



krungsri  
Auto

A member of MUFG

Things You Need to Know about Auto Finance and Beyond

# Krungsri Auto



Magazine

Vol.18 No.3  
May - June 2026

## ฟ้า ฝน บนเส้นทางธุรกิจ



สแกน QR Code  
สำหรับนิตยสารออนไลน์



3	KA Talk	22	Happening
4	Cover Story		รถจักรยานยนต์กลายเป็นเครื่องมือเอาตัวรอด
	ฟ้า ฝน บนเส้นทางธุรกิจ		ท่ามกลางวิกฤตพลังงานและปากท้องคนไทย
14	Special	24	Enjoy the Ride
	กรุงศรี ออโต้ ร่วมขับเคลื่อน EV Tourism		ใช้รถ EV เป็น Power Bank ยักษ์
	กับเส้นทาง Eco Exploration Trips		ทำกิจกรรมนอกบ้าน
	สัมพัทธ์เสน่ห์เมืองเพชร	26	Chill out by GO Travel
16	The Favorite		ชวนเที่ยว 55 เมืองรอง ที่สวยไม่เป็นรองใคร
	"โตรกดี" สัมมาชีพ และตัวช่วยจากจักรวาล	28	A Lot Like Luck
19	Dealer Talk		คุณเป็น "ฝน" แบบไหน
	โอกาส 360 องศา สไตล์ โตโยต้า อันดามัน	30	Best of the Month
	กระบี่		4 ไอเทมเครื่องเสียงที่ช่วยยกระดับทุกกิจกรรม
			ในชีวิตประจำวัน

## มากกว่าสินเชื่อยานยนต์กับ กรุงศรี ออโต้

"กรุงศรี ออโต้" ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นทำให้การมีรถเป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ง่าย ผ่านโซลูชันทางการเงินสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์อย่างครบครัน ครอบคลุมตั้งแต่สินเชื่อรถใหม่ รถมือสอง รีไฟแนนซ์ (คาร์ฟอว์แคช) พลิกและลีสซิ่ง อินเวนทอรี ไฟแนนซ์ ประกันภัย ไปจนถึงบริการดิจิทัลที่ตอบโจทย์ทุกมิติของการใช้ชีวิตกับรถ

ในฐานะผู้กำหนดทิศทางตลาด (Market Shaper) กรุงศรี ออโต้ เดินหน้าพัฒนาวัฒนธรรมดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง อาทิ 'กรุงศรี ออโต้ พร้อมสตาร์ท' วงเงินสินเชื่อดิจิทัลที่ช่วยให้การขอสินเชื่อเป็นเรื่องง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงแอป โก บาย กรุงศรี ออโต้ แอปพลิเคชันศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ด้านยานยนต์ที่ทำให้ชีวิตผู้ใช้รถดีขึ้น

กรุงศรี ออโต้ ยึดมั่นในแนวทาง Responsible Lending โดยมุ่งให้คำแนะนำสินเชื่อที่เหมาะสมกับศักยภาพในการผ่อนชำระของลูกค้า พร้อมดูแลให้ความช่วยเหลือในยามที่เผชิญความท้าทายด้านการเงิน เพื่อให้ทุกการเดินทางเป็นเส้นทางที่มั่นคงและยั่งยืน

ข้อมูลเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ [www.krungsriauto.com](http://www.krungsriauto.com) หรือโทร 0 2740 7400





## ร่มคันเดียวกัน

สายฝนเดียวกัน แต่ไม่เหมือนกัน

เมื่อพูดถึง “สายฝน” สำหรับบางคน ฝนอาจหมายถึงอุปสรรคระหว่างการเดินทางทางเฉอะแฉะพราวมัว ไม่สะดวก แต่สำหรับอีกหลายคน สายฝนสร้างความรู้สึกชุ่มชื้น ผ่อนคลาย โรแมนติก นำรื่นรมย์

ในธรรมชาติ ฝนไม่ใช่เพียงปรากฏการณ์ของฤดูกาล แต่คือช่วงเวลาแห่งการฟื้นคืนชีวิต ต้นไม้ที่ผ่านแดดร้อนกลับมาเขียวชอุ่ม ผืนดินที่แห้งแล้งเริ่มชุ่มชื้น หลายชีวิตเริ่มต้นใหม่อีกครั้ง

เช่นเดียวกับธุรกิจที่อยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งความท้าทายทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค หลายองค์กรอาจรู้สึกเหมือนกำลังซบถอยู่ท่ามกลางสายฝนที่คาดเดาไม่ได้ เส้นทางอาจเปียกชื้นและทัศนวิสัยไม่ชัดเจน จนต้องชะลอความเร็วลง

หากเรามองในมุมที่ต่างออกไป สายฝนคือช่วงเวลาที่มอบคุณค่า เป็นโอกาสให้เราได้ทบทวนแผน ชะลอ เพื่อปรับจังหวะ และเสริมรากฐานให้แข็งแรง สร้างความแข็งแกร่งจากภายใน และเตรียมพร้อมสำหรับการเติบโตอย่างยั่งยืนเมื่อฟ้ากลับมาสดใสอีกครั้ง

กรุงศรี ออโต้ เชื่อมั่นว่า ทุกการเปลี่ยนแปลงย่อมนำมาซึ่งโอกาสใหม่ และในทุกความท้าทาย มักจะมีคุณค่าบางอย่างซ่อนอยู่สำหรับผู้พร้อมเรียนรู้ไว้คว้าเพื่อก้าวต่อไป เราพร้อมเป็นร่มคันใหญ่ที่ร่วมเคียงข้างและสนับสนุนทุกท่านเพื่อผ่านในทุกฤดูกาลของธุรกิจสู่ความสำเร็จร่วมกัน

ชญาน์ธิป พันธุ์ณี

ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

# ฟ้า ฝน

## บนเส้นทางธุรกิจ

ไม่มีใครสั่งให้ฝนตกหรือฝนหยุดได้ เช่นเดียวกับที่ไม่มีใครควบคุมทุกความเปลี่ยนแปลงของชีวิตและธุรกิจได้ แต่เราทุกคนเลือกได้ว่าจะยืนรอให้ฝนหยุด หรือเรียนรู้ที่จะก้าวต่อไปท่ามกลางสายฝน

Cover Story ฉบับนี้ ชวนฟังเรื่องราวของผู้ประกอบการ 3 ท่าน ที่ต่างเผชิญ "ฝน" คนละรูปแบบ และพิสูจน์ให้เห็นว่า เมื่อใจพร้อมปรับตัว ทุกฤดูกาลย่อมกลายเป็นโอกาสเติบโต



## ยนต์ไฟบุลย์กรุ๊ป

# Strong through the Storm

พายุฝนไม่ได้ตกเฉพาะบนท้องถนน

บางครั้งมันตกอยู่ในตัวเลขเศรษฐกิจ ตกอยู่ในยอดขายที่หายไป ตกอยู่ในความไม่แน่นอนที่ผู้ประกอบการไม่อาจคาดเดาได้

ตลอดกว่า 15 ปีของการบริหารยนต์ไฟบุลย์ กรุ๊ป คุณก้อง-ศุภชัย ลิ้มวัฒนาพิบูลย์ ในฐานะกรรมการผู้จัดการ ผ่านทั้งวิกฤตเศรษฐกิจโลก มหาอุทกภัย การระบาดของ COVID-19 และการเปลี่ยนผ่านครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมยานยนต์

เขาไม่ใช่คนที่ไม่เคยเจอพายุ แต่เป็นคนที่เจอมาอย่างโชกโชนจนเรียนรู้วิธีขบถท่ามกลางพายุได้อย่างซ้ำของ

**วันที่ฟ้าไม่เป็นใจ แต่...**

ปี 2553 ไม่ใช่ปีที่ตื่นักสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ เศรษฐกิจโลกยังสั่นคลอนจากวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ ตลาดรถยนต์ชะลอตัวและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับต่ำ แต่ในวันที่หลายคนเลือกชะลอ คุณก้องกลับเลือกก้าวไปข้างหน้า

ในเวลานั้น มิตรซูบิซิมีส่วนแบ่งตลาดในจังหวัดขอนแก่นเพียง 2% สำหรับหลายคน ตัวเลขนี้อาจดูน้อยเกินไป แต่ในสายตาของคุณก้อง นั้นหมายถึงโอกาสที่ยังเติบโตได้อีกมาก

จากวันแรกที่เริ่มต้น ยนต์ไฟบุลย์ค่อยๆ ขยายธุรกิจสู่ 12 สาขา ครอบคลุมขอนแก่น มุกดาหาร กาฬสินธุ์ และจังหวัดสำคัญในภาคอีสานตอนกลาง ซึ่งคุณก้องมองว่านี่คือพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญ เพราะหากเส้นทางคมนาคมพัฒนาเต็มที่ จะเชื่อมต่อไปถึงจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง และอีกด้านเชื่อมต่อไปถึงประเทศลาวและเวียดนาม

**น้ำท่วมพัดพาโอกาสมา**

ปี 2554 สองปีหลังจากเปิดสาขาที่ขอนแก่น ประเทศไทยเผชิญมหาอุทกภัยครั้งใหญ่ โรงงานผลิตรถยนต์หลายแห่งในภาคกลางได้รับผลกระทบอย่างหนัก แต่วิกฤตครั้งนั้นกลับกลายเป็นจังหวะสำคัญของมิตรซูบิซ เนื่องจากโรงงานผลิตรถยนต์ของมิตรซูบิซในจังหวัดระยองไม่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วม

“ในขณะที่แบรนด์อื่นส่งมอบรถไม่ได้ เราส่งได้”

ลูกค้าที่รอรถนานหลายเดือนเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ และ มิตรซูบิชิกกลายเป็นหนึ่งในคำตอบของตลาด

ขณะเดียวกัน ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจรถยนต์ที่ประหยัดเชื้อเพลิงมากขึ้น รถกระบะ Triton ได้รับการตอบรับที่ดีจากความคุ้มค่า ความทนทาน และความสามารถในการดัดแปลงเพื่อใช้เชื้อเพลิงทางเลือก

ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน นโยบายรถยนต์คันแรกของภาครัฐยังช่วยกระตุ้นตลาด ขณะที่มิตรซูบิชิมียุติภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ยอดขายจึงเติบโตอย่างก้าวกระโดด

แต่วิกฤต-โอกาส-วิกฤต-โอกาส เดินสลับกันไปมาเสมอ

บางครั้งโอกาสก็ตามมาหลังวิกฤต และบางครั้งวิกฤตก็ตามหลังความสำเร็จ มีช่วงหนึ่งที่ยนต์ไฟบูลย์ต้องเผชิญกับสต็อกรถค้างเกือบ 1,000 คัน เป็นช่วงเวลาที่ต้องอาศัยทั้งประสบการณ์ การเรียนรู้ และพลังของทีมงานในการพาธุรกิจเดินต่อ

คุณก้องและน้องชาย (คุณสุรศักดิ์ ลิ้มวัฒนาพิบูลย์ กรรมการผู้จัดการ ยนต์ไฟบูลย์ กรุ๊ป) ร่วมกันปรับกลยุทธ์ทางการตลาด วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการขาย และเข้าถึงลูกค้าให้มากที่สุด ขณะที่ครอบครัวและทีมงานยังคงเป็นแรงสนับสนุนสำคัญในทุกช่วงเวลาของการตัดสินใจ

พื้นฐานด้านกฎหมายที่ติดตัวมาจากวิศวกรรมศาสตร์ ช่วยให้เขามองปัญหาอย่างเป็นระบบ และใช้เหตุผลในการตัดสินใจท่ามกลางสถานการณ์ที่กดดัน

## COVID-19 พลิกโลก

ปี 2563 โลกเผชิญพายุลูกใหม่ที่ไม่มีใครคาดคิด COVID-19 ไม่เพียงปิดเมือง แต่ยังปิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้คนไปพร้อมกัน อุตสาหกรรมยานยนต์ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับทุกภาคธุรกิจ

ยนต์ไฟบูลย์เร่งปรับตัวสู่ช่องทางออนไลน์ ทั้งการขาย การสื่อสาร และการบริการลูกค้า

“เราต้องปรับตัวให้รวดเร็ว และปรับตัวในทุกฟังก์ชันการทำงาน”

สำหรับคุณก้อง ไม่ใช่แค่คำขวัญขององค์กร แต่เป็นสิ่งที่ต้องทำจริงในทุกวัน

“ฝ่ายขายต้องตอบสนองลูกค้าออนไลน์อย่างรวดเร็วและเสนอเงื่อนไขที่ดีกว่าคู่แข่ง เมื่อก่อนลูกค้าเดินเข้ามาที่โชว์รูม แต่วันนี้เขาเริ่มต้นจากหน้าจอโทรศัพท์มือถือ เราก็ต้องไปตอบสนองตรงนั้น”

เป้าหมายไม่ใช่เพียงการขายรถ แต่คือการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่เชื่อมโยงลูกค้าตั้งแต่วันแรกที่ซื้อรถ ไปจนถึงวันที่กลับมาใช้บริการอีกครั้ง

## อ่านให้ออกก่อนพายุจะมาถึง

ขณะที่หลายคนกำลังรับมือกับผลกระทบจาก COVID-19 คุณก้องเริ่มมองเห็นการเปลี่ยนแปลงอีกระลอกหนึ่ง นั่นคือการมาถึงของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV)

จากการติดตามข่าวสารและเดินทางเปิดประสบการณ์ในต่างประเทศอยู่เสมอ เขาเห็นการเติบโตของอุตสาหกรรม EV ในประเทศจีน และเริ่มตั้งคำถามว่าคลื่นลูกนี้จะมาถึงประเทศไทยเมื่อไร





คำตอบมาเร็วกว่าที่คิด

เมื่อทราบข่าวว่า BYD กำลังจะเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย เขาตัดสินใจศึกษาข้อมูลอย่างจริงจัง เดินทางไปดูรถด้วยตนเอง ถึงนครเวียงจันทน์ ประเทศลาว ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศแรกๆ ของภูมิภาคที่เริ่มทำตลาดแบรนด์นี้

สิ่งที่เขาเห็น ทำให้เชื่อมั่นว่า BYD ไม่ใช่เพียงแบรนด์น้องใหม่ แต่เป็นผู้เล่นระดับโลกที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงตลาด ยนต์ไฟบูลย์จึงกลายเป็นหนึ่งในกลุ่มดีลเลอร์แรกๆ ที่ได้รับสิทธิ์ เป็นตัวแทนจำหน่าย

การเปิดตัวไม่ได้ง่ายนัก ทีมงานมีเวลาเพียงไม่กี่เดือน ในการเตรียมโชว์รูม ฝึกอบรมบุคลากร และวางระบบทั้งหมด ให้พร้อมก่อนวันเปิดตัวพร้อมกันทั่วประเทศ

แต่สำหรับคุณก้อง นั่นคือธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลง เมื่ออายุฝนมาถึง สิ่งสำคัญไม่ใช่การรอให้ฝนหยุด แต่คือ การปรับตัวให้ทัน

## ระบบรับพายุ

*“ความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าคือสิ่งสำคัญที่สุด”*

เครือข่ายโชว์รูมและศูนย์บริการในภาคอีสานช่วยให้ ยนต์ไฟบูลย์ดูแลลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การขาย การบริการหลังการขาย ไปจนถึงการกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต

ตลอดเส้นทางที่ผ่านมา คุณก้องเชื่อว่าความแข็งแกร่งขององค์กรไม่ได้เกิดจากการตัดสินใจครั้งใดครั้งหนึ่ง

แต่เกิดจากการสร้างระบบที่พร้อมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

...ปรับตัวให้รวดเร็ว และปรับตัวในทุกฟังก์ชันการทำงาน...

ล่าสุด องค์กรลงทุนในสิ่งที่ช่วยลดต้นทุนระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งโซลาร์รูฟซึ่งลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าไปถึงครึ่งหนึ่งของ แต่ละสาขา การนำระบบอัตโนมัติและ AI เข้ามาช่วยลดงาน ซ้ำซ้อน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของทีมงาน

เพราะในวันที่สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา **“การมีระบบที่แข็งแกร่ง”** อาจสำคัญกว่าการมีโชคดีเพียงชั่วคราว

ปัจจุบัน ยนต์ไฟบูลย์ กรุ๊ป ขยายธุรกิจสู่การจำหน่ายรถยนต์ ไฟฟ้า BYD และต่อยอดสู่ Denza แบรินต์ EV พรีเมียมในเครือเดียวกัน ขณะที่เศรษฐกิจโลกยังเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ทั้งจากสงคราม ภูมิรัฐศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และต้นทุนทางธุรกิจที่ผันผวน

คุณก้องไม่ได้มองว่าความสำเร็จในวันนี้คือเส้นชัย

เพราะตลอดชีวิตการทำงานทำธุรกิจ เขาเรียนรู้แล้วว่า พายุลูกหนึ่งผ่านไป พายุลูกใหม่ก็อาจกำลังก่อตัวอยู่ข้างหน้า

สิ่งที่เขาภูมิใจที่สุดจึงไม่ใช่จำนวนโชว์รูมหรือยอดขายที่เติบโต แต่คือทีมงานที่เติบโตมาด้วยกัน หลายคนอยู่เคียงข้าง องค์กรตั้งแต่วันแรกและยังคงเดินมาด้วยกันจนถึงวันนี้

เพราะทำดีที่สุดแล้ว การขับรถไฟพายุ ไม่ได้อาศัยเพียง คนขับที่เก่ง แต่อาศัยผู้ร่วมทางที่พร้อมจะเดินไปด้วยกัน เพราะเชื่อว่ายังต้องเจอพายุเศรษฐกิจอีกหลายครั้ง



## ชาญยนต์ การตลาดรับวันฟ้าใส Sun beyond the Cloud

ในวันที่ท้องฟ้าเทาครึ้ม ฤดูกาลที่ยอดขายชะงักงัน บางธุรกิจอาจเลือกหยุดรอโอกาส แต่สำหรับคุณหมอบลู-วิลาสิณี เฟื่องทวีโชค กรรมการบริหาร บริษัท ชาญยนต์ 2005 จำกัด เธอเชื่อว่าการทำธุรกิจควรเดินหน้าต่อไป และใส่แรงให้มากกว่าช่วงท้องฟ้าสดใสเสียด้วยซ้ำ เพราะไม่ว่าฝนฟ้าจะตกหนักแค่ไหน แต่พระอาทิตย์จะยังอยู่ที่เดิมเสมอ และรอวันส่องแสงออกมา

### ถือร่มข้างตัว ให้พร้อมอยู่เสมอ

วันที่ที่ทีมงานกรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน มีโอกาสได้พูดคุยกับคุณหมอบลู เธอเดินเข้ามาพร้อมแว่นที่ออปคูใจ ความกระฉับกระเฉง คิดเร็ว พูดเร็ว ทำให้บรรยากาศรอบข้างสดใสขึ้นทันตา

จากนิสิตแพทย์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เธอเลือกเรียนต่อเฉพาะทางด้านรังสีวิทยา สาขาที่ฝึกให้อ่านข้อมูลอย่างละเอียด แม่นยำ ความขึ้นชอบในข้อมูลและใส่ใจใน “รายละเอียด” ของคนไข้เป็นทักษะพื้นฐานที่ต้องอดสู่การบริหาร

โซว์รูมรถจักรยานยนต์และรถยนต์หลายแบรนด์ เธอเข้าใจความต้องการของลูกค้า และใช้สิ่งนี้นำทางสร้างการตลาดในแบบ “ชาญยนต์” จากคุณหมอบลูที่อ่านข้อมูลคนไข้ วันนี้เธอคือคุณหมอบลูที่อ่านเกมธุรกิจและสนุกกับสนามแห่งนี้

“เราชอบ Data (ข้อมูล) และมีความละเอียดอยู่แล้ว อันนี้เป็นพื้นฐาน” คุณหมอบลูตอบคำถามว่าจากชีวิตคุณหมอบลูเชื่อมโยงกับการเป็นนักธุรกิจในวันนี้ได้อย่างไร นักเรียนแพทย์ที่เติบโตมาจากครอบครัวค้าขายในอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร กลับมาเป็นแพทย์ที่โรงพยาบาลประจำอำเภอ และได้พบกับนักธุรกิจชื่อดังในจังหวัด คุณวิรัตน์ เฟื่องทวีโชค ผู้ก่อตั้ง ชาญยนต์ กรุ๊ป ผู้แทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า รายใหญ่ประจำภาคอีสาน ทำให้คุณหมอบลูก้าวเข้าสู่ครอบครัวนักธุรกิจเต็มรูปแบบ เธอนำทักษะที่เชี่ยวชาญ นั่นคือการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และความถนัดในการใช้โซเชียลมีเดียเข้ามาต่อยอด นี่คือจุดเริ่มต้นของการสร้างฐานลูกค้าที่เธอจดจำ “รายละเอียด” ลูกค้าได้ทุกคน ตั้งแต่อาชีพ อายุ ไปจนถึงรุ่นที่ขับ



จากความแม่นยำด้านข้อมูล สิ่งหนึ่งที่อธิบายวิธีการทำงานของเธอได้ดีคือ เธอเป็นคนสร้างโอกาสให้ธุรกิจตัวเองเสมอมา ถ้าเปรียบเป็นฤดูกาลที่ท้องฟ้าอึมครึมอย่างฤดูฝน เธอคือคนที่สร้างหลังคาถนอมลมกันฝน หรือถือร่มอยู่กับตัวให้พร้อมอยู่เสมอ จุดเปลี่ยนแรกคือ การก้าวเข้าสู่วงการรถยนต์พลังงานไฟฟ้า ในช่วงที่ผู้คนในตลาดยังเริ่มต้นทำความรู้จักและอาจลังเล เธอตัดสินใจเข้าทันจังหวะพอดี โดยแบรนด์แรกคือ GAC และตามมาด้วย Omoda & Jaecoo “การทำธุรกิจเหมือนการถือหุ้น คุณต้องซื้อตอน IPO ให้ได้ ถ้ามันพุ่งคุณได้เปรียบ แต่ถ้าคุณรอให้มันพุ่งแล้วคุณค่อยลงทุน ถึงตอนนั้นก็สายไปแล้ว

“คุณต้องกระโดดเข้าไปให้ถูกที่ ถูกเวลา” คุณหมอบลูย่า ในเกมธุรกิจ บางครั้งวัดกันที่ความเร็วในการคว้าโอกาส ใครตัดสินใจได้ทัน คนนั้นเฉียบกว่า เธอเล่าว่าวันพฤหัสบดีที่ Omoda & Jaecoo ประกาศราคาจำหน่าย เธอเพิ่งได้ยื่นชื่อแบรนด์นี้เป็นครั้งแรกในเช้าวันเดียวกันนั่นเอง เธอตัดสินใจรับนัดทันที วันอังคารถัดมาเจรจาและตกลงเป็นตัวแทนจำหน่าย วันพฤหัสบดีสัปดาห์เดียวกันประชุมผู้จำหน่าย อีกสัปดาห์รถถึงโชว์รูม และมีกำหนดรีโนเวทโชว์รูมเสร็จภายใน 28 วัน

จากโชว์รูมแรกที่อำเภอสว่างแดนดิน วันนี้ชาวยุยนต์ กรู๊ปเปิดโชว์รูมติดกัน 8 แห่ง ครอบคลุมในอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ครอบคลุมทั้ง Omoda & Jaecoo, GAC Global, Changan ภายใต้ บริษัท ชาญ อีวี จำกัด และแบรนด์มิติซูบิชิ ภายใต้ บริษัท มิตซู บี.ซี. สว่างแดนดิน จำกัด ขณะที่บริษัทชาวยุยนต์ 2005 จำกัด แแบรนด์เสาหลักจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ก็มีอายุกว่า 35 ปี ปัจจุบันคุมตลาดในภาคอีสานกว่า 45 สาขา

เธอมองภาพธุรกิจว่าสิ่งสำคัญของการสร้างระบบนิเวศธุรกิจ (Ecosystem) ให้รถยนต์พลังงานไฟฟ้าในจังหวัดสกลนครจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานรองรับ เธอตัดสินใจพัฒนาที่ดินเปล่ากลางเมืองสกลนคร เนรมิตให้เป็นคอมมูนิตีมอลล์ SK Square Community ดึงคนเข้าพื้นที่โดยเชิญแบรนด์สกีดังระดับประเทศมาเป็นหัวหอก พร้อมด้วยร้านค้าที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ จัดสรรพื้นที่เป็นโชว์รูมรถยนต์ในเครือ และสร้างตู้ชาร์จรถยนต์พลังงานไฟฟ้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้า EV ทั้งหมดนี้สะท้อนแนวคิดคือ อยากรอให้คนอื่นทำแล้วค่อยตาม เราต้องเริ่มก่อน

สิ่งหนึ่งที่คุณหมอบลูย่าภูมิใจที่สุดและมองว่าสิ่งนี้คือโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของแบรนด์ ไม่น้อยไปกว่าการขยายสาขา คือบุคลากรที่อยู่กับชาวยุยนต์มาตั้งแต่วันแรก บางคนอายุงานเท่าอายุบริษัท ฝ่ายขายของเธอรู้จักบ้านลูกค้าทุกหลังไม่แพ้บุรุษไปรษณีย์ เธอมองว่าความสัมพันธ์แบบนี้ไม่มีในตำราลูกค้าสัมพันธ์ที่ไหน และไม่มี AI ตัวไหนทำแทนได้

### การตลาดฤดูฝน ฤดูแห่งการ “ปลุกตลาด”

นี่คือเวลาที่คุ้มค่าที่สุด ฤดูนี้เป็นฤดูแห่งการปลุกตลาดด้วยไอเดียและความคิดสร้างสรรค์

เธออธิบายว่าฤดูฝนไม่ได้ทำให้ยอดขายลดลง แต่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจช้าลงต่างหาก ผู้คนจะใช้เวลาเปรียบเทียบนานขึ้น เส้นทางสู่การตัดสินใจซื้อ (Customer Journey) จะยาวขึ้น และกลยุทธ์ปลุกตลาดของเธอคือแนวคิด **วิ่งสองรางพร้อมกัน (Dual-Track Strategy)**



ร่างแรกคือ “จับติมานต์ที่มีอยู่” ลูกค้าที่พร้อมซื้อในช่วงฤดูฝนมักเป็นกลุ่มที่จำเป็นต้องเปลี่ยนรถจริงๆ ไม่ว่าจะเปลี่ยนรถเก่าพัง น้ำท่วม หรือต้องการใช้งานเร่งด่วน เธอจึงเน้นตอบสนองลูกค้าให้เร็ว มีเงื่อนไขทางการเงินที่ยืดหยุ่น เพื่อปิดการขายให้ได้ในครั้งเดียว เธอเปรียบเทียบ “ถ้าเมื่อไรที่ลูกค้ามาโชว์รถในช่วงฤดูฝน ทำอย่างไรก็ได้ให้เขาได้รถกลับไป เพราะการที่เขาฝ่าฝนมาซื้อรถเรา แปลว่าเขาต้องการรถแล้ว”

ร่างที่สองคือ “สร้างติมานต์ในอนาคต” ฤดูฝนคือช่วงที่ต้นทุนต่อหัวลูกค้าถูกที่สุดของปี เพราะคู่แข่งส่วนใหญ่หยุดลงทุนด้านการตลาด เธอจึงเพิ่มงบการผลิตคอนเทนต์ในช่วงนี้แทน เพื่อเก็บกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้รองรับช่วงตลาดคึกคัก (High Season) ในไตรมาส 4 เธอเรียกช่วงนี้ว่า “ฤดูซื้อความสนใจราคาถูก” เธอมองว่าช่วงนี้แหละที่ต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ 1 คน (Customer Acquisition Cost) จะต่ำกว่าช่วงฤดูกาลตลาดคึกคัก “เหมือนสำรวจพื้นที่ว่า ถ้าเริ่มมีน้ำมา เราจะเริ่มหาปลาได้ตั้งแต่ตอนไหน อย่ารอให้น้ำเต็มก่อนแล้วค่อยหา”

ดังนั้นที่ชาภูยนต์ ฤดูฝนจึงไม่ใช่ช่วงชบเซา แต่คือช่วงที่ทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อปลุกความต้องการในปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการเตรียมพร้อมรับตลาดที่กำลังจะมาถึง

อีกหนึ่งมุมมองที่เธอมีต่อการตลาดฤดูฝนคือ การสร้างความผูกพันกับลูกค้า ตัวอย่างที่ชัดเจนระหว่างรอรถยนต์พลังงานไฟฟ้าจากบริษัทแม่ส่งรถมา เธอชวนลูกค้าออกทริปล่องเรือหรือจัดทริปสั้นๆ สัมผัสเสน่ห์ของจังหวัดสกลนครและนครพนม สร้างประสบการณ์ร่วมกันที่กลายเป็นบทสนทนาและการบอกต่อบนโลกออนไลน์ที่ทรงพลังกว่าโฆษณาใดๆ ผลที่ได้ไม่ใช่แค่การสร้างแบรนด์ แต่คือยอดขายที่เติบโตขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ

“เราทำธุรกิจ เราไม่ได้มองธุรกิจแค่รายวัน รายเดือน เรามองกว้างทั้งปี บางอย่างเราทำลงไป อาจยังไม่เห็นผลตอนนี้ แต่วันหนึ่งมันอาจจะออกงามและเห็นผล”

ก่อนจบบทสนทนา เราถามว่าหากเปรียบเทียบฤดูฝนเป็นสี คุณหมอบลูมองเห็นสีอะไร เธอตอบด้วยแววตามุ่งมั่น และในคำตอบนั้นแฝงไปด้วยกำลังใจ

“นึกถึง Illuminating Yellow สีของพระอาทิตย์ที่ทะลุออกมาจากก้อนเมฆ สีแห่งความหวัง ในวันที่ท้องฟ้าเทาครึ้ม หลายคนรู้สึกหดหู่ แต่เรามองว่ายังมีความสวยงามอยู่ตรงนั้น เราผ่านมาแล้วทั้งวิกฤตต้มยำกุ้ง ไข้หวัดใหญ่ COVID-19 สงครามการค้า เราเรียนรู้ว่าไม่ว่าปัญหาจะหนักแค่ไหน พระอาทิตย์ยังอยู่ตรงนั้นเสมอ ถ้าใครรอในช่วงที่ท้องฟ้ามืดครึ้มได้ คุณก็เพียงทำหน้าที่ของคุณไป แล้วเมื่อถึงวันที่ท้องฟ้าสว่าง ทุกอย่างก็จะฉายแสงอีกครั้ง”



## NR Super Cars

# อยู่ใต้ฟ้า อย่างกลัวที่จะขับฝ่าฝน

บ่ายแก่ๆของวันที่เมฆฝนเริ่มตั้งเค้า คุณอาร์-กมล เจตนากลาง แห่ง NR Super Cars ตลาดรถบ้านมือสองย่านพัฒนาการ-พระราม 9 ตัดใหม่ ขับฟอร์ดจูนเนอร์สีดำ คันโปรดเข้ามาถึงจุดนัดหมาย พร้อมกับภรรยาคนสวย คุณนัท-ธัญลักษณ์ บุตรเสน่ห์ ผู้ชำนาญด้านการเสาะหาที่กินเที่ยวแบบชิลๆ และเป็นผู้เลือก “ริมลาگون คาเฟ่แอนด์ เรสเตอรองต์” ร้านอาหารกึ่งคาเฟ่ริมบึงบรรยากาศดีแห่งนี้เพื่อให้ทุกคนได้ผ่อนคลาย เติมความฉ่ำใจสบายกายก่อนกลับไปลุยงานกันต่อในวันรุ่งขึ้น

### ทริปปักใจในวันฝนพรำ

“เมื่อวานก็เพิ่งกลับมาจากบางแสน พาครอบครัวกับพนักงานทีมเซล 20 คน ไปเที่ยวฉลองวันเกิดคุณนัท และถือเป็นการให้รางวัลทีมที่ลุยงานมาด้วยกัน” คุณอาร์เปิดบทสนทนา พร้อมเสริมว่าเหมือนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของบริษัทไปแล้ว ที่จะมีจัดทริปพาพนักงานไปเที่ยวต่างจังหวัดด้วยกันทุกปีใน 3 โอกาสสำคัญ นั่นคือ วันคล้ายวันเกิดของทั้งคู่ซึ่งอยู่ในช่วงใกล้กัน (เมษายนและพฤษภาคม) และวันเกิดของลูกชายวัย 14 ปี ในเดือนตุลาคมซึ่งเป็นช่วงปลายฝนต้นหนาว

ทริปปักใจที่ผ่านมา เจ้าของวันเกิดคนสวยเลือกพาทุกคนไปปล่อยใจพักผ่อนที่ พูลวิลลาติตชายทะเล หาดวอน-บางแสน พร้อมริ้วด้วยความประทับใจ “ที่พักน่ารักมาก วิวดี มีทุกอย่างครบ ได้ใกล้ชิดธรรมชาติ นอนฟังเสียงคลื่น รับลมทะเล ถึงแม้ตอนที่คลื่นแรงก็ยังย้ายมาเล่นน้ำในสระส่วนตัวได้”



## ช่วงเวลาในรถจึงเป็นพื้นที่ส่วนตัวของเราสองจริงๆ ที่จะได้คุย ได้ปรึกษา แลกเปลี่ยน คุยสัพเพเหระได้ทุกเรื่อง โดยไม่มีงาน มาเกี่ยวข้อง

คุณอาร์ช่วยขยายความเพิ่มอย่างอารมณ์ดีว่า “ส่วนใหญ่คุณนัทเป็นคนวางแผนเลือกเส้นทาง ผมมีหน้าที่ตามใจและขับรถ (ยิ้ม) โดยส่วนตัวผมมีความรู้สึกจะไปเที่ยวช่วงฤดูฝนอากาศจะเย็นสบายๆ ไม่ร้อน”

### ระหว่างทางบนรถคือเซฟโซนกระชับสัมพันธ์

ด้วยวัย 35 ปีของคุณอาร์ที่กำลังไต่หาความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นคนจริงจังกับงาน ประกอบกับธุรกิจกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วจนวันนี้มีรถในโชว์รูมเต็มพื้นที่ 200 คัน ทำให้ต้องพุ่มพู่กับการทำงานหนักต่อเนื่อง ดังนั้นการออกเดินทางท่องเที่ยวสำหรับทั้งคู่จึงเป็นวาระที่จะได้ปิดสวิตช์เรื่องงานอย่างสิ้นเชิง ขณะเดียวกันภายในรถที่มีเพียงสองคนเคียงข้างยังกลายเป็นพื้นที่กระชับสัมพันธ์ชั้นดี โดยมีเพลงไทยแนว Easy Listening เป็นซาวนด์แทร็กประกอบระหว่างทาง

“ในรถไม่เคยเงียบ เรามีเรื่องคุยกันได้ตลอด เพราะเวลาอยู่ที่ทำงานก็โฟกัสกับงานทั้งคู่ กลับถึงบ้านก็หมดแรง ไม่ค่อยได้คุยอะไรกันมาก ฉะนั้นเวลาไปเที่ยวหรือไปไหนด้วยกันช่วงเวลาในรถจึงเป็นพื้นที่ส่วนตัวของเราสองจริงๆ ที่จะได้คุย ได้ปรึกษา แลกเปลี่ยน คุยสัพเพเหระได้ทุกเรื่อง โดยไม่มีงานมาเกี่ยวข้อง แล้วผมขับรถไม่ค่อยเร็ว ไม่เกิน 80-100 กม./ชม. ขับไปเรื่อยๆ ผ่านบรรยากาศธรรมชาติ ชมวิวสวยๆ คุยเล่นคุยหัวกันไป ไม่ต้องเร่งรีบ มันเป็นการกระชับสัมพันธ์ที่ดีนะ”

### “All-in” ทุ่มหมดหน้าตักสร้างธุรกิจแรก

ย้อนกลับไป 5 ปีก่อน หลังจากสะสมประสบการณ์ด้านบริหารจัดการในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายที่บริษัทค้าปลีกและวัสดุอุปกรณ์ตกแต่งบ้านชั้นนำ และเรียนรู้เรื่องรถจากการเป็นเซลขายรถใหม่ได้ระยะหนึ่ง คุณอาร์ตัดสินใจทิ้งเงินเดือนประจำเพื่อทุ่มหมดหน้าตักให้เต็มที่รถมือสองธุรกิจแรกของตัวเองในวัย 30 ปี เพราะเชื่อว่านี่คือหนทางสู่ความสำเร็จ

“ถ้าคิดจะทำอะไรก็ต้องไม่มีคำว่ากลัว กังวล ต้องลุยทำจริงจังกับมันเพียงอย่างเดียวให้เต็มที่ไปเลยเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ ถ้ามันก็ๆ ก็ๆ ทำอะไรก็ๆ กลางๆ ไม่มีทางเป็นไปได้เลยที่จะสำเร็จ”

ด้วยช่วงนั้นสถานการณ์ประเทศเพิ่งฟื้นจาก COVID-19 ธนาคารชะลอการปล่อยสินเชื่อ ผู้ประกอบการเดินที่รถมือสองยังไม่ค่อยกล้าซื้อรถเต็ม ราคาขายยังไม่แพงมาก “หลายองค์ประกอบในตอนนั้นทำให้ผมมองว่าธุรกิจขายรถมือสองกำไรดี จึงเริ่มต้นด้วยทุนส่วนตัวที่เก็บร่วมกันมาประมาณ 15 ล้าน แบบไม่กู้แบงก์เลย ซึ่งถ้าเราลงกับการซื้อรถ 30,000 บาท แล้วขายไปเงินก็กลับคืนมา ไม่ได้หายไปไหนก็เลยไม่ต้องเครียดอะไรมาก”

ความท้าทายที่สุดของผู้ประกอบการเดินที่รถมือใหม่ไม่ใช่เรื่องเงินลงทุนหรือผลกำไร แต่เป็นการบริหารจัดการคนใน



ความดูแลที่ตอนนี้มีถึงเกือบ 60 คน และพยายามปั้นลูกน้องให้เป็นนักขายมือทอง พร้อมปลุกใจให้ทุกคนเชื่อมั่นร่วมกันว่า “ถ้าผมรวย เราก็รวยไปด้วยกันทั้งหมด”

ส่วนเป้าหมายความสำเร็จในวันนี้ยังมุ่งไปที่การขยายสาขาเพื่อเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเตรียมเปิดสาขาสองแห่งนอนปลายปีนี้ แต่หลังจากสร้างและผลักดันระบบให้สามารถดำเนินงานทุกฝ่ายโดยไม่ต้องควบคุมเองตลอดเวลาได้แล้ว นี่คือการตั้งใจของเจ้าของธุรกิจหนุ่ม “ภายในสัก 5-6 ปี ผมอาจจะปลดเกษียณได้”

### ฟ้าฝนเป็นใจ ใครๆ ก็ต้องการซื้อรถ

“ที่จริงผมว่าช่วงฤดูฝนรถขายดีนะ คนอยากซื้อรถด้วยซ้ำ เพราะไปไหนมาไหนก็สะดวกกว่า บางคนไม่ยอมตากฝน บางคนมีมอเตอร์ไซค์ ไมโทคนขับรถที่เหยียบน้ำกระเด็นใส่ บางคนไม่ยอมขึ้นไปเบียดกันบนรถโดยสารสาธารณะ ก็เลยอยากซื้อรถคันแรก และมักมองหารถมือสองเป็นทางเลือก พุดตามตรงที่ตอนนี้ใครบอกว่าเศรษฐกิจไม่ดี แต่เราไม่เจอรถสุ่มอะไรแบบนั้นเลย เพราะรถเป็นปัจจัยหนึ่งของชีวิตคน ผมมองว่ากิจการอย่างอื่นยังไม่มั่นคงเท่ากับการเดินรถเลยนะครับ”

และเมื่อขอคำแนะนำเพื่อนร่วมวงการที่อาจกำลังฝ่ามรสุมอยู่ คุณอาร์ตอบทันที “อย่าไปคิดเยอะ มันจะบั่นทอนให้ยิ่งรู้สึกท้อ แค่ตั้งใจและลงมือทำให้เต็มที่ไปเถอะ จะเป็นทางออกที่ดีที่สุด”

เป็นคำแนะนำจากประสบการณ์ตรง ตามวิสัยของคนไม่เคยกลัวฟ้าฝน อุปสรรคใดๆ และพร้อมลุยไปข้างหน้าแบบเทหมดหน้าตัก



# กรุงศรี ออโต้ ร่วมขับเคลื่อน EV Tourism กับเส้นทาง Eco Exploration Trips สัมผัสเสน่ห์เมืองเพชร ผ่านประสบการณ์ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กรุงศรี ออโต้ ร่วมกิจกรรม “Eco Exploration Trips Series 2” เส้นทางเพชรบุรี-สมุทรสงคราม ซึ่งจัดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมยานยนต์ไฟฟ้าไทย และพันธมิตรภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมการเดินทางด้วยรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ควบคู่กับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมสนับสนุนการกระจายรายได้และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนท้องถิ่น ผ่านการเชื่อมโยงประสบการณ์เดินทาง เทคโนโลยี และเสน่ห์ของเมืองท่องเที่ยวไทยเข้าด้วยกัน

กิจกรรมเปิดตัวจัดขึ้น ณ อุทยานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จังหวัดเพชรบุรี โดยนายพรเทพ ธิรสุนทรากุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทอยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน) ร่วมกล่าวถึงความร่วมมือกับ ททท. พร้อมแนะนำสิทธิพิเศษบน GO Travel แก่ผู้ร่วมคาราวาน ก่อนออกเดินทางสู่เส้นทาง “Sense of Taste” ที่ถ่ายทอดเรื่องราวอาหาร วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีและสมุทรสงคราม

หนึ่งในจุดหมายสำคัญของทริปคือจังหวัดเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของ UNESCO (Creative City of Gastronomy) ที่โดดเด่นด้วยอัตลักษณ์อาหารอันสะท้อนภูมิปัญญาและวัตถุดิบท้องถิ่น คาราวานรถยนต์ไฟฟ้าได้แวะเยี่ยมชมสวนตาลลุงถนอม เพื่อเรียนรู้กระบวนการผลิตน้ำตาลโตนดและขนมตาลจากลูกตาลสด วัตถุดิบสำคัญที่หล่อเลี้ยงวิถีชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนเมืองเพชรมายาวนาน

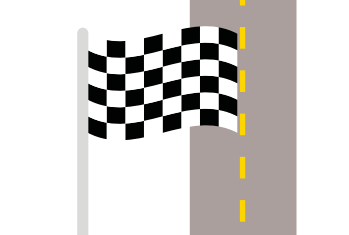




จากต้นทางของวัตถุประสงค์ ผู้ร่วมทริปยังได้สัมผัสบรรยากาศงาน UNESCO Creative Cities จังหวัดเพชรบุรี ที่รวบรวมเรื่องราวด้านอาหาร วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบร่วมสมัย พร้อมนำเสนอ “3 รสแห่งเมืองเพชร” อันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ช่วยให้การเดินทางครั้งนี้เป็นมากกว่าการท่องเที่ยว แต่เป็นการเชื่อมโยงผู้คนเข้ากับเรื่องราวของพื้นที่ได้อย่างใกล้ชิด

ตลอดเส้นทาง ผู้ร่วมกิจกรรมยังได้สัมผัสประสบการณ์การเดินทางด้วยรถยนต์ไฟฟ้าที่สะดวกและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ ผ่านพีเจอาร์คันหาสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Station) บน “แอป โก บาย กรุงศรี ออโต้” ซึ่งช่วยวางแผนเส้นทางและค้นหาจุดชาร์จจากพันธมิตรกว่า 2,400 แห่งทั่วประเทศ พร้อมสิทธิพิเศษด้านร้านอาหาร คาเฟ่ กิจกรรมท่องเที่ยว และบริการดูแลรถผ่านพีเจอาร์ GO WOW เพื่อเติมเต็มประสบการณ์เดินทางให้ครบวงจรยิ่งขึ้น

การเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของกรุงศรี ออโต้ ในการสนับสนุนการเดินทางรูปแบบใหม่ที่ผสานเทคโนโลยี ความสะดวกสบาย และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมร่วมส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน กระจายโอกาสสู่ท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์การเดินทางที่มีความหมายในทุกเส้นทาง





# "โทรถดี"

## สัมมาชีพ และตัวช่วยจากจักรวาล

“สายฝน” คือหยดน้ำที่เมฆและสายลมแบกรับไว้ไม่ไหว ชีวิตคนเราก็เช่นกัน อาจมีบางวันที่สิ่งที่แบกรับไว้หนักหนาจนรู้สึก “ไม่ไหว” ทั้งภาระครอบครัว ความกดดันจากงาน ยอดขายทางธุรกิจ หรือเหตุการณ์ไม่คาดคิดที่ไม่เคาะประตูเตือน แต่จู่โจมกะทันหันโดยไม่บอกล่วงหน้า

ถ้าอย่างนั้น อะไรที่ทำให้คนคนหนึ่งเลือกจะยืนหยัดและมีกำลังใจสู้ต่อ

### ก่อนจะ “โต”

“ชีวิตของคนชื่อโตไม่มีคำว่าง่าย” คุณโต-บรรณันท์ ไพศาลโรจน์ ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร โทรถดี เต็มที่รถมือสองใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออก เล่าถึงตัวเอง เพราะกว่าจะถึงวันที่โทรถดีเติบโตเป็นธุรกิจรถมือสองที่มียอดขายรวมหลักพันล้านบาท เขาเดินทางผ่านหลายช่วงชีวิต ทั้งการทำงานตั้งแต่วัยเด็ก เริ่มต้นธุรกิจจากศูนย์ ความล้มเหลวซ้ำๆ ในธุรกิจวิกฤต COVID-19 ไปจนถึงเหตุการณ์เฉียดตายที่เปลี่ยนวิสัยทัศน์ชีวิตของเขาไปตลอดกาล

ในวัยเบญจเพส คุณโตเคยประสบอุบัติเหตุรุนแรงจนตัว

กระเด็นออกมาจากรถ ครอบครัวเข้าใจว่าอาจไม่รอด ภรรยาและลูกซึ่งยังเล็กในเวลานั้นร้องไห้อยู่ข้างเตียงในโรงพยาบาล

เมื่อฟื้นขึ้นมา ภาพที่ติดอยู่ในใจเขาไม่ใช่แค่ภาพอุบัติเหตุ แต่เป็นความทรงจำบางอย่างจากวัยเด็ก ตอนที่เขาเคยตกปลาแล้วนำปลาไปหมกไว้ในทราย ภาพนั้นย้อนกลับมาในวันที่ตัวเองบาดเจ็บหนักจนหน้าทิ่มลงไปใต้น้ำทราย ทำให้เขาได้ทบทวนความหมายของ “กรรม” และเปลี่ยนท่าทีต่อการใช้ชีวิต

อุบัติเหตุครั้งนั้นทำให้คุณโตตั้งใจกับตัวเองว่าถ้ายังมีโอกาสใช้ชีวิตต่อ จะต้องใช้ชีวิตให้ดีขึ้น เป็นประโยชน์มากขึ้น

### สัมมาชีพ : เลี้ยงชีพโดยชอบ

ก่อนจะเป็นเจ้าของเต็มทีรถมือสองรายใหญ่ คุณโตเติบโตมากับชีวิตที่ต้องลงมือทำจริงตั้งแต่เด็ก คุณพ่อคุณแม่สอนลูกด้วยวิถีอันเรียบง่าย คือเห็นการทำงานหนักเป็นเรื่องปกติ อายุแค่ 7 ขวบ ก็ได้รับมอบหมายให้ช่วยครอบครัวดูแลนาทุ่งกว่า 200 ไร่ มีบ่อกุ้งประมาณ 20 บ่อ หน้าที่ของเด็กชายในวัยนั้นคือปั่นจักรยานไปเช็คกย คว้ากุ้งกินอาหารดีหรือไม่ กินหมดหรือเปล่า รวมถึงช่วยดูแลคนงานในพื้นที่

“เราอยากช่วย เพราะเห็นพ่อแม่ทำงานหนัก”

งานในนาทุ่งสอนให้เขารู้จักสังเกต รู้จักรับผิดชอบ และรู้จักจัดการคนตั้งแต่อายุน้อย สิ่งเหล่านี้กลายเป็นพื้นฐานสำคัญในชีวิตต่อมา แม้นอนนั้นเขาอาจยังไม่รู้ว่าวันหนึ่งทักษะเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการบริหารธุรกิจของตัวเอง

อย่างเข้าวัยเริ่มหนุ่ม คุณโตอยากเข้ามาสัมผัสชีวิตในเมืองกรุง มุมนานอ่านหนังสือจนสอบติดคณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แต่ไม่ได้เรียนจบ

“ไม่ได้ไปเรียนเลย ก็ไปหลงแสงสี ตามที่เราตั้งธงไว้ จนโดนรีไทร์ แต่ไม่อยากกลับบ้าน เลยไปหางานทำ แล้วก็เริ่มลงทุนทำธุรกิจ เช่น ขายเคสโทรศัพท์มือถือริมถนน ขายอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ทำทุกอย่างที่เป็นสัมมาชีพ จนมีเงินเก็บ”

สองปีผ่านไป ภายใต้คำขออย่างจริงจังของคุณแม่ คุณโตยอมกลับไปเรียนอีกครั้ง สอบติดคณะวิศวกรรมศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ทำงานส่งตัวเองเรียน ซึ่งตอนนั้นคุณโตก็สามารถเปิดร้านโทรศัพท์มือถือเป็นตึกใหญ่ที่อยู่ตรงข้ามมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้แล้ว

เรื่องการทำงาน การลงทุน เขาลองมาแล้วทุกอย่าง ไม่ว่าจะโทรศัพท์มือถือ อสังหาริมทรัพย์ รับขายฝากที่ดิน รับจ้างองทำเกษตร สวนยาง สวนปาล์ม และธุรกิจอื่นๆ อีกหลายรูปแบบ แต่ทั้งหมดเขานิยามด้วยคำว่า “สัมมาชีพ” ทำงานอะไรก็ได้ แต่ขอให้ เป็นสุจริต ไม่เบียดเบียน ไม่หลอกลวงใคร เพราะการ “ใช้คืน” อาจมาในรูปแบบที่คาดไม่ถึง

## วิธีะพากเพียร

“ผมมาจากคนจน ไม่ได้เอาเงินแม่มาเลยสักบาทเดียว ดังนั้นถ้าทำอะไรแล้วใช้แรง ไม่ต้องเสียทุน ผมจะทำ แต่ถ้าต้องใช้เงิน ผมจะเริ่มคิดอย่างรอบคอบ ดูความคุ้มค่า ดูเวลาที่เสียไป”

การออกมาเผชิญโลกตั้งแต่อายุน้อย บางครั้งจึงพลาดบ้าง

เช่น ตอนอายุ 17 ปี เขาซื้อรถคันแรกจากเต็นท์แห่งหนึ่ง โดยยืมเพื่อนำออกรถ ก่อนพบว่าเป็นรถที่เคยชนหนักมา ตอนนั้นเขายังไม่รู้เรื่องรถ แต่ความรู้สึกที่ได้รับจากประสบการณ์ครั้งนั้นทำให้เขาจำมาจนถึงวันนี้

หากวันหนึ่งเขาจะทำธุรกิจรถมือสอง อยากให้คนซื้อรถมือสองรู้สึกมั่นใจ ไม่ต้องกลัวว่าจะถูกหลอก และอยากให้คนซื้อรู้สึก “คุ้มค่า”

เส้นทางสู่ธุรกิจรถมือสองของเขาไม่ได้เริ่มต้นบนทางเรียบ เคยทำรถมือสองแล้วล้มเหลวมาก่อนถึง 2 ครั้ง ขาดทุนหลักแสนบาท เคยประมุขรถมาแล้วจัดไฟแนนซ์ไม่ได้ เคยลงทุนผิดจังหวะ และเคยเอาชื่อตัวเองไปออกรถให้คนรู้จัก จนสุดท้ายผ่อนผิดนัดและชื่อติดแบล็กลิสต์

แต่เขาไม่โทษโชคชะตา คุณโตมองว่าความล้มเหลวเหล่านั้นทำให้เขารู้จัก “ปิดช่องว่าง” ได้ดีขึ้น รู้จักช่าง รู้จักผู้รู้ รู้จักคนทำสี รู้จักไฟแนนซ์ รู้จักคนในสนามประมูล ค่อยๆ สะสมความรู้และความชัดเจนจากประสบการณ์จริง

หนึ่งในสนามจริงของเขาคือลานประมูลรถ เขาเดินเข้าไปขอความรู้ช่างและคนเก่งในวงการ เพื่อขอให้ช่วยสอนดูรถ สอนดูชิ้นงานแท้ ชิ้นงานเทียม การทำสี ร่องรอยอุบัติเหตุ คานหน้า คานข้าง และรายละเอียดต่างๆ ที่คนทั่วไปอาจมองไม่เห็น

เมื่อโอกาสมาถึงในปี 2561 เขาเปิดเต็นท์รถมือสองแห่งแรกที่ชลบุรี ก็ประสบความสำเร็จ เหมือนเมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการบ่มเพาะจนพร้อมที่จะงอกและเติบโต

จากคนที่เคยเสียความรู้สึกเพราะซื้อรถที่มีปัญหา โตรถดีจึงมีนโยบายรับประกันคุณภาพอะไหล่ทุกชิ้นส่วน ครอบคลุมเครื่องยนต์ เกียร์ และระบบสำคัญ เพื่อให้ผู้ซื้อมั่นใจและสบายใจ คัดสรรรถคุณภาพ ตรวจสอบโครงสร้าง ไม่มีประวัติชนหนัก พลิกคว่ำ ตัดต่อ หรือจมน้ำ พร้อมสโลแกน “รถดีจริง จึงกล้ารับประกัน”



## เมตตาพาเติบโต

เปิดเดินที่รถใหม่ได้ไม่นาน ก็เจอฝนฟ้าคะนองทางเศรษฐกิจ นั่นคือ COVID-19 ธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก ลูกค้าชะลอ การตัดสินใจ เดินทางลำบาก ตลาดหยุดนิ่ง และสต็อกกรที่มี อยู่กลายเป็นภาระต้นทุน

“ตอนนั้นผมคิดว่าเราไม่เดือดร้อน แต่ลูกน้องเราเดือดร้อน เงินเดือน 8,000 บาท คงไม่พอกินพอใช้ ถ้าเราจะรอด คนเดียว แต่คนอื่นค่อยๆ สลายกันไป มันเหมือนเห็นแก้วตัว เลยตัดสินใจว่า... เราลองเจ็บดูสักรอบ”

“ยอมเจ็บ” คือยอมปล่อยรถในราคาขาดทุนหรือเท่าทุนเพื่อให้ลูกน้องมีค่าคอมมิชชัน คุณโตตัดสินใจ Cut Loss เพื่อนำเงินกลับมาหมุนและซื้อรถมือสองใหม่เข้าในช่วงที่ราคารถในตลาดลดลงอย่างมาก

เมื่อตลาดเริ่มฟื้น โตรถดีมีสต็อกที่ต้นทุนดีกว่า ในขณะที่หลายรายยังติดอยู่กับทุนเก่า การยอมเจ็บก่อนในช่วงนั้น จึงกลายเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ธุรกิจกลับมาเติบโตจนกระทั่งสามารถขยายเดินที่รถ “โตรถดี 2” เพิ่มได้

“การที่เราไม่เมตตา มี Empathy กับทีมงาน กลายเป็นว่าทำให้เราขยายธุรกิจได้”

## ตัวช่วยจากจักรวาล

คุณโตเป็นคนทำงานจริงและทำงานหนัก ทำงาน 16 ชั่วโมง/วัน นอกจากงานแล้ว สิ่งหนึ่งที่ทำทุกวันต่อเนื่องมาตลอด 30 ปี คือการสวดมนต์และนั่งสมาธิ ทั้งสวดบทชินบัญชร บทอิติปิโส บทพาหุ และบทพาหุมหาภา

“เวลาเครียดหรือว่างานที่เราทำมีปัญหา พอนั่งสมาธิแล้วจะค่อยๆ แก้ปัญหาได้ เหมือนเรามีโฟกัส”

อีกหนึ่งสถานที่ซึ่งเขาไปสักการะบ่อยมากในช่วง 3-4 เดือนหลังนี้ คือ “กิมบ้อเนี้ย” ซึ่งประดิษฐาน ณ เขาสามมูขุ จังหวัดชลบุรี ตามคติของเต๋า ท่านเป็น “พระมารดาแห่งสวรรค์ฝ่ายตะวันตก” เป็นมารดาแห่งฟ้า ความอายุยืน ความคุ้มครอง ความร่มเย็น สุขภาพ และการค้าขาย

คุณโตอธิบายว่าตามหลักฮวงจุ้ย ปี 2567 เริ่มเข้าสู่ฮวงจุ้ยยุค 9 และตามรอบนักษัตรเพิ่งเปลี่ยนเป็นปีม้าไฟ ในขณะที่องค์กิมบ้อเนี้ยเป็นธาตุทอง ซึ่งทองเป็นทรัพย์หรือเป็นโชคลาภของไฟ จึงทำให้ผู้คนจำนวนมากหลังไหลมาราบสักการะท่านด้วยความศรัทธา

“เดือนเมษายนปีนี้เกิดสงครามน้ำมันราคาพุ่ง ตอนนั้นวันที่ 17 แล้วแต่เพิ่งขายรถได้แค่ 30 คัน จากปกติที่เคยขายได้เดือนละไม่ต่ำกว่า 200 คัน” คุณโตพาความเหน้อยกังวลมาราบท่าน และได้พลังใจกลับไป

สิ้นเดือนเมษายน “โตรถดี” ปิดยอดที่ 121 คัน

“ถ้าเราดวงดีด้วย ชยันด้วย ก็เหมือนเก่ง + เฮง + ชยัน” คุณโตสรุปด้วยรอยยิ้ม

เมื่ออ่านมาถึงบรรทัดนี้ บางคนอาจยินดีเรียกสิ่งนี้ว่า “ปาฏิหาริย์” บ้างเรียกว่า “กำลังใจ” แต่บางคนว่า “งมงาย” ปาฏิหาริย์ เป็นเรื่องของฟ้า

แต่ “การลงมือทำ” และ “ทางที่เลือกเดิน” ยังเป็นเรื่องของเราเอง



ชมคลิปสัมภาษณ์ได้ที่

YouTube  Favorite 





## โอกาส 360 องศา สไตล์ โตโยต้า อันดามัน กระบี่

“กระบี่ เป็นเมืองแห่งโอกาส” นี่คือนโยบายที่คุณชน-นัทที่ อดีตตราลักษณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โตโยต้า อันดามัน กระบี่ จำกัด พุดย่าเสมอตลอดการให้สัมภาษณ์ แต่โอกาสมักจะเกิดกับผู้ที่มองเห็นเท่านั้น นี่คือนิเวศการทํารุทริจของผู้ที่ไม่เคยรู้จักกระบี่เลย เขาเดินทางมายังจังหวัดนี้ในวันที่กระบี่ยังเป็นเมืองเล็ก ๆ และนำพาโตโยต้า อันดามัน กระบี่ เปลี่ยนยอดขายรถยนต์ในตลาดจากเดือนละ 10 คัน สู่ 170 คัน ทั้งหมดเกิดจากมายด์เซตว่าหัวใจสำคัญของการทำงานคือการมองหาโอกาสและความเป็นไปได้ และโอกาสนั้นคือการมองรอบทิศ 360 องศา

เมื่อ 22 ปีก่อน คุณชนได้เข้ามาบริหาร โตโยต้า อันดามัน กระบี่ พร้อมบุกเบิกตลาดใหม่ควบคู่การเริ่มต้นชีวิตคู่ “ผมไม่เคยมากระบี่เลย แต่เมื่อได้รับโอกาสมก็ตัดสินใจลองดู ตอนนั้นกระบี่ยังเป็นจังหวัดเล็ก ๆ เมื่อดีลเลอร์เดิมปิดตัวไป ทำให้เราเข้ามาทำตลาดต่อ” คุณชนย้อนวันวาน จากเดิมตลาดรถยนต์ในพื้นที่มียอดขายเพียงเดือนละ 10 กว่าคัน ก่อนที่โตโยต้า อันดามัน กระบี่ จะเล่นเกมธุรกิจเติบโตไปพร้อมกับการเติบโตเป็นเมืองท่องเที่ยว จนปัจจุบันมียอดขาย 170 คัน/เดือน ขยายสู่ 5 สาขา

ผมเชื่อว่าไม่มีอะไรดีและยั่งยืนตลอดไป  
ดังนั้นในทุกๆ วันทำงาน คุณต้องพัฒนา  
ตัวเองให้ดีขึ้น และมีสิ่งที่ดีขึ้นเสมอ นี่คือ  
สิ่งที่ผมจะสื่อสารกับพนักงานให้มากที่สุด

## The Toyota Way สากลจากวันแรก สู่วันนี้

“ผมมาถึงที่นี่ ไม่ได้มาเป็นผู้บริหารทันทีนะครับ แต่มาเรียนรู้  
กับคน” คุณชันมีความอ่อนน้อมแต่หนักแน่นในบทสัมภาษณ์  
หนึ่งในสิ่งแรกๆ ที่ลงมือทำเมื่อมาร่วมทำงานที่นี่คือ การออกไป  
เรียนรู้ตลาดที่จังหวัดกระบี่ว่าลูกค้าเป็นอย่างไร คุณชันลงไป  
หน้างาน เรียนรู้งานกับผู้จัดการสาขาจากทีมโตโยต้า ชุมพร  
บริษัทในเครือ ที่เข้ามาช่วยวางระบบ คอยแลกเปลี่ยนไอเดีย  
และเรียนรู้กลุ่มลูกค้า เกษตรกรสวนยาง สวนปาล์มเป็นหลัก  
ก่อนที่เมืองจะผันตัวเป็นเมืองท่องเที่ยวเช่นทุกวันนี้

คุณชันเข้าร่วมอบรมคอร์สผู้บริหารของโตโยต้าซึ่งปลูกฝัง  
แนวทาง The Toyota Way (วิถีแห่งโตโยต้า) ที่เขายึดถือมา  
จนถึงทุกวันนี้ ซึ่งเป็นปรัชญาการทำงานที่เน้นการพัฒนาอย่าง  
ต่อเนื่องและการเคารพผู้อื่น โดยมี 5 หลักสำคัญคือ 1. ความ  
ท้าทาย (Challenge) 2. ไคเซ็น (Kaizen) 3. เก็นจิ เก็นบุตซึ  
(Genchi Genbutsu) การลงมือทำจริง 4. การยอมรับนับถือ  
(Respect) และ 5. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เพื่อสร้าง  
วัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

จากวิถีแบบโตโยต้า คุณชันนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ ที่เห็น  
ผลลัพธ์ชัดเจนคือแนวคิด Kaizen การปรับปรุงและพัฒนางาน  
อย่างต่อเนื่อง และ Respect คือการเคารพผู้อื่น คือ ทุกๆ เช้า  
คุณชันจะเดินไปแต่ละแผนก เพื่อพูดคุยกับผู้จัดการ “ผมเชื่อว่า  
ไม่มีอะไรดีและยั่งยืนตลอดไป ดังนั้นในทุกๆ วันทำงาน  
คุณต้องพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น และมีสิ่งที่ดีขึ้นเสมอ นี่คือนสิ่งที่  
ผมจะสื่อสารกับพนักงานให้มากที่สุด

“ผมคุยกับพนักงานว่า ถ้าเราจะเป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์  
ในจังหวัดกระบี่ เราก็ต้องเป็นผู้แทนจำหน่ายที่ดีที่สุดในเมือง  
ทั้งเรื่องบริการ สินค้า และการดูแลลูกค้าได้ 360 องศา”

แนวคิดการดูแลลูกค้า 360 องศา ของคุณชันคือ การ  
ต่อยอดธุรกิจสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) รถยนต์ที่ครบรูป  
จากรถใหม่สู่รถยนต์มือสอง รถเช่า ประกันภัย การดูแลทั้ง  
การซ่อมบำรุงและทำสี ทำอย่างไรให้ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อ  
ครอบคลุมการใช้งานรถยนต์ในทุกมิติ เช่น แบรินด์รถเช่า  
Best Car Rent เป็นหนึ่งในธุรกิจย่อยของโตโยต้า อันดามัน  
กระบี่ ด้วยเห็นว่ากระบี่เป็นเมืองท่องเที่ยวภาคใต้อันดับต้นๆ มี  
ความต้องการของกลุ่มรถเช่าจำนวนมาก Best Car Rent จึง  
มุ่งเน้นการทำรถเช่าที่แตกต่าง เช่น มีมาตรฐานคาร์ซีต หรือ  
เจาะกลุ่มรถเช่าขนาดใหญ่สำหรับกลุ่มโรงแรม หรือหากลูกค้า  
มาออกรถใหม่ มองหาการทำประกันภัย หรือนึกถึงการรับ  
บริการหลังการขาย ที่นี้ตอบโจทย์ครบ

## Humble Leadership

คุณชันเชื่อในการทำธุรกิจอย่างมีพันธมิตร ก้าวสำคัญคือ  
การเข้าร่วมกับหอการค้าจังหวัดกระบี่ ค่อยๆ สร้างชื่อในฐานะ  
นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่เป็นกันเอง นอบน้อม และพร้อมรับฟัง เขา  
ค่อยๆ ศึกษาและเก็บข้อมูลว่าลูกค้าในท้องถิ่นยาวนานหลายปี  
จนเข้าใจลึกซึ้ง จนได้ก้าวสู่ตำแหน่ง “ประธานหอการค้าจังหวัด”  
(ปัจจุบันเป็นที่ปรึกษาอาวุโส) มีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้  
จังหวัดกระบี่เป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียว การทำงานกับคนจำนวน  
มากหล่อหลอมให้เขามีความเป็นผู้นำที่อ่อนน้อม (Humble  
Leadership) หลายๆ โปรเจกต์ต้องอาศัยการยอมรับจากหลาย  
ภาคส่วน ซึ่งเขาเองได้เรียนรู้ว่าทุกฝ่ายย่อมมีบริบทของตัวเอง  
ทัศนคตินี้นำมาสู่การบริหารทีมในองค์กร คือ ไม่บังคับ แต่สร้าง  
ความเข้าใจร่วมกัน และเคารพการทำงานของทุกฝ่าย



“ล่าสุดผมคุยกับพนักงานว่า ผมเชื่อว่าบางเรื่อง คุณเก่งกว่าผม คุณตัดสินใจได้โดยไม่ต้องรอผม ขอแค่แจ้งกล่าวกันว่าไว้ก็พอ แต่ถ้าบางเรื่องผิดพลาดไปแล้ว ผมจะใช้วิธีเรียกคุยกลุ่มเล็กๆ ซึ่งพอทำไปสักพัก พนักงานก็จะเรียนรู้” คุณชันย้ำกับทีมงานเสมอว่า ไม่มีอะไรถูก 100% หรือ ผิด 100% แต่สิ่งที่แย่ที่สุดคือการไม่ได้ลงมือทำอะไรเลยต่างหาก

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กระบี่เติบโตอย่างก้าวกระโดดทั้งด้านราคาที่ดิน ผลผลิต รายได้ประชากร และจำนวนนักท่องเที่ยว ทำอากาศยานกระบี่กำลังถูกพัฒนาสู่การเป็นฮับ (Hub) การบินของภูมิภาคอันดามัน มุมมองนี้เป็น “โอกาสสำคัญ” และเป็นหนึ่งในบทสนทนาของครอบครัวที่ต้องการต่อยอดธุรกิจครอบครัวนอกเหนือจากธุรกิจรถยนต์ จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้ขยายสู่ธุรกิจโรงแรมโดยเจาะทุกเซกเมนต์ตั้งแต่ 3-5 ดาว ร้านอาหาร และเรือยอชต์สำหรับลูกค้ากลุ่มพิเศษก่อเกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้คนในพื้นที่ สร้างเป็น Ecosystem ในจังหวัดเติบโตร่วมกัน

ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปกี่ปี กระบี่ยังมีช่องว่างสำหรับผู้ที่ยังมองหาโอกาสเสมอ...

เมื่อถามถึงเคล็ดลับที่โตโยต้า อันดามัน กระบี่ ดำเนินมาถึง 22 ปี คุณชันชวนมองย้อนกลับไปยังแนวคิดง่ายๆ จาก The Toyota Way ที่พิสูจน์มาแล้วในระดับโลก แนวคิดที่เขายึดถือเสมอ 5 ข้อ คือ 1. Kaizen (Continuous Improvement) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอยู่เสมอ 2. Challenge to Change กล่าวที่จะเปลี่ยนแปลง 3. Genji Genbutsu การออกไปหน้างานไปรับฟังลูกค้าและชุมชนจริงๆ เพราะทุกปัญหา คือโอกาสทางธุรกิจ 4. Respect for People ความเคารพความเห็นของทุกคนในทีมงาน และพันธมิตร 5. Teamwork คือการทำงานเป็นทีม

และท้ายที่สุด เป้าหมายที่เขามองไม่ใช่เพียงแต่การทำธุรกิจ แต่คือการสร้างประโยชน์ให้จังหวัด ให้ธุรกิจ และให้ผู้คนเติบโตร่วมไปพร้อมๆ กัน

บริษัท โตโยต้า อันดามัน กระบี่ จำกัด  
175 หมู่ที่ 2 ถนนเพชรเกษม ตำบลกระบี่น้อย  
อำเภอเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ 81000  
โทรศัพท์ : 075-627-777  
เฟซบุ๊ก : [www.facebook.com/toyotaandaman](http://www.facebook.com/toyotaandaman)

# รถจักรยานยนต์ กลายเป็นเครื่องมือเอาตัวรอด ท่ามกลางวิกฤตพลังงาน และปากท้องคนไทย

ขณะที่ตลาดรถยนต์สี่ล้อชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภค ตลาดรถจักรยานยนต์กลับเดินหน้าต่อด้วยแรงขับเคลื่อนจากเหล่าไรเดอร์ และค่าน้ำมันที่คนขับรถกระบะเริ่มแบกรับไม่ไหว

ท่ามกลางรายงานข่าวความซบเซาของอุตสาหกรรมยานยนต์สี่ล้อจนยอดขายรวมส่งสัญญาณชะลอตัว แต่หากเรามองไปที่ตลาดรถจักรยานยนต์จะเห็นภาพที่สวนทาง จากข้อมูลจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ในเดือนมีนาคมจนถึงพฤษภาคม 2569 บ่งชี้ชัดเจนว่า รถจักรยานยนต์กำลังทำหน้าที่เป็นเครื่องยนต์สำรองที่ทรงพลังในแง่ของการผลิตเพื่อตอบโจทย์ปากท้องในประเทศ

ตัวเลขที่น่าสนใจคือ ในเดือนมีนาคม 2569 มีการผลิตรถจักรยานยนต์ทั้งสิ้น 241,234 คัน เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันของปีก่อนถึง 3.19% และเมื่อเจาะลึกลงไปพบว่า กลุ่มรถกระบะซึ่งเคยเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจไทยมียอดขายลดลง 4.67% ปรากฏการณ์นี้ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของрсสนิยมที่เปลี่ยนไป แต่เป็นสัญญาณเตือนภัยของโครงสร้างการใช้จ่าย

กำลังเปลี่ยนแปลง คนไทยจำนวนไม่น้อยยังคงต้องการพาหนะแต่เริ่มคำนวณต้นทุนใหม่ทั้งหมด

## เมื่อ "ความจำเป็น" บีบให้ต้องเปลี่ยน

เหตุสำคัญที่ทำให้คนไทยต้องหันมามองรถจักรยานยนต์อย่างเลี่ยงไม่ได้ คือราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2569 ราคาน้ำมันกลุ่มดีเซลและแก๊สโซฮอล์ปรับตัวขึ้นจนดีเซลแตะระดับ 42.20 บาท/ลิตร และเบนซินจ่อทะลุ 45 บาท ตัวเลขเหล่านี้ไม่ใช่แค่สถิติในหน้าข่าวเศรษฐกิจ แต่กลายเป็นแรงกดดันที่กำลังเปลี่ยนพฤติกรรมคนทำงานในทุกเช้า เมื่อการขับรถยนต์หรือรถกระบะไปทำงานกลายเป็นภาระที่เกินแบกรับ รถจักรยานยนต์ที่ประหยัดน้ำมันกว่าหลายเท่าตัวจึงอาจเป็น "ทางเลือก" ที่สมเหตุสมผลในเชิงเศรษฐศาสตร์ของหลายคน

## ไรเดอร์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์ในปี 2569 ต่างจากทุกยุคก่อนหน้า คือการที่รถจักรยานยนต์กลายมาเป็นเครื่องมือทำมาหากิน ไม่ใช่แค่พาหนะส่วนตัว



การขยายตัวของแพลตฟอร์มอย่าง Grab, LINE MAN และ Shopee Food ทำให้รถจักรยานยนต์กลายเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการสร้างรายได้ในวันที่รายได้หลักไม่แน่นอน ผู้คนหันมาใช้บริการรับส่งอาหาร สินค้า และผู้คนเพื่อหาทางออกให้ชีวิต

จะเห็นได้ว่าความต้องการรถจักรยานยนต์สวนทางกับภาวะเศรษฐกิจ ยิ่งเศรษฐกิจฝืดเคือง ความต้องการเครื่องมือสร้างรายได้นี้กลับยิ่งเพิ่มขึ้น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจึงประมาณการยอดผลิตในปี 2569 ไว้สูงถึง 2,000,000 คัน โดยเป็นการจำหน่ายในประเทศถึง 80%

### ตลาดที่จับยังตีไม่แตก

สิ่งที่น่าสนใจคือในขณะที่ตลาดรถยนต์สี่ล้อกำลังถูกแบรนด์จีนตีแตก แต่ตลาดสองล้อยังคงเป็นพื้นที่ของแบรนด์ญี่ปุ่นเป็นหลัก แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามผลักดันมาตรการสนับสนุนรถจักรยานยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) แต่ผู้ขับขี่ชาวไทยส่วนใหญ่ยังคงเทใจให้รถจักรยานยนต์ที่ใช้น้ำมันมากกว่า เหตุผลสำคัญคือเรื่องของ “ความเชื่อใจ” สำหรับคนที่ใช้รถวิ่งส่งของทั้งวัน ความเสี่ยงเรื่องแบตเตอรี่หมดกลางทาง

หรือระยะเวลาในการชาร์จคือต้นทุนที่พวกเขาไม่สามารถรับได้ นอกจากนี้ ศูนย์บริการที่หนาแน่นและความน่าเชื่อถือของรถเครื่องยนต์สันดาปในราคาที่เข้าถึงได้ง่ายกว่า ยังคงเป็นกำแพงสูงที่แบรนด์ใหม่ๆ โดยเฉพาะจากจีนยังข้ามมาไม่ได้ในขณะนี้

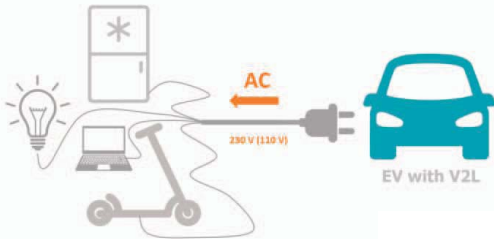
ในปีนี้มีข่าวว่ามีแบรนด์รถจักรยานยนต์ในไทยไม่ต่ำกว่า 25 แบรนด์ ครอบคลุมทั้งรถจักรยานยนต์ประเภทสันดาป และประเภทพลังงานไฟฟ้า รวมทั้งบิ๊กไบค์ แต่ตลาดหลักยังคงเป็นรถสันดาปที่คนทั่วไปเข้าถึงได้และเชื่อใจในความน่าเชื่อถือและศูนย์บริการที่หนาแน่น

ตลาดรถจักรยานยนต์ที่โตสวนทางกับรถยนต์สี่ล้อในปี 2569 สะท้อนภาพเศรษฐกิจไทยในยุคที่การลดค่าใช้จ่ายกลายเป็นวาระสำคัญของครัวเรือน และการหารายได้เพิ่มกลายเป็นความจำเป็น

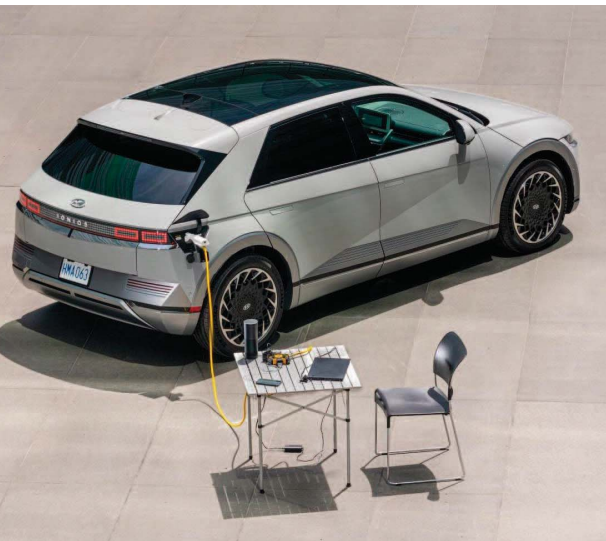
เมื่อดีเซลขึ้นราคา คนขับรถกระบะหันมาคิดถึงรถจักรยานยนต์ เมื่อรายได้ไม่แน่นอน คนมองหาอาชีพที่ลงทุนน้อยแต่ยืดหยุ่น เมื่อเศรษฐกิจฝืด อะไรที่คุ้มค่าที่สุดก็จะถูกเลือก รถจักรยานยนต์ยังคงเป็นคำตอบที่ชัดเจนที่สุดสำหรับคนไทยที่กำลังดิ้นรนในวิกฤตพลังงานและปากท้องครั้งนี้

# ใช้รถ EV เป็น Power Bank ยักษ์ ทำกิจกรรมนอกบ้าน

V2L (Vehicle to Load)



ใครที่ยังคิดว่ารถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) มีหน้าที่แค่พาเราจากจุด A ไปจุด B บอกเลยว่าคุณกำลังพลาดไฮไลต์เด็ดไปอย่างน่าเสียดาย เพราะหนึ่งในฟีเจอร์ที่เปลี่ยนเกมการใช้ชีวิตไปอย่างสิ้นเชิง คือสิ่งที่เรียกว่า V2L (Vehicle-to-Load) ที่ช่วยเปลี่ยนรถคู่มือใจให้กลายเป็นเพาเวอร์แบงก์ยักษ์เคลื่อนที่ กำลังไฟมากพอจะเนรมิตไอเดียสุดเหวี่ยงให้เกิดขึ้นจริงได้ทุกที่ บนยอดดอย ชายหาดลับ หรือแม้แต่ลานหน้าบ้าน และนี่คือ 4 ไอเดียสุดปังที่จะทำให้คุณมองรถ EV ในมุมใหม่ที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป



1

## Pop-up Workspace ยกออฟฟิศไปไว้ที่ไหนก็ได้บนโลก

อุปสรรคชิ้นใหญ่โตมหฬารของการหนีความวุ่นวายในเมืองกรุงไปนั่งทำงานชิลๆ นอกสถานที่คือ “ไฟฟ้า” และ “ความร้อน” เชื่อว่าหลายคนเคยลองหอบแล็บที่ออกไปนั่งตามอุทยานแห่งชาติหรือชายหาด หวังจะได้ไอเดียเล่นฉิวราวกับสายน้ำ แต่ความจริงที่เจอคือนั่งไปได้แค่ 2 ชั่วโมง แบตเตอรี่แล็บที่ออปเหลือ 10% จะหันไปหาปลั๊กไฟตามโคนต้นไม้ก็ไม่มี แดดอากาศก็ร้อนจนเหงื่อท่วม หัวสมองตื้อไปหมด สุดท้ายต้องยอมแพ้ออกกลับมานั่งอุดอู้อยู่ในคาเฟ่ห้องแอร์เหมือนเดิม

ตัดภาพมาที่ชีวิตที่มีรถ EV พร้อมระบบ V2L รถของคุณจะกลายเป็นสถานีพลังงานส่วนตัวที่ไม่มียันดับ คุณสามารถขับรถไปจอดใต้ร่มไม้ใหญ่ริมเขื่อน เอนเบาะ นั่งทำงานในรถเปิดแอร์ฉ่ำๆ โดยไม่ต้องรู้สึกผิดต่อสิ่งแวดล้อมเพราะไม่มีไอเสีย หรือถ้าอยากสัมผัสสายลมธรรมชาติ ก็แค่ลากปลั๊กพ่วงสายยาวๆ ออกมาจากตัวรถ ยึดโต๊ะพับใต้ร่มเงาไม้ แล้วเปลี่ยนมันให้เป็นมุมทำงานได้ทันที

2

## เปลี่ยนรถให้เป็นหน้าร้าน เคลื่อนที่ตามใจสั่ง

สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ การเปิดหน้าร้านแบบถาวรมีค่าใช้จ่ายสูงลิ่ว ทั้งค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ และสัญญาผูกมัด แต่如果你有รถ EV ที่รองรับ V2L รถคันนี้จะกลายร่างเป็นร้านค้าเคลื่อนที่ที่พร้อมจะเปิดรับลูกค้าทุกเมื่อที่มีโอกาส ไม่ต้องง้อทำเลถาวร แต่เน้นเข้าหาผู้คนในจังหวะและเวลาที่เหมาะสม อาจจะทำร้านฟู้ดทรัคเสิร์ฟจานใหญ่ สไลว์บาร์ที่คอยดริปกาแฟ หรืองานคราฟต์ งานศิลปะสวยๆ ไปตั้งโชว์และเปิดขาย

การใช้ไฟจากรถ EV ทำหน้าร้านพ็อปอัพแบบนี้ นอกจากจะประหยัดต้นทุนค่าไฟและค่าเช่าที่แล้ว ยังเป็นภาพที่ดึงดูดสายตาได้ดี เพราะความล้ำของการใช้รถจ่ายไฟให้ร้านค้ามักจะทำให้คนที่ผ่านไปผ่านมารู้สึกที่งั้น จนต้องหยุดถ่ายรูปแชร์ลงโซเชียล เป็นการตลาดแบบออร์แกนิกที่ได้มาฟรีๆ อีกด้วย





3

### โรงหนังเอาเตอร์ สร้างชิบโรแบบตกใต้แสงดาว

กิจกรรมดูภาพยนตร์อยู่บ้านในห้องนั่งเล่นเดิมๆ มันน่าเบื่อเกินไปแล้ว ลองเปลี่ยนบรรยากาศมาสร้าง โรงภาพยนตร์ส่วนตัวนอกบ้านกันดูสักทีดีกว่า ด้วยฟังก์ชัน V2L การจัดเทศกาลภาพยนตร์ขนาดย่อมจะไม่ใช้เรื่องยุ่งยากที่ต้องลากสายไฟยาวเป็นร้อยเมตรจากในบ้านอีกต่อไป

ไม่ว่าจะเป็นลานสนามหญ้าหน้าบ้าน พื้นที่สาธารณะในชุมชน (ที่ได้รับอนุญาต) หรือลานกางเต็นท์ริมลำธารตอนไปเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน คุณสามารถเนรมิตคำคืนสุดพิเศษนี้ได้ในเวลาไม่ถึง 15 นาที ที่สำคัญที่สุดคือ คุณสามารถนั่งดูซีรีส์ยาวๆ แบบมาราธอนตั้งแต่หัวค่ำยันได้รุ่งได้อย่างสบายใจ เพราะระบบ V2L ของรถ EV ส่วนใหญ่จะมีระบบตั้งค่าอัจฉริยะล่วงหน้า เช่น ให้รถจ่ายไฟได้เรื่อยๆ จนกว่าแบตเตอรี่หลักของรถจะเหลือ 20% ซึ่งเพียงพอที่จะขับไปชาร์จต่อที่สถานีชาร์จได้อย่างเหลือเฟือ ดังนั้นลืมความกังวลเรื่อง “ไฟหมดแล้วรถจะสตาร์ทไม่ติด” ไปได้เลย



### จัดมุมปาร์ตี้ได้ทุกที่ทุกเวลา

เวลาไปปิกนิกหรือสังสรรค์นอกบ้านกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ภาพจำส่วนใหญ่คือการนั่งล้อมวงคุยกันบนเสื่อ มีกระติกน้ำแข็งหนึ่งใบกับอาหารกล่องที่เริ่มซีดลงเรื่อยๆ นั่งไปสักพักแดดเริ่มโผล่ อากาศเริ่มอบอ้าว ยุงเริ่มบินมาทรมานใจ จากกิจกรรมกระชับความสัมพันธ์ก็อาจจะกลายเป็นความทรมานเบาๆ จนต้องรีบแยกย้าย แต่ถ้าเรา “เติมพลังงานไฟฟ้า” เข้าไปในวงปิกนิกดูละ ความสนุกจะทวีคูณขึ้นขนาดไหน

รถ EV ที่ทำหน้าที่เป็นเพาเวอร์แบงก์ยักษ์ จะทำให้ไม่ต้องทนกับพัดลมมือถืออันเล็กๆ ที่ลมเบาหวิวอีกต่อไป คุณสามารถยกพัดลมไอเย็น (Air Cooler) หรือพัดลมตั้งพื้นตัวใหญ่ขนาด 16 นิ้ว มาเปิดเป่าลมเย็นฉ่ำไล่ความร้อนและไล่ยุงได้อย่างสะใจ จะเสียบปลั๊กเครื่องเสียง ลำโพง หรือแม้แต่ชุดเครื่องเล่นดีเจขนาดย่อมก็ยังได้ หรือจะเสียบปลั๊กเตาปิ้งย่าง หม้อชาบูไฟฟ้าจุ่มน้ำจิ้มรสเด็ดเคล้าเสียงหัวเราะได้ทุกที่

เทคโนโลยี V2L ในรถยนต์พลังงานไฟฟ้า ไม่ได้เป็นเพียงแค่อีเจอร์แถมมาซำๆ แต่เข้ามาปฏิวัติไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตนอกบ้านอย่างแท้จริง มันมอบ “อิสรภาพทางพลังงาน” ให้แก่เราในแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน จากเดิมที่เราต้องพึ่งพาปลั๊กไฟบ้านหรือทนอยู่กับความจำกัดของแบตเตอรี่ก้อนเล็กๆ วันนี้เรามีมุมพลังงานสะอาดขนาดมหึมาติดตัวไปด้วยทุกที่ในรูปแบบของพาหนะคู่ใจ ซึ่งความสุขทั้งหมดนี้เกิดขึ้นได้เพียงแค่เสียบปลั๊ก

# ชวนเที่ยว 55 เมืองรอง



## ที่สวย ไม่เป็นรองใคร

เมืองรอง คือจังหวัดหรือพื้นที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รู้ใหม่ว่าทั่วประเทศไทยมีเมืองรองถึง 55 จังหวัด และทุกแห่งล้วนซ่อนเสน่ห์เฉพาะตัวไว้อย่างน่าทึ่ง ทั้งธรรมชาติที่ยังบริสุทธิ์ วัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง และประสบการณ์ที่หาไม่ได้จากเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

### เมืองรองมีจังหวัดอะไรบ้าง

#### เหนือ (16 จังหวัด)

เชียงราย เพชรบูรณ์ น่าน แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง อุตรดิตถ์ ตาก สุโขทัย พิจิตร อุทัยธานี กำแพงเพชร นครสวรรค์ พิษณุโลก พะเยา

#### กลาง (7 จังหวัด)

ลพบุรี สุพรรณบุรี นครนายก สระบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท อ่างทอง

#### ใต้ (9 จังหวัด)

นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา ปัตตานี

#### ตะวันออกเฉียงเหนือ (18 จังหวัด)

อุดรธานี อุบลราชธานี หนองคาย เลย มุกดาหาร บัรรัมย์ ชัยภูมิ ศรีสะเกษ สุรินทร์ สกลนคร นครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม บึงกาฬ กาฬสินธุ์ ยโสธร หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ

#### ตะวันออก (5 จังหวัด)

ปราจีนบุรี สระแก้ว ตราด จันทบุรี นครนายก\*

\* จังหวัดนครนายก จัดอยู่ในภาคกลาง หรือภาคตะวันออก ตามการแบ่งของหน่วยงานต่างๆ

## รวมสถานที่ท่องเที่ยวเด่น จาก 4 ภาคทั่วไทย

### ภาคเหนือ รวมดินแดนศรัทธาตระการตา

ภาคเหนือมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายน่าสนใจ เช่น วัดพระธาตุลำปางหลวง จังหวัดลำปาง วัดล้านนาอายุกว่า 1,000 ปี ที่มีปรากฏการณ์ภาพฉายกลับหัวของเจดีย์ทองคำอันเป็นเอกลักษณ์ บ้านรักไทย จังหวัดแม่ฮ่องสอน หมู่บ้านชาวจีนยูนนานบนความสูงกว่า 1,800 เมตร ที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิมท่ามกลางทะเลหมอก ภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย ผาหินสูงกว่า 1,600 เมตร ที่ยื่นออกเหนือทะเลหมอกพร้อมวิวชายแดนไทย-ลาวสุดตา อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก พื้นที่ประวัติศาสตร์กลางป่าสนที่แผ่ร่องรอยการต่อสู้ทางการเมืองไว้ได้ความงามของธรรมชาติ และ ดอยทูลุ (ม่อนทูลุ) จังหวัดตาก ดอยชายแดนที่ยังเงียบสงบ มีทะเลหมอกและวิวกุษาซ้อนชั้นแบบดิบแท้



## ภาคอีสาน อารยธรรมเก่าแก่และธรรมชาติบริสุทธิ์

มองอีสานใหม่อีกครั้ง เพราะที่นี่แฝงไว้ด้วยอารยธรรมเก่าแก่และธรรมชาติที่ชวนคุณมาสัมผัส เช่น อุทยานแห่งชาติภูเรือ จังหวัดเลย ภูเขาสูงที่มีอากาศหนาวที่สุดในอีสาน พร้อมทิวทัศน์ป่าดิบเขาที่สมบูรณ์งดงาม สามพันโบก จังหวัดอุบลราชธานี แกรนด์แคนยอนเมืองไทย หลุมหินกว่า 3,000 หลุม ที่ถูกแม่น้ำโขงกัดเซาะมานับล้านปี วัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร จังหวัดนครพนม พระธาตุศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองริมฝั่งโขงอายุกว่า 2,500 ปี วัดรอยพระพุทธบาทภูมโนรมย์ จังหวัดมุกดาหาร วัดบนหน้าผาหินทรายที่มองเห็นแม่น้ำโขงและฝั่งลาวได้อย่างชัดเจน และ ทะเลบัวแดง บึงหนองหาน อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี บึงน้ำจืดที่แปรสภาพเป็นทะเลสีชมพูแดงจากดอกบัวนับล้านดอกในช่วงฤดูหนาว



ทะเลบัวแดง จังหวัดอุดรธานี

## ภาคตะวันออก สัมผัสความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

ภาคตะวันออกเต็มไปด้วยอุทยานแห่งชาติที่อุดมสมบูรณ์และธรรมชาติที่งดงาม เช่น อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว จังหวัดจันทบุรี ป่าดิบชื้นที่มีน้ำตกไหลตลอดปีและบึงปลาไต้ น้ำตกที่ร่มรื่นผิดคาด อุทยานแห่งชาติปางสีดา จังหวัดสระแก้ว ผืนป่าติดชายแดนกัมพูชาที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์และโอกาสพบสัตว์ป่าหายาก เขาช่องลม จังหวัดนครนายก จุดชมวิว 360 องศา ที่มองเห็นทั้งทุ่งนาและภูเขาทอดยาวสุดสายตา และ แก่งหินเพิง จังหวัดปราจีนบุรี แก่งหินธรรมชาติกลางแม่น้ำที่เจียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อนแบบชิลๆ



แก่งหินเพิง จังหวัดปราจีนบุรี

## ภาคใต้ พงศกษัยโลกใต้ฟ้า

ภาคใต้ไม่ได้มีดีแค่เกาะดัง แต่ยังซ่อนอัญมณีที่รอการค้นพบอีกมากมาย เช่น เกาะค้างคาว จังหวัดระนอง เกาะเจียบสงบ น้ำใส ปะการังสมบูรณ์ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร หมู่เกาะในอ่าวไทยที่ทะเลใส เหมาะทั้งดำน้ำตื้นและน้ำลึก ถ้ำมรกต จังหวัดตรัง ถ้ำใต้ทะเลที่แสงอาทิตย์ส่องผ่านผิวน้ำสีมรกตสร้างบรรยากาศลึกลับตระการตา หาดสนหลังมังกร จังหวัดสตูล สันทรายแคบยาวเชื่อม 2 เกาะ ที่มองจากมุมสูงเหมือนสนหลังมังกรโผล่พ้นทะเล และ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช หมู่บ้านในหุบเขาที่มีอากาศบริสุทธิ์ที่สุดในไทย เหมาะสำหรับการพักผ่อนและชาร์จพลังท่ามกลางธรรมชาติ

นี่คือส่วนหนึ่งของเสน่ห์เมืองรองที่รอให้คุณไปสัมผัส ออกเดินทางสักครั้ง แล้วจะพบว่าเมืองไทยยังมีอีกหลายมุมที่ไม่เคยเห็น



อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะชุมพร

ขอขอบคุณข้อมูลจาก [www.krungsri.com](http://www.krungsri.com)  
ขอขอบคุณรูปภาพจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)





# คุณเป็น “ฝน” แบบไหน

บางคนชอบเสียงฝนบนหลังคา บางคนกลับรู้สึกเหงาทันทีเมื่อฟ้ามีดล

มีงานวิจัยพบว่า ผู้คนตอบสนองต่อ “ฝน” แตกต่างกัน ทั้งด้านอารมณ์ ความคิด และบุคลิกภาพ บางคนมีสมาธิดีขึ้นในวันที่ฝนตก ขณะที่บางคนรู้สึกพลังหายไปเฉย ๆ

แล้วคุณล่ะ... เป็นฝนแบบไหนกันนะ วันนี้เรามีแบบทดสอบสนุกๆ ที่บอกว่าตัวคุณเปรียบดั่งฝนแบบใด

## 1. เข้าวันหยุดที่ฝนตกหนัก สิ่งแรกที่คุณรู้สึกคือ...

- A. โลงใจ เหมือนได้พักจากโลกภายนอก
- B. อยากออกไปหาอะไรอร่อยกิน บรรยากาศแบบนี้ น่านั่งคาเฟ่
- C. รีบเช็กว่าวันนี้มีอะไรต้องเลื่อนหรือเปลี่ยนแผนใหม่
- D. รู้สึกคิดถึงบางคนหรือบางช่วงเวลาแบบไม่มีสาเหตุ

## 2. เวลาฝนตกตอนขับรถ คุณมักจะ...

- A. เปิดเพลงเบาๆ แล้วขับช้าลง
- B. ยังสนุกกับการเดินทางเหมือนเดิม
- C. ตั้งสติและโฟกัสมากขึ้นเป็นพิเศษ
- D. อยากกลับบ้านเร็วๆ ไม่อยากเจอความวุ่นวาย

## 3. กลับหลังฝนตกทำให้คุณรู้สึก...

- A. รู้สึกสงบแบบอธิบายไม่ถูก
- B. รู้สึกสดชื่น มีพลังขึ้น
- C. ไม่ได้รู้สึกอะไรเป็นพิเศษ
- D. นึกถึงความทรงจำเก่าๆ ทันที

(นักวิจัยเรียกกลิ่นหลังฝนตกนี้ว่า “Petrichor” ซึ่งเชื่อมโยงกับอารมณ์และความทรงจำได้ดีมาก)

## 4. ถ้าแผนเที่ยวพังเพราะฝน คุณจะ...

- A. เปลี่ยนเป็นกิจกรรมง่ายๆ ในร่มแทน
- B. ไปต่ออยู่ดี ฝนก็มีเสน่ห์อีกแบบ
- C. รีบวางแผนใหม่ทันที
- D. แอบเสียอารมณ์ไปทั้งวัน

### 5. เพลย์ลิสต์วันฝนตกของคุณคือ...

- A. โล-ไฟ (Lo-fi) แจ๊ส (Jazz) อะคูสติค (Acoustic) เบาๆ
- B. เพลงสดใส ฟังแล้วอยากออกเดินทาง
- C. เพลงที่ช่วยให้มีสมาธิหรือคิดงานได้
- D. เพลงเศร้าๆ ที่ยิ่งฟังยิ่งอิน

### 6. ถ้าฝนคือ "บทเรียนหนึ่งของชีวิต" คุณคิดว่ามันสอนเรื่อง...

- A. การอยู่กับตัวเอง
- B. ความสุขเล็กๆ ระหว่างทาง
- C. การรับมือกับสิ่งไม่คาดคิด
- D. การยอมรับความเปลี่ยนแปลง



#### The Soft Rain "ฝนบอย"

คุณเป็นคนอ่อนโยน ลึกซึ้ง และสังเกตความรู้สึกคนเก่ง ภายนอกดูนิ่ง แต่ภายในเต็มไปด้วยรายละเอียดเล็กๆ ที่หลายคนมองไม่เห็น คุณชอบช่วงเวลาสงบๆ และมักชาร์จพลังด้วยการอยู่กับตัวเอง เสียงฝน หนังสือ เพลงเบาๆ หรือแสงไฟอุ่นๆ คือ Comfort Zone ชั้นดีของคุณ

งานวิจัยด้าน Sensory Processing Sensitivity พบว่า คนบางกลุ่มมีระบบประสาทที่ไวต่อเสียง กลิ่น และบรรยากาศมากกว่าคนทั่วไป ซึ่งมักเชื่อมโยงกับความเข้าอกเข้าใจและความคิดสร้างสรรค์สูง

### วิธีนับคะแนน

- ตอบ A. มากที่สุด = The Soft Rain
- ตอบ B. มากที่สุด = The Summer Storm
- ตอบ C. มากที่สุด = The Thunder Mind
- ตอบ D. มากที่สุด = The Autumn Rain



#### The Thunder Mind "ฝนหึก"

คุณเป็นคนคิดเป็นระบบ มีเหตุผล และรับมือกับความวุ่นวายได้ดี ยิ่งสถานการณ์กดดัน คุณยิ่งนิ่ง

คุณอาจไม่ใช่คนพูดเยอะ แต่คนรอบตัวมักฟังคุณเวลาเกิดปัญหา เพราะคุณมีทั้งการวิเคราะห์และการตัดสินใจที่แม่นยำ มีงานวิจัยพบว่าคนบางกลุ่มสามารถโฟกัสและคิดเชิงลึกได้ดีขึ้นในวันที่อากาศครึ้มหรือฝนตก เพราะสมองเข้าสู่โหมดวิเคราะห์มากขึ้น



#### The Summer Storm "ฝนฤดูร้อน"

คุณสดใส มีพลัง และทำให้คนรอบตัวรู้สึกมีชีวิตชีวา แม้ภายนอกจะดูเข้ากับคนง่าย แต่จริงๆ แล้วคุณมีโลกส่วนตัวชัดเจน คุณเป็นคนที่ "ไปต่อได้เสมอ" แม้สถานการณ์จะไม่เป็นใจ

และมักเปลี่ยนวันแย่ๆ ให้กลายเป็นความทรงจำสนุกได้แก่คุณอาจเป็นคนประเภทที่สภาพอากาศส่งผลต่ออารมณ์เชิงบวกค่อนข้างมาก หรือที่นักวิจัยเรียกว่า Summer Lover Type



#### The Autumn Rain "ฝนปลายฤดู"

คุณเป็นคนที่เติบโตผ่านการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีความเข้าใจอารมณ์ของตัวเอง และมักซ่อนความอ่อนไหวไว้ภายใต้ความนิ่ง คุณชอบบทสนทนาที่

จริงจังมากกว่าความสัมพันธ์ผิวเผิน และมักผูกพันกับความทรงจำ กลิ่น เสียง หรือสถานที่บางอย่างเป็นพิเศษ คุณเป็นคนที่ "รู้สึกกับโลก" มากกว่าที่แสดงออก

# 4 ไอเทมเครื่องเสียง ที่ช่วยยกระดับทุกกิจกรรม ในชีวิตประจำวัน

ไม่ว่าจะทำงาน พักผ่อน เดินทาง หรืออยู่บ้าน ทุกช่วงเวลาดีขึ้นได้ด้วย  
“เสียง” ที่ใช่ “แอป โภ บาย กรุ๊ป ออโต้” ชวนส่องไอเทมเครื่องเสียงบน  
PromptBuy ที่ตอบทุกไลฟ์สไตล์ยุคใหม่



## Bose QuietComfort Headphones : ปิดโลกภายนอก แล้วเปิดโลกของคุณให้เต็มเสียง

สำหรับคนที่อยากมีช่วงเวลาส่วนตัวมากขึ้น หูฟังตัดเสียงรบกวนดี ๆ คือไอเทมที่ช่วยให้การฟังเพลง ดูภาพยนตร์ หรือทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น Bose QuietComfort Headphones มาพร้อมระบบตัดเสียงรบกวนและคุณภาพเสียง Hi-Fi ให้คุณเลือกโหมด Quiet สำหรับไฟกัสนัดที่ หรือโหมด Aware เมื่อต้องการรับรู้เสียงรอบตัว แบตเตอรี่ใช้งานได้ยาวนานสูงสุด 24 ชั่วโมง เหมาะทั้งใช้ทำงาน พักผ่อน หรือใช้งานระหว่างวันได้อย่างต่อเนื่อง



## Bose SoundLink Micro Portable Speaker (2nd Gen) : ลำโพงขนาดเล็กที่พร้อมไปได้ทุกที่

สายเที่ยว สายกิจกรรม หรือคนที่ชอบมีเสียงเพลงสร้างบรรยากาศในทุกโอกาส น่าจะถูกใจกับลำโพงพกพาขนาดกะทัดรัด รุ่นนี้ แม้ตัวเครื่องจะเล็กแต่ให้เสียงชัด เบสแน่น ใช้งานต่อเนื่องได้สูงสุด 12 ชม. อีกทั้งยังกันฝุ่นและน้ำระดับ IP67 พร้อมใช้งานทั้งในบ้าน นอกบ้าน รวมถึงกิจกรรมกลางแจ้ง



## Bose QuietComfort Earbuds : เล็ก พกง่าย แต่เสียงจัดเต็ม

ใครชอบความคล่องตัว หูฟังไร้สาย อาจเป็นตัวเลือกที่ตอบโจทย์มากกว่า QuietComfort Earbuds โดดเด่นด้วยคุณภาพเสียงระดับ Hi-Fi ระบบตัดเสียงรบกวน และดีไซน์ที่สวมใส่สบาย พร้อมแบตเตอรี่ที่ใช้งานได้ยาวนาน เหมาะสำหรับคนที่ต้องการหูฟังคู่ใจไว้ใช้ฟังเพลง ประชุมออนไลน์ หรือใช้งานในชีวิตประจำวัน



## Bose Bass Module 700 : ยกระดับความบันเทิงในบ้านให้เต็มอารมณ์

สำหรับคนที่ให้ความสำคัญกับระบบเสียงในบ้าน Bose Bass Module 700 คือตัวช่วยเพิ่มมิติเสียงเบสให้ระบบโฮมเอนเตอร์เทนเมนต์ทรงพลังยิ่งขึ้น ออกแบบมาเพื่อใช้งานร่วมกับ Soundbar โดยเฉพาะ ช่วยเติมเต็มประสบการณ์ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือสตรีมคอนเทนต์โปรดให้สมจริงมากขึ้น

เพราะอุปกรณ์เสียงที่เหมาะสมกับการใช้งาน ช่วยให้ทุกกิจกรรมในชีวิตประจำวันสนุกและสะดวกขึ้น ลองเลือกไอเทมที่เข้ากับสไตล์ของคุณ และค้นหาสินค้าที่ตอบโจทย์ได้ง่ายๆ ผ่าน PromptBuy บน “แอป โภ บาย กรุ๊ป ออโต้” และ LINE : @krungsriauto

**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.จุดอนุสรณ์ 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 44-44/1 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
  - 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 143 หมู่ 1 ถ.เลี้ยวเมืองชลบุรี ต.หนองไม้แดง 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 อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499
  - ปราจีนบุรี 47/1 ถ.ปราจีนคาม 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.ไธเวย์ 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
  - 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.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499
  - ร้อยเอ็ด 49/6-7 ถ.ทวารภิกบาล 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
  - 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.วิวิธสุการ 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.ร่วมจิตร์ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
- **ภาค 6**
  - นครปฐม 511 ถ.เทศบาล 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.วังก้ง 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.กาญจนบุรี 71110 โทร.034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060
  - สุพรรณบุรี 64/23 ถ.เนรมแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027
  - สระบุรี 93/2-5 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกุด อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 18000 โทร. 036-343-400 แฟกซ์ 036-343-499
- **กรุงเทพฯ**
  - นนทบุรี The Idea 105/6-105/7 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด 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
  - ลาดกระบัง 2484/1 ถ.ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 02-327-0243 แฟกซ์ 02-327-0240
  - หลักสี่ 76/1 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749
  - ท่าพระ 119, 121, 123 ถ.รัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600 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 หมู่บ้านบางใหญ่ชิตี 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)  
 1222/1 อาคารธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (อาคารริมน้ำ) ชั้น 18 ถนนพระรามที่ 3 แขวงบางโพงพาง  
 เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 โทร. 02-708-8130-3 อีเมล : KrungsriAuto.Communications@krungsri.com

**ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย**

บริษัท เปเปอร์คอร์ด จำกัด โทร. 093-192-2465, 081-919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com



krungsriauto.com



krungsri  
Auto

A member of MUFG

USED CAR

รถเดืบท์



สินเชือรถเดืบท์

# ออกรถเดืบท์ง่าย กับ กรุงศรี ยูสด์ คาร์

ออกรถมือสองจากเดืบท์ท้วไทย ง่าย อุ่นใจ และสบายใจ

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

\*เมื่อถูกค้าซื้อประกันโปรแกรมขยายเวลารับประกันอะไหล่รถยนต์ • ให้บริการสินเชือโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) • ใ้เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

Ins. 0 2740 7400 | [www.krungsriauto.com](http://www.krungsriauto.com) | @krungsriauto