

กรุงเทพฯ คาร์เร็นท์ ปรับทัพเจาะลูกค้า 'เอสเอ็มอี'

สัมภาษณ์

เอส เป็นบริษัทเช่าสัญชาติไทย ที่ได้รับการยอมรับและความเชื่อถือ มาเป็นระยะเวลาเกือบ 40 ปี ส่งผ่านความประทับใจตั้งแต่รุ่นพ่อจนมาถึงรุ่นลูก ในนาม "กรุงเทพฯ คาร์เร็นท์" ผู้ให้บริการจัดหารถยนต์ให้เช่า ทั้งแบบระยะสั้น และระยะยาว รวมทั้งยังมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องมากมาย ทั้งในฐานะตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แบรนด์ชั้นนำ ผู้ให้บริการด้านสินเชื่อ เรียกว่า หลากหลายครบวงจรเลยทีเดียว

ภายใต้การบริหารงาน "พิชิต จันทรเสรีกุล" กรรมการผู้จัดการ บริษัท กรุงเทพฯ คาร์เร็นท์ แอนด์ ลีส จำกัด (มหาชน) หรือ เคคาร์ (KCAR)

● **แผนรุกตลาดปีนี้** สำหรับทิศทางการดำเนินธุรกิจของเคคาร์ ในปีนี้ที่จะสามารถผลักดันให้เติบโตได้นั้น เรามองไปที่กลุ่มธุรกิจ เอสเอ็มอี ซึ่งมองให้ต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการรถเช่าหลาย ๆ รายที่เน้นไปที่กลุ่มธุรกิจองค์กร

ขนาดใหญ่ สาเหตุที่เรามุ่งไปที่เอสเอ็มอี นั้น นอกจากจะหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรง แล้วจากการสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีในปัจจุบันมีอยู่จำนวนมาก เป็นหมื่นเป็นแสนราย ดังนั้นโอกาสการเติบโตของตลาดมีให้เห็นอย่างแน่นอน ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนผู้ใช้บริการรถเช่าที่เป็นหน่วยงาน รัฐบาลกิจและราชการราว ๆ 20% เป็นบริษัทขนาดใหญ่ ภาคเอกชนเกือบ 80% มีอายุการเช่า น. 27 ระยะยาวไม่เกิน



พิชิต จันทรเสรีกุล

กรุงเทพ คาร์เรนท์

(ต่อจากหน้า 28)

5 ปี ที่เหลือประมาณ 2% เป็นลูกค้ารายย่อยที่เช่ารถยนต์เป็นรายวัน และในปีหน้าสัดส่วนของกลุ่มธุรกิจเอสเอ็มอีจะมีเพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งลดระยะเวลาของสัญญา (Terms & Condition) ให้กับธุรกิจเอสเอ็มอี 1-3 ปี อันจะช่วยให้ธุรกิจเอสเอ็มอีสามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

● ความสำเร็จปีที่ผ่านมา

เดิมเราคาดว่าในปี 2559 เรา มอง ที่การเติบโตระดับ 5% จากปีก่อนหน้า ส่วนปีนี้บริษัทตั้งเป้าจะมีการเติบโตกำไรและรายได้ที่ระดับ 10% แบ่งเป็นสัดส่วนของธุรกิจรถยนต์เช่า 55% และการขายรถมือสอง 45%

โดยมั่นใจว่าจะสามารถรักษาอัตราการเติบโตได้ที่ระดับ 10% หรือมีรายได้ที่ประมาณ 2,000 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทมีรถเช่าในพอร์ตเพิ่มขึ้นเป็น 7,600 คัน จากปี 2558 ที่มีอยู่ 6,900 คัน หรือจะมีมูลค่าสินทรัพย์รถยนต์เช่าขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 4,000 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดรวมทั้งหมดประมาณ 40,000 ล้านบาท นั้น เนื่องจากธุรกิจรถยนต์ในปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง และมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคา มาเป็นตัวแข่งขัน ส่งผลผู้ประกอบการบางรายประสบปัญหาขาดทุนหรือมีกำไรลดลง

● ภาพการแข่งขันในตลาด

จะเห็นว่าตลาดรถเช่าถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ดุเดือดมาอย่างต่อเนื่อง สำหรับเคาร์เร้นท์การแข่งขันด้านราคาที่ดีที่สุดไม่ใช่นโยบายหลัก เรามีอัตราการใช้ซ้ำจากลูกค้าเดิมในอัตราที่สูง

นั่นเป็นเพราะคุณค่าโดยรวมที่ลูกค้าได้รับ ทั้งคุณภาพการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัย เนื่องจากเราเข้าร่วมครอบคลุมการบริการด้านต่าง ๆ ตลอด 3-5 ปีของสัญญาเช่า ความคุ้มค่าจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับลูกค้า

● การลงทุนเพิ่มเติมปีนี้

นอกจากการลงทุนเพื่อซื้อรถใหม่เข้าพอร์ตเพิ่มเติม อีกประมาณ 2,000 คัน ภายใต้งบประมาณในการลงทุนไม่ต่ำกว่า 1,500 ล้านบาท และยังมีการขายซากรถเก่าเพื่อหมุนเวียนและทดแทนรถที่ครบเทอมแล้ว ในส่วนของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มือสอง ภายใต้แบรนด์โตโยต้าซัวร์ กรุงเทพ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 3 แห่ง โดยมียอดขายเฉลี่ย 200 คันต่อเดือน บริษัทมีแผนจะลงทุนเพิ่มอีกราว 200 ล้านบาทเพื่อก่อสร้างโชว์รูม โตโยต้า ซัวร์ กรุงเทพ แห่งใหม่ สาขาถนนกาญจนาภิเษก และคาดว่าจะทำให้บริษัทมียอดขายเพิ่มขึ้นเป็น 230-240 คันต่อเดือน

● การปรับเปลี่ยนภายในองค์กร

แน่นอนว่า ปีนี้เราได้มีการปรับโครงสร้างการบริหาร และแนวทางในการดำเนินธุรกิจหลายอย่างเพื่อมาขับเคลื่อนและตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า เรายังเพิ่มความเข้มแข็ง และปรับกลยุทธ์การขายโดยแบ่งทีมขายเฉพาะกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจน เช่น กลุ่มรถยนต์ผู้บริหาร ฯลฯ จากเดิมจะใช้ทีมขายรวมกันทั้งหมด ซึ่งจะทำให้เจาะเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน