



krungsri
Auto

A member of  MUFG
a global financial group

Krungsri Auto Magazine

Things You Need to Know about Auto Finance

Vol.15 No.2
March - April 2023



Styles *for* Success



สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์



3 บุพล คน (ภาพลักษณ์) ดี



The Favourite

Togetherness

KA Talks	3
Togetherness	4
15 ปี แห่งจุดเริ่มต้น การครองใจลูกค้า	
Cover Story	6
Styles for Success	
Dealer Talks	12
3 ชุนพล คน (ภาพลักษณ์) ดี	
The Favourite	16
Tough Cafe คอมมูนิตี้สำหรับคนขี่มอเตอร์ไซด์	
Auto Gadget	19
Norshire Tyre Inflator ตัวแก้ปัญหายางแบนไซส์กะทัดรัด	
Happening	20
ความเคลื่อนไหวของผู้ผลิต EV เมื่อต้นทุนแบตเตอรี่พุ่งสูง	
Enjoy the Ride	22
สี่แห่งโลกยานยนต์ 2023	
Best of the Month	24
Honda CR-V ยกระดับการเดินทางกับขุมพลัง e:HEV	
A Lot Like Luck	26
แค่ดูท่าจับสมาร์ตโฟน ก็รู้ว่าคุณมีบุคลิกแบบไหน	
Chill Out	28
Vitamin Sea เต็มพลังด้วยทริปทะเล	

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” สินเชื่อเพื่อซื้อรถยนต์ไว้ใช้ในกิจการ “กรุงศรี พลัส แอนด์ ลีสซิ่ง” ซึ่งให้บริการโดยกลุ่มงานธุรกิจสินเชื่อรถยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สินเชื่อรถจักรยานยนต์ “กรุงศรี มอเตอร์ไซด์” สินเชื่อบิ๊กไบค์ “กรุงศรี บิ๊กไบค์” สินเชื่อบิ๊กไบค์มือสอง “กรุงศรี มอเตอร์ไซด์มือสอง (ซื้อจากเจ้าของ)” สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ ฟอร์ แคช

มอเตอร์ไซด์” และสินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ “กรุงศรี อินเวนทอรี ไฟแนนซ์” รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประกันภัย “กรุงศรี ออโต้ โบรคเกอร์” ซึ่งให้บริการโดยบริษัทอยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการสินเชื่อของกรุงศรี ออโต้ พร้อมรับคำปรึกษาทั้งเรื่องรถและเรื่องเงิน ช่วยให้เรื่องเงินเป็นเรื่องง่าย ผ่านสาขากรุงศรี ออโต้ 52 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยาทั่วประเทศ หรือติดต่อ “กรุงศรี ออโต้คอลเซ็นเตอร์” โทร 02-740-7400 กด 1 ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.krungsriauto.com หรือ www.facebook.com/krungsriauto



KrungsriAuto



กรุงศรี ออโต้
คาร์ ฟอร์ แคช
กรุงศรี ออโต้ โบรคเกอร์



KrungsriAutoTV



krungsriauto.com



GO by
Krungsri Auto



Winning with your own unique style

เราทุกคนล้วนแตกต่าง มีรสนิยมหรือสไตล์เป็นของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ชีวิต การกินอยู่ การพูดจา การเลือกเส้นทางอาชีพ การท่องเที่ยว การพักผ่อน ฯลฯ

ผู้บริหารและนักธุรกิจมากมายที่ประสบความสำเร็จอาจมีสไตล์หรือบุคลิกภาพบางอย่างเหมือนกัน หรือบางอย่างอาจแตกต่างกันสิ้นเชิง บางคนอาจชอบรุกร้า ชอบการแข่งขัน บางคนยิ่งใหญ่อย่างอ่อนน้อม บางคนเก่งประสานสิบทิศ

นอกจากบุคลิกภาพที่สะท้อนมาจากการคิดภายในแล้ว โลกธุรกิจยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอก เสื้อผ้า หน้า ผม ซึ่งโดยหลักสากลมักเน้นความสุภาพเรียบร้อย ผูกไท ใส่สูท

แต่นั่นก็ไม่ใช่วิถีตายตัว เมื่อโลกได้เห็น สตีฟ จ๊อบส์ ผู้ทิ้งมรดกล้ำค่าไว้ให้โลกคอมพิวเตอร์มักปรากฏกายในชุดกางเกงยีนส์กับเสื้อคอเต่าสีดำที่ออกแบบโดยอิซเซ มียาเกะ ดีไซน์เนอร์ชื่อดังชาวญี่ปุ่น ซึ่งภายใต้ความเรียบง่ายนั้นแฝงด้วยวิธิตดแห่งความสมบูรณ์แบบและเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ หรือหากลองเสิร์ชภาพ มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก จากกูเกิล จะเจอภาพเขาใส่เสื้อยืดสีเทามากมาย เขาให้เหตุผลว่า ต้องการใช้เวลากับการตัดสินใจเรื่องใหญ่ๆ มากกว่าเรื่องเล็กๆ น้อยๆ

เราพบกัน คบกัน เพราะถูกใจในสไตล์ของกันและกันและเติมเต็มความแตกต่างไม่ว่าคุณจะเป็นคนสไตล์ไหน ขอให้ทุกท่านประสบความสำเร็จและสนุกในสไตล์ของคุณ

คงสิน คงคา

ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



15 ปี แห่งจุดเริ่มต้น การครองใจลูกค้า

สำหรับ คุณชิน-ชญญักษ์ ณะคุณธนิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเบิล มอเตอร์ส กรุ๊ป จำกัด ในเครือ บริษัท อาปิโก ไฮเทค จำกัด (มหาชน) เลข 15 มีความหมายต่อตัวเธอ เพราะคือจุดเริ่มต้นในการเข้าถึง “หัวใจ” ของการทำธุรกิจยานยนต์ และเป็นบันไดต่อยอดให้เธอขยายธุรกิจได้อย่างมั่นคงมาตลอด 15 ปีนี้

First Jobber

ย้อนไปเมื่อ 15 ปีที่แล้ว คุณชินเป็นนักศึกษาจบใหม่จากมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ (ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ หลักสูตรนานาชาติ คณะ วิศวกรรมศาสตร์) งานแรกที่เธอเริ่มต้นทำในชีวิต คือพนักงานศูนย์บริการ แผนก DCRC (Dealership Customer Relations Center) ของโชว์รูมและ ศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด นิว เอรา เซลส์ รามอินทรา

“ปี 2551 จบใหม่ปั๊บ ก็เลือกทำงานในแผนกลูกค้าสัมพันธ์เลย ที่ ตัดสินใจเลือกตำแหน่งนี้ เพราะดิฉันมองว่าเป็นโอกาสที่ได้สัมผัสลูกค้า มี โอกาสได้คุยกับลูกค้าทุกวัน วันละ 10-15 ราย พบกับลูกค้าแบบ Face to

Face หรือรับสายโทรศัพท์จากลูกค้าโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง Positive หรือ Negative ตำแหน่งนี้จะเป็นด่านแรก และทำให้เราเข้าใจคำว่า Customer Centric ธุรกิจรถยนต์ คนมักมองว่าสิ่งสำคัญคือการขาย แต่จริงๆ แล้วคือการบริการ”

วันนี้ในฐานะผู้บริหารหญิงเก่ง เมื่อมองย้อนกลับไปคุณชินมองว่างานแรกในชีวิตคือสนามฝึกงานที่ให้คุณค่าและประสบการณ์ งานดูแลลูกค้าเปรียบเหมือนเป็นหัวใจของบริษัท เธอเรียนรู้เพื่อจะช่วยเหลือลูกค้าในทุกด้าน การจะเป็นศูนย์บริการที่ดี ต้องนั่งอยู่ในใจของลูกค้าให้ได้ “รถสตาร์ทไม่ติดก็โทรศัพท์หาแผนกนี้อันดับแรก เป็นแผนกที่ลูกค้าจะคิดถึงตลอดเวลา ดังนั้น เราต้องเป็นบัดดี้ ลูกค้าที่เข้ามาต้องการอะไร เราจะบริการลูกค้าอย่างไร เราต้องมองให้ออกมองลูกค้าเป็นครอบครัวของเรา

“15 ปีที่แล้วบรรยากาศยังเป็นแบบแมนนวล ลูกค้าเข้ามาที่ศูนย์บริการ เราต้องจดข้อมูลและไปแจ้งช่าง ช่างก็ไปซ่อม เริ่มสอนน้องที่ออฟฟิศให้ใช้โปรแกรมเอกเซล คอยดูตัวเลขในระบบถึงเวลา 6 เดือน ต้องโทรศัพท์นัดลูกค้ามาศูนย์บริการ เรานำความรู้จากที่เราเรียนมาต่อยอด เซตระบบให้เป็นมาตรฐานเป็นศูนย์บริการที่ครบวงจรในกรุงเทพฯ ทำให้เริ่มมีชื่อเสียงและลูกค้าบอกต่อมาเรื่อยๆ จนถึงวันนี้เราใช้ระบบ DMS (Document Management System ระบบบริหารเอกสารครบวงจรแบบดิจิทัล) อย่างเต็มรูปแบบ”

จากนั้นใน 2-3 ปีต่อมา ด้วยวิสัยทัศน์ของผู้บริหารบริษัท เอเบิล มอเตอร์ส กรุ๊ป จำกัด จากการเป็นตัวแทนจำหน่ายแบรนด์ฟอร์ด ได้ขยายธุรกิจสู่ตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิ ปัจจุบันยังขยายสู่การเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และศูนย์บริการมาสด้า และเอเอ็มจี ปัจจุบันรวม 4 แบรินด์ 11 สาขา

15 ปีผ่านไป แต่ 1 สิ่ง ยังเหมือนเดิม

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ไม่ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามามีบทบาทกับมนุษย์เพียงไร สิ่งหนึ่งที่คุณชินและทีมงานให้ความสำคัญเสมอคือ “การบริการด้วยใจ” คือพื้นฐานที่สำคัญที่สุด

“ปีนี้สโลแกนที่เราส่งต่อให้พนักงานคือ Back to Basic ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมมากแค่ไหน แต่การบริการที่ดีต้องคงอยู่ เราใช้ไลน์ OA (LINE Official Account) เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร นอกเหนือจากเวลาทำการ ช่วง 2-3 ทุ่ม ก็ต้องมีทีมงานสแตนด์บายตอบคำถาม เราต้องเข้าถึงคนที่ได้รับบริการตรงนั้นจริงๆ ทำธุรกิจนอกจากสร้างระบบการทำงาน (Process) ที่ดีแล้ว เราต้องใช้ Empathy (ความเข้าใจ) ด้วย นี่คือเรื่องธรรมชาติที่ง่าย ๆ”

“15 ปี ที่เราค่อยๆ สัมผัสประสบการณ์ ได้เข้าใจผู้คนมากขึ้น ได้บริหารคน เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของโลก และนำมาปรับใช้กับตัวเองเพื่อเป็นผู้นำที่ดี

ตอบกลับลูกค้าให้ไวที่สุด ฟังลูกค้าให้มาก เมื่อฟังแล้วเข้าใจจะนำไปสู่การร่วมหาทางแก้ปัญหา และธรรมชาติของการบริหารงานที่มองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง Customer Centric นี้เอง สอดคล้องกับค่านิยมหลักของ กรุงศรี ออโต้ คุณชินจึงยกให้ กรุงศรี ออโต้ เป็นหนึ่งในพันธมิตรที่มีความสัมพันธ์มากกว่าคู่ค้า “กรุงศรี ออโต้ เป็นแบรนด์ที่ช่วยให้เราทำงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และสนับสนุนเราเสมอ เรามีวิสัยทัศน์เดียวกัน คือใช้ความเป็นเพื่อนนำทางธุรกิจ” เธออมยิ้มและบอกว่า กรุงศรี ออโต้ เปรียบดังเพื่อนที่ร่วมเดินทางร่วมกันมากกว่า 15 ปี

อีกหนึ่งหลักที่คุณชินใช้บริหารคนคือ Compassion (ความโอบอ้อมอารีและมีเมตตา) ทั้งกับลูกค้าและพนักงาน ปัจจุบัน บริษัท เอเบิล มอเตอร์ส กรุ๊ป จำกัด มีโชว์รูมรถยนต์ 4 แบรินด์ 11 สาขา ทุกเคสของลูกค้า คุณชินยังตรวจสอบและดูรายงานด้วยตนเองทุกวัน คุณชินสนุกกับการบริหารงาน เธอไม่มีโต๊ะประจำที่ออฟฟิศได้ออฟฟิศหนึ่ง ทุกๆ วันจะผลัดเปลี่ยนสลับเข้าแต่ละโชว์รูม ไปพบทีมงานแบบมีนัดหมายบ้าง มีเซอร์ไพรส์บ้าง การไปเยือนแต่ละโชว์รูมเพื่อสะท้อนว่าทุกทีม ทุกสาขา ล้วนสำคัญเท่ากัน

ชีวิตเวิร์กก็ง่วงแถมควบคู่ไปกับการบริหารเวลาเพื่อทำหน้าที่เวิร์กก็ง่วงอย่างเต็มที่ เธอยังมีงานประจำที่สำคัญคือการขับรถไปส่งลูกวัย 9 ขวบ และ 7 ขวบ ไปโรงเรียนทุกเช้า เป็นอีกหนึ่งในมิชชั่นความสุข

“จากเดิมเราเป็นเด็กจบใหม่ 15 ปี เราค่อยๆ สัมผัสประสบการณ์ ได้เข้าใจผู้คนมากขึ้น ได้พบเจอลูกค้า ได้บริหารคน เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของโลก และนำมาปรับใช้กับตัวเองเพื่อเป็นผู้นำที่ดี ทั้งหมดเราร่วมเพาะประสบการณ์และกลายมาเป็นคาแรกเตอร์ของตัวเอง นี่คือนแนวทางของฉันทน์ ใช้ความจริงใจและเข้าใจในการบริหารงาน”



Styles for Success

ในนวนิยายเรื่อง 1Q84 ของนักเขียนฮารูกิ มูราคามิ เล่าถึงฉากหนึ่งที่พระเอกอาชีพครูสอนวิชาคณิตศาสตร์โรงเรียนกวดวิชาได้เข้าไปดื่มเครื่องดื่มในบาร์แจ๊สแห่งหนึ่ง ที่นั่นเขาได้พบกับโลกที่แตกต่างจากที่เคยพบเห็นในชีวิตจริง นั่นคือความละเมียดละไม ทั้งบทเพลง เครื่องดื่ม และสไตล์ของเจ้าของร้าน บทสนทนาเรียบง่ายระหว่างคนสองคนที่มีเคาน์เตอร์กันกลาง หนึ่งในมุมมองของเจ้าของบาร์แจ๊สถ่ายทอดออกมาว่า เขามักจะแต่งตัวให้เทียบเท่ากับลูกค้าของเขาเสมอ

ประโยคนี้ชวนให้คิดถึงแนวคิด Dress like your customer ลูกค้าของคุณเป็นอย่างไร มีไลฟ์สไตล์อย่างไร ในฐานะผู้ประกอบการ คุณควรเข้าใจลูกค้าผ่านการสื่อสาร ถ่ายทอดเป็นภาษาเดียวกับเขา ในด้านแรกที่สุดคือผ่านสไตล์และการแต่งกาย

กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ขอชวนคุณผู้อ่านเดินทางไปกับโลกแห่งการแต่งกาย โลกแห่งสไตล์ที่สร้างได้ด้วยตัวคุณ ดังคำกล่าวที่ว่า “Uniform dictates power” การแต่งกายและสไตล์นำมาซึ่งพลังในตัวคุณได้ สไตล์ที่จะพาคุณไปพบกับความสัมพันธ์ใหม่ๆ เปิดโอกาสให้คุณได้เรียนรู้และเข้าใจคู่ค้าธุรกิจ และสไตล์อาจนำมาซึ่งความสำเร็จได้เช่นกัน ดังเรื่องราวของบทความ Styles for Success ต่อจากนี้

แต่งอย่างไรให้ "บ๊ออาชีฟ"

กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน เชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสร้างภาพลักษณ์บุคคลและองค์กร **อาจารย์อนุชา ภิรมย์โยธี (อ.อ้อย) CEO & FOUNDER แห่ง EMPOWER THAILAND** ร่วมเปิดมุมมองของการแต่งกาย บุคลิกภาพ และนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ



การขายสินค้าจะขายแค่ 'คุณลักษณะ' อย่างเดียวไม่เพียงพอ จะต้องถ่ายทอดผ่าน 'คุณลักษณะ + คุณค่า' ซึ่งสิ่งนี้จะเชื่อมโยงมาที่ตัวตนของเรา



บุคลิกภาพสำคัญต่อผู้ประกอบการอย่างไร

คำว่าบุคลิกภาพไม่ได้หมายความว่าแค่เรื่องเสื้อผ้าและการแต่งกายเพียงอย่างเดียว หากแต่มันสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของความประทับใจแรกพบ (First Impression) ตามหลักวิทยาศาสตร์ ช่วงเวลาในการสร้างความประทับใจแรกพบจะเกิดขึ้นเพียง 3-5 วินาที เท่านั้น โดยนักจิตวิทยาชื่อ อัลเบิร์ต เมห์ราเบียน (Albert Mehrabian) ทำการศึกษาวิจัยพบว่า 55% แรกที่เราจะสร้างความประทับใจได้ ผ่านการมองเห็นด้วยตา บุคลิกภายนอก การแต่งกาย 38% จะผ่านน้ำเสียง และ 7% จะผ่านชุดคำพูด นั่นแปลว่า ผู้คนมักจะตัดสินกันด้วยดวงตา และจากงานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนว่า ทำไมคนหนึ่งคนจึงต้องลงทุนเรื่องบุคลิกภาพภายนอก และในกรณีเป็นผู้ประกอบการ บุคลิกภายนอกคือสิ่งสำคัญที่ดึงดูดคนรอบข้าง

มีแนวคิดหนึ่งที่เราอาจจะเคยได้ยินมาว่า ในการทำธุรกิจ เราปล่อยให้สินค้าขายตัวมันเองก็ได้ แน่นอนว่ามีความจริงอยู่ในนั้น แต่ถ้าผู้ประกอบการมีแนวคิดว่าจะปล่อยให้สินค้าทำหน้าที่ขายตัวมันเอง นั่นแปลว่า เรากำลังโยนหน้าที่นี้ให้ตัวสินค้า แต่อย่าลืมว่า เมื่อสินค้าถูกพัฒนาออกมาแล้ว มันจะไม่ได้หยุดอยู่แค่นั้น มันต้องไปต่อ และคนที่จะทำให้สินค้าพัฒนาต่อก็คือพวกเราผู้ประกอบการ และท่ามกลางสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นถ้าคนจะซื้อสินค้า คนจะซื้อจากตัวคุณที่เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ คุณต้องเป็นตัวแทนของภาพลักษณ์สินค้าที่คุณขายได้ เพราะในยุคสมัยนี้ การขายสินค้าจะขายแค่ "คุณลักษณะ" อย่างเดียวไม่เพียงพอ จะต้องถ่ายทอดผ่าน "คุณลักษณะ + คุณค่า" ซึ่งสิ่งนี้จะเชื่อมโยงมาที่ตัวตนของเรา บุคลิกภาพของเราจำเป็นต้องแบรนด์ดังเพื่อเล่าเรื่องสินค้านั้นๆ ด้วย จำไว้เสมอว่า ถ้าคุณแต่งตัวดี วันหนึ่งลูกค้าจะ Buy you ก่อนที่จะ Buy Product ด้วยซ้ำ

จำเป็นไหมที่ผู้ประกอบการต้องแต่งกายให้ "ดี"

การแต่งกายดี ในที่นี้ไม่จำเป็นต้องใช้แบรนด์เนมเสมอไป แต่คำว่าแต่งกายดีคือ กาลเทศะ โดยคำนึงถึง 2 หลัก คือ 2P : People and Place คุณไปพบใคร และคุณไปที่ไหน อยู่ที่คนแต่งตัวอย่างไรและวางตัวอย่างไร เป้าหมายในการแต่งตัวออกจากบ้านของคุณในวันนี้คืออะไร คุณต้องแต่งตัวเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่คุณคาดหวังด้วย และในทุกๆ การแต่งกาย ขอให้คำนึงถึงหลักแค่ 3 อย่าง แม้คุณจะไม่ใช่อุเชี่ยวชาญในการแต่งตัว หรือคุณมองว่าตนเองยังแต่งตัวไม่เป็น แต่หลักการที่ง่ายที่สุดที่ใครๆ ก็ทำได้คือ ขอให้คิดถึง 3 แนวคิดสากล คือ 1. สะอาดใหม่ 2. เรียบร้อยใหม่ และ 3. พอเหมาะใหม่ 3 คีย์เวิร์ดนี้เป็นสิ่งที่จะพาคุณไปกับทุกสถานการณ์ และที่สำคัญ ทุกๆ การแต่งกายควรจะคงไว้ซึ่งตัวตนของคุณ Be you... การแต่งกายที่ดีควรคู่ไปกับบุคลิกภาพเชิงบวก



บุคลิกภาพเชิงบวกสำหรับผู้ประกอบการมีลักษณะเป็นอย่างไร

คาแรกเตอร์ของมนุษย์ทั่วไป หรือในบทบาทของผู้ประกอบการมี 3 ลักษณะที่สำคัญ คาแรกเตอร์ที่ 1 **พระราชา (King)** มีความโอ้อวด อ่อนโยน มีความเมตตา กรุณา เป็นที่รักของทุกคน คาแรกเตอร์ที่ 2 **นักรบ (Warrior)** พุดเสียงหนักแน่น แววดาแว่นแฉ่ง มั่นคง คาแรกเตอร์ที่ 3 **คนอารมณ์ขัน (Comedian)** เป็นคนสนุกสนาน เป็นกันเอง ซึ่งทั้ง 3 คุณลักษณะนี้อยู่ในตัวของคน และผู้ประกอบการก็มักจะมียุคทั้ง 3 แบบนี้อยู่ในตัว หากถามว่าคาแรกเตอร์ไหนดีที่สุดที่สุด คำตอบคือไม่มี ขึ้นอยู่กับว่าคาแรกเตอร์ไหนที่เหมาะสมกับบริบทหรือกลุ่มลูกค้าและผู้ฟังนั้นๆ มากที่สุด ในบทบาทผู้นำองค์กร บางวันที่ต้องฟรีเซนต์งาน ต้องพูดเรื่องตัวเลข เชิงนโยบาย คาแรกเตอร์แบบ King + Warrior ก็อาจเป็นส่วนสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือ

เมื่อการแต่งกายสร้างความสัมพันธ์ สู่หลัก Build a Rapport

Rapport (ออกเสียง Ra-Por) คำนี้มาจากภาษาฝรั่งเศส Build a rapport คือ Build a relationship การสร้างความสัมพันธ์ ดังนั้น บุคลิกภาพที่ดีจำเป็นต้องมาพร้อมกับทัศนคติ (Mindset) ที่ดีควบคู่กัน ไม่อย่างนั้นการแต่งกายที่ดีจะสะท้อนแค่ Personal Branding เฉพาะตัวคุณเอง

หลักการ Build a rapport เริ่มต้นด้วยการสร้าง 3 สบาย ดังทฤษฎีที่ว่า เราประทับใจแรกพบกันด้วย See “สบายตา” นั่นหมายความว่า เมื่อคุณไปพบใครจงทำให้คู่สนทนารู้สึก “สบายตา” เพราะบุคลิกภาพที่ดี จากนั้นจึง Hear “สบายหู” เพราะคำพูดเชิงบวก และสุดท้ายคือ Experience นั่นคือประสบการณ์ที่พบกัน อยู่กับใครก็ควรทำให้เขาอยู่ใกล้แล้ว “สบายใจ”

ตัวอย่างการสร้างความสัมพันธ์ (Build a relationship) เริ่มต้นจากการฟัง การฟังกับการได้ยินไม่เหมือนกัน การได้ยินคือได้ยินจากหู แต่ถ้าฟังคือฟังด้วยใจ นั่นแปลว่า ภาษากายของคุณต้องไปด้วยกัน ถ้าคุณเป็นเจ้าของธุรกิจ มีทีมงานเดินเข้ามาปรึกษางาน ถ้าคุณฟังด้วยใจ คุณจะหันไปสบตา ให้ภาษากายของคุณเปิดรับฟัง มีการสบตา มีรอยยิ้ม มีสีหน้าในเชิงบวก (Facial Expression) ประกอบกับน้ำเสียงในเชิงบวกเพื่อทำให้คู่สนทนารู้สึกสบายใจที่ได้คุยกับเรา

อีกหนึ่งทักษะที่สร้างมิตรและความสัมพันธ์ได้คือ Small Talk การคุยกันเล็กน้อย ช่วงเวลา 3 นาที ก่อนนำไปสู่บทสนทนาจริงจัง ทราบหรือไม่ว่า มีหลักสูตรที่เปิดสอนทักษะ Small Talk โดยเฉพาะด้วยเช่นกัน กฎในการ Build a rapport ในรูปแบบ Small Talk คือ เมื่อฝ่ายหนึ่งถาม “1 ประโยค” เราต้องตอบ “2 ประโยค” หรือมากกว่าเป็นต้นไป และโยนคำถามกลับเพื่อให้บทสนทนาต่อเนื่อง บทสนทนาเบาๆ แบบ Small Talk จะนำไปสู่บทสนทนาที่จริงจังขึ้น Deep Talk และบทสนทนาที่มีพลังต้องแสดงถึงความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) คู่สนทนา นี่คือการสื่อสารและศิลป์ และนับเป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ที่ผู้ประกอบการควรมี และเมื่อคุณสามารถสร้างสานสัมพันธ์ Build a rapport ได้ การเจรจาประสานงานและดำเนินธุรกิจก็จะราบรื่น

สิ่งสำคัญคือ การแต่งกายที่ดี บุคลิกภาพที่ดี ควรควบคู่ไปกับทัศนคติที่ดี มีความเข้าอกเข้าใจผู้อื่น สิ่งนี้ต่างหากคือเครื่องประดับที่ดีที่สุด

“Good manners will open doors that the best education cannot.” *Clarence Thomas*

“มารยาทที่ดีเข้าได้กับคนทุกระดับ ในขณะที่การศึกษาที่ดีที่สุด... ทำไม่ได้”
คลาเรนซ์ โทมัส ผู้พิพากษาชาวอเมริกัน

แต่หากหยิบคาแรกเตอร์แบบ Comedian ควบคู่ไป ก็จะทำให้บุคลิกนี้กลมกล่อม และมีเสน่ห์มากยิ่งขึ้น



Dress Like a Pro for Men and Women

5 สิ่งที่มีอาชีพทางธุรกิจควรมีไว้ในตู้เสื้อผ้า



Men

1. **สูท** : เสื้อและกางเกงที่มาจากผ้าผืนเดียวกันในการตัดเย็บ 3 สีคลาสสิก ดำ กรมท่า เทา สำหรับเบลเซอร์ (เสื้อและกางเกงคนละสี) สามารถใช้ได้เช่นกัน แต่จะให้ Mood and Tone ที่ Casual ซึ่งสูทแบบ Traditional จะให้ความเป็นสากลและทางการมากกว่า
2. **รองเท้านักธุรกิจ** : รองเท้าหนังสีดำคลาสสิกที่สุด หรือสีน้ำตาลเข้ม
3. **นาฬิกา** : งานกลางวันควรเป็นนาฬิกาสายเหล็ก ถ้างานกลางคืนควรเป็นนาฬิกาสายหนัง (เหตุผลเพราะผู้ชายส่วนใหญ่สวมใส่ทักษิได้ออกงาน เมื่อเวลาที่ตกแขนเสื้อขึ้น สายหนังจะเข้ากับสีของทักษิได้)
4. **เข็มขัด** : ควรเป็นสีเดียวกับสีรองเท้า
5. **กระเป๋าเอกสาร (Briefcase)** : ถ้าคุณใส่ชุดสูท คุณควรมีกระเป๋าเอกสารที่ถือแล้วเข้ากับชุดสูทของคุณ



Women

1. **สูท** : จะเป็นชุดกางเกงหรือเดรสสูทก็ได้ แต่ควรเป็นสีเดียวกันทั้งท่อนบนและท่อนล่าง ในวันที่ต้องการความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพ ถ้าเป็นเดรสสูท ความยาวของชุดจำเป็นต้องคลุมเข่า เดรสทรงสอบจะช่วยพรางตัวให้คุณมีสะโพกและหุ่นของคุณเพรียวขึ้น
2. **รองเท้ามีส้น** : (ความสูงเริ่มต้น ครั้งนี้ - 1 นิ้ว) ถ้าอยากหุ่นเพรียว ควรเป็นรองเท้าส้นแหลม รวมถึงรองเท้าปลายแหลมจะทำหน้าเท้าของคุณดูยาวขึ้น คุณจะดูสูงยาวขึ้นทันที และช่วยเสริมพลังความมั่นใจ เลือกรองเท้าที่สีเดียวกันกับผิวจะทำให้คุณดูยาวมากขึ้น
3. **นาฬิกา** : ควรเลือกนาฬิกาแบบมีเข็มนาฬิกา (Analog) ในทุกๆ การประชุมหรือคุยกับลูกค้า คุณสามารถใช้แวตนาฬิกาเลือกมองเข็มนาฬิกาได้ หากเลือกแบบสมาร์ทวอตช์ การต้องยกมือขึ้นมากดูเวลา อาจทำให้บทสนทนาถูกรบกวน
4. **ต่างหู** : เลือกเป็นชนิดแป้น เพชรเม็ดเล็กๆ หรือต่างหูกลมก็เพียงพอ เน้นความเรียบง่าย (Less is more)
5. **เครื่องสำอาง** : การแต่งหน้าจะทำให้คุณมีสีสัน มีชีวิตชีวา คนพบเห็นก็จะสบายตา

การสวมใส่ "เสื้อผ้า" เป็นเรื่องของจิตวิทยา

เสื้อผ้าและเครื่องประดับไม่ใช่แค่เรื่องของแฟชั่นหรือความสวยงามเท่านั้น แต่กลับมีอิทธิพลต่อจิตใจของเราด้วย เรื่องนี้ถูกวิจัยอย่างเป็นเรื่องเป็นราวโดย 2 นักจิตวิทยาที่ชื่อว่า Hajo Adam และ Adam d. Galinsky แล้วสรุปออกมาเป็นแนวคิด "Enclothed Cognition" อธิบายว่าเสื้อผ้าส่งผลเชิงจิตวิทยากับผู้สวมใส่ ตั้งแต่อารมณ์ทัศนคติ ไปจนถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

พวกเขาทดลองโดยใช้ "เสื้อกาวน์" (Lab Coat) ซึ่งถูกนิยามว่าเป็นเสื้อคลุมของแพทย์ เป็นตัวแทนของภาพลักษณ์ความฉลาด เอาใจใส่ และรอบคอบ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สวมเสื้อกาวน์จะสามารถจดจำกับแบบทดสอบได้มากกว่าคนที่ไม่ใส่ เรียกได้ว่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานประเภทที่ต้องใช้ความใส่ใจได้

และเมื่อทำการทดลองต่อไป โดยบอกกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกว่่านั้นเป็นเสื้อกาวน์แพทย์ และบอกกับอีกกลุ่มว่าเป็นเสื้อคลุมของจิตรกร ผลการทดสอบพบว่ากลุ่มแรกทำแบบทดสอบได้ดีกว่า เห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงจิตวิทยาเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เรากำหนดให้เครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ ถ้าเราสวมเสื้อผ้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความเฉลียวฉลาด เราก็จะรู้สึกฉลาดขึ้น ถ้าเลือกจะแต่งตัวใส่สูท ผูกไท ก็จะมีรู้สึกว่าตัวเองดูน่าเชื่อถือได้เช่นกัน

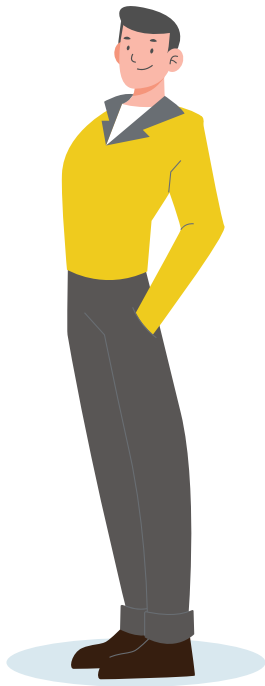
นอกจากนี้ยังมีกรณีศึกษาที่ตีพิมพ์ใน Journal of Experimental Psychology: General โดยแบ่งผู้ชายจำนวน 128 คน ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ คนที่สวมชุดสูทกับ คนที่สวมเสื้อยืด กางเกงวอร์มกับ รองเท้าแตะ ไปทดลองเจรจาธุรกิจ กลุ่มคนที่สวมชุดสูทเจรจาได้กำไรมาโดยเฉลี่ย 2 ล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้จะเป็นเพราะ "ลุค" ภายนอกที่ผู้อื่นมองแล้วยังส่งเสริมความมั่นใจให้คนที่สวมสูทด้วย เพราะระหว่างเจรจาพวกเขาไม่จำเป็นต้องยอมจำนนให้ข้อเสนอแรกที่ราคาต่ำ และพยายามต่อรองจนได้ผลกำไรที่น่าพึงพอใจ

ในทางกลับกัน กลุ่มคนที่ใส่ กางเกงวอร์มมักได้รับข้อเสนอแรกในราคาต่ำกว่าที่คนใส่สูทได้รับ แถมยังเจรจาขาดทุนไปโดยเฉลี่ย 1.2 ล้านเหรียญสหรัฐ! เรื่องนี้บอกได้ว่าประโยชน์ของการสวมใส่เสื้อผ้าที่สื่อถึงสถานะทางสังคมที่สูงกว่าช่วยเพิ่มความโดดเด่นและประสิทธิภาพในการทำงาน และทำให้คุณกลายเป็นนักเจรจาต่อรองที่เก่งขึ้นด้วย



แล้วต้องแต่งตัวอย่างไร เมื่อ...

- **ต้องเป็นทางการ** การสวมเสื้อผ้าสีเข้มจะดูเป็นทางการมากกว่า โดยเฉพาะสีดำและสีเทา ใช้เครื่องประดับที่เรียบง่าย เส้นสายน้อย ดูสะอาดตา จะดีกว่าการสวมกำไลขนาดใหญ่ ใช้ผ้าพันคอแบบพัน เพราะเครื่องประดับมากมายจะลดความเป็นทางการของคุณลง
- **ไม่เป็นทางการ** สีสดใส่ พาสเทล และเสื้อผ้าหลวมๆ บ่งบอกถึงบรรยากาศของแฟชั่นแบบล้าลอง ซึ่งจะทำให้เข้ากับคนได้ง่ายมากกว่า ผู้ชายควรใส่แค่เน้าฟิกาหรือแหวนแต่งงานก็เพียงพอ ไม่จำเป็นต้องใส่แหวนที่นิ้วหัวแม่มือหรือต่างหู
- **อยากดูเก๋กว่าใคร** หากคุณเป็นคนมีความคิดสร้างสรรค์ ไม่มีสิ่งใดสื่อสารเรื่องนี้ได้ดีไปกว่าแฟชั่น ฉะนั้นคุณไม่ต้องติดกรอบสีที่ชอบ แนะนำให้เลิกใช้สีที่ใช้เป็นประจำ อาจจะลองสังเกตว่าใส่สีดำเยอะไปไหม ลองเปลี่ยนเป็นสีกรมหรือสีน้ำตาล หากปกติชอบใส่ยีนส์ อย่ายึดติดแค่สีน้ำเงิน เพราะยีนส์สีดำหรือสีเขียวกาก็ดีดูดีเช่นกัน คุณผู้หญิงอาจสวมกระโปรงหนังที่ดูแหวกแนว หรือการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่มีเนื้อผ้าและน้ำหนักแตกต่างกันทำให้เกิดมิติที่ดึงดูดทั้งผู้สวมใส่และผู้ที่มีมองเห็นได้
- **อยากดูเป็นมืออาชีพ** คุณไม่จำเป็นต้องซื้อเสื้อผ้าแพงๆ แต่ต้องแน่ใจว่าสวมใส่เสื้อผ้าที่พอดีตัว ไม่แน่นเกินไป ไม่หลวมเกินไป ไม่ยาวเกินไป และไม่สั้นเกินไป อย่าลืมเลือกเสื้อผ้าที่มีการตัดเย็บที่ประณีตที่จะทำให้คนอื่นรู้สึกว่าคุณเป็นคนละเอียด รอบคอบ
- **อยากดูมีอำนาจ** แฟชั่นไม่ได้ส่งผลต่อความประทับใจที่คนอื่นมีต่อเราเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อวิธีคิดและความรู้สึกเกี่ยวกับเราด้วย เชื่อไหมว่าถ้าคุณทำตัวเด่นกว่าคุณสามารถประนีประนอมน้อยลงได้ และมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น คุณอาจแต่งตัวให้เหมือนกับผู้มีอำนาจในชุดสูท หรือสวมเสื้อผ้าสีจัดจ้านจะทำให้คุณโดดเด่นและรู้สึกมีพลังมากขึ้น



เลือก "สี" เพื่อสื่อสาร

รู้ไหมว่าแค่เลือกสีเสื้อผ้าก็มีผลเช่นกัน หากคุณเป็น "สายมู" อาจคุ้นเคยกับการเลือกสวมเสื้อผ้าจากตารางเสื้อสีมงคล วิธีนี้อาจช่วยเสริมสร้างพลังใจว่าแต่ละวันจะได้เจอกับเรื่องราวดีๆ และค้าขายคล่องตัว ขณะเดียวกันในทางวิทยาศาสตร์ก็มีคำแนะนำเกี่ยวกับการเลือก "สี" เสื้อผ้าโดยอิงจากหลักจิตวิทยาที่จะช่วยสื่อสารถึงบุคลิกภาพ อารมณ์ และบทบาทของคุณให้ผู้อื่นรับรู้ได้เช่นกัน

- **สีฟ้า** แสดงถึงความมั่นคงในอารมณ์ ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือ
- **สีน้ำเงิน** ให้ความรู้สึกที่น่าเชื่อถือ มีความหนักแน่น และแสดงออกถึงความทะเยอทะยานอย่างแรงกล้า
- **สีแดง** เป็นสีที่ช่วยดึงเอาบุคลิกความเชื่อมั่นในตัวเองและความทะเยอทะยานออกมา แสดงให้เห็นว่าเป็นคนที่รู้จักความต้องการของตัวเองและปรารถนาความสำเร็จในชีวิต
- **สีเหลือง** ช่วยให้ผู้สวมใส่เต็มไปด้วยความสดใส และการเปิดใจเป็นผู้รับฟังที่ดี ที่สำคัญยังส่งเสริมในเรื่องของการขายอีกด้วย
- **สีเขียว** ช่วยสร้างความสมดุลและความสงบ สบายตา สบายใจ ช่วยดึงบุคลิกของความนิ่ง ความมั่นคงภายในออกมาให้เด่นชัด
- **สีม่วง** ให้ความรู้สึกลึกลับ รวมทั้งยังช่วยเสริมสร้างความมีเสน่ห์ และความสง่างาม
- **สีส้ม** สีของความกระตือรือร้นไม่หยุดนิ่ง ช่วยให้ขบขันเน้นความสามารถในการจัดการความไม่เป็นระเบียบต่างๆ ให้เข้ารูปเข้ารอย
- **สีขาว** ดูบริสุทธิ์และเข้าถึงง่าย ขณะเดียวกันก็แสดงออกถึงความสง่างามและมีเกียรติและมีความเป็นมืออาชีพ
- **สีดำ** แสดงถึงความหนักแน่นและเข้มแข็ง ช่วยเสริมความมั่นใจในตัวคุณ ทำให้ดูมีเสน่ห์น่าค้นหา หากต้องนำเสนองานใหญ่ๆ แนะนำว่าต้องใส่สีนี้

ซึ่งการเลือกเสื้อผ้าที่ใช้ ในโอกาสที่เหมาะสม นอกจากจะเสริมบุคลิกให้ดูดีแล้วยังช่วยให้คุณติดต่อสื่อสารกับคนอื่นได้ง่ายขึ้นด้วย แล้วคุณจะเป็นผู้ชนะในทุกเกมอย่างแน่นอน



3 บุณพล คน (ภาพลักษณ์) ดี

คุยกับ 3 หนุ่ม ทายาทของ คุณสมชาย เหล่าสายเชื้อ ผู้ก่อตั้ง “โตโยต้ากลุ่มคนรักดี” ซึ่งประกอบไปด้วย โตโยต้า ดีเยี่ยม โตโยต้าดีลักซ์ และโตโยต้าโซคิตี

ในฐานะตัวแทนของกลุ่มคนรักดี 3 หนุ่มจะมาเผยเคล็ดลับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สำคัญต่อการทำธุรกิจอย่างไร

สินทรัพย์ที่มีค่า

“สุขภาพและบุคลิกภาพ คือ สินทรัพย์ที่มีค่าในการทำธุรกิจ” จากการพูดคุยถึงแนวทางการใช้ชีวิตของ 3 พี่น้อง คุณเค คุณเจ และคุณเอ พวกเขาเห็นพ้องต้องกันว่า ร่างกายคือเครื่องยนต์สำคัญที่ขับเคลื่อนชีวิตการทำงานและชีวิตการทำธุรกิจอย่างมาก ดังนั้น พวกเขาจึงใส่ใจกับการดูแลตัวเองมากๆ

กองบรรณาธิการ กรุณศรี ออโต้ แมกกาซีน ได้รับเกียรติจาก 3 พี่น้อง ที่ภัตตาคารอาหารจีนดั้งเดิมของครอบครัว เหล่าสายเชื้อ ในตัวเมืองจังหวัดอุบลราชธานี พี่ชายคนโต สุเทพ เหล่าสายเชื้อ (คุณเค) กรรมการผู้จัดการบริษัท โตโยต้า ดีลักซ์ จำกัด ผู้ชื่นชอบการตีแบดมินตันหลังเลิกงาน เป็นชีวิตจิตใจ พี่ชายคนกลาง สุรศักดิ์ เหล่าสายเชื้อ (คุณเจ)

กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด ผู้มุ่งมั่นในการสร้างร่างกายที่แข็งแรงและบุคลิกดีผ่านการเล่นฟิตเนส เขาได้รับฉายาจากคนสนิทว่า “ลียองเจ” และน้องชายคนเล็ก สุรัช เหล่าสายเชื้อ (คุณเอ) กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้า ดีเยี่ยม ยูสคาร์ จำกัด และ บริษัท โตโยต้าโซคิตี จำกัด ผู้ชื่นชอบการโดรฟ์กอล์ฟ กีฬาที่นอกจากไม่เพียงให้สุขภาพ แต่ยังให้มุมมองในการเข้าสังคม

หากย้อนไปถึงจุดเริ่มต้นในการรักกีฬา 3 พี่น้องบอกว่า สิ่งนี้ถูกปลูกฝังแต่เด็ก ชีวิตในโรงเรียนประจำสอนให้พวกเขา มีกีฬาเป็นเพื่อน

“พวกเราเรียนที่โรงเรียนอัสสัมชัญ ศรีราชา ที่นั่นสอนให้คุณต้องมีทักษะด้านดนตรี หรือไม่ก็กีฬา พวกเราเริ่มเล่นกีฬากันตั้งแต่มัธยมปลาย ต่างคนต่างมีกีฬาที่ตัวเองชอบ ผมตีแบดมินตันกับคุณพ่อ (คุณสมชาย เหล่าสายเชื้อ) ตั้งแต่เด็ก จนคุณพ่อหันไปเล่นบาสเกตบอล แต่ผมยังชอบแบดมินตัน เล่นต่อเนื่องมา 7 ปีแล้ว ไม่ได้เน้นแข่งขัน แต่เน้นการออกกำลังกายทุกวัน ตั้งเป้าไว้ทุกวันคือ ออกกำลังกายให้ได้ 1,600 แคลอรี ฮาร์ตเรตต้องให้ได้ 170-180 ต่อวัน” คุณเค พี่ชายคนโตเริ่มต้นเล่า



สุเทพ เหล่าสายเชื้อ (คุณเค)
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้า ดีลักซ์ จำกัด



สุรัชย์ เหล่าสายเชื้อ (คุณเอ)
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้า ดีเยี่ยม ยูสคาร์ จำกัด และ
บริษัท โตโยต้าโซคส์ จำกัด

“ชีวิตการทำงาน เรานั่งโต๊ะทำงานยาวๆ ทุกวัน เราปวดหลัง แต่การตีแบดทำให้เราต้องใช้ความเร็ว มีการเคลื่อนไหว กล้ามเนื้อแข็งแรง หัวใจเต้นแรง เมื่อออกกำลังกายดี สมอ ก็จะตามมา ได้นอนหลับเร็ว หลับ 3 หุ่ม ตื่นเช้ามาก็สดชื่น”

เมื่อถึงคราคุณเจ พี่ชายคนกลางเล่าเรื่องการออกกำลังกายของตัวเองบ้าง สำหรับเขา กีฬาต่างๆ นับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต แต่จุดเริ่มต้นในการดูแลรูปร่างผ่านการเล่นฟิตเนส คือความสนใจไปอีกขั้น นั่นคือการหาแพชชันให้ตนเอง คุณเจค่อยๆ ลดน้ำหนักจากการเดินและวิ่ง จนมีโอกาสดูพบกับเทรนเนอร์ที่รู้ใจและเข้าใจไลฟ์สไตล์นั้นคือ ไม่จำกัด การกิน มีความสุขกับการออกกำลังกายอย่างสมดุล คุณเจมองว่า ถ้าเขาออกกำลังกายอย่างไม่มีความสุข เขาจะอยู่กับสิ่งนี้ได้เพียงช่วงสั้นๆ แต่กลับกัน หากพบทางสายกลาง มีความสุขกับการเปลี่ยนแปลงรูปร่างตัวเองอย่างมีวินัย เขาจะทำได้ต่อเนื่อง “ผมปั๊มทั้งหน้าอกและซิกซ์แพ็ก ทุกคนล้วนมีซิกซ์แพ็กอยู่แล้ว เพียงแต่เผาผลาญไม่ถึง ต้องคาร์ดิโอเป็นประจำ คุณเจใช้วิธีการคือกินคาร์โบไฮเดรตและโปรตีนให้ถึง เข้าฟิตเนสเพื่อเล่นเวทเทรนนิ่งและคาร์ดิโอควบคู่

“สิ่งสำคัญคือต้องมีวินัย” คุณเจกล่าวสรุป

เมื่อเอ่ยถามถึงคุณเอ น้องชายคนเล็ก มีเรื่องเล่ากันในกลุ่มที่ใครฟังก็ถึงกับทึ่งว่า เมื่อ 20 ปีที่แล้วคุณเอเคยได้รับรางวัลโบนัสดจากคุณพ่อ ลดน้ำหนักก็โลกริมละ 100,000 บาท คุณเอเล่าด้วยรอยยิ้มแสนภูมิใจว่าจบมาเล่นจั้นั้น “ผมได้

หลายล้านเลยครับ” สร้างเสียงหัวเราะรอบวง คุณเอเล่าว่า ก่อนนั้นเคยน้ำหนักหนักเฉียดหลักร้อย เน้นการออกกำลังกายให้เยอะ กินให้น้อย ออกกำลังกายทุกวันอย่างมีวินัย ที่สำคัญคือมีแรงบันดาลใจจากคุณพ่อว่าอยากมีรูปร่างที่ดี บุคลิกดี และสุขภาพดี ทุกวันนี้กีฬาที่ชอบและฝึกฝนต่อเนื่องคือ กีฬาอล์ฟ

กีฬาและความสัมพันธ์

ย้อนไปในอดีต คุณเจและคุณเอมีกีฬาร่วมกันคือ กีฬา ตะกร้อ เมื่อฟังเกร็ดน่าสนใจว่าทำไมพวกเขาถึงชอบกีฬานี้ เรา กลับพบว่า กีฬาไม่เพียงแต่สร้างสุขภาพที่ดี แต่ยังสร้างทีมเวิร์ก ในการทำงานให้ราบรื่นอีกด้วย คุณเจเริ่มต้นเล่า

“สมัยนั้นเราอายุ 20 ต้นๆ เรายังเด็ก ยังเก็บเกี่ยว ประสบการณ์ ตอนนั้นผมเริ่มคุมช่างไม้ได้ อาจเพราะยังมี ช่องว่างระหว่างกัน ผมก็ใช้วิธีลงไปคุยกับช่าง ถามว่าเขาเล่น อะไร เขาเตะตะกร้อหลังเลิกงาน ผมก็เลยลองทำสนาม สั้งทำ หลังคาไปตั้ง 3 ล้าน โดนปีบ้น เพราะหน้าฝนเตะตะกร้อไม่ได้ เราเล่นด้วยกัน ทำแข่งกับลูกน้อง ใครแพ้ก็วิดพื้น เราเล่น จากไม่เป็น จนเริ่มสูสี วิดพื้นกันจนน้ำหนักลง” คุณเจหัวเราะ “ใครจะคิดว่าเราเตะตะกร้อได้ แต่หลังจากเล่นกีฬาด้วยกัน กลายเป็นสนิทกับช่าง ทำงานกันง่ายขึ้น คุยงานกันง่ายขึ้น”

แม้ 3 พี่น้องจะเติบโตไปในชีวิตในแบบของตนเอง แต่ ทุกๆ เข้า สิ่งหนึ่งที่เป็นกิจวัตรยามเช้าที่ขาดไม่ได้คือ การส่ง



สุรศักดิ์ เหล่าสายเชื้อ (คุณเจ)
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด

นำหนักเข้าไปในกรุปไลน์ครอบครัวทุกๆ เข้า โดยทุกสิ้นเดือน คุณพ่อ ท่านประธานสมชายจะสรุปเป็นกราฟมาให้ดูทุกเดือน กิจกรรมนี้ดำเนินต่อเนื่อง เรียกได้ว่า ครอบครัวเหล่าสายเชื้อ มีรีพอร์ตน้ำหนักของตัวเองตั้งแต่ปี 2562 แล้ว

“ผมมองว่าที่คุณพ่อกำลังทำอยู่นี้ทำให้เราหันมาใส่ใจสุขภาพตัวเองทุกๆ วัน ท่านกำลังสอนให้เรารักษาสภาพ เงิน ทุกคนก็มีเหมือนกัน แต่ว่าใครจะสุขภาพดีกว่ากันนี่คือตัวชี้วัดสำคัญ” มุมมองจากคุณเอ น้องคนเล็ก

คุณเค พี่ชายคนโตเสริม “สิ่งที่ท่านกำลังทำอยู่คือวินัย ครอบครัวเราอ้วนง่าย กินเก่งทั้งบ้าน แต่พอหลังๆ พี่ๆ น้องๆ เริ่มผลัดกันเข้าโรงพยาบาล ทำให้เราหาสาเหตุว่าเราเข้าโรงพยาบาลเพราะอะไร ทำไมเราป่วย คุณพ่อจึงเริ่มวางแผนให้ลูกๆ นอกเหนือจากดูแลภาคธุรกิจ 70% อีก 30% ในกรุปไลน์นี้จะดูแลมาถึงสุขภาพ” คุณเคยังเล่าอีกว่า กรุปไลน์นี้ไม่ได้คุยแค่เรื่องน้ำหนักตัว แต่เรื่องตัวเลข ธุรกิจ รายงาน KPI ประจำวัน ก็เป็นสิ่งที่คุณพ่อและลูกๆ ทั้งสามร่วมบริหารไปด้วยกัน เรียนรู้และพัฒนาอุปสรรคไปด้วยกัน

ภาพลักษณ์ VS ธุรกิจ

ย้อนไปในชีวิตการเรียนรู้การทำธุรกิจ จากมุมมองของลูกๆ ทั้งสาม เราได้เห็นการบุกเบิกฝ่าฟันกว่าจะเป็น “อาณาจักรโตโยต้าดีเยี่ยม” เพราะลูกๆ เองก็อยู่ในช่วงชีวิต

ที่คุณพ่อเริ่มต้นทำธุรกิจ “ตอนนั้นพวกเราลำบาก แต่ก่อนเสียตอกเบี้ยวันละล้าน” คุณเจเล่าว่าเขาเริ่มขับรถเป็นตั้งแต่ประถม ในยุคนั้นเด็กๆ ที่เติบโตในสังคมธุรกิจต่างจังหวัด ทักษะการขับร่นับเป็นบทเรียนแรกๆ ของชีวิตลูกผู้ชาย “เอาเบาะรองหลังรองกันให้สูง แล้วช่วยพ่อขับรถมาขาย จากขอนแก่นมายโสธร พวกเราทำมาหมดแล้ว เวลาไป พวกเรานั่ง บขส. ขากลับก็ขับรถมาส่ง ถามว่าช่วงนั้นลำบากไหม เป็นช่วงที่ครอบครัวกำลังสร้างตัว เคยเห็นป้าลำบากสุดตอนวิกฤตปี 40 เงินบาทลอยตัว มีสินทรัพย์อะไรไปขายออกหมดเลย จนมาเริ่มก่อตั้งโตโยต้าดีเยี่ยม ต่อยอดมาโตโยต้าดีลักซ์ และโตโยต้าโชคดี” คุณเค พี่ชายคนโตเล่าถึงอดีต เมื่อย้อนกลับไปมองนี่คือของขวัญชิ้นสำคัญที่ผู้เป็นพ่อมอบให้ลูกๆ นั่นคือ การเผชิญกับความท้าทายที่ยากลำบาก

จนมาถึงวันนี้ วันที่ 3 พี่น้องเติบโตและบริหารธุรกิจแยกกันโดยสิ้นเชิง พวกเขายังคงมีหลักสำคัญในการบริหารงานคือ สร้างทีมงานให้มีคุณภาพ และโดดเด่นด้วย “บุคลิกภาพ”

“แต่ก่อนผมเคยมองว่าการขับรถหรู นาฬิกาหรู ใส่ข้าวของแบรนด์เนม คือการบ่งบอกว่าผมรวย แต่พอเวลาผ่านไปนาฬิกาหรูของผมถูกแทนที่ด้วยสมาร์ตวอตช์ วัดสุขภาพร่างกาย จริงอยู่ เรายังจำเป็นต้องมีของใช้ดีๆ อยู่กับเรา แต่สิ่งสำคัญ ผมว่ารอยยิ้มสำคัญที่สุด รอยยิ้มคือสินทรัพย์ที่มีค่าในการทำธุรกิจ” คุณเคให้ความเห็นถึงบุคลิกภาพสำคัญที่มัดใจลูกค้า

“ผมมองว่า การทำธุรกิจ Impression สำคัญนะ ถ้าเรามีบุคลิกภาพที่ดี หน้าตาสะอาดสะอ้าน ดูดี แน่ใจเราเจอคนสวย คนหล่อ รูปร่างดี เราก็อยากคุย ยากทักทาย” คุณเจให้มุมมอง อาชีพขายรถยนต์ ดังนั้นฝ่ายขายจำเป็นจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเห็นดังที่มีคำร่ำลือว่า เราจะเห็นฝ่ายขายของทีมโตโยต้าดีเยี่ยม บุคลิกดี มีรอยยิ้ม รูปร่างดีแทบทุกคน รวมถึงรองเท้าวิ่ง มักจะเป็นโบสน์เล็กๆ น้อยๆ สำหรับพนักงานที่ท่านประธานจะมอบให้เสมอ คุณเจมองว่าเป้าหมายสุดท้ายของการทำธุรกิจคือการดูแลตัวเองให้มีชีวิตที่ดี และใครอยู่ใช้เงินได้นานกว่าคนนั้นคือผู้ชนะ

“เงินซื้ออะไรก็ได้ครับ แต่ซื้อสุขภาพไม่ได้ เมื่อคุณมีสุขภาพดีชีวิตด้านอื่นๆ ก็ดีตามมา” คุณเอ น้องชายคนเล็กกล่าวทิ้งท้าย และบทสนทนาทั้งหมดนี้ทำให้เราได้หันกลับมามองว่าแท้จริงแล้วการทำธุรกิจ ควรเริ่มต้นจากสิ่งเล็กๆ ที่สำคัญ นั่นคือการดูแลสุขภาพและร่างกายให้พร้อมลงสนามอย่างสมารถอยู่เสมอ ทั้งหมดนี้ สร้างแต้มต่อให้ธุรกิจของคุณได้

โตโยต้าดีเยี่ยม www.facebook.com/100024343548019
โตโยต้าดีลักซ์ www.facebook.com/toyota.ubn
โตโยต้าโชคดี www.facebook.com/ToyotaChokdee2022



krungsri
Auto

เครือ  MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก



กรุงศรี บิ๊ก ไบค์ / กรุงศรี มอเตอร์ไซค์

ให้คุณบิด บิ๊ก ไบค์ หรือ มอเตอร์ไซค์ ได้ง่าย ๆ ไม่ใช่แค่ฝืนลอยลม

ให้คุณบิด บิ๊ก ไบค์ ได้ง่าย ๆ ไม่ใช่แค่ฝืนลอยลม โดยขอสินเชื่อผ่านผู้แทนจำหน่าย
อย่างเป็นทางการทั่วประเทศ

- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน*
- อนุมัติไว
- ดาวน์น้อย
- ผ่อนสบาย

*เฉพาะผู้สมัครที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อโดย บมจ. ออยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส • เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด

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

Tough Cafe

คอมมูนิตี้สำหรับคนขี่มอเตอร์ไซด์
ของ ดร.ปิ๊ป-อรรถพงษ์ สกุลศรีประเสริฐ
แห่ง MotoGroup



หากคุณมีความฝันสักอย่าง เมื่อเวลาผ่านไปหลายปีคุณอาจถอดใจหรือทำฝันนั้นหล่นหายก็เป็นได้ แต่สำหรับ ดร.ปิ๊ป-อรรถพงษ์ สกุลศรีประเสริฐ กรรมการผู้จัดการ กลุ่มธุรกิจ MotoGroup เก็บบ่มความฝันจะทำคอมมูนิตี้คนรักรถมอเตอร์ไซด์เอาไว้วัน 7-8 ปี และวันนี้เขาปั้นฝันนั้นให้เป็นรูปเป็นร่างขึ้นแล้วในชื่อ Tough Cafe

ฝันที่ต้องรอเวลา

“ผมอยากจะทำคอมมูนิตี้ให้คนมารวมตัวกัน เพราะเราไปเห็นร้านกาแฟที่คนขี่มอเตอร์ไซด์ไปกัน”

ดร.ปิ๊ปเริ่มต้นฉายภาพความฝันที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก 2 แปรนต์ระดับโลก หนึ่งในนั้นคือ Deus ร้านแต่งรถมอเตอร์ไซด์จากออสเตรเลีย ที่นอกจากจะรับคัสตอมมอเตอร์ไซด์ระดับมาสเตอร์พีซแล้ว Deus ยังขยายขอบเขตเป็นแบรนด์ไลฟ์สไตล์ที่ขายทั้งเสื้อผ้า แอ็กเซสเซอรี ไปจนถึงสร้าง Avenue ที่มีร้านตัดผม ร้านอาหาร และคาเฟ่ กับอีกหนึ่งคาเฟ่ในตำนานอย่าง Ace Cafe ที่ตั้งอยู่ชานเมืองของลอนดอน ประเทศอังกฤษ จุดรวมตัวที่ไบเกอร์จะมาสังสรรค์พูดคุย รับประทานอาหาร ดื่มกาแฟ หรือซ่อมรถจนทำให้ร้านแห่งนี้กลายเป็นสถานที่แห่งประวัติศาสตร์ของเหล่านักบิด



“ผมนำไอเดียนี้ไปให้สถาปนิกออกแบบ แต่วันนั้นต้องพูดตรงๆ ว่าเราก็กว้างเรื่องสถานะการเงิน สุดท้ายแล้วช่วงชีวิตของคนไม่เหมือนกัน ช่วงนั้นเราเรียกว่าเป็นช่วงสร้างตัวที่ผมเพิ่งเข้ามารับช่วงต่อ MotoGroup ซึ่งเงินเข้า-เงินออกเป็นเรื่องสำคัญ ทำแล้วต้องมีกำไร ต้องมีรายได้เข้ามาเพื่อจุนเจือ โปรเจกต์นี้จึงพับไปแล้วเปลี่ยนเป็นพื้นที่ให้บริการ ขายสินค้าทั้งหมด”

ที่ดินเปล่าที่เคยตั้งใจจะสร้างคอมมูนิตี้จึงถูกสร้างเป็น GoDunk MotoGroup ศูนย์บริการและจำหน่ายของแต่งรถมอเตอร์ไซด์ครบวงจรขึ้นมาก่อน

Passion ก็เติมเต็มชีวิต

ธุรกิจ MotoGroup ภายใต้การบริหารของ ดร.บ็อบ เติบโต อย่างมั่นคงจนขยายไปถึง 40 สาขา ทั่วกรุงเทพฯ ในที่สุดก็ถึงเวลาทำตามความฝันโดยเริ่มจากคิดว่าจะทำร้านกาแฟเล็กๆ แต่เมื่อลงมือทำด้วยแพสชัน ความสนุกและความสุขระหว่างทาง ผลักดันให้ Tough Cafe ใหญ่โตกว่าที่คิด มีที่นั่งให้เลือกทั้งโซนด้านบนและด้านล่าง รวมถึงสามารถรองรับลูกค้าที่นำรถมารับบริการที่ GoDunk MotoGroup, Moto Bike Wash และ Moto Group Service Center

“ผมตั้งใจไว้ว่าจะลงทุนประมาณ 2-3 ล้านบาท แต่เอาเข้าจริงลงเงินไปกว่า 10 ล้านบาท พอเป็นเรื่องของแพสชัน จะแจ้งผมก็ไม่ว่า เกินงบก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าเป็นเรื่องธุรกิจ ทุกอย่างต้องผ่านการคำนวณมาหมดแล้ว ต้องทำ Feasibility (ศึกษาความเป็นไปได้) แต่ร้านนี้ผมยอม เพราะมองว่าทำครั้งเดียวจบเพื่อเติมเต็มความรู้สึก”

นอกจากจะไม่จำกัดต้นทุนการสร้างแล้ว ถ้าไรที่ ดร.บ็อบ

คาดหวังก็ไม่ใช่เรื่องของตัวเงิน แต่เป็นการสร้างสายสัมพันธ์กับผู้คน

“ผมมองว่าสิ่งที่ผมขาดไปคือเรื่องมิตรภาพกับลูกค้าที่ผ่านมาระหว่างทริปกับลูกค้าบ่อย แต่วันที่ลูกค้ามาหาเรากลับไม่ค่อยได้เจอกัน เขาแวะเวียนมาแต่เราติดประชุม คุยงาน แต่เมื่อมีตรนี้ ช่วงบ่ายๆ ผมก็มานั่งที่นี่ ได้เจอคนเป็นร้อยเลย ซึ่งผมจะไม่ค่อยคุยกับลูกค้าเรื่องการขายรถว่าต้องมาซื้อคันนี้สิ ไม่คุยเรื่องส่วนลด เพราะสุดท้ายแล้วจะมีเรื่องผลประโยชน์เข้ามาซึ่งให้ทีมงานคุยไปดีกว่า ผมอยากคุยกับเขาแบบเพื่อน ซึ่งร้านกาแฟมาเติมเต็มเรื่องนี้ได้ ใช้เวลาสัก 1-2 ชั่วโมงมาทักทายกัน นั่งคุยอัปเดตข่าวสาร”

ไม่ใช่เฉพาะลูกค้าของ MotoGroup เท่านั้น คนที่ชื่นชอบมอเตอร์ไซด์และคนทั่วไปที่รักกาแฟก็สามารถแวะเวียนมาได้ ตั้งแต่ 9.00-19.00 น. ของทุกวัน นอกจากนี้ Tough Cafe ยังเปิดพื้นที่เป็นพิเศษสำหรับจัดงานอีเวนต์ตอนกลางคืนเพื่อต้อนรับเพื่อนพ้องของ MotoGroup ด้วย

“ร้านกาแฟสามารถเป็นพื้นที่ทำกิจกรรมต่างๆ ได้ด้วย ซึ่งบการตลาดของรถแต่ละแบรนด์ไม่เยอะ ถ้าจะทำให้โดนใจลูกค้าเป็นเรื่องยากมากเพราะงบจำกัด อาจจะแค่พาไปดื่มกาแฟแล้วกลับไม่สามารถทำอย่างอื่นได้ แต่พอมีร้านนี้ผมสามารถจัดอีเวนต์ตอนกลางคืน มีดนตรีสด ลูกค้าหรือพันธมิตรของเราก็ได้สนุกกันเต็มที่โดยไม่ต้องใช้งบประมาณเยอะเหมือนไปหาร้านอาหาร พื้นที่ของเราสามารถจุคนได้เกือบร้อยคน ซึ่งถ้าแบรนด์อยากเปิดตัวสินค้าใหม่ก็มาเช่าพื้นที่ของเราได้ ผมว่าก็สนุกดี”



Tough แບสูดที่สะท้อนภาพ Biker

Tough Cafe เป็นคาเฟ่ไทม์สไตล์สุดเท่ กรูกระจกใสที่สามารถมองเห็นวิวด้านนอกได้ ภายในตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่ผสมผสานเหล็กและไม้ แม้แต่ชื่อ Tough ก็หมายถึงความบึกบึน ความแข็งแรง ความคูล ความเจ๋ง สะท้อนภาพลักษณ์ของมอเตอร์ไซด์ซึ่งเป็นทั้งความหลงใหลและธุรกิจหลักของดร.ป๊อป

เฟสต่อไปแบรนด์นี้จะแตกออกเป็น 2 ไหล่ คือ Tough Cafe ซึ่งเป็นคาเฟ่และร้านอาหาร ส่วน Tough Design จะกลายเป็นแบรนด์สำหรับเสื้อผ้า Streetwear และ Accessories ทั้งหมดรวมรองเท้า หรือของชิ้นเล็กอย่างพวงกุญแจ ที่ออกแบบโดยคนขับที่มอเตอร์ไซด์ตัวจริงมาวางขายบนโลกออนไลน์

ซึ่งแม้ว่าในอนาคต Tough จะประสบความสำเร็จแค่ไหน ดร.ป๊อปก็ยืนยันว่าจะมีเพียงแค่สาขาเดียวเท่านั้น

"Tough ไม่ใช่ธุรกิจ ผมไม่คิดว่าจะเปิดสาขาเพิ่มแน่นอน เพราะมันไม่มี 'ตัวเรา' ไปอยู่ในสาขาที่ 2 ผมเปิดร้านนี้เพราะต้องการมาเจอลูกค้าโดยไม่คิดเรื่องต้นทุน แต่เป็นการลงทุนเพื่อเติมเต็มหลายเรื่องในชีวิต"

Tough Cafe ผสานความชอบของ ดร.ป๊อป คือมอเตอร์ไซด์และกาแฟเข้าด้วยกัน ในวันที่อากาศดีเขาจะชงกาแฟดื่มเอง ดริปบ้าง หรือนั่งชงด้วยโมกกาพอต (Moka Pot) ที่หน้าบ้าน เมื่อเปิดคาเฟ่จึงเสิร์ฟเมนูกาแฟที่ครีเอตขึ้นจากความร่วมมือกับแบรนด์กาแฟระดับท็อปของเมืองไทยอย่าง Bottomless มีการครีเอตเมนูไซดาจากผลไม้ตามฤดูกาลให้กลายเป็นชิกเนเจอร์ของร้าน และมีแท็บเปียร์สดให้บริการ ซึ่งต่อไปผู้ไปเยือนจะได้ชิมเมนูอาหารไทยประยุกต์ เช่น แกงส้มกุ้ง ห่อหมก สูตรเมืองประจวบคีรีขันธ์ ที่จะผลัดเปลี่ยนมาเสิร์ฟในทุกๆ วัน

Tough Cafe

วงเวียนพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี
(เข้าซอยข้างไทรอัมพ์ พระราม 5 ไปเพียง 900 เมตร)
เฟซบุ๊ก : www.facebook.com/toughcafe



Norshire Tyre Inflator

ตัวแก้ปัญหายางแบน ใช้ช้กะทัดรัด

เรื่องของการยางแตก ยางรั่ว เป็นปัญหาเล็กๆ ที่มักจะชวนให้หัวเสียอย่างมาก หรือบางครั้งการลงมือแก้ไขต้องใช้เวลาและแรงค่อนข้างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าจะต้องมาเปลี่ยนยางอยู่ข้างถนนท่ามกลางแสงแดดที่แผดเผาในช่วงฤดูร้อนเช่นนี้ ดังนั้น ข้อแนะนำหนึ่งที่เราพบเจออยู่บ่อยครั้งบนโลกออนไลน์ คือ การติดปั๊มลมเอาไว้ในรถเพื่อช่วยแบ่งเบาหรือบรรเทาความสาคหของปัญหานี้

วันนี้เรามีแกดเจ็ตแนะนำ อุปกรณ์ปั๊มลมที่มีดีไซน์ควบคู่ไปกับประสิทธิภาพการใช้งาน

Norshire Tyre Inflator คือปั๊มลมที่มีรูปร่างไม่เหมือนกับปั๊มลมสักเท่าไร แต่เป็นแท่งทรงกระบอกที่มีความยาว 8.2 นิ้ว และเส้นผ่านศูนย์กลาง 1.6 นิ้ว ตัวถังผลิตจากโลหะพ่นสีดำ ซึ่งสัดส่วนขนาดนี้ทาง Norshire เคลมว่าตัวเองเป็นปั๊มสูบลมที่มีขนาดเล็กที่สุดในโลก สามารถพกพาได้ง่าย และโปรเจกต์นี้เปิดตัวในเว็บไซต์ Kickstarter.com สำหรับคนที่มิโอเดียสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อระดมทุนจากคนที่ชอบในสินค้าเพื่อนำไปสู่การผลิตจริง

ตัวปั๊มจะมีให้เลือกทั้งแบบที่มีแบตเตอรี่ในตัว สามารถชาร์จเข้ากับช่องไฟ 12V ในรถยนต์ หรือจากหัวชาร์จขนาด 5V/2A DC แบบเดียวกับที่ชาร์จสมาร์ทโฟนก็ได้ โดยจะแบ่งเป็นรุ่น Power และ Battery ซึ่งจะมีขนาดและน้ำหนัก 450 กรัมเท่ากัน แต่สิ่งที่ต่างกันคือพลังลมที่ใช้ในการชาร์จ



Power Version

แรงดัน 175 psi ที่ 10 ลิตร/นาที

Battery Version

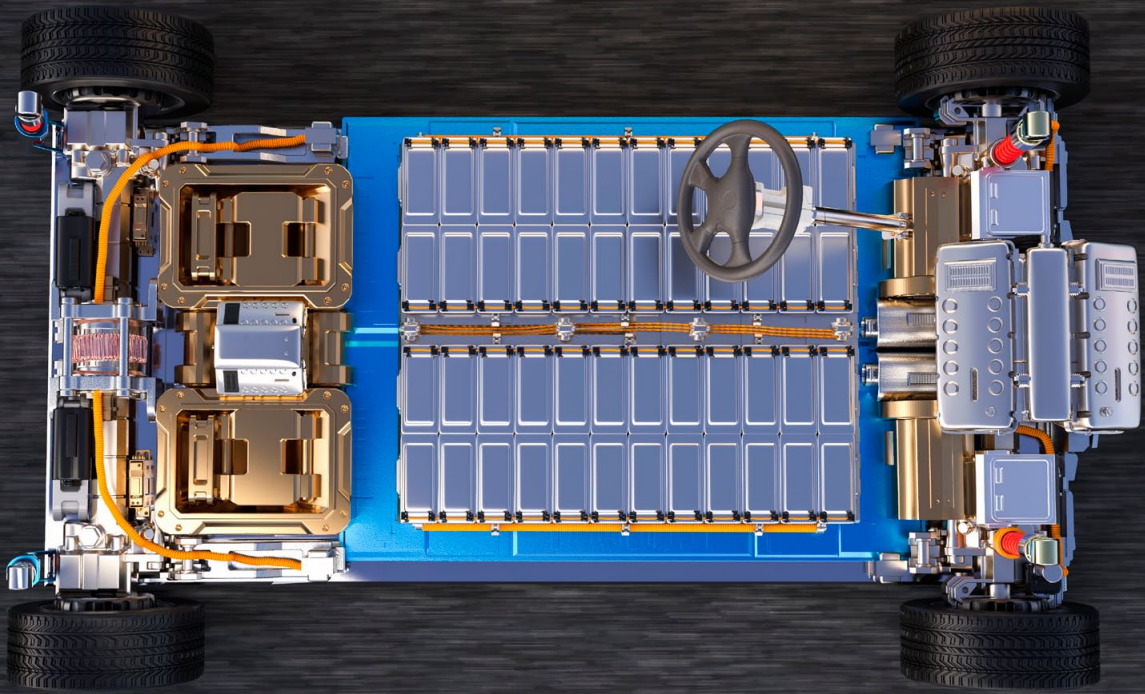
แรงดัน 65 psi ที่ 17 ลิตร/นาที

หรือรุ่นไม่มีแบตเตอรี่ในตัว มีขนาดเล็กลง 156 มิลลิเมตร และน้ำหนักอยู่ที่ 300 กรัม แต่ทุกครั้งที่ใช้จะต้องเสียบปลั๊กเข้ากับไฟ 12V ในรถยนต์ หรือพาวเวอร์แบงก์

แน่นอนว่าสิ่งที่แตกต่างจากปั๊มลมทั่วไป นอกจากดีไซน์แล้ว บนตัวถังของ Norshire Tyre Inflator จะมีหน้าจอ OLED เล็กๆ สำหรับแสดงข้อมูลการทำงาน เช่น ระดับแรงดันลมยางทั้งในหน่วย psi, kpa และ mpa โดยสามารถปรับตั้งแรงดันลมยางที่ต้องการ และระบบจะตัดอัตโนมัติเมื่อถึงตัวเลขที่ต้องการ อีกทั้งยังมีตัวควบคุมอุณหภูมิที่จะสั่งให้พัลลมภายในทำงานเมื่อตัวปั๊มลมมีความร้อนสะสมมากเกินไป

ปั๊มลมรุ่นนี้สามารถใช้สูบลมเข้าสู่อุปกรณ์ต่างๆ ได้อย่างอนกประสงค์ ซึ่งก็รวมถึงยางรถยนต์ที่แบน ซึ่งแม้ว่าจะไม่ได้ระบุมารองรับในการสูบลมเข้าสู่ยางรถยนต์จะเป็นแบบธรรมดา หรือแบบ Run Flat ที่มีความหนาและความแข็งของแก้มยางเป็นแบบพิเศษ แต่ด้วยกำลังของมอเตอร์ในการผลิตแรงดันระดับ 65-175 psi เชื่อว่าน่าจะรองรับกับการใช้งานในลักษณะนี้ได้

นับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่คนรักรถควรมีไว้เป็นอุปกรณ์ใกล้ตัว



ความเคลื่อนไหวของผู้ผลิต EV เมื่อต้นทุนแบตเตอรี่พุ่งสูง

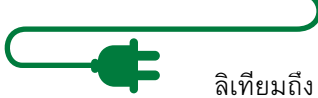
ตลาดรถยนต์ไฟฟ้า EV มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็วในทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยก็มีความสนใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน แต่กรณีที่มีผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า BYD ATTO 3 ประสบอุบัติเหตุจนสร้างความเสียหายให้แก่ชุดแบตเตอรี่ที่อยู่ภายในรถ และมีค่าใช้จ่ายสำหรับการเปลี่ยนแบตเตอรี่ลูกใหม่สูงถึง 896,190 บาท อาจทำให้หลายคนต้องถอยกลับมาคิดใหม่ และเกิดคำถามว่าราคาแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าขนาดนั้นเลยหรือ ถึงทางแบรนด์จะออกมาชี้แจงว่าราคาจริงต่ำกว่านั้น แต่คงต้องยอมรับว่าแบตเตอรี่ราคาหลักแสนนั้นไม่ใช่เรื่องเกินจริง ซึ่งฝั่งผู้ผลิตก็มีความพยายามหาวิธีลดต้นทุนแบตเตอรี่ลง

วัตถุดิบส่งผลต่อราคา

โดยทั่วไปแล้วแบตเตอรี่คิดเป็นต้นทุนประมาณ 30% ของการผลิตรถยนต์ EV เหตุผลมาจากส่วนประกอบในแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน (Li-Ion Battery) ต้องใช้วัสดุหลายอย่างซึ่งหาได้ยากหรือสกัดได้ยาก นอกจากลิเทียมแล้วยังใช้โลหะอย่าง นิกเกิล โคบอลต์ แมงกานีส และแกรไฟต์ รวมทั้งเหล็ก หรืออะลูมิเนียมเพื่อหุ้มแบตเตอรี่

จากผลสำรวจราคาแบตเตอรี่ประจำปีของ Bloomberg New Energy Finance (BNEF) จะเห็นได้ว่าในการพัฒนารถยนต์ไฟฟ้าตั้งแต่ปี 2553 ราคาแบตเตอรี่ลดลงเรื่อยๆ จาก 1,200 ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลวัตต์ ลดลงเหลือ 141 ดอลลาร์สหรัฐ/กิโลวัตต์ ในปี 2564 กระทั่งในช่วงปลายปี 2565 ราคามีการปรับตัวสูงขึ้น 7% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าและจะยังคงอยู่ที่ระดับราคาเดียวกันไปจนถึงปี 2567 เพราะราคาวัตถุดิบอย่างแร่ลิเทียม โคบอลต์ นิกเกิล พุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบในช่วงกลางปี 2565 สูงกว่าปี 2563 ถึง 144% จากการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้งานแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นทุกปี สำหรับปี 2565

ต้นทุนแบตเตอรี่ EV อาจ พุ่งสูงขึ้น 22% ภายในปี 2569 จากการขาดแคลน วัตถุดิบหลักที่จำเป็นใน การผลิตเซลล์แบตเตอรี่ ลิเทียมไอออน



ที่ผ่านมามีความต้องการประมาณ 603 กิกะวัตต์ เลย์ทีเดียว ซึ่งผู้ผลิตมักเลือกที่จะไม่แบกรับภาระต้นทุนส่วนนี้ แต่อาจผลักให้ผู้บริโภคเป็นผู้จ่ายซื้อรถไฟฟ้าในราคาแพงขึ้น

รีไซเคิลแบตเตอรี่เก่ามาผลิตใหม่

โซลิตีที่ส่วนประกอบของแบตเตอรี่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ผู้ผลิตรถยนต์และบริษัทพลังงานต่างทุ่มเงินให้บริษัทสตาร์ทอัพด้านรีไซเคิลหลายสิบแห่งในอเมริกาเหนือและยุโรป

ในบรรดาบริษัทรีไซเคิลแบตเตอรี่ Redwood Material นำแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าที่หมดอายุการใช้งานและเศษซากจากโรงงานรถยนต์มาเปลี่ยนเป็นวัตถุดิบและส่วนประกอบเพื่อสร้างเซลล์แบตเตอรี่ใหม่ เช่น ฟอสฟอรัสแดงแอโนด และวัสดุแอ็กทีฟแคโทด โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการผลิตรถยนต์ไฟฟ้ามากกว่า 1 ล้านคัน/ปี ที่ผ่านมามีบริษัทเป็นพันธมิตรร่วมกับ Ford Motor, Toyota, Volkswagen และ Volvo Redwood และรีไซเคิลเศษซากแบตเตอรี่ที่ดำเนินการโดย Panasonic และ Tesla

ทางฝั่งจีนซึ่งปัจจุบันครองตลาดแบตเตอรี่รถยนต์ EV ก็เกิดความร่วมมือกันระหว่าง Mercedes-Benz China, CATL และบริษัทรีไซเคิลแบตเตอรี่อีก 2 รายใหญ่ คือ GEM และ Brunp เพื่อรีไซเคิลแบตเตอรี่ในรถยนต์ไฟฟ้าที่เลิกใช้แล้ว โดย Mercedes-Benz China จะส่งมอบแบตเตอรี่รถยนต์ที่เลิกใช้แล้วให้แก่ GEM และ Brunp ซึ่งจะทำหน้าที่ดองวัตถุดิบหลักอย่างนิเกิล โคบอลต์ แมงกานีส และลิเทียม ก่อนที่ส่งต่อไปยัง CATL เพื่อสร้างแบตเตอรี่ใหม่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้าของ Mercedes-Benz

ท้ายที่สุดแล้ว ความสำเร็จของการรีไซเคิลแบตเตอรี่ขึ้นอยู่กับว่าสามารถทำได้ในราคาถูกพอหรือไม่ แม้ว่าจะมีเทคโนโลยีที่ดีขึ้น แต่บริษัทรีไซเคิลอาจเผชิญกับความยากลำบากในการทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีราคาที่แข่งขันได้กับแร่ธาตุบริสุทธิ์

ในอนาคตอาจไม่ใช่ Li-Ion Battery

ปัจจุบันรถยนต์ไฟฟ้าเกือบทั้งหมดใช้แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนเนื่องจากความสามารถในการชาร์จซ้ำ ใช้งานได้นาน และมีความหนาแน่นของพลังงานที่สูงกว่าแร่ชนิดอื่น แต่ด้วยเรื่องราคา ผู้ผลิตจึงพยายามหาทางเลือกอื่นที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนที่ต่ำลง

หนึ่งในนั้นคือ Contemporary Amperex Technology หรือ CATL บริษัทแบตเตอรี่ที่ใหญ่ที่สุดในโลกและเป็นผู้จัดหา

แบตเตอรี่รายใหญ่ให้แก่ Tesla วางแผนที่จะเริ่มการผลิตแบตเตอรี่โซเดียมไอออนในปี 2566 ซึ่งหากเทียบกันแล้วบนเปลือกโลกมีแร่ธาตุโซเดียมมากกว่า

ลิเทียมถึง 1,000 เท่า จึงมีความเป็นไปได้ว่าจะลดต้นทุนให้รถไฟฟ้าได้ไม่น้อย

แบตเตอรี่โซเดียมไอออนรุ่นแรกของ CATL มีข้อได้เปรียบด้านความหนาแน่นของพลังงานสูง ความหนาแน่นของพลังงานของแบตเตอรี่โซเดียมไอออนรุ่นแรกนั้นต่ำกว่าแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนในปัจจุบันเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม มีข้อดีที่ชัดเจนในด้านประสิทธิภาพการทำงานที่อุณหภูมิต่ำและการชาร์จที่รวดเร็ว และการพัฒนาแบตเตอรี่โซเดียมไอออนรุ่นต่อไปจะเพิ่มความหนาแน่นของพลังงานเกิน 200 Wh/kg และคาดว่าจะใช้กับ EV ที่มีระยะทางสูงสุด 500 กิโลเมตร อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตรถยนต์อาจไม่ได้ละทิ้งการใช้ลิเทียมไอออนโดยสิ้นเชิง แต่จะใช้ทั้งสองอย่างผสมกันซึ่งจะช่วยลดต้นทุนไปได้ระดับหนึ่ง นอกจากนี้ยังสามารถใช้แบตเตอรี่โซเดียมไอออนในพื้นที่ต่างๆ เช่น ใช้ในรถยนต์ EV ความเร็วต่ำ ใช้ในระบบไฟฟ้าสถานฐาน ใช้เก็บพลังงานสำรอง หรือสมาร์ตกริด เพื่อบรรเทาปัญหาแบตเตอรี่ที่เกิดจากการขาดแคลนทรัพยากรลิเทียมไอออน

อีกหนทางเลือกคือการพัฒนาแบตเตอรี่โซลิดสเตต (Solid-State Battery) ซึ่งเมื่อเทียบกับแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนคิดว่าจะสามารถลดต้นทุนแบตเตอรี่ได้ 50% จากการที่ใช้โลหะหายากน้อยลง และมีประสิทธิภาพมากกว่า สามารถชาร์จเร็วขึ้น 3 เท่า ที่สำคัญเพิ่มความหนาแน่นของพลังงานขึ้นเป็น 2 เท่า อาจหมายถึงแบตเตอรี่ที่มีขนาดเล็กลงสำหรับรถยนต์บางรุ่น หรือแบตเตอรี่ที่มีขนาดใกล้เคียงกันแต่วิ่งได้ระยะทางไกลกว่ามาก แต่อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาแบตเตอรี่โซลิดสเตตคืออายุการใช้งานที่สั้น อีกทั้งจำเป็นต้องมีการควบคุมความชื้นในสายการผลิตอย่างเข้มงวด ซึ่งเป็นปัญหาที่อุตสาหกรรมยานยนต์กำลังเร่งหาทางแก้ไขในขณะนี้

ปัจจุบันผู้ผลิตรถยนต์หลายราย เช่น Nissan, Renault และ Mitsubishi ประกาศการลงทุนร่วมกันมูลค่า 2.3 หมื่นล้านยูโรในรถยนต์ไฟฟ้า ด้วยความตั้งใจที่จะบรรลุการผลิตแบตเตอรี่โซลิดสเตตในเชิงพาณิชย์อย่างกว้างขวางภายในกลางปี 2571 เช่นเดียวกับ BMW, Ford, Toyota และ Volkswagen ซึ่งเป็นผู้ผลิตรถยนต์ที่ลงทุนในเทคโนโลยีนี้แล้ว

ที่มา : The New York Times, cnbc, www.kbb.com

สีแห่งโลกยานยนต์ 2023

เพราะสี คือตัวแทนของพลัง และเป็นสัญลักษณ์ที่ให้ความหมายแตกต่างกันไป Enjoy the Ride ฉบับนี้จะพาคุณไปสำรวจเทรนด์สีจากของบริษัทชั้นนำในแวดวงยานยนต์ระดับโลก ที่มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนโลกนี้ด้วยสีสนั่น



เทคโนบลู สื่อถึงพลังอันมีชีวิตชีวา

ปีนี้ บริษัท แอ็กซอลตา โค้ทติ้ง ซิสเต็มส์ (Axalta Coating Systems) บริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมการเคลือบและพ่นสี ประกาศสียานยนต์แห่งปี 2566 คือสีเทคโนบลู (Techno Blue) สีที่โดดเด่นและน่าตื่นตาตื่นใจ แสดงถึงพลังอันมีชีวิตชีวาของโลกใบนี้

“สีประจำปีนี้มีความสดใส และแฝงความรู้สึกเชิงบวกออกมา” ฮาดิ อวาดา (Hadi Awada) รองประธานอาวุโส ฝ่ายยานยนต์ระดับโลกจากแอ็กซอลตาได้ให้มุมมองว่า สีเทคโนบลูเป็นสีที่ตัดกันอย่างชัดเจนกับสีรอยัลมาเจนตา (Royal Magenta) อันหรรษา โทนแดงก่ำ ซึ่งเป็นสีประจำปี 2565 ของแอ็กซอลตาเอง และปีนี้สีเทคโนบลูจะเปลี่ยนความคิดของคนให้ก้าวไปสู่ความคิดอันล้ำยุค สีเทคโนบลูเป็นสีสุดเร้าใจที่เข้ากับจังหวะพลังที่มีชีวิตชีวาในปัจจุบัน เป็นเฉดสีที่ดูแปลกตาชวนเพื่อฝัน และทันสมัย แถมยังแสดงถึงการเปลี่ยนผ่านจากโลกแห่งความจริงไปสู่โลกเสมือน (Virtual World)

ตัวอย่างยานยนต์ในโทนสีเทคโนบลูที่เริ่มปล่อยตัวออกมกันแล้ว ได้แก่ รถมอเตอร์ไซค์ Hero Glamour FI หรือ New Nissan GT-R ที่ออกโฉมมาตั้งแต่ปีที่แล้วในสีน้ำเงินดูสง่า



ชุดสีนิวอาร์เรย์ สะท้อนความยั่งยืน

ลองข้ามฟากมายังอีกบริษัทบีเอเอสเอฟ (Baden Aniline and Soda Factory: BASF) ผู้จัดจำหน่ายสารเคลือบผิวของจีเอ็ม GM (General Motors บริษัทผลิตรถยนต์จากสหรัฐอเมริกา) เปิดตัวคอลเลกชันเทรนด์สีรถยนต์ตั้งแต่ปี 2565-2566 ในชื่อ นิวอาร์เรย์ (New Array) โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับความยั่งยืน (Sustainability) และการใช้งาน โดยชุดสีนิวอาร์เรย์เปิดตัวมาเป็นพาเลตต์ (Palette) ในปีนี้มีความหลากหลาย โดยมีสีเปกตรัมของสีตั้งแต่สีขาว สีเงิน และสีดำแบบดั้งเดิม ไปจนถึงสีที่สะดุดตาอย่างสีเขียวและสีเหลือง ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ คลาสสิก แม้ไม่หวือหวาแต่สะท้อนถึงความยั่งยืน

สีพ่นของบริษัทบีเอเอสเอฟได้รับแรงบันดาลใจจากสีสันจากทวีปยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา เป็นการผสมผสานกันระหว่างสีโทนเข้มคงความนุ่มนวล และเจียบสบ ส่วนสีสันแห่งเอเชียแปซิฟิกเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดสีสันแห่งความสุขและความเผ็ดร้อน เป็นการปลูกฝังแนวคิดของ “อนาคตและมุมมองเชิงบวก”

ตัวแทนของบีเอเอสเอฟมองว่า สีที่พวกเขาทำวิจัยกำหนดออกมานั้นจะนำไปสู่การมองไปข้างหน้า สู่อนาคตที่เคลื่อนไหว ในขณะที่เดียวกันก็สะท้อนกลับมาว่า สีปีนี้จะ เป็นสีที่ทำให้รู้สึกสงบและเย็นตาเย็นใจ

น่าสนใจว่า มุมมองของผู้เชี่ยวชาญทั้งสองค่ายในแวดวงยานยนต์ ต่างกำหนดสีมาในคู่สีที่แตกต่างกัน สีเทคโนโลยีสะท้อนถึงความสดใส เปี่ยมไปด้วยพลัง ขับเคลื่อนไปข้างหน้า ในขณะที่ชุดสีนิวอาร์เรย์ให้ความรู้สึกหวนกลับคืนสู่พลังธรรมชาติที่เยือกเย็น สุขุม และแน่นอน เราคงได้เห็นเฉดสีที่หลากหลายบนท้องถนน ที่หลอมรวมผสมกันได้ลงตัว



Honda CR-V

ยกระดับการเดินทางกับขุมพลัง e:HEV

ในที่สุดเราก็ได้เห็นหน้าตาของ CR-V ใหม่ที่จะเข้ามาทำตลาดกันสักที หลังจากที่ทาง Honda นำไปเปิดตัวในตลาดสหรัฐอเมริกาและจีนตั้งแต่ปีที่แล้ว และแน่นอนว่าใครที่กำลังรอเวอร์ชัน 7 ที่นั่น เหมือนกับรุ่นที่แล้ว เช่นเดียวกับการคิดว่า CR-V ใหม่จะมาในแบบ All-Hybrid Model เหมือนกับที่เคยเกิดขึ้นกับ HR-V คำตอบคือ มันไม่ได้เป็นอย่างที่คิด

CR-V ถือเป็นรถยนต์เนกประสงค์ที่ได้รับการตอบรับจากบ้านเราเป็นอย่างดีอยู่เสมอ โดยเป็นรถยนต์ที่ถูกวางตำแหน่งทางการตลาดทั้งตัวผลิตภัณฑ์และราคาแทรกกลางระหว่าง Civic กับ Accord ด้วยแนวคิดในเรื่องการใช้พื้นฐานของ Civic แต่วางเครื่องยนต์ของ Accord ซึ่งรุ่นแรกเปิดตัวออกมาเมื่อปี 2539 ส่วนรุ่นปัจจุบันนับเป็นเจเนอเรชันที่ 6 แล้ว

สิ่งที่หลายคนเฝ้ารอและคาดหวังว่า CR-V จะคงบางอย่างและแตกต่างจากรุ่นที่แล้วในบางจุด ก็ต้องบอกว่าไม่ถึงกับสมหวังในทุกประการ เพราะข้อแรก CR-V ใหม่อ้างอิงพื้นฐานของการเป็น SUV 5 ที่นั่ง ต่างจากรุ่นที่แล้วซึ่งเปิดตัวออกมาด้วยตัวถังแบบ 7 ที่นั่ง แล้วค่อยมีรุ่น 5 ที่นั่ง ตามมา โดยรุ่นใหม่อันหลักจะเป็นแบบ 5 ที่นั่ง แต่ก็แค่ทางเลือกเดียวเท่านั้นที่เป็นแบบ 7 ที่นั่ง

เรื่องที่ 2 คือ ตัวเครื่องยนต์มีทั้งแบบเบนซิน 4 สูบ 1,500 ซีซี เทอร์โบที่กลายเป็นเครื่องยนต์สหรับของ Honda ไปแล้ว เพราะวางอยู่ในทั้ง Civic, Accord และ CR-V โดยจะมีการปรับสเปกของแรงให้สอดคล้องกับความต้องการของรุ่นรถยนต์ที่วางอยู่ โดยที่มีตัวเลือกเสริมเข้ามาคือรุ่น Hybrid ที่เป็นเครื่องยนต์เบนซิน 2,000 ซีซี ทำงานร่วมกับมอเตอร์ไฟฟ้า โดยรุ่น 7 ที่นั่ง จะมีเพียงรุ่นเดียวในการจับคู่กับเครื่องยนต์เบนซิน ดังนั้น ผันที่หวังว่าจะได้ขับ CR-V แบบ 7 ที่นั่ง พร้อมเครื่องยนต์ไฮบริดเป็นอันจบไป

CR-V รุ่นนี้ได้รับการออกแบบให้เน้นความสปอร์ตด้วยรูปลักษณ์ที่พลิกโฉมใหม่หมดทั้งคัน ทุกรายละเอียดออกแบบด้วยการผสมผสานด้านความปราดเปรียวของรูปลักษณ์ด้วยเส้นสายที่เฉียบคมตลอดทั้งคัน และในรุ่นพื้นฐานจะมากับล้อแม็กซ์ 18 นิ้ว ในขณะที่รุ่นท็อปอย่าง RS จะใช้ล้อแม็กซ์ขนาด 19 นิ้ว กระฉับหน้าดีไซน์ใหม่สีดำ Piano Black และกระฉับหน้าสีดำ Piano Black ตกแต่งด้วยโครเมียม (เฉพาะรุ่น E) กระจกมองข้างพร้อมไฟเลี้ยวปรับไฟฟ้าพร้อมพับเก็บอัตโนมัติ ไฟหน้าและไฟส่องสว่างสำหรับการขับขี่ในเวลากลางวันแบบ LED และไฟเลี้ยวด้านหน้าแบบ LED Sequential อีกทั้งยังเปิดมุมมองใหม่ที่พรีเมียมยิ่งขึ้นกับหลังคาชั้นรูปไฟฟ้าแบบพาโนรามา (Panoramic Sunroof) สะดวกสบายยิ่งขึ้นด้วยฝากระโปรงท้ายเปิด-ปิดด้วยระบบไฟฟ้าแบบแฮนด์ฟรี พร้อมระบบปิดอัตโนมัติเมื่อกุญแจรีโมตอยู่ห่างจากตัวรถ (Hands-Free Power Tailgate with Walk Away Close)

ภายในตอบสนองในด้านความหรูหราด้วยการเลือกใช้โทนสีและวัสดุที่สะท้อนถึงความเป็นพรีเมียมของตัวรถ มีการติดตั้งอุปกรณ์มาตรฐานหลายรายการ เช่น ระบบบันทึกตำแหน่งเบาะนั่งของผู้ขับขี่ (Driver Memory Seat) ไฟสร้างบรรยากาศในห้องโดยสาร (Ambient Light) ส่วนรุ่น RS จะมาพร้อมกับเครื่องเสียงชั้นเยี่ยมจาก BOSE โดยตัวเลือกของเบาะนั่งจะมีทั้งรุ่น 5 ที่นั่ง และ 7 ที่นั่ง ซึ่งสามารถพับเบาะเพื่อเพิ่มความอเนกประสงค์ได้อย่างตามความสะดวก

ในรุ่น 5 ที่นั่ง เบาะด้านหลังทั้ง 2 ด้าน สามารถปรับพับลงแนวราบได้เรียบ (Utility Mode) ช่วยเพิ่มพื้นที่เก็บสัมภาระด้านท้าย และสามารถปรับพับเบาะด้านหน้าและด้านหลัง (Long Mode) เพื่อเพิ่มพื้นที่เก็บของในแนวยาว ส่วนรุ่น 7 ที่นั่ง (เฉพาะรุ่น EL 4WD) สามารถปรับพับ



เบาะด้านหลังแถวที่ 3 เพื่อเพิ่มพื้นที่เก็บสัมภาระด้านท้าย ในขณะที่ผู้โดยสารแถว 2 สามารถนั่งได้อย่างสะดวกสบาย หรือปรับพับเบาะทั้งแถวที่ 2 และ 3 ลงแนวราบ (Utility Mode) เพื่อเพิ่มพื้นที่เก็บสัมภาระด้านท้าย และสามารถปรับพับเบาะด้านหน้าและด้านหลังทั้งแถวที่ 2 และ 3 (Long Mode) เพื่อเพิ่มพื้นที่เก็บของในแนวยาว

2 ทางเลือกของเครื่องยนต์กับ 2 ระบบขับเคลื่อน เริ่มจาก ขุมพลังเทอร์โบ เครื่องยนต์ขนาด 1,500 ซีซี Direct Injection DOHC VTEC TURBO มอปกำลังสูงสุด 190 แรงม้า ผสานการทำงานกับเกียร์อัตโนมัติอัตราทดแปรผันต่อเนื่อง (CVT) มีอัตราการประหยัดน้ำมันสูงสุด 14.3 กิโลเมตร/ลิตร (รุ่น E) และรองรับน้ำมัน E85 มีให้เลือกทั้งแบบระบบขับเคลื่อน 2 ล้อ และระบบขับเคลื่อน 4 ล้ออัตโนมัติ (Real Time (TM) AWD with E-DPS)

อีกรุ่นคือ ขุมพลังการขับเคลื่อนระบบฟูลไฮบริด e:HEV ด้วยเครื่องยนต์ 2,000 ซีซี Direct Injection Atkinson Cycle DOHC i-VTEC 4 สูบ 16 วาล์ว พร้อมด้วยระบบเกียร์อัตโนมัติอัตราทดแปรผันต่อเนื่องไฟฟ้า (E-CVT) และแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนประสิทธิภาพสูง ตอบสนองได้ทันใจด้วยแรงบิดสูงสุด 335 นิวตัน-เมตร มอปกอัตราการประหยัดน้ำมันดีเยี่ยม สูงสุดถึง 20.8 กิโลเมตร/ลิตร (รุ่น e:HEV ES) สามารถปรับเปลี่ยนโหมดการทำงานได้อย่างชาญฉลาด เหมาะสมกับการขับขี่ในทุกสถานการณ์ใน 3 โหมด ได้แก่ โหมดการขับขี่ด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า (EV Drive Mode) โหมดการขับขี่ด้วยระบบไฮบริด (Hybrid Drive Mode) และโหมดการขับขี่ด้วยเครื่องยนต์ (Engine Drive Mode)

เพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง รุ่นนี้มาพร้อมเทคโนโลยีความปลอดภัยอัจฉริยะ ฮอนด้า เซนส์ซิ่ง (Honda SENSING) ผสานการทำงานของกล้องด้านหน้าและเรดาร์ ตรวจจปรถยนต์ รถจักรยานยนต์ จักรยาน และคนเดินถนน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมระบบกล้องมองภาพรอบทิศทาง (Multi-View Camera System: MVCS) (ยกเว้นรุ่น E) เซนเซอร์ระยะหน้า 4 จุด และหลัง 4 จุด ระบบควบคุมความเร็วขณะลงทางลาดชัน (Hill Descent Control: HDC) ไฟส่องสว่างด้านข้างอัตโนมัติขณะเลี้ยว (Active Cornering Light: ACL) ระบบแสดงภาพมุมอับสายตาขณะเปลี่ยนเลน (Honda LaneWatch) และระบบช่วยเตือนความเหนื่อยล้าขณะขับขี่

CR-V ใหม่จะมีทั้งหมด 5 รุ่นย่อย ประกอบด้วย

- ระบบฟูลไฮบริด e:HEV

รุ่น e:HEV RS 4WD	5 ที่นั่ง	ราคา 1,729,000 บาท
รุ่น e:HEV ES	5 ที่นั่ง	ราคา 1,589,000 บาท
- เครื่องยนต์เทอร์โบ

รุ่น EL 4WD	7 ที่นั่ง	ราคา 1,649,000 บาท
รุ่น ES 4WD	5 ที่นั่ง	ราคา 1,599,000 บาท
รุ่น E	5 ที่นั่ง	ราคา 1,419,000 บาท

และนี่ก็สมการรอคอยสำหรับแฟนๆ CR-V รถยนต์ที่หลายๆ คนคุ้นเคยและผูกพันบนท้องถนนอย่างดี



แค่ดูท่าจับสมาร์ทโฟน ก็รู้ว่าคุณมีบุคลิกแบบไหน

ทุกวันนี้โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ทโฟน กลายเป็นอุปกรณ์ที่ขาดไม่ได้ไปแล้ว เพราะต้องใช้สำหรับการทำงาน ติดตามข่าวสาร ไปจนถึงพักผ่อนหย่อนใจ ว่าแต่เคยลองสังเกตไหมว่า ขณะใช้งาน คุณจับโทรศัพท์ทำไหนดเป็นประจำ เพราะรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ แบบนี้สามารถบอกนิสัยของคุณได้เหมือนกัน



จับโทรศัพท์ด้วยมือเดียว และใช้นิ้วหัวแม่มือเพื่อเลื่อนดู แสดงให้เห็นว่าคุณเป็นคนมองโลกในแง่ดี มีความมั่นใจในตัวเอง เมื่อตัดสินใจทำอะไรไปแล้วจะยอมรับผลที่ตามมาโดยไม่มานั่งกังวลให้เสียเวลา หากมีบางอย่างไม่เป็นไปตามที่คิด คุณยังมองเห็นข้อดีในเรื่องนี้และเก็บเอาไว้เป็นบทเรียนที่ต้องเรียนรู้ แล้วสามารถเดินทางต่อได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้คุณยังชอบที่จะสำรวจตัวเองอยู่เสมอ และผลักดันตัวเองให้ออกจากคอมฟอร์ตโซน ซึ่งจะช่วยให้คุณบรรลุเป้าหมายในชีวิตและหน้าที่การงานได้อย่างแน่นอน ในด้านความสัมพันธ์ คุณต้องการเวลาเพื่อศึกษาอีกฝ่ายก่อน จึงดูเหมือนว่าคุณค่อนข้างสงวนท่าทีไม่น้อยเลย



จับโทรศัพท์ด้วยมือสองข้าง แต่ใช้นิ้วหัวแม่มือข้างเดียวเลือนดู คุณเป็นคนจริงจังและฉลาดเฉลียว มักใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง น่าเสียดายที่นั่นหมายความว่า คุณกลัวความเสี่ยง แม้ว่าโดยธรรมชาติแล้วคุณจะเป็นคนที่ตัดสินใจได้ดีและรอบคอบ สามารถสังเกตเห็นรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ที่คนอื่นอาจพลาดไปก็ตาม ด้านความสัมพันธ์ คุณมีความห่วงใยและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และอาจตกหลุมรักได้อย่างรวดเร็ว

จับโทรศัพท์ด้วยมือทั้งสองข้าง และใช้นิ้วหัวแม่มือทั้งสองข้างเลือนดู แสดงว่าคุณเก่งรอบด้านเลยทีเดียว สามารถปรับตัวได้ดีและไม่กลัวการเปลี่ยนแปลง เพราะคุณรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงหมายถึงการเติบโต คุณสามารถทำความเข้าใจ วิเคราะห์และแยกแยะปัญหาที่ซับซ้อนได้อย่างรวดเร็ว เป็นคนมีไหวพริบและเต็มไปด้วยพลัง คุณสนุกกับการใช้สมองระดมปัญญา อย่างไรก็ตาม คุณควรลองเรียนรู้ที่จะอยู่ที่ใดที่หนึ่งเป็นเวลานาน อย่าเพิ่งรีบโตเร็วจนเกินไป และลองทุ่มลงทุนเต็มที่ดูสักที แต่พอเป็นเรื่องความรักความสัมพันธ์ค่อนข้างเป็นไปได้ในทางตรงกันข้ามกับบุคลิกด้านการงาน คุณไม่ค่อยได้ใช้เวลากับคนที่รักสักเท่าไรซะใหม่ละ



จับโทรศัพท์ด้วยมือข้างหนึ่ง และใช้นิ้วชี้อีกข้างเลือนดู บ่งบอกว่าคุณเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์และช่างจินตนาการ ซึ่งจินตนาการที่ล้นเหลือเต็มไปด้วยความคิดจะทำให้เงินทองไหลเข้ามาในชีวิต คุณมีบุคลิกที่ดึงดูดใจ และมีเสน่ห์สะกดใจคน แต่ถึงจะชอบเข้าสังคม บางครั้งคุณก็ต้องการความสันโดษเพื่อเติมพลังให้ตัวเอง ในด้านความสัมพันธ์ คุณเป็นคนรักที่โรแมนติกที่มักจะเป็นฝ่ายแสดงความรักก่อน



หาดเจ้าหลาว

หาดเจ้าหลาว : ไปคราวเดียวได้เที่ยว 6 อาราม

ประเดิมกันที่ทะเลฝั่งอ่าวไทยอยู่ไม่ไกลจากภาคกลาง ซึ่งสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ข้อมูลไว้ในเว็บไซต์ขององค์กรว่าเป็นชายหาดที่สวยงามที่สุดในจังหวัดจันทบุรีเลยทีเดียว **หาดเจ้าหลาว** มีความยาวประมาณ 10 กิโลเมตร ต่อเนื่องจากแหลมเสด็จ ไปจนถึงเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุ้งกระเบน ร่มรื่นด้วยทิวมะพร้าว พร้อมบรรยากาศเงียบสงบ อบอุ่นด้วยที่พักและร้านอาหาร ซึ่งพร้อมบริการนักท่องเที่ยว มีแนวปะการังขนานกับชายฝั่งออกไปในทะเลประมาณ 3 กิโลเมตร ตอบโจทย์ทุกเพศทุกวัย ที่รักการชมความงามใต้ผืนน้ำ เพราะมีทั้งกิจกรรมดำน้ำและเรือท้องกระจก รวมถึงเรือเร็วบริการนำชมแนวปะการังน้ำตื้นด้วย

แต่ก่อนจะมาถึงที่นี่ เราขอแนะนำให้ทุกคนใช้เส้นทางถนนเฉลิมบูรพาชลทิศซึ่งเป็นโครงการถนนเลียบชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกอันมีภูมิทัศน์แสนงดงาม แล้วจอดรถที่ **จุดชมวิวนางพญา** เพื่อชมทะเลแบบพาโนรามาเกือบ 360 องศา ไม่ไกลกันยังมี **จุดชมวิวน้ำพุร้อน** อันเลื่องชื่อด้วยเสน่ห์ของสะพานไม้ที่ทอดยาวใกล้กับท่าเรือประมง นำสายตาไปสู่เจดีย์สีขาวบนโขดหินอายุกว่า 200 ปี ที่คอยยึดเหนี่ยวจิตใจชาวบ้านแถบนี้มาหลายชั่วอายุคน ขับต่อไปอีก 20 กิโลเมตร ก็จะพบกับ **ลานหินสีชมพู** ซึ่งตั้งอยู่ภายในบริเวณเขตห้ามล่าสัตว์ป่าคุ้งกระเบนที่มีเส้นทางเดินยาว 1 กิโลเมตร ให้ทุกคนได้ศึกษาธรรมชาติอย่างใกล้ชิดด้วย

สำหรับท่านใดที่หลงใหลความเขียวชอุ่มของพรรณไม้ น้ำเค็ม สามารถแวะที่ **ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนอ่าว**

Vitamin Sea เติมพลังด้วยทริปกทะเล

หาก “สารอาหารประเภทหนึ่งที่ร่างกายต้องการในปริมาณเล็กน้อย แต่มีความสำคัญเพราะช่วยให้ระบบต่างๆ เกิดความสมดุล” คือนิยามของคำว่าวิตามินแล้วละก็ สารอาหารเพื่อสุขภาพที่ช่วยเติมพลังให้ชีวิตก็คงจะหนีไม่พ้นผืนน้ำ สีสครามตัดกับหาดทรายสีขาวนวลล่อแสงอาทิตย์ระยิบระยับอย่างทะเลเป็นแน่

ฐานข้อมูลความรู้ทางทะเลระบุว่า ประเทศไทยมีจังหวัดซึ่งมีพื้นที่ทะเลทั้งหมด 23 แห่ง แบ่งเป็นฝั่งอันดามัน 6 แห่ง และฝั่งอ่าวไทย 17 แห่ง วันนี้ กรุงเทพฯ ออกได้ จะพาทุกคนไปชมความงามของธรรมชาติและความน่าประทับใจในวิถีชีวิตของพี่น้องทั้ง 2 ฝั่งทะเล พร้อมลงใต้ไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดใจไม่แพ้กัน



จุดชมวิวนางพญา

คุ้งกระเบนได้ เพราะที่นี่มีเส้นทางเดินระยะทาง 1,600 เมตร ให้เรียนรู้ถึงระบบนิเวศ แหล่งอาหารธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งสมุนไพรสำหรับชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบ ส่วนใครที่รักวิถีชีวิตสมัยวันวานต้องห้ามพลาด **ชุมชนริมน้ำจันทบุรี** ถิ่นพักอาศัยเก่าแก่ของชาวจีนและญวนอพยพตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยสามารถปักจุดเริ่มเดินชมได้จาก **เชิงสะพานวัดจันทร์** เป็นแนวไปตลอดจนถึงชุมชนตลาดล่าง เพื่ออ้อมเฝ้ากับบ้านเรือนที่มีสถาปัตยกรรมการแกะสลักแบบฝรั่ง จีน ไทย และแบบผสมผสาน พร้อมเพลินใจกับสินค้าพื้นเมืองและอาหารคาวหวานสูตรโบราณให้ผู้มาเยือนได้ลิ้มลอง



เกาะพยาม : สมบูรณ์ทั้งธรรมชาติ ทิวทัศน์ และบาร์ (ไม่) ลับสุดยอด

จากฝั่งอ่าวไทยย้ายมาที่ฝั่งอันดามันกันบ้างกับอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะระนอง (หรือชื่อเดิม อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะพยาม) ที่ประกอบไปด้วยพื้นน้ำทะเลและเกาะน้อยใหญ่กว่า 15 แห่ง ซึ่งชุมชนชาวเลมอแกนยังดำรงวิถีชีวิตอันเรียบง่ายด้วยการจับสัตว์น้ำรวมทั้งพานักท่องเที่ยวล่องเรือชมความงดงามในมุมต่างๆ ของเกาะพยาม อันมีพื้นที่ประมาณ 35 กิโลเมตร และมีชาวบ้านในท้องถิ่นอาศัยอยู่ประมาณ 160 ครัวเรือน

ความสวยงามของธรรมชาติและบรรยากาศเงียบสงบ บวกกับป่าไม้ที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ มีสัตว์ป่าหายากให้ชมมากมาย เช่น ลิง หมูป่า นกเงือกเล็ก รวมไปถึงเหยี่ยวแดง ทำให้เกาะพยามแตกต่างจากทะเลอื่นๆ โดยบริเวณรอบเกาะเป็นพื้นที่ชายหาดสลับกับโขดหินและมีหาดทรายสวยๆ อยู่หลายแห่งด้วยกัน เช่น อ่าวแม่หม้าย ซึ่งเป็นชุมชนใหญ่และคึกคักมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมเชื่อมไปยังอ่าวต่างๆ นอกจากนี้ยังมี อ่าวหินขาว อ่าวไม้ไผ่ อ่าวปิ๊บแหลมหิน ฯลฯ ให้ทุกคนที่จักรยานหรือเช่ามอเตอร์ไซด์เที่ยวรอบเกาะ รวมถึงเช่าเรือดำน้ำชมปะการังและทิวทัศน์โดยรอบด้วย

แต่หากให้ปักหมุดทำเลที่ต้องไปเยือน เราขอแนะนำให้อ่าวเขาควาย ซึ่งมีความยาวประมาณ 2 กิโลเมตร โดยมุมทั้งสองของอ่าวโค้งเข้าหากันคล้ายเขาควายดูมีเอกลักษณ์ ยามน้ำลงจะเห็นหาดทรายเป็นแนวยาวซึ่งมีสีขาวยอมชมพูจากหอยทับทิม อีกหนึ่งไฮไลต์สำคัญคือหินทะลุ ซึ่งมีลักษณะเป็นภูเขาหินลูกเล็กๆ ตรงปลายถูกน้ำกัดเซาะเป็นโพรงสามารถเดินลอดผ่านได้ บนอ่าวแห่งนี้ยังเป็นที่ตั้งของ **อ่าวบาร์** สถานที่ชิลเอด์ซึ่งสร้างโดยการนำเศษไม้มาต่อกันจนเป็นเรือขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกเหมือนหลุดเข้าไปในภาพยนตร์แฟนตาซีที่อบอุ่นไปด้วยจินตนาการ



หินทะลุ



อ่าวเขาควาย



เซบู



น้ำตกควาซัน



โมอัลโบอัล



เลซอน อาหารเมนูพื้นเมือง



ป้อมซานเปโตร

เซบู : ครบกว่านี้ต้องไปที่ไหน!

เป็นที่ทราบกันดีว่าฟิลิปปินส์นั้นประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่ถึง 7,641 แห่ง การที่จะปักหมุดสักหนึ่งเกาะเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับทริปทะเลแสนสุขใจก็ต้องหมายมั่นได้ว่าเป็นตัวเลือกที่จะไม่ทำให้ทุกคนผิดหวัง และเซบูก็มีคุณสมบัตินั้นด้วย เพราะประชากรที่นี่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี กอปรกับค่าเงินเปโซก็เป็นมิตร ง่ายต่อการดูแลบไม่ให้บานปลาย ยิ่งไปกว่านั้นภูมิประเทศของเกาะเซบูที่ปลอดภัยจากพายุ แดมมีเทศกาลตลอดปี หากพร้อมแล้วเราจะพาทุกคนไปเริ่มต้นกันที่ประวัติศาสตร์อันยาวนานซึ่งยังคงมีพยานวัตถุเด่นตระหง่านไว้ให้นักท่องเที่ยวชมเห็นอดีตของเมืองนี้กัน

ป้อมซานเปโตร ถือเป็นป้อมปราการรูปสามเหลี่ยมที่เก่าแก่ที่สุดในฟิลิปปินส์ เดิมทำด้วยไม้ ต่อมาถูกแทนที่ด้วยหินในศตวรรษที่ 17 ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างป้องกันทางทหารระหว่างการยึดครองของสเปน ตั้งอยู่ในบริเวณท่าเรือของเมืองเซบู มีสองด้านที่หันหน้าเข้าหาทะเล ทุกคนจึงสามารถชมวิวยอดเยี่ยมจากป้อมแห่งนี้ได้ด้วย

มาต่อกันที่**น้ำตกควาซัน**ซึ่งได้รับการบอกต่อกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยว น้ำทะเลสีครามที่ได้รับการเสกสรรจากธรรมชาติไว้อย่างลงตัวคู่กับน้ำตก 3 ชั้น นอกจากจะเหมาะกับการว่ายน้ำและเก็บภาพสวยๆ แล้ว ทุกคนยังสามารถล่องแก่งผ่านช่องเขาสูงตระหง่านและหินงอกหินย้อยไปจนถึงรอยตัวลงไปตามหุบเขา หรือแม้แต่กระโดดจากหน้าผาสูง 30 ฟุต ลงสู่แอ่งน้ำสีฟ้าใส

สำหรับท่านใดที่หลงใหลความงามของโลกใต้ทะเล **โมอัลโบอัล**จะสร้างความประทับใจแบบไม่รู้ลืมกับการดำน้ำเคียงคู่กับปลาซาร์ดินีนับล้านตัวซึ่งได้รับการการันตีจากนักเดินทางว่าน่าทึ่งและมหัศจรรย์เกินบรรยาย

ก่อนกลับอย่าลืมนลิ้มรส**เลซอน** อาหารเมนูพื้นเมืองซึ่งปรุงจากเนื้อหมูดัดใส่ตะไคร้ มะเขือเทศ น้ำส้มสายชู พร้อมส่วนผสมของสมุนไพรและเครื่องเทศท้องถิ่นอย่างไฟออนๆ ให้สุกอย่างช้าๆ แม้คุณจะสามารถพบเลซอนได้ทุกที่ในฟิลิปปินส์ แต่สำหรับในเซบูแล้วต้องยอมรับว่าเป็นหนึ่งในย่านที่ปรุงเลซอนออกมาอย่างมีรสชาติถึงเครื่องที่สุด ด้วยความขึ้นชื่อเรื่องหนังกรอบอันเป็นเอกลักษณ์และเนื้อที่ชุ่มฉ่ำรสจัดจ้าน เลซอนจึงกลายเป็นอีกหนึ่งจุดหมายที่ห้ามพลาดด้วยประการทั้งปวง

ที่มา :

www.thailandtourismdirectory.go.th, www.guidetothephilippines.ph, www.thai.tourismthailand.org, www.ranongcities.com, www.cbttailand.dasta.or.th, www.naturalsite.onep.go.th, www.chanmunic.go.th, www.me-fi.com, www.mkh.in.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 ยะลา	59/23, 25, 27 ถ.จุติอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118 141/89-90 ถ.กาญจนวิถี 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 33, 35 ถ.ยะลา ต.สะเตง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา 95000 โทร. 073-244-020
→ 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.ศุขประยูร 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.ไธเวย์ 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.เทวภิบาล 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.วิวิธการ 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.เทศบาล ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499 257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลึง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499 502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก้ง 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.เนรมแก้ว 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.ศรีมิตร 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 6 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 นิว คาร์ / กรุงศรี นิว คาร์ จีวี จีวี

เลือกรถใหม่สไตล์คุณ ออกง่าย จ่ายจีว ผ่อนชิลน้อยลง 40%*

กรุงศรี นิวคาร์ ให้คุณออกรถป้ายแดงง่ายทุกโซว์รูมทั่วประเทศ

- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน**
- ดาวน์น้อย ผ่อนสบายสูงสุด **84** เดือน

กรุงศรี นิว คาร์ จีวี จีวี ทางเลือกพิเศษ ที่ให้คุณผ่อนน้อยลง

- จ่ายค่างวดน้อยกว่าปกติสูงสุด **40%*** • มี 3 ทางเลือกสำหรับค่างวดสุดท้าย

*เมื่อเทียบกับค่างวดสินเชื่อเช่าซื้อแบบปกติ (กรุงศรี นิว คาร์) ของธนาคาร **เฉพาะผู้สมัครที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
• เดือนไหนไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

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

