Free Copy and Magazine Online
www.greenlifeplusmag.com

GREEN Life+

NO. 7 VOL. 74 25 OCTOBER - 24 NOVEMBER 2022
ISSN : 2539-5602

FREE! COPY

EMINENT
WORLD STANDARD AIR CONDITIONERS

ชูนวัตกรรม Hygienic Plasma ยับยั้งเชื้อโรคและเชื้อโควิด ยืนหนึ่งแอร์เพื่อสุขภาพ

นายวสุพล สุนทรวสุ
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายนวัตกรรม
บริษัท อีมิแน้นท์แอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

อ่านต่อหน้า 4

EDITOR'S NOTE

เข้าสู่ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีอีกหนึ่งรอบ

ในเดือนพฤศจิกายนที่จะมาถึง มีงานประชุมครั้งสำคัญอย่าง ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก หรือ APEC ซึ่งไทยเราเป็นเจ้าภาพ โดยการประชุมในครั้งนี้นอกจากการพูดคุยในเรื่อง ส่งเสริมการเปิดเสรีด้านการค้าและการลงทุนในภูมิภาค ไทยยังได้ผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ควบคู่กับนโยบาย “3S” ได้แก่ Safety ความปลอดภัยของอาหาร Security ความมั่นคงของภาคการเกษตรและอาหาร และ Sustainability ความยั่งยืนของภาคการเกษตร เพื่อส่งเสริมความมั่นคงอาหารในภูมิภาคเอเปค

นอกจากนี้ไทยยังให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างพื้นที่สีเขียวอย่างเช่นความร่วมมือด้านป่าไม้ซึ่งไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมรัฐมนตรีเอเปคด้านป่าไม้

น่าติดตามไม่น้อยว่า หลังจากการประชุม APEC ในครั้งนี้ แนวคิด BCG จะเกิดการขยายผลอย่างไร ซึ่งนิตยสาร Green Life Plus พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอข่าวสารและประเด็นสำคัญเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

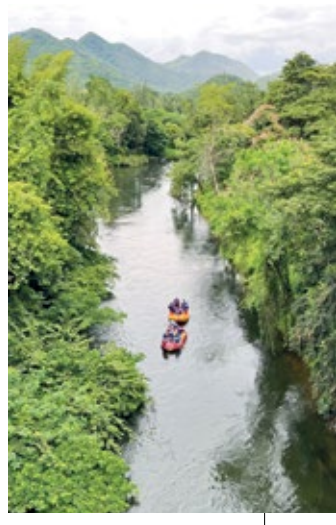
กองบรรณาธิการ
นิตยสาร Green Life Plus

16 CONTENTS

10

6

12



8

FREE MAGAZINE No.7
VOL. 74
25 OCTOBER 2022 - 24 NOVEMBER 2022

ABOUT & CONTACT

บรรณาธิการบริหาร : บุรินทร์ ลาดล่าย
บรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณา : ชยากร ภูสะเทียน
กองบรรณาธิการ : วรวิทย์ บุญศร, พงศธร ภูสะเทียน,
กราฟฟิกดีไซเนอร์ : เบญจพล กิตติปกรณ์
ฝ่ายภาพ : ยุทธนากร ศิริกุลสุนทร
พิสูจน์อักษร : อำนาจ สุวรรณฉวี
ควบคุมการผลิต : พชรเดช บุญพร้อม

เจ้าของ : บริษัท พราว คอร์เปอเรชั่น จำกัด
ประธานที่ปรึกษา : จาตุรันต์ วัฒนประทีป
ประธานมูลนิธิน้อมเกล้าพัฒนา
ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ : วรรณา ศิริวัชรกุล
ประธานกรรมการบริหาร : บุรินทร์ ลาดล่าย
กรรมการผู้จัดการ : อนันต์กรณ์ เวสารัชวิทย์

พิมพ์ที่ : บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด

Facebook Fanpage :
Green Life plus Magazine

สำนักงาน : เลขที่ 898/37
หมู่บ้านอีโค สเปซ ถ.ประเสริฐมนูกิจ
แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม 10240
โทร.&แฟกซ์ : 0-2001-6817
E-mail : gl.greenlife888@gmail.com
www.greenlifeplusmag.com

ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา : นวลเพ็ญ ปากยะวงค์

WHERE TO FIND

Cafe Amazon · true coffee · mezzo · D'ORO EST. 1999 · au bon pain · Inthanin · AOT

ติดต่อโฆษณา

099-125-5789, 089-123-4450

BIOSAFETY®
TOOTHBRUSH
NEON

ขนแปรงปลายแหลม
ทำความสะอาดล้ำลึก

ANTI-BAC
ขนแปรงยับยั้งแบคทีเรีย

อ่อนโยนต่อเหงือก

ขนแปรงนุ่ม!
ดีกับฟันและเหงือก
เลือก Biosafety Neon

มีจำหน่ายแล้วที่ 7-ELEVEN

อีมิแน้นท์แอร์ ปักหมุดกลยุทธ์ Total Air Solutions

สร้างประสบการณ์ใหม่ด้วยแนวคิด "อากาศเฟิร์สคลาส" ย้ำภาพ “แอร์รักษ์โลก” ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

“วันนี้เราไม่ได้มองแค่เรื่องปรับอากาศ แต่เรามองถึงมิติของสุขภาพ เทรนด์ เทคโนโลยี และสิ่งใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อก้าวนำหน้าและตอบสนองความต้องการของบริบทสังคม ทำให้การเดินหน้าพัฒนาสินค้าและบริการของ อีมิแน้นท์แอร์ (Eminent Air) มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ ก้าวสู่การเป็น Total Air Solutions ที่สำคัญคือการสร้างอุตสาหกรรมนี้ให้เดินไปอย่างยั่งยืน ทั้งหมดคือมุมมองที่เราจะไม่หยุดนิ่งในการสร้างอากาศที่ดี คุณภาพชีวิตที่ดี และสิ่งแวดล้อมที่ดีจากเรา” คุณวสุพล สุนทรวสุ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายนวัตกรรม บริษัท อีมิแน้นท์แอร์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงภาพรวมของการดำเนินธุรกิจได้อย่างน่าสนใจ

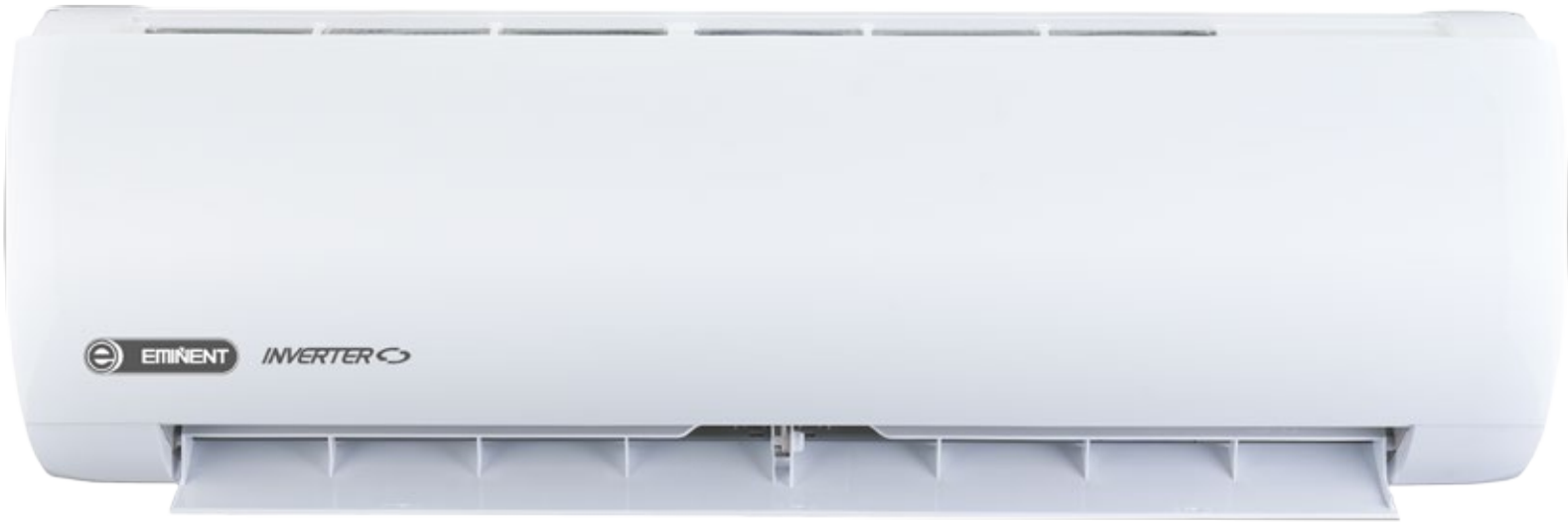
อีมิแน้นท์แอร์เติบโตอย่างต่อเนื่อง ชูแนวคิด "อากาศเฟิร์สคลาส"

คุณวสุพล กล่าวว่า ปีที่ผ่านมาสำหรับ ตลาดแอร์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยบวกมาทั้งความต้องการของผู้บริโภคและจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ต้องปรับวิถีการใช้ชีวิต เช่น การ Work From Home เป็นต้น สำหรับอีมิแน้นท์แอร์เราเติบโตมาตลอด โดยเป้าหมายในปีนี้ที่วางไว้คือเติบโตมากกว่า 10% ซึ่งหลังจากผ่าน 3 ไตรมาสที่ผ่านมาถือว่ามีทิศทางที่ดี โดยในช่วงเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมาเราได้เปิดตัว Series เครื่องปรับอากาศแบบติดผนัง "First Class Series" ซึ่งแบ่งรุ่นตามระดับคลาส ดังนี้ รุ่นที่หนึ่ง First Class รุ่นที่สองคือ Double First Class และรุ่นท็อปสุดคือ รุ่น Premium First Class SE (Special Edition) ซึ่งมีฟังก์ชันที่สำคัญ คือ Hygienic Plasma ที่สามารถยับยั้งเชื้อโรค โดยเฉพาะไวรัสโคโรนาได้อย่างสอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเรามีความตั้งใจให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่เหนือระดับแบบ First Class หรือ "อากาศเฟิร์สคลาส"

แอร์รักษ์โลก แอร์เพื่อสิ่งแวดล้อม

“อย่างที่ทราบกันในทุกวันนี้ การพัฒนาสินค้าให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น สำหรับอีมิแน้นท์แอร์เราพัฒนาเครื่องปรับอากาศผ่านการนำ

คุณวสุพล สุนทรวสุ
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายนวัตกรรม
บริษัท อีมิแน้นท์แอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้หลังจากการพัฒนาคือทำให้เครื่องปรับอากาศของเรา โดยเฉพาะรุ่น Premium First Class SE (Special Edition) ได้รับการรับรองให้เป็นแอร์ประหยัดไฟเบอร์ 5 สูงสุดระดับ 3 ดาว พร้อมกันนี้เรายังเป็นแอร์แบรนด์ไทยแบรนด์แรกที่นำเอาสารทำความเย็นธรรมชาติ R290 มาปรับใช้ ซึ่งจุดเด่นของสารดังกล่าวนี้สามารถลดการใช้พลังงานได้ถึงร้อยละ 5 - 25 และมีคุณสมบัติการถ่ายเทความร้อนที่ดีเยี่ยม มากไปกว่านั้นเรายังได้ศึกษางานวิจัยเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบปรับอากาศเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และขานรับเป้าหมายของสังคมโลกสู่การสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน เพื่อปักหมุดสร้างแอร์เพื่อสิ่งแวดล้อมให้กับสังคมโลกและคนไทย และเมื่อเร็วๆ นี้ อีมิแน้นท์แอร์คว้ารางวัล CSR-DIW Continuous Award 2022 จากกระทรวงอุตสาหกรรม ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ซึ่งตอกย้ำมาตรฐานและความมุ่งมั่นในการดำเนินกิจการร่วมกับชุมชนและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน” คุณวสุพล ขยายความ

“คน” กับ “เครื่องปรับอากาศ” คือ โอกาสของการเติบโต

คุณวสุพล กล่าวต่อไปว่า หัวใจสำคัญอีกหนึ่งด้านของการพัฒนาสินค้าคือการยกระดับทรัพยากรบุคคล โดยที่ผ่านมาศูนย์ฝึกอบรมและศูนย์ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานช่างแอร์ที่เชียงใหม่ได้อบรมให้กับช่างแอร์จากอีมิแน้นท์แอร์ ซึ่งช่างที่ผ่านการฝึกอบรมในศูนย์จะให้บริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ มีความปลอดภัยและเป็นมาตรฐาน พร้อมกันนี้ยังขยายฐานลูกค้าไปในภาคอื่นๆ ผ่านดีลเลอร์ไปยังพื้นที่ต่างๆ ให้ครอบคลุมทั่วประเทศที่สำคัญยังนำเอาเทคโนโลยีที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ให้พัฒนาการสอนการติดตั้งเครื่องปรับอากาศผ่านทางระบบ Virtual Reality (VR) ซึ่งนับว่าเป็นรายแรกของโลกที่ใช้วิธีนี้ ฉะนั้นแล้ว การพัฒนาคนและเครื่องปรับอากาศ ผมมองว่าเป็นจุดสมดุลที่ต้องยกระดับไปคู่กัน

ก้าวเดินต่อจากนี้ในฐานะ “TOTAL AIR SOLUTION”

“ผมในฐานะเจนเนอเรชั่นต่อไป ของการสานต่อธุรกิจ ผมยืนยันว่าจะเดินหน้าสร้างอากาศที่ดีให้กับสังคมไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันการพัฒนาสินค้าจากอีมิแน้นท์แอร์จะต้องสอดรับและสร้างการเปลี่ยนผ่านด้านพลังงานให้กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างลงตัวควบคู่กันไป ซึ่งก้าวเดินสู่ปีที่ 45 นี้เราพร้อมเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ในวันนี้ไม่ได้มีแค่เครื่องปรับอากาศแต่ยังหมายถึงสินค้าต่างๆ ที่สร้างสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค เพราะเราเชื่อมั่นว่า การเติบโตที่สมบูรณ์คือการสร้างความสมดุลต่อ Ecosystem ซึ่ง Eminent Air มีความพร้อมในทุกด้านสู่การเป็นผู้นำในตลาดเครื่องปรับอากาศได้อย่างครบวงจร" นายวสุพล กล่าวทิ้งท้ายด้วยรอยยิ้ม

สำหรับช่องทางการติดตามข่าวสารต่างๆ ของ Eminent Air วันนี้พร้อมแล้วในทุกแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook / Tiktok : eminentair และ Youtube : eminent air thailand หรือติดตามรายละเอียดสินค้าเพิ่มเติมได้ที่ Line @eminentair, www.eminentair.co.th

ตลาดคาร์บอนเครดิต โอกาสใหม่ของโลกการค้า หนุนธุรกิจไทยสู่ Net Zero

รู้หรือไม่ว่า? วันนี้ตลาดคาร์บอนเครดิตกลายเป็นโอกาสใหม่ในภาคธุรกิจ โดยข้อมูลจาก McKinsey หรือบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลกคาดการณ์ไว้ว่าตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตโลกจะเติบโตมากถึง 100 เท่า ในปี 2050 ซึ่งสำหรับประเทศไทยมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับตลาดโลก โดยหลังจากประชุม COP26 ที่ผ่านมา ไทยและภาคเอกชนภายในประเทศต่างวางกลยุทธ์เพื่อมุ่งสู่การสร้าง Net Zero Emission ฉะนั้นแล้วปฏิเสธไม่ได้ว่า ระหว่างทางสู่การสร้าง Net Zero นั้นการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือ Carbon neutrality ถือเป็นก้าวแรกที่สำคัญ ดังนั้นการซื้อขายคาร์บอนเครดิตจึงมีความสำคัญ

หากมาสรุปกันอีกครั้งถึงความต่างระหว่าง Carbon neutrality และ Net Zero Emission นั้นต่างกันอย่างไร สรุปง่านๆ คือ Carbon neutrality หรือการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอนนั้น เราปล่อยคาร์บอน (CO_2) เข้าสู่ชั้นบรรยากาศเท่าใด เราก็ซื้อคาร์บอนเครดิตมาชดเชย ซึ่งนี่คือกลกไกของตลาดคาร์บอนที่กำลังได้รับความสนใจ แต่ทว่าสำหรับ Net zero emissions คือการการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ หรือสรุปง่ายๆ คือ การปล่อยสุทธิเป็นศูนย์ตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิตทั้งต้นน้ำปลายน้ำ

ฉะนั้นแล้วการจะก้าวไปสู่ Net zero ถือเป็นความท้าทายและแผนระยะยาว ฉะนั้นวันนี้ควรเริ่มจากการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอนจึงเป็นจุดเริ่มที่สำคัญ ซึ่งเมื่อขยายความถึงคาร์บอนเครดิตนั้นหมายถึงปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลด / กักเก็บได้จากการดำเนินโครงการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านกลไกลดก๊าซเรือนกระจกต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

มีหน่วยเป็นตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า และสามารถนำคาร์บอนเครดิตไปแลกเปลี่ยนหรือซื้อ - ขายเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำไปปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ลดได้จากการดำเนินงานไปรายงาน การนำไปใช้ชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์กร บุคคล งานบริการ หรือจากการผลิตผลิตภัณฑ์ ต่างๆ

โดยวันนี้คาร์บอนเครดิตมีหลายประเภท แบ่งตามกลไกลดก๊าซเรือนกระจกที่ดำเนินการ ยกตัวอย่าง เช่น คาร์บอนเครดิตจากกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism: CDM) ที่ใช้ซื้อ - ขายแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศพัฒนาแล้วที่มีพันธกรณีต้องลดก๊าซเรือนกระจกภายใต้พิธีสารเกียวโตกับประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาที่ดำเนินโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภายใต้กลไก CDM คาร์บอนเครดิตจากโครงการ T-VER ที่ TGO ให้การรับรอง หรือ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เป็นต้น

ข้อมูลจาก อบก. การซื้อขายคาร์บอนเครดิตในไทยขยายตัวในระดับสูง โดยใน 2021 มีปริมาณการซื้อขายคาร์บอนเครดิตเพิ่มขึ้น 61% ขณะที่ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2022 ก็เพิ่มขึ้นมากถึง 425% เมื่อเทียบกับปริมาณทั้งปี 2021 นอกจากนั้นหากพิจารณาในเชิงมูลค่าพบว่าในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2022 มีมูลค่า 124.8 ล้านบาท ขยายตัวสูงถึง 1228% เมื่อเทียบกับทั้งปี 2021 หลังจากราคาคาร์บอนเครดิตปรับตัวสูงขึ้นมากจากปี 2021 ที่เฉลี่ย 34 บาทต่อตันคาร์บอนฯ เป็น 107 บาทต่อตันคาร์บอนฯ ในปี 2022

ประโยชน์ของคาร์บอนเครดิต นอกจากนำไปใช้ในการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรได้แล้วนั้น วันนี้ยังสามารถนำปริมาณคาร์บอนเครดิตไปใช้ในการชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ผลิตภัณฑ์ งานอีเว้นท์ ต่างๆ เหมือนที่เรามักคุ้นว่างานนี้เป็นกิจกรรมปลอดคาร์บอน หรือ สถานที่ท่องเที่ยวนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวปลอดคาร์บอน เป็นต้น ฉะนั้นแล้วปฏิเสธไม่ได้ว่า ตลาดซื้อขายคาร์บอน คือ โอกาสใหม่ในโลกของการค้า และ คาดว่าจะมีความต้องการสูงในขณะเดียวกันผู้ประกอบการเองก็รอช้าไม่ได้ควรเริ่มดำเนินการลด ชด เชย การปล่อยคาร์บอนของภาคธุรกิจด้วยการ ซื้อ-ขายคาร์บอนเครดิตตั้งแต่เนิ่นๆ ขณะที่ภาครัฐเองก็ต้องส่งเสริมในด้าน Supply ตัวกลางการซื้อขาย โดยเฉพาะผู้ซื้อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เชื่อมโยงเพื่อทำให้เป้าหมายการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอนดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่เรามุ่งตรงกันคือ Net Zero Emission ต่อไปในอนาคต ส่วนจะเป็นไปตามกรอบเวลาไหมจากนี้คือ บททดสอบ

เป้าหมายเราคือ 0 ในเรื่องการปล่อยคาร์บอนสู่ชั้นบรรยากาศ แต่หากวันนี้เราไม่นับ 1 เป้าหมายดังกล่าวก็ไม่สำเร็จ

บริหารเงินในกระเป๋า
ให้อยู่กับเรานานๆ ด้วย 3 วิธีง่ายๆ

ธนาคารออมสิน
Government Savings Bank

ในสถานการณ์ที่รายจ่ายเพิ่มสูงขึ้น แต่รายได้กลับไม่เพิ่มขึ้นตาม สร้างความหนักใจให้กับทั้งมนุษย์เงินเดือนและมนุษย์ฟรีแลนซ์ทั้งหลายที่ต้องบริหารค่าใช้จ่ายให้สมดุลตลอดทั้งเดือน ไม่ต้องพูดถึงเงินเก็บ แค่บริหารไม่ให้ติดลบก็ยากแล้ว เราจึงมี 3 วิธีง่ายๆ ที่จะมาช่วยบริหารเงินในกระเป๋าให้อยู่กับเราไปนานๆ

1 แบ่งเก็บรายได้

แบ่งเก็บรายได้ส่วนหนึ่งในแต่ละเดือนไว้อีกบัญชี ส่วนค่าใช้จ่ายในแต่ละวันถ้าใช้เหลือจะนำมาเก็บเพิ่มในบัญชีนี้ก็ได้ หรือถ้าขาดเหลือก็หยิบยืมจากบัญชีนี้ได้เช่นกัน แต่จำไว้เสมอว่ายืมแล้วต้องคืน!

2 หาช่องทางเพิ่มรายได้

แม้จะมีรายได้ประจำก็ไม่ได้ประกันความมั่นคงในชีวิต เพราะความไม่แน่นอนเกิดขึ้นได้ทุกวัน ลองมองหาช่องทางเพิ่มรายได้ที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มมาก อาทิ ขายของออนไลน์

3 หักห้ามใจ ไม่ต้องซื้อทุกอย่าง

ไอเทมสุดเร้าใจมีมาให้ตื่นเต้นได้ทุกวัน จงหักห้ามใจและเลือกซื้อแต่สิ่งที่จำเป็นเท่านั้น

นอกจาก 3 วิธีบริหารเงินในกระเป๋าแบบง่ายๆ ที่ใครก็ทำได้นี้ เรายังมีวิธีเพิ่มเงินในกระเป๋าที่คุ้มค่าเพื่อแก้ปัญหาสถานการณ์ฉุกเฉินในชีวิตด้วยการขอ**สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารออมสิน**ที่กู้ง่าย ดอกเบี้ยต่ำ และไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน เพื่อให้ผ่านพ้นวิกฤติได้อย่างราบรื่น โดยไม่ต้องรบกวนใคร ทั้งยังมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยได้อีกด้วย

จุดเด่นสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารออมสิน

- ฟรีแลนซ์ก็กู้ได้ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน
- วงเงินกู้สูงสุด 10 เท่าของรายได้ และไม่เกิน 500,000 บาท
- นำเงินไปใช้เพื่ออุปโภคบริโภค หรือนำไปชำระหนี้สินเชื่อรายย่อยประเภทอื่น

สมัครง่ายๆ ผ่าน MyMo

ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน
กับสินเชื่อส่วนบุคคล

วงเงินกู้ 10 เท่า ของรายได้
(สูงสุด 500,000 บาท)

รายได้ประจำ	อาชีพอิสระ/เจ้าของกิจการ
เงินเดือน 20,000 บาทขึ้นไป	รายได้ 30,000 บาทขึ้นไป
ผ่อนชำระนานสูงสุด 7 ปี	ผ่อนชำระนานสูงสุด 5 ปี

ปัจจุบัน MRR = 6.245% ตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม 2563
เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

GSB Society

1115

ทำความรู้จัก

ก๊าซเรือนกระจก วายร้ายทำโลกใบนี้ร้อนขึ้น

โลกเป็นดาวเคราะห์เพียงดวงเดียวที่มีอุณหภูมิเหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของทุกชีวิต แต่ทว่าที่ในวันนี้มันร้อนขึ้น ส่วนสำคัญมาจากก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มอย่างต่อเนื่องจนเกิดปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ หรือ (Climate change) ซึ่งส่งกระทบโดยตรงต่อสิ่งมีชีวิตและระบบนิเวศบนโลกใบนี้ และเมื่อย้อนถามไปว่า ปัจจัยใดที่ทำให้เกิดปัญหาดังกล่าว ปฏิเสธไม่ได้ว่านั้นมาจาก การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์

ก๊าซเรือนกระจกคืออะไร? จริงๆแล้ว ก๊าซเรือนกระจกมีหลากหลายชนิด แต่ก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากมนุษย์ หรือ (Anthropogenic greenhouse gas emission) แบ่งออกเป็น 7 ชนิด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. คาร์บอนไดออกไซด์ หรือ CO_2 โดยเกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น การเผาไหม้ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ เพื่อเป็นพลังงาน ในส่วนนี้รวมถึงการตัดไม้ทำลายป่าที่เป็นอีกสาเหตุของการปล่อยก๊าซดังกล่าวเพิ่มขึ้นบนชั้นบรรยากาศได้อย่างรวดเร็ว

2. มีเทน หรือ CH_4 โดยเกิดจากกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การทิ้งขยะด้วยวิธีฝังกลบ การทำฟาร์มปศุสัตว์ มูลสัตว์ การเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลในการทำเกษตรกรรม การบำบัดน้ำเสีย และอุตสาหกรรมอื่น ๆ

3. ไนตรัสออกไซด์ หรือ N_2O ในช่วงยุคอุตสาหกรรม มนุษย์ได้เพิ่มก๊าซชนิดนี้เข้าไปผ่านการประกอบอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้กรดไนตริก อาทิ อุตสาหกรรมเคมี พลาสติกบางชนิด การใช้ปุ๋ย การใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล

4. กลุ่มก๊าซไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน หรือ HFCs ก๊าซชนิดนี้เกิดจากมนุษย์สังเคราะห์ขึ้น โดยมาจากระบบทำความเย็นต่าง ๆ เช่น สารที่ใช้อยู่ในเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น สเปรย์ และน้ำยาดับเพลิง

5. กลุ่มก๊าซเปอร์ฟลูออโรคาร์บอน หรือ PFCs เป็นก๊าซอีกชนิดที่มนุษย์สังเคราะห์ขึ้น โดยนำมาเป็นตัวทำละลายและสารตั้งต้นในการผลิตจากภาคอุตสาหกรรม อาทิ การถลุงอะลูมิเนียม

6. ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ หรือ SF6 สารชนิดนี้มาจากภาคอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นฉนวนไฟฟ้าป้องกันการเกิดประกายไฟจากอุปกรณ์สวิทช์ไฟฟ้าแรงสูง หรือช่วยในการระบายความร้อนจากอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง ซึ่งส่งผลกระทบทำให้เกิดภาวะเรือนกระจกได้มากกว่าก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 22,800 เท่า

7. ไนโตรเจน ไตรฟลูออไรด์ หรือ NF_3 เป็นก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากมนุษย์ อยู่ในกระบวนการผลิตอุปกรณ์อิเล็กโทรนิคส์หรือวงจรขนาดเล็ก

การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง 7 ชนิดส่วนใหญ่มาจากการกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ฉะนั้นแล้วจากหลากหลายผลกระทบที่เกิดขึ้น วันนี้ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน เพื่อร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ได้มากที่สุด เพื่อลดความรุนแรงและชะลอการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิในอนาคต เพราะโลกที่ร้อนในวันนี้ ไม่ได้เดือดร้อนแค่หมีขั้วโลกแต่นั้นคือสัญญาณเตือนที่ทุกสิ่งมีชีวิตกำลังเข้าสู่ภาวะวิกฤต

คุณ ตีรญา ทองเกิด

ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายโครงการ

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด

ผู้จัดงาน Thailand International Dog Show
และ Thailand International Pet Variety Exhibition

วิสัยทัศน์ของ "อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น ออกาไนเซอร์"

หลักของวัฒนธรรมองค์กรของ "อิมแพ็ค" คือ การร่วมมือกันสู่ความสำเร็จ..ซึ่งถือเป็นหลักพื้นฐานในการส่งมอบมูลค่าสูงสุดสู่การสร้างคุณลักษณะพิเศษตามความต้องการเฉพาะรายของลูกค้า รวมถึงการนำเสนอวิธีการในการแก้ไขปัญหา จึงทำให้เกิดหน่วยงาน "อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น ออกาไนเซอร์" ภายใต้บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ผู้นำด้านการจัดงานในประเทศไทย ที่ให้บริการในการบริหารจัดงาน ครบวงจรทั้งด้านการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อประชาชนทั่วไป งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติเพื่อภาคธุรกิจ การประชุมสัมมนา การอบรม และงานอีเว้นท์ต่างๆ ภายใต้ประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีบทบาทร่วมกับสมาคมการค้าในประเทศ ระหว่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมต่างๆ

เรามีทีมงานคุณภาพที่พร้อมอำนวยความสะดวกและให้บริการข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับการจัดงาน จากความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมต่างๆ มากมาย ด้วยมาตรฐานระดับสากล ทำให้สามารถมั่นใจได้ว่า งานที่เราจัดหรือวางแผนให้จะประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยม และกลับมาใช้บริการอีกแน่นอน

จุดเริ่มต้นของการจัดงาน Dog Show และ Pet Variety

ไอเดียการจัดงาน Dog Show เริ่มจากผู้บริหารอิมแพ็ค หรือเรียกได้ว่าเป็นเจ้านายที่รักของพวกเรา มองเห็นว่างานสัตว์เลี้ยงในตอนนั้น โดยเฉพาะสุนัขยังไม่เป็นที่เติบโตเท่าไหร่ ยังไม่เห็นมีงานที่จัดในฮอลล์ มีแอร์ มีที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเกิดขึ้น และด้วยความที่ท่านเป็นคนรักสุนัขอยู่แล้วด้วย การที่ให้น้องหมาได้เดินงานแบบไม่เหมือนที่ไหน พร้อมได้ร่วมสนุกร่วมกิจกรรมมากมายกับเจ้าของ ก็คงจะดีไม่น้อย .. โดยการจัดงานมีวัตถุประสงค์เพิ่มเติมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เปิดโอกาสให้เหล่าบรรดาผู้เลี้ยงสุนัขและสุนัขเองได้พบปะสังคมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ดีๆ ซึ่งกัน งาน Dog Show จึงถือกำเนิดขึ้นมา และได้ผลตอบรับอย่างดี มีผู้สนับสนุนเพิ่มขึ้นทุกๆปี

เมื่อผ่านมาได้สักระยะ ตลาดของสัตว์เลี้ยงประเภทอื่น ไม่เพียงแค่อาหาร ขนม แต่ยังมีสินค้าบริการหลายประเภทเติบโตขึ้นด้วย เช่นเสื้อผ้า เครื่องประดับ ห้องน้ำสัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ จึงทำให้เราขยายธุรกิจเป็นงานรวมสัตว์เลี้ยงภายใต้ชื่องาน Pet Variety ขึ้นมาด้วยอีกหนึ่งงาน

พูดถึงความสำเร็จที่ผ่านมาและในอนาคตมีโครงการอย่างไรบ้าง

งาน Dog Show ที่เพิ่งจบไปเมื่อช่วงต้นเดือน ก.ค. 2565 ที่ผ่านมาเป็นการจัดงานครบรอบ 20 ปี ที่ได้รับความสำเร็จเป็นอย่างมาก โดยวัดได้จากผู้เข้าชมงานและจำนวนสุนัขที่เพิ่มขึ้นๆ 10-15% ในทุกๆปี โดยทางเรามีพันธมิตรเดิมที่แน่นแฟ้น และ พันธมิตรใหม่มาร่วมด้วย ทำให้งานได้รับการสนับสนุนอย่างดี และช่วยทำให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จากแรกเริ่มที่เป็นงานเล็กๆ ไม่มีคนรู้จัก จนตอนนี้เรียกได้ว่าใหญ่ที่สุดระดับประเทศ เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ทั้งภูมิภาคเอเชีย,ยุโรป, อเมริกา และแคนาดา ซึ่งในด้านผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัข จะได้พบปะแลกเปลี่ยนนวัตกรรมของสินค้าและ Consumer Insight กับผู้เลี้ยงสุนัขตลอดทั้งงาน งานของเราจึงมีครบครันทั้งนวัตกรรมสินค้าและการบริการ พร้อมเทคโนโลยีเพื่อการเลี้ยงสุนัขสำหรับคนรุ่นใหม่แบบครบครัน

โดยแผนในอนาคตเราต้องการจัดงานให้ดีทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ รวมไปถึงสร้างความสำเร็จให้วงการสุนัขและสัตว์เลี้ยงเป็นที่รู้จักและช่วยทำให้ตัวเลขทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว การค้าขาย มีกราฟที่ดีขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่แพ้งานประเภทอื่นๆ รวมไปถึงมีการทำโปรไฟล์งานใหม่ๆให้มีสีสันกับวงการสัตว์เลี้ยง และสร้างงานให้กลุ่มคนที่ชอบอะไรคล้ายๆกัน เช่น งาน Dog Chill Out Concert และงาน 6 Feet Run ซึ่งมีการจัดที่อิมแพ็คเอง รวมไปถึงขยายไปจัดจังหวัดต่างๆตามหัวเมืองด้วย รวมไปถึงการทำการตลาดด้านออนไลน์ การทำโซเชียลมีเดียให้แข็งแรง มีคุณภาพและครบครันมากที่สุด

สุดท้ายนี้อยากให้เชิญชวนผู้แสดงงาน และผู้เข้าชมงาน.. เข้าร่วมงานในครั้งต่อไป

สำหรับงานต่อไปที่จะถึงนี้ เป็นการจัดงาน Pet Variety ที่จะรวบรวมความสนุกให้บรรยากาศเพลินไปกับการช้อปปิ้งช่วงปลายปี พร้อมต้อนรับเจ้าของธุรกิจ เจ้าของกิจการ และผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจที่ต้องการทำการตลาดด้านสัตว์เลี้ยง กับกลุ่มเป้าหมายที่เราพาให้ทุกท่านได้พบปะ แลกเปลี่ยน แนะนำสินค้าและบริการของท่านอย่างใกล้ชิด ตลอดทั้งสี่วันรวมไปถึงขยายความสัมพันธ์ทางธุรกิจได้ต่อเนื่องในอนาคต

ขอเชิญร่วมสัมผัสประสบการณ์ที่คนรักสุนัขไม่ควรพลาดกับงาน

"Dog Show ปีที่ 21"

ระหว่างวันที่ 6-9 กรกฎาคม 2566 นี้

ตั้งแต่เวลา 10:00 – 20:00 น. ณ อาคาร 5-6 อิมแพ็ค เมืองทองธานี

สนใจสอบถามรายละเอียด โทร. 02-833-5329
หรือ www.thailand-dogshow.com

ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ ย้ำพันธกิจ We Promise

สานต่อเจตนารมณ์ในการดูแลสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์กิจกรรม “ปลูกป่าลดคาร์บอนสู่ความยั่งยืน” รุกเพิ่มพื้นที่สีเขียว พัฒนาสิ่งแวดล้อมสร้างสมดุลให้สภาพภูมิอากาศไทย

คุณชมกมล พุ่มพันธุ์ม่วง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (ซ้ายมือ) และ คุณนพวงศ์ โอมาธิกุล รองประธานเจ้า หน้าที่บริหาร (ขวามือ) บริษัท ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) กลุ่มบริษัทพลังงานครบวงจร และผู้จัดจำหน่ายก๊าซแอลพีจีภายใต้แบรนด์ เวิลด์แก๊ส สานต่อความมุ่งมั่นในการยืนหยัดเคียงข้างสร้างรอยยิ้มให้กับคนไทย ตามพันธกิจ “We Promise” เดินหน้าทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นในทุกด้านให้กับ เศรษฐกิจ สังคม โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมไทย เดินหน้าจัดกิจกรรม “ปลูกป่าลดคาร์บอนสู่ความยั่งยืน” นำคณะผู้บริหารและพนักงานของบริษัทร่วมปลูกป่า เพิ่มพื้นที่สีเขียว สร้างสมดุลให้กับสภาพภูมิอากาศของไทย พร้อมสนับสนุนเด็กและเยาวชนผ่านการมอบทุนการศึกษา อุปกรณ์การกีฬา และจัดเลี้ยงอาหารกลางวัน รวมถึงไอศกรีม เพื่อสร้างรอยยิ้มและความสุขให้กับน้อง ๆ นักเรียนโรงเรียนบ้านหมูสี จังหวัดนครราชสีมา

คุณชมกมล พุ่มพันธุ์ม่วง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ คือผู้นำในธุรกิจจัดจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ภายใต้แบรนด์ เวิลด์แก๊ส ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแบรนด์แก๊สหุงต้มที่เป็นที่รู้จัก และอยู่เคียงข้างสร้างรอยยิ้มให้กับคนไทยมาอย่างยาวนาน โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้พลังของการคิดบวก พร้อมให้คำมั่นสัญญาภายใต้แนวคิด “We Promise” ในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมชุมชน สิ่งแวดล้อม ผู้ที่มีส่วนได้เสีย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัททุกฝ่ายอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นผลจากความตั้งใจ ที่จะสร้างผลกระทบในแง่บวก จึงทำให้เราสานต่อพันธกิจ We Promise สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบที่แตกต่างและหลากหลายตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา”

การดูแลสิ่งแวดล้อมถือเป็นหนึ่งในพันธกิจที่เราให้ความสำคัญตลอดมา นอกเหนือจากการสนับสนุนให้คนไทยหันมาใช้พลังงานสะอาดอย่างก๊าซ LPG ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อโลก และสุขภาพของมนุษย์ ล่าสุดเราได้สนับสนุนกิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมภายใต้โครงการ “ปลูกป่าลดคาร์บอนสู่ความยั่งยืน” โดยการนำคณะผู้บริหารและพนักงานในองค์กรกว่า 200 คน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและผู้บริหาร คณะอาจารย์และนักเรียนโรงเรียนบ้านหมูสี ตำบลปากช่อง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ร่วมกันทำกิจกรรมปลูกป่า เพื่อส่งเสริมการเพิ่มพื้นที่สีเขียวกลับคืนให้กับประเทศ พร้อมทั้งปลูกฝังการตระหนักในความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสานต่อเจตนารมณ์ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการปลูกป่าครั้งนี้จะได้รับการดูแลรักษาป่าจากโรงเรียนบ้านหมูสีในระยะยาว ส่งผลให้ระบบนิเวศฟื้นคืนกลับสู่ธรรมชาติอย่างยั่งยืน”

“พร้อมกันนี้ ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ ยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาของเด็กและเยาวชน รวมถึงใส่ใจต่อสุขภาพในการรับโภชนาการครบทั้ง 5 หมู่ เพื่อเป็นการต่อยอดเตรียมร่างกายควบคู่ไปกับด้านความรู้ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติ ให้เจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต จึงได้มอบทุนการศึกษา อุปกรณ์การกีฬา ผลิตภัณฑ์ก๊าซหุงต้มแบรนด์ “เวิลด์แก๊ส” สำหรับการประกอบอาหาร การจัดเลี้ยงอาหารกลางวันและไอศรีมให้แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนบ้านหมูสี เพื่อสร้างรอยยิ้มและความสุขให้กับน้องๆ นักเรียนอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นที่เราจะสานต่ออย่างไม่มีวันหยุดนิ่งเพื่อสร้างรอยยิ้มให้กับคนไทยต่อไป” คุณชมกมลกล่าวสรุป

แก๊สหมดกดสั่ง
“เวิลด์แก๊ส”

เวิลด์แก๊ส
BY WP ENERGY

“เคียงข้าง..
สร้างรอยยิ้ม”

WP ENERGY | บริษัท ดับบลิวพี เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) ผู้จัดจำหน่าย “เวิลด์แก๊ส”
สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม...02-272-3333 www.wp-energy.co.th WP Energy

ทำความรู้จัก “Plant-based Food” เทรนด์อาหารแห่งโลกอนาคต

จะทำอย่างไรกันดีถ้าอีกหน่อยโลกนี้จะไม่มีอาหารให้กินอีกต่อไป? นี่ไม่ใช่คำถามที่ตั้งขึ้นเพียงงำๆ แต่รู้หรือไม่ว่า วิกฤตอาหารโลกกลายเป็นประเด็นใหญ่ที่ขณะนี้หลายประเทศกำลังเผชิญ จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมตอนนี้หลายภาคส่วนมองถึงอาหารอนาคต หรือ (Future Food) และหนึ่งในเทรนด์ที่กำลังได้รับความสนใจเกี่ยวกับอาหารดังกล่าวคือ “Plant-based Food”

ข้อมูลจาก ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงไทย ขยายความถึง “Plant-based Food” ได้อย่างน่าสนใจไว้ว่า เทรนด์ดังกล่าว คือ อาหารทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภค โดยเหมาะสำหรับผู้ที่สนใจ งด เลี่ยง ลดการทานเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ในที่นี้ยังรวมถึงผู้ที่ต้องการทานอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งอาหารแบบนี้ประกอบไปด้วย ผัก ผลไม้ เห็ด เมล็ดพืช ธัญพืช และพืชตระกูลถั่ว เป็นส่วนประกอบหลักอย่างน้อย 95% ในการทานต่อมื้อ โดยให้ความสำคัญต่อการได้โปรตีนจากพืช นำมาแต่งสี และกลิ่น เพื่อให้มีรสชาติและรสสัมผัสที่มีความคล้ายกับเนื้อสัตว์มากที่สุด

สำหรับในประเทศไทย Plant-based Food อาหารไทยอย่างผัดไทย ทูน่าซอสพริกหวาน แกงเผ็ดและแกงเขียวหวาน ก็ถูกนำมาต่อยอดทำเป็น Plant-based Meal ได้ มากไปกว่านั้นเทรนด์ดังกล่าวยังมีทิศทางที่คาดว่าจะเติบโต แน่นอนมาจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็น พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดย 53% ของผู้บริโภคชาวไทยต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ ขณะที่อีก 45% สนใจที่จะปรับเปลี่ยนไปสู่การรับประทานอาหารแบบมังสวิรัติ วีแกน และอาหารจากพืช มากไปกว่านั้น กระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมและตระหนักถึงสวัสดิภาพสัตว์เพิ่มสูงขึ้น เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ทำให้คนหันมาทานอาหารแบบ Plant-based Food มากยิ่งขึ้น

ปฏิเสธไม่ได้ว่าวันนี้มนุษย์ให้ความสำคัญต่อการเลือกบริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคผันเปลี่ยนทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านอื่นๆ ก็ต้องปรับตัว เพื่อปรับเปลี่ยนในแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดรับต่อสุขภาพชาวโลกที่พร้อมยกระดับในการดูแลตัวเองต่อไป

มอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าจดทะเบียนได้

ทางเลือกที่ใช่ของคนยุคใหม่

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายที่ตามมา

ค่าเชื้อเพลิง : 1,606฿ (4.4 บาท/วัน)
ค่าเสื่อมราคา : 8,212.5฿ (22.5 บาท/วัน)
ค่าบำรุงรักษา : 2,000฿
รวม 1 ปี
11,818.5฿

ค่าเชื้อเพลิง : 18,250฿ (50 บาท/วัน)
ค่าเสื่อมราคา : 6,055.5฿ (10.5 บาท/วัน)
ค่าบำรุงรักษา : 4,000฿
รวม 1 ปี
28,272.5฿

CO_2

2019 ลดการปล่อยก๊าซ 336 Ton
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่ 29,920 ต้น

2020 ลดการปล่อยก๊าซ 1,048 Ton
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่ 89,230 ต้น

2021 ลดการปล่อยก๊าซ 2,387 Ton
เทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่ 200,840 ต้น

deco GREEN ENERGY

Deco Green Energy มอเตอร์ไซค์ไฟฟ้า
090-040-0400
@decogreenenergy
www.decogreenenergy.com

พลังความร่วมมือ
ส่งเสริมธุรกิจไทย ให้ประสบความสำเร็จ
เปลี่ยนผ่านไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Thailand Business Council for Sustainable Development
องค์กรธุรกิจเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
TBCSD

สำนักเลขาธิการ TBCSD
TEI THAILAND ENVIRONMENT INSTITUTE
สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

มิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย มอบเงินบริจาค 700,000 บาท

ให้แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา

มร. เออิอิชิ โคอิโตะ (ที่ 3 จากซ้าย) กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด และประธานมูลนิธิ มิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย มอบเงิน 700,000 บาท เพื่อสมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือทางการแพทย์ ให้แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา โดยมีนายแพทย์ วิชาญ ลือสมบูรณ์ (ที่ 3 จากขวา) ผู้ช่วยผู้อำนวยการ โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา เป็นผู้รับมอบ

บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ระดมทุนจากการจัดงานวิ่งการกุศลครั้งที่ 3 Mitsubishi Motors Charity Run 2022 ได้รวมทั้งสิ้น 700,000 บาท สมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือทางการแพทย์ให้แก่โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

ในฐานะผู้จัดกิจกรรมวิ่งการกุศลซึ่งร่วมสนับสนุนโดย มูลนิธิ มิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย มร. เออิอิชิ โคอิโตะ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท มิตซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด และประธานมูลนิธิ มิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย กล่าวว่า “ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างมิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทยและชุมชนในศรีราชา จังหวัดชลบุรี เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2535 เมื่อเราเริ่มก่อสร้างโรงงานที่ 1 เพื่อการผลิตรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง เรามีความยินดีที่ได้ตอบแทนชุมชนท้องถิ่นผ่านการจัดงานวิ่งการกุศล Mitsubishi Motors Charity Run เพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คน พร้อมกับระดมทุนเพื่อสนับสนุนโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา”

“เราดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาสังคมใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม, ด้านการศึกษา และด้านสุขภาพ การจัดงานวิ่งการกุศลในครั้งนี้มีเป้าหมายด้านส่งเสริม ‘สุขภาพ’ ที่ดีของคนไทย เราจะเดินหน้าส่งมอบความสุขให้แก่ชุมชนท้องถิ่นผ่านกิจกรรมนี้เป็นประจำทุกปี” มร. โคอิโตะ กล่าวเพิ่มเติม

มีนักวิ่งเกือบ 5,000 คน เข้าร่วมงานวิ่งการกุศล Mitsubishi Motors Charity Run ครั้งที่ 3 ประจำปีนี้ ซึ่งจัดขึ้นบนเส้นทางวิ่งรอบอ่างเก็บน้ำบางพระ ในศรีราชา จังหวัดชลบุรี การวิ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทได้แก่ฟันรันระยะทาง 5 กม. และมินิมาราธอน ระยะทาง 10 กม. โดยเส้นทางการวิ่งจะเริ่มจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ซึ่งเป็นจุดปล่อยตัว และวิ่งผ่านเส้นทางธรรมชาติอ่างเก็บน้ำบางพระ ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัดชลบุรี

อิทธิพล สมุทรทอง หนึ่งในนักวิ่งที่เข้าร่วมงานนี้ กล่าวว่า “การกลับมาจัดงานวิ่งการกุศล Mitsubishi Motors Charity Run 2022 ครั้งนี้ได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดี เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลายลง ประกอบกับการเส้นทางการวิ่งที่ผ่านวิวทิวทัศน์ที่สวยงามตลอดเส้นทางในศรีราชา ทำให้งานวิ่งการกุศลครั้งนี้มีนักวิ่งจำนวนมากกระตือรือร้นมาเข้าร่วมกิจกรรม”

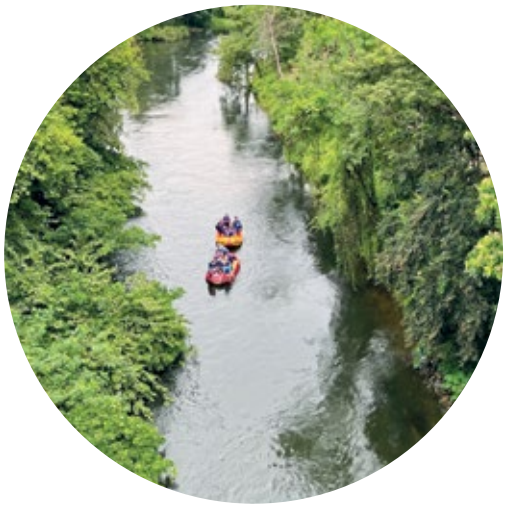
โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา ก่อตั้งในปี 2445 จากพระประสงค์ของสมเด็จพระนางเจ้าสว่างวัฒนา พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ซึ่งทรงมีโครงการพระดำริครอบคลุมด้านการแพทย์ สาธารณสุข การศึกษา วัฒนธรรม และสวัสดิการสังคมที่ช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน ชาวไทยเป็นอย่างมาก

ตลอด 6 ทศวรรษของการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย มิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย มีความมุ่งมั่นในการดำเนินโครงการเพื่อสังคมภายใต้วิสัยทัศน์ “สรรค์สร้าง เคียงข้าง สังคมไทย”

ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว
ของมิตซูบิชิ มอเตอร์ส ประเทศไทย ได้ที่
www.mitsubishi-motors.co.th
facebook.com/MitsubishiMotorsTH
@MitsubishiMotorsTh
Mitsubishi Motors Thailand
@MitsubishiMotorsTh

เปิดแนวคิด Regenerative Tourism
การท่องเที่ยวฟื้นสร้างอย่างยั่งยืน

วันนี้ไม่ว่าจะมองไปทางไหน จะออกไปเที่ยวที่ใด เราเริ่มมักเห็นกับการเที่ยวยั่งยืน ปัจจุบันเรื่องของความยั่งยืนถูกบริหารจัดการให้เป็นส่วนหนึ่งของทุกอุตสาหกรรมและหนึ่งในนั้นคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละภาคส่วนต่างร่วมกันเดินหน้าพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวให้สอดรับกับสถานการณ์ โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่คาดว่าท่องเที่ยวจากแต่เดิมที่ซบเซาในปี 2566 จะกลับมาคึกคักแบบก้าวกระโดด



เทรนด์ท่องเที่ยวดังกล่าวถูกขยายผลและต่อยอดสู่การดำเนินงานในไทยอย่างต่อเนื่อง โดยการประชุม APEC 2022 ที่ไทยเป็นเจ้าภาพในครั้งนี้ก็ได้นำเสนอแนวคิด Regenerative Tourism หรือ การท่องเที่ยวฟื้นสร้างอย่างยั่งยืน โดยหลักคิดดังกล่าว เน้นการจัดการการท่องเที่ยวแบบองค์รวม โดยคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชุมชน ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นการฟื้นฟูทรัพยากรที่เสื่อมโทรมเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

หากจะให้ยกตัวอย่างให้ชัดเจน คือ การปรับสมดุลจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยว เรียกได้ว่าจากแต่เดิมสถานที่บางแห่งที่เคยหนาแน่นจากนี้ต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ไม่เสื่อมโทรมเกินไป อีกหนึ่งมิติที่สำคัญของแนวคิดนี้คือการสนับสนุนให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม รู้จักรักและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยนำเอาแนวคิด BCG มาปรับใช้

และถ้าขยายความต่อไปว่า ในขณะนี้มีชุมชนใดบ้างที่ปรับตัวและยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวยั่งยืนตอบเลยตอนนี้ว่ามี และหนึ่งในนั้นคือ “ชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี” โดยคนในชุมชนยังร่วมกันกำหนดแนวคิดของการพัฒนาและการอนุรักษ์พื้นที่ป่า สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมชุมชน และพยายามขับเคลื่อนตนเองสู่การเป็นสังคมปลอดคาร์บอน (Zero Carbon) เช่น ใช้วิธีการเดินเท้าเข้าสู่บ้านถ้ำเสือ สัมผัสธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยแมกไม้

อากาศที่เย็นสบาย ฟังเสียงจักจั่นตลอดเส้นทาง ชิมน้ำดอกอัญชันมะนาวปลอดสารพิษที่ชาวบ้านปลูกเองแบบอินทรีย์ ทำกิจกรรมสร้างสรรค์แบบคาร์บอนต่ำ อาทิ การปั้นลูกกระสุนเมล็ดพันธุ์กุศโลบายเชิงวิถีตามบริบทของพื้นที่ในการปลูกป่าชุมชน เป็นต้น โดยวันนี้ชุมชนดังกล่าวได้รับการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้เป็นชุมชนต้นแบบวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแห่งแรกของไทย

น่าติดตามต่อไปว่า วาระและหลักคิดที่ทางไทยนำเสนอต่อเวทีประชุม APEC จะเกิดการขยายผลและนำมาต่อยอดสู่ภาคการท่องเที่ยวไทยและภูมิภาคต่อไปอย่างไร ยิ่งเมื่อนำเอามิติของความยั่งยืนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งอาจสร้างผลลัพธ์ที่ดีอย่างเท่าทันต่อเทรนด์ก็เป็นได้ ฉะนั้นนอกจากเราในฐานะนักท่องเที่ยวที่ต้องจับตา ผู้ประกอบการเองก็ต้องปรับตัวเช่นกัน เพื่อร่วมกันสร้างมิติของการท่องเที่ยวให้ก้าวสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

“พูดแล้วทำ”
แอ็คชั่นสู่ความยั่งยืนในแบบเอสซีจี

เอสซีจี เผยมุมมองเดินหน้าธุรกิจอย่างยั่งยืน ต้อง “พูดแล้วทำ” เน้นมองภาพให้ตรงกัน ตั้งเป้าหมายให้ชัดเหมือนเป้าหมายการทำธุรกิจ พร้อมเผยโฉมนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความยั่งยืนจากเอสซีจี

“ความยั่งยืน” เป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงเป็นวงกว้างในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และในงาน “SUSTAINABILITY EXPO 2022 : GOOD BALANCE, BETTER WORLD” มหกรรมด้านความยั่งยืนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในอาเซียนเมื่อไม่นานนี้ ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับทุกภาคส่วนที่ได้มาร่วมแบ่งปันแนวคิด แนวปฏิบัติและแนวทางความร่วมมือระหว่างกัน

คุณรุ่งโรจน์ รังสิโยภาส กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี กล่าวบนเวทีเสวนา “CEO Panel Discussion: Leading Sustainable Business” ว่า “ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เอสซีจีใช้เวลาในการตอบคำถามว่า ทำไมต้องทำเพื่อความยั่งยืน ทำไมเลือกลงทุนกับสิ่งนี้ ท่ามกลางภาวะโลกร้อนหรือโลกรวน ซึ่งมีความไม่แน่นอนที่สูงมาก และความไม่แน่นอนในที่นี้ไม่ใช่เรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้น แต่เป็นเรื่องของ “ระยะเวลา” ของความผันผวน”

ในแง่การลงทุน รุ่งโรจน์มองว่า บางอย่างทำแล้วเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาก แต่กลับไม่ตอบสนองด้านรายได้ หรือบางอย่างทำรายได้ดีมาก แต่ไม่ได้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากนัก ในทางปฏิบัติทุกองค์กรเจอเหมือนกันหมด ซึ่งเอสซีจีจะต้องจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนในด้านต่าง ๆ

“สุดท้ายแล้ว จะต้องมองย้อนกลับไปที่วิสัยทัศน์ขององค์กรว่าตรงกันหรือไม่ ต้องการเดินไปข้างหน้าอย่างไร ซึ่งในวิกฤติที่เรากำลังเผชิญ ถ้ามองให้ดีก็คือโอกาส โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ”

พูด – ทำ ให้ตรงกัน

กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี กล่าวอีกว่า อีกหนึ่งความท้าทายในการเดินหน้าสู่ความยั่งยืนคือ “การพูดและทำให้ตรงกัน” ซึ่งเป็นความท้าทายของทุกฝ่าย รวมถึงเอสซีจีด้วย เพราะบางครั้ง เมื่อพูดไปแล้วกลับไม่ได้ทำจริง หรือทำไปคนละทางกับที่พูดไว้ “เรื่องนี้อาจแก้ได้ด้วยการตั้งเป้า วางแผนและติดตามผลให้เหมือนกับการดำเนินธุรกิจ ถ้าทุกคนพูดและทำแบบเดียวกัน เราก็ค่อนข้างสบายใจได้ว่าปัญหาโลกร้อนคงจะแก้ไขได้ สำหรับเอสซีจี แม้จะมีความท้าทายมาก แต่เราพร้อมสู้”

นอกจากนี้ รุ่งโรจน์ได้ยกตัวอย่างสิ่งที่เอสซีจีกำลังดำเนินการอยู่คือ การตั้งเป้าหมายลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2050 โดยจะลดการใช้ถ่านหินลงเรื่อย ๆ และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดมากยิ่งขึ้นในการผลิตซีเมนต์ โดยสิ่งแรกที่ต้องทำคือ การตั้งเป้าหมายให้ชัดเจนและติดตามผลให้เหมือนกับการตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็นเป้าหมายระยะสั้นในปี 2030 เอสซีจีจะลดการปล่อยคาร์บอนลงให้ได้ 20% เมื่อบริษัทมีเป้าหมายแล้ว การวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายก็จะตามมาในท้ายที่สุด

คำแนะนำที่อยากบอกกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจีกล่าวว่า การเปลี่ยนโครงสร้างด้านพลังงานอาจทำได้ไม่ง่ายนัก เพราะธุรกิจมีทุนจำกัด แต่สิ่งที่ทำได้ง่ายที่สุดคือ ให้มองย้อนกลับไปที่พื้นฐานในการทำธุรกิจโดยตั้งต้นจาก “ลูกค้า” สำรวจความต้องการและปัญหา (Pain Point) ของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน ทั้งในแง่ของสินค้า การใช้งาน และการรีไซเคิล

“การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่สามารถใช้ได้เข้าไปจับเพื่อแก้ปัญหาเหล่านั้น ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำได้ง่าย และจะเป็นตัวอย่างของเคสของความสำเร็จเล็ก ๆ ภายในองค์กรของเรา และทำให้เกิดการขยายวงที่กว้างขึ้นได้” รุ่งโรจน์กล่าวปิดท้ายในช่วงเสวนา

โชว์นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน

ในงานดังกล่าว เอสซีจีได้นำนวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัลมาจัดแสดงภายใต้คอนเซ็ปต์ “Sustainability for All” ที่ชวนทุกคนก้าวสู่ไลฟ์สไตล์แห่งอนาคต ตอกย้ำความมุ่งมั่นตามแนวทาง ESG 4 Plus (มุ่ง Net Zero 2050 - Go Green - Lean เหลื่อมล้ำ - ยั่งยืนร่วมมือ ภายใต้ความเชื่อมั่น โปร่งใส) ดังนี้

นวัตกรรมเพื่อคุณภาพชีวิตดียั่งยืน (Sustainable Being) อาทิ “SCG Bi-ion” ระบบไอออนกำจัดเชื้อโรคในอากาศ กำจัดเชื้อไวรัส และแบคทีเรียสูงถึง 99% รวมถึงช่วยลดฝุ่น PM 2.5 และ “Wellness Home Hub” เทคโนโลยีเชื่อมโยงบริการด้านสุขภาพมาไว้ที่บ้านของทุกคน ส่งข้อมูลสุขภาพ - ติดตามอาการ - ปรึกษาแพทย์ได้เรียลไทม์

นวัตกรรมเพื่อการอยู่อาศัยยั่งยืน (Sustainable Living) อาทิ “Trinity” ระบบ IoT Ecosystem

คุณรุ่งโรจน์ รังสิโยภาส
กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี

Platform ที่เชื่อมต่อการทำงานของนวัตกรรมต่าง ๆ ภายในบ้านได้อย่างสะดวกสบายในแพลตฟอร์มเดียว ทั้ง SCG Solar Roof Solutions, SCG Active AIRflow System และ SCG Active AIR Quality รวมถึง “Smart Faucet” ก๊อกน้ำอัจฉริยะสั่งงานด้วยเสียง ควบคุมการเปิดปิดน้ำสะดวก ประหยัดน้ำได้มากกว่าเดิม และ “Mixed Reality” เทคโนโลยีความเป็นจริงผสมที่ช่วยให้อาชีพเสี่ยงอันตรายฝึกฝนได้ยาก เช่น นักผจญเพลิง นักสำรวจอวกาศ สามารถฝึกอบรมได้เสมือนจริงโดยไม่ต้องอยู่ในสถานการณ์จริง

นวัตกรรมเพื่ออนาคตยั่งยืน (Sustainable Future) อาทิ “SCG Solar Roof Solutions ระบบ Hybrid” ระบบหลังคาโซลาร์ เทคโนโลยีไฮบริดมีแบตเตอรี่กักเก็บพลังงานไฟฟ้าสำหรับใช้ไฟฟ้าได้ทั้งกลางวันและกลางคืนช่วยประหยัดสูงสุดถึง 60% และ “CPAC BIM” เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการออกแบบก่อสร้างแม่นยำ ลดการสูญเสียทรัพยากร

คุณรุ่งโรจน์ กล่าวถึงเป้าประสงค์นวัตกรรมของเอสซีจีว่า “ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ นอกจากจะเน้นเรื่องความสะดวกสบาย ปลอดภัยแล้ว ยังต้องไม่สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเหล่านี้ เกิดจากการทำงานร่วมกันระหว่างเอสซีจีและคนรุ่นใหม่หลากหลายสาขา เพื่อให้ทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข และได้ร่วมดูแลโลกไปพร้อมกันในทุก ๆ วัน”

"Coffee in one hand, Confidence in the other.
มือหนึ่งถือกาแฟ ส่วนอีกมือจงถือความมั่นใจ
และลุยไปกับมัน"

สุมณี คุณะเกษม
sumanee_gunakasem

"ทุกวิกฤต มักมีโอกาส
เราจะเป็นกำลังใจ ให้ก้าวต่อไปด้วยกัน
อย่าเพิ่งท้อแท้"

รัญชา บริบาลบุรีภัณฑ์
นายกสมาคมนักเรียนเก่าอังกฤษในพระบรมราชูปถัมภ์

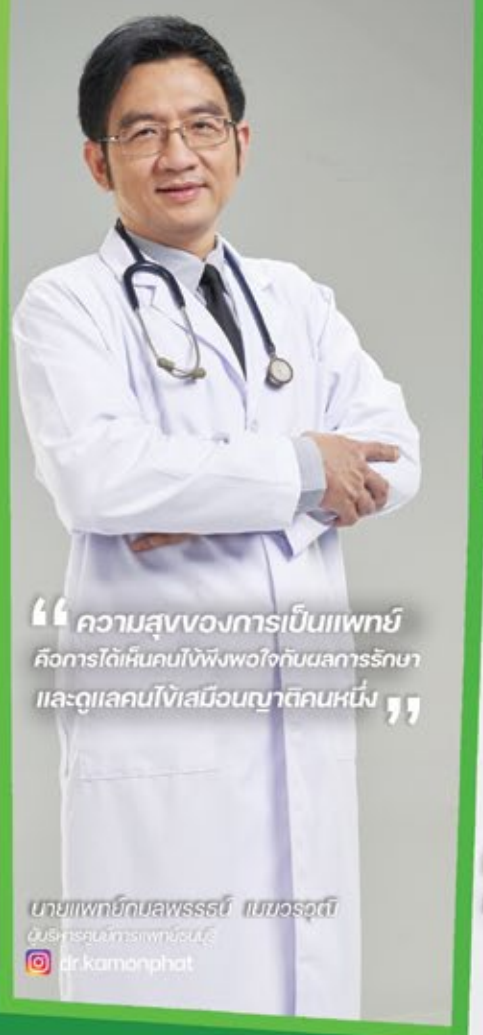
"ความรักไม่ใช่ทุกสิ่งในชีวิต
แต่จงทำทุกสิ่งในชีวิตด้วยความรัก"

วรปภา แก้วจินดา
เจ้าของร้าน ทุเรียนคาเฟ่เชียงราย
Durianism Cafe' Chiang Rai

คนดังพลังบวก+

by : สุมณี คุณะเกษม x Mike Thirawat | Green Passion |

เรียนรู้จากคนที่สำเร็จ ย่อมดีกว่าที่เราต้องมาลองถูกลองผิดเอง
Green Passion พร้อมเป็นสื่อกลางนำประสบการณ์ลัดในหลายๆ แง่มุม
จากผู้คนที่หลากหลาย มาเป็นเพื่อนคุณผู้อ่านทุกๆ เดือนครับ



"ความสุขของการเป็นแพทย์
คือการได้เห็นคนไข้พึงพอใจกับผลการรักษา
และดูแลคนไข้เสมือนญาติคนหนึ่ง"

นายแพทย์กมลพรรธน์ เมฆวรวุฒิ
ผู้บริหารคลินิกการแพทย์ชนบท
dr.kamonphat

"แค่ไม่ทุกข์ ก็สุขใจแล้ว"

ฉวีวรรณ วารีศรี
เจ้าของร้านกาแฟ Home hug cafe แพร่
Home Hug Cafe Phrae

"1 year = 365 opportunities"

Anchisa Weerapatsirikul
ประธานบริษัท AMH GROUP
Furs-Factory ผู้ผลิตและผู้นำเข้าเฟอร์มือหนึ่ง

"เวลาจะทำอะไรที่ไม่เคยทำ เราอาจจะกลัว
แต่อย่าปล่อยให้ความกลัวหยุดเรา ก็แค่ลงมือทำ"

ลลิปธรณ์ สวัสดิกุลวัฒน์
ภรรยาการ / Co founder
บริษัท วันเวลเดอร์ จำกัด
Nok Iarin

"เวลาที่เราอาจไม่เหลือใคร
แต่เวลามองไปทิไร พวกเค้าก็อยู่กับเราทุกที
สู้ไปด้วยกันนะคะ"

โชษิตา เทียนสว่าง
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท เพอร์เฟค คอมพานเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด

ธนาคาร
ออมสิน
Government Savings Bank

ออมสิน
สร้างงาน
สร้างอาชีพ

ฝึกอบรมทักษะ

สร้างโอกาสที่ยั่งยืน
อย่างครบวงจร
เพื่อความสุขที่ยั่งยืน

พร้อมสินเชื่อ ให้ตั้งตัวได้

www.gsb.or.th

GSB Contact Center 1115

ทิพยประกันภัย
DHIPAYA INSURANCE

ภาครัฐเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

ประกันภัยเบ็ดเตล็ด
Miscellanous Insurance

ประกันภัยอัคคีภัย
Fire Insurance

ประกันภัยรถยนต์
Motor Insurance

ประกันภัยทางทะเล
และขนส่ง
Marine Insurance

เชื่อมต่อทุกความปลอดภัย และความสำเร็จ

มุ่งสู่ความเป็นที่หนึ่งไปพร้อมกัน

TIP INSURE ทิพยประกันภัย @DhipayaInsurance

Call Center 1736

www.dhipaya.co.th