโรงเรียนทั้งหมด จริงๆ แล้วโลกทั้งโลกก็คือการเรียนรู้ของเขาได้ เรามีการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรียนรู้ตามอัธยาศัย เรียนรู้จากคนที่เป็นผู้รู้ ซึ่งหน่วยจัดการเรียนรู้ก็จะเป็นหน่วยที่เป็นคานงัดสำคัญที่จะไปช่วยในการส่งเสริมการเรียนรู้ที่ไม่ใช่แค่ในโรงเรียนให้กับเด็กๆ ซึ่งตรงนี้ก็將會ช่วยให้เด็กๆ ได้ศึกษาและค้นคว้าตัวเขาเองในการเลือกในสิ่งที่เขาสนใจและเรียนรู้ได้” รศ.ดร.วิระเทพ กล่าว

รศ.ดร.วิระเทพ กล่าวต่อไปว่า อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบางคนยังไม่สามารถจบการศึกษาขั้นพื้นฐานได้ ดังนั้นการเชื่อมต่อภาคีเครือข่ายในพื้นที่ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเด็กที่จำเป็นต้องเข้าสู่ระบบการศึกษาก็ต้องประสานเชื่อมต่อให้ได้เข้าระบบ แต่หากเด็ก

ที่ยังไม่พร้อมเข้าสู่ระบบ การจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมต่อกับภูมิปัญญาหรือเรื่องที่คุณสนใจ แต่ก็ต้องมีเรื่องของ “การเทียบ” ซึ่งอาจไม่ต้องเป็นรูปแบบคุณวุฒิ แต่เป็นใบรับรองการผ่านการเรียนรู้ (Certificate) ก็ได้

ซึ่งในมุมมองของ กสศ. มองว่าการศึกษาระบบควรเชื่อมต่อกันไม่ว่าจะอยู่หรือไม่อยู่ในโรงเรียนก็ตาม บางคนอาจไม่ได้เลือกเรียนต่อในระบบโรงเรียน แต่สามารถสร้างอาชีพโดยมีฐานมาจากการฝึกอบรมแล้วได้ใบรับรองดังกล่าวในลักษณะความสามารถเฉพาะทาง เช่น การชงกาแฟ หากสามารถพัฒนาต่อยอดไปได้ก็เป็นเรื่องดี เรื่องนี้สะท้อนว่าการจัดการเรียนรู้จะต้องยืดหยุ่นมากพอถึงขั้นรายบุคคลหรือกลุ่มที่มีความสนใจคล้ายกัน!!!

SCOOP.NAEWNA@HOTMAIL.COM

เงื่อนไขการแสดงความคิดเห็น

ซ่อน

ความคิดเห็น 0 รายการ

เรียงลำดับตาม เก่าสุด



เพิ่มความคิดเห็น...

ปลั๊กอินความคิดเห็นบน Facebook

ข่าวที่เกี่ยวข้อง



(<https://www.naewna.com/likesara/875301>) บทบาทของ ‘ผู้นำครู’ พลังขับเคลื่อนการศึกษาที่ยั่งยืน
(<https://www.naewna.com/likesara/875301>)



(<https://www.naewna.com/likesara/875135>) สกู๊ปแนวหน้า : ‘ลมแดด’ ภัยหน้าร้อน ‘ไรเดอร์’ อีกอาชีพเสี่ยง
(<https://www.naewna.com/likesara/875135>)



(<https://www.naewna.com/likesara/875040>) สกู๊ปแนวหน้า : ปั่นครีเอเตอร์ไทยสู่ผู้ประกอบการ เสริมเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน
(<https://www.naewna.com/likesara/875040>)



(<https://www.naewna.com/likesara/873259>) สกู๊ปแนวหน้า : เส้นทางสู่ความยั่งยืน อุตสาหกรรมการบินของไทย
(<https://www.naewna.com/likesara/873259>)



(<https://www.naewna.com/likesara/871378>) สกู๊ปแนวหน้า : ‘มวน’ หรือ ‘ไฟฟ้า’ ก็น่าห่วง ‘บุหรี่ยุคใหม่’ ภัยสุขภาพแต่ทำเด็กป่วย
(<https://www.naewna.com/likesara/871378>)



Marketing Strategy & Automotive Arena

Marketing Strategy ▼

Automotive Arena ▼

Fast News ▼

Motorcycle ▼

Special Report ▼

Accessories ▼

Electric Vehicle (EV) ▼

Test Drive ▼

Real Estate ▼

Motor Sport ▼

Sport Marketing & Event Marketing ▼

CSR ▼

Financial & Insurance ▼

Marketing Strategy & Automotive Arena > Fast News > TOYOTA GIVING THAMMASAT UNIVERSITY

โตโยต้า มอบทุนการศึกษาแก่นักศึกษามหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 2567

ค้นหา

สมัครรับข่าวสาร

กรอกอีเมล

ส่งข้อมูล

เมื่อท่านส่งข้อมูลผ่านฟอร์ม จะ
ถือว่าท่านยอมรับใน นโยบายความเป็นส่วนตัว
เป็นส่วนตัว ของเรา



โตโยต้า มอบโอกาสทางการ
ศึกษาภายใต้โครงการ
“TOYOTA GIVING ขับ
เคลื่อนไทยให้ยั่งยืน”
สนับสนุนทุนการศึกษาแก่นัก
ศึกษามหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์ ประจำปีการ

ศึกษา 2567



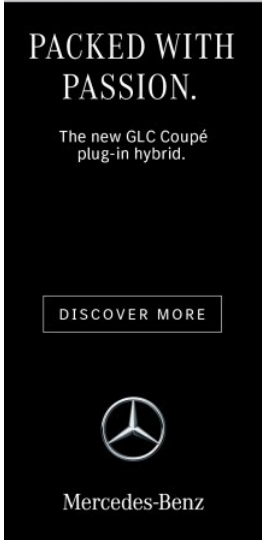
นายกlinik สารสิน ประธานคณะกรรมการบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด พร้อมด้วย นายนันท์วัฒน์ ศรีวรรณ์อัฐกุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
สานต่อเจตนารมณ์มอบโอกาสทางการศึกษาให้กับเยาวชนไทยอย่างต่อเนื่อง
ภายใต้โครงการ “TOYOTA GIVING ขับเคลื่อนไทยให้ยั่งยืน” ด้วยการสนับสนุน
ทุนการศึกษาแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีการศึกษา 2567
ต่อเนื่องเป็นปีที่ 52 โดยมีศาสตราจารย์ ดร.ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์ อธิการบดี



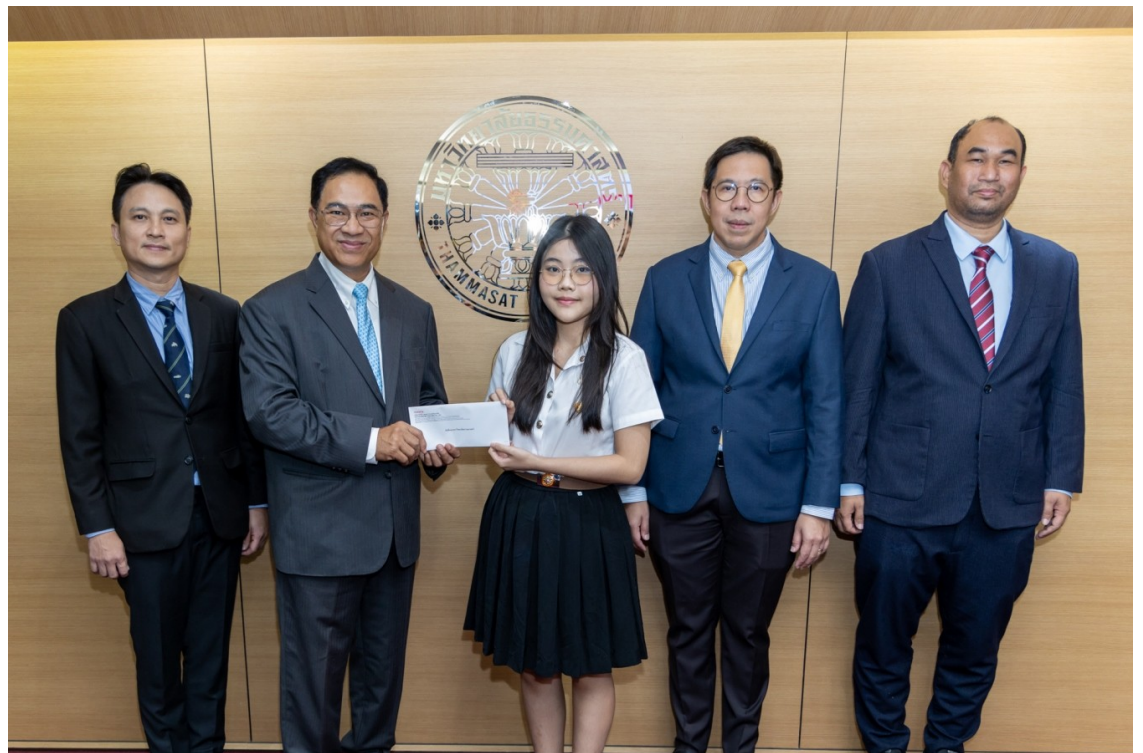
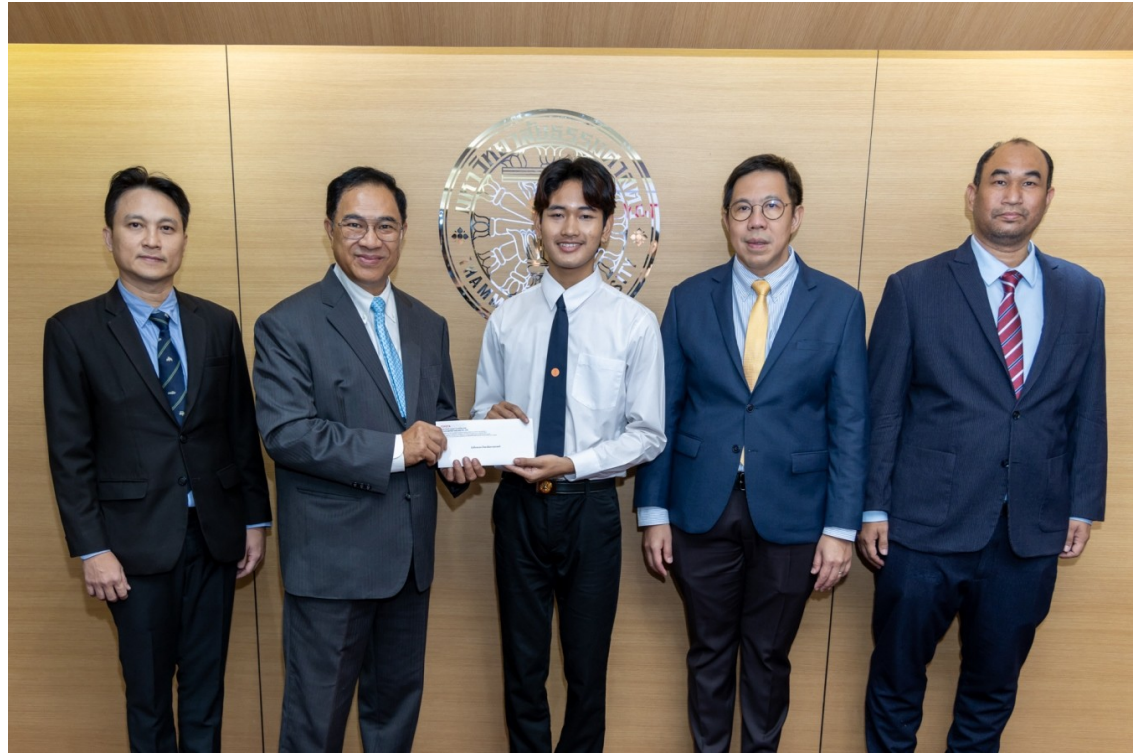
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พร้อมด้วยคณาจารย์ และคณะผู้บริหารระดับสูง ร่วม
แสดงความยินดี เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2568 ณ ห้องประชุมปรีดี พนมยงค์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต



บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ตระหนักถึงความสำคัญของการ
ศึกษาอันเป็นรากฐานที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนไทยให้มี
ความรู้ความสามารถ และทักษะขั้นพื้นฐานที่จำเป็น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต



โดยมุ่งเสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาที่มีผลการเรียนดี ความประพฤติดี แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์



โดยโตโยต้า ได้ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 จนถึงปัจจุบัน รวมทั้งสิ้น 1,034 ทุน คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 22,096,800 บาท ซึ่งในปีนี้มีนักศึกษาเข้ารับทุนดังกล่าว จำนวน 12 ทุน รวมเป็นมูลค่า 960,000 บาท ดังนี้

1.คณะวิศวกรรมศาสตร์

จำนวน 4 ทุน

2.คณะรัฐศาสตร์	จำนวน 2 ทูน
3.คณะศิลปศาสตร์	จำนวน 2 ทูน
4.คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์	จำนวน 1 ทูน
5.คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา	จำนวน 1 ทูน
6.คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี	จำนวน 1 ทูน
7.คณะวิทยาการเรีียนรู้และศึกษาศาสตร์	จำนวน 1 ทูน

โตโยต้ายังคงมุ่งมั่นสานต่อเจตนารมณ์ภายใต้โครงการ "TOYOTA GIVING ขับเคลื่อนไทยให้ยั่งยืน" เพราะเราเชื่อว่า “การศึกษาคือพันธกิจสำคัญในการช่วยพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ” รวมทั้งการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้คนในสังคมไทยให้เติบโตไปด้วยกัน ร่วมผลักดันสังคมไทยสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ต่อไป

ติดต่อโฆษณา

โทร. 081-345-9357

E-Mail : rangsanthong@hotmail.com, rangsanthong@gmail.com

Visitors: **6,025,287**

Powered by  readyplanet