

issue 51/2/ 2026

นิตยสารเอเชียแอสIAN (ประเทศไทย) www.asiantruck.com

ASIAN

TRUCKER

THAILAND



JJ Express

ซีต้า
คอนกรีต

DasBlue

ผู้ผลิต AdBlue ในไทย

**UD
Super
Trucks**
อยุธยา

**SCANIA
460R**

Model Year 2026



MY2026
Drive further, for better

Quester MY2026 ^{ใหม่!}

เครื่องยนต์ 8 ลิตร 350 แรงม้า เกียร์ใหม่ ESCOT

แรงจริง เท่ห้จัด !
ประหยัดชัวร์

ติดต่อเราได้ที่นี่

- www.udtrucks.com/thailand
- [UDTrucksThailand](#)
- [UD Trucks Thailand](#)
- [UD Trucks Thailand](#)
- [udtrucksth](#)
- [@udtrucksth](#)
- Call Center : 02-305-4452



Auto Aftermarket
Guangzhou

19 – 21.8.2026

PWTC Expo, Guangzhou, China



Learn more

Guangzhou
international auto parts
and aftermarket
exhibition

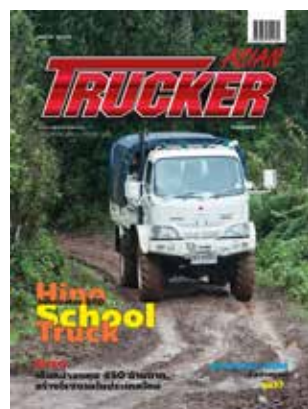
www.aag.org.cn



The Drivers

ASIAN TRUCKER

YOUR GUIDE TO
ALL THINGS TRUCKS



บรรณาธิการ
พิสูจน์อักษร
ผลิตโดย

EDITORIAL

ทรงยศ กมลวิกุล
พรพรรณ บุญทนอ่อน
อน อาร์ท ครีเอชัน

ADVERTISING

THAILAND

ชั้นกมล ศรีสมโกชนี
08 1916 5161
salathai@asiantrucker.com

MALAYSIA

Nicole Fong
Nicole@asiantrucker.com

SINGAPORE

Floyd Cowan
Floyd@asiantrucker.com

CIRCULATION, CONTRIBUTION and SUBSCRIPTION

songyot@asiantrucker.com
WEBSITE and E-NEWSLETTER
www.asiantrucker.com

Published By

On Art Creation Co., Ltd.
34 Soi Lardprao Wanghin 4, Lardprao
Wanghin Rd.,
Lardprao, Bangkok 10230
081 916 5161
www.onartgroup.com

ห้ามเผยแพร่หรือพิมพ์ซ้ำทั้งข้อเขียนและรูปภาพทุกชิ้น
ในนิตยสารนี้ โดยมีได้รับอนุญาต
เป็นลายลักษณ์อักษร

Boost your business with a listing on our website.
Find business or sell you truck, upload you con-
tents images to the gallery. Visit our website www.asiantrucker.com to put you company on speed.

PDF versions
are available for
download at
www.asiantrucker.com



The SMART Alternative.

OE quality and service
excellence.

after market



purifying our planet

Hengst Asia Pacific
25 Bukit Batok Crescent
#10-10 Elitist Singapore 658066
T +65 6818 2880
E info@hengst.de
f [HengstAPAC](https://www.facebook.com/HengstAPAC)

Hengst

FILTER

Contents สารบัญ



7 Editor's Note

8 JJ EXPRESS

ผู้ให้บริการขนส่งสินค้าข้ามแดนแถวหน้า ลงทุนเครื่องมือการทำงานครั้งสำคัญ เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินการรับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัท

14 ธนะดี ออโต้ ทรัคส์

ธนะดี ออโต้ ทรัคส์ ตัวแทนจำหน่าย UD Trucks ครว้างวัล Outstanding Achievement Sales จากงาน UD Partner Conference 2025 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น สะท้อนการเติบโตอย่างมั่นคง

20 DasBlue

DasBlue ผู้ผลิต AdBlue ไทย ยกระดับมาตรฐานการผลิตระดับสากล รองรับตลาดรถบรรทุกยุโรป 5 ประเทศไทย

24 ชีต้า คอนกรีต

30 งาน CAPAS 2026

32 UD Super Trucks / อยุรยา

38 Buses

44 News & Update

ติดตาม Asian Trucker (Thailand) ได้ที่
www.asiantrucker.co.th
Facebook Asiantrucker - Thailand

สนใจโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ติดต่อ ชื่นกมล ศรีสมโภชน์ โทร.08 1916 5161

7 Asian Trucker

ฉบับนี้มีโอกาสได้สนทนากับผู้คนหลากหลาย ทั้งฝั่งผู้ใช้งานรถบรรทุก รวมไปถึงฝั่งผู้จำหน่าย ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การสนับสนุนช่วยเหลือกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายนั้น เป็นกุญแจสำคัญที่จะเดินหน้าไปสู่ประโยคที่ว่า โตไปด้วยกันได้เป็นอย่างดี

Asian Trucker มีโอกาสได้เจอกับผู้ประกอบการชาวมาเลเซียที่ลงทุนทั้งในมาเลเซียและไทย สำหรับกิจการขนส่งสินค้าข้ามประเทศคือคุณจิมมี่ จาก JJ Express

ข้อมูลที่น่าสนใจคือ คุณจิมมี่กล่าวว่า การขนส่งสินค้าข้ามแดนในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตั้งแต่โควิดมาเติบโตมาโดยตลอด และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปอีก

ท่ามกลางสภาวะที่ยากจะคาดเดาว่าเศรษฐกิจปีนี้จะไปได้ดีแค่ไหน ผู้ประกอบการขนส่งจึงยังคงต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง เพราะไม่มีใครสามารถบอกได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น มีหน้าซ้ำปีนังมีเรื่องของสภาวะอากาศที่แปรปรวนจากซูเปอร์-เอลนีโญที่จะส่งผลกระทบต่ออย่างมากในช่วงฤดูแล้งของปีนี้อย่างแน่นอนจนถึงปีหน้าด้วย

ทรงยศ กนกวิภา
บรรณาธิการ



ติดตาม Asian Trucker ได้ทาง www.facebook.com/AsianTruckerTH/
อ่านนิตยสาร Asian Trucker (Thailand) ในรูปแบบ E book
ได้ที่ <https://fliphtml5.com/bookcase/hxsnc/>
หรือสแกน Q R Code



JJ Express

ก้าวสำคัญกับการเติบโต
ในประเทศไทย

บริษัท JJ Express ได้ประกาศก้าวสำคัญในการขยายธุรกิจ ด้วยการ ลงทุนซื้อรถบรรทุก Scania Super ล็อตแรกจำนวน 5 คัน ในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการขนส่งทั่วภูมิภาค (ครอบคลุม สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย ลาว พม่า จีน) การยกระดับประสิทธิภาพการบริการ และสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับกลุ่มลูกค้าที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทยังมีแผนที่จะสั่งซื้อรถเพิ่มเติมภายในปี 2026 ซึ่งสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ระยะยาวในการเป็นผู้นำด้านโลจิสติกส์ที่ทันสมัย และน่าเชื่อถือ การตัดสินใจดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มจำนวนยานพาหนะ แต่ยังเป็นการ ดอกย้ำความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากร และการส่งมอบมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศสู่สากล การขยายตัวในระยะที่หนึ่งนี้จึงถือเป็นรากฐานสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน ไปพร้อมกับพันธมิตรทางธุรกิจทั่วทั้งภูมิภาค



คุณจิมมี (Jimmy Ung) ผู้บริหารของ JJ Express เล่าถึงภาพรวมแผนการขยายฝูงรถและเป้าหมายในอนาคตของ JJ Express ให้กับ Asian Trucker โดย JJ Express มุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานการให้บริการสู่ระดับสากลและการขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมเส้นทางยุทธศาสตร์สำคัญในการขนส่งสินค้าข้ามแดน

การขยายฝูงรถของ JJ Express ในประเทศไทย ลงทุนในรถบรรทุกมาตรฐานสูง

คุณจิมมี นายใหญ่ของ JJ Express กล่าวกับ Asian Trucker ว่าบริษัทลงทุนในรถหัวลาก Scania Super ใหม่ล็อตแรกจำนวน 5 คันในประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและยกระดับประสิทธิภาพการขนส่ง โดยจะปลดระวางรถเก่าและแทนที่ด้วยรถใหม่ที่มีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น ทั้งเรื่องอัตราประหยัดน้ำมัน ชีตความสามารถ และความปลอดภัย การสั่งซื้อรถ Scania ครั้งล่าสุดนี้ถือเป็นเฟสแรกของแผนการขยายธุรกิจ เป้าหมายระยะสั้น (ปี 2026) บริษัทเตรียมพร้อมสำหรับการขยายฝูงรถในเฟสถัดไป โดยคาดว่าจะมีการสั่งซื้อรถเพิ่มเติมภายในเดือนกันยายน 2026 หรือก่อนสิ้นปี 2026 (ในแผนจะเป็นการลงทุนซื้อสแกนเนียรวมทั้งสิ้น 12 คัน) เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการใช้รถที่รองรับมาตรฐาน Euro 5 เพื่อตอบโจทย์ด้านความยั่งยืน (Sustainability) และการลดคาร์บอนตามความต้องการของลูกค้าระดับโลก

คุณจิมมีบอกว่า เป้าหมายในอนาคตของ JJ Express มีวิสัยทัศน์ที่จะไม่หยุดเพียงแคในเอเชีย แต่ต้องการขยายเส้นทางขนส่งจากจีนผ่านเอเชียกลางไปถึงยุโรป เช่น สเปน อังกฤษ โดยในขั้นแรกมีแผนเพิ่มสาขาในจีนให้ครอบคลุมมณฑลสำคัญๆ เช่น เซี่ยงไฮ้ เจิ้งตู และหนานหนิง

ปริมาณงานขนส่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทขนส่งตู้สินค้าข้ามแดนจากมาเลเซียมาไทยเพื่อผ่านต่อไปยังจีนอยู่ที่ประมาณ 1,000 ตู้ต่อเดือน บริษัทตั้งเป้าที่จะขยายขีดความสามารถให้ได้ถึง 3,000 ตู้ต่อเดือนในอนาคต

คุณจิมมีเล่าย้อนความให้ฟังว่า ธุรกิจเริ่มต้นก่อร่างขึ้นโดยน้องชาย ผ่านไปสองปีคุณจิมมีเข้ามาช่วย ช่วงแรกเป็นการรับขนส่งสินค้าทั่วไปในมาเลเซียเท่านั้น มีเพียงรถกระบะหนึ่งคัน สองคนพี่น้องทั้งขั้บรถเองทั้งหาลูกค้าช่วยกันทำงานอย่างหนัก ผ่านไปสิบปีบริษัทเติบโตต่อเนื่อง ขยับจากการขนส่งในประเทศมาเลเซียสู่การขนส่งสินค้าข้ามแดน จากปริมาณไม่กี่สิบตู้ต่อเดือนเป็นร้อยตู้ต่อเดือน จนในปัจจุบันเป็นพันธมิตร

ยุทธศาสตร์ในประเทศไทย

เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ผู้บริหารตั้งเป้าหมายระยะยาวที่จะมีรถบรรทุกในไทย 500 - 1,000 คัน และเปิดออฟฟิศกระจายไปตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อดูแลการวิ่งของรถในเส้นทางหลักอย่างใกล้ชิด



เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีความปลอดภัย

JJ Express Services มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำในการใช้เทคโนโลยี เช่น AI Camera และ e-Lock เพื่อมอนิเตอร์การขนส่งสินค้ามูลค่าสูงตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรักษามาตรฐานความเชื่อมั่นของลูกค้าในระดับท็อปของภูมิภาค

รักษามาตรฐานการทำงานคุณภาพสูงเป็นสากล มุ่งเน้นการปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO และ TAPA อย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความไว้วางใจให้แก่พันธมิตรโลจิสติกส์ระดับโลก (Global Forwarders) และลูกค้ารายใหญ่

ทิศทางกลยุทธ์การเติบโตของ JJ Express ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มุ่งเน้นการยกระดับจากผู้ให้บริการขนส่งในท้องถิ่นสู่การเป็นผู้นำด้านโลจิสติกส์ข้ามพรมแดน (Cross-border Specialist) ที่มีมาตรฐานระดับสากล

มุ่งเน้นกลุ่มสินค้ามูลค่าสูงและมาตรฐานความปลอดภัย (High-Value Cargo & Safety) บริษัทให้ความสำคัญกับการให้บริการกลุ่มลูกค้าที่มีมาตรฐานสูง เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (NVIDIA, Apple) และยานยนต์ (Honda, Volvo) โดยใช้เทคโนโลยีความปลอดภัยขั้นสูง เช่น e-Lock (กุญแจอิเล็กทรอนิกส์) ระบบ AI Camera เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมคนขับ และระบบ GPS แบบ Real-time ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าสินค้ามูลค่ามหาศาลจะปลอดภัย ใช้มาตรฐานสากลและความยั่งยืน (International Standards & Sustainability) JJ Express Services ให้ความสำคัญกับการได้รับรองมาตรฐาน เช่น ISO และ TAPA เพื่อให้สามารถเป็นพันธมิตรกับบริษัทโลจิสติกส์ระดับโลก (Global Forwarders) ได้ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืน (Sustainability) โดยการใช้รถมาตรฐาน Euro 5 เพื่อสนับสนุนการลดคาร์บอนตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มบริษัทข้ามชาติ

JJ Express ใช้กลยุทธ์การบริหารฝูงรถแบบผสมผสาน ทั้งรถของตัวเองและรถพันธมิตร ควบคุมคุณภาพ 100% เพื่อความคล่องตัวในการรับงาน รวมทั้งมีการบริหารความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (Currency Management) ใน 7 ประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะมีผลกำไรและ Cash Flow ที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตต่อเนื่อง

JJ Express ยึดถือคติ “Fast, Reliable, and Affordable” และสโลแกน “Secure Your Every Move” เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนกลยุทธ์เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้เล่นระดับท็อปในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ระบบ e-Lock และ AI Camera เป็นเทคโนโลยีสำคัญที่ JJ Express นำมาใช้เพื่อยกระดับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการขนส่งสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้ามูลค่าสูง (High-Value Cargo)

ระบบ e-Lock (กุญแจอิเล็กทรอนิกส์)

ระบบนี้ทำหน้าที่เป็นตัวล็อกเสริมที่ช่วยป้องกัน

การเข้าถึงสินค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต

การล็อกสองชั้น (Double Lock) นอกจากล็อกปกติของตู้คอนเทนเนอร์แล้ว บริษัทจะติดตั้ง e-Lock เพิ่มเติมเพื่อความปลอดภัยสูงสุด ควบคุมและตรวจสอบแบบเรียลไทม์ ระบบนี้เชื่อมต่อผ่าน IP และข้อมูลเครือข่ายทำให้สามารถตรวจสอบสถานะการเปิด-ปิดตู้สินค้าได้ตลอดเวลาจากส่วนกลาง

ระบบระบุตัวตน หากมีการเปิด e-Lock ระบบจะบันทึกข้อมูลว่าเปิดที่ไหนและใครเป็นผู้รับผิดชอบ ทำให้ผู้บริหารสามารถตรวจสอบย้อนกลับไปยังผู้จัดการในแต่ละจุดพักหรือด่านชายแดนได้ทันทีหากเกิดความผิดปกติ ความปลอดภัยระหว่างทาง ช่วยให้มั่นใจได้ว่าสินค้าจะไม่ถูกเปิดออกตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง (Door-to-Door)

ระบบ AI Camera (กล้องอัจฉริยะ)

เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดที่ JJ Express ติดตั้งเพื่อตรวจสอบสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมคนขับ

โดยกล้องตรวจสอบแบบสองทิศทาง กล้องจะทำหน้าที่ตรวจจับทั้งสภาพถนนด้านหน้าและพฤติกรรมของคนขับในขณะขับรถไปพร้อมกัน ด้วยวิธีการนี้ทำให้เฝ้าระวังพฤติกรรมเสี่ยงได้ด้วย AI ซึ่งสามารถตรวจจับอาการเหนื่อยล้าหรือการหลับในของคนขับ โดยสังเกตจากดวงตาและท่าทางที่มอมเอนเตอร์ส่วนกลางจะเช็คข้อมูลจากกล้องจะถูกส่งไปยังทีมงานหลังบ้าน (Back-end) เพื่อยกยตรวจสอบและดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง

เทคโนโลยีกับความสำคัญต่อธุรกิจ

คุณจิมมีกล่าวว่า การลงทุนในเทคโนโลยีเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงการเพิ่มความปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าในระดับสากลด้วย เพราะสินค้าที่ขนส่งนั้นมีมูลค่าสูงมาก

สินค้าบางประเภท เช่น ชิปของ NVIDIA อาจมีมูลค่าสูงถึง 40 ล้านดอลลาร์ต่อตู้ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้จะมีข้อกำหนดที่เข้มงวดว่ารถขนส่งต้องมีทั้ง GPS, e-Lock และ AI Camera เท่านั้น

สร้างมาตรฐานสากล การลงทุนและให้ความสำคัญกับเครื่องมือทำงานที่มีคุณภาพ ช่วยให้บริษัทสามารถรักษามาตรฐานด้านความปลอดภัยในระดับท็อปของภูมิภาค และตอบสนองความต้องการของพันธมิตรโลจิสติกส์ระดับโลกได้

งานขนส่งข้ามแดนของ JJ Express

มีประเทศไทยเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญ

1. ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลาง (Center)

ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในเครือข่ายของ JJ Express ทำให้ปัจจุบันบริษัทมีจำนวนรถบรรทุกในไทยมากที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ โดยเน้นงานข้ามพรมแดนเกือบ 100% และแทบไม่มีงานขนส่งภายในประเทศ (Domestic)

2. เส้นทางขนส่งที่เริ่มวิ่งจากไทย (Originating from Thailand) ไทย - มาเลเซีย และ ไทย - สิงคโปร์: เป็นเส้นทางที่มีปริมาณงานสูงที่สุดของบริษัท

ไทย - จีน: ขนส่งสินค้าขึ้นไปยังมณฑลทางตอนใต้ของจีน เช่น เซินเจิ้น ไทย - เวียดนาม และ ไทย - ลาว: ขนส่งสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการอุปโภคบริโภคและการผลิต

3. เส้นทางขนส่งที่วิ่งผ่านไทย (Transit through Thailand) ประเทศไทยทำหน้าที่เป็นทางผ่านหลักสำหรับสินค้าที่เดินทางระหว่างภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตอนล่างและตอนบน มาเลเซีย/สิงคโปร์ ผ่านไทย ไปยัง ลาว/เวียดนาม/จีน: เช่น การขนส่งสินค้าจากโรงงานในมาเลเซียเพื่อไปประกอบในลาว หรือส่งตรงไปยังจีน/เวียดนาม ผ่านไทย ลงไปยัง มาเลเซีย/สิงคโปร์: สินค้าจากจีนจะวิ่งผ่านลาวและเวียดนามเข้ามาในไทย ก่อนจะส่งต่อไปยังมาเลเซียและสิงคโปร์

4. กลุ่มสินค้าและลูกค้าหลัก สินค้าที่วิ่งผ่านเส้นทางเหล่านี้มักเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง (High-Value Cargo) และเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Finish Good) ได้แก่:

กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์: เช่น ชิป NVIDIA, ผลิตภัณฑ์ Apple (iPhone), HP และ Amazon

กลุ่มยานยนต์: อะไหล่และส่วนประกอบสำหรับแบรนด์อย่าง Honda, Volvo และ Scania

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค: เช่น สินค้าจากเครือ CP

5.รูปแบบการปฏิบัติงานที่ด่านชายแดน ในเส้นทางข้ามแดนที่ผ่านไทย บริษัทจะใช้การยกตู้เปลี่ยนรถ (Transshipment) เช่น รถจากจีนหรือเวียดนามจะนำตู้สินค้ามาส่งที่ด่านสะพานมิตรเขต (ลาว) จากนั้นรถของ JJ Express ฝั่งไทยจะเข้าไปรับตู้เพื่อลากต่อเข้ามาในไทยหรือส่งต่อไปยังมาเลเซีย โดยใช้ระบบ GPS แบบ Real-time และ e-Lock เพื่อรักษาความปลอดภัยตลอดเส้นทาง

ร่วมหนึ่งชั่วโมงที่พูดคุยกับคุณจิมมี Asian Trucker มองเห็นเรื่องหนึ่งที่ชัดเจนคือปริมาณสินค้าผ่านแดนทางถนนในภูมิภาคนี้โดยเฉพาะในกลุ่มสิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย พม่า ลาว จีน มีจำนวนสินค้าเคลื่อนย้ายไปมาในทุกๆ วันจำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าโอกาสของผู้ประกอบการขนส่งยังมีอยู่อย่างแน่นอนในกลุ่มสินค้าข้ามแดน เพราะตู้สินค้าต้องเปลี่ยนถ่ายรับช่วงในการขนส่งจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง คุณจิมมียังกล่าวชัดเจนว่า ปริมาณตู้สินค้านั้นเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง

สำหรับ JJ Express Services เพื่อรับมือกับโอกาสที่มองเห็นนี้คือการเตรียมความพร้อม พัฒนาทีมงาน และลงทุนกับเครื่องมือการทำงานที่มีคุณภาพ โดยเริ่มต้นที่สาขาประเทศไทยกับการนำรถสแกนเนอร์เข้าสู่ฟลีท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ที่ไว้วางใจใช้บริการของ JJ Express





ธนະดี ออโต้ ทริคส์
ตัวแทนจำหน่าย UD Trucks

คว้ารางวัล

Outstanding Achievement Sales
จากงาน UD Partner Conference 2025

ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
สะท้อนการเติบโตอย่างมั่นคง

มาจากการทำงานอย่างมุ่งมั่น
และการร่วมมือกันใกล้ชิด
ระหว่าง UD Trucks ประเทศไทย
กับ ธนະดี ออโต้ ทริคส์



Asian Trucker นัดหมายกับคุณอัยยริน มั่นคง
ผู้นำหญิงคนเก่งของ บ. ธนະดี ออโต้ ทริค
แอนด์ เซอร์วิส ตัวแทนจำหน่าย UD Trucks
รายสำคัญ ครอบคลุมพื้นที่การตลาด
ภาคเหนือตอนบน ในเขตพื้นที่พิษณุโลก,
เชียงใหม่ และเชียงราย รวมทั้งกำลังจะมี
ขยายเพิ่มอีกในอนาคตอันใกล้

แม้ว่าหากดูเส้นทางในการเข้าสู่แวดวงผู้จำหน่ายรถเพื่อการพาณิชย์ (รถบรรทุก)
จัดเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ แต่ธนະดีฯ ใช้เวลาเพียงไม่นานก็สามารถจับทิศทางและจังหวะ
ของตนเองได้ สามารถขยับการเติบโตได้อย่างน่าสนใจ



ธนะดีฯ มีรูปแบบการทำงานที่มุ่งเน้น ใกล้ชิดลูกค้า ไปด้วยกัน

กลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งของธนะดีฯ คือการดูแลลูกค้าแบบ “ครอบครัว” คุณอัยยรินกล่าวว่า ธนะดีฯ ออโต้ มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและยั่งยืน โดยไม่ได้มองลูกค้าเป็นเพียงคู่ค้าทางธุรกิจ แต่เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวที่มีความเกื้อกูลกัน ทีมงานของธนะดีฯ ให้ความสำคัญกับการไปมาหาสู่ มีส่วนร่วมในวาระสำคัญของลูกค้าเสมอ เพื่อสร้างความสนิทสนมแสดงความจริงใจ แม้แต่พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ยังมีความใกล้ชิดสามารถจดจำลูกค้าได้ทุกคน รู้ว่าลูกค้าอยู่จุดไหนหรือใช้เส้นทางใดในการวิ่งรถ (ในมุมมองของ Asian Trucker พื้นที่ต่างจังหวัด ด้วยรูปแบบความสัมพันธ์เช่นนี้สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่เป็นรายย่อยได้เป็นอย่างดี)

คุณอัยยรินยังอธิบายให้ฟังว่า ธนะดีฯ เป็นที่ปรึกษาที่เข้าใจ Pain Point ของผู้ประกอบการ เนื่องจากธนะดีฯ เติบโตมาจากธุรกิจครอบครัวและมีประสบการณ์ด้านการขนส่งมาก่อน จึงมีความเข้าใจในปัญหาและความยากลำบากของลูกค้าอย่างแท้จริง บริษัทจึงทำหน้าที่เป็น “ที่ปรึกษา” ที่พร้อมช่วยแก้ปัญหามากกว่าแค่คนขายรถ เช่น การให้คำแนะนำเรื่องน้ำมัน หรือการช่วยเหลือจากฝ่ายต่าง ๆ เช่น ไฟแนนซ์ เพื่อหาจุดที่ช่วยลูกค้าได้มากที่สุด

การสนับสนุนแบบครบวงจร (360 องศา)

ธนะดีฯ ใช้จุดแข็งจากการมีธุรกิจในเครือที่หลากหลาย (เช่น ธุรกิจน้ำมัน การขนส่ง และประกันภัย) มาชัพพอร์ตลูกค้าหากลูกค้าประสบปัญหาหรือวิ่งไม่พอ บริษัทก็มีรถร่วมหรือรถในกลุ่มคอยสนับสนุน เพื่อให้ธุรกิจของลูกค้าเดินหน้าต่อไปได้ตามแนวคิด “น้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า”

การสื่อสารที่ต่อเนื่องและไม่ทอดทิ้ง

คุณอัยยรินกล่าวว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการซัพพอร์ตลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนตัวพนักงานขายหรือผู้ประสานงาน แต่ช่องทางการสื่อสารและการดูแลจะต้องเปิดอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะมีคนดูแลไปตลอดอายุการใช้งานรถ

การทำงานเป็นทีมระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายบริการ

เพื่อให้การดูแลลูกค้าสมบูรณ์แบบที่สุด ทีมขาย (หน้าบ้าน) และทีมบริการหลังการขาย (หลังบ้าน) จะทำงานสอดประสานกัน มีการประชุมและสื่อสารกันตลอดเพื่อเตรียมความพร้อมเมื่อลูกค้านำรถเข้าศูนย์ โดยเฉพาะในกรณีเร่งด่วนที่ลูกค้าต้องรีบใช้รถทำงานต่อ

แก้ปัญหาให้ตรงจุดเพื่อลดต้นทุน ในช่วงการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากยูโร 3 เป็นยูโร 5 ซึ่งลูกค้ากังวลเรื่องค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทีมงานทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาที่ช่วย “เปลี่ยนทัศนคติ” โดยการให้ความรู้ด้านเทคนิคว่าในระยะยาวจะช่วยประหยัดน้ำมันและลดต้นทุนการบำรุง





รักษาได้อย่างไร นอกจากนี้ยังมีการนำรถไปทดสอบวิ่งจริงในกลุ่มธุรกิจขนส่งน้ำมันของบริษัทเองก่อน เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าก่อนนำเสนอขาย

การจัดการ “เวลา” ซึ่งเป็นหัวใจของการขนส่ง บริษัทยึดถือว่า “ถ้ารถจอดคือไม่มีรายได้” จึงให้ความสำคัญกับการวางแผนสต็อกอะไหล่และการบริหารจัดการคิวซ่อมให้รวดเร็วที่สุด เพื่อให้รถของลูกค้าพร้อมใช้งานตลอดเวลา รวมถึงการมีบริการ Mobile Service ที่ออกไปซัพพอร์ตลูกค้าถึงที่เพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

การสร้างความสะดวกสบาย

ธนະดีฯ มีทัศนคติว่า “ถ้าลูกค้าโต เราก็คโต” การรักษามาตรฐานคุณภาพทั้งงานขายและงานบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและกลับมาซื้อซ้ำ (Repeat Order) ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์แบบครอบครัว

รางวัลคือสิ่งสะท้อน คุณภาพของทีมและงานที่ทำ

ด้วยการทำงานด้านการตลาดที่มีคุณภาพของธนະดี คือหัวใจสำคัญที่ทำให้ธนະดีได้รับรางวัลใหญ่ระดับ Global ด้านยอดขายจาก UD Trucks ที่ญี่ปุ่น

คุณรินกล่าวว่า รางวัลเป็นเครื่องการันตีความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าลูกค้าสามารถไว้วางใจได้ทั้งในด้านงานขาย งานบริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเป็นรางวัลระดับโลกช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าบริษัทมีมาตรฐานการทำงานที่มีคุณภาพสูง ซึ่งสะท้อนผ่านการที่ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำกับธนະดี

ความภาคภูมิใจและขวัญกำลังใจของทีมงาน

การได้รับรางวัลสร้างความภาคภูมิใจอย่างมากให้กับทีมงาน, เนื่องจากเป็นรางวัลที่วัดผลจากการทำงานจริงตลอดทั้งปี โดยที่บริษัทไม่ได้รู้ล่วงหน้าว่าจะได้รับรางวัลมาก่อน เป็นสิ่งยืนยันว่าความพยายามที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงที่ต้องรับมือกับความท้าทายอย่างการเปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีจากยูโร 3 เป็นยูโร 5 ซึ่งทีมงานทุกคนร่วมแรงรวมใจทำงานอย่างทุ่มเท

ทีมช่าง ฟันเฟืองที่สำคัญของงานบริการสำคัญ คุณรินกล่าวว่า ทุกศูนย์บริการของธนະดี ให้ความสำคัญสูงสุดกับการพัฒนาขีดความสามารถของช่าง ด้วยการทำงานใกล้ชิดกับ UD Trucks ประเทศไทย ในการพัฒนาขีดความสามารถของช่าง ระดับของช่าง UD จะเริ่มต้นจาก M1 - M3 ระดับเริ่มต้นคือ M1 เมื่อชั่วโมงการทำงานสูงขึ้นความเชี่ยวชาญก็จะเพิ่มขึ้น บวกเข้ากับการอบรมเพิ่มเติม การเทรนตามโปรแกรมของ UD ศักยภาพของช่างก็จะเพิ่มขึ้นได้ต่อไปเป็น M2 จนถึงระดับสูงคือ M3

ทั้งสามศูนย์บริการของธนະดี มีสองศูนย์ที่มีช่างระดับ M3 แล้วคือ เชียงใหม่และเชียงราย ส่วนพิษณุโลกมีช่างกำลังเตรียมสอบเพื่อเลื่อนสู่ระดับ M3 (M3 เป็นระดับที่ช่างมีความเชี่ยวชาญสูงสามารถทำหน้าที่เป็น “ช่างวิเคราะห์” (Diagnostician) ที่มีความสามารถในการวิเคราะห์อาการและปัญหาของเครื่องยนต์ได้อย่างแม่นยำ)

รางวัลก่อเกิดแรงผลักดันในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

คุณรินกล่าวว่า รางวัลนี้ไม่ใช่เพียงแค่ความสำเร็จที่ผ่านมา แต่เป็นสิ่งที่ท้าทายเตือนให้บริษัทต้อง “มุ่งมั่นพัฒนา” ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เป็นการกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันกับตัวเองเพื่อรักษาและยกระดับมาตรฐานเดิมให้ดีกว่าเดิม ทั้งในเรื่องการทำงานเป็นทีม การดูแลลูกค้า และการบริหารจัดการ

สัญลักษณ์ของความสำเร็จในการเป็น “ครอบครัวเดียวกัน”

ในความรู้สึกของผู้บริหาร รางวัลนี้มีความหมายถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว UD Trucks อย่างแท้จริง และสะท้อนถึงความสำเร็จในการดูแลลูกค้าเหมือนคนในครอบครัว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้บริษัทเติบโตเคียงคู่ไปกับทั้งบริษัทแม่และลูกค้า

รางวัลนี้มีความหมายมากกว่าแค่เรื่องตัวเลขยอดขาย แต่มันคือ “ตราประทับแห่งความเชื่อมั่น” จากลูกค้า และเป็น “พลังขับเคลื่อน” ให้บริษัทไม่หยุดนิ่งในการพัฒนาสู่การเป็นที่ยิ่งใหญ่ในอุตสาหกรรม

อนาคตของธนະดีฯ ไม่หยุดพัฒนา ไม่หยุดอยู่กับที่ “แข่งกับตัวเอง” เพื่อรักษามาตรฐานและเป็นที่หนึ่งในลูกค้าอย่างยั่งยืน

ธนະดีฯ มีแผนที่จะขยายเครือข่ายไปยังพื้นที่จังหวัดแพร่และเด่นชัย โดยวางแผนเป้าหมายให้เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญในภาคเหนือ

คุณรินพูดถึงโปรเจกต์นี้ว่า บริษัทมองพื้นที่แพร่และเด่นชัยเป็นจุดกึ่งกลางที่เหมาะสมในการเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดอื่น ๆ เช่น หากลูกค้าอยู่ในเขตนี้แล้วจะเดินทางไปพิษณุโลก ลำปาง เชียงใหม่ หรือเชียงราย ก็ถือว่ามีระยะทางที่ค่อนข้างไกล การมีจุดบริการที่นี้จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้ครอบคลุมมากขึ้น ซึ่งจะทำให้พื้นที่การให้บริการ การสนับสนุน ของธนະดีฯ สามารถเชื่อมโยงถึงกันหมดได้อย่างสมบูรณ์แบบ จังหวัดแพร่อยู่ในเส้นทางเดินรถสายเดียวกันกับที่ต้องเดินทางไปเชียงราย ทำให้การบริหารจัดการและการแวะเข้าตรวจเยี่ยมศูนย์ในเส้นทางนี้สามารถทำได้ง่ายและเป็นระบบในลักษณะการเดินทางแบบครบรอบ

นอกจากนั้นแผนการขยายพื้นที่การตลาดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการให้บริการรถบรรทุกทุกที่เข้าไปทำงานในโครงการก่อสร้างรถไฟที่ขยายเส้นทางไปถึงบริเวณนั้นในอนาคตด้วย

การขยายเครือข่ายไปยังแพร่และเด่นชัยจึงเป็นก้าวสำคัญที่ธนະดีฯ วางแผนไว้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลลูกค้าตามกลยุทธ์ แผนอนาวานี้จะเป็นการเปิดพื้นที่ทางการตลาดที่น่าสนใจของ UD Trucks ในพื้นที่ภาคเหนือที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

การได้มีโอกาสมาสนทนา เพื่อ Update ข้อมูลกันในครั้งนี้ของ Asian Trucker กับคุณริน ทำให้เรามองเห็นตลาดในภาคเหนือตอนบน ได้รับความตั้งใจของฝั่งผู้ให้บริการ ที่มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตัวเองและสนับสนุนลูกค้าที่ให้ความไว้วางใจทั้งธนະดี และ UD Trucks ได้ใช้งานผลิตภัณฑ์ของ UD Trucks อย่างสบายใจ เพราะธนະดีฯ พร้อมที่จะสนับสนุนเคียงข้างกันไปตลอดทางอย่างแน่นอน

DasBlue

ผู้ผลิต AdBlue ไทย

ยกระดับมาตรฐานการผลิต

ระดับสากล รองรับตลาด

รถบรรทุกยูโร 5 ประเทศไทย

AdBlue ที่ใช้กับเครื่องยนต์ดีเซล มาตรฐานน้ำมันยูโร 5 คือ **น้ำยาแอดบลู** หรือ **น้ำยาบำบัดไอเสีย** ซึ่งเป็นการเรียก ที่ถูกต้องตามข้อมูลทางการค้าของสินค้า ประเภนี้

การบังคับใช้มาตรฐานไอเสียยูโร 5 กับรถเพื่อการพาณิชย์ในประเทศไทย ส่งผลให้รถบรรทุกใหม่ที่ทำตลาดในประเทศไทยต้องติดตั้งระบบ SCR (Selective Catalytic Reduction) และใช้น้ำยาแอดบลู (AdBlue) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซไนโตรเจนออกไซด์ (NOx) สู่สิ่งแวดล้อม ความต้องการใช้น้ำยาแอดบลู AdBlue จึงมีแนวโน้ม เติบโตต่อเนื่องตามจำนวนรถเชิงพาณิชย์รุ่นใหม่ที่เพิ่มขึ้นบนท้องถนน

เมื่อตลาดเติบโต ย่อมมีสินค้าหลากหลายเข้าสู่ตลาด บริษัท DasBlue ซึ่งเป็นผู้ผลิต AdBlue ของประเทศไทย ได้ยกระดับกระบวนการผลิต สินค้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าผู้ประกอบการ ขนส่งไทย ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า ความสม่ำเสมอและความมั่นคง ของซัพพลาย เพื่อการใช้งาน AdBlue ของลูกค้า

DasBlue เป็นผู้ผลิต AdBlue รายแรกของไทย ที่ได้รับมาตรฐาน ISO22241 และมีห้องทดสอบ AdBlue โดยเฉพาะ เพื่อทดสอบ AdBlue ทุก BATCH การผลิต ให้ได้มาตรฐานแบบเดียวกับที่ผู้ผลิตรถยุโรปเลือกใช้ ก่อนนำออกจำหน่าย



DasBlue

เป็นผู้ผลิต AdBlue

รายแรกของไทย

ที่ได้รับมาตรฐาน ISO22241

และมีห้องทดสอบ AdBlue

โดยเฉพาะ เพื่อทดสอบ AdBlue

ทุก BATCH การผลิต

ให้ได้มาตรฐานแบบเดียวกับ

ที่ผู้ผลิตรถยุโรปเลือกใช้

ก่อนนำออกจำหน่าย



โรงงานผลิตได้รับการออกแบบตามมาตรฐานอุตสาหกรรมสากล มีระบบควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ชัดเจน ช่วยให้คุณภาพผลิตภัณฑ์มีความสม่ำเสมอและลดความแปรปรวนในการผลิตได้ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานเชิงพาณิชย์ว่าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพไปใช้งานอย่างแน่นอน

ในกระบวนการผลิต DasBlue เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงจากญี่ปุ่น ผ่านการตรวจสอบอย่างละเอียด เข้มข้น ตามมาตรฐานที่กำหนด เพื่อให้ได้น้ำยาแอดบลู (AdBlue) ที่มีคุณภาพสูง คุ่มค่า และประหยัดต้นทุน ในการดำเนินการของผู้ประกอบการขนส่ง

หัวใจสำคัญของสินค้าคุณภาพ เริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการผลิต DasBlue มีขั้นตอนการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO 22241 และ มีการตรวจสอบสารเคมีที่ผลิตจากสถาบันชั้นนำในประเทศเยอรมัน น้ำยาแอดบลู (AdBlue) ถูกบรรจุด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่มีความแม่นยำ ทุกแกลลอน * แกลลอน เต็มลิตร พร้อมกรวยเติมเพื่อลดการสูญเสียของ AdBlue ให้กับลูกค้า DasBlue น้ำยาแอดบลู (AdBlue) มีหลายขนาดให้ลูกค้าได้เลือกใช้ อาทิ ขนาด 10 ลิตร, 20 ลิตร, 200 ลิตร, 1000 ลิตร สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการขนส่งได้อย่างดี

สินค้าของ DasBlue พร้อม Stand By Stock สนับสนุนการใช้งานของลูกค้าได้อย่างพอเพียง

DasBlue อยู่ในเครือบริษัทที่เป็น Partner กับผู้ผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบดีเซลของยานยนต์ ชื่อนำ อาทิ BOSCH

โดยเป็น Authorized BOSCH Diesel Center ให้บริการได้ทั้งการซ่อมระบบฉีดเชื้อเพลิงดีเซล ระบบท่อไอเสีย ระบบ AdBlue

นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญเรื่องการซ่อมระบบ Denoxtronic หรือ AdBlue ที่ได้รับการรับรองจาก BOSCH ประเทศเยอรมันเพราะเราเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงระบบฉีด AdBlue ด้วยเหตุนี้ DasBlue จึงมุ่งมั่นผลิต AdBlue ที่ดีที่สุด เพื่อให้ระบบทำงานได้อย่างราบรื่น ไม่กระทบกับการใช้งานรถ สามารถ Uptime ได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งได้ใช้รถบรรทุกของตัวเองได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ลดเวลาการจอดเพื่อซ่อม คุ่มค่าการใช้งาน

น้ำยาแอดบลู (AdBlue) ที่ไม่ได้มาตรฐานมีความเสี่ยงที่จะทำให้หัวฉีด SCR อุดตันได้ น็อกเซนเซอร์ (NOx Sensor) รวมทั้งแคทาลิติกคอนเวอร์เตอร์เสียหายได้ ส่งผลทำให้ต้นทุนการบำรุงรักษารถเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น

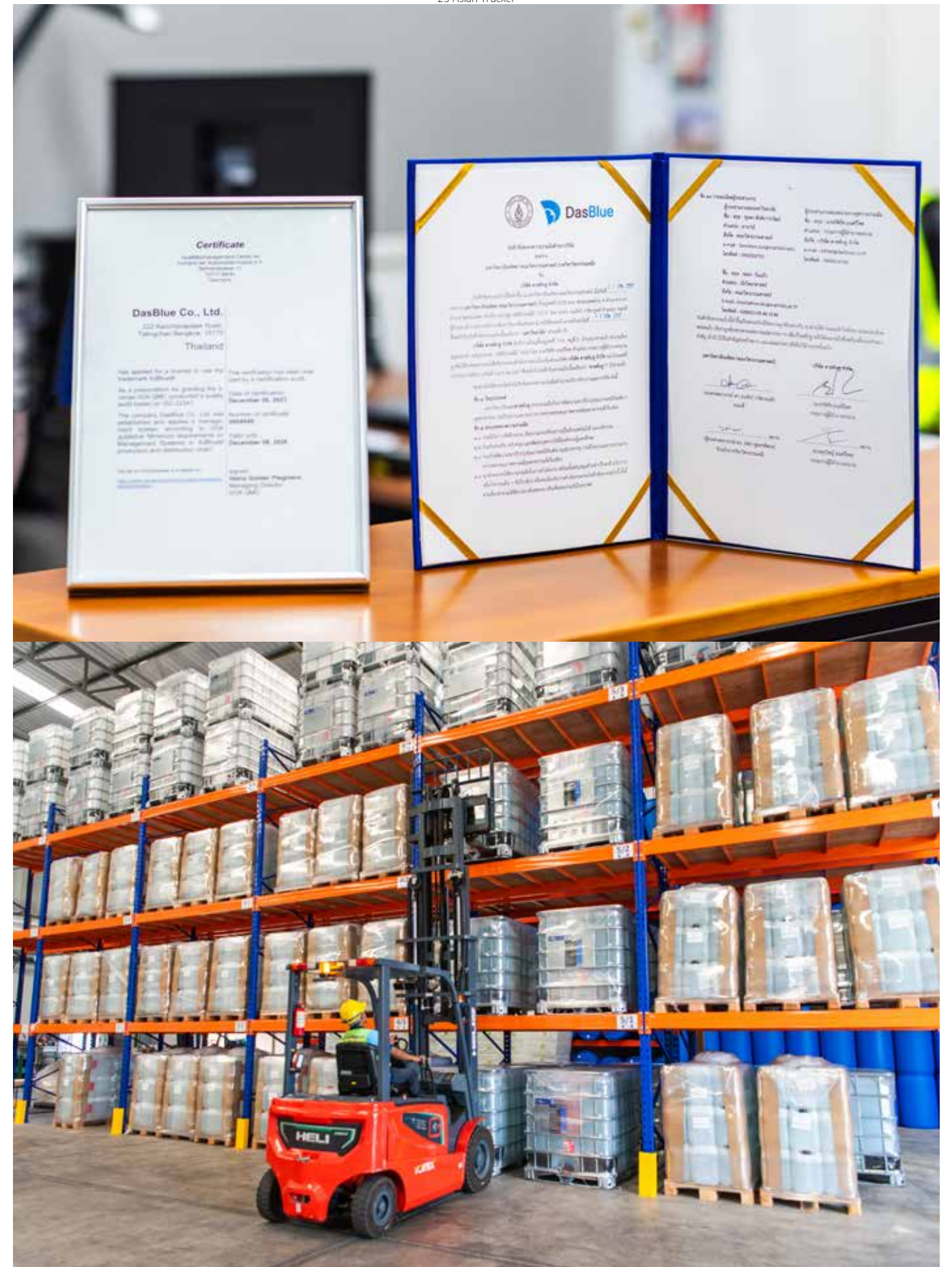
DasBlue มีช่องทางเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย เพื่อความสะดวกในการใช้งาน โดยผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อและให้ทาง DasBlue ดำเนินการจัดส่งให้ หรือมารับสินค้าด้วยตัวเอง สั่งซื้อผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทั้ง Shopee, Lazada รวมทั้งจุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ สามารถตรวจสอบได้ที่ (<https://location.dasblue.co.th/>) หรือที่ร้าน B-Quik ทุกสาขา แต่หากเป็นการสั่งซื้อจำนวนมากเพื่อใช้งานกับฟลีทรถ สามารถติดต่อกับทาง DasBlue โดยตรงผ่านช่องทาง LINE ที่ @dasblue

แม้การใช้น้ำยาแอดบลู (AdBlue) จะมีสัดส่วนต้นทุนเพียง 3-8% ของการใช้น้ำมันดีเซล แต่มีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพของระบบควบคุมไอเสียของรถ ลดการปล่อยควันพิษ การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมต้นทุนระยะยาวของธุรกิจขนส่ง รวมทั้งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สิ่งแวดล้อมรอบตัวดีขึ้นด้วย

การยกระดับการผลิต AdBlue ของ DasBlue ภายในประเทศ จึงไม่เพียงเป็นทางเลือกทดแทนสินค้านำเข้า แต่เป็นการเสริมความมั่นคงให้กับห่วงโซ่อุปทาน และสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์เชิงพาณิชย์ การขนส่งของประเทศไทยอย่างยั่งยืน



สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทั้ง Shopee, Lazada รวมทั้งจุดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ
สามารถตรวจสอบได้ที่ (<https://location.dasblue.co.th/>)
หรือที่ร้าน B-Quik ทุกสาขา
สำหรับการสั่งซื้อจำนวนมากเพื่อใช้งานกับฟลีทรถ
สามารถติดต่อทาง DasBlue AdBlue โดยตรง
ผ่านช่องทาง LINE ที่ @dasblue



CHIITAA CONCRETE

ชีต้า คอนกรีต

ชีต้า คอนกรีต เชียงราย
จากรากฐานธุรกิจครอบครัว
สู่ฟันเฟืองสำคัญ
ในเมกะโปรเจกต์ระดับประเทศ
(ทางรถไฟรางคู่เชียงราย)

เหนือสุดของประเทศไทยอย่างจังหวัดเชียงราย ท่ามกลางการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานครั้งใหญ่ มีบริษัทหนึ่งใหม่ที่เพิ่งก่อตั้งได้เพียง 2 ปี แต่กลับสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้เล่นหลักในโครงการระดับประเทศได้อย่างน่าทึ่ง บริษัทนั้นคือ “ชีต้า คอนกรีต” (Ceta Concrete) ซึ่งบริหารงานโดยทายาทรุ่นที่ 2 ภายใต้แนวคิดที่ผสมผสานระหว่างประสบการณ์อันแข็งแกร่งของรุ่นพ่อแม่และความปรารถนาของชนรุ่นใหม่

Asian Trucker มีโอกาสได้ใช้เวลาในช่วงบ่ายสนทนากับคุณอารีภัทร ชวรางกุล รองกรรมการผู้จัดการ ของชีต้า คอนกรีต หรือคุณมัดไหม ซึ่งนับเป็นหนึ่งในชั่วโมงพิเศษที่อัดแน่นไปด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจมากมาย

จริงๆ แล้วพื้นฐานเดิมของครอบครัวคุณมัดไหมอยู่ในแวดวงก่อสร้างมานานแล้ว แต่การเกิดขึ้นของ ชีต้า คอนกรีตคือการขยายออกสู่อีกเส้นทางที่ทำทางและใหญ่กว่าเดิม

ชีต้า คอนกรีต กับความท้าทายในสเกลระดับชาติ

ชื่อของ “ชีต้า คอนกรีต” ไม่ได้ถูกตั้งขึ้นเพียงเพื่อความเท่ ทว่าสะท้อนถึงตัวตนของ เสือชีต้า ที่มีความ ปรารถนาเร็ว รวดเร็ว แม่นยำและคล่องตัว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารงานของคุณอารีภัทร ชวรางกุลหรือคุณมัดไหม ผู้บริหารรุ่นที่ 2 ที่ต้องรับมือกับความท้าทายระดับเมกะโปรเจกต์ตั้งแต่วันแรกที่เริ่มก่อตั้งโรงงาน

เมื่อโครงการรถไฟทางคู่ขยายตัวเข้าสู่เชียงราย ชีต้า คอนกรีต ได้รับโอกาสและความท้าทายในการเป็น Supplier หลักให้กับบริษัทก่อสร้างยักษ์ใหญ่ระดับชาติ คุณมัดไหมกล่าวว่า การทำงานในระดับนี้หมายถึงการถูก “ตีวเข้ม” เรื่องมาตรฐานอย่างหนัก ตัวอย่างเช่น การผลิตเสาเข็มที่ต้องเป๊ะทุกรายละเอียด แม้เพียงรอยบิ่นเล็กน้อยก็ไม่สามารถยอมรับ ทำให้บริษัทต้องยกระดับมาตรฐานในการ

ทำงานให้สูงขึ้น สร้างคุณภาพของสินค้าให้เป็นมาตรฐานระดับประเทศ ไม่ใช่ระดับทั่วไป รวมทั้งยังต้องมีความรับผิดชอบในการทำงานให้สูงกว่ามาตรฐานทั่วไป การให้ความสำคัญรอบด้านจนกลายเป็นจุดแข็งที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับคู่ค้าได้ ซึ่งไม่ใช่้งานง่าย ทีมต้องทำงานร่วมกันอย่างเข้มข้น

รูปแบบการทำงานในสไตล์ของชีต้า คอนกรีต ภายใต้การนำของคุณมัดไหม

ความเร็วที่มาพร้อมกับคุณภาพ

แม้ชีต้า คอนกรีตจะเน้นความรวดเร็ว แต่ต้องควบคู่ไปกับความแม่นยำ คุณภาพ และความรับผิดชอบ คุณมัดไหมกล่าวว่า เพราะความเร็วที่ขาดการควบคุมจะนำมาซึ่งความเสี่ยงและความเสียหาย

ประสิทธิภาพในทุกแผนกทุกหน่วยงานต้องมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับชื่อบริษัท โดยเน้นการลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และนำระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้เพื่อย่นระยะเวลาการทำงาน

เมื่อถามถึงการทำงานเป็นทีม คุณมัดไหมอธิบายให้ฟังว่า การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ของชีต้า มีแนวคิดที่ว่า “ชีต้าไม่สามารถไปคนเดียวได้ แต่ต้องไปทั้งทีม” โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่รวดเร็วและทั่วถึงระหว่างหน่วยงาน ช่าง และส่วนสนับสนุน

ศักยภาพที่ทีมงานต้องมีคือ ความพร้อมในการ “วิ่ง” “เกิดปุ๊บต้องวิ่งมาราธอนเลย”

คุณมัดไหมกล่าวว่า ด้วยความที่เป็นบริษัทที่เติบโตเร็วมาก ชีต้า คอนกรีต จึงมีสไตล์การทำงานแบบ “เกิดปุ๊บต้องวิ่งมาราธอนเลย” คือต้องเรียนรู้และปรับตัวจาก



ชีต้า คอนกรีต จึงไม่ใช่เพียงแค่
บริษัทธรรมดาๆ
ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง
แต่คือสัญลักษณ์ของความมุ่งมั่น
ที่จะเติบโตไปพร้อมกับ
ความเจริญของ
จังหวัดเชียงราย
ประเทศไทย
อย่างแข็งแกร่ง
สง่างาม และยั่งยืน

การปฏิบัติงานจริง (Learn on the job) ให้ทันกับสถานการณ์

บริษัทจึงเน้นรับผู้ที่มีประสบการณ์มากกว่าเด็กจบใหม่ เนื่องจากบริษัทเติบโตเร็วมากจน “ฝึกคนไม่ทัน” เป็นเหตุผลที่ไม่สามารถรับคนมาเริ่มฝึกตั้งแต่ขั้นพื้นฐานได้ ต้องคัดเลือกคนที่มีประสบการณ์จากโลกภายนอกมาแล้ว เพราะคนเหล่านี้จะมีวุฒิภาวะและความเข้าใจในเนื้องานมากกว่า ทำให้การปรับตัวเข้ากับระบบของบริษัททำได้รวดเร็ว ปรับจนกันนิดหน่อยก็สามารถทำงานด้วยกันได้

การเฟ้นหาผู้เชี่ยวชาญจากนอกพื้นที่ในตำแหน่งสำคัญ สำหรับตำแหน่งที่ต้องใช้ความรู้เฉพาะทางและมีความสำคัญสูง เช่น คนคุมแพลงปูนหรือคนคุมงานขนส่ง บริษัทจะใช้วิธีสรรหาเชิงรุก โดยไปตามหาตัวผู้ที่มีความรู้ความสามารถจากนอกจังหวัดเชียงรายเข้ามาทำงาน

นอกจากนั้นยังมีแนวทางคัดเลือกบุคลากรที่มีแนวคิดอยากกลับภูมิลำเนา ในระดับหัวหน้างาน บริษัทมักเลือกคนที่มีพื้นเพเป็นคนภาคเหนือที่ไปทำงานอยู่ในกรุงเทพฯ หรือภาคอื่น ๆ และต้องการกลับมาอยู่กับครอบครัว เพราะคนกลุ่มนี้มักจะมีประสบการณ์การทำงานที่เป็นมืออาชีพจากองค์กรใหญ่มาแล้ว มีความต้องการความมั่นคงเพื่อที่จะเติบโตไปพร้อมกับบริษัทในระยะยาวอยู่ในถิ่นเกิด

ต้องการคนที่พร้อมเรียนรู้หน้างาน (Learn on the Job) พนักงานที่ผ่านการคัดเลือกต้องมีทักษะในการเรียนรู้และปรับตัวไปพร้อมกับการปฏิบัติงานจริง เนื่องจากหลายครั้งระบบงานต้องปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่ผันผวนและมาตรฐานที่เข้มงวดของงานระดับเมกะโปรเจกต์

ให้ความสำคัญกับทักษะการสื่อสารและความเป็นทีม

เนื่องจากการทำงานแบบ “นักวิ่ง” ต้องอาศัยความรวดเร็วและแม่นยำ บุคลากรจึงต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเยี่ยมเพื่อประสานงานระหว่างหน้างาน ช่าง และฝ่ายสนับสนุนให้ทันทั่วทั้ง เพราะแนวคิดหลักคือ “ชีต้าไม่สามารถไปคนเดียวได้ แต่ต้องไปทั้งทีม”

การบริหารของคุณมดใหม่ ในฐานะผู้บริหารต้องเข้าใจงานจริง ลงลึกในรายละเอียด และต้องมีการวางแผนสำรองเสมอ เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดการ “สะดุด”

ชีต้า คอนกรีตมีการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลมาช่วยในการทำงาน เช่น นำเทคโนโลยีอย่าง GPS, Telematics รวมถึง AI มาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออุดช่องโหว่และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

สไตล์การบริหารของคุณมดใหม่ สำหรับชีต้าคือการมุ่งเน้น “เร็ว คล่องตัว แม่นยำ ได้คุณภาพ และรับผิดชอบงาน” เพื่อให้แบรนด์เป็นที่ยอมรับทั้งในโครงการระดับเมกะโปรเจกต์และงานเอกชนทั่วไป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในฐานะ Supplier ที่ได้รับความไว้วางใจในงานโครงสร้างพื้นฐานระดับประเทศ

Logidtics การขนส่ง: กระดูกสันหลังที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และงานบริการ ของชีต้า คอนกรีต

สำหรับธุรกิจคอนกรีตและงานฐานราก การขนส่ง (Logistics) ไม่ใช่แค่ส่วนสนับสนุน แต่คือ “แกนหลัก” ของธุรกิจ ชีต้า คอนกรีตให้ความสำคัญกับการส่งมอบที่ “ตรงเวลาและมีความรับผิดชอบ”

เป็นอันดับหนึ่ง ปัจจุบันบริษัทมีฟลีทรถขนส่งของตัวเองรวมกว่า 50 คัน โดยเฉพาะรถมิกเซอร์ที่มีจำนวนมากถึง 33 คัน เพื่อกระจายสินค้าจากแหล่งปูนทั้ง 4 สาขาไปให้ถึงหน้างานอย่างทั่วถึง

ในวันทำงานเร่งด่วน ระบบโลจิสติกส์ของซีต้าอาจต้องทำงานเกือบตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้มั่นใจว่าการเทคอนกรีตหรืองานตอกเสาเข็มในโครงการรถไฟทางคู่จะไม่สะดุด การบริหารฟลีทรถจำนวนมากจึงต้องการพาร์ทเนอร์ที่เข้าใจงานหนักและพร้อมสนับสนุนในยามฉุกเฉิน

UD Trucks พาร์ทเนอร์เชิงกลยุทธ์ผ่านระบบ Telematics

ในการเลือกเครื่องมือทำงาน ซีต้า คอนกรีต ไม่ได้มองแค่ยี่ห้อหรือราคาเป็นที่ตั้ง แต่เลือกจากความคุ้มค่าในระยะยาว และการซัพพอร์ตหลังการขาย การเป็นคู่ค้ากับ ยูดี ทรัคส์ (UD Trucks) ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายอย่าง ธนะดีฯ จึงตอบโจทย์นี้ได้เป็นอย่างดี

เหตุผลสำคัญที่ทำให้ UD Trucks ครองใจผู้บริหารรุ่นใหม่คือระบบ Telematics ที่ช่วยให้สามารถตรวจสอบข้อมูลการทำงานของรถได้ “หลังบ้าน” อย่างเต็มรูปแบบ เพิ่มความแม่นยำในการติดตามรถซึ่งสอดคล้องกับข้อซีต้า นอกจากนี้ สัญญาบริการที่ครบวงจรและความใกล้ชิดของคุณยบริการระดับกับโรงงาน ช่วยให้ผู้บริหารสามารถโฟกัสกับการทำงานจริงได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องการซ่อมบำรุง ความสัมพันธ์นี้จึงเป็นมากกว่าผู้ซื้อกับผู้ขาย แต่คือ “พาร์ทเนอร์” ที่พร้อมจะก้าวไปในทิศทางเดียวกันและแก้ปัญหาได้ทันเวลา (On time)

การบริหารแบบ “เบอร์เกอร์” และการแก้ปัญหาด้วยกฎ 6 ข้อ

คุณมัดหมื่นเปรียบเปรยการบริหารของเธอเหมือน “เบอร์เกอร์” โดยมีรุ่นพ่อแม่ เป็นขนมปังแผ่นบนที่ไว้รสชาติ และประสบการณ์อันกว้างไกล ในขณะที่รุ่นลูกคือเนื้อเบอร์เกอร์ ตรงกลางที่คอยประสานงานและย่อยแผนงานไปสู่ทีมปฏิบัติการ สภาครอบครัวจึงเป็นเวทีที่ใช้ผสมผสาน “ความเก่า” ของรุ่นก่อน เข้ากับ “ระบบสมัยใหม่” และการใช้ AI ของรุ่นลูกเพื่ออุดช่องโหว่ในการทำงาน

เมื่อเกิดปัญหาในระบบงาน หัวหน้างานของซีต้าจะถูกฝึกให้ใช้กฎ 6 ข้อในการจัดการ คือการระบุต้นเหตุ, สาเหตุ, ผู้รับผิดชอบ, ความถูกต้อง, ความครบถ้วน และความตรงเวลา หากตอบโจทย์เหล่านี้ได้ ปัญหาจะถูกแก้ไขได้ทันทีโดยไม่ต้องรอให้ความเสียหายบานปลาย

บทบาทในการลดความขัดแย้งระหว่างรุ่น

ในการดำเนินธุรกิจ การที่คนรุ่นที่ 2 วางตัวเป็น

“เนื้อที่อยู่ตรงกลาง” ช่วยประสานช่องว่างได้หลายมิติ

เป็นตัวกลางในการรับและย่อยนโยบาย ผู้บริหารระดับอาวุโสมักไม่มีเลขาฯ หรือผู้ช่วยส่วนตัว จึงสั่งการผ่านลูกๆ ที่อยู่ตรงกลาง คนรุ่นที่ 2 อย่างคุณมัดหมื่นจะทำหน้าที่ “ย่อยแผนงาน” และสื่อสารต่อให้ทีมงานในภาษาและระบบที่เข้าใจง่าย เพื่อให้งานออกมาตามที่ผู้ใหญ่อต้องการ

การประสาน “ประสบการณ์” กับ “ระบบสมัยใหม่” ต้องยอมรับว่ารุ่นพ่อแม่มีประสบการณ์สูงและ “มองเห็นภาพรวมได้ไกลจนสุดกำแพง” ในขณะที่รุ่นลูกอาจมองเห็นได้เพียงครึ่งโตะ การเป็นเบอร์เกอร์ช่วยให้รับเอา “วิสัยทัศน์ที่แม่นยำ” จากรุ่นพ่อแม่มาผสมผสานกับ “ระบบซอฟต์แวร์และการจัดการเอกสาร” ของคนรุ่นใหม่ เพื่อลดความผิดพลาดจากการสั่งงานด้วยปากเปล่าในสมัยก่อน

การลดแรงปะทะผ่าน “สภาครอบครัว” เมื่อเกิดปัญหาใหญ่หรือการตัดสินใจลงทุน สมาชิกทุกคนจะใช้เวทีสภาครอบครัวในการประชุมแบบ “บอร์ดบริหาร” เพื่อหาข้อสรุปที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) มากกว่าการสั่งการฝ่ายเดียว ซึ่งช่วยลดความขัดแย้งในเชิงอำนาจ

เป้าหมายร่วมกันเพื่อ “การสืบทอดมรดก”

การที่รุ่นลูกยอมทุ่มเททำงานหนัก (ทั้ง Work Life Balance) เพราะมีธงในใจร่วมกันคือต้องการสร้างระบบที่ยั่งยืน เพื่อให้คุณพ่อคุณแม่ได้ “เกษียณ” (Retire) และเปลี่ยนบทบาทไปเป็นที่ปรึกษาแทน

อนาคตที่ยั่งยืนของซีต้า

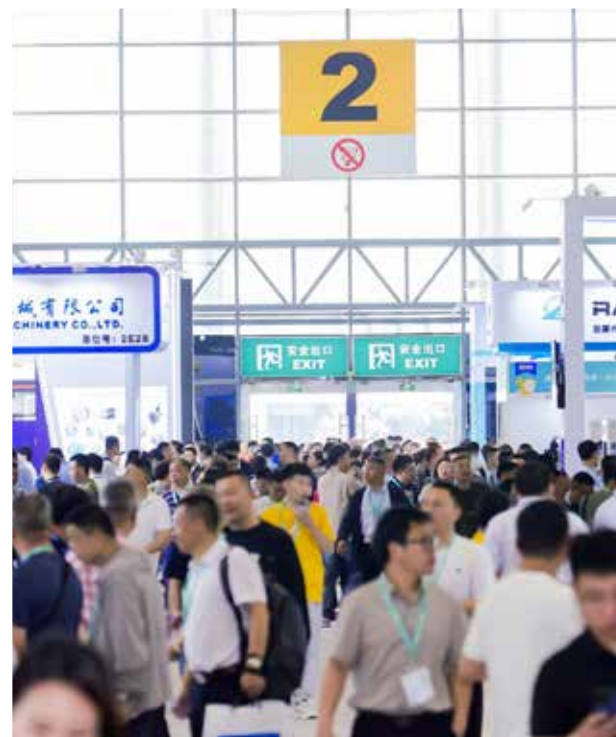
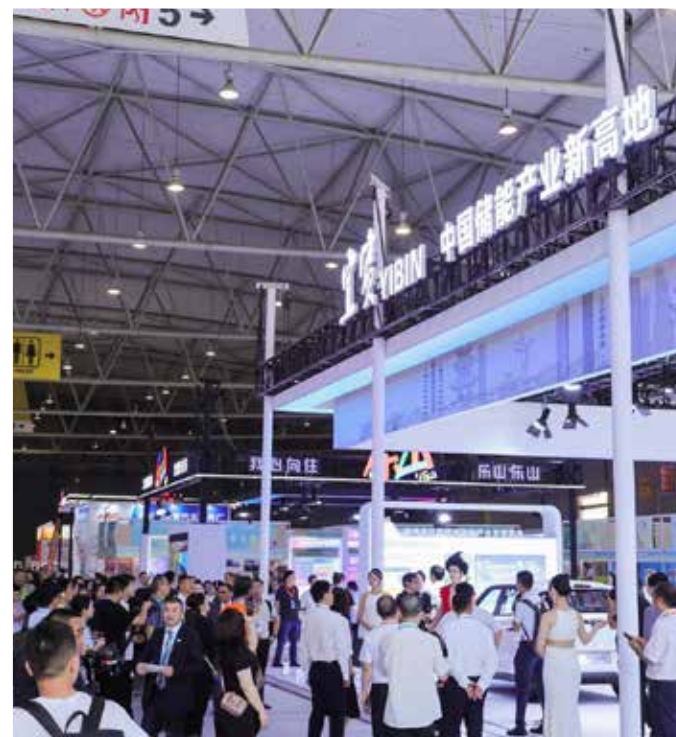
เป้าหมายของซีต้า คอนกรีต ไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่โครงการขนาดใหญ่ของรัฐ แต่คือการนำมาตรฐานระดับชาติมาสู่งานเอกชนและโครงการบ้านในพื้นที่เชิงรายได้ เพื่อให้คนในบ้านเกิดได้ใช้สินค้าคุณภาพดีที่สุด ด้วยความทุ่มเทของคุณมัดหมื่นที่ยอมทิ้ง Work-Life Balance เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร

ซีต้า คอนกรีต จึงไม่ใช่เพียงแค่บริษัทธรรมดาๆ ในอุตสาหกรรมก่อสร้าง แต่คือสัญลักษณ์ของความมุ่งมั่นที่จะเติบโตไปพร้อมกับความเจริญของจังหวัดเชียงราย ประเทศไทย อย่างแข็งแกร่ง สง่างาม และยั่งยืน



ในการเลือกเครื่องมือทำงาน ซีต้า คอนกรีต ไม่ได้มองแค่ยี่ห้อหรือราคาเป็นที่ตั้ง แต่เลือกจากความคุ้มค่าในระยะยาว และการซัพพอร์ตหลังการขาย การเป็นคู่ค้ากับ ยูดี ทรัคส์ (UD Trucks) ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายอย่าง ธนะดีฯ จึงตอบโจทย์นี้ได้เป็นอย่างดี

งานแสดงสินค้า CAPAS 2026 ณ เมืองเฉิงตู



งานแสดงสินค้า CAPAS 2026 ณ เมืองเฉิงตู ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมยานยนต์และบริการหลังการขายสำหรับภูมิภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงทรัพยากรระหว่างผู้ผลิตและผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมยานยนต์พลังงานใหม่ และระบบอัจฉริยะ ภายในงานมีการจัดแสดงโซลาร์เทคโนโลยีที่หลากหลาย อาทิ ยานพาหนะเพื่อการพาณิชย์ การปรับแต่งรถตามความต้องการ และส่วนการผลิตชิ้นส่วนซ้ำเพื่อความยั่งยืน ซึ่งดึงดูดผู้เข้าชมและผู้จัดแสดงสินค้าจำนวนมากจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ กิจกรรมคู่ขนานและการจับคู่ทางธุรกิจยังช่วยส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของห่วงโซ่อุปทานในระดับสากล โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดเอเชียกลางและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การจัดงานครั้งนี้จึงถือเป็นเวทีสำคัญที่สะท้อนถึงการเติบโตอย่างแข็งแกร่งของระบบนิเวศยานยนต์ในยุคใหม่ก่อนที่จะกลับมาจัดอีกครั้งในปี 2027

งาน CAPAS 2026 มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นแพลตฟอร์มเชิงกลยุทธ์เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า (New Energy Vehicles - NEV) และยานยนต์อัจฉริยะ โศกณัฐกรรมนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต: งานนี้ได้จัดโซน New Energy and Intelligent Connectivity ขึ้นเป็นพิเศษ เพื่อจัดแสดงรถยนต์พลังงานใหม่ (NEV), ระบบการขับเคลื่อนอัจฉริยะ, เทคโนโลยีหลักสำหรับการผลิตรถยนต์ไฟฟ้า และโซลูชันเชื่อมต่อไฮโดรเจน นอกจากนี้ยังเน้นย้ำถึง “4 ความทันสมัยใหม่” (new four modernisations) ได้แก่ การใช้พลังงานไฟฟ้า (electrification), ความฉลาดของยานยนต์ (vehicle intelligence), การเชื่อมต่อ (connectivity) และการแบ่งปันการเดินทาง (shared mobility)

งานในปีนี้ได้ให้ความสำคัญมากขึ้นกับเทคโนโลยีพลังงานใหม่ในภาคยานยนต์พาณิชย์และการขนส่ง ตัวอย่างเช่น การเปิดตัวรถบรรทุกเหมือนแร่พลังงานใหม่เพื่อขยายตลาดในภาคตะวันตกเฉียงใต้ รวมถึงการจัดงานสัมมนา Logistics Electrification Conference 2026 ซึ่งมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความท้าทายในการเปลี่ยนผ่านสู่รถยนต์ไฟฟ้า และการใช้ระบบดิจิทัลในฟลิตรถบรรทุก โดยมีการนำเสนอแผนงานที่ขับเคลื่อนด้วย AI และการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แบบดิจิทัล

CAPAS ทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ผลิตรถยนต์ (Automakers) ซัพพลายเออร์ระบบไฟฟ้า (three-electric suppliers), นิคมอุตสาหกรรม และกลุ่มนักลงทุนเข้าด้วยกัน งานนี้ช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถหาพันธมิตรเพื่อสร้างระบบนิเวศยานยนต์ที่พร้อมสำหรับอนาคต และสนับสนุนการขยายตัวของห่วงโซ่อุปทานจีนสู่ตลาดสากลผ่านความร่วมมือที่ประสานกันทั้งในและต่างประเทศ.

มีการจัดโซน New Energy Vehicle Industry-Education Integration เพื่อเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร โดยมีการฝึกอบรมทักษะการซ่อมบำรุงและปรับสภาพรถยนต์ใช้แล้ว (used-vehicle reconditioning) ตามมาตรฐานระดับชาติ เพื่อให้ครูและนักศึกษาจากวิทยาลัยอาชีวศึกษา ได้รับทักษะที่ตรงตามความต้องการของงานจริงในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

การแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคนิค ผ่านกิจกรรมคู่ขนานกว่า 27 กิจกรรม ที่ครอบคลุมหัวข้อต่างๆ เช่น การใช้พลังงานไฟฟ้าในรถยนต์พาณิชย์ และเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ซึ่งช่วยสร้างความเข้าใจและกำหนดทิศทางผลิตภัณฑ์ให้กับทั้งช่างเทคนิคและผู้บริโภค

โดยสรุป งาน CAPAS 2026 ไม่เพียงแต่เป็นที่แสดงสินค้า แต่เป็นตัวกลางสำคัญในการขับเคลื่อนภูมิภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้าและอัจฉริยะที่เชื่อมโยงกับตลาดโลก

งาน CAPAS 2026 ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการเชื่อมต่อผู้ผลิตและนักลงทุน ทั้งจากไทยและต่างประเทศ เข้ากับห่วงโซ่อุปทานในจีนตะวันตกผ่านกลไกต่างๆ

งานนี้มี VIP Buyers Business Matching Programme ที่ช่วยให้ผู้ซื้อจากต่างประเทศ รวมถึงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เช่น ไทย และมาเลเซีย) ได้พบกับซัพพลายเออร์ที่มีศักยภาพโดยตรง ตัวอย่างที่ชัดเจนคือผู้บริหารจากมาเลเซียที่ระบุว่าจะพบซัพพลายเออร์ที่มีฐานการผลิตทั้งในจีนและไทย ซึ่งช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในห่วงโซ่อุปทานเป็นอย่างมาก

CAPAS ช่วยเชื่อมต่อทรัพยากรในอุตสาหกรรมตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตรถยนต์ไปจนถึงตลาดหลังการขาย (Aftermarket) โดยมุ่งเน้นการสร้าง ระบบนิเวศยานยนต์ที่พร้อมสำหรับอนาคต ซึ่งช่วยให้ธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถเติบโตไปพร้อมกับทิศทางของอุตสาหกรรมในภูมิภาค

ประตูสู่ตลาดนานาชาติ: จีนตะวันตกถูกใช้เป็นประตูเชิงกลยุทธ์ (Strategic Gateway) ในการขยายตลาดไปสู่เอเชียกลาง ตะวันออกกลาง และแอฟริกา โดยงานนี้ดึงดูดผู้ซื้อจากกว่า 28 ประเทศ เช่น ไทย ออสเตรเลีย บราซิล และคาซัคสถาน ทำให้ผู้ผลิตที่มาร่วมงานมีโอกาสเข้าถึงเครือข่ายการค้าในระดับโลก

มีการจัดกิจกรรม Industrial Chain Supply-Demand Matchmaking ซึ่งช่วยให้บริษัทเทคโนโลยีและผู้ผลิตรถยนต์สามารถสร้างความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่ยักษ์ใหญ่อย่าง Changan Automobile ได้โดยตรง นอกจากนี้ งาน China Automotive Ecosystem Partnership Conference ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการประสานงานระหว่างซัพพลายเออร์ชิ้นส่วนและการส่งออกรถยนต์ เพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานของจีนและพันธมิตรต่างชาติเติบโตไปพร้อมกันในด้านเทคโนโลยี การผลิต และการบริการ

การเข้าถึงข้อมูลและการปรับตัวตามตลาด: งานนี้ช่วยให้บริษัทต่างชาติได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับตลาดในภูมิภาคตะวันตกของจีน ช่วยในการปรับปรุงเครือข่ายและระบบบริการหลังการขายให้สอดคล้องกับความต้องการในพื้นที่ รวมถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ยานยนต์ไฮโดรเจน และการรีแมนูแฟคเจอร์ (Remanufacturing) ที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ซื้อต่างชาติ.

CAPAS 2026 ไม่ได้เป็นเพียงงานแสดงสินค้า แต่เป็นสะพานเชื่อมต่อทางการค้า ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการไทย และต่างชาติสามารถแทรกตัวเข้าไปอยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่มีการเติบโตสูงของจีนตะวันตกได้อย่างเป็นรูปธรรม

UD Super Trucks อยุธยา

เมืองหลวงรางวัล Partner of the year

Partner of the year 2025

ผสมผสานมาตรฐานระดับสากลเข้ากับหัวใจบริการแบบคนไทย

การเปลี่ยนผ่านจากศูนย์บริการที่ดำเนินการโดยแบรนด์ (UD Trucks Thailand) มาสู่การเป็น Private Dealer ในการดำเนินการโดย UD Super Truck อยุธยา



จุดเริ่มต้นคือ Asian Trucker เห็นว่า UD Super Trucks อยุธยา ได้รับรางวัลสำคัญ จึงสนใจที่อยากจะแนะนำพุดคุยถึงรางวัลที่ได้รับ แต่เมื่อเริ่มพุดคุยประเด็นอื่นๆ ก็เปิดออก ทำให้ได้เห็นรายละเอียดเกี่ยวกับการทำธุรกิจ เรื่องราวของอุตสาหกรรมขนส่งที่น่าสนใจมากมาย ที่เกี่ยวโยงอยู่กับ UD Super Trucks

ลูกค้ารายสำคัญของ UD Trucks

คุณสุเมธ ธาราศิริรัฐโชติ ผู้บริหารของ UD Super Trucks เล่าให้ฟังว่าเกี่ยวข้องกับ UD Trucks ในฐานะของลูกค้า ซึ่งมีรถ UD Trucks ใช้งานอยู่ในธุรกิจจำนวนพอสมควร ครอบครัวของคุณสุเมธทำธุรกิจก่อสร้างและจำหน่ายผลิตภัณฑ์คอนกรีตรายใหญ่ (ซึ่งใช้งานรถบรรทุกของ UD Trucks เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนกิจการ) มีรถ UD Trucks ในฟลีทกว่า 200 คัน วันหนึ่งทาง UD Trucks (Thailand) ได้ติดต่อสอบถามว่ามีความสนใจต้องการจะเป็น Private Dealer หรือไม่ ซึ่งทางครอบครัวของคุณสุเมธมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ รวมทั้งมองว่ายังสามารถใช้เป็นศูนย์กลางในการดูแลรักษารถในฟลีทของตัวเองได้ด้วย บวกกับมองเห็นถึงช่องทางการขยายฐานลูกค้าในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน จึงตัดสินใจตอบตกลงกับทาง UD Trucks ประเทศไทย

ก้าวสู่การเป็น Private Dealer รายแรกของประเทศไทย

UD Super Trucksss อยุธยา ถือเป็น Private Dealer เจ้าแรกในประเทศ โดยช่วงเวลาที่เข้ามาเทคโอเวอร์กิจการรับช่วงต่อมาจากทาง UD Trucks ประเทศไทยนั้นเป็นช่วงวิกฤตโควิด-19 พอดี (รับเอาศูนย์บริการของ UD Trucks สาขาอยุธยา) คุณสุเมธบอกว่า การรับถ่ายโอนกิจการในช่วงนั้น กลายเป็นโอกาสทองในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานที่ทำงานอยู่กับ UD Trucks Thailand เนื่องจากทางแบรนด์มีนโยบายลดขนาดองค์กร แต่คุณสุเมธได้รับพนักงานทั้งหมดเข้ามาทำงานต่อทันทีกับศูนย์บริการแห่งใหม่ ทำให้พนักงานรู้สึกรักและผูกพันกับองค์กรใหม่มาก (เพราะในช่วงวิกฤตโควิดมีหลายกิจการที่ปลดพนักงานออกจำนวนมาก)

กลยุทธ์การเทคโอเวอร์ “คน” แต่ไม่เอา “สถานที่” หัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านครั้งนี้คือการรับโอนทรัพยากรบุคคลมาแบบยกชุด ทั้งทีมช่าง บัญชี และพนักงานส่วนต่างๆ มาทั้งหมด แต่ไม่ได้รับโอนสถานที่และตัวอาคาร

กระบวนการนี้ทำให้ทางคุณสุเมธ ได้รับเอาจุดแข็งที่มีมาแต่เดิมคือทรัพยากรบุคคลด้านฝีมือช่าง โดยได้ทีมช่างผู้ชำนาญการที่มีประสบการณ์สูง รวมถึงทีมที่เคยไปคว้ารางวัลการแข่งขัน Gemba Challenge ที่ญี่ปุ่นมาแล้วของศูนย์บริการเดิมมา ยังไม่รวมไปถึงทีมงานหลังบ้านด้วย

ย้ายทำเลสู่จุดที่ตั้งที่ลงตัวกว่า

เดิมศูนย์ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะซึ่งเข้าถึงยาก (เป็นข้อด้อยประการหนึ่งของศูนย์เดิม) คุณสุเมธจึงตัดสินใจสร้างศูนย์ใหม่บนทำเลทองริมถนนสายเอเชียและมอเตอร์เวย์ (ขาออก) เพื่อความสะดวกของลูกค้าในการนำรถเข้าใช้บริการ

ที่ตั้งอันโดดเด่น ปัจจัยกำหนดการเติบโตในอนาคตของ UD Super Trucks

ตัวศูนย์บริการตั้งอยู่บนจุดเชื่อมต่อยุทธศาสตร์: ศูนย์ตั้งอยู่บนเส้นทางหลักที่เชื่อมต่อกกรุงเทพฯ สุภาคเหนือ และเป็นจุดที่รถบรรทุกจากภาคอีสานมุ่งหน้าสู่ท่าเรือแหลมฉบังต้องผ่าน นอกจากนี้ยังเป็นจุดที่เชื่อมโยงไปยังภาคตะวันออกและภาคตะวันตกได้สะดวก ทำให้เป็น “จุดแข็ง” สำคัญในการเป็นจุดแวะพักรับบริการ

ใกล้ศูนย์กระจายสินค้า (DC) พื้นที่โดยรอบเป็นแหล่งรวม DC ของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น Home Pro และยังมีคลังสินค้าอีกมากมาย ซึ่งเอื้อให้รถบรรทุกที่เข้ามาส่งของในบริเวณนี้สามารถแวะเข้าใช้บริการได้ทันที

ความสะดวกในการเข้าถึง ต่างจากที่เดิมซึ่งหลบมุมอยู่ในนิคมฯ การตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ที่มีช่องจราจรมากถึง 12 เลน (ในช่วงบางปะอิน-บางปะหัน) ช่วยลดต้นทุนค่าน้ำมันและเวลาให้ลูกค้านำรถเข้าศูนย์ได้ง่ายขึ้น

ปรับนโยบายระหว่าง “แบรนด์ใหญ่” กับ “ดีลเลอร์เอกชน”

ในช่วงแรกของการดำเนินการเป็นธรรมดาที่มีปัญหาเรื่องนโยบายที่ไม่สอดคล้องกันบ้าง เช่น ระบบบัญชีและการสำรองอะไหล่ คุณสุเมธอธิบายให้ฟังว่า แบรนด์แม้มักมีข้อจำกัดที่เข้มงวดเกินไปสำหรับปริมาณรถที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก แต่ด้วยสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันระหว่างผู้บริหารกับ UD Trucks (Thailand) บวกกับการรับฟังปัญหาข้อคิดเห็นจากดีลเลอร์ของบริษัทแม่ ทำให้สามารถหาจุดร่วมที่ลงตัวในการทำงานได้ จนปัจจุบันทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นเหมือนเป็น “เนื้อเดียวกัน” ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้นอย่างชัดเจน

ความสำเร็จหลังการเปลี่ยนผ่าน หลังจากการบริหารงานในรูปแบบ Private Dealer มาประมาณ 6 ปี ผลลัพธ์ที่ได้คือ ศูนย์บริการ UD Super Trucks อยุธยาแห่งนี้มียอดใช้บริการสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของประเทศ (รองจากสาขาบางนา ที่ดำเนินการโดยบริษัทแม่) คุณสุเมธกล่าวว่า ปริมาณรถที่เข้าใช้บริการที่นี่สาขาเดียวคิดเป็นมากกว่าครึ่งหนึ่งของ Private Dealer ทั้งประเทศรวมกัน

เมื่อไม่นานมานี้ ศูนย์บริการ UD Super Trucks ได้รับรางวัล Partner of the Year 2025 จากทาง UD Trucks (Thailand) ซึ่งเป็นรางวัลหนึ่งเดียวที่มอบให้ศูนย์บริการที่มีมาตรฐานดีเยี่ยมทั้งหน้าบ้านและหลังบ้าน สะท้อนให้เห็นถึงควมมีคุณภาพครบทุกส่วนอย่างแท้จริง

งานบริการ หัวใจสำคัญ ผูกมัดใจผู้ใช้รถบรรทุก (ลูกค้า)

คนขับ คือผู้ใช้รถ คุณสุเมธเล่าให้ฟังถึงกลยุทธ์การดูแลคนขับรถ ของ UD Super Trucks อยุธยา ตั้งอยู่บนแนวคิดที่ว่า เจ้าของฟลีทรถบรรทุกไม่ได้เป็นผู้นำรถมาเข้าศูนย์บริการเอง แต่เป็นคนขับรถ ดังนั้นการทำให้คนขับมีความสุขและประทับใจจึงเป็นกุญแจสำคัญดอกหนึ่ง ในการมัดใจเจ้าของธุรกิจด้วยเช่นกัน



รางวัล Partner of the Year 2025 ที่ UD Super Trucks ออยุธยาได้รับ สะท้อนถึงความสำเร็จในการบริหารงานที่โดดเด่น

รางวัลหนึ่งเดียวในประเทศ เป็นรางวัลที่ UD Trucks มอบให้กับศูนย์บริการที่มีมาตรฐานดีเยี่ยมเพียงแห่งเดียวจากศูนย์บริการ UD Trucks ทั้งหมดในประเทศไทย



บริการสั่งอำนวยความสะดวกที่เข้าใจวิถีชีวิตคนขับ (Driver Comfort) ศูนย์บริการ UD Super Trucks แห่งนี้ไม่ได้มองแค่การซ่อมรถเท่านั้น แต่ยังดูแลคุณภาพชีวิตของคนขับด้วย ในขณะรอรับบริการแบบ 360 องศา

มีห้องนอนติดแอร์พร้อมเตียงนอน เพื่อให้คนขับที่เหนื่อยล้าจากการเดินทางไกลได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ ในขณะที่รถเข้ารับบริการ บริการอาหารและเครื่องดื่ม มีบริการอาหารกลางวันฟรี รวมถึงมุมกาแฟไว้ต้อนรับคนขับ มีห้องน้ำให้อาบน้ำชำระร่างกาย กลยุทธ์การ “ให้ใจ” และความยืดหยุ่น (Hospitality & Flexibility) คุณสุเมธเชื่อในการบริหารแบบ “ให้ใจแลกใจ” เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น

ความยืดหยุ่นเรื่องการพักแรม แม้รถจะซ่อมเสร็จแล้ว แต่หากคนขับไม่สะดวกเดินทางต่อ เช่น ซ่อมเสร็จในเย็นวันเสาร์แต่ต้องการนอนพักจนถึงวันอาทิตย์ ทางศูนย์ก็ยินดีให้พักค้างคืนได้

ของกำนัลเล็กน้อยที่มีคุณค่าทางจิตใจ บางครั้งการมอบของเล็กน้อยๆ เช่น ปากกาหนึ่งแท่ง หรือการเหลียวหน้ามองจากรถเข้ามาแจก เพื่อให้คนขับนำกลับไปฝากลูกที่บ้าน ก็สามารถสร้างความประทับใจและความแฮปปี้ได้อย่างมาก การสอนทักษะดูแลรถ เช่น การสอนวิธีเปลี่ยนหลอดไฟด้วยตนเอง เพื่อให้คนขับสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ในยามจำเป็น ผลลัพธ์จากการบอกต่อแบบ “ปากต่อปาก” (Word of Mouth) ในสังคมรถบรรทุก คนขับรถจะมีการพูดคุยและแนะนำกันเองว่าศูนย์บริการไหนดีหรือช่างคนไหนเก่ง เมื่อคนขับรู้สึกสบายใจและประทับใจในการบริการ พวกเขาจะบอกเจ้าของฟลิตว่าอยากนำรถมาเข้าที่นี้

คำพูดจากคนขับว่า “ซ่อมไม่จบมาที่นี้สิ จบเลยที่เดียว” เป็นเครื่องยืนยันความเชื่อมั่นที่ทรงพลังที่สุด

การที่ UD Super Trucks ออยุธยามียอดรถเข้าใช้บริการสูงเป็นอันดับต้นๆ และได้รับรางวัล Partner of the Year 2025 ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความสำเร็จในการเอาใจคนขับรถ ซึ่งเป็นเรื่องที่ “ง่ายและใช้ต้นทุนไม่สูง” แต่ได้ใจทั้งคนขับและเจ้าของฟลิตรถบรรทุกอย่างยั่งยืน

รางวัล Partner of the Year 2025 ที่ UD Super Trucks ออยุธยาได้รับ สะท้อนถึงความสำเร็จในการบริหารงานที่โดดเด่น

รางวัลหนึ่งเดียวในประเทศ เป็นรางวัลที่ UD Trucks มอบให้กับศูนย์บริการที่มีมาตรฐานดีเยี่ยมเพียงแห่งเดียวจากศูนย์บริการ UD Trucks ทั้งหมดในประเทศไทย

การเป็น “ศูนย์บริการต้นแบบ” (Model Dealer)

คุณสุเมธกล่าวว่า ทาง UD Trucks (Thailand) ยกให้ที่นี่เป็นโชว์รูมและศูนย์บริการต้นแบบ เนื่องจากมีความพร้อมและสมบูรณ์แบบในทุกด้าน ทั้งการออกแบบสถานที่ที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ามารับบริการได้อย่างครบถ้วน และมีระบบการทำงานที่มีมาตรฐานสูง

จุดแข็งของ UD Super Trucks คือมีคุณภาพทั้งงานหน้าบ้านและหลังบ้าน

หน้าบ้าน งานบริการลูกค้า (Service) มีทีมพนักงานรับรถและพนักงานส่วนหน้าที่มีประสบการณ์สูง คอยดูแลลูกค้านับตั้งแต่ก้าวแรก มีบริการเสริมที่ “ได้ใจ” เช่น มุมกาแฟ อาหารกลางวันฟรี และห้องนอนพักผ่อนสำหรับคนขับรถ

หลังบ้าน (Technical) มีทีมช่างที่ชำนาญการระดับสูง ซึ่งเป็นทีมเดียวในประเทศไทยที่เคยไปคว้ารางวัล Gemba Challenge ที่ประเทศญี่ปุ่นมาแล้ว ทำให้สามารถวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างแม่นยำและซ่อมจบในครั้งเดียว ทำให้รถของลูกค้าสามารถ Uptime ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศูนย์บริการมีผลงานเชิงประจักษ์ รางวัลนี้พิจารณาจากยอดขายและปริมาณการเข้าใช้บริการด้วย ซึ่ง UD Super Trucks ออยุธยาเพียงสาขาเดียวมีปริมาณรถเข้าใช้บริการสูงถึงกึ่งหนึ่งของปริมาณรถที่เข้าใช้บริการ Private Dealer ทั้งประเทศรวมกัน

การสร้างเชื่อมั่นและ Trust หัวใจสำคัญที่ทำให้ได้รับรางวัลนี้คือการสร้าง “ความไว้วางใจ” โดยเฉพาะการดูแลคนขับรถที่เป็นผู้นำรถมาเข้าศูนย์จริง เมื่อคนขับประทับใจก็จะเกิดการบอกต่อในสังคมรถบรรทุกว่า “ซ่อมไม่จบมาที่นี้สิ จบเลยที่เดียว” จนกลายเป็นศูนย์บริการที่มียอดบริการสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของประเทศ (รองจากสาขาบางนาที่แบรนด์แม่ดำเนินการเอง)

แน่นอนว่าในอุตสาหกรรมขนส่ง รถคือเครื่องมือการทำงานที่สำคัญรถเมื่อซื้อไปแล้ว ย่อมต้องการได้รับการดูแลอย่างถูกต้อง เพื่อให้รถมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน สามารถหล่อหมุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ศูนย์บริการจึงถือเป็นฟันเฟืองสำคัญ ที่จะสนับสนุนลูกค้าให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อลูกค้าประทับใจ การซื้อซ้ำย่อมมีโอกาสเกิดขึ้นสูงโดยไม่ต้องสงสัย

* อนาคต UD Super Trucks จะมีโครงข่าย 3 จุดยุทธศาสตร์ที่จะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก และจะส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท ทางผู้บริหารวางแผนขยายสาขาไปที่ สระบุรี ภายใน 2-3 ปีนี้ หลังจากที่เปิดเพิ่มที่ถนนพหลโยธินเรียบร้อยแล้วในปีนี เพื่อสร้างโครงข่ายบริการครอบคลุมพื้นที่ ออยุธยา-ปทุมธานี-สระบุรี ซึ่งเป็นโซนที่มีปริมาณรถบรรทุกหนาแน่นที่สุดโซนหนึ่งของประเทศ



เดินทางสู่เชียงใหม่ ด้วยรถบัสคันใหม่ของสมบัติตัวร์



Bus Travel:

Bangkok to Chiang Mai

Bangkok

Meal Stop
Kamphaeng Phet

Chiang Mai



ตีห้าครึ่ง เราลงจากรถแท็กซี่
ฝนตกหนักมาตั้งแต่ตีสาม
มาขาดเบ็ดในช่วงตีสี่ เราอง
รถบัสของสมบัติตัวร์ไว้
เพื่อเดินทางไปเชียงใหม่
รถบัสคันใหม่ของสมบัติตัวร์
ที่เพิ่งเข้าประจำการในคลาส
Suprem X

ที่โดดเด่นไม่ใช่เรื่องตัวรถ เพราะแชสซีส์และเครื่องยนต์ของรถบัสคันนี้ไม่ใช่รุ่นใหม่ แต่เป็นแชสซีส์ล็อตสุดท้ายของเอ็มเอเอ็น (MAN) รุ่นยูโรสามที่มีอยู่ในตลาดมานาน สมบัติตัวร์ซื้อเข้ามาและต่อตัวถังตามแบบฉบับของสมบัติตัวร์ที่โรงงานพานทอง

ความพิเศษที่ดึงดูดเรามากคือ การดีไซน์ที่นั่งใหม่ของรถรุ่นนี้ที่ออกแบบได้ลงตัวสวยงาม เมื่อแรกเห็นในสื่อออนไลน์ของสมบัติตัวร์ Asian Trucker จึงลองมาใช้บริการ เพื่อนำประสบการณ์การเดินทางด้วยรถบัสคันใหม่มาให้บริการโดยสมบัติตัวร์มาเล่าสู่กันฟัง

เราจองเที่ยวกลางวัน ที่ออกจากกรุงเทพฯ (สถานีขนส่งหมอชิต 2) เวลาเจ็ดโมงเช้า มีกำหนดถึงเชียงใหม่ในเวลาห้าโมงเย็น ซึ่งเป็นตารางเวลาที่โดยส่วนตัวชอบ เพราะเป็นการเดินทางในช่วงกลางวันที่ได้เห็นทิวทัศน์สองข้างทางด้วย

เนื่องด้วยมาขึ้นรถที่อยู่ของสมบัติตัวร์ ดันทางที่ย่านสุคนธสวัสดิ์ จึงต้องมาเข้ากว่าปกติ รถจะออกจากอุโมงค์ประมาณใกล้หกโมงเช้า เจ้าหน้าที่บอกกับเราว่าถ้าขึ้นคันที่ทางอยู่ต้องมาถึงตีห้าครึ่งเพื่อยื่นตัวแสดงตัวตน แต่หากไปขึ้นที่สถานีขนส่งหมอชิต กำหนดการรถออกเจ็ดโมงเช้า ต้องไปถึงที่สถานีหมอชิตเวลาหกโมงครึ่ง



การมาขึ้นที่ผู้โดยสารที่มีข้อดีคือ เราได้มีโอกาสสัมผัสกับการออกแบบตกแต่งภายในอย่างละเอียดในช่วงการเดินทางจากอุโป้หมอซิด เพราะจากต้นทางมีผู้โดยสารเพียงแค่สองคนเท่านั้น

ภายในห้องโดยสารของรถบัสดคลาส Suprem X ออกแบบได้อย่างลงตัว ที่นั่งแบ่งเป็นสองฝั่ง ฝั่งหนึ่งเป็นที่นั่งคู่ อีกฝั่งเป็นที่นั่งเดี่ยว รวมทั้งหมดมี 21 ที่นั่ง งานประกอบมีความสมบูรณ์ประณีต

เมื่อเปิดให้บริการประจำเส้นทาง ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ตอนแรกเราคิดว่าเที่ยวกลางวันจะมีผู้ใช้บริการไม่มาก ปรากฏว่าวันที่เลือกเดินทางเนื่องจากจองตั๋วใกล้วันเดินทางทำให้ที่นั่งถูกจับจองไปจนเกือบเต็มแล้ว เราจึงมีตัวเลือกที่นั่งให้เลือกไม่มากนัก ที่นั่งของเราเป็นแถวแรกสุด

เบาะนั่งรุ่นใหม่ที่เราเรียกว่าที่นั่งแบบแคปซูล สำหรับรูปร่างของผู้โดยสารคนไทยโดยส่วนใหญ่นั่งได้สบาย ตัวที่นั่งเมื่อปรับนอนเอนราบจนสุดจะได้ความเป็นส่วนตัว เพราะเบาะจะเคลื่อนตัวลงไปอยู่ด้านล่างของแคปซูล

ทุกที่นั่งมาพร้อมด้วยจอภาพส่วนตัวที่มีระบบความบันเทิงเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ตในตัวรถ มีแอปพลิเคชันอย่าง Netflix youtube ให้ใช้งาน โดยที่ระบบเสียงผู้โดยสารต้องเชื่อมต่อสัญญาณบลูทูธเข้ากับหูฟังของตัวเอง

เท่าที่สังเกตผู้โดยสารในเที่ยวที่เดินทางส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติสองคน รถบัสดที่ออกแบบภายในมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับผู้โดยสารอย่างดี ระบบจองตั๋วผ่านสามารถดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์ของผู้โดยสารได้ จึงไม่น่าแปลกใจที่รถบัสดใหม่ในคลาส Suprem X เส้นทางเชียงใหม่จะได้รับความนิยมเมื่อเปิดให้บริการ โดยเฉพาะเมื่อมีทางเลือกในเที่ยวกลางวันให้ด้วย

การออกแบบโทนสีและแสงสว่างในห้องโดยสาร ในมุมมองของเราผู้โดยสารทำได้ดี โดยมีโทนสีฟ้าอ่อนๆ เป็นอิมหลักตั้งแต่ตัวแคปซูล เบาะนั่ง แสงสว่างในห้องโดยสารทั้งหมดสีฟ้าให้ความรู้สึกสบายและผ่อนคลาย

ความรู้สึกกับตัวเก้าอี้ที่นั่งจริงๆ แล้วเป็นเก้าอี้ที่นั่งได้สบายในระดับหนึ่งทีเดียว แต่อาจจะไม่ได้ตอบรับกับทุกสรีระตัวเบาะนั่งไม่ถึงกับนิ่มสบาย ตลอดการเดินทางเราลองปรับเก้าอี้หลายระดับ พบว่าการเอนลงต่ำสุดน่าจะเป็นระดับที่ถูกใจผู้โดยสารส่วนใหญ่มากที่สุด โดยเฉพาะในเที่ยวกลางวันคนนอนหลับยาว เท่าที่ตามดูข้อคิดเห็นในโลกออนไลน์ผู้โดยสารกลุ่มคนรุ่นใหม่จะชื่นชอบเบาะนั่งสิ่งอำนวยความสะดวกของรถรุ่นใหม่ สำหรับเราที่ใช้รถเที่ยวกลางวันเมื่อไม่ได้นอนตลอดการเดินทาง ระดับเก้าอี้ที่ปรับเพื่อตอบรับกับการนั่งขมิ้วอ่านหนังสือ หรือแม้แต่ดูมือถือ ถือว่าอยู่ในระดับที่ดีแต่ไม่ถึงกับชอบมาก (เรื่องความสบายของเก้าอี้เป็นเรื่องของแต่ละบุคคลเพราะมีสัดส่วนร่างกายแตกต่างกันไป)

ภาพรวมของรถบัสดคันใหม่ที่ประจำการในเส้นทางเชียงใหม่ในระดับคลาส Suprem X ในมุมมองของ Asian Trucker ถือว่าทำออกมาได้ดี ในเรื่องของความนุ่มนวลของรถในระหว่างการเดินทางนั้น แชลลชีส์จาก MAN ระบบ suspension ที่เป็นจุดเด่นให้ความรู้ถึงความมั่นคงของรถตลอดการเดินทางตามมาตรฐานของยุโรปเรียบร้อยแล้ว มีโอกาสได้สอบถามความคิดเห็นของคนขับรถ เขาบอกว่ารถบัสดมีสแกนเนียเป็นรถหลัก โดยส่วนตัวเขาบอกว่าใกล้เคียงกัน แต่รู้สึกว่าเวลาออกตัวเครื่องยนต์ MAN คันที่เขาขับนี้จะพุ่งกว่าเล็กน้อย

การที่บริษัทผู้ให้บริการรถบัสด เลือกรถที่มีมาตรฐานสูงจากยุโรปมาประจำการให้บริการ รวมทั้งมีการออกแบบภายในที่มุ่งเน้นให้เกิดความสบายและปลอดภัยในการเดินทางสูงสุดกับผู้โดยสารนั้น ย่อมเป็นเรื่องที่ดีอย่างไม่ต้องสงสัย

รายละเอียดการเดินทางด้วยรถบัสด ราคาตั๋ว เที่ยวรถสามารถเข้าไปเช็คได้ที่ www.sombattour.com



EV Greenbus ก้าวสู่อนาคตของการเดินทางในภาคเหนือด้วยรถโดยสารไฟฟ้าเต็มรูปแบบ ปรับเปลี่ยนฟลีตในเส้นทางสายสั้นอย่าง เชียงใหม่-เชียงราย, เชียงใหม่-พะเยา และจะมีเพิ่มเติมอีกในเส้นทางอื่น ในเขตภาคเหนือของกรีนบัส การใช้รถบัสไฟฟ้าเป็นการยกระดับการเดินทางให้ “สะอาดกว่าเดิม เงียบกว่าเดิม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุมชน”

Asian Trucker ไปทดลองนั่งสายเชียงใหม่-เชียงราย ได้สัมผัสประสบการณ์การเดินทางด้วยรถบัสที่ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ซึ่งจะกำลังให้มอเตอร์ไฟฟ้าขับเคลื่อนรถ

ก่อนหน้านี้หลายปีก่อน เราเคยไปลองนั่งมินิบัสที่ใช้พลังงานไฟฟ้าที่วิ่งสายสั้นกรุงเทพฯ-ศรีราชา ของ Nex Express มาครั้งหนึ่ง หากเทียบในเรื่องความสะดวกสบาย ความนุ่มนวลของช่วงล่าง รถบัส 24 ที่นั่งของ Greenus คันที่เราใช้บริการทำได้ดีกว่ามาก อาจเป็นเพราะมินิบัสมีช่วงตัวรถที่สั้นกว่า ช่วงตัวรถของบัสไฟฟ้าคันที่วิ่งสายเชียงใหม่-เชียงรายอยู่ในระยะที่กำลังดี ทำให้คุณสมบัติของรถบัสไฟฟ้าคันนี้ใช้งานได้เต็มที่

Greenbus มีรถสองแบบให้บริการคือ VIP 24 ที่นั่งและธรรมดา 40 ที่นั่ง เราใช้บริการ VIP 24 ที่นั่ง เบาะใหญ่นั่งสบาย นอกจากจำนวนที่นั่ง รายละเอียดของรถไม่มีความแตกต่าง ช่วงล่างระบบรถบัสทำให้ผู้โดยสารได้รับความสบายในการเดินทาง เมื่อรถใช้เส้นทางบนภูเขาที่คดเคี้ยวไม่รู้สึกรถโยกหรือกระชกข้างบนใหญ่เหมือนวิวข้างทางของเส้นทางที่มีความสวยงามได้อย่างดี

เส้นทางสายเชียงใหม่-เชียงราย ของ Greenbus มีผู้ให้บริการมากทั้งคนในพื้นที่ นักเดินทาง เชื่อมสองเมืองสำคัญของภาคเหนือตอนบน รถออกทุกชั่วโมง สะดวกสบายมาก ยิ่งเมื่อปรับมาใช้รถบัสใหม่ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าด้วยยิ่งดีมาก ตลอดการเดินทางนอกจากความนุ่มนวล แอร์เย็นฉ่ำ คือความเงียบและปราศจากมลพิษอย่างแท้จริง



● รถบัสไฟฟ้ารุ่นนี้ผลิตในประเทศไทยโดย บริษัท Nex point

EV GREENBUS

เชียงใหม่ - เชียงราย

รถโดยสารพลังงานไฟฟ้า 100%
เพื่อการเดินทางที่สะอาดและยั่งยืน

ยกระดับการเดินทางด้วยนวัตกรรมยานยนต์ไฟฟ้า
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เงียบ นุ่มนวล ไร้มลพิษ



- มอเตอร์ไฟฟ้า (Electric Motor)**
มอเตอร์ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง
ให้แรงบิดสูง เร่งรถฉับไว
ขับเคลื่อนอย่างนุ่มนวล
- แบตเตอรี่แรงดันสูง (High Voltage Battery)**
แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนความจุสูง
ให้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
รองรับระยะทางไกล
- ระบบควบคุมพลังงาน (Power Control Unit)**
ควบคุมการทำงานของมอเตอร์
และแบตเตอรี่ให้ทำงาน
ประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ
- ระบบชาร์จไฟ (Charging System)**
รองรับการชาร์จเร็ว (DC Fast Charge)
และการชาร์จปกติ (AC Charge)
ปลอดภัย ไร้กังวล



เส้นทาง
เชียงใหม่ - เชียงราย
ระยะทางประมาณ 179 กม.
ผ่านเส้นทางภูเขา
คดเคี้ยวและสวยงาม



สมรรถนะดีเยี่ยม
มอเตอร์ไฟฟ้าแรงดันสูง
ในสภาวะที่หนาว
ความทนทานสูง



ระยะทางวิ่งไกล
วิ่งได้ไกลต่อการชาร์จ 1 ครั้ง
เหมาะสำหรับเส้นทาง
ระยะไกล



ปลอดภัย ยับยั้ง
ระบบความปลอดภัยขั้นสูง
เช่น ABS, EBS, ESC
และระบบเบรกอื่น ๆ



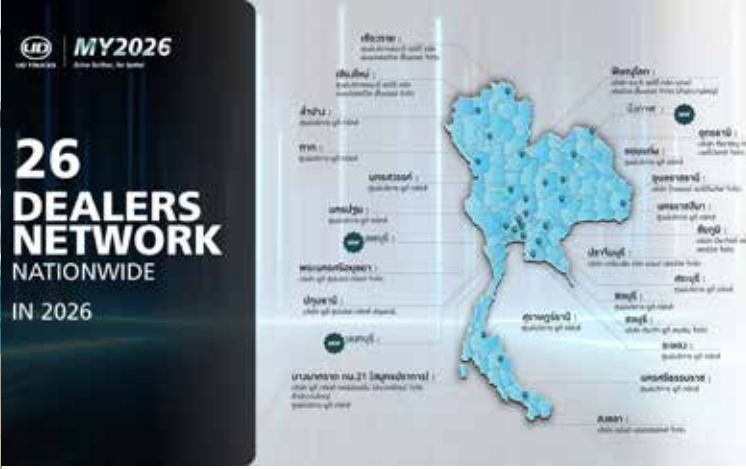
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
ส่วนประกอบต่าง ๆ
ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล

⚡ เดินทางสะดวก ปลอดภัย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม | สู่อนาคตการคมนาคมที่ยั่งยืน



ประกาศความสำเร็จผลประกอบการไตรมาสแรกปี 2569 โตสวนกระแสตลาดรถบรรทุกไทย ด้วยส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 13% เติบโตกว่า 100% เมื่อเทียบกับปีก่อน ตอกย้ำความเชื่อมั่นมาตรฐาน ยูโร 5 พร้อมเคียงข้างผู้ประกอบการ ฝ่าวิกฤตพลังงานโลก ชูไฮโดรเจนผลิตภัณฑ์ Quester MY2026 และเดินหน้าขยายเครือข่ายศูนย์บริการรวม 26 แห่ง ย้ำการเติบโตยอดขายผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย และพร้อมสนับสนุนนักลงทุนผู้สนใจในธุรกิจรถใหญ่

ยูดี ทรัคส์ ประเทศไทย ประกาศความสำเร็จผลประกอบการไตรมาสแรก ปี 2569 โตสวนกระแสตลาดรถบรรทุกไทย ด้วยส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) สูงถึง 13% เติบโตกว่า 100% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีก่อน ตอกย้ำความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีเครื่องยนต์มาตรฐาน ยูโร 5 พร้อมนโยบายการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่ง เคียงข้างผู้ประกอบการฝ่าวิกฤตพลังงานโลก ชูไฮโดรเจนผลิตภัณฑ์ Quester MY2026 ที่มาพร้อมเทคโนโลยีประหยัดน้ำมันขั้นสูง และเดินหน้าขยายเครือข่ายศูนย์บริการรวม 26 แห่งภายในปีนี้ เพื่อยกระดับการให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศภาพรวมอุตสาหกรรมขนส่งและโลจิสติกส์ยังคงเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย



นางสาววิลาวัลย์ วิชาแพ้ว กรรมการผู้จัดการ บริษัท ยูดี ทรัคส์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า “จากวิกฤตราคาพลังงานโลกในปี 2569 และราคาน้ำมันดีเซลที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนส่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ลูกค้าและผู้ประกอบการฟลิทขนส่งให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการลงทุน การประหยัดเชื้อเพลิง และการรักษาสภาพคล่องทางธุรกิจมากกว่าที่เคย

ท่ามกลางความท้าทายดังกล่าว ยูดี ทรัคส์ ยังคงสามารถขยายส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยได้ถึง 13% ในไตรมาสแรกของปี 2569 โดยปัจจัยสำคัญมาจากความเชื่อมั่นที่ลูกค้ามีต่อผลิตภัณฑ์ของเรา ซึ่งสามารถตอบโจทย์ทั้งด้านสมรรถนะการใช้งาน และประสิทธิภาพการประหยัดน้ำมัน นอกจากนี้ เรายังได้รับความไว้วางใจจากผู้ประกอบการฟลิทรายใหญ่ ส่งผลให้มีรถยูดี ทรัคส์ ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดการใช้งานจริงที่พิสูจน์ประสิทธิภาพ และนำไปสู่การบอกต่อในวงกว้าง”

โดยเฉพาะรถรุ่นใหม่ UD Quester MY2026 ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ในรุ่นเครื่องยนต์ขนาด 8 ลิตร ที่ให้กำลังสูงสุดถึง 350 แรงม้า ทำงานร่วมกับระบบเกียร์อัตโนมัติ ESCOT ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเอกลักษณ์ที่ขึ้นชื่อในด้านการประหยัดพลังงาน ระบบเกียร์ ESCOT จะช่วยคำนวณและปรับเปลี่ยนเกียร์ในจังหวะที่เหมาะสมที่สุดโดยอัตโนมัติ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยลดการสูญเสียเชื้อเพลิงจากการเปลี่ยนเกียร์ที่ไม่แม่นยำ แต่ยังช่วยลดความเหนื่อยล้าของพนักงานขับรถ ทำให้สามารถขับขีได้อย่างปลอดภัย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้และเทคโนโลยีมาตรฐานยูโร 5 และระบบบำบัดไอเสีย SCR ที่ตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ในด้านกลยุทธ์การขายตลาด และเครือข่าย ยูดี ทรัคส์ มุ่งเน้นการให้ความสำคัญและสนับสนุนผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ (Private Dealer) อย่างใกล้ชิด ซึ่งดีลเลอร์เหล่านี้มีความเข้าใจในบริบทของพื้นที่และเข้าถึงความต้องการของลูกค้าในภูมิภาคเป็นอย่างดี กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้บริษัทฯ

สามารถเจาะตลาดกลุ่มใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการรักษาลูกค้าเดิมที่แข็งแกร่งในกลุ่มอุตสาหกรรมงานขนส่งก่อสร้าง หรืองานขนส่งทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความจำเป็นต้องใช้รถบรรทุกที่มีสมรรถนะสูง ทนทาน และต้องการความต่อเนื่องในการวิ่งงาน (Uptime)

ปัจจุบัน ยูดี ทรัคส์ มีศูนย์บริการที่พร้อมให้การดูแลลูกค้าด้วยมาตรฐานระดับสากลจำนวน 23 แห่งทั่วประเทศ และมีเป้าหมายเชิงรุกที่จะเตรียมเปิดศูนย์บริการเพิ่มอีก 3 แห่งภายในสิ้นปี 2569 โดยเป็นผู้แทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง นี้ ซึ่งจะส่งผลให้ ยูดี ทรัคส์ มีเครือข่ายศูนย์บริการที่แข็งแกร่งรวมทั้งสิ้น 26 แห่งในปีนี้ การขยายเครือข่ายอย่างต่อเนื่องนี้เป็นการตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการยกระดับมาตรฐานการบริการหลังการขาย ให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลดเวลาการหยุดจอดซ่อมบำรุง และสร้างความมั่นใจสูงสุดให้กับลูกค้าตลอดอายุการใช้งานของตัวรถ

“นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว เรายังให้ความสำคัญกับการยกระดับงานบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนพัฒนาศูนย์บริการสู่การเป็น Uptime Center ที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลการใช้งานรถเข้ามาช่วยวิเคราะห์และติดตามสภาพรถแบบเชิงรุก เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าล่วงหน้าก่อนเกิดปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน

เป้าหมายของเราไม่ใช่เพียงการซ่อมรถเมื่อเกิดความเสียหาย แต่คือการช่วยป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น ลดเวลาหยุดรถ (Downtime) เพิ่มความพร้อมในการใช้งาน (Uptime) และช่วยให้ลูกค้าสามารถวางแผนการบำรุงรักษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการควบคุมต้นทุนและความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจและต้นทุนที่ยังมีความผันผวน ยูดี ทรัคส์ มุ่งมั่นที่จะเป็นพันธมิตรที่ช่วยให้ผู้ประกอบการขนส่งสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นใจ ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพบริการที่ทันสมัย และเครือข่ายการสนับสนุนที่แข็งแกร่งทั่วประเทศ” นางสาววิลาวัลย์ กล่าวสรุป

ผู้บริหาร Cummins DKSH เผยทิศทางธุรกิจในอนาคต ตะวันออกเฉียงใต้ มุ่งรุก Data Center–Aftermarket–OEM ดันไทยสู่ศูนย์กลางโซลูชันพลังงาน



นายมาร์โก จอร์น กูเวอา (Mr. Marco John Gouveia) กรรมการผู้จัดการ บริษัท Cummins DKSH Southeast Asia บริษัทร่วมทุนระหว่าง Cummins และ DKSH เปิดเผยวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมย้ำบทบาทของประเทศไทยในฐานะตลาดยุทธศาสตร์สำคัญของบริษัท

สำหรับประเทศไทย บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ บริษัท คัมมินส์ ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด (Cummins DKSH (Thailand) Limited) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Cummins อย่างเป็นทางการเพียงรายเดียวในประเทศไทย

นายมาร์โก กล่าวว่ เป้าหมายของบริษัทคือการผลักดัน Cummins DKSH ให้เป็นพันธมิตรด้านโซลูชันพลังงานที่ได้รับความไว้วางใจสูงสุดในภูมิภาค โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งระบบไฟฟ้าสำรองสำหรับการกิจสำคัญ (Mission-Critical Backup Power) เครื่องยนต์สมรรถนะสูง และบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ

“เราต้องการผสานเทคโนโลยีระดับโลกของ Cummins เข้ากับความเชี่ยวชาญด้านตลาดของ DKSH เพื่อส่งมอบคุณค่าที่มากกว่าการจำหน่ายเครื่องยนต์ แต่เป็นโซลูชันแบบ One-Stop Service ที่ครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การติดตั้ง ไปจนถึงบริการหลังการขายที่ลูกค้าไว้วางใจ”

3 กลยุทธ์หลัก ขับเคลื่อนการเติบโตปี 2569 และระยะยาว

1. ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านระบบไฟฟ้าสำรองสำหรับ Data Center บริษัทเตรียมขยายศักยภาพรองรับการลงทุนด้านศูนย์ข้อมูลที่เติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศไทยและภูมิภาค จากแรงขับเคลื่อนของ Cloud Services, AI และ Internet Connectivity โดยจะเสริมความแข็งแกร่งด้านวิศวกรรม การติดตั้ง การเดินระบบ และบริการหลังการขายเพื่อรองรับทั้ง Hyperscale Data Center, Colocation Data

Center และ Enterprise Data Center ที่ต้องการระบบไฟฟ้าสำรองที่มีความเสถียรสูงสุด

2. ขยายตลาดเครื่องยนต์ OEM

Cummins DKSH เดินหน้าขยายความร่วมมือกับผู้ผลิตเครื่องจักร (OEM) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมอุตสาหกรรมก่อสร้าง การผลิต การเดินเรือ และการเกษตร ด้วยเครื่องยนต์ประสิทธิภาพสูงที่ตอบโจทย์การใช้งานในแต่ละอุตสาหกรรม

3. ยกระดับบริการหลังการขาย

บริษัทมุ่งสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น ผ่านการขยายศูนย์บริการ เพิ่มทีมช่างภาคสนาม ใช้เครื่องมือดิจิทัล และเพิ่มความพร้อมของอะไหล่ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็วและต่อเนื่องตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมและเทคโนโลยี สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

นายมาร์โก ระบุว่า นวัตกรรมของ Cummins DKSH ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ยังรวมถึงการยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า ผ่านการนำระบบวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจวินิจฉัยระยะไกล (Remote Diagnostics) และเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในการให้บริการเชิงรุก ช่วยลดระยะเวลาการหยุดทำงาน (Downtime) และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบพลังงาน

ขณะเดียวกัน Cummins ยังคงพัฒนาเทคโนโลยีพลังงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งระบบควบคุมอัจฉริยะ แพลตฟอร์มเครื่องยนต์ประสิทธิภาพสูง และระบบบริหารจัดการโหลดอัตโนมัติ ซึ่งความร่วมมือในรูปแบบ Joint Venture ระหว่าง Cummins และ DKSH ช่วยให้เทคโนโลยีเหล่านี้เข้าสู่ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้อย่างรวดเร็ว

รับมือความท้าทายของตลาดด้วยการลงทุนระยะยาว

แม้ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังมีศักยภาพในการเติบโตสูง แต่บริษัทมองว่าความท้าทายยังคงประกอบด้วย

การแข่งขันที่รุนแรงและแรงกดดันด้านราคา โดยมุ่งสร้างคุณค่าตลอดอายุการใช้งาน (Lifetime Value) มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว

กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้น ซึ่งบริษัทได้เตรียมเทคโนโลยีเครื่องยนต์ปล่อยมลพิษต่ำรองรับไว้แล้ว

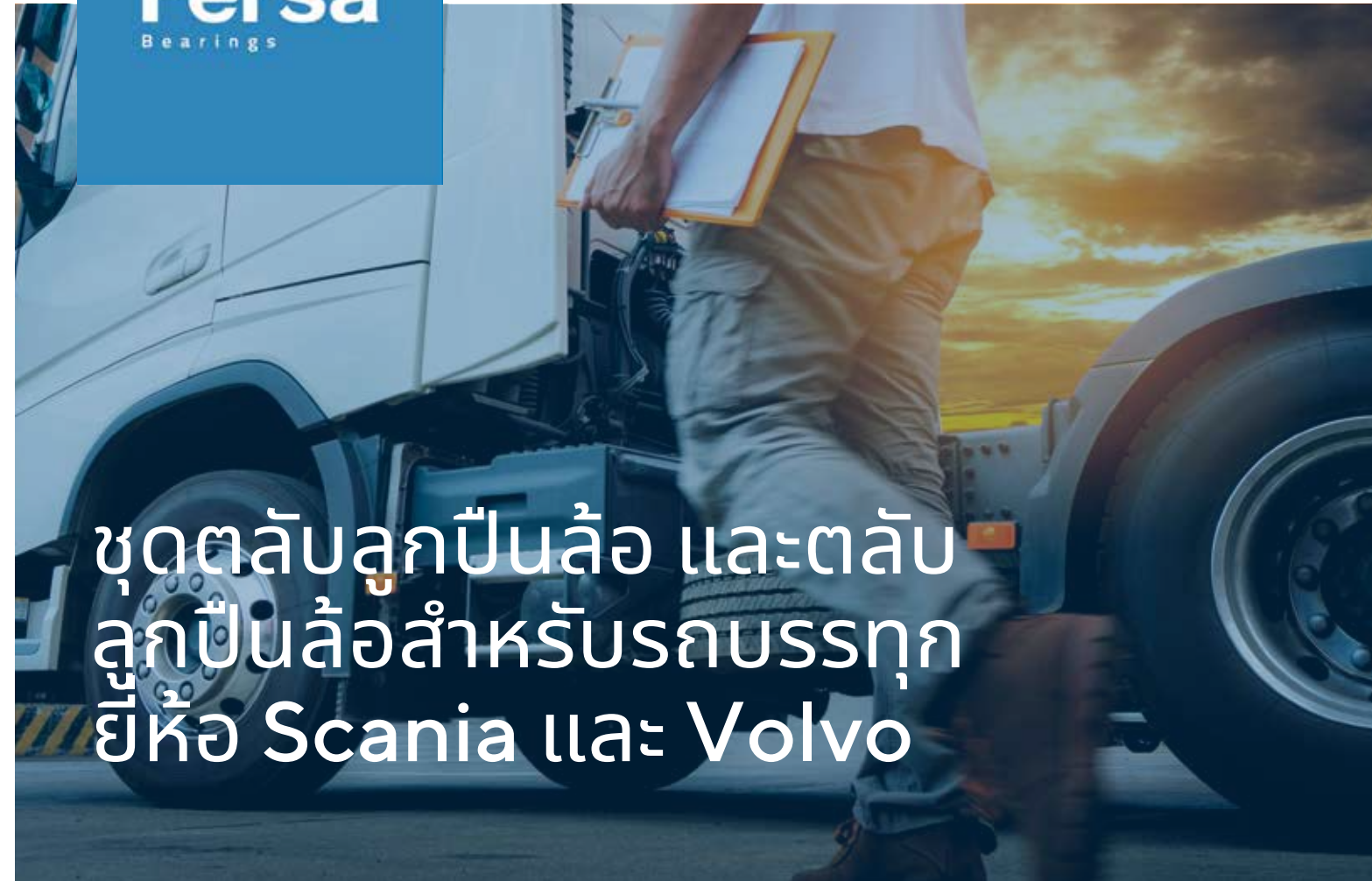
ความซับซ้อนของห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการลงทุนในคลังอะไหล่ระดับภูมิภาคและเสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายซัพพลายเชน

การขาดแคลนบุคลากรด้านเทคนิค โดยเดินหน้านำทุนพัฒนาทีมวิศวกร ช่างเทคนิค และทักษะด้านดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง

นายมาร์โก กล่าวทิ้งท้ายว่า “ด้วยการวางแผนที่เหมาะสม และการลงทุนอย่างต่อเนื่อง เรามั่นใจว่าจะสามารถส่งมอบประสบการณ์การใช้งานที่เชื่อถือได้ พร้อมสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในทุกภาคธุรกิจ”



Experts in Powertrain Solutions



ชุดตลับลูกปืนล้อ และตลับ ลูกปืนล้อสำหรับรถบรรทุก ยี่ห้อ Scania และ Volvo



- ได้รับความเชื่อถือ เป็นผู้นำในตลาดสินค้า OEMs ระดับโลก
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจากประเทศสเปน
- คุณภาพสินค้าระดับพรีเมียมจากยุโรป
- มีคลังสินค้าในพื้นที่พร้อมให้คุณเลือกสรร
- บริการจัดส่งที่รวดเร็ว



SCANIA SUPER รุ่นปี 2026

เพื่ออนาคตธุรกิจที่เหนือกว่า

SCANIA

ประหยัด

อย่างน้อย

8%

เมื่อเทียบกับเงินอุดหนุนเดิม

สุดยอดรถบรรทุกประหยัดน้ำมัน

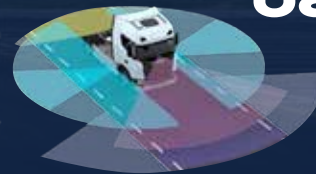


แรงแรง

เครื่องยนต์ SUPER

460 แรงม้า

แรงบิด 2,500 Nm



ปลอดภัย ขั้นสุด

กับ safety suite
รุ่นสูงสุด

พร้อมให้คุณเป็นเจ้าของแล้ว วันนี้



Scania Thailand Group



Scania TH Group



Scania Thailand Group



www.scania.com/th



Scania Thailand



Scania_TH_Group



02 017 9200

SCANIA