SINGHA
MAGAZINE

www.singhamagazine.com

ISSUE 3 / 2023 กันยายน 2566



ตำนานยังเก๋า ร้านเก่ายังปัง

SINGHA
ตามไปดู Singha Lemon Soda
ความซ่าที่เขย่าตลาดน้ำอัดลม

KNOWLEDGE
ไม่มีเวรหรอหมอ
โดย “หมอปอง” วาทิศ

INSPIRATION
Bayashi ดาว TikTok
อันดับหนึ่งของญี่ปุ่น

SHARING
ลาบองุ่นแซลมอนชีสโทสต์
เมนูเจากเชฟร้าน Waanthai

BOON RAWD BREWERY

DIGITAL VERSION

นิตยสารภายในเพื่อชาวบุญรอด




THE
CLUB
AT
SINGHA









บริษัทมหาชน
บริษัทจำกัด




















บรรยากาศงานคอนเสิร์ต ครบรอบ 90 ปี บุญรอดฯ

ขอ.948/2566

น้ำดื่มสิงห์
SINGHA® DRINKING WATER



น้ำเปล่า...
ที่ไม่เปล่าประโยชน์

น้ำดื่มสะอาด น้ำดื่มสิงห์

SMART
MICRO FILTER

บทบรรณาธิการ

ขอคำแรก



เหรียญที่ระลึก เนื่องในโอกาส 90 ปี
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

ปี 2566 นี้ ก็ผ่านไปอย่างรวดเร็ว ได้มีการทำบุญและเฉลิมฉลอง 90 ปี ของบริษัทฯ ไปแล้ว เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม ที่ผ่านมา รวมถึงงานคอนเสิร์ตพิเศษของพิพิธภัณฑ์สิงห์ท่ามกลางสายฝนเสียหลายครั้งในเดือนสิงหาคม โดยเฉพาะครั้งสุดท้ายที่ฝนตกหนักสุด แต่เราชาวสิงห์ก็ยังเฮฮากันเต็มที่ได้นะครับ แสดงถึงสปิริตสิงห์ที่ไม่เปลี่ยนแปลงในทุกยุคทุกสมัยแม้ว่าจะเบากันลงไปบ้าง ขอขอบคุณผู้สนับสนุนอาหารสำหรับงานคอนเสิร์ตสุดท้ายด้วยครับ คือ คุณทิพวดี คุณธนะวุฒิ คุณปิติ คุณสุนิษฐ์ และคุณฉัตรชัย และขอขอบคุณ คุณวุฒินันต์ และทีม Muzik Move ที่จัดนักร้องจากค่ายมาให้ทุกวันพฤหัสของเดือนสิงหาคมด้วยนะครับ นอกจากนี้ ทางทีมคุณทิพวดีก็ได้จัดจุดถ่ายรูปต่าง ๆ ในเขตสามเสน บวกกับรถบรรทุกเก่าที่ได้รับการบูรณะจากทีมคุณธนะวุฒิ ชมภาพรวมบรรยากาศได้ใน สิงห์ แมกกาซีน ฉบับนี้ และออนไลน์ได้ครับ โดยหวังว่าอีกไม่ช้านานมากเกินรอเราก็จะจัดตั้งคลังเอกสารของบริษัทฯ เสร็จ รวมภาพ 90 ปี ตลอดจนภาพและเอกสารสำคัญของบริษัทฯ ไว้ได้ให้ยาวนานสู่รุ่นต่อ ๆ ไปครับ

เหรียญที่ระลึก 90 ปี ก็ได้ผลิตออกมาเรียบร้อยและได้รับการแจกให้กับชาวสิงห์ทุก ๆ คน แต่ก็ยังมีอีกหลายรูปแบบที่ได้จัดทำขึ้นเพื่อขายทั่วไปและนำรายได้เข้ามูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดีสมทบทุนช่วยเหลือด้านการศึกษาและการแพทย์ต่อไป หากสนใจติดต่อได้ที่บุคคล คุณดอล บุญมั่น หรือมาทางสิงห์ชอป และสิงห์ แมกกาซีน ได้ครับ

นิยามที่ว่า การให้ที่ไม่สิ้นสุด ที่พวกเราชาวสิงห์น่าจะคุ้นเคยกันแล้วนั้น เป็นการช่วยเหลือสังคมอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ สานต่อความตั้งใจของพระยาภิรมย์ภักดี ด้วยท่านเจ้าคุณก็ช่วยเหลือสังคมมาตลอดตั้งแต่สมัยที่ท่านมีกิจการค้าไม้เป็นของตัวเอง ตามด้วยกิจการเรือเมล์ ต่อด้วยกิจการเบียร์ รวมแล้วก็ 119 ปีครับ เพราะท่านเพิ่งมาตั้งบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ตอนอายุประมาณ 60 ปีแล้ว การสานต่อความประสงค์นั้น ก็ทำกันมาตลอด โดยในที่สุดก็ได้จัดตั้งเป็นมูลนิธิขึ้น และก็มีสิงห์อาสาตามมาทีหลังด้วยอีก ล้วนเป็นเรื่องของการให้ความช่วยเหลือสังคมทั้งสิ้น และด้วยเราไม่ได้ป่าวประกาศเพราะสมัยก่อนถือเป็นมารยาทที่ดีว่า ใครทำดีก็ทำไปไม่ต้องประกาศให้คนทั่วไปรู้ แต่สมัยนี้ต้องโฆษณากันทั้งเทศและไทย เราก็เริ่มบ้างแต่ก็ยังอายอยู่ ฉบับนี้เลยถือว่านำเรื่องนี้มาเล่าสู่กันฟังบ้าง จะลิสต์ให้หมดคงจะลำบากหน่อยครับเพราะทำมานานมากแล้ว แต่ผมคงจะลองรวมเอกสารและข้อมูลดู อย่างน้อยก็จะได้มีเก็บไว้ในคลังข้อมูล หากมีคนสนใจรู้เรื่องมากขึ้นในอนาคตก็จะได้มาสำรวจดูได้

เมื่อเราทำงานหนักกันมาทั้งปีแล้ว ก็ควรจะต้องมีเวลาพักผ่อนบ้าง ควรจะต้อง balance ชีวิตให้ได้ดีระหว่างชีวิตการงาน ชีวิตสังคม และชีวิตส่วนตัว สมัยก่อนเราพักผ่อนก็คือพักจริง ๆ สมัยนี้ทำไมมันดูจะยากมากขึ้นเพราะมีทั้งไลน์ทั้ง WhatsApp ไหนจะ Social Media อีกกี่ platform ไม่รู้ ดูแล้วเหมือนกับว่าจะพักผ่อนเต็มที่ยากมาก หากไม่ปิดมือถือและเครื่องมือสื่อสารทุกชนิด ผมเองก็นั่งเขียนหน้านี้อยู่ระหว่างที่ลาพักผ่อนอยู่ที่ฝรั่งเศส เพราะวางแผนผิดไปนิด ไม่งั้นก็จะเขียนให้เสร็จก่อนไป แต่ก็มีเอกสารให้เซ็นออนไลน์อีกระหว่างอยู่ต่างประเทศด้วยอีกอยู่ดี จะปิดเครื่องมือสื่อสารทั้งหมดคงลำบาก แต่ก็พยายามนะครับ ปิดบ้าง เปิดบ้าง ต้องยอมรับว่าคิดถึงสมัยที่ไม่มีพวกนี้ เพราะเราหายไปเลยได้หนึ่งอาทิตย์เต็ม ๆ มันช่วยเยอะจริง ๆ เหมือนกับเวลานอนน้อย ขอพักตาเพียงครึ่งชั่วโมงก็ช่วยได้เยอะ ฉบับนี้ เลยขอขวนน้องหมอปอง ทันตแพทย์ มาแนะนำคนรุ่นใหม่ในการแบ่งเวลาชีวิตกัน บวกกับโชว์เคสแหล่งท่องเที่ยวในเครือของเราเองไปด้วยเลยครับ



สรวิช ภิรมย์ภักดี

กรรมการผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

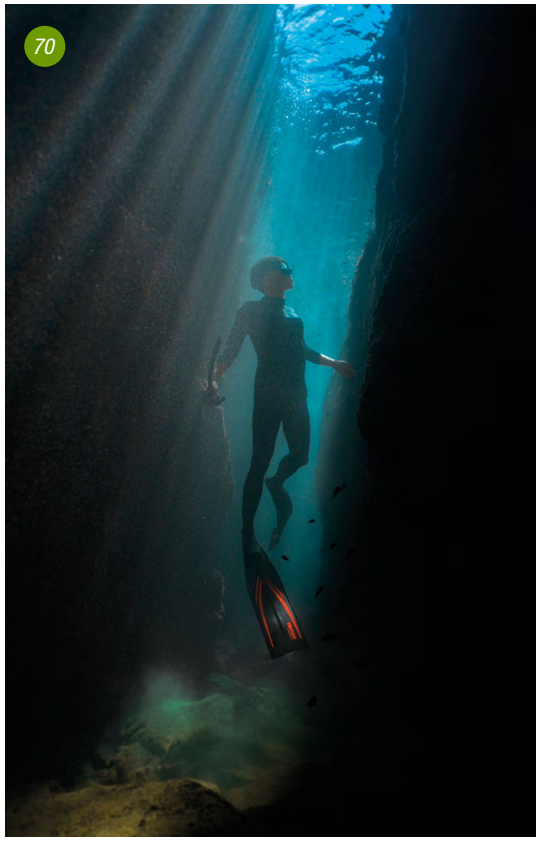
กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด

และบรรณาธิการ สิงห์ แมกกาซีน











INDEX

SINGHA

8 *ข่าวสารกิจกรรม*
รวบรวมเก็บตกความเคลื่อนไหวภายในรั้วบ้านสิงห์ พร้อมประกาศกิจกรรมและสกู๊ปพิเศษจากหน่วยงานต่างๆ ฉบับนี้ ห้ามพลาด สรุปมุมมองสำคัญจากงาน “CEO talk#2 The Journey of BRT” และ สัมภาษณ์พิเศษ “แม่อ้อย” แห่ง “ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา”

60 *ตามไปดู: Singha Lemon Soda ความซ่าที่เขย่าตลาดน้ำอัดลม*
เปิดเหตุผลที่ว่าทำไม Singha Lemon Soda “ยืนหนึ่ง” ในตลาดน้ำอัดลม No sugar และมารู้จักรสชาติใหม่ Singha Ume Lemon Soda

INSPIRATION

32 *สัมภาษณ์: นักศึกษาทุนบุญรอดพัฒนานิสิต นักศึกษา*
สพญ.อุษาโสม คงศรี และ พัตติยะณัฐ มาฤทธิ์ สองนักศึกษาทุนบุญรอดฯ ผู้ต่อยอด “การให้” ด้วยแรงบันดาลใจจากการเป็น “ผู้ได้รับโอกาส” จากทุนบุญรอดฯ

66 *ประวัติ: บุคคลน่าสนใจ*
Bayashi ดาว TikTok อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นกับความเป็น “สายกิน” ที่จะพาคุณไปฟินกับเมนูแปลกๆ







KNOWLEDGE

70 Advice: ไม่มีเวรหรอหมอ
โดย "หมอปอง" วาทิศ เดชพงษ์ เจ้าของเพจไม่มีเวรหรอหมอ กับไลฟ์สไตล์ Work hard, Play hard ใครว่าหมอไม่ว่างเที่ยว

76 Did You Know?: โรงแรมของ SHR มีที่ไหนบ้าง
มารู้จักกับ "โรงแรม" ของ บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) หรือ SHR บริษัทในเครือสิงห์ เอสเตท เขามีส่วนลดพิเศษให้กับพนักงานบุญรอดฯ ด้วย

80 สุขภาพ: การกินตามธาตุเจ้าเรือน
โดย ทิพธิดา สุขุม เชฟและนักกำหนดอาหารวิชาชีพ แห่งประเทศไทย กินอย่างไร ให้ธาตุในร่างกายของเราสมดุล

82 จิตวิทยาเฮฮา
คลายเครียดกันสักนิดด้วยเกมทายใจ ลองเลือกสาวที่ตรงสเปคของคุณ

SHARING

36 เรื่องจากปก: ตำนานยังเก๋า ร้านเก่ายังปัง
ท่องไปในย่านบางรักและเยาวราช ตามหา "ร้านในตำนาน" ที่โด่งดังมาหลายทศวรรษกับเอกลักษณ์ที่ยังคงโดดเด่นมาจนถึงปัจจุบัน

46 ท่องเที่ยว: เจริญกรุง เจริญใจ
โดย นภัสพร จงรักษ์ ร่วมแชร์ความสุนทรีย์ของย่านเก่า "เจริญกรุง" เที่ยวไม่ต้องไกล แต่พักใจได้อย่างดี

50 Photo Gallery
พบกับผลงานภาพถ่ายโดย มงคล ฉัตรแก้วทศพร (อ้น) และ นพวรรณ สุขพวง (จำ)

84 เมนูเด็ด: ลาบอุ่นแซลมอนชีสโทสต์
โดย ธัญวรรณ ไชยศิริ Brand Manager (Food retail) และ เชฟแน็ตตี้ นภาวดี พยัคฆโส Executive Chef จากร้าน Waanthai

86 Songs: New Releases
รวบรวม เพลงใหม่จากทุกค่ายภายใต้สังกัด Muzik Move

SINGHA MAGAZINE

ISSN 1686-4085

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด พ.ศ. 2566 ผู้ใดต้องการทำซ้ำหรือดัดแปลงเพื่อเผยแพร่ กรุณาติดต่อเพื่อขออนุญาตที่บรรณาธิการโดยตรง

บรรณาธิการ
สรวิช ภิรมย์ภักดี

กองบรรณาธิการ
สิตา พงษ์วิทยาวรงค์

กราฟิกดีไซเนอร์
ณัฐกรณ์ ลิมเมือง
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: ตำนานยังเก๋า ร้านเก่ายังปัง



บุญรอดฯ ร่วมลงนามถวายพระพร เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

28-29 กรกฎาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

ในการพระราชพิธีเฉลิมพระชนมพรรษา 28 กรกฎาคม 2566 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนิน พร้อมด้วย สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ไปยังพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย พระบรมมหาราชวัง เพื่อเสด็จออกมหาสมาคม โดยมี สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และสมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี เฝ้าทูลละอองธุลีพระบาท ในการนี้ นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พร้อมด้วย นายสันติ ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการบริหาร และ นายสรวิช ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เฝ้าทูลละอองธุลีพระบาท

นอกจากนี้ คณะผู้บริหารบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้ร่วมทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแจกันดอกไม้ เบื้องหน้าพระบรมฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และลงนามถวายพระพร ณ ศาลาสหทัยสมาคม พระบรมมหาราชวัง โดยก่อนหน้านั้นในช่วงเช้า นายสรวิช ภิรมย์ภักดี และนางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ได้เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมพิธีทำบุญตักบาตรถวายพระราชกุศลพระสงฆ์ 172 รูป ณ ท้องสนามหลวงด้วย จากนั้นในช่วงเย็น นายสรวิช ภิรมย์ภักดี เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมพิธีถวายเครื่องราชสักการะ วางพานพุ่ม และพิธีจุดเทียนถวายพระพรชัยมงคล ณ ท้องสนามหลวงเช่นเดียวกัน

ต่อมาวันที่ 29 กรกฎาคม 2566 นายสรวิช ภิรมย์ภักดี ได้เชิญพานพุ่มทอง พานพุ่มเงิน ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อแสดงความจงรักภักดี โดยมี พลอากาศเอก สถิตย์พงษ์ สุขวิมล ราชเลขานุการในพระองค์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นผู้แทนพระองค์ออกรับเครื่องราชสักการะและพานพุ่ม ณ บริเวณหน้าประตูภูธรลีลาศ พระลานพระราชวังดุสิต ■



บุญรอดฯ ร่วมถวายพระพร
เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง

12-13 สิงหาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง คณะผู้บริหารบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด โดย นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ นายวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ และนายธนะวุฒิ ภิรมย์ภักดี ผู้ช่วยกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่อาวุโส ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแจกันดอกไม้ และร่วมลงนามถวายพระพร โดยก่อนหน้านั้นในช่วงเช้า นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ เป็นผู้แทนบริษัทฯ เข้าร่วมพิธีตักบาตรพระสงฆ์ จำนวน 192 รูป ถวายเป็นพระราชกุศล

ในช่วงเย็น นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมพิธีวางพานพุ่มและพิธีจุดเทียนถวายพระพรชัยมงคล ณ ท้องสนามหลวง เพื่อแสดงความจงรักภักดีและน้อมสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ พร้อมกันนี้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้นำน้ำดื่มสิงห์ไปให้บริการภายในงานพิธีเฉลิมพระเกียรติด้วย

ต่อมา ในวันที่ 13 สิงหาคม 2566 นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ เป็นผู้แทนบริษัทฯ ร่วมเชิญพานพุ่มทอง พานพุ่มเงิน ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายแด่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง โดย พลอากาศเอก สถิตย์พงษ์ สุขวิมล ราชเลขานุการในพระองค์ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นผู้แทนพระองค์ออกรับเครื่องราชสักการะและพานพุ่ม ณ บริเวณหน้าประตูพระวรุณอยู่เจน สวนจิตรลดาพระราชวังดุสิต ■



บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
ครบรอบ 90 ปี

4 สิงหาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

เนื่องในโอกาส บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มีอายุครบรอบ 90 ปี บริษัทฯ ได้จัดพิธีทำบุญตักบาตร เพื่อเป็นสิริมงคลในช่วงเช้าเวลา 7.30 น. โดยนิมนต์พระสงฆ์ จำนวน 91 รูปจาก 7 วัด ได้แก่ วัดใหม่ทองเสน วัดแก้วฟ้าจุฬามณี วัดประดู่ธรรมาธิปัตย์ วัดโบสถ์ (สามเสน) วัดประชาระบือธรรม วัดจันทรสโมสร และวัดน้อยนพคุณ ต่อมาในช่วงกลางวัน บริษัทฯ ได้จัดซุ้มอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเลี้ยงพนักงาน ตั้งแต่เวลา 11.00 - 14.00 น. ก่อนปิดท้ายด้วยงานเลี้ยงฉลองช่วงเย็น โดยพิพิธภัณฑ์สิงห์เป็นเจ้าภาพ จัดเลี้ยงพนักงานทั้งอาหารและเครื่องดื่มตลอดจนฟรีคอนเสิร์ตจากศิลปินชื่อดัง ได้แก่ เอ๊ะ-จิรากร และ Zeal ภายในงานยังมีกิจกรรมให้พนักงานได้ร่วมสนุกลุ้นรับของรางวัลกลับบ้าน นอกจากนี้ ยังเติมเต็มความสุขให้พนักงานด้วยการจัดฟรีคอนเสิร์ตทุกวันพฤหัสบดีของเดือนสิงหาคม ณ เดอะคลับ พิพิธภัณฑ์สิงห์ พร้อมทั้งมีการจัดซุ้มถ่ายรูปครบรอบ 90 ปีตามจุดต่างๆ ของบริษัทฯ ทำให้ตลอดทั้งเดือนเกิดของบริษัทฯ เต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งความชื่นมื่น ■













น้ำดื่มสิงห์




โครงการทุนอาหารกลางวันเพื่อเครือข่ายโรงเรียนภาคเหนือ

8 มิ.ย. 66 I เชียงราย

มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ภายใต้ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นำโดยคณะผู้บริหารฯ ร่วมมอบเงินกว่า 12 ล้านบาท ในโครงการ “ทุนอาหารกลางวันเพื่อเครือข่ายโรงเรียนภาคเหนือ” เพื่อเป็นทุนอาหารกลางวันให้กับ 89 โรงเรียนที่ขาดแคลนในจังหวัดเชียงราย ซึ่งได้ทำมาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 39 โดยมีผู้แทนจาก 89 โรงเรียนเข้ารับมอบที่ไร่สิงห์ปาร์ค เชียงราย



โครงการสอนน้องว่ายน้ำกับฉลามไทยหัวใจสิงห์ ครั้งที่ 10

9-11 มิ.ย. 66 I สงขลา

โครงการสอนน้องว่ายน้ำกับฉลามไทยหัวใจสิงห์เป็นโครงการที่ทำต่อเนื่องมากว่า 11 ปี โดยเกิดจากการรวมตัวของทีมผู้ฝึกสอนและทีมนักกีฬาว่ายน้ำทีมชาติไทย นักกีฬาเจ้าของสถิติประเทศไทย และนักกีฬาที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักกีฬาว่ายน้ำเยาวชน อาสามาสอนน้องๆ โดยไม่มีค่าตอบแทน ด้วยความตั้งใจที่ต้องการให้น้องๆ ได้รับประโยชน์มากที่สุด โดยในครั้งที่ 10 นี้ ได้ไปสอนน้องๆ นักกีฬาว่ายน้ำเยาวชนภาคใต้กว่า 60 คน พร้อมได้รับการสนับสนุนจาก บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และ #SPEEDOTHAILAND เป็นผู้ดำเนินการจัดแคมป์ว่ายน้ำ ที่สระว่ายน้ำมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา









THAIFEX ANUGA ASIA 2023

23-27 พฤษภาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

สิงห์ คอร์เปอเรชั่น นำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและอาหารคุณภาพชั้นนำ เข้าร่วมจัดแสดงสินค้าในงานมหกรรมอาหารและนวัตกรรมอาหารสุดยิ่งใหญ่ THAIFEX ANUGA ASIA 2023 โชว์ศักยภาพความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ที่ครองใจคนไทยอย่างยาวนาน อาทิ น้ำดื่มสิงห์ โซดาสิงห์ น้ำแร่เพอร์ร่า สาหร่ายมาชิตะ สิงห์ เลมอนโซดา พร้อมสินค้าใหม่ สก๊อตช์วิสกี้ซิลเวอร์ไนท์ ขณะเดียวกัน ฟู้ด แฟคเตอร์ บริษัทในเครือก็จัดเต็มเช่นกัน ทั้งสินค้า บริการ และนวัตกรรมจาก Food Innovation Center, Hesco Solution, Trade Factor ตลอดจนเชฟจากร้านอาหารในเครือที่มาสาธิตการทำเมนูสุดพิเศษมากมาย นอกจากนี้ เมนูแคบป๊อป”(KAPP-POP) แคบหมูไมโครเวฟ ยังคว้ารางวัลสุดยอดนวัตกรรมอาหาร “THAIFEX — Anuga Taste Innovation 2023” อีกด้วย ■



สิงห์ปาร์ค เชียงราย เปิดตัว “ชาแคปซูล” ส่งชาคุณภาพ 6 รสชาติ จาก 3 แหล่งผลิต พร้อมเสิร์ฟผู้บริโภค

6 มิถุนายน 2566 I เชียงราย

“สิงห์ปาร์ค เชียงราย” ผู้ผลิตชาคุณภาพรายใหญ่ของเมืองไทย สานต่อความเชี่ยวชาญในธุรกิจชา เดินหน้าคัดใบชาพรีเมี่ยมสู่การสร้างสินค้าใหม่ “ชาแคปซูล สิงห์ปาร์ค เชียงราย” (Tea Capsules by Singha Park Chiang Rai) ชาคุณภาพที่บรรจุในรูปแบบแคปซูล ผสานนวัตกรรมกระบวนการผลิตเฉพาะตัว โดยจุดเด่นคือ การให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรใบชาคุณภาพจากแหล่งผลิต ได้แก่ พื้นที่จังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน ส่งต่อให้กับ 3 บริษัทผู้ผลิต ได้แก่ บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด บริษัท มารุเซ็น ฟู้ด (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท นอร์เต้ จำกัด ผ่านเทคนิคการเบลนด์พิเศษ จนได้ชาคุณภาพระดับพรีเมี่ยม 6 รสชาติ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ ■



SBC จัดทำโครงการ “ก้อนเชื้อเห็ดจากกากข้าวมอลต์”

11 มิ.ย. 66 I นครปฐม

บริษัท สิงห์ เบเวอเรช จำกัด โดย นายบัญชา ดอกไม้หอม ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบริหาร บุคคล และธุรการ ร่วมกับ กลุ่มสตรีแม่บ้าน ต.บัวปากท่า อ.บางเลน จ.นครปฐม และเกษตรกรในพื้นที่ จัดทำก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าที่ทำจากกากข้าวมอลต์ 25% ขี้เลื่อยไม้ 75% วัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ สร้างอาชีพเสริม อีกทั้งเป็นการพัฒนาทดลองนำกากอุตสาหกรรมส่งกำจัดกากข้าวมอลต์ มาเป็นส่วนผสมทดแทนขี้เลื่อยที่มีราคาสูง โดย ผศ.ดร.จิตรา เพียรภูเขียว คณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาพฤกษศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้แนะนำสูตร



BGC ขนทัพนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน จัดแสดงในงาน ProPak Asia 2023

14 มิ.ย. 66 I กรุงเทพมหานคร

BGC ผู้นำด้านบรรจุภัณฑ์ครบวงจร (Total Packaging Solutions) นำนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ร่วมจัดแสดงในงาน ProPak Asia 2023 ภายใต้คอนเซ็ปต์ “BGC Sustainovation Gallery” พร้อมงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งการใช้งาน ความสวยงาม และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยได้รับเกียรติจาก นายศิลปรัตน์ วัฒนเกษตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และนางสาวจุฑารัตน์ สุขนิรันดร์วงษ์ ผู้อำนวยการสำนักการตลาด ร่วมแถลงข่าวเปิดกลยุทธ์สู่การเป็นผู้นำการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา กรุงเทพฯ



สิงห์ออลสตาร์ จับมือ 4 ม.ราชภัฏ จัดโครงการ “คนเก่งนอกห้องเรียน”

14 มิ.ย. 66 I อยุธยา มหาสารคาม สุราษฎร์ธานี ปทุมธานี

ทีมฟุตบอลสิงห์ออลสตาร์ นำโดย นายปิติ ภิรมย์ภักดี ร่วมกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดกิจกรรมแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษ 4 แมตช์ นำรายได้ปั้นโครงการ “คนเก่งนอกห้องเรียน” เพื่อจัดทำพื้นที่แห่งการเรียนรู้นอกห้องเรียนให้กับโรงเรียนใน 4 จังหวัด



สิงห์ เอสเตท ออกหุ้นกู้ 3 ปี ระดับ BBB อัตราดอกเบี้ย 5.0-5.10%

19 มิ.ย. 66 I ทั่วประเทศ

บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) เสนอขายหุ้นกู้ชนิดระบุชื่อผู้ถือ ประเภทไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีประกัน และมีผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ อายุ 3 ปี อัตราดอกเบี้ยระหว่าง 5.00 – 5.10% ต่อปี ชำระดอกเบี้ยทุกๆ 3 เดือน เสนอขายต่อประชาชนเป็นการทั่วไประหว่างวันที่ 8-10 สิงหาคม 2566 สำหรับหุ้นกู้ดังกล่าวได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือจากบริษัท ทริสเรทติ้ง จำกัด เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2566 ที่ระดับ “BBB” ซึ่งเป็นกลุ่ม “ระดับลงทุน” (Investment grade) ขณะที่อันดับความน่าเชื่อถือองค์กรอยู่ที่ระดับ “BBB+” แนวโน้ม “คงที่” (Stable)



Thailand Top CEO of the year

20 มิถุนายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

นายภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ได้รับรางวัลสุดยอดผู้นำองค์กรแห่งปี THAILAND TOP CEO OF THE YEAR 2023 สาขาอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รางวัลทรงเกียรตินี้จัดโดย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ นิตยสาร BUSINESS+ ทุกรางวัลได้รับการโหวตจากบุคคลทั่วไปและคณะกรรมการ ผ่านกระบวนการตัดสินและพิจารณาในด้านต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อเป็นการเชิดชูเกียรติผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีความโดดเด่นในแต่ละอุตสาหกรรม โดยมีองคมนตรีเป็นผู้มอบรางวัล ■





เหม็ง นัวนัว รีแบรนด์สู่ “เหม็ง แซ่ปนัว”

29 มิถุนายน 2566 I กรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารในเครือบริษัทฟู้ดแฟคเตอร์ฯ รีแบรนด์ดิ้งในรอบ 5 ปี ปรับโฉมร้านใหม่จาก “เหม็ง นัวนัว” เป็น “เหม็ง แซ่ปนัว” ขยายฐานลูกค้าที่ชื่นชอบอาหารไทย-อีสานรสแซ่บ จัดจ้าน ที่สำคัญยังคงจุดแข็งด้านกลยุทธ์ราคาที่จับต้องได้ สบายกระเป๋า ด้วยคอนเซ็ปต์ “แซ่ป สนุก อร่อยนัว ขัวร์ทุกวัน” เพิ่มความเป็นโมเดิร์นอีสานที่จัดจ้าน ทันสมัย เติมสีสันความสนุก สร้างบรรยากาศร้านให้สอดรับกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2566 เป็นต้นไป โดยจะเปิดสาขาแรก ที่ห้างสรรพสินค้าโลตัส สาขาพัฒนาการ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “สีสันความสนุกร่วมสมัย” สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์กลุ่มเป้าหมายสายแซ่บ ■



บุญรอดฯ x ไทยซัมมิท ร่วมลงทุน Robocloud บริษัทหุ่นยนต์ไทย

10 กรกฎาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

นายภูริต ภิรมย์ภักดี และ นางชนาพรรณ จึงรุ่งเรืองกิจ 2 ซีอีโอจากบริษัทชั้นนำของไทย ลงนามร่วมทุนกับ บริษัท โรโบคลาวด์ จำกัด บริษัทคนไทย ผู้สร้างสรรค์ด้านการพัฒนาระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ในโรงงานอุตสาหกรรม (Robotic & Automation System) ในสัญญาความร่วมมือเพื่อพัฒนาส่งเสริมคนไทยที่มีศักยภาพ และร่วมกันผลักดันธุรกิจไปสู่การเติบโตในประเทศและระดับสากลต่อไป ทั้งนี้ นายภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เปิดเผยว่า การเข้ามาร่วมลงทุนกับโรโบคลาวด์ในครั้งนี้ จะเป็นการร่วมสร้างโอกาสและพัฒนาศักยภาพในการขยายธุรกิจระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมสู่การเป็น Smart Factory ซึ่งเชื่อมั่นว่ากลุ่มบริษัทบุญรอดฯ จะสามารถสร้างประโยชน์ในการพัฒนาระบบให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดภาคการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ■



โครงการ ไม้ยืนต้น ป่ายั่งยืน

28 มิ.ย. 66 I เชียงใหม่

นายประโภชน์ เกิดเจริญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เชียงใหม่ เบเวอเรช จำกัด พร้อมด้วย ผศ.บรรจง สมบูรณ์ชัย อาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (ที่ 4 จากขวา) ร่วมเปิดโครงการ "ไม้ยืนต้น ป่ายั่งยืน" ช่วยกันฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายจากเหตุไฟป่าด้วยการปลูกต้นไม้ เพื่อรักษาแนวป่า เพิ่มพื้นที่ป่าเดิมและการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ เอื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชนต่อเนื่องเป็นปีที่สอง ณ ชุมชนบ้านปางยาง ต.บ้านปง อ.หางดง จ.เชียงใหม่



สิงห์ คาเมดะ เข้าเยี่ยม พร้อมบริจาคเงินและ Rice Cracker ให้วิทยาลัยเทคโนโลยีพระมหาไถ่ พัทยา

1 ก.ค. 66 I ชลบุรี

บริษัท สิงห์ คาเมดะ (ประเทศไทย) จำกัด เข้าเยี่ยมชม รวมทั้งบริจาคเงินและขนม Rice Cracker ให้แก่ วิทยาลัยเทคโนโลยีพระมหาไถ่ พัทยา วิทยาลัยอาชีวศึกษาที่ให้การศึกษาผู้พิการโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย สนับสนุนคนพิการให้มีวิชาชีพโดยเฉพาะทางด้านอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ บ.สิงห์ คาเมดะฯ มีความยินดีที่จะให้การสนับสนุน วิทยาลัยเทคโนโลยีพระมหาไถ่ พัทยา เพื่อน้องๆ คนพิการจะได้อยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเท่าเทียมและมีความสุขต่อไป



สิงห์อาสา ร่วมกับ นศ.10 สถาบัน ลงพื้นที่ “กำจัด-บด-แปรรูปผักตบชวา” เปิดทางระบายน้ำ

17 ก.ค. 66 I นครปฐม

สิงห์อาสา โดย มูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี และ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมกับ อ.ดอนตูม จ.นครปฐม โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาบางเลน เครือข่ายสิงห์อาสา 10 สถาบันการศึกษาภาคกลาง พร้อมด้วยชาวบ้านในพื้นที่ จัดโครงการ “กำจัด-บด-แปรรูป ผักตบชวา” ร่วมกันกำจัดผักตบชวาเตรียมพร้อมรับมือน้ำท่วมในช่วงฤดูฝน พร้อมแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ และนำชีวภัณฑ์มาพ่นเพื่อควบคุมการแพร่ขยายพันธุ์



WNB พร้อมทีมงานผู้บริหาร ให้การต้อนรับผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและคณะ

26 ก.ค. 66 I พระนครศรีอยุธยา

นายวิทิต น้อยสุวรรณ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วังน้อย เบเวอเรช จำกัด พร้อมทีมงานผู้บริหารให้การต้อนรับ นายนิวัฒน์ รุ่งสาคร ผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พร้อมด้วย นายไพรัตน์ เพชรยวน รองผู้ว่าฯ (ด้านความมั่นคง) และหน่วยงานในสังกัดกระทรวงแรงงาน ที่มาร่วมตรวจเยี่ยมโรงงานและร่วมหารือแนวทาง มาตรการต่างๆ ในการเตรียมการป้องกันและแก้ไขสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ปัญหาจากอุทกภัย ตลอดจนการส่งเสริมการลงทุนด้านแรงงานและด้านต่างๆ



สิงห์ จับมือ The Open ร่วมเป็น Official Beer Partner การแข่งขัน ต่อยอดภาพ โกลบอลแบรนด์

21 กรกฎาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

“สิงห์” กระหึ่มวงการกอล์ฟโลกอีกครั้ง หลังโดนใจรายการกอล์ฟระดับตำนานอย่าง “ดิ โอเพ่น” (The Open) การแข่งขันกอล์ฟที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่ที่สุดของโลก ซึ่งจัดต่อเนื่องมายาวนานถึง 151 ปี ได้ติดต่อทาบทามให้เป็นผู้สนับสนุนอย่างเป็นทางการในฐานะออฟฟิเชียล เบียร์ พาร์ทเนอร์ (Official Beer Partner) ระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี 2023 — 2025 ตอกย้ำภาพลักษณ์เบียร์ไทยระดับเวิลด์คลาส ก้าวสู่การเป็น Global Brand ที่ได้รับการยอมรับระดับสากล โดย นายวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เปิดเผยว่า นอกจากให้ความสำคัญกับการสร้างความแข็งแกร่งต่อตลาดประเทศไทยแล้ว สิงห์ยังมุ่งมั่นขยายการทำตลาดในต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ “แบรนด์สิงห์” ในฐานะผู้ผลิตสินค้าไทยที่มีคุณภาพ พร้อมเพิ่มความสามารถในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วโลก ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเร่งขยายตลาด ทั้งการเพิ่มจุดจำหน่าย เพิ่มการกระจายสินค้า หรือสร้างฐานผลิตในต่างแดน รวมทั้งใช้กลยุทธ์การตลาดผ่าน Sport Marketing ด้วยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของรายการกีฬาสำคัญระดับโลก ■







สิงห์ เลมอนโซดา คว้ารางวัล Top Outstanding Brand แบรนด์กลุ่มน้ำอัดลมโดดเด่นที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสูงสุด

16 สิงหาคม 2566 I กรุงเทพมหานคร

สิงห์ เลมอนโซดา คว้ารางวัลแบรนด์ที่มีความโดดเด่น หรือ Top Outstanding Brand ประจำปี 2566 จากรายงาน Brand Footprint Thailand 2023 โดยคันทาร์ (Kantar) บริษัทข้อมูลการตลาดและการวิเคราะห์ชั้นนำของโลก วัดจากการเข้าถึงจริงของผู้บริโภค 26.4 ล้านครัวเรือนในประเทศไทย สะท้อนความแข็งแกร่งและความสามารถในการปรับตัวของแบรนด์ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย โดยผลการสำรวจจากผู้บริโภคพบว่าแบรนด์สิงห์ เลมอนโซดา มีการเลือกซื้อมากกว่า 27 ล้านครั้ง จนชนะใจกลายเป็นแบรนด์สินค้าที่คนไทยเลือกซื้อมากที่สุดในหมวดเครื่องดื่มน้ำอัดลม จากกลุ่มเครื่องดื่มบริโภคนอกบ้าน (OOH Beverage) ประจำปี 2566 ■



4 Queens Concert รวม 4 ตัวแม่แห่งวงการเพลง สร้างปรากฏการณ์บนเวทีครั้งใหญ่

2 ส.ค. 66 I นนทบุรี

คอนเสิร์ตแห่งปี 2023 กับการรวมตัวของศิลปิน 4 ควีนแห่งยุคอย่าง อิ้งค์-วรันธร โบกี้ไลอ้อน วี-วิโอเลต วอเทียร์ และ ส้ม มารี ร่วมกันสร้างปรากฏการณ์ครั้งใหญ่บนเวทีครั้งแรกใน "The Concert Application presents 4 Queens Concert" ในวันเสาร์ที่ 7 ตุลาคม 2566 ณ IMPACT Challenger Hall 1 ที่พร้อมจะประกาศศักดาความเป็นควีนกับคอนเซ็ปต์ที่จะพาทุกคนหลงใหลไปกับทั้ง 4 คาแรกเตอร์ที่ดึงมาจาก 4 ไลฟ์สไตล์ของทั้ง 4 สาว จำหน่ายบัตรเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2566



SHR ในเครือสิงห์ เอสเตท ออกหุ้นกู้เสนอขายประชาชนทั่วไป คาดเปิดจอง ต.ค.66

21 ส.ค. 66 I กรุงเทพมหานคร

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) หรือ "SHR" บริษัทในเครือ "สิงห์ เอสเตท" เตรียมเสนอขายหุ้นกู้อายุ 3 ปี ให้แก่ประชาชนเป็นการทั่วไป คาดเสนอขายได้ภายในเดือนตุลาคมนี้ หุ้นกู้ชุดดังกล่าวได้รับการจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่ระดับ "BBB" ซึ่งเป็นกลุ่ม "ระดับลงทุน" (Investment grade) อันดับความน่าเชื่อถือองค์กรอยู่ที่ระดับ "BBB+" แนวโน้ม "คงที่" (Stable) โดย นายเดิร์ก อังเดร ลีน่า เดอ คุยเปอร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท มั่นใจว่า หุ้นกู้ดังกล่าวจะได้รับการตอบรับจากผู้ลงทุนเป็นอย่างดี



CEO TALK #2
THE JOURNEY OF BRT

คุณเต้ ภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ พร้อมด้วย คุณจ๊ะ วรวุฒิ ภิรมย์ภักดี กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ร่วมงาน CEO TALK #2 The Journey of BRT ซึ่งจัดขึ้น ณ บริษัท สิงห์ เบเวอเรช จำกัด เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2566 ที่ผ่านมา เพื่อแสดงถึงวิสัยทัศน์และนโยบายในการขับเคลื่อนองค์กร เป็นครั้งที่ 2 ซึ่งในครั้งนี้จัดขึ้นภายใต้หัวข้อการเติบโตและแนวทางการทำงานของบุญรอดเทรดดิ้ง (BRT) โดยคุณเต้และคุณจ๊ะ ได้มอบปรัชญาการทำงานที่น่าสนใจ และมุมมองที่จะนำพาบริษัทฯ ไปสู่อนาคตไว้หลายข้อ เป็นอีกครั้งที่ทีมงานกลุ่มประชาสัมพันธ์ ได้สรุปประเด็นสำคัญจากในงานดังกล่าวฝากไว้ให้กับพนักงานทุกคน

แนวทางการทำงาน / ปรัชญาการทำงาน



คุณภูริต ภิรมย์ภักดี : กรรมการผู้จัดการใหญ่

- อยากเห็นองค์กรบุญรอดฯ เป็นองค์กรที่มีความสุขตามแนวทาง "Bringing Joy to Life" ครอบครัวสิงห์ทุกคนมีความเป็นอยู่ที่ดี กินดีอยู่ดี ใช้ชีวิตไม่ลำบาก
- คนตั้งใจ คนทำดี ต้องได้ดี
- การบริหารคนเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ยิ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของอายุ (Generation gap) ยิ่งมีความยาก เพราะคนในวัยต่างกันจะมีมุมมองที่ต่างกัน จึงต้องรอบคอบใส่ใจในความรู้สึกของแต่ละคน เพราะทุกคนล้วนเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จที่นำพาองค์กรเติบโตมาจนถึงวันนี้
- อยากเข้าไปรู้จักทุกคน เพื่อที่จะได้รู้ว่าแต่ละคนมีความเก่งอะไร ถนัดอะไร และเหมาะกับงานแบบไหน จะได้ช่วยเลือกงานที่ตรงกับความสามารถของเขา เพื่อช่วยกันนำพาให้องค์กรดีขึ้น
- ชอบเปิดโอกาสให้กับพนักงานทุกคนได้แสดงความสามารถ ถ้ามีโอกาสมาถึงก็อยากให้ทุกคนแสดงความสามารถอย่างเต็มที่ แสดงผลงานให้เห็น

การทำงานร่วมกับคุณเต้

คุณภูริต ภิรมย์ภักดี : กรรมการผู้จัดการใหญ่

- การทำงานร่วมกับผม ไม่ใช่เรื่องยากขอแค่มีความจริงใจ
- ผมทำทุกอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน คือทำเพื่อองค์กรและเพื่อพนักงานทุกคน ถ้าคุณมีความตั้งใจทำเพื่อให้องค์กรดีขึ้น สิ่งเหล่านี้มันก็จะกลับไปหาตัวคุณเอง ชีวิตความเป็นอยู่ของทุกคนก็จะดีขึ้น
- อย่าหยุดเรียนรู้ อย่าปิดตัวเองอยู่ใน Comfort Zone
- 20 ปีที่ผ่านมา ผมเรียนรู้งานหลายอย่าง ทำงานในหลายหน้าที่ ตั้งแต่พนักงานล้างถังเบียร์ ขับรถโฟร์คลิฟท์ การตลาด โฆษณา และสร้างฝ่ายพัฒนาธุรกิจด้วยคน 3 คน ตอนนี้ก็เรียนรู้งานด้านการขายมากขึ้น และยังต้องออกไปเรียนหลักสูตรต่างๆ ข้างนอก ซึ่งก็ไม่ได้อยากไป แต่ต้องเรียนรู้เพื่อออกจาก Comfort Zone ของตัวเอง และเพื่อนำสิ่งเหล่านี้กลับมาใช้ในการพัฒนาองค์กรของเราให้ได้ ทุกคนในครอบครัวสิงห์ก็จะได้มีอนาคต มีชีวิตที่ดีขึ้น

คุณวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี : กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่

- ถึงแม้จะเป็นพี่น้องกัน ก็ต้องแยกบทบาทให้ชัดเจน ในการทำงานก็ต้องให้เกียรติคุณเต้ ในฐานะเจ้านาย หลังเลิกงานก็เป็นพี่น้องกันเหมือนเดิม
- ได้เรียนรู้วิธีการทำงานร่วมกับคุณเต้มาตลอดเป็นระยะเวลานาน การทำงานกับคุณเต้ก็ปรับตัวไม่ยาก เพราะคุณเต้เป็นคนที่รับฟัง มีเหตุมีผล
- คุณเต้ ให้ความสำคัญกับทุกคน สบายๆ จริงจังแต่ใจดี
- วันนี้ คือยุคที่ Generation ที่ 4 เข้ามาบริหารอย่างเต็มตัว โดยมีคุณเต้เป็นหัวเรือใหญ่ เราต้องสานต่อในสิ่งที่คนรุ่นก่อนทำไว้ให้ได้ ซึ่งการทำงานในทุกวันนี้ ก็ยังมี Generation ก่อนหน้าอย่างคุณวุฒาหรือคุณสันติ ให้คำปรึกษาอยู่เสมอ
- ตลอดระยะเวลา 18 ปี ของการทำงาน ยอมรับว่ามีความกดดันมากพอสมควร เพราะตั้งใจอยากทำให้ดีที่สุด ให้สมกับที่ผู้ใหญ่ไว้วางใจ ต้องสร้างความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นว่าเราสามารถนำพาบริษัทฯ ให้เติบโตไปได้

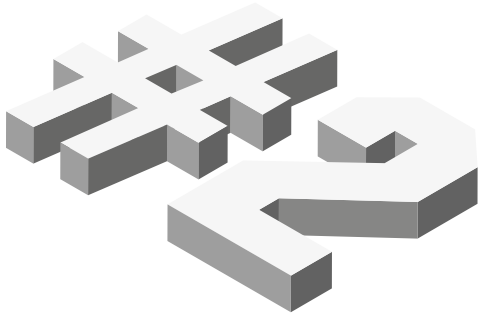
มุมมองต่อคู่แข่งในตลาด การมองไปข้างหน้า

คุณภูริต ภิรมย์ภักดี : กรรมการผู้จัดการใหญ่

- "เราต้องไม่ประมาท" ไม่มีอะไรน่ากลัว แต่ต้องไม่ประมาท
- เราอยู่ในธุรกิจนี้มา 90 ปี เรามีความชำนาญ มีประสบการณ์ที่มากกว่า เราก็ควรทำได้ดีมากกว่าคนอื่น
- การมีคู่แข่งขันเข้ามาในตลาดเป็นสิ่งที่ดี ตลาดจะเติบโตขึ้น ตัวเราก็จะพัฒนาขึ้น เติบโตขึ้นไปด้วย
- การทำธุรกิจก็ควรมีที่ให้ผู้ผลิตรายอื่นๆ ด้วย ไม่ควรกินรวบอยู่คนเดียว เท่าที่เรามีตอนนี้ก็เพียงพอแล้ว
- การทำงานในชีวิตจริงเราต้องก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวให้เร็ว
- "แผน คือ ไม่มีแผน" อย่างที่เคยพูดไว้ เพราะเราต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแผนการทำงานที่เคยวางไว้ให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป อย่างเช่น ตอนวิกฤตโควิด-19 บริษัทฯ ทำ All Time High ในหลายๆ เรื่อง นั่นก็เพราะเราทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- "เรากำหนดสถานการณ์ไม่ได้ แต่เราปรับตัวตามสถานการณ์ได้"
- การมีบริษัท Singha Venture (Venture Capital) ในเครือเพื่อให้เราได้เรียนรู้ถึงสิ่งที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต ได้มองเห็นเทคโนโลยีต่างๆ เรียนรู้เรื่องของโลกในอนาคตก่อนคนอื่น

คุณวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี : กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่

- การมีผู้เล่นรายใหม่ๆ ทำให้เรา Alert ทำให้เรามีความกระตือรือร้น ไม่ได้คิดว่าเป็นอุปสรรค เพราะเราอยู่คู่กับคนไทยมา 90 ปี มีการ Diversify ไปในหลายธุรกิจ มีประสบการณ์ เราค่อนข้างได้เปรียบคู่แข่ง ในขณะเดียวกันเราก็สามารถสร้างตลาดใหม่ๆ ได้เองด้วย
- หากย้อนกลับไป คงไม่มีใครคิดมาก่อนว่าเราจะเข้ามาในตลาดน้ำอัดลม ซึ่งก็มาจากทีมงานนอนแอลกอฮอล์ที่ครีเอทและสร้างตลาดใหม่ตรงนี้ขึ้นมา ซึ่งปัจจุบันเราเป็นผู้นำในตลาดน้ำอัดลม 0 แคลอรี่ และนี่ก็คือการ Seek out opportunity สร้างสินค้าใหม่ๆ ให้ผู้บริโภค
- อดีต ในยุควิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง เราสูญเสีย Market share จาก 80% เหลือ 20% แต่ด้วยความไม่ยอมแพ้ของคุณสันติ เราสามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสได้ จนเป็นที่มาของเบียร์ลีโอ ซึ่งผมนำมาใช้เป็นแนวทางในการทำงานจนถึงทุกวันนี้ ว่าเราต้องไม่ยอมแพ้ ทุกวิกฤตจะสอนให้เราปรับตัว และมองหาโอกาสจากวิกฤตนั้น
- ช่วงวิกฤตโควิด 19 ที่ผ่านมา เราต้องปรับตัวหลายอย่าง แต่ด้วยการเรียนรู้ที่จะปรับตัวและการทำงานเป็นทีมแบบที่คุณเต้เน้น ก็ทำให้เราสามารถสร้างความสำเร็จก้าวผ่านช่วงเวลานั้นมาได้
- ในโลกปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความต้องการหลากหลาย ไม่ใช่แค่ในเมืองไทยเท่านั้น แต่เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก เบียร์ใหม่ๆ ตัวเล็กๆ ก็มีความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เบียร์ต่างประเทศ
- ที่เป็นพันธมิตรของเราก็ช่วยตอบสนองได้ และยังเป็น Partner ที่ช่วยพาเราไปทำตลาดต่างประเทศด้วย เราไม่ได้จะอยู่แค่ในประเทศไทย เราต้องออกไปหาโอกาสใหม่ๆ ในต่างประเทศ



ผู้บริหารคนสำคัญจาก BRT ได้แก่ คุณคมสัน แสงทอง ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายการขาย คุณวรภัทร ชวนะนิกุล Chief Strategy Officer and Chief Financial Officer และคุณธิติพร ธรรมาภิมุขกุล Chief Marketing Officer ก็ได้มาร่วมบอกเล่าแนวทางการทำงานของ BRT ด้วยเช่นกัน

การทำงานร่วมกับทีมงาน

คุณภูริต ภิรมย์ภักดี : กรรมการผู้จัดการใหญ่

- ผมพูดอยู่เสมอว่า "เบื้องหลังความสำเร็จของผม คือทีมงานที่ดี" ทั้งฝ่ายขาย การตลาด การเงิน กลยุทธ์ ที่สำคัญคือทีม Brewmaster และโรงงานที่ผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ต่อให้เก่งแค่ไหน ถ้ามีสินค้าที่ไม่ดีก็ขายไม่ได้ นี่คือหัวใจ
- คุณภาพของสินค้าเราต้องดีที่สุดเท่านั้น เราจะไม่ Compromise ในเรื่อง Quality ต้องเป็น Best of the best ในราคาที่จับต้องได้
- ผมไม่เชื่อในการค้ากำไรเกินควร เรามีกำไรเท่าที่เราพออยู่ได้ ขายสินค้าในราคาที่ Fair (ยุติธรรม) ที่สุด ในจุดที่ผู้บริโภค Happy และเราอยู่ได้
- หน้าที่ของผมคือ ประสานการทำงานแต่ละฝ่ายให้เหมาะสม ลงตัว ผมจะทำงานกันแบบเพื่อน ไม่ออกคำสั่ง พูดให้น้อยแต่ฟังเยอะ ให้สิทธิ์ในการตัดสินใจ เพื่อให้ทุกคนกล้าที่จะคิด กล้าทำ ส่วนความผิดพลาดเป็นเรื่องธรรมดา เมื่อเกิดข้อผิดพลาดก็เรียนรู้ไปด้วยกัน ผมรับได้ แต่ที่รับไม่ได้คือการโกง
- "Put the right man on the right job" จะทำให้องค์กรเติบโตไปได้ สิ่งสำคัญคือ ผมอยากให้ทุกคนได้ลงมือทำ ได้ตัดสินใจอย่างเต็มที่ บางครั้ง ผมรู้ว่าการตัดสินใจของเขาจะเป็นอย่างไร แต่ก็ให้เขาทำเพื่อที่เขาจะได้เรียนรู้
- การทำงานต้องมีความสุข มีรอยยิ้ม ต้องมีบรรยากาศการทำงานที่ดี หลอมรวมให้เป็นทีมเดียวกัน มองเห็นเป้าหมายเดียวกัน เดินไปในทิศทางเดียวกัน
- ทุกคนคือความสำเร็จของบริษัทบุญรอดฯ

คุณวรวุฒิ ภิรมย์ภักดี : กรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่

- การที่เราเป็นครอบครัวใหญ่ ความปรองดอง สามัคคี ให้เกียรติซึ่งกันและกัน คือสิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทเติบโต มีความสำเร็จตลอด 90 ปีที่ผ่านมา



“ปฏิทิน(ตั้งโต๊ะ)เก่า เราขอนะ”

ยอดรวบรวมปฏิทินเก่าตั้งแต่ มกราคม - กุมภาพันธ์ 2566

3,350 กิโลกรัม

เราส่งมอบให้ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอดเรียบร้อยแล้ว





จากปฏิทินเก่า เป็นปฏิทินใหม่อักษรเบรลล์ สำหรับผู้พิการทางสายตาและยังสามารถแปลงไปเป็นหนังสือสมุดและสื่อความรู้ในรูปแบบอื่นๆ ได้อีกมากมาย

เพื่อความสุขที่ยั่งยืน สามารถบริจาคได้โดยตรงที่...

ศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อคนตาบอด
78/2 หมู่ 1 ต.บางตลาด
ซ.ติวานนท์-ปากเกร็ด 1 ถ.ติวานนท์
อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
โทรศัพท์: 02-5836518, 02-9625818-9

การกลับมาอีกครั้ง ของ LEO NUMBER 8

LEO NUMBER 8 (LEO No.8) เดิมทีเป็นเบียร์ที่ออกแบบมาเพื่อตอบโจทย์คนภาคเหนือ ที่มีความชื่นชอบเบียร์เข้ม มอดี้เต็ม และหลังจากวางจำหน่ายไปสักพัก ก็ได้รับ Feedback จากผู้บริโภคว่ามีความชื่นชอบเบียร์ LEO No.8 แต่รสชาติอาจจะมีความเข้มมากเกินไป ดังนั้น ทางบริษัทฯ จึงนำข้อมูลที่ได้รับ กลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยยังคงเก็บส่วนที่ผู้บริโภคชื่นชอบไว้

และจากข้อมูลการขาย LEO No.8 ไม่ได้ทำให้ยอดขายของ LEO ลดลง ซึ่งหมายความว่าผลิตภัณฑ์นี้ได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าฐานใหม่

โดยการกลับมาครั้งนี้ LEO No.8 ได้มีการปรับสูตร แต่ยังคงกรรมวิธีการผลิตแบบ STRONG BREW เช่นเดิม ซึ่ง STRONG BREW ในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงเบียร์ที่มีความเข้ม แต่คือ กรรมวิธีการผลิตที่ทำให้เบียร์มีรสสัมผัสที่กลมกล่อม ทั้งในเรื่องของความหอม นุ่ม ละมุน และ Aftertaste แบบเต็มรสในทุกมิติ เพื่อเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกสำหรับผู้ที่ชอบดื่มเบียร์ พร้อมทั้งขยายตลาดไปยังพื้นที่ต่างๆ ที่มี Potential เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ

Target & Positioning

Target : First Jobber
Positioning : Upper Mass

STRONG BREW
LAGER BEER





รวมพลังครอบครัวหัวใจสิงห์

9,000,000 CC

90 ปี บุญรอดฯ

BOON RAWD BREWERY

จากข้อมูลของสภากาชาดไทยในปี 2564 ที่ผ่านมา ในช่วงการระบาดของโควิด-19 สภากาชาดไทยเคยมีความต้องการใช้โลหิตมากถึง 6,500-7,000 ยูนิตต่อวัน คิดเป็นปริมาณมากกว่า 2 ล้านซีซีต่อวันในสถานการณ์เร่งด่วน

แม้ในปัจจุบันสถานการณ์การระบาดจะลดลงแล้ว แต่ความต้องการใช้โลหิตตามปกติก็ยังคงมีอยู่เฉกเช่นทุกปี เมื่อพิจารณาร่วมกับประชากรในประเทศ รวมทั้งวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่มีแนวโน้มความเสี่ยงต่อโรคภัยมากขึ้น ประเทศเรายังคงมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการใช้โลหิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่จำนวนคนที่อยู่ในวัยที่บริจาคโลหิตได้จะลดน้อยลง และปัจจุบันก็มีผู้บริจาคโลหิตเพียง 32% เท่านั้นที่บริจาคโลหิตมากกว่า 1 ครั้งต่อปี

การสร้างสังคมแห่งการให้ที่ยั่งยืน ช่วยจุดประกายให้การบริจาคโลหิตเป็นเรื่องที่ทำเป็นประจำได้ทุก 3 เดือนต่อปี และชักชวนให้เกิดผู้บริจาคโลหิตรายใหม่ ตลอดจนการให้ความรู้และสนับสนุนด้านสุขภาพ เพื่อให้ผู้คนรอบตัวมีสุขภาพที่ดีถึงเกณฑ์ที่สามารถบริจาคโลหิตได้มากขึ้น อาจเป็นกุญแจสำคัญในการช่วยเหลือให้ประเทศมีโลหิตสำรองเพียงพอสำหรับการให้ในอนาคต



โครงการ "900,000 cc 90 ปี บุญรอดฯ"

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด รวมทั้งบริษัทในเครือ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการให้แก่สังคม ผ่านการบริจาคโลหิตเพื่อการช่วยเหลือผู้ป่วยที่ต้องการใช้โลหิต ได้ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย จัดโครงการบริจาคโลหิตฉลองการครบรอบ 90 ปีของ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ในโครงการ "900,000 cc 90 ปี บุญรอดฯ" โดยมีเป้าหมายในการรวบรวมปริมาณการบริจาคโลหิตให้แก่สภากาชาดไทย ให้ถึง 900,000 cc ภายในระยะเวลา 1 ปี (1 มกราคม - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2566) และปัจจุบันก็ได้รวบรวมเกินเป้าหมาย 900,000 cc ไปแล้ว เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2566 และได้รับหนังสือรับรองจากสภากาชาดไทย เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2566

โครงการนี้ ถือเป็นการรวมพลังครอบครัวสิงห์ครั้งยิ่งใหญ่ ที่ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากบริษัทในเครือทั่วประเทศในการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้ร่วมบริจาคโลหิตในโครงการ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานบริษัทในเครือ ครอบครัวพนักงานสิงห์ เครือข่ายสิงห์อาสา พี่น้องนักกีฬาทีมชาติไทย พนักงานบริษัทคู่ค้า บริษัทพันธมิตรและผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนผู้มีหัวใจสิงห์ ได้ร่วมเข้าบริจาคโลหิตในโครงการนี้กันอย่างล้นหลาม จนทำให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ก่อนเวลาคาดการณ์ถึง 6 เดือน

การรวมพลังเพื่อช่วยเหลือสังคมในโครงการ 900,000 cc 90 ปี บุญรอดฯ นี้ แสดงให้เราเห็นว่า คำว่า "ครอบครัวสิงห์" ไม่เคยถูกจำกัดอยู่แค่เพียงบุคลากรภายในบริษัทหรือบริษัทในเครือเท่านั้น แต่ยังมีความหมายรวมถึงครอบครัวพนักงาน ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนบุคคลทั่วไปผู้มีหัวใจสิงห์ ที่มีความผูกพันกับเครือบุญรอดฯ ในฐานะบริษัทไทยที่อยู่เคียงคู่ประเทศไทยมายาวนานกว่า 90 ปีอย่างแน่นแฟ้น และอีกสิ่งที่เรามีร่วมกันเป็นสากลของ "คนหัวใจสิงห์" ไม่ว่าจะอยู่แห่งหนใด คือ หัวใจที่พร้อมจะ "ให้" อย่างเต็มใจและไม่มีที่สิ้นสุด



ณัฐพร สถิตย์ถาวรชัย
HR Senior Officer
Organization Development

บริจาคโลหิตครั้งหนึ่งได้กี่ cc?

- *คนหนึ่งคน สามารถบริจาคโลหิตได้ปีละ 4 ครั้ง*
- *การบริจาคโลหิตหนึ่งครั้งจะนับเป็น 1 ยูนิต*
- *บรรจุภัณฑ์ 1 ยูนิต บรรจุเลือดได้ 400-450 cc*

นั่นหมายความว่า ในหนึ่งปีคนเราสามารถบริจาคโลหิตได้มากที่สุดเพียงประมาณ 1,600-1,800 cc ซึ่งเป็นปริมาตรมากกว่าน้ำดื่มในขวดขนาด 1.5 ลิตรแค่เล็กน้อยเท่านั้นเอง









มีใครร่วมอยู่ใน 900,000 cc นี้บ้าง?

1. พนักงานและครอบครัว กลุ่มบริษัทบุญรอดฯ รวมถึง บริษัท เฮสโก โซลูชั่น จำกัด บริษัท บีอาร์เอฟ โลจิสติคส์ จำกัด บริษัท มิวซิกมูฟ จำกัด เป็นต้น
2. พนักงานและครอบครัว กลุ่ม บมจ.บางกอกกล๊าส
3. พนักงานและครอบครัว กลุ่ม บมจ.สิงห์ เอสเตท
4. เครือข่ายผู้แทนจำหน่าย
5. เครือข่ายสิงห์อาสา
6. สิงห์ออลสตาร์
7. นักกีฬาพาราลิมปิกทีมชาติไทย
8. นักกีฬาทีมชาติไทยที่บริษัทร่วมสนับสนุน เช่น โปรกอล์ฟ นักเทนนิส นักแบดมินตัน นักว่ายน้ำ เป็นต้น
9. พนักงานบริษัทพันธมิตรและบริษัทคู่ค้าต่างๆ เช่น Guard Force (Thailand) Co., Ltd. และ CB House
10. ประชาชนผู้บริจาคโลหิตที่สนใจเข้าร่วมโครงการ โดยการส่งผลการบริจาคเข้ามาทางช่องทางออนไลน์







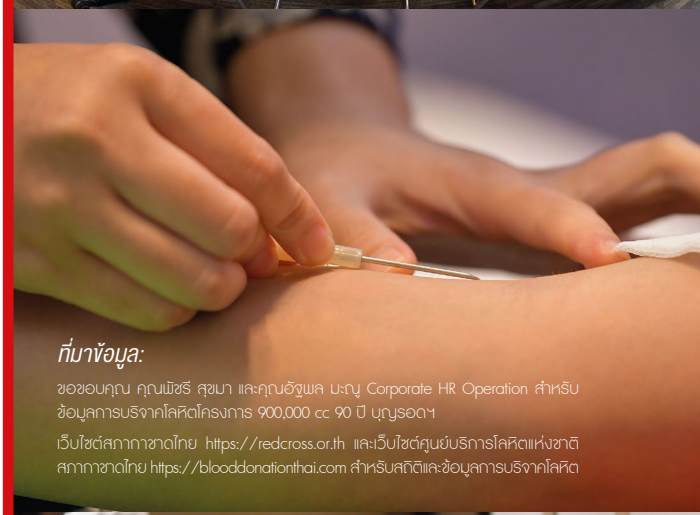


บริจาคแล้วเลือดของเราไปไหน?

เลือดที่เราบริจาคไปจะถูกนำไปแยกส่วนเป็นเม็ดเลือดแดงอัดแน่น เกล็ดเลือด และพลาสมา นำส่งไปใช้แก่ผู้ป่วยตามความต้องการแต่ละประเภท ซึ่งผู้รับจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ 1. ผู้ป่วยโรคเลือด อาทิ โรคโลหิตจางธาลัสซีเมีย เกล็ดโลหิตต่ำ ฮีโมฟีเลีย ซึ่งจำเป็นต้องรับโลหิตเป็นประจำ และ 2. ใช้ทดแทนโลหิตที่สูญเสียในผู้ป่วยผ่าตัดและผู้ป่วยอุบัติเหตุ รวมทั้งการคลอดบุตรด้วย ซึ่งกลุ่มนี้นับเป็นอัตราส่วนมากถึง 77% ของผู้รับโลหิตทั้งหมด

จะเห็นได้ว่า โลหิตที่ได้รับบริจาคส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้ในกรณีฉุกเฉินเร่งด่วน เช่น การผ่าตัดด่วนหรืออุบัติเหตุซึ่งคาดการณ์ไม่ได้ พึงระลึกเสมอว่า ผู้ที่ต้องการใช้เลือดอาจเป็นใครก็ได้ในเวลาไหนก็ได้ "การให้" โดยการบริจาคโลหิตจึงเป็นการช่วยเหลือสังคมโดยไม่แบ่งแยก และยังได้ช่วยเหลือโดยการให้สิ่งที่มีความจำเป็นที่สุดแก่ผู้ที่ต้องการในเวลานั้นที่สุดด้วย■





ที่มาข้อมูล:

ขอขอบคุณ คุณพัชรี สุขมา และคุณอัฐพล มะญู Corporate HR Operation สำหรับข้อมูลการบริจาคโลหิตโครงการ 900,000 cc 90 ปี บุญรอดฯ

เว็บไซต์สภากาชาดไทย https://redcross.or.th และเว็บไซต์ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย https://blooddonationthai.com สำหรับสถิติและข้อมูลการบริจาคโลหิต









สกู๊ปพิเศษ ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา

มากกว่าการให้ คือการสร้างคนคุณภาพของสังคม

ทุกๆ ปี เราจะได้ยินข่าว บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มอบทุนการศึกษา “ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา” แก่สถาบันการศึกษา 22 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งเป็นทุนการศึกษาให้แก่ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีผลการเรียนดี ประพฤติดี แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ โดยจะได้รับทุนการศึกษาต่อเนื่องจนจบการศึกษาตามหลักสูตร เป็นทุนแบบให้เปล่า ผู้รับทุนไม่ต้องชดใช้ทุนคืนแต่อย่างใด



ต้องบอกว่าเป็นเรื่องน่ายินดีที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญด้านการศึกษา เพราะการศึกษาเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาบุคคล และยกระดับคุณภาพชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยถือเป็นบริษัทเอกชนรายแรกๆ ของไทยที่สนับสนุนการศึกษามานานกว่า 40 ปี

การที่บริษัทฯ ส่งเสริมทุนการศึกษาเป็นเรื่องอันดีงามแล้ว "ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา" ยิ่งมีความพิเศษกว่านั้น เพราะนอกเหนือจากการมอบทุน บริษัทฯ ยังได้ต่อยอดสู่การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ตลอดจนส่งต่อแนวคิดและแรงบันดาลใจด้าน "การให้" สู่นักเรียน นิสิต นักศึกษาผู้ได้รับทุน เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้น ได้ร่วมเป็นฟันเฟืองที่ช่วยขับเคลื่อนการให้สู่สังคมต่อไปอย่างไม่รู้จบ

คุณญานี ศิริวัฒนกุล ผู้จัดการแผนกวิเทศกิจสัมพันธ์ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นผู้ดูแลงานทุนการศึกษา นับตั้งแต่วันแรกที่เข้าทำงาน คือ วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2525 และเป็นวันที่มีการมอบทุนครั้งแรกด้วย จากวันนั้นถึงวันนี้ คุณญานี หรือ "แม่อ้อย" ได้ค่อยๆ พัฒนาการมอบทุนให้เป็นมากกว่าการให้เงินทุน เพราะแม่อ้อยคิดว่า ทุนนี้เปรียบเสมือนครอบครัวใหญ่ ซึ่งรวมนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีปัญหาคล้ายๆ กัน หากดูแลด้วยใจ ให้ความรัก ความห่วงใย เติมกำลังใจให้แก่กัน เพื่อให้ความทุกข์เบาบางลง พวกเขาก็จะรักครอบครัวนี้มากขึ้น

แม่อ้อยเล่าให้ฟังว่าในช่วงปี 2525-2558 บริษัทฯ ได้จัดสรรทุนการศึกษาให้แก่สถาบันการศึกษา โดยให้แต่ละสถาบันดำเนินการจัดสรรและคัดเลือกนักเรียน นิสิต นักศึกษาเอง จากนั้นก็ส่งรายชื่อผู้ได้รับทุน มาที่บริษัทฯ ซึ่งเราไม่มีโอกาสรู้จักกับผู้ได้รับทุนเลย

ปี 2557 จึงได้เริ่มทำ "โครงการสานสัมพันธ์องค์กรกับนักศึกษาทุน" ขึ้น วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้และผู้รับทุน เพื่อสร้างจิตสำนึก ตลอดจนสร้างเครือข่ายนักศึกษาทุนให้พวกเขาได้รู้จักและเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

ปี 2559 เป็นปีแรกที่แม่อ้อยได้เข้าร่วมสัมภาษณ์ทุนตามสถาบันต่างๆ จนได้รับรู้เรื่องราวชีวิตของพวกเขา ทุกคนลำบาก มีปัญหาชีวิตแตกต่างกันไป เราได้พูดคุยกับเด็กๆ มากขึ้น หลายครั้งแม่อ้อยยังเป็นที่ปรึกษาปัญหาชีวิตให้กับพวกเขา และอีกหลายครั้งที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นการส่วนตัว "บางครั้งเราอาจจะดูแลพวกเขาเกินความจำเป็นด้วยซ้ำ แต่สิ่งที่เราทำไป ไม่เคยหวังอะไรตอบแทน" คุณญานีกล่าว

แม่อ้อยเคยรวบรวมเงินจากเพื่อนๆ และนักศึกษาทุนที่สำเร็จการศึกษาแล้ว ตามศรัทธาเพื่อสร้างบ้านให้นักศึกษาทุนบุญรอดฯ คนหนึ่งได้มีที่อยู่อาศัย แต่เงินนั้นไม่เพียงพอ จึงได้ขอความร่วมมือจากสิงห์อาสา (โครงการบ้านเติมรัก) ให้เข้ามาช่วยเหลือจนสำเร็จ



ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา จัดกิจกรรมมัดย้อมพร้อมตาก ณ เชียงราย

กิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กรกับนักศึกษาทุน ได้สร้างสายสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างแม่อ้อยและเด็กๆ ผู้ได้รับทุน “แม่อ้อย” เป็นคำที่เด็กทุนบุญรอดฯ เรียกคุณญานีด้วยใจรัก “เรารู้สึกว่าเด็กทุกคนเหมือนลูก เราดูแลพวกเขาด้วยใจจริงๆ ทุกครั้งที่เห็นรอยยิ้มของลูกๆ ทำให้เรามีกำลังใจที่จะทำงานเพื่อพวกเขาต่อไป”



ทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ร่วมกับโรงเรียนการศึกษาพิเศษ



“โครงการสานสัมพันธ์องค์กรกับนักศึกษาทุน” เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้และผู้รับทุน

นอกเหนือจากบริษัทฯ จะได้ช่วยดูแลผู้รับทุนอย่างเต็มที่แล้ว การสร้างกลุ่มเครือข่ายนักศึกษาทุนฯ ตามแนวคิดของแม่อ้อย ยังทำให้พวกเขาได้มีเพื่อนคอเดียวกัน ทุกคนต่างเจอกับความยากลำบากในชีวิต จึงเข้าใจกัน พร้อมให้กำลังใจช่วยเหลือกัน พวกเขายังได้รู้จักบริษัทฯ มากยิ่งขึ้น และซึมซับวิธีคิดในแบบสิงห์ผ่านทางแม่อ้อย โดยเฉพาะแนวคิดด้านการช่วยเหลือสังคม เห็นได้ชัดจากการที่ ตลอดระยะเวลาเกือบ 10 ปี ของกิจกรรมสานสัมพันธ์องค์กรกับนักศึกษาทุน ซึ่งมีภารกิจออกช่วยเหลือสังคมอยู่เป็นระยะ จะมีนักศึกษาทุนฯ ที่สำเร็จการศึกษา มีหน้าที่การงานแล้ว ยังกลับมาช่วยเป็นทีมงานในภารกิจเพื่อสังคมอยู่ตลอด พวกเขามาด้วยใจ อิ่มเอมที่จะเป็น “ผู้ให้ต่อ” หลังจากรู้สึกขอบคุณที่ได้เป็น “ผู้รับ” มาแล้ว

“กิจกรรมช่วยเหลือสังคม ส่วนมากเราจะทำร่วมกับโรงเรียนการศึกษาพิเศษ (โรงเรียนสำหรับบุคคลที่มีความบกพร่องทางด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา การสื่อสาร หรือมีร่างกายพิการ) ซึ่งเป็นโรงเรียนที่บริษัทฯ ให้การสนับสนุนโครงการต่างๆ การทำกิจกรรมสานสัมพันธ์จะผ่านการช่วยเหลือเด็กพิเศษเหล่านี้ ซึ่งจะมีนักศึกษาทุนจากทั่วประเทศ ประมาณ 80-100 คน และพี่สต๊าฟ (นักศึกษาทุนที่สำเร็จการศึกษาแล้ว) มาเป็นสต๊าฟช่วยดูแลกิจกรรม พวกเขามาช่วยด้วยความเต็มใจ และอยากจะกลับมาร่วมกิจกรรมด้วยทุกปี โครงการนี้กลายเป็นกลุ่มสังคมเล็กๆ ที่ทุกคนเปิดใจรับพลังบวกเติมกำลังใจให้แก่กัน และทุกคนก็มีความสุข”

จากนี้ แม่อ้อยยังมีเป้าหมายที่จะต่อยอดให้เป็นเครือข่ายที่แข็งแกร่งยิ่งขึ้น สิ่งที่แม่อ้อยอยากเห็นจากการทุ่มเทแรงกายแรงใจ คือ ผลิตผลคนคุณภาพของสังคม ที่บริษัทฯ มีส่วนช่วยสรรสร้าง

“หลายคนอาจจะรู้ว่ามีทุนบุญรอดฯ แต่ใครจะรู้ว่าจริงๆ แล้ว เราไม่ได้แค่ให้ทุนแล้วจบ เราทำมากกว่าหน้าที่ที่เราทำ เพราะเราต้องการเห็นลูกๆ ของเราเติบโตมามีชีวิตที่ดี เป็นคนดี เป็นบุคลากรคุณภาพของสังคม แค่นี้เราก็ดีใจมากแล้ว”



22 สถาบันการศึกษาที่รับมอบทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
โรงเรียนนายเรือ
โรงเรียนนายเรืออากาศนวมินทกษัตริยาธิราช
โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระบรมราชชนก

กว่า 40 ปี ทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต นักศึกษา มอบทุนการศึกษารวมแล้วทั้งสิ้นเกือบ 9,500 ทุน เป็นจำนวนเงินมากกว่า 190 ล้านบาท เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างทรัพยากรบุคคลให้เป็นพลเมืองดีของสังคม และเล็งเห็นว่าการให้การศึกษาเป็นการให้ที่ยั่งยืน สามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเองและประเทศชาติต่อไปได้ในอนาคต ■



ญานี ศิริวัฒนกุล (แม่อ้อย)
ผู้จัดการแผนกวิเทศกิจสัมพันธ์
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



ขัตติยะณัฐ มาฤทธิ์
ผู้ก่อตั้ง “ค่ายครูพเนจร” ต่อยอดโอกาส สร้างความสัมพันธ์สู่ชุมชน

“คุณแซ้งค์” นายขัตติยะณัฐ มาฤทธิ์ อดีตนักศึกษาผู้ได้รับการสนับสนุนจากทุนบุญรอดพัฒนานิสิต นักศึกษา ปัจจุบัน เขาเป็นคุณครูผู้รับราชการอยู่ที่โรงเรียนหนองไผ่มอดินแดง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ด้วยแรงบันดาลใจด้าน “การให้กลับคืนสู่สังคม” ที่ได้รับมาจากการเป็นนักศึกษาทุนบุญรอดฯ คุณแซ้งค์ได้ให้กำเนิด “ค่ายครูพเนจร” ค่ายที่พาครูอาสาออกไปร่วมส่งมอบประสบการณ์ สานความสัมพันธ์อันสร้างสรรค์ และต่อยอดโอกาสที่เขาเคยได้รับจากบุญรอดฯ สู่น้องๆ เยาวชนในพื้นที่ห่างไกล



ผมเข้าร่วมกิจกรรมกับค่าย ทุนบุญรอดฯ ทุกครั้ง ไม่เคยพลาด



แบ่งปันความรู้และพลังบวกให้เด็กๆ ที่อยู่บนดอยหรือตามชนบท ที่ยากจะเข้าถึง



ขัตติยะณัฐ มาฤทธิ์
ผู้ได้รับทุนบุญรอดพัฒนา นิสิต
นักศึกษา ปี 2558-2561

โอกาสจากทุนบุญรอดฯ

ผมได้รับทุนบุญรอดฯ จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปี 2558-2561 ครับ ขณะเข้าศึกษาที่คณะศึกษาศาสตร์ ตอนนั้นผมเห็นภาพตัวเองที่อยากอยู่กับเด็กๆ ผมชอบสอนเด็กๆ ชอบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คน ผมจึงอยากเป็นครู ซึ่งทุนบุญรอดฯ เป็นตัวแปรสำคัญที่พาผมมาถึงในจุดที่ผมอยากเป็น และเป็นจุดที่ช่วยพาผมไปอยู่ในความสัมพันธ์กับผู้คนที่หลากหลาย สิ่งที่ผมได้รับจากทุนบุญรอดฯ ไม่ได้มีเพียงทุนการศึกษา แต่ยังเป็นโอกาสด้านความสัมพันธ์ที่ประเมินค่าไม่ได้ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับเหล่านักศึกษาทุนบุญรอดฯ กลุ่มชนที่เต็มไปด้วยพลังบวก ผมเข้าร่วมกิจกรรมกับค่ายทุนบุญรอดฯ ทุกครั้งไม่เคยพลาดเลยครับ ปัจจุบันผมเป็นทีมงานคอยช่วยแม่อ้อยวางแผนกิจกรรมต่างๆ เวลาที่เรามีการไปออกค่ายสร้างแรงบันดาลใจกับเหล่าน้องๆ เด็กพิเศษ

แบ่งปันโอกาส สร้าง “ค่ายครูพเนจร”

จริงๆ แล้ว ผมเป็นสมาชิกของสิงห์อาสามาก่อนที่จะได้รับทุนบุญรอดฯ ด้วยครับ ผมชอบออกค่าย อยากช่วย อยากแชร์ แต่เพราะตัวเองไม่ได้มีมาก จึงต้องหาสิ่งที่ทำร่วมกับคนที่เขามีกำลังและความพร้อม แล้วผมเข้าไปช่วยในแง่ของการลงแรงลงเวลา เมื่อได้รับทุนบุญรอดฯ ผมเกิดแรงบันดาลใจที่อยากจะทำค่ายของตัวเองเพราะเป็นเรื่องที่ผมรู้สึกว่า เรารับมาแล้วก็อยากจะส่งต่อโอกาสให้คนอื่นบ้าง จึงร่วมกับเพื่อนสร้างค่ายครูพเนจรขึ้น อย่างที่บอกคือผมชอบสอนเด็กๆ ผมก็อยากที่จะช่วยสร้างคน ผมไม่ได้แบ่งปันเงินหรือสิ่งของ แต่แบ่งปันความรู้และพลังบวกให้เด็กๆ ที่อยู่บนดอยหรือตามชนบทที่ยากจะเข้าถึง ค่ายนี้ทำมาต่อเนื่องได้ 8 ปีแล้วครับ

ส่งต่อความสัมพันธ์ที่ดี สิ่งมีค่าที่ทุกคนต้องการ

ทุนบุญรอดฯ ได้สร้างโอกาสทางความสัมพันธ์ที่ผมให้ความสำคัญมากๆ ผมมองว่าแม่อ้อยเป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี คือแม่จะมาเพื่อมอบทุนให้เราเฉยๆ ก็ได้ แต่แม่ก็ได้สร้างชุมชนกลุ่มเด็กทุนบุญรอดฯ ขึ้น ทำให้ผมเข้าใจว่า บางครั้งสิ่งที่คนเราต้องการก็ไม่ใช่เงินทองเสมอไป เงินนั้นสำคัญในเรื่องของความอยู่รอด แต่ความรัก ความเข้าใจ คำปลอบโยน เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีค่าสำหรับทุกคน เราทุกคนต้องการความสัมพันธ์ดีๆ เพื่อให้มีพลังที่จะก้าวไปข้างหน้า และเป็นสิ่งที่หาซื้อไม่ได้ การที่ผมเองสร้างค่ายครูพเนจรขึ้น ก็เพราะอยากให้เยาวชนได้รับความสัมพันธ์ที่ดี เหมือนที่ผมได้รับมาจากแม่อ้อย ซึ่งแม่อ้อยก็ได้รับมาจากบุญรอดฯ ส่งต่อความสัมพันธ์ที่ดีให้กันต่อเนื่องไปเรื่อยๆ

ไม่เน้นเป็นผู้ให้ แต่เน้นเป็นผู้แบ่งปัน

ทุกครั้งที่เราไปออกค่ายครูพเนจร ผมจะไม่มองตัวเองว่าเราจะไปเป็นผู้ให้ เพราะในความรู้สึกส่วนตัวของผมคือ ถ้าเราบอกว่าเราเป็นผู้ให้ มันเหมือนเป็นการตัดสินว่า เรามีมากกว่า แต่ผมจะมองว่า เราเป็นผู้ไปแลกเปลี่ยนเราให้เขา เขาก็ให้เรา ไม่มีใครมีมากกว่า ต่างฝ่ายต่างเป็นผู้แบ่งปัน เราเองก็ได้เปิดใจเรียนรู้ที่จะรับสิ่งดีๆ จากคนที่เราไปแบ่งปันด้วยเช่นกัน พอเป็นอย่างนี้แม้ว่าเราจะมีกำลังไม่มาก แต่เราก็จะสามารถแบ่งปันได้ในแบบที่เราไหวและไม่เบียดเบียนตัวเอง ถือเป็นความสัมพันธ์ดีๆ ที่เหนือกว่าการให้อย่างเดียว หรือว่าการรับอย่างเดียวครับ



สพญ.อุษาโสม คงศรี

เพราะการส่งต่อพลังบวก ถือเป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่

สพญ.อุษาโสม คงศรี หรือ “คุณบัว” เป็นหนึ่งในผู้ได้รับทุนบุญรอดพัฒนานิสิตนักศึกษา ทุนที่ได้ต่อลมหายใจด้านการศึกษาจนคุณบัวได้เป็นสัตวแพทย์อายุรกรรม หัวหน้าหน่วยหออภิบาลสัตว์ป่วยแห่งโรงพยาบาลสัตว์เล็ก มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คุณบัวรักในทุกโมเมนต์ของการช่วยเหลือสัตว์ตัวน้อย และทุ่มเททำหน้าที่เต็มความสามารถ ด้วยเชื่อมั่นว่า การพยายามทำหน้าที่ของตัวเองให้ดี จะสามารถสร้างแรงบันดาลใจส่งต่อไปสู่คนรอบข้าง เป็นการให้ “พลังบวก” ที่มีคุณค่าทางจิตใจต่อผู้รับ



เราได้ไปทำกิจกรรมที่โรงเรียนการศึกษาพิเศษ ได้คลุกคลีกับน้องๆ



บัวไปเข้าค่ายที่แม่อ้อยจัดขึ้นเพื่อรวมเหล่าเด็กทุนบุญรอดฯ



สพญ.อุษาโสม คงศรี
ผู้ได้รับทุนบุญรอดพัฒนา นิสิตนักศึกษา ปี 2557-2559

โอกาสจากทุนบุญรอดฯ

บัวได้รับทุนบุญรอดฯ เมื่อปี 2557-2559 ค่ะ ขณะเรียนปีที่ 4-6 คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมหาวิทยาลัยให้โควต้ามาเพราะเห็นว่าทางบ้านของบัวไม่ได้มีกำลังนัก และการเรียนสัตวแพทย์ ยิ่งเรียนสูงขึ้น ยิ่งมีค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทีแรกบัวขอทุนอื่นๆ เตรียมกู้กยศ. และเตรียมทำงานพิเศษค่ะ แต่ทุนบุญรอดฯ ได้เข้ามาต่อเส้นทางการเรียนของเราพอดี ต้องบอกว่าเป็นเส้นทางที่สำคัญกับบัวมากๆ เพราะก่อนหน้านั้น เรามีความกังวลเรื่องค่าเทอมมาตลอด ทุนบุญรอดฯ ได้ช่วยให้บัวคลายกังวลและโฟกัสกับการเรียนได้เต็มที่ เมื่อผลการเรียนดี บัวเลยมีโอกาสได้สอบชิงทุนเรียนต่อในสาขาเฉพาะทางได้ค่ะ

ไม่ใช่แค่ได้รับทุน แต่ได้แรงใจในการใช้ชีวิต

บัวได้สัมภาษณ์กับแม่อ้อยหลังจากได้โควต้ารับทุน แม่อ้อยได้ชวนให้บัวไปเข้าค่ายที่ทางบริษัทบุญรอดฯ จัดขึ้นเพื่อรวมเหล่านักศึกษาทุนบุญรอดฯ บัวไม่เคยเข้าค่ายมาก่อนค่ะ แต่เราก็ไปเพราะอยากตอบแทนแม่อ้อยและบริษัทฯ เราได้ไปทำกิจกรรมที่โรงเรียนการศึกษาพิเศษ ได้คลุกคลีกับน้องๆ เด็กพิเศษ ได้เห็นอีกมุมหนึ่งว่า แม้อวัยวะทางร่างกายของน้องๆ จะไม่เต็มร้อยเท่าเรา แต่จิตใจของพวกเขาเกินร้อยมาก ยังมีเรื่องราวของนักศึกษาทุนคนอื่นๆ ที่ได้มาเปิดใจเล่าสู่กันฟังในค่าย เราฟังแล้วมองย้อนมาที่ตัวเอง ทำให้เราได้กำลังใจเยอะมากๆ เพราะเราได้เห็นคนอื่นเขาสู้ชีวิต ทุกคนมีปัญหาแต่ไม่มีใครอ่อนแอ บัวว่าเสน่ห์ของค่ายนี้คือการได้มาเติมพลังบวกให้ชีวิต บัวเข้าใจเลยว่าทำไมทุกคนที่เคยมาร่วมกิจกรรมถึงอยากกลับมาอีก เพราะทุกครั้งที่มา เหมือนเราได้อัพสกิลเป็นตัวเราที่ดีขึ้น สำหรับบัว ทุนบุญรอดฯ ไม่ใช่แค่ทุน แต่เป็นอีกบ้านหลังใหญ่ที่น่ารักและอบอุ่น โดยมีแม่อ้อยเป็นศูนย์กลางค่ะ

มองปัญหาเป็นก้อนอิฐที่สร้างรากฐานอันแข็งแกร่ง

หากมองเผินๆ คนจะไม่เข้าใจว่า ค่ายนักศึกษาทุนบุญรอดฯ ทำไปแล้วจะได้อะไร แต่การที่เรามีค่ายทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคมร่วมกัน มีการเปิดใจซึ่งกันและกัน ทำให้บัวมองว่า จริงๆ แล้วปัญหาในชีวิตของเราแต่ละคนเปรียบเหมือนก้อนอิฐ เมื่อเราทุกคนที่มีปัญหาแตกต่างได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน ทุกคนให้กำลังใจกัน เปรียบเหมือนนำปัญหามาต่อกันเป็นก้อนอิฐหลายๆ ก้อน ต่อยอดขึ้นไปเป็นบันไดให้เราก้าวไปสู่ความสำเร็จ ก้อนอิฐที่เป็นปัญหา กลายเป็นโครงสร้างรากฐานที่ทำให้เราแข็งแกร่งขึ้น

ส่งพลังบวก ลดการบั่นทอนจิตใจ เป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่

ส่วนตัวแล้ววิธีการส่งต่อหรือการให้คนอื่นต่อของบัว จะเริ่มจากตัวเราเองก่อนค่ะ เราจะต้องไม่เป็นคน Toxic คือไม่บั่นทอนความรู้สึกของคนอื่นด้วยการเป็นคนมีเหตุผล ทำหน้าที่ของตัวเองให้ดีที่สุด ถ้าเราเต็มไปด้วยพลังบวก ไม่ใช่แค่เราที่จะเป็นคนที่ดีขึ้น แต่คนรอบตัวเราเขาก็จะรับพลังบวกของเราได้ บรรยากาศของการอยู่ร่วมกันก็จะเป็นไปด้วยดี สำหรับบัว การให้ไม่ได้จำกัดแค่สิ่งของหรือเงินทอง แต่การให้พลังบวกแก่ผู้อื่นก็เป็นการให้ที่ยิ่งใหญ่รูปแบบหนึ่งค่ะ บัวว่านี่เป็นความพิเศษของทุนบุญรอดฯ เราซึมซับคอนเซ็ปต์เรื่องการให้ของบุญรอดฯ ผ่านทางแม่อ้อย ที่สร้างให้พวกเราเต็มไปด้วยความรู้สึกที่พร้อมจะส่งต่อพลังดีๆ สู่ผู้อื่น ■



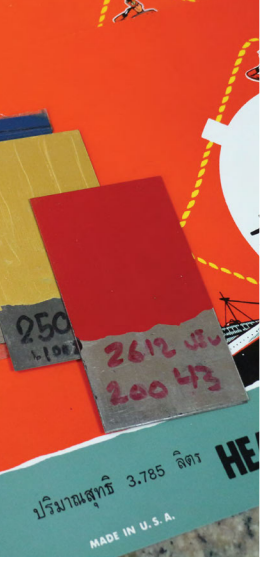


ตำนาน ยังเก๋า ร้านเก่า ยังปัง





















อาคารพาณิชย์ 2 ชั้น ในรูปแบบของสถาปัตยกรรมโบราณที่แฝงกลิ่นอายตะวันตกผสมจีน บางแห่งผ่านการบูรณะ บางแห่งยังรักษาร่องรอยกาลเวลากว่า 100 ปี ภาพอันคุ้นตาที่เราจะพบเห็นได้ตามย่านเก่าแก่ของกรุงเทพมหานคร “คลาสสิก” เป็นความโดดเด่นของย่านเมืองเก่านี้ แต่เสน่ห์ที่เหนือกว่านั้น คือวิถีของผู้คนท้องถิ่นที่สะท้อนผ่านร้านรวงใต้ตึกแถวริมสองฝั่งถนน ร้านดั้งเดิมจากบรรพบุรุษของพวกเขาที่มาก่อร่างสร้างตัว ณ ที่แห่งนี้ ปัจจุบัน แม้บางกิจการล้มหายไป แต่ก็ยังเหลืออีกมากที่คงสืบทอดต่อโดยลูกหลาน จึงไม่น่าแปลกที่ “ร้านในตำนาน” มักจะปักหมุดอยู่ตามย่านเจริญกรุง หรือเยาวราช

House of Gems

ร้านหินสีที่มาก่อนกาล

ร้าน House of Gems (เฮาออฟเจมส์) ตั้งอยู่ในย่านเจริญกรุง ห่างจากไปรษณีย์กลางบางรักในระยะเดินไม่ทันเหนื่อย ท่ามกลางร้านเครื่องประดับมากมายที่รีโนเวทร้านในสไตล์โมเดิร์น House of Gems ที่ยังคงความคลาสสิกมองเห็นได้ไม่ยาก ตู้กระจกหน้าร้าน มีหินแปลกชนิดต่าง ๆ จากทั่วโลกวางเรียงราย หากใครรักหินสี ชอบหินแปลก นิยมเจมสโตน (gemstone) แต่ยังไม่รู้จักร้านนี้ ถือว่าคุณได้พลาดร้านหินระดับตำนานซะแล้ว

facebook.com/houseofgems.info



เจ้าของร้าน House of Gems ได้แก่ สองสามีภรรยา คุณยายอร่ามศรี และ คุณตาบุญมั่น ปุญญถิโร แต่วันนั้นเราได้พบกับ คุณอรเนตร (พี่กะทิ) และคุณบุญรัตน์ (พี่กะปุก) ลูกสาวของคุณตาคุณยาย พี่กะปุกและพี่กะทิได้เล่าประวัติของร้านพร้อมแนะนำหินชนิดต่างๆ ให้เราฟัง ความว่าร้านนี้มีอายุเกือบ 60 ปีแล้ว เดิมทีครอบครัวของคุณยายอร่ามศรีดำเนินธุรกิจเจียระไนพลอย และตั้งใจเปิดร้านนี้เพื่อเป็นโชว์รูมจำหน่ายอัญมณี ทว่า ด้วยความชอบสะสมในหินแร่ที่สวยแปลกของคุณตาคุณยาย ต่อมาร้านจึงค่อยๆ เปลี่ยนจากร้านเครื่องประดับมาเป็นร้านขายพลอยดิบ หินสีแร่หายาก อาทิ สะเก็ดดาวหรืออุลกมณี (Tektites) ไม้กลายเป็นหิน (Petrified Wood) ซากดึกดำบรรพ์ (Fossils) อุกกาบาต (Meteorites) แร่เรืองแสง (Fluorescence) นอกจากนี้ยังมีพวกเจมสโตนที่นิยมนำมาทำสร้อยข้อมือเพื่อเสริมดวงต่างๆ นานาด้วย



พี่กะปุก และ พี่กะทิ ทายาทรุ่น 2 ที่ดูแล House of Gems ในปัจจุบัน ของสะสมในมือคือ ก้อนอีโดโนเสาร์



อีโดโนเสาร์



ฟอสซิล

สะเก็ดดาว

เรียกว่า เป็นร้านขายหินสีที่มาก่อนกาล ก่อนที่หินสีเหล่านี้จะแจ้งเกิดในวงการสายมูของไทยซะอีก

ด้วยความที่คุณพ่อคุณแม่ของพี่กะปุกและพี่กะทิชอบเดินทางไปทั่วโลกเพื่อสำรวจหินแร่ต่างๆ พวกท่านได้ร่วมงานกับนักธรณีวิทยาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการนำหินที่พบเข้าห้องแล็บเพื่อพิสูจน์ว่าเป็นของแท้ ทำให้คุณตาคุณยายมีชื่อเสียงในวงการสะสมหินแร่ในระดับนานาชาติ หากมองไปตามผนังเราจะเห็นบทความสัมภาษณ์ทั้งสองท่านจากสื่อหลายสำนักทั้งไทยและเทศแสดงถึงชื่อเสียงที่มีมานาน ลูกค้าของ



House of Gems ส่วนมากก็เป็นชาวต่างชาติ ส่วนลูกค้าคนไทยเริ่มมีมากขึ้นแล้ว เพราะศาสตร์ความเชื่อเรื่อง lucky stone (หินนำโชค) เป็นกระแสวงกว้างในไทยเมื่อช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา

หินที่น่าทึ่งและสร้างชื่อเสียงให้ทางร้านมากที่สุด เป็นของสะสมชั้นยอดอย่าง "สะเก็ดดาวที่ใหญ่ที่สุดในโลก" น้ำหนักกว่า 24 กิโลกรัม มีชิ้นเดียวในโลกจนคนของนาซ่าเคยบินมาดู และ "อีโดโนเสาร์" ฟอสซิลหลายล้านปีที่ค้นพบในภาคอีสานบ้านเรานี้เอง เราลองจับๆ จิ้มๆ ก้อนอีโดโนเสาร์ รู้สึกแปลกดี ทั้งสองสิ่งนี้มีมูลค่าที่แทบจะประเมินราคาไม่ได้ แต่ทางร้านไม่ขาย เพียงวางโชว์ไว้ ในอนาคตจะส่งมอบให้พิพิธภัณฑ์ต่อไป

ใครชอบหินสี อยากครอบครองหินแท้แบบไม่ต้องเดา โดยเฉพาะสะเก็ดดาวที่เชื่อกันว่า มีพลังของการคุ้มครองแคล้วคลาด ลองมาหาเลือกซื้อได้ที่ House of Gems หินในร้านมีตั้งแต่ราคาร้อยกว่าบาท ไปจนถึงราคาหลักหมื่นหลักแสน ขึ้นกับรูปลักษณ์ แหล่งที่มา และจำนวนที่เหลืออยู่บนโลก หรือถ้าอยากดูหินราคาหลักสิบล้านก็บอกกับทางร้านได้ เขาจะนำมาให้ดู ไม่ขาย แต่ไม่หวง

facebook.com/
honghuad.icecream

ฮงฮวด

ไอศกรีมกะทิสด
ไปรษณีย์กลาง



ชื่อฮงฮวด มาจากชื่ออากง "ฮง" เจ้าของร้าน และคำว่า "ฮวด" ในภาษาจีนแต้จิ๋ว ที่แปลว่าเจริญรุ่งเรือง เป็นร้านไอศกรีมโบราณที่อยู่คู่ย่านไปรษณีย์กลางบางรักมานานกว่า 80 ปี รสชาติดั้งเดิมเป็นไอศกรีมกะทิ ซึ่งทำด้วยวิธีปั่นมือแบบโบราณ สืบทอดสูตรที่คิดค้นขึ้นเองมาตั้งแต่รุ่นอากงฮง ผสมขนุนและเผือก เนื้อไอศกรีมเนียนหอม เข้มข้น เป็นที่ติดอกติดใจของลูกค้าจนมีชื่อเสียงในละแวกนั้น

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2514 อากงฮงได้ขายไอศกรีมเพิ่มอีก 4 รสชาติ ได้แก่ สตรอว์เบอร์รี วานิลลา โกโก้ และกาแฟ เพื่อขายเด็กๆ ในโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียน จากนั้นได้เพิ่มเจลลี่สีแดงรูปพระอาทิตย์ แบบเดียวกับโลโก้ร้านเพิ่มลงในไอศกรีมด้วย เจลลี่หวานน้อย หอมนุ่ม ให้รสชาติอร่อยลงตัวกับไอศกรีมของร้านทุกรส จนทางร้านเติบโตจากไอศกรีมรถเข็น ขยับขยายมาเปิดในห้องแถว 2 ห้อง ในซอยเจริญกรุง 43 ปัจจุบัน ยังขาย 5 รสชาติเหมือนเดิม เพิ่มเติมคือมีเครื่องให้เลือกท็อปอีก 4-5 อย่าง อร่อยเรียบง่าย และยังออริจินัลเหมือนเมื่อ 80 ปีก่อน



facebook.com/bkreview/posts/2586495518134167/?locale=th_TH

ร้านเพลินชัย

ขนมปัง-กาแฟ ต้นตำรับปังเนยปิ้ง



ร้านเล็กๆ ที่เก่าแก่กว่า 60 ปี มีโต๊ะนั่งจำกัด กลางร้านจะเห็นเตาปิ้งขนมปังแบบดั้งเดิม บนโต๊ะวางถาดใหญ่ที่มีขนมปังทรงกลมผ่าครึ่งวางซ้อนเป็นชั้นๆ พร้อมเนยสีเหลืองนวลในกะละมังใบใหญ่ และเคาน์เตอร์ชงกาแฟสไตล์โบราณ กลิ่นหอมของเนยและกลิ่นขนมปังปิ้งจากเตาอบ เรียกคนที่เดินผ่านไปมาเป็นลูกค้าได้ไม่ยาก ทั้งที่เมนูของร้านไม่ได้มีมากก็ตามชื่อร้านนั่นเอง มีขนมปังเนยปิ้งเป็นทีเด็ด เลือกได้ว่าจะราดนมข้นหรือโรยน้ำตาล เราลองสั่งมาทั้งสองอย่าง ต้องบอกว่าขนมปังปิ้งได้ลงตัวมาก กรอบนอกนุ่มใน ปาดเนยมาแบบไม่มีหวงทางฝั่งเครื่องดื่ม เราลองสั่งชามะนาวมาตัดเลี่ยนรสหวานของขนมปัง สรุปเข้ากันได้ดี ชามะนาวหอมรสไม่หวานมากแถมเปรี้ยวมะนาวแท้ แต่เท่าที่สังเกตเห็นคนมาสั่งกาแฟโบราณตลอด คงจะเป็นทีเด็ดของเขาก็เป็นได้ ใครอยากลองร้านอยู่ติดกับธนาคารกรุงเทพ สาขาสี่พระยา

facebook.com/
KankeeNamtaothong

4

คั้นกี่ น้ำเต้าทอง

น้ำสมุนไพร ตั้งแต่ปี 2444



ใครมาเดินแถวเยาวราชแล้วไม่นึกถึงร้านน้ำสมุนไพรอย่างน้ำจับเลี้ยง น้ำเก๊กฮวย ถือว่ายังเด็กอยู่ แต่สำหรับเรา ทุกวันนี้ เดินตามหาร้านน้ำสมุนไพรที่ชงสด วางขายในถ้วยแก้วมีฝาปิด แช่เย็นในตู้กระจก ก็แทบหาไม่ได้แล้ว ถ้าคิดถึงน้ำสมุนไพรเหล่านี้จริงๆ แนะนำให้เดินไปตรงสามแยกหมอมี เพื่อไปที่ร้าน "คั้นกี่น้ำเต้าทอง" ร้านนี้ดั้งเดิมของแท้แน่นอน ด้วยความเก่าแก่ 122 ปี และชื่อเสียงที่สั่งสมมานาน

เมนูเครื่องดื่มที่สร้างชื่อให้กับร้าน คือ "น้ำขม 24 เซียน" ดื่มแล้วแก้ร้อนใน ดับกระหาย ช่วยปรับสมดุลธาตุในร่างกาย แต่กับคนสมัยนี้ให้ลองกินน้ำขมคงมีแต่คนส่ายหน้า ทางร้านเขาเลยมีสูตร "น้ำขมน้อย" ให้คนที่อยากหัดดื่มได้ลองด้วย แต่สำหรับเราที่ลองสั่งน้ำขมดื่มหน้าร้านขณะยังอุ่นๆ ไม่ได้รู้สึกว่าดื่มยากนัก รสแรกแตะลิ้นไม่ได้ขม จะมารู้สึกขมหลังกลืนลงคอไปแล้ว แต่ก็ชุ่มคอทันที ส่วนตัวแนะนำว่าให้ดื่มทีเดียวจนหมด ส่วนใครที่คิดว่าไม่น่าจะดื่มน้ำขมได้ เขามีน้ำสมุนไพรอื่นๆ อาทิ น้ำใบบัวบก น้ำจับเลี้ยง น้ำเก๊กฮวย น้ำมะขามป้อม บรรจุในขวดรูปน้ำเต้าสมชื่อร้านน่ารักดี ขวดเล็กราคา 25 บาท ขวดใหญ่ 35 บาท ปั่นแบบเกล็ดหิมะก็มี หรือจะกินแบบไอศกรีมถ้วยก็ได้ หากขี้เกียจมาถึงที่ สั่งทางออนไลน์ได้ตามสบาย



Eastern Antiques

เครื่องประดับแฮนด์เมดจากเครื่องลายคราม

จาก House of Gems ห่างมาอีกเพียง 60 เมตร จะพบกับร้าน Eastern Antiques (อีสเทิร์นแอนติค) ในตึกแถวสองห้องที่ตกแต่งสไตล์จีน หน้าร้านนั้นสมชื่อ เพราะให้ความรู้สึกเป็นร้านขายของสะสม antiques หรือของโบราณจริงๆ จนเมื่อเปิดประตูร้านเข้าไปถึงพบกับเครื่องประดับเงินแท้มากมาย หลากสีสันหลายรูปแบบและมีลวดลายแปลกตา ในราคาที่ไม่แพงนัก

คุณยายมาลัย ปรีชานิลชัยศรี เปิดร้านนี้มา 50 ปีแล้ว ในวัยที่ย่างเข้า 90 ปี คุณยายยังดูแลร้านด้วยตัวเองพร้อมกับลูกหลาน ในยุคแรกเริ่ม Eastern Antiques เป็นร้านค้าของเก่าที่รับซื้อมาจากทางภาคเหนือ มีทั้งเครื่องลายครามของจีน เครื่องเบญจรงค์ ศิลปวัตถุ ตลอดจนเครื่องเงินโบราณต่างๆ ถือเป็นหนึ่งในร้านค้าของเก่าในตำนานเลยก็ว่าได้

แต่เมื่อเวลาผ่านไป ยุคสมัยเปลี่ยน วงการค้าของเก่าซับซ้อนขึ้น ประกอบกับของเก่าหลายชิ้นมีสภาพแตกหักเสียหาย คุณยายเสียดาย เพราะของที่แตกหัก ต่อให้เก่าแก่แค่ไหนก็ขายไม่ได้



facebook.com/profile.php?id=100067768994010

สุโขทัย เห็นลายเก่าๆ แล้วกลัว ไม่กล้าซื้อก็มี แต่พอมาช่วงโควิด ลูกค้าหายเจริญกรุงเหมือนเมืองร้าง แต่คุณยายยังเปิดร้านทุกวัน เพราะใจรัก และยังสนุกกับงานศิลป์เหล่านี้ คุณยายไม่เคยคิดเปลี่ยนชื่อร้านด้วย เพราะจุดเด่นของร้านก็ยังเกี่ยวข้องกับของเก่า antiques อยู่ดี

ทุกวันนี้ คุณยายมาลัยสุขภาพแข็งแรง มีรอยยิ้มสดใส คุณยายได้ลูกหลานมาช่วยเรื่องการค้าขายออนไลน์ เพราะร้าน Eastern Antiques กำลังดังในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผลจากที่มีคนเคยมารีวิวร้านลง Twitter และ TikTok ทำให้ออเดอร์ไหลเข้า ที่ขายดีมักจะเป็นต่างหูและจี้ นอกจากเครื่องประดับ ร้านเขามีตุ๊กตาไม้แกะมือรูปสัตว์น่ารักๆ ด้วย เป็นร้านเครื่องประดับแฮนด์เมดจากของเก่าที่มีเพียงหนึ่งเดียว ชิ้นไหนขายหมดไปก็หาทำใหม่ไม่ได้อีกแล้ว สาวกคนรักเครื่องประดับจึงไม่ควรพลาด

คุณยายจึงเกิดไอเดีย “เปลี่ยนร้านของเก่าเป็นร้านเครื่องประดับเงินแท้” โดยมีจุดเด่นคือการดีไซน์เครื่องประดับทุกชิ้นขึ้นจากชิ้นส่วนเครื่องลายครามที่แตกหักนั้นเอง

ซึ่งเครื่องลายครามสมัยก่อน มีลวดลายต่างกัน ทำให้เครื่องประดับในร้านของคุณยายแทบจะไม่มีลวดลายซ้ำกันเลย ทุกชิ้นงานจึงไม่เพียงมีเอกลักษณ์ แต่ยังมีเสน่ห์ตรงที่เป็นงานแฮนด์เมดด้วย เนื่องจากชิ้นส่วนเครื่องลายคราม มีใหญ่มีเล็ก บางชิ้นก็โค้งงอ การจะนำมาทำแหวน ต่างหู หรือจี้ ต้องขึ้นกับลักษณะของชิ้นส่วนนั้นๆ กว่าจะทำออกมาให้สวยงามได้ก็ต้องอาศัยความประณีตทุกขั้นตอน



คุณยายหยิบชามใบเก่าเขียนสีที่แตกแล้วขึ้นมาใบหนึ่ง โชว์ให้เราดูตราประทับที่ก้นชาม แสดงถึงการเป็นของใช้ในราชสำนักจีน สมัยราชวงศ์หมิง (อายุราว 400 ปี) จากนั้นก็โชว์หัวแหวนที่ทำจากชิ้นส่วนของชามใบนี้ พร้อมเล่าว่าเดิมทีที่ร้านมีลูกค้าไม่น้อย มีส่งสินค้าออกไปต่างประเทศอยู่เนืองๆ ส่วนมากชิ้นงานถูกใจฝรั่งอเมริกันกับคนจีน ลูกค้าหน้าร้านก็มี บางคนเขามาเห็นจี้ที่ทำจากเศษเครื่องปั้นดินเผาสมัย



คุณยายมาลัย ปรีชานิลชัยศรี



facebook.com/3horsestea

ชาตรา สามม้า

ชาที่เราดื่มบ่อย
แต่ไม่ค่อยรู้ตัว

หนึ่งในแบรนด์ที่ทำให้คนไทยดื่มชาจีนกันจนคุ้นก็คือ ใบชาตราสามม้านี้เอง ด้วยความเก่าแก่ ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2480 แถมยังติดทำเนียบร้านชา 1 ใน 5 ร้านที่นักดื่มชาในประเทศไทยต้องรู้จัก

ถ้าใครเตร็ดเตร่แถวเยาวราชมีโอกาสก็ลองแวะไปเยือนที่ร้านชาตราสามม้าซะหน่อย แต่ถ้าไปช่วงบ่าย ก็จะไปไม่ทันนายห้างเขา แนะนำวิธีชงชาที่ถูกต้องและละเมียดละไม ซึ่งในร้านเขาจะมีโต๊ะชงชาไว้รับแขกพร้อมสาธิตและให้ลูกค้าลองชิมชาในแบบต่าง ๆ ทุกช่วงเข้า ชิมฟรี แนะนำฟรีด้วย แต่ถ้าอยากไปลองจะต้องขอนัดกับทางร้านล่วงหน้า หากมองไปในร้านจะเห็นว่ามีชาหลากหลายนอกจากชาตราสามม้าต้นตำรับที่แพคเกจจิ้งยังเป็นแบบดั้งเดิม เขาก็มีชาดอกไม้หลายประเภทบรรจุในกล่องสวยงามพรีเมี่ยม



6

เราซื้อชาตราสามม้าเบอร์ 1 และเบอร์ 3 แบบซองกลับบ้านมาชงกับน้ำร้อน ดื่มแล้วก็โอ๊ะ! เหมือนน้ำชาที่ร้านสุกี้เจ้าดังเลย คือร้านชาตราสามม้านี้เขาก็เด่นเรื่องชาเบอร์ 1 กับเบอร์ 3 มานานแล้ว และเขาก็ขายให้กับร้านอาหารมากมายที่ให้เราดื่มชาฟรี ๆ ไม่ว่าจะร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านอาหารตามสั่งก็ตาม สรุปเราก็น่าจะดื่มชาเขามานานแล้วแต่ไม่รู้ตัวเอง ก็ว่าอยู่ว่าทำไมชาฟรีตามร้านอาหารหลาย ๆ ร้านดื่มแล้วหอมสดชื่นดีจัง



www.gppaint.com

General Paints

ร้านสีตราทหาร
คุณภาพระดับพระกาฬ





“ร้านสีตราทหาร” ในตำนาน เป็นชื่อยี่ห้อสีที่คนรุ่นปู่รุ่นย่าของเราอาจจะคุ้นเคย ทุกวันนี้ ก็ยังเป็นสีที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในหมู่ช่างศิลป์ โดยเฉพาะสีเฟลกซ์ (Flex) สีน้ำมันเกรดพรีเมี่ยม สีสวยติดทนนาน



คุณสุรกาญจน์ อัศววัลลภ

แม้เรียกว่า “สีตราทหาร” แต่ชื่อแบรนด์จริงๆ คือ General Paints (เจเนอรัลเพ้นท์ส) สีนำเข้าจากอเมริกา แปลตรงจากชื่ออังกฤษได้ว่า สีนายพล บนกระป๋องก็มีโลโก้รูปนายพล คนไทยจึงเรียกว่า สีตราทหาร บริหารจัดการในนามของ บริษัท เอกเกษม จำกัด ธุรกิจครอบครัว โดยมี คุณสุรกาญจน์ อัศววัลลภ วัย 78 ปี เป็นผู้ดูแลกิจการ

คุณสุรกาญจน์เล่าว่า ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คนไทยเริ่มทำธุรกิจนำเข้าสีจากต่างประเทศหลายยี่ห้อ ครอบครัวของคุณสุรกาญจน์ได้เลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายสียี่ห้อ General Paints ตั้งแต่ พ.ศ. 2490 หรือเมื่อ 76 ปีที่แล้ว ด้วยเห็นว่าเป็นสีคุณภาพเยี่ยม ติดทนนาน ทนความร้อน ผลคือขายดีมากในบรรดาสีนำเข้าของยุคนั้น จนสีตราทหารเป็นที่ชื่นชอบและยอมรับกันไปทั่ว ต่อมา แบรนด์สีต่างประเทศยี่ห้อต่างๆ เริ่มเข้ามาตั้งโรงงานผลิตในไทย ทำให้สีนำเข้าที่เคยราคาสูงมีราคาถูกลง แต่ General Paints เลือกที่จะไม่ขยายสาขาหรือตั้งโรงงานผลิตใหญ่โตเหมือนเจ้าอื่นๆ เพราะต้องการรักษาความพรีเมี่ยมไว้ จึงก่อตั้งโรงงานเล็กๆ ขึ้นในปี 2526 โดยซื้อลิขสิทธิ์จากบริษัทแม่ที่อเมริกา ส่งคนไปรับการอบรมเรียนรู้สูตรต่างๆ เพื่อผลิตสีทุกชนิด สำหรับการใช้งานทุกประเภท

ทุกวันนี้ ทำไมคนถึงไม่ค่อยได้ยินชื่อสีตราทหารมากเหมือนในอดีต? คุณสุรกาญจน์บอกว่า เป็นเพราะทางร้านไม่ได้เน้นทำตลาด ทำให้คนที่ไม่ได้อยู่ในวงการศิลปะก็อาจจะไม่ได้รู้จักสีตราทหารมากนัก แต่ช่างศิลป์ทั่วประเทศจะรู้ดีถึงคุณภาพของสี General Paints ส่วนมากแล้วงานศิลปะไทย ไม่ว่าจะเป็นงานลงสี วัดวาอาราม ลงสีองค์พระ จิตรกรรมฝาผนัง เครื่องทรงนาฏศิลป์ ไปจนถึงงานบูรณะวังเรือพระที่นั่ง โบราณสถาน ก็จะนิยมใช้สีตราทหาร โดยสินค้าตัวเอกที่ขายดีที่สุดคือ สีเฟลกซ์กระป๋องฉลากเขียวนั่นเอง

เสน่ห์อีกอย่างของทางร้านคือ เขารับผลิตสีตามสั่ง ทางร้านจะช่วยแนะนำหากลูกค้าต้องการสีอะไร ในงานลักษณะไหน ประเภทใด และผลิตให้ตามจำนวนที่ต้องการ เปรียบแล้วก็เหมือนร้านตัดสูทที่จะได้สูทที่เหมาะกับเราโดยเฉพาะ นั่นทำให้สีตราทหารมีความพิเศษ แม้ต้องแลกมาด้วยราคาที่สูงกว่าสียี่ห้ออื่นในท้องตลาด แต่ก็ถือว่าคุ้มค่า ทาได้ทั้งงานทั่วไปที่ต้องการสีที่คงทนมากจนถึงงานศิลปะไทย

ปัจจุบัน General Paints ตั้งอยู่บนถนนทรงสวัสดิ์ และมีโรงงานอยู่ที่บางพลี หากต้องการคำแนะนำเรื่องสี หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการทาสี ผสมสีต่างๆ ติดต่อสอบถามทางร้านได้ที่เพจ facebook สีเฟลกซ์ (Flex) ■

เจริญกรุง... เจริญใจ



พอพูดถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ หลายคนอาจนึกถึงที่ไกลๆ ที่ใช้เวลาเดินทางหลายชั่วโมง ทั้งนั่งรถ ต่อเรือ ขึ้นเครื่องบิน ขึ้นเขา หรือลงห้วย แต่สำหรับเราแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ เกิดขึ้นจากที่ได้ไปในสถานที่ที่เกิดความสุข ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ หรืออาจเป็นสิ่งเก่าๆ ที่เราเผลอมองข้ามไป ได้พักตัว พักใจ และดื่มด่ำไปกับบรรยากาศตรงหน้าก็พอแล้ว

หนึ่งในสถานที่ที่ว่านั้นก็คือ เจริญกรุง ย่านในกรุงเทพฯ เดินทางสะดวก แต่มีครบจบทุกอย่างที่เราชอบเลย ไปกี่ครั้งก็ไม่เบื่อ หลายคนอาจไม่รู้ว่า เจริญกรุงมีอะไรให้น่าประทับใจขนาดนั้นได้ยังไง ก็อยากให้ลองอ่านดูเผื่ออยากเปลี่ยนใจกันค่ะ

การเดินทางไปแถวเจริญกรุงไม่ง่าย แต่ไม่ยาก เมื่อเราถือว่าปล่อยใจ สโลว์ไลฟ์ไปกับการเดินทางแล้ว ขอแนะนำใช้รถสาธารณะดีกว่า อย่างง่ายๆ ก็นั่งรถไฟฟ้า BTS ลงที่สถานีสะพานตากสิน หรือนั่งเรือโดยสารมาที่ท่าสะพานตากสินและสี่พระยาได้เลย จากนั้นใช้ขาก้าวเดินลัดเลาะเป็นส่วนใหญ่ แต่บางจุดไกลๆ ก็อาจโบก TAXI กันไปก็ได้นะ เพราะก็แอบเมื่อยๆ แหละ (ก็มันมีที่ให้เดินเยอะจริงๆ นี่หน่า)



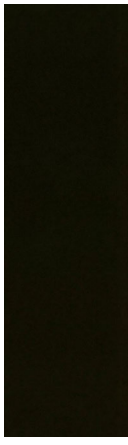
นภัสพร จงรักษ์
Manager - Financial Insight & Controller (International Business)
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด





“การเดินทางท่องเที่ยวที่ประทับใจ แค่การได้ไปในสถานที่ที่เกิดความสุข เห็นสิ่งใหม่ๆ หรืออาจเป็นสิ่งเก่าๆ ที่เราเผลอมองข้ามไป ได้พักตัว พักใจ และได้ดื่มด่ำบรรยากาศตรงหน้า ก็พอแล้ว”







ก่อนจะเริ่มเดินลึกเข้าไปบริเวณเจริญกรุง ระหว่างเดินจาก BTS สะพานตากสิน แวะเติมพลังกับร้านข้าวร้านดังที่เรียงรายให้เลือกสรร ต่อด้วยร้านขนมญี่ปุ่นที่อร่อย เคี้ยวหนึบหนับมาก และด้วยความที่อยากพักผ่อนจริงๆ เครื่องมือบันทึกความทรงจำครั้งนี้เลยเป็นกล้องฟิล์มเป็นหลัก ภาพประกอบเลยอาจจะเบลอๆ แสงแปลกๆ ไปบ้าง และไม่ได้ครอบคลุมทุกจุด แต่ก็นั่นแหละ กล้องฟิล์มสำหรับเรา ก็เป็นอีกสิ่งที่เราชอบใช้ตอนไปพักผ่อนเช่นกัน

หลังเติมพลังเราก็เดินเท้าต่อไปเรื่อยๆ ระหว่างทางก็แวะไปเรื่อยเหมือนกัน มีหลายจุดที่ให้แวะพัก แวะถ่ายรูป อย่างไปรษณีย์กลางบางรัก ซึ่งเป็นตึกเก่าแก่ และเป็นมุมถ่ายรูปที่ขึ้นชื่อเลย นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ในการจัดนิทรรศการบ่อยๆ เช่น เทศกาล Bangkok Design Week ซึ่งไม่ได้จัดแค่ตรงไปรษณีย์กลางบางรักนะ แต่จัดรอบๆ เจริญกรุงเลยแหละ คนส่วนใหญ่มักจะมาถ่ายรูปหน้าตึก แต่ส่วนตัวแล้วเราแนะนำให้ลองขึ้นไปข้างบนตึก โดยเดินเข้าไปทางตึกข้างๆ หรือเรียกว่า Thailand Creative & Design Center (TCDC) ณ จุดนี้เราได้เห็นมุมตึกระฟ้า สลับกับตึกแถวแบบเก่าดูแล้วแปลกตาดี ที่บางทีสิ่งก่อสร้างใหม่ๆ ก็เข้ากันดีกับสิ่งก่อสร้างเก่าๆ แล้วจุดนี้เองที่จะแนะนำให้ทุกคนได้ลองถ่ายรูปที่มุมนี้ จะได้เปลี่ยนโปรไฟล์ใหม่ที่เท่ไปอีกแบบ

ระหว่างเดินเท้า เปลี่ยนสถานที่เข้าไปหาร้านกาแฟดื่มแถวตลาดน้อย เราก็เดินผ่านสำนักพิมพ์หนังสือจีนที่มีหนังสือพิมพ์จีนแปะประกาศอยู่ ทำให้นึกถึงอากง เพราะภาพจำคืออากงนั่งอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาจีนอยู่เสมอๆ พอถ่ายภาพจากมุมนี้ก็กลายเป็นเหมือนไม่ได้ถ่ายจากเมืองไทยเลย จากนั้นก็เดินผ่านตึกเก่าๆ อีกมากมายเลยละ ก็ต้องขอบคุณตัวเองที่ค่อยๆ เดิน และมองข้างทางเรื่อยๆ แบบนี้









จนได้เห็นอะไรต่างๆ ที่ถ้าขับรถผ่านคงไม่ได้สังเกตแน่ๆ และเมื่อถึงตลาดน้อย ก็มีร้านกาแฟให้แวะมากมายให้เลือกตามความชอบตามสไตล์ จะเลือกแบบริมน้ำ หรือจะขึ้นบนตึกก็มีหมด

นอกจากโซนตลาดน้อยแล้ว ยังมีจุดที่เรียกว่า Warehouse 30 ที่มักใช้เป็นที่จัดแสดงงานศิลปะอยู่เสมอๆ นอกจากนี้ก็มีร้านอาหาร และร้านกาแฟ พร้อมมุมถ่ายรูปสวยๆ อีกและยังมีอาคารริเวอร์ ซิตี้ แบงค็อก ซึ่งเป็นสถานที่จัดแสดงศิลปะหลายแขนง รวมถึงสามารถซื้อสินค้าศิลปะจากที่นี่ได้อีกด้วย โดยงานก็จะมีหมุนเปลี่ยนกันไปอีกด้วยนะ เรียกว่ามีอะไรให้ดูทั้งปีเลยแหละ

ส่วนทางเราได้แวะบ้านโซวเฮงไถ่ก่อนกลับ ความน่าสนใจ คือ เป็นคฤหาสน์เก่าแก่ อายุกว่า 220 ปี โดยเป็นลักษณะบ้านที่ผสมผสานการก่อสร้างแบบไทยและจีน เลยทำให้ตัวบ้านมีความน่าสนใจ และมีความโดดเด่น แม้จะเป็นอาคารเก่า แต่ภายในตัวอาคารประกอบด้วยดีเทลเล็กๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์เต็มไปหมด โดยปัจจุบันทางบ้านทำเป็นคาเฟ่จำหน่ายเดินชมรอบๆ ได้นอกจากนี้พื้นที่ส่วนกลางของอาคารได้ดัดแปลงเป็นสระว่ายน้ำ เนื่องจากทางเจ้าของสถานที่ได้เปิดเป็นโรงเรียนสอนดำน้ำ

และทั้งหมดก็เป็น 1 วันท่องเที่ยวแบบเบาๆ ของเรา ฉบับเที่ยวเมืองกรุง เที่ยวเจริญกรุง และก่อนที่จะขึ้นรถไฟฟ้ากลับบ้าน ก็แวะซื้อของกินมื้อเย็นอีกได้ด้วยนะ มีทั้งร้านโจ๊กเจ้าดังและโบ๊ยเกี๊ยะ (น้ำแข็งไส) ชื่อดัง เห็นไหมล่ะ ว่าแค่สถานที่ใกล้ๆ อย่างในกรุงแทพฯ นี่แหละก็ให้เราได้ครบจบทุกอย่างทั้งที่ถ่ายรูป ที่กิน คาเฟ่ รวมถึงผ่อนคลายกับวิวแม่น้ำ งานศิลปะ และตึกเก่าๆ แปลกตา เรียกได้ว่าเป็น 1 วันท่องเที่ยวสบายๆ สำหรับใครที่ไม่อยากขับรถไปไกลๆ ก็แนะนำที่นี่เลยค่ะ .... เจริญกรุง ■



“ภาพประกอบอาจจะเบลอๆ แสงแปลกๆ ไปบ้าง แต่ก็นั่นแหละ กล้องฟิล์มสำหรับเรา ก็เป็นอีกสิ่งที่เราชอบใช้ตอนไปพักผ่อนเช่นกัน”









Theme: แสงเย็นกับทุ่งข้าวบาร์เลย์
สถานที่: สิงห์ปาร์ค เชียงราย
อุปกรณ์: กล้อง Canon eos R + เลนส์ Helios 58 f2





มงคล ฉัตรแก้วทศพร (อ้น)
เจ้าหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด

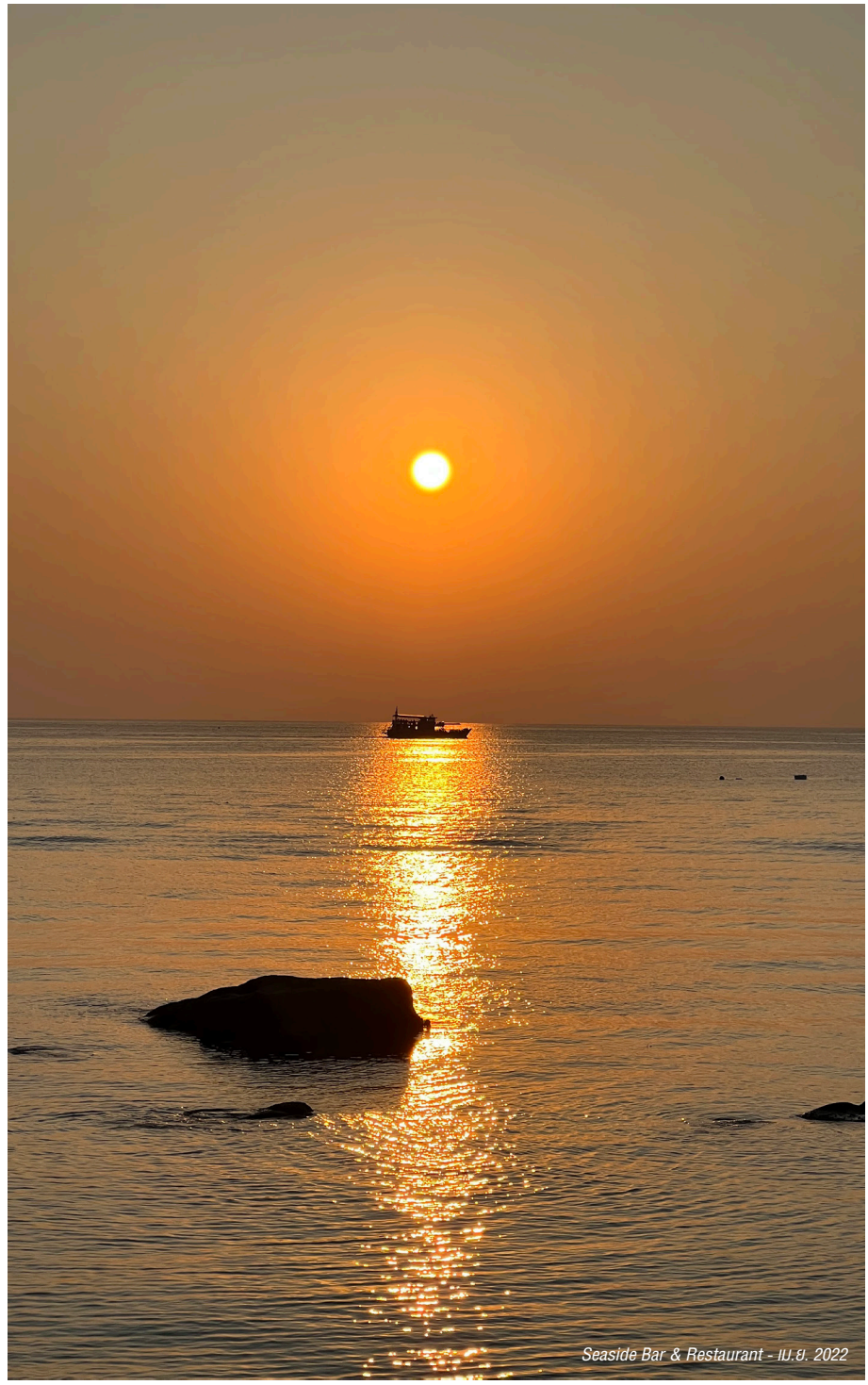
Theme: SUNSET

แนวคิด: ช่วงเวลาแห่งการรอคอย

อุปกรณ์ถ่ายภาพ
กล้อง: iPhone 13 Pro Max
และ iPhone XR



นพวรรณ สุขพวง (จ๋า)
เจ้าหน้าที่สนับสนุนระบบภูมิศาสตร์สารสนเทศ
บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด



Seaside Bar & Restaurant - เม.ย. 2022



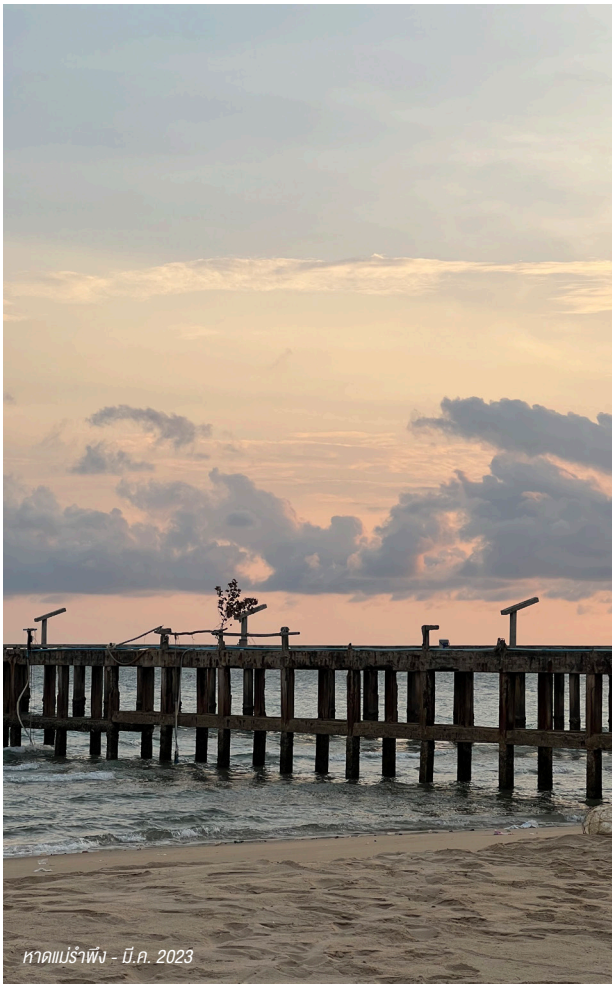
หาดแหลมเจริญ - มี.ค. 2023



หาดแม่พิมพ์ - เม.ย. 2023



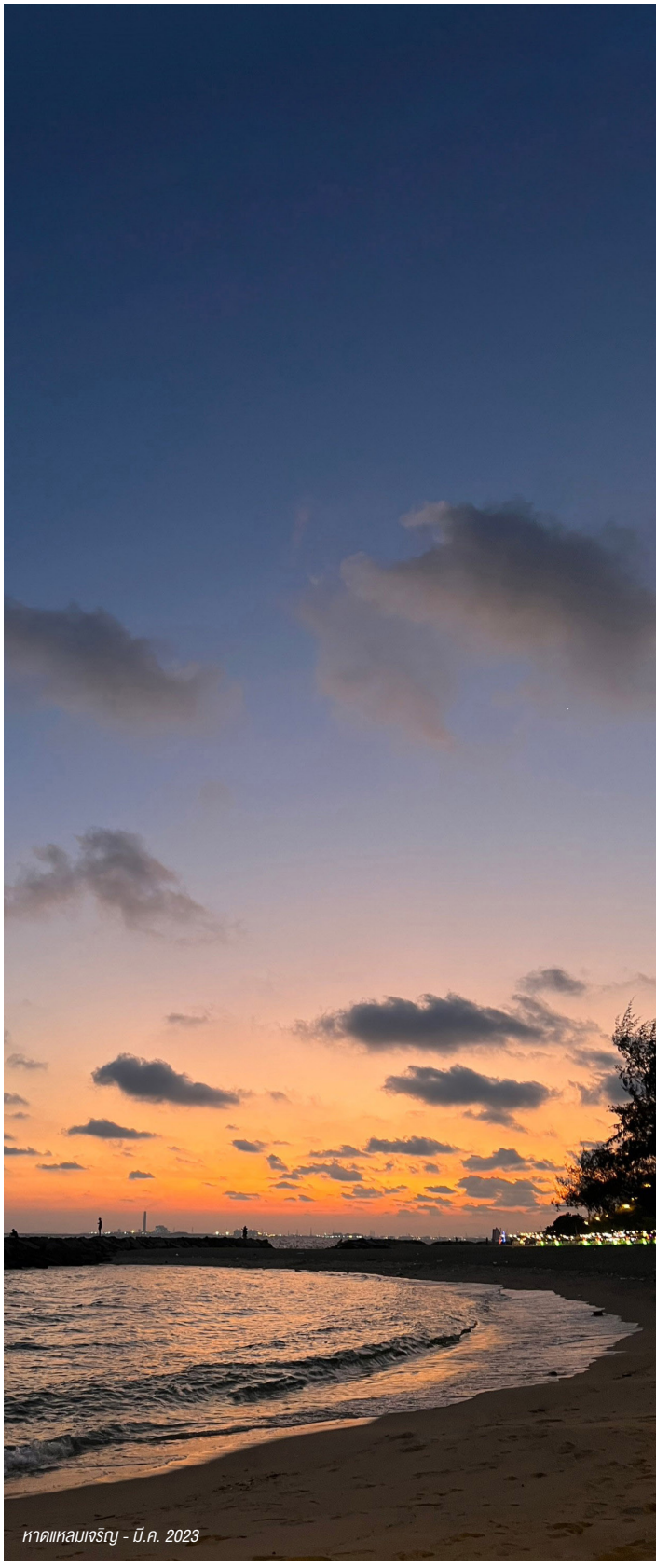
อ่าวไทย จ.ชุมพร - เม.ย. 2022



หาดแม่รำพึง - มี.ค. 2023



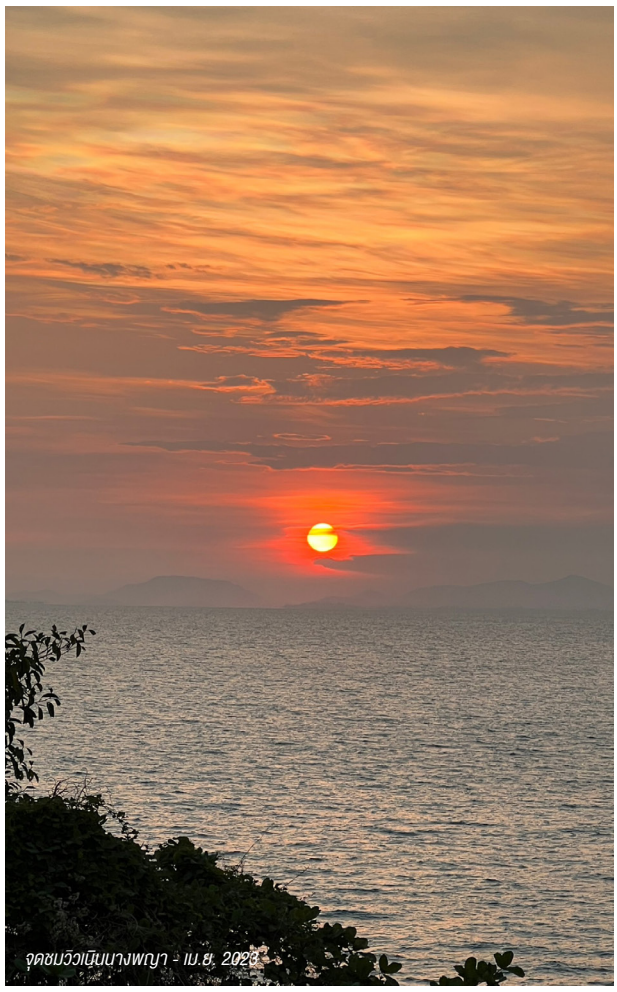
หาดแม่รำพึง - มี.ค. 2023



หาดแหลมเจริญ - มี.ค. 2023



หาดดงตาล - ส.ค. 2022



จุดชมวิวเนินนางพญา - เม.ย. 2023



อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม - ก.พ. 2020



หาดคุ้งวิมาน - เม.ย. 2023

SINGHA LEMON

ความซ่าที่เขย่าตลาดน้ำอัดลม



SODA



เมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา “Singha Lemon Soda” คว้ารางวัล Top Outstanding Brand แบรนด์กลุ่มน้ำอัดลมโดดเด่นที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสูงสุด ประจำปี 2566 จากรายงาน Brand Footprint Thailand 2023 โดยคันทาร์ (Kantar) บริษัทข้อมูลการตลาดและการวิเคราะห์ชั้นนำของโลก

ถือเป็นอีกก้าวที่สะท้อนความสำเร็จของอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่จาก “สิงห์” ภายหลังเปิดตัว Singha Lemon Soda ครั้งแรกเมื่อเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2563 ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่เต็มไปด้วยความท้าทาย Singha Lemon Soda มาพร้อมคอนเซ็ปต์ “ความสดชื่นที่แตกต่าง” ไม่เพียงแต่สามารถสร้างปรากฏการณ์ในตลาดน้ำอัดลม หากยังสร้างสีสันและความโดดเด่นด้วยรสชาติแปลกใหม่ที่ออกมาอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดเดือนกันยายนนี้ ก็ได้ออกรสชาติใหม่ “Singha Ume Lemon Soda” หรือบ๊วยเลมอนโซดา ในรูปลักษณ์กระป๋องสีเขียวสดใส ทุกความเคลื่อนไหวของ Singha Lemon Soda แต่ละโมเมนต์มีความสำคัญที่ทำให้แบรนด์น้องใหม่นี้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำของตลาดน้ำอัดลมกระป๋อง No Sugar ในเวลาแค่ 3 ปี


SINGHA
ตามไปดู
SINGHA
LEMON SODA
SINGHA
LEMON SODA

กว่าจะมาเป็น Singha Lemon Soda

Singha Lemon Soda ผลิตภัณฑ์น้องใหม่ภายใต้แบรนด์สิงห์ เกิดขึ้นจากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่บริษัทฯ ต้องการออกสินค้าใหม่ให้มีความแตกต่างในตลาดน้ำอัดลม และเป็นกลุ่มสินค้าที่มีโอกาสการเติบโตสูง โดยจะเป็นสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ Pain Point ของผู้บริโภคที่ต้องการน้ำอัดลมรสชาติอร่อยและไม่ทำลายสุขภาพ ปัจจัยสำคัญจึงมุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรค์น้ำอัดลมประเภท No Sugar ที่มีรสชาติโดดเด่นไม่ซ้ำใคร

สินค้าตัวแรกของ Singha Lemon Soda จึงเปิดตัวด้วยรส Lemon (เลมอนสีเหลือง) ซึ่งเป็นรสชาติแปลกใหม่ และแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ในตลาด เพิ่มความพรีเมี่ยมและรสกลมกล่อมด้วยส่วนผสมของ Lemon แท้ในผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเติมความโดดเด่นด้วยบรรจุภัณฑ์กระป๋องที่ออกแบบให้ทันสมัยและดูน่าสนใจ เชิญชวนให้ผู้บริโภคลองลิ้มรสอีกด้วย

การต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวนี้เป็นการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด Singha Lemon Soda จึงถือเป็นการสร้างสีสันให้กับวงการเครื่องดื่มครั้งสำคัญและถือเป็นความเคลื่อนไหวครั้งใหญ่ของ “สิงห์” โดยนำเสนอเครื่องดื่มที่ให้คุณประโยชน์ มอบความสดชื่น และสามารถตอบโจทย์กระแสผู้บริโภครักสุขภาพได้ด้วย

แน่นอนว่า กว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้จะเสร็จสิ้นออกมา ก็ต้องผ่านการพัฒนาและวิจัยอย่าง “เข้มข้น” และ “เข้มงวด” เพื่อสรรสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด โดยในช่วงแรกก็จะมีหลายเวอร์ชั่นสำหรับการแจกจ่ายให้ทีมต่างๆ ได้ลองชิม เพื่อหารสชาติที่ตอบโจทย์ทุกฝ่ายมากที่สุด จากนั้นก็นำเวอร์ชั่นนั้นเข้าสู่โรงงานสำหรับกระบวนการผลิตที่ดูแลคุณภาพกันแบบ Good Quality Product ดังนั้น การที่ Singha Lemon Soda กลายเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมของผู้คนยุคใหม่อย่างในทุกวันนี้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งแนวคิด แนวทาง วิสัยทัศน์ขององค์กร รวมถึงทีมต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ

ภารกิจที่ท้าทายของผลิตภัณฑ์น้องใหม่

ถึงแม้ตลาดน้ำอัดลมจะมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น แต่หากมองให้ลึกลงไปจะเห็นโอกาสการเข้าไปร่วมแข่งขัน โดยเฉพาะพื้นที่ของเครื่องดื่มน้ำอัดลมแบบไม่มีน้ำตาล ซึ่งยังคงเปิดกว้างและไม่มีแบรนด์ไหนสามารถครอบครองตลาดได้อย่างเบ็ดเสร็จจุดนี้เอง ถือเป็นช่องว่างให้น้องใหม่ในตลาดอย่าง Singha Lemon Soda สามารถเข้าไปสร้างความเติบโตได้

อย่างไรก็ตาม ด้วยความใหม่ในเรื่องของผลิตภัณฑ์และเป็นตลาดที่ไม่เคยทำมาก่อน ภารกิจครั้งนี้จึงเป็นความท้าทายสำหรับสิงห์ไม่น้อย โดยจะเห็นได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตัวนี้ นอกจากจะเป็นไปตามสิ่งที่พวกเรายึดมั่น และเน้นย้ำมาตลอด คือ การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า และมาตรฐานคุณภาพที่ดีที่สุด Good Quality Product แล้ว เพื่อให้ผลิตภัณฑ์น้องใหม่สามารถแจ้งเกิดในตลาดได้อย่างภาคภูมิ ทีมงานยังเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวนี้ให้มีเอกลักษณ์ในแบบฉบับของสิงห์ ผ่าน 3 แกนหลัก ได้แก่ สร้างความแตกต่างแปลกใหม่ ต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม และสร้างสรรค์สินค้าเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาต้องมีมาตรฐานสูงสุด ตามแบบฉบับของสิงห์

ทุกรสชาติ เพิ่มสีสัน ทันเทรนด์ แต่แตกต่าง

จุดเด่นสำคัญของ Singha Lemon Soda ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค คือ การหาจุดขายของสินค้าที่ไม่เหมือนใครในตลาด ในปี 2564 Singha Yuzu Lemon Soda ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการครั้งแรก ซึ่งเป็นการนำกลิ่นส้มยูซุที่มีความหอมเป็นเอกลักษณ์ มาผสมผสานในเครื่องดื่มเลมอนโซดา โดยกลิ่นส้มยูซุในขณะนั้นกำลังเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ถือว่าตอบโจทย์ครบทุกด้าน ทั้งความหอมรสเปรี้ยวซ่า มีวิตามินซีสูง ช่วยลดอาการเหนื่อยล้า เพิ่มความสดชื่น เมื่อรวมกับความเปรี้ยวของเลมอนโซดา ยิ่งทำให้ได้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และอร่อยลงตัว

หลังจากนำเสนอ 2 รสชาติ ได้แก่ Singha Lemon Soda และ Singha Yuzu Lemon Soda ที่ได้การตอบรับที่ดีจากกลุ่มเป้าหมายจนส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ครองความเป็นอันดับ 1 ในตลาดน้ำอัดลมประเภทไม่มีน้ำตาลแบบกระป๋อง ทางแบรนด์ Singha Lemon Soda ก็ยังไม่หยุดนิ่งที่จะพัฒนาสินค้าใหม่ออกมาเพื่อกระตุ้นตลาด ดังนั้น ช่วงครึ่งหลังของปี 2565 แบรนด์จึงได้ส่งรสชาติใหม่ Singha Red Lemon Soda ออกมาเขย่าตลาดอีกครั้ง

SINGHA LEMO

Singha Red Lemon Soda เป็นการนำกลิ่นรสของน้ำแดงมะนาวโซดาที่คนไทยคุ้นเคย มาผสมผสานกับความเปรี้ยวของเลมอนโซดาอย่างลงตัว เกิดเป็นน้ำแดงเลมอนโซดาที่ซ่าและมีรสชาติในแบบเฉพาะของสิงห์ โดยยังคงคอนเซ็ปต์ไม่มีน้ำตาล ไม่มีแคลอรี่ ตอบโจทย์คนรักสุขภาพเหมือนเดิม และแม้ว่าในตลาดจะมีน้ำอัดลมสีแดงอยู่แล้ว แต่ Singha Red Lemon Soda มีจุดต่างที่ไม่เหมือนใคร ทำให้ได้การตอบรับที่ดีมาก ๆ จากตลาด จนสามารถทำ New high ส่วนแบ่งทางการตลาดมาได้





ขอบคุณข้อมูลจาก
ทีมงาน Singha Lemon Soda

1. *พรรณทิพย์ ลีตะชีวะ*
ผู้อำนวยการกลุ่มการตลาดแบรนด์นอนแอลกอฮอล์

2. *นัธริกา คุโณปการ*
ผู้จัดการส่วน Singha Lemon Soda

3. *สุภาณี กระทุ่มเขตต์*
ผู้จัดการแผนก Singha Lemon Soda

4. *ชนาภา กมลอมฤทธิ์*
ผู้ช่วยผู้จัดการ

5. *ปวราทิพย์ เวทย์ประสิทธิ์*
ผู้ช่วยผู้จัดการ

A UME
ON SODA



จากเทรนด์ของบ๊วยอูเมะที่กำลังมาแรงในเอเชีย และการที่เครื่องดื่มต่างๆ ได้นำเอาส่วนผสมจากบ๊วยมาทำการผสมผสานในเครื่องดื่ม ทำให้กลายเป็นเมนูยอดฮิต รสเปรี้ยวอมหวาน ดื่มง่าย

สิงห์ได้ยกระดับบ๊วยมะนาวโซดาที่ทุกคนเคยรู้จัก นำมาอยู่ในรูปแบบกระป๋อง ผสมผสานกับรสเปรี้ยวซ่าของเลมอน สร้างความสดชื่นยิ่งกว่าที่เคยเป็นตามแบบฉบับของ Singha Lemon Soda โดยเชื่อมั่นว่า Singha Ume Lemon Soda จะมีฐานแฟนที่ชื่นชอบ เพราะนอกจากจะดื่มเพื่อความอร่อยสดชื่นดับกระหาย ยังนำไปผสมกับเครื่องดื่มอื่นๆ เพิ่มความซ่าก็อร่อยเหมือนกัน เป็นการสร้างโอกาสในการดื่มผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น นอกเหนือจากการดื่มแบบ Ready to drink

Singha Lemon Soda ในฐานะแบรนด์ผู้นำในตลาดน้ำอัดลมไม่มีน้ำตาลแบบกระป๋อง ยังคงตอกย้ำเรื่องความสดชื่นที่แตกต่างไม่เหมือนใคร ในการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในทุกช่องทาง และสร้างการทดลองดื่มไปยังกลุ่มต่างจังหวัดเป็นวงกว้างมากขึ้น นอกจากนี้ ในช่วงปลายปี อยากให้ติดตามแคมเปญใหม่ๆ ที่ทางแบรนด์ Singha Lemon Soda จะมาช่วยเพิ่มความสนุกสนานและตื่นเต้นให้กับตลาดน้ำอัดลม 0 แคล ผ่านแคมเปญที่จับกลุ่มวัยรุ่นมากยิ่งขึ้น ■

Bayashi ดาว TikTok

สายกินที่พาฟินกับเมนูแปลก



เรื่องกินเรื่องใหญ่ ต่อให้ไม่หิว แค่ดูคนอื่นนั่งกินก็จะหิวขึ้นมาทันที ยิ่งดู TikTok เสพ Reels เห็นคนรีวิวอาหารแบบน่าอร่อยมาก ก็จะตามกดเฟบร้านไว้ กะขวนเพื่อนไปตามรอยทีหลัง เรื่องอาหารการกินถือเป็นคอนเทนต์ที่ตกคนดูได้ทุกแพลตฟอร์ม ในยุคที่ใครต่างก็มีโอกาสเป็นอินฟลูเอนเซอร์ หรือคอนเทนต์ครีเอเตอร์ เราจึงเห็นคนลุกขึ้นมาโชว์สกิลทำอาหารผ่านสื่อโซเชียลมากขึ้นทุกที

"บายาชิ" (Bayashi) ก็ทำแบบนั้น เขาถ่ายคลิปทำอาหารของตัวเองลง TikTok ด้วยเหตุผลที่เหมือนคนอื่นๆ ว่า เขาอยากให้คลิปของตัวเองดังและหาตังค์ได้ เรื่องของเรื่องคือ คลิปของเขาปังมาก ทำให้เขามีผู้ติดตามมากกว่า 50 ล้านคน (ยอดไลค์กว่า 1.5 พันล้าน) นี่แค่เฉพาะใน TikTok ยังมีใน YouTube อีก 16.5 ล้านคน Instagram อีกกว่า2 ล้านคน จากข้อมูลของเว็บไซต์ AJ Marketing ระบุว่า บายาชิ ได้รับการจัดอันดับให้เป็นอินฟลูด้านอาหารใน TikTok เป็นอันดับหนึ่งของเอเชียในปี 2023

เมื่อมีคนทำคลิปอาหารลง TikTok มากมาย ทำไมนายบายาชิคนนี้ถึงดัง? ก่อนอื่นเรามารู้จักว่าเขาเป็นใครกันก่อน

บายาชิ เป็นคนญี่ปุ่น เราไม่รู้ว่าบายาชิเป็นชื่อหรือสกุลของเขากันแน่ เขาเกิดวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2531 เขาไม่ใช่เชฟที่จบจากโรงเรียนสอนทำอาหารชื่อดังและไม่ได้เป็นคนดังในสื่อ ครอบครัวของเขาทำสวนแอปเปิ้ลอยู่ที่จังหวัดกุนมะ เขามีอาชีพเป็นเทรนเนอร์ส่วนตัว (ที่ชอบทำอาหาร) ในสังกัดของบริษัทแห่งหนึ่ง จนบริษัทปลดพนักงานในช่วงของโรคระบาด เขาจึงออกมาช่วยงานที่บ้าน ในช่วงนั้น เกาหลีใต้และญี่ปุ่นกำลังมีกระแสคลิป "Mukbang" (ม็อกบัง) เกิดขึ้น ม็อกบัง คือ "ไลฟ์สดโชว์การกิน" ยิ่งกินได้ดูน่ากินเท่าไหร่ ก็ยิ่งมีคนติดตามมากเท่านั้น จุดเด่นของม็อกบัง คือ ไม่เน้นสาธยาย แต่เน้นการตอบสนองต่อประสาทการรับรู้ของคนดู (ASMR) โดยใช้เสียงของการกิน เช่น เสียงกัดกร็วมๆ เสียงย่างจู่ๆ เสียงน้ำเดือดปุดๆ เสียงดื่มน้ำเอื๊อกๆ มากระตุ้นให้คนดูเกิดความรู้สึกอยากกินอาหารนั้นร่วมด้วย

เหตุที่คลิปม็อกบังโด่งดัง เพราะการกินเป็นเรื่องที่เข้าถึงง่าย เมื่อดูคนกินอย่างมีความสุขก็ให้ความรู้สึกเพลิดเพลิน อยากกินบ้าง และเหมือนมีเพื่อนมานั่งกินข้าวด้วยกันโดยเฉพาะช่วงโรคระบาดที่หลายคนต้องกินข้าวคนเดียว

ถึงอย่างนั้น บายาชิก็ไม่ได้ชื่นชอบคลิปม็อกบังเป็นพิเศษ เขารู้แค่ว่า ตัวเองทำคลิปแนวนี้ได้ เพราะเขามีความรู้ด้านการตัดต่อวิดีโอ นอกจากนี้ การเคยเป็นเทรนเนอร์ส่วนตัวทำให้เขารู้ว่า คนเราอยากกินตามใจปาก แต่ไม่อยากอ้วน ดังนั้น เขาจึงเกิดไอเดียทำคลิปม็อกบังในธีมอาหารโลว์คาร์บ (Low Carb) คือเน้นเมนูที่คนชอบกินเป็นประจำ แต่มีแป้งและน้ำตาลต่ำ แล้วเขาก็เริ่มทำช่องใน TikTok ของตัวเองเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ปี 2020

คอนเทนต์ชายหนุ่มหุ่นดี กล้ามแน่น นั่งกินบะหมี่แซลมอนจานยักษ์อย่างเอร็ดอร่อย แม้จะยังไม่ถึงกับได้รับความสนใจมากมายในระยะแรก แต่ก็มีชาวเน็ตเข้ามาชื่นชม ทำให้บายาชิมีแรงจะทำคลิปต่อ จากนั้น ไม่ใช่แค่คลิปมานั่งกินให้ดู เขารังสรรค์คลิปการทำเมนูโลว์คาร์บในสไตล์ของตัวเองขึ้นมาด้วย ความฉลาดของบายาชิคือ เน้นทำเมนูอาหารที่คนกินเป็นประจำ มาครีเอทให้มีความแปลกใหม่ เป็นเมนูที่ไม่ซับซ้อน และทำในสูตรเฉพาะของตัวเอง เพิ่มความโดดเด่นด้วยการใช้วัตถุดิบประเภทเนื้อ นม ไข่ ถั่ว แบบไม่อั้น เน้นการผสมผสานของชีสกับอาหารทอดแบบดีพฟราย จนกระทั่งเมนูประเภท "ของทอดชีสเยิ้มไข่เบิ้ม" กลายเป็นซิกเนเจอร์ของเขา แค่คิดตามยังน้ำลายสอ บอกได้เลยว่าใครได้ดูคลิปของบายาชิ ไม่มีทางไม่หิว

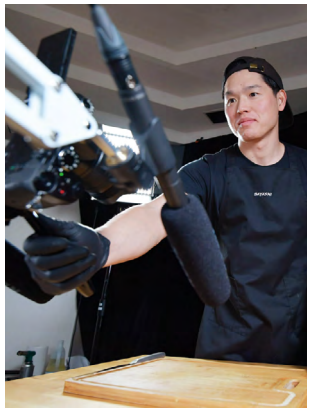
คอนเซ็ปต์สอนทำเมนูโปรดในชีวิตประจำวันที่เน้นแป้งต่ำนี้ เมื่อประกอบกับวิธีการตัดต่อนำเสนออย่างกระชับ แม้จะดูป่วนๆ แต่เข้าใจง่าย มีอารมณ์ขัน มีการเล่นแสงและมุมกล้อง พร้อมใส่ซาวด์ ASMR เสียงสับ ต้ม ผัด ทอด เข้าไปอย่างลงตัว ทำให้คลิปของบายาชิโด่งดังรวดเร็ว เปิดทำช่องได้เดือนเดียวก็มีคลิปที่มียอดวิวเกินล้านจนขยายการทำคลิปมาลง YouTube และ Instagram ด้วย บริษัทอาหารต่างส่งสินค้ามาให้เขาโปรโมท บายาชิจะโคลสอัพให้ดูว่าเขาใช้วัตถุดิบยี่ห้ออะไรตอนทำอาหาร จนถึงเดือนพฤษภาคม ปี 2022 บายาชิมีผู้ติดตามใน TikTok เกิน 28 ล้านคน และติด 5 อันดับดาวรุ่งที่ทำช่องได้โตเร็ว ทำให้นอกจากในญี่ปุ่นแล้ว บายาชิได้รับความสนใจจากชาวเน็ตทั่วโลกมากขึ้น แม้แต่กอร์ดอน แรมซี ยังมีรีแอคชั่นกับคลิปทำอาหารของเขา



"บายาชิเรียนการทำอาหารเอง ทุกเมนูที่คิดต้องลองผิดลองถูก ถ้าเราได้ดูคลิปเบื้องหลังการทำอาหารของเขาจะเห็นว่าแต่ละเมนูใช้เวลาถ่ายทำค่อนข้างนาน"



“จริงๆ แล้วบายาชิเป็นคนขี้อาย แต่เมื่อทำช่อง TikTok ก็มีหลายคอมเมนต์บอกให้เขากล้าแสดงอารมณ์ขัน ซึ่งเขาก็ปรับตัว เริ่มแสดงสีหน้าท่าทางที่เน้นความสนุกและให้ความสุขจนเป็นที่ชื่นชอบของคนดู”



เดือนกุมภาพันธ์ 2023 บายาชิได้รับการจัดอันดับให้เป็นดาว TikTok อันดับหนึ่งของญี่ปุ่น โดยมีผู้ติดตามมากที่สุดในแพลตฟอร์ม ถือว่าเขาได้ช่วยให้อาหารญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักและโด่งดังไปทั่วโลกมากกว่าเดิม ด้วยลูกเล่นการทำอาหารญี่ปุ่นให้แปลกใหม่ และจากหลายคลิปที่เขากิน เนื้อดิบ ปลาดิบ ไข่ดิบ เราคนไทยคุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่นจะรู้ว่านี่เป็นเรื่องปกติมาก ญี่ปุ่นมีมาตรฐานควบคุมการผลิตอาหารอย่างเข้มงวด เพื่อให้การกินอาหารดิบนั้นปลอดภัย แต่สำหรับอีกหลายๆ ชาติ การกินไข่ดิบ เนื้อวัวดิบ ปลาดิบ ยังเป็นเรื่องที่ดูเหลือเชื่อ คลิปของเขาจึงฮือฮาในหมู่ชาติที่ไม่คุ้นเคยกับอาหารดิบ บางคนว่าเมนูของเขาประหลาดเกินไป มันไม่น่ากินได้จริง บางคนถึงขนาดว่าเขาแค่ทำคอนเทนต์และไม่ได้กินอาหารเหล่านี้จริงๆ ด้วยซ้ำ ก็เป็นธรรมดาที่พอดังแล้วจะมีทั้งคนชอบและไม่ชอบ

ถึงอย่างนั้น คนมากมายก็หันมาสนใจในตัวเขามากขึ้น บายาชิเริ่มทำคลิปเผยชีวิตประจำวัน และเบื้องหลังการถ่ายทำเมนูอาหาร เขายังได้ปรับสไตล์คอนเทนต์ด้วยการเชิญอินฟลูเอนเซอร์ต่างชาติหรือชาติเดียวกันมาเป็นแขกรับเชิญ ทำให้เนื้อหามีสีสันมากขึ้น ตอนนี้เขาก็กำลังจะต่อยอดมาทำร้านอาหารแบบดีลิเวอรี่ เพื่อให้คนดูได้กินอาหารของเขาจริงๆ รวมทั้งจะออกหนังสือ Cookbook ด้วย ทั้งหมดมาจากฝีมือทำอาหารที่เขาฝึกฝนด้วยตัวเอง

เคล็ดลับเปลี่ยนชีวิตของบายาชิมี 3 เรื่อง อย่างแรก การฝึกฝนนับครั้งไม่ถ้วน บายาชิเรียนการทำอาหารเอง ทุกเมนูที่คิดต้องลองผิดลองถูก ถ้าเราได้ดูคลิปเบื้องหลังการทำอาหารของเขา จะเห็นว่าแต่ละเมนูใช้เวลาถ่ายทำค่อนข้างนาน ไหนจะต้องตัดต่อใส่ซาวด์เพื่อมาลงในช่องแค่ 2 นาที อย่างที่สอง ทำคอนเทนต์ตามความถนัดและตามกระแส บายาชิใช้สกิลทำอาหาร บวกกับความรู้จากการที่ตนเคยเป็นเทรนเนอร์ มาทำคอนเทนต์ให้แตกต่าง เขาต้องทำรีเสิร์ชเกี่ยวกับวิดีโอ ASMR จำนวนมาก เพื่อเอามาปรับใช้ในงานของตัวเอง อย่างที่สาม เปิดใจรับฟัง จริงๆ แล้วบายาชิเป็นคนขี้อายและออกจะขรึม แต่เมื่อทำช่อง TikTok ก็มีหลายคอมเมนต์บอกให้เขากล้าแสดงอารมณ์ขัน ซึ่งเขาก็ปรับตัว เริ่มแสดงสีหน้าท่าทางที่เน้นความสนุกและให้ความสุขจนเป็นที่ชื่นชอบของคนดู

หากคุณเป็น “สายกิน” ที่เพิ่งจะรู้จัก “บายาชิ” ครั้งแรกจากบทความนี้ ลองเข้าไปดูช่อง Bayashi TV ของเขาสักที ไม่ว่าจะใน YouTube หรือ TikTok แล้วจะรู้ว่า จริงๆ แล้วคนเราสามารถหิวได้ไม่จำกัดเวลา ■

อ้างอิงข้อมูลจาก

https://www.japanbuzz.info/top-20-tiktok-influencers-in-japan/#bayashi

https://www.tastingtable.com/1129565/japanese-food-tiktoker-bayashi-on-asmr-and-the-joys-of-deep-frying-exclusive-interview/

https://entamenta.com/who-is-bayashi-biography-age-family/

ที่มาภาพ

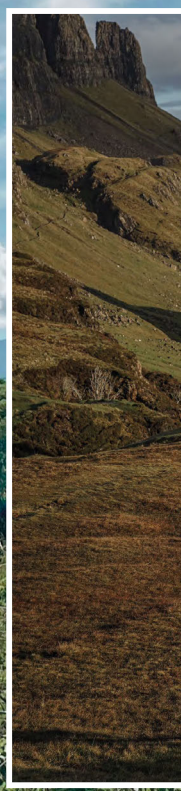
https://www.youtube.com/@BayashiTV_

https://www.sanspo.com/article/20230330-YU3YR5NMUBD6RHU5WLYORYXNXQ/

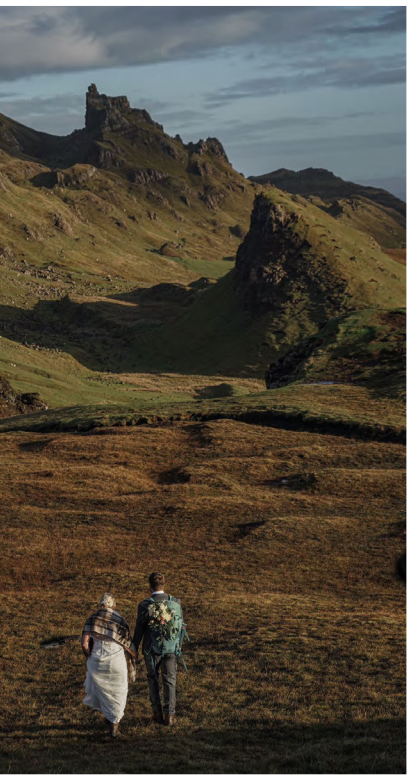
ขอ.2148/2565


ทุกหยดซ่า...
SODA WATER
BY ROYAL PERMISSION
BOON RAWD BREWERY Co., Ltd.
SINGHA®
SODA WATER

ไม่มีใครหรอกหมอ



"WORK-LIFE BALANCE พี่ดีจังแหะ"
คำที่ใครหลายคนชอบทักถามเข้ามาใน INBOX



เอ๊ะะะะะะ !!! ทุกครั้งที่ได้ยินคำนี้ก็แบบ เอ๊ะ กับตัวเองว่าใช่มั้ยนะ ก็คงใช่แหละเรา Work-life Balance ดีพอตัว แต่ในใจผมมันคือ Work hard, Play hard ไม่แน่ใจว่ามันสื่อไปทางเดียวกันไหม การบาลานซ์ของบางคนอาจเป็นการทำงานไม่หนักจนเกินไปเพื่อมาพักผ่อนก็ได้นะ แต่สำหรับผมแล้วมันไม่ใช่ การทำงานหนักและการเที่ยวหนักนั้นคือการ Balance ของผม

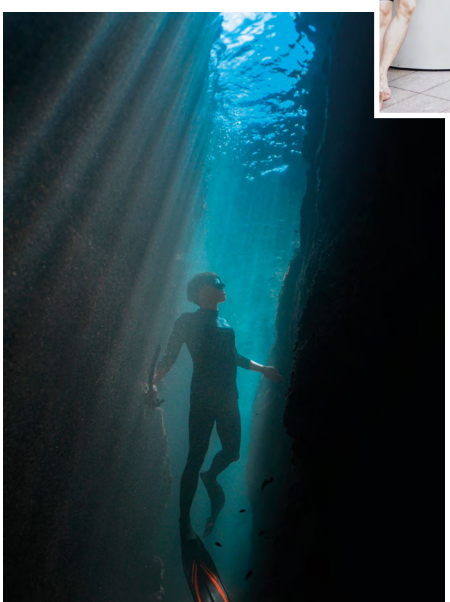
ผมไม่รู้มันเริ่มมาตั้งแต่ตอนไหนที่ผมรู้สึกว่าการอยู่ห้องเฉยๆ ของผมมันไม่มีความสุขไปซะแล้ว อยู่ดีๆ ก็ชอบการได้ออกไปข้างนอก ได้ไปเจอเพื่อนฝูง ได้ไปเที่ยวไปเจอคนแปลกหน้าใหม่ๆ พูดแบบนี้ชาวอินโทรเวิร์ต (Introvert) อาจจะเริ่มรู้สึกว่านี่ไม่ใช่แนว แต่นั่นคือจุดเริ่มต้นของการขยันทำงานและหาเงินไปเที่ยว

ผมชื่อปองนะครับ ตอนนี้เป็นทันตแพทย์ งานอดิเรกคือ "เที่ยว" ใช่ครับอ่านไม่ผิด ผมชอบเที่ยว และเที่ยวทุกแนวจนเปิดเพจท่องเที่ยวเป็นของตัวเอง เริ่มต้นตอนแรกผมก็เป็นเหมือนทุกคนแหละครับเจอข้อมูลที่เที่ยวไหนน่าสนใจ สวยงามอลังการ ก็จะแชร์เก็บไว้ แท็กเพื่อนแท็กฝูงไปบ้างก็มี ถามว่าได้ไปตอนไหนก็ไม่รู้หรอก แต่อยากไปก็แล้วกัน... หวนให้นึกถึงคอนเทนต์ที่เคยแชร์เล่นๆ ไว้กับเพื่อนว่า "ซักวันต้องไปให้ได้นะปอง"

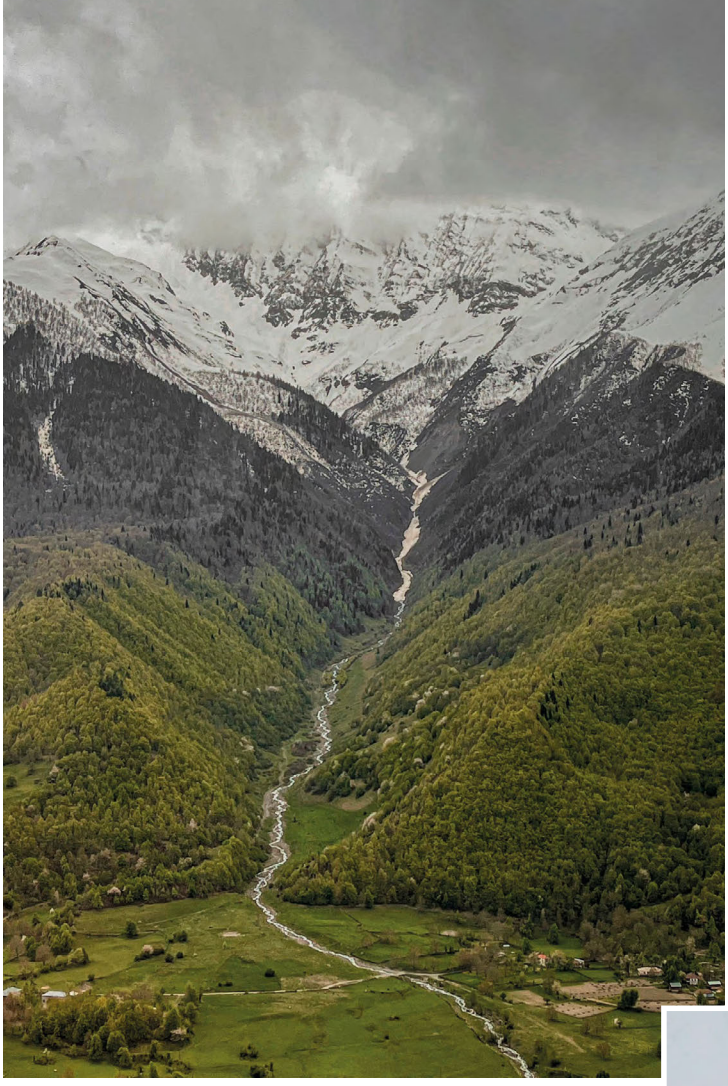
ชีวิตเริ่มเที่ยวก็คงเริ่มจากมหาวิทยาลัยเนี้ยละ กว่าจะได้เที่ยวแต่ละทีก็คือเหนื่อยมากพ่อ! คำอุทานนี้ไม่เกินจริง ปิดทงปิดเทอมก็ไม่ค่อยจะมีกับเค้าเพราะการเรียนหมอฟัน พอปิดเทอมซักทีก็ดันไม่มีเงินอีก ท้อออออ ถ้าให้ลองนึกภาพตามตอนที่กำลังเรียนอยู่มหาวิทยาลัยแล้วไม่มีเงินสิ (นิสัยอย่างฉันจะไปเก็บเงินยังไงก่อนใครเก็บได้ผมก็นับถือนะ นับถือจริง ๆ ส่วนตัวผมเองก็หมดทุกวันศุกร์เย็นทั้งนั้น) ที่พึ่งสุดท้ายก็คือแบมือขอพ่อแม่ แต่ด้วยความที่ครอบครัวก็ไม่ได้อินการเที่ยวขนาดนั้น เลยแทบจะต้องคลานเข่าเข้าไปขอเลยนะ อย่าเรียกว่าขักแม่น้ำทั้งห้าเลย ผมนี่ขักมหาสมุทรแทบจะทั้งโลกมาโน้มน้าว และนั่นก็คงเป็นจุดเริ่มต้นเป้าหมายของผม คือ

เรียนจบทำงาน จะต้องมีเงิน เอาไปทำไร... เที่ยวน่ะสิ!





รู้ดี

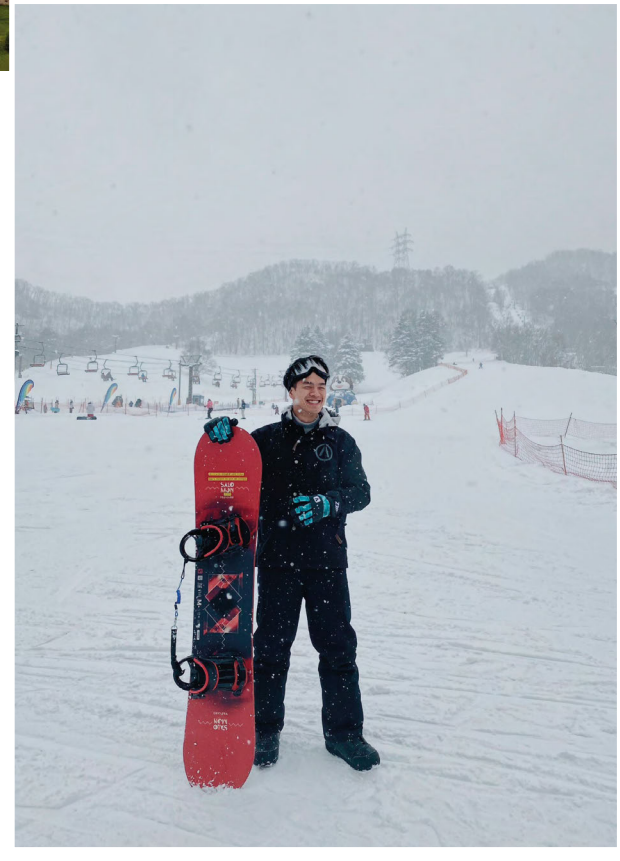


THE BEST PLAN IS NO PLAN

ทริปที่ผ่านมาส่วนใหญ่ตัวเองจะชอบแพลนทริปเที่ยวเอง แทบไม่เคยซื้อทัวร์เลย จริงๆ ผมไม่ได้ว่าการไปกับทัวร์มันไม่ดีนะ ใครอยากทำเวลาหรืออยากเก็บจุดฮิตๆ ไม่มีเวลาแพลนทริป ผมแนะนำเลยครับ แต่สำหรับผม ผมรู้สึกว่าการไปเที่ยวคือการได้เป็นตัวของตัวเองมากที่สุด อยากทำอะไรก็ทำ อยากไปที่ไหนก็ไป ที่ไหนไม่ชอบก็ตัดเอาเวลาไปใช้ในที่ที่เราอยากไปดีกว่า ถามว่ายากมั้ย นี่บอกเลยถ้ามีเวลามันไม่ยาก! เพราะทุกวันนี้ทุกคนรีวิวการเที่ยวละเอียดมาก แต่ประเด็นคือในวันๆ นึงของผมก็มีทำงานหลัก จ๊อบเสริม ออกกำลังกาย รีวิวทริปเก่า แพลนทริปใหม่ พอเป็นแบบนี้ปุ๊บ.. มันก็เลยมีบางช่วงที่ทริปมันติดกันไปหมดแล้ว

ทำไมถึงชอบการเที่ยว?

อย่างที่บอกไป การเที่ยวมันมีเสน่ห์ไง ไปในที่ที่ไม่รู้จักใคร และใครก็ไม่รู้จักเรา อีกอย่างก็คือผมชอบถ่ายรูป ไม่ว่าจะเป็นคนถ่ายและคนถูกถ่าย เริ่มแรกก็เริ่มเที่ยวแบบสบายๆ ไปตามถ่ายรูปจุดแลนด์มาร์คต่างๆ ซักพักเริ่มไปเดินขึ้นเขา ดำน้ำ เล่นกิจกรรมเอ็กซ์ตรีม ปีนเขา สโนว์บอร์ด เวคบอร์ด และคิดจะลองทำสิ่งใหม่ไม่หยุด เอาจริงแล้วสำหรับผม ผมว่าผมบรรลุเป้าหมายในการเที่ยวนะ มันเป็นการชาร์จพลังให้กับชีวิตในอีกรูปแบบของผมเลย จากชีวิตที่เคยอยู่ในห้องสี่เหลี่ยม ที่กิจวัตรประจำวันวนลูปไปเรื่อยๆ ตอนนี้ผมมีความสุขที่ได้เห็นวิวสวยๆ หลังการได้เดินขึ้นเขามาอย่างหนักและเหนื่อย ผมมีความสุขที่ได้อยู่ใต้น้ำ ได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเองและมองปลาว่ายผ่านไปเพลินๆ และผมมีความสุขที่ได้ถ่ายรูปแลนด์มาร์ค แค่นอนพักสบายในโรงแรมเก๋ๆ เท่ยยยย มันอิ่มอกอิ่มใจมากในชีวิตผมเลยนะนี่



แพลนไม่ทัน ตอนนั้นคืออยากให้วันนึงมีซัก 30 ชั่วโมง เพราะไฟลนไปหมด สุดท้ายก็แพลนออกมาเสร็จก่อนเดินทางแบบไฟไหม้ยังงั้นแหละ แต่แพลนที่ออกมาผมชอบนะ แต่คนอื่นในทริปผมไม่รู้ ผมว่ามันคือสีสัน ไม่เป๊ะเกินไป ไม่หลวมจนเกินไป สีสันหน้างานพลาดบ้างเทบ้าง ไม่เห็นเป็นไรเลย ผมเคยพลาดแล้วไปเจอสถานที่อื่นที่ผมชอบก็มีนะ อย่างแบบเคยรีวิวผับไต้หวัน 2 ผับ แม่งปิดหนีผมหมดเลย ไปได้ผับใหม่เห้ยเพลงโคตรดี!! ฟรีดริ๊ง!! (ยังงี้ได้มั้ย ได้แหละ อิ๊อิ๊) เห็นมะ ผมว่าในการเที่ยวครั้งนึง มันมีอะไรเกิดขึ้นมากกว่าการที่เราไปถ่ายรูปเช็คอินแล้วจบไปนะ ในทริปๆ นึงมันจะมีอะไรเกิดขึ้นทำให้เรานึกถึงได้เสมอ...

ทันตแพทย์กับการท่องเที่ยว

ไม่มีเวรหรอหมอ.. ใช่น่ะสิ ไม่มีเวร เพราะผมคือทันตแพทย์ เห้ย! เอาดีๆ ผมว่าอาชีพทันตแพทย์เป็นอาชีพในระบบสาธารณสุขที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวมาก ไม่ว่าจะในเรื่องของงบประมาณ หรือในเรื่องของเวลา ถ้าผมไปคุยกับเพื่อนหมอ หรือคนอื่นที่แทบจะโดนสาป เป็นอาชีพที่สามารถจัดการเวลาได้โคตรดี จนหลังๆ เพื่อนเริ่มไม่ว่างเที่ยวด้วย จนได้ต้องมาเที่ยวคนเดียวแล้ว แต่! พวกคุณได้ลองเที่ยวคนเดียวกันหรือยัง? แต่ก่อนผมกลัวการเที่ยวคนเดียวมากนะ เพราะเป็นคนที่ตัดสินใจไม่ค่อยได้ และคนอย่างผมนี่ติดนิสัยบ่นมาก เจอเรื่องเครียดก็ต้องหาคนบ่นไปหมด บ่นเสร็จแล้วก็หายเครียด ไอ้เพื่อนก็เครียดแทน ฮ่า แล้วเดี๋ยวไหนใครจะมาถ่ายรูปให้เราอีก เห้ยยย เที่ยวคนเดียวไม่ได้แน่ๆ เลย แต่เมื่อมันจำเป็นต้องเที่ยวคนเดียว จะว่าไปมันก็ดีอีกแบบนะ ไม่ได้แย่อย่างที่คิดเลย อยากทำอะไรก็ทำเลย ไม่ต้องรอใคร เป็นตัวเองได้มากที่สุด ยิ่งใครเวลาไปเที่ยวแล้วรู้สึกไม่เป็นตัวเอง ผมแนะนำไปลองเลยครับ.. แล้วคุณจะรักตัวเองมากขึ้น...

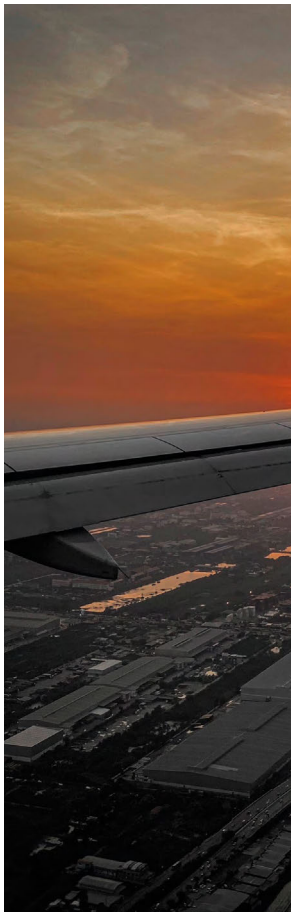




ความปอง!!

แต่ถ้าจะให้พูดถึงความบันเทิงในทริปที่มีอีกเยอะ เพื่อนบางคนเห็นผมไปเที่ยวถึงกับว่าน่าสนุกนะ แต่ขอไม่ไปละกัน ไม่รู้มันเป็นที่ความสะเพร่าของผม หรือว่าเป็นที่ดวง แต่ละทริปมันต้องมีความปองเข้ามา ความปองที่ว่าก็อย่างเช่น กระเป๋าตังค์หาย พาสปอร์ตหาย จองตั๋วจองที่พักผิดวัน หรือแม้กระทั่งจองตั๋วเครื่องบินแล้วดูสกุลเงินผิด หนักสุดก็หัวแตกอยู่ที่ผับเกาหลี ความวิบากกรรมเกิดได้เกือบทุกทริป

ทริปไหนไม่เกิด เพื่อนร่วมทริปแทบจะกราบขอบคุณกันเลยทีเดียว

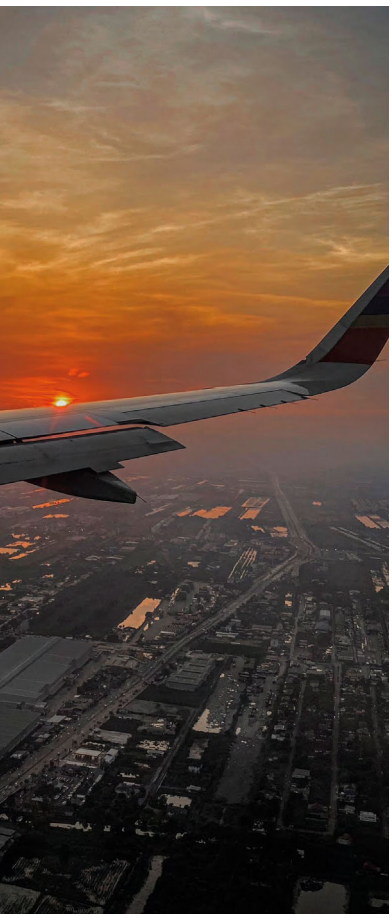


ตอนนี้อายุ 30 กว่าแล้ว พ่อแม่ก็ยังบ่นนะ เพื่อนลงทุน สร้างบ้าน อสังหากันไปหมดแล้ว ฉันยังนั่งเข้าเว็บโปรโมชั่นตั๋วเครื่องบินอยู่เลย บันเทิงงงมาก แต่ถามว่าเสียดายเงินมั้ย ก็ไม่นะ.. จะไปเสียดายเงินถ้าไม่ได้ตั๋วโปรมากกว่า! คิดแล้วโมโหเลยล่ะ สรุปก็คือยังไม่ได้มีความคิดที่จะพักแม้แต่อย่างใด อยากไปให้ได้เท่าที่สังขารยังไหวอยู่ แต่ถ้าถามว่าลดมั้ย ก็คงลดบ้าง แต่คำว่าบ้าง= เที่ยวทุกเดือนเลยนะ พออายุเยอะขึ้นก็มีคิดที่จะเริ่มลงทุนอะไรบ้างแล้วเหมือนกัน เพราะไม่ได้อยากพักเที่ยวแต่อยากรวย และอยากว่าง !! ทุกอย่าง คือเพื่อมาตอบโจทย์การเที่ยวของตัวเองล้วน ๆ

แต่เดี๋ยวก่อนนน ถ้าคุณโทรมาภายใน 30 นาทีนี้ เอ้ย ไม่ใช่! จะบอกว่ามันมีอีกสาเหตุที่ตอนนี้มันยังเลิกเที่ยวไม่ได้หรอกนะ เพราะมันยังมีบางประเทศที่อยู่ใน Bucket list แล้วยังไม่ได้ไปเลย เกิดจากการที่เป็นคนปฏิเสธคนไม่ค่อยเป็น ช่วงแรก ๆ เวลาใครชวนไปไหน ก็ตอบตกลงกับเค้าไปซะหมด จนประเทศที่ตัวเองอยากไป ก็ยังดองเก็บไว้อยู่ยังงั้น ตอนนี้ถึงคราวที่ผมจะต้องไล่เก็บลิสต์ประเทศที่ผมอยากไปซักที ไม่งั้นมันจะเก็บมาคิดวนอยู่ในหัวเรื่อย ๆ เลย บางทีการไล่ทำตามความฝันที่ยังเหลืออยู่ก็เป็นจุดสำคัญในการดำเนินชีวิตต่อไปให้ดีขึ้นในทุก ๆ วัน และวันนึงเมื่อผมเข้าไปใกล้ความฝัน







ที่ตั้งไว้ ถึงตอนนั้นบางทีผมอาจจะหยุดแล้วหันไปฝันเรื่องใหม่ๆ ก็เป็นได้ เพราะบอกเลยว่าผมเป็นคนไม่เคยหยุดอยู่กับที่ ฮ่าๆ แต่มันก็ไม่ได้ผิดอะไรหนิ เพราะที่ผ่านมาเราก็ได้ประสบการณ์ที่หาที่ไหนไม่ได้มาแล้ว

สุดท้ายนี้ผมก็ไม่ได้มีความสามารถถึงขนาดบอกได้ว่า "คนเราเกิดมามีชีวิตเดียว ไม่เที่ยวตอนนี้แล้วจะเที่ยวตอนไหน" ผมรู้ ทุกคนรู้ โควทนี้หลายๆ คนอาจจะรู้ว่ามันจะทำได้จริงก็ต่อเมื่อคุณรวย คุณเป็นอิสระทางการเงินแบบนั้นไปแล้ว แต่สำหรับผมขอแนะนำว่าจัดระเบียบในชีวิตของตัวเองให้ได้มากที่สุดแล้วกันครับ ทั้งการทำงานและการเที่ยว เพราะ

ชีวิตไม่ได้มีแต่งาน
แต่งานก็หาเงินให้เราได้ไปเที่ยว

ชีวิตไม่ได้มีแต่เที่ยว
แต่การเที่ยวก็ทำให้เราชาร์จพลังกลับมาทำงานได้

นั้นแหละคือความ Balance ของ Work Hard, Play Hard ในแบบฉบับของผม ในบางครั้งการเที่ยว 1 ครั้งก็ไม่จำเป็นต้องใช้เงินเยอะเสมอไป แค่ตั้งงบประมาณกับเป้าหมายไว้ แล้วลองวางแผนให้ทั้งสองอย่างมันลงตัว อาจไม่ต้องกินหรูอยู่สบาย บางทีเราอาจได้ประสบการณ์ใหม่ๆ กลับมา ลองวางแผนเที่ยวเอง ไปในที่ที่ตัวเองฝันไว้ดูสักครั้ง แล้วจะรู้ว่าไม่ได้ยากที่จะก้าวเท้าออกจากบ้าน... ■

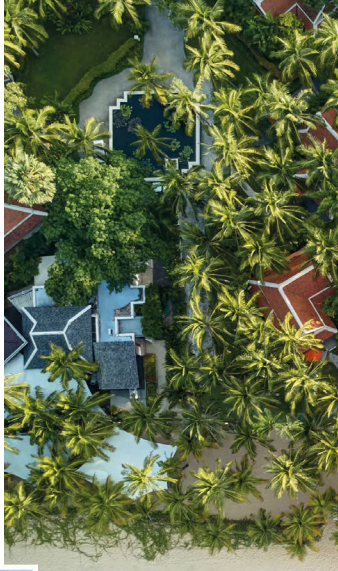
"คนเราเกิดมา
มีชีวิตเดียว
ไม่เที่ยวตอนนี้แล้ว
จะเที่ยวตอนไหน"



วาทิศ เดชพงษ์
ทันตแพทย์ และเจ้าของเพจ
ไม่มีเวรหรอหมอ : Zero Shift Doctors



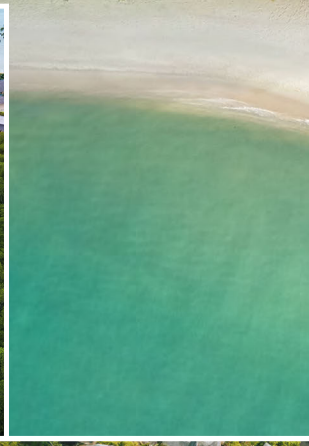
ตอบโจทย์ทุกสไตล์การท่องเที่ยว กับโรงแรมในเครือ S Hotels & Resorts



รู้หรือไม่ ว่าโรงแรมในเครือเอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท มีโรงแรมอะไร และที่ไหนบ้าง?

วันนี้มาทำความรู้จักกับแบรนด์โรงแรมของเรากัน บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) หรือ SHR ประกอบธุรกิจโรงแรม และเป็นบริษัทในเครือสิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) มีโรงแรมตั้งอยู่ในจุดหมายปลายทางในฝันของใครหลายๆ คน ไม่ว่าจะเป็น มัลดีฟส์ ฟิจิ มอริเชียส สหราชอาณาจักร และประเทศไทย





ประเทศไทยเรามีรีสอร์ทริมทะเลอยู่ในภาคใต้อันงดงาม ของประเทศไทยถึง 4 แห่ง ได้แก่

1

สันติบุรี เกาะสมุย
Santiburi Koh Samui

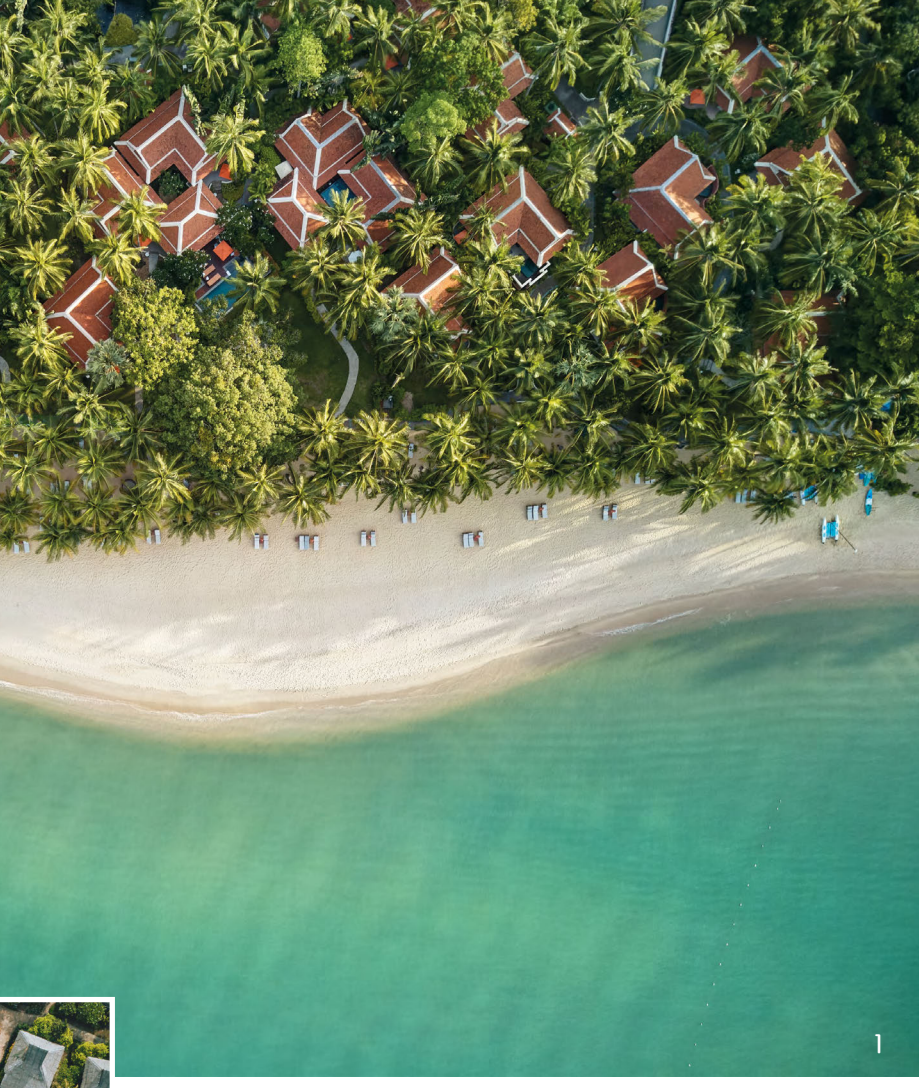
รีสอร์ทระดับ 5 ดาว ที่ตั้งอยู่บนชายฝั่งทิศเหนือของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความโดดเด่นด้านการผสานวัฒนธรรมไทย รวมถึงการตกแต่ง การบริการอันเป็นเลิศไว้อย่างลงตัว มีห้องพักรวมทั้งสิ้นจำนวน 96 ห้อง ที่ประกอบด้วยห้องพักแบบสวีท ดูเพล็กซ์ (Duplex Suites) จำนวน 12 ห้อง ห้องพักแบบเรือนไทยจำนวน 65 หลังที่ให้ความรู้สึกถึงอดีตของหมู่บ้านโบราณแบบสุโขทัย และห้องพักแบบวิลล่าขนาดใหญ่พร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว (Grand Reserve Pool Villas) จำนวน 19 หลัง ที่มีรูปแบบทันสมัย ตั้งอยู่ท่ามกลางแมกไม้นานาพรรณ สไตล์ทรอปิคอล ให้ความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ เงียบสงบ และเป็นส่วนตัว เหมาะสำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง

2

SAii Phi Phi Island Village
ทราย พีพี ไอส์แลนด์ วิลเลจ

สวรรค์แห่งการพักผ่อนบนเกาะพีพี ที่โอบล้อมด้วยธรรมชาติ ทะเลอันดามันสีฟ้าคราม สวนมะพร้าวขนาด 70 เอเคอร์ และติดชายหาดส่วนตัวยาวถึง 800 เมตร มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ย่างก้าวแรก ณ ล็อบบี้ สระว่ายน้ำ สปา ห้องอาหารหลากสไตล์ ห้องพักรูปแบบต่างๆ ทั้งแบบบ้านพักสไตล์บังกะโลและวิลล่าบนเนินเขา พลาดไม่ได้กับ "ศูนย์การเรียนรู้ทางทะเล" (Marine Discovery Centre) พร้อมกิจกรรมต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และธรรมชาติอันสวยงาม





4

ทราย เกาะสมุย เชิงมน
SAii Koh Samui Choengmon

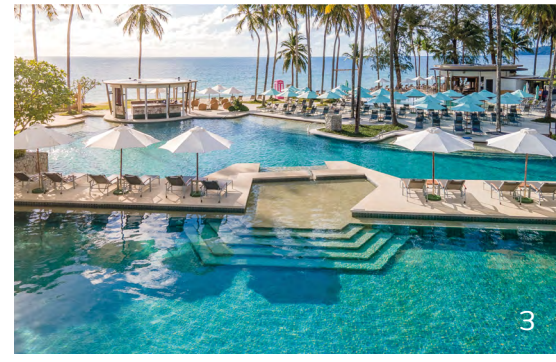
รีสอร์ทสไตล์พูลวิลล่าส่วนตัวติดชายหาดอันเงียบสงบบนอ่าวหนุมาน ประกอบไปด้วยที่พักแบบวิลล่าพร้อมสระส่วนตัว จำนวน 52 ห้อง ผ่อนคลายไปกับสปาที่นำเสนอทรีทเมนท์หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ และร้านอาหารริมชายหาด บรรยากาศเลิศ รวมถึงกิจกรรมมากมาย ตอบโจทย์สำหรับทุกท่าน โดยเฉพาะคู่รักที่ต้องการทริปพักผ่อนอันเป็นส่วนตัวที่จะสร้างแรงบันดาลใจ ประสบการณ์อันมีเอกลักษณ์ของ "ทราย" อันยากจะลืมเลือน



3

ทราย ลากูน่า ภูเก็ต
SAii Laguna Phuket

ไลฟ์สไตล์รีสอร์ทที่ตั้งอยู่ระหว่างหาดบางเทาบนชายฝั่งพระอาทิตย์ตกที่สวยงามของภูเก็ต และทะเลสาบอันงดงาม ที่จะตั้งอยู่ใจกลาง "ลากูน่า ภูเก็ต" ชุมชนรีสอร์ทชั้นนำของประเทศไทย ผู้เข้าพักจะได้สัมผัสกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่พลิกโฉมให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น รวมถึง Meeting & Events Centre รูปแบบใหม่ ร้านอาหารริมทะเลและบาร์ริมชายหาดที่สวยงามมากกว่าที่ใด รวมถึงกิจกรรมในรีสอร์ทที่เหมาะกับทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะเป็นเทนนิส กีฬาทางน้ำแบบไม่ใช้เครื่องยนต์ ยิงธนู โยคะ และกิจกรรมสำหรับเจ้าตัวเล็กในคิดส์คลับ และอื่นๆ มากมาย













สหราชอาณาจักร

กลุ่มโรงแรมในสหราชอาณาจักร ประกอบด้วยโรงแรม 27 แห่ง มีจำนวนห้องรวมทั้งสิ้น 2,940 ห้อง โรงแรมเหล่านี้ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับบริเวณที่มีปัจจัยขับเคลื่อนความต้องการสำหรับธุรกิจโรงแรม เช่น ศูนย์กลางทางธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศและศูนย์กลางการจัดการประชุม โดยเป็นกลุ่มทรัพย์สินที่มีความหลากหลายในรูปแบบของโรงแรม ตั้งแต่โรงแรมสไตล์คันทรี่เฮาส์ (Country House) ขนาดเล็ก ไปจนถึงโรงแรมที่เป็นศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ เช่น โรงแรม Mercure Manchester และโรงแรมสำหรับการพักผ่อน เช่น โรงแรม Mercure Brighton นอกจากนี้ บริษัทยังมีการประกอบการในเมืองที่สำคัญมากที่สุดของสหราชอาณาจักร เช่น โรงแรมในลอนดอน แมนเชสเตอร์ เอดินเบอระ และกลาสโกว์

มัลดีฟส์

ครอสโร้ดส์ มัลดีฟส์ (CROSSROADS Maldives)

เป็นโครงการไลฟ์สไตล์ครบวงจรขนาดใหญ่ที่สุดแห่งแรกในมัลดีฟส์ ตั้งอยู่ ณ บริเวณเอ็มบูดู ลากูน ห่างจากสนามบินนานาชาติมาเล และเมืองหลวงเพียง 15 นาทีเมื่อเดินทางด้วยสปีดโบ้ท เป็นที่ตั้งของศูนย์กลางโครงการฯ พื้นที่สำหรับความบันเทิงและร้านค้าปลีกขนาด 11,000 ตารางเมตร ภายใต้ชื่อ “เดอะ มารีน่า แอท ครอสโร้ดส์” (The Marina @ CROSSROADS) ด้วยระยะทางที่ใกล้กับเมืองหลวง ด้วยสโลแกน “CROSSROADS: Where Cultures Meet” “ครอสโร้ดส์” ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการเป็นจุดบรรจบกันของวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกบนเส้นทางสายไหมทางทะเลในอดีต โดยในโครงการจะมีทั้งโซนช้อปปิ้งหลากหลายแบรนด์ ร้านอาหารสุดหรู ศูนย์ประชุมอันทันสมัย และกีฬาทางน้ำและศูนย์ดำน้ำภายใต้หลักสูตรของ PADI และเป็นที่ตั้งของโรงแรมชื่อดังระดับนานาชาติ 3 โรงแรมด้วยกัน ได้แก่

1

ฮาร์ดร็อค โฮเทล มัลดีฟส์
Hard Rock Hotel Maldives

เป็นรีสอร์ทริมชายหาดระดับ 5 ดาวในมหาสมุทรอินเดียที่มีห้องพักกว้างขวาง 178 ห้อง รวมถึงห้องสวีทสำหรับครอบครัว วิลล่าริมชายหาด และวิลล่าเหนือน้ำแบบหนึ่งและสองห้องนอนบนเกาะที่สวยงาม การตกแต่งได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานกับสไตล์ร่วมสมัยควบคู่ไปกับกลิ่นอายจากดนตรี ผู้เข้าพักสามารถเพลิดเพลินกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกสุดพิเศษจากแบรนด์ต่าง ๆ รวมถึงโปรแกรมเพลง The Sound of Your Stay กีตาร์ Fender และเครื่องเล่นแผ่นเสียง Crosley สำหรับใช้งานฟรีสำหรับเซสชั่นแจมในห้อง รวมถึง Rock Spa® ที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่มีชื่อเสียง ร้าน Rock Shop® ที่ขายสินค้าและของที่ระลึกจากแบรนด์ Hard Rock หรือจะพาคุณหนู ๆ ไปสนุกที่ Roxity Kids Club® และ Teen Spirit® Club

2

ทราย ลากูน มัลดีฟส์, คูริโอ คอลเลคชั่น บาย ฮิลตัน

ทราย ลากูน มัลดีฟส์, คูริโอ คอลเลคชั่น บาย ฮิลตัน (SAii Lagoon Maldives, Curio Collection by Hilton) จะเป็นโรงแรมแรกที่ดำเนินกิจการภายใต้แบรนด์ “SAii” ซึ่งเป็นแบรนด์ของบริษัทฯ เองและยังเป็นการใช้แบรนด์ร่วมกับแบรนด์ที่มีชื่อเสียงอย่าง Hilton โดยห้องพักของโรงแรมมีขนาดกว้างขวาง มีความเป็นส่วนตัว ซึ่งมีห้องพักถึง 198 ห้อง มีพื้นที่ตั้งแต่ 44 ตารางเมตร จนถึง 240 ตารางเมตรต่อห้อง ไม่ว่าจะเป็นแบบสตูดิโอ วิลล่าเหนือน้ำแบบหนึ่งห้องนอน และพูลวิลล่าแบบสองห้องนอน ทราย ลากูน มัลดีฟส์เป็นจุดหมายปลายทางที่สมบูรณ์แบบสำหรับคู่รัก ครอบครัว และเพื่อนซี้ที่กำลังมองหาสถานที่พักผ่อนอันน่าจดจำ

3

โซ/ มัลดีฟส์
SO/ Maldives

ราคาพิเศษสำหรับพนักงานบุญรอดฯ เพื่อนพนักงานและครอบครัว ดูราคาและวิธีการจองได้ที่นี่



"โซ/" (SO/) แบรนด์ไลฟ์สไตล์ ลักเซอรี่ สุดทันสมัยภายใต้คอนเซ็ปต์ Castaway Meets Runway จะเปิดให้บริการในเดือนพฤศจิกายน 2566 นี้

"โซ/ มัลดีฟส์" จะนำเสนอวิลล่าริมชายหาด (Beachfront) และวิลล่าเหนือน้ำ (Over-water) รวม 80 วิลล่าพร้อมสระว่ายน้ำส่วนตัว วิลล่าเริ่มต้นที่ขนาด 120 sqm ไปจนถึง วิลล่ากลางน้ำ 3 ห้องนอน 322 sqm ที่ออกแบบโดยดีไซเนอร์ชื่อดัง รวมถึงร้านอาหารและความบันเทิงมากมาย ตั้งอยู่บนเกาะส่วนตัวที่มองเห็น เอ็มบูดู ลากูน (Emboodhoo Lagoon) สีฟ้าใส ซึ่งจะกลายเป็นแหล่งรวมตัวของแฟชั่นนิสต้าที่รักความสนุกและสายปาร์ตี้นานาชาติ บนทำเลที่สะดวกสบาย ห่างจากสนามบินนานาชาติเวลานาและเมืองหลวงมาเลเพียง 15 นาที



มอริเชียส

เอาท์ริกเกอร์ มอริเชียส บีช รีสอร์ท
(Outrigger Mauritius Beach Resort)

เป็นรีสอร์ทระดับ 5 ดาว ตั้งอยู่บนชายฝั่งทางตอนใต้ของสาธารณรัฐมอริเชียส บนพื้นที่ 88,800 ตารางเมตร ตั้งอยู่ห่างจากท่าอากาศยานนานาชาติ Sir Seewoosagur Ramgoolam ในเขต Plaine Magnien ของเมือง Port Louis 45 กิโลเมตร มีห้องพักที่หันหน้าเข้าหาทะเลจำนวน 181 ห้อง โดยแบ่งเป็นห้องพักธรรมดาจำนวน 180 ห้องและห้องพักแบบวิลล่าจำนวน 1 ห้อง





ฟิจิ

แคสต์อะเวย์ ไอส์แลนด์ ฟิจิ

แคสต์อะเวย์ ไอส์แลนด์ ฟิจิ (Castaway Island, Fiji) เป็นรีสอร์ทระดับ 4 ดาวในเขตมาโลโล เมืองนาดี ทางชายฝั่งภาคตะวันตกเฉียงเหนือของเกาะวิติเลวู สาธารณรัฐหมู่เกาะฟิจิ เกาะแคสต์อะเวย์ หรือมีชื่อตามที่ชาวฟิจินิยมเรียกว่าเกาะกาลิโตนั้นเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับวิวชายหาดทรายสีขาวทางทิศเหนือและทิศใต้ของเกาะ บนพื้นที่ทั้งหมด 294,400 ตารางเมตร และตั้งอยู่ใจกลางหมู่เกาะ Mamanuca ■

โรงแรม เอาท์ริกเกอร์ ฟิจิ บีช รีสอร์ท

เอาท์ริกเกอร์ ฟิจิ บีช รีสอร์ท (Outrigger Fiji Beach Resort) ตั้งอยู่บน Coral Coast ของ Viti Levu ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของฟิจิ ตั้งอยู่บนพื้นที่ 40 เอเคอร์ ของภูมิทัศน์ที่สวยงามพร้อมสวนเขตร้อนเขียวชอุ่มและวิวมหาสมุทรกว้างไกล ให้บริการบังกะโลแบบดั้งเดิม บัตเลอร์ Talai อันเป็นเอกลักษณ์ของเรา และกิจกรรมที่ทั้งครอบครัวจะต้องชื่นชอบ ด้วยชายหาดที่สวยงามและการต้อนรับที่เหนือชั้น ทำให้ที่นี่เป็นสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการพักผ่อน ผ่อนคลาย และเติมพลัง





กินตาม ธาตุเจ้าเรือน

คือ การเลือกรับประทานอาหารคาวหวาน ผักและผลไม้ ให้เหมาะกับตัวเองมากที่สุด เป็นการกินแบบแผนภูมิปัญญาไทย ความรู้เกี่ยวกับการรับประทานอาหารจากในอดีต ตามที่บรรพบุรุษสั่งสอนกันต่อมาโดยมีความเชื่อว่าส่งผลดีต่อสุขภาพ

จากแนวคิดทฤษฎีทางการแพทย์แผนไทย มีความเชื่อว่า ร่างกายของคนเราประกอบด้วยธาตุทั้ง 4 คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ โดยที่แต่ละคนจะมีธาตุหลักที่แสดงออกถึงลักษณะเด่นประจำตัว เรียกว่า ธาตุเจ้าเรือน

ธาตุเจ้าเรือนมี 2 ลักษณะ คือ ธาตุเจ้าเรือนเกิดที่มาจากเดือน และธาตุเจ้าเรือนปัจจุบันที่พัฒนาจากบุคลิกลักษณะ อุปนิสัย และภาวะสุขภาพกายและจิตใจของบุคคลนั้นๆ

ธาตุทั้ง 4 เมื่ออยู่ในภาวะสมดุล เราจะมีสุขภาพที่แข็งแรงเจ็บป่วยได้ยาก แต่ถ้าหากขาดความสมดุลของธาตุ อาจจะธาตุใดธาตุหนึ่ง ก็มักจะเกิดความเจ็บป่วยด้วยโรคตามเรือนธาตุของคนที่ขาดความสมดุล ดังนั้น เพื่อป้องกันการเจ็บป่วยเบื้องต้น สิ่งที่เราพอจะทำได้คือการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหารของแต่ละบุคคล โดยที่ให้รสชาติของอาหารในแต่ละธาตุที่แตกต่างกัน ดังนี้





ทิพธิดา สุขุม
เชฟและนักกำหนดอาหารวิชาชีพ
แห่งประเทศไทย



ธาตุไฟ

ผู้ที่เกิดเดือน **มกราคม กุมภาพันธ์ มีนาคม**

- มีลักษณะรูปร่างสูงปานกลาง สมส่วน กล้ามเนื้อเจริญปานกลาง ผิวนุ่ม แพ้ง่าย ผมละเอียดบาง ผมหงอกล้านก่อนวัย ร้อนในร่างกายเยอะ
- อาหารที่ควรรับประทาน รสหวานอ่อนๆ ขม เย็น จืด เน้นที่อาหารที่ไม่ผ่านการปรุง เช่น ผักสด ข้าวที่ไม่ผ่านการขัดสี ผักใบเขียว เช่น รากบัว เก๊กฮวย ใบบัวบก ผักบุ้ง คะน้า ตำลึง ฟัก แตงโม แตงกวา สายบัว ผักกาด พุทรา แอปเปิ้ล มะเขือยาว

เมนูที่แนะนำ

แกงจืดตำลึง ผัดผักบุ้ง ผัดผักกาดกับกุ้ง ไอศกรีมขนมกุยช่าย น้ำแตงโมปั่น น้ำเก๊กฮวย

ธาตุลม

ผู้ที่เกิดเดือน **เมษายน พฤษภาคม มิถุนายน**

- มีลักษณะรูปร่างผอมบาง โปร่ง ผิวหนังเย็น หยาบแห้ง ผิวหนังแพ้ง่าย โครงร่างบาง กล้ามเนื้อเจริญได้ไม่ดี มักมีความเหนื่อยง่าย ท้องผูก นอนไม่หลับ
- อาหารที่ควรรับประทาน ควรมีรสเผ็ดเพื่อไล่ลม เช่น ขิง ข่า ตะไคร้ กระชาย พริกไทยอ่อน โหระพา กะเพรา ใบแมงลัก ขมิ้น ผักชีลาว อาหารที่ให้ความอบอุ่นจากพวกผักกินหัว เช่น หน่อไม้ มัน เผือก แครอท และอาหารที่ให้ความชุ่มชื่น รสมัน เช่น ข้าวเจ้า เมล็ดพืช ถั่ว งา และควรรับประทานอาหารที่ผ่านการปรุงต้มนิ่งที่ย่อยง่าย

เมนูที่แนะนำ

แกงป่าไก่บ้าน ต้มยำปลา กุ้งผัดกะเพรา บัวลอยน้ำขิง เนื้อผัดพริกไทยอ่อน น้ำพริกปลาย่าง ผักนานาชนิด เต้าฮวย มันต้มขิง ถั่วเขียวต้มขิง น้ำขิง น้ำตะไคร้

ธาตุน้ำ

ผู้ที่เกิดเดือน **กรกฎาคม สิงหาคม กันยายน**

- มักมีลักษณะใบหน้าอวบอิ่มค่อนข้างกลมแป้น ดวงตากลมโต รูปร่างหนาบึกบึนเจ้าเนื้อ แต่มักจะมีระบบเผาผลาญในร่างกายที่ไม่ค่อยดี กินน้อยแต่อ้วนง่าย
- อาหารที่ควรรับประทาน คือ อาหารที่มีรสเผ็ดร้อน เปรี้ยว เช่น พริก ขิง ข่า ตะไคร้ หอมหัวใหญ่ พริกไทยดำ มะนาว ส้ม มะขาม ตะลิงปลิง มะยม มะกอก กระท้อน ขี้เหล็ก แคบ้าน ยอดมะขาม มะอึก มะเขือ มะแว้ง

เมนูที่แนะนำ

ต้มยำไก่ แกงขี้เหล็ก แกงส้มดอกแค แกงอ่อม ห่อหมก แกงป่า ต้มแซ่บ กระท้อนลอยแก้ว

ธาตุดิน

ผู้ที่เกิดเดือน **ตุลาคม พฤศจิกายน ธันวาคม**

- โครงร่างใหญ่ บึกบึน มั่นคง เจ็บป่วยยาก อ้วนง่าย
- อาหารที่ควรรับประทาน คือ อาหารที่มีรสฝาด ขม มัน เค็ม ผักและผลไม้ที่แนะนำ เช่น ผักหวาน ขนุนอ่อน ผักโขม บวบเหลี่ยม ฟักทอง หน่อไม้ กล้วยดิบ สะตอ เผือกมันที่ไม่แปรรูป ลูกเดือย ถั่ว งา ฝรั่ง มังคุด กล้วยดิบ

เมนูที่แนะนำ

ยำผักกูด แกงจืดหน่อไม้ ผัดสะตอ ผัดบวบกับกุ้ง ซุปข้าวโพด ฟักทองนึ่ง ผักหวานผัดไข่ แกงจืดผักโขม กล้วยบวชชี น้ำลูกเดือย ฟักทองนึ่งโรยมะพร้าว

ธาตุเจ้าเรือนทั้ง 4 เหมาะแก่การรับประทานข้าว โดยที่สามารถบริโภคได้ตามความเหมาะสม คือ ความต้องการของร่างกาย และภาวะโรคที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เช่น เบาหวาน ต้องการควบคุมน้ำหนัก หรือรักสุขภาพ แนะนำรับประทานเป็นข้าวกล้องข้าวที่ไม่ขัดสี เพื่อคุณประโยชน์อย่างเต็มที่ ในส่วนของอาหารภูมิปัญญาไทยที่เหมาะสมกับทุกธาตุ คือ เมี่ยงคำ แกงเลียง แกงจืดผักต่างๆ ที่สำคัญควรรับประทานอาหารให้หลากหลายครบทั้ง 5 หมู่ ไม่ควรเติมน้ำตาลมากไปในอาหารหรือเครื่องดื่ม และดื่มน้ำเปล่าวันละ 8-10 แก้วทุกวัน เพื่อสุขภาพที่ดี ■

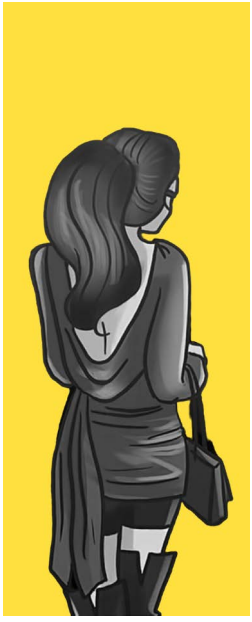


หญิงสาว 5 คน 5 สไตล์ ที่ยืนหันหลังให้คุณอยู่นี้

เลือก 1 คนที่คุณคิดว่า เมื่อเธอหันหน้ามาแล้ว จะสวยที่สุด

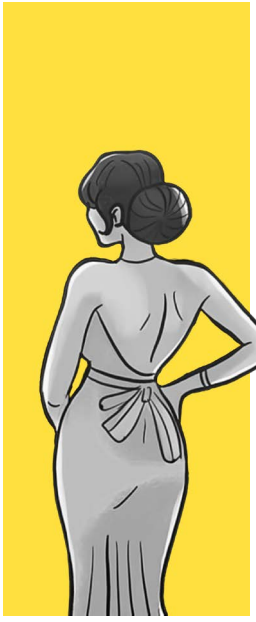
(ตามความชอบส่วนตัวของคุณ)













1

ถ้าเลือกสาวคนแรก

คุณเป็นคนมั่นใจในตัวเองและสุขุม อุปสรรคไม่ใช่ปัญหาแต่เป็นความท้าทายสำหรับคุณ ไม่กังวลที่จะต้องลองทำอะไรใหม่ๆ และถ้าคุณชอบอะไรสักอย่างคุณจะกระตือรือร้นกับสิ่งนั้นมากๆ แถมยังมีความอดทนที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย ถึงจะใช้เวลาแต่คุณจะได้สิ่งที่ต้องการในที่สุด เป็นคนกล้าคิดกล้าตัดสินใจ ไม่ขี้อาย

2

ถ้าเลือกสาวคนที่สอง

คุณชอบเข้าสังคม ปรับตัวเก่ง บางทีอาจจะไม่ทันคนอยู่บ้างแต่ก็รู้ว่าจะทำยังไงให้บรรลุเป้าหมาย ด้วยความเป็นคนสบายๆ คุณจึงมีเพื่อนเยอะ และคุณยังอารมณ์ดี ขี้เล่น ต่อให้กำลังเศร้าก็จะยังยิ้มให้คนรอบข้าง มองโลกในแง่ดี ภายนอกดูร่าเริงแต่ข้างในอ่อนไหว ใครพูดอะไรแบบไม่คิดนิดหน่อยก็ทำร้ายจิตใจคุณได้แล้ว

3

ถ้าเลือกสาวคนที่สาม

คุณขี้อาย ถ่อมตัว ต้องใช้เวลาในการปรับตัวเข้าสังคมและรู้จักเพื่อนใหม่ๆ คุณจะเผยความเป็นตัวเองเฉพาะกับคนใกล้ชิดสนิทสนม คุณวางแผนล่วงหน้าและชอบให้อะไรๆ เป็นไปตามแผน การปล่อยให้เรื่องราวลื่นไหลไปตามธรรมชาติจึงไม่ใช่สไตล์คุณ และคุณใจดี หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง พร้อมจะเสียสละให้คนที่รักมีความสุข

4

ถ้าเลือกสาวคนที่สี่

คุณเป็นคนนิ่งๆ เงียบขรึม ยากที่ใครจะทำให้คุณอับอาย ชอบทำตามความคิดมากกว่าจิตใจ คุณรู้ว่าจะต้องทำยังไงให้บรรลุเป้าหมาย จัดการอุปสรรคแบบเงียบๆ แม้จะเป็นคนแน่วแน่และภูมิใจในตัวเอง แต่ลึกๆ แล้วใจดีอ่อนโยน แคร์ความรู้สึกคนอื่น คนอื่นอาจจะคิดว่าคุณหยิ่งและหัวโบราณ แต่จริงๆ แล้วตรงกันข้าม

5

ถ้าเลือกสาวคนที่ห้า

คุณดื้อรั้น เป็นอิสระทางความคิด พร้อมเปลี่ยนตัวเองไปตามความต้องการ และมักจะบรรลุเป้าหมายเสมอ มั่นใจ พอใจในตัวเอง ไม่ค่อยขอความช่วยเหลือจากใครแม้คนที่รักคุณพร้อมจะช่วยคุณก็ตาม ความดื้อของคุณทำให้คนอื่นยากจะเปลี่ยนถ้าคุณตัดสินใจอะไรแล้ว หาเพื่อนใหม่ๆ ไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับคุณนัก แต่ถ้าใครที่คุณไว้ใจแล้ว คุณจะเป็นที่พึ่งของเขาได้เลย ■

ข้อมูลจาก BRIGHT SIDE
https://www.youtube.com/watch?v=MsOPk4pZDJY



“LARB”

FRESH SALMON & GRAPE

with Cheese Toast

"ลาบองุ่นแซลมอนชีสโทสต์" เป็นอีกหนึ่งเมนูที่เราอยากมาแนะนำกัน รับรองว่าทำง่าย อร่อยด้วย แถมยังมีเครื่องปรุงไม่ยุ่งยาก ทำกินกันได้ทุกโอกาส และยังประยุกต์ทำได้หลากหลายโดยใช้เบสน้ำลาบเดียวกันด้วยนะ!! ส่วนในด้านวัตถุดิบ เราก็ยังสามารถประยุกต์ใช้ได้แบบตามใจชอบได้อีก ทั้ง องุ่น สตอร์เบอร์รี กีวี สาลี แอปเปิ้ลเขียว หรือจะเปลี่ยนจากแซลมอนเป็นปลาหมึกกุ้ง หรือเนื้อวากิวใดๆ ที่เราชอบก็สามารถปรับสูตรได้ตามสะดวกเลยค่ะ

ชีสโทสต์

ขนมปัง	2	ชิ้น
พาเมซานชีส	20	กรัม
เนยจืด	20	กรัม

ลาบองุ่นแซลมอน

ปลาแซลมอนสด	200	กรัม
องุ่นไร้เมล็ด	50	กรัม
น้ำปลา	1	ช้อนโต๊ะ
น้ำมะนาว	1	ช้อนโต๊ะ
ข้าวคั่ว	1	ช้อนโต๊ะ
ผักชี ต้นหอม		
ผักสลัด		





ขอบคุณ ธัญวรรณ ไชยศิริ (น้ำมนต์) Brand Manager (Food Retail) ฝ่าย Marketing Communication และ **เชฟแน็ตตี้ นภาวดี พยัคฆโส** Executive Chef ร้าน Waanthai

ขั้นตอนการทำ

ชีสโทสต์:

1. นำขนมปังที่เตรียมไว้มาทาเนยจืดให้ทั่ว เสร็จแล้วนำไปคลุกชีสให้ทั่วทุกด้าน

2. ตั้งกระทะให้ร้อนด้วยไฟปานกลาง นำขนมปังลงจี่ทีละด้านจนมีผิวเหลืองทองสวย แล้วพักไว้

ลาบองุ่นแซลมอน:

1. ผสมเครื่องปรุงรสลาบเข้าด้วยกัน น้ำปลา น้ำมะนาว พริกป่น ข้าวคั่ว

2. นำแซลมอนและองุ่นมาคลุกเคล้ากับเครื่องปรุงลาบให้เข้ากันจนทั่ว ชิมรสชาติตามชอบ

3. ตักส่วนผสมองุ่นลาบแซลมอนใส่จาน โรยหน้าด้วยผักชีต้นหอมซอยนิดหน่อย เสิร์ฟพร้อมกับชีสโทสต์และผักสลัดเป็นอันเสร็จสรรพ ■



2023 SONG RELEASES FROM MUZIK MOVE

มีนาคม

ETC.	ฮักเมา เมาฮัก	01.03.2023
METHANE	ใครอยากเป็นเพื่อนเธอ	02.03.2023
แหนม รณเดช	มาช้าไป	16.03.2023
INK WARUNTORN	คนใหม่เขาดูแลอยู่	20.03.2023
OVERLOAD	U-Turn	23.03.2023
CINCIN IRADA	แฟนที่ดีคือ (How To?)	23.03.2023
BEAN NAPASON	ทำดีตอนนี้ไม่กินแล้ว	30.03.2023

เมษายน

SERIOUS BACON	ถ้าเธอไม่ไหว x TATTOO COLOUR	04.04.2023
LOST CHIPS	กว่าจะมา	06.04.2023
TEE JETS	การมีอยู่ของฉัน ft. Maimhon	12.04.2023
SEASON FIVE	ฉันมีความโสด Feat. Miteennn	21.04.2023

พฤษภาคม

Wish.	ตัดใจรอบที่ล้าน	08.05.2023
Miteennn	กลางใจไกลจัง	18.05.2023
COPTER	ไม่เป็นไรเลย	22.05.2023
FLIRT	FLIRT	29.05.2023
WHAT'S UP	รักเล่นเล่น	31.05.2023

มิถุนายน

EBOLA	นักแสดงนำ ft. DAX ROCK RIDER	06.06.2023
AUN JESSADA	รักต่อ	08.06.2023
ONEONE	ฉันแค่คิดถึงเธอคนเก่า	08.06.2023
ALIZ	ทำให้รักแต่ไม่รัก	15.06.2023
SERIOUS BACON	รักเขาแทนฉันที (Promise Me)	15.06.2023
VARITDA	The Lady Wants to Know	22.06.2023
THE PUBLISH	HEY	27.06.2023
BEAN NAPASON	แค่พูดออกมา	29.06.2023
BELL WARISARA	ก็คืออยู่แล้ว	29.06.2023
OVERLOAD	ย้อนไม่ได้	29.06.2023
LHAM	โลกอีกใบ	30.06.2023

กรกฎาคม

COPTER	มีแต่ใจจะเอาอะไรไปสู้เขา	14.07.2023
LOST CHIPS	ได้พบกับเธอ วันนี้	20.07.2023
Superband	Born To Be BG	25.07.2023
CINCIN IRADA	ไหนบอกว่าจะไม่ทิ้งกัน	27.07.2023

สิงหาคม

INK WARUNTORN	ปิดทองหลังใจ	07.08.2023
PHAFUN	ความฝัน (Phobia)	17.08.2023
FLIRT	ไม่อยากคบกับเธอแล้ว	17.08.2023
AUN JESSADA	เธอ เธอ เธอ	24.08.2023

move RECORDS · BOXX MUSIC · ME RECORDS · HOME RUN MUSIC · ZIRCLE MUZIK · melodic corner

ขอ.1857/2566

Purrá

น้ำแร่ธรรมชาติ 100%

LIFE IS NATURAL WONDERS

เพราะธรรมชาติคือเรา



CERTIFIED aquOcert PRODUCT QUALITY

รับรองคุณภาพ
จาก AQUACERT ประเทศฝรั่งเศส

ขอ.2104/2566

SINGHA
—LEMON SODA—

เฉดใหม่

ของความสดชื่นที่แตกต่าง
บ๊วยเลมอนโซดา

0 Cal. ไม่มีน้ำตาล

