

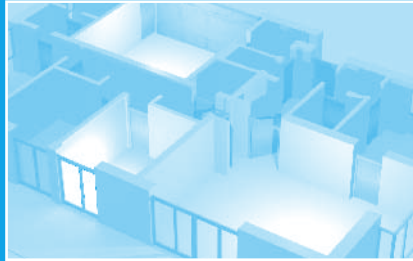
โตโยต้า มุ่งสู่การสร้างเมือง

ฉบับพิเศษ: บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
orbusiness@hotmail.com

โตโยต้า เป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น ทั้งยังเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมอีกด้วย ในช่วงที่ธุรกิจมีผลประกอบการสูงสุด (2008) มียอดขายได้รวมถึง 26 ล้านล้านเยน และยังมียอดจำหน่ายจำนวนรถใหม่สูงสุดในโลก 3 ปีซ้อน หลังลิห์แมนซ็อก ถึงจะมีปัญหาคุณภาพ หรือเงินเยนแข็ง ทำให้สภาพแวดล้อมธุรกิจมีความวิกฤติรายได้ล้นธุรกิจด้านรถยนต์มาบ้างก็ตาม แต่โตโยต้าก็ยังเป็นบริษัทรถยนต์ที่อยู่ในอันดับหนึ่งของโลกไม่เปลี่ยนแปลง ในขณะนี้โตโยต้า กำลังก้าวข้ามขอบเขตธุรกิจ (Business domain) รถยนต์ ไปสู่อีกหลาย ๆ ธุรกิจ

โตโยต้าโฮม เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่โตโยต้ารุกเข้าไปทำธุรกิจเกี่ยวกับบ้านที่อยู่อาศัยมานานพอสมควรแล้ว ได้มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หรือบริการ IT ซึ่งเติบโตขึ้นภายใต้ร่มเงาของธุรกิจรถยนต์มานานพอสมควร จากการเปลี่ยนแปลงของรถยนต์ทำให้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้น เป็นต้นว่า การขับเคลื่อนรถยนต์ ได้กำลังเปลี่ยนจากน้ำมันไปสู่การใช้พลังงานไฟฟ้าแทน รถยนต์ไฮบริด “PRIUS” ก็ได้พัฒนาแข่งหน้าบริษัทอื่นไปไกล เป้าหมายในปี 2012 คือ การวางจำหน่ายรถยนต์ PHV (Plug-in Hybrid Vehicle) และรถยนต์ไฟฟ้า ในปี 2015 มีแผนวางจำหน่าย รถยนต์ที่ใช้แบตเตอรี่ใช้เชื้อเพลิงไฮโดรเจน ถ้าหากว่ารถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานไฟฟ้า แพร่หลายกว้างขวาง ก็จะทำให้บ้านใหม่ๆ ที่มีอุปกรณ์การชาร์จไฟ มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นตามมา

ในอีกด้านหนึ่ง รถยนต์อนาคตที่ใช้อิเล็กทรอนิกส์ ก็จะเป็น “คอมพิวเตอร์ที่วิ่งได้” ซึ่งมีสมรรถนะการจัดการสารสนเทศได้ในระดับที่สูง ในการที่จะทำให้กลไกนั้นทำงานได้มีเพียงพอในรถยนต์ พร้อมทั้งระบบ IT ที่ใช้จัดการสารสนเทศ เช่น PC, Smartphone ด้วย ดังนั้น ในขณะนี้รถยนต์มีการพัฒนา เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย หรือ



IT ก็จะมีบทบาทมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น ถ้าหากนำเอาทั้ง 3 ธุรกิจ ได้แก่ รถยนต์ บ้านและระบบ IT เข้ามารวมกันก็จะกลายเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่มีประสิทธิภาพสำหรับทั้ง 3 ธุรกิจ เป็นต้นว่า Smart house ของโตโยต้าโฮม ก็จะประกาศตัวขายให้เหมาะเจาะกับจังหวัดที่จะวางจำหน่าย PHV “PRIUS” โดยสามารถขายได้เป็นคู่ไปพร้อมกัน ก็จะทำให้วิถีชีวิตของคนเราก้าวหน้าขึ้นได้ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยม คือ มีการตอบรับมากกว่าตอนวางจำหน่ายโมเดลเดิมถึง 3-4 เท่า เพราะว่าราคาของบ้านนั้นได้ปรับราคาให้ได้เท่ากับโมเดลเดิม เพื่อสร้างความนิยมให้เพิ่มมากขึ้น ผู้ใช้รถยนต์โตโยต้า ก็จะเลือกโตโยต้าโฮม ในขณะเดียวกันผู้ที่อาศัยอยู่ในโตโยต้าโฮม ก็จะซื้อรถยนต์โตโยต้า แผนนี้ไม่ได้เพียงแต่ดำเนินการในจังหวัดโอจิที่เป็นฐานของโตโยต้าเท่านั้น แต่กำลังขยายไปทั่วประเทศอีกด้วย



การก้าวสู่การพัฒนา Smart city การรวม 3 ธุรกิจเข้าด้วยกัน ไม่เป็นเพียงการเพิ่มความแข็งแกร่งทางการบริหารเพียงอย่างเดียว แต่ทั้ง 3 ธุรกิจ เป็น 3 ปัจจัยที่ขาดไม่ได้ในการนำไปสู่การสร้าง Smart city ในงานมอเตอร์โชว์ โตโยต้าได้นำเสนอทั้งคันลม แฉงพลังงาน-แสงอาทิตย์ ยังมีที่จอดรถที่ลักษณะแปลก นั่นคือ “Toyota Smart Mobility Park” ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าที่มาจากแสงอาทิตย์ที่สะสมได้ใช้สำหรับชาร์จรถยนต์ PHV, EV รถมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้าได้ ผู้ที่ใช้มอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมากและจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ จากนั้น พาหนะที่ใช้กันมากก็จะเป็นรถยนต์ PHV, EV และมอเตอร์ไซด์ไฟฟ้า ซึ่งจะตรงกับแนวคิดของ “เมืองของโตโยต้า”แน่นอนจะต้องมีอุปกรณ์สำหรับพาหนะเหล่านี้อยู่อย่างครบถ้วน

นอกจาก Smart Mobility Park ที่จำเป็นสำหรับรถยนต์มอเตอร์ไซด์ทั้งหลายแล้ว ยังต้องมีอุปกรณ์รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจราจรให้พร้อมสรรพอีกด้วย ใน Toyota City นี้ จะใช้ข้อมูลทีรวบรวมจาก รถยนต์ในรุ่นต่อไป เป็นฐาน ในการควบคุมการจราจรโดยใช้ระบบที่เรียกว่า ITS (Intensive Traffic System) ดังนั้น จะไม่เกิดภาวะการจราจรติดขัด หรือเกิดอุบัติเหตุขึ้น นอกจากนี้ การชาร์จไฟหรือกลไกการสร้างกระแสไฟฟ้าของ Smart house แต่ละหลังจะผูกกันเป็นเครือข่าย ดังนั้น จึงสามารถควบคุมพลังงานที่ใช้ทั้งภายในบ้านและนอกบ้านในเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้นว่า ใช้ Smart phone สั่งการจากภายนอกบ้าน ถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน หรือการชาร์จไฟรถยนต์ได้อย่างมีอิสระ นอกจากนี้ ยังเป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยการสร้างหุ่นยนต์สำหรับช่วยเหลือผู้สูงอายุ โดยสามารถติดตั้งไว้ในบ้านและที่โรงพยาบาล ทำหน้าที่แทน หรือช่วยผู้ดูแลได้อีกด้วย

