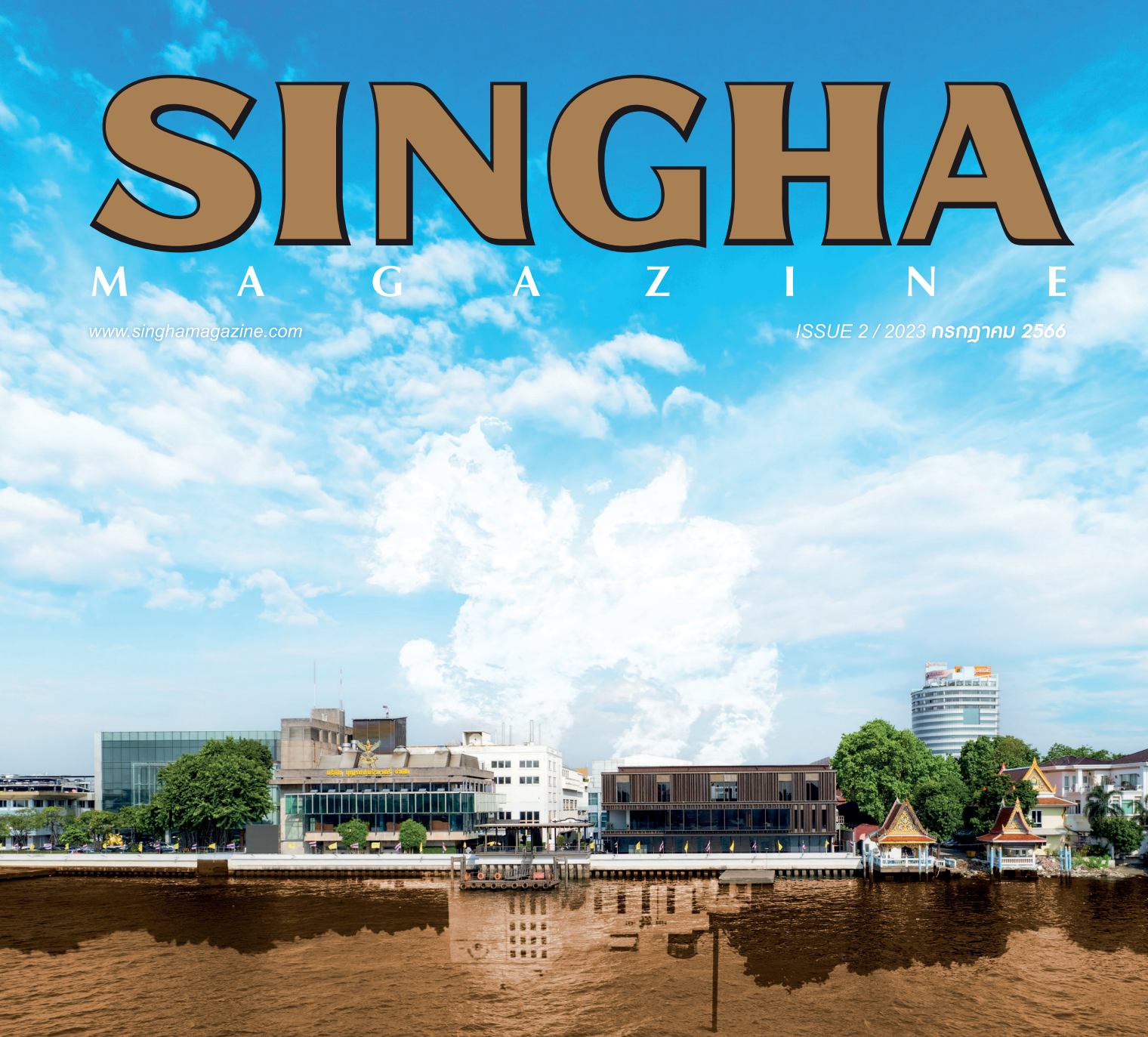
SINGHA

MAGAZINE

www.singhamagazine.com

ISSUE 2 / 2023 กรกฎาคม 2566



90th Anniversary Boon Rawd Brewery
Special Issue

THEN & NOW

BOON RAWD BREWERY

มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี
สืบสานปณิธานแห่งผู้ก่อตั้ง
จากอดีตถึงปัจจุบัน

PHOTO GALLERY
ความทรงจำที่รำลึกผ่านของสะสม
ตลอด 9 ทศวรรษ

INTERVIEW
WITH SINGHA NEW BLOOD
คุยกับชาวสิงห์เลือดใหม่ในวาระ 90 ปี

DIGITAL VERSION

นิตยสารภายในเพื่อชาวบุญรอด



แผนผังทางเดินรถจากหน้าประตูใหญ่เดิม (แถวหน้าตึกเทรดดิ้งปัจจุบัน) ผ่านอาคารหม้อต้ม 1 (ฝั่งบนของแผนผัง) และโรงผลิตไฟฟ้า (ฝั่งล่าง ซึ่งคือตึกไอทีในปัจจุบัน) สุดด้านซ้ายเป็นวงเวียน (ลานพิพิธภัณฑ์สิงห์ในปัจจุบัน) สิ้นสุดที่ท่าน้ำ แล้ววนกลับ เขียนโดย พระยาภิรมย์ภักดี



แผนผัง ทางเดินรถ

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมกับสภากาชาดไทย
ขอเชิญคนหัวใจสิงห์ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการให้ที่ไม่สิ้นสุดในโครงการบริจาคโลหิต

ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย

900,000 CC

BOON RAWD BREWERY

90 ปี บุญรอดฯ

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ชวนคุณมาร่วมบริจาคโลหิต
ในโครงการ **“900,000 ซีซี 90 ปี บุญรอดฯ”** เพื่อเป็นการ
เฉลิมฉลองการครบรอบ 90 ปี บุญรอดฯ

วิธีร่วมโครงการ 3 ขั้นตอนง่ายๆ

1. ไปบริจาคโลหิต
ตามความสะดวกของท่าน ณ ศูนย์บริจาคโลหิต
ทั่วประเทศ อาทิ รพ.รัฐ, สภากาชาดไทยประจำ
จังหวัด, หรือสถานที่ที่บริษัทฯ จัดให้

2. ส่งรายงานผลแบบออนไลน์
เฉพาะการบริจาคโลหิตที่ส่งรายงานผล
เท่านั้น ที่จะนับในยอด 900,000 ซีซี

3. รับของที่ระลึก
ผู้บริจาคโลหิตทุกท่านได้รับ
ของที่ระลึกสุดพิเศษ!

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ

- พนักงานในเครือบุญรอดฯ
- ครอบครัวพนักงาน
- บุคคลทั่วไปที่สนใจ

ระยะเวลาโครงการ

1 เมษายน – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2566

<< สแกนเพื่อรายงานผล
การบริจาคเลือด และแจ้ง
สิทธิ์รับของที่ระลึก

BG

SINGHA ESTATE

ติดต่อสอบถาม: รุ่งทิวา 08-9496-1152, พงศกร วรกิตติมาลี 08-0447-9494, เจษฎา 08-1803-9063, พรทิพย์ 08-1668-3822

บทบรรณาธิการ

ขอคำแรก



สรวิช ภิรมย์ภักดี

กรรมการ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด

และบรรณาธิการ สิงห์ แมกกาซีน

ที่รองแก้วลายหนุมานคาบศร
ทำขึ้นในช่วงเปิดบริษัทบุญรอดฯ
เมื่อปี พ.ศ. 2476



วันที่ 4 สิงหาคมนี้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จะครบรอบ 90 ปี บริบูรณ์ นึกถึง 90 ปี นี่เป็นเวลาที่ยาวนานมากนะครับ มองกลับไปก็จะเห็นว่าเราผ่านทั้งทุกข์และสุขมาเยอะมาก ๆ ทำให้เห็นว่าการมองกลับไปในอดีตเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะจะรู้คุณค่าของทั้งเวลาที่ใช้ไป ประสบการณ์ที่ได้มา และกว่าจะมาถึงจุดนี้ ทั้งคนและบริษัทฯ ก็ผ่านอะไรมามากมายที่เป็นบทเรียนให้ทุกคนได้ดี หลายคนอาจจะลืมไป มอง ณ จุดนี้ก็เห็นความสำเร็จแล้ว แต่กว่าจะมาถึงจุดนี้ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด มีทั้งสถานการณ์โลกและสถานการณ์ประเทศที่เราไม่สามารถคอนโทรลได้ หรือการเดินผิดเดินถูกที่เราได้ผ่านมา เสริมจุดนั้น แก้จุดนี้ ทำให้สิงห์เป็นสิงห์ และบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ค่อย ๆ ขยายธุรกิจและเติบโตมาถึงปัจจุบันได้ เรื่องราวทั้งหมดชาวสิงห์ก็ทราบกันดีอยู่แล้ว แต่หากไม่ทราบเรามีหนังสือประวัติบริษัทฯ และท่านผู้ก่อตั้งให้อ่านได้หลายเล่มครับ ติดต่อทางทีมสิงห์ แมกกาซีน ได้ทุกเมื่อนะครับ

เล่มนี้เราเลยขอนำเสนอเรื่องเบา ๆ เป็นการรวมภาพเก่า ๆ มาเทียบกับปัจจุบันให้ดูนิดหน่อย เป็นน้ำจิ้มก่อน เพราะทางทีมงานของคุณทิม ทิพวดี ร่วมกับสิงห์ แมกกาซีน ก็จะเริ่มมีการปักป้ายบอกเล่าเรื่องต่าง ๆ จากอดีตถึงปัจจุบัน ตามสถานที่ต่าง ๆ รอบพื้นที่สามเสน ให้ทุกคนได้รับรู้ถึงอดีตและเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจนะครับ นอกจากนี้ ในเล่มนี้ก็มีการแสดงภาพของข้าวร่วยจากสมัยก่อน ที่บางคนเห็นแล้วก็จะทึ่งหน่อยว่าเราแจกของแบบนี้ในอดีต แต่ด้วยเวลาที่ผ่านไป เจอการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ เรื่อง ก็ทำให้ของขวัญจากอดีตเป็นอดีตที่ไม่หวนกลับมา

พูดถึงอดีต หลายคนก็จะหาวหวอด มากคนก็รู้สึกว่าเป็นเรื่องน่าเบื่อ และอีกหลายคนคงจะไม่สนใจหรือเห็นความสำคัญมากนัก ดูจะเป็นจุดอ่อนของเราชาวไทย แต่หากได้มองกลับไป ก็จะรู้ว่ากว่าสิงห์จะเป็นสิงห์ไม่ใช่เรื่องง่าย และตั้งแต่สมัยพระยาภิรมย์ภักดี ก็เริ่มต้นหลายสิ่งหลายอย่างก่อนใครเพื่อน เพราะไม่หยุดที่จะหาธุรกิจมาเสริมธุรกิจเดิม เช่น ตั้งแต่ก่อตั้งโรงเบียร์ ท่านเจ้าคุณก็คิดที่จะทำโรงผลิตขวดแก้วแล้วนะครับ ซึ่งรัฐบาลในสมัยนั้นไม่อนุญาต แต่ในที่สุดเราก็มีโรงแก้วเองแล้วหลายสิบปีให้หลัง หรือเครื่องดื่มนอน-แอลกอฮอล์ ท่านก็ทำมาแล้ว ก่อนที่จะยุติไปหลังจากที่น้ำดำเข้ามาในไทย เช่นเดียวกับประวัติศาสตร์ของประเทศชาติเอง หากมองกลับไปก็จะเห็นว่ามีหลายสิ่งหลายอย่างที่เคยเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า และด้วยคนไทยไม่ได้มองกลับไปในอดีตมากนัก ก็เลยยังมีเหตุการณ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าต่อไป พูดแค่นี้พอ เพราะเดี๋ยวจะกลายเป็นเรื่องการเมืองไป

นอกจากเรื่องธุรกิจแล้ว พระยาภิรมย์ภักดีก็มองถึงการให้ความช่วยเหลือแก่สังคม ซึ่งท่านได้ให้มาตลอดก่อนที่โลกจะมีคำระบุให้ หรือพอมาถึงสมัยนี้กลายเป็นสิ่งที่ต้องทำไป แต่ทางเราก็ยังปฏิบัติเหมือนเดิมครับ จึงขอนำเรื่องมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีมาเล่าให้ฟังกัน เพราะเป็นการสานต่อเจตนาของท่านเจ้าคุณที่เห็นว่า เราทุกคนควรมีการแบ่งปันให้ความช่วยเหลือแก่คนชาติเราเองด้วยเมื่อทำได้ ไม่ต้องวัดกันว่าจะต้องให้กันขนาดไหน หรือต้องมาบอกกล่าวโฆษณากันมากมายแบบในสมัยนี้ ถ้าจะนับกันจริง ๆ เราก็ทำมากว่า 100 ปีแล้วนะครับ อ่านในหนังสือ 150 ปี พระยาภิรมย์ภักดี ได้ครับ

การเปลี่ยนแปลงถือเป็นเรื่องปกติและมีมาตลอด หากมองกลับไปก็จะมีการเปลี่ยนแปลงทุกยุคทุกสมัย นึกถึงตัวเองก็มองโลกไม่เหมือนกับรุ่นพ่อแม่เราแล้ว และน่าจะยิ่งผิดไปจากรุ่นปู่ย่าตายายด้วยอีก แต่พื้นเพของวัฒนธรรม ของความเป็นไทยก็น่าจะยังอยู่นะครับ เล่มนี้ก็ได้ให้โอกาสสิงห์เลือดใหม่แสดงความคิดเห็นที่มีทั้งแตกต่าง มีทั้งคล้ายคลึงกับรุ่นก่อน แต่ท้ายสุด เราทุกคนก็ต้องปรับเข้าหากัน ผสมผสานความใหม่และเก่าเพื่อความเจริญก้าวหน้าที่มีรากฐานหนาแน่น

สุดท้ายนี้ ก็ขอ Happy 90th Birthday บริษัทฯ นะครับ เรียกได้ว่าเป็น 90 years young เพราะการปรับให้เข้ากับโลกทุกสมัย

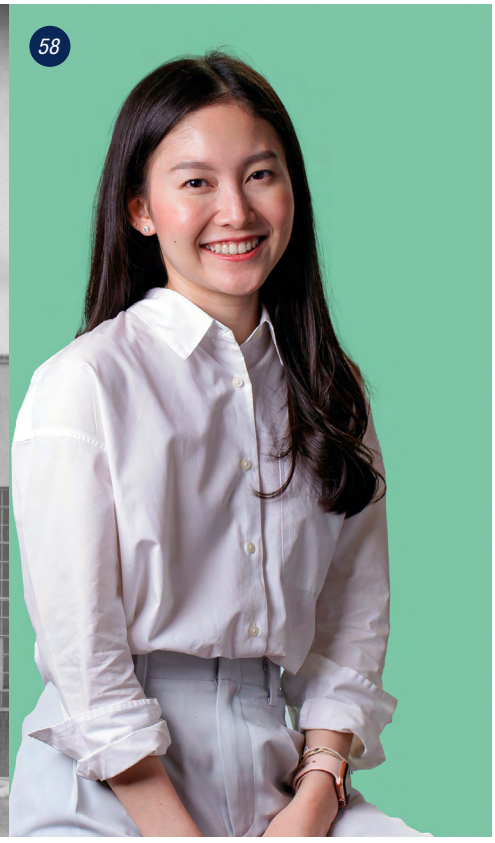




INDEX

90th ANNIVERSARY BOON RAWD BREWERY





SINGHA

2 ***ภาพเก่าเล่าเรื่อง***
ย้อนรอยอดีต ส่องประวัติศาสตร์อันยาวนานของบริษัทฯ ผ่านสิ่งของหรือภาพถ่ายแห่งความทรงจำ

8 ***ข่าวสารกิจกรรม***
รวบรวมเก็บตกความเคลื่อนไหวภายในรั้วบ้านสิงห์ พร้อมประกาศกิจกรรมและสกู๊ปพิเศษจากหน่วยงานต่างๆ ฉบับนี้พบกับสกู๊ปพิเศษ “90 ปีบุญรอดฯ 90 ปีวิถีสิงห์” โดยทีมงาน Singha Way

24 ***มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี สืบสานปณิธานแห่งผู้ก่อตั้ง จากอดีตถึงปัจจุบัน***
ด้วยปณิธาน “จิตอาสา” ของพระยาภิรมย์ภักดี “มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี” จึงถือกำเนิด เพื่อสานต่อพลังแห่งการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

30 ***Then and Now***
เผยภาพ ณ ช่วงเวลาหนึ่งในอดีตของบริษัทฯ ที่น้อยคนจะเคยได้เห็น

38 ***Photo Gallery ความทรงจำที่รำลึกผ่านของสะสมตลอด 9 ทศวรรษ***
รวมภาพของสะสมและของที่ระลึกของบริษัทฯ ตลอด 90 ปีแห่งความทรงจำ

58 ***Interview with Singha New Blood***
คุยกับชาวสิงห์เลือดใหม่ในวาระ 90 ปี



SINGHA MAGAZINE

ISSN 1686-4085

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด พ.ศ. 2566 ผู้ใดต้องการทำซ้ำหรือดัดแปลงเพื่อเผยแพร่ กรุณาติดต่อเพื่อขออนุญาตที่บรรณาธิการโดยตรง

บรรณาธิการ
สรวิช ภิรมย์ภักดี

กองบรรณาธิการ
สิตา พงษ์วิทยาวรงค์

กราฟิกดีไซเนอร์
มัลลิกา คิม
สารเดช สุวรรณประสิทธิ์

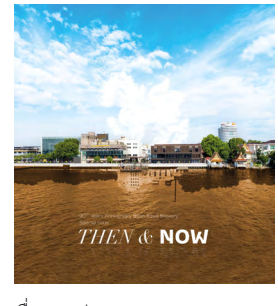
โฆษณาและการตลาด
รชาดา บุณยปรัตยุษ

ประสานงาน
ณภาญาดา สายบัว

ช่างภาพกิตติมศักดิ์
อร่าม อินทรภิรมย์

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



เรื่องจากปก: Then and Now



ผู้บริหารร่วมเข้าเฝ้าฯ ในการพระราชพิธีทรงบำเพ็ญพระราชกุศลทักษิณานุปทาน เฉลิมฉลองวาระครบรอบ 100 ปี วันประสูติ “กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์”

6 พฤษภาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินแทนพระองค์ ไปในการพระราชพิธีทรงบำเพ็ญพระราชกุศลทักษิณานุปทานเฉลิมฉลองวาระครบรอบ 100 ปี วันประสูติ และประกาศถวายสดุดีเฉลิมพระเกียรติคุณ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ในการนี้ นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และ นายสรวิช ภิรมย์ภักดี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมเข้าเฝ้าทูลละอองพระบาทรับเสด็จด้วย ณ พระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ในพระบรมมหาราชวัง ■



บุญรอดฯ ร่วมถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี

3-4 มิถุนายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

เนื่องในโอกาสมหามงคลวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี คณะผู้บริหารระดับสูง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมถวายพระพรชัยมงคลและแสดงความจงรักภักดีในพิธีการต่าง ๆ ดังนี้

- **เข้าเฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทรับเสด็จ** พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ในการนี้ นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหาร และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เข้าร่วมพระราชพิธี
- **พิธีลงนามถวายพระพร** โดย นายเพิ่มพูน ไกรฤกษ์ กรรมการ พร้อมด้วย นายปิติ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ และ นายธนะวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ร่วมลงนามถวายพระพรชัยมงคล และถวายแจกันดอกไม้หน้าพระฉายาลักษณ์ ณ ศาลาสหทัยสมาคม
- **พิธีทำบุญตักบาตรพระสงฆ์ 146 รูป ถวายเป็นพระราชกุศล** โดย นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้แทนบริษัทฯ เข้าร่วมพิธี ณ ท้องสนามหลวง
- **พิธีถวายเครื่องราชสักการะและถวายพระพรชัยมงคล** โดย นายสรวิช ภิรมย์ภักดี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้แทนบริษัทฯ เข้าร่วมพิธี ณ ท้องสนามหลวง

นอกจากนี้ ในช่วงเช้าของวันที่ 4 มิถุนายน นายสรวิช ภิรมย์ภักดี ได้เชิญพานพุ่มทอง พานพุ่มเงิน ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแด่สมเด็จพระนางเจ้าฯ ผ่านผู้แทนพระองค์ เพื่อแสดงความจงรักภักดี ณ บริเวณหน้าประตูภูธรลีลาศ พระลานพระราชวังดุสิต ■



ลีโอ คว้า 2 รางวัล เวที Thailand Social Awards 2023

22 กุมภาพันธ์ 2566 I กรุงเทพมหานคร

แบรนด์ลีโอกวาด 2 รางวัล ได้แก่ รางวัลแบรนด์สร้างผลงานยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย (Finalist Best Brand Performance on Social Media) และรางวัลช่องแบรนด์ยอดเยี่ยมบนยูทูบ (Best Brand Channel on YouTube) จากเวที Thailand Social Awards ครั้งที่ 11 งานประกาศรางวัลโซเชียลที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ซึ่งมอบให้แก่แบรนด์สินค้าและบริการที่สร้างผลงานโดดเด่นในด้านการทำแคมเปญการตลาด การสื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ■



เพอร์ร่า จับมือ ปอม ชาน เปิดตัว Purra Paradise ลิมิเต็ด คอลเลคชั่น

10 มีนาคม 2566 I ทั่วประเทศ

"Purra Paradise" Limited Collection จากน้ำแร่เพอร์ร่าที่จะพาคุณไปสัมผัสเรื่องราวความมหัศจรรย์ของธรรมชาติ ด้วยดีไซน์อันเป็นเอกลักษณ์ของศิลปิน POMME CHAN (ปอม ชาน) มีด้วยกัน 3 ดีไซน์ ได้แก่ Morning ที่ผสานเฉดสีของเวลารุ่งเช้าขณะพระอาทิตย์กำลังขึ้น พร้อมดูแลคุณในทุกการเริ่มต้นของวันใหม่ Daytime ใช้เฉดสีช่วงกลางวันผสานลายเส้นเกลียวคลื่น และ Nighttime ที่สะท้อนเสน่ห์ความน่าค้นหาของธรรมชาติยามค่ำ จำหน่ายแล้ววันนี้ที่ 7-11 ทั่วประเทศ และยังมีชุดแก้วน้ำให้ได้ร่วมสะสมกันอีกด้วย ■



ปิดเทศกาล "ดนตรีในสวน สมัยกาลที่ 30"

19 ก.พ. 66 I กรุงเทพมหานคร

นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมงานปิดเทศกาลดนตรีในสวน สมัยกาลที่ 30 ซึ่งเปิดเวทีด้วยการบรรเลงเครื่องดนตรีฮาร์ป โดยนักเรียนโรงเรียนดนตรีบางกอกซิมโฟนี (RBSS) ในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ที่มีอายุใกล้เรียงตั้งแต่ 3 ขวบ จนถึง 15 ปี ต่อด้วยการบรรเลงเพลงจากวงรอยัล แบงค์คอก ซิมโฟนี ออร์เคสตร้า ก่อนปิดท้ายการแสดงด้วยบทเพลง Radetzky March สร้างรอยยิ้มและความประทับใจ ก่อนพบกันใหม่อีกครั้งในปลายปี 2566 นี้



Ministry for Economic Affairs and Climate Action, Germany และหอการค้าเยอรมัน-ไทย เข้าเยี่ยมชม PTB

24 ก.พ. 66 I กรุงเทพมหานคร

Dr.Kristina Heußner, Ministry for Economic Affairs and Climate Action, Germany และหอการค้าเยอรมัน-ไทย โดย Mr. Markus Hoffmann และ Dr.Kamonsak Suradom เข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตเบียร์ และเยี่ยมเยือนการจัดอาชีวศึกษาทวิภาคีมาตรฐานเยอรมัน ณ บริษัท ปทุมธานี บริวเวอรี่ จำกัด



BGC จัดพิธีลงนามสัญญาเข้าซื้อกิจการ Prime

28 ก.พ. 66 I ปทุมธานี

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กลาส จำกัด (มหาชน) จัดพิธีลงนามสัญญาเข้าซื้อกิจการ บริษัท ไพร์ม แพ็คเกจจิ้ง (Prime) ผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนและม้วนฟิล์ม เพื่อขยายธุรกิจ Flexible Packaging ตามแผนยุทธศาสตร์มุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจบรรจุภัณฑ์ครบวงจร พร้อมสร้างการเติบโตอย่างแข็งแกร่งในระยะยาว โดยมี นายศิลปรัตน์ วัฒนเกษตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร BGC และ ดร.ยง หยวน ทัน กรรมการผู้จัดการ พร้อมด้วยคณะผู้บริหารจาก Prime ร่วมพิธีลงนาม ณ ห้องแถลงข่าว สนามบีจี สเตเดี้ยม



SBC ร่วมกับกรมการจัดหางานจัดทำโครงการส่งเสริมอาชีพคนพิการ ม.35

1 มี.ค. 66 I นครปฐม

SBC ร่วมกับกรมการจัดหางาน จัดทำโครงการส่งเสริมอาชีพคนพิการตามมาตรา 35 ให้กับผู้พิการในชุมชนหมู่ 7 และหมู่ 10 ต.บัวปากท่า อ.บางเลน จ.นครปฐม จำนวน 4 ครัวเรือน โดยได้สนับสนุนการเลี้ยงไก่ไข่ 2 บ้าน เลี้ยงเป็ดไข่ 1 บ้าน และจำหน่ายลูกชิ้นทอด 1 บ้าน ตามความถนัดในการประกอบอาชีพที่ผู้พิการหรือผู้ดูแลคนพิการสามารถทำได้ วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้พิการหรือผู้ดูแลคนพิการได้มีอาชีพและรายได้จากการประกอบอาชีพ













SBC จัดงานพิธียกเสาเอก ก่อสร้างโรงงานเบียร์ Small Brewery

24 มีนาคม 2566 I นครปฐม

นายภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พร้อมด้วย นายปิติ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายธนะวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส นายณัยณพ ภิรมย์ภักดี กรรมการ นายวีระชัย สาครวงศ์วัฒนา ที่ปรึกษา บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด คณะทำงานโครงการ คณะผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท สิงห์ เบเวอเรช จำกัด เข้าร่วมพิธียกเสาเอกและเสาโทก่อสร้างโรงงานเบียร์ Small Brewery เพื่อรองรับความต้องการการผลิต การพัฒนาและทดลองผลิตเบียร์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ■





ซานตา เฟ่ ฉลองครบรอบ 20 ปี เปิดตัวแคมเปญ “Santa Fe’ Happiness Trip”

27 มีนาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

ซานตา เฟ่ จับมือการรถไฟแห่งประเทศไทย เปิดตัวแคมเปญ “Santa Fe’ Happiness Trip” จัดรถไฟขบวนพิเศษ ดึงเชฟชั้นนำระดับประเทศมารังสรรค์เมนูสเต็กและอาหารสไตล์ Chef’s Table ด้วยวัตถุดิบพรีเมี่ยมบน 3 เส้นทางกับ 3 เชฟ ได้แก่ เชฟบิ๊ก-อรรถสิทธิ์ เชฟอู๋-จิตติกร และเชฟโย่ง-อาร์มแชร์ พร้อมคอนเสิร์ตสุดฟินจากศิลปินดัง ฉลองทริปความสุขเพื่อลูกค้าคนสำคัญของซานตา เฟ่ เริ่มจองตั๋วทริปพิเศษ 7 เม.ย. 66 ■



Singha Summer Camp ครั้งที่ 12

7 มี.ค. 66 I บริษัทในเครือทั่วประเทศ

Singha Summer Camp จัดขึ้นเป็นปีที่ 12 เพื่อให้เด็กและเยาวชนวัย 8-12 ปี ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในช่วงปิดภาคเรียน ส่งเสริมให้เด็กได้พัฒนาศักยภาพต่างๆ ของตนและอาจนำไปเป็นอาชีพในอนาคต รวมถึงเป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและชุมชน โดยเปิดการสอนแบ่งเป็น 3 ค่าย ได้แก่ ค่ายภาษาจีน-ภาษาอังกฤษ ค่ายศิลปะ และค่ายกีฬา แต่ละค่ายได้เชิญวิทยากรพิเศษชื่อดังมาร่วมบรรยายด้วย 1 ครั้ง ระยะเวลาดำเนินโครงการตั้งแต่ 18 มี.ค. 66 - 13 พ.ค. 66



สิงห์อาสา ลงพื้นที่ ป้องแปลงหญ้าทะเล ที่ใหญ่ที่สุดฝั่งอ่าวไทย

31 มี.ค. 66 I สุราษฎร์ธานี

สิงห์อาสา ร่วมกับ บริษัท สุราษฎร์ธานี เบเวอเรช จำกัด เครือข่ายมหาวิทยาลัย 18 สถาบันในพื้นที่ภาคใต้และภาคตะวันออก กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กลุ่มประมงพื้นบ้านในพื้นที่ ลงพื้นที่เกาะเสร็จ ต.พุมเรียง อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี เพื่อดูแลแปลงหญ้าทะเลผืนใหญ่ที่สุดฝั่งอ่าวไทย และฟื้นฟูระบบนิเวศทางทะเลควบคู่กับการดูแลคุณภาพชีวิตคนในชุมชนอย่างยั่งยืนในโครงการ “สิงห์อาสาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางทะเล” โดยมีการปลูกหญ้าทะเลกว่า 10,000 ต้น ปลูกป่าชายเลน 5,000 ต้น และปล่อยพันธุ์ปูม้ากว่า 100,000 ตัว



PTB มอบรถเข็นวีลแชร์ ให้โรงพยาบาลธรรมศาสตร์ เฉลิมพระเกียรติ

14 มี.ค. 66 I ปทุมธานี

สิงห์อาสา ร่วมกับ บริษัท ปทุมธานี บริวเวอรี่ จำกัด โดย นายปรีดา ตรันเจริญ ผู้จัดการฝ่ายบริหาร นางรจนา สมบัติเจริญนนท์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหารการบุคคลและธุรการ นายอำนาจ เร้าสูงเนิน ผู้จัดการแผนกการบุคคลและทีมงาน ลงพื้นที่มอบรถเข็นวีลแชร์ ไม้เท้า น้ำดื่มตราสิงห์ ให้กับ ผศ.นพ.ปรีดี นิมมานนิตย์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและงบประมาณ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



สิงห์ เอสเตท รับรางวัล Thailand's Most Admired Company จาก BrandAge

4 เม.ย. 66 I กรุงเทพมหานคร

สิงห์ เอสเตท ได้รับรางวัล Thailand's Most Admired Company สาขา "ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate CSR)" ในกลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นผลจากการสำรวจ 2022-2023 Thailand's Most Admired Company ของนิตยสาร BrandAge โดยในปีนี้มีคะแนนรวมเป็น TOP 3 ของกลุ่มบริษัทอสังหาริมทรัพย์เมืองไทย สะท้อนถึงความมุ่งมั่นขององค์กรที่พยายามส่งมอบคุณค่าสู่สังคมไทยเสมอมา และถือเป็นอีกหนึ่งเครื่องการันตีถึงความตั้งมั่นในปณิธานของ สิงห์ คอร์เปอเรชั่น บริษัทแม่ ในการสานต่อพันธกิจการรับผิดชอบต่อสังคม



บุญรอดฯ - โออาร์ เปิดตัว 2 ผลิตภัณฑ์ใหม่
กาแฟพร้อมดื่มอเมซอน และ ฮารุ Cold Brew Green Tea

30 มีนาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

บุญรอดฯ และ OR เปิดตัว 2 ผลิตภัณฑ์ใหม่ "ฮารุ Cold Brew Green Tea" และ "กาแฟพร้อมดื่มอเมซอน" โดยผลิตภัณฑ์ชาเขียวพร้อมดื่ม "ฮารุ" เป็นเครื่องดื่มชาเขียวระดับพรีเมี่ยมที่มีกระบวนการสกัดชาผ่านกรรมวิธี Cold Brew ให้ความสำคัญด้านอุณหภูมิและเวลาสกัดที่นานกว่าชาทั่วไป 2 เท่า มี 2 รสชาติ ได้แก่ สูตรปราศจากน้ำตาล และสูตรหวานน้อย จำหน่ายขวดละ 30 บาท ขณะกาแฟพร้อมดื่มอเมซอน เปิดตัวสู่ตลาดด้วย 3 รสชาติ ได้แก่ อเมซอนแบล็ค ราคาจำหน่ายขวดละ 29 บาท อเมซอนเอสเปรสโซ่ และอเมซอนลาเต้ จำหน่ายขวดละ 35 บาท เริ่มวางจำหน่ายเดือนเมษายนที่ร้าน 7-11 ■



สิงห์ ดึง 2 นักแข่ง F1 ระดับโลก ชวนคนไทยเชียร์ อัลฟ่า โรมิโอ เอฟวัน

3 เมษายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

สิงห์ คอร์เปอเรชั่น ในฐานะโกลบอลพาร์ทเนอร์กับทีมอัลฟ่า โรมิโอ เอฟวัน ทีมระดับตำนานของวงการฟอร์มูล่า วัน พาสองนักขับเอฟวันระดับโลก ได้แก่ วอลต์เตริ บอตตาส ยอดนักขับชาวฟินแลนด์ และ โจวกวนยู นักขับเอฟวันคนแรกของจีน ร่วมแถลงข่าว ณ หอประชุมใหญ่ บริษัทบุญรอดฯ เพื่อโปรโมทการแข่งขันฤดูกาลนี้ และร่วมชวนแฟนๆ มอเตอร์สปอร์ตชาวไทยส่งกำลังใจให้ทีมอัลฟ่า โรมิโอ เอฟวัน รวมทั้งเพื่อถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาเรื่องใหม่ของสิงห์ที่จะใช้ในหลายประเทศทั่วโลก ■







น้ำดื่มสิงห์ เปิดตัว “บิวกิ้น” พรีเซ็นเตอร์คนใหม่

เสริมภาพลักษณ์ น้ำดื่มที่ใช่ น้ำดื่มสะอาด

8 เมษายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

“น้ำดื่มสิงห์” ตอกย้ำจุดแข็งน้ำดื่มสะอาดที่มีมาตรฐานการผลิตด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะ Smart Micro Filter อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของน้ำดื่มสิงห์ มุ่งสื่อสารผู้บริโภคผ่านพรีเซ็นเตอร์คนใหม่ “บิวกิ้น — พุฒิพงศ์ อัสสรัตนกุล” ศิลปินและนักแสดงชื่อดังขวัญใจคนทุกเจน ในฐานะตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่มี Passion ความมุ่งมั่นในการทำสิ่งต่างๆ ที่ใช่สำหรับตนเองจนประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับจุดแข็งของแบรนด์ที่ต้องการให้ผู้บริโภคเลือกชีวิตที่ Smart ให้ตัวเอง เลือกน้ำดื่มที่ใช่ ต้องน้ำดื่มสะอาด น้ำดื่มสิงห์ โดยปีนี้ตั้งเป้ายอดขายเติบโต 15% คาดหวังส่วนแบ่งทางการตลาดที่ 22.2% ■



บุญรอดฯ ส่งกำลังใจสู่ทหาร ตำรวจตระเวนชายแดน เนื่องในวันสายใจไทย

7 เม.ย. 66 I กรุงเทพมหานคร

นายศรีล สุขุม นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ และ นางสาวทิพธิดา สุขุม ผู้แทนจากบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี มอบของขวัญและสิ่งของจำเป็น เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้เหล่าทหารและตำรวจที่ทุพพลภาพและได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด และมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ทำเป็นประจำอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 46 ปี เนื่องในวันสายใจไทย



SBC รับรางวัล นวัตกรรมการศึกษาเพื่อสังคม จาก สวทช.

10 เม.ย. 66 I นครปฐม

บริษัท สิงห์ เบเวอเรช จำกัด ได้รับรางวัล “นวัตกรรมการศึกษาเพื่อสังคม” จากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จากความสำเร็จในโครงการ TIME โครงการที่มอบโอกาสทางการศึกษาและโอกาสในการทำงานควบคู่กัน เป็นการสร้างและพัฒนาหลักสูตรร่วมกันระหว่างบริษัทฯ สวทช. และสถาบันการศึกษาชั้นนำ ช่วยดูแลค่าใช้จ่ายค่าเรียน ค่ากินอยู่ ค่าที่พัก และประกันสุขภาพ พร้อมฝึกงานจนจบการศึกษาของนักศึกษาตั้งแต่ระดับปวส. ปริญญาตรีจนถึงปริญญาโท รวม 208 ทุน ตลอด 6 ปีที่ผ่านมา ได้สร้างคนคุณภาพพร้อมทำงานได้ทันที และมีนักศึกษาบรรจุเข้าเป็นพนักงานบุญรอดฯ แล้ว 32 คน



900,000 ซีซี 90 ปีบุญรอดฯ รวมพลังคนหัวใจสิงห์

28 เม.ย. 66 I กรุงเทพมหานคร

โอกาสฉลองครบรอบ 90 ปี บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล ขอเชิญชวนชาวบุญรอดฯ ร่วมบริจาคโลหิต จำนวน 900,000 ซีซี โดยสามารถบริจาค ณ ศูนย์บริจาคโลหิตทั่วประเทศ หรือสถานที่ที่บริษัทฯ จัดให้ ณ สำนักงานใหญ่สามเสน และสิงห์ คอมเพล็กซ์ ผู้บริจาคโลหิตทุกท่านจะได้รับของที่ระลึกสุดพิเศษ ระยะเวลาโครงการตั้งแต่ 1 เม.ย. 66 - 31 ธ.ค. 66



คอนเสิร์ต “Boxx Vacation ครั้งที่ 2” มันส์ยกค่าย ต้อนรับซัมเมอร์

29 เม.ย. 66 I ชลบุรี

กลับมาอีกครั้งกับความสนุกจากค่าย Boxx Music ซึ่งในปีนี้พาทุกคนเปลี่ยนบรรยากาศไปรับลมเย็นสบายที่ชายหาดริมทะเล ในคอนเสิร์ต “LEO presents BOXX Vacation มันส์ยกค่ายครั้งที่ 2 ตอน Boxx Festival On The Beach” นำทีมโดย อิ้งค์-วรันธร เพอร์ตเทรต ซีเรียสเบคอน คอปเตอร์ บีน-นภสร วันวัน วิชและเหมย สนุกเต็มอิ่มกว่า 6 ชั่วโมงเต็มบนเวทีที่ Ambassador City Jomtien พัทยา จ.ชลบุรี







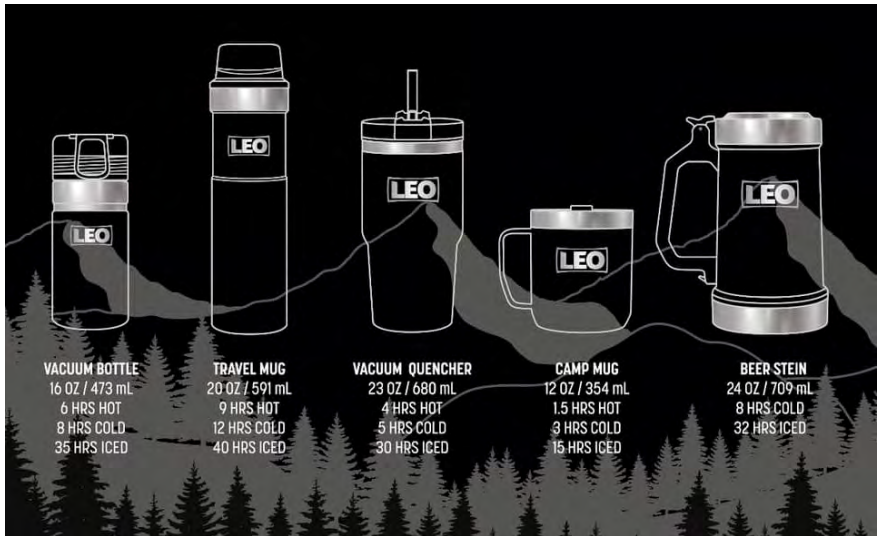


บุญรอดฯ ส่ง “Silver Knight” สก๊อตช์วิสกี้ 8 ปี เกรดพรีเมี่ยม ราคาตอบโจทย์คนไทย

21 เมษายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

“บุญรอดฯ” เปิดตัวสก๊อตช์วิสกี้ระดับพรีเมี่ยม “Silver Knight” (ซิลเวอร์ไนท์) ราคาตอบโจทย์คนไทย ชูจุดเด่นใช้วัตถุดิบและผลิตจากแหล่งกำเนิดสก๊อตช์วิสกี้ระดับโลก บ่มนาน 8 ปี จนได้สก๊อตช์วิสกี้ที่มีเอกลักษณ์ โดยร่วมกับโรงกลั่นมาตรฐานระดับโลกจากประเทศสกอตแลนด์ที่มีประสบการณ์กว่า 136 ปี ทั้งนี้วางจุดยืนเป็นแบรนด์สก๊อตช์วิสกี้เซ็กเมนต์พรีเมี่ยม ผลิตออกสู่ตลาด2 รายการ ประกอบด้วย ขนาด 700 มล. ราคา 1,099 บาท และขนาด 350 มล. ราคา 549 บาท พบได้แล้วในบาร์ชั้นนำ และจะเริ่มจำหน่ายทั้งใน Tops, Villa Market อย่างห้างสรรพสินค้าโลตัส, บิ๊กซี ฯลฯ ตั้งแต่เดือนมิถุนายนเป็นต้นไป ■





Leo จับมือ Stanley แบรนด์กระบอกน้ำสุญญากาศสัญชาติอเมริกัน

10 เมษายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

Leo จับมือ Stanley แบรนด์กระบอกน้ำสุญญากาศสัญชาติอเมริกัน เปิดตัว "LEO X Stanley Black Edition" คอลเลคชั่นแก้วเก็บความเย็น 5 แบบ 5 สไตล์ ในสีดำคลาสสิก ให้ชาวลีโอพกไปด้วยได้ทุกที่ ทุกเวลา จะออกไปปาร์ตี้ หรือทำกิจกรรมกลางแจ้ง ก็มี LEO เย็นๆ ติดตัวไปด้วยได้เสมอ มีวางจำหน่ายที่ร้าน Element72 สาขาเซ็นทรัลเวิลด์ เซ็นทรัลลาดพร้าว และเมกาบางนา หรือสั่งสินค้าออนไลน์ได้ทาง Singha Online Shop ■



ม.ขอนแก่น ผนึกกำลัง สิงห์อาสา บรรเทาความเดือดร้อนภัยแล้ง

5 พ.ค. 66 I ขอนแก่น

สิงห์อาสา ร่วมกับ คณะเกษตรศาสตร์ ม.ขอนแก่น และ บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด พร้อมด้วยเครือข่ายนักศึกษาสิงห์อาสา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 16 สถาบัน จัดโครงการต่อเนื่อง "สิงห์อาสาสร้างแหล่งน้ำชุมชนอย่างยั่งยืน" ด้วยการขุดบ่อเพื่อเป็นแหล่งน้ำให้ชาวบ้านได้ใช้ประโยชน์ตลอดฤดูแล้ง และภาวะปกติ พร้อมถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องการสร้างแหล่งน้ำชุมชนอย่างยั่งยืนให้แก่ชาวบ้าน ควบคู่กับการนำรถน้ำออกให้บริการในพื้นที่ที่ได้รับความเดือดร้อน ณ ชุมชนบ้านหนองแวงไร่ ต.ในเมือง อ.บ้านไผ่ จ.ขอนแก่น



ลาซัวว์ เดอ เอส บ้านหรูหลังละ 550 ล้าน ของสิงห์ เอสเตท แพงที่สุดในไทย

9 พ.ค. 66 I กรุงเทพมหานคร

บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) ทุบสถิติวงการอสังหาฯ เปิดตัวบ้านหรูราคาสูงถึงหลังละ 550 ล้านบาท บนทำเลทอง สุขุมวิท 43 โดยโครงการบ้านแนวราบสุดหรูสุด limited นี้ มีชื่อว่า LA SOIE de S (ลาซัวว์ เดอ เอส) ซึ่งมาจากภาษาฝรั่งเศส แปลว่า "ผ้าไหมของสิงห์ เอสเตท" ได้รับแรงบันดาลใจมาจากงานดีไซน์สไตล์ "French Neo Classical Architecture" ที่สะท้อนถึงรายละเอียดที่งดงาม ละเมียดละไม ในการออกแบบ และคงความหรูหราในแบบของสิงห์ เอสเตท



คุณต๊อด-ปิติ มอบเงิน สนับสนุน รพ.ศิริราช และ รพ.รามาธิบดี

16 พ.ค. 66 I กรุงเทพมหานคร

นายปิติ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มอบเงินสนับสนุนในการพัฒนาการศึกษาให้กับภาควิชาศัลยศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล และภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อดูแลผู้ป่วยเด็กโรคไขกระดูกฝ่อรุนแรง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจากคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ม.มหิดล และศูนย์โรคเลือดออกง่ายและหลอดเลือดอุดตัน รามาธิบดี รับมอบ ณ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



BG มอบเครื่องฟอกอากาศ บรรเทาฝุ่น PM 2.5 ให้ศูนย์เด็กและโรงพยาบาล 3 จังหวัด

17-18 พ.ค. 66 I เชียงราย พะเยา น่าน

บริษัท บางกอกกลาส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ โดย นางสาวภัณฑิตา วิทยาภาเลิศ ผู้อำนวยการสำนักกิจการเพื่อสังคมและสื่อสารองค์กร พร้อมตัวแทนบริษัทฯ ลงพื้นที่ภาคเหนือกว่า 5 แห่ง ภายใต้โครงการ Helping Hands for Thai เพื่อส่งมอบเครื่องฟอกอากาศและกำจัดฝุ่น PM 2.5 ให้แก่ หมู่บ้านเด็กโสสะ “สิริเมตตา 72 พรรษา เฉลิมพระเกียรติ” จ.เชียงราย ศูนย์การศึกษาพิเศษ จ.พะเยา โรงเรียนเพียงหลวง 7 ในทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี โรงพยาบาลท่าวังผา และโรงพยาบาลน่าน จ.น่าน เพื่อลดและป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพจากฝุ่น PM 2.5



โลค้อล สยาม 77” จับมือ “วนัสนันท์” เปิดตัว “แคบป๊อป” แคบหมูไมโครเวฟ พร้อมรับประทาน

28 เมษายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

โลค้อล สยาม 77 (Local Siam 77) โดย บริษัท ฟู้ด แฟคเตอร์ จำกัด ใช้กลยุทธ์ Local Co-Creation จับมือกับ “วนัสนันท์” ร้านจำหน่ายของฝากชื่อดังของจังหวัดเชียงใหม่ ต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ “แคบป๊อป” (KAPP-POPP) แคบหมูไมโครเวฟ พร้อมเสิร์ฟเพียงผ่านไมโครเวฟ 2 นาที โดยยังคงความกรอบ หอม ใหม่ ไร้น้ำมัน โปรตีนสูง ไม่มีคาร์โบไฮเดรตและไขมันต่ำ นำเสนอผู้บริโภคด้วยขนาดบรรจุ 25 กรัมต่อกล่อง หรือ 1 เสิร์ฟ ราคา 49 บาท และขนาดกล่องบรรจุ 3 เสิร์ฟ ราคา 135 บาท เริ่มจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ Local Siam 77 และ Singha Online Shop ขยายสู่ห้างค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ เป็นต้น ■



มาชิตะ เปิดตัว 2 รสใหม่ “รสซุปกิมจิเต้าหู้อ่อนหม่าล่า และรสข้าวคลุกมันปูเกาหลีรสเผ็ด”

27 เมษายน 2566 I ทั่วประเทศ

มาชิตะ ต่อยอดความสำเร็จ 2 เมนูแรก จาก The Taste of Seoul ความอร่อยฟินสไตล์สตรีทฟู้ดเกาหลี เปิดตัว 2 รสชาติ “รสซุปกิมจิเต้าหู้อ่อนหม่าล่า เสิร์ฟความจัดจ้านของซุปกิมจิสไตล์อิแทวอนตามรอยซีรี่ย์เกาหลีชื่อดัง และรสข้าวคลุกมันปูเกาหลีรสเผ็ด” ที่คงความนัวเข้มข้นเต็มรสมันปูซูเปอร์พรีเมี่ยมแบบกังนัมสไตล์ของย่านกังนัมส่งตรงสู่เมืองไทย เอาใจผู้บริโภคที่ชื่นชอบรสชาติอาหารเกาหลี ทั้ง 2 รสชาติใหม่มีขนาด 5 กรัม จำหน่ายราคา 17 บาท ผ่านช่องทางร้านสะดวกซื้อ 7-11 ถึงเดือนมิถุนายน 2566 หรือจนกว่าสินค้าจะหมด ■























คุณเต้-ภูริต เยี่ยมชม โรงงานขอนแก่น-มหาสารคาม ในโครงการ Begin Together

8 พฤษภาคม 2566 I ขอนแก่นและมหาสารคาม

นายภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ นายวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นายธนะวุฒิ ภิรมย์ภักดี รองกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส พร้อมด้วยคณะผู้บริหารระดับสูง บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เข้าเยี่ยมเยือน บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด บริษัท มหาสารคาม เบเวอเรช จำกัด และบริษัท ในเครือ (สาขาขอนแก่น) โดยพนักงานทุกคนได้ร่วมต้อนรับและรับฟังนโยบายจากผู้บริหารด้วยบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความอบอุ่น ■

งวดนี้...ได้แค่ลุ้น
มาเพิ่มแต้มบุญกันต่อนะ

ความสุขที่มีให้กัน เพื่อความสุขที่ยั่งยืน

เราส่งมอบลอตเตอรี่เก่าตลอดปี พ.ศ. 2565 ที่ได้จากโครงการลอตเตอรี่เพิ่มแต้มบุญจำนวน 243,288 ใบ ให้กับศูนย์สาธารณสงเคราะห์เด็กพิเศษวัดห้วยหมู จังหวัดราชบุรีเรียบร้อยแล้ว ซึ่งลอตเตอรี่เก่าเหล่านั้นสามารถแปลงเป็นชิ้นงานพัฒนาทักษะของน้องๆ เป็นมูลค่ากว่า 324,000 บาท (คำนวณจากการใช้ลอตเตอรี่เก่า 600 ใบ จะทำพวงหรีดได้ 1 ชิ้น ชิ้นละ 800 บาท)

เพื่อความสุขที่ยั่งยืน สามารถส่งลอตเตอรี่ที่ไม่ถูกรางวัลไปให้กับน้องๆ โดยตรงได้ที่...

ศูนย์สาธารณสงเคราะห์เด็กพิเศษวัดห้วยหมู
เลขที่ 39 หมู่ 9 ตำบลเจดีย์หัก
อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี 70000

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
Facebook: วัดห้วยหมู Wat Huai Mu และศูนย์สาธารณสงเคราะห์เด็กพิเศษ
โทรศัพท์: 086 020 9978



ลอตเตอรี่

243,288 ใบ

สามารถแปลงเป็นชิ้นงานพัฒนาทักษะของน้องๆ
เป็นมูลค่ากว่า

>324,000 บาท



*คำนวณจากการใช้ลอตเตอรี่เก่า 600 ใบ จะทำพวงหรีดได้ 1 ชิ้น ชิ้นละ 800 บาท



ขอบคุณ
ที่ร่วมกิจกรรม
ตลอดปี 2565

มีนาคม - ธันวาคม 2565

SUN TOWER
108,650 ใบ

บุญรอดบริวเวอรี่
26,490 ใบ

SINGHA COMPLEX
7,900 ใบ

C.B. HOUSE
3,250 ใบ

ปทุมธานี บริวเวอรี่
26,300 ใบ

SINGHA PARK
3,100 ใบ

ขอนแก่น บริวเวอรี่
6,500 ใบ

บุญรอดเอเซีย
4,300 ใบ

เชียงใหม่ เบเวอเรช
3,700 ใบ

วังน้อย เบเวอเรช
8,000 ใบ

มหาสารคาม เบเวอเรช
1,800 ใบ

สุราษฎร์ธานี เบเวอเรช
43,298 ใบ

90 ปี บุญรอดฯ
90 ปี วิถีสิงห์

เชื่อว่าทุกคนที่มี Singha Magazine ฉบับนี้อยู่ในมือ จะต้องมีสักครั้งหนึ่งหรือหลาย ๆ ครั้งในชีวิตที่เคยได้สัมผัสกับบุญรอดบริวเวอรี่มาไม่มากก็น้อย ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้บริโภคสินค้า คู่ค้า ผู้ร่วมกิจกรรมโครงการเพื่อสังคมต่าง ๆ หรืออาจเป็นบุคลากรในภาคส่วนหนึ่งส่วนใดขององค์กรในกลุ่มบุญรอดฯ แม้แต่ในวินาทีที่คุณหยิบนิตยสารฉบับนี้ขึ้นมาเปิดอ่านจนถึงคอลัมน์นี้ ก็นับได้ว่าคุณเป็นประจักษ์พยานต่อหมุดหมายสำคัญทางประวัติศาสตร์หน้าหนึ่งขององค์กรสิงห์แล้ว นั่นคือหมุดหมายที่มีชื่อว่าการครบรอบ "90 ปี บุญรอดฯ" นั่นเอง ไม่เพียงแค่นั้น พวกเราทุกคนเองก็เป็นส่วนหนึ่งในการร่วมเขียนประวัติศาสตร์ปีที่ 90 นี้ ผ่านวิถีการใช้ชีวิต วิถีการตัดสินใจ และวิถีการทำงาน ที่สืบทอดและสะท้อนตัวตนของสิงห์ ผ่านพฤติกรรมที่เรียกว่า Singha Way

แม้ว่าวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรในเครือบุญรอดบริวเวอรี่ ในนามของ "Singha Way" หรือวิถีสิงห์ จะถือกำเนิดอย่างเป็นทางการมาได้เป็นระยะเวลา 6 ปี นับจากงาน "SINGHA WAY GRAND LAUNCH" เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2560 แต่แท้จริงแล้ว ในขั้นตอนของการก่อร่างสร้างวัฒนธรรม Singha Way ทั้ง 4 ประการ ก็ล้วนแต่มาจากการสกัดเอาหัวใจของ "บุญรอดบริวเวอรี่" เพื่อค้นหา "วิถี" การปฏิบัติที่นำพาให้องค์กรยืนหยัดและข้ามผ่านยุคสมัยมาอย่างสง่างามและภาคภูมิจนครบ 90 ปี ในปี พ.ศ. 2566 นี้ นำมากำหนดนิยามอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และส่งต่อวิถีปฏิบัติอันเป็นหัวใจแห่งความเป็นสิงห์เหล่านี้ให้มั่นคงสืบไป

จึงกล่าวได้ว่า วัฒนธรรม Singha Way เองก็มีความเป็นมาที่ยาวนานเคียงคู่มากับเส้นทาง 90 ปี ของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เช่นกัน

#SINGHAWAY

ในฉบับนี้ เราจึงขออาสาพาท่านผู้อ่านย้อนเวลากลับไปดูว่า นับตั้งแต่วันที่พระยาภิรมย์ภักดีได้ก่อตั้งโรงเบียร์แห่งแรกขึ้นมาในประเทศไทย การเปลี่ยนผ่านจากรุ่นสู่รุ่นเคียงข้างประเทศไทยจวบจนวันนี้ บุญรอดบริวเวอรี่จะมีเรื่องราวใดบ้างที่เป็นจุดกำเนิด หรือ "สารตั้งต้น" ของ Singha Way ซึ่งยังคงแสดงให้เห็นอยู่ในทุกวิถีการทำงานในปัจจุบัน



2471

พระยาภิรมย์ภักดีเกิดแรงบันดาลใจก่อตั้งเบียร์ไทย

พระยาภิรมย์ภักดีเล็งเห็นโอกาสหลังได้ชิมเบียร์เยอรมัน จึงขอพระบรมราชานุญาตตั้งโรงกลั่นเบียร์แห่งแรกของไทย



- **Courage ความกล้า** – กล้าท้าทายตนเอง แสวงหาโอกาสและลงมือทำสิ่งใหม่ๆ
- **Happiness ความสุข** – สร้างความสุขที่สมดุล, ปฏิบัติตนด้วยความซื่อสัตย์และมีจริยธรรม

2476

กำเนิดบุญรอดบริวเวอรี่

แม้ว่าการก่อตั้งโรงเบียร์จะมีอุปสรรคมากมาย พระยาภิรมย์ภักดีก็ได้สร้างสินค้าใหม่ ค้นหาการตลาดใหม่ ก้าวสู่ธุรกิจใหม่ แม้ในสมัยนั้นผู้คนมองว่า "เป็นไปไม่ได้" แต่ท่านก็เดินทางไปดูงานถึงต่างประเทศ เพื่อนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบ ให้คนไทยได้ดื่มเบียร์ที่คุณภาพทัดเทียมชาวโลก ในที่สุดโรงเบียร์แห่งแรกของประเทศไทยได้ถือกำเนิดขึ้น และผลิตเบียร์ไทยสำเร็จ ในปี พ.ศ. 2477

- **Courage ความกล้า** – กล้าท้าทายตนเอง แสวงหาโอกาสและลงมือทำสิ่งใหม่ๆ, กล้าตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น
- **Premium Quality คุณภาพ** – ส่งมอบงาน สินค้า และบริการที่เหนือความคาดหมาย

2482

สงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้ขาดวัตถุดิบจากต่างประเทศ

บริษัทฯ จึงปรับใช้ทรัพยากรในประเทศและออก "เบียร์ตราหมี" ที่เน้นใช้วัตถุดิบของไทย และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าสู่ธุรกิจโซดา น้ำอัดลม



- **Courage ความกล้า** – กล้าตัดสินใจ กล้าท้าทายตนเองอย่างสร้างสรรค์
- **Premium Quality คุณภาพ** – ส่งมอบงาน สินค้า และบริการที่เหนือความคาดหมาย, ปรับปรุง และยกระดับมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่อง

2533

สร้างพันธมิตร

เริ่มการตั้งชมรมเอเยนต์ 11 เขต เป็นครั้งแรก

- **Family ครอบครัว** – ทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือ มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน







2538

ไฟไหม้โรงงานปทุมธานี

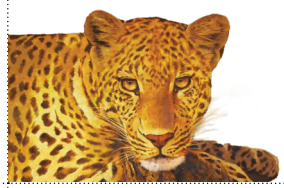
สูญเสียกำลังการผลิตถึง 60% แต่ด้วยสัมพันธไมตรีที่ดี ทำให้ไม่มีคู่ค้าที่ทิ้งเรา เราจึงเดินหน้าผลิตจนพลิกกลับมาเต็ม 100% ภายใน 1 ปี โดยไม่มีนโยบายให้พนักงานออก แม้บริษัทฯ จะเผชิญภาวะวิกฤตก็ตาม

- **Family ครอบครัว** – ทั้งพนักงานและผู้บริหารรู้หน้าที่ของตนเองและรับผิดชอบอย่างเต็มที่, ทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือ มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน, สื่อสารอย่างเปิดเผยโปร่งใส
- **Happiness ความสุข** – สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน, สร้างความสุขที่สมดุลระหว่างตนเอง เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ตลอดจนคู่ค้าของเรา

2541

กำเนิดเบียร์ลีโอ

วิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง ส่งผลให้ตกอยู่ใน "วิกฤตหนี้ท่วมหัว" และเผชิญ "กลยุทธ์เหล้าพ่วงเบียร์" ของคู่แข่ง ส่วนแบ่งการตลาดลดลงเหลือเพียง 44% บุญรอดฯ จึงส่ง Fighting Brand เบียร์ "ลีโอ" เพื่อชิงส่วนแบ่งกลับมา



- **Family ครอบครัว** – ทุกคนต่างรับผิดชอบงานอย่างเต็มที่, ทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือ มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน
- **Courage ความกล้า** – กล้าตัดสินใจ กล้าท้าทายตนเองอย่างสร้างสรรค์, มุ่งแสวงหาโอกาส ลงมือทำสิ่งใหม่ๆ

2543

คุณสันติ ภิรมย์ภักดี ประกาศ "ผมยอมรับว่าแพ้ แต่ผมไม่ยอมแพ้ พวกคุณจะสู้กับผมมั้ย"

ผู้บริหารและพนักงานร่วมมือร่วมใจกันพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพาบริษัทฯ ให้พ้นวิกฤต ปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ ตั้งกลุ่มการขายเพื่อกระจายสินค้าอย่างเป็นระบบ เพิ่มมาตรฐานอย่างมีคุณภาพ

- **Family ครอบครัว** – พนักงานและผู้บริหารทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือ มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน
- **Courage ความกล้า** – กล้ารับฟังความเห็นที่แตกต่างและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น, กล้าตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น
- **Premium Quality คุณภาพ** – ยกระดับมาตรฐานการทำงานอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ, พัฒนาศักยภาพของตนเองและทีมงานให้ได้มาตรฐาน
- **Happiness ความสุข** – พนักงานตลอดจนผู้บริหาร คิดบวก รัก และเห็นคุณค่าในงานของตน

2553

เซ็นสัญญากับสโมสรฟุตบอล 2 ทีมยักษ์ใหญ่

แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดและเชลซี เพื่อส่งมอบความสุขแก่สังคม พร้อมกันนั้นก็ทำเบียร์สิงห์ขวด PET เพื่อขายในสนามแมนยูฯ ได้สำเร็จ

- **Courage ความกล้า** – ท้าทายตนเอง ผลิตสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อน
- **Premium Quality คุณภาพ** – ปรับปรุงและยกระดับมาตรฐานสินค้าอย่างต่อเนื่อง
- **Happiness ความสุข** – เซ็นสัญญาสองทีม มุ่งสร้างความสุขแก่สังคม



จะเห็นได้ว่า ตลอดเส้นทาง 90 ปีแห่งความภาคภูมิใจนี้ มีการแสดงออกถึงวิถีแห่งสิงห์ หรือ Singha Way มาตลอด วิถีทางการตัดสินใจแบบ Singha Way ถูกนำมาใช้เพื่อก้าวข้ามวิกฤต และยังคงเป็นเอกลักษณ์การทำงานในแบบสิงห์อย่างชัดเจนมาจนปัจจุบัน

นับจากวันนี้ไปจนถึงอนาคต เราทุกคนต่างก็มีส่วนร่วมในการพัฒนาและส่งต่อวัฒนธรรมองค์กรเพื่อส่งมอบสิ่งดีๆ ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อสร้างประวัติศาสตร์อีกหน้าหนึ่งของบุญรอดบริวเวอรี่ร่วมกัน ■

2554	2560	2562	2566
เกิดมหาอุทกภัย พนักงาน เครือข่ายลูกค้า ชุมชน เข้าช่วยเหลือน้ำท่วม คุณสันติ ภิรมย์ภักดี ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือชุมชนเป็นอันดับแรก เหนือยอดขาย โดยได้กล่าวว่า "เอารอยยิ้มของพวกเขากลับมาให้ผมให้ได้"	**เปิดตัว Singha Way** ตัวตนความเป็นสิงห์ สะท้อนค่านิยมที่คนหัวใจสิงห์ยึดถือ SINGHA WAY	**ทั่วโลกเผชิญวิกฤตไวรัสโควิด-19** ประชาชนต้องรักษาระยะห่าง งดเว้นการออกจากบ้านเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี บริษัทบุญรอดฯ ภายใต้คุณจุติ นันท์ ภิรมย์ภักดี ดูแลพนักงานให้ปลอดภัยจากโควิด-19 โดยมอบวัคซีนให้แก่พนักงานทุกคน ยับยั้งการระบาดภายในบริษัทฯ โดยไม่มีกลุ่มการระบาดครั้งใหญ่ (cluster และ super-spreader) ที่เกิดขึ้นภายในบริษัทฯ แม้แต่กลุ่มเดียว	**บุญรอดบริวเวอรี่ ครบรอบ 90 ปี** ภายใต้การนำของคุณภูริต ภิรมย์ภักดี มุ่งสร้างพันธมิตรจับมือกับธุรกิจรายย่อยที่มีความสามารถ และมุ่งเน้น "ความเป็นครอบครัวแบบมืออาชีพ" ภายในองค์กร 90 BOON RAWD BREWERY
• **Family ครอบครัว** – พนักงาน ผู้บริหาร เครือข่าย ทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือกัน, ผู้บริหารสื่อสารอย่างเปิดเผยด้วยความเคารพและไว้ใจ • **Courage ความกล้า** – กล้าตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น	• **Family ครอบครัว** – เราคือครอบครัวสิงห์ • **Courage ความกล้า** – เรากล้าหาญอย่างสิงห์ • **Premium Quality คุณภาพ** – เราส่งมอบคุณภาพที่ดีที่สุด • **Happiness ความสุข** – เราเชื่อเรื่องความสุข	• **Family ครอบครัว** – ผู้บริหารและพนักงานรู้หน้าที่ของตนเอง มีความรับผิดชอบ, ทำงานเป็นทีมในช่วงกักตัวเพื่อลดการระบาด, ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับสื่อสารอย่างเปิดเผยด้วยความเคารพและไว้ใจ จนผ่านวิกฤตที่ไม่เคยเผชิญมาก่อนไปได้ • **Courage ความกล้า** – กล้าตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในภาวะเสี่ยงที่ไม่มีใครล่วงรู้อนาคต • **Happiness ความสุข** – รักษาบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน, สร้างความสุขและความรู้สึกปลอดภัยให้แก่พนักงาน ครอบครัวพนักงาน รวมทั้งสังคมภายนอก	• **Family ครอบครัว** – รู้หน้าที่ของตนเองและรับผิดชอบอย่างเต็มที่, ทำงานเป็นทีม ประสานความร่วมมือมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน • **Happiness ความสุข** – สร้างความสุขที่สมดุลขยายไปสู่สังคม สร้างคู่ค้าในภาคธุรกิจ



สืบสานปณิธาน แห่งผู้ก่อตั้ง จากอดีตถึงปัจจุบัน ผ่านมูลนิธิ พระยาฯ

นับตั้งแต่ก่อนการกำเนิดของ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พระยาภิรมย์ภักดี (บุญรอด ภิรมย์ภักดี) ผู้ก่อตั้งบริษัทบุญรอดฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการช่วยเหลือสังคมมาโดยตลอด

ดังจะเห็นได้จากสมัยที่ท่านยังดำเนินธุรกิจเรือเมล์ข้ามฟาก ซึ่งได้มีการนำเรือเมล์ติดตั้งเครื่องสูบน้ำคอยออกช่วยดับไฟที่ไหม้บ้านเรือนประชาชนริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเรือเมล์นามว่า "ราชวงศ์" ถือเป็นเรือดับเพลิงลำแรกของไทย หรือการที่ท่านเป็นผู้สนับสนุนก่อตั้งโรงเรียนอาทิ โรงเรียนวัดบางระโหง ตลอดจนการร่วมสนับสนุนสภากาชาดไทยและกิจการด้านสังคมอื่นๆ อีกมาก เรื่องราวเหล่านี้มีปรากฏในหนังสือ "ศตปัญญาสวรรษท่านเจ้าคุณ 150 ปี อำมาตย์เอก พระยาภิรมย์ภักดี" ที่ทีมงาน สิงห์ แมกกาซีน จัดทำขึ้นเมื่อปี 2565 ที่ผ่านมา

ด้วยปณิธาน "จิตอาสา" ที่สืบทอดมาแต่ผู้ก่อตั้งบริษัทฯ ครอบครัวภิรมย์ภักดีและคณะผู้บริหารบริษัทบุญรอดฯ ทุกรุ่นสานต่อการให้กลับคืนสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งปลูกฝังแนวคิดการช่วยเหลือสังคมสู่พนักงานบริษัทบุญรอดฯ เสมอมา ดังกล่าวนี้เอง ในวันศุกร์ที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2515 เนื่องในวาระครบรอบวันเกิด 100 ปี พระยาภิรมย์ภักดี บริษัทฯ จึงได้จัดตั้ง "มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี" เพื่อเป็นเกียรติแด่ท่านพระยาภิรมย์ภักดี และเพื่อสืบทอดปณิธานการให้ของท่านสู่อนาคตต่อไป

"ทุกคนควรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง"

มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ได้รับใบอนุญาตให้เป็นมูลนิธิเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2518 และได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมภายใต้นามของมูลนิธิฯ อย่างเป็นทางการ ในปี พ.ศ. 2527 ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวไทยและสร้างความยั่งยืนในสังคมไทย ภารกิจหลักของมูลนิธิฯ ครอบคลุมการให้ความช่วยเหลือด้านการศึกษา โดยการมอบทุนและจัดตั้งสถานศึกษา ด้านสาธารณสุข โดยการจัดตั้งสถานพยาบาลพร้อมให้การรักษาพยาบาลผู้เจ็บป่วยตลอดจนอุปถัมภ์ค่ารักษาพยาบาลต่างๆ ด้านการช่วยเหลือสังคม อาทิ การให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบอัคคีภัย อุทกภัย และวาตภัย เป็นต้น นอกจากนี้ยังดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์อื่นๆ และในปัจจุบันยังได้เพิ่มภารกิจด้านการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนอีกด้วย



คุณสมชัย เอื้อมลลัตร
รองเลขานุการบริษัท
สำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด





ภารกิจในระยะเริ่มต้น

ในช่วงปี พ.ศ. 2530 ประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดรอยต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งอยู่ห่างไกลและยังมีสภาพภูมิประเทศเป็นถิ่นทุรกันดาร ทำให้ประชาชนในถิ่นชนบทใช้ชีวิตกันอย่างยากลำบากและขาดสุขอนามัยขั้นพื้นฐาน มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีเล็งเห็นว่า ควรจะมีโครงการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยในพื้นที่ห่างไกลเหล่านั้น พันธกิจหลักตั้งแต่ระยะแรกเริ่มของมูลนิธิฯ จึงเน้นไปที่โครงการสนับสนุนช่วยเหลือประชาชนผู้ด้อยโอกาสในถิ่นชนบท

โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่

โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี กำเนิดขึ้นด้วยความคิดริเริ่มของคุณประสม เศรษฐบุตร ซึ่งเป็นหนึ่งในกรรมการของมูลนิธิฯ ในช่วงก่อตั้ง และแพทย์หญิงดวงมณี วิเศษกุล ซึ่งในเวลานั้นเป็นแพทย์ประจำอยู่ที่บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ทั้งสองท่านมีความเห็นว่ามูลนิธิฯ ควรมีการจัดตั้งหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ เพื่อออกไปให้การรักษาแก่ประชาชนในพื้นที่ชนบทเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของมูลนิธิฯ โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ได้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2530 และลงพื้นที่ครั้งแรกระหว่างวันที่ 3-8 เมษายน พ.ศ. 2530 ที่ตำบลแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยได้รับความร่วมมือร่วมใจจากเหล่าทีมแพทย์อาสาที่มีความรู้ในแขนงต่าง ๆ นอกจากให้การรักษาพยาบาลโรคภัยไข้เจ็บขั้นต้นแก่ประชาชนแล้ว ยังให้คำแนะนำและความรู้เบื้องต้นด้านสุขอนามัยแก่ชาวบ้านอีกด้วย

การได้ลงพื้นที่ออกตรวจในครั้งนั้น ทำให้ทีมหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ได้รับรู้ว่า ประชาชนจำนวนมากป่วยเป็นโรคโลหิตจาง เพราะการระบาดของโรคพยาธิปากขอในหมู่บ้าน ทำให้มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีกำเนิดโครงการด้านสุขภาพขึ้นอีกหลายโครงการ ได้แก่

โครงการกำจัดโรคหนอนพยาธิทั้งหมู่บ้าน

เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2530-2531 โดยทำการเก็บตัวอย่างอุจจาระของผู้ป่วยเพื่อหาความรุนแรงของโรค การให้ยาถ่ายพยาธิแก่ชุมชน รวมทั้งให้ยา (ธาตุเหล็ก) แก่ชาวบ้านที่เป็นโรคโลหิตจางจากปัญหาพยาธิปากขอ

โครงการกองทุนสร้างห้องสุขาให้แก่หมู่บ้านป่าลัน

จากการสำรวจในเวลานั้นพบว่าชาวบ้านยังมีห้องสุขาใช้ไม่ครบทุกหลังคาเรือน และที่มีอยู่ก็ไม่ถูกสุขลักษณะ ทำให้เป็นสาเหตุของการเกิดโรคโลหิตจางที่เกิดจากพยาธิปากขอ มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีจึงได้จัดทำโครงการห้องสุขา โดยได้บริจาคเงินส่วนหนึ่งให้แก่ชาวบ้านที่ยากไร้เพื่อสร้างห้องสุขา ในส่วนของครอบครัวที่พอมีฐานะบ้าง มูลนิธิฯ จะออกเงินค่าสร้างห้องสุขาให้ก่อน หลังจากนั้นค่อยผ่อนใช้ทางมูลนิธิฯ วันละ 1 บาท โครงการนี้เสร็จสิ้นในปี พ.ศ. 2532 ทำให้หมู่บ้านป่าลันมีห้องสุขาครบทุกครัวเรือน

โครงการเผยแพร่ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์

เนื่องจากในช่วงปี พ.ศ. 2527-2533 จำนวนคนไทยที่ติดเชื้อ HIV มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

โครงการป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน

มูลนิธิฯ ได้ทำเกลือผสมไอโอดีนเพื่อแจกจ่ายให้ชาวบ้านในปี พ.ศ. 2540-2544

โครงการจัดสร้างศูนย์รับเลี้ยงเด็ก

เพื่อให้ชาวบ้านได้มีสถานที่สำหรับดูแลบุตรหลานอย่างถูกวิธี ศูนย์นี้สร้างแล้วเสร็จและทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2531 ชื่อศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านป่าลัน มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี

ทุกวันนี้ โครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ยังคงปฏิบัติภารกิจให้การรักษาพยาบาลประชาชนในหมู่บ้านต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงรายอยู่เป็นประจำและต่อเนื่อง พร้อมกับนำเสื้อกันหนาวไปแจกจ่ายให้แก่ประชาชนในพื้นที่ห่างไกลขณะไปออกตรวจด้วย หน่วยแพทย์เคลื่อนที่มีกำหนดออกตรวจปีละ 3 ครั้ง แต่ละครั้งใช้เวลา 3 วัน โดยทุกครั้งมีประชาชนมาเข้ารับการตรวจรักษาประมาณ 450-600 คน จนถึงปัจจุบันโครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ได้ดำเนินการมาแล้วเป็นเวลากว่า 30 ปี

โครงการมอบทุนอาหารกลางวัน

อาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ คือสิ่งสำคัญพื้นฐานที่จะสร้างคุณภาพชีวิตของเยาวชนผู้จะเติบใหญ่เป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีร่วมดูแลคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทยโดยให้การสนับสนุนโรงเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์เป็นเวลาต่อเนื่องมา 39 ปีแล้ว โครงการมอบทุนอาหารกลางวัน จุดมุ่งหมายไม่ใช่เพียงเพื่อให้เยาวชนได้บริโภคอาหารกลางวันที่มีคุณภาพและถูกหลักโภชนาการเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นให้เยาวชนได้ฝึกทักษะด้านการปลูกพืชผักสวนครัวและทำปศุสัตว์ขนาดย่อมในโรงเรียน โดยได้ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเป็นการเรียนรู้จริงจากชีวิตประจำวัน และสามารถนำผลผลิตที่ได้ไปบริโภคหรือจำหน่ายต่อ ถือเป็นแนวทางการให้ความช่วยเหลือในลักษณะที่มอบโอกาสและองค์ความรู้ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในมิติของการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในระดับประเทศต่อไป

โครงการทุนการศึกษาบุตรพนักงาน

โครงการทุนการศึกษาบุตรพนักงาน มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ได้เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 โดยมอบให้บุตรของพนักงานที่มีผลการศึกษาในเกณฑ์ดี คือตั้งแต่ 70% ขึ้นไป และเป็นทุนแบบให้เปล่า วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการศึกษาแก่บุตรพนักงาน และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพของสังคม โครงการนี้จัดขึ้นต่อเนื่องมา 39 ปีแล้ว





“หมอบุญรอด” กับความสุขของการเป็นผู้ให้

นายแพทย์อนันต์ สุวัฒนวิโรจน์ นายแพทย์ผู้ทรงคุณวุฒิพิเศษ (นายแพทย์ ระดับ 11) ด้านกุมารศัลยศาสตร์ คุณหมอเป็นหนึ่งในทีมแพทย์อาสาผู้เข้าร่วมภารกิจของโครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ตั้งแต่ครั้งแรกมาตลอดจนถึงปัจจุบัน ทุกวันนี้ ท่านยังเป็นนายแพทย์ประจำของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ด้วย คุณหมอได้เผยถึงแรงบันดาลใจที่ทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการกับมูลนิธิฯ ว่า

“เนื่องด้วยผมเองเป็นหมอผ่าตัด จึงคำนึงถึงว่า การผ่าตัดแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ตั้งแต่หลักหมื่นไปจนถึงหลักหลายแสนบาท ซึ่งประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ห่างไกล เขาไม่มีรายได้มากพอที่จะเข้าถึงการรักษาพยาบาลเช่นนั้นได้ พอผมทราบว่า ทางมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีมีหน่วยแพทย์อาสาเพื่อช่วยเหลือประชาชน ผมจึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยหวังใช้ความสามารถของเราสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติได้ดียิ่งขึ้น”

จากปณิธานที่สอดคล้องกับมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีนี้เอง คุณหมอจึงไม่เคยย่อท้อแม้ว่าจะต้องสละเวลาพักผ่อน เพื่อเข้าร่วมในภารกิจหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ เป็นที่รู้กันดีว่าการทำงานที่โรงพยาบาลนั้นหนักอยู่แล้ว แต่คุณหมอยังมีแรงใจมอบให้สำหรับการช่วยเหลือสังคม หากจะถามว่า การทำเช่นนี้แล้วได้สิ่งใดตอบแทน คงไม่มีคำตอบอื่น นอกเหนือจาก “ความสุขทางใจ”

ผมตัดสินใจเข้าร่วมโครงการหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ โดยหวังใช้ความสามารถของเราสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติได้ดียิ่งขึ้น”



“ผมและทีมงานรู้สึกมีความสุขที่ได้ออกหน่วยไปตรวจสุขภาพของประชาชน การมาทำงานอาสาเช่นนี้ผมมีความปีติทุกครั้ง ในยุคแรกๆ ของการทำงาน เรามีคุณศิริจันทร์ ภิรมย์ภักดี คุณปิยะ ภิรมย์ภักดี คุณสันติ ภิรมย์ภักดี คุณพรภิรมย์ ภิรมย์ภักดี คุณจวบจันทร์ ภิรมย์ภักดี และคุณประสม เศรษฐบุตร หัวหน้าโครงการ พร้อมผู้บริหารของบุญรอดฯ อีกหลายท่านมาร่วมสนับสนุนการออกหน่วยฯ กับเราด้วย ทุกท่านเป็นศูนย์รวมน้ำใจของผมและทีมงานแพทย์อาสาทุกคน ผมประทับใจที่ได้เห็นบุคคลที่นับถือมาลงพื้นที่ออกหน่วยด้วยตัวเอง การได้เห็นว่าท่านคิดจะให้สังคมจริงๆ สามารถสร้างความศรัทธาให้ผมและทีมงานอยู่ร่วมภารกิจกับมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีมาได้อย่างยาวนาน”

การปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จของหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ในทุกครั้งคงจะเกิดขึ้นไม่ได้หากขาดการผลักดันจากผู้บริหารของมูลนิธิฯ และความร่วมแรงร่วมใจของทีมแพทย์และพยาบาลอาสา เพราะแรงใจที่พร้อมจะให้ จึงขับเคลื่อนภารกิจของโครงการมาได้อย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 30 ปี ทุกวันนี้ทีมงานหน่วยแพทย์อาสาเป็นที่คุ้นเคยของชาวบ้านเป็นอย่างดี กระทั่งได้รับฉายาจากชาวบ้านว่า “หมอบุญรอด”

ขอบคุณข้อมูลประกอบจากเว็บไซต์สิงห์อาสา
https://singha-r-sa.org/



ภารกิจร่วมสมัย ในนาม "สิงห์อาสา"

มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี เป็นจุดเริ่มต้นของเครือข่ายอาสาสมัครเพื่อสังคม "สิงห์อาสา" ซึ่งปฏิบัติภารกิจเพื่อสาธารณประโยชน์ครอบคลุมทั่วประเทศ จากในอดีตที่มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีได้ร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และมูลนิธิต่าง ๆ ในการปฏิบัติภารกิจช่วยเหลือสังคมอยู่แล้ว สิงห์อาสา ได้สานต่อและขยับขยายเครือข่ายไปยังกลุ่มเยาวชนที่เป็นอนาคตของชาติมากขึ้น โดยจับมือกับตัวแทนนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทั่วประเทศ ร่วมด้วยชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นพันธมิตรหัวใจสิงห์ ทำให้ปัจจุบันสิงห์อาสามีเครือข่ายกว่า 656 แห่งทั่วประเทศ พร้อมขึ้นเหนือล่องใต้ไปช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบภัยพิบัติ รวมทั้งไปทำกิจกรรมอาสาพัฒนาชุมชน กิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน ตลอดจนกิจกรรมพัฒนาตนเอง

สิงห์อาสา ถือกำเนิดอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2554 ปีนั้นเอง ประเทศไทยเผชิญกับมหาอุทกภัยครั้งร้ายแรงที่สุดในรอบ 70 ปี ประชาชนใน 65 จังหวัดได้รับความเดือดร้อนอย่างหนัก คุณสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหารบริษัทบุญรอดฯ ในขณะนั้น มีนโยบายให้องค์กรช่วยเหลือบรรเทาทุกข์ของผู้ประสบภัยให้ได้มากที่สุด ชาวสิงห์จิตอาสาจำนวนมากจึงได้ร่วมมือร่วมใจกันแจกจ่ายน้ำดื่มสิงห์ที่ไม่ติดฉลากสิงห์ตลอดจนข้าวสาร อาหารให้แก่ผู้ประสบภัยทั่วประเทศ และเพื่อให้การดำเนินงานช่วยเหลือเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เครือข่ายการส่งความช่วยเหลือในครั้งนั้น ภายใต้การนำของคุณปิติ ภิรมย์ภักดี จึงได้ก่อตั้งเป็นหน่วยงาน "สิงห์อาสา" ขึ้น

กว่า 10 ปี สิงห์อาสา ภายใต้มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ไม่เพียงสานต่อภารกิจที่มูลนิธิฯ ริเริ่มมาแต่แรก แต่ยังขยายครอบคลุมความช่วยเหลือประชาชนจากปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการระบาดของเชื้อโควิด-19 ปัญหาไฟป่าและหมอกควันที่ส่งผลให้เกิดฝุ่น PM 2.5 ปัญหาทรัพยากรทางทะเล ปัญหาป่าไม้ ปัญหาแหล่งต้นน้ำ ฯลฯ รวมแล้วมากกว่า 3,000 ภารกิจ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นไปเพื่อสืบสานปณิธานของพระยาภิรมย์ภักดี ผู้ก่อตั้งบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ดังที่ท่านได้เคยกล่าวไว้ว่า "ทุกคนควรมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่อง" ■



THEN and NOW

- เมื่อประมาณ 40 ปีก่อน อาคารฝ่ายบุคคลและฝ่ายวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ เคยเป็นอาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ เลขที่สำนักงานเดิม ได้แก่ 977/32
- บริษัทฯ เริ่มต้นโครงการขยายพื้นที่ไปสุดที่บริเวณประตู 3 เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2525 โรงอาหารดั้งเดิม (ยุบไปประมาณปี พ.ศ. 2532) เคยตั้งอยู่ตรงข้ามโรงอาหารในปัจจุบัน
- หอประชุมใหญ่ในปัจจุบัน ตลอดจนอาคารบุญรอดเทรดดิ้ง เคยเป็นโรงผลิตโซดาสิงห์





- บริเวณอาคาร 19 ลิตร เคยเป็นโรงผลิตน้ำแข็งเพื่อใช้ในกิจการเบียร์ของบริษัทฯ และสำหรับแช่ถังเบียร์สดรักษาความเย็น
- วงเวียนน้ำพุในปัจจุบันเพิ่งกำเนิดขึ้นประมาณ 10 กว่าปีที่แล้ว และบริษัทฯ เคยมีวงเวียนเดิม ณ ลานหน้าพิพิธภัณฑ์สิงห์
- ศาลหน้าต้นยางอินเดียริมแม่น้ำเจ้าพระยาหน้าอาคารการตลาด มีหลักเขตศุลกากรเก่าแก่อายุนับร้อยปี เคยเป็นหลักเขตสำหรับการขนส่งสินค้าทางเรือที่นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ
- อาคารสารสนเทศในปัจจุบัน เคยเป็นอาคารกำเนิดไฟฟ้าเพื่อเดินเครื่องจักรผลิตเบียร์
- ซุ้มประตูบริษัทฯ ที่จำลองขึ้นในปัจจุบัน ของจริงแต่เดิมตั้งอยู่บริเวณหน้าอาคารฝ่ายบุคคล
- อาคารการตลาดริมน้ำเคยเป็นอาคาร Tank Farm เก็บแคปซูลหมักเบียร์
- ศาลศักดิ์สิทธิ์ในบริษัทฯ มี 3 แห่ง ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อหัวโขน ณ ต้นยางอินเดีย อาคารการตลาดริมน้ำ ศาลพ่อปู่แม่ย่า ณ ต้นไทร ประตู 1 และศาลปู่คง ณ ด้านหลังอาคารวิศวกรรม

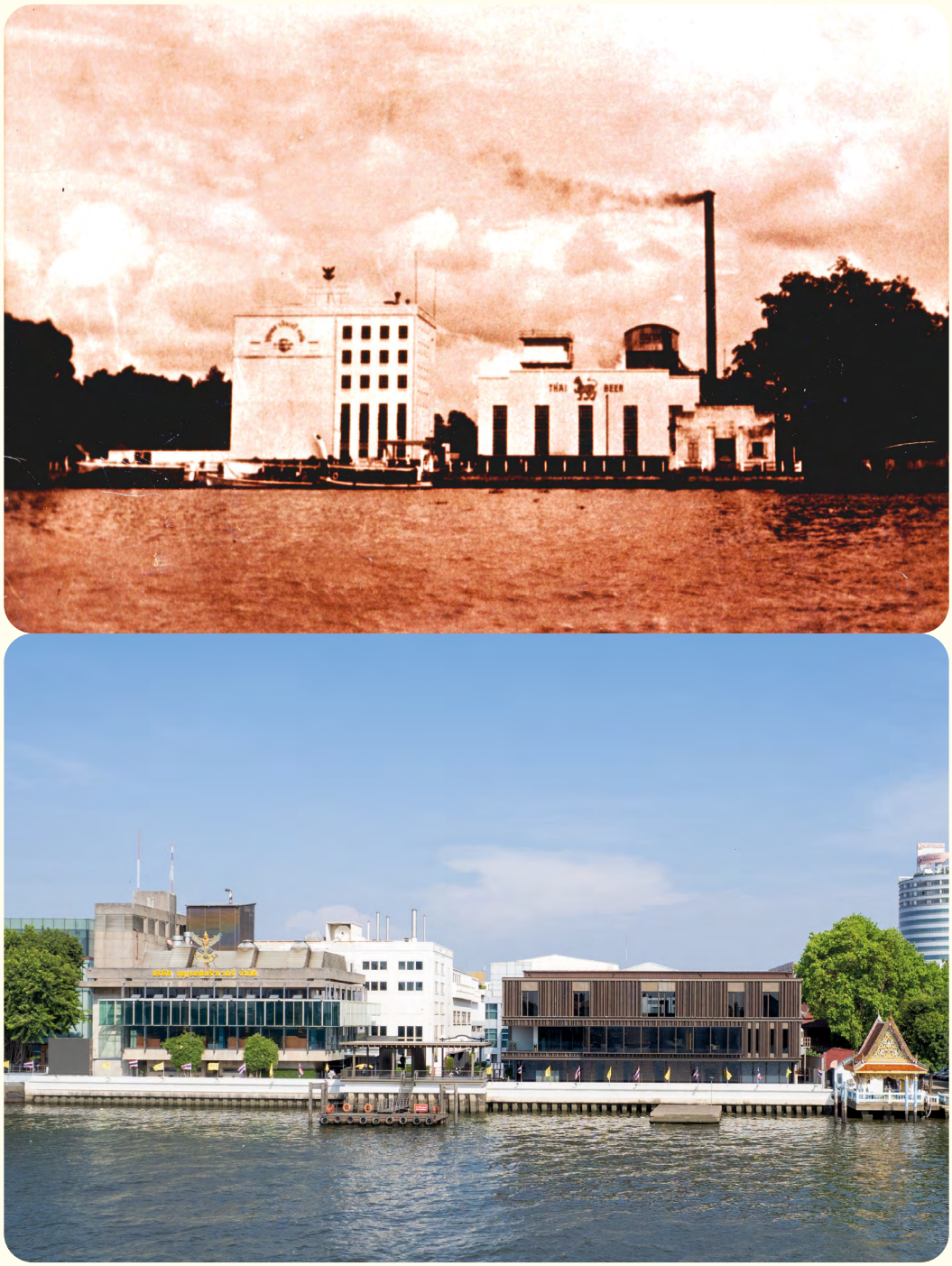


ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลประกอบ

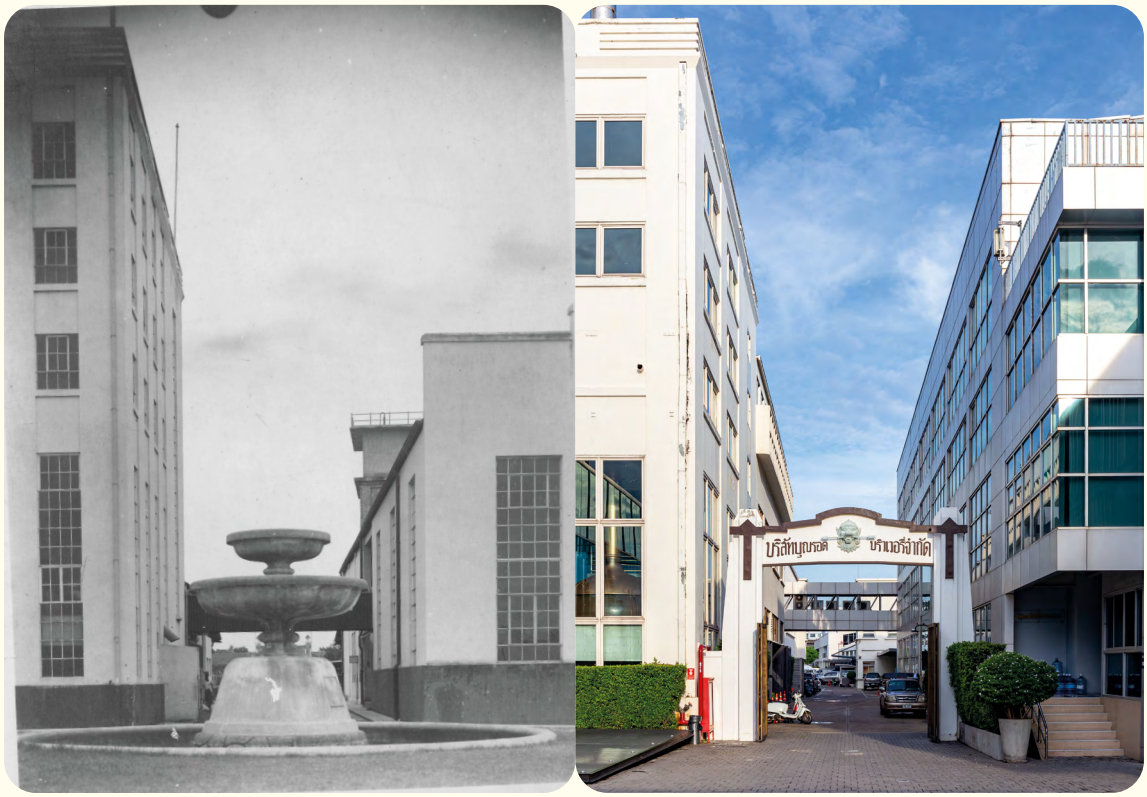
คุณเชาวลิต ละอองขวัญ (เบิ้ม)
ผู้จัดการฝ่ายดูแลอาคารและสถานที่
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



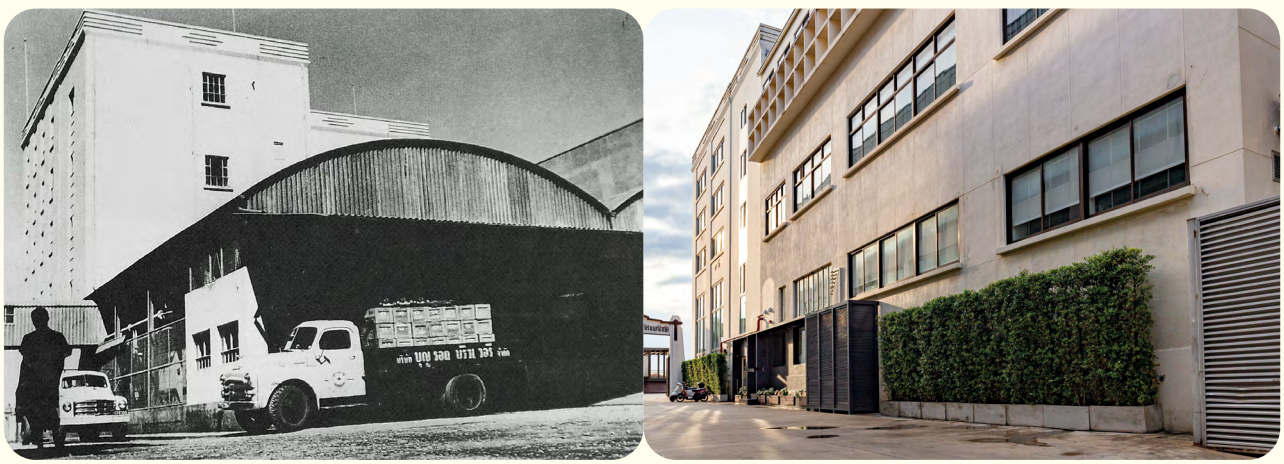
อาคารหม้อต้ม 1 ในวันเปิดตัวบริษัทฯ เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2477
มีแขกกว่า 300 คนเข้าร่วมงาน และเดินชมโรงงาน



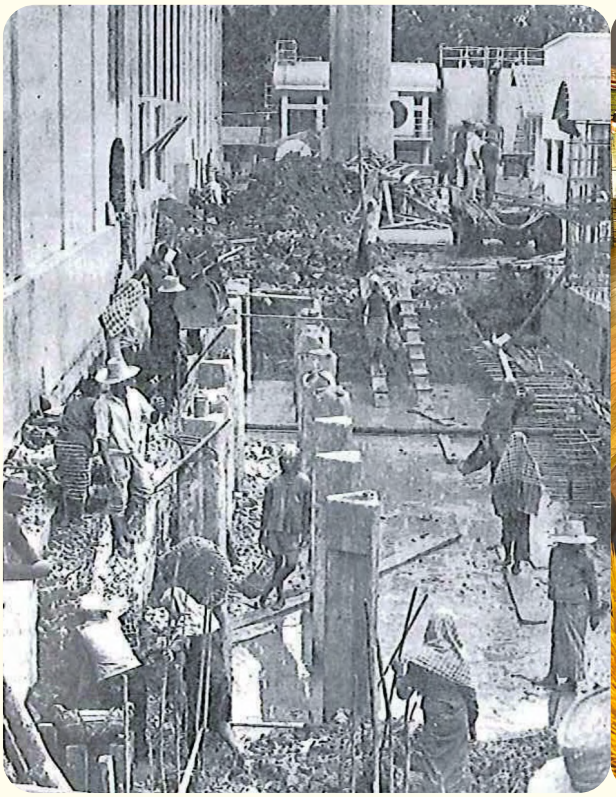
วิวโรงเบียร์จากแม่น้ำเจ้าพระยา
ภาพบนถ่ายหลังปี พ.ศ. 2482 เทียบกับ 90 ปีผ่านไป



ลานน้ำพุเดิมคือลานพิพิธภัณฑ์สิงห์ในปัจจุบัน



โรงจ่ายเบียร์เดิม กลายมาเป็นตึกทำงานผู้บริหาร และปัจจุบัน คือ Singha Shop ชั้นล่าง
ด้านบนส่วนหนึ่งยังคงเป็นออฟฟิศผู้บริหารระดับสูงอยู่



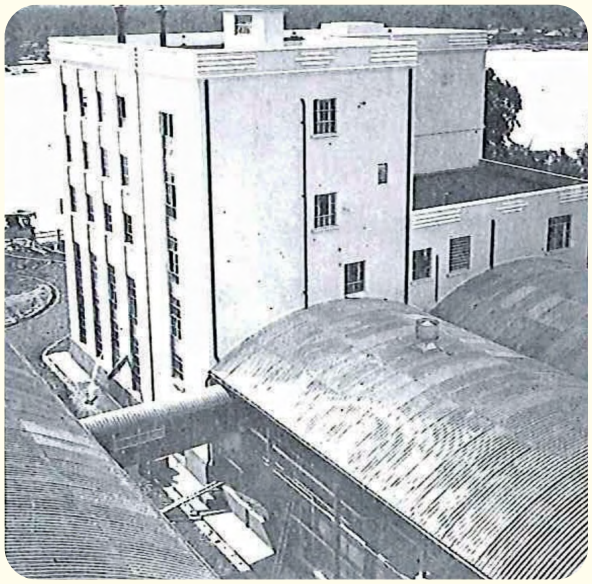


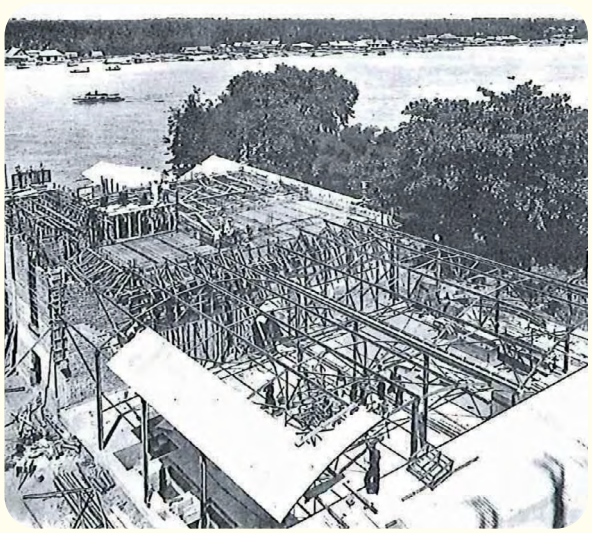
THEN and NOW

ภาพซ้าย จากคลังเอกสารของ บริษัท คริสเตียนีและนีลเส็น ขณะวางเสาเข็มอาคารโรงเบียร์ที่ 2 ที่กลายมาเป็นพิพิธภัณฑ์สิงห์ ณ ปัจจุบัน มุมถ่ายคือส่วนที่เป็นเธียร์เตอร์ตอนนี้ เดิมจะเป็นส่วนที่รถบรรทุกถอยเข้ามาจอดเพื่อรับกากจากการผลิตเบียร์ และหลังจากที่โรงเบียร์ได้ย้ายฐานการผลิตออกจากสามเสน เมื่อปี พ.ศ. 2544 จุดนี้รวมทั้งอาคารหม้อต้ม 2 ก็ต้องทิ้งร้างมา จนกระทั่งได้รับการปรับพื้นที่ให้มีชีวิตชีวาขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2558


ปริสัญญรอด
บริเวณจอดจักร







THEN and NOW

ภาพจากคลังเอกสารของ บริษัท คริสเตียนีและนีลเส็น ผู้ก่อสร้างอาคารโรงเบียร์แรกของบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ถ่ายจากมุมสูงบนตึกถังเก็บน้ำเดิม ด้านซ้ายคือโรงไฟฟ้าเก่าของบริษัทฯ อาคารโรงเบียร์ได้รับการต่อเติมเรื่อยมาตามเวลา มีอาคารหม้อต้ม 2 ด้านหน้า ส่วนโรงไฟฟ้าได้กลายสภาพเป็นโรงผลิตเบียร์ที่ 3 ก่อนสร้างโรงเบียร์ใหม่ที่ปทุมธานี โรงผลิตที่ 3 ทุกวันนี้คือตึกไอทีส่วนหน้า ขณะที่ส่วนหลังกำลังปรับสภาพเป็น "คลังเอกสารบุญรอด"

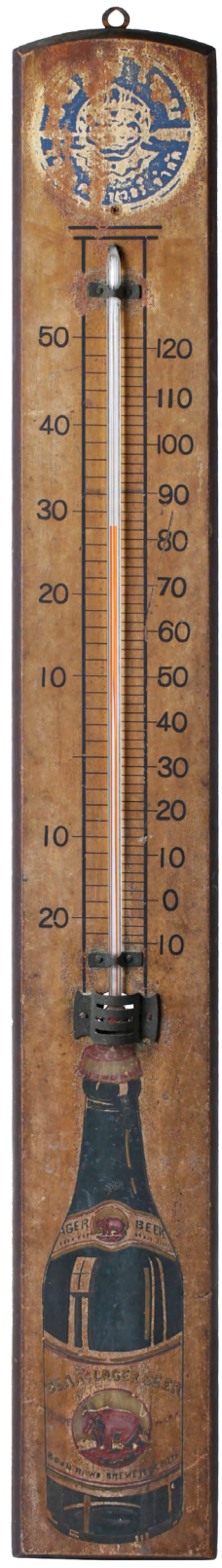

BOON RAWD BREWERY CO.,LTD.
BANGKOK, SIAM
LAGER SINGHA BEER
TRADE MARK
BOON RAWD BREWERY CO.,LTD.
BANGKOK
GOLDEN KITE
BRAND
LAGER BEER

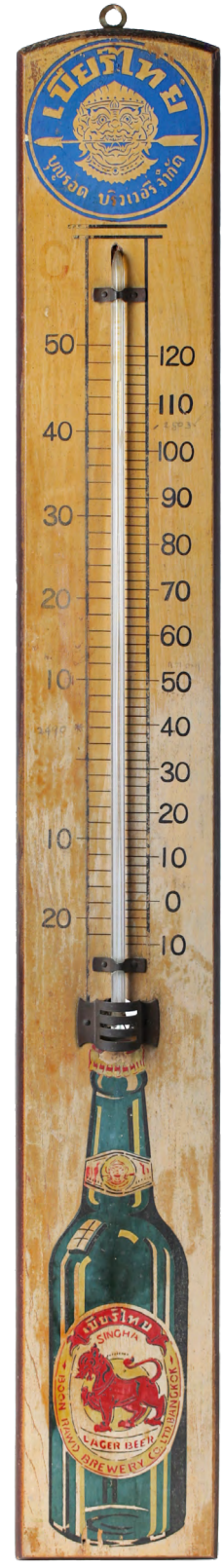

BOON RAWD BREWERY CO.
BANGKOK
Fruit Dri
B.R.B
เบียร์สงกรานต์
SONGKRAN BEER
SPECIAL BREW
สิงห์ยา
Special
BOON RAWD BREWERY CO.
SIAM — BEER
บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
กรุงเทพฯ
BOON RAWD
BEST LAGER BEER
SPECIAL BREW FOR EXPORT
Boon Rawd Brewery Company, Limited.
TELEGRAM "BREWERY" BANGKOK
BANGKOK
บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
เบียร์ — ไทย

SINGHA
Photo Gallery









เทอร์โมมิเตอร์ หรือที่วัดปรอทชุดนี้ เป็นของชำร่วยแจกลูกค้าในยุคแรกของบริษัทฯ มีคู่หนึ่งแขวนอยู่ด้านหลังโต๊ะทำงานของพระยาภิรมย์ภักดี เป็นลายภาพวาดด้วยมือบนไม้ มีทั้งรูปขวดเบียร์สิงห์ เบียร์ตราหมี และน้ำหวานตราสิงห์


SINGHA
LAGER
BEER
BOON RAWD BREWERY CO.,LTD.
BANGKOK
เบียร์ไทย ตราสิงห์
ไฮดา
ตราสิงห์





เริ่มมีการใช้ป้ายไฟในต่างประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2453 และน่าจะเข้ามาแพร่หลายในไทยช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยบริษัทฯ ก็ได้แจกป้ายไฟสิงห์ให้แก่ห้างร้านต่างๆ เพื่อติดตั้งทั้งภายในและภายนอกอาคารตั้งแต่ช่วงยุค 1950s เพื่อใช้ทั้งในประเทศและต่างประเทศจนถึงปัจจุบัน


เบียร์ไทย ตราสิงห์
BOON RAWD BREWERY CO., LTD.
BANGKOK
RONSON
เบียร์ไทย
ตราสิงห์
เบียร์ไทย
ตราสิงห์
ให้ความสดชื่น
อย่างแท้จริง
และไม่น้อยกว่า30ปี
SINGHA BEER
LAGER
BOON RAWD BREWERY CO.,LTD.
BANGKOK
เบียร์สิงห์


เบียร์
Singha
Singha
Beer
SINGHA BEER
MU·11
BOON RAWD BREWERY CO.,LTD.
Singha
ตราสิงห์


๑๔๗๖
1933
เบียร์ไทยตรา
สิงห์
บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด.
NGHA BEER
manic
SINGHA BEER
Charmant
INTERNATIONAL
SINGHA BEER
SINGHA BEER
SINGHA BEER
Singha Beer





ปากกาเป็นของแจกของบริษัทฯ มาช้านาน มีหลากชนิด หลายดีไซน์ บ่งบอกถึงยุคสมัย และความนิยม จะมีมากสุดจากยุค 1960s ถึง 1990s ปัจจุบันไม่ได้มีการแจกแล้ว ยกเว้นในโอกาสพิเศษ




Singha Beer
2531 • 1988


SINGHA
BEER
GOLD
LIGHT BEER
Draft
Beer
SINGHA BEER


SINGHA
BEER
SINGHA
DRAFT BEER
SINGHA
Draft
Beer
SINGHA
SINGHA
BEER
SINGHA
SINGHA
GOLD
SINGHA
SINGHA BEER
50
GOLD
SINGHA
SINGHA


LEO
7SEXY LEO GIRLS
I ♡ LEO
LEO BEER
SPECIALLY BREWED
LEO.BEER

SINGHA
Photo Gallery




SINGHA


DRAFT BEER
SINGHA
SINGHA
BEER
70
BOON RAWD BREWERY
SINGHA
BEER
70
BOON RAWD BREWERY
Singha
SINGHA
Light


SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA BEER
SINGHA BEER
SINGHA BEER
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA


SINGHA
gift-wraps.co.uk
SANTIBURI
SINGHA
TransPortraits
www.singhabeer.com
MANCHESTER UNITED


SINGHA DISCOVER 500
80
Boon Rawd Brewery
85


LEO
SINGHA BEER
SINGHA
RESERVED


SINGHA
ESTD 1933


SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA
SINGHA


RESERVE
ESTD 1933
SINGHA
SINGHA
THE ORIGINAL
ESTD 1933
SINGHA
SINGHA
BANGKOK
Lift it up
SINGHA
SINGHA

INTERVIEW WITH SINGHA NEW BLOOD

คุยกับสิงห์เลือดใหม่ในวาระ 90 ปี

อดีต ปัจจุบัน และอนาคต สามช่วงเวลาที่ตัดขาดกันไม่ได้ภายใต้กฎของโลก ไม่ต่างจากผู้คนในสังคมที่มีช่วงวัยแตกต่าง คนรุ่นก่อนเคยเป็นคนรุ่นใหม่ ขณะที่คนรุ่นใหม่ในวันนี้ต้องกลายเป็นคนรุ่นก่อนในวันหน้า ความคิดเห็นที่แตกต่างของคนแต่ละช่วงวัยถือเป็นเรื่องปกติ แม้ปัจจุบันความขัดแย้งจากปัญหาช่องว่างระหว่างวัยจะดูรุนแรงขึ้นในสังคมภาพรวม แต่ไม่ว่าอย่างไร การจะรักษาสิ่งใดให้ดำรงไว้อย่างยั่งยืนก็ต้องอาศัยความร่วมมือจากคนทุกรุ่น และการส่งต่อโดยคนจากรุ่นสู่รุ่นอยู่นั่นเอง

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด คงอยู่มาได้อย่างเข้มแข็งและมั่นคงด้วยความพากเพียรของชาวสิงห์รุ่นก่อนและสานต่อด้วยพลังของชาวสิงห์รุ่นใหม่ ในเดือนสิงหาคม 2566 นี้ บริษัทฯ จะมีอายุครบ 90 ปีแล้ว เรียกว่าเป็นวาระพิเศษ สิงห์ แมกกาซีน จึงถือโอกาสนำเสนอ Singha New Blood นับเป็นครั้งแรกของเราที่รวมตัวแทนของชาวสิงห์เลือดใหม่ เราไม่ได้หมายถึงสมาชิกใหม่ของครอบครัวสิงห์ที่เพิ่งก้าวเข้ามาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงชาวสิงห์มากประสบการณ์ที่จะเป็นรุ่นผลัดใบและมีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันองค์กรไปสู่อนาคต ตัวแทนสิงห์เลือดใหม่ในฉบับนี้จึงมีหลากหลายเจเนอเรชั่น พวกเขาได้แสดงความคิดเห็นที่มีต่ออดีตอันยาวนานของบริษัทฯ และหนทางที่พวกเขาอยากจะเห็นในวันข้างหน้า

“แพรวว่าทุกเจนมีความแตกต่างกัน
อยากให้ทุกเจนเปิดใจฟังกันมากขึ้น เคารพซึ่งกันและกันค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ประวัติของบุญรอดฯ มีเรื่องราวเยอะมากๆ ค่ะ แพรวอาจจะจำรายละเอียดไม่ได้มากขนาดนั้น แต่แพรวจำได้ว่าความรู้สึกที่ได้รับรู้ครั้งแรกคือ เราเป็นองค์กรที่แข็งแกร่ง สามารถผ่านยุคสมัยต่างๆ มาได้ ทำให้แพรวรู้สึกอุ่นใจในการทำงานที่นี่ จากที่เราเพิ่งเข้ามาทำงานได้ไม่นานก็ได้สร้างความรู้สึกผูกพันกับองค์กรมากขึ้นค่ะ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

ส่วนตัวแพรวเป็นคนที่สนใจคอนเทนต์หลากหลายแนว เช่น ถ้าแพรวกำลังดู TikTok แล้วมีเรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ขึ้นมาให้ดู แพรวก็สนใจนะคะ เพราะใน TikTok เขาจะเล่าแบบสั้น กระชับ แพรวขอแค่ไม่ยาวเกินไปหรือเล่าแบบเนือยๆ ก็จะสนใจฟังหรือดูได้หมดค่ะ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

แพรวรู้สึกว่าตัวเองยังใหม่ ยังเกร็งๆ ในการทำงาน ในอนาคตแพรวก็เลยอยากให้ตัวเองมีความมั่นใจในการทำงานมากกว่านี้ มีความกล้าเสนอความคิดเห็น กล้าตัดสินใจมากขึ้น ตอนนี้แพรวอยากเก็บประสบการณ์ไปเรื่อยๆ เพื่อให้เราเก่งขึ้นค่ะ

สิ่งหรุ่นใหม่อยากเห็นสิ่งนี้

อาจเพราะว่าแพรวเป็นรุ่นเด็กๆ ประสบการณ์น้อย ก็เลยมักจะนึกถึงหนทางข้างหน้าว่าจะเดินไปยังไงต่อ ยังไม่ค่อยมีอดีตหรือบทเรียนให้หวนนึกถึง เราจึงอาจมีความคิดบางอย่างที่ไม่เหมือนกับคนรุ่นก่อน แพรวว่าทุกเจนมีความแตกต่างกัน ก็อยากให้ทุกเจนเปิดใจฟังกันมากขึ้น เคารพซึ่งกันและกันค่ะ

ณัฐสิณี บุตรภักดี (แพรว)
เจ้าหน้าที่บุคคล
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด





“ทุกคนมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน เราอาจจะได้รับทั้งคำติชมบ้าง ส่วนตัวเกดจะพยายามนำมาเป็นบทเรียนและโอกาสที่ดีให้เราพัฒนาตัวเองในทุกๆ วันค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

เกดรู้สึกประทับใจวัฒนธรรมองค์กรของบุญรอดฯ ค่ะ เพราะทั้ง 4 ข้อของ Singha Way มีความเชื่อมโยงกันหมดและเป็นแนวทางที่มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งเกดจะรู้สึกดีกับ Happiness และ Family มากเป็นพิเศษ เพราะ 2 ข้อนี้สำหรับเกดคือปัจจัยภายในที่ทำให้องค์กรไปต่อได้อย่างเข้มแข็งและมีความสุข เกดมองว่าองค์กรจะไปต่อไม่ได้ถ้าข้างในไม่แข็งแรง และถ้า 2 ข้อนี้ของเราแข็งแรงก็จะส่งผลถึงข้ออื่นๆ เช่น Courage และ Premium Quality ซึ่งเมื่อความรู้สึกในการทำงานของเราดี มีการทำงานเป็นทีมและรับฟังกันอย่างเปิดใจ เราก็จะกล้าแสดงความเห็น กล้าตัดสินใจ และทำให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพออกไปสู่ภายนอกในที่สุดค่ะ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

เกดเป็นคนชอบประวัติศาสตร์ ชอบอ่าน ชอบฟัง podcast ฟังตั้งแต่แนวจิตวิทยา พัฒนาตนเอง จนถึงประวัติของวงการต่างๆ เช่น แบรนด์แฟชั่น นักวิทยาศาสตร์ ประวัติของบุญรอดฯ ก็พลาดไม่ได้ที่จะต้องเข้าไปศึกษาค่ะ ตอนเข้าชมพิพิธภัณฑ์สิงห์เกดจะชอบดูผลิตภัณฑ์ของเราในสมัยก่อน เรารู้สึกว่าสิ่งเหล่านี้มีเรื่องราวที่ประเมินค่าไม่ได้ เพราะเราซื้อเวลากลับไปไม่ได้แล้วเราจึงรู้สึกเห็นคุณค่าของสิ่งเหล่านี้ค่ะ

อดีต...ที่ Move On แล้วจะดี

บางครั้งการทำงานก็อาจมีการสื่อสารที่เข้าใจไม่ตรงกันบ้าง เพราะทุกคนมีวิธีการทำงานที่แตกต่างกัน เราอาจจะได้รับทั้งคำติชมบ้าง ส่วนตัวเกดจะพยายามนำมาเป็นบทเรียนและโอกาสที่ดีในการทำงานให้เราพัฒนาตัวเองในทุกๆ วันค่ะ

อาภาพัชญ์ อินธิกูด (ลูกเกด)
Corporate Marketing Officer
บริษัท บุญรอด ซัพพลายเชน จำกัด



“บุญรอดฯ ผ่านอุปสรรคจนอยู่มาได้อย่างยาวนานถึงทุกวันนี้ ในขณะเดียวกันก็มีภาพลักษณ์และวิสัยทัศน์ที่ทันสมัย ทำให้หนูภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของที่นี่ค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

จากที่หนูได้มีโอกาสเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สิงห์และได้รับรู้เรื่องราวของบริษัทฯ เป็นครั้งแรก หนูดีใจและประทับใจมาก เพราะบุญรอดฯ เป็นบริษัทที่เก่งมากค่ะ สามารถก้าวข้ามผ่านอุปสรรคต่างๆ จนอยู่มาได้อย่างยาวนานถึงทุกวันนี้ แต่ในขณะเดียวกันก็มีภาพลักษณ์และวิสัยทัศน์ที่ทันสมัยด้วย ทำให้หนูรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของบุญรอดฯ ค่ะ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

จริงๆ แล้วหนูเป็นคนชอบดูชอบฟังเรื่องประวัติเก่าๆ นะคะ ใครเล่าให้ฟังก็มักจะอินตามเขาไปด้วย แต่ที่ชอบมากกว่าคือของสะสมเก่าๆ ค่ะ เวลาเห็นอะไรที่คลาสสิกแล้วจะรู้สึกว่าสวยจังเลย ดูมีคุณค่าทางจิตใจ ตอนที่หนูได้ชมพิพิธภัณฑ์สิงห์แล้วได้เห็นผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขวดต่างๆ ของบุญรอดฯ ในสมัยก่อน หนูก็ตื่นเต้นและรู้สึกเพลิดเพลินมากค่ะ เป็นคนชอบดูชอบสะสมอะไรแบบนี้ค่ะ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

ส่วนตัวหนูไม่ได้คาดหวังอะไรมาก่อนค่ะ ตอนที่มาฝึกงานในโครงการ Singha Biz Course (ปีที่ 12) ก็เพราะอยากได้ประสบการณ์จริงด้านธุรกิจ หลังจากที่จบโครงการแล้ว พี่ๆ ก็ได้ยื่นโอกาสในการทำงานมาให้ส่วนตัวเราเองก็พร้อมรับโอกาสนั้นไว้ค่ะ และสิ่งที่หนูอยากจะพัฒนาตัวเองให้ดีกว่านี้คือความมั่นใจกล้าพูดกล้าแสดงออกในความสามารถของตัวเอง เพราะพี่ๆ พร้อมรับฟังเราเสมอ อย่างเช่นการจะเสนอไอเดียในการพัฒนางาน แต่อาจจะติดตรงที่เรายังไม่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก่อน แต่หนูก็เชื่อมั่นว่าการทำงานที่บุญรอดฯ จะหล่อหลอมศักยภาพในตัวหนูให้ดีขึ้นได้อย่างแน่นอนค่ะ

สุภัสสรา เงินหนู (รวงข้าว)
Digital Marketing Executive
บริษัท ฟู้ด แฟคเตอร์ จำกัด

“เรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต เพื่อเป็นบทเรียนให้เราทำงานได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต ถ้าเรากอดบทเรียนในอดีตได้ ก็จะทำให้การตัดสินใจในอนาคตของเราดีขึ้นหลายเท่าครับ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกสนใจ

เรื่องราวขององค์กรที่ผมสนใจ คงจะไม่พ้นเรื่องประวัติศาสตร์ความเป็นมาของบริษัทฯ โดยเฉพาะเรื่องราวในช่วงชีวประวัติของบุคคลสำคัญ ๆ ในเวลาที่ผมเดินไปรอบ ๆ บริษัทฯ ก็จะเห็นรูปปั้นบุคคลสำคัญหลาย ๆ ท่าน ที่คิดว่าคงจะมีประวัติที่น่าสนใจ น่าเรียนรู้ น่าค้นหา สัมผัสได้ถึงความศักดิ์สิทธิ์และความเก่าแก่ของบริษัทฯ ที่มีมายาวนานกว่า 90 ปี ทำให้ผมอยากจะรู้ข้อมูลมากขึ้น แต่คงเป็นเพราะว่าผมเพิ่งจะเข้ามาร่วมงานกับบริษัทฯ ได้ไม่นาน ในช่วงของยุคโควิด จึงยังไม่มีโอกาสได้ทราบถึงเรื่องราวความเป็นไปในอดีตของบริษัทฯ ก็เป็นหนึ่งในเรื่องที่ผมสนใจอยากศึกษาครับ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

อดีตเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะเรียนรู้ เรื่องราวที่ผ่านไปแล้วล้วนเป็นกรณีศึกษาให้เราได้ลองคิดว่า ตอนนั้นถ้าเป็นเรา เราจะตัดสินใจยังไง เพื่อมาสู่ความสำเร็จ ในขณะเดียวกัน เราก็แก้ไขอดีตไม่ได้ หรือหากเราเอาแต่ยึนดีอยู่กับความสำเร็จในอดีตเราก็จะกลายเป็นคนอยู่กับที่ ซึ่งจริง ๆ แล้วผมคิดว่าเราควรจะบาลานซ์สัดส่วนของการให้ความสำคัญ โดยเราอาจให้ความสำคัญกับอดีตสักหนึ่งส่วน และอีกส่วนคือ การตัดสินใจและมองไปข้างหน้า เพื่อความสำเร็จในครั้งต่อ ๆ ไป

How-to ปรับจูนคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

สิ่งที่ผมรับรู้ได้คือแนวคิดของคนรุ่นใหม่ไม่เหมือนคนรุ่นก่อนเลย เพราะคนรุ่นใหม่เติบโตมาในโลกและสังคมที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อน ทั้งรุ่นเขาและรุ่นเราจึงมีประสบการณ์และผ่านเหตุการณ์ต่าง ๆ มาไม่เหมือนกัน ถ้าจะนำคน 2 เจนมาอยู่ด้วยกัน ทางเดียวที่จะอยู่รอดคือต้องพิจารณาข้อดีของแต่ละเจนและยอมรับให้ได้ เช่น เจนใหม่ กล้าแสดงออก มีความคิดสร้างสรรค์ เก่งเทคโนโลยี เจนเก่า มีความรอบคอบ มีประสบการณ์ และมองเห็นภาพใหญ่กว่า เจนเก่าและเจนใหม่จะต้องเปิดใจและยอมรับว่า คุณอยากเรียนรู้อะไรจากคนต่างเจนบ้าง

สมชาย โตสมสกุล (โต)
Chief Commercial Officer
บริษัท บุญรอด ซัพพลายเชน จำกัด





“ความคิดของคนรุ่นใหม่ก็มีมุมมองที่น่าสนใจ ซึ่งเราสามารถแชร์ความคิดปรับใช้ร่วมกันได้ ไม่ว่าจะเป็นรุ่นพี่หรือรุ่นน้อง ต้องเปิดใจสื่อสารเข้าหากันครับ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

จากที่ผมมีโอกาสได้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สิงห์ ซึ่งมีการบันทึกและจัดเก็บข้อมูลไว้อย่างดี ก็รู้สึกประทับใจในหลายเรื่องครับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รู้จักและเรียนรู้เรื่องราวประวัติความเป็นมาขององค์กร ทำให้เกิดความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งหนึ่งของประเทศ ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานถึง 90 ปี และนอกจากการดำเนินกิจการหลักแล้ว บริษัทฯ ยังได้ตอบแทนสังคมผ่านกิจกรรม CSR มาโดยตลอดอีกด้วยครับ

90 ปี และก้าวต่อไป

90 ปี บุญรอดฯ ผมคิดว่า เลข 9 ถือว่าเป็นเลขมงคล ...90 ปี จึงเป็นความยิ่งใหญ่ขององค์กรที่จะก้าวต่อไปอย่างมั่นคง และทราบว่าบริษัทฯ มีนโยบายเรื่อง SD (การพัฒนาอย่างยั่งยืน) ซึ่งเป็นเรื่องที่ทันสมัย และทั่วโลกให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ ผมจึงอยากให้บริษัทฯ พัฒนาเรื่องนี้ให้มากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นผลดีต่อทุกฝ่าย ทั้งต่อบริษัท คู่ค้า พนักงาน และสังคมโดยรวมครับ

How-to ปรับจูนคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

ผมคิดว่าน้องๆ สมัยนี้มีความเป็นตัวของตัวเอง มีกรอบความคิดที่แข็งแรง แต่ไม่ใช่ว่าพวกเขาไม่ฟังเรานะครับ เพียงแต่ต้องหาวิธีสื่อสารและเข้าถึงพวกเขาอย่างเหมาะสม จริงๆ แล้วความคิดของคนรุ่นใหม่หลายๆ อย่างมีมุมมองที่น่าสนใจและมีประโยชน์ ซึ่งเราสามารถแชร์ความคิดร่วมกัน นำมาปรับใช้ร่วมกันได้ ไม่ว่าจะเป็นรุ่นพี่หรือรุ่นน้อง ทุกคนต้องเปิดใจให้กัน และสื่อสารเข้าหากันครับ

พิงค์ สริกฆกานนท์ (พิงค์)
ผู้จัดการประจำสำนักงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ด้านกิจกรรม
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

“ประวัติศาสตร์คือบทเรียน เราภูมิใจในแบรนด์ของเราได้ แต่ถ้าเรายึดติดกับความภูมิใจที่เราเป็นผู้นำตลาด ก็อาจทำให้เราพลาดได้เหมือนกัน”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ผมชอบเรื่องราวช่วงที่ท่านพระยาภิรมย์ภักดีขึ้นเรือเดินทางไปทั่วโลก คงเพราะผมเป็นคนชอบเดินทาง สายผจญภัย ผมอ่านประวัติท่านจากหนังสือเล่มเล็กๆ ที่เจอในห้องสมุดของสำนักงาน อ่านแล้วสนุกดีครับ ได้รู้ว่าท่านไปเรียนที่ไหน ทำไมถึงสนใจทำธุรกิจเบียร์

แนวคิดจากอดีตที่น่าสนใจ

การที่บริษัทฯ มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ทำให้เราภาคภูมิใจในองค์กร รักแบรนด์ของเรา ในขณะเดียวกัน ประวัติศาสตร์คือบทเรียน เราภูมิใจในแบรนด์ของเราได้ แต่ถ้าเรายึดติดกับความรู้สึกนี้เกินไปก็อาจทำให้เราพลาดได้เหมือนกัน เพราะเมื่อเรายึดแต่แบรนด์เรา เห็นแต่แบรนด์เรา เราก็อาจลืมมองว่าแบรนด์อื่นๆ เขาเป็นยังไงบ้าง พัฒนาไปถึงไหนแล้ว แบบนั้นมันไม่รู้เขารู้เรา หากจะนำอดีตขององค์กรมาเป็นบทเรียน คือถ้าเรายังยึดติดกับความภูมิใจที่เราเป็นผู้นำตลาด เราก็อาจจะพลาดซ้ำรอยเดิมได้

90 ปี และก้าวต่อไป

บริษัทฯ มีทิศทางที่ก้าวไปข้างหน้าอยู่แล้ว ผมเองเป็นคนชอบความรู้สึกของการก้าวไปข้างหน้ามากกว่าการมองย้อนกลับไป แต่ในบางโอกาสเราก็มีความสุขกับการหวนรำลึกอะไรที่เป็น traditional บ้าง เหมือนกับเบียร์ที่มีหลากหลายสไตล์ เราค้นหาเบียร์แนวทางใหม่ๆ แต่ขณะเดียวกันเบียร์สไตล์คลาสสิกก็ยังมีเสน่ห์ ผมว่าถ้าเราสร้างสรรค์สิ่งใหม่โดยไม่ทิ้งสิ่งเก่า เราจะก้าวไปแบบทันโลกพร้อมคงความดั้งเดิมไว้ได้ด้วยครับ

อุกฤษฏ์ อัตตโชติ (วิว)
Brewmaster
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



“ส่วนตัวแพรอยากรู้ถึงก้าวต่อๆ ไปที่เราจะไปให้ถึงปีที่ 100 ค่ะ แพรรู้ว่าบริษัทฯ มีแนวทางและมีหลายสิ่งที่กำลังทำและพัฒนาอยู่แล้ว แต่แพรอยากให้มีการสื่อสารเรื่องนี้ออกไปมากขึ้นค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกสนใจ

องค์กรของเราอายุ 90 ปีแล้ว มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน เราทุกคนได้รู้ว่าบริษัทฯ ผ่านอะไรมาบ้าง ขายอะไรบ้าง และทำธุรกิจด้านไหน แต่ส่วนตัวแพรก็อยากรู้ถึงก้าวต่อ ๆ ไปที่เราจะไปให้ถึงปีที่ 100 ค่ะ แพรรู้ว่าบริษัทฯ มีแนวทางและมีหลายสิ่งที่กำลังทำและพัฒนาอยู่แล้ว แต่แพรอยากให้มีการสื่อสารเรื่องนี้ออกไปมากขึ้นค่ะ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

แพรอยากอยู่ในจุดที่คนทำงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้อย่างเปิดกว้างมากขึ้น เราฟังเขา เขาฟังเรา ไม่ต้องทำตามกันก็ได้ เพียงแต่รับฟังและพร้อมช่วยกันพัฒนาให้ทุกอย่างไปได้ดีขึ้นค่ะ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

ส่วนมากเรื่องที่แพรสนใจจะเป็นแนวท่องเที่ยวหรือรีวิวร้านอาหาร แต่ถ้าเป็นแนวเล่าย้อนอดีตก็จะสนใจประมาณหนึ่งค่ะ ถ้าเราฟังแล้วรู้สึกสนุก จั่วหัวมาแล้วมี First Impression ดึงความสนใจเราได้ตอนที่รู้ประวัติของบุญรอดฯ ครั้งแรกก็ทึ่งเหมือนกันค่ะ รู้สึกว่า story ของที่นี่ต้องเยอะขนาดไหนนะถึงมีพิพิธภัณฑ์เป็นของตัวเองด้วย

สิงห์รุ่นใหม่อยากเห็นสิ่งนี้

แพรอยากเห็นภาพรวมของวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่มีข้อไหนมากเกินไปหรือน้อยเกินไปค่ะ แพรชอบแนวคิด Singha Way และก็รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ท้าทายว่าเราจะทำยังไงที่จะบาลานซ์ทั้ง 4 ข้อของ Singha Way ให้ได้แบบลงตัวค่ะ

ศุภพิชญ์ ศุขโกเมศ (แพร)
Management Trainee
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด





“การบาลานซ์คนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าให้ทำงานร่วมกัน มีเร็วช้าหนักเบาบ้างตามจังหวะที่ควรจะเป็น ผมอยากให้บรรยากาศเช่นนี้ของที่นี่คงอยู่ต่อไปและชัดเจนขึ้นครับ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกสนใจ

ผมสนใจวัฒนธรรมองค์กรครับ อาจสำคัญเป็นอันดับหนึ่งเลยก็ว่าได้ ผู้ใหญ่ที่ผมนับถือท่านได้เคยถ่ายทอดให้ฟัง และแนะนำในสิ่งที่เห็นว่าเราต้องรู้ เพื่อที่เราจะได้ประเมินวิธีทำงานร่วมกับคนอื่น พอเราเริ่มเข้าใจในวัฒนธรรม ในฐานะที่เราเป็นคนบุญรอดฯ เราก็อยากจะรู้เกี่ยวกับองค์กรมากขึ้น เพราะตั้งแต่เข้ามาร่วมงานในช่วงโควิด ผมยังไม่เคยได้ชมพิพิธภัณฑ์สิงห์เลยและผมอยู่ที่สิงห์ คอมเพล็กซ์ ตลอด แต่ผมเคยเห็นเรื่องราวเกี่ยวกับท่านพระยาภิรมย์ภักดีว่าทำธุรกิจเบียร์เมื่อไหร่ ตอนท่านอายุเท่าไหร่ ผมอยากรู้ประวัติที่นี่โดยภาพรวมให้มากขึ้น เพื่อให้เรามีภาพในหัว ได้รู้ที่มาที่ไปในฐานะพนักงานคนหนึ่ง ที่น่าจะมีส่วนสานต่อภารกิจขององค์กรร่วมกับพี่น้องในบริษัทฯ ต่อไปครับ

คุณมองว่าคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจต่ออดีตหรือไม่

ผมคิดว่าคนรุ่นใหม่สนใจปัจจุบันและมองอนาคตแบบคร่าวๆ เพราะมันเป็นเทรนด์ของพวกเขา อันนี้ในความเห็นของผมนะ แน่นอนว่าไม่ครอบคลุมเด็กรุ่นใหม่ทุกคน ยกตัวอย่าง คนรุ่นก่อนเกิดมาเห็นต้นกำเนิดและพัฒนาการขั้น 1-4 ส่วนคนรุ่นใหม่เกิดมาก็เห็นขั้น 5 แล้ว เขาจะไม่ว้าวกับ 1-4 ก็ไม่แปลก เพราะมันตกยุคเขาไปแล้ว แต่เราควรทำให้เขาเข้าใจว่า 5 จะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการผ่าน 1-4 มาก่อน ดังนั้นอย่าไปมองว่ามันเชย อย่าไปดูถูกมัน

90 ปี และก้าวต่อไป

ที่บุญรอดฯ มีบรรยากาศขององค์กรที่อยู่กันเหมือนครอบครัว ซึ่งผมสัมผัสได้ว่าเป็นเช่นนี้มาตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฝ่ายงานที่ผมทำอยู่และเป็นหนึ่งในข้อดีที่สำคัญ มีการบาลานซ์คนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าให้ทำงานร่วมกัน มีเร็วช้าหนักเบาบ้างแต่ก็เป็นไปตามจังหวะที่ควรจะเป็น ผมอยากให้บรรยากาศเช่นนี้คงอยู่ต่อไปและชัดเจนขึ้นครับ ผมเชื่อว่าจะส่งผลให้องค์กรอยู่ต่อไปได้อีกนานมาก ไม่ใช่เพียงแค่ 100 ปีจากนี้ แต่อาจยาวนานไปอีกหลายชั่วอายุคนเลยทีเดียว

ลิขิต โพธิ์ศรี (โต๋)
AVP-Department Head Procurement Strategy Policy & Digital
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

“เรามองว่า สิ่งที่บริษัทฯ ให้เรามันมากกว่าคำว่าลูกจ้าง ยิ่งอยู่นานผมยิ่งศรัทธาในองค์กร ยิ่งทำงาน ยิ่งเติบโต ยิ่งท้าทาย”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ตั้งแต่วันแรกที่ผมเข้ามาทำงาน ผู้ใหญ่ในแผนกท่านก็เล่าให้ผมฟังถึงเรื่องราวในอดีตของบริษัทฯ ผมชอบเรื่องของการขนส่งเบียร์ในสมัยก่อน และยังมีเรื่องของตระกูลผู้บริหารท่านไหนดูแลบริษัทฯ ด้านใด ผมอยากรู้เรื่องราวเพิ่มจึงไปเสิร์ชในอินเทอร์เน็ต ก็ได้รู้ประวัติท่านพระยาภิรมย์ภักดีว่าท่านเป็นใคร มาทำโรงเบียร์ได้ยังไง อ่านแล้วสนุกมากครับ ผู้ใหญ่ที่ผมนับถือยังบอกผมอีกว่า เครื่องหมายจริงๆ ของบริษัทฯ คือหนุมานคาบศร ส่วนตราสิงห์เป็นเครื่องหมายทางการค้า หลังจากได้รู้ผมก็ไปสักรูปหนุมานคาบศรที่ต้นแขนเลยครับ

เรื่องราวขององค์กรส่งผลต่อการทำงานอย่างไร

ผมเคยเปลี่ยนที่ทำงานมา 12 แห่ง แต่ละแห่งผมไม่ได้สนใจที่มาที่ไปของบริษัทฯ เขาเลย พอมาทำงานที่บุญรอดฯ เป็นที่ 13 ผมสนใจประวัติของบุญรอดฯ เพราะผมเห็นผลิตภัณฑ์ตราสิงห์มาตั้งแต่เด็ก เราอยากรู้เรื่องเกี่ยวกับสิงห์มาตลอด พอเข้ามาก็ได้โอกาสที่จะรู้ และพอได้รู้ก็เกิดความภาคภูมิใจและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ความผูกพันส่งผลให้เราทำงานที่นี่ได้นาน และพอยิ่งอยู่นานก็ยิ่งเกิดความศรัทธาในองค์กร เรามองว่าสิงห์ให้เรามากกว่าคำว่าลูกจ้าง ยิ่งทำงาน ยิ่งเติบโต ยิ่งท้าทาย

มุมมองต่อน้องๆ รุ่นใหม่

มีคำพูดของนายกล่าวไว้ว่า “ทำคนนอกให้เป็นครอบครัว ทำครอบครัวให้เป็นมืออาชีพ” เมื่อน้องๆ เขาเข้ามาทำงานกับเรา เราต้องดูแลเขาเหมือนครอบครัว อย่าเอาความเห็นต่างมาส่งผลต่อการทำงาน เด็กรุ่นใหม่เขาต้องการการยอมรับ แต่เราจะอยู่กันแบบครอบครัวได้ เราต้องถ่ายทอดให้เขาเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ไม่ว่าจะมีความแตกต่างทางความคิดเห็นยังไง ถ้าเขามีความศรัทธาในงานที่ทำและองค์กรที่เขาอยู่ เขาก็จะทำงานได้ดีและอยู่กับเราได้นาน

วรรณกร กล่อมจิต (แจ๊ด)
ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



“นิวมองว่าการใช้วิธี “แมนๆ คุยกัน” เป็นเรื่องดี ถ้าเราผิด เราก็ยอมรับผิด แล้วก็อย่าไปสานต่อ ให้จบเรื่องนั้นไป งานจะได้เดินไปข้างหน้าค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ตั้งแต่เข้ามานิวก็รู้สึกประทับใจว่าที่บุญรอดฯ มีพิพิธภัณฑ์ด้วย ซึ่งนิวรู้สึกว่าทั้งเรื่องราว เครื่องจักร และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่บริษัทฯ เคยมี มันมีความพิเศษกว่าที่อื่น ที่สำคัญนิวชอบการที่เรามีสถานที่ให้พนักงานได้พบปะสังสรรค์ เราเข้ามาใหม่ๆ ไม่รู้จักใคร พอได้มาพบปะพี่ๆ จากหลายๆ ฝ่ายก็ทำให้ได้รู้จักคนเพิ่มขึ้นเยอะมาก ได้ทั้งเพื่อนและสังคมค่ะ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

นิวชอบประวัติศาสตร์ด้านการก่อสร้าง สถาปัตยกรรม มีหลายสิ่งที่เราสงสัยว่าคนสมัยก่อนเขาสร้างอาคารแปลกๆ กันได้ยังไง ทั้งที่เทคโนโลยีก็ยังไม่ทันสมัย เรื่องพวกนี้ดูเหมือนเป็นไปไม่ได้แต่ก็เป็นไปได้ ทำให้เรารู้สึกสนุก อยากรู้ แล้วก็ชอบเรื่องชีวประวัติของบุคคลในวงการศิลปะสมัยก่อน เช่น แวน โก๊ะ ไมเคิลแองเจโล ประมาณนี้ค่ะ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

อยากเห็นตัวเองเป็นคนเก่งค่ะ อยากเก่งขึ้น อะไรที่ไม่เคยทำก็อยากทำให้ได้ อยากเติบโต อยากนำประสบการณ์จากคนอื่นที่ได้รับมาประยุกต์กับตัวเราเอง ซึ่งนิวรู้สึกว่าที่บุญรอดฯ ให้โอกาสนี้กับเราได้เรียนรู้เองส่วนหนึ่ง แต่อีกส่วนก็มาจากคนรอบข้างที่คอยสอนงานเรา

อดีต... ที่ Move On แล้วจะดี

ด้วยความที่เรายังใหม่ก็มีบางเรื่องที่เรายังสับสน จับต้นชนปลายไม่ถูก ทำให้เราก็มีโดนดุบ้าง เขาก็ดุไปสอนไปด้วย แต่นิวไม่ได้เป็นคนคิดเล็กคิดน้อย นิวมองว่าการใช้วิธี “แมนๆ คุยกัน” เป็นเรื่องดี ถ้าเราผิด เราก็ยอมรับผิด แล้วก็อย่าไปสานต่อ ให้จบเรื่องนั้นไป งานจะได้เดินไปข้างหน้า ปัญหาทุกอย่างก็ Move on ง่ายขึ้นด้วยค่ะ

กัลยกร ท้าวแก้ว (นิว)
Multi-media Specialist
บริษัท บุญรอด ซัพพลายเชน จำกัด





“ผมชอบเรื่องในอดีต แต่แน่นอนว่าเราไปแก้ไขอดีตไม่ได้ ผมว่าการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในอดีตที่ผ่านมาจนกลายมาเป็นปัจจุบันนี้แหละครับที่ดี””

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ผมชอบเรื่องราวในช่วงที่สิงห์ปล่อยเบียร์ลีโอออกมาเพื่อสู้กับคู่แข่งในตลาด ฟังแล้วสนุกและรู้สึกว่าเท่มากครับ ตอนนั้นผมยังเป็นนักศึกษาในโครงการ Singha Biz Course ปีที่ 12 แล้วมีผู้ใหญ่มาเล่าให้ฟังในโครงการครับ

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

ผมเป็นคนชอบประวัติศาสตร์นะครับ เพราะผมสงสัยว่าบางเรื่องมันมีที่มายังไงโดยเฉพาะแนวที่เกี่ยวกับความขัดแย้ง ผมอยากรู้ว่าต้นตอปัญหามาจากไหน แล้วก็วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ค่อยๆ ถูกประยุกต์ใช้ตามบริบท ทำไมเขาถึงรับมือสถานการณ์และแก้ปัญหาแบบนั้น ในส่วนประวัติขององค์กรผมจะอยากรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำเป็นหลัก ที่จะช่วยให้เราทำงานกับฝ่ายต่างๆ ได้ง่ายขึ้นครับ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

ผมอยากทำงานที่ท้าทายและให้อิสระ จริงๆ ตั้งแต่ผมเข้ามาทำงานที่บุญรอดฯ ผมก็ไม่ได้รู้สึกถูกจำกัดอะไรขนาดนั้น เราสนุก เรายังเป็นตัวของตัวเอง ผมได้ประสบการณ์จากที่นี่เยอะมากตั้งแต่ตอนอยู่ในโครงการ Singha Biz Course ผมเป็นคนชอบไปข้างนอก ชอบคุยกับคน จากนี้ก็อยากลองทำงานอีเวนต์ หรืองานเซอร์วิสคนให้มากขึ้นครับ

อดีต...ที่ Move On แล้วจะดี

ผมชอบเรื่องในอดีต แต่แน่นอนว่าเราไปแก้ไขอดีตไม่ได้ ผมเคยได้ยินการเปรียบเทียบว่า สมัยก่อนดีกว่าตอนนี้ สมัยก่อนเคยทำสิ่งนี้ง่ายกว่าตอนนี้ ผมคิดว่าคนเราจะจดจำอดีตที่ส่งผลดีกับตัวเอง จดจำความรุ่งโรจน์ แต่ปัจจุบันพอทุกอย่างเปลี่ยนไปเขาก็จะรู้สึกว่าไม่ดีเท่าแต่ก่อน แล้วเขาก็ไปยึดกับอดีต ซึ่งผมว่าการยึดตรงนั้นอาจส่งผลให้เราไม่มีแรงจะทำปัจจุบันให้ดี ผมมองว่าการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในอดีตที่ผ่านมาจนกลายมาเป็นปัจจุบันนี้แหละครับที่ดี

กรวิชญ์ คุ้มตะโก (แฮม)
เจ้าหน้าที่บริหารงานโครงการพิเศษ
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



“สิ่งที่ผมอยากเห็นจริงๆ ก็เป็นสิ่งที่บริษัทฯ กำลังก้าวไปอยู่แล้ว นั่นคือการพยายามปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่างๆ ให้ดูทันสมัยตามทันเทรนด์ของผู้บริโภคครับ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

ผมเคยรู้มาว่าผู้บริหารทุกเจเนอเรชั่นของบุญรอดฯ จะต้องมีผู้ที่ไปเรียนการปรุงเบียร์และเป็นบริวมาสเตอร์กลับมา ผมชอบเรื่องนี้มากครับ เพราะผู้บริหารบริษัทฯ ได้เรียนรู้และรู้จักผลิตภัณฑ์จริงๆ ส่วนอีกเรื่องที่ผมชอบคือบรรยากาศการทำงานที่บุญรอดฯ หากมองเผินๆ ทุกคนอาจจะเห็นว่าเราเป็นบริษัทฯ ใหญ่ที่อยู่มานานและน่าจะมีความ strict ในหลายๆ เรื่อง แต่จากที่ผมเข้ามาร่วมงานด้วย ผมว่าบุญรอดฯ ค่อนข้างเปิดกว้างและให้โอกาสเราได้นำเสนอไอเดียและลองทำอะไรใหม่ๆ ก็เป็นเรื่องที่ผมรู้สึกประทับใจครับ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

ผมอยากเห็นตัวเองทำงานได้แบบทะลุเป้าหมาย ในทุกๆ การทำงานจะมี KPI อยู่แล้วใช่มั้ยครับ ผมมองว่าแค่ตัวเองสามารถทำงานออกมาได้เกินจากสิ่งที่หัวหน้าคาดหมายไว้ ผมก็ถือว่าพอใจและประสบความสำเร็จกับการทำงานแล้วครับ ไม่ได้มองว่าตัวเองจะต้องก้าวขึ้นไปในตำแหน่งสูงๆ ผมไม่ได้มองภาพใหญ่ขนาดนั้นครับ

สิงห์รุ่นใหม่อยากเห็นสิ่งนี้

สิ่งที่ผมอยากเห็นจริงๆ ก็เป็นสิ่งที่บริษัทกำลังก้าวไปอยู่แล้ว นั่นคือการพยายามปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์ต่างๆ ให้ดูทันสมัย ผมอยากเห็นทิศทางที่ตามทันเทรนด์ของผู้บริโภคในทุกๆ ความเคลื่อนไหวแบบนี้แหละครับ หรือในบางเรื่องไม่ว่าจะเป็นการไปจับมือกับแบรนด์แฟชั่นต่างๆ ผมว่าเราก้าวนำคนอื่นเขาด้วยซ้ำ

ณัฐภัทร เศรษฐบุตร (ตฤณ)
ผู้ช่วยผู้จัดการ (โชดาสิงห์)
บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด



“ตอนนี้โลกเปลี่ยนไปแล้ว และ how-to ก็เปลี่ยนไป พริมอยากให้ focus ที่บริบทปัจจุบันเพื่อก้าวต่อไปข้างหน้าให้ดีที่สุดต่อไปค่ะ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกสนใจ

พริมสนใจเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ค่ะ เพราะการได้รู้ว่าบริษัทฯ เรามีสินค้าอะไรบ้าง มีบริษัทฯ ในเครืออะไรบ้าง มีกี่ pillars พริมคิดว่าสำคัญต่อการทำงาน และเป็นเรื่องที่เราต้องรู้ในฐานะพนักงานคนหนึ่ง

คุณสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตแค่ไหน

ส่วนตัวแล้วพริมไม่ได้มีไลฟ์สไตล์ที่สนใจเรื่องเกี่ยวกับอดีตเป็นพิเศษ พริมจะค้นหาหรือเสพอะไรที่อยู่ในกระแสมากกว่า แต่เวลามีคนมาเล่าให้ฟังก็ฟังนะคะ เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่ควรรู้ เช่น ประวัติองค์กร แม้จะไม่ใช่ความสนใจส่วนตัวแต่พริมก็จะฟัง เพราะมีส่วนช่วยให้เราสัมผัสได้ว่าการทำงานที่นี่ต้องการเคมีแบบไหน ช่วยเรื่องการปรับตัว แล้วใครมาถามก็จะตอบได้ค่ะ

อยากเห็นตัวเองเป็นแบบไหนที่บุญรอดฯ

พริมอยากเห็นตัวเองเรียนรู้งานให้ได้มากที่สุด พริมเป็น Management Trainee มีโอกาสที่ได้สับเปลี่ยนเรียนรู้งานไปในหลายๆ ฝ่าย ทำให้ได้โอกาสในการค้นหาตัวเองและโอกาสในการพัฒนาตัวเองไปเรื่อยๆ และส่วนตัวแล้วพริมรู้สึกว่าที่นี่ให้ Work-Life Balance แก่พนักงานได้ค่อนข้างดี ก็อยากเห็นตัวเองในจุดที่สนุกกับการทำงานพร้อมมีชีวิตส่วนตัวที่ลงตัวแบบนี้ต่อไปค่ะ

อดีต... ที่ Move On แล้วจะดี

พริมเคยได้ยินคำพูดประมาณว่า สมัยก่อนมันยากมากนะกว่าสิ่งนี้จะเสร็จ กว่าจะได้มา เด็กรุ่นใหม่น่ะสบาย ไม่ได้จะบอกว่าคำพูดนี้ไม่ดีนะคะ การพยายามทำอะไรจนสำเร็จเป็นเรื่องที่ดีอยู่แล้ว แต่พริมคิดว่าตอนนี้โลกเปลี่ยนไปแล้ว และ how-to ก็เปลี่ยนไป พริมอยากให้ focus ที่บริบทปัจจุบันเพื่อก้าวต่อไปข้างหน้าให้ดีที่สุดต่อไปค่ะ

ฐิติมาศ ศรีสุข (พริม)
Management Trainee
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



“การที่จะไปบอกว่า ต้องทำอย่างนั้นนะถึงจะได้อย่างนี้ อาจจะยังไม่ถูกจริตของเด็กรุ่นใหม่ เราต้องมีการทำให้เขาดูเป็นตัวอย่าง และเราต้องฟังพวกเขาให้มากขึ้น”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

สิ่งที่ผมรู้สึกประทับใจมากเป็นพิเศษจะเป็นเรื่องราวในส่วนของงานผลิต ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่เริ่มแรกมา เรามีการผลิตยังไง ใครเป็นบริวมาสเตอร์คนแรกและรุ่นต่อๆ มา รวมทั้งวิวัฒนาการผลิตภัณฑ์ของเราว่ามีความเป็นมายังไง หน้าตาของผลิตภัณฑ์ในแต่ละยุคสมัย ซึ่งก็อาจจะเป็นนิสัยของคนทำงานฝ่ายผลิตที่ชอบเรื่องราวเหล่านี้ครับ

How-to ปรับจูนคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

ผมมองว่าน้องๆ รุ่นใหม่เขาสนใจเป้าหมาย การทำสิ่งนี้ไปแล้วจะส่งผลอะไรต่อบริษัทฯ และตัวเขา พวกเขาชอบความชัดเจน แต่การที่จะไปบอกว่า ต้องทำอย่างนั้นนะถึงจะได้อย่างนี้ อาจจะยังไม่ถูกจริตของเด็กรุ่นใหม่ เราต้องมีการทำให้เขาดูเป็นตัวอย่าง และเราต้องฟังเขาให้มากขึ้น นำสิ่งที่เขาบอกมากลั่นกรอง ตรงไหนที่ทำไม่ได้ก็ให้เหตุผลเขาไปว่าเพราะอะไร หรืออะไรที่เขาคิดมาดีแล้วก็ให้เอาประสบการณ์ที่เรามีเข้าไปเสริมให้ดียิ่งขึ้น

90 ปี และก้าวต่อไป

ทุกวันนี้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทกับชีวิตของเรามาก เทคโนโลยีช่วยให้เราสะดวกสบาย แต่คงไม่สามารถมาแทนอาหารที่ใช้บริโภคตรงๆ ได้ ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจึงต้องคงอยู่ต่อไป ในอนาคตผมก็อยากเห็นบุญรอดฯ เดินอยู่ในธุรกิจเชนอาหารต่อโดยที่ตอบโจทย์ในส่วนของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเช่นกัน มีนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องและประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ผมอยากเห็นอาหารที่เป็นนวัตกรรมใหม่ อยากเห็นบุญรอดฯ เป็น Hub ด้านแหล่งอาหารของประเทศหรือระดับภูมิภาคครับ

นิพล เวียงอินทร์ (จุ๊บ)
รักษาการผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิต การบรรจุ
บริษัท สิงห์ เบเวอเรช จำกัด

“ผมคิดว่าสิ่งสำคัญคือกำหนดเป้าหมายและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน (empathy) สิ่งเหล่านี้จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ไปถึงจุดหมายได้ครับ”

เรื่องราวขององค์กรที่คุณรู้สึกประทับใจ

เนื่องจากผมมี passion ในธุรกิจเบียร์อยู่แล้ว มันเลยทำให้เราสนุกกับการเรียนรู้ ทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ และประวัติความเป็นมา ผมคิดว่าบุญรอดฯ เป็นองค์กรที่ไม่หยุดพัฒนาและมองหาโอกาสใหม่ๆ ในการทำธุรกิจอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการออก products ใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค และการ diversify ธุรกิจในเครืออย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญยังเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างสังคมผ่านโครงการและการสนับสนุนกีฬาต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เราประทับใจครับ

How-to ปรับจูนคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

สำหรับผมคำว่ารุ่นเก่า-รุ่นใหม่คงไม่ได้เป็นเรื่องของอายุ แต่เป็น Mindset ในการทำงานและการใช้ชีวิตมากกว่า จากประสบการณ์ของผม คนต่าง Generation อาจจะมีแนวคิดการทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้ ในขณะที่คนวัยเดียวกันที่มีมุมมองต่างกันมากๆ ก็มี ดังนั้นในเรื่องของการปรับจูน ผมคิดว่าสิ่งสำคัญคือกำหนดเป้าหมายและทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน (Empathy) โดยสิ่งเหล่านี้จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้ไปถึงจุดหมายได้ครับ

ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญกับอดีตของคนรุ่นใหม่

ปฏิเสธไม่ได้ว่าความเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตนั้น ค่อนข้างจำเป็นต่อทั้งการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิต แต่สิ่งสำคัญคือ เราจะต้องรู้ว่าเรื่องไหนมีประโยชน์ให้เราสามารถเรียนรู้จากมันได้ ผมเชื่อว่าในบางครั้ง บทเรียนในอดีตจะช่วยให้เราเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันได้มากขึ้น และสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้เราตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นครับ

ภัทร ปุณยภัทร (ภัทร)
ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์ Business Strategy & BI
บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด




บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



น้ำดื่มสิงห์
SINGHA® DRINKING WATER

ขอ.948/2566



น้ำเปล่า...
ที่ไม่เปล่าประโยชน์

น้ำดื่มสะอาด น้ำดื่มสิงห์

SMART
MICRO FILTER