



krungsri
Auto

A member of  MUFG
a global financial group

Krungsri Auto Magazine

Things You Need to Know about Auto Finance

Vol.13 No.6
November - December 2021

The Next Move

รุก...อย่างมีข้อมูล



สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์



The Next Move

รุก...อย่างมีข้อมูล



KA Talks	3
Dealer Society	4
ของรัก ของสะสม	
Cover Story	7
The Next Move รุก...อย่างมีข้อมูล	
Dealer Talks Biz	16
คลอง 3 เจริญยนต์ กล้า “แตกต่าง” เพื่อสร้าง “โอกาส”	
Chill Out	19
ออกไปเปิดโลกใหม่ กับ 4 เทรนด์เที่ยวมาแรงแห่งปี 2022	
Happening	22
อะลูมิเนียมกับการไปต่อของอุตสาหกรรมยานยนต์	
Enjoy the Ride	24
In-Car VR ล้อหมุนไปกับเทคโนโลยีโลกเสมือน	
Best of the Month	26
Honda HR-V e:HEV ความเปลี่ยนแปลงแบบจัดเต็ม	
A Lot Like Luck	28
Shoes Show You รองเท้าที่เลือกใส่ บอกอะไรได้บ้าง	
Auto Gadget	30
เมื่อโลกของการเดินทาง เชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ	



BANKING & FINANCE
RETAIL BANKING
AWARDS 2019

ประสบการณ์ใหม่กับกรุงศรี ออโต้

“กรุงศรี ออโต้” ผู้นำธุรกิจสินเชื่อรถยนต์ เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อรถยนต์ครบวงจร ได้แก่ สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ ฟอร์ แคช” สินเชื่อรถบ้าน “กรุงศรี รถบ้าน” สินเชื่อรถใหม่ “กรุงศรี นิว คาร์” สินเชื่อรถคันที่ “กรุงศรี ยูสด์ คาร์” สินเชื่อรถบรรทุกใหม่ “กรุงศรี ทรัค” ซึ่งให้บริการโดยกลุ่มงานธุรกิจสินเชื่อรถยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สินเชื่อรถจักรยานยนต์ “กรุงศรี มอเตอร์ไซด์” สินเชื่อบิ๊กไบค์ “กรุงศรี บิ๊กไบค์” สินเชื่อบิ๊กไบค์มือสอง “กรุงศรี มอเตอร์ไซด์มือสอง (ซื้อจากเจ้าของ)” สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ ฟอร์ แคช มอเตอร์ไซด์” และสินเชื่อสำหรับผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ “กรุงศรี อินเวนทอรี่

ไฟแนนซ์” รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประกันภัย “กรุงศรี ออโต้ โบรคเกอร์” ซึ่งให้บริการโดยบริษัท ออยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการสินเชื่อของกรุงศรี ออโต้ พร้อมรับคำปรึกษาทั้งเรื่องรถและเรื่องเงิน ช่วยให้เรื่องเงินเป็นเรื่องง่าย ผ่านสาขากรุงศรี ออโต้ 51 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาทั่วประเทศ หรือติดต่อ “กรุงศรี ออโต้คอลเซ็นเตอร์” โทร 02-740-7400 กด 1 ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.krungsriauto.com หรือ www.facebook.com/krungsriauto



KrungsriAuto



กรุงศรี ออโต้



KrungsriAutoTV



krungsriauto.com



GO Application
by Krungsri Auto



เครื่องมือตัดสินใจ

เคยไหมคะที่บางครั้งขบถจะไปที่ไหนสักแห่งแล้วเลือกเส้นทางผิดเจอรถติด
อยู่นาน แล้วก็รู้สึกเสียดายว่าไม่น่ามาทางนี้เลย แต่ปัจจุบันปัญหานี้พบน้อยลงเพราะ
มีแอปพลิเคชันแจ้งข้อมูลการจราจรและการเดินทางแบบเรียลไทม์ ช่วยให้ตัดสินใจง่าย
สะดวก และถูกต้องยิ่งขึ้น

ในแต่ละวัน เชื่อว่าพันธมิตร กรุงศรี ออโต้ แต่ละท่านมีสิ่งที่ต้องคิดและตัดสินใจมากมาย
ทั้งเรื่องงานไปจนถึงเรื่องส่วนตัว โดยเฉพาะในฐานะผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ “การตัดสินใจ”
นั้นสำคัญมากเพราะมีผลต่อภาพรวมของธุรกิจและองค์กร ในศาสตร์การบริหารจัดการธุรกิจ
จึงมักมีเนื้อหาว่าด้วยการตัดสินใจ (Decision Making) อยู่ด้วยเสมอ ซึ่งการตัดสินใจที่ดี
มีการใช้ทักษะหลากหลาย เช่น การคิดไตร่ตรอง ความกล้า การสื่อสารกับพนักงาน และยัง
ต้องอาศัย “ข้อมูลหลากหลาย” เพื่อสร้างการตัดสินใจที่แม่นยำที่สุด

เมื่อปลายเดือนพฤศจิกายน กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ได้จัดสัมมนาออนไลน์ ในหัวข้อ
“The Next Move รุก...อย่างมีข้อมูล” โดยวิทยากรชั้นนำ ซึ่งมีพันธมิตรยานยนต์จาก
ทุกผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศเข้าร่วมฟังอย่างหนาแน่น เราตั้งใจจัดงานนี้เพื่อให้ทุกท่าน “มีข้อมูล”
ที่ดีและเพียงพอต่อการตัดสินใจสำหรับ “การรุกธุรกิจ” ในปีหน้า ไม่ว่า COVID-19 จะอยู่
หรือไปก็ตาม

กฤติยา ศรีสนิท
ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

บอกรัก บองสะสม

“ของของใครของใครก็ห่วง ของใครใครก็ต้องหวง ห่วงใยรักใคร่ถนอม...” เพลงลูกกรุงซึ่งมีเนื้อหา
กินใจเพลงนี้ได้รับการขับกล่อมจากนักร้องเสียงดีของวงการบันเทิงไทยมาทุกยุคทุกสมัย เช่นเดียวกับ
พันธมิตรของ กรุงศรี ออโต้ ผู้มีของรักของสะสมไว้ในครอบครองซึ่งมีคุณค่าทางจิตใจในแบบ
ที่ประเมินเป็นตัวเลขได้ยาก **เจี๊ยต-อรัญญ์ ดวงแก้ว** จาก **เจี๊ยตรถบ้าน** เป็นคนแรกที่ร่วมแบ่งปัน
ภาพของรักกับเราในคอลัมน์นี้ พร้อมบอกเล่าความในใจว่ายานพาหนะสวยล้ำค่าสำนึกลึกซึ้งในภาพ
เป็นรถคันแรกๆ ที่รู้สึกภาคภูมิใจที่สุด แต่ของรักที่ไม่มีสิ่งใดมาเทียบได้ก็คือครอบครัวอันอบอุ่น น่ารัก
“ลูกๆ คือของรัก คือของขวัญที่ดีที่สุด คือกำลังใจ คอยห่วงใยแม่ ให้มีแรงผลักดันสู้กับปัญหาและ
อุปสรรคทุกอย่างให้ผ่านพ้นไปได้” #ไม่มีรักไหนยิ่งใหญ่ไปกว่าความรักของคนในครอบครัวอีกแล้วค่ะ



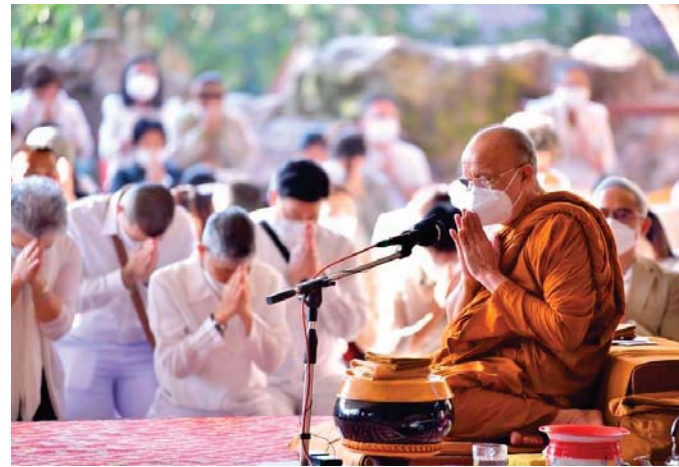
ฝั่ง **เฮียตี๋-ธีรรัชต์ เต็มจิตต์เจริญ** จาก **เอ.ที.เอ็ม กู๊ดคาร์** นำภาพพระเครื่อง
ซึ่งเริ่มบูชาเมื่อไม่กี่เดือนที่แล้วมาให้พวกเราได้ชมบาร์มี พร้อมเล่าถึงที่มาที่ไปว่า
เพื่อนๆ ในวงการรถยนต์มือสองชักชวน กอปรกับยอดขายที่น้อยลงและปัญหา
เกี่ยวกับการทำงานที่เข้ามา เฮียตี๋จึงเริ่มบูชาท้าวเวสสุวรรณ วัตถุประสงค์
สมุทรสงคราม เป็นองค์แรกเพื่อขจัดภัยอันตราย หลังจากนั้นจึงบูชาหลวงปู่โตะ
ประดู่ฉิมพลี กรุงเทพมหานคร เพื่อช่วยเสริมดวงในเรื่องการค้าขาย หลังจากนั้นก็
รู้สึกถึงความสบายใจขึ้นมาอย่างบอกไม่ถูก เฮียตี๋จึงเริ่มศึกษาพุทธคุณของพระเครื่อง
รุ่นต่างๆ รวมถึงราคาในการเช่าพระอย่างจริงจัง “ตั้งแต่ผมก้าวเข้ามาเริ่มบูชา
พระเครื่อง ผ่านไปประมาณ 3 เดือน ราคาเริ่มขยับขึ้น จึงทำให้หลงรักและน่าจะ
เป็นของสะสมที่ทำให้ผมมีความสุขได้อีกอย่างหนึ่ง” เฮียตี๋ทิ้งท้าย

สำหรับหนุ่มที่หลงใหลในวิถีไบเกอร์อย่าง **พีอาร์ท-พิสิฐศักดิ์
รอตนาโพธิ์** จาก **เอ.ที. คาร์เซลล์** ก็พา Harley Davidson
Electra Glide Ultra ปี 2014 ซึ่งนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา
ทั้งคัน มาอวดโฉมหลังขี่ไปออกทริปต่างจังหวัดสร้าง
ประสบการณ์ใหม่ให้ตัวเอง ตามมาด้วย BMW F800 GS
ปี 2015 ที่เน้นความคล่องตัว ซึ่งทั้ง 2 คันนี้ นอกจากสมรรถนะ
จะโดดเด่นแล้วยังหล่อเข้มไม่แพ้เจ้าของเลยทีเดียว





อัมบุญ อุ่นใจ



เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม ที่ผ่านมา กรุงเทพฯ ออโต้ และสมาคมผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้ว ร่วมพิธีบรรจุอัฐิธาตุหลวงปู่บุญเพ็ง เขมาภิรโต เจ้าอาวาสวัดถ้ำกลองเพล จังหวัดหนองบัวลำภู โดยมีหลวงพ่อดิเรกธาวาย สันตสุสโก รักษาการเจ้าอาวาสวัดถ้ำกลองเพล เป็นประธานฝ่ายสงฆ์ ในโอกาสนี้ยังได้มอบเครื่องช่วยหายใจจำนวน 3 เครื่อง ให้แก่ทางวัด รวมถึงมอบชุดยังชีพจำนวน 200 ชุด ให้ชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภูและจังหวัดอุดรธานีอีกด้วย



ขอขอบคุณภาพจาก www.facebook.com/LuangpoInthawaiSantussako

หนึ่งเสียงคือพลัง รับฟังความเห็น

กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน
(Krungsri Auto Magazine)
ชวนผู้อ่านร่วมตอบแบบสอบถาม
เพื่อให้ความเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ
ในการพัฒนาปรับปรุงนิตยสาร
ให้ตรงความต้องการมากยิ่งขึ้น



โปรดสแกนเพื่อเข้าสู่แบบสอบถาม



แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้อ่าน
ที่มีต่อ กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน 2021

ผู้ตอบแบบสอบถาม 100 ท่านแรก
ได้รับของที่ระลึก
บัตร Lotus's มูลค่า 200 บาท

Lotus's



คุณกฤติยา ศรีสินท์

ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

The Next Move

รุก อย่างมีข้อมูล



เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน จัดงานสัมมนา “The Next Move รุก...อย่างมีข้อมูล” นับเป็นครั้งแรกในการเชิญพันธมิตรจากทุกผลิตภัณฑ์เข้าร่วมงานสัมมนาเดียวกัน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานผ่านออนไลน์กว่า 300 ท่าน

คุณกฤติยา ศรีสินท์ ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กล่าวเปิดงานพร้อมต้อนรับพันธมิตรทุกท่านอย่างอบอุ่น และเผยว่าในอดีตเจ้าของธุรกิจมักใช้ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ รวมถึงข้อมูลที่มีจำกัดเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการธุรกิจ แต่วันนี้มีข้อมูลมากมายมหาศาล ทั้งตัวเลขเศรษฐกิจ การแข่งขันด้านการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแม้แต่จังหวะชีวิต หากเราทราบข้อมูลเหล่านี้แล้วนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ต่อยอด ก็จะสามารถเล่นเกมธุรกิจไปได้ตามเป้าหมาย

“แน่นอนว่า COVID-19 ทำให้ชีวิตเราเปลี่ยนไป เราอยากให้ทุกท่านเตรียมความพร้อม เปิดมุมมอง รู้ลึกถึงข้อมูลเศรษฐกิจในปี 2564 รวมถึงก้าวต่อไปของแนวโน้มอุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2565 รู้รอบตอบทุกจังหวะของชีวิต รวมถึงศาสตร์ทางด้านตัวเลขทำให้เราไปต่อโดยไม่ต้องรอได้อย่างไร รู้ทัน เอาชนะทุกวิกฤตเปลี่ยนก่อน รุกก่อน เพื่อเข้าสู่ธุรกิจยุคใหม่ ทำความเข้าใจลูกค้าแล้วปล่อยหมดเด็ดเหยียบคันเร่งให้เต็มที่ไปพร้อมๆ กันค่ะ”



บริโศก-ส่งออก-ผลิต-ลงทุน ทะยาน ท่องเที่ยว-บริการ รอเวลา

หลังจากนั้น ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวบรรยายในหัวข้อ “รู้ลึกเศรษฐกิจ พร้อมรุกทุกรูปแบบ” โดยเน้นย้ำคำว่า “ความหวัง” โดยชี้ให้เห็นว่าภาพรวมของเศรษฐกิจโลกเป็นไปในทางที่ดีขึ้น เพราะมีแรงขับเคลื่อนจากการบริโภคของคนในทุกภูมิภาค การค้าขายระหว่างประเทศก็ฟื้นตัวมาระยะหนึ่งแล้ว ข้อจำกัดต่างๆ เริ่มลดลง หลายประเทศเริ่มเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แม้ยังมีตัวเลขผู้ติดเชื้อ แต่การฉีดวัคซีนที่ครอบคลุมจะทำให้สถานการณ์ดีขึ้น อุตสาหกรรมบริการจะเริ่มทยอยกลับเข้าสู่ภาวะปกติและหมุนให้เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวต่อไป

ดร.สมประวิณได้เผยถึงตัวเลขการเติบโตที่หน่วยงานเศรษฐกิจระดับโลกได้วิเคราะห์ไว้ ดังนี้

การเติบโตของเศรษฐกิจโลก

หน่วยงาน	อัตราการเติบโต		
	พ.ศ. 2553-2562	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF)	3.7%	5.9%	4.9%
องค์การการค้าโลก (WTO)	-	10.8%	4.7%

ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
ผู้บริหารสายงานวิจัยและ
หัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



โดยกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ระบุว่า ปัจจัยสำคัญของการฟื้นตัวปีหน้ามาจากการผลิต แม้ผู้คนจะออกจากบ้านมาทำกิจกรรมต่างๆ น้อยลง แต่สินค้ายังคงเป็นที่ต้องการ โดยอัตราการผลิตนั้นเติบโตสูงกว่าก่อนเกิดโรคระบาด หากสถานการณ์ดีขึ้นและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเริ่มฟื้นตัว ภาคบริการจะเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนสำคัญ ขณะที่ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) ชี้ว่า ไทยจะเป็นประเทศที่ได้ประโยชน์มากที่สุดจาก “ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (Regional Comprehensive Economic Partnership: RCEP)” ซึ่งเป็นกลุ่มความตกลงการค้าเสรีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกด้วย

“เศรษฐกิจไทยเองก็มีความสดใสไม่ต่างกัน เนื่องจากเราผูกโยงกับการส่งออกสินค้ามากกว่า 40 ปี ตั้งแต่สมัยมีการสร้างท่าเรืออีสเทิร์นซีบอร์ด เมื่อเศรษฐกิจโลกฟื้น เราก็ฟื้นด้วย ทีมวิจัยคาดการณ์ว่า ปีนี้เศรษฐกิจโต 1.2% และจะขยับขึ้นเป็น 3.7% ในปีหน้า การบริโภค การลงทุน ดีขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกนั้นถือเป็นพระเอกเพราะโตถึง 16% ในปีนี้ และโตต่อเนื่องไปได้อีก 5% ในปีหน้า ในเรื่องของอุตสาหกรรมยานยนต์ปีนี้อาจมีแรงหนุนจากการส่งออกเพียงอย่างเดียว แต่ในปีหน้า การบริการ การท่องเที่ยว จะดีขึ้น อาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามาได้มากถึง 7.5 ล้านคน และการลงทุนจะเริ่มหมุนเข้าไปในระบบเศรษฐกิจ”

การเติบโตของเศรษฐกิจไทย

	อัตราเติบโต	
	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2565
เศรษฐกิจไทยภาพรวม (GDP)	1.2%	3.7%
อุตสาหกรรมส่งออก	16.5%	5%
การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ	ติดลบ 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ	เพิ่มขึ้น 5.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ
การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน		44.8% (เทียบกับ พ.ศ. 2564)
อุตสาหกรรมยานยนต์ (การผลิต)	10-12%	4-6%
อุตสาหกรรมยานยนต์ (การส่งออก)	21-23%	5-7%
การท่องเที่ยว	- ท่องเที่ยวในประเทศ 170 ล้านทริป ภายใน พ.ศ. 2567 - ท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 40 ล้านคน ภายใน 4 ปี	

ที่มา : ทีมวิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ดร.สมประวิณเพิ่มเติมว่า ภายในปลายปีหน้า ระดับกิจกรรมทางเศรษฐกิจก่อนยุค COVID-19 จะฟื้นตัวกลับมาซึ่งเร็วกว่าที่ทีมวิจัยเคยคาดการณ์ไว้ สิ่งที่สำคัญมากคือการบริโภค หลังจากที่มีการเปิดเมือง อัตราการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มสูงขึ้น Mobility Index ซึ่งตรวจจับการเดินทางของผู้คนจากทุกตัวแปรชี้ว่าผู้บริโภคพร้อมที่จะออกมาดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก สาเหตุหลักมาจากการฉีดวัคซีนซึ่งหากภายในสิ้นปีคนไทยสามารถรับวัคซีนได้วันละ 700,000 ราย และปีหน้าวันละ 200,000 ราย ประมาณเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 คนไทย 90% จะได้รับวัคซีนแล้วอย่างน้อย 1 เข็ม กิจกรรมต่างๆ จะผ่อนคลายได้มากขึ้น

แม้ภาคการขนส่งทางอากาศ โรงแรม และร้านอาหาร อาจยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่จะดีขึ้นในปีหน้า ส่วนโรงพยาบาลและกิจการค้าปลีกจะสามารถฟื้นตัวกลับไปสู่ระดับก่อนเกิด COVID-19 ได้ภายในปีหน้า ด้านการส่งออก ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ชี้ว่านักลงทุนต่างชาติเป็นกลุ่มแรกที่ได้ประโยชน์ ถัดมาจึงเป็นนักลงทุนไทยรายใหญ่ แล้วจึงกระจายสู่ผู้ส่งออกรายย่อย และเมื่อการส่งออกดี ผู้ประกอบการจะขยายกำลังการผลิต ซึ่งอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จะได้รับอานิสงส์นี้เช่นกัน

ดร.สมประวิณอ้างอิงข้อมูลของ Standard Motor Products, Inc. ผู้ผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ในอุตสาหกรรมหลังการขายรถยนต์สัญชาติอเมริกัน ที่คาดว่าจะการลงทุนชิ้นส่วนยานยนต์ของตนจะเพิ่มขึ้น 13% “ในเวลานี้ที่อเมริกา เพื่อนผมต้องการซื้อรถ ไม่มีนะครับ ต้องรอถึง 6 เดือน” ซึ่งพอจะชี้ให้เห็นแนวโน้มโดยรวมของอุตสาหกรรมนี้ในทั่วโลกด้วยเช่นกัน

ในด้านการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ในไทยช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2564 เท่ากับอัตราการลงทุนของปี พ.ศ. 2562 ทั้งปี ยิ่งไปกว่านั้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐบาล โดยเฉพาะโครงการ

พัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ไม่ว่าจะเป็นมอเตอร์เวย์ รถไฟรางคู่ รถไฟความเร็วสูง ปีหน้า การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของประเทศอาจโตถึง 45% เทียบกับปี พ.ศ. 2563 เมื่อมีการตัดถนนไปในที่ใด ความเป็นเมืองก็จะค่อยๆ ตามไปเช่นกัน

ด้านการท่องเที่ยว แบ่งเป็นกลุ่มที่เที่ยวเองในประเทศ คาดว่าใช้เวลา 2 ปี จึงจะกลับไปสู่ปริมาณการท่องเที่ยวเดิมคือประมาณ 170 ล้านทริป ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจะกลับมาที่จำนวน 40 ล้านคน อาจใช้เวลาถึง 4 ปี ขึ้นอยู่กับมาตรการของประเทศต้นทางด้วย

สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังเตรียมความพร้อมด้านการลงทุนในธุรกิจ ดร.สมประวิณชี้ว่าปีหน้าการขาดดุลงบประมาณของรัฐบาลจะอยู่ที่ 3% ซึ่งไม่ถือเป็นเรื่องน่ากังวลใจ เพราะเมื่อไรที่รัฐบาลใช้เงิน นั่นหมายถึงสังคมได้รับประโยชน์ และประเทศไทยมีส่วนหนึ่งสาธารณะต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศค่อนข้างต่ำ แม้ในช่วงไตรมาสแรกของปีหน้าอัตราเงินเฟ้ออาจโตถึง 3% อันเนื่องมาจากการปรับลดราคาสินค้าและบริการเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในปีนี้ แต่การเติบโตของรายได้แรงงานไทยจะมากถึง 5% ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงกำหนดให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมในระดับต่ำต่อเนื่องไปจนถึงปีหน้า ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์มองว่าเป็นโอกาสอันสูงส่งของผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากอัตราดอกเบี้ยต่อยอดสู่การลงทุน

ปิดท้ายที่การผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์จะโต 4-6% ยอดขายภายในประเทศน่าจะโต 3-5% ยอดส่งออกโตได้ถึง 7% นอกจากนี้ยานพาหนะไฟฟ้าจะได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งจากนโยบายของรัฐบาล ผู้ประกอบการระดับโลกหันมาผลิตยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น และวิถีชีวิตของผู้คนเริ่มคุ้นชินกับรถไฟฟ้ามากขึ้น



คุณรวีศ หาญอุตสาหะ ทายาทธุรกิจรุ่นที่ 3 แบรินด์เครื่องสำอางศรีจันทร์

ทำนายอุตสาหกรรมยานยนต์อนาคต

การสัมมนาเพิ่มความเข้มข้นเมื่อ คุณรวีศ หาญอุตสาหะ ทายาทธุรกิจรุ่นที่ 3 แบรินด์เครื่องสำอางศรีจันทร์ เจ้าของ เพชฌกูฏแฟนเพจและพอดแคสต์ Mission to the Moon เพจเกี่ยวกับแรงบันดาลใจด้านธุรกิจ เทคโนโลยี และการใช้ชีวิต มาร่วมวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจในปีหน้า ในหัวข้อ “**รู้ทันทุกกลยุทธ์ พิชิตทุกความสำเร็จ**” และร่วมแสดงทรรศนะว่า เทรนด์ของเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า คือแรงขับเคลื่อนสำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต

“COVID-19 เปรียบเป็นมหาวิกฤตที่ยิ่งใหญ่ เทียบเท่ากับ ยุค The Great Depression เมื่อเกือบร้อยปีที่แล้ว ในครั้งนั้น หากมี 4 คน เดินมา จะมีคนตกงานในกลุ่มนั้น 1 คน แต่ในวิกฤตครั้งนี้ มาตรการล็อกดาวน์เกี่ยวข้องกับการเดินทาง การเคลื่อนที่ รวมไปถึงปรากฏการณ์นิวอร์มัล ที่คนปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตัวเอง เริ่มทำงานที่บ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทาง การคมนาคมที่ลดลง และมาตรการ Social Distancing ผู้คนใช้รถยนต์สาธารณะลดลง โดยเฉพาะในยุโรป ผู้คนหันมาเดินทางด้วยการปั่นจักรยานและรถยนต์ส่วนตัวกันมากขึ้นเพราะรู้สึกถึงความปลอดภัย เราจึงจะได้เห็น เทรนด์ใหม่ๆ มากขึ้น

“อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน เทรนด์ของเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าเติบโตสอดคล้องกับความใส่ใจด้านความยั่งยืนของผู้บริโภค และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์การใช้รถที่เชื่อมต่อกับมิติต่างๆ ของชีวิตมากยิ่งขึ้น”

เทรนด์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น

- ผู้คนอยากครอบครองรถโดยคำนึงถึงการใช้งาน (Based on Function) มากกว่าคำนึงถึงแบรนด์
- รถยนต์ไฟฟ้าอาจเป็นที่นิยมเร็วกว่าที่คาดไว้ 2-3 ปี

- รถยนต์แห่งอนาคต ACES (Autonomous, Connected, Electric, and Shared) กำลังจะมาถึง รถยนต์ไร้คนขับ รถยนต์ที่อ่านข้อความข่าวสารและอ่านอีเมลให้คุณฟังขณะขับรถ (ซึ่งอาจทำหน้าที่เหมือนแท็บเล็ตมีล้อ) รถยนต์ที่มีเก้าอี้นวด นี่คือนวัตกรรมสุดล้ำที่เต็มไปด้วยจินตนาการ
- การมาถึงของเมตาเวิร์ส (Metaverse) อาจทำให้ในอนาคต ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องเดินทางไปโชว์รูมอีกต่อไป

Digital Journey

“ธุรกิจต้องมุ่งมันลงแรงไปที่การสร้างช่องทางดิจิทัลเป็น ประตูด่านในการสื่อสารกับลูกค้าให้ดีขึ้น” คุณรวีศตั้งข้อสังเกตให้ผู้สัมมนารับฟัง โดยมองว่า COVID-19 คือสิ่งเร่งและกระตุ้นให้ผู้คนหันมาจับจ่ายใช้สอยบนโลกออนไลน์อย่างแท้จริง ภาพที่เคยมองว่าจะเห็นใน 5-10 ปี กลับถูกกระตุ้นให้ผู้คนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมรวดเร็วขึ้นในช่วง 2-3 เดือน กรณีที่ผู้ประกอบการมีช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ออฟไลน์ หลายช่องทาง คุณจะทำอะไรให้ลูกค้าที่ชมสินค้าหน้าร้านของคุณทางออนไลน์ เมื่อปรากฏตัวอยู่หน้าร้าน คุณต้องรู้จักลูกค้าท่านนั้นและสามารถบริการลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง คือ เชื่อมข้อมูลออนไลน์กับออฟไลน์ได้อย่างไร้รอยต่อ

นั่นคือการรู้ Digital Journey ของลูกค้า ในฐานะผู้ประกอบการและเจ้าของสินค้าก็จะสามารถออกแบบธุรกิจหรือบริการต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเหล่านี้ได้ เช่น

- **Smart Device:** สินค้าต่างๆ ที่ถูกออกแบบให้ฉลาดขึ้น มีการเก็บข้อมูลมหาศาล และข้อมูลเหล่านั้นจะทำให้ธุรกิจเปลี่ยนไป เช่น บริษัทประกันสุขภาพอาจคิดกรมธรรม์ที่ลดค่าเบี้ยประกันโดยอิงข้อมูลจากนาฬิกาสมาร์ตดีไวซ์ ที่เก็บข้อมูลสุขภาพ บันทึกออกกำลังกาย การพักผ่อนของเจ้าของนาฬิกาได้



- **Personalization:** คนต้องการสินค้าที่ออกแบบมาเฉพาะบุคคลมากขึ้น - 91% ของลูกค้าจะซื้อสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกับความต้องการของตน
- **Micro Moment:** ช่วงเวลาในการตัดสินใจที่เล็ก แต่สำคัญ - สมัยก่อนเราซื้อปิ้งตามเวลาห้างเปิด-ปิด ปัจจุบันเราซื้อของก่อนนอนตอน 23.30 น. ได้ นี่คือไอเดียให้คุณออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้า
- **Subscription Model:** ผู้คนอาจไม่ต้องการครอบครองสิ่งใดในระยะยาวหรือยิ่งใหญ่ - โมเดลการซื้อรถของคนอาจเปลี่ยนแปลงไป เช่น ซื้อรถยนต์แบบจ่ายรายเดือน โดยเลือกแพ็คเกจที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ในช่วงนั้นๆ เช่น เดือนนี้ต้องการรถคันใหญ่ 3 วัน เพื่อเดินทางไกล นอกนั้นเป็นการใช้รถคันเล็กเพื่อเดินทางไปทำงานคนเดียว หรือเลือกรถเปิดประทุนในฤดูหนาว เป็นต้น
- **Direct to Customer:** พ่อค้าคนกลางกำลังจะหายไป - หลายๆ แปรณกำลังเข้าถึงลูกค้าเอง ข้อดีของการเข้าถึง

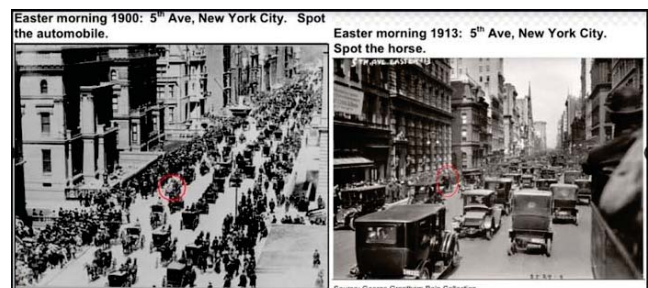
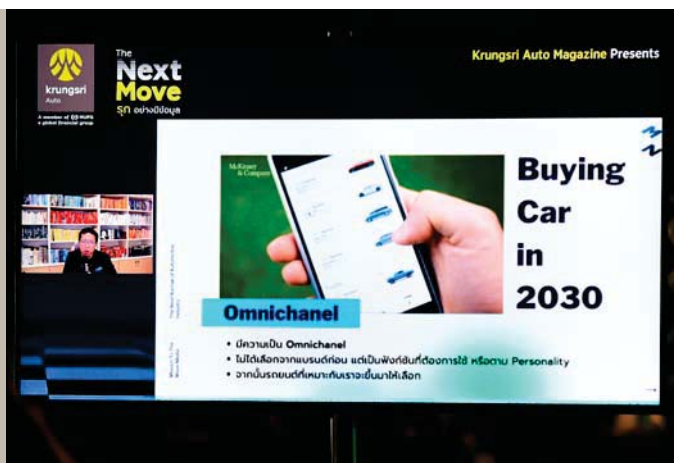
ลูกค้าโดยตรงคือ คุณสามารถนำข้อมูลของลูกค้ามาพัฒนาต่อยอดได้

- **Conscious Consumption** การบริโภคอย่างมีจิตสำนึก
 - สิ่งแวดล้อมของโลกกำลังอยู่ในภาวะวิกฤต ดังนั้น ผู้คนจะสนใจเรื่องความยั่งยืน ทั้งการเลือกสินค้าและการใช้ชีวิต ในฐานะผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องนี้ วางแผนและสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ที่เราจะขายสินค้าเช่นกัน

อุตสาหกรรมยานยนต์จะเปลี่ยนไปอย่างไร นี่คือการถามสุดท้ายที่รอคำตอบ

จากการสำรวจของ IBM พบว่า 50% ของบริษัทผู้ให้บริการรถยนต์บอกว่า องค์กรของเขาต้องปรับตัวใหม่โดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น สิ่งนี้สะท้อนว่าไม่ว่าคุณจะเป็นแบรนด์ใหญ่เพียงใดก็ตาม แปรณของคุณอาจหมดความสำคัญได้หากปรับตัวไม่เร็วพอ

ก่อนจบสัมมนา คุณวีตทั้งทำด้วยภาพนี้



ถนนฟิฟท์เอเวนิว ที่นิวยอร์ก ค.ศ. 1900 ถนนเต็มไปด้วยรถม้า มีรถยนต์เพียงคันเดียว

ผ่านไป 13 ปี ที่ถนนเส้นเดิม รถทุกคันเป็นรถยนต์หมด เหลือรถม้าเพียงคันเดียว

ในอนาคตของโลกยานยนต์ยุคหน้า เราอาจจะได้เห็นถนนทั้งเส้นเปลี่ยนเป็นรถยนต์ไฟฟ้าไปแล้วก็ได้



อ.พรหมญาณ รัตนญาณพิโมกษ์ นักพยากรณ์ชื่อดัง



ศาสตร์ตัวเลข

ตัวช่วยคอนเฟิร์มก่อนรุกธุรกิจ

ข้อมูลอีกมิติหนึ่งที่องค์กรขนาดใหญ่และซีอีโอหลายท่านที่ประสบความสำเร็จนำมาใช้ร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินการสิ่งต่างๆ คือ สถิติจากโหราพยากรณ์ กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน จึงไม่พลาดที่จะผนวกข้อมูลชุดนี้ไว้ในงานสัมมนาในหัวข้อ “รู้รอบ ศาสตร์แห่งตัวเลข เสริมพลังพร้อมลุย” โดยวิทยากร อาจารย์พรหมญาณ รัตนญาณพิโมกษ์ มาให้ความรู้เรื่อง “เลขศาสตร์ พลิกชีวิต” ซึ่งเป็นตัวเลขที่เกี่ยวพันกับชีวิตประจำวัน เช่น ทะเบียนรถ หมายเลขโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

“การใช้หลักสถิติควบคู่ไปกับการวางแผนธุรกิจ จะช่วยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์อนาคตได้อย่างแม่นยำ และรุกได้อย่างมั่นใจ”

ทั้งนี้ อาจารย์พรหมญาณได้ทำนายตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมาว่า สถานการณ์ประเทศไทยจะเผชิญกับการระบอบรุนแรงในช่วงมิถุนายน-สิงหาคม ก่อนที่สถานการณ์จะคลี่คลายลงและเริ่มควบคุมได้ในเดือนตุลาคม ประเทศจะเปิดรับการเดินทางได้ในเดือนธันวาคม และการเดินทางทั่วโลกจะมากขึ้นในเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 โดยแนะนำให้ศึกษาเลขมงคล เลขคู่มิตรเพื่อเสริมกำลังในการทำธุรกิจ โดยเลขที่ควรหลีกเลี่ยงสำหรับธุรกิจรถยนต์คือ เลข 13 และ 31 ซึ่งเป็นเลขของอุบัติเหตุ สิ่งไม่เป็นมงคล

เลขมงคลคู่มิตรและเลขศัตรูตามการแบ่งดาวพระเคราะห์ตามตำราโหราศาสตร์เก่าแก่ ผู้ประกอบการอาจนำมาประยุกต์ในการเลือกหมายเลขโทรศัพท์ จัดแคมเปญโปรโมชั่น เลือกวันเริ่มโครงการ หรือจัดทัพทีมงานก็ทำได้

เลขคู่มิตร	เลขคู่ศัตรู
15 อาทิตย์เป็นมิตรกับครู	13 อาทิตย์ผิดกับอังคาร
24 จันทร์โฉมตรู พูรณเยาว์	48 พุธอันธพาล วาฬทราหู
36 ศุกร์ปากหวาน อังคารรับเอา	67 ศุกร์กับเสาร์ เป็นเสี้ยนศัตรู
78 ราหูกับเสาร์ เป็นมิตรแก่กัน	25 จันทร์กับครู คือคู่อริกัน



หลากหลายเสียงความคิดเห็นและความประทับใจจากเวทีสัมมนาออนไลน์ The Next Move รุกอย่างมีข้อมูล ที่แม้ต่างคนจะอยู่ต่างสถานที่ แต่ความรู้และแรงบันดาลใจถูกหลอมรวมไว้ในบรรยากาศเดียวกัน



คุณทวีศักดิ์ รุ่งแสงเจริญกิจพิทย

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ที.อาร์.คาร์ จำกัด

“ประทับใจที่สุดคือเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ทำให้เราเหมือนได้ร่วมประชุมจริงๆ กับเพื่อนพันธมิตรและวิทยากร ตอบรับกับยุคเมตาเวิร์ส (Metaverse) รู้สึกว่า กรุงศรี ออโต้ เข้าใจทั้งลูกค้าและพันธมิตร ทำให้เราได้รับข้อเสนอแนะใหม่ๆ ในการปรับตัว เพราะในยุค COVID-19 อนาคตการจำหน่ายรถยนต์ก็จะสอดคล้องกับยุคเมตาเวิร์ส ออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ อีกช่วงที่ประทับใจคือ ศาสตร์แห่งตัวเลข เพื่อเสริมพลัง โดย อ.พรหมญาณ รัตนญาณพิโมกษ์ ก็สามารถนำมาเป็นความรู้ แนะนำลูกค้า และอาจนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการตัดสินใจของลูกค้าได้เช่นกัน”



คุณชวริศ สัตยพงศ์จิตรี

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท สยามคาร์304 จำกัด

“เรากำลังอยู่ในยุคที่แสนท้าทาย ในการทำงานธุรกิจยุคนี้ คำว่าดิสรัปชัน (Disruption) เข้ามามีผลกับผู้ประกอบการมาก ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงและการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก ประทับใจมากที่ กรุงศรี ออโต้ ได้ให้ความสำคัญกับทักษะการเรียนรู้เพื่อผู้ประกอบการ จัดกิจกรรม Virtual Conference นี้ขึ้นมาให้ผู้ประกอบการได้ “รู้สึก รู้รอบ รู้ทัน” ทุกครั้งที่ได้ร่วมงานสัมมนา เราได้ข้อคิด

และพลังให้เรากลับมาใช้ในชีวิตได้

“ทุกหัวข้อ วิทยากรทุกท่าน ดีทุกช่วง ประทับใจช่วงคุณรวีศ หาญอุตสาหะ เพราะเป็นแฟนหนังสืออยู่แล้ว การได้ฟังสัมมนา ได้เปิดมุมมองการทำงานธุรกิจในโลกอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับโลกปัจจุบันนี้จริงๆ เราจะพัฒนาไปสู่โลกดิจิทัลให้ทันลูกค้าอย่างไร เพราะทุกวันนี้มนุษย์ใช้ชีวิตอยู่กับโทรศัพท์ 24 ชั่วโมง ตามคำที่ว่า The great micro moment ทุกคนอยากรู้ อยากเป็นเจ้าของ ดัดสินใจ และใช้ชีวิตผ่านโทรศัพท์มือถือ 1 เครื่อง ใครจะไปคิดว่าลูกค้าสามารถซื้อรถยนต์ราคาหลักแสนด้วยวิธีออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ 1 เครื่อง คิดว่ากิจกรรมนี้เป็นประโยชน์มากค่ะ ที่ให้ความรู้ใหม่ๆ กับผู้ประกอบการ เมื่อเรารู้รอบเราก็พร้อมจะก้าวไปได้ทุกทิศทางอย่างมั่นใจ”



คุณกรณีย์ บิลหมัด

กรรมการผู้จัดการ ยี่ห้อคาร์เซ็นเตอร์

“คลื่น COVID-19 ครั้งที่หนึ่ง ธุรกิจจะงักครั้งที่สองหลายๆ ธุรกิจเริ่มปรับตัวและขอบคุณ กรุงศรี ออโต้ ที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการปรับตัวอย่างมีข้อมูล ลูกค้ามีพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปมาก ดังที่คุณรวีศ หาญอุตสาหะกล่าวว่า ผู้ประกอบการต้องมองไปข้างหน้าและจับเทรนด์ให้ทัน หากถามว่าปีหน้าเราเตรียมพร้อม ‘รุกอย่างมีข้อมูลอย่างไร’ ความรู้ที่ได้จะทำให้เราปรับตัวและเพิ่มตัวเลือกให้ลูกค้าได้มากขึ้น ปีหน้าเราจะมีรถรุ่นใหม่ๆ ในราคาตลาดที่ยุติธรรม”

คุณกัญญ์ โอบุระรังษี

ประธานกรรมการ บริษัท ศรีสะเกษทีเคโอโตโมบิล จำกัด



“ได้ความรู้อย่างเต็มเปี่ยม ได้เห็นทิศทางของเศรษฐกิจโลกในช่วงของ ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ และสะท้อนกลับมามองว่า นี้นุญที่เราได้รู้จักกับ COVID-19 มาแล้ว 2 ปี แล้ว และต่อจากนี้เราจะอยู่ในโลกหลัง COVID-19 อย่างไร ผมเห็นด้วยกับ ดร.สมประวิณ ที่มองว่า พ.ศ. 2565 น่าจะเป็นปีที่ดี คนมีความพร้อม มีการสร้างภูมิ และปรับตัวธุรกิจ ในทิศทางออนไลน์มากขึ้น

“กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมของครอบครัวเลยครับ ผมให้ลูกๆ เข้ามานั่งฟังสัมมนาออนไลน์ ร่วมกัน แล้วเราก็เปิดฉายบนทีวีจอใหญ่เรียนรู้ไปด้วยกัน ดูแล้วสบายตา รูปแบบการจัดงาน ดีมากครับ มีวิธีจริงให้คนฟังจนจบ นับเป็นแนวทางที่แปลกใหม่ ผมมองว่าเป็นกิจกรรมที่ดีมาก ๆ นะครับ ให้ประโยชน์กับผู้ฟัง ทำให้ทีมงานที่อยู่ต่างจังหวัดได้เข้าถึงความรู้และข้อมูลถึงกัน

“สำหรับปีหน้า ผมวางแผน ‘รุก’ กับธุรกิจของตัวเองใน 4 ทิศทางหลักๆ คือ เรียนรู้ พัฒนาระดับ และรับฟัง เรียนรู้คือ เรียนรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา พัฒนาตัวเองให้มากขึ้น ยกระดับธุรกิจไปสู่ระดับประเทศ และรับฟังความต้องการของลูกค้าคือสิ่งสำคัญ นี่คือทิศทางที่จะเดินไปในปี พ.ศ. 2565 นี้ครับ”



คุณเอกนรินทร์ ชัยคนารักษ์กุล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ที โอ เอช มอเตอร์ จำกัด

“การสัมมนาครั้งนี้ดีเลยครับเพราะมีการดึงความสนใจของผู้ร่วมงาน ส่วนตัวผมคิดว่าการบรรยายในหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจของ ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ นั้นมีประโยชน์มาก วิทยากรอธิบายได้ดีครับ จริงๆ ผมพอจะทราบในระดับหนึ่งว่าเศรษฐกิจฟื้นตัวแล้ว แต่พอได้ฟังการคาดการณ์จากกรุงเทพฯ พบว่าเศรษฐกิจของโลก กำลังฟื้นตัวใกล้เคียงระดับก่อน COVID-19 ซึ่งเกินกว่าที่ผมคาดเอาไว้ ยิ่งได้รู้ถึงแนวโน้มในปีหน้าก็ยิ่งมีความหวัง เพราะเป็นการอธิบายให้เห็นภาพเชิงลึกในหลายมิติ สำหรับกิจการของผมเองมุ่งเน้นที่จะมีคู่ค้าซึ่งจริงใจต่อกัน เพราะเมื่อพูดถึงการประกอบธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ หัวใจหลักก็คือการเข้าซื้อ เราจึงต้องเลือกพันธมิตรที่มีความน่าเชื่อถือ รู้ลึกไว้วางใจ เป็นที่พึ่งได้ในระยะยาว ตั้งแต่ผมเข้ามาช่วยดูแลกิจการของที่บ้านเมื่อ พ.ศ. 2547 กรุงเทพฯ ออโต้ เป็นค่ายแรกๆ ที่เข้ามาและยังคงยืนหยัดมากับผม เราจึงเห็นความต่อเนื่องและความเสมอต้นเสมอปลาย นอกจากนี้ทีมงานก็ไม่เคยทำให้ผมผิดหวัง เราเป็นพันธมิตรกันมานาน ต่างฝ่ายต่างซื่อสัตย์ต่อกัน ทำให้เราเชื่อใจกันครับ”



ดร.อานาถ คณะรัฐ

กรรมการบริหาร บริษัท ช.กรุ๊ป ฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด

“การสัมมนามีความลงตัวเพราะนำเสนอทั้งข้อมูลเชิงวิชาการจาก ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ ซึ่งมีความเข้มข้น แล้วสลับด้วยเลขศาสตร์ที่มีเนื้อหาสนุก เป็นศาสตร์ที่เราไม่เคยรู้จักมาก่อน ทำให้ได้เปิดมุมมองใหม่ และถือเป็นช่วงที่ได้พักสมองและผ่อนคลายไปในตัวครับ การบรรยายในหัวข้อ ‘รู้ทัน ทุกกลยุทธ์ พิชิตทุกความสำเร็จ’ นั้นเป็นส่วนที่ผมชอบมากที่สุด เพราะพูดถึงการมองไปข้างหน้าและจับเทรนด์ให้ทัน วิทยากรยังฉายภาพของวงการยานยนต์ในช่วง 5-10 ปี หลังจากนั้นด้วยว่า ยานยนต์ไฟฟ้าจะมาเร็วกว่าที่เราคาดไว้ ทำให้เราได้มีโอกาสปรับตัวเร็วขึ้นและวางแผนงานได้เหมาะสมกับสถานการณ์มากขึ้น โดยรวมถือว่าหัวข้อในการบรรยายนั้นเป็นการผสมผสานที่ลงตัวและระยะเวลาที่เหมาะสม ทำให้ผู้ฟังไม่เบื่อและยังมีการเล่นเกมด้วย เป็นการสัมมนาที่ผมรู้สึกว่าคุณผู้ฟังมีส่วนร่วมดีและติดตามรับฟังตั้งแต่ต้นจนจบ โดยรวมถือว่าทำได้ดีมากนะครับ ผมก็จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมมนามาช่วยในการวางแผนธุรกิจสำหรับปีหน้า โดยเฉพาะความรอบคอบในการควบคุมปริมาณสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดครับ”

คุณอภิชัย สุรนาภกิจดิธรร

กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริษัท สุขสวัสดิ์ มอเตอร์เวิร์ค จำกัด

“หัวข้อสัมมนามีความเหมาะสมสำหรับผู้ฟังที่สนใจเรื่องของภาพรวมหลากหลายด้าน สำหรับตัวผมเองอยู่ในธุรกิจรถจักรยานยนต์ก็ได้รับแรงบันดาลใจจากการฟังสัมมนาในวันนั้นคือ ผมจะเน้นการทำตลาดออนไลน์มากขึ้นในปีหน้าเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจับจ่ายใช้สอย ปัจจุบันการทำตลาดออนไลน์ของร้านเป็นแนวรับมากกว่า คือเปิดเฟซบุ๊ก แฟนเพจและโพสต์ขายสินค้า ซึ่งเห็นภาพไม่ชัดว่ากลุ่มผู้ซื้ออยู่ตรงไหน ตอนนี้จึงพยายามหาฐานข้อมูลของลูกค้ามารวบรวมไว้ให้มากขึ้นโดยใช้เครื่องมือออนไลน์ช่องทางต่างๆ เริ่มจากเฟซบุ๊กที่เราคุ้นเคยและใช้งานอยู่ประจำก่อน เพราะเราเห็นภาพชัดจึงอยากให้ความสำคัญกับช่องทางนี้เป็นหลักในปีหน้าครับ”



คุณสมพิศ ลิ้มราบริ้น

รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เบนซ์พระราม 3 จำกัด

“คอนเซ็ปต์ รู้ลึก รู้รอบ รู้ทัน เป็นแนวคิดที่ร่วมสมัยและเป็นประโยชน์ในการฟังสัมมนาออนไลน์ครั้งนี้มากๆ ประทับใจช่วงของ ดร.สมประวิณ มันประเสริฐ ที่ฉายภาพรวมของเศรษฐกิจโลก ว่าเศรษฐกิจหลักของโลกได้ฟื้นตัวขึ้นโดยอ้างอิงจากตัวเลขการผลิตและการบริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการ

“ในมุมมองของคุณวิศ หาญอุตสาหะ ที่กล่าวถึงเทรนด์ของอนาคต คือ เทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเทรนด์นี้ก็สอดคล้องกับแบรนด์เมอร์เซเดส-เบนซ์เช่นกัน แบรนด์เมอร์เซเดส-เบนซ์ให้ความสำคัญกับรถยนต์พลังงานทางเลือกและความยั่งยืน เรามีนวัตกรรมภายใต้แบรนด์ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี EQ ซึ่งเทรนด์เหล่านี้สอดคล้องกับมุมมองของวิทยากรที่กล่าวมา ทำให้เราเห็นภาพของอนาคตได้ชัดเจนขึ้น ได้ฟังหัวข้อนี้แล้วรู้สึกว่าได้รู้ตัวมาก

“หากถามว่าปีหน้าพร้อมรึอย่างไร จากประสบการณ์กว่า 30 ปี ในธุรกิจรถยนต์ที่เราเป็นหนึ่งในลำดับต้นๆ ทั้งการขายและการบริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้เราได้รับการคัดเลือกเป็น 1 ใน 4



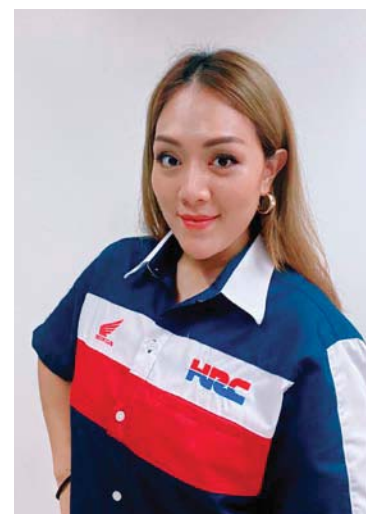
ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าของเมอร์เซเดส-เบนซ์ ซึ่งเริ่มเปิดตัวในรุ่น EQS ในงาน Motor Expo 2021 ที่ผ่านมา ทางเราได้เตรียมความพร้อมในทุกด้าน ทั้งสถานที่ การให้ความสำคัญกับบุคลากร ช่างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่ต้องได้รับการฝึกอบรม รวมถึงเครื่องมือต่างๆ เพื่อรองรับกับรถยนต์ไฟฟ้าซึ่งเป็นรถพลังงานทางเลือกที่สามารถช่วยประหยัดพลังงาน ลดมลพิษ รักษาสิ่งแวดล้อม และจะเป็นที่น่าสนใจสำหรับตลาดรถยนต์ทั่วโลกต่อไปในอนาคต

คุณวิษชุดา จูศักดิ์กุล

กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สานต่อยานยนต์

“รู้สึกประทับใจค่ะ ที่ผ่านมามีโอกาสสัมมนาออนไลน์กับหลายองค์กร แต่งานนี้น่าสนใจว่างานอื่นตรงที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้มีการโต้ตอบหัวข้อต่างๆ รวมถึงเกมด้วยค่ะ ส่วนตัวเห็นว่าเลขศาสตร์เป็นข้อมูลที่ฟังสนุก และการบรรยายของผู้บริหาร บริษัท ศรีจันทร์สหโอสถ จำกัด ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างทันทั่วทั้งที่ โดยรวมแล้วนับว่าจัดช่วงเวลาได้เหมาะสม มีทั้งความรู้ ความสนุก ผ่อนคลาย หัวข้อบรรยายและเนื้อหาไม่แน่นจนเกินไป

สำหรับปีหน้าชุดาตั้งเป้าพัฒนาการทำตลาดออนไลน์ รวมถึงพิจารณาการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ด้วย ในขณะเดียวกันก็ไม่ลืมการทำตลาดออฟไลน์ควบคู่กันไป ชุดาเข้ามาดูแลกิจการของที่บ้านได้พักหนึ่งแล้วค่ะ และมุ่งใส่ใจบุคลากรมากขึ้น ผ่านการเพิ่มทักษะต่างๆ ในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการสร้างกำลังใจในการทำงาน ซึ่งสุดท้ายแล้วผลลัพธ์จะส่งต่อไปยังลูกค้าให้ได้รับพลังที่ตีกลับไปที่ เหมือนกับที่ กรุงศรี ออโต้ ใส่ใจเรา เป็นองค์กรที่ทำงานด้วยแล้วสบายใจ คุยง่าย การทำงานมีมาตรฐาน เงื่อนไขประโยชน์ชัดเจน การสัมมนาของ กรุงศรี ออโต้ ในครั้งนี้เป็นแรงบันดาลใจให้ชุดาทำงานด้วยความสนุกและต่อยอดกิจการไปเรื่อยๆ พร้อมกับทำให้ลูกค้ามีความสุขเมื่อเข้ารับบริการค่ะ”



คลอง 3 เจริญยนต์ กล้า "แตกต่าง" เพื่อสร้าง "โอกาส"



หลังจากเรียนจบด้านการเงินการธนาคารจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม คุณรัตน์-ศิริรัตน์ พรธาดาวิทย์ กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด คลอง 3 เจริญยนต์ ปฏิเสธที่จะสานต่อกิจการโรงงานแบ่งทำขนมของแม่ แต่เลือกที่จะลองผดลองดูในการสร้างธุรกิจด้วยตัวเองหลายอย่างอยู่นานหลายปี ทว่าพบอุปสรรคมากมาย อย่างไรก็ตามความล้มเหลวไม่เคยทำให้คุณรัตน์ย่อท้อ กลับเป็นพลังผลักดันในการค้นหากิจการที่เหมาะสมกับตัวเองต่อไปเรื่อยๆ จนกระทั่ง...

โอกาสจากการเปิดรับและปรับตัว

"ร้านนี้เปิดมาประมาณ 20 ปี จากการที่ไม่มีความรู้ทางด้านมอเตอร์ไซด์เลย ซี่มอเตอร์ไซด์ก็ไม่มี แต่เพื่อนซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับรถมือสองเขาไม่มีทุน ก็มาชวนเราไปหามอเตอร์ไซด์มือสองตามร้านค้าในกรุงเทพฯ แล้วก็ขาย ซื้อมอเตอร์ไซด์มาขายตอนเย็น หรือซื้อวันนี้ขายพรุ่งนี้ พอได้เงินมาก็แบ่งกันคนละครึ่ง เมื่อเห็นผลกำไรก็รู้สึกว่าการทำอยู่มีความเป็นไปได้ จึงเป็นพื้นฐานของการสะสมความรู้เกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์และทำมาเรื่อยๆ"

คุณรัตน์เล่าถึงเส้นทางธุรกิจที่เริ่มต้นด้วยวัย 20 ปลายๆ จากการซื้อมาขายไปจนเริ่มนำรถจักรยานยนต์มาตั้งขายหน้าบ้านย่านตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ของคุณแม่



คุณอยู่ในชุดกระโปรงแสนหวานเย็นเคียงข้างคุณรัตน์ในชุดลำลองสุดเท่โทนสีเข้ากัน

"ตอนนั้นเราเป็นร้านขายรถมอเตอร์ไซด์รายที่ 2 ในย่านนี้ ถนนยังเป็นลูกรังอยู่เลย แต่ทำเลดี มีหมู่บ้านเยอะมาก จึงเป็นหนึ่งในผู้เปิดตลาดไปโดยปริยาย พอขายอยู่พักหนึ่งลูกค้าก็เริ่มถามหาเราใหม่และการผ่อนชำระ เราเลยรับรถทุกแบรนด์ จากดีลเลอร์มาขาย ทำอยู่แบบนั้นมาสิบกว่าปี ขายดีจนร้องไห้ เพราะไม่มีเงินหมุน ต้องรอกระบวนการจากไฟแนนซ์ ในขณะที่เราซื้อรถเงินสดและขายได้ 30-40 คันต่อเดือน ทำให้ไม่มีเงินทุนสำรองหมุนเวียน และตอนนั้นเราก็ไม่ได้คิดที่จะไปขอสินเชื่อจากธนาคาร กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เราอยากจะทำเดบิตและตัดสินใจเป็นดีลเลอร์ยามาฮา"



กิจการเติบโต คุณรัตน์ต้องไปขอซื้อคูหาอาคารพาณิชย์ ที่คุณแม่ขายไปหลายปีก่อนในราคาแพงกว่าตอนขายไปเกือบเท่าตัว เพื่อขยายกิจการจาก 2 คูหา เป็น 4 คูหา และจัดสรรพื้นที่หลักในการจำหน่ายแบรนด์ยามาฮา แบ่งพื้นที่รองสำหรับจำหน่ายแบรนด์อื่นๆ ที่ทำมาอยู่เดิม

แม้ในปัจจุบันจำนวนร้านขายมอเตอร์ไซค์ในเขตตำบลคลองสามจะมีมากพอๆ กับร้านสะดวกซื้อ ทว่ากิจการของคุณรัตน์ยังคงได้เปรียบตรงที่เปิดมานาน มีฐานลูกค้ามาก แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ในเรื่องของส่วนแบ่งการตลาด คุณรัตน์จึงปรับกลยุทธ์มาขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยมี **คุณยุวดี สุขขัง ผู้จัดการฝ่ายบัญชี** เพื่อนที่เข้ามาช่วยดูแลด้านเอกสารเกี่ยวกับบัญชีและการเงินมาตั้งแต่ก่อนตัดสินใจเป็นดีลเลอร์ยามาฮาช่วยเสริมทัพอีกแรงหนึ่ง

“เราเริ่มทำตลาดผ่านช่องทางนี้มาได้ 3-4 ปีแล้ว หลังจากเกิด COVID-19 ก็จริงจิงมากขึ้น ตอนนั้นก็เริ่มเสถียรและพัฒนาช่องทางต่างๆ ออกไปเรื่อยๆ ลูกค้าย้ายจากเราจากเฟซบุ๊กเยอะ เมื่อก่อนลูกค้าของเราเป็นคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านละแวกนี้ ซึ่งมีมากกว่า 200 แห่ง บางหมู่บ้านมีหลายพันหลังคาเรือน แต่ตอนนี้ลูกค้าหน้าร้านลดลงมากเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป เราจึงต้องปรับตัวโดยขยายฐานลูกค้าให้สามารถขายได้ทั่วประเทศ”

คุณยุเสริมว่าแม้การขายหน้าร้านในพื้นที่คลองสามจะแผ่วลงไปกว่าเดิม แต่ตอนนี้บริเวณคลองสองซึ่งอยู่ไม่ไกลกันกำลังมีหมู่บ้านผุดขึ้นมาเรื่อยๆ พร้อมกับความเจริญซึ่งกำลังตามมาในอนาคตอันใกล้ การขยายสาขาอีก 2 แห่ง ปิดหัวและท้ายถนนบริเวณดังกล่าวจึงเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในระยะยาว

แตกต่างด้วยรถแต่งแรงพร้อมลุย

นอกเหนือจากการปรับกลยุทธ์เพื่อรุกผู้ซื้อบนโลกออนไลน์ และแผนการตลาดเก็บลูกค้าพื้นที่ใกล้เคียงแบบออฟไลน์แล้ว คลอง 3 เจริญยนต์ ยังมุ่งทำตลาดรถสปอร์ตในกลุ่ม R-Series จนขึ้นแท่นดีลเลอร์อันดับ 1 ของแบรนด์ยามาฮาซึ่งจำหน่ายรถจักรยานยนต์กลุ่มดังกล่าวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เลยทีเดียว “โดยปกติร้านทั่วไปจะขายมอเตอร์ไซค์เกียร์ออโต้มากกว่า รองลงมาเป็นรถครอบครัว ซึ่งการแข่งขันสูง เราฉีกแนวเพราะเห็นช่องว่างทางการตลาด การแข่งขันน้อย ถ้าใครต่อคันจะได้เยอะกว่า” คุณรัตน์เพิ่มเติมว่าหลังจากจับกลุ่มลูกค้ารถสปอร์ตมารวม 2 ปี ก็เข้าใจแนวทางของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างชัดเจน

“การทำตลาดรถสปอร์ตนั้นไม่ยากเลย คนที่เล่นรถประเภทนี้จะชอบรถสวย ดังนั้นเขาแต่งรถแน่นอน เขาเล่นความเร็ว เราก็แค่ทำความเร็วให้เขา ซึ่งเราน่าจะเป็นดีลเลอร์เจ้าแรกๆ ที่แต่งรถขายให้ลูกค้าโดยเขาไม่ต้องเอาไปแต่งต่อ เรียกได้ว่าเป็นมอเตอร์ไซค์สปอร์ตแบบพร้อมขาย”

คุณรัตน์ คุณยุ และทีมงานจะช่วยกันหาข้อมูลจากกลุ่มรถสปอร์ตต่างๆ ตามโซเชียลมีเดียเน้นบอกรายกลุ่มว่าวัยรุ่นชอบแต่งรถแบบไหน รวมถึงคอยอัปเดตอะไรใหม่ๆ ใส่เพิ่มความเท่ ซึ่งปัจจุบันทั้งสองช่วยกันดูแลพนักงานทั้ง 3 สาขา จำนวนเกือบ 30 ชีวิต ด้วยการให้อีกาสทุกคนได้แสดงความสามารถในด้านที่ตนเองถนัด โดยไม่ลืมที่จะเสริมคำแนะนำอยู่ห่างๆ โดยในอนาคตเตรียมวางแผนที่จะใช้แชทบอตเข้ามาเสริมการตอบคำถามของพนักงาน



The Perfect Partner

“การทำสินเชื่อก็คือเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกซื้อรถกับเรา เนื่องจาก กรุงศรี ออโต้ มีบริการสินเชื่อออนไลน์ เมื่อเราส่งเคสไป เจ้าหน้าที่กรุงศรีก็จะไปหาลูกค้าเองโดยที่ลูกค้าไม่ต้องกลับมาที่ร้าน การที่ กรุงศรี ออโต้ มีทีมบริการกระจายอยู่อย่างทั่วถึงนั้น ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจของเราง่ายขึ้นมาก ส่งมอบรถได้เร็ว พันธมิตรทางการเงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการลูกค้าราบรื่น ไร้รอยต่อ สะดวกสบาย”



Time to Relax

ในยามว่างคุณรัตนและคุณยุให้รางวัลตัวเองด้วยการไปหาอาหารอร่อยรับประทานตามร้านต่างๆ พร้อมถ่ายรูปกับมุมสวยๆ โดยคุณรัตนไม่ลืมที่จะสังเกตวิธีบริหารงานของร้านต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง รวมถึงฝึกโยคะเพื่อผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ โดยมีคุณครูมาสอนที่บ้านด้วย

“ความสำเร็จอาจเกิดจากการที่เราเป็นคนทำงานจริงจัง เราโตมาจากครอบครัวที่ทำโรงงาน สมัยเด็กๆ กลับจากโรงเรียนแม่จะมอบหมายให้ช่วยงานก่อนค่อยทำการบ้าน ปีหนึ่งๆ มีวันหยุดไม่กี่วัน ทำให้เราติดการทำงานและชอบทำงานตลอดเวลา ทุกวันนี้ตื่นมาเราก็ต้องเข้าไปดูข่าวในโซเชียลก่อนเลยว่ามืออะไรอัปเดตบ้าง ดูกลุ่มต่างๆ ที่เราเป็นสมาชิก อ่านคอมเมนต์ว่ามีปัญหาอะไร เพื่อที่เราจะได้นำมาเป็นข้อคิดมาแนะ มาบอกต่อพนักงานเพื่อปรับปรุงงานของเรา ดึกๆ ถ้าเห็นใครถามอะไรมาก็จะเข้าไปตอบ”

เรื่องราวต่างๆ ที่คุณรัตนและคุณยุถ่ายทอดสะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อทีมงาน ความเอาใจใส่ลูกค้า และการไม่หยุดพัฒนาตัวเองได้เป็นอย่างดี สมแล้วกับที่เป็นผู้ประกอบการซึ่งขยันแสวงหาโอกาสและไม่พลาดกลัวที่จะแตกต่างเพื่อเดินตามแนวทางอันเชื่อมั่น

ห้างหุ้นส่วนจำกัด คลอง 3 เจริญยนต์

149/3-6 ซอยรังสิต-นครนายก 67 ถนนเลียบคลองสาม

ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดปทุมธานี 12130

โทรศัพท์ : 086-367-1472

เว็บไซต์ : www.klong3charoenyont.com

ออกไปเปิดโลกใหม่ กับ 4 เทรนด์เที่ยวมาแรงแห่งปี 2022

ที่มา :

www.bangkokbiznews.com

www.lavieenroad.com

www.greenpeace.org

www.tripth.com

www.bangkokbiznews.com

www.traveloka.com

ปลายปีนี้ เชื่อว่าหลายคนคงจองทริปกันรัวๆ แต่นอกจากการไปนอนฟังเสียงคลื่น สูดอากาศบนเขา ยังมีวิถีเที่ยวหลากหลายสไตล์ที่กำลังได้รับความสนใจในช่วงเวลานี้ เมื่อรู้ว่าคุณชีวิตนี้ไม่มีอะไรแน่นอน และสุขภาพมีค่ากว่าทุกสิ่ง นักท่องเที่ยวยุคนี้จึงโยนหาการค้นหาประสบการณ์ใหม่ให้ชีวิต เทรนด์เที่ยวเพื่อสุขภาพก็ฮิตแรงแซงทั่วโลก รวมถึงการท่องเที่ยวที่สนุกและมีประโยชน์ต่อส่วนรวมก็กำลังได้รับความสนใจ ที่น่าสนใจคือนี่ไม่ใช่กระแส แต่เป็นปรากฏการณ์ยกระดับธุรกิจท่องเที่ยวทั่วโลกให้ดีและเติบโตขึ้นอย่างยั่งยืน



ที่มาภาพ : www.kamalaya.com

อย่าปล่อยให้การทำงานและสารพัดปัญหาดูดพลังชีวิตจนเกลี้ยง เทรนด์ใหม่ที่ทำให้การท่องเที่ยวไทยกลับมาบูมอีกครั้งคือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Health and Wellness ด้วยการรังสรรค์กิจกรรมจากทรัพยากรที่เรามีอยู่ ไม่ว่าจะเป็น นวดแผนไทย สปา การฝึกสมาธิ โยคะ รวมถึงการกินดี กินอร่อยตามหลักโภชนาการ เข้ากับอาหารไทยที่อัดแน่นคุณประโยชน์จากสมุนไพร เป็นการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

THANN Wellness Destination จังหวัดอยุธยา หลายคนรู้จัก THANN ในนามผลิตภัณฑ์เครื่องหอมสปาและสกินแคร์ระดับโลก ตอนนี้ THANN มาในรูปแบบโรงแรมรีทรีตที่ช่วยปรับสมดุลกายและใจ มีห้อง Salt Therapy Room ดีท็อกซ์สารพิษและสิ่งสกปรกในระบบทางเดินหายใจ Aromatherapy Bath ปรับอุณหภูมิ 3 ระดับ เพื่อปรับสมดุล คลาส

Facial Workshop ดูแลผิวหน้าให้อ่อนเยาว์ สนุกกับการปั่นจักรยานกลางแม่น้ำน้อย อิ่มอร่อยด้วยอาหารสุขภาพฝีมือเชฟโรงแรม แต่ถ้าอยากใกล้ชิดธรรมชาติแบบขีดสุด **Kamalaya Koh Samui** แห่งเกาะสมุย ศูนย์สุขภาพองค์รวมและสปาที่ผนวกศาสตร์การแพทย์ตะวันตกและตะวันออกเข้าด้วยกัน เป็นทางเลือกที่น่าลอง แรกเริ่มคู่สามีภรรยาต่างชาติได้ค้นพบถ้าวิปัสสนาและปฏิบัติธรรมของเกจิอาจารย์ที่ชาวบ้านศรัทธาหลังสัมผัสได้ถึงพลังงานที่ดีจึงซื้อพื้นที่โดยรอบและก่อตั้งรีสอร์ตสุขภาพขึ้นมา ทางรีสอร์ตนี้จัดให้ตรวจสอบสุขภาพสำหรับผู้เข้าพักเพื่อรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ก่อนเลือกโปรแกรมที่น่าสนใจกว่า 17 โปรแกรม เช่น ดีท็อกซ์ พิเศษพื้นฐานควบคู่น้ำหนัก การรับมือกับความเครียดและการเปลี่ยนแปลง การเพิ่มประสิทธิภาพในการนอนหลับ จนถึงเรื่องความสวยความงาม



ที่มาภาพ : www.trashhero.org

อาสาสมัครนักรักเที่ยว Volunteer Voluntour

ในชีวิตจริงและโลกออนไลน์ การช่วยเหลือคนและสัตว์ตกทุกข์ได้ยากนั้นมิให้หันไม่เว้นแต่ละวัน โดยเฉพาะช่วงวิกฤตโรคระบาด การช่วยเหลือดูเป็นเรื่องง่ายใกล้ตัวการท่องเที่ยวก็อาสาสมัครจึงกลายเป็นสิ่งที่หลายคนสนใจ เพราะความสุขไม่ใช่เรื่องปัจเจกอีกต่อไป แต่มาจากสังคมโดยรวม แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ **Local Alike** พาไปเดินป่าเป็นอาสาสมัครสร้างแนวป้องกันไฟป่าที่ชุมชนบ้านช่องสะเดา จังหวัดกาญจนบุรี หรือกิจกรรมเที่ยวไปเก็บไปกับ **Trash Hero** อาสาสมัครเก็บขยะริมทะเล ส่งต่อขยะดีไปรีไซเคิล ส่งต่อขยะไร้ค่าไปทำลาย นอกจากทะเลสะอาด ยังช่วยลดขยะพลาสติกในทะเล ต้นเห็ดมูลพิษที่กำลังคุกคามสิ่งมีชีวิตทั่วโลก หรือแม้แต่กลุ่มออนไลน์ **อาสาพาไปล่าбак** พาทีมมอเตอร์ไซค์ขึ้นไปสอนเด็กบนเขา ก็มักนัดรวมพลเก็บขยะแม่น้ำปิง ขึ้นเขาไปปรับปรุงโรงเรียน และอีกสารพัดกิจกรรมบริจาคของจำเป็นให้แก่เด็กๆ บนเขา เอาเป็นว่า ถนัดแนวไหนลองไปส่องแนวนั้นได้เลย

เที่ยวไม่ทำร้ายโลก Eco Tourism

รู้หรือไม่ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้แหละ ที่สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมอันดับต้นๆ ของโลก แต่เทรนด์เที่ยวไม่ทำร้ายโลกก็เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ในหมู่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลดปริมาณและจัดการขยะ การอนุรักษ์พลังงานและทรัพยากรน้ำ รวมถึงการพัฒนาทักษะและสร้างจิตสำนึกร่วมกันระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว

ในไทยเองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็เป็นที่ยอมรับและกระจายไปทั่วประเทศ อย่างที่ **หมู่บ้านม่วงคำ จังหวัดเชียงใหม่** ได้ออกแคมเปญ Zero Waste Zero Carbon ผันตัวเองเป็นชุมชนประสบการณท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิถีเดินหรือปั่นจักรยานตามเส้นทางท่องเที่ยว ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นปรุงอาหาร ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในการขนส่งและขยะบรรจุภัณฑ์ ปลูกไม้ยืนต้นเพื่อช่วยดูดซับมลพิษ ส่วนกิจกรรมเดินป่าก็เป็นที่ยอมรับ เช่น เส้นทางศึกษาธรรมชาติดอยหลวงเชียงดาว เขาช้างเผือกที่เปิดให้ขึ้นปีละครั้ง แคมต้องจองล่วงหน้าเพื่อควบคุมจำนวนคนให้กระทบธรรมชาติให้น้อยที่สุด ส่วนใครมีเวลาไม่มาก **อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ก็ครบรส** ถ้าเดินเองแล้วยังไม่ตื่นเต้นขอแนะนำ **Khao Yai National Park-Greenleaf Guesthouse & Tour** ทัวร์สโตร์ครบครัน เปิดให้บริการมานานกว่า 20 ปี เป็นที่นิยมมากในต่างชาติแต่คนไทยน้อยคนจะรู้จัก ใกล้ท้องถิ่นจะพาเราผจญภัยในเส้นทางลับที่มักได้เห็นสัตว์ป่า (ที่ไปเองมักไม่ค่อยเจอ) และเล่าความซับซ้อนของระบบนิเวศป่าจนเราต้องว้าวกันเลย



ที่มาภาพ :
www.facebook.com/Greenleaftour



ที่มาภาพ :
www.facebook.com/korlanSmile

เที่ยวแบบบ้าพลัง!! Motion-Based Tourism

เวลายกแก้วไปเที่ยวหรือจัดกิจกรรมบริษัท ครั้นจะไปแบบชิลๆ หรือตั้งแคมป์ดูดาวอาจจำเจเกินไป **การท่องเที่ยวแบบเคลื่อนไหวตลอดเวลา (Motion-Based Tourism)** อาจเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่ผจญภัยกลางแจ้ง ที่ได้รับความนิยมในหมู่นักเล่นผจญภัยกลางแจ้ง เลเวลความยาก-ง่ายก็มีให้เลือกหลายระดับ เช่น นั่งเรือไปดำน้ำตกปลาในทะเล พายซัพบอร์ด (SUP Board) ล่องป่าชายเลน วังเทรล ล่องแก่ง ขับรถเอทีวี (ATV) ปีนผา จนถึงขั้นแข่งไตรกีฬามารารอนกันทีเดียว เหมาะกับคนที่ทำงานหนัก รักสุขภาพ และชอบเปิดประสบการณ์ใหม่ให้ชีวิต

ถ้าให้แนะนำใกล้ๆ แต่เลอค่าต้องที่เกาะล้าน พัทยา นอกจากขึ้นชื่อน้ำใสสุดๆ ยังมีกิจกรรมนั่งเรือตกปลากินซาซิมิแบบจัดเต็ม บริษัทนำเที่ยว **เกาะล้านสไมล์** จัดให้ราคาสบายกระเป๋า แคมได้ดำน้ำตื้นลากยวดูพระอาทิตย์ตกเย็นเย็น นี่แหละความงามของชีวิต ส่วนจังหวัดอื่นๆ แนะนำให้เริ่มต้นหาข้อมูลที่เว็บไซต์ **Traveloka** เขามีเส้นทางเปิดประสบการณ์เด็ดๆ ของแต่ละจังหวัด เช่น พายเรือคายัคลัดเลาะไปตามเส้นทางธรรมชาติป่าโกงกาง แล้วเดินทอดน่องท่องเมืองเก่าสโตร์จินโบราณที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ หรือใกล้เข้ามาที่จังหวัดกาญจนบุรี ก็ครบรสทั้งธรรมชาติและเรื่องราวประวัติศาสตร์

เพราะบางครั้ง การท่องเที่ยวอาจไม่ใช่แค่ความเพลิดเพลินอีกต่อไป แต่คือการเที่ยวเพื่อเข้าใจเรา เข้าใจโลก และสร้างความหมายใหม่ๆ ให้ตัวคุณเอง



อะลูมิเนียม กับการไปต่อของ อุตสาหกรรมยานยนต์

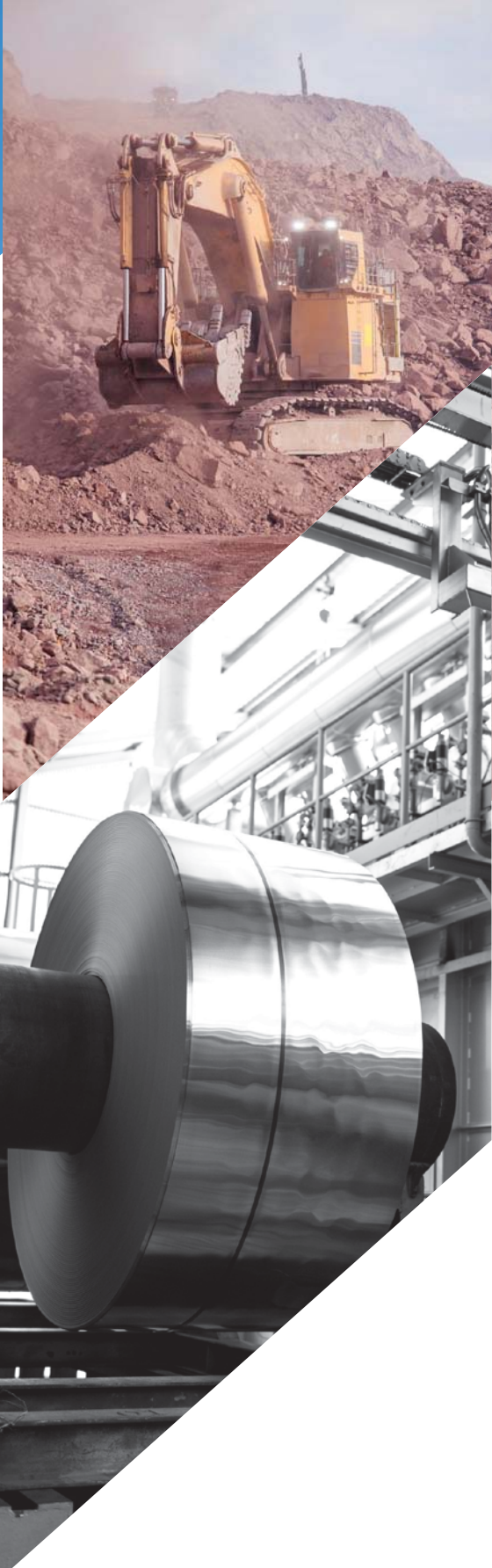
เมื่อกล่าวถึงโลหะซึ่งเป็นพระเอกสำหรับแวดวงอุตสาหกรรมยานยนต์ ชื่อของอะลูมิเนียมถือว่ามาแรงมากในยุคนี้ ด้วยเพราะสามารถนำไปผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ได้มากมาย อีกทั้งยังมีราคาถูก รีไซเคิลได้ง่าย และน้ำหนักเบา แต่อะลูมิเนียมมากกว่าครึ่งที่บริษัทรถยนต์ใช้อยู่ในปัจจุบันนั้นเป็นอะลูมิเนียมหลักจากบอกไซต์ (Bauxite) มิใช่อะลูมิเนียมทุติยภูมิซึ่งประหยัดพลังงานมากกว่าและเกิดของเสียน้อยกว่า

โดยใน พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมยานยนต์ใช้อะลูมิเนียมประมาณ 18% ของการใช้ทั่วโลก และคาดว่าจะความต้องการจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในอีก 30 ปีข้างหน้า แต่กระบวนการขุดแร่และการกลั่นแร่อะลูมิเนียมซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดอะลูมิเนียมขั้นต้นเป็นอันตรายต่อทั้งสิ่งแวดล้อมและชุมชนที่ต้องพึ่งพาดินและน้ำในบริเวณใกล้เคียงชี้ให้เห็นว่าแม้บริษัทรถยนต์จะพยายามใช้อะลูมิเนียมที่ผ่านการรับรองจากแหล่งซึ่งมีความรับผิดชอบต่อแต่ก็อาจจะไม่เพียงพออีกต่อไป

ต้นตอของปัญหา

เมื่อเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา Human Rights Watch (HRW) องค์กรระหว่างประเทศซึ่งทำการวิจัยและส่งเสริมสิทธิมนุษยชนเปิดเผยรายงานสะท้อนโลกความยาว 63 หน้า ถึงห่วงโซ่อุปทานยานยนต์อันเชื่อมโยงผู้ผลิตรถยนต์กับเหมืองอะลูมิเนียม โรงกลั่น และโรงถลุงแร่ทั่วโลก โดยกล่าวถึงผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการแปรรูปอะลูมิเนียม ตั้งแต่การทำลายพื้นที่เพาะปลูกของบรรพบุรุษและความเสียหายต่อแหล่งน้ำ ไปจนถึงการปล่อยคาร์บอน

“ช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผมเดินทางไปกินี ประเทศในแอฟริกาตะวันตกซึ่งมีแหล่งแร่อะลูมิเนียมที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากการขุดแร่บอกไซต์ซึ่งเป็นสารประกอบ



ออกไซด์ของอะลูมิเนียมนั้นเกิดขึ้นที่พื้นผิวโลก จึงทำลายพื้นที่เกษตรกรรมของ
ผู้คนท้องถิ่นไปเป็นจำนวนมาก คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า การขุดบ็อกไซต์
ในกินีจะทำลายพื้นที่เกษตรกรรมถึง 858 ตารางกิโลเมตร รวมถึงพื้นที่ที่อยู่อาศัย
ตามธรรมชาติอีก 4,700 ตารางกิโลเมตร เลยทีเดียว”

จิม วอร์มิงตัน (Jim Wormington) นักวิจัยอาวุโสในแอฟริกาของ HRW กล่าว
พร้อมเพิ่มเติมว่า กระบวนการผลิตอะลูมิเนียมยังใช้ไฟฟ้าปริมาณมหาศาล ซึ่งส่วนใหญ่
มาจากถ่านหินอันเป็นเชื้อเพลิงที่ก่อให้เกิดคาร์บอนและมลพิษสูง คิดเป็น 2% ของ
ก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก หรือมากกว่า 1 พันล้านตัน เทียบเท่าคาร์บอนไดออกไซด์
ในแต่ละปี

สำหรับประเทศที่กลั่นอะลูมิเนียมให้เป็นอะลูมินาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นกลางก่อน
ส่งออก กระบวนการกลั่นจะทำให้เกิดการกัดเซาะที่เรียกว่าโคลนแดงในปริมาณมาก
(ประมาณ 1-1.5 ตัน สำหรับอะลูมินาทุกๆ 1 ตัน) โคลนดังกล่าวมีความเป็นด่างสูง
 อีกทั้งยังมีสารประกอบ รวมถึงเหล็กและออกไซด์ของโลหะ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อ
ระบบนิเวศในท้องถิ่น และหากไม่จัดการอย่างปลอดภัยก็จะปนเปื้อนในแหล่งน้ำจน
ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตในที่สุด

เหตุการณ์ต่างๆ เหล่านี้มีได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศกินีเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นใน
พื้นที่อื่นๆ ทั่วโลกที่มีการทำเหมืองบ็อกไซต์ด้วย เช่น กานา จาเมกา บราซิล อังการี
ออสเตรเลีย จีน มาเลเซีย เวียดนาม และประเทศอื่นๆ อีกหลายแห่ง ซึ่งจิมมองว่า
เมื่อผู้ผลิตรถยนต์ซื้ออะลูมิเนียมสำหรับยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะมีอิทธิพล
ต่อทิศทางในอนาคตของอุตสาหกรรมอะลูมิเนียมอย่างใหญ่หลวง หากสามารถ
กำหนดให้ซัพพลายเออร์อะลูมิเนียมเคารพสิทธิมนุษยชนได้สำเร็จ อุตสาหกรรม
ยานยนต์ก็จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนมาตรฐานดังกล่าว

ที่ผ่านมา HRW ดำเนินการติดต่อบริษัทรถยนต์ 12 แห่ง ผ่าน Inclusive
Development International (IDI) โดยทำแผนที่เชื่อมโยงระหว่างบริษัทเหมืองแร่
กับซัพพลายเชนทั่วโลก และได้ผลตอบรับที่ดีจากบริษัทรถยนต์หลายแห่ง เช่น Audi,
BMW และ Daimler ที่ร่วมมือกับ ASI (Aluminium Stewardship Initiative) ซึ่งใช้
การตรวจสอบโดยบุคคลที่สามเพื่อประเมินเหมือง โรงกลั่น และโรงถลุงแร่ โดยเทียบ
กับมาตรฐานการปฏิบัติงาน อันรวมถึงสิทธิมนุษยชนและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

ทางออกที่ต้องร่วมมือกัน

ความจริงที่ว่าระบบนิเวศของยานยนต์เป็นกลไกแห่งความเจริญรุ่งเรืองแต่ก็เป็น
ตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมนี้ เป็นสิ่งที่หลายฝ่ายตระหนักและ
พยายามเสนอแนวทางแก้ไขอย่างยั่งยืนมาโดยตลอด โครงการริเริ่มด้านยานยนต์
หมุนเวียน หรือ The Circular Cars Initiative (CCI) จึงถือกำเนิดขึ้นภายหลัง
จากการประชุมผู้นำเศรษฐกิจโลก (The World Economic Forum 2020) ภายใต้
ความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากระบบนิเวศดังกล่าว ตั้งแต่ผู้กำหนด
นโยบาย ผู้ผลิต และผู้ซื้อยานพาหนะ เพื่อกำจัดหรือลดการปล่อยมลพิษตลอดวงจร
โดยมุ่งเน้นที่การปล่อยมลพิษจากการผลิตเป็นสำคัญ

คำว่า “ยานยนต์หมุนเวียน” ในที่นี้หมายถึงยานพาหนะเชิงทฤษฎีซึ่งต้องก่อให้เกิด
ประสิทธิภาพสูงสุดในแง่ของวัสดุ กล่าวคือต้องไม่มีของเสียจากวัสดุและไม่สร้าง
มลพิษระหว่างการผลิต การใช้ประโยชน์ และการกำจัด ซึ่งแม้ว่าในวันนี้ยานยนต์
จะยังไม่สามารถหมุนเวียนได้อย่างสมบูรณ์ แต่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม
ยานยนต์จะเป็นพันธมิตรที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถดังกล่าวอย่างค่อยเป็น
ค่อยไปได้ในอนาคต

ที่มา :

www.hrw.org

www.weforum.org

www.greenbiz.com



In-Car VR

ลือหมุนไปกับเทคโนโลยีโลกเสมือน

หลังจากที่ มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ซีอีโอและผู้ร่วมก่อตั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) ประกาศเสริมทัพผลักดันตลาด VR (Virtual Reality) และ AR (Augmented Reality) อย่างเต็มตัว ภายใต้แพลตฟอร์มเมตาเวิร์ส (Metaverse) ในนามของบริษัทชื่อใหม่ เมตา (META) ยิ่งทำให้เทคโนโลยี VR และ AR เติบโต คาดว่าจะสร้างมูลค่าในตลาดได้มากกว่า 120,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และทำให้ตอนนี้ VR และ AR กลายเป็นเทคโนโลยีกระแสหลักในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ เราจะชวนคุณมาดูกันว่า ในโลกเสมือนนั้น เราจะได้เห็นอะไรดีๆ ในวงการยานยนต์อีกบ้าง

จะดีแค่ไหน ถ้าได้ขับรถหรูที่ VR Showroom

โชว์รูมเสมือนจริงช่วยลดต้นทุนในการทำตลาดได้ ลูกค้าสามารถจำลองแบบและสีของรถแม้ไม่ได้ไปโชว์รูม ทั้งยังเปิดประสบการณ์ในการสัมผัสรถยนต์เสมือนจริงผ่านภาพจำลองในแว่น VR ผู้สวมแว่นจะเห็นห้องโดยสารและมุมมองจริงเหมือนนั่งอยู่ในรถ สามารถสำรวจเครื่องยนต์ได้อย่างอิสระราวกับมีรถยนต์จอดอยู่ตรงหน้า ตัวอย่างค่ายรถที่ประสบความสำเร็จกับการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้คือ Audi ที่บริการด้วย Audi VR และ Toyota ที่ใช้เทคโนโลยี ZeroLight VR ทำการตลาดให้รถ C-HR รุ่นใหม่ ตั้งแต่รถรุ่นนี้ยังไม่ได้วางขายจริง

จะดีแค่ไหน ถ้า VR ช่วยทดสอบความปลอดภัยของรถยนต์ไร้คนขับ

VR เข้ามาเป็นตัวช่วยสำคัญของค่ายรถ หรือบริษัทเทคโนโลยีที่พยายามสร้างรถยนต์ไร้คนขับที่สมบูรณ์แบบ เทคโนโลยีนี้ทำหน้าที่เป็นซอฟต์แวร์จำลองสถานการณ์ฉุกเฉินทุกแง่มุมที่อาจเกิดขึ้นบนท้องถนน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้าน



ความปลอดภัยให้แก่เพื่อนร่วมทางที่เป็นมนุษย์จริงๆ ไม่ว่าจะเป็นการจำลองสภาพการจราจร การจำลองการตอบโต้เมื่อรถถูกชนหรือไปชนกับสิ่งไม่พึงประสงค์ ช่วยเตรียมความพร้อมก่อนนำรถยนต์ไร้คนขับออกไปทดลองวิ่งจริง แม้ปัจจุบันรถยนต์ไร้คนขับจะยังคงเป็นที่กังขา แต่ในอนาคตเชื่อว่าการทำงานของ VR ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้รถยนต์ประเภทนี้ได้ไม่มากนักน้อยแน่นอน

จะดีแค่ไหนถ้า VR เป็นนักสืบบนถนน

ปัจจุบันทั้ง VR และ AR กำลังมีบทบาทสำคัญช่วยไขคดีจากอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยรวบรวมเอาหลักฐานจากสิ่งแวดล้อมในที่เกิดเหตุและคำบอกเล่าของพยาน นำมาจำลองเป็นเหตุการณ์สมมติ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสืบสวนช่วยให้บริษัทประกันภัยรถยนต์ทำงานง่ายขึ้นบนสมมติฐานที่น่าเชื่อถือ ส่วนบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เองก็สามารถประเมินสมรรถนะของรถจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้ ประโยชน์ของการจำลองสถานการณ์ขึ้นมามีมากยิ่งขึ้นอาจช่วยวางแผนระบบการจราจร เพิ่มประสิทธิภาพการคมนาคม และการปรับผังเมืองให้เหมาะสมกับการใช้รถใช้ถนนได้เลยทีเดียว

จะดีแค่ไหนถ้า VR สร้างคลาสเรียนขับรถ

แทนที่จะให้มือใหม่หัดขับออกไปเผชิญกับสถานการณ์จริงบนถนนที่เต็มไปด้วยความเสี่ยง ทำไมไม่ลองใช้ VR และ AR จำลองสภาพการจราจร แล้วจัดเป็นคลาสสอนขับรถทางเลือกใหม่แทน Toyota ในฐานะผู้สนับสนุนแคมเปญถนนสีขาวได้นำแนวคิดนี้ไปใช้จริงแล้ว โดยสร้างเว็บไซต์ TeenDrive365 สำหรับให้ความรู้เรื่องการขับขี่ปลอดภัยและมีวิดีโอสาธิตการขับขี่ด้วยความเสี่ยงรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่วัยรุ่นที่เพิ่งหัดขับรถ นอกจากนี้ยังมีบริษัทแม่ของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มหลายแบรนด์ ชื่อ Diageo จากอังกฤษ ที่เคยใช้ VR จำลอง

เหตุการณ์ในกรณีที่เราต้องเผชิญหน้ากับผู้ขับขี่ที่ไม่ชำนาญอีกด้วย

จะดีแค่ไหนถ้า VR เป็นความบันเทิงขณะเดินทาง

การเดินทางไกลอาจเกิดความเบื่อหน่ายและไม่่น่าอภิรมย์ นี่คือนวัตกรรมที่ค่ายรถยนต์ใหญ่มองเห็น Audi และ Holoride บริษัทออกแบบเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงในรถยนต์ได้ออกแบบเกมในโลกเสมือนจริงให้ผู้โดยสารสวมแว่น VR แล้วเล่นเกมระหว่างเดินทางแทน ผู้เล่นหลักในเกมมักเลียนแบบคาแรกเตอร์ในภาพยนตร์ดัง เช่น Rocket Raccoon จาก Guardians of the Galaxy เมื่อรถเลี้ยวหรือเร่งความเร็ว ผู้เล่นในเกมจะเคลื่อนไหวไปในทิศทางเดียวกัน โดยเกมสุดล้ำนี้ถูกนำมาทดลองเชื่อมต่อการทำงานของรถยนต์ Audi e-tron และเดินสายโรดโชว์ไปในหลายประเทศ ผู้สร้างเชื่อว่าเกมนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของ "อิสรภาพในการขับขี่" เรียกว่าในอนาคตทั้งผู้ขับและผู้โดยสารอาจไม่ต้องเครียดกับการเดินทางที่ยาวนาน หรือที่มากกว่านั้นคือ แทบไม่ต้องโฟกัสกับการขับเคลื่อนของรถยนต์อีกด้วย

นี่เป็นเพียงตัวอย่างบางส่วน เราเชื่อว่าตลาดเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างไม่สิ้นสุด เราคงเห็นนวัตกรรมสุดว้าวในโลกยานยนต์ผลิตออกมาเรื่อยๆ

ที่มา :

www.toptal.com

www.relaycars.com

www.audi-mediacycenter.com

www.holoride.com

www.teendrive365inschool.com



Honda HR-V e:HEV

ความเปลี่ยนแปลงแบบจัดเต็ม

เจเนอเรชันที่ 2 (ซึ่งถ้านับการใช้ชื่อ HR-V ในการตลาดจริงๆ ต้องเป็นเจเนอเรชันที่ 3) ของ Honda HR-V ถูกเปิดตัวแล้วในบ้านเรา และสิ่งที่น่าสนใจคือ น่าจะเป็นครั้งแรกสำหรับบ้านเราที่ได้เห็นรถยนต์ซึ่งมีทั้งเครื่องยนต์แบบสันดาปภายใน และแบบพลังงานทางเลือก นำเสนอ e:HEV สะท้อนถึงเทคโนโลยีไฮบริดของแบรนด์

HR-V ใหม่ เปิดตัวด้วยรุ่น e:HEV เพียงแบบเดียว กับ 3 ทางเลือกย่อยในบ้านเรา ซึ่ง e:HEV หรือรถยนต์ไฮบริด ถูกใช้ครั้งแรกในเมืองไทยกับรุ่น City เมื่อ ค.ศ. 2020 และต่อมากับ HR-V ซึ่งตรงนี้ชวนแปลกใจไม่น้อย เพราะตามปกติแล้ว Honda มักจะเปิดตัวทุกทางเลือกของเครื่องยนต์ที่มีขายอยู่ในตลาดออกมาพร้อมกัน แต่ครั้งนี้กลับเลือกมีเฉพาะรถยนต์ไฮบริดท่ามกลางกระแสความฮือฮาของรถยนต์ไฟฟ้า

อีกทั้งน่าจะเป็นการตอกย้ำว่าเครื่องยนต์เบนซินในตระกูล R18A ที่เปิดตัวเป็นครั้งแรกกับ Civic ในรหัส FD น่าจะถึงจุดสิ้นสุดแล้ว เพราะตามปกติแล้ว เครื่องยนต์บล็อกนี้จะจำหน่ายอยู่ใน Civic กับ HR-V แต่สำหรับ Civic ใหม่ที่ขายอยู่ในปัจจุบัน เลือกขยับไปใช้เครื่องยนต์ 1,500 ซีซี เทอร์โบแทน และได้มีเครื่องยนต์บล็อกนี้อีกต่อไป

HR-V เป็น SUV ในกลุ่ม B-Segment ซึ่งมีคู่แข่งในตลาดอย่าง Toyota Corolla Cross และ Nissan Kicks โดยตำแหน่งทางการตลาดนั้น แม้จะเป็นรถยนต์ที่ถูกแชร์พื้นฐานเดียวกับรถยนต์ขับเคลื่อนล้อหน้าอย่าง Jazz หรือ City ก็จริง แต่จะมีราคาตั้งที่ใกล้เคียงและเบียดกับ Civic ส่วนในรุ่นใหม่จากการที่

เปิดตัวมาพร้อมกับเทคโนโลยีไฮบริด จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไม HR-V e:HEV ถึงมีราคาเริ่มต้นแพงกว่า Civic ใหม่ โดยอยู่ที่ 979,000 บาท

สปอร์ตดีไซน์

สำหรับรุ่นใหม่นี้ยังคงแนวทางของการเป็นรถยนต์อเนกประสงค์ในสไตล์ Cross-over ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่าง SUV ในแง่ของรูปทรงกับความอเนกประสงค์ แต่ตอบสนองการขับขี่ที่นุ่มนวลและสบายด้วยการใช้พื้นฐานทางวิศวกรรมเดียวกับรถยนต์นั่ง โดย HR-V ใหม่ถูกดีไซน์ให้ดูสวยและสปอร์ตขึ้น โดยเฉพาะส่วนท้ายซึ่งมีการลาดเทของเสาหลังมาทางด้านหน้า และมีตัวถังส่วนท้ายยื่นยาวออกมานิดๆ ซึ่งตัวถังแบบ 5 ประตูนั้น มีความยาวอยู่ที่ 4,330-4,385 มิลลิเมตร ขึ้นอยู่กับรุ่นย่อย

แน่นอนว่าด้วยขนาดของกระดานล้อในระดับ 2,610 มิลลิเมตร ที่ใกล้เคียงกับรถยนต์คอมแพคต์ หรือ C-Segment นั้น HR-V ใหม่สามารถตอบสนองในด้านความกว้างขวางอย่างแน่นอน โดยเฉพาะเบาะหลังซึ่งนอกจากจะมีพื้นที่ของเลก룸 (Legroom) เพิ่มขึ้นแล้ว ยังเปี่ยมด้วยประโยชน์ใช้สอยจากการปรับและพับเบาะในรูปแบบต่างๆ ได้อีกด้วย ได้แก่ Utility Mode: เบาะด้านหลังทั้ง 2 ด้าน ปรับพับเรียบ เพิ่มพื้นที่เก็บของด้านหลัง Long Mode: ปรับพับเบาะด้านหน้าและด้านหลัง เพิ่มพื้นที่เก็บของในแนวยาว และ Tall Mode: พับเบาะด้านหลังขึ้น เพื่อเพิ่มพื้นที่เก็บของในแนวสูง



ในด้านความสะดวกสบายนั้น ถือว่าให้มาแบบเต็มๆ โดยเฉพาะรุ่น รongtiooอย่าง EL และรุ่นที่อป RS เช่น ฝากระโปรงท้ายไฟฟ้าแบบแฮนด์ฟรี พร้อมระบบ ปิดอัตโนมัติเมื่อกุญแจรีโมตอยู่ห่างจากตัวรถ ระบบ เครื่องเสียงหน้าจอสัมผัสขนาด 8 นิ้ว แบบ Advanced Touch รองรับ Apple CarPlay และ Android Auto และรองรับระบบสั่งการ ด้วยเสียง Siri และ Android Auto มาตรวัดพร้อมหน้าจอสองข้อมูล การขับที่แบบ TFT ขนาด 7 นิ้ว อุปกรณ์ชาร์จไฟแบบไร้สาย (Wireless Charger) ลำโพงสูงสุดจำนวน 8 ตำแหน่ง ไฟอ่านหนังสือด้านหลังแบบแอลอีดี (LED) เปิด-ปิดแบบสัมผัส เบาะนั่งด้านคนขับปรับไฟฟ้า 8 ทิศทาง ช่องเชื่อมต่อยูเอสบี (USB) จำนวน 4 ช่อง พวงมาลัยแบบมัลติฟังก์ชัน พร้อมปุ่มควบคุมระบบเครื่องเสียง ปุ่ม รับ-วางสายโทรศัพท์ และ ฮอนด้า คอนเนค (Honda CONNECT) เทคโนโลยี เชื่อมต่อรถยนต์ที่ทำงานผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน

ระบบความปลอดภัย

ส่วนเทคโนโลยีความปลอดภัยอัจฉริยะ Honda SENSING นั้น ต้องบอกว่า Honda ใจถึงมาก เพราะมีติดตั้งในทุกรุ่นย่อยเลย ตั้งแต่รุ่นพื้นฐานอย่าง E ซึ่งก็มี ทั้งระบบเตือนการชนพร้อมระบบช่วยเบรก (Collision Mitigation Braking System: CMBS) ระบบช่วยควบคุมรถให้อยู่ในช่องทางเดินรถ (Lane Keeping Assist System: LKAS) ระบบเตือนและช่วยควบคุมเมื่อรถออกนอกช่องทางเดินรถ (Road Departure Mitigation System with Lane Departure Warning System: RDM with LDW) ระบบปรับไฟสูงอัตโนมัติ (Automatic High-Beam: AHB) ระบบควบคุมความเร็ว อัตโนมัติแบบแปรผัน พร้อมระบบปรับความเร็วตามรถยนต์คันหน้าที่ความเร็วต่ำ (Adaptive Cruise Control with Low-Speed Follow: ACC with LSF) และระบบ เตือนเมื่อรถคันหน้าเคลื่อนที่ (Lead Car Departure Notification System: LCDN)

สำหรับเครื่องยนต์ไฮบริดนั้นแตกต่างจาก IMA ที่เรารู้จักกัน เพราะนี่คือ Fully-Hybrid ซึ่ง e:HEV ผสานการทำงานร่วมกันของมอเตอร์ไฟฟ้า 2 ตัว ซึ่งมีกำลัง รวมกัน 131 แรงม้า ที่ 4,000-8,000 รอบต่อนาที กับเครื่องยนต์สันดาปภายใน 4 สูบ 1,500 ซีซี ที่มีกำลัง 105 แรงม้า ที่ 6,000-6,400 รอบต่อนาที พร้อมแบตเตอรี่ แบบลิเทียม-ไอออน ให้ความประหยัคน้ำมันในระดับ 25.6 กิโลเมตร/ลิตร และมี อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพียง 94 กรัม/กิโลเมตร โดยระบบสามารถ ปรับเปลี่ยนโหมดการขับให้เหมาะสมกับการขับในทุกสถานการณ์ถึง 3 โหมด คือ ระบบมอเตอร์ไฟฟ้า (EV Drive Mode) มอเตอร์ไฟฟ้าทำงานอย่างเดียว ระบบ เครื่องยนต์ (Engine Drive Mode) เครื่องยนต์ทำงานอย่างเดียว และระบบไฮบริด (Hybrid Drive Mode) ทั้ง 2 ระบบ ทำงานร่วมกัน โดยทั้งหมดจะส่งกำลังผ่าน เกียร์ E-CVT

3 รุ่นย่อย กับ 5 โทนนี ที่ลูกค้าชาวไทยสามารถเลือกได้ ส่วนราคาจะอยู่ ที่ 979,000 บาท สำหรับรุ่น E ตามด้วย 1,079,000 บาท สำหรับรุ่น EL และ 1,179,000 บาท สำหรับรุ่น RS

Shoes Show You

รองเท้าที่เลือกใส่ บอกอะไรได้บ้าง

ข้อเท็จจริงที่ว่าคุณสามารถคาดเดาลักษณะนิสัยของคนแปลกหน้าได้อย่างแม่นยำ เพียงแค่จ้องมองรองเท้าของพวกเขา นั่นจะเป็นเรื่องน่าเหลือเชื่อ แต่ที่มันักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแคนซัส (Kansas University) และวิทยาลัยเวลส์ลีย์ (Wellesley College) สหรัฐอเมริกา ได้ตีพิมพ์ผลการศึกษาดังกล่าวในวารสารการวิจัยบุคลิกภาพ พ.ศ. 2555 ไว้ว่า ตัวตนของผู้คน 90% สะท้อนให้เห็นผ่านการเลือกรองเท้า ลองไปพิสูจน์ด้วยตัวเองกันดีกว่าว่างานวิจัยนี้จะตรงกับสิ่งที่คุณเห็นมากน้อยแค่ไหน

รองเท้าส้นสูง หากมีคำที่จะใช้สรุปตัวตนของคนที่ไม่โปรดปรานรองเท้าส้นสูงละก็ คำว่า “มั่นใจ” ต้องมาก่อน เพราะส้นรองเท้าเป็นมากกว่ารองเท้าที่ทำให้คุณโดดเด่นกว่าใคร อย่างไรก็ตาม ส้นรองเท้าประเภทต่างๆ ยังสามารถสื่อถึงบุคลิกเฉพาะตัวได้อีกหลายแบบ เช่น สาวมั่นใจที่เดินเฉิดฉายได้บน **ส้นรองเท้าที่สูงตั้งแต่ 4 นิ้วขึ้นไป** เป็นคนที่มั่นใจในบุคลิกของตนเองมาก นอกจากนี้ยังชอบควบคุมและต่อสู้เพื่อบทบาทความเป็นผู้นำ คนอื่นชอบฟังพวกเขา และคุณจะไม่วันทำให้พวกเขาผิดหวัง

สำหรับสาว **รองเท้าส้นตึก** คุณเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดีย น่าเชื่อถือ และมีความรับผิดชอบ ในขณะเดียวกันก็เป็นคนหัวแข็งและขี้อึดอยู่ในที่ ส่วนใครที่ชอบ **รองเท้าส้นเขิบ** แสดงว่ามีจิตวิญญาณของนักธุรกิจและการทำงานอย่างจริงจัง แต่ก็ยังชอบความสนุกสนาน การรักษาสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานคือสิ่งที่คุณถนัด สำหรับสาว ๆ ที่มักสวมใส่ **รองเท้าส้นสูงประมาณ 1-2 นิ้ว** จะรักความวินเทจเป็นชีวิตจิตใจในทุกแง่มุม พุดง่าย ๆ คือคุณเป็นแม่สาวสวมเสื้อเสดเตอร์ดักส์แดงเข้มคู่กับกระโปรงออดกิลบ์ สีมรกตยาวถึงหน้าแข้ง และนั่งดักไหมพรมฟังเครื่องเล่นแผ่นเสียงอยู่กับบ้านบนโซฟาลายจุดนั่นเอง

รองเท้าบู๊ต คุณเป็นคนสบายๆ ที่ไม่กังวลกับเรื่องต่างๆ มากนัก คติประจำใจของคุณคือ “ล่องลอยไปตามสายลม และคิดว่าชีวิตจะพาฉันไปที่ใด” แต่ในอีกฝั่งหนึ่งคุณคือคนที่แอบซ่อนความระห่ำซึ่งมุ่งมั่นเพื่อจุดหมายโดยไม่หยุดยั้ง คุณเป็นคนเข้มแข็งและไม่กลัวที่จะยืนหยัดในสิ่งที่คิด และเป็นคนประเภทที่จะฟังพาแต่ตัวเองเท่านั้น

รองเท้าผ้าใบ คนที่ชอบใส่รองเท้าแบบนี้เป็นคนมั่นใจ มีเป้าหมาย และมีระเบียบ อย่างไรก็ตาม คุณมักจะ่วนอยู่กับตารางงานต่อวันที่แน่นมากอยู่ตลอดเวลา แต่คุณก็ไม่หวั่นเพราะคุณเป็นคนที่มีความสามารถหลากหลาย คุณจึงดูแลทุกอย่างได้เสมอ การนอนหลับเป็นช่วงเวลาเดียวที่คุณจะหยุดพัก ความสบายใจในสิ่งที่คุณ

สวมใส่เป็นเหตุผลเดียวในการเลือกรองเท้ามากกว่าที่จะเอาใจคนอื่น เพราะคุณไม่ใช่คนที่ชอบตามแฟชั่น คุณเชื่อว่าแบรนด์ต่างๆ ไม่สามารถกำหนดตัวตนที่แท้จริงของคุณได้

รองเท้าส้นแบน คุณคือผู้อยู่เบื้องหลังซึ่งคอยจัดการให้ทุกอย่างเป็นไปด้วยดี การสวมรองเท้าส้นเตี้ยหมายความว่า คุณเป็นคนถ่อมตัว ไม่ต้องการความสนใจหรือเสียงปรบมือ เหมือนกับลักษณะเด่นของรองเท้าที่ไม่ดึงดูดความสนใจและใส่สบาย คุณเป็นคนใจดี มีเหตุผล และพูดน้อย

รองเท้าแตะ นี่เป็นเครื่องหมายของคนที่ไม่ชอบเรื่องไร้สาระ ประโยชน์ใช้สอยและความสบายคือหัวใจสำคัญ รองเท้าแตะสะท้อนบุคลิกที่มีความสุข โชคดี และรักความสบาย บุคคลเหล่านี้มีความเป็นกันเองและเป็นธรรมชาติ

รองเท้าส้นสูง หากคุณให้ความสำคัญกับสีสันของรองเท้าอันจัดจ้านมากกว่ารูปแบบ แสดงว่าคุณชอบที่จะแปลกและกล้าที่จะแตกต่าง คุณรักในการเป็นจุดสนใจและกล้าหาญพอที่จะแสดงความเป็นตัวเองออกมา ศาสตราจารย์

ออมรี กิลแลธ (Omri Gillath) หนึ่งในทีมวิจัยเปิดเผยว่า ยิ่งรองเท้ามีสีสันมากเท่าไร คนที่ใส่ก็ยิ่งกังวลน้อยลงเท่านั้น

รองเท้าหนังแบบบูท หากคุณมีคนที่รู้จักที่ชอบใส่รองเท้าแบบเป็นทางการเสมือนหนึ่งที่กำลังจะออกไปทำงานอยู่ตลอดเวลา รู้ไว้เลยว่าเขานักวางแผนที่ดี คนแบบนี้มักจะชอบวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อสร้างกลยุทธ์ พวกเขา มักเตรียมพร้อมสำหรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด เป็นคนที่ทำงานหนักและหวังผลจากการทำงานได้

รองเท้าเก่าแต่ดูแลอย่างดี เชื่อว่าหลายคนมีรองเท้าคู่โปรดที่ไม่่ว่าจะเก่าขนาดไหนก็ยังห่มั่นเอาออกมาใส่ ถึงคราวเสียก็ซ่อมวนไปอยู่อย่างนั้น หากคุณเป็นหนึ่งในนี้ แสดงว่าคุณเป็นคนมีมโนธรรม ใจดี และชอบดูแลคนอื่น

รองเท้าแนวล้าสมัย รองเท้าที่ใครๆ เห็นแล้วงงใจว่าจะใส่ออกไปข้างนอกได้อย่างไร ในเมื่อมันดูน่าเบื่อได้ขนาดนั้น คือรองเท้าที่ไม่มีผู้เข้าร่วมการวิจัยรายใดสามารถเดาได้ว่าผู้สวมใส่คิดอะไรอยู่ และมีบุคลิกเป็นอย่างไรกันแน่ แต่ทีมนักวิจัยสรุปว่าคนที่สวมรองเท้าประเภทนี้เป็นคน “โดดเดี่ยว” และ “อดกลั้น” นอกจากนี้พวกเขายังไม่สนใจว่าคนอื่นจะคิดอย่างไรกับตัวเองด้วย

การเปิดเผยซึ่งสำคัญที่สุดจากการศึกษานี้คือ ผู้ที่มีบุคลิกสงบมักสวมใส่รองเท้าที่ดูดีที่สุดในขณะที่รองเท้าใหม่มักเป็นตัวเลือกของคนที่กำลังกังวลเรื่องความผูกพัน โดยนักวิจัยวิเคราะห์ว่าอาจเป็นเพราะพวกเขากังวลอย่างมากเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาและสิ่งที่คนอื่นคิดเกี่ยวกับตนเอง เขาจึงเสริมความมั่นใจผ่านการสวมรองเท้าใหม่เอี่ยมอยู่ตลอดเวลา

ท้ายที่สุดนี้ ไม่ว่ารองเท้าของคุณจะเป็นแบบไหน ความสะอาดของรองเท้าย่อมสำคัญที่สุด และสร้างความน่าประทับใจให้แก่ผู้สวมใส่เหนือสิ่งอื่นใดเสมอ การสวมชุดใหม่กับรองเท้าที่คุณลืมหาความสะอาดย่อมบ่งบอกว่าคุณไม่ได้ดูแลตัวเอง เพราะฉะนั้นอย่าลืมหาเคล็ดลับสำคัญง่ายๆ ในการทำให้คุณเป็นเจ้าของรองเท้าที่น่ามองด้วยละ

ที่มา :

www.yournextshoes.com

www.academia.edu

www.wellesley.edu

www.tinkerlust.com

www.breobox.com

www.timesofindia.indiatimes.com

เมื่อโลกของการเดินทาง เชื่อมต่อด้วยโทรศัพท์มือถือ

ปฏิเสธไม่ได้ว่าโลกของเราในตอนนี้ถูกเชื่อมต่อเข้าด้วยกันผ่านอุปกรณ์เล็กๆ ที่เราพกพาไปไหนมาไหนเสมอ นั่นคือ สมาร์ทโฟน และมีการทำงานผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ หลายค่ายเริ่มที่จะพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อตอบสนองในด้านการใช้งานและการเชื่อมต่อของผู้ใช้รถยนต์ แต่ในทางเดียวกัน ก็คือการเก็บข้อมูลและพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์ไปในตัว



i-Smart by MG

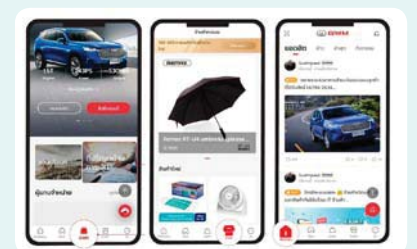
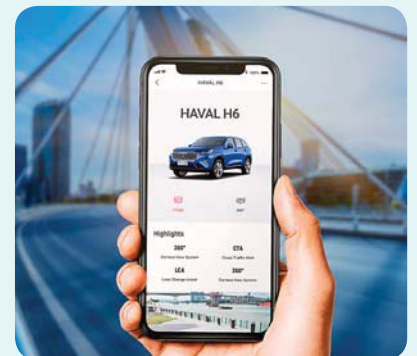
สำหรับค่ายแรกๆ ที่มีการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการใช้งานในรถยนต์ของตัวเองคือ MG ซึ่งเราคงคุ้นเคยกันดีกับชื่อ i-Smart ของพวกเขา ซึ่งทาง MG พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้เจ้าของรถยนต์สามารถควบคุมการใช้งานรถยนต์ของตัวเอง โดยเริ่มต้นกับการใช้งานในรุ่น ZS ซึ่งเป็น SUV ในระดับซับคอมแพ็คต์ของแบรนด์

ตัวแอปพลิเคชันจะเชื่อมต่อกับระบบปฏิบัติการอัจฉริยะของรถยนต์ MG, ZS และ HS เพื่อตรวจสอบความพร้อมของรถจากหน้าจอสมาร์ทโฟนได้อย่างง่ายดาย เช่น ระดับน้ำมันเชื้อเพลิง สภาพลมยาง สถานะของระบบพวงมาลัยพาวเวอร์ ฟังก์ชัน Find My Car มองหารถในลานจอดได้ง่ายขึ้น ฟังก์ชัน Electronic Fence แจ้งเตือนเมื่อรถถูกโจรกรรม และความสามารถอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งก็รวมถึงการสั่งสตาร์ทรถยนต์และเปิดเครื่องปรับอากาศอีกด้วย

GWM Application by Great Wall Motors

ส่วนอีกค่ายที่ตามมาติดๆ คือ Great Wall Motors หรือ GWM ซึ่งเป็นแบรนด์รถยนต์ที่เพิ่งเริ่มทำตลาดในเมืองไทยและมาพร้อมกับสโลแกนที่น่าสนใจคือ “บริษัทที่ให้บริการการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีระดับโลก (Global Mobility Technology Company)” ได้พัฒนา GWM Application ขึ้นเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยเชื่อมต่อประสบการณ์แบบ O2O (Online-to-Offline) ให้ลูกค้าเข้าถึงข่าวสารและกิจกรรมได้อย่างสะดวก และยังมีฟังก์ชันในการสั่งงานทางไกลและการมอนิเตอร์สถานะของตัวรถ รวมถึงฟีเจอร์ “สำหรับคุณ” บน GWM Application สร้างพื้นที่ชุมชนออนไลน์ให้เข้ามาแบ่งปันเรื่องราวที่น่าสนใจกันได้อย่างอิสระ

ฟีเจอร์ “ร้านค้า” สำหรับลูกค้าและผู้ใช้ GWM Application โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของรถ ในการนำคะแนน GWM Point ที่สะสม มาแลกรับของ หรือสินค้าที่น่าสนใจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรืออื่นๆ โดยสามารถแลกคะแนนรับสินค้า พร้อมการจัดส่งถึงหน้าบ้านโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม



Mercedes Me

แอปพลิเคชันอำนวยความสะดวกให้ผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ Mercedes-Benz ในการเก็บข้อมูลการใช้งานรถยนต์ของตัวเอง เปรียบเสมือนผู้ช่วยคู่ใจที่อยู่เคียงข้างทุกโมเมนต์ของการเดินทาง มีการแจ้งเตือนเมื่อถึงช่วงเวลาที่จะต้องเข้าเช็กระยะ รวมถึงการควบคุมฟังก์ชันรถยนต์ สามารถตรวจสอบสถานะปัจจุบันของรถยนต์ หน้าต่างและประตูเปิดอยู่จริงหรือไม่ ความดันลมยางอยู่ในระดับถูกต้องหรือไม่ ตรวจเช็กระดับน้ำมันเชื้อเพลิงในตัวถัง รวมถึงการแจ้งตำแหน่งและสถานะรถยนต์ของคุณที่จอดอยู่ให้คุณทราบผ่านทางสมาร์ทโฟน

จะเห็นได้ว่านี่คือมิติใหม่ที่น่าสนใจซึ่งผู้ผลิตรถยนต์ในบ้านเรากำลังให้ความสนใจและพัฒนาแอปพลิเคชันเหล่านี้ให้มีความสามารถมากขึ้น และในอนาคต ในยุคที่รถยนต์เชื่อมต่อกับคนมากขึ้น เราจะได้เห็นสิ่งใหม่ๆ จากแบรนด์รถยนต์ออกมาเรื่อยๆ

ที่มา :

www.grandprix.co.th

www.iphonemod.net

www.mercedes-benz.co.th

→ ภาค 1	โคราช อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ ปากช่อง ยโสธร ชัยภูมิ	440/12-14 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 โทร. 044-426-400 แฟกซ์ 044-426-499 941/24-25 ถ.ชยางกูร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทร. 045-477-477 แฟกซ์ 045-477-400-1 276/14 หมู่ที่ 8 ต.โพธิ์ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000 โทร. 045-614-744 แฟกซ์ 045-614-750 966/9 ถ.หลักเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000 โทร. 044-515-511 แฟกซ์ 044-515-650 680 ถ.มิตรภาพ ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130 โทร. 044-316-812, 044-316-815 แฟกซ์ 044-316-814 109 ถ.อุทัยรามฤทธิ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ยโสธร 35000 โทร. 045-712-319 แฟกซ์ 045-712-320 141/20 หมู่ที่ 6 ถ.ชัยภูมิ-สีคิ้ว ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 36000 โทร. 044-816-150 แฟกซ์ 044-816-152
→ ภาค 2	หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง ภูเก็ต กระบี่ ชุมพร	59/23, 25, 27 ถ.จติอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118 141/89-90 ถ.กาญจนวนิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499 44-44/1 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 โทร. 075-305-400 แฟกซ์ 075-305-499 117/8-9 หมู่ที่ 2 ต.โคกหล่อ อ.เมือง จ.ตรัง 92000 โทร. 075-201-400 แฟกซ์ 075-201-499 58/10-11 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านเพิ่มสินธานี ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 โทร. 076-361-400 แฟกซ์ 076-361-402, 076-361-499 235/7-8 หมู่ที่ 11 ถ.เพชรเกษม ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-650-777 แฟกซ์ 075-650-780 55/11 หมู่ที่ 1 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86190 โทร. 077-529-400 แฟกซ์ 077-529-499
→ ภาค 3	ชลบุรี พัทยา ระยอง ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา จันทบุรี สระแก้ว	51/11-12 หมู่ที่ 2 ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร. 038-103-400 แฟกซ์ 038-103-499 249/1 หมู่ที่ 6 ถ.สุขุมวิท ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150 โทร. 038-933-400 แฟกซ์ 038-933-499 155/100-102 หมู่ 2 ตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499 47/1 ถ.ปราจีนคาม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000 โทร. 037-215-355 แฟกซ์ 037-215-360 197/2-3 ถ.สุขประยูร ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 โทร. 038-088-449 แฟกซ์ 038-088-421 181 ถ.ขวาง ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160 304 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร. 037-241-018 แฟกซ์ 037-241-031
→ ภาค 4	เชียงใหม่ นครสวรรค์ พิษณุโลก ลำปาง เชียงราย กำแพงเพชร เพชรบูรณ์	160/1 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 053-107-400 แฟกซ์ 053-107-499 1311/22 หมู่ที่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 โทร. 056-219-600 แฟกซ์ 056-219-699 729/22-23 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 โทร. 055-909-400 แฟกซ์ 055-909-499 363, 365 ถ.ไฮเวย์ ลำปาง-งาว ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100 โทร. 054-237-800 แฟกซ์ 054-237-899 188/23-24 หมู่ที่ 22 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทร. 053-153-388 แฟกซ์ 053-153-390 512, 514 ถ.เจริญสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 โทร. 055-237-800 แฟกซ์ 055-237-899 3/21 ถ.สามัคคีชัย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000 โทร. 056-713-155 แฟกซ์ 056-713-166
→ ภาค 5	ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุดรธานี สกลนคร หนองคาย มุกดาหาร กาฬสินธุ์ เลย	272/22-26 หมู่ที่ 12 ถ.มิตรภาพ ต.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499 49/6-7 ถ.เวทากิบาล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000 โทร. 043-619-400 แฟกซ์ 043-619-499 119/11-12 หมู่ที่ 14 ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-215-400 แฟกซ์ 042-215-499 390/15-16 หมู่ที่ 11 ถ.สกล-อุดร ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219 300/2 หมู่ที่ 10 ถ.มิตรภาพ ต.โพธิ์ชัย อ.เมือง จ.หนองคาย 43000 โทร. 042-042-411-946-7, 042-411-949 แฟกซ์ 042-411-948 12 ถ.วิจิตรสุการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000 โทร. 042-614-315 แฟกซ์ 042-614-312 297/1 ถ.เทศบาล 23 อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ 46000 โทร. 043-811-325 แฟกซ์ 043-811-336 24/10 ถ.ร่วมจิตร์ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	นครปฐม อยุธยา ปราณบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สระบุรี	511 ถ.เทศา ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499 257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499 502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังกก้ง อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520 974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงชูโต ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี 71110 โทร. 034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060 64/23 ถ.เนรแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027 93/2-5 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกุด อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 18000 โทร. 036-343-400 แฟกซ์ 036-343-499
→ กรุงเทพฯ	นนทบุรี สมุทรสาคร ลาดกระบัง หลักสี่ เขาวราช บางแค บางนา บางใหญ่ รามอินทรา	The Idea 105/6-105/7 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จ.นนทบุรี โทร. 02-762-4224 แฟกซ์ 02-962-6691 923/27 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 โทร. 034-425-642 แฟกซ์ 034-425-433 2484/1 ถนนลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 02-327-0241 แฟกซ์ 02-327-0240 หลักสี่สแควร์ 76/1 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749 23/34-35 ถ.ตรีมิตร แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100 โทร. 02-232-2999 แฟกซ์ 02-236-3132-3 97, 99 ถ.กาญจนาภิเษก แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160 โทร. 02-803-8000 แฟกซ์ 02-803-8013 อาคารบางนาทาวเวอร์ เอ เลขที่ 2/3 หมู่ที่ 14 ถ.บางนาตราด กิโลเมตรที่ 6.5 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โทร. 02-777-3555 แฟกซ์ 02-777-3783 80/149 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านบางใหญ่ชิตี ถ.กาญจนาภิเษก ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459 327, 329 ถ.รามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510 โทร. 02-517-9894, 02-517-9802-3, 02-517-9805-7, 02-517-9809-14 แฟกซ์ 02-517-9896, 02-517-9808

เจ้าของ ฝ่ายสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

โทร. 02-708-8130-3 อีเมล : krungsriauto@krungsri.com

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย

บริษัท เปเปอร์คอร์ด จำกัด โทร. 08-1513-4971, 08-1919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com



krungsriauto.com



krungsri
Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก



กรุงศรี ออโต้

เป็นไปได้ ทั้งเรื่องรถ...และเรื่องเงิน

กรุงศรี ออโต้ ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร พร้อมให้คุณเป็นเจ้าของรถ
หรือเปลี่ยนรถเป็นเงินสดได้รวดเร็วทันใจ ด้วยบริการสินเชื่อหลากหลายรูปแบบ

- ตอบโจทย์ทั้งลูกค้าทั่วไปและนิติบุคคล
- วงเงินสูง
- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน*
- รัฐบาลอนุมัติไว

*เฉพาะผู้สมัครที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อรถยนต์โดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) • ให้บริการสินเชื่อรถจักรยานยนต์โดย บมจ. ออยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส
• เงื่อนไขเป็นไปตามที่ผู้ให้บริการสินเชื่อกำหนด

Ins. 02-740-7400 | Krungsri Auto | KrungsriAutoTV | GO by Krungsri Auto

