

SINGHA

M A G A Z I N E

www.singhamagazine.com

ISSUE 3 / 2026 กันยายน 2569

BOON RAWD SUPPLY CHAIN

SINGHA

BRS ยกระดับ

คลังสินค้าด้วยระบบอัจฉริยะ

KNOWLEDGE

Imposter Syndrome

"ทำไมเราไม่เก่งพอ"

INSPIRATION

เป็นชาวออฟฟิศอย่างไร

ให้มีความสุข by POMPAM

SHARING

The Moment of Arts

มิตรสน (วิวัฒน์) รัตนโกสินทร์



**DIGITAL
VERSION**

เผยแพร่ภายใต้ใบอนุญาต

รถขนส่งเบียร์ ยุคแรกของบริษัทฯ

รถบรรทุกขนส่งเบียร์ในช่วงปีแรกๆ ของ
การก่อตั้ง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
ในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1930 เห็นได้วยังมี
สัญลักษณ์หุมนานคาบศรที่ข้างประตูรถ
เป็นรถบรรทุกขนาดเล็ก ด้วยในช่วงเวลานั้น
การขนส่งทางเรือยังมีบทบาทมากกว่าการ
ขนส่งด้วยรถบนท้องถนน





CAFÉ AMAZON
FIZZPRESSO

ใหม่!
กาแฟซ่า
เข้มนัดใจ ซ่าถึง Feel



บทบรรณาธิการ

ขอคำแรก



สรวีช กิรมย์ภักดี

กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท บุนรอดบริวเวอรี่ จำกัด

กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท ฟิวเจอร์ทีลิมส์ จำกัด

และบรรณาธิการ สิงห์ แคมเปญ

ทีมสิงห์ แคมเปญ ได้จัดสัมภาษณ์ พี่น้องชาวสิงห์เรื่องการสะสมสิ่งของต่างๆ มาหลายฉบับแล้วนะครับ ส่วนตัวผมเองก็สะสมสิ่งของหลายอย่างอยู่เหมือนกัน ทั้งส่วนตัว และที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทุกคนคงทราบอยู่แล้ว ทำให้มาคิดเหมือนกันว่าการสะสมสิ่งของนั้นทำไปเพื่ออะไร เพราะบ้านนี้รกเหลือเกิน จะเลือกทิ้งของก็ยากเสียจริง ในที่สุดก็เก็บไว้หมดอยู่ดี แล้วทำไมคนถึงสะสม คำตอบแรกเลยคือความสุข ที่จะได้เห็นได้จับ ได้เรียนรู้เพิ่มเติม ในสิ่งที่เราชอบจริงๆ และเป็นการลดความเครียดจากชีวิตประจำวันของเราที่ยังวันก็จะยิ่งดูจะเครียดมากยิ่งขึ้น สถานการณ์โลกในปีนี้ก็ดูจะแย่กว่าปีที่แล้ว สงครามที่เกิดขึ้นจากสหรัฐฯ มีผลกระทบในหลายๆ เรื่อง ทั้งด้านธุรกิจ และการเมืองรอบโลก มีผลกระทบหนักจริงๆ ต่อทุกๆ คน ไม่มากก็น้อย เศรษฐกิจโลก และในไทยเองก็แย่อยู่

นอกจากนั้น ยังมีเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงเกิดขึ้นอีกมากมาย ไหนจะแผ่นดินไหวที่ดูจะมีมากขึ้น และถี่ขึ้นเรื่อยๆ ภูเขาไฟระเบิด และน้ำท่วมฉับพลัน ล่าสุดก็มีที่เขตแดนเนปาลกับทิเบต ผลมาจากปัญหาโลกร้อนทั้งสิ้น ที่ทางประธานาธิบดีของอเมริกาก็ยังไม่ยอมรับเสียที และก็เป็นผู้หนึ่งที่น่าความยำเ้า่มาสู่โลกของเรา จนตอนนี้จะเลิกตามข่าวอยู่แล้วเพราะเดาทิศทาง

ไม่ถูกจริงๆ ในไทยเองที่ว่าเศรษฐกิจไม่ดีนั้นก็เจอซ้ำเติมด้วยเหตุการณ์ยิ่งกันและเกิดไฟไหม้อีก ล่าสุดที่คลองถมก็น่าตกใจมาก ปีนี้ดูจริงๆ เจอปัญหาภายนอกไม่พอ เรายังเจอจากภายในเองอีก แต่คิดว่าจะเพลาลงมากแล้ว อยากจะเล่าและบันทึกให้ทุกคนฟังแต่ก็เป็นไปได้ยากครับ คงต้องขอเขียนเก็บไว้เองก่อน เพราะได้เห็นทั้งในแง่งานและแง่ส่วนตัว เครียดมากช่วงหนึ่ง แต่ก็ต้องหาวิธีแก้เครียด ก็โชคดีที่มี hobby หาคำแปลไทยได้ว่า “งานอดิเรก หรือกิจกรรมที่ทำเพื่อความเพลิดเพลินในเวลาว่าง” หรือผมแปลเองง่ายๆ ว่า เป็นกิจกรรมที่แต่ละคนได้มีเวลาถอดตัวเองออกจากโลกภายนอกเข้ามาอยู่ในโลกส่วนตัวชั่วคราว ก็กลายเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ต้องการ

เมื่อเรามีเวลาพักมานั่งอยู่กับสิ่งที่เรารักก็จะสามารถลืมทุกอย่างได้ ผมคิดว่าอย่างนั้น แต่การเก็บสะสมอะไรก็แล้วแต่ไม่ได้จบแค่การซื้อของมาเก็บ แต่มักจะต่อไปในเรื่องของการค้นหาเรื่องราว ทั้งประวัติความเป็นมา และอาจจะนำไปสู่เรื่องอื่นๆ ขยายเรื่องราวของเรื่องนั้นๆ ไปได้อย่างไม่รู้จบ ที่แน่คืออาจจะนำพาให้ขยายวงของสิ่งของที่เราสสมอยู่ อันนี้อันตรายมากครับ พุดจากประสบการณ์นะครับ ใครสนใจจะบอกพี่น้องชาวสิงห์ว่าชอบเก็บสะสมอะไรก็ติดต่อมาทางทีมงานได้นะครับ

A. LANGE & SÖHNE
Uhrenfabrikanten
GLASHÜTTE
in Sachsen.

เฟอร์ดินานด์ ออดอล์ฟ ลังเงอ
ผู้ก่อตั้งบริษัท A. Lange & Söhne
นาฬิกาหรูสัญชาติเยอรมัน



ขอพลาบต่อ

สืบเนื่องจาก เรื่องของการสะสม ผมขอพลาบิกามา ตั้งแต่เด็กและก็ค่อยๆ ซื้อมาเรื่อยๆ แต่สิ่งหนึ่งที่ผมชอบ พอกับการเก็บสะสมนาฬิกาก็คือประวัติของแบรนด์ ชอบอ่าน ความเป็นมา ชอบเรียนรู้ประวัติของผู้ก่อตั้ง การเลือกที่จะเดิน ต่อจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะแบรนด์ที่ยังเป็นธุรกิจครอบครัวอยู่ แต่หากต้องขายบริษัทไป ก็อยากรู้ด้วยว่าเพราะเหตุใด ล่าสุด มาเจอเรื่องราวของนาฬิกาเชื้อสายเยอรมัน ยี่ห้อ อา ลังเงอ อุนด์ ซอนเนอ (A. Lange & Söhne) แปลตรงตัวก็คือ เอ ลังเงอ และบุตร เป็นหนึ่งในยี่ห้อนาฬิกาที่เก่าแก่ที่สุดของ เยอรมนี ตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1845 โดยเฟอร์ดินานด์ ออดอล์ฟ ลังเงอ (Ferdinand Adolph Lange) ผู้ผลิตนาฬิกาดังโตะ และนาฬิกาแขวน ลูกคำก็มีทั้งกษัตริย์แห่งแซกโซนี จักรพรรดิ แห่งเยอรมนี และสุลต่านจักรวรรดิออตโตมัน บริษัทตั้งอยู่ที่ เมืองกลาสชุตเตอ (Glashütte) ในเขตที่เป็นอดีตราชอาณาจักร ซัคเซิน ประเทศเยอรมนีในปัจจุบัน กิจกรรมรุ่งเรืองมาเรื่อยๆ จากรุ่น 1 สู่รุ่น 2 ได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงในประเทศและ สงครามโลกครั้งที่ 1 มาได้ แต่มาประสบปัญหาในช่วง สงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงการดูแลของรุ่นที่ 3 หลังจาก สงครามโลกครั้งที่ 2 ได้จบลงเมื่อปี ค.ศ. 1945 และฮิตเลอร์

ฆ่าตัวตาย นาซีเยอรมนีก็ถูกทิ้งระหว่างประเทศมหาอำนาจ กล่าวคือ สหรัฐฯ อังกฤษ ฝรั่งเศส และโซเวียต โดยมีการ แบ่งประเทศเป็นตะวันออกและตะวันตก ส่วนตะวันออก ก็กลายเป็นระบอบคอมมิวนิสต์ กิจกรรมทุกชนิดถูกยึดรวมเข้า เป็นของรัฐ และเมืองกลาสชุตเตอนี้ก็อยู่ในเขตเยอรมัน ตะวันออก ครอบครัวลังเงอจึงได้อพยพมาอยู่เยอรมันตะวันตก โดยทิ้งทุกอย่างหมด รวมถึงโรงงานผลิตนาฬิกาด้วย เรียกว่า เป็นจุดจบของนาฬิกาเชื้อ A. Lange & Söhne ไปโดยปริยาย เมื่อปี ค.ศ. 1948 หลังจากที่ทำเนียบกิจการมาเป็นเวลา 103 ปี นายวอลเตอร์ ลังเงอ ผู้เป็นเหลน และได้เริ่มทำงานที่บริษัท ของครอบครัวแล้ว ก็ได้มาทำงานด้านการค้าขายนาฬิกา ทั่วไป เรื่องราวของครอบครัวลังเงอก็น่าจะจบลงเพียงเท่านั้น

วันที่ 9 พฤศจิกายน ค.ศ. 1989 หลายคนคงจำข่าวได้ ตอนกำแพงเบอร์ลินถูกพังทลาย ผมเองเรียนปริญญาตรีอยู่ที่ สหรัฐฯ ก็เฝ้าดูข่าวด้วยความสนใจ แต่คนที่น่าจะสนใจ สถานการณ์มากกว่าผมคือคุณวอลเตอร์ ลังเงอ เพราะเพียง ปีเดียวจากนั้น แกก็กลับเข้าไปรีเซ็ตกิจการที่ทวดแกเป็นคน เริ่มต้น สร้างชื่อเสียงใหม่ให้กับบรรพบุรุษของเขา คุณวอลเตอร์ แกมีอายุ 66 ตอนที่เขาซื้อคืนเทรตมาร์ค ชื่อ A. Lange & Söhne จากรัฐ และก่อตั้งบริษัทใหม่ร่วมกับบุคคลและบริษัท อื่นๆ ในวงการนาฬิกา ในชื่อ Lange Uhren GmbH เมื่อวันที่



7 ธันวาคม ค.ศ. 1990 เป็นวันและเดือนเดียวกันกับที่บรรพบุรุษของเขาได้ก่อตั้งบริษัทครั้งแรก เมื่อ 145 ปีที่แล้ว นาฬิกาเรือนแรกก็ออกขายในปี 1994 ผลิตจากโรงงานเดิมที่เมือง Glashütte ซึ่งก็ได้พังทลายลงช่วงสงครามและก่อสร้างขึ้นมาใหม่ ผมอ่านเรื่องราวนี้แล้วก็รู้สึกปลื้มไปด้วย สิ่งแรกที่สังเกตคือคุณวอลเตอร์เริ่มกิจการใหม่เมื่อตอนอายุ 66 ก็ไม่ผิดจากท่านเจ้าคุณ พระยาภิรมย์ภักดี ที่เริ่มกิจการเบียร์ตอนอายุ 60 ปี ให้เห็นว่า คนเราอย่าไปดูที่อายุ จะทำอะไรก็ทำไปเลย จะแก่และปล่อยวางก็เป็นการตัดสินใจของแต่ละคนไป แต่ไม่ใช่สองคนนี้อย่างแน่นอนครับ

ตอนที่คุณวอลเตอร์นำแบรนด์นี้กลับมาใหม่ก็ต้องมีผู้ร่วมลงทุนด้วย และด้วยสถานการณ์โลกที่ผันผวนตลอดเวลา ค่าการณ์ล่ำบาก บริษัทก็ถูกขายไปให้แก่อุ่ม Richemont และในที่สุดทางคุณวอลเตอร์เองก็ขายหุ้นไปจนหมด แต่ก็ได้นำพาบริษัทต่อไปจนเสียชีวิตลงเมื่อปี 2017 อายุ 92 ปี แต่เพราะเหลนคนนี้ ตำนานของเฟร์ดินานด์

อดอล์ฟ ลังเงอ ผู้บุกเบิกนาฬิกาหรูสัญชาติเยอรมัน และแบรนด์ A. Lange & Söhne ก็ยังคงอยู่ต่อไปอีก ไม่ได้จบลงไปพร้อมกับสงครามโลกครั้งที่ 2 อย่างที่ทุกคนคาด

นอกจากการขึ้นชนนาฬิกาที่มีลักษณะเฉพาะ คือหน้าตาวันที่ที่ใหญ่กว่าชาวบ้านเขาแล้ว และดีไซน์แปลกตา ที่มีความเป็นเยอรมันมาก ยังขยายไปค้นหาประวัติศาสตร์ของเยอรมนีอีก ตั้งแต่ก่อนสมัยจักรวรรดิโรมันมาเป็นแคว้นต่างๆ ที่มีเจ้าปกครองหลายราชวงศ์ จนมารวมตัวกันเป็นอาณาจักร แล้วก็เปลี่ยนจากระบอบกษัตริย์มาเป็นประธานาธิบดี ช่วงนาซี แล้วก็แบ่งแยกประเทศ จนกลับมาเป็นประเทศเดียวใหม่ แต่คงต้องยอมรับว่าช่วงที่ฮิตเลอร์ปกครองประเทศเป็นช่วงที่น่าสนใจมากโดยส่วนตัว เพราะสงสัยว่าคนหนึ่งคนสามารถนำพาประเทศไปทั้งกลุ่มก้อนได้ขนาดที่เป็นมาได้ยังไง แตกแยกความสนใจจากนาฬิกาไปเป็นเรื่องการเมืองการปกครองได้อีกนะครับ แต่เรื่องนี้คงต้องปล่อยไปก่อน เพราะจะให้เขียนต่อยาวแน่นอน ■



วอลเตอร์ ลังเงอ สาธิตธุรกิจนาฬิกาของบรรพบุรุษอีกครั้ง โดยก่อตั้ง Lange Uhren GmbH ในปี 1990



A. Lange & Söhne Lange 1 Time Zone White Gold

ที่มาภาพ:

www.facebook.com/LangeSoehne/photos
www.qpthaiedition.com

ISSN 1686-4085

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ
บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด พ.ศ. 2569
ผู้ใดต้องการทำซ้ำหรือดัดแปลงเพื่อเผยแพร่
กรุณาติดต่อเพื่อขออนุญาตที่บรรณาธิการ
โดยตรง

บรรณาธิการ

สรวิชัย ภิรมย์ภักดี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ลิตา พงษ์วิทย์วารวงศ์

กองบรรณาธิการ (ฝึกงาน)

ณลินี สิทธิเสนา

กราฟิกดีไซน์เนอร์

ณัฐวุฒิ พุคะทรัพย์

มัลลิกา คิม

สารเดช สุวรรณประสิทธิ์

โฆษณาและการตลาด

รชดา บุญยปรีตยุษ

ประสานงาน

ชาติรี ฤชุพนันท์

ณภาพานดา สายบัว

ช่างภาพกิตติมศักดิ์

อร่าม อินทภิรมย์

บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด

999 ถนนสามเสน แขวงถนนนครไชยศรี

เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

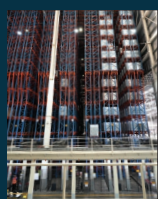
singhamag@boonrawd.co.th

พิมพ์ที่ บริษัท ศรีสยามการพิมพ์ จำกัด

473 ซอยสุทธิพร 2 ถนนประชาสงเคราะห์

ดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2641-7941



ภาพปก : ศูนย์กระจายสินค้าวังน้อย

SINGHA

10 News & Activities

รวบรวมเก็บตกความเคลื่อนไหว

ภายในร้านสิงห์ พร้อมประกาศ

กิจกรรมจากหน่วยงานต่างๆ

22 Project Review

Data Hackathon 2025

Unlock the Power of Data Management

จากทีม Boonrawd's Health Lens

26 Special Scoop

เมื่อต้องเป็นทั้งศิลปินและผู้บริหาร?

วิสัยทัศน์จาก คุณอุ้ม-วฤตดา ภิรมย์ภักดี

และคุณฟองเบียร์-ปฏิเวช อุทัยเฉลิม

จากค่าย Muzik Move

30 Singha Way

Culture Around the Globe:

ส่องวัฒนธรรมองค์กร 4 สโตร์รอบโลก

32 Cover Story

บุญรอด ทรัพย์ฉายา (BRS)

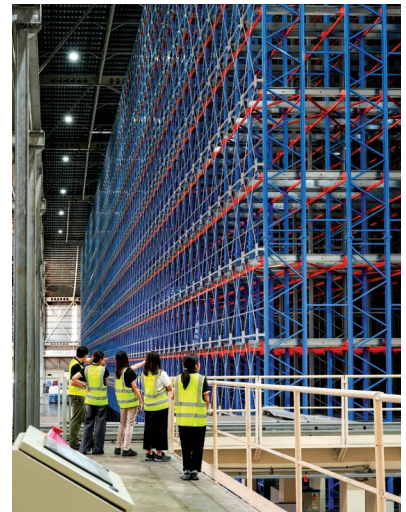
ยกระดับคลังสินค้าด้วยระบบอัจฉริยะ

พร้อมปรับตัวกับโลก ใช้ความยืดหยุ่นนำหน้า

42 Talks for You

ชวนมารู้จัก Internal Audit

และงานเซอร์วิสที่คุณอาจไม่เคยรู้



32

46





KNOWLEDGE

54 Skill

Survival of the Fittest
Upskill & Reskill ปฏิบัติทักษะเพื่อความอยู่รอดในยุค AI ครองเมือง

60 Work Life

Imposter Syndrome
การจัดการความรู้สึกที่ว่า
“ทำไม่เราไม่เก่งพอ”

70 One Page History

ปากคลองโอ่งอ่าง
ย่านบ้านเก่าพระยาภิรมย์ภักดี

72 Health

Food Sequencing
การจัดลำดับการกินอาหาร

50 64

INSPIRATION

46 Mindset

POMPAM'S STAND UP COMEDY
เป็นชาวออฟฟิศอาจไม่ง่าย
แต่เรียนรู้หาความสุขได้ไม่ยาก

50 The Moment of Arts

นิทรรศน์ (วิวัฒน์) รัตนโกสินทร์
จากวัดริมน้ำเจ้าพระยาสู่ใจกลางกรุง



80

SHARING

64 My Collection

ชาวสิงห์ร่วมแฮร์ประสบการณ์ “สุขสะสม”
ผ่านเรื่องราวของสะสมที่ทรงคุณค่าทางจิตใจ

72 Living

How Matter of Public Space
ส่องสวนสาธารณะกลางกรุง
ในยุคเทรนด์รักสุขภาพครองเมือง

78 Review

ร้านลาบนิยม รสเด็ดอีสานแท้ ราคาโดนใจ ไวน์บ่อนอุ่น

80 Recommended

เพื่อนสิงห์ขอแฮร์หนังที่ทั้งสนุกและสร้าง
แรงบันดาลใจแก่เพื่อนร่วมองค์กร

82 Muzik Move

Rookies บ้าน Muzik Move จาก 6 ค่ายในปี 2026
คลื่นลูกใหม่ที่น่าจับตา ด้วยพลังดนตรีและตัวตน





บุญรอดฯ ร่วมถวายพระพร สมเด็จพระนางเจ้าฯ
พระบรมราชินี เนื่องในโอกาสพระราชพิธี
มหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 4 รอบ

3-4 มิถุนายน 2569 | กรุงเทพมหานคร



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนินไปยังพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 4 รอบ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ในการนี้ นายวุฒาภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหาร และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบุคลากรของธุรกิจพระบาท โอกาสนี้ นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส และ นางณัฐวรรณ นำแจกันดอกไม้พุ่มเกล้าฯ ถวายเบื้องหน้า พระฉายาลักษณ์สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี และร่วมลงนามถวายพระพร ณ ศาลาสหทัยสมาคมด้วย ขณะที่ยังมี นายสรวิศ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ พร้อมด้วย นางณัฐวรรณ เข้าร่วมพิธีเจริญพระพุทธมนต์และตักบาตรพระสงฆ์ 149 รูป และช่วงเย็น นายดอล บุญมัน ผู้ช่วยประธานกรรมการบริหาร ร่วมพิธีถวายเครื่องราชสักการะและวางพานพุ่ม ณ ท้องสนามหลวง

วันต่อมา พลอากาศเอก สติติพงษ์ สุขวิมล ราชเลขาณุกา ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ออกรับเครื่องราชสักการะและพานพุ่ม โดย นางณัฐวรรณ ได้เป็นผู้แทนบริษัทฯ ถวายพานพุ่มทองและพานพุ่มเงินพุ่มเกล้าพุ่มเกล้าพุ่มพุ่มหม่อมถวาย ณ โรงละคร อาคาร 601 สำนักพระราชวัง สนามเสือป่า ■



คณะผู้บริหารบริษัทบุญรอดฯ น้อมรำลึก
ในพระกรุณาธิคุณ “เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภาฯ”
ร่วมลงนามถวายความอาลัย

15 มิถุนายน 2569 | กรุงเทพมหานคร



จากประกาศสำนักพระราชวัง สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา สิ้นพระชนม์เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2569

ในวันที่ 15 มิถุนายน 2569 นายวุฒาภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นำคณะผู้บริหาร พร้อมครอบครัว ได้แก่ นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหาร นายโรจน์ฤทธิ์ เทพาคำ กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส นายเพิ่มพูน ไกรฤกษ์ กรรมการ นายปิติ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส นายสรวิศ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายชญาณิน เทพาคำ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด นายศรีล สุขุม ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่

พร้อมด้วย นางอุมา เทพาคำ นางสาวชญาดา ภิรมย์ภักดี นางมิลินทร เทพาคำ และ นางสาวณัฐวรรณ ที่ปสุวรรณ นำพวงมาลัยไปถวายสักการะเบื้องหน้าพระรูป สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา และลงนามในสมุดหลวง เพื่อถวายความอาลัย ณ ศาลาสหทัยสมาคม พระบรมมหาราชวัง ■



บุญรอดฯ ร่วมถวายพระพร พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา

28-29 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร



นายเพิ่มพูน ไกรฤกษ์ กรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นำคณะผู้บริหารได้แก่ นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ร่วมทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแจกันดอกไม้เบื้องหน้าพระบรมฉายาลักษณ์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และลงนามถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ณ ศาลาสหทัยสมาคม พระบรมมหาราชวัง

โอกาสนี้ ในช่วงเช้า นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ได้เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมพิธีเจริญพระพุทธมนต์และทำบุญตักบาตรพระสงฆ์ 175 รูป ที่รัฐบาลจัดขึ้น ณ ท้องสนามหลวง เพื่อถวายพระราชกุศล นอกจากนี้ นายดอล บุญมัน ผู้ช่วยประธานกรรมการ

บริหาร เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมวางพานพุ่มทองและพานพุ่มเงิน ณ บริเวณท้องสนามหลวงฝั่งด้านเหนือ และในช่วงเย็น นายดอล บุญมัน ยังได้ร่วมพิธีจุดเทียนถวายพระพรชัยมงคลด้วยเช่นกัน ในการนี้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นำน้ำดื่มสิงห์และเครื่องดื่มสิงห์ เลมอนโซดา ไปให้บริการแก่ผู้ร่วมในพิธีด้วย

ต่อมา วันที่ 29 กรกฎาคม 2569 ณ โรงละครอาคาร 601 สำนักพระราชวัง สนามเสือป่า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พลอากาศเอก สถิตย์พงษ์ สุขวิมล ราชเลขาานุการในพระองค์ ออกรับเครื่องราชสักการะและพานพุ่มถวายพระพรชัยมงคล ในการนี้ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ร่วมอัญเชิญพานพุ่มทองและพานพุ่มเงินทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายเพื่อแสดงความจงรักภักดีและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ ■



สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี พระราชทานถ้วยรางวัล Queen's Cup Thailand Championship แก่ผู้ชนะเลิศการแข่งขัน ประจำปี 2569

5 กรกฎาคม 2569 | อุทุมพร

สมเด็จพระนางเจ้าสุทิดา พัชรสุธาพิมลลักษณ พระบรมราชินี เสด็จฯ ทอดพระเนตร การแข่งขันกอล์ฟอาชีพรายการใหญ่ “Queen's Cup Thailand Championship” ซึ่งจัดโดยสมาคมกีฬาอาชีพแห่งประเทศไทย และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานถ้วยรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศการแข่งขัน ณ สนามริเวอร์เดล กอล์ฟคลับ จังหวัดปทุมธานี โดยมี นายเอกวิทย์ มีเพียร ผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี นายพงษ์รัตน์ เหลืองธำรงเจริญ นายกสมาคมกีฬาอาชีพแห่งประเทศไทย คณะกรรมการสมาคมฯ และคณะผู้บริหารสมาคมกอล์ฟ ริเวอร์เดลฯ เฝ้าฯ รับเสด็จ นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างยิ่งต่อวงการกอล์ฟอาชีพไทย

การแข่งขันกอล์ฟอาชีพ “Queen's Cup Thailand Championship” ประจำปี 2569 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 2-5 กรกฎาคม 2569 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี และเพื่อพัฒนาศักยภาพนักกอล์ฟไทยให้สามารถแข่งขันและสร้างผลงานในระดับสากล เพิ่มโอกาสการแข่งขัน และยกระดับมาตรฐานการจัดการแข่งขัน กีฬาอาชีพของประเทศไทยให้ทัดเทียมระดับสากล โดยมีนักกอล์ฟที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมแข่งขันกว่า 300 คน และผ่านเข้ารอบสุดท้ายจำนวน 144 คน เป็นการแข่งขันแบบสโตรกเพลย์ 72 หลุม โดยจะมีการตัดตัวหลังจบการแข่งขัน 36 หลุม นักกอล์ฟอาชีพที่มีคะแนนรวมอยู่ในอันดับ 60 และเสมอ จะได้สิทธิ์เข้าร่วมการแข่งขันใน 36 หลุมสุดท้าย และผู้ที่มีคะแนนเสียน้อยที่สุดจะเป็นผู้ชนะการแข่งขัน นอกจากนี้ ภายในสัปดาห์การแข่งขันยังมีกิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาทักษะสำหรับเยาวชนอีกด้วย อาทิ Golf Clinic และกิจกรรมการเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีกอล์ฟสมัยใหม่ที่สอนโดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

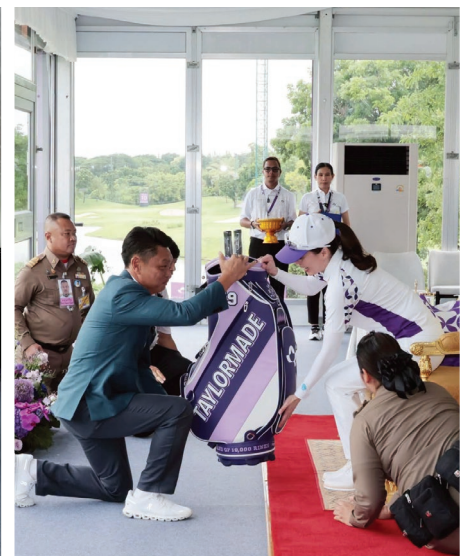
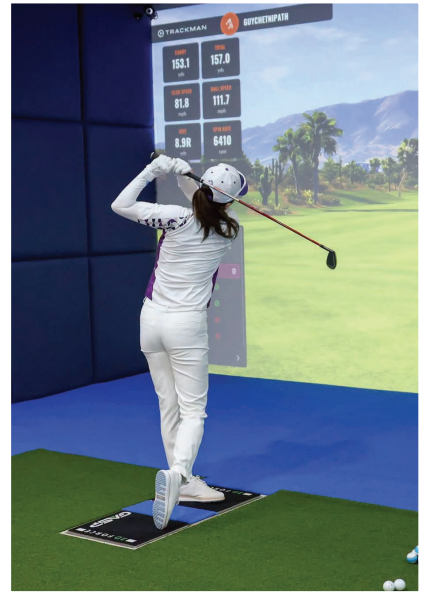
สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ทรงฉายพระรูปร่วมกับเหล่าโปรกอล์ฟ และคณะกรรมการจัดการแข่งขันฯ ด้วยความเรียบง่ายและอบอุ่น จากนั้นเสด็จฯ ทอดพระเนตรการแข่งขันกอล์ฟกลุ่มผู้นำ ซึ่งผลการแข่งขันปรากฏว่า นายเอกปรัชญ์ หุ่น นักกอล์ฟเชื้อชาติไทย-ไต้หวัน อายุ 26 ปี ชนะไปด้วยคะแนน 23 อันเดอร์พาร์ และได้เข้าเฝ้าทูลละอองธุลีพระบาท รับพระราชทานถ้วยรางวัล อีกทั้งได้รับเงินรางวัลผู้ชนะเลิศเป็นจำนวน 2.1 ล้านบาท

ต่อจากนั้น สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนินไปยังออลไทยแลนด์ กอล์ฟ เซ็นเตอร์ (All Thailand Golf Center) ทอดพระเนตรการฝึกซ้อมเทคนิคการพัตระยะไกลและระยะสั้นของนักกอล์ฟเยาวชน ณ บริเวณกรีนซ้อมพัตต์ การวิเคราะห์วงสวิงของนักกอล์ฟอาชีพสตรี การฝึกซ้อมวงสวิงในระยะต่างๆ ของนักกอล์ฟทีมชาติ ณ ช่องโด้รฟกอล์ฟ พร้อมเสด็จฯ ทอดพระเนตรการวิเคราะห์การเคลื่อนไหวของนักกอล์ฟอาชีพสตรีด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง เมื่อสมควรแก่เวลา จึงประทับรถยนต์พระที่นั่ง เสด็จพระราชดำเนินกลับ

ด้วยพระราชหฤทัยที่ทรงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนากีฬาอาชีพไทย รวมถึงการส่งเสริมศักยภาพของนักกีฬาไทยอย่างต่อเนื่อง ด้วยพระราชทาน Queen's Cup Thailand Championship จึงเป็นสัญลักษณ์แห่งเกียรติยศและความสำเร็จที่นักกอล์ฟไทยต่างใฝ่ฝันจะได้ครอบครองสักครั้งในชีวิต เพราะเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความทุ่มเท และความมานะพยายามตลอดเส้นทางของนักกอล์ฟอาชีพ พระมหากรุณาธิคุณในครั้งนี้ นับเป็นขวัญกำลังใจอันยิ่งใหญ่แก่นักกอล์ฟอาชีพ นักกีฬาทีมชาติ เยาวชน บุคลากรในวงการกีฬา ตลอดจนทุกภาคส่วนที่ร่วมกันพัฒนาวงการกอล์ฟไทย และเป็นพลังสำคัญที่ผลักดันให้นักกอล์ฟไทยมุ่งมั่นพัฒนาตนเองเพื่อก้าวสู่มาตรฐานที่สูงขึ้น ทั้งในประเทศและเวทีนานาชาติ

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สมาคมกีฬาอาชีพแห่งประเทศไทยเดินทางยกระดับมาตรฐานการแข่งขันและพัฒนา นักกอล์ฟไทยอย่างต่อเนื่อง จนมีนักกอล์ฟไทยหลายคนก้าวไปสร้างผลงานในเวทีนานาชาติ ทั้งเอเชียนทัวร์ ดีพี เวิลด์ ทัวร์ พีจีเอทัวร์ และเอิลิมปิเกมส์ ความสำเร็จของวงการกอล์ฟไทยไม่ได้เกิดขึ้นจากการแข่งขันของนักกอล์ฟอาชีพเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องอาศัยการสร้างแรงบันดาลใจและการเปิดโอกาสให้กับเยาวชน ซึ่งเป็นการกำลังสำคัญของวงการในอนาคต

Queen's Cup Thailand Championship จึงไม่ได้เป็นเพียงเวทีแข่งขันเพื่อค้นหาแชมป์เท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้สัมผัสการแข่งขันระดับประเทศอย่างใกล้ชิด ได้พบปะนักกอล์ฟอาชีพ เรียนรู้แนวคิด วิธีการเตรียมตัว และมาตรฐานของการแข่งขันระดับสูง เพื่อจุดประกายความฝัน และสร้างแรงบันดาลใจในการก้าวสู่เส้นทางนักกอล์ฟอาชีพ





บุญรอดฯ ต่อยอดเด็กไทยต้นแบบ พัฒนา เรียนรู้ และแก้ไขปัญหามุมชน

26 พฤษภาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดย นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สนับสนุนโครงการเด็กอวด (ทำ) ดี รุ่นที่ 3 ซึ่งจัดโดย สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ด้วยเห็นถึงความสำคัญที่ต้องการให้เด็กไทยได้เป็นต้นแบบในการเรียนรู้ พัฒนา แก้ไขปัญหามุมชนและประเทศชาติ บริษัทฯ จึงได้สนับสนุนโครงการ พร้อมทั้งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการโครงการมาตั้งแต่รุ่นที่ 1 และเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม ที่ผ่านมา ได้มีพิธีมอบรางวัลเด็กไทยต้นแบบผ่านโครงการเด็กอวด (ทำ) ดี รุ่นที่ 3 ที่ SCBX Next Stage สยามพารากอน นางกรรณิกา ใจจำนงค์ ผู้จัดการประจำสำนักงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ด้าน CSR ได้เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมพิธีมอบรางวัลด้วย



นักกีฬาชมรมว่ายน้ำสิงห์ ทวาด 17 เหรียญรางวัล ในรายการ 21st SNSC 2026

27-30 พฤษภาคม 2569 | ประเทศสิงคโปร์

นักกีฬาชมรมว่ายน้ำสิงห์ให้ผลงานยอดเยี่ยม ทวาด 17 เหรียญรางวัล พร้อมทำลายสถิติประเทศไทย 2 รายการ ในการแข่งขันว่ายน้ำรายการ 21st Singapore National Swimming Championships 2026 (21st SNSC 2026) ณ OCBC Aquatic Centre ผลงานของนักกีฬาชมรมว่ายน้ำสิงห์ในครั้งนี้ ประกอบด้วย 8 เหรียญทอง 5 เหรียญเงิน และ 4 เหรียญทองแดง พร้อมสร้างสถิติประเทศไทยใหม่ได้ถึง 2 รายการ สะท้อนถึงศักยภาพและความพร้อมของนักกีฬาไทยบนเวทีนานาชาติ ความสำเร็จครั้งนี้ นับเป็นอีกก้าวสำคัญของวงการว่ายน้ำไทย และเป็นสัญญาณที่ดีในการเตรียมความพร้อมสู่การแข่งขันเอเชียนเกมส์ 2026 ที่ประเทศญี่ปุ่น



Snowy Pale Ale สไตล์ Single Hop Pale Ale

31 พฤษภาคม 2569 | ทั่วประเทศ

สโนว์เบียร์ (Snowy Beer) สีนคำ ภายใต้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ออกรสชาติใหม่ เฟลเอล (Pale Ale) เติมสีสันตลาดเบียร์ทางเลือก โดดเด่นด้วยซิงเกิลฮอปเฟลเอล (Single Hop Pale Ale) สไตล์อังกฤษ ฮอปเดียว รสชาติสดชื่น ด้วยวัตถุดิบพรีเมียมที่มอบรสชาติที่นุ่มนวล กลมกล่อมลงตัว รังสรรค์ขึ้นเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนเมืองยุคใหม่โดยเฉพาะ ดื่มง่าย ไม่หนักหัว มาพร้อมกระป๋องสีฟ้าพ่นมีแอลกอฮอล์ 4.5% ในขนาดบรรจุ 490 ml เริ่มวางจำหน่ายแล้วที่ 7-11 ทั่วประเทศ ตั้งแต่ 31 พฤษภาคม 2569 เป็นต้นไป



มีเฮ สตรอว์เบอร์รีแมฮยังรสชาติใหม่! โดนใจสายเกาหลี

1 มิถุนายน 2569 | ทั่วประเทศ

ไซจู มีเฮ (Me Hay) ผลิตภัณฑ์ภายใต้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ออกรสชาติใหม่ ตอกย้ำ ความเป็นไซจูเกาหลี เปิดตัวรสสตรอว์เบอร์รีแมฮยัง (Maehyang) สตรอว์เบอร์รีสายพันธุ์เกาหลีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คงคอนเซ็ปต์ No Sugar รสชาติกลมกล่อม กลิ่นหอมหวานสตรอว์เบอร์รีแท้ๆ ดีมีง่าย มีแอลกอฮอล์ 11% ในขนาดบรรจุขวด 350 ml วางจำหน่ายแล้วในช่องทาง Traditional Trade เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา และ On Shelf ในช่องทาง Modern Trade เดือนกันยายนนี้



MUZIK SCHOOL & CAMPUS TOUR 2026

5 มิถุนายน 2569 | ทั่วประเทศ

Singha Corporation และ Viu Thailand เปิดโครงการ “MUZIK SCHOOL & CAMPUS TOUR 2026” ร่วมมือกับ Muzik Move และค่ายเพลงในเครือ เปิดตัวคอนเสิร์ตและกิจกรรมดนตรีที่พาศิลปินเดินทางไปพบแฟนเพลงถึงรั้วสถานศึกษากว่า 30 แห่งทั่วประเทศ ครอบคลุมพื้นที่ กรุงเทพฯ ปริมณฑล และหัวเมืองสำคัญในต่างจังหวัด อาทิ อุดรธานี นครนายก นครปฐม และราชบุรี ภายใต้แนวคิด “เพราะทุกก้าวคือประสบการณ์ใหม่” ที่ตั้งใจส่งต่อพลังบวกผ่านเพลง และสร้างพื้นที่แห่งแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่ได้ใกล้ชิดกับวงการดนตรีมากกว่าที่เคย ความพิเศษของทัวร์ปีนี้เป็นกิจกรรมฝึกกำลังศิลปินจากค่ายเพลงในเครือ Muzik Move มาสลับหมุนเวียนขึ้นเวทีตลอดโครงการ



BGF ส่งต่อโอกาสผ่าน “โครงการกระเจก-อูฐ สู้ชุมชน”

8 มิถุนายน 2569 | ปราจีนบุรี

ธุรกิจวัสดุก่อสร้างแบรนด์ BGF ภายใต้กลุ่มบริษัทบางกอกกล๊าส (BG) ร่วมกับกรมราชทัณฑ์ เดินหน้าสนับสนุนการพัฒนาทักษะวิชาชีพแก่ผู้ต้องขังทั่วประเทศ ผ่านโครงการ “กระเจก-อูฐ สู้ชุมชน ประจำปี 2569” โดยส่งมอบวัสดุและอุปกรณ์ด้านงานกระเจกและอลูมิเนียม เพื่อใช้ในการฝึกอบรมวิชาชีพ สร้างโอกาสในการเรียนรู้และเตรียมความพร้อมก่อนกลับคืนสู่สังคม พิธีส่งมอบจัดขึ้น ณ บริษัท กบินทร์บุรีกล๊าส อินดัสทรีย์ จำกัด ผู้ผลิตกระเจกโฟลต์แบรนด์ BGF จังหวัดปราจีนบุรี โดยได้รับเกียรติจาก นายชาญ วชิรเดช รองอธิบดีกรมราชทัณฑ์ เป็นประธานในพิธีรับมอบ ขณะที่ นายอนิรุทธิ์ อย่างรัตนโชติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท กบินทร์บุรีกล๊าส อินดัสทรีย์ จำกัด เป็นผู้แทนส่งมอบ



สิงห์ เลมอนโซดา แรงในเกาหลี่ เปิดตัวรสใหม่ “Lime Lemon”

11 มิถุนายน 2569 | ประเทศไทย

สิงห์ เลมอนโซดา ต่อยอดความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในตลาดเกาหลี่ได้ ล่าสุดเดินทางเปิดตัวรสชาติใหม่ “Lime Lemon” (ไลม์ เลมอน) ที่พัฒนาขึ้นสำหรับผู้บริโภคชาวเกาหลี่โดยเฉพาะ ชูความสดชื่นจากเลมอนแท้ พร้อมจุดเด่นไม่มีน้ำตาลและไม่มีแคลอรี ปัจจุบัน สิงห์ เลมอนโซดา วางจำหน่ายในเกาหลี่ทั้งหมด 3 รสชาติ ได้แก่ Lemon, Yuzu และล่าสุด Lime Lemon พร้อมปรับบรรจุภัณฑ์เป็นกระป๋องขนาด 355 ml ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานของตลาดเกาหลี่ โดย Lime Lemon เปิดตัวเมื่อเดือนมิถุนายน 2569 เริ่มวางจำหน่ายผ่าน GS25 และขยายสู่ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และช่องทางอีคอมเมิร์ซ



บุญรอดฯ ร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิต ริมคลองเปรมประชากร

14 มิถุนายน 2569 | กรุงเทพมหานคร

เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 4 รอบ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ที่ปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนริมคลองเปรมประชากร “คนไทย คลองเปรมสายน้ำเดียวกัน เราบางกอก เมืองปทุมธานี กรุงเทพฯอยู่ยา” โดยร่วมตักบาตรพระสงฆ์ทางเรือในคลองเปรมประชากร จำนวน 49 รูป ถวายพระราชกุศล บริเวณชุมชนประชากร 3 ชุมชนในโครงการพัฒนาและชุมชนเจ้าสัวมิ่งพรายสะพานปูน เขตดอนเมือง



โครงการปันน้ำใจเพื่อช่วยเหลือนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล ปี 3

25-26 มิถุนายน 2569 | กาญจนบุรี

ตัวแทนมูลนิธิจ่านงค์ ภิรมย์ภักดี เดินทางเข้าร่วมทำกิจกรรมสานสัมพันธ์กับนักเรียนและครู จำนวน 227 คน ณ โรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดนสุนทรเวช อ.สังขละบุรี ภายใต้ “โครงการปันน้ำใจเพื่อช่วยเหลือนักเรียนในพื้นที่ห่างไกล (ปี 3)” ซึ่งในปีนี้นิธิฯ ได้เข้าช่วยเหลือปรับปรุงอาคารเรียน ติดตั้งโซลาร์เซลล์ ขนาด 8 kW มอบสิ่งของที่จำเป็น เช่น ชุดนักเรียน รองเท้านักเรียน กระเป๋า อุปกรณ์การเรียน และสิ่งของที่พนักงาน-ประชาชนทั่วไปมอบให้ผ่านทางมูลนิธิฯ เพื่อให้โรงเรียนนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ให้กับนักเรียนทุกคนต่อไป



มูลนิธิ ปิติ ภิรมย์ภักดี จัดกอล์ฟการกุศล ครบรอบ 12 ปี หนุนการศึกษา-สาธารณสุข

26 มิถุนายน 2569 | ปทุมธานี

สมาคมกีฬากอล์ฟแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับ มูลนิธิ ปิติ ภิรมย์ภักดี จัดการแข่งขันกอล์ฟการกุศล ครบรอบ 12 ปีของมูลนิธิ ปิติ ภิรมย์ภักดี เพื่อระดมทุนสนับสนุนโครงการด้านการศึกษาและสาธารณสุข โดยมีนักกอล์ฟสมัครเล่นเข้าร่วมอย่างคึกคัก ที่ สนามริเวอร์เดล กอล์ฟ คลับ ภายในงานได้รับเกียรติจาก นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหาร บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และเป็นประธานจัดการแข่งขัน พร้อมด้วย นายภูริต ภิรมย์ภักดี นายปิติ ภิรมย์ภักดี และ นายรังสฤษฎ์ ลักษิตานนท์ นายกสมาคมกีฬากอล์ฟแห่งประเทศไทยฯ ร่วมงาน รายได้จากการแข่งขันจะนำไปสนับสนุนภารกิจของมูลนิธิ ปิติ ภิรมย์ภักดี ทั้งการมอบทุนการศึกษาให้โรงเรียนที่ขาดแคลน รวมถึงสนับสนุนเครื่องมือทางการแพทย์แก่โรงพยาบาลในพื้นที่ต่างจังหวัด



พิธีอัญเชิญองค์ครุฑขึ้นประดิษฐาน ณ อาคาร Tank farm ปทุมธานี บริวเวอรี่

9 กรกฎาคม 2569 | ปทุมธานี

บริษัท ปทุมธานี บริวเวอรี่ จำกัด ได้จัดพิธีอัญเชิญองค์ครุฑขึ้นประดิษฐาน ณ อาคาร Tank farm โดยท่านพระมหาราชครูพิธีศรีวิสุทธิคุณ ประกอบพิธีบวงสรวง โดยมี นายปิติ ภิรมย์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัทผลิ และ นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัทผลิ ตลอดจนคณะผู้บริหาร และพนักงานเข้าร่วมพิธีบวงสรวงทำบุญถวายปัจจัย ไทยธรรม ถวายภัตตาหาร แต่พระสงฆ์ 9 รูป ภายหลังเสร็จสิ้นพิธี นายปิติ ภิรมย์ภักดี ได้ร่วมปลูกต้นไม้มงคล “ต้นพะยูง” บริเวณด้านหน้าอาคารสำนักงาน เพื่อความเป็นสิริมงคล และความเจริญรุ่งเรืองของบริษัท

มูลนิธิบีจีเพื่อสังคม และ บีจีซี กล๊าส อินดัสทรีย์ ร่วมสนับสนุนเครื่องมือแพทย์

6 กรกฎาคม 2569 | พระนครศรีอยุธยา

มูลนิธิบีจีเพื่อสังคม ร่วมกับ บริษัท บีจีซี กล๊าส อินดัสทรีย์ จำกัด ภายใต้ธุรกิจบรรจภัณฑ์ครบวงจร กลุ่มบริษัทบางกอกกล๊าส (BG) ส่งมอบอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ให้แก่หน่วยเคมีบำบัด โรงพยาบาลพระนครศรีอยุธยา อุปกรณ์ที่ส่งมอบรวมจำนวน 20 เครื่อง ประกอบด้วย เครื่องควบคุมการให้สารน้ำ (Infusion Pump) เครื่องวัดความดันโลหิตอัตโนมัติ พร้อมวัดค่าความอิ่มตัวของออกซิเจนในเลือด เครื่องตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ และเครื่องสแกนเอกสารสำหรับหน่วยงานเคมีบำบัด เป็นต้น สืบเนื่องจากการที่มูลนิธิบีจีเพื่อสังคม ร่วมกับ บริษัท บีจีซี กล๊าส อินดัสทรีย์ จำกัด สนับสนุนงบประมาณรวม 606,000 บาท เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับหน่วยเคมีบำบัด เสริมศักยภาพการให้บริการของโรงพยาบาล





สิงห์อาสา จัดอบรมหลักสูตรกู้ภัยทางน้ำ ปีที่ 8 ประจำปี 2569

9-13 กรกฎาคม 2569 | ชลบุรี

หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษทางเรือ กองเรือยุทธการ (หน่วยซีล) ร่วมกับ สิงห์อาสา โดยมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี และ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จัดโครงการ อบรมหลักสูตรกู้ภัยทางน้ำ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ณ ศูนย์การฝึกสงครามพิเศษทางเรือ อ.สัตหีบ เพื่อสร้างทีมกู้ภัยที่มีศักยภาพ ไฮไลต์การฝึกประกอบด้วยการทดสอบในห้องแรงดันบรรยากาศสูง การฝึกดำน้ำลึกในทะเลจริงที่ระดับความลึกไม่เกิน 90 ฟุต การฝึกดำน้ำค้นหาในเวลากลางคืน รวมถึงการฝึกกู้วัตถุใต้น้ำ และการวางแผนช่วยเหลือ ในสถานการณ์จำลองที่ซับซ้อน โครงการนี้มุ่งหวังให้เครือข่ายอาสาสมัครกู้ภัยสิงห์อาสา ที่ผ่านการอบรม สามารถนำความรู้และทักษะไปถ่ายทอดต่อให้กับเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อเพิ่มความพร้อมในการรับมือเหตุฉุกเฉินทางน้ำได้อย่างทันท่วงทีและปลอดภัย



ASAHI จัดงาน Asahi Beyond Expected 2026

11 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

Asahi (อาซาฮี) จัดงาน Asahi Beyond Expected 2026 ภายใต้แนวคิด "Beats Meet Taste" เชื่อมโลกของอาหารและดนตรีเข้าด้วยกัน โดยได้ "เซฟโจ-เซฟซากิ" จากร้าน NAWA Thai Cuisine ร้านอาหารมิชลินสตาร์ มาร่วมรังสรรค์ 6 เมนูสุดพิเศษ Modern Thai x Japanese Fusion ที่ใช้เบียร์ Asahi เป็นส่วนประกอบ อาทิ ปูนึ่งหมกปูระ ฟองเบียร์อาซาฮี, ไฮตาเตะชิฟูต ฟองโฟมอาซาฮี, บูตะบาระย่างซอสอาซาฮี, อาซาฮีมาเซโซบะ, แกงกะหรี่แก้มวัวตุ๋นอาซาฮี และฟุดดิงมิโซะ ซอสคาราเมลอาซาฮี ผสานบทดนตรีจาก "เอ้-สันทาส บุนนาค" หรือ "DJ BOTCASH" ดีเจและโปรดิวเซอร์ชาวไทยที่มีผลงานระดับนานาชาติ ที่นำเอาเสียงจากการปรุงอาหารมา믹ซ์เข้ากับบีท EDM ได้อย่างลงตัว สร้างมิติใหม่ให้กับการกินดื่มที่ผสมผสานทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัสเข้าไปในประสบการณ์เดียว งานจัดขึ้นที่ PHERE HALL ชั้น 5M ศูนย์การค้า EMPHORE



ปฏิทินบุญรอดฯ ประจำปี 2569

ชนะเลิศรางวัลปฏิทินดีเด่น "สุริยศศิธร"

13 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย จัดประกวดปฏิทินดีเด่นรางวัล "สุริยศศิธร" ครั้งที่ 41 ประจำปีพุทธศักราช 2569 โดย ปฏิทินชนิดแขวน ชุด ปฏิทิน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด "A Masterpiece of Singha" ได้รับรางวัลชนะเลิศ ประเภททั่วไป และปฏิทินชนิดสมุดบันทึก ชุด ปฏิทิน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด "A Masterpiece of Singha" ได้รับรางวัลรองชนะเลิศ ประเภททั่วไป ทั้งนี้ ตัวแทนจากบริษัท บุญรอดฯ ร่วมกับ ผู้ออกแบบและผลิตปฏิทิน ได้แก่ บริษัท ดีไซน์ มอโต้ จำกัด ขึ้นรับรางวัลร่วมกัน ณ ห้องประชุม 1-2 อาคารหอประชุม กรมประชาสัมพันธ์

เปิดตัว Singha Highball วิสกี้โซดาพร้อมดื่ม แบบกระป๋อง มาตรฐานญี่ปุ่น

15 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

สิงห์ เปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มใหม่ SINGHA HIGHBALL (สิงห์ ไฮบอล) วิสกี้ผสมโซดาพร้อมดื่มแบบกระป๋อง ผลิตและนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิด Signature Mix ที่ผสมผสานความซ่าที่เป็นเอกลักษณ์ของโซดาสิงห์ เข้ากับมาตรฐานการผลิตวิสกี้ของญี่ปุ่น จนเป็นไฮบอลพร้อมดื่มในสัดส่วนเฉพาะที่ลงตัว ส่ง 2 รสชาติ ได้แก่ Original Soda กระป๋องสีทอง มีปริมาณแอลกอฮอล์ 6% และรส Cola กระป๋องสีดำ มีปริมาณแอลกอฮอล์ 5% ในขนาด 340 ml เพื่อเพิ่มทางเลือกและตอบรับไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ งานเปิดตัวจัดขึ้นที่ Cloud 11 Open House ชั้น 1 Event Space วางจำหน่ายเป็นทางการในเดือนสิงหาคม 2569 นี้ ในราคา 45 บาท



Singha Sparkling Water เปิดคลาส ปั่นความพร้อมสู่ HYROX Bangkok 2026

20 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

Singha Sparkling Water ในฐานะ The Official Sparkling Water Partner of HYROX Bangkok จับมือ โค้ชเกบ เฮค (Gabe Heck) นักกีฬาและโค้ช HYROX ระดับนานาชาติ ที่มีผลงานบนโพเดียมในหลายรายการทั่วเอเชีย ร่วมกับ 5 ทีมชั้นนำ ได้แก่ LABB33, Engine Lab, RYSE, CrossFit ARBKK / Arena Bangkok และ Iron Hive เปิดคลาส Exclusive HYROX Training Program ถ่ายทอดเทคนิคการฝึกซ้อมและแนวทางเตรียมร่างกายจากโค้ชผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมความพร้อมให้นักกีฬาและผู้สนใจก่อนการแข่งขัน HYROX Bangkok 2026 โดย HYROX เป็นการแข่งขันที่ผสมผสานการวิ่งเข้ากับการออกกำลังกายในแต่ละสถานี ภายในคลาส ผู้เข้าร่วมจะได้เรียนรู้เทคนิคการแข่งขัน HYROX อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะรายบุคคล เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำความรู้ไปปรับใช้กับการฝึกซ้อมและการแข่งขันได้จริง



ทีมเพื่อนธรณ์เปิดเวทีเสวนา “ไฟ ฝุ่น แล้ง น้ำ มหันตภัยทวิคูณ” เตือนไทยเร่งรับมือ

23 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

ทีมเพื่อนธรณ์ ผศ.ดร.ธรณ์ อัครณาวาสวัสดิ์ จัดงานเสวนา “ไฟ ฝุ่น แล้ง น้ำ มหันตภัยทวิคูณ” ณ SCBX Next Stage ชั้น 4 สยามพารากอน เพื่อสร้างความตระหนักรู้และเตรียมความพร้อมในการรับมือกับวิกฤตสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้น ผ่านการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญระดับประเทศ ได้แก่ ผศ.บรรจง สมบูรณ์ชัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม ม.แม่โจ้ ที่ทำโครงการไม้ยืนต้นป่ายั่งยืน ร่วมกับ สิงห์อาสา ปลุกต้นไม้ในพื้นที่ที่เคยเกิดไฟป่า ให้มีโอกาสรอดกว่า 90% พร้อมด้วย ผศ.มัลลิกา ศรีสุธรรม สาขาวิชาประวัติศาสตร์และสิ่งแวดล้อม คณะเกษตรศาสตร์ ม.ขอนแก่น กับโครงการสิงห์อาสาสร้างแหล่งน้ำชุมชนอย่างยั่งยืน 10 แห่งในอีสาน ให้ชาวบ้านมีน้ำกินน้ำใช้ตลอดปี และ ผศ.ดร.ไพยม สราภิรมย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ม.ขอนแก่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารน้ำอย่างยั่งยืน เพื่อหา “ทางรอดและกลยุทธ์การปรับตัว” ของทั้งภาคชุมชนและองค์กรธุรกิจ ก่อนที่มหันตภัยนี้จะสร้างความเสียหายจนไม่อาจฟื้นฟูกลับคืนมาได้



สิงห์ ต่อสัญญา The Open พร้อมขยายความร่วมมือสู่ AIG Women's Open ถึงปี 2028

26 กรกฎาคม 2569 | ประเทศไทย

สิงห์ คอร์เปอเรชั่น เดินหน้ากลยุทธ์ Global Sports Partnership ประกาศต่อสัญญาเป็น Official Beer Partner ของ The Open รายการกอล์ฟเมเจอร์ที่เก่าแก่ที่สุดในโลก พร้อมร่วมเป็นพันธมิตรของ "AIG Women's Open" หนึ่งใน 5 รายการเมเจอร์ของกอล์ฟหญิงเป็นครั้งแรก ครอบคลุมระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2026-2028 โดยปีนี้เป็นปีที่ 4 ของความร่วมมือกับ The Open สะท้อนแนวทางของสิงห์ในการสนับสนุนวงการกอล์ฟอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การพัฒนาเยาวชนและนักกอล์ฟไทย ไปจนถึงการแข่งขันระดับเมเจอร์ ขณะเดียวกัน สิงห์ยังได้ขยายความร่วมมือสู่ AIG Women's Open เป็นครั้งแรก ซึ่งถือเป็นอีกก้าวสำคัญในการสนับสนุนกีฬากอล์ฟอย่างครอบคลุมทั้งประเภทชายและหญิง

นอกจากนี้ สิงห์ยังต่อยอดความร่วมมือผ่านกิจกรรม "Singha Thailand Challenge" ซึ่งจัดขึ้นเป็นปีที่ 3 เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์กอล์ฟระดับโลกอย่างใกล้ชิด โดยในปี 2026 มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมกว่า 1,900 คน ก่อนคัดเลือกผู้ชนะรวม 8 คน เดินทางไปชมการแข่งขัน The Open ครั้งที่ 154 และ AIG Women's Open ครั้งที่ 50 ที่ประเทศอังกฤษ ระหว่างเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม



บุญรอดฯ ร่วมพิธีทำบุญตักบาตรทางเรือ ถวายเป็นพระราชกุศล

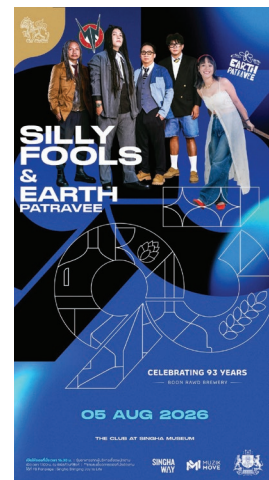
26 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

นายธนวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส พร้อมด้วย นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้ร่วมในพิธีทำบุญตักบาตรทางเรือ ถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสสมทวงเฉลิมพระชนมพรรษา 74 พรรษา ภายใต้กิจกรรม "สายน้ำแห่งชีวิต ได้ร่วมพระบารมี สืบสานวิถีรัตนโกสินทร์" ซึ่งจัดขึ้น ณ บริเวณสวนสาธารณะป้อมมหากาฬ และพื้นที่คลองรอบเกาะรัตนโกสินทร์ พร้อมกันนี้ผู้บริหารบริษัทบุญรอดฯ ยังร่วมปลูกต้นลำดวนเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวบริเวณสวนสาธารณะป้อมมหากาฬ เขตพระนครด้วย

ผู้บริหารบุญรอดฯ ร่วมกันจัด กิจกรรมฉลองครบรอบ 93 ปีบริษัทฯ

5 สิงหาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

ผู้บริหารบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้ร่วมกันจัดงานฉลองครบรอบ 93 ปีของบริษัทฯ ณ ลานหน้าพิพิธภัณฑ์สิงห์ สำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ถนนสามเสน งานนี้มีชุดอาหารและเครื่องดื่มมากมาย พร้อมกิจกรรมให้ร่วมสนุกจากคอนเสิร์ตโดยวงดนตรี Room89 ของพนักงาน และไฮไลต์พิเศษ คอนเสิร์ตจากนักร้องดังในเครือมิวสิกมูฟ "เอ็ด-ภัทรวิ" จากค่าย BOXX MUSIC และวงร็อกในตำนาน "Silly Fools" ค่าย ME RECORDS มอบความสุขและบรรยากาศสนุกสนานให้พนักงานทุกคนได้ร่วมฉลองวันเกิดบริษัทฯ ไปด้วยกัน





BG Language Centre จัดกิจกรรม LC's Daytrip: THE ICONIC Drive Experience

30-31 กรกฎาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด กลุ่มบริษัททางออกกlasses (BG) โดย BG Language Centre ร่วมกับ German Auto ผู้จำหน่าย MINI อย่างเป็นทางการ และ Singha Museum จัดกิจกรรม LC's Daytrip: THE ICONIC Drive Experience เวิร์กช็อปสุดเอ็กซ์คลูซีฟที่ผสมผสานไลฟ์สไตล์การขับที่ สุดทันสมัย การเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว

กิจกรรมในวันแรก เริ่มต้นด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วม เข้าฝึกอบรมทักษะการขับที่ปลอดภัยระดับมาตรฐาน พร้อม ทดลองขับที่รถยนต์ Mini Cooper ณ สนาม BG Stadium Club 114 Lounge เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งด้านทักษะภาษา และเทคนิคการขับที่อย่างสมบูรณ์แบบ และในวันที่ 2 ผู้เข้าร่วม กิจกรรมได้ร่วมสัมผัสประสบการณ์สมรรถนะการขับที่เหนือ ระดับของรถยนต์ Mini Cooper โฉมใหม่ ขับลัดเลาะชม บรรยากาศและเสน่ห์ของเมืองหลวงอย่างมีสไตล์ มุ่งหน้าสู่ Singha Museum เพื่อค้นพบเรื่องราว คำนำ และประวัติศาสตร์ อันทรงคุณค่าที่สืบทอดมาอย่างยาวนานของแบรนด์ระดับ ตำนานอย่าง “สิงห์” ตลอดการเดินทาง ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังได้ เปิดโลกความรู้และฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรม การเรียนรู้รูสไตร์ใช้งานจริง ทั้งการใช้คำศัพท์เกี่ยวกับยานยนต์ ไลฟ์สไตล์ และบทสนทนาในชีวิตประจำวัน ท่ามกลาง บรรยากาศที่เป็นกันเองอบอุ่น และเต็มไปด้วยความสนุกสนาน

ทั้งนี้ BG Language Centre ภายใต้กลุ่มบริษัททางออกกlasses (BG) จัดตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาของบุคลากร ของกลุ่มบริษัททางออกกlasses ผ่านการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ที่เป็น มิตรและส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษา ปัจจุบันได้มีการเปิดสอน ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน เพื่อเสริมสร้างความ มั่นใจในการใช้ภาษา เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานและ รองรับการเติบโตขององค์กรและการดำเนินธุรกิจในระดับสากล



บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จัดพิธีทำบุญครบรอบ 93 ปี

4 สิงหาคม 2569 | กรุงเทพมหานคร

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จัดพิธีทำบุญเนื่องใน โอกาสครบรอบ 93 ปี วันก่อตั้ง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด (วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2476) โดยมีพิธีสักการะรูปปั้นพระยา ภิรมย์ภักดี และศาลเจ้าที่ ณ อาคารสำนักงานใหญ่และ อาคารริมน้ำ จากนั้นประกอบพิธีเจริญพระพุทธมนต์ ถวาย เครื่องไทยธรรมและถวายภัตตาหารเพลแด่พระสงฆ์ 9 รูป ณ หอประชุมใหญ่ สำนักงานใหญ่บริษัทบุญรอดฯ ถนนสามเสน



สิงห์อาสา ร่วมกับ CCDC ลุยติดตั้ง FloodBoy รับมือน้ำท่วม

7 สิงหาคม 2569 | เชียงราย

สิงห์อาสา ร่วมกับ ศูนย์ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ(CCDC) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นำเทคโนโลยี “FloodBoy” มาใช้ตรวจวัดและเฝ้าระวังระดับน้ำในพื้นที่เสี่ยง เพื่อรับมือน้ำท่วมฉุกเฉิน ครอบคลุม 10 จุดสำคัญ 5 อำเภอ ใน จ.เชียงราย โดยสามารถครอบคลุมพื้นที่เสี่ยงที่ได้รับผลกระทบรวมประมาณ 94 ตาราง กิโลเมตร เชื่อมโยงข้อมูลจากแต่ละจุด ซึ่งหากพื้นที่ใดมีแนวโน้มจะเกิดน้ำท่วม ข้อมูลจะถูกส่งตรงไปยังเว็บไซต์ และ LINE ของชุมชนโดยอัตโนมัติ เพื่อให้ประชาชนมีเวลาอพยพและเคลื่อนย้ายทรัพย์สินได้ทันเวลาที่ ■



Data Hackathon

Unlock the Power of Data Management

จาก “ข้อมูลกระจัดกระจาย” สู่พลังของการเปลี่ยนแปลงองค์กร
COP Follow The Winner 2025
: ทีม Boonrawd's health lens

ในยุคที่ Data กลายเป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร การมีข้อมูลจำนวนมากอาจไม่เพียงพอ หากยังไม่สามารถเปลี่ยนข้อมูลเหล่านั้นให้กลายเป็น Insight ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง พลังของการบริหารจัดการข้อมูลจึงมีส่วนขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ

หนึ่งในผลงานการประยุกต์ใช้ข้อมูลที่สร้างผลลัพธ์เชิงประจักษ์ได้แก่ โครงการ COP Data Hackathon 2025 ในโปรเจกต์ด้าน Wellbeing & Healthcare Analytics ที่นำข้อมูลสุขภาพพนักงานมาวิเคราะห์เชิงลึก จนสามารถลดอัตราการเคลมโรคใช้หวัดใหญ่ของพนักงานได้จริง พร้อมต่อยอดสู่การออกแบบสวัสดิการเชิงป้องกัน (Preventive Wellbeing) ได้อย่างแม่นยำมากขึ้น

จาก Insight สู่ Solution เมื่อ Data เริ่ม “เล่าเรื่อง”

โปรเจกต์ Wellbeing & Healthcare Analytics เกิดจากความต้องการเพิ่มมูลค่าให้ข้อมูลสุขภาพพนักงานที่กระจัดกระจายอยู่หลายแหล่ง ทั้งผลตรวจสุขภาพ งบประมาณ และยอดเคลมประกัน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบ Excel หลายไฟล์ ทำให้การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลใช้เวลานาน อีกทั้ง องค์กรยังไม่มี “Single Source of Truth” หรือฐานข้อมูลกลาง ส่งผลให้การทำงานเสี่ยงต่อ Human Error และยากต่อการสร้าง Baseline เพื่อวางแผนดูแลสุขภาพพนักงานได้อย่างแม่นยำ

ทีมงานได้เริ่มต้นจากการนำข้อมูลย้อนหลัง 3-5 ปี มาวิเคราะห์ด้วยแนวคิด Predictive Analytics (การวิเคราะห์เชิงทำนาย) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่าง “พฤติกรรม

เจ็บป่วย” กับ “ช่วงเวลาการดูแลสุขภาพ” หนึ่งใน Insight สำคัญที่ค้นพบ คือ ช่วงเวลาการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ เดิมองค์กรฉีดวัคซีนในช่วงปลายปีพร้อมการตรวจสุขภาพประจำปี แต่ข้อมูลกลับสะท้อนว่า หากฉีดก่อนฤดูฝน จะช่วยลดความเสี่ยงได้มีประสิทธิภาพมากกว่า

จาก Insight นี้ ทีมจึงพัฒนา Data Dashboard ที่ช่วยวิเคราะห์แนวโน้มของโรค ช่วงเวลาการระบาด และกลุ่มเสี่ยงต่างๆ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงรุก

สิ่งสำคัญคือ Dashboard นี้ไม่ได้มองเฉพาะเรื่อง “การรักษา” แต่เน้นไปที่ “การป้องกัน” ทำให้องค์กรสามารถวางแผนกิจกรรม Wellbeing ได้ล่วงหน้า และออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์พนักงานได้ตรงกลุ่มมากขึ้น

จากเวทีประกวด...สู่การใช้งานจริง

หลังจบโครงการ ข้อมูลและ Insight ที่ได้ มีการนำไปใช้งานจริงทันที โดยมีการปรับช่วงเวลาการฉีดวัคซีนพนักงานมาเป็น “ก่อนฤดูฝน” ตามผลการวิเคราะห์ นอกจากนี้ ในส่วนข้อมูลการเคลม ยังได้นำไปใช้ประกอบการเจรจากับบริษัทประกัน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองด้านเบี้ยประกันในถัดไป จากเดิมที่การพูดคุยอาจอาศัยเพียงข้อมูลภาพรวม วันนี้อัตราการมีตัวเลขและหลักฐานเชิงข้อมูลที่ชัดเจน สามารถอธิบายสาเหตุของค่าใช้จ่าย และวางแผนทางป้องกันได้อย่างเป็นรูปธรรม ทีมงานมีการออกแบบ Visualization ให้สื่อสารง่ายขึ้น โดยยึดหลักว่า “ผู้บริหารต้องมองแล้วเข้าใจได้ภายในไม่กี่วินาที”

Impact ที่เกิดขึ้นจริง เมื่อ Data เปลี่ยนเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจ

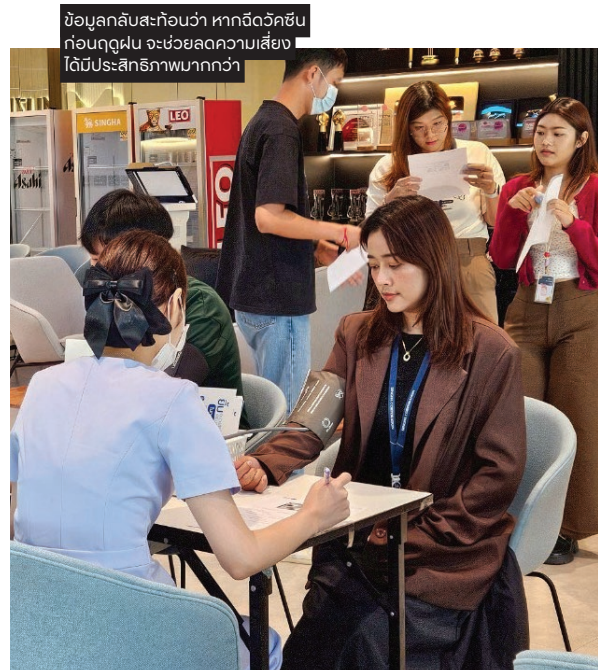
ผลลัพธ์หลังจากปรับช่วงเวลาการฉีดวัคซีนถือว่าน่าประทับใจอย่างมาก

- ยอดการเคลมโรคไข้วัดใหญ่ลดลงกว่า 50%
- อัตราการเข้ารักษาแบบผู้ป่วยใน (IPD) ลดลงถึง 70%

ผลลัพธ์เหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ แต่ยังสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตของพนักงานที่ดีขึ้น และ Productivity ที่เพิ่มขึ้นในภาพรวมขององค์กร

นอกจากนี้ ทีมยังนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแบ่งกลุ่มพนักงานตามระดับความเสี่ยงด้านสุขภาพ เพื่อออกแบบกิจกรรม Wellbeing ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น กลุ่มพนักงานที่มีภาวะ Office Syndrome ได้รับการออกแบบกิจกรรม Stretching รวมถึงการประสานความร่วมมือกับโรงพยาบาลในการนำบริการด้านกายภาพบำบัดเข้ามาภายในองค์กร เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มความสะดวกให้พนักงาน

- ยอดการเคลมโรคไข้วัดใหญ่ลดลงกว่า 50%
- อัตราการเข้ารักษาแบบผู้ป่วยใน (IPD) ลดลงถึง 70%



ความท้าทายที่ต้องก้าวผ่าน

หนึ่งในความท้าทายสำคัญคือเรื่อง Data Sensitivity เนื่องจากข้อมูลสุขภาพถือเป็นข้อมูลอ่อนไหวภายใต้ PDPA ทีมงานจึงต้องสร้างความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องว่า การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นรายบุคคล แต่ใช้ข้อมูลภาพรวมเพื่อวางแผนสวัสดิการและการดูแลสุขภาพเชิงองค์กร

อีกหนึ่งความท้าทายคือการเรียนรู้เครื่องมือใหม่ด้าน Data Visualization และ Analytics ซึ่งทีมต้องพัฒนาไปพร้อมกับการทำงานจริง ในขณะเดียวกัน การประสานงานกับบริษัทประกันเพื่อขอข้อมูลในรูปแบบที่สามารถนำมาวิเคราะห์ต่อได้จริง ก็เป็นอีกโจทย์สำคัญที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย



ก้าวต่อไปของ Wellbeing ที่ขับเคลื่อนด้วย Data

ในอนาคต องค์กรมีแผนต่อยอดการวิเคราะห์ที่ไปสู่กิจกรรม Wellbeing รูปแบบอื่น เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของพนักงานแต่ละช่วงวัย และออกแบบกิจกรรมแบบ Personalized ได้มากขึ้น

ขณะเดียวกัน ทีมงานยังมองถึงการนำ AI และ Automation เข้ามาช่วยดึงข้อมูล วิเคราะห์ และอัปเดต Dashboard แบบ Real-time เพื่อลดภาระงาน Manual และเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ

สิ่งสำคัญไม่ใช่เพียงเทคโนโลยี แต่รวมถึงการมี Data Policy ที่ชัดเจน และการสนับสนุนให้โปรเจกต์ที่มีศักยภาพได้ต่อยอดใช้งานจริงอย่างต่อเนื่อง ไม่จบลงเพียงแค่บนเวทีประกวด



THE WINNER 2025: ทีม Boonrawd's health lens

จักรชลัย เหล็กกล้า

HR Specialist - Data Analytic

รัฐกิตติ์ ไชยสุนทรวัฒน์

Asst. HR Manager - Wellbeing

ธารณิ น้อยจา

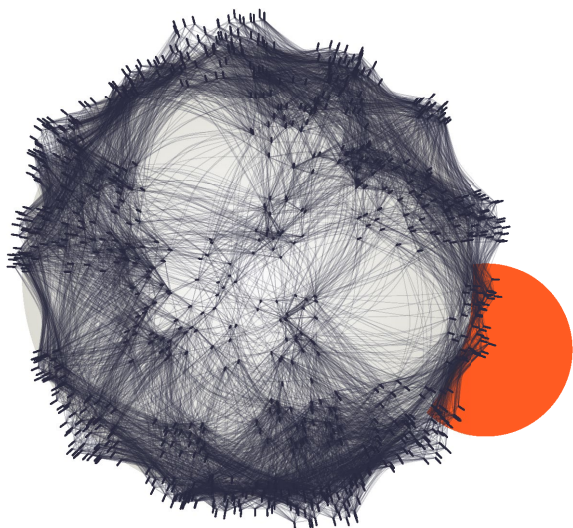
Deputy HR Manager - Welfare & Wellbeing

กฤษฎณ์ เปลื้องประสิทธิ์

Senior HRBP Manager - Supply Chain & Digital Business



「BIG DATA」^{2.0}



Data จะมีค่า...เมื่อเราตั้งคำถามถูก

หนึ่งในปัจจัยความสำเร็จสำคัญของโปรเจกต์ คือการทำงานร่วมกันแบบ Cross-functional ทั้งคนหน้างาน คนที่เข้าใจ Business และคนที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Data

Data จึงไม่ใช่เพียงตัวเลขในรายงาน แต่คือเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรตัดสินใจได้แม่นยำขึ้น ใช้งบประมาณได้คุ้มค่าขึ้น และดูแลพนักงานได้ตรงจุดมากขึ้น และท้ายที่สุดโปรเจกต์นี้ได้สะท้อนแนวคิดสำคัญว่า

“Data is the new oil — ข้อมูลจะมีคุณค่าเสมอ หากเรารู้จักนำมาบดฝุ่น และตั้งคำถามที่ถูกต้องกับมัน” ■



SINGHA
SPARKLING
WATER®

เครื่องดื่มฟองใหม่ ไบรท์ซ่า สดชื่น





บทสัมภาษณ์พิเศษ
จาก 2 ผู้นำเบื้องหลัง
การเติบโตของ Muzik Move

เมื่อ “ผู้นำ” ไม่ได้สร้าง แค่ค่ายเพลง

แต่กำลังสร้างคนสร้างวัฒนธรรม
และสร้างอนาคตของวงการดนตรี

อุม

วฤตดา ภิรมย์ภักดี
Assistant Managing Director
Director of Melodic Corner

หลายคนรู้จัก “วฤตดา ภิรมย์ภักดี” ในฐานะผู้บริหาร Melodic Corner แต่วันนี้ บทบาทของเธอไม่ได้หยุดอยู่แค่การดูแลค่ายเพลงอีกต่อไป ในตำแหน่ง Assistant Managing Director ของ Muzik Move เธอกำลังทำหน้าที่เชื่อมโยง “คน” “องค์กร” และ “อนาคต” เข้าด้วยกัน ภายใต้นโยบาย “Connex” ที่คุณอุ๊บุ วุฒินันต์ ภิรมย์ภักดี ได้วางไว้เป็นแนวทางของ Muzik Move



คุณอุ๊บุ - วุฒินันต์ ภิรมย์ภักดี
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท มิวซิก มูฟ จำกัด

การทำงานทั้งเบื้องหน้าและ เบื้องหลังใน Muzik Move มีสิ่งที่แตกต่างกันอย่างไร

อุมทำงานทั้งในบทบาทศิลปิน และดูแลค่าย Melodic Corner ไปพร้อมกับการทำงานในฝั่งบริหารของ Muzik Move ซึ่งทำให้ได้เห็นทั้งมุมมองเบื้องหน้าและเบื้องหลังของธุรกิจเพลง

สิ่งที่ต่างกันคือมุมมองและความรับผิดชอบ เมื่อก่อนเราโฟกัสกับการทำเพลงและการเล่าเรื่องของศิลปิน คิดว่าจะทำอย่างไรให้ผลงานเข้าถึงคนฟังมากที่สุด แต่ตอนนี้เราต้องมองภาพที่กว้างขึ้น มองทั้งการเติบโตขององค์กรและการขับเคลื่อนธุรกิจ ควบคู่กับการสร้างโอกาสให้ศิลปิน คนทำเพลง และทุกคนในทีมได้เติบโตไปด้วยกัน

แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่เคยเปลี่ยน ไม่ว่า จะอยู่ในบทบาทไหนก็คือ เรา กำลังทำงานอยู่ใน “ธุรกิจของคน” เบื้องหลังของเพลงหนึ่งเพลง เป็นการทำงานร่วมกันของคนทุกฝ่ายในองค์กร สำหรับอุม เพลงที่ดีไม่ได้เริ่มจากห้องอัด แต่เริ่มจากแรงบันดาลใจของคนที่มีความสุขกับการทำงาน และรู้สึกว่าตัวเองมีคุณค่า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อพวกเขาได้ทำงานในวัฒนธรรมองค์กรที่ดี มีพื้นที่ที่ทุกคนกล้าคิด กล้าลอง และเรียนรู้จากความผิดพลาด หากเราเรียนรู้จากความผิดพลาดและเดินหน้าต่อไปได้ ทุกคนและองค์กรก็จะพัฒนา

หน้าที่ของเราในวันนี้จึงไม่ได้มีแค่การสร้างเพลง แต่คือการสร้างคน สร้างทีม และสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้ทุกคนอยากพัฒนาไปด้วยกัน

เพลงหนึ่งเพลงอาจอยู่กับคนฟังเพียงไม่กี่นาที แต่การได้เห็นผู้คนเติบโตและสร้างคุณค่าให้กับวงการคือสิ่งที่อยู่ได้นานกว่านั้น

การเป็น “ศิลปิน” ช่วยทำให้เข้าใจ มุมมอง “การบริหาร” อย่างไร

การเป็นศิลปินทำให้เราเข้าใจว่า ทุกผลงาน
มีความรู้สึกของคนอยู่เบื้องหลัง

เวลาศิลปินปล่อยเพลง เขาไม่ได้ส่ง
ออกไปแค่ Sound หรือ Visual แต่ส่งทั้ง
ความตั้งใจ ความหวัง ความกดดัน และ
เวลาหลายเดือนหรือหลายปีออกไปพร้อมกัน
เพราะฉะนั้น เวลาผลงานประสบความสำเร็จ
หรือไม่ได้เป็นอย่างที่หวัง ความรู้สึกของคน
ทำงานก็มีอยู่จริง ไม่ใช่แค่ศิลปิน แต่รวมถึง
ทุกคนที่อยู่เบื้องหลังผลงานด้วย

การเป็นศิลปินยังทำให้เราเข้าใจว่า
การให้ Feedback หรือการผลักดันคนให้
ก้าวไปอีกขั้น ต้องทำด้วยความจริงใจ เพราะ
เป้าหมายไม่ใช่แค่ให้งานดีขึ้น แต่คือการ
ทำให้คนคนนั้นเติบโตขึ้นด้วย

พอมายู่ในบทบาทของผู้บริหาร
ประสบการณ์ตรงนี้ทำให้เรามองหลายเรื่อง
กว้างขึ้น แน่นอนว่าเราต้องดูแลผลลัพธ์ของ
ธุรกิจ ตัวเลข และตัดสินใจในสิ่งที่ดีที่สุด
สำหรับองค์กร แต่ขณะเดียวกัน เราก็ไม่ลืมว่า
ทุกตัวเลขมีคนอยู่เบื้องหลังเสมอ

ความท้าทายของการเป็นผู้บริหาร
คือการหาสมดุลระหว่างการดูแลคนกับการ
ขับเคลื่อนธุรกิจ ทั้งสองอย่างสำคัญพอๆ กัน
และไม่มีคำตอบที่ถูกต้องร้อยเปอร์เซ็นต์
ในทุกสถานการณ์ เราเพียงต้องพยายาม
ตัดสินใจให้ดีที่สุด การตัดสินใจที่ดี ไม่ใช่
การเลือกคนหรือเลือกธุรกิจ แต่คือการทำให้
ทั้งสองอย่างเดินไปด้วยกันได้มากที่สุด เรา
ต้องไม่ลืมมองทั้ง “ผลงาน” และ “ความรู้สึก
ของคน” ไปพร้อมกัน

ความท้าทายในการทำค่าย Melodic Corner และมุมมองถึงอนาคต เพลงไทย-ศิลปินไทย บนเวทีโลก

Melodic Corner ก่อตั้งขึ้นด้วยแนวคิด
“Borderless Tunes, Infinite Melodies.”
เราเชื่อว่าดนตรีไม่ควรถูกจำกัดด้วยภาษา
จึงเลือกทำเพลงภาษาอังกฤษตั้งแต่วันแรก
เพราะเป็นภาษาสากลที่เปิดโอกาสให้บทเพลง
เดินทางไปหาผู้ฟังทั่วโลกได้ง่ายขึ้น แต่การใช้
ภาษาอังกฤษเป็นเพียงจุดเริ่มต้น ความท้าทาย
ที่แท้จริงคือการสร้างเพลงและพัฒนาศิลปิน
ที่สามารถแข่งขันในระดับสากลได้

ทุกวันนี้ศิลปินไทยมีโอกาสมากขึ้น
เพราะผู้ฟังสามารถค้นพบเพลงได้จาก
ทุกประเทศได้ในเวลาไม่กี่วินาที แต่ใน
ขณะเดียวกัน การแข่งขันก็เข้มข้นขึ้นมาก
เพราะเราต้องแข่งขันกับผลงานจากทั่วโลก

เราเชื่อว่าศิลปินไทยมีศักยภาพไม่
แพ้ใคร หากเรากล้าสร้างสรรค์และพัฒนา
ผลงานอย่างต่อเนื่อง เพลงไทยก็สามารถ
ก้าวไปไกลและได้รับการยอมรับในระดับ
สากลได้เช่นกัน



อีก 10 ปี คุณอยากให้ คนพูดถึง Muzik Move อย่างไร

อยากให้เวลาคนพูดถึง Muzik
Move จะไม่ได้นึกถึงแค่เพลง
ฮิตหรือศิลปินดัง แต่จะนึกถึง
องค์กรที่สร้างทั้งผลงานและ
บุคลากรที่มีคุณภาพ และเป็น
แรงผลักดันให้วงการเพลงไทย
ก้าวไปข้างหน้าได้ไกลกว่าที่เคย

อยากให้ Muzik Move เป็น
องค์กรที่คนเก่งอยากเข้ามา
ร่วมงาน พนักงานทุกคนรู้สึก
ภูมิใจที่ได้ร่วมสร้างบางสิ่งที่มี
คุณค่า ได้มีส่วนร่วมในการยก
ระดับระบบนิเวศของวงการ
เพลงไทย อยากให้ทุกคนที่อยู่
ในกระบวนการสร้างสรรค์
ผลงาน ทั้งทีมงานเบื้องหน้า
และเบื้องหลัง หรือพาร์ตเนอร์
ได้รับการดูแลอย่างครบวงจร
ตั้งแต่โอกาสในการทำงาน การ
ดูแลสิทธิในผลงาน ไปจนถึง
ผลตอบแทนที่เป็นธรรมและ
เหมาะสมกับคุณค่าของสิ่งที่
พวกเขาส่งมอบ เพราะเมื่อทุก
ภาคส่วนของวงการแข็งแกร่ง
วงการเพลงไทยก็จะเติบโตได้
อย่างยั่งยืน

สุดท้ายแล้ว อยากให้
คนพูดถึง Muzik Move
ว่าเป็นองค์กรที่เป็นบ้าน
ที่สร้างผลงานที่ดี พัฒนา
ศิลปิน และเปิดโอกาสให้
ผู้คนได้เติบโต เป็นองค์กร
ที่ทุกคนเชื่อมั่นว่า
จะได้รับโอกาส การดูแล
ที่เป็นธรรม และมาตรฐาน
การทำงานที่ดี



SINGHA
Special Scoop



ฟองเบียร์

ปฏิวร อภัยเฉลิม

Executive Vice President - Head of Label
Director of Me Records

เบื้องหลัง หลายเพลงที่ผู้คน ร้องตามได้

คือคนที่เชื่อว่าหน้าที่ของค่ายเพลง
ไม่ใช่การผลิตเพลงฮิต
แต่คือการทำให้ศิลปิน
เติบโตในแบบที่เขาเป็น

บทบาทผู้บริหารค่ายเพลงปี 2026 ต่างจากเมื่อ 10 ปีก่อนอย่างไร

ความแตกต่างที่ชัดเจนที่สุดคือ
ทุกวันนี้ผู้บริหารค่ายเพลงต้องมุ่ง
สร้างคนรุ่นใหม่ให้มากขึ้น เมื่อ 10 ปีก่อน
ผมเองยังสวมสองบทบาทควบคู่กัน
คือทั้งนักแต่งเพลงและผู้บริหาร แบ่งเวลา
ไปกับการแต่งเพลงและบริหารงานเพลง
พอๆ กัน แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป สิ่ง
ที่ต้องให้ความสำคัญมากขึ้นคือการเปิด
โอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้สร้างลายมือของ
ตัวเอง เพื่อสร้างสรรคเพลงที่เป็นเทรนด์
ของปี 2026, 2027, 2028 และต่อไป ได้
อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสร้างทีมแอดวocate
ที่แข็งแกร่งให้กับ Muzik Move ครับ

จังหวะความสำเร็จสำคัญแค่ไหน และความสำเร็จของศิลปินคืออะไร

ไม่ว่าศิลปินจะประสบความสำเร็จเร็วหรือช้า สิ่งสำคัญคือเราต้องเข้าใจ “เหตุผล” ของความสำเร็จหรือความไม่สำเร็จนั้นให้ได้ สำหรับผม จังหวะเวลาไม่ใช่เรื่องสำคัญที่สุด แต่ความสำเร็จต้องมีเหตุผลและมีกลยุทธ์รองรับ ไม่เช่นนั้น มันจะกลายเป็นแค่ความฟลุ๊ค ซึ่งเมื่อสำเร็จแล้ว เราก็จะไม่รู้ว่าจะก้าวต่อไปทางไหน

ผมเชื่อว่าทุกคนสามารถประสบความสำเร็จได้ถ้าไม่ย่อท้อ บางศิลปินใช้เวลาถึง 10 ปีกว่าจะมีเพลงฮิตเพลงแรก บางคนปล่อยเพลงแรกก็ฮิตทันที แต่บางคนฮิตเพลงเดียวแล้วไม่สามารถต่อยอดเพลงฮิตต่อไปได้ เพราะไม่เข้าใจว่าตัวเองแต่งเพลงนั้นออกมาได้อย่างไร ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่น่ากังวลไม่น้อย แต่ถ้าเรามีการวางแผนคอนเซ็ปต์และจุดยืนของศิลปินให้ชัดเจนตั้งแต่ต้น ความสำเร็จจะมาถึงไม่ช้าก็เร็วอย่างแน่นอน และเรารู้ด้วยว่าความสำเร็จนั้นเกิดจากกลยุทธ์แบบไหน

DNA ของ Me Records และการส่งต่อไปยัง Label อื่นของ Muzik Move

DNA ของ Me Records คือการสร้างศิลปินตัวจริงที่สร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยตัวเอง และก้าวขึ้นเป็นบุคคลสำคัญ (Iconic) ของวงการครอบคลุมตั้งแต่ศิลปินรุ่นเด็กไปจนถึงรุ่นผู้ใหญ่ของวงการ ในขณะที่บางค่ายอาจเน้นทำตลาดเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น แต่ Me Records มีศิลปินตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงรุ่นใหญ่ และประมาณ 80-90% ของแนวเพลงจะเป็นแนวรีดิด นีคือ DNA หลักของ Me Records

ส่วนการส่งต่อ DNA นี้ไปยัง Label อื่นๆ ของ Muzik Move สิ่งที่ยากให้มาร่วมกันคือการทำให้ศิลปินในแต่ละค่ายสามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยตัวเอง เพื่อนำพาตัวเองไปสู่การเป็น Iconic ของวงการได้เช่นเดียวกันครับ



อยากเห็นวงการเพลงไทยในอีก 10 ปีข้างหน้าเป็นแบบไหน

ผมอยากเห็นวงการเพลงไทยมีความสามัคคีกันมากขึ้น อยากให้ทุกค่ายเป็นพันธมิตรกัน ร่วมมือกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเพลงให้เดินหน้าไปด้วยกัน ผมมองว่ายุคของการแข่งขันกันเองระหว่างค่ายได้ผ่านพ้นไปแล้ว ทุกวันนี้แทบทุกค่ายกลายเป็นเพื่อนกัน และเริ่มมีความเอื้อเฟื้อต่อกันมากขึ้นในเรื่องการใช้ลิขสิทธิ์เพลง

สมัยก่อน ค่ายหนึ่งจะใช้ลิขสิทธิ์เพลงของอีกค่ายไม่ได้เลย แต่ตอนนี้หลายค่ายเริ่มเปิดกว้างและแบ่งปันกันมากขึ้น เพื่อรวมวงการให้ปึกแผ่นเดียวกันและทำให้อุตสาหกรรมแข็งแกร่งขึ้น

ในอีก 10 ปีข้างหน้า
ผมอยากให้ทุกคน
ในวงการมีความ
สามัคคีกันมากกว่านี้
กลมเกลียวกัน
ในฐานะอุตสาหกรรม
เดียวกัน และเดินหน้า
ไปด้วยกันครับ ■

Culture Around the Globe

ส่องวัฒนธรรมองค์กร 4 สไตล์รอบโลก

“วัฒนธรรมองค์กร” ที่ดี นอกจากจะช่วยสร้างวิถีการทำงานร่วมกันของคนในองค์กร แล้ว ยังช่วยดึงดูดผู้สนใจสมัครงานที่มีศักยภาพและมีสไตล์การทำงานแบบเดียวกัน ในขณะที่ตัวองค์กรเองยังได้ประโยชน์จากวัฒนธรรมองค์กรในการขับเคลื่อนนโยบายและกลยุทธ์ ผ่านการกำหนดค่านิยมที่สอดคล้องกับนโยบายมาช่วยกำหนดทิศทางของวัฒนธรรม

Internal Focus

ให้ความสำคัญกับภายใน

แน่นอนว่า วัฒนธรรมองค์กรในแต่ละที่ ก็ย่อมมีความแตกต่างกัน ในฉบับนี้ขอถือโอกาสพาผู้อ่านไปรู้จักกับรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันทั่วโลกกันต่อ

ในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1980 ที่ทั่วโลกเริ่มมีการตระหนักถึงการมีอยู่และความสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรชาวอเมริกัน 2 ท่าน Robert E. Quinn และ Kim S. Cameron ได้วิเคราะห์และแบ่งหมวดหมู่ของวัฒนธรรมองค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยใช้ 2 แกนเข้ามาประเมิน ได้แก่ ความยืดหยุ่น (เป็นแบ่งกลุ่มที่มีความยืดหยุ่นสูง/เน้นความมั่นคง) และสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญ (แบ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตภายนอก/ภายใน) วัฒนธรรมองค์กรแบ่งออกมาได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

Flexibility



CLAN CULTURE หรือ FAMILY CULTURE

ให้คุณค่ากับการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมบนความเชื่อว่าการร่วมมือกันและการสื่อสารอย่างโปร่งใสจะพาองค์กรไปถึงเป้าหมาย มีจุดเด่นคือการให้ความสำคัญกับพนักงาน

ตัวอย่างที่โด่งดังมากคือ ผู้ผลิตรองเท้า **Zappos** ที่ยึดถือธรรมเนียมว่า ความสุขของพนักงานจะสร้างพลังบวกในเชิงธุรกิจได้ และให้ความสำคัญกับความเป็นหนึ่งเดียวกันของพนักงาน แม้ปัจจุบันจะเป็นบริษัทลูกของ Amazon ไปแล้ว แต่ตำนานความสำราญและวัฒนธรรมองค์กรที่โดดเด่น ยังคงทำให้วัฒนธรรมองค์กรของ Zappos เป็นที่พูดถึงตราบนานวัน



HIERARCHY CULTURE

ให้คุณค่ากับกฎกติกา โครงสร้างองค์กรที่มั่นคงแข็งแรง และยึดถือตามรูปแบบที่คิดมาแล้ว จุดเด่นคือกระบวนการทำงานที่ชัดเจน ส่งผลให้ผลลัพธ์สามารถคาดการณ์ได้เสมอ มักพบเห็นได้ในหน่วยราชการ หรือธนาคาร และบริษัทข้ามชาติที่มีจุดขายอยู่ที่มาตรฐานการทำงาน

บริษัท **IBM, McDonald's, และธนาคาร HSBC** เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของกระบวนการทำงานที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้ทุกสาขาส่งมอบสินค้าและบริการที่เหมือนกันทั่วโลก

อ้างอิง:

Quinn Association, Robert E. Quinn and Kim S. Cameron's culture typology: Essence of culture typology จาก www.quinnassociation.com/en/culture_typology

People at Valve - Valve Corporation จาก www.valvesoftware.com/en/people

Working at Amazon จาก www.aboutamazon.com/workplace

Stability

ความยืดหยุ่นสูง



ADHOCRACY CULTURE

ให้คุณค่ากับนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เติบโตไปด้วยความกล้าและไอเดียใหม่ๆ มีจุดเด่นคือมักอยู่ในองค์กรที่สามารถยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากไอเดียใหม่ๆ ล้ำๆ (และยังไม่มีตลาด) ได้

องค์กรสุดบ้าคลั่งที่โดดเด่นในเรื่องนี้ ได้แก่ บริษัท **Valve** (ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มเกม Steam) ที่ประกาศว่าไม่มีระบบหัวหน้า-ลูกน้อง (แต่ยังมีผู้นำโปรเจกต์ชั่วคราวอยู่) ไม่สนับสนุนให้ทำ OT เพราะไม่อยากให้พนักงานต้องโหมงานหนัก เพราะสินค้าและบริการที่ขายคือเกม ซึ่งต้องใช้พลังสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก และการหลอ่ลี้ยงความสร้างสรรค์ก็คือการไม่เครียดจนเกินไปนั่นเอง



MARKET CULTURE

ให้คุณค่ากับผลลัพธ์ มีเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นตัวเลข วัดผลได้ จุดเด่น คือ มักอยู่ในองค์กรที่มีผลตอบแทนชัดเจน เพื่อผลักดันให้บุคลากรให้สร้างผลงานไปถึง "เป้า" ที่ต้องการ

เช่น วัฒนธรรมองค์กรของ **Amazon** ที่มุ่งเน้นจะเป็น "บริษัทที่ยึดเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากที่สุดในโลก" ซึ่งสะท้อนผ่านวิธีการทำงานขององค์กร และได้มีการกำหนดเกณฑ์การเป็นผู้นำ 16 ข้อให้ตอบสนองต่อเป้าหมายนี้ด้วย

External Focus

ให้ความสำคัญกับภายนอก



ณัฐพร สัตยัตาวชัย

Senior Organization

Development Officer

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมแต่ละแบบไม่มีแบบไหนที่ผิดหรือถูกตายตัว แต่จะมีความเหมาะสมที่ต่างกันไปตามบริบท รูปแบบธุรกิจ และเป้าหมาย

ในปัจจุบัน องค์กรหนึ่งองค์กรอาจมีหลายรูปแบบผสมกันได้ เช่น **Netflix** ที่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์มาก ๆ แต่ก็นำวิธีการบริหารที่แจกความอิสระเพื่อให้พนักงานได้คิดอะไรใหม่ๆ เสมอ

ในขณะที่องค์กรที่โด่งดังเรื่องพลังสร้างสรรค์อย่าง **Google** (Alphabet) ในปัจจุบัน เมื่อองค์กรใหญ่ขึ้นและมีการเข้ามาของ AI ก็ได้มีการอัปเดตหลักการ Google AI Principles เพิ่มขึ้น เพื่อรักษาจุดยืนการเป็นผู้ให้บริการ AI ที่มีธรรมาภิบาลในโลกเทคโนโลยี จึงเริ่มมีกลั่นอายุของกฎระเบียบมากขึ้น

เมื่อกลับมาดูวัฒนธรรมองค์กร Singha Way ของเรา ซึ่งกำกับด้วยคำนิยม 4 ข้อ ได้แก่ Family, Courage, Quality, และ Happiness เราจะเห็นว่าคำนิยมที่มีอยู่ เกิดจากการดึงเอาข้อดีของแต่ละมีตัววัฒนธรรมมาใช้ในบางข้อ เป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันอยู่แล้ว (และโดดเด่นจนถามพนักงานของเรา คนไหนก็ต้องพูดถึงเป็นอย่างแรก: ความเป็นครอบครัวไง!) และบางข้อก็เป็นคำนิยมที่องค์กรต้องการผลักดันเพื่อให้พนักงานปฏิบัติมากขึ้นและเด่นชัดขึ้นอีก เพราะเราเชื่อเสมอว่า คำนิยมที่ดีจะเป็นตัวกำหนดวัฒนธรรม และวัฒนธรรมที่ดีจะผลักดันให้บุคลากรและองค์กรพัฒนาไปข้างหน้า เมื่อได้พัฒนาตนเอง เพิ่มจุดแข็ง องค์กรก็จะก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืนพร้อมกับเราทุกคน ■

เน้นความมั่นคง



SINGHA
Cover Story

BOON RAWD SUPPLY CHAIN

ยกระดับคลังสินค้า
ด้วยระบบอัจฉริยะ
พร้อมปรับตัวทันโลก
ใช้ความยืดหยุ่นนำหน้า

ศูนย์กระจายสินค้าวงน้อย ภายใต้การบริหาร
ของกลุ่มบริษัท บุญรอด ชีฟฟลายเซน จำกัด
นับเป็นหนึ่งในต้นแบบของคลังสินค้าที่มีการนำ
เทคโนโลยีมาใช้ และล้ำสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของ
ประเทศไทย





บุญรอด ชฟฟลายเซน หรือ BRS
ผู้เชี่ยวชาญด้านชฟฟลายเซน
และโลจิสติกส์ ภายใต้กลุ่ม
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

ในยุคที่ความต้องการของผู้บริโภค มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงเร็ว ประกอบกับความก้าวหน้าของ AI และเทคโนโลยี **ธุรกิจมากมายต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด รวมถึงธุรกิจชฟฟลายเซนและโลจิสติกส์ที่หลายคนมองว่าเป็นกลุ่มธุรกิจ “ไม่มีวันตาย”** ธุรกิจในที่มนุษย์ยังต้องบริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้

แต่ด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจชฟฟลายเซนก็ได้ปรับตัวไปมากเช่นกับการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับ AI เพื่อคาดการณ์ความต้องการสินค้าและเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ ตลอดจนการจัดการด้านกายภาพอย่างคลังสินค้าที่มีการประยุกต์ใช้ระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์เข้ามาเสริมประสิทธิภาพ เพื่อยกระดับความเร็วในการดำเนินงาน

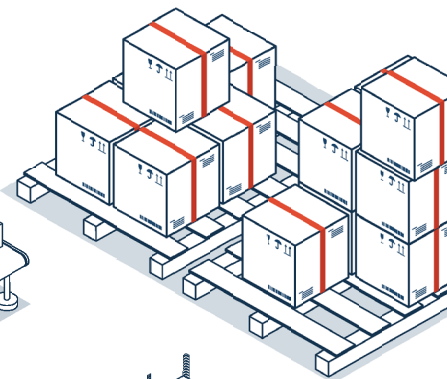
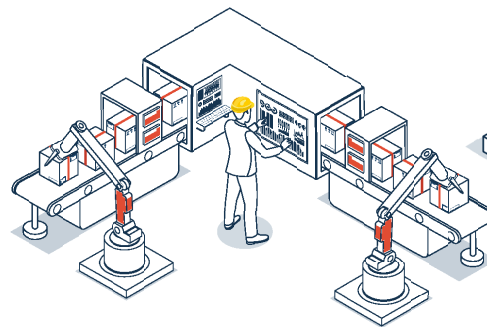
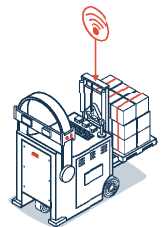


บริษัท บุญรอด ชีฟฟลายเชน จำกัด ผู้เชี่ยวชาญด้านชีฟฟลายเชน และโลจิสติกส์ของประเทศไทย ภายใต้กลุ่ม บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ไม่เพียงด้านการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานเพียงเท่านั้น แต่ยังได้ปรับแนวคิดในการดำเนินธุรกิจ จากเดิมที่มุ่งเน้นความคุ้มค่าสูงสุด (Cost Optimization) มาสู่การผสมผสานแนวคิดความยั่งยืนและความยืดหยุ่นของธุรกิจ (Sustainability & Resilience) เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรสามารถรักษาความต่อเนื่องในการส่งมอบสินค้าได้ แม้ต้องเผชิญกับวิกฤตหรือความไม่แน่นอนจากสถานการณ์โลก

ท่ามกลางความผันผวนที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมชีฟฟลายเชนโดยตรง บทความนี้ เราจะพาคุณมารู้จัก “บุญรอด ชีฟฟลายเชน” หรือ BRS (Boon Rawd Supply Chain) ให้มากขึ้น ในฐานะผู้ที่มีบทบาทของการเป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างโรงงานผลิตและกลุ่มงานขาย รวมถึงการรับมือต่อสถานการณ์โลกที่มีความไม่แน่นอน ไปจนถึงการนำนวัตกรรมระบบคลังสินค้าอัจฉริยะ ASRS (Automated Storage and Retrieval System) และ “4-Way Shuttle” มาใช้ที่ศูนย์กระจายสินค้าวังน้อย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของการจัดเก็บและกระจายสินค้าให้ก้าวข้ามขีดจำกัดเดิมพร้อมรองรับการเติบโตในอนาคต

BRS กับบทบาทด้านชีฟฟลายเชนของบุญรอดฯ

ชีฟฟลายเชน เชื่อมโยงทุกกระบวนการทางธุรกิจเข้าด้วยกัน **เริ่มตั้งแต่กระบวนการวางแผนการผลิต จัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ การขนส่งและการกระจายสินค้า การส่งมอบสินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภค รวมถึงการบริการหลังการขาย** เรียกได้ว่าครอบคลุมทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ในฐานะผู้ให้บริการด้านชีฟฟลายเชนแบบครบวงจร ภารกิจหลักของบุญรอด ชีฟฟลายเชน คือ การบริหารจัดการและเชื่อมโยงชีฟฟลายเชนทั้งระบบที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ผ่านบทบาทสำคัญ ดังนี้

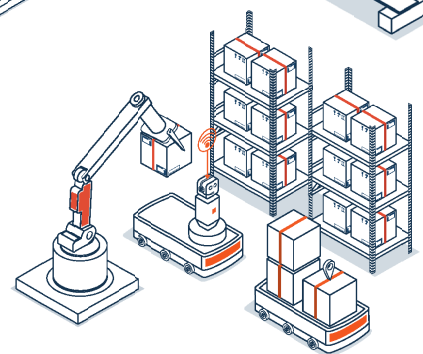


บริหารความสมดุลของอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ด้าน Demand Planning

วิเคราะห์ความต้องการของตลาดและจัดทำประมาณการยอดขาย (Sales Forecast) รวมถึงติดตามผลการคาดการณ์และปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

ด้าน Supply Planning

แปลงประมาณการยอดขายให้เป็นแผนการผลิตสำหรับโรงงานและแผนการจัดหาสินค้า โดยบริหารกำลังการผลิตและสินค้าคงคลังให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งรักษาระดับการให้บริการควบคู่ไปกับการลดความเสี่ยงจากการขาดสินค้าหรือสินค้าคงคลังเกินความจำเป็น

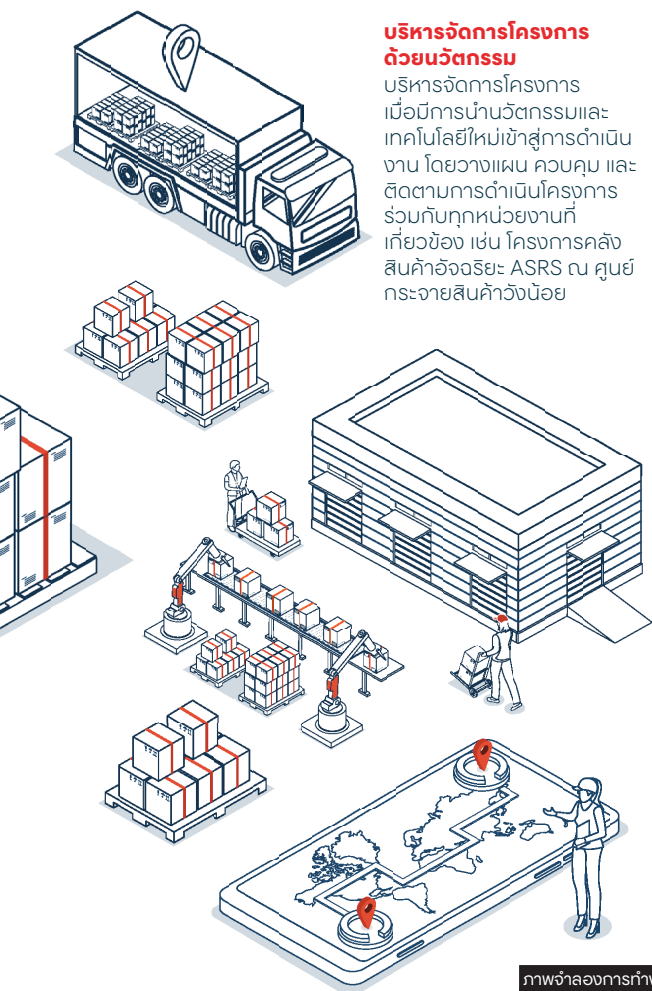


บริหารเครือข่ายการกระจายสินค้า

ทำการวางแผนและออกแบบวิธีการกระจายสินค้า (Distribution Network) ให้เหมาะสมกับที่ตั้งของโรงงาน ศูนย์กระจายสินค้า และพื้นที่จำหน่าย พร้อมสนับสนุนให้การส่งมอบสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ซึ่งต้องถูกที่ ถูกเวลา ถูกจำนวน และถูกสินค้า

สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ลูกค้าตั้งแต่ต้น ตลอดจนสินค้าถึงมือลูกค้า

ให้การดูแลลูกค้าตั้งแต่ก่อนการสั่งซื้อ ไปจนถึงหลังได้รับสินค้า ผ่านหน่วยงาน Customer Services and Supports (CSS) ที่ให้บริการทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา พร้อมสร้างความมั่นใจและประสบการณ์ที่ดีตลอดกระบวนการ



บริหารจัดการโครงการ ด้วยนวัตกรรม

บริหารจัดการโครงการ เมื่อมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่เข้าสู่การดำเนินงาน โดยวางแผน ควบคุม และติดตามการดำเนินโครงการ ร่วมกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น โครงการคลังสินค้าอัจฉริยะ ASRS ณ ศูนย์กระจายสินค้าวังน้อย

ภาพจำลองการทำงาน
กระบวนการซัพพลายเชน

ติดตาม วิเคราะห์ และยกระดับการดำเนินงาน

มองภาพรวม ติดตาม และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติการ (Operation) เช่น ศูนย์กระจายสินค้า การขนส่ง ร่วมกับกลุ่มงานขาย พร้อมทั้งผลักดันการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

รู้จักบริษัทในเครือ ของ BRS

01 BevChain



บริษัท บีอาร์เอฟ โลจิสติกส์ จำกัด

BevChain Logistics

ผู้ให้บริการด้านบริหารคลังสินค้าและกระจายสินค้าชั้นนำในประเทศไทย โดยเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และ บริษัท ลิปพ็อกซ์ โฮลดิ้งส์ 2018 (ประเทศไทย) จำกัด มีความเชี่ยวชาญระดับสูงในการจัดการโลจิสติกส์สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคและเครื่องดื่มโดยเฉพาะ

02 SBP



บริษัท เอสบีพี ดิจิทัล เซอร์วิส จำกัด

SBP Digital Service

ผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแบบครบวงจร ครอบคลุมตั้งแต่ให้คำปรึกษา ออกแบบพัฒนาซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน จัดหาฮาร์ดแวร์ และบำรุงรักษาระบบสารสนเทศให้เหมาะสมกับธุรกิจและความต้องการของลูกค้าองค์กร



เมื่อสถานการณ์ โลกผันผวน ความยืดหยุ่น ต้องมาก่อน



เป็นที่รู้กันว่า สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องในช่วงก่อนหน้า ส่งผลกระทบต่อซัพพลายเชนทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย นับเป็นปัจจัยท้าทายจากภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยลักษณะนี้ไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้นครั้งแรก แต่ความถี่และความรุนแรงของเหตุการณ์ที่เพิ่มขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับความผันผวนที่มากขึ้นในปัจจุบัน

ในส่วนของบริษัทฯ นั้น **คุณณัฐพร เหลืองอ่อน Chief Operating Officer จาก บุนรอด ซัพพลายเชน** ได้ให้กลยุทธ์และมุมมองต่อสถานการณ์โลกที่ไม่แน่นอนเอาไว้ที่น่าสนใจ ซึ่งกล่าวได้ว่าการบริหารซัพพลายเชนในปัจจุบัน ไม่สามารถมุ่งเน้นเพียงความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน (Operational Excellence) เท่านั้น แต่ต้องผสานแนวคิดด้านความยั่งยืน (Sustainability) และความยืดหยุ่นของธุรกิจ (Business Resilience) เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวและรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงานได้ในทุกสถานการณ์

กลยุทธ์การเพิ่มทางเลือก

- การขนส่งที่หลากหลาย เดิมอาจเลือกเส้นทางหรือวิธีการที่คุ้มที่สุด เช่น การส่งสินค้าจากจุด A ไป B ด้วยรถบรรทุกเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันต้องเตรียมทางเลือกอื่นไว้เสมอ เช่น เรือหรือรถไฟ เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ทันทีเมื่อเกิดข้อจำกัดด้านการขนส่ง
- ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นควบคู่กับประสิทธิภาพ ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในภาวะปกติ อาจไม่ใช่ทางเลือกที่ดีที่สุดในช่วงวิกฤต ดังนั้น แม้บางแนวทางจะมีต้นทุนหรือขั้นตอนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น แต่หากช่วยรักษาความต่อเนื่องในการส่งมอบสินค้าและบริการได้ ก็ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสำหรับองค์กร
- กระจายแหล่งจัดหา BRS ดำเนินนโยบายไม่พึ่งพาแหล่งจัดหาหรือคู่ค้าเพียงรายเดียว แต่กระจายความเสี่ยงไปยังหลายแหล่งจัดหา เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน และลดผลกระทบที่เกิดจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์โลก

การบริหารจัดการต้นทุนและการบริการภายใต้ความผันผวน

- พิจารณาความคุ้มค่าจากมุมมองธุรกิจ เมื่อจำเป็นต้องใช้ทางเลือกสำรองที่ต้นทุนสูงขึ้น BRS จะพิจารณาว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นนั้นยังอยู่ใน “จุดคุ้มทุน” หรือไม่ โดยให้ความสำคัญกับการรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การส่งมอบสินค้า และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ปรับกลยุทธ์ด้านคลังสินค้า ในสถานการณ์ที่ข้อจำกัดด้านการขนส่งอาจทำให้ไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ภายในระยะเวลามาตรฐาน BRS จะพิจารณาปรับระดับสินค้าคงคลัง (Inventory) ให้เหมาะสม เพื่อรักษาระดับการให้บริการและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับลูกค้า

การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน

- ระบบ Automation และ AI มีการนำระบบ Automation และ AI มาประยุกต์ใช้ โดย Automation ช่วยลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน ลดระยะเวลา และความผิดพลาดจากการทำงานด้วยคน ขณะที่ AI ช่วยวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่มีความซับซ้อนหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจให้มีความรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้ง

Did You Know?

BRS และบริษัทในเครือ มีการกิจจัดส่งสินค้ามากกว่า

550

ล้านชิ้นต่อปี

ผ่านศูนย์กระจายสินค้า 12 แห่ง ทั่วประเทศภายใต้พื้นที่กว่า

380,000

ตารางเมตร

พร้อมเครือข่ายจุดปฏิบัติการ ด้านโลจิสติกส์กว่า 70 แห่ง ทั่วประเทศ

มีเครือข่ายรถขนส่งของกลุ่ม บริษัทฯ และรถร่วมขนส่งกว่าอีก

4,000 คัน

โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามมาตรฐานด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัยในระดับสากล

เชื่อมโยงเครือข่ายซัพพลายเชน ตั้งแต่ **ผู้ผลิตต้นน้ำ จนถึงร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก ทั่วประเทศไทย**

ตั้งแต่ระดับจังหวัดลงลึกถึงชุมชนและหมู่บ้าน



ในอดีต การบริหารซัพพลายเชนของเรา จะมุ่งเน้นให้เกิดการดำเนินงานที่ดีที่สุด ประกอบกับความคุ้มค่าสูงสุดในการขนส่งสินค้าจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง แต่มาดั่งยุคนี้ที่เกิดความขาดแคลนและความไม่แน่นอน โดยเฉพาะน้ำมัน เราจึงต้องมั่นใจว่า เราจะรอดได้ในทุกสถานการณ์ หมายความว่า เราต้องมีทางเลือกอื่นในมือเสมอ แม้ทางเลือกนั้นอาจไม่ได้มีประสิทธิภาพสูงสุดในเชิงต้นทุน หรือทำให้มีขั้นตอนการดำเนินงานเพิ่มขึ้น แต่หากสามารถรักษาความต่อเนื่องในการส่งมอบสินค้าและบริการให้ถึงมือลูกค้าได้ ก็เป็นทางเลือกที่องค์กรต้องพิจารณา

สิ่งสำคัญ คือ การปรับมุมมองไปสู่ความยั่งยืน และทำให้ระบบซัพพลายเชนสามารถเดินหน้าต่อไปได้ในทุกสถานการณ์"

คุณณัฐศพรกล่าว

คลังสินค้า อัจฉริยะ ด้วย ระบบ ASRS ที่ศูนย์กระจาย สินค้าวังน้อย

แนวคิดการทำงานระบบ ASRS คือระบบจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าอัตโนมัติที่ใช้เครื่องจักร หุ่นยนต์ และซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เข้ามาทำงานแทนแรงงานคนในคลังสินค้า





ภาพมุมสูงของศูนย์กระจายสินค้าวังน้อย
ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คลังสินค้าถือเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมในระบบซัพพลายเชน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพราะเป็นศูนย์กลางที่รับสินค้ามาจากผู้ผลิต เพื่อรอดำเนินการส่งต่อสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค ระบบคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ จัดการได้รวดเร็ว จะส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยตรง

ทุกวันนี้ เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนาระบบคลังสินค้าให้เป็นแบบดิจิทัลมากขึ้น เพื่อให้การรับข้อมูลคำสั่งซื้อ การจัดเก็บ และการเบิกจ่ายสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ทันทั่วทั้ง

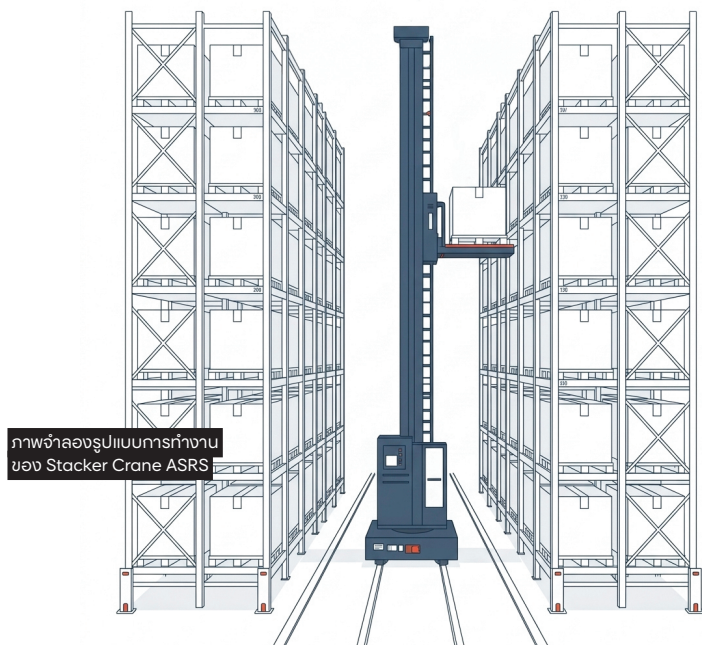
ศูนย์กระจายสินค้าวังน้อย (Wang Noi Distribution Center) ในการบริหารของ บริษัท บุนรอดซัพพลายเชน จำกัด นับเป็นหนึ่งในต้นแบบของคลังสินค้าที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้และล้ำสมัยที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็น “คลังสินค้าอัจฉริยะ” (Smart Warehouse) ที่ใช้ระบบ ASRS (Automated Storage and Retrieval System) ในการ

จัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้าแบบอัตโนมัติทั้งระบบ โดยเป็นการจัดวางสินค้าเรียงบนชั้นสูง เพื่อเพิ่มพื้นที่การจัดเก็บให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ASRS ได้มีการนำมาใช้ในศูนย์กระจายสินค้าวังน้อยมากกว่า 10 ปีแล้ว ด้วยเป็นระบบที่เหมาะสมกับคลังสินค้าขนาดใหญ่ มีปริมาณการรับและจ่ายสินค้าจำนวนมากในแต่ละวัน แนวคิดการทำงานของระบบนี้เป็นการทำงานประสานกันระหว่างหุ่นยนต์ เครื่องจักร และซอฟต์แวร์ ในการจัดเก็บ ค้นหา และนำสินค้าออกจากคลังอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามคำสั่งซื้อที่วิ่งเข้ามาในระบบ โดยมีบุคลากรทำหน้าที่เป็นผู้ติดตามควบคุมคุณภาพการดำเนินงานของระบบ



ปัจจุบัน ASRS ที่มีการใช้งานที่ศูนย์กระจายสินค้าวงน้อย ประกอบด้วย 2 รูปแบบด้วยกัน



ภาพจำลองรูปแบบการทำงานของ Stacker Crane ASRS

Stacker Crane ASRS

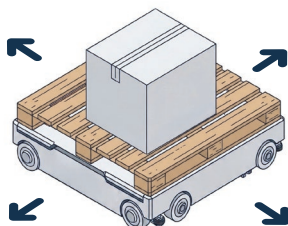
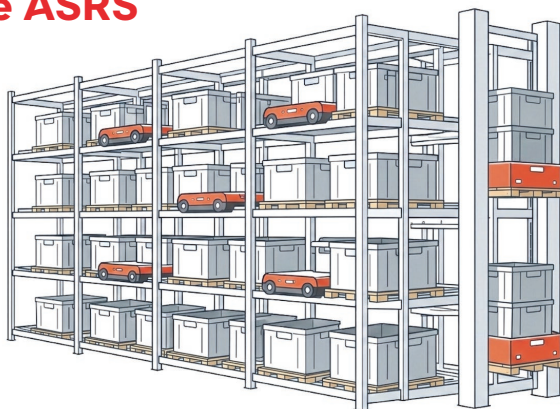
ระบบ Stacker Crane ASRS เป็นระบบที่ใช้เครนอัตโนมัติขนาดใหญ่เป็นเครื่องจักรหลักในการจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้า โดยเครนจะเคลื่อนที่ตามแนวช่องทางจัดเก็บ เลื่อนขึ้นและลงระหว่างชั้นวาง และสามารถทำงานกับชั้นวางสินค้าได้ถึงสองฝั่ง ระบบที่ศูนย์กระจายสินค้าวงน้อยประกอบด้วยเครนอัตโนมัติจำนวน 9 ตัว ทำงานร่วมกับชั้นวางสินค้า 12 ชั้น ความสูง 29 เมตร รองรับการจัดเก็บสินค้าได้ประมาณ 40,000 พาเลท บนพื้นที่ 8,400 ตารางเมตร โดยศูนย์กระจายสินค้าวงน้อยได้นำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้งานอย่างต่อเนื่องมากกว่า 10 ปี และนับเป็นหนึ่งในโครงการบุกเบิกด้านระบบคลังสินค้าอัตโนมัติของบุญรอดฯ

4-Way Shuttle ASRS

- นวัตกรรมใหม่ล่าสุดของเทคโนโลยี ASRS ซึ่งใช้หุ่นยนต์ตัวเล็กในการทำงาน

- หุ่นยนต์สามารถเคลื่อนที่ได้ 4 ทิศทาง ซ้ายขวาหน้าหลังตามช่องทางจัดเก็บ (Aisle) จึงเพิ่มความคล่องตัวในการเก็บหรือเบิกสินค้า โดยระบบมีลิฟต์ในการพาหุ่นยนต์ขึ้น-ลงระหว่างชั้นวางสินค้า

- หุ่นยนต์ขับเคลื่อนด้วยแบตเตอรี่ไฟฟ้า สามารถทำงานได้ 6-8 ชั่วโมง เมื่อแบตเตอรี่ต่ำกว่า 30% หุ่นยนต์จะเคลื่อนไหวไปยังจุดชาร์จแบตเตอรี่ตัวเอง



ภาพจำลองรูปแบบการทำงานของ 4-Way Shuttle ASRS ซึ่งหุ่นยนต์สามารถเคลื่อนที่ได้ 4 ทิศทาง

- ระบบ 4-Way Shuttle สามารถเพิ่มจำนวนหุ่นยนต์ และติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มขึ้นได้หากต้องการขยายความสามารถในการจัดเก็บ

- แต่ละชั้นวางสินค้ามีหุ่นยนต์ทำงาน 1-2 ตัว รองรับการจัดเก็บ (Capacity) ได้ประมาณ 20,000 พาเลทต่อพื้นที่ 4,000 ตารางเมตร ทำให้ใช้พื้นที่ได้คุ้มค่ามากขึ้น

- บุญรอดฯ ถือได้ว่าเป็น “ผู้นำ” ของการใช้เทคโนโลยีนี้ในประเทศไทย โดยเริ่มใช้ตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2569

ทั้งนี้ ระบบคลังสินค้าอัจฉริยะ ASRS ที่ศูนย์กระจายสินค้าวงน้อย บริษัท บุญรอด ซัพพลายเชน จำกัด เป็นผู้ดูแลโครงการ และ บริษัท เอสบีพี ดีจิทอล เซอร์วิส จำกัด เป็นผู้ดูแลด้านซอฟต์แวร์และเทคโนโลยี

**ภาพเพื่อประกอบการอธิบายเท่านั้น

ยกระดับนวัตกรรม เพื่อความคุ้มค่า และเตรียมความพร้อมสู่อนาคต



การที่เราจะนำเทคโนโลยีมาใช้ หรือยกระดับนวัตกรรมที่มีอยู่เพื่อการใช้งานในแต่ละด้าน **เราจะพิจารณาถึงความต้องการของธุรกิจ และรูปแบบการทำงานที่เรามีอยู่ โดยเน้นการบูรณาการการทำงานของบุคลากรร่วมกับหุ่นยนต์ ตลอดจนความคุ้มค่าในภาพรวม”**

คุณณัฐพรกล่าว

“ดังนั้น การที่เรายกระดับเทคโนโลยี ASRS จาก Stacker Crane มาสู่ 4-Way Shuttle มีจุดเริ่มต้นมาจากความต้องการน้ำดื่มขวด PET ที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคในตลาด ซึ่งกำลังการผลิตเดิมของโรงงานวังน้อย เบเวอเรจ ไม่เพียงพอ ทางโรงงานจึงได้เพิ่มไลน์การผลิตที่เรียกว่า ไลน์ 4 และเมื่อมีปริมาณสินค้ามากขึ้น การจัดเก็บในคลังสินค้าจำเป็นต้องรองรับทั้งในแง่ของพื้นที่ชั้นวาง รวมถึงความคล่องตัวในการเบิกจ่ายสินค้าเพื่อการขนส่ง ทางบุญรอดฯ พยายาม จึงได้ร่วมกับ เอสบีพี ดีจิทัลด เซอร์วิส เพื่อยกระดับเทคโนโลยี ASRS มาสู่ระบบที่ใหม่ขึ้น ให้พร้อมรองรับกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความต้องการของตลาด”

นอกเหนือจากระบบ 4-Way Shuttle ASRS ในการจัดการคลังสินค้า ที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ในไทย และที่ศูนย์กระจายสินค้าวังน้อยยังถือว่าเป็นรายแรกๆ ที่นำมาใช้ บุญรอดฯ พยายาม ยังได้ยกระดับระบบ



Rail Guided Vehicles (RGVs) ซึ่งเป็นรถไฟฟ้าที่ลำเลียงสินค้าบนรางที่ใช้มาอย่างต่อเนื่อง มาเพิ่มศักยภาพการขนถ่ายสินค้าจากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้า ให้มีความรวดเร็ว ปลอดภัย และต่อเนื่องยิ่งขึ้น รวมถึง Warehouse Control System (WCS) สำหรับเชื่อมโยงการทำงานระหว่าง ASRS และ RGVs ให้ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และในอนาคต เราอาจได้เห็นนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีกในคลังสินค้าของบริษัทฯ เช่น AMR (Autonomous Mobile Robot) รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วย AI เพื่อทำหน้าที่ลำเลียงสินค้า เป็นต้น

ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในระบบซัพพลายเชนของบริษัทฯ เป็นไปเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการบริการลูกค้า เพื่อให้ตลอดทั้งกระบวนการซัพพลายเชน ตั้งแต่การรับสินค้าจากต้นน้ำคือผู้ผลิต ไปจนถึงปลายน้ำคือผู้บริโภค ไม่เกิดการสะดุด และไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์ความผันผวนใดๆ ก็สามารถก้าวต่อไปสู่อนาคตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง ■



ระบบ Rail Guided Vehicles (RGVs) เป็นรถไฟฟ้าที่ลำเลียงสินค้าบนราง เพื่อบริการขนถ่ายสินค้าจากโรงงานไปยังศูนย์กระจายสินค้า



Talks for You

ชวนมารู้จัก Internal Audit

และงานเซอร์วิสที่คุณอาจไม่เคยรู้

Q ถ้าพนักงานมีเรื่องขอ
คำปรึกษา รวมถึงอยากแจ้งข้อมูลการ
ทุจริตหรือผิดระเบียบ สามารถติดต่อ
กลุ่มงานตรวจสอบภายในได้อย่างไร?

A บริษัทฯ เรามีนโยบายแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียน
ที่ชื่อว่า Whistleblowing Policy ซึ่งจะเปิดโอกาสให้พนักงาน
ทุกคนสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนเข้ามาได้ เมื่อพบ
การปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้องตามระเบียบ หรือพบการกระทำทุจริต
ผิดกฎหมาย โดยแจ้งเข้ามาได้สองช่องทางด้วยกัน ช่องทางแรก
คือ **E-mail: whistleblower@boonrawd.co.th** ช่องทาง
ที่สอง ส่งจดหมายถึงผู้อำนวยการกลุ่มงานทรัพยากรฝ่ายบุคคล
หรือผู้อำนวยการของกลุ่มงานตรวจสอบภายในได้เลย

แต่ต้องขอเน้นย้ำว่า เรื่องที่แจ้งจะต้องเป็นเรื่องจริง
มีข้อมูลและหลักฐานที่สืบข้อเท็จจริงได้ จะต้องไม่เป็นการ
แจ้งเพื่อกลั่นแกล้งหรือให้ร้ายผู้อื่น หากเป็นการแจ้งโดยให้ร้าย
ผู้อื่น จะถือผู้แจ้งว่ามีความผิดทางวินัยตามระเบียบของ HR
ทั้งนี้ บริษัทฯ เรามีมาตรการในการปกป้องคุ้มครองผู้แจ้ง
เบาะแส เราจะไม่เปิดเผยชื่อบัญชีหรือตัวตนของผู้แจ้ง
จนกว่าจะมีความจำเป็นอย่างถึงที่สุดค่ะ

นอกจากติดต่อเราผ่านการโทร หรือ
ส่ง E-mail ตอนนี้เรามี **Line OA ให้ทุกคน
สามารถแอด หรือสแกนคิวอาร์โค้ด** เพื่อ
ขอคำปรึกษาในเรื่องขั้นตอนการปฏิบัติงาน
ได้อย่างสะดวกและนะคะ



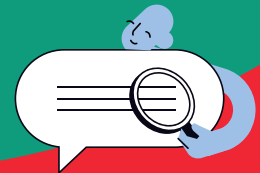
เมื่อพูดถึงกลุ่มงานตรวจสอบภายใน
หลายคนอาจมองว่าพวกเขาเหมือน “ตำรวจ”
ที่มาตรวจสอบผู้กระทำความผิด แต่แท้จริงแล้ว
นั้นเป็นแค่มุมเล็กๆ ของการทำงาน หากมอง
ภาพกว้าง **บทบาทของกลุ่มงานตรวจสอบ
ภายใน เปรียบเหมือน “หมอตระกูลสุขภาพ”
มากกว่าตำรวจ เพราะพวกเขาคือผู้ที่คอย
ตรวจเช็คความเสี่ยง อุดช่องโหว่ และสร้าง
ภูมิคุ้มกันให้กับองค์กร** เช่นเดียวกับที่เรา
ตรวจสุขภาพเพื่อป้องกันการเกิดโรคร้าย
องค์กรที่มีภูมิคุ้มกันดี ก็เหมือนมีโล่ป้องกัน
ความเสี่ยงที่ช่วยให้องค์กรเดินไปข้างหน้า
ได้อย่างปลอดภัยและมั่นคง

นอกจากนี้ อีกบทบาทหนึ่งของกลุ่มงาน
ตรวจสอบภายในที่หลายคนไม่เคยรู้ นั่นคือ
งานบริการที่ปรึกษาด้านกระบวนการทำงาน
บริษัทเรามีความซับซ้อนและมีข้อมูลเป็น
จำนวนมาก เมื่อเกิดข้อขัดขัดในขั้นตอนการ
ทำงาน เราสามารถขอคำปรึกษาจากกลุ่มงาน
ตรวจสอบภายในได้ “Talks for You” ได้ชวน
ตัวแทนจากกลุ่มงานตรวจสอบภายในมาร่วม
พูดคุย เพื่อให้เราได้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของ
กลุ่มงานตรวจสอบกันมากขึ้น และ
ประชาสัมพันธ์ช่องทางที่เราจะได้เข้าถึงพวกเขา
เพื่อขอคำปรึกษาได้อย่างสะดวก

เจนอริชฌ์ พัฒนภมวารมัย
Section Manager - Audit
Core Business 3
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

Q ปกติแล้วกลุ่มงาน
ตรวจสอบภายใน มีการตรวจ
ประเมินอะไรบ้าง?

A กลุ่มงานตรวจสอบของเราจะตรวจ
ประเมินงาน 3 ด้านหลักๆ ด้วยกันนะคะ ได้แก่ ระบบ
การควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการ
กำกับดูแลกิจการหรือหน่วยงาน โดยเราเป็น
หน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการด้าน
การควบคุมภายใน **ชื่อของหน่วยงานเรา
มีคำว่า “ตรวจสอบ” หลายคนก็อาจจะรู้สึกว่า
เราต้องมาจับผิดหรือเปล่า แต่จริงๆ แล้ว
วัตถุประสงค์ในการตรวจสอบของเรา เป็นไป
เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตาม
ขั้นตอนที่บริษัทฯ กำหนด ลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน
ลดต้นทุนที่ไม่เกิดประโยชน์ สร้างมูลค่าเพิ่ม และ
สนับสนุนให้มีการบริหารงานที่โปร่งใส**



เราจะทำหน้าที่คล้ายๆ คุณหมอที่เข้าไปตรวจ
สุขภาพของหน่วยงาน ตรวจประเมินว่ากลุ่มงาน
ต่างๆ มีระบบควบคุมภายในที่เพียงพอไหม แข็งแรง
หรือไม่ เป็นการตรวจเชิงป้องกัน เมื่อพบปัญหาจะ
ได้แก้ไขก่อนปัญหาจะใหญ่ขึ้น และในกระบวนการ
ตรวจของเรา จะไม่ใช่ตรวจแล้วจบไปนะคะ แต่เรา
จะดำเนินการเป็นวงจร คอยติดตามผลและพัฒนา
อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การปฏิบัติงานของพนักงาน
ไม่ใช่ถูกต้องแค่วันนี้ แต่จะดีขึ้นอีกด้วยในอนาคตนะ
งานของเราจะยังรวมถึงการให้บริการด้านความ
เชื่อมั่น และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน
ต่างๆ เช่น หากพนักงานติดขัดในกระบวนการ
ทำงาน ไม่รู้ว่าจะปฏิบัติงานอย่างไรจึงจะถูกต้อง
ตามขั้นตอน เราก็จะช่วยให้คำปรึกษาโดยอ้างอิง
จากระเบียบขั้นตอนตามที่บริษัทฯ กำหนด หรือ
ให้คำปรึกษาเรื่องสวัสดิการของพนักงานแต่ละ
ระดับ หรือหากพนักงานมีปัญหาเกี่ยวกับอำนาจ
การดำเนินการ เช่น ไม่ทราบว่าเรื่องนี้จะต้องเสนอ
ผู้บริหารท่านใดที่มีอำนาจดำเนินการอนุมัติ เราก็
สามารถให้คำปรึกษาได้เช่นกัน



Q ความแตกต่าง ระหว่างการประพจน์ทฤษฎี และปฏิบัติผิกระเบียบ?

A เรามีการพิจารณาข้อแตกต่าง
ระหว่างการทฤษฎีกับผิกระเบียบ ด้วยกัน
5 ข้อ ดังนี้ค่ะ

หัวใจสำคัญของความแตกต่างใน
2 กรณี คือ “เจตนา” กับ “ผลประโยชน์”
หากกระทำการลงไปอย่างมีสองสิ่งนี้
สามารถพิจารณาได้ว่าเป็นการทฤษฎีค่ะ

ทฤษฎี	ผิกระเบียบ
มีเจตนา ตั้งใจ วางแผนล่วงหน้า อาจจะทำได้ด้วยแรงกดดันบางอย่าง	ไม่มีเจตนา ไม่ได้ตั้งใจ อาจทำเพราะ ไม่รู้ขั้นตอนหรือกระบวนการ
มีแรงจูงใจด้านผลประโยชน์ของ ตนเองหรือพวกพ้อง โดยอาจเป็น ตัวเงินหรือไม่ก็ได้	แรงจูงใจอาจเป็นแค่ต้องการลด ขั้นตอนการทำงาน ข้ามขั้นไปจาก ระเบียบที่กำหนด
ตรวจพบได้ยาก เพราะเป็นการ กระทำที่พยายามปกปิด บิดเบือน ข้อมูล	ตรวจพบได้ทันที เห็นได้ง่ายเพราะ ไม่ตรงตามวิธีปฏิบัติที่กำหนด
ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง หรืออาจ จะตัวเงินของบริษัท และอาจมีการ เกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอก	ส่งผลกระทบต่อกระบวนการ ทำงานที่อาจไม่ราบรื่นหรือไม่ มีประสิทธิภาพ
มีโทษทางกฎหมาย ไม่ว่าถึงทาง แพ่งหรืออาญา	มีโทษทางระเบียบวินัยของบริษัท ซึ่งอาจเป็นการตักเตือนด้วยวาจา หนังสือตักเตือน ไปจนถึงพักงาน และเลิกจ้าง



Q เราสามารถแฮ็ก ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสินค้า ของบริษัทฯ ที่วางจำหน่าย แล้วให้แก่บุคคลภายนอก ได้หรือไม่?

A ทำได้ค่ะ ข้อมูลทั่วไปของสินค้า
ที่วางจำหน่ายแล้วของบริษัทฯ ไม่ถือว่าเป็น
ข้อมูลความลับของบริษัทฯ การนำ
ข้อมูลดังกล่าวไปแฮ็กกับบุคคลภายนอก
จึงไม่ถือว่าเป็นการทำผิกระเบียบค่ะ

Q เมื่อจัดการงานของ บริษัทฯ เสร็จแล้ว แต่ยังไม่ถึง เวลาเลิกงาน เราสามารถนำ งานส่วนตัวมาทำได้หรือไม่?



A ไม่สามารถทำได้นะคะ เนื่องจากพนักงาน
ควรจัดสรรเวลาหลังเลิกงานและวันหยุดในการ
ทำงานส่วนตัวเท่านั้น หากนำงานส่วนตัวมาทำ
ในเวลางาน ถือเป็นการกระทำที่ผิกระเบียบค่ะ

Q เรื่องยกเว้น
ที่กลุ่มงานตรวจสอบ
“ไม่รับแจ้ง”?



A

เรื่องที่ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ
บริษัทหรือกรรมการผู้จัดการใหญ่
มีมติเด็ดขาดแล้ว

เรื่องที่เป็นคดีอยู่ในศาล หรือ
ศาลได้พิพากษาและมีคำสั่ง
เด็ดขาดแล้ว

**เรื่องร้องเรียนโดยบุคคลที่ไม่ใช่
พนักงานของบริษัทฯ** ที่ไม่มีการ
ระบุชื่อและที่อยู่แท้จริง

เรื่องร้องเรียนที่ไม่ระบุพยาน
ไม่มีหลักฐาน หรือการกระทำ
ทุจริตหรือประพฤติผิดที่ชัดเจน
เพียงพอที่จะนำสืบข้อเท็จจริง
ต่อไปได้

**เรื่องที่กลุ่มงานทรัพยากร
บุคคล** หรือหน่วยงานที่มีอำนาจ
ได้รับไว้พิจารณา หรือได้วินิจฉัย
เด็ดขาดอย่างเป็นธรรมแล้ว และ
ไม่มีพยานหลักฐานใหม่ซึ่งเป็น
สาระสำคัญเพิ่มเติม

Q เมื่อจำเป็น
ต้องนำรถยนต์หรือ
อุปกรณ์สำนักงาน
ของบริษัทฯ ไปใช้
งานช่วงวันหยุด?

A

การนำทรัพย์สินของ
บริษัทฯ ไปใช้ในวันหยุด หาก
เพื่อการปฏิบัติงานของบริษัทฯ
ในวันหยุด สามารถทำได้ค่ะ
แต่ในกรณีที่ไม่ได้ใช้เพื่อทำงาน
ของบริษัทฯ แต่นำไปใช้ส่วนตัว
เช่น นำรถบริษัทฯ ไปท่องเที่ยว
อย่างนี้ไม่สามารถทำได้ค่ะ

Q เมื่อต้องการติดตั้ง
โปรแกรมเพื่อทำงานได้สะดวก
ขึ้น แต่โปรแกรมนั้นไม่ผ่าน ICT
ของบริษัทฯ?

A

การลงโปรแกรมที่ผิดลิขสิทธิ์ หรือ
โปรแกรมที่ไม่ผ่าน ICT ของบรรดาฯ ถือว่า
เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่สามารถดาวน์โหลด
มาติดตั้งได้นะคะ แม้ว่าจะติดตั้งเพื่อการทำงาน
ก็ตาม นอกจากนี้อาจจะส่งผลให้คอมพิวเตอร์
ของเราเสี่ยงจากการติดไวรัสด้วยค่ะ

Q เมื่อพนักงานนำข้อมูล
ราคาประมูลไปแจ้งให้บุคคล
ภายนอกทราบ?

A

พนักงานที่รู้ข้อมูลในการประมูลราคา
จัดซื้อจัดจ้าง และนำข้อมูลไปบอกกับบุคคล
ภายนอก หรือผู้รับเหมาที่จะยื่นซองประมูล
เช่นนี้จะทำให้ผู้รับเหมาบางรายที่รู้ข้อมูลก่อน
ได้เปรียบและเกิดความไม่ยุติธรรม อย่างนี้ถือว่า
ผิดระเบียบนะคะ การประมูลราคาควรเป็นไปตาม
ขั้นตอนของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัดเท่านั้น ■





เป็นชาวออฟฟิศ อาจไม่ง่าย

แต่เรียนรู้
หาความสุข
ได้ไม่ยาก...

จากจิตวิทยาคิดบวก
By ป้อมแป้ม

ความสุข คำที่เราได้ยินบ่อยครั้ง หากชีวิตจะดีได้ต้องเริ่มจากมีความสุข ถึงอย่างนั้นในชีวิตจริง ความสุข ดูจะกลายเป็นเรื่องนามธรรมสำหรับใครหลายคน เพราะความสุขไม่มีรูปร่างและไม่มีรูปแบบตายตัวในการครอบครอง แต่แท้จริงแล้ว สิ่งที่เราเรียกว่าความสุขอาจง่ายและใกล้ตัวเรามากกว่าที่คิด

แล้วในฐานะมนุษย์เงินเดือนอย่างเรา ความสุขที่ว่าใกล้ตัว อยู่ที่ไหนบ้าง...

ฟี่ป้อมแป้ม - นิตี ชัยชิตาธร ผู้เป็นทั้งพิธีกร นักแสดง นักเขียน นักจัดรายการชื่อดัง และมีฉายาที่ทุกคนเรียกว่า “ยายป้อมแป้ม” จะมาช่วยไกด์ไลน์คำตอบให้เรา ด้วยวัย 45 ปี กับชีวิตที่ผ่านมาแล้วทุกบทบาท ฟี่ป้อมแป้มเป็นอีกหนึ่งคนที่ช่วยส่งต่อพลังบวกสู่ผู้คนมากมาย ผ่านการแชร์ประสบการณ์ส่วนตัวที่ผสานกับแนวคิดทางจิตวิทยา

เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน ที่ผ่านมา Singha Wellness จับมือกับฟี่ป้อมแป้ม จัดกิจกรรม Singha Wellness x POMPAM'S STAND UP COMEDY “อ๊แก่บ้าน้ำลายอยู่ยั้งยืนยาย แบบ SHINE ขร่า ROAD SHOW” ณ หอประชุมใหญ่ บริษัทยูนิคอร์นฯ เพื่อแชร์เคล็ดลับวิธีการเริ่มสร้างสิ่งทีเรียกว่า ความสุข ให้เข้าถึงง่ายในสไตล์ชาวออฟฟิศ ซึ่ง สิ่งที แมกกาซีน เก็บตกสาระสำคัญจากกิจกรรมวันนั้น มาแชร์เพื่อนๆ พนักงานกันอีกครั้ง





จาก PERMA สู่ EAMRP เคล็ดลับความสุข ในชีวิตการทำงาน สไตล์ป้อมแป้ม

หากเรียงตามทฤษฎีข้างต้นที่เริ่มจาก Positivity (การคิดบวก) แล้วรู้สึกว่าการทำตามได้ยาก เพราะชีวิตคนทำงานอาจมีแต่สถานการณ์ชวนเครียด พี่ป้อมแป้มได้เรียงตัวอักษรใหม่ โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวที่สามารถทำตามได้ง่ายที่สุดก่อน

E-Engagement เริ่มต้นด้วยการจัดการภาระหน้าที่ที่ต้องทำให้สำเร็จ เราคงไม่มีความสุขหากงานของเราวางกองเป็นภูเขา เราจะเข้าใจความสำเร็จได้ต่อเมื่อลงมือทำ และควรทำด้วยหลัก "อิทธิบาท 4" ตามแนวคิดของศาสนาพุทธ ได้แก่

ฉันทะ ความชอบ หรือที่เราคุ้นหูกันในชื่อ "แพสชั่น" (passion)
วิริยะ ความหมั่นเพียร คือจะต้องหมั่นทำสิ่งนั้นเรื่อยๆ
จิตตะ ความไม่ย่อท้อ คือขณะกำลังทำสิ่งนั้น เราต้องมีใจจดจ่อ
วิมังสา การตรวจสอบ คือเราจะต้องใช้สติปัญญา คอยทบทวนประมวลผลสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ

เรามักจะกล่าวว่า การทำงานต้องมีแพสชั่น แต่จริงๆ แล้ว แพสชั่นเป็นแค่ข้อเดียวในอิทธิบาท 4 สิ่งสำคัญกว่าแพสชั่นที่มีวันหมดอายุ คือ ทักษะ ซึ่งเราต้องคอยขัดเกลาเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน

5 องค์ประกอบความสุขของนักจิตวิทยา มาร์ติน เซลิเกแมน ที่ เรียกว่า PERMA Model

P-E-R-M-A มาจากตัวย่อของคำ 5 คำ ได้แก่

- P - Positivity การมีความรู้สึกเชิงบวกในชีวิต เช่น ความปิติ ความหวัง ความสนุกสนาน
- E - Engagement การได้ทำภาระหน้าที่ ที่ทำในสิ่งที่ชอบ จนเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเอง
- R - Relationship การเปิดกว้างทำความรู้จัก มอบความจริงใจ และมีมิตรภาพแก่คนรอบข้าง
- M - Meaning การรู้ว่าการใช้ชีวิตตัวเองดำเนินไปเพื่ออะไร ผ่านความเชื่อ เป้าหมาย อุดมคติ
- A - Achievement ความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทำสิ่งใดบรรลุเป้าหมาย แม้จะเป็นเรื่องเล็กน้อย



Martin Seligman นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็น บิดาแห่งจิตวิทยาเชิงบวก

A - Achievement ถ้าเราคิดว่า เราทำได้ดีแล้ว แต่ทำยังไม่ประสบความสำเร็จ อาจลองทบทวนว่า เรากำลังติดกับดักคำว่า ดี อยู่หรือเปล่า ในเมื่อคำว่า “ดี” นั้น เปรียบได้กับคะแนนเกรด B ขณะที่ “ยอดเยี่ยม” นั้นอยู่ที่เกรด A ถ้าเราอยากขยับจาก ดี มาเป็น ยอดเยี่ยม เราต้องใส่ใจความเป็นมืออาชีพและความใส่ใจลงไปในงานให้มากขึ้นกว่าแค่ “ฉันทำงานเสร็จ ฉันไม่เคยมาสาย”

M - Meaning ไม่มีใครนิยามความหมายของชีวิตออกมาได้ในคำจำกัดความเดียว เพราะความหมายของคนแต่ละวัยนั้นต่างกัน ในช่วงวัย 20 เราอาจจะอยากเที่ยวและเลือกทำงานที่เราชอบ แต่พอเข้าวัย 30 เมื่อเริ่มคิดถึงปัญหาสุขภาพและครอบครัว แม้งานที่ไม่เคยอยากทำ เราก็จะเริ่มยอมรับได้ขึ้นมา หากเราทำงานแล้วรู้สึกวุ่นวายไปเพื่ออะไร หรือเกิดภาวะหมดไฟ (burnout) เคล็ดลัดง่าย ๆ ให้เรามองไปที่บิลค่าใช้จ่ายแล้วเราจะกลับมามีไฟได้ทันที

R - Relationship ในความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ไม่ได้มีความจำเป็นที่เราต้องเป็นเพื่อนสนิทกับทุกคน เราไม่ต้องคาดหวังให้ใครมาแคร์เรามากมาย แต่ให้เราเข้าใจว่า เพื่อนร่วมงาน คือ ผู้มีจุดหมายปลายทางเดียวกัน และเดินในระยะเวลาเร็วใกล้กันเพื่อไปยังจุดหมายนั้น สิ่งที่เราควรมีให้กันและกัน คือ ความเชื่อใจ

P - Positivity อาจเป็นสิ่งที่ทำตามได้ยากเป็นอย่างสุดท้าย เพราะในวันหนึ่งๆ เราต้องเจอทั้งสิ่งที่ดีและไม่ดี ซึ่งส่งผลต่ออารมณ์ของเรา เคล็ดลัดคือ การเริ่มต้นวันด้วยพลังงานบวกจากสิ่งง่ายๆ เช่น เก็บความสดชื่นตอนที่เราล้างหน้ายามตื่น ชิมซบกลิ่นหอมของกาแฟที่เราจิบยามเช้า สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนการเก็บแต้มอารมณ์บวกให้กับเราเพื่อที่ว่า หากวันนั้นเราเก็บแต้มบวกได้ตั้งแต่เช้า ต่อให้หลังจากเริ่มวันไปแล้วเจอแต้มลบมากมาย เราก็ยังเหลือแต้มบวกอยู่ ทำให้วันนั้นก็ไม่ใช่วันที่มีแต่เรื่องแย่ๆ เสมอไป

เราจะเห็นว่า การเป็นคนมีความสุขแท้จริงไม่ได้ยากอย่างที่คิด แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ง่ายนัก เพราะเป็นเรื่องของการปรับมุมมอง และการฝึกให้มองเห็นโลกทั้งในแง่ดีและแง่ลบ ไม่ใช่มองเห็นแต่สิ่งดีๆ จนโลกสวย หรือมองเห็นแต่ปัญหาจนมองโลกในแง่ร้าย มันคือการรักษาสสมดุลของชีวิตที่มีทั้งสุขและทุกข์

การมีความสุข จึงไม่ใช่การตามหาความสุข แต่เป็นการเรียนรู้ที่จะมองหาสิ่งดีๆ ในชีวิตของเรา ■



ตีบตี...
จูล์ฟฟฟฟฟฟ
มีย?



**SILVER
WOLF**

CHANNEL

By **SINGHA**

นิทรรศน์ (วิวัฒนาการ) รัตนโกสินทร์

จากวิถีริมน้ำเจ้าพระยาสู่ใจกลางกรุง

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ตั้งอยู่บนถนนราชดำเนิน หนึ่งในถนนสายเก่าแก่ของกรุงเทพมหานครที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ปัจจุบันมีอายุร่วมกว่า 127 ปี ถนนสายนี้มีเส้นทางการเดินทางที่เต็มไปด้วยประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของผู้คนในกรุงรัตนโกสินทร์มาอย่างยาวนาน ห้อมล้อมไปด้วยสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ผสมผสานความเป็นตะวันตกและตะวันออก ด้วยแรงบันดาลใจที่ริเริ่มจากแนวคิดของถนนฌ็องเซลิซ (Champs-Élysées) ในฝรั่งเศส ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นถนนสายที่สวยงามที่สุดในโลก

พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2553 ด้วยการจะพัฒนาพื้นที่สำนักงานพระคลังข้างที่เดิมให้เป็นศูนย์การเรียนรู้และแหล่งรวบรวมประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงสถาบันพระมหากษัตริย์ นำเสนอผ่านการใช้เทคโนโลยีหลายรูปแบบ ทั้งหุ่นจำลอง สื่อจัดแสดง และสื่อผสมเสมือนจริง เช่น มัลติทัช มัลติมีเดียแอนิเมชัน ส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการทำกิจกรรมของผู้เข้าชม เพื่อสื่อสารแนวคิดวิถีชีวิตความเป็นไทยในสมัยรัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์

ห้องจัดแสดงภายในประกอบด้วยทั้งหมด 9 ห้อง เปรียบเสมือนนพรัตน์ 9 ชนิด ตัวแทนอัญมณีแห่งมหานคร แบ่งการเข้าชมเป็น 2 เส้นทาง โดยใช้เวลาในแต่ละเส้นทาง 2 ชั่วโมง เลือกเข้าชมได้ตามรอบที่กำหนด





เส้นทางที่ 1

ถ่ายทอดเรื่องราวยุครัตนโกสินทร์ในหลายแง่มุม ตั้งแต่สถาปัตยกรรมไปจนถึงพระราชพิธีในวัง มีทั้งหมด 7 ห้องจัดแสดงด้วยกัน

ห้องที่ 1 รัตนโกสินทร์เรื่องโรจน์ แขนด้วยเพชร นำเสนอเรื่องราวของรัชกาลที่ 1 ปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี

ห้องที่ 2 เกียรติยศแผ่นดินสยาม แขนด้วยบุษราคัมสีเหลืองทอง ถ่ายทอดเรื่องราวคุณค่าทางสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมของพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว ผ่านแบบจำลองพระบรมมหาราชวัง

ห้องที่ 3 เรื่องนามมหรสพศิลป์ แขนด้วยโกเมนสีแดง การละเล่นและมหรสพไทยที่พระมหากษัตริย์แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ทรงอุปถัมภ์ รับชมเรื่องราวผ่านจอ LED ที่รายล้อมรอบห้องทรงกลม

ห้องที่ 4 ลือระบิลพระราชพิธี แขนด้วยมุกดาหารแห่งความบริสุทธิ์ เรียนรู้ที่มาและคุณค่าของพระราชพิธีสิริมงคล เช่น พิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นต้น

ห้องที่ 5 สง่าศรีสถาปัตยกรรม แขนด้วยไพฑูรย์ ัญมณีแห่งความคงทน เล่าเรื่องผ่านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมจำลองที่เชื่อมโยงสถาปัตยกรรมในแต่ละยุคสมัยของวัง วัด และบ้านเรือน

ห้องที่ 6 ถิ่นด้ายาเย็บชุมชน แขนด้วยเพทาย ที่เปรียบเหมือนชุมชนรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ซึ่งยังคงอัตลักษณ์ไว้อย่างชัดเจน แม้จะมีการเปลี่ยนผ่านทางกาลเวลา

ห้องที่ 7 เยี่ยมยอดถิ่นกรุง แขนด้วยมรกตสีเขียวแห่งความอุดมสมบูรณ์ เน้นให้ผู้ชมได้เพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะรัตนโกสินทร์ ทั้งช่วงกลางวันและกลางคืน

เส้นทางที่ 2

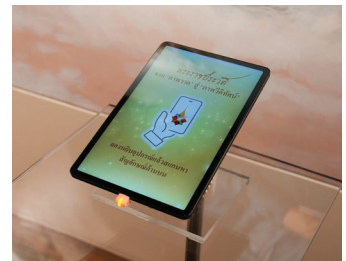
ถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตของประชาชนในยุครัตนโกสินทร์ ตั้งแต่การใช้ชีวิตภูมิปัญญา ขนบประเพณี ที่มีมาตั้งแต่ตอนต้นจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเป็นมาของชาติภายใต้การทรงงานของพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี ประกอบไปด้วย 2 ห้องการแสดงหลัก

ห้องที่ 8 เรืองรุ่งวิถีไทย แขนด้วยทับทิมที่สะท้อนความรุ่งโรจน์ของยุครัตนโกสินทร์ผ่านวิถีชีวิตในแต่ละช่วงเวลา นำเสนอด้วยสถานที่และสิ่งของจำลอง

ห้องที่ 9 ดวงใจปวงประชา แขนด้วยนิลกาฬ หรือ ไพลินสีน้ำเงิน บอกเล่าการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ จนถึงพระราชกรณียกิจของพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี

การเรียนรู้เรื่องราวประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของผู้คนในยุครัตนโกสินทร์ผ่านเส้นทางที่ 2 ไม่ใช่เพียงการฟังเรื่องเล่าจากผู้นำชม แต่ความพิเศษของนิทรรศการคือการที่เราจะได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสบรรยากาศ สถานที่ สิ่งของ หรือแม้แต่ผังบ้านเรือนในยุคก่อนที่จะผ่านการจำลองขึ้นอย่างปราณีต ไฮไลต์ของเส้นทางนี้คือการนั่งเรือและรถรางจำลอง เล่าเรื่องราวการพัฒนาของการคมนาคม เริ่มด้วยล่องเรือจำลองไปตามแม่น้ำ ชมวิถีชีวิตริมน้ำซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีของคนไทยสมัยก่อน จนมาถึงการเปลี่ยนไปนั่งบนรถรางในยุคที่เริ่มมีการตัดผ่านถนน มีไฟฟ้าเข้ามาพร้อมกับวิถีชีวิตที่พัฒนาตามไปด้วย เริ่มมีการติดต่อสื่อสารผ่านเสาสัญญาณ บ้านเรือนร้านค้าขายที่เปลี่ยนไป ทำให้เราได้สัมผัสบรรยากาศและเพลิดเพลินกับความรู้ที่ผ่านการย่อยให้เข้าใจง่ายขึ้น ผ่านตัวละครหญิงพี่น้องสองคนที่ออกมาถ่ายทอดเรื่องราวในยุคนี้

ต่อจากโรงรางจะเป็นโซนจำลองร้านรวงต่างๆ ทั้งธนาคาร ร้านขายยา ห้างร้านขายน้ำหอมฝรั่ง และไปรษณีย์ไทย ถือเป็นจุดที่สามารถใช้เวลาในการลองสัมผัส ถ่ายรูปเก็บเป็นความทรงจำได้ จากนั้นเข้าสู่ยุคสงครามในช่วงของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่เริ่มนำค่านิยมตะวันตกมาใช้ในไทยมากขึ้น เริ่มมีการร้องเพลงชาติ ใส่หมวก ข้อมับังคับการแต่งกาย ขณะอยู่ภายนอกบ้าน โดยในส่วนนี้จะถ่ายทอดเรื่องราวในห้องจำลองที่เสมือนหลุมหลบภัยสมัยสงครามโลก เมื่อทะลุออกมาภายนอกจะถึงส่วนที่ถือว่าเป็นไฮไลต์ที่สุดอีกหนึ่งอย่างของเส้นทางนี้ คือ การจำลองบรรยากาศและร้านค้า สถานบันเทิงต่างๆ ในยุคหลังสงคราม อย่างร้านกาแฟ ห้องเสื้อ และร้านขายนิตยสาร หนังสือพิมพ์ รวมถึงโรงภาพยนตร์ชื่อดังที่ตั้งชื่อล้อกับศาลาเฉลิมกรุงว่า ศาลาเฉลิมรัตน์ เราสามารถเข้าไปนั่งที่นั่งไม้จำลองข้างในตัวโรงภาพยนตร์ได้เสมือนกับได้ย้อนไปอยู่ในยุค 50s หรือ 60s ที่เริ่มทอสร่งเรื่อง ก่อนจะเดินทางเข้าสู่ยุคปัจจุบันที่นำเสนอผ่านห้องจำลองขบวนที่นั่งบนรถไฟฟ้า การคมนาคมที่เป็นที่นิยม และสะท้อนตัวตนความเป็นกรุงเทพฯ พร้อมกับเปิด VTR ที่ทำให้เราได้เห็นแง่มุมการสร้างสรรค์วัฒนธรรม วิถีชีวิตและองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดผ่านคนจากรุ่นสู่รุ่น ถือเป็นจุดจบความรุ่งเรืองของวิถีชีวิตชาวไทยตั้งแต่ยุคแรกเริ่มรัตนโกสินทร์ มาจนถึงกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน



ศาลาเฉลิมรัตน์ ที่จำลองบรรยากาศของโรงภาพยนตร์ ศาลาเฉลิมกรุง

นิทรรศการห้องสุดท้าย ปิดด้วยเรื่องราวพระราชประวัติของพระมหากษัตริย์ในราชวงศ์จักรี ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลที่ 10 แบ่งแยกย่อยเป็นหลายส่วนด้วยกัน ถ่ายทอดผ่านการจำลองบรรยากาศด้วยสถาปัตยกรรมในแต่ละช่วง รัตนโกสินทร์ตอนต้นแทนด้วยการฉายภาพเล่าเรื่องบนกำแพงเมืองและเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่ ในยุคที่มีการล่าอาณานิคม การทำการค้ากับประเทศมหาอำนาจตะวันตก ถัดมาเป็นส่วนพระราชประวัติของรัชกาลที่ 4 และรัชกาล 5 เน้นการเล่าผ่านวิดีโอและแบบจำลองอาคารสถาปัตยกรรม รางรถไฟขนาดเล็กในยุคที่เริ่มมีไฟฟ้า การคมนาคมที่เข้าถึงต่างพื้นที่ได้ง่ายขึ้น รวมถึงการปฏิรูประบบการปกครองของรัชกาลที่ 5 ที่ส่งผลกระทบต่อบ้านเมืองอย่างมาก เช่น การเลิกทาส การยุบระบบจตุสดมภ์เป็นกระทรวง รวมถึงส่วนของรัชกาลที่ 6 และรัชกาล 7 ที่ได้นำเสนอพระราชกรณียกิจของรัชกาลที่ 6 ทั้งในด้านวรรณกรรม การทหาร การศึกษา และพระบรมฉายาลักษณ์ของรัชกาลที่ 7 พร้อมวิดีโอเล่าประวัติศาสตร์สำคัญในช่วงเปลี่ยนแปลงการปกครอง

อีกหนึ่งส่วนที่ถือเป็นใจความใหญ่ในนิทรรศการดวงใจปวงประชา คือพระราชประวัติของรัชกาลที่ 8 และรัชกาลที่ 9 รวมถึงการนำเสนอพระราชกรณียกิจสำคัญอย่างโครงการฝนหลวง ผ่านการใช้เทคนิคพิเศษที่มีหยาดน้ำตกลงมาเสมือนได้สัมผัสกับฝนในโครงการหลวงอย่างแท้จริง ก่อนจะกล่าวถึงช่วงที่พระองค์สวรรคตผ่านการให้ความรู้ในเรื่องพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมศพ โดยออกแบบให้มีหน้าจอสัมผัสและวิดีโอที่จำลองขบวนพิธีในช่วงเวลานั้น และส่วนสุดท้ายของรัชกาลที่ 10 เติมไปด้วยสื่อส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ พระราชประวัติผ่านภาพวาดที่เราสามารถใช้อุปกรณ์แท็บเล็ตสแกนเพื่อชม

ปิดท้ายด้วยจุดชมวิว ชั้น 4 ที่เบื้องหน้าเป็นยอดปราสาทวัดภูเขาทองและลานพลับพลามหาเจษฎาดินทร์ ถือเป็นกรจบท้ายด้วยวิวอันสวยงามของบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ในปัจจุบันที่ได้รับการอนุรักษ์มาตั้งแต่อดีต นอกเหนือจากเป็นที่พักแสดงนิทรรศการแล้ว

คนทั่วไปยังสามารถมาใช้พื้นที่ชั้นลอยเพื่อนั่งอ่านหนังสือ ทำงาน หรือค้นคว้าข้อมูลได้อีกด้วย เสมือนเป็นการเติมความรู้ก่อนหรือหลังชมนิทรรศการด้านใน เพราะหนังสือในห้องสมุดนิทรรศน์รัตนโกสินทร์แห่งนี้เติมไปด้วยหนังสือหายาก ทรงคุณค่า และสื่อมัลติมีเดียที่บอกเล่าเรื่องราวตั้งแต่ยุคแรกเริ่มรัตนโกสินทร์จนมาถึงปัจจุบันเช่นเดียวกันกับเนื้อหาในห้องนิทรรศการ

นิทรรศน์รัตนโกสินทร์จึงไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ที่บอกเล่าเรื่องราวในอดีต แต่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางความทรงจำที่เชื่อมโยงอดีต ปัจจุบัน และอนาคตเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว สถานที่แห่งนี้ทำให้เราได้ตระหนักว่า กว่าที่จะมาเป็นกรุงเทพมหานครในวันนี้ วิถีชีวิตของคนไทยได้ผ่านการปรับตัวและวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน ภายใต้ร่มพระบารมีของพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี การมาเยือนที่นี่จึงไม่ใช่แค่การมาเที่ยวชม แต่คือการได้ซึมซับและภาคภูมิใจในมรดกวัฒนธรรมที่จะยังคงสืบทอดและเติบโตต่อไป ■



ณลิณี สัทธิสณา
กองบรรณาธิการ (ฝึกงาน)
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



จุดชมวิวชั้น 4 มองเห็น
บรรยากาศที่สวยงาม
บริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์

Survival of the Fittest: Upskill & Reskill



**ปฏิกิริยาคู่
เพื่อความอยู่รอด
ในยุค AI ครองเมือง**

เมื่อ “การเรียนรู้” คืออาวุธชิ้นสุดท้ายในยุค AI ครองเมือง ในอดีต “ประสบการณ์” อาจเป็นอาวุธที่ทำให้คนทำงานได้เปรียบ แต่ในวันนี้โลกกำลังหมุนเร็วเกินกว่าที่ประสบการณ์เพียงอย่างเดียวจะคุ้มครองเราได้ เมื่อเทคโนโลยีอย่าง AI, Automation และ Robotics เข้ามาแทรกซึมในทุกอณูของอุตสาหกรรม ตั้งแต่การผลิต การเงิน ไปจนถึงงานวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง

คำถามสำคัญจึงไม่ใช่ “AI จะมาแทนมนุษย์หรือไม่” แต่คือ “เราจะพัฒนาตัวเองอย่างไร เพื่อให้ทำงานร่วมกับ AI ได้อย่างทรงคุณค่า” นี่คือการเริ่มต้นของสิ่งที่ทั่วโลกนิยามว่า “Reskilling Revolution” หรือการปฏิกิริยาคู่เพื่อก้าวสู่ออนาคต



ส่องโลกการทำงานปี 2030: สถานการณ์ที่ถูกขับเคลื่อน ด้วย AI

รายงานจาก World Economic Forum (WEF) ได้ฉายภาพอนาคตของตลาดแรงงานผ่าน 4 สถานการณ์สำคัญที่คนทำงานต้องเผชิญ

1. Supercharged Progress AI ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด องค์กรที่ปรับตัวได้เร็วจะเติบโตได้อย่างมหาศาล ในขณะที่แรงงานต้องพร้อมเรียนรู้บทบาทใหม่ตลอดเวลา

2. Age of Displacement ความเสี่ยงจากการปรับตัวไม่ทัน หลายสายงานเดิมอาจเลือนหายไป ในขณะที่งานใหม่ที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูงกลับขาดแคลนบุคลากร

3. Co-pilot Economy AI ไม่ใช่แค่สิ่งที่จะมาแทนที่มนุษย์ แต่จะเป็น “ผู้ช่วยอัจฉริยะ” คนที่ใช้ AI เป็นจะสามารถทำงานได้เร็วขึ้น ฉลาดขึ้น และสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าที่เคย

4. Stalled Progress ภาวะชะงักงันขององค์กรที่เฝ้าเฉยต่อเทคโนโลยี ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันลดลงจนอาจถูกกลืนหายไปจากตลาด



Soft Skills: ป้อมปราการด่านสุดท้ายที่ AI ยัง ก้าวข้ามไม่ได้

แม้ AI จะประมวลผลข้อมูลมหาศาลได้ในเสี้ยววินาที แต่ “Human Touch” ยังคงเป็นจุดแข็งที่เทคโนโลยีเลียนแบบได้ยาก ในยุค AI การทำงานจึงไม่ใช่การแข่งขันกับ AI แต่คือการใช้ AI เป็นผู้ช่วย เพื่อให้เรามีเวลาสร้างคุณค่าจากสิ่งที่มีมนุษย์ทำได้ดีที่สุด โดยเฉพาะ Soft Skills เช่น การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ การปรับตัว และการสื่อสารอย่างเข้าอกเข้าใจ ซึ่งจะเป็นทักษะสำคัญของคนทำงานในอนาคต

• **Critical Thinking & Problem Solving** การคิดวิเคราะห์และตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อนและมีปัจจัยทางอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะโจทย์ที่ไม่มีคำตอบตายตัว เช่น เมื่อยอดขายลดลง ไม่รีบสรุปว่าเกิดจากเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่พิจารณาข้อมูลด้านราคา คู่แข่ง พฤติกรรมลูกค้า และความคิดเห็นจากทีมงาน เพื่อหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมที่สุด

• **Creativity & Innovation** การเชื่อมโยงจุด (Connecting the dots) คือการมองเห็นความเชื่อมโยงของข้อมูลหรือประสบการณ์ที่แตกต่าง เพื่อสร้างไอเดียหรือวิธีการใหม่ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่อยู่นอกเหนือจากรูปแบบเดิมๆ เช่น เชื่อมโยงข้อมูลยอดขายกับสภาพอากาศ เพื่อคาดการณ์ความต้องการสินค้าได้ล่วงหน้า

• **Adaptability** ยืดหยุ่น พร้อมล้ม และลุกขึ้นเรียนรู้สิ่งใหม่ในสภาวะที่โลกไม่แน่นอน เช่น เมื่อโครงการไม่เป็นไปตามแผน ทีมงานพร้อมปรับวิธีการทำงาน ทดลองแนวทางใหม่ และนำบทเรียนจากความผิดพลาดมาพัฒนางานให้ดีขึ้น

• **Communication & Empathy** การสื่อสารอย่างชัดเจน รับฟังอย่างตั้งใจ และเข้าใจมุมมองของผู้อื่น เพื่อสร้างความไว้วางใจ ลดความเข้าใจผิด และส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานเป็นทีมและการบริหารคน เช่น แม้ AI จะช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอแนวทางได้ แต่การอธิบายเหตุผล สร้างความเข้าใจ และทำให้ทุกฝ่ายเห็นเป้าหมายร่วมกัน ยังต้องอาศัยการสื่อสารและความเข้าใจระหว่างผู้คน

ในยุค AI “คนที่ เก่งที่สุด” อาจ ไม่ใช่คนที่ทำงาน เร็วที่สุด แต่คือ คนที่ “เรียนรู้ได้ เร็วที่สุด”

Upskill & Reskill: ปฏิวัติ ทักษะให้ตรงจุด

- **Upskill** (อัปเกรด): การ “เพิ่มระดับ” ทักษะเดิมให้ทันโลก
เก่งในทางเดิมแต่เสริมด้วย
เครื่องมือใหม่ เช่น นักการตลาดที่ใช้ AI ช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า
ได้ลึกกว่าเดิม

- **Reskill** (เปลี่ยนผ่าน): การ “เรียนรู้ทักษะใหม่” เพื่อเปลี่ยน
บทบาทการทำงาน เช่น จากงานที่ทำซ้ำ (Routine Work) ไปสู่งานที่ใช้
การวิเคราะห์ การออกแบบ หรือการ
บริหาร AI

ทั้งสองอย่างไม่ใช่เรื่องของ
“สาย IT เท่านั้น” แต่เป็นสิ่งที่ทุก
สายงานต้องเผชิญ ไม่ว่าจะเป็น HR
การตลาด โรงงาน จัดซื้อ หรือบริการ
ลูกค้า



Prompt Engineering ศิลปะการสื่อสาร
ผ่านการเขียนคำสั่งกับ AI ยิ่งตั้งคำถาม
ได้เฉียบคม ผลลัพธ์ที่ได้ยิ่งทรงพลัง

5 ทักษะแห่งอนาคตเพื่อการเป็น “Top-Tier Talent”

1. AI & Data Literacy ไม่ต้องเขียนโปรแกรมเก่ง
แต่ต้อง “อ่าน” ข้อมูลออก และเข้าใจว่าอะไรคือสิ่งที่ AI
สามารถทำได้หรือไม่ได้

2. Prompt Engineering ศิลปะการสื่อสารผ่านการเขียน
คำสั่งกับ AI ยิ่งตั้งคำถามได้เฉียบคม ผลลัพธ์ที่ได้ยิ่งทรงพลัง

3. Human-AI Collaboration เปลี่ยนความคิดจาก
“คู่แข่ง” เป็น “คู่หู” ปลดงาน Routine ให้ AI แล้วเอาเวลา
ไปโฟกัสงานเชิงกลยุทธ์

4. Growth Mindset ทั้งความคิดที่ว่า “เรียนจบแล้วพอ”
สู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

5. Digital Ethics ความเข้าใจเรื่องจริยธรรมในการใช้
ข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์

AI ไม่ได้มาแทน “ทุกคน” แต่จะมาแทน “คนที่ไม่ยอมเรียนรู้”

หลายองค์กรระดับโลกเริ่มลงทุนด้าน Upskill และ Reskill อย่างจริงจัง เพราะเชื่อว่า “ความสามารถในการเรียนรู้” คือ Competitive Advantage ขอบได้เปรียบทางการแข่งขันที่สำคัญที่สุดในอนาคต ขณะที่ตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องกับ AI และ Data มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านโอกาสและรายได้ นี่จึงไม่ใช่เพียงเรื่องของเทคโนโลยี แต่คือ “โอกาส” ของคนทำงานทุกคนในการพัฒนาตัวเองให้พร้อมสำหรับโลกใหม่

บทสรุป

อนาคตอาจไม่ได้เป็นของคนที่เก่งที่สุด แต่เป็นของคนที่ “พร้อมเรียนรู้ และปรับตัว” มากที่สุด เมื่อมนุษย์ผสานความคิดสร้างสรรค์ วิจารณญาณ และความเข้าใจผู้คน เข้ากับพลังของ AI และ Data เราจะไม่เพียงแค่ “อยู่รอด” ในยุคแห่งการเปลี่ยนผ่าน แต่จะสามารถสร้างคุณค่าใหม่ให้กับองค์กร และเติบโตไปพร้อมกับอนาคตได้อย่างยั่งยืน ■

ข้อมูลอ้างอิงและแหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม

World Economic Forum (WEF): The Future of Jobs Report 2023 – รายงานวิเคราะห์ทิศทางตลาดแรงงานและทักษะที่นายจ้างต้องการในอีก 5 ปีข้างหน้า

Coursera: The Job Skills of 2024 Report – ข้อมูลจากนักศึกษาทักษะดิจิทัล: Soft Skills ที่มีการเติบโตสูงสุด

McKinsey Global Institute: The impact of AI on the future of work – บทวิเคราะห์การเข้ามาของ Generative AI ต่อผลิตภัณฑ์และตำแหน่งงานทั่วโลก

OECD: Skills Outlook 2023 – แนวทางการปรับตัวของแรงงานในยุคดิจิทัล: การเรียนรู้ตลอดชีวิต



Shopee



Line Shopping

นางแบบ: ชญานิศ สุทธวิชัย
โปรดักชั่น: SINGHA MAGAZINE
ช่างภาพ: ณัฐวุฒิ พุทะทรัพย์



Imposter Syndrome

หรือนี่เรา ยังไม่เก่งพอ?

อาการทางจิตวิทยาที่คนทำงาน
กว่า 82% ล้วนเคยเป็น

เมื่อก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ ใครหลายคน
คงจะมีบางช่วงเวลาที่**รู้สึกว่าคุณ**
ไร้ศักยภาพ ไม่เก่งพอ ความสำเร็จ
ที่เคยได้รับมาเป็นเพียงโชคที่หล่น
มาจากฟ้า เมื่อได้รับคำชมจากคน
รอบข้าง เสียงในหัวก็ตอบปฏิเสธ
กันควั่น เพราะไม่สามารถเชื่อคำชม
นั้นได้จากใจจริง ถ้าหากคุณ
รู้สึกกับตนเองเช่นนั้น นี่อาจเป็น
สัญญาณว่าคุณกำลังมีอาการ
ด้วยค่าความสามารถตนเอง หรือ
การรู้สึกว่าตัวคุณที่เคยทำได้ดีนั้น
เป็นตัวปลอม หรือ Imposter
Syndrome

6 อาการที่บ่งชี้ว่าคุณอาจมีภาวะ
Imposter Syndrome หากคุณกำลังมี
ความคิดลักษณะเหล่านี้อย่างน้อย 2 ข้อจาก
6 ข้อ อาจจะเป็นสัญญาณที่กำลังบอกว่า
คุณกำลังตกอยู่ในภาวะนี้

1. วงจรความคิดว่าคุณด้อยความ สามารถ (Imposter Cycle)

วงจร
ความคิดนี้มักเกิดขึ้น เมื่อคุณได้รับมอบหมาย
งานบางอย่าง และหลังจากรับงานนั้นมา
แล้วก็มักจะเกิดความวิตกกังวลว่า ตนเอง
จะไม่สามารถทำงานดังกล่าวออกมาได้ดีพอ
จนสูญเสียสมดุลในการลำดับความสำคัญ
ของสิ่งต่างๆ ในชีวิต อาจแสดงออกผ่านการ
ทำงานหนักเกินไป หรือผัดวันประกันพรุ่ง
ไม่ยอมทำจนกว่าจะถึงเส้นตาย พองานเสร็จ
ถึงจะเกิดความรู้สึกโล่งใจ แต่หากได้รับคำ
ชมเชย ก็จะมีลดทอนคุณค่าคำชมเหล่านั้น
และคิดว่าความสำเร็จเหล่านี้ไม่ใช่ความ
สามารถของตน แต่เป็นเพราะการทุ่มเทอย่าง
หนักหรือแค่โชคดีเท่านั้น เมื่อทำงานถัดไป
ความคิดว่าตนเองด้อยความสามารถก็จะถูก
กระตุ้นเพิ่มขึ้น จนเป็นวงจรเช่นนี้ไปเรื่อยๆ



2. ความต้องการเป็นคนพิเศษหรือคนที่ดีที่สุด (The need to be special or best)

หากคุณมีความคิดว่า ความสามารถของตัวเองจะต้องอยู่ในจุดสูงสุดเสมอ และพบว่าตนไม่ได้เป็นคนที่ดีหรือเก่งที่สุด ก็จะคิดว่าตนกลายเป็นคนไร้ความสามารถทันที แม้ว่าเมื่อเทียบกับคนส่วนใหญ่ความสามารถจะอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ ความคิดลักษณะนี้จะเด่นชัดที่สุดเมื่อก้าวเข้าสู่สังคมที่กว้างขึ้นอย่างสังคมการทำงาน ซึ่งจะต้องเผชิญหน้ากับคนหลากหลายกว่าเดิมเมื่อเทียบกับวัยเรียน

3. การมีมุมมองแบบยอดมนุษย์ (Superhuman Aspects)

ข้อนี้มีความสัมพันธ์กับข้อก่อนหน้าอย่างมีนัยยะ กล่าวคือความต้องการ หรือการจะต้องทำทุกอย่างให้มีผลลัพธ์ที่ดีที่สุดไม่ว่าจะในแง่มุมใดก็ตาม เพราะคนที่มีสภาวะนี้มักมีแนวโน้มเป็นผู้รักความสมบูรณ์แบบ (Perfectionist) ต้องการให้ทุกอย่างไร้ที่ติ ปราศจากข้อบกพร่อง เพราะคุณตั้งมาตรฐานเอาไว้สูง ความผิดหวังจึงมาในลักษณะของการไม่สามารถทำตามเป้าหมาย หรือตามมาตรฐานที่ตั้งเอาไว้ได้ แต่ก็ไม่ใช่บุคคลที่รักความสมบูรณ์แบบทุกคนจะต้องด้อยความสามารถตนเองเสมอไป



4. การกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)

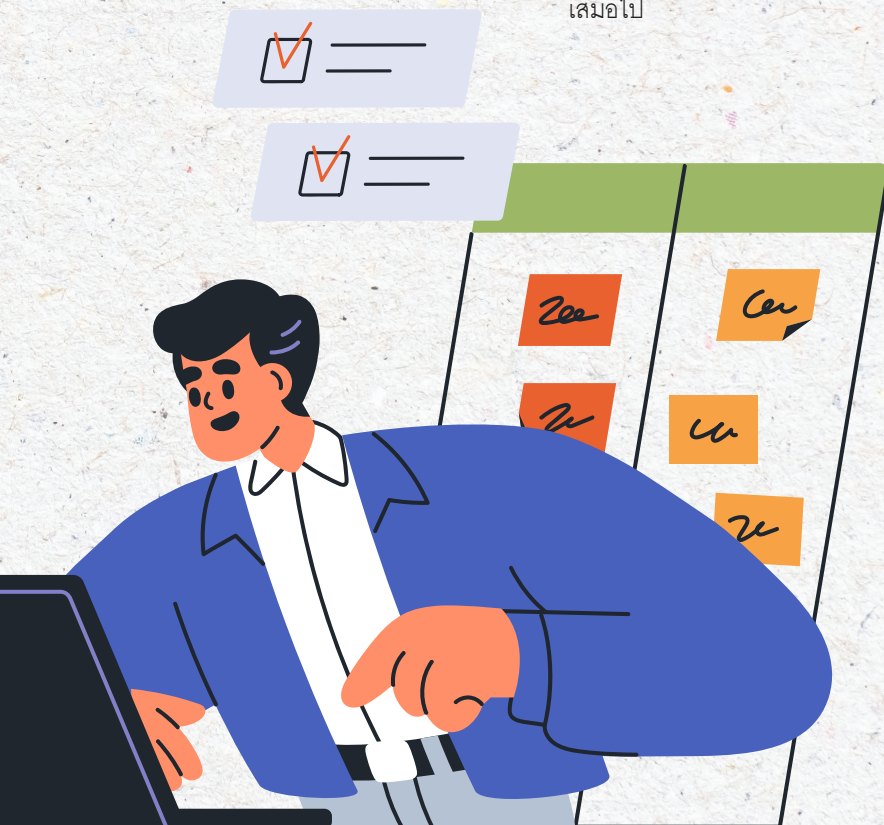
หากคุณมักจะเกิดความวิตกกังวลอย่างมาก เมื่อได้รับมอบหมายให้ทำงานบางอย่าง กลัวว่าอาจจะเกิดความล้มเหลวขึ้นจากการทำผิดพลาด ทำให้รู้สึกอับอาย จนไม่สามารถดำเนินงานตามมาตรฐานที่วางไว้ได้ ส่งผลให้คุณทำงานอย่างหนักเกินพอดี เพื่อพยายามลดโอกาสที่จะเกิดความล้มเหลวให้ได้มากที่สุด

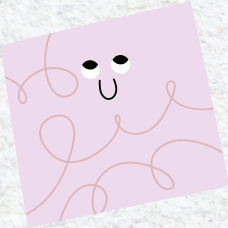
5. การปฏิเสธความสามารถตนเอง และลดทอนคุณค่าคำชมเชย (Denial of Competence and Discounting Praise)

คุณมักจะคิดว่าความสำเร็จที่ได้รับมา เกิดจากปัจจัยภายนอก นอกเหนือจากความสามารถของตนเอง รวมถึงการลดทอนคุณค่าเมื่อได้รับคำชมเชยหรือข้อคิดเห็นเชิงบวก เพราะคิดว่าตนเองไม่ควรค่าที่จะได้รับคำชื่นชมเหล่านั้น

6. การรู้สึกผิดต่อความสำเร็จ (Guilt about Success)

ความรู้สึกผิดที่ก่อตัวขึ้นมักเกี่ยวพันกับเหตุการณ์ที่คุณได้ทำบางอย่างสำเร็จ แต่ส่งผลให้ทางเหินจากคนรอบข้าง ก่อให้เกิดความกลัวในการถูกคนรอบข้างปฏิเสธ เริ่มรู้สึกผิดจากการเป็นคนที่แตกต่างกัน ยิ่งกว่านั้นอาจรวมถึงความรู้สึกกลัวว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้น จะนำพาให้คนรอบข้างคาดหวังในตัวคุณในระดับที่สูงขึ้นกว่าเดิม





สาเหตุหลักของการเกิดภาวะ Imposter Syndrome

1. การเปรียบเทียบกับคนอื่นตลอดเวลา ปกติแล้ว หากคุณอยู่ในสังคมที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน หรือวัฒนธรรม การเปรียบเทียบชีวิตของตนเองกับคนอื่นมักจะเกิดขึ้นได้ง่าย และบ่อยครั้ง ซึ่งการเปรียบเทียบมักจะเกิดขึ้นกับคนที่คุณคิดว่า อยู่ในสังคมใกล้เคียงกัน แต่เขากลับมีชีวิตที่ดีกว่า สองถึงสาม ระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมการทำงานที่คนรอบตัวอยู่ ภายใต้องค์กรเดียวกัน ยิ่งส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบได้ง่าย

2. การก้าวเข้าสู่บทบาทใหม่ที่ท้าทายมากขึ้น ช่วงเวลาที่ต้องเปลี่ยนผ่านเพื่อการเริ่มสิ่งใหม่ เช่น การได้รับตำแหน่งใหม่ การเลื่อนขั้น หรือย้ายสายงาน มักส่งผลให้ความไม่มั่นใจและความกังวลเกิดขึ้นในจิตใจ เพราะต้องริเริ่มทำในสิ่งที่ไม่คุ้นเคย

3. การเติบโตในครอบครัวที่คาดหวังผลลัพธ์สูง หรือมีการเลี้ยงดูที่ปกป้องมากเกินไป ครอบครัวคือ สถาบันแรกที่เป็นคนวางรากฐานนิสัยและการใช้ชีวิต ส่งผลต่อจิตใจได้สำนึกทางด้านความคิดของคุณโดยตรง จึงกลายเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักของการรู้สึกว่าคุณทำได้ด้วยความสามารถ หากคุณเติบโตมากับครอบครัวที่มักจะคาดหวังผลลัพธ์ที่สมบูรณ์แบบ จนส่งผลให้รู้สึกว่า ทำดีแค่ไหนก็ไม่สามารถเพียงพอ หรือการเลี้ยงดูที่ปกป้องเกินไป ทำให้คุณไม่สามารถตัดสินใจหรือเชื่อมั่นในความคิดและการกระทำที่มาจากตัวเองได้อย่างเต็มที่



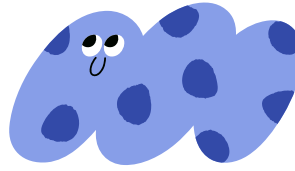
5 วิธีรับมือกับภาวะ Imposter Syndrome

แม้การมีภาวะนี้จะไม่ใช่วิธีร้ายแรง แต่ก็ยังสามารถส่งผลแง่ลบกับทั้งชีวิตส่วนตัวและการทำงานได้ สิ่งสำคัญจึงไม่ใช่การจมอยู่กับอาการของภาวะที่เป็นอยู่ หรือวิตกกังวลจนเกินไป หากรับรู้ว่าคุณอาจมีโอกาสเสี่ยง การเรียนรู้เพื่อให้ตัวเองก้าวข้ามความรู้สึกเหล่านั้น อาจเป็นทางออกที่ดียิ่งกว่า

1. แยกความรู้สึกออกจากข้อเท็จจริง บ่อยครั้งที่ความรู้สึกแง่ลบ หรือความรู้สึกกลัวเมื่อต้องเริ่มทำงานบางอย่างนั้นเกิดขึ้น แต่ความรู้สึกที่เป็นอาจไม่เท่ากับความจริงเสมอไป วิธีที่ดีที่สุดในการแก้ คือ แยกความรู้สึกออกจากข้อเท็จจริง เลือกมองสิ่งที่คุณสังเกตเห็น และหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น ผลงานที่คุณเคยทำมา คำชมเชยที่เป็นรูปธรรม รวมถึงตัวเลขความสำเร็จอย่างค่า KPIs มาเป็นหลักฐานแทนการใช้ความรู้สึกเชิงนามธรรม

2. พลิกวิธีคิด แม้คำว่า syndrome อาจทำให้รู้สึกว่าเป็นอาการของโรค กลายเป็นการยึดติดว่าสิ่งนี้จะต้องอยู่กับคุณตลอดไป แต่ความจริงแล้ว อาการของภาวะนี้เกิดขึ้นเพียงครั้งคราวเท่านั้น อาจเกิดในขณะที่คุณได้ลองทำอะไรใหม่ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงที่ต่างไปจากเดิม หรือการเปลี่ยนสายงาน แทนที่คุณจะตีตราตัวเองว่าไม่คู่ควร ให้ลองพลิกกลับมุมมองดูใหม่ว่าคุณรู้สึกที่เกิด เป็นเพียงแค่ช่วงเวลาของการต้องลงมือทำสิ่งใหม่ และสัญญาณของการเติบโตที่คุณช่างมีความกล้าเหลือเกินในการลงมือทำในครั้งนี้

3. บันทึกไดอารี่ความสำเร็จ การเกิดความรู้สึกว่าคุณไม่เก่งพอ อาจเป็นเพียงเพราะว่าไม่ได้มองเห็นความสำเร็จของตนเองอย่างประจักษ์มากนักพอ เพราะหลายครั้งคนเรามักจะเลือกเดินไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง จนลืมคิดถึงสิ่งต่างๆ ที่ได้ลงมือทำไประหว่างทาง การจดบันทึกไดอารี่ เกี่ยวกับปัญหาที่คุณแก้ไขได้ โปรเจกต์ที่ปิดดีลได้สำเร็จ หรือทักษะที่กำลังพัฒนาขึ้น จึงเป็นสิ่งที่จะทำให้คุณสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเรียกความมั่นใจในตนเองกลับมา



4. กล่าวคำพูดที่ดีกับตนเอง จงคิดว่าความรู้สึกต่อความสามารถของตนเอง เปรียบเสมือนเพื่อนของคุณที่กำลังพยายามจะปกป้อง ตักเตือนคุณหรือเป็นกลไกการป้องกันตัวเกินเหตุที่เกิดขึ้นในหัว แต่ในครั้งต่อไปที่คุณได้ยินเสียงวิจารณ์นี้ดังขึ้นมา ให้พูดตอบกลับเขาไปอย่างมั่นใจว่าขอบคุณที่ตักเตือน แต่ฉันจัดการเรื่องต่างๆ ได้เรียบร้อยแล้ว เป็นอย่างดี เพื่อตอกย้ำให้ตัวคุณเองรู้สึกถึงความเชื่อมั่นที่อยู่ในจิตใจ

5. การมีที่ปรึกษา คุณสามารถหาใครสักคนที่จะรับฟังพร้อมให้คำแนะนำสนับสนุนคุณได้ ทั้งในด้านความรู้สึกหรือการชี้ให้เห็นมุมมองอีกด้าน โดยอาจจะเป็นเพื่อนร่วมงาน หัวหน้า หรือคนใกล้ชิดสักคน คนเหล่านี้จะช่วยสร้างพื้นที่ปลอดภัย รวมถึงใช้ประสบการณ์ร่วมในสายงานมาช่วยยืนยันถึงศักยภาพในตัวคุณได้เป็นอย่างดี

สุดท้ายแล้ว ไม่ว่าอาการหรือสาเหตุจะเป็นอย่างไร สิ่งสำคัญ คือ การตระหนักถึงคุณค่าในตัวเองและไม่ลืมที่จะมองเห็นความสามารถที่อยู่ข้างใน อย่าปล่อยให้การตัดสินหรือคำวิจารณ์คุณค่าของงาน มีความหมายเท่ากับการตัดสินคุณค่าในตัวคุณ ■



นลิน สิริสนา
กองบรรณาธิการ (พนักงาน)
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

อ่านเพิ่มเติม

เบธวี สารทอง : วิทยานิพนธ์ เรื่อง
“ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความคิดว่าตนเอง
ด้วยความสามารถของนักศึกษาเกษตร
ปริญญาตรี”

[https://digiverse.chula.ac.th/Info/
item/dc20653](https://digiverse.chula.ac.th/Info/item/dc20653)

มารู้จัก Impostor Syndrome กับอาการ
ที่คนทำงานกว่า 82% ส่วนเคยเป็น
Brightside People Team

<https://brightsidepeople.com/>

S

SHARING
My Collection

สุขะสม

คอลเลกชันความสุขที่แบ่งจากหัวใจ

Power Rangers Robot Models

ธีรภัทร เรือนแก้ว

เจ้าหน้าที่ผลิต

บริษัท บุนรอดบรีวเออรี่ จำกัด

หลายคนน่าจะเคยได้ยินชื่อขบวนการห้าสี หรือพาวเวอร์เรนเจอร์ แต่แฟนคลับจะรู้จักกันในชื่อ “เซนไต” ขบวนการของเหล่าฮีโร่ ที่ทำหน้าที่ปราบเหล่าร้าย เป็นการตุนญี่ปุ่นรุ่นเก่าในความทรงจำของใครหลายคน ถึงตัวละครหลักจะเป็นฮีโร่แปลงร่าง แต่อีกสิ่งหนึ่งที่อยู่มาก่อน คือ หุ่นยนต์ของขบวนการเซนไต ซึ่งเป็นส่วนที่ตัวผมประทับใจและเลือกที่จะสะสมอย่างจริงจังจากความชอบตั้งแต่เด็กบางส่วน จนเมื่อโตขึ้นและมีการ์ตูนในการซื้อของสะสมเหล่านี้ก็ได้อีกโอกาสสะสมตัวหุ่นมากขึ้น

จุดเริ่มต้นของความชอบมาจากคุณน้าที่พอกลับจากไปเที่ยวที่ญี่ปุ่นก็มีของฝากเป็นของเล่นหุ่นยนต์เซนไต เลยกลายเป็นการจุดประกายให้ผมได้เริ่มรู้จักของเล่นชิ้นนี้ พอโตขึ้นมาหน่อยก็เริ่มมาดูเวอร์ชันการ์ตูน แต่การสะสมก็เริ่มมาตั้งแต่เด็กเลย ช่วงแรกก็ไม่ได้มีเยอะมาก พอโตแล้วมีกำลังซื้อก็ค่อยสะสมมากขึ้น จนตอนนี้มีสะสมแค่ตัวหุ่นยนต์ประมาณ 15 ถึง 16 ตัว แล้วก็สะสมไอเทมเสริมอีกหลายชิ้น อย่างเช่น พวกหน้ากาก แขนขา ที่เราสามารถซื้อแต่ละคอลเลกชันมาดีไซน์ต่อเติมได้เอง เป็นส่วนที่ทำให้หุ่นยนต์มีความเฉพาะตัวและพิเศษมากยิ่งขึ้น เพราะแพตเทิร์นของมันไม่จำเป็นต้องซ้ำเดิม เหมือนได้ใช้ไอเดียความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองเองด้วยครับ



จุดเด่นของขบวนการห้าสี คือ หุ่นยนต์ 5 ตัวจะมารวมประกอบร่างกันเป็นหุ่นยนต์ขนาดใหญ่



ตอนนี้หุ่นยนต์เซนไตได้เลิกผลิตไปแล้ว เมื่อตั้งแต่ประมาณสองปีก่อน ทำให้ของเหล่านี้สำหรับผมและนักสะสมหลายๆ คนก็คงจะรู้สึกว่ามันพิเศษมากขึ้นกว่าเดิม จากที่ความพิเศษของเขาเดิมคือจะผลิตแค่ปีต่อปีเท่านั้น ถ้าผ่านปีนั้นไปแล้วก็จะเป็นการผลิตคอลเลกชันเดิมซ้ำอีก และด้วยความที่ทางบริษัทเขาผลิตมากกว่า 50 ปี ส่วนมากถ้าผมอยากจะได้รุ่นที่เก่าหรือเคยผลิตไปแล้วก็หาได้แค่ที่สะพานเหล็กหรือตามกลุ่มนักสะสมมือสอง อย่างเช่นหุ่นตัวโปรดของผมที่ผลิตขึ้นตั้งแต่เมื่อ 12 ปีมาแล้ว เหตุผลที่ชอบตัวนี้เพราะเป็นตัวละครโปรดที่ติดตามมาอย่างยาวนาน ร่วมกับคอลเลกชันที่ดีไซน์จากแนวความคิดความเป็นญี่ปุ่นอย่างนินจา ก็เลยประทับใจทั้งแนวความคิดการออกแบบและความชื่นชอบที่มีต่อตัวละครหลักตัวนี้

เมื่อมองไปยังหุ่นยนต์ขบวนการเซนไตเหล่านี้ สิ่งที่ผมเห็นไม่ใช่แค่ของเล่นจากการ์ตูนที่ชื่นชอบ แต่เป็นความทรงจำวัยเด็กที่เติบโตมาด้วยกัน

ถึงแม้ทุกวันนี้จะไม่ได้มีโอกาสกลับไปดูตัวการ์ตูนบ่อยๆ เท่ากับตอนเด็ก แต่ทุกครั้งที่มองหาสิ่งที่ดีแล้วรู้สึกสบายใจ ผ่อนคลาย

ก็มักจะเป็นการได้ดูหรือมองของสะสมเหล่านี้ ถือเป็นการเยียวยาหัวใจและแรงผลักดันในการทำงาน เพื่อที่จะได้นำมาซื้อหุ่นยนต์เดิมเดิมความสุข ที่ทั้งตัวผมในวัยทำงานและวัยเด็กมองมาแล้วรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ครอบครองความสุขเหล่านี้เป็นของตัวเอง



สุขสะสม
คอลเลกชันความสุขที่แบ่งอกให้คนอื่น

Trading Card Game

ฤทธา จารุเศรษฐ์

Corporate Communications Officer

บริษัท บุนรอดบรีวเออรี่ จำกัด

จุดเริ่มต้นของการเก็บสะสมเกมการ์ดของผม เริ่มจากงานอดิเรกส่วนตัวอย่างการชอบเดินชมมิวเซียม หรือนิทรรศการศิลปะ คุณพ่อผมเองก็เป็นนักสะสม ภาพงานศิลปะด้วยอยู่แล้ว การได้เริ่มเก็บการ์ดเลยถือเป็นแนวคิดที่ได้รับอิทธิพลจากคุณพ่อโดยตรง เพราะการสะสมเกมการ์ดก็รู้สึกเหมือนได้สะสมงานศิลปะขนาดเล็ก ที่วางไว้ในห้องส่วนตัวของตัวเองได้ เราไม่ได้อยากสะสมภาพวาดขนาดใหญ่เลยเลือกสะสมการ์ดเกมเล็กๆ ที่เก็บได้ง่ายและเหมาะกับไลฟ์สไตล์มากกว่า รวมถึงเด็กยุค 90s ทุกคนน่าจะมีความทรงจำวัยเด็กคล้ายกันคือ การเล่นเกมการ์ด ผมเองก็เริ่มสะสมมาตั้งแต่ตอนนั้น น่าจะตั้งแต่ช่วงวัยประถมจนถึงปัจจุบัน ก็ถือว่าเป็นของสะสมที่อยู่ในช่วงชีวิตมายาวนานมาก

การ์ดเกมที่เลือกสะสมจะเป็นการ์ดตัวละครจากเรื่องโปเกมอนที่ดูมาตั้งแต่สมัยเด็ก และอีกหนึ่งตัวละครคือ โปอา แชนค็อก จากเรื่องวันพีซ



เหตุผลที่เลือกสะสมสองอย่างนี้เพราะว่าส่วนตัวก็ดูอนิเมะของทั้งสองเรื่องอยู่แล้ว แต่ไปเกมอนจะสะสมค่อนข้างหลากหลาย ตัวละคร วันพีซที่เลือกสะสมแค่โบอาเพราะเป็นตัวละครโปรด เป็นผู้หญิงที่ทำให้เราหลง แล้วรู้สึกว่ามีทั้งความเป็นผู้นำ เท่ เช็กซี่ แล้วก็มีส่วนมากในเวลาเดียวกัน เลยเป็นเหมือนแรงบันดาลใจและช่วยเติมพลังในแต่ละวัน ตอนที่เราได้มองของที่เต็มไปด้วยความชอบและความทรงจำ

การสะสมการ์ดทุกวันนี้ไม่ได้เหมือนตอนสมัยเด็ก ที่สะสมไว้แล้วเอามาเล่นกับเพื่อน แต่เป็นการสะสมเพื่อเก็บไว้มากกว่า เพราะการ์ดสะสมกับการ์ดเล่นจะแยกกัน ใช้กระดาษคนละแบบ การ์ดที่เก็บมีหลายใบที่ค่อนข้างหายากและไม่ได้ผลิตแล้ว ราคา

ก็จะพุ่งขึ้นไปค่อนข้างสูง แล้วก็ยังมีสิ่งที่เรียกว่า “การเกเรดการ์ด” คือเราจะต้องส่งการ์ดไปทำการเกเรดที่อเมริกา การ์ดใบไหนที่ได้รับการเกเรดแล้วราคาก็จะยิ่งสูงขึ้นไปอีก เป็นเหมือนการรับรองว่าการ์ดใบนี้มีคุณภาพหรือเป็น “การ์ดแรร์” พอเกเรดแล้วตัวการ์ดจะมาพร้อมกับกรอบพลาสติกอะลูมิเนียม ที่จะช่วยกันยูวี ความร้อน หรือตรงขอบก็ช่วยกันกระแทกได้

นอกจากนี้ก็มีแอปพลิเคชันที่เอาไว้สแกนเก็บไว้ได้ว่าเรามีการ์ดใบไหนบ้าง เหมือนเป็นพอร์ตหุ้น เพราะมันจะแสดงราคาขึ้นลงของการ์ดที่เราสะสมด้วยว่าล่าสุดการ์ดใบนี้ถูกขายหรือซื้อไปในราคาเท่าไร เข้าบางวันการ์ดใบที่เรามีราคาอาจขึ้นไปหลายหลักได้เหมือนกัน อย่างที่

บอกว่าการเก็บการ์ดก็เหมือนการเก็บงานศิลปะครับ

นอกจากจะเลือกจากตัวละครหรือนิเมะที่ชอบแล้ว ผมยังเลือกเก็บจากศิลปินนักวาดที่ชอบด้วย

บางใบได้มาตอนไปญี่ปุ่น เพราะศิลปินที่ผมชอบเป็นชาวญี่ปุ่น สไตล์ที่ชอบจะเน้นการ์ดที่วาดด้วยโทนมืดหน่อย เพราะเวลาชมแล้วมันทำให้ใจนิ่งมากขึ้น เหมือนกับตอนมองงานศิลปะ ทุกใบที่เก็บนอกจากจะเป็นความชื่นชอบแล้วยังเป็นสิ่งที่เก็บความทรงจำระหว่างทางของตัวเรากับการ์ดใบนั้นเอาไว้ด้วยเหมือนกัน

S

SHARING
My Collection

สุขะสม

คอลเลกชันความสนุกที่เบียดเสียด

Diecast Cars

ณัฐวุฒิ พุทธรักษ์

Graphic Designer

บริษัท บัญรูดบริวเวอร์รี่ จำกัด





จุดเริ่มต้นที่หันมาสะสมคือตอนที่ย้ายบ้านเมื่อหลายปีก่อน ตอนนั้นบังเอิญไปเจอรถของเล่นที่แม่เคยซื้อให้ตั้งแต่เด็ก พอเห็นแล้วนึกถึงช่วงเวลาที่ยากได้ ตอนนั้นต้องให้แม่แะบปัมน้ำมันที่มีโมเดลรถขาย เลยเกิดความคิดว่าอยากได้อันใหม่ที่เหมือนกับที่เราเคยมี เพราะอันที่มีก็เล่นซะจนพังไปแล้ว ระหว่างที่หาโมเดลได้เจอหลายรุ่นหลายแบบที่น่าสะสมก็เริ่มซื้อมานั่ง รู้ตัวอีกทีก็มีหลายคันมาก

รถโมเดลสำหรับเรามันไม่ใช่แค่ของเล่น แต่เป็นสิ่งที่ทำให้ได้มองเห็นส่วนประกอบข้างในของมันมากกว่าที่คนอื่นเห็น ได้ลองทำทุกอย่างด้วยตัวเอง เปลี่ยนล้อ เปลี่ยนยาง ทำสีเอง ชอบมากจนเคยลงทุนกับพี่ชายส่งมาขายอย่างจริงจัง

ช่วงเวลานั้นถือเป็นช่วงที่คลั่งไคล้มาก ทุกเสาร์อาทิตย์จะต้องได้ไปเดินหาซื้อ ไม่ว่าจะในตลาดห้าง หรือว่าตามกลุ่มที่มีขายในเฟซบุ๊ก เป็นอย่างนั้นอยู่ 3-4 ปีเลย ถึงช่วงหลังจะลดลงบ้าง แต่ถ้านับเวลาดังแต่เริ่มต้น พวกเราเหล่านี้ก็อยู่กับผมมามากกว่า 7-8 ปีแล้ว ทุกครั้งที่มีโอกาสก็จะเข้าห้องที่ทำได้เก็บโมเดลรถต่างๆ ไปใช้เวลากับมัน บางวันแค่ตั้งใจจะแวะเข้าป๊อ แต่สุดท้ายก็ใช้เวลาในห้องนั้นแทบทั้งวัน

โมเดลรถที่ชอบเป็นพิเศษคือ “Hotwheels” เป็นแบรนด์เดียวกันกับชิ้นที่เคยมีตอนสมัยเด็ก ช่วงแรกเริ่มจากสะสมรถสัญชาติญี่ปุ่นทั่วไปก่อน แต่ถ้าพูดถึงชิ้นโปรดจะเป็นรถสัญชาติอเมริกัน Chevrolet รุ่น Chevy ปี 1955 รถญี่ปุ่นเราก็เห็นได้ทั่วไปอยู่แล้ว แต่รถอเมริกันรุ่นนี้สำหรับเรามันเป็นอะไรที่ให้ความรู้สึกเก่าแก่ ล้ำ แล้วก็แปลกใหม่มาเลยเป็นรุ่นที่เก็บสะสมเอาไว้เยอะที่สุด เจอเมื่อไหร่ต้องซื้อตลอด ถึงแม้ในหนึ่งปีบริษัทจะผลิตรถออกมาขายเรื่อยๆ แต่จะมีรุ่นพิเศษที่ไม่ค่อยมีขายในไทย เราก็ต้องพยายามไปค้นหาในกลุ่มที่เขาส่งมาปล่อย หรือฟรืออเดอร์อีกที

การสะสมโมเดลเป็นเหมือนแรงผลักดันที่ทำให้รู้สึกเหมือนได้บรรลุเป้าหมายเมื่อตอนที่ได้รถมาครอบครอง แต่จริงๆ แล้วตัวเองเชื่อว่าถ้าชิ้นไหนที่จะเป็นของเรา สักวันหนึ่งก็คงจะมีโอกาสได้มันมาเอง เพราะไม่ใช่สายตามล้าหาของ แค่มิลิสต์รุ่นที่อยากได้ไว้ในใจ วันไหนมีโอกาสได้เจอกันก็ค่อยซื้อเก็บ

มากกว่าการได้สะสมของที่ชอบ คือการทำให้ผมได้มีโอกาสเจอคนที่มีความชอบเหมือนกัน

ทั้งจากการเจอกันในงานที่จัดขึ้นเพื่อรวมตัวคนที่ชอบโมเดลรถ และทำให้ผมมีโอกาสได้สนิทกับพี่ชายมากขึ้น เพราะเราชอบสะสมโมเดลรถเหมือนกัน ก็ได้ใช้เวลาด้วยกันมากขึ้นผ่านการไปตามหาซื้อรถด้วยกัน สำหรับผม พูดได้เลยว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สุดที่ได้รับจากการสะสมโมเดลรถครับ ■



คลองโองอ่าง

- ย่านบ้านเก่าพระยาภิรมย์ภักดี -

คลองโองอ่างมีความเก่าแก่เทียบเท่าอายุของกรุงรัตนโกสินทร์ สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๓๒๖ ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เพื่อเป็นสายหนึ่งของคลองรอบกรุง โดยเชื่อมต่อกับคลองบางลำพู เพื่อย้ายเขตพระนครฝั่งตะวันออก ที่ได้ชื่อ "โองอ่าง" สันนิษฐานว่า เพราะในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนตลอดสองฝั่งคลอง เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาประเภทโอง อ่าง กระถาง และถ้วยชามที่นำเข้าจากจีน อีกทั้งเป็นย่านที่ชาวจีนและชาวมอญอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน

ตามบันทึกของพระยาอนุรักษราชมณฑลเพียร (เกิด วัชรวิทย์ ๒๔๓๙ - ๒๕๑๘) ที่พิมพ์ในหนังสืออนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพพระยาอนุรักษราชมณฑลเพียร มวม. ปช. ทจว. ณ เมรุหน้าพลับพลาราชอิสริยาภรณ์ วัดเทพศิรินทราวาส วันที่ ๑๐ เดือนมิถุนายน พ.ศ. ๒๕๑๙ บรรยายให้เห็นภาพว่า คลองโองอ่างในอดีต พ.ศ. ๒๔๔๔ (ร.ศ. ๑๒๐) เป็นย่านพาณิชย์ที่มีชีวิตชีวา ดังความว่า

"ในลำคลองมีเรือ กว้างเตี้ย ขนม และผลไม้ต่างๆ มาขายเป็นประจำ ถึงฤดูเดือนสิบเอ็ด เดือนสิบสองก็ได้เล่นพายเรือกันอย่างสนุก และเมื่อถึงคราวก็มีตัวส่งกรานต์ สีเขียว แดง ว่ายตามผิวน้ำตามปกติมีปลาเสือ ปลากระทุงเหว แหวกว่ายตามสบายโดยไม่มีใครรบกวน กว้างเตี้ยเรือเป็นชาวจีนทั้งนั้น ส่วนขนมเป็นพวกบ้านญวนขาย ข้าวเกรียบอ่อน ทองม้วน เป็นประจำเหมือนกัน นอกจากนี้ก็มีเรือชาวสวนขายผลไม้ต่างๆ ตามฤดูกาล"

สมัยนั้นย่านคลองโองอ่างมีสะพานไม้ทอดยาว ๒ แห่ง หนึ่งนั้นทอดข้ามคลองจากวัดจักรวรรดิ (วัดสามปลื้ม) มาถึงท่าน้ำจักรวรรดิ อีกหนึ่งนั้นทอดจากวัดบพิตรพิมุข (วัดเชิงเลน) มาถึงจุดปลายสะพานที่ปากคลองโองอ่าง และ ณ จุดปลายสะพานยาววัดบพิตรพิมุขนี้เอง เคยเป็นที่ตั้งบ้านหลังเดิมของพระยาภิรมย์ภักดี กาลเวลาผ่านไป เมื่อคลองบางส่วนถูกถมสร้างถนน สะพานยาวนั้นก็หายไป เหลือเพียงชื่อของ "ตรอกสะพานยาว" ที่ังไว้เป็นร่องรอยจากอดีต

ชอยภิรมย์และบ้านเก่าพระยาภิรมย์ภักดี

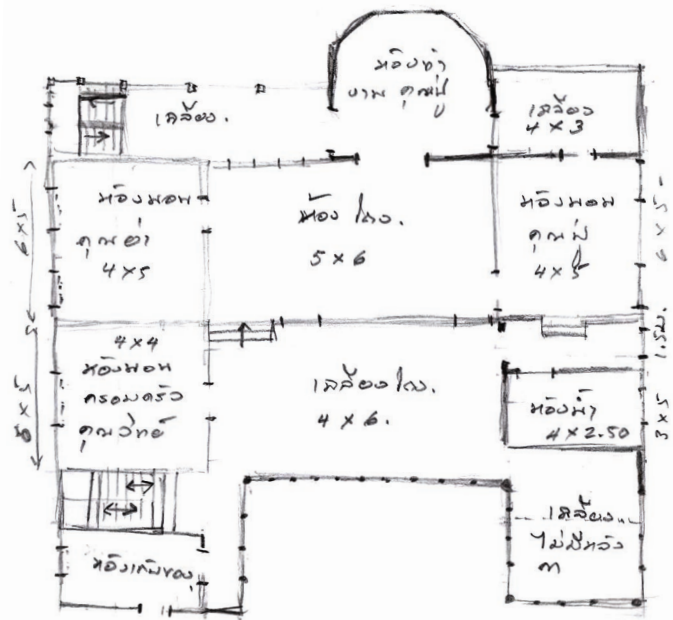
พระยาภิรมย์ภักดี กำเนิดที่บ้านของคุณพระภิรมย์ภักดี (ขม) ผู้เป็นบิดา ซึ่งบ้านนั้นอยู่บริเวณปลายสะพานยาววัดบพิตรพิมุข ปากคลองโองอ่าง จนเมื่อท่านทำงานเก็บเงินได้เองแล้ว จึงได้ซื้อที่ดินของญาติๆ ที่อยู่ติดกันและสร้างบ้านของตัวเองคือบ้านที่เห็นในรูปด้านขวานี้

ปัจจุบัน บ้านหลังนี้ไม่มีอยู่แล้ว และสภาพพื้นที่บริเวณนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย กลายเป็นกลุ่มอาคารพาณิชย์และตึกแถว

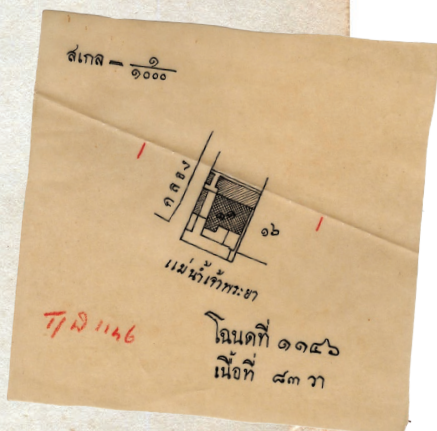
แต่ตรอกซอยในเขตบ้านเดิมของท่านก็ได้มีชื่อว่า "ชอยภิรมย์" เพื่อเป็นอนุสรณ์แด่พระยาภิรมย์ภักดี ผู้ก่อตั้ง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โรงเบียร์แห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งท่านเคยพำนักรอยู่ ณ บริเวณปากคลองโองอ่างแห่งนี้



บ้านพักของพระยาภิรมย์ภักดี
(หลังขวา) เมื่อปี พ.ศ. ๒๔๕๙



แปลนบ้านเก่า ที่ปากคลองโองอ่าง
วาดโดย คุณวาปี ภิรมย์ภักดี



ที่ปรึกษาข้อมูล: คุณดอล บุญมัน
เรียบเรียง: สีตา

ที่มาข้อมูล

หนังสือคตปริญญาศวสรณ กำนจ่าคุณ ๑๕๐ ปี อำนาตย
เอา พระยาภิรมย์ภักดี

<https://lek-prapai.org/home/view.php?id=5036>

<https://readthecloud.co/history-of-khlong-ang-ang/>

How Matter of Public Space:

สองสวนสาธารณะ
กลางกรุง ในยุคทรนด
รักสุขภาพครองเมือง





คนไทยเริ่มหันมาใช้พื้นที่สีเขียว
อย่างสวนสาธารณะในการ
สร้างไลฟ์สไตล์มากขึ้น

ตั้งแต่ช่วงปลายปี 2025 ที่ผ่านม
จนถึงปัจจุบันในปี 2026 การเริ่ม
หันมาดูแลตัวเองและรักษาสุขภาพ
ให้แข็งแรงของคนในสังคมได้เพิ่ม
ขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง ไม่ได้เน้นแค่การ
ดูแลสุขภาพกาย แต่ยังรวมถึงการ
ดูแลจิตใจ ช่วงที่ผ่านมาราจึงได้
เห็นคนเริ่มออกมาจัดกิจกรรม
การวิ่งแบบกลุ่ม หรือที่รู้จักกันใน
ชื่อ รันคลับ (run club) เติบโตขึ้น
อย่างมากในกรุงเทพ ซึ่งไม่ได้เป็น
เพียงคอมมูนิตี้การรวมตัวเพื่อ
ออกกำลังกายเท่านั้น แต่เป็นการ
ได้มาพบปะพูดคุยร่วมกับคนที่ม
ความชอบไลฟ์สไตล์เดียวกัน และ
ล่าสุดกับกระแสการเดินแอโรบิก
ออกกำลังกายที่สวนลุมพินี
กลายเป็นกิจกรรมการรวมตัวของ
ผู้คนที่หลังโหลเข้ามาเพื่อต้องการ
จะใช้พื้นที่สาธารณะแห่งนี้ทำ
กิจกรรมร่วมกัน โดยมีทั้งชาวไทย
และต่างชาติ กลายเป็นกระแสที่
มีการพูดถึงอย่างแพร่หลาย

“พื้นที่สีเขียว” อย่างสวนลุมพินี
และสวนเบญจกิติ สวนสาธารณะ
ขนาดใหญ่ใจกลางกรุงเทพฯ ที่คุ้นเคย
กันเป็นอย่างดี จึงกลายเป็นพื้นที่
สาธารณะสีเขียวที่กำลังได้รับความนิยม
อย่างมาก แต่นอกจากการใช้
สวนเหล่านี้ในการออกกำลังกายเดิน
แอโรบิก หรือการวิ่งในยามเช้าเย็น เรา
จะสามารถใช้งานแบบไหนได้อีกบ้าง
แม้ว่าพื้นที่สีเขียวของเมืองหลวง
ในต่างประเทศ หากเทียบกับเมือง
หลวงในไทยอย่างกรุงเทพฯ อาจยัง
ไม่ใช่เมืองที่มีพื้นที่สีเขียวมากเท่าที่
ควรจะเป็น เมื่อวัดตามเกณฑ์ค่าเฉลี่ย
มาตรฐานขององค์การอนามัยโลก
(WHO) แต่ถึงเช่นนั้น อย่างน้อยการ
พัฒนาพื้นที่ในปัจจุบัน ก็เรียกได้ว่า
เรากำลังมาในทางที่ถูกแล้ว เพราะ
กรุงเทพฯ ในตอนนี้ พื้นที่สีเขียวมีเพิ่ม
มากขึ้นถึงเกือบ 9 เท่า ในรอบระยะ

เวลา 30 ปี จากเดิมมีพื้นที่ 4.8 ล้าน
ตร.ม. ปัจจุบันมีพื้นที่ถึง 44.8 ล้าน ตร.ม.
แต่สำหรับการรับมือกับภาวะโลกร้อน
และอากาศแปรปรวนที่รุนแรงมากขึ้น
ทุกวัน จำนวนพื้นที่สีเขียวที่เรามีอาจ
ไม่เพียงพอ

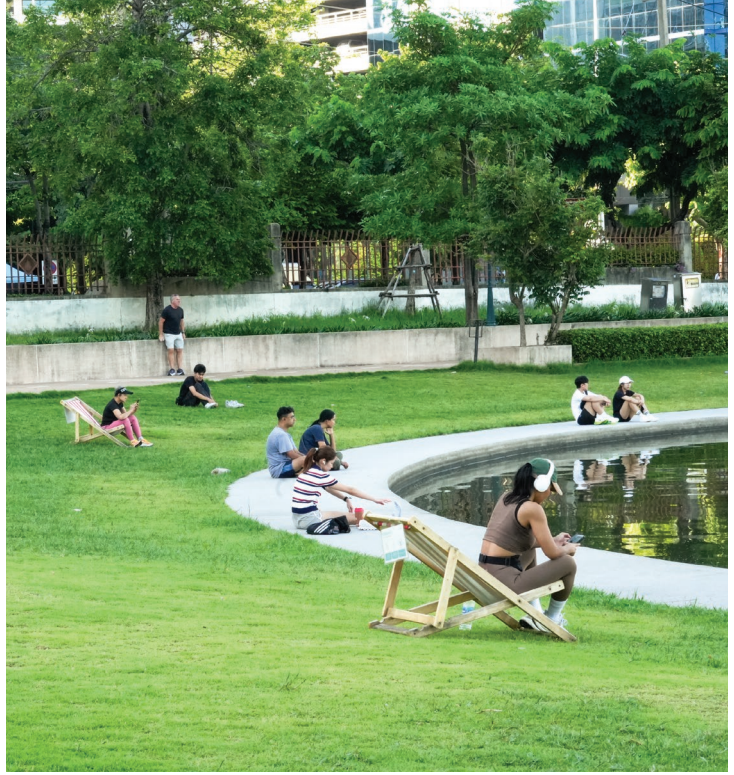
ช่วงที่ผ่านมาหลายประเทศ
ในทวีปยุโรปอย่างเยอรมนี สเปน
ฝรั่งเศส หรือแม้แต่สวีเดนแลนด์
ได้เกิดปรากฏการณ์โดมความร้อน
ส่งผลให้อากาศร้อนขึ้นอย่างรุนแรง
และเกิดสภาวะความกดอากาศสูง
ในชั้นบรรยากาศ ซึ่งทำหน้าที่เสมือน
ฝาครอบกักเก็บและกดทับความร้อน
บนชั้นบรรยากาศส่งลงมาบนพื้นโลก
เป็นเวลานาน จนอุณหภูมิในบริเวณ
ดังกล่าวพุ่งสูงเกิน 40 องศาเซลเซียส
สูงเป็นประวัติการณ์ กลายเป็นฮีตเวฟ
ที่รุนแรงมากกว่าที่ผ่านมา



กิจกรรมยอดฮิตในพื้นที่
สวนสาธารณะคือการวิ่ง
ออกกำลังกาย

ภาวะโลกร้อนเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้เกิดขึ้นบ่อยและรุนแรงมากขึ้น ตัวอาคารบ้านเรือนฝั่งยุโรปเป็นเมืองหนาว ไม่ได้ออกแบบให้ป้องกันอากาศร้อน แล้วพื้นที่สาธารณะสีเขียวที่เกี่ยวของและสำคัญอย่างไร บอกได้เลยว่าเกี่ยวข้องอย่างมาก เพราะจากการที่บ้านและอาคารกลายเป็นพื้นที่กักเก็บความร้อน การออกมานั่งหลบร้อนได้ต้นไม้ เล่นน้ำในลำธารใส หรือแม้แต่พื้นที่น้ำพุสาธารณะใจกลางเมือง ก็กลายเป็นจุดคลายร้อนให้ผู้คนได้ จนเกิดการวางแผนแนวคิดในอนาคตเกี่ยวกับการรณรงค์เพิ่มพื้นที่ป่าในเมือง และปลูกต้นไม้เพื่อลดการสะสมความร้อน

เมื่อหันกลับมามองกรุงเทพฯ ที่ต้องเจอกับปรากฏการณ์เกาะความร้อนเมือง และค่าฝุ่น PM2.5 พื้นที่สาธารณะสีเขียวจึงเป็นอะไรได้มากกว่าที่หลายคนคิด แม้ในโอกาสปกติจะเป็นสถานที่ที่คนมักมาเดินเล่น ออกกำลังกาย พักผ่อน แต่นอกจากนี้ยังสามารถจัดกิจกรรมอื่นๆ ได้อีกหลายอย่าง ยกตัวอย่างกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในไทย “ดนตรีในสวน” ที่มักจะนิยมจัดในช่วงปลายปี ซึ่งจัดให้มีการเดินรำและแสดงดนตรีภายในสวนสาธารณะ งานกรุงเทพฯ กลางแปลง จัดฉายหนังกลางแปลง หรือแม้แต่กิจกรรมอีเวนต์อื่นๆ ที่ถูกจัดขึ้น เพื่อให้ผู้คนสามารถมาร่วมสนุก และใช้เวลาร่วมกันได้ฟรีในพื้นที่สวนสาธารณะเหล่านี้



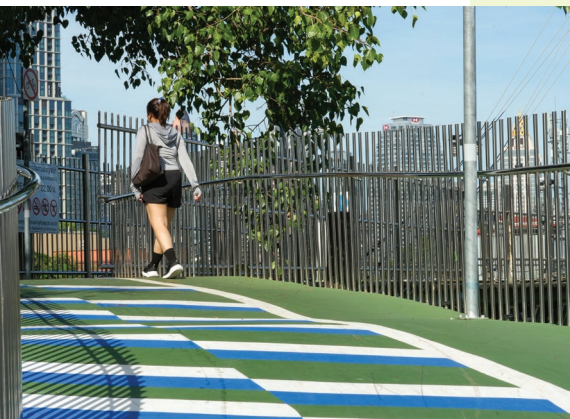
สวนเบญจกิติ และ สวนลุมพินี

**ทั้งสองสถานที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อ
ถึงกันได้อย่างง่ายดาย ผ่านทางเชื่อม
สะพานเขียวที่เชื่อมข้ามผ่านคลองและ
ถนน ให้เดินทางถึงกันได้อย่างสะดวก**

สวนทั้งสองล้วนมีความแตกต่างที่ส่งเสริมกัน หากนึกถึงสวนสาธารณะที่เป็นแบบดั้งเดิมและเต็มไปด้วยต้นไม้ธรรมชาติ สวนลุมฯ ตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี แต่หากขึ้นชอบการออกแบบที่ทันสมัย มีพื้นที่ร่มน้ำให้นั่งพักผ่อน เปรียบเหมือนอยู่ในพาร์คต่างประเทศ สวนเบญจฯ อาจตอบโจทย์ความต้องการมากกว่า แต่ทั้งสองสถานที่ล้วนเป็นพื้นที่ที่เปิดรับความหลากหลายและไลฟ์สไตล์ของคนทุกกลุ่ม พื้นที่สีเขียวจึงไม่ใช่แค่ที่หลบร้อน แต่คือสิ่งที่เมืองขาดไม่ได้



ณณิ์ สักธิสนา
กองบรรณาธิการ (พนักงาน)
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



สวนเบญจกิติที่มีการออกแบบ
ให้ทันสมัยเหมือนพาร์ค
ในต่างประเทศ

การเกิดขึ้นของกิจกรรมที่
หลากหลายในสวนเหล่านี้ ถือเป็น
จุดเริ่มต้นที่ดีในการใช้พื้นที่สีเขียว
เพื่อตอบรับวิถีชีวิตของคนที่ย้ายอยู่
ภายในพื้นที่โดยรอบสวนสาธารณะ
ได้จริงมากยิ่งขึ้น เพราะเมื่อมีการ
ใช้งานมากขึ้นเท่ากับเป็นการสร้าง
โอกาสให้ผู้คนได้มองเห็นคุณค่า
และการมีอยู่ของสถานที่เหล่านี้
ในอนาคตเราอาจมีโอกาสดูเห็น
สวนในละแวกบ้าน ชุมชน หรือพื้นที่
ใกล้เคียงที่สามารถเข้าถึงได้เพียงแค่
ระยะการเดินไม่เกิน 10 นาที อย่าง
นโยบายสวน 15 นาที ของกรุงเทพฯ
ที่กำลังขับเคลื่อนอยู่มีจำนวนเพิ่ม
ขึ้นจากปัจจุบัน เพื่อให้เราสามารถ
ใช้พื้นที่สีเขียวเหล่านี้เป็นสถานที่
พักผ่อนหย่อนใจ เดินเล่นจิบกาแฟ
ในยามเช้า ผู้สูงอายุก็สามารถมา
พบปะกับเพื่อนฝูงได้ ส่วนเด็กๆ
ก็จะมีพื้นที่ในการได้สร้างสรรค์
จินตนาการและพัฒนาการ

หัวใจของการมีอยู่ของสวน
สาธารณะ หมายถึงการต้องสามารถ
ให้บริการได้กับคนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็น
เป็นการมีทางลาดสำหรับผู้พิการ

และผู้สูงอายุ พื้นที่ปลอดภัยสำหรับเด็กเล็ก หรือแม้แต่พื้นที่สำหรับ
Pet-Friendly สำหรับสมาชิกสี่ขา
ในครอบครัว เพราะการเข้าถึง
สวนสาธารณะนั้น คือสิทธิหรือช่องทาง
ที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ หรือ
สามารถใช้ประโยชน์จากสถานที่
ทรัพยากร หรือบริการต่างๆ โดยไม่มี
ข้อจำกัด หรือมีน้อยที่สุด สิ่งเหล่านี้
ล้วนสะท้อนคุณภาพชีวิตของคนที่ย้ายอยู่ อีกด้าน นอกจากการใช้
เพื่อสุนทรียภาพแล้ว ยังช่วยเพิ่มการ
ขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจด้วย เพราะ
ในอนาคตอาจสามารถดึงดูดผู้คน
และการลงทุนได้เพิ่มมากขึ้น เริ่มเห็น
ได้บ้างแล้วจากกิจกรรมการเดิน
แอโรบิก ที่มีทั้งอินฟลูเอนเซอร์คนดัง
นักร้อง และบุคคลมีชื่อเสียงมา
ร่วมเดินเพื่อสร้างรายได้ส่วนตัว
และในฐานะประชาชนคนทำงาน
ก็ยังได้เห็นการใช้พื้นที่ในสวนเพื่อ
สอนการออกกำลังกาย อย่างการ
เล่นพิลาทิส โยคะ รวมถึงไทเก็ก
นี่จึงถือเป็นการพิสูจน์แล้วว่า พื้นที่นี้
สัมพันธ์กับชีวิตของพวกเขาทุกคน
มากกว่าที่คิด ■



FOOD SEQUENCING

การจัดลำดับการกินอาหาร

เทคนิคการกินอาหารตามลำดับโดยแบ่งตามประเภทของอาหารนั้นๆ ในแต่ละมื้อ โดยเริ่มด้วยผักที่มีใยอาหาร โปรตีน ไขมัน และแป้ง เพื่อช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ลดการหลั่งอินซูลิน และช่วยให้อิ่มได้นานขึ้น แนวคิดนี้สามารถเรียกว่า Meal sequencing หรือ Carbohydrate - last eating ก็ได้เช่นกัน โดยมุ่งไปที่การกินชนิดของอาหารที่ต่างกันไปในหนึ่งมื้อ โดยทั่วไป เริ่มที่ผักที่ไม่มีแป้ง เพื่อต้องการใช้ใยอาหาร หรือโปรตีนและไขมันดี มาเติมเต็มความรู้สึกอิ่ม และกินแป้งเป็นอย่างสุดท้าย

เมื่อเรากินผักเป็นอย่างแรก ใยอาหารจะช่วยชะลอการดูดซึมน้ำตาลจากคาร์โบไฮเดรต ซึ่งจะส่งผลให้น้ำตาลในเลือดไม่ขึ้นสูง ช่วยให้ไม่หิวระหว่างวัน มีส่วนทำให้น้ำหนักคงที่

ในขณะเดียวกันการกินโปรตีนเป็นอย่างแรก หรือที่เรียกว่า Protein pre-loading ก็สามารถส่งผลอย่างเดียวกัน เพราะไขมันดีในโปรตีนนั้น ช่วยชะลอการดูดซึมคาร์โบไฮเดรต การกินโปรตีนมีส่วนช่วยชะลอไม่ให้น้ำตาลในเลือดพุ่งขึ้นสูงอย่างรุนแรง แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าเรากินแป้งขัดสีในปริมาณที่มากในมื้อเดียว ทฤษฎีนี้ก็อาจไม่ได้ผลลัพธ์อย่างเต็มที่



กวิรดา สุขุม
เชฟและนักกำหนดอาหาร
วิชาชีพแห่งประเทศไทย

เริ่มด้วยผักและใยอาหาร โปรตีน และไขมัน เพื่อช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด

ลำดับการกินอาหาร แบบที่คนเรานิยมกัน

1



ผักและใยอาหาร เพื่อชะลอการย่อยและดูดซึม



โปรตีนและไขมันดี กินเนื้อสัตว์ ไข่ หรือปลา ช่วยกระตุ้น
ฮอร์โมนความอิ่ม (GLP-1) และลดฮอร์โมนกระตุ้น
ความหิว Ghrelin (เกรลิน) ได้อีกด้วย



คาร์โบไฮเดรต แป้ง ข้าวไม่ขัดสี เส้นก๋วยเตี๋ยว พาสต้า
ขนมปัง เป็นลำดับเกือบสุดท้าย เนื่องจากเรากิน
โปรตีนไปก่อนแล้ว น้ำตาลจึงถูกดูดซึมได้ช้าลง



ของหวานและผลไม้ ถ้าในมื้ออาหารนั้นมีของหวาน
รวมอยู่ด้วย ควรรับประทานเป็นอย่างสุดท้าย
ในปริมาณที่เหมาะสม เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำตาล
พุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

การรับประทานแบบการจัดลำดับการกิน อาหารนั้นมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

- ช่วยคุมน้ำตาลในเลือด ลดการหลังอินซูลินและ
ช่วยป้องกันอาการง่วงนอนหลังมื้ออาหาร
- อิ่มได้นานขึ้น ลดความอยากรับประทานอาหาร
จุจกัระหว่างวัน
- ช่วยรักษาน้ำหนักตัวให้คงที่
- ระบบย่อยทำงานได้ดีขึ้น เพราะกากใยจากผัก
ช่วยกระตุ้นระบบย่อยและการขับถ่าย

การรับประทานอาหารแบบนี้เหมาะกับใคร

- คนที่ต้องการควบคุมน้ำตาลในเลือด
- คนที่รู้สึกว่าการกินข้าวและแป้งมากเกินไป ต้องการ
บาลานซ์สารอาหารให้เหมาะสมกับร่างกายและสุขภาพ
- คนที่หิวบ่อยระหว่างวันและรับประทานเร็ว
- ผู้ที่มีภาวะก่อนเบาหวาน หรือผู้ที่เป็นเบาหวานชนิด
ที่ 2 และผู้ที่เป็นเบาหวานขณะตั้งครรภ์

การรับประทานอาหารแบบการจัดลำดับนั้น ไม่ได้เป็น
สูตรตายตัวว่าแต่ละคนจะเหมาะสมกับการกินใยอาหาร
หรือโปรตีนก่อน เราต้องทดลองด้วยตัวเองว่าการจัดลำดับ
แบบไหนเหมาะกับตัวเรา ร่างกายของเรา ตลอดจนการใช้ชีวิต
ประจำวันของเราที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ สิ่งสำคัญที่จะลืม
ไม่ได้ คือ ปริมาณอาหารในแต่ละส่วนที่เรารับประทานเข้าไป
มากกว่า ถ้ารับประทานแป้งหรือขนมหวาน ผลไม้ ในปริมาณ
ที่มากเกินไป ใยอาหารหรือโปรตีนก็ไม่สามารถทำให้
น้ำตาลในเลือดไม่พุ่งสูงได้เลย ตลอดจนการขยับร่างกาย
ออกกำลังกาย ล้วนมีส่วนช่วยในการควบคุมน้ำหนักด้วย

ตัวอย่างการรับประทานอาหารแบบการ จัดลำดับในชีวิตประจำวัน

- อาหารไทย ผักนึ่งลวก ผักกาดขาวลวก ถั่วงอกลวก
แตงกวา > ปลาทุททอด > น้ำพริก > ข้าวกล้อง > ขนมหวาน
ผลไม้
- อาหารฝรั่ง สลัดผักใบเขียว น้ำสลัดแบบใส > สเต็กเนื้อ
> มันฝรั่ง > ขนมหวาน
- สุกี้ ชาบู ผักใบเขียวลวก > เนื้อหมู เนื้อวัว ไข่ลวก
> ข้าวหรือเส้น > ขนมหวาน ผลไม้ ■

ลาบเนียม

LARB NIYOM

ใครกำลังมองหาร้านอาหารอีสานเจ้าใหม่ ๆ รสแซ่บ "ลาบเนียม" เกษตร-นวมินทร์ คือพิกัดที่ไม่ควรพลาด ด้วยเมนูอีสานแท้ รสชาติดั้งเดิม เติมความสร้างสรรค์ แต่ละเมนูให้ดูพรีเมียมขึ้น แต่ยังรักษาความแซ่บ นัวแบบดั้งเดิมเอาไว้ แต่ละเมนูราคาสบายกระเป๋า เริ่มต้นเพียง 60-90 บาท ท่ามกลางตัวร้านที่ตกแต่งสไตล์วินเทจสำหรับโมเดิร์น ให้บรรยากาศเป็นกันเอง เหมาะสำหรับตั้งวงสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนหลังเลิกงาน หรือเป็นมื้อค่ำสำหรับครอบครัวในวันสบายๆ

ออเดอร์ฟลาว ▶

เสิร์ฟกับเครื่องเคียงผักลวก หนุ่ยฮอย หนูกอด และแคบหมู ที่ขาดไม่ได้ น้ำพริกแจ่วบอง รสชาติโดนใจ 219.-



ตำข้าวโพด ▶

เมนูลับตำแบบง่าย ๆ ก็มีให้เลือกเช่นกัน ในราคาเบาๆ รสหวานอมเปรี้ยว ไม่เผ็ดจัด 89.-



◀ แกงผักหวานไข่มดแดง

ความเปรี้ยวของไข่มดแดงที่ผสานรสลา ร้าอ่อนๆ สมุนไพรที่เผ็ดร้อน ให้ความกลมกล่อม ไม่เผ็ดจัด 129.-

ลาบเนียม รสเด็ดอีสานแท้ ราคาโดนใจ ไว้มอบอุ่น



คอหมูย่าง ▲

คอหมูย่าง หอม เนื้อไม่ติดมัน
มากเกินไป ทำให้ไม่เลี่ยน
น้ำจิ้มแจ่วรสชาติดี
99.-



▲ ตำมั่วเส้นเล็ก

รสหวานนำนิดๆ แต่มีความเผ็ด เมื่อรวมกับ
ความเค็มและเปรี้ยว ถือว่าลงตัว กลิ่นปลาร้า
ไม่แรง
99.-



กุ้งฝอยทอดกรอบ

เมนูที่เหมาะกับอากาศกลับ
เบียร์ ชีส มะนาวลงไปเล็กน้อย
ตัดเค็ม ยิ่งกินยิ่งเพลิน หยดไม่ได้
99.-

เวลาทำการ

Monday-Thursday:

12.00 - 23.00

Friday-Sunday:

12.00 - 24.00

พิกัด: **36/4 ติดถนนใหญ่ก่อนถึง
นวนมิตร119 (ฝั่งตรงข้ามตลาด
ปิฎกวิกรม) เขตบึงกุ่ม กทม.**

FB: ลาบเนียม Larbniyom



ก้อยเนื้อ ▶

ก้อยเนื้อบิ๊บบะนาว รสจัดจ้าน นัวมาก
เนื้อไม่เหนียว และไม่เหนียวเลย
99.-



ลาบเสื่อคว ▲

เมนูขายดีมาของทางร้าน เนื้อกึ่งสุกกึ่งดิบ
คลุกข้าวคั่วสไตส์ลาบ ใส้ดีเต็มรสขมตัดเค็ม
และเผ็ด รสชาติอร่อยลงตัว
99.-

ไม่เพียงเมนูรสเด็ด ยังมีเครื่องดื่มอีกหลากหลาย
**พร้อมโซนบาร์ ดนตรีสด และทุกวันเสาร์
ยังมีดีเจด้วย** ถือเป็นร้านมาใหม่ไฟแรงที่บอกได้เลยว่า
ถ้าลองแล้วจะติดใจ ■



RECOMMENDED

แนะนำภาพยนตร์เติมความสดใสให้หัวใจ

ท่ามกลางบรรยากาศเหงๆ ที่ดูเศร้าสร้อยในช่วงฤดูฝน เราจะมาแนะนำหนังสืตลเบาสมอย่างคอมเมดี้หรือโรแมนติก-คอมเมดี้กันบ้าง เพื่อเติมความสดใสให้หัวใจของชาวสิงห์ใครกำลังหาหนังที่ส์รฟเสียงหัวเราะไม่ต้องคิดเยอะ จัดความบันเทิงเน้นๆ ลองดู 7 เรื่องเหล่านี้ รับรองว่าจะเข้าไปอยู่ในลิสต์หนังเรื่องโปรดได้ไม่ยาก



Fool's Gold

กำกับ: Andy Tennant

เบน ฟินเนแกน นักล่าสมบัติผู้คลั่งไคล้การตามหาสมบัติโบราณที่สาบสูญไปในทะเล และเพราะมัวแต่ล่าสมบัติ ทำให้ เทสส์ ภรรยาของเขาตัดสินใจหย่า และหนีไปทำงานบนเรือยอร์ชสุดหรู แต่แล้วเบนดันค้นพบเบาะแสสำคัญชิ้นใหม่ที่จะนำไปสู่สมบัติพินล้านเขาจึงต้องทำทุกวิถีทางเพื่อขอความช่วยเหลือจากอดีตภรรยา แต่งานนี้ไม่ได้มีแค่พวกเขา เพราะมีแก๊งมาเฟียที่จ้องจะสูบสมบัติอยู่เช่นกัน เป็นหนังที่รวมแนวโรแมนติก-คอมเมดี้-ผจญภัย เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งดูสนุกและได้ความบันเทิงอย่างเต็มที่



Groundhog day

เขียนบ: Danny Rubin และ Harold Ramis

ฟิล นักข่าวพยากรณ์อากาศที่นิสัยแหย่และมองโลกแง่ร้าย เขาต้องไปทำข่าวเทศกาล "วันกราวด์ฮอก" ณ เมืองชนบทเล็กๆ ในวันที่ 2 กุมภาพันธ์ แต่แล้วเรื่องประหลาดก็เกิดขึ้น เมื่อตื่นขึ้นมาในเช้าวันถัดไป ฟิลกลับพบว่าเขายังคงติดอยู่ในเช้าวันที่ 2 กุมภาพันธ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่า ไม่ว่าเขาจะพยายามหนีออกจากเมือง หรือทำพฤติกรรมสุดเหวี่ยงแค่ไหน เขาก็ไม่สามารถหลุดไปจากลูปเวลาซ้ำๆ นี้ได้ เรื่องนี้กลายเป็นหนังขึ้นหิ้งจากยุค 90s ที่เป็นหนึ่งในต้นแบบของหนังแนวติดลูปเวลานอกจากความฮาแล้วยังแฝงปรัชญาชีวิตไว้อย่างแยบยล



About Time

เขียนบ: Richard Curtis

ทิม ชายหนุ่มธรรมดาๆ ที่เพิ่งรู้ความลับจากพ่อของเขาว่าผู้ชายในตระกูลนี้ทุกคนมีความสามารถในการ "ย้อนเวลา" กลับไปแก้ไขอดีตของตัวเองได้ ทิมจึงตัดสินใจใช้พรสวรรค์นี้ในการตามหาความรัก จนได้พบกับ แมรี่ หญิงสาวที่ทำให้เขาคบหลุมรักตั้งแต่แรกเห็น แต่การย้อนเวลาเพื่อสร้างเส้นทางรักที่สมบูรณ์แบบกลับไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด และนำพาบทเรียนชีวิตที่เขาไม่มีวันลืม นอกจากความตลกแบบน่ารักๆ ของเรื่องราวเรื่องนี้ยังเป็นหนังที่ลึกลับขึ้นหิ้งที่เสพง่ายและได้รับความอบอุ่นใจ



นิตินันท์ คล้ายดัง

Graphic Designer

กลุ่มการตลาด Busu@nubon@elkoo@os@
บริษัท บุญรอดอินดัส จำกัด



As good as it gets

เขียนบท: Mark Andrus และ James L. Brooks

หนังโรแมนติกคอมเมดี้-ดราม่าที่กลมกล่อม ละเมียดละไมในการสร้างเสียงหัวเราะ ผสานกับความ ซาบซึ้งในความสัมพันธ์ของคนฟังๆ 3 คน “เมลวิน” นักเขียนนิยายโรแมนติกที่ชีวิตจริงเป็นคนปากร้าย ใจแคบ และเป็นโรคย้ำคิดย้ำทำจนไม่มีใครอยากเข้าใกล้ แต่โชคชะตาพาให้เขาต้องเข้าไปพัวพันกับ “แคโรล” พนักงานเสิร์ฟคุณแม่เลี้ยงเดี่ยวที่รับภาระหนักอึ้งและ ทนความแปลกของเมลวินได้ และ “ไซมอน” ศิลปินเกย์ เพื่อนบ้านที่เพิ่งผ่านมรสุมชีวิตครั้งใหญ่ ทั้งสามโคจรมา เจอกันและร่วมเยียวยาหัวใจของกันและกัน



White Chicks

กำกับ: Keenen Ivory Wayans

หนังล้อเลียนสุดฮาในยุค Y2K ที่เปิดดูก็ครั้งก็ยังจำท้องแข็ง และสร้างมิมได้ตลอด เป็นเรื่องราวของ เควิน และ มาร์คัส สองพี่น้อง FBI ที่ทำงานพลาดบ่อย แต่ยังได้รับโอกาสสุดท้าย เพื่อออกบูชื้อเสื้อ นั่นคือการคุ้มกันสองสาวทนายทระกูลดัง ไปงานปาร์ตี้ระดับท็อป แต่เหตุการณ์ไม่คาดฝันทำให้สองสาว ไม่มาปรากฏตัว งานนี้สองหนุ่ม FBI จึงตัดสินใจแปลงโฉมเป็น สองสาวแล้วไปร่วมงานซะเอง เรื่องนี้ถนัดสมองดูได้เลย แถม ทำให้เราคิดถึงบรรยากาศของเซเลบคนดังในยุค 2000s ด้วย



ธนิกา พิศาลพันธุ์
Project & Marketing Manager
(Singha Online)
บริษัท บุญรอดอินสตาดี จำกัด



Crazy Rich Asians

กำกับ Jon M. Chu

เรื่องนี้ดัดแปลงจากนิยายชื่อดังขายดีของ The New York Times โดยผู้เขียน เควิน ควอน เล่าเรื่องราว ของ ราเชล อาจารย์เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัย NYU ชาวอเมริกันเชื้อสายจีนที่ตัดสินใจเดินทางตามแฟนหนุ่ม ที่คบกันมาหนึ่งปีอย่าง นิค ไปงานแต่งงานเพื่อนสนิท ของเขาที่สิงคโปร์ และต้องพบเจอครอบครัวของนิค เป็นครั้งแรก ซึ่งราเชลไม่รู้มาก่อนว่าเป็นครอบครัวที่ ร่ำรวยที่สุดในประเทศ ปัญหาคือแม่ของนิคคิดว่าเธอ ไม่คู่ควรกับลูกชายแม้แต่หน่อย



Eternity

เขียนบท: David Freyne และ Pat Cunnane

หนังที่สะท้อนภาพความสัมพันธ์ในชีวิตจริงได้ดี และมีพล็อตแหวกแนว โดยเรื่องราวเริ่มขึ้นในสถานี สับเปลี่ยนวิญญาณหลังความตาย ซึ่งดวงวิญญาณจะกลับ ไปอยู่ในร่างของช่วงชีวิตที่พวกเขามีความสุขที่สุด ซึ่ง โจน หญิงสาวที่เพิ่งตาย มีเวลาเพียง 7 วัน ในการต้องเลือก สิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต ระหว่างรักแรกที่หัวใจไม่เคยลืม หรือ รักสุดท้ายที่ผูกพันกันด้วยความจริงใจ ความรักแบบไหน ที่เธอต้องเลือกให้อยู่กับเธอไปชั่ววันรันดร์



ณลินี สิทธิเสนา
กองบรรณาธิการ (ผู้จัดการ)
บริษัท บุญรอดนิววอร์ จำกัด



PORCH PATHASETH
นักร้องนักแต่งเพลงที่โดดเด่นด้วยดนตรี Acoustic-Pop ผ่านเสียงร้องอบอุ่นและเนื้อเพลงที่จริงใจ



Bell Warisara
สไลด์ลูกสาวสุดใส่อารมณ์เป็น Real Artist เต็มตัว ด้วยแนวคิดที่โตขึ้นและ Identity ที่ Unfiltered สุดๆ



ZIYEN
โดดเด่นด้วยคาแรกเตอร์ชัด และมีความเป็น Performer



Ployé
ศิลปินสไตล์อินดี้-ป๊อป ผสมกลิ่นอาย R&B และ Soul สะท้อนตัวตนของความเป็น "สาวช่างฝัน" เป็นหนึ่งในศิลปินรุ่นใหม่ที่กำลังสร้างพื้นที่ของตัวเองในสายดนตรี Mood-Driven อย่างโดดเด่น



KRYPTONYTE
วงดนตรีเจนซีทีเติบโตจากเวทีประกวดสู่การเป็นศิลปินเต็มตัว ในฐานะวงดนตรีรุ่นใหม่ที่มีพลัง ความเป็นกัน และชาวร่วมสมัยที่น่าจับตา



Salty Salmon
วงดนตรีที่มีนิยามแนวเพลงของตัวเองว่าเป็น Cinematic Pop ต่อยอดอารมณ์แบบหนึ่งผ่านดนตรีที่ให้ความสำคัญกับ Mood และ Emotional Journey



Beam Voranan
ศิลปินหญิงที่ฉีกกรอบป๊อปเดิมๆ ด้วยแนวทาง R&B ผสม City Pop ที่โมเดิร์น มีชีวิตชีวา ฟังง่าย และเข้าถึงอารมณ์ในชีวิตประจำวัน



DEBEST
เป็นศิลปินสายร็อกด้าน ได้ทั้งร้อง เต้น และการแสดง



Jūji
กลุ่มอินดี้ป๊อปเจี๊ยงจากเชียงใหม่ที่ได้ขึ้นเวทีระดับอินเตอร์มาแล้วมากมาย ถือเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญของ Melodic Corner ในการขยายพื้นที่ดนตรีทางเลือกของไทย



Something Sweet
วงดนตรีอินดี้-ป๊อปรุ่นใหม่มีเอกลักษณ์ที่น่ากลืนอาย เพลงไทยยุค 80's มาตีความใหม่ในแบบร่วมสมัย พร้อมด้วยไลน์อัพเครื่องดนตรีที่หลากหลายและจังหวะที่มีสีสัน



Fortune Keiths
ศิลปินหญิงจากโปรเจกต์ NEW KIDS IN THE BOXX ที่ก้าวสู่เส้นทางศิลปินเดี่ยวภายใต้สไตล์ Indie-Pop ผ่านบทเพลงที่สะท้อนอารมณ์ได้อย่างชัดเจน



Steak n' Co
ผู้ชนะจากโครงการ "ME Records ตามหาคน ME ของ" ใช้เสียงดนตรีเป็นพื้นที่เล่าเรื่อง ความสัมพันธ์ พร้อมชาวดนตรีร่วมสมัยที่ฟังสบายและเต็มไปด้วยรายละเอียด



BBRACE
คู่หูดูโอ้ที่มาร่วมพลังของ Performance และความบันเทิงกับไลน์อัพ



ARTY
ศิลปินที่สร้างสรรค์ผลงานด้วยตัวเองตั้งแต่แต่งเพลง ไปจนถึงกำกับภาพ โดดเด่นด้วยชาวดนตรีป๊อป สะท้อน DNA ของ Melodic Corner ที่เชื่อในดนตรีไร้พรมแดน



The Publish
วง Alternative ที่ไม่เคยนิยามตัวเองว่าเป็นวงดนตรีแนวไหน ให้ความสำคัญกับเนื้อเพลง ที่อยากจะสื่อสารมุมมองของวงพร้อมทดลองและผสมผสานชาวดนตรีใหม่ๆ

Rookies บ้าน MUZIK MOVE

จาก 6 ค่ายในปี 2026 คลื่นลูกใหม่ที่น่าจับตา ด้วยพลังดนตรีและตัวตน

Muzik Move ภายใต้แนวคิด Connex ที่มุ่งสนับสนุนเส้นทางอาชีพของศิลปินให้เติบโตได้จริงและยั่งยืน ขอแนะนำ "Rookie Artists" 13 ศิลปินรุ่นใหม่จากทั้ง 6 ค่ายเพลงในเครือที่จะก้าวขึ้นมาเป็นกำลังสำคัญของวงการเพลงในอนาคต

ชวนทุกคนร่วมติดตามผลงานของเหล่า Rookie ทั้ง 13 ศิลปินจาก 6 ค่ายในเครือ Muzik Move ที่จะเป็นแรงบันดาลใจลูกใหม่ของวงการเพลงไทยตลอดปีนี้

ใหม่

HARU



FRUIT TEA

จับความซึล ฟรุ๊ตละมุนสดชื่น



フルーティー



Purrá

100% NATURAL MINERAL WATER