

anitech ผนึก TikTok Shop รุกตลาดออนไลน์ เดินหน้ากลยุทธ์ Omni-Channel ธุรกิจโตยั่งยืน

anitech (แอนitech) แปรณต์สินค้าเทคโนโลยีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภค (Consumer Electronics) ที่มีอยู่ในทุกครัวเรือน และในทุกสำนักงานทั่วประเทศ ภายใต้ **บริษัท สมาร์ท ไอที กรุ๊ป จำกัด** เดินหน้ารุกตลาดรับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ประกาศความร่วมมือกับ **TikTok Shop** เพื่อขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์และสร้างการรับรู้แบรนด์ให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่มไลฟ์สไตล์ พร้อมเปิดรับ Content Creator และ Affiliate ทั่วประเทศ เข้าร่วมเครือข่ายการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบ TikTok Shop Affiliate ตั้งเป้า 6,000 รายภายในปี 2569 และเพิ่มเป็น 10,000 รายภายในปี 2571

โรมัส-พิษยนทร์ พงษ์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท สมาร์ท ไอที กรุ๊ป จำกัด เจ้าของแบรนด์ anitech กล่าวว่า ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา anitech เติบโตจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ ดีไซน์สวยงาม และตอบโจทย์การใช้งานจริงของผู้บริโภค จนวันนี้เรากำลังก้าวเข้าสู่ปีที่ 22 พร้อมผลิตภัณฑ์มากกว่า 1,000 SKU ในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ และมียอดขายส่งมอบสินค้ากว่า 20 ล้านชิ้นในหลายประเทศ จึงสะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์มาอย่างต่อเนื่อง

โดยพบว่า anitech มีอยู่ในทุกครัวเรือนและทุกสำนักงานทั่วประเทศ โดยผู้บริโภคหลายรายใช้ผลิตภัณฑ์ anitech มาเป็นระยะเวลาเกินกว่า 10 ปี เพราะสิ่งที่ anitech ยึดมั่นมาโดยตลอด ไม่ใช่เพียงคุณภาพและดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ แต่รวมถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ผ่านการปฏิบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดและกฎหมายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ มอก. และ กสทช. ตลอดจนการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านภาษีอย่างถูกต้อง เพราะเราเชื่อว่าความไว้วางใจของผู้บริโภค คือรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ในโลกที่พฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัทตระหนักดีว่าความสำเร็จในอดีตไม่ใช่สิ่งที่จะรับประกันการเติบโตในอนาคตได้ แบรนด์จึงต้องไม่หยุดพัฒนา ทั้งในด้านสินค้า ช่องทางการจำหน่าย และรูปแบบการสื่อสารกับผู้บริโภค

“การขยายช่องทางจำหน่ายผ่าน TikTok Shop จึงเป็นอีกหนึ่งก้าวสำคัญของ anitech เพราะวันนี้การซื้อสินค้าไม่ได้เริ่มต้นจากการค้นหาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ผู้บริโภคจำนวนมากค้นพบสินค้าใหม่จากคอนเทนต์วิดีโอสั้น การรีวิว และการแนะนำของครีเอเตอร์ที่ตนเองติดตาม และในอนาคต AI จะเข้ามามีบทบาทกับนักช้อปปิ้งในการแนะนำสินค้าแทนเรา ดังนั้น แพลตฟอร์มนี้ยัง

มีศักยภาพในการเชื่อมโยงความบันเทิงกับการซื้อสินค้า หรือ Shoppertainment ได้อย่างเป็นธรรมชาติ และเป็นโอกาสสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า anitech ในมุมมองที่หลากหลายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การเรียน การใช้ชีวิตภายในบ้าน หรือไลฟ์สไตล์ส่วนตัว”

สำหรับภายใต้กลยุทธ์ดังกล่าว anitech จึงเริ่มมีการปรับตัวตั้งแต่หลายปีที่มีกระแสการเข้ามาของ AI นอกจากการนำ AI เข้าไปใช้ในระบบบริหารจัดการภายในบริษัทแล้ว ยังได้ทำการสร้างเครือข่าย Content Creator และ Affiliate เพื่อร่วมขับเคลื่อนการรับรู้แบรนด์และยอดขายผ่าน TikTok Shop โดยเปิดโอกาสให้ผู้สนใจจากทั่วประเทศเข้าร่วมสร้างสรรคคอนเทนต์ รีวิวสินค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ผ่านระบบติดตะกร้า โดยมีสินค้ามากกว่า 1,000 SKU ในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ เป็นหนึ่งในจุดแข็งที่ช่วยเปิดโอกาสให้ครีเอเตอร์เลือกนำเสนอสินค้าได้ตรงกับความสนใจและกลุ่มผู้ติดตามของตนเอง ตั้งแต่กลุ่มเทคโนโลยี อุปกรณ์การทำงาน ไปจนถึงสินค้าไลฟ์สไตล์และเคาเรคเตอร์คอลเลกชัน

“เราไม่ได้ต้องการสร้างเครือข่าย Affiliate เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ขายเท่านั้น แต่ต้องการสร้างระบบนิเวศของครีเอเตอร์ หรือ Creator Ecosystem ที่สามารถเติบโตไปพร้อมกับแบรนด์ได้ในระยะยาว จากเมื่อก่อนช่องทางการจำหน่ายต้องมีพนักงานขายหน้าร้าน แต่ปัจจุบัน



อาศัยแค่คน 1 คนกับมือถือหรือแท็บเล็ต 1 เครื่อง ก็สามารถขายสินค้าได้ทันที **ทำให้ปัจจุบัน anitech มีเครือข่าย Affiliate รวม 4,800 ราย โดย anitech ตั้งเป้าสร้างเครือข่าย Affiliate ให้ได้ 6,000 ราย ภายในปีนี้ และเพิ่มเป็น 10,000 ราย ภายในปี 2571** เพราะเราเชื่อว่าครีเอเตอร์แต่ละคนมีความสามารถในการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าแตกต่างกัน และการที่ anitech มีสินค้ามากกว่า 1,000 SKU ในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ จะช่วยให้เราสามารถทำงานร่วมกับครีเอเตอร์ได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น และทำให้การส่งมอบสินค้ากว่า 25 ล้านชิ้นสามารถสำเร็จได้ตามเป้าหมายในปี 2571”

อย่างไรก็ตาม anitech ยังคงให้ความสำคัญกับ

ช่องทางจำหน่ายออนไลน์และเครือข่ายดีลเลอร์ที่เป็นพันธมิตรสำคัญของแบรนด์อย่างต่อเนื่อง โดยมองว่าการเติบโตของช่องทางออนไลน์จะช่วยสนับสนุนการรับรู้และสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์มากยิ่งขึ้น

“เราเชื่อว่า Online และ Offline ไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน แต่เป็นช่องทางที่สามารถสนับสนุนซึ่งกันและกันได้ ผู้บริโภคอาจรู้จักสินค้าของเราผ่าน TikTok แต่เลือกไปซื้อที่ร้านค้าหรือดีลเลอร์ใกล้บ้าน ขณะที่ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ก็อาจกลับมาติดตามคอนเทนต์และค้นพบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้เช่นกัน ดังนั้น ยิ่งเราสร้างการรับรู้แบรนด์ได้มากเท่าไร ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายให้กับพันธมิตรออนไลน์ของเราได้มากขึ้นเท่านั้น เราจึงมองว่ากลยุทธ์ Omni-Channel จะเป็นอีกหนึ่งรากฐานสำคัญของการเติบโตที่แข็งแกร่งในระยะยาว”

อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่ anitech เดินหน้าควบคู่กับการขยายช่องทางจำหน่าย คือ Character Marketing ซึ่งบริษัทได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เริ่มจาก Snoopy แห่ง PEANUTS ที่ร่วมเดินทางกับแบรนด์เข้าสู่ปีที่ 4 ตามด้วยคาแรคเตอร์จาก Sarrio ในปี 2567 ก่อนขยายอีกครั้งในปี 2569 ด้วย Cat Company คาแรคเตอร์ฟีมีคนไทย และ Miffy คาแรคเตอร์ระดับไอคอนิกจากเนเธอร์แลนด์ ซึ่งจะเข้ามาเติมสีสันใหม่ให้กับสินค้า anitech ในช่วงไตรมาส 4 ของปีนี้

ด้วยประสบการณ์การดำเนินธุรกิจกว่า 2 ทศวรรษ ฐานผลิตภัณฑ์มากกว่า 1,000 SKU ในหลากหลายกลุ่มผลิตภัณฑ์ มียอดการส่งมอบสินค้ากว่า 20 ล้านชิ้น และการขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน anitech ตั้งเป้าต่อยอดจุดแข็งเดิมด้วยกลยุทธ์ใหม่ ทั้งการขยายช่องทางจำหน่ายผ่าน Social Commerce การสร้างเครือข่าย Creator Ecosystem การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่าน Character Marketing และการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับบริษัทต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ตลอด 22 ปีที่ผ่านมา anitech ได้พิสูจน์ให้เห็นถึงศักยภาพของแบรนด์ในการพัฒนาสินค้าเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคในหลายประเทศ แต่สำหรับเรา ความสำเร็จที่ผ่านมาเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของโอกาสใหม่ๆ เรามุ่งนำความแข็งแกร่งที่สั่งสมมาว่าสองทศวรรษมาต่อยอดด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และความร่วมมือกับพันธมิตรระดับนานาชาติ เพื่อยกระดับ anitech สู่อันดับแบรนด์เทคโนโลยีไลฟ์สไตล์ที่สามารถแข่งขันในระดับสากล โดยยังคงยึดมั่นในคุณภาพและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค พร้อมขับเคลื่อนองค์กรภายใต้แนวคิด ‘คิดอย่างสตาร์ทอัพ ดำเนินธุรกิจอย่างเอสเอ็มอี และบริหารจัดการด้วยมาตรฐานบริษัทมหาชน’ เพื่อวางรากฐานการเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในระยะยาว”.



สแกน 'โฆษก' ชายแดนใต้

การแต่งตั้ง “นายพัน” ตำแหน่ง รองผู้บังคับการ (รอง ผบก.) ลงมาถึง สารวัตร (สว.) วาระประจำปี 2569 แม้ตามกฎหมาย ตามระเบียบต้องเสร็จสิ้นภายในวันที่ 30 พ.ย. 2569 เพื่อให้คำสั่งมีผลพร้อมกันวันที่ 7 ธ.ค.2569 แต่ตอนนี้ในแวดวง “สีกาเกี๊ยะ” ต่างก็รู้ว่าหากเป็นมวยก็เข้ายกสุดท้าย ปีกลองรัวแรงเจ้า หลัง ผบ.ราญ-พล.ต.อ.สำราญ นวลมา แม่ทัพใหญ่ มีบันทึกข้อความด่วนเมื่อปลายสัปดาห์ที่ผ่านมา กำชับทุกหน่วยงานในสังกัด สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ดำเนินการแต่งตั้งตำรวจระดับ รอง ผบก.-สว. โดยยึดหลักความโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ และพิจารณาความรู้ความสามารถควบคู่กับลำดับอาวุโส ที่สำคัญมีการกำกับการทำบัญชีอย่างละเอียด ทั้งการพิจารณาปรับเปลี่ยนหมุนเวียนตำรวจที่ปฏิบัติงานด้านปราบปรามยาเสพติด อาชญากรรมออนไลน์ อาชญากรรมข้ามชาติ ป่อนการพนัน สถานบริการ และการปราบปรามคนต่างด้าวผิดกฎหมาย หากพบมีปริมาณหรือคุณภาพงานลดลงหรือไม่มีผลงานเป็นรูปธรรม ให้พิจารณาโยกย้ายไปดำรงตำแหน่งอื่นตามความเหมาะสม ●

เช่นเดียวกับสายสืบสวนสอบสวนเน้นย้ำ “ผู้บัญชาการ” ทุกหน่วยพิจารณาผู้ที่ประสงค์เลื่อนตำแหน่ง ต้องมีคุณสมบัติและระยะเวลาปฏิบัติงานตรงตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่ง โดยให้พิจารณาผู้ปฏิบัติหน้าที่สอบสวนเป็นลำดับแรก เปิดทางให้ปรับเปลี่ยนหมุนเวียนตำรวจระหว่างหน่วยงาน โดยพิจารณาจากความสมัครใจ ความจำเป็นของทางราชการ และต้องไม่กระทบต่อการบริหารงานบุคคล



พล.ต.อ.สำราญ
นวลมา



พล.ต.ท.ทินกร
รังมาตย์



พล.ต.เฉลิมชัย
สุทธิณวล



พล.อ.ต.เจริญ
วัฒนศรีมงคล

ระดับ ผู้กำกับการ หรือ ผกก. ที่ดำรงตำแหน่งหัวหน้าสถานีตำรวจหรือหัวหน้างาน ให้ไปดำรงตำแหน่งที่มีใช้หัวหน้าสถานีหรือหัวหน้างาน สามารถดำเนินการได้ตามหลักเกณฑ์ โดยต้องคำนึงถึงความสมัครใจหรือเหตุผลความจำเป็นของทางราชการ รวมทั้งได้สั่งให้ตรวจสอบประวัติ คุณสมบัติ ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง และประสิทธิภาพการทำงานของผู้ได้รับการเสนอชื่ออย่างละเอียด โดยเฉพาะตำแหน่งสายป้องกันปราบปรามและสืบสวนสอบสวน เพื่อป้องกันการแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติไม่ครบถ้วน ●

เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีผลงานต่อเนื่อง ไม่น้อยหน้า บข.สตม. ที่มี

อาจารย์นพ-พล.ต.ท.นพศิลป์ พูลสวัสดิ์ กุมบังเหียน ผบช.สตร. สำหรับ บช.ไซเบอร์ ภายใต้การนำของ บิ๊กไอ-พล.ต.ท.ทินกร รังมาตย์ ผบช.สอท. เดินทางไปรพบรณภัยทางไซเบอร์ทุกรูปแบบ ล่าสุดส่ง ผู้การเขต-พล.ต.ท. กฤตชัย บำรุงรัตนยศ ผบก.สอท.4 ไปขยายผลรพบรณภัยเครือข่ายเงินกู้ยืม นอก ระบบรายใหญ่ มีการจัดโครงสร้างการทำงานเป็นระบบ แบ่งหน้าที่ระหว่าง เจ้าของโต๊ะเงินกู้ ผู้ดูแลระบบ หัวหน้าสาย และพนักงานเก็บเงิน ใช้ช่องทาง ออนไลน์และบัญชีธนาคารจำนวนมากในการดำเนินธุรกรรมทางการเงิน รวมถึง มีระบบบริหารจัดการแยกตามพื้นที่และภูมิภาคต่างๆ หลากหลวมเหยือกกว่า 1,000 ราย ครอบคลุมทั้งนักธุรกิจ พ่อค้าแม่ค้า นักศึกษา และข้าราชการ โดยมีเงินหมุนเวียนในระบบประมาณ 10 ล้านบาทต่อเดือน หรือรวมแล้วกว่า 120 ล้านบาทต่อปี แคมเปญพฤติกรรมเรียกเก็บดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมาย กำหนด และประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต สร้างความเดือดร้อนไปทั่ว เช่นเดียวกับ บช.ปส. ของ บิ๊กเอ็ม-พล.ต.ท.ภูมินทร์ พุ่มพวงมั่ง ผบช.ปส. เปิดปฏิบัติการติดตามเครือข่ายลำเลียงยาเสพติด ปิดบัญชี 2 ผู้ต้องหา รายสำคัญที่ลักลอบลำเลียงยานรกผ่านพื้นที่ อ.เขาย้อย จ.เพชรบุรี ●

“เสธ.จอย” พล.อ.อาวุธ พุทธอำนวยการ เสธ.ทบ. เร่งเครื่องมืงานในตำแหน่ง เลขานุการ กอ.รมน. เพื่อใช้กลไกสนับสนุนในทุกจังหวัดได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะ รอง ผอ.รมน.จังหวัดฝ่ายทหารทั้ง 77 จังหวัด จะได้จัดประชุมเพื่อกระชับบทบาท ให้เข้มข้นในการสนับสนุนทุกภาคส่วน ในงานด้านความมั่นคงและการบรรเทา สาธารณภัยที่หนักขึ้นทุกวัน โดยยังมี “เสธ.บอล” พล.ต.ธรรมบุญ ไม้สนธิ์

ทำหน้าที่โฆษก กอ.รมน.ประชาสัมพันธ์ชี้แจงข้อเท็จจริงต่อไป นอกจากนั้นในงาน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ งานของกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 ส่วนหน้า (กอ.รมน.ภาค 4 สน.) ก็ต้องเข้มข้นในการประสานกับกลไกของรัฐบาล ที่ตั้งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคณะผู้แทนพิเศษ ที่มี “สีหศักดิ์ พวงเกตุแก้ว” รองนายกฯ ฝ่ายความมั่นคงเป็นแกนหลัก ในการดึงฝ่ายปกครองเข้ามาจับบทบาท เพื่อจับมือ กันทำงานกับฝ่ายความมั่นคงเดินหน้ารักษาความปลอดภัยในทุกพื้นที่ ไม่ให้เกิด เหตุร้ายรายวัน ●

พูดถึงจังหวัดชายแดนภาคใต้ “แม่ทัพคิ้ว” พล.ท.ชาคริต อุจะรัตน แม่ทัพ ภาคที่ 4 ทำหน้าที่ ผอ.กอ.รมน.ภาค 4 สน. ทำงานใกล้ชิดครบ 1 เดือน เสียงตอบ รับในพื้นที่เป็นไปในทิศทางบวก แต่ภารกิจในการยับยั้งการก่อเหตุยังต้องปรับ ยุทธวิธีกันต่อไป เดิมที “แม่ทัพคิ้ว” ทำหน้าที่ “โฆษก กอ.รมน.ภาค 4 สน.” ช่วง 6 เดือนหลัง โดยมี “เสธ.เอก” พ.อ.เอกวิทย์ ขอบชุมพล หัวหน้าศูนย์ ประชาสัมพันธ์ กอ.รมน.ภาค 4 สน. และรองโฆษกฯ ซึ่งเติบโตมาจากสายสำนัก นโยบายและแผน เป็นกำลังหลักในการเปิดหน้าชี้แจง ซึ่งโฟกัสที่ย้ายที่ผ่านมา “เสธ.เอก” ได้ขยับขึ้นเป็น ผู้บังคับการกรมทหารปืนใหญ่ที่ 5 จนครครีธรรมราช ควบการทำหน้าที่รองโฆษกฯ ต่อไป แต่ต้องมีการหาโฆษกฯ คนใหม่เข้ามาทำ หน้าที่แทน “แม่ทัพคิ้ว” โดยมีกระแสข่าวว่าหวนน่าจะไปออกที่ พล.ต.เฉลิมชัย สุทธิณวล ผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ 45 สำหรับ พล.ต.เฉลิมชัย เป็นเพื่อน ต.ท.28 ของ “แม่ทัพคิ้ว” ที่ทำหน้าที่ทีมงานฝ่ายเสธ.อยู่ด้วย เช่นเดียวกับ พล.ต.สมคิด บุญโชติ ผู้บัญชาการกองพลพัฒนาที่ 41 ●

แม้จะยังไม่คลอดคำสั่งแต่งตั้งโฆษก ทอ. แต่ก็มีข่าวมาเป็นระยะว่าอาจจะ

ตั้ง 3 โฆษกฯ แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ด้าน โดยมี “เสธ.อำ” พล.อ.ต.เจริญ วัฒนศรีมงคล รองเจ้ากรมยุทธการ ทอ. “เสธ.เดิร์ด” พล.อ.ต.วุฒิกกร สุวารี รองผู้บัญชาการหน่วยบัญชาการอากาศโยธิน และ “รองปู” น.อ.วีรชน นรานุต รองผู้อำนวยการสำนักกิจการพลเรือนและประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือน ทหารอากาศ และปฏิบัติหน้าที่เป็นรองโฆษกกองทัพอากาศ โดยการจัดทำแบบปี หน้าที่จะเข้าสู่โหมดการเดินหน้าโครงการจัดหาเครื่องบินขับไล่ Gripen E/F คาดว่า “รองแอน” พล.อ.อ.วชิระพล เมืองน้อย รอง ผบ.ทอ.อาจจะนั่งเป็น ประธานบริหารโครงการต่อไป ส่วนประธานคณะกรรมการจัดทำโครงการ ชดเชยทางเศรษฐกิจ ต้องแต่งตั้งคนมาแทน “บิ๊กโก” พล.อ.อ.ประภาส สอนใจดี ที่เกษียณอายุราชการไป ส่วนจะเป็นใครนั้นรอคำสั่งจาก “ผบ.คิม” พล.อ.อ.เสกสรรค์ คันธรา ผบ.ทอ.อนุมัติมอบหมายต่อไป ●

ส่วน “บิ๊กโก” ได้รับการแต่งตั้งจาก พล.ท.อดุลย์ บุญธรรมเจริญ รมว.กลาโหม ให้กลับมาทำหน้าที่ ผอ.ศูนย์ข่าวสารสถานการณ์ไทย-กัมพูชา มีการจัดแถลงในทุกเดือนเพื่ออัปเดตสถานการณ์ มีข่าวลือมากมายว่า “บิ๊กโก” ถูกทาบทามไปดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือแม้กระทั่งรอจังหวะสมัครบอร์ ดกสทช. เช่นเดียวกับ “บิ๊กโก” พล.อ.อ.พันธ์ภักดี พัฒนกุล อดีต ผบ.ทอ. ที่มี กระแสข่าวว่าถูกทาบทามให้มาลงสนามนี้เหมือนกัน ส่วนคุณสมบัติของ “ลูกทัพฟ้า” ทั้งคู่คงไม่ต้องพูดถึง โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าด้านวิทยาการ เทคโนโลยี แวดวงในเรื่องเทคนิคการสื่อสาร อีกทั้งสายขับพอร์ตจากทุกเครือข่าย หนาแน่นด้วยกันทั้งคู่ แต่ต้องรอดูผลการตัดสินใจของศาลปกครองที่คาดว่าจะยังต้อง ใช้เวลาหลายเดือนว่าจะสรุปออกมาเป็นอย่างไร ปีหน้าฟ้าใหม่ 2570 ค่อยมาตาม กันเป็นรายสัปดาห์ ●