

ธุรกิจรถเช่าเนื้อหอม

• ดีลเลอร์แห่งชั้นซิงแซร์กว่า 4 หมื่นล้าน

ดีลเลอร์รถยนต์สเปซธุรกิจท่องเที่ยวโต แต่เปิดแบรนด์รถเช่าระยะสั้น มันใจได้เปรียบเทียบราคา-ต้นทุนการประกอบธุรกิจ พร้อมชูประสบการณ์ด้านบริการหลังการขายเหนือผู้เล่นทั่วไป

ธุรกิจรถเช่าของประเทศไทยที่มีมูลค่าประมาณ 46,900 ล้านบาทในปี 2558 และเติบโตเฉลี่ยปีละ 5% ส่งผลให้ธุรกิจนี้หอมหวานชวนให้ผู้เล่นทั้งหน้าใหม่และหน้าเก่าเข้ามาทุ่มแข่งกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้จำหน่ายรถยนต์หรือดีลเลอร์ที่มีสายป่านรถใหม่รองรับหรือสร้างความเข้มแข็งต่อยอดกันได้ ขณะที่บางรายเคยทำรถเช่าระยะยาวมาก่อน ก็หันมาจับธุรกิจรถเช่าระยะสั้นมากขึ้น

ทั้งนี้การเป็นผู้แทนจำหน่ายรถยนต์ ถือว่าได้เปรียบจากการสั่งซื้อรถในจำนวนมาก (ฟลิต) ซึ่งมีเงื่อนไขพิเศษจากการสั่งตรงจากบริษัทแม่ หรือหากซื้อแบรนด์อื่นก็จะดีลในราคาที่ดีที่สุด ขณะเดียวกันยังมีความสามารถด้านบริการหลังการขายเป็นทุนเดิม รวมถึงมีสภาพดีพร้อมใช้งาน

อย่าง “พระราม 3 กรุ๊ป” ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ฮอนด้ารายใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่เปิดแบรนด์ “จิตคาร์เร็นท์ (Chic Car

Rent)” จะกลุ่มรถเช่าระยะสั้น ได้ 3-4 ปี ถือว่าได้การตอบรับดีพอสมควร

“ตลาดนี้มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามทิศทางของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ ประกอบกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหรือโลว์คอสต์แอร์ไลน์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเลือกบินแล้วเช่ารถเพื่อท่องเที่ยวต่อ” นายเกียรติ ตั้งตรงดัดดี ประธานกรรมการบริหาร บริษัทพระราม 3 กรุ๊ป ฮอนด้า จำกัด กล่าวและว่า

ขณะที่แผนงานของ “จิตคาร์เร็นท์เตรียมงบประมาณ 200 ล้านบาทในการขยายสาขา จากปัจจุบัน 11 แห่ง ในไตรมาส 4 จะเปิดเพิ่มอีก 1 แห่ง และจำนวนรถจากปัจจุบันที่มี 700 คัน จะเพิ่มอีก 250 คัน นอกจากนั้นแล้วจะพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย

“ปัจจุบันมีรถเช่าแบ่งออกเป็นระยะสั้น 40% และระยะยาว 60% คาดว่าภายใน 2-3 ปีข้างหน้า สัดส่วนระยะสั้นจะเพิ่มขึ้นเป็น 70% และ

ดีลเลอร์รถยนต์ที่ประกอบธุรกิจรถเช่า

- โตโยต้า แอท ยูไนเต็ด**
แบรนด์รถเช่า : ASAP
จำนวนรถ 9,000 คัน
จำนวนสาขา 6-10 แห่ง
- เอ็มจีซี-เอเซีย กรุ๊ป**
แบรนด์รถเช่า : Sixt, Master car rental
จำนวนรถ 5,000-6,000 คัน
จำนวนสาขา 12 แห่ง
- ฮอนด้า พระราม 3**
แบรนด์รถเช่า : Chic Car Rent
จำนวนรถ 900 คัน
จำนวนสาขา 12 แห่ง
- ไทยเร็นท์อะคาร์, สตาร์ฟลัก**
แบรนด์รถเช่า : ไทยเร็นท์อะคาร์
จำนวนรถ 8,000 คัน
จำนวนสาขา 32 แห่ง
- เคคาร์ กรุ๊ป (โตโยต้า, นิสสันกรุงเทพฯ)**
แบรนด์รถเช่า : กรุงเทพคาร์เร็นท์
จำนวนรถ 7,000 คัน
จำนวนสาขา 2 แห่ง

ที่มา : “ฐานเศรษฐกิจ” รวบรวม

ระยะยาว 30% ส่วนรายได้ในปี 2559 เราทำได้ 180 ล้านบาท ด้านเป้าหมายในปี 2560 คาดว่าจะทำได้ 380 ล้านบาท หรือเติบโตประมาณ 30% ซึ่งถือว่าเราพึงพอใจ เพราะเราเป็นน้องใหม่ในตลาด โดยเราคาดว่าอีก 2-3 ปี ข้างหน้าเราจะเปิดสาขาครบทุกสนามบินหลักและสนามบินรองที่มีกว่า 17-18 แห่งทั่วประเทศ”

ค่ายที่เพิ่งประกาศแผนบุกกรเช่าระยะสั้นเมื่อปีที่ผ่านมาคือโตโยต้า แอท ยูไนเต็ด ที่เปิด เอแซป (ASAP) ภายใต้ชื่อบริษัท ซินเนอร์เจ ดิต ออโต้ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด (มหาชน) “การเป็นดีลเลอร์รถยนต์อยู่แล้วทำให้เราสามารถกำหนดชีพพลายได้ และต้นทุนด้านราคาที่จะได้เปรียบผู้เล่นรายอื่นๆ” นายทรงวิทย์ วิจิ

ปัญญา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซินเนอร์เจติค ออโต้ เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด (มหาชน) กล่าวและว่า

ปัจจุบันเอแซป มีสาขาให้บริการ 6 แห่ง และภายในสิ้นปี 2560 จะเปิดครบ 10 แห่ง ขณะที่แผนงานในปี 2561 จะเพิ่มอีก 4 -5 แห่ง ด้านพอร์ตรถในมือมีจำนวน 9,000 คัน รองรับทั้งรถเช่าระยะสั้นและระยะยาว

“เรามีประสบการณ์ในรถเช่าระยะยาวมายาวนาน จึงนำทุกกระบวนการมาปรับแผนเพื่อรุกในกลุ่มระยะสั้น นอกจากนั้นแล้วเรามีการศึกษานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ ล่าสุดเราเตรียมจะเปิดบริการรถเช่าที่ติดเรดการ์ดใช้งานตามจริง หรือติดตามระยะทาง, ติดเป็นรายชั่วโมง โดยได้จับมือกับสตาร์ทอัพในการพัฒนาแอปพลิเคชันดังกล่าว คาดว่าจะเปิดให้บริการเร็วขึ้น”

ด้านค่ายเอ็มจีซี-เอเชีย ที่มีแบรนด์รถเช่าได้แก่ มาส

เอแซปผู้ให้บริการ

เช่ารถ

คิดตามระยะทาง

ซิคคาร์เร็นท์

พัฒนาแอปพลิเคชัน

ไตรมาส3

เตอร์คาร์เร็นท์เทิล สำหรับรถเช่าระยะยาว และ ซิกท์รถเช่าระยะสั้น ก็ชูความแข็งแกร่งด้านรถที่มีความหลากหลาย เพราะเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ทั้งฮอนด้า, นิสสัน และบีเอ็มดับเบิลยูมินิ ปัจจุบันมีรถในพอร์ต

กว่า 6,000 คัน และมีสาขา 12 แห่ง และเปิดสาขาที่ประเทศลาว มาเลเซีย และเวียดนามในเร็วนี้

รถเช่าอีกหนึ่งแบรนด์คือไทยเร็นท์อะดอร์ ที่มีบริษัทในเครือจำหน่ายรถเมอร์เซเดส-เบนซ์ ภายใต้ชื่อสตาร์แฟลก มีรถในพอร์ตกว่า 8,000 คัน และมีรถให้บริการรองรับทุกเซ็กเมนต์ตั้งแต่อีโคคาร์, เมอร์เซเดส-เบนซ์, เวสป้า ใช้กลยุทธ์ราคา อาทิ 499 บาทและจับมือกับพันธมิตรทั้งสายการบิน, บัตรเครดิต

ขณะที่เคคาร์ หรือบริษัทกรุงไทยคาร์เร็นท์ แอนด์ ลีส จำกัด (มหาชน) ที่มีธุรกิจขายรถใหม่ โดยโตต้า กรุงไทย และนิสสัน กรุงไทย มีรถในพอร์ต 7,000 คัน อย่างไรก็ตามการตลาดจะเน้นไปที่กลุ่มรถเช่าระยะยาว มากกว่าระยะสั้น และชุกกลยุทธ์ราคาและบริการเป็นหลัก

เรียกได้ว่าโอกาสทางการตลาดเปิดกว้าง และเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่คาดว่าจะมีอีกหลายรายกระโดดเข้ามาเล่น ขณะที่ผู้เล่นที่มีอยู่แล้วก็ต้องมีการจัดกลยุทธ์ ทั้งจำนวนรถ ราคา จำนวนสาขา และการบริการหลังการขาย ออกมาแข่งขันกันอย่างดุเดือด ■