



คุณปิยะศักดิ์ อุกฤษฏ์นุกูล
กรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท เงินติดล้อ จำกัด
ในเครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา

เงินติดล้อ รู้จัก - ริเริ่ม - จริงใจ - ไกล่ชิด สร้างชีวิตหมุนต่อได้ให้คนไทย

เพราะทราบดีว่าหนี้ในระบบ เป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญของประเทศไทย ทำให้ “เงินติดล้อ” ผู้ให้บริการ Microfinance ในเครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา มุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือคนไทยให้หลุดพ้นจากปัญหาดังกล่าว และยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มคนที่เข้าไม่ถึงระบบธนาคาร ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบที่มีความโปร่งใส และน่าเชื่อถือ

โดยถือเป็นผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์การเงิน ประเภทสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ ครอบคลุมทั้งรถยนต์ รถกระบะ รถจักรยานยนต์ รถบรรทุก รถแทรกเตอร์ ที่อนุมัติผลภายใน 30 นาที และรับเงินสดได้ทันทีที่สาขา เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ ส่งผลให้ “เงินติดล้อ” สามารถเข้าไปอยู่ในใจมหาชนไทย

หลังจากที่ครองตำแหน่งผู้นำตลาดสินเชื่อ Micro finance ได้สำเร็จ ในปีนี้ “เงินติดล้อ” ต่อยอดการดำเนินธุรกิจไปอีกขั้น ด้วยการประกาศ Rebranding ครั้งใหญ่ ภายใต้แนวคิด “ชีวิตหมุนต่อได้” พร้อมทั้งปรับโฉมตราสัญลักษณ์ใหม่ และทุ่มเงินกว่า 150 ล้านบาท ในการทยอยปรับโฉมป้ายหน้าสาขาใหม่ทั้งหมด

นับเป็นการต่อยอดจุดยืนขององค์กรที่ต้องการช่วยยกระดับวงการเงินสินเชื่อจำนำทะเบียนรถ รวมทั้งเป็น



แหล่งเงินทุนที่โปร่งใสให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย และเป็นส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหนี้ในระบบ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น

ขณะเดียวกัน ไม่เพียงแต่ “เงินติดล้อ” ให้บริการด้านสินเชื่อจำนำทะเบียนรถเท่านั้น เวลานี้ยังได้เดินทางไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ครอบคลุมความต้องการของคนไทยยิ่งขึ้น และตั้งเป้าขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีก 55 สาขา จากปัจจุบันมี 400 สาขา ทำให้ในปี 2559 จะมีสาขา 455 สาขาทั่วประเทศ

คุณปิยะศักดิ์ อุกฤษฏ์นุกูล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เงินติดล้อ จำกัด ในเครือธนาคารกรุงศรีอยุธยา ให้สัมภาษณ์ถึงจังหวะก้าวอย่างต่อเนื่องของเงินติดล้อ

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดตัวตราสัญลักษณ์ใหม่อย่างเป็นทางการทั่วประเทศ “เงินติดล้อ” ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างค่านิยมขององค์กร (Core Values) ให้แก่พนักงาน ได้เข้าใจวิสัยทัศน์และนโยบาย เพื่อส่งมอบพันธสัญญาขององค์กร ที่มุ่งหวังเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยลดปัญหาหนี้ในระบบให้กับคนไทย และยกระดับวงการเงินสินเชื่อของกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยให้มีมาตรฐานตรวจสอบได้ และยึดหลักปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

“การทำ Rebranding ครั้งนี้ เราให้น้ำหนักการสื่อสารภายในองค์กร เท่ากับภายนอกองค์กร โดยก่อนที่เราจะเปิดตัวโลโก้ใหม่ และประกาศออกสู่สาธารณชน ขึ้นป้ายใหม่ที่สาขาต่างๆ เรามีการทำ Roadshow ทั่วประเทศใน 8 ภาค พร้อมทั้ง Relaunch ค่านิยมองค์กร และอธิบายแต่ละข้อให้พนักงานเข้าใจมากขึ้น เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน”

โดยค่านิยมของ “เงินติดล้อ” ประกอบด้วย “รู้จัก” คือ การเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการเงิน โดยฝึกอบรมพนักงานในองค์กรให้เข้าใจผลิตภัณฑ์ และมีความรู้ในการบริหารจัดการเรื่องการเงิน เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตัวเอง ขณะเดียวกันยังได้จัดทำสื่อความรู้ด้านกฎวาระการเงิน การออม การกู้ยืมเงินแบบต่างๆ ให้กับผู้บริโภค เช่น จัดพิมพ์หนังสือการ์ตูนมีสาระ “หนูห็น อิน เงินติดล้อ” นำเสนอผ่านคาแร็กเตอร์การ์ตูนยอดนิยมอย่าง “หนูห็น” เพื่อให้อ่านสนุก เข้าใจง่าย และเข้าถึงประชาชนทั่วไปได้

“ริเริ่ม” คือ การคิดสิ่งใหม่ๆ ให้กับอุตสาหกรรมนี้ ซึ่งเป็น DNA ของเงินติดล้อ ดังจะเห็นได้จากกรเป็นแบรนด์แรกในวงการสินเชื่อที่พัฒนาระบบและเทคโนโลยี ทำให้สามารถอนุมัติและรับเงินสดได้ภายใน 30 นาที ขณะเดียวกันมีการขยายสาขาทั่วประเทศ เพื่อตอบโต้การให้บริการที่รวดเร็ว (Speed) และสะดวกสบาย (Convenience)

ผลการดำเนินงาน ของ “เงินติดล้อ”

ยอดลูกหนี้คงเหลือ

ปี 2558
17,000 ล้านบาท

ปี 2559 (ตั้งเป้า)
20,000 ล้านบาท

สัดส่วนพอร์ต
ยอดลูกหนี้คงเหลือ

รถเก๋ง
และรถกระบะ
46%

รถบรรทุก
และรถแทรกเตอร์
44%

รถจักรยานยนต์
และสินเชื่อส่วนบุคคล
10%

สิ่งที่กำลังทำในขณะนี้
คือ การเพิ่มมิติของ
แบรนด์ ผ่านการสื่อสาร
ในมุม Emotional ที่ทำให้
ลูกค้ารับรู้ หรือรู้สึก
ว่าเงินติดล้อช่วยให้ชีวิตของ
ลูกค้าไปต่อได้



4 เรื่องน่ารู้... ตราสัญลักษณ์ใหม่ “เงินติดล้อ”

- 1 ออกแบบบนแนวคิดเรื่องความเร็ว ความเป็นกันเอง ความน่าเชื่อถือ
- 2 เพิ่มไอคอนใหม่ มีความหมายที่ซ่อนอยู่ตรงกลาง คือแสงแห่งความหวังที่ส่องนำให้ลูกค้าได้เจอกางออก และเริ่มต้นใหม่
- 3 ไอคอนใหม่ออกแบบมาจากพอร์ตรถบรรทุกสองใบกำลังเงินติดล้อช่วยบรรเทาปัญหาทางการเงินให้กับลูกค้า ได้มีชีวิตก้าวต่อไปข้างหน้า
- 4 ความหมายของ 3 สีที่ใช้องไอคอนใหม่ สีแดง หมายถึงความรัก และความรวดเร็วในการให้บริการ สีน้ำเงิน หมายถึงความมั่นคง ไว้วางใจได้ และความสบายใจเมื่อมาใช้บริการเงินติดล้อ และสีขาว หมายถึงความซื่อตรง โปร่งใส อันเป็นวิถีปฏิบัติที่เราได้ให้กับลูกค้า



“ใกล้ชิด” ด้วยความที่องค์กรมีบุคลากรกว่า 2,000 คน แบ่งเป็น 1,500 คน ประจำตามสาขาต่างๆ และ 900 คน ประจำที่สำนักงานใหญ่ โดยสำนักงานใหญ่ มีหน้าที่ออกแบบระบบและวางนโยบายองค์กร ขณะที่สาขา มีความใกล้ชิดกับลูกค้า และมีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ที่การทำงานทั้งจากสำนักงานใหญ่ และสาขา ต้องสอดคล้องประสานไปในทิศทางเดียวกัน โดยทุกวันนี้ระดับบริหารจะลงพื้นที่เยี่ยมสาขาต่างๆ เพื่อรับฟังเสียงจากพนักงานที่สาขา และในทุกเดือนจะเอาเทปที่ลูกค้าติชมมาเปิดฟัง เพื่อให้ได้รู้ความต้องการของลูกค้า

คุณปิยะศักดิ์ อธิบายถึงเป้าหมายการทำ Rebranding ว่าเป็นการมองไปที่การเติบโตในระยะยาว เพราะบริษัทมองว่าแบรนด์มีความสำคัญ โดยปัจจุบันเงินติดล้อมี Brand Awareness กว่า 90% และติดอันดับ 1 Top of Mind Brand แต่สิ่งที่กำลังทำในขณะนี้ คือ การเพิ่มมิติของแบรนด์ ผ่านการสื่อสารในมุม Emotional ที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ หรือรู้สึกว่าการเงินติดล้อช่วยให้ชีวิตของลูกค้าไปต่อได้ สะท้อนวิสัยทัศน์ของบริษัทที่ต้องการให้คนเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้มากขึ้น

“ความสำเร็จของเงินติดล้อ มาจากการที่เรามี Passion มุ่งมั่นส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า ขณะเดียวกันเรามี Mindset ที่กล้าลองผิดลองถูก ทำให้เรารู้ว่าสิ่งไหนที่ทำแล้วได้ผลดี ประสบความสำเร็จ เราทำต่อ และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ส่วนสิ่งไหนที่ทำแล้วไม่ประสบความสำเร็จ เราหยุดทำ แต่เราต้องกล้าลองและไม่หยุดลงทุน เพื่อเดินไปข้างหน้า

ประกอบกับเงินติดล้อ มีความเชี่ยวชาญในการบริหารความเสี่ยง และมีระบบที่ดี ทำให้เราสามารถดูแลลูกค้าได้ตลอดอายุสัญญาสินเชื่อ เช่น ลูกค้าทุกรายที่ชำระสินเชื่อในแต่ละงวด จะได้รับ SMS ยืนยันการชำระเงิน เพื่อลูกค้าจะได้มีความสบายใจ รวมถึงการให้คำมั่นสัญญากับลูกค้าว่า เมื่อปิดบัญชีแล้ว ภายใน 7 - 10 วัน จะคืนเล่มทะเบียนรถให้กับลูกค้า นี่ก็จุดแข็งที่สร้างความแตกต่างให้กับเงินติดล้อ”