krungsri
Auto

A member of MUFG

Things You Need to Know about Auto Finance and Beyond

Krungsri Auto Magazine

Vol.18 No.5
September - October **2026**



เจน-ซี อีโอ
ผู้นำเจนซีขับเคลื่อนธุรกิจยานยนต์

สแกน QR Code
สำหรับนิตยสารออนไลน์



3 KA Talk
The Next Driver-The Next Gen

4 Special
GO Travel ชวนเที่ยวเพชรบุรี เมืองที่ยิ่งรู้จัก ยิ่งมีเรื่องให้ค้นหา

6 The Favorite
กฤตนัย วัฒนเสนีธรรม เขียนไดอารีชีวิตผ่านกล้อง

9 Cover Story
เจน-ซีอีโอ ขับเคลื่อนธุรกิจยานยนต์ ด้วยความฉับไว ข้อมูล และความจริงใจ

17 Dealer Talk
ชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์ คิดไกล เข้าใจลึก

20 Happening
เมกะเทรนด์ Ultra-Fast Charging Hub เมื่อ "สถานีชาร์จไฟ" กำลังกลายเป็น โมเดลทำเงินใหม่ของวงการยานยนต์

22 Enjoy the Ride
เทรนด์ดูแลสีรถยุคใหม่ที่คนรักรถต้องลอง

24 Chill out by GO Travel
36 พิกัดเที่ยวเหนือ เติมความสดชื่นช่วง Green Season

26 A Lot Like Luck
What's Your Gen Z Personality?
คุณเป็น Gen Z สายไหนในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง

28 Best of the Month
ฤดูฝนนี้ วางแผนก่อน GO เช็ก 3 สิ่งให้พร้อม เพื่อการเดินทางที่ปลอดภัย

มากกว่าสินเชื่อยานยนต์กับ กรุงศรี ออโต้

"กรุงศรี ออโต้" ผู้นำธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ครบวงจร เครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นทำให้การมีรถเป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ง่าย ผ่านโซลูชันทางการเงินสำหรับรถยนต์และจักรยานยนต์อย่างครบครัน ครอบคลุมตั้งแต่สินเชื่อรถใหม่ รถมือสอง รีไฟแนนซ์ (คาร์ฟอร์แคช) ฟลีทและลีสซิ่ง อินเวนทอรี่ ไฟแนนซ์ ประกันภัย ไปจนถึงบริการดิจิทัลที่ตอบโจทย์ทุกมิติของการใช้ชีวิตกับรถ

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

กรุงศรี ออโต้ ยึดมั่นในแนวทาง Responsible Lending โดยมุ่งให้คำแนะนำสินเชื่อที่เหมาะสมกับศักยภาพในการผ่อนชำระของลูกค้า พร้อมดูแลให้ความช่วยเหลือในยามที่เผชิญความท้าทายด้านการเงิน เพื่อให้ทุกการเดินทางเป็นเส้นทางที่มั่นคงและยั่งยืน

ข้อมูลเพิ่มเติมที่เว็บไซต์ www.krungsriauto.com หรือโทร 0 2740 7400

งานพิมพ์นี้ใช้หมึกพิมพ์ Yessoy Ink เป็นหมึกพิมพ์ถั่วเหลือง มีส่วนช่วยลดอันตรายจากสารเคมีที่มีต่อผู้บริโภคและกระบวนการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อย CO_2 มีค่าทั้งสิ้น 1,609.480 Kg.CO_2eq และได้ดำเนินการชดเชยการปล่อย CO_2 สุทธิเป็นศูนย์ นับเป็นการดำเนินภายใต้จิตสำนึกที่ดีเพื่อสะท้อนการเป็นองค์กรที่ "ใส่ใจสิ่งแวดล้อม" ดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ www.greenlifeprinting.com



The Next Driver

The Next Gen

รถคันเดิมที่เราขับมาหลายปี วันหนึ่งเมื่อส่งกุญแจให้คนรุ่นใหม่ขับ เส้นทางที่คุ้นเคยกลับดูแตกต่างไป เขาอาจเปิดแผนที่ในโทรศัพท์มือถือ หาเส้นทางที่เร็วกว่า เปิดเพลงที่เราไม่รู้จัก แต่สุดท้ายก็พารถไปถึงจุดหมายเดียวกัน และบางครั้งถึงเร็วกว่าที่เราเคยทำได้

Gen Z คือคนที่เริ่มมีบทบาทในโลกธุรกิจปัจจุบัน หลายเสียงชื่นชม หลายเสียงเปรียบเทียบ พวกเขาอาจเป็นเจเนอเรชันที่ถูกเข้าใจผิดไม่น้อย ฉบับนี้ กรุงศรี ออโต้ มีโอกาสได้คุยแลกเปลี่ยน Gen Z ที่วันนี้นั่งอยู่หลังพวงมาลัยธุรกิจดีลเลอร์ของครอบครัว

สิ่งหนึ่งที่สังเกตเห็นคือ Gen Z ไม่เชื่อในฮีโร่คนเดียว แต่เชื่อในพลังของทีม ตำแหน่งผู้บริหารสำหรับพวกเขาไม่ใช่ที่นั่งของผู้สั่งการ แต่เป็นหน้าที่ของผู้สร้าง “การมีส่วนร่วม” ของคนในองค์กร

พวกเขาเติบโตมากับเทคโนโลยี จึงมองข้อมูลเป็นภาษาที่สอง ตัวเลขการขายและประสบการณ์ของคนรุ่นก่อนถูกแปลงเป็น “ข้อมูล” ที่มองเห็นโอกาสใหม่ได้ชัดขึ้น เพื่อต่อยอดให้ไปได้ไกลกว่าเดิม

สิ่งที่น่าชื่นชมคือพวกเขาทำงานหนัก ภาพของคนรุ่นใหม่ที่เลือกความสบายไม่ปรากฏในการพูดคุยเลย มีแต่ความมุ่งมั่นที่จะพิสูจน์ผลงาน และยังมีจิตวิทยาที่ดีในการสื่อสารกับคนระหว่างเจเนอเรชันในองค์กร

การได้ล้อมวงสนทนากับผู้บริหาร Gen Z คือเครื่องยืนยันว่าความสัมพันธ์ระหว่างกรุงศรี ออโต้ กับพันธมิตรดีลเลอร์ ไม่ได้ยาวนานเพียงหลายปี แต่ยาวนานข้ามรุ่น กรุงศรี ออโต้ มองว่า Gen Z คือผู้ที่มีส่วนกำหนดทิศทางของธุรกิจยานยนต์ในทศวรรษข้างหน้า การเรียนรู้วิธีคิดของพวกเขาจึงไม่ใช่การตามให้ทัน แต่คือการมองเห็นอนาคตก่อนใคร

ชญาน์ธิป พันธุ์มณี
ประธานคณะเจ้าหน้าที่ด้านธุรกิจสินเชื่อยานยนต์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)



GO Travel ชวนเที่ยวเพชรบุรี
เมืองที่ยิ่งรู้จัก ยิ่งมีเรื่องให้ค้นหา

พูดถึงจังหวัดเพชรบุรี หลายคนอาจนึกถึงเขาวัง ขนมหม้อแกง หรือต้นตาลที่เรียงรายอยู่สองข้างทาง แต่จริงๆ แล้วเมืองเล็กๆ แห่งนี้มีเรื่องราวซ่อนอยู่มากกว่าที่คิด ทั้งประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ อาหาร และวิถีชีวิต จึงเป็นเหตุผลที่ กรุงศรี ออโต้ ชวนลูกค้าร่วมเดินทางในกิจกรรมเอกซ์คลูซีฟ GO Travel UNESCO Caravan ตามรอยรัชกาลที่ 4 จากกรุงศรีสู่พระนครคีรี 2 วัน 1 คืน เพื่อทำความรู้จักเพชรบุรีในมุมที่หลากหลายขึ้น พร้อมทดลองใช้ GO Travel บัดดี้ท่องเที่ยวคู่ใจผู้ใช้รถ ฟีเจอร์บน แอป โก บาย กรุงศรี ออโต้ ที่ช่วยให้การวางแผนเดินทางเป็นเรื่องง่ายขึ้น





น้ำพริบพรี เวลคัมดริงก์ โรงแรม SO Huahin ที่ผสมจุดเด่นวัตถุดิบ 3 รส ของเมืองเพชรอย่างลงตัว

จาก "สามวัง" สู่เรื่องราวที่มากกว่าที่เห็น

เพชรบุรีได้รับการขนานนามว่าเป็นเมือง "3 วัง 3 ทะเล และ 3 รส" เริ่มต้นจาก 3 วังสำคัญ ที่สร้างขึ้นในช่วงรัชกาลที่ 4-6 ได้แก่ พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) และพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน 3 ทะเล คือ ทะเลหาดทราย ทะเลโคลน และทะเลหมอก ส่วน 3 รส คือ รสเค็มจากเกลือสมุทร รสหวานจากน้ำตาลโตนด และรสเปรี้ยวจากมะนาวแป้นรำไพ

หนึ่งในไฮไลต์ของทริปคือ **อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง)** และ **พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนครคีรี** พระราชวังฤดูร้อนที่รัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นบนยอดเขากลางเมือง นอกจากจะได้ชมสถาปัตยกรรมไทยผสมตะวันตกและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์สำคัญแล้ว การได้ชมเมืองเพชรบุรีจากมุมสูง สวยงามและน่าประทับใจ

ลึกลงไปใต้พระนครคีรี คือ **วัดถ้ำเขาหลวง** ภายในมีพระพุทธรูปนับร้อยองค์ และมีแสงธรรมชาติส่องผ่านปล่องลงมายังโถงถ้ำ เป็นภาพสวยงามที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของสถานที่แห่งนี้ ก่อนปิดท้ายเส้นทางประวัติศาสตร์ด้วย **พระรามราชนิเวศน์ (วังบ้านปืน)** ที่สะท้อนความงดงามของสถาปัตยกรรมยุโรปผสมผสานเข้ากับบริบทไทยได้อย่างลงตัว



พระนครคีรี แต่ละฤดูสวยแตกต่างกัน

เพชรบุรีไม่ได้มีดีแค่ประวัติศาสตร์

อีกเสน่ห์หนึ่งที่ทำให้เพชรบุรีเป็นเมืองที่เที่ยวได้หลายครั้ง คือเรื่องของอาหารและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดย “3 รส” ของเมืองนี้มาจากวัตถุดิบสำคัญ ได้แก่ รสเค็มจากเกลือสมุทร รสหวานจากน้ำตาลโตนด และรสเปรี้ยวจากมะนาวแป้นรำไพ จนเพชรบุรีได้รับการประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารของ UNESCO สมาชิกที่ร่วมทริปจึงได้ชิมทั้งอาหารพื้นถิ่น ข้าวแช่ และขนมหม้อแกง รวมถึงได้ลงมือทำขนมไทยด้วยตัวเองที่คาเฟ่หลงรักนา ทั้งการยีลูกตาลและทำ “ขนมขี้หนู” ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์เล็กๆ ที่ได้ลงมือทำ

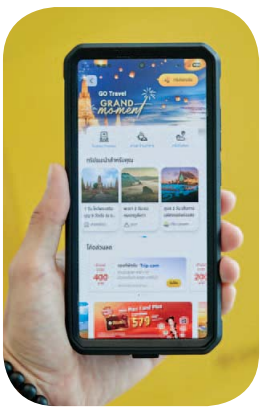
และเมื่อประวัติศาสตร์ถูกเล่าโดยคนที่สนุกกับการค้นหาเรื่องราว การเดินทางก็ยิ่งมีสีสันขึ้นอีก งานนี้จึงมี Special Talk จาก **คุณวิมลสิริ** และ**คุณจิรวัฒน์ บุญสม จากรายการ “โลกวิวัฒน์”** และ **คุณกิริพร แสงโชติ จาก “History อิหยังวะ”** ที่ชวนผู้ร่วมทริปมองเพชรบุรีผ่านเรื่องราวเบื้องหลัง ทั้งราชสำนัก อาหาร วรรณกรรม งานปูนปั้น และฝีมือของช่างเมืองเพชร



ครอบครัวผู้โชคดีร่วมทริปเดินทางไปเพชรบุรีกับ กรุงศรี ออโต้









ฟินกับเวิร์กช็อปทำขนม





พระรามราชนิเวศน์ ความสง่างามอายุกว่า 100 ปี

เที่ยวกับครอบครัว สนุกได้ทุกวัย

สำหรับครอบครัวของ **คุณออม-นันทนัช ใจเกรียงไกร** การเดินทางครั้งนี้มีอีกหนึ่งความพิเศษ เพราะมี “น้องอบอุ่น” ลูกสาววัย 4 ขวบ มาร่วมเปิดประสบการณ์ไปด้วยกัน คุณออมประทับใจกับเวิร์กช็อปทำขนมขี้หนู ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ทั้งแม่และลูกได้รู้จักขนมชนิดนี้ ส่วนคุณพ่อมองว่าการเดินทางครั้งนี้ไม่ได้แค่มาเที่ยว แต่เข้าใจเรื่องราวของสถานที่ที่มาเที่ยวชมมากขึ้น และตั้งใจติดตาม โก บาย กรุงศรี ออโต้ เพื่อไม่พลาดกิจกรรมและโอกาสดีๆ ในครั้งต่อไป

GO Travel บน แอป โก บาย กรุงศรี ออโต้ จึงไม่เพียงเป็นตัวช่วยวางแผนเส้นทาง แต่เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ชวนออกไปเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ และสำหรับเพชรบุรี เมืองที่มีเรื่องราวซ่อนอยู่แทบทุกมุม ดูเหมือนว่า มาเที่ยวกี่ครั้ง ก็ยังมีอะไรให้ค้นหาได้อีกเสมอ



กฤตนัย วัฒนเสนีธรรม
เขียนไดอารีชีวิตผ่านกล้อง

"A picture is worth a thousand words."
"ภาพ 1 ภาพ แทนคำพูดนับพันคำ"

ผู้ที่จะเข้าใจความหมายนี้เป็นอย่างดีคงต้องเป็นหมู่คนที่ถนัดใช้ภาพสื่อความหมายแทนถ้อยความอยู่เสมอในชีวิต และหนึ่งในนั้นย่อมรวมถึง **คุณอาร์ม-กฤตนัย วัฒนเสนีธรรม ผู้จัดการทั่วไป**ของโชว์รูมรถยนต์ **เตชะจรัส ฮอนด้า** ทายาทคนโตผู้รับหน้าที่เป็นตากล้องประจำครอบครัวมาตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวันนี้ การถ่ายภาพไม่ได้เป็นเพียงงานอดิเรก หากยังเป็นวิธีที่ใช้จดบันทึกเรื่องราวในชีวิต เป็นทัศนคติในการมองโลก มองชีวิต รวมถึงกลายเป็นหลักคิดในการทำงานด้วย

รับมอบภารกิจ ตากล้องของครอบครัว

"ต้นเรื่องเลยคือคุณพ่อ (คุณอภิรักษ์ วัฒนเสนีธรรม) เป็นคนชอบถ่ายรูปมาก เวลาไปเที่ยวกับครอบครัวก็อยากให้มีลูกสักคนใน 4 คน ถ่ายรูปเป็น ด้วยความเป็นพี่ชายคนโตก็เลยส่งผมไปเรียนถ่ายรูป กึ่งๆ โดนบังคับครับ (ยิ้ม)"

ด้วยหลักสูตรเร่งรัดวันเดียวจบกับช่างภาพมืออาชีพที่เมืองโบราณ สมุทรปราการ หนุ่มวัยมัธยมปลายที่ไม่มีพื้นฐานเรื่องกล้องมาก่อนเกือบถอดใจกับภาคทฤษฎีในช่วงเช้า โชคดีที่ภาคปฏิบัติช่วงบ่ายเริ่มสนุกจากการได้ลองถ่ายภาพมุมต่างๆ ได้ซึมซับบรรยากาศเรื่องราวของสถานที่ แต่มาตกหลุมรักจริงๆ หลังวิวัฒนาการของกล้องทำให้ใช้งานง่ายขึ้น





"รู้สึกว่ากล้องจับต้องได้ง่ายขึ้นตอนที่คุณพ่อซื้อ Sony Cyber-shot แค่สไลด์เปิดหน้ากล้อง แล้วถ่ายรูปได้เลย ก็เริ่มเอาไปใช้เป็นกล้องรอง ถ่ายสแนปไปเรื่อยๆ ส่วนคุณพ่อถือกล้องใหญ่ กล้อง DSLR

"อีกอย่างหนึ่งสมัยก่อนเวลาดูอัลบัมภาพครอบครัว มีรูปคุณพ่อน้อยมาก ทั้งที่จริงๆ คุณพ่อคุณแม่ไปไหนก็ชอบแพ็กคู่ไปด้วยกัน ผมจึงอยากให้มีรูปคุณพ่อคุณแม่อยู่ในทุกช่วงเวลาหรือสถานที่ที่ผมอยู่ด้วย เพราะสำหรับผม คุณค่าของการถ่ายรูปคือช่วยบันทึกความทรงจำของเรา"

เขียนไดอารีด้วยกล้องบันทึกภาพ

จากวันที่รับมอบภารกิจสำคัญเป็นตากล้องประจำทุกทริปของครอบครัว ถึงวันนี้ก็ยังชอบเก็บทุกโมเมนต์สำคัญในชีวิตด้วยกล้องคู่ใจ

"ต่อให้งานยุ่งขนาดไหน ถ้ามีกล้องตัวหนึ่ง แล้วได้ออกไปถ่ายรูปด้วยกันกับครอบครัวหรือกับคนที่เรารู้สึกสบายใจ เป็นความทรงจำที่ดี หลายครั้งเวลาที่ผมเหนื่อยมากๆ ช่วงเวลาดีๆ ที่พอปอปขึ้นมาในหัวส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลาที่เราอยู่กับคนที่เรารัก อยู่กับครอบครัว และสิ่งแรกที่อยากทำคือย้อนกลับไปเปิดดูรูปเก่าๆ เพื่อสัมผัสบรรยากาศช่วงเวลานั้น เหมือนเป็นการเติมพลังงานดีๆ ให้ตัวเราเอง"

คุณอาร์มเห็นด้วยเต็มหัวใจ สำหรับคำกล่าวที่ว่า "A picture is worth a thousand words." เพราะไม่เพียงภาพภาพหนึ่งจะแทนคำพูดนับพันคำ หากยังเป็นเหมือนไดอารีเล่มหนาที่บันทึกเรื่องราวน่าจดจำจากทุกช่วงชีวิต

"สมัยก่อนผมเป็นคนจดไดอารี พอโตขึ้นก็เขียนน้อยลง จนคุณพ่อมาเปิดโลกให้รู้จักการถ่ายรูป ก็รู้สึกว่าเหมือนการเขียนไดอารี เพียงแต่เปลี่ยนจากตัวอักษรมาเป็นรูปภาพ มันคือการบันทึกเรื่องราวในแต่ละช่วงชีวิต พอเห็นรูปแล้ว Remind กลับมาได้เลยว่าเวลานั้นเราอยู่ที่ไหน ผู้คนที่อยู่ด้วยเป็นใคร ปัจจุบันยังอยู่กับเราไหม หรือว่าตอนนี้ไปอยู่บนสวรรค์แล้ว บางเรื่องราว บางเหตุการณ์อาจจะยังไม่มีคุณค่า จนกว่าจะกลายเป็นความทรงจำของเรา ทำให้ภาพนั้นมีคุณค่ามากขึ้น

"ดังนั้นหนึ่งภาพสำหรับผมอาจไม่ได้แทนแค่พันความหมาย อาจเป็นหมื่นล้านคำพูดที่อยู่เบื้องหลังภาพนั้นก็ได้ เป็นการรีวิวคุณค่าชีวิตที่ผ่านมา แล้วพัฒนาต่อไปให้ดียิ่งขึ้น กลายเป็น The better version ของตัวเอง"

ปรัชญาหลังเลนส์กล้อง : อยากเก่งต้องหมั่น "เหลา" ตัวเอง

พรรณไม้เขียวฉ่ำน้ำภายในคาเฟ่เก๋ 10cc Coffee and Co กับอเมริกาโนแก้วโปรด สองงองค์ประกอบที่ดูเรียบง่ายธรรมดา แต่เมื่อถูกจับวางในมุมเหมาะแล้วถ่ายทอดผ่านเลนส์กล้องด้วยสายตาของคนมีมุมมอง ภาพก็ออกมาลงตัวและดูมีชีวิตชีวา

"เทคนิคของผมคือทำให้กล้องเป็นเสมือนสายตาของเรา สายตาอยู่ตรงไหน ก็วางเลนส์ไว้ตรงนั้น จากนั้นจัดองค์ประกอบให้สมดุลกัน"

ไม่ว่าจะเป็นการมองความงามผ่านเลนส์กล้องหรือมองผ่านชีวิต สำหรับคุณอาร์มล้วนเห็นเป็นเรื่องเดียวกัน *"การถ่ายรูปของผมก็เหมือนการมองไปที่สิ่งสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นชีวิตก็ดี การทำงานก็ดี หรือช่วงเวลาไหนก็ตาม คือการที่เราต้องมองแล้วโฟกัสตลอดเวลา และทำให้ตัวเราเองรู้ว่า*

ต้องฝึกฝนเรื่องอะไร ต้องปรับจูนตัวเองเรื่องอะไรบ้าง

"เปรียบกับตัวเองเหมือนดินสอแท่งหนึ่ง เราอยากจะเป็นดินสอที่แหลมคม หรืออยากเป็นดินสอทู่ๆ สำหรับผม ในเมื่ออยากเป็นดินสอที่แหลมคม อยากเขียนแล้วลายมือสวย มีเส้นสายที่ชัดเจน ผมจึงต้องคอยเหลาตัวเองตลอดเวลา มองอะไรเฉียบคม"

ภาพถ่ายที่อธิบายชีวิต

เมื่อให้ทายาทโชว์รูมรถยนต์เลือก 1 ภาพ เพื่ออธิบายตัวเอง คุณอาร์มมองเห็นภาพตนเองนั่งอยู่ในร้านกาแฟ จิบกาแฟพลางชมวิวด้านนอก ไม่เกี่ยงว่าจะเป็นวิวเมือง ภูเขา หรือทะเล ขอเพียงบรรยากาศสงบให้ได้มองเห็นผู้คนและเรื่องราวที่ดำเนินไปในชีวิตประจำวัน

"ผมไม่ได้ขอให้ชีวิตมีความสุขล้น 100% ในทุกวันทุกวินาที แต่ขอให้ชีวิตที่เรียบง่ายของผมเต็มไปด้วยพลังงานบวกและมีความสุขในทุกๆ วัน ทุกวินาทีก็พอแล้ว"

เป้าหมายชีวิตของชายหนุ่มวัย 36 ปีในวันนี้ที่ไม่ได้ต้องการความหวือหวาแต่มุ่งมั่นบนเส้นทางที่เลือกแล้วอย่างเต็มใจ *"ความฝันของผมขอแค่ว่าคุณพ่อคุณแม่ไม่ต้องเหนื่อย ผมจึงเลือกเข้ามาทำงานกับครอบครัว ขณะเดียวกันก็เพื่อเปิดโอกาสให้น้องๆ ได้ทำงานในเส้นทางของเขาเอง"*

ปรับโฟกัสให้ชัด... ไม่ว่าจะถ่ายภาพหรือทำธุรกิจ

เส้นทางของทายาทที่เข้ามาร่วมสานต่อกิจการครอบครัวของคุณอาร์มไม่มีอะไรซับซ้อน เริ่มต้นจากการเป็นพนักงานขาย งานพื้นฐานที่เป็นแกนสำคัญของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ จากนั้นค่อยๆ ขยับเติบโตขึ้นมาดูแลการตลาด และเริ่มจับงานบริหาร โดยโฟกัสไปที่งานขาย การตลาด และลูกค้าสัมพันธ์เป็นหลัก

จากประสบการณ์ถ่ายภาพมาเกิน 10 ปี กับการบริหารโชว์รูมรถยนต์ แท้จริงมีหลักคิดเดียวกันอยู่ นั่นคือ "โฟกัสให้ถูกจุด" เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการขาย ซึ่งมุ่งเก็บลูกค้าในย่านที่ตั้งโชว์รูมให้หมด เช่นเดียวกับการตลาดที่ต้องเข้าใจธุรกิจหลัก (Core Business) และทิศทางของแบรนด์แล้วสื่อสารให้ตรงโจทย์

"ถ้าเข้าใจ เราจะไม่หว่านแหหาลูกค้า ไม่ขายของแบบนำเสนอแค่ส่วนลด แต่คือการขายตัวเราเองให้เกิด Magic Moment ขึ้นมา ผมชอบคำว่า ชั่วโมงต้องมนตร์ มันไม่ใช่การขายรถ แต่คือขายตัวเราเอง และวันหนึ่งที่ลูกค้าฟังเรา ลูกค้าไม่ได้ซื้อรถ แต่เขาซื้อเพราะเขาซื้อเรา"

สอดคล้องกับที่ตากล้องนักบริหารสื่อสารมาตั้งแต่ต้น "โฟกัสดี" ไม่เพียงได้ภาพสวย ยังนำไปสู่งานสำเร็จอีกด้วย



ขอขอบคุณสถานที่ : ร้าน 10cc Coffee and Co



เจน-ซีอีโอ

ขับเคลื่อนธุรกิจยานยนต์ด้วยความฉับไว ข้อมูล และความจริงใจ

ถอดรหัสวิธีคิด 5 ผู้นำรุ่นใหม่ เมื่อพวกเขาก้าวขึ้นมานั่งเก้าอี้ผู้บริหารของธุรกิจครอบครัว เปลี่ยนวิธีทำการตลาด การบริหารคน และระบบหลังบ้าน ด้วยความฉับไวและข้อมูลจริง เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่าพลังของคนรุ่นนี้พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน

แม้ในสายตาของหลายคน คนเจเนอเรชันซี (Gen Z) หรือ คนรุ่นใหม่ที่เกิดระหว่างปี 2540-2555 (อ้างอิงตาม Pew Research Center) ยังดูเป็นวัยเริ่มต้นทำงาน แต่ในความเป็นจริง กลุ่มพี่ใหญ่ของรุ่นในวัย 27-29 ปี กำลังเดินทางมาถึงจุดเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญของชีวิต นั่นคือการก้าวขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหาร เป็นผู้นำทีม และเป็นทายาทที่ต้องเข้ามารับช่วงต่อธุรกิจครอบครัวอย่างเต็มตัว ท่ามกลางสมรภูมิการค้าที่กำลังถูกท้าทายด้วยเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นภาพเดียวกันกับข้อมูลของ Deloitte และ PwC ที่ชี้ว่า วัย 20 ตอนปลายมีสัดส่วนการเป็นเจ้าของธุรกิจอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อนหน้าในวัยเดียวกัน

กรุงศรี ออโต้ นำโดย**คุณศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)** จึงชวน 5 ทายาทธุรกิจ Gen Z มาร่วมวงเสวนาพูดคุยกับ กรุงศรี ออโต้ แมกกาซีน เพื่อเจาะลึกประสบการณ์จริงหน้างานและวิธีคิดของผู้บริหารรุ่นใหม่ ทั้ง **คุณอัยริน-อัยรินทร์ พันธ์สายเชื้อ** ผู้บริหารสาวผู้รับผิดชอบงานการตลาดทุกแบรนด์ของกลุ่มเอกสหกรุ๊ป จังหวัดนครราชสีมา ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ใหม่ **คุณเฟิร์ส-ภาณุพงศ์ บุดดา** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อารยะยนตรกิจ จำกัด จังหวัดศรีสะเกษ และ **คุณแคนน่อน-ภูวิศ วัฒนากร** ผู้บริหารรุ่นใหม่ บริษัท ท็อป ออฟ เดอะ แรงค์ จำกัด ที่ต่อยอดมาจาก Panda Speed กรุงเทพฯ ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง

รวมไปถึง **คุณบอส-รัชพล ตังคะประเสริฐ** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฮอนด้าประสิทธิ์มอเตอร์สระแก้ว (2554) จำกัด จังหวัด สระแก้ว และ **คุณมิ้นท์-ปภาวรินท์ สีวลีพันธ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทวีทรัพย์ยานยนต์ จำกัด กรุงเทพฯ ตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์

บรรยากาศตลอดการพูดคุยสะท้อนให้เห็นว่าโลกธุรกิจสำหรับ Gen Z ไม่ใช่สนามรบที่ต้องเอาชนะคนรุ่นก่อน คนรุ่นใหม่ไม่ได้ก้าวเข้ามาเพื่อล้มล้างสิ่งเดิม แต่เข้ามาด้วยความมุ่งมั่นที่จะต่อยอดมรดกของครอบครัวด้วยเครื่องมือ นวัตกรรม และวิธีคิดที่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่

ความได้เปรียบของ Gen Z

หัวข้อสนทนาแรกเปิดฉากขึ้นถึงข้อได้เปรียบของการก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหาร Gen Z และมุมมองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน สิ่งที่สะท้อนออกมาอย่างเด่นชัดคือ **ในเครื่องมือดิจิทัลและวิธีคิดของลูกค้ายุคใหม่**

คุณมิ้นท์จากทวีทรัพย์ยานยนต์ให้มุมมองว่าผู้บริโภคกลุ่มรถจักรยานยนต์ปัจจุบันขยับเข้าสู่กลุ่มคนรุ่นราวคราวเดียวกันมากขึ้น การเป็นคนรุ่นเดียวกันทำให้เข้าใจวิธีคิดและกระบวนการตัดสินใจซื้อได้โดยแทบไม่ต้องคาดเดา สามารถออกแบบแคมเปญส่งเสริมการขายและกลยุทธ์การตลาดได้อย่างตรงจุด ขณะที่คุณบอส จากฮอนด้าประสิทธิ์มอเตอร์สระแก้ว



คุณศักดิ์สิทธิ์ วงศ์ศุภกฤต
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารสายงานขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

บางทีคนรุ่นก่อนๆ อาจจะมองผลลัพธ์ไปจนถึงกำไรหรือผลตอบแทนปลายทาง แต่ถ้าเป็นเด็ก Gen Z จะเชื่อว่าผลลัพธ์ที่ดีจะตามมาเองจากวิธีและงานที่ชอบ ถ้าเขาชอบและเราเชื่อใจเขา ผลงานที่ออกมาจะดีเกินคาดครับ

คุณเฟิร์ส-ภาณุพงศ์ บุดดา



ได้สะท้อนภาพมุมมองในมิติของพื้นที่ต่างจังหวัดได้อย่างน่าสนใจว่า กลุ่มวัยรุ่นในพื้นที่จะเริ่มมีพฤติกรรมดูรถหน้าร้านแล้วไปจบการซื้อทางออนไลน์

ในฝั่งของตลาดรถยนต์มือสองพรีเมียม คุณแคนน่อน จาก ท็อป ออฟ เดอะ แรงค์ เล่าว่า กลุ่มลูกค้าหลักของรถยนต์หรูและซูเปอร์คาร์ยังคงเป็นกลุ่ม Gen Y อายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งเครื่องมือการตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยังคงเป็นสะพานเชื่อมสำคัญที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างและแม่นยำยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับกลุ่มรถยนต์ใหม่ของคุณอัยริน ที่แม้ผู้บริโภค Gen Z อาจจะยังไม่ใช่ลูกค้าหลักของรถป้ายแดง แต่พวกเขามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของครอบครัว และมักจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบ และนำคลิปวิดีโอหรือคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดียไปเปิดให้พ่อแม่ดูเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ

ความได้เปรียบของผู้บริหารรุ่นใหม่จึงอยู่ที่ความคุ้นเคยและเชี่ยวชาญในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และความสามารถในการคัดเลือกทีมงานรุ่นเดียวกันที่มีทักษะการทำคอนเทนต์ การถ่ายภาพ และการตัดต่อ เพื่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างตรงไปตรงมา

คุณเฟิร์สจากอารยะยนตรกิจ ได้เน้นย้ำถึงสมรภูมิการแข่งขันบนโลกออนไลน์ว่า การเตรียมพร้อมรับมือกับผู้บริโภค Gen Z ที่กำลังจะเติบโตขึ้นมาเป็นกำลังซื้อหลักในอนาคตอันใกล้ถือเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการเข้าใจอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มออนไลน์ และระบบ AI ที่สามารถจับพฤติกรรมและความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ



ศิลปะการก้าวข้ามช่องว่างระหว่างวัย

เมื่อบทสนทนาเข้าสู่ประเด็นสุดคลาสสิก ด้านการบริหารคนในองค์กร คุณศักดิ์สิทธิ์ได้ตั้งคำถามสำคัญ ชวนผู้บริหาร Gen Z ขบคิดว่า... สิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เมื่อคนรุ่นใหม่เข้ามาบริหาร คือการทำงานร่วมกับคนหลากเจเนอเรชัน ฉะนั้นมีวิธีบริหารจัดการช่องว่างระหว่างวัยอย่างไร ทั้งความสัมพันธ์กับคุณพ่อคุณแม่ และพนักงานที่อยู่ร่วมกับองค์กรมาอย่างยาวนาน

บนโต๊ะสนทนาในบ่ายวันนั้น ทั้งคุณบอสและคุณแคนน่อนต่างยอมรับอย่างเปิดอกและเห็นพ้องต้องกันว่า ในช่วงเริ่มต้นของการเข้ามาทำงาน คนรุ่นใหม่มักมีความใจร้อนและมั่นใจในชุดความรู้ของตนเองสูงมาก จนเกิดการปะทะทางความคิดกับผู้บริหารรุ่นพ่ออยู่บ่อยครั้ง

“เมื่อก่อนถ้าป๊าบอกซ้าย เราพร้อมจะไปขวาเสมอ” คุณบอสเล่าพร้อมรอยยิ้ม แต่เมื่อเวลาผ่านไปจึงเริ่มเรียนรู้ที่จะยอมถอยเพื่อปรับจูนเข้าหากัน พร้อมปรับบทบาทตนเองเป็นคนกลาง หรือ **วุ้นแปลภาษา** ที่คอยปรับโทนคำพูดระหว่างรุ่นพ่อกับทีมงาน

ด้านคุณแคนน่อนเสริมว่า วิธีการลดช่องว่างและเสริมสร้างความเชื่อมั่นกับผู้บริหารรุ่นพ่อที่ดีที่สุดคือการพิสูจน์ตัวเองด้วยผลงาน เขายกตัวอย่าง การลงทุนในฝ่ายการตลาดออนไลน์ โดยได้สร้างทีมงานเฉพาะทาง ทั้งช่างภาพ ช่างตัดต่อ และทีมคอนเทนต์ ทำให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น และเมื่อได้ผลลัพธ์ชัดเจน ทำให้คุณพ่อมั่นใจและเปิดโอกาสให้เข้ามาบริหารงานได้อย่างเต็มตัว



เมื่อผู้ใหญ่ยังมองไม่เห็นภาพในสิ่งที่เราจะทำ สิ่งสำคัญคือการตั้งใจลงมือทำและสร้างผลงานให้เห็นผลจริง พร้อมเปิดรับคำแนะนำและเรียนรู้จากประสบการณ์ของคนรุ่นก่อน เพราะสุดท้ายแล้วความเชื่อมั่นเกิดจากการลงมือทำและผลลัพธ์ที่เราสร้างขึ้น

คุณแคนน่อน-ภูวิศ วัฒนากร

คุณมิ้นท์ชี้ให้เห็นว่ารากของปัญหาเกิดจากภูมิหลังและสิ่งแวดล้อมที่เติบโตมาต่างกัน เมื่อผู้บริหารรุ่นใหม่นำเครื่องมือดิจิทัลเข้ามาใช้ พนักงานรุ่นเดิมมักมองว่าการทำงานแบบดั้งเดิมนั้นง่ายและคุ้นเคยกว่า ขณะที่คนรุ่นใหม่มองว่าระบบดิจิทัลเข้าใจง่าย

การสื่อสารจึงเป็นกุญแจสำคัญที่สุดในการอธิบายให้พนักงานเข้าใจถึงเป้าหมายและประโยชน์ของระบบ เช่น การช่วยเก็บข้อมูล การตรวจสอบย้อนหลัง และการบริหารระบบหลังบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ



เราต้องทำหน้าที่เป็นเหมือนวุ้นแปลภาษา คอยเป็นคนกลางเชื่อมระหว่างคนรุ่นต่างๆ เวลาป๊าสื่อสารอะไรที่ตรงและดุดันมากๆ เราต้องคอยแปลความหมายและปรับวิธีพูด เพื่อให้ทีมงานเข้าใจเจตนาที่แท้จริงโดยไม่เสียกำลังใจ

คุณบอส-รัชพล ตังคะประเสริฐ

ด้านคุณเฟิร์สใช้ระบบและข้อมูลดัชนีชี้วัดผลงาน Key Performance Indicator (KPI) และการเปลี่ยนผ่านอย่างค่อยเป็นค่อยไป เริ่มจากการเปลี่ยนบันทึกกระดาษสู่ Google Sheets พัฒนาสู่ระบบ ERP และนำ AI เข้ามาเสริม เพื่อให้พนักงานค่อยๆ ปรับตัวตามทัน

ขณะที่คุณอัยรินบอกว่าตนโชคดีที่คุณพ่อคุณแม่เข้าใจและคอยเป็นสะพานเชื่อม ช่วยอธิบายให้พนักงานรุ่นดั้งเดิมเข้าใจถึงความจำเป็นของการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ พร้อมสร้างพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกันในทีมการตลาดด้วยการให้ทุกคนร่วมกันนำเสนอผลงานและให้ฟีดแบ็กซึ่งกันและกันทุกสัปดาห์ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันทั้งองค์กร

ทลายกำแพง
แชร์พื้นที่ แชร์ชีวิต

ในความเป็นจริงของโลกการบริหาร โดยเฉพาะกับธุรกิจที่มีพนักงานรุ่นพี่หรือคนที่อยู่ร่วมกับองค์กรมาอย่างยาวนาน การทำให้ทุกคนยอมเปิดใจ ทลายความกลัว และกล้าโยนความคิดสร้างสรรค์กลับมาหาผู้นำอย่างจริงใจนั้น เป็นหนึ่งในโจทย์การบริหารที่ท้าทายและทำได้ยากที่สุด คุณศักดิ์สิทธิ์จึงชวนคิดถึงประเด็นเกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมการทำงานแบบคนรุ่นใหม่ว่า ผู้นำรุ่น Gen Z มีไม้เด็ดหรือเทคนิคเฉพาะตัวอย่างไร ในการหลอมรวมใจให้ทีมงานยอมเปิดรับ มีไอเดีย และพร้อมจะกอดคอลุยไปด้วยกัน

โจทย์ข้อนี้ได้รับการไขคำตอบอย่างเป็นรูปธรรมจากคุณอัยรินและคุณบอสที่ต่างเห็นตรงกันว่า สิ่งที่ทำให้พนักงานไม่กล้าออกความคิดเห็นคือความรู้สึกไม่ปลอดภัยและความกลัว ทั้งสองจึงเลือกหาวิธีทลายกำแพงความกลัวนั้นด้วยแนวทางที่น่าสนใจ

คุณอัยรินเลือกเริ่มต้นจากการปฏิวัติพื้นที่ทำงาน ปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมด้วยการรื้อโต๊ะทำงานแบบเดิมทิ้งไป แล้วเปลี่ยนเป็นโต๊ะกลางขนาดใหญ่ที่ทุกคนนั่งล้อมรอบกัน มีมุมโซฟาพักผ่อน ขนม กาแฟ และกระดานไวต์บอร์ดสำหรับแปะโพสต์อิต เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้ขีดเขียนไอเดียและเป้าหมายร่วมกันได้อย่างอิสระ ผลดีเกินคาดกว่านั้นคือ เมื่อพนักงานรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันก็กล้าแชร์มุมอื่นๆ ของชีวิต ได้ดูแลสารทุกข์สุกดิบซึ่งกันและกัน

ขณะที่คุณบอสเสนอทางออกสำหรับองค์กรที่มีพนักงานจำนวนมาก ด้วยการแบ่งกลุ่มย่อยออกเป็นห้องละ 5-6 คน เพื่อลดความประหม่า พร้อมทั้งนำแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นแบบไม่ระบุตัวตนมาปรับใช้ เพื่อตัดความกังวลของพนักงานว่าเมื่อตนเองเสนอไอเดียอะไรใหม่ๆ แล้วจะต้องกลายเป็นผู้รับผิดชอบงานนั้นแต่เพียงผู้เดียว



เราบอกทุกคนเสมอว่าให้เปิดใจคุยกัน ที่นี่คือพื้นที่ปลอดภัย ไม่ต้องกังวลเลย เพราะไอเดียไม่มีคำว่าผิดหรือถูก ขอให้เราช่วยกันโยนไอเดียออกมาก่อน แล้วเดี๋ยวค่อยนำมาปรับเข้าด้วยกัน

คุณอัยริน-อัยรินทร์ พันธ์สายเชื้อ



การเปลี่ยนแปลงไม่ใช่ล้มล้าง

เมื่อเปิดใจถึงอคติหรือ **ภาพจำ** ที่สังคมภายนอกมักมีต่อผู้บริหารรุ่น Gen Z ในวันที่คนหนุ่มสาววัยยี่สิบกลางๆ ก้าวขึ้นมารับตำแหน่งผู้บริหารและทายาทธุรกิจ สิ่งหนึ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกันว่า อยากลบความเข้าใจผิดที่คนส่วนใหญ่มักมองว่า ผู้บริหารรุ่นใหม่เข้ามาเพื่อล้างระบบเดิมหรือต้องการเปลี่ยนแปลงทุกอย่างในองค์กรแบบพลิกฝ่ามือ

คุณมิ้นท์มองว่าการที่ธุรกิจครอบครัวยืนหยัดมาได้ยาวนาน 20-30 ปี ย่อมแปลว่าองค์กรนั้นมีข้อดีและมีรากฐานที่แข็งแกร่ง สิ่งที่ผู้บริหารรุ่นใหม่ทำจึงไม่ใช่การปฏิเสธของเก่าหรือเริ่มนับหนึ่งใหม่จากศูนย์ แต่คือการทำหน้าที่ค้นหาจุดแข็งเดิมให้พบ เก็บรักษาแก่นแท้นั้นไว้ แล้วนำวิธีคิด เทคโนโลยี หรือเครื่องมือสมัยใหม่ที่คนรุ่นตนเชี่ยวชาญเข้ามาต่อยอด เหมือนมุมมองของคุณเฟิร์สที่ยืนยันว่า การนำพาองค์กรไปข้างหน้าไม่ใช่การเปลี่ยนแบบพลิกฝ่ามือ หากแต่คือการดึงแก่นแท้ออกมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

ซึ่งคุณอัยรินเล่าเสริมว่า การถูกจับตามองว่าจะเข้ามาล้างระบบสร้างความกดดันให้ตนเองไม่น้อย จึงต้องอาศัยความโปร่งใสและการสื่อสารด้วยเหตุผลอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสบายใจให้แก่ทุกคน

อีกประเด็นคือคน Gen Z มักถูกมองว่าขาดความอดทนและชอบเปลี่ยนงานบ่อย คุณเฟิร์สและคุณอัยรินพร้อมใจปฏิเสธในเรื่องนี้ พวกเขาบอกว่าความอดทนเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และหากคนรุ่นใหม่ได้ทำงานที่ตรงกับความชอบ มีเป้าหมายที่ตรงกับองค์กร และได้รับการปฏิบัติอย่างเข้าใจ พวกเขาจะมีความมุ่งมั่น ทุ่มเท และอดทนสูงมาก



มรดกทางความคิดจากคนรุ่นก่อน

ทั้งคุณมิ้นท์ คุณเฟิร์ส และคุณอัยริน ต่างสืบทอดแนวคิดที่ว่า ความจริงใจและความโปร่งใสต่อลูกค้าคือหัวใจของการทำธุรกิจ คุณมิ้นท์ถ่ายทอดคำสอนของคุณพ่อคุณแม่ว่า หากทำธุรกิจโดยหวังเพียงผลกำไร เราจะได้เงินนั้นเพียงครั้งเดียว แต่จะสูญเสียความไว้วางใจไปตลอดกาล ในทางกลับกัน หากเริ่มต้นด้วยความจริงใจ แม้กำไรอาจไม่สูง แต่สิ่งที่ได้รับคือความภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาอีกครั้ง และช่วยบอกต่อ เป็นพลังการโฆษณาที่น่าเชื่อถือมากกว่าการทำการตลาดใดๆ

คุณเฟิร์สได้ซึมซับค่านิยม 4 คำ ที่ส่งต่อกันมาตั้งแต่รุ่นคุณปู่สู่รุ่นคุณพ่อ คือ **“ขยัน ซื่อสัตย์ ประหยัด อดทน”** โดยเฉพาะคำว่าความซื่อสัตย์ ที่คุณพ่อมักเปรียบกับ “ความเค็มของน้ำทะเล” ซึ่งสอนให้รักษามาตรฐานและคุณภาพของรถยนต์ให้คงเส้นคงวา ไม่หลอกลวงปิดบัง เมื่อขยายช่องทางมายังโลกออนไลน์ ก็ยึดหลักเดียวกัน คือทำธุรกิจด้วยความโปร่งใสแบบเปิดเผยทั้งหมด ไม่ซ่อนเร้นข้อจำกัดของสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ



> ป๊าพูดเสมอว่า ถ้าเราไม่จริงใจ หวังแต่ผลกำไรครั้งแรกจากลูกค้า เราจะได้เงินก้อนนั้นแค่ครั้งเดียว แต่จะเสียลูกค้าไปตลอดกาล แต่ถ้าเราดูแลเขาด้วยความจริงใจ แม้กำไรครั้งแรกจะไม่เยอะ แต่ลูกค้าจะกลับมาหาเราตลอดไป และยังช่วยไปเป็นกระบอกเสียงแนะนำเพื่อนมาให้เราอีก
>
> คุณมิ้นท์-ปภาวรินท์ สีวลีพันธ์

ด้านคุณบอสและคุณแคนน่อนต่างเห็นตรงกันในคุณค่าของความอ่อนน้อมถ่อมตน การรับฟัง และการให้เกียรติทุกคนในองค์กร คำสอนหนึ่งที่คุณบอสจำขึ้นใจ คือ *“คิดให้มันเบา คิดเอามันหนัก”* หมายถึงการช่วยเหลือสังคมหรือผู้อื่นก่อนด้วยความเต็มใจ แต่หากคิดจะรับสิ่งใดจากใครนั้นเป็นเรื่องที่ต้องไตร่ตรองให้หนักและรอบคอบ เมื่อให้ด้วยความจริงใจ สิ่งดีๆ ย่อมตอบแทนกลับมาเองเสมอ

อีกหนึ่งมรดกทางความคิดคือความอดทนและไม่ยอมแพ้ คุณอัยรินได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของคุณพ่อที่คุณพ่อมักสรุปบทเรียนและกระบวนการคิดให้ฟังอย่างละเอียดหลังเสร็จสิ้นการเจรจาธุรกิจในแต่ละครั้ง ทำให้เข้าใจว่าความสำเร็จไม่ได้เกิดขึ้นจากความบังเอิญ แต่เกิดจากการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน คุณพ่อมักย้ำเสมอว่า หากเรามีความมุ่งมั่นและปรารถนาในเป้าหมายใดอย่างแท้จริง ต้องไม่หยุดพยายามและต้องสู้ไปจนกว่าจะคว้ามาได้ เพราะชีวิตและอนาคตคือสิ่งที่เราต้องเป็นผู้กำหนดและลงมือสร้างด้วยตัวเอง



เสริมฐานให้แน่นแล้วไปต่อ

เมื่อโยนคำถามเรื่องอนาคตในอีก 5-10 ปีข้างหน้า ลงกลางโต๊ะกลม สิ่งที่สะท้อนกลับมาจาก 5 ผู้นำรุ่น Gen Z กลับเป็นวิธีคิดที่สุขุมและเฉียบคม พวกเขาไม่ได้หมกมุ่นอยู่กับการแข่งขันเพื่อขยายสาขาให้เร็วที่สุด แต่ร่วมกันนิยามวิถีการทำงานยุคใหม่ผ่าน 3 มิติสำคัญ นั่นคือ

หลังบ้านต้องนิ่งก่อน ยิ่งหน้าร้านเติบโตรวดเร็วเท่าไร ความเสี่ยงที่จะเกิดรอยรั่วในระบบยิ่งมากขึ้นเท่านั้น การขยายสาขาต้องขับเคลื่อนบนระบบที่ตรวจสอบได้ บทเรียนสำคัญจากฝั่งรถจักรยานยนต์ทั้งทวีทรัพย์ยานยนต์และฮอนด้าประสิทธิ์มอเตอร์สระแก้ว คิดตรงกันว่า ภารกิจเร่งด่วนของทายาทธุรกิจไม่ใช่การออกไปยืนหน้าร้านเพื่อสร้างภาพลักษณ์ แต่คือการมุดลงไปรื้อระบบงานหลังบ้าน ทิ้งเอกสารกระดาษที่เสี่ยงต่อความผิดพลาด แล้วเปลี่ยนผ่านสู่ระบบคลาวด์และฐานข้อมูลดิจิทัลที่ทุกคนเข้าถึงได้แบบเรียลไทม์ การปิดรอยรั่วและจัดระเบียบข้อมูลให้โปร่งใสตั้งแต่วันนี้

เชื่อในศักยภาพของคน คุณอัยรินและคุณเฟิร์สกำลังสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและคล่องตัวสูง โดยนำ AI และระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยจัดการงานเอกสารซ้ำซ้อน เพื่อคืนเวลาให้พนักงานได้คิดสร้างสรรค์ และดูแลลูกค้าได้อย่างเต็มที่ การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดให้มาอยู่ในฐานข้อมูลกลางเพียงแหล่งเดียว เพื่อให้พนักงานทุกระดับมองเห็นภาพเป้าหมายเดียวกัน รู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นเจ้าของความสำเร็จนั้นร่วมกัน

สร้างความจริงใจเพื่อธุรกิจระยะยาว ในโลกที่ข้อมูลหมุนไว ผู้บริโภคเปรียบเทียบราคาได้เพียงปลายนิ้ว แต่สิ่งเดียวที่ลอกเลียนแบบไม่ได้คือความไว้วางใจ ดังเช่นทิศทางของ Panda Speed โดยคุณแคนน่อน ที่มองว่าการเติบโตอย่างมั่นคงปีละ 10% มีคุณค่ากว่าการพุ่งทะยานอย่างไร้ทิศทาง เป้าหมายสูงสุดจึงเป็นการสร้างแบรนด์ให้กลายเป็นชื่อแรกที่ลูกค้านึกถึง ผ่านการบอกเล่าผลิตภัณฑ์และบริการอย่างโปร่งใส ไม่ปิดบังจุดบกพร่อง จนเกิดความไว้วางใจและบอกต่อ

เมื่อขมวดวิถีการทำงานของ Gen Z เข้าด้วยกัน เราจึงไม่ได้เห็นเพียงแค่กลุ่มคนหนุ่มสาวที่กำลังสืบทอดกิจการ แต่เรากำลังเห็นนักบริหารเจเนอเรชันใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือทุ่นแรง ใช้ระบบข้อมูลเป็นภาษากลาง และใช้หัวใจที่ซื่อสัตย์เป็นแกนนำทาง พวกเขาไม่ได้ก้าวเข้ามาเพื่อปฏิเสธสิ่งที่คนรุ่นพ่อแม่สร้างไว้ แต่กำลังนำความฉับไวและวิธีคิดแบบใหม่มาต่อเติมให้ธุรกิจครอบครัว





ชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์

คิดไกล เข้าใจลึก

ถ้าแม่ทัพทุกคนอ่านตำราพิชัยสงครามซุนวูเหมือนกัน ทำไมจึงมีทั้งคนแพ้และคนชนะ

คำถามนี้ไม่ได้มาจากนักประวัติศาสตร์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการทหาร แต่มาจาก **คุณอะตอม-ธัช ชีวเสถียรชัย** ผู้บริหาร Gen Z ที่กำลังขับเคลื่อนธุรกิจชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์ จังหวัดขอนแก่น

"หัวใจของการอ่านตำรากลยุทธ์ไม่ใช่การจดจำแล้วทำตาม แต่คือความสามารถในการตีความแล้วนำไปใช้ให้เข้ากับสถานการณ์"

จากวิศวกรจบใหม่สู่ผู้บริหารธุรกิจดีลเลอร์รถมอเตอร์ไซค์ เขาพบว่า สิ่งที่ยากกว่าการคิดกลยุทธ์ให้ชนะคู่แข่ง คือการเรียนรู้ว่าจะใช้กลยุทธ์อย่างไรให้เหมาะกับคนและสถานการณ์ตรงหน้า

3 รุ่น 3 วิธีคิด

เมื่อกลับมาช่วยธุรกิจครอบครัว เขาพบว่าโจทย์ยากที่สุดไม่ใช่เรื่องธุรกิจ แต่เป็นการทำให้คนต่างเจเนอเรชันในบ้านยอมรับความคิด

คุณอะตอมเกือบถอดใจตั้งแต่ 2 เดือนแรก ก่อนค้นพบวิธีทำให้คน 3 รุ่น เดินไปข้างหน้าด้วยกัน พาธุรกิจรถจักรยานยนต์ที่เคยมีเพียง 1 สาขา ขยายสู่สาขาที่ 10 โดยเริ่มจากการทำ 3 เรื่อง ทุกวันอยู่เป็นปี

...

ย้อนกลับไปเมื่อเกือบ 30 ปีก่อน ชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์เริ่มต้นจากร้านรถจักรยานยนต์เล็กๆ ในอำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น *"อาม่าเปรียบที่นั่นเป็นสามเหลี่ยมทองคำของอีสาน"* ท่านเห็นโอกาสในพื้นที่รอยต่อระหว่างขอนแก่น อุดรธานี กาฬสินธุ์ และมหาสารคาม

เวลานั้นอำเภอกระนวนเป็นเมืองเกษตรกรรม เดินทางไกลกว่าจะเข้าตัวเมือง อาม่าจึงตัดสินใจเริ่มธุรกิจ ความถนัดด้านการค้าของอาม่า รวมกับความรู้เรื่องรถของคุณพ่อกลายเป็นฐานสำคัญของธุรกิจ

คุณธวัชชัย ชีวเสถียรไทย เจ้าของช่องยูทูบ **พี่ฉอย ที่อยู่ขอนแก่น** คุณพ่อของคุณอะตอม จบด้านเกษตรศาสตร์ แต่หลงใหลรถจักรยานยนต์เป็นชีวิตจิตใจ ชอบอ่านนิตยสารรถจักรยานยนต์ ชอบขี่รถวิบาก รู้จักรถแต่ละรุ่นอย่างดี แม้อายุเกิน 60 ปีแล้วก็ยังออกทริปขี่รถจักรยานยนต์อยู่เสมอ









"คุณพ่อจำได้ว่าลูกค้าคนไหนชอบรถแบบไหน มีข้อจำกัดเรื่องอะไร รุ่นไหนเหมาะกับชีวิตเขา และยังกล้านำรถที่ร้านอื่นไม่คิดจะขายเข้ามาทำตลาด เพราะมองเห็นความต้องการที่ซ่อนอยู่"

ในภาษาการตลาดสมัยใหม่นั่นคือ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพียงแต่บริหารความสัมพันธ์ด้วยความจำและประสบการณ์ ไม่ใช่ฐานข้อมูลหรือซอฟต์แวร์

ส่วนคุณอะตอมเรียนจบวิศวกรรมศาสตร์จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ไม่ได้ตั้งใจสืบทอดกิจการ แต่สถานการณ์ COVID-19 หลังสำเร็จการศึกษาในปี 2562 ทำให้แผนออกไปทำงานต้องชะงัก เขาจึงกลับมาช่วยธุรกิจที่บ้าน

ปีแรกที่ไม่ได้ทำอะไรยิ่งใหญ่

ในสายตาวิศวกรหนุ่ม ธุรกิจที่ยังใช้เอกสารกระดาษ มีสต๊อกรถจักรยานยนต์หลายร้อยคัน และบริหารแบบครอบครัว ย่อมมีหลายเรื่องที่น่าปรับปรุง เขาอยากสร้างระบบและขยายกิจการ แต่คนรุ่นก่อนคิดว่า ทำสิ่งเดิมให้ดีขึ้นและรักษากิจการที่สร้างมากับมือได้ก็เป็นความสำเร็จแล้ว

ความคิดที่ต่างกันนำมาสู่ความขัดแย้งจนคุณอะตอมเกือบเลิกทำงานที่บ้าน แต่เมื่อเข้าใจว่าคนแต่ละรุ่นให้คุณค่ากับสิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน เขาจึงเลือกพิสูจน์ตัวเองก่อน

ตลอด 1 ปีแรก เขาทำอยู่ 3 เรื่อง

หนึ่ง ขับรถจากตัวเมืองขอนแก่นถึงอำเภอกระนวน ไป-กลับรวม 2 ชั่วโมง เพื่อเปิดร้านและอยู่จนร้านปิดทุกวัน เพราะคนรุ่นก่อนให้ความสำคัญกับความขยันและมีวินัย

สอง นับเงินและนำเงินเข้าธนาคาร คือความซื่อสัตย์และรับผิดชอบ

สาม ช่วยขายรถจักรยานยนต์ทุกคัน ฟังคุณพ่อกับอาม่าพูดคุยกับลูกค้า

หลังพิสูจน์ตัวเองจนได้รับความไว้วางใจ เขาจึงเริ่มวางระบบบริหารใหม่ เพื่อรองรับการขยายกิจการ แต่การอธิบายเรื่องซอฟต์แวร์ให้อาม่าวัย 80 ปี เข้าใจไม่ใช่เรื่องง่าย

"ผมต้องพิชชิง (Pitching) ทีละคน อาม่า คุณป้า และคุณพ่อ ทำให้เราคิดทวนว่า เราตอบได้ทุกคำถามหรือไม่ ระบบที่เราคิดถูกหรือไม่ ก่อนนำไปใช้จริง"

25 ปี 1 สาขา / 5 ปี 9 สาขา

ปลายปี 2564 คุณอะตอมเริ่มแผนขยายสาขา แม้ครอบครัวไม่คัดค้านแต่ก็ไม่เห็นความจำเป็นจึงไม่ได้เตรียมเงินลงทุนไว้ให้ เขาหาทางด้วยตัวเอง ลงมือศึกษาความเป็นไปได้ และจัดทำแผนธุรกิจ ในที่สุด "กรุงศรี" เป็นสถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อเพื่อเปิดสาขาที่ 2

เขาเลือกพื้นที่หนองกรุงศรีในจังหวัดกาฬสินธุ์เพราะมองเห็นโอกาสในตลาดรอบนอก แลกกับการใช้เวลาเดินทางไป-กลับเพิ่มขึ้นเป็น 3 ชั่วโมง แต่ก็ใช้เวลาทุกนาทีให้คุ้มค่า ฟังพอดแคสต์ด้านการบริหารจัดการธุรกิจและความรู้ต่างๆ ทุกวัน

สาขานี้กลายเป็นโรงเรียนธุรกิจภาคปฏิบัติ ตั้งแต่รับพนักงาน บริหารทีมขายและช่าง วางระบบบัญชี สต๊อก ไปจนถึงสร้างมาตรฐานการทำงาน ขณะที่ตลาดมีคู่แข่งอยู่ก่อนแล้ว 5 ร้าน ทำอย่างไรให้ร้านที่ 6 แข่งขันได้ ระหว่างทางเผชิญปัญหาสารพัด แต่ทุกอย่างสอนให้เขาเข้าใจคำว่า *"รับผิด"* และ *"รับชอบ"* อย่างเต็มตัว คือพร้อมรับทั้งความสำเร็จและความผิดพลาด

คุณอะตอมรู้ดีว่าอายุและประสบการณ์ของตัวเองยัง

ไม่มากพอ นอกจากฟังพอดแคสต์ ผู้บริหาร Gen Z คนนี้ยังชอบอ่านหนังสือกลยุทธ์ อ่านสามก๊ก ตำราพิชัยสงครามซุนวู และหนังสือบริหารอีกหลายเล่มอย่างจริงจัง หนังสือในห้องทำงานมีโพสต์อิตหลากสีคั่นไว้เป็นระยะ และยังชอบปรึกษากับที่ปรึกษาทางธุรกิจเพื่อให้ความคิดรัดกุมยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ขยายสาขา ไม่กระจายรัศมีกว้าง เขาเลือกสร้างความแข็งแกร่งในฐานพื้นที่เดิมก่อน แล้วค่อยขยายออกไปก่อนเข้าสู่ตัวเมืองขอนแก่น โดยคำนึงถึงระบบขนส่ง บุคลากร ต้นทุนดำเนินงาน ฟังดูคล้ายการวางทัพ เพียงแต่สนามรบของเขาใช้ข้อมูล ความเข้าใจลูกค้า และการบริหารทรัพยากรแทนกำลังทหาร

อีกกลยุทธ์สำคัญคือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างละเอียด (Hyper-Segmentation) และการปรับให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละคน (Hyper-Personalization) เพื่อออกแบบสินค้าและบริการให้ตรงความต้องการ

“สาขาน้ำพอง เน้นสร้างความสัมพันธ์กับโรงเรียน ครู นักเรียน และผู้ปกครอง เราพบว่า ผู้ซื้อกับผู้ใช้มีความต้องการไม่เหมือนกัน นักเรียนอยากได้รถสวย เท่ เดินทางสะดวก ส่วนผู้ปกครองกังวลเรื่องความปลอดภัยและค่าใช้จ่าย แต่ถ้าทำตลาดไรเดอร์ ความต้องการจะเป็นอีกแบบ เราต้องออกแบบบริการและโปรโมชันต่างกัน”

ข้อมูลเหล่านี้ส่วนหนึ่งมาจากการพูดคุยกับลูกค้านับพันรายตั้งแต่ปีแรก

เมื่อมองย้อนกลับไป วิธีคิดไม่ได้ต่างจากคุณพ่อและอาม่า คุณพ่อจดจำลูกค้าได้เป็นรายคน ส่วนคุณอะตอมใช้ซอฟต์แวร์เข้ามาช่วย จากความใส่ใจที่เคยอยู่ในตัวบุคคล จึงกลายเป็นความสามารถของทั้งองค์กร

ลึกและกว้าง

แม้เรียนจบวิศวกรรมศาสตร์ แต่คุณอะตอมยอมรับว่าไม่ได้รู้เรื่องรถจักรยานยนต์มากเท่าคุณพ่อ ช่วงหนึ่งจึงไปเรียนซ่อมรถที่โรงเรียนแสงทองเทคโนโลยี ย่านดาวคะนอง อยู่หลายเดือน และเรียนขับขี่ในสนามแข่งเพิ่มเติมเพื่อเข้าใจผลิตภัณฑ์และพูดคุยกับลูกค้าได้อย่างรู้ลึก รู้จริง และเขายังสนับสนุนให้พนักงานมีประสบการณ์ขับขี่ เพื่อให้เข้าใจว่ารถแต่ละคันมีบทบาทในชีวิตลูกค้าอย่างไร

ภายใน 5 ปี จาก 1 สาขา ในกระนวน ชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์เติบโตเป็น 9 สาขา และกำลังก้าวเข้าสู่สาขาที่ 10 ด้วยยอดขายรวมประมาณ 3,000-3,500 คัน/ปี

แต่สำหรับคุณอะตอม จำนวนสาขาไม่ใช่เป้าหมายสุดท้าย เขามองเห็นโอกาสขยายเครือข่ายธุรกิจรถจักรยานยนต์ (Motorcycle Ecosystem) ที่เชื่อมโยงการซื้อรถ การซ่อมบำรุง การเปลี่ยนรถ อุปกรณ์ตกแต่ง และไลฟ์สไตล์การขับขี่เข้าด้วยกัน เพราะความสัมพันธ์กับลูกค้าไม่ควรจบลงเมื่อส่งมอบรถ 1 คัน แนวคิดนี้นำมาสู่การพัฒนาสาขาเรือธง (Flagship) ที่เน้นบริการและไลฟ์สไตล์มากขึ้น และต่อยอดธุรกิจบริการรถจักรยานยนต์ประเภทไฮเอนด์ TART MOTORRAD

กลัวได้ แต่อย่าหยุด

“ความกลัวเป็นเรื่องที่ดี เพราะช่วยให้เรารู้ว่ายังมีจุดบอดหรือความเสี่ยงอะไรที่ต้องจัดการก่อนตัดสินใจ แต่การกลัวไม่ได้แปลว่าจะไม่ทำ”

จากคนหนุ่มที่เกือบถอดใจใน 2 เดือนแรก วันนี้เขาพาธุรกิจครอบครัวก้าวไปไกลกว่าที่คนรุ่นก่อนเคยวางแผนไว้ หากย้อนมองเส้นทางทั้งหมด บทเรียนสำคัญไม่ได้อยู่ในหนังสือบริหารหรือแม้แต่พิชัยสงครามซุนวู

แต่อยู่ในปีแรกที่เขาตื่นเช้าไปเปิดร้าน ช่วยขายรถจักรยานยนต์ และนำเงินเข้าธนาคารทุกวัน

เพราะนั่นคือการสร้าง “ความไว้วางใจ” ที่เปิดทางให้ความคิดของ Gen Z สร้าง “การเปลี่ยนแปลง”



บริษัท ชัยสวัสดิ์มอเตอร์ไบค์ จำกัด
528, 528/1-3 หมู่ 10 ถนนนิมิตรเมือง
ตำบลหนองโก อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น 40170
โทรศัพท์ : 043-251-912
เฟซบุ๊ก : https://facebook.com/CSMkranuan



เมกะเทรนด์ Ultra-Fast Charging Hub

เมื่อ "สถานีชาร์จไฟ" กำลังกลายเป็นโมเดลทำเงินใหม่ของวงการยานยนต์

ย้อนกลับไปเมื่อ 2-3 ปีก่อน หากพูดถึงการติดตั้ง "ตู้ชาร์จอีวี" หน้าร้านค้าหรือโชว์รูมรถยนต์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักมองว่ามันคือของแถมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องยอมแบกต้นทุนเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรยุคใหม่

แต่ตอนนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแบตเตอรี่ และการเข้ามาของรถยนต์ไฟฟ้าระดับ 800V ได้ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากตู้ชาร์จข้ามคืน ไปสู่ Ultra-Fast Charging Hub กำลังไฟ 150-350 kW+ ที่ชาร์จไฟจาก 10-80% ได้ในเวลาเพียง 10-15 นาที และได้กลายเป็นโมเดลธุรกิจที่กำลังสร้างรายได้รูปแบบใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการทั่วโลก

Destination Experience ในสถานีชาร์จไฟ

เมื่อมองภาพรวมในระดับสากล ยุคสมัยของการจอดรถชาร์จไฟแล้วนั่งทนร้อนรออยู่ในรถได้จบลงไปแล้ว ค่ายรถยนต์ยักษ์ใหญ่และผู้ให้บริการสถานีชาร์จในยุโรป สหรัฐอเมริกา และจีน กำลังขับเคลื่อนเทรนด์ที่เรียกว่า Destination & Experience Hub โดยเลิกใช้วิธีนำตู้ชาร์จไปตั้งไว้โดดเดี่ยวตามมุมลานจอดรถ แต่เปลี่ยนพื้นที่เหล่านั้นให้กลายเป็น Multi-Stand Hub ขนาดใหญ่ ที่รวมเอาพรีเมียมเลาจน์ติดแอร์ ร้านกาแฟพิเศษ (Specialty Coffee) โคเวิร์กกิงสเปซ และพื้นที่ค้าปลีกชั้นนำไว้ในที่เดียวกัน เพื่อเปลี่ยน 15 นาทีทองในการจอดรอชาร์จไฟ ให้กลายเป็นยอดขายสินค้าและบริการรอบข้างในทันที

มากไปกว่านั้น ภาพกว้างในตลาดโลกยังขยับไปสู่เรื่องการเป็นศูนย์กลางพลังงานอัจฉริยะ (Energy Asset Management) เพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดของการดึงไฟฟ้าปริมาณมหาศาลจากระบบสายส่ง (Grid) สถานีชาร์จยุคใหม่จึงนิยมติดตั้งระบบกักเก็บพลังงานด้วยแบตเตอรี่ ทำงานควบคู่กับกันสาดโซลาร์เซลล์ (Solar Canopy) บนหลังคาลานจอด การทำเช่นนี้ทำให้สถานีสามารถกักเก็บพลังงานสะอาดช่วงที่มีราคาถูก หรือดึงไฟฟ้าที่เก็บบันทึกไว้มาปล่อยจ่ายให้รถยนต์ช่วงที่มีความต้องการสูง (Peak Hour) ได้โดยไม่ต้องเสียค่าปรับสูงลิ่ว แถมในบางภูมิภาคยังพัฒนาไปถึงการรองรับเทคโนโลยี Vehicle-to-Grid (V2G) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสถานีชาร์จขายพลังงานไฟฟ้าสำรองจากแบตเตอรี่กลับเข้าสู่ระบบสายส่งหลักของเมืองเพื่อสร้างรายได้เสริมอีกทาง

รวมถึงการก้าวเข้ามาของเทคโนโลยีชาร์จระดับเมกะวัตต์ กำลังขยายสเกลความแรงจากรถบรรทุกและฟลีตพาณิชย์ข้ามมาสู่รถยนต์นั่งทั่วไป โดยมีค่ายรถชั้นนำเริ่มให้บริการชาร์จเร็วสูงระดับ 500-1,000 kW ควบคู่ไปกับการเติบโตของโมเดลธุรกิจใหม่อย่าง Charging-as-a-Service (CaaS) ที่เข้ามาช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายก้อนแรกของผู้ประกอบการลง โดยเปิดให้เช่าใช้งานสถานีชาร์จพร้อมซอฟต์แวร์บริหารจัดการแบบครบวงจร สิ่งเหล่านี้ผลักดันให้สถานีชาร์จในต่างประเทศแปลงสภาพจากจุดบริการทางเทคนิค ไปเป็นทำเลทองของการลงทุนด้านพลังงานและไลฟ์สไตล์อย่างสมบูรณ์แบบ

เทรนด์ในไทย ต้องเป็นสถานีชาร์จเร็ว

สำหรับประเทศไทย เทรนด์นี้กำลังอยู่ในช่วงจุดเปลี่ยนผ่าน เมื่อรถอีวีบนท้องถนนเริ่มมีปริมาณสะสมมากพอจนตู้ชาร์จแบบเดิมเริ่มเกิดคอขวดและคิวยาว การปรับพื้นที่หน้าร้านเป็น Ultra-Fast Charging Hub จึงกลายเป็นเทรนด์ที่เข้ามาตอบโจทย์ผู้ประกอบการและดีลเลอร์ในไทยด้วยเช่นกัน โดยสามารถทำเงินได้ผ่าน 4 ช่องทางสร้างรายได้ใหม่ นั่นก็คือ

1. **ส่วนต่างค่าธรรมเนียมชาร์จไฟ :** ค่าบริการ Ultra-Fast ช่วงที่มีความต้องการสูงในไทยยืนระยะอยู่ในระดับที่สร้างกำไรได้ดี และที่สำคัญ การหมุนเวียนคันต่อหัวชาร์จสูงกว่าตู้ชาร์จแบบเดิม 4-5 เท่า
2. **รายได้จาก Non-EV** เช่น รายได้จากร้านกาแฟ เครื่องดื่ม อาหารมื้อด่วน หรือการขายพื้นที่สื่อโฆษณาดิจิทัลบนตู้ชาร์จ
3. **การเป็น Traffic Magnet ดึงลูกค้าเข้าพื้นที่แบบฟรีๆ** สำหรับโชว์รูมรถยนต์ การมีตู้ชาร์จเร็วเป็นการดึงผู้ขับขี่อีวีแบรนด์อื่นให้เลี้ยวเข้ามาในพื้นที่ โดยที่แบรนด์ไม่ต้องเสียเงินค่าการตลาด เปิดโอกาสให้ทีมขายเข้าไปชวนทดลองขับ หรือนำเสนอแพ็กเกจบริการหลังการขายได้ทันที
4. **ใช้ประโยชน์จากโซลาร์เซลล์บนหลังคาลานจอด** ลดต้นทุนค่าไฟช่วงที่มีความต้องการสูงของตัวอาคารหลักลงได้อีกทาง

นับได้ว่าตอนนี้เป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดที่ผู้ประกอบการจะลงมาเล่นในตลาดชาร์จไฟโดยในปี 2569 นี้ ต้นทุนอุปกรณ์ปรับลงมาอยู่ในจุดที่สมดุล สอดรับกับระยะเวลาคืนทุนที่คำนวณได้ชัดเจนในระยะ 3-5 ปี ขณะเดียวกัน ในวันที่กำไรจากการขายรถยนต์ใหม่ หรือการขายสินค้าหน้าร้านแบบเดิมถูกกดดัน การมองหาสินทรัพย์สร้างกระแสเงินสดใหม่จึงเป็นทางออกที่ผู้ประกอบการยุคนี้กำลังมองหา

การทำสถานีชาร์จเร็วเป็นการสร้างธุรกิจที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยียานยนต์กับไลฟ์สไตล์เข้าด้วยกัน ซึ่งใครที่มองออกและเริ่มลงมือปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ไวกว่า คนนั้นคือผู้ที่จะกุมความได้เปรียบในระบบนิเวศยานยนต์ต่อจากนี้



เทรนด์ดูแลสีรถยุคใหม่



เชื่อว่าคนรักรถหลายคนน่าจะเคยใช้เวลาวันหยุดไปกับการดูแลรถ ทั้งขัดทั้งถูด้วยตัวเอง หรือลงทุนเคลือบเงาแบบพรีเมียม แต่พอขับออกไปดันเจอแดดเมืองไทยกับฝนตกชั่วข้ามคืน

โชคดีที่ยุคนี้เทคโนโลยีเคมีภัณฑ์และวัสดุศาสตร์พัฒนาไปไกลมาก การดูแลสีรถจึงไม่ใช่เรื่องของการออกแรงขัดถูอีกต่อไป แต่กลายเป็นการเลือกผลิตภัณฑ์ฉลาดๆ มาช่วยเซฟทั้งเวลา สภาพรถ และสุขภาพจิตของเรา มาดูกันว่า 4 เทรนด์ดูแลสีรถยุคนี้ มีอะไรน่าลองบ้าง

ยุคของกราฟีน (Graphene) เกราะกันคราบน้ำฉ่ำวาวแบบไม่กลัวแดด

ถ้าสมัยก่อนใครๆ ก็พูดถึงเคลือบแก้ว หรือเคลือบเซรามิก ยุคนี้ต้องยกตำแหน่งแชมป์ใหม่ให้กราฟีน ปัญหาใหญ่ของเคลือบแก้วแบบเดิมคือ พอเม็ดฝนเกาะบนฝากระโปรงรถแล้วเจอแดดเมืองไทยเผาก็จะเกิดคราบน้ำล้างไม่ออก แต่น้ำยากราฟีนช่วยลดปัญหานี้ได้ รีดน้ำไว ฝุ่นเกาะยาก แถมยังเงาลึกฉ่ำวาวสุดๆ

นึกภาพง่ายๆ ว่า กราฟีนคือคาร์บอนระดับจิ๋วที่มีความแข็งแกร่งกว่าเหล็กและระบายความร้อนได้ดีมาก พอนำมาพัฒนาเป็นน้ำยาเคลือบรถจึงไม่ได้แค่ช่วยให้รถเงาหรือน้ำเกาะเป็นเม็ดเหมือนน้ำบนใบบัวเท่านั้น แต่ยังมีคุณสมบัติสำคัญคือลดการสะสมความร้อนบนตัวถังด้วย

ฟิล์มใสกันรอยยุคใหม่ (PPF) ที่รอยขนแมวหายเองแค่พาไปตากแดด

เวลาเห็นรอยขีดข่วนเล็กๆ หรือรอยขนแมวบนตัวรถเวลาสะท้อนแสง คนรักรถแทบอยากจะร้องไห้ แต่เทรนด์ฟิล์มใสกันรอยยุคใหม่ (Paint Protection Film : PPF) มีเวทมนตร์ที่เรียกว่า Self-Healing

เนื้อฟิล์มชนิดพิเศษนี้มีความยืดหยุ่นสูง เวลาเกิดรอยขนแมวจากการล้างรถ โมเลกุลของฟิล์มจะแค่ถูกดันให้แยกออกจากกันนิดหน่อย พอเราขับรถออกไปจอดตากแดดให้ตัวรถอุ่นขึ้น ความร้อนจะไปสะกิดให้โมเลกุลขยับกลับเข้าที่เดิม แล้วรอยขีดข่วนพวกนั้นก็จะสมานแผลตัวเองจนเรียบเนียนโดยที่เราไม่ต้องออกแรงขัด

ที่คนรักรถต้องลอง



เกราะใหม่สูตรไฮบริด ทั้งติดฟิล์มและเคลือบเงา

แต่ก่อนคนมักจะเถียงกันว่าจะติดฟิล์มใสทั้งคัน หรือเคลือบเงาดีกว่ากัน แต่เทรนด์ยุคนี้คือ จับคู่กันแบบไฮบริด เพื่อความคุ้มค่าสูงสุด โดยเลือกติดฟิล์มกันรอยเฉพาะชิ้นส่วนด้านหน้าที่ต้องรับแรงปะทะหนักๆ เวลาขับขี่ เช่น ฝากระโปรงหน้า กันชนหน้า โคมไฟหน้า และกระจกมองข้าง เพื่อป้องกันเศษหินสะเก็ดเล็กๆ กระเด็นใส่จนสีถลอก

สำหรับชิ้นส่วนข้างและด้านหลังที่ไม่ค่อยโดนหินกระเด็นใส่ ก็ใช้วิธีเคลือบเงาแทน ผลลัพธ์คือ ได้ทั้งเกราะกันหินปะทะด้านหน้า และได้ความเงาฉ่ำล้างง่ายรอบคัน ในงบประมาณที่ประหยัดกว่าการติดฟิล์มทั้งคันไปได้หลายหมื่นบาท

สเปรย์ล้างรถแบบไม่ต้องใช้น้ำ

ใครที่อยู่คอนโดมิเนียม ไม่มีพื้นที่ลากสายยางฉีดน้ำหน้าบ้าน หรือไลฟ์สไตล์เร่งรีบ ยุคนี้มีน้ำยาทำความสะอาดสีรถประเภทไม่ต้องใช้น้ำ (Waterless หรือ Rinseless Wash) ที่คิดค้นมาเพื่อคนเมืองโดยเฉพาะ แค่สเปรย์น้ำยาลงบนสีรถที่มีฝุ่นเกาะ สารเคมีพิเศษจะเข้าไปยกเม็ดฝุ่นให้ลอยแยกออกจากชั้นสีรถ จากนั้นแค่ใช้ผ้าไมโครไฟเบอร์นุ่มๆ เช็ดเบาๆ ฝุ่นก็หลุดออกโดยไม่ทำให้รถเป็นรอย แถมน้ำยาบางตัวยังผสมสารเคลือบเงาในตัว เช็ดเสร็จปุ๊บ รถเงาวับปั๊บภายใน 15 นาที โดยไม่ต้องใช้น้ำสักหยดเดียว

การดูแลสีรถยุคนี้มีทางเลือกมากขึ้น ด้วยเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์หลากหลายแบบ ช่วยให้เราใช้รถได้อย่างสบายใจ มีเวลาไปสนุกกับกิจกรรมที่ชอบ และไม่ต้องคอยกังวลกับรอยขีดข่วนเล็กๆ น้อยๆ อีกต่อไป


ภูทับเบิก จ.เพชรบูรณ์


ดอยสะโง้ จ.เชียงราย

36 พิกัดเที่ยวเหนือ เติมความสดชื่นช่วง Green Season

เมื่อสายฝนโปรยลงมา ธรรมชาติทางเหนือก็กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง ทั้งผืนป่าสีเขียว ทุ่งนาชุ่มฉ่ำ สายหมอกยามเช้า และน้ำตกที่ไหลเต็มสาย นี่คือเสน่ห์ของการเที่ยวช่วง Green Season ที่ให้บรรยากาศสดชื่นและมุมมองของธรรมชาติที่ต่างออกไป

Chill out by GO Travel ฉบับนี้ ขอชวนออกเดินทางขึ้นเหนือกับ 36 พิกัดน่าเที่ยว เลือกได้ทั้งวิวสีเขียว ทะเลหมอก สายน้ำ และดอกไม้ตามฤดูกาล จะไปกับครอบครัว เพื่อน คนรู้ใจ หรือออกไป GO คนเดียว ก็เลือกจุดหมายที่ใช่ได้เลย


บ้านจ่าโบ่ จ.แม่ฮ่องสอน

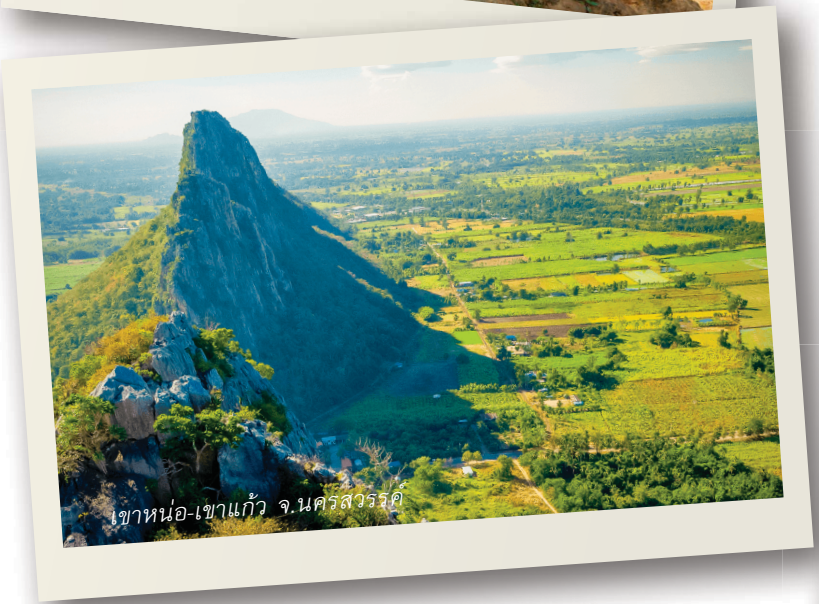
ชมทะเลหมอก

1. **ดอยแม่โถ จ.เชียงใหม่** ตื่นเช้าชมวิวภูเขาและทะเลหมอก
2. **ดอยสะโง้ จ.เชียงราย** ชมภูเขาสลับซับซ้อนพร้อมสายหมอกยามเช้า
3. **บ้านจ่าโบ่ จ.แม่ฮ่องสอน** สัมผัสวิถีชุมชนกลางหุบเขาและทะเลหมอก

ชมวิวสีเขียว

1. **บ้านป่าบงเปียง จ.เชียงใหม่**
   ชมความเขียวของนาขั้นบันไดท่ามกลางขุนเขา
2. **ดอยแม่สลอง จ.เชียงราย**
   สูดอากาศสดชื่น ชมวิวภูเขาและไร่ชา
3. **บ้านห้วยห้อม จ.แม่ฮ่องสอน**
   สัมผัสวิถีชุมชนท่ามกลางธรรมชาติและขุนเขา
4. **บ้านนาคูหา จ.แพร่**
   เที่ยวหมู่บ้านกลางหุบเขา สัมผัสวิถีชีวิตเรียบง่าย
5. **ดอยสกาด จ.น่าน** - ชมภูเขาสีเขียว
   พร้อมพักผ่อนท่ามกลางบรรยากาศสโลว์ไลฟ์
6. **บ้านน้ำจวง จ.พิษณุโลก**
   ชมธรรมชาติและวิถีชุมชนท่ามกลางขุนเขา
7. **บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย**
   เที่ยวชุมชนกลางธรรมชาติ พร้อมชมวิวทุ่งนา
8. **เขาหน่อ-เขาแก้ว จ.นครสวรรค์**
   ชมวิวธรรมชาติและทิวทัศน์สีเขียวจากมุมสูง
4. **วัดพุทธบาทสุทธาวาส จ.ลำปาง**
   ชมวิวภูเขาจากมุมสูง พร้อมสัมผัสบรรยากาศสงบ
5. **จุดชมวิวผาช้างน้อย จ.พะเยา**
   รอชมสายหมอกลอยคลอเคลียตามหุบเขา
6. **ม่อนแม่เติ๊ก จ.แพร่**
   ชมวิวภูเขาและหมอกท่ามกลางธรรมชาติ
7. **ภูสะนาว จ.อุตรดิตถ์**
   สัมผัสบรรยากาศเงียบสงบและสายหมอกยามเช้า
8. **บ้านสบขุ่นโมเดล จ.น่าน**
   ชมวิวภูเขาและวิถีชุมชนท่ามกลางธรรมชาติ
9. **ภูทับเบิก จ.เพชรบูรณ์**
   ชมทะเลหมอกและภูเขาสีเขียวในช่วง Green Season
10. **เขาหลวงสุโขทัย จ.สุโขทัย**
    เดินป่าสัมผัสธรรมชาติ พร้อมชมวิวจากยอดเขา
11. **อุทยานแห่งชาติแม่เมย จ.ตาก**
    ชมทะเลหมอกยามเช้าท่ามกลางผืนป่า
12. **บ้านชายเขา จ.อุทัยธานี** - ชมวิวภูเขา


น้ำตกทีลอซู จ.ตาก


เขาหน่อ-เขาแก้ว จ.นครสวรรค์

สัมผัสสายน้ำ

1. **น้ำตกรูปหัวใจ (ปิตุโกร) จ.ตาก**
   ชมสายน้ำที่ไหลบรรจบกันเป็นรูปหัวใจกลางผืนป่า
2. **น้ำตกทีลอซู จ.ตาก**
   ชมน้ำตกชื่อดังกลางผืนป่าตะวันตกในช่วงน้ำเต็มสาย
3. **ล่องแก่งลำน้ำเข็ก จ.พิษณุโลก**
   สนุกกับล่องแก่งท่ามกลางธรรมชาติในช่วงฤดูฝน
4. **น้ำตกหมันแดง จ.พิษณุโลก**
   เดินป่าสัมผัสน้ำตกและผืนป่าของภูหินร่องกล้า
5. **น้ำตกภูชาง จ.พะเยา**
   พักผ่อนใกล้สายน้ำท่ามกลางธรรมชาติร่มรื่น
6. **น้ำตกตาดใหญ่ จ.เพชรบูรณ์**
   ชมสายน้ำและผืนป่าเขียวชอุ่มในช่วงฤดูฝน
7. **น้ำตกคลองลาน จ.กำแพงเพชร**
   ชมน้ำตกขนาดใหญ่ท่ามกลางผืนป่า
8. **น้ำตกผาร่มเย็น จ.อุทัยธานี**
   ชมน้ำตกที่ไหลลดหลั่นลงมาตามหน้าผา


ดอกกระเจียวสีส้ม อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ จ.ตาก

ชมดอกไม้ตามฤดูกาล

1. **ดอกกระเจียวสีชมพู อุทยานแห่งชาติดอยจง จ.ลำปาง**
   ชมดอกกระเจียวท่ามกลางผืนป่า
2. **ทุ่งเปราะภูขาว อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จ.พิษณุโลก**
   ชมดอกเปราะภูสีขาวแต่งแต้มผืนป่า
3. **ดอกกระเจียวสีส้ม อุทยานแห่งชาติน้ำตกพาเจริญ จ.ตาก**
   ชมดอกกระเจียวสีสันสดใสในช่วงฤดูฝน
4. **ทุ่งดอกเทียนปีกผีเสื้อ ดอยหัวหมด จ.ตาก**
   ชมดอกไม้สีม่วงพร้อมวิวภูเขาและสายหมอก
5. **ดอกสักสีเหลือง อุทยานแห่งชาติแม่ยม จ.แพร่**
   ชมดอกไม้ตามฤดูกาลท่ามกลางผืนป่า
6. **ทุ่งดอกหงอนนาค อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว จ.อุตรดิตถ์**
   เดินป่าชมดอกหงอนนาคสีม่วงในช่วงฤดูฝน
7. **ทุ่งดอกกระเจียวยักษ์ บ้านเขาโล้น จ.พิจิตร**
   ชมดอกกระเจียวยักษ์ที่บานในช่วงฤดูฝน
8. **ทุ่งบัวแดง จ.นครสวรรค์**
   ชมดอกบัวแดงที่ผลิบานแต่งแต้มผืนน้ำ

หมายเหตุ : ช่วงเวลาชมธรรมชาติ ระดับน้ำ การเปิด-ปิดเส้นทาง และช่วงดอกไม้บานอาจเปลี่ยนแปลงตามสภาพอากาศในแต่ละปี แนะนำให้ตรวจสอบข้อมูลล่าสุดกับหน่วยงานหรือสถานที่ท่องเที่ยวก่อนเดินทางทุกครั้ง

GO Tips
เที่ยวหน้าฝนให้สนุกและปลอดภัย

ก่อนออกเดินทางควรเช็กสภาพอากาศ เส้นทาง และประกาศของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะเส้นทางขึ้นเขา เส้นทางธรรมชาติ และกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงตรวจสอบยาง เบรก ที่ปัดน้ำฝน และไฟส่องสว่างให้พร้อมสำหรับการเดินทาง

เลือกจุดหมายที่ใช่ แล้วออกเดินทางไปเติมความสดชื่นใน Green Season กัน

ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), ข่าวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ททท.สำนักงานตาก : TAT Tak Office



What's Your Gen Z Personality?
คุณเป็น Gen Z สายไหนในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง

Gen Z อาจไม่ใช่แค่ช่วงอายุ แต่อาจแฝงตัวอยู่ในดีเอ็นเอที่หมายถึงความสามารถในการปรับตัวตามให้ทันโลก โดยเฉพาะในยุคนี้ที่หมุนวนอยู่กับการเปลี่ยนแปลง กระแสมาไวไปไว คอนเทนต์ใหม่หลั่งไหลเข้ามาให้เสพ แถมเรื่องท้าทายก็เหมือนจะพร้อมพุ่งเข้าชนตลอด

จึงอยากชวนทุกคนมาลองสำรวจตัวเองว่าเวลาเจอการเปลี่ยนแปลงหรือสิ่งใหม่ๆ ในชีวิต ความเป็น Gen Z ที่จะช่วยให้ไม่ตกยุคนั้น... คุณมีอยู่ในตัวเองมากน้อยแค่ไหน เลือกคำตอบที่ตรงกับตัวเองมากที่สุดในแต่ละข้อ รวมคะแนนแล้วไปเช็กกันเลย

1. เวลาเจอเทรนด์ใหม่ๆ หรือ AI Tools ที่กำลังฮิต คุณจะ...

A. พุ่งตัวไปลองเล่นทันที! ฉันต้องเป็นคนแรกๆ ของกลุ่มที่ทำเป็น
B. รอดูคนอื่นเล่นไปก่อน ถ้าน่าสนุก ค่อยโหลดมาลอง
C. ศึกษาโครงสร้างทันที มันทำงานอย่างไร จะนำมาประยุกต์ใช้กับงานได้อย่างไรบ้าง
D. ขอข้าม... โลกจะเปลี่ยนแค่ไหนก็ปล่อยไป อยู่ในเซฟโซนสบายใจสุด

2. สถานการณ์การเงินหรือเศรษฐกิจช่วงนี้ค่อนข้างผันผวน วิธีรับมือของคุณคือ...

A. หาโอกาสใหม่ๆ วิ่งเข้าหางานเสริม (Side Hustle) เลือกโปรเจกต์ที่ทำแล้วได้ทั้งเงิน ได้ทั้งแสง
B. เซฟไว้ก่อน กดของใส่ตะกร้ารอโค้ดส่วนลดวันดีเดย์ แม้จะเกรดพรีเมียมก็ไม่สั่งหรอกนะถ้าไม่มีโปรฯ!
C. วางแผนการเงินอย่างมีระบบ แบ่งสัดส่วนออม ลงทุน และพัฒนาทักษะสำรองไว้เสมอ
D. พยายามไม่เครียด โฟกัสเฉพาะสิ่งที่ควบคุมได้ ดูแลตัวเองไม่ให้ป่วยจะช่วยเซฟเงินได้ดีที่สุด

3. เมื่อเจอความเปลี่ยนแปลงกะทันหัน เช่น คิวงานแคนเซิล หรือแผนเที่ยวล่ม สิ่งที่คุณจะทำคือ...

A. เปลี่ยนแผนสดๆ หน้างาน ไม่สนปัญหา พร้อมพาเพื่อนไปสร้างตำนานที่ใหม่
B. ถอนหายใจหนึ่งเฮือก แล้วเปลี่ยนออกไปนั่งชิลร้านกาแฟสั่งของกินอร่อยๆ มาฮีลใจ
C. ดึงสติ เปิดแพลนเนอร์ จัดตารางชีวิตใหม่ทันที เพื่อไม่ให้กระทบเป้าหมายอื่น
D. ปิดระบบการรับรู้ ถอยกลับเข้าถ้ำ อยู่เงียบๆ สักพัก แล้วค่อยว่ากัน

4. สไตล์การสื่อสารของคุณในแชตกลุ่มเมื่อมีดรามาหรือกระแสข่าวใหญ่ประจำวัน

A. เปิดประเด็นเมาท์คนแรก! เรื่องชาวบ้านต้องเป็นงานของเรา
B. ส่งมีมตลก หรือคลิปฮาๆ ประชดชีวิต สร้างรอยยิ้มให้เพื่อน
C. วิเคราะห์สถานการณ์ แชร์บทความดีๆ เชื่อถือได้ และข้อเท็จจริงให้เพื่อนอ่าน
D. สายซุ่ม ตามอ่านเงียบๆ รู้เพียบทุกเรื่อง แต่ไม่ชอบแสดงความเห็น

5. ในความคิดของคุณ คำว่า "การเติบโตที่แท้จริง" ของยุคนี้คือ...

A. ได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ กล้าออกจากคอมฟอร์ตโซน มีผลงานให้ภูมิใจ
B. มีความสุขกับเรื่องเล็กๆ ได้ในทุกๆ วัน มี Work-Life Balance ไม่เอาตัวเองไปเทียบกับใคร
C. บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีอิสรภาพทางการเงิน พึ่งพาได้ในทุกสถานการณ์
D. รู้จักตัวเองแบบลงลึก มีขอบเขตชัดเจน และเข้าถึงความสงบทางใจ

เอาละ ได้เวลามาตรวจหาคำตอบกันว่าคุณเป็น Gen Z สายไหนในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง

6. เมื่อต้องเจอช่วงเปลี่ยนผ่านสู่อะไรใหม่ๆ ในชีวิต เช่น งานใหม่ เครื่องมือใหม่ ความรู้สึกแรกคือ...

A. ตื่นเต้นมาก พร้อมเปิดรับคอนเนกชันใหม่ๆ และอยากรู้ว่าจะได้ปล่อยของอะไรบ้าง
B. แอบหวั่นนิดหน่อย แต่พยายามหาคอนเทนต์หรือเพื่อนที่เจอปัญหาเดียวกันมาช่วยซัปพอร์ต
C. ตั้งสติ วางแผนรับมือ วิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสีย และเตรียมพร้อมล่วงหน้า
D. ช็อกไปแป๊บหนึ่ง... แต่ขอเวลาตั้งหลักสักพักแบบตัวคนเดียว ไม่อยากให้ใครเร่ง

7. ในโลกโซเชียลที่ข้อมูลล้นทะลักและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สไตล์การเสพสื่อของคุณเป็นอย่างไร

A. เป็นทั้งคนเสพและคนสร้าง ชอบอัปเดตเทรนด์ รีโพสต์สตอรี ทำคอนเทนต์ลงเองเสมอ
B. เน้นคลิปตลก มีมฮาๆ และคลิปสัตว์เลี้ยง เซฟไว้ดูคลายเครียดระหว่างวัน
C. กดติดตามเพจข่าวสาร คอร์สเรียนออนไลน์ หรือช่องสรุปความรู้เพื่ออัปเดตทักษะตัวเอง
D. คัดกรองหน้าฟีดอย่างเข้มงวด พร้อมกด Unfollow เวลาเจอเรื่องท็อกซิก เลือกดูเฉพาะสิ่งสบายใจ

8. เมื่อสู้ชีวิตแล้วเจอปัญหา ล้มเหลว ไม่เป็นไปตามคิด วิธีไหนที่เลือกใช้สู้กลับ

A. รีบลุกขึ้นใหม่ทันที ความล้มเหลวคือประสบการณ์เท่ๆ ไว้เล่าให้ลูกหลานฟัง
B. นัดเพื่อนกินของอร่อย สั่งเจลาโตอัลตราสมูทมาเยียวยาแล้วค่อยว่ากัน
C. ถอดบทเรียนจากความผิดพลาด นำมาวางแผนใหม่ให้รอบคอบกว่าเดิม
D. ถอยกลับเข้าเซฟโซน ทบทวนตัวเองเงียบๆ จนกว่าจิตใจจะพร้อมสู้ต่อ

9. ถ้าสามารถมี "พลังพิเศษ" ได้ 1 อย่าง เพื่อเอาชีวิตรอดในโลกยุคนี้ จะเลือกพลัง...

A. พลังการเรียนรู้และปรับตัวขั้นสุด หยิบจับอะไรก็สำเร็จทันที
B. พลังแห่งความสุขไร้ขีดจำกัด เจอดรามาแค่ไหนก็ฮีลใจตัวเองและคนรอบข้างได้
C. พลังหยั่งรู้อนาคต รู้ทันทุกเทรนด์และวิกฤต วางแผนชีวิตได้แม่นยำ 100%
D. พลังเกราะป้องกันจิตใจ ไม่มีคำพูดหรือเรื่องท็อกซิกใดมาทำลายความสงบในใจได้



ตอบ A. มากที่สุด [The Main Character Energy]

สายไอคอนตัวมัม/ตัวแด๊ด : โลกเปลี่ยนแค่ไหน คุณก็ไม่กลัว! คุณคือ Trendsetter ผู้กล้าคิด กล้าทำ และกล้าแสดงออก มองทุกการเปลี่ยนแปลงเป็น "โอกาสในการสร้างตำนาน" มีเสน่ห์เฉพาะตัว ปรับตัวไว และพร้อมเป็นผู้นำพาคนรอบข้างไปเจอสิ่งใหม่ๆ เสมอ

ตอบ B. มากที่สุด [The Soft Life & Trendy Vibe]

สายชิลคอนเทนต์ : ยืดหยุ่นเหมือนสายน้ำ คุณคือสายสโลว์ไลฟ์ที่ไม่เคยตกเทรนด์ ไม่ชอบความขัดแย้ง รับมือกับโลกที่วุ่นวายด้วยการยึดหลัก Mental Health มาเป็นที่หนึ่ง รู้จักฮีลใจตัวเองด้วยของอร่อย มีมตลกๆ และการพักผ่อนอย่างมีคุณภาพ

ตอบ C. มากที่สุด [The Goal-Getter Pro]

สายทรงงานอนาคตไกล : มีโครงสร้างพร้อมสู้ทุกวิกฤต! คุณคือสายวางแผนและมองการณ์ไกล สนใจเรื่องการพัฒนาตัวเอง ชอบวิเคราะห์และคิดเป็นระบบ ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนไปทิศทางไหน คุณจะเตรียมทักษะและแผนสำรองไว้ล่วงหน้าเสมอ พึ่งพาได้ที่สุดในกลุ่ม!

ตอบ D. มากที่สุด [The Peace Seeker & Introvert Power]

สายเซฟโซนสงบใจ : นิ่งสงบชนะความเคลื่อนไหว! คุณคือสายเน้นความสงบทางจิตวิญญาณ ให้ความสำคัญกับพื้นที่ส่วนตัวและมีขอบเขตของตัวเองที่ชัดเจน ไม่ชอบวิ่งตามกระแส แต่มีสมาธิสูง เข้าใจตัวเองลึกซึ้ง สามารถสร้างเซฟโซนที่แข็งแกร่งไว้ต้านทานความวุ่นวายของโลกภายนอกได้ดีเยี่ยม

ฤดูฝนนี้ วางแผนก่อน GO

เช็ก 3 สิ่งให้พร้อม เพื่อการเดินทางที่ปลอดภัย

ฤดูฝนอาจทำให้การเดินทางต้องเพิ่มความระมัดระวัง ทั้งฝนที่ตกกะทันหัน ถนนเปียกลื่น ทัศนวิสัยที่ลดลง และการจราจรที่อาจใช้เวลานานกว่าปกติ การเตรียมตัวล่วงหน้าจึงช่วยให้ทุกทริปเป็นไปอย่างราบรื่นและอุ่นใจยิ่งขึ้น

Best of the Month ฉบับนี้คัด 3 ตัวช่วยจาก PromptBuy บน “แอป โก บาย กรุงศรี ออโต้” มาแนะนำ ตั้งแต่การเตรียมรถให้พร้อม อุปกรณ์สำหรับรถอีวี ไปจนถึงบริการรับ-ส่งที่ช่วยให้วางแผนการเดินทางได้สะดวกยิ่งขึ้น



1. เตรียมรถให้พร้อม

ก่อนออกเดินทาง ควรตรวจเช็กสภาพรถให้พร้อม โดยเฉพาะยางรถยนต์ ระบบเบรก ที่ปัดน้ำฝน และไฟส่องสว่าง เพื่อรับมือกับสภาพถนนและทัศนวิสัยที่เปลี่ยนไปในช่วงฤดูฝน

ใครที่กำลังมองหายางใหม่ บน PromptBuy มี DAVANTI รุ่น PROTOURA SPORT และ ECOURA HP1 พร้อมโปรโมชัน ลด 25%* จากราคาปกติ

และอย่าลืมหมั่นตรวจเช็กดอกยางและแรงดันลมยาง รวมถึงอุปกรณ์สำคัญต่างๆ ก่อนออกเดินทางทุกครั้ง

DAVANTI PROTOURA SPORT

จุดเด่นที่ช่วยรองรับการขับขี่บนถนนเปียก

- Maximised Contact Patch ช่วยเพิ่มพื้นที่สัมผัสถนนและเสถียรภาพในการขับขี่
- 3D Interlocking Block Formation ช่วยเสริมการยึดเกาะและความมั่นคงขณะเข้าโค้งและเบรก
- Hydro-Dynamic Dimples ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการรีดน้ำจากหน้ายาง
- Innovative Trapezoid Projections ช่วยระบายน้ำออกจากร่องดอกยาง
- Modified Outer Channels ช่วยลดเสียงรบกวน เพื่อการขับขี่ที่นุ่มและเงียบ

DAVANTI ECOURA HP1

จุดเด่นที่ตอบโจทย์ทั้งการขับขี่และความสบาย

- Enclosed Outer Grooves ช่วยลดเสียงรบกวนจากการหมุนของยาง
- Circumferential Grooves ช่วยรีดน้ำและเพิ่มการยึดเกาะบนถนนเปียก
- Varying Tread Blocks ช่วยลดเสียงรบกวน เพื่อการขับขี่ที่เงียบและนุ่มสบาย
- Optimised Lightweight Design ช่วยลดแรงต้านการหมุนและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
- Deep Outer Grooves ช่วยเพิ่มการกระจายน้ำและแรงฉุดลากบนถนนเปียก





2. เตรียมตัวช่วยสำหรับรถอีวี

สำหรับคนใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV) หรือรถปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) การวางแผนเรื่องการชาร์จก็เป็นอีกหนึ่งเรื่องที่ควรเตรียมให้พร้อม โดยเฉพาะเมื่อต้องเดินทางไกลหรือเดินทางไปยังพื้นที่ที่มีสถานีชาร์จจำกัด

AJ EV AC Type2 Charger เป็นเครื่องชาร์จอีวีสำหรับพกพาหรือติดตั้ง กำลังไฟสูงสุด 3.5 kW และรองรับกระแสไฟสูงสุด 16A สามารถเลือกปรับกระแสไฟได้ 4 ระดับ ได้แก่ 8A, 10A, 13A และ 16A จึงสามารถเลือกใช้งานให้เหมาะกับสถานการณ์ได้

AJ EV AC Type2 Charger 3.5 kW 16A ราคา 4,500 บาท* ตัวเครื่องมีระดับการป้องกันน้ำและฝุ่น IP65 พร้อมระบบป้องกันกระแสไฟรั่ว RCD Type B และมีสายให้เลือกความยาว 5 หรือ 10 เมตร เหมาะสำหรับผู้ใช้ EV และ PHEV ที่ต้องการมีเครื่องชาร์จแบบพกพาติดไว้เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยระหว่างเดินทาง

3. เตรียมแผนการเดินทาง

บางครั้งการเดินทางที่สะดวกและปลอดภัยอาจไม่ได้หมายความว่าต้องขับรถไปเองทุกครั้ง โดยเฉพาะวันที่ฝนตกหนัก การเดินทางไปสนามบิน หรือทริปที่ต้องเดินทางต่อหลายรูปแบบ การเลือกใช้บริการรับ-ส่งก็เป็นอีกทางเลือกที่ช่วยให้วางแผนการเดินทางได้ง่ายขึ้น

สำหรับใครที่กำลังมองหาบริการรับ-ส่งสนามบิน **MG Maxus 9 Luxury (EV)** มีบริการรับ-ส่งระหว่าง สนามบินสุวรรณภูมิ-ตัวเมือง และ สนามบินดอนเมือง-ตัวเมือง ในราคาพิเศษ 1,700 บาท* (จากปกติ 2,500 บาท)

นอกจากช่วยลดความกังวลเรื่องการขับรถในช่วงฝนตกแล้ว ยังช่วยให้สามารถใช้เวลาเดินทางพักผ่อน เตรียมตัว หรือจัดการสิ่งต่างๆ ระหว่างทางได้มากขึ้น

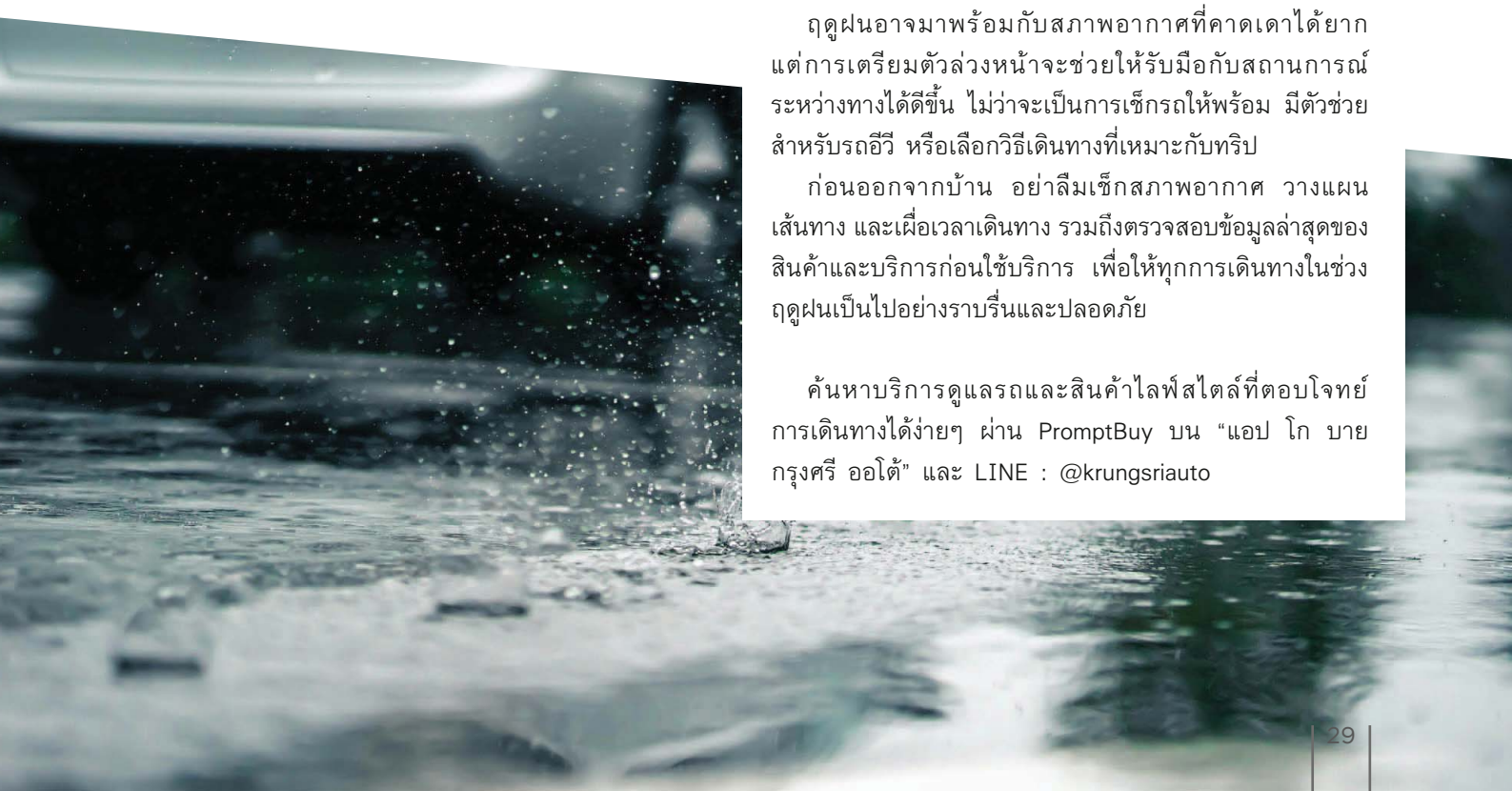
** เงื่อนไขเป็นไปตามที่ร้านค้าและบริษัทกำหนด*

วางแผนให้พร้อม แล้ว GO ได้อย่างสบายใจ

ฤดูฝนอาจมาพร้อมกับสภาพอากาศที่คาดเดาได้ยาก แต่การเตรียมตัวล่วงหน้าจะช่วยให้รับมือกับสถานการณ์ระหว่างทางได้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเช็กรถให้พร้อม มีตัวช่วยสำหรับรถอีวี หรือเลือกวิธีเดินทางที่เหมาะกับทริป

ก่อนออกจากบ้าน อย่าลืมเช็กสภาพอากาศ วางแผนเส้นทาง และเผื่อเวลาเดินทาง รวมถึงตรวจสอบข้อมูลล่าสุดของสินค้าและบริการก่อนใช้บริการ เพื่อให้ทุกการเดินทางในช่วงฤดูฝนเป็นไปอย่างราบรื่นและปลอดภัย

ค้นหาบริการดูแลรถและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ตอบโจทย์การเดินทางได้ง่ายๆ ผ่าน PromptBuy บน “แอป โก บาย กรุงศรี ออโต้” และ LINE : @krungsriauto



krungsri
Auto
A member of MUFG

CAR4CASH
สินเชื่อเพื่อคนมีรถ

คาร์ฟอร์แคช พร้อมใช้
ให้คนเก่ง เหนื่อยน้อยลง

ดอกเบี้ยเรทเดียวทุกปี **9.99** % ต่อปี

และสุขบวกๆ กว่า 16,553 บาท**



ประเมินราคารถ
รู้ผลทันที

0 2740 7400

กู้เท่าที่จำเป็นและชำระคืนไหว | เงื่อนไขเป็นไปตามผู้ให้บริการสินเชื่อกำหนด I คาร์ฟอร์แคช พร้อมใช้ รถยนต์ บิ๊กไบค์ อัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก 9.99% I อัตราดอกเบี้ยพิเศษเมื่อสมัครสินเชื่อ 1 ก.ย. 69 -30 ธ.ค. 69 และได้รับอนุมัติเป็นสัญญาภายใน 31 ม.ค. 70 I *รถยนต์อายุไม่เกิน 15 ปี และบิ๊ก ไบค์ อายุไม่เกิน 11 ปี I **รับสิทธิประโยชน์สูงสุด 19 รายการต่อ 1 สัญญาสินเชื่อ รวมมูลค่าสิทธิประโยชน์สูงสุด 16,553 บาท เมื่อสมัครสินเชื่อ คาร์ฟอร์แคช ทั้งนี้การรับสิทธิประโยชน์แต่ละรายการเป็นไปตามเงื่อนไขและจำนวนสิทธิ์ที่กำหนด I ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คาร์ฟอร์แคช ดอท คอม I คาร์ฟอร์แคช รถยนต์ให้บริการโดยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) I คาร์ฟอร์แคช บิ๊ก ไบค์ ให้บริการโดย บมจ.อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส

www.car4cash.com | @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.จุติอนุสรณ์ ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทร. 074-222-400 แฟกซ์ 074-222-400 ต่อ 118
	สุราษฎร์ธานี	141/89-90 ถ.กาญจนวิถี ต.บางกุ้ง อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 โทร. 077-916-400 แฟกซ์ 077-916-499
	นครศรีธรรมราช	44-44/1 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.เลี่ยงเมืองชลบุรี 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.ปราจีนตคาม ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25000 โทร. 037-215-355 แฟกซ์ 037-215-360
	ฉะเชิงเทรา	197/2-3 ถ.ศุขประยูร ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ฉะเชิงเทรา 24000 โทร. 038-088-449 แฟกซ์ 038-088-421
	จันทบุรี	181 ถ.ขวาง ต.ตลาด อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000 โทร. 039-322-161 แฟกซ์ 039-322-160
	สระแก้ว	304 ถ.สุวรรณศร ต.สระแก้ว อ.เมือง จ.สระแก้ว 27000 โทร. 037-241-018 แฟกซ์ 037-241-031
→ ภาค 4	เชียงใหม่	160/1 ถ.เชียงใหม่-ลำปาง ต.ป่าตัน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 053-107-400 แฟกซ์ 053-107-499
	นครสวรรค์	1311/22 หมู่ที่ 10 ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000 โทร. 056-219-600 แฟกซ์ 056-219-699
	พิษณุโลก	729/22-23 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000 โทร. 055-909-400 แฟกซ์ 055-909-499
	ลำปาง	363, 365 ถ.ไฮเวย์ ลำปาง-งาว ต.สวนดอก อ.เมือง จ.ลำปาง 52100 โทร. 054-237-800 แฟกซ์ 054-237-899
	เชียงราย	188/23-24 หมู่ที่ 22 ต.รอบเวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 โทร. 053-153-388 แฟกซ์ 053-153-390
	กำแพงเพชร	512, 514 ถ.เจริญสุข ต.ในเมือง อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000 โทร. 055-237-800 แฟกซ์ 055-237-899
	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.เทวาภิบาล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด 45000 โทร. 043-619-400 แฟกซ์ 043-619-499
	อุดรธานี	119/11-12 หมู่ที่ 14 ต.หมากแข้ง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-215-400 แฟกซ์ 042-215-499
	สกลนคร	390/15-16 หมู่ที่ 11 ถ.สกล-อุดร ต.ธาตุเชิงชุม อ.เมือง จ.สกลนคร 47000 โทร. 042-700-200 แฟกซ์ 042-700-219
	หนองคาย	300/2 หมู่ที่ 10 ถ.มิตรภาพ ต.โพธิ์ชัย อ.เมือง จ.หนองคาย 43000 โทร. 042-042-411-946-7, 042-411-949 แฟกซ์ 042-411-948
	มุกดาหาร	12 ถ.วิวิธสุรการ ต.มุกดาหาร อ.เมือง จ.มุกดาหาร 49000 โทร. 042-614-315 แฟกซ์ 042-614-312
	กาฬสินธุ์	297/1 ถ.เทศบาล 23 อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ 46000 โทร 043-811-325 แฟกซ์ 043-811-336
	เลย	24/10 ถ.ร่วมจิตร ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000 โทร. 042-811-502 แฟกซ์ 042-811-508
→ ภาค 6	นครปฐม	511 ถ.เทศา ต.พระประโทน อ.เมือง จ.นครปฐม 73000 โทร. 034-245-400 แฟกซ์ 034-245-499
	อยุธยา	257/3 หมู่ที่ 5 ต.ไผ่ลิง อ.พระนครศรีอยุธยา จ.อยุธยา 13000 โทร. 035-735-400 แฟกซ์ 035-735-499
	ปราณบุรี	502/14-15 หมู่ที่ 2 ถ.เพชรเกษม ต.วังก์พง อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์ 77120 โทร. 032-825-515 แฟกซ์ 032-825-520
	กาญจนบุรี	974/184 หมู่ที่ 3 ถ.แสงชูโต ต.ท่าม่วง อ.ท่าม่วง จ.กาญจบุรี 71110 โทร.034-613-054-9 แฟกซ์ 034-613-060
	สุพรรณบุรี	64/23 ถ.เณรแก้ว ต.ท่าพี่เลี้ยง อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000 โทร. 035-526-025 แฟกซ์ 035-526-027
	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	หลักสี่สแควร์ 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 หมู่บ้านบางใหญ่ซิตี้ ถ.กาญจนาภิเษก ต.เสาธงหิน อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี 11140 โทร. 02-595-0390 แฟกซ์ 02-595-0459
	รามอินทรา	327, 329 ถ.รามอินทรา แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510 โทร. 02-517-9894, 02-517-9802-3, 02-517-9805-7, 02-517-9809-14 แฟกซ์ 02-517-9896, 02-517-9808

เจ้าของ ฝ่ายสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจสินเชื่อยานยนต์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
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 เปเปอร์คอรัส จำกัด โทร. 093-192-2465, 081-919-5315 อีเมล : paperchorus@hotmail.com

krungsriauto.com

krungsri
Auto

A member of MUFG

กรุงศรี ออโต้ สุขบวก ๆ

สิทธิ์ดี ชีวิตบวก+

ปรากฏการณ์ความสุขที่มากกว่าสินเชื่อ



กู้เท่าที่จำเป็นและชำระคืนไหว | *เงื่อนไขเป็นไปตามผู้ให้บริการสินเชื่อกำหนด | รถยนต์ให้บริการสินเชื่อโดย ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) | รถจักรยานยนต์ให้บริการสินเชื่อโดย บริษัท อยุธยา แคปปิตอล ออโต้ ลีส จำกัด (มหาชน) | ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมที่ www.krungsriauto.com

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