

Free Copy and Magazine Online

www.greenlifeplusmag.com

GREEN *Life*



NO. 9 VOL. 107 25 JULY 2025 - 24 AUGUST 2025

ISSN : 2539-5602



จากแผนฟื้นฟู สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

ดร.ปิยสวัสดิ์ อัมระนันทน์

กรรมการและอดีตประธาน
คณะผู้บริหารแผนฟื้นฟูกิจการ
บมจ.การบินไทย

อ่านต่อหน้า

4



EDITOR'S NOTE

"ท่องเที่ยวยั่งยืน - สิ่งแวดล้อม - คืบกำไรให้ธรรมชาติและสังคม"

การเดินทางในวันนี้ ไม่ได้มีเพียงจุดหมายเพื่อความสนุกสนาน แต่กำลังเคลื่อนไปสู่ “ท่องเที่ยวยั่งยืน” ที่ใส่ใจทั้งโลก คน และอนาคต เราได้เห็นแนวโน้มใหม่ที่นักเดินทางเริ่ม “คืบกำไรให้ธรรมชาติและสังคม” ด้วยวิธีเรียบง่าย เช่น เลือกที่พักสีเขียว ใช้ขนส่งสาธารณะ หรืออุดหนุนชุมชนท้องถิ่น

บทบาทของ “สิ่งแวดล้อม” จึงกลายเป็นวาระแห่งอนาคต ที่ต้องเริ่มต้นจากวันนี้ จากการตัดสินใจเล็กๆ ในแต่ละวัน เพราะ “ทุกการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ เริ่มจากจุดเล็กๆ ของแต่ละคน”

นิตยสารฉบับนี้ขอเป็นอีกแรงที่ชวนคุณเดินทางอย่างมีเป้าหมาย ไปพร้อมกับการสร้างโลกที่น่าอยู่และยั่งยืนกว่าเดิม

ทีมผู้บริหารและทีมงาน
นิตยสาร Green Life Plus ทุกคน

● FREE MAGAZINE No.9
25 JULY 2025 - 24 AUGUST 2025
VOL. 107

ABOUT & CONTACT

บรรณาธิการบริหาร : ปุรินทร์ ลาตล่าย
บรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณา : ชยากร ภูสะเทียน
กองบรรณาธิการ : วรวิทย์ บุญศรี, พงศธร ภูสะเทียน,
กราฟิกดีไซน์เนอร์ : เบญจพล กิตติปกรณ
ฝ่ายภาพ : ยุทธนากร ศิริกุลสุนทร
พิสูจน์อักษร : อำนวย สุวรรณฉวี
ควบคุมการผลิต : พชรเดช บุญพร้อม

เจ้าของ : บริษัท พร้าว คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ประธานที่ปรึกษา : ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
ที่ปรึกษา : จาตุรันต์ วัฒนประทีป, วรณา ศิริวัชรกุล
ประธานกรรมการบริหาร : ปุรินทร์ ลาตล่าย
กรรมการผู้จัดการ : อนันต์กรณ์ เวสสารวิทย์

พิมพ์ที่ : บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด

Facebook Fanpage :
Green Life plus Magazine

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

ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา : นันทนิตย์ แสงแก้ว

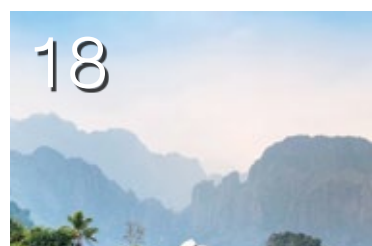
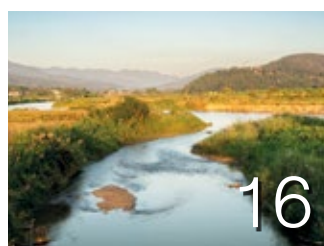


WHERE TO FIND



ติดต่อโฆษณา

099-125-5789, 089-123-4450





ออมสิน
GOVERNMENT SAVINGS BANK

ย้ายบ้าน - มาอยู่กับออมสิน

รายจ่ายลด ผ่อนบ้านหมดใจ

กับ



ดอกเบี้ย 3 เดือนแรก
(สำหรับวงเงินกู้สินเชื่อเคหะตั้งแต่ 1.5 ล้านบาทขึ้นไป)

%

สนับสนุน ค่าประเมินฯ* และค่าจดจำนอง**

สมัครบน 
หรือ www.gsb.or.th

ยื่นกู้ได้ตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม 2568 – 15 ตุลาคม 2568

* ปัจจุบัน MRR เท่ากับ 6.545% ต่อปี (ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2568 เป็นต้นไป) ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยลอยตัวสามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลงได้ • อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง (Effective Rate) อยู่ระหว่าง 1.380% - 6.295% ต่อปี • อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงตลอดอายุสัญญา (EIR) กรณีวงเงินกู้สินเชื่อเคหะ ตั้งแต่ 1.5 ล้านบาท ขึ้นไป อยู่ระหว่าง 4.655% - 5.290% ค่าวงเงินจากวงเงินกู้ 1.5 ล้านบาท ระยะยาว 20 ปี แบบผ่อนชำระเท่ากันทุกงวด • ** สนับสนุนค่าประเมินราคาหลักทรัพย์ ตามที่จ่ายจริง ไม่เกินรายละ 5,000 บาท (สำหรับวงเงินกู้สินเชื่อเคหะตั้งแต่ 1.5 ล้านบาทขึ้นไป) • *** สนับสนุนค่าจดจำนอง ตามที่จ่ายจริง ไม่เกินรายละ 30,000 บาท (สำหรับลูกค้าที่วงเงินกู้สินเชื่อเคหะตั้งแต่ 1.5 ล้านบาทขึ้นไป และเลือกอัตราดอกเบี้ยกรณีสนับสนุนค่าจดจำนอง) • หลักเกณฑ์เงื่อนไขอื่น ๆ เป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด • ระยะเวลาโปรโมชั่นตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม - 15 ตุลาคม 2568 อนุมัติและจัดทำนิติกรรมสัญญา ภายในวันที่ 15 พฤศจิกายน 2568



#เป็นลูกค้าเราทำกับช่วยสังคม
www.gsb.or.th | GSB Contact Center 1115

การบินไทย

จากแผนฟื้นฟูสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน



"เราผ่านช่วงเวลาที่ทำลายที่สุดในประวัติศาสตร์ขององค์กรมาได้ ด้วยความมุ่งมั่น ความเสียสละและความร่วมมือของพนักงานทุกคนวันนี้ การบินไทยไม่ใช่แค่กลับมาขึ้นได้อีกครั้ง แต่พร้อมจะทะยานขึ้นสู่ออนาคตด้วยศักยภาพที่แข็งแกร่งและหัวใจที่ไม่ยอมแพ้" ดร.ปิยสวัสดิ์ อัมระนันท์ กรรมการและอดีตประธานคณะผู้บริหารแผนฟื้นฟูกิจการ บมจ.การบินไทย หรือ THAI เผยด้วยน้ำเสียงที่มุ่งมั่น

จากแผนฟื้นฟูสู่การฟื้นตัว

ดร.ปิยสวัสดิ์ เผยต่อไปว่า ในปี 2563 การบินไทยเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูกิจการอย่างเป็นทางการภายหลังประสบปัญหาทางการเงินและภาวะขาดทุนจากวิกฤตโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินทั่วโลก คณะรัฐมนตรีมีมติให้ลดสัดส่วนการถือหุ้นของกระทรวงการคลัง เพื่อให้การบินไทยฟื้นจากสถานะรัฐวิสาหกิจ และสามารถเข้าสู่กระบวนการฟื้นฟูตามคำสั่งศาลล้มละลายกลางเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2563 หลังจากนั้นเป็นเวลา กว่า 5 ปี การบินไทยได้ดำเนินการตามแผนอย่างเข้มข้น ทั้งการลดค่าใช้จ่าย ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร และสร้างรายได้ จนสามารถฟื้นคืนสู่สถานะองค์กรที่มีกำไรและมีศักยภาพในการแข่งขันระดับโลกอีกครั้ง

การฟื้นจากแผนฟื้นฟู ไม่ได้เป็นเพียงจุดสิ้นสุดของกระบวนการกฎหมาย แต่สะท้อนถึงความเชื่อมั่นที่ฟื้นคืนจากผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด ทั้งผู้ถือหุ้น เจ้าพนักงาน และประชาชน เป็นหลักฐานว่าการบินไทยในวันนี้มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่เป็นมืออาชีพ โปร่งใส



ดร.ปิยสวัสดิ์ อัมระนันท์
กรรมการและอดีตประธานคณะผู้บริหาร
แผนฟื้นฟูกิจการ บมจ.การบินไทย หรือ THAI



ดร.ปิยสวัสดิ์ อัมระนันทน์
กรรมการและอดีตประธานคณะผู้บริหาร
แผนฟื้นฟูกิจการ บมจ.การบินไทย หรือ THAI

ความท้าทายที่สำคัญ และบทเรียนจากวิกฤต

ช่วงเวลาแห่งความท้าทายที่สุดคือ การรักษาความเชื่อมั่นท่ามกลางความไม่แน่นอน โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 เราได้เรียนรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน ต้องมาจากความร่วมมือร่วมใจของบุคลากร

ภายในองค์กรเอง พนักงานของเราคือผู้ขับเคลื่อนแผนอย่างแท้จริง ขณะที่คณะผู้บริหารแผนมีบทบาทในการกำกับทิศทางและให้คำแนะนำ

การขยายเส้นทางบินและฐานปฏิบัติการในอนาคต - การลงทุนในฝูงบินและเทคโนโลยี

"การบินไทยมีแผนศึกษาการเพิ่มเส้นทางบินใหม่ และการเปิดฐานปฏิบัติการในภูมิภาค เพื่อเพิ่มขนาดฝูงบินจากเดิมที่มีอยู่ 77 ลำ ให้เพิ่มขึ้นเป็น 150 ลำ ภายในระยะเวลา 8 ปี เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบิน เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ และเสริมศักยภาพการแข่งขันในตลาดระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยแผนการจัดหาเครื่องบินใหม่นี้จะพิจารณาควบคู่ไปกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การลดต้นทุนด้านการดำเนินงาน และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญคือรองรับความต้องการของตลาดที่ฟื้นตัว และขยายโอกาสทางธุรกิจนอกเอเชีย ซึ่งสอดคล้องกับแผนฟื้นฟูที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน เรากำลังวางแผนลงทุนในฝูงบินใหม่ เพื่อเสริมศักยภาพด้านบริการควบคู่กับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า" **ดร.ปิยสวัสดิ์** ขยายความ



แผนการกลับเข้าตลาดหลักทรัพย์ (SET)

ภายหลังการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเมื่อ 18 เมษายน 2568 ที่มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการใหม่ และจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงแล้ว การบินไทยได้ยื่นคำร้องต่อศาลเพื่อขอลออกจากแผนฯ เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2568 ซึ่งศาลมีคำสั่งยุติการฟื้นฟูในวันที่ 16 มิถุนายน 2568 และการบินไทยจะสามารถกลับเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ได้โดยจะมีกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน โดยเน้นการสื่อสารอย่างโปร่งใสถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจริง

เป้าหมาย Net Zero และความยั่งยืน

ดร.ปิยสวัสดิ์ ขยายความต่อไปว่า เราไม่เพียงแค่มุ่งสู่ทางธุรกิจ แต่ยังมุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยวางเป้าหมายลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์อย่างต่อเนื่อง และมุ่งสู่ Net Zero ภายในปี 2050 ซึ่งเป็นเป้าหมายของ IATA (The International Air Transport Association หรือ สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ) ด้วย พร้อมทั้งส่งเสริมแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนตลอดห่วงโซ่อุปทาน

"การบินไทยวันนี้ไม่ใช่องค์กรแบบเดิม แต่คือสายการบินที่ปรับโครงสร้างอย่างแข็งแกร่ง มุ่งมั่นในการสร้างผลกำไรควบคู่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยพลังของบุคลากรและการบริหารจัดการที่โปร่งใส เราพร้อมแล้วที่จะก้าวไปข้างหน้า และไม่หวนกลับสู่ปัญหาเดิมอีกต่อไป" **ดร.ปิยสวัสดิ์** กล่าวทิ้งท้าย



Creating Shared Value

การสร้างคุณค่าร่วมเพื่อธุรกิจ และสังคมที่ยั่งยืน

ในยุคที่ธุรกิจไม่สามารถเติบโตได้เพียงลำพัง การพัฒนาที่ยั่งยืนกลายเป็นเป้าหมายร่วมของทั้งภาคเอกชน รัฐ และสังคม แนวคิด “การสร้างคุณค่าร่วม” หรือ Creating Shared Value (CSV) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรใช้ในการเชื่อมโยงเป้าหมายทางธุรกิจเข้ากับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เทรนด์นี้กำลังได้รับความสนใจในระดับโลก รวมถึงในประเทศไทยที่หลายองค์กรเริ่มขับเคลื่อน CSV อย่างจริงจัง

แนวคิด CSV ได้รับการพัฒนาโดย Michael E. Porter และ Mark Kramer แห่ง Harvard Business School ซึ่งชี้ให้เห็นว่าองค์กรสามารถสร้างผลกำไรทางธุรกิจควบคู่กับการแก้ไขปัญหาสังคมได้ในเวลาเดียวกัน ไม่ใช่การบริจาคหรือทำ CSR แบบดั้งเดิม แต่คือการ “ออกแบบธุรกิจให้สร้างประโยชน์ร่วมกัน” อย่างเป็นระบบ

CSV มี 3 รูปแบบหลัก ได้แก่:

- การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และตลาด เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของสังคม เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ หรือบริการทางการเงินสำหรับผู้มีรายได้น้อย



- การเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่มูลค่า เช่น การใช้พลังงานสะอาด ลดของเสีย การใช้วัตถุดิบจากเกษตรกรท้องถิ่น
- การสร้างกลุ่มสนับสนุนในชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการศึกษา ทักษะแรงงาน และคุณภาพชีวิตในพื้นที่ที่องค์กรดำเนินงาน

ในประเทศไทย ตัวอย่าง CSV ที่น่าสนใจได้แก่:

- เซเว่นอีเลฟเว่นกับโครงการเกษตรกรคู่ค้า ที่ส่งเสริมชุมชนให้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ส่งตรงเข้าร้าน และสร้างรายได้อย่างยั่งยืน
- ปูนซีเมนต์ไทย (SCG) ที่ทำงานร่วมกับชุมชนในการรีไซเคิลขยะและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดคาร์บอน
- ธุรกิจ SME หลายแห่งก็เริ่มใช้โมเดล CSV เช่น การพัฒนาสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์ สร้างงาน และสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ในระดับโลก บริษัทอย่าง Nestlé ได้นำ CSV ไปใช้กับโครงการ "Creating Shared Value in Nutrition" โดยส่งเสริมโภชนาการที่ดี ควบคู่กับการสร้างฐานผู้บริโภคที่มีสุขภาพแข็งแรง ขณะที่ Unilever เดินหน้าโครงการด้านสุขอนามัยในประเทศกำลังพัฒนา โดยสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพและขยายตลาดไปพร้อมกัน

สิ่งที่น่าสนใจคือ CSV ไม่เพียงตอบโจทย์ด้านสังคม แต่ยังช่วยสร้าง "นวัตกรรม" ที่เกิดจากการเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง และนำมาสู่โมเดลธุรกิจใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

Creating Shared Value คือแนวทางธุรกิจที่ไม่ได้มองแค่กำไรระยะสั้น แต่เน้นการเติบโตไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผลานประโยชน์ขององค์กรกับความต้องการของสังคมอย่างยั่งยืน เทรนด์นี้ไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็น "ความจำเป็น" สำหรับธุรกิจในโลกยุคใหม่ที่ผู้บริโภค พนักงาน นักลงทุน และชุมชน ต่างให้คุณค่าแก่แบรนด์ที่ "มีหัวใจและมีจุดยืน" ธุรกิจที่สามารถสร้างคุณค่าร่วมอย่างแท้จริงจะไม่เพียงอยู่รอด แต่จะเติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว



แสงแดดเพื่อการเรียนรู้ - Rezeca Thailand

ติดตั้งโซลาร์ให้โรงเรียนเชิงใหม่ เติมพลังสะอาดเพื่ออนาคตเด็กไทย



Rezeca

Zachary Wang

Founder of Rezeca Renewables

Rezeca ไม่เพียงเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ด้านเทคโนโลยีพลังงานสะอาด
แต่ยังขับเคลื่อนผลลัพธ์เชิงสังคมและ
สิ่งแวดล้อม อย่างเป็นรูปธรรมในภูมิภาค

ด้วยประสบการณ์กว่า 15 ปีในวงการพลังงานหมุนเวียน บริษัท Rezeca Renewables จากประเทศสิงคโปร์ ได้ดำเนินโครงการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์กว่า 1,000 แห่งทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ครอบคลุมหน่วยงานรัฐ ธุรกิจเอกชน และอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ Rezeca ดำเนินงานภายใต้การบริหารของ คุณ **Zachary Wang** ผู้ก่อตั้งและ CEO ของ Rezeca Renewables (Singapore) และ ผู้ร่วมก่อตั้ง Neuron Mobility (Singapore) บริษัทชั้นนำด้านเทคโนโลยีการเดินทางในเมือง

เขาได้รับรางวัลเกียรติยศระดับประเทศ EY Entrepreneur Of The Year 2024 - Singapore และเป็นตัวแทนสิงคโปร์ในการเข้าร่วมเวทีระดับโลก EY World Entrepreneur Of The Year 2025 ที่ Monte Carlo ซึ่งยืนยันถึงวิสัยทัศน์และบทบาทการเป็นผู้นำธุรกิจเพื่อความยั่งยืนในระดับสากล เพื่อต่อยอดพันธกิจด้านพลังงานสะอาด Rezeca ได้จัดตั้ง Rezeca Engineering (Thailand) ในฐานะพันธมิตรในประเทศไทย ที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนโครงการอย่างใกล้ชิดภายใต้แนวคิดเดียวกับสำนักงานใหญ่ พร้อมถ่ายทอดมาตรฐานระดับสากลสู่การปฏิบัติงานจริงในพื้นที่

โครงการ CSR ที่เชิงใหม่ - พลังงานสะอาดเพื่อการศึกษา

หนึ่งในโครงการล่าสุดของ Rezeca คือการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ขนาด 5.4 kWp ให้กับโรงเรียนวัดทองทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งปัจจุบันใช้เป็น HiArt Education - Centre ศูนย์การเรียนรู้สำหรับเด็กด้วยโอกาสในชุมชน ระบบผลิตไฟฟ้าจากแสงอาทิตย์นี้ช่วยลดค่าใช้จ่ายโรงเรียนในระยะยาว และลดการปล่อยคาร์บอนเทียบเท่าการปลูกต้นไม้กว่า 180 ต้นต่อปี

ความร่วมมือเพื่ออนาคตที่ดีกว่า - นอกจากทีมงาน Rezeca จากสิงคโปร์และไทย โครงการนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากพันธมิตรในสิงคโปร์ เช่น Trinda Solar, JJ-LAPP และ HiArt Pte Ltd ผู้สนับสนุนอุปกรณ์และอาคารเรียน ซึ่งร่วมผลักดันให้โครงการนี้เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์

ร่วมขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้วยพลังงานสะอาด - Rezeca เปิดรับความร่วมมือจากหน่วยงานที่มีเป้าหมายร่วมกันในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนด้วยพลังงานหมุนเวียน ไม่ว่าจะเป็นองค์กรรัฐ ภาคเอกชน



"Where the sun stays, education shines brighter."

แสงอาทิตย์ไม่เพียงให้พลังงาน แต่ยังสร้างโอกาสให้การศึกษาเติบโตอย่างยั่งยืน

คุณจิตติวัลค์ ปลาสุวรรณ - ผู้นำทีมไทย สู่มาตรฐานสากล

ในประเทศไทย Rezeca ดำเนินงานภายใต้การดูแลของ จิตติวัลค์ ปลาสุวรรณ ซึ่งมีความมุ่งมั่นในการส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด และดูแลลูกค้าด้วยความเข้าใจ เพื่อให้ทุกการลงทุนด้านพลังงานของลูกค้านั้นเกิดความคุ้มค่าสูงสุด ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

“เราพร้อมดูแลลูกค้าอย่างมืออาชีพ เพื่อให้พลังงานสะอาดเป็นทางเลือกที่มั่นใจและยั่งยืน”



จิตติวัลค์ ปลาสุวรรณ

นัสนาญญิตจันต Reseca Engineering (Thailand)

ติดต่อ Rezeca Engineering (Thailand)

โทร : 061-651-6541

อีเมล : sa@rezeca.com

เว็บไซต์ : rezeca.co.th

Facebook : [@RezecaEngineering](https://www.facebook.com/RezecaEngineering)



สิ่งแวดล้อม วาระแห่งชาติที่เริ่มต้นได้จากวันนี้

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ประเด็น "สิ่งแวดล้อม" ได้กลายเป็นวาระสำคัญของโลก ไม่ว่าจะเป็นภาวะโลกร้อน มลพิษทางอากาศ ไมโครพลาสติก หรือวิกฤตความหลากหลายทางชีวภาพ ปรากฏการณ์เหล่านี้ไม่ใช่เพียงภาพข่าวที่ไกลตัวอีกต่อไป แต่เริ่มส่งผลกระทบต่อสุขภาพ เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของผู้คนทั่วโลก กระแสความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมจึงเพิ่มสูงขึ้นในทุกภาคส่วน ตั้งแต่รัฐบาล ธุรกิจ ไปจนถึงผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน

เทรนด์ด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนี้มีหลากหลายมิติ ตั้งแต่เรื่อง "Net Zero" หรือการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้เป็นศูนย์สุทธิ ซึ่งกลายเป็นเป้าหมายสำคัญของหลายประเทศ และบริษัททั่วโลก เช่น สหภาพยุโรปประกาศใช้กฎ EU CBAM เพื่อเก็บภาษีคาร์บอนจากสินค้านำเข้า ส่วนไทยเองก็ประกาศเป้าหมาย Carbon Neutrality ภายในปี 2050 และ Net Zero ภายในปี 2065



อีกเทรนด์สำคัญคือ "เศรษฐกิจหมุนเวียน" (Circular Economy) ที่ไม่เน้นเพียงการรีไซเคิล แต่ออกแบบระบบการผลิตและบริโภคให้ลดการใช้ทรัพยากร สร้างของเสียให้น้อยที่สุด เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ใช้ซ้ำได้ การนำขยะกลับมาเป็นวัตถุดิบ หรือการสร้างแพลตฟอร์มแบ่งปันทรัพยากร

ในระดับองค์กรหลายบริษัทในไทยเริ่มบูรณาการเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าสู่กลยุทธ์ธุรกิจ เช่น

- SCG พัฒนา "Green Product" และโรงงานที่ใช้พลังงานสะอาด
- PTT Group ลงทุนในพลังงานทดแทน และโครงการฟื้นฟูป่า
- กลุ่มธุรกิจอสังหาฯ หันมาใช้วัสดุก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และติดตั้ง Solar Roof

ขณะเดียวกัน กลุ่มเยาวชนและผู้บริโภคยุคใหม่ (Gen Z) ก็แสดงจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน โดยเลือกสนับสนุนแบรนด์ที่เป็นมิตรต่อโลก และพร้อมบอยคอตสินค้าหรือองค์กรที่ทำลายสิ่งแวดล้อม สิ่งนี้สร้างแรงกดดันให้ธุรกิจต้องปรับตัว และจริงจังกับความยั่งยืนมากขึ้น

ด้านนโยบายภาครัฐไทยก็เริ่มขยับ เช่น การส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้า การตั้งเขตปลอดถุงพลาสติกในพื้นที่



ท่องเที่ยว และการจัดทำบัญชีคาร์บอนสำหรับภาคอุตสาหกรรม แต่ความท้าทายยังคงอยู่ที่การบังคับใช้ การเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค และการเสริมสร้างความรู้ให้กับชุมชน

สิ่งแวดล้อมไม่ใช่เพียงประเด็นของนักอนุรักษ์หรือหน่วยงานเฉพาะทางอีกต่อไป แต่เป็นภารกิจร่วมของมนุษยชาติ เทรนด์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันทั้งในไทยและต่างประเทศสะท้อนชัดว่าการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมคือรากฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน องค์กรที่สามารถเชื่อมโยงเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับกลยุทธ์ธุรกิจได้ จะสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ขณะที่ประชาชนทั่วไปก็สามารถเริ่มต้นได้จากการลดใช้พลาสติก เดินทางอย่างยั่งยืน หรือสนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรกับโลก เพราะ "ทุกการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ เริ่มจากจุดเล็กๆ ของแต่ละคน"

ปักหมุด รักทะเลไทย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม #4

วันที่ 9-10 สิงหาคม 2568

ณ ชายหาดแหลมรุ่งเรือง จ.ระยอง

เพื่อเป็นการส่งเสริมท่องเที่ยวชุมชนและเพิ่มพื้นที่สีเขียว
ให้กับชายหาดโดยการปลูกต้นมะพร้าวและร่วมกันเก็บขยะ
บนชายหาดเป็นโครงการปีที่ 4 สู่ความยั่งยืน



กทพ. มอบทุนการศึกษา “Exat Smart Youth” ประจำปีงบประมาณ 2568

นางกุลกัญญา ทุมเสน รองผู้ว่าการ (กฎหมาย) ประธานในพิธี, นายธิตินันท์ พาณิชประสาทสิน ผู้ช่วยผู้ว่าการ นายธัชชัย เปรมปราคิน ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ, นายกานต์ แก้วสามารถ ผู้อำนวยการฝ่ายพัสดุ และจัดซื้อ จัดจ้างพร้อมด้วยผู้บริหาร ของ กทพ. ร่วมเป็นเกียรติในพิธีมอบทุนการศึกษาในโครงการทุนการศึกษา “Exat Smart Youth” ประจำปีงบประมาณ 2568



**นางกุลกัญญา ทุมเสน
รองผู้ว่าการ (กฎหมาย)
ประธานในพิธี**



โครงการในวันนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนด้าน การศึกษาแก่เยาวชนในโรงเรียนรอบเขตทางพิเศษ อย่างต่อเนื่องครอบคลุมทุกสายทาง และเพื่อเป็นการ แบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง

โดยแบ่งทุนการศึกษาออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ทุนการศึกษาประเภท ก. และทุนการศึกษาประเภท ข. เป็นทุนการศึกษาต่อเนื่องจนสำเร็จการศึกษาชั้นสูงสุดของ สถานศึกษาทุนการศึกษาประเภท ค. เป็นทุนการศึกษา รายปีสำหรับนักเรียนที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนรอบเขต ทางพิเศษซึ่งในปีงบประมาณ 2568 การทางพิเศษฯ ได้คัดเลือกโรงเรียนรอบเขตทางพิเศษให้ได้รับทุนการศึกษา จำนวน 41 โรงเรียน เป็นเงิน 982,500 บาท



**นายธัชชัย เปรมปราคิน
ผู้อำนวยการสำนักผู้ว่าการ
กล่าวรายงาน**



หาก **หลีกเลียง** การชำระเงินค่าผ่านทาง ระวางต้องโทษปรับเป็นพินัย

ช่วงที่ 1

1

ส่งหนังสือให้ชำระ
ภายในระยะเวลาที่กำหนด

หากยังไม่ชำระ

2

ส่งหนังสือแจ้งข้อกล่าวหา
กระทำผิดทางพินัย ต้องชำระ
ค่าผ่านทางและค่าปรับเป็นพินัย

ภายใน 30 วัน

ช่วงที่ 2

หากพ้นเวลาของช่วงที่ 1

1

ออกคำสั่ง
ปรับเป็นพินัย

2

สามารถชำระค่าผ่านทาง
พร้อมค่าปรับเป็นพินัย ได้ที่ศูนย์บริการ
ที่เดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop service Center)
ชั้น 1 อาคารศูนย์บริหารทางพิเศษ
การทางพิเศษแห่งประเทศไทย
เบอร์โทร 02-558-9800
ต่อ 10700 ถึง 10709

ค่าปรับทั้ง 2 ช่วง

ไม่เกิน **10 เท่า** ของค่าผ่านทาง หรือ ไม่เกิน **2,000 บาท** ต่อครั้ง
หากผู้ผ่านทางยังไม่ชำระค่าผ่านทางหรือปฏิเสธข้อกล่าวหาภายในระยะเวลาดังกล่าว
กทพ. จะดำเนินการทางกฎหมาย

เตรียมค่าผ่านทางหรือเติมเงินใน **Easy Pass** ให้พร้อมไว้อุ่นใจกว่า





นวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้า พลิกโฉมอุตสาหกรรมสู่อนาคตที่ยั่งยืน



ในยุคที่โลกกำลังเร่งเข้าสู่เป้าหมาย Net Zero และหาทางลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) จึงกลายเป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่พลิกเกมของทั้งอุตสาหกรรมยานยนต์และพลังงานโลก ความเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในห้องทดลองของบริษัทใหญ่ แต่กำลังเกิดขึ้นจริงบนท้องถนนทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยที่มีแนวโน้มกลายเป็นฐานการผลิต EV สำคัญของภูมิภาคอาเซียน

จุดเด่นของยานยนต์ไฟฟ้าคือการใช้พลังงานไฟฟ้าแทนน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนั้นนวัตกรรม

ในด้านแบตเตอรี่ เช่น Solid-State Battery ซึ่งมีความปลอดภัยสูงกว่า น้ำหนักเบากว่า และสามารถชาร์จได้เร็วกว่าแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนแบบเดิม ก็กำลังถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับประสิทธิภาพของ EV ไปอีกขั้น

ขณะเดียวกัน เทคโนโลยี “Vehicle-to-Grid” (V2G) ก็เริ่มเป็นที่จับตามอง เพราะช่วยให้รถยนต์ไฟฟ้าไม่เพียงแต่ใช้พลังงาน แต่ยังสามารถส่งไฟฟ้ากลับคืนสู่ระบบไฟฟ้าในยามจำเป็น กลายเป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายพลังงานอัจฉริยะ (Smart Grid) ที่มีเสถียรภาพมากขึ้นในอนาคต

ประเทศไทยเองก็เริ่มมีการวางรากฐานรองรับนวัตกรรมนี้อย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสถานีชาร์จครอบคลุมเมืองหลัก การสนับสนุนการผลิตรถยนต์ EV และชิ้นส่วนภายในประเทศ รวมถึงนโยบายลดภาษีและเงินสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้รถ EV มากขึ้น

แน่นอนว่านวัตกรรมไม่ได้หยุดอยู่ที่ตัวรถ แต่ยังครอบคลุมถึงระบบบริการหลังการขาย แอปพลิเคชันควบคุมรถทางไกล ระบบความปลอดภัยอัจฉริยะ และเทคโนโลยีไร้คนขับ ซึ่งทั้งหมดกำลังค่อย ๆ สร้าง “ประสบการณ์การขับขี่แห่งอนาคต”

การเปลี่ยนผ่านสู่โลกของยานยนต์ไฟฟ้าจึงไม่ใช่แค่การเปลี่ยนจากน้ำมันไปสู่อิเล็กทริก แต่คือการก้าวสู่ยุคใหม่ของการขับเคลื่อนที่ทั้งสะอาด ฉลาด และยั่งยืน ที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ ผู้พัฒนาเทคโนโลยี หรือผู้บริโภคเอง

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เราอาจไม่ได้พูดถึงแค่ “รถยนต์ไฟฟ้า” อีกต่อไป แต่จะพูดถึง “นิเวศนวัตกรรมการขับเคลื่อน” ที่เชื่อมโยงทั้งพลังงาน เทคโนโลยี และชีวิตของเราอย่างสมบูรณ์แบบ





ท่องเที่ยวยั่งยืน

ก้าวใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อโลก เพื่อคน และเพื่อนาคต



หลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 โลกได้เรียนรู้บทเรียนสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน และเศรษฐกิจ เทรนด์ "ท่องเที่ยวยั่งยืน" (Sustainable Tourism) จึงกลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งในระดับนโยบายของรัฐ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เทรนด์นี้ไม่ใช่เพียงการท่องเที่ยวอย่างรักโลก แต่รวมถึงการเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างประโยชน์กลับสู่ชุมชนอย่างแท้จริง

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ให้คำนิยามการท่องเที่ยวยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว และสามารถสร้างความยั่งยืนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การท่องเที่ยวยั่งยืนจึงเน้นเรื่อง "สมดุล" ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

แนวโน้มที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน ได้แก่:

- **Low Carbon Travel:** เช่น การเดินทางด้วยรถไฟหรือขนส่งสาธารณะ แทนการบินระยะสั้น การใช้จักรยานท่องเที่ยว หรือการเข้าพักในที่พักที่มีการใช้พลังงานหมุนเวียน
- **Community-Based Tourism (CBT):** การท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เช่น บ้านพักโฮมสเตย์ แพ็กเกจเรียนรู้วิถีชีวิต หรือกิจกรรมอนุรักษ์
- **Regenerative Tourism:** การท่องเที่ยวที่ไม่เพียงรักษารธรรมชาติ แต่ช่วย "ฟื้นฟู" เช่น การปลูกป่า ชุดคลอง ฟื้นฟูแหล่งน้ำ หรือพัฒนาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- **Digital Detox & Slow Travel:** เทรนด์ที่เน้นใช้เวลาท่องเที่ยวแบบลึกซึ้ง ไม่เน้นเที่ยวหลายที่ในเวลาอันสั้น แต่ให้เวลากับการเชื่อมโยงธรรมชาติและชุมชน

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวยั่งยืนกำลังได้รับการผลักดันอย่างต่อเนื่อง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้เปิดตัวโครงการ "ปีท่องเที่ยวยั่งยืนไทยแลนด์ 2023 - 2025" พร้อมกับส่งเสริมพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านความยั่งยืน เช่น เมืองรอง วิถีเกษตร ชุมชนชาวเขา และอุทยานที่มีการบริหารจัดการอย่างมีระบบ



นอกจากนี้หลายจังหวัด เช่น เชียงราย น่าน ตระกูลและอุบลราชธานี ก็ได้พัฒนา "เส้นทางท่องเที่ยวยั่งยืน" ที่ผสมผสานวัฒนธรรม-ธรรมชาติ-ชุมชนอย่างกลมกลืน ขณะที่เอกชนไทย เช่น แพลตฟอร์มจองที่พักบางแห่ง ก็เริ่มจัดอันดับที่พักที่ผ่านเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้พลังงานสะอาด

ท่องเที่ยวยั่งยืนไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็น "ความจำเป็น" ที่จะพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปสู่อนาคตที่สมดุลและเคารพทุกภาคส่วน เทรนด์ที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศสะท้อนชัดว่าผู้คนให้ความสำคัญกับคุณค่าเบื้องหลังการเดินทางมากขึ้น นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ต้องการประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง มีความหมาย และ "คืนกำไรให้ธรรมชาติและสังคม" ในขณะเดียวกัน ธุรกิจท่องเที่ยวที่ปรับตัวได้จะเป็นผู้นำในโลกที่ผู้คนใส่ใจมากกว่าภาพถ่ายสวยงาม แต่คือ "ผลกระทบเชิงบวก" ที่ฝากไว้ในแต่ละก้าวของการเดินทาง





จากผืนป่าสู่ใจคน วันอนุรักษ์ธรรมชาติโลก จุดเปลี่ยนแห่งความยั่งยืน

ในยุคที่โลกกำลังเผชิญกับภาวะโลกร้อน ความหลากหลายทางชีวภาพลดลง และทรัพยากรธรรมชาติกำลังถูกใช้เกินขีดจำกัด “วันอนุรักษ์ธรรมชาติโลก” (World Nature Conservation Day) ซึ่งตรงกับวันที่ 28 กรกฎาคมของทุกปี จึงเป็นวันที่มีความสำคัญยิ่ง เป็นวันแห่งการตระหนักถึงความจำเป็นในการรักษา ฟื้นฟู และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพราะธรรมชาติไม่ใช่เพียงแหล่งทรัพยากรเท่านั้น แต่คือระบบนิเวศที่หล่อเลี้ยงชีวิตของมนุษย์ทุกคนบนโลกใบนี้

ความหมายและความสำคัญของวันอนุรักษ์ธรรมชาติโลก

วันอนุรักษ์ธรรมชาติโลกมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้ประชากรโลกเห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติ การปกป้องทรัพยากรที่มีอยู่ให้สามารถให้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในมิติของสิ่งแวดล้อม สัตว์ป่า ป่าไม้ แหล่งน้ำ ไปจนถึง

ระบบนิเวศในระดับท้องถิ่นและระดับโลก การเฉลิมฉลองวันดังกล่าวจึงเป็นโอกาสในการร่วมกันสะท้อนปัญหาสิ่งแวดล้อม สร้างแรงบันดาลใจ และขับเคลื่อนนโยบายเพื่อความยั่งยืน

ตัวอย่างแนวปฏิบัติในการอนุรักษ์ธรรมชาติ

ในประเทศไทย

มีหลายโครงการที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น

- โครงการปลูกป่าและคืนผืนป่าสู่ธรรมชาติของหน่วยงานรัฐและเอกชน เช่น กฟผ. หรือ ปตท.
- การอนุรักษ์ป่าชายเลน โดยชุมชนชายฝั่งทะเลภาคใต้
- โครงการอนุรักษ์สัตว์ป่า เช่น การอนุรักษ์ชะนีมิงกุกในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง

ในต่างประเทศ

- โครงการ Great Green Wall ของทวีปแอฟริกา ที่ปลูกต้นไม้ยาวกว่า 8,000 กิโลเมตร เพื่อชะลอการขยายของทะเลทรายสะฮารา

- ประเทศคอซอวอ ซึ่งถือเป็นผู้นำด้านการอนุรักษ์โดยมีกว่า 25% ของพื้นที่ประเทศเป็นเขตอนุรักษ์ธรรมชาติ

- แนวคิด “Rewilding” ในยุโรป ที่ฟื้นฟูพื้นที่ป่าให้กลับมาเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าอีกครั้ง

บทบาทของเทคโนโลยีกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่สร้างความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันของมนุษย์เท่านั้น แต่ยังกลายเป็นพลังสำคัญที่ช่วยผลักดันภารกิจด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่สิ่งแวดล้อมกำลังเปราะบาง การใช้เทคโนโลยีจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญในการเฝ้าระวัง ฟื้นฟู และเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับทรัพยากรธรรมชาติของโลก



หนึ่งในเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ “โดรน” ซึ่งถูกนำมาใช้ในการบินสำรวจพื้นที่ป่าไม้ แนวชายฝั่ง และแหล่งอาศัยของสัตว์ป่า เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศได้อย่างแม่นยำและต่อเนื่อง ลดความเสี่ยงของการบุกรุกพื้นที่หรือการทำลายทรัพยากรโดยไม่รู้ตัว

ขณะเดียวกัน ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ Big Data ก็มีบทบาทสำคัญในการรวบรวม วิเคราะห์ และพยากรณ์แนวโน้มของภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม หรือการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศอย่างเฉียบพลันซึ่งช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเตรียมความพร้อมและวางแผนป้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อีกหนึ่งนวัตกรรมที่ช่วยให้คนทั่วไปมีส่วนร่วมกับการอนุรักษ์คือ แอปพลิเคชันดิจิทัลสำหรับปลูกป่า หรือชดเชยคาร์บอน (Carbon Offset)

ที่เปิดให้ประชาชนสามารถบริจาคเงิน ร่วมปลูกต้นไม้ หรือติดตามปริมาณคาร์บอนที่ลดได้ผ่านระบบออนไลน์ สร้างการมีส่วนร่วมในระดับปัจเจกได้อย่างสะดวกและโปร่งใส นอกจากนี้ ยังมีเทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด เช่น โซลาร์เซลล์ หรือระบบไฟฟ้าจากพลังงานลม รวมถึง นวัตกรรมกรังโซเคิล ที่ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่และลดมลพิษจากขยะอุตสาหกรรม

เทคโนโลยีจึงไม่ใช่ศัตรูของธรรมชาติ หากแต่เป็น “สะพานเชื่อม” ระหว่างความก้าวหน้าของมนุษย์กับโลกที่ยั่งยืน หากเรานำเทคโนโลยีมาใช้อย่างมีความรับผิดชอบและมีจริยธรรม ก็จะสามารถกลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการดูแลโลกใบนี้ให้ยังคงความอุดมสมบูรณ์ต่อไปในอนาคต

แนวโน้มในอนาคตและบทบาทของทุกคน

การอนุรักษ์ธรรมชาติในยุคต่อไปจะไม่ใช่งานกิจของเฉพาะภาครัฐ องค์กรอนุรักษ์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของทุกคน เพราะโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่ การพัฒนาและความยั่งยืนต้องเดินควบคู่กัน อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หนึ่งในแนวโน้มที่น่าจับตามองคือ “Green Living” หรือการใช้ชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การลดการใช้พลาสติก การเลือกบริโภคสินค้าที่ผลิตด้วยจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการลดปริมาณขยะในบ้านและที่ทำงาน อีกทั้งผู้บริโภคยุคใหม่ยังเริ่มตระหนักถึง “คาร์บอนฟุตพริ้นต์” ของสินค้าหรือบริการที่ตนเลือกใช้มากขึ้น โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ แนวคิด เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ซึ่งเน้นการนำทรัพยากรกลับมาใช้ซ้ำ และลดของเสียให้น้อยที่สุด กำลังกลายเป็นกรอบสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ



ในอนาคต พร้อมกับ Nature-based Solutions หรือแนวทางการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยอิงจากธรรมชาติ เช่น การปลูกป่าเพื่อควบคุมอุทกภัย หรือการใช้พื้นที่สีเขียวในเมืองเพื่อลดอุณหภูมิ และดูดซับมลพิษ ที่สำคัญที่สุด บทบาทของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะ เยาวชน นักธุรกิจ นักนโยบาย และประชาชนทั่วไป กำลังกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญ เพราะการอนุรักษ์ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากโครงการใหญ่โตเสมอไป แต่อาจเริ่มจากพฤติกรรมง่าย ๆ เช่น การปฏิเสธพลาสติกใช้ครั้งเดียว การเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ หรือการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

วันอนุรักษ์ธรรมชาติโลกไม่ใช่เพียงวันหนึ่งในปฏิทิน แต่คือเครื่องเตือนใจให้เราตระหนักว่า ธรรมชาติคือมรดกของมนุษยชาติ และการอนุรักษ์คือหน้าที่ร่วมกันของทุกคน การลงมือเปลี่ยนแปลง แม้เพียงเล็กน้อยก็สามารถต่อยอดไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับโลกได้ หากเราทุกคนร่วมแรงร่วมใจ โลกใบนี้ก็จะยังคงเป็นบ้านที่น่าอยู่สำหรับทุกชีวิตในรุ่นต่อไป





GREEN TALK

โดย | ดร.วชิรย์ สิบาอาญา
ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

วิกฤตข้ามพรมแดน พบโลหะหนักปนเปื้อนในแม่น้ำกก เสี่ยงสุขภาพ-กระทบวิถีชีวิตชาวเหนือ

ประเทศไทยกำลังเผชิญวิกฤตสิ่งแวดล้อมครั้งสำคัญ จากการปนเปื้อนของโลหะหนัก โดยเฉพาะ “สารหนู” ในน้ำ ตะกอนดินแลปลาในแม่น้ำกก รวมถึงแม่น้ำสาย แม่น้ำรวก และแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักที่หล่อเลี้ยงผู้คนในภาคเหนือ และภูมิภาคลุ่มน้ำโขง การปนเปื้อนครั้งนี้ส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวาง ทั้งต่อระบบนิเวศ สุขภาพของประชาชน และความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น

จากการเก็บตัวอย่างน้ำของกรมควบคุมมลพิษ พบว่าค่าสารหนูในแม่น้ำกกบางจุดสูงถึง 0.030 มิลลิกรัม/ลิตร ซึ่งเกินค่ามาตรฐานคุณภาพน้ำผิวดินของประเทศไทย (ไม่เกิน 0.01 มิลลิกรัม/ลิตร) ถึง 3 เท่า โดยพื้นที่ที่ตรวจพบค่าสารหนูสูงสุดอยู่ใกล้บริเวณชายแดนไทย-เมียนมา ผลการวิเคราะห์ทางนิติวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมและการศึกษาเชิงวิศวกรรมจัดการความเสี่ยง พบว่าแหล่งกำเนิดมลพิษหลักมาจาก เหมืองแร่หายาก (Rare Earth) และ เหมืองทองคำ ในฝั่งเมียนมา โดยมีการปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำโดยปราศจากการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สารพิษไหลข้ามพรมแดนเข้าสู่ประเทศไทยโดยตรง

สารหนูเป็นธาตุตามธรรมชาติที่พบได้ในดิน หิน น้ำ และอากาศ ซึ่งในปริมาณน้อยมักไม่ก่ออันตราย แต่การสะสมในร่างกายเป็นเวลานาน หรือการได้รับสารในปริมาณสูง อาจทำให้เกิดปัญหาสุขภาพร้ายแรง เช่น อาการชาตามปลายมือปลายเท้า กล้ามเนื้ออ่อนแรง ระบบประสาทผิดปกติ ปัญหาในระบบหัวใจ หายใจผิดปกติ ปวดท้องเรื้อรัง ผิวหนังลอก มีจุดด่างดำผิดปกติ



และอาจเพิ่มความเสี่ยงต่อโรคมะเร็งในระยะยาว โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ได้แก่ เด็กเล็ก ผู้สูงอายุ และหญิงตั้งครรภ์ ที่ต้องระวังเป็นพิเศษ

หากถามถึงผลกระทบต่อชุมชนมีหลากหลายมิติ ไม่เพียงแต่ด้านสุขภาพ แต่ยังลุกลามถึงวิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น ประชาชนไม่มั่นใจในการใช้น้ำเพื่ออุปโภคบริโภค การทำเกษตรกรรมและประมงพื้นบ้านได้รับผลกระทบโดยตรง การท่องเที่ยวในพื้นที่ลดลง และความกังวลเรื่องความปลอดภัยของน้ำประปาท้องถิ่นก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย อาทิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยนเรศวร กรมควบคุมมลพิษ ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ และนักวิชาการหลายภาคส่วน จึงได้เร่งรัดร่วมมือกัน ตรวจสอบ วิเคราะห์ และสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) พร้อมทั้งเสนอแนวทางฟื้นฟูและป้องกันในระยะยาว การประชุมหารือร่วมกันได้นำเสนอผลการแปลผลนิติวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม ประเมินความเสี่ยง การออกแบบทาง

วิศวกรรม และการวางระบบติดตามตรวจสอบคุณภาพน้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำ เป็นกลาง และสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงนโยบายและสื่อสารกับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“เมื่อไม่สามารถย้ายถิ่นฐานได้ ความปลอดภัยในการใช้ชีวิตต้องมาก่อน” ประชาชนในพื้นที่ไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากต้องพึ่งพาแหล่งน้ำเดิม การอยู่ร่วมกับสารปนเปื้อนโดยไม่รู้ตัวคือความเสี่ยง

ที่รับไม่ได้ ทุกฝ่ายจึงต้องเร่งหาทางแก้ไขโดยเร็ว พร้อมเผยแพร่ข้อมูลต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส เพื่อให้ประชาชนสามารถตัดสินใจและปรับตัวอย่างปลอดภัย

แนวทางการแก้ปัญหาจำเป็นต้องดำเนินการในหลายระดับ

- **ในระดับพื้นที่:** เร่งสำรวจและแจ้งเตือนประชาชน ห้ามใช้น้ำจากจุดเสี่ยง จัดหาแหล่งน้ำสำรอง จนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลาย

- **ในระดับประเทศ:** บูรณาการข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนามาตรการตรวจสอบและควบคุม รวมทั้งการฟื้นฟูแหล่งปนเปื้อนอย่างเป็นระบบ

- **ในระดับภูมิภาค:** เสริมสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ผ่านกลไกระดับภูมิภาค เช่น Mekong River Commission (MRC) และ ความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เพื่อให้สามารถควบคุมแหล่งกำเนิดมลพิษอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาค ลานช้าง-แม่โขง

“น้ำคือชีวิต แต่ถ้าไม่มีสารพิษ ชีวิตย่อมมีแต่ความเสี่ยง”

ปัญหานี้จะไม่ลุกลามหากมีระบบจัดการแหล่งกำเนิดมลพิษที่ดีตั้งแต่ต้นทาง การแก้ปัญหาภายหลังมักซับซ้อน ยุ่งยาก และใช้งบประมาณสูง ความร่วมมือของทุกภาคส่วน และความรับผิดชอบร่วมกันในภูมิภาค คือกุญแจสำคัญในการฟื้นฟูแม่น้ำเพื่อประโยชน์ให้เหมาะสมต่อไป





GREEN MARKETING

โดย | วิสวา สวรรค์พิทักษ์

CMO Eminent Air (Thailand)

patagonia®

อีกสักแบรนด์ ที่รักโลกจับใจ Patagonia



Yvon Chouinard ชื่ออาจจะอ่านยากสักหน่อย แต่ชื่อแบรนด์ของเขากลับติดหูคนรุ่นใหม่สายอินเทรนด์รักโลกเป็นอย่างดี ใช่ครับ ผมกำลังพูดถึง “Patagonia” แบรนด์ Outdoor สายรักโลกแบบจับใจจับใจ

แบรนด์ Patagonia เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปี 1973 ถึงตอนนี้ก็ 50 กว่าปีแล้ว โดยมีเป้าหมายมุ่งดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้น จาก Chouinard Equipment บริษัทที่เขาผลิตหมุดเหล็กสำหรับปีนเขาแบบไม่ต้องเจาะหิน (แต่เริ่มก็รักธรรมชาติแล้วเห็นไหมครับ) สูการผลิตเสื้อผ้าสำหรับปีนเขาที่ได้รับความนิยม ทำให้เกิดเป็นแบรนด์ Patagonia ที่เป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศอาร์เจนตินาที่มีทิวเขาสวยงาม โลโก้ของแบรนด์จึงเป็นรูปภูเขาที่มีฉากหลังเป็นท้องฟ้า

Patagonia รักโลกตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตด้วยโรงงานที่ใช้พลังงานทดแทนอย่างลม และแสงอาทิตย์ สำนักงานเป็นอาคารสีเขียวที่ผ่านเกณฑ์อาคารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของ LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) สินค้าของ Patagonia ใช้วัสดุหลักเป็นผ้าฝ้าย 100% สินค้าของแบรนด์มากกว่าครึ่งทำมาจากวัสดุรีไซเคิล ได้แก่ ขวดพลาสติก เชือกไนลอน แหจับปลา รวมไปถึงกระเป๋าที่ผลิตมาจากเส้นใยกล้วย

ผลิตภัณฑ์ของ Patagonia ที่มีชื่อเสียงได้แก่ เสื้อผ้า เสื้อกันหนาว เสื้อยืด อุปกรณ์การปีนเขา การเล่นสโนว์บอร์ดและสกี รวมถึงอุปกรณ์การตั้งแคมป์ กระเป๋า รุ่น Black Hole Duffel และ Pack series ที่ได้รับการยกย่องในด้านความทนทาน และใช้งานง่ายมากๆ (ผมเองมักจะใช้เวลาเดินทางไปต่างประเทศเป็นกระเป๋าเป้ เพราะตอนพับมีขนาดเพียง 1 ฟุต แต่พอกางออกมากลับจุได้ถึง 100 ลิตรทีเดียว) ในปีที่ผ่านมาพวกเขายังได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปภายใต้แผนก Patagonia Provision (2012) เพื่อพกไปใช้ในการปีนเขา ตั้งแคมป์ หรือจะไว้ทานเล่นก็สุดแล้วแต่ และแน่นอนยังคงเป็นผลิตภัณฑ์รักโลกด้วย ตั้งแต่มีการสนับสนุนเกษตรกรรมยั่งยืน รวมทั้งการลด carbon footprint ในทุกกระบวนการ

อย่าซื้อเสื้อตัวนี้นะ “DON'T BUY THIS JACKET” เป็นแคมเปญที่ทรงพลังและสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งเพื่อสื่อถึงปัญหาการบริโภคเครื่องนุ่งห่มที่เกินความจำเป็นของคนในสังคม มีเป้าหมายเพื่อลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น อาจจะดูย้อนแย้งกับการทำธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าของพวกเขา แต่หลังจากออกแคมเปญนี้ไป กลับทำให้ Patagonia ยิ่งโด่งดังและเป็นที่ต้องการมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม หลังจากแคมเปญนี้ที่ทำให้แบรนด์ขายดี Patagonia ก็ได้ออกแคมเปญ WORN WEAR เน้นการซ่อมแซมและรีไซเคิลที่แบรนด์ทั้งตั้งจุดรับซ่อมตามร้านต่างๆ รวมถึงหน่วยตระเวนด้วยรถตู้ไปรับซ่อมแซมเสื้อผ้าให้ถึงหน้าบ้าน ด้วยวิธีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ระดับบล็อกถึงกลยุทธ์นี้ทำให้เกิดภาพลักษณ์แบรนด์ในเชิงบวกเป็นอย่างมาก จนกลายเป็นจุดแข็งของ Patagonia



1% ของยอดขายของพวกเขา มอบให้กับองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ปี 1985 และในปี 2022 Chouinard ผู้ซึ่งเคยอยู่ในทำเนียบมหาเศรษฐีจากการจัดอันดับของ Forbes (อายุ 86 ปี ทรัพย์สิน 1.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ อันดับที่ 2324 Forbes Billionaires ปี 2022) ก็ได้มอบธุรกิจมูลค่ากว่า 4.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐให้กับองค์กรไม่แสวงผลกำไรด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเร่งด่วน เช่น Climate Change ยอมใจในความรักโลกเค้าจริง?

อ่านมาถึงตรงนี้คุณผู้อ่านบางคนที่ยังไม่เคยเป็นลูกค้าของ Patagonia อาจจะคิดว่าผลิตภัณฑ์รักโลกของพวกเขาจะแสนดีแต่แสนเชย อันที่จริงแล้วมันคุ้มค่าครับ แค่มวกใบเดียวที่มีโลโก้เสื้อยืดๆ ที่มีเขียนแค่ Patagonia หรือเบาะพายหลังที่จุได้เพียบก็ทำให้คุณในวันนั้นของคุณเจ๋งสุดๆ ไปเลยแน่นอนครับ ถ้าคุณอ่านแล้วอิน ต้องขอบอกอย่างคงไม่มีร้านตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทยเช่นเคย และในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็ยังไม่เห็นกัน ไกล่ไทยที่สุดต้องไปที่ประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่นครับ ลองไปหา กันดูนะครับรับรองว่ารักโลกจับใจเลยทีเดียว

GREEN HEALTHY

สุขภาพยุคใหม่ เมื่อการดูแลสุขภาพไม่ใช่แค่เทรนด์ แต่คือไลฟ์สไตล์ของทุกคน



ในยุคที่โลกเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งจากโรคระบาด ภาวะโลกร้อน เทคโนโลยีที่เร่งให้ชีวิตหมุนเร็วขึ้น และภาวะความเครียดจากวิถีชีวิตเมืองใหญ่ "สุขภาพ" จึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการใช้ชีวิต ไม่ใช่แค่การไม่เจ็บป่วย แต่คือความสมดุลทั้งกาย ใจ และจิตวิญญาณ แนวโน้มการดูแลสุขภาพในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยผู้คนหันมาใส่ใจตัวเองแบบองค์รวมมากขึ้น และธุรกิจด้านสุขภาพก็เติบโตตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

แนวคิดเรื่อง "สุขภาพองค์รวม" (Holistic Health) กำลังกลายเป็นเทรนด์หลักของโลก ผู้คนไม่ได้โฟกัสแค่เรื่องอาหารหรือการออกกำลังกาย แต่ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนคุณภาพ การดูแลสุขภาพจิต การสร้างสมดุลการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Work-Life Balance) รวมถึงการเชื่อมโยงกับธรรมชาติ

เทรนด์สุขภาพที่กำลังได้รับความสนใจในปัจจุบัน ได้แก่:

- **Personalized Health:** การดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล เช่น การตรวจ DNA เพื่อออกแบบโภชนาการและการออกกำลังกายเฉพาะตัว การใช้แอปสุขภาพและอุปกรณ์สวมใส่ (wearables) ติดตามข้อมูลสุขภาพแบบเรียลไทม์
- **Mental Wellness:** ความตระหนักเรื่องสุขภาพจิตสูงขึ้นมาก ผู้คนหันมานิยมทำสมาธิ ผักโยคะ หรือใช้บริการนักจิตวิทยาอย่างเปิดเผย เทรนด์นี้ได้รับแรงหนุนจากคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ Gen Z
- **Plant-Based & Functional Food:** อาหารจากพืช และอาหารที่ให้ประโยชน์เฉพาะด้าน เช่น เพิ่มภูมิคุ้มกัน ลดความเครียด หรือปรับสมดุลลำไส้ กำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานเมืองและผู้สูงวัย
- **Preventive Healthcare:** การป้องกันก่อนป่วย เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี การฉีดวัคซีน การกินวิตามินเสริม การดูแลระบบภูมิคุ้มกัน กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวัน



- **Wellness Tourism:** การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น รีทรีตที่ออกซ์ สปาเพื่อสุขภาพ โยคะกลางธรรมชาติ กำลังเติบโตอย่างมาก ทั้งในไทยและต่างประเทศ

ในประเทศไทย ภาครัฐและเอกชนร่วมกันผลักดันยุทธศาสตร์ "เมืองสุขภาพ" เช่น โครงการ Thailand Wellness Hub ที่เน้นบริการสุขภาพแบบครบวงจรรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพจากต่างชาติ ขณะที่ธุรกิจไทยจำนวนมากเริ่มพัฒนาโปรดักต์สุขภาพ เช่น สมุนไพรออร์แกนิก เครื่องดื่มฟังก์ชัน หรือคอร์สดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

สุขภาพไม่ได้เป็นเพียงเป้าหมายของการมีชีวิตยืนยาวอีกต่อไป แต่กลายเป็น "วิถีชีวิต" ที่หลอมรวมเข้ากับทุกกิจกรรมของผู้คนในแต่ละวัน เทรนด์สุขภาพในปัจจุบันสะท้อนถึงความต้องการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ มีความหมาย และสมดุล ทั้งทางกาย ใจ และสังคม องค์การใดที่เข้าใจแนวโน้มนี้ และปรับตัวให้สอดคล้อง ย่อมมีโอกาสเติบโตทั้งในเชิงเศรษฐกิจและในฐานะพลังบวกของสังคมในระยะยาว เพราะ "สุขภาพที่ดี" คือพื้นฐานของทุกความยั่งยืนในโลกยุคใหม่

Save the Tigers



*Without our help,
these majestic animals
don't have much time left.*



Harald Link

“ KEEPING NATURE IN BALANCE ”

bgrimmgroup.com



ทิพยประกันภัย
DHIPAYA INSURANCE

ภาครัฐเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

ESG



TIPGOGREEN

ทิพยประกันภัย ร่วมสร้างฐาน

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน