



## ส่วนที่ 1

## การประกอบธุรกิจ

## 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

## 1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KTC”) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดผ่านทางเครือข่าย และประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2539 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นที่ 50 ล้านบาท และได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2545 ต่อมาในวันที่ 9 กันยายน 2545 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นบริษัทได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 950 ล้านบาท โดยให้บริษัทเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”) ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นเดิมจำนวน 44 ล้านหุ้น และขายให้กับประชาชนทั่วไปจำนวน 51 ล้านหุ้น ทำให้บริษัทมีทุนจดทะเบียนรวม 1,000 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 100 ล้านหุ้น และในวันที่ 28 ตุลาคม 2545 บริษัทได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วันที่ 12 ธันวาคม 2545 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 50 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 5 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท เพื่อสำรองไว้สำหรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่จะออกและเสนอขายให้แก่พนักงานตามโครงการ ESOP ต่อมาในวันที่ 3 พฤศจิกายน 2546 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 1,530,162,000 บาท โดยมีมติให้จัดสรรหุ้นจำนวน 150 ล้านหุ้นให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมในอัตราส่วน 1 หุ้นเดิม ต่อ 1.5 หุ้นใหม่ และจัดสรรหุ้นจำนวน 3,016,200 หุ้น ไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิภายใต้โครงการ ESOP เพิ่มเติมจากการปรับอัตราการใช้สิทธิ จึงทำให้ ณ เดือนธันวาคม 2546 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 2,580,162,000 บาท และมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,500,000,000 บาท

ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม 2551 ใบสำคัญแสดงสิทธิถึงกำหนดอายุครบ 5 ปี และเป็นวันครบกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้าย โดยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2551 ผู้ใช้สิทธิทั้งสิ้น 4,885,950 หน่วย และใบสำคัญแสดงสิทธิที่ยังไม่ได้ใช้สิทธิมีจำนวน 114,050 หน่วย จึงทำให้มีจำนวนหุ้นสามัญคงเหลือจากการใช้สิทธิทั้งสิ้นจำนวน 182,793 หุ้น

วันที่ 30 เมษายน 2552 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทได้มีมติให้ลดทุนจดทะเบียน จากจำนวน 2,580,162,000 บาท เป็น 2,578,334,070 บาท โดยการยกเลิกหุ้นสามัญที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วแต่ยังไม่ได้ออกจำหน่ายจำนวน 182,793 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ซึ่งเป็นหุ้นที่เหลือจากการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิที่ออกให้แก่กรรมการและพนักงานของบริษัท โดยใบสำคัญแสดงสิทธิดังกล่าวได้หมดอายุลงแล้ว และบริษัทได้ดำเนินการจดทะเบียนการลดทุนต่อกระทรวงพาณิชย์เรียบร้อยแล้วในวันที่ 12 พฤษภาคม 2552



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,578,334,070 บาท และมีจำนวนบัญชีรวมประมาณ 2.6 ล้านบัญชี แบ่งเป็น บัตรเครดิต 1,887,015 บัตร และ KTC CASH 747,343 บัญชี

บริษัทได้รับรางวัลยอดเยี่ยมในเชิงธุรกิจสำหรับการให้บริการบัตรเครดิตในหลายปีที่ผ่านมาดังนี้

- ปี 2549 ได้รับรางวัล Outstanding Performer and Marketing Excellence ประจำปี 2006 จาก บริษัทวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล และ บริษัทวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล เอเชีย-แปซิฟิก
- ปี 2551 ได้รับรางวัลชนะเลิศ “MasterCard Asia/Pacific Middle East and Africa Product Award 2008” สาขาโปรแกรมบัตรเครดิตยอดเยี่ยม จากบัตรเครดิต KTC ไทยเนียม มาสเตอร์การ์ด
- ปี 2552 ได้รับรางวัลเกียรติคุณด้านการตลาดระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ “The 2009 MasterCard Hall of Fame Awards” สาขาเปิดตัวบัตรเครดิตใหม่ยอดเยี่ยม (Best New Card Launch) สำหรับบัตรเครดิตระดับสูงสุด “เคทีซี รอยัล ออร์คิด พลัส เวิลด์ มาสเตอร์การ์ด”
- ปี 2552 ได้รับ 3 รางวัลใหญ่จากโครงการ Lafferty South East Asia Payment Card Awards 2009 จัดโดย ลาฟเฟอร์ตี้ กรุ๊ป (Lafferty Group) บริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านการเงินแห่งประเทศไทย ได้แก่ Best Card Issuer in Thailand (รางวัลผู้ออกบัตรเครดิตที่ดีที่สุดในประเทศไทย) Best Premium Credit Card in Thailand (รางวัลบัตรเครดิตเคทีซี วีซ่า แพลทินัม เป็นบัตรเครดิตระดับพรีเมียมที่ดีที่สุดในประเทศไทย) และ Best Classic Card in Thailand (บัตรเครดิตเคทีซี วีซ่า คลาสสิก ได้รับคัดเลือกให้เป็นบัตรคลาสสิกที่ดีที่สุดในประเทศไทย)
- ปี 2553 ได้รับรางวัล Thailand Creative Event Awards 2009 (รางวัลสุดยอดการจัดงานธุรกิจเชิงสร้างสรรค์) จาก “KTC MasterCard Viva in the Air 2008” (โครงการวิวฮานานาชาติ บนบอลลูน 14 คู่ครั้งแรกในโลก) จากสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
- ปี 2553 ได้รับรางวัล Most Innovative Card Marketing Program (นวัตกรรมโปรแกรมการตลาด บัตรเครดิตยอดเยี่ยม) ในฐานะผู้ดำเนินโครงการการประกวดโรงแรมบูติกครั้งแรกในประเทศไทยจากงาน The MasterCard Hall of Fame Awards 2010
- ปี 2554 ได้รับรางวัลโปรแกรมการตลาดบัตรเครดิตที่มีประสิทธิผลที่สุด สำหรับแคมเปญกลุ่มบัตรเคทีซี-TDP บัตรเครดิตร่วมแบรนด์ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น (Most Effective Card Marketing Program Award for KTC-TDP) และรางวัลการตลาดดิจิทัลยอดเยี่ยมสำหรับแคมเปญโรงแรมเคทีซี บูติก ออวอร์ด (Best Digital Marketing for KTC Boutique Awards) ในงานมาสเตอร์การ์ด ฮอลล์ ออฟ เฟม มาร์เก็ตติ้ง อวอร์ดส 2011 (The MasterCard Hall of Fame Marketing Awards 2011)
- ปี 2556 เคทีซีได้รับรางวัลที่ 6 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดย บริษัท วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนลภายใต้ชื่อโครงการ “VISA Global Challenge” ประจำปี 2556 โดยมีองค์กรระดับโลกส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 144 ทีมจาก 44 ประเทศทั่วโลก



- ปี 2557 เคทีซีได้รับรางวัลที่ 1 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดย บริษัท วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนลภายใต้ชื่อโครงการ "VISA Global Challenge" ประจำปี 2557 โดยมีองค์กรระดับโลกส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 108 ทีมจาก 31 ประเทศทั่วโลก
- ปี 2557 เคทีซีได้รับรางวัล "Global Service Quality Award : Risk Efficiency" จากทาง บริษัท วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล โดยวีซ่าได้ประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกที่ให้บริการบัตรเครดิต และบัตรเดบิตทั้งหมดทั่วโลก ในด้านการบริหารความเสี่ยงควบคู่กับการบริการ โดยจะวัดจาก Risk-to-Approval Effective Rate ที่ต่ำที่สุด ซึ่งเคทีซีเป็นหนึ่งในหกสมาชิกที่ได้รับรางวัลจากทั้งหมดรวม 10,300 สมาชิก

นอกจากนี้ KTC ยังได้รับรางวัลอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ได้แก่

- ปี 2552 เคทีซี สมาร์ท ออฟฟิศ ได้รับรางวัล "Happy Work Place" ต้นแบบองค์กรแห่งความสุขจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) แผนงานสุขภาวะองค์กรภาคเอกชนในงานมหกรรม Happy Work Place Forum II 2009 วิถีแห่งความสุขในภาวะวิกฤติ
- ปี 2554 เคทีซี ได้รับรางวัล "Happy Work Place" องค์กรที่รักษามาตรฐานความเป็นองค์กรสุขภาวะในงาน "5 Apps To Happy Workplace 3.0" จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- ปี 2556 เคทีซีได้รับรางวัล "บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น" (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในงาน SET Awards 2013 ซึ่งจัดโดยความร่วมมือระหว่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวารสารการเงินธนาคาร
- ปี 2558 เคทีซีได้รับรางวัล "บริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น" (Outstanding Investor Relations Awards) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในงาน SET Awards 2015 ซึ่งจัดโดยความร่วมมือระหว่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวารสารการเงินธนาคาร
- ปี 2558 นายระพีพร ศรีมงคล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ และกรรมการกำกับดูแลกิจการ เคทีซี ได้รับการยกย่องเป็น CEO of The Year 2015 จากเครือหนังสือพิมพ์ ดอกเบญจธุรกิจ
- ปี 2558 เคทีซีได้รับ "รางวัลพิเศษ Special Award- Japan Tourism Award in Thailand 2015" ในฐานะองค์กรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นอย่างดีตลอดปี จากหน่วยงาน JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

## 1.2 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

ภายใต้วิสัยทัศน์ของบริษัทที่กำหนดไว้ว่า "To be a membership company through creating solid foundation for a sustainable growth and becoming the most preferred brand" เป็นการประกาศเจตนารมณ์ที่ชัดเจนของบริษัท ที่ต้องการให้มีการเติบโตแบบยั่งยืน (Sustainable) ผ่านการปรับกระบวนการความคิดรูปแบบใหม่ โดยมีความปรารถนาที่จะกระตุ้นให้ลูกค้ามีความกล้าในการเลือกใช้ชีวิตอย่างมีความหมายในรูปแบบตามที่ใจต้องการ บริษัทจึงจะ



สร้างทางเลือกต่างๆ ให้มากพอเพื่อตอบโจทย์ตามความปรารถนาของลูกค้า โดยเน้นที่การเข้าถึงและใส่ใจลูกค้าเป็นหลัก (Member Obsession)

นอกจากนั้น ยังตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้และสร้างสรรค์ การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ รวมไปถึงการสร้างคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบริษัท เพื่อให้มีทักษะความรู้ความเข้าใจ และมีการใช้ Insight intelligence ผ่านการวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีจำนวนมากมาย รวมไปถึงการสร้างการบริการที่เป็นเลิศ ตลอดจนมีการใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อสร้างการตอบสนองต่อลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ การบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เน้นใช้ระบบเทคโนโลยีการจัดการที่ทันสมัย และปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (customer centric) อยู่ตลอดเวลา

อนึ่ง KTC ยังมีจุดแข็งในด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ในการบริหารจัดการที่ชัดเจน ตลอดจนความสามารถในการบริหารงานของฝ่ายปฏิบัติการ (Operation) และ ฝ่ายติดตามหนี้ (Collection) ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังเร่งพัฒนาในเรื่องของงานบริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดอีกด้วย

เหล่านี้ จะเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ในการทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่อไป ในลักษณะเป็นตัวเลือกหลักของลูกค้า (Default choice) อันเป็นการเอื้อให้บริษัทสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน หากแต่ บริษัทยืนยันที่จะไม่ละเลยต่อการสร้างสัมพันธ์ระยะยาวกับพันธมิตร การสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่นักลงทุน ตลอดจนดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีธรรมาภิบาล

### 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี 2556

- ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ KTC ได้เปลี่ยนแปลงระบบคอมพิวเตอร์งานหลัก (Core-System) จากเดิมที่ใช้การประมวลผลจากผู้ให้บริการต่างประเทศ เปลี่ยนเป็นการซื้อระบบงานมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับงานของบริษัทด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานมากขึ้น
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 11 เมื่อวันที่ 12 เมษายน 2556 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการ 2 ท่าน ที่ออกจากตำแหน่งตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทอีกวาระหนึ่ง ได้แก่ นางกิตติยา โตรณะเกษม และนางศรีประภา พริ้งพวงษ์ และมีมติแต่งตั้งนายพลช หุตะเจริญ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการและกรรมการอิสระของบริษัท แทนนายพงศธร สิริโยธิน กรรมการซึ่งลาออกจากตำแหน่ง
- บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 3 ครั้ง มูลค่ารวม 10,000 ล้านบาท อายุระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 4.65 ถึง 5.00 ต่อปี
- เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 บริษัทได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจบริการงาน

## ปี 2556 (ต่อ)

ติดตามทวงถามหนี้ (Collection) ให้แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคาร

## ปี 2557

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2557 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัททั้งคณะและผู้บริหารของฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือ กำหนดและทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท รวมไปถึงการกำกับดูแลการดำเนินงานกิจการของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 12 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557 ได้มีมติแต่งตั้งนายธัญญพงศ์ ธรรมาวรานุกุลป์ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ แทนนายสุวิทย์ เมษินทรีย์ กรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557 ซึ่งประชุมในวันที่ 25 เมษายน 2557 มีมติแต่งตั้งให้นายพลท หุตะเจริญ กรรมการอิสระ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ และแต่งตั้งนายธัญญพงศ์ ธรรมาวรานุกุลป์ กรรมการ เข้ารับตำแหน่งกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการกำกับดูแลกิจการตามลำดับ
- บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 12 ครั้ง มูลค่ารวม 8,630 ล้านบาท อายุประมาณ 2 ปี ถึง 4 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 3.60 ถึง 4.50 ต่อปี
- บริษัทได้วางแผนคิดในการทำงานใหม่เป็น “Make it Better” โดยมุ่งปรับปรุงระบบงานและการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ภายในองค์กรให้ดีขึ้นรวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์บริการและสรรพสิทธิประโยชน์ที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงการทำธุรกิจควบคู่การทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดอย่างยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบบองค์รวม ทั้งนี้บริษัทมุ่งปลูกฝังและมอบโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างเต็มกำลัง รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้คุณค่าองค์กร (Core Values) 5 ประการ คือ 1. ความเป็นมืออาชีพ (Professional) 2. การทำงานเป็นทีม (Coordination) 3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของต่องานและบริษัท (Ownership) 4. ความแตกต่างที่เหนือชั้น (Differentiate) 5. ความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงด้วยพลังที่ไม่หยุดนิ่ง (Dynamic) โดยมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีมิตรภาพที่ดีและอยู่ร่วมกันด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน
- สำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2557 KTC ได้ออกแคมเปญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมวดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าให้กับสมาชิก และได้ขยายตลาดบัตรเครดิตใหม่ในตลาดหัวเมืองใหญ่ 4 ภาค เพื่อให้ความสำคัญกับตลาดในพื้นที่ส่วนภูมิภาคมากขึ้น และ KTC ยังได้ร่วมมือกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ออกบริการ



## ปี 2557 (ต่อ)

ให้ลูกค้าสินเชื่อบ้านของธนาคารชำระค่าวงผ่านบัตรเครดิตเคทีซี โดยการตัดบัญชีอัตโนมัติ ได้ตลอดอายุสัญญา และในไตรมาสสุดท้าย บริษัทได้เปิดตัวบัตร KTC X Visa Signature เพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของสมาชิกมากขึ้น โดยเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าที่ชอบรับประทานอาหาร รวมทั้งท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

- สำหรับธุรกิจสินเชื่อบุคคล ปี 2557 KTC ได้มีการรีแบรนด์สินเชื่อพร้อมใช้ “KTC Cash Revolve” เป็นสินเชื่อพร้อมใช้ “KTC Proud” โดยมีแนวความคิดหลักคือ “ความภาคภูมิใจ” ในสิ่งที่สมาชิกบัตรได้ทำให้แก่ตนเองและครอบครัว นอกจากนี้ยังเพิ่มคุณสมบัติใหม่จากเดิมที่เป็นบัตรกดเงินสดอย่างเดียว ให้มีบริการแบ่งชำระได้สูงสุดถึง 36 เดือน เมื่อมียอดแบ่งชำระตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป

## ปี 2558

- วันที่ 2 เมษายน 2558 บริษัท ทริส เบทติ้ง จำกัด ได้เพิ่มอันดับเครดิตองค์กร และหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของ KTC เป็น “A-” จาก “BBB+” และจัดอันดับเครดิตหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันวงเงินไม่เกิน 12,000 ล้านบาท ที่ระดับ “A-/Stable”
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 13 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2558 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้งกรรมการ 3 ท่าน ที่ออกจากตำแหน่งตามวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการของบริษัทอีกวาระหนึ่ง ได้แก่ นางกิตติยา ไตรณะเกษม นางปานทิพย์ ศรีพิมล และ นางอรุณภรณ์ ลิ้มสกุล
- ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2558 บริษัทได้แจ้งบริษัท วิน เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด เพื่อปฏิบัติงานในการติดตามทวงถามหนี้ให้กับบริษัท
- บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 8 ครั้ง มูลค่ารวม 9,593 ล้านบาท อายุประมาณ 1 ปี ถึง 10 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 2.12 ถึง 4.00 ต่อปี
- ในส่วนของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เคทีซีได้ร่วมกับ มาสเตอร์การ์ด ออกบัตรระดับพรีเมียม KTC World Rewards MasterCard ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมือง ที่รักการท่องเที่ยวต่างประเทศ ด้วยบริการระดับเวิลด์คลาส และร่วมกับ JCB ออกบัตรเครดิต JCB Platinum ใบแรกในไทย ที่เจาะกลุ่มระดับบน นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับ Visa ออกบัตร KTC Visa payWave และ MasterCard ออกบัตร KTC MasterCard Contactless ให้บริการชำระเงินรูปแบบใหม่ ที่ไม่ต้องสัมผัส เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วขึ้น
- ด้านธุรกิจสินเชื่อบุคคล ได้เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสมัครและทราบผลการอนุมัติที่สาขาได้ภายใน 30 นาที กับโครงการ Cash@Touch
- เคทีซีได้เปิดบริการออนไลน์เต็มรูปแบบ โดยปรับปรุงโมบายแอปพลิเคชัน “TapKTC” ให้รองรับสมาร์ตโฟนทั้งในระบบ iOS และ Android เพื่อให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี และสินเชื่อบุคคล “เคทีซี พรวา” ได้รับความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน



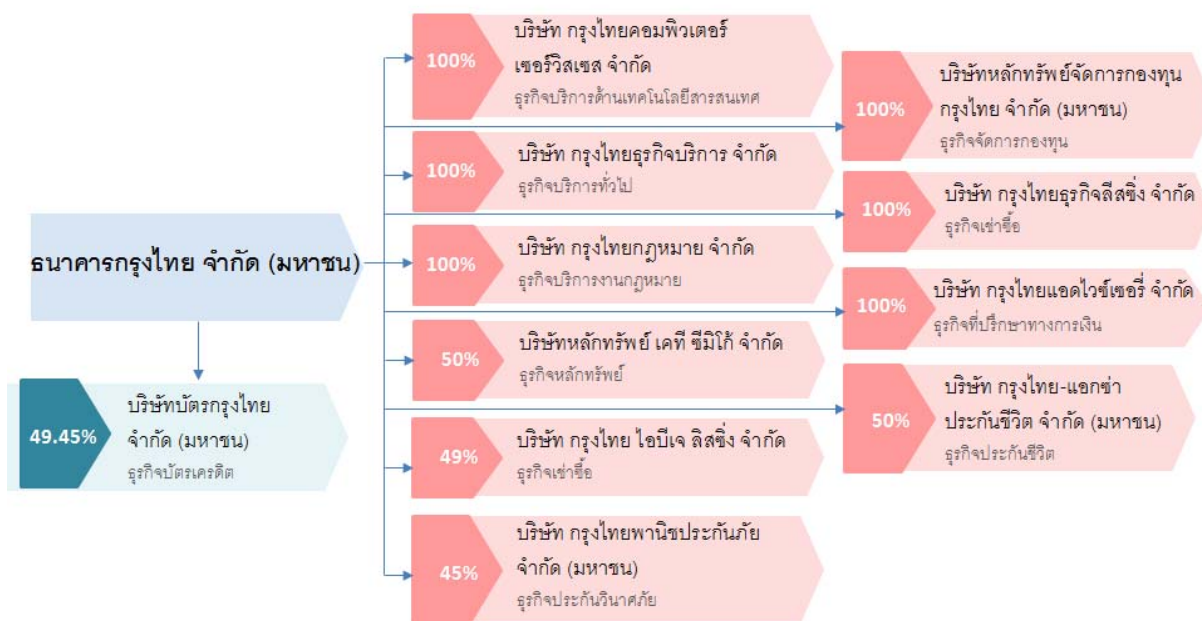
## ปี 2558 (ต่อ)

เงินผ่านระบบออนไลน์ได้ง่ายขึ้น

- เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 เคทีซีได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค (5) การให้บริการรับชำระเงินแทน
- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 KTC มีจำนวน KTC Touch ศูนย์บริการรับสมัครบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล บริการรับชำระเงิน และให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัททั้งสิ้น 23 แห่ง แบ่งเป็น กรุงเทพฯและปริมณฑล 22 แห่ง และภูมิภาค 1 แห่ง

### 1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558)

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีโครงสร้างการถือหุ้นใหญ่โดย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีสัดส่วนการถือหุ้น 49.45% ซึ่งบริษัทได้แสดงโครงสร้างการถือหุ้นของสถาบันการเงินที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินเท่านั้น



หมายเหตุ บริษัท กรุงไทยแอดไวส์เซอร์ จำกัด อยู่ระหว่างดำเนินการปิดกิจการ

### 1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทให้ความสำคัญในการขยายฐานผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีสาขาจำนวนมากทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดเป็นช่องทางหลัก เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับลูกค้าของธนาคาร เช่นเดียวกับที่ธนาคารได้นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้กับบริษัทในเครือ

ทั้งนี้ เพื่อให้การขยายฐานสมาชิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ เคทีซีจึงได้จัดให้มีหน่วยงาน Business Relation ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับเจ้าหน้าที่ของธนาคาร



โดยเฉพาะ เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขาย การใช้เอกสารประกอบตามหลักเกณฑ์ พร้อมทั้งยังจัดรายการส่งเสริมการขายควบคู่ เพื่อให้ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์สามารถขยายฐานผลิตภัณฑ์ฯ ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ KTC ได้จัดตั้งหน่วยงานย่อย Government Services Card ภายใต้ Business Relation โดยทำหน้าที่ประสานงานกับสายงานธุรกิจภาครัฐ ให้บริการบัตรเครดิตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับหน่วยงานราชการในการบริหารการเบิกจ่ายงบประมาณ การประชุมสัมมนาและการเดินทางให้มีความสะดวก ปลอดภัย โดยการร่วมมือดังกล่าวเป็นไปในลักษณะของการให้ความรู้ การสร้างเสริมและกระชับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างฐานการเติบโตอย่างยั่งยืน

KTC ยังเห็นถึงประโยชน์ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับทั้งสององค์กร และบริษัทในเครือฯ จึงได้ประสานความร่วมมือทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์และพัฒนากิจกรรมทางการตลาดร่วมกัน ในรูปแบบอื่น ๆ ทั้งในส่วนของการกระตุ้นการใช้จ่าย (Usage Marketing) การขยายฐานสมาชิกบัตร (Acquisition & CRM) และการขยายร้านค้า (Merchant Acquiring) โดยมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

#### ในด้านของ Usage Marketing

- โครงการ “KTC Housing Loan” หรือสินเชื่อผ่อนสบายผ่านบัตรเครดิต ซึ่งเป็นโครงการต่อยอดเฟสสอง ที่ประสบผลสำเร็จในปีที่ผ่านมา โดยให้สมาชิกสามารถผ่อนชำระบ้านผ่านบัตรและได้รับอัตราดอกเบี้ยอัตราเดียวกับการผ่อนเงินสด พร้อมรับคะแนนสะสมพิเศษคุณสอง ในการผ่อนชำระสามงวดแรก
- โครงการ “KTB Foreign Currency Exchange” โดยสมาชิกสามารถใช้บัตรเครดิต ชื้อเงินตราต่างประเทศ โดยไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต
- โครงการ “KTB Investment Festival” ที่ให้สมาชิกบัตรเครดิต รับคะแนนสะสมพิเศษสูงสุด 1.5 เท่า เมื่อซื้อประกันชีวิต กับบมจ. กรุงไทย-แอกซ่า ที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ
- โครงการ “Recurring for Krungthai-AXA” เพื่อให้สมาชิกได้รับความสะดวกสบาย ในการชำระเบี้ยประกันชีวิต ต่อ บมจ. กรุงไทย แอกซ่า แบบหักบัญชีอัตโนมัติ โดยสามารถสมัครใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ

#### ในด้านของ Acquisition & CRM

- โครงการ “ขยายฐานบัตรเครดิตสำหรับลูกค้ากลุ่ม Wealth” โดยตลอดปีได้ร่วมกับธนาคาร แนะนำ ขยายการรับสมัคร บัตร KTC-KTB Precious Plus Infinite, KTC-KTB Precious Plus Signature และ KTC-KTB Precious Signature ได้ยอดรวมกว่า 10,000 บัตร
- โครงการกิจกรรมพิเศษ “Fine Dining Experience” จัดกิจกรรมแบบเอ็กсклюзивเฉพาะสมาชิก ลูกค้าผู้ทรงเกียรติร่วมรับประทานอาหารกับผู้บริหารระดับสูงของทางธนาคาร ที่ร้านอาหารระดับไฮเอนด์

#### ในด้าน Merchant Acquiring

- โครงการร่วม “ขยายร้านค้า และการติดตั้งเครื่องรูดบัตร” ที่เป็นการร่วมมือกับสายงานเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็ก และรายย่อย สายงานธุรกิจขนาดกลาง (BC) และหน่วยงานที่ดูแลภาครัฐ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี มีจำนวนร้านค้าเข้าร่วมโครงการกว่า 4,000 ร้านค้าตลอดปี





KTC เชื่อว่าการดำเนินการดังกล่าวจะสามารถบรรลุเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และที่สำคัญยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อประโยชน์สูงสุดของทั้งสององค์กร



## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือผ่านทางเครือข่าย และ ประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน ซึ่งมีสมาชิกรวม 2.6 ล้านบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 51 อยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

#### 2.1.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของ KTC มาจากรายได้จากดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมของสองธุรกิจหลักของบริษัท ประกอบด้วย ธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งในส่วนของรายได้ค่าธรรมเนียมนั้นได้บันทึกรวมรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินโดยคำนวณจากยอดลูกหนี้ค้างชำระไว้ด้วย ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคที่มีธนาคารสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยได้สูงสุดร้อยละ 15 เท่านั้น ในขณะที่ภายใต้กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมได้ถึงร้อยละ 20 สำหรับบัตรเครดิต และร้อยละ 28 สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคล ส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นระหว่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย จะบันทึกบัญชีเป็นรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน นอกจากนี้ KTC ยังมีรายได้อื่น ๆ ได้แก่ รายได้จากธุรกิจสินเชื่อธรรมาวุธ รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น



โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินเฉพาะ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2556 - ปี 2558)

รายละเอียดโครงสร้างรายได้	ปี 2556 <sup>(1)</sup>		ปี 2557		ปี 2558	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
<b>รายได้จากธุรกิจบัตรเครดิต</b>	8,210	61.5%	8,915	62.2%	9,667	62.1%
(1) รายได้ดอกเบี้ย <sup>(2)</sup>	3,526	26.4%	3,775	26.3%	3,970	25.5%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	3,745	28.1%	4,030	28.1%	4,456	28.6%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	939	7.0%	1,110	7.7%	1,241	8.0%
<b>รายได้จากธุรกิจสินเชื่อบุคคล</b>	4,358	32.7%	4,946	34.5%	5,333	34.3%
(1) รายได้ดอกเบี้ย <sup>(2)</sup>	2,125	15.9%	2,341	16.3%	2,486	16.0%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	1,736	13.0%	1,957	13.7%	2,057	13.2%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	497	3.7%	647	4.5%	789	5.1%
<b>รายได้อื่น ๆ</b>	776	5.8%	476	3.3%	559	3.6%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อครัวเรือน	49	0.4%	44	0.3%	38	0.2%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ	50	0.4%	39	0.3%	33	0.2%
- รายการพิเศษจากการขายเงินลงทุน	307	2.3%	-	-	-	-
- กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	69	0.5%	73	0.5%	78	0.5%
- อื่น ๆ	300	2.3%	321	2.2%	410	2.6%
<b>รวมรายได้</b>	13,344	100.0%	14,337	100.0%	15,559	100.0%

ที่มา : งบการเงินปี 2556- 2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ ทัช โธมัส ไซยศ สอบบัญชี จำกัด และงบการเงินปี 2558 สอบทานโดย บริษัท ดีลรอยท์ ทัช โธมัส ไซยศ สอบบัญชี จำกัด




หมายเหตุ : <sup>(1)</sup> ตัวเลขงบการเงินปี 2556 ปรับปรุงใหม่เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับงบการเงินปี 2557

<sup>(2)</sup> บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ยของแต่ละธุรกิจที่อัตราร้อยละ 15 ไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินซึ่งบันทึกเป็นรายได้ค่าธรรมเนียม




## 2.1.2 ธุรกิจบัตรเครดิต

**ธุรกิจบัตรเครดิต** สามารถแยกออกเป็น 2 ด้านคือ ธุรกิจการออกบัตรเครดิต และธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต ธุรกิจการออกบัตรเครดิตจะเริ่มตั้งแต่การจัดหาลูกค้าบัตรเครดิต การอนุมัติวงเงินให้กับผู้ถือบัตรเครดิต การกำกับดูแลการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การรับชำระหนี้และการติดตามหนี้ โดยที่ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร (Issuing Bank) จะมีรายได้เป็นค่าธรรมเนียมในการทำรายการต่าง ๆ และดอกเบี้ยรับ ส่วนธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิตนั้นเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต โดยบริษัทจะคัดเลือกและติดตั้งเครื่องรูดบัตรให้กับร้านค้า เพื่อกำกับดูแลการอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าหรือบริการจากผู้ถือบัตรโดยบริษัทจะมีรายได้จากค่าธรรมเนียม

### 2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (Issuing Business)

ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (Issuing Business) เป็นธุรกิจของ KTC ในฐานะธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเครดิต หรือ Issuing Bank บริษัทได้รับอนุญาตให้ออกบัตรโดยมีตราสัญลักษณ์   และ  บนบัตร ทั้งนี้จะมีค่าธรรมเนียม



เนชั่นแนล เซอร์วิส แอสโซซิเอชัน (Visa International Service Association) (“วีซ่า”) มาสเตอร์การ์ด อินเตอร์เนชั่นแนล อินคอร์ปอเรเตด (MasterCard International Incorporated) (“มาสเตอร์การ์ด”) และ เจซีบี อินเตอร์เนชั่นแนล (JCB International) (“เจซีบี”) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการชำระเงินระหว่างธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และ ธนาคาร/บริษัทร้านค้า ผู้ถือบัตรสามารถเลือกได้ว่าต้องการใช้บัตรที่ออกร่วมกับวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือ เจซีบี โดยจะสามารถใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดได้กับทุกร้านค้าสมาชิกที่มีสัญลักษณ์   และ 

บริษัทดำเนินงานทางด้านธุรกิจออกบัตรเครดิต (Issuing Business) ในส่วนของการให้สินเชื่อบัตรเครดิต บริษัทมีนโยบายยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีตลอดชีพ (สำหรับบัตร 2 ใบแรก) และจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปี สำหรับบัตรใบที่ 3 ในอัตรา 500 บาทต่อปี

ทั้งนี้ บริษัท มุ่งเน้นพัฒนาแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์ และมีความต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโต ผ่านการขยายฐานบัตรและสมาชิกใหม่ รวมถึงตอบสนองความต้องการของสมาชิกปัจจุบัน ให้การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี เป็นส่วนหนึ่งในการใช้จ่ายของสมาชิก โดยมี 6 กลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. พัฒนา นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้ครบวงจร โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสมาชิก ที่จะอำนวยความสะดวกในการใช้บัตร ให้สะดวก ปลอดภัย และมีความคุ้มค่าสูงสุด โดยร่วมกับพันธมิตรต่างๆ ทั้ง วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และ เจซีบี โดยในปีนี้ได้ออกบัตรใหม่ KTC World Rewards MasterCard สำหรับลูกค้าในกลุ่ม Premium ที่มีไลฟ์สไตล์แบบคนเมือง มอบสิทธิพิเศษเน้นความเอ็กซ์คลูซีฟ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ กิน ช้อป เที่ยว พร้อมความพิเศษเหนือระดับจากเวิลด์ มาสเตอร์การ์ด ทั่วโลก รวมถึง ได้ออกบัตรเครดิตประเภท KTC JCB Platinum ใบแรกในประเทศไทย เจาะกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ชื่นชอบในผลิตภัณฑ์และหลงใหลการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น และยังเสริมความสะดวกสบาย ด้วยการออกบัตรเครดิตรูปแบบ Contactless ร่วมกับทาง Visa ในชื่อ 'KTC Visa payWave' และร่วมกับทาง MasterCard ในชื่อ 'KTC MasterCard Contactless' สำหรับการทำการรายการในรูปแบบไร้สัมผัส (contactless) เพื่อสร้างพฤติกรรมการชำระเงินในรูปแบบใหม่ และรองรับออนไลน์ที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด
2. มุ่งเน้นมอบสิทธิประโยชน์ในทุกหมวด โดยโฟกัสที่หมวดที่เป็นการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน อาทิ ร้านอาหาร ช็อปปิ้ง ซูเปอร์มาร์เก็ต น้ำมัน โดยไม่ทิ้งหมวดที่เป็นการใช้ตามโอกาส ที่มียอดใช้ต่อหน่วยสูง ที่สามารถแบ่งชำระ (KTC Flexi) ได้ เช่น ความงาม รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเสริมภาพลักษณ์ สร้างความต่างในหมวดท่องเที่ยว ด้วยบริการการท่องเที่ยวครบวงจร “KTC World Travel Service” รวมถึงการให้สิทธิประโยชน์ ร่วมกับพันธมิตร สายการบิน โรงแรม บริษัททัวร์ต่างๆ
3. ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ โดยเน้นกลุ่มระดับบน เพิ่มความเข้มข้น ต่อเนื่องและความหลากหลายของสิทธิประโยชน์ ในหมวดรับประทานอาหารในโรงแรม (Hotel Dining) หรือร้านอาหารระดับพรีเมียม สินค้าแบรนด์เนม ชี้นำ การแลกเปลี่ยนสะสม ขณะเดียวกันก็เร่งขยายสู่ตลาดต่างจังหวัด ที่เห็นศักยภาพ ด้วยการตลาดแบบ localized marketing เน้นหัวเมืองหลักๆ และเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ ด้วยสิทธิประโยชน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ร้านดังประจำจังหวัด และห้างสรรพสินค้าในท้องถิ่นที่เป็นพันธมิตรกับเคทีซี



4. ตอกย้ำความเป็นผู้นำ ในรายการสะสมคะแนน KTC Forever Rewards ( ~~Forever~~ ) ที่ให้คะแนนมีค่าเพิ่มขึ้น แลกเป็นเงินสด หรือ ส่วนลด หรือสินค้าในร้านค้าพันธมิตร ด้วยแคมเปญใหญ่ Forever Fever และแคมเปญต่างๆ รวมถึงการทำบุญ บริจาค หรืออื่นๆ ที่ทำให้สมาชิกชื่นชอบ และมีความจงรักภักดีในระยะยาว และที่สำคัญยังมีการพัฒนาระบบ Loyalty ที่สามารถทำแคมเปญที่แปลกใหม่ หลากหลาย เจาะกลุ่มเป้าหมาย และรองรับการทำ Loyalty คะแนนสะสมเฉพาะพันธมิตรด้วย
5. ทำการตลาด โดยยึดหลัก Customer Centric ที่ศึกษาข้อมูลในทุกมิติ ทั้งประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ และเชื่อมโยงเข้ากับรายการส่งเสริมการขายที่เฉพาะเจาะจง (targeted) รวมถึงเน้นการสื่อสารแบบ personalized ที่เข้าถึง ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
6. รุกตลาด และขยายการให้บริการทางด้านออนไลน์ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทั้งผ่านเว็บไซต์และสมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต ครอบคลุมทั้งระบบ iOS และ Android ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซี การตรวจสอบสถานะการสมัคร การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูลยอดการใช้จ่าย วงเงินคงเหลือ คะแนนสะสม การโอนและแลกคะแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า/ บริการต่างๆ ผ่านบัตร การให้บริการแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระ การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ FLEXI Installment Plan การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขายและตรวจสอบรายละเอียดโปรโมชั่น/ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ บริการบัตรเครดิต KTC Virtual และบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ รวมถึงยังมุ่งเน้นการทำกิจกรรม การให้สิทธิประโยชน์รายการส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งที่ เคทีซี ดำเนินการเอง และร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าออนไลน์ เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกหมวดสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกบัตรฯ ต่อเนื่องตลอดทั้งปี และยังเป็นการเพิ่มยอดใช้จ่าย รวมถึง จำนวนสมาชิกออนไลน์อีกด้วย

ท้ายที่สุดบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญ ในการศึกษาตลาด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ สิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการและเข้าถึงไลฟ์สไตล์ การใช้บัตรให้มากที่สุด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเติบโต โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้มีการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าดังนี้

จำนวนบัตรเครดิตและลูกหนี้บัตรเครดิต	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
จำนวนบัตรเครดิตรวม (บัตร)	1,528,921	1,567,283	1,807,755	1,887,015
อัตราการเติบโต (% ต่อปี)	-5.6%	2.5%	15.3%	4.4%
ลูกหนี้บัตรเครดิตสุทธิ (ล้านบาท)	32,090	32,875	34,715	38,429
อัตราการเติบโต (% ต่อปี)	3.7%	2.4%	5.6%	10.7%

บริษัทมีรูปแบบของบัตรเครดิตที่หลากหลายสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. **บัตรแบบ Generic Card** ในรูปแบบของบัตรเครดิต KTC Visa/MasterCard/JCB ที่ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากสถานบริการและร้านค้าที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั่วโลก รวมถึงสามารถเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าได้ เนื่องจากลูกค้ามีความหลากหลาย KTC จึงร่วมกับ



Visa/MasterCard /JCB ในการออกบัตรสำหรับลูกค้า 3 กลุ่มหลักดังนี้ กลุ่มแรกคือ กลุ่มซูเปอร์พรีเมียมซึ่งเป็นกลุ่มสูงสุด โดย KTC จะพิจารณาเชิญลูกค้าเข้ามาเป็นสมาชิกบัตร KTC Visa Infinite หรือ KTC World MasterCard เพื่อมอบสิทธิพิเศษเหนือระดับให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ กลุ่มที่สองคือ กลุ่มพรีเมียม โดยจะเสนอบัตรเครดิต KTC X Visa Signature เพื่อรับสิทธิที่ตรงกับความต้องการ กลุ่มที่สามคือกลุ่มแมสซึ่ง KTC จะเสนอบัตรเครดิต KTC Visa Platinum หรือ KTC Titanium MasterCard หรือ KTC Visa/MasterCard /JCB Gold โดยสมาชิกสามารถเลือกสมัครได้ตามต้องการ

ทั้งนี้ บริษัทมีบริการ Government Services Card (บัตร KTC เพื่อหน่วยงานรัฐ) เป็นบัตรเครดิตเพื่อหน่วยงานราชการ ช่วยให้การใช้จ่ายงบประมาณภาครัฐในด้านการเดินทาง อบรม สัมมนา และจัดนิทรรศการ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงลดภาระและความเสี่ยงในการถือเงินสดของข้าราชการ ลดขั้นตอนในการเบิกจ่าย และช่วยให้เม็ดเงินที่ใช้จ่ายในหมวดดังกล่าวผ่านสู่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้เร็วขึ้น อีกทั้งยังมีความคุ้มครองจากแผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง ในระหว่างการเดินทางปฏิบัติราชการเมื่อชำระค่าตัวโดยสารยานพาหนะสาธารณะด้วยบัตรเครดิต












2. **บัตรประเภทบัตรร่วม (Co-brand)** เป็นบัตรที่เกิดจากการร่วมมือระหว่าง KTC กับบริษัทชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เป็นพันธมิตรทางการค้า ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากร้านค้าได้ตามปกติ แต่ถ้าเป็นการนำบัตรประเภทนี้ไปใช้ในร้านค้าที่เป็นผู้ร่วมออกบัตร ผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการจัดรายการพิเศษเป็นกรณี ๆ ไป โดยบริษัทเหล่านี้จะมีข้อตกลงกับ KTC ในการร่วมมือกันขยายฐานบัตรและจัดการรายการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นสิทธิพิเศษกับผู้ถือบัตรตามลักษณะเฉพาะของบัตรร่วมนั้น ๆ เพื่อขยายฐานบัตรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้บัตรร่วม (Co-Brand) ของบริษัท ได้จัดเป็นกลุ่มในรูปแบบของ Life Style Segmentation Card เป็นบัตรที่มีลักษณะเฉพาะ โดยบริษัทจะแบ่งลักษณะของบัตรตามลักษณะการใช้จ่ายของลูกค้าเป็นหลัก โดยที่ลูกค้าจะได้รับสิทธิพิเศษตามลักษณะของบัตรที่แตกต่างกัน

3. **บัตรประเภท Affinity Card** เป็นบัตรที่ออกร่วมกับสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร เช่น สมาคมนักบินไทย สมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาคมนิสิตเก่าคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ราชวิทยาลัยแพทยออร์โธปิดิกส์แห่งประเทศไทย สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ (วิทยาลัยเสนาธิการทหาร สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร และสถาบันวิจัยทางยุทธศาสตร์) สมาคมศิษย์เก่าวิศวกรรมศาสตร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สมาคมนักเรียนเก่าวิชาวุฒิมหาวิทยาลัยในพระราชูปถัมภ์ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย สมาคมจัดการงานบุคคล สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยขอนแก่น และสมาคมนักเรียนเก่าเตรียมอุดมศึกษาในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น



**(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจการออกบัตรเครดิต**

บริษัทให้บริการและมีสิทธิประโยชน์เสนอให้ผู้ถือบัตรเครดิตหลายประการดังนี้

- 1) **บริการชำระค่าสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด** ผู้ถือบัตรเครดิตของบริษัทสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ร้านค้า ที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศกว่า 200 ประเทศ ตามวงเงินของผู้ถือบัตรที่ได้รับอนุมัติแต่ละราย โดยบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้น ๆ ให้ร้านค้าผ่านทางธนาคาร/บริษัทร้านค้า เมื่อครบกำหนดรอบบัญชีของผู้ถือบัตร (ประมาณ 1 เดือน) บริษัทก็จะดำเนินการเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรจะสามารถเลือกที่จะชำระเงินให้กับบริษัทเต็มจำนวนตามยอดการใช้จ่าย หรือผ่อนชำระขั้นต่ำตามเกณฑ์ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระขั้นต่ำไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงเหลือ แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน โดยกรณีการผ่อนชำระนี้ บริษัทจะคิดดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปีรวมกับค่าธรรมเนียมการใช้งบการเงินบัตรเครดิตร้อยละ 5 ต่อปี ตามจำนวนเงินที่ค้างชำระตั้งแต่วันที่บริษัทบันทึกรายการแต่ละรายการถึงวันที่ชำระเงิน
- 2) **บริการเบิกเงินสดล่วงหน้า (Cash Advance)** เป็นการให้บริการแก่ผู้ถือบัตรเครดิตที่สามารถเบิกเงินสดไปใช้ โดยหักออกจากวงเงินบัตรเครดิตที่บริษัทอนุมัติให้กับผู้ถือบัตร ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถเบิกเงินได้ทั้งในและต่างประเทศ กรณีที่เบิกเงินสดในประเทศ จะสามารถเบิกได้จากเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine หรือ ATM) ของทุกธนาคาร ที่มีเครื่องหมาย   หรือ  หรือเบิกจากเคาน์เตอร์สาขาของธนาคารกรุงไทยที่มีเครื่องหมายรับบัตรเครดิต ในกรณีที่เป็นการเบิกถอนเงินสดในต่างประเทศ สามารถเบิกได้จากเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มีเครื่องหมาย     และ  หรือเบิกจากจุดแลกเปลี่ยนเงินตรา (Exchange Booth) ที่มีเครื่องหมายรับบัตรวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือเจซีบี นอกจากนี้ ผู้ถือบัตรเครดิต ยังสามารถทำรายการเบิกถอนเงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์ (ผ่าน ClickKTC) และสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต (ผ่าน TapKTC) ทั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำการสำเร็จ สำหรับบริการนี้บริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าที่บริษัทคิดจากผู้ใช้บริการร้อยละ 3 ของยอดเงินที่เบิกถอนต่อครั้ง โดยกำหนดยอดเงินขั้นต่ำในการเบิกถอนแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 500 บาท และรายได้ดอกเบี้ยจากบัตรเครดิตซึ่งบริษัทเริ่มคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้งบการเงินตั้งแต่วันที่เบิกเงินสดจนถึงวันที่ชำระเงินครบทั้งจำนวน
- 3) **บริการเสริมอื่น ๆ** คือ บริการหรือสิทธิประโยชน์พิเศษเพิ่มเติมที่บริษัทให้แก่ผู้ถือบัตรควบคู่ไปกับบัตร ได้แก่
  - **ศูนย์บริการสมาชิกบัตร KTC** ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ท่านสมาชิกบัตรสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ หรือผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติโดยใช้รหัส KTC PIN เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีบัตร เครดิตหรือบริการต่าง ๆ เช่น ขอใบสมัครบัตรเสริม ขอสำเนาใบแจ้งยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิต เปลี่ยนแปลงรอบการตัดบัญชี การโอนหรือแลกคะแนนสะสม การขอเพิ่มวงเงิน รายการส่งเสริมการขาย ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งได้มีการจัดกลุ่มบริการให้ความสะดวกและช่วยเหลือท่านสมาชิกบัตร ดังนี้



- |   |   |               |
|---|---|---------------|
| - ศูนย์บริการสมาชิกบัตร KTC   | : KTC Phone   | 0-2665-5000   |
| - บัตรเครดิต KTC Platinum   | : KTC Visa Platinum Line  | 0-2665-5666   |
| - บัตรเครดิต KTC Visa Infinite  | : KTC Visa Infinite Line  | } 0-2665-5555 |
| - บัตรเครดิต KTC World MasterCard   | : KTC World MasterCard Line                                       |               |
| - บัตรเครดิต KTC-KTB Precious Plus Visa Infinite                                    | : KTC-KTB Precious Plus Visa Infinite Line                        |               |
| - บัตรเครดิต KTC X Visa Signature / KTC X World Rewards MasterCard                  | : KTC X Visa Signature Line / KTC X World Rewards MasterCard Line | 0-2665-5444   |
| - บัตรเครดิต KTC-KTB Precious Visa Signature / KTC-KTB Precious Plus Visa Signature | : KTC-KTB Visa Precious Signature Line                            | 02665-5333    |
| - บริการพิเศษผู้ถือหุ้นกู้เคทีซี  | : KTC Bondholder Line   | 0-2665-5999   |
- KTC Ultimate Assistance** ให้บริการความช่วยเหลือ 4 รูปแบบครอบคลุมทั่วทุกมุมโลก สำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC Visa Infinite / บัตร KTC World MasterCard และ บัตร KTC-KTB Precious Plus Visa Infinite ซึ่งสามารถติดต่อ KTC Ultimate Assistance by AXA Assistance โดยตรงที่หมายเลข 0-2206-5431 ความช่วยเหลือประกอบด้วย
    - บริการช่วยเหลือฉุกเฉินทางการแพทย์ทั่วโลก: ให้คำแนะนำปรึกษาทางการแพทย์ และประสานงานเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจากสถานพยาบาลแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เมื่อมีอาการเจ็บป่วยอยู่ในภาวะวิกฤต
    - บริการฉุกเฉินบนท้องถนนภายในประเทศ: บริการรถยก ช่างซ่อม หรือเติมน้ำมันฉุกเฉิน
    - บริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉินภายในบ้าน: บริการช่างกุญแจ ช่างประปา หรือกำจัดแมลง
    - บริการเลขาส่วนตัวทั่วโลก: บริการจองสนามกอล์ฟ ตั๋วภาพยนตร์ คอนเสิร์ต จัดส่งของขวัญหรือดอกไม้ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น
  - บัตรเครดิต KTC-JCB มีศูนย์บริการ**
    - JCB Plaza จำนวน 31 แห่ง
    - JCB Plaza Lounge 9 แห่ง
    - JCB Airport Lounge 28 แห่ง

ให้บริการ Concierge Services by JCB Plaza บริการพิเศษเป็นเลขาส่วนตัวเฉพาะสมาชิกบัตร JCB เพื่ออำนวยความสะดวกในการหาข้อมูล จองตั๋วเดินทาง โรงแรม รถเช่า รวมถึง



## Medical Hotline Service บริการช่วยเหลือฉุกเฉินยามเจ็บป่วยในต่างแดน

- **KTC World Travel Service** ให้บริการสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ในด้านข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจและท่องเที่ยว การสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า กรุ๊ปทัวร์และแพ็คเกจอิสระทั้งในและต่างประเทศ ตั๋วรถไฟยุโรป-ยูเรลพาส ตั๋วรถไฟญี่ปุ่น-เจอาร์พาส บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การดำเนินการขอวีซ่า และประกันการเดินทาง เป็นต้น ดำเนินการโดย บริษัท เวิลด์ เอ็กซ์พลอเรอร์ จำกัด

KTC World Travel Service เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่ 8.00-20.00 น. ที่หมายเลข 0-2665-5050 โดยไม่มีค่าธรรมเนียมการรูดบัตร พร้อมช่องทางออนไลน์ ให้สามารถจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก ฯลฯ ที่ [www.ktcworld.co.th](http://www.ktcworld.co.th)




- **บริการรับชำระค่าใช้จ่ายรายเดือนอัตโนมัติ (Auto Payment)** สามารถชำระค่าบริการโทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ ค่าเบี้ยประกันรายเดือน เงินบริจาครายเดือน ค่าสมาชิกหนังสือ ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน และค่าบริการ Easy Top Up ผ่านบัตรเครดิต KTC ได้ทุกประเภทบัตร
- **“The Stories” และ “Wonders Of The World”** บริการข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และบริการใหม่แบบรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC
- **นิตยสารท่องเที่ยวรายสองเดือน “My World”** ที่รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ พร้อมสิทธิประโยชน์จากพันธมิตร และ คู่มือท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ “KTC Guidezine” ที่เหมาะกับนักเดินทางอิสระ ด้วยจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยม และอยู่ในกระแสนิยม
- **แผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง** คุ้มครองท่านสมาชิกบัตร รวมถึงคู่สมรส และบุตรที่มีอายุไม่เกิน 23 ปีบริบูรณ์ ในกรณีที่ใช้บัตรเครดิต KTC ชำระค่าตัวโดยสารยานพาหนะสาธารณะ ด้วยวงเงินประกัน สูงสุด คือ
  - 1 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC Visa / KTC MasterCard Classic
  - 4 ล้านบาท สำหรับ KTC Visa Gold / KTC MasterCard Gold และ KTC Titanium MasterCard
  - 8 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC Visa Platinum / JCB Platinum และประกันกระเป๋าเดินทางสูญหาย / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด 40,000 บาท
  - 20 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC Visa Signature / KTC X Visa Signature / KTC World Rewards MasterCard / KTC X World Rewards MasterCard และประกันกระเป๋าเดินทางสูญหาย / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด 40,000 บาท
  - 40 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC Visa Infinite / KTC World MasterCard และ KTC-KTB Precious Plus Visa Infinite และประกันกระเป๋า



เดินทางสูญเสีย / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด  
40,000 บาท

- **รายการสะสมคะแนน Forever Rewards** ทุก 25 บาท ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรรับ 1 คะแนน ซึ่งไม่มีวันหมดอายุ เพื่อสะสมไว้แลกกับของรางวัลต่างๆ เช่น ใช้ 1,000 คะแนน แลกแทนเงินสด 100 บาท หรือส่วนลดพิเศษเพื่อใช้แลกซื้อสินค้าและบริการ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ กว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ หรือบัตรโดยสารสายการบิน รวมถึงการร่วมแบ่งปัน และทำบุญให้แก่มูลนิธิที่เข้าร่วมรายการ
- **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการ Flexi** บริการแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการเป็นงวด ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษร้อยละ 0 - 0.89 ต่อเดือน นานสูงสุดถึง 10 เดือน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงิน และการบริหารค่าใช้จ่ายรายเดือน รวมถึงบริการแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการ Flexi by Phone ซึ่งรับบริการแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการสำหรับรายการที่รอเรียกเก็บในเดือนถัดไป ด้วยอัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.89 ต่อเดือน
  - บัตร JCB ใช้งานที่ประเทศญี่ปุ่น บริการ Flexi อัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.69
  - บัตร MasterCard ใช้งานที่ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย บริการ Flexi อัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.69

ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยสำหรับบริการ Flexi อาจขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นในแต่ละช่วง

- **U Shop V Deliver** บริการสั่งซื้อสินค้า จัดส่งฟรีถึงบ้าน โดยมีพันธมิตรร้านค้ากว่า 150 ราย และจำนวนสินค้ากว่า 5,000 รายการ ให้เลือกซื้อ จากแคตตาล็อก หรือสั่งซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ [www.ktc.co.th](http://www.ktc.co.th) หรือจุดให้บริการ KTC Touch โดยสามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิตเคทีซีได้ทุกประเภท หรือใช้คะแนนสะสม Forever Rewards
- **KTC Real Privileges** บนเว็บไซต์ [www.ktc.co.th](http://www.ktc.co.th) ได้รวบรวมข่าวสารสิทธิประโยชน์ และสิทธิพิเศษมากมายครอบคลุมทุกประเภทการใช้จ่าย เช่น ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือธุรกิจ สถานเสริมสุขภาพและความงาม โรงเรียนสอนภาษา เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างท่านสมาชิกบัตร และ KTC ผ่าน FACEBOOK ที่ [www.facebook.com/ktcrealprivilege](http://www.facebook.com/ktcrealprivilege) และ TWITTER ที่ [twitter.com/ktcprivilege](http://twitter.com/ktcprivilege) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลร้านอาหารแนะนำ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจในกลุ่มสมาชิกผู้ใช้สังคมออนไลน์ (Social Network) รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของ KTC
- **Secured e-pay** บริการด้านความปลอดภัยให้กับสมาชิกบัตรเครดิต KTC ในการทำรายการชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านเครือข่าย  อินเทอร์เน็ตที่มีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและสามารถรองรับระบบ (VbV) ของวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั้นเนล และ  (MCSC) ของมาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนล และ  J/Secure ของเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนล ด้วยกลไกป้องกันข้อมูลในการยืนยันตัวตนของผู้ถือบัตรถึง 2 ขั้นตอน คือ การใช้รหัส



VbV MCSC หรือ J/Secure อันเป็นรหัสป้องกันการลักลอบใช้บัตร โจรกรรมข้อมูลบัตร และ ข้อความส่วนตัว (Personal Message) เพื่อสร้างความมั่นใจว่า เป็นร้านค้าในระบบออนไลน์ที่ได้ลงทะเบียนกับวีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล มาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล และเจซีบี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต KTC ในระบบออนไลน์ จะดำเนินการในรูปแบบการเข้ารหัสข้อมูลตามมาตรฐานของ SSL 128 Bit

- **KTC Online Services** เป็นบริการให้สมาชิกบัตรฯ เคทีซีสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ด้วยตนเองทั้งบนเว็บไซต์ (ClickKTC) และบนสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (TapKTC) รองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดสบาย แก่สมาชิกบัตรฯ ง่าย สะดวกทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซี การตรวจสอบสถานะการสมัคร การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูลยอดการใช้จ่าย วงเงินคงเหลือ ค่ะแนสสะสม การโอนและแลกคะแนสสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า/บริการต่างๆ ผ่านบัตร การให้บริการแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระ การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ FLEXI Installment Plan การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขายและตรวจสอบรายละเอียดโปรโมชั่น/รายการส่งเสริมการขายต่างๆ บริการบัตรเครดิต KTC Virtual และบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ ทั้งนี้ บริการออนไลน์ของ KTC (KTC Online Services) มีระบบรักษาความปลอดภัยระดับสูงด้วยระบบ OTP (One-Time Password) ที่จะแจ้งรหัสการทำรายการต่างๆ ไปยังเบอร์โทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนไว้กับ KTC และระบบ Email Notification ที่จะแจ้งเตือนทุกการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์

#### (ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

- 1) **รับสมัครผู้ถือบัตรเครดิต (Acquiring Cardholders)** บริษัทรับสมัครผู้ถือบัตรเครดิตผ่านช่องทางหลัก ๆ ดังนี้
  - **KTC Touch** ศูนย์บริการทางการเงินครบวงจร โดยมีพนักงานของบริษัทอำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำและบริการในด้านต่าง ๆ เช่น รับสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เป็นจุดรับบัตรเครดิตและให้บริการสมาชิกบัตร ตลอดจนรับชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเจ้าของกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 KTC มีจุดบริการ KTC Touch ทั้งสิ้น 23 จุดบริการ แบ่งเป็น 22 จุดบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาค
  - **ผ่านทางสาขาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย** ที่มีสาขารอบคลุมทั่วประเทศกว่า 1,000 สาขา โดยบริษัทให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานและสาขาที่สามารถหาลูกค้าใหม่ ๆ ให้กับบริษัท โดยจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งช่องทางการรับสมัครผ่านพนักงานและ/หรือสาขาของธนาคาร สามารถช่วยขยายฐานสมาชิกบัตรใหม่ได้เป็นอย่างดี
  - **ช่องทาง Outsource Sales** บริษัทดำเนินการใช้บริการจากบุคคลภายนอกประเภทบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล สำหรับงานแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ KTC โดยมีผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ (อิสระ)

ทั่วประเทศกว่า 15,000 ราย บริษัทเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี พร้อมดำเนินการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับการอนุมัติจริงโดยไม่ผิดเงื่อนไขการจ่ายค่าตอบแทนที่บริษัทกำหนด ไปยังผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ โดยตรง ทั้งนี้บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานสำหรับผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ตามที่บริษัทกำหนด

- **ช่องทาง Telesales** บริษัทดำเนินการบริหารงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์โดยตรง ในรูปแบบ In-House Telesales โดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์ในการนำเสนอการขาย เพื่อขยายฐานสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี และงานบริการเพื่อกระตุ้นยอดการใช้ผ่านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี ทั้งนี้ บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฯ ให้ได้คุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานของการให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์อย่างถูกต้อง
- **ช่องทางที่ร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ** ได้แก่ บริษัทที่ออกบัตรร่วม (Co-brand) พันธมิตรทางธุรกิจ และสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร (Affinity) ในการหาสมาชิกบัตรใหม่
- **ช่องทางอินเทอร์เน็ต** เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า KTC ได้เพิ่มช่องทางในการสมัครบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตด้วย โดยลูกค้าสามารถดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์หลักของ KTC ([www.ktc.co.th](http://www.ktc.co.th)) หรือสมัครผ่านบริษัทคู่ค้า Silkspan ([www.silkspan.co.th](http://www.silkspan.co.th)) ได้ 24 ชั่วโมงทุกวัน
- **แผนก Government Card** ทำหน้าที่ขยายฐานบัตรเครดิตองค์กร ภายใต้บริการ “บัตร KTC เพื่อหน่วยงานรัฐ” (KTC Government Services Card) และ “บัตรเครดิต KTC VISA Corporate Gold” ให้แก่หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน องค์กรอิสระ บริษัทเอกชน เป็นต้น พร้อมทั้งกระตุ้นยอดการใช้ผ่านบัตรฯ และดูแลให้บริการหลังการขายด้วย

## 2) อนุมัติบัตรและวงเงิน (Credit Acceptance)

บริษัทจะทำการตรวจสอบการลงลายมือชื่อในใบสมัครก่อนบันทึกข้อมูลใบสมัครที่ได้รับทั้งหมดเข้าระบบงาน โดยผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย จะบันทึกผลการพิจารณาปฏิเสธการอนุมัติในระบบงาน และส่งจดหมายแจ้งให้ลูกค้าทราบ ในส่วนของใบสมัครที่ผ่านคุณสมบัติเบื้องต้น จะดำเนินการติดต่อผู้สมัครเพื่อยืนยันการสมัคร และขอข้อมูลผู้สมัครที่ยังได้ไม่ครบถ้วน รวมทั้งจะมีการตรวจสอบประวัติทางการเงินของผู้สมัครที่ได้ให้ความยินยอมมาพร้อมกับใบสมัคร จากฐานข้อมูลบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau Co., Ltd) เพื่อประกอบการพิจารณา

การพิจารณาอนุมัติบัตรและวงเงินที่จะให้กับผู้สมัครแต่ละรายจะพิจารณาจากหลายปัจจัยรวมถึงรายได้และความสามารถในการชำระหนี้สิน นอกจากนี้ บริษัทยังตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ของผู้สมัครจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด โดยบริษัทดังกล่าว ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเครดิตส่วนบุคคลและประวัติทางการเงินของลูกค้าในฐานะหน่วยงานแห่งชาติ ประกอบกับประสบการณ์ของนักวิเคราะห์ในบริษัท สำหรับการพิจารณาอนุมัติวงเงินนั้นบริษัทจะแยกกันพิจารณาวงเงิน โดยธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลจะยึดตามเกณฑ์ของ





ธนาคารแห่งประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามรูปแบบข้อมูลการชำระหนี้เงินของลูกค้าในอดีตเป็นฐานในการพิจารณาอนุมัติวงเงินด้วย ในกรณีของผู้สมัครรายเดียวกันแต่ขอสินเชื่อในหลายประเภทต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระหนี้เงินของผู้สมัคร สถานภาพด้านอาชีพ รายได้ และตำแหน่งหน้าที่การงาน โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงรวมของผู้สมัครแต่ละรายให้ไม่เกินกว่าความสามารถในการชำระหนี้เงินของผู้สมัครรายนั้น ๆ

บริษัทได้พัฒนาระบบ Credit Scoring ซึ่งเป็นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการให้คะแนนผู้สมัครแต่ละราย และพิจารณาอนุมัติตามคะแนนที่กำหนดไว้ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เพื่อให้การพิจารณาอนุมัติทำได้รวดเร็ว เป็นมาตรฐาน และให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อได้ผลการพิจารณาแล้ว บริษัทจะส่งผลการพิจารณาให้แก่ผู้สมัครทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับการอนุมัติทราบทางจดหมาย สำหรับใบสมัครที่ได้รับการอนุมัติ บริษัทจะส่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้มาตรฐานและได้รับการรับรอง (Certified) จาก วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการผลิตบัตรเครดิตเพื่อบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรลงในบัตร จากนั้นบริษัทจะจัดส่งบัตรไปที่ KTC Touch หรือสาขาธนาคารกรุงไทย หรือที่อยู่ของผู้สมัคร ตามที่ผู้สมัครระบุไว้

### 3) อนุมัติการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (Authorization)

สำหรับธุรกิจออกบัตรเครดิต เมื่อผู้ถือบัตรนำบัตรไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้า ร้านค้าจะติดต่อกับธนาคาร/บริษัทร้านค้า (Acquiring Bank) ซึ่งจะเป็นตัวกลางในการติดต่อบริษัทในฐานะธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร (Issuing Bank) เพื่อให้เป็นผู้พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายครั้งนั้น ๆ ผ่านระบบอนุมัติวงเงิน (Authorization) ตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดไว้และแจ้งผลกลับไปยังร้านค้าอีกครั้ง

สำหรับธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต บริษัทได้ติดตั้งเครือข่ายอุปกรณ์ช่วยขาย ได้แก่ เครื่องรูดบัตรเครดิต Electronic Data Capture (EDC) ให้กับร้านค้าสมาชิก โดยเชื่อมโยงระหว่างระบบของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรกับธนาคาร/บริษัทร้านค้า ผ่านทางสายโทรศัพท์หรือ Lease Line ดังนั้น การขออนุมัติวงเงินการใช้จ่ายจึงสามารถทำได้ทันทีที่ผู้ถือบัตรของบริษัทนำบัตรไปใช้ โดยไม่ต้องมีการโทรศัพท์ติดต่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท อีกทั้งมีการใช้ระบบ Line Encryption ซึ่งเป็นระบบงานที่พัฒนามาบนเครื่อง EDC โดยจะทำการถอดรหัสข้อมูลจากเครื่อง EDC เพื่อความปลอดภัยในการส่งและรับข้อมูล

ในส่วนของบริษัทร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) มีการติดตั้ง Payment Gateway ที่เชื่อมโยงระหว่างระบบของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าเช่นกัน นอกจากนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในการอนุมัติการใช้จ่ายของรายการออนไลน์ บริษัทมีการพัฒนาระบบทั้งในด้านธุรกิจออกบัตรและธุรกิจร้านค้ารับบัตรให้สามารถรองรับการทำรายการ 3D-Secure โดยมีการยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการออนไลน์ โดยในส่วนของบริษัทผู้ออกบัตร มีการนำปรับปรุงระบบเพิ่มเติมเพื่อให้รองรับ One Time Password (OTP) ที่ระบบจะมีการสร้าง Pin ใหม่ทุกครั้งที่มีการทำรายการออนไลน์ให้กับผู้ถือบัตร

### 4) รับชำระหนี้บัตรเครดิต (Settlement)

บริษัทจะส่งใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตไปยังผู้ถือบัตรตามที่อยู่ที่ได้แจ้งไว้เมื่อถึงรอบบัญชีของผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรสามารถเลือกชำระได้หลายช่องทาง ดังนี้



- **ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คผ่าน KTC Touch** ผู้ถือบัตรจะสามารถนำเงินสดหรือเช็คไปฝากเข้าบัญชีของบริษัทได้ที่ KTC Touch โดยไม่มีค่าบริการ
- **หักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Debit)** ชำระค่างวดด้วยการหักบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยาและธนาคารออมสินทุกสาขา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ
- **ชำระด้วยเช็คโดยส่งทางไปรษณีย์ (สาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล)** โดยจะต้องฝากเช็คเข้าบัญชีของบริษัทก่อนถึงวันครบกำหนดชำระเงินอย่างน้อย 3 วันทำการ (ไม่เสียค่าบริการ)
- **ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) –** ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- **ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ** บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน (ระบบทรูมูฟ) และบริการเอ็มเปย์ (ระบบเอไอเอส) อัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- **ชำระที่จุดบริการ** โดยผู้ถือบัตรสามารถนำไปแจ้งยอดค่าใช้จ่าย ที่มีเครื่องหมายบาร์โค้ดเป็นเอกสารการชำระเงิน โดยเลือกชำระเงินได้ตามจุดบริการต่างๆ ดังนี้ เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, จุดบริการทีโอที, เจมาร์ทเพย์พอยท์, ไปรษณีย์ไทย, เทสโก้ โลตัส, จุดบริการทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้าน ซีพีเฟรชมาร์ท และทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, การประสานนครหลวง, เอ็มเปย์ สเตชั่น (เอไอเอส ซุป/ร้านเทเลวิซ), เซ็นเปย์ (แฟมิลีมาร์ท), จุดบริการแคชเชียร์บีกี้ และจุดบริการแจ๋ว (ศูนย์บริการดีแทค) โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละจุดบริการ รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ** ผ่านการให้บริการของธนาคารกรุงไทย 02-111-1111 (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 0 2888 8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 0 2777 7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารธนชาต 1770, ธนาคารยูโอบี 0 2285 1555 และธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านระบบ Internet Banking -** ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านเครื่อง ATM -** ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละ



ธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

- **ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และ ธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 30 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ทั้งนี้สามารถศึกษา/สอบถามช่องทางการรับชำระเงินได้จาก [www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm](http://www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm) หรือ KTC phone 02-665-5000

สำหรับกรณีที่ผู้ถือบัตรได้รับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตแล้ว หากผู้ถือบัตรมีข้อสงสัยหรือประสงค์ที่จะปฏิเสธรายการใช้จ่ายบางรายการ ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งบริษัทเพื่อให้ตั้งพักรายการนั้นไว้ก่อนและไม่มีการทวงถามหนี้ในช่วงนั้นได้ โดยบริษัทจะดำเนินการสอบสวนเพื่อหาข้อเท็จจริงและระบุให้ได้ว่าฝ่ายใดจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายรายการนั้น ๆ และทำการเรียกเก็บไปยังผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายนั้นภายใน 45 ถึง 180 วัน ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรฐานของวิชีมาสเตอร์การ์ด และเจซีบี โดยบริษัทมีระบบติดตามรายการที่เกิดขึ้นและจัดทำรายงานของจำนวนรายการที่มีการปฏิเสธจากผู้ถือบัตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เสียสิทธิในการเรียกเก็บเงินจากฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบจริง

#### 5) การติดตามหนี้ (Collection)

บริษัทได้มอบหมายให้ บริษัท วินเพอร์ฟอแมนซ์ จำกัด (Outsource) ดำเนินการติดตามทวงถามหนี้แทนบริษัทตามนโยบายการบริหารและ พ.ร.บ.การทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 โดยจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ทันทีเมื่อลูกค้าผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งแนวทางบริหารในการติดตามทวงถามหนี้ทั้งธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งมีมาตรฐานในลักษณะเดียวกัน แต่ขั้นตอนจะแตกต่างกันไปตามระยะเวลาการค้างชำระหนี้ หรืออายุหนี้ของลูกค้า โดยมีการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ (Collector) ให้เหมาะสมกับบัญชีลูกค้าค้างชำระ เพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการดังกล่าว ดังนี้

- หนี้ที่ค้างชำระไม่เกิน 90 วัน มีการติดตามทวงถามโดยวิธีการใช้โทรศัพท์ติดต่อ การส่งข้อความแจ้งเตือนให้ชำระหนี้ (SMS) และการส่งจดหมายติดต่อลูกค้า (Collection Letter) โดยเพิ่มระดับความเข้มงวดในการติดตามหนี้ตามระยะเวลาของการค้างชำระหนี้ นอกจากนั้น บัญชีลูกค้าค้างชำระหนี้ที่ต้องการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษได้มีการจัดเจ้าหน้าที่ติดตามทวงถามนอกสถานที่ (FCR) เป็นการเฉพาะเพื่อติดตามให้มีการชำระเงินของลูกค้ารายนั้น ๆ บริษัทดำเนินการระงับการใช้วงเงินสินเชื่อของลูกค้าเป็นการชั่วคราว เมื่อลูกค้าเริ่มค้างชำระหนี้ (Due Date) โดยลูกค้าไม่สามารถใช้วงเงินบัตรเครดิตและสินเชื่อได้จนกว่ามีการชำระเงินตามเงื่อนไขและข้อกำหนด หากลูกค้าไม่ชำระหนี้เมื่อบัญชีค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป บริษัทดำเนินการยกเลิกการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต หรือยกเลิกการใช้วงเงินสินเชื่อของลูกค้ารายนั้น ๆ อย่างถาวร หรือหากลูกค้ามีพฤติกรรมที่ไม่สามารถชำระหนี้คืนและมีสถานะที่มีความเสี่ยงต่อการชำระหนี้คืน บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการยกเลิกก่อน 90 วัน



- หนี้ที่ค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป มีการให้ความช่วยเหลือ และประนีประนอมกับลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระหนี้คืนบริษัทโดยเร็ว หากลูกค้ามีเจตนาไม่ชำระหนี้ บริษัทพิจารณาดำเนินการเพื่อฟ้องร้องดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

บริษัทใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารหนี้ โดยระบบสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าแต่ละราย ตามอายุหนี้ ยอดหนี้ที่ค้างชำระ, สถานะทางบัญชี, พฤติกรรมการใช้วงเงินสินเชื่อ และอื่น ๆ ระบบติดตามหนี้ (Collection System) มีการมอบหมายบัญชีลูกค้าให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการทวงถามโดยอัตโนมัติเมื่อลูกค้าเริ่มมีการค้างชำระหนี้ รวมถึง การรายงานข้อมูลเพื่อใช้ในการบริหารหนี้ของบริษัท

#### 6) การควบคุมการกระทำทุจริตที่เกี่ยวกับผู้ถือบัตร (Fraud Control)

เนื่องจากบริษัทในฐานะบริษัทผู้ออกบัตร อาจมีความรับผิดชอบต่องานผู้ถือบัตร ในกรณีที่ผู้ถือบัตรถูกกระทำการทุจริต หรือมีการปลอมแปลงบัตรของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมการกระทำทุจริตเหล่านี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบในกรณีที่มีการทุจริตหรือปลอมแปลงบัตรดังกล่าว

ฝ่ายงาน Fraud Control ที่บริษัทจัดตั้งขึ้นจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ว่ารายการซื้อสินค้าและบริการรายการใดที่เป็นการซื้อขายที่เข้าข่ายทุจริต โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

- วิซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เนื่องจากธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร หรือธนาคาร/บริษัทร้านค้าพบว่ามีการทุจริตหรือสงสัยว่าทุจริต จะต้องแจ้งข้อมูลไปยังวิซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ซึ่งจะเป็นผู้แจ้งให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทราบต่อไป โดยจะมีการออกรายงานแจ้งไปยังธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรต่าง ๆ
- ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต (ภายใต้สมาคมธนาคารไทย) ซึ่งจะมีข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำทุจริตที่ธนาคารสมาชิกได้แจ้งไว้
- บริษัทที่มีทีมงานที่คอยดูแลเกี่ยวกับการใช้บัตรของผู้ถือบัตรและร้านค้าสมาชิก ตลอด 24 ชม.ทุกวัน และมีระบบ Online Fraud Detection ที่มีประสิทธิภาพสูงที่คอยติดตามพฤติกรรมการใช้บัตรที่เสี่ยงหรือต้องสงสัย และจะแจ้งให้ผู้ถือบัตรทราบทันทีที่มีการทำการรายการโดยเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์หรือข้อความ (SMS) หากพบว่าเป็นการใช้บัตรที่ไม่ถูกต้องหรือสงสัย บริษัทจะระงับการใช้บัตรทันที ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจและความปลอดภัยจากการใช้บัตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกรรมผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่มีแนวโน้มการใช้บัตรที่สูงขึ้น ณ ปัจจุบัน

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดการกระทำทุจริต บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมจากวิซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เป็นประจำ และยังมีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการอบรมให้ความรู้กับบุคคลภายนอก เช่น ร้านค้า ตำรวจ ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่น ๆ การอบรมเหล่านี้จะช่วยให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถป้องกันการกระทำทุจริต และสามารถระงับรายการในครั้งนั้น ๆ ได้ทันการ โดยในปี 2557 บริษัทมีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 3.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.0026 ของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.89 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม



### 2.1.2.2 ธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business)

ลักษณะการประกอบธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business) เป็นธุรกิจที่เน้นการส่งเครื่องขายร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยบริษัทมีฐานะเป็นบริษัทผู้รับบัตร และร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะนำรายการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่เกิดขึ้นในร้านค้าของตนทั้งหมด (เฉพาะที่เกิดจากบัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบี บัตรยูเนียนเพย์ และ Alipay Wallet รวมถึงไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตรของบริษัทหรือบัตรของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่น) มาเรียกเก็บเงินกับบริษัท ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นให้แก่ร้านค้า โดยจะหักค่าธรรมเนียมบริการไว้ส่วนหนึ่งเป็นรายได้ของบริษัท และหลังจากนั้น บริษัทจึงทำการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการรายการนั้น ๆ ไปยังธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อให้ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรของตนต่อไป

บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายเครือข่ายร้านค้าสมาชิก โดยเน้นร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือและมีปริมาณการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่มีจำนวนมากเพียงพอที่จะช่วยทำรายได้ให้กับบริษัท โดยบริษัทได้มีการตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่มีอยู่และทำการทบทวนสัญญาโดยสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับคุณภาพของร้านค้าและควบคุมต้นทุนให้เหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการลดความเสี่ยงในส่วนของการกระทำทุจริตของร้านค้าด้วย

บริษัทมีเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC) ในปี 2556 จำนวน 14,341 เครื่อง ในปี 2557 จำนวน 14,901 เครื่อง และในปี 2558 จำนวน 21,844 เครื่อง

#### (ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิต

การบริการด้านธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิตแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. **บริการรับชำระเงินผ่านเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสด โดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (Flexi) และแลกคะแนนสะสม (Forever Rewards) ซึ่งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน แบ่งเป็น (1) เครื่อง EDC ที่รับบัตรของเครือข่ายวีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบีและยูเนียนเพย์ และ (2) เครื่อง EDC ที่รับการชำระรายการ Alipay O2O Payment ซึ่งเป็นบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ณ จุดขายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและคนจีนที่อยู่ในประเทศไทยผ่าน Alipay Wallet
2. **บริการรับชำระด้วยบัตรบนสมาร์ทโฟน (TapKTC Merchant)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะใช้บริการ โดยเปลี่ยนสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต เป็นเครื่องรับบัตรเครดิตเคลื่อนที่ด้วยmPOS Dongle (Mobile Point of Sale – mPOS) ไม่ว่าที่ไหน เวลาใด ก็สามารถรับชำระค่าสินค้า/บริการ ได้ง่าย ปลอดภัย โดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (Forever Rewards)
3. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)** เป็นร้านค้าสมาชิกให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบซื้อขาย On-line ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือร้านค้าประเภท E-Commerce โดยในปี 2552 ทางบริษัทได้เริ่มใช้ระบบ 3D Secure กับร้านค้าประเภท E-commerce ซึ่งระบบดังกล่าวจะมีการ



ยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ไว้กับบริษัทผู้ออกบัตร หรือ รหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว OTP (One Time Password) ระหว่างการทำรายการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตออนไลน์

4. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (Recurring)** ร้านค้าสมาชิกจะส่งข้อมูลเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากสมาชิก ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งให้บริษัทตัดเงินจากบัตรเครดิตของสมาชิกเป็นรายเดือนอัตโนมัติ โดยสมาชิกผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์ และลงทะเบียนใช้บริการกับบริษัท หรือร้านค้าสมาชิกไว้ล่วงหน้า
5. **รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตโดยผ่านระบบคำสั่งซื้อสินค้าและบริการทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ (Mail Order/ Telephone Order)** ร้านค้าสมาชิกที่ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเลือกชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านการตัดเงินจากบัตรเครดิตอัตโนมัติได้

ร้านค้าสามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิตในการชำระค่าสินค้าและบริการในแต่ละรูปแบบข้างต้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายให้กับร้านค้าได้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้าจะได้รับความสะดวกในการชำระเงิน โดยไม่มีข้อจำกัดจากที่ต้องมีเงินสดในกระเป๋า โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน เนื่องจากเป็นรายการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการได้ เช่น การบริหารเงินสด ลดเวลาในการนับเงินทอน เป็นต้น

ร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย เพื่อใช้ในการรับชำระเงินจากรายการซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นในร้านค้า โดยหากเป็นร้านค้าที่ติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ข้อมูลรายการทั้งหมดจะถูกส่งมาเรียกเก็บเงินจากบริษัทผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยอัตโนมัติทุกวัน ซึ่งการพิจารณาติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่ารายการรับซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเครื่อง EDC และความคุ้มค่าเป็นหลัก

บริษัททำสัญญากับร้านค้าสมาชิกแบบไม่จำกัดอายุ โดยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ของร้านค้าสมาชิก รวมทั้งเรื่องการกระทำที่จัดอยู่ในข่ายการกระทำทุจริต ซึ่งแนวทางเหล่านี้บริษัทได้อ้างอิงจากมาตรฐานที่กำหนดโดยวิซามาสเตอร์การ์ด รวมถึงเจซีบี และมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะกับการดำเนินงานของบริษัท และสถานะธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย บริษัทจะทำการทบทวนสัญญากับร้านค้าสมาชิกต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ สัญญาดังกล่าวยังได้ระบุถึงสิทธิของบริษัทที่จะเรียกร้องเอาจากร้านค้าในกรณีที่ร้านค้าทำผิดสัญญา รวมทั้งกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากร้านค้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 15,456 ร้านค้า และ 23,041 ร้านค้า ตามลำดับ

#### (ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

##### 1) การแต่งตั้งร้านค้าสมาชิก

บริษัทจะติดต่อร้านค้าต่าง ๆ เพื่อให้มาเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยจะพิจารณาจากปริมาณการรับชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของร้านค้านั้น ๆ เป็นหลัก โดยจะกำหนดค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจาก





การทำรายการกับร้านค้าให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว รวมทั้งภาวะการแข่งขันกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่จะเรียกเก็บตามประเภทของร้านค้า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการทุจริต นอกจากการติดต่อร้านค้าโดยตรงจากทางบริษัทแล้ว ยังมีร้านค้าที่ขอสมัครเป็นร้านค้าสมาชิกกับบริษัทด้วยตนเองด้วย

บริษัทจะอนุมัติการแต่งตั้งร้านค้าสมาชิกโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประเภทร้านค้า ทำเลที่ตั้งและสภาพของสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จำนวนลูกค้า ปริมาณการซื้อขายสินค้าและบริการ ประวัติเจ้าของร้านค้า เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทจะตรวจสอบประวัติการทุจริตของร้านค้าต่าง ๆ จากฐานข้อมูลของผู้ให้บริการบัตรเครดิต เช่น วีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี และยูเนียนเพย์ หรือ ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของร้านค้านั้น ๆ ด้วย เช่น กรณีเป็นร้านขายอัญมณี ก็อาจตรวจสอบไปยังตำรวจทองเที่ยว เป็นต้น

เมื่อบริษัทอนุมัติให้ร้านค้านั้นเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัทแล้ว และร้านค้าเปิดบัญชีกับธนาคารกรุงไทย หรือที่เคทีซีกำหนด บริษัทจะติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย เช่น เครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) หรือระบบทำรายการผ่านอุปกรณ์โมบาย (mPOS) หรือเชื่อมต่อระบบชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตให้กับร้านค้าและเชื่อมโยงร้านค้านั้น ๆ เข้าในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทต่อไป

## 2) การอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าและบริการของร้านค้าสมาชิก

สำหรับร้านค้าสมาชิกที่ติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย ร้านค้าจะต้องเชื่อมต่อเข้ากับระบบของบริษัทผ่านทางเครือข่ายระบบสื่อสารเช่น สายโทรศัพท์ หรือ สายผ่านวงจรเช่า หรือ Leased Line หรือสัญญาณผ่านระบบโมบายที่สามารถเชื่อมต่อเข้ากับระบบชำระค่าสินค้าและบริการของบริษัท ทุกครั้งที่มีการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต จากนั้นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะติดต่อธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อขออนุมัติการใช้จ่ายรายการนั้น ๆ และจะส่งข้อมูลกลับไปยังร้านค้าสมาชิกทันทีที่รายการดังกล่าวได้รับการอนุมัติจากธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเป็นระบบออนไลน์แบบใหม่ซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นมากในการดำเนินการทั้งกระบวนการให้เสร็จสิ้น ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ร้านค้าได้มากขึ้น

บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระค่าสินค้าและบริการให้แก่ร้านค้าได้ ในกรณีที่พบว่าร้านค้ามีการกระทำที่ทุจริต หรือปฏิบัติผิดไปจากข้อตกลงที่ร้านค้าให้กับผู้ถือบัตร ตัวอย่างการกระทำที่บริษัทสามารถปฏิเสธการจ่ายเงินให้กับร้านค้าได้ เช่น

1. กรณีที่ร้านค้าผิดนัดต่อผู้ถือบัตร เช่น กรณีที่ผู้ถือบัตรซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต และมีการตกลงให้ร้านค้าส่งสินค้าให้ผู้ถือบัตรภายในระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ แต่ผู้ถือบัตรไม่ได้รับสินค้าตามที่ตกลง ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งให้บริษัทระงับการจ่ายเงินหรือเรียกค่าสินค้านั้นคืนจากร้านค้าได้

2. กรณีร้านค้ากระทำผิดข้อตกลง เช่น การที่ร้านค้าพยายามรูดบัตรชำระค่าสินค้าและบริการหลายครั้งในเวลาใกล้เคียงกันและภายในวันเดียวกัน พฤติกรรมและเจตนาของร้านค้านั้นดังกล่าว บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระเงินให้กับร้านค้าได้



### 3. กรณีร้านค้าไม่ตรวจสอบบัตรก่อนอนุมัติการใช้จ่ายนั้น ๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทจะต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบความเสียหายต่อธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่นที่เกิดขึ้นจากการทุจริตของร้านค้าสมาชิก โดยบริษัทจะต้องชำระค่าสินค้าและบริการรายการดังกล่าวนั้นไปก่อน และดำเนินการเรียกร้องจากร้านค้าที่ทุจริตด้วยตนเองในภายหลัง

### 3) การชำระค่าสินค้าและบริการให้กับร้านค้าสมาชิก

บริษัทจะเป็นผู้ชำระเงินให้กับร้านค้าสมาชิกตามรายการขอรับชำระที่ร้านค้าส่งมาเรียกเก็บผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยอัตโนมัติทุกวัน (ไม่ว่าจะเป็นรายการการใช้บัตรที่ออกโดยบริษัทหรือธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่นก็ตาม) โดยบริษัทจะหักค่าธรรมเนียมไว้ตามอัตราที่ตกลงกันไว้ในสัญญา นอกจากนี้ในกรณีที่เป็นการใช้บัตรที่ออกโดยธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่นในร้านค้าของบริษัท บริษัทจะต้องชำระค่าธรรมเนียมบางส่วน (Interchange fee) ให้กับธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรดังกล่าวผ่านระบบการชำระเงิน (Settlement) ของวีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี และยูเนียนเพย์ อีกครั้งหนึ่ง

### 4) การควบคุมการกระทำทุจริตของร้านค้า (Fraud Control)

เพื่อลดโอกาสการทุจริตในการใช้บัตร บริษัทได้กำหนดให้ร้านค้าสมาชิกทำการตรวจสอบความถูกต้องของบัตร โดยจะต้องตรวจสอบความเป็นเจ้าของบัตร เปรียบเทียบลายมือชื่อของผู้ถือบัตรกับลายมือชื่อที่ลงนามไว้บนบัตรเครดิต ลักษณะบัตรปลอม เป็นต้น ซึ่งหากพบว่าร้านค้าไม่ได้ทำการตรวจสอบตามที่ควรและเกิดการทุจริตขึ้น ร้านค้าสมาชิกนั้นจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นดังกล่าว

เมื่อมีการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครื่อง EDC ข้อมูลที่บันทึกอยู่ใน Chip Card จะถูกส่งไปตรวจสอบเพื่อตรวจสอบสถานะของบัตรที่ธนาคารผู้ออกบัตร ในกรณีที่มีการแจ้งอายัดหรือแจ้งยกเลิก ซึ่งบริษัทสามารถกำหนดมาตรการต่าง ๆ ให้ร้านค้าสมาชิกทราบได้ว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรกับบัตรแต่ละประเภท เช่น ระบุให้ทำลายบัตร หรือทำการจับกุมผู้ใช้บัตรได้ ดังนั้นเครื่อง EDC จึงมีส่วนช่วยในการป้องกันการกระทำทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้บริษัทมีทีมงานที่คอยดูแลเกี่ยวกับการรับบัตรร้านค้าสมาชิกทุกวัน และมีระบบ Online Fraud Detection ที่มีประสิทธิภาพสูงที่คอยติดตามพฤติกรรมการใช้บัตรที่เสี่ยงหรือต้องสงสัย และจะประสานงานกับธนาคารผู้ออกบัตรทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อตรวจสอบทันทีที่มีการทำรายการโดยเจ้าหน้าที่ทั้งทางโทรศัพท์ Email หรือแฟกซ์ หากพบว่าเป็นการรับบัตรทุจริต หรือมีขั้นตอนการรับบัตรที่ไม่ถูกต้องหรือสงสัย บริษัทแจ้งทางร้านค้าสมาชิกทันทีเพื่อพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม โดยมีจุดประสงค์ที่จะจำกัดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

#### 2.1.3 ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

**ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (KTC CASH)** แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ KTC Cash และ KTC PROUD เป็นการบริการให้สินเชื่อสำหรับบุคคลโดยไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้ายบัตรเครดิตของบริษัทมาก่อน ซึ่งได้รับการออกแบบมาสำหรับบุคคลที่มีงานประจำและมีรายได้ต่อเนื่องที่แน่นอน KTC Cash จะอยู่ในรูปแบบ Fixed Installment ผู้เปิดบัญชีต้องจ่ายเงินทุกเดือนเป็นจำนวนเงินที่เท่ากันจนกว่าจะชำระหนี้หมดโดยไม่สามารถกลับไปใช้วงเงินที่ชำระแล้วได้อีกภายในระยะเวลาที่ผู้กำหนด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรายรับของผู้กู้ ในขณะที่ KTC PROUD มีคุณสมบัติ



เด่นคือ เป็นสินเชื่อพร้อมใช้แบบ 2 in 1 เมื่ออนุมัติจะโอนเงินเข้าบัญชีก่อนแรกและมีวงเงินหมุนเวียนเพื่อการเบิกถอนเงินสดได้ทุกเมื่อ และยังมีบริการแบ่งชำระสินค้า(KTC FLEXI)ได้สูงสุดถึง 36 งวด สำหรับบริการเบิกถอนเงินสด สามารถเบิกถอนได้ทุกเมื่อที่ต้องการจากเครื่องเอทีเอ็มทั่วประเทศตลอด 24 ชั่วโมง และที่จุดบริการ KTC Touch ผู้กู้จะได้รับบัตรกดเงินสดพร้อมวงเงินที่อนุมัติโดยผู้กู้สามารถกลับไปใช้วงเงินเดิมได้อีกเมื่อทำการชำระคืน โดย KTC จะรับรู้รายได้ของสินเชื่อบุคคลทั้ง 2 ประเภทในรูปของรายได้ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน ค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถาม เป็นต้น

บริษัทได้เริ่มให้บริการสินเชื่อบุคคล (KTC CASH) ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 ซึ่งเป็นสินเชื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีรายได้ประจำ มีอายุ 20 ปีขึ้นไป สามารถกู้ยืมเงินในรูปของ KTC CASH จากบริษัทได้ ซึ่งการให้กู้ผ่าน KTC CASH นี้ จัดเป็นสินเชื่อเอนกประสงค์ที่เป็นการกู้ยืมแบบที่ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันและเป็นวงเงินที่จะช่วยให้ผู้กู้เกิดความสะดวกตัว อีกทั้งเป็นเงินสำรองใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน นอกจากนี้บริษัทยังเสนอเงื่อนไขพิเศษที่ตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การเลือกจำนวนงวดและวันที่ในการชำระเงินได้โดยมีการกำหนดจำนวนเดือนการผ่อนชำระตามความสามารถของผู้ขอสินเชื่อ มีการคิดดอกเบี้ยแบบลดเงินต้นลดดอกเบี้ย

ในช่วงปี 2547 บริษัทได้ขยายฐานตลาดของ KTC CASH เพิ่มจากเดิม โดยจัดแบ่งตลาดตามลักษณะของความเสี่ยง ซึ่งบริษัทได้ออกแบบรูปแบบการให้สินเชื่อบุคคลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงินของแต่ละบุคคล และให้อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมกับความเสี่ยง (Risk-Based Pricing) โดยประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยระบบ Credit Scoring จัดความเสี่ยงเป็นช่วง ๆ คือ ต่ำ ปานกลาง และสูง โดยคิดอัตราดอกเบี้ยสูง-ต่ำตามช่วงนั้น ๆ โดยลูกค้าสามารถเลือกจำนวนเดือนผ่อนชำระระยะสั้น-ยาว ได้ตามที่ต้องการ ต่อมาในปี 2548 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกประกาศกำหนดเกณฑ์การให้สินเชื่อบุคคล และกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่รวมค่าปรับ ค่าบริการและค่าธรรมเนียมใด ๆ ไว้ที่ร้อยละ 28 (Effective Rate) ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานในธุรกิจ KTC CASH ของบริษัท เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัทอยู่ในระดับความเสี่ยงปานกลาง ทำให้บริษัทไม่จำเป็นต้องคิดดอกเบี้ยที่สูงมากเกินไปเพื่อให้สามารถชดเชยความเสี่ยงในการเป็นหนี้สูญของลูกค้าเหล่านี้ ทำให้อัตราดอกเบี้ยซึ่งรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินของลูกค้า KTC CASH มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ไม่เกินอัตราร้อยละ 28 ตามเกณฑ์ที่ ธ.ก.ท. กำหนดไว้ อย่างไรก็ดี หลักเกณฑ์ดังกล่าวทำให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้โดยรวมชะลอตัวลง

ในปี 2549 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่ สินเชื่อพร้อมใช้ KTC Cash Revolve และได้ทำการปรับภาพลักษณ์โดยการรีแบรนด์ (Rebranding) ในเดือนกรกฎาคม 2557 เป็นสินเชื่อพร้อมใช้เคทีซี พราว KTC PROUD ซึ่งเป็นสินเชื่อที่มีบริการครบแบบ 2 in 1 ทั้งบริการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระเพื่อความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย

### (ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

สินเชื่อบุคคลของ KTC มี 2 ประเภทให้เลือกสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัคร ดังนี้

1) สินเชื่อบุคคล (KTC Cash) เป็นสินเชื่อที่ผ่อนชำระเป็นงวด ๆ เป็นสินเชื่อที่อนุมัติวงเงินและโอนครั้งเดียวเข้าในบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครต้องการ ผู้สมัครสามารถใช้เงินจำนวนนั้น ๆ ในการจัดการกับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้ โดยจะได้รับเงินหลังจากอนุมัติภายใน 2 วันทำการ สินเชื่อแบบนี้ไม่มีบัตรกดเงินสดออกให้ และเมื่อผ่อนชำระวงเงินจะไม่ติดกลับให้



สามารถใช้ได้อีกรูปแบบการให้บริการ KTC Cash ประเภทต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การใช้เงินของลูกค้าเป็นดังนี้

- **สินเชื่อบุคคล (KTC Cash Standard)** เป็นสินเชื่อที่พัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ที่ต้องการใช้เงินในลักษณะต่าง ๆ ตามแต่ความประสงค์ของลูกค้า สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
- 2) **สินเชื่อพร้อมใช้เคทีซี พราว (KTC PROUD)** เป็นสินเชื่อที่อนุมัติวงเงินประเภทหมุนเวียนไว้สำรองใช้ในยามฉุกเฉิน หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เมื่อได้รับอนุมัติจะได้รับเงินก้อนแรกโอนเข้าบัญชีธนาคารที่ลูกค้าเลือก และได้รับบัตรเพื่อใช้ในการเบิกถอนเงินสดสำหรับวงเงินส่วนที่เหลือที่ตู้เอทีเอ็ม และสามารถเบิกถอนได้ที่จุดบริการ KTC Touch นอกจากนี้ยังสามารถทำรายการเบิกถอนเงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์ (ผ่าน ClickKTC) และสมาร์ตโฟน/ แท็บเล็ต (ผ่าน TapKTC) ทั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำรายการสำเร็จ ซึ่งทุกครั้งที่ทำรายการเบิกถอนเงินสดจะมีการคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินลูกค้าสามารถเลือกชำระขั้นต่ำในอัตราร้อยละ 3 ของยอดที่เรียกเก็บหรือ 300 บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าและเมื่อผ่อนชำระคืน วงเงินจะตีกลับให้สามารถเบิกถอนได้อีก อีกทั้งยังสามารถใช้บริการแบ่งชำระ KTC Flexi ได้ที่ร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ โดยแบ่งชำระนานสูงสุดถึง 36 งวด โดยอัตราดอกเบี้ย ขึ้นอยู่กับแต่ละโปรโมชั่นและไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

จำนวนบัญชีและลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคล	626,326	638,959	693,273	747,343
อัตราการใช้ (%)	7.3%	2.0%	8.5%	7.8%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลสุทธิ(ล้านบาท)	12,182	13,597	15,201	18,583
อัตราการใช้ (%)	4.6%	11.6%	11.8%	11.6%

#### (ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

##### 1) ผู้ขอสินเชื่อยื่นใบคำขอสินเชื่อแก่บริษัท

ผู้ขอสินเชื่อสามารถยื่นใบคำขอสินเชื่อผ่านทางช่องทางเดียวกันกับการสมัครบัตรเครดิตของบริษัท อันประกอบด้วย การสมัครผ่าน KTC Touch หรือสาขาของธนาคารกรุงไทย ผ่านทาง Online ตลอดจนการสมัครผ่านหน่วยงานภายนอกที่รับจ้างบริษัทหาลูกค้าโดยตรง และช่องทาง Business Partner Relations เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ขอสินเชื่อจะต้องกรอกแบบฟอร์มการขอสินเชื่อในรูปแบบที่บริษัทจัดไว้

(โปรดศึกษารายละเอียดช่องทางในการยื่นขอสินเชื่อบุคคล ได้ที่หัวข้อ “2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (ข)

ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิต หัวข้อย่อยที่ 1) รับสมัครผู้ถือบัตรเครดิต“)

##### 2) บริษัทตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อและระดับความเสี่ยง

เมื่อได้รับใบคำขอสินเชื่อ บริษัทจะพิจารณาจากข้อมูลและหลักฐานประกอบคำขอสินเชื่อ โดยข้อมูลทั้งหมดจะ



ผ่านการประมวลผล การตรวจสอบข้อมูลจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau Co., Ltd) การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยระบบ Credit Scoring ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ ในกรณีที่เป็นลูกค้าเดิมจะมีการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลการชำระเงินในอดีตประกอบ หรือในกรณีที่เป็นลูกค้ารายเดียวกันแต่มีการขอสินเชื่อในหลายรูปแบบต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระเงิน สถานภาพด้านอาชีพ และรายได้ ซึ่งจะพิจารณาถึงความเสี่ยงโดยรวมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นไม่ให้เกิดกว่าความสามารถในการชำระเงินของลูกค้ารายนั้น ๆ เพื่อกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์คุณสมบัติ การกำหนดวงเงิน และการคิดอัตราดอกเบี้ยรวมถึงค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

### 3) บริษัทแจ้งอนุมัติวงเงินสินเชื่อหรือปฏิเสธการให้สินเชื่อแก่ผู้ขอสินเชื่อทราบ

เมื่อบริษัทได้ข้อสรุปสำหรับใบคำขอสินเชื่อ นั้น ๆ บริษัทจะส่งจดหมายแจ้งอนุมัติวงเงินสินเชื่อ หรือปฏิเสธการให้สินเชื่อต่อผู้ขอสินเชื่อ สำหรับสินเชื่อบุคคล KTC CASH จะมีตารางแสดงอัตราการผ่อนชำระแนบไปพร้อมกับจดหมายแจ้งอนุมัติ และในกรณีที่อนุมัติบริษัทจะทำการส่งมอบเงินกู้ให้แก่ผู้ขอสินเชื่อ โดยการโอนเงินเข้าในบัญชีธนาคารของผู้ขอสินเชื่อภายใน 2 วันทำการ หลังจากระบบอนุมัติเงินกู้ให้

### 4) บริษัทส่งใบแจ้งยอดค่างวดและรับชำระหนี้จากผู้ขอสินเชื่อ

ก่อนครบกำหนดการชำระเงินในแต่ละเดือน บริษัทจะจัดส่งใบแจ้งยอดค่างวดที่ต้องชำระไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำใบแจ้งยอดค่างวดดังกล่าวซึ่งแสดงยอดเงินที่ต้องชำระคืนในแต่ละเดือน ไปชำระตามช่องทางชำระเงินต่าง ๆ ที่บริษัทจัดหาให้ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- ชำระที่ KTC Touch ทุกแห่ง โดยไม่เสียค่าบริการ
- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) ได้ที่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ – บริการทรูมันนี่ (ระบบทรูมูฟ) และบริการเอ็มเปย์ (ระบบเอไอเอส) โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- ชำระที่จุดบริการรับชำระ – เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, เทสโก้ โลตัส, เจ มาร์ท เพย์ฟอยท์, ทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้านซีพี เฟรชมาร์ทและทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, จุดบริการแคชเชียร์บีที, การประสานนครหลวง, ไปรษณีย์ไทย, เอ็มเปย์ สเตชั่น (เอไอเอส/เทเลวิซ), ศูนย์บริการลูกค้าทีโอที โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละร้านค้า รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ – ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 0 2888 8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 0 2777 7777, ธนาคารทหารไทย 1558 ธนาคารยูโอบี 0 2285 1555 และ ธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ



- ชำระโดยการโอนเงินผ่านระบบ Internet Banking ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านเครื่อง ATM ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคารอัตโนมัติ - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) และ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร- ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และ ธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 30 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคาร รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

ทั้งนี้สามารถศึกษา / สอบถามช่องทางการรับชำระเงินได้จาก KTC Phone 02 - 665 - 5000 หรือ

[www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm](http://www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm)

## 5) การติดตาม กรณีผิดนัดชำระหนี้

ในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้เมื่อครบกำหนดการชำระหนี้ นั้น บริษัทจะทำการติดตามเรียกเก็บหนี้และผ่อนผันให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาถึงความจำเป็นและเหตุผลของลูกค้า ภายใต้ระบบการควบคุมความเสี่ยงที่ดูแลอย่างใกล้ชิด ขั้นตอนการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ธุรกิจสินเชื่อบุคคลนี้จะกระทำในลักษณะเดียวกันกับธุรกิจบัตรเครดิต

(โปรดศึกษารายละเอียด การติดตามหนี้ได้ที่หัวข้อ “2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิต หัวข้อย่อยที่ 5) การติดตามหนี้”)

### 2.1.4 ธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากธุรกิจหลัก

นอกจากธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งเป็นธุรกิจหลักแล้ว บริษัทยังมีธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่

- **ธุรกิจสินเชื่อชนวน (Circle Loan)** เป็นบัญชีวงเงินกู้สำหรับลูกค้าที่มีสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นบัญชีที่บริษัทรับโอนมาจากธนาคารกรุงไทยเมื่อปี 2545 อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีนโยบายการให้บริการธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะความต้องการของตลาด บริษัทจึงดำเนินการให้บริการเฉพาะผู้ที่ยังคงมีวงเงินสินเชื่อชนวนอยู่เท่านั้นและไม่มีนโยบายที่จะขยายการให้บริการ



สินเชื่อบัตรเครดิตให้แก่ผู้สมัครสินเชื่อบัตรเครดิตใหม่ ทำให้ยอดลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตอยู่เพียง 195 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.39 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตอยู่เพียง 172 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.31 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด

- **ธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ (KTC Million)** ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน สำหรับเจ้าของกิจการที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ แต่ KTC มีนโยบายที่จะไม่เพิ่มมูลค่าพอร์ตลูกหนี้ของธุรกิจนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2549 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ดังนั้น การดำเนินการในปัจจุบันเป็นเพียงการให้บริการแก่ลูกหนี้รายเดิมที่ยังคงมีบัญชีค้างชำระหนี้กับบริษัทอยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 11 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.02 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
  - **การให้บริการแก่องค์กรภายนอก (Insourse Service)** ในปี 2556 บริษัทได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจงานติดตามทวงถามหนี้ (Collection) ให้แก่ธนาคารกรุงไทย และกลุ่มธุรกิจของธนาคาร เนื่องจากบริษัทมีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการติดตามทวงถามหนี้รายย่อย (Retail Collection) โดยในการรับให้บริการงานติดตามทวงถามหนี้บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และปฏิบัติตามเงื่อนไข วิธีการปฏิบัติที่ธนาคารกรุงไทย กำหนด
- (โปรดศึกษารายละเอียดของ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนางานที่สำคัญในรอบปีที่ผ่านมา ได้ที่ “หัวข้อที่ 1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ ในหัวข้อย่อยที่ 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนางานที่สำคัญ”)

#### 2.1.5 บทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท

กระทรวงการคลังได้ออกประกาศอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยอนุญาตให้ประกอบธุรกิจภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 และมอบอำนาจให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลโดยได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว รวมทั้ง มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่สามารถเรียกเก็บจากลูกค้า รวมทั้งคุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตและลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งบริษัทได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับแล้ว รวมถึงได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 ซึ่งคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว โดยบริษัทได้ถือปฏิบัติตามประกาศ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ได้ออกมาบังคับใช้แล้วทุกประการ อีกทั้ง หากมีการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับใหม่ ๆ ในอนาคต บริษัทก็จะถือปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับนั้น ๆ อย่างเคร่งครัดด้วย



นอกจากจะต้องปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย และประกาศคณะกรรมการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ เช่น พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย พ.ศ. 2556 เป็นต้น บริษัทในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) และเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล ต้องปฏิบัติตามกฎหมายฟอกเงิน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบาย มาตรการต่าง ๆ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ตามกฎหมายอันได้แก่ การรับลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า การรายงานธุรกรรมที่เข้าข่ายต้องรายงาน การรายงานธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่ถูกกระทำความผิดเกี่ยวกับผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นลูกค้าซึ่งอยู่ในรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนดหรือผู้ที่มีหรือเคยมีการทำธุรกรรมกับผู้นั้น รวมทั้ง จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง การติดตาม การสอบทานบัญชีลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการทำธุรกรรม และข้อมูลการระงับการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินของบุคคลที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐ การจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงินแก่พนักงานบริษัทด้วย เพื่อป้องกันการฟอกเงินและป้องกันการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายให้เป็นไปตามกฎหมายฟอกเงินดังกล่าว บริษัทจึงได้ประกาศและกำหนดเป็นนโยบาย โดยมีผลบังคับใช้在公司แล้ว นอกจากนี้ ตามที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออก Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตามGIN No.63CF3L.99999.SL.764 และปัจจุบันบริษัทได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานตาม Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบสถานะความเป็นพลเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกาของลูกค้าบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลทั้งประเภทธรรมดาและนิติบุคคล และกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานสอดคล้องและรองรับกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งมีการติดตามประกาศ หลักเกณฑ์ที่อาจจะออกเพิ่มเติมขึ้นเนื่องจากการเข้าร่วมเป็น Intergovernmental Agreement (IGA) ระหว่างไทยกับสหรัฐ ซึ่งอาจต้องปรับขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทเชื่อมั่นว่าได้ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายต่าง ๆ ดังกล่าว ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างถูกต้องครบถ้วน

บริษัทยังได้รวมอยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงินกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทจึงต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ในการกำกับแบบรวมกลุ่มธุรกิจทางการเงิน และบริษัทยังมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อกำหนด เงื่อนไข วิธีการและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ตามหลักการกำกับแบบรวมกลุ่ม โดยบริษัทเชื่อมั่นว่า สามารถปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด เงื่อนไข วิธีการและหลักการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558 ซึ่งเป็นหนึ่งในกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองลูกหนี้ที่ถูกกระทำอย่างไม่เหมาะสมต่างๆ และกฎหมายยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติในการติดตามทวงถามหนี้ของผู้ทวงถามหนี้ไว้ด้วย การปฏิบัติตามกฎหมายนี้ไม่มีผลกระทบกับบริษัทมากนัก เพราะบริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมมาอย่างต่อเนื่อง โดยก่อนหน้านี้กฎหมายนี้จะมีผลบังคับใช้บริษัทก็ได้ติดตามทวงถามหนี้กับลูกหนี้ของบริษัทที่เหมาะสมอยู่ และได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้แนวทางปฏิบัติในการติดตามทวง



ถามหนี้ไว้มาโดยตลอด และนอกจากนี้บริษัทได้มีการว่าจ้างให้บริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการติดตามทวงถามหนี้ที่มีประสิทธิภาพในการติดตามหนี้สูง และนอกจากนี้บริษัทได้มีการติดตามดูแลการทวงถามหนี้ของบริษัท วิน เพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด อย่างใกล้ชิด

นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจของบริษัทยังอาจถูกควบคุม กำกับดูแลโดยหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งหากมีการออกกฎหมายเกณฑ์ ข้อกำหนด เงื่อนไข และวิธีการและ/หรือหลักเกณฑ์ เพื่อควบคุมกำกับดูแลการดำเนินงานในการประกอบธุรกิจของบริษัท การดังกล่าวอาจมีผลให้บริษัทปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการของบริษัทในอนาคต บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

## 2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

### 2.2.1 นโยบายการแข่งขันทางการตลาดและกลยุทธ์ของบริษัทในรอบปี 2558

#### 2.2.1.1 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจบัตรเครดิต

ในปี 2558 ตลาดบัตรเครดิตในภาพรวม มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ของจำนวนบัตร ยอดใช้จ่าย และมูลค่าสินเชื่อ ทำให้กลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดยังคงมีแนวโน้มที่จะแข่งขันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะจากผู้ให้บริการที่เป็นธนาคารพาณิชย์ของไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ต้องการขยายส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งเน้นเพิ่มยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรให้เพิ่มสูงขึ้น จะเห็นได้จากโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายที่ออกมาในตลาดในช่วงปีที่ผ่านมา

ตลอดปีที่ผ่านมา กลยุทธ์ที่ใช้ จากผู้ให้บริการต่างๆ ยังมีความหลากหลาย ต่อเนื่องมาจากปีก่อนหน้า การทำการตลาดสะท้อนให้เห็นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เน้นลูกค้ากลุ่มระดับบนมากขึ้น โดยให้สิทธิประโยชน์ รวมถึงบริการที่มีระดับ ขณะเดียวกันก็ไม่ละเลยกลุ่มระดับกลาง (Mass) โดยยังมีส่วนลด การคืนแคชแบ็ก การใช้คะแนนสะสม และการให้สิทธิประโยชน์จากพันธมิตรต่างๆ รวมถึงยังทำตลาดออนไลน์ ซึ่งมีรูปแบบที่ง่าย และบริการต่างๆ เพื่อให้สมาชิกรับสิทธิประโยชน์ และได้รับความสะดวกมากขึ้น

สำหรับกลยุทธ์การออกบัตร เคทีซี ได้ออกบัตรร่วมกับ เจซีบี วีซ่า และมาสเตอร์การ์ด เพื่อให้มีความครบวงจร และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงมีสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมกับกลุ่มระดับบน มากขึ้น ส่วนกลยุทธ์การกระตุ้นการใช้จ่าย เคทีซีเน้นครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ เช่น หมวดรับประทานอาหาร หมวดช้อปปิ้ง หมวดสถานบริการ น้ำมัน ที่เป็นหมวดหลักที่ใช้ประจำ และหมวดท่องเที่ยว ที่เป็นไลฟ์สไตล์ของสมาชิก โดยมีการให้คะแนนสะสมหรือไมล์พิเศษเมื่อใช้บัตร หรือการให้เงินคืน (Cash Back) รวมถึงการใช้คะแนนแทนส่วนลดเพิ่มเติม และมีการจับมือกับพันธมิตร ทำรายการส่งเสริมการขายร่วมกัน รวมถึงยังได้ขยายพันธมิตรใหม่ๆ ทั้งร้านค้าสำหรับการผ่อนชำระ หรือขยายร้านค้า สิทธิประโยชน์ในหมวดใหม่ๆ เช่น กีฬา แฟชั่น ร้านอาหาร ที่กำลังอยู่ในกระแส และมีการใช้จ่ายด้านสื่อ ทั้งสื่อเอาต์ดอร์ รถไฟฟ้า สื่อลิฟต์ รวมถึงสื่อภายใน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรของบริษัทให้เติบโตต่อเนื่อง รวมถึงสร้างการรับรู้ และความพึงพอใจให้สมาชิก

โดยสรุป เคทีซีในฐานะผู้ให้บริการที่มีฐานสมาชิกจำนวนมาก และมีการเติบโตอย่างสูงในปีที่ผ่านมาในด้านจำนวนบัตร ได้เล็งเห็นสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นต่อเนื่อง รวมถึงมีเป้าหมายในการขึ้นเป็นผู้นำ จึงไม่หยุดนิ่งและมีนโยบาย

พัฒนากลยุทธ์การตลาด ให้แตกต่าง หลากหลาย ทุกมิติ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยรูปแบบและกิจกรรมการตลาด เน้นการตอบสนองตลาดระดับบน (Premium) ขณะเดียวกัน ยังคงความต่อเนื่อง และรักษาสมาชิกในกลุ่มระดับกว้าง (Mass) รวมถึงแบบเชิงลึกเจาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Segmentation) และมีการใช้ระบบ CRM เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเฉพาะอีกด้วย

โดยกิจกรรมและนโยบายด้านการตลาด ในปี 2559 จะยังคงความเข้มข้นต่อเนื่อง เป็นการสานต่อจากนโยบายปีที่ผ่านมาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงจะมีการขยายกรอบแนวคิด การตลาดรูปแบบใหม่ เน้นการใช้ออนไลน์ รวมถึงไม่หยุดนิ่งในการวิเคราะห์ หาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อีกด้วย

### 2.2.1.2 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จากภาวะการชะลอตัวของอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตของตลาดสินเชื่อบุคคลโดยรวมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม ความต้องการของผลิตภัณฑ์สินเชื่อยังมีอยู่อย่างต่อเนื่องแต่ผู้ประกอบการยังคงมีความระมัดระวังในเรื่องการอนุมัติ เนื่องจากยังมีความกังวลในอัตราหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น

ในส่วนของเคทีซียังคงมุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ โดยเพิ่มและมีการพัฒนาในด้านบริการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้นโยบายทางกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดของสินเชื่อส่วนบุคคลสรุปได้พอสังเขปเป็นดังนี้

- กิจกรรมการตลาดสนับสนุนการสมัครสินเชื่อใหม่: เป็นโครงการสนับสนุนการจัดหาและต้อนรับสมาชิกใหม่ ยกกระดับการให้บริการ โดยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการสมัครและทราบผลการอนุมัติที่สาขาได้ภายใน 30 นาทีกับโครงการ Cash @ Touch นอกจากนี้ยังมีการมอบสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าและมุ่งเน้นช่องทางการสมัครใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่นการสมัครผ่านช่องทางออนไลน์
- กิจกรรมการตลาดระดับกว้าง (Mass Campaign): เป็นโครงการมุ่งตอบสนองลูกค้าสมาชิกโดยการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของสมาชิก ซึ่งดำเนินการทุก ๆ รายไตรมาส นับเป็นโครงการที่สร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง
- กิจกรรมการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Segmentation Campaign): โครงการทางการตลาดที่ผ่านการศึกษาและการใช้ข้อมูลอย่างละเอียดทั้งทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมในการเปิดบัญชีเงินสดแบบ 360 องศา เพื่อให้เกิดการตอบรับอย่างสูงสุดภายใต้การใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ
- กิจกรรมการตลาดสนับสนุนการสร้างความเป็นพันธมิตรในระยะยาว: เนื่องจากคะแนนสะสม KTC Forever Rewards เป็นจุดแตกต่างจากคู่แข่ง เคทีซีจึงมุ่งเน้นในการสร้างความหลากหลายในการแลกคะแนน นอกจากนี้ยังมีการจัดการสัมมนาในหัวข้อการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิก โดยมุ่งการเพิ่มรายได้ การออมเงิน และการลงทุน และนอกจากนี้ยังมีการมอบสิทธิพิเศษกับสมาชิกนับเป็นสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าในการเก็บบัตรไว้ในกระเป๋า “Keep in the wallet”

เคทีซีเชื่อว่า ด้วยกิจกรรมและกลยุทธ์ที่หลากหลาย จะช่วยให้เคทีซีบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และส่งเสริมให้สมาชิกใช้บัตรเคทีซีเป็นหลัก อีกทั้งด้วยกิจกรรมและกลยุทธ์ที่ดูแลลูกค้าแบบบูรณาการตั้งแต่เริ่มต้นการเป็นสมาชิกของสินเชื่อบุคคลจะให้สมาชิกสินเชื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจ และไม่ว่าจะเป็นสมาชิกบัตรเครดิตหรือสมาชิกสินเชื่อบุคคล ก็มีความจงรักภักดีต่อบริษัท ช่วยให้เคทีซีบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นผลดีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## 2.2.2 ภาพรวมของอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

### 2.2.2.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องและขยายตัวสูงกว่าที่คาดเดิม โดยมีแรงกระตุ้นหลักจากการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐ รวมถึงประสิทธิผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่น ช่วยลดความเสี่ยงความอ่อนแอของภาคการส่งออกสินค้าและการลงทุนภาคเอกชนที่ชะลอตัว ภาคการท่องเที่ยวเริ่มจะมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นช่วงปลายปี ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นมา ประกอบกับการบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าคาด ทั้งนี้ข้อมูลค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจากการสำรวจของกระทรวงพาณิชย์ แม้ในปี 2558 นี้ ค่าต่ำสุดอยู่ในเดือนกรกฎาคมที่ 33.7 แต่หลังเดือนดังกล่าวเริ่มปรับตัวสูงขึ้นเรื่อยมาในทุกเดือนจนถึงเดือนตุลาคม พฤศจิกายนและธันวาคม อยู่ที่ 36.2/37.6/37.2 ตามลำดับ ด้วยปัจจัยข้างต้น ส่งผลให้อัตราการขยายตัวของ GDP ภาพรวมเศรษฐกิจไทยของปี 2558 อยู่ที่ 2.8% (ข้อมูล GDP ณ ฐานราคาปี 2545) เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 0.8% ณ สิ้นปี 2557

จากการประกาศตัวเลขการเติบโตเศรษฐกิจไทยของปี 2558 ของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งขยายตัวร้อยละ 2.8 มีปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวเร่งขึ้นของการใช้จ่ายของทั้งภาครัฐและภาคครัวเรือน และการลงทุนของภาครัฐ รวมทั้งด้านการผลิต ก่อสร้าง โรงแรมและภัตตาคาร สาขาบริการอื่นๆ ในขณะที่การส่งออกสินค้าลดลง และสาขาเกษตรกรรมได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง โดยแนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2559 สศช.ได้ประมาณการการเติบโตของเศรษฐกิจไว้ที่ร้อยละ 2.8 – 3.8 เมื่อเทียบกับปี 2558 ซึ่งมาจากปัจจัยสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่รัฐบาลประกาศเพิ่มในช่วงเดือนกันยายน 2558 – มกราคม 2559 แนวโน้มการอ่อนค่าของเงินบาทที่จะส่งผลในการส่งออกสูงขึ้น รวมไปถึงราคาน้ำมันที่คาดว่าจะยังอยู่ในระดับต่ำ และการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

แม้ระดับหนี้สินครัวเรือนมีการขยายตัวลดลงต่อเนื่อง แต่ยังคงมีการเฝ้าระวังความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือน ทำให้เกิดความกังวลแก่ภาพรวมของอุตสาหกรรมสินเชื่อผู้บริโภค โดยยอดหนี้สินครัวเรือนของไตรมาส 3 ปี 2558 มีจำนวน 10.84 ล้านล้านบาท ขยายตัวที่ร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งต่ำกว่าการขยายตัวของปี 2557 ที่ร้อยละ 6.6 ถึงแม้หนี้ครัวเรือนจะโตในอัตราที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่หากพิจารณาอัตราส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP กลับมีตัวเลขที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเท่ากับร้อยละ 80.8 ในไตรมาส 3 ของปี 2558 เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ของปี 2557 ที่เท่ากับร้อยละ 78.7 และเพิ่มขึ้นจาก ณ สิ้นปี 2557 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 79.9 เป็นผลจากสัดส่วนการขยายตัวของหนี้ครัวเรือนสูงกว่าการขยายตัวของ GDP หากประกอบกับภาวะการเติบโตของรายได้ที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ และภาวะภัยแล้งที่อาจเกิด จะส่งผลโดยตรงต่อเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ และก่อให้เกิดการผิมนัดชำระหนี้ตามมา



ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคจึงให้ความสนใจและเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องการคัดกรองลูกหนี้ และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ เพื่อควบคุมการเพิ่มขึ้นของสัดส่วน NPL

### ตารางขนาดหนี้ครัวเรือนของไทยเทียบกับ GDP ปี 2553 – ไตรมาส 3 ปี 2558

ปี	2553	2554	2555	2556	2557	ไตรมาส 3 2558
หนี้สินครัวเรือน <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	6,402,175	7,480,760	8,829,181	9,845,471	10,493,517	10,839,611
อัตราการเติบโต (%YoY)	14.5%	16.8%	18.0%	11.5%	6.6%	5.5%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) <sup>(2)</sup> (ล้านบาท)	10,802,402	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,415,830 <sup>(3)</sup>
อัตราการเติบโต (%YoY)	11.9%	4.6%	9.3%	4.5%	1.8%	2.7%
หนี้ครัวเรือนต่อ GDP (%)	59.3%	66.2%	71.5%	76.3%	79.9%	80.8%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(1) ข้อมูลจะถูกปรับแก้ไขโดยธนาคารแห่งประเทศไทยทุกไตรมาสที่ 2 ของแต่ละปี (ปรับแก้ไขย้อนหลัง 8 ไตรมาส ไม่รวมไตรมาสล่าสุด) ตามข้อมูลที่ได้รับเพิ่มเติมจาก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(2) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี ซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลข ตั้งแต่ปี 2555 - 2557

(3) GDP ไตรมาส 3 ปี 2558 เป็นตัวเลขประมาณการ Annualized GDP โดยใช้ GDP รายไตรมาส 4 ไตรมาษย้อนหลัง

จากสัดส่วนหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของภาคการบริโภคและการใช้จ่ายภาคเอกชน ซึ่งในปีที่ผ่านมาการบริโภคที่เติบโตขึ้นมาจากการเพิ่มขึ้นของหนี้ครัวเรือน รวมทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลในระยะสั้น ซึ่งอาจมิได้สะท้อนกำลังซื้อที่แท้จริงของประชาชน ดังนั้น สัดส่วนหนี้ครัวเรือนในระดับสูง อาจเป็นการจำกัดกำลังซื้อและเป็นอุปสรรคต่อการใช้จ่ายตามอุปสงค์ในขนาดของประชาชนได้

ทั้งนี้หากพิจารณาความเสี่ยงในเรื่องการปล่อยสินเชื่อแก่ภาคครัวเรือนของไทย พบว่าความเสี่ยงค่อนข้างจำกัด เนื่องจากผู้ปล่อยกู้รายหลัก ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ และสหกรณ์ออมทรัพย์ (สัดส่วนการปล่อยสินเชื่อไตรมาส 3 ปี 2558 รวมกันประมาณร้อยละ 87.3 ของหนี้ครัวเรือนทั้งระบบ) อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานกำกับ อีกทั้งเงินกู้ยืมส่วนใหญ่มีหลักประกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนในสินทรัพย์หรือใช้ประกอบธุรกิจ

### ตาราง สรุปรายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน พ.ศ. 2549 – 2556<sup>(1)</sup>

ปี <sup>(1)</sup>	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน		หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน	
	บาท/เดือน	%เปลี่ยนแปลง	บาท/เดือน	%เปลี่ยนแปลง	บาท/เดือน	%เปลี่ยนแปลง
2549	17,787	18.9%	14,311	16.4%	116,585	11.5%
2550	18,660	4.9%	14,500	1.3%	116,681	0.1%
2552	20,904	12.0%	16,205	11.8%	134,699	15.4%
2554	23,236	11.2%	17,403	7.4%	134,900	0.1%
2556	25,194	8.4%	19,061	9.5%	163,087	20.9%

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

(1) อัตราการเติบโตของปี 2549 เติบโตจากปี 2547 และอัตราการเติบโตของปี 2550 เติบโตจากปี 2549 ตามลำดับเรื่อยไป ทั้งนี้ไม่มีการเก็บข้อมูลรายได้เฉลี่ย และหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนสำหรับปี 2551 ปี 2553 ปี 2555 และปี 2557



## ตาราง สรุปค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน พ.ศ. 2553 – 2557

ปี	2553	2554	2555	2556	2557
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท/เดือน)	16,819	17,403	18,766	19,061	20,892
อัตราการเปลี่ยนแปลงต่อปี (%)	3.8%	3.5%	7.8%	1.6%	9.6%

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางแสดงให้เห็นว่าในปี 2556 (เทียบกับปี 2554) ประชากรในประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.5 มากกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ร้อยละ 8.4 และมีการขยายตัวของหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือนที่ร้อยละ 20.9 เป็นผลสืบเนื่องจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในช่วงปี 2555-2556 ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคขยับสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพและหนี้สินต่อครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาตารางสรุปค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ปี 2557 เฉลี่ยต่อครัวเรือนมีค่าใช้จ่าย 20,892 บาท/เดือน เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 จากปีก่อนหน้าสอดคล้องกับการขยายตัวของตัวเลขการใช้จ่ายส่วนบุคคล รวมถึงการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## ตารางเปรียบเทียบธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

ปี	2554	2555	2556	2557	2558
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,537,485
อัตราดอกเบี้ยโต (%ต่อปี)	4.6%	9.3%	4.5%	1.8%	3.1%
ลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (ล้านบาท) <sup>(2)</sup>	442,213	518,685	589,567	630,992	661,308
อัตราดอกเบี้ยโต (%ต่อปี)	9.5%	17.3%	13.7%	7.0%	4.8%
อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อ GDP	3.9%	4.2%	4.6%	4.8%	4.9%

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี ซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลข ตั้งแต่ปี 2555 - 2557

<sup>(2)</sup> จำนวนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค คัดจากลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตรวมกับลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยของปี 2558 มีอัตราการขยายตัวของ GDP อยู่ที่ร้อยละ 3.1 (ข้อมูล GDP ณ ราคาประจำปี) เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยปัจจัยสนับสนุนหลักจากอุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้น ซึ่งเกิดจากการเร่งตัวของการลงทุนภาครัฐ การใช้จ่ายภาคครัวเรือนและภาครัฐ และการปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน แม้การส่งออกจะลดลง ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตาม การเพิ่มความเข้มงวดในการอนุมัติลูกค้ายาวใหม่ของสถาบันการเงิน ทำให้อัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลงจากที่เคยเติบโตร้อยละ 13.7 ในปี 2556 เป็นร้อยละ 7.0 ในปี 2557 และลดลงเหลือร้อยละ 4.8 ณ สิ้นปี 2558 สำหรับอัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อ GDP ในปี 2558 มีการขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 4.9 จาก ณ สิ้นปี 2557 ที่เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 4.8 ทั้งนี้ ภาพรวมตั้งแต่ปี 2554 สัดส่วนดังกล่าวยังอยู่ในช่วงใกล้เคียงกันที่ระหว่างร้อยละ 4-5

ลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคประกอบด้วยลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตและลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งจากรายงานการเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการหลัก 2 ประเภท ได้แก่

(1) ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย และสาขาธนาคารต่างประเทศ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินเชื่ออุปโภคบริโภค อาทิ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคาร



กสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารซีทีแบงก์ เป็นต้น

(2) ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) รวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อเพื่อรายย่อย รวมทั้งสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล แต่ไม่ได้รับอนุญาตในการให้บริการเงินฝาก มีจำนวนทั้งสิ้น 36 สถาบัน (ไม่รวมกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อ nano finance) แบ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 2 บริษัท บริษัทที่ดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 26 บริษัท และบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลร่วมกันจำนวน 8 บริษัท (รวมบริษัท KTC) โดยผู้ประกอบการประเภทนี้มีส่วนช่วยผลักดันให้การกู้เงินของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำซึ่งมีสัดส่วนสูงเข้ามากู้เงินในระบบมากขึ้น

#### 2.2.2.2 จำนวนผู้มีงานทำและส่วนแบ่งตลาดตามกลุ่มรายได้ของอุตสาหกรรม

จากตัวเลขผู้มีงานทำในตารางแสดงจำนวนประชากรผู้มีงานทำ จะเห็นว่าจำนวนผู้มีงานทำในปี 2554 - 2558 อยู่ในระดับใกล้เคียงกันประมาณ 39 ล้านคน และเท่ากับ 38.9 ล้านคน ณ สิ้นปี 2558 โดยอัตราการมีงานทำของผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานทั้งหมดอยู่ในระดับใกล้เคียงกันที่ประมาณร้อยละ 99 และสำหรับปี 2558 ข้อมูล ณ สิ้นปี 2558 จำนวนผู้มีงานทำและอัตราการมีงานทำลดลงจากปี 2557 เล็กน้อยเหลือร้อยละ 99.2

#### ตารางแสดงจำนวนผู้มีงานทำและอัตราการมีงานทำ ปี 2554 – 2558

ตัวเลขผู้มีงานทำ	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนผู้มีงานทำ (ล้านคน)	39.5	39.5	38.6	38.7	38.9
อัตราการมีงานทำ (%)	99.6%	99.5%	99.3%	99.4%	99.2%

ที่มา : สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (ทั่วราชอาณาจักร) ปี 2554 ถึง 2558 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

รายงานภาวะสังคมไทยปี 2558 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้เปิดเผยว่า การจ้างงานปี 2558 ลดลงร้อยละ 0.2 และอัตราการว่างงานเท่ากับร้อยละ 0.9 ซึ่งเป็นผลมาจากการจ้างงานภาคเกษตรลดลงร้อยละ 3.6 เนื่องจากภาวะภัยแล้ง แม้การจ้างงานนอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ ทั้งนี้ รายได้ของแรงงานภาคเอกชนมีการเติบโตขึ้น โดยค่าจ้างแรงงานและเงินเดือนภาคเอกชนที่ยังไม่รวมค่าล่วงเวลาและผลประโยชน์ตอบแทนอื่นตลอดปี 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งยังส่งผลในทางบวกต่อทิศทางการเติบโตของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

#### ตารางแสดงจำนวนประชากรผู้มีรายได้ประจำและอัตราการเติบโต ปี 2554 – 2558

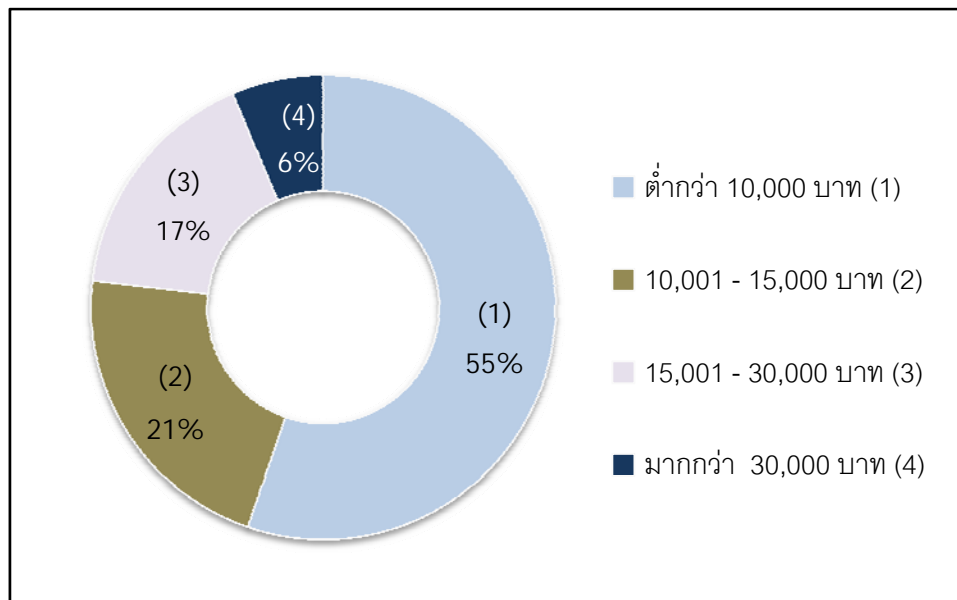
ตัวเลขผู้มีรายได้	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนผู้มีรายได้ประจำ (ล้านคน)	16.6	16.9	16.4	17.9	18.1
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	0.9%	2.0%	-2.8%	8.8%	1.5%

ที่มา : การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (ทั่วราชอาณาจักร) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากจำนวนประชากรผู้มีงานทำปี 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 38.7 ล้านคน เป็นผู้มีรายได้ประจำทั้งสิ้น 17.9 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.3 ของผู้มีงานทำทั้งหมด และสำหรับปี 2558 มีสัดส่วนดังกล่าวที่ร้อยละ 46.5 โดยมีจำนวน

ประชากรผู้มีงานทำปี 2558 รวม 38.9 ล้านคน และจำนวนผู้มีรายได้ประจำทั้งสิ้น 18.1 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 จากปี 2557 ซึ่งโครงสร้างรายได้ของผู้มีรายได้ประจำดังกล่าว สามารถจำแนกได้ตามแผนภูมิ ดังนี้

**โครงสร้างรายได้ของประชากรผู้มีรายได้ประจำในประเทศไทย ณ สิ้นเดือนธันวาคม ปี 2558 จำนวน 18.1 ล้านคน**



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากแผนภูมิแสดงจำนวนผู้มีรายได้ประจำสามารถจำแนกผู้มีรายได้ตามระดับรายได้ต่อเดือน เป็นจำนวนผู้มีรายได้ประจำ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558 จำนวนทั้งสิ้น 18.1 ล้านคน แบ่งเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน เป็นกลุ่มประชากรใหญ่ที่สุดรวม 10.0 ล้านคน หรือร้อยละ 55.0 ของผู้มีรายได้ประจำทั้งหมด กลุ่มที่มีจำนวนประชากรรองลงมาคือ กลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 15,000 บาท/เดือน มีจำนวน 3.9 ล้านคน เป็นสัดส่วนร้อยละ 21.5 สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท/เดือน มีจำนวน 3.0 ล้านคน มีสัดส่วนร้อยละ 16.7 และกลุ่มที่มีประชากรน้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มผู้รายได้ช่วงมากกว่า 30,000 บาท/เดือน มีจำนวน 1.2 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.3 ซึ่งประชากรกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 15,000 บาท/เดือน (สัดส่วนร้อยละ 21.5 ของประชากรผู้มีรายได้ประจำ) จะเป็นฐานลูกค้าเป้าหมายใหญ่ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัท และประชากรกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 15,000 จนถึงสูงกว่า 30,000 บาท/เดือน (สัดส่วนรวมร้อยละ 23.1 ของประชากรผู้มีรายได้ประจำ) เป็นฐานลูกค้าสำคัญของธุรกิจบัตรเครดิต อย่างไรก็ตาม โอกาสในการเติบโตของทั้ง 2 ธุรกิจนี้ขึ้นอยู่กับสภาวะเศรษฐกิจโดยรวมและระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคด้วย

ทั้งนี้ จำนวนผู้มีรายได้ประจำเป็นผลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งเป็นข้อมูลจากโครงการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร โดยข้อมูลนี้เฉพาะจำนวนผู้รับจ้างทำงานในระบบที่ได้อำนาจได้เป็นเงินเดือนทั้งที่เป็นเอกชนและหน่วยงานราชการเท่านั้น ไม่นับรวมผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการตนเอง เช่น ผู้ประกอบกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และผู้ประกอบการที่มีขนาดเล็ก มีผลทำให้ข้อมูลมีตัวเลขต่ำกว่าตัวเลขที่น่าจะเป็น

### 2.2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจบัตรเครดิต

#### (1) การเปรียบเทียบตัวเลขการใช้จ่ายส่วนบุคคล การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การเบิกเงินสดล่วงหน้าเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

ภาพรวมของตลาดธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2558 เติบโตชะลอตัวลงเนื่องมาจากระดับหนี้สินครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงกดดันการใช้จ่ายของประชาชน จะเห็นได้จากการใช้จ่ายภาคเอกชนซึ่งวัดได้จากการใช้จ่ายส่วนบุคคลปี 2558 ที่มีจำนวน 6,974,351 ล้านบาท มีการขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับปี 2557 ซึ่งค่อนข้างชะลอตัวเมื่อเทียบกับการขยายตัวของปี 2557 เทียบกับปี 2556 ที่ร้อยละ 2.5 แม้รัฐบาลได้ออกมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายในช่วงปลายปี 2558 แล้วก็ตาม เช่นเดียวกับการขยายตัวของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง สำหรับตัวเลขรวมของปี 2558 ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมเท่ากับ 1,393,121 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน แบ่งเป็นยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร 1,264,634 ล้านบาท และยอดการเบิกเงินสดล่วงหน้า 128,487 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 และ 5.7 ตามลำดับ)

ถึงแม้ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรรวมยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องแต่แนวโน้มค่อนข้างชะลอตัว เห็นได้จากตัวเลขการเติบโตที่ลดลง อยู่ที่ร้อยละ 18.7 11.2 และ 9.4 ต่อปี ในปี 2555-2557 ตามลำดับ ซึ่งภาวะชะลอตัวดังกล่าวเป็นไปตามฐานตัวเลขที่ใหญ่ขึ้น ทำให้อัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดดเป็นไปได้ยากมากขึ้น ตรงข้ามกับอัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมต่อการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยตลอดปี 2558 เท่ากับร้อยละ 20.0 ปรับขึ้นเล็กน้อยจากตัวเลขสิ้นปี 2557 ที่มีอัตราส่วนร้อยละ 19.0 และดีขึ้นกว่าช่วงปี 2556 ที่มีอัตราส่วนดังกล่าวที่ร้อยละ 17.7 สะท้อนให้เห็นแนวโน้มความนิยมของผู้บริโภคที่หันมาใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น

จะเห็นว่า แนวโน้มของผู้บริโภคในประเทศไทยที่เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแทนการใช้เงินสดมากขึ้น สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment Master Plan) ซึ่งมุ่งหวังให้ประเทศก้าวสู่ Digital Economy แผนยุทธศาสตร์นี้จะช่วยประหยัดต้นทุนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในภาคธนาคาร ภาคธุรกิจหรือร้านค้า และภาคประชาชน โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นตัวกลางในการโอนเงิน ซึ่งจะช่วยให้การกำกับดูแลระบบชำระเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจจากต้นทุนที่ลดลงในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น เมื่อพิจารณาอัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อ GDP พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากเปรียบเทียบระหว่างสิ้นปี 2558 กับปี 2557 พบว่าอัตราส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นมาเป็นร้อยละ 9.3 เพิ่มจากร้อยละ 9.0 ของปี 2557 สำหรับอัตราส่วนการเบิกเงินสดล่วงหน้าต่อ GDP มีแนวโน้มคงที่ที่ร้อยละ 0.8-0.9

## ตารางสรุปตัวเลขการใช้จ่ายส่วนบุคคล การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การเบิกเงินสดล่วงหน้าเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

	2554	2555	2556	2557	2558
การใช้จ่ายส่วนบุคคล (ล้านบาท) <sup>(1)</sup>	5,978,093	6,535,165	6,755,851	6,922,620	6,974,351
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	6.2%	9.3%	3.4%	2.5%	0.7%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (ล้านบาท)	811,726	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,634
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	12.8%	19.9%	11.1%	9.7%	6.7%
การเบิกเงินสดล่วงหน้า (ล้านบาท)	93,622	101,040	113,901	121,611	128,487
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	-1.0%	7.9%	12.7%	6.8%	5.7%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวม (ล้านบาท) <sup>(2)</sup>	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	11.2%	18.7%	11.2%	9.4%	6.6%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (ล้านบาท) <sup>(1)</sup>	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,537,485
อัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมต่อการใช้จ่ายส่วนบุคคล	15.1%	16.4%	17.7%	18.9%	20.0%
อัตราส่วนการใช้จ่ายส่วนบุคคลต่อ GDP	52.9%	52.9%	52.4%	52.7%	51.5%
อัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อ GDP	7.2%	7.9%	8.4%	9.0%	9.3%
อัตราส่วนการเบิกเงินสดล่วงหน้าต่อ GDP	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	0.9%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปีซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลข ตั้งแต่ปี 2555 - 2557

(2) การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวม คือผลรวมของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและการเบิกเงินสดล่วงหน้า

### (2) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

อุตสาหกรรมบัตรเครดิตยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของตัวเลขอุตสาหกรรมในปี 2558 ได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตเติบโตได้ร้อยละ 7.2 ยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 การใช้จ่ายผ่านบัตรขยายตัวร้อยละ 6.7 และการเบิกเงินสดล่วงหน้าเติบโตร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ ปัจจัยการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตมาจากการกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง จากผู้ประกอบการทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ผ่านโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่จัดทำร่วมกับร้านค้า ทำให้ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

สิ้นปี 2558 มีจำนวนบัตรเครดิตในระบบทั้งสิ้น 21.8 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 จากทั้งสิ้น 20.3 ล้านบัญชี ณ สิ้นปี 2557 ซึ่งบัตรเครดิตเหล่านี้นอกจากจะออกโดยผู้ประกอบการเองแล้ว ยังมีทั้งบัตรเครดิตที่ออกร่วมกับร้านค้าต่างๆ และบัตรกดเงินสดที่ถูกใช้สำหรับการเบิกถอนเงินสดเท่านั้น โดยธุรกิจบัตรเครดิตยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตต่อไปได้ในอนาคต รายงานระบบการชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยได้เปิดเผยว่าสัดส่วนการใช้บริการ e-Payment ต่อประชากรของไทยยังน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศใกล้เคียงเช่น มาเลเซียและสิงคโปร์ นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะทำธุรกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมไปถึงการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ที่เป็นปัจจัย



ส่งเสริมให้การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ และส่งเสริมธุรกิจไปในทิศทางบวก

ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินยังคงครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่าในด้านจำนวนบัญชีบัตรเครดิต โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.5 (ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากช่วงสิ้นปี 2557 ที่เท่ากับร้อยละ 52.0) มีจำนวนบัญชีประมาณ 11.6 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนแบ่งการตลาดที่เหลืออีกร้อยละ 47 มาจากธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนบัญชี 10.1 ล้านบัญชี อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 จาก ณ สิ้นปี 2557 ซึ่งการเติบโตดังกล่าวลดลงจาก ณ สิ้นปี 2557 เทียบปี 2556 ที่ร้อยละ 7.9

#### ตารางแสดงจำนวนบัญชีของธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต (ล้านบัญชี)	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					จำนวนบัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	7,894,861	8,274,146	9,028,047	9,744,241	10,119,844	46.5%	3.9%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	7,433,430	8,595,879	9,520,707	10,559,510	11,642,429	53.5%	10.3%
รวมทั้งหมด	15,328,291	16,870,025	18,548,754	20,303,751	21,762,273	100.0%	7.2%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาพรวมของยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจบัตรเครดิตของปี 2558 มีมูลค่าทั้งสิ้น 336,641 ล้านบาท โดยธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างคงที่ในอัตราส่วนร้อยละ 60.9 และร้อยละ 39.1 ตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตของยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับปี 2557

#### ตารางแสดงยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิต

ยอดสินเชื่อคงค้าง (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					ยอดสินเชื่อ	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	138,776	156,203	175,438	193,394	204,980	60.9%	6.0%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	90,128	105,351	114,988	124,748	131,662	39.1%	5.5%
รวมทั้งหมด	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641	100.0%	5.8%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ปริมาณการใช้จ่ายไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรมในปี 2558 อยู่ที่ 1,264,634 ล้านบาท เติบโตที่ร้อยละ 6.7 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับส่วนแบ่งตลาดหลักที่ร้อยละ 67.5 เป็นการใช้จ่ายของบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นมูลค่า 853,729 ล้านบาท และส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 32.5 คิดเป็นมูลค่า 410,906 ล้านบาท โดยมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรมีอัตราเติบโตจากปีก่อนที่ร้อยละ 5.7 และ 8.7 สำหรับธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ตามลำดับ



## ตารางแสดงปริมาณการใช้จ่ายของธุรกิจบัตรเครดิต

ปริมาณการใช้จ่าย (ล้านบาท) <sup>(1)</sup>	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					ปริมาณการ ใช้จ่าย	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	532,493	644,832	728,835	807,443	853,729	67.5%	5.7%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	279,233	328,468	352,305	378,098	410,906	32.5%	8.7%
รวมทั้งหมด	811,726	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,634	100.0%	6.7%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า

## ตารางแสดงปริมาณการเบิกเงินสดล่วงหน้าของธุรกิจบัตรเครดิต

การเบิกเงินสดล่วงหน้า (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					การเบิกเงิน สดล่วงหน้า	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	53,250	56,263	63,566	66,732	70,212	54.6%	5.2%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	40,372	44,776	50,335	54,878	58,275	45.4%	6.2%
รวมทั้งหมด	93,622	101,039	113,901	121,611	128,487	100.0%	5.7%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

การเบิกเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรมในช่วงปี 2558 อยู่ที่ 128,487 ล้านบาท เติบโตได้ร้อยละ 5.7 จากปี 2557 โดยธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 54.6 มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการเบิกเงินสดล่วงหน้าที่มีประมาณร้อยละ 5.2 ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 45.4 และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

## (3) ธุรกิจบัตรเครดิตบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมพบว่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมของบริษัทในปี 2558 มีมูลค่าเท่ากับ 145,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 129,828 ล้านบาทในปี 2557 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.3 สูงกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 6.6 (เพิ่มจาก 1,307,152 ล้านบาท เป็น 1,393,121 ล้านบาท) และเมื่อคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมจะอยู่ที่ร้อยละ 10.5 เติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากช่วงปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนร้อยละ 9.9

ลูกหนี้บัตรเครดิตปี 2558 บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 12.3 คิดเป็นยอดลูกหนี้เท่ากับ 41,412 ล้านบาท ขยายตัวจากส่วนแบ่งตลาดในปี 2557 ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 11.8 (ยอดลูกหนี้ 37,621 ล้านบาท) คิดเป็นการเติบโตที่ร้อยละ 10.1 ดีกว่าตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 5.8 ต่อปี และอัตราการขยายตัวของลูกหนี้ของบริษัทยังมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปี 2557 เติบโตร้อยละ 6.6 และปี 2556 เติบโตร้อยละ 3.8 ในปี 2558 บริษัทมีกลยุทธ์การออกบัตรให้กับกลุ่มค้าระดับบน ซึ่งร่วมกับทั้ง วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี อีกทั้งยังมีการกระตุ้นการใช้จ่าย โดยครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของสมาชิก พร้อมกับขยายพันธมิตรใหม่เพื่อเป็นการขยายสิทธิ



ประโยชน์ในหมวดใหม่ ๆ ให้กับสมาชิก ทำให้จำนวนบัตรเครดิตของบริษัท ณ สิ้นปี 2558 เติบโตเป็น 1.89 ล้านบัญชี หรือคิดเป็นส่วนแบ่งเทียบอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 8.7 ซึ่งส่วนแบ่งลดลงจากปี 2557 ที่ร้อยละ 8.9 โดยมีจำนวนบัญชีเท่ากับ 1.81 ล้านบัญชี โดยส่วนแบ่งตลาดที่ลดลง เนื่องมาจากบริษัทมีโครงการปิดบัตรที่หมดอายุและบัตรที่ไม่เปิดใช้งาน เพื่อให้ตัวเลขจำนวนบัญชีสะท้อนการใช้งานจริงของสมาชิก

หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2558 อยู่ที่ 10,452 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.7 จากปีก่อนหน้า ทำให้สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 3.1 ซึ่งมากกว่าเมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2557 ที่ร้อยละ 2.6 หากพิจารณาสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของแต่ละกลุ่ม จะพบว่าธนาคารพาณิชย์มี NPL อยู่ที่ร้อยละ 4.0 และบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินมี NPL อยู่ที่ร้อยละ 1.8 จะเห็นว่าระดับ NPL ของธนาคารพาณิชย์ ยังคงสูงกว่าบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน และ NPL ของ KTC ณ สิ้นปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 1.3 หรือจำนวน 588 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก ณ สิ้นปี 2557 ที่ร้อยละ 1.7 หรือจำนวน 626 ล้านบาท ตัวเลข NPL ที่ลดลงได้สะท้อนนโยบายของบริษัทที่มุ่งเน้นการรักษาสมดุลระหว่างการเติบโตของจำนวนพอร์ตใหม่และการรักษาคุณภาพลูกหนี้

#### ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบัญชี)	15.33	16.87	18.55	20.30	21.76
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC (ล้านบัตร)	1.62	1.53	1.57	1.81	1.89
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	10.6%	9.1%	8.4%	8.9%	8.7%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	110,739	116,236	120,929	129,828	141,800
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	12.2%	10.8%	10.1%	9.9%	10.5%
ลูกหนี้บัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC (ล้านบาท)	33,668	34,007	35,297	37,621	41,412
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	14.7%	13.0%	12.2%	11.8%	12.3%
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป ในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	4,895	5,054	6,638	8,316	10,452
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	1,326	928	772	626	558
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.4%	1.9%	2.3%	2.6%	3.1%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	3.9%	2.7%	2.2%	1.7%	1.3%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า

#### 2.2.2.4 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

##### (1) การเปรียบเทียบสินเชื่อบุคคล เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

ยอดคงค้างของลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2558 เติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 3.8 โดยมียอดหนี้คงค้างเท่ากับ 324,667 ล้านบาท แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่องแต่ในทิศทางที่ชะลอตัวลง อันเนื่องมาจากความวิตกกังวลเรื่องภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ทำให้ผู้ให้สถาบันการเงินและผู้ให้บริการเพิ่มความ





เข้มงวดในการอนุมัติสินเชื่อ โดยอัตราส่วนของลูกหนี้สินเชื่อบุคคลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2558 มีการขยายตัวคงที่ร้อยละ 2.4 ซึ่งเท่ากับการขยายตัวในปี 2557 แม้สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ในปี 2558 ยังคงปรับตัวสูงขึ้นก็ตาม

### ตารางสรุปตัวเลขสินเชื่อบุคคล เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

	2554	2555	2556	2557	2558
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (ล้านบาท) <sup>(1)</sup>	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,537,485
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล (ล้านบาท)	213,310	257,132 <sup>(2)</sup>	299,142	312,851	324,667
อัตราการใช้เงิน (% ต่อปี)	13.8%	20.5%	16.3%	4.6%	3.8%
อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลต่อ GDP	1.9%	2.1%	2.3%	2.4%	2.4%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี ซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลข ตั้งแต่ปี 2555 - 2557

<sup>(2)</sup> มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อบุคคลในปี 2555 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

### (2) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจสินเชื่อบุคคล

เนื่องจากยังคงมีความกังวลในความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือน รวมถึงแนวโน้มสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การอนุมัติสินเชื่อบุคคลเป็นไปอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการรายต่างๆ ได้เพิ่มความรัดกุมในการอนุมัติสินเชื่อ อันสะท้อนถึงการเฝ้าระวังต่อสถานการณ์ ซึ่งเห็นได้จากการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมลดลงตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ซึ่งในอุตสาหกรรมการแข่งขันเพื่อหาลูกค้าใหม่จะต้องทำควบคู่ไปกับการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

### ตารางแสดงจำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคล <sup>(1)</sup> (บัญชี)	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (% ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	2,097,245	2,655,997	2,926,616	2,861,617	2,692,619	20.9%	-5.9%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	6,824,549	7,543,283	8,545,672	8,980,409	10,163,572	79.1%	13.2%
รวมทั้งหมด	8,921,794	10,199,280	11,472,288	11,842,026	12,856,191	100.0%	8.6%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

ในปี 2558 จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 12.9 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ที่ 11.8 ล้านบัญชี คิดเป็นอัตราเติบโตที่ร้อยละ 8.6 ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.1 หรือจำนวน 10.2 ล้านบัญชี ขยายตัวดีขึ้นที่ร้อยละ 13.2 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดที่เหลือร้อยละ 20.9 คิดเป็นจำนวน 2.7 ล้านบัญชี



การเติบโตติดลบร้อยละ 5.9 จากความวิตกกังวลเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้านี้เป็นสาเหตุให้อัตราการปฏิเสธการให้สินเชื่อสูงขึ้น

### ตารางแสดงยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	ณ 31 ธ.ค. 2558		
					ยอดสินเชื่อคงค้าง	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	105,297	136,571	158,309	160,634	157,890	48.6%	-1.7%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	108,013	120,561	140,833	152,217	166,777	51.4%	9.6%
รวมทั้งหมด	213,310	257,132	299,142	312,851	324,667	100.0%	3.8%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

<sup>(1)</sup> ยอดสินเชื่อคงค้าง (Outstanding Balance) เป็นยอดเฉพาะต้นเงิน (หลังหักรายได้จากการตัดบัญชี)

ยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 312,851 ล้านบาท ในปี 2557 เป็น 324,667 ล้านบาท ในปี 2558 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.8 โดยธนาคารพาณิชย์มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 157,890 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.7 มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 48.6 ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 166,777 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 51.4

### (3) ธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

ในปี 2558 KTC มีจำนวนบัญชีสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ที่ 747,343 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 7.8 ต่ำกว่าตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 8.6 โดยมีสัดส่วนเทียบกับอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 5.8 ทั้งนี้ หากพิจารณาตัวเลขส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทในด้านจำนวนบัญชี พบว่าบริษัทสามารถรักษาระดับส่วนแบ่งตลาดไว้ที่ระดับประมาณร้อยละ 6 มาอย่างต่อเนื่อง สำหรับยอดลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคลคงค้างปี 2558 ของบริษัทเท่ากับ 18,583 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 11.6 ซึ่งสูงกว่าตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมรวมที่ร้อยละ 3.8 โดยมีสัดส่วนลูกหนี้เทียบกับอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 5.7 เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้านี้ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 5.3 โดยยังสามารถรักษาสัดส่วนแบ่งให้อยู่ในระดับร้อยละ 5 - 6 ทั้งนี้ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายขยายฐานสมาชิกใหม่และมุ่งทำการตลาดที่เฉพาะเจาะจงตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมทางการเงินสด ควบคู่ไปกับการรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพลูกหนี้ที่ดีเป็นหลัก

### ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนบัญชีสินเชื่อส่วนบุคคลในอุตสาหกรรม <sup>(1)</sup> (ล้านบัญชี)	8,921,794	10,199,280	11,472,288	11,842,026	12,856,191
จำนวนบัญชีสินเชื่อส่วนบุคคลของ KTC (ล้านบัญชี)	583,637	626,326	638,959	693,273	747,343
สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อส่วนบุคคลของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	6.5%	6.1%	5.6%	5.9%	5.8%
ยอดสินเชื่อส่วนบุคคลคงค้างของอุตสาหกรรม <sup>(2)</sup> (ล้านบาท)	213,310	257,132	299,142	312,851	324,667
ลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคลรวมของ KTC (ล้านบาท)	12,722	13,242	15,121	16,644	18,583
สัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	6.0%	5.1%	5.1%	5.3%	5.7%



	2554	2555	2556	2557	2558
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิคนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปในอุตสาหกรรม <sup>(1)</sup> (ล้านบาท)	2,934	7,665	10,920	14,238	16,792
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิคนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	535	337	222	195	194
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.7%	3.0%	3.7%	4.6%	5.2%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	4.2%	2.5%	1.5%	1.2%	1.0%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

- (1) จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน
- (2) สินเชื่อบุคคลเฉพาะที่ไม่มีทรัพย์สินหรือทรัพย์สินเป็นหลักประกัน โดยให้รวมถึงสินเชื่อที่เกิดจากการให้เช่าซื้อและการให้เช่าแบบลีสซิ่งในสินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจมิได้ จำหน่ายเป็นทางการค้าปกติ ทั้งนี้ ไม่รวม สินเชื่อที่เกิดจากการให้เช่าซื้อและการให้เช่าแบบลีสซิ่งในสินค้าที่เป็นรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ สินเชื่อเพื่อการศึกษา สินเชื่อเพื่อการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ สินเชื่อเพื่อรักษาพยาบาล สินเชื่อเพื่อสวัสดิการพนักงานที่หน่วยงานต้นสังกัดได้มีการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อบุคคลและสินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด
- (3) ยอดสินเชื่อผิคนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป หมายถึง ยอดสินเชื่อที่ลูกหนี้ที่ค้างชำระต้นเงินหรือดอกเบี้ยเป็นระยะเวลาเกิน 3 เดือนขึ้นไป นับตั้งแต่วันที่ถึงกำหนดชำระไม่ว่าจะเป็นไปตามเงื่อนไขหรือเงื่อนไขตามสัญญาหรือวันที่ทางถามหรือเรียกให้ชำระแล้วแต่วันใดจะถึงก่อน

เมื่อพิจารณาในแง่ลูกหนี้ที่ผิคนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป (NPL) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรมปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากที่ต่ำกว่าร้อยละ 3.0 ช่วงก่อนปี 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 ในปี 2558 โดยมีจำนวนเท่ากับ 16,792 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.9 จาก 14,238 ล้านบาท ในปี 2557 ในทางตรงข้ามสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC กลับมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 4.2 ในปี 2554 เหลือเพียงร้อยละ 1.0 ในปี 2558 หรือเท่ากับ 194 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.8 จาก 195 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นผลจากการคัดกรองคุณภาพลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของบริษัท และประสิทธิภาพของระบบงานติดตามหนี้ที่บริษัทได้ให้ความสำคัญมาอย่างต่อเนื่อง

## 2.2.3 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2559

### 2.2.3.1 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2559

ในภาพรวม เคทีซียังคงมุ่งมั่น พัฒนา ตามสถานะการแข่งขันที่รุนแรง และเพื่อเป้าหมายในการเติบโตต่อเนื่อง โดยบริษัทจะยังคงขยายฐานสมาชิกใหม่และบริหารความจงรักภักดีกับฐานสมาชิกปัจจุบัน โดยเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่สร้างสรรค์ แตกต่าง รวมถึงยังใช้จุดแข็ง ในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงลึก และเชิงกว้างผ่านระบบ CRM เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมการตลาดและการสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และจะยังคงควบคุมคุณภาพหนี้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากแนวโน้มทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันในธุรกิจที่มีความรุนแรง จากผู้ให้บริการที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทในปี 2559 สามารถสรุปได้ดังนี้

- การตลาดที่เน้นการเติบโต และเพิ่มพูนสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยยังคงเน้นเช็กเมนต์ ที่เป็นกลุ่มระดับบน หรือไฮเอนด์ และจะเพิ่มสัดส่วนฐานกลุ่มคนรุ่นใหม่ (young gen) ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต โดยสร้างจุดแตกต่าง และข้อเสนอ สิทธิประโยชน์ ที่สร้างสรรค์ ครอบคลุม และทำการตลาดในทุกมิติ



- การตลาดที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ ด้วยการพิจารณาบริการใหม่ๆ หลากหลาย โดยเฉพาะด้านดิจิทัล ที่ง่ายขึ้น และอำนวยความสะดวกกับสมาชิก รองรับขยายตัวของโลกออนไลน์
- การตลาด ที่ให้สิทธิประโยชน์ หลากหลาย และครอบคลุม เคทีซียัง ให้ความสำคัญในทุกหมวดร้านค้าที่เป็นการใช้จ่ายประจำวัน (Everyday Usage) และกลุ่มที่เป็นการใช้ตามโอกาส (Occasional Usage) และหมวดท่องเที่ยว (Travel and Leisure) ด้วยการประสานความร่วมมือกับพันธมิตร ออกแบบโปรแกรมการตลาด ที่ตรงใจ ง่าย สวรรค์ หลากหลาย ตลอดจนใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อให้เข้าถึงสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพ
- การตลาดตอบสนองกลุ่มเป้าหมายระดับบน ที่ต้องมีความต่อเนื่อง และเข้มข้นขึ้น ด้วยการขยายร้านค้าพันธมิตร รวมถึง คัดสรรสิทธิประโยชน์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนจะเน้นบริการ และมีกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ (experienced marketing) ให้สมาชิกได้เข้าร่วม และสร้างความประทับใจที่สุด
- การตลาดแบบการสร้างความรักภักดี โดยจะต่อยอดด้วยแคมเปญการใช้คะแนน Forever Rewards ในทุกระดับ หรือการทำโปรแกรมแบบเน้นความถี่ (Frequency) รวมถึงต่อยอดจากระบบใหม่ RewardzNow ที่ได้พัฒนา เพื่อรองรับรูปแบบ โปรแกรม ที่แปลกใหม่ สวรรค์ และเจาะกลุ่ม (targeted) มากขึ้น
- การตลาด ที่เน้นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ (Exploration) เพื่อที่จะขยายการเติบโต เคทีซีจะต้องไม่หยุดศึกษาหาโอกาส จากกลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ที่เติบโตตามกระแส หรือมีศักยภาพ หรือเป็นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของสมาชิก
- การตลาดที่เน้นการสร้างแบรนด์ เพื่อการเติบโตแบบยั่งยืนในระยะยาว และเพื่อให้เคทีซี เป็นที่จดจำ มีความแตกต่าง จากผู้ให้บริการรายอื่นๆ โดยจะใช้การสื่อสาร ที่ตอบโจทย์ ชัดเจน ผ่านช่องทางต่างๆ
- การตลาดอื่นๆ (Other Marketing Programs) เคทีซีไม่มองข้ามกิจกรรมการตลาดประเภทอื่น ที่ส่งเสริมให้สมาชิกพึงพอใจ และสร้างพฤติกรรมการใช้บัตร เช่น รายการส่งเสริมการขายออนไลน์ (on line promotion) รวมถึง การทำการตลาดกับพันธมิตร ตามทิศทางและแนวโน้มธุรกิจที่มีการเติบโต เช่น การนำเสนอแผนประกันภัยรูปแบบต่าง (Insurance) ฯ บริการ “U Shop V Deliver” ที่เพิ่มความหลากหลาย และจะเน้นการทำตลาด แบบตรงกลุ่ม (segmentation) มากขึ้น

### 2.2.3.2 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2559

ตลาดสินเชื่อบุคคลยังคงเป็นตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non bank) จะเห็นได้จากกิจกรรมทางการตลาดที่มีออกมาอย่างต่อเนื่อง เคทีซียังคงให้ความสำคัญกับการสร้างฐานสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังคงมุ่งมั่นพัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเช่นกัน นอกจากนี้เคทีซียังให้ความสำคัญกับคุณภาพลูกหนี้เพื่อช่วยลดความเสี่ยงของบริษัท ดังนั้น จึงไม่เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคา ทั้งนี้กลยุทธ์ของธุรกิจที่มุ่งเน้นโดยหลักๆ มีดังนี้

1. **พัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ:** มุ่งเน้นพัฒนาคุณสมบัติและบริการใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเช่นการเพิ่มบริการและการรับรู้ของบริการผ่อนชำระ KTC Flexi บริการเงินก้อนผ่อนเป็นงวด Cash Installment และช่องทางการเบิกถอนเงินสดใหม่ ๆ เป็นต้น



2. **มุ่งขยายฐานสมาชิกใหม่:** โดยปรับบริการทางด้านการอนุมัติสินเชื่อผ่านช่องทาง KTC Touch ให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ทราบผลได้ใน 30 นาที เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้สะดวกมากยิ่งขึ้น มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ
3. **มุ่งการทำตลาดแบบเฉพาะเจาะจง:** เป็นการเสนอรายการส่งเสริมการขายที่ผ่านการศึกษาและการใช้ข้อมูลอย่างละเอียดทั้งทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมทางการเงินสด เพื่อให้เกิดการตอบรับอย่างสูงสุดภายใต้การใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ และในระยะยาวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดของสมาชิก
4. **การใช้คะแนนสะสม Forever Rewards:** ที่เน้นตอบสนองความต้องการทางการเงิน เช่น คะแนนแทนดอกเบี๋ยจ่ายและคะแนนแทนค่างวดเป็นต้น คะแนนสะสมนับเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในการถือบัตรและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะพกบัตรและพร้อมใช้ทุกเมื่อ ๆ มีความต้องการใช้วงเงิน นอกจากนี้ยังสร้างความภักดีในระยะยาวผ่านกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิก โดยการแนะนำวิธีเพิ่มรายได้และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับสมาชิก นับเป็นพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนให้กับสมาชิก

บริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับสมาชิก พร้อมทั้งจะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Knowledge-based organization) มีบรรยากาศการทำงานที่ทำให้พนักงานมีความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบริษัท ร่วมกัน สร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับพันธมิตร เติบโตเคียงข้างกันไป โดยดำเนินธุรกิจแนวคิดที่แตกต่าง ด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล พร้อมสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนให้นักลงทุน

## 2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

### 2.3.1 การจัดหาบัตรเครดิต

เนื่องจากบริษัทต้องจัดหาบัตรพลาสติกที่จะนำมาใช้ผลิตบัตรเครดิตตามรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรลงในชิปที่ฝังอยู่บนหน้าบัตร และแถบแม่เหล็กหลังบัตรพลาสติก ซึ่งบริษัทได้เลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกที่ได้รับการรับรอง (Certified) จากวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในขั้นตอนการผลิตบัตรเครดิตทั้งกระบวนการ ดังนี้

- **การสั่งซื้อบัตรเปล่า (Blank Card)** ผู้ให้บริการภายนอกจะดำเนินการผลิตบัตรพลาสติกตามจำนวน และรูปแบบต่าง ๆ ที่บริษัทสั่งซื้อ โดยบริษัทจะประมาณการและสั่งซื้อให้เพียงพอต่อการใช้งาน เมื่อบัตรพลาสติกคงคลังถึงจุดสั่งซื้อ บริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ให้บริการภายนอกมีระยะเวลาในการผลิตบัตรพลาสติกได้ทันต่อการใช้งาน
- **การพิมพ์ตัวนูน (Emboss) และการบันทึกข้อมูลลงในแถบแม่เหล็กและชิป** บัตรพลาสติกรูปแบบ หรือประเภทที่ผู้ถือบัตรเลือก จะถูกนำมาพิมพ์ตัวนูนชื่อ นามสกุลของผู้ถือบัตรบนหน้าบัตรเครดิต และข้อมูลของผู้ถือบัตรจะถูกบันทึกลงในชิปและแถบแม่เหล็กด้วยมาตรฐานการผลิตของผู้ให้บริการภายนอกที่ได้รับการรับรองจากวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี



- **การบรรจุบัตร และส่งมอบให้ผู้ถือบัตร** บัตรเครดิตที่ถูกผลิตเรียบร้อยแล้ว จะถูกบรรจุลงในซองพร้อมกับเอกสารข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร รวมถึงเอกสารสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ โดยบริษัทจะจัดส่งบัตรเครดิตไปตามช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรเลือก เช่น จัดส่งทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ของผู้ถือบัตรระบุ จัดส่งบัตรไปยัง KTC Touch หรือสาขานาครกรุงไทยที่ผู้ถือบัตรระบุไว้ เป็นต้น

### 2.3.2 การจัดหาเครื่องรับบัตรอัตโนมัติ (EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร)

บริษัทจัดหาเครื่องรับบัตรอัตโนมัติ (EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร) โดยการเช่าหรือซื้อจากผู้จำหน่ายและผู้ให้เช่าเครื่อง โดยจะพิจารณาคัดเลือกผู้จำหน่ายที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ทันสมัย สามารถรองรับกับเทคโนโลยีการชำระเงิน และมาตรฐานด้านการชำระเงินในระดับสากล ประกอบกับนโยบายที่เน้นเรื่องระดับการให้บริการหลังการขาย จึงต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการเลือกใช้บริการของบริษัทผู้จำหน่ายที่มีความมั่นคง การบริหารงานที่เป็นมืออาชีพ พร้อมทีมงานและเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่บริการทั่วประเทศ สามารถให้ความมั่นใจได้ว่า จะรักษาระดับการให้บริการได้ตามที่บริษัทได้ให้พันธสัญญาไว้กับร้านค้าสมาชิก

บริษัทมีนโยบายที่จะติดตั้งเครื่อง EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร ให้กับทุกร้านค้าที่ผ่านการพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้เนื่องจากเครื่อง EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร สามารถทำรายการได้หลากหลายกว่าเครื่องรับบัตรเครดิตประเภท Imprinter เช่น สามารถอ่านข้อมูลจากแผงวงจรข้อมูลได้ (Microprocessor Chip) ซึ่งสามารถจะรองรับการให้มาตรฐานการชำระเงิน และบริการใหม่ ๆ บนเครื่อง นอกจากนี้ บริษัทสามารถให้บริการร้านค้าได้รวดเร็วขึ้น และลดโอกาสที่จะเกิดรายการทุจริตจากร้านค้าสมาชิก

### 2.3.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัทจัดหาเงินทุนจาก 2 แหล่ง ได้แก่ ส่วนของผู้ถือหุ้นและหนี้สิน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 8,733 ล้านบาท ประกอบด้วยทุนชำระแล้ว 2,578 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 1,892 ล้านบาท กำไรสะสม (จัดสรรแล้วตามกฎหมาย และยังไม่จัดสรร) 4,263 ล้านบาท และมีหนี้สินทั้งหมด 51,446 ล้านบาท

(โปรดศึกษารายละเอียดแหล่งที่มาของเงินทุนได้ที่ “หัวข้อ 7 ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น ข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น”)



### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ จึงได้มีการกำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น มีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง จัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ได้แก่ นโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กรและกลยุทธ์ นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านการเงิน นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิต นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ และนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านชื่อเสียง ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ก่อนการประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติ และบริษัทดำเนินการทบทวนนโยบายดังกล่าวทุกปีหรือทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง อันประกอบด้วยผู้บริหารจากแต่ละสายงานหลัก ยังมีหน้าที่ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลให้บริษัทดำเนินการตามนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงตามที่ได้กำหนดไว้ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เริ่มจากวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งปัจจัยภายในบริษัท ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารหรือพนักงาน การตลาด นวัตกรรม การปฏิบัติงาน การเงิน เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบของทางการ พร้อมทั้งระบุความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ จัดทำแผนภาพความเชื่อมโยงความเสี่ยง (Risk Map) รวมถึงกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRI) ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ระดับความเสี่ยงที่ทนได้ (Risk Tolerance) และทำการพิจารณาทบทวนเป็นประจำทุกปี ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความเสี่ยง ติดตามผลการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเป็นไปตามเป้าหมายการบริหารความเสี่ยงที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

#### 3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน และการนำไปปฏิบัติไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ส่งผลกระทบต่อรายได้ การดำเนินงาน หรือการดำรงอยู่ของบริษัทโดยที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง บริษัทจึงต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริษัทจัดให้มีการประชุมระดมความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงของทุกหน่วยงานขึ้นทุกปี เพื่อกำหนดและทบทวนกลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงปัจจัยความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน แผนดำเนินงานประจำปีของบริษัทต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งมีการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนเปรียบเทียบกับเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ





## 3.2 ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

### 3.2.1 ความเสี่ยงจากกระบวนการจัดอันดับเครดิตการให้สินเชื่อ

บริษัทตระหนักถึงความเสี่ยงอันอาจเกิดจากกระบวนการจัดอันดับเครดิตเพื่อใช้ในการพิจารณาสินเชื่อให้กับลูกค้าแต่ละรายเป็นอย่างมาก จึงได้กำหนดมาตรฐานการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งบริษัทได้มีการพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้ในการวัดค่าความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง โดยพัฒนาขึ้นมาจากฐานข้อมูลของลูกค้าที่ได้ถูกจัดเก็บไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ครบถ้วนและถูกต้องแม่นยำ ทำให้แบบจำลองความเสี่ยงดังกล่าว สามารถสะท้อนถึงระดับความเสี่ยงของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

สำหรับการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลนั้น นอกจากจะมีการใช้ประสบการณ์จากเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ และข้อมูลจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (NCB) แล้ว บริษัทได้มีการใช้ Application Scoring Model ซึ่งเป็นแบบจำลองที่พัฒนาภายใต้มาตรฐานสากล เพื่อใช้ในการคัดเลือกรูปแบบลูกค้าและอนุมัติลูกค้ารายใหม่ โดยแบบจำลองดังกล่าวเกิดจากการนำความรู้ด้านสถิติมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์อนุมัติสินเชื่อโดยนักวิเคราะห์ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์สินเชื่อ ตลอดจนได้มีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแบบจำลองอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้การตัดสินใจสะท้อนถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน รวมถึงควบคุมระดับความเสี่ยงให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ในการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อนั้น จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) รวมถึงบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายหน่วยงาน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

บริษัทได้มีการใช้ Behaviour Scoring Model ในการจัดอันดับความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้าที่อยู่ใน Portfolio โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้และพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละราย เพื่อช่วยในการพิจารณาปรับเพิ่มวงเงินสินเชื่อให้แก่ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาเพื่อใช้ในกระบวนการตั้งเงินสำรอง (Provision) ของบริษัทตามระดับความเสี่ยงของลูกค้าที่ประเมินได้จากแบบจำลองดังกล่าว ซึ่งระดับคะแนนของ Behaviour Scoring Model จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระดับเงินทุนสำรองของบริษัท

นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนา Collection Scoring Model ซึ่งเป็นแบบจำลองเพื่อใช้ในการบริหารจัดการและติดตามลูกหนี้บัตรเครดิต แบบจำลองดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงอันดับความเสี่ยงของลูกหนี้ที่ค้างชำระกับทางบริษัท ซึ่งจะช่วยในการจัดเรียงลำดับการติดตามร่วมกับยอดคงค้างของลูกหนี้ ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้แบบจำลองมีประสิทธิภาพ บริษัทมีการติดตามผลของแบบจำลองทุกเดือน

### 3.2.2 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้

การไม่ได้รับชำระหนี้คือนัยสำคัญอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจึงมีนโยบายให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภครายย่อยแก่ลูกค้าที่มีความสามารถในการจ่ายชำระคืน โดยลูกค้าแต่ละรายจะได้รับวงเงินสินเชื่อที่กำหนดตามความเสี่ยงของแต่ละบุคคล อีกทั้งบริษัทได้กระจายสินเชื่อดังกล่าวไปทั่วทุกอุตสาหกรรม



ภูมิภาคและกลุ่มลูกค้า ทำให้ความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ได้รับชำระหนี้จากลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ลูกหนี้การคำนวณของบริษัทมีอายุไม่เกิน 90 วัน จำนวน 59,434 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 97.9 ของยอดลูกหนี้การคำนวณที่มีมูลค่าเท่ากับ 60,686 ล้านบาท หลังจากหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 5,007 ล้านบาทแล้ว บริษัทมีลูกหนี้การคำนวณที่ 55,679 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทคำนึงถึงคุณภาพลูกหนี้เป็นสำคัญ โดยเน้นนโยบายเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งเป็นการรักษาสมดุลระหว่างจำนวนพอร์ตใหม่ที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมในระดับที่ยอมรับได้ และบริษัทสามารถควบคุมคุณภาพพอร์ตได้ดีขึ้น จากการปรับการบริหารจัดการหนี้ตั้งแต่ก่อนที่จะเป็นหนี้เสีย (Pre-delinquent) ประกอบกับการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทมีสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (> 90 วัน) สำหรับลูกหนี้บัตรเครดิตที่ร้อยละ 1.7 ณ สิ้นปี 2557 ปรับตัวลดลงเป็นร้อยละ 1.3 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และสำหรับสินเชื่อบุคคลปรับตัวลดลงจากร้อยละ 1.2 ณ สิ้นปี 2557 เป็นร้อยละ 1.0 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

### 3.2.3 ความเสี่ยงอันเกิดจากการควบคุมของภาครัฐ

กระทรวงการคลังได้ออกประกาศอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยอนุญาตให้ประกอบธุรกิจภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 และมอบอำนาจให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลโดยได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว รวมทั้งมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่สามารถเรียกเก็บจากลูกค้า คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตและลูกค้าสินเชื่อบุคคล ซึ่งบริษัทได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับแล้ว รวมถึงได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 ซึ่งคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2552 และ พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทได้ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ได้ออกมาบังคับใช้แล้วทุกประการ โดยบริษัทได้จัดให้มีหน่วยงาน Compliance เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแล ติดตามศึกษากฎหมาย ประกาศ คำสั่งที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติงานของบริษัท รวมทั้งปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะ เช่น การกำกับดูแลเกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงิน เป็นต้น เผยแพร่ให้พนักงานทำความเข้าใจ ตลอดจนกำกับดูแลให้บริษัทมีการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติงานโดยถูกต้อง โดยมีการรายงานตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมีหน่วยงาน Legal ที่ทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาข้อกฎหมาย รวมถึงจัดทำข้อตกลงหรือนิติกรรมสัญญาที่เป็นมาตรฐาน และไม่ขัดต่อข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อนึ่ง หากการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับต่าง ๆ ไม่มีความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ออกกฎระเบียบได้มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบให้สอดคล้องกับภาวะตลาดในขณะนั้น ๆ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าความเสี่ยงนี้จะถูกบริหารจัดการได้อย่าง



## เหมาะสม

ประเด็นที่ถือเป็นความเสี่ยงในระดับสูง คือ

1. การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ป.ป.ง.) พร้อมกฎกระทรวงเกี่ยวกับการพิสูจน์ทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า และพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย เนื่องจากเป็นกฎหมายและกฎเกณฑ์ใหม่ ซึ่งกระทบต่อการทำหน้าที่ทั้งเรื่องการรู้จักลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า การติดตามความผิดปกติของการทำการขายการของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง บริษัทจึงได้มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อการเรียนรู้ต่างๆ รวมทั้งจัดให้มีการจัดทดสอบเพื่อประเมินความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายให้กับผู้บริหาร และพนักงานเป็นประจำอีกด้วย
2. การปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับกฎหมาย Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) เนื่องจากเป็นกฎหมายและกฎเกณฑ์ใหม่ของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มาใช้บังคับ บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (เพื่อละเว้นการถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย) โดยมี GIN No. 63CF3L.99999.SL.764 และ ปัจจุบันบริษัทได้มีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานตาม FATCA ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบสถานะความเป็นพลเมืองสหรัฐอเมริกาของลูกค้าบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และมีขั้นตอนปฏิบัติงานรองรับเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งมีการติดตามประกาศ หลักเกณฑ์ที่อาจจะออกเพิ่มเติมอันเนื่องจากการเข้าร่วมเป็น Intergovernmental Agreement (IGA) ระหว่างไทยกับสหรัฐ ซึ่งอาจต้องปรับขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด
3. บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต เนื่องจากข้อมูลเครดิตของลูกค้านั้นเป็นข้อมูลที่สำคัญ และบริษัทจะต้องเก็บรักษาไว้เป็นความลับ ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการพัฒนาระบบงานขึ้นเพื่อรองรับการสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อ โดยได้กำหนดสิทธิให้เฉพาะเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเท่านั้น ที่สามารถเรียกดูข้อมูลได้
4. การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ การทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 2 กันยายน 2558 เป็นต้นมา บริษัทในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ได้มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องนี้ด้วยแล้ว โดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการทวงถามหนี้แล้ว และนอกจากนี้บริษัทได้ควบคุมดูแลให้ผู้ให้บริการติดตามทวงถามหนี้ภายนอก (Outsource) ซึ่งเป็นผู้ติดตามทวงถามหนี้ให้กับบริษัท ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ อย่างเคร่งครัด จึงเชื่อว่าการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 จะไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

**3.2.4 ความเสี่ยงอันเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคาร”)**

ธนาคารซึ่งมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัท ได้ลงนามในสัญญาการให้บริการด้านงานสนับสนุน (Back Office) กับบริษัทเพื่อให้ความสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัทเป็นระยะเวลา 15 ปี โดยบริษัทสามารถใช้เครือข่ายสาขาของธนาคารในการจัดหาสมาชิกบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล การรับชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตและค่างวดสินเชื่อบุคคล และร่วมใช้ระบบงาน Computer System บางส่วนของธนาคารได้อีกด้วย โดยบริษัทจะจ่ายค่าบริการด้านงานสนับสนุนที่กำหนดตามอัตราตลาดให้กับธนาคาร ทั้งนี้ บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารนั้นมีน้อยมาก เนื่องจากการเข้าทำสัญญาดังกล่าวได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการของธนาคาร นอกจากนี้ในส่วนของการจัดหาสมาชิกนั้น บริษัทมีช่องทางการจัดหาสมาชิกที่หลากหลาย อีกทั้งยังได้รับความสนับสนุนจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในการให้บริการเพื่อเป็นช่องทางการชำระเงินสำหรับลูกค้าของบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าอีกด้วย ทั้งนี้ หากธนาคารไม่ปฏิบัติตามสัญญาแล้วนั้น บริษัทสามารถจัดหาผู้ให้บริการรายใหม่ ๆ เพื่อรองรับการดำเนินงานได้ สำหรับในส่วนของการระบบงานข้อมูลสารสนเทศนั้น บริษัทร่วมใช้ระบบงานข้อมูลสารสนเทศของธนาคารน้อยมาก ดังนั้นการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารซึ่งโอกาสที่จะเกิดขึ้นนั้นมีน้อยมาก จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

**3.2.5 ความเสี่ยงอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นอันเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการ**

บริษัทได้ตระหนักถึงสภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น โดยอาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา การแย่งชิงลูกค้า หรือการรับโอนหนี้ของลูกค้า ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานรวมทั้งผลประกอบการของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีการลงทุน พัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์และการบริการรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ นั้น จะต้องใช้เวลาในการสำรวจตลาดและวิธีการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะประเภทนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการรายอื่น ๆ เป็นอย่างมาก ด้านกฎระเบียบของทางการที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของบริษัท ซึ่งจากประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานเกือบ 20 ปี ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพดังเช่นที่ผ่านมา ดังนั้น บริษัทเห็นว่าการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นนั้นไม่น่าจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 สัดส่วนลูกหนี้บัตรเครดิตรวมและสัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 12.3 และร้อยละ 5.7 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ที่มีสัดส่วนลูกหนี้บัตรเครดิตและสัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 11.8 และร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

**3.3 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ**

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เป็นความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขาดธรรมาภิบาลในองค์กร หรือขาดการควบคุมที่ดีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานภายใน บุคลากร ระบบงาน หรือเหตุการณ์ภายนอก และส่งผลกระทบต่อรายได้จากการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอาจจะมี



## ผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านอื่นโดยเฉพาะด้านชื่อเสียง (Reputation Risk)

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่มุ่งเน้นไปที่การป้องกันและติดตามดูแลความเสี่ยงประเภทนี้ เช่น การจัดโครงสร้างองค์กร เพื่อให้มีการสอบย้อนและถ่วงดุลอำนาจซึ่งกันและกัน (Check and Balance) การจัดให้มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน (SOP) ของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร การจัดทำการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Self Control Assessment: RCSA) ซึ่งจะครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลความเสียหายที่เกิดจากความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Loss Data) การติดตามความเสี่ยงโดยเครื่องมือดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (KRI) รวมถึงมีการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องของบริษัท (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ประกอบกำหนดยุทธศาสตร์และพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสม เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้บริษัทประเมินความสามารถของระบบควบคุมภายในว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดอีกทางหนึ่งด้วย เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทมีแผนรองรับและสามารถดำเนินธุรกิจได้ในภาวะวิกฤต เป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่

### 3.3.1 ความเสี่ยงอันเกิดจากการสูญเสียข้อมูล

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น จำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลขนาดใหญ่เกี่ยวกับลูกค้าและรายการธุรกรรมต่าง ๆ ทำให้มีความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ การสูญเสียข้อมูลอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือมีผู้จงใจทำลายข้อมูลหรือความผิดพลาดที่เกิดจากระบบ ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงอันเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญ บริษัทได้กำหนดมาตรการที่รัดกุมในการรักษาข้อมูลและให้อำนาจเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า พร้อมทั้งจัดทำซอฟต์แวร์สำหรับการควบคุมการรั่วไหลของข้อมูลเพิ่มเติม ด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการที่มีผู้จงใจทำลายข้อมูลนั้น บริษัทได้กำหนดให้มีการจัดทำฐานข้อมูลสำรอง และมีกระบวนการนำข้อมูลกลับคืนมาหากข้อมูลถูกทำลาย รวมทั้งจัดให้มีการสำรองระบบงานเป็นแบบออนไลน์เรียลไทม์อีกด้วย

### 3.3.2 ความเสี่ยงจากการทุจริตบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคล

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันและติดตามความเสียหายจากการทุจริตบัตรเครดิต โดยปัจจุบันบริษัทใช้ชิปเทคโนโลยี (Chip Card and EMV Technology) ซึ่งเป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงสุดแทนระบบแถบแม่เหล็ก (Magnetic Stripe) นอกจากนี้ยังมีแผนงานในการนำชิปเทคโนโลยีมาใช้กับบัตรสินเชื่อบุคคล เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการกดเงินสดผ่าน ATM ซึ่งมีแนวโน้มการทุจริตที่สูงขึ้นมากในปัจจุบัน โดย บัตรสินเชื่อที่ออกใหม่ หรือการต่ออายุบัตรเดิม และรวมถึงการออกบัตรใหม่ทดแทน ในปี 2558 บริษัทได้เปลี่ยนบัตรที่ออกใหม่ทั้งหมดเป็น Chip Card ส่วนบัตรเก่าอยู่ในระหว่างการทยอยเปลี่ยน รวมทั้งได้มีการลงทุนนำระบบ Online Fraud Detection ใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง มาใช้กับทั้งด้านบัตรและร้านค้า และมีทีมงานเฝ้าระวัง (Monitor) ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการนำระบบการเข้ารหัส (3D-Secure) สำหรับการทำธุรกรรมทาง E-Commerce และระบบรหัสผ่านเพียงครั้งเดียว (One Time Password - OTP) ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้ถือบัตรและร้านค้าสมาชิก โดยระบบดังกล่าวเป็น



เทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศ ทางบริษัท ยังได้ออกผลิตภัณฑ์ ที่เรียกว่า Virtual Card ไว้สำหรับรองรับลูกค้าที่ต้องการควบคุมความเสี่ยงในการทำรายการ E-Commerce ได้ด้วยตนเอง โดยเจ้าของบัตรสามารถกำหนดวงเงินใช้ซื้อสินค้า E-commerce รวมทั้งกำหนดยอดใช้สูงสุดแต่ละรายการสำหรับรายการ E-Commerce ภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนวงเงินดังกล่าวได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรทราบกรณีที่มีรายการใช้จ่ายตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป แต่ในกรณีที่เป็นการทำรายการทาง E-Commerce จะมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรทราบกรณีที่มีรายการใช้จ่ายตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป รวมถึงมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรทราบกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ และอีเมล เป็นต้น โดยทั้งปี 2558 มีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวน 2.89 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม

### 3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

#### 3.4.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่เพียงพอของเงินทุนหมุนเวียนหรือการจัดหาเงินทุนได้ด้วยต้นทุนที่สูงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย รวมถึงสภาวะความผันผวนของตลาดการเงินไม่ว่าจะเป็นตลาดตราสารหนี้หรือตลาดทุน ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน บริษัทจึงมีแนวทางในการจัดหาเงินกู้ยืมทั้งประเภทระยะสั้นและระยะยาว และปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับอายุของลูกหนี้ของบริษัท โดยมุ่งเน้นการระดมทุนจากการออกหุ้นกู้ การออกตั๋วแลกเงิน และจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินหลายแห่ง โดยไม่ได้พึ่งพิงสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีเงินกู้ยืมทั้งสิ้น 45,057 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกัน 79 ล้านบาท สถาบันการเงินอื่น

13,904 ล้านบาท การกู้ยืมเงินระยะยาว 1,850 ล้านบาท และจากหุ้นกู้เป็นจำนวน 29,223 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นต่อเงินกู้ยืมระยะยาว เท่ากับร้อยละ 31:69 และบริษัทมีลูกหนี้รวมทั้งหมดจำนวน 60,686 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่มีอายุไม่เกิน 90 วัน โดยมีจำนวน 59,434 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 97.9 ของยอดลูกหนี้รวมทั้งหมด บริษัทมีวงเงินสินเชื่อคงเหลือ (Available Credit Line) จำนวนทั้งสิ้น 24,640 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยวงเงินจากธนาคารกรุงไทยจำนวน 18,030 ล้านบาทและวงเงินจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ อีกจำนวน 6,610 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 เท่ากับ 5.89 เท่า ซึ่งยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาวะผูกพันที่กำหนดไว้ในหนังสือชี้ชวนของการออกหุ้นกู้ที่ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้ไม่เกิน 10 เท่า

บริษัทมีหน่วยงานด้านการบริหารเงินที่คอยติดตามประเมินวิเคราะห์แนวโน้มสภาพคล่องของบริษัท มีการจัดทำแบบจำลองในสถานการณ์ต่าง ๆ (Scenario Analysis) ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัททั้งในระยะสั้นและในระยะยาว มีการคาดการณ์แนวโน้มอัตราดอกเบี้ย และฐานเงินทุน ตลอดจนเงินกู้ยืมของบริษัท เพื่อเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ อันจะมีผลกระทบต่อแหล่งเงินทุนและป้องกันไม่ให้เกิดภาวะการขาดสภาพคล่อง หรือการมีสภาพคล่องมากเกินไปได้อย่างทัน่วงที รวมทั้งได้ร่วมกับหน่วยงาน Enterprise Risk Management (ERM) ในการบริหารสภาพคล่องให้เป็นไปตามแนว





ทางการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทที่หน่วยงาน ERM ได้มีการจัดทำขึ้น อีกทั้งได้มีการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Key Risk Indicators) และการทดสอบภาวะวิกฤต (Stress testing) เพื่อใช้ในการประเมิน ติดตาม ควบคุม และรายงานสถานะความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทต่อ Risk Management Committee อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีแผนรองรับภาวะฉุกเฉินด้านสภาพคล่องหากความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เพื่อให้บริษัทสามารถจัดการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ภายใต้ภาวะฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.4.2 ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยของรายการสินทรัพย์ และหนี้สินทั้งหมดที่มีความอ่อนไหวต่ออัตราดอกเบี้ย (Rate Sensitive Items) ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อรายได้ดอกเบี้ยสุทธิ (Net Interest Income) ดังนั้นเพื่อเป็นการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตลาดต่อต้นทุนทางการเงินของบริษัท บริษัทได้จัดหาเงินกู้ยืมทั้งประเภทระยะสั้น และระยะยาว ประเภทอัตราดอกเบี้ยคงที่และอัตราดอกเบี้ยลอยตัว โดยปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต และสถานะของโครงสร้างสินทรัพย์ของบริษัท ทั้งนี้ การจัดสัดส่วนดังกล่าวต้องคำนึงถึงความเสี่ยงด้านสภาพคล่องร่วมด้วยเสมอ นอกจากนี้หน่วยงาน Enterprise Risk Management ได้มีการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยในบัญชีเพื่อการธนาคาร (Interest Rate Risk in Banking Book) และการทดสอบภาวะวิกฤต (Stress testing) เพื่อใช้ในการประเมิน ติดตาม ควบคุมและรายงานสถานะความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยของบริษัทต่อ Risk Management Committee อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีแผนรองรับหากความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้





#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 อาคารและอุปกรณ์

##### 4.1.1 สัญญาระยะยาว

บริษัทมีสัญญาระยะยาว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ดังนี้

4.1.1.1 บริษัทมีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 591 อาคารสมัชชาวณิช 2 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร และมีสัญญาเช่าอาคารเพื่อเป็นสำนักงาน และเป็นที่ตั้งของ KTC Touch จำนวนทั้งสิ้น 23 จุดบริการ แบ่งเป็น 22 จุดบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาค นอกจากนี้ยังมีสัญญาบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และสัญญาเช่าเครื่องรูดบัตรหลายฉบับ ซึ่งสัญญาดังกล่าวที่มีผลผูกพัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 วันที่ 31 ธันวาคม 2557 และ 31 ธันวาคม 2558 มีค่าเช่าและบริการ ดังนี้

ค่าเช่าและบริการ (หน่วย: พันบาท)	31 ธ.ค. 56	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58
ระยะเวลาที่ไม่เกิน 1 ปี	180,878	246,216	225,522
ระยะเวลาที่เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	141,359	282,183	129,375
<b>รวม</b>	<b>322,237</b>	<b>528,399</b>	<b>354,897</b>

4.1.1.2 สัญญารับบริการประมวลผลข้อมูลบัญชีเงินเชื่อบุคคลและสินเชื่อเพื่อการบริโภคและบัญชีบัตรเครดิตกับบริษัทต่างประเทศบางแห่ง (“คู่สัญญา”) โดยสัญญาดังกล่าวประกอบด้วย สัญญาหลักคือสัญญารับบริการประมวลผลข้อมูล และสัญญาประกอบที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมบัตรเครดิตอีกสองฉบับ ภายใต้เงื่อนไขของสัญญาหลัก คู่สัญญาตกลงจะเป็นผู้ให้บริการบริหารจัดการและประมวลผลข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการออกบัตรเครดิตและธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิตให้แก่บริษัท รวมทั้งการประมวลผลข้อมูลและจัดส่งข้อมูลที่ประมวลผลแล้วผ่านระบบสื่อสารระหว่างประเทศเป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์กลับมายังบริษัท เพื่อดำเนินการจัดพิมพ์เป็นใบแจ้งยอดให้แก่ลูกค้าของบริษัทต่อไป บริษัทตกลงจะเป็นผู้รวบรวมและจัดส่งข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับลูกค้าของบริษัทที่สมัครบัตรเครดิต รวมทั้งโครงการสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อเพื่อการบริโภคที่บริษัทจะจัดทำขึ้นในอนาคตให้แก่คู่สัญญา ทั้งนี้ค่าบริการที่บริษัทต้องจ่ายตามสัญญา จะคิดเป็นจำนวนเงินในอัตราที่แตกต่างกันตามประเภทของรายการ ปริมาณการทำรายการและตามจำนวนลูกค้า สัญญาดังกล่าวมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 26 กันยายน 2546 และนับต่อเนื่องไปอีก 8 ปี นับจากวันที่ 28 มิถุนายน 2547 ซึ่งบริษัทสามารถใช้งานต่อเนื่องได้อีก 8 เดือนนับจากวันที่ 28 มิถุนายน 2555 ทั้งนี้บริษัทมีความประสงค์จะพัฒนาระบบประมวลผลของบริษัทเอง จึงแจ้งความประสงค์ไม่ต่อสัญญาสำหรับรอบระยะเวลา 28 มิถุนายน 2555 แต่คู่สัญญายังคงมีหน้าที่ให้บริการแก่บริษัทต่อไปจนกว่าบริษัทจะสามารถใช้งานระบบของบริษัทได้ โดยมีอัตราค่าบริการตามปกติ สัญญาดังกล่าวได้สิ้นสุดลงแล้วเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556



อย่างไรก็ตามบริษัทได้ทำบันทึกความเข้าใจ ร่วมกับผู้ให้บริการภายในประเทศแห่งหนึ่ง เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2555 เพื่อจัดซื้อระบบประมวลผลข้อมูล มาใช้เสริมศักยภาพการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเพื่อการบริโภคทดแทนการใช้ระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทต่างประเทศผู้ให้บริการรายเดิม โดยได้ดำเนินการพัฒนาและทดสอบระบบงานอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555 และบริษัทได้ทำสัญญา ด้านระบบงานกับผู้ให้บริการภายในประเทศ เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2556 เป็นต้นมา

#### 4.2 ลูกหนี้ของบริษัท

ลูกหนี้ของบริษัทแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ลูกหนี้บัตรเครดิต (2) ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ (3) ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลและ (4) ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการสินเชื่อธนวัฏและสินเชื่อเจ้าของกิจการเฉพาะลูกค้าเดิม โดยไม่มีการให้บริการดังกล่าวเพิ่มแก่ลูกค้ารายใหม่ จึงคาดว่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏและสินเชื่อเจ้าของกิจการจะมียอดลดลง ทุกปี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมีสินเชื่อบัตรเครดิตสุทธิ 38,429 ล้านบาท สินเชื่อธนวัฏสุทธิ 172 ล้านบาท ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลสุทธิ 17,073 ล้านบาท และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิ 6 ล้านบาท

##### 4.2.1 นโยบายการรับรู้รายได้

บริษัทมีนโยบายรับรู้รายได้ดอกเบี้ยจากลูกหนี้บัตรเครดิตสำหรับรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ครบกำหนดผ่อนชำระแต่ไม่ชำระตั้งแต่วันที่บันทึกบัญชีลูกหนี้บัตรเครดิต และรับรู้รายได้ดอกเบี้ยจากลูกหนี้บัตรเครดิตจากการเบิกเงินสดล่วงหน้าตั้งแต่วันที่เบิกเงินสด สำหรับรายได้ดอกเบี้ยรับจากลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

ทั้งนี้บริษัทจะรับรู้รายได้ดอกเบี้ยตามเกณฑ์เงินสดสำหรับลูกหนี้บัตรเครดิต ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ และลูกหนี้สินเชื่อบุคคลที่ผิดนัดชำระหนี้ติดต่อกันเกิน 180 วัน บริษัทจะเปิดเผยยอดหนี้คงเหลือของลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกัน ซึ่งบริษัทยังคงรับรู้รายได้และเปิดเผยรายได้ดอกเบี้ยที่รับรู้จากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

บริษัทรับรู้รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ ซึ่งได้แก่ ค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในฐานะผู้ออกบัตร ค่าธรรมเนียมรับจากผู้ใช้จ่ายต่างธนาคาร และค่าธรรมเนียมอื่น ณ วันที่ให้บริการ

บริษัทรับรู้รายได้จากการบริหารงานเมื่อได้ให้บริการตามที่ระบุในสัญญาว่าจ้างบริหารธุรกิจบัตรเครดิต

หนี้สูญได้รับคืนจะถูกบันทึกเป็นรายได้ในงวดที่บริษัทได้รับชำระ

##### 4.2.2 นโยบายการจัดชั้นสินทรัพย์

บริษัทมีการจัดชั้นสินทรัพย์สำหรับลูกหนี้สินเชื่อ ทั้งสำหรับลูกหนี้บัตรเครดิต ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ โดยมีนโยบายการจัดชั้นสินทรัพย์ตามระยะเวลาที่ผู้ถือบัตรค้างชำระกับบริษัท โดยจะแบ่งสินเชื่อเป็น 3 ชั้น คือ



- (1) ลูกหนี้ที่ค้างชำระไม่เกิน 90 วัน
- (2) ลูกหนี้ที่ค้างชำระระหว่าง 91 - 180 วัน
- (3) ลูกหนี้ที่ค้างชำระเกินกว่า 180 วัน

#### 4.2.3 นโยบายการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2555 ถึงปี 2558 บริษัทกำหนดนโยบายค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ดังนี้

- 1) บริษัทพิจารณาค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้บัตรเครดิต ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏบัตรและลูกหนี้สินเชื่อบุคคลที่มีอายุหนี้เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 90 วัน โดยการใช้อัตราร้อยละการสูญเสียสุทธิ (Loss rate net of recovery) ซึ่งบริษัทคาดว่าอัตราการสูญเสียที่ใช้สามารถอธิบายความเสี่ยงของการให้สินเชื่อดังกล่าวได้ ทั้งนี้บริษัทได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพผลตอบแทนในอดีตด้วยข้อมูลแนวโน้มสถานะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ รวมทั้งเพิ่มปัจจัยทางเศรษฐกิจเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจผันผวนในอนาคต และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลามากกว่า 90 วันขึ้นไป
- 2) เนื่องจากบริษัทเริ่มให้บริการสินเชื่อเจ้าของกิจการเมื่อปี 2547 แต่ปริมาณสินเชื่อลดลงเรื่อย ๆ ทำให้ไม่มีข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงในอดีตเป็นสถิติเพียงพอในการคำนวณค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากอัตราร้อยละของการสูญเสียสุทธิที่เกิดขึ้นจริงได้ ดังนั้นบริษัทจึงประมาณการค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับสินเชื่อเจ้าของกิจการโดยใช้เกณฑ์ตั้งสำรองอัตราร้อยละ 1 ปรับปรุงด้วยข้อมูลแนวโน้มสถานะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ สำหรับลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เป็นระยะเวลาน้อยกว่า 90 วัน และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลามากกว่า 90 วันขึ้นไป
- 3) บริษัทมีการตัดหนี้สูญเมื่อบริษัทพิจารณาว่าจะเรียกเก็บหนี้ดังกล่าวไม่ได้

#### 1. ลูกหนี้บัตรเครดิต

สำหรับปี 2555 – 2558 มีรายละเอียดของลูกหนี้บัตรเครดิต ดังนี้

	31 ธ.ค. 2556		31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้บัตรเครดิต	35,297.26	100	37,621.34	100	41,412.47	100
ไม่เกิน 90 วัน	34,525.16	97.81	36,995.23	98.34	40,854.80	98.65
91 – 180 วัน	332.64	0.94	279.04	0.74	211.66	0.51
มากกว่า 180 วัน	439.46	1.25	347.08	0.92	346.02	0.84
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	2,422.32	6.86	2,906.28	7.73	2,983.43	7.20
ลูกหนี้บัตรเครดิต – สุทธิ	32,874.94		34,715.06		38,429.04	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2555 – ปี 2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ พูซ โรมาทัส ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด



## 2. ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ

สำหรับปี 2555 – 2558 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อนวัญดังนี้

	31 ธ.ค. 2556		31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ	239.16	100	215.78	100	192.54	100
ไม่เกิน 90 วัน	232.02	97.01	208.61	96.68	183.78	95.45
91 – 180 วัน	1.48	0.62	1.10	0.51	1.21	0.63
มากกว่า 180 วัน	5.66	2.37	6.07	2.81	7.55	3.92
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	14.17	5.92	20.30	9.41	20.76	10.78
ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ – สุทธิ	224.99		195.49		171.77	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2555 – ปี 2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ พูซ โธมัทสு ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

## 3. ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

สำหรับปี 2555 – 2558 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อบุคคล ดังนี้

	31 ธ.ค. 2556		31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	15,120.58	100	16,644.35	100	18,582.80	100
ไม่เกิน 90 วัน	14,898.85	98.53	16,449.23	98.83	18,389.18	98.96
91 – 180 วัน	116.45	0.77	105.56	0.63	88.98	0.48
มากกว่า 180 วัน	105.29	0.7	89.56	0.54	104.63	0.56
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	1,523.61	10.08	1,443.01	8.67	1,510.18	8.13
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล – สุทธิ	13,596.98		15,201.34		17,072.62	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2555 – ปี 2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ พูซ โธมัทสு ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

## 4. ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ

สำหรับปี 2555 – 2558 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ ดังนี้

	31 ธ.ค. 2556		31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ	550.91	100	525.30	100	497.85	100
ไม่เกิน 90 วัน	17.77	3.23	11.87	2.26	5.93	1.19
91 – 180 วัน	1.16	0.21	0.18	0.03	0.00	0.00
มากกว่า 180 วัน	531.99	96.56	513.26	97.71	491.92	98.81
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	533.73	96.88	513.92	97.83	492.18	98.86
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ – สุทธิ	17.18		11.38		5.67	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2555 – ปี 2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ พูซ โธมัทสு ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด



#### 4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม



## 5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทได้ว่าจ้างผู้ให้บริการรายหนึ่งพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ ต่อมาผู้ให้บริการดังกล่าวผิดสัญญา บริษัทจึงบอกเลิกสัญญาดังกล่าว และฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลางเป็นเงินจำนวน 605.49 ล้านบาท อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการดังกล่าวใช้สิทธิฟ้องบริษัทในมูลเหตุเดียวกันต่อศาลแพ่งกรุงเทพใต้ เรียกค่าเสียหายโดยอ้างว่าการเลิกสัญญาดังกล่าวข้างต้นไม่เป็นธรรม เป็นเงินจำนวน 533.30 ล้านบาท ซึ่งศาลแพ่งกรุงเทพใต้ได้มีคำสั่งจำหน่ายคดี ที่ผู้ให้บริการฟ้องบริษัทออกจากสารบบความแล้ว ต่อมาเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2556 ผู้ให้บริการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์รายดังกล่าวได้ยื่นคำร้องขอแก้ไขเพิ่มเติมคำให้การและฟ้องแย้งบริษัทต่อศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง โดยเรียกค่าเสียหายจากการบอกเลิกสัญญาโดยไม่สุจริตเป็นเงินจำนวน 537.31 ล้านบาท ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ผู้บริหารไม่สามารถพิจารณาถึงผลลัพธ์จากคดีความดังกล่าว ดังนั้น รายการสินทรัพย์และหนี้สินที่อาจเกิดขึ้นจากผลของคดีความดังกล่าวจึงยังไม่ได้บันทึกบัญชีในงบการเงินของบริษัท



## 6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

### 6.1 ข้อมูลสำหรับการติดต่อบริษัท

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KTC”) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือผ่านทางเครือข่าย และประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน

สถานที่ตั้ง : สำนักงานใหญ่ที่ 591 อาคารสมัชชชาวนาธิข 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร : 0107545000110

Homepage : [www.ktc.co.th](http://www.ktc.co.th)

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 0-2665-5000

โทรศัพท์ : 0-2665-5100

โทรสาร : 0-2665-5190

### 6.2 ข้อมูลสำหรับติดต่อหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ : 0-2828-5059, 0-2828-5067

โทรสาร : 0-2828-5064

อีเมล : [irktc@ktc.co.th](mailto:irktc@ktc.co.th)

เว็บไซต์ : <http://www.ktc.co.th/th/ktc/InvestorRelations/CorporateInformation/index.htm>

### 6.3 บุคคลอ้างอิง

ผู้ตรวจสอบบัญชี : บริษัท ดีลอยท์ ทูช โธมัส โซยยส สอบบัญชี จำกัด

ชั้น 25 อาคารจักรนาการ 183 ถนนสาทรใต้

แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท สำนักกฎหมายสากล สยามพรีเมียร์ จำกัด

ชั้น 26 อาคาร ดี ออฟฟิศเสส แอท เซ็นทรัล เวิลด์

999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330





นายทะเบียนหุ้นสามัญ	<b>บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด</b> อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
นายทะเบียนหุ้นกู้	<b>ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)</b> ชั้น 18 เลขที่ 33/4 อาคารเดอะไนน์ ทาวเวอร์ อาคาร A ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 <b>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)</b> ชั้น 17 เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 <b>ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</b> ชั้น 4 อาคารเอส.เอ็ม. ทาวเวอร์ เลขที่ 977/3 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	<b>ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)</b> ชั้น 18 เลขที่ 33/4 อาคารเดอะไนน์ ทาวเวอร์ อาคาร A ถนนพระราม 9 แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310 <b>ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)</b> ชั้น 17 เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ	<b>ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</b> (ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) เลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

#### 6.4 ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ทุนจดทะเบียน	: 2,578,334,070 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 2,578,334,070 บาท
จำนวนหุ้นจดทะเบียน (หุ้นสามัญ)	: 257,833,407 หุ้น
จำนวนหุ้นที่ออกและจำหน่ายแล้ว (หุ้นสามัญ)	: 257,833,407 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: 10 บาท