Free Copy and Magazine Online
www.greenlifeplusmag.com

GREEN Life+

10 VOL. 112 25 DECEMBER 2025 - 24 JANUARY 2026
ISSN : 2539-5602

FREE! COPY

THAILAND 2025

ซีเกมส์: พลังของกีฬา ความภาคภูมิใจของชาติ และก้าวสำคัญสู่ความยั่งยืนของอาเซียน

ดร.ก้องศักด ยอดมณี

ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

อ่านต่อหน้า 3

EDITOR'S NOTE

ส่งท้ายปีแห่งการเรียนรู้ ต้อนรับปีแห่งการเปลี่ยนแปลง

ในช่วงเวลาที่ปีหนึ่งกำลังจะผ่านพ้น และอีกปีหนึ่งกำลังเริ่มต้นขึ้น นี่คือโอกาสสำคัญที่เราจะได้หยุดทบทวนเส้นทางที่ผ่านมา พร้อมมองไปข้างหน้าด้วยความหวังและความตั้งใจใหม่ ปีที่ผ่านมาถือเป็นอีกหนึ่งปีที่โลกต้องเผชิญกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด และความคาดหวังของสังคมที่มีต่อบทบาทขององค์กรและทุกภาคส่วนมากขึ้นกว่าเดิม

ในขณะเดียวกัน ความท้าทายเหล่านี้ก็เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเรียนรู้ การปรับตัว และการลงมือทำอย่างจริงจังมากขึ้น เราได้เห็นพลังของความร่วมมือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดจากการรณรงค์เชิงสัญลักษณ์ไปสู่การสร้างผลลัพธ์ที่วัดผลได้และยั่งยืน

เมื่อก้าวเข้าสู่ปีใหม่ นี่คือช่วงเวลาที่เหมาะสมในการตั้งคำถามว่า เราทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอนาคตที่ดีขึ้นได้อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเล็ก ๆ ในชีวิตประจำวัน การเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ หรือการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนสังคมและสิ่งแวดล้อมในแบบที่ตนเองถนัด เพราะการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ มักเริ่มต้นจากก้าวเล็ก ๆ ที่สม่ำเสมอ

ในวาระส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่ ทีมงานขอขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่ร่วมเดินทางและเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ตลอดปีที่ผ่านมา ขอให้ปีใหม่เป็นปีแห่งโอกาส แรงบันดาลใจ และการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก ที่เราจะเติบโตไปพร้อมกับสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

สวัสดีปีใหม่ และขอให้ปีใหม่นี้เป็นปีที่เต็มไปด้วยพลัง ความหวัง และความหมายสำหรับทุกคน

ทีมผู้บริหารและทีมงาน
นิตยสาร Green Life Plus ทุกคน

10 CONTENTS

17

8

14

12

6

16

FREE MAGAZINE No.10
25 DECEMBER 2025 - 24 JANUARY 2026
VOL. 112

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 : ดร.ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ
ที่ปรึกษา : จาตุรันต์ วัฒนประทีป, 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.&แฟ็กซ์ : 0-2001-6817
E-mail : gl.greenlife888@gmail.com
www.greenlifeplusmag.com

ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา : นันทนิตย์ แสงแก้ว

WHERE TO FIND

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

ติดต่อโฆษณา
099-125-5789, 089-123-4450

ซีเกมส์: พลังของกีฬา ความภาคภูมิใจของชาติ และก้าวสำคัญสู่ความยั่งยืนของอาเซียน

"การแข่งขันกีฬาซีเกมส์นับเป็นเวทีสำคัญที่สะท้อนทั้งศักยภาพด้านกีฬา ความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบทบาทของกีฬาในการขับเคลื่อนสังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในมหกรรมกีฬาซีเกมส์ครั้งล่าสุด ประเทศไทยได้สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนไทยทั้งประเทศ ด้วยผลงานอันโดดเด่นในฐานะ เจ้าเหรียญทอง แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของนักกีฬา ระบบการพัฒนากีฬา และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นรูปธรรม" **ดร.ก้องศักด ยอดมณี ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)** เผยถึงภาพรวมการจัดซีเกมส์ได้อย่างภาคภูมิใจ

ดร.ก้องศักด ยอดมณี
ผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.)

ไทยกับความสำเร็จในฐานะเจ้าเหรียญทองซีเกมส์

การคว้าอันดับหนึ่งในตารางเหรียญรวมของการแข่งขันซีเกมส์ เป็นบทพิสูจน์ถึงศักยภาพของประเทศไทยในหลายมิติ ทั้งด้านการฝึกซ้อมนักกีฬาอย่างเป็นระบบ การยกระดับมาตรฐานการแข่งขันกีฬาอาชีพ และการพัฒนาเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

นักกีฬาไทยสามารถทำผลงานได้อย่างยอดเยี่ยมในหลากหลายชนิดกีฬา ไม่ว่าจะเป็นกีฬาสากล กีฬาประจำชาติ หรือกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงรากฐานที่มั่นคงของวงการกีฬาไทย และการก้าวสู่เวทีระดับภูมิภาคด้วยความมั่นใจ

กรีนซีเกมส์: ต้นแบบการแข่งขันกีฬาที่ยั่งยืนในอาเซียน

อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ซีเกมส์ครั้งนี้ได้สร้างมาตรฐานใหม่ให้กับภูมิภาค คือแนวคิด "กรีนซีเกมส์" ซึ่งมุ่งเน้นการจัดการแข่งขันที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบจากการจัดงานขนาดใหญ่ และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการขยะ การลดการใช้พลาสติกแบบ

ใช้ครั้งเดียว การส่งเสริมการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ หรือการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า แนวคิดดังกล่าวไม่เพียงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นการส่งสัญญาณให้ประเทศในภูมิภาคเห็นถึงบทบาทของกีฬาในการขับเคลื่อนความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

ภาพรวมที่น่าสนใจของซีเกมส์: มากกว่าการแข่งขัน

ซีเกมส์ไม่ได้เป็นเพียงเวทีแห่งการแข่งขันเพื่อชัยชนะเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และแรงบันดาลใจของคนรุ่นใหม่ ภาพของนักกีฬาที่ให้กำลังใจกัน การแข่งขันอย่างมีน้ำใจนักกีฬา รวมถึงการมีส่วนร่วมของอาสาสมัครและประชาชนล้วนสะท้อนถึงคุณค่าที่กีฬาให้มากกว่าผลแพ้ชนะ นอกจากนี้ ซีเกมส์ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศเจ้าภาพในระดับนานาชาติ

ซีเกมส์กับสัญลักษณ์ของความยั่งยืนทั้ง 17 ประการ

การจัดการแข่งขันซีเกมส์ยังสามารถเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ทั้ง 17 ข้อขององค์การสหประชาชาติได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (SDG 3) การศึกษาที่มีคุณภาพผ่านการพัฒนาเยาวชนกีฬา (SDG 4) ความเท่าเทียมทางเพศในวงการกีฬา (SDG 5) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (SDG 8) ไปจนถึงการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ (SDG 10 และ SDG 17) ซีเกมส์จึงเป็นมากกว่าการแข่งขันกีฬา แต่เป็นเวทีที่สะท้อนแนวคิดการพัฒนาอย่างสมดุลในทุกมิติ

กีฬาและการท่องเที่ยว: พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ประเทศ

การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ยังมีบทบาทสำคัญในมิติของ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพ การเดินทางของนักกีฬา ทีมงาน ผู้ติดตาม และสื่อมวลชนจากประเทศต่าง ๆ ได้สร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในหลายพื้นที่ ทั้งในเมืองหลักและเมืองรอง ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจท้องถิ่นได้รับประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

ความโดดเด่นของกีฬาอาชีพไทยบนเวทีอาเซียน

ความสำเร็จของนักกีฬาไทยในซีเกมส์ ยังสะท้อนถึงการพัฒนากีฬาอาชีพในประเทศไทยที่ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านโครงสร้างลีก

ระบบการฝึกซ้อม มาตรฐานผู้ฝึกสอน และการนำเทคโนโลยีมาช่วยเสริมศักยภาพนักกีฬา กีฬาหลายประเภทของไทยได้รับการยอมรับในระดับภูมิภาคและนานาชาติ ส่งผลให้ซีเกมส์กลายเป็นเวทีแสดงศักยภาพของกีฬาอาชีพไทย และเป็นแรงผลักดันให้เกิดการต่อยอดสู่การแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น

การเรียนรู้จากความผิดพลาดและการขอโทษอย่างสร้างสรรค์

แม้การแข่งขันซีเกมส์จะประสบความสำเร็จในหลายด้าน แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการจัดงานขนาดใหญ่อาจมีความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องเกิดขึ้นบ้างในบางประเด็น การยอมรับข้อผิดพลาดและการกล่าวขอโทษอย่างจริงใจ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการจัดการแข่งขันในอนาคต ความผิดพลาดเล็กน้อยเหล่านี้ได้กลายเป็นบทเรียนสำคัญที่ช่วยให้ทุกฝ่ายเรียนรู้ ปรับปรุง และก้าวไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ซีเกมส์: ก้าวต่อไปของกีฬาไทยและอาเซียน

ในภาพรวม ซีเกมส์ไม่เพียงเป็นเวทีแห่งความสำเร็จด้านกีฬา แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือ ความยั่งยืน และพลังของผู้คนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สำหรับประเทศไทย ความสำเร็จในฐานะเจ้าเหรียญทองควบคู่ไปกับการผลักดันแนวคิดกรีนซีเกมส์ และการยกระดับกีฬาอาชีพถือเป็นก้าวสำคัญที่ตอกย้ำบทบาทของไทยในเวทีกีฬาภูมิภาค และเป็นแรงบันดาลใจให้การพัฒนากีฬาก้าวสู่อนาคตที่ยั่งยืนและสมดุลยิ่งขึ้น

การขับเคลื่อนองค์กรสู่การสร้างคุณค่าร่วมอย่างยั่งยืน

ในปี 2026 แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR (Corporate Social Responsibility) ได้พัฒนาไปไกลกว่าการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบเดิม องค์กรทั่วโลกเริ่มตระหนักว่า CSR ไม่ใช่เพียง “กิจกรรมเสริม” แต่เป็นกลไกสำคัญที่ต้องเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง และการสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาวให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ชุมชน นักลงทุน หรือสังคมโดยรวม

หนึ่งในแนวโน้มสำคัญของ CSR ปี 2026 คือ การบูรณาการ CSR เข้ากับกรอบ ESG อย่างเป็นรูปธรรม องค์กรไม่ได้มอง CSR แยกจากการดำเนินธุรกิจอีกต่อไป แต่ใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลควบคู่กัน โดยเฉพาะประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดความเหลื่อมล้ำในสังคม CSR จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

อีกประเด็นที่ผู้อ่านควรรู้คือการเปลี่ยนบทบาทของชุมชนจาก “ผู้รับความช่วยเหลือ” มาเป็น “พันธมิตรในการพัฒนา” องค์กรในปี 2026 ให้ความสำคัญกับการสร้างศักยภาพของชุมชนในระยะยาว เช่น การส่งเสริมอาชีพ การพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน แนวคิดนี้ช่วยให้ CSR ไม่จบลงเพียงระยะสั้น แต่สร้างผลกระทบเชิงบวกที่ต่อเนื่องและวัดผลได้

เทคโนโลยีและนวัตกรรมยังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับ CSR ในปี 2026 องค์กรเริ่มนำเครื่องมือดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ และข้อมูลเชิงวิเคราะห์มาใช้ในการออกแบบและติดตามผลโครงการ CSR อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย การติดตามผลลัพธ์ทางสังคม ไปจนถึงการรายงานผลอย่างโปร่งใส เทคโนโลยีจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ แต่ยังเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการดำเนินงาน CSR อีกด้วย

ในขณะเดียวกัน บทบาทของพนักงานในกิจกรรม CSR ก็เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน จากผู้เข้าร่วมกิจกรรมในบางโอกาส สู่การเป็น “ผู้ร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลง” องค์กรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านกิจกรรมอาสาสมัคร การถ่ายทอดความรู้ และการนำทักษะเฉพาะทางมาสร้างประโยชน์ให้สังคม การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้ไม่เพียงสร้างคุณค่าให้ชุมชน แต่ยังช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจของพนักงานต่อองค์กร

ท้ายที่สุด CSR ในปี 2026 ไม่ได้ถูกวัดจากจำนวนกิจกรรมหรือภาพลักษณ์ภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ถูกประเมินจากความสามารถในการสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ยั่งยืน และความสอดคล้องกับทิศทางธุรกิจในระยะยาว องค์กรที่สามารถออกแบบ CSR อย่างมีกลยุทธ์ โปร่งใส และมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน จะสามารถสร้างความเชื่อมั่น และคุณค่าร่วมที่เติบโตไปพร้อมกับสังคมได้อย่างแท้จริง

ออมสิน
GOVERNMENT SAVINGS BANK

รีโนเวตชีวิต
ยกเครื่องมือทำมาหากินใหม่

สินเชื่อ
ธนาคารประชาชน

วงเงินสูงสุด
200,000 บาท
ดอกเบี้ยเริ่มต้น 0.50% ต่อเดือน**

สมัครได้ที่ www.gsb.or.th

**อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง 0.50%-1.00% ต่อเดือน (Flat Rate)
เทียบเท่าอัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก (Effective Rate) 10.80%-21.60% ต่อปี

กู้เท่าที่จำเป็นและชำระคืนไหว

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

การยกระดับการจัดการสิ่งแวดล้อมในยุคแห่งการลงมือปฏิบัติ

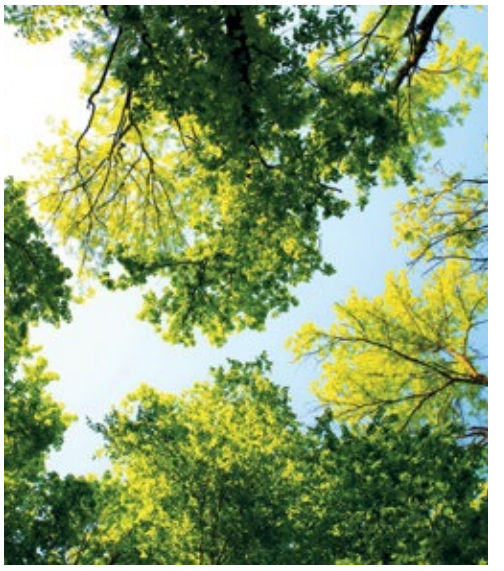
ในปี 2026 ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของความตระหนักรู้หรือการรณรงค์เชิงสัญลักษณ์อีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นวาระสำคัญระดับโลกที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ ความมั่นคง และคุณภาพชีวิตของผู้คนอย่างแยกไม่ออก แนวคิด “Green Environment” จึงถูกยกระดับจากการอนุรักษ์ธรรมชาติไปสู่การออกแบบระบบการพัฒนาใหม่ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตของมนุษย์กับขีดจำกัดของโลก

หนึ่งในความเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ผู้อ่านควรรู้ คือ การขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อมในปี 2026 จะเน้น “การลงมือทำที่วัดผลได้” มากกว่าการตั้งเป้าหมายเชิงนโยบายเพียงอย่างเดียว องค์กรและภาคธุรกิจเริ่มให้ความสำคัญกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นรูปธรรม การใช้พลังงานสะอาด การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และการจัดการของเสียตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อให้การดูแลสิ่งแวดล้อมสามารถสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้ในระยะยาว

อีกประเด็นใหม่ที่มีบทบาทชัดเจนคือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสีเขียวมาใช้ในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นระบบติดตามคาร์บอนฟุตพริ้นต์ เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อบริหารจัดการพลังงาน การใช้ข้อมูลและ AI ในการคาดการณ์ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงนวัตกรรมวัสดุที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้องค์กรและสังคมสามารถตัดสินใจได้แม่นยำขึ้น และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Green Environment ในปี 2026 ยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนมากกว่าที่ผ่านมา จากเดิมที่การดูแลสิ่งแวดล้อมมักถูกมองเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือองค์กรขนาดใหญ่ ปัจจุบันแนวคิดใหม่เน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร ชุมชน และประชาชนทั่วไป การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร การฟื้นฟูระบบนิเวศ และการจัดการสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ของตนเอง ช่วยให้การดูแลสิ่งแวดล้อมเกิดความยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่นมากขึ้น

นอกจากนี้ การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมในปี 2026 จะเปลี่ยนจากการเน้นภาพลักษณ์ไปสู่ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ องค์กรเริ่มให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ทั้งผลการดำเนินงาน ความคืบหน้า และความท้าทายที่ยังต้องพัฒนา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสีย การสื่อสารในลักษณะนี้ช่วยให้ Green Environment ไม่ใช่เพียงคำกล่าวอ้าง



แต่เป็นกระบวนการที่ตรวจสอบและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

ท้ายที่สุด Green Environment ในปี 2026 ไม่ได้หมายถึงการปกป้องสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว แต่คือการสร้างรากฐานสำหรับอนาคตที่มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างสมดุล การปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีผลิต และวิถีชีวิตอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม จะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้สังคมและโลกสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

เวิลด์แก๊ส
BY WP ENERGY

ตอบทุกความอร่อย
ครบทุกขนาด มาตรฐานจาก
เวิลด์แก๊ส

แก๊สกระป๋อง “เวิลด์แก๊ส”
มีจำหน่ายแล้วที่

Tops | Tops Food Hall | Tops Fine Food | MORE | THAIGAS SHOP

UAC คว้าการประเมิน SET ESG Ratings 2025 ระดับ AA ตอกย้ำความแข็งแกร่งด้าน ESG

นางสาวอลิสา ชีวะเกตุ General Manager - Strategic Investment **บมจ. ยูเอซี โกลบอล หรือ** “UAC” **เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้รับการประเมินหุ้นยั่งยืน** SET ESG Ratings **ประจำปี** 2025 **ที่ “ระดับ** AA” จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบริษัทฯ ได้รับผลประเมินในระดับที่สูงขึ้นจากปีก่อน สะท้อนความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งสิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Governance) โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

สำหรับการได้รับการประเมินคะแนน SET ESG Ratings ระดับ AA เป็นการตอกย้ำความมุ่งมั่น ในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทฯ ยังประสบความสำเร็จในการยกระดับมาตรฐานองค์กรผ่านรางวัลและการรับรองในหลากหลายด้าน ได้แก่ การได้รับคะแนนการประเมินการกำกับดูแลกิจการในระดับ 5 ดาว หรือ “ดีเลิศ” (Excellent CG Scoring) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ภายใต้การสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รางวัลเกียรติคุณ Sustainability Disclosure Award 2025 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 จากสถาบันไทยพัฒน์ อีกทั้งยังได้รับมอบเกียรติบัตรใน “โครงการ ESG DNA สำหรับพนักงานองค์กร” ซึ่งจัดโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

“การได้รับการจัดอันดับ SET ESG Ratings 2025 ระดับ AA เป็นการยืนยันถึงความมุ่งมั่นของ UAC ในการดำเนินธุรกิจให้เติบโต โดยเราจะพัฒนาต่อเนื่องเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน”

บ้านปู เติมไฟผู้ประกอบการ เพื่อสังคมไทย ให้ไปกันได้ต่อ

คุณสุนิตย์ เชรษฐา
ผู้อำนวยการสถาบัน ChangeFusion

โดยเฉพาะแนวคิดด้านความยั่งยืนจากเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อสังคม ขณะที่**คุณรสรี ชันจวน ผู้ก่อตั้ง** Go Mamma รุ่นที่ 10 มองว่าโครงการ BC4C เป็นโครงการที่มีเสน่ห์และมีความเป็นมนุษย์ (Human Touch) สูง ช่วยทำให้เข้าใจการทำธุรกิจเพื่อสังคมอย่างลึกซึ้ง แม้เป็นงานที่ซับซ้อน และไม่ได้วัดผลด้วยรายได้เป็นหลัก แต่เป็นงานที่สร้างคุณค่าและความสุข ให้กับผู้ทำ พร้อมขอบคุณบ้านปูที่จัดพื้นที่ให้เกิดการเรียนรู้และการเติบโต ร่วมกันของผู้ประกอบการ SE

คุณรัฐพล สุคันธี
ผู้อำนวยการสายอาวุโส-สื่อสารองค์กร
บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน)

BC4C Networking Event 2025 ย้ำบทบาทบ้านปู และ ChangeFusion ในฐานะ ‘เพื่อนร่วมทาง’ ของผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคม เสริมศักยภาพสร้างเครือข่าย SE ยั่งยืน

แม้จะเป็นเพียงคนตัวเล็ก ๆ แต่ทุกคนสามารถเป็นส่วนขับเคลื่อนสังคมให้ยั่งยืนได้ เพราะความเปลี่ยนแปลงไม่จำเป็นต้องเริ่มจากเงินก้อนใหญ่ หากมาจากความตั้งใจและศักยภาพของผู้คนที่อยากสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างโอกาสให้กับชีวิต นั่นจึงเป็นเหตุผลที่ บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) ยังคงยืนหยัดในการพัฒนาศักยภาพคนอย่างจริงจัง และทำต่อเนื่องมานานกว่าทศวรรษ ผ่านโครงการพลังเปลี่ยนแปลงเพื่อสังคม หรือ BC4C (Banpu Champions for Change)

BC4C เดินทางมาถึงปีที่ 14 ภายใต้ธีม “จุดไฟ โตไปพร้อมกัน” มุ่งพัฒนากิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) และคนรุ่นใหม่ที่มีไฟและอยากขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง พร้อมช่วยเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้แข็งแรงจากฐานราก แต่นอกจากการบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่แล้ว ปีนี้บ้านปูยังได้จัดกิจกรรมพิเศษ “เติมไฟ แล้วไปกันต่อ” (BC4C Networking Event) ขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างศิษย์เก่า BC4C บ้านปู และ ChangeFusion รวมทั้งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อสังคม

พื้นที่ปลอดภัยของ SE ไทย : จากรุ่นสู่รุ่น สู่การจุดไฟให้ไปต่อ

กิจกรรมนี้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยให้ศิษย์เก่า BC4C (BC4C Alumni) กว่า 38 กิจการ 54 คน ได้กลับมาเจอกัน พูดคุย และอัปสกิลร่วมกันรุ่นพี่และรุ่นน้องได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์กันแบบตรงไปตรงมา **จนเกิดบรรยากาศที่เกื้อกูลและหนุนให้** SE **ได้สร้างโอกาสการหาความร่วมมือใหม่ ๆ ในอนาคต** หลายกิจการที่เติบโตมากับ BC4C ก็กลับมาแบ่งปันมุมมองในครั้งนี้ เช่น **a-chieve BC4C รุ่นที่** 1 กิจการเพื่อสังคมที่มุ่งพัฒนาระบบนิเวศการแนะแนวการศึกษาในประเทศไทย **Buddy HomeCare (บัดดี้โฮมแคร์) Acceleration Program รุ่นที่** 1 บริการดูแลผู้สูงอายุและสร้างรายได้ให้กับเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดเชียงใหม่ **insKru (อิน สครู) รุ่นที่** 10 แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ช่วยครูสร้างห้องเรียนคุณภาพและสามารถแบ่งคลังไอเดียการสอนระหว่างครูด้วยกัน และ **JAIKLA (ใจกล้า)** BC4C **รุ่นที่** 9 กิจการเพื่อสังคมที่แปลงขยะอินทรีย์ให้เป็นโภชนาการใหม่ ด้วยวิทยาศาสตร์อาหาร

เติมไฟจากประสบการณ์จริงจากผู้รอดวิกฤต ชี้ชัดว่า ‘เมื่อทำเพื่อสังคม สังคมจะไม่ทิ้งเรา’

คุณสุนิตย์ เชรษฐา ผู้อำนวยการสถาบัน ChangeFusion เล่าถึงความพิเศษของกิจกรรมครั้งนี้ว่า “การได้รวม SE ตั้งแต่รุ่นแรกจนถึงรุ่นปัจจุบันไว้ในที่เดียว ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน โดยเฉพาะการพบกันของ SE Alumni ที่ต่างเป็นผู้นำในแต่ละสายงาน ถือเป็นโอกาสที่หาได้ยาก และสร้างการต่อยอดได้จริง หนึ่งในเสียงสะท้อนสำคัญมาจาก moreloop BC4C รุ่นที่ 8 ธุรกิจที่มุ่งมั่นสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าเหลือใช้คุณภาพดีในอุตสาหกรรมสิ่งทอ อัปไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในระยะยาว ที่เกือบต้องปิดกิจการจากผลกระทบด้านภาษีในปีนี้ แต่กลับรอดมาได้จากการกลับมาสนับสนุนของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพราะไม่อยากให้ธุรกิจที่สร้างประโยชน์ต่อสังคมต้องหายไป ประสบการณ์นี้ตอกย้ำว่า ถ้าเราทำเพื่อสังคม สังคมก็จะไม่ทิ้งเรา”

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผลกระทบปัญหาเศรษฐกิจที่ทำให้ปีนี้จึงเป็นปีที่ยากลำบากสำหรับผู้ประกอบการรายเล็กๆ จำนวนมาก การเปิดพื้นที่พูดคุยและแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะปัจจุบันศักยภาพที่แท้จริงของผู้ประกอบการชุมชน ไม่ได้อยู่ที่ทีมงานเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่อยู่ที่ “เครือข่าย” ของผู้ประกอบการที่เติบโตขึ้นมากด้วย ที่สำคัญ**เราเชื่อว่าทุกคนมีพลังในตัวเอง และเป้าหมายสำคัญของงานนี้คือ การทำให้ทุกคน "รู้จักและเชื่อในพลังของแต่ละคน" เพื่อ "เติมไฟแล้วไปกันต่อ"**

ผู้นำหลากวงการร่วมเติมไฟ สร้างแรงบันดาลใจอัพสกิล SE ไทย

นอกจากการรวมตัวของกิจการเพื่อสังคมที่ครอบคลุมหลากหลายรูปแบบแล้ว กิจกรรมนี้ยังได้รวบรวมบุคคลที่มีชื่อเสียงจากหลากหลายวงการ มาร่วมแชร์ความรู้ ผ่านกิจกรรมทอล์กสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Talks) โดย คุณปิลันธน์ ไทยสรวง ผู้ก่อตั้งและซีอีโอแบรนด์ “ภูคราม” BC4C Alumni รุ่นที่ 11 กิจการที่ยกระดับผ้าครามท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย พร้อมสร้างรายได้และอัตลักษณ์ใหม่ให้ชุมชน **คุณเคนเนธ ริมดาห์ล** (Mr. Kenneth Rimdahl) ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารของ Monsoon tea ผู้ผลักดันแนวคิด “Forest-Friendly Tea” ที่ใช้ชาขึ้นป่าธรรมชาติ สร้างรายได้ยั่งยืนให้ชุมชนท้องถิ่น

รวมถึงกิจกรรมให้คำปรึกษาธุรกิจ (Business Clinic) นำโดย **คุณณภัทร นุตสติ** ผู้จัดการทั่วไปของ Raya Collection แบรนด์ไทยที่ยกระดับงานหัตถกรรมภาคใต้สู่ตลาดสากล **คุณทรงกลด บางยี่ขัน** ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ The Cloud ผู้สร้างแรงบันดาลใจผ่านการเล่าเรื่องเชี่ยวชาญการสื่อสารเชิงธุรกิจ-สังคม **คุณผไท ผดุงถิ่น** ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ BUILK สตาร์ทอัพไทยแท้ด้านเทคโนโลยีก่อสร้างแนวหน้าของประเทศ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเวิร์กชอปค้นหาตัวตนและเยียวยาจิตใจผ่านการระบายสีและจัดดอกไม้ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการทุกคนได้หันมาฮีลใจตัวเองเพื่อมีพลังใจเดินหน้าต่อ

เครือข่ายผู้ประกอบการ SE ศิษย์บ้านปู ร่วมเติมไฟแล้วไปกันต่อ

คุณกัญจน์ภัสสร สุริยาแสงเพ็ชร์ ผู้ก่อตั้ง Ooca **ผู้ประกอบการ** SE จาก Acceleration Program รุ่นที่ 11 กล่าวว่า นับเป็นโอกาสที่ดีมากๆ ที่ได้มาร่วมพบปะเครือข่ายผู้ประกอบการ SE อีกครั้ง การได้กลับมาร่วมกิจกรรมครั้งนี้ช่วยเปิดมุมมองใหม่และสร้างแรงบันดาลใจ

บ้านปู จากผู้สนับสนุน สู่ ‘เพื่อนร่วมทาง’ ขยายผลลัพธ์ที่เติบโตไปด้วยกัน

คุณรัฐพล สุคันธี ผู้อำนวยการสายอาวุโส-สื่อสารองค์กร บริษัท บ้านปู จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “บทบาทของบ้านปูใน BC4C ไม่ได้หยุดอยู่ที่การสนับสนุน แต่คือการยืนเคียงข้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมในฐานะเพื่อน เราเชื่อว่าผลลัพธ์ทางสังคมจะเติบโตได้ เมื่อทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และตราบใดที่ยังมีคนอยากสร้างความเปลี่ยนแปลง บ้านปูก็พร้อมเติมเชื้อไฟในการเดินทางของพวกเขาเหล่านั้นให้สามารถเดินหน้าต่อไปได้ ในฐานะ **เพื่อนร่วมอุดมการณ์** ที่มีเป้าหมายในการทำสิ่งดีๆ เพื่อสังคมร่วมกัน **เพื่อนคู่คิด** ที่พร้อมเป็นที่ปรึกษาและช่วยเหลือในด้านธุรกิจ เพื่อนร่วมทาง ที่พร้อมก้าวและเติบโตไปด้วยกันในระยะยาว”

เมื่อเทคโนโลยีคือกุญแจสู่ความยั่งยืนของโลก

ปี 2026 คือช่วงเวลาที่คำว่า “นวัตกรรม” ไม่ได้หมายถึงความล้ำสมัยเพียงอย่างเดียว แต่ถูกตั้งคำถามควบคู่กับคำว่า “ยั่งยืน” อย่างจริงจังมากขึ้น เทคโนโลยีในยุคนี้ไม่ใช่แค่ทำให้ชีวิตสะดวกสบายขึ้น แต่ต้องตอบโจทย์ว่าช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และทรัพยากรของโลกได้อย่างไร นวัตกรรมจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหา เชิงโครงสร้างของโลกยุคใหม่

หนึ่งในเรื่องใหม่ที่ผู้อ่านควรรู้คือการเติบโตของ Green Innovation ที่ขยับจากแนวคิดสู่การใช้งานจริง เทคโนโลยีด้านพลังงานสะอาด ระบบกักเก็บพลังงานอัจฉริยะ วัสดุคาร์บอนต่ำ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงวงจรชีวิตตั้งแต่ต้นจนจบ กำลังถูกนำมาใช้ในภาคธุรกิจอย่างแพร่หลาย ไม่ใช่เพียงเพื่อภาพลักษณ์ แต่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนระยะยาว และตอบโจทย์กฎเกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้นทั่วโลก

อีกเทรนด์สำคัญของปี 2026 คือ AI เพื่อความยั่งยืน (AI for Sustainability) ปัญญาประดิษฐ์ไม่ได้ถูกใช้แค่เพื่อเพิ่มผลผลิตหรือการตลาด แต่เข้ามาช่วยวิเคราะห์การใช้ทรัพยากร การจัดการพลังงาน การคาดการณ์สภาพอากาศ และการลดของเสียในกระบวนการผลิต เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้องค์กรตัดสินใจได้แม่นยำขึ้น ลดการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็น และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

ในระดับสังคม นวัตกรรมปี 2026 ยังให้ความสำคัญกับ Circular Economy Technology หรือเทคโนโลยีที่สนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน ตั้งแต่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ การรีไซเคิลขั้นสูง ไปจนถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ช่วยติดตามและจัดการของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิด “ใช้แล้วทิ้ง” กำลังถูกแทนที่ด้วยการออกแบบที่คิดถึงการใช้ซ้ำและการคืนคุณค่าให้ทรัพยากร

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ นวัตกรรมที่ขับเคลื่อนโดยชุมชนและผู้ใช้ (User & Community-driven Innovation) เทคโนโลยีไม่ได้ถูกพัฒนาในห้องทดลองเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น สตาร์ทอัพ และภาคประชาชน นวัตกรรมด้านน้ำ พลังงาน การเกษตร และสุขภาพในหลายพื้นที่ ถูกออกแบบให้เหมาะสมกับบริบทจริง ใช้งานได้จริง และสร้างผลกระทบเชิงบวกในระยะยาว

ท้ายที่สุด นวัตกรรมในปี 2026 ไม่ใช่เรื่องของ “ใครล้ำกว่าใคร” แต่คือการตั้งคำถามว่าเทคโนโลยีที่เราสร้างขึ้น กำลังพาโลกไปในทิศทางใด ความยั่งยืนจึงไม่ใช่ปลายทาง แต่เป็นกรอบคิดในการพัฒนานวัตกรรมทุกขั้นตอน เพราะนวัตกรรมที่แท้จริง คือสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์ ธุรกิจ และโลก เติบโตไปพร้อมกันอย่างสมดุล

อีสท์ วอเตอร์ (EASTW)
ผนึกกำลัง สปปท. ขับเคลื่อนความมั่นคงด้านน้ำอย่างยั่งยืน ในงานสัมมนาวิชาการประจำปี 2568

บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) หรือ อีสท์ วอเตอร์ (EASTW) เดินหน้าแสดงศักยภาพและความมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำแบบครบวงจร โดยเข้าร่วมงาน สัมมนาวิชาการและประชุมใหญ่สามัญ ประจำปี 2568 สมาคมการประปาแห่งประเทศไทย (สปปท.)

งานสัมมนาวิชาการในครั้งนี้จัดขึ้นภายใต้แนวคิดหลักที่สะท้อนวิสัยทัศน์ร่วมกัน คือ “WATER & WELLNESS WITH WE: TOGETHER TOWARDS SUSTAINABILITY” ซึ่งเป็นเวทีสำคัญระดับประเทศที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญด้านน้ำ ได้ร่วม แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของไทยให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

นายบดินทร์ อุดลกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท จัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) หรือ อีสท์ วอเตอร์ กล่าวเพิ่มเติมว่า “การเข้าร่วมงานของอีสท์ วอเตอร์ ในครั้งนี้ ตอกย้ำถึงพันธกิจในการเสริมสร้างความร่วมมือและหาแนวทางในการบูรณาการการบริหารจัดการน้ำ อีสท์ วอเตอร์ มุ่งหวังว่าการผนึกกำลังในงานสัมมนาวิชาการครั้งนี้ จะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการ ยกระดับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของประเทศ ให้ก้าวข้ามผ่านความท้าทายต่าง ๆ และสามารถบรรลุเป้าหมายสู่ความมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างแท้จริง”

การเดินทาง ที่เปลี่ยนโลกใบเล็กของชุมชน

ในปี 2026 การท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การไปเยือนสถานที่สวยงามอีกต่อไป แต่กำลังกลายเป็น “เครื่องมือ” สำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับชุมชน สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตท้องถิ่น นักท่องเที่ยวยุคใหม่เริ่มตั้งคำถามว่า การเดินทางของเรา ส่งผลอะไรต่อโลกบ้าง และคำถามนี้เองที่ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อมกลายเป็นกระแสหลัก ไม่ใช่แค่ทางเลือก

หนึ่งในเทรนด์สำคัญของปี 2026 คือ Community - Led Tourism หรือการท่องเที่ยวที่ “ชุมชนเป็นผู้นำ” ไม่ใช่เพียงผู้รับผลประโยชน์ นักท่องเที่ยวไม่ได้ไปแค่ถ่ายรูปหรือพักค้างคืน แต่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ชุมชนออกแบบเอง เช่น การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้าน การทำอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น หรือการฟังเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์จากคนในพื้นที่โดยตรง รายได้จากการท่องเที่ยวจึงกระจายสู่คนในชุมชนอย่างแท้จริง และช่วยรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นไม่ให้เลือนหาย

อีกประเด็นที่มาแรงคือ Low-Impact Travel หรือการเดินทางที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวในปี 2026 ให้ความสำคัญกับที่พักที่ใช้พลังงานสะอาด การจัดการขยะอย่างเป็นระบบ และการลดการปล่อยคาร์บอนจากการเดินทาง หลายชุมชนเริ่มพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่ใช้การเดินจักรยาน หรือเรือไฟฟ้า รวมถึงกิจกรรมฟื้นฟูธรรมชาติ เช่น ปลูกป่า ฟื้นฟูแหล่งน้ำ หรือดูแลระบบนิเวศร่วมกับชาวบ้าน ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ ไม่ใช่ภาระของธรรมชาติ

สิ่งใหม่ที่ผู้อ่านควรรู้คือ การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ (Learning-based Tourism) ที่กำลังเติบโตอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการเพียง “พักผ่อน” แต่ต้องการ “กลับไปพร้อมความเข้าใจใหม่” ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระบบนิเวศ วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน ชุมชนหลายแห่งจึงพัฒนาโปรแกรมที่ผสานการท่องเที่ยวเข้ากับการเรียนรู้ เช่น การจัดเวิร์กช็อปสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้การจัดการน้ำแบบดั้งเดิม

หรือการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งตอบโจทย์นักเดินทางรุ่นใหม่ที่แสวงหาความหมายจากการเดินทาง

นอกจากนี้ ปี 2026 ยังเป็นช่วงที่ เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน เข้ามามีบทบาทมากขึ้น แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวเริ่มแสดงข้อมูลผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของการเดินทาง ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกกิจกรรมหรือที่พักที่เป็นมิตรกับโลก ขณะเดียวกัน ชุมชนก็สามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการเล่าเรื่องราวของตนเอง สร้างการรับรู้โดยไม่ต้องพึ่งการท่องเที่ยวเชิงปริมาณ

ท้ายที่สุด การท่องเที่ยวในปี 2026 ไม่ใช่เรื่องของจำนวนผู้มาเยือน แต่คือคุณค่าที่เกิดขึ้นทั้งกับผู้เดินทางและพื้นที่ การเลือกท่องเที่ยวชุมชนหรือเพื่อสิ่งแวดล้อม คือการใช้พลังของการเดินทางเพื่อสนับสนุนโลกที่น่าอยู่ขึ้น เพราะทุกก้าวของการเดินทาง สามารถเป็นก้าวของการเปลี่ยนแปลงได้ หากเราเลือกอย่างรู้คุณค่า

EMINENT

WORLD STANDARD AIR CONDITIONERS

แอร์อีมิแน้นท์ เย็นทั่วไทย ก้าวไกลระดับโลก

เครื่องปรับอากาศอินเวอร์เตอร์รุ่น Premium First Class SE

จัดเต็มฟังก์ชัน จัดเต็มเบอร์ 5 สูงสุดระดับ 5 ดาว

มี Hygienic Plasma ช่วยยับยั้งเชื้อโรค*

: www.eminent.co.th

*จากผลการทดลองในกล่องปริมาตร 36 ลิตร Hygienic Plasma สามารถยับยั้งการเข้าสู่เซลล์ของไวรัสเสมือน SARS CoV-2 ได้ในเวลา 2 ชม. ทดสอบเมื่อวันที่ 11 เม.ย. 2565 โดยศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ.

GREEN TALK

โดย I ดร.วิจารย์ สิมาฉายา
ผู้อำนวยการสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย

บทเรียนจากน้ำท่วมหาดใหญ่: เมื่อสัญญาณเตือนภัย "โลกเดือด" เรียกร้องการปรับตัวและเปลี่ยนแปลง

สถานการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เพิ่งผ่านพ้นไป ไม่ได้ทิ้งไว้เพียงร่องรอยความเสียหายของชีวิตทรัพย์สินและจิตใจของพี่น้องประชาชนเท่านั้น แต่เหตุการณ์นี้กำลังส่งเสียงเตือนดังสนั่นถึงวิกฤตการณ์ที่ใหญ่กว่า นั่นคือภาวะ "โลกเดือด" (Global Boiling) ซึ่งเป็นสัญญาณบ่งชี้ที่ชัดเจนว่าภัยธรรมชาติในวันนี้มีความรุนแรงและซับซ้อนเกินกว่ารูปแบบเดิมที่ประเทศไทยเคยเผชิญมาในอดีตและคาดการณ์ได้ยากขึ้น

วิกฤตครั้งนี้ถือว่ามีความรุนแรงในระดับสูง ทั้งในแง่ของพื้นที่และจำนวนผู้ได้รับผลกระทบ โดยมีปัจจัยหลักมาจากปริมาณฝนที่ตกอย่างหนักถึง 350 มิลลิเมตรต่อวัน ซึ่งนักวิชาการระบุว่าเป็นปริมาณที่มากผิดปกติในรอบ 300 ปี ความผิดปกตินี้เป็นผลพวงโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือ Climate Change ที่ในปีนี้ประเทศไทยต้องเผชิญกับปรากฏการณ์ลานีญา ส่งผลให้มีฝนตกหนักต่อเนื่องแม้ในช่วงฤดูหนาว ผนวกกับสภาพภูมิประเทศของหาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็น "แอ่งกระทะ" ที่ต้องรับน้ำจากเทือกเขาทุกทิศทุกทางเพื่อระบายลงสู่ทะเลสาบสงขลา เมื่อมาเจอกับการขยายตัวของเมืองที่สิ่งปลูกสร้างขวางทางน้ำธรรมชาติและจังหวะน้ำทะเลหนุนสูง จึงทำให้มวลน้ำระบายออกจากพื้นที่ได้ยากและเอ่อล้นเข้าท่วมพื้นที่ชุมชนและเขตเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจนตั้งตัวไม่ทันและเกิดความเสียหายมาก

ทางออกสำหรับการบริหารจัดการน้ำในยุคโลกเดือดจึงจำเป็นต้องทบทวนกระบวนการในมิติต่างๆ โดยต้องเริ่มจากการเข้าใจธรรมชาติของน้ำซึ่งน้ำเป็นของไหลที่ต้องการที่อยู่ การบริหารจัดการจึงต้องมองภาพรวมของทั้งพื้นที่ลุ่มน้ำอย่างสมดุล ตั้งแต่การดูแลพื้นที่ต้นน้ำ การจัดการพื้นที่กลางน้ำ การวางผังเมืองไม่ให้มีสิ่งกีดขวางทางน้ำ และการเชื่อมโยงระบบระบายน้ำปลายน้ำลงสู่

ทะเลสาบสงขลา โดยคำนึงการใช้ธรรมชาติเป็นพื้นฐาน (Nature-based Solutions) ควบคู่ไปกับโครงสร้างทางวิศวกรรมที่เหมาะสม เพื่อให้น้ำมีทางไปและไม่สร้างผลกระทบต่อชุมชนเมือง

นอกจากปัจจัยทางกายภาพแล้ว บทเรียนสำคัญที่ต้องเร่งแก้ไขคือระบบการเตือนภัยและการบริหารจัดการข้อมูลจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพบว่าประชาชนส่วนหนึ่งยังขาดความเชื่อมั่นต่อข้อมูลภาครัฐ ส่งผลให้การตัดสินใจอพยพล่าช้า อีกทั้งปัญหาความเปราะบางของ ระบบฐานข้อมูลประชากร การบัญชาการในพื้นที่เมืองเกิดวิกฤตทำให้การเข้าช่วยเหลือกลุ่มเสี่ยง เช่น ผู้ป่วยติดเตียงหรือผู้สูงอายุเป็นไปอย่างยากลำบากเพราะไม่ทราบพิกัดที่แน่ชัด

ดังนั้นอนาคตหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเร่งนำเทคโนโลยี ภาพถ่ายดาวเทียม และแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ เข้ามาช่วยคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้า รวมทั้งวางแผนรับมือผ่านศูนย์บัญชาการเดียว (Single Command) ที่สามารถบูรณาการความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงทีและแม่นยำ

บทเรียนจากวิกฤตครั้งนี้จึงไม่ได้จบลงเพียงแค่การฟื้นฟูความเสียหาย แต่คือจุดเปลี่ยนสำคัญที่กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนต้องหันมาตระหนักถึงการเตรียมความพร้อมรับมือและปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Adaptation) อย่างจริงจัง โจทย์สำคัญในระยะยาวคือการทบทวนการวางผังเมืองและการบริหารจัดการลุ่มน้ำแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับสภาพอากาศโลกที่แปรปรวน การดำเนินการเหล่านี้ไม่ใช่เพียงแค่การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่เปรียบเสมือนการสร้าง "ภูมิคุ้มกัน" ระยะยาว ที่จะช่วยให้เมืองหาดใหญ่และพื้นที่เสี่ยงภัยอื่นๆ สามารถยืนหยัด และรับมือกับภัยพิบัติในอนาคตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

GREEN MARKETING

โดย I วีรพล สวรรค์พิทักษ์

CMO Eminent Air (Thailand)

Save The Duck รักเป็ดรักโลก

ผมอยู่อิตาลีครับ มีเรื่องแบรนด์ที่รักษ์โลกแบบคูลๆ มาเล่าให้ฟังอีกแบรนด์ แบรนด์นี้ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนไทยมากนัก แต่รู้ไว้ก่อนทันสมัยก่อนเพราะเดี๋ยวจะดังแน่นอน

ประเทศในแถบยุโรปถือเป็นประเทศผู้นำด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นประเทศที่จริงจังด้านโลกร้อนมากๆ มาตรการมาตรฐานต่างๆ ทางธุรกิจที่ใช้กันก็มักจะมาจากทางนี้นี่แหละ เช่น การลดมลพิษในยานยนต์ (Euro Standards) การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ (WEEE) ไปจนถึงมาตรการใหญ่ระดับทวีปอย่าง European Green Deal และ Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) หรือมาตรการปรับคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดนของสหภาพยุโรป (EU) เพื่อกำหนดราคาคาร์บอนสำหรับสินค้านำเข้าบางประเภท เช่น เหล็ก, ปูนซีเมนต์, อะลูมิเนียม

ในอิตาลีนี่ถ้าลืมหยิบถุงใส่ของไปต้องเสียค่าถุงทุกร้าน แบบไม่มีข้อแม้ ตามซุปเปอร์มาร์เก็ตก็มี ตู้ให้เอาขวดพลาสติกไปหยอดแล้วได้ตังค์กลับมา แบรนด์ต่างๆ มีจุดรับสินค้าเก่าคืนมาrecycleกันมากมาย และยังมีอีกแบรนด์ที่รักษ์โลกและทำการสร้างแบรนด์ได้น่าสนใจมาก เค้าบอกว่าไม่ใช้วัสดุจากสัตว์เลยซักกะนิด “We respect animals. We don’t wear them.” เมื่อวัวไม่ใช่กระเป๋า เมื่องูไม่ใช่เข็มขัด เมื่อแกะไม่ใช่รองเท้า เมื่อมิงค์ไม่ใช่ผ้าพันคอ และเมื่อขนเป็ดไม่ใช่เสื้อหนาว และนั่นคือที่มาของแบรนด์นี้ ขนาดตั้งชื่อแบรนด์ยังน่าสนใจเลยว่า “Save The Duck”

แบรนด์นี้เพิ่งก่อตั้งได้ไม่นานโดยคุณ Nicholas Bargi (Founder and CEO) เมื่อปี 2012 นี่เอง เขาเป็นเจน 3 ของตระกูลที่ทำธุรกิจในมิลานประเทศอิตาลี เขามีแนวคิดที่ชัดเจนว่า มุ่งสร้างโลกที่ดีกว่า โดยปราศจากการทรมานสัตว์ แบรนด์ของเขาจึงไม่มีการใช้ขนเป็ด ขนห่าน ไหม หรือหนังสัตว์ใดๆ ในการผลิต แต่เลือกใช้วัสดุสังเคราะห์คุณภาพสูงแทนเสื้อกันหนาวของ Save The Duck ใช้เทคโนโลยี PLUMTECH® ที่หลายคนสงสัยว่าจะอุ่นจริงหรือ แต่ฉนวนใยสังเคราะห์กันหนาวนี้เก็บความร้อนได้ดี มีน้ำหนักเบาและแห้งเร็วกว่าด้วย จึงรักษาง่ายกว่าขนเป็ดเสียอีก ดังนั้นสินค้าของแบรนด์นี้ทั้งเสื้อกันหนาว เสื้อพัฟและพาร์กา รวมถึงแอคเซสเซอรีต่างๆ สามารถใช้ในอุณหภูมิติดลบได้อย่างสบายๆ

Save The Duck ดำเนินการโดยมี 3 ชุดความคิดหลัก คือ We respect animal. (We don’t wear them.) We respect nature. (We design using 76% recycled materials.) และ We respect people. (We donate 1% of our annual turnover.) ตัวอย่างเช่น PLUMTECH®

นั่นก็ใช้ขวดพลาสติกไปปั่น ทำละลาย และทอออกมาเป็นเส้นใยสังเคราะห์ บรรจุลงไปในเสื้อพัฟได้อุ่นสุดๆ แถมยังซักด้วยเครื่องซักผ้าได้ด้วย

ในมุมการทำธุรกิจ การขยายสาขานอกจากอิตาลีแล้ว Save The Duck กำลังโด่งดังมากในสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น และกำลังจะขยายเพิ่มอีก 30 สาขา ใน 5 ปีข้างหน้านี้ มีการประมาณการรายได้อยู่ที่ 200 ล้านยูโร (7,600 ล้านบาท) ในปี 2029 แถมยังได้เป็นพาร์ทเนอร์อย่างเป็นทางการในการดูแลเครื่องแต่งกายให้ทีมฟิกเกอร์สเกตของสหรัฐฯในการแข่งขันโอลิมปิกฤดูหนาว 2026 ที่กำลังจะถึงนี้ด้วย

คิดว่าผู้อ่านหลายคนยังสงสัยว่าการทำแบรนด์แบบยั่งยืนนี้มันจะเป็นจุดขายได้จริงหรือ เอาเป็นว่าร้านที่มิลานคนเต็มร้าน ยืนรอคิวก็แล้วกันครับ เสื้อพัฟกันหนาวตัวนึงราคาก็ไม่เบาประมาณ 20,000 บาท เรียกว่าสินค้าที่ใส่ไอเดียรักโลกแล้วยังชาร์จ premium price ได้ชิลๆ เลย ช่วงนี้หลายคนไปเที่ยวต่างประเทศหนาวๆ หิมะตกอยากได้แบรนด์รักเป็ดนี้ไปใส่ให้อุ่นๆ สักตัวหรือยังครับ

เมื่อการดูแลตัวเอง คือการดูแลโลกไปพร้อมกัน

ในปี 2026 แนวคิดเรื่อง “สุขภาพ” ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การออกกำลังกายหรือการรับประทานอาหารที่ดีอีกต่อไป แต่กำลังขยายความหมายไปสู่การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ที่เชื่อมโยงร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างแยกไม่ออก สุขภาพที่ดีในวันนี้ จึงหมายถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยไม่สร้างภาระให้โลกในวันข้างหน้า

หนึ่งในความเปลี่ยนแปลงสำคัญของปี 2026 คือการเติบโตของ Sustainable Wellness หรือการดูแลสุขภาพอย่างยั่งยืน ผู้คนเริ่มตระหนักว่าการเลือกอาหารออร์แกนิกจากแหล่งท้องถิ่น การลดการบริโภคเนื้อสัตว์ และการหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่ก่อขยะจำนวนมาก ไม่เพียงดีต่อสุขภาพร่างกาย แต่ยังช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและรักษาสมดุลของระบบนิเวศไปพร้อมกัน สุขภาพส่วนบุคคลจึงเชื่อมโยงโดยตรงกับสุขภาพของโลก

อีกเทรนด์ใหม่ที่น่าจับตามองคือ การแพทย์เชิงป้องกันด้วยข้อมูล (Data-driven Preventive Health) เทคโนโลยีสุขภาพ เช่น อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะ และแอปพลิเคชันติดตามสุขภาพ ไม่ได้มีหน้าที่แค่บอกจำนวนก้าวหรืออัตราการเต้นของหัวใจ แต่ถูกพัฒนาให้วิเคราะห์พฤติกรรมระยะยาว คาดการณ์ความเสี่ยงของโรค และแนะนำการปรับไลฟ์สไตล์ที่เหมาะกับแต่ละบุคคล ซึ่งช่วยลดภาระของระบบสาธารณสุขในระยะยาว และสนับสนุนการดูแลสุขภาพอย่างยั่งยืน

ในปี 2026 ผู้คนยังให้ความสำคัญกับ สุขภาพจิตในบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลง มากขึ้น ความเครียดจากสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และวิถีชีวิตดิจิทัลที่เร่งรีบ ทำให้แนวคิดอย่าง Eco-mental Health หรือการดูแลสุขภาพจิตผ่านการเชื่อมโยงกับธรรมชาติได้รับความนิยม ไม่ว่าจะเป็นการใช้พื้นที่สีเขียวในเมือง การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟู หรือกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้คนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและโลกใบนี้

อีกเรื่องใหม่ที่ผู้อ่านควรรู้คือการเติบโตของ ระบบสุขภาพชุมชนที่ยั่งยืน หลายประเทศเริ่มหันมาสนับสนุนการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน ผ่านคลินิกชุมชน การส่งเสริมสมุนไพรท้องถิ่น และการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านสุขภาพแบบดั้งเดิมควบคู่กับการแพทย์สมัยใหม่ แนวทางนี้ไม่เพียงช่วยให้คนเข้าถึงการดูแลสุขภาพได้ง่ายขึ้น แต่ยังช่วยลดต้นทุน ลดการเดินทาง และเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน

ท้ายที่สุด สุขภาพในปี 2026 คือการเลือกใช้ชีวิตอย่างมีสติ รู้เท่าทันผลกระทบของการบริโภค และการใช้ทรัพยากร การดูแลตัวเองจึงไม่ใช่เรื่องส่วนบุคคลเพียงลำพัง แต่เป็นการมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมและโลกที่แข็งแรงไปพร้อมกัน เพราะสุขภาพที่ยั่งยืน เริ่มต้นจากการเลือกเล็ก ๆ ในชีวิตประจำวันของเราทุกคน

8 YEAR deco ANNIVERSARY

DECO GREEN ENERGY

NEW TECHNOLOGY • NEW CHOOSE

5ปี
รับประกัน
สูงสุด 5 ปี

CAN BUS
APPLICATION SUPPORT

3
STARTING METHODS
NFC CARD

MADE IN THAILAND

•จดทะเบียนได้ •ดาวน์น้อย •ผ่อนสบาย

CHOOSE YOUR RIDE • CHOOSE YOUR LIFE

ทิพยประกันภัย
DHIPAYA INSURANCE
ภาครัฐเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่

TIP อัพทูไมล์ แค่ไหน แค่นั้น

ใช้รถน้อย "เพราะมีรถหลายคัน"
เลือก จ่ายน้อย ได้ทุกคัน ตั้งแต่เริ่ม

ประกันรถยนต์ชั้น 1

เริ่มต้นเพียง 4,900 บาทต่อปี

เติมได้ ทบได้ สบาย ๆ แบบ UP TO YOU

Call Center 1736
หรือซื้อผ่านตัวแทนนายหน้าทิพยประกันภัย

หมายเหตุ : เงื่อนไขเป็นไปตามที่กรมธรรม์กำหนด ผู้ซื้อควรศึกษาข้อมูลก่อนทำประกันภัยทุกครั้ง