



# ความสุข ความสำเร็จ

## กับก้าวอย่างสู่วัยที่ 7 สู่การเป็นผู้นำธุรกิจ ของ บริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด



ในช่วงเวลาไม่นานบริษัทในเครือของธนาคารยักษ์ใหญ่อ่าง บริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ได้ก้าวเข้าสู่ปีที่ 7 แล้ว โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้พยายามมุ่งสู่การเป็นผู้นำในตลาดการให้บริการสินเชื่อรถยนต์ที่ครบวงจรด้วย ยุทธศาสตร์ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ที่บริษัทฯ ได้ยึดถือเป็นข้อปฏิบัติในการดำเนินงานตั้งแต่ ก่อตั้งวบจนปัจจุบัน ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลต่างๆ มากมายทั้งในระดับภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ Frost & Sullivan Award ASEAN Automotive Finance Company of the Year 2008 (Thailand) และ Frost & Sullivan Asain Pacific Automotive Awards 2009 และรางวัลระดับประเทศ Best Car Leasing โดย Grand Prix Group ในปี 2009, 2010 และ 2011 ซึ่งเป็นระยะเวลาถึง 3 ปีซ้อน และทำให้บริษัทฯ มีการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องมา โดยตลอด ซึ่งผู้ที่มิชอบกาสสำคัญในการผลักดันให้บริษัทฯ ก้าวหน้าสู่ความสำเร็จอย่างมั่นคงวบจนกระทั่งปัจจุบันจะเป็น ใครไปไม่ได้ นอกจากคุณอิสระ วงศ์รุ่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด นั่นเอง

12  
Green

คุณอิสระ วงศ์รุ่ง ทำงานอยู่ในแวดวง ธุรกิจเช่าซื้อและสินเชื่อรถยนต์มาไม่น้อยกว่า 24 ปีแล้ว โดยคุณอิสระเล่าให้ฟังว่า “การ ปฏิบัติงานในฐานะผู้บริหารระดับสูงของ บริษัทฯ จำเป็นที่จะต้องกำกับดูแลการทำ ธุรกิจให้ได้ตามเป้าหมาย และดำเนินธุรกิจ ให้มีความสอดคล้องเป็นหนึ่งในแบบเครือ ษนาคารกสิกรไทย เนื่องจากบริษัทฯ เป็น หนึ่งในเครือธนาคารกสิกรไทย ฉะนั้นการ ดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นต้องจะต้อง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่าง ครบวงจร และลูกค้าต้องได้รับความ พึงพอใจสูงสุดเพราะธุรกิจของเครือธนาคาร กสิกรไทย มีความพร้อมในทุกผลิตภัณฑ์ ทางการเงินที่สามารถตอบโทย์ทุกความ ต้องการทางการเงินกับลูกค้าอย่างครบครัน ตั้งนั้นการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงมิได้

ตั้งเป้าเฉพาะธุรกิจของบริษัทฯ เพียงอย่างเดียว แต่บริษัทฯ จะต้องทำงานและมีเป้าหมาย ร่วมกับธนาคารกสิกรไทย และบริษัทใน เครือธนาคารกสิกรไทยทั้งหลาย อย่าง เคียงบ่าเคียงไหล่ และสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้ลูกค้าบุคคลได้มีชีวิตเอกราช และ ลูกค้านักธุรกิจมีชีวิตที่ไร้ขีดจำกัด ตามหลักการ ของเครือธนาคารกสิกรไทย”  
ด้วยวิสัยทัศน์เช่นนี้เองจึงทำให้ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังใช้การสื่อสารภายในองค์กร K-Culture ในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรผ่าน สื่อและกิจกรรมต่างๆ โดยมีเป้าหมายให้ หลักแนวคิดในการทำงานรวมถึงวัฒนธรรม องค์กรได้เข้าถึงทีมปฏิบัติงาน ทีมบริหาร และองค์กร เพื่อจะได้นำแนวคิดเหล่านี้ไปใช้ ในกาบริการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการ

เงิน ไปจนถึงการสว่างแบรนด์เครือธนาคาร กสิกรไทยให้แข็งแกร่งอย่างยั่งยืนต่อไป  
“สำหรับปี 2012 ที่จะถึงนี้ ถ้าไม่มี บั้จจัยใดๆ เข้ามาเป็นตัวกดดันเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็บัจจัยทางการเมืองหรือ ภัยธรรมชาติก็น่าจะเป็นไปตามที่นักวิเคราะห์ หรือแม้กระทั่งหลายๆ สถาบันการเงิน ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าแล้วว่าตัวเลขใน ยุคสาทรกรรมรถยนต์ย่อมต้องออกมาสวยหู แนนอน ซึ่งบริษัทในเครือธนาคารกสิกรไทย ที่ดูแลในเรื่องเช่าซื้อรถยนต์อย่างบริษัท ลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ก็ได้วางแผนรองรับ รวมถึงตั้งเป้าหมายสำหรับปีหน้าแล้วที่เรา ต้องการเท่าใด โดยในปี 2011 บริษัทฯ คาดว่า จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดประมาณ 8% และจะ ก้าวกระโดดอีก 1 เท่าตัวในปี 2555 โดยตั้งเป้า สินเชื่อรถใหม่ไว้ประมาณ 51,200 ล้านบาท

โดยบริษัทได้ตั้งเป้าการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ใหม่ไว้ประมาณ 51,200 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นการก้าวกระโดดจากยอดที่เรา คาดหมายในปี 2011 ประมาณ 1.1 เท่า กลยุทธ์ที่ใช้อย่างคงเป็นการทำงานแบบให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญกับลูกค้าทางธุรกิจ พร้อมทั้งเพิ่มสัดส่วนของรถยนต์ในกลุ่มกระบะ รถยนต์ขนาดเล็กลงอีกอีโคคาร์ และรถตู้ให้มีปริมาณมากขึ้นเพื่อเป็นแรงช่วยในการสร้างรากฐานของการก้าวไปเป็นผู้นำในตลาดสินเชื่อรถยนต์ในอนาคตตามเป้าหมายที่บริษัทฯ ได้ตั้งไว้

ในช่วงที่ผ่านมาเครือธนาคารกสิกรไทย และบริษัท ลีสซิ่งกสิกร จำกัด ได้พยายามที่จะพัฒนาธุรกิจสร้างและยกระดับในด้านการให้บริการ ด้านการบริหารงาน รวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าสูงที่สุดตามหลัก Customer Centric โดยได้ออกผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคอย่าง สินเชื่อรถช่วยได้กสิกรไทย แคมเปญลดต้นลดดอก, K-SME Leasing Plus ได้ทั้งรถได้ทั้งเงิน ฯลฯ ข้อเสนอแนะ

สำหรับลูกค้าในการขอสินเชื่อรถยนต์ ลูกค้าบางท่านอาจจะคิดว่าถ้าเรามีเงินหรือเก็บเงินได้เท่ากับราคาารถที่เราจะซื้อ แล้วซื้อเงินสดเลยแปลว่าเราไม่เสียดอกเบี้ย ซึ่งถือว่าเป็นความคิดที่ดีในการที่จะไม่ต้องเสียดอกเบี้ยให้กับธนาคาร แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งหากเรามองในแง่ของการเงิน ถ้าลูกค้า นำเงินที่จะจ่ายค่ารถยนต์ประมาณ 70% ไปใช้ในการสร้างรายได้ที่มากกว่าการเสียดอกเบี้ย เช่น เอาไปลงทุนในด้านต่างๆ ก็จะทำให้ได้กำไรในส่วนต่างของดอกเบี้ย เมื่อมองในภาพรวมของรายได้จะเท่ากับลูกค้าซื้อรถยนต์ในราคาที่ถูกลงนั่นเอง ดังนั้นการขอสินเชื่อรถยนต์อาจจะเป็นทางเลือกที่ดีกว่าในการเลือกซื้อรถยนต์ของลูกค้าครับ ถ้าลูกค้ามีช่องทางในการลงทุน”

นี่คือคำแนะนำดีๆ ส่งท้ายจากผู้บริหารลีสซิ่งกสิกร แต่ไม่ว่าคุณจะเป็นลูกค้าของลีสซิ่งกสิกร หรือไม่ เพียงแค่คุณก้าวเข้ามาภายในอาคารของลีสซิ่งกสิกรไทย คุณก็จะได้รับการต้อนรับที่อบอุ่นซึ่งจะสร้างความประทับใจให้คุณไปอีกนาน

“ ลีสซิ่งกสิกรไทยยึด ยุทธศาสตร์ ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด ”

