

6. โครงการในอนาคต

โครงการขยายงานของบริษัท คือ ธุรกิจรับซื้อและจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้ว ภายใต้การดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อย คือ บริษัท กรุงไทย ออโตโมบิล จำกัด (“กรุงไทย ออโตโมบิล”)

บริษัท กรุงไทย ออโตโมบิล จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2548 โดยกลุ่มจันทร์เสริกุล ด้วยทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นจำนวน 400,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยได้เข้าร่วมโครงการกับ บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด (“โตโยต้า ประเทศไทย”) ผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในประเทศไทย ในโครงการโตโยต้า ชัวร์ (Toyota Sure Program) ซึ่งเป็นโครงการจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าใช้แล้วภายใต้รูปแบบและการบริหารงานที่ได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากโตโยต้า ประเทศไทย เช่น การรับประกันสภาพรถยนต์ใช้แล้วที่จำหน่ายไปโดยโตโยต้า ประเทศไทย เป็นเวลา 1 ปี หรือ ระยะทาง 20,000 กิโลเมตร การจัดหาสินค้าคงคลังและช่องทางการจำหน่าย การช่วยเหลืองบประมาณในการตลาด การนำระบบงานและเทคโนโลยีต่างๆ ที่ใช้ในต่างประเทศมาสนับสนุน ซึ่งโครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างมากในหลายประเทศทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น โดยนอกเหนือจากรถยนต์ในโครงการโตโยต้า ชัวร์ แล้ว กรุงไทย ออโตโมบิล ยังสามารถจำหน่ายหรือรับซื้อรถยนต์ใช้แล้วอื่นๆ ได้ทุกยี่ห้อ มิได้จำกัดเพียงแคื่อยี่ห้อโตโยต้าเท่านั้น

บริษัทได้มีการลงทุนในกรุงไทย ออโตโมบิล ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2548 ซึ่งอนุมัติให้บริษัทซื้อหุ้นสามัญของกรุงไทย ออโตโมบิล จากกลุ่มจันทร์เสริกุลในราคาตามมูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 100 บาท เป็นจำนวน 379,993 หุ้น มูลค่ารวม 37,999,300 บาท ซึ่งในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2548 บริษัทได้มีการชำระค่าหุ้นเรียบร้อยแล้ว และทำให้ปัจจุบันโครงสร้างผู้ถือหุ้นของกรุงไทย ออโตโมบิล เป็นดังนี้

1. บริษัท กรุงไทยคาร์เร้นท์ แอนด์ ลีส จำกัด (มหาชน) สัดส่วนการถือหุ้น ร้อยละ 95.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด
2. นายวิสุทธิ เหมพรรณไพเราะ สัดส่วนการถือหุ้น ร้อยละ 5.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

คณะกรรมการของกรุงไทย ออโตโมบิล ประกอบด้วย

1. นายไพฑูรย์ จันทร์เสริกุล กรรมการ
2. นายพิเทพ จันทร์เสริกุล กรรมการ
3. นายพิชิต จันทร์เสริกุล กรรมการ
4. นายพิสิทธิ์ จันทร์เสริกุล กรรมการ
5. นายวิสุทธิ เหมพรรณไพเราะ กรรมการ และกรรมการผู้จัดการ

แผนการดำเนินธุรกิจของกรุงไทย ออโตโมบิล

ปัจจุบัน กรุงไทย ออโตโมบิล มีโชว์รูมจำหน่ายรถยนต์ ภายใต้ชื่อ “โตโยต้า กรุงไทย ยูสค์คาร์” ที่ก่อสร้างแล้วเสร็จเมื่อเดือนตุลาคม 2548 แห่งหนึ่ง ตั้งอยู่บนถนนกาญจนาภิเษก (พุทธมณฑลสาย 2) เขตบางแค กรุงเทพฯ บนพื้นที่รวมประมาณ 7 ไร่ และสามารถเริ่มดำเนินการได้ในเดือนพฤศจิกายน 2548 ซึ่งจะเป็นโชว์รูมที่มีรถยนต์ที่มีสภาพดี และมีความหลากหลายจอดแสดงมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกชมและซื้อสินค้าที่มีสภาพดีได้อย่างพอใจ

กรุงไทย ออโตโมบิล มีเป้าหมายที่จะเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วในประเทศไทย ที่ผู้บริโภครู้จัก และให้การยอมรับอย่างสูง รวมถึงเป็นหนึ่งในบริษัทที่มียอดขายสูงสุดในการขายรถมือหนึ่งกับคู่แข่งอื่นๆ ภายในปี 2549 เนื่องจาก กรุงไทย ออโตโมบิล มีความได้เปรียบคู่แข่งในการขายรถมือหนึ่งใช้แล้วในหลายๆ ด้าน เช่น

- มีสินค้าที่มีการรับประกันโดย โตโยต้า ประเทศไทย เป็นระยะเวลา 1 ปี หรือ 20,000 กิโลเมตร ทำให้ผู้บริโภคและสถาบันการเงินที่ให้การสนับสนุนมีความมั่นใจในตัวรถยนต์
- ได้รับการสนับสนุนจาก โตโยต้า ประเทศไทย และบริษัทต่างๆ ในเครือโตโยต้า ในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ ทั้งระบบบริหารจัดการ การทำการตลาด การสนับสนุนทางการเงิน การจัดหาสินค้าคงคลัง และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
- ได้รับการสนับสนุนจากบริษัท กรุงไทยคาร์เร้นท์ แอนด์ ลีส จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทแม่และมีรถยนต์สภาพดีที่จะจำหน่ายออกเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้ กรุงไทย ออโตโมบิล มีความได้เปรียบในการจัดหาสินค้าคงคลังในปริมาณมาก มีคุณภาพดี และมีความหลากหลาย
- ได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคและสถาบันการเงินที่จะสนับสนุนสินเชื่อให้แก่ลูกค้าและกรุงไทย ออโตโมบิล ในอัตราพิเศษ เนื่องจากการมีผู้ถือหุ้นใหญ่ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ทำให้มีความโปร่งใสในการทำงาน และการดำเนินงานภายใต้ระบบงานและเทคโนโลยีของโตโยต้าที่ประสบความสำเร็จทั่วโลก ซึ่งเป็นที่ยอมรับของสถาบันการเงินทุกแห่ง
- มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นส่วนช่วยให้โครงการจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้วของโตโยต้าในหลายประเทศประสบความสำเร็จอย่างสูง ซึ่งแตกต่างจากคู่แข่งหลายรายซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย และไม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพียงพอ
- มีผู้บริหารที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจรถยนต์
- มีฐานลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้ออยู่เป็นจำนวนมาก จากฐานลูกค้าของบริษัทแม่และบริษัทที่เกี่ยวข้อง รวมถึงลูกค้าของบริษัทที่ไม่มีนโยบายในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายรถยนต์ใช้แล้ว

ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของกรุงไทย ออโตโมบิล ดังที่กล่าวมาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมให้บริษัทสามารถทำการตลาด และประสบความสำเร็จในการขายรถมือหนึ่งใช้แล้วซึ่งเป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคและสถาบันการเงินไม่มีความมั่นใจในผู้จำหน่าย เนื่องจากผู้จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีระบบการบริหารจัดการ และไม่สามารถตรวจสอบความเป็นมาตรฐานได้ นอกจากนี้ผู้จำหน่ายดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในการจัดหาสินค้าคงคลัง รวมถึงเป็นธุรกิจที่ไม่มีองค์กรที่ผู้บริโภคมั่นใจรับประกันสภาพให้อีกดังเช่นที่ กรุงไทย ออโตโมบิล ได้รับจาก โตโยต้า ประเทศไทย ดังนั้น จากปัจจัยข้างต้นจึงสร้างความมั่นใจได้ว่า กรุงไทย ออโตโมบิล จะสามารถประสบความสำเร็จในการขายรถมือหนึ่งใช้แล้วในอนาคตได้

กรุงไทย ออโตโมบิล มีแผนที่จะขยายสาขาเพิ่มเติมในพื้นที่ที่มีศักยภาพทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล หรือในเขตต่างจังหวัด และมีนโยบายให้การดำเนินงานของแต่ละสาขามีมาตรฐานในระดับสากลเท่าเทียมกัน โดยมีเจ้าหน้าที่การตลาดที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับรถยนต์ประจำอยู่ที่ศูนย์เพื่อให้ความรู้ คำแนะนำ พร้อมทั้งให้บริการต่างๆ แก่ลูกค้า โดยแผนการตลาดของ กรุงไทย ออโตโมบิล ในช่วงแรก จะเน้นการตลาดในเชิงรุก เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำในศูนย์จำหน่ายรถยนต์ ผ่านการสื่อสารแบบผสมผสานหลายช่องทาง เช่น นิทรรศการ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อให้การทำการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ผลประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับ

การดำเนินธุรกิจของ กรุงไทย ออโตโมบิล จะช่วยสนับสนุนการดำเนินกิจการของบริษัทได้อย่างมาก โดยจะทำให้บริษัทได้ราคาจำหน่ายรถยนต์ที่ครบสัญญาเช่าสูงขึ้น และลดอายุการถือสินค้าคงคลังของรถยนต์ที่รอจำหน่ายในอนาคต เนื่องจากในแต่ละปีบริษัทจะมีรถยนต์ที่ครบสัญญาเช่ามากขึ้นตามการขยายตัวของบริษัท ซึ่งในปัจจุบันบริษัทมีรถยนต์จำนวนมากที่ครบอายุตามสัญญาเช่าและต้องจำหน่ายออกในแต่ละปี และมีรถยนต์จำนวนไม่น้อยที่บริษัทต้องจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายอื่นๆ ที่ได้ผลตอบแทนน้อยกว่าการจำหน่ายตรงถึงผู้บริโภค เช่น การจำหน่ายผ่านการประมูล หรือการจำหน่ายผ่านตัวแทนรถยนต์ทั่วประเทศ เนื่องจากบริษัทอาจไม่สามารถจำหน่ายได้ทันที

นอกเหนือจากการช่วยเพิ่มราคาขายต่อ โดยการขายตรงถึงผู้บริโภคแล้ว กรุงไทย ออโตโมบิล ยังช่วยทำให้ราคาจำหน่ายไปยังช่องทางอื่นๆ สูงขึ้นด้วยตามหลักของกลไกตลาด เพราะบริษัทมีทางเลือกในการจำหน่ายมากขึ้นทำให้การพึ่งพิงช่องทางจำหน่ายโดยการประมูลหรือการจำหน่ายผ่านตัวแทนรถยนต์น้อยลง ทำให้ช่องทางเหล่านั้นต้องพยายามให้ราคาที่ดีขึ้นแก่บริษัทเพื่อให้ได้รถยนต์ไปจำหน่าย ดังนั้น บริษัทจึงคาดว่าผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการลงทุนในกรุงไทย ออโตโมบิล ดังกล่าวเหล่านี้ จะสามารถสร้างผลตอบแทนและมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้แก่บริษัท ตลอดจนผู้ถือหุ้นของบริษัทได้