SINGHA MAGAZINE

www.singhamagazine.com

ISSUE 2 / 2024 มิถุนายน 2567

BG 50 ANNIVERSARY

SINGHA
50 ปี บางกอกกลัาส
ความผูกพันสร้างพลังที่ยิ่งใหญ่

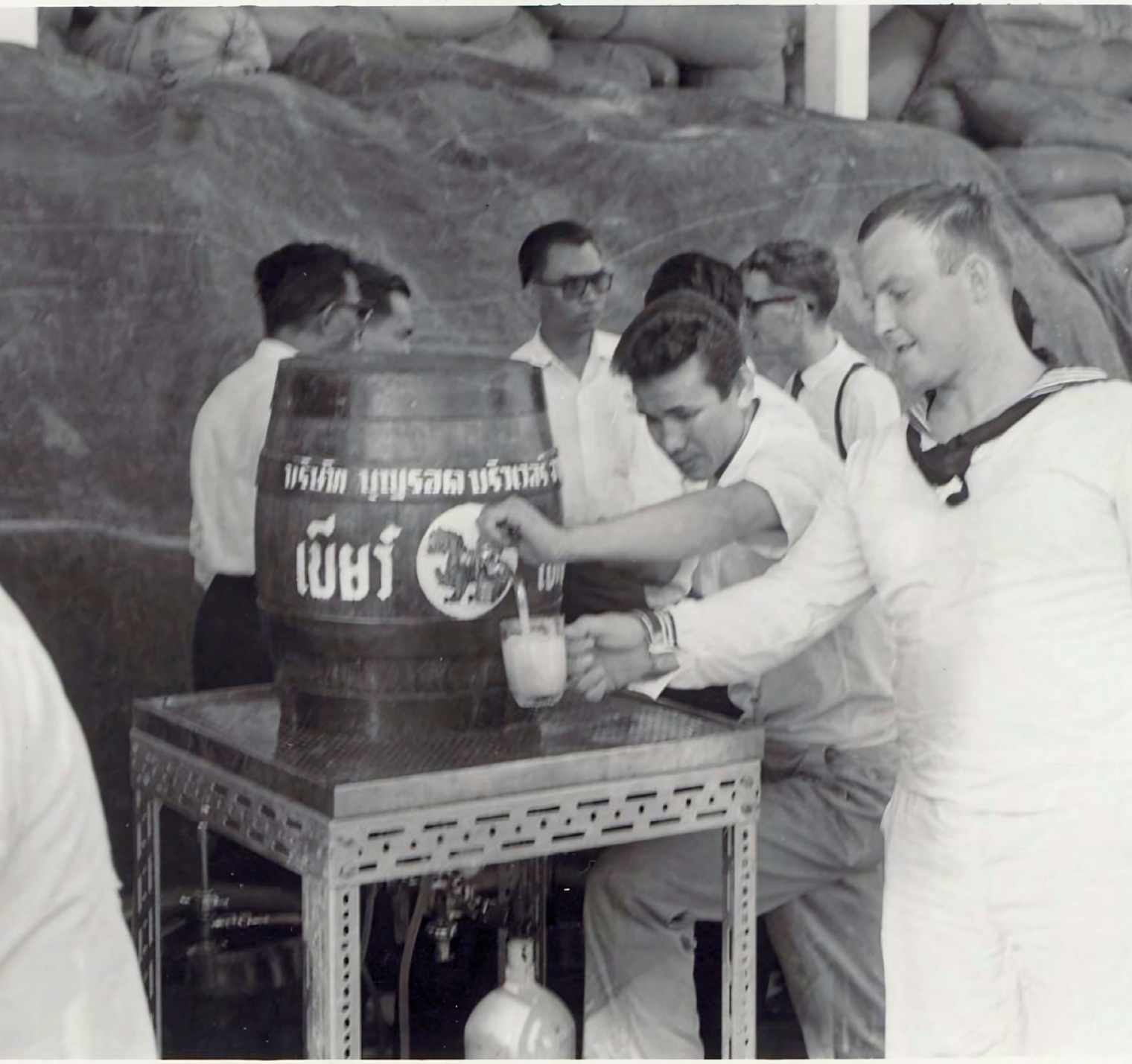
KNOWLEDGE
สุขภาพดีมีได้ง่ายๆ
ด้วยการดื่มไวน์อย่างพอดี

INSPIRATION
คำพูดสร้างแรงบันดาลใจจาก
12 บุคคลระดับโลก

SHARING
Ai Art Generator
"บ้านในฝันเมื่อฉันเกษียณ"

DIGITAL VERSION

นิตยสารภายในเพื่อชาวบุญรอด



United States Marines visit Boon Rawd Brewery, 1960s.

(ภาพบน) ถังเบียร์สดทำจากไม้ล้วน ตามแบบฉบับของยุโรป ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1960 ถือเป็นช่วงสุดท้ายที่มีการใช้ถังเบียร์สดแบบไม้ ก่อนจะเปลี่ยนเป็นถังอะลูมิเนียม

(ภาพซ้าย) บริษัทบุญรอดฯ ในช่วงยุค 60 ขณะนั้นกลุ่มนาวิกโยธินสหรัฐฯ มาเยี่ยมชมบริษัทฯ และสังสรรค์กันที่ริมน้ำ เป็นช่วงที่เริ่มใช้ถังเบียร์สดแบบอะลูมิเนียม (ใต้โต๊ะ) ส่วนหัวจ่ายเบียร์สดยังคงเป็นถังไม้แบบดั้งเดิม

ถังเบียร์สด ยุคแรก

5 รสชาติตัวท็อป
จากคาเฟ่ อเมซอน*

ครบทุกรส เพื่อคอกาแฟที่ไม่มีเวลา

กาแฟพร้อมดื่ม
Café Amazon

Product from Joint Venture Company

Café Amazon | SINGHA CORPORATION

*อ้างอิงข้อมูลยอดขายสินค้าหน้าร้านคาเฟ่ อเมซอนในหมวดกาแฟ ณ วันที่ 15 มกราคม 2567

บทบรรณาธิการ

ขอคำแรก

สรวิช ภิรมย์ภักดี

กรรมการผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด

และบรรณาธิการ สิงห์ แมกกาซีน

หลายคนคงไม่ทราบว่า สมัยหนึ่ง หลายคนเรียกช่วงหนึ่งของบริษัทบุญรอดฯ ว่าเป็นยุคทองก็ว่าได้ คือช่วงยุค 70s ถึงช่วงต้นยุค 90s ภายใต้การนำทัพของคุณประจวบและคุณวิทย์ และตามด้วยคุณปิยะ ภิรมย์ภักดี บริษัทได้ขยายพอร์ตโฟลิโอสินค้าออกไปมาก โดยเฉพาะสินค้าเครื่องดื่มทั้งแอลกอฮอล์และนอนแอลกอฮอล์ มีการนำเข้าเหล้าและไวน์จากต่างประเทศ มีน้ำผลไม้และกาแฟภายใต้แบรนด์ "สิงห์ เฟรช" ส่วนตัวผมจำได้แม่น เพราะตอนนั้นเพิ่งเรียนจบและกลับมารับราชการที่กระทรวงการต่างประเทศ ช่วงยุค 90s ต้นๆ กระทรวงฯ มีจัดเลี้ยงคณะทูตและแขกต่างประเทศบ่อยครั้ง ผมต้องช่วยเป็นตัวกลางติดต่อกับ BB Group บริษัทในเครือของบุญรอดฯ ในตอนนั้น เรานำเข้าไวน์ดีๆ หลากหลายยี่ห้อจากหลายประเทศทั่วโลก ไวน์ที่เรานำเข้าเป็นที่ต้องการมากๆ และที่จำได้แม่นคือยี่ห้อ Jordan ที่มีมาเมื่อไหร่เหมือนจะหมดเมื่อนั้น แต่ด้วยภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การนำเข้าไวน์ของบริษัทก็ได้ยุติไป

นอกจากนี้ ด้วยความที่มีธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ในสายเลือด คุณปิยะ ภิรมย์ภักดี จึงได้ลองปลูกไร่องุ่นและผลิตไวน์เองที่เขาใหญ่ แนวเดียวกับพระยาภิรมย์ภักดี มุ่งหวังว่าไทยเราจะมีไวน์ของเราเองได้วันหนึ่ง ซึ่งตอนนั้นในสมัยใหม่ ก็มีอีกหลายคนที่คิดแบบเดียวกัน แต่ความมุ่งมั่นของคุณปิยะหลาย 10 ปีก็ได้กำเนิดเป็นไวน์ดีที่เชิดหน้าชูตาให้ประเทศได้อีกยี่ห้อหนึ่ง บวกกับการกลับมาของการนำเข้าไวน์จากต่างประเทศของบริษัทฯ เราอีกครั้ง สิงห์ แมกกาซีน ฉบับนี้ จึงขอนำทุกคนไปทำความรู้จักเรื่องไวน์จากไร่ PB ของคุณปิยะ ภิรมย์ภักดี และไวน์ที่บริษัทเรานำเข้ามาจำหน่าย

อีกเรื่องที่เด่นแต่ค่อนข้างเงียบ คือการครบรอบ 50 ปี ของ BG หรือ บริษัท บางกอกกล๊าส ที่ถือเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในเครือบุญรอดฯ ไม่นับบุญรอดเทรดดิ้ง และเป็นบริษัทที่มีความสำคัญมากที่สุดบริษัทหนึ่ง เพราะหากไม่มีบริษัทนี้ เราก็ไม่มีขวดเบียร์และขวดน้ำใช้นะครับ อยู่เคียงข้างกันมาอย่างยาวนาน จนแตกแขนงออกไปรวมกระจก บรรจุภัณฑ์อื่นๆ อะลูมิเนียม โรงไฟฟ้าพลังแสงอาทิตย์ และทีมฟุตบอล ล่าสุดเพิ่งได้ขยายสเตเดี้ยมไปครบทั้ง 4 ทิศแล้ว รวมทั้งมีศูนย์ฝึกซ้อมฟุตบอลที่ล้ำหน้าที่สุดของประเทศ ซึ่งทีมต่างชาติต่างๆ ต้องมาขอเช่าใช้เมื่อมีการแข่งขันในประเทศไทย นำทัพโดยน้องชายของผมเอง คือ ปิ๊บ ปวิณ ภิรมย์ภักดี มากว่า 20 ปี จากกิจการที่เพิ่งแตะพันล้าน เติบโตเป็นหลักหมื่นล้านไปแล้ว เป็นที่น่าภูมิใจมากในเรื่องราวประวัติของกลุ่มบุญรอดฯ ที่น้อยคนจะรู้ถึง แต่ใครที่เป็นแฟนบอลบีจีก็จะรู้ลึกมากกว่าคนอื่น

และด้วย AI ก็ยังมาแรงอยู่ เราก็ยังคงขอให้ชาวสิงห์ช่วยกันส่งผลงานเข้ามาในทุกๆ เล่ม เพื่อแสดงความสามารถของแต่ละคน รวมไปถึงการปรับตัวให้เข้ากับยุคกับสมัย ในฉบับนี้ก็จะเป็นเรื่องของบ้านในฝัน บวกกับเรื่องราว inspiration ในด้านอื่นๆ ที่นำเสนอในเล่มนี้ เล่มก่อน และเล่มหน้า เพราะการ inspire และการมี inspiration มีความฝันเป็นสิ่งที่สำคัญในชีวิต ที่จะทำให้ทั้งตัวเราเองพัฒนาดีขึ้น และองค์กรบริษัทก็จะดีขึ้นไปด้วยเช่นกันนะครับ Happy reading!

ที่ใส่ปากกาทรงถังเบียร์ ตราสิงห์
ของ Premium ยุค 1950s

INDEX

SINGHA

2 *ภาพเก่าเล่าเรื่อง*
ย้อนรอยอดีต ส่องประวัติศาสตร์อันยาวนานของบริษัทฯ ผ่านสิ่งของหรือภาพถ่ายแห่งความทรงจำ

8 *ข่าวสารกิจกรรม*
รวบรวมเก็บตกความเคลื่อนไหวภายในรั้วบ้านสิงห์ พร้อมประกาศกิจกรรมจากหน่วยงานต่างๆ

18 *Singha Way: Say Hi กับ Singha Way Change Agent*
Singha Way พาไปรู้จักกับทีมงานคุณภาพผู้อยู่เบื้องหลังการขับเคลื่อน "วัฒนธรรมองค์กรสิงห์"

36 *สกู๊ปพิเศษ: 50 ปี บางกอกกล๊าส ความผูกพันสร้างพลังที่ยิ่งใหญ่*
ย้อนรอยการเดินทางตลอด 50 ปี ของกลุ่มบริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG บริษัทในเครือบุญรอดบริวเวอรี่

42 *Singha Selected: ที่สุดของการคัดสรรระดับโลก เพื่อนักดื่มไวน์ทุกคน*
แนะนำและบอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ไวน์จากออสเตรเลีย คุณภาพระดับโลกที่ Singha Selected คัดสรรมาเพื่อให้นักดื่มไวน์ชาวไทยไม่พลาดลิ้มลอง

INSPIRATION

66 *Quotes to inspire*
12 คำพูดสร้างแรงบันดาลใจ จาก 12 บุคคลน่าสนใจระดับโลก

SINGHA MAGAZINE

ISSN 1686-4085

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ บริษัท พิพิธภัณฑ์สิงห์ จำกัด พ.ศ. 2567 ผู้ใดต้องการทำซ้ำหรือดัดแปลงเพื่อเผยแพร่ กรุณาติดต่อเพื่อขออนุญาตที่บรรณาธิการโดยตรง

บรรณาธิการ
สรวิช ภิรมย์ภักดี

กองบรรณาธิการ
สิตา พงษ์วิทยาวรงค์

กราฟิกดีไซเนอร์
ณัฐกรณ์ สิมเมือง
มัลลิกา คิม
สารเดช สุวรรณประสิทธิ์

โฆษณาและการตลาด
รชาดา บุณยปรัตยุษ

ประสานงาน
ชาตรี ฤชุพจน์
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: PB Valley Khao Yai Winery

KNOWLEDGE

22 เรื่องจากปก: PB Valley Khao Yai Winery
ชมไร่องุ่นไวน์แห่งแรกของไทย เรียนรู้สายพันธุ์องุ่น ขั้นตอนการผลิตไวน์ และพูดคุยกับกูรูด้านไวน์ตัวจริงแห่งพีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่ ต้นกำเนิดไวน์ไทยแห่งภูมิภาคเขาใหญ่

62 Advice: The Colour of Namibia "สีสันแห่งนามิเบีย"
โดย พิสิฐกานต์ ฉัตรจรัสแสง แนะนำเรื่องควรรู้เมื่อต้องเยือนดินแดนนามิเบีย ภาค 2

68 สุขภาพ: สุขภาพดีมีได้ง่ายๆ ด้วยการดื่มไวน์อย่างพอดี
โดย ทิพธิดา สุขุม เชฟและนักกำหนดอาหารวิชาชีพแห่งประเทศไทย

SHARING

48 Photo Gallery
รวมผลงานภาพที่สร้างจาก Ai Art Generator ในธีม "บ้านในฝันเมื่อฉันเกษียณ" จากไอเดียชาวบุญรอดฯ

58 ท่องเที่ยว: First everything to ลอนด๊อน ลอนดอน
โดย สุกาวดี สุวรรณพิวัฒน์ แชร์ประสบการณ์เที่ยวลอนดอนครั้งแรก

70 Recommended by You
เพื่อนสิงห์ขอแชร์หนังสือ หนัง เรื่องโปรด ที่ทั้งสนุกและให้ข้อคิดแก่เพื่อนร่วมองค์กร

72 เมนูเด็ด: Crispy rice paper with spicy salmon avocado salad
โดย กนกชญา ทัชชกรธนชนม์ ขอแนะนำสูตรเมนู ข้าวเกรียบทอดห่อแซลมอนสไปซี่อะโวคาโด

74 Songs: New Releases
รวบรวมเพลงใหม่จากทุกค่ายภายใต้สังกัด Muzik Move

บุญรอดฯ ร่วมลงนามถวายพระพร เนื่องในวันคล้ายวันประสูติ "เจ้าฟ้าทีปังกรฯ"

29 เมษายน 2567 I กรุงเทพมหานคร

นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เป็นผู้แทนบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เข้าถวายแจกันดอกไม้หน้าพระรูป สมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอ เจ้าฟ้าทีปังกรรัศมีโชติ มหาวชิโรตตมางกูร สิริวิบูลยราชกุมาร และลงนามถวายพระพร เนื่องในวันคล้ายวันประสูติ 29 เมษายน 2567 ณ อาคารกองงานในพระองค์ ๙๐๔ พระที่นั่งอัมพรสถาน พระราชวังดุสิต ■

ผู้บริหารบุญรอดฯ ร่วมเฝ้าฯ
"พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว"
เนื่องในพระราชพิธีฉัตรมงคล

2-4 พฤษภาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2567 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนินไปยังพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ทรงบำเพ็ญพระราชกุศลทักษิณานุปทาน ในการพระราชพิธีฉัตรมงคล โอกาสนี้ สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมาร กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี โดยเสด็จในการนี้ด้วย พร้อมกันนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานพระราชวโรกาสให้คณะผู้บริหารบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด นำโดย นายวุฒา ภิรมย์ภักดี ประธานกรรมการ และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ เฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทร่วมในการพระราชพิธีด้วย

จากนั้น วันที่ 3 และ 4 พฤษภาคม 2567 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี เสด็จพระราชดำเนิน พร้อมด้วยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ไปยังพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัย ในการพระราชพิธีฉัตรมงคล โอกาสนี้ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี เฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทรับเสด็จ ในวันนี้ นายวุฒา ภิรมย์ภักดี และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ ร่วมเฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทรับเสด็จ

ต่อมาในวันที่ 4 นายสรวิช ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ และ นางณัฐวรรณ ภิรมย์ภักดี ทีปสุวรรณ เป็นผู้ร่วมเฝ้าทูลละอองธุลีพระบาทรับเสด็จ ■

สิงห์อาสา ร่วมกับหน่วยอนุรักษ์ที่ 16 อบรมเครือข่ายป้องกันไฟป่าพื้นที่ภาคเหนือ

18 ก.พ. 67 I เชียงใหม่

สิงห์อาสา ร่วมกับ สำนักบริหารพื้นที่อนุรักษ์ที่ 16 จ.เชียงใหม่ จัดอบรมประชาชนในพื้นที่เสี่ยงไฟป่าในโครงการ "สิงห์อาสาสู้ไฟป่า" ที่จัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 6 วางเป้าอบรมครบ 200 ชุมชน สร้างอาสาสมัครดับไฟป่า 10,000 คน ครอบคลุม 8 จังหวัดที่เป็นพื้นที่เกิดไฟป่าในภาคเหนือ นอกจากนี้ ยังร่วมกับอาจารย์และทีมงานคณะทำงานด้านวิชาการเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาหมอกควันภาคเหนือ ม.เชียงใหม่ และศูนย์วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์ ม.เชียงใหม่ ต่อยอดขยายผลโมเดล "ห้องเรียนปลอดฝุ่น" และ "มุ้งสู้ฝุ่น" มอบให้ผู้สูงอายุ และผู้ป่วยติดเตียงในพื้นที่ฝุ่น PM 2.5 หนาแน่น

คุณต๊อด จับคู่ นฤนาถ คว้าแชมป์แบดฯ "ไทยแลนด์ โอเพ่น มาสเตอร์เกมส์ ครั้งที่ 4"

2 มี.ค. 67 I เชียงใหม่

การแข่งขันกีฬาแบดมินตันนานาชาติ "ไทยแลนด์ โอเพ่น มาสเตอร์เกมส์ 2024" ที่เชียงใหม่ฮอลล์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล จ.เชียงใหม่ มีการชิงชัยประเภทชายคู่ ซึ่ง คุณต๊อด-ปิติ ภิรมย์ภักดี จากทีพี 12 แบดมินตันทีม จับคู่กับ นฤนาถ ช่วยมาก จาก เขี้ยวลากดิน คว้าเหรียญทองในรุ่นนี้มาครองสำเร็จ หลังจาก รอบชิงชนะเลิศ ชนะ จักรพันธ์ ธนธีรธรรม กับ ปัลลพ เชียวสุทธิสุดเดือด นอกจากนี้ ในประเภทชายคู่ รุ่นอายุ 40+ คุณต๊อด ยังจับคู่กับ เต่า-สุดเขต ประภากมล อดีตทีมชาติไทย จากทีพี 12 แบดมินตันทีม คว้ารองแชมป์ได้อีกด้วย

น้ำดื่มสิงห์ เปิดตัวน้ำดื่มขวดใส พร้อมควง "โลตัส"

จัดแคมเปญ "แยก แลก ลุ้น" ปลุกพลังผู้บริโภครักษ์โลก

19 กุมภาพันธ์ 2567 I กรุงเทพมหานคร

น้ำดื่มสิงห์ ชวนผู้บริโภค "รักษ์โลก" ผ่านน้ำดื่มขวดใส รีไซเคิลได้ 100% นำร่องเปิดตัวด้วยน้ำดื่มสิงห์ขวดใสขนาด 1.5 ลิตร วางจำหน่ายในรูปแบบแพ็กเท่านั้น ผ่านห้างค้าปลีกโลตัสเป็นช่องทางแรก พร้อมกันนั้น น้ำดื่มสิงห์ยังได้ชวนโลตัสร่วมสร้างการมีส่วนร่วม ช่วยกันลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านแคมเปญ "แยก แลก ลุ้น" ที่โลตัสกว่า 30 สาขาทั่วประเทศ และร่วมสนุกผ่านแอปพลิเคชั่น Lotus's SMART Apps หมดเขต 28 เม.ย. นี้

ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่ซื้อน้ำดื่มสิงห์สามารถเป็นส่วนหนึ่งในการรักษ์โลกได้ ดังนี้

1. แยก เมื่อซื้อน้ำดื่มสิงห์ ขวดใสรักษ์โลก ครบ 3 แพ็ก จะได้รับถุง Recycle Bag สำหรับแยกขวด PET เพื่อนำขวดพลาสติกที่ใช้แล้วมาคืนทุกวันอาทิตย์สิ้นเดือนที่โลตัส 30 สาขาที่ร่วมโครงการ

2. แลก ผู้บริโภคสามารถร่วมสนุกเพื่อต่อยอดการรักษ์โลก โดยขวด PET ทุกขวดที่เก็บกลับมา สามารถนำไปแลกของรางวัล เช่น กระเป๋าผ้า แก้วน้ำ Tumbler หรือลุ้นรับเสื้อยืดลายน้ำดื่มสิงห์

3. ลุ้น ทุกยอดการซื้อ มีสิทธิ์ลุ้น เสื้อผ้าคอลเลคชั่น "Singha Drinking Water X Reroute" และรางวัลอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชั่น Lotus's SMART Apps ■

ร้อยดวงใจ สายใยสิงห์ ครั้งที่ 18

3-5 มีนาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

งานประชุมผู้บริหารและตัวแทนจำหน่าย "ร้อยดวงใจ สายใยสิงห์" ประจำปี 2567 จัดขึ้นในคอนเซ็ปต์ "Tomorrow's Legacy" วัตถุประสงค์เพื่อผู้บริหารและตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ได้ร่วมกิจกรรมกระชับมิตร พร้อมทั้งร่วมกันรับฟังสรุปข้อมูลภาพรวมด้านการขายและการตลาดในปี 2566 ที่ผ่านมา ตลอดจนรับฟังการบรรยายแนวทางและนโยบายของบริษัทฯ ในปีนี้และอนาคต ร่วมด้วยวิทยากรรับเชิญ ดร.วิทย์ สิทธิเวคิน ที่มาบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับ AI งานจัดขึ้น ณ ห้องคอนเวนชั่นเซ็นเตอร์ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพมหานคร ■

อาซาฮี เปิดแคมเปญปี 2024 ภายใต้คอนเซ็ปต์ Beyond Expected"

15 มีนาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

อาซาฮี วางกลยุทธ์การทำตลาดภายใต้แนวคิด Beyond Expected เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมายให้กับผู้บริโภค ตอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ โดยเฉพาะ 3 แกนสำคัญ ได้แก่ สายกิน ที่จะได้เห็นการจับคู่กับเมนูอร่อยของร้านอาหารต่างๆ สายชิลล์ ที่จะได้สัมผัสคอนเสิร์ตจากศิลปินดังที่มามอบความสนุก และสายกีฬา ที่จะมอบความมันแก่คอมมูนิตี้ต่างๆ โดยเฉพาะฟุตบอลที่อาซาฮีเป็นผู้สนับสนุนสโมสรแมนเชสเตอร์ ซิตี้ ทั้งนี้อาซาฮีได้คิกออฟกิจกรรม "Asahi Beyond Expected" เพื่อมอบประสบการณ์สุดพิเศษกับดินเนอร์สุดหรู และงานคอนเสิร์ตสุดปังที่ลิโด คอนเน็ค เมื่อวันที่ 9 มี.ค. 67 ■

สิงห์อาสา เปิดศูนย์สนับสนุนเจ้าหน้าที่ดับไฟป่า ภาคเหนือ

4 มี.ค. 67 I เชียงใหม่

สิงห์อาสา จัดตั้ง "ศูนย์สนับสนุนเจ้าหน้าที่ดับไฟป่า" โดยมี บริษัท เชียงใหม่ เบเวอเรช จำกัด เป็นศูนย์กลางส่งมอบความช่วยเหลือให้เจ้าหน้าที่และอาสาสมัครดับไฟป่าอย่างครบวงจร ทั้งในรูปแบบน้ำดื่ม เสบียงอาหาร รองเท้า และอุปกรณ์ดับไฟป่า โดยให้การสนับสนุนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือที่เกิดไฟป่ามากที่สุด อีกทั้งประสานงานร่วมกับคณะเทคนิคการแพทย์ ม. เชียงใหม่ ออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ ตรวจสุขภาพประชาชนในพื้นที่ที่มีค่าฝุ่น PM 2.5 สูงอีกด้วย

BG GROUP ต้อนรับรัฐมนตรีจากประเทศสิงคโปร์

15 มี.ค. 67 I ปทุมธานี

บริษัท บางกอกกลาส จำกัด (มหาชน) หรือ BG นำโดย นายปวิณ ภิรมย์ภักดี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัทบางกอกกลาส และคณะ ให้การต้อนรับ มิสเตอร์เอ็ดวินท็อง (Mr. Edwin Tong) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ชุมชนและเยาวชน และรัฐมนตรีอันดับสองประจำกระทรวงกฎหมาย ประเทศสิงคโปร์ และคณะ ที่ได้มาเยี่ยมชมกิจการกลุ่มบริษัทบางกอกกลาส และเยี่ยมชม BGC Glass Studio พร้อมรับมอบของที่ระลึกภายใต้ผลงานชื่อ "The Harmonious Elements" สะท้อนความกลมเกลียวระหว่างประเทศสิงคโปร์และไทย

ลีโอ ชู Music Marketing สานต่อความแกร่งด้วยแคมเปญ "ไปด้วยกันนะ"

21 มี.ค. 67 I ทั่วประเทศ

ลีโอ ต่อยอดความแข็งแกร่ง Music Marketing ตลอดปี จัดแคมเปญ "ไปด้วยกันนะ" โดยมีไฮไลท์คือ การผนึก 3 ศิลปินสุดฮอตขวัญใจวัยรุ่นของเมืองไทย ได้แก่ อิ้งค์ วรันธร Three Man Down และ ไททศมิตร เข้ามาสร้างความมันส์ให้แฟนๆ ตลอดปี ผ่านทั้งกิจกรรมออนกราวด์และออนไลน์แบบทั่วประเทศ รวมทั้งการนำเพลง "ไปด้วยกันนะ" มารีอะเรนจ์เป็นเพลงธีมของปีนี้ พร้อมปล่อย MV ให้ชมเป็นครั้งแรก เพื่อชวนให้ทุกคนมาจอยกับความมันส์ในแบบของลีโอไปด้วยกัน

นักว่ายน้ำจากชมรมว่ายน้ำสิงห์ คว้านักกีฬายอดเยี่ยม กีฬาเยาวชนแห่งชาติ

21-31 มี.ค. 67 I ราชบุรี

น้องแก้ม-ฐิติรัตน์ เจริญทรัพย์ และ น้องหวาย-คมชาญ วิชาชัย จากชมรมว่ายน้ำสิงห์ ทำผลงานยอดเยี่ยมในการแข่งขันกีฬาเยาวชนแห่งชาติ ครั้งที่ 39 "ราชบุรีเกมส์" ประจำปี 2567 โดยน้องแก้มคว้าไปได้ 6 เหรียญทอง 1 เหรียญเงิน ทำลายสถิติกีฬาเยาวชน 1 รายการ และคว้ารางวัลนักกีฬายอดเยี่ยมฝ่ายหญิง ส่วนน้องหวายคว้าไปได้ 6 เหรียญทอง ทำลายสถิติกีฬาเยาวชน 1 รายการ และคว้ารางวัลนักกีฬายอดเยี่ยมฝ่ายชาย นอกจากนี้ โค้ชยุทธ นายยุทธนา กุลตัน ยังได้รับรางวัลผู้ฝึกสอนยอดเยี่ยมทั้งหญิงและชายไปครองเช่นกัน

เพอร์ร่า ออกคอลเลคชั่น 2024 ดึง "Malika Favre" ศิลปินชาวฝรั่งเศส ดีไซน์ฉลากลิมิเต็ด เอดิชั่น

15 มีนาคม 2567 I ทั่วประเทศ

เพอร์ร่า ร่วมกับ Malika Favre (มาลิกา ฟาฟเร่) นักวาดภาพประกอบและนักออกแบบกราฟิกชื่อดังชาวฝรั่งเศส ออกฉลาก limited edition คอลเลคชั่นใหม่ ประจำปี 2024 ในคอนเซ็ปต์ "The joy of life" ที่ให้คุณสนุกและเอนจอยไปกับโมเมนต์เล็กๆ ในทุกวัน ด้วยจุดเด่นของผลงานศิลปินที่เป็นสไตล์เรียบง่าย เป็นศิลปะแบบป็อปอาร์ตและอ็อปอาร์ต (Pop Art meets Op Art) ผสมผสานรูปแบบทางเรขาคณิต ทำให้ได้คอลเลคชั่นสุดเก๋ เริ่มจำหน่ายแล้วผ่าน 7-11 ทั่วประเทศ และในรูปแบบแพ็กพิเศษจะวางจำหน่ายผ่านห้างค้าปลีกชั้นนำทั่วไป ตั้งแต่วันนี้ถึง 31 พ.ค. 67 ■

สิงห์ เลมอนโซดา คว้ารางวัล สุดยอดนวัตกรรมสินค้าและบริการแห่งปี 2567

25 มีนาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

สิงห์ เลมอนโซดา คว้ารางวัล BUSINESS+ PRODUCT INNOVATION AWARDS 2024 (รางวัลสุดยอดนวัตกรรมสินค้าและบริการแห่งปี 2567) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าบริโภค ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จัดโดย นิตยสาร Business+ ในเครือบริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน) ร่วมกับวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล จัดขึ้นเป็นปีที่ 4 ภายใต้แนวคิด "สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะ - Innovation the products with Intelligence Technology" เป็นรางวัลที่มอบให้สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมแห่งปี 2567 โดยปีนี้จัดขึ้น ณ ห้องบอลรูม โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล มอบรางวัลให้แก่องค์กรที่คิดค้นและพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดทั้งหมด 8 ประเภทสินค้าและบริการรวม 22 รางวัล ■

บีจี ปทุม ยูไนเต็ด ได้การรับรองให้เป็นสโมสรฟุตบอลรักษ์โลก

22 มี.ค. 67 I ปทุมธานี

สโมสรฟุตบอล บีจี ปทุม ยูไนเต็ด ในนามบริษัท บีจี สปอร์ตส์ จำกัด เข้าร่วมพิธีขอบคุณและรับมอบประกาศนียบัตร เครื่องหมายรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ประจำปี 2567 ประเภท Carbon Neutral Event จัดโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) ซึ่งที่ผ่านมา บีจี ปทุม ยูไนเต็ด ได้ริเริ่มโครงการลดคาร์บอนฯ โดยการสร้างสรรค์และพัฒนากิจกรรมต่างๆ เช่น ติดตั้งโซลาร์เซลล์ที่ศูนย์ฝึกฟุตบอลและใช้พลังงานแสงอาทิตย์ 100% การผลิตชุดแข่งขันประจำฤดูกาลที่ผลิตจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ที่รีไซเคิลมาจากขวดพลาสติก อีกทั้งใช้ภาชนะบรรจุอาหารและเครื่องดื่มที่ผลิตจากกระดาษที่นำไปรีไซเคิลได้ 100% เป็นต้น

พิธีเปิดโครงการ สิงห์ ซัมเมอร์แคมป์ ปีที่ 13

2 เม.ย. 67 I กรุงเทพมหานคร

นายอรรถสิทธิ์ พรหมสุข ผู้จัดการฝ่ายงานกิจกรรมเพื่อสังคม บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ร่วมด้วย รศ.ดร.รสริน พลวัฒน์ อาจารย์ประจำภาควิชาพฤกษศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมเปิดโครงการสิงห์ ซัมเมอร์แคมป์ ปีที่ 13 โครงการที่เปิดโอกาสให้เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปี ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในช่วงปิดภาคเรียน ในปีนี้มีการพัฒนาหลักสูตรขึ้นเป็น 8 class จัดขึ้นพร้อมกัน 10 จังหวัดทั่วประเทศ มีเด็กๆ และผู้ปกครองให้ความสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนกว่า 1,000 คนจากทั่วประเทศ

บุญรอดฯ ส่งกำลังใจสู่ทหารตำรวจตระเวนชายแดน เนื่องในวันสายใจไทย

2 เม.ย. 67 I กรุงเทพมหานคร

นายศรีล สุขุม (ที่ 2 จากขวา) และ นางสาวทิพธิดา สุขุม (ขวาสุด) ผู้แทนจากบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มอบของขวัญและสิ่งของจำเป็น เพื่อเป็นขวัญกำลังใจแก่เหล่าทหารและตำรวจที่ทุพพลภาพและบาดเจ็บจากการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บริษัท บุญรอดฯ และมูลนิธิพระยาภิรมย์ภักดี ปฏิบัติต่อเนื่องนานกว่า 47 ปี เนื่องในวันสายใจไทย โดยมี หม่อมหลวงประทีนทิพย์ นาครทรรพ (ที่ 2 จากซ้าย) ผู้จัดการมูลนิธิสายใจไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และ นายอนุชา เสมารัตน์ (ซ้ายสุด) ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิสายใจไทย เป็นผู้รับมอบ

ชมรมว่ายน้ำสิงห์ คว้าสโมสรยอดเยี่ยม อันดับ 1 ของประเทศไทย

6-11 เม.ย. 67 I สมุทรปราการ

การแข่งขันว่ายน้ำชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ประจำปี 2567 ชมรมว่ายน้ำสิงห์ คว้ารางวัลสโมสรยอดเยี่ยมอันดับ 1 จากทั้งหมด 184 สโมสร ด้วยผลงาน 31 เหรียญทอง 22 เหรียญเงิน 22 เหรียญทองแดง โดยนับตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา ชมรมว่ายน้ำสิงห์คว้ารางวัลสโมสรยอดเยี่ยมไปได้ทั้งหมด 3 ครั้ง นอกจากนี้ นักกีฬาชมรมว่ายน้ำสิงห์ ได้แก่ "น้องมีอา" มีอา มิลลาร์ "น้องน้อดดี้" ศุลกร ใจกล้า และ "น้องหวาย" คมชาญ วิชาชัย ยังสามารถคว้ารางวัลนักกีฬายอดเยี่ยมอันดับ 1 จากรายการนี้ไปได้อีกด้วย

สิงห์ คอร์เปอเรชั่น เบียร์สิงห์ น้ำดื่มสิงห์ และเพอร์ร่า ตบเท้าคว้ารางวัลจากนิตยสาร BrandAge

27 มีนาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด คว้ารางวัล Thailand's Most Admired Company 2023-2024 บริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุดในธุรกิจเครื่องดื่ม ซึ่งปีนี้รับรางวัลเป็นปีที่ 16 จัดโดย นิตยสาร BrandAge โดยมี นายรวินทร์ ชมพูนุชธานินทร์ ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นตัวแทนรับรางวัล ตอกย้ำความเป็นผู้นำผลวิจัยด้านแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับจากนักการตลาดและผู้บริโภคมาอย่างยาวนาน

พร้อมกันนั้น ผลิตภัณฑ์แบรนด์ภายใต้บุญรอดฯ ได้แก่ เบียร์สิงห์ น้ำดื่มสิงห์ และน้ำแร่เพอร์ร่า ยังได้คว้ารางวัล 2024 Thailand's Most Admired Brand สุดยอดแบรนด์ที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด ในหมวดสินค้าบริโภค โดย "เบียร์สิงห์" ได้รับรางวัลเป็นปีที่ 23 "น้ำดื่มสิงห์" ได้รับรางวัลเป็นปีที่ 5 ขณะที่ "เพอร์ร่า" ได้รับรางวัลเป็นปีที่ 4 โดยมี นายธิติพร ธรรมาภิมุขกุล Chief Marketing Officer และ นางสาวพรรณทิพย์ ลีตะชีวะ ผู้อำนวยการกลุ่มการตลาดแบรนด์ นอนแอลกอฮอล์ บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด เป็นตัวแทนรับรางวัล

นอกจากนี้ เบียร์สิงห์ ยังได้รับรางวัลพิเศษ Global Thai Brand Award แบรนด์ไทยที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก และน้ำดื่มสิงห์ ได้รับรางวัลพิเศษ Market Leader Brand Award แบรนด์ผู้นำที่ครองส่วนแบ่งมากที่สุดในตลาดไปครองอีกด้วย พิธีมอบรางวัลจัดขึ้น ณ โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ ■

เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท เปิดตัว “โซ/ มัลดีฟส์” สุดยิ่งใหญ่ สู่ก้าวสำคัญของครอสโร้ดส์ มัลดีฟส์

2 เมษายน 2567 I มัลดีฟส์

บริษัท เอส โฮเทล แอนด์ รีสอร์ท จำกัด (มหาชน) ผู้นำด้านการบริหารงานโรงแรมและรีสอร์ทระดับนานาชาติในเครือ บริษัท สิงห์ เอสเตท จำกัด (มหาชน) ฉลองการเปิดตัว “โซ/ มัลดีฟส์” (SO/ Maldives) รีสอร์ทสุดหรูสไตล์แฟชั่นอย่างเป็นทางการ เมื่อเดือน มี.ค. ที่ผ่านมา โดยนับเป็นรีสอร์ทแห่งที่ 3 ของอาณาจักร “ครอสโร้ดส์ มัลดีฟส์” จุดหมายปลายทางด้านการพักผ่อนแบบครบวงจรแห่งแรกและแห่งเดียวบนมหาสมุทรอินเดีย โซ/ มัลดีฟส์ ประกอบด้วยคอลเลคชั่น “Beach Villa” และ “Water Villa” ที่ได้รับแรงบันดาลใจการออกแบบจากห้องแต่งตัวสุดเอ็กซ์คลูซีฟของสุดยอดนางแบบ เพื่อให้เป็นสถานที่พักผ่อนสุดเซ็กซี่และหรูหราเหนือระดับรวมถึงประสบการณ์ด้านอาหารหลากหลายที่เป็นนวัตกรรมใหม่และสถานที่พบปะทางสังคม และ “Lazuli Beach Club” ที่ให้ดื่มด่ำกับบรรยากาศอันคึกคักของปาร์ตี้ในยามค่ำคืน สนุกกับการมิกซ์เพลงของดีเจระดับโลก ไปจนถึง “Wellness Camp” ศูนย์การผ่อนคลายแบบองค์รวม และศูนย์ออกกำลังกายครบวงจรทันสมัย ■

โครงการ Big Brothers Season 8

3 เมษายน 2567 I กรุงเทพมหานคร

นายพลิษศร์ ภิรมย์ภักดี รองประธานกรรมการหอการค้าไทย และกรรมการรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นประธานเปิดกิจกรรมโครงการ Big Brothers Season 8 พิธีเปิดจัดขึ้น ณ หอประชุมใหญ่ บริษัทบุญรอดฯ (สามเสน) โดยมีผู้ประกอบการจาก 77 บริษัทมาเข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรม BB Business Academy โดย นายชลวิทย์ สุขอุดม เป็นผู้บรรยายเรื่อง Sustainability For Inclusive Growth กิจกรรม On-site Visit โดยพาเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สิงห์ และกิจกรรม BB Connecting ที่เปิดโอกาสให้บริษัทน้องได้สานสัมพันธ์กันทางธุรกิจ ■

ซานตา เฟ่ ควงแม็กกี้ ครีเอตเมนูใหม่ “สเต๊กสามเกลอ”

22 เม.ย. 67 I ทั่วประเทศ

ซานตา เฟ่ ร้านอาหารประเภทสเต๊กและอาหารสไตล์ตะวันตก ภายใต้บริษัท ฟู้ด แฟคเตอร์ จำกัด ชวนพันธมิตรแบรนด์ระดับโลกอย่าง “แม็กกี้” ผู้นำซอสปรุงอาหารที่คุ้นเคย ส่ง แม็กกี้ อีซี่คุ๊ก “ซอสสามเกลอ” หมักกับไก่และหมูชีวามารังสรรค์เป็นเมนูใหม่ “สเต๊กสามเกลอ” อร่อยโดน ครบรส ถึงเครื่องทุกเมนูไทยทุกจาน สินค้ามีจำนวนจำกัด วางจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 23 เมษายน 2567 ถึง 25 มิถุนายน 2567 ที่ซานตาเฟ่ สเต๊ก ทุกสาขาทั่วประเทศ

all Thailand golf center ต้อนรับคณะสมาคมกอล์ฟอาชีพที่เก่าแก่ที่สุดในโลก

24 เม.ย. 67 I กรุงเทพมหานคร

all Thailand golf center เปิดบ้านต้อนรับคณะผู้บริหารและเหล่าสมาชิก The PGA (Professional Golf Association) สมาคมกอล์ฟอาชีพที่เก่าแก่ที่สุดในโลก โดย นายโรเบิร์ต แม็กซ์ฟิลด์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร The PGA นำคณะสมาชิกจากหลากหลายประเทศมาประชุมประจำปีและทำกิจกรรมร่วมกับทาง all Thailand golf center ซึ่งเป้าหมายการประชุมประจำปีของ The PGA คือ เพื่อการศึกษา แบ่งปันความคิด และสร้างเครือข่ายนักกอล์ฟอาชีพในอุตสาหกรรมกอล์ฟโลก ให้เครือข่ายเติบโตอย่างมั่นคงแข็งแรง

อัสนี และ วสันต์ คอนเสิร์ต ฉันเคยบอกกับเธอหรือยัง

27-28 เม.ย. 67 I นนทบุรี

จบลงอย่างประทับใจกับ "อัสนี และ วสันต์ คอนเสิร์ต ฉันเคยบอกกับเธอหรือยัง" ณ อิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี โดย NEEKRUNG CONNECT ร่วมกับ Singha Corporation โดยฝ่าย Group คุณจุ๊บ-วุฒินันต์ ภิรมย์ภักดี ซึ่งครั้งนี้แฟนๆ ยังคงให้การตอบรับอย่างล้นหลาม ทั้งนี้ ในรอบการกุศลที่จัดขึ้นในวันอาทิตย์ ทุกคนที่มาร่วมชมคอนเสิร์ตจะได้มีส่วนร่วมในการบริจาคสร้างโรงพยาบาลกับมูลนิธิรามาธิบดีฯ ในโครงการ "อาคารโรงพยาบาลรามาธิบดีและย่านนวัตกรรมโยธี" ซึ่งเป็นโครงการทำบุญใหญ่อีกด้วย

เปิดโครงการอบรม "หลักสูตรกู้ชีพ ประจำปี 2567"

29 เม.ย. 67 I ฉะเชิงเทรา

นายรวินทร์ ชมพูนุชธานินทร์ ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พร้อมด้วย แพทย์หญิงณธิดา สุเมธโชติเมธา (กลางซ้าย) รองผู้อำนวยการโรงพยาบาลราชวิถี 2 เปิดโครงการอบรม "หลักสูตรกู้ชีพ ประจำปี 2567" โครงการที่อบรมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ และการจำลองสถานการณ์จริงให้แก่อาสาสมัครกู้ภัยที่ผ่านการคัดเลือกจากทั่วประเทศ เพื่อพัฒนาทักษะการช่วยเหลือผู้ประสบอุบัติเหตุบนท้องถนนอย่างมีประสิทธิภาพ ณ ศูนย์ฝึกบรรเทาสาธารณภัย หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา

บุญรอดฯ รวมพลังพนักงาน-คนครอบครัวสิงห์ บริจาคโลหิตกว่า 2.4 ล้านซีซี ในโอกาสครบรอบ 90 ปี

25 เมษายน 2567 I กรุงเทพมหานคร

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด จัดโครงการบริจาคโลหิต มอบให้ศูนย์บริจาคโลหิตฯ สภากาชาดไทย ในโอกาสครบรอบ 90 ปีของบริษัทฯ รวมพลังพนักงานบุญรอดฯ พนักงานบริษัทในเครือทั่วประเทศ เครือข่ายสิงห์อาสา และนักกีฬาสิงห์ ร่วมกันบริจาคโลหิตได้กว่า 2,409,400 ซีซี โดยมี นายภูริต ภิรมย์ภักดี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นผู้ส่งมอบโลหิตที่ได้รับบริจาคให้กับ รองศาสตราจารย์ แพทย์หญิงดุจใจ ชัยวานิชศิริ ผู้อำนวยการศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ■

"สิงห์ปาร์ค" เปิดตัว "Tea Infuse" ชาชงเย็น พร้อมดื่ม สานความสำเร็จชาน่าน ซิกเนเจอร์ เบลนด์

1 พฤษภาคม 2567 I ทั่วประเทศ

สิงห์ปาร์ค เชียงราย เปิดตัวสินค้าใหม่ "Tea Infuse" ชาชงเย็น ในรูปแบบซองชาเช่ สามารถใส่ขวดน้ำ เขย่าพร้อมดื่มได้ทันที โดยใช้ใบชาอัสสัมคัดพิเศษจากจังหวัดน่าน และใบชาคุณภาพจากสิงห์ปาร์ค เชียงราย ผ่านนวัตกรรมการผลิต Cold Brew ทำให้มีรสชาติกลมกล่อมและคงกลิ่นหอมของใบชาไว้อย่างครบถ้วน มี 3 รสชาติ ได้แก่ ชาอู่หลง กลิ่นดอกคาโมมายล์ดอกหอมหมื่นลี้ ผสมแอล-ธีอะนิน ช่วยพักสมองระหว่างวัน ชาแดง กลิ่นกุหลาบและสตรอว์เบอร์รี่ ใบชาอัสสัมผสมคอลลาเจน เติมความสดใสทุกวัน และชาเขียวมัทฉะ กลิ่นแอปเปิ้ลและเปปเปอร์ ผสมไฟเบอร์ คัดใบชาคุณภาพดีจากโรงงานมารุเซ็น วางขายแล้วในแพลตฟอร์มออนไลน์ ■

Singha Soda Highball
เริ่มจำหน่ายแล้วในเกาหลีใต้ ที่แรก!

1 พฤษภาคม 2567 I เกาหลีใต้

Singha Soda Highball ผลิตภัณฑ์ใหม่ Ready to drink มาในรูปแบบกระป๋องขนาด 355 ml มีด้วยกัน 2 รสชาติ ได้แก่ ยูสุเลมอน (Yuzu lemon) และ พีช (Peach) แอลกอฮอล์ 4% วางจำหน่ายที่ประเทศเกาหลีใต้ในร้านสะดวกซื้อ GS25 ทั่วประเทศ ในราคากระป๋องละ 4,000 วอน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ตุลาคม ศกนี้ ■

ลีโอ คว้ารางวัลแบรนด์ยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดีย 2 ปีซ้อน เวที Thailand Social Awards

7 พฤษภาคม 2567 I กรุงเทพมหานคร

ลีโอ คว้ารางวัลแบรนด์ยอดเยี่ยมบนโซเชียลมีเดียจากเวที Thailand Social Awards จัดโดย บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 มอบรางวัลให้แก่แบรนด์และครีเอเตอร์ผู้ใช้โซเชียลมีเดียยอดเยี่ยมจากผลงานการสร้างสรรค์แคมเปญและครีเอตคอนเทนต์ได้อย่างมีคุณภาพ เพิ่มยอดเอนเกจเมนต์ และ Performance ต่างๆ จนครองใจผู้บริโภครวมกว่า 300 รางวัล ใน 3 กลุ่มสาขา ได้แก่ Best Brand Performance on Social Media, Best Content Performance on Social Media และ Best Creator Performance on Social Media ซึ่งลีโอเป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ได้รับรางวัลนี้ 2 ปีติดต่อกัน ■

นักกีฬากอล์ฟสิงห์พัฒนา กรุงเทพฯ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวกีฬาสิงห์

29 เม.ย. 67 I กรุงเทพมหานคร

นักกีฬากอล์ฟในโครงการสิงห์พัฒนา กรุงเทพฯ ภายใต้การบริหารดูแลของโปรบุญชู เรืองกิจ นักกีฬากลุ่มนี้ถือเป็นนักกีฬาที่มีคุณภาพ โดยมี นายจักรพงศ์ ทองใหญ่ ผู้ช่วยผู้จัดการสำนักงานส่งเสริมกีฬา บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ให้การต้อนรับในฐานะส่วนหนึ่งของครอบครัวกีฬาสิงห์ และร่วมเซ็นสัญญาประจำปี พร้อมพูดคุยแนะนำแนวทางการเตรียมตัวไปแข่งกีฬากอล์ฟรายการต่างๆ ที่สำนักงานส่งเสริมกีฬา อาคาร CB House ชั้น 4

สิงห์อาสา ช่วยเหลือชาวบ้านประสบภัยพายุฤดูร้อน อุตรดิตถ์ แพร่

8 พ.ค. 67 I อุตรดิตถ์ แพร่

สิงห์อาสา ร่วมกับ มูลนิธิอุตรดิตถ์สงเคราะห์ และ มูลนิธิเพชรเกษมแพร่ ลงพื้นที่ช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่บ้านหนองกลาย และบ้านเกาะไท ต.ป่าเซ่า อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์ และ บ้านแม่ยางกาด ต.แม่ยางกาด บ้านห้วยขึ้ม ต.น้ำเลา อ.ร้องกวาง จ.แพร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากพายุฤดูร้อน โดยส่งมอบน้ำดื่มและชุดเครื่องนอน พร้อมช่วยซ่อมแซมบ้านเรือนที่เสียหาย โดยหลังจากนี้เครือข่ายสิงห์อาสาจะติดตามสถานการณ์ในพื้นที่เสี่ยงพร้อมให้ความช่วยเหลือประชาชนต่อไป

SAY HI! กับ SINGHA WAY CHANGE AGENT

ทีมงานคุณภาพผู้อยู่เบื้องหลังวัฒนธรรมองค์กรสิงห์

การจะขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดขึ้นจริงได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการสื่อสารที่ทั่วถึงเพื่อให้ "วัฒนธรรม" ที่ถูกกำหนดขึ้นในเชิงนโยบายสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรมเชิงบวกที่ส่งผลดีต่อองค์กรและสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงานทุกคนในโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะในองค์กรที่มีบริษัทในเครืออยู่ทั่วประเทศ หรือมีหน่วยงานในองค์กรที่มีพนักงานจำนวนมาก

เพราะฉะนั้น องค์กรจำเป็นจะต้องมี "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง" หรือ "Change Agent" เป็นตัวแทนพนักงานที่ทำหน้าที่ช่วยผลักดันนโยบายและกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งสื่อสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรไปถึงพนักงานอย่างต่อเนื่อง และไม่เพียงแค่รับผิดชอบภารกิจเหล่านี้เท่านั้น เหล่า Change Agent ยังเป็นผู้ปฏิบัติงานตามแนวทางของวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นแบบอย่างให้แก่พนักงานอีกด้วย ผู้คนเหล่านี้เปรียบเสมือนฮีโร่ที่ทำงานอยู่เบื้องหลังในฐานะตัวกลางการสื่อสารด้านวัฒนธรรมองค์กร รวมทั้งคอยสร้างบรรยากาศในสถานที่ทำงาน เพื่อมอบความสุขให้กับพนักงานในบริษัทฯ โดยอิงตามเป้าหมายหลักขององค์กร

"Singha Way Change Agent" คือผู้ที่คอยสื่อสารวัฒนธรรมสิงห์เวย์ขององค์กรในเครือบุญรอดฯ เป็นกลุ่มทีมงานที่อยู่ในบริษัทและหน่วยงานต่างๆ ของเรา ซึ่งทีมงาน Singha Way Change Agent ในบริษัทต่างๆ มีข้อความมาฝากเพื่อนรักนักอ่านทุกๆ ท่านด้วย หากผู้อ่านได้พบเจอพวกเขาก็สามารถเข้าไปทักทาย เสนอแนะกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งสอบถามเรื่องราวเกี่ยวกับ Singha Way ได้ด้วย ไปรู้จักกับพวกเขากันเลย!

Singha Way Change Agent ที่มาทักทายคุณผู้อ่านในบทความนี้ เป็นแค่ส่วนหนึ่งเท่านั้น จริงๆ แล้วเรามีพนักงานที่เป็น Change Agent (CA) ในกลุ่มธุรกิจหลักมากกว่า 100 คนทั่วประเทศ

SINGHA WAY CHANGE AGENT มีตำแหน่งย่อยต่างๆ ดังนี้

- **Head CA** ผู้นำ CA Singha Way คอยตัดสินใจเรื่องต่างๆ และเป็นตัวแทนพูดคุยกับผู้บริหารระดับสูง
- **CO-C.A.** ผู้ประสานงานกับทีม Singha Way ส่วนกลาง คอยดูแลให้การสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันกับภาพใหญ่ขององค์กร
- **Facilitator** ผู้นำกระบวนการในกิจกรรมประเภท Workshop ที่จัดหามาให้พนักงานได้เรียนรู้และร่วมสนุก
- **CO-FA** ผู้ช่วยของ Facilitator

ทำงานเป็นทีม!
เพื่อบรรลุเป้า
หมาย!!
ใช่!!!!
CTEG!
อัญ อัญชลี ยิ้มดี Head CA & CO-CA
ความสามารถพิเศษ กินเก่ง
สิ่งที่ชอบในงาน เป็น CA ได้ทำงาน
นอกเหนืองานประจำ
แอล ลักขนาวัลย์ ประดับแก้ว CO-CA & Facilitator
ความสามารถพิเศษ พูดไปเรื่อยได้โดยไม่หยุด
สิ่งที่ชอบในงาน ได้ช่วยเหลือและประสานงาน
กับหน่วยงานอื่นๆ
เริ่มด้วยใจ
ตามด้วยคิด
จบคือการลงมือทำ
สู้และคิดให้เต็มที่
จะได้ไม่เสียใจ
ทีหลัง
ICT!
ท๊อป ศุภชัย เจียมกีรติกานนท์ CO-CA
ความสามารถพิเศษ สายมูมินิมอล
สิ่งที่ชอบในงาน มีความสุขที่ได้แบ่งปันแก่ผู้อื่น
นาย นิรัติศัย ไก่แก้ว CO-CA & CO-FA
ความสามารถพิเศษ ตีแบดมินตันยังไงก็ไม่เก่ง!!!
สิ่งที่ชอบในงาน Support ให้ User ได้รับการแก้ไขปัญหา
อย่างเร็วที่สุด
พร้อมเสมอ
ในทุกสถานการณ์
คิดบวกเข้าไว้
SINGHAWAY
BAB!
ลี มาลี ตุ้มใจต้อง Head CA, CO-CA, & Facilitator
ความสามารถพิเศษ ใจเย็นเจี๊ยบ
สิ่งที่ชอบในงาน ได้บริหารสมองในทุกๆ วัน
ยะ ปิยะ มีแสง CO-CA & Facilitator
ความสามารถพิเศษ หิวตลอดเวลา
สิ่งที่ชอบในงาน ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

ไม่ต้องทำวันนี้
ให้ดีที่สุด
เดี๋ยวพรุ่งนี้
ไม่มีอะไรจะทำ

แรงบันดาลใจ
ในการทำงานมาจากเดดไลน์
กำหนดส่งงานนะครับ

CMB!

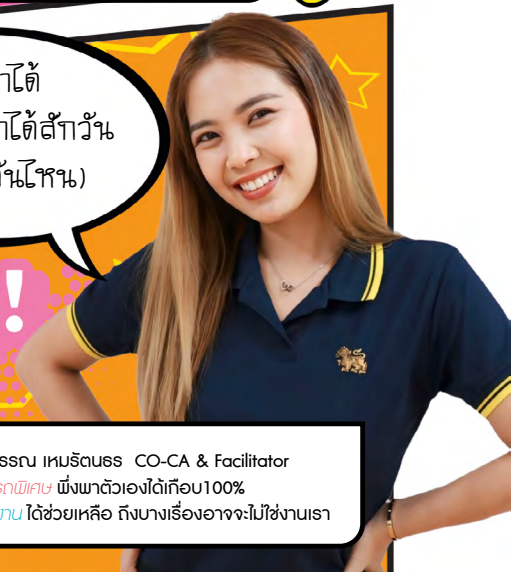
ทอย อิสราภรณ์ ถาทอง CO-CA
ความสามารถพิเศษ กินกาแฟแล้วง่วง
สิ่งที่ชอบในงาน ชอบตอนที่มีสาวๆ มาติดต่องาน

กันต์ ธนพัฒน์ พงษ์ประยูร CO-CA
ความสามารถพิเศษ นอกจากถนัดขวาแล้ว ก็ไม่ถนัดอะไรอีกเลย
สิ่งที่ชอบในงาน ชอบตอนงานไม่มี

ทำงานวันนี้ให้ดี
ที่สุดเพราะพรุ่งนี้ยัง
มีอีกหลายงาน!

KKB!

ทราย ขวัญชนก พันธุ์ฟัก CO-CA
ความสามารถพิเศษ กินเท่าไหร่ก็ไม่อิ่ม
สิ่งที่ชอบในงาน ได้มีโอกาสเรียนรู้และเจอผู้คนใหม่ๆ อยู่เสมอ



เขาทำได้
เราก็ต้องทำได้สักวัน
(แต่ไม่รู้วันไหน)

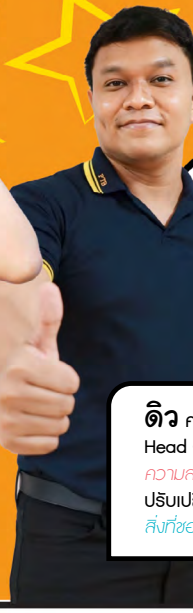
PTB!

บิว สุภาวรรณ เหมรัตนธร CO-CA & Facilitator
ความสามารถพิเศษ พึ่งพาตัวเองได้เกือบ100%
สิ่งที่ชอบในงาน ได้ช่วยเหลือ ถึงบางเรื่องอาจจะไม่ใช่งานเรา

พรุ่งนี้
ต้องดีกว่า
วันนี้

พยายาม
และล้มเหลว
แต่จงอย่าล้มเหลว
โดยที่ยังไม่ได้
พยายาม

ฟาม ณัฐวรรณ เกตุวงษ์ CO-CA
ความสามารถพิเศษ กินกาแฟวันละ 8 แก้ว
สิ่งที่ชอบในงาน ได้เป็นผู้ฟังอย่างตั้งใจ งานที่ท้าทาย ได้เรียนรู้พัฒนาตนเองเสมอ



ทำวันนี้ให้ดีที่สุด
ใช้ชีวิตให้มีความสุข
ในทุกๆ วัน

จอร์จ เอกสิทธิ์ พิลาแดง Head CA & CO-CA
ความสามารถพิเศษ นอนหลับง่าย
สิ่งที่ชอบในงาน ได้มีส่วนร่วมสำคัญในทุกๆ การเติบโตของพนักงาน

MSB!

ดิว คฑาวุฒิ นกพัฒน์
Head CA, CO-CA, & Facilitator
ความสามารถพิเศษ Agile คล่องแคล่ว ว่องไว ปรับเปลี่ยนได้ถ้าเหมาะสม
สิ่งที่ชอบในงาน ได้สร้างคุณค่าให้ตนเองและผู้อื่น

ท้อได้แต่ห้ามยอมแพ้
ทำสิ่งที่ถูกต้องต่อไป
เพราะชีวิตมี "ค่า" ทุกอย่าง
เพื่อตัวเองและครอบครัว
ทำให้ได้
เพื่อความสบาย
ของ ลูกกกกกกก
SBC!
กุญแจ น้ำมลชนก ทองมั่ง
CO-CA & Facilitator
ความสามารถพิเศษ ปรับตัวเก่ง
สิ่งที่ชอบในงาน work-life balance
งานหลากหลาย หัวหน้าดี ใช้เวลาเต็มที่
แมน นพรุจ ทองมั่ง CO-CA
ความสามารถพิเศษ หลับง่าย หลับได้ทุกตอน
สิ่งที่ชอบในงาน งานด้านการบริหารพนักงาน
พนักงานมีความสุข เราก็มีความสุข
ทำปัจจุบันให้ดีที่สุด
ความสำเร็จจะมาในรูปแบบ
ของอนาคต หนี้สินรออยู่
"นุ่น! เธอทำได้"
แค่เชื่อว่าตัวเองทำได้
คุณก็ไปได้ครึ่งทางแล้ว
SRB!
กิ๊ฟ ปิยนุช ชูช่วยสุวรรณ CO-CA & Facilitator
ความสามารถพิเศษ เน้นเต้น ไม่เน้นดื่ม
สิ่งที่ชอบในงาน ความท้าทายในการสื่อสารและแก้ไข
ปัญหาเฉพาะหน้า
นุ่น ศศิภา ฟูปลื้ม Head CA, CO-CA, & Facilitator
ความสามารถพิเศษ มุ่งมั่นทำจนสำเร็จ
สิ่งที่ชอบในงาน ได้ร่วมสร้างและพัฒนาความสามารถของ
พนักงาน ให้มีความสุขกับการทำงาน
ชีวิตไม่ใช่ข้อสอบ
คำตอบจึง
ไม่มีแค่ถูกหรือผิด
เควนชานา
เตงเน้งเนงเหน่งเนง
WNB!
ติวเตอร์ กันต์พงษ์ เกียรติเรืองวัฒนา
CO-CA
ความสามารถพิเศษ ครับ ไม่มี หลวม
สิ่งที่ชอบในงาน ทำงานแบบ "เป็ด"
เบนซ์ พรนภา โสภารัตน์ CO-CA
ความสามารถพิเศษ ยิ้มให้คนทั้งโลก
สิ่งที่ชอบในงาน ได้ประสานงานกับหลายแผนก

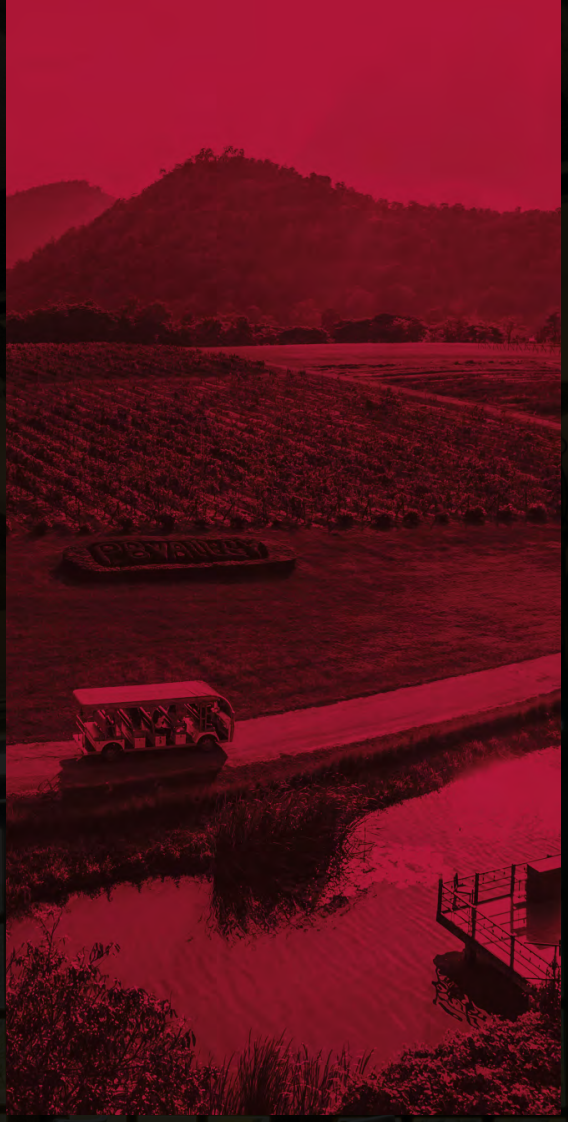
PB VALLEY KHAO YAI WINERY

พาชมไร่องุ่น ต้นกำเนิดไวน์ไทย แห่งภูมิภาคเขาใหญ่

30 กว่าปีที่แล้ว ไม่มีใครคิดว่าประเทศไทย จะมีภูมิประเทศและภูมิอากาศที่สามารถปลูก "องุ่นทำไวน์" เพื่อผลิตไวน์ที่มีคุณภาพระดับโลกได้ไม่ต่างจากไวน์ของยุโรป จนกระทั่ง พ.ศ. 2532 "คุณปิยะ ภิรมย์ภักดี" ซึ่งขณะนั้นท่านดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด มีนโยบายที่ต้องการผลิตไวน์ทดแทนการนำเข้า ด้วยเล็งเห็นว่าคนไทยนิยมดื่มไวน์กันมากขึ้น แต่ในตลาดกลับมีเพียงไวน์ที่นำเข้าจากต่างประเทศเท่านั้น

คุณปิยะจึงมีดำริให้ดำเนินโครงการทดลองปลูกองุ่นทำไวน์ขึ้นในประเทศไทยเป็นครั้งแรก บนที่ดินส่วนตัว ณ ไร่พีบีวัลเล่ย์ ที่เชียงรายและเขาใหญ่ หลังจากทดลองอยู่หลายปี ในที่สุดองุ่นทำไวน์ก็ได้เติบโตงอกงามขึ้น ณ พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ซึ่งต่อมาพัฒนาเป็น "พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่" (PB Valley Khao Yai Winery) แหล่งกำเนิดไวน์ไทยแห่งภูมิภาคเขาใหญ่ และเริ่มส่งผลผลิตไวน์ออกสู่ตลาดในปี 2543

พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ มีเนื้อที่ประมาณ 2,000 ไร่ ตั้งอยู่ไม่ไกลจากอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ นอกเหนือจากโด่งดังว่าเป็นจุดกำเนิดไร่องุ่นทำไวน์ และเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านไวน์ที่คนมากมายมาขอดูงาน ที่นี่ยังมีชื่อเสียงด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมาตั้งแต่ปี 2551 และนิยมเป็นหนึ่งในสถานที่เที่ยวตามโปรแกรม "One Day Trip" ใกล้กรุงเทพฯ กิจกรรมหลัก คือ ทัวร์ชมไร่องุ่นและโรงบ่มไวน์" (Vineyard and Winery Tour) พร้อมชิมไวน์รสเลิศ ที่นี่ยังเป็นที่ตั้งของ The Great Hornbill ร้านอาหารสไตล์ตะวันตกที่โดดเด่นทั้งรสชาติและยังผสานเข้ากับอัตลักษณ์ของไร่องุ่นไวน์ อีกทั้งยังมีร้านจำหน่ายไวน์และน้ำองุ่นซึ่งเป็นสินค้าขึ้นชื่อ ตลอดจนผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตภายในไร่อีกหลากหลาย



ชมไร่องุ่น:
องุ่นทำไวน์ VS องุ่นกินสด

พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 350-380 เมตร ด้วยสภาพอากาศที่ถ่ายเท มีลมพัดผ่านในทุกฤดู และมีอากาศเย็นสบายในช่วงปลายปีถึงต้นปี ทำให้เอื้อต่อการเพาะพันธุ์องุ่น ที่นี่ปลูกทั้งองุ่นทำไวน์และองุ่นกินสด โดยองุ่นทั้งสองประเภทให้คุณสมบัติแตกต่างกัน

องุ่นทำไวน์ (Wine Grape) มีลูกเล็ก สุกจัด สีเข้ม เปลือกหนา มีเมล็ด ให้น้ำเยอะ และให้ความหวานสูง มีความนิ่มและช้ำง่าย ยากต่อการขนย้าย ไร่องุ่นไวน์จึงมักจะมีโรงผลิตไวน์อยู่ใกล้ๆ เพื่อไม่ให้องุ่นเสียหายจากการขนย้าย ขณะที่องุ่นกินสด (Table Grape) มีลูกใหญ่กว่า มีความกรอบ เปลือกบาง น้ำน้อย และให้ความหวานน้อยกว่าองุ่นไวน์ ด้วยความที่องุ่นทั้งสองประเภทมีคุณสมบัติแตกต่างกัน หากนำองุ่นกินสดมาผลิตไวน์ จะไม่สามารถได้ไวน์องุ่นที่มีคุณภาพ

สายพันธุ์องุ่นไวน์ของไร่พีบี ช่วงแรกมีการทดลองปลูกราวๆ 40 สายพันธุ์ ต่อมาคัดเน้นๆ จนเหลือสายพันธุ์ที่ให้ผลผลิตดีที่สุด สายพันธุ์ที่โดดเด่น ได้แก่ ชีราส (Shiraz) เทมปรานิโญ่ (Tempranillo) สำหรับทำไวน์แดง และเชอนิน บลองค์ (Chenin Blanc) สำหรับทำไวน์ขาว

องุ่นทำไวน์ของที่นี่จะให้ผลผลิตปีละครั้งเท่านั้น เพื่อให้ต้นองุ่นได้พัก ทางไร่จะเริ่มตัดแต่งต้นองุ่นในช่วงปลายเดือนกันยายนถึงต้นตุลาคม และจะเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม ใครที่มาชมไร่ในช่วงปลายปีถึงจะมีโอกาสได้เห็นพวงองุ่นไวน์เรียงรายบนต้น ส่วนผลองุ่นกินสดไร้เมล็ดของที่นี่ เป็นสายพันธุ์แท้จากออสเตรเลียอย่างมารู (Marroo Seedless Grape) มีพวงองุ่นให้ชมตลอดปี และบางช่วงนักท่องเที่ยวสามารถเก็บสดจากต้นได้เลย

รอบการเก็บองุ่นทำไวน์ปีละครั้ง เป็นสิ่งที่พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่คิดค้นขึ้น เพราะในช่วงเริ่มทดลองปลูก เคยมีการเก็บเกี่ยว 2 ครั้ง คือเก็บช่วงฝนและเก็บช่วงหนาว แต่ผลองุ่นในช่วงหน้าฝนให้รสชาติไม่เข้มข้น อีกทั้งมีความชื้นสูงทำให้ต้องเผชิญศัตรูพืชอย่างเชื้อรา ในที่สุดทางไร่จึงเปลี่ยนเป็นตัดแต่งให้องุ่นได้พักในช่วงฝน เพื่อที่จะเก็บเกี่ยวครั้งเดียว แต่ให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพที่สุด ภายหลังเป็นแนวคิดที่ไร่องุ่นแห่งอื่นทำตาม

โปรแกรมทัวร์ชมไร่ฯ เปิดให้บริการมากถึง 4 รอบต่อวัน ได้แก่ 9.15 น. / 11.15 น. / 13.15 น. และ 15.15 น. โดยแต่ละรอบจะใช้เวลาประมาณ 70 นาที

นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้เรื่องไวน์กลับไปแบบเต็มเปี่ยม คนรักไวน์ไม่ควรพลาดที่จะมาชมสักครั้ง ที่นี่มีองุ่นให้ชมตลอดปี แต่ช่วงไหนที่เขาอนุญาตให้เก็บองุ่นสดๆ ได้นั้นจะต้องสอบถามกับทางไร่ สอบถามรายละเอียดได้ที่ Facebook: PB Valley

*****พิเศษ สำหรับพนักงานบุญรอดฯ และบริษัทในเครือ** จะได้รับส่วนลดค่าเข้าชม ส่วนลดค่าอาหารและสินค้าของทางไร่ 10%***

ชมโรงผลิตไวน์: อวลกลิ่นไวน์ในถังไม้โอ๊ค

โรงงานไวน์หรือไวน์เนอรี่ มีพื้นที่ประมาณ 3,000 ตารางเมตร เมื่อเดินเข้าไปจะสะดุดตากับห้องที่เต็มไปด้วยถังบาร์เรลไม้โอ๊คจากฝรั่งเศส บ่มด้วยวิธีธรรมชาติ แต่ละถังบรรจุได้ 225 ลิตร หากรวมทุกถังบาร์เรลจะได้ราว ๆ 150,000 ลิตร ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของน้ำไวน์ที่จะถูกนำมาเบลนด์รสชาติและสีสันร่วมกับถังบ่มสไตล์อื่นของไวน์เนอรี่

ในช่วงเก็บเกี่ยว วันหนึ่ง ๆ จะมีองุ่นเข้ามาสู่โรงงานประมาณ 8,000 กิโลกรัม องุ่นเขียวสำหรับทำไวน์ขาว องุ่นแดงสำหรับทำไวน์แดงและไวน์โรเซ่ ผลองุ่นที่ได้มาจะเก็บอยู่ในห้องเย็นหนึ่งคืนก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตไวน์ ซึ่งที่นี่ผลิตไวน์ด้วยกัน 3 ชนิด ได้แก่ ไวน์แดง ไวน์โรเซ่ และไวน์ขาว

Wine-making Process

นำพวงองุ่นเข้าเครื่องตีแยกขั้วให้องุ่นหลุดจากพวง

นำองุ่นเข้าถังหมักที่อุณหภูมิ 22-24 องศาเซลเซียส เพื่อสกัดสีจากเปลือกองุ่น หากเป็นไวน์แดงจะทิ้งไว้ประมาณ 2 สัปดาห์ หากเป็นไวน์โรเซ่ประมาณ 1 ชั่วโมง (ไวน์ขาวจะข้ามขั้นตอนนี้)

เข้าเครื่องคั้นโดยใช้ความดันบีบเอาน้ำองุ่น ในระดับที่ไม่บีบจนเม็ดองุ่นแตก เพื่อไม่ให้เกิดความขมในน้ำ ส่วนไวน์โรเซ่จะไม่ใช้การคั้นแต่ใช้วิธี free run juice

ทำความเย็นด้วยอุณหภูมิประมาณ 8-10 องศาเซลเซียส ทิ้งไว้ในถังสแตนเลสให้ตกตะกอนแยกชั้นประมาณ 12-16 ชั่วโมง

ดูดเอาส่วนที่เป็นน้ำใสๆ นำไปเข้าสู่กระบวนการหมักกับยีสต์ เพื่อเปลี่ยนน้ำตาลเป็นแอลกอฮอล์ จากนั้นนำไปบ่มในถังสแตนเลส ถังไม้ และถังบาร์เรล เพื่อพัฒนารสชาติ

นำเข้าเครื่องกรอง เพื่อแยกกากองุ่นและตะกอนเชื้อยีสต์ที่ตาย ทำให้น้ำไวน์มีความใสสะอาด

นำเข้าสู่กระบวนการบรรจุขวด

THE GREAT HORNBILL WINERY RESTAURANT

ช่วงแรก พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่ ตั้งใจที่จะเป็นที่ปลูกองุ่นและผลิตไวน์ แต่เมื่อราวปี 2550 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวเขาใหญ่ได้รับความนิยมมากขึ้นๆ ประกอบกับมีผู้สนใจมาขอความรู้ด้านการปลูกองุ่นไวน์และการผลิตไวน์จากที่นี่ พีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่ จึงได้พัฒนาต่อยอดมาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธุรกิจร้านอาหารในที่สุด

Pirom Brandy: By Product ชั้นเลิศ

บางช่วงที่องุ่นสำหรับทำไวน์ขาวให้ผลผลิตล้นเกิน หรือได้ผลผลิตมาจากแปลงใหม่ที่เพิ่งเพาะปลูกในระยะแรก ซึ่งความเข้มข้นของแร่ธาตุและรสชาติยังได้ไม่ดีเท่าต้นองุ่นที่อายุมาก ไวน์เมกเกอร์จะมีการนำไวน์ขาวที่เกินและที่เกรดยังไม่ถึงนี้ มาต้มกลั่นให้กลายเป็นบรั่นดี จากนั้นนำไปบ่มในถังไม้โอ๊คฝรั่งเศสนานกว่า 8 ปี เมื่อรสชาติได้ที่ก็จะนำมาบรรจุขวดเป็นผลิตภัณฑ์ชื่อว่า ภิรมย์บรั่นดี (Pirom Brandy) นับว่าเป็นบรั่นดีเอกลักษณ์ของพีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่ และเป็นบรั่นดีแรกของไทยที่ผลิตจากไวน์ และค่อนข้างลิมิเต็ดอิดิชั่น เพราะจะเรียกเป็นผลิตภัณฑ์ By-Product จากการผลิตไวน์ก็ว่าได้

***เมนูแนะนำ** ส้มตำไก่ย่าง, สลัดลูกฟิก,*
พิซซ่า The Great Hornbill และไก่แอฟริกันสูตรต้นตำรับปารีส

Did You Know?

องุ่นทำไวน์ส่วนมากเหมาะที่จะปลูกในทำเล หุบเขาที่มีแหล่งน้ำไหลผ่าน แดดดี มีอุณหภูมิที่แตกต่างในช่วงกลางวันและกลางคืน

ไวน์โลกเก่า หมายถึง ไวน์ที่ผลิตจากแหล่งปลูกองุ่นทำไวน์ดั้งเดิม ที่เคยปลูกมานานหลายศตวรรษ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมาตั้งแต่ประวัติศาสตร์ ส่วนมากอยู่ในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สเปน เป็นต้น

ไวน์โลกใหม่ หมายถึง ไวน์ที่ผลิตจากแหล่งปลูกในดินแดนใหม่ โดยชาวยุโรปนำความรู้การปลูกองุ่นไปเริ่มปลูกในดินแดนที่ตนอพยพไปอยู่อาศัย เช่น อเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ชิลี แอฟริกาใต้ เป็นต้น ทำให้เกิดไวน์คุณภาพในประเทศใหม่ๆ

ความเชื่อที่ว่า ดื่มไวน์ขาวก่อนไวน์แดง เป็นวิธีคิดแบบเก่า มีที่มาจากวัฒนธรรมการเสิร์ฟอาหารเป็นคอร์สแบบยุโรป ปัจจุบัน การดื่มไวน์ขึ้นอยู่กับความชอบและการปรุงรสชาติอาหารเป็นหลัก

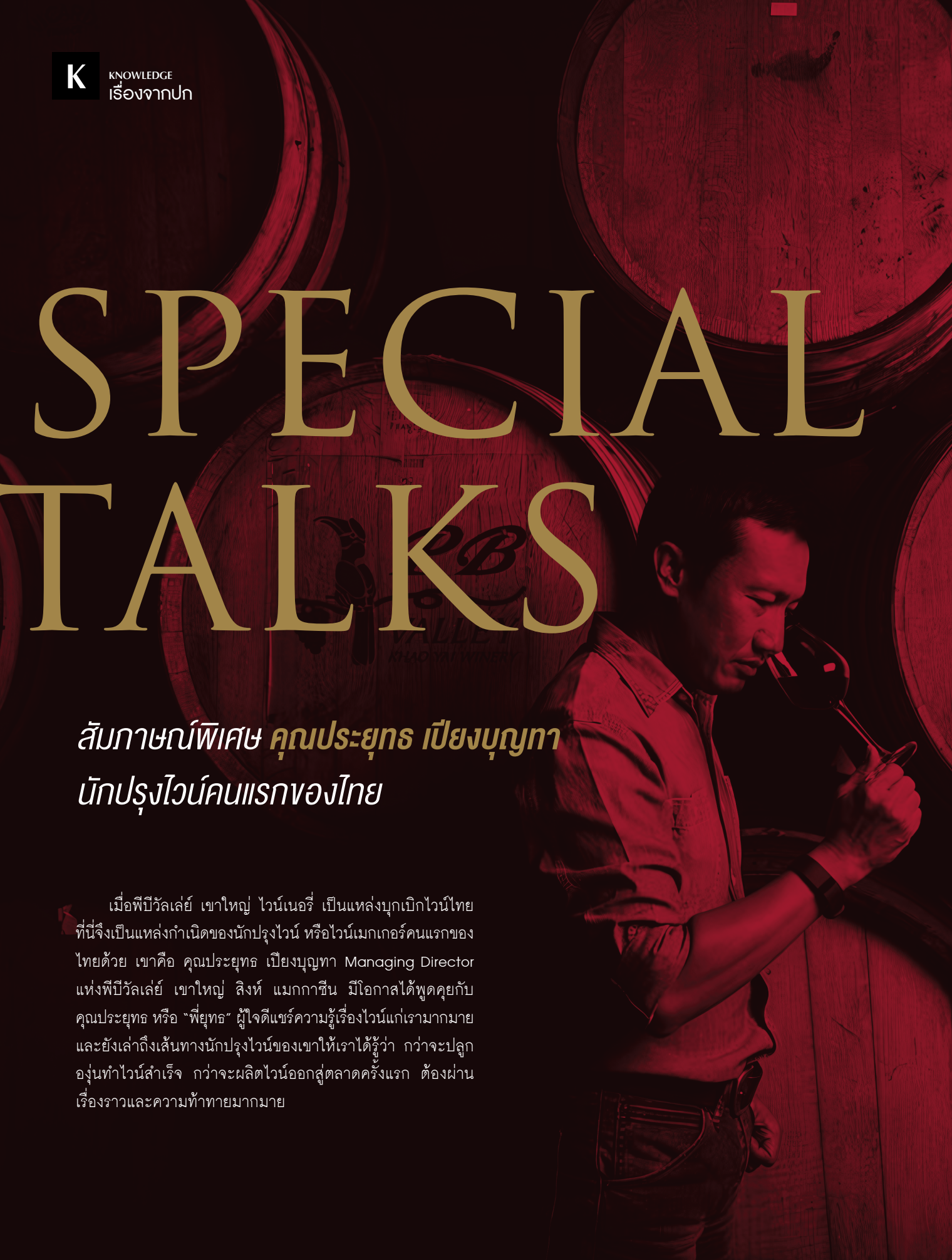
คนไทยนิยมดื่มไวน์แดงมากกว่าไวน์ขาว

ไวน์ขาวเข้ากับอาหารไทยมากกว่าไวน์แดง

Römerwein (โร-เมอร์-ไวน์) เชื่อกันว่าเป็นไวน์ที่มีอายุมากที่สุด ตั้งแต่มีการค้นพบมา มีอายุอย่างน้อย 1,650 ปี ค้นพบในเยอรมนี

SPECIAL TALKS

สัมภาษณ์พิเศษ คุณประยุทธ เปียงบุญทา นักปรุงไวน์คนแรกของไทย



เมื่อพีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ ไวน์เนอรี่ เป็นแหล่งบุกเบิกไวน์ไทย ที่นี่จึงเป็นแหล่งกำเนิดของนักปรุงไวน์ หรือไวน์เมกเกอร์คนแรกของไทยด้วย เขาคือ คุณประยุทธ เปียงบุญทา Managing Director แห่งพีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ สิงห์ แมกกาซีน มีโอกาสได้พูดคุยกับคุณประยุทธ หรือ "พี่ยุทธ" ผู้ใจดีแชร์ความรู้เรื่องไวน์แก่เรามากมาย และยังเล่าถึงเส้นทางนักปรุงไวน์ของเขาให้เราได้รู้ว่า กว่าจะปลูกองุ่นทำไวน์สำเร็จ กว่าจะผลิตไวน์ออกสู่ตลาดครั้งแรก ต้องผ่านเรื่องราวและความท้าทายมากมาย

ไวน์ในถังที่บ่ม จะยังไม่ได้รสชาติที่ดี แต่ไวน์เมกเกอร์จะชิม เพื่อให้ได้ไอเดียว่าเมื่อบ่มเสร็จรสชาติจะเป็นยังไง

อดีตนักปรุงเบียร์ของบริษัทบุญรอดฯ

หลังจากที่พี่ยุทธเรียนจบคณะ Food Science จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เขาได้เข้าทำงานกับบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ซึ่งขณะนั้น คุณปิยะ ภิรมย์ภักดี ท่านเป็นผู้นำของบริษัทฯ ในยุคที่โรงงานผลิตเบียร์ของบุญรอดฯ ยังมีที่สามเสนเพียงแห่งเดียว พี่ยุทธทำงานภายใต้ คุณอิสระ ขาวละเอียด ซึ่งคุณอิสระส่งให้เขาไปฝึกงานตั้งแต่โม่ข้าวมอลต์ ทำงานในห้องต้ม (ปัจจุบันคือพิพิธภัณฑ์สิงห์) ห้องหมัก ห้องบรรจุ ห้องล้างขวด ไปจนถึงห้องแล็บ และยังต้องไปเรียนภาษาเยอรมันหลังเลิกงาน เพื่อเตรียมตัวไปเรียนต่อด้านการปรุงเบียร์โดยตรง ตอนนั้นพี่ยุทธตั้งใจที่จะเป็นบริวมาสเตอร์เต็มตัว

กำเนิดโปรเจกต์ทำไวน์
จากดำริของคุณปิยะ ภิรมย์ภักดี

ช่วงทศวรรษ 2530 เศรษฐกิจไทยเติบโตเต็มที่ คนไทยนิยมหันมาดื่มไวน์มากขึ้น เพราะไวน์ถือเป็นสินค้า luxury อย่างหนึ่งในยุคนั้น การดื่มไวน์จึงเปรียบเสมือนเครื่องแสดงสถานะที่ดีในสังคม

"ก่อนปี 2540 มีไวน์นำเข้าจากต่างประเทศมากมาย มีแมกกาซีนแนะนำไวน์ออกมาหลายฉบับ คุณปิยะท่านเป็นบริวมาสเตอร์ ท่านจะมีไอเดียทำเครื่องดื่มต่างๆ ซึ่งท่านเห็นว่า เราควรจะผลิตไวน์เองเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยเราควรจะทดลองปลูกองุ่นทำไวน์ขึ้นในไทย หรือทดลองทำไวน์ผลไม้ ซึ่งพี่ก็ได้รับมอบหมายให้ดูแลโปรเจกต์นี้ควบคู่กับการทำเบียร์ด้วยในตอนนั้น"

ยุคนั้น การปลูกองุ่นทำไวน์ในประเทศไทยเป็นเรื่องใหม่ เพราะบ้านเราปลูกแต่องุ่นกินสด พี่ยุทธได้ทำงานร่วมกับชาวเยอรมันที่เคยปลูกองุ่นทำไวน์ในแถบแอฟริกา เพื่อพิจารณาทำเลปลูกที่เหมาะสมในไร่พีบีวัลเล่ย์ที่เชียงรายและเขาใหญ่ ซึ่งเป็นไร่ส่วนตัวของคุณปิยะ ภิรมย์ภักดี

ทดลองผลิตไวน์ผลไม้ทดแทนไวน์องุ่น

นอกจากการทดลองปลูกองุ่นทำไวน์ ยังมีโครงการทดลองผลิตไวน์ผลไม้ ซึ่งเริ่มต้นในห้องแล็บชั้นใต้ดินที่วังน้อย (สมัยนั้นยังเป็นโกดังสินค้าของบุญรอดฯ) ด้วยจุดประสงค์ว่าต้องการให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่สามารถดื่มทดแทนไวน์องุ่น และไวน์ผลไม้นั้นก็มีต้นทุนที่ต่ำกว่า

"ไอเดียคือ เรานำผลไม้มาสับคั้นน้ำ เติมยีสต์ หมักเป็นไวน์ เติมกรด เติมน้ำตาลลงไป เพื่อเลียนแบบน้ำองุ่น เราทดลองทำไวน์จากผลไม้หลายชนิด เช่น ไวน์สับปะรด ไวน์มะขาม ไวน์ลูกหม่อน แต่หลังจากเทสต์แล้ว จึงรู้ว่า เราทำไวน์ผลไม้ได้ แต่ไวน์ผลไม้ไม่สามารถดื่มแทนไวน์องุ่นได้ เพราะไวน์องุ่นมีลักษณะเฉพาะที่ไม่มีในไวน์ผลไม้อื่น หากเราจะผลิตไวน์เพื่อแข่งกับไวน์นำเข้า ต้องผลิตไวน์องุ่นเท่านั้น ดังนั้นเราจึงหันมามุ่งมั่นกับการปลูกองุ่นทำไวน์"

ใช่ว่าองุ่นจะปลูกในที่สูงและหนาวได้ดีเสมอไป

ด้วยสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่เชียงราย ช่วงแรกจึงคาดหวังกันว่า การทดลองปลูกองุ่นทำไวน์ที่เชียงรายน่าจะให้ผลผลิตดี แต่ปลูกได้ 2 ปี ก็พบว่า อากาศที่เชียงรายมีความชื้นสูง หมอกลงจัดช่วงหน้าหนาว ทำให้เกิดเชื้อราขึ้นใต้ใบองุ่น ส่งผลให้ใบเหลือง องุ่นไม่สามารถสร้างน้ำตาลและผลไม่สุกกลับกันที่เขาใหญ่ ซึ่งสูงจากระดับน้ำทะเลเพียง 350 เมตร อากาศไม่เย็นจัด มีลมพัดผ่านตลอด สรุปแล้วเป็นทำเลที่ดีกว่า หลังจากนำองุ่นทำไวน์กว่า 40 สายพันธุ์เพาะปลูกลงไปในไร่พีบีที่เขาใหญ่ ผ่านไป 2 ปีก็ได้ผลผลิตงอกงามในที่สุด นับดูแล้ว โครงการทดลองปลูกองุ่นทำไวน์นี้ใช้เวลา 4 ปีถึงประสบผลสำเร็จ

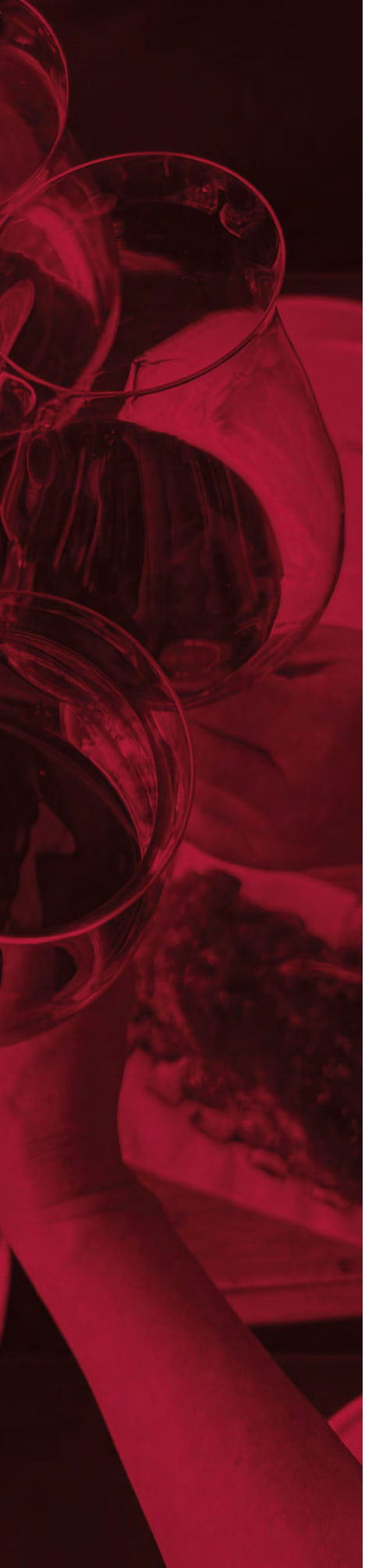
ความแตกต่างของ
นักปรุงไวน์กับนักปรุงเบียร์

"ไวน์องุ่น วัตถุดิบมีแค่องุ่นกับยีสต์ คนดื่มไวน์จะยอมรับว่าองุ่นแต่ละวินเทจไม่เหมือนกัน ไวน์เมกเกอร์จะเบลนด์ให้ได้รสชาติดีที่สุด หากรสชาติของไวน์จากไวน์เนอรี่เดิมที่เก็บองุ่นต่างวินเทจกันจะมีความต่างกันบ้าง ก็เป็นที่ยอมรับได้ ส่วนเบียร์ วัตถุดิบที่มาก็มีความแตกต่างเหมือนกัน แต่บริวมาสเตอร์เขาจะมีวิธีเบลนด์เพื่อให้รสชาติของเบียร์เหมือนกันในทุกๆ ล็อต ตรงนี้น่าจะเป็นความต่างที่ชัดเจน"

ตัดสินใจเป็น "ไวน์เมกเกอร์" แทนบริวมาสเตอร์

"อย่างที่เล่าว่า พี่ไปเรียนภาษาเยอรมันทุกวันหลังเลิกงาน พอพี่เรียนจนจบ เขียนใบสมัครเรียนที่เยอรมันได้ ตั้งใจว่าจะไปเข้าเรียนสถาบันโดเมนส์ที่คุณอิสระเคยเรียนมาก่อน แต่พอยื่นผลการเรียนให้คุณปิยะดู นายก็ถามว่า คุณสนใจไปเรียนด้านไวน์หรือเปล่า ส่งไปเรียนไวน์แทนเรียนเบียร์ได้นะ ให้ไปคิดหนึ่งคืน พรุ่งนี้มาบอกผม"

ตอนนั้นที่เขาใหญ่กำลังจะตั้งไวน์เนอรี่ หากเลือกทำไวน์พี่ยุทธก็จะได้ทำงานที่เขาใหญ่ ซึ่งเขาจะได้เห็นการเติบโตของไร่องุ่นที่เขาเฝ้าดูมาตั้งแต่ต้น และพี่ยุทธบอกว่า เขาไม่ชอบการใช้ชีวิตในกรุงเทพฯ เท่าไรนัก การตัดสินใจครั้งนี้จึงไม่ยาก "ผมขอไปเรียนด้านไวน์ครับ"



วินเทจแรกในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง

พี่ยุทธได้ไปศึกษาต่อในสถาบันปรุงไวน์ที่เยอรมนีเป็นเวลา 3 ปี แต่เมื่อกลับมาประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง ปี 2540 กระแสความนิยมดื่มไวน์ที่เคยบูมลดฮวบ ช่วงนั้นการก่อสร้างไวน์เนอรี่ที่เขาใหญ่เองก็ติดขัดด้วย พี่ยุทธเข้ามาช่วยผลักดันให้การก่อสร้างเดินหน้า เพราะถึงเวลาที่จะต้องผลิตไวน์ให้เกิดขึ้นภายในช่วงเวลานั้นแล้ว การเก็บเกี่ยวผลองุ่นครั้งแรกของพีบีวัลเล่ย์ เขาใหญ่ไวน์เนอรี่ ได้เริ่มต้นขึ้น ผลิตภัณฑ์ล็อตแรกจากที่แห่งนี้ จึงระบุไวน์วินเทจ (Wine Vintage) ในปี ค.ศ. 1998 (พ.ศ. 2541) ซึ่งหมายถึง ปีที่เก็บเกี่ยวผลองุ่นเพื่อนำมาผลิตไวน์นั่นเอง

"ไม่ใช่ว่าเราผลิตเสร็จแล้วขายได้เลย วินเทจแรกที่เราผลิตไวน์ ต้องบ่มไวน์ก่อน เราใช้เวลาบ่ม 2 ปี จึงเริ่มวางจำหน่ายในปี 2543 ถือเป็นโชคดีที่เราวางขายในขณะที่คนเริ่มปรับตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจได้แล้ว หากเราวางขายก่อนหน้านั้นอาจจะไม่มีคนซื้อก็ได้ จากนั้น เราได้เริ่มทำธุรกิจไวน์ภายใต้คุณปิยะเต็มตัว"

ความเป็นไวน์เมกเกอร์ที่พี่ยุทธชอบ

"ความสนุกของการชิมไวน์ ที่จะมีทั้งการชิมไวน์แบบแนวตั้ง (Vertical Tasting) คือ การซื้อไวน์จากไวน์เนอรี่เดิมแต่เก็บองุ่นต่างวินเทจมาเทสต์ เราจะเห็นความต่างของรสชาติในแต่ละปีทั้งที่มาจากองุ่นแปลงเดียวกัน และการชิมไวน์แบบแนวนอน (Horizontal Tasting) คือ การซื้อไวน์จากองุ่นวินเทจเดียวกันแต่ต่างไวน์เนอรี่กัน ท้ายสุด การได้อยู่กับไร่องุ่น ได้อยู่ในสภาวะที่มีต้นไม้เยอะๆ ...เป็นการทำงานแบบที่พี่ชอบ" ■

BG ฉลองครบรอบ 50 ปี

ความผูกพันสร้างพลังที่ยิ่งใหญ่

BG 50 ANNIVERSARY

"ตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา เรามุ่งมั่นในการเป็นผู้ให้บริการบรรจุภัณฑ์แบบครบวงจร พร้อมทั้งเดินหน้าขยายธุรกิจในหลายอุตสาหกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าด้วยบริการที่สร้างสรรค์ หลากหลาย และมีคุณภาพ โดยให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

สุดท้ายนี้ ในนามของคณะกรรมการบริหารและพนักงาน ขอขอบคุณพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้ความเชื่อมั่นและสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทฯ เสมอมา โดยมั่นใจได้ว่าบริษัทฯ จะมุ่งมั่นทุ่มเทปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ อีกทั้งดำเนินธุรกิจโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โดยตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตอย่างมั่นคงและเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประโยชน์แก่สังคม ซึ่งเป็นพันธกิจสำคัญในการส่งมอบคุณค่าต่อสังคมต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด"

สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ปวิณ ภิรมย์ภักดี

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทบางกอกกล๊าส

จากจุดเริ่มต้น สู่การเติบโตที่ยิ่งใหญ่

ตลอด 5 ทศวรรษที่ผ่านมา บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG เติบโตจากผู้ผลิตขวดแก้ว สู่กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจหลากหลาย บทความนี้จะพาทุกท่านย้อนรอยเส้นทางความสำเร็จและกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนให้ BG ก้าวสู่ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม

BG 50 ANNIVERSARY

2517

จุดเริ่มต้นของ บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด หรือ BG ก่อตั้งขึ้นในฐานะผู้ผลิตขวดแก้ว

2525

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เข้าเป็นผู้ถือหุ้นหลัก

2534

ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อื่นๆ โดยเข้าถือหุ้นใน บริษัท บางกอกบรรจุภัณฑ์ จำกัด ผู้ผลิตกล่องกระดาษลูกฟูก

2537

บริษัท เพชรแพค จำกัด
PETPAK CO.,LTD.

ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อื่นๆ โดยเข้าถือหุ้นใน บริษัท เพชรแพค จำกัด ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภทขวด พี.อี.ที (PET) รายแรกในประเทศไทย

2550

ก่อตั้งศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation Center) โดยเป็นศูนย์กลางในการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ

2551

ก้าวเข้าสู่ธุรกิจกีฬา โดยจัดตั้งบริษัท บีจี สปอร์ตส์ จำกัด บริหารจัดการ Bangkok Glass FC หรือสโมสรฟุตบอลบางกอกกล๊าส

2552

ก่อตั้งสนาม ลีโอ สเตเดี้ยม ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อสนามเหย้าเป็น บีจี สเตเดี้ยม

2556

บริษัท บางกอกกลาส จำกัด เปลี่ยนเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บางกอกกลาส จำกัด (มหาชน)

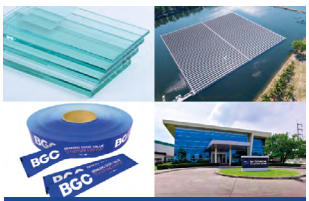
2559

- BG เปลี่ยนโฉมโลโก้และอัตลักษณ์องค์กรใหม่ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง สร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์
- จดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในเครือ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด หรือ BGC เพื่อมุ่งขยายธุรกิจไปสู่การผลิตบรรจุภัณฑ์ครบวงจร
- ก่อตั้งสตูดิโอเป่าแก้วแห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ BGC Glass Studio

2561

บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด เปลี่ยนเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) และนำหุ้นเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นครั้งแรกในนาม BGC

2560



- ก้าวเข้าสู่ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ประเภทกระจกแผ่น ภายใต้แบรนด์ BGF
- ก้าวเข้าสู่ธุรกิจพลังงานหมุนเวียน โดยจัดตั้ง บริษัท บีจี เอ็นเนอร์ยี่ โซลูชั่น จำกัด หรือ BGE ส่งเสริมการนำพลังงานเหลือทิ้งและพลังงานจากแหล่งธรรมชาติมาใช้อย่างคุ้มค่า ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ขยายธุรกิจสู่ธุรกิจ ฉลากฟิล์ม ฝา
- ก่อตั้ง BG Glass Academy Center ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น BG Technical Solutions Center เพื่อเป็นสถานที่สำหรับฝึกอบรมด้านความรู้และเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์

2562

สโมสรฟุตบอลบางกอกกลาส (Bangkok Glass FC) เปลี่ยนชื่อและตราสัญลักษณ์เป็น บีจี ปทุม ยูไนเต็ด หรือ BGPU

2564

ขยายการลงทุนเข้าถือหุ้นในธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์ในเวียดนาม ภายใต้ บริษัท บีจี เอ็นเนอร์ยี่ โซลูชั่น จำกัด หรือ BGE

2566

- ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจวัสดุก่อสร้างประเภทอะลูมิเนียม ภายใต้แบรนด์ BGF
- ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน
- ก่อตั้งธุรกิจด้านซัพพลายเชน ด้วยการเป็นผู้ให้บริการด้านซัพพลายเชนและคลังสินค้าครบวงจร

2567

ขยายการลงทุนสู่ธุรกิจบรรจุภัณฑ์อื่นๆ โดยเข้าถือหุ้นในธุรกิจผลิตกระป๋องอะลูมิเนียม

SINGHA
สกู๊ปพิเศษ

สะท้อนเรื่องราว 5 ทศวรรษ ผ่านโลโก้

ร่วมใจใส่เสื้อเฉลิมฉลองวาระครบรอบ 50 ปี

ย้อนเวลากลับไปในปี พ.ศ. 2517 บางกอกกล๊าส ได้ถือกำเนิดขึ้นในฐานะบริษัทผู้ผลิตขวดแก้วที่มีกำลังการผลิต 150 ตันต่อวัน ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 50 ล้านบาท โดยจดทะเบียนประกอบอุตสาหกรรมผลิตขวดและบรรจุภัณฑ์จากแก้วทุกชนิด เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2517 สิ่งที่ใช้แทนตราสัญลักษณ์องค์กรก็คือ ตราประทับของบริษัท ที่มีคำว่า บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด และใช้เรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2522

2517

บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด
BANGKOK GLASS INDUSTRY Co., Ltd.

พ.ศ. 2523 ได้เปลี่ยนตราประทับของบริษัทฯ เป็นรูปแบบใหม่โดยใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ b g ซ้อนกันและมีรูปขวดอยู่ตรงกลาง เพื่อสื่อถึงบริษัทที่เป็นอุตสาหกรรมขวดแก้ว แต่เนื่องจากตราประทับที่ใช้สึกหรอเร็ว ต้องทำใหม่ทดแทนค่อนข้างบ่อยและยากต่อการแกะรูปขวดแก้วบนตราประทับ จึงเปลี่ยนโดยนำรูปขวดออก

ต่อมาได้นำเพียงอักษรภาษาอังกฤษ b g ซ้อนกัน มาใช้เป็นโลโก้ และเลือกใช้สีเขียวเพื่อสื่อความหมายถึงความปลอดภัย (Safety First) และการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยเริ่มใช้โลโก้ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา

2523

บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด
BANGKOK GLASS INDUSTRY Co., Ltd.

พ.ศ. 2551 เป็นปีที่ BG เริ่มทำการสื่อสารการตลาดทุกรูปแบบ โลโก้จึงต้องปรับตัวให้ทันสมัยขึ้น โดยได้เพิ่มแสงเงาลงไปในโลโก้ เพื่อให้ดูมีมิติและมีชีวิตชีวา

2551

1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 BG ได้เปลี่ยนโฉมโลโก้ รวมถึงอัตลักษณ์องค์กรใหม่ทั้งหมดเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง สร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ โดยมุ่งเน้นสู่การพัฒนาสิ่งใหม่ๆ เข้าสู่อุตสาหกรรมแก้วทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งโลโก้ปัจจุบันเป็นต้นแบบที่นำไปพัฒนาโลโก้ธุรกิจอื่นๆ ในกลุ่มบริษัทฯ คือ BGC BGF และ BGE

2559

BG

11 มีนาคม 2567 ในวาระครบรอบ 50 ปี บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) ได้สร้างสรรค์โลโก้จากเอกลักษณ์และเรื่องราวการเปลี่ยนแปลงสำคัญผ่านสีสันโดยใช้สีส้มและสีเหลืองหรือสีของ “น้ำแก้ว” ที่เกิดจากการหลอมเหลววัตถุดิบในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้วซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจ มาใช้สะท้อนถึงความกระตือรือร้น ความสร้างสรรค์ และความอบอุ่นผูกพันได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังนำสีเขียว สีอัตลักษณ์องค์กรเริ่มต้น ก่อนมีการปรับอัตลักษณ์องค์กรใหม่ในปี 2559 เพื่อบอกเล่าถึงเส้นทางที่ยาวนานของบริษัทฯ ที่ได้พัฒนาและเติบโตอย่างมั่นคงในตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา

2567

50 ANNIVERSARY
BG

#50ปีBG ยกขบวนความสนุก ส่งความสุขออนทัวร์

ศึก บีจี ปทุม vs บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

ภาพสุดประทับใจ ชาว BG Group ร่วมใจใส่เสื้อเฉลิมฉลอง วาระครบรอบ 50 ปี

เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2567 บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG และบริษัทในเครือ BG Group คณะผู้บริหารและพนักงาน ร่วมเฉลิมฉลองวาระครบรอบ 50 ปี ด้วยการใส่เสื้อโปโลสีขาวสัญลักษณ์ 50 ปี BG พร้อมสวมสายคล้องบัตร 50 ปี โชว์พลังความภาคภูมิใจและความสามัคคีของพี่น้องชาว BG Group สะท้อนแนวคิด "ความผูกพันสร้างพลังที่ยิ่งใหญ่" ซึ่งเป็นพลังอันสำคัญสู่ความสำเร็จ โดยมุ่งเป้าสร้างทีมและบุคลากรในองค์กรให้รักและสามัคคี รวมถึงมีเป้าหมายร่วมกันพร้อมส่งมอบคุณค่าสู่สังคมในทุกมิติอย่างยั่งยืน

ยกขบวนความสนุก ส่งความสุขออนทัวร์ ทุกโรงงานตลอดทั้งปี 67

เนื่องในโอกาสครบรอบ 50 ปี บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG ได้จัดกิจกรรม "#50ปีBG ยกขบวนความสนุก ส่งความสุขออนทัวร์" ภายใต้แนวคิด "ความผูกพันสร้างพลังที่ยิ่งใหญ่" หรือ "Building bond, growing beyond" เพื่อเป็นการขอบคุณพนักงานทุกส่วนงานสำหรับความทุ่มเทและมุ่งมั่นทำงานตลอด 5 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยส่งมอบความสุขผ่านการจับรางวัล Lucky Draw พร้อมอิ่มอร่อยกับ Food Truck ร้านดังที่ยกขบวนมาเสิร์ฟถึงที่ อีกทั้งมีกิจกรรมสร้างสีสันและความสนุกสนานจากบูธของหน่วยงาน

เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองวาระพิเศษนี้ BG จะส่งความสุขออนทัวร์ไปยังบริษัทในเครือบางกอกกล๊าสต่อเนื่องตลอดปี 2567 โดยกิจกรรม "#50ปีBG ยกขบวนความสนุก ส่งความสุขออนทัวร์" เป็นการขอบคุณไปยังพนักงานทุกคนที่ร่วมสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรมาตลอด 50 ปี BG มุ่งมั่นที่จะสร้างองค์กรแห่งความสุข มอบความผูกพัน และส่งเสริมให้พนักงานทุกคนเติบโตไปพร้อมกับองค์กร และร่วมสร้างอนาคตที่ยั่งยืนไปด้วยกันต่อไป

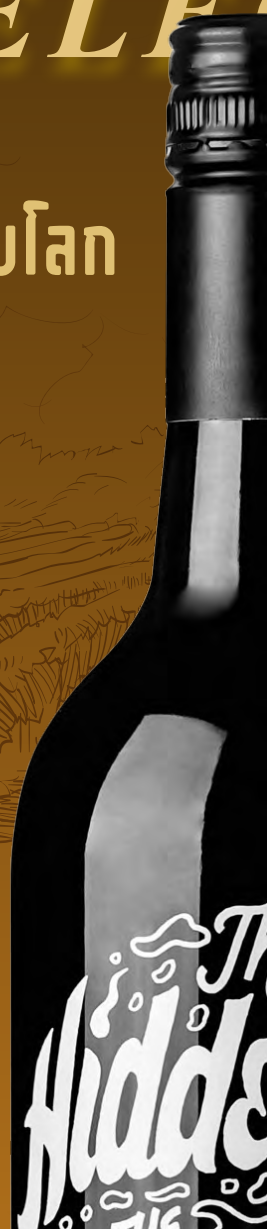
BG ฉลองครบรอบ 50 ปีอย่างยิ่งใหญ่ในศึก บีจี ปทุม vs บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด

วันที่ 3 เมษายน 2567 บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BG เฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปี BG อย่างยิ่งใหญ่ พร้อมเปิดบ้านต้อนรับการแข่งขันฟุตบอล Hilux Revo Thai League 2023/2024 ระหว่าง บีจี ปทุม ยูไนเต็ด พบกับ บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โดยมีนายสุรศักดิ์ เดชะรินทร์ กรรมการและที่ปรึกษากลุ่มบริษัทบางกอกกล๊าส นางอัมรัตน์ ภูววีรานินทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีจี เอ็นเนอร์ยี่โซลูชั่น จำกัด หรือ BGE ที่ปรึกษาอาวุโสด้านการเงิน และรักษาการประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคล กลุ่มบริษัทบางกอกกล๊าส และ นายศิลปรัตน์ วัฒนเกษตร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีจี คอนเทนเนอร์ กล๊าส จำกัด (มหาชน) หรือ BGC ร่วมลงสนามเชิญลูกฟุตบอลให้กับคณะผู้ตัดสิน และร่วมจับรางวัลใหญ่มอบโชคให้กับแฟนบอลภายในสนามช่วงพักครึ่งการแข่งขัน ภายในงานนี้ BG ได้เปิดตัวอัฒจันทร์ใหม่โซน E เพื่อรองรับความจุของแฟนกีฬา อีกทั้งจัดเตรียมกิจกรรมจากสปอนเซอร์ สโมสร คอนเสิร์ตสุดพิเศษจาก เอ๊ะ จิรากร อิ่มอร่อยกับบูธอาหารร้านดัง และ BG Photo Booth เพื่อบันทึกความทรงจำพิเศษในวาระครบรอบ 5 ทศวรรษของ BG โดยงานฉลองครบรอบ 50 ปีครั้งนี้ สะท้อนถึงความสำเร็จและความยั่งยืนของบริษัทฯ ที่มุ่งมั่นส่งมอบคุณค่าสู่สังคมผ่านสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา และมุ่งมั่นเดินหน้าพัฒนาธุรกิจ สนับสนุนและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีเพื่อส่งมอบคุณค่าสู่สังคมอย่างยั่งยืนต่อไป ■

SING

SELE

ที่สุดของการคัดสรรระดับโลก
เพื่อนักดื่มไวน์ทุกคน



GHA

CTED

เมื่อพูดถึงช่วงเวลาแห่งความผ่อนคลาย บรรยากาศแห่งความสนุก และความบันเทิง มีไม่กี่คนเท่านั้นที่รู้วิธีทำให้สมบูรณ์แบบได้เหมือนเรา จากความเชี่ยวชาญที่ยาวนานในโลกแห่งอาหารและเครื่องดื่ม “Singha Selected” รู้วิธีเฟ้นหาสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อรังสรรค์ประสบการณ์อันยอดเยี่ยมและแตกต่าง เราได้คัดสรรไวน์ที่ดีที่สุดจากทั่วโลกที่เหมาะสมกับทุกห้วงอารมณ์ของคุณ สิ่งที่คุณต้องทำ เพียงนั่งให้สบาย และปล่อยให้สิ่งที่เราคัดสรรมอบความมหัศจรรย์ให้คุณ

BERTON VINEYARD'S STORY

เรื่องราวของเบอร์ตัน วินยาร์ด (Berton Vineyard) ไวน์เนอรี่ท็อป 20 ของออสเตรเลีย เริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1996 ณ เขตไฮอีเดน (High Eden) ในภูมิภาคทางตอนใต้ของประเทศออสเตรเลีย บนพื้นที่อันเป็นส่วนหนึ่งของบารอสซา วัลเล่ย์ (Barossa Valley) หนึ่งในเขตที่มีชื่อเสียงที่สุดเรื่องการปลูกองุ่นทำไวน์ของประเทศออสเตรเลีย

คุณ Bob Berton และ คุณ Cherie Berton ซื้อที่ดินในไฮอีเดน ที่อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลราว 500 เมตร จัดเป็นทำเลที่เหมาะสมต่อการปลูกองุ่นสายพันธุ์ชีราส (Shiraz) กาเบอร์แนต์ โซวินญอง (Cabernet Sauvignon) ชาดอนเนย (Chardonnay) และ โซวินญอง บล็องค์ (Sauvignon Blanc)

ทั้งสองเริ่มเพาะองุ่นสายพันธุ์ชีราสบนพื้นที่ 10 เอเคอร์ (ราว 25 ไร่) และปลูกองุ่นสำหรับทำไวน์ขาวอีก 7 เอเคอร์ (ราว 17.5 ไร่) ผ่านไป 2 ปี ด้วยแร่ธาตุในผืนดินที่อุดมสมบูรณ์และสภาพภูมิอากาศ ทำให้ได้ผลผลิตงอกงาม แต่ต้นองุ่นที่ได้ในช่วง 2-3 ปีแรก ยังหยั่งรากลึกได้ไม่มากนัก ลำต้นยังเติบโตไม่เต็มที่จนมีคำเรียกล้อเลียนต้นองุ่นในช่วงเวลานี้ว่า บอนไซ วินยาร์ด (Bonsai Vineyard) แต่ใครเลยจะรู้ว่าต้นชีราสน้อยๆ เหล่านี้เอง ต่อมาจะเป็นสายพันธุ์ที่โดดเด่นที่สุดของไร่แห่งนี้ และกลายมาเป็นต้นกำเนิดของไวน์ระดับพรีเมี่ยม เจ้าของรางวัลมากมายในระดับสากลทั่วโลก

เบอร์ตัน วินยาร์ด ยังได้ร่วมกับพันธมิตรนักสร้างไวน์คุณภาพ อาทิ Riverina ที่ที่ให้ผลผลิตขั้นเลิศ ซึ่งนำมาเบลนด์เป็นไวน์อย่างแบรนด์ Outback Jack และยังร่วมกับพันธมิตรไร่ไวน์อื่นๆ ที่ดีที่สุดในพื้นที่ ได้แก่ the Coonawarra, Padthaway, Adelaide Hills, Swan Hill, Riverland และ Barossa เพื่อคัดสรรองุ่นคุณภาพเยี่ยมและรังสรรค์ออกมาเป็นไวน์พรีเมี่ยมอย่าง Metal Label the Black Shiraz Limited Release (ฉลากทอง) หนึ่งในไอเทมที่ บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ไม่พลาดจะนำเข้ามาเพื่อนักดื่มไวน์ระดับพรีเมี่ยมในไทย

นอกจากในพื้นที่ไฮอีเดนแล้ว ในปี ค.ศ. 2005 เบอร์ตัน วินยาร์ด ขยายพื้นที่การผลิตโดยเข้าซื้อ Southcorp Winery ในเขต Yenda ทำให้เป็นปีที่ท้าทายในการสร้างผลผลิตไวน์ในระดับมหาศาลเป็นครั้งแรก ด้วยปริมาณการผลิตที่มากถึง 13,000 ตัน และเติบใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

ถึงแม้ว่า เบอร์ตัน วินยาร์ด จะดำเนินการมากว่า 25 ปีแล้ว และเป็น 1 ใน 20 Winery ที่ใหญ่ที่สุดของออสเตรเลีย (ข้อมูลจาก: Wine Industry Directory, 2011) แต่ก็ยังคงถ่อมตัวว่าเป็นไร่ไวน์ที่ต้องการเข้าถึงผู้บริโภครุ่นใหม่ และไม่หยุดแค่การทำไวน์แบบคลาสสิก แต่ยังต้องการเป็นไวน์ร่วมสมัยที่เข้าถึงนักดื่มทุกรุ่นทุกประเภทและทุกเชื้อชาติอย่างเป็นสากลด้วยเช่นกัน

หมายเหตุ: ปีที่ระบุบนฉลาก คือปีที่เก็บเกี่ยวผลองุ่น ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามล็อตการผลิต

Berton Vineyard Metal Label Limited Release Shiraz 2019

แอลกอฮอล์ 14%

องุ่นชีราสลิมิเต็ดรีลีส เก็บเกี่ยวจาก 3 พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตไวน์ที่เก่าแก่และใหญ่ที่สุดของออสเตรเลีย ทำให้ชีราสมีความแตกต่างทั้งสไตล์และคุณภาพ รสชาติคลาสสิก ให้กลิ่นรสของแบล็กเบอร์รี่ ลูกพลัม เจือกลิ่นหอมของพริกไทย

Wine region: ฮีธโคท / เมาท์ลอฟตี้เรนจ์ / กันดาไก / คูนาวารา / บารอสซา

Pair with: เนื้อตุ๋น หรือเนื้ออบ

Berton Vineyard Metal Label The Black Shiraz 2020

แอลกอฮอล์ 14%

จากองุ่นสายพันธุ์ชีราสที่เก็บเกี่ยวในยามค่ำคืนท่ามกลางแสงจันทร์ ให้ความเข้มข้นดึมดูลึกลับและรสชาติที่โรแมนติก มีกลิ่นหอมของแบล็กเบอร์รี่ ลูกพลัม พร้อมรสเข้มของผลไม้และกาแฟมอคค่า

Wine region: เซาท์อีสเทิร์นออสเตรเลีย

Pair with: เมนูย่างแบบสโลว์คุกกิ้ง หรือชีสรสเข้มข้น

Berton Vineyard Metal Label Cabernet Sauvignon 2021

แอลกอฮอล์ 14%

องุ่นพันธุ์กาเบอร์แนต์ โซวินญอง ที่มีสีดำสนิท ให้กลิ่นรสเข้มข้นของแบล็กเคอร์แรนท์ ลูกหม่อน ลูกพลัม แบล็กเบอร์รี่และเชอร์รี่สีเข้ม และมีกลิ่นสดชื่นของรสของสะระแหน่ ยูคาลิปตัส ผสมผสานกับกลิ่นไม้โอ๊ค

Wine region: เซาท์ออสเตรเลีย

Pair with: พาสต้า เนื้ออบ หรือสเต๊ก

Berton Vineyard Metal Label Sauvignon Blanc 2021

แอลกอฮอล์ 12.5%

องุ่นพันธุ์โซวินญอง บล็องค์ ไวน์ขาวที่คัดเฉพาะน้ำแรกจากการบีบคั้นผลองุ่น ซึ่งถือเป็นน้ำองุ่นบริสุทธิ์ที่สุด ไร้การปนเปื้อนจากความขมของเปลือกและเมล็ด หอมผลไม้เมืองร้อนและพืชพรรณสมุนไพรจากออสเตรเลียตอนใต้

Wine region: ออสเตรเลีย / เซาท์ออสเตรเลีย / บารอสซา / อีเดนวัลเล่ย์

Pair with: ปลาย่าง สลัดสไตล์เอเชีย และยำต่างๆ

BERTON VINEYARD
FINE AUSTRALIAN WINES

THE HIDDEN SEA'S STORY

The Hidden Sea เป็นบริษัทไวน์ระดับสากลที่มีเป้าหมายในการผลิตไวน์และรักษ์โลกไปพร้อมกัน ไวน์เนอรี่ตั้งอยู่ในเขตตอนใต้ของออสเตรเลีย บริเวณที่ผืนดินอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุที่ได้รับการอนุรักษ์โดยผืนทะเลมานานกว่า 26 ล้านปี ด้วยภาวะยุคน้ำแข็งเสื่อมถอยทำให้ระดับน้ำทะเลตอนใต้ของโลกลดตัวลงก่อให้เกิดผืนดินที่อุดมด้วยทรัพยากรและแร่ธาตุอันประเมินค่าไม่ได้ ส่งผลให้ไวน์ของ The Hidden Sea กำเนิดจากองุ่นที่ได้รับอาหารอุดมสมบูรณ์จากผืนดินอันทรงคุณค่า

ด้วยสมบัติแห่งโลกที่ได้รับจากท้องทะเลนี้เอง ทำให้บริษัท The Hidden Sea มีเป้าหมายจะอนุรักษ์แหล่งกำเนิดของผืนดินแห่งนี้ ซึ่งนั่นคือท้องทะเล โดยการประสานความร่วมมือกับ The ReSea Project สร้างมาตรฐานระดับโลกในการกำจัดขยะพลาสติกร่วมกัน เรียกได้ว่า The Hidden Sea เป็นแบรนด์ไวน์ของนักอนุรักษ์อย่างแท้จริง

CEO ของ The Hidden Sea คุณ Richie Vandenberg เป็นทายาทรุ่นที่ 4 ของครอบครัวนักปลูกองุ่นทำไวน์ที่มีประสบการณ์มากกว่า 25 ปี สืบต่อจากรุ่นสู่รุ่น คุณ Richie เป็นทั้งนักพายเรือคายัค นักเล่นเซิร์ฟ ตัวเขาและครอบครัวใช้ชีวิตอยู่กับทะเล ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เขารู้สึกหวงแหนในท้องทะเลและพยายามจะปกป้องผืนน้ำและรักษาระบบนิเวศที่สวยงามทั่วโลกไว้ เหตุนี้เองจึงเป็นที่มาของวิสัยทัศน์ในการสร้างบริษัทไวน์นามว่า The Hidden Sea โดยเขาได้ร่วมกับคุณ Justin Moran นักธุรกิจชื่อดังของออสเตรเลีย และคุณ Jon Contino ศิลปินและนักออกแบบชั้นนำ ช่วยกันผลักดันให้ The Hidden Sea เป็นแบรนด์ไวน์ที่มีเอกลักษณ์นอกเหนือไปจากรสชาติที่โดดเด่น

"One wine, one mission, to remove plastic from the world's oceans. Each bottle consumed removes the equivalent of 10 plastic bottles from the ocean."

"ไวน์ของเรา ภารกิจของเรา เพื่อการกำจัดพลาสติกออกจากผืนมหาสมุทรทั่วโลก ทุกหนึ่งขวดที่เราจำหน่าย เราจะเก็บพลาสติกเทียบเท่าขวดพลาสติก 10 ขวด ออกจากท้องทะเล"

The Hidden Sea Shiraz 2020

แอลกอฮอล์ 13.6%

องุ่นสายพันธุ์ชีราสที่ให้คุณภาพสูงเป็นพิเศษเพราะเก็บเกี่ยวในปีที่สภาพอากาศดี รสชาติเข้มข้น รสสัมผัสซับซ้อน โดดเด่นด้วยกลิ่นฟรุ้ตตี้ของผลเบอร์รี่แดง เช่น ลูกพลัม สตรอว์เบอร์รี่ และมีกลิ่นหอมของไม้โอ๊ค

Wine Region: ออสเตรเลีย / เซาท์ออสเตรเลีย / ไลม์สโตน โคสต์

Pair with: เนื้อวัว เนื้อแกะ และเมนูสัตว์ปีก

The Hidden Sea Rosé 2020

แอลกอฮอล์ 12%

เต็มเปี่ยมด้วยองุ่นคุณภาพชื่อดังของโลก อาทิ ชีราส, ปีโนต์กรีโจ, โซวินญองบล็องค์, ชาร์ดอนเนย์, เซมิลลอน และแมร์โล ใช้การหมักเย็นเพื่อรักษาความหอมขององุ่นให้ยาวนานที่สุด และทำให้ได้กลิ่นของผลไม้ตระกูลเบอร์รี่และผลไม้เมืองร้อนอย่างชัดเจน

Wine Region: เซาท์ออสเตรเลีย / ไลม์สโตน โคสต์

Pair with: เมนูที่มีเนื้อหมูหรือสัตว์ปีก ปลาทูน่าหรือปลาแซลมอน อาหารมังสวิรัติ อาหารเรียกน้ำย่อย

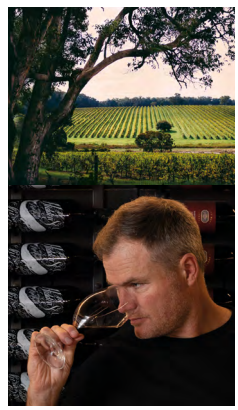
The Hidden Sea Red Blend 2020

แอลกอฮอล์ 13.6%

ผสมผสาน 3 พันธุ์องุ่นแดงคุณภาพอย่างชีราส, กาเบอร์แนต์ โซวินญอง และมาลเบค โดยเป็นเบลนด์ที่เน้นชูโรงไวน์แดงรสชาติเข้มข้นของผลไม้แบบ dark fruit และ finish กลิ่นฟรุ้ตเค้กและวานิลลา ให้คาแรคเตอร์ที่เข้มแข็งดุดันแต่มีความสุขุมนุ่มลึก

Wine Region: ออสเตรเลีย / เซาท์ออสเตรเลีย / ไลม์สโตน โคสต์

Pair with: เนื้อวัว เนื้อแกะ และเมนูสัตว์ปีก



The Hidden Sea U.S. Chardonnay 2021

แอลกอฮอล์ 12.7%

ไวน์ขาวที่ได้รับความนิยมทั่วโลกจากองุ่นชาร์ดอนเนย์ มอบรสชาติสดชื่นของลูกพีชและผลไม้ตระกูลซิตรัสอย่างเลมอนและส้ม พร้อมการหมักในถังโอ๊ค มีรสชาติเข้มข้นแต่ชุ่มฉ่ำด้วยกลิ่นหอมๆ ของเนคทารีน และวานิลลา

Wine Region: ออสเตรเลีย / เซาท์ออสเตรเลีย / ไลม์สโตน โคสต์

Pair with: เนื้อหมู เนื้อปลา เช่น แซลมอนหรือทูน่า อาหารมังสวิรัติ และเมนูสัตว์ปีก

The Hidden Sea South Australia Cabernet Sauvignon 2021

แอลกอฮอล์ 14%

องุ่นพันธุ์กาเบอร์แนต์โซวินญอง ให้คาแรคเตอร์ที่หนักแน่น เต็มไปด้วยรสชาติของลูกพลัม แบล็กเคอร์แรนท์ มีกลิ่นหอมของมิ้นท์และถังไม้โอ๊ค ผสมกับแทนนินที่ค่อนข้างสูง เหมาะสำหรับคอไวน์ที่ชอบแบบเข้มข้น

Wine Region: เซาท์ออสเตรเลีย / ไลม์สโตน โคสต์

Pair with: เนื้อวัว เนื้อแกะ และเนื้อไก่ ■

AI *Art* GENERATOR

Concept

“ บ้านในฝัน เมื่อฉันเกษียณ ”

มาถึงโจทย์สร้างภาพด้วย AI กันอีกครั้ง ดูเหมือนว่าคราวนี้โจทย์ของเรา จะกระตุ้นต่อมจินตนาการของชาวสิงห์กันมากขึ้น ผลงานที่เพื่อนๆ ส่งมาเลย WOW จนทีมงานแทบจะเลือกมาลงไม่ถูกกันเลยทีเดียว อยากรู้ว่า WOW ขนาดไหน มาดูกันเลย!

สุนทรีย์จากการเปลี้องปลดพันธนาการของเงินตรา

AI: DALL-E (ChatGPT)

Prompt: A charming single-story wooden house with a thatched roof, perched on a bamboo raft, floats along a canal lined with a bustling floating market.

จักรชลัช เหล็กกล้า
HR Specialist - Data Analytic
กลุ่มงานทรัพยากรบุคคล
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

อักษราภัค ตู้ประกาย
BI Developer 1
กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

เกษมยามเกษียณ

AI: nightcafe.studio

Prompt: House on top mountain with fog sea

บ้านท่ามกลางสวนสวรรค์อันร่มรื่น

AI: Alisa

Prompt: บ้านสไตล์โมเดิร์นท่ามกลางภูเขา บ้านหลังวัยเกษียณ

สุวลักษณ์ วิบูลย์ศิริรัตน์
ผู้บริหารงานเครือข่ายสิงห์อาสา
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

บ้านในฝันอันเงียบสงบ

AI: bing.com

Prompt: บ้านสวย ข้างหน้าเป็นสายน้ำ ข้างหลังเป็นภูเขา

มัทรียา ฟองเมฆ
พนักงานจัดซื้อ
บริษัท เชียงใหม่ เบเวอเรช จำกัด

Cabin when I retire - กระท่อม ตอนหลังค่อม

AI: PlaygroundAI

Prompt: My dream house when I retire, modern, nature, interesting, black tone, a lot of window, cabin style, in forest, near canal, garden, pet friendly, gym zone, huge kitchen, party, garage, ultra hd, realistic, vivid colors, highly detailed, UHD drawing, pen and ink, perfect composition, beautiful detailed intricate insanely detailed octane render trending on artstation, 8k artistic photography, photorealistic concept art, soft natural volumetric cinematic perfect light

สุภัทรา ขำเอก
เจ้าหน้าที่บริหารงบประมาณ
กลุ่มกลยุทธ์และวิเคราะห์การเงิน
บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด

Modern style house in a peaceful garden

AI: pixlr

Prompt: House Modern Style and Back Garden Casual atmosphere (vibrant colors) (dramatic) (shot from below)

นันทพงศ์ ฉันทดิลกพร
Customer Contact officer
ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

บ้านริมทะเล

AI: bing.com

Prompt: บ้านติดทะเล มีสระว่ายน้ำ ระเบียง และโต๊ะทานข้าว มีลานกว้าง

ธัญญารัตน์ ทองดี
เจ้าหน้าที่วางแผนการผลิต
บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด

กรณ์กฤต ศรีม่วง
วิศวกรไฟฟ้าควบคุม 1
บริษัท บุญรอดเอเชีย เบเวอเรช จำกัด

Love me love my dog

AI: bing.com

Prompt: peaceful homes with family and dog Natural Style water color Old age

บ้านที่เคลื่อนที่ได้

AI: Bing.com

Prompt: a recreational vehicle, with a family sitting facing backward, a dog, in the forest, bringing joy

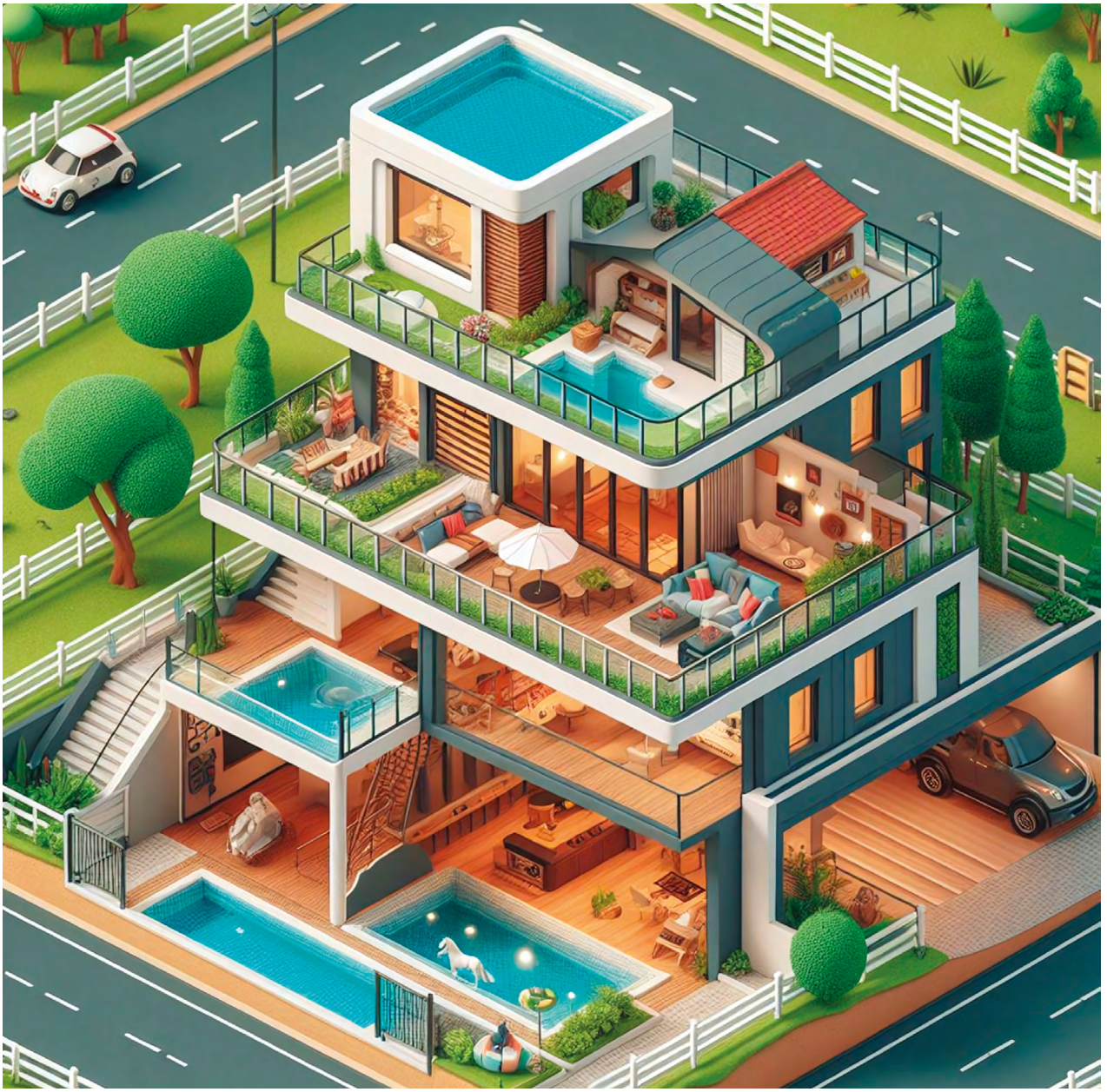
คุณากร พฤกษากร
วิศวกรไฟฟ้า 1
บริษัท ปทุมธานี บริวเวอรี่ จำกัด

บ้าน แมว และสวนดอกไม้

AI: Bing.com

Prompt: Mizu modern style house, IOT Smart home, forested all around, flower blooming, vegetable garden plot and mushroom farm, Bonsai tree, The kittens are playing in the garden

พิมพ์ณลิณ เมทิธานันท์
Web/Mobile Developer 1
กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



สุขนิกา ผดุงสันต์
ผู้จัดการแผนกแปรรูปและบรรจุภัณฑ์
บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด

บ้านแห่งความสุขที่ลงตัว

AI: Bing.com

Prompt: บ้านสไตล์มินิมอล มีระเบียงยื่นออกมาเป็นพื้นที่นั่งเล่น ในตัวบ้านก็จะมีห้องต่างๆ ไว้อำนวยความสะดวกในนั้น เช่น ห้องออกกำลังกาย ห้องหนังสือ ห้องครัว ห้องนั่งเล่น และสระว่ายน้ำ เน้นเป็นบ้านพักผ่อนหย่อนใจ เน้นความสะดวกสบาย และรอบๆ บ้านก็ยังมีพื้นที่สีเขียว ร่มรื่น มีแปลงผักสวนครัว มีต้นไม้ และมีสนามม้า

สงบหลังเกษียนในสวนป่า

AI: Bing.com

Prompt: landscape modern house in forest night time beauty star on sky

สงบหลังเกษียนในสวนป่า

AI: Bing.com

Prompt: landscape modern house in forest

รักษ์ รัตนสมาหาร
Senior Graphic Designer
กลุ่มงานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

FIRST EVERYTHING TO

ลอนด๊อน ลอนดอน

เรื่อง: สุภาวดี สุวรรณพิวัฒน์
บริษัท สิงห์ปาร์ค เชียงราย จำกัด
เรียบเรียง: Singha Magazine

ไปลอนดอน... แน่นอนต้องเริ่มต้นด้วยการยื่นวีซ่า (ลุ้นเหมือนกันเพราะเคยโดนปฏิเสธมาก่อนถึงสองครั้ง) แต่รอบนี้ผ่านเว้ย.... เย้ๆๆ ผ่านแล้วก็เตรียมจองตั๋วสิจ๊ะ รออะไร เราไป การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า ด้วยความที่ไม่เคยไปลอนดอนมาก่อน เราก็เลยต้องทำการบ้านเยอะมากกก

ตลาดพอตโทเบลโลที่ลอนดอน

เราเริ่มจากการหาที่พักแอเรียใกล้ๆ กับบ้านของญาติ ซึ่งก็มาจบที่ GUNVEER COURT พักกัน 4 คืน และที่ Moxy London Heathrow อีกหนึ่งคืน ส่วนวิธีการเดินทางนั้น ให้นึกสภาพพวกเรา 4 คน (เหมือนต่างด้าวเข้าเมืองมาก) หอบข้าวของพะรุงพะรังพอสมควร จึงตัดสินใจเช่ารถกับ Avis ซึ่งเราได้ทำใบขับขี่สากลรอไว้แล้ว ส่วนเส้นทางการเดินรถที่ลอนดอน เขาขับเลนซ้าย พวงมาลัยรถอยู่ด้านขวาแบบเดียวกันกับบ้านเรา เกียร์ธรรมดา สำหรับเราสบายมาก ทำให้เรามี challenge การขับรถอีกหนึ่งเรื่องในลอนดอน ซึ่งค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางบวกประกันทั้งหลายของเรา 4 คน หลักๆ ก็เกือบคนละ 5 หมื่นแล้วจร้า

"ความงามของรูปถ่าย ไม่สามารถบอกเล่า เรื่องราวต่างๆ ได้หมด จนกว่าคุณจะได้ออก เดินทางไปสัมผัสจริงๆ"

13 ชั่วโมงกับการนั่งเครื่องรวดเดียวลงสนามบินฮีทโธรว์ (Heathrow) ทรมานสังขารไม่น้อย วิธีผ่อนคลายความเมื่อยของเราคือเดินไปยืนหน้าห้องน้ำท้ายเครื่อง และเมื่อเครื่อง Landing ที่สนามบิน สิ่งที่วิตกและตื่นเต้นตามมาคือ เจ้าหน้าที่ตม. (เอาวะ ทำการบ้านมาอย่างดีต้องผ่านอยู่แล้นน) แอบเหล่คนข้างๆ ที่เข้าไปสัมภาษณ์ แบบเห้ยย เข้าไปทั้งคณะได้เลยอะ เราแอบยิ้มละ เมื่อถึงคิวเราก็กรูกันเข้าไปเลย 4 คน คุณตม. ถามๆๆ นิดหน่อย ก็ปล่อยผ่าน และเมื่อเดินออกมาพ้นสนามบิน สิ่งแรกที่สัมผัสได้คือ ความเย็นเฉียบ แบบไม่เคยรู้สึกเย็นขนาดนี้มาก่อน เหมือนอยู่ในตู้เย็นใบใหญ่ๆ เลยทีเดียว

ผ่านด่านคนเข้าเมืองได้ปุ๊บ หาเคาน์เตอร์ซื้อซิมการ์ด EE ก่อนเลย เมื่อได้ซิมพร้อมบริการเปลี่ยนให้เราก็เปิดคุณจีตามหาออฟฟิศ AVIS เพื่อไปรับรถก่อน โทรหาเบอร์ที่ระบุไว้ ปลายสายแจ้งกลับมาว่าให้นั่งรถบัสจากสนามบินมาที่ท่ารถ AVIS ได้เลย

การผจญภัยเริ่มต้นขึ้น เราเดินไปสถานีขึ้นรถพร้อมหอบกระเป๋าพะรุงพะรัง ยังไม่ทันวางกระเป๋าลงพื้นเสร็จ อิไดร์ฟเวอร์ก็ขับได้ฟาสต์สิบแปดบวกๆ มากกก ทุกอย่างทั้งคนทั้งกระเป๋าไหลรวมไปกองที่เดียวกันหมด นึกสภาพการขับโชว์สกิลเข้าโค้งรัศมี 90 องศา ไม่แตะเบรคแถมเหยียบคันเร่งใส่โค้งอีก นั่งเกร็งกันจนตะคริวจะกินเอวกินคอกันในรถประมาณ 10 นาทีค่ะ

เรามาถึงออฟฟิศ AVIS แบบครบ 32 โดยมีเจ้าหน้าที่น่ารัก 2 คน รออยู่ที่เคาน์เตอร์ เราก็จัดการโชว์ใบจองบวกต้องทำประกันเพิ่มไปอีกสามพันกว่าบาท พนักงานพยายามให้เราทำแบบขั้นสูง แต่ถ้าเราไม่สะดวกเขาก็ไม่บังคับนะ ตัดภาพมา เดินมาเอารถ ตอนนี้คือกระเป๋าเต็มรถจ้า เจอเบอร์ 28 สามใบ เบอร์ 20 อีก 2 ใบ คนนั่งในรถแทบจะโดนกระเป๋าถมมิดตัว ทั้งคนทั้งกระเป๋า ทำยังไงก็ได้ให้ไปกันได้ให้หมดก่อน เป้าหมายต่อไปคือ ไปหาญาติที่อยู่แถวสนามบิน ซึ่งก็ต้องเปิด GPS เราโหลด Map ในลอนดอนไว้แล้วเราก็ไปถูกด้วย เจ๋งหว่ะ (ชมตัวเองนะ)

หลังจากเยี่ยมญาติผู้ใหญ่เสร็จ สถานีต่อไป ที่พักค่ะ เปิดจีต่อ จนมาถึงที่พัก ซึ่งเขาไม่มีเคาน์เตอร์เหมือนบ้านเรา ประเด็นคือแบตมือถือหมด เข้าที่พักไม่ได้ (แง...) พักห้องไหน กุญแจห้องคือ? ดีที่ลูกพี่ลูกน้องที่อยู่ UK มาด้วย

พระราชวังบักกิ้งแฮม

เชลซีเอฟซีสเตเดี้ยม

เลยให้ช่วยสื่อสารให้ ปรากฏว่าเขาส่งรหัส Code ให้เราทางอีเมลหมดแล้ว เราไม่ได้บันทึกไว้อีก จะเข้าเมลเครื่องอื่นก็ดันจำพาสเวิร์ดเข้าเมลตัวเองไม่ได้อีก เห้อ อยากร้องไห้ เราคุยอยู่นานมากกว่าเขาจะยอมให้รหัสเข้าห้องเรามาใหม่ แถมโดนเขาด่าอีกว่า มาดึกขนาดนี้ใครจะมาเปิดห้องให้พวกคุณ กลายเป็นความผิดเราไปอีก เมื่อเข้าห้องได้ รีบเปิดฮีตเตอร์ก่อนเลย เพราะหนาวม๊ากก พักผ่อนเตรียมตัวเที่ยวพรุ่งนี้รัว ๆ

โชคดีที่ในการเที่ยวครั้งนี้ เราได้ญาติมาช่วยขับรถพาเราไปดรอปไว้ในที่เที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้พวกเราได้ลงไปเก็บภาพสวย ๆ แล้วก็วกมารับเราไปที่อื่น ๆ ต่อไป เพราะการที่จะขับรถเข้าเมืองลอนดอนนั้น จะมีค่าผ่านเข้าเมืองด้วยนะ ส่วนที่จอดรถจะหาค่อนข้างยาก อย่าไปจอดสุ่มสี่สุ่มห้าเหมือนบ้านเราเชียว เพราะเผลอแป๊บเดียวรถคุณจะโดนล็อค เพราะลอนดอนเป็นประเทศที่มีกล้องวงจรปิดเยอะที่สุดในโลก และมารยาทในการใช้ถนนของเขา คือ ทางม้าลายสำคัญมาก เราต้องหยุดทุกครั้งที่จะมีคนข้ามถนนตรงทางม้าลาย แต่ที่เราไปประสบพบเจอมาคือ บ้านเขาก็ขับฟาสต์กันไม่ใช่เล่น 555 กดแตรสนั่นถนน แต่ถ้าเข้าไปในเมืองปุ๊บจะต้องสงบลงทันที

และที่พีคกว่านั้นคือ เราเจอพวกเล่นกลหลอกนักท่องเที่ยวตามสะพานแถวหอนาฬิกาบิ๊กเบน เราโดนไป 400 ปอนด์ (เสียดายมาก แต่ก็ไวมากด้วยเช่นกัน)

สิ่งที่ประทับใจอีกหนึ่งสิ่งคือ ญาติ ๆ ที่อยู่ UK จัดงานวันเกิดให้เราด้วย น่ารักมาก ๆ สรุปเราได้ไปเที่ยวหอคอยลอนดอน ชิงช้าสวรรค์ลอนดอนอายที่สูงที่สุดในยุโรป หอนาฬิกาบิ๊กเบน พระราชวังบักกิ้งแฮม ทาวเวอร์บริดจ์ ไชน่าทาวน์ เชลซีเอฟซีสเตเดี้ยม ตลาดพอตโทเบลโลที่ขายของโบราณ ไบเซสเตอร์วิลเลจ เอาท์เล็ตที่เราไปเดินแล้วได้ถุงเท้ามา 3 คู่ 555

ในการไปเที่ยวเปิดโลกในยุโรปครั้งนี้ของพวกเรา ถือเป็นอีกประสบการณ์ที่ถือว่าคุ้มค่ามาก สิ่งที่ได้คือ ความประทับใจในสถาปัตยกรรมในยุควิกตอเรีย มันสวยงามและคลาสสิกมาก ทุกสถาปัตยกรรมที่ได้ไปพบไปเห็น ประทับใจที่สุด

"ความงามของรูปถ่าย ไม่สามารถบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ได้หมด จนกว่าคุณจะได้ออกเดินทางไปสัมผัสจริง" ■

เพราะลอนดอนเป็นประเทศที่มีกล้องวงจรปิดเยอะที่สุดในโลก และมารยาทในการใช้ถนนของเขา คือ ทางม้าลายสำคัญมาก เราต้องหยุดทุกครั้งที่จะมีคนข้ามถนนตรงทางม้าลาย

ที่มาภาพ
https://www.shutterstock.com

THE COLOUR OF NAMIBIA

"สีสันแห่งนามิเบีย"

จากบทความรู้ดีเล่มที่ผ่านมา ผมได้พาไปบุกป่าส่องสัตว์ในอุทยานแห่งชาติอิโตชา (Etosha National Park) ของประเทศนามิเบีย (Namibia) มาแล้ว แต่ความน่าสนใจในประเทศนามิเบียยังไม่หมดแค่นั้น ยังมี landmark ที่ไม่ควรพลาด ซึ่งผมจะพาไปพบกับสีสันแห่งนามิเบีย ในทะเลทรายที่เก่าแก่ที่สุดในโลก จะมีอะไรบ้างไปดูกัน

ข้อมูลควรรู้ก่อนไปเหยียบนามิเบีย

นามิเบีย มาจากชื่อของทะเลทรายนามิบ

ทะเลทรายนามิบ มีความยาวเกือบตลอดชายฝั่งของพรมแดนด้านตะวันตกติดริมฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติก ถึงแม้ว่าจะติดทะเล ดินแดนแห่งนี้กลับถูกปกคลุมด้วยทะเลทรายทั้งหมดจนได้รับสมยานามว่า Beautiful Emptiness (ความว่างเปล่าที่สวยงาม)

นามิเบีย มีเมืองหลวงชื่อ วินด์ฮุก

การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยต้องใช้วีซ่า และต้องส่งพาสปอร์ตไปทำวีซ่าที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย แต่ข่าวดีคือเขาเปิดให้คนไทยทำ Visa on Arrival (VOA) ได้แล้ว โดยเราต้องบินลงที่สนามบินโฮซีคูทาโก ในเมืองหลวง และทำเรื่องขอ VOA ก่อนผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง กรอกเอกสารแล้วจ่ายค่าวีซ่าคนละ 1,200 ดอลลาร์นามิเบีย (NAD) ประมาณ 2,400 บาท หรือจะใช้สกุลเงิน ZAR ของประเทศแอฟริกาใต้ก็ได้ ซึ่งที่นี่อัตราแลกเปลี่ยน 1:1

การเดินทางไม่มีบินตรง

ผมเองเดินทางด้วยสายการบินเอธิโอเปียนแอร์ไลน์ โดยแวะเปลี่ยนเครื่องที่แอดดิสอาบาบา เมืองหลวงของเอธิโอเปีย รวมเวลาบินและต่อเครื่องทั้งหมดราวๆ 15 ชั่วโมง และการเดินทางไปสถานที่ต่างๆ ในประเทศนามิเบียแนะนำให้เช่ารถขับที่เป็นรถขับเคลื่อน 4 ล้อได้ (4WD) เพราะต้องลุยทราย ส่วนการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะจะจำกัดแค่เพียงในเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น

ควรทำวัคซีนก่อนเดินทาง

เพราะทวีปแอฟริกามีโรคที่มีสัตว์เป็นพาหะ ก็น่ากลัวอยู่ เพราะเป็นแล้วถึงตาย แนะนำให้ไปรับยาและวัคซีนที่จำเป็น เช่น ยาป้องกันโรคมาลาเรีย ส่วนวัคซีนจะมีวัคซีนไข้เหลืองที่ฉีดครั้งเดียวคุ้มกันตลอดชีวิต แต่วัคซีนเป็นเชื้อเป็น เมื่อฉีดเข้าร่างกายแล้วถ้าร่างกายเราไม่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันมาต้านได้เราก็จะเป็นไข้เหลืองได้เลย ซึ่งหมอจะให้เซ็นยินยอมก่อนฉีด และยังมีวัคซีนตับอักเสบ A/B วัคซีนพิษสุนัขบ้า ทั้งหมดทั้งมวลให้เราฉีดตามคำแนะนำของหมอดีที่สุดครับ

เรื่องความปลอดภัย

หลายคนคงทราบดีว่าประเทศในทวีปแอฟริกาเรื่องอันตรายมาเป็นอันดับต้นๆ น่าจะพอๆ กับอเมริกาใต้ ซึ่งผมเองก็กลัวไม่ต่างจากทุกคนจนเอาของมีค่าไปแค่ 2 อย่าง คือ iPhone ไว้ถ่ายรูป และบัตรเครดิต 1 ใบไว้ใช้จ่ายเท่านั้น แต่ก้าวแรกที่เข้าเมืองวินด์ฮุก คือความเจริญและดูสะอาดตา ที่นี่ปลอดภัยกว่าที่คิดไว้มาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้านอาหารแต่ละเมืองที่แวะพักรถก็อร่อยรสชาติดี และทุกเมืองจะมีซูเปอร์มาร์เก็ตให้เลือกซื้อได้ทุกอย่าง ทำให้รู้สึกว่าไม่ลำบากอย่างที่คิด

ปัจจัยที่ขาดไม่ได้คืออินเทอร์เน็ต

แนะนำให้ซื้อซิมจากสนามบิน ซึ่งซิมเจ้าใหญ่ที่สุดของนามิเบียก็คือ MTC โดยหลังจากผ่านศุลกากรออกมาแล้ว จะมีร้าน MTC อยู่หน้าประตูทางออก มีแพ็กเกจให้เลือกตามจำนวนวันและ Data ที่เราต้องการ เรื่องสัญญาณในเมืองใหญ่ก็จะเป็น 4G ส่วนเมืองเล็กๆ ที่ห่างไกลก็แล้วแต่จุด แต่บอกเลยว่าเบาจนบางทีก็เล่นไม่ได้ แนะนำว่าถ้าจะพึ่งพา 4G ในการดูแผนที่ขับรถ ควรโหลด Offline Map อย่าง Maps.Me ไว้ใช้เดินทางจะดีมาก

เมื่อเตรียมตัวพร้อมแล้วมาลุยไปกับ 5 สีสันที่ไม่ควรพลาดของประเทศนามิเบียกันเลย >>>

เรื่อง: พิสิฐกานต์ ฉัตรจรัสแสง
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด
IG: @pisit_chat

The Rock Arch at Spitzkoppe

ค่าอุทยานคนละ 120 NAD

The Rock Arch แห่งหนึ่งที่มีชื่อว่า "สปิตซ์คอปเป" (Spitzkoppe) เป็นมรดกโลกที่มี The Bushman Paintings ซึ่งเป็นภาพวาดบนผนังหินที่มีอายุเก่าแก่ และมีหินที่โค้งเป็นรูปทรงสวยงาม รวมถึงมีวิวทะเลทรายและเขาล้อมรอบ 360 องศา ถ่ายรูปสวยทั้งกลางวันและกลางคืน การถ่ายรูปส่วนใหญ่จะถ่ายเป็นทรงประตูโค้งที่มีวิวเขาสวยงามอยู่ด้านใน ซึ่งถ่ายได้ทั้ง 2 ฝั่ง แล้วแต่ความชอบและแสงที่ตกกระทบ ณ เวลาที่ไปถึง

The Rock Arch at Spitzkoppe

วิถีชีวิตของชนเผ่า Himba ทางตอนเหนือของนามิเบีย

ค่าเข้าคนละ 335 NAD

ในความคิดแรกไม่อยากมาที่นี่เลย เพราะการเดินดูวิถีชีวิตคนอาจจะเป็นการกระทำที่ทำร้ายความรู้สึกของคนท้องที่ ซึ่งหลายคนเรียกกันว่า Human Zoo ซึ่งผมเองก็ไม่ชอบด้วย แต่การไปเยือนหมู่บ้าน Omapaha Himba ในครั้งนี้มีผู้ดูแลหมู่บ้านหรือถ้าเทียบบทบาทก็เหมือนหัวหน้าทัวร์ที่เป็นผู้พาเดินเข้าไป ซึ่งผู้ดูแลบอกว่าการที่ตัวเขาเองได้ทำตรงนี้ก็เพื่อความอยู่รอดและรักษาชนเผ่านี้ให้คงอยู่ เพราะปัจจุบันสังคมและการดำเนินชีวิตของชนเผ่าเริ่มเปลี่ยนไปจากเดิม จากที่ล่าสัตว์หรือเพาะปลูกก็เปลี่ยนมาทำสร้อยจากการถักเชือกหรือแกะสลักไม้หรือเขาสัตว์ เพื่อทำเป็นของที่ระลึกขายให้กับนักท่องเที่ยวแทน ทำให้การทำมาหากินเปลี่ยนมาพึ่งพาการได้เงินจากนักท่องเที่ยวเพื่อไปซื้อสิ่งของอุปโภคบริโภค ดังนั้นการมาเยือนของเราจึงเป็นที่ต้อนรับเป็นอย่างดี รายได้จากการเยี่ยมชมก็จะนำไปช่วยเรื่องความเป็นอยู่และนำไปช่วยเหลือเด็กชนเผ่าที่กำพร้าในหมู่บ้าน

ผมใช้เวลาในหมู่บ้านเกือบ 2 ชั่วโมง เรียนรู้วิถีชีวิตที่ใช้น้ำน้อยมากในชีวิตประจำวันเพราะน้ำเป็นสิ่งที่ขาดแคลนมาก มีไว้แค่บริโภคสำหรับคนและทำปศุสัตว์เท่านั้น ถ้าจะอาบน้ำเขาจะใช้วิธีจุดกำยานแล้วนำมารนในจุดที่อยากให้หอม เช่น ผม ตัว แขน พูดง่ายๆ คือรมควันตัวเองให้หอมนั่นเอง เรื่องการเรียนจะมีแค่ผู้ชายที่ได้เรียน ส่วนผู้หญิงก็ทำหน้าที่แม่ศรีเรือน จริงๆ เหมือนหญิงไทยสมัยก่อนคือแต่งงานเร็วมีลูกดูแลบ้าน การแต่งกายของผู้หญิงจะแปลกตรงสิ่งประดับบนหัว ผู้หญิงจากชนเผ่า Himba ทางตอนเหนือของนามิเบีย มีทรงผมอันเป็นเอกลักษณ์ ทรงผมเหล่านี้เรียกว่า Otjize พวกเธอจะนำไขมันสัตว์และดินเหนียวมาผสมกัน เพื่อพอกที่ผมและผิว ดินเหล่านี้จะช่วยปกป้องพวกเธอจากแสงแดดร้อนแรง ในขณะเดียวกันก็เป็นสัญลักษณ์ของความสวยงามอีกด้วย

ชนเผ่า Himba

Deadvlei

Sandwich Harbour

ค่าทัวร์คนละ 2250 NAD

(Sandwich Harbour 4x4 and Sunset Tour)

Sandwich Harbour เป็นแลนด์สเคปที่สวยมาก เพราะจากเนินทรายกว้างใหญ่ในอุทยานแห่งชาตินามิบ-น็อคลัฟท์ ลาดลงมาก็เจอกับมหาสมุทรแอตแลนติกทันที ถึงแม้ว่าทะเลจะติดกับทะเลทรายขนาดนี้ แต่ผืนน้ำก็ไม่ได้ช่วยพาความชุ่มชื้นมาสู่ดินแดนแห่งนี้แม้แต่น้อย นั่นเป็นเพราะกระแสน้ำเย็นเบงกีลาที่ไหลขึ้นทิศเหนือนำพาความแห้งแล้งมาให้ชายฝั่งตะวันออกตั้งแต่เซาท์แอฟริกาขึ้นมาถึงนามิเบีย ทำให้เมืองชายฝั่งอย่างสวากอปมุนด์ และวัลวิส เบย์ อากาศหนาวกว่าแถบอิโตชาและเซซิเรียม ประมาณ 10 องศาเลยทีเดียวในเวลากลางวัน แต่สภาพภูมิประเทศแบบนี้ทำให้ Sandwich Harbour มีเอกลักษณ์ที่สวยงาม แต่ความยากคือเราต้องใช้คนที่ชำนาญทางและรถ 4WD เข้าไปเท่านั้น เพราะทางเป็นทะเลทรายล้วนๆ และอยู่ลึกเข้าไปเกือบ 10 กิโลเมตร

Sandwich Harbour

Sand Dunes 40 and 45

ค่าเข้าอุทยาน คนละ 150 NAD ส่วนรถคันละ 50 NAD

ก่อนจะเข้าไปเจอกับไฮไลท์อย่าง Deadvlei จะต้องขับผ่านทะเลทรายที่มีเนินทรายที่สูงและสวยงามแตกต่างกันตามแรงลมที่พัดให้เกิดขึ้น ซึ่งเรียกกันว่า Sand Dune เนินทรายที่ได้ชื่อว่าสวยที่สุดในโลก ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาตินามิบ-น็อคลัฟท์ มรดกโลกที่เป็นส่วนหนึ่งของทะเลทรายนามิบ หนึ่งในทะเลทรายที่เก่าแก่ของโลก อุทยานแห่งนี้ใหญ่ที่สุดในแอฟริกา และใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 49,768 ตารางกิโลเมตร คาดว่ามีอายุอย่างน้อย 55 ล้านปี ช่วงเวลาที่ Dune สวยที่สุดคือช่วงเช้ากับเย็น เพราะพระอาทิตย์จะส่องแสงกระทบฝั่งนึงของ Dune และอีกฝั่งจะเป็นเงามืด ซึ่งความแตกต่างของ 2 ฝั่งนี่แหละทำให้ Sand Dune สวยงามมาก

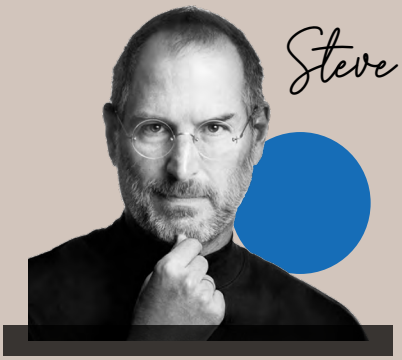
Deadvlei

ไฮไลท์ของทริปนามิเบีย คือ Deadvlei ถ้าแปลตามตัวหมายถึง "บึงที่ตายแล้ว" เพราะในอดีตเคยเป็นแหล่งน้ำมาก่อน เมื่อเกิดน้ำท่วมจากแม่น้ำทเซาชาบ (Tsauchab) ทำให้ดินมีความชุ่มชื้นจนต้นคาเมลธอร์นเติบโต แต่ด้วยเวลาผ่านไป สภาพอากาศเปลี่ยนแปลง แนวทะเลทรายเริ่มรุกล้ำจนปิดกั้นแม่น้ำ อากาศที่ร้อนและฝนไม่ตกตามฤดูกาลทำให้น้ำค่อยๆ ระเหยออกไปเรื่อยๆ จนต้นคาเมลธอร์นเริ่มตายในลักษณะที่ถูกดึงน้ำออกแบบแห้งสนิท แต่ยังคงรูปร่างที่สมบูรณ์อยู่

ทะเลทรายสีส้ม ดินสีขาวที่แห้งแล้ง ท้องฟ้าสีฟ้าสด และต้นคาเมลธอร์นดำสนิทที่แห้งตายอายุกว่า 1,000 ปี องค์ประกอบของทั้งสี่นี้เองทำให้พื้นที่แห่งนี้เกิดทัศนียภาพที่หาดูได้ยาก จากจุดจอดรถเริ่มต้นเดินเท้าเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร ระหว่างทางเป็นทะเลทรายที่ไม่มีต้นไม้สักต้นให้หลบแดด ทำให้ระยะทาง 1 กิโลเมตรที่เดินยาวนานและร้อนมาก แต่เมื่อถึงจุดหมายปลายทางก็บอกเลยว่าสวยเกินจะบรรยาย ต้องใช้ 2 ตาดูเองเท่านั้น ต้นคาเมลธอร์นแต่ละต้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนมุมถ่ายรูปมีเป็นล้านมุมแบบ 360 องศา ซูมเข้าซูมออกตามชอบ เพราะพื้นที่กว้างและมีต้นคาเมลธอร์นหลายต้นให้เดินถ่ายรูปจนแบตเตอรี่หมด ■

สร้างแรงบันดาลใจจาก 12 บุคคลชื่อก้องโลก

12 QUOTES

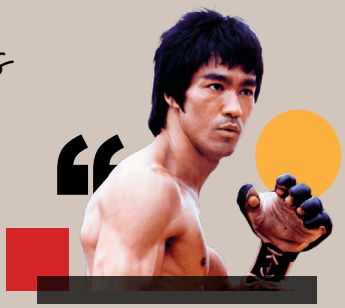


Steve Jobs

IF YOU REALLY LOOK CLOSELY, MOST OVERNIGHT SUCCESSES TOOK A LONG TIME.

หากตั้งใจดูจะเห็นว่า ความสำเร็จชั่วข้ามคืนส่วนใหญ่ใช้เวลาสร้างนาน

▶ *สตีฟ จ็อบส์ ผู้นำธุรกิจและนักประดิษฐ์ชาวอเมริกัน อดีตประธานบริหารของแอปเปิ้ลคอมพิวเตอร์*



The successful warrior is the average man, with laser-like focus.

นักรบที่ยิ่งใหญ่คือคนธรรมดาที่มีความมุ่งมั่นเป็นอาวุธ

▶ *บรูซ ลี นักแสดงฮอลลีวูด และนักศิลปะการต่อสู้ชาวจีน*

Bruce Lee

I was always looking outside myself for strength and confidence, but it comes from within. It is there all the time.

ฉันตามหาความเข้มแข็งและความมั่นใจจากภายนอกเสมอ แต่ที่จริง มันมาจากภายในของฉัน และมันอยู่ข้างในนั้นมาตลอด

▶ *แอนนา ฟรอยด์ นักจิตวิเคราะห์ บุตรสาวของ ซิกมันด์ ฟรอยด์*

Anna Freud

Florence Nightingale

"I attribute my success to this: I never gave or took any excuse."

ฉันสร้างความสำเร็จด้วยการไม่เคยหาข้ออ้าง และไม่เคยยอมรับข้ออ้างของใคร

▶ *ฟลอเรนซ์ ไนติงเกล นักปฏิรูปสังคม นักสถิติชาวอังกฤษ และผู้ให้กำเนิดการพยาบาลสมัยใหม่*

There are no secrets to success. It is the result of preparation, hard work and learning from failure.

ไม่มีเคล็ดลับของความสำเร็จ เพราะความสำเร็จเป็นผลจากการเตรียมตัว ความขยัน และการเรียนรู้จากความผิดพลาด

▶ *โคลิน พาวเวลล์ อดีตรัฐมนตรีต่างประเทศ เชื้อสายแอฟริกัน-อเมริกันคนแรกของสหรัฐฯ*

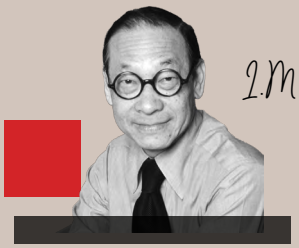
Colin Powell

I HAVE BEEN IMPRESSED WITH THE URGENCY OF DOING. KNOWING IS NOT ENOUGH; WE MUST APPLY. BEING WILLING IS NOT ENOUGH; WE MUST DO.

ฉันประทับใจการลงมือทำที่รวดเร็ว การมีความรู้นั้นไม่พอ เราต้องประยุกต์ใช้ การมีความตั้งใจนั้นไม่พอ เราต้องลงมือทำ

▶ *ลีโอนาร์โด ดาวินชี ผู้รอบรู้ชาวอิตาลีแห่งยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาชั้นสูง เป็นทั้งจิตรกร วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ ประติมากร และสถาปนิก*

Leonardo da Vinci



I.M. Pei

"Success is a collection of problems solved."

ความสำเร็จ สร้างขึ้นจากทุกปัญหา
ที่ได้รับการแก้ไข

► *ไอ. เอ็ม. เพ (เป๋ย ยวี่หมิง)*
สถาปนิกชาวอเมริกันเชื้อสายจีน
ผู้ได้รับรางวัลพริตซ์เกอร์ ซึ่งเป็นรางวัลระดับ
โลกสูงสุดของสถาปัตยกรรมในปี พ.ศ. 2526

"I'VE LEARNED THAT PEOPLE WILL FORGET WHAT YOU SAID, PEOPLE WILL FORGET WHAT YOU DID, BUT PEOPLE WILL NEVER FORGET HOW YOU MADE THEM FEEL."

ฉันได้เรียนรู้ว่าคนอื่นจะลืมว่าเราพูดอะไร คนอื่นจะลืมว่า
เราทำอะไร แต่คนอื่นจะจำ ว่าเราทำให้เขารู้สึกอย่างไร

► *มายา อันเกอลู นักบันทึกความทรงจำ กวี*
และนักเคลื่อนไหวด้านสิทธิพลเมืองชาวอเมริกัน

Maya Angelou

Madonna

I AM MY OWN EXPERIMENT. I AM MY OWN WORK OF ART.

ตัวฉันคือผลการทดลองของฉัน
ตัวฉันคือผลงานศิลปะของฉัน

► *มาดอนน่า ศิลปินแนวเพลงป็อปชาวอเมริกัน*
ผู้ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงในระดับโลก
อย่างต่อเนื่องยาวนาน

Bob Dylan

A man is a success if he gets up in the morning and goes to bed at night and in between does what he wants to do.

คนที่ประสบความสำเร็จคือคนที่ตื่นนอน
ตอนเช้า เข้านอนตอนกลางคืน
และได้ทำในสิ่งที่อยากทำในระหว่างวัน

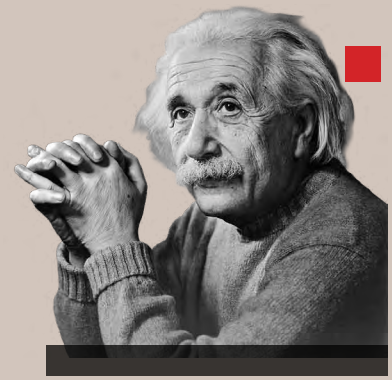
► *บ็อบ ดิลลัน นักร้อง นักแต่งเพลง*
ผู้ได้ฉายา "ราชาแห่งโฟล์ก" ในช่วงยุค 60

Success is not final, failure is not fatal: it is the courage to continue that counts.

ความสำเร็จไม่ใช่จุดสิ้นสุด ความล้มเหลวไม่ใช่
สิ่งร้ายแรง ความกล้าหาญที่จะดำเนินชีวิต
ต่อไปต่างหากที่สำคัญ

► *วินสตัน เชอร์ชิลล์ นักการเมือง อดีตนายก*
รัฐมนตรี 2 สมัยของสหราชอาณาจักร

Winston Churchill



TRY NOT TO BECOME A MAN OF SUCCESS. RATHER BECOME A MAN OF VALUE.

อย่าพยายามเป็นคนที่ประสบความสำเร็จ
จงพยายามเป็นคนที่มีคุณค่า

► *อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ นักฟิสิกส์ทฤษฎี ชาวเยอรมัน*
หนึ่งในนักฟิสิกส์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดตลอดกาล

Albert Einstein

ที่มาภาพ

https://www.pngegg.com/en/png-wgmgb

https://de.wallpapers.com/wallpapers/bob-dylan-1600-x-1200-fp2isksd8gaq9fl5.html

แหล่งข้อมูล

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/inspirational-business-quotes

https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/50-inspirational-quotes-to-motivate-you/247213

https://teambuilding.com/blog/asian-heritage-month-quotes

การดื่มไวน์อย่างพอเหมาะหรือพอดี คือ 1-1.5 แก้วต่อวันสำหรับผู้หญิง และ 1-2 แก้วต่อวันสำหรับผู้ชาย มีประโยชน์ต่อสุขภาพหลายด้าน เนื่องจากไวน์เป็นแหล่งของสารต้านอนุมูลอิสระต่างๆ และมีสารอาหารที่สามารถช่วยมีส่วนในการปรับปรุงสุขภาพได้ ต่อไปนี้เป็น 10 ข้อประโยชน์จากการดื่มไวน์ในปริมาณที่พอเหมาะ

ทิพธิดา สุขุม
เชฟและนักกำหนดอาหารวิชาชีพ
แห่งประเทศไทย

สุขภาพดีมีได้ง่ายๆ ด้วยการดื่มไวน์อย่างพอดี

1. ช่วยลดความเสี่ยงของโรคหัวใจ: ไวน์มีสารประกอบโพลีฟีนอลที่สำคัญ เช่น สารเรสเวอราทรอลและฟลาโวนอยด์ ซึ่งช่วยลดอัตราการเกิดอนุมูลอิสระในร่างกาย ลดการอักเสบและช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง ส่งผลให้ความเสี่ยงต่อการเกิดโรคหัวใจลดลง นอกจากนี้โพลีฟีนอลยังช่วยเพิ่มระดับคอเลสเตอรอลที่ดี (HDL) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยกำจัดคอเลสเตอรอลที่ไม่ดีออกจากหลอดเลือด

2. เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน: สารประกอบในไวน์ช่วยกระตุ้นการทำงานของเซลล์ภูมิคุ้มกันในร่างกาย ทำให้ร่างกายสามารถต่อสู้กับเชื้อโรคได้ดีขึ้น และลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ

3. ปรับปรุงการย่อยอาหาร: ไวน์มีกรดที่กระตุ้นการผลิตน้ำย่อยในกระเพาะอาหาร ช่วยให้กระบวนการย่อยอาหารดีขึ้น ลดอาการท้องอืดและช่วยเสริมสุขภาพระบบย่อย

4. ช่วยให้หลับง่ายขึ้น: สารเรสเวอราทรอลในไวน์แดงมีผลต่อระบบประสาท ช่วยลดความเครียดและช่วยให้ร่างกายผ่อนคลาย ทำให้สามารถหลับได้ง่ายและหลับลึกขึ้น

5. ช่วยปกป้องฟันและเหงือก: โพลีฟีนอลในไวน์มีฤทธิ์ต้านแบคทีเรีย ซึ่งสามารถช่วยลดแบคทีเรียในช่องปากได้ ช่วยป้องกันโรคเหงือกและลดการเกิดฟันผุ

6. ป้องกันโรคมะเร็งบางชนิด: เรสเวอราทรอลในไวน์แดงมีฤทธิ์ต้านมะเร็ง ช่วยป้องกันการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็งในร่างกาย โดยเฉพาะมะเร็งปากมดลูกและลำไส้ใหญ่

7. ป้องกันการอักเสบ: เรสเวอราทรอลในไวน์แดง มีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระและต้านการอักเสบ ช่วยลดปฏิกิริยาการอักเสบในร่างกายที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง

8. ช่วยปกป้องเซลล์สมอง: ไวน์ช่วยเพิ่มการไหลเวียนของหลอดเลือดและมีสารเรสเวอราทรอลที่ช่วยลดการสูญเสียความจำและปกป้องเซลล์สมอง มีส่วนลดความเสี่ยงการเกิดโรคเนื้อเยื่อในสมองเสื่อม เช่น โรคอัลไซเมอร์ หรือโรคสมองเสื่อม

9. ช่วยป้องกันโรคเบาหวานชนิดที่ 2 : สารประกอบในไวน์สามารถช่วยปรับปรุงการตอบสนองของร่างกายต่ออินซูลิน การมีความไวต่ออินซูลินที่ดี ช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือดและป้องกันโรคเบาหวานชนิดที่ 2

10. ป้องกันโรคหลอดเลือดสมอง: สารโพลีฟีนอลในไวน์ช่วยลดการอักเสบและช่วยทำให้หลอดเลือดมีความยืดหยุ่น ลดการตีบตันของหลอดเลือดซึ่งเป็นสาเหตุหลักของโรคหลอดเลือดสมอง ทำให้โอกาสเกิดโรคหลอดเลือดสมองลดลง ■

อ้างอิง: บทความวิจัยในต่างประเทศ

Meta-analysis of wine and beer consumption in relation to vascular risk.

Red wine and cardiovascular health: the "French Paradox" revisited.

Resveratrol in primary and secondary prevention of cardiovascular disease: A dietary and clinical perspective.

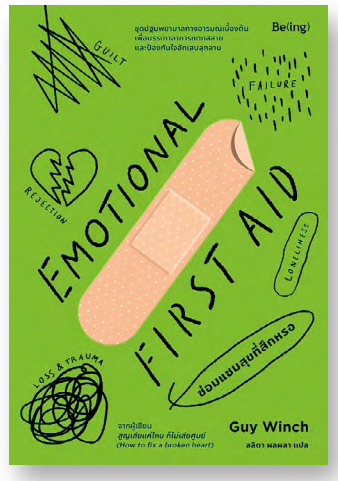
Moderate alcohol consumption and cognitive risk.

Oenology: Red wine procyanidins and vascular health.

Wine, beer, alcohol and polyphenols on cardiovascular disease and cancer.

RECOMMENDED

หนังสือแนะนำ



Emotional First Aid

ซ่อมแซมสุขที่สึกหรอ

ผู้เขียน: Guy Winch
ผู้แปล: ลลิตา ผลผลา

เป็นหนังสือที่สะกิดให้เราได้หันมามองตัวเอง ได้หาคำตอบ ที่ทำให้ตัวเองรู้สึกเบาขึ้น สบายขึ้นจากปัญหาที่แบกไว้ และรู้จักตั้งรับมันอย่างยินดี

สุดท้าย แค่เลือกหยิบความสุขที่พอดีให้กับตัวเองก็โอเคแล้ว :))

ภัณฑิรา ทปะนานนท์
Account Executive : Event
CTG2002

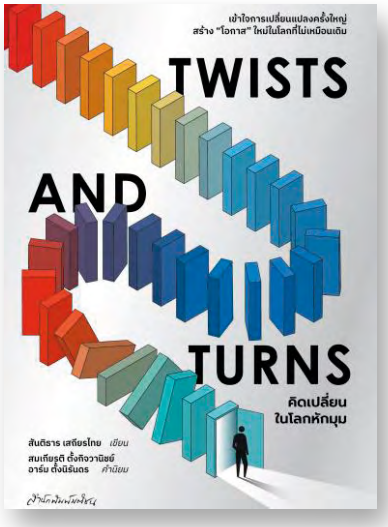
Thanks to Me

คำธรรมดา, การทักทายที่ไม่กล้าบอกตัวเอง

ผู้เขียน: Jeon Seung-Hwan (จอนซึงฮวาน)
ผู้แปล: อภิศรี

เป็นหนังสือที่อ่านแล้วทำให้เรากลับมารักตัวเอง ให้ความสำคัญกับตัวเอง และยอมรับตัวเองมากขึ้น หนังสือจะรวมคำต่างๆ ที่เคยพูดกับคนอื่น เช่น โอเคมั้ย, มันไม่ใช่ความผิดของเธอหรอก, เธอทำดีแล้ว และได้บอกว่า "คำพูดทั้งหมดนี้ควรจะพูดกับตัวเองก่อน เพราะคนที่ควรรักมากที่สุด คือตัวเราเอง" และหนังสือยังมีหัวข้อที่ชื่อว่า "โปรเจกต์ปลอบใจ" ที่รวมข้อความให้กำลังใจและถ้อยคำปลอบโยนมาใส่ไว้ในหนังสืออีกด้วย

ภาวิดา เข็มขาว
Administration Officer
บริษัท มิวซิกมูฟ จำกัด



TWISTS AND TURN

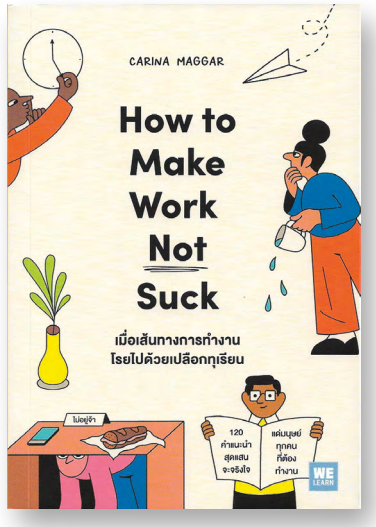
คิดเปลี่ยนในโลกหักมุม

ผู้เขียน: สันติธาร เสถียรไทย

ใครไม่อยากเปลี่ยน อ่านเล่มนี้ หนังสือที่ทำให้คุณนั่งไม่ติดแล้วหันมาเริ่มเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ทันโลกที่หักมุมและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ในครั้งนี้ ดร.สันติธาร เสถียรไทย จะพานักอ่านทุกท่านไปสำรวจหลากหลายจุด "Twists" ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน พร้อมให้คำแนะนำว่าเราควร "Turns" ตัวเองอย่างไรให้เท่าทันและหันไปถูกทางในวันที่โลกไม่เหมือนเดิม

จักรชลัช เหล็กกล้า
HR Specialist - Data Analytic
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด



How To Make Work Not Suck

เมื่อเส้นทางการทำงาน โรยไปด้วยเปลือกทุเรียน

ผู้เขียน: Carina Maggar
ผู้แปล: พรเลิศ อิฐฐ์

"หนังสือสำหรับคนทำงาน" เป็นคำที่เขียนไว้หน้าปกหนังสือเล่มนี้ สำหรับหนังสือเล่มนี้เป็นเหมือนคำบอกเล่าจากเพื่อนสู่เพื่อนอย่างจริงใจ มีทั้งคำแนะนำ คำเตือน และความหวังดีที่สอดแทรกด้วยมุขตลกที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้ โดยเรียบเรียงเนื้อหาด้วยคำบอกเล่าสั้นๆ และมีภาพประกอบน่ารักๆ ที่ช่วยขยายความเรื่องราวต่างๆ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย ได้ความรู้และก็สนุกไปพร้อมกัน สำหรับใครที่อยากพักจากเรื่องงานก็อยากแนะนำหนังสือเล่มนี้ค่ะ

กนกชญา ทัชชกรธนชนม์
ผู้จัดการแผนกพัฒนาและบริหารการเรียนรู้
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

ข้าวเกรียบห่อแซลมอนสไปซี่
อะโวคาโด ราดซอสมาโย

RICE PAPER CRISPY with SPICY SALMON AVOCADO MAYO SAUCE

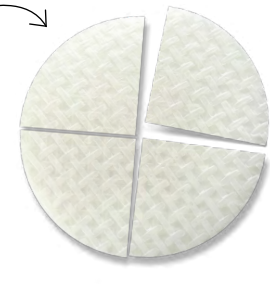
เมนูนี้เริ่มจากความชอบส่วนตัวคือเราชอบทำอาหาร ชอบดูรายการอาหารหรือคลิปที่สอนทำอาหาร ซึ่งได้ไปเปิดเจอคลิปที่เขาเอาแผ่นแป้งที่ใช้สำหรับห่อรับประทานเป็นแหนมเนืองมาทอดเป็นข้าวเกรียบ ซึ่งปกติเราจะคุ้นเคยที่เอาไปแช่น้ำแล้วมาห่อกินเป็นแหนมเนืองมากกว่า พอเราเห็นว่าเอามาทอดกินได้ก็เลยอยากลองทำบ้าง ...จึงกลายมาเป็นแรงบันดาลใจและนำมาลองทำกินเอง ซึ่งเราก็ปรับวัตถุดิบและหาส่วนผสมให้ตรงกับความชอบส่วนตัว และได้มาเป็น เมนู "Rice paper crispy with spicy salmon avocado mayo sauce" นี้ค่ะ

ขอบคุณ กนกชญา ทัชชกรธนชนม์
ผู้จัดการแผนกพัฒนาและบริหารการเรียนรู้ สำนักงานการบุคคล กลุ่มการผลิต

วัตถุดิบ

แผ่นแป้งเวียดนาม *หั่น 4*	1	ซอง
สาหร่าย *มาซิตะ*	2	ซอง
แซลมอนสด *หั่นเต๋า*	200	กรัม
อะโวคาโด	½	ลูก
ต้นหอมญี่ปุ่น *ซอย*	2	ต้น
มายองเนส	ปรุงรสตามชอบ	
ซอสศรีราชา	ปรุงรสตามชอบ	
งาขาว		
เกลือ		
พริกไทย		

ขั้นตอนการทำ



1. ข้าวเกรียบ / แป้งเวียดนามทอด - ตัดแป้งเป็น 4 ส่วน และนำแป้งกับสาหร่ายลงทอด และพักทิ้งไว้
2. นำแซลมอนหั่นเต๋า อะโวคาโด และต้นหอมญี่ปุ่นซอย คลุกกับมายองเนส ซอสศรีราชา และปรุงรสด้วยเกลือ พริกไทยเล็กน้อย
3. ตักส่วนผสมราดบนแป้งเวียดนามทอด พร้อมตกแต่งด้วยงาขาว หรือผักตกแต่ง เพื่อความสวยงาม พร้อมเสิร์ฟ ■

2024 SONG RELEASES FROM MUZIK MOVE

มีนาคม

Bean Napason	เล่าไม่หมด	07.03.2024
Something Sweet	อยากเจออีกจัง ยังรอที่เดิม	07.03.2024
LOST CHIPS	หมาหงอย	11.03.2024
Bell Warisara	แบบนี้จะรักใครได้อีก	13.03.2024
Earth Patravee	ห้องแห่งความลับ	14.03.2024
BOSS THAPANAT	คนที่เธอไม่มีวันเสียไป	15.03.2024
หนู มิดด้าม (ตัวจริง)	ดีใจที่ได้เจอ Happy I Am	20.03.2024
WHAT'S UP	พบเธอช้าไป	21.03.2024
PHAFUN	ขอบคุณ FOREVER	25.03.2024
HAPPILY	สาแก่ใจ are you happy now?	26.03.2024
Miteennn	สำคัญแต่สำรอง	27.03.2024
Serious Bacon	แฟนฉัน Love Ads	28.03.2024
Indigo	ไม่ไหวก็ทิ้งได้เลย	28.03.2024
ZOLAR	MVP ได้มั้ย?	30.03.2024

เมษายน

Ink Waruntorn	แล้วยังไงต่อ	08.04.2024
VARITDA	Somewhere In Time	10.04.2024
Aun Jessada	เพลงรักของเรา (Our Song)	24.04.2024
THE PUBLISH	เจ็บ	25.04.2024

พฤษภาคม

Copter	เอาไม่เอา	02.05.2024
PYC	Potion	14 05.2024
Flirt	Time Machine	30 05.2024

SONG RELEASES

move RECORDS · BOXX MUSIC · HOME RUN MUSIC · ZIRCLE MUZIK · BAKED BROWNIE · melodic corner · Shuffle Records · ME RECORDS · MUZIK MOVE

เปรี้ยว ซ่า สดชื่น จากเลมอนแท้

0 แคลอรี่ ไม่มีน้ำตาล

SINGHA
—LEMON SODA—

THE OPEN
152ND ROYAL TROON

SINGHA SPORT

SINGHA
THAILAND CHALLENGE

WORLD CLASS EXPERIENCE

สัมผัสประสบการณ์กอล์ฟทัวร์นาเมนต์ระดับโลก
พาไปตีไกลถึงรอยัล ทรูน ประเทศสกอตแลนด์