

“

**นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่าง
ต่อเนื่องที่ตรงกับความต้องการ
ของลูกค้า พร้อมมอบบริการ
เหนือความคาดหมาย ถือเป็น
หัวใจหลักของเรา**

”

ความเป็นมาของธุรกิจ

...บริษัท ลีสซิ่งกลีกรไทย จำกัด 1 ใน 6
กิจการในเครือธนาคารกลีกรไทย จำกัด (มหาชน)
เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2548 มุ่งให้
บริการสินเชื่อรถยนต์อย่างครบวงจร ทั้งสินเชื่อ
ประเภทเช่าซื้อแก่ลูกค้าบุคคลและนิติบุคคล อาทิ สิน
เชื่อเช่าซื้อรถยนต์กลีกรไทย, สินเชื่อเพื่อผู้แทน
จำหน่ายรถยนต์กลีกรไทย, สินเชื่อสัญญาเช่าทางการเงิน
เงินกลีกรไทย และสินเชื่อรถช่วยได้กลีกรไทย ลีสซิ่ง
กลีกรไทย ถือเป็นผู้ใช้บริการที่สามารถก้าวสู่ความสำเร็จได้ในระยะเวลาอันสั้น โดยในปี 2553 ที่ผ่านมามี
ประเทศไทยจะเผชิญวิกฤตการณ์การเมืองและภัยธรรมชาติ แต่องค์กรแห่งนี้กลับสามารถปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อ
รถยนต์และสินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ได้ถึง 41,616 ล้านบาท มีผลประกอบการเพิ่มขึ้นจากปี 2552 ถึง
63.15 % ที่สำคัญสามารถควบคุมสินเชื่อที่ปล่อยได้เพียงได้ไว้ที่ L12 % ซึ่งเป็นตัวเลขที่ต่ำสุดของธุรกิจเช่าซื้อ...

จุดเด่นที่แตกต่างของลีสซิ่งกลีกรไทย คือ การให้บริการเกินความคาดหมายของลูกค้า โดยการออก
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่องให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด...

การเติบโตและการขยายตัวของธุรกิจ

...การขยายตัวทางธุรกิจลีสซิ่ง/เช่าซื้อรถยนต์ของบริษัท ลีสซิ่งกลีกรไทย มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง
เนื่องตามยอดขายรถยนต์ในประเทศ โดยในปี 2010 มียอดขายรถยนต์ในประเทศกว่า 800,000 คัน โดยมี
ธุรกิจลีสซิ่ง/เช่าซื้อรถยนต์อยู่ประมาณกว่า 6 แสนล้านบาท สำหรับปี 2011 ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2554
ยอดขายรถยนต์ในประเทศเติบโตประมาณ 20 % และยอดขายรถยนต์ในประเทศปีนี้คาดว่าจะน่าจะ
จะเปิดได้กว่า 900,000 คัน ซึ่งคาดการณ์ได้ว่าธุรกิจลีสซิ่ง/เช่าซื้อรถยนต์จะขยายตัวกว่า 28 % โดยจะมี
ยอดธุรกิจประมาณกว่า 6 แสนล้านบาท ทั้งนี้คาดว่ากลุ่มยานยนต์ยังอยู่ในช่วงขาขึ้น โดยในปีหน้า 2012
ยอดขายรถยนต์ในประเทศน่าจะแตะระดับที่ 1 ล้านคัน ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตประมาณ 9 % จากปี
ปัจจุบัน ซึ่ง Segment ที่จะเติบโตสูงขึ้นจะอยู่ในกลุ่มอีโคคาร์ ซึ่งปีหน้าจะมีหลายค่ายรถยนต์ผลิต
ออกมาจำหน่าย นอกเหนือจากปัจจุบันที่มีเพียง 2 ค่าย คือ NISSAN และ HONDA ทำให้การเติบโต
ของธุรกิจลีสซิ่ง/เช่าซื้อรถยนต์จะแตะระดับ 8 แสนล้านบาทได้...

...ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2554 บริษัทสามารถปล่อยสินเชื่อรวมได้ 27,775 ล้านบาท สินเชื่อ
เพิ่มขึ้น 41.16 % มีกำไร 237 ล้านบาท ส่วนในครึ่งปีหลัง บริษัทมีแผนดำเนินการรุกธุรกิจลีสซิ่ง/เช่าซื้อ
รถยนต์กลีกรไทยมากยิ่งขึ้น โดยจะขยายกลุ่มรถยนต์ใหม่ให้ครอบคลุมทุกยี่ห้อ และรุกในตลาดกลุ่มรถ
ขนาดเล็กอีโคคาร์ และกลุ่มรถกระบะ รวมถึงกลุ่มรถยนต์ที่ใช้แล้ว เพื่อขยายตลาดและเป้าหมายการเงิน
ผู้เช่าในตลาด...

...ลีสซิ่งกลีกรไทย มียุทธศาสตร์ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง Customer Centric ด้วยหลัก
แนวคิดที่ว่า เมื่อเราเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงแล้วนั้น โดยนำความต้องการของลูกค้ามา
สร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ ซึ่งการคิด Campaign and Promotion ต่างๆ บริษัทจะทำการศึกษา
ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการมากที่สุด
ทำให้ลูกค้าประทับใจและสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอีกด้วย...



อัครนันท์ จิตสิริวิทย์

รองกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ลีสซิ่งกลีกรไทย จำกัด

“

**การดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึง
ความรับผิดชอบต่อสังคมและ
สิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในนโยบายที่
ลีสซิ่งกลีกรไทย ให้ความสำคัญ**

”

จุดแข็งสู่ความสำเร็จ

...จุดแข็งของลีสซิ่งกลีกรไทย คือ การ
เป็นหนึ่งในบริษัทเครือธนาคารกลีกรไทย ที่นำเสนอ
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด และ
มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยอาศัย
หลักค่านิยมของเครือธนาคารกลีกรไทยเป็นหลัก...

...นอกจากนี้ ลีสซิ่งกลีกรไทย ได้มีการ
ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) มาอย่างต่อเนื่อง
โดยเน้นหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก รวมถึง
กิจกรรมสังคมด้านอื่นๆ ด้วย เพราะเราตระหนักถึง
ความสำคัญของสังคม ในการตอบแทนคืนสู่สังคม
เพื่อสังคม อย่างเช่น โครงการทำบุญเพื่อน้อง สุข
กายสบายใจ โครงการรณรงค์การปลูกจิตสำนึก
“ง่วงไม่ขับ” ร่วมกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และ
โครงการปลูกป่าชายเลน ที่ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลน
คลองโคน ตำบลคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม...

การเชื่อมโยงสำหรับผลิตภัณฑ์

...ตลาดสินเชื่อรถยนต์มีการแข่งขันค่อนข้างสูง
ในการปล่อยสินเชื่อทั้งรถป้ายแดง-รถมือ
สอง ซึ่งโดยภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศไทยมี
ทิศทางที่ดีขึ้น ประกอบกับผลผลิตทางการ

เกษตร เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง และสินค้าเกษตรอื่นๆ มีราคาค่อนข้างดี ทำให้ตลาดรถยนต์ประเภทต่างๆ ทั้งรถยนต์นั่ง รถกระบะ ทั้งในรูปแบบไฮบริดและปลั๊กอินไฮบริดมียอดขายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการแข่งขันทันทีไม่มีเพียงแต่การซื้อขายรถยนต์ ยังส่งผลไปถึงการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเป็นการกระตุ้นยอดขายรถยนต์ด้วย อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายปีที่มีงานมอเตอร์เอ็กซ์โป ซึ่งเป็นจังหวะที่ค่ายรถยนต์และค่ายรถแข่งแข่งขันกันสุดเหวี่ยงเพื่อชิงยอดขายก่อนจบปี แต่ปัจจัยดอกเบี้ยถือเป็นหนึ่งในการแข่งขัน ซึ่งหลายค่ายก็เริ่มพลิกมาใช้กลยุทธ์ใหม่แทนที่ลดแลกแจกแถม หรือ การแจกของแถมประเภทอื่นๆ เช่น แพคเกจห้องพัก แทน โดยแม้ว่าในปัจจุบันที่ภาวะดอกเบี้ยต่ำก็มีการปรับขึ้น ก็อาจจะมีผลกระทบต่อยอดปลั๊กอินไฮบริดบ้าง แต่ผลจากการปรับลดราคาดอกเบี้ยในตลาดรถยนต์ใหม่ไม่น่าจะมีผลกระทบต่อตลาดรถจักรยานยนต์หรือรถจักรยานยนต์ไฟฟ้า เพราะดอกเบี้ยที่ขึ้นทุกๆ 0.10 % มีผลต่อค่าวงรถประมาณ 100 บาท จนถึงสิ้นปีน่าจะมียอดคงค้างเพิ่มขึ้น 300-400 บาท และเชื่อว่าทุกรายจะทยอยปรับดอกเบี้ยขึ้นในท้ายที่สุด อย่างไรก็ตามลดดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นขึ้นอยู่กับงานเงินเฟ้อ ซึ่งจะผันแปรลงกันไป...

การซื้อรถด้วยเงินสดเปล่า ไม่เสียดอกเบี้ยแต่ก็ขาดโอกาสเอาเงินนั้นไปสร้างรายได้

กิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด

...สิสซิงกิลไทย จัดกิจกรรม CRM อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกิจกรรมออนไลน์ผ่าน www.kautosmilesclub.com เพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่องให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่สิสซิงกิลไทยมี รวมทั้งการจัดกิจกรรม Below The Line อย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นยอดขายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง...

...ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2554 บริษัทสามารถปล่อยสินเชื่อรวมได้กว่า 27,775 ล้านบาท เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ถึง 41.16 % ส่งผลให้ยอดสินเชื่อค้าง ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2554 มีจำนวนรวม 60,248 ล้านบาท

เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อน 22.82 % บริษัทปล่อยสินเชื่อได้เกินเป้าหมายในครึ่งปีแรกเนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง ดังนั้นในปี 2554 บริษัทได้รับเป้าหมายสินเชื่อทั้งปีเป็น 51,000 ล้านบาท จากเดิมที่ตั้งไว้ 43,000 ล้านบาท ซึ่งมีความเชื่อมั่นว่าจะทำได้ตามเป้าที่ตั้งไว้อย่างแน่นอน...

...ตั้งแต่ปี 2555 ติดอันดับหนึ่งในสามผู้นำตลาด ในช่วงปลายปี 2554 ยังคงมีปัจจัยบวกที่ช่วยให้อุตสาหกรรมรถยนต์เติบโต ได้แก่ การออกรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงาน (Eco Car) รวมไปถึงรถยนต์ประเภทไฮบริดประหยัดพลังงานด้วยพลังงานที่ควบคู่กันไประหว่างไฟฟ้าและน้ำมันที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจสิสซิงกิลด้วย ส่วนปี 2555 นั้นหากไม่มีปัจจัยใดๆ มาเป็นตัวกดดันเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเมืองหรือภัยธรรมชาติ อุตสาหกรรมรถยนต์จะขยายตัวต่อเนื่องไปอีก ซึ่งบริษัท สิสซิงกิลไทย จำกัด ได้วางแผนเป้าหมายการตลาดให้เติบโตและมีส่วนแบ่งการตลาดอีกประมาณ 1 เท่าตัว โดยเน้นกลยุทธ์ที่ใช้เป็นการทำงานแบบให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญกับคู่ค้าทางธุรกิจ พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนของรถยนต์ในกลุ่มกระบะรถยนต์ขนาดเล็กอย่างอีโคคาร์ และรถตู้ให้มีปริมาณมากขึ้น เพื่อเป็นแรงช่วยในการสร้างรากฐานการก้าวไปเป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อรถยนต์ในอนาคตได้...

...สำหรับตลาดรถยนต์ในอนาคตข้างหน้า น่าจะมีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนระหว่างรถเก๋งกับรถกระบะพอสมควร จากเดิมที่รถกระบะจะมีสัดส่วนสูงกว่ารถเก๋ง แต่ ณ ปัจจุบันสัดส่วนระหว่างรถเก๋งและรถกระบะจะอยู่ที่ประมาณ 45 % ต่อ 45 % ส่วนอีก 10 % จะเป็นรถบรรทุกเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงเป็นระดับ 50 % ต่อ 40 % และ 55 % ต่อ 45 % สำหรับปีถัดไปและปีถัดไป เนื่องจากอีโคคาร์ที่จะทยอยเข้าสู่ตลาดรถยนต์ในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยสัดส่วนรถบรรทุกเพื่อการพาณิชย์จะยังคงอยู่ที่ 10 % ต่อไป ซึ่งจะส่งผลต่อการขอสินเชื่อต่อคนที่ลดลงตามประเภทรถยนต์ด้วย...

การสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภค

...สิสซิงกิลไทย มีช่องทางสื่อสารที่สร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์, วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์, Out of Home, เนื่องจากเราเป็น 1 ในเครือ บริษัท กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จึงมีสาขากว่า 800 แห่งที่จะสื่อสาร Product หรือ Campaign ใหม่ๆ ได้ตรงถึงผู้บริโภคอย่างชัดเจน และทางบริษัท สิสซิงกิลไทย จำกัดเองก็มีสาขาอยู่ทั่วประเทศอีก 12 แห่ง ตามหัวเมืองใหญ่ ทั่วประเทศด้วยเช่นกัน...

...บริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้าโดยทุกผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอล้วนเกิดจากการนำความต้องการของลูกค้ามาเป็นศูนย์กลางเสมอ โดยมียุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ Customer Centric เพราะเมื่อเราเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริงแล้ว ก็สามารถนำความต้องการนั้นมาสร้างสวัสดิภาพให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งแนวคิดไม่เพียงทำให้ธุรกิจของเราประสบความสำเร็จเท่านั้น แต่ยังสามารถทำให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าไปอย่างยั่งยืนด้วย...

สิ่งที่อยากฝากไปถึงลูกค้า

...สำหรับในช่วงที่ผ่านมาเครือธนาคารกสิกรไทยและบริษัท สิสซิงกิลไทย จำกัด ได้พยายามที่จะพัฒนาสรรค์สร้างเพื่อยกระดับในด้านการให้บริการ ด้านการบริการงาน รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าที่สุดตามหลัก Customer Centric โดยในช่วงที่ผ่านมาบริษัทสิสซิงกิลไทย ได้ออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่าง สินเชื่อรถช่วยได้สิสซิงกิลไทย Campaign ลดต้นลดดอก K-SME Leasing PLUS ได้ทั้งรถได้ ทั้งเงิน ฯลฯ ในส่วนข้อเสนอสำหรับลูกค้าในการขอสินเชื่อรถยนต์ ลูกค้าบางท่านอาจจะคิดว่าถ้าเรามีเงินหรือเก็บเงินได้เท่ากับบัตรเครดิตที่จะซื้อ ถ้าเราซื้อเงินสดเลยแปลว่าไม่ต้องเสียดอกเบี้ย ซึ่งถือว่าเป็นความคิดที่ดีในการที่จะไม่ต้องเสียดอกเบี้ยให้กับธนาคาร แต่ในอีกแง่ลูกค้าที่มองในแง่ของการเงิน ถ้าเรามีลูกค้าที่สามารถนำเงินที่เราจ่ายค่าธรรมเนียมประมาณ 70 % ไปใช้ในการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่าการเสียดอกเบี้ย เมื่อมองในภาพรวมของรายได้ก็จะเท่ากับเราซื้อรถยนต์ในราคาที่ถูกลงนั่นเอง ดังนั้น การขอสินเชื่อรถยนต์อาจจะ เป็นทางเลือกที่ดีกว่าสำหรับลูกค้าเมื่อต้องการลงทุน...

