



krungsri
Auto

A member of MUFG
a global financial group

Things You Need to Know about Auto Finance

Krungsri Auto Magazine

Vol.16 No.3
May - June 2024

Seasonal Marketing

การตลาดตามเทศกาล ตามกันทุกกระแส



สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์



Vol.16 No.3
May - June 2024

ประสบการณ์ใหม่กับกรุงศรี ออโต้

“กรุงศรี ออโต้” ผู้นำธุรกิจสินเชื่อ YanYin เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้บริการสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร ได้แก่ สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ พอร์ แคลช” สินเชื่อรถบ้าน “กรุงศรี รถบ้าน” สินเชื่อรถใหม่ “กรุงศรี นิว คาร์” สินเชื่อรถเดินท์ “กรุงศรี ยสต์ คาร์” สินเชื่อรถบรรทุกใหม่ “กรุงศรี ทรัค” สินเชื่อเพื่อซื้อรถยนต์ใช้ในกิจการ “กรุงศรี พลีท แอนด์ ลิสซิ่ง” ซึ่งให้บริการโดยกลุ่มงานธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สินเชื่อรถจักรยานยนต์ “กรุงศรี มอเตอร์ไซค์” สินเชื่อบิ๊ก ไบค์ “กรุงศรี บิ๊ก ไบค์” สินเชื่อบิ๊ก ไบค์ มีสอง “กรุงศรี มอเตอร์ไซค์ มีสอง (ซึ่งจากเจ้าของ)” สินเชื่อเพื่อคนมีรถ “คาร์ พอร์ แคลช มอเตอร์ไซค์” และสินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ “กรุงศรี อินเวนทอร์ ไฟแนนซ์” รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้านการประกันภัย “กรุงศรี ออโต้ ไบรอกეอร์” ซึ่งให้บริการโดยบริษัท ออยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน)

ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการสินเชื่อของกรุงศรี ออโต้ พร้อมรับคำปรึกษาทั้งเรื่องรถ และเรื่องเงิน ช่วยให้เรื่องเงินเป็นเรื่องง่าย ผ่านสาขากรุงศรี ออโต้ 52 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งสาขาของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ทั่วประเทศ หรือติดต่อ “กรุงศรี ออโต้ คอล เซ็นเตอร์” โทร 02-740-7400 กด 1 ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.krungsriauto.com หรือ www.facebook.com/krungsriauto



KrungsriAuto



กรุงศรี ออโต้
คาร์ พอร์ แคลช
กรุงศรี ออโต้ ไบรอกეอร์



KrungsriAutoTV



krungsriauto.com



GO by
Krungsri Auto

Content

3 KA Talk
รู้จัก-รู้ใจ ทุก Season



The Favorite
Classic Men's Style
สไตล์เก๋คับหา ตัวตนที่คับพบ



Dealer Talk
สาขาเจริญยนต์ มั่นคงด้วย
ราษฎร์ต้านคุณภาพและบริการ



Best of the Month
Honda e:N1 รถพลังงานไฟฟ้า
ที่เปิดให้เช่าใช้เท่านั้น



A Lot Like Luck
Your Art, Your Act
สรรค์คลิป สื่อนิสัย



Cover Story

Seasonal Marketing
การตลาดตามเทศกาล
ตามกันทุกกระแส



Happening
AI ในฐานะตัวช่วยจัดการลูกค้า
ตลอดเส้นทาง Customer Journey



Enjoy the Ride
Family Trip กับรีสอร์ฟรังสูบ
เมืองเบติกฯ เป็นเพื่อนร่วมทาง



Chill Out by Go Travel
ทริปชิลล์ชิลล์ ชวนปักหมุด
ขับรถเที่ยวอุทกายน



Auto Gadget
เตือนภัยหลังคาอาไวสายเวลาด่วน
ติดได้เลย หรือต้องขออนุญาต

งานพิมพ์หน้าที่ใช้มีพิมพ์ Yesso Ink เป็นหมึกพิมพ์ทั่วไป ไม่ว่าจะด้านตราสัญลักษณ์เครื่องที่มีต่อผู้บริโภคและกระบวนการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อย CO_2 มีค่ากําลังสิ้น 1,609.480 Kg. CO_2eq และได้ดำเนินการด้วยการปล่อย CO_2 สูตรเป็นศูนย์ นับเป็นการดำเนินภายใต้เจตนาที่ดีเพื่อสังคมด้วยการเป็นองค์กรที่ “ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ www.greenlifeprinting.com

รู้จัก-รู้ใจ ทุก Season



แต่ละประเทศ แต่ละเมือง แต่ละชุมชน มีเทคโนโลยามากมายแตกต่างกันไป ปีใหม่ วาเลนไทน์ ตรุษจีน คริสต์มาส เข้าพรรษา ออกพรรษา งานกฐิน ลอยกระทง ฯลฯ และนอกจากดูถูกแล้วที่บันทึกไว้เป็นมาตรฐานในปฏิทินแล้ว ยังมีดูถูก แล้วเทคโนโลยามากมายนับไม่ถ้วนที่แบ่งแยกตามความชอบ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้าต่อไป เช่น เทคโนโลยี เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีโลก หัวรุนแรงน์ต์กอล์ฟ เทคโนโลยี เทคโนโลยีเบอร์เชลล์ แกรนด์เชลล์สกัลป์ เป็นต้น

แต่ละดูถูก แต่ละเทคโนโลยี นอกจากมีสีสันในตัวเองแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ นักการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ สนับสนุนการสร้างสรรค์แคมเปญเพื่อ สื่อสารกับลูกค้า ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อที่ช่วยเพิ่มยอดขายให้บริษัท

ถ้าคุณเป็นคนหนึ่งที่ก่อนตัดสินใจซื้อรถสักคัน ขออเวลาให้ถึงงานมอเตอร์โชว์เพื่อดูโปรโมชัน หรือขอเปิดเข้าเว็บไซต์หาข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย เพื่อชั่งน้ำหนักว่าอยากได้อะไรเป็นของสมนาคุณมากกว่ากัน ระหว่างคุ้มของส่วนลด ตรวจสอบรถพาร์ท แฉม ประกันชั้นหนึ่ง เงื่อนไขการดาวน์และผ่อนดี ได้สิทธิเข้าร่วมทริปท่องเที่ยวของ คนดูถูกเดียวกันก็ตาม แปลว่าสิ่งที่นักการตลาดแต่ละค่าย แต่ละโซเชียลมีเดีย แคมเปญแม้เรามาได้เป็นลูกค้าในเวลานั้น แต่ก็อาจร้องว้าวไปกับใจเด็ดๆ

งานของการตลาดจึงทำให้ลูกธุรกิจมีชีวิตชีวานี้ มีสีสัน มีการแข่งขันในทุกดูถูก ทุกเทคโนโลยี



สำหรับ กรุงศรี ออโต้ แล้ว ทุกเทคโนโลยี ทุกดูถูก ทราบดีว่า มนต์เสน่ห์ที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ที่มีสีสันและมีคุณค่าของพันธมิตรดีลเลอร์ เพื่อมอบสิ่งดีๆ ให้แก่ผู้ใช้รถครับ

คงสิน คงค่า

ประisanคนจะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



Classic
Men's

Style

สไตล์ที่คันหา ตัวตนที่คันพบ

ชายหนุ่มที่มีนัดกับ กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ในวันนี้ ใส่เสื้อเชิ้ตลินินคอตตอนสีขาว คู่กับกางเกงยีนสวีนเทจสีเข้มท朗 กระบอก รองเท้าหนังไลฟ์เพอร์ เป็นลุคแคนชวลสบายๆ แต่ทำให้ผู้พบเห็นรู้สึกได้ทันทีเลยว่า แม้เป็นชุดสบายๆ แต่ผ่านการคัดเลือกและใส่ใจในรายละเอียดของเสื้อผ้ามาแล้ว

ชายหนุ่มคนนี้คือ คุณท็อบ-กิตติพงษ์ รักษ์พงษ์ไทย กรรมการผู้จัดการ บริษัท บ้านโป่ง ชอนด้าอโตโมบิล จำกัด คุณท็อบให้เกียรติเปิดบ้านสุดเอกสาร์คลูซ์ฟให้ทีมงาน กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ไปเยือน พร้อมพาเราไปรู้จักโลกแห่ง การแต่งตัว และคอมมิวนิตี้ของคนชื่นชอบการแต่งตัวแบบ Classic Men's Style และนี่คือเรื่องราวใน The Favorite คอลัมน์ที่จะพาคุณไปสนุกกับเรื่องที่ชอบ สิ่งที่ใช่ และแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต

“บางคนชอบแต่งรถ แต่เราชอบแต่งตัว” คุณท็อบ เกริ่นนำด้วยท่าทีสบายๆ “บางคนสนุกที่ได้เปลี่ยนล้อแม็ก แต่งรถ การแต่งตัวของผมก็คล้ายๆ กัน มีอะไรให้เราได้แต่ง หยอดจับ ศึกษาที่มาที่ไปของสไตล์นี้ เสริมบุคลิกสำหรับคนที่พับเห็นและสะท้อนความเป็นตัวเรา” คุณท็อบเล่าด้วยน้ำเสียงอารมณ์ดี ถ้าแต่งรถ กว่าจะเห็นสไตล์กันก็ต้องเดินไปที่ลานจอดรถ หรือเห็นกันตอนขับรถ แต่เสื้อผ้าเป็นภาษาที่บ่งบอกสไตล์และรสนิยมได้ตั้งแต่แรกเห็น ดังนั้นการแต่งตัว จึงเป็นเรื่องใกล้ตัวมากกว่าที่คิด



โลกของ Classic Men's Style

Classic Men's Style คือภาพรวมของการแต่งกายมาดคลาสสิก แบบสุภาพบุรุษ แต่หากให้เฉพาะเจาะจงสไตล์นี้ คุณท้อปนิยามว่า นี่คือสโตร์ชาร์ทอเรียล (Sartorial) จินตนาการว่าเรากำลังดูภาพยนตร์อย่าง The Godfather, เจ้าพ่อเชียงไฮ้ กับลูกเจ้าฟอนน่าเกรงขาม มาดเนี่ยบ หรือในภาพยนตร์ Kingsman : The Secret Service สายลับที่ใช้ร้านตัดสูทเป็นฐานทัพบังหน้า เสื้อผ้าสโตร์ชาร์ทอเรียล จะผ่านการทีเลอร์ (Tailor) ปรับแต่งขนาดให้พอดีกับแต่ละบุคคล เสื้อผ้าไม่ได้วัดกันที่แบรนด์ แต่เน้นความคลาสสิก ไว้กานเวลา ไม่มี

ยิ่ห้อหรือคอลเล็กชันเป็นตัวกำหนด นอกเหนือจากการใส่สูท แจ็คเก็ต แวนต้า เสื้อ กางเกง รองเท้า สโตร์ชาร์ทอเรียลยังครอบคลุมไปถึงการใช้ชีวิต ไลฟ์สโตร์อาหาร เครื่องดื่ม ดนตรีที่ฟัง ศิลปะที่เพลิดเพลิน

สโตร์ชาร์ทอเรียลเป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มคนรักแฟชั่น จากบล็อกที่โด่งดังจนกลายเป็นหนังสือขายดี นามว่า "The Sartorialist" ของสก็อตต์ ชูแมน (Scott Schuman) ซ่างภาพสตรีทที่พากล้องดิจิทัลถ่ายรูปคนในหัวเมืองใหญ่แห่งแฟชั่น ความน่าสนใจของผู้คนที่ชูแมนเลือกถ่ายภาพ เขาเคยให้สัมภาษณ์ว่า เขาไม่ได้สนใจ "เสื้อผ้า" ของผู้สวมใส่ มากเท่ากับการแสดง "ตัวตน" ซึ่งสอดคล้องกับที่คุณท้อปบอกเล่า เขารู้สึกสบายใจมากๆ ที่ได้เข้ามารู้จักการแต่งตัวในวงการนี้ เมื่อไม่มีเรื่องแบรนด์ใดๆ มาตีกรอบ... คุณค่าอยู่ที่ความพึงพอใจล้วนๆ

การเดินทางของสโตร์

ย้อนกลับไปในวัยเด็ก คุณท้อปโน้มในลุคที่คุณพ่อแม่จับแต่งตัวคุ้กกับพี่ชาย เสื้อผ้าเหมือนกัน ย่างเข้าสู่วัยรุ่น วัยที่กำลังค้นหาตัวตน คุณท้อปเก็บเมื่อไหเซ็นวัยรุ่นทั่วไปยุค 90s แต่งตัวตามศิลปิน ไว้ผมยาว ทรงรากไทร หรือมาดแฟชั่นจ้า ดัดฟอยล์ เจาะหู ทำสีผมกีฬานามแล้ว ยุคหนึ่นมากการซื้อแฟชั่นวัยรุ่นต้องยกให้ The Boy หรือ เอกกับฉบับและเมื่อพูดถึงแฟชั่น แน่นอนว่าอิทธิพลด้านดนตรีและภาพยนตร์ ก็มีจะมาควบคู่กัน สมัยวัยรุ่น คุณท้อปเล่นกีตาร์ พังเพงรือกอย่าง Nirvana, Scorpions, Gun N' Roses เมื่อเริ่มฟังดนตรีมากขึ้นก็สนูกับการใส่เสื้อวง (เสื้อวง คือ เสื้อยืดวงดนตรี ศิลปินดังๆ จะมีเสื้อวงเป็นรุ่นลิมิติดอิดิชันขึ้นมา และขายเป็นของสะสมราคากู๊ดในปัจจุบัน)

"เมื่อก่อนไปด้วยเมืองราชบุรี ซื้อเทปเพลงมาฟัง ก็ต้องซื้อเสื้อวงด้วยในยุคนั้น" คุณท้อปเล่า พอดีเมื่อเข้าสู่วัยทำงาน เข้าสู่ใหม่ดั่งบริหารเต็มตัวก็ถอยห่างจากแวดวงการแต่งตัวไปพักใหญ่ เพราะต้องโฟกัสกับการทำงานเต็มร้อย เสื้อผ้าแบรนด์เนมไอก่อนเด็กกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต จนกระทั่งวันหนึ่ง เพื่อนสนิทที่แต่งตัวสโตร์คลาสสิกพากุณท้อปไปที่ร้าน The Decorum Penthouse สาขาเกษตรville และประคุณท้อปเปิดพาเข้าไปรู้จักโลกใบใหม่ ผู้คนใหม่ๆ เรื่องราวใหม่ๆ

“วันแรกที่เข้าไปก็ยังงๆ นะครับ จากเดิมที่ผมแต่งตัวสไตล์ทั่วไป Ready to Wear เคยใส่กางเกงสлимพิต แต่พอมารู้จักสไตล์นี้ เราไม่เคยรู้ว่าการเก่งของตรงๆ หรือ การเก่งของสูง จะใส่กับอะไร แต่พอเมื่อเท่านั้นแล้ว ทำให้เราค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม คนที่แต่งตัวสไตล์นี้จะมีวิธีแมตช์เสื้อผ้าอย่างไร และที่ประทับใจมากคือพนักงานในร้านให้ความรู้อย่างละเอียด รู้จริง แนะนำได้จริง” นอกจากนี้คุณท้อปจะมีกลุ่มเฟซบุ๊ก MenDetails Club เป็นคอมมูนิตี้สำหรับชายหนุ่มที่ชื่นชอบการแต่งกายสไตล์คลาสสิก มีคนเข้ามาสอบถามและแชร์ความรู้โดยกลุ่มนี้ตั้งขึ้นเพื่อจุดประกายให้เหล่าชายหนุ่มมองว่าบุคลิกภาพที่ดี คือใบเบิกทางสำคัญสำหรับความมั่นใจ และนำไปสู่โอกาสที่ดีขึ้นในชีวิต

คุณท้อปเล่าว่า เมื่อได้เข้ากลุ่มนี้ ทำให้ได้ความรู้ด้านการแต่งตัวเพิ่มขึ้น ได้รู้จักศาสตร์การแต่งตัวแบบใหม่ อย่างรองเท้ากีฬาหลากนิด เช่น รองเท้าอีสปาริลล์ (Espadrille) บางรุ่นตัดเย็บจากหนังผั่งเศส ใช้หันหันเดียวขึ้นรูป หรือเวลาทำงาน Trunk Show เมื่อเหล่าแบรนด์นำสินค้าจังหวะมาให้ลูกค้าได้ชม ก็ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ

“ทุกครั้งที่ผมไปที่คอมมูนิตี้นี้ ไม่มีใครคุยเรื่องเศรษฐกิจ หรือธุรกิจเลย เราถอดบทบาทภายนอกออกไปหมด เราคุยกันที่สไตล์และความชอบอย่างเดียว ไม่มีไลโก้หรือแบรนด์ ไม่มีตัญญุคคลอเล็กชัน เพราะเสื้อผ้าที่นี่สามาถใส่เมื่อไรก็ไม่ล้าสมัย หรือแม้การที่เรามองใครหัวจดเท้า ไม่ได้สื่อความหมายว่าไม่ดี ว่าเราไปตัดสิน แต่เรามองด้วยความชื่นชม เจอกันคุยเรื่องนาฬิกา คุยเรื่องสุข บางทีก็ถอดมาให้ชั้มกันเลย เป็นการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ความชื่นชอบ และมองเป็นศิลปะ บางครั้งการแต่งตัวก็เป็นไอเดียที่ทำให้เราเชื่อมโยงกัน ต่อยอดไปเรื่องอื่นได้ เช่น ไปเล่นกอล์ฟ กีฬาอยู่เป็นได้เพื่อนใหม่ๆ”

แม้จะชื่นชอบกับการแต่งกายสไตล์คลาสสิก แต่คุณท้อป ก็ยังตั้งท่ายิ่ว สิ่งหนึ่งที่เขาได้เรียนรู้จากคอมมูนิตี้คือเราจะไม่ตัดสินใครจากรูปลักษณ์ภายนอก และการแต่งกายไม่มีถูก ไม่มีผิด ทุกคนล้วนมีความชอบ สไตล์ และเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับตัวเอง

คุณท้อปเปรียบเทียบให้เห็นภาพว่า ผู้ชายบางคนมีคลับแต่งรถ ผู้ชายบางคนมีกลุ่มเซียนพระ ส่องพระ สำหรับเขากลุ่ม MenDetails Club ก็เปรียบเป็นเหมือนงานอดิเรกเช่นกัน เป็นสังคมเล็กๆ ที่ให้คุณค่าอยู่ที่ความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยมีสไตล์และเสื้อผ้าเป็นจุดเริ่มต้นและเชื่อมไปสู่โลกใบใหม่ ด้านอื่นๆ ในชีวิต



3 Must Have Items for Classic Men's Style

3 ไอเทมเริ่มต้นที่สุภาพบุรุษควรมีไว้ครอบครอง

- ลองหารองเท้าหนังคุ้นเคยสักคู่ อาจเริ่มต้นที่รองโอลิฟเพอร์
- การเก่งทรงหลวง (Loose)
- เสื้อแจ็คเก็ต สวมใส่ด้านนอก ทรงสูท เบลเซอร์ สปอร์ตแจ็คเก็ต ชาฟารีแจ็คเก็ต และอื่นๆ เสื้อด้านนอกจะทำให้ลุคดูพิเศษขึ้นมา





krungsri
Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก



กรุงศรี บี๊ก ไบค์ / กรุงศรี มอเตอร์ไซค์

ให้คุณบิด บี๊ก ไบค์ หรือ มอเตอร์ไซค์ ได้ง่าย ๆ ไม่ใช่แค่ฝันلوຍลມ

ให้คุณบิด บี๊ก ไบค์ ได้ง่าย ๆ ไม่ใช่แค่ฝันلوຍลມ โดยขอสินเชื่อผ่านผู้แทนจำหน่าย
อย่างเป็นทางการทั่วประเทศ

- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน*
- ดาวน์น้อย
- อนุมัติไว
- ผ่อนสบาย

*เฉพาะผู้มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อโดย บมจ. ออยริยา แอดปีเพลส จำกัด • เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด

Seasonal Marketing

การตลาดตามเทศกาล ตามทันทุกกระแส

หากคุณเป็นนักชอป ย่อมต้องรู้ถึงเคล็ดลับราคาอย่างปีใหม่ วาเลนไทน์ ตรุษจีน หรือแม้แต่ดับเบิลเดย์อย่างวันที่ 11 เดือน 11 ที่ร้านค้าจะตอกแต่งร้านค้า ทำโปรโมชั่นลด แลก แจก แคม แบบสุดคุ้ม ขณะเดียวกันหากคุณเป็นผู้ประกอบการนี่คือ “โอกาส” ที่จะใช้ประโยชน์จากทุกวันหยุด เทศกาล และอารมณ์ที่แต่ละฤดูกาลนำมากระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เราเรียกกลุ่มนี้ว่า Seasonal Marketing หรือ การตลาดตามเทศกาล เป็นการใช้ประโยชน์จากความตื่นเต้นจากการเสนอโปรโมชั่นที่มีระยะเวลาจำกัด หมายความว่าลูกค้าต้องตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็วเพื่อไม่ให้พลาดข้อเสนอแนะ และมีแนวโน้มที่จะซื้อเป็นจำนวนมากเพื่อให้รู้สึกว่าคุ้มค่าที่สุดด้วย เรียกได้ว่าเป็นการนำเสนอสิ่งที่โดนใจในเวลาที่ถูกต้องนั่นเอง!

แม้ว่าเราจะคุ้นเคยกับโปรโมชั่นแบบนี้ในศูนย์การค้าหรือร้านค้าปลีก แต่เหล่าตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือผู้ประกอบการเดินท่องเมือง ก็ใช้กลยุทธ์แบบนี้ได้อย่างน่าสนใจเช่นกัน



ใช้ประโยชน์จากทุกเทศกาล

Seasonal Marketing เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ใช้กันมาอย่างยาวนานและไม่เคยตกยุค จากเดิมที่แบรนด์ต่างๆ มักทำโปรโมชันในวันหยุดหรือเทศกาล เพราะเมื่อถึงวันหยุดหรือวันพิเศษเมื่อไร ผู้บริโภคก็อยากจับจ่ายซื้ออะไรใหม่ๆ เป็นของขวัญให้ตัวเองและคนรอบตัว ซึ่งนอกจากเทศกาลที่เราเห็นในปฏิทิน ก็มีเทศกาลอื่นๆ เช่น Black Friday เทศกาลขอบปีที่แบรนด์กำหนดขึ้นมา เช่น Black Friday เทศกาลขอบปีของชาวอเมริกัน มีขึ้นทุกวันศุกร์ของทุกปี หลังจากวันขอบคุณพระเจ้า (Thanksgiving) ที่แบรนด์ดัง ร้านค้าปลีก นำไอเทมมาลดราคา 50% ขึ้นไป หรือวันคนโสด 11.11 ที่พัฒนามาเป็นโปรโมชัน 1.1, 2.2 ไปจนถึง 12.12 เรียกว่ามีวันเดียว ให้ซื้อปักนทุกเดือน

หรือแม้กระทั่งวันเกิด วันเปิดเทอม ปิดเทอม วันครบรอบ การก่อตั้งแบรนด์ ก็สามารถนำมาทำ Seasonal Marketing ได้ ซึ่งในตอนนี้ Seasonal Marketing ครอบคลุมไปถึงการทำโปรโมชันทางการและสิทธิชั่วขณะั้น ยิ่งการกระแสได้เร็วเท่าไร ก็ยิ่งได้รับความสนใจจากผู้คนได้มาก

การตลาดที่สร้างได้มากกว่ายอดขาย

การตลาดตามฤดูกาลมีประโยชน์มากกว่าแค่สร้างยอดขาย ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ แบบที่เราได้เกริ่นไปในตอนต้น แต่ยังมีประโยชน์ต่อแบรนด์ในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็น

สร้างความตื่นเต้น : เมื่อวันหยุดใกล้เข้ามาหรือฤดูกาลใกล้เปลี่ยนผ่าน ผู้คนมักรู้สึกตื่นเต้นและคาดหวังกับข้อเสนอพิเศษที่จะเกิดขึ้น นอกจากจะตั้งตารอแล้วยังมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้ามากขึ้นด้วย

เพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์และการเข้าถึง : การตลาดตาม

ฤดูกาลช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น และทำให้ลูกค้าใหม่กล้าเข้ามาลองสินค้า คนที่เข้าเยี่ยมชมครั้งแรกแล้วมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะนึกถึงอีกในอนาคต โปรโมชันระยะสั้นแบบนี้จะช่วยสร้างลูกค้าระยะยาวให้แบรนด์ หากสามารถสร้างความพึงพอใจได้

เพิ่มยอดขาย : เรื่องนี้เป็นเหตุผลหลักเลยที่เดียว ซึ่งช่วงเทศกาล ผู้คนยิ่งยินดีที่จะจับจ่ายเพื่อซื้อความสุข

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า : ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไปตามฤดูกาล เช่น เมื่ออากาศหนาว พวกเขาก็ต้องการเสื้อผ้าที่อบอุ่น หรือเมื่อถึงวันหยุดที่ต้องให้ของขวัญ พ�ากเข้าจะต้นหน้าข้อเสนอที่ดี

อย่างไรก็ตามการทำ Seasonal Marketing ก็ยังมีความยากอยู่เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลาที่จำกัด เพราะต้องอิงกับเทศกาลที่บางทีอาจสั้นเพียงแค่ 1 วัน ทำให้ต้องเลี่ยงช่วงเวลาเหล่านั้นไปแคมเปญที่คิดมาจากหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกันก็เป็นช่วงเวลาที่ทุกแบรนด์ต่างออกแคมเปญมาประชันกัน การแข่งขันจึงค่อนข้างดุเดือด หากแคมเปญของเราไม่ประสานใจมากพอ ก็อาจถูกเบรี่ยนเทียบและโดนแบ่งชิงลูกค้าไปก็เป็นได้

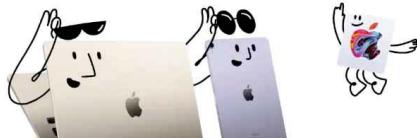




หนีร้อนมา
(เก็บ) เล่น
ก้อเกีย



Bring on college.



แบบต่อสร้างสีสันในซีซั่น

ธุรกิจหรือแบรนด์ส่วนมากต่างใช้การตลาดแบบ Seasonal Marketing กันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น

Coca Cola มีแคมเปญโฆษณาในช่วงคริสต์มาสที่โดดเด่น เป็นพิเศษ เช่น การใช้ภาพลักษณ์ของชาติตาคลอสที่กลายเป็น สัญลักษณ์ของแบรนด์ และระบบระบุที่ติดแต่งด้วยไฟคริสต์มาส

Starbucks เป็นแบรนด์ที่เล่นเรื่องการตลาดตามเทศกาล ได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี มีเครื่องดื่มตามฤดูกาล เช่น Pumpkin Spice Latte ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง และ Peppermint Mocha ใน ช่วงคริสต์มาส และ Starbucks จะออกแบบแก้วกาแฟพิเศษ สำหรับช่วงวันหยุดที่มีวัสดุลายคริสต์มาสหรือลายที่เข้ากับ ฤดูกาล ซึ่งถูกนำมาใช้ในการขาย

IKEA มักจัดโปรโมชันพิเศษที่เข้ากับเทศกาลเพื่อเข้าถึง ลูกค้าห้องถัง ซึ่งล่าสุด อิเกีย ประเทศไทย ต้อนรับเทศกาล สงกรานต์ภายใต้คอนเซ็ปต์ “หนีร้อนมาอิเกีย” เชิญชวนลูกค้า มาสนุกกับการกิจกรรมร้อนๆ โพสต์รูปถ่ายพร้อมติดแฮชแท็ก #SongkranatIKEA มีกิจกรรมทดลองผลิตภัณฑ์เครื่องนอน เย็นสบายในราคาเย็นใจจากอิเกีย พร้อมเสนอส่วนลดพิเศษ ไปจนถึงเครื่องดื่มเมนูพิเศษเฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์โดย เฉพาะ

Apple ภาคติดเทศกาล Back to School ซึ่งนอกจากจะ ใช้แคมเปญการตลาดตามฤดูกาลในการส่งเสริมการขายในช่วง เปิดเทอม มอบส่วนลดพิเศษสำหรับนักเรียนและครูในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ Apple เช่น MacBook และ iPad พร้อมกับข้อเสนอ พิเศษ เช่น หูฟังพรี หรือส่วนลดพิเศษ

MasterCard เล่นกับความหมายของฤดูกาล จัดทำโฆษณา เป็นภาษาرمที่ใช้สีสันแดง-เหลืองของแบรนด์เพื่อแสดงถึง การปกป้องลูกค้าในวันที่ฝนตก

ทำ Seasonal Marketing ให้มีประสิทธิภาพ

ไม่ว่าจะทำการตลาดแบบใดก็ตาม แม้จะเป็นกลยุทธ์ที่มี ระยะเวลาสั้นเต็มที่ต้องเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าของแบรนด์ว่ามี พฤติกรรมการซื้อย่างไร ชอบโปรモชันแบบไหน บางที่ส่วนลด อาจไม่ใช่สิ่งใจที่ของแต่ เช่น ในช่วงเวลาที่อาร์ทอยอย่าง Labubu (ลาบูบู) กำลังดึงดังและผู้คนกำลังดึงตามหา การเกาะ กระแสทำโปรโมชันชื่อร้านต์หรือมอเตอร์ไซค์แฉมลาบูบูก็เป็น เรื่องง่ายๆ หรือทำโปรโมชันที่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า ได้ เช่น ในช่วงฤดูฝน ดีลเลอร์ร้านต์เสนอโปรโมชันชื่อย่าง เส้นใหม่ หรือมอบส่วนลดยกเว้นน้ำฝน

นอกจากนี้ยังสามารถทำการตลาดโดยเชื่อมโยงจุดเด่น ของผลิตภัณฑ์เข้ากับเทศกาล เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเทกรังนกมักทำการตลาดโปรโมต์แบรนด์ในช่วงวันพ่อ วันแม่ หรือวันผู้สูงอายุ หรือบางธุรกิจต้องอาศัยฤดูกาลสำหรับ ทำการตลาดโดยเฉพาะ เช่น เปิดตัวเครื่องปรับอากาศในช่วง ฤดูร้อน ก็น่าจะกระตุนความสนใจจากลูกค้าได้ดีที่สุด

ที่สำคัญที่สุด นอกจากจะทำการตลาดโดยเชื่อมโยงจุดเด่น ของสารอย่างมีประสิทธิภาพด้วย การทำ SEO หรือการเพิ่ม ประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหาด้วยคำที่เกี่ยวข้องกับเทศกาล ดังกล่าว เช่น การค้นหา “วิธีปรับแต่งรถในฤดูฝน” เพื่อช่วย ให้ผู้บริโภคเข้าถึงเว็บไซต์หรือหน้าโซเชียลมีเดียของธุรกิจได้ มากขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ ด้วย



An Audi advertisement featuring three Audi SUVs (Q7, Q8, and e-tron) parked on a snowy mountain slope under a dramatic sunset sky. The background shows snow-capped mountains under a cloudy sky. The text "Season of Audi Sales Event" is at the top left, and "Seize the season." is in large white letters in the center. Below that, it says "Receive a credit between \$750-\$1,500 on select Audi models.*" At the bottom, there's a note about tires and driving conditions, followed by the Audi logo.

ເນື່ອແບບນຳຮຽນຕໍ່ກຳ Seasonal Marketing

สำหรับแบรนด์รายนั้นที่ว่าโลกล้มตัวอย่างที่นำเสนอไม่มากมาย
 เพราะอุดสาหกรรมยานยนต์มีแนวโน้มลดลงตามที่ค่อนข้าง
 แน่นอน โดยจะมีความต้องการสูงในฤดูใบไม้ผลิและฤดูใบไม้ร่วง
 และมียอดขายต่ำสุดในช่วงเดือนมกราคมถึงต้นเดือนมีนาคม
 ตัวแทนจำหน่ายรายนั้นจึงมักประสบปัญหาในการขายสินค้า
 จนมีสต็อกล้นในช่วงฤดูหนาว แบรนด์ต่างๆ จึงทำ Seasonal
 Marketing ในช่วงนี้เพื่อสร้างความตื่นเต้นและกระตุ้นยอดขาย
 เช่น

Audi กับแคมเปญ Season of Audi ที่จะจัดขึ้นในช่วงฤดูหนาวของทุกปี โดยมีรอบข้อเสนอพิเศษในการซื้อรถใหม่ เช่น ดอกเบี้ยต่ำ ผ่อนชำระนาน และส่วนลดพิเศษ แคมเปญนี้เน้นการโปรโมตรถยนต์ที่มีระบบขับเคลื่อน 4 ล้อ (Quattro) ที่เหมาะสมกับการขับขี่ในสภาพอากาศหนาวเย็น

Toyota ที่มี Toyotathon แคมเปญประจำปีที่จัดขึ้นที่สหรัฐอเมริกาตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมกราคม เพื่อกระตุ้นยอดขายให้ตัวแทนจำหน่ายโดยตัวได้ขึ้นรถยนต์ ในคลังอุบลฯ ให้ได้มากที่สุด โดย Toyota มักมอบส่วนลดพิเศษ การผ่อนชำระแบบไม่มีมัดดอกเบี้ย และของแถมพิเศษเพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มกำไรงำหนัน แต่ยังทำให้ดีลเลอร์มีพื้นที่ว่างสำหรับรถยนต์รุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดในช่วงต้นไตรมาสที่ 3 ด้วย



Honda ก็ได้จัดแคมเปญในลักษณะเดียวกันที่ชื่อว่า Happy Honda Days ที่ไม่เพียงแต่มอบส่วนลดพิเศษสำหรับรถยนต์รุ่นต่างๆ แต่มีการโปรโมตรถยนต์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับการขับขี่ในช่วงฤดูหนาว

ขณะที่ Lexus ใช้แคมเปญ December to Remember จุดกระแสการซื้อรถหู่นเป็นของขวัญช่วงเทศกาลส่งท้ายปี มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ที่เน้นการมอบรถยนต์เป็นของขวัญวันคริสต์มาส ข้อเสนอพิเศษรวมถึงส่วนลด การผ่อนชำระดอกเบี้ยต่ำ และใบอนุสการแลกเปลี่ยนรถเก่า

สำหรับฤดูใบไม้ผลิที่มักทำยอดขายได้ดีก็มีการทำ Seasonal Marketing เช่นเดียวกัน เพื่อทำยอดขายที่มีประสิทธิภาพและสร้างโอกาสการเติบโตให้แบรนด์ อย่าง Chevrolet จัดแคมเปญ Chevy Truck Month ในฤดูใบไม้ร่วง เพื่อโปรโมตรถบรรทุกและ SUV ของ Chevrolet โดยมีการมอบส่วนลดพิเศษและข้อเสนอพิเศษสำหรับลูกค้า

Subaru มักจะมีแคมเปญ Spring into Adventure ที่เน้นการโปรโมตรถ SUV และรถครอบครัวสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูใบไม้ผลิ

ทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างของการใช้ Seasonal Marketing อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเชื่อมโยงกับลูกค้าและกระตุ้นการขายในช่วงเวลาที่เหมาะสมของปี ซึ่งตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ก็สามารถนำกลยุทธ์นี้ไปเติมแต่งไอเดียนำเสนอให้ลูกค้าได้เหมือนกัน



สำหรับไตรมาส 2 ที่ย่างสู่ฤดูฝนพิษของในประเทศไทย ทั้งค่ารถและตัวแทนจำหน่ายธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ทั่วประเทศต่างๆ รวมถึงรถจักรยานยนต์ ต่างก็มีแคมเปญและโปรโมชันออกมาก่อน กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน จึงรวมไอเดีย ทิปเด็ด การทำ Seasonal Marketing เกาะกระแสช่วงเทศกาลที่น่าจับตา ของพันธมิตร กรุงศรี ออโต้ มาเล่าสู่กันฟัง



1. ขับขี่ปลอดภัยด้วย ...

คนไทยมักเดินทางกลับไปเยี่ยมครอบครัวในช่วงเทศกาล จึงมีบริการเดินทางบันท่องเที่ยวนานมาก และพบสถิติอุบัติเหตุบนท้องถนนในช่วงเทศกาลสูง หลายหน่วยงานจึงร่วมกันรณรงค์ “7 วันอันตราย ขับขี่ปลอดภัย” เตรียมพร้อมทั้งคนทั้งรถเพื่อลดอุบัติเหตุ รถจักรยานยนต์ออนไลน์จึงออกแคมเปญโดยนิ่ง รับเทศกาลกลับบ้าน ไม่ร้าวจะปีใหม่ หรือสงกรานต์ แต่ทุกการเดินทางต้องมีความอุ่นใจ ด้วย “ยันต์ขับขี่คุ้มภัย” ใส่ถ้อยคำสนุกๆ รณรงค์ขับขี่ปลอดภัย สามหมวกกันน็อก ง่วงจอดพัก นับเป็นไอเดียสนุกๆ เช้ากับค่าแรกเตอร์คันไทยอารมณ์ดี ในขณะเดียวกัน สิ่งมงคลที่เสริมกำลังใจก็เป็นไอเดียที่เราต้องพกไว้อุ่นใจคุ้กัน สาข!

2. เพิ่มยอด Engagement กับคอนดัง

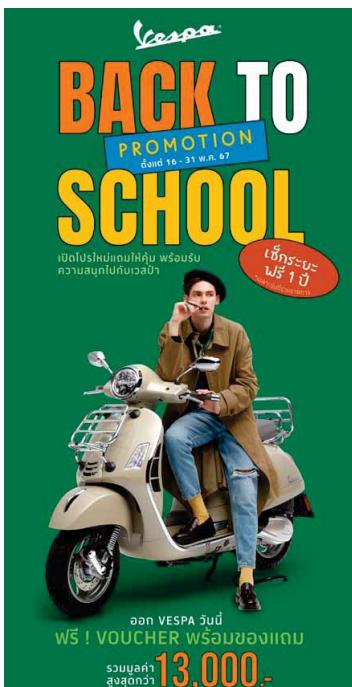
แคมเปญ Healthy Club เต้นกัน มันส์ยกทีม การมาเดินร่วมกันในโอกาสพิเศษเบริ่งเหมือนการสร้าง Engagement ดึงการมีส่วนร่วมระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ไปในขณะเดียวกัน ไอเดียนี้นำไปใช้กับ ยอนด้าจันทบุรี จำกัด ชวน ชา aden ซึ่งมาอุ่นเครื่องเดือนตุลาฯ โดยมีกิจกรรมวิ่ง ไครซีร์รถจักรยานยนต์ Honda A.T. marrow แคนดอน ไปกับครูแนน ครูสุสันเต้น และอินฟลูเอนเซอร์ทางยูทูบและตiktok อาทิ ดังจาก Nantis Studio ได้ทั้งความสนุกและสุขภาพดี (งานนี้เราเออนเห็นช้อแอ๊ว คุณณัฐิกา ตั้งพิทักษ์กุล ผู้บริหาร ยอนด้าจันทบุรี ร่วมเดิน大道หน้าไปด้วยกันเลยละ)





3. โปรโมชันต้อนรับเปิดเทอม

เปิดเทอมทั้งที่ จำเป็นต้องพร้อม ไม่ว่าจะเป็นผู้ปกครองที่ขับรถไปรับไปส่งน้องนักเรียน หรือกลุ่มตลาดวัยรุ่นนักศึกษาที่ใช้มอเตอร์ไซค์เป็นยานพาหนะคู่ใจ ค่ายเวสป้าเลือกทำโปรโมชันมัดใจวัยรุ่นด้วยแพลกซ์ณทันสมัยสื่อสารในช่วงเทคโนโลยี ต้อนรับเปิดเทอม อีกแคมเปญของ บริษัท อนด้า เกริกไกร จำกัด ก็เลือกออกโปรดิโมชันขวัญใจนักเรียน Back to School เน้นค่าวงดถูก ผ่อนนาน มีรูปให้เลือกหลายรุ่น ขวัญใจนักเรียน ขวัญใจวัยรุ่น ขวัญใจครอบครัว เพื่อสื่อสารกับลูกค้าในชุมชน หรือแนวทางที่บริษัท พรนุภาพ มองเห็นว่าเป็น จำกัด ยึดถือเสมอมาคือ การเปิดอบรมใบขับขี่ที่เปิดเป็นประจำต่อเนื่อง เน้นการสร้างทักษะความรู้ด้านการขับขี่ อย่างไรให้สนุก ปลอดภัย และเข้าใจกฎจราจร ตั้งแต่นักขี่รุ่นใหม่ไปถึงบุคคลทั่วไป ซึ่งแคมเปญนี้ได้รับความนิยมในช่วงก่อนเทกาลก่อนเปิดเทอมเช่นกัน



4. ตอนนี้ เวลา này ต้อง Limited Edition

เมื่อเริ่มต้นถึงเทคโนโลยีใหม่ ผู้คนจะนึกถึงความสุข ความหวัง และสิ่งใหม่ๆ ที่กำลังจะเข้ามา หลายๆ แบรนด์มัก หยิบยกสัญลักษณ์มังคลของปีนักษัตรมาใช้ในงานดีไซน์ และทำการตลาดในช่วงเวลาเดียวกัน กับรถมอเตอร์ไซค์ดีไซน์ มังกรของเวสป้าที่ออกรุ่นพิเศษ VESPA 946 DRAGON สร้างรุ่นพิเศษลายมังกรสีเขียวมรกต ดีไซน์ Limited Edition ที่ออกแบบในช่วงต้นปีสำหรับนักสะสมต้องจับจองในเวลาโอกาสพิเศษแห่งนี้



5. สื่อความจริงใจ ให้กับ百姓และกิจกรรมรุ่น

พันธมิตรค่ายรถยนต์ บริษัท สุขาภิบาล 3 อนด้า ออโตโมบิล จำกัด ที่เลือก สื่อสารผ่านแคมเปญไลฟ์สด “ขับรถหน้าฝนต้องระวัง พร้อมเล่าเทคนิคพูดคุยสอบถาม กับวิธีดูแลภาระยานมหัศจรรย์ในหน้าฝน” หรือบริษัท บริษัท อีซูซุเมโทร (สำนักงานใหญ่) งามวงศ์วาน จำกัด แคมเปญการตลาดสร้างกระแส ด้วยค่าแรกเตอร์ของพนักงาน ฝ่ายขาย สร้างช่องในยุคทุบ ผลิตคอนเทนต์มากกว่า 60 EP เน้นชวนคุย หยิบจับกระแส ทิปเติร์ยมตัว เตรียมความพร้อมในช่วงเวลาและฤดูกาลต่างๆ สร้างฐานแฟนคลับและ เกิดความผูกพันและคุ้นเคย มีทิปคุณร้อนไปจนถึงฤดูฝนจะเตรียมตัวอย่างไร หรือ แม้แต่กระแสเพลงเมืองในช่วงสงกรานต์ที่ผ่านมา ก็ถูกหยิบจับมาสร้างเป็นกระแสได้อย่างสนุกสนาน

6. องค์กับประเด็นดังในกระแส

ภาพพนักงานฝ่ายขายสาวสวย สวมชุดไทย แต่งตัวคล้ายลิเกชื่อดัง “ดำเนง” ของบริษัท สมเด็จเจ่วนเชียง 2017 จำกัด สาขากพสินธุ์ นับว่าเรียกเสียงฮือฮาให้แฟนเพจ ต่างเข้ามา gad ไลก์จนได้ยอดวิวหลักหมื่น นับเป็น Real Time Marketing พาแบรนด์ไปอยู่ในกระแสได้ไว

หรือทางบริษัท สาธุเจริญยนต์ พระราม 3 จำกัด ก็จัดแคมเปญแคมให้เลย อาร์ททอยสุดอิต ออกรถวันนี้แคมพรี ลามูนู เรียกความสนใจให้ลูกค้าคอมเม้นต์ ทางหน้าเพจ อย่างได้ทั้งรถ อย่างได้ทั้งลามูนูกันเลยทีเดียว



7. รวมโปรดีๆ ห้ามพลาด

ยิ่งในช่วงฤดูฝนกลางปีที่ผู้คนไม่นิยมออกจากบ้าน หลายๆ ค่ายต่างปล่อยไม้เด็ด แม้อยู่บ้านก็อกรถได้ มีบริการส่งมอบรถ เชื้อน้ำสัญญาณกับลูกค้าถึงที่ และภาพตัวอย่าง โปรดีๆ ห้ามพลาด จากบริษัท ยอนด้า เชียงแสง จำกัด ที่ปล่อยแคมเปญ การตลาดพร้อมรับสำหรับฤดูกาลนี้



8. การตลาดตามเทศกาล

ช่วงเทศกาลสำคัญมักเป็นเวลาที่กระตุ้นการจับจ่ายได้ดี รวมไปถึงวัฒนธรรม ที่ลูกหลานมอบของขวัญแด่ญาติผู้ใหญ่ เรายังได้เห็นแคมเปญลด แลก แจก แคม ในกรุงเทพฯ ในการอกรถในช่วงเทศกาล ครองใจลูกค้า หรือถ้าข้ามผ่านมาช่วงขาโลว์น มักจะเป็นแคมเปญที่แฟรงนุกดอก อารมณ์ขึ้น และผนวกจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับเทศกาลนั้นๆ เช่น โตโยต้า นันทบุรี กับแคมเปญ “สว่างจ้า ไฟไม่มี” เพราะ Revo-D Z-Edition ทั้งไฟหน้าและไฟท้ายเป็นไฟ LED ส่องสว่างจ้า สว่างไกล จนไม่มี (ผีไม่มา) หรือผู้ซื้อ Toyota Buzz ที่เล่นกิมมิก ขันหัวลูก กับระบบเตือนภัยเมื่อออกนอกถนน งานนี้ใช้สกิลไหวพริบและอารมณ์ขันของนักการตลาด แต่ละแบรนด์ได้เป็นอย่างดี

เพราะทุกช่วงเวลา เมื่อผ่านแล้ว ก็ผ่านเลย การทำการตลาดแบบ Seasonal Marketing ก็เช่นกัน Seasonal Marketing คือการใช้เวลาและเทศกาลมาเชื่อมโยง เป็นสะพานระหว่างแบรนด์กับลูกค้า ในช่วงเวลาอันจำกัด ความท้าทายคือ ความไว การสร้างคอนเทนต์ คุณค่าที่แบรนด์พร้อมส่งมอบ และจะสร้างช่วงเวลาที่ให้เป็น Magic Moment ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าได้อย่างไร เพื่อไม่ให้ตกบวนช่วงเทศกาล ใครทำถึง... คนนั้นชนะ ได้ใจ ได้ยอดขายไปเต็มๆ



สาธุเจริญยนต์ เบื้องคุณด้วยรากรถที่ดีที่สุดในไทย

สาธุเจริญยนต์ ธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์ที่ครองพื้นที่ย่านสาธุประดิษฐ์-พระราม 3-yananava ไว้อย่างเหนียวแน่นกว่า 30 ปี เดิมโดยอย่างมั่นคงจากรุ่นพ่อมาจนถึงรุ่นลูกด้วยการยึดหลักการพื้นฐานในการทำธุรกิจที่ว่า “ขายด้วยคุณภาพและบริการประทับใจ” ซึ่งเป็นประโยชน์ที่คุณสมชาย ฉันทวัฒนกิจ ผู้ก่อตั้งเขียนและติดไว้ที่สาธุเจริญยนต์ สาขาสาธุประดิษฐ์ มาจนถึงปัจจุบัน โดยที่คุณนวศม ฉันทวัฒนกิจ ลูกชายคนโตของคุณสมชายก็เข้ามางานต่อธุรกิจจนหลักการเดียวกัน



สืบก่อธุรกิจ ส่งต่อหลักการ

ย้อนกลับไปที่จุดเริ่มต้น คุณสมชายและภรรยาเปิดร้านสาขาระยุนต์ชั้นในปี 2535 เริ่มต้นจากขายจักรยานยนต์แบบซื้อขายไปแบบไม่จำกัดแบรนด์ มีทั้งคาวาซากิ ยามาฮ่า ยอนด้า ชูซูกิ ซึ่งพยายามอย่างคุณวุฒิได้คลุกคลีในวงการนี้ตั้งแต่ยังเด็ก เรียนรู้และซึมซับวิธีการทำธุรกิจจากคุณพ่อคุณแม่ และในฐานะลูกคุณโตจึงต้องเข้ามาช่วยคุณพ่อดูแลธุรกิจต่อทันที หลังจากเรียนจบจากต่างประเทศ

ตอนนั้นเป็นช่วงที่รถมอเตอร์ไซค์กำลังโต มีรถออกโดยเข้ามาในปี 2546 ผู้เริ่มนับหนึ่งในวันนั้นด้วยการเปิดสาขาใหม่ที่มีแค่ผู้มีพนักงานแค่ 3 คน ผู้มีพื้นฐานอยู่แล้วเลยเปิดร้านเอง เป็นทั้งคนขายและดูแลลูกค้าเองทั้งหมด ผู้รู้สึกว่าถ้าเราขายสินค้าถึงมือลูกค้าด้วยตัวเองนั้นง่ายในการพูดคุยต่อรองและให้ใจกับลูกค้า ผู้มีพื้นฐานซึ่งมองด้วย มีปัญหาอะไรมาหาผู้ ผู้มีความต้องการให้ทุกอย่าง ลูกค้าก็จะมาที่ร้านเมื่อไรจะเจอผู้มีความต้องการซื้อสินค้า ผู้มีความต้องการซื้อสินค้า เป็นหลักการง่ายๆ ที่คุณพ่อทุกทางเอาไว้"

แม้เศรษฐกิจจะผันผวน มีช่วงขึ้นและลงที่ดีมานด์ซับพลายเปลี่ยนไป แต่สาขาระยุนต์ยังคงขยายรถจักรยานยนต์ในราคามาตรฐาน สร้างความมั่นใจและแสดงความจริงใจต่อลูกค้า เป็นใหญ่ในย่านนี้

หลังจากทำสาขาใหม่ได้ 1 ปี คุณนาคมก็ตัดสินใจเปิดสาขาเพิ่มในชื่อสาขาระยุนต์เช่นเดิม และขายสินค้ารถจักรยานยนต์เหมือนเดิม แต่ทำเลที่ตั้งต่างกันมีข้อดีและความท้าทายในการทำธุรกิจที่ต่างกัน

"ข้อดีคือพื้นที่ตรงที่ใหม่อยู่ในเมือง มีคนหนาแน่นและคนซื้อรถเป็นคนที่ใช้งานจริงๆ ผู้มายังเห็นว่าที่ตรงนั้นมีศักยภาพ แล้วก็เปิดสาขาเพิ่มอีกให้เชื่อมต่อกัน จนถึงตอนนี้เรามี 8 สาขา"

คุณวุฒิปักหมุดทำเลสาขาระยุนต์ย่านในเมืองเป็นหลัก ครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่สาขาระยุนต์ พระราม 3 ยานนาวา บางรัก จรัญกรุง ไปจนถึงนามหลัง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้า ผู้มีความต้องการซื้อสินค้า เป็นหลักการง่ายๆ ที่คุณพ่อทุกทางเอาไว้"



วางแผนกำธุรกิจอย่างยั่งยืน

สาหูเจริญยนต์ เป็นร้านที่มีรถจักรยานยนต์ให้เลือกหลากหลายแบรนด์

“เมื่อก่อนคุณพ่อเป็นดีลเลอร์ค้าวชา กิ ต่อมาได้เปิดดีลเลอร์ ยามาฮ่า ซูซูกิ ออนด้า ดาวน์แล็บบี้”

นอกเหนือไปจากนั้น คุณนวัฒน์ค่อยๆ ปรับเปลี่ยนภาระในจากระบบที่เด็กแก่ในรุ่นคุณพ่อให้กลายเป็นการทำงานระบบองค์กรมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ทำคู่มือด้านบัญชี ปรับเปลี่ยนการจัดเก็บรถ ซึ่งทั้งหมดต้องผ่านการพูดคุยทำความเข้าใจ หลายฝ่าย ทั้งเจรจา กับไฟแนนซ์ เอ้าต์ซอร์ซ พนักงานภายนอก รวมถึงคนในครอบครัว ทั้งหมดก็เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของลูกค้าในยุคหนึ่งได้ดีขึ้น

“เรามีแผนจะปรับให้เป็นศูนย์บริการอย่างเต็มรูปแบบ เพราะสมัยนี้เน้นการบริการเป็นหลัก ทุกสาขาของเรามีศูนย์บริการเพื่อลูกค้าอย่างให้ความรวดเร็ว ต้องการการบริการระดับพรีเมียมคล้ายกับรถยนต์ ผสมผสานของว่าแบ่งลูกค้าเป็นกลุ่มๆ ดีกว่า แล้วออกแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม”

คุณนวัฒน์คือเป็นกลุ่มลูกค้าเป็น กลุ่มพรีเมียม ที่ต้องการอย่างแต่งรถให้สวยงามและโดดเด่นซึ่งจะมีเลนพรีเมียมสำหรับลูกค้า แตกต่างรถจักรยานยนต์โดยเฉพาะ กลุ่มที่อยากได้ความรวดเร็ว กลุ่มคนขับรถส่งอาหารดิลิเวอรี่ เพราะต้องรีบใช้รถ สามารถ

จองคิวเข้ามาซื้อม่ำวันแล้วน้ำรถกลับไปใช้ได้เลย และกลุ่มรถที่เจอบุตติเหตุต้องซ่อมหนัก ใช้เวลาถึง 2-3 สัปดาห์ เรายังรับสำรองใช้ ระหว่างซ่อมรถด้วย

“เราตอบโจทย์ลูกค้าทุกแบบด้วยความเข้าใจ และผนมองว่า ในอนาคตจะมีรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าเข้ามาอีก เราต้องหาสิ่งที่แตกต่าง เราต้องขยายในรากามาตรฐาน มีรถทุกรุ่น สต็อกต้องครบ แล้วก็มาแข่งเรื่องการบริการและการสร้างแบรนด์ สร้างประสบการณ์และคอมมูนิตี้ มีกลุ่มให้คันได้มาพนักกัน เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ใน การขับขี่มอเตอร์ไซค์ ซึ่งเราจะให้เร็วกว่าคนอื่น ตอนนี้ฐานลูกค้าของเรายังคงโตอาจจะเป็นเพราะ เช้าเริ่มรุ่นแล้วว่าซื้อรถกับเราแล้วได้อะไร”

แม้เราจะได้เห็นสาหูเจริญยนต์ทำอะไรใหม่ๆ มากมาย แต่ทั้งหมดเกิดขึ้นภายใต้หลักการพื้นฐานที่ว่า “ขายด้วยคุณภาพ และบริการประทับใจ” นั่นเอง

สาหูเจริญยนต์
152, 154, 156, 158, 160, 162 ถ.พระราม 3
เขตบางกอกแหลม กรุงเทพฯ 10120
โทรศัพท์ : 02-689-0808, 02-294-9595
LINE : @SathuGroup



krungsri

Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก



ลินเช่อรถเต็บก

ออกรถเต็บกง่าย กับ กรุงศรี ยูสด์ คาร์

ออกรถมือสองจากเต็บกทั่วไทย ง่าย อุ่นใจ และสบายใจ

- อนุมัติไว
- ดาวน์น้อย
- คุ้มครองอะไหล่*
- ผ่อนสบายสูงสุด **84** เดือน

* เมื่อซื้อค้ำชื่อประกันโปรแกรมขายเดือนประกันจะได้รับส่วนลด • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) • เงื่อนไขเป็นปัจจุบันที่ธนาคารฯ กำหนด

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



ในฐานะตัวช่วยจัดการลูกค้า ตลอดเส้นทาง Customer Journey

นับตั้งแต่ช่วงปี 2555 ตลาดรถยนต์ค่อยๆ เดินทางออนไลน์ บริษัทรถยนต์จำนวนมากอย่าง Tesla หรือ Carvana ดำเนินธุรกิจด้วยวิธีที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ด้วยความคิดที่ว่าการซื้อรถยนต์ทางออนไลน์ทำได้ง่ายกว่าขายผ่านตัวแทนจำหน่าย แบบดั้งเดิมด้วยซ้ำ ประเด็นนี้ยืนยันจากการศึกษาของคอกอซ์อโนโมทีฟ (Cox Automotive) ที่จัดทำขึ้นเมื่อปี 2564 ที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เดินทางไปที่หน้าร้านของตัวแทนจำหน่ายเพียงแค่ 2 แห่ง เพื่อเปรียบเทียบ และหาข้อมูลผ่านเครื่องมือดิจิทัลมากขึ้น

ในขณะที่อุตสาหกรรมยานยนต์กลับเข้าสู่สภาวะปกติ แต่ตัวแทนจำหน่าย และโรงงานผลิตขึ้นส่วนยานยนต์ OEM ต้องเผชิญกับความท้าทายชุดใหม่ ระดับสินค้าคงคลังที่เพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ อัตรากำไรที่ลดลง ห่วงโซ่อุปทานที่เปลี่ยนแปลง การขาดแคลนแรงงานอย่างต่อเนื่อง ตัวแทนจำหน่ายจำนวนมากจึงเริ่มน่าเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดและรับประกันการดำเนินงานในอนาคต

จากข้อมูลของอิมเพล (Impel) สถาร์ตอบที่ให้บริการแพลตฟอร์มการจัดการวงจรชีวิตของลูกค้า (Customer Life Cycle) ด้วยเอไอ (AI) แบบครบวงจร พบว่าผลลัพธ์จากการปรับใช้ AI ที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การนัดหมายการขายที่เพิ่มขึ้น 30-50% ยอดการจองเพิ่มขึ้น 18-25% และรายได้ที่เพิ่มจากการซื้อมรถประมาณ 100,000 เหรียญสหรัฐฯ/เดือน



ผลกระทบของ AI ในวงการค้าปลีกยานยนต์

ปัจจุบัน AI พัฒนาไปมากกว่าการเก็บข้อมูลหรือเป็นแค่ตอบสั่งรับธุรกิจ แต่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในฐานะทางออกที่ช่วยจัดการกับลูกค้าเป้าหมายตลอดเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ที่เข้ามาสัมผัสกับแบรนด์โดยที่เดียว และนี่คือแนวทางการนำ AI สำหรับตัวแทนจำหน่ายที่จะช่วยให้การขายรถเป็นเรื่องง่ายขึ้น

ใช้ Computer Vision AI นำเสนอภาพรถยนต์เสมือนจริงแบบ 360 องศา โดยไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่มากมายในโทรศัพท์มือถือต่อไป

ใช้ Conversation AI เพื่อดึงดูดผู้ซื้อผ่านการสนทนากับเมื่อนมนุษย์จริงผ่านช่องทางต่างๆ เช่น แซท การส่งข้อความ อีเมล หรือแม้กระทั่งการสนทนาด้วยเสียง แม้กระทั่งใช้แพลตฟอร์ม AI ที่นำเสนอวิธีการสำหรับลูกค้าแต่ละคนโดยเฉพาะ เก็บข้อมูลตั้งแต่การเยี่ยมชมเว็บไซต์ครั้งแรกไปจนถึงการเข้ารับบริการหลังการซื้อ หรือแม้แต่การแลกเปลี่ยน หรือกลับมาซื้อซ้ำในภายหลัง

ใช้ AI เป็นสมองของธุรกิจ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดควรเลือกใช้แพลตฟอร์ม AI ที่สามารถรวบรวมและสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง AI กับแอปพลิเคชันอื่นๆ ใช้ AI รวมเข้ากับระบบต่างๆ อย่างระบบดูแลลูกค้า CRM ระบบการจัดการตัวแทนจำหน่าย ระบบเติมสินค้าคงคลัง และระบบกำหนดเวลาอย่างเหมาะสม การจัดการเวลา ซึ่งนัดหมายลูกค้าได้ดีจะช่วยสร้างความประทับใจและความภักดีต่อแบรนด์เพิ่มมากขึ้นด้วย

เลือกใช้ AI ที่ได้รับการฝึกด้านการค้าปลีกยานยนต์โดยเฉพาะ การสนทนาที่สุภาพ เป็นมิตร และใกล้เคียงกับมนุษย์อาจไม่สามารถผลักดันยอดขายได้ แต่การรู้สึกว่าจริงต่างหากคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ AI หรือแค่ตอบสั่งรับตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ จำเป็นต้องได้รับการออกแบบมาโดยเฉพาะ เช่น การทดลองขับ การประเมินอัตราซื้อขาย การประเมินเพื่อเข้ารับบริการที่เหมาะสม การใช้แพลตฟอร์ม AI ที่ฉลาด และมีประสิทธิภาพจะโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการ

ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการควบคุมข้อมูลเป็นอันดับแรก เมื่อนำ AI มาใช้ หากไม่มีการควบคุมที่เข้มงวด ตัวแทนจำหน่ายจะเผชิญกับความเสี่ยงของการละเมิดและการรั่วไหลของข้อมูล ไปจนถึงเกิดความเสียหายด้านการเงินได้ดังนั้นควรทำความเข้าใจและเลือกใช้โซลูชันปัญญาประดิษฐ์ที่ใส่ใจเรื่องความเป็นส่วนตัว

การสื่อสารให้พนักงานในองค์กรเข้าใจว่าการนำ AI มาใช้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า แทนที่จะเป็นการแย่งงานพนักงานขาย โดยสื่อสารอย่างชัดเจน อธิบายว่า AI จะเข้ามาสร้างประสิทธิภาพการทำงานอย่างไรบ้าง รวมถึงกำหนดบทบาทการทำงานว่า AI จะดำเนินการอะไรบ้างเพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อน และมุ่งเน้นให้พนักงานไปทำงานที่มีความซับซ้อนมากกว่าและได้ผลตอบแทนที่ดีขึ้น เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการนำ AI เข้ามาปรับใช้ในธุรกิจให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีนั้น ไม่ได้หมายถึงแค่เพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้าเท่านั้น แต่ต้องเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ระบบการจัดการหลังบ้าน การใช้งานปัญญาประดิษฐ์จึงจะได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด



Honda e:N1 รถพลังงานไฟฟ้า ที่เปิดให้เช่าใช้เก่าบ้าน

ปฏิเสธไม่ได้ว่ารถยนต์พลังงานไฟฟ้า (BEV) เป็นตัวเลือกที่ได้รับความสนใจสำหรับผู้ที่กำลังคิดจะซื้อหรือเปลี่ยนรถยนต์ใหม่ในยุคนี้ แต่ทางเลือกในตลาดส่วนใหญ่แล้วจะเป็นแบรนด์จากจีนหรือไม่ก็ผู้ผลิตฝั่งยุโรปเป็นหลัก จนกระทั่งในงานบางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล มอเตอร์โชว์ 2024 เมื่อต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา Honda ได้เปิดทางเลือกใหม่ด้วยรถยนต์พลังงานไฟฟ้ารุ่น e:N1 ออกมานั่นเอง แต่ประเด็นคือ รถยนต์พลังงานไฟฟ้ารุ่นนี้ไม่ได้ขายขาด แต่มาในรูปแบบของการเช่าใช้ภายใต้กรอบระยะเวลาที่ตกลงกัน

e:N1 มาในสไตล์ SUV ขนาดซับคอมแพ็คต์แบบ 5 ประตู ซึ่งจะว่าไปแล้ว รูปร่างหน้าตาค่อนข้างที่จะเป็นที่คุ้นเคยลูกค้าชาวไทย เพราะตัวรถได้รับการปรับปรุงและพัฒนาจากพื้นฐานของ HR-V รุ่นล่าสุด ด้วยรูปลักษณ์ภายนอกที่ถูกสร้างสรรค์ใหม่ เพื่อให้สอดรับกับความเป็นรถยนต์แห่งอนาคต โดยในเชิงของมิติตัวถังมีความแตกต่างจาก HR-V ไม่มาก ด้วยความยาว 4,390 มิลลิเมตร กว้าง 1,790 มิลลิเมตร สูง 1,560 มิลลิเมตร และระยะฐานล้อ 2,610 มิลลิเมตร ซึ่งตัวเลขส่วนต่างๆที่เกิดขึ้นน่าจะมาจาก การเปลี่ยนรูปแบบของกันชนและกระজังหน้าและหลังใหม่จนทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง และเสริมด้วยล้อแม็กขนาด 18 นิ้ว

สำหรับภายในห้องโดยสารมาพร้อมกับอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมากมาย เช่น หน้าจอสัมผัสขนาดใหญ่ 15.1 นิ้ว แบบ Advanced Touch รองรับ Apple CarPlay และ Android Auto มาตรวัดแสดงข้อมูลการขับขี่ขนาด 10.25 นิ้ว มีไฟสร้างบรรยากาศภายในห้องโดยสารสีฟ้า (Blue Ambient Light) ระบบปรับอากาศอัตโนมัติแบบ Dual Zone ปรับอุณหภูมิแยกอิสระซ้าย-ขวา



สิ่งที่ทำให้แตกต่างจาก HR-V ทั่วไปอย่างชัดเจน คือ การใช้ระบบขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า AC Synchronous Electric Motor ที่มีกำลัง 204 แรงม้า แรงบิดสูงสุด 310 นิวตันเมตร และมีแบตเตอรี่ขนาด 68.8 kWh โดยสิ่งที่น่าทึ่งคือ การบริหารจัดการพลังงานที่ทำให้ตัวรถสามารถแล่นได้ไกลขึ้นจากการทดสอบของ NEDC (New European Driving Cycle) ซึ่งระบุว่า สามารถขับได้ไกลถึง 500 กิโลเมตร ต่อการชาร์จ 1 ครั้ง และสามารถแล่นทำความเร็วสูงสุดได้ 160 กิโลเมตร/ชั่วโมง ซึ่งผู้ขับจะมีโหมดการขับขี่ (Drive Mode) ให้เลือก 3 แบบ คือ Sport, Normal และ Econ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการขับขี่ที่ต้องการ

ส่วนระบบความปลอดภัยก็มีให้แบบครบครัน นอกจากเหนือจากระบบความปลอดภัยพื้นฐาน เช่น ถุงลมนิรภัยคู่หน้า ABS, EBD และ ESP โดยจะมีทั้งระบบช่วยการออกตัวขณะอยู่บนทางลาดชัน ระบบ Honda Sensing ที่ประกอบด้วย ระบบเตือนการชนพร้อมระบบช่วยเบรก (CMBS) ระบบช่วยควบคุมรถให้อยู่ในช่องทางเดินรถ (LKAS) ระบบเตือนและช่วยควบคุมเมื่อรถออกนอกช่องทางเดินรถ (LDW) และระบบช่วยเตือนมุมอับสายตาที่กระจกมองข้าง (BSI) ซึ่งจำเป็นและเพียงพอต่อการใช้งานบนท้องถนน

Honda e:N1 มีเพียงสีเดียว คือ สีขาว Premium Sunlight Pearl และสีส้มดำเนินคราฟท์สันใจคือ รถยนต์รุ่นนี้ไม่ได้ขายขาด แต่เป็นการให้บริการแบบเช่าใช้ผ่านบริษัทรถเช่าชั้นนำ 12 แห่ง ทั่วประเทศ ไม่เปิดขายบุคคลทั่วไป ในราคารentaลตั้ง 29,000 บาท/เดือน



Yamaha Exciter 155 สัมผัสความเร้าใจใหม่ด้วยเกียร์ 6 สปีด

สำหรับคนที่ชื่นชอบความสปอร์ตและใช้งานง่ายไม่ว่าจะ แรงเร็วหรือเนกประสงค์ Yamaha เปิดตัว Exciter ในรุ่นใหม่ เพื่อรองรับกับความต้องการที่หลากหลาย ด้วยมอเตอร์ไซค์ ทรงครอบครัวที่ขับขี่ได้ง่าย คล่องตัว มีความทนทานสูง และบำรุงรักษาด้วยตนเองได้ง่าย แม้ยังให้ความเร้าใจด้วย การขับเคลื่อนกับเครื่องยนต์ 155 ซีซี และเกียร์แบบ 6 จังหวะ ที่สำคัญมีการรีดีไซน์รูปลักษณ์ภายนอกเพื่อความลงตัวภายใต้ คอนเซปต์ R-Series DNA เจนเนอเรชันใหม่ของ Sport Moped พร้อมพังก์ชันใหม่

สิ่งที่สามารถสัมผัสได้จากตัวรถคือ ดีไซน์ที่ถูกปรับเปลี่ยน และออกแบบใหม่รอบคัน เช่น ไฟหน้าแบบ LED ดีไซน์ใหม่ ติดตั้งอยู่บริเวณกึ่งกลางของตัวรถ บริเวณหัวรถปรับให้กระชับมากยิ่งขึ้น พร้อมติดตั้งไฟ Daytime Running Light (DRL) หรือไฟสำหรับวิ่งในเวลากลางวัน เสริมความโถดเด่นและช่วยเพิ่มความปลอดภัย ส่วนเบาะนั่งเป็นแบบ Double Super Sports Seat ต่างระดับสไตล์สปอร์ต ผลิตจากวัสดุคุณภาพสูง เพิ่มความสะดวกสบายทั้งคนนั่งและซ้อน

นอกจากนี้ยังล้ำสมัยด้วยเรือนไมล์ดิจิทัลแบบ Full LCD Multi-Function Meter ที่สามารถแสดงข้อมูลที่สำคัญในระหว่างขับขี่ได้อย่างหลากหลาย อีกทั้ง Yamaha ยังได้เพิ่มพังก์ชันที่น่าสนใจเพื่อรองรับการใช้งานของคนยุคปัจจุบัน เช่น ระบบ

กุญแจรีโมตอัจฉริยะ (Smart Key System) สะดวกสบายในการเปิดหรือปิด สถา๊ดหรือดับเครื่องยนต์ ปลดล็อกแฮนด์พร้อมสัญญาณตอบรับ Answer Back ในระยะ 20 เมตร มี DC Charging Socket ช่องเสียบต่อชาร์จแบตเตอรี่ ช่องเสียบชาร์จโทรศัพท์ 12V สำหรับโทรศัพท์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ

ในส่วนของเครื่องยนต์เป็นบล็อก 1 สูบ ที่มีความจุ 155 ซีซี ระบบความร้อนด้วยน้ำแบบเต็มระบบ วาล์วแปรผัน VVA ที่มาพร้อมเกียร์ 6 สปีด และระบบคลัตช์แบบ Assist & Slipper Clutch ช่วยลดแรงกระชากของล้อหลังขณะลดเกียร์ และถังน้ำมันขนาด 5.4 ลิตร ส่วนระบบกันสะเทือนมาพร้อมโช็คหน้าแบบ telescopic (Telescopic Shock) และโช็คหลังแบบ mono shock (Mono Shock) ออกแบบตามหลัก “คันโนะเอียวากะ” หรือ การประเมินประสิทธิภาพของรถจากข้อมูลและความรู้สึกของผู้ขับขี่ พร้อมบังโคลนด้านในป้องกันโช๊คที่ผ่านการทำงานกับสวิงอาร์มช่วยลดแรงกระแทก พร้อมระบบเบรกหน้า ABS มาพร้อมแม่ปั๊มล่าง 2 ลูกสูบ ช่วยลดการเกิดอาการล้อล็อกขณะเบรก

เปิดตัวด้วยสีสันใหม่ 3 สี คือ สีเทา-น้ำเงิน, สีดำ และสีน้ำเงิน ส่วนราคาเริ่มต้นที่ 79,500 บาท พร้อมรับประกัน 5 ปี หรือ 50,000 กิโลเมตร



Family Trip

กับทริคสร้างสุข เมื่อเมเด็กฯ เป็นเพื่อนร่วมทาง

ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เป็นโอกาสที่ดีสำหรับ Family Trip สร้างประสบการณ์และกระชับความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว แต่การใช้เวลาร่วมกันมากเกินไปบ่นรถก็มีความท้าทาย เด็กๆ อาจรู้สึกเบื่อและกระสับกระส่ายเมื่อต้องนั่งท่ามกลางทิวทัศน์อันน่าเบื่อ เรามีเคล็ดลับที่จะช่วยให้การเดินทางสนุกสนานมากขึ้นสำหรับทุกคนในครอบครัว

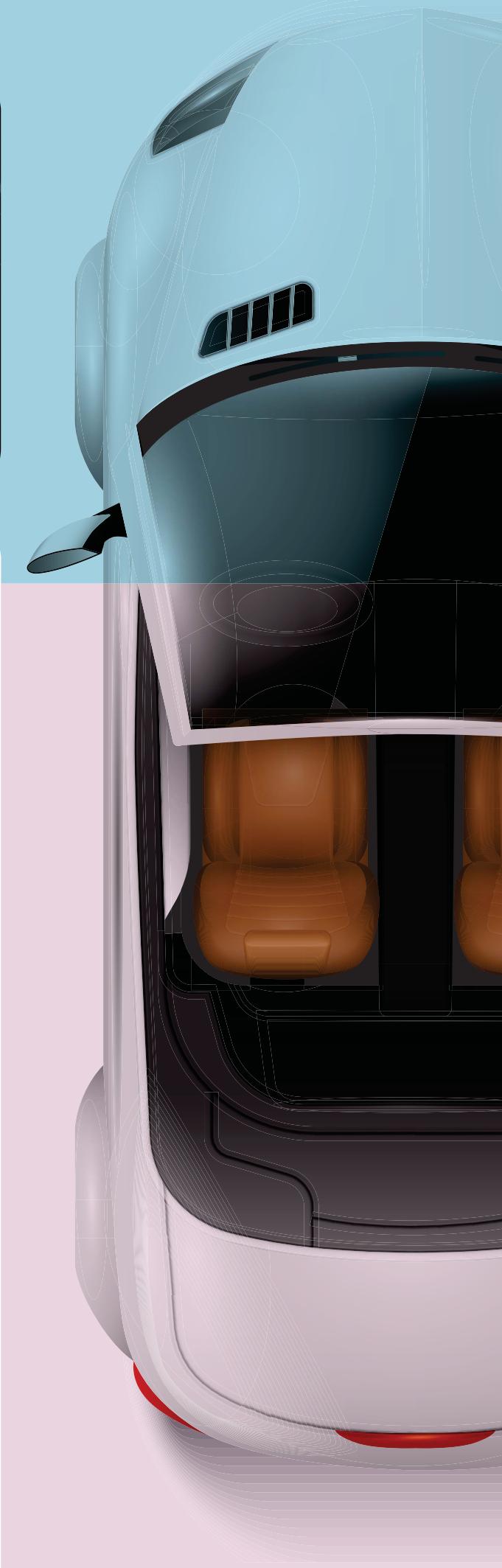
เล่นเกมสายลับ กระตุนให้เด็กๆ สังเกตสิ่งต่างๆ บนท้องถนน เช่น เล่นเกมหาเลขโปรดบันบัดบันป้ายทะเบียน ค้นหาสิ่งของที่ขึ้นต้นด้วยตัวอักษร แต่ละตัว

หาของเล่นเอาไว้ในรถ ไม่ว่าจะเป็น ดินสอสี ปากกาการ์ตูน กาว ที่สำคัญอย่าลืม “กระดาษ” เพราะไม่เช่นนั้น เสื้อผ้า หรือรถของคุณอาจกลایเป็นฝ้าใบให้เด็กๆ Vad Lodalay โซเชียลมีเดียของศิลปินตัวน้อยก็เป็นได้

ใช้อุปกรณ์เสริมความรู้ สร้างจินตนาการ เกมในโทรศัพท์ มือถือไม่ใช่ตัวร้ายเสมอไปหากเลือกสรรให้ดี มีเกมมากมายที่ทั้งสนุก และให้ความรู้ เช่น Geo Touch อุปกรณ์เสริมนักเรียน ที่ให้ความรู้ด้านภูมิศาสตร์

หาทางเลือกอื่นแทนอาหารจานด่วน แม้ว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดข้างทางจะหาซื้อง่ายและกินง่าย แต่ผู้ปกครองควรหาดูเลือกที่ดีต่อสุขภาพให้เด็กๆ จะดีกว่า อาจมองหาในตลาดห้องถิน หรือซูเปอร์มาร์เก็ตใกล้ๆ หรือเติร์นชุดปิกนิก ของว่างเพื่อสุขภาพหรือน้ำผลไม้ แล้วแพ็กวิ่งทางกินอาหารพร้อมเพลิดเพลินไปกับทิวทัศน์สวยๆ

หยุดพักบ้าง แม้ว่าต้องไปให้ถึงปลายทาง แต่หยุดพักระหว่างทางบ้างก็ดีเหมือนกัน WARE เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวแปลงตา เช่น พิพิธภัณฑ์เล็กๆ สวนสาธารณะเล็กๆ เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กๆ ได้ยึดเส้นยึดสายออกกำลังกายกันสักหน่อย





ติดตั้ง FamCam กล้องติดรถยนต์สำหรับคนมีครอบครัว

นอกเหนือจากจะคิดถึงความสนุกแล้ว ความปลอดภัยก็เป็นเรื่องสำคัญสำหรับการเดินทาง ปกติแล้วเราจะติดกล้องไว้ในรถเพื่อเวลาเกิดอุบัติเหตุ สำหรับทริปครอบครัว อาจต้องมีตัวช่วยเพิ่มเติมอย่าง FamCam เป็นเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับคนมีครอบครัว ช่วยให้ผู้ปกครองสามารถเฝ้าดูบุตรหลานของตน หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่งเด็กหากท่านที่นั่งอยู่บนเบาะนั่งสำหรับเด็กที่นั่งอยู่ด้านหลัง ผู้ขับขี่ไม่จำเป็นต้องหันศีรษะไปเพื่อตรวจสอบเด็กๆ และมีスマาริจจ์อยู่กับถนนตรงหน้าได้ตลอดเส้นทาง

ในฐานะคนขับควรจะมีスマาริจของไปที่ถนนตลอดเวลา แต่สำหรับคนเป็นพ่อแม่คงไม่สามารถละสายตาจากลูกได้นานนัก แม้รู้ว่าเด็กๆ จะนั่งอยู่ในคาร์ซีดเรียบร้อยแล้ว ก็ตาม คุณอาจจะต้องมองกระجمของหลังบอยๆ หรือบางครั้งต้องหันหลังไปดูเลยด้วยซ้ำ นั่นเป็นเหตุผลของการติดตั้ง FamCam กล้องหลายมุมมองที่จะติดอยู่กางเดานรถ ตรงตำแหน่งเบาะนั่งแถวที่ 2 ที่จะช่วยให้คุณมองเห็นบริเวณพื้นที่นั่งด้านหลังคนขับได้อย่างชัดเจน สามารถซูมเข้า-ออกหรือเลื่อนกล้องขึ้น-ลงได้ด้วยการแตะไปที่หน้าจอระบบสัมผัส ที่สำคัญมีโหมดกลางวันและกลางคืนสามารถตั้งค่ากล้องอินฟราเรดโดยไม่ต้องเปิดไฟในห้องโดยสารรบกวนเด็กๆ ที่กำลังนอนหลับ

FamCam เป็นเทคโนโลยีของ Chrysler Pacifica ที่ติดตั้งมาในรถยนต์ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นอกจากการออกแบบรถยนต์ที่มีพื้นที่ภายในกว้างขวางและสะดวกสบายแล้ว ยังให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ความปลอดภัยเพื่อให้คุณขับขี่ได้อย่างมั่นใจบนท้องถนนและพาเจ้าตัวเล็กในบ้านออกเดินทาง เช่น ระบบช่วยเหลือผู้ขับขี่ อย่างการเตือนการชนด้านหน้าพร้อมระบบเบรกแบบแอ๊กชันพิท กล้องมองภาพรอบทิศทางที่ช่วยให้ผู้ขับขี่มองเห็นภาพได้ 360 องศา ตลอดเวลา และระบบกรองอากาศในห้องโดยสารที่ช่วยให้ทุกคนในครอบครัวหายใจได้เงียบขึ้น

ไม่ได้มีแค่รถยนต์ของ Chrysler Pacifica เท่านั้นที่มี FamCam เพราะ Kia Carnival และ Honda Odyssey ก็มีกล้องสำหรับมองพื้นที่ด้านหลังคนขับแบบนี้เช่นกัน เพราะในความเป็นจริงแล้ว รถยนต์สำหรับครอบครัวส่วนใหญ่ควรติดตั้งกล้องแบบนี้เอาไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้ขับขี่และผู้โดยสารตัวน้อยๆ ระหว่างเดินทาง เรยก็ได้ว่าเป็นวัตกรรมในวงการยานยนต์ที่เพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกสบายสำหรับทุกครอบครัว

ทริปนี้ชุ่มจ้ำ

ชวนปักหมุดขับรถเที่ยวอุทยาน

เริ่มเข้าสู่ช่วงฤดูฝนอย่างเต็มตัว GO Travel จึงอยากรชวันผู้อ่าน ชาวกรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน ขับรถเที่ยวธรรมชาติ ทั้งน้ำตก ป่าเขา เพื่อเปิดรับพลังงานอันชุมชน ให้ธรรมชาติเขียวขจีอบกอดไปพร้อมกับ proxion และละของความเย็นสดชื่นในแบบที่ฤดูอื่นมอบให้ไม่ได้

อุทยานแห่งชาติไทรทอง จ.เชียงใหม่

ดอกกระเจียวคงจะงามสะพรั่งชูช่อประชันกันเต็มท้องทุ่ง เชิญชวนให้เก็บภาพประทับใจพร้อมไอกลมอกจากๆ ทำให้ใจบางๆ สั่นไหว ยิ่งหากได้ไปช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายนเดือนสิงหาคมซึ่งมีฝนตกชุก โอกาสที่จะได้ยลสัญลักษณ์แห่งเมืองชัยภูมิแบบเต็มทุ่งยิ่งมีมาก นอกจากนี้ ในอุทยานยังมีน้ำตก เสน่ห์ทางศึกษาธรรมชาติ จุดชมทิวทัศน์อย่าง พาเพลินใจ ผ้าอาหร่ายอัสสัดง ผาสวนสารรค และผาห้าหอด สำหรับผู้ที่ชื่นชอบแคมปิ้ง ก็มีที่การเดินท่องพักแรมบริการ อัตราค่าเข้าอุทยานฯ ชาวไทย ผู้ใหญ่ 4 บาท เด็ก 2 บาท ชาวต่างชาติ 200 บาท yan พาหนะ 4 ล้อ 30 บาท yan พาหนะ 6 ล้อขึ้นไป 100 บาท โดยมีให้เลือกทั้งบ้านพักรับรองและสถานที่การเดินท่องพักแรม



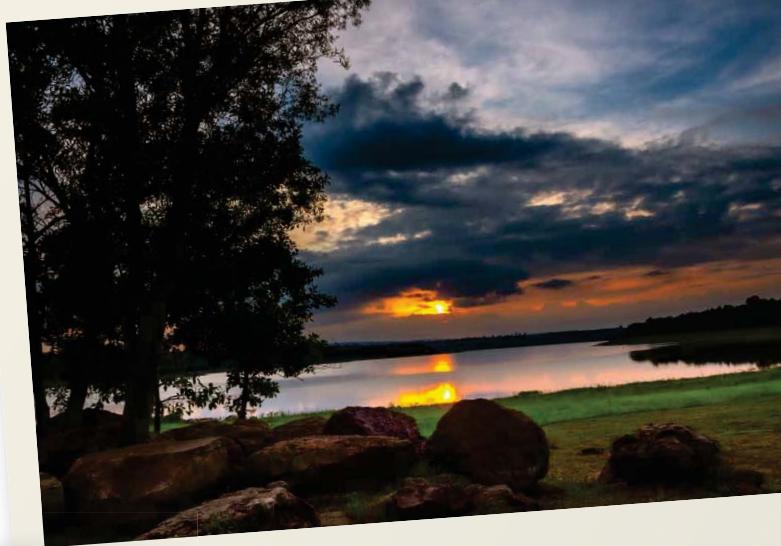
อุทยานแห่งชาติกหินร่องกล้า จ.พิษณุโลก

ในอดีตบริเวณนี้เคยเป็นสถานที่ซึ่งบรรดาคอมมิวนิสต์ขึ้นไปปชช.ชิงร่องรุปค่อนเดียวทุกครั้งเมื่อรอบชนะทหารของรัฐบาล ไฮไลต์สำคัญคือการได้ยืนชมวิวตามผาต่างๆ ทั้ง 5 ผา ได้แก่ ผาองกราก ผาสแลดรัก ผารักยืนยง ผาครุรัก และผาไฟทนิด ซึ่งตั้งเรียงเคียงกันอย่างติดต่อกัน แต่ที่เป็นจุดเชิงอินล่า仇恨สำหรับผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพคือลานหินปูม มีลักษณะเป็นลานหินผุดขึ้นเป็นปุ่ม ไล่เลี้ยงกัน ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 30 เซนติเมตร สูง 20-30 เซนติเมตร เป็นบริเวณกว้างดูแปลกดตา มีล้มพัดเย็นสบายเหมาะสมแก่การนั่งพักผ่อน ระหว่างทางไปลานหินปูม มีโอกาสพบนกนานาชนิด เช่น นกตั้งล้อ นกกะลิงเขียดสีเทา นกหัวขาวนิ่วห้องลาย และนกศิริปีกสีฟ้า



อุทยานแห่งชาติกับล้าน จ.บุคราชสีมา

ภายในอุทยานฯ มีสถานที่น่าสนใจคือป่าลานตามธรรมชาติ แห่งสุดท้ายของประเทศไทยซึ่งประกอบด้วยต้นลานและพันธุ์ไม้นานาชนิด สำหรับอ่างเก็บน้ำทับลานนั้นล้อมรอบไปด้วยภูเขา ควรค่าแก่การมาสัมผัสและปล่อยใจเบาๆ เพื่อซึมซับบรรยากาศอันเลօด่า สายขอบลงน้ำต้องประทับใจหาดชมตะวันซึ่งเป็นชายหาดริมอ่างเก็บน้ำของเขื่อนลำปลายมาศ ตัวหาดมีความยาว 300 เมตร สามารถเล่นน้ำได้ อีกทั้งยังมีกิจกรรมล่องเรือและล่องแพชมทิวทัศน์รอบเขื่อนด้วย



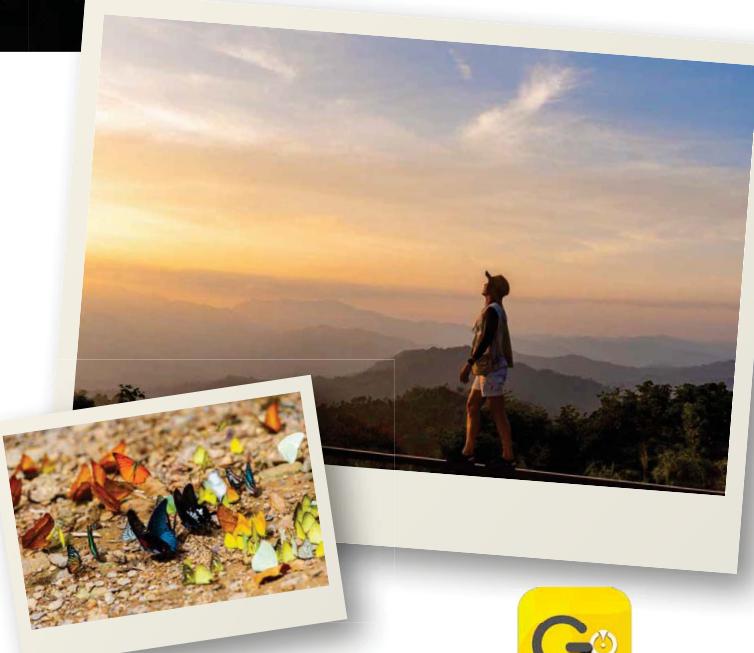
อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาง จ.เพชรบูรณ์

อุทยานกว้างใหญ่ที่สุดของประเทศไทยซึ่งยังคงสภาพเป็นป่าดิบอันอุดมสมบูรณ์ ให้คุณเดี่ยวต่ำความงดงามของทะเลหมอกยามเช้าได้เกือบทตลอดทั้งปีจากยอดเขาพะเนินทุ่งซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นแหล่งชุมทะเลหมอกที่ดีที่สุดของภาคกลาง อีกทั้งยังสามารถชมพระอาทิตย์ตกที่สันเขากะน้ำครรชได้ด้วย ส่วนแคมป์บ้านกร่างเป็นจุดพักแรมซึ่งมีเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติเป็นป่าเบญจพรรณ ป่าดิบแล้งพร้อมลัตต์ป่านานาชนิด โดยเฉพาะผุงนกและผีเสื้อซึ่งบินมาลงกินดินโป่งในฤดูแล้ง (เดือนมีนาคม-พฤษภาคม เวลา 08.00-14.00 น.)

หากสนใจเรื่องราวท่องเที่ยวทั่วไทยและขึ้นชื่อของการขับรถเที่ยว สามารถอัปเดตข้อมูลการเดินทาง สถานที่ เทศกาล รวมถึงทริปต่างๆ ได้ที่ GO Travel บนแอปพลิเคชัน GO by Krungsri Auto

อุทยานแห่งชาติดอยอันกันบก จ.เชียงใหม่

ศึกษาธรรมชาติในป่าดิบชื้นอันสมบูรณ์ ณ ยอดเขาซึ่งสูงที่สุดในประเทศไทยอันเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาหิมาลัยที่พาดผ่านจากประเทศเนปาล ภูมิประเทศเมียนมา และมาสินสุด ณ ที่แห่งนี้ สภาพภูมิประเทศและสภาพป่าอันหลากหลาย อากาศที่หนาวเย็นตลอดทั้งปี รวมถึงสิ่งมีชีวิตบางชนิดซึ่งหาดูได้ที่นี่ แห่งเดียวในเมืองไทย คืออีกหนึ่งไฮไลต์สำคัญ นอกจากม่านหมอกอันงดงาม



ขอบคุณข้อมูลและภาพจาก
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย





Your Art, Your Act สร้างศิลป์ สื่อสาร

ย้อนกลับไปในช่วงทศวรรษที่ 1930 การศึกษาเกี่ยวกับความชอบทางศิลปะโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่ผู้คนชอบหรือไม่ชอบภาพวาดแบบต่างๆ การวิจัยแสดงให้เห็นว่าความสนใจในศิลปะของแต่ละบุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพมากกว่ากับชนชั้นทางสังคม อายุ หรือเพศ รูปแบบงานศิลปะที่คุณสนใจจะสามารถทำนายลักษณะของบุคลิกภาพได้ด้วย ซึ่งการศึกษาในปี 1973 พบว่า คนที่เปิดกว้างมักหลงใหลภาพวาดที่ซับซ้อน ในขณะที่คนประเภทอนุรักษ์นิยมมักสนใจงานแบบตรงไปตรงมากกว่า

ปี 2005 การศึกษาขององค์กรชั้นนำเรื่องผู้คนมากกว่า 90,000 ราย เกี่ยวกับความชอบทางศิลปะ โดยให้ผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์และให้คะแนนภาพ 24 ภาพ ก่อนที่จะกรอกรายการบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้อง พบว่าผู้เข้าร่วมที่ชอบศิลปะแนวอิมเพรสชันนิสม์จะมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น แต่ไม่ค่อยเปิดกว้างสำหรับประสบการณ์ใหม่ๆ

สำหรับผู้ที่ชื่นชอบศิลปะสมจริงมักเป็นคนเปิดเผยและซื่อสัตย์ เนื่องจากเป็นคนมองโลกตามความเป็นจริง จึงมีแนวโน้มตรงไปตรงมาเมื่อต้องรับมือกับเรื่องบางอย่าง นักสังนิยมมักมีระเบียบ ได้รับการยอมรับ มีความรับผิดชอบ และเปิดเผย สำหรับคนที่ชอบศิลปะแนวพอปาร์ตอันโดดเด่น สดใส มักเป็นคนสนุกสนาน รักการอยู่รายล้อมด้วยผู้คน และเปิดกว้าง

การสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้รูปทรงเรขาคณิตมาประกอบเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดเป็นภาพใหม่ หรือที่เรียกว่าศิลปะแบบคิวบิสม์นั่นก็เป็นที่ชื่นชอบในหมู่นักผลิตภัณฑ์ รักความท้าทาย และโลดโผน



หากคุณชอบงานศิลปะเชิงนามธรรม (Abstract Art) ซึ่งนำเสนอจิตวิญญาณผ่านสี ลวดลาย และเส้นสาย คนเช่นคุณแม้กัยนอกจะดูเย็บสงบ แต่ก็มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความใคร่ครวญอย่างละเอียดลึกซึ้ง นอกจากนี้คุณยังเป็นคนเรียบร้อยและเรียบง่าย

กรณีที่คุณไม่ได้เป็นแฟนพันธุ์แท้ศิลปะแบบโดยย่างเฉพาะเจาะจง แต่มักเลือกที่สีเป็นหลัก ก็สามารถบ่งบอกตัวตนได้ เช่นกัน สาวกสีแดง มีแนวโน้มเข้มแข็ง กล้าหาญ และเป็นธรรมชาติ รักการเปิดเผย ชอบใจภัย และทะเยอทะยานอย่างยิ่งยวด ผลงานศิลปะสีแดงสื่อถึงความอบอุ่น ความรัก และพลัง หมายความว่า ผู้ที่เกลียดความช้ำชากร้าว ชอบแสดงออกอย่างกล้าหาญ และต้องการใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบสีส้ม มักจะเป็นคนที่น่ารัก เข้ากับคนง่าย อบอุ่น และเป็นมิตร งานศิลปะสีส้มจะช่วยขับเน้นบุคลิกที่เข้ากับคนง่าย มีส่วนร่วม และรักผู้คนของคุณ

ส่วนสีเหลืองเป็นสีของคนช่างฝัน มองโลกในแง่ดี และมักจะสงสัยเกี่ยวกับชีวิต รักการเรียนรู้ รวมถึงแบ่งปันไอเดียอันชาญฉลาดให้เพื่อนๆ ผลงานศิลปะสีเหลือง จะช่วยสร้างบรรยายกาคที่มีชีวิตชีวา สนุกสนาน และสร้างแรงบันดาลใจ

หากคุณคลั่งไคลั่งลงในศิลปะสีเงิน แสดงว่าคุณเป็นคนที่มีทั้งความน่าเชื่อถือ และอ่อนไหวอยู่ในตัวเอง เรียกว่ามีอะไรอีกมากมายให้ผู้อื่นค้นหามากกว่าที่ตาเห็น งานศิลปะสีนีจะนำความสงบมาสู่พื้นที่ที่ใช้ตากแต่ง

ผู้ที่รักสีเขียวมักจะเป็นคนรักธรรมชาติด้วย คุณรู้วิธีดูดผู้คน เพราะคุณเป็นคนที่มีความสมดุล ใจดี และมีความเห็นอกเห็นใจ ผลงานศิลปะสีเขียวสื่อถึงรสนิยมที่ดี ความน่าเชื่อถือ และความปลดปล่อย

สำหรับสีม่วงเป็นสีที่สื่อถึงอำนาจและความหูหรา ซึ่งแสดงว่าคุณเป็นคนอ่อนโยน มีสัญชาตญาณพิเศษ การประดับประดาผลงานศิลปะสีม่วงสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ ความส่ง่งงาม และความลึกซึ้ง

สำหรับนิยามของความใจดี นุ่มนวล ไร้เดียงสา นั้นเป็นของคนที่รักศิลปะสีชมพู และการประดับประดาพื้นที่ด้วยผลงานศิลปะสีดังกล่าวสื่อถึงความโรแมนติก จริงใจ และซับซ้อนในคราวเดียว

สีขาว สื่อถึงความเป็นคนมีระเบียบ ชอบทำอะไรให้เรียบง่าย เป็นคนคิดบางศิลปะสีขาวสื่อถึงความบริสุทธิ์ เปิดกว้าง และจริงใจ

สำหรับข้อควรอย่างสีดำมักมีความเป็นอิสระ มุ่มมั่น เป็นคนอ่อนไหว รักศักดิ์ศรี ส่วนงานศิลปะสีดำสื่อถึงความซับซ้อนที่ไม่เคยตกยุค

ผู้ที่ชื่นชอบงานศิลปะสีน้ำตาลเป็นคนทำงานหนัก ซื่อสัตย์ ติดดิน เชื่อถือได้ ถ่อมตัว ให้ความสำคัญกับครอบครัวและมิตรภาพ งานศิลปะสีน้ำตาลสื่อถึงความสุภาพเรียบร้อย ความทนทาน และความมั่นคง

หากสีเงินเป็นสีโปรดเชิงศิลปะ แสดงว่าคุณเป็นนักคิดที่มีจินตนาการ เห็นสิ่งต่างๆ จากมุมที่ไม่เหมือนใคร รอบรู้ และยินดีที่จะแบ่งปันเรื่องราวและภูมิปัญญาของคุณกับผู้อื่นเสมอ ผลงานศิลปะสีนีสื่อถึงความมีเสน่ห์และความคิด nok กอบอุ่นใจของคุณ

หากคุณชอบศิลปะสีทอง คุณเป็นคนที่มีเสน่ห์ รู้ว่าตัวเองเป็นใคร และเปล่งประกายความเป็นปัจเจก สีทองในงานศิลปะสื่อถึงความมั่นใจ คุณภาพ และความเป็นตัวของตัวเอง

เต็นท์หลังคา เอาใจสายเอาร์ดอร์ ติดได้เลย หรือต้องบอวบูนาต

เชื่อว่าสักที่คุณเริ่มมีไลฟ์สไตล์ออกห้องเที่ยวและพักผ่อนช่วงวันหยุดในสไตล์เอาร์ดอร์ เปลี่ยนพาหนะเดินทางให้เป็นที่สำหรับใช้ในการพักผ่อนตามelan กางเต็นท์ด้วย ทำให้รู้ถอยนั้นหลายคันบนท้องถนนกู๊ดประสบภายนานพาหนะไปเป็นที่พักเคลื่อนที่ ด้วยการติดตั้งเต็นท์บนหลังคา ซึ่งเราสามารถเห็นได้ตามท้องถนนในช่วงของวันหยุดยาว



เต็นท์หลังคาคืออะไร

เต็นท์หลังคารถ หรือ Roof Top Tent เป็นเต็นท์ที่ติดอยู่บนหลังคารถตามชื่อ แต่ลักษณะการติดตั้งจะแตกต่างออกไปตามประเภทของรถยนต์ เช่น รถ SUV รถ Crossover เต็นท์จะถูกยึดด้วยคานแนววนวนและยึดเข้ากับราวหลังคา

ส่วนในเต็นท์ติดหลังคารถจะประกอบด้วย กระเบนแคป และกระบะ 4 ประตู จะมีทั้งแบบบนหลังคาและแบบที่ใช้ฐานเหล็กเสริมในส่วนกระเบนและยึดตัวเต็นท์เข้าที่ด้านบน รูปทรงและขนาดของเต็นท์แบบนี้ก็จะแตกต่างออกไปตามปัจจัยของตัวรถ ด้วย ซึ่งเต็นท์ประเภทนี้สามารถติดตั้งไว้บนหลังคารถหรือฐานตั้งที่สามารถรองรับน้ำหนักได้ ทำให้การพกพาสะดวกยิ่งขึ้น ไม่เปลืองพื้นที่ภายในรถ

ขณะเดียวกันเต็นท์หลังคารถยังมีอุปกรณ์เสริมที่ครบครัน เช่น ที่นอน หลังคากันฝน หน้าต่างที่สามารถขึ้น-ลงได้รวดเร็ว เมื่อการออกมากล้าวสามารถเข้าไปนอนได้ในทันที ใช้เวลาการน้อมายมาก รวมถึงยังสามารถชมวิวจากมุมสูงได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม คำถามที่เกิดขึ้นตามมาคือ การติดตั้งเต็นท์บนหลังคาในลักษณะนี้ สามารถทำได้ทันที หรือว่าจะต้องขออนุญาตจากการขนส่งทางบกกันก่อน

จากข้อมูลที่เคยมีการเปิดเผยออกมามาเมื่อ 8 ปีที่แล้ว ในยุคที่จักรยานกำลังได้รับความนิยมและมีการนำแร็คหลังคา (Roof Rack) แบบต่างๆ มาใช้งานนั้น ทางกรมการขนส่งทางบกเคยออกหนังสือชี้แจง เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตำรวจได้รับทราบเกี่ยวกับเรื่องนี้ หลังจากที่เจ้าของรถยนต์ถูกจับ เพราะคิดว่าเป็นการตัดแปลงสภาพรถยนต์โดยไม่ได้ขออนุญาตจากนายทะเบียนทำให้ได้รับความเดือดร้อนจำนวนมาก

ซึ่งจากจุดหมายที่แจ้งในครั้งนั้น กรมการขนส่งทางบกได้ระบุว่า การตัดแปลงตัวรถที่ไม่จำเป็นจะต้องแจ้งนายทะเบียน คือ การติดตั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ เช่น แร็คหลังคา โรลบาร์ (Roll Bar) บันไดขึ้นลงจากห้องโดยสาร กันชน หรืออุปกรณ์บรรทุกจักรยาน ดังนั้น เต็นท์แบบพับได้ที่เป็นส่วนหนึ่งและมีรูปทรงคล้ายกับกล่องที่ติดอยู่บนหลังคา และยึดเข้ากับแร็คหลังคา จึงไม่ถือว่าอยู่ในกลุ่มที่จะต้องแจ้งต่อนายทะเบียนในกรณีที่มีการติดตั้งเพิ่มเติม

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ในระหว่างเดินทางจะต้องมีการเก็บอย่างมีดซิดและยึดรังอย่างแน่นหนา เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้รถใช้ถนน เรียกว่าใครที่เป็นสายเที่ยวแบบเอาร์ดอร์ นอนกลางแจ้ง ไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับเรื่องนี้ เพียงแต่จะต้องระมัดระวังระหว่างเดินทาง อย่าให้เต็นท์เกิดการขึ้นมาขณะที่รถกำลังแล่น ไม่อย่างนั้นอาจจะวุ่นได้



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.ชัยangคูร 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
	ปักธงชัย	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-สีคิว ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 36000 โทร. 044-816-150 แฟกซ์ 044-816-152
→ ภาค 2	หาดใหญ่	59/23, 25, 27 ถ.จตุจัณสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118
	สุราษฎร์ธานี	141/89-90 ถ.กาญจนวนิช ต.บางสูง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499
	นครศรีธรรมราช	44-44/1 ถ.พัฒนาการคุณวาง 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 หมู่บ้านเพิ่มสันนานี ต.รังษี 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.กระปัน้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-650-777 แฟกซ์ 075-650-780
	ชุมพร	55/11 หมู่ที่ 1 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86190 โทร. 077-529-400 แฟกซ์ 077-529-499
	ยะลา	33, 35 ถ.ยะลา ต.สะเตง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา 95000 โทร. 073-244-020
→ 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	155/100-102 หมู่ 2 ตำบลทับมา อ.บางเภาเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499
	ปราจีนบุรี	47/1 ถ.ปราจีนตocom 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.วงจร ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160
	สระแก้ว	304 ถ.สุวรรณศร ต.สารแก้ว 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.นครสวรรค์ตึก 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.ไชยวัฒ์ ลำปาง-งัว 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
	เพชรบูรณ์	3/21 ถ.สามัคคีชัย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000 โทร. 056-713-155 แฟกซ์ 056-713-166
→ ภาค 5	ขอนแก่น	272/22-26 หมู่ที่ 12 ถ.มิตรภาพ ต.เมืองแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499
	ร้อยเอ็ด	49/6-7 ถ.เทวะกิบาล 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.ชาตុเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219
	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.วิธีธารก 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.ร่วมจิต ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	นครปฐม	511 ถ.เทศฯ ต.พระประโคน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499
	อยุธยา	257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ล้อ อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499
	ปราจีนบุรี	502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก์พง อ.ปราจีนบุรี จ.ปราจีนบุรี 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520
	กาญจนบุรี	974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงสูด ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี 71100 โทร. 034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060
	สุพรรณบุรี	64/23 ถ.เนรมยา ต.ท่าฟ้าเลียง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027
	สระบุรี	93/2-5 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกุด อ.เงาเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 18000 โทร. 036-343-400 แฟกซ์ 036-343-499
→ กรุงเทพฯ	นนทบุรี	The Idea 105/6-105/7 หมู่ 9 ตำบลบางปูด อ.เงาเมืองสระบุรี จ.นนทบุรี 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
	ลพบุรี	2484/1 ถ.ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 02-327-0241 แฟกซ์ 02-327-0240
	หลักสี่	หลักสี่สแควร์ 76/1 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749
	ท่าพระ	119, 121, 123 ถ.ราชดำเนิน แขวงบุคคลิ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600 โทร. 02-232-2999 แฟกซ์ 02-236-3132-3
	บางแค	97, 99 ถ.กาญจนวนิช แขวงหักสอง 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 หมู่บ้านบางใหญ่ชั้ตตี้ ถ.กาญจนวนิช ต.เสารังหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459
	รามอินทรา	327, 329 ถ.รามอินทรา แขวงเมืองนรี เขตเมืองนรี 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 เปเปอร์คอร์ส จำกัด โทร. 08-1513-4971, 08-1919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com



krungsriauto.com



krungsri
Auto

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก



กรุงศรี นิว คาร์ / กรุงศรี นิว คาร์ จีว จีว

เลือกรถใหม่สไตล์คุณ อุ่นง่าย จ่ายจีว ผ่อนเชลน้อยลง 40%*

กรุงศรี นิว คาร์ ให้คุณอุ่นใจป้ายแดงง่ายๆ ทุกโซนทั่วประเทศ

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

กรุงศรี นิว คาร์ จีว จีว ทางเลือกพิเศษ ที่ให้คุณผ่อนน้อยลง

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

* เมื่อเทียบกับค่างวดเดือนแรกแบบปกติ (กรุงศรี นิว คาร์) ของธนาคารฯ ***เฉพาะผู้ลูกค้าที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

• เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

