



krungsri
Auto

A member of MUFG

Things You Need to Know about Auto Finance and Beyond

Krungsri Auto Magazine

Vol.18 No.2

March - April 2026

อัปเดตประเด็นร้อน ที่ต้องรู้!



สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์



- 3 KA Talk
- 4 Cover Story
อัปเดตประเด็นร้อน ที่ต้องรู้!
- 14 The Favorite
สันติ วุฒิวงศ์อังคณา
เดิน... สู่อีก 7 แอว Happy & Healthy
- 17 Dealer Talk
กลยุทธ์ "สวมเสื้อตัวเดียว"
ของ ก้าวรพาณิชคอมเมอร์เชียล
- 20 Happening
รถเก่าคือเหมืองแร่แห่งใหม่ เมื่ออุตสาหกรรม
ยานยนต์ตัดสินใจเอาของเก่ามาทำเงิน

- 22 Enjoy the Ride
เปลี่ยนช่วงเวลาบนท้องถนน
ให้เป็นเวลา "ดูแลตัวเอง"
- 24 Chill out by GO Travel
เที่ยวตาม ททท. และ "ลิซ่า"
ต้นตากับ 12 สถานที่ทั่วไทย
- 26 A Lot Like Luck
คุณเป็นคนซาร์จพลัง (โทรศัพท์มือถือ) แบบไหน
- 28 Best of the Month
ทำไม "โซลาร์เซลล์" ถึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า
สำหรับบ้านยุคนี้

มากกว่าสินเชื่อยานยนต์กับ กรุงศรี ออโต้

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

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

กรุงศรี ออโต้ ยึดมั่นในแนวทาง Responsible Lending โดยมุ่งให้คำแนะนำสินเชื่อที่เหมาะสมกับศักยภาพในการผ่อนชำระของลูกค้า พร้อมดูแลให้ความช่วยเหลือในยามที่เผชิญความท้าทายด้านการเงิน เพื่อให้ทุกการเดินทางเป็นเส้นทางที่มั่นคงและยั่งยืน

ข้อมูลเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ www.krungsriauto.com หรือโทร 0 2740 7400





เปลี่ยนความเสี่ยง เป็นโอกาส

เคยไหมคะ บนถนนเส้นเดิมที่รถติดสาหัส เราต้องตัดสินใจว่าจะทนขับต่อไป หรือจะลองเลี้ยวเข้าซอยเล็กที่ไม่คุ้นเคย

ในโลกธุรกิจ ทุกการตัดสินใจคือการชั่งน้ำหนักระหว่าง “ความเสี่ยง” (Risk) กับ “ผลตอบแทน” (Return) หลายคนมองว่าความเสี่ยงคืออุปสรรคที่ต้องหลีกเลี่ยง แต่ในมุมมองของนักบริหารมืออาชีพ ความเสี่ยงที่ผ่านการคำนวณอย่างรอบคอบ คือ “เข็มทิศ” ที่นำไปสู่การเรียนรู้และโอกาสที่คู่แข่งมองไม่เห็น

ในฐานะผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ “กรุงศรี ออโต้” เราเผชิญกับคลื่นความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทั้งเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก การบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับเราจึงไม่ใช่ “การเดินหนี” แต่คือ “การเตรียมพร้อม” เพื่อเปลี่ยนความไม่แน่นอนให้กลายเป็นภูมิคุ้มกันที่แข็งแกร่ง

นวัตกรรมที่เปลี่ยนโลกไม่ได้เกิดจากความบังเอิญ แต่เกิดจากความกล้าที่จะก้าวออกจากเส้นทางที่คุ้นเคย ความเสี่ยงเปรียบเสมือนเชื้อเพลิงที่จุดประกายความคิดสร้างสรรค์และการปรับตัว องค์กรที่กล้าเผชิญหน้ากับความเสี่ยงอย่างมีปัญญา คือองค์กรที่จะนำหน้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่เสมอ

ดิฉันขอเป็นกำลังใจให้ทุกท่านกล้าที่จะตัดสินใจอย่างรอบคอบ และมองหาโอกาสที่ซ่อนอยู่ภายใต้ความไม่แน่นอน เพราะทุกทางเลือกในวันนี้ คือส่วนหนึ่งในการตีไช่นอนาคตที่ดีกว่าเดิมให้แก่ตัวเราและสังคม

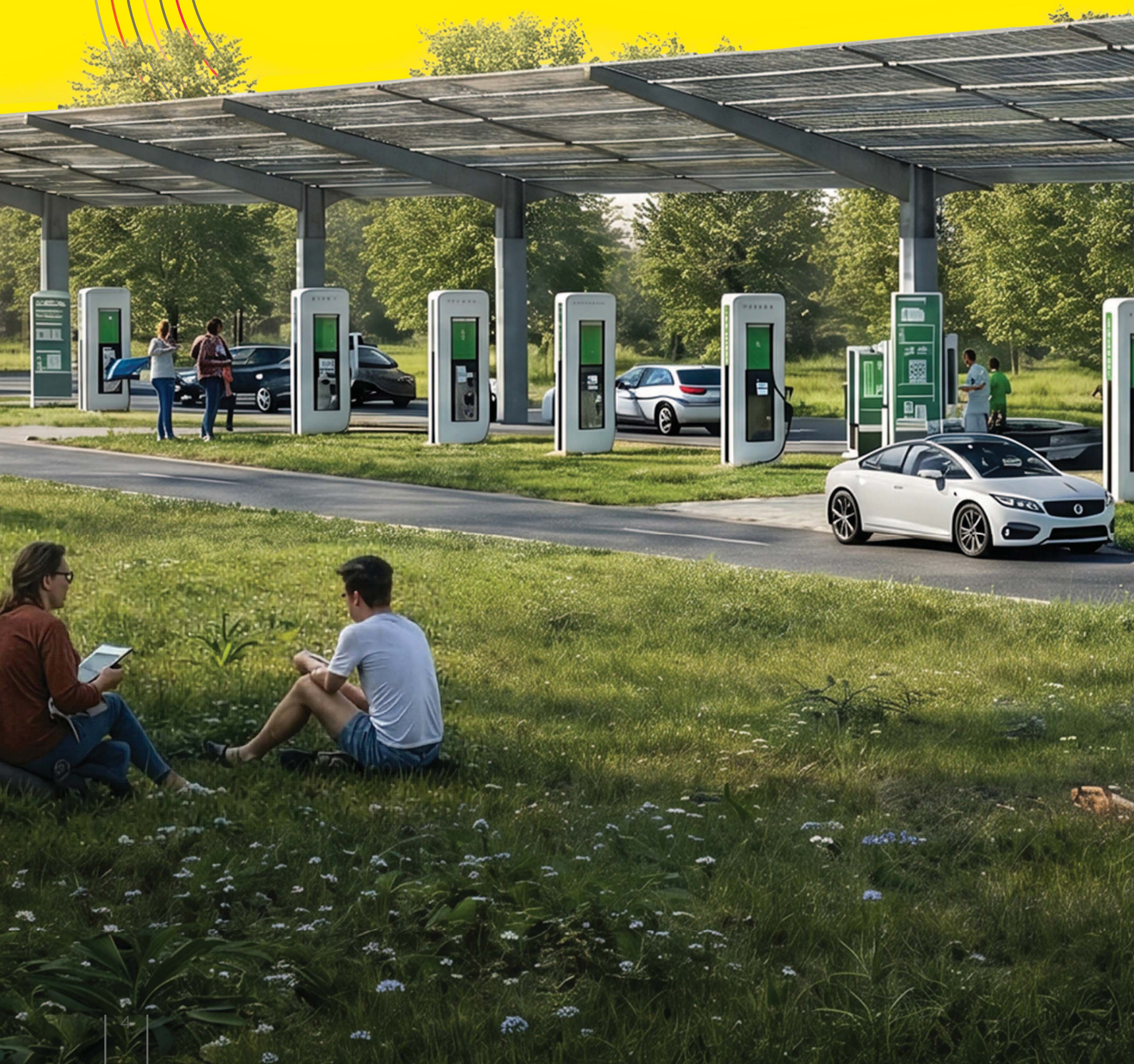
ชญาน์ธิป พันธุ์ณี

ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

HOT!

ISSUE



อัปเดตประเด็นร้อน ที่ต้องรู้!

ท่ามกลางอุณหภูมิการเมืองโลกที่คุกรุ่น อุตสาหกรรมยานยนต์ในปี 2569 ก็กำลังเผชิญหน้ากับจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์ ไม่ใช่แค่การเปลี่ยนจากน้ำมันไปเป็นไฟฟ้า แต่เป็นการสร้างนิยามใหม่ของคำว่า “การเคลื่อนที่” (Mobility) ผ่านเทคโนโลยีอัจฉริยะ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างสุดขั้ว และภาระหน้าที่ในการกอบกู้โลกที่กำลังเดือดเกินกว่าจะเพิกเฉยได้

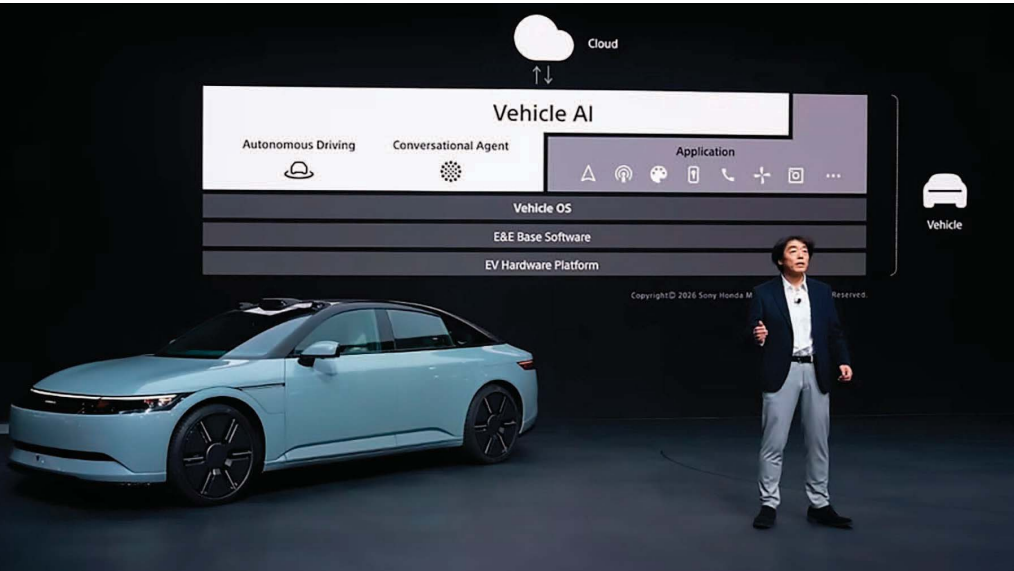
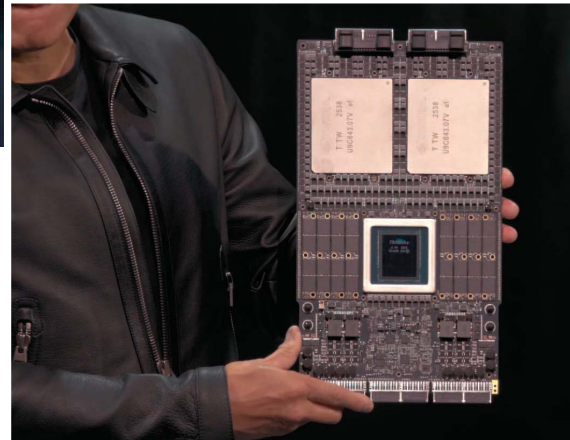


HOT DRIVE

ก้าวข้ามยุค EV สู่นานยนต์อัจฉริยะ

ถ้าคุณคิดว่าปี 2569 คือยุคของรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ล้วน ๆ คงต้องปรับความคิดใหม่ เพราะวงการยานยนต์กำลังเข้าสู่มิติที่ซับซ้อนและน่าตื่นเต้นกว่านั้นมาก สมรภูมิการแข่งขันในอุตสาหกรรมรถยนต์โลกปี 2569 ไม่ได้วัดกันที่กิโลวัตต์ หรือแรงม้า แต่วัดกันที่ซอฟต์แวร์ ปัญญาประดิษฐ์ และประสบการณ์ผู้ใช้เป็นหลัก

งาน CES 2026 ที่ลาสเวกัส ได้เผยให้เห็นภาพอนาคตของยานยนต์อย่างชัดเจน นั่นคือยุคของ AI-Defined Vehicles หรือยานยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ ในแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน



ยุคทองของไฮบริดรุ่นใหม่

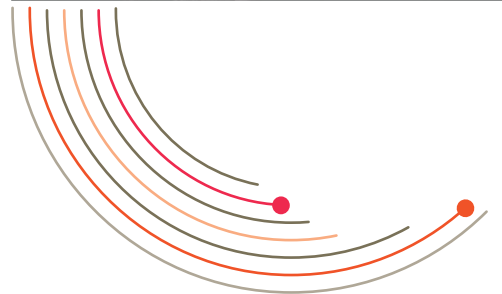
แม้ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา โลกจะตื่นตัวกับรถยนต์ EV อย่างล้นหลาม แต่ตอนนี้ผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มหันหลังให้แบตเตอรี่ล้วนๆ และโอบรับความยืดหยุ่นของไฮบริดมากขึ้น ขณะที่ยอดขายรถยนต์ EV แบตเตอรี่ล้วนกลับชะลอตัวลงในหลายตลาด Toyota ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกไฮบริดมาตั้งแต่ยุคแรก ประกาศเป้าหมายว่าในปี 2569 รถยนต์ที่ขายในสหรัฐฯ ราว 40% จะเป็นไฮบริด แสดงให้เห็นว่าแม้แต่ยักษ์ใหญ่ก็มองว่าไฮบริดยังมีอนาคตสดใส

สาเหตุที่ผู้บริโภคหันมาชอบไฮบริดมากขึ้นนั้นมีหลายปัจจัยด้วยกัน ประการแรกคือความกังวลเรื่องสถานีชาร์จ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่สถานีชาร์จนอกกรุงเทพฯ ยังมีไม่ทั่วถึง

ประการที่ 2 คือ Plug-in Hybrid (PHEV) รุ่นใหม่ที่สามารถวิ่งในโหมดไฟฟ้าล้วนได้ไกลกว่า 100 กม. ซึ่งตอบโจทย์การใช้งานในเมืองได้อย่างดี โดยที่ยังมีเครื่องยนต์สำรองไว้สำหรับทริปทางไกล

ประการที่ 3 คือราคาที่จับต้องได้กว่ารถยนต์ EV ล้วน ทำให้มันกลายเป็นสะพานเชื่อมที่สมเหตุสมผลในช่วงเปลี่ยนผ่านนี้

สำหรับ Full Hybrid (FHEV) รุ่นใหม่นั้นมีเทคโนโลยีก้าวหน้าจนน่าทึ่ง รถยนต์ Full Hybrid ขั้นนำในปัจจุบันสามารถประหยัดน้ำมันได้ถึง 25-30 กม./ลิตร บนถนนในเมือง ซึ่งประหยัดกว่ารถยนต์น้ำมันธรรมดาถึง 2-3 เท่า พร้อมกับปล่อยมลพิษน้อยกว่ามากด้วย





แบตเตอรี่โซลิดสเตต (Solid-State Battery) และการชาร์จเร็ว

หัวข้อที่ทุกคนในวงการยานยนต์จับตามองมากที่สุดในปี 2569 คือแบตเตอรี่แบบของแข็ง (Solid-State Battery) ที่ถูกมองว่าจะเป็น “ตัวเปลี่ยนเกม” ของยานยนต์ไฟฟ้า เพราะแบตเตอรี่ประเภทนี้ไม่มีอิเล็กโทรไลต์ที่เป็นของเหลวเหมือนแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนทั่วไป ทำให้ปลอดภัยกว่า เก็บพลังงานได้มากกว่า และน้ำหนักเบากว่า

บริษัท Factorial Energy จากสหรัฐฯ ได้ทดสอบรถยนต์ Mercedes-Benz ที่ใช้แบตเตอรี่โซลิดสเตตของตัวเอง และทำสถิติวิ่งได้กว่า 745 ไมล์ (ประมาณ 1,200 กม.) ในการชาร์จเพียงครั้งเดียวเมื่อปีที่ผ่านมา โดยบริษัทวางแผนนำเทคโนโลยีนี้สู่ตลาดจริงในปี 2570 ขณะที่ ProLogium จากไต้หวันสามารถพัฒนาแบตเตอรี่ลิเทียมเซรามิก (Lithium-Ceramic Battery) ที่มีความหนาแน่นพลังงานสูงถึง 380 วัตต์-ชม./กก. และมีเป้าหมายจะชาร์จ 60% ได้ภายใน 4 นาที เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ในตอนนี้แบตเตอรี่โซลิดสเตตยังคงเป็นเทคโนโลยีที่อยู่ในช่วงการผลิตจำนวนน้อยและราคาสูง สำหรับตลาดกระแสหลัก แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนฟอสเฟต (Lithium Iron Phosphate : LFP) กำลังครองตลาดอย่างเต็มตัว โดยมีการใช้งานในรถยนต์ EV ที่จำหน่ายในจีนมากกว่า 76% แล้ว แนวโน้มนี้ส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพราะต้นทุนแบตเตอรี่กำลังลดลงอย่างต่อเนื่องในอัตราราว 8-10% ต่อปี



เมื่อรถยนต์กลายเป็นสมาร์ทโฟนที่มีล้อ

การเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในวงการยานยนต์ปีนี้ไม่ใช่แบตเตอรี่หรือมอเตอร์ แต่คือซอฟต์แวร์ รถยนต์รุ่นใหม่กำลังเปลี่ยนจากการมี ECU (Electronic Control Unit) หน่วยควบคุมการทำงานตัวเล็กๆ หลายสิบตัวกระจายทั่วรถ ไปเป็นระบบสมองกลางที่ควบคุมทุกอย่างในคันเดียว สิ่งนี้เปิดทางให้สามารถอัปเดตทั้งประสิทธิภาพเครื่อง ระบบช่วยขับที่ และฟังก์ชันความบันเทิงแบบออนไลน์ได้โดยไม่ต้องเข้าศูนย์บริการ

ความเคลื่อนไหวที่เห็นได้ชัดคือ บริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีอย่าง NVIDIA เปิดตัวชิปยานยนต์ 3 นาโนเมตร (Chip 3nm) ที่สามารถประมวลผลเอไอ (AI) ได้เทียบเท่ากับซูเปอร์คอมพิวเตอร์ในรถยนต์คันเดียว ทำให้ฟังก์ชันการตรวจจับอุปสรรค การอ่านป้ายจราจร และการสนทนากับผู้ช่วยอัจฉริยะ (AI Assistant) ในรถสามารถทำงานได้อย่างสิ้นไหล

ระบบช่วยขับที่กำลังก้าวสู่ระบบขับอัตโนมัติระดับ 3 (Level 3) ที่กลายเป็นระบบขับอัจฉริยะแบบไม่ต้องมองถนน (Eyes-off) ระดับที่อนุญาตให้ผู้ขับที่ละสายตาจากถนนได้ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด โดยระบบจะรับผิดชอบการควบคุมรถ การตรวจจับสภาพแวดล้อม และตัดสินใจแทนมนุษย์อย่างเต็มรูปแบบ หมายความว่า คุณสามารถปล่อยให้รถขับเองบนทางด่วนโดยไม่ต้องจับพวงมาลัย ขณะที่คุณอ่านหนังสือดูภาพยนตร์ หรือประชุมออนไลน์ได้อย่างถูกกฎหมาย

ในส่วนของผู้ช่วย AI ภายในรถรุ่นใหม่ไม่ได้เป็นแค่ระบบสั่งด้วยเสียง แต่เป็น Generative AI ที่เข้าใจบริบทได้อย่างลึกซึ้งอย่างที่เราเห็นบริษัท Rivian ได้พัฒนา Rivian Assistant ที่ใช้ Agentic AI เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันของคุณคนที่ 3 ได้ เช่น Google Calendar หรือ Gemini ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ผู้ผลิตอื่นๆ กำลังเดินตาม

HOT TREND

เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภคยานยนต์ยุคใหม่

ตลาดรถยนต์ปี 2569 ไม่ใช่แค่เรื่องเทคโนโลยี แต่คือเรื่องของคนซื้อรถ ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ ผู้บริโภครุ่นใหม่มีพฤติกรรม ความต้องการ และค่านิยมที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนอย่างสิ้นเชิง



รถใหม่ของเจนซี (Gen Z) เลือกจากเทคโนโลยี ไม่ใช่แบรนด์

เหล่าคน Gen Z กำลังค่อยๆ เข้ามาเป็นผู้เล่นจริงในตลาดรถยนต์ใหม่ เมื่อถึงเวลาต้องตัดสินใจซื้อรถคันแรกจริง สิ่งที่น่าสนใจคือ วิธีที่พวกเขาเลือกรถนั้นแตกต่างจากพ่อแม่หรือพี่ๆ เจนวาย (Gen Y) อย่างสิ้นเชิง เพราะ Gen Z เติบโตมากับสมาร์ทโฟน ไม่ใช่กับแคตตาล็อกรถยนต์ พวกเขาจึงมองรถเป็นอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีล้อ มากกว่าสัญลักษณ์ของสถานะทางสังคม แนวโน้มในตลาดหลายแห่งชี้ชัดว่า Gen Z ให้ความสำคัญเรื่องไฮบริดและรถยนต์ EV เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่ความสนใจรถน้ำมันค่อยๆ ลดลง

สิ่งที่ Gen Z ต้องการจากรถยนต์นั้นสะท้อนวิถีชีวิตของพวกเขาได้ดีที่สุด พวกเขาไม่ได้โหยหาเครื่องยนต์ที่ดังกึกก้องหรือโลโก้แบรนด์หรูบนฝากระโปรง แต่ต้องการหน้าจอที่ล้ำไหลระบบเชื่อมต่อโทรศัพท์มือถือที่ไร้รอยต่อ และอัปเดตซอฟต์แวร์ได้เหมือนแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ที่สำคัญกว่านั้น Gen Z เป็นกลุ่มที่คาดหวังให้ AI เข้ามาช่วยในกระบวนการซื้อรถมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการแนะนำรุ่นที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ หรือการบอกว่าช่วงเวลาไหนราคาดีที่สุด ความคาดหวังที่สูงกว่าทุกเจนเนอร์เรชันก่อนหน้านี้ กำลังบังคับให้ค่ายรถปรับโฉมประสบการณ์การขายทั้งระบบ

อีกด้านหนึ่งที่น่าจับตาคือ กำลังซื้อจริง Gen Z อยากรถยนต์ EV แต่หลายคนยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นอาชีพ รายได้ยังไม่สูงพอที่จะแบกรับค่ารถยนต์พลังงานไฟฟ้าราคาสูงควบคู่กับค่าเช่าและค่าครองชีพที่พุ่งขึ้นทุกปี นี่คือเหตุผลที่แบรนด์ซึ่งเข้าใจความจริงข้อนี้และนำเสนอรถยนต์ EV หรือไฮบริดในราคาที่เอื้อมถึง อย่าง BYD, Deepal หรือแม้แต่ Toyota กับรุ่นไฮบริดราคาเข้าถึงได้ กำลังชนะใจ Gen Z ได้มากกว่าแบรนด์หรูที่นำเสนอแต่รุ่นราคาสูงกว่า

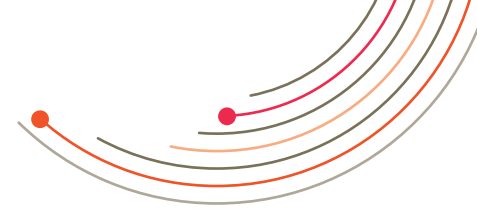


Gen Z บุคตลาดรถมือสอง

ตลาดรถมือสองก็กำลังได้รับแรงกระเพื่อมจาก Gen Z ด้วยเช่นกัน กลุ่มคนที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานกลายเป็นลูกค้ารายใหม่ที่โชว์รูมรถมือสองมองข้ามไม่ได้อีกต่อไป และต่างจากภาพจำของคนรุ่นก่อนที่มองรถมือสองเป็นทางเลือกสุดท้าย Gen Z กลับมองว่าการซื้อรถมือสองสภาพดีคือการตัดสินใจที่ฉลาด ไม่ใช่เรื่องน่าอาย

การที่ Gen Z หันมาซื้อรถมือสองนั้นเกิดจากหลายสาเหตุ ทั้งข้อจำกัดทางการเงิน ค่าครองชีพที่สูง และแนวคิดซื้อของคุ้มค่าที่ฝังรากใน Gen Z พวกเขามองว่าการซื้อรถมือสองสภาพดีในราคาครึ่งหนึ่งของรถใหม่ สมเหตุสมผลกว่ามากในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

แนวโน้มที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งคือ ความต้องการรถมือสองประเภทไฮบริดและรถยนต์ EV กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะผู้บริโภคมองว่ารถเหล่านี้ช่วยประหยัดค่าเชื้อเพลิงในระยะยาว โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาน้ำมันมีความผันผวนสูง นักวิเคราะห์คาดว่ารถยนต์ EV มือสองจะรักษาราคาได้ดีกว่ารถน้ำมันทั่วไปไปอีกไม่กี่ปีข้างหน้า



Subscription Model เข้าใช้ ไม่ต้องเป็นเจ้าของ

แนวคิดการจ่ายค่าสมาชิกรายเดือน (Subscription) แทนการซื้อรถ กำลังเริ่มได้รับความนิยมในตลาดโลก บริการ Car Subscription ในปัจจุบันรวมทุกอย่างไว้ในค่าบริการรายเดือน ทั้งตัวรถ ประกันภัย ค่าซ่อมบำรุง และค่าจดทะเบียน โดยมีราคาตั้งแต่ประมาณ 399 ดอลลาร์/เดือน (ประมาณ 13,000 บาท) สำหรับรุ่นประหยัด จนถึงกว่า 1,500 ดอลลาร์ (ประมาณ 49,500 บาท) สำหรับรุ่นพรีเมียม

สำหรับกลุ่มดิจิทัลโนแมด (Digital Nomad) หรือกลุ่มคนที่ใช้เทคโนโลยีทำงานออนไลน์โดยไม่ยึดติดกับออฟฟิศหรือสถานที่ และคนรุ่นใหม่ที่ย้ายบ้านบ่อย โมเดลนี้ตอบโจทย์ได้ดีมาก เพราะสามารถเปลี่ยนรถตามความต้องการ และไม่ต้องแบกรับภาระค่าเสื่อมราคาของรถที่เป็นเจ้าของ บริษัทอย่าง Toyota, Hyundai และค่ายรถหลายแห่งเริ่มทดลองโมเดลนี้ในตลาดแล้ว

สำหรับในไทยโมเดลนี้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ผู้เล่นส่วนใหญ่เป็นสตาร์ทอัพ หรือบริษัทเช่ารถที่ปรับโมเดล ยังไม่มีตัวเลขตลาดรวมที่ชัดเจน และยังห่างจากตลาดสิงคโปร์หรือยุโรปอยู่มาก แต่สัญญาณเริ่มดีขึ้นเพราะราคารถใหม่ที่สูงขึ้นและสินเชื่อที่ดึงดูดกำลังดึงดูดผู้บริโภคบางส่วนมาสนใจทางเลือกนี้

Work on Wheels

ในโลกที่มีดิจิทัลโนแมดมากกว่า 50 ล้านคนทั่วโลก ในปี 2568 เพิ่มขึ้นจากราว 35 ล้านคน ในปี 2566 แนวคิด Work from Anywhere on Wheels กำลังกลายเป็นกระแส รถยนต์ไม่ได้เป็นแค่พาหนะอีกต่อไป แต่กลายเป็นออฟฟิศเคลื่อนที่สำหรับคนรุ่นใหม่ทำงานออนไลน์

ค่ายรถหลายแห่งเริ่มออกแบบรถยนต์โดยคำนึงถึงการทำงานบนถนน Skoda แปรนตร์รถยนต์ในเครือ Volkswagen Group ได้นำเสนอ Roadiaq Concept ซึ่งเป็นรถ SUV EV ที่มีพื้นที่ภายในออกแบบสำหรับการทำงานและพักผ่อนในคราวเดียวกัน สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา มีจอภาพขนาด 27 นิ้ว และแท่นวางอุปกรณ์พร้อมระบบไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์บนหลังคา

ส่วน Fuso ได้เปิดตัว NOMADPro Canter ที่ถูกออกแบบเป็น Mobile Office สำหรับทริปธุรกิจหลายวัน ในฐานะรถที่เป็นทั้งออฟฟิศและบ้านพร้อมกัน

สำหรับในไทย เทรนด์นี้สะท้อนออกมาในช่วงวันหยุดยาว เช่น สงกรานต์หรือปีใหม่ที่ผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นเลือกขับรถท่องเที่ยวแบบโรดทริป (Road Trip) พร้อมทำงานไปด้วย โดยอาศัยอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์มือถือ 5G หรือ ฮอตสปอต และหยุดพักตามที่พักรถที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ทำงานออนไลน์

สกูตเตอร์ ดาวรุ่งของตลาดสองล้อ

ตลาดรถจักรยานยนต์ไทยไม่ได้ซบเซาอย่างที่หลายคนคิด ข้อมูลจาก MotorCycles Data รายงานว่าตลาดรถจักรยานยนต์ไทยฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจนในปี 2568 โดยยอดขายรวมทั้งปีแตะ 1.73 ล้านคัน เพิ่มขึ้นเกือบ 10% จากปีก่อน แต่สิ่งที่น่าสนใจกว่าตัวเลขรวม คือ ภาพภายในของตลาดที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างเงียบๆ

มอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ (Scooter) หรือรถจักรยานยนต์เกียร์อัตโนมัติ ยังคงครองตลาดอย่างเบ็ดเสร็จ ด้วยส่วนแบ่งกว่า 80% ของยอดขายทั้งหมด ทว่าเทรนด์ที่น่าจับตามากที่สุดในตอนนี้คือการเติบโตของสกูตเตอร์ขนาดกลาง-ใหญ่ รถกลุ่มนี้อยู่ในจุดที่น่าสนใจมาก เพราะทำสิ่งที่รถ 2 กลุ่ม ทำได้พร้อมกัน นั่นคือ วิ่งในเมืองได้สะดวกเหมือนสกูตเตอร์ขนาดเล็ก แต่ออกทางหลวงหรือขึ้นดอยได้อย่างมั่นใจเหมือนบิ๊กไบค์ และราคายังอยู่ในระดับที่คนทำงานรุ่นใหม่เอื้อมถึง

อีกหนึ่งแรงขับที่หลายคนมองข้ามคือ ธุรกิจดีลิเวอรี รถจักรยานยนต์ในไทยวันนี้ไม่ได้เป็นแค่รถส่วนตัวอีกต่อไป แต่กลายเป็นเครื่องมือทำมาหากินของไรเดอร์จำนวนมากนับหลักแสนคนทั่วประเทศ แค่กรุงเทพฯ เพียงแห่งเดียวมีไรเดอร์ที่ขับขึ้นลงหลายสิบล้อเมตร รอบการเปลี่ยนรถจึงสั้นกว่าผู้ใช้ทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด และกลุ่มนี้มักเลือกรุ่นที่ซ่อมง่าย อะไหล่หาได้ ราคาไม่แพง ทำให้รุ่นอย่าง Honda Wave และ Honda Click ยังคงขายดีในกลุ่มนี้



HOT TEMP

โลกร้อนขึ้น วงการยานยนต์ทำอะไรบ้าง

ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ล่าสุดจากองค์การอุตุนิยมวิทยาโลก (WMO) และ Copernicus Climate Change Service ยืนยันตรงกันว่า ปี 2566, 2567 และ 2568 คือ 3 ปีที่ร้อนที่สุดในประวัติศาสตร์การบันทึกอุณหภูมิโลก เมื่อเฉลี่ยอุณหภูมิทั้ง 3 ปี เข้าด้วยกัน พบว่าสูงกว่ายุคก่อนอุตสาหกรรมถึง 1.52°C อุตสาหกรรมรถยนต์ที่ถูกมองเป็นตัวร้ายที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจำนวนมากก็ไม่ได้นิ่งเฉย พวกเขาขยับตัวสร้างความเปลี่ยนแปลงด้วยเหมือนกัน

Sustainable Luxury ทรูก็รักโลกได้

วงการยานยนต์ระดับพรีเมียมกำลังเกิดแนวคิดความหรูหราที่ยั่งยืน (Sustainable Luxury) โดยผู้ผลิตรถยนต์หลายค่ายหันมาใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการตกแต่งภายในรถ เช่น หนังเทียมจากขวดพลาสติกรีไซเคิล พื้นที่ทำจากวัสดุธรรมชาติอย่างไม้ไผ่หรือขนแกะ และชิ้นส่วนที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล 100%

BMW, Mercedes-Benz และ Volvo ต่างประกาศเป้าหมายลดคาร์บอนในกระบวนการผลิตอย่างจริงจัง โดย Volvo ตั้งเป้าใช้เหล็กกล้าที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ปลอดคาร์บอนทั้งหมดภายในปี 2583 ในขณะที่ BMW กำลังพัฒนาโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียน 100% สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่แค่ภาพลักษณ์ แต่กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภครุ่นใหม่ใช้เลือกซื้อรถ





ค่าธรรมเนียมรถติด เข้าเมืองบ่อยนักก็ต้องจ่าย

หนึ่งในมาตรการที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าช่วยลดทั้งการจราจรติดขัดและมลพิษในอากาศได้จริงคือ Congestion Charge หรือค่าธรรมเนียมเข้าเขตศูนย์กลางเมือง สิงคโปร์เป็นเมืองแรกของโลกที่นำระบบนี้มาใช้ในปี 2518 และมีการยกระดับเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี 2541 ทำให้สิงคโปร์สามารถบริหารจัดการจราจรได้ดีในระดับโลก

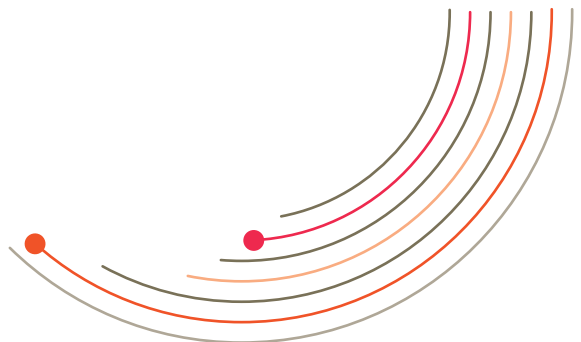
ลอนดอนนำระบบ Congestion Charge มาใช้ในปี 2546 โดยเก็บค่าผ่านทางรายวัน ผลลัพธ์ที่ได้คือการจราจรในใจกลางเมืองลดลง 15-18% และความล่าช้าในการเดินทางลดลงถึง 30% ขณะที่สต็อกโฮล์มพบว่าหลังใช้ Congestion Pricing อากาศในเมืองสะอาดขึ้น 5-15%

ในขณะที่นิวยอร์กเพิ่งเปิดตัวค่าธรรมเนียมรถติด (Congestion Pricing) โครงการแรกของสหรัฐฯ ในเดือนมกราคม 2568 ผลลัพธ์หลังจากนั้น 6 เดือน พบว่ารถยนต์เข้าพื้นที่ที่ต่ำกว่าเป้าหมาย ความเร็วรถบัสในย่านแมนฮัตตันเพิ่มขึ้น และรายรับจากค่าธรรมเนียมถูกนำไปปรับปรุงระบบขนส่งสาธารณะ

สำหรับกรุงเทพฯ แนวคิดนี้เคยถูกพูดถึงแต่ยังไม่มีความคืบหน้า ท่ามกลางคำถามว่าเมืองหลวงที่มีรถราว 10 ล้านคัน จะสามารถนำระบบนี้มาใช้ได้จริงหรือไม่

รถเก่าเปลี่ยนโลกได้

Toyota ในฐานะแบรนด์รถยนต์อันดับ 1 ของโลกและของไทยมาอย่างยาวนาน กำลังขับเคลื่อนโครงการ Mobility Upcycling หรือการฟื้นฟูและอัปเดตเคิลยานพาหนะเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้ครอบคลุมตั้งแต่การนำชิ้นส่วนรถเก่ามาใช้ใหม่ การเปลี่ยนรถน้ำมันเก่าเป็นรถยนต์ EV (Retrofit) ไปจนถึงการรีไซเคิลแบตเตอรี่เก่าให้มาเป็นระบบเก็บพลังงานในบ้านหรือโรงงาน โครงการนี้สำคัญมากสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างไทย เพราะรถยนต์รุ่นเก่าจำนวนมากที่ยังวิ่งอยู่บนถนนปล่อยมลพิษสูงกว่ารถใหม่หลายเท่า การทำให้รถเก่าเหล่านั้นสะอาดขึ้นหรือแปลงเป็นไฟฟ้าอาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะสั้นได้มากกว่าการขายรถใหม่ EV เพิ่มขึ้นอีกไม่กี่พันคัน



HOT ISSUE

เอาตัวรอดในวันที่แดดเผาและราคาน้ำมันพุ่ง

ท่ามกลางอุณหภูมิการเมืองโลกที่ร้อนระอุไม่แพ้แดดเมืองไทย ความผันผวนจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และสงครามในหลายภูมิภาคได้ส่งแรงสั่นสะเทือนโดยตรงต่อกระเป๋าเงินของผู้ใช้รถ ต้นทุนพลังงานที่คาดเดาไม่ได้ ประกอบกับสถานะดอกเบี้ยและนโยบายที่เข้มงวดของธุรกิจไฟแนนซ์ ทำให้การครอบครองและใช้งานรถยนต์ไม่ใช่เรื่องของความสะดวกสบายเพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่คือการบริหารจัดการต้นทุนชีวิตที่ต้องวางแผน



สงครามตะวันออกกลางเขย่าตลาดพลังงาน

สถานการณ์โลกในปี 2569 ส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันอย่างรุนแรง เมื่อสหรัฐฯ กับอิสราเอลได้เริ่มการโจมตีทางอากาศต่ออิหร่าน ส่งผลให้ราคาน้ำมัน Brent ซึ่งก่อนหน้านี้คาดว่าจะอยู่ที่ราว 60 ดอลลาร์/บาร์เรล พุ่งขึ้นกว่า 25% ภายในเวลาไม่กี่วัน อันเป็นผลจากการหยุดชะงักของการขนส่งน้ำมันผ่านช่องแคบฮอร์มุซ (Strait of Hormuz)

สำหรับผู้บริโภคในไทย ราคาน้ำมันที่ผันผวนนี้หมายความว่าค่าเดินทางที่เพิ่มขึ้นทันที ทำให้หลายคนเริ่มคิดจริงจังเรื่องการเปลี่ยนไปใช้รถยนต์ EV หรือไฮบริด ซึ่งจะเห็นถึงความสนใจในรถยนต์ EV ในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นับตั้งแต่เกิดความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ประการต่อมาคือค่าขนส่งและค่าครองชีพที่จะปรับตัวตาม เนื่องจากน้ำมันเป็นต้นทุนพื้นฐานของภาคธุรกิจและโลจิสติกส์



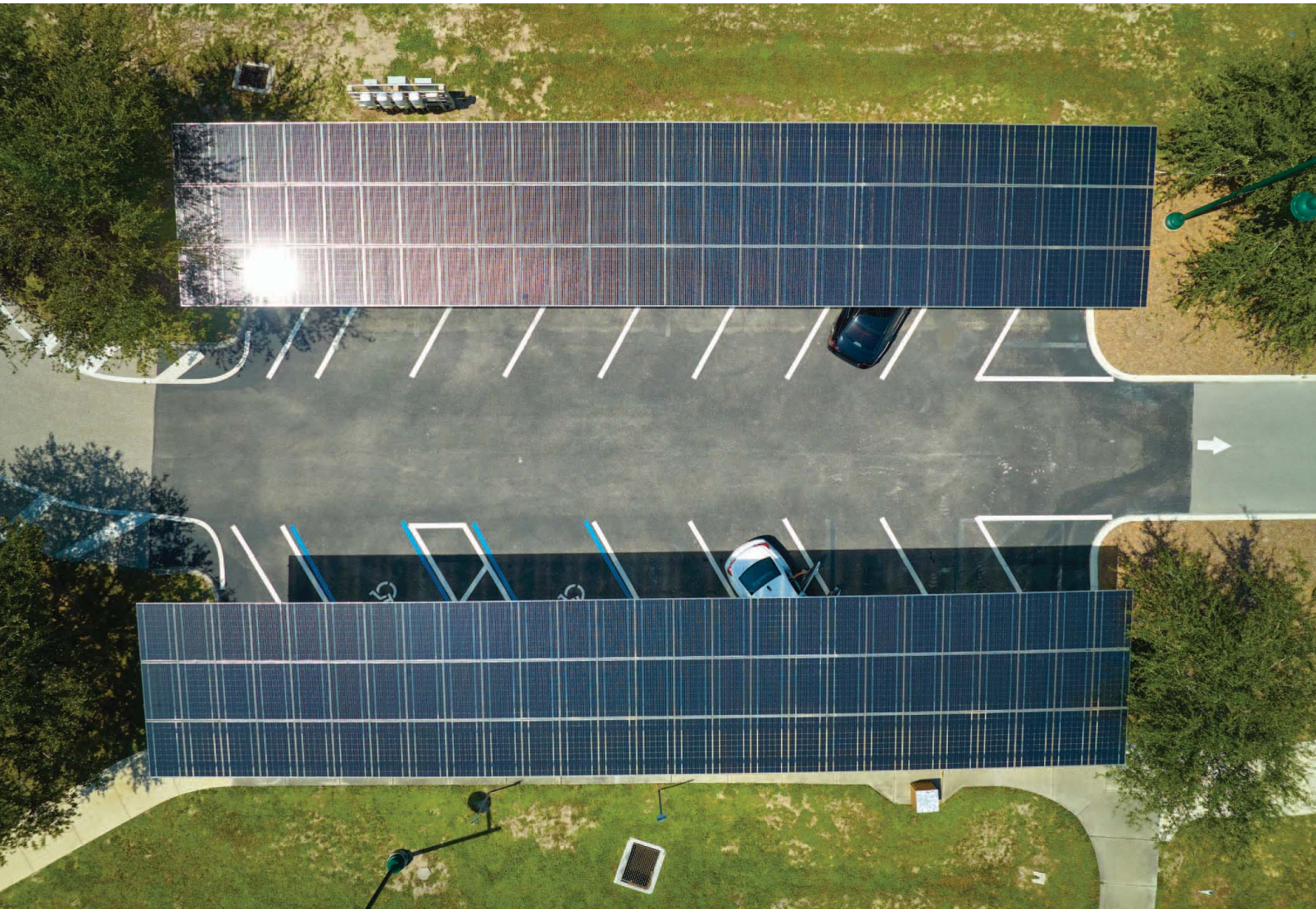
รถน้ำมัน VS รถไฟฟ้า การฉวยโอกาสท่ามกลางอุณหภูมิ 40°C

เมื่ออุณหภูมิแตะระดับ 40°C คำถามคลาสสิกที่ว่า “ใช้อะไรคุ้มกว่า” ถูกยกขึ้นมาวิเคราะห์อย่างหนักอีกครั้ง

ในฝั่งของรถสันดาป (Internal Combustion Engine : ICE) อุณหภูมิที่สูงขึ้นหมายถึงการทำงานของระบบระบายความร้อนและคอมเพรสเซอร์แอร์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่ออัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น ในขณะที่ราคาน้ำมันหน้าปั๊มถูกขยับตามกลไกสงครามโลก ส่วนฝั่งรถยนต์ EV แม้จะมีต้นทุนต่อกิโลเมตรที่ต่ำกว่าอย่างเห็นได้ชัด แต่ตัวแปรสำคัญในช่วงฤดูร้อนคือประสิทธิภาพของแบตเตอรี่ที่อาจลดลงหากระบบจัดการความร้อนต้องทำงานหนักเพื่อหล่อเย็นเซลล์แบตเตอรี่และห้องโดยสาร การคำนวณส่วนต่างระหว่าง “ค่าน้ำมัน” กับ “ค่าไฟและค่าเสื่อมสภาพแบตเตอรี่” จึงกลายเป็นสูตรคณิตศาสตร์ที่เจ้าของรถต้องคำนวณใหม่ในทุกๆ ฤดูกาล

อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายจริงในสภาพการณ์ปัจจุบัน ความได้เปรียบของรถยนต์ EV ยิ่งชัดเจนขึ้นกว่าเดิม การชาร์จไฟที่บ้านด้วยอัตราปกติ ทำให้ต้นทุนพลังงานอยู่ที่ประมาณ 0.7-1 บาท/กม. เทียบกับรถน้ำมันในช่วงที่ราคาน้ำมันพุ่ง ซึ่งอาจสูงถึง 3-5 บาท/กม. ในสภาพจราจรติดขัด ช่องว่างนี้ถ่างกว้างขึ้นทุกครั้งที่ราคาน้ำมันขยับ และนั่นคือเหตุผลว่าทำไมความสนใจในรถยนต์ EV ในไทยพุ่งสูงทันทีในช่วงหลังวิกฤตตะวันออกกลาง

แต่การตัดสินใจที่ฉลาดต้องมองครบทุกมิติ รถน้ำมันยังคงได้เปรียบอย่างมีนัยสำคัญสำหรับคนที่ต้องขับทางไกลในเส้นทางที่ยังไม่มีสถานีชาร์จ ต้องการความยืดหยุ่นสูง หรืออาศัยอยู่ในจังหวัดที่โครงสร้างพื้นฐาน EV ยังไม่ครอบคลุม สำหรับกลุ่มคนเหล่านี้ PHEV คือจุดกึ่งกลางที่สมเหตุสมผลที่สุด เพราะให้ประหยัดค่าน้ำมันในเมือง แต่ยังมีเครื่องยนต์สำรองเมื่อต้องการ



Battery Care 101 กนอมแบตเตอรี่ ในวันที่แดดทะลุ 40°C

ความร้อนคือศัตรูหมายเลขหนึ่งของแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน ในยุคที่แดดเผาจนถนนแทบละลาย ความรู้เรื่องการกนอมแบตเตอรี่จึงไม่ใช่แค่เรื่องของช่างเทคนิคอีกต่อไป แต่เป็นทักษะพื้นฐาน (Essential Skill) ของผู้ใช้รถ

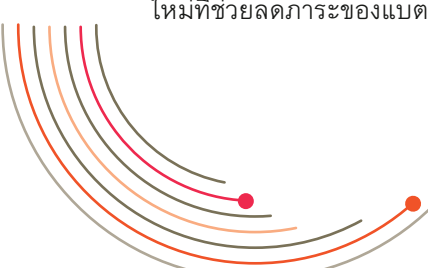
การเรียนรู้ที่จะไม่ชาร์จแบตเตอรี่จนเต็ม 100% ทันทีหลังจากขับรถมาไกลๆ ท่วมกลางแดดจัด หรือการเลือกช่วงเวลาชาร์จแบบชาร์จเร็ว (Fast Charge) อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้อุณหภูมิสะสมสูงเกินไป คือหัวใจสำคัญของการยืดอายุการใช้งานแบตเตอรี่ให้ยาวนานพอที่จะคุ้มค่าตัวรถ นอกจากนี้ การจอดรถในที่ร่มและการใช้ระบบการเตรียมความพร้อมล่วงหน้า (Pre-Conditioning) เพื่อลดอุณหภูมิห้องโดยสารขณะยังเสียบปลั๊กชาร์จอยู่ กลายเป็นพฤติกรรมใหม่ที่ช่วยลดภาระของแบตเตอรี่ในช่วงเริ่มต้นออกตัว

Solar Carport เปลี่ยนศัตรูตัวร้าย ให้กลายเป็นพลังงาน

ในเมื่อเราเลี่ยงแสงแดดไม่ได้ ทางออกที่ยั่งยืนที่สุดคือการเปลี่ยนสถานะของแดดจากอุปสรรคให้เป็นโอกาส เทรนด์การติดตั้งหลังคาที่จอดรถด้วยแผงโซลาร์เซลล์ (Solar Carport) กำลังกลายเป็นมาตรฐานใหม่ของบ้านยุคนี้

นี่คือการสร้างโรงไฟฟ้าจิวส่วนตัวที่บ้าน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยกำบังแดดไม่ทำให้ทำร้ายสีรถและแบตเตอรี่ แต่ยังมีมอบพลังงานสะอาดฟรีๆ เพื่อนำมาประจุลงในรถยนต์ไฟฟ้า การลงทุนในระบบโซลาร์เซลล์ที่เคยถูกมองว่าคืนทุนช้า กลับกลายเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าที่สุดในวันที่ค่าไฟขยับตัวตามกลไกพลังงานโลก และเป็นเกราะป้องกันชั้นดีจากความผันผวนของราคาน้ำมันที่อาจพุ่งสูงขึ้นอย่างไม่มีการขยับตัวจากเหตุการณ์สงครามในอีกซีกโลกหนึ่ง

สุดท้ายแล้ว การเอาตัวรอดในยุคสุดเดียดนี้ ไม่ใช่แค่การมีรถที่ประหยัดที่สุด แต่คือการมีข้อมูลและการปรับตัวที่รวดเร็วที่สุด เพื่อให้การเคลื่อนที่ของชีวิตยังคงดำเนินต่อไปได้ท่ามกลางโลกที่ร้อนระอุขึ้นทุกวัน





สันติ วุฒิวงศ์อังคณา เดิน... สู้หลัก 7 แบบ Happy & Healthy

05.00 น. โดยประมาณของทุกวันคือเวลาตื่นนอน
2 แก้ว คือปริมาณน้ำที่ต้องดื่มทันทีเมื่อตื่นนอน
5 กม. (เป็นอย่างน้อย) คือระยะทางรวมทั้งหมดของการเดินในแต่ละวัน
2-3 ชม. คือจำนวนรวมเวลาที่กำหนดไว้สำหรับการเดินเป็นกิจวัตร
10 ปี คือระยะเวลาตั้งแต่เริ่มออกกำลังกายด้วยการเดินอย่างต่อเนื่องถึงวันนี้
70 ปี คืออายุของผู้เป็นเจ้าของกิจวัตรข้างต้นที่วันนี้ว่างมือจากการบริหารกิจการมาใช้
ชีวิตวัยเกษียณอย่างสุขเกษม
และ 0 คือจำนวนโรคประจำตัวและยาที่ต้องกิน อันเป็นผลลัพธ์ของการดูแลตนเอง
อย่างดีดังที่กล่าวข้างต้น

7 โมงเศษๆ ในบรรยากาศสบายๆ ยามเช้าบริเวณสนามหญ้าหน้าบ้านพักส่วนตัว หลัง
ภารกิจเดินออกกำลังกายประจำวันลุล่วง ก็ถึงเวลาล้อมวงชวนเจ้าของบ้านคุยถึงกิจกรรมโปรด
เดิน กิน เที่ยว และใช้ชีวิตอย่างสนุกสนานเต็มไปด้วยพลังในวัยหลังเกษียณของ คุณสันติ
วุฒิวงศ์อังคณา ผู้ก่อตั้ง บริษัทชุมชนพรฮอนด้า ออโตโมบิล จำกัด

เดิน 10 ปี... เปลี่ยนชีวิต

“จุดมุ่งหมายในการเดินของผมคือใช้ชีวิตหลังเกษียณสนุกได้ โดยไม่เป็นภาระใคร”

แรงผลักดันนี้มาจากที่เคยประสบปัญหาสุขภาพในช่วงวัย 60 ปี มีอาการปวดหลังและขาที่อ่อนในเวลากลางคืน ผลการตรวจร่างกายด้วยวิธี MRI (Magnetic Resonance Imaging) พบว่ากระดูกสันหลังข้อที่ 4 กับข้อที่ 5 เสื่อม และมีแนวโน้มของอาการหมอนรองกระดูกทับเส้น ต้องพิจารณารักษาด้วยการผ่าตัด

“ผมบอกหมอเลยว่า ถ้าผ่าตัดผมไม่เอา” การตัดสินใจอย่างเด็ดขาดนั้นเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้คุณสันติเริ่มมองหาทางเลือกอื่น ก่อนเลือกออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ร่างกายแข็งแรงตามเอง พร้อมกับค้นพบว่า “การเดินนี่แหละเหมาะสมและดีกับตัวเรามากที่สุด”

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมทุกเช้าของคุณสันติจะเริ่มตั้งแต่ประมาณตี 5 ตีมน้ำ 2 แก้ว ทำธุระส่วนตัวเรียบร้อยแล้วเริ่มออกเดินจากบ้านไปถึงหน้าโชว์รูมเป็นระยะทางราว 500 เมตร แล้ววนกลับ เดินครบ 10 รอบ ก็รวมระยะทาง 5 กม./วัน และถ้ามีเวลาช่วงเย็นราวบ่าย 4 โมง อาจเดินเพิ่มอีกสัก 3 กม. ให้ร่างกายเผาผลาญเพื่อให้หลับสบายขึ้น

“ระหว่างเดินก็พยายามเดินยกขา แกว่งแขน ขยับนิ้วบริหารไปด้วย เพื่อให้มีการเคลื่อนไหวทุกส่วน บางจังหวะก็วิ่งเหยาะๆ มีคนแนะนำว่า ให้ฝ่าเท้าได้สัมผัสกับน้ำค้างบนยอดหญ้าเพื่อช่วยให้ร่างกายถ่ายเทพลังงานไฟฟ้ากับพื้นดิน พอออกกำลังกายเสร็จก็ถอดรองเท้าเดินย่ำยอดหญ้าสัก 2 รอบ เป็นการผ่อนคลายปิดท้ายด้วยกายบริหารอีกนิดหน่อย”

วินัยและหัวใจที่มุ่งมั่นสร้างการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน ไม่เพียงส่งผลให้อาการป่วยต่างๆ หายไป แต่ยังทำให้ชีวิตหลังเกษียณกลับมามีพลัง

“ตรวจสุขภาพปีล่าสุด คุณหมอบอกว่าผลปกติทุกอย่าง ไม่มีโรคประจำตัว ไม่ว่าจะความดัน เบาหวาน หัวใจ ทำให้ผมยังไม่ต้องกินยาอะไรเลย ต่างจากคนส่วนใหญ่ในวัยเดียวกัน”

คนแข็งแรง แบรินด์แข็งแรง

หากมองจากมุมของผู้ก่อสร้างธุรกิจ การที่ผู้นำองค์กรให้ความสำคัญกับสุขภาพมาเป็นอันดับต้นๆ ไม่เพียงสร้างประโยชน์เฉพาะตนเท่านั้น หากยังสะท้อนถึงวิสัยทัศน์และเป็นแบบอย่างอันดีต่อบุคลากรในองค์กร และได้กลายมาเป็นหลักยึดในการทำธุรกิจภายใต้สโลแกน “ร่างกายแข็งแรง องค์กรเข้มแข็ง และแบรินด์แข็งแรง” ที่ส่งต่อให้พนักงานและผู้บริหารนำไปใช้ในการดำเนินงานจนถึงวันนี้

“การทำธุรกิจในมุมมองของผมมี 3 สิ่งสำคัญ คือ ร่างกายคนต้องแข็งแรง หมายถึงบุคลากรทุกคนต้องมีสุขภาพที่ดี สอง องค์กรต้องเข้มแข็ง และท้ายที่สุดมีแบรินด์ที่แข็งแรง เป็นที่ประทับใจสำหรับลูกค้า”

ย้อนกลับไปในวันเริ่มต้นออกเดินของธุรกิจ ถึงวันนี้นับเป็นเวลากว่า 30 ปีแล้ว ที่โชว์รูมชุมชนพรอนต้า ออโตโมบิล ยีน ระบุเป็นดีลเลอร์ใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองชุมพร อันเป็นผลจากความมุ่งมั่นของหนุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างจากปราณบุรี ที่มาเริ่มนับหนึ่งในเส้นทางธุรกิจจำหน่ายรถยนต์เมื่อปี 2538 ตามคำชักชวนของเพื่อนสนิท ตัดสินใจ “ลุย” ไป “เรียนรู้” ไป ก่อนชวนคุณพรทิพย์ วิทยานุกรุโรจน์ ผู้เป็นภรรยาซึ่งมีความรู้ด้านการเงินเข้ามาเสริมทัพหลังบ้าน และจับมือฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ มาด้วยกันจนถึงวันนี้

ด้วยความทรงจำที่ยังแจ่มชัด คุณสันติย้อนเล่าก้าวแรกของธุรกิจว่าออกเดินได้ไม่ถึง 3 ปี ก็เผชิญอุปสรรคใหญ่ วิกฤตต้มยำกุ้ง ปี 2540 “เครียดครบตอนนั้น แต่ไม่เคยคิดจะล้มเลิก มีแต่คิดว่าต้องสู้ จะต้องรักษาไว้ให้ได้ โชคดีที่เราได้รับความช่วยเหลือจากฮอนด้า สำนักงานใหญ่ ประกอบกับนโยบายของเราที่เลือกการบริการนำการขาย โดยให้บริการครบวงจรทั้งจำหน่าย ซ่อม ทำให้เมื่อไรที่ประสบภาวะวิกฤตที่ส่งผลต่อยอดขาย เราก็ยังคงสามารถสร้างรายได้จากการบริการหรือซ่อมบำรุงต่างๆ อย่างต่อเนื่อง”



เกษียณอย่างเกษม

สำหรับบางคนความสำเร็จอาจทำให้เฟลิดเฟลินและยึดติด หากแต่คุณสันติกลับเริ่มวางแผนเกษียณตนเองตั้งแต่อายุ 55 ปี ด้วยเล็งเห็นว่าโลกกำลังเปลี่ยนผ่านสู่ยุคไซเบอร์ที่มีเดีย ซึ่งอาจไม่ใช่ทางถนัด ประกอบกับอยากพักผ่อนไปใช้ชีวิตแบบที่ชอบ จึงเริ่มวางระบบงานเพื่อให้การส่งมอบกิจการเป็นไปอย่างราบรื่น เปิดโอกาสให้หลานสาวของภรรยาและบุคลากรที่อยู่ด้วยกันมานานเกิน 10 ปี ได้เติบโตขึ้นมาบริหารต่อ

วันนี้คุณสันติจึงใช้ชีวิตในวัยเกษียณอย่างที่เราเรียกว่า “Happy & Healthy” เน้นทำกิจกรรม กิน เที่ยวกับเพื่อนฝูง ทั้งกลุ่มเพื่อนดีลเลอร์ด้วยกัน เพื่อนสมัยเรียน แต่ละเดือนเดินทางขึ้นล่องระหว่างกรุงเทพฯ-ชุมพร บ้านพักที่สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สวนทุเรียนที่อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร และล่าสุดสร้างประสบการณ์ใหม่ให้ชีวิตด้วยการพิชิตภูกระดึงในวัย 70 ปี “สนุกสนานดีครับ เด็กๆ ที่เดินสวนมาตกใจกันใหญ่เลย ว่าลุงอายุขนาดนี้แล้วยังมาเดินอีก เป็นประสบการณ์หนึ่งในชีวิตที่เพื่อนชวนไปลองให้รู้ พอรู้แล้วก็บอกเพื่อน ที่หลังไม่ต้องชวนแล้วนะ (หัวเราะ)”

“สำหรับคนวัยนี้ ผมมองว่าน่าจะดีถ้าได้ออกนอกบ้าน บ่อยๆ ไปสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง ไปสูดอากาศดีๆ ให้สดชื่นสบายใจ ผมชอบมีเพื่อนฝูงเยอะ ทำให้มีกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ ไม่ค่อยเหงา ส่วนใหญ่ชวนกันออกกำลังกาย แล้วก็ไปหา

ของอร่อยกิน ต้องทำคู่กัน เพราะถ้าไม่ออกกำลังกาย ก็จะกินได้น้อย”

เมื่อให้แนะนำสถานที่น่าเที่ยวในชุมพรแบบ “สันติ สไตล์” บ้านอวดชุม : คาเฟ่ ที่พักติดชายหาดปะทิวทอง คือตัวเลือกใหม่ที่ภูมิใจนำเสนอ “ชุมพรเป็นเมืองอนุรักษ์ธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเยอะมาก ไม่ว่าจะเป็นหาดทุ่งวัวแล่น หาดทรายรี รวมทั้งบ้านอวดชุม ซึ่งตอนนี้อย่างลงทุนพัฒนาเป็นคอมมูนิตี้ มีทั้งคาเฟ่ ร้านอาหาร ริมหาดเล่น น่าสนใจมาก สำหรับคนรักธรรมชาติที่จะมาเดินออกกำลังกาย หรือมาพักผ่อนหาความสุขครับ”

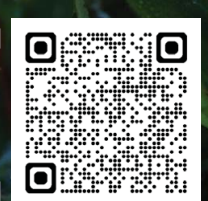
เป้าหมายวัย 70 ปี เอบจอยไลฟ์และไม่เป็นการ:

“ผมมีเป้าหมายว่า เมื่ออายุมากขึ้นจะไม่เป็นภาระของผู้อื่น พยายามดูแลสุขภาพตัวเองให้แข็งแรง สามารถใช้ชีวิตอย่างมีความสุขต่อไปได้เรื่อยๆ อะไรที่เราทำได้ ทำแล้วมีความสุขเราจะทำ トラบไตที่ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นและตัวเอง

“ถือว่ามาถึงวันนี้ได้ก็เหมือนได้ขึ้นฝั่งแล้ว ไม่จำเป็นต้องสะสมอะไรอีก เพราะเงินทองที่มีอยู่ก็สามารถใช้ชีวิตได้อย่างพอกินพอใช้แล้ว อะไรที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพก็หลีกเลี่ยง เรื่องเครียดก็พยายามไม่เก็บมาใส่ใจ ใช้ชีวิตอย่างสบายๆ กับครอบครัว เพื่อนฝูง ที่สำคัญคือต้องมีความสุขกับชีวิต Enjoy Life ครับ”



ชมคลิปสัมภาษณ์ได้ที่





กลยุทธ์ "สวมเสื้อตัวเดียว" ของ ดาวรพานิชคอมเมอร์เชียล

ในอำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา เมืองเล็กที่อยู่ห่างจากภูเก็ตเพียงข้ามสะพานสารสิน แต่กลับมีบรรยากาศ วิถีชีวิต เศรษฐกิจ และจังหวะการเติบโตที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์ฮอนด้า ดาวรพานิชคอมเมอร์เชียล ในอำเภอท้ายเหมือง เป็นหนึ่งในธุรกิจท้องถิ่นที่ยืนหยัดอยู่คู่ชุมชนมานานกว่า 30 ปี ภายใต้การบริหารของหญิงสาวร่างเล็กแต่มากไปด้วยพลังบวก **ช้อกบ-คุณชูลิกร พานิชวงศ์ กรรมการบริหาร บริษัท ดาวรพานิชคอมเมอร์เชียล จำกัด** และนี่คือเรื่องราวการทำธุรกิจจำหน่ายจักรยานยนต์ในเมืองเล็กๆ ที่เติบโตอย่างยั่งยืน ครองใจลูกค้าในจังหวัดพังงาถึง 6 สาขา ผ่านแนวคิดการทำธุรกิจด้วยความจริงใจ และการใช้กลยุทธ์สวมเสื้อตัวเดียว (One Brand Strategy)

ช้อกบกล่าวทักทายต้อนรับทีมงาน กรุงเทพฯ ออโต้ แมกกาซีน ด้วยรอยยิ้ม เธอเป็นคนอ่อนหวานแต่โทนเสียงที่สื่อสารมีพลังเด็ดขาดในตัว เธอทะมัดทะแมงและสวมเสื้อฟีลด์แขนสั้นแบรนด์ "ฮอนด้า"

ย้อนไปเมื่อปี 2536 จากหลังที่ช้อกบแต่งงานกับ **คุณสาทร พานิชวงศ์** ทั้งคู่ย้ายมาใช้ชีวิตที่อำเภอท้ายเหมือง และเริ่มต้นธุรกิจแรกของครอบครัวคือธุรกิจปั้มน้ำมัน ต่อมาได้รับการทาบทามจากตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แบรนด์หนึ่งให้ลองนำรถยนต์มาวางขายในพื้นที่ในลักษณะซบตีลเลอร์ ช้อกบจึงเริ่มทดลองขายรถยนต์ควบคู่ไปกับธุรกิจปั้มน้ำมัน เธอพบว่าตลาดรถยนต์นั้นอาจยังไม่เหมาะกับพื้นที่ จากการสังเกตพฤติกรรม วิถีชีวิต และกำลังซื้อของคนในพื้นที่ เดือนหนึ่งมี



ยอดขายรถยนต์ 10 กว่าคัน แต่ถ้าขายจักรยานยนต์ในพื้นที่ตรงนี้ ความต้องการและกำลังซื้อน่าจะมีมากกว่า เธอจึงปรึกษาสามี ที่จะใช้พื้นที่นี้ต่อยอดเป็นธุรกิจจำหน่ายจักรยานยนต์ แต่สำหรับคนที่ไม่มีประสบการณ์มาก่อน จะเลือกแบรนด์ใดมาจำหน่ายดีละ...

เลือก "เสือ" ที่สวมใส่สบาย

ในช่วงต้น ข้อกบตัดสินใจจำหน่ายแบรนด์จักรยานยนต์ยอดนิยมในตลาดยุคนั้นหลายแบรนด์ เธอเรียนรู้ธุรกิจจากหน้างานจริง ตั้งแต่การหาสินค้า การขาย ไปจนถึงการแก้ปัญหาให้ลูกค้า "ข้อเป็นคนขาย ข้ออยู่กับมันทุกวัน ข้อเดินไปหาลูกค้า ก่อนที่ลูกค้าจะก้าวข้ามธรณีประตูเข้ามาที่ร้าน"

ในช่วงเปลี่ยนผ่านธุรกิจ ทั้งคู่ยังไม่ได้เพิ่มพนักงานใหม่ แต่ใช้ทีมงานเดิม พนักงานขายรถยนต์ถูกปรับบทบาทมาช่วยขายจักรยานยนต์ ส่วนช่างที่ดูแลรถยนต์ก็ช่วยประกอบและเตรียมรถจักรยานยนต์ก่อนส่งมอบให้ลูกค้า ขณะที่ข้อกบและสามีลงมือทำงานเองในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การทำสัญญาขาย ไปจนถึงการตรวจเช็ครถก่อนส่งมอบ (Pre-Delivery Inspection : PDI) บางวันช่างลาหยุด คุณสาทรต้องเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องเอง วิธีการบริหารแบบลงมือทำร่วมกับทีม ทำให้ธุรกิจสามารถเริ่มต้นได้โดยไม่ต้องเพิ่มต้นทุนบุคลากร และช่วยให้ข้อกบเรียนรู้ปัญหาและพฤติกรรมของสินค้าแต่ละแบรนด์จากการทำงานจริงในทุกขั้นตอน

ท้ายที่สุดเธอ "เลือกโฟกัสเพียงแบรนด์เดียว" คือ ฮอนด้า เพราะมีหลักในการทำธุรกิจที่คล้ายกัน และสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ดีที่สุดในระยะยาว ซึ่งในช่วงเวลานั้น ฮอนด้ามีส่วนแบ่งทางการตลาดยังไม่ถึง 50% ด้วยซ้ำ

ข้อกบพูดด้วยอารมณ์ขันว่า เพราะเธอเป็นคนรักความสบาย ดังนั้น ถ้าต้องถึงเวลาตัดสินใจเลือกโฟกัสแบรนด์ใดสักแบรนด์ เธอจะเลือกแบรนด์ที่คุณภาพ และสามารถบริหารงานได้อย่างราบรื่นที่สุด เพื่อให้เธอมีเวลาไปทำอย่างอื่นได้มากที่สุด คำตอบคือ Honda Only และเป็นคำตอบเดียวมาจนถึงวันนี้ "เราเป็นคนที่ไม่ถั่งใจทำอะไรแล้ว เราจะต้องไปให้ถึงจุดจุดนั้น" ข้อกบพูดด้วยน้ำเสียงชัดเจน

เมื่อร้านขายเพียงแบรนด์เดียว ทุกอย่างจึงง่ายต่อการวางกลยุทธ์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชื่อของ "ถาวรพานิช" ในตลาด การทำกิจกรรมเพื่อสังคมในพื้นที่ หรือแม้แต่ภาพลักษณ์ของร้านที่ข้อเปรียบเทียบว่าเหมือนการ "ใส่เสื้อตัวเดียว" ไม่ต้องสลับหลายแบรนด์ให้สับสน ลูกค้าจึงจดจำตัวตนของร้านได้ชัดเจนมากขึ้น

แนวคิดนี้สร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์และต่อร้าน (Brand Loyalty) ข้อกบวางตำแหน่งของร้านให้เป็นตัวเลือกแรกของลูกค้าถึงเมื่อคิดจะซื้อรถฮอนด้า หนึ่งในวิธีที่ใช้คือการทำกิจกรรม CSR อย่างต่อเนื่องกับชุมชน เช่น โรงพยาบาล หรือหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อให้ร้านเป็นส่วนหนึ่งของสังคมท้องถิ่น



"ถาวรพานิช" ทำกิจกรรมเพื่อสังคมในพื้นที่ หรือแม้แต่ภาพลักษณ์ของร้านที่เปรียบเสมือน การ "ใส่เสื้อตัวเดียว" ไม่ต้องสลับหลายแบรนด์ให้สับสน ลูกค้าจึงจดจำตัวตนของร้านได้ชัดเจนมากขึ้น

นอกจากนี้ การเป็นดีลเลอร์ของฮอนด้ายังทำให้ร้านสามารถดำเนินธุรกิจตามระบบที่บริษัทแม่วางไว้ นั่นคือข้อได้เปรียบสำคัญ และในฐานะดีลเลอร์ในท้องถิ่นก็เน้นการทำตามนโยบายและดูแลลูกค้าในพื้นที่ให้ดีที่สุด

สำหรับช้อกบ กลยุทธ์ Honda Only จึงไม่ใช่เพียงการเลือกขายแบรนด์เดียว แต่คือการสร้างระบบธุรกิจที่ชัดเจน และการใช้พลังแห่งการโฟกัส แม้จะสวมเสื้อตัวเดียว แต่เป็นเสื้อที่สวมใส่อย่างภาคภูมิใจและสง่างาม

ดูแลอย่างจริงจัง ซื่อสัตย์กับลูกค้า

เส้นทางธุรกิจไม่ได้ราบรื่นเสมอไป ในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง ปี 2540 ธุรกิจต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยอย่างรุนแรง ยอดขายรถจักรยานยนต์บางเดือนเหลือเพียง 2-7 คัน ขณะที่ร้านยังมีพนักงานมากกว่าสิบคนที่ต้องดูแล ช้อกบเลือกที่จะไม่ปลดพนักงานแม้แต่คนเดียว แต่ตัดสินใจปรับโครงสร้างธุรกิจพาธุรกิจผ่านวิกฤตมาได้ โดยมีแนวคิดสำคัญที่ช้อกบยึดถือมาตลอด นั่นคือการทำธุรกิจอย่างซื่อสัตย์กับลูกค้า ร้านถาวรพานิชใช้วิธีตั้งราคาที่ตรงไปตรงมา เงินสดคือราคาเงินสด ส่วนการผ่อนชำระจะคิดจากยอดจริง ไม่บวกราคาแฝง แม้ว่าจะทำให้กำไรต่อคันไม่สูงเท่าร้านอื่น แต่ช่วยสร้างความเชื่อถือในระยะยาว

การดูแลลูกค้าหลังการขาย ลูกค้าที่ซื้อรถจากร้านจะได้รับบริการฟรีค่าแรงในการซ่อมบำรุงพื้นฐานตลอดอายุการใช้งาน "ขายรถ 1 คัน ต้องมีอะไรมากกว่านั้น" ช้อกบเน้นย้ำ นั่นคือ ความรับผิดชอบ ไม่ทอดทิ้ง ที่นี้ดูแลรถลูกค้าตั้งแต่ซื้อไปวันแรกจนถึงวันที่เป็นซาก (เธอเล่าว่ามีรถบางคันอายุ 22 ปี ยังมาเข้าศูนย์ที่ถาวรพานิชเหมือนเดิม)

แนวคิดนี้ทำให้ลูกค้าหลายคนกลับมาซื้อซ้ำและกลายเป็นฐานลูกค้าหลักของร้าน ในแต่ละปี ร้านมียอดขายจากลูกค้าเก่าหลายร้อยคัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระยะยาวของลูกค้า

"ลูกค้าอยู่ในพื้นที่เรา เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง จะซื้ออะไหล่จะเปลี่ยนยางก็ต้องมาที่เรา เราขายคนในพื้นที่ เราดูแลคนในพื้นที่เรา นี่คือนโยบายง่ายๆ ไม่ซับซ้อน

"ตลาดของพังงาเองก็มีลักษณะเฉพาะ จังหวัดนี้มีทั้งเกษตรกร ข้าราชการ กลุ่มท่องเที่ยว พังงาเป็นตลาดที่เติบโตช้าแต่มั่นคง ลูกค้าจำนวนมากแม้จะไปทำงานในภูเก็ต ก็ยังกลับมาซื้อรถที่ร้านเดิมในบ้านเกิด นี่คือนิสัยที่ภูมิใจ"

ตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี ช้อกบมองว่าธุรกิจต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป กลยุทธ์ปี 2569 นี้อนาคตของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวเธอเพียงคนเดียว แต่ต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน ที่เดินไปพร้อมกัน เรียกว่า "กลยุทธ์ 3 ลูก" หนึ่ง คือ รุ่นลูกที่เข้ามาสืบทอดธุรกิจ สอง คือ ลูกน้องหรือทีมงานที่ร่วมพัฒนาองค์กร สาม คือ ลูกค้าที่ต้องได้รับการดูแลอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่ช้อกบวางไว้สำหรับการเดินทางธุรกิจในอนาคต

ปัจจุบันแม้ตลาดรถจักรยานยนต์จะเปลี่ยนไป เจกเช่นกับอัมเภอท้ายเหมืองที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเติบโตไปพร้อมกับผู้บริโภครุ่นใหม่ แต่สำหรับร้านเก่าแก่ที่อยู่คู่เมืองท้ายเหมือง ความสำเร็จยังคงตั้งอยู่บนพื้นฐานที่เรียบง่าย นั่นคือความจริงใจ การดูแลลูกค้า และความตั้งใจที่จะอยู่เคียงข้างชุมชนในระยะยาว พร้อมสวมเสื้อตัวเดิมไม่เปลี่ยนแปลง



รถเก่าคือเหมืองแร่แห่งใหม่ เมื่ออุตสาหกรรมยานยนต์ตัดสินใจ เอาของเก่ามาทำเงิน

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ไม่ใช่แค่นโยบาย ESG ที่ฟังดูดี แต่ในปี 2569 มันกลายเป็นกลยุทธ์ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมที่กำลังแข่งขัน

3 เหตุผลเร่งด่วน

ตลอดหลายปีที่ผ่านมา Circular Economy ถูกพูดถึงในฐานะสิ่งที่ควรทำ แต่ในปี 2569 เรื่องนี้ได้กลายเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรถยนต์ต้องตื่นตัวและ “ต้องทำ” เสียที ด้วยเหตุผล 3 ประการ ที่มาพร้อมกัน

ประการที่ 1 : ราคาวัตถุดิบที่พุ่งสูงและผันผวนอย่างคาดเดาไม่ได้ ลิเทียม โคบอลต์ นิกเกิล และทองแดง ล้วนมีซัพพลายเชนกระจุกตัวอยู่ในไม่กี่ประเทศ

ประการที่ 2 : รถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) รุ่นแรกๆ ที่ถูกปล่อยสู่ตลาดกำลังหมดอายุการใช้งานพร้อมกัน ทำให้มีแบตเตอรี่และชิ้นส่วนที่ต้องจัดการอย่างเป็นระบบเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์

และ**ประการที่ 3 :** กฎระเบียบของสหภาพยุโรป นั่นก็คือ ระเบียบว่าด้วยแบตเตอรี่ EU 2023/1542 โดยผู้ผลิตและผู้นำเข้าจะต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอน และอัตราการรีไซเคิล ผู้ผลิตที่ต้องการขายสินค้าในยุโรปจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบนี้

เหมือนแรมบ์ทอองกน

แบตเตอรี่ที่กู้คืนได้จากรถยนต์ EV หมดอายุ และของเหลือทิ้งจากโรงงานผลิตแบตเตอรี่ในยุโรปจำนวนมหาศาล เรียกได้ว่าภายในปี 2573 ก็จะมีลิเทียม นิกเกิล แมงกานีส และโคบอลต์ ที่เพียงพอให้ผลิตรถยนต์ EV คันใหม่ได้ถึง 2.4 ล้านคัน และมากถึง 15 ล้านคัน ภายในปี 2583

หากพูดถึงเรื่องมูลค่าแล้ว ชิ้นส่วนที่ผ่านการผลิตซ้ำมีคุณภาพเทียบเท่าชิ้นส่วนใหม่แต่ราคาถูกกว่าถึง 40% นั่นหมายถึงผู้ผลิตสามารถสร้างมูลค่าได้ 2 ทาง ทั้งลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคได้ไปพร้อมกัน ดังนั้นเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมยานยนต์จึงไม่ใช่แค่เรื่องของสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นกลยุทธ์ด้านความมั่นคงทางวัตถุดิบ

จากนโยบายสู่สายพานการผลิต

ในปี 2569 เราจึงได้เห็นผู้ผลิตรายใหญ่ต่างเปิดตัวโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างเป็นทางการมากขึ้น

โดยตัว มอเตอร์ เป็นกรณีศึกษาที่โดดเด่นที่สุด เมื่อเปิด Circular Factory ที่หมู่บ้านเบอร์นาสตัน (Burnaston) เมืองดาร์บีเชอร์ (Derbyshire) สหราชอาณาจักร ซึ่งออกแบบให้รับรถ 10,000 คัน/ปี ในระยะแรก กู้คืนพลาสติกบริสุทธิ์ 300 ตัน และเหล็กกว่า 8,200 ตัน และล่าสุดประกาศจัดตั้ง Circular Factory แห่งใหม่ในเมืองวาลบ์เซ็ค (Walbrzych) ประเทศโปแลนด์ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2569 ที่ผ่านมา โดยจะรับรถเก่าเพื่อแปรรูปเกือบ 20,000 คัน/ปี และรายการวัสดุที่จะนำกลับมาใช้ใหม่ครอบคลุมทั้งแบตเตอรี่ ล้อ รวมถึงวัตถุดิบอย่างทองแดง เหล็ก อะลูมิเนียม และพลาสติก เพื่อนำไปใช้ในการผลิตรถยนต์คันใหม่

ซึ่งก่อนหน้านี้ เรโนลต์ กรุ๊ป (The Renault Group) ได้เริ่มดำเนินการปรับปรุงโรงงานผลิตรถยนต์ที่เมืองฟลินส์ (Flins-sur-Seine) ประเทศฝรั่งเศส ให้เป็น Refactory ที่มีแนวทาง

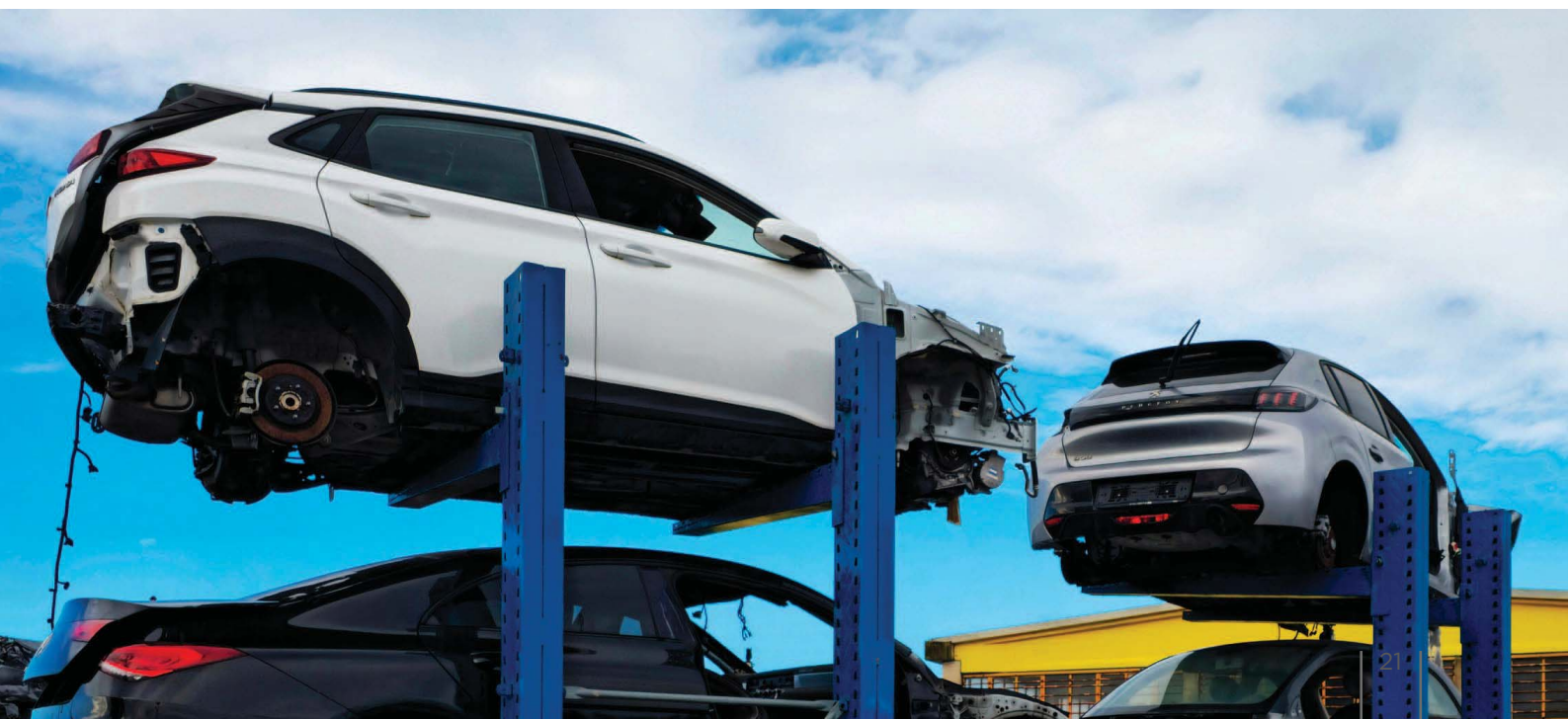
4 อย่าง คือ ยืดอายุรถ ยืดอายุแบตเตอรี่ เพิ่มสัดส่วนวัสดุรีไซเคิล และบ่มเพาะนวัตกรรม กลายเป็นโรงงาน Circular Economy เฉพาะทางแห่งแรกในยุโรป รวมถึงเรโนลต์ยังมีเครือข่าย Renew Factory อีกหลายแห่งอยู่ทั่วยุโรป

ด้าน สเตลแลนทิส (Stellantis) ได้เปิด Circular Economy Hub ที่ตูริน (Turin) เมืองใหญ่ในประเทศอิตาลี เพื่อสู่การเป็นองค์กรที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2581 โดยการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 4R ได้แก่ การผลิตซ้ำ (remanufacture) การซ่อมแซม (repair) การนำกลับมาใช้ใหม่ (reuse) และการรีไซเคิล (recycle)

ชิ้นส่วนที่ผ่านกระบวนการเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ SUSTAINera โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการในราคาที่เหมาะสม โดยไม่ลดทอนคุณภาพ และในขณะเดียวกันก็รักษาสิ่งแวดล้อม ลดของเสีย และการใช้ทรัพยากรของโลกใหม่

ส่วนแบรนด์ใหญ่อีกแบรนด์อย่าง BMW ได้ใช้แนวทาง Design for Circularity ในการผลิตรถยนต์ เริ่มต้นตั้งแต่การออกแบบ โดยคำนึงถึงการเลือกวัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ ลดจำนวนชิ้นส่วนลงเพื่อลดเวลาถอดประกอบและเข้าสู่กระบวนการตัดแยกง่ายขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการถอดประกอบ ชิ้นส่วนให้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และหลีกเลี่ยงวัสดุและสารประกอบที่อาจรบกวนกระบวนการรีไซเคิล

สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เราเห็นภาพว่า ผู้ที่จะชนะในทศวรรษนี้คือผู้ที่ออกแบบรถให้รีไซเคิลง่ายตั้งแต่วันแรก นำวัตถุดิบกลับเข้าสายการผลิตได้จริง และทำได้ในต้นทุนที่ยั่งยืน เพราะตราใบที่โหละหลายนอกจากยังถูกกักอยู่ในรถเก่าหลายล้านคันบนท้องถนน เหมือนแร่ที่ทำกำไรสูงที่สุดไม่ได้อยู่ในดิน แต่อยู่ในโรงงานรีไซเคิลที่กำลังเปิดประตูรับรถเก่าอยู่ทุกวัน





เปลี่ยนช่วงเวลาบนท้องถนน ให้เป็นเวลา "ดูแลตัวเอง"

สำหรับคนทำงานในเมืองใหญ่ รถติด อาจดูเหมือนห่วยๆ ที่คอยปล้นเวลาอันมีค่าของเราไปทุกวัน แต่ถ้าลองเปลี่ยนมุมมองดูใหม่ ภายในรถยนต์คันเดิมที่จอดนิ่งนี้แหละคือเกาะส่วนตัวที่เราสามารถปิดประตูทั้งความวุ่นวายไว้ข้างนอก แล้วใช้เวลาอยู่กับตัวเองได้แบบ 100%

ลองมาดูทริคสนุกๆ ที่จะเปลี่ยนชั่วโมงที่หยุดนิ่ง ให้กลายเป็นช่วงเวลาคุณภาพกัน

1

ฟังเสียงหัวใจตัวเอง

ลองใช้จังหวะนี้ "เช็คสภาพจิตใจ" ลองคุยกับตัวเองเบาๆ ในกระจกว่า "วันนี้เป็นอย่างไรบ้าง" การได้ยินเสียงตัวเองพูดออกมาในพื้นที่ปิด จะช่วยให้เราเรียบเรียงความคิดได้ดีกว่า การปล่อยให้เรื่องเหล่านั้นฟุ้งซ่านอยู่ในหัว

2

เปิดคอนเสิร์ตโดยไม่ต้องเกรงใจใคร

จะมีที่ไหนที่เราสามารถร้องเพลงเพี้ยนๆ หรือตะโกนระบายความอัดอั้นได้ยอดเยี่ยมเท่าในรถอีกล่ะ ลองเปิดเพลงโปรดที่ฟังทีไรก็นึกถึงความทรงจำดีๆ แล้วร้องตามให้สุดเสียง การร้องเพลงคือการบำบัดอย่างหนึ่งที่จะช่วยหลังสารความสุข และช่วยให้ปอดได้ทำงานเต็มที่ เป็นการชาร์จพลังที่ได้ผลชั้นยอดก่อนจะก้าวขาลงจากรถไปเจอโลกความจริง

3

เปิดโลกการเรียนรู้

ถ้าสายตาต้องจ่อจ้องอยู่กับถนน ก็ให้ "หู" เป็นคนพาเราออกเดินทางแทน ลองหาพอดแคสต์หรือหนังสือเสียง (Audiobook) ในหัวข้อที่เคยอยากรู้แต่ไม่มีเวลาอ่านสักทีมาฟัง การได้รับความรู้ใหม่ๆ หรือฟังเรื่องเล่าที่สร้างแรงบันดาลใจจะทำให้เรารู้สึกว่าเวลาที่รถติดไม่ใช่เวลาที่สูญเปล่า



4

ฝึกสติ

รถติดคือช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการฝึกสมาธิแบบง่ายๆ ลองสังเกตลมหายใจของตัวเอง สังเกตสัมผัสของพวงมาลัยที่มือ หรือแม้แต่การสังเกตแสงแดดที่ตกกระทบลงบนคอนโซล การอยู่กับปัจจุบันขณะจะช่วยลดความกระวนกระวายใจ ทำให้เรากลายเป็นคนที่เย็นลง แม้อุณหภูมิข้างนอกจะพุ่งสูงแค่ไหนก็ตาม

5

เปลี่ยนห้องโดยสารให้เป็นสปา

กลิ่นมีผลต่อสมองโดยตรง ลองพกก้อนสำลีเล็กๆ หรือแผ่นหอมที่หยดน้ำมันหอมระเหยกลิ่นที่ช่วยให้ผ่อนคลาย เช่น ลาเวนเดอร์ ช่วยลดความดันโลหิตและความเครียดจากรถคันใหม่ๆ ที่ปวดหน้า เปปเปอร์มินต์ ช่วยให้สมองตื่นตัวและรู้สึกเย็นขึ้นในวันที่แดดแผดเผา หรือ ชิตรัส ช่วยปลุกความสดใสลดความเหนื่อยล้าจากการทำงานมาทั้งวัน

6

โยคะในรถ

การจราจรที่นิ่งสนิทคือโอกาสดีที่จะลดความเมื่อยล้า ลองบริหารคอ ค่อยๆ เอียงคอไปซ้าย-ขวา เพื่อลดอาการบ่าตึงจากการนั่งหน้าจอบนรถเป็นเวลานาน หมุนไหล่สักหน่อย ยกไหล่ขึ้นชิดหูแล้วหมุนไปด้านหลัง ช่วยให้เลือดลมไหลเวียนดีขึ้น แล้วอย่าลืมกำ-แบมือ ลดอาการนิ้วล็อกจากการเกร็งจับพวงมาลัยนานๆ แค่นี้ก็เพิ่มความกระปรี้กระเปร่าได้แล้ว

7

จัดรายการวิทยุส่วนตัว

บางครั้งโอเคเดียวๆ หรือความรู้สึกที่ค้างคาใจมักจะโผล่มาตอนเราอยู่เฉยๆ คนเดียว ลองเปิดแอปฯ บันทึกเสียง แล้วระบายหรือเล่าสิ่งที่เจอมาในวันนั้นให้ตัวเองฟัง พอได้พูดออกมา คุณจะรู้สึกเบาใจขึ้นอย่างประหลาด แถมบางทีอาจจะได้ไอเดียใหม่ๆ โดยบังเอิญด้วย

8

นวดกดจุดหยุดความหงุดหงิด

ใช้ปลายนิ้วนวดคลึงเบาๆ ที่ขมับและหัวคิ้วในช่วงที่ไฟแดงยาวนานกว่าปกติ การกดจุดเบาๆ จะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนและทำให้ระบบประสาทผ่อนคลายลง ถ้ามีครีมทาหม้อกลิ่นที่ชอบ การหยิบขึ้นมาทาซ้ำๆ ก็ช่วยดึงสติให้กลับมาอยู่กับตัวได้อย่างดีเยี่ยม

9

วางแผนความสุขครั้งต่อไป

ใช้เวลาที่เหลือจากการมองไฟแดง นั่งคิดจินตนาการถึงรางวัลให้ตัวเองในตอนเย็น หรือทริปสั้นๆ ในวันหยุดที่กำลังจะมาถึง การได้วางแผนเรื่องสนุกๆ ในขณะที่ร่างกายถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่แคบๆ จะช่วยให้จิตใจเรารู้สึกมีอิสระและมีพลังในการทำงานมากขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อ

เราอาจจะเปลี่ยนไฟแดงให้เป็นไฟเขียวไม่ได้ แต่เราเปลี่ยนอารมณ์ในใจเราได้เสมอ เมื่อคุณก้าวขึ้นรถแล้วปิดประตู ขอให้รู้ไว้ว่านี่คือช่วงเวลาที่คุณจะได้เป็นเจ้าของตัวเองอย่างแท้จริง

เที่ยวตาม ททท. และ "ลิซ่า" ตื่นตาไปกับ 12 สถานที่ทั่วไทย

ชวนมาพบกับความสุข เมื่อได้ออกเดินทางเที่ยวไทย ตามรอยแคมเปญของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และแรงบันดาลใจจาก ลิซ่า - ลิซ่า มโนบาล กับ 12 จุดเช็คอิน ที่ครบทั้งความตื่นตาและความประทับใจ ตื่นตาตื่นใจกับสถานที่สวยๆ หลากหลายสไตล์ ทั้งภูเขา น้ำตก ทะเล แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัดวาอารามเก่าแก่



ภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย



วัดเจติยหลวง จังหวัดเชียงใหม่



เจดีย์ลอยฟ้า วัดพุทธบาทสุทธาวาส จังหวัดลำปาง



วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน



วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์



วัดอรุณราชวรารามมหารวิหาร กรุงเทพฯ



น้ำตกทีลอซู จังหวัดตาก



ทะเลสาบบัวแดง จังหวัดอุดรธานี



เกาะทะเลลู้ จังหวัดระยอง



เสม็ดนางชี จังหวัดพังงา

1. กุชี่ฟ้า จังหวัดเชียงราย

หนึ่งในจุดชมวิวยะเลหมอกที่สวยงามที่สุดของไทย โดดเด่นด้วยหน้าผาที่ยื่นออกไปกลางขุนเขา เหมาะกับการชมพระอาทิตย์ขึ้นท่ามกลางสายหมอกยามเช้า

2. วัดเจดีย์หลวง จังหวัดเชียงใหม่

วัดเก่าแก่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ สะท้อนอารยธรรมล้านนาอันรุ่งเรือง และเป็นหนึ่งในสถานที่สำคัญของประเพณียี่เป็งที่งดงามระดับโลก

3. เจดีย์ลอยฟ้า วัดพุทธบาทสุทธาวาส จังหวัดลำปาง

กลุ่มเจดีย์สีขาวเรียงรายบนยอดเขา โดดเด่นท่ามกลางธรรมชาติ ให้ความรู้สึกสงบและศักดิ์สิทธิ์ในบรรยากาศที่โอบล้อมด้วยป่าเขา

4. วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน

วัดทรงจตุรมุขหนึ่งเดียวในไทย ภายในมีภาพจิตรกรรม "ปู่ม่านย่าม่าน" อันเลื่องชื่อ สะท้อนวิถีชีวิตและศิลปะล้านนาได้อย่างงดงาม

5. กุลังกา จังหวัดพะเยา

จุดชมทะเลหมอกสุดอลังการของภาคเหนือ เหมาะสำหรับสายธรรมชาติที่อยากสัมผัสภูเขาซ้อนทับและหมอกลอยคลอในยามเช้า

6. ทุ่งนาบ้านสะป็น จังหวัดน่าน

หมู่บ้านเล็กๆ ท่ามกลางหุบเขา โดดเด่นด้วยทุ่งนาเขียวขจีและวิถีชีวิตเรียบง่าย เหมาะแก่การพักผ่อนและชาร์จพลัง

7. น้ำตกทีลอซู จังหวัดตาก

หนึ่งในน้ำตกที่ใหญ่และสวยที่สุดในเอเชีย สายน้ำไหลลดหลั่นบนหน้าผาหินปูน ท่ามกลางผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์

8. วัดพระธาตุผาซ่อนแก้ว จังหวัดเพชรบูรณ์

วัดบนเขาคือที่โดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมโมเสกหลากสีและพระพุทธรูป 5 องค์ เรียงกันอย่างสง่างาม พร้อมวิวกุหาแบบพาโนรามา

9. ทะเลสาบบัวแดง จังหวัดอุดรธานี

ท่ามกลางบึงน้ำจืดขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่กว่า 22,500 ไร่ หนองน้ำขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยดอกบัวสีชมพูบานสะพรั่งในช่วงฤดูหนาว กลายเป็นภาพธรรมชาติสุดโรแมนติกที่หาชมได้ยาก

10. วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร กรุงเทพฯ

แลนด์มาร์กระดับโลกริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดดเด่นด้วยพระปรางค์สูงสง่าที่สะท้อนแสงแดดงดงามในช่วงพระอาทิตย์ขึ้นและตก

11. เกาะทะลุ จังหวัดระยอง

เกาะเล็กๆ ใกล้กรุงเทพฯ ที่เงียบสงบ น้ำทะเลใส เป็นเกาะขนาดเล็กในอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด อ่าวแกล้ง เหมาะสำหรับดำน้ำชมปะการัง ที่นี้ขึ้นชื่อว่าเป็นแนวปะการังที่สวยงามที่สุดของจังหวัดระยอง ไฮไลต์คือ "ช่องหินทะลุ" แลนด์มาร์กถ่ายรูปอันขึ้นชื่อ

12. เสม็ดนางชี จังหวัดพังงา

จุดชมวิวยาวพังงาที่สวยงามติดอันดับโลก มองเห็นภูเขาหินปูนเรียงตัวกลางทะเลสีมรกต โดยเฉพาะช่วงพระอาทิตย์ขึ้นที่งดงามเป็นพิเศษ

ปักหมุดไว้ แล้วออกเดินทาง

เพราะการเดินทางไม่ใช่แค่การไปถึงจุดหมาย แต่คือการ "ได้รู้สึก" ตลอดการเดินทาง

12 สถานที่นี้อาจเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของแรงบันดาลใจที่จะทำให้คุณอยากออกไปค้นพบความสุขในแบบของตัวเอง บักหมุดไว้เลย ความรู้สึกดีๆ เหล่านี้ รอให้คุณมาสัมผัส



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก Facebook Fanpage Amazing Thailand



คุณเป็นคนชาร์จพลัง (โทรศัพท์มือถือ) แบบไหน

นอกจากโทรศัพท์มือถือจะขึ้นชื่อว่าเป็นอวัยวะที่ 33 ของมนุษย์ทั่วไปในปัจจุบันแล้ว การชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือยังสามารถสะท้อนนิสัยเล็กๆ น้อยๆ ของเราได้ เจ้าแบตเตอรี่ชิ้นเล็กๆ ในโทรศัพท์ที่ชาร์จเร็วและใช้งานได้นานกว่าแบตเตอรี่ชนิดอื่น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าศักยภาพจะคงอยู่อย่างต่อเนื่องได้นานหลายวัน เพราะฉะนั้นเราจึงพบเห็นจุดชาร์จโทรศัพท์มือถือในที่สาธารณะมากขึ้นเรื่อยๆ และสิ่งนี้สามารถสะท้อนบุคลิกของแต่ละคนได้อย่างไม่น่าเชื่อ วันนี้จะมาชวนส่องนิสัยจากการชาร์จโทรศัพท์มือถือกัน

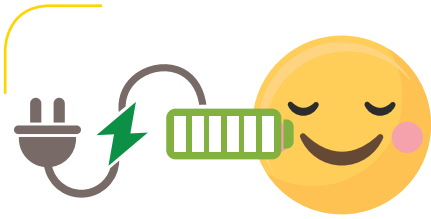


สายซิว กลุ่มคนที่มักออกจากบ้านโดยไม่ได้ชาร์จโทรศัพท์

หากคุณเป็นหนึ่งในกลุ่มคนที่มักออกจากบ้านโดยไม่ได้ชาร์จโทรศัพท์และคุ้นเคยกับสถานการณ์แบตเตอรี่หมดเป็นอย่างดีโดยไม่มีความกังวลแม้แต่น้อย นั่นอาจสะท้อนถึงบุคลิกกล้าพูด กล้าทำ กล้าเสี่ยง รักความท้าทาย เข้ากับคนง่าย ต้องการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่อยู่เสมอ เชี่ยวชาญศิลปะแห่งการเจรจาอย่างสร้างสรรค์ มีพรสวรรค์ในการต่อรอง พร้อมความสามารถในการบริหารเสน่ห์ ซึ่งพิสูจน์ได้จากการขอยืมที่ชาร์จจากโต๊ะข้างๆ ไปจนถึงขอใช้พื้นที่เฉพาะสำหรับพนักงานในการชาร์จโทรศัพท์นั่นเอง คุณเป็นคนมองโลกในแง่ดีอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และเชื่อว่าทุกปัญหาจะมีทางออกเสมอไม่ว่าจะหนักหนาแค่ไหน คนกลุ่มนี้มักชอบพกเงินสดนอนหลับง่าย คุยเก่ง รักการทำสิ่งที่ เป็นกิจวัตรในสถานการณ์อันคุ้นเคย และมักให้ความสนใจในการทำหลายๆ สิ่งในเวลาเดียวกัน

สายนักสะสมพลังงาน พร้อมตลอดเวลา

มาพบกับนักสะสมพลังงานที่เตรียมพร้อมกันบ้าง พวกเขาติดอาวุธครบครันด้วยแบตเตอรี่สำรอง สายชาร์จ และปลั๊กมากมาย คุณจะไม่เห็นคนกลุ่มนี้แจ้งเตือนแบตเตอรี่เหลือน้อยเลย ซึ่งจากการศึกษาทางจิตวิทยาพบว่าคนที่คอยตรวจสอบ

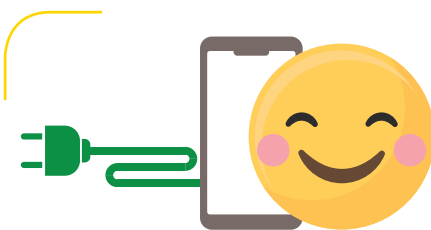


เปอร์เซ็นต์แบตเตอรี่อย่างสม่ำเสมอ เป็นคนที่รู้วิธีการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เปี่ยมไปด้วยทักษะการบริหารอันยอดเยี่ยม จัดระเบียบเก่ง รู้ลำดับความสำคัญของงานต่างๆ เข้าใจถึงความสำคัญของการพึ่งพาตนเอง ทั้งนี้ มีแนวคิดที่เรียกว่า “ทฤษฎีการเตรียมพร้อม” ซึ่งนำเสนอโดย มาร์ติน เซลิกแมน (Martin Seligman) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันชื่อดังที่ชี้ให้เห็นว่าบุคคลผู้เตรียมพร้อมรับมือกับภัยคุกคามได้ดีกว่า

มีแนวโน้มอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้มากกว่า พวกเขาเชื่อในสุภาษิตโบราณ “กันไว้ดีกว่าแก้” และโทรศัพท์ที่ชาร์จแบตเตอรี่เต็มอยู่เสมอก็เป็นเครื่องพิสูจน์ถึงความเชื่อนี้

มนุษย์เสียบปลั๊ก ชาร์จโทรศัพท์ข้ามคืน

ด้านคนที่เสียบปลั๊กโทรศัพท์ก่อนเข้านอนและปล่อยให้ชาร์จตลอดทั้งคืนเพราะเชื่อว่าการเริ่มต้นวันใหม่ด้วยอุปกรณ์ที่ชาร์จเต็มแล้วเป็นสิ่งสำคัญ มักให้น้ำหนักกับหลักการ ข้อเท็จจริง เหตุผล มากกว่าอารมณ์และความรู้สึก พวกเขาไม่เชื่ออะไรง่ายๆ จนกว่าจะได้พบเจอกับสถานการณ์ต่างๆ

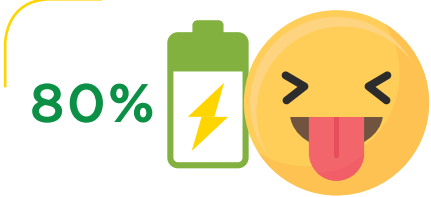


ด้วยตนเอง โดยทั่วไปคนกลุ่มนี้มีความสามารถหลากหลายด้าน ทั้งทักษะเฉพาะตัวและการบริหารจัดการ จึงมักมีภาระหน้าที่มากมาย ส่งผลให้บุคลิกภายนอกดูนิ่งๆ และเฉียบขาด ทว่าภายในนั้นอ่อนไหวและอ่อนโยน ต้องการคนรับฟังแต่

ไม่ตัดสิน การปลุกวิเวกและผ่อนคลายของพวกเขาไม่ซับซ้อน เพียงแค่ออยู่ท่ามกลางธรรมชาติอันเงียบสงบ หรือได้กินของอร่อยกับเพื่อนที่รู้จัก แค่นี้ก็พร้อมสำหรับความรับผิดชอบซึ่งรออยู่ข้างหน้าแล้ว

สายเทคโนโลยี ชาร์จพอดี้ที่ 80% ก็พอ

นักเทคโนโลยีที่จะไม่ยอมเสี่ยงกับการชาร์จเกินความจำเป็น คนกลุ่มนี้จะปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ผลิตโทรศัพท์มือถืออย่างเคร่งครัด โดยไม่เสียบโทรศัพท์ทิ้งไว้นาน คุณจะเห็นพวกเขาชาร์จไฟเมื่อหน้าจอออกตัวเลข 20%



และถอดปลั๊กโทรศัพท์เมื่อพลังงานอยู่ที่ 80% พอดี้ เพื่อดูแลสุขภาพแบตเตอรี่ให้ดีที่สุดแม้ว่านั่นหมายถึงการต้องชาร์จหลายครั้งต่อวันก็ตามแน่นอนว่าพวกเขาเป็นคนเด็ดขาดตัดสินใจแน่แน่ว ว่องไว รับผิดชอบ

หน้าที่ของตนเองอย่างคล่องแคล่ว มักวางแผนชีวิตในแต่ละวันอย่างเป็นขั้นตอน และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นลำดับต้นๆ

ซานดีป อุนนิกฤษนัน (Sandeep Unnikrishnan) ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยีของ LionVolt บริษัทสตาร์ทอัปด้านแบตเตอรี่นวัตกรรมสัญชาติเนเธอร์แลนด์ เปิดเผยว่าอายุการใช้งานของแบตเตอรี่โทรศัพท์จะแย่งลงเมื่อเวลาผ่านไปเนื่องจากการสึกหรอทางเคมีไฟฟ้าภายใน โดยทั่วไปแล้วแบตเตอรี่จะใช้งานได้ประมาณ 500 รอบการชาร์จ หรือระหว่าง 2-3 ปี ก่อนที่ความจุของแบตเตอรี่จะลดลงอย่างมาก ทว่ามีเคล็ดลับหลายข้อสำหรับยืดอายุการใช้งานแบตเตอรี่ให้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

- **อย่าชาร์จจนเต็ม 100%** เพราะจะทำให้เกิดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น ซึ่งเร่งให้แบตเตอรี่เสื่อมเร็วขึ้น
- **เปิดโหมดประหยัดแบตเตอรี่** สมาร์ทโฟนส่วนใหญ่มีโหมดดังกล่าว ซึ่งจะปรับประสิทธิภาพเพื่อยืดอายุการใช้งานแบตเตอรี่ โดยจะลดกิจกรรมเบื้องหลัง ความสว่างหน้าจอ และกระบวนการอื่นๆ ซึ่งใช้พลังงานสูง
- **อย่าใช้โทรศัพท์ขณะชาร์จ** อุณหภูมิของโทรศัพท์มีบทบาทสำคัญต่ออายุการใช้งานแบตเตอรี่ และทั้งความร้อนหรือเย็นจัดสามารถนำไปสู่การเสื่อมสภาพของขั้วไฟฟ้าได้
- **ใช้ที่ชาร์จซึ่งมาพร้อมกับโทรศัพท์** แม้การซื้อที่ชาร์จที่โฆษณาว่าชาร์จเร็วจะน่าดึงดูดใจ แต่มักเป็นอันตรายต่ออายุการใช้งานแบตเตอรี่ เพราะอาจจ่ายกระแสหรือแรงดันไฟฟ้าที่ไม่เสถียรและก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความร้อนสูงเกินไป

อ้างอิง : www.nypost.com
www.experteditor.com.au
www.chargebox.com
www.gearpatrol.com
www.trickedoutonline.com

ทำไม "โซลาร์เซลล์" ถึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสำหรับบ้านยุคนี้

ในวันที่ "พลังงานสะอาด" ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป เจ้าของบ้านยุคใหม่เริ่มมองหาทางเลือกที่ช่วยทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ระยะยาว "โซลาร์เซลล์" จึงไม่ได้เป็นเพียงเทรนด์รักษ์โลก แต่ยังเป็นการลงทุนที่ช่วยเปลี่ยนค่าไฟในทุกเดือน ให้กลายเป็นความคุ้มค่าในอนาคต

1. ลดค่าไฟได้จริง เห็นผลตั้งแต่เดือนแรก

หนึ่งในเหตุผลหลักที่คนติดตั้งโซลาร์เซลล์คือ "การประหยัดค่าไฟ" โดยระบบขนาดเล็ก เช่น 3-5 kW สามารถช่วยลดค่าไฟได้หลักพันบาท/เดือน และหากเป็นบ้านขนาดใหญ่หรือมีการใช้ไฟสูง การติดตั้ง 10-20 kW สามารถลดค่าไฟได้อย่างมีนัยสำคัญ

แนวคิดสำคัญ : เปลี่ยน "ค่าใช้จ่ายรายเดือน" ให้กลายเป็น "การลงทุนระยะยาว"

2. คุ้มค่าในระยะยาว คืนทุนได้จริง

โดยทั่วไป ระบบโซลาร์มีอายุการใช้งาน 20-25 ปี ขณะที่ระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 5-8 ปี หลังจากนั้นคือ "กำไรล้วน" ในรูปแบบค่าไฟที่ลดลง

นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มที่ค่าไฟจะเพิ่มขึ้นในอนาคต ยิ่งติดตั้งเร็ว ยิ่งได้ประโยชน์มาก

3. เพิ่มมูลค่าให้บ้าน

บ้านที่ติดตั้งโซลาร์เซลล์จะมีมูลค่าสินทรัพย์ (Asset Value) สูงขึ้น โดยเฉพาะในตลาดอสังหาริมทรัพย์ยุคใหม่ ผู้ซื้อเริ่มมองหาบ้านที่ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

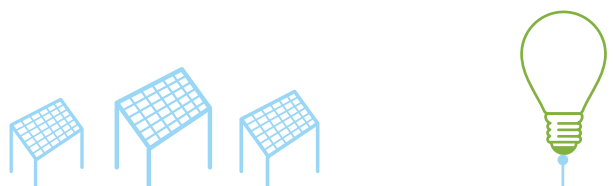
4. เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โซลาร์เซลล์ช่วยลดการใช้พลังงานจากฟอสซิล ลดการปล่อย CO₂ และสนับสนุนการใช้พลังงานสะอาด เหมาะกับคนยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน (Sustainability)

5. รองรับไลฟ์สไตล์ใหม่ (EV/Smart Home)

หากคุณมีแผนจะใช้รถยนต์พลังงานไฟฟ้า หรืออุปกรณ์สมาร์ทโฮมในอนาคต โซลาร์เซลล์คือโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่ช่วยลดต้นทุนพลังงานในระยะยาว เช่น

- ชาร์จรถไฟฟ้าที่บ้าน
- ใช้ร่วมกับระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ (Battery Storage)
- เชื่อมต่อระบบบริหารจัดการพลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy Management)



STANDARD

ONGRID ระบบไฟฟ้า 1 เฟส

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



3 KW 5 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 1,950 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER




5 KW 8 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 3,250 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



10 KW 16 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 6,500 บาท/เดือน

BATTERY EV CHARGER




OPTIONAL

อุปกรณ์เสริม

*ราคาอาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามระยะทางการเดินสายไฟ และสภาพสถานที่ติดตั้ง กรุณาติดต่อผู้ขายก่อนยืนยันการสั่งซื้อ**

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER


OPTIMIZER



3 KW 5 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 1,950 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



5 KW 8 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 3,250 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



10 KW 16 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 6,500 บาท/เดือน

STANDARD

ONGRID ระบบไฟฟ้า 3 เฟส

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



5 KW 8 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 1,950 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



10 KW 16 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 6,500 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



15 KW 24 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 9,750 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER



20 KW 32 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 13,000 บาท/เดือน

STANDARD PACKAGE

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



5 KW 8 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 1,950 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



10 KW 16 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 6,500 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



15 KW 24 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 9,750 บาท/เดือน

SOLAR PANEL INVERTER SMART METER

OPTIMIZER



20 KW 32 แผง
ช่วยลดค่าไฟได้ 13,000 บาท/เดือน

PREMIUM PACKAGE

เลือกระบบแบบไหนดี

ขอแบ่งตามขนาดและความต้องการใช้งาน ได้แก่

- 3-5 kW : เหมาะกับบ้านเรือนทั่วไป ใช้ไฟช่วงกลางวัน
- 10-20 kW : เหมาะกับบ้านขนาดใหญ่ หรือมีรถยนต์อีวี หรือมีการใช้ไฟในระดับสูง
- Premium Package : เพิ่มอุปกรณ์ปรับแต่งแรงดันไฟฟ้า (Optimizer) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
- Optional : Battery และ EV Charger สำหรับการใช้งานขั้นสูง

สรุป : โซลาร์เซลล์ไม่ใช่แค่ "ค่าใช้จ่าย" แต่คือ "การวางแผนการเงิน"

การติดตั้งโซลาร์เซลล์คือการเปลี่ยนวิธีคิดจาก "จ่ายค่าไฟไปเรื่อยๆ" เป็น "ลงทุนเพื่อประหยัดในระยะยาว" ยิ่งในยุคที่เทคโนโลยีพลังงานสะอาดเข้าถึงง่ายขึ้น นี่คือนี่หนึ่งในการตัดสินใจที่ทั้งคุ้มค่าและยั่งยืน



ตรงจุด ตรงใจ ปลอดภัย
เลือก IRUKA



อีรุกะ
IRUKA
Green Energy

สนใจติดต่อ
LINE @irukath
Tls : 082-561-4632
หรือ 098-264-4593



พร้อมเริ่มแล้ว เลือกซื้ออุปกรณ์ได้เลย

หากคุณกำลังมองหาโซลาร์เซลล์คุณภาพ หรืออุปกรณ์เสริมสำหรับบ้านยุคใหม่ สามารถเลือกซื้อได้สะดวก บน "แอป โภ บาย กรุงศรี ออโต้" และ LINE : @krungsriauto เลือก PromptBuy ที่รวมแบรนด์และผู้ให้บริการไว้ในที่เดียว



krungsri

Auto

A member of MUFG



สินเชื่อเพื่อคนมีรถ

จะปิดหนี้เก่า หรือ ขยายธุรกิจ เลือก คาร์ ฟอรั แคช

ต้องการเงินสด รถคุณช่วยได้

- ดอกเบี้ยเริ่มต้น **0.27%** ต่อเดือน
- ให้อ่างเงินสูงสุด **120%** ของราคาประเมินรถยนต์ของธนาคาร
- ผ่อนนานสูงสุด **72** เดือน
- ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน*

'กู้อ่าที่จำเป็นและผ่อนชำระไหว'

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

โทร. 0 2740 7400 | www.car4cash.com | @krungsriauto

กรุงศรี ออโต้
สาขาธุรกิจยานยนต์
ทั่วประเทศ

→ ภาค 1	โคราช อุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ ปากช่อง ยโสธร ชัยภูมิ	440/12-14 ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000 โทร. 044-426-400 แฟกซ์ 044-426-499 941/24-25 ถ.ชยางกูร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทร. 045-477-477 แฟกซ์ 045-477-400-1 276/14 หมู่ที่ 8 ต.โพธิ์ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ 33000 โทร. 045-614-744 แฟกซ์ 045-614-750 966/9 ถ.หลักเมือง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.สุรินทร์ 32000 โทร. 044-515-511 แฟกซ์ 044-515-650 680 ถ.มิตรภาพ ต.ปากช่อง อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา 30130 โทร. 044-316-812, 044-316-815 แฟกซ์ 044-316-814 109 ถ.อุทัยรามฤทธิ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ยโสธร 35000 โทร. 045-712-319 แฟกซ์ 045-712-320 141/20 หมู่ที่ 6 ถ.ชัยภูมิ-สีคิ้ว ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ 36000 โทร. 044-816-150 แฟกซ์ 044-816-152
→ ภาค 2	หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง ภูเก็ต กระบี่ ชุมพร ยะลา	59/23, 25, 27 ถ.จุดอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118 141/89-90 ถ.กาญจนวิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499 44-44/1 ถ.พัฒนาการคูขวาง ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80000 โทร. 075-305-400 แฟกซ์ 075-305-499 117/8-9 หมู่ที่ 2 ต.โคกหล่อ อ.เมือง จ.ตรัง 92000 โทร. 075-201-400 แฟกซ์ 075-201-499 58/10-11 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านเพิ่มสินธานี ต.รัษฎา อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000 โทร. 076-361-400 แฟกซ์ 076-361-402, 076-361-499 235/7-8 หมู่ที่ 11 ถ.เพชรเกษม ต.กระบี่น้อย อ.เมือง จ.กระบี่ 81000 โทร. 075-650-777 แฟกซ์ 075-650-780 55/11 หมู่ที่ 1 ต.บ้านนา อ.เมือง จ.ชุมพร 86190 โทร. 077-529-400 แฟกซ์ 077-529-499 33, 35 ถ.ยะลา ต.สะเตง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา 95000 โทร. 073-244-020
→ ภาค 3	ชลบุรี พัทยา ระยอง ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา จันทบุรี สระแก้ว	143 หมู่ 1 ถ.เลี้ยวเมืองชลบุรี ต.หนองไม้แดง อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000 โทร. 038-103-400 แฟกซ์ 038-103-499 249/1 หมู่ที่ 6 ถ.สุขุมวิท ต.นาเกลือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150 โทร. 038-933-400 แฟกซ์ 038-933-499 155/100-102 หมู่ 2 ตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง 21000 โทร. 038-997-400 แฟกซ์ 038-997-499 47/1 ถ.ปราจีนตคาม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000 โทร. 037-215-355 แฟกซ์ 037-215-360 197/2-3 ถ.ศุขประยูร ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 โทร. 038-088-449 แฟกซ์ 038-088-421 181 ถ.ขวาง ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160 304 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร. 037-241-018 แฟกซ์ 037-241-031
→ ภาค 4	เชียงใหม่ นครสวรรค์ พิษณุโลก ลำปาง เชียงราย กำแพงเพชร เพชรบูรณ์	160/1 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 053-107-400 แฟกซ์ 053-107-499 1311/22 หมู่ที่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 โทร. 056-219-600 แฟกซ์ 056-219-699 729/22-23 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 โทร. 055-909-400 แฟกซ์ 055-909-499 363, 365 ถ.ไธเวย์ ลำปาง-งาว ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100 โทร. 054-237-800 แฟกซ์ 054-237-899 188/23-24 หมู่ที่ 22 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทร. 053-153-388 แฟกซ์ 053-153-390 512, 514 ถ.เจริญสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 โทร. 055-237-800 แฟกซ์ 055-237-899 3/21 ถ.สามัคคีชัย ต.ในเมือง อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67000 โทร. 056-713-155 แฟกซ์ 056-713-166
→ ภาค 5	ขอนแก่น ร้อยเอ็ด อุดรธานี สกลนคร หนองคาย มุกดาหาร กาฬสินธุ์ เลย	272/22-26 หมู่ที่ 12 ถ.มิตรภาพ ต.เมืองเก่า อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000 โทร. 043-209-400 แฟกซ์ 043-209-499 49/6-7 ถ.ทเวทาบิล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000 โทร. 043-619-400 แฟกซ์ 043-619-499 119/11-12 หมู่ที่ 14 ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-215-400 แฟกซ์ 042-215-499 390/15-16 หมู่ที่ 11 ถ.สกล-อุดร ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219 300/2 หมู่ที่ 10 ถ.มิตรภาพ ต.โพธิ์ชัย อ.เมือง จ.หนองคาย 43000 โทร. 042-042-411-946-7, 042-411-949 แฟกซ์ 042-411-948 12 ถ.วิวิธสุการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000 โทร. 042-614-315 แฟกซ์ 042-614-312 297/1 ถ.เทศบาล 23 อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ 46000 โทร. 043-811-325 แฟกซ์ 043-811-336 24/10 ถ.ร่วมจิตร์ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	นครปฐม อยุธยา ปราณบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สระบุรี	511 ถ.เทศบาล ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499 257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499 502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก้ง อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520 974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงชูโต ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี 71110 โทร.034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060 64/23 ถ.เนรมแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027 93/2-5 หมู่ที่ 2 ตำบลตะกุด อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 18000 โทร. 036-343-400 แฟกซ์ 036-343-499
→ กรุงเทพฯ	นนทบุรี สมุทรสาคร ลาดกระบัง หลักสี่ ท่าพระ บางแค บางนา บางใหญ่ รามอินทรา	The Idea 105/6-105/7 หมู่ 9 ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จ.นนทบุรี โทร. 02-762-4224 แฟกซ์ 02-962-6691 923/27 ถ.เศรษฐกิจ 1 ต.มหาชัย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000 โทร. 034-425-642 แฟกซ์ 034-425-433 2484/1 ถ.ลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520 โทร. 02-327-0243 แฟกซ์ 02-327-0240 หลักสี่สแควร์ 76/1 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทร. 02-762-4225 แฟกซ์ 02-970-1749 119, 121, 123 ถ.รัชดาภิเษก แขวงบุคคโล เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600 โทร. 02-232-2999 แฟกซ์ 02-236-3132-3 97, 99 ถ.กาญจนาภิเษก แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160 โทร. 02-803-8000 แฟกซ์ 02-803-8013 อาคารบางนาทาวเวอร์ เอ เลขที่ 2/3 หมู่ที่ 14 ถ.บางนาตราด กิโลเมตรที่ 6.5 ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โทร. 02-777-3555 แฟกซ์ 02-777-3783 80/149 หมู่ที่ 6 หมู่บ้านบางใหญ่ชี่ดี ถ.กาญจนาภิเษก ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459 327, 329 ถ.รามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510 โทร. 02-517-9894, 02-517-9802-3, 02-517-9805-7, 02-517-9809-14 แฟกซ์ 02-517-9896, 02-517-9808

เจ้าของ ฝ่ายสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
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



กรุงศรี นิว คาร์ / กรุงศรี นิว คาร์ จีวี จีวี

เลือกรถใหม่สไตล์คุณ ออกง่าย จ่ายจีวี ผ่อนชิลน้อยลง 40%*

กรุงศรี นิวคาร์ ให้คุณออกรถป้ายแดงง่ายทุกโซลูชั่นทั่วประเทศ

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

กรุงศรี นิว คาร์ จีวี จีวี ทางเลือกพิเศษ ที่ให้คุณผ่อนน้อยลง

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

'กูเท่าที่จำเป็นและผ่อนชำระไหว'

*เมื่อเทียบกับค่างวดสินเชื่อเช่าซื้อแบบปกติ (กรุงศรี นิว คาร์) ของธนาคารฯ **เฉพาะผู้สมัครที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น • ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
• เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารฯ กำหนด

โทร. 0 2740 7400 | www.krungsriauto.com |      @krungsriauto