

SINGHA

M A G A Z I N E

www.singhamagazine.com

ISSUE 1 / 2021 มีนาคม 2564

R&D
TEAM

ตามไปดู ทีมวิจัย
และพัฒนาผลิตภัณฑ์

น้ำหวานโซดา
เล่นกับความซ่า
ที่ไม่เคยจาง

SODA

YAMAZAKI

ยามาซากิ ทำนานเบเกอรี่สไตล์ญี่ปุ่น

MISTER
CARTOON

ศิลปินผู้จารภาพฝัต้นบนเนื้อหนัง



DIGITAL
VERSION

นิตยสารภายในเพื่อชาวบุญรอด

• • • •

145.-



250.-



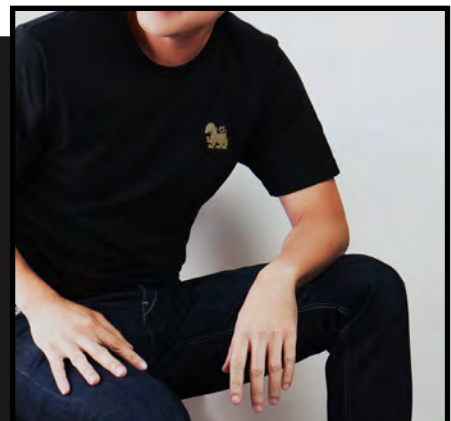
75.-



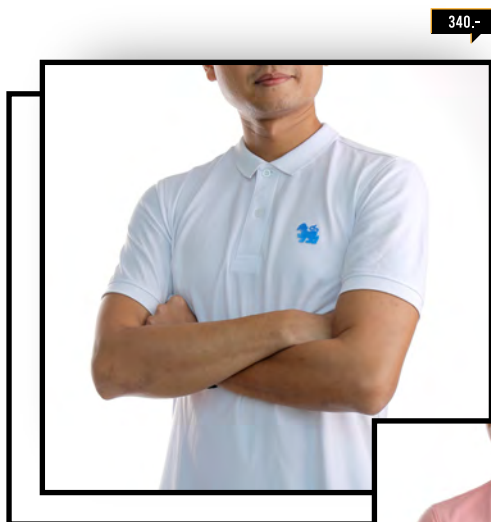
25.-

ร่ายได้เข้ามูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี

• • • •



140.-



...

180.-

NEW COLLECTION



180.-



945.-

ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

TEL. 02-242-4324



ขอคำแรก



เมื่อพูดถึงโซดาสิงห์ก็จะทำให้ผมนึกถึงคุณปู่ วิทยุ ภิรมย์ภักดี ทุกครั้ง คุณปู่เล่าเรื่องโซดาสิงห์มาตั้งแต่ต้น ออกขายสู่ตลาดไทยครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2480 หรือ 84 ปีที่แล้ว ผลิตภัณฑ์เบียร์ 3 ปี ก่อนหน้านั้น พระยาภิรมย์ภักดีก็ได้ส่งคุณปู่ไปเรียนต่อที่อังกฤษด้านการเงินและดูงานด้านโซดาด้วย และได้สั่งซื้อเครื่องผลิตโซดาเครื่องแรกจาก Barrett & Foster กรุงลอนดอน ต่อมาบริษัท ก็ได้ผลิตน้ำหวานนานาชนิดขึ้นมาด้วย และเครื่องดื่ม non-alcohol ก็กลายเป็นสินค้าสำคัญควบกับน้ำแข็งที่สามารถพ่วงบริษัทให้ผ่านพ้นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มาได้ มิฉะนั้นคงจะล่มไปแล้วเพราะเราผลิตเบียร์ลำบากเนื่องจากไม่สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้แม้ว่าจะหันมาซื้อหลายอย่างจากทางญี่ปุ่นเพื่อทดแทนของที่ขาดตลาดในยุโรปก็ตาม มาถึงปัจจุบันโซดาสิงห์ก็ยังคงเป็นอันดับ 1 ในไทย ทุกหยดซ่า โซดาสิงห์ ก็ยังเป็นเช่นนั้น ซ้ำกว่าโซดาอื่นก็ห่อยื่น และคงความซ่าได้นานมากที่สุด คุณปู่เองก็มีส่วนช่วยเพราะเป็นผู้ผลิตก๊าซซีโอทูในช่วงสงครามด้วยอีก เพื่อใช้อัดความซ่าให้แก่โซดาทุกขวด ในสมัยก่อนคนจะดื่มโซดาแทนน้ำกันมาก โดยเฉพาะฝรั่ง เพราะน้ำยังไม่ได้มีการ

ฆ่าเชื้อบรรจุขวดแบบในปัจจุบัน โซดาถือว่าได้ผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อโรคมาเรียบร้อยแล้วเช่นเดียวกับเบียร์ สมัยก่อนหลายร้อยปีมาแล้ว คนถึงได้บริโภคเบียร์และโซดามากกว่าน้ำ

ในส่วนของการนำหวานตราสิงห์ก็มีหลายรสหลายแบบแต่ต้องถูกยกเลิกไปเมื่อเราต้องสู้กับน้ำตาลที่กลายเป็นน้ำยอดฮิตของไทยไป แต่ก็มีที่บริษัทกลับมาผลิตน้ำผลไม้ห่อยื่น สิ่งนี้ เพรช อยู่ช่วงหนึ่ง มาถึงวันนี้มีสิ่งใหม่เลมอนโซดาออกมาใหม่ ก็เหมือนกับย้อนกลับไปในอดีตอีก เพราะเราเองก็เคยมีเลมอนโซดามาก่อนหน้า เป็นที่เรียกขานกันว่าน้ำมะเน็ด หรือ Lemonade นั่นเอง เป็นสินค้ายอดฮิตอีกครั้ง 80 ปีให้หลัง แต่อีกผลิตภัณฑ์ที่เราเคยมีและหลายคนอาจจะไม่รู้ คือ น้ำสละ คล้ายกับเฮลล์สลับบอย แต่หอมกว่ามากและรสชาตินุ่มนวล ผมได้มีโอกาสลิ้มรสตอนเด็กๆ เพราะถึงแม้ว่าเราจะหยุดผลิตไปแล้ว แต่แทนที่หัวเชื้อจะถูกทิ้งไป คุณปู่วิทยุก็ได้เก็บมาผลิตให้ลูกหลานได้ดื่มกันต่อ จนหมดหัวเชื้อซึ่งเป็นวันที่เศร้ามาก ยังจำได้เลย วันสุดท้ายที่หลานๆ เรียงคิวกันเข้าบ้านคุณปู่เพื่อไปรับคนละขวดสุดท้าย ค่อยๆ ดื่มกันแบบประหยัดเพราะรู้ว่าหมดแล้วหมดเลย



คุณวิทย์ ภิรมย์ภักดี ไปอังกฤษ ปี 2478



โรงงานน้ำหวานและโซดา



น้ำท่วมบุญรอด

ในปีนี้ เราครบรอบ 10 ปี สิ่งท้อสา แต่สำหรับผมและลูกหลานของพระยาภิรมย์ภักดีทั้งหลาย พร้อมทั้งครอบครัวสิ่งที่อยู่กันมานานก็รู้ว่า สิ่งสิ่งท้อสาครบ 10 ปีจริง แต่กิจกรรมของสิ่งท้อสานั้นมีมานานกว่ามาก ถ้านับจากกิจกรรมที่พระยาภิรมย์ภักดีทำมาก็เกิน 100 ปีไปแล้ว แต่ถ้านับจากความเป็นสิ่งท้อ หรือเมื่อบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้เกิดขึ้น ก็สามารถพูดได้เต็มปากว่าประมาณ 80 ปีที่แล้ว คุณจินตน์ที่เคยให้ผมหาข้อมูลจากอดีตว่า ท่านเจ้าคุณเริ่มกิจกรรมต่างๆ นี่เมื่อไหร่ โชคดีที่มีบันทึกของท่านเจ้าคุณและบันทึกประชุมกรรมการบริษัท พระยาภิรมย์ภักดีเขียนไว้อย่างละเอียดมากในเรื่องของการช่วยเหลือสังคม จากเรื่องที่คุณจะเล็ก เช่น การปลูกกล้วยไม้ที่ท่านทำเป็นงานอดิเรกและเห็นว่าสวยและทำให้สบายใจ ก็เลยสั่งเข้าจากอังกฤษเพื่อตกแต่งท่าเรือเมล์ตอนสมัยที่ทำธุรกิจเรือเมล์ขาวเพื่อให้คนที่เรือได้อยู่กับของสวยของงาม ไปจนถึงการบริจาคเงินสร้างสวนลุมและกระโจมในสวนลุม และที่ลืมไม่ได้ก็น่าจะเป็นเรื่องที่ท่านเอาเรือเมล์ติดที่สูบน้ำช่วยดับไฟที่ไหม้อาคารริมแม่น้ำเจ้าพระยาแบบไม่คิดมากจนเป็นที่รู้จัก และได้รับพระราชกระแสรับสั่งจากล้นเกล้ารัชกาลที่ 6 ให้แสดงการสูบน้ำถวาย ทุกอย่างแสดงให้เห็นว่าท่านเจ้าคุณคิดถึงผู้อื่นตลอดเวลา และให้ความช่วยเหลือแบบไม่ต้องคิดมาก ทำได้เท่าไรก็เท่านั้น ให้เต็มที่

จากบันทึกการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 136 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2485 ก็ได้บันทึกการให้ความช่วยเหลือในช่วงน้ำท่วมใหญ่กรุงเทพฯ ในปี 2485 ด้วย อาจจะถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งท้อสาก็น่าจะเหมาะสมดี เหตุการณ์น้ำท่วมหนักในกรุงเทพฯ ในครั้งนั้น ตั้งแต่ปลายเดือนกันยายนถึงวันที่

30 พฤศจิกายน น้ำท่วมหนักกว่าปี 2460 เกือบเท่าตัว จากที่ฝนตกหนักมากกว่าปกติ ผู้คนได้รับความเดือดร้อนกันถ้วนหน้าทางรัฐได้ขอความช่วยเหลือจาก บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัดอย่างเป็นทางการ โดยระบุจำนวนเงินที่ 1,000 บาท (ประมาณ 300,000 บาท ในปัจจุบัน) พระยาภิรมย์ภักดีได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วว่าอาจจะขาดแคลนอาหาร จึงได้จัดซื้อข้าวสาร 300 กระสอบมาไว้เผื่อพนักงานขาดแคลนและได้แบ่งให้รัฐไป 100 กระสอบ สำหรับใช้ในเขตสามเสนและขยายวงออกไปตามที่เหมาะสม บวกเงินอีก 1,500 บาท (ประมาณ 450,000 บาท ในปัจจุบัน) ในขณะที่บริษัทขาดทุนอยู่ประมาณวันละ 500 บาท ในช่วงเดือนตุลาคมของปีนั้น เหตุที่เพราะผลกระทบจากน้ำท่วมและสงครามโลกครั้งที่ 2 นั่นเอง

ที่กล่าวมาคือความภูมิใจของความเป็นสิ่งท้อสาคือคนเราเวลาคิดถึงคนอื่นด้วยใจจริง เขาก็ทำไปแบบสัญชาตญาณ หลายคนที่มีเงินก็อาจจะโยนให้ตามจำนวนที่รัฐบาลขอ แต่พระยาภิรมย์ภักดีให้มาตลอดในสัดส่วนที่เหมาะสม มีน้อยก็ให้พอประมาณมีมากก็ให้พอประมาณในระดับที่สูงขึ้นมา สิ่งท้อสา หรือกลุ่มคนที่ไม่มีชื่อก่อนเป็นที่รู้จักในนามสิ่งท้อสาก็ให้ทั้งกายและใจถ้าไม่ใช่เงินกันมาอย่างสม่ำเสมอโดยตลอด ที่ภูมิใจอีกก็คือ spirit ของพระยาภิรมย์ภักดีก็ยังสืบลูกหลาน จากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมา และในบริบทนี้ตลอด ปีติ ภิรมย์ภักดี ก็คือผู้ที่จัดกิจกรรมสิ่งท้อสามาตั้งแต่ต้นอย่างที่ว่า ประชาชนทั่วไปเห็นว่าครบ 10 ปี แต่เราชาวสิ่งท้อรู้ว่ามีนานมากกว่านั้น เรามีประวัติศาสตร์ยาวนาน ผมก็ภูมิใจมากครับ และก็หวังว่าหลายคนจะรู้สึกเช่นเดียวกัน

สรวิช ภิรมย์ภักดี

ISSUE 1 / 2021 มีนาคม 2564

เรื่องเด่น

น้ำหวานโซดา เสน่ห์ความซ่าที่ไม่เคยจาง

26



22



50



56

ข่าว

ข่าวสารกิจกรรม รู้ความเคลื่อนไหวภายในองค์กร

8

สิงห์

ถามมาตอบไป คุณได้เรียนรู้อะไรจาก COVID-19

38

ตามไปดู ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

44

ของเก่าเล่าเรื่อง ตู๊กดเบียร์สะพายหลัง

54

รีวิว

เพลงท่องเที่ยววิถีใหม่ ไม่ได้เที่ยวแต่ยังเที่ยวได้

22

ความรู้ทั่วไป

บุคคลน่าสนใจ Mister Cartoon ศิลปินผู้จรรกราฟฟิตี้บนเนื้อหนัง

50

ธุรกิจครอบครัว ยามาซากิ เปิดตำนานเบเกอรี่สไตล์ญี่ปุ่น

56

สุขภาพดีมีเคล็ดลับ เกร็ดคุณประโยชน์จากโซดา

62

Knowledge Inside Food & Beverage ในอีก 1 ทศวรรษ

64

คอลัมน์พิเศษ

Interview to inspire ยัม-ศศิวิมล เพ็ชรน้ำส้น

40

หาเรื่องมาแชร์ แשרความกล้า อวูธลิมของฮีโร่

60

บันเทิง

ทำนายคลายเครียด ทายนิสัยจากอัญมณีที่คุณชอบ

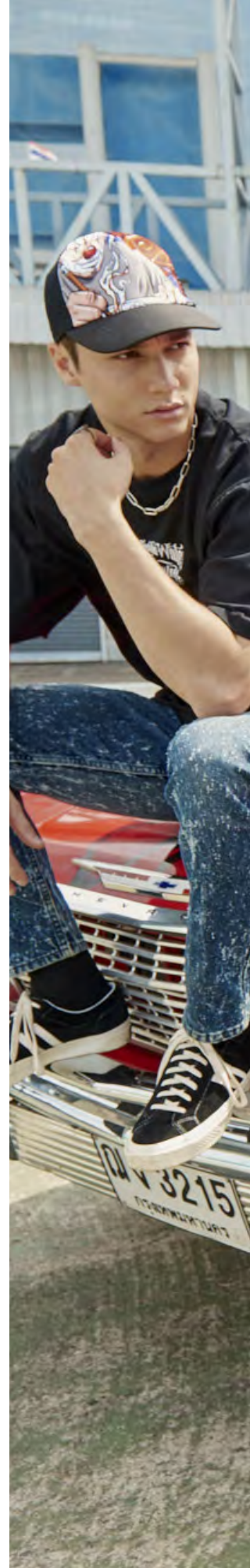
66

แนะนำแวดวงซิกส์ หนังสือ(สื่อ)แนวผู้หญิงสุดดีต่อใจ

68

สัมภาษณ์สั้น น้ำ-กัญญ์กุลณัช ปัญญาทิตตินันท์

70





Singha Soda Water x Mister Cartoon

SINGHA
M A G A Z I N E

ISSN 1686-4085

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ
บริษัท พิพิธภัณฑ์สิ่งทอ จำกัด พ.ศ. 2564
ผู้ใดต้องการทำซ้ำหรือดัดแปลงเพื่อเผยแพร่
กรุณาติดต่อเพื่อขออนุญาตที่บรรณาธิการ
โดยตรง

บรรณาธิการ

สรวิชัย ภิรมย์ภักดี

กองบรรณาธิการ

ภมรพล จันทนะโพธิ

ศิริมล โฉมปราชญ์

ลลิตา พงษ์วิทย์วารังค์

กราฟิกดีไซน์เนอร์

มัลลิกา คิม

สารเดช สุวรรณประสิทธิ์

โฆษณาและการตลาด

รชชดา บุญยปรีตยุช

ประสานงาน

ณณายาดา สายบัว

ช่างภาพกิตติมศักดิ์

อร่าม อินทรภิรมย์

บริษัท พิพิธภัณฑ์สิ่งทอ จำกัด

999 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี

เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

singhamag@boonrawd.co.th

พิมพ์ที่ บริษัท ศรีสยามการพิมพ์ จำกัด

473 ซอยสุทธิพร 2 ถนนประชาสงเคราะห์

ดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2641-7941



ที่มาภาพปก: คอลัมน์น้ำหวานโซดา

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา พระราชทานเข็มที่ระลึกให้ “บุญรอดบริวเวอรี่”

@ กรุงเทพมหานคร | 8 ธันวาคม 2563

พลเอกหญิง สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา พระราชทานเข็มที่ระลึกงาน “เพื่อนพ้อง 2563” แก่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดย นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นผู้แทนบริษัทฯ เข้ารับพระราชทาน ในฐานะผู้มีอุปการคุณ สนับสนุนการจัดงานเพื่อนพ้อง 2563 ณ สวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ฯ เขตจตุจักร ■



ผู้แทนบริษัทบุญรอดฯ ถวายพระพร เนื่องในวันคล้ายวันประสูติ “เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ”

@ กรุงเทพมหานคร | 8 มกราคม 2564

นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นผู้แทนบริษัทฯ ลงนามถวายพระพรและถวายแจกันดอกไม้หน้าพระรูป สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา เนื่องในวันคล้ายวันประสูติ 8 มกราคม 2564 ด้วยสำนึกในพระกรุณาธิคุณและแสดงความจงรักภักดี ณ กองงานส่วนพระองค์ 904 ส่วนแยกวังสุโขทัย

ในวันเดียวกันนี้ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ พระราชทานพระวโรกาสให้นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ในนามผู้แทน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เข้าเฝ้าเป็นการส่วนพระองค์ เพื่อถวายพระพรชัยมงคลและถวายเงินเพื่อโดยเสด็จพระกุศลตามพระอัธยาศัย ณ พระตำหนักใหญ่ วังสุโขทัย ■



ผู้บริหารบุญรอดฯ ลงนามถวายพระพร “กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ”

@ กรุงเทพมหานคร | 13-14 มกราคม 2564

คณะผู้บริหาร บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดย นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พร้อมด้วย นายจุตินันท์ ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เข้าทูลเกล้าฯ ถวายแจกันดอกไม้หน้าพระฉายาลักษณ์ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และลงนามถวายพระพรให้ทรงหายจากพระอาการ

ประชวร ณ ศาลาสหทัยสมาคม พระบรมมหาราชวัง

วันต่อมา ตัวแทน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดย ร้อยโท ณัฏฐพงษ์ ภิรมย์ภักดี VP-Head Corporate Support Group พร้อมด้วย นายสุวิชัย สก๊อต Head of Organization Capability ได้เชิญแจกันดอกไม้ทูลเกล้าฯ ถวายเบื้องหน้าพระฉายาลักษณ์ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี พร้อมลงนามถวายพระพรด้วยเช่นกัน ■





ประกาศ
เรื่อง พระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ
พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว
มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์ จำนวน ๕๐ คน
ดังนี้

มหาวชิรมงกุฏ

๑. นายปราเสริฐ ปราสาททองโอสถ
๒. นายสันติ ภิรมย์ภักดี
๓. นายสุทธิเกียรติ จิราธิวัฒน์
๔. นางจิตติมา จารุจินดา
๕. นายฉัตรทิพย์ ตันตพระศาสน์
๖. นายพลพีร์ ดุลยสุวรรณ
๗. นายอัศวิน เดชะเจริญวิกุล

ประณามกรณช้างเผือก

๑. คุณหญิงหรี เจียรนวนนท์
๒. นางนวลพรรณ ล่ำซำ
๓. นายวิชัย บุญจรงค์กุล
๔. นายสุภกิจ เจียรนวนนท์
๕. นายศุภชัย เจียรนวนนท์

ประณามกรณมงกุฎไทย

๑. นายอุณา ภิรมย์ภักดี
๒. นายวาปี ภิรมย์ภักดี
๓. นายวัลลภ เจียรนวนนท์
๔. นายประจักษ์ ตั้งคารวคุณ
๕. นางยุพา ล่ำซำ
๖. นางเอนอร ศรีวัฒนประภา
๗. นายสุทธิชัย จิราธิวัฒน์
๘. นายสาริษฐ์ รัตนาวะดี
๙. นางวัลลีย์ ปราสาททองโอสถ
๑๐. นายปณต สิริวัฒนภักดี
๑๑. นายฐานันท์ สิริวัฒนภักดี
๑๒. นางจุฬามาศ บุญจรงค์กุล
๑๓. นางสาวปรมภรณ์ ปราสาททองโอสถ
๑๔. นางมาริษา เจียรนวนนท์
๑๕. นายจาตุรนต์ โกมลมิศร์

ทวีติยาภรณ์มงกุฎไทย

๑. นางมุกดา จิราธิวัฒน์ เอื้อวัฒนสกุล
๒. นางรัตนา จิราธิวัฒน์
๓. นางละออ ตั้งคารวคุณ
๔. นางณลินี รัตนาวะดี
๕. นายพณิพงศ์ ปราสาททองโอสถ
๖. นางเด่นนภา ปราสาททองโอสถ
๗. นายสาระ ล่ำซำ
๘. นางวรรณพร พรประภา
๙. นายอภิเชษฐ์ ศรีวัฒนประภา
๑๐. นายอัยวัฒน์ ศรีวัฒนประภา
๑๑. นายทศ จิราธิวัฒน์

๑๒. นายเบญญู จิราธิวัฒน์
 ๑๓. นางบุษดี เจียรนนท์
 ๑๔. นางสาวรมาศ ศรีวัฒนประภา
 ๑๕. นางสาวอรุณรุ่ง ศรีวัฒนประภา
 ๑๖. นางอาทิตย์ พิษานนท์
 ๑๗. นางวัลลภา ไตรโสรัส
 ๑๘. หม่อมหลวงศรัณุ ศรีวัฒนภักดี
 ๑๙. นางปัทมา ศรีวัฒนภักดี
 ๒๐. นางฐาปณี เดชะเจริญวิกุล
 ๒๑. นางสาวณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี
 ๒๒. นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี
 ๒๓. นางสาววิญญา ยอดนวล
- ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๗ มกราคม พุทธศักราช ๒๕๖๔

ประกาศ ณ วันที่ ๑ กุมภาพันธ์ พุทธศักราช ๒๕๖๔ เป็นปีที่ ๖ ในรัชกาลปัจจุบัน

ประกาศ

เรื่อง พระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์

พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรรามาธิบดีศรีสินทรมหาวชิราลงกรณ พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์จำนวน 50 คน ในจำนวนนี้รวมถึงผู้บริหารระดับสูง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้แก่

- มหาวชิรมงกุฏ
นายสันติ ภิรมย์ภักดี
- ประถมภรณ์มงกุฎไทย
นายวุฒา ภิรมย์ภักดี
นายวาปี ภิรมย์ภักดี
- ทวีติยาภรณ์มงกุฎไทย
นางสาวณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี
นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี ■

ร่วมอาลัย พลเอกชัยณรงค์ หนุณภักดี

เมื่อช่วงเช้าของวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2564 พลเอกชัยณรงค์ หนุณภักดี อดีตรองผู้บัญชาการทหารสูงสุด อดีตแม่ทัพภาคที่ 1 และหนึ่งในผู้ถือหุ้่นและคณะกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้ถึงแก่อนิจกรรมในวัย 83 ปี ด้วยโรคเส้นเลือดหัวใจตีบและไตวาย ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โดยพิธีสวดพระอภิธรรมจัดขึ้นระหว่างวันที่ 11-16 มีนาคม พ.ศ. 2564 ณ วัดพระศรีมหาธาตุวรมหาวิหาร กรุงเทพมหานคร

พลเอกชัยณรงค์ หนุณภักดี เกิดเมื่อวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2481 เป็นบุตรของนายเจริญและนางเรียง หนุณภักดี ชาวดังกระถิ่น อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ในวัยเยาว์ได้เข้าศึกษาที่โรงเรียนเบญจมราชูทิศ ราชบุรี จากนั้นศึกษาต่อที่โรงเรียนเตรียมนายร้อยและโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า หลักสูตร 5 ปี จนกระทั่งสำเร็จเป็นนายทหารจปร. รุ่นที่ 11 ได้ออกรับราชการในเหล่าทหารราบเมื่อปี พ.ศ. 2507 ถือเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงในตำแหน่งทางราชการ มีบทบาททั้งในราชการพิเศษ (การสงคราม) ราชการทัพ หน่วยทหารรักษาพระองค์ ราชนครีกษั ตูลาการศาลทหาร ตลอดจนมีบทบาททางการเมืองในช่วงปี

พ.ศ. 2534-2535 เป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติและสมาชิกวุฒิสภา รวมทั้งมีบทบาทโดดเด่นในวงการกีฬาด้วย โดยดำรงตำแหน่งนายกสมาคมกีฬาภักดีนักสมัครเล่นแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2535-2543 ได้มีส่วนสำคัญยิ่งที่ช่วยให้กีฬาภักดีนักของไทยประสบความสำเร็จในระดับโลก

ในด้านองค์กรเอกชน พลเอกชัยณรงค์ หนุณภักดี ได้ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการและกรรมการในอีกหลายบริษัท อาทิ กรรมการและประธานกรรมการบริหาร บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2545-2559 กรรมการและประธานกรรมการบริหาร บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์ และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) พ.ศ. 2545-2559 เป็นต้น อีกทั้งตั้งแต่ พ.ศ. 2559-ปัจจุบัน ยังได้ดำรงตำแหน่งกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดยร่วมสนับสนุนและดำเนินกิจกรรมสำคัญต่างๆ ในการที่เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมเพื่อสังคมที่ร่วมกับมูลนิธิจันงค์ภักดีภักดี ด้วยมุ่งหวังที่จะร่วมสร้างสังคมที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อันเป็นเจตจำนงของ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เช่นเดียวกัน ■

บริษัทฯ ขอแสดงความเสียใจเป็นอย่างยิ่ง
และขอร่วมไว้อาลัยต่อการสูญเสียบุคคลสำคัญของประเทศ
และของบริษัทฯ ในครั้งนี้



Farm Festival on the hill 2020

@ เชียงราย | 25-29 พฤศจิกายน 2563

สิงห์ปาร์ค เชียงราย ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ความสนุกและประทับใจไปกับงาน Farm Festival on The Hill 2020 เทศกาลดนตรีสดมันส์รับ

ลมหนาวแรกของปี ถือเป็นงาน Farm Fest 2020 วิถีใหม่ที่สนุกและปลอดภัยตามหลัก New Normal ■



ซานตา เฟ อีซี เปิดสาขาน้องใหม่เพิ่ม

@ กรุงเทพมหานคร | 7 มกราคม 2564

ซานตา เฟ สเต็ก เปิดร้านสเต็กรูปแบบใหม่ “ซานตา เฟ อีซี” (Santa Fe Easy) เสริมความสะดวกรวดเร็วในสถานบริการน้ำมันด้วยรูปแบบการบริการ QSR (Quick Service Restaurant) เอาใจคนรุ่นใหม่ เน้นความสะดวก รวดเร็ว จากแนวคิด “FAST SERVE... SELF-SERVICE” อร่อยง่ายๆ สไตล์ Easy เป็นอาหารจานด่วน

มีเมนูหลากหลายให้ลิ้มลองพร้อมมาตรฐานการปรุงอย่างใส่ใจ ทั้งแบบจานเดียวและแบบเซตดูใจ เพิ่มความคล่องตัวด้วยการบริการแบบ Self-Service (บริการตนเอง) พบกับ ซานตา เฟ อีซี สาขาน้องใหม่ล่าสุด เดอะเรส แอเรีย ปตท.ประชาชน เปิดให้บริการแล้วตั้งแต่วันที่ 7 มกราคม 2564 ■

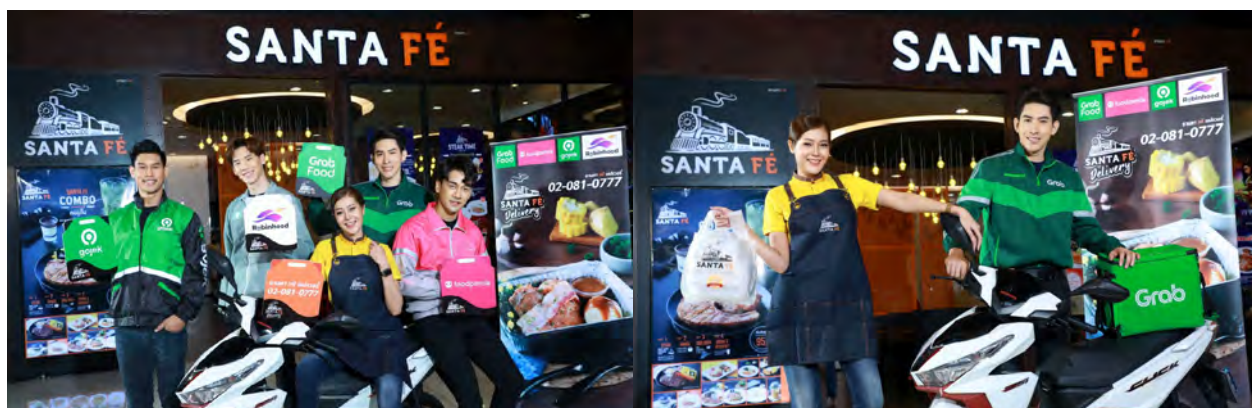


ซานตา เฟ เสริมแกร่ง พนักงานมิตร 4 แพลตฟอร์มผู้จัดส่งดีลิเวอรี่

@ กรุงเทพมหานคร | 19 มกราคม 2564

ซานตา เฟ ดีลิเวอรี่ พนักงานมิตร 4 แพลตฟอร์มผู้จัดส่งดีลิเวอรี่ รุกเสริมความอร่อยถึงบ้าน โดยเสริมทัพพร้อมกับ Application Food Delivery ชื่อนำ ได้แก่ แกร็บฟู้ด (Grab Food) ฟู้ดแพนด้า (Food Panda) โกเจ็ก (Gojek) และโรบินฮู้ด (Robinhood) พร้อมกันนี้ ได้ออกแบบเมนูพิเศษสำหรับการส่งดีลิเวอรี่โดยเฉพาะ จุดเด่นเมนู สดเดลิเวอรี่ของซานตา เฟ ดีลิเวอรี่ ถูกคิดค้นขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก

ต่อการทำกินที่บ้าน ด้วยวัตถุดิบหลักและเครื่องเคียงที่คงคุณภาพ ให้ลูกค้าได้รับประทานอาหารที่อร่อย สดใหม่ เหมือนออกจากครัวร้อนๆ สามารถนำเข้าไมโครเวฟเพียง 1 นาทีครึ่งก็สามารถรับประทานได้แล้ว ลูกค้าสามารถใช้บริการซานตา เฟ ดีลิเวอรี่ เสริมความอร่อยถึงบ้าน โทร. 02-081-0777 ■



สิงห์อาสา ประกาศ 4 การกิจดูแลทรัพยากรน้ำ ตั้งเครือข่ายทั่วประเทศสานต่อความยั่งยืน

@ กรุงเทพมหานคร | 2 มีนาคม 2564

สิงห์อาสา โดย มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี และ บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด ประกาศเดินทางภารกิจดูแลทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืนในวาระครบรอบ 10 ปี สิงห์อาสา โดยมีความตั้งใจที่จะรวมพลังเครือข่ายบริษัทในเครือบุญรอดฯ และเครือข่ายภายนอก ทั้งกลุ่มสถาบันการศึกษา อาสาสมัคร และส่วนราชการต่างๆ ช่วยผลักดันภารกิจดูแลทรัพยากรน้ำผ่าน 4 โครงการ ทั้งการ

ดูแลป่าต้นน้ำในเขตภาคเหนือ การดูแลแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคในภาคอีสาน การดูแลสายน้ำในเขตภาคกลาง และการลดปัญหาขยะลงสู่ทะเลในภาคตะวันออกและภาคใต้ ทั้งหมดจะลงมือทำควบคู่กับการกิจหลักที่สิงห์อาสาได้ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากภัยพิบัติให้กับประชาชน รวมทั้งโครงการสร้างงานสร้างอาชีพต่างๆ ■



สิงห์ ส่ง EST.33 สู่อุตสาหกรรมต่างประเทศ ปักหมุดสาขาแรกที่ไม่อามี สหรัฐฯ

@ กรุงเทพมหานคร | 29 มกราคม 2564

บริษัท ฟู้ด แพคเตอร์ จำกัด ในเครือบุญรอดฯ ต่อยอดความสำเร็จด้วยการขยาย “EST.33” ออกสู่ต่างประเทศ ประเดิมสาขาแรกที่ Brickell City Centre ไมอามี รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา เสิร์ฟเบียร์ อาหารไทย เจาะต่างชาติ ผสมผสานสไตล์ความเป็นไทยผ่านวัตถุดิบคุณภาพจากทั้งในประเทศและที่นำเข้าโดยตรงจากประเทศไทย

ทั้งนี้ ร้าน EST.33 ที่ Brickell City Centre ไมอามี นำเสนอ

ภายใต้คอนเซ็ปต์ Taste of Life หรือรสชาติแห่งชีวิต บ่งบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านเมนูอาหารและเครื่องดื่มสไตล์เอเชียน โดยนำเบียร์ที่ได้รับความนิยมจากร้าน EST.33 ในไทยอย่าง Legend Lager, One and Only Kopper, Aromatic Snowy, 33 Pale Ale และเบียร์สิงห์แบบดราฟต์ไปจำหน่าย ภายในร้านยังบอกเล่าเรื่องราวของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ในฐานะบริษัทเบียร์แห่งแรกของประเทศไทยให้ต่างชาติรู้จักด้วย ■



เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท เติบโตขึ้นชื่อหั่นทั้งหมดในกิจการโรงแรม 26 แห่ง ในสหราชอาณาจักร เตรียมรองรับศักยภาพการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในยุโรป

@ กรุงเทพมหานคร | 17 กุมภาพันธ์ 2564

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) หรือ SHR อนุมัติให้บริษัทย่อย คือ เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท ยูเค เข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท FS JV จากผู้ร่วมทุนเดิม คือ พีโก้ โฮลดิ้ง ยูเค ส่งผลให้ FS JV เข้ามาเป็นบริษัทย่อยของ SHR โดย FS JV นั้น ประกอบธุรกิจโรงแรมในสหราชอาณาจักร (UK) จำนวน 26 แห่ง ประกอบด้วยห้องพักรวม 2,886 ห้อง ภายใต้แฟรนไชส์โรงแรมแบรนด์ Mercure ที่รู้จักกันทั่วโลก

นายเดิร์ก อังเดร ลีน่า คูเบอร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การลงทุนครั้งนี้เป็นไปตามกลยุทธ์ของ SHR ในการหาโอกาสการลงทุนที่มีความน่าดึงดูดและเพื่อเพิ่มศักยภาพความคล่องตัวในการบริหารจัดการกลุ่มโรงแรมในสหราชอาณาจักรให้เป็นไปตามทิศทางที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และแผนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ■





BGC สนับสนุนอุปกรณ์การแพทย์ โรงพยาบาลอุ้มผาง

นางสุทธารักษ์ ปัญญา กรรมการอิสระ พร้อมด้วย นายศิลปรัตน์ วัฒนเกษตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) หรือ BGC มอบเงินสนับสนุนจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์พร้อมมอบอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment, PPE) หน้ากากอนามัย 3 ชั้น รวมถึงอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการช่วยเหลือและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ให้กับ นายแพทย์วรวิทย์ ตันติวัฒนทรัพย์ ผอ. โรงพยาบาลอุ้มผาง จังหวัดตาก



สองนักกีฬาว่ายน้ำสิงห์ทำลาย สถิติประเทศไทย ประจำปี 2563

ในการแข่งขันกีฬาว่ายน้ำชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ปี 2563 Arena Thailand Age Group Swimming Championships 2020 ทีมมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (สุวรรณภูมิ) สองนักกีฬาจากชมรมว่ายน้ำสิงห์สามารถทำลายสถิติประเทศไทยได้ 5 รายการ โดย น้องแก้ว จิตติรัตน์ เจริญทรัพย์ ทำลายสถิติฟรีสไตล์ 1,500 ม. กลุ่ม 3 และน้องหนูณ ต้นน้ำ กันตมูล ทำลายสถิติกลุ่ม 2 อีก 4 รายการ ได้แก่ กรรเชียง 200 ม. ฟรีสไตล์ 800 ม. กรรเชียง 100 ม. และฟรีสไตล์ 1,500 ม.



BGPU กว่า 2 รางวัลยอดเยี่ยม ประจำเดือนกันยายน

สมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับ บริษัท ไทยลีก จำกัด และ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด จัดพิธีมอบรางวัลยอดเยี่ยมประจำเดือนกันยายนของโตโยต้า ไทยลีก 2020 ภายในงานแถลงข่าว “มีเท เดอะ วอร์ริเออร์” โตโยต้า ไทยลีก 2020/21 ณ สนามราชวัตรกลางฟ้าสภาน โดย สโมสรฟุตบอลบีจี ปทุม ยูไนเต็ด (BGPU) กว่ารางวัลยอดเยี่ยมได้ถึง 2 รางวัล ได้แก่ รางวัลผู้ฝึกสอนยอดเยี่ยม คือ นายสุรชัย จตุรภัทรพงษ์ ผู้อำนวยการฝ่ายเทคนิค และ รางวัลผู้เล่นยอดเยี่ยมที่ตกเป็นของ ฉัตรชัย บุตรพรม ผู้รักษาประตู BGPU ที่ช่วยทีมคว้าชัย 2 เกมติดต่อกันโดยไม่เสียประตูให้คู่แข่ง



ปันรัก ปันน้ำใจ รวมใจชาววราฯ

บริษัท วราฟู้ดแอนด์ดริง จำกัด ได้จัดกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) 2563 ชื่อโครงการ “ปันรัก ปันน้ำใจ รวมใจชาววราฯ” ชื่อเครื่องมือทันตแพทย์เพื่อป้องกันเชื้อไวรัส COVID-19 จำนวน 7 ชุด และอุปกรณ์การแพทย์ 8 ชุด รวม 15 รายการ ให้กับ โรงพยาบาลนครปฐม โรงพยาบาลดอนตูม โดยคณะผู้บริหาร พนักงาน ได้ส่งมอบเงินบริจาค ณ ห้องประชุมใหญ่ บริษัท วราฟู้ดแอนด์ดริง จำกัด สำนักงานนครปฐม



BGC จัดการแข่งขันเรือเร็วสากล รายการ BGC Powerboat Grand Prix 2020

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) หรือ BGC จัดการแข่งขันเรือเร็วสากล สิงห์ วอเตอร์สปอร์ต รายการ “บีจีซี พาวเวอร์โบ๊ท กรังด์ปรีซ์ 2020” ณ บึงหนองโคตร จังหวัดขอนแก่น โดยผลการแข่งขันในรุ่น Formula 1 (F1) สราวุธ ขำดี จากทีม SINGHA BGC คว้าแชมป์ไปครองได้สำเร็จ และผลการแข่งขันในรุ่น Formula 5s (F5s) แชมป์ของสนามตกเป็นของ วสันต์ ปานพรม นักกีฬาเรือเร็วจาก BGC



สิงห์อาสา เปิดโครงการ “SEA SAND STRONG”

สิงห์อาสา โดย มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี และ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จับมือ 12 สถาบันการศึกษาภาคใต้และภาคตะวันออก พร้อมร่วมมือกับ นายสิริณัฐ สก๊อต นักอนุรักษ์ทางทะเลผู้ก่อตั้งกลุ่ม SEA YOU STRONG เป้าหมายเพื่อรณรงค์และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางทะเล โดยจัดโครงการ SEA SAND STRONG ครอบคลุมชายฝั่งทะเลไทย 23 จังหวัด เริ่มที่บริเวณหาดสนทนาและหาดยาว อ.เหนือคลอง จ.กระบี่ เพื่อให้ความรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมทางทะเลและการจัดการขยะที่มาจากต้นตอตามชายหาด



สิงห์จัดรถเอฟวันอัลฟาโรเมโอ ของ คิม ไรโคเน่น โชว์ในงานมอเตอร์เอ็กซ์โป

สิงห์ คอร์เปอเรชั่น ผู้นำในวงการมอเตอร์สปอร์ตระดับโลกและผู้สนับสนุนงานมอเตอร์เอ็กซ์โป 2020 ได้นำรถแข่งเอฟวันของทีมอัลฟา โรเมโอ รุ่น C38 ที่เพิ่งแข่งขันจริงล่าสุด หมายเลข 7 ของ คิม ไรโคเน่น ยอดนักขับชาวฟินแลนด์มาร่วมโชว์ในงานให้คนไทยได้สัมผัสใกล้ชิด พร้อมด้วยรถเฟอร์รารี 488 จีที 3 ของสิงห์มอเตอร์สปอร์ต ทีมไทยแลนด์ที่คว้าแชมป์ระดับอาเซียนมาแล้วมากมาย ภายในงานยังมีกิจกรรมอีกมาก และโซนขายของที่ระลึกจากสิงห์ขอไปอีกด้วย



บิกบีบ รับรางวัลบุคคลยอดเยี่ยม วงการฟุตบอลแห่งปี 2563

ฟุตบอลสยามอวอร์ด ประกาศรางวัลนักฟุตบอลยอดเยี่ยมแห่งปี 2563 โดย คุณบ๊อบ นายปวิณ ภิรมย์ภักดี ประธานสโมสรฟุตบอลบีจี ปทุม ยูไนเต็ด (BGPU) คว้ารางวัลบุคคลยอดเยี่ยมวงการฟุตบอลแห่งปี 2563 ขณะที่นายดุสิต เฉลิมแสน หัวหน้าผู้ฝึกสอนของ BGPU ได้รับรางวัลโค้ชไทยแห่งปี 2563 และ วิคเตอร์ คาร์โดโซ่ นักเตะจาก BGPU รับรางวัลนักเตะต่างชาติยอดเยี่ยมแห่งปี 2563



BG และ BGC รับรางวัลสถานประกอบการ ที่ดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์

บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG ส่งตัวแทนรับมอบรางวัลเชิดชูเกียรติสถานประกอบการที่ดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน 16 ปีติดต่อกัน (พ.ศ. 2548 - 2563) และ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BGC ส่งตัวแทนรับมอบรางวัลเชิดชูเกียรติสถานประกอบการที่ดีเด่น ด้านแรงงานสัมพันธ์และสวัสดิการแรงงาน 5 ปีติดต่อกัน (พ.ศ. 2559 - 2563) ณ ห้องประชุมโรงเรียนอภัยบุรี ต.ประชาธิปไตย อ.อภัยบุรี



นำดื่มสิงห์มอบรางวัลใหญ่ให้กับ ผู้ใช้คดี “สแกนง่าย ได้ลุ้นทอง”

นำดื่มสิงห์มอบรางวัลใหญ่ให้ผู้โชคดีจากแคมเปญ Singha Rewards “สแกนง่าย ได้ลุ้นทอง” ได้แก่ นายพัชรพล เกษา จากจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้รับทองคำมูลค่า 1 ล้านบาท ตลอดจนความสำเร็จของนำดื่มสิงห์จากกลยุทธ์ Digital CRM Platform ไขว้ศักยภาพ Singha Rewards ที่กวาดยอดผู้ใช้งานทะลุ 8.7 ล้านคน ขยายฐานลูกค้าใหม่และกระตุ้นการใช้งานเพิ่มขึ้น



เทศกาลดนตรีในสวน ครั้งที่ 28

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และ บี.กริม สนับสนุนการจัด “เทศกาลดนตรีในสวน (Concert in the Park)” ครั้งที่ 28 ซึ่งจัดขึ้นโดยมูลนิธิรอยัลแบงค์คอกซิมโฟนีออร์เคสตรา ในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา บรรเลงโดยวงรอยัลแบงค์คอกซิมโฟนีออร์เคสตรา (Royal Bangkok Symphony Orchestra — RBSO) ร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยบริษัทฯ ได้สนับสนุนเทศกาลนี้มากกว่า 28 ปีแล้ว งานนี้ได้รับเกียรติจากคุณหญิงทิพาวดี เมฆสวรรค์ รองประธานกรรมการ มูลนิธิรอยัลแบงค์คอกซิมโฟนีออร์เคสตรา และ นายศรียล สุขุม ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มาร่วมเปิดงาน



เพอร์รา คว้าศักยภาพแบรนด์แกร่ง คว้ารางวัล Superbrands 2020

นายภูริต ภิรมย์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมด้วย นายธิตีพร ธรรมาภิขกุล หัวหน้าคณะผู้บริหารกลุ่มการตลาดแบรนด์ บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด ตอกย้ำความสำเร็จของเพอร์รา โดยคว้ารางวัลสุดยอดแบรนด์ Superbrands 2020 ซึ่งเป็นรางวัลมาตรฐานสูงสุดด้านแบรนด์ระดับโลก โดยเพอร์ราได้ติด “แพชั่น” มาผสมผสานการทำตลาดน้ำแร่ สร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดจนเป็นที่ยอมรับ ได้รับความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่ง



นายกฯ มอบรางวัลผู้ทรงคุณค่า ทางการกีฬา

พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มอบรางวัลผู้ทรงคุณค่าทางการกีฬาให้กับ นายภูริต ภิรมย์ภักดี ประธานมูลนิธิคณะกรรมการพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย ณ ดิกลันดิโมตรี ทำเนียบรัฐบาล เนื่องในงานวันกีฬาแห่งชาติ ประจำปี 2563 ในฐานะที่ทำความประโยชน์ให้กับวงการกีฬาไทยมาโดยตลอด



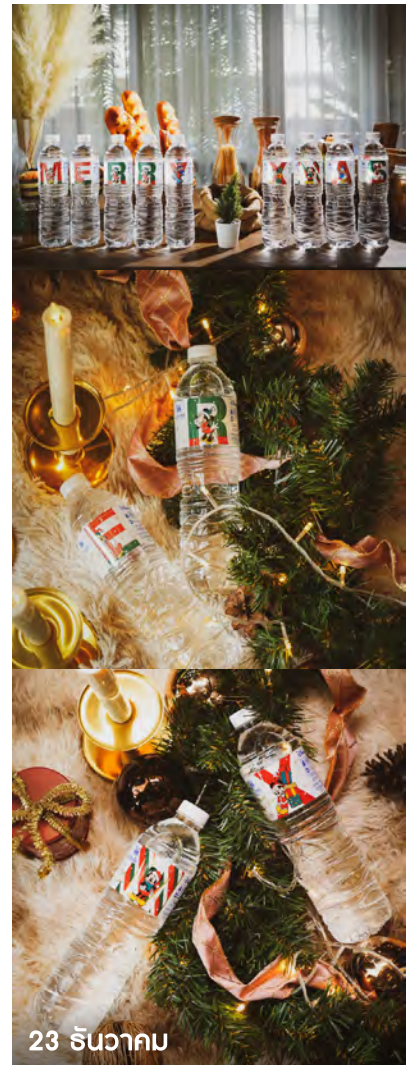
มอบเงินบริจาคให้ตำรวจตระเวน ชายแดนเทคนิคอาสา

นายภูริต ภิรมย์ภักดี ประธานมูลนิธิจ่านงค์ ภิรมย์ภักดี เป็นประธานมอบเงินบริจาครวม 3.5 ล้านบาท ให้กับ รร.ตำรวจตระเวนชายแดนเทคนิคอาสา 1 อ.ท่าสองยาง จ.ตาก และ รร.ตำรวจตระเวนชายแดนเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา อ.แม่ระมาด จ.ตาก สมทบทุนสร้างอาคารเรียน โดยมีผู้บัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนและรองผู้กำกับการฝ่ายอำนวยการ 7 กองบังคับการอำนวยการ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนร่วมรับมอบ



เพอร์รา เปิดตัวแบรนด์เอบาสเตอร์ “ชมพู อารยา”

นายภูริต ภิรมย์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมด้วย นายธิตีพร ธรรมาภิขกุล หัวหน้าคณะผู้บริหารกลุ่มการตลาดแบรนด์ (Chief Marketing Officer - Brand) บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด ร่วมเปิดตัวแคมเปญ “Purra X Chompoo Araya” ตั้ง ชมพู- อารยา เอ ฮาร์เก็ต เป็นแบรนด์เอบาสเตอร์เปิดตัวพร้อม 6 ดีไซน์เนอร์คู่ใจ Klostet, Vatanika, Tohns, Theatre, Pony Stone และ Janesuda ร่วมสร้างสรรค์ฉลากพิเศษ 6 แบบ ตอกย้ำความสำเร็จของผู้นำตลาดน้ำแร่ด้วยกลยุทธ์แพชั่นแบรนด์



น้ำดื่มสิงห์ปล่อยฉลาก Mickey and Friend Christmas Collection

น้ำดื่มสิงห์ส่งมอบความสุขสิ้นปีต้อนรับเทศกาลคริสต์มาสและส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ออกฉลากลายพิเศษ Mickey and Friend Christmas Collection จำนวน 10 ตัวอักษร รวมทั้งสิ้น 12 ลาย เอาใจสาวกดิสนีย์และแฟน ๆ นักสะสม อาทิ มิกกี้ เม้าส์, มินนี่ เม้าส์, โดนัลด์ ดั๊ก, กุฟฟี, พลุโต ฯลฯ เพื่อเป็นตัวแทนแต่ละอักษร โดยสามารถเรียงข้อความส่งมอบความสุขให้แก่กันได้ทั้งนี้ น้ำดื่มสิงห์ฉลากพิเศษ Mickey and Friend Christmas Collection จำหน่ายถึงวันที่ 31 มกราคม 2564



ตัวแทนนักกีฬาสมาคมคนพิการ เข้าสัปดาห์ใหม่

เหล่านักกีฬาพาราไทย นำโดย สายสุณีย์ จีระนะ พร้อมด้วย ชูเกียรติ สิงห์สูง นายกสมาคมกีฬาคนพิการแห่งประเทศไทย เข้าสัปดาห์ใหม่พร้อมกล่าวขอบคุณ นายจตุรินทร์ ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ในฐานะประธานคณะกรรมการพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย ที่ให้การสนับสนุนนักกีฬาคนพิการไทยมาโดยตลอด ที่ศูนย์กีฬาในร่ม กกท.หัวหมาก



ทัพวีลแชร์เรสซิ่งไทย บุกดูไบ ลำตัวพาราลิมปิกเกมส์

ประวิติ วัชรชัย และ พงศกร เปยอ 2 ซีโร่เหรียญทองพาราลิมปิกเกมส์ 2016 นำทัพนักกีฬาวีลแชร์เรสซิ่งทีมชาติไทยรวม 13 ชีวิต เดินทางเข้าร่วมศึกกรีฑาคนพิการชิงแชมป์โลก รายการ “Dubai 2021 World Para Athletics Grand Prix-12th Fazza International Para Athletics Championships” ลำตัวพาราลิมปิกเกมส์ที่เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ในช่วงระหว่างวันที่ 6 - 14 กุมภาพันธ์ 2564



สิงห์อาสา เต็มเสียง

4 โรงพยาบาลสนาม จ.สมุทรสาคร

สิงห์อาสา โดย มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี และ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมกับ บริษัท ฟู้ด แฟคเตอร์ จำกัด (Food Factors) ลงพื้นที่เต็มเสียงน้ำดื่มสิงห์และข้าวสารพันธุ์ให้กับ 4 โรงพยาบาลสนาม ในจังหวัดสมุทรสาครอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ โรงพยาบาลสนามวัดโกรกกราก โรงพยาบาลสนามสนามกีฬากลาง โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้งมหาชัย และโรงพยาบาลสนามวัดสุทธิวาตวราราม (วัดช่องลม) พร้อมนำอาหารปรุงสุกเมนูพิเศษ ข้าวกะเพราไก่เผ็ดจังก์ และข้าวกะเพราฮ็อตฮอต หมูสับแทรกจาก ร้าน EST.33 ส่งมอบให้บุคลากรทางการแพทย์เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่



บิกินี่น้อย นำทัพนักกีฬาพาราไทย ร่วมบริจาคโลหิตช่วยเพื่อนมนุษย์

นายจตุรินทร์ ภิรมย์ภักดี ประธานคณะกรรมการพาราลิมปิกแห่งประเทศไทย นำคณะนักกีฬาคนพิการร่วมโครงการ “นักกีฬาคนพิการทีมชาติไทยร่วมใจบริจาคโลหิตต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ ประจำปี 2564” โดยมี นักเทคนิคการแพทย์หญิง ศิริลักษณ์ เพ็ญขุนทด หัวหน้าภาคบริการโลหิตแห่งชาติที่ 5 ให้การต้อนรับที่ภาคบริการโลหิตแห่งชาติที่ 5 จ.นครราชสีมา สภาอากาศไทย



EST.33 ผนึกขอสต๊อด เปิด 20 เมนูใหม่สุดจัดจ้าน พร้อมเสิร์ฟถึงบ้าน

ฟู้ด แฟคเตอร์ฯ เสริมแกร่งธุรกิจร้านอาหาร บัน EST.33 เปิดบริการดีลิเวอรี่ส่งตรงจากร้านเสิร์ฟถึงบ้านและที่ทำงาน โดยล่าสุดจับมือ “ซอสต๊อด” ร่วมพัฒนาอาหารสไตล์ฟิวชั่นภายใต้คอนเซ็ปต์ “EST ฟริก Eat เฝ็ด เฝ็ด” ที่สุดจัดจ้าน ที่สุดของความอร่อย! ประเดิมปล่อย 20 เมนูเด็ดสุดแซ่บให้ลิ้มลองพร้อมเติมเต็ม Box Set อย่างลงตัวด้วยเมนูของหวานชิกเนเจอร์ ฟาร์มดีไซน์ จำหน่ายในราคาเริ่มต้นเพียง 129 บาท สามารถสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Line Man, Grab Food, Food Panda และ Robinhood หรือ ระบบ Call Center 093-193-1933 ■

เพจท่องเที่ยววิถีใหม่ ไม่ได้เที่ยวแต่ยังเฟี้ยวได้

เรื่อง: Singha Magazine

เพจท่องเที่ยวและ YouTuber พาเที่ยวทั้งหลาย ถือเป็นธุรกิจแนวใหม่ที่ใครๆ ก็อยากทำกันทั้งนั้น แต่ในปีที่ผ่านมาจนถึงตอนนี้ เหล่า influencer ด้านท่องเที่ยวนี้เองที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด-19 พวกเขาเลยต้องปรับวิธีการ **ปรับตัวแบบนิวนอร์มอลจนเกิดไอเดียสุดเจ๋ง ผุดคอนเทนต์ใหม่ๆ ในแบบที่ไม่ต้องเดินทางไปไหนก็พาคนดูไปเพลิดเพลินกับเนื้อหาได้** และนี่คือตัวอย่างของเพจที่พลิกวิกฤตโควิดมาสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ได้อย่างสร้างสรรค์



เจ้าของเพจนี้ คือ มาร์ก วินส์ (Mark Wiens) หนุ่มชาวอเมริกันผู้โด่งดังจากการเป็น YouTuber ด้านท่องเที่ยวรุ่นบุกเบิก เขาเน้นตระเวนไปกินอาหารท้องถิ่นของแต่ละประเทศเป็นหลัก มาร์กชิมอาหารมาแล้วทั่วโลกแต่ก็มาติดใจอาหารไทยเป็นพิเศษจนมีคอนเซ็ปต์ส่วนตัวว่า “ไม่เผ็ดไม่กิน” เขามีภรรยาเป็นคนไทยและย้ายมาตั้งรกรากในไทยด้วย คลิปของมาร์กมีจุดเด่นที่ไม่ว่าเขาจะกินอะไร อาหารจะ

แปลกแค่ไหน ก็ชวนให้คนดูน้ำลายสอตามได้ตลอด ความสนใจและเข้าใจในความแตกต่างของวัฒนธรรมทำให้มาร์กไม่เคยแสดงท่าทีด้านลบต่ออาหารที่เขาไม่คุ้นเคย ในช่วงโควิด-19 มาร์กปรับคอนเทนต์โดยสั่งอาหารมากินที่บ้าน บางครั้งก็ถ่ายทำเม้าๆของเขาเองขณะทำครัว สลับกับใช้ฟุตเทจเก่าแนะนำอาหารไทยสู่สายตาชาวโลก บอกเลยว่าใครเป็นสายกินแต่ไม่รู้จักเพจนี้ถือว่าพลาดมากๆ





อาสาพาไปหลง

เพจที่มี “ว่านไจ-อัคร วงษ์เข็ง” เป็นเจ้าของ เขาเป็นนักแต่งเพลงที่หลงใหลการท่องเที่ยวและสร้างคอนเทนต์ท่องเที่ยวขึ้นจากแนวคิดเดียวกับการแต่งเพลงป๊อป ก่อนที่จะเกิดโควิด-19 เขาเคยเดินทางไปมากถึง 12 ประเทศภายในเดือนเดียว แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไป เขาต้องหาทางปรับคอนเทนต์ใหม่ ตั้งแต่นำเสนอประสบการณ์เบื้องหลังการถ่ายทำมาเล่าสู่กันฟัง เปลี่ยนสตูดิโอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้กล้อง VR ภายใต้คอนเซ็ปต์ Travel from Home เพื่อสร้างลูกเล่นให้คนดูตื่นตาตื่นใจ และยังมีแคมเปญ “เที่ยวต้องฟิน” เพื่อช่วยโปรโมทธุรกิจในแต่ละจังหวัดโดยออกรีวิวตามตลาดโอท็อป ร้านอาหาร คาเฟ่ ด้วยความที่เพจของเขามีผู้ติดตามนับล้าน ก็ได้ช่วยให้ร้านที่เขาไปรีวิวมียอดค้ามากขึ้น เกือบจะหมดไปในช่วงที่ธุรกิจท่องเที่ยวกำลังยากลำบาก





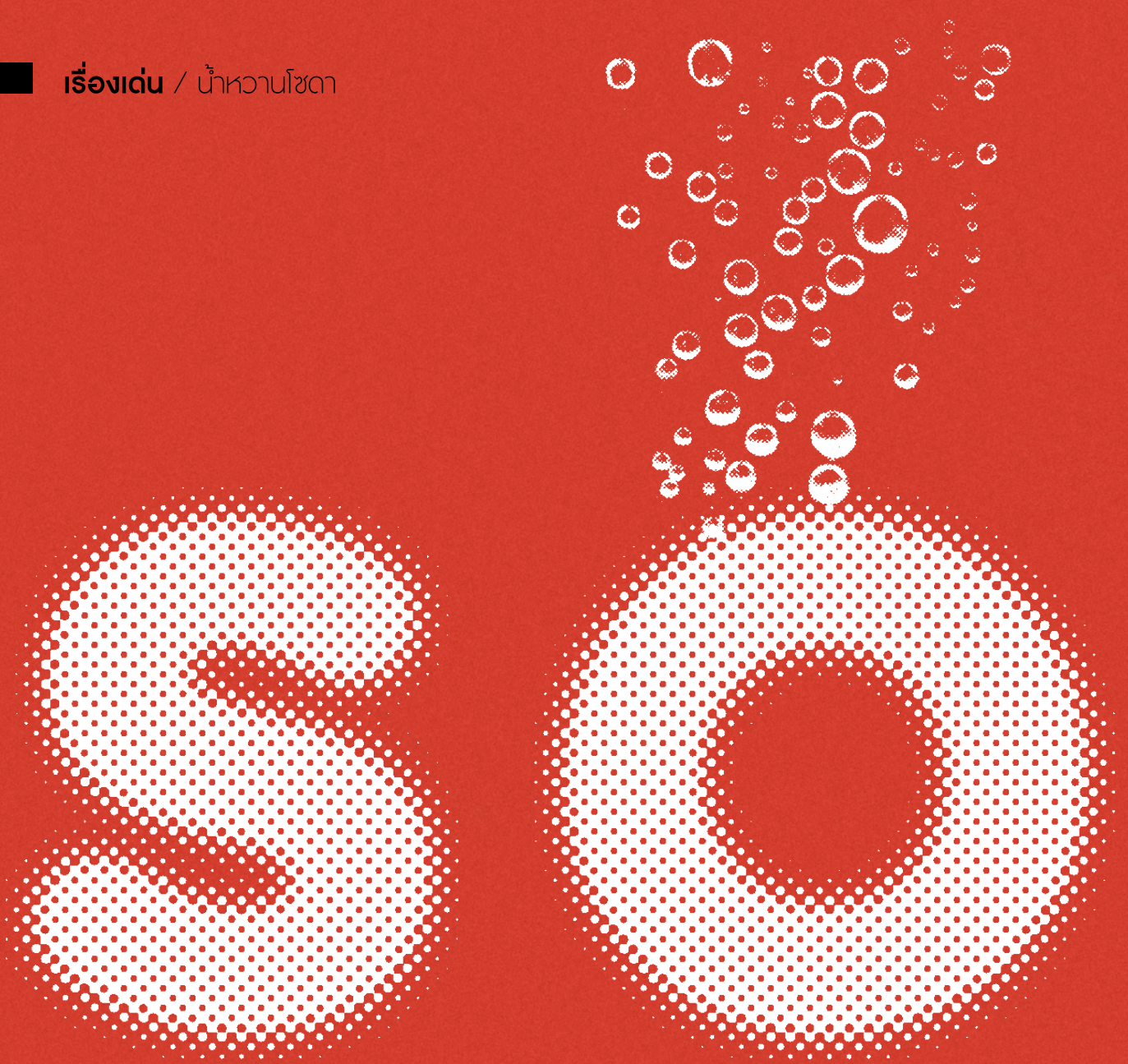
FIND FOOD MARKETPLACE

เพจนี้มีเจ้าของเดียวกันกับเพจ Find Folk เป็นเพจเที่ยวไทยสุดสร้างสรรค์ที่มีคอนเซ็ปต์การเที่ยวแบบรับผิดชอบ ต่อชุมชนพร้อมสร้างความยั่งยืนให้กับระบบนิเวศการท่องเที่ยว เน้นนำเสนอไลฟ์สไตล์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการในชุมชน และความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อด้วยจุดเด่นของเพจในแง่นี้ ทำให้ทีมงานเข้าถึงแหล่งเจ้าของทรัพยากรตัวจริง รู้ว่าวัตถุดิบต้นทางอยู่ตรงไหน ทีมงานจึงได้เปิดเพจ Find Food Marketplace ขึ้นมาอีกเพจหนึ่ง ด้วยคอนเซ็ปต์ว่า “วัตถุดิบต้นทาง ราคาต้นทุน” ในรูปแบบ Social Commerce เพื่อนำเสนอคอนเทนต์ผลิตภัณฑ์ใหม่จากมือเกษตรกร ช่วยเป็นช่องทางใหม่ในการกระจายรายได้และสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนออกไป ถือเป็นเพจน่าเที่ยวที่ให้อะไรต่อสิ่งคุ้มค่ามากที่สุด



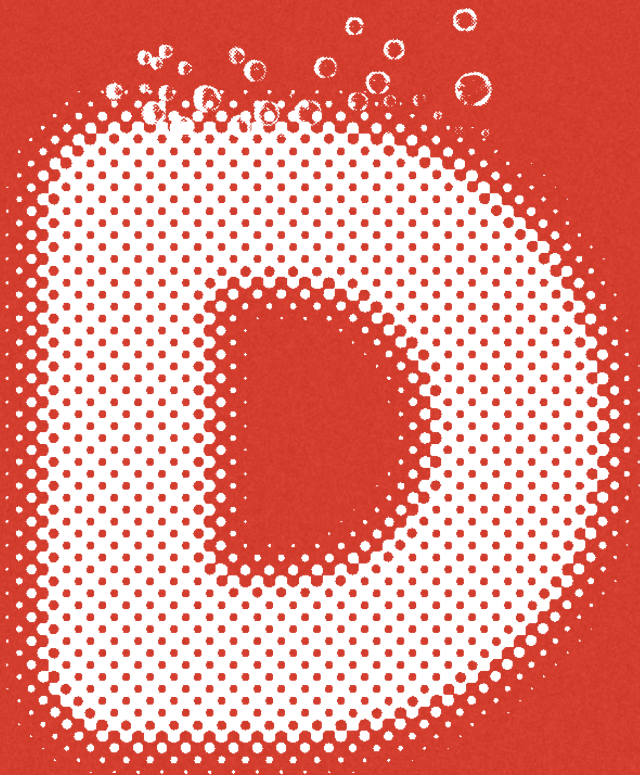
Sneak out หีบเที่ยว

เจ้าของเพจคือนักแสดงหนุ่ม “บอส-จักรพันธ์ วงศ์คณิต” เพจท่องเที่ยวของเขาเน้นสไตล์ Online Publisher ซึ่งจะเน้นโฟกัสความสนใจเป็นเรื่องๆ แต่พอเจอข้อจำกัดออกไปท่องเที่ยวไม่ได้ก็ต้องปรับคอนเทนต์มาเป็นสไตล์ที่จะทำให้คนดูมี engagement มากขึ้น เขาเลือกจะใช้เสียงเพลงเป็นสื่อด้วยคอนเซ็ปต์ Song With a View โดยนำภาพวิวเก่าๆ มาประกอบเพลงชวนให้ชวนนึกถึงการเดินทางในวันวาน แต่ที่เด็ดของเพจนี้คือการให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์สำหรับเขาเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการรวบรวมที่พักราคาหลักร้อยวิวหลักล้าน ฤดูกาลไหนน่าเที่ยว หรือเมนูอาหารสุดหรู แล้วยังนำเสนอธีมท่องเที่ยวแบบใหม่ อาทิ ทริปรวม 9 เส้นทางคนโสด เพจนี้ถือเป็นตัวอย่างการทำคอนเทนต์เรื่องเที่ยวที่น่าสนใจโดยไม่จำเป็นต้องพาออกไปทัวร์ตามที่ต่างๆ ■

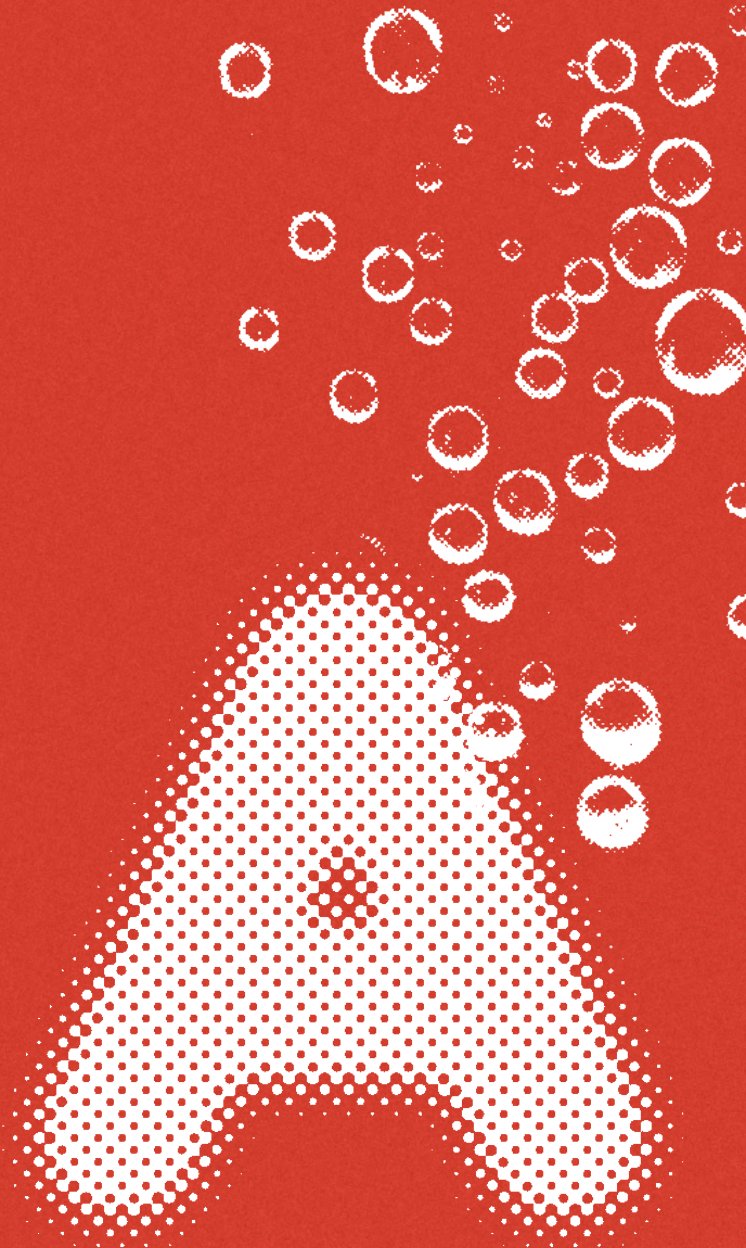


น้ำหวานโซดา เสน่ห์ความซ่าที่ไม่เคยจาง

เรื่อง: Singha Magazine



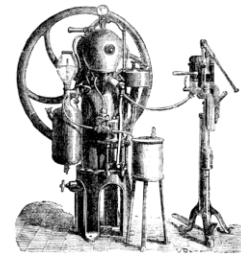
โซดา ในมุมมองของคนไทยคือน้ำใสมีฟองฟู
รสซ่า เอาไว้เป็น **mixer** ชงเหล้าผสมก็ออกเทเลอร์
ถูกใจ แต่คำว่าโซดา (Soda) ในมุมมองของฝรั่งอเมริกัน
ก็จะหมายถึงน้ำขวดอัดลม ครอบคลุมถึงน้ำหวานขง
ดื่มเล่นทั่วไปที่อัดก๊าซด้วย คนบ้านเราไม่นิยมดื่มน้ำเปล่า
รสชาบซ่าเพียวๆ นึก ต่างจากฝรั่งที่ดื่มกันแบบแทน
น้ำเปล่าเป็นว่าเล่น นั่นเพราะบ้านเขามีวัฒนธรรมดื่มน้ำ
เปล่าซ่ากันมานานแล้ว



เสน่ห์ของโซดาคือดื่มโดยตรงก็ได้ เอาไปผสม
กับเครื่องดื่มชนิดอื่นก็อร่อย และสรรสร้างให้เกิดเมนู
เครื่องดื่มได้สารพัด ถึงจะไม่ได้มีประวัติอันยาวนานเหมือน
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่เรื่องราวของโซดาก็น่าสนใจ
ไม่น้อย จากเครื่องดื่มสุขภาพที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อทำเทียม
น้ำแร่มีฟองที่ผุดขึ้นตามธรรมชาติ กลายมาเป็นน้ำหวาน
อัดก๊าซหลากสีสันท่ถูกอกถูกใจคนทั่วโลกได้อย่างไร
เราจะพาทุกท่านไปรู้จักกับเครื่องดื่มโซดาให้มากขึ้น

SODA HISTORY

ก่อนที่จะมีโซดาจะเกิดขึ้นบนโลก ชาวยุโรปนิยมดื่มน้ำแร่ที่ผุดขึ้นตามธรรมชาติและมีฟองที่เกิดจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ พวกเขาซื้อกันมานานแล้วแต่น้ำแร่มีพลังช่วยรักษาโรคภัยไข้เจ็บจึงมีการบรรจุน้ำแร่ธรรมชาติใส่ขวดนำไปขาย และทุกวันนี้ก็ยังนิยมดื่มน้ำแร่อัดก๊าซ (ทั้งแก๊สและทำเทียม) ในชีวิตประจำวันกันอยู่ ในช่วงปลายศตวรรษที่ 18 นักวิทยาศาสตร์ได้พยายามผลิตน้ำมีฟองขึ้นเพื่อจำลองน้ำแร่ธรรมชาติจนเกิดเป็นคาร์บอนเตออร์หรือโซดาเตออร์ขึ้นมานั่นเอง



PARIS, 1878.
LEMONADE
SODA-WATER MACHINE.



การขายน้ำมะนาวในปารีสช่วงศตวรรษที่ 17

● LEMONADE

น้ำมะนาวสุดคลาสสิก

● ถ้าพูดถึงน้ำหวานซอฟต์ดริงค์ที่นิยมมาก่อนจะเกิดโซดาน้ำมะนาวมาแรงกว่าเพื่อน น้ำมะนาวที่ผสมน้ำผึ้งหรือน้ำตาลอยู่ยังคงกระพุ่มมากกว่าพันปีแล้วและมานิยมในยุโรปเมื่อปี ค.ศ. 1676 โดยองค์กร The Compagnie de Limonadiers of Paris ของฝรั่งเศส ซึ่งผูกขาดการขายน้ำมะนาวเพียงเจ้าเดียว จะมีผู้ค้าเร่สะพายตุ้มน้ำมะนาวไว้บนหลังคอยจ่ายใส่ถ้วยให้ลูกค้า การดื่มน้ำมะนาวถือเป็นแฟชั่นในปารีสขณะนั้น



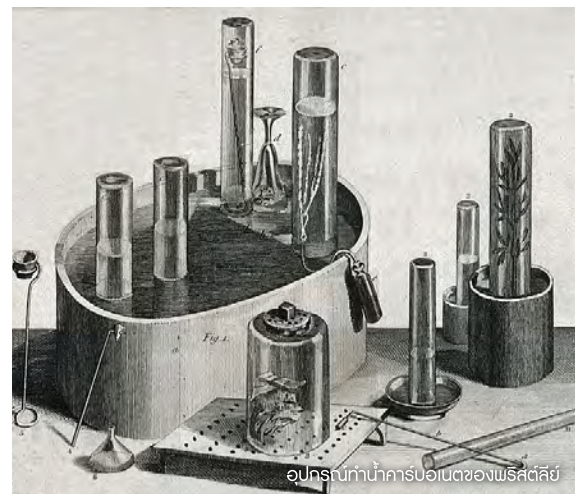
แฟร็งก์ เพจ รับบทเป็น โจเซฟ
พริสต์ลีย์ ในหนังซีรีส์ของอเมริกัน



● SODA ORIGIN

กำเนิดน้ำรสซ่า

● ในปี ค.ศ. 1767 โจเซฟ พริสต์ลีย์ นักเทศน์และนักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษ แขนงด้วยใส่น้ำกลั่นไว้เหนือถังหมักเบียร์แล้วสังเกตเห็นน้ำเกิดฟองปุดๆ จากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในถังหมัก เขาจึงคิดค้นอุปกรณ์ละลายก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในน้ำจนสำเร็จ เกิดเป็นโซดาเตออร์ให้ดื่มกันเพื่อสุขภาพ มีนักเคมีและนักวิทยาศาสตร์อีกหลายคนทดลองกระบวนการคล้ายๆ กับพริสต์ลีย์ด้วยวัตถุประสงค์ในการแพทย์เป็นหลัก



อุปกรณ์ทำน้ำคาร์บอนของพริสต์ลีย์

จาค็อบ ชเวปป์



ขวดโซดารุ่นแรกของชเวปป์



โฆษณาโซดาในช่วงทศวรรษที่ 1870



DRUGSTORE SODA

โซดา-ร้านขายยา

- เครื่องดื่มโซดาเกิดขึ้นด้วยมุมมองด้านสุขภาพและแพทย์ที่ให้การยอมรับ ทำให้ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1830 ไปจนถึงต้นศตวรรษที่ 20 ร้านขายยาทั่วไปในอเมริกามีเคาน์เตอร์ขายโซดาที่บางครั้งก็เสิร์ฟคู่กับสแน็ก เกสเซอร์ของร้านจะปรุงสารสกัดจากเบอริรี่ สมุนไพร และยาบางชนิดผสมในเครื่องดื่มโซดา เพื่อให้ผู้บริโภคดื่มได้ถูกปากมากขึ้น แถมยังเติมโคเคอีน (ที่ยังไม่ถือว่าผิดกฎหมายในตอนนั้น) หรือคาเฟอีนลงไปเพิ่มความกระปรี้กระเปร่าด้วย



ร้านชเวปป์ในกรุงลอนดอน ช่วงทศวรรษที่ 18



SCHWEPPE'S

ชเวปป์ ธุรกิจน้ำซ่าเจ้าแรก

- จาค็อบ ชเวปป์ ลูกครึ่งเยอรมัน-สวิส ช่างทำนาฬิกา-เครื่องประดับและเป็นนักวิทยาศาสตร์สมัครเล่นด้วย เขาทดลองทำโซดาวอเตอร์ตามวิธีการของ โจเซฟ 프리สต์ลีย์ จนสำเร็จ และก่อตั้งบริษัท ชเวปป์ จำกัดจำหน่ายน้ำซ่าขึ้นในปี ค.ศ. 1783 ที่เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ชเวปป์เป็นธุรกิจน้ำอัดก๊าซที่เก่าแก่ที่สุดในโลก มีอายุ 238 ปี และชเวปป์ก็ได้ยกย่องให้โจเซฟ ฟรีสต์ลีย์ เป็น “บิดาแห่งอุตสาหกรรมน้ำอัดลม”



ร้านขายยาที่ขายโซดาในช่วงทศวรรษที่ 1920



SODA SOFT DRINK

โซดา-ซอฟต์ดริงก์

• เครื่องดื่มโซดาที่ปรุงแต่งด้วยสารเสพติดบางชนิดทำให้ผู้ดื่ม “ติด” โซดาตามร้านขายยาจึงเริ่มถูกมองในแง่ลบ จนในปลายศตวรรษที่ 19 โซดาในอเมริกาก็ได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่และมีการโฆษณาออกไปว่า “กินแล้วไม่หยาป่วย ไม่ติด ไม่เมา แต่อร่อย ชาบซ่า และสดชื่นด้วยรสชาติของผลไม้” เคนเตอร์โซดาจะมีเด็กขายโซดา เรียกว่า โซดาเจอร์ก (Soda Jerk) ทำหน้าที่ขังโซดากับไซรัปแต่งกลิ่นเสิร์ฟเป็นซอฟต์ดริงค์ดื่มเพื่อความบันเทิงใจ



โซดาเจอร์ก



SODA FOUNTAIN

โซดาฟาว์เทน

• เคนเตอร์ขายโซดาที่เดิมทีจะตั้งอยู่ในร้านขายยา ต่อมาก็พบได้ทั่วไปตามไฮสคูลริมชาลอน ร้านสะดวกซื้อ ห้าง บาร์นม สถานีรถไฟ ในช่วงที่อเมริกาบังคับใช้กฎหมายการห้ามสุรา เคนเตอร์โซดาได้เป็นสถานที่ที่ผู้คนจะมานั่งดื่มซอฟต์ดริงค์และพูดคุยกันแทนบาร์เหล้า แต่ในช่วงทศวรรษที่ 1970 ก็ถูกดิสรับโดยร้านฟาสต์ฟู้ดและน้ำขวดอัดลม ทุกวันนี้ความหมายของโซดาฟาว์เทนก็คือเครื่องจ่ายน้ำอัดลมที่เราเห็นกันตามร้านสะดวกซื้อ





กล่องยาสมุนไพรรูตเบียร์แบบดั้งเดิม

ICE CREAM SODA

ไอศกรีมโซดา

- ไอศกรีมโซดาเป็นส่วนผสมระหว่าง ไอศกรีมวานิลลา น้ำโซดา และไซรัปแต่งกลิ่นที่มีให้เลือกไม่ต่ำกว่า 16 รส ส่วนใหญ่เป็นที่ยอมรับว่า โรเบิร์ต แมคเคย์ กรีน เป็นผู้คิดค้นขึ้นในปี ค.ศ. 1874 ขณะที่เขาขายน้ำหวานโซดาอยู่ในงานรื่นเริง น้ำแข็งเกิดหมด เขาเลยซื้อไอศกรีมวานิลลาจากร้านใกล้ๆ มาผสมกับน้ำหวานโซดาจนเกิดเครื่องดื่มแนวใหม่ ไอศกรีมโซดาสวยอดนิยม ได้แก่ โคโล่าและรูตเบียร์ ซึ่งบางครั้งก็เรียกกันว่า ไค้กโฟลต์ รูตเบียร์โฟลต์



ROOT BEER

รูตเบียร์



เครื่องดื่มที่จะมีแอลกอฮอล์หรือไม่มีก็ได้ แต่ส่วนมากคนจะรู้จักในแบบน้ำหวานอัดลมที่มีฟองนุ่มคล้ายเบียร์

เดิมทีเป็นเครื่องดื่มที่สกัดจากรากไม้สมุนไพรหลายชนิดและเป็นยารสขมปี ก่อนจะถูกเปลี่ยนเป็นน้ำหวานอัดลมโดยเภสัชกรชื่อชาร์ลส์ เอลเมอร์ ไฮเรส เพื่อให้คนอเมริกันที่ถูกบังคับใช้กฎหมายการห้ามสุราได้ดื่มแทนเบียร์ แต่ถึงจะถูกปรับเป็นน้ำหวาน รูตเบียร์แต่ละสูตรก็ยังมีส่วนผสมของเบอรี่และสมุนไพรต่างๆ อยู่

SODA HISTORY IN THAILAND

หลังจากที่โซดาเกิดขึ้นมาบนโลกได้ไม่นานก็ได้เป็นเครื่องดื่มที่แพร่หลายไปทั่วโลกรวมทั้งในไทยด้วย ในหนังสือ “50 สิ่งแรกในเมืองไทย” ระบุว่า โซดาปรากฏขึ้นครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4 ในหนังสือปฏิทิน Bangkok Calendar เมื่อ พ.ศ. 2407 ที่กล่าวถึง “โรงผลิตโซดาของมิเกล โคโดโร (Miguel Cordeiro) อยู่ตรงข้ามสถานกงสุลอเมริกา” ต่อมาชาวสยามนิยมดื่มโซดามากขึ้นเลยมีโรงโซดาที่ไม่ใช่ของต่างชาติครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 5

โรงน้ำโซดาอุลิต

- เป็นโรงงานผลิตน้ำอัดลมหลวงแห่งแรก และแห่งเดียวในสมัยรัชกาลที่ 5

ข้อมูลจากหนังสือ “ชื่อบ้านนามเมืองในกรุงเทพฯ” ระบุว่า โรงน้ำโซดาอุลิตเปิดทำการเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2448 มีรูปพระโพธิสัตว์เป็นเครื่องหมาย เป็นโรงผลิตโซดาอวเตอร์และน้ำหวานโซดาสำหรับใช้ในราชการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่ประชาชนทั่วไป ใช้น้ำบาดาลในการผลิต มีคำขวัญของโรงงานว่า “โซดาอุลิตชนิดเลิศ น้ำเกิดใต้ดินรสกลื่นหู” ผู้จัดการโรงโซดาแห่งนี้ ได้แก่ พระยาอภิรักษ์ราชอุทยาน (แฉล้ม อมาตยกุล) เป็นผู้มีความรู้ด้านการช่างและเครื่องกลเป็นอย่างดี

ขวดคอดด์ วัตถุธรรมจากอังกฤษ



LEMONADE COTTLE BOTTLE

น้ำมะเน็ด-ขวดคอดด์

• น้ำหวานโซดาแรกๆ ที่เข้ามาในสยามคือน้ำมะเน็ด หรือน้ำมะนาวโซดา คาดว่าที่เรียกว่ามะเน็ดเพราะเพี้ยนมาจากเลมอนเนด (Lemonade) น้ำมะเน็ดในสมัยรัชกาลที่ 4 จะบรรจุอยู่ในขวดทรงลูกรักบี้และปิดด้วยจุกไม้ก๊อก จนสมัยรัชกาลที่ 5 ได้เปลี่ยนมาบรรจุในขวดคอดด์ที่เป็นนวัตกรรมจากอังกฤษ เป็นขวดที่เก็บรักษาความซ่าของโซดาไว้ได้ดี ขวดจะมีคอดคอด มีลูกแก้วปิดปากขวด เมื่อจะรินน้ำต้องดันลูกแก้วให้ตกลงไปในขวด หมุนให้ลูกแก้วไปติดอยู่ที่คอหอยของขวดจะได้ไม่ขวางทางขณะรินน้ำออกมา ขวดคอดด์เป็นที่นิยมก่อนจะมีการคิดค้นฝาจีบ



VINTAGE-RETRO SODA

น้ำจรวด-โซดาโบราณ

• ก่อนที่น้ำขวดอัดลมเจ้าดังจะเข้ามาตีตลาดเมืองไทย น้ำหวานโซดาที่วัยรุ่นไทยเมื่อ 60-70 ปีก่อนนิยมอย่างมากเรียกว่า น้ำจรวด เพราะหัวปลอยน้ำโซดามีหน้าตาคล้ายจรวด เป็นน้ำซ่าหลากสีสันที่ตอนขงจะใส่น้ำหวานแต่งกลิ่นลงไปก่อนแล้วฉีดน้ำโซดาตามไปผสม มีรสชาติและกลิ่นให้เลือกมากกว่า 20 รส แต่รสยอดนิยม คือ ชาสี น้ำซ่าสีดำที่ไม่ใช่รสโคล่าแต่เป็นรุตเบียร์ บางคนเรียกชาสีว่าน้ำยาหม่องเพราะกลิ่นที่เหมือนยาของรุตเบียร์นั่นเอง ทุกวันนี้ น้ำหวานโซดาโบราณยังมีขายอยู่ตามงานรื่นเริงท้องถิ่น

น้ำหวาน ตราสิงห์

เมื่อบริษัทก่อตั้งโรงเบียร์ขึ้นในปี พ.ศ. 2476 หลังจากนั้นไม่นาน **คุณวิทย์ ภิรมย์ภักดี ได้ถูกส่งให้ไปเรียนรู้งานด้านการผลิตโซดาจากประเทศอังกฤษ และกลับมาออกผลิตภัณฑ์ “โซดาสิงห์” เมื่อปี 2480** ต่อมาในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็ได้เสริมพอร์ตโฟลิโอด้วยการออกผลิตภัณฑ์ น้ำหวาน มีทั้งน้ำเลมอนเนด น้ำส้ม น้ำสละรสต่างๆ และมีจินเจอรเบียร์ เซอร์รีโซเดอร์ ที่ผสมเบียร์ด้วย



ผลิตภัณฑ์โซดาและน้ำหวานตราสิงห์เป็นสินค้าที่ช่วยพุงให้บริษัทอยู่รอดได้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่การผลิตเบียร์ทำได้ยากลำบาก แต่ในที่สุดเมื่อได้เข้ามาในไทยเมื่อปี พ.ศ. 2492 ตามด้วยปีบี่ ก็ได้มาตีตลาดน้ำหวานของไทยอย่างมาก บริษัทผู้ลงทุนการผลิตน้ำหวานไม่ไหวเพราะใช้แต่วัตถุดิบเกรดเอทำให้ต้องหยุดผลิตภัณฑ์น้ำหวานไปในปี พ.ศ. 2505

แต่ในปี 2563 ที่ผ่านมา บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์น้ำหวานโซดาอีกครั้ง ดึงเอาซอฟต์แวร์เครื่องผลิตคลาสสิกอย่างน้ำมะนาวกลับมาในพอร์ตใหม่ในนามของ “สิงห์เลมอนโซดา” เครื่องดื่มที่เข้ากับยุคสมัยเพราะมีจุดเด่นที่ปราศจากน้ำตาลและแคลอรี 0% นอกจากรสชาติที่ถูกใจ สิงห์เลมอนโซดายังเป็น mixer สร้างสรรค์เครื่องดื่มเพิ่มได้อีกหลายเมนู หรือจะเป็นส่วนผสมของเมนูอาหารก็ได้อีกด้วย

รวบรวมเรียบเรียงจาก

<https://blog.phumraphee.page/2013/10/blog-post.html>
<https://www.britannica.com/topic/soft-drink>
<http://www.cookiecoffee.com/food/72298/4-facts-about-schweppes-first-best-soft-drink-history>
<http://drugstoremuseum.org/index.php/soda-fountain/soda-fountain-history>
https://en.wikipedia.org/wiki/Soda_fountain
https://en.wikipedia.org/wiki/Soda_shop
https://en.wikipedia.org/wiki/Soft_drink
<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.39053072765817794363.199476353430283&type=3>
<https://www.sodaparts.com/blog/a-brief-history-of-soda/>

SODA FUN FACTS

TONIC WATER

● โทนิคเควเตอร์

เป็นเครื่องดื่มอัดก๊าซ
ที่ส่วนมากแล้วจะผสม
ควินินลงไป คนมากมาย
เห็นโทนิคยี่ห้อเฮลล์แล้ว
คิดว่าเป็นน้ำอัดลม พอกิน
เข้าไปถึงรู้ว่าขมปี๋



● น้ำอัดลมในแก้วขนาด 12 ออนซ์ มีปริมาณน้ำตาล 40 กรัม

แต่จากข้อมูลด้านสุขภาพระบุว่า ผู้หญิง
ควรบริโภคน้ำตาลไม่เกินวันละ 25 กรัม
ส่วนผู้ชายไม่เกินวันละ 38 กรัม

● **น้ำราบูเนะ (Ramune) หรือลมอนเบด**
อัดลมของญี่ปุ่น ยังอนุรักษ์ความเป็นชาว
คอคอดแบบโบราณเอาไว้แต่ได้พัฒนาให้
เข้ากับปัจจุบัน ก่อนดื่มต้องกดลูกแก้วที่
ปากขวดลงไป



Sundae

● มีเรื่องเล่าว่าอเมริกาเคยมีกฎหมาย ห้ามขายโซดาวันอาทิตย์

เพราะคนมานั่งเมาท์อยู่ในร้านโซดาไม่
ยอมทำมาหากิน ไอศกรีมโซดาเลยถูก
ห้ามขายวันอาทิตย์ด้วย คนจึงหันมา
ซื้อไอศกรีมราดช็อกโกแลตหรือน้ำเชื่อม
ผลไม้แทนและเรียกมันว่า ไอศกรีมซันเด

● ชาวแอฟริกากับเคซียู บัญญัติการขาดสารอาหาร

เครื่องดื่มเวย์โปรตีนอัดลมที่
สกัดจากชีสนมควายจึงเป็น
ซอฟต์แวร์ดริงค์ที่ขายดีในแถบ
แอฟริกาเหนือ



● เครื่องดื่มซอฟต์แวร์ดริงค์ ถูกเรียกให้ ตรงข้ามกับ “ฮาร์ดดริงค์”

ที่หมายถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และธุรกิจ
ซอฟต์แวร์ดริงค์ถูกผลักดันขึ้นมาเพื่อแก้ปัญ
ดื่มเหล้าหนักของคนอเมริกัน

KOMBUCHA GINGER ALE

● คอมบูชา จินเจอร์อล น้ำปั่น

จัดว่าเป็นซอฟต์แวร์ดริงค์ไม่ใช่
เครื่องดื่มประเภทมีนเมา
เพราะส่วนใหญ่มีส่วนผสม
แอลกอฮอล์ต่ำกว่า 0.5%



● การอัดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ลง
ในน้ำจะช่วยยืดอายุ ป้องกันการบูดของน้ำ
และทำให้น้ำเกิดประกาย เป็นที่มาของ
คำว่าสปาร์คกลิ้งวอเตอร์

● ชาวคิวบาบีแบรนด์น้ำอัดลมท้องถิ่น
TropiCola ที่ผสมโซดากับสมุนไพร และ
นิยมเติมน้ำอ้อยอัดลมซึ่งได้ความหวาน
จากธรรมชาติแท้



ที่มาภาพ
<https://d3h6k4f8m9p0.cloudfront.net/uploads/2014/04/carbonation-machines.jpg>
https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page
<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ5wsq4hoUdLRTuMXS-KRUou7lu-mf1cN2rw&usqp=CAU>
<https://www.heywoodwakefield.com/wp-content/uploads/2017/02/soda-fountain.jpg>
<https://mediad.publicbroadcasting.net/p/shared/pmp/styles/medium/pmpshared/201703/8f2cc3e8-2eab-457b-b10f-0af7a61334b8.jpg>
https://lh3.googleusercontent.com/proxy/qh1Cbft7_S-e10N4N0v7Zg-2Zj_UjJEOLIEFXDD9IwURB0oiCDLWNP25YuS-M_Dcy8UgludTr5cGyzpbxkdrCOSUmwCGu6aKls7IHolx1KCK-meICjvk3li68e6
<http://www.drinkingcup.net/wp-content/uploads/1767-Schweppes-Geneva-Aparatus-crop.jpg>
<https://www.uuworld.org/articles/seeing-joseph-priestley-whole>
<http://madeupinbritain.uk/britimages/SodaDrink.jpg>
<https://www.1stdibs.com>
<https://www.tasteofhome.com/wp-content/uploads/2018/07/Fair-Oaks-Pharmacy-Facebook.jpg>
<https://www.mdislander.com>
<https://jacksondrug.com/wp-content/uploads/2019/07/Slider1.jpg>
<https://www.amazon.com>
https://www.etsy.com/market/retro_sundae
https://www.vioempresa.cat/es/afterwork?_page=23
<https://www.pinterest.com>
<https://www.schweppes.com>
<https://scalar.usc.edu/works/history-of-the-soda-fountain/media-gallery>
<https://www.womenshealthmag.com/food/g30023207/best-kombucha-brands/>
<https://www.pinterest.com/jmirene/soft-drinks/>



เซฟจูบ

GAZPACHO WITH SINGHA LEMON SODA

กาซปาโชเป็นอาหารสเปนที่นิยมกินในฤดูร้อน ช่วยเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกาย จะคล้ายกับซูบมะเขือเทศแต่นิยมกินกันแบบใส่น้ำแข็งหรือแช่เย็นไว้ วันนี้เราจะมาลองทำกันโดยผสมสิ่งทีเลมอนโซดาลงไปด้วย

วัตถุดิบ สำหรับรับประทาน 4 ที่

- | | | | |
|--------------------|-----------------------|----|----------|
| 1. มะเขือเทศก๊อ | คว่ำเบสิค | 1 | กิโลกรัม |
| 2. พริกขี้หนูเขียว | แกนกลางออก | 1 | ถ้วยตวง |
| 3. หอมแขก | ปอกเปลือก หั่นสี่ส่วน | 1 | ลูก |
| 4. กระเทียมจีน | ปอกเปลือก หั่นครึ่ง | 1 | กลีบ |
| 5. สีนห่มมอนโซดา | | 60 | มล. |
| 6. น้ำมันมะกอก | | 2 | ช้อนโต๊ะ |
| 7. เกลือ | | ½ | ช้อนชา |

เครื่องโรยหน้า

- | | | | |
|----------------------------|--------------------|---|--------|
| 1. พริกไทยดำเม็ด | บดละเอียด | ¼ | ช้อนชา |
| 2. ใบโหระพาสด | เด็ดเอาใบ หั่นหยาบ | | |
| 3. ออริกาโนป่น | เล็กน้อย | | |
| 4. ครีมนิย | เล็กน้อย | | |
| 5. น้ำมันมะกอก | เล็กน้อย | | |
| 6. เสมมะเขือเทศ | หอมแขก หั่นเต๋า | | |
| 7. พริกขี้หนูเขียวหั่นเต๋า | เล็กน้อย | | |

วิธีทำ

เทส่วนผสมทั้งหมดลงในเครื่องปั่นนึ่งไว้ประมาณ 1 นาที หรือจนกว่าจะเข้ากัน เมื่อได้ที่แล้วโรยด้วยพริกไทยดำบด แล้วตกแต่งด้วยเครื่องโรยหน้า

เรื่องเด่น / น้ำหวานโซดา

ชวนมาอร่อยซ่ากับเมนูเครื่องดื่ม
จากสิงห์เลมอนโซดา

HONEY LEMON SODA WITH ICE CREAM

น้ำผึ้งเลมอนโซดาที่อบปิ้งวานิลลาอัญชันโอศกักริม



วัตถุดิบ

1. ไอศกรีมวานิลลาอัญชัน
2. มะนาวสด
3. น้ำผึ้ง
4. ไซรัปน้ำตาลทรายแดง
5. เกลือ
6. สิงห์เลมอนโซดา
7. เลมอนสด

วิธีทำ

1. ทำน้ำเลมอนมะนาวโซดา โดยใช้ส่วนผสม น้ำมะนาวสด 10 มล. น้ำเลมอนสด 10 มล. น้ำผึ้ง 15 มล. เกลือ 2 กรัม ไซรัปน้ำตาลทรายแดง 10 มล. คนส่วนผสมให้เข้ากัน
2. ใส่สิงห์เลมอนโซดา 150 มล. แล้วคนให้เข้ากัน
3. เกลวลงในแก้วใส่น้ำแข็งที่เตรียมไว้
4. ท็อปด้านบนด้วยไอศกรีมวานิลลาอัญชัน 1 สกู๊ป ตกแต่งด้วยเลมอนสดผ่าซีก



อัญชสี อัมรานนท์ (อ้อม)

Project Management Executive การตลาด BRT

OO LONG TEA MIX BERRY LEMON SODA

ชาอู่หลงอัญชันมีกซ์เบอร์รี่เลมอนโซดา

วัตถุดิบ

1. ชาอู่หลง 5 กรัม
2. ดอกอัญชันอบแห้ง 3-5 ดอก
3. น้ำร้อน 150 มล.
4. สตรอว์เบอร์รี่แช่เย็น 20 มล.
5. เลมอนโซดา 100 มล.
6. บลูเบอร์รี่สด
7. มีลเบอร์รี่สด
8. ใบสะระแหน่

วิธีทำ

1. แช่อู่หลงและดอกอัญชันแห้งในน้ำร้อน 5 นาที แล้วกรองออก พักให้เย็น
2. ใส่สตรอว์เบอร์รี่แช่เย็นในแก้ว ตามด้วยน้ำชา 40 มล.
3. เติมน้ำแข็งให้เต็มแก้วและใส่สิ่งห่อเลมอนโซดา
4. ตกแต่งด้วยบลูเบอร์รี่ มีลเบอร์รี่ และใบสะระแหน่

ORANGE GREEN TEA LEMON SODA

มีดะน้ำส้มผสมเลมอนโซดา

วัตถุดิบ

- น้ำส้มคั้นสด 60 มล.
- เลมอนโซดา 60 มล.
- มีดะ 5 กรัม
- น้ำร้อน 40 มล.

วิธีทำ

1. ใส่มีดะกับน้ำร้อนด้วยแปรงไม้ไผ่
2. ตีผสมมีดะกับน้ำร้อนด้วยแปรงไม้ไผ่
3. ค่อยๆ เทมีดะที่อบลงบนน้ำส้ม



สุดารัตน์ ชัยชนะวงศ์ (ตอง)

NPD Supervisor สิงห์ปาร์ค เชียงราย

Q+A

โควิด-19



ได้เรียนรู้ว่าโลกนี้

ไม่มีอะไรแน่นอน ดังนั้นเราต้อง
ปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต
เพื่อให้อยู่รอด!! ไม่ประมาท
การ์ดอย่าตก ลู!!

ธนวัน งามบุรุษ (เบียร์)

บริษัท ขอนแก่นบริวเวอรี่ จำกัด



ปรับตัวในเรื่องของการสื่อสาร
การประชุม เพื่อให้งานเดินต่อได้
สิ่งที่สำคัญอีกเรื่อง คือ รักตัวเองมากขึ้น
หันมาออกกำลังกาย สุขอนามัยส่วนตัว
และรับผิดชอบต่อส่วนรวมมากขึ้น

ประกายรัตน์ ยะสืบ (หมี)

บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด



ขาดร้านเหล้า

เหมือนขาดใจครับ

ไม่มีโอกาสไปนั่งดื่มเบียร์สิงห์
ฟังดนตรีกับ gang

อดิสร รัตนชาเลิศ (อาท)

บริษัท ปทุมธานีบริวเวอรี่ จำกัด



ได้รู้ว่า บางทีซื้อโรคก็มี
อยู่ทั่วไป เกิดขึ้นและติดต่อง่าย
ต้องระวังตัวเองอยู่เสมอ

ปารณีย์ จิรสิขิตวงศ์ (ปาร์)

บริษัท สิงห์ เบเวอเรจ จำกัด



ต้องใช้ชีวิต
อย่างมีความรับผิดชอบ
ต่อตนเอง คนรอบข้าง
และสังคม

มิรินตี มงคลเอี่ยม (กวาง)

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

ทำให้คุณได้เรียนรู้อะไร

“การช่วยเหลือกันและกัน
ในทุกสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว
เพื่อนร่วมงานหรือบริษัท
ในการที่จะก้าวผ่านสถานการณ์
ที่อันตรายแบบนี้”

วราพงษ์ สุปรีย์ดิษฐ์ (เอ)
บริษัท สิงห์ อินเตอร์เนชั่นแนล
เฮดควอเตอร์ จำกัด



“ได้รู้จักคำว่า
เราต้องรอด ทำยังไงก็ได้
ให้ไม่ติดโควิด”

สุพิศรา โฉมารักษ์พันธุ์ (เมย์)
บริษัท วังน้อยเมวอเรช จำกัด



“มนุษย์เราไม่ได้อยู่เหนือ
กฎเกณฑ์ธรรมชาติ

สิ่งที่เราควรทำตอนยังมีชีวิตอยู่
คือการให้ความรักความเอื้ออาทรต่อกัน
ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์หรือสัตว์ก็ตาม
ลดความเห็นแก่ตัวให้มากๆ ครับ”

กัมพร อินทร์ดิษฐ์ (หนึ่ง)
บริษัท มหาสารคามเบวอเรช จำกัด



“COVID-19 ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลง
วิถีการใช้ชีวิตและการทำงานใหม่ในหลายเรื่อง
สิ่งที่ต้องเกิดขึ้นก่อนนั้นคือ **วิธีการคิดใหม่**
กล้าฟัง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ
และกล้าที่จะลงมือทำ”

อำนาจ เราชูงเนิน (นาจ)
บริษัท บุญธานีเบวอเรช จำกัด



“เรียนรู้การทำงานแบบ
CTEG-Smart มีความพร้อม
ส่งมอบงานที่มีคุณภาพ
ได้ทุกที่ ทุกเวลา”

นิภาพร ดวงราช (พร)
บริษัท บุญรอดเบวอเรช จำกัด





INTERVIEW

ยัม - ศศิวิมล เพชรน้ำสีน

เจ้าของไอศกรีม Ampersand Gelato

เธอคือผู้เปลี่ยนความหลงใหลในรสชาติที่หลากหลายมาสู่ธุรกิจ
ร้านไอศกรีมที่สร้างสรรค์รสชาติหลากหลายใส่ในชื่อแบรนด์
Ampersand Gelato เส้นทางกำเนิดร้านไอศกรีมแบรนด์ไทยของ “ยัม”
ศศิวิมล เพชรน้ำสีน ตอกย้ำว่า passion คือจุดเริ่มต้นสำคัญของ
ทุกๆ ความสำเร็จ และความสุขในชีวิตการทำงาน

เริ่มจากค้นหาความชอบและตัวตน

ตอนเด็กๆ เราแค่รู้สึกว่ายัยเราอยากจะทำธุรกิจเพราะที่บ้านเองก็ทำธุรกิจอยู่แต่จะเป็นธุรกิจอะไรแนวไหนเราก็กังไม่รู้อะไร
จนโตขึ้นเราเรียนที่จุฬาฯ ซึ่งแถวนั้นมีร้านอาหารเยอะมาก เราก็ชอบ
ไปกินตามร้านอาหารที่นั่นที่นั่นหลากหลายแบบจนทุกคนพูดเป็นเสียง
เดียวกันว่า เราเป็นคนชอบกิน พอเรียนจบมาทำงาน ทุกคนก็ยืนยันว่า
เราเป็นคนชอบกินอีก เราก็รู้สึกว๊าย ไข่ เราชอบกินจริงๆ นี่แหละเว้ย
ของเรา เราก็มีน้ำจะทำธุรกิจอาหาร

ความ “ชอบกิน” ของคุณต่างจากคนอื่นยังไง

น่าจะเป็นเราชอบกินรสชาติที่หลากหลาย เรามีเพื่อนต่างชาติเยอะมาก ตอนไปเรียนต่อที่อเมริกากับเซียงไฮ้ เรามีเพื่อนประมาณสามสิบชาติได้ ซึ่งทุกคนก็จะทำอาหารของชาติตัวเอง เราทำอาหารไทย เพื่อนทำอินเดีย กรีก อียิปต์ แล้วเราก็จะชอบกินไปหมด พอกลับมาในไทย ก็อยากกิน แต่ทักษะทำอาหารของเราไม่ได้เชี่ยวชาญขนาดนั้น เลยไปเข้าคอร์สเรียนทำขนมปัง ทำนั่นทำนี่แล้ว ก็ลองทำไอศกรีม

นั่นเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจร้านไอศกรีม

ความที่เราเป็นคนชอบกินไอศกรีมมาก กินได้เป็นโพน์ เหมือนที่คนอื่นกินป๊อปคอร์นเป็นถังนะค่ะ เราก็อยากกินรสที่มันแปลกๆ ที่ยังไม่มีในไทย แต่ไม่มีใครทำให้เรากินเราก็เลยทำเอง ทำเสร็จเอาไปให้คนอื่นกิน เขาชอบ บอกว่าอร่อย เป็นไอศกรีมรสชาติที่ไม่เคยกินอย่างรสเบคอน รสชาเอิร์ลเกรย์ เราเลยรู้ว่าเราไม่ได้ชอบอยู่คนเดียว มีคนที่ชอบเหมือนเราด้วย เราก็ลุย ตระเวนชิมทุกร้าน ไปเรียนทำไอศกรีมที่มหาวิทยาลัยในต่างประเทศ เรียนเป็นวิทยาศาสตร์อาหารอย่างจริงจัง รู้เรื่องจุดเยือกแข็ง สารให้ความหวาน แล้วก็ไปเรียนที่อิตาลีต่อ ที่นั่นจะเป็นไอศกรีมแบบเจลาโตที่เราชอบกิน ไอศกรีมเจลาโตเนื้อจะเนียนกว่าแบบอเมริกัน จะเสิร์ฟด้วยอุณหภูมิที่สูงกว่า เมื่อเข้าปากแล้วจะรับรสชาติได้ชัดกว่า

ผ่านอะไรมาบ้างกว่าจะมีร้านแรกของตัวเอง

ตั้งแต่แรกมาเราก็ไม่ได้รับการสนับสนุนอะไรเป็นพิเศษนะค่ะ ไม่มีใครอินกับเราด้วย ที่บ้านก็ไม่ได้สนใจปล่อยให้เราทำไปคนเดียว มีคนสับสนมาเหมือนกันว่าเป็นแบรนด์ไทย คนจะอินหรือ มีแบรนด์เมืองนอกดังๆ เยอะแยะ เราก็ไม่ได้สนใจ เพราะเราชอบค่ะ อยากลองทำระหว่างทางก็เจอปัญหาเรื่อยๆ นะแต่ “ด้วยความชอบของเราที่มัน strong มาก มันเลยเป็นแรงใจให้เราผ่านปัญหามาได้ตลอด” แล้วทุกปัญหาก็ทำให้เราเติบโตขึ้น

คิดว่าอะไรที่ทำให้ธุรกิจนี้สำเร็จขึ้นมาได้

จริงๆ ไม่เคยตั้งไว้ว่าถึงจุดไหนแล้วจะเรียกว่าสำเร็จนะ แต่เรารู้สึกว่า “ความสำเร็จคือทุกวันที่ได้ทำงานแล้วมีความสุข” เพราะทุกวันนี้เราแอบไปกับการคิดรสชาติใหม่ๆ ได้เจอลูกค้า ซึ่งทั้งหมดมันก็เริ่มมาจาก “เราต้องหลงใหลในสิ่งที่เราทำ” อันนี้เห็นชัดมากจากที่เราลองทำธุรกิจที่บ้านแล้วไม่อิน แต่กับร้านของเรา เราอินทำเท่าไรก็ไม่เหนื่อย แต่นอกจาก passion ในระหว่างทางเราก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของเราจริงๆ และรักษาความสม่ำเสมอของวัตถุดิบ รสชาติ ไม่ใช่ขายดีแล้วหย่อนคุณภาพ

ที่มาของชื่อ Ampersand

Ampersand (แอมเพอร์แซนด์) เป็นชื่อเต็มของสัญลักษณ์ & (แอนด์) ด้วยคอนเซ็ปต์ของร้านเรา คือ International inspire รสชาติไอศกรีมของร้านจึงเป็นแบบอินเตอร์ที่ผสมผสานรสชาติหลายๆ ชาติ เช่น ไทยอัญชันมะนาว & อิตาลีเลมอนพิตาชิโอ หรือ & เบลเยี่ยมช็อกโกแลต คือเราจะเอารสชาติหลายๆ ชาติมาลิ้มลิ้มกันด้วยตัว & โลโก้ของร้านก็เลยเป็นตัว & ตอนนี้น้ามี 3 สาขาค่ะ ที่ทองหล่อ 13 เซ็นทรัลเวิลด์ และโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ สุขุมวิท ■





อยากเห็นคุณ ดื่มสิ่งที่ใช่... ให้ตัวเอง

ใช่...เพราะผ่านเทคโนโลยี



จึงสะอาดเหมาะกับร่างกาย





ทีมวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์

เบื้องหลัง Soft Drinks & Snacks
รสชาติใหม่

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา บริษัท
บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เริ่มแตกไลน์
ผลิตภัณฑ์นอมนแอลกอฮอล์ออกไป
นอกเหนือจากน้ำดื่มและโซดาที่เป็น
ผลิตภัณฑ์เรือธงดั้งเดิม **เริ่มตั้งแต่**
ปี ค.ศ. 2005 ที่กำเนิดผลิตภัณฑ์
ชาเขียวโมชิเป็นตัวตั้งต้น ก่อนจะมี
เครื่องดื่มซอฟต์ดริงก์อีกหลายตัว
ตามมารวมถึงสแน็กอีกหลากหลายชื่อ
จนมาถึงปัจจุบันที่มีสินค้าครอบคลุมโซดา
เพอร์ราวิตามิน และมาซิเตะทั้งที่เป็น
สำหรับวัย มั่นพรั่งทอด ข้าวโพด
อบกรอบ เป็นต้น





จากวันนั้นถึงวันนี้ บริษัทยังมุ่งหน้า
แตกไลน์สินค้าเครื่องดื่มบนแพลตฟอร์มออนไลน์
และขนมขบเคี้ยวอย่างต่อเนื่องโดยมี
“ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์” เป็นคีย์หลัก
ในการคิดค้นและต่อยอดผลิตภัณฑ์ต่างๆ
ตามโจทย์ที่ได้รับมาจากบริษัท หากว่า
บริวมาสเตอร์คือหัวใจสำคัญของการผลิต
เบียร์ หัวใจสำคัญของการผลิตสินค้า
ประเภทเครื่องดื่มพร้อมดื่ม (Ready to
Drink) และขนมขบเคี้ยวของบริษัทก็คือ
ทีมนักวิทยาศาสตร์ของสำนักงานวิจัยและ
พัฒนาผลิตภัณฑ์นั่นเอง

สำนักงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
อยู่ภายใต้สายเทคโนโลยีและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ นำทีมโดย “พีทิดิ” คุณกิตติ
รัตนานุกูล ผู้จัดการสำนักงานวิจัยและ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ และ “พีตึก” ดร.ปิยทิพย์
หุตะสิงห์ นักวิทยาศาสตร์อาวุโส ซึ่งพีๆ
ทั้งสองใจดียอมเปิดห้องแล็บสำคัญ
ต้อนรับ สิ่ง แมกกาซีน อย่างเอ็กซ์คลูซีฟ
และยินดีเล่าสู่กันฟังถึงเบื้องหลังการ
ทำงานต่างๆ พร้อมทั้งแนะนำทีมงาน
คุณภาพให้เราได้รู้จักกัน

กว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์น้องใหม่

เริ่มจากที่ทีมวิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ได้รับโจทย์มา ยกตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์สิ่งดื่มบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีโจทย์ว่า
“เครื่องดื่มผสมรสชาติที่ช่วยดับ
กระหายคลายร้อน ด้วยความเปรี้ยวของ
เลมอนแท้ ผสมกับความซ่าที่ลงตัว ดื่มแล้ว

สดชื่นสบายใจ ไม่มีน้ำตาล” ซึ่งถือเป็น
โจทย์ใหม่ ในตลาดยังไม่มีผลิตภัณฑ์น้ำ
มะนาวโซดาไร้แคลอรีมาก่อน ทีมวิจัยฯ
จะทำหน้าที่ปลูกปั้นสินค้าขึ้นมาโดยใช้
ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์คิดค้นสูตรและ
ส่วนผสม โดยทดลองผลิตขึ้นในห้องแล็บ
ในปริมาณเล็กๆ แต่มีหลายเวอร์ชัน เพื่อส่ง
ให้ทีมงาน ผู้บริหาร ทีมการตลาด ช่วยกัน
ทดลองชิม ตลอดจนทำการทดสอบ
ผู้บริโภค (Consumer Testing) เพื่หาร
รสชาติที่โดนใจ

เมื่อปรับจนได้รสชาติที่ลงตัวตาม
ความต้องการแล้ว ทีมวิจัยฯ ก็จะทำการ
ขยายสเกลการผลิตโดยทำการทดลองใน
Pilot Plant นั่นคือ ทดลองผลิตน้ำเลมอน
โซดาตามสูตรที่กำหนดในปริมาณที่
มากขึ้น โดยจะมีเครื่องมือที่ควบคุม
สภาวะการให้ความร้อน (UHT) รวมถึง
เครื่องมือในการผสมต่างๆ ในขนาดที่
ใหญ่ขึ้นและเสมือนจริงมากขึ้น จาก Pilot
Plant เราจะได้น้ำเลมอนโซดาประมาณ
20-50 ลิตร เป็นการทดลองผลิตขนาดเล็ก
เพื่อตั้งต้นสำหรับการผลิตขนาดใหญ่ใน
ระดับโรงงานต่อไป

เมื่อได้โรงงานผลิตแล้ว

ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะ
ทำการส่งนักวิทยาศาสตร์เข้าไปดูแลการ
ผลิตด้วยตัวเอง ด้วยสูตรและการผสม
ทั้งหมดถือเป็นความลับ พวกเขาจะคอย
แก้ปัญหาหน้างานเพื่อควบคุมรสชาติของ
ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาให้ใกล้เคียงในระดับ
99.99% กับตัวอย่างที่ผลิตตั้งต้นมาจาก
แล็บ เรียกว่าควบคุมมาตรฐานการผลิต
กันในทุกขั้นตอนเลยทีเดียว

หลังจากการผลิตแล้วเสร็จ ก่อนจะปล่อยออกสู่ตลาด ทีมวิจัยฯ จะส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งออกจากสายการผลิตกลับมายังแล็บกลางที่บริษัทเพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยกันอีกครั้ง ตรวจสอบคุณภาพกันครั้งแล้วครั้งเล่าเสมือนที่เป็นสินค้าพรีเมียมควอลิตีตามแบบฉบับของสิ่งทีความปลอดภัยต้องสูงกว่ามาตรฐานจริงๆ

หากนับตั้งแต่ที่ได้รับโจทย์ผลิตภัณฑ์มาเป็นแนวคิดอยู่ในหัวจนสำเร็จออกมาเป็นผลิตภัณฑ์อยู่ในตลาด สิ่งทีเลมอนโซดาจะมีระยะก่กำเนิดอยู่ประมาณ 8 เดือน แต่ในขณะเดียวกันทีมวิจัยฯ ก็มีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องดูแลไปพร้อมกันด้วย ทุกตัวต้องแล้วเสร็จให้ทันก่อนกำหนดวางตลาดอย่างน้อย 14 วัน ในแต่ละวันพวกเขาจึงต้องคิดสูตร ติดต่อ ซัพพลายเออร์ หาวัตถุดิบ ปรับคุณภาพ ปรับรสชาติ ผสมกลิ่น ลองชิม จนกว่าทุกผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความดูแลทั้งหมดจะออกมาลงตัว

ต่อยอดรสชาติผลิตภัณฑ์

นอกจากคิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ก็ยังมีการต่อยอดรสชาติของผลิตภัณฑ์เดิมออกไปให้หลากหลาย อย่างเช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับมาชิตะที่มีการโคแบรนต์กับร้านอาหารชื่อดังหลายเจ้า ทั้งบอนซอน บาร์บีคิวพลาซ่า ซูกิชิ ทูตารี นักวิทยาศาสตร์ของทีมวิจัยฯ จะต้องไปลองชิมแล้วจดจำกลิ่น รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์จากร้านอาหารเหล่านั้น เช่น กลิ่นรสซีไครงอย่างหมักซอสเกาหลีจากร้านซูกิชิ เพื่อกลับมาสร้างกลิ่นรสนั้นลงในผลิตภัณฑ์สำหรับมาชิตะ นั่นหมายความว่าลิ้น การรับรู้ และการจดจำกลิ่นรสของพวกเขาจะต้องแม่นยำอย่างมาก ถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของทีมงานนี้กันเลยทีเดียว



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มี 3 รูปแบบ อย่างแรกเป็นการคิดใหม่ทำใหม่ หรือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในตลาด เช่น สิ่งทีเลมอนโซดา เป็นต้น อย่างที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เคยคิดค้นขึ้นมาและต่อยอดออกไป และอย่างที่สามเป็นผลิตภัณฑ์เลียนแบบ หรือ Me-too เป็นการออกสินค้าที่เหมือนคู่แข่งในตลาดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่ซันโว ตลอด 16 ปีตั้งแต่กำเนิดหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้น ทีมงานได้ทำมาหมดแล้วทั้งสามรูปแบบ



แนะนำทีมงาน

- 01 กิตติ รัตนบุญกุล (กิต)
 - ผู้จัดการสำนักงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 02 ปิยทิพย์ หุตะสิงห์ (ตุ๊ก)
 - นักวิทยาศาสตร์อาวุโส
- 03 ศิริกุล นิธิธนาธร (ฝน)
 - นักวิทยาศาสตร์
- 04 ปวันรัตน์ เมื่อนิจโคตร (เอ)
 - นักวิทยาศาสตร์
- 05 ลัดดาธรรณ อยธังสุฤกษ์กุล (ลัด)
 - นักวิทยาศาสตร์
- 06 อังคา หลิมไธประเสริฐ (จูน)
 - นักวิทยาศาสตร์
- 07 นารินาฏ กันไชยคำ (เกิ)
 - นักวิทยาศาสตร์
- 08 รุ่งทิวา นิยมไทย (จู่)
 - นักวิทยาศาสตร์

“ทุกงานที่เข้ามาทำให้เราโตขึ้น ทุกการคิดสูตร การชิมและการประเมินเพื่อปรับรสชาติ **ทุกเวอร์ชัน** ที่เราทดลองทำออกมาคือฐานความรู้และประสบการณ์ ที่เราค่อยๆ สะสม เราสร้างทีมขึ้นจากฐานความรู้เหล่านี้ งานทุกชิ้นไม่ใช่ง่าย แต่พอฐานความรู้เรากว้างขึ้น เราก็จะแก้ปัญหาก็ได้เร็วและเข้าใจปัญหานั้นง่ายขึ้น เราโตไปกับงานมาตลอดสิบหกปี เวลาเราได้รับโจทย์อะไรมา เราก็ต้องพยายามใช้พื้นฐานที่เรามีและต่อยอด เพื่อทำโจทย์นั้นให้สำเร็จให้จงได้”



ความท้าทายของการทำงาน

สำหรับทีมวิจัยฯ แล้ว การต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ การทำสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน ยังไม่ถึงว่าเป็นความท้าทายมากเท่ากับการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตสินค้าใหม่ให้อยู่ในระดับที่ขายได้

“R&D ที่ไม่ใช่พ่อครัวแม่ครัวที่จะทำสินค้าให้อร่อยอย่างเดียว เราต้องทำขึ้นมาในต้นทุนที่จะขายได้ด้วย ไม่ใช่ว่าทำของแพง อร่อย แต่ขายไม่ได้ ต้นทุนก็จะเริ่มมาจากเราต้องรู้ก่อนว่าบริษัทต้องการขายสินค้านี้ในราคาเท่าไร แล้วเราก็จะมาคิดบริหารจัดการในขอบเขตที่เรามี ถ้ามีโจทย์มาว่าอยากให้ใส่กลิ่นรสอะไรเพิ่ม ก็ต้องเพิ่มต้นทุน นี่คือการยาก เพราะต้นทุนไม่ใช่แค่เรื่องของวัตถุดิบ ยังมีเรื่องของภาษี กฎหมายด้วย เพราะอย่างนั้นจึงไม่ใช่ที่เราอยากจะทำอะไรก็จะทำได้” พี่กิตติกล่าว





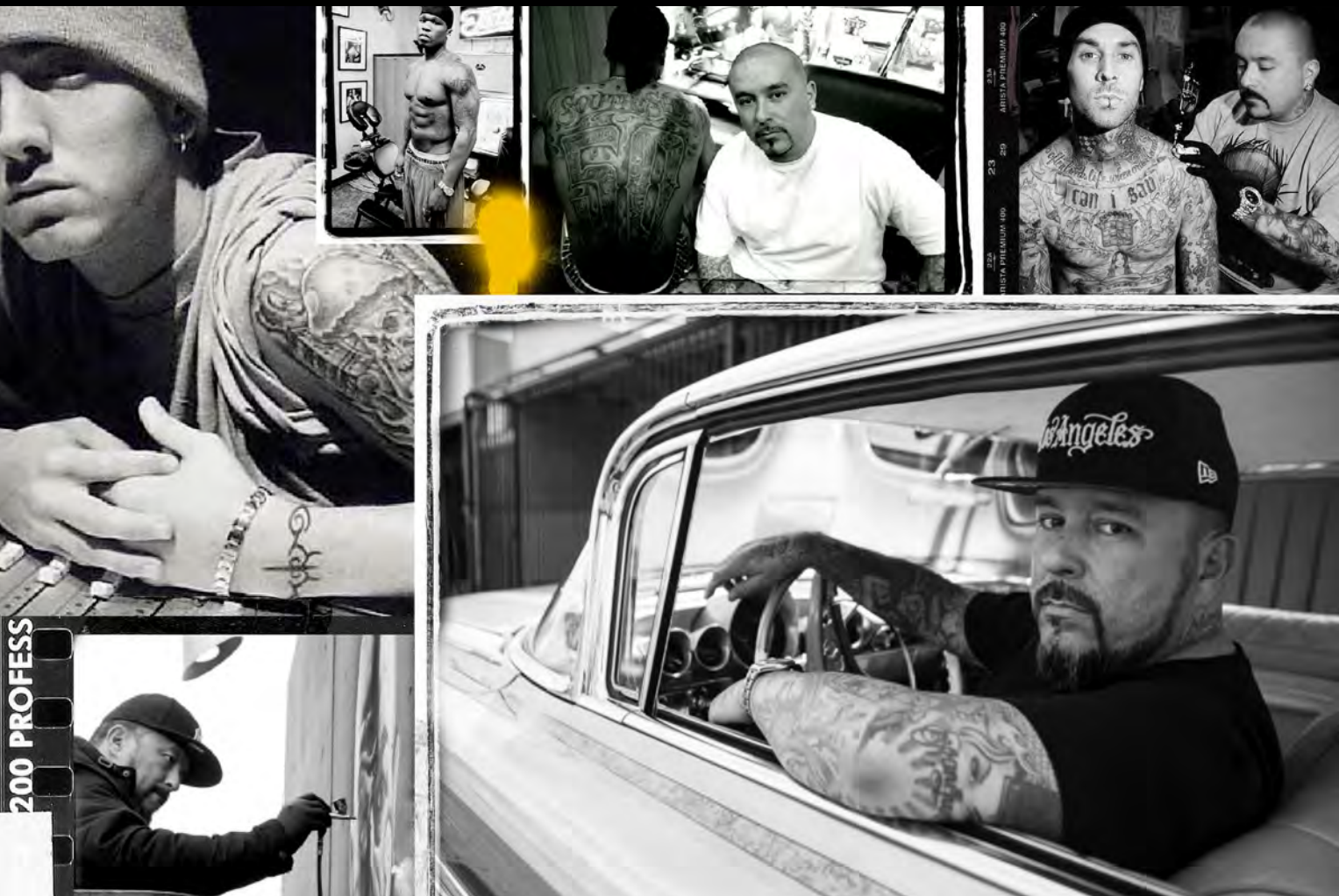
ไม่เพียงแต่การคิดค้นและต่อยอดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชอฟต์ดั้งเดิมกับสแน็ก ทีมวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังทำหน้าที่ช่วยซัพพอร์ตการพัฒนาสินค้าให้กับบริษัทในเครือด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ Non-dairy Milk และชาสกัดเข้มข้น (Tea Concentrate) ที่พัฒนาให้กับสิงห์ปาร์ค เชียงราย หลังจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาพัฒนาขึ้นอีกหลายตัวก็จะทยอยเสร็จสิ้นในอีกไม่ช้า สิ่งทีเลมอนโซดา เพอร์ราวีตามิน ก็กำลังจะมีรสชาติใหม่ๆ มาให้เราได้ลิ้มลองกัน รวมทั้งสาหร่ายมาซิตะและมาซิตะชิปส์ด้วย ตลอดปีนี้อย่าติดตามผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กันได้เลย ■



แนะนำทีมงาน

- 09 ณปภัช พนมวัน ณ อยุธยา (ฝ่าย)
นักวิทยาศาสตร์
- 10 รัชวีรธรณ กลิ่นนูนาก (ฝ่าย)
นักวิทยาศาสตร์
- 11 พรรณทิพย์ สอนโต (UI)
นักวิทยาศาสตร์
- 12 พัสลภา สรสุคนธ์ (นุช)
นักวิทยาศาสตร์
- 13 อมรเทพ โทขุนานนท์ (ซี)
นักวิทยาศาสตร์





MISTER CARTOON

ศิลปินผู้จารกราฟฟิต์บนเนื้อหนัง

เรื่อง: ลาพิศ ลาซูลี

ลวดลาย เส้นสาย สีส้น ที่ผู้สร้างสรรค์บรรจงสร้างสรรค์ หากวาดบนกระดาษหรือผืนผ้าก็คงไม่มีเพื่อนไหนมากเท่าสลักอยู่บนเนื้อหนังของมนุษย์ เพราะ “รอยสัก” ที่อาจประทับบนร่างของใครคนหนึ่งไปชั่วชีวิต จะเป็นงานศิลป์ที่สร้างความพิเศษเฉพาะตัวให้กับบุคคลนั้น ไม่ใช่ช่างสักทุกคนที่สร้างงานศิลป์อันพิเศษนี้ได้

แต่ “มิสเตอร์การ์ตูน” (Mister Cartoon) เป็นผู้สร้างความพิเศษนี้ได้อย่างโดดเด่น

เขาจึงเป็นช่างสักระดับโลกที่โด่งดังมาตั้งแต่ยุค 90

ความสามารถของมิสเตอร์ การ์ตูนในงานสัก คือ เขาจะดึงเอกลักษณ์ (identity) ออกมาจากตัวบุคคลและจารเป็นรอยสักในสไตล์งานศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ (unique) ของเขาเอง ถึงเขาจะเป็นที่รู้จักมากที่สุดในฐานะช่างสัก แต่จริงๆ แล้ว มิสเตอร์การ์ตูนเป็นศิลปินกราฟฟิตี้มาทั้งชีวิต เขามีชื่อจริงว่า มาร์ค มาซาโด เกิดในปี ค.ศ. 1969 เป็นชาวเม็กซิกัน-อเมริกัน พลเมืองของลอสแอนเจลิส เมืองที่อุดมไปด้วยความวุ่นวายและเพลงฮิปปี้ได้ดิน

ชีวิตวัยเยาว์ของเขาไม่ได้หรือหว่า เขาไม่ได้ร่ำรวย ไม่ได้ยากจน และอยู่ในห้วงกระแสศิลปะมาตั้งแต่เกิด เขามีพ่อแม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และพร้อมสนับสนุนให้ลูกเป็นศิลปิน เขาเติบโตมาในยุค 70-80 ซึ่งเป็นช่วงเวลาบ่าคลั่งของปัญหาการเหยียดผิวในอเมริกา เกิดศิลปะมากมายจากคนผิวสีเพื่อแสดงออกเชิงขบถต่อวัฒนธรรมกระแสหลัก ไม่ว่าจะเป็นการพ่นกราฟฟิตี้ ดนตรีแนวดิสโก้ แนวฮิปปี้ที่เสียดสีหรือคำทอการเมืองด้วยถ้อยคำที่ฉลาดแต่รุนแรง ยุคนั้นยังมีกระแสนิยมของรถแต่งโลว์ไรเดอร์คาร์และหนังแนวสยองขวัญแฟนซีอย่าง The Exorcist (1973) The Shining (1980) มาร์ค มาซาโด ไหลวนอยู่ท่ามกลางกระแสเหล่านี้ ซึ่งได้หล่อหลอมความคิดและตัวตนของเขาจนถูกถ่ายทอดออกมาเป็นสไตล์ของมิสเตอร์การ์ตูนในเวลาต่อมา

สิ่งแวดล้อมทำให้เขารู้ตัวว่าเขาจะเป็นศิลปินตั้งแต่เด็ก ตอนอายุ 12 เขาเริ่มออกแบบโลโก้ นามบัตร ในร้าน



ปรี้นท์ของพ่อเขาเอง ตอนอายุ 16 มีช่างภาพจากแมกกาซีน Car and Driver เดินเข้ามาในไฮสคูลที่เขาเรียนอยู่และถามหาศิลปินกราฟฟิตี้ที่ดีที่สุดของโรงเรียน เพื่อนๆ ชี้มาที่เขาและทำให้เขาได้งานวาดปกนิตยสารนี้ 2 ปก นอกจากนั้นเขาไม่ต่างจากวัยรุ่นลอสแอนเจลิสทั่วไปคือพ่นกราฟฟิตี้ไปทั่ว ฝากผลงานไว้ตามกำแพง หลังคาตึก รถแต่งเสียด เขาไม่ได้คิดจะทำอะไรอื่นนอกจากเป็นศิลปินกราฟฟิตี้

ไม่เคยมีใครมาชี้แนะว่าอาร์ตสไตล์ของเขาควรเป็นแบบไหน มิสเตอร์การ์ตูนเรียนรู้และพัฒนาสไตล์ของเขาขึ้นมาด้วยตัวเองโดยสังเกตจากสังคมนาฬิกา เขาชับรถตระเวนดูกราฟฟิตี้ตามกำแพงไปทั่วเมือง ไปดูคนอื่นพ่นแอร์บรัชบนเสียดและรถแต่งแล้วก็ลองทำดูบ้างโดยที่ไม่มีอะไรในหัว ลองผิดลองถูกมาหลายแบบ จนต่อมาก็ได้แรงบันดาลใจจากเพลงฮิปปี้แล้วเริ่มผสมผสานตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ดูย้อนยุคและออกแบบกราฟฟิตี้แบบเม็กซิกัน-อเมริกัน (Chicano สไตล์) จนได้เป็นสไตล์ที่โดดเด่นของตัวเองมาถึงทุกวันนี้ งานของเขาที่มักจะมีผู้หญิงเช็กชื่อ แก๊งสเตอร์ หรือรถแต่งโลว์ไรเดอร์คาร์ ล้วนเป็นอิทธิพลมาจาก Chicano สไตล์ทั้งสิ้น

มิสเตอร์การ์ตูนเริ่มเข้าสู่ธุรกิจเพลงอย่างจริงจังจากงานวาดปกอัลบั้ม "East Side Story" ของ Kid Frost แร็ปเปอร์ชื่อดังในปี 1992 ที่ทำให้เขาทยอยมีงานวาดปกนิตยสารเพลงปกอัลบั้ม เบ็คครอบเวทีของศิลปิน



ฮิปฮอปเข้ามามากขึ้นเรื่อยๆ และได้รู้จักกับ เอสเตเวน ออริโอล ช่างภาพและผู้กำกับ MV ทั้งคู่เป็นเพื่อนรักกัน ต่อมาก็ได้ร่วมกันก่อตั้ง SA Studios Global สตูดิโอที่เผยแพร่ผลงานของทั้งคู่ออกไป

ตอนอายุ 25 เขาหลงรักเป็นครั้งแรกโดยประยูกต์ อาร์ตสไตร์ของตัวเองลงในงานสัก ใช้เทคนิค Fine line ที่กำเนิดจากนักโทษในคุกมาบรรจงสลักลายกราฟฟิตีด้วยเส้นสีดำ-เทาละเอียดิบ เริ่มฝึกฝีมือจากการสักให้เพื่อนๆ ในกลุ่มสังคมนเดียวกัน กระทั่งเอสเตเวนที่ตอนนั้นเป็นผู้จัดการทัวร์คอนเสิร์ตของวงไซเปรสฮิลล์ ได้แนะนำให้วงฮิปฮอปที่มียอดขายระดับแพลตตินัมนั้นมาสักกับการตูนนี้เองเป็นจุดเริ่มต้นที่ผลงานสักของเขาออกสู่สายตาชาวโลก และนำมาซึ่งนักร้อง นักดนตรี คนดังๆ ระดับโลกอีกมากมายที่ต่างเรียกตัวเขาไปฝากผลงานไว้บนร่างกาย

มิสเตอร์การ์ตูนเป็นศิลปินกราฟฟิตีคนแรกๆ ที่ผันงานตัวเองมาสู่ช่างสัก ต่อมาเขาก็ได้ขยายโลกการทำงานของตัวเองออกไปอีกโดยจับมือกับแบรนด์สินค้าระดับโลกมากมาย เช่น ไนกี้ แวนส์ จีซ็อค โตโยต้า ไมโครซอฟต์ เพื่อออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ เขาอยากจะทำประยูกต์งานอาร์ตของตัวเองให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของผู้คนโดยไม่มีขอบเขตมากนัก แรนต์ไทยเองก็มีผลงานที่โดดเด่นของเขาเช่นกัน "โซดาสิงห์" ในโปรเจกต์ My Faith will never Fade (ซ้ำตัวจริงไม่มีวันจาง) ลวดลายที่เขาออกแบบสะท้อนปรัชญา ความเชื่อ ตัวตนของเขาอย่างชัดเจน ขณะเดียวกันก็สะท้อนความเป็น "สิงห์" ที่ให้คุณค่ากับการใช้ชีวิตอย่างสิ้นใจและมี passion เสมอ

ด้วยแรงบันดาลใจ ความมุ่งมั่น และความใฝ่รู้ของมิสเตอร์การ์ตูน ไม่น่าแปลกใจว่าทำไมเขาจึงเป็นช่างสักระดับโลกที่เนื้อหอมที่สุดอย่างยาวนาน ■



แรงบันดาลใจของไทยกับเท่อาคาดัสกับ Mister Cartoon



The Hundreds x Mr. Cartoon

รวบรวมเรียงจาก
<https://hypebeast.com/2020/12/singha-soda-mister-cartoon-bottle-art-collaboration>
<https://hyperallergic.com/69196/grafting-graffiti-style-onto-skin/>
<https://mag.citizensofhumanity.com/blog/2015/12/17/mr-cartoon/>
<https://www.mistercartoon.com/bio>
<https://latinomurals.wordpress.com/2014/05/26/mister-cartoon/>
<https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1965525>

เท่บาท
<https://www.mistercartoon.com/coney-island>
<https://cheezelooker.com/web/article/CHZ201000094>
<https://www.tattoodo.com/p/745236>
<https://www.cadumbtv/singha-x-mister-cartoon-427/>
<https://twitter.com/HallofFameLTD/status/753675446093426688>
<https://artinthestreets.org/media/d210ceaf-3868fac605fbad215977a29f>
<https://www.natterjacks.com/clothing-c27/t-shirts-long-sleeves-c11/the-hundreds-x-mister-cartoon-letters-long-sleeve-t-shirt-black-p100966>

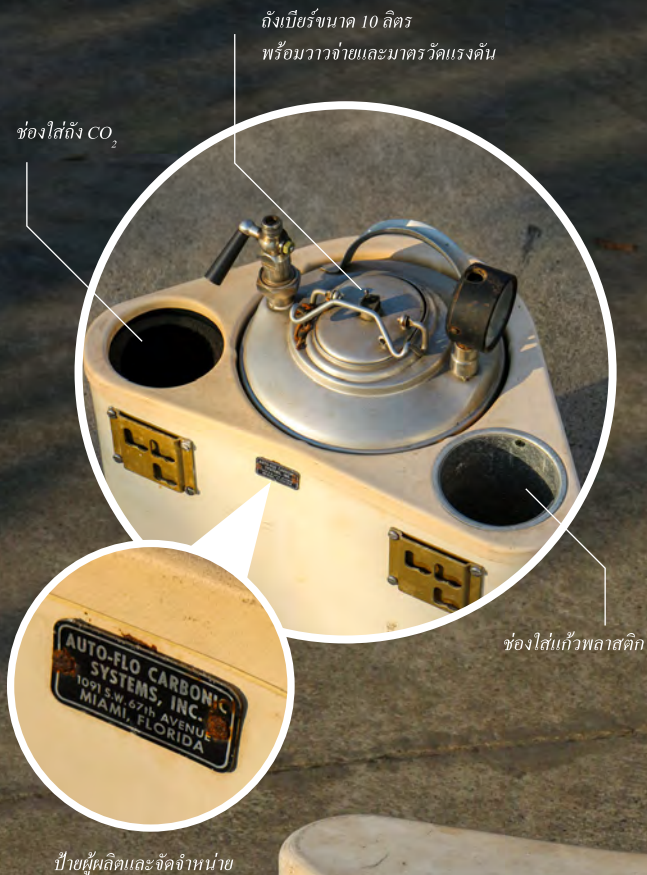
ทุกหยด...มีรสชาติ



ข้าตจจริง ไม่มีวันจาง
*My Faith will
never Fade*



Singha Soda Water x Mister Cartoon



ตู้กดเบียร์แบบสะพายหลัง

ตู้กดเบียร์แบบสะพายหลังนำเข้ามาจากอเมริกา ในช่วงยุค 70s ด้านในยังคงมีถังเบียร์ขนาด ประมาณ 10 ลิตรอยู่ มีช่องสำหรับถัง CO₂ และช่องใส่แก้วพลาสติก โดยสามารถนำแก้ว ออกจากด้านล่างของตู้ได้ ส่วนสายสะพายกับ ระบบจ่ายน้ำเบียร์นั้นชำรุดไปแล้ว ผู้ผลิตคือ บริษัท AUTO-FLO CARBONIC SYSTEMS จากเมืองไมอามี รัฐฟลอริดา ■

ขอขอบคุณ
คุณยุทธพงศ์ ชัยโรจน์ (อาร์)



เพอร์รา
Purra

แบรนด์ไทยแบรนด์แรกที่ได้รับมาตรฐาน
AQUACERT จากประเทศฝรั่งเศส





ธุรกิจครอบครัวยามาซากิ เปิดตำนานเบเกอรี่สไตส์ญี่ปุ่น

เรื่อง: ลาภิส ลาซูลี

วัฒนธรรมการกินขนมปังอาจเป็นของชาติตะวันตก แต่ผู้ที่เป็นปิกเบ้มอยู่ในวงการอุตสาหกรรมขนมปังโลกอยู่ทุกวันนี้เป็นชาติจากเอเชีย ในนามของ “ยามาซากิ” (Yamazaki) แปรนัยจากธุรกิจครอบครัวชาวญี่ปุ่นที่มีมานาน 73 ปีแล้ว และเป็นแบรนด์ขนมปังที่คนไทยคุ้นเคยกันมาถึง 37 ปี เราเชื่อว่าผู้อ่านหลายท่านชอบกินขนมปังของยามาซากิมาตั้งแต่เด็กๆ จนถึงตอนนี้ก็ซื้อมากลับไปฝากเด็กๆ ที่บ้านด้วยแล้ว



1948年 創業



- 01 รถส่งขนมปังของบริษัทในช่วงทศวรรษที่ 1950
- 02 บริษัทแรกที่ขายขนมปังตัดแผ่นห่อบรรจุภัณฑ์ในญี่ปุ่น
- 03 โรงงานยามาซากิเบกกิ้งในปี ค.ศ. 1948
- 04 โฆษณานขนมปังตัดแผ่นใส่คัสตาร์ดซึ่งผลิตในโรงงานที่เมืองนุซาฮิโนะ
- 05 โบนุฮิโร อออิจิม่า ประธานยามาซากิเบกกิ้งคนปัจจุบัน
- 06 ร้านขนมปังยามาซากิที่เมืองโอซากะในปี ค.ศ. 1952
- 07 หน้าตาของคอปเปะปัง

ธุรกิจครอบครัวขนมปังยามาซากิไม่ได้เกิดจากตระกูลยามาซากิแต่เป็นตระกูล "อออิจิม่า" โดย โทจูโร่ อออิจิม่า (ค.ศ. 1910-1989) เป็นผู้ก่อตั้ง และการก่อตั้งนี้ก็ไม่ใช่แค่เปิดร้านขนมปังขึ้นมาแล้วขายดี แต่เป็นการบุกเบิกแบบขนิดที่พลิกโฉมอุตสาหกรรมขนมปังในญี่ปุ่นและเปลี่ยนไลฟ์สไตล์การกินขนมปังของคนญี่ปุ่นเลยทีเดียว นับว่าตระกูลอออิจิม่ามีความสำคัญต่อธุรกิจอาหารของญี่ปุ่นอย่างมาก

โทจูโร่ อออิจิม่า เป็นคริสเตียน เกิดที่เมืองโตเกียว เขาเคยเป็นครูมาก่อนที่จะต้องไปเป็นทหารในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 หลังปลดประจำการแล้วจึงมาตั้งรกรากที่เมืองโอซากะ จังหวัดชิบะ ต่อมาเมืองนี้ประสบภัยพายุไต้ฝุ่น เขาได้รับฟางข้าวและข้าวสาลีจำนวนมากจากโรงงานกระดาษที่ได้รับความเสียหายจึงเห็นช่องทางที่จะผลิตขนมปังและได้ก่อตั้งบริษัทยามาซากิเบกกิ้ง (Yamazaki Baking) ขึ้นที่เมืองโอซากะในปี ค.ศ. 1948 ขณะที่เขาอายุ 38 ปี เริ่มต้นจากเตาหินเตาเดียวกับพนักงาน 7 คน

ขนมปังที่ชาวญี่ปุ่นกินกันส่วนมากในยุคนั้นเป็นแผ่นแบนๆ ไม่นุ่มฟู ไม่ปรุงรส การเกิดขึ้นของยามาซากิได้มีส่วนสำคัญที่ทำให้ขนมปังแบบตะวันตกที่นุ่มฟูจากยีสต์แพร่หลายอย่างมากในญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์แรกๆ ของบริษัท ได้แก่ คอปเปะปัง (ขนมปังทรงฮอตดอกผ่ากลางไว้สอดไส้) ขนมปังรัสเซีย (ขนมปังโรยสีน้ำตาลเข้ม) ต่อมาได้ผลิตขนมปังญี่ปุ่นด้วย ในที่สุดบริษัทตั้งโรงงานสาขาแรกได้ในปี 1951 ที่ย่านเรียวกูเพื่อส่งผลิตภัณฑ์ไปขายในโตเกียว



01



02



03



04



05

- 01 รถขนส่งนมปังตามร้านสาขาของยามาซากิเบกกิ้งในญี่ปุ่น
- 02 โรงงานผลิตขนมปังของยามาซากิเบกกิ้งในเมืองชิบิโอรุ
- 03 บริษัทได้ซื้อว่าโรงงานผลิตขนมปังที่ดีที่สุดในโลกแห่งหนึ่งของโลก
- 04 ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและหาซื้อได้ง่ายทำให้ยามาซากิเบกกิ้งเป็นเจ้าตลาดในญี่ปุ่นมาอย่างยาวนาน
- 05 ในทุกร้านสาขาจะมีนมปังที่อบสดใหม่

ด้วยเสน่ห์ของขนมปังที่รับประทานได้ทุกวันซึ่งมีรสชาติดี ราคาไม่แพง ยามาซากิจึงเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลอดช่วงทศวรรษที่ 1950 บริษัทเปลี่ยนจากธุรกิจขนาดเล็กมาผลิตในระดับมหาชนและขยายโรงงานออกไปอีกหลายสาขา แคมยังเปิดเซกเมนต์ตลาดใหม่ด้วยขนมปังตัดแผ่นห่อบรรจุภัณฑ์ เป็นอะไรที่แปลกใหม่ในตอนนั้นแต่ก็ขายดี ต่อมาจึงได้หันมาจับธุรกิจร้านค้าปลีก มีสาขาร้านขนมปังตามห้างและร้านสะดวกซื้อเป็นของตัวเอง

ในช่วงยุค 60-70 บริษัทได้ขยายโรงงานไปทั่วประเทศและมีโรงงานอบขนมปังสโตร์อเมริกัน ยุโรป และญี่ปุ่นที่ดีที่สุดในโลก ในเวลานั้นที่เมืองมุซาชิโนะ นำเสียดายที่ต่อมาโรงงานแห่งนี้ถูกไฟไหม้หมด ต่อมาก็ได้นำธุรกิจเข้าตลาดหลักทรัพย์โตเกียวและสร้างความเติบโตต่อเนื่องโดยจับมือกับนาบิสโก (Nabisco) ผู้ผลิต

คุกกี้และของว่างในสหรัฐฯ เมื่อปี 1970 จนเกิดบริษัทย่อยที่ชื่อว่า ยามาซากิ-นาบิสโก (Yamazaki-Nabisco) ออกผลิตภัณฑ์สแน็ก สโตร์อเมริกัน ยี่ห้อที่รู้จักกันก็เช่น ริตซ์แคร็กเกอร์ (Ritz Cracker) โอรีโอคุกกี้ (Oreo Cookie) ยามาซากิและนาบิสโกร่วมมือกันอย่างยาวนานจนมาสิ้นสุดในปี 2016 นี้เอง

ขณะที่บริษัทเติบโตขึ้นมากก็มีการเปลี่ยนตำแหน่งประธานบริหารของบริษัทในปี 1977 โดย อิิจิโร อิอิจิม่า (ค.ศ. 1916-2007) น้องชายของโทจิโร่ อิอิจิม่า ที่ดูแลด้านการผลิตและมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัทขึ้นเป็นประธานบริหารคนต่อไป แต่กลายเป็นว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เกิดจากปัญหาภายในครอบครัว อิอิจิม่าคนน้องขัดแย้งกับพี่ชายของเขาที่ที่ไม่ได้ยินยอมจะสละตำแหน่ง ทั้งคู่ต่างเล่นเกมการเมืองใส่กัน จนในที่สุดต้องหาคนกลางผู้ทรงคุณวุฒิมาไกล่เกลี่ยและได้ข้อสรุปว่า อิอิจิม่าคนพี่ยอมวางมือจาก

บริษัท ส่วนคนน้องถูกย้ายไปเป็นประธานของบริษัทย่อยยามาซากิ-นาบิสโก้ และในนูฮิโร อิจิมา วัย 37 ปี ลูกชายคนโตของโทจุโร่ อิจิมา ได้รับแต่งตั้งเป็นประธานบริหารในปี 1979

แม้การผลิตตำแหน่งสูงๆจะตึงเครียด แต่การเป็นธุรกิจครอบครัวก็ยังแข็งแกร่ง และบริษัทก็ยังมุ่งมั่นต่อไป หลังจากทีในปี 1977 บริษัทได้เปิดยามาซากิสาขาแรกในต่างประเทศไปแล้วที่เมืองลอสแอนเจลิสของอเมริกา ก็ได้มาเจาะตลาดเอเชียต่อไปได้แก่ฮ่องกง และขยายมาในไทยเมื่อปี 1984 โดยเริ่มเปิดร้านแรกๆ ในห้างยาฮัน (ฟอร์จูนในปัจจุบัน) จัสโก้ (แม็กซ์แวลูในปัจจุบัน) ตามด้วยอีกหลายประเทศในเอเชียและยุโรป ด้วยจุดแข็งของยามาซากิที่เป็นเบเกอรี่ทางเลือกใหม่ มีผลิตภัณฑ์หลากหลายและอบสด สะอาดต่อชีวิต

ครอบครัวคนทำงานจึงได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาดต่างประเทศ

ช่วงยุค 90 ยามาซากิได้เริ่มควมรวมกิจการมาไว้ใต้ปีกของตัวเอง รวมถึงเข่นร้านขนมปังของฝรั่งเศส วีเดอฟรองซ์ (Vie de France) เพื่อที่จะออกขนมปังครัวซองต์และบาเก็ตไปเจาะตลาดญี่ปุ่นและอเมริกา ต่อมาก็ได้ปรับคอนเซ็ปต์วีเดอฟรองซ์ให้เป็นคาเฟ่เพื่อสอดคล้องกับกระแสตลาดมากขึ้น เมื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ยามาซากิที่เป็นผู้เล่นหลักในอุตสาหกรรมขนมปังโลก มาตลอดต้องเจอกับคู่แข่งที่เกิดขึ้นมาอีกหลายเจ้า บริษัทจึงแตกแบรนด์ย่อยออกไปเพื่อตรงลูกค้าไว้ที่ผลิตภัณฑ์ตัวเองโดยยังคงควบคุมการผลิตเองทั้งหมด

แบรนด์สาขาย่อยของยามาซากิ อาทิ ยามาซากิเอ็กซ์เพรส (Yamazaki Express) ที่เราจะเห็นตามรถไฟฟ้ายามาซากิเอ็กซ์เพรส (Yamazaki Express) ที่เราจะเห็นตามรถไฟฟ้ายามาซากิเอ็กซ์เพรส

(Flavor Field) ร้านแซงเอตวาล์ (Saint Etoile) ร้านซันมุลันรอยัล (Sunmoulin Royal) ร้านเซซง ดูว โซไล (Saison du Solile) เป็นต้น หลายคนอาจจะเคยเข้าร้านเหล่านี้โดยไม่รู้ว่าด้วยซ้ำว่าเป็นสาขาของยามาซากิ ธุรกิจเบเกอรี่ที่เก่าแก่เจ้านี้ยังปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพราะผู้บริโภคมีทางเลือกเยอะขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก

ขณะที่กำลังเป็นที่สนใจว่ายามาซากิจะมีแนวทางธุรกิจอย่างไรต่อไปในอนาคต ปีที่ผ่านมาก็มีกระแสว่ายามาซากิจะเปลี่ยนผ่านการบริหารสู่เจเนอเรชันต่อไปอีกครั้งด้วยขณะนี้ผู้นำในนูฮิโร อิจิมา อยู่ในวัยย่างเข้า 80 ปีแล้ว สื่อญี่ปุ่นกำลังจับตามองว่าใครน่าจะได้เป็นประธานบริหารคนต่อไป ซึ่งก็ยังไม่มีการวางตัวทายาทอย่างชัดเจน แต่ไม่ว่าอย่างไรเสาหลักก็จะต้องเป็นสายเลือด "อิจิมา" อย่างแน่นอน ■



รวบรวมเรียงจาก
<http://www.fundinguniverse.com/company-histories/yamazaki-baking-co-ltd-history/>
<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%A3%AF%E5%B3%B6%E8%97%A4%E5%8D%81%E9%83%8E>
<https://www.nikkan-gendai.com/articles/view/money/273754>
<https://www.snackandbakery.com/articles/84428-yamazaki-at-a-glance>
<https://www.youtube.com/watch?v=enmkV803stw>

ค้นหาภาพ
<http://www.yamazakipan.co.jp/index.html>
<https://tc.dai.co.jp/articles/547>
<http://netachou.blog.jp/archives/27034116.html>
<https://www.emporium.co.th/saint-ettoile/>
<https://moji.tumblr.com/post/187776985959/沿革-山崎製パン>
<https://president.jp/articles/-/9275?page=1>
<https://jaline.onrender.com/山崎パン-武蔵野工場.html>
<https://www.dic-global.com/en/110th/breads/>
<https://www.worksap.com/casestudy/yamazakibakingcold/>
https://www.taobao.com/list/product/柠檬干香港_8.htm
<https://www.mercari.com/jp/u/719757001/>



SINGHA WAY

แשרความกล้า อาวุธลับของฮีโร่

เนื้อหา: Singha Way เรียบเรียง: Singha Magazine

จากกิจกรรม Singha Way Week 2020 ที่ผ่านมา เราได้ฮีโร่คนเก่ง “**น้ำเน็ก**” เกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา พิธีกร นักจัดรายการ และเจ้าของเพจชื่อดัง มาเป็นวิทยากรผู้แשרประสบการณ์ “ความกล้า” สู่ชาวสิงห์ ก่อนที่ Singha Way จะเดินหน้าจัดกิจกรรมเพื่อสร้าง Happiness ความสุขอย่างยั่งยืนในตลอดปี 2021 นี้ วันนี้เรามีสรุปความกล้าจากน้ำเน็กมาส่งท้ายตอกย้ำให้ทุกคนไม่ลืมใช้ความกล้าเป็นอาวุธในชีวิตกันอีกครั้ง

● ไล่ตามความฝัน

น้ำเน็กเติบโตมาในบ้านที่ร่ำรวย มีธุรกิจฟาร์มไก่ แต่เขามีความฝัน 3 ข้อ คือ การได้ทำในสิ่งที่ตัวเองรัก ได้อยู่กับสิ่งที่ตัวเองชอบ และมีฐานะแค่พอเลี้ยงตัวได้ ความที่เขาชอบรถมากและไม่อยากสืบทอดกิจการที่บ้าน เขาจึงยอมทิ้งทรัพย์สินเงินทองและออกจากบ้านเพื่อไปเป็นพนักงานล้างรถ แม้เงินเดือนน้อยนิดแต่ก็ตอบโจทย์ความฝันของเขา ก้าวแรกในชีวิตของเขาจึงเริ่มจาก “กล้าปฏิเสธความคาดหวังของคนอื่นและเดินหน้าทำตามความฝันของตัวเอง”

● ยอมรับความพ่ายแพ้

ในวันที่โลกออนไลน์ทรงอิทธิพล ธุรกิจมากมายถูกดิสรพ์รวมทั้งอุตสาหกรรมโทรทัศน์ น้าเน็กที่เป็นเจ้าของรายการทีวีเล็งเห็นว่าธุรกิจของตัวเองกำลังจะไปไม่รอด เขาเหลือเงินก้อนสุดท้ายและต้องตัดสินใจว่าจะดันทุรังทำต่อไปจนสุดทาง หรือหยุดชะงักแล้วนำเงินที่เหลือจ่ายชดเชยให้พนักงานทุกคนในบริษัท เขาตัดสินใจเลือกอย่างหลัง ซึ่งหมายถึงความล้มเหลว เป็นอีกครั้งที่เขาต้องใช้ความกล้าอย่างมาก “กล้ายอมรับความพ่ายแพ้และการเปลี่ยนแปลงที่มาถึง”

● เปิดใจกับสิ่งที่ไม่คุ้นเคย

น้าเน็กเป็นคนเจน X และเป็นคนหนึ่งที่ไม่ปฏิเสธโซเชียลมีเดีย เขาไม่สนใจเฟสบุ๊ก ไม่เล่นไลน์ ไม่มีอินสตาแกรม แต่ความเป็นนักสร้างคอนเทนต์ เขาตัดสินใจเปิดเพจทำคอนเทนต์ออนไลน์และเริ่มเรียนรู้ฟังก์ชันโซเชียลมีเดียตั้งแต่ศูนย์ แรกๆ เพจ Nanake555 ของเขามีคนสนใจแค่หลักสิบ ต้องผ่านความผิดหวังหลายครั้งกว่าที่เขาจะมียอดผู้ติดตามกว่า 3 ล้านคนอยู่ในขณะนี้ ต้องใช้ทั้งแรงใจและความกล้า “กล้าทำสิ่งใหม่ๆ แม้เป็นสิ่งที่ตัวเองไม่ถนัด”

● คิดเสมอว่ามันจะดีกว่านี้ได้ยัง

มนุษย์มีความกลัวเป็นกลไกป้องกันตัว มันทำให้เราปลอดภัยแต่ก็ทำให้เราไม่กล้าออกจากคอมฟอร์ตโซน น้าเน็กบอกตัวเองทุกวันว่าสิ่งที่เรากำลังจะทำอยู่นี้จะดีกว่าเดิมได้ยังไง เพื่อเปิดโอกาสให้ตัวเองได้แสวงหาเป้าหมายใหม่ๆ ฝึกใช้ความกล้าเอาชนะความกลัวและออกแบบชีวิตให้ดีขึ้นอีก หากมองว่าเป้าหมายคือเส้นหัวของชีวิต ความกล้าในตัวเราก็พร้อมจะทำงานเสมอ “กล้าท้าทายตัวเองไปสู่เป้าหมายใหม่ๆ แม้ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว”

“เราไม่สามารถตัดสินใจ
ถูกต้องทุกเรื่องในชีวิต บางเรื่อง
ควรใช้อารมณ์ เราดันใช้เหตุผล
บางเรื่องควรใช้เหตุผล แต่เราใช้อารมณ์
บางเรื่องควรใช้วิจารณญาณ เรากลับใช้
สัญชาตญาณ นั่นทำให้เราตัดสินใจผิด
คำตอบที่ตามมาจึงผิดพลาด เมื่อเป็นอย่างนั้น
ทางแก้มีอย่างเดียวคือ ใช้ความกล้า
มันเป็นอาวุธที่สำคัญมาก”



น้าเน็ก

เกตุเสวยส์วิสต์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา



รับชมเรื่องเล่าเต็มๆ จากน้าเน็กย้อนหลังได้ที่
และอย่าลืมติดตามกิจกรรมครั้งต่อไปของ Singha Way ในธีม
Happiness ความสุขอย่างยั่งยืน เร็วๆ นี้ ■

เกร็ดคุณประโยชน์ จากโซดา

เรื่อง: กัมธิดา สุขุม - เซฟและนักกำหนดอาหาร

โซดา นอกจากจะสามารถนำไปดัดแปลงทำเป็นเครื่องดื่ม
ได้หลายอย่างแล้วนั้น **ยังมีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ
อีกด้วย** เนื่องจากโซดามีข้อมูลทางโภชนาการ ดังนี้

ปริมาณ 100 g

แคลอรี	0	kcal.
ไขมันทั้งหมด	0	g.
ไขมันอิ่มตัว	0	g.
ไขมันไม่อิ่มตัวเชิงซ้อน	0	g.
คอเลสเตอรอล	0	mg.
โซเดียม	21	mg.
โพแทสเซียม	2	mg.
คาร์โบไฮเดรต	0	g.
เส้นใยอาหาร	0	g.
น้ำตาล	0	g.
โปรตีน	0	g.

จะเห็นได้ว่าโซดาเป็นเครื่องดื่มที่มีปริมาณแคลอรีเป็น
0 สามารถรับประทานได้อย่างสบายใจในผู้ที่ต้องการจะลด
น้ำหนัก (โซดาที่ไม่เติมน้ำตาล สี กลิ่น รส)

คุณประโยชน์ต่อร่างกาย



น้ำโซดาช่วยให้ความสามารถในการ
กลืนดีขึ้นเพราะช่วยกระตุ้นการผลิต
น้ำลาย



ช่วยทำให้รู้สึกอิ่มได้นานขึ้นหลังจาก
มื้ออาหารเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องดื่ม
น้ำเปล่า



โซดาสามารถบรรเทาอาการปวด
ท้องจากอาการท้องอืดเพราะอาหาร
ไม่ย่อย ช่วยให้อย่อยอาหารได้ง่ายขึ้น



ประโยชน์ในการประกอบอาหาร



การล้างปลาด้วยโซดาแล้วล้างตาม
ด้วยน้ำสะอาดอีกที จะช่วยลดกลิ่น
โคลนและกลิ่นคาวปลาได้ดี



ก่อนที่จะย่างเนื้อวัวหรือเนื้อหมู
ลองหมักด้วยโซดาล้าง 10-15 นาที
เมื่อนำไปย่างจะได้รสชาติของความ
ชุ่มฉ่ำของเนื้อที่เราหมักเป็นอย่างดี



ลองใช้โซดาในการต้มผักจะช่วย
คงสีสดของผักและความกรอบ
เอาไว้ได้

ในเมื่อโซดามีประโยชน์แต่ก็มีข้อควรระวังเช่นเดียวกัน เช่น
ผู้ที่แพ้ในกระเพาะอาหารเยอะ อาจรับประทานโซดาแต่ละครั้งใน
ปริมาณเล็กน้อยเพื่อลดการระคายเคืองต่อกระเพาะอาหารค่ะ ■



สดชื่นแบบ
ไม่ต้องแคร่แคลอรี



0 Cal.

SINGHA
—LEMON SODA—

เบอนโซดา)
คทะเบียน)





Insud Food & Beverage ในอีก 1 ทศวรรษ

ประชากรโลกที่เพิ่มมากขึ้นทุกวันและทรัพยากรอาหารที่ร่อยหรอลงเรื่อยๆ ผลักดันให้พฤติกรรมของ
ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป **คนรุ่นใหม่อยากบริโภคอะไรที่ดีต่อทั้งสุขภาพตัวเองและสุขภาพของโลก**
ขณะเดียวกันก็ต้องมาพร้อมความพอใจและความคุ้มค่า จากวันนี้ไปจนถึงอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้า
จึงมีผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่าเทรนด์อาหารของคนเจน Z ลงไปจะมีแนวโน้มดังต่อไปนี้

รวบรวมเรียบเรียงจาก: mintel.com
Article: Global food and drink trends 2030

1. อาหารจากบริษัทรักโลก

กิจกรรมเคลื่อนไหวเพื่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นกระแส
ขับเคลื่อนสำคัญโดยเฉพาะในสื่อโซเชียล บริษัทอาหารที่
ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เน้นผลิตภัณฑ์
ที่ดูแลสุขภาพของคนและโลกมากกว่าผล
กำไร มีส่วนร่วมกับองค์กรโลกรื้อและ
นักเคลื่อนไหวจะดึงดูดผู้บริโภคยุคใหม่
ได้มากกว่า ผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวโน้ม
จะรักดีต่อแบรนด์ที่มีคุณสมบัติเหล่านี้
เพราะทำให้พวกเขารู้สึกภูมิใจที่ตนได้มี
ส่วนช่วยโลกและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า



2. อาหารจากจริยธรรม

ในยุคที่ข้อมูลต่างๆ เข้าถึงมือได้ง่าย ผู้บริโภคจะไม่เพียง
สนใจแค่ผลิตภัณฑ์ปลายทางหรือแพ็คเกจจิ้งที่เย้ายวน
ได้หรือไม่ได้ พวกเขาจะคิดละเอียดมากขึ้นโดย
ให้ความสนใจสินค้าตั้งแต่วัตถุดิบที่นำมาใช้
กระบวนการผลิตที่ไม่ใช้แรงงานทั้งคน
และสัตว์จนเกินควร รวมถึงไม่เดือดร้อน
สภาพแวดล้อมและชุมชน พวกเขามี
แนวโน้มจะบริโภคเนื้อสัตว์จากฟาร์มที่
ดูแลสัตว์อย่างมีจริยธรรม หรือหันมา
บริโภคโปรตีนจากธัญพืชและนม

3. อาหารจาก By-product

บริษัทผู้ผลิตอาหารจะพยายามเปลี่ยนของเสียหรือของเหลือที่เกิดจากกระบวนการผลิตมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยี-นวัตกรรมเข้าช่วย เช่น ฟาร์มเห็ด Meadow Mushrooms ของนิวซีแลนด์ที่แพคเกอร์จึงสินค้าทำมาจากก้านของเห็ด หรือบริษัท Kellogg ผู้ผลิตอาหารเช้าซีเรียลของสหรัฐฯ ที่จับมือกับบริษัทเบียร์ Salford Brewery ของอังกฤษ ผลิตเบียร์จากเศษซีเรียลเหลือทิ้งออกมาเป็น Coco Pops เบียร์



4. อาหารสูตรเฉพาะจากข้อมูล DNA

ในอนาคตอันใกล้ผลการทดสอบทางชีวภาพของแต่ละบุคคลจะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงและเข้าใจในสิ่งที่ร่างกายตัวเองต้องการมากขึ้น ข้อมูลเหล่านี้จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ออกแบบเมนู สูตร และรสชาติเฉพาะขึ้นมาสำหรับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น ในลอนดอน ร้านอาหาร YO! Sushi ได้ออกแบบมื้ออาหารจากข้อมูล DNA ของผู้บริโภค โดยจับมือกับ DNAfit บริษัทที่ออกแบบโปรแกรมดูแลสุขภาพด้วยข้อมูลจากพันธุกรรม

5. อาหารช่วยบำบัดอารมณ์

ผู้บริโภคจะมองหาอาหารที่ช่วยยกระดับสุขภาพในแบบองค์รวม กล่าวคือ นอกจากมีประโยชน์ต่อร่างกายแล้วยังจะช่วยทำให้อารมณ์และสมองแจ่มใสด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ดังกล่าวอย่างเครื่องดื่มคลายเครียด (Relaxation Beverage) มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ต้องสกัดมาจากพืชสมุนไพรธรรมชาติแท้ อาทิ ดอกคาโมมายล์ (ช่วยลดความเครียด) ดอกฮอปส์ (ช่วยกระตุ้นสารอะดรีนาลีน) เป็นต้น



6. อาหารจากฟาร์มไฮโดรโปนิคส์

การปลูกพืชผักในร่มด้วยระบบไฮโดรโปนิคส์ (การปลูกพืชในระบบน้ำ) ด้วยวิทยาการใหม่ๆ ในอนาคตอันใกล้จะทำให้พืชทนต่อสภาพอากาศมากขึ้น และมีการใช้หุ่นยนต์ช่วยในการเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วย ไม่เพียงบริษัทใหญ่ๆ ที่จะดำเนินการด้วยวิธีนี้ บริษัทอาหารระดับกลางหรือแม้แต่ร้านอาหารท้องถิ่นเป็นไปได้ว่าจะมีฟาร์มไฮโดรโปนิคส์ในร่มเป็นของตัวเอง ปริมาณผักผลไม้สดในตลาดก็จะถึงมือผู้บริโภคมากขึ้นและรวดเร็ว



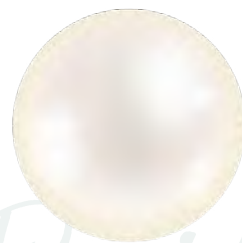
7. อาหารสังเคราะห์จากห้องแล็บ

การสังเคราะห์อาหารขึ้นในห้องแล็บมีมาพักใหญ่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างเนื้อวัวโดยสเต็มเซลล์ การสร้างนมวัวโดยกระบวนการทางชีวเคมี แต่ด้วยต้นทุนการผลิตที่สูงมากและทำออกมาได้น้อยจึงยังนำมาใช้ทดแทนอาหารจากธรรมชาติไม่ได้ แต่อาหารสังเคราะห์นี้มีคุณสมบัติและรสชาติไม่ต่างจากอาหารที่ได้จากธรรมชาติ ดังนั้นหากเมื่อไรสามารถผลิตออกมาได้มากและถูกลง ผู้บริโภคก็อาจได้บริโภคอาหารที่มาจากห้องแล็บจริงๆ ■

ทายนิสัยจาก อัญมณี ที่คุณชอบ

มีความเชื่อกันมานานแล้วว่า **อัญมณีหรือหินสี** บ่งบอกลักษณะนิสัยของ **ผู้ครอบครองได้** เพราะต้นกำเนิดหินสีมาจากใต้ผืนโลกที่เปี่ยมด้วยพลังธรรมชาติซึ่งเชื่อมโยงกับทุกสรรพชีวิต ไม่ว่าคุณจะเชื่อหรือไม่ เรามีคำทำนายเชิงจิตวิทยามาให้เล่นกัน เลือกหินสีที่คุณชอบต่อไปนี้ แล้วไปอ่านคำทำนายลักษณะนิสัยของคุณได้เลย

เรียบเรียงจาก
YouTube Channel: Mind Oddities
Title: The Gem You Pick Will Reveal Your True Personality



Pearl

ไข่มุก

แม้ไข่มุกจะไม่จัดเป็นหินสีแต่ก็เป็นอัญมณีมีค่าที่ได้รับความนิยมมานานหลายพันปี อ้างอิงจากความเชื่อของชาวตะวันตก ไข่มุกจะเป็นตัวแทนของความบริสุทธิ์ สื่อถึงตัวตนของคุณที่เป็นคนสง่างาม มีศรัทธาในตัวเอง ถือถือ แต่ก็เป็นคนใจอ่อนและใจเย็น มีเมตตา คิดก่อนพูด เป็นคนขยันที่มักจะต้องผ่านความยากลำบากมาก่อนชีวิตจะเจิดฉาย

Ruby



ทับทิม

นับแต่อดีต ทับทิมนิยมประดับไว้บนมงกุฎของกษัตริย์หรือดาบของนักรบเพราะเป็นตัวแทนของอำนาจ ความเข้มแข็ง ก็เหมือนกับตัวคุณที่โดดเด่นเสมอไม่ว่าจะไปที่ไหนและมีเสน่ห์กับคนรอบข้าง คุณยังมีความมุ่งมั่นแรงกล้า เป็นคนไฟแรง ถ้าคุณกำลังต่อสู้กับปัญหาที่ย่ำแย่เพียงยอมแพ้ คุณเข้มแข็งอยู่แล้วจะสามารถผ่านอุปสรรคไปได้แน่นอน



Diamond

เพชร

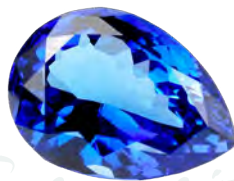
ตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ เพชร มีความหมายว่า ไม่แตก ไม่อ่อนแอ สอดคล้องกับที่เป็นอัญมณีที่แข็งที่สุดในโลก สะท้อนถึงตัวคุณที่เป็นคนเข้มแข็งเด็ดเดี่ยวและภาคภูมิใจในตัวเอง แล้วยังมอบความเข้มแข็งให้คนอื่นด้วย ความกระฉ่างของเพชรยังสื่อถึงความสัตย์ซื่อของคุณ เรียกได้ว่าเป็นคนที่เปล่งประกายเหมือนเพชรที่คุณเลือกอย่างนั้นเลย



Peridot

เพริidot

ในอดีตถือเป็นอัญมณีที่หายากและลึกลับ เชื่อกันว่ามีพลังปกป้องเยียวยา ผู้ที่ชื่นชอบเพริidotจะเป็นคนสดใสมีชีวิตชีวา สนใจใคร่รู้ มีเสน่ห์ที่ความร่าเริงทำให้มีเพื่อนเยอะ ชอบเข้าสังคม ไม่ต้องแปลกใจที่มักจะมีเรื่องตื่นเต้นผ่านเข้ามาในชีวิตคุณ ด้วยความที่คุณเองก็ไม่ชอบอยู่เฉยและพร้อมลุยเข้าไปในเหตุการณ์ไม่คาดฝันซะด้วย



Tanzanite

แทนซาไนต์

อัญมณีหายาก เชื่อกันว่าเป็นหินที่มีพลังในการเชื่อมความสัมพันธ์จึงมักถูกนำมาเสริมในเรื่องของการหาคอนเนกชั่น ผู้ที่เลือกหินชนิดนี้จะเป็นคนปัญญาไว สัญชาตญาณปราดเปรียว แล้วยังมีเสน่ห์ด้านการพูดจาที่ดึงดูดคนรอบข้างเข้าหา พูดง่ายๆ ว่าโน้มน้าวคนเก่ง หากมีเรื่องอะไรที่ยังลังเล ขอให้เชื่อมั่นในสัญชาตญาณของตัวเอง



Pink Tourmaline

พิงก์ทัวร์มาลีน

อัญมณีที่เป็นตัวแทนของความรัก มิตรภาพ การปลอบประโลมใจ ผู้ที่ชอบหินชนิดนี้จะเป็นคนละเอียดอ่อน อ่อนโยน อ่อนไหว แล้วก็ลุ่มหลงง่าย ความอ่อนหวานจริงใจเป็นเสน่ห์ที่ใครๆ ก็หลงรักคุณ แต่ถึงคุณจะถูกคนอื่นนอกจริงๆ แล้วก็หัวรั้นพอสมควร ถ้ากำลังคิดว่าจะมีพ่อนจากอะไรสักอย่างก็มูฟเลย ถึงคุณจะไม่อ่อนหวานแต่ไม่ได้อ่อนแอ



Blue Topaz

บลูโทปาส

เชื่อกันว่าบลูโทปาสเป็นหินที่มีพลังตรงข้ามกับทับทิม คือให้ความสงบร่มเย็น ลดความห้าวร้าว สื่อถึงตัวคุณที่เป็นคนนิ่งๆ แล้วก็รักความเงียบสงบ แต่มีเสน่ห์ไปอีกแบบในสไตล์ที่ดูนิ่งๆ เย็นๆ คุณจะปลอบใจคนอื่นเก่ง มีทักษะการสื่อสารที่ดีจึงมักได้รับมอบหมายให้ประสานงานหรือเจรจาต่อรอง คุณจะก้าวหน้ามากทีเดียวถ้ารู้จักพูดให้เป็น



Aquamarine

อะความารีน

คำว่า อะความารีน แปลได้อีกอย่างว่า “ห้วงทะเล” คนโบราณเชื่อกันว่าเป็นอัญมณีที่คอยปกป้องเหล่านักเดินเรือ และมักจะใช้เป็นเครื่องรางสื่อสารกับภูตผีวิญญาณ สะท้อนถึงตัวคุณที่ก็เชื่อในสิ่งลึกลับ แล้วยังจะพิสูจน์ซะด้วย ชีวิตคุณมักเดินทางบ่อย ถ้าหาญแต่ไม่มูทะลุ ข้อดีคือคุณจะมีคาแรคเตอร์วัยรุ่นตลอดไม่ว่าจะอายุเท่าไร



Citrine

ซิทริน

คำว่า ซิทริน มาจากภาษาฝรั่งเศสว่า ซิทรอน (Citron) แปลว่า มะนาว เชื่อกันว่าเป็นหินแห่งความสุขที่ช่วยบำบัดอารมณ์ให้แจ่มใส เปลี่ยนความคิดลบเป็นพลังบวก สะท้อนถึงตัวคุณที่มองโลกในแง่ดี เป็นคนอบอุ่น ไม่จมดิ่งอยู่กับปัญหา คุณให้คำกับเพื่อนฝูง ทำงานเป็นทีม เปี่ยมความคิดสร้างสรรค์และมักมาพร้อมไอเดียใหม่ๆ เสมอ



Amethyst

อเมทิสต์

เชื่อกันว่าเป็นอัญมณีป้องกันการลุ่มหลงมึนเมาและทำให้จิตใจสงบ ในอดีตจึงถูกนำมาแกะสลักเป็นภาชนะใส่ไวน์ ผู้ที่ชอบหินชนิดนี้จะเปี่ยมด้วยสติปัญญาและความสงสัยใคร่รู้ แต่จะแสดงออกมาอย่างไม่กระโดดกระดาก เพราะเป็นคนมีมารยาท ชอบควบคุมสถานการณ์ แก้ปัญหาด้วยเหตุผล ในสายตาคนอื่นคุณจะถูกเหมือนนักวิชาการเคร่งขรึม ■

หนัง(สื่อ)

แนวฟู้ดฟิล์มดูดีต่อใจ



EAT DRINK MAN WOMAN

ชีวาไรรัส (1994)

ผลงานของผู้กำกับอั้งลี่ชื่อดังเป็นหนังแนวครอบครัวที่สะท้อนผ่านอาหารได้ดีที่สุดเรื่องหนึ่ง เล่าถึงครอบครัวของเชฟจู หนุ่มใหญ่ พ่อหม้ายที่มีลูกสาวสามคน ทุกเย็นวันอาทิตย์ทุกคนในบ้านจะต้องมานั่งกินข้าวพร้อมหน้ากันตามธรรมเนียมจีน การพบปะบนโต๊ะอาหารของบ้านที่พ่อไม่ค่อยจะสนใจลูกสาว ขณะที่ลูกๆ ก็ไม่ลงรอยกัน ทุกคนต่างเดินไปคนละทาง แต่สุดท้ายก็ยังมีมื้ออาหารที่อบอุ่นจากรสมือของคนในครอบครัวที่เชื่อมพวกเขาเอาไว้

FILMS

LITTLE FOREST SUMMER AUTUMN

อาบเหงื่อต่างฤดู (2014)

หนังญี่ปุ่นแนว slice of life ลึกซึ้งกินใจ ถ่ายทอดชีวิตอันเรียบง่ายของอิชิโกะ หญิงสาวที่หลีกหนีความลึกลับเหลวจากเมืองใหญ่มาพักใจใช้ชีวิตในชนบทและเริ่มต้นทำอะไรทำสวนเล็กๆ พล็อตเรื่องที่แสนจะธรรมดาไม่มีเส้นดิ่งดูดที่วิธีทำอาหารโฮมเมดของอิชิโกะทุกเมนูชวนให้คนดูอยากลองทำตาม หนังได้สอดแทรกเกร็ดความรู้ด้านอาหารตลอดเรื่องเน้นนำเสนอชีวิตสโลว์ไลฟ์ที่เรียบง่ายแต่สงบสุข เหมือนกำลังฉายภาพความฝันของใครสักคนที่ต้องการชีวิตแบบนี้



BOOKS

An Edible History of Humanity

ประวัติศาสตร์กินได้



อาหาร คือ รากเหง้าของวัฒนธรรมทั้งปวง เรากินอาหารเพื่อดำรงชีวิตและกินเพื่อความสนุก แต่หนังสือเล่มนี้นำเสนออาหารในแง่มุมอื่นๆ หลายคนคิดไม่ถึงว่าอาหารจะถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง กระทั่งการโกหกหลอกลวงระดับโลกไม่ต่างจากอาวุธร้ายแรง ถึงอย่างนั้นประวัติศาสตร์กินได้ในหนังสือเล่มนี้ก็ถูกนำเสนอออกมาอย่างย่อยง่าย แสดงความเกี่ยวโยงของอาหารกับสภาวะการณ์สังคมในมุมที่เราคาดไม่ถึง

ตำนานอาหารโลก

เบื้องหลังจานโปรดโดนใจคนทั่วโลก



หากคุณสงสัยว่าชีสรสสดมาจากชีสแห่งกรุงโรมหรือไม่ ไอครีมชั้นดีมีขายเฉพาะวันอาทิตย์จริงมั้ย ทำไมต้องซื้อฮอตดอกหรือว่าเกี่ยวอะไรกับหมาจริงๆ แล้วเฟรนช์ฟรายส์กำเนิดมาจากประเทศไหนกันแน่ มาร่วมไขความลับเบื้องหลังชื่อและความเป็นมาของเมนูอาหารชื่อดังระดับโลกกว่า 160 รายการใน “ตำนานอาหารโลก” หนังสือประวัติศาสตร์อาหารแนวใหม่ ผลงานของอัลเบิร์ต แจ็ก ยอดนักเขียนและนักประวัติศาสตร์ชื่อดังชาวอังกฤษ ■



MUSIC

เพราะเธอ (My Everything)

ซิงเกิลภาคต่อของสองสาว

“เอ็ด-แจนจ้ง”



ซิงเกิลภาคต่อจากเพลง “อยากให้มาด้วยกัน” ของ เอ็ด-ภัทรวี ศรีสันติสุข และ แจนจ้ง-เจตสุภา เครือแดง ซึ่งเป็นโปรเจกต์ร่วมงานกันระหว่างค่ายมิวสิกมูฟ เรคคอร์ดส กับ Vertex Asia ของญี่ปุ่น ซึ่งบรรยากาศของเพลงจะเป็นการพาเราไปเที่ยวญี่ปุ่น แต่ในเพลง “เพราะเธอ” นี้ แม้ทั้งสองสาวจะพาเราไปญี่ปุ่น ไม่ได้ก็ยังจับมือกันสร้างบรรยากาศสุดพิเศษปล่อยอารมณ์ให้คนดูได้คิดถึงการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ทำนองเพลง “เพราะเธอ (My Everything)” เอ็ด-ภัทรวี รับหน้าที่คิดเริ่มขึ้น เนื้อหาพูดถึงความรู้สึกพิเศษในช่วงเวลาที่ทุกอย่างก็ดูสวยงามไปหมดราวกับความฝัน แต่กลับไม่ใช่เพราะลมหรือท้องฟ้า แต่เป็นเพราะคนคนนั้นที่อยู่ในช่วงเวลานี้ด้วยกัน เนื้อเพลงที่ไพเราะผ่านการดูแลภาพรวมทั้งหมดโดยโปรดิวเซอร์คู่ใจ โอบิ-เพิ่มศักดิ์ พิสิษฐสังขการ อีกเช่นเคย

อัปเดตข่าวสารและความเคลื่อนไหวของ “MUZIK MOVE RECORDS” ได้ที่

Facebook: @MuzikMoveRecords

IG: @MuzikMoveRecords

Youtube Channel: Muzik Move Records

รับฟังได้ที่ : www.youtube.com/watch?v=AkpArVsC1E



ALIZ

น้ำ - กัญญ์กุลณัช ปัญญาทิตตนันท์

รื่องนำ วง ALIZ

สิ่งที่คุณขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน “การนอนคะ 555” อาหารจานโปรดของคุณ “กับข้าวอาม่าทั้งหมดเลย” เครื่องดื่มที่ชอบสั่งเป็นประจำ “ชาทั้งหมดที่ไม่ใส่นม”

ซีรีส์หรือหนังเรื่องโปรดของคุณ “ส่วนมากก็จะดูตามเทรนด์ เรื่องล่าสุดจะเป็น Sweet Home ส่วนที่ชอบและรออยู่จะเป็น Stranger Things” คุณคิดว่าตัวเองเป็นใครในหนังเรื่องนี้ “เป็น Daphne ใน Bridgerton เพราะเราสวยและเร็ดมาก หุหุ” ช่วงเวลาในอดีตที่คุณคิดว่าอยากกลับไปแก้ไข “ไม่มีนะ เพราะไม่ต้องการกลับไปมัวแต่หมกมุ่นกับสิ่งที่เคยทำพลาด ถือเป็นบทเรียนของเราต่อๆ ไป” สิ่งที่คุณกลัวคือ “สัตว์ที่มีปีกแล้วยังมีขาด้วย” บุคคลที่คุณชื่นชมมากคือใคร เพราะอะไร “ก็แม่แหละ เก่งจริงๆ เลยนะตัวแค่นี้ (แค่นี้จริงๆ ประมาณ 155 cm.) 555”

หนังสือหรือนิตยสารที่คุณชอบอ่าน “ไม่ได้อ่านมานานแล้ว ขอยอมรับ” นิสัยแบบไหนที่คุณคิดว่าแย่ที่สุด “คนที่ไม่ฟังคนอื่น” นิสัยแบบไหนที่คุณคิดว่าดีเป็นเลิศ “คนยิ้มง่ายกับเรื่องเล็กๆ” คุณมีความสุขที่สุดเมื่อใด “เมื่อทำอะไรสักอย่างได้สำเร็จแม้เล็กน้อย มันก็มีความสุขสินะ” คุณรู้สึกประทับใจกับอะไร “พยายามประทับใจกับเรื่องเล็กๆ รอบตัวทุกวันให้มากที่สุด” สถานที่ที่คุณชอบไปเป็นประจำ “ที่ที่อากาศดี ๆ วิวดี ๆ เสิร์जनแน่นอน” ถ้าคุณสามารถ “หยุด” อะไรสักอย่าง คุณจะหยุดอะไร “หยุดเงินไม่ให้ไหลออกไปจากบัญชี”

ความใฝ่ฝันในวัยเด็กของคุณ อยากเป็นอะไร “นักวิทยาศาสตร์” ถ้าคุณมีพลังพิเศษได้ อยากมีพลังแบบไหน “jump! อยากเป็น jumper” คุณอยากทำอะไรก่อนตาย “อยากรู้วันเวลาตาย อยากกิน อยากไม่สนใจทุกอย่าง จะได้ตายแบบไม่เสียดายอะไรเลย” ถ้าได้เกิดใหม่ชาติหน้า คุณจะเกิดเป็นอะไร “หมาของแทยอน” ■

มาซิโกะ
Masita

NO MONOSODIUM GLUTAMATE
ไม่ใส่ผงชูรส
NO MSG ADDED

ใหม่!

สำหรับย่างม้วน...

กรอบ อร่อย! เต็มๆ คำ



ซองละ

5 บาท

มาซิโกะ...แปลว่าอร่อย

ขอเชิญร่วมประกวดออกแบบตราสัญลักษณ์

" ๙๐ ปี บุญรอดบริวเวอรี่ "

วันที่ 4 สิงหาคม 2566



เงินรางวัลรวม
2,000,000 บาท

ระยะเวลาส่งประกวด

วันที่ 9 มีนาคม - 30 พฤศจิกายน 2564

๙๐ ปี



รายละเอียดเพิ่มเติม

: www.boonrawd90.com

#๙๐ปีบุญรอด

