krungsri
Auto

A member of MUFG
a global financial group

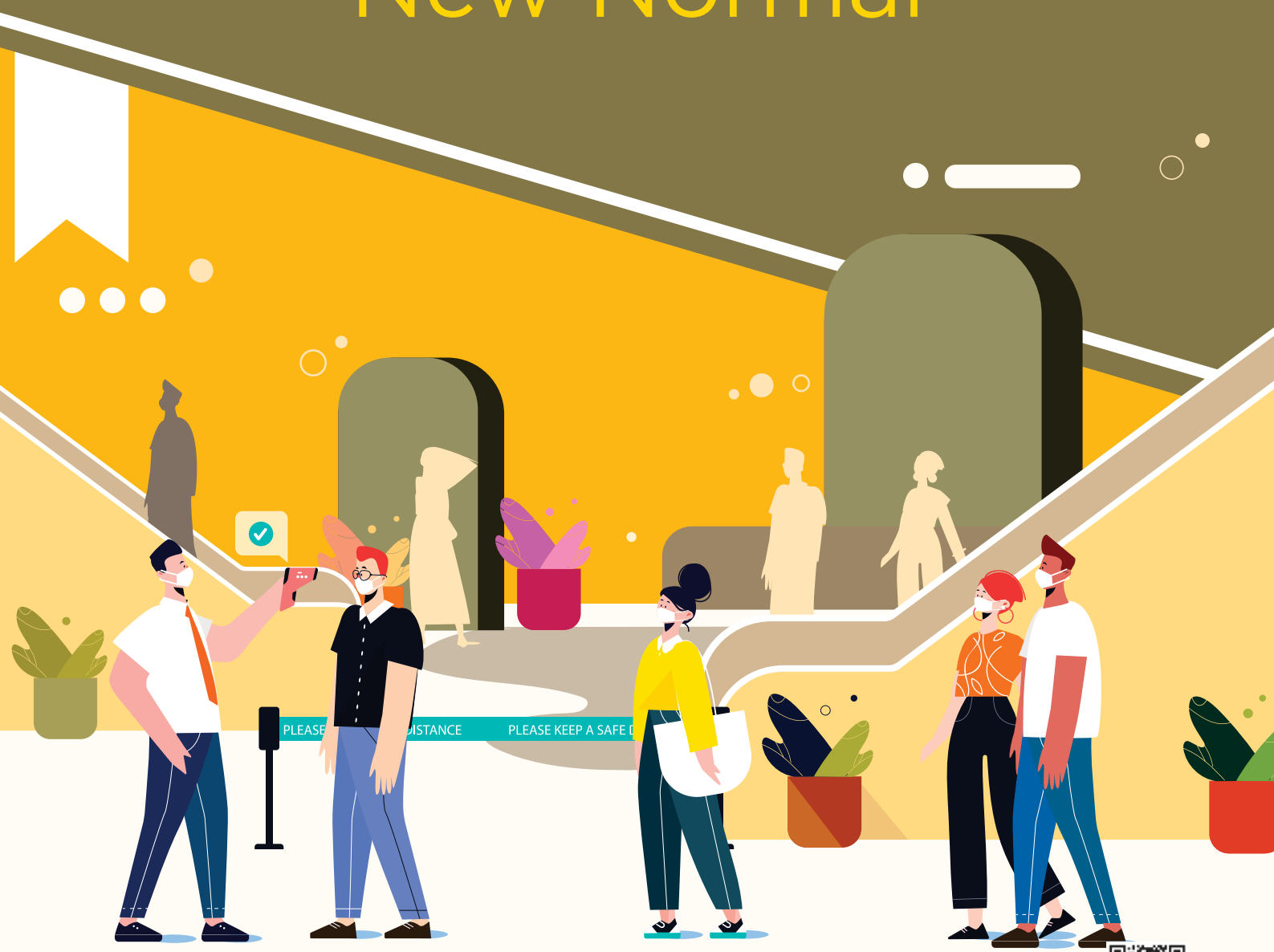
Krungsri Auto Magazine

Things You Need to Know about Auto Finance

Krungsri's 75th Anniversary

Vol.12 No.4
July
August
2020

เจาะเทรนด์ผู้บริโภคยุค New Normal



สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์

Content

KA Talks 3

Special Scoop 4

กรุงศรี ออโต้ ประเดิมงาน Motor Show 2020 พร้อมรุกตลาดครึ่งปีหลัง

Cover Story 8

Consumer Behavior Trends in the New Normal ต้องรู้! เจาะเทรนด์ผู้บริโภคยุค New Normal

Dealer Talks 14

โซล มอเตอร์ Passion, Service and Mindset

Dealer Talks 17

ทำรถเก่าให้สง่างาม วิถีคิดแบบ The Exclusive Motors

Happening 20

EU กับหมุดหมายความปลอดภัยด้านการขับขี่ รับ พ.ศ. 2565

Best of the Month 22

Enjoy the Ride 24

เทรนด์ Drive Thru ความสะดวกสบายสำหรับคนบนรถยุค New Normal

Chill Out 26

Plant Therapy ปลูกต้นนี้ดีต่อใจ

A Lot like Luck 28

เสียงหัวเราะทำให้โลกสดใส แถมยังบอกว่าคุณเป็นคนอย่างไรได้ด้วยนะ

Auto Gadget 30

AWARDED Superbrands THAILAND'S CHOICE 2020

AYCAL AA+ 2019 TRIS RATING

BrandAge 2020 THAILAND'S MOST ADMIRED BRAND

ASIAN BANKING & FINANCE RETAIL BANKING AWARDS 2019

ประสบการณ์ใหม่กับกรุงศรี ออโต้

“กรุงศรี ออโต้” ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร ได้แก่ สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ ฟอร์ แคช” สินเชื่อรถบ้าน “กรุงศรี รถบ้าน” สินเชื่อรถใหม่ “กรุงศรี นิว คาร์” สินเชื่อรถเต็นท์ “กรุงศรี ยูสด์ คาร์” สินเชื่อรถบรรทุกใหม่ “กรุงศรี ทรัค” ซึ่งให้บริการโดยกลุ่มงานธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สินเชื่อรถจักรยานยนต์ “กรุงศรี มอเตอร์ไซค์” สินเชื่อบิ๊ก ไบค์ “กรุงศรี บิ๊ก ไบค์” สินเชื่อบิ๊ก ไบค์ มือสอง “กรุงศรี ยูสด์ บิ๊ก ไบค์” สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ ฟอร์ แคช มอเตอร์ไซค์” และสินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ “กรุงศรี อินเวนทอรี่ ไฟแนนซ์” รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประกันภัย “กรุงศรี ออโต้ โบรกเกอร์” ซึ่งให้บริการโดยบริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

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

หน้าที่ ที่ไม่หยุดนิ่ง

ผลจากการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของทีมสาธารณสุขไทย และคนไทยที่ร่วมมือร่วมใจ ทำให้ประเทศไทยมีมาตรการผ่อนปรนอย่างต่อเนื่อง

เป็นเรื่องน่าดีใจที่ทีมงาน กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ฉบับนี้มีโอกาสออกเยี่ยมเยียนพันธมิตรอีกครั้ง เพื่อนำประสบการณ์อันมีค่ามาแบ่งปันเล่าสู่กันฟัง และกลางเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา กรุงศรี ออโต้ ได้ร่วมออกบูธงานบางกอก อินเตอร์-เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 41 ที่ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งเป็นไฮไลต์แรกของปีในแวดวงอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย

หลายเดือนที่ผ่านมา การจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ แม้จะมีขั้นตอนมากขึ้น ต้องรอบคอบระมัดระวัง แต่ทีมงานรู้สึกสนุกที่ได้เรียนรู้การแก้ไขปัญหาใหม่ๆ หาทางออกใหม่ๆ เพื่อเกื้อกูลการทำงานของพันธมิตรที่ร่วมกันจัดงานทั้งหมด รวมถึงคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้าเป็นสำคัญ

แม้ New Normal ทำให้สิ่งต่างๆ ไม่เหมือนเดิม แต่โลกไม่หยุดหมุนและทุกสิ่งต้องดำเนินไป ทุกคนล้วนมี “หน้าที่” เด็กเล็กต้องไปโรงเรียน ร้านอาหารต้องไม่หยุดสร้างสรรค์รสชาติที่อร่อยและสะอาด ระบบขนส่งสินค้าต่างๆ ต้องขนส่งตรงตามเวลาและมาตรฐาน ฯลฯ

กรุงศรี ออโต้ ก็เช่นเดียวกัน หลายเดือนที่ผ่านมา และอนาคตที่จะเดินต่อไป หน้าที่ของเราคือการมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสนับสนุนการทำงานของดีลเลอร์และดูแลลูกค้าไปพร้อมๆ กัน

เรามาทำงาน ทำหน้าที่ของเราให้ดีที่สุด และสนุกไปกับความท้าทายใหม่กันค่ะ

กฤติยา ศรีสนิท
ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

กรุงศรี ออโต้ ประเดิมงาน Motor Show 2020 พร้อมรุกตลาดครึ่งปีหลัง

งาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 41” (The 41st Bangkok International Motor Show 2020) ซึ่งเพิ่งจะปิดฉากลงไปเมื่อไม่นานมานี้ นับเป็นกิจกรรมอันขับเคลื่อนตลาดยานยนต์ไทยให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งทางกรังด์ปรีซ์ ในฐานะผู้จัดงาน ได้สร้างมาตรฐานใหม่ให้กับมหกรรมระดับนานาชาติครั้งนี้ด้วยระบบคัดกรองผู้เข้าร่วมงานอย่างเคร่งครัด พร้อมดูแลสุขอนามัยภายในบูธของผู้จัดแสดงงานอย่างเข้มข้น สมศักดิ์ศรีนิทรรศการสากลสัญชาติไทยที่เปิดตัวเป็นงานแรกหลังปลดล็อกดาวน์ประเทศ

คุณกฤติยา ศรีสนิท ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า กรุงศรี ออโต้ ในฐานะพันธมิตรหลักที่สนับสนุนการจัดงานมอเตอร์โชว์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ยังคงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งเพื่อขับเคลื่อนตลาดยานยนต์และสินเชื่อยานยนต์ในช่วงครึ่งปีหลัง พร้อมส่งเสริมนโยบาย Social Distancing ด้วยการจัดมาตรการเฝ้าระวังและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ภายในบูธอย่างเคร่งครัด อีกทั้งยังพร้อมอยู่เคียงข้างพันธมิตร ผู้ผลิต

บูธ กรุงศรี ออโต้ ตั้งตระหง่านอยู่บริเวณหน้าทางเข้างานบางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 41 สะท้อนภาพความเป็นผู้นำด้านสินเชื่อยานยนต์ของประเทศ ซึ่งพร้อมอยู่เคียงข้างผู้ประกอบการและลูกค้าทุกท่านในทุกสถานการณ์

คณะผู้บริหารร่วมพิธีเปิดบูธอย่างเป็นทางการพร้อมสวมเฟซชิลด์ป้องกันการแพร่กระจายของไวรัสตามมาตรการด้านสาธารณสุขของประเทศ

คุณกฤติยา ศรีสนิท ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

จุดบริการเจลแอลกอฮอล์ล้างมือติดตั้งไว้บริเวณทางเข้าและออก สร้างความอุ่นใจในการใช้บริการอย่างปลอดภัย

ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์และรถมอเตอร์ไซค์ รวมถึงลูกค้าทุกท่าน ด้วยการให้บริการสินเชื่อยานยนต์ครบวงจรตามแนวทางการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ ไปพร้อมๆ กับการสร้างนวัตกรรมที่ทำให้บริการง่าย สะดวก และรวดเร็วยิ่งๆ ขึ้นไป

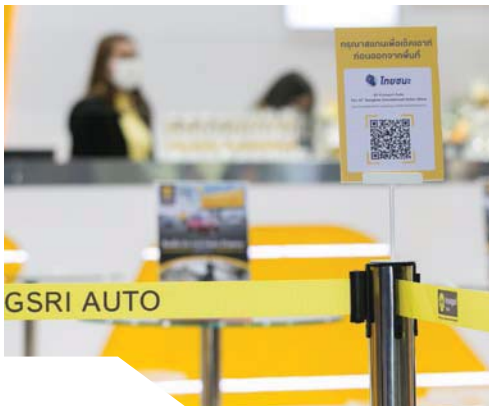
ทั้งนี้ “พร้อมสตาร์ท” เป็นหนึ่งนวัตกรรมของ กรุงศรี ออโต้ ที่ช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีศักยภาพในช่วงเกิดโรคระบาดที่ผ่านมา ซึ่ง **คุณชญาน์ธิป พันธุ์มณี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)** เพิ่มเติมว่า ได้รับความร่วมมือจากดีลเลอร์รถมอเตอร์ไซค์ทั่วประเทศในการช่วยโปรโมตนวัตกรรมดังกล่าวผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของตนเอง บริการนี้ช่วยให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบวงเงินได้ทันที และนอกเหนือไปจากการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ แล้ว กรุงศรี มอเตอร์ไซค์ ยังเตรียมความพร้อมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขของสินเชื่อซึ่งตอบโจทย์ลูกค้าทุกกลุ่ม โดยทีมหลังบ้านได้ประสานความร่วมมือและสนับสนุนฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายอย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการอีกด้วย

ทีมงานพร้อมต้อนรับทุกท่านอย่างแข็งขันโดยไม่ลืมใส่หน้ากากอนามัย อีกทั้งยังการันตีความปลอดภัยด้วยการทำความสะอาดโต๊ะและเก้าอี้ทุกครั้งหลังใช้งาน

คุณพรเทพ ถิรสุนทรากุล ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารสายงานการตลาด ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

คุณชญาน์ธิป พันธุ์มณี กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

คุณภิญโญ จันทสุวรรณ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และ คุณศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต ผู้อำนวยการอาวุโส รองผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



คิวอาร์โค้ดไทยชนะพร้อมให้ผู้ใช้บริการเช็กอิน เช่นเดียวกับบริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ที่รอให้ลูกค้าทุกท่านสแกนเข้าใช้งานเพื่ออ่านข้อมูลและรับสิทธิพิเศษต่างๆ มากมาย

ในงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 41 กรุงศรี ออโต้ ได้เปิดตัวนวัตกรรม **iCreate** ที่ช่วยยกระดับบริการขอสินเชื่อยานยนต์ออนไลน์ โดย **คุณภิญโญ จันทสุวรรณ์ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)** เพิ่มเติมว่า ผู้ที่สนใจไม่ต้องกรอกใบสมัคร เพียงยื่นบัตรประชาชน พร้อมถ่ายรูปยืนยันตัวตน และกรอกรหัส OTP ก็รู้ผลได้ทันที นับเป็นจุดแข็งที่ทำให้กระบวนการขอสินเชื่อสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังต่อยอดความแม่นยำ ปลอดภัยต่อข้อมูลของลูกค้าด้วย

ด้าน **คุณศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต ผู้อำนวยการอาวุโส รองผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)** ขยายความว่า นอกจากการเปิดตัวเทคโนโลยี iCreate จะทำให้บูธของกรุงศรี ออโต้ ในงาน “บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ ครั้งที่ 41” พิเศษกว่าทุกปีแล้ว การทำสัญญานับจากนี้ไปจะใช้เทคโนโลยีดังกล่าวมาดำเนินการเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าทั่วประเทศ เพื่อวางรากฐานด้านบริการสินเชื่อดิจิทัล (Digital Lending) อย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ในแง่ของการเข้าร่วมงานมหกรรมยานยนต์ต่างๆ ในปีนี้ **คุณพรเทพ ถิรสุนทรากุล ผู้อำนวยการอาวุโส ผู้บริหารสายงานการตลาด ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)** ชี้แจงว่ากรุงศรี ออโต้ จะยังคงปูพรมจัดกิจกรรมตามหัวเมืองใหญ่ๆ ในแต่ละภูมิภาคตลอดทั้งปี เนื่องจากงานมหกรรมยานยนต์เป็นศูนย์กลางที่ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มาพบปะกัน ส่วน “คาร์ ฟอร์ แคช” เป็นสินเชื่อที่ กรุงศรี ออโต้ มองว่าจะเป็นทางเลือกลำดับต้นๆ ในช่วงครึ่งปีหลังของผู้ที่เป็นเจ้าของรถยนต์ซึ่งต้องการเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินหลังวิกฤตโรคระบาด รวมถึงจะขยาย Extended Warranty หรือโปรแกรมยืดระยะเวลารับประกันอะไหล่รถยนต์สำหรับผู้ซื้อรถมือสองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในสินเชื่อ คาร์ ฟอร์ แคช ด้วย

Consumer Behavior Trends in the New Normal

ต้องรู้! เจาะเทรนด์ผู้บริโภคยุค New Normal

แม้สถานการณ์ในประเทศไทยกำลังเดินหน้าไปในทิศทางที่เริ่มต้นฟื้นฟูกิจกรรมบางอย่างเริ่มคลายล็อกดาวน์ ธุรกิจดำเนินได้อย่างคล่องตัว แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขในประเทศไทยยังคงระแวดระวังการใช้ชีวิต และส่งเสริมให้ประชาชนใช้ชีวิตอย่าง “ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก”

แต่หนึ่งสิ่งที่ไวรัส COVID-19 ได้สร้างปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในการดำเนินชีวิต นั่นคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ทิศทางการทำธุรกิจด้านต่างๆ ล้วนจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับยุค New Normal ด้วยเช่นกัน

กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ได้มีโอกาสเข้าร่วมฟังสัมมนาออนไลน์ Virtual Conference จากเวที THE STANDARD ECONOMIC FORUM ระหว่างวันที่ 29-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 และค้นคว้าข้อมูลอินไซต์ด้านการตลาด พร้อมถอดรหัสสู่แนวคิด “Consumer Behavior Trends in the New Normal” ต้องรู้! เจาะเทรนด์ผู้บริโภคยุค New Normal

โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เกร็ดความรู้เชิงธุรกิจ เทรนด์ของผู้บริโภคในโลกยุค New Normal นี้ จะเปิดมุมมองใหม่ให้ผู้อ่าน ในวันที่ผู้คนต้องปรับตัวเคียงข้างกับโลกที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

Brick and Mortar ยังสำคัญ

ทันทีที่ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ประกาศมาตรการผ่อนปรน ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยไม่ลังเลที่จะไปนั่งชิลที่ร้านกาแฟ หรือแค่ได้กินก๋วยเตี๋ยวร้อนๆ สักชามก็ยังดีกว่าซื้อใส่ถุงกลับบ้าน และทันทีที่ห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการ คนจำนวนไม่น้อยยืนต่อคิวเข้าห้างและร้านค้า แม้ในโทรศัพท์มือถือจะมีแอปฯ ชอปปิงออนไลน์อยู่หลายแอปฯ

สิ่งเหล่านี้กำลังบอกอะไร

ในเวทีสัมมนาออนไลน์ THE STANDARD ECONOMIC FORUM วิทยากรหลายท่านให้ข้อสังเกตที่น่าสนใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ดร.ศุภชัย พานิชภักดิ์ อดีตผู้อำนวยการใหญ่องค์การการค้าโลก (WTO) ให้ความเห็นว่า **เมื่อเกิดโรคระบาดจำเป็นต้องรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ส่งผลให้ธุรกรรมออนไลน์เติบโตอย่างมาก แต่โดยธรรมชาติแล้ว มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การพบปะ การเข้าสังคม ยังเป็นความปรารถนาในใจของผู้คนลึกๆ**

ขณะที่ นพ.สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี เห็นว่าไวรัส COVID-19 เป็นเชื้อโรคชนิดใหม่ที่ยังไม่มีใครรู้จักอย่างละเอียด วันหนึ่งอาจอันตรธานไปเหมือนเช่นที่เคยเกิดกับโรคระบาดซาร์สเมื่อสิบปีก่อน

ดังนั้น โรคระบาดที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน มาตรการรักษาระยะห่างทำให้ภาคการผลิตและภาคบริการที่มีความเสี่ยง ต้องปิดให้บริการหรือลดจำนวนสาขาลงเพื่อลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ แต่เมื่อใดที่พิสูจน์ได้ว่าเชื้อโรคหายไปหรือค้นพบวัคซีน ผู้คนย่อมพากันกลับมา “รวมกลุ่ม” เดินทางไปมาหาสู่กันแบบ Face-to-Face และไปสัมผัสประสบการณ์ในสถานที่ต่างๆ

Tip

Retail ยุคใหม่ต้องเป็น Omni-Channel เชื่อมโยงทุกแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน และสร้างประสบการณ์พิเศษออกมาให้ได้

การทำธุรกิจหลังยุค COVID-19 จึงต้องเน้นการผสมผสานหลายๆ ช่องทางเป็น Omni-Channel แม้ออนไลน์จะมาแรง แต่หน้าร้านออฟไลน์ก็ยังมีความสำคัญ การดูแลเชิงกายภาพของหน้าร้าน โชว์รูม หรือสถานประกอบการให้ดีพร้อมเพื่อรอการฟื้นตัวของธุรกิจยังเป็นสิ่งจำเป็น

คุณชฎาทิพย์ จูตระกูล ผู้บริหารศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี และ ไอคอนสยาม ให้ความเห็นว่า ในการทำธุรกิจศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้า มีจุดขายที่แตกต่างจากการค้าออนไลน์ เพราะศูนย์การค้าไม่เพียงจำหน่ายสินค้านานาชนิด แต่ยังส่งมอบ “ประสบการณ์พิเศษ” ให้กับลูกค้า และนั่นคือการบ้านสำคัญที่ผู้ประกอบการยังต้องรักษาหน้าร้านไว้ ต้องสร้างสรรค์ธีมและคอนเซ็ปต์ต่างๆ ที่สนุกสนาน ตื่นเต้น รวมถึงความเข้มงวดเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัย และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือการใช้ Big Data มาวิเคราะห์เพื่อสร้างกิจกรรมหรือวางแผนการตลาดให้ตรงใจเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคยังคงเข้ามาใช้บริการ

เมื่อหวนมามองธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ แม้หลายปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการจะขยายสู่ร้านค้าออนไลน์และประสบความสำเร็จจำนวนมาก แต่การพัฒนาโชว์รูมหรือหน้าร้านซึ่งครอบคลุมทั้งพนักงานขาย การสร้างบรรยากาศที่ดี รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ ทำให้คาดว่าตัวแทนจำหน่ายรถยนต์จะมีอะไรสนุกๆ หลังโควิดอย่างแน่นอน

2 Healthy & Safety

ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับคำว่าสุขภาพ ความปลอดภัย และเชื่อมโยงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เขาจะเกิดคำถาม “ปลอดภัยหรือไม่ สะอาดหรือไม่” ส่งผลให้แบรนด์ต่างๆ ต้องใส่ใจเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยให้เป็นส่วนหนึ่งของบริการ จากเวที THE STANDARD ECONOMIC FORUM หัวข้อ “The Future of Tourism ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยแห่งอนาคต” คุณศุภจี สุธรรมพันธุ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งปันแง่มุมว่า องค์กรได้บริหารงานในคอนเซ็ปต์ **Dusit Care ตามมาตรฐาน SHA** (Safety and Health Administration) หนึ่งในนั้นครอบคลุมด้าน Safety & Well-being โรงแรมจะต้องมีบริการพ่นยาฆ่าเชื้อ ปรับตัวให้มีฟิตเนสกลางแจ้ง บริการนวดที่สระน้ำ หรือจัดมินิบาร์ด้านสุขภาพเข้าไปเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังมีเวลคัมดริงก์จากน้ำมะม่วงหาวมะนาวโห่ที่ช่วยเรื่องการต้านอนุมูลอิสระ

Tip

เพราะ Trust จะเป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงในทุกวงการ อาทิ การไว้วางใจในความสามารถและประสิทธิภาพขององค์กร ในมุมของแบรนด์ Trust ครอบคลุมถึงความไว้วางใจด้านความสะอาดและปลอดภัยนั่นเอง

3 Go Digital

เทคโนโลยีจะเป็นสิ่งที่ถูกลง ใช้ง่ายขึ้น ผู้บริโภคจับต้องได้ง่ายขึ้น แต่เหนือสิ่งอื่นใด คนไม่ได้กำลังจ่ายเงินให้กับ “เทคโนโลยี” แต่จ่ายให้กับ “คุณค่า” (Value) ต่างหาก คุณอภิรัตน์ หวานชะเอม Chief Digital Officer บริษัท เอสซีจี ซิเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด ได้ยกตัวอย่างของ**คุณค่าด้านเทคโนโลยีคือการนำเทคโนโลยีไปสร้างโอกาสใหม่** เช่น ขยายธุรกิจที่มีอยู่ ปรับตัวสู่ช่องทางใหม่ๆ Food Delivery e-Commerce Platform เช่น Lazada, Shopee หรือร้านอาหารปรับตัวเป็น Cloud Kitchen ไม่ต้องมีหน้าร้านเพื่อลดค่าใช้จ่ายค่าเช่าพื้นที่ (สอดคล้องกับที่คุณศุภจี สุธรรมพันธุ์ ได้ให้คำแนะนำว่าต่อจากนี้ ทำอย่างไรให้ธุรกิจของคุณ Lean ลงให้มากที่สุด)

เทคโนโลยีจะทำให้ลูกค้าอดทนรอคอยได้น้อยลง ดังนั้นการค้าออนไลน์จะทำอย่างไรให้มัดใจลูกค้าอยู่หมัดเพื่อให้เขาไม่ตัดสินใจไปซื้อร้านอื่น ดังนั้นการเตรียมตัวด้านบุคลากรต้องพร้อมอยู่เสมอ และสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการขอเพียงคำนึงถึงหัวใจสำคัญ เทคโนโลยีจะต้องทำให้คุณสะดวกสบาย ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพ เมื่อเข้าใจคีย์เวิร์ดนี้ก็พร้อมลุยด้วยเทคโนโลยีได้เลย

Tip

- **40-50% ของผู้บริโภคในประเทศไทยเดินหน้าเตรียมพร้อมเข้าสู่โลกออนไลน์มากขึ้น** (ข้อมูลจาก THE STANDARD ECONOMIC FORUM ด้วยหัวข้อ “Digital Transformation”)
- **นำเทคโนโลยีเพื่อสร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่** เช่น การค้าขายด้วยเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) ให้ลูกค้ามองเห็นตัวสินค้าอยู่บนชั้นวางโดยที่ไม่มีสินค้าจริงๆ ผ่านสมาร์ตโฟน หรือโลกแห่ง “Virtual Century” เช่น Virtual Hospital ผู้คนสามารถตรวจสุขภาพพื้นฐานผ่านทางออนไลน์กับคุณหมอได้ เพื่อให้คุณหมอจัดสรรเวลาไปรักษาผู้ที่ป่วยหนักจริงๆ

4

New Luxuries

เทรนด์ New Luxuries จะถูกนำมาตีความใหม่ ซึ่งไม่ได้หมายความถึงความหรูหราในนิยามเดิม แต่คือการยกระดับหรือ Trade up Lifestyle จากการที่ผู้คนอยู่บ้านมากขึ้น เขาต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สะท้อนผ่านการสร้างความสุขในบ้าน การมีเฟอร์นิเจอร์ใหม่ๆ เครื่องครัวอำนวยความสะดวกในบ้าน (ปรากฏการณ์หม้อทอดไร้น้ำมันตอบคำถามนี้ได้ดี) การปลูกต้นไม้ในบ้านจนกลายเป็นความนิยมในโลกโซเชียล ดังนั้นในบทบาทของผู้ประกอบการ คุณควรสื่อสารการตลาดในมุมมองการสร้างความสุขง่ายๆ แต่มากคุณค่า การทำการตลาดในเชิงการสร้างแรงบันดาลใจรอบตัว

ที่มา : งานวิจัย The New Norms' How Life Will Unfold After COVID-19 บริษัท มายด์แชร์ ประเทศไทย จำกัด

5

Data Matters

แบรนด์จะต้องเข้าใจและหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะโลกต่อจากนี้ ผู้บริโภคจะมีความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ลดลงเรื่อยๆ ทั้งจากช่องทางการเสพสื่อ นำไปสู่การเปรียบเทียบหาข้อมูลความแตกต่างของแบรนด์เรากับแบรนด์คู่แข่ง รวมถึงแง่มุมทางจิตวิทยาที่ผู้บริโภคตอบสนองต่อเหตุการณ์ไวรัส COVID-19 กับปรากฏการณ์ล็อกดาวน์ชั่วคราว ดังนั้นคุณควรใส่ใจในการให้ข้อมูล สื่อสารเรื่องราว ในเชิง Data & Insight มองกลุ่มลูกค้าของเราให้ลึก วิเคราะห์ด้วยฐานข้อมูล เข้าให้ถึงความรู้สึกของผู้บริโภค

คุณอรรถวุฒิ เวศรานุรักษ์ ประธานกรรมการบริหาร Adapter Digital Group ได้ให้มุมมองว่า นี่คือ 4 สิ่งที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงเรื่องนี้ และแบรนด์เองก็ต้องทำความเข้าใจในตัวผู้บริโภคใน 4 มุมมอง

1. **Reassess Priority** ผู้บริโภคจะให้ลำดับความสำคัญว่าแบรนด์นั้นๆ เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของเขาอย่างไร ถ้าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความสะอาด แล้วแบรนด์ของคุณจะต้องปรับตัวอย่างไร
2. **Reallocate Funds** หากผู้บริโภคมีเงินอยู่หนึ่งก้อน เขาจะยินดีจ่ายกับเรื่องอะไร
3. **Switch Brand** เหตุผลในการเปลี่ยนใจในตัวสินค้า จากเราไปเป็นคนอื่น หรือจากคนอื่นมาเป็นเรา
4. **Re-define Value** คุณค่าในแบรนด์ของเรานั้นจำเป็นต่อผู้บริโภคอยู่หรือเปล่า

Tip

เวที THE STANDARD ได้ยกตัวอย่างว่าโลกหลัง COVID-19 จะแบ่งลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ยังมีกำลังซื้อ (แต่อาจจะจับจ่ายน้อยลง) และกลุ่มที่ไม่มีกำลังซื้อ เพราะกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย ดังนั้นการวางบทบาทของการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ ถ้ายังคงขายสินค้าราคาแพงให้กับลูกค้าที่กังวลเรื่องค่าใช้จ่าย อาจทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ผิดพลาดได้ ดังนั้นต้องชัดเจน มีกลยุทธ์ และพยายามโฟกัสว่าเราจะขายใครกันแน่

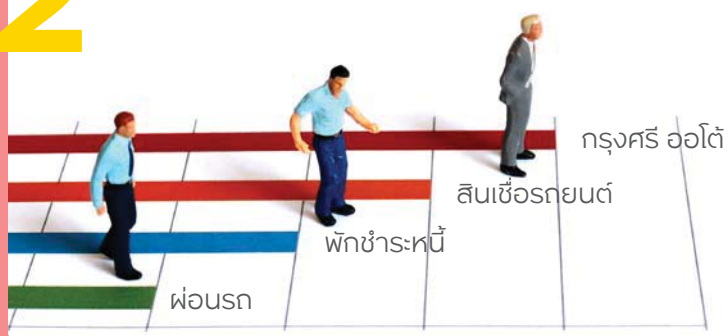
5 แนวโน้ม ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ยุค New Normal

1 คนใช้รถส่วนตัวมากขึ้น

การสำรวจของ Cars.com เมื่อเร็วๆ นี้รายงานว่าคนในอเมริกาใช้บริการขนส่งสาธารณะน้อยลงถึง 93% โดย 20% ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งยังไม่มีรถเป็นของตนเองกำลังพิจารณาที่จะซื้อรถ นอกจากนี้ ยอดขายรถจักรยานในอเมริกายังปรับตัวขึ้นด้วย เช่นเดียวกับชาวจีนส่วนใหญ่ที่ตั้งใจจะซื้อรถยนต์ด้วยเหตุผลด้านสุขภาพและความปลอดภัย

2 อยากได้ข้อเสนอดีๆ ที่หลากหลาย

การสืบค้นคำว่า “ซื้อรถตอนนี้ดีไหม” จาก Google ในอเมริกาเพิ่มขึ้นถึง 9 เท่า ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน เมื่อเทียบกับช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ ทั้งนี้ ผู้ซื้อรถยนต์ที่มีความชำนาญได้หันมาใช้วิธีทางดิจิทัลมากขึ้นในการเปรียบเทียบรุ่นและราคา ในประเทศไทยตอนนี้ ข้อเสนอดีๆ มีความสำคัญมากกว่าเดิม โดยสินเชื่อ 0% และส่วนลดในการซื้อเงินสดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่เดียว สอดคล้องกับการที่คนไทยค้นหาคำว่า “ผ่อนรถ” และ “สินเชื่อรถยนต์” โดยข้อมูลการค้นหาสองคำนี้จาก Google ประเทศไทย ในช่วงวันที่ 22-28 มีนาคม ที่ผ่านมา พุ่งทะยานสูงสุดในรอบ 5 ปี ยิ่งไปกว่านั้น การค้นหาคำว่า “พักชำระหนี้” และ “กรุงศรี ออโต้” ระหว่างวันที่ 29 มีนาคม - 4 เมษายน พ.ศ. 2563 ยังไต่ระดับสูงสุดอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในรอบ 16 ปีเลยทีเดียว



3 6 ประสบการณ์ออนไลน์ที่ผู้ซื้อเรียกร้อง

การค้นหาคำว่า “ดีลเลอร์ใกล้บ้าน” จาก Google ในอเมริกาลดลงกว่า 20% ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 เมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 แต่ก็ใช่ว่าผู้บริโภคจะไม่สนใจซื้อรถอีกต่อไป ทว่าพวกเขาต้องการให้ผู้จัดจำหน่ายจัดกิจกรรมต่อไปนี้

1. At-home Test Drive
2. Review Videos
3. โชว์รูมดิจิทัล
4. สามารถสั่งผลิตรถยนต์ได้โดยตรงจากโรงงานตามแบบที่ลูกค้าต้องการโดยเฉพาะ
5. ทดลองขับเสมือนจริง
6. Video Conference

ทั้งนี้ ก่อนไวรัส COVID-19 ระบาด ผู้บริโภคได้เปลี่ยนมาใช้ YouTube ในการ Test Drive โดยแนวโน้มนั้นยิ่งมากขึ้นเนื่องจากนโยบายกักตัว

ที่มา : www.autonews.com / www.cars.com / https://trends.google.co.th

4 การซื้อรถออนไลน์และส่งตรงถึงบ้าน

ก่อนที่จะมีไวรัส COVID-19 มีจำนวนดีลเลอร์ที่สามารถดำเนินการขายรถยนต์ออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบอยู่ไม่มาก การ Test Drive และส่งมอบรถถึงบ้านคือตัวเลือกอันดับ 1 ที่ผู้ซื้อต้องการ โดย 18% ของผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อรถได้เร็วขึ้นหากไม่ต้องเดินทางออกจากบ้าน

5 เปลี่ยนสู่วิถีดิจิทัล

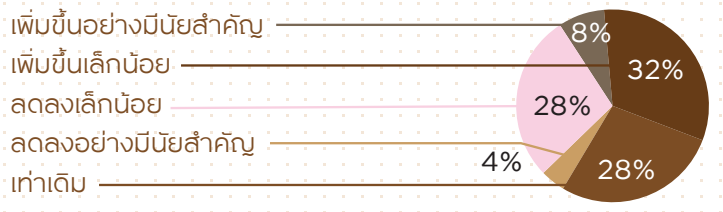
เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา Hyundai สหรัฐอเมริกา เปิดตัว Hyundai Elantra 2021 รถยนต์คอมแพ็กต์คาร์รุ่นใหม่ล่าสุดผ่านการสตรีมสด ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมทางบ้านเกือบ 800,000 วิว ชี้ให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมด้านยานยนต์บนโลกออนไลน์ถือเป็นความปกติใหม่ซึ่งกำลังซึมซับลงไปในพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคนี้

ความมั่นคงของแบรนด์ ในวิกฤตไวรัส COVID-19

WTR (World Trademark Review) เว็บไซต์และนิตยสารที่ครอบคลุมการปฏิบัติในเชิงพาณิชย์และกฎหมายระหว่างประเทศด้านเครื่องหมายการค้า เผยข้อมูลเชิงลึกจากผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 50 ราย ซึ่งทำงานอยู่ในบริษัทกฎหมายจากประเทศต่างๆ โดยให้ภาพรวมของสถานะปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคตเกี่ยวกับการทำงานที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัส COVID-19

ผลสำรวจพบว่าที่ปรึกษาองค์กรส่วนใหญ่ยืนยันถึงการระบาดของไวรัส COVID-19 อันมีผลกระทบโดยตรงต่อแบรนด์ โดยรวมแล้ว 16% รายงานว่ามีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ 64% บอกว่ามีผลกระทบเล็กน้อย มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 20% เท่านั้นที่ระบุว่าไวรัส COVID-19 ไม่มีผลกระทบใดๆ

ในแง่ของภาระงาน 40% ของผู้ตอบแบบสอบถามสังเกตว่าการระบาดของไวรัสทำให้ปริมาณงานเพิ่มขึ้น ในขณะที่ 32% บอกว่าตอนนี้พวกเขามีภาระงานลดลง (ดูแผนภูมิด้านล่าง)



ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าครึ่งอ้างว่ามีการลอกเลียนแบบมากขึ้นในช่วงสองสามเดือนที่ผ่านมา (ดูแผนภูมิด้านล่าง) การค้นพบนี้สะท้อนถึงการวิจัยเมื่อเร็วๆ นี้ว่า “การใช้ประโยชน์จากวิกฤต COVID-19” นำไปสู่ “การปลอมแปลงทางออนไลน์และโฆษณาปลอมที่เพิ่มขึ้น” นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่าการผลิตสินค้าปลอมอาจกลับมาเป็นปกติหลังจากที่ WTR รายงานในเดือนกุมภาพันธ์ว่าโรงงานปลอมในจีนส่วนใหญ่ปิดทำการชั่วคราวเนื่องจากรัฐบาลสั่งปิดโรงงาน

เมื่อสอบถามถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการระบาดของไวรัส COVID-19 ในอีก 12 เดือนข้างหน้าว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความกังวลใจในด้านใดบ้าง เกือบ 70% ชี้แจงว่าลูกค้าอาจเลื่อนระยะเวลาการเปิดตัวหรือพัฒนาแบรนด์ออกไป ในขณะที่ 65.7% เกรงว่าลูกค้าจะไม่สามารถชำระค่าบริการได้ตามกำหนด อีกเกือบ 50% มองว่าโรคระบาดดังกล่าวทำให้เสียเวลาทำงานและผลผลิตอันเนื่องมาจากการกักตัว และ 40% อาจพิจารณาปรับลดบุคลากรลง

ที่มา : www.worldtrademarkreview.com

: ชัย ธำรงค์กูล

โซล มอเตอร์

Passion, Service and Mindset

หากเอ่ยถึงรถยนต์สัญชาติเกาหลี เชื่อว่าชื่อของ “ฮุนได” ต้องเป็นแบรนด์ลำดับต้นๆ ที่ผุดขึ้นมาในใจของหลายๆ คน โดยเฉพาะ H-1 รถอเนกประสงค์ซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องยาวนานนับทศวรรษ **คุณท็อป-อรรถพันธ์ ยุกตะนันท์ ประธานบริษัท โซล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด** เป็นอีกหนึ่งคนที่ประทับใจในสมรรถนะของรถรุ่นดังกล่าวจนเกิดเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ต่อยอดความฝันซึ่งหมายมั่นไว้มานานหลายปีให้เป็นจริง วันนี้ในฐานะผู้แทนจำหน่ายรถยนต์แบรนด์ฮุนไดมานานถึง 11 ปี คุณท็อปยังคงมีความภูมิใจไม่ต่างจากวินาทีแรก แม้จะผ่านความท้าทายมาอย่างมากมายตลอดเส้นทาง

Passion

แม้จะจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและโทจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย แต่ด้วยความสนใจในเทคโนโลยีที่มีมาตั้งแต่จำความได้ ส่งผลให้คุณท็อปเข้าสู่วงการยานยนต์ได้อย่างไม่ยากเย็น แถมยังผสานความสามารถด้านการจัดการที่ร่ำเรียนมาเข้ากับความสนใจเชิงวิศวกรรมได้เป็นอย่างดี

"ชีวิตการทำงานของผมเริ่มต้นที่ บริษัท สามารถเทลคอม จำกัด หลังจากนั้น 3 ปี ก็ได้มาเป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาด ที่ บริษัท ยนตรกิจ จำกัด รับผิดชอบ ฟอร์ด ที่มาจากฝั่งของยุโรป อเมริกา และ ออสเตรเลีย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2539 ฟอร์ดเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ผมจึงย้ายมาทำหน้าที่ดูแลการตลาดของรถ SUV อยู่นานถึง 9 ปี แล้วออกมาทำดีลเลอร์รถมาสด้า ร่วมกับเพื่อนอยู่ 2-3 ปี ก่อนกลับไปเป็นลูกจ้างอีกครั้ง เนื่องจากท่านประธาน บริษัท ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด ชักชวนไปดูแลหาแบรนด์อื่นๆ นอกจาก Mercedes-Benz เข้ามาเติมกำลังการผลิตที่ยังมีเหลืออีกพอสมควร ณ ขณะนั้น ตอนนั้นฮุนได และทาทา จะเข้ามาประกอบ ก็ได้มีโอกาสเข้าไปทำโครงการเหล่านี้ ทำให้เห็นความฝันของตัวเองชัดขึ้นว่าเราอยากเป็นดีลเลอร์รถยนต์ ตั้งแต่เข้าวงการก็คิดเลยว่าวันหนึ่งเราต้องเป็นเจ้าของดีลเลอร์รถยนต์ให้ได้ เลยขอท่านประธานเปิดศูนย์ฮุนไดเล็กๆ อยู่ที่รังสิต เพราะตอนนั้นมีรถรุ่น H-1 ออกมา เราได้คลุกคลีอยู่ก็เห็นว่ารถฮุนไดเป็นรถที่มีคุณภาพดีมาก และรถ H-1 จะเป็นรถที่สามารถทำตลาดได้โดยไม่มีคู่แข่ง ***"หลักการของผมคือผมจะขายรถที่ลูกค้าไม่กลับมาต่อว่า ผมไม่ขายรถที่ผมไม่แน่ใจเรื่องคุณภาพ เพราะผมจะไม่สามารถเชียร์ลูกค้าได้เต็มปาก เหมือนเราโกหกเขา ผมทำไม่ได้"***

คุณท็อปไล่เรียงเส้นทางการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ในแวดวงรถยนต์อันสุกงอมจนกลายเป็นธุรกิจที่ฝันไว้ในปี พ.ศ. 2553 ทว่าหลังจากกิจการดำเนินไปได้เพียง 16 เดือน ก็ต้องประสบกับวิกฤตน้ำท่วมใหญ่ในปีถัดมา ส่งผลให้กิจกรรมทุกอย่างหยุดชะงักลงนานกว่า 60 วัน โชคดีที่มีนโยบายรถยนต์คันแรกจากรัฐบาลออกมาช่วยสนับสนุนให้ยอดขายดีขึ้นมาก จึงถือเป็นฟ้าหลังฝนซึ่งส่งให้การค้ารถของคุณท็อปดีขึ้นเรื่อยมา จนมียอดจำหน่ายสะสมกว่า 3,000 คัน ในเวลา 7 ปี จึงขยายสาขาเพิ่มอีก 1 แห่ง ในพื้นที่ลำลูกกาอันพร้อมรองรับลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ไปจนถึงอ่างทอง

Service

"พื้นที่ตรงนี้มีขนาดโดยรวม 4 ไร่ สามารถจอดโชว์รถได้ 6 คัน พร้อมบริการหลังการขายครบวงจร รวมถึงบริการรถให้เช่าใช้ระหว่างซ่อม นอกจากนี้เรายังมีอู่ซ่อมสีและตัวถังมาตรฐานซึ่งลงทุนไปกว่า 20 ล้านบาท จุดเด่นคือเครื่องดึงตัวถัง Car Bench จากประเทศอิตาลีซึ่งควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่มีความแม่นยำ ช่วยให้รถที่เกิดอุบัติเหตุสามารถคืนสภาพเหมือนรถประกอบใหม่จากโรงงาน พร้อมห้องพ่นอบสีมาตรฐาน โดยมีช่างดูแลในส่วนนี้ไม่ต่ำกว่า 10 คน สามารถให้บริการลูกค้าได้ถึง 200 คันต่อเดือน ขณะที่ศูนย์บริการมีจำนวน 15 ช่องซ่อม พร้อมช่าง 9 คน รับรถได้เต็มที่ประมาณ 30 คันต่อวัน"

คุณท็อปเพิ่มเติมว่านอกเหนือไปจากความพยายามในการกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงจัดฝึกอบรมให้กับทีมจำหน่ายอยู่เสมอแล้ว การบริการคือสิ่งที่โซล มอเตอร์ ให้ความสำคัญยิ่งกว่า และเน้นย้ำเสมอมาว่าต้องทำให้ดีที่สุด

"ผมพยายามซ่อมรถลูกค้าให้เสร็จภายในวันเดียว เพราะที่นี่เป็นโชว์รูมฮุนไดซึ่งมีขนาดใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศ เราสามารถดูแลทุกอย่างให้ครบ จบในที่เดียว ไม่ต้องไปหลายที่ นอกจากนี้เรายังมีเบอร์ฉุกเฉินไว้ให้ลูกค้าติดต่อผู้จัดการและหัวหน้าช่างได้ตลอดเวลาด้วย ช่วงที่ไวรัส COVID-19 ระบาด ผมให้พนักงานตรวจหาเชื้อ 100% ทุกคน และไม่มี

การเลิกจ้าง เราวางแผนในแง่ของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เต็มที่ ทั้งเฟซบุ๊ก ไลน์ การส่ง SMS ติดต่อลูกค้าเพื่อแจ้งถึงมาตรการในการให้บริการ ตั้งแต่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ผมให้พนักงานบางส่วนกลับมาทำงาน และจัดให้มีทีมรับรถมาซ่อมและกลับไปส่งถึงบ้าน โดยที่ลูกค้าไม่ต้องมาที่ศูนย์บริการด้วย"

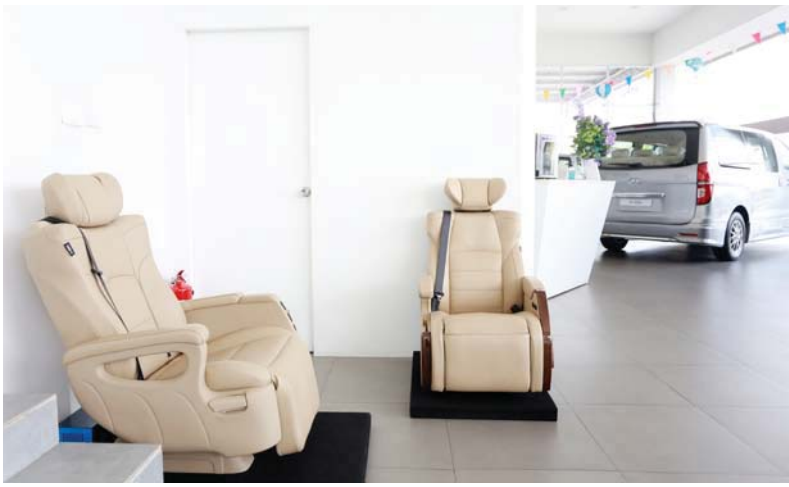
Mindset

เมื่อถามถึงการตั้งเป้ายอดขายในปีนี้ คุณท็อปตอบอย่างผู้ประกอบการที่เข้าใจความไม่แน่นอนของโลกธุรกิจว่าไม่ได้คาดหวังตัวเลขสูงๆ แต่อย่างใด เพราะฮุนไดเองก็มีโควตารถจำกัดให้ประเทศไทยปีละประมาณ 5,000 คัน กอปรกับโซล มอเตอร์ เน้นความสำคัญไปที่การบริการ ทีมงานจึงมุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลรถฮุนไดซึ่งวิ่งอยู่บนถนนในประเทศไทยประมาณ 50,000 คัน มากกว่ากดดันกับยอดจำหน่ายในภาวะที่ยากจะคาดเดาเช่นนี้

ยิ่งไปกว่านั้น คุณท็อปคาดการณ์ว่าอีกไม่นานรถไฟฟ้าจะเข้ามาในตลาดประเทศไทย จึงเป็นความท้าทายของวงการรถยนต์ที่ต้องปรับตัวครั้งใหญ่ โรงงานและซัปพลายเชนต่างๆ จะลดน้อยถอยลง ผู้ประกอบการจึงต้องมองภาพให้ออกว่าตนเองอยู่จุดไหนของห่วงโซ่อุปทานดังกล่าวเพื่อที่จะหาทางขยับให้ทันท่วงที

"ผมเองเป็นดีลเลอร์ มีผู้ผลิตส่งสินค้าจากโรงงานมายังบริษัทแม่ แล้วจึงส่งต่อให้ผมอีกที ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะหายไปเยอะมาก มีคนพูดว่าอีกหน่อยโรงงานรถยนต์จะเหลือไม่กี่แห่ง คือโรงงานที่ผลิตเครื่องยนต์ข้างใน กับโรงงานที่ผลิตตัวถังด้านนอกมาครอบไว้ ผู้ประกอบการที่เคยขายรถอาจผันตัวมาเป็นศูนย์ซ่อม"

คุณท็อปเพิ่มเติมว่าในอนาคต การซื้อขายรถออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องธรรมดา โชว์รูมอาจเป็นสถานที่ซึ่งบริษัทเจ้าของแบรนด์ไปเช่าพื้นที่เล็กๆ ไว้ให้ผู้บริโภคที่อยากจับต้องเข้ามาชมสินค้าจริง ไม่ได้หมายความว่าต้องมีพื้นที่สร้างเป็นโชว์รูมอีกต่อไป ซึ่งการจะผ่านความท้าทายเหล่านี้ไปได้ผู้ประกอบการต้องใช้ความอดทน และการเป็นเจ้าของธุรกิจต้องดูทิศทางเศรษฐกิจและปรับตัวให้ทันท่วงที โดยตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลที่ชัดเจน กิจการจึงจะก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ ไปได้อย่างยั่งยืน



น้ำใจสร้างมิตรภาพ ความจริงใจสานธุรกิจ

"สิ่งที่นอกเหนือจากความเป็นมืออาชีพในการทำธุรกิจ คือผู้บริหาร กรุงศรี ออโต้ มีมิตรภาพอันดีต่อเจ้าของและพนักงานของดีลเลอร์ทุกๆ แห่ง ยิ่งไปกว่านั้นระบบการทำงานยังมีความจริงใจกับลูกค้า ตลอดสิบปีที่ร่วมงานกันมา ผมพบว่าทีมงานให้ข้อเสนอที่ดีที่สุดแก่ผมและดีลเลอร์เจ้าอื่นเสมอ ที่สำคัญคือไม่มีขั้นตอนมากมายระหว่างกระบวนการ ให้วุ่นวายใจเลยครับ"

บริษัท โซล มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
สาขาลำลูกกา
29 หมู่ 3 ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130
โทรศัพท์ : 02-531-9331
สาขารังสิต
93 ซอยรังสิต-นครนายก 24 ตำบลประชาธิปัตย์
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12130
โทรศัพท์ : 02-997-1133
เว็บไซต์ : www.seoulmotors.co.th

ทำรถเก่าให้สง่างาม วิถีคิดแบบ The Exclusive Motors

ในยุคสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อหลายๆ ธุรกิจและอุตสาหกรรมทั่วโลก หลายกิจการจำต้องปิดตัวลง ทว่านั่นไม่ใช่กับกิจการของ **คุณหมู-วิสุทธิ์ เหมพรรณไพเราะ กรรมการผู้จัดการบริษัท ดิ เอ็กซ์คลูซีฟ มอเตอร์ จำกัด โชว์รูม The Exclusive Motors** และอดีตนายกสมาคมผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้ว

คุณวิสุทธิ์ไม่เพียงพาองค์กรฝ่าฟันปัญหาท่ามกลางวิกฤต แต่ยังสามารถพาองค์กรทำกำไรได้มากกว่าเดิมถึง 2 เท่า หากถามว่าเพราะอะไร

"เพราะคำว่า Caring คำเดียวเลยครับ" เขาตอบสั้นๆ หนักแน่น และ กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ฉบับนี้จะพาคุณผู้อ่านมาทำความรู้จักกับแนวคิด Caring ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ เส้นทางชีวิตที่ผ่านมาแล้วหลายๆ วิกฤตธุรกิจ

KAIZEN นำ CARING ตาม

"หลายๆ คนมักคิดว่าโลกยุคนี้คือการดิสรัปต์ แท้จริงการดิสรัปต์เกิดขึ้นได้ทุกวัน เราต้องใช้ชีวิตและทำงานเหมือนหลักปรัชญาไคเซ็น (Kaizen) คือ ปรับปรุงต่อเนื่องตลอดเวลา ถ้ามองว่าวันนี้ดีอยู่แล้ว เราอยู่ในคอมฟอร์ตโซน แต่ถ้าวันหนึ่งโดนอะไรมากระทบ เราจะเป็นอย่างไร วิกฤตบนโลกนี้มีตั้งหลายวิกฤต เราก็ผ่านมาได้ ดังนั้นจงมองมันเป็นเรื่องปกติ พร้อมปรับตัว ดังที่ศาสนาพุทธสอนให้มองทุกสิ่งเป็นเรื่องปกติ"

ปรับตัวตลอดเวลา และที่สำคัญคือ รีบลงมือทำอย่างเร็ว คือกลยุทธ์ที่คุณวิสุทธิ์นำมาปรับใช้กับองค์กร

"คำแรกที่ผมพูดกับพนักงานคือ ไม่มีการลดเงินเดือน ไม่มีการไล่คนออก แต่เราต้องสู้เพื่อบริษัท บริษัทพร้อมจะปรับตัวตลอด พนักงานพร้อมจะปรับตัวหรือยัง และเราต้องเดินมาด้วยกัน"

คุณวิสุทธิ์เล่าด้วยรอยยิ้มว่า ปลายปี พ.ศ. 2562 นับเป็นจังหวะดีที่ลงจากตำแหน่งนายกสมาคมผู้ประกอบการรถยนต์ใช้แล้วในช่วงเวลาที่เหมาะสม ทำให้ได้เข้ามากุมบังเหียนที่ The Exclusive Motors อย่างเต็มที่ ก่อนไวรัส COVID-19

ขายรถยนต์ได้เฉลี่ยเดือนละ 30 คัน จนเมื่อได้ลงมาคุมงานจริงจังในช่วงไวรัส COVID-19 ระบาด เขาทำยอดขายได้กว่า 60 คัน ทุกเดือน

"ผมใช้ประสบการณ์ที่ผ่านวิกฤตมาหลายช่วง ช่วงน้ำท่วม ช่วงรถคันแรก และช่วงน้ำมันแพง เรารู้สึกว่าเวลาใดที่มีวิกฤต ช่วงเวลานั้นย่อมเกิดโอกาสเสมอ ประสบการณ์และการวิเคราะห์ที่ละเอียดถี่ถ้วนจะช่วยให้เราสร้างโอกาสใหม่ให้เกิดขึ้นได้ในยามนี้ เดิมทีผมจะมีสินค้าหลากหลาย แต่พอไวรัส COVID-19 มา เราเปลี่ยนโมเดลเลย ผมเหลือแค่ 3 ส่วน คือเจาะกลุ่มรถเล็ก รถกระบะ ที่จะตอบโจทย์คนในยุคนี้ รถรุ่นกลางผมขายทิ้งเลย และจับตลาดอีกรุ่นคือรถพรีเมียม"

รถยนต์รุ่นไหนที่ขายไม่ได้ ทำให้องค์กรอุ้ยอ้าย จะถูกขายออกแบบไม่ต้องคิดว่าต้นทุนเท่าไร จากนั้นให้โฟกัสที่รถยนต์เฉพาะรุ่น ลงมือทำตลาด สร้างทีม สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า เพื่อดึงกระแสเงินสดให้ไหลเข้ามาในกิจการมากที่สุด *"ต้องขายให้ตรง Segment ไม่เสียเวลา"*

คุณค่าของผลงาน

พนักงานของที่นี่ไม่จำเป็นต้องวัดผลผ่านระบบ KPI (Key Performance Indicator) ไม่จำเป็นต้องเดินตามคำสั่งหัวหน้า แต่ยึดถือการสร้าง Core Values ขอเพียงเข้าใจจุดมุ่งหมายขององค์กร นำไปคิดต่อ และลงมือทำงานของตนเองให้ออกมาดี

Core Values ของที่นี่คือ การส่งมอบ Trust (ความมั่นใจ) สู่ลูกค้า รถยนต์ของที่นี่จะต้องผ่านระบบ Triple Checks มาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพถึง 3 ขั้นตอน

ตรวจสอบโครงสร้าง ประวัติและที่มาของรถยนต์ โดยการตรวจสอบโครงสร้างความปลอดภัยของรถยนต์มากถึง 344 จุด โดย Goo Inspection (Thailand) ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับการรับรอง โดย JAAA (สมาคมประเมินสภาพรถยนต์ประเทศญี่ปุ่น) และตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนส่งมอบ หรือหากย้อนไปในบทบาทนายกสมาคมฯ คุณค่าของสมาคม ขอเพียงยึดถือที่การสร้าง Trust (ความมั่นใจ) และ Network (เครือข่าย) ทั้งสองสิ่งนี้จะต่อยอดได้มหาศาล

"ความมั่นใจต้องมาจากภายในก่อน ถึงจะไปภายนอกได้ ถ้าภายในไม่มั่นใจ เราจะทำให้ภายนอกเชื่อใจเราได้อย่างไร"

ถอยห่างคอมฟอร์ตโซน

คุณวิสุทธิ์จบปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยโตไก ประเทศญี่ปุ่น ทันทีที่กลับเมืองไทย ผู้เป็นพ่อเปิดโรงงานโซฟาให้เป็นเจ้าของทันที เขาเล่าว่าพ่อเตรียมให้หมดตั้งแต่หาพนักงาน 60 คน หาผู้ถือหุ้น ผู้จัดการโรงงาน

"ผมรู้สึกว่าโลกมันเล็กไป ทำไมอยู่แต่ในกรอบสี่เหลี่ยม" เขาเล่าว่าเมื่อเดินไปบอกคุณพ่อว่าขอลาออก ผู้เป็นพ่อตัดสินใจขายโรงงานในวันรุ่งขึ้นเลยทีเดียว คุณวิสุทธิ์บินไปเรียนต่อปริญญาโทที่รัฐฟลอริดา สหรัฐอเมริกา เจ้าตัวเล่าว่าถึงอเมริกาวันแรกก็ถูกปล้นที่มุมตึกเลย และแม้เรียนจบแล้วจะได้เข้าทำงานที่บริษัทในอเมริกาทันที ทว่าโชคชะตาก็ลิขิตให้ต้องออกเดินทางอีกครั้ง

“อาจารย์ชาวอาร์เจนตินาที่ผมเคารพบอกว่า รู้มั้ย การเป็นคนอาร์เจนตินาที่ทำงานอยู่ที่นี่ จะถูกมองว่าผิดมากที่ไม่กลับไปพัฒนาประเทศตัวเอง ท่านบอกให้ผมกลับไปทำอะไรเพื่อประเทศตนเอง ผมยังจำคำนั้นได้ตลอด”

กลับมาเมืองไทย เขาเริ่มงานแรกที่บริษัททำเหล็กสัญชาติญี่ปุ่น ที่นั่นสอนให้รู้จักระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และเรียนรู้งานจนก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง แต่ชีวิตนี้เหมือนอยู่ในเซฟโซน วัย 30 ปี เขาละทิ้งเงินเดือนหกหลักหันมาจับธุรกิจเก้าอี้นวดไฟฟ้า ทำให้ได้เรียนรู้ตลาดของ Consumer Product ก่อนจะข้ามมายังวงการรถยนต์มือสอง โดยดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงให้กับแบรนด์รถยนต์มือสอง และสร้างปรากฏการณ์ของวงการรถยนต์ให้ถูกพูดถึงทั้งเรื่องมาตรฐาน และความเชื่อถือได้

ธรรมะจัดสรร

จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่ทำให้วางมือจากการเป็นผู้บริหารค่ายรถยนต์มือสอง มาสู่การเป็น “เถ้าแก่” ด้วยตนเอง จากคนที่เชื่อมั่นในความสำเร็จของตัวเอง ไม่เชื่อในพระพุทธศาสนา เมื่อได้มีโอกาสเดินทางไปยังวัดป่านาคำน้อย จังหวัดอุดรธานี โดยคำเชิญของคุณกิตติธรา รวมธรรม - เจ้าของเต็นท์รถแอล.เอ็น.เอส.ออโต้ ในขณะนั้น (ปัจจุบันท่านออกบวชเพราะศรัทธาในพุทธศาสนา นามว่าแม่ชีอ๋อย)

“พอเหยียบพื้นตรงวัดป่านาคำน้อย ผมขนลุก ใจมันกล้าๆ กลัวๆ เมื่อได้มีโอกาสฟังหลวงพ่ออินทร์ถวาย สันตุสสโก เทศน์เรื่องเจ้าชายสิทธัตถะ ปากผมพูดไม่ออก น้ำตาผมไหลไม่หยุด นั่นคือปีติที่เปี่ยมล้นใจ สิ่งแรกที่ทำคือ กลับไปกราบพ่อแม่ เรารู้สึกว่าตนเองโง่เขลา ที่ผ่านมาเราเดินผิดทาง และวันนั้นเป็นวันที่เปลี่ยนชีวิตผมทั้งหมด ผมโทรศัพท์หาพี่อ๋อยทันที ท่านคุยว่า เรามาเป็นกระบอกเสียงให้อุตสาหกรรมรถยนต์มือสองกัน ผมลาออกจากตำแหน่งผู้บริหาร และลงมาก่อตั้งสมาคมรถยนต์ใช้แล้ว ผมตั้งใจว่า ถ้าเราจะทำรถเก่า เราจะทำรถเก่าให้สง่างาม

“ผมมาสายธุรกิจล้วนๆ สมัยก่อนทุกคนรู้ว่าผมโหดมาก นั่นแหละเราเดินผิดมาตลอด เราอีโก้สูง อีโก้คืออีโง่ แต่ผมเปลี่ยนความคิด ทุกวันนี้เราต่ำดีกว่า ยิ่งต่ำยิ่งสูง ยิ่งสูงยิ่งต่ำ”

เมื่อธรรมะได้จัดสรร คุณวิสุทธิ์ขับรถผ่านโชว์รูมรถยนต์ที่ถูกปล่อยทิ้งร้าง เขามองเห็นโอกาสและศักยภาพของที่ผืนนี้ จึงตัดสินใจเจรจา ผ่านไป 8 ปี ที่ดินผืนนั้นได้รับการพัฒนาต้นโพธิ์ดั้งเดิมในที่ดินที่เคยถูกทิ้งร้างก็กลับกลายผลิใบเพราะได้รับการดูแล และแผ่เงาให้ร่มเย็นมาจนถึงวันนี้ และเป็นที่ตั้งของโชว์รูม The Exclusive Motors ที่คงคุณค่า Core Values โดยยึดหลัก “Drive Confidence รถใช้แล้ว คุณภาพที่คุณมั่นใจ” ดังที่เขาเคยให้สัญญาในวันที่พร้อมเปลี่ยนบทบาทชีวิตตนเองไว้ว่า *“เราจะทำรถเก่าให้สง่างาม”*

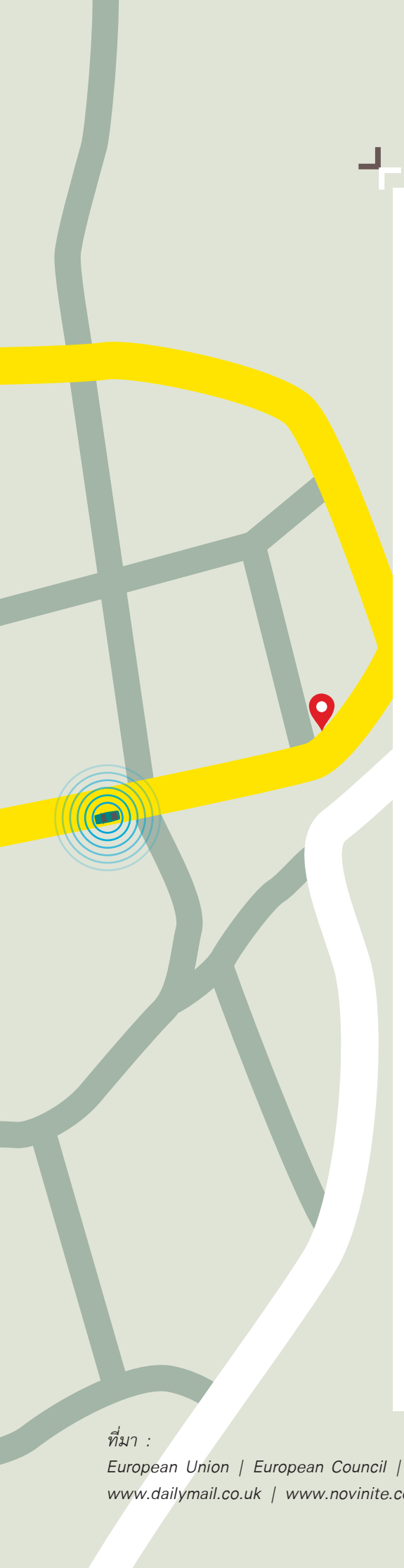
The Exclusive Motors
16/1 หมู่ 11 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลบางม่วง
อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 11140
โทรศัพท์ : 02-924-9100

: ชัย ธำรงค์กูล

EU กับหมุดหมายความปลอดภัยด้านการขับขี่ รับ พ.ศ. 2565

เมื่อกลางปีที่แล้ว สหภาพยุโรป หรือ EU ได้บรรลุข้อตกลงในการแก้ไขกฎระเบียบความปลอดภัยของรถยนต์ โดยกำหนดว่ารถรุ่นใหม่ทุกคันที่เปิดตัว ณ ตลาดยุโรป ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 จะต้องติดตั้งระบบความปลอดภัยขั้นสูงเพื่อลดจำนวนผู้เสียชีวิตและการบาดเจ็บสาหัสบนถนนในภูมิภาคดังกล่าว อีกทั้งยังเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตรถยนต์ยุโรปในตลาดโลก ซึ่งรถบรรทุกและรถโดยสารประจำทางทุกคันต้องผ่านเงื่อนไข 12 ข้อ คือ เพิ่มประสิทธิภาพของเข็มขัดนิรภัย ขยายโซนศีรษะกระแทกเพื่อความปลอดภัยเมื่อเกิดการชนคนเดินเท้าหรือจักรยาน มีระบบแจ้งเตือนสำหรับผู้ใช้ถนน ระบบตรวจเช็กลมยาง ควบคุมความเร็วอัจฉริยะและป้องกันการกระแทกจากเสาด้านข้าง ระบบตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ความพร้อมและป้องกันการรบกวนผู้ขับขี่ มีกล่องบันทึกข้อมูลการใช้งานของรถ มีสัญญาณเตือนเมื่อเบรกฉุกเฉิน และมีกล้องมองหลังหรือเซนเซอร์กะระยะ สำหรับรถยนต์และรถตู้ จะต้องมีระบบเบรกฉุกเฉินอัตโนมัติ ระบบป้องกันรถออกนอกเลนและการปรับปรุงตำแหน่งการมองเห็น เพิ่มเข้ามาด้วย

เมื่อศึกษาข้อบังคับที่เพิ่มเติมเข้ามาข้างต้น พบว่ามีเงื่อนไขหลายอย่างซึ่งสมควรนำมาปรับใช้ในประเทศไทยเช่นกัน อ้างอิงจากรายงานของกรมคุมประพฤติ ซึ่งเปิดเผยยอดเมาแล้วขับกว่า 12,000 คดี ระหว่างวันที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง 2 มกราคม พ.ศ. 2563 รวมถึงข้อมูลอุบัติเหตุบนทางหลวงทั่วประเทศประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2562 ที่พบว่าสาเหตุหลักมาจากการขับขี่ด้วยความเร็วสูงกว่ากฎหมายกำหนด ดังนั้น ระบบเบรกฉุกเฉินอัตโนมัติ ระบบควบคุมความเร็วอัจฉริยะ และระบบตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในรถยนต์ จึงเป็น 3 เทคโนโลยีที่เราหยิบยกมากล่าวถึงเป็นพิเศษ



เมื่อพูดถึงระบบเบรกฉุกเฉินอัตโนมัติ หรือ AEBS อาจทำให้หลายๆ คนนึกถึงระบบเบรก ABS อันเป็นเทคโนโลยีที่คุ้นเคยกันมานานนับสิบปี ทว่านวัตกรรมทั้งสองอย่างนี้มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ ABS หรือ Anti-lock Brake System นั้นสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ขับขี่ยังคงสามารถควบคุมทิศทางของรถได้เมื่อมีการเหยียบเบรกกะทันหัน แต่ระบบ AEBS หรือ Advanced Emergency Braking Systems ใช้เซนเซอร์เพื่อตรวจสอบระยะของยานพาหนะหรือคนเดินเท้าด้านหน้าและตรวจจับสถานการณ์ที่ความเร็วและระยะทางสัมพัทธ์ ซึ่งหากผู้ขับขี่ไม่ตอบสนองต่อการแจ้งเตือนของระบบในสถานการณ์คับขัน เบรกฉุกเฉินจะทำงานโดยอัตโนมัติเพื่อหลีกเลี่ยงการชน หรืออย่างน้อยก็เพื่อลดแรงกระแทกนั่นเอง

ทั้งนี้ โปรแกรมประเมินรถยนต์ใหม่ในสหภาพยุโรปและออสเตรเลียสรุปว่า AEBS ทำให้การชนท้ายที่ความเร็วต่ำลดลงถึง 38% และจากการประมาณการของคณะกรรมาธิการยุโรป หรือ EC พบว่า AEBS สามารถช่วยชีวิตคนบนท้องถนนของภูมิภาคนี้ได้มากกว่า 1,000 ราย ในแต่ละปีอีกด้วย

สำหรับระบบควบคุมความเร็วอัจฉริยะ หรือ Intelligent Speed Assistance (ISA) นั้นจะให้ข้อมูลด้านความเร็วที่เหมาะสมแก่ผู้ขับขี่ โดยอาศัยการเชื่อมต่อพิกัด GPS กับระบบแผนที่สารสนเทศทางภูมิศาสตร์ในตัวรถซึ่งมีฐานข้อมูลความเร็วจำกัดของถนนแต่ละเส้น หรือการสื่อสารโต้ตอบกับป้ายจำกัดความเร็วบนถนน ทำให้สามารถแจ้งเตือนผู้ขับขี่หรือจำกัดความเร็วของยานพาหนะให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ เช่น ถนนในเขตเมือง ถนนเขตนอกเมือง ถนนบนภูเขา ฯลฯ โดยมีทั้งแบบส่งสัญญาณหรือปฏิกิริยาเตือนเพื่อแนะนำให้ผู้ขับขี่ลดความเร็วแบบสมัครใจ และแบบที่ควบคุมความเร็วของรถให้ช้าลงแบบอัตโนมัติ ปัจจุบัน เริ่มมีการนำมาใช้กับยานพาหนะประเภทต่างๆ ในหลายประเทศของทวีปยุโรปแล้ว โดย EU ประมาณการว่า ISA จะสามารถลดอัตราการเสียชีวิตบนถนนในสหภาพยุโรปได้ 20%

สำหรับระบบตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในรถยนต์นั้น ถือเป็นเทคโนโลยีซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกา รวมถึงบางพื้นที่ในแคนาดา เบลเยียม ออสเตรีย นิวซีแลนด์ สวีเดน และเนเธอร์แลนด์ ด้วยเพราะตระหนักในข้อเท็จจริงที่ว่าการเมาแล้วขับเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุร้ายแรงซึ่งทำให้ทุกๆ 33 นาที มีคนบนโลกนี้เสียชีวิต 1 ราย สำหรับการทำงานของระบบดังกล่าวก็ไม่มีอะไรซับซ้อนเลย กล่าวคือเมื่อตรวจพบระดับแอลกอฮอล์ เครื่องตรวจจับจะขัดขวางการจุดระเบิดของตัวรถ ทำให้ผู้ขับขี่ไม่สามารถสตาร์ตรถได้

ระบบป้องกันรถออกนอกเลน หรือ Lane Keeping Assist (LKA) เป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งซึ่งควรพูดถึงในยุคที่ผู้ขับขี่มีสมาธิอยู่กับถนนน้อยลง อันเนื่องมาจากสมาร์ตโฟน จอทีวีที่ติดตั้งอยู่ในตัวรถ หรือแม้กระทั่งการหลับใน นวัตกรรมนี้ใช้กล้องด้านหน้าในการตรวจจับเส้นแบ่งช่องทางเดินรถ โดยระบบจะช่วยเพิ่มแรงหน่วงของพวงมาลัยเพื่อช่วยผู้ควบคุมรถให้อยู่ภายในช่องทางปกติและลดอาการเหนื่อยล้าของผู้ขับขี่ หากมีความเสี่ยงที่ยานพาหนะจะเคลื่อนตัวออกจากเลนโดยไม่ได้ตั้งใจ ระบบจะส่งสัญญาณเตือนในรูปแบบของภาพ เสียง หรือการสั่นสะเทือนของพวงมาลัยนั่นเอง

ที่มา :

European Union | European Council | European Parliament | United Nations Economic Commission for Europe | www.dailymail.co.uk | www.novinite.com

MG ZS 2020
ปรับโฉมแบบ Smart พร้อมราคากระชากใจ

นับเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เมื่อ MG เลือกเปิดตัว ZS ใหม่ที่เป็นรุ่นปรับโฉมพร้อมกับราคาชนิดที่คู่แข่งในตลาดมีหนาวไปตามๆ กัน วันนี้เราจะชวนคุณมาทำความรู้จักกับรถ SUV ที่จะมาตอบโจทย์การใช้ชีวิตแบบ Smart กัน

ZS ถือเป็น SUV ขนาด B-Segment ที่ถูกส่งลงมาเป็นทางเลือกใหม่ของ MG เมื่อปี 2017 ซึ่งที่ผ่านมาได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า เพราะนอกจากหน้าตาจะโดนใจแล้ว ราคาก็ยังน่าสนใจ ถือว่าอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าคู่แข่งในตลาดอย่าง Honda HR-V หรือ Toyota CH-R และในรุ่นปรับโฉมนี้ถือว่าราคาแพงขึ้นจากรุ่นเดิมเพียง 10,000 บาท โดยประมาณเท่านั้น แต่กลับได้ความสดใหม่อย่างมาก โดยในรุ่น 1.5 C+ ที่เป็นรุ่นเริ่มต้นราคาอยู่ที่ 689,000 บาท ตามด้วย 1.5 D+ รุ่นกลางอยู่ที่ 739,000 บาท และรุ่น 1.5 X+ ราคา 799,000 บาท เท่านั้น

แน่นอนว่าหน้าตาสดใหม่ขึ้นจากการปรับปรุงหลายส่วน โดยเฉพาะไฟหน้าทรงใหม่แบบ LED Projector ควบคุมการเปิด-ปิดอัตโนมัติ ไฟส่องสว่างสำหรับขับขี่เวลากลางวัน (Daytime Running Light) ไฟท้ายแบบ LED ล้ออัลลอยด์ดีไซน์ใหม่ขนาด 17 นิ้ว

ไฮไลต์คือ สิ่งที่ติดตั้งอยู่ข้างในโดยเฉพาะพวกอุปกรณ์ความปลอดภัยทั้งหลาย ถือว่ามาครบและจัดเต็ม เช่น ถุงลมนิรภัย 6 จุด ระบบป้องกันการไหลของรถ AVH (Auto Vehicle Hold) ระบบควบคุมการทรงตัว SCS (Stability Control System) ระบบควบคุมการเบรกในขณะเข้าโค้ง CBC (Curve Brake Control) ระบบป้องกันล้อหมุนฟรี และควบคุมการลื่นไถล TCS (Traction Control System) ระบบช่วยการออกตัวบนทางลาดชัน HSA (Hill Start Assist System) ระบบควบคุมความเร็วรถขณะลงทางลาดชัน HDC (Hill Descent Control System) ระบบตรวจสอบความผิดปกติของลมยาง TPMS (Tire Pressure Monitor System) เป็นต้น งานนี้ใครที่ชอบอะไรที่ปลอดภัยแต่ค่าตัวไม่เยอะ ได้เจอกับเนื้อคู่กันแล้ว

ที่ขาดไม่ได้คือระบบ i-Smart ที่สามารถสั่งการได้หลากหลาย เช่น การสั่งงานด้วยเสียงภาษาไทยในโหมด Smart Command ทำงานร่วมกับสมาร์ตโฟนที่เชื่อมต่อเอาไว้เพื่อโทรศัพท์หรือส่งข้อความในการขอความช่วยเหลือหากเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงการเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ในโหมด Smart Connect เพื่อค้นหาร้านค้าหรือร้านอาหาร และ Smart Check เป็นการตรวจสอบระบบการทำงานของรถยนต์ รวมถึงการสั่งล็อกหรือปลดล็อกประตูผ่านทาง MG Mobile Application

แม้ว่าส่วนของเครื่องยนต์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากรุ่นก่อนหน้านี้ เป็นแบบเบนซิน 4 สูบ ทวินแคม 16 วาล์ว ความจุ 1,500 ซีซี ให้กำลังสูงสุด 114 แรงม้า ที่ 6,000 รอบต่อนาที แรงบิดสูงสุด 150 นิวตันเมตร ที่ 4,500 รอบต่อนาที ระบบเกียร์อัตโนมัติ CVT 8 สปีด ปรับโหมดพวงมาลัยได้ถึง 3 โหมด คือ โหมด City สำหรับการขับขี่ในเมือง โหมด Standard สำหรับการขับขี่ทั่วไป และโหมด Sport สำหรับการขับขี่สไตล์สปอร์ต โดยที่ช่วงล่างด้านหน้าเป็นแบบแม็กเฟอร์สันสตรัตและด้านหลังแบบทอร์ชันบีมที่ได้รับการปรับเซตในแบบ Euro Tuning เพื่อการยึดเกาะและการทรงตัวที่ดีขึ้น

ใครที่สนใจก็เล็งๆ เอาไว้ได้เลย

Mido Commander Blue Shade

ความคลาสสิกของคอลเล็กชั่น Commander ที่อยู่ในตลาดมามากกว่าครึ่งศตวรรษ ถูกเพิ่มสีสันและความสวยงามด้วยโทนสีใหม่ที่ชื่อว่า Blue Shade ซึ่งเป็นหน้าปัดไล่ระดับโทนสีอย่างลงตัว พร้อมตัวเรือนแบบโมโนค็อกอันเป็นเอกลักษณ์ของรุ่น โดยที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 37 มิลลิเมตร มีการเคลือบ PVD สีดำ และติดตั้งกลไกอัตโนมัติรุ่นล่าสุด Caliber 80 ให้ความเที่ยงตรงในการทำงาน อีกทั้งยังสามารถสำรองพลังงานสูงสุดถึง 80 ชั่วโมง พร้อมสายสเตนเลสถัก หรือ Milanese ส่วนราคาจำหน่ายอยู่ที่ 32,000 บาท

Xiaomi Mi True Wireless Earphones

เป็นความคุ้มค่าที่น่าสนใจ เพราะหูฟังบลูทูทรุ่นนี้มากับดีไซน์ที่เรียบง่ายแต่ลงตัว มาพร้อมสัญญาณเชื่อมต่อที่มีความเสถียรมากขึ้น มีความเร็วในการรับ-ส่งเร็วขึ้น และเชื่อมต่อสัญญาณเข้ากับบลูทูท 5.0 ดีขึ้น นอกจากนี้ยังรองรับ SBC, AAC และ LHDC และยังเพิ่มประสบการณ์การฟังให้ดีขึ้น โดยขยายเสียงทุ้มและตัดเสียงรบกวนด้วยเทคโนโลยี (ENC) หูฟังรุ่นใหม่นี้ยังมาพร้อมฟีเจอร์อย่าง Pop-up Pairing และมีเซนเซอร์ในตัวเพื่อตรวจจับว่าหูฟังอยู่ข้างในหรือนอกหู โดยเสียงดนตรีจะหยุดทันทีหากหูฟังออกจากหู ใช้เวลาชาร์จจนเต็ม 4 ชั่วโมง แต่ฟังเพลงได้ 14 ชั่วโมง ส่วนราคาอยู่ที่ 2,399 บาท เท่านั้น

American Standard Acacia SupaSleek

แม้ว่าจะอยู่ในที่ลับ แต่ต้องยอมรับว่าบรรดาสุขภัณฑ์ทั้งหลายถือเป็นการบ่งบอกรสนิยมและสะท้อนถึงความใส่ใจในด้านการตกแต่งบ้านของผู้เป็นเจ้าของมากน้อยเพียงไร American Standard Acacia SupaSleek ถือเป็นคอลเล็กชั่นใหม่ที่มาพร้อมกับความเพรียวบาง โดยพัฒนาต่อยอดจากคอลเล็กชั่น Acacia Evolution และมีเครื่องสุขภัณฑ์ครบในทุกส่วน รวมถึงอ่างล้างหน้าที่ใช้เทคโนโลยีเซรามิก ThinEdge ล่าสุด ทำให้อ่างล้างหน้า Acacia SupaSleek มีขอบที่เพรียวบางเป็นพิเศษ เพียง 5 มม. แต่ก็ยังคงความแข็งแกร่งและความยืดหยุ่นเหมือนอ่างทั่วไป ส่วนชักโครกของ Acacia SupaSleek โดยระบบ Vortex Flush ที่เป็นเอกสิทธิ์เฉพาะจะช่วยให้แน่ใจได้ว่าเกิดประสิทธิภาพการชำระล้างสูงสุดโดยใช้น้ำในปริมาณน้อยที่สุด ทั้งนี้ ผู้ใช้จะประหยัดน้ำได้ 22,776 ลิตร ในหนึ่งปี สำหรับครอบครัวที่มีสมาชิก 4 คน

เทรนด์ Drive Thru
ความสะดวกสบายสำหรับคนบนรถ ยุค New Normal

Drive Thru หรือรูปแบบการเข้ารับบริการที่ให้ลูกค้าขับรถไปยังจุดต่างๆ โดยไม่ต้องลงจากรถ เพื่อสั่งสินค้า ชำระเงิน และรับสินค้าในเส้นทางเดียว นับเป็นกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความเร่งรีบและให้ความเป็นส่วนตัวแก่ผู้เข้ารับบริการ (เทรนด์นี้เริ่มต้นในสหรัฐอเมริกา ราวปี ค.ศ. 1970) แม้ในประเทศไทยคุณอาจเห็นภาพของ Drive Thru อยู่ในบทบาทการซื้อ-ขายอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดเป็นส่วนใหญ่ แต่รู้หรือไม่ว่า การมาเยือนของสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ได้กลายเป็นไอเดียตั้งต้นให้หลายธุรกิจนำมาขับเคลื่อน ต่อยอด เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ใหม่ของผู้ใช้บริการ

เราจะชวนคุณมารู้จักเทรนด์ Drive Thru ในเมืองไทย

จอดรถหน้าห้องตรวจ

ห้องตรวจ IC OPD

Drive Thru Test :
ตรวจสุขภาพรูปแบบพิเศษ

ในช่วงสถานการณ์ล็อกดาวน์ เราได้เห็นหนึ่งในช่องทางการตรวจไวรัส COVID-19 รูปแบบพิเศษขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้ทราบสถานการณ์ติดเชื้อของตนเอง ทั้งยังเข้าถึงการป้องกันและรักษาสุขภาพให้เหมาะสมกับช่วงไวรัสระบาด

สถานพยาบาลแต่ละแห่งจะมีระบบ ขั้นตอนการรักษาแบบ Drive Thru และวิธีแจ้งผลที่แตกต่างกันไป ทว่าสิ่งหนึ่งที่ผู้เข้ารับการรักษาต้องมีเหมือนกันคือ “มีรถยนต์ส่วนตัว และสามารถขับรถไปยังจุดตรวจโดยไม่ต้องลงจากรถ”

แม้สถานการณ์จะอยู่ในการควบคุมได้ แต่เราก็ได้เห็นไอเดียการตรวจสุขภาพเช่นนี้จากหลายๆ โรงพยาบาลที่ยังคงคอนเซ็ปต์การตรวจสุขภาพ อาทิ โรงพยาบาลรามคำแหง ที่มีแผนก RAM Infection Control OPD - Drive in หรือการตรวจไข้ ไอ เจ็บคอ ที่แยกออกจากตัวอาคาร ห่างออกไป 700 เมตร อยู่ในพื้นที่โล่งบริเวณลานจอดรถด้านหลัง อากาศถ่ายเทสะดวก รูปแบบคือจอดรถหน้าห้องตรวจ มีดอกเตอร์เลานจ์สำหรับตรวจกับคุณหมอ และสามารถรับยาผ่านบริการแบบ Drive Thru Pharmacy

หรือตัวอย่างจากโรงพยาบาลสินแพทย์ ที่แยกคลินิกพิเศษตรวจหวัดออกไปนอกอาคารหลักโดยเฉพาะ Drive Thru Clinic เป็นอาคารที่มีที่จอดรถโดยเฉพาะ ห้องตรวจและห้องนั่งรอติดตั้งระบบถ่ายเทอากาศและเติมอากาศสะอาดทุก 5 นาที เทรนด์การตรวจสุขภาพเช่นนี้เราจะพบเห็นได้บ่อยขึ้นในหลายๆ โรงพยาบาลชั้นนำ นับเป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์สอดรับกับยุคสมัยอย่างแท้จริง

ข้อมูล : https://www.ram-hosp.co.th/news_detail/520

https://www.synphaet.co.th/ramintra/คลินิกพิเศษตรวจหวัด-drive-thru-clinic

Drive Thru Flea Market :
ตลาดนัด Drive Thru

เริ่มต้นด้วยความน่าสนใจของตลาดนัด Drive Thru ที่ออกแบบให้เหล่านักชอปขับรถผ่านกลางตลาด เพื่อจับจ่ายสินค้าและอาหารจากร้านดัง ความน่าสนใจคือการตั้งร้านค้าให้ห่างกัน 10 เมตร เพื่อตอบรับมาตรการ Social Distancing ทั้งยังคิดระบบมาได้ตอบโจทย์คนชอบเดินตลาด ด้วยการสร้างทางวิ่งรถ 2 เลน เลนหนึ่งไว้สำหรับ Window Shopping ให้คุณค่อยๆ ขับรถชมสินค้าเหมือนเลือกซื้อของในห้าง ก่อนจะเปลี่ยนเลนไปยังเส้นทางข้างๆ เพื่อทำการชอปปิงจริงๆ เมื่อขับรถไปถึงหน้าร้านแล้วก็สามารถสั่งซื้อ จ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์ และรอรับสินค้าได้เลย

* งานจัดขึ้นแล้วเมื่อ 24 เมษายน - 31 พฤษภาคม 2563 ณ The Circle Ratchapruk และคาดว่าเราจะได้เห็นเทรนด์ Drive Thru Flea Market เกิดขึ้นในสังคมไทยได้อีกบ่อยๆ

Drive Thru Post :
ไปรษณีย์ Drive Thru

การซื้อ-ขายออนไลน์ในช่วงสถานการณ์ไวรัส COVID-19 เติบโตขึ้น 35%* ประเด็นนี้ ทำให้บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ผลักดันโปรเจ็กต์ Drive Thru Post ขึ้นมาอีกครั้ง จากที่เคยเปิดให้บริการรูปแบบนี้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 โดยปัจจุบันให้บริการ 17 สาขาทั่วประเทศไทย พร้อมสโลแกนที่ว่า “ส่งพัสดุแบบรวดเร็วทันใจใน 3 นาที แบบไม่ต้องลงจากรถยนต์”

เพียงแค่คุณเตรียมสินค้าขึ้นรถ ขับไปยังศูนย์ไปรษณีย์ไดรฟ์ทรู 17 จุดพิเศษ ได้แก่ สามเสนใน หลักสี่ ลาดพร้าว ลำลูกกา มีนบุรี บางพลี ชัยพฤกษ์ ศุขประยูร (ชลบุรี) นครราชสีมา อุดรธานี ขอนแก่น สามแยกสวนปรุง (เชียงใหม่) พิษณุโลก ภูเก็ต กระบี่ สุราษฎร์ธานี และรัถการ ทั้งนี้ผู้ใช้บริการสามารถส่งของได้สูงสุด 3 ชิ้น น้ำหนักไม่เกิน 2 กิโลกรัม และต้องมีขนาดกล่องไม่เกินกล่องสำเร็จรูปขนาด ง. (กว้าง 22 x ยาว 35 x สูง 14 เซนติเมตร)

สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการไปรษณีย์ไดรฟ์ทรูเพิ่มเติมได้ที่ THP Contact Center 1545

www.thailandpost.co.th

** ข้อมูล : บริษัท ไพรซ์ซ่า จำกัด*

การประปาส่วนภูมิภาค
Provincial Waterworks Authority

Drive Thru
ชำระค่าน้ำจาก กปภ.

อีกหนึ่งพื้นที่บริการที่นำแนวคิด Drive Thru มาใช้บริหารจัดการ เพื่อตอบรับมาตการ Social Distancing คือ “การประปาส่วนภูมิภาค” ซึ่งเปิดช่องทางชำระค่าน้ำประปาด่วนในบางพื้นที่ เช่น ระยอง จันทบุรี พัทยา ขอนแก่น แม่สอด สุโขทัย เชียงใหม่ ลำพูน หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี กระบี่ ฯลฯ นอกจากจะมีช่องทางสำหรับรถยนต์แล้ว ยังเปิดช่องทางด่วนสำหรับรถจักรยานยนต์ด้วย

จากแนวคิดนี้ นายสมชาย มนต์บุรีนนท์ รองผู้ว่าการ (วิชาการ) รักษาการแทนผู้ว่าการการประปาส่วนภูมิภาค (กปภ.) ได้กล่าวว่า ที่ผ่านมาพฤติกรรมของลูกค้าในส่วนภูมิภาคมักจะมีความผูกพันและต้องการเข้ามาชำระค่าประปาที่สาขา ส่งผลให้ช่วงเวลาตามรอบจ่าย ทำให้การทำงานของเจ้าหน้าที่ล่าช้า แนวคิด Drive Thru จึงเกิดขึ้นเพื่อทำให้การบริการคล่องตัว สะดวก รวดเร็วขึ้น โดยที่ไม่ต้องลงจากรถยนต์ นับเป็นไอเดียลดการใช้พื้นที่สาธารณะ สนับสนุนนโยบาย Social Distancing

ข้อมูล : https://news.thaipbs.or.th/content/289854

: สุธิดา บุบผากลิ่น

Plant Therapy ปลูกต้นนี้ดีต่อใจ

หนึ่งในความปกติใหม่ New Normal คือผู้คนรื่นรมย์กับการอยู่บ้านมากยิ่งขึ้น สังเกตได้จากการปลูกต้นไม้ใบเก๋ ถ่ายรูปลงโซเชียล จนกลายเป็นงานอดิเรกของใครหลายๆ คน นับเป็นฮอบบี้ดีต่อโลก ดีต่อใจ

นอกจากจะได้อากาศบริสุทธิ์จากเครื่องกรองธรรมชาติแล้ว ต้นไม้หลายสายพันธุ์ยังมีความหมายสะท้อนถึงความมั่งคั่ง ให้โชคลาภ และให้ความสุข เราจึงคัดสรรต้นไม้เติมความสุขมาฝากคุณเช่นกัน

หมวด : ต้นนี้ปลูกแล้วดี

กวักมรกต

ว่ากันว่าปลูก **“กวักมรกต”** จนผลิดอกเมื่อไร เตรียมอ้าแขนรับทรัพย์เข้าบ้านได้เลย!!

ไม้สกุลใหม่ตั้งชื่อไว้เป็นมงคลมีถิ่นกำเนิดไกลถึงทวีปแอฟริกา แม้กวักมรกตจะถูกนำเข้ามาปลูกและแพร่หลายในบ้านเราไม่นานแต่กลับได้รับความนิยม ด้วยลักษณะลำต้นชูช่อหรูหรา ก้านอวบน้ำ ใบเขียวเข้มเงาวับเรียงตัวสวยงามดูผู้ดีผู้ดี แถมยังอึดถึกทนต่อสภาพแวดล้อม แม้จะไม่ค่อยชอบแดดจัด แต่ก็เอาตัวรอดได้เกือบทุกกรณี คนจึงนิยมนำไปปลูกบริเวณบ้าน ในบ้าน ลามเลยไปถึงห้องนอน นอกจากกวักมรกตจะช่วยฟอกอากาศและกรองสารพิษแล้ว ยังผลิตก๊าซออกซิเจนออกมาตอนกลางคืน ยิ่งถ้าดูแลแม่กวักเขาดีๆ เชื่อว่าจะบันดาลให้ผู้ปลูกเฮง มีโชคลาภปรารถนาอะไรมักสมหวัง กวักเงินกวักทองเข้าบ้านไม่ขาดสาย ท็อปฟอร์มขนาดนี้ไม่หามาปลูกไม่ได้แล้วล่ะ

ว่านรวยไม่เลิก

แค่ชื่อก็กินขาด **“ว่านรวยไม่เลิก”** ไม้อวบน้ำตระกูลเดียวกับกระบองเพชร มีถิ่นกำเนิดจากทวีปแอฟริกาเหมือนกัน พืชจากแอฟริกาส่วนใหญ่จะอวบอิ่มอิ่มน้ำเป็นกระบวนการเซอร์ไวเวอร์ กักตุนน้ำไว้ใช้ในยามวิกฤต โบราณเชื่อว่าบ้านไหนปลูกว่านรวยไม่เลิก จะทำให้ร่ำรวยยิ่งๆ ขึ้นไป เจ้าว่านจะออกดอกอวยพรให้มีโชคลาภแวะเวียนมาหาตลอดปีเชียว อีกหนึ่งความน่ารักของเจ้าว่านรวยไม่เลิกคือส่วนใบที่ให้สัมผัสนิ่มๆ เหมือนยาง ใบหนาเรียวเป็นสีเขียวอ่อน และมีจุดสีเขียวเข้มแต้มไว้ตลอดทั้งใบ หากจะปลูกว่านตัวนี้แนะนำให้ปลูกใกล้กับระเบียงหรือริมหน้าต่างกระจกใส เพราะน้องเขารักแสงแดดแบบรำไร ชอบสูดหายใจบริเวณอากาศถ่ายเทสะดวก กินง่ายอยู่ง่าย เพียงรดน้ำให้ชุ่มวันละ 1 ครั้ง ก็พอเพียง

ว่านงาช้าง

“ว่านงาช้าง” พรรณไม้อวบแท่งกลม เขียวเข้มแซมสีขาวนิดๆ ไม้มงคลไทยแต่โบราณที่เชื่อกันว่ามีฤทธิ์ป้องกันภัยร้ายและอำนาจมืด สมัยหนึ่งคนนิยมซื้องาช้างคู่มาประดับบารมีที่บ้าน พานให้ “ว่านงาช้าง” เป็นต้นไม้มงคลไปด้วยเพราะมีลักษณะคล้ายกัน ปู่ย่าท่านว่าไว้ บ้านไหนปลูกจะทำมาค้าคล่อง ขายของลื่นปรื๊ด ว่านชนิดนี้เป็นพืชเศรษฐกิจที่ประเทศญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และยุโรป โหยหา หลังได้ผลวิจัยออกมาว่าว่านงาช้างคายออกซิเจนในปริมาณมาก ดูดสารพิษในอากาศ และปล่อยละอองน้ำเพื่อดักจับฝุ่นขนาดเล็กๆ ปลูกง่ายในที่ร่มแสงรำไร รดน้ำสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ก็เอาอยู่ เมื่อ 15 ปีก่อนนิยมปลูกแล้วถักเปียขาย ให้ซื้อไปเป็นของขวัญญาติผู้ใหญ่ แต่เดี๋ยวนี้ปลูกให้ลำต้นตั้งตรงและใส่กระถางสวยๆ วางไว้ตามมุมห้องในบ้านเรือนยิ่งเป็นที่นิยม

หมวด : ต้นนี้ปลูกแล้วสวย

ยางอินเดีย

อีนี่นะนายจ๋า ฉันจะไปหาต้น **“ยางอินเดีย”** มาปลูก ขออนุญาตลบภาพความภารตะที่คุ้นเคย ถ้ายางอินเดียเป็นชายหนุ่มคงได้ฟีลสุขุมมาดเท่ ความเฉียบชัดสไตล์มินิมัล คือเสน่ห์ที่ทำให้หลายคนตกหลุมรัก ใบแข็งมนเรียบเป็นวงรี เฉดสีเขียวเข้มไล่ไปแดงอมม่วง แถมยังมีอำนาจดักจับฝุ่นและฟอกอากาศในห้องได้ดีเยี่ยม ยางอินเดียเป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ แต่พอมาอยู่ในกระถางก็โตเท่าไซซ์กระถางจะอำนวย มีถิ่นกำเนิดอยู่ที่อินเดียและมาเลเซีย ชื่ออังกฤษว่า “Rubber Plant” บางพื้นที่เรียก “ต้นยางลบ” ในลำต้นมีน้ำยางขาวเป็นพิษ ตอนตัดตกแต่งต้องระมัดระวังอย่าให้โดนผิวหนัง การดูแลนั้นแสนง่าย รดน้ำพอให้ชุ่ม 4 วัน ต่อครั้ง ตั้งในจุดที่มีแสงแดดรำไร ระวังอย่าโดนแดดมากเดี๋ยวใบจะไหม้ หมั่นเช็ดถูใบให้เขาหน่อย รับรองสวยเชิดหน้าชูตาแน่นอน

ไทรใบสัก

ฮอตกว่านี้ไม่มีแล้ว เมื่อนางเอกสาวญาญ่าโพสต์ภาพขณะกำลังเช็ดถูใบต้นไทรใบสักลง IG พลันร้านขายต้นไม้ก็ยอดขายดีถล่มทลาย เรามาทำความรู้จัก **“ไทรใบสัก”** กันดีกว่า แท้จริงบ้านเกิดเธออยู่ทวีปแอฟริกา ไฮไลต์ของเธอคือฟอร์มต้นที่พุ่งสูงเด่นเป็นสง่า ใบเขียวแผ่กว้างเป็นคลื่นไสวคล้ายคนผมหยิกหยักศก เรามักเห็นเธออยู่ในคาเฟ่หรือนิตยสารแต่งบ้านชิกๆ ยิ่งหุ้มกระถางด้วยตะกร้าสานแล้วโดดเด่นไม่แพ้ใคร เลี้ยงง่ายแต่ต้องคอยจัดทรงอยู่เสมอ เพราะเธอเป็นต้นไม้โน้มเข้าหาแสง เลยทำให้ลำต้นอาจโค้งงอได้ คนปลูกต้องคอยขยับหมุนกระถางและหาไม้ค้ำยัน หมั่นตรวจเช็กทรวดทรง สังเกตให้โดนแสงแต่พอดี รดน้ำ 4 วัน ต่อครั้ง โดยให้มั่นใจว่าซึมไปถึงก้นกระถาง แล้วอย่าลืมเช็ดถูใบให้สะอาดก่อนโพสต์ลง IG ทุกครั้งนะคะ

ร้านต้นไม้เตะตาต้องใจ

Themt_flower2

ร้านต้นไม้สายมินิ ต้นไม้มงคลจิ๋ว จัดมาในกระถางเซรามิกสุดคิวต์ และอุปกรณ์ปลูกต้นไม้แสนน่ารัก

Garden Atlas

ขุมทรัพย์คนรักต้นไม้ ของแต่งสวนและงานดีไซน์ มีตั้งแต่กระถางดินเผาสุดเซอร์ไปจนถึงกระถางโครงเหล็กเรียบเท่ที่รอให้เราตามไปค้นพบ

Dailyplant2st

ต้นไม้ฟอร์มสวยที่ว่าหายากแล้ว ร้านนี้อัปดีกรีเอ็กซ์คลูซีฟขึ้นไปอีก เขาคัดสรรต้นไม้ใบสวยลวดลายแปลกตา ที่นานๆ จะหลุดมาให้เราได้จับจองสักที

ตลาดต้นไม้จตุจักร

ตลาดนัดต้นไม้กลางกรุง นอกจากผู้ซื้อจะได้พบผู้ปลูกตัวจริงที่ขนไม้ดอกไม้ประดับส่งตรงจากสวน ที่นี่ยังเต็มไปด้วยต้นไม้หลายสายพันธุ์ ตั้งแต่เบสิก ยอดฮิต กระทั่งไม้หายาก

เชื่อเถอะ ชอปเพลินจนลืมเวลากันเลยทีเดียว

เวลาเปิด-ปิด :
วันอังคาร เวลา 12.00-18.00 น.
วันพุธ-พฤหัสบดี เวลา 05.00-18.00 น.

: ชัย ธำรงค์กูล

เสียงหัวเราะทำให้โลกสดใส
แถมยังบอกว่าคุณเป็นคนอย่างไรได้ด้วยนะ

นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเสียงหัวเราะในบริบทต่างๆ ทั้งแง่ของสรีรศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และมุมมองทางสังคม ซึ่งการแสดงออกทางอารมณ์แบบไม่ใช้คำพูดนี้ได้รับการควบคุมโดยระบบสมองดั้งเดิมอันผ่านวิวัฒนาการที่กำหนดการเปล่งเสียงในสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมทุกชนิด ทว่า การหัวเราะของมนุษย์มีความซับซ้อนกว่ามาก วันนี้เราจึงจะพาทุกคนไปสำรวจความน่าสนใจอีกด้านหนึ่งว่าการหัวเราะจะสามารถบ่งบอกนิสัยของใครต่อใครได้อย่างแม่นยำสักกี่มากน้อย

หัวเราะเสียงดัง คุณเป็นคนเปิดเผย จริงใจ ตรงไปตรงมา เข้ากับคนอื่นได้ง่าย กล้าได้กล้าเสีย มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่สนใจว่าคนอื่นจะมองคุณอย่างไร ทว่าภายใต้เสียงแห่งความสุขอันเผื่อแผ่ไปสู่คนอื่นๆ นี้ กลับมีความกดดันซ่อนอยู่ อีกทั้งยังรู้สึกโดดเดี่ยวได้ง่าย ซึ่งแม้คุณจะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ได้ดี แต่ก็ยังมีบางครั้งที่ขาดความรอบคอบ

หัวเราะเสียงเบา คุณเป็นคนอ่อนนอกแข็งใน ช่างสังเกตและวิเคราะห์ มีน้ำใจ พึ่งพาอาศัยได้ อ่อนน้อมถ่อมตน ระมัดระวังตัว และนับถือตนเอง คุณอาจไม่เก่งในการแสดงความคิดเห็น และมีแนวโน้มที่จะซึมซับความเชื่อของคนอื่นมาเป็นความคิดของคุณเองอีกด้วยในบางครั้ง

หัวเราะด้วยระดับเสียงพอเหมาะสม่ำเสมอ คุณเป็นคนใฝ่รู้ รักความสมบูรณ์แบบ และมีความสามารถหลายด้าน เมื่อสนใจสิ่งใดก็จะศึกษาอย่างจริงจัง เวลาทำงานคุณจะทุ่มเทและตั้งใจ แม้บุคลิกจะดูนิ่งๆ แต่จริงๆ เข้ากับคนง่าย ทว่าก็มีความระมัดระวังในการเลือกคบคนอยู่ในที

หัวเราะแบบพ่นลมหายใจ คุณเป็นคนช่างพูด มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ท่าทีภายนอกดูเหมือนสบายๆ อะไรก็ได้ แต่จริงๆ แล้วคุณเป็นคนขี้กังวล และมักแคร์สายตาคนอื่นที่มองมาและตัดสินคุณ ทำให้กลายเป็นคนที่ทำสิ่งต่างๆ อย่างจริงจังมากกว่าคนอื่น

โน้มตัวไปข้างหน้า ไม่ว่าคุณจะค้อมตัวลงหรือโยกร่างกายไปมาขณะหัวเราะก็ล้วนเป็นการแสดงความมั่นใจในระดับสูงออกมาทั้งนั้น เพราะคุณเป็นคนทะเยอทะยาน แม้การเชื่อมั่นในตนเองโดยกำเนิดจะทำให้คุณสามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ และนำพาผู้อื่นไปสู่ความสำเร็จได้ แต่ก็ทำให้คุณกลายเป็นยึดติดกับความคิดของตัวเองค่อนข้างสูง

ตบมือหรือตบเข่าไปด้วย การที่คุณแสดงออกเช่นนี้ขณะที่คุณหัวเราะแสดงให้เห็นว่าคุณเป็นคนรักสนุกและชอบที่จะเป็นจุดสนใจ ยิ่งไปกว่านั้นคุณยังมีความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจ สามารถทำให้เรื่องที่น่าเบื่อกลายเป็นเรื่องที่มีชีวิตชีวาได้อย่างไม่น่าเชื่อ อีกทั้งมีความกระตือรือร้นอย่างเหลือเฟือ ทว่าคุณมีแนวโน้มที่อาจถูกผู้อื่นเอาเปรียบได้ง่าย

เอามือทาบอก จูดี้ เจมส์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและอวัจนภาษาชั้นนำเปิดเผยว่า *"การวางมือทาบอกขณะที่หัวเราะเป็นสัญญาณว่าคุณให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์อารมณ์ และสิ่งที่สืบทอดกันต่อๆ มา อีกทั้งยังแสดงถึงความซื่อสัตย์ และการเป็นผู้ฟังที่ดี เป็นไหล่ให้คนใกล้ชิดได้พักพิงในเวลาที่พวกเขาท้อแท้"*

เอามือปิดปาก คุณเป็นนักแก้ปัญหาที่ฉลาดและรอบคอบ คุณไม่เชื่อใจใครง่ายๆ การซ่อนรอยยิ้มของคุณในขณะที่หัวเราะแสดงให้เห็นถึงความขี้อายและต้องการป้องกันตัวเองจากการแสดงความอ่อนแอ คุณชอบลงมือทำในสิ่งท้าทายที่คนอื่นคิดว่าเป็นไปไม่ได้ และมักคิดก่อนพูดเสมอ

ที่มา : www.bbc.com | www.firstforwomen.com | www.goodyfeed.com

Battery Jump Start
ทางออกของรถยนต์ปกติ และ EV ที่สตาร์ตไม่ติด

ปัญหาที่คนใช้รถยนต์เจอกันบ่อยก็เห็นจะเป็นอาการสตาร์ตไม่ติดเพราะแบตเตอรี่เสื่อม รู้ตัวอีกที แบตเตอรี่ก็อาจหมดโดยไม่ทันตั้งตัว ปัจจุบัน มีเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาที่ว่านี้ เนื่องจากรถยนต์ที่ขายกันอยู่ในตลาดไม่ได้มีแค่รถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์สันดาปภายในที่เราคุ้นเคยกันมานานเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ไฮบริดและไฟฟ้า เข้ามาเป็นทางเลือกอีกด้วย เราจะชวนคุณมาพบทางออกของปัญหานี้กัน

Power Bank Jump Start

รถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์สันดาปภายใน และรถยนต์ไฮบริดทั้งสองระบบนี้ยังต้องอาศัยกระแสไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ (ลูกเล็กสำหรับรถยนต์ไฮบริด) เพื่อใช้ในการสตาร์ตเครื่องยนต์ ซึ่งถ้าแบตเตอรี่ส่วนนี้เสื่อม เราสามารถแก้ปัญหาตรงจุดนี้ได้กับอุปกรณ์อย่างพวกแบตเตอรี่ที่เรียกว่า Power Bank Jump Start ซึ่งในปัจจุบันมีหลากหลายแบรนด์ ตั้งแต่ระดับราคาหลักพันต้นๆ ไปจนถึงหลายพันบาท

ถ้าคุณต้องการมีติดเอาไว้ในรถยนต์ ควรพิจารณาหลายๆ อย่าง ทั้งความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และที่สำคัญคือ ต้องใช้งานได้จริง หลายครั้งการสั่งผ่านตัวแทนจำหน่ายออนไลน์โดยไม่ลองของจริงอาจจะต้องเสียเงินฟรีได้ เพราะตัวแบตเตอรี่มีกำลังไฟไม่พอที่จะใช้ในการสตาร์ตเครื่องยนต์ โดยสิ่งที่ต้องพิจารณาคือ รูปแบบของแบตเตอรี่ และปริมาณกระแสไฟฟ้าหรือแอมป์สูงสุดที่แบตเตอรี่แบบจัมป์สตาร์ตยี่ห้อนั้นมี

ข้อดีของแบตเตอรี่ประเภทนี้คือ เป็นตัวช่วยในการสตาร์ตเครื่องยนต์กรณีที่แบตเตอรี่ติดรถเกิดปัญหาทำให้สตาร์ตไม่ติด เพราะแบตเตอรี่หมดอาจเกิดจากตัวแบตเตอรี่เสื่อม หรือเปิดอุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้าทิ้งเอาไว้จนทำให้แบตเตอรี่หมดไฟ ซึ่งขนาดของ Power Bank Jump Start มักไม่ใหญ่ สามารถพกพาง่าย และกลายเป็นอุปกรณ์ที่ติดรถเอาไว้ได้เหมือนกับพวกแม่แรง สายลากจูง

เพียงแต่สิ่งที่ต้องระวังคือ การคายประจุไฟฟ้าหากไม่ได้ใช้งานเป็นเวลานาน และความเสี่ยงในการระเบิดกรณีที่ทิ้งเอาไว้ในรถและจอดอยู่กลางแดดที่มีอุณหภูมิสูงๆ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญคือ การเลือกขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป เพราะคุณจะได้พกพาติดตัวออกไปได้ด้วย เพื่อทำหน้าที่เป็นเพาเวอร์แบงก์สำหรับชาร์จโทรศัพท์มือถือได้

SparkCharge

สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า ปัญหาเดียวของการสตาร์ตไม่ติดคือ เรื่องกระแสไฟฟ้าในแบตเตอรี่หลักที่หมดเกลี้ยง อาจจะเพราะไม่ได้ชาร์จก่อนออกจากบ้าน หรือใช้งานเกินจากจำนวนระยะทางที่แบตเตอรี่จะรองรับได้ แน่นอนว่า ทางออกเดียวของเรื่องนี้คือ การมองหาปลั๊กสำหรับเสียบไฟชาร์จ ไม่ว่าจะเป็นไฟบ้าน หรือไฟจากแท่นชาร์จสาธารณะ

แต่ถ้าเกิดไม่มีล่ะ งานนี้อาจจะเหนื่อยหน่อย เพราะแม้ว่าจะมีคนหัวใสผลิตเครื่องชาร์จแบบพกพาออกมาขาย แต่ขนาดของมันก็ต้องถือว่ายังใหญ่อยู่ดี อย่างเจ้า SparkCharge ที่น่าจะเป็นเครื่องชาร์จแบบพกพาสำหรับรถยนต์พลังไฟฟ้าก็ยังถือว่ามีขนาดค่อนข้างใหญ่ (ขนาดประมาณลังเบียร์) และอาจจะไม่ค่อยสะดวกหากต้องติดรถไปไหนมาไหน

แต่ถือเป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจ เพราะตัวเครื่องแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นแบตเตอรี่ที่เรียกว่า Charger Module ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างแบตเตอรี่กับตัวรถ และ Battery Module ซึ่งจะมีขนาด 3.5 kWh และสามารถเพิ่มได้เรื่อยๆ เพราะถูกออกแบบให้เป็นก้อนสี่เหลี่ยม ซึ่งสามารถวางซ้อนให้เชื่อมต่อกันได้เพื่อเพิ่มกำลังไฟให้มากขึ้น

โดยในรุ่นปกติของ SparkCharge สามารถจ่ายไฟให้กับรถยนต์ได้ในระดับ 20 kW โดยเมื่อชาร์จจนเต็มตามแพ็กขนาด 3.5 kW จะสามารถแล่นทำระยะทางได้ราวๆ 14-15 ไมล์ หรือ 22-24 กิโลเมตร ซึ่งก็เพียงพอที่จะทำให้คุณแล่นไปหาจุดชาร์จสาธารณะได้ โดยทุก 1 ไมล์ที่แล่นได้จะใช้เวลาในการชาร์จไฟเข้าแบตเตอรี่อยู่ที่ 1 นาที เท่ากับว่า 1 แพ็กขนาด 3.5 kW จะใช้เวลาในการชาร์จจนเต็มประมาณ 14-15 นาที

ถือเป็นทางออกในการแก้ปัญหาเรื่องรถสตาร์ตไม่ติดที่น่าสนใจ ควรมีติดรถยนต์เอาไว้ ปลอดภัยไร้กังวลทุกการเดินทาง

กรุงศรี ออโต้
สาขาธุรกิจยานยนต์ ทั่วประเทศ

→ ภาค 1	โคราช	440/12-14 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 โทร. 044-426-400 แฟกซ์ 044-426-499
	อุบลราชธานี	941/24-25 ถ.ชยางกูร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทร. 045-477-477 แฟกซ์ 045-477-400-1
	ศรีสะเกษ	276/14 หมู่ที่ 8 ต.โพธิ์ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000 โทร. 045-614-744 แฟกซ์ 045-614-750
	สุรินทร์	966/9 ถ.หลักเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000 โทร. 044-515-511 แฟกซ์ 044-515-650
	ปากช่อง	680 ถ.มิตรภาพ ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130 โทร. 044-316-812, 044-316-815 แฟกซ์ 044-316-814
	ยโสธร	109 ถ.อุทัยรามฤทธิ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ยโสธร 35000 โทร. 045-712-319 แฟกซ์ 045-712-320
	ชัยภูมิ	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	59/23, 25, 27 ถ.จุติอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118
	สุราษฎร์ธานี	141/89-90 ถ.กาญจนวิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499
	นครศรีธรรมราช	44 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 โทร. 075-305-400 แฟกซ์ 075-305-499
	ตรัง	117/8-9 หมู่ที่ 2 ต.โคกหล่อ อ.เมือง จ.ตรัง 92000 โทร. 075-201-400 แฟกซ์ 075-201-499
	ภูเก็ต	58/10-11 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านเพิ่มสินธานี ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 โทร. 076-361-400 แฟกซ์ 076-361-402, 076-361-499
	กระบี่	235/7-8 หมู่ที่ 11 ถ.เพชรเกษม ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-650-777 แฟกซ์ 075-650-780
→ ภาค 3	ชลบุรี	51/11-12 หมู่ที่ 2 ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร. 038-103-400 แฟกซ์ 038-103-499
	พัทยา	249/1 หมู่ที่ 6 ถ.สุขุมวิท ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150 โทร. 038-933-400 แฟกซ์ 038-933-499
	ระยอง	2/2-3 ถ.สุขุมวิท ต.ท่าประดู่ อ.เมือง จ.ระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499
	สระบุรี	88/12-13 ถ.สุดบรรทัด ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000 โทร. 036-3343-400 แฟกซ์ 036-343-499
	ปราจีนบุรี	47/1 ถ.ปราจีนตคาม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000 โทร. 037-215-355 แฟกซ์ 037-215-360
	ฉะเชิงเทรา	197/2-3 ถ.ศุขประยูร ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 โทร. 038-088-449 แฟกซ์ 038-088-421
	จันทบุรี	181 ถ.ขวาง ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160
	สระแก้ว	304 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร. 037-241-018 แฟกซ์ 037-241-031
→ ภาค 4	เชียงใหม่	160/1 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 053-107-400 แฟกซ์ 053-107-499
	นครสวรรค์	1311/22 หมู่ที่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 โทร. 056-219-600 แฟกซ์ 056-219-699
	พิษณุโลก	729/22-23 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 โทร. 055-909-400 แฟกซ์ 055-909-499
	ลำปาง	363, 365 ถ.ไฮเวย์ ลำปาง-งาว ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100 โทร. 054-237-800 แฟกซ์ 054-237-899
	เชียงราย	188/23-24 หมู่ที่ 22 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทร. 053-153-388 แฟกซ์ 053-153-390
	กำแพงเพชร	512, 514 ถ.เจริญสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 โทร. 055-237-800 แฟกซ์ 055-237-899
→ ภาค 5	ขอนแก่น	272/22-26 หมู่ที่ 12 ถ.มิตรภาพ ต.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499
	ร้อยเอ็ด	49/6-7 ถ.เทวาภิบาล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000 โทร. 043-619-400 แฟกซ์ 043-619-499
	อุดรธานี	119/11-12 หมู่ที่ 14 ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-215-400 แฟกซ์ 042-215-499
	สกลนคร	390/15-16 หมู่ที่ 11 ถ.สกล-อุดร ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219
	เพชรบูรณ์	3/21 ถ.สามัคคีชัย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000 โทร. 056-713-155 แฟกซ์ 056-713-166
	หนองคาย	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
	มุกดาหาร	12 ถ.วิวิธสุรการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000 โทร. 042-614-315 แฟกซ์ 042-614-312
	กาฬสินธุ์	297/1 ถ.เทศบาล 23 อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ 46000 โทร 043-811-325 แฟกซ์ 043-811-336
	เลย	24/10 ถ.ร่วมจิตร ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	ชุมพร	55/11 หมู่ที่ 1 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86190 โทร. 077-529-400 แฟกซ์ 077-529-499
	นครปฐม	511 ถ.เทศา ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499
	อยุธยา	257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499
	ปราณบุรี	502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก์พง อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520
	กาญจนบุรี	974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงชูโต ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจบุรี 71110 โทร.034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060
	สุพรรณบุรี	64/23 ถ.เณรแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027
→ กรุงเทพฯ	นนทบุรี	74/35 หมู่ที่ 3 ต.บางตลาด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120 โทร. 02-762-4224 แฟกซ์ 02-962-6691
	สมุทรสาคร	923/27 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 โทร. 034-425-642 แฟกซ์ 034-425-433
	ลาดกระบัง	2484/1 ถนนลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 02-327-0241 แฟกซ์ 02-327-0240
	หลักสี่	76/56 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749
	เยาวราช	23/34-35 ถ.ตรีมิตร แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100 โทร. 02-232-2999 แฟกซ์ 02-236-3132-3
	บางแค	97, 99 ถ.กาญจนาภิเษก แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160 โทร. 02-803-8000 แฟกซ์ 02-803-8013
	บางนา	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
	บางใหญ่	80/149 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านบางใหญ่ซิตี้ ถ.กาญจนาภิเษก ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459
	รามอินทรา	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 เปเปอร์คอรัส จำกัด โทร. 08-1513-4971, 08-1919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com

krungsriauto.com

krungsri
Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก

กรุงศรี รถบ้าน

ไม่ว่าจะซื้อรถบ้านมือสองจากใคร หรือเว็บไหน ก็ขอสินเชื่อได้ง่าย ๆ

ได้รถบ้านมือสองถูกใจแค่ขอสินเชื่อ กรุงศรี รถบ้าน ทางออนไลน์
ที่ **www. KrungsriMarket.com**

- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน*
- ให้วงเงินสูงถึง **90%** ของราคาประเมินรถยนต์ของธนาคาร
- ผ่อนสบายสูงสุด **72** เดือน
- อุ่นใจ ด้วยโปรแกรมขยายเวลารับประกันอะไหล่รถยนต์**

*เฉพาะผู้สมัครที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น **เมื่อลูกค้าซื้อประกันโปรแกรมขยายเวลารับประกันอะไหล่รถยนต์ • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) • เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

โทร. 02-740-7400 | www.KrungsriMarket.com | Krungsri Auto | YouTube KrungsriAutoTV