



หน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,600

Section: วาไรตี้/ผู้หญิงหน้า

วันที่: พฤศจิกายน 19 มิถุนายน 2568

ปีที่: 46 ฉบับที่: 16118

หน้า: 14(บน)

Col.Inch: 86.77 Ad Value: 138,832

PRValue (x3): 416,496

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: Marketbuzz ร่วมกับ มธ. เผยผลสำรวจปี'68 คนไทยกังวล'ปัญหา...

Marketbuzz ร่วมกับ มธ. เผยผลสำรวจปี'68 คนไทยกังวล'ปัญหาสิ่งแวดล้อม' ทัศนิกสูงแต่พฤติกรรมยังสวนทาง เนะโอกาสก้าวสู่ผู้นำแบรนด์ด้านความยั่งยืน

ผลสำรวจล่าสุดประจำปี 2568 โดย มาร์เก็ตบัสซ (หรือ Marketbuzz) ร่วมกับ วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.) เผยว่า สิ่งแวดล้อม ยังคงเป็นปัญหาอันดับหนึ่งของคนไทยกังวลมากที่สุด อย่างต่อเนื่อง แม้จะเผชิญกับแรงกดดันทางเศรษฐกิจและค่าครองชีพที่สูงขึ้นก็ตาม

การสำรวจประจำปีนี้ ซึ่งได้จัดทำต่อเนื่องทุกปีตั้งแต่ปี 2562 พบว่า “สิ่งแวดล้อมและมลพิษ” ยังคงเป็นความกังวลอันดับหนึ่งของคนไทย (44%) แม้จะเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าครองชีพที่สูงขึ้น (42%) และภาพรวมเศรษฐกิจ (30%) ที่ติดอันดับความกังวลลำดับต้นๆ เช่นกัน ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกันนี้สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นสิ่งที่คนไทยกังวลอย่างมาก แม้จะต้องเผชิญกับแรงกดดันทางการเงินที่ทวีความรุนแรงขึ้นก็ตาม

ช่องว่างระหว่างความกังวลและการลงมือทำ : ทัศนิกสูง แต่พฤติกรรมเปลี่ยนน้อย

แม้คนไทยจะมีความตระหนักสูง แต่ช่องว่างระหว่างความกังวลและการลงมือทำจริงยังคงมีนัยสำคัญ โดย 65% ของคนไทยเชื่อว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต และเกือบครึ่ง (48%) เชื่อว่าสถานการณ์จะ

เลวร้ายลงในอีก 5 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึงการกระทำที่ได้ทำไปในลำดับที่ผ่านๆ พฤติกรรมที่พบมากที่สุดคือ การปิดไฟ (50%) และปิดเครื่องปรับอากาศ (44%) ซึ่งเป็นกรกระทำที่ง่ายและทำเป็นประจำ ใช้ความพยายามน้อย และสามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง

ในทางกลับกัน มีเพียง 23% เท่านั้นที่ปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกจากร้านค้า แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่แสดงออกสู่สาธารณะ หรือพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยทั่วไปแล้ว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมจะทำได้ง่ายขึ้นเมื่อรู้สึกว่าคุณสามารถสร้างความแตกต่างได้ด้วยตนเอง การกระทำง่ายๆ เช่น การปิดไฟ หรือถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้า มักจะถูกทำบ่อยกว่า เพราะทำง่ายและให้ความรู้สึกว่าคุณสามารถควบคุมได้ นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้คนมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเมื่อพวกเขาารู้สึกว่าตนเองสามารถควบคุมและสร้างผลกระทบได้ทันที สำหรับพฤติกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้นหรือได้รับอิทธิพลจากระบบ เช่น การรีไซเคิลอย่างถูกวิธียังมีข้อจำกัด จึงเป็นโอกาสที่จะต้องให้คำแนะนำหรือแรงจูงใจ เพื่อแสดงถึงผลของการกระทำอย่างชัดเจน สร้างแรงจูงใจ และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง

“ช่องว่างระหว่างความกังวลและ

การลงมือทำนี้ ไม่ใช่ความล้มเหลว แต่เป็นคำเชิญชวน” มร.แกรนท์ บาร์โทลี่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มาร์เก็ตบัสซ (Marketbuzz) กล่าว “ความท้าทายในขณะนี้คือการเปลี่ยนผู้คนจากความกังวลแบบเฉยๆ ไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นให้มากขึ้น และแบรนด์ต่างๆ สามารถมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงนี้ได้”

โอกาสสำคัญสำหรับการก้าวสู่ผู้นำแบรนด์ด้านความยั่งยืน

ข้อมูลปี 2568 เผยว่า 66% ของคนไทยยังคงจะให้การสนับสนุนแบรนด์หรือองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการสนับสนุนนี้ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะหันมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เสมอไป เว้นแต่จะมีคุณลักษณะอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน เช่น บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถเป็นปัจจัยที่ทำให้แบรนด์มีความยั่งยืนมากขึ้นได้

มร.แกรนท์กล่าวเสริมว่า “การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอาจไม่ใช่เหตุผลอันดับหนึ่งที่ผู้คนตัดสินใจซื้อสินค้า แต่เมื่อคุณสมบัติอื่นๆ ทั้งหมดใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นราคา คุณภาพ ประสิทธิภาพ ฯลฯ ความยั่งยืนก็สามารถเป็นปัจจัยในการตัดสินใจได้ หากแบรนด์หนึ่งนำเสนอบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือคุณสมบัติที่ยั่งยืน ในขณะที่อีกแบรนด์ไม่มี สิ่งนี้สามารถพลิกการตัดสินใจซื้อได้เลย”



หน้า

Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,600

Section: ไร่/ผู้ถึงหน้า

วันที่: พฤษศปี 19 มิถุนายน 2568

ปี: 46 ฉบับที่: 16118

หน้า: 14(บน)

Col.Inch: 86.77 Ad Value: 138,832

PRValue (x3): 416,496

ศิลป์: สีส

หัวข้อข่าว: Marketbuzz ร่วมกับ มธ. เผยผลสำรวจปี'68 คนไทยกังวล'ปัญหา...

องค์กรที่มีความยั่งยืนจะเป็นผู้ผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

สิ่งนี้เปิดประตูให้แบรนด์ต่างๆ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยการออกแบบเพื่อสร้างผลกระทบ ด้วยการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับคุณค่าหลักของผลิตภัณฑ์ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และนำเสนอให้ผู้บริโภคมองเห็นและเชื่อมโยงได้ และง่ายต่อการลงมือทำแบรนด์ต่างๆ สามารถเปลี่ยนความกังวลไปสู่การลงมือทำ และสร้างคุณค่าของแบรนด์ได้ในกระบวนการนี้

งานวิจัยยังระบุถึงความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม 3 อันดับแรกของคนไทย ได้แก่ ภาวะโลกร้อน (46%) มลพิษทางอากาศ (45%) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (29%) ซึ่งตอกย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับการดำเนินการอย่างกว้างขวางและครอบคลุมในทุกอุตสาหกรรมและทุกภาคส่วน

ผศ.ดร.ประภาภรณ์ ติวยานนท์ มงคลวนิช คณบดีวิทยาลัยโลกคดีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า “เราได้รับการสนับสนุนจากความตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นและต่อเนื่องถึงภัยคุกคามทางสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่ความท้าทายทางเศรษฐกิจยังคงอยู่ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงคนไทยตระหนักถึงความรับผิดชอบร่วมกันในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้ยังตอกย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่จะสร้างความร่วมมือ



มร.แกรนท์ บาร์โทลี

ระหว่างภาคการศึกษา ธุรกิจ และการกำหนดนโยบายเพื่อเร่งความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน”

ผศ.ดร.ประภาภรณ์ อธิบายเพิ่มเติมว่า “ความจริงที่ว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังมีความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม แม้ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจไม่แน่นอน สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความรุนแรงของปัญหาเหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ช่องว่างที่ยังคงมีอยู่ระหว่างความกังวลและการลงมือทำ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการที่ชัดเจนสำหรับการสนับสนุนในระบบที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างและนโยบายที่ส่งเสริมให้บุคคลเปลี่ยนความตระหนักรู้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมและยั่งยืน”

อีกทั้ง ยังเน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของภาคเอกชนว่า “นี่คือจุดที่ความเป็นผู้นำขององค์กรมีบทบาทสำคัญ ธุรกิจมีทรัพยากร ขนาด และอิทธิพลที่จะช่วยให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ยั่งยืนได้ง่ายขึ้น เช่น ราคาที่ไม่แพง และความสะดวกสบายเมื่อบริษัทต่างๆ เป็นผู้นำด้วยความรับผิดชอบ



ผศ.ดร.ประภาภรณ์ ติวยานนท์ มงคลวนิช

ต่อสิ่งแวดล้อม พวกเขาไม่เพียงช่วยบรรเทาวิกฤตโดยตรงเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาได้อีกด้วย”

การสำรวจดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องของทุกคน โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป องค์กรหรือบริษัท และรัฐบาล เพื่อเปลี่ยนความตระหนักรู้ที่แพร่หลายไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรม ขณะที่แบรนด์ที่ก้าวเข้ามาเพื่อนำเสนอทางเลือกที่ยั่งยืนและทำให้การเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมง่ายขึ้น จะไม่เพียงช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ประโยชน์จากกระบวนการนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับแบรนด์ได้อีกด้วย

สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อ มร.แกรนท์ บาร์โทลี Marketbuzz ที่อีเมล (grant@buzzbees.com) หรือ มร.เนล เกลส์ วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่อีเมล (neil@sgs.tu.ac.th).



2



โพสต์ของ นสพ.addvariety



นสพ.addvariety

2 ชั่วโมง · 🌐



'สมาคมเพื่อนชุมชน' จับมือ คณะบัญชี ฯ มธ. รั่ววิสาหกิจชุมชน รุ่น 10 พัฒนาผลิตภัณฑ์ ลุย โครงการ "สมาคมเพื่อนชุมชนธรรมศาสตร์โมเดล ฯ" ปี 2568 เสริมรายได้ชุมชนเข้มแข็ง ต่อเนื่อง

สมาคมเพื่อนชุมชน จับมือคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดึง 6 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดระยอง ร่วมโครงการ "สมาคมเพื่อนชุมชนธรรมศาสตร์โมเดล ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนพื้นที่มาตาพุดคอมเพล็กซ์ รุ่นที่ 10" ประจำปี 2568 พร้อมเป็นที่เลี้ยงถ่ายทอด ความรู้ พัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพ เปิดมุมมองใหม่ ปรับปรุงสินค้ารับเทรนด์ตลาด สร้างรายได้ชุมชนยั่งยืน โข้วผลงานขับเคลื่อนโครงการ ฯ 9 รุ่น 64 วิสาหกิจชุมชน สร้างเม็ดเงินสะสมกว่า 108 ล้านบาท หนุนเศรษฐกิจฐานราก จ. ระยอง เข้มแข็ง

18 มิถุนายน 2568 – นายทศพร บุญยพิพัฒน์ นายกสมาคมเพื่อนชุมชน เปิดเผยว่า ในวันนี้ สมาคมเพื่อนชุมชน ซึ่งเป็นองค์กรต้นแบบความร่วมมือของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ขยายกลุ่มการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดระยอง จับมือภาคีเครือข่าย อาทิ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัทสมาชิกสมาคมเพื่อนชุมชน หน่ววิสาหกิจชุมชน (วสช.) จังหวัดระยอง เข้าร่วม "โครงการสมาคมเพื่อนชุมชนธรรมศาสตร์โมเดล ฯ รุ่นที่ 10" ปี 2568 โดยร่วมกันเป็นที่เลี้ยง ถ่ายทอดองค์ความรู้ แบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ นำนวัตกรรมเข้ามายกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ การวิเคราะห์ต้นทุน ตลอดจนพร้อมขยายและเพิ่มช่องทางการตลาด ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

สำหรับพิธีลงนามบันทึกความร่วมมือ (MoU) และพิธีส่งมอบโครงการสมาคมเพื่อนชุมชนธรรมศาสตร์โมเดล ฯ รุ่นที่ 10 ปีนี้ เป็นการพัฒนา ยกระดับศักยภาพ วสช. ซึ่งถือเป็นเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดระยอง ที่ผ่านมา ได้ดำเนินการไปแล้วตั้งแต่ปี 2559-2567 มีผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนา วสช. ไปแล้วทั้งหมด 9 รุ่น รวม 64 กลุ่ม สร้างรายได้สะสมกว่า 108 ล้านบาท โดยปีนี้ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมจำนวน 6 กลุ่ม ประกอบด้วย

- 1) วิสาหกิจชุมชนชิมเพลินเนินพระ พื้นที่เทศบาลเมืองเนินพระ
- 2) วิสาหกิจชุมชนสวนเพียงพอดีอำเภอบ้านฉาง พื้นที่เทศบาลตำบลบ้านฉาง
- 3) วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองผักหนาม พื้นที่เทศบาลตำบลมาบข่าพัฒนา
- 4) วิสาหกิจชุมชนขวัญจิราเครื่องประดับเงิน พื้นที่เทศบาลเมืองบ้านฉาง
- 5) วิสาหกิจชุมชนบ้านเมียงบ้านฉาง พื้นที่เทศบาลตำบลบ้านฉาง
- 6) วิสาหกิจชุมชนประมงเรือเล็กแก้อยอด พื้นที่เทศบาลนครระยอง

"การขับเคลื่อนโครงการ ฯ ดังกล่าว เป็นหนึ่งในโครงการที่เป็นส่วนสำคัญในการสานความร่วมมือแบบบูรณาการกับทุกภาคส่วน ทำให้เกิดการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกิดเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นการช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ส่งผลให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สมกับเจตนารมณ์ที่ว่า "บ้านเราน่าอยู่ สังคมยั่งยืน" สืบไป" นายทศพร กล่าว

นายกัทร เวहन รองผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง กล่าวว่า นับเป็นความร่วมมือของภาคสังคม ระหว่างภาครัฐ ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม และภาคอุดมศึกษา ที่ให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมเติมเต็มการพัฒนาด้านเศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดระยอง โดยนำองค์ความรู้จากทุกภาคส่วนมาพัฒนาและยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ทั้งด้านบริหารจัดการ การปรับปรุงคุณภาพสินค้า เพื่อยกระดับและศักยภาพ รวมถึงการรับรองมาตรฐานสินค้าต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกรินทร์ ยลระบิล รองคณบดีฝ่ายกิจการองค์กรและความยั่งยืน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า การดำเนินโครงการในครั้งนี้ สามารถเพิ่มมุมมองในการปรับปรุงสินค้าใหม่ให้สอดคล้องกับเทรนด์ตลาดปัจจุบัน โดยการประยุกต์และต่อยอดด้วยเทคโนโลยีและการบริหารจัดการอย่าง



แสดงความคิดเห็นในชื่อ Lalida Sawasdee



(<https://www.dailynews.co.th>)

 ข่าว(/news/)

> (<https://www.dailynews.co.th/regional/>)Sustain Daily(https://www.dailynews.co.th/news/news_group/sustainable/)
19 มิ.ย. 2568 • 8:00 u.

เปิดผลสำรวจปี 68 คนไทยเกือบครึ่ง กลัว 'โลกร้อน' แต่ไม่ขอเปลี่ยนพฤติกรรม



ผลสำรวจล่าสุดประจำปี 2568 โดยมาร์เก็ตบัซซ (หรือ Marketbuzz) ร่วมกับ วิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เผยว่า สิ่งแวดล้อมยังคงเป็นปัญหาอันดับหนึ่งที่คนไทยกังวลมากที่สุด แม้สังคมไทยจะอยู่ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและค่าครองชีพที่สูงขึ้นก็ตาม



(<https://social->

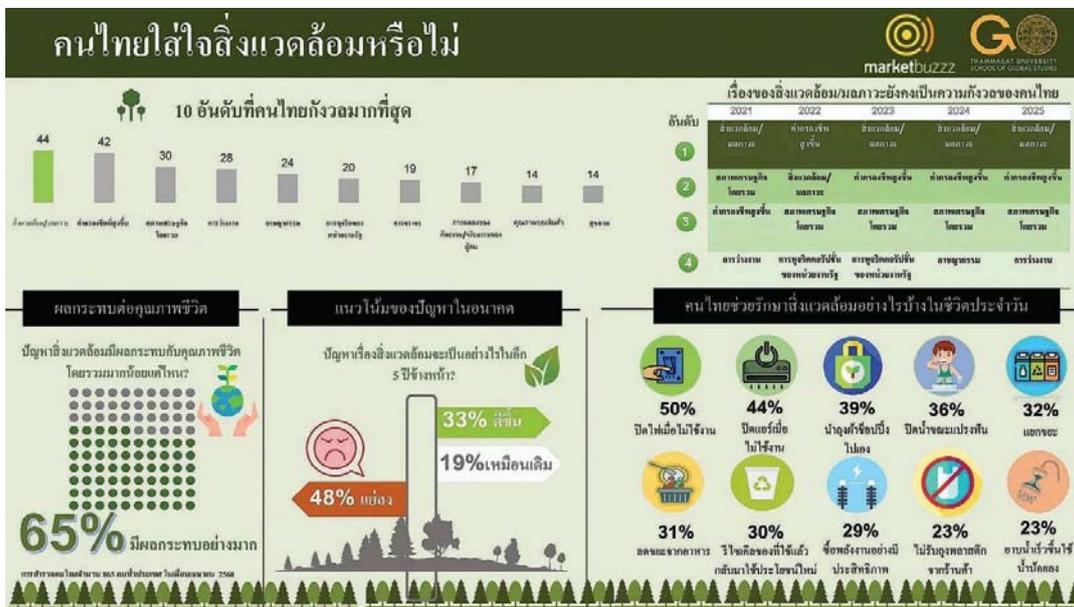
[plugins.line.me/lineit/share?](https://social-plugins.line.me/lineit/share?)

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

การสำรวจประจำปีนี้ ซึ่งได้จัดทำต่อเนื่องทุกปีตั้งแต่ปี 2562 พบว่า “สิ่งแวดล้อมและมลพิษ” ยังคงเป็นความกังวลอันดับหนึ่งของคนไทย (44%) แม้จะเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าครองชีพที่สูงขึ้น (42%) และภาพรวมเศรษฐกิจ (30%) ที่ติดอันดับความกังวลลำดับต้น ๆ เช่นกัน ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกันนี้สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นสิ่งทีคนไทยกังวลอย่างมาก

ตอกย้ำผลสำรวจคนไทยมีความตระหนักเรื่องสิ่งแวดล้อมสูง แต่ขาดการลงมือทำจริงยังคงมีนัยสำคัญ โดย 65% ของคนไทยเชื่อว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต และเกือบครึ่ง (48%) เชื่อว่าสถานการณ์จะเลวร้ายลงในอีก 5 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามถึงการกระทำที่ได้ทำไปในสัปดาห์ที่ผ่านมา พฤติกรรมที่พบมากที่สุดคือ การปิดไฟ (50%) และปิดเครื่องปรับอากาศ (44%) ซึ่งเป็นการกระทำที่ง่ายและ ทำเป็นประจำ ใช้ความพยายามน้อย และสามารถควบคุมได้ด้วยตนเอง ในทางกลับกัน มีเพียง 23% เท่านั้นที่ปฏิเสธการใช้ถุงพลาสติกจากร้านค้า แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมที่แสดงออกสู่สาธารณะ หรือพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลทางสังคมที่ลดลงอย่างเห็นได้ชัด

โดยทั่วไปแล้ว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมจะทำได้ง่ายขึ้นเมื่อรู้สึกว่าตนสามารถสร้างความแตกต่างได้ด้วยตนเอง การกระทำง่าย ๆ เช่น การปิดไฟ หรือถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้า มักจะถูกทำบ่อยกว่า เพราะทำง่ายและให้ความรู้สึกที่ตนเองสามารถควบคุมได้ นอกจากนี้ยังบ่งชี้ว่าผู้คนมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมเมื่อพวกเขาารู้สึกว่าตนเองสามารถควบคุมและสร้างผลกระทบได้ทันที สำหรับพฤติกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้นหรือได้รับอิทธิพลจากระบบ เช่น “การรีไซเคิลอย่างถูกวิธี” ยังมีข้อจำกัด จึงเป็นโอกาสที่จะต้องให้คำแนะนำหรือแรงจูงใจเพื่อแสดงถึงผลของการกระทำอย่างชัดเจน สร้างแรงจูงใจ และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง



มร.แกรนท์ บาร์โทลี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มาร์เก็ตบัซซ (Marketbuzz) กล่าวว่า ความท้าทายในขณะนี้คือการเปลี่ยนผู้คนจากความกังวลแบบเฉยชาไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นให้มากขึ้น และแบรนด์ต่าง ๆ สามารถมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงนี้ได้

“ช่องว่างระหว่างความกังวลและการลงมือทำนี้ ไม่ใช่ความล้มเหลว แต่เป็นคำเชิญชวน” มร.แกรนท์ บาร์โทลี บอก

อย่างไรก็ตามข้อมูลปี 2568 เผยว่า 66% ของคนไทยยังคงจะให้การสนับสนุนแบรนด์หรือองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการสนับสนุนนี้ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะหันมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เสมอไป เว้นแต่จะมีคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน เช่น บรรลุเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มร.แกรนท์ กล่าวเสริมว่า สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอาจไม่ใช่เหตุผลอันดับหนึ่งที่ผู้คนตัดสินใจซื้อสินค้า แต่เมื่อคุณสมบัติอื่น ๆ ทั้งหมดใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นราคา คุณภาพ ประสิทธิภาพ ฯลฯ ความยั่งยืนก็สามารถเป็นปัจจัยในการตัดสินใจได้ หากแบรนด์หนึ่งนำเสนอบรรลุเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือคุณสมบัติที่ยั่งยืน ในขณะที่อีกแบรนด์ไม่มี สิ่งนี้สามารถพลิกการตัดสินใจซื้อได้เลย อย่างไรก็ตามสิ่งนี้เปิดประตูให้แบรนด์ต่าง ๆ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยการออกแบบเพื่อสร้างผลกระทบ ด้วยการบูรณาการความยั่งยืนเข้ากับคุณค่าหลักของผลิตภัณฑ์ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น สามารถเปลี่ยนความกังวลไปสู่การลงมือทำ และสร้างคุณค่าของแบรนด์ได้ในกระบวนการนี้

งานวิจัยยังระบุถึงความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม 3 อันดับแรกของคนไทย ได้แก่ **ภาวะโลกร้อน (46%) มลพิษทางอากาศ (45%) และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (29%)** ซึ่งตอกย้ำถึงความจำเป็นเร่งด่วนสำหรับการดำเนินการอย่างกว้างขวางและครอบคลุมในทุกอุตสาหกรรมและทุกภาคส่วน

ผศ.ดร.ประภาภรณ์ ติวยานนท์ มงคลวนิช คณบดีวิทยาลัยโลกคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า ความจริงที่ว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังมีความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม แม้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศจะไม่ตึงเครียด แสดงให้เห็นว่าคนไทยเข้าใจปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีความรุนแรง และพร้อมที่จะแก้ไขแต่ขาดปัจจัยแรงกระตุ้นในการลงมือทำ ดังนั้นต้องมีการ ปรับโครงสร้างและจัดทำนโยบายที่ส่งเสริมให้บุคคลเปลี่ยนความตระหนักรู้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นรูปธรรมและ ยั่งยืน อย่างไรก็ตามมองว่าบทบาทของภาคเอกชนภายในประเทศ ที่มีความพร้อมทั้งทรัพยากร และบุคลากร ทำให้คนในประเทศเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนได้ง่ายขึ้น เช่น ต้องผลิตสินค้าที่ราคาไม่แพง ซื้อหาได้สะดวก

“เมื่อบริษัทต่าง ๆ เป็นผู้นำด้วยความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม พวกเขาไม่เพียงช่วยบรรเทาวิกฤติโดยตรงเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาได้อีกด้วย” **ผศ.ดร.ประภาภรณ์** กล่าวทิ้งท้าย.



(<https://social->

[plugins.line.me/lineit/share?](https://social-plugins.line.me/lineit/share?)

[url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Fnews%2F48](https://social-plugins.line.me/lineit/share?url=https%3A%2F%2Fwww.dailynews.co.th%2Fnews%2F48)

วช. สนับสนุนเครือข่าย RUN โขว์พลังวิจัย – นวัตกรรม ขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรคมูลค่าสูง สู้ซอฟต์แวร์ไทย ในงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568

Admin | June 19, 2025 | 0



วันที่ 17 มิถุนายน 2568 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จัดกิจกรรมบรรยายพิเศษในงาน “มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568 (Thailand Research Expo 2025)” ณ โรงแรม เซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ภายใต้หัวข้อ “RUN for Soft Power: Impactful Creative Economy, High Value Added by Research and Innovation” เพื่อส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมมาต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค และผลักดันซอฟต์แวร์ไทยสู่เวทีโลก



ดร.วิภารัตน์ ดีอ่อง ผู้อำนวยการ วช. กล่าวในพิธีเปิดว่า “การจัดงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ ซึ่งปีนี้ครบรอบ 20 ปี เป็นเวทีสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของเครือข่ายวิจัย โดยเฉพาะ RUN ซึ่งเป็นการรวมตัวของ 8 มหาวิทยาลัยชั้นนำ ที่ผลักดันผลงานวิจัยคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง และสร้างแรงบันดาลใจให้กับสังคม”

เครือข่าย RUN ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



TOTAL PAGEVIEWS



1 7 5 5 4 1 7

✓ KOREA

POPULAR 10

PHOTOGRAPHY

COMMENTS



Glitch

June 07, 2022 | 0



FACE

June 07, 2022 | 0



VLOG | 3년만에 마마무 독일공연 브이로그

June 07, 2022 | 0



ピーサンはなぜなくなるのか?

June 07, 2022 | 0



ALIVE

June 07, 2022 | 0



FEARLESS

June 07, 2022 | 0

ดร. วิภากรรัตน์ กล่าวปิดท้ายว่า “วช. และ RUN มีเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับงานวิจัยให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ของไทย หวังว่างานนี้จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยที่ยั่งยืน”



รองศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.พินิตพันธุ์ บริพัตร ประธานเครือข่าย RUN กล่าวว่า “RUN ภูมิใจที่ได้นำเสนอ 24 ผลงานวิจัยเด่น ภายใต้แนวคิด ‘เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่ออนาคตประเทศไทย’ โดยจัดแสดงในนิทรรศการชั้น 22 แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมและเทคโนโลยี - แสดงความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม - สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่เวทีโลก และ การพัฒนาอย่างยั่งยืน - เชื่อมโยงกับเป้าหมายชุมชนเข้มแข็ง” ทั้งนี้ เครือข่ายพันธมิตรมหาวิทยาลัยเพื่อการวิจัย RUN ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อขับเคลื่อนประเทศสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน



นอกจากนี้ ยังมีการจัดเสวนาในหัวข้อ “RUN for Soft Power” โดยแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อยที่น่าสนใจ ได้แก่ หัวข้อ "Premiumization Soft Power Thai ผ่านงานวิจัย" โดย คุณนิตินันท์ ดารกานนท์ ประธานบริษัท Sonite Innovative Surfaces และรองศาสตราจารย์ ดร.ชาคร ประพรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การต่อยอดงานวิจัยในเชิงพาณิชย์ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน พร้อมส่งเสริมภาพลักษณ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศในเวทีโลก





หัวข้อ "Premiumization Muay Thai by Research and Innovation" โดย ศาสตราจารย์ ดร.สุนทร ชูตินธรานนท์ จากสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และตัวแทนจากบริษัททีวีบุรพา ค่ายมวยบัวขาวเมฆ ร่วมเสนอแนวทางการยกระดับมวยไทยให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมระดับพรีเมียม ด้วยการบูรณาการงานวิจัยและนวัตกรรมทั้งด้านเทคนิคการฝึกซ้อม การสร้างแบรนด์ และการขยายตลาดสู่ระดับโลก ความร่วมมือนี้ยังเน้นการใช้ Soft Power ไทยเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมของมวยไทยอย่างยั่งยืน

หัวข้อ "Global Festival ทำให้เจ๋ง ทำให้ปังได้ ต้องมีงานวิจัยขับเคลื่อน?" โดย คุณกราสิก สมิตะสิริ จากสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองศาสตราจารย์ ดร.ภาวีกา ศรีรัตนบัลล์ จากสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และรองศาสตราจารย์ ดร.อารวรรณ แดงบุบผา จากมหาวิทยาลัยนเรศวร ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการใช้ Soft Power เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเน้นว่า เทศกาลระดับโลกจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยงานวิจัยที่แข็งแกร่ง ทั้งด้านคอนเทนต์และกลยุทธ์ การผสานองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาจะช่วยสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาดโลก ขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ส่งเสริม Soft Power ไทยให้ก้าวไกลในระดับสากล

งาน “มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 16 – 20 มิถุนายน 2568 โดยครอบคลุมประเด็นวิจัยทั้งด้านสังคม พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม เน้นการต่อยอดสู่ซอฟต์แวร์ในมิติใหม่ ๆ ที่สามารถขับเคลื่อนประเทศต่อไปในอนาคต ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมงานได้ฟรี ที่ <https://researchexpo2025.com>

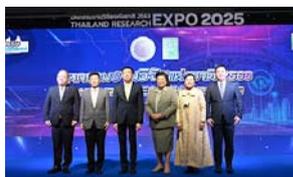
TAGS: EVENT นวัตกรรม งานวิจัย วช



RELATED POSTS



วช. สนับสนุนเครือข่าย RUN ไซเบอร์พลังวิจัย – นวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง สู่ซอฟต์แวร์ไทย ในงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568
 June 19, 2025 0



Thailand Research Expo 2025 ชูสมรรถนะนักวิจัยและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ปลูกพลังนวัตกรรม พลิกโฉมอนาคตชาติ
 June 18, 2025 0



RUN เปิดนิทรรศการแสดงผลงานวิจัยและนวัตกรรม 24 ผลงาน ภายใต้ธีม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่ออนาคตประเทศไทย” ในงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568 ไซเบอร์ศึกษา ด้านนวัตกรรม – ศิลปวัฒนธรรม – ความยั่งยืน พร้อมเวทีเสวนา Soft Power ขับเคลื่อนอนาคตไทย
 June 17, 2025 0



PREVIOUS
 ที่สุดของประสบการณ์ดนตรี เปลี่ยนเพลงร็อกที่คุณเคยรู้จักไปตลอดกาล Assetwise

NEXT

You are seeing the Latest Post



NEWS UPDATE

วช. สนับสนุนเครือข่าย RUN โขว์พลังวิจัย – นวัตกรรม ขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง สู่ซอฟต์แวร์ไทย ในงาน มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568



By Admin

On มิ.ย. 18, 2025

วันที่ 17 มิถุนายน 2568 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จัดกิจกรรมบรรยายพิเศษในงาน “มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568 (Thailand Research Expo 2025)” ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ภายใต้หัวข้อ “RUN for Soft Power: Impactful Creative Economy, High Value Added by Research and Innovation” เพื่อส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมมาต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และผลักดันซอฟต์แวร์ไทยสู่เวทีโลก



ดร.วิภารัตน์ ดีอ่อง ผู้อำนวยการ วช. กล่าวในพิธีเปิดว่า “การจัดงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ ซึ่งปีนี้ครบรอบ 20 ปี เป็นเวทีสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของเครือข่ายวิจัย โดยเฉพาะ RUN ซึ่งเป็นการรวมตัวของ 8 มหาวิทยาลัยชั้นนำ ที่ผลักดันผลงานวิจัยคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง และสร้างแรงบันดาลใจให้กับสังคม”
เครือข่าย RUN ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.วิภารัตน์ กล่าวปิดท้ายว่า “วช. และ RUN มีเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับงานวิจัยให้เป็นพลังขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์ของไทย หวังว่างานนี้จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน”



รองศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.พินิตพันธุ์ บริพัตร ประธานเครือข่าย RUN กล่าวว่า “RUN ภูมิใจที่ได้นำเสนอ 24 ผลงานวิจัยเด่น ภายใต้แนวคิด ‘เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่ออนาคตประเทศไทย’ โดยจัดแสดงในนิทรรศการชั้น 22 แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมและเทคโนโลยี – แสดงความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม – สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่เวทีโลก และ การพัฒนาอย่างยั่งยืน – เชื่อมโยงกับเป้าหมายชุมชนเข้มแข็ง” ทั้งนี้ เครือข่ายพันธมิตรมหาวิทยาลัยเพื่อการวิจัย RUN ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อขับเคลื่อนประเทศสู่อนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังมีการจัดเสวนาในหัวข้อ “RUN for Soft Power” โดยแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อยที่น่าสนใจ ได้แก่ หัวข้อ “Premiumization Soft Power Thai ผ่านงานวิจัย” โดย คุณนิติพันธุ์ ดารกานนท์ ประธานบริษัท Sonite Innovative Surfaces และรองศาสตราจารย์ ดร.ชาคร ประพรหม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การต่อยอดงานวิจัยในเชิงพาณิชย์ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน พร้อมส่งเสริมภาพลักษณ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศในเวทีโลก



หัวข้อ "Premiumization Muay Thai by Research and Innovation" โดย ศาสตราจารย์ ดร.สุนทร ชูตินทรานนท์ จากสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และตัวแทนจากบริษัททีวีบูรพา ค่ายมวยบัญชาเมฆ ร่วมเสนอแนวทางการยกระดับมวยไทยให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมระดับพรีเมียม ด้วยการบูรณาการงานวิจัยและนวัตกรรม ทั้งด้านเทคนิคการฝึกซ้อม การสร้างแบรนด์ และการขยายตลาดสู่ระดับโลก ความร่วมมือนี้ยังเน้นการใช้ Soft Power ไทย เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ควบคู่กับการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมของมวยไทยอย่างยั่งยืน

หัวข้อ "Global Festival ทำให้เจ๋ง ทำให้ปังได้ ต้องมีงานวิจัยขับเคลื่อน?" โดย คุณกราสิก สมิตะสิริ จากสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองศาสตราจารย์ ดร.ภาวิกา ศรีรัตนบัลล์ จากสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และรองศาสตราจารย์ ดร.อารวรรณ แดงบุบผา จากมหาวิทยาลัยนเรศวร ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการใช้ Soft Power เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเห็นว่า เทศกาลระดับโลกจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยงานวิจัยที่แข็งแกร่ง ทั้งด้านคอนเทนต์และกลยุทธ์ การผสมผสานองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาจะช่วยสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาดโลก ขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ส่งเสริม Soft Power ไทยให้ก้าวไกลในระดับสากล

งาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568" จัดขึ้นระหว่างวันที่ 16 – 20 มิถุนายน 2568 โดยครอบคลุมประเด็นวิจัยทั้งด้านสังคม พาณิชยกรรม และอุตสาหกรรม เน้นการต่อยอดสู่ซอฟต์แวร์ในมิติใหม่ ๆ ที่สามารถขับเคลื่อนประเทศต่อไปในอนาคต ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมงานได้ฟรี ที่ <https://researchexporegistration.com>



Admin - 4854 Posts - 0

Comments