

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัท

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KTC” หรือ “เคทีซี”) 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 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นบริษัท ได้มีมติให้เพิ่มทุนจดทะเบียนอีก 950 ล้านบาท โดยให้บริษัทเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับ ธนาคารกรุงไทย 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 หุ้นเดิมต่อ 1.5 หุ้นใหม่ และจัดสรรหุ้นจำนวน 3,016,200 หุ้น ไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิของใบสำคัญแสดงสิทธิภายใต้โครงการ ESOP เพิ่มเติมจากการปรับอัตราการใช้สิทธิจึงทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 2,580,162,000 บาท และมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,500,000,000 บาท

ทั้งนี้วันที่ 17 มีนาคม 2551 ใบสำคัญแสดงสิทธิถึงกำหนดอายุครบ 5 ปี และเป็นวันครบกำหนดการใช้สิทธิครั้งสุดท้ายโดยสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 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

หลังจากบริษัทได้ลดทุนจดทะเบียนลงในช่วงระยะเวลาข้างต้นแล้ว บริษัทก็ดำรงทุนจดทะเบียนมูลค่าดังกล่าวเรื่อยมา และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,578,334,070 บาท และมีจำนวนบัญชีรวมประมาณ 2.9 ล้านบัญชี แบ่งเป็น บัตรเครดิต 2,095,563 บัตร และ KTC CASH 818,068 บัญชี

บริษัทได้รับรางวัลยอดเยี่ยมในเชิงธุรกิจสำหรับการให้บริการบัตรเครดิตในหลายปีที่ผ่านมาดังนี้

- ปี 2549 □ ได้รับรางวัล Outstanding Performer and Marketing Excellence ประจำปี 2006 จากบริษัทวีซ่า 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 Master Card Hall of Fame Awards” สาขาเปิดตัวบัตรเครดิตใหม่ยอดเยี่ยม (Best New Card Launch) สำหรับบัตรเครดิตระดับสูงสุด “เคทีซี รอยัลลอร์ดคิด พลัส เวิลด์ มาสเตอร์การ์ด”
- ได้รับ 3 รางวัลใหญ่จากโครงการ Lafferty South East Asia Payment Card Awards 2009 จัดโดยลาฟเฟอร์ตี้ กรุ๊ป (Lafferty Group) บริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านการเงินแห่งประเทศไทย ได้แก่ Best Card Issuer in Thailand (รางวัลผู้ออกบัตรเครดิตที่ดีที่สุดในประเทศไทย) Best Premium Credit Card in Thailand (รางวัลบัตรเครดิตเคทีซี วีซ่า แพลทินัมเป็นบัตรเครดิตระดับพรีเมียมที่ดีที่สุดในประเทศไทย) 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” (โครงการวิวานานาชาติ บนบอลลูน 14 คู่ครั้งแรกในโลก) จากสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
- และได้รับรางวัล Most Innovative Card Marketing Program (นวัตกรรมโปรแกรมการตลาดบัตรเครดิตยอดเยี่ยม) ในฐานะผู้ดำเนินโครงการการประกวดโรงแรมบูติกครั้งแรกในประเทศไทยจากงาน The MasterCard Hall of Fame Awards 2010
- ปี 2554 □ ปี 2554 ได้รับรางวัลโปรแกรมการตลาดบัตรเครดิตที่มีประสิทธิผลที่สุด สำหรับแคมเปญกลุ่มบัตรเครดิต-TDP บัตรเครดิตร่วมแบรนด์ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น (Most Effective Card Marketing Program Award for KTC-TDP) และรางวัลการตลาดดิจิทัลยอดเยี่ยมสำหรับแคมเปญโรงแรมเคทีซี บูติกอวอร์ด (Best Digital Marketing for KTC Boutique Awards) ในงานมาสเตอร์การ์ด ฮอลส์ออฟเฟมมาร์เก็ตติ้งอวอร์ดส

2011(The MasterCard Hall of Fame Marketing Awards 2011)

- ปี 2556
- เคทีซีได้รับรางวัลที่ 6 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดยบริษัทวีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลภายใต้ชื่อโครงการ " VISA Global Challenge" ประจำปี 2556 โดยมีองค์กรระดับโลกส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 144 ทีมจาก 44 ประเทศทั่วโลก
- ปี 2557
- เคทีซีได้รับรางวัลที่ 1 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดยบริษัท วีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลภายใต้ชื่อโครงการ " VISA Global Challenge" ประจำปี 2557 โดยมีองค์กรระดับโลกส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 108 ทีมจาก 31 ประเทศทั่วโลก
- ปี 2558
- เคทีซีได้รับรางวัล “Global Service Quality Award : Risk Efficiency - Domestic Issuer, Celebrating Distinguished Achievement 2014” จากทางบริษัท วีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โดยวีซ่าได้ประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกที่ให้บริการบัตรเครดิต และบัตรเดบิตทั้งหมดทั่วโลก ในด้านการบริหารความเสี่ยงควบคู่กับการบริการ โดยจะวัดจาก Risk-to-Approval Effective Rate ที่ต่ำที่สุด ซึ่งเคทีซีเป็นหนึ่งในหกสมาชิกที่ได้รับรางวัลจากทั้งหมดรวม 10,300 สมาชิก
 - เคทีซีได้รับรางวัล “Global Service Quality Award : Risk Efficiency - Domestic Issuer, Celebrating Distinguished Achievement 2014” จากทางบริษัท วีซ่า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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
- นายระพีพร ศรีมงคล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการ และกรรมการกำกับดูแลกิจการ เคทีซี ได้รับการยกย่องเป็น CEO of The Year 2015 จากเครือหนังสือพิมพ์ดอกเบี๋ยธุรกิจ
- เคทีซีได้รับ “รางวัลพิเศษ Special Award- Japan Tourism Award in Thailand 2015” ในฐานะองค์กรที่สนับสนุนการท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นอย่างดีตลอดปี จากหน่วยงาน JAPAN NATIONAL TOURISM ORGANIZATION

ปี 2559

- เคทีซีได้รับประกาศนียบัตร "Certificate of ESG100 Company" จากสถาบันไทยพัฒน์ ซึ่งเป็นองค์กรร่วมดำเนินงานในความริเริ่มสากลด้านการประเมินความยั่งยืน โดยเคทีซีได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในกลุ่มหลักทรัพย์ ESG 100 ประจำปี 2559 จากบริษัทจดทะเบียนทั้งสิ้น 621 บริษัทฯ จากการประเมินข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ใช้ข้อมูลประเมินอ้างอิงจากเอกสารรายงานที่บริษัทเผยแพร่ไว้ต่อสาธารณะในรูปแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) รวมทั้งในรายงานประจำปี รายงานแห่งความยั่งยืน และข้อมูลผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของบริษัทจากแหล่งข้อมูล 6 แหล่ง รวมจำนวนกว่า 11,500 จุดข้อมูล
- เคทีซีได้รับรางวัลเกียรติยศ องค์กรที่มีมูลค่าแบรนด์สูงสุด (Thailand's Top Corporate Brand 2016) ประจำปี 2559 ในกลุ่มธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยงานวิจัย 'การวัดมูลค่าและจัดอันดับแบรนด์ องค์กรไทย ประจำปี 2559' จัดขึ้นโดย หลักสูตรวิทยาสาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสื่อในเครือผู้จัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาการวัดมูลค่าแบรนด์องค์กรในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ
- เคทีซีได้รับรางวัล พาด้า โกลด์ อวอร์ดส์ 2016 (PATA Gold Awards 2016) ในหมวดอุตสาหกรรมการตลาด (Marketing Industry) จากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) จากโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทยครั้งที่ 4 (Thailand Boutique Awards Season 4 (2016-2017) ซึ่งจัดโดยเคทีซี ทั้งนี้เคทีซีถือว่าเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายเดียวที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้
- เคทีซีได้รับผลการประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2559 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับดีเลิศ (5 ดาว)

1.2 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

ภายใต้วิสัยทัศน์ของบริษัทที่กำหนดไว้ว่า "To be a membership company through creating solid foundation for a sustainable growth and becoming the most preferred brand under a spirit of The Courage to Choose What is Right" เป็นการประกาศเจตนารมณ์ที่ชัดเจนของบริษัท ที่ต้องการให้มีการเติบโตแบบยั่งยืน (Sustainable) โดยมีความปรารถนาที่จะกระตุ้นให้ลูกค้ามีความกล้าในการเลือกใช้ชีวิตอย่างมีความหมายในรูปแบบตามที่ต้องการ บริษัทจึงจะสร้างทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ให้มากพอ เพื่อตอบโจทย์ตามความปรารถนาของลูกค้าโดยเน้นที่การเข้าถึงและใส่ใจลูกค้าเป็นหลัก (Member Obsession)

นอกจากนั้น ยังตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้และสร้างสรรค์ การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ทำให้พนักงานรู้สึกมีส่วนร่วมและเป็นเจ้าของ รวมไปถึงการสร้างคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบริษัทเพื่อให้มีทักษะความรู้ความเข้าใจ และมีการใช้ Insight intelligence ผ่านการวิเคราะห์จากข้อมูลจำนวนมาก เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเลิศ ทันสมัยต่อสภาวะการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจ ภายใต้กระแสธุรกิจดิจิทัลและเทคโนโลยีทางการเงิน นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ การบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เน้นใช้ระบบเทคโนโลยีการจัดการที่ทันสมัย และปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (customer centric) อยู่ตลอดเวลา

บริษัทมีจุดแข็งในด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ในการบริหารจัดการที่ชัดเจน ตลอดจน ความสามารถในการบริหารงานของฝ่ายปฏิบัติการ (Operation) และ แม้ว่าปัจจุบันการติดตามหนี้ (Collection) จะมีประสิทธิภาพมากที่สุด ในอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่บริษัทยังคงเร่งพัฒนาคุณภาพบริหารงานต่อเนื่องให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เหล่านี้ เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ในการทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นที่จะเลือกใช้บริการของบริษัทต่อไป ในลักษณะเป็นตัวเลือกหลักของลูกค้า (Default choice) อันเป็นการเชื้อให้บริษัทสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน หากแต่ บริษัทยืนยันที่จะไม่ละเลยต่อการสร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับพันธมิตรการสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่นักลงทุน 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 ไตรณะเกษม และนางศรีประภา พริ้งพวงษ์ และมีมติแต่งตั้งนายพลช หุตะเจริญ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการและกรรมการอิสระของบริษัท แทนนายพงศธร สิริโยธิน กรรมการซึ่งลาออกจากตำแหน่ง

- บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 3 ครั้ง มูลค่ารวม 10,000 ล้านบาท อายุระหว่าง 3 ถึง 5 ปีที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 4.65 ถึง 5.00 ต่อปี
- เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 บริษัทได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจบริการงานติดตามทวงถามหนี้ (Collection) ให้แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคาร

ปี 2557

- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2557 ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการบริษัททั้งคณะและผู้บริหารของฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือ กำหนดและทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัท รวมไปถึงการกำกับดูแลการดำเนินกิจการของบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 12 เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2557 ได้มีมติแต่งตั้งนายธัญญพงศ์ ธรรมวรานุคุปต์ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ แทนนายสุวิทย์ เมษินทรีย์ กรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระและที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2557 ซึ่งประชุมในวันที่ 25 เมษายน 2557 มีมติแต่งตั้งให้นายพลช หุตะเจริญ กรรมการอิสระ เข้าดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบ และแต่งตั้งนายธัญญพงศ์ ธรรมวรานุคุปต์ กรรมการ เข้ารับตำแหน่งกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และกรรมการกำกับดูแลกิจการตามลำดับ
- บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 12 ครั้ง มูลค่ารวม 8,630 ล้านบาท อายุประมาณ 2 ปี ถึง 4 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 3.60 ถึง 4.50 ต่อปี
- บริษัทได้วางแนวคิดในการทำงานใหม่เป็น “Make it Better” โดยมุ่งปรับปรุงระบบงานและการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ภายในองค์กรให้ดีขึ้นรวมทั้งการออกผลิตภัณฑ์บริการและสรรหาสิทธิประโยชน์ที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้า รวมไปถึงการทำธุรกิจควบคู่การทำกิจกรรมเพื่อสังคมให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดอย่างยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบบองค์รวม
- สำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2557 KTC ได้ออกแคมเปญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมวดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และได้ขยายตลาดบัตรเครดิตใหม่ในตลาดหัวเมืองใหญ่ 4 ภาค และในไตรมาสสุดท้าย บริษัทได้เปิดตัวบัตร KTC X VISA SIGNATURE เพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของสมาชิกมาก
- สำหรับธุรกิจสินเชื่อบุคคล ปี 2557 KTC ได้มีการรีแบรนด์สินเชื่อบริษัท “KTC CASH REVOLVE” เป็นสินเชื่อพร้อมใช้ “KTC PROUD” นอกจากนี้ยังเพิ่มคุณสมบัติใหม่จากเดิมที่เป็นบัตรเครดิตเงินสดอย่างเดียวให้มีบริการแบ่งชำระได้สูงสุดถึง 36 เดือน เมื่อมียอด

- ปี 2557 (ต่อ) แบ่งชำระตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป
- ปี 2558
- วันที่ 2 เมษายน 2558 บริษัท ทริส เทรดดิ้ง จำกัด ได้เพิ่มอันดับเครดิตองค์กร และหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันของ KTC จาก “BBB+” เป็น “A-” 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 บริษัทได้ว่าจ้างบริษัท 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 พราว” ได้รับความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ได้ง่ายขึ้น
 - เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 เคทีซีได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค (5) การให้บริการรับชำระเงินแทน
- ปี 2559
- เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2559 ทริสเทรดดิ้งเพิ่มอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกันชุดปัจจุบันของบริษัท จากเดิมที่ระดับ “A-” เป็นระดับ “A+”
 - ในเดือนเมษายน 2559 บริษัทได้รับใบประกาศรับรองเข้าเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action

ปี 2559 (ต่อ)

Coalition Against Corruption) จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทย ในการต่อต้านทุจริต

- ในเดือนพฤษภาคม บริษัทได้ทำการเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ศูนย์บริการสมาชิก KTC PHONE จากเบอร์โทรศัพท์ 02 665 5000 เป็น 02 123 5000 ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2559 เป็นต้นไป เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ Call Center โดยพัฒนาระบบ IVR (ระบบตอบรับอัตโนมัติ) เพิ่มเมนูบริการที่มีความ สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกเป็นสำคัญ (Customer Oriented)
- ธุรกิจร้านค้าของเคทีซี ร่วมกับ บริษัท อาลีเพย์ อินเตอร์ เนชั่นแนล และแอนท์ ไฟแนน เซียล ผู้ให้บริการรับชำระเงินออนไลน์ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน ภายใต้เครือ อาลีบาบา กรุ๊ป และพันธมิตรธุรกิจร้านค้าชั้นนำ เพื่อร่วมกันขยายธุรกิจร้านค้ารับชำระค่าสินค้า และบริการ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย
- ในเดือนกรกฎาคม เคทีซีได้มีการใช้ CI (Corporate Identity) ใหม่ รวมไปถึงตรา สัญลักษณ์ “  ” ที่ถูกออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าของแบรนด์ใหม่ โดยยังสะท้อนหลักการ Progressive Movement ด้วยเป้าหมายของการขับเคลื่อนไป ข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเคทีซีมีความมุ่งมั่นในการนำเสนอ สินค้า บริการ สิทธิพิเศษ และอื่นๆ ให้ตอบโจทย์ ตรงกับความต้องการของสมาชิก มี ประสบการณ์การใช้ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน รวมถึงสนับสนุนให้สมาชิกมีความกล้าที่ได้ ค้นพบการใช้ชีวิตที่มีความหมายอย่างแท้จริง
- เคทีซีเป็น 1 ใน 6 สถาบันการเงินในประเทศไทย ในการรับรองรูปแบบใหม่ของการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟนซัมซุง “SAMSUNG PAY” เริ่มต้นใช้ตั้งแต่วันที่ 27 ตุลาคม 2559 โดยรองรับบัตรเครดิตจาก 6 สถาบันการเงิน ได้แก่ KTC, SCB, Kbank, Krungsri, BBL และ Citibank
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2559 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติ แต่งตั้งกรรมการ 2 ท่าน ได้แก่ นายพูลพัฒน์ ศรีเปล่ง และ นายเชิดชัย ชมบุญกุลรัตน์ เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งแทน นางกิตติยา ไตรนะเกษม และนายธัญญพงษ์ ธรรมวารานุกุปต์ กรรมการ 2 ท่าน ซึ่งลาออกจากตำแหน่งก่อนหมดวาระ และที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 12/2559 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง พลตรี อภิชาติ ไชยะดา เข้าดำรงตำแหน่งแทน นางอรุณภรณ์ ลิ้มสกุล ซึ่งลาออกจาก ตำแหน่งก่อนหมดวาระ
- ในปี 2559 บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 9 ครั้ง มูลค่ารวม 18,000 ล้านบาท อายุประมาณ 2 ปี ถึง 10 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 1.88 ถึง 4.00 ต่อปี
- บริษัทต่อยอดโครงการเพื่อสังคม Learn & Earn @ KTC ร่วมกันปั้นเยาวชนต้นแบบสู่

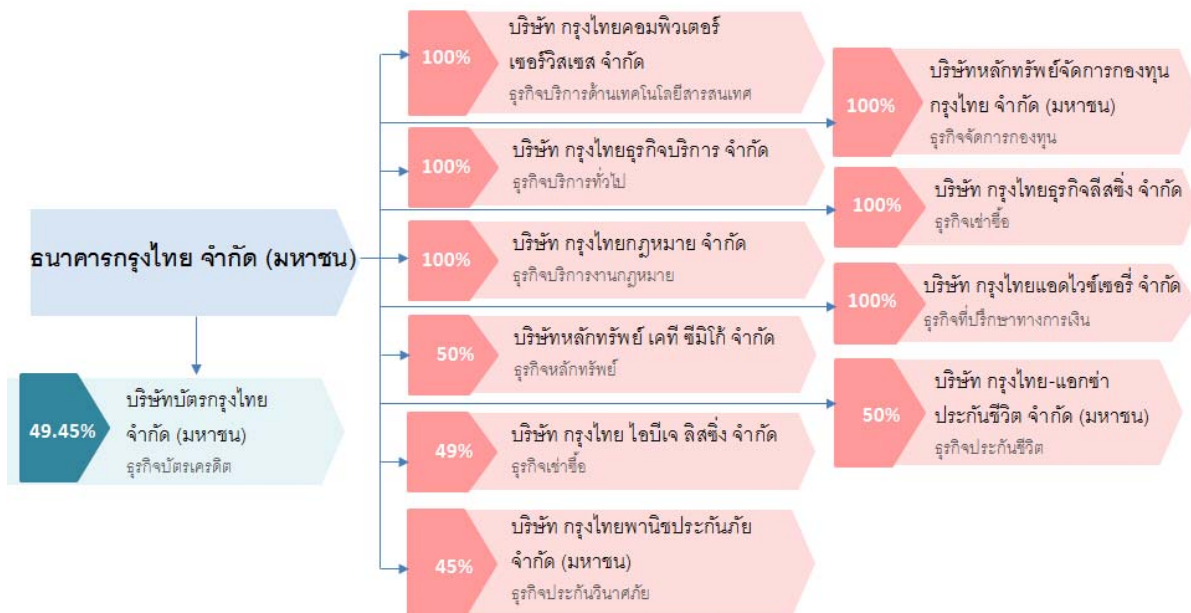
ปี 2559 (ต่อ)

การเป็นผู้นำที่ดี ภายใต้แนวคิด “KTC Gen D” บัณฑิตคนเก่ง+คนดี โดยผนึกบุคลากรที่ทำงานเพื่อสังคมหลายรูปแบบร่วมจุดประกายความคิดและปลูกจิตสำนึกที่ดี ผ่านการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปสร้างแรงบันดาลใจเพื่อปลูกพลังต่อเนื่อง ทั้งนี้โครงการ “Learn & Earn @ KTC” เป็นโครงการเพื่อสังคมที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ใช้เวลาว่างเข้าทำงานกับเคทีซี เพื่อพัฒนาและค้นหาศักยภาพของตนเอง โดยดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องมาแล้วเป็นปีที่ 13

- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 KTC มีจำนวน KTC TOUCH ศูนย์บริการรับสมัครบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล บริการรับชำระเงิน และให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัททั้งสิ้น 23 แห่ง แบ่งเป็น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 22 แห่ง และภูมิภาค 1 แห่ง (ทั้งนี้ สาขาเซ็นทรัล พระราม 3 จะปิดให้บริการถาวรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 เป็นต้นไป)

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559)

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีโครงสร้างการถือหุ้นโดยมี ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีสัดส่วนการถือหุ้น 49.45% ทั้งนี้ บริษัทได้แสดงโครงสร้างการถือหุ้นของสถาบันการเงินที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินเท่านั้น ดังนี้



หมายเหตุ บริษัท กรุงไทยเอ็ดไวส์เซอร์ จำกัด อยู่ระหว่างดำเนินการปิดกิจการ

1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทให้ความสำคัญในการขยายฐานผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีสาขาจำนวนมากทั้งในกรุงเทพและ

ต่างจังหวัดเป็นช่องทางหลักเพื่อนำผลผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับลูกค้าของธนาคารเช่นเดียวกับที่ธนาคารได้นำเสนอผลผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้กับบริษัทในเครือ

ทั้งนี้ เพื่อให้การขยายฐานสมาชิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ เคทีซีจึงได้จัดให้มีหน่วยงาน Business Relation ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ให้กับเจ้าหน้าที่ของธนาคารเป็นการเฉพาะ เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบ เทคนิคการขาย การใช้เอกสารประกอบตามหลักเกณฑ์ การแนะนำบัตรและผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งยังจัดรายการส่งเสริมการขายเมื่อสมัครแรกเข้าควบคู่กันด้วย เพื่อให้ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์สามารถขยายฐานผลิตภัณฑ์ฯ ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ตรงตามต้องการ

นอกจากนี้ KTC ได้จัดตั้งหน่วยงานย่อย Government Services Card ภายใต้ Business Relation โดยทำหน้าที่ประสานงานกับสายงานธุรกิจภาครัฐให้บริการบัตรเครดิตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับหน่วยงานราชการในการบริหารการเบิกจ่ายงบประมาณการประชุมสัมมนาและการเดินทางให้มีความสะดวก ปลอดภัย โดยการร่วมมือดังกล่าวเป็นไปในลักษณะของการให้ความรู้ การสร้างเสริมและกระชับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างฐานการเติบโตอย่างยั่งยืน

KTC ยังเห็นถึงประโยชน์ และตระหนักในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้กับทั้งสององค์กรและบริษัทในเครือฯ จึงได้ประสานความร่วมมือในทุกมิติ เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์และพัฒนาโปรแกรมการตลาด รวมถึงกิจกรรมที่แปลกใหม่ และตรงใจผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ทั้งในส่วนของกระบวนการใช้จ่ายผ่านบัตร (Usage Marketing) การขยายฐานสมาชิกบัตรที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Acquisition & CRM) และการขยายร้านค้า (Merchant Acquiring) โดยมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

ในด้านของ Usage Marketing

- โครงการ “KTC Housing Loan” หรือสินเชื่อผ่อนสบายผ่านบัตรเครดิต โดยให้สมาชิกสามารถผ่อนชำระบ้านผ่านบัตรเครดิตและได้รับอัตราดอกเบี้ยอัตราเดียวกับการผ่อนเงินสด พร้อมรับคะแนนสะสม Forever Rewards ในการผ่อนชำระค่าผ่อนบ้าน
- โครงการ “KTB Investment Festival” เทศกาลการลงทุนกับธนาคารกรุงไทย ที่ให้สมาชิกบัตรเครดิต รับ KTB E-Money Card มูลค่าสูงสุด 40,000 บาท และ คะแนนสะสมพิเศษสูงสุด 1.5 เท่า เมื่อซื้อประกันชีวิต กับบมจ. กรุงไทย-แอกซ่า ที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ
- โครงการผ่อนชำระ 0% ประกันภัยรถยนต์ KTB สบายใจ โดยร่วมกับทีมผลิตภัณฑ์ Bancassurance บมจ. ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นนายหน้าประกันวินาศภัยให้กับบริษัท กรุงไทยพานิชประกันภัย จำกัด (มหาชน) และบริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด (มหาชน) ได้อนุมัติให้นำผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัยมาจำหน่ายผ่านธนาคาร
- โครงการ “KTB Foreign Currency Exchange” โดยสมาชิกสามารถใช้บัตรเครดิต ชื้อเงินตราต่างประเทศ โดยไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต

- โครงการมอบสิทธิประโยชน์พิเศษเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรฯ ให้กับฐานบัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE, KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA SIGNATURE และ KTC-KTB PRECIOUS VISA SIGNATURE โดยมอบสิทธิประโยชน์จากพันธมิตร อาทิ La Prairie, Nespresso และ Harnn Heritage Spa ให้กับลูกค้า

ในด้านของ Acquisition & CRM

- โครงการ “ขยายฐานบัตรเครดิตสำหรับลูกค้ากลุ่ม KTB Wealth” โดยตลอดปีได้ร่วมกับธนาคาร แนะนำ ขยายการรับสมัคร บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE, KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA SIGNATURE และ KTC-KTB PRECIOUS VISA SIGNATURE ได้ยอดรวมกว่า 15,000 บัตร
- โครงการกิจกรรมพิเศษ “Fine Dining Experience” จัดกิจกรรมแบบเอ็กсклюзивเฉพาะสมาชิก ลูกค้าผู้ทรงเกียรติร่วมรับประทานอาหารกับผู้บริหารระดับสูงของทางธนาคารที่ร้านอาหารระดับไฮเอนด์

ในด้าน Merchant Acquiring

- โครงการร่วม “ขยายร้านค้า และการติดตั้งเครื่องรูดบัตร” ที่เป็นการร่วมมือกับสายงานเครือข่ายธุรกิจขนาดเล็ก และรายย่อย สายงานธุรกิจขนาดกลาง (BC) และหน่วยงานที่ดูแลภาครัฐ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี มีจำนวนร้านค้าเข้าร่วมโครงการกว่า 5,000 ร้านค้าตลอดปี
- โครงการ “ขยายร้านค้าออนไลน์” เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ และตอบสนองการทำธุรกรรม e-Commerce และ m-Commerce
- โครงการรับชำระเงินผ่านระบบ “Virtual Terminal” ซึ่งเป็นการชำระค่าสินค้าและ/หรือบริการแบบออนไลน์โดยป้อนข้อมูลบัตรเครดิตลูกค้าบนระบบ Web Service สำหรับธุรกิจประกันภัย/ประกันชีวิต กลุ่มธุรกิจซื้อขายสินค้าทางเคเบิลทีวี หรือธุรกิจที่มีการจ่ายชำระค่าบริการต่างๆ ที่มีบริการในลักษณะ Contact Center เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้า/Agent ในการทำรายการ โดยเปลี่ยนจากการ Key-in ข้อมูลบัตรเครดิตลูกค้าเข้าเครื่องรูดบัตร (EDC) เป็นการ Key-in บนระบบ Web Service แทน ทำให้ Agent สามารถทำรายการเข้าระบบได้ real-time ขณะสนทนากับลูกค้า
- โครงการ “ขยายร้านค้าอาชีพ” กับพันธมิตรธุรกิจร้านค้าชั้นนำอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย

KTC เชื่อว่าการดำเนินการดังกล่าวจะสอดคล้อง และสามารถบรรลุเป้าหมายทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และที่สำคัญยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด เพื่อประโยชน์สูงสุดของทั้งสององค์กร ในการเติบโตอย่างยั่งยืน และเพื่อให้สมาชิกของทั้งสองสถาบันได้รับความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสูงสุด

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 ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2559 มีสมาชิกรวม 2.9 ล้านบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 50 อยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล

2.1.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของ KTC มาจากรายได้จากดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมของสองธุรกิจหลักของบริษัท ประกอบด้วย ธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งในส่วนของรายได้ค่าธรรมเนียมนั้นได้บันทึกจากรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินโดยคำนวณจากยอดลูกหนี้ค้างชำระไว้ด้วย ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคที่มีธนาคารสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยได้สูงสุดร้อยละ 15 เท่านั้น ในขณะที่ภายใต้กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมได้ถึงร้อยละ 20 สำหรับบัตรเครดิต และร้อยละ 28 สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคล ส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นระหว่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย จะบันทึกบัญชีเป็นรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน นอกจากนี้ KTC ยังมีรายได้อื่นๆ ได้แก่รายได้จากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินเฉพาะ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2557 - ปี 2559)

รายละเอียดโครงสร้างรายได้	ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากธุรกิจบัตรเครดิต	8,915	62.2%	9,667	62.1%	10,805	61.5%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽¹⁾	3,775	26.3%	3,970	25.5%	4,321	24.6%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	4,030	28.1%	4,456	28.6%	5,038	28.7%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	1,110	7.7%	1,241	8.0%	1,447	8.2%
รายได้จากธุรกิจสินเชื่อบุคคล	4,946	34.5%	5,333	34.3%	6,201	35.3%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽¹⁾	2,341	16.3%	2,486	16.0%	2,880	16.4%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	1,957	13.7%	2,058	13.2%	2,378	13.5%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	647	4.5%	789	5.1%	943	5.4%
รายได้อื่นๆ	476	3.3%	559	3.6%	573	3.3%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อธนวัฏ	44	0.3%	38	0.2%	36	0.2%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ	39	0.3%	32	0.2%	24	0.1%
- กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	73	0.5%	78	0.5%	119	0.7%
- อื่นๆ	321	2.2%	410	2.6%	394	2.2%
รวมรายได้	14,337	100.0%	15,559	100.0%	17,580	100.0%

ที่มา : งบการเงินปี 2557-2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลอยท์ทูลูโฮมัทส ไทยแลนด์ สอบบัญชี จำกัด และงบการเงินปี 2559 ตรวจสอบโดย บริษัท ดีลอยท์ทูลูโฮมัทส ไทยแลนด์ สอบบัญชี จำกัด

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ยของแต่ละธุรกิจที่ต่อมาร้อยละ 15 ไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินซึ่งบันทึกเป็นรายได้ค่าธรรมเนียม

2.1.2 ธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต สามารถแยกออกเป็น 2 ด้านคือ ธุรกิจการออกบัตรเครดิตและธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต ธุรกิจการออกบัตรเครดิตจะเริ่มตั้งแต่การจัดหาลูกค้าบัตรเครดิตการอนุมัติวงเงินให้กับผู้ถือบัตรเครดิตการกำกับดูแลการใช้ผ่านบัตรเครดิตการรับชำระหนี้และการติดตามหนี้โดยที่ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร (Issuing Bank) จะมีรายได้เป็นค่าธรรมเนียมในการทำรายการต่างๆ และดอกเบี้ยรับ ส่วนธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิตนั้นเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตโดยบริษัทจะคัดเลือกและติดตั้งเครื่องรูดบัตรให้กับร้านค้าเพื่อกำกับดูแลการอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าหรือบริการจากผู้ถือบัตรโดยบริษัทจะมีรายได้จากค่าธรรมเนียม

2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (Issuing Business)

ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (Issuing Business) เป็นธุรกิจของ KTC ในฐานะธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเครดิต หรือ Issuing Bank บริษัทได้รับอนุญาตให้ออกบัตรโดยมีตราสัญลักษณ์   และ  บนบัตร ทั้งนี้จะมีวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์วิส แอสโซซิเอชัน (Visa International Service Association) (“วีซ่า”) มาสเตอร์การ์ด อินเตอร์เนชั่นแนลอินคอร์ปอเรเต็ด (MasterCard International Incorporated) (“มาสเตอร์การ์ด”) และ เจซีบี อินเตอร์เนชั่นแนล (JCB International) (“เจซีบี”) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการชำระเงินระหว่างธนาคาร/ บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/

บริษัทร้านค้า ผู้ถือบัตรสามารถเลือกได้ว่าต้องการใช้บัตรที่ออกร่วมกับวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือ เจซีบี โดยจะสามารถใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดได้กับทุกร้านค้าสมาชิกที่มีสัญลักษณ์   และ 

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

ทั้งนี้ บริษัท มุ่งเน้นพัฒนาแผนธุรกิจ และแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์ มีความต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโต ให้แบรนด์เป็นที่ชื่นชอบในระยะยาว ผ่านการขยายฐานบัตรและสมาชิกใหม่ การร่วมมือกับพันธมิตร รวมถึงตอบโจทย์ความต้องการของสมาชิกปัจจุบัน ส่งเสริมให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี เป็นบัตรประจำ และสร้างสัมพันธ์ระยะยาว ท่ามกลางสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง และสภาพสังคมที่กำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ โดยเคทีซีดำเนินกลยุทธ์หลัก 6 ประการ ดังนี้

1. การตลาดที่เน้นการพัฒนา นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้ครบวงจร โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสมาชิก ที่จะอำนวยความสะดวกในการใช้บัตร ให้สะดวก มีความคุ้มค่าสูงสุด โดยร่วมกับพันธมิตรต่างๆ ทั้ง วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และ เจซีบีโดยในปีนี้ ยังได้กระชับความร่วมมือกับซัมซุง (Samsung) ตอบรับวิถีชีวิตคนเมือง ที่สามารถใช้มือถือเป็นพาหนะสำคัญในการทำธุรกรรมต่างๆ ทำให้การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเคทีซี บนซัมซุงเพย์ (Samsung Pay) ง่ายขึ้น รวดเร็ว ปลอดภัย และที่สำคัญยังได้สิทธิประโยชน์มากมาย ที่เหนือความคุ้มค่าด้วย
2. การตลาดที่มุ่งตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ โดยเน้นมอบสิทธิประโยชน์ครอบคลุมในทุกหมวด โดยเฉพาะหมวดที่เป็นการใช้ในชีวิตประจำวัน และไม่ทิ้งหมวดที่เป็นการใช้ตามโอกาส ที่สามารถแบ่งชำระ (KTC FLEXI) รวมถึงยังสร้างภาพลักษณ์และความแตกต่างในหมวดท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเสริมเน้นด้วยการตลาดแบบเฉพาะ (segmentation) ในกลุ่มที่มีศักยภาพสูงได้แก่ กลุ่มระดับบน (Upper) ที่มีกำลังซื้อและใช้จ่าย กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Young generation) ที่มีไลฟ์สไตล์ที่ชัดเจน และกลุ่มตลาดต่างจังหวัด (UPC) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านสิทธิพิเศษ และกิจกรรมต่างๆ มากมาย
3. การตลาดที่ตอกย้ำความเป็นผู้นำ ด้วยโมเดลที่เน้นและชูคะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS () ให้มีค่าเพิ่มขึ้น ผ่านการแลกที่ร้านค้า แลกเป็นเงินสดเข้าบัญชี และสะดวกสบายขึ้นด้วยการแลกผ่านโมบาย แอปพลิเคชัน รวมถึงยังต่อยอดการแลกคะแนนออกไปในรูปแบบอื่นๆ ที่แตกต่าง ตอบโจทย์สมาชิก และที่สำคัญ ยังสนับสนุนการสร้างโมเดล เครื่องใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ และส่งเสริม อำนวยความสะดวกให้กับพันธมิตร การเป็นภาคีกับหน่วยงาน สมาคมต่างๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน
4. การตลาดที่มุ่งสร้างแบรนด์เพื่อผูกสัมพันธ์กับสมาชิก และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยปีนี้ได้ เปลี่ยนจุดยืนทางการตลาดใหม่ ที่มีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ ชิกแนวดิด และการสร้างแบรนด์แบบเดิมๆ สร้างความสัมพันธ์ในระดับทัศนคติและความเชื่อกับสมาชิก สะท้อนผ่านคุณค่าหลัก สามประการ ได้แก่ ความกล้าที่จะลงมือทำ (Courageous) ความฉลาดที่จะทำทุกสิ่งให้ง่ายไม่ซับซ้อน (Smart simplicity) และการทำทุกสิ่งให้มีความหมาย (meaningful) โดยทั้งหมดสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรมทั้งกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กร

5. การตลาดที่ยึดหลัก Customer Centric และการใช้ CRM ที่มีบทบาทคล้ายคลึงกับ R&D ที่ช่วยศึกษาข้อมูลในทุกมิติ ทั้งประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ มีการพัฒนา บริหารจัดการฐานข้อมูลของสมาชิก ผ่านแนวคิดการตลาดและการเรียนรู้ (Test and Learn) เพื่อให้ได้องค์ความรู้และ Customer Insight สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทตามเป้าหมายที่ได้วางไว้
6. การตลาดแบบดิจิทัล ที่มุ่งสร้างประสบการณ์ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และขับเคลื่อนตามการเติบโตของตลาดออนไลน์ โดยผ่านเว็บไซต์และสมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต ครอบคลุมทุกระบบปฏิบัติการ ทุกหน้าจอ เพื่อให้ฟังก์ชันการใช้งานง่าย ทั้งการสมัครผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบสถานะ การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูล การโอนและหรือแลกคะแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขาย บริการบัตรเครดิต KTC VIRTUAL บริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ รวมถึงยังสร้างโมเดลการชิงโชคแบบใหม่ ผ่านออนไลน์ (Pin Your Wish) ที่สมาชิกสามารถเลือกของรางวัลที่ชื่นชอบด้วยตนเอง และมีการทำแคมเปญการตลาด โปรโมชันกับเว็บไซต์ต่างๆ คู่ค้าออนไลน์ รวมถึงกลุ่มธุรกิจ Start Up รวมถึงยังมีนโยบายสนับสนุนรองรับการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซ และโซเชียลคอมเมิร์ซ ด้วยการส่งเสริม การพัฒนาระบบการชำระเงินออนไลน์ (Online payment platform) เพื่อตอบสนองร้านค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งการชำระผ่านมือถือรูปแบบการชำระจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์ (O2O) หรืออื่นๆ และยังร่วมมือกับคู่ค้าพันธมิตรต่างชาติ เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงิน (Global Payment Platform) รองรับธุรกรรมออนไลน์ที่เป็นแบบ Cross Border เช่น Paypay หรือ Alipay และ WeChat เป็นต้น

ท้ายที่สุดบริษัทยังให้ความสำคัญ ในการศึกษาตลาด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ สิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการและเข้าถึงไลฟ์สไตล์ การใช้บัตรให้มากที่สุด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเติบโต โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้มีการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าดังนี้

จำนวนบัตรเครดิตและลูกหนี้บัตรเครดิต	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
จำนวนบัตรเครดิตรวม (บัตร)	1,807,755	1,887,015	2,095,563
อัตราการเติบโต (%) ต่อปี)	15.3%	4.4%	11.1%
ลูกหนี้บัตรเครดิต (ล้านบาท)	34,715	38,429	42,988
อัตราการเติบโต (%) ต่อปี)	5.6%	10.7%	11.9%

บริษัทมีรูปแบบของบัตรเครดิตที่หลากหลายสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. **บัตรแบบ Generic Card** ในรูปแบบของบัตรเครดิต KTC VISA/ MASTERCARD/ JCB ที่ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากสถานบริการและร้านค้าที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั่วโลก รวมถึงสามารถเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าได้ เนื่องจากลูกค้ามีความหลากหลาย KTC จึงร่วมกับ VISA/ MASTERCARD/ JCB ในการออกบัตรสำหรับลูกค้า 3 กลุ่มหลักดังนี้ กลุ่มแรกคือ กลุ่มซูเปอร์พรีเมียม ซึ่งเป็นกลุ่มสูงสุด โดย KTC จะพิจารณาเชิญลูกค้าเข้ามาเป็นสมาชิกบัตร KTC VISA INFINITE หรือ KTC WORLD MASTERCARD เพื่อมอบสิทธิพิเศษเหนือระดับให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ กลุ่มที่สองคือ กลุ่มพรีเมียม โดยจะเสนอบัตร

เครดิต KTC X VISA SIGNATURE เพื่อรับสิทธิที่ตรงกับความต้องการ กลุ่มที่สามคือกลุ่มแมสซึ่ง KTC จะเสนอบัตรเครดิต KTC VISA PLATINUM หรือ KTC TITANIUM MASTERCARD หรือ KTC VISA / MASTERCARD / JCB Gold โดยสมาชิกสามารถเลือกสมัครได้ตามต้องการ

นอกจากนี้ยังได้ ร่วมกับทาง Visa ออกบัตรเครดิตรูปแบบ Contactless ในชื่อ 'KTC VISA PAYWAVE' และร่วมกับทาง MASTERCARD ในชื่อ 'KTC MASTERCARD CONTACTLESS' สำหรับการทำการรายการในรูปแบบไร้สัมผัส (contactless) เพื่อสร้างพฤติกรรมการชำระเงินในรูปแบบใหม่ และรองรับออนไลน์ที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดดด้วย

ทั้งนี้ บริษัทมีบริการ KTC Government Services Card (บัตร KTC เพื่อหน่วยงานรัฐ) เป็นบัตรเครดิตเพื่อหน่วยงานราชการ ช่วยให้การใช้จ่ายงบประมาณภาครัฐในด้านการเดินทาง อบรม สัมมนา และจัดนิทรรศการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงลดภาระและความเสี่ยงในการถือเงินสดของข้าราชการ ลดขั้นตอนในการเบิกจ่าย และช่วยให้เม็ดเงินที่ใช้จ่ายในหมวดดังกล่าวผ่านสู่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้เร็วขึ้น อีกทั้งยังมีความคุ้มครองจากแผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางในระหว่างการเดินทางปฏิบัติราชการเมื่อชำระค่าตัวโดยสารยานพาหนะสาธารณะด้วยบัตรเครดิต

2. **บัตรประเภทบัตรร่วม (Co-brand)** เป็นบัตรที่เกิดจากการร่วมมือระหว่าง KTC กับบริษัทชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เป็นพันธมิตรทางการค้า ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากร้านค้าได้ตามปกติ แต่ถ้าเป็นการนำบัตรประเภทนี้ไปใช้ในร้านค้าที่เป็นผู้ร่วมออกบัตร ผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการจัดรายการพิเศษเป็นกรณีๆ ไป โดยบริษัทเหล่านี้จะมีข้อตกลงกับ KTC ในการร่วมมือกันขยายฐานบัตรและจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นสิทธิพิเศษกับผู้ถือบัตรตามลักษณะเฉพาะของบัตรร่วมนั้นๆ เพื่อขยายฐานบัตรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งนี้บัตรร่วม (Co-Brand) ของบริษัท ได้จัดเป็นกลุ่มในรูปแบบของ Life Style Segmentation Card เป็นบัตรที่มีลักษณะเฉพาะ โดยบริษัทจะแบ่งลักษณะของบัตรตามลักษณะการใช้จ่ายของลูกค้าเป็นหลัก โดยที่ลูกค้าจะได้รับสิทธิพิเศษตามลักษณะของบัตรที่แตกต่างกัน

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

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

บริษัทให้บริการและมีสิทธิประโยชน์เสนอให้ผู้ถือบัตรเครดิตหลายประการดังนี้

- 1) **บริการชำระค่าสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด** ผู้ถือบัตรเครดิตของบริษัทสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ร้านค้า ที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศกว่า 200 ประเทศ ตามวงเงินของผู้ถือบัตรที่ได้รับอนุมัติแต่ละราย โดยบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นๆ ให้ร้านค้าผ่านทางธนาคาร/บริษัทร้านค้า เมื่อครบกำหนดรอบบัญชีของผู้ถือบัตร (ประมาณ 1 เดือน) บริษัทก็จะดำเนินการเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรจะสามารถเลือกที่จะชำระเงินให้กับบริษัทเต็มจำนวนตามยอดการใช้จ่าย หรือผ่อนชำระขั้นต่ำตามเกณฑ์ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงเหลือ แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน โดยกรณีการผ่อนชำระนี้ บริษัทจะคิดดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปีรวมกับค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินบัตรเครดิตร้อยละ 5 ต่อปี ตามจำนวนเงินที่ค้างชำระตั้งแต่วันที่บริษัทบันทึกรายการแต่ละรายการถึงวันที่ชำระเงิน
- 2) **บริการเบิกเงินสดล่วงหน้า (Cash Advance)** เป็นการให้บริการแก่ผู้ถือบัตรเครดิตที่สามารถเบิกเงินสดไปใช้ โดยหักออกจากวงเงินบัตรเครดิตที่บริษัทอนุมัติให้กับผู้ถือบัตร ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถเบิกเงินได้ทั้งในและต่างประเทศ กรณีที่เบิกเงินสดในประเทศ จะสามารถเบิกได้จากเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine หรือ ATM) ของทุกธนาคาร ที่มีเครื่องหมาย   หรือ  หรือเบิกจากเคาน์เตอร์สาขาของธนาคารกรุงไทยที่มีเครื่องหมายรับบัตรเครดิตในกรณีที่เป็นการเบิกถอนเงินสดในต่างประเทศ 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 โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำการรายการสำเร็จ สำหรับบริการนี้บริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าที่บริษัทคิดจากผู้ใช้บริการร้อยละ 3 ของยอดเงินที่เบิกถอนต่อครั้ง โดยกำหนดยอดเงินขั้นต่ำในการเบิกถอนแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 500 บาท และรายได้ดอกเบี้ยจากบัตรเครดิตซึ่งบริษัทเริ่มคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินตั้งแต่วันที่เบิกเงินสดจนถึงวันที่ชำระเงินครบทั้งจำนวน
- 3) **บริการเสริมอื่นๆ** คือ บริการหรือสิทธิประโยชน์พิเศษเพิ่มเติมที่บริษัทให้แก่ผู้ถือบัตรควบคู่ไปกับบัตร ได้แก่
 - **ศูนย์บริการสมาชิกบัตร KTC (Contact Center)** ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ท่านสมาชิกบัตรสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ หรือผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติโดยใช้รหัส KTC PIN เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีบัตรเครดิตหรือบริการต่างๆ เช่น ขอใบสมัครบัตรเสริม ขอสำเนาใบแจ้งยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิต เปลี่ยนแปลงรอบการตัดบัญชี การโอนหรือแลกคะแนนสะสม การขอเพิ่มวงเงิน รายการส่งเสริมการขายต่างๆ เป็นต้น ซึ่งได้มีการจัดกลุ่มศูนย์บริการให้ความสะดวกและช่วยเหลือสมาชิกบัตร KTC ดังนี้

- บัตรเครดิต KTC VISA PLATINUM	}	: KTC PHONE	02 123 5000
- บัตรเครดิต KTC TITANIUM MASTERCARD			
- บัตรเครดิต KTC VISA GOLD			
- บัตรเครดิต KTC MASTERCARD CLASSIC			
- บัตรเครดิต KTC VISA INFINITE		: KTC VISA INFINITE LINE	02 123 5555
- บัตรเครดิต KTC WORLD MASTERCARD		: KTC WORLD MASTERCARD LINE	02 123 5555
- บัตรเครดิต KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE		: KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE LINE	02 123 5555
- บัตรเครดิต KTC X VISA SIGNATURE		: KTC X VISA SIGNATURE LINE	02 123 5444
- บัตรเครดิต KTC VISA SIGNATURE		: KTC VISA SIGNATURE LINE	02 123 5444
- บัตรเครดิต KTC X WORLD REWARDS MASTERCARD		: KTC X WOLD REWARDS MASTERCARD LINE	02 123 5444
- บัตรเครดิต KTC WORLD REWARDS MASTERCARD		: KTC WOLD REWARDS MASTERCARD LINE	02 123 5444
- บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS VISA SIGNATURE		: KTC - KTB PRECIOUS VISA SIGNATURE	02 123 5333
- บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA SIGNATURE		: KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA SIGNATURE LINE	02 123 5333
- บริการพิเศษผู้ถือหุ้นกู้เคทีซี		: KTC BONDHOLDER LINE	02 123 5999

- KTC Ultimate Assistance:** ให้บริการความช่วยเหลือ 4 รูปแบบครอบคลุมทั่วทุกมุมโลก สำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC VISA INFINITE KTC WORLD MASTERCARD KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE สามารถติดต่อ KTC Ultimate Assistance by AXA Assistance โดยตรงที่หมายเลข 02 206 5431 ซึ่งความช่วยเหลือประกอบด้วย
 - บริการช่วยเหลือฉุกเฉินทางการแพทย์ทั่วโลก: ให้คำแนะนำปรึกษาทางการแพทย์ และประสานงานเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจากสถานพยาบาลแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เมื่อมีอาการเจ็บป่วยอยู่ในภาวะวิกฤต
 - บริการฉุกเฉินบนท้องถนนภายในประเทศ: บริการรถยก ช่างซ่อม หรือเติมน้ำมันฉุกเฉิน
 - บริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉินภายในบ้าน: บริการช่างกุญแจ ช่างประปา หรือกำจัดแมลง
 - บริการเลขาส่วนตัวทั่วโลก: บริการจองสนามกอล์ฟ ตั๋วภาพยนตร์ คอนเสิร์ต จัดส่งของขวัญหรือดอกไม้

ในโอกาสต่าง ๆ เป็นต้น

- **บัตรเครดิต KTC-JCB:** มีศูนย์บริการด้าน Concierge Service ทั่วโลก ดังนี้

JCB Plaza 2 แห่ง JCB Plaza Lounge 9 แห่ง JCB Airport Lounge 62 แห่ง ให้บริการ Concierge Services by JCB Plaza บริการพิเศษเป็นเลขาส่วนตัวเฉพาะสมาชิกบัตร JCB เพื่ออำนวยความสะดวกในการหาข้อมูล จองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า ร้านอาหาร รวมถึง Medical Hotline Service บริการช่วยเหลือฉุกเฉินยามเจ็บป่วยในต่างแดน
- **KTC World Travel Service:** ให้บริการสมาชิกบัตรเครดิต KTC ในด้านข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจ และท่องเที่ยว การสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า กรุ๊ปทัวร์และแพ็คเกจอิสระทั้งในและต่างประเทศ ตั๋วรถไฟยุโรป-ยูเรลพาส ตั๋วรถไฟญี่ปุ่น-เจอาร์พาส Pocket WiFi บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การดำเนินการขอวีซ่า และประกันการเดินทาง เป็นต้น ดำเนินการโดย บริษัท เวิลด์ เอ็กซ์พลอเรอร์ จำกัด

KTC World Travel Service เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่ 8.00-20.00 น. ที่หมายเลข 02 123 5050 หรือสามารถจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก ฯลฯ ผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ www.ktcworld.co.th โดยไม่มีค่าธรรมเนียมการรูดบัตร
- **บริการรับชำระค่าใช้จ่ายรายเดือนอัตโนมัติ (Auto Payment):** สามารถชำระค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าเบี้ยประกันรายเดือน เงินบริจาครายเดือน ค่าสมาชิกนิตยสาร ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน และค่าบริการ Easy Top Up ผ่านบัตรเครดิต KTC ได้ทุกประเภทบัตร
- **“The Stories” และ “Wonders Of The World”:** บริการข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และบริการใหม่แบบรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC
- **นิตยสารท่องเที่ยวรายสองเดือน “My World”:** นำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ พร้อมสิทธิประโยชน์จากพันธมิตร
- **คู่มือท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ “KTC Guidezine”:** เหมาะกับนักเดินทางอิสระด้วยจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมและอยู่ในกระแสนิยม
- **แผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง:** คู่ครองของท่านสมาชิกบัตร คู่สมรส และบุตรที่มีอายุไม่เกิน 23 ปีบริบูรณ์ ในกรณีที่ใช้บัตรเครดิต KTC ชำระค่าตัวโดยสารยานพาหนะสาธารณะด้วยวงเงินประกันสูงสุด คือ

 - 1 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA CLASSIC/ KTC MASTERCARD CLASSIC
 - 4 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA GOLD/ KTC MASTERCARD GOLD/ KTC TITANIUM MASTERCARD

- 8 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA PLATINUM/ KTC JCB PLATINUM และสูงสุด 40,000 บาท ต่อครั้ง สำหรับการประกันกระเป๋าเดินทางสูญหายหรือสูญหาย กรณีเดินทางต่างประเทศ
- 20 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA SIGNATURE/ KTC X VISA SIGNATURE/ KTC WORLD REWARDS MASTERCARD/ KTC X WORLD REWARDS MASTERCARD และสูงสุด 40,000 บาท ต่อครั้ง สำหรับการประกันกระเป๋าเดินทางสูญหายหรือสูญหาย กรณีเดินทางต่างประเทศ
- 40 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA INFINITE/ KTC WORLD MASTERCARD/ KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE และสูงสุด 100,000 บาท ต่อครั้ง สำหรับการประกันกระเป๋าเดินทางสูญหายหรือสูญหาย กรณีเดินทางต่างประเทศ
- **รายการสะสมคะแนน KTC FOREVER REWARDS:** ทุก 25 บาท ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรรับ 1 คะแนน ซึ่งไม่มีวันหมดอายุ เพื่อสะสมไว้แลกกับของรางวัลต่างๆ เช่น ใช้ 1,000 คะแนน แลกแทนเงินสด 100 บาท หรือ ส่วนลดพิเศษเพื่อใช้แลกซื้อสินค้าและบริการ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ กว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ หรือบัตรโดยสารสายการบิน รวมถึงการร่วมแบ่งปัน และทำบุญให้แก่มูลนิธิที่เข้าร่วมรายการ การแลกเพื่อแทนดอกเบี๋ยสำหรับผ่อนชำระ และการแลกเปลี่ยนกับคะแนนสะสมรูปแบบอื่นๆ ของพันธมิตรต่างๆ โดยมีช่องทางการแลกได้ที่ร้านค้าพันธมิตร แลกผ่านระบบคอลเซ็นเตอร์ และแลกผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ตามที่กำหนด
- **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการ KTC FLEXI:** บริการแบ่งชำระค่าสินค้าบริการเป็นงวด ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษร้อยละ 0 - 0.89 ต่อเดือน นานสูงสุดถึง 10 เดือน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงิน และการบริหารค่าใช้จ่ายรายเดือน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ
- **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการ FLEXI by PHONE:** บริการขอแบ่งชำระค่าสินค้าทางโทรศัพท์ สำหรับรายการที่รอเรียกเก็บในเดือนถัดไป ด้วยอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 0.89 ต่อเดือน
 - บัตรเครดิต KTC JCB PLATINUM ใช้จ่ายที่ประเทศญี่ปุ่น บริการ KTC FLEXI อัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 0.69
 - บัตรเครดิต KTC TITANIUM MASTERCARD ใช้จ่ายที่ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย บริการ KTC FLEXI อัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 0.69
 ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยสำหรับบริการ KTC FLEXI อาจขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นในแต่ละช่วง
- **KTC U SHOP:** บริการสั่งซื้อสินค้า จัดส่งฟรีถึงบ้าน โดยมีพันธมิตรร้านค้ากว่า 150 ราย และจำนวนสินค้ากว่า 6,000 รายการ ให้เลือกซื้อจากแคตตาล็อก หรือสั่งซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th หรือจุดให้บริการ KTC TOUCH โดยสามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิตเคทีซีได้ทุกประเภท หรือใช้คะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS

- KTC Real Privileges:** บนเว็บไซต์ www.ktc.co.th ได้รวบรวมข่าวสารสิทธิประโยชน์ และสิทธิพิเศษมากมายครอบคลุมทุกประเภทการใช้จ่าย เช่น ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว หรือธุรกิจ สถานเสริมสุขภาพและความงาม โรงเรียนสอนภาษา เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาชิกบัตรและ KTC ผ่าน FACEBOOK ที่ www.facebook.com/ktcrealprivilege และ TWITTER ที่ twitter.com/ktcprivilege เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลร้านอาหารแนะนำ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจในกลุ่มสมาชิกผู้ใช้งานออนไลน์ (Social Network) รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของ KTC
- Secured e-pay:** บริการด้านความปลอดภัยให้กับสมาชิกบัตรเครดิต KTC ในการทำการชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านเครือข่าย 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 อินเทอร์เน็ตชั้นเนล มาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนล และเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนล อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต KTC ในระบบออนไลน์ จะดำเนินการในรูปแบบการเข้ารหัสข้อมูลตามมาตรฐานของ SSL 256 Bit
- KTC Online Service:** สมาชิกบัตรเครดิต KTC สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ด้วยตนเองทั้งบนเว็บไซต์ (ClickKTC) และบนสมาร์ทโฟน แท็บเล็ตผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (TapKTC) รองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย แก่สมาชิกบัตรฯ ง่าย สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซี การตรวจสอบสถานะการสมัคร การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูลยอดการใช้จ่าย วงเงินคงเหลือ คะแนนสะสม การโอนและแลกคะแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า/ บริการต่างๆ ผ่านบัตร การให้บริการแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระ การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ FLEXI Installment Plan การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขายและตรวจสอบรายละเอียดโปรโมชั่น/ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ บริการบัตรเครดิต KTC Virtual และ บริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ ทั้งนี้ KTC ONLINE มีระบบรักษาความปลอดภัยระดับสูงด้วยระบบ OTP (One-Time Password) ที่จะแจ้งรหัสการทำรายการต่างๆ ไปยังหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนไว้กับ KTC และระบบ Email Notification ที่จะแจ้งเตือนทุกการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์
- Samsung Pay:** บริการที่อำนวยความสะดวกให้สมาชิกบัตรเครดิต KTC สามารถชำระเงินค่าสินค้าและบริการตามร้านค้าต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต KTC VISA และ KTC Mastercard ผ่านแอปพลิเคชัน  ในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งใช้งานง่าย สะดวก และมีความปลอดภัยสูง

(ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

- 1) **รับสมัครผู้ถือบัตรเครดิต (Acquiring Cardholders)** บริษัทรับสมัครผู้ถือบัตรเครดิตผ่านช่องทางหลักๆ ดังนี้
 - **KTC TOUCH** ศูนย์บริการทางการเงินครบวงจรโดยมีพนักงานของบริษัทอำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำและบริการในด้านต่างๆ เช่น รับสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เป็นจุดรับบัตรเครดิต และให้บริการสมาชิกบัตร ตลอดจนรับชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเจ้าของกิจการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 KTC มีจุดบริการ KTC TOUCH ทั้งสิ้น 23 จุดบริการแบ่งเป็น 22 จุดบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาค (ทั้งนี้ สาขาเซ็นทรัล พระราม 3 จะปิดให้บริการถาวร ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2560 เป็นต้นไป)
 - **ผ่านทางสาขาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย** ที่มีสาขาคอบคลุมทั่วประเทศกว่า 1,000 สาขา โดยบริษัทให้ค่าตอบแทนแก่ธนาคารฯ พนักงานและสาขาที่สามารถหาลูกค้าใหม่ๆ ให้กับบริษัท โดยจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรหลักใหม่ที่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งช่องทางการรับสมัครผ่านพนักงานและ/หรือสาขาของธนาคาร สามารถช่วยขยายฐานสมาชิกบัตรใหม่ได้เป็นอย่างดี
 - **ช่องทาง Outsource Sales** บริษัทดำเนินการใช้บริการจากบุคคลภายนอกประเภทบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล สำหรับงานแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ KTC โดยมีผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ (อิสระ) ทั่วประเทศกว่า 15,000 ราย บริษัทเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี พร้อมดำเนินการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับการอนุมัติจริงโดยไม่ผิดเงื่อนไขการจ่ายค่าตอบแทนที่บริษัทกำหนด ไปยังผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ โดยตรงทั้งนี้บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานสำหรับผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ตามที่บริษัทกำหนด
 - **ช่องทาง Telesales** บริษัทดำเนินการบริหารงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์ โดยตรง ในรูปแบบ In-House Telesales โดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์ในการนำเสนอการขาย เพื่อขยายฐานสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี และงานบริการเพื่อกระตุ้นยอดการใช้จ่ายผ่านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี ทั้งนี้บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฯ ให้ได้คุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานของการให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์อย่างถูกต้อง
 - **ช่องทางที่ร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ** ได้แก่ บริษัทที่ออกบัตรร่วม (Co-brand) พันธมิตรทางธุรกิจ และสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร (Affinity) ในการหาสมาชิกบัตรใหม่ รวมถึงมีการทดลองหาช่องทางใหม่ๆ โดยร่วมธุรกิจในลักษณะ Synergy กับพันธมิตรรีเทล ร้านค้าปลีก เช่น Com 7 หรือ Big Camera ขยายฐานบัตรสินเชื่อ พร้อมๆ กับการขายสินค้า ด้วยวิธีการแบ่งชำระ ในคราวเดียวกัน

- **ช่องทางอินเทอร์เน็ต** เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า KTC ได้เพิ่มช่องทางในการสมัครบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตด้วย โดยลูกค้าสามารถดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์หลักของ KTC (www.ktc.co.th) หรือสมัครผ่านบริษัทคู่ค้า Silkspan (www.silkspan.co.th) เว็บไซต์พันธมิตรของบริษัทคู่ค้า Interspace และ เว็บไซต์บริษัทคู่ค้า Masii (www.masii.co.th) ได้ 24 ชั่วโมงทุกวัน
- **แผนก Government Card** ทำหน้าที่ขายฐานบัตรเครดิตองค์กร ภายใต้บริการ “บัตร KTC เพื่อหน่วยงานรัฐ” (KTC GOVERNMENT SERVICE CARD) และ “บัตรเครดิต KTC VISA CORPORATE GOLD” ให้แก่หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน องค์กรอิสระ บริษัทเอกชน เป็นต้น พร้อมทั้งกระตุ่นยอดการใช้ผ่านบัตรฯ และดูแลให้บริการหลังการขายด้วย

2) อนุมัติบัตรและวงเงิน (Credit Acceptance)

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

การพิจารณาอนุมัติบัตรและวงเงินที่จะให้กับผู้สมัครแต่ละรายจะพิจารณาจากหลายปัจจัยรวมถึงรายได้และความสามารถในการชำระหนี้สิน นอกจากนี้ บริษัทยังตรวจสอบประวัติการชำระหนี้สินของผู้สมัครจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด โดยบริษัทดังกล่าว ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเครดิตส่วนบุคคลและประวัติทางการเงินของลูกค้าในฐานะหน่วยงานแห่งชาติ ประกอบกับประสบการณ์ของนักวิเคราะห์ในบริษัท สำหรับการพิจารณาอนุมัติวงเงินนั้นบริษัทจะแยกกันพิจารณาวงเงิน โดยธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลจะยึดตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามรูปแบบข้อมูลการชำระหนี้สินของลูกค้าในอดีตเป็นฐานในการพิจารณาอนุมัติวงเงินด้วย ในกรณีของผู้สมัครรายเดียวกันแต่ขอสินเชื่อในหลายประเภทต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระหนี้สินของผู้สมัคร สถานภาพด้านอาชีพ รายได้ และตำแหน่งหน้าที่การงาน โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงรวมของผู้สมัครแต่ละรายให้ไม่เกินกว่าความสามารถในการชำระหนี้สินของผู้สมัครรายนั้นๆ

บริษัทได้พัฒนาระบบ Credit Scoring ซึ่งเป็นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการให้คะแนนผู้สมัครแต่ละราย และพิจารณาอนุมัติตามคะแนนที่กำหนดไว้ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เพื่อให้การพิจารณาอนุมัติทำได้รวดเร็วเป็นมาตรฐานและให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเมื่อได้ผลการพิจารณาแล้วบริษัทจะส่งผลการพิจารณาให้แก่ผู้สมัครทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับการอนุมัติทราบสำหรับใบสมัครที่ได้รับการอนุมัติบริษัทจะส่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้มาตรฐานและได้รับการรับรอง (Certified) จาก วิชาสมาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการผลิตบัตรเครดิตเพื่อบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรลงในบัตร จากนั้นบริษัทจะจัดส่งบัตรไปที่ KTC TOUCH หรือสาขาธนาคารกรุงไทยหรือที่อยู่ของผู้สมัคร ตามที่ผู้สมัครระบุไว้

3) อนุมัติการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (Authorization)

สำหรับธุรกิจออกบัตรเครดิต เมื่อผู้ถือบัตรนำบัตรไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้า ร้านค้าจะติดต่อกับธนาคาร/บริษัทร้านค้า (Acquiring Bank) ซึ่งจะเป็นตัวกลางในการติดต่อบริษัทในฐานะธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร (Issuing Bank) เพื่อให้เป็นผู้พิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายครั้งนั้นๆ 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

ในส่วนของผู้ถือบัตรร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) มีการติดตั้ง Payment Gateway ที่เชื่อมโยงระหว่างระบบของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าเช่นกัน นอกจากนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในการอนุมัติการใช้จ่ายของรายการออนไลน์ บริษัทมีการพัฒนาระบบทั้งในด้านธุรกิจออกบัตรและธุรกิจร้านค้ารับบัตรให้สามารถรองรับการทำรายการ 3D-Secure โดยมีการยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการออนไลน์ โดยในส่วนของผู้ถือบัตร มีการนำปรับปรุงระบบเพิ่มเติมเพื่อให้รองรับ One Time Password (OTP) ที่ระบบจะมีการสร้าง Pin ใหม่ทุกครั้งที่มีการทำรายการออนไลน์ให้กับผู้ถือบัตร

4) รับชำระหนี้บัตรเครดิต (Payment)

บริษัทจะส่งใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตไปยังผู้ถือบัตรตามที่อยู่ที่แจ้งไว้เมื่อถึงรอบบัญชีของผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรสามารถเลือกชำระได้หลายช่องทาง ดังนี้

- ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คผ่าน KTC TOUCH ผู้ถือบัตรจะสามารถนำเงินสดหรือเช็คไปฝากเข้าบัญชีของบริษัทได้ที่ KTC TOUCH โดยไม่มีค่าบริการ
- หักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Debit) ชำระค่าวงวดด้วยการหักบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงศรีอยุธยาทุกสาขา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ
- ชำระด้วยเช็คโดยส่งทางไปรษณีย์ (สาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล) โดยจะต้องฝากเช็คเข้าบัญชีของบริษัทก่อนถึงวันครบกำหนดชำระเงินอย่างน้อย 3 วันทำการ (ไม่เสียค่าบริการ)
- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) – ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทยโดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ บริการทูลมันนี่ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน (ระบบทรูมูฟ), บริการเอ็มเปย์ (ระบบ

เอไอเอส), แจ๋ว วอลเล็ท และแอร์เพย์ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน อัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ

- **ชำระที่จุดบริการรับชำระ** โดยผู้ถือบัตรสามารถนำไปแจ้งยอดค่าใช้จ่าย ที่มีเครื่องหมายบาร์โค้ดเป็นเอกสารการชำระเงิน โดยเลือกชำระเงินได้ตามจุดบริการต่าง ๆ ดังนี้ เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, จุดบริการทีโอที, เจมาาร์ทเพย์พอยท์, ไปรษณีย์ไทย, เทสโก้ โลตัส, จุดบริการทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้าน ซีพีเฟรชมาร์ทและทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, การประปานครหลวง, เอ็มเปย์สเตชั่น (เอไอเอสท็อป/ร้านเทเลวิซ/แฟมิลีมาร์ท), จุดบริการแคชเชียร์บีคี่ จุดบริการเซ็นเพย์ และจุดบริการแอร์เพย์เคาน์เตอร์ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละจุดบริการรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ** ผ่านการให้บริการของธนาคารกรุงไทย 02 111 1111 (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 02 888 8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 02 777 7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารยูโอบี 02 285 1555 และธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านระบบ Internet Banking** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนาชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านเครื่อง ATM** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนาชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนาชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และ ธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 30 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ทั้งนี้สามารถศึกษา/สอบถามช่องทางการรับชำระเงิน และรายละเอียดค่าธรรมเนียมได้จาก

www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm หรือ KTC PHONE 02 123 5000

สำหรับกรณีที่ผู้ถือบัตรได้รับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตแล้ว หากผู้ถือบัตรมีข้อสงสัยหรือประสงค์ที่จะปฏิเสธรายการใช้จ่ายบางรายการ ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งบริษัทเพื่อให้ตั้งพักรายการนั้นไว้ก่อนและไม่มีภาระทางหนี้ในช่วงนั้นได้ โดยบริษัทจะดำเนินการสอบสวนเพื่อหาข้อเท็จจริงและระบุให้ได้ว่าฝ่ายใดจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายรายการ

นั้นๆ และทำการเรียกเก็บไปยังผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายนั้นภายใน 45 ถึง 180 วัน ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรฐานของวิชา มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี โดยบริษัทมีระบบติดตามรายการที่เกิดขึ้นและจัดทำรายงานของจำนวนรายการที่มีการปฏิเสธ จากผู้ถือบัตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เสียสิทธิในการเรียกเก็บเงินจากฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบจริง

5) การติดตามหนี้ (Collection)

บริษัทได้มอบหมายให้ บริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด (Outsource) ดำเนินการติดตามทวงถามหนี้แทน บริษัทตามนโยบายการบริหารและ พ.ร.บ.การทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 โดยจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ทันทีเมื่อลูกค้า ผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งแนวทางการบริหารในการติดตามทวงถามหนี้ทั้งธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคล มีมาตรฐานใน ลักษณะเดียวกันแต่ความถี่ในการติดตามหนี้และขั้นตอนจะแตกต่างกันไปตามระยะเวลาของการค้างชำระหนี้ หรืออายุหนี้ ของลูกค้า รวมถึงมีการจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ (Collector) ให้เหมาะสมกับบัญชีลูกค้าตามรอบระยะเวลาของการค้างชำระ หนี้เพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการดังกล่าว ดังนี้

- หนี้ที่ค้างชำระไม่เกิน 90 วัน มีการติดตามทวงถามโดยวิธีการใช้โทรศัพท์ติดต่อ, การส่งข้อความแจ้งเตือน ให้ชำระหนี้ (SMS) และการส่งจดหมายติดต่อกู้ (Debt Collection Letter) โดยเพิ่มระดับความเข้มงวด ในการติดตามทวงถามตามระยะเวลาของการค้างชำระหนี้ นอกจากนั้น บัญชีลูกค้าค้างชำระที่ต้องการ ตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ บริษัทได้มีการจัดเจ้าหน้าที่ติดตามทวงถามนอกสถานที่ (FCR) เป็นการเฉพาะ ราย เพื่อติดตามให้มีการชำระเงินหรือตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า บริษัทดำเนินการระงับการให้วงเงินสินเชื่อ ของลูกค้าเป็นการชั่วคราว เมื่อลูกค้าเริ่มค้างชำระหนี้ (Due Date) โดยลูกค้าไม่สามารถใช้วงเงินบัตรเครดิตและสินเชื่อได้จนกว่าจะมีการชำระเงินตามเงื่อนไขและข้อกำหนด หากลูกค้าไม่ชำระหนี้เมื่อบัญชีลูกค้า ค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป บริษัทดำเนินการยกเลิกการใช้บัตรเครดิต หรือยกเลิกการให้วงเงินสินเชื่อของ ลูกค้ารายนั้นๆ อย่างถาวร หรือหากลูกค้ามีพฤติกรรมที่ไม่สามารถชำระหนี้คืนและมีสถานะที่มีความเสี่ยง ต่อการชำระหนี้ บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการยกเลิกก่อน 90 วัน
- หนี้ที่ค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป บริษัทให้ความช่วยเหลือ และประนีประนอมกับลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของ บริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระหนี้คืนบริษัทโดยเร็ว หากลูกค้ามีเจตนาไม่ชำระหนี้ บริษัทพิจารณา ดำเนินการเพื่อฟ้องร้องดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

บริษัทใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารหนี้ โดยระบบสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าแต่ละราย ตามอายุ หนี้, จำนวนหนี้ที่ค้างชำระ, สถานะทางบัญชี, พฤติกรรมการใช้วงเงินสินเชื่อ และอื่นๆ ซึ่งระบบติดตามหนี้ (Debt Collection System) มีการมอบหมายบัญชีลูกค้าให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการติดตามทวงถามโดยอัตโนมัติทันทีเมื่อลูกค้าเริ่มมี การค้างชำระรวมถึง การรายงานข้อมูลเพื่อใช้ในการบริหารหนี้ของบริษัท

6) การควบคุมการกระทำทุจริตที่เกี่ยวกับผู้ถือบัตร (Fraud Control)

เนื่องจากบริษัทในฐานะบริษัทผู้ออกบัตร อาจมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือบัตร ในกรณีที่ผู้ถือบัตรถูกกระทำการ ทุจริต หรือมีการปลอมแปลงบัตรของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมการกระทำทุจริตเหล่านี้ เพื่อลดความ เสี่ยงที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อกรณีที่มีการทุจริตหรือปลอมแปลงบัตรดังกล่าว

ฝ่ายงาน Fraud Control ที่บริษัทจัดตั้งขึ้นจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ว่ารายการซื้อสินค้าและบริการรายการใดที่เป็นการซื้อขายที่เข้าข่ายทุจริต โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

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

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดการกระทำทุจริต บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมจากวิซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เป็นประจำ และยังมีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ในการอบรมให้ความรู้กับบุคคลภายนอก เช่น ร้านค้า ดำรวจ ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่นๆ การอบรมเหล่านี้จะช่วยให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถป้องกันการกระทำทุจริต และสามารถระงับรายการในครั้งนั้นๆ ได้ทันการ โดยและ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวนทั้งสิ้น 3.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของยอดการใช้ผ่านบัตรรวม

2.1.2.2 ธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business)

ลักษณะการประกอบธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business) เป็นธุรกิจที่เน้นการสร้างเครือข่ายร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยบริษัทมีฐานะเป็นบริษัทผู้รับบัตร และร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะนำรายการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่เกิดในร้านค้าของตนทั้งหมด (เฉพาะที่เกิดจากบัตรวิซ่าบัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบี บัตรยูเนียนเพย์ และ Alipay Wallet รวมถึงไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตรของบริษัทหรือบัตรของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่น) มาเรียกเก็บเงินกับบริษัท ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นให้แก่ร้านค้า โดยจะหักค่าธรรมเนียมบริการไว้ส่วนหนึ่งเป็นรายได้ของบริษัท และหลังจากนั้นบริษัทจึงทำการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการรายการนั้นๆ ไปยังธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อให้ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรของตนต่อไป

บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายเครือข่ายร้านค้าสมาชิก โดยเน้นร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือและมีปริมาณการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่มีจำนวนมากเพียงพอที่จะช่วยทำรายได้ให้กับบริษัทโดยบริษัทได้มีการตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่มีอยู่และทำการทบทวนสัญญาโดยสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับคุณภาพของร้านค้าและควบคุมต้นทุนให้เหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการลดความเสี่ยงในส่วนของการกระทำทุจริตของร้านค้าด้วย

บริษัทมีเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture: EDC) ในปี 2557 จำนวน 14,901 เครื่อง ในปี 2558 จำนวน 21,844 เครื่อง และในปี 2559 จำนวน 23,814 เครื่อง

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิต

การบริการด้านธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิตแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบ ดังนี้

1. **บริการรับชำระเงินผ่านเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินสดและให้บริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสดโดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (KTC FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS) ซึ่งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน แบ่งเป็น (1) เครื่อง EDC ที่รับบัตรของเครือข่ายวีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบีและยูเนียนเพย์และ (2) เครื่อง EDC ที่รับการชำระรายการ Alipay O2O Payment ซึ่งเป็นบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ณ จุดขายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและคนจีนที่อยู่ในประเทศไทยผ่าน Alipay Wallet
2. **บริการรับชำระด้วยบัตรบนสมาร์ทโฟน (TapKTC Merchant)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอใช้บริการ โดยเปลี่ยนสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต เป็นเครื่องรับบัตรเครดิตเคลื่อนที่ด้วย mPOS Dongle (Mobile Point of Sale – mPOS) ไม่ว่าที่ไหน เวลาใด ก็สามารถรับชำระค่าสินค้า/บริการได้ง่าย ปลอดภัย โดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (KTC FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS)
3. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)** เป็นร้านค้าสมาชิกให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบซื้อขาย On-line ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือร้านค้าประเภท E-Commerce โดยในปี 2552 ทางบริษัทได้เริ่มใช้ระบบ 3D Secure กับร้านค้าประเภท E-commerce ซึ่งระบบดังกล่าวจะมีการยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ไว้กับบริษัทผู้ออกบัตรหรือ รหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว OTP (One Time Password) ระหว่างการทำรายการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตออนไลน์
4. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (Recurring)** ร้านค้าสมาชิกจะส่งข้อมูลเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากสมาชิก ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่งให้บริษัทตัดเงินจากบัตรเครดิตของสมาชิกเป็นรายเดือนอัตโนมัติ โดยสมาชิกผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์ และลงทะเบียนใช้บริการกับบริษัท หรือร้านค้าสมาชิกไว้ล่วงหน้า
5. **บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตโดยผ่านระบบคำสั่งซื้อสินค้าและบริการทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ (Mail Order/ Telephone Order)** ร้านค้าสมาชิกที่ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเลือกชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านการตัดเงินจากบัตรเครดิตอัตโนมัติได้

6. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบ Virtual Terminal** ช่องทางใหม่เพื่อรองรับการรับชำระค่าสินค้าและ/หรือบริการแบบออนไลน์โดยป้อนข้อมูลบัตรเครดิตลูกค้าบนระบบ Web Service แทนการทำรายการ Key-in ข้อมูลบัตรเครดิตลูกค้าเข้าเครื่องรูดบัตร (EDC) ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการทำรายการให้รวดเร็วและมีความเสถียรมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการลดต้นทุน/ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่อง EDC ส่งผลให้ต้นทุนการทำธุรกรรมของ KTC ลดลง

ร้านค้าสามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิต/บัตรเดบิต และ Alipay Wallet ในการชำระค่าสินค้าและการบริการในแต่ละรูปแบบข้างต้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายให้กับร้านค้าได้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้าจะได้รับความสะดวกในการชำระเงิน โดยไม่มีข้อจำกัดจากที่ต้องมีเงินสดในกระเป๋า โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน เนื่องจากเป็นรายการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการได้ เช่น การบริหารเงินสด ลดเวลาในการนับเงินทอน เป็นต้น

ร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย เพื่อใช้ในการรับชำระเงินจากรายการซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นในร้านค้า โดยหากเป็นร้านค้าที่ติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ข้อมูลรายการทั้งหมดจะถูกส่งมาเรียกเก็บเงินจากบริษัทผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยอัตโนมัติทุกวัน ซึ่งการพิจารณาติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต/บัตรเดบิต/Alipay Wallet ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเครื่อง EDC และความคุ้มค่าเป็นหลัก

บริษัททำสัญญากับร้านค้าสมาชิกแบบไม่จำกัดอายุโดยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่างๆ ของร้านค้าสมาชิก รวมทั้งเรื่องการกระทำที่จัดอยู่ในข่ายการกระทำทุจริต ซึ่งแนวทางเหล่านี้บริษัทได้อ้างอิงจากมาตรฐานที่กำหนดโดยวีซ่า มาสเตอร์การ์ด รวมถึงเจซีบี และมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะกับการดำเนินงานของบริษัท และสถานะธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย บริษัทจะทำการทบทวนสัญญากับร้านค้าสมาชิกต่างๆ เป็นระยะๆ สัญญาดังกล่าวยังได้ระบุถึงสิทธิของบริษัทที่จะเรียกร้องจากร้านค้าในกรณีที่ร้านค้าทำผิดสัญญา รวมทั้งกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากร้านค้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 23,041 ร้านค้า และ 29,764 ร้านค้า ตามลำดับ

(ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

1) การแต่งตั้งร้านค้าสมาชิก

บริษัทจะติดต่อร้านค้าต่างๆ เพื่อให้มาเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยจะพิจารณาจากปริมาณการรับชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของร้านค้านั้นๆ เป็นหลัก โดยจะกำหนดค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากการทำรายการกับร้านค้าให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว รวมทั้งภาวะการแข่งขันกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่นๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่จะเรียกเก็บตามประเภทของร้านค้า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการทุจริต นอกจากการติดต่อร้านค้าโดยตรงจากทางบริษัทแล้ว ยังมีร้านค้าที่ขอสมัครเป็นร้านค้าสมาชิกกับบริษัทด้วยตนเองด้วย

บริษัทจะอนุมัติการแต่งตั้งร้านค้าสมาชิกโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทร้านค้า ทำเลที่ตั้งและสภาพของสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จำนวนลูกค้า ปริมาณการซื้อขายสินค้าและบริการ ประวัติเจ้าของร้านค้า เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทจะตรวจสอบประวัติการทุจริตของร้านค้าต่างๆ จากฐานข้อมูลของผู้ให้บริการบัตรเครดิต เช่น วีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี และยูเนียนเพย์หรือ ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของร้านค้าค้านั้นๆ ด้วย เช่น กรณีเป็นร้านขายอัญมณี ก็อาจตรวจสอบไปยังตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

เมื่อบริษัทอนุมัติให้ร้านค้านั้นเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัทแล้วและร้านค้าเปิดบัญชีกับธนาคารกรุงไทย หรือที่เคทีซีกำหนด บริษัทจะติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย เช่นเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) หรือระบบทำรายการผ่านอุปกรณ์โมบาย (mPOS) หรือเชื่อมต่อระบบชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตให้กับร้านค้าและเชื่อมโยงร้านค้าอื่นๆ เข้าในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทต่อไป

2) การอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าและบริการของร้านค้าสมาชิก

สำหรับร้านค้าสมาชิกที่ติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย ร้านค้าจะต้องเชื่อมต่อเข้ากับระบบของบริษัทผ่านทางเครือข่ายระบบสื่อสารเช่น สายโทรศัพท์ หรือ สายผ่านวงจรเช่า หรือ Leased Line หรือสัญญาณผ่านระบบโมบายที่สามารถเชื่อมต่อเข้ากับระบบชำระค่าสินค้าและบริการของบริษัททุกครั้งที่มีการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต จากนั้นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทจะติดต่อธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อขออนุมัติการใช้บัตรรายการนั้นๆ และจะส่งข้อมูลกลับไปยังร้านค้าสมาชิกทันทีที่รายการดังกล่าวได้รับการอนุมัติจากธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเป็นระบบออนไลน์แบบใหม่ซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นมากในการดำเนินการทั้งกระบวนการให้เสร็จสิ้น ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ร้านค้าได้มากขึ้น

บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระค่าสินค้าและบริการให้แก่ร้านค้าได้ ในกรณีที่พบว่าร้านค้ามีการกระทำที่ทุจริต หรือปฏิบัติผิดไปจากข้อตกลงที่ร้านค้าให้กับผู้ถือบัตร ตัวอย่างการกระทำที่บริษัทสามารถปฏิเสธการจ่ายเงินให้กับร้านค้าได้ เช่น

1. กรณีที่ร้านค้าผิดนัดต่อผู้ถือบัตร เช่น กรณีที่ผู้ถือบัตรซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต และมีการตกลงให้ร้านค้าส่งสินค้าให้ผู้ถือบัตรภายในระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ แต่ผู้ถือบัตรไม่ได้รับสินค้าตามที่ตกลง ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งให้บริษัทระงับการจ่ายเงินหรือเรียกค่าสินค้านั้นคืนจากร้านค้าได้

2. กรณีร้านค้ากระทำผิดข้อตกลง เช่น การที่ร้านค้าพยายามรูดบัตรชำระค่าสินค้าและบริการหลายครั้งในเวลาใกล้เคียงกันและภายในวันเดียวกัน พฤติกรรมและเจตนาของร้านค้าดังกล่าว บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระเงินให้กับร้านค้าได้

3. กรณีร้านค้าไม่ตรวจสอบบัตรก่อนอนุมัติการใช้ยานั้นๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทจะต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบความเสียหายต่อธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่นที่เกิดขึ้นจากการทุจริตของร้านค้าสมาชิก โดยบริษัทจะต้องชำระค่าสินค้าและบริการรายการดังกล่าวนั้นไปก่อน และดำเนินการเรียกร้องจากร้านค้าที่ทุจริตด้วยตนเองในภายหลัง

3) การชำระค่าสินค้าและบริการให้กับร้านค้าสมาชิก

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

4) การควบคุมการกระทำทุจริตของร้านค้า (Fraud Control)

เพื่อลดโอกาสการทุจริตในการใช้บัตร บริษัทได้กำหนดให้ร้านค้าสมาชิกทำการตรวจสอบความถูกต้องของบัตร โดยจะต้องตรวจสอบความเป็นเจ้าของบัตร เปรียบเทียบลายมือชื่อของผู้ถือบัตรกับลายมือชื่อที่ลงนามไว้บนบัตรเครดิต ลักษณะบัตรปลอม เป็นต้น ซึ่งหากพบว่าร้านค้าไม่ได้ทำการตรวจสอบตามที่ควรและเกิดการทุจริตขึ้น ร้านค้าสมาชิกนั้น จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นดังกล่าว

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

นอกจากนี้บริษัทมีทีมงานที่คอยดูแลเกี่ยวกับการรับบัตรร้านค้าสมาชิกทุกวัน และมีระบบ Online Fraud Detection ที่มีประสิทธิภาพสูงที่คอยติดตามพฤติกรรมการรับบัตรที่เสี่ยงหรือต้องสงสัย และจะประสานงานกับธนาคารผู้ออกบัตรทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อตรวจสอบทันทีที่มีการทำรายการโดยเจ้าหน้าที่ทั้งทางโทรศัพท์ Email หรือแฟกซ์ หากพบว่าเป็นการรับบัตรทุจริต หรือมีขั้นตอนการรับบัตรที่ไม่ถูกต้องหรือสงสัย บริษัทแจ้งทางร้านค้าสมาชิกทันทีเพื่อพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม โดยมีจุดประสงค์ที่จะจำกัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2.1.3 ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เคทีซีได้ขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจจากการให้บริการเฉพาะผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเข้าสู่การให้บริการสินเชื่อบุคคล โดยบริษัทเริ่มประกอบธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2546 ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคลของเคทีซีเป็นสินเชื่อประเภทที่ไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2 รูปแบบ คือ สินเชื่อเอกประสงค์ KTC CASH และสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD

ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเอกประสงค์ KTC CASH ได้เริ่มให้บริการตั้งแต่ตุลาคม 2546 โดยจะเป็นการโอนเงินก้อนเข้าบัญชีเพียงครั้งเดียวและชำระคืนเป็นงวด จนกว่าจะชำระหนี้หมดโดยไม่สามารถกลับไปใช้วงเงินที่ชำระแล้วได้อีก และในปี 2549 บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อพร้อมใช้ และได้มีการปรับภาพลักษณ์ด้วยการรีแบรนด์ (Rebranding) เป็นสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD ในปี 2557 สินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD เป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบวงเงินหมุนเวียนลูกค้าจะได้รับเงินโอนเข้าบัญชีก่อนแรกเมื่อได้รับอนุมัติ และสามารถเบิกถอนเงินสดได้เพิ่มเติมตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ โดยสามารถกลับไปใช้วงเงินเดิมได้อีกเมื่อทำการชำระคืนเหมาะสมสำหรับเป็นวงเงินสำรองกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้เพื่อให้

คุณสมบัติของสินเชื่อก็มีความโดดเด่นยิ่งขึ้น ในปัจจุบันสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 2in1 กล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใช้ได้ทั้งบริการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเคทีซีจะรับรู้อย่างรวดเร็วของสินเชื่อบุคคลทั้งสองประเภทในรูปแบบรายได้ดอกเบี้ยซึ่งเป็นการคำนวณอัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก และค่าธรรมเนียมต่างๆ ได้แก่ค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินและค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถาม เป็นต้น

ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อบุคคล บริษัทให้อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมกับความเสี่ยง (Risk Base Pricing) โดยที่อยู่ภายใต้อัตราที่กำหนดโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และยังใช้ระบบประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยระบบ Credit Scoring นอกจากนี้ บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งยังเสริมสร้างความรู้ในการบริหารเงิน และแบ่งเบาภาระของกลุ่มลูกค้าสมาชิกอย่างต่อเนื่อง

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

สินเชื่อบุคคลของ KTC มี 2 รูปแบบ เหมาะสำหรับผู้มีรายได้ประจำ สามารถเลือกให้สอดคล้องกับความต้องการดังนี้

- 1) สินเชื่อเงินสด (KTC CASH) สำหรับผู้มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป เป็นสินเชื่อแบบรับเงินก้อน ผ่อนชำระคืนได้เป็นงวดๆ ละเท่าๆ กัน เมื่ออนุมัติจะมีการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครได้แจ้งความจำนงค์ไว้เพียงครั้งเดียว โดยจะได้รับเงินภายใน 2 วันทำการนับจากวันอนุมัติ เมื่อผ่อนชำระคืนวงเงินจะไม่ติดกลับลูกค้าสามารถเลือกระยะเวลาผ่อนชำระคืนได้ตั้งแต่ 12-60 งวด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ
- 2) สินเชื่อพร้อมใช้ เคทีซี พร้าว (KTC PROUD) สำหรับผู้มีรายได้ 12,000 บาทขึ้นไป เป็นวงเงินสินเชื่อแบบหมุนเวียน พร้อมใช้เพื่อกรณีฉุกเฉินมีคุณสมบัติแบบ 2in1 กล่าวคือทั้งบริการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระ เมื่อได้รับอนุมัติจะได้รับเงินโอนก่อนแรกเข้าบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครได้แจ้งความจำนงค์ไว้ และจะมีการส่งบัตรเพื่อสามารถใช้เบิกถอนวงเงินส่วนที่เหลือผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งเบิกถอนผ่านตู้ ATM จุดบริการเบิกถอนที่สาขา KTC TOUCH หรือผ่านบริการช่องทางออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งเว็บไซต์และสามารถโทร (CLICK KTC และ TAP KTC) โดยไม่มีค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดแต่อย่างใด นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถใช้วงเงินสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD ผ่านบริการแบ่งชำระ KTC FLEXI โดยสามารถใช้บริการแบ่งชำระ อัตราดอกเบี้ย 0% หรือดอกเบี้ยอัตราพิเศษ แบ่งชำระได้นานสูงสุด 36 เดือน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการได้ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินคืนขั้นต่ำ 3% หรือ 300 บาท ขึ้นอยู่กับจำนวนใดสูงกว่า และวงเงินจะคืนทันทีเมื่อชำระค่างวดที่ธนาคารกรุงไทยหรือ 7-Eleven ทุกสาขา

จำนวนบัญชีและลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคล	638,959	693,273	747,343	818,068
อัตราดอกเบี้ย (%)	2.0%	8.5%	7.8%	9.5%

จำนวนบัญชีและลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล (ล้านบาท)	13,597	15,201	17,073	20,154
อัตราการเติบโต (%)	11.6%	11.8%	12.3%	18.0%

(ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

1) ผู้ขอสินเชื่อยื่นใบคำขอสินเชื่อแก่บริษัท

ผู้ขอสินเชื่อสามารถยื่นใบสมัครสินเชื่อผ่านทางช่องทางเดียวกันกับการสมัครบัตรเครดิตของบริษัท อันประกอบด้วย การสมัครผ่าน KTC TOUCH หรือสาขาของธนาคารกรุงไทย ผ่านทาง Online ตลอดจนการสมัครผ่านหน่วยงานภายนอกที่รับจ้างบริษัทหาลูกค้าโดยตรง และช่องทาง Business Partner Relations เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ขอสินเชื่อจะต้องกรอกแบบฟอร์มการขอสินเชื่อในรูปแบบที่บริษัทจัดไว้

(โปรดศึกษารายละเอียดช่องทางในการยื่นขอสินเชื่อบุคคลได้ที่หัวข้อ “2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิตหัวข้อย่อยที่ 1) รับสมัครผู้ถือบัตรเครดิต”)

2) บริษัทตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อและระดับความเสี่ยง

เมื่อได้รับใบสมัครสินเชื่อ บริษัทจะพิจารณาจากข้อมูลและหลักฐานประกอบคำขอสินเชื่อ โดยข้อมูลทั้งหมดจะผ่านการประมวลผล การตรวจสอบข้อมูลจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติจำกัด (National Credit Bureau Co., Ltd) การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยระบบ Credit Scoring ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อในกรณีที่ลูกค้าเดิมจะมีการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลการชำระหนี้ในอดีตประกอบ หรือในกรณีที่ลูกค้ารายเดียวกันแต่มีการขอสินเชื่อในหลายรูปแบบต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระเงิน สถานภาพด้านอาชีพ และรายได้ ซึ่งจะพิจารณาถึงความเสี่ยงโดยรวมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นไม่ให้เกิดกว่าความสามารถในการชำระเงินของลูกค้ารายนั้นๆ เพื่อกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อทั้งนี้บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์คุณสมบัติ การกำหนดวงเงิน และการคิดอัตราดอกเบี้ยรวมถึงค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

3) บริษัทแจ้งอนุมัติวงเงินสินเชื่อหรือปฏิเสธการให้สินเชื่อแก่ผู้ขอสินเชื่อทราบ

เมื่อบริษัทได้ข้อสรุปสำหรับการขอสินเชื่อแล้ว บริษัทจะส่งจดหมายแจ้งอนุมัติวงเงินสินเชื่อ หรือปฏิเสธการให้สินเชื่อต่อผู้ขอสินเชื่อ สำหรับสินเชื่อบุคคล KTC CASH จะมีตารางแสดงอัตราการผ่อนชำระแนบไปพร้อมกับจดหมายแจ้งอนุมัติและในกรณีที่อนุมัติบริษัทจะทำการส่งมอบเงินกู้ให้แก่ผู้ขอสินเชื่อ โดยการโอนเงินเข้าในบัญชีธนาคารของผู้ขอสินเชื่อภายใน 2 วันทำการ หลังจากระบบอนุมัติเงินกู้ให้

4) บริษัทส่งใบแจ้งยอดค้างยอดและรับชำระหนี้จากผู้ขอสินเชื่อ

ก่อนครบกำหนดการชำระเงินในแต่ละเดือน บริษัทจะจัดส่งใบแจ้งยอดค้างยอดที่ต้องชำระไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำใบแจ้งยอดค้างยอดดังกล่าวซึ่งแสดงยอดเงินที่ต้องชำระคืนในแต่ละเดือน ไปชำระตามช่องทางชำระเงินต่างๆ ที่บริษัทจัดหาให้ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- ชำระที่ KTC TOUCH ทุกแห่งโดยไม่เสียค่าบริการ
- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) ได้ที่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ – บริการทรูมันนี่ (ระบบทรูมูฟ) บริการเอ็มเปย์(ระบบเอไอเอส) และแอร์เพย์ วอลเล็ต แอปพลิเคชัน โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- ชำระที่จุดบริการรับชำระ – เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, เทสโก้ โลตัส, เจ มาร์เก็ตพ้อยท์, ทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้านซีพีเฟรชมาร์ทและทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, จุดบริการแคชเชียร์บีกซี, การประปานครหลวง, ไปรษณีย์ไทย, เอ็มเปย์สเตชัน(เอไอเอส/เทเลวิซ), แอร์เพย์ เคาน์เตอร์, จุดบริการเซ็นเพย์ และศูนย์บริการลูกค้าทีโอที โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละร้านค้ารวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ –ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 02 888 8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 02 777 7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารยูโอบี 02 285 1555 และ ธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยการโอนเงินผ่านระบบ Internet Banking ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านเครื่อง ATM ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮอร์ส, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคารอัตโนมัติ - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) และ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร- ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮอร์ส, ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 30 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

ทั้งนี้สามารถศึกษา/ สอบถามช่องทางการรับชำระหนี้ได้ทางโทรศัพท์ที่ KTC PHONE 02 123 5000 หรือ 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) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิตหัวข้อย่อยที่ 5) การติดตามหนี้”)

2.1.4 ธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากธุรกิจหลัก

นอกจากธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลซึ่งเป็นธุรกิจหลักแล้ว บริษัทยังมีธุรกิจอื่นๆ ได้แก่

- **ธุรกิจสินเชื่อธนวัฏ (CIRCLE LOAN)** เป็นบัญชีวงเงินกู้สำหรับลูกค้าที่มีสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นบัญชีที่บริษัทรับโอนมาจากธนาคารกรุงไทยเมื่อปี 2545 อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีนโยบายการให้บริการธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะความต้องการของตลาด บริษัทจึงดำเนินการให้บริการเฉพาะผู้ที่ยังคงมีวงเงินสินเชื่อธนวัฏอยู่เท่านั้นและไม่มียกเว้นที่จะขยายการให้บริการสินเชื่อธนวัฏให้แก่ผู้สมัครสินเชื่อบัตรเครดิตใหม่ ทำให้ยอดลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิอยู่เพียง 172 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.31 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมดและ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิอยู่เพียง 157 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.25 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
- **ธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ (KTC MILLION)** ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน สำหรับเจ้าของกิจการที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ แต่ KTC มีนโยบายที่จะไม่เพิ่มมูลค่าพอร์ตลูกหนี้ของธุรกิจนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2549 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงดังนั้น การดำเนินการในปัจจุบันเป็นเพียงการให้บริการแก่ลูกหนี้รายเดิมที่ยังคงมีบัญชีค้างชำระหนี้กับบริษัทอยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
- **การให้บริการแก่องค์กรภายนอก (InsourceService)** ในปี 2556 บริษัทได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจงานติดตามทวงถามหนี้ (Collection) ให้แก่ธนาคารกรุงไทย และกลุ่มธุรกิจของธนาคาร เนื่องจากบริษัทมีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการติดตามทวงถามหนี้รายย่อย (Retail Collection) โดยในการรับให้บริการงานติดตามทวงถามหนี้บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และปฏิบัติตามเงื่อนไข วิธีการปฏิบัติที่ธนาคารกรุงไทย

กำหนด ซึ่งบริษัทได้ให้บริการงานเร่งรัดติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ (Collection) แก่ธนาคารกรุงไทย ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา และสิ้นสุดการให้บริการเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2559

(โปรดศึกษารายละเอียดของ การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญในรอบปีที่ผ่านมา ได้ที่ “หัวข้อที่ 1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ ในหัวข้อย่อยที่ 1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ”)

2.1.5 บทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท

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

นอกจากจะต้องปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย และประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว 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 บริษัทในฐานะผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) และเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล ต้องปฏิบัติตามกฎหมายฟอกเงิน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบาย มาตรการต่าง ๆ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ตามกฎหมายอันได้แก่ การรับลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า การรายงานธุรกรรมที่เข้าข่ายต้องรายงาน การรายงานธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่ถูกกระงับเกี่ยวกับผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นลูกค้าซึ่งอยู่ในรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนดหรือผู้ที่มีหรือเคยมีการทำธุรกรรมกับผู้นั้น รวมทั้ง จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง การติดตาม การสอบสวนบัญชีลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการทำธุรกรรม และข้อมูลการระงับการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินของบุคคลที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐการจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงินแก่พนักงานบริษัทด้วย เพื่อป้องกันการฟอกเงินและป้องกันการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายให้เป็นไปตามกฎหมายฟอกเงินดังกล่าว บริษัทจึงได้ประกาศและกำหนดเป็นนโยบาย โดยมีผลบังคับใช้ในบริษัทแล้วนอกจากนี้ ตามที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออก Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตาม GIN No.63CF3L.99999.SL.764 และปัจจุบันบริษัทได้

กำหนดนโยบายการดำเนินงานตาม 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 และบริษัทยังมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย 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 โดยก่อนหน้าที่กฎหมายนี้จะมีผลบังคับใช้บริษัทก็ได้ติดตามทวงถามหนี้กับลูกหนี้ของบริษัทที่เหมาะสมอยู่ และได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้แนวทางปฏิบัติในการติดตามทวงถามหนี้ไว้มาโดยตลอด และนอกจากนี้บริษัทได้มีการว่าจ้างให้บริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการติดตามทวงถามหนี้ที่มีประสิทธิภาพในการติดตามหนี้สูง และนอกจากนี้บริษัทได้มีการติดตามดูแลการทวงถามหนี้ของบริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด อย่างใกล้ชิด

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

2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการแข่งขันทางการตลาดและกลยุทธ์ของบริษัทในรอบปี 2559

2.2.1.1 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจบัตรเครดิต

ในปี 2559 ยังคงเห็นการเติบโตของตลาดบัตรเครดิตทั้งในแง่ของจำนวนบัตร ยอดใช้จ่าย และมูลค่าสินเชื่อ แม้ตัวแปรด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยต่างๆ จะเป็นปัจจัยท้าทายที่ทำให้ผู้ให้บริการต่างๆ ต้องเผชิญหน้า และปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้ โดยกลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดยังคงมีแนวโน้มที่จะเข้มข้น ต่อเนื่อง และทวีความรุนแรง โดยเฉพาะจากผู้ให้บริการที่เป็นธนาคารพาณิชย์รายใหญ่ของไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ต้องการขยายส่วนแบ่งการตลาด และ

เพิ่มยอดขาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากกลยุทธ์ รายการส่งเสริมการขาย กลยุทธ์การสมัครบัตรใหม่ ความร่วมมือกับภาคีต่างๆ และโปรโมชั่นที่ออกมาในตลาดในช่วงปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ในภาพรวม ตลอดปี 2559 กลยุทธ์ที่ใช้จากผู้ให้บริการต่างๆ ยังมีความหลากหลาย ต่อเนื่องมาจากปีก่อนหน้า มิติของการทำการตลาดปรากฏในรูปแบบต่างๆ อาทิเช่น เน้นการพัฒนาด้านดิจิทัล โฆษณาแอปพลิเคชัน ให้สะดวกใช้งานง่าย ค้นหาข้อมูล รวมถึงทำธุรกรรมการเงินได้รวดเร็ว ปลอดภัย มีการทำโปรโมชั่นกับเว็บไซต์ และคู่ค้าพันธมิตรต่างๆ กลุ่มธุรกิจ Start Up ต่างๆ รวมถึงยังเน้นลูกค้ากลุ่มระดับบน โดยให้สิทธิประโยชน์ รวมถึงบริการที่มีระดับ ตรงกับความต้องการ

ขณะเดียวกันการแข่งขันในตลาดกลุ่มระดับกลาง (Mass) ก็ยังมีให้เห็นแบบเข้มข้นต่อเนื่อง โดยยังมีส่วนลด การคืนแคชแบ็ก การใช้คะแนนสะสมเพิ่มมูลค่าความคุ้มค่า การทำโปรแกรมแบบแอมส ที่มีการลงทะเบียน และให้สิทธิพิเศษต่างๆ รวมถึงการให้สิทธิประโยชน์จากพันธมิตรต่างๆ มากมาย ครอบคลุมในทุกหมวดการใช้จ่าย

สำหรับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์นั้น เคทีซี ได้เป็นหนึ่งในภาคีที่ร่วมมือกับซัมซุง พัฒนาให้สามารถชำระบัตรเครดิตบนซัมซุงเพย์ เพื่อตอบชีวิตคนเมือง ที่สมาร์ตโฟนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทำให้ธุรกรรมง่ายขึ้น สะดวก รวดเร็วขึ้น และมีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติม ส่วนกลยุทธ์การกระตุ้นการใช้จ่าย เคทีซีเน้นครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ เช่น หมวดรับประทานอาหาร หมวดช้อปปิ้ง หมวดสถานีบริการน้ำมัน ที่เป็นหมวดหลักที่ใช้ประจำ และหมวดท่องเที่ยว ที่เป็นไลฟ์สไตล์ของสมาชิก โดยมีการให้คะแนนสะสมหรือไมล์พิเศษเมื่อใช้บัตร หรือการให้เงินคืน (Cash Back) รวมถึงการใช้คะแนนแทนส่วนลดเพิ่มเติม และใช้ระบบการผ่อนชำระ (KTC FLEXI)

นอกจากนี้ เคทีซียังมีการจับมือกับพันธมิตร สร้างรายการส่งเสริมการขายร่วมกัน รวมถึงยังได้ขยายพันธมิตรใหม่ๆ ทั้งร้านค้าสำหรับการผ่อนชำระ หรือขยายร้านค้า สิทธิประโยชน์ในหมวดใหม่ๆ มีการสร้างแพลตฟอร์มด้านออนไลน์ เพื่อต่อยอดการทำการตลาด มีการกระตุ้นการใช้คะแนนในร้านค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้เครื่องรูดบัตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีการพัฒนา Corporate Identity ใหม่ ให้มีเอกลักษณ์ จดจำง่าย และมีความแข็งแรง รวมถึงยังมีการใช้จ่ายด้านสื่อ ทั้งสื่อเอ้าดอร์ รดไฟฟ้า สื่อลิฟต์ รวมถึงสื่อภายใน เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดของยอดขายการใช้จ่ายผ่านบัตร รวมถึงสร้างการรับรู้ และความพึงพอใจให้สมาชิก

โดยสรุป เคทีซีในฐานะผู้ให้บริการที่มีฐานสมาชิกจำนวนมาก และมีการเติบโตอย่างสูงในปีที่ผ่านมาในด้านจำนวนบัตร ได้เล็งเห็นสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นต่อเนื่อง รวมถึงมีเป้าหมายในการขึ้นเป็นผู้นำ จึงไม่หยุดนิ่งและมีนโยบายพัฒนากลยุทธ์การตลาด ให้แตกต่าง หลากหลายทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยรูปแบบและกิจกรรมการตลาด ปรากฏชัดเจนในทุกมิติ อาทิเช่น เน้นการตอบสนองตลาดระดับบน (Premium) ขณะเดียวกัน ยังคงความต่อเนื่อง และรักษาสถานสมาชิกในกลุ่มระดับกว้าง (Mass) รวมถึงแบบเชิงลึกเจาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Segmentation) และมีการใช้ระบบ CRM ควบคุม และการสร้างสัมพันธ์แบบยั่งยืนกับพันธมิตร (Total Business Relationship) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเฉพาะอีกด้วย

โดยกิจกรรมและนโยบายด้านการตลาด ในปี 2560 จะยังคงความเข้มข้นต่อเนื่อง เป็นการสานต่อจากนโยบายปีที่ผ่านมาให้เกิดประสิทธิภาพ รวมถึงจะมีการขยายกรอบแนวคิด การทำตลาดรูปแบบใหม่ โดยให้ความสำคัญ และโฟกัสที่

ตลาดออนไลน์ การพัฒนาฟังก์ชัน ปรับและเสริมโมบายแอปพลิเคชันที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงไม่หยุดนิ่งในการวิเคราะห์ หาโอกาส ต่อยอดทางธุรกิจใหม่ๆ อีกด้วย

2.2.1.2 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

แม้การเติบโตของธุรกิจสินเชื่อโดยรวมยังอยู่ในภาวะชะลอตัว ทั้งในแง่ของจำนวนสมาชิกและยอดลูกหนี้คงค้าง เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ยังดำเนินนโยบายเครดิตอย่างระมัดระวัง ในทางตรงข้ามกลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ (Non bank) ยังคงมุ่งเน้นทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ซึ่งยังคงส่งผลให้มีการแข่งขันและกลยุทธ์ใหม่ๆ ในตลาดอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้วัฏกรรมทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ในรูปแบบ Fintech ยังอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจสินเชื่อโดยรวม ซึ่งต้องมีการเฝ้าติดตามรูปแบบการดำเนินการและทิศทางที่ชัดเจนจากธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างใกล้ชิด

ในส่วนของสินเชื่อบุคคลของเคทีซี ในปีนี้ ยังคงมีการเติบโตที่สูงกว่าตลาดโดยภาพรวม อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารมีนโยบายให้ทำการตลาดอย่างระมัดระวังและยั่งยืน ทั้งนี้ได้มีการปรับคุณสมบัติของผู้สมัครสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD จากรายได้ 10,000 บาทเป็น 12,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2559 ที่ผ่านมา

กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดของสินเชื่อบุคคลสรุปได้ดังนี้

1. **กิจกรรมสนับสนุนการสมัครสินเชื่อใหม่:** เพื่อเป็นการเพิ่มฐานสมาชิก โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ และช่องทางการสมัครใหม่ เช่นการสมัครได้ที่ร้านค้าพันธมิตรของเคทีซี มุ่งเน้นให้ความสะดวกรวดเร็วในการสมัครและการทราบผลอนุมัติ สามารถทราบผลอนุมัติที่สาขาของเคทีซีได้ภายใน 30 นาที อีกทั้งยังมอบสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าให้กับสมาชิกใหม่
2. **กิจกรรมการตลาดระดับกว้าง (Mass campaign)** เป็นโครงการที่มุ่งเน้นตอบแทนลูกค้าสมาชิกโดยการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของสมาชิกผ่านโครงการ “เคลียร์หนี้” ซึ่งมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
3. **กิจกรรมการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Segmentation)** เป็นโครงการที่เสนอสิทธิประโยชน์ให้กับสมาชิกแบบเฉพาะเจาะจง ยึดหลัก Customer Centric ดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้น โดยผ่านการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผ่านข้อมูลเชิงลึก (MIS data analysis) นับเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการตอบรับอย่างมีประสิทธิภาพ
4. **กิจกรรมการตลาดสนับสนุนการสร้างรากฐานในระยะยาว** เป็นการจัดกิจกรรมผ่านการสัมมนา เสริมสร้างความรู้และเพิ่มอาชีพให้กับกลุ่มสมาชิก เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มรายได้ เสริมสร้างคุณภาพชีวิต ตลอดจนแนวทางในการลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่สมาชิก
5. **กลยุทธ์ทางด้านออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง** เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ยุคดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลได้มีการนำเสนอบริการในรูปแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้นเช่นบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ เป็นต้น อีกทั้งมีการเตรียมความพร้อม เพิ่มความสะดวกและคุณค่าสำหรับการสมัครสินเชื่อออนไลน์ ทั้งนี้ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายและต่อเนื่องจะช่วยให้เคทีซีบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ในธุรกิจสินเชื่อบุคคลอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

2.2.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

2.2.2.1 ภาพรวมธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

ธนาคารแห่งประเทศไทย คาดการณ์อัตราการขยายตัวของ GDP ในปี 2559 อยู่ที่ 3.2% (คาดการณ์ ณ ธันวาคม 2559) ซึ่งตัวเลขดังกล่าวเติบโตสูงกว่าปี 2558 ที่ขยายตัว 2.8% โดยการบริโภคภาคเอกชน และการส่งออกสินค้าปรับตัวขึ้นดีกว่าคาด รวมทั้งมาตรการภาครัฐที่เป็นแรงผลักดันเศรษฐกิจ ช่วยชดเชยภาคการท่องเที่ยวที่ตัวเลขไม่เป็นไปอย่างที่ประมาณการไว้ โดยในปี 2560 เศรษฐกิจไทยจะมีแนวโน้มขยายตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตของ GDP อยู่ระหว่าง 3.2% - 4.0% โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว การลงทุนภาคเอกชนที่คาดว่าจะขยายตัว และยังได้รับแรงขับเคลื่อนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่จะมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีปัจจัยกดดัน ในเรื่องความไม่แน่นอนของตลาดการเงินโลกที่มีความผันผวน ปัญหาเชิงโครงสร้างในภาคการส่งออกของไทย และภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง

จากปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ทำให้เศรษฐกิจของไทยในปี 2559 ดีขึ้นกว่าปีก่อนหน้า ส่งผลให้ภาพรวมในธุรกิจสินเชื่อผู้บริโภคดีขึ้นด้วย จากตารางจะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคตั้งแต่ปี 2555-2558 มีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวลงที่ร้อยละ 17.3 / 13.7 / 7.0 / 4.8 ตามลำดับ โดยในปี 2559 มีอัตราอยู่ที่ร้อยละ 5.3 ซึ่งเติบโตมากกว่าปี 2558

ตารางแสดงอัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภค

ปี	2555	2556	2557	2558	2559
ลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (ล้านบาท) ⁽¹⁾	518,682	589,563	630,992	661,308	696,530
อัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภค (%ต่อปี)	17.3%	13.7%	7.0%	4.8%	5.3%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค คัดจากลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตรวมกับลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

โดยลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคประกอบด้วยลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตและลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งจากรายงานการเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการหลัก 2 ประเภท ได้แก่

(1) ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย และสาขาธนาคารต่างประเทศ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินเชื่อผู้บริโภค อาทิ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารซีทีแบงก์ เป็นต้น

(2) ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) รวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อเพื่อรายย่อย รวมทั้งสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล แต่ไม่ได้รับอนุญาตในการให้บริการเงินฝาก มีจำนวนทั้งสิ้น 37 สถาบัน (ไม่รวมกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อ nano finance) แบ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 2 บริษัท บริษัทที่ดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 29 บริษัท และบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลร่วมกันจำนวน 6 บริษัท (รวมบมจ.บัตรกรุงไทย) โดยผู้ประกอบการประเภทนี้มีส่วนช่วยผลักดันให้การกู้เงินของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำซึ่งมีสัดส่วนสูงเข้ามากู้เงินในระบบมากขึ้น

จากความพยายามในการควบคุมคุณภาพสินเชื่อของสถาบันการเงินต่างๆ ในช่วงที่ผ่านมา ทำให้อัตราการเติบโตของหนี้ครัวเรือนขยายตัวในอัตราที่ลดลง ซึ่งในปี 2555-2558 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 18.0 / 11.5 / 6.6 และ 5.7

ตามลำดับ โดยยอดหนี้ครัวเรือน ณ ไตรมาส 3 ปี 2559 มีมูลค่า 11.3 ล้านบาท ขยายตัวลดลง อยู่ที่ร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP จะพบว่าในไตรมาส 3 ปี 2559 หนี้ครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูงถึง 81% ซึ่งหากหนี้ครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูงเป็นเวลานานจนไม่สอดคล้องกับรายได้ ก็อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือนจนเป็นปัญหาต่อสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ได้ สถาบันการเงินจึงเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องการคัดกรองลูกหนี้ และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ เพื่อควบคุมสัดส่วนระดับสินเชื่อค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป (Non-Performing Loans: NPL)

2.2.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจบัตรเครดิต

(1) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

ตัวเลขอุตสาหกรรมบัตรเครดิต ณ สิ้นปี 2559 ยังคงเติบโตขึ้นกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน ได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตที่เติบโตร้อยละ 6.4 ยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 การใช้จ่ายผ่านบัตร(ไม่รวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า)ขยายตัวร้อยละ 7.1 และการเบิกเงินสดล่วงหน้าเติบโตร้อยละ 4.1 ทั้งนี้ ปัจจัยการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตมาจากการกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง จากผู้ประกอบการทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่มีโซลูชันการพาณิชย์ผ่านโปรโมชันและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่จัดทำร่วมกับร้านค้า ทำให้ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ตารางแสดงจำนวนบัญชีของธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต (ล้านบัญชี)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวนบัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	7,894,861	8,274,146	9,028,047	9,744,241	10,119,844	10,313,291	44.5%	1.9%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	7,433,430	8,595,879	9,520,707	10,559,510	11,642,429	12,837,873	55.5%	10.3%
รวมทั้งหมด	15,328,291	16,870,025	18,548,754	20,303,751	21,762,273	23,151,164	100.0%	6.4%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ณ สิ้นปี 2559 มีจำนวนบัตรเครดิตในระบบทั้งสิ้น 23.2 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีจำนวนบัญชีทั้งสิ้น 21.8 ล้านบัญชี โดยธุรกิจบัตรเครดิตยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตต่อไปได้ในอนาคต จากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้บริการ e-Payment และทำธุรกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมไปถึงการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต่างก็ปรับตัวเพื่อรองรับกับธุรกรรมดังกล่าว

สำหรับส่วนแบ่งตลาดด้านจำนวนบัญชีบัตรเครดิต ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้เพิ่มขึ้น โดย ณ สิ้น 2559 มีจำนวนบัญชี 12.8 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นส่วนแบ่งร้อยละ 55.5 ปรับเพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2558 ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 53.5 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดที่เหลืออีกร้อยละ 44.5 มาจากธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนบัญชี 10.3 ล้านบัญชี มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ตารางแสดงยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิต

ยอดสินเชื่อคงค้าง (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	138,776	156,203	175,438	193,394	204,980	218,220	60.9%	6.5%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	90,128	105,351	114,988	124,748	131,662	140,193	39.1%	6.5%
รวมทั้งหมด	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641	358,413	100.0%	6.5%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาพรวมของยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิต ณ สิ้นปี 2559 มีมูลค่าทั้งสิ้น 358,413 ล้านบาท โดยธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งตลาดในอัตราส่วนร้อยละ 60.9 และร้อยละ 39.1 ตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตของยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 และร้อยละ 6.5 ตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2558

ตารางแสดงปริมาณการใช้จ่ายรวมของธุรกิจบัตรเครดิต

ปริมาณการใช้จ่ายรวม (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	585,743	701,095	792,401	874,175	923,940	984,294	66.1%	6.5%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	319,605	373,245	402,641	432,977	469,181	504,113	33.9%	7.4%
รวมทั้งหมด	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121	1,488,408	100.0%	6.8%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวมของอุตสาหกรรมรวม ณ สิ้นปี 2559 มีมูลค่า 1,488,408 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 6.8% จากปีก่อน โดยธนาคารพาณิชย์มีปริมาณการใช้จ่ายรวม 984,294 ล้านบาท เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 6.5 คิดเป็นร้อยละ 66.1 ของส่วนแบ่งตลาด และในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีปริมาณการใช้จ่ายรวม ณ สิ้นปี 2559 อยู่ที่ 504,113 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 7.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยคิดเป็น 33.9% ของส่วนแบ่งตลาด

ตารางแสดงปริมาณการใช้จ่ายของธุรกิจบัตรเครดิต(ไม่รวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า)

ปริมาณการใช้จ่าย (ล้านบาท) (1)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	532,493	644,832	728,835	807,443	853,729	911,736	67.3%	6.8%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบัน การเงิน	279,233	328,468	352,305	378,098	410,906	442,887	32.7%	7.8%
รวมทั้งหมด	811,726	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,634	1,354,623	100.0%	7.1%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

(1) ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า

ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรที่ไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2559 มีมูลค่า 1,354,623 ล้านบาท เติบโตที่ร้อยละ 7.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับส่วนแบ่งตลาดหลักที่ร้อยละ 67.3 มาจากการใช้จ่ายของบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นมูลค่า 911,736 ล้านบาท และส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 32.7 คิดเป็นมูลค่า 442,887 ล้านบาท โดยมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรของธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีอัตราเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 6.8 และ 7.8 ตามลำดับ

ตารางแสดงปริมาณการเบิกเงินสดล่วงหน้าของธุรกิจบัตรเครดิต

การเบิกเงินสดล่วงหน้า (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	53,250	56,263	63,566	66,732	70,212	72,558	54.2%	3.3%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบัน การเงิน	40,372	44,776	50,335	54,878	58,275	61,226	45.8%	5.1%
รวมทั้งหมด	93,622	101,039	113,901	121,611	128,487	133,785	100.0%	4.1%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

การเบิกเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2559 มีมูลค่า 133,785 ล้านบาท เติบโตได้ร้อยละ 4.1 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 โดยธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็นร้อยละ 54.2 โดยมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการเบิกเงินสดล่วงหน้าประมาณร้อยละ 3.3 และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 45.8 และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 5.1

(2) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

เมื่อพิจารณาธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมพบว่าการใช้ผ่านบัตรเครดิตรวมของบริษัทในปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 164,991 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 145,800 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.2 สูงกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เติบโตร้อยละ 6.8 (เพิ่มจาก 1,393,121 ล้านบาท เป็น 1,488,408 ล้านบาท) และเมื่อคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมจะอยู่ที่ร้อยละ 11.1 เติบโตจากช่วงเดียวกันของปี

ก่อนหน้าที่มีสัดส่วนร้อยละ 10.5

ลูกหนี้บัตรเครดิตในปี 2559 บริษัทมียอดลูกหนี้เท่ากับ 46,195 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12.9 ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 12.3 (ยอดลูกหนี้ 41,412 ล้านบาท) โดยยอดลูกหนี้ของบริษัทคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 11.5 สูงกว่ายอดลูกหนี้ของอุตสาหกรรมที่เติบโตร้อยละ 6.5 ซึ่งอัตราการขยายตัวของลูกหนี้ของบริษัทในปี 2559 มีการเติบโตที่ในอัตราที่มากกว่าปี 2558 ที่เติบโตร้อยละ 10.1 และปี 2557 ที่เติบโตร้อยละ 6.6

บริษัทมีกลยุทธ์ร่วมกับ วิซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการออกบัตรให้กับกลุ่มค้าระดับบน อีกทั้งยังมีการกระตุ้นการใช้จ่าย โดยครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของสมาชิกพร้อมกับขยายพันธมิตรใหม่ เพื่อเป็นการขยายสิทธิประโยชน์ในหมวดใหม่ๆ ให้กับสมาชิก ทำให้จำนวนบัตรเครดิตของบริษัทในปี 2559 เติบโตเป็น 2.1 ล้านบัญชี ซึ่งการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 11.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่มีจำนวนบัญชีเท่ากับ 1.9 ล้านบัญชี โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 9.1 มากกว่าช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 8.7

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558	2559
จำนวนบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบัญชี)	15.33	16.87	18.55	20.3	21.76	23.15
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC (ล้านบัตร)	1.62	1.53	1.57	1.81	1.89	2.10
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	10.6%	9.1%	8.4%	8.9%	8.7%	9.1%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121	1,488,408
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	110,739	116,236	120,929	129,828	145,800	164,991
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	12.2%	10.8%	10.1%	9.9%	10.5%	11.1%
ลูกหนี้บัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641	358,413
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC (ล้านบาท)	33,668	34,007	35,297	37,621	41,412	46,195
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	14.7%	13.0%	12.2%	11.8%	12.3%	12.9%
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป ในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	4,895	5,054	6,638	8,316	10,452	10,383
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	1,326	928	772	626	558	563
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.4%	1.9%	2.3%	2.6%	3.1%	2.9%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	3.9%	2.7%	2.2%	1.7%	1.3%	1.2%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า

หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของอุตสาหกรรมของปี 2559 อยู่ที่ 10,383 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 0.7 จากช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้า ทำให้สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 2.9 น้อยกว่าปี 2558 ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 3.1 หากพิจารณาสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของแต่ละกลุ่ม จะพบว่าธนาคารพาณิชย์มี NPL อยู่ที่ร้อยละ 3.7 และบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินมี NPL อยู่ที่ร้อยละ 1.7 จะเห็นว่าระดับ NPL ของธนาคารพาณิชย์ ยังคงสูงกว่าบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินและสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC ในปี 2559 มีจำนวน 563 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีจำนวน 558 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามแม้มูลค่าของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทจะเพิ่มขึ้น แต่บริษัทมีสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของปี 2559 อยู่ที่ 1.2 ลดลงจากปี 2558 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 1.3

2.2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

(1) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจสินเชื่อบุคคล

เนื่องจากยังคงมีความกังวลในภาพรวมเศรษฐกิจ และการใช้นโยบายเครดิตที่ระมัดระวังของธนาคารพาณิชย์เพื่อดูแลประเด็นคุณภาพสินทรัพย์ทำให้การอนุมัติสินเชื่อบุคคลเป็นไปอย่างระมัดระวัง โดยผู้ประกอบการรายต่างๆ ได้เพิ่มความรัดกุมในการอนุมัติสินเชื่อ ทำให้ภาพรวมของการเติบโตในลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมชะลอตัวลงโดยการแข่งขันเพื่อหาลูกค้าใหม่จะต้องทำควบคู่ไปกับการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

ตารางแสดงจำนวนบัญชี และยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคล ⁽¹⁾ (บัญชี)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 31 ธ.ค. 2559		
						จำนวนบัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	2,097,245	2,655,997	2,926,616	2,861,617	2,692,619	2,489,486	18.2%	-7.5%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	6,824,549	7,542,876 ⁽²⁾	8,545,269 ⁽²⁾	8,980,409	10,163,572	11,195,516	81.8%	10.2%
รวมทั้งหมด	8,921,794	10,198,873	11,471,885	11,842,026	12,856,191	13,685,002	100.0%	6.4%
ยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ยอดสินเชื่อคงค้าง	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	105,297	136,571	158,309	160,634	157,890	156,386	46.3%	-1.0%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	108,013	120,558 ⁽²⁾	140,829 ⁽²⁾	152,217	166,777	181,731	53.7%	9.0%
รวมทั้งหมด	213,310	257,129	299,138	312,851	324,667	338,117	100.0%	4.1%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคลในปี 2555- 2556 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

⁽³⁾ ยอดสินเชื่อคงค้าง (Outstanding Balance) เป็นยอดเฉพาะต้นเงิน (หลังหักรายได้จากการตัดบัญชี)

ในปี 2559 จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 13.7 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีจำนวน 12.9 ล้านบัญชี คิดเป็นอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 6.4 ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.8 หรือจำนวน 11.2 ล้านบัญชี ขยายตัวดีขึ้นที่ร้อยละ 10.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 18.2 คิดเป็นจำนวน 2.5 ล้านบัญชี เติบโตติดลบร้อยละ 7.5 จากความวิตกกังวลเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าเป็นสาเหตุให้อัตราการปฏิเสธการให้สินเชื่อสูงขึ้น

ยอดสินเชื่อคงค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคลเพิ่มขึ้นเป็น 338,117 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.2 จากปี 2558 มีจำนวนอยู่ที่ 324,667 ล้านบาท โดยธนาคารพาณิชย์มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 156,386 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 46.3 ส่วนผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 181,731 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9 คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 53.7

(2) ธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

ในปี 2559 KTC มีจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลอยู่ที่ 818,068 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 9.5 สูงกว่าตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 6.4 โดยมีสัดส่วนบัญชีสินเชื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 6.0 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตัวเลขส่วนแบ่งตลาดของบริษัทในด้านจำนวนบัญชี จะพบว่าบริษัทสามารถรักษาระดับส่วนแบ่งตลาดไว้ที่ระดับประมาณร้อยละ 6 มาอย่างต่อเนื่อง สำหรับยอดลูกหนี้สินเชื่อบุคคลคงค้าง ณ สิ้นปี 2559 ของบริษัท เท่ากับ 21,959 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 18.2 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมรวมที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1 โดยมีสัดส่วนลูกหนี้เทียบกับอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 6.5 เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 5.7 โดยบริษัทได้ตั้งเป้าหมายขยายฐานสมาชิกใหม่และมุ่งทำการตลาดที่เฉพาะเจาะจงตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมทางการเงินสด ควบคู่ไปกับการรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพลูกหนี้ที่ดีเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาในแง่ลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป (NPL) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรมปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากที่เคยต่ำกว่าร้อยละ 3.0 ช่วงก่อนปี 2555 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.2 ณ สิ้นปี 2558 และได้ปรับตัวลดลงในปี 2559 มาอยู่ที่ร้อยละ 3.1 โดยคิดเป็นจำนวน 10,602 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 16,792 ล้านบาทในช่วงสิ้นปี 2558 สำหรับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC ในปี 2559 มีมูลค่า 206 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีมูลค่า 194 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 แต่หากพิจารณาถึงสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC แล้วจะพบว่าสัดส่วนมีแนวโน้มลดลง โดยจากปี 2554-2559 มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 4.2 / 2.5 / 1.5 / 1.2 / 1.0 และ 0.9 ตามลำดับ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของมูลค่าหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้นี้มีสาเหตุมาจากลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของ KTC นั้นขยายตัวเพิ่มขึ้น แต่บริษัทสามารถรักษาคุณภาพของหนี้ได้ดี โดยผ่านทางการคัดกรองคุณภาพลูกหนี้สินเชื่อบุคคล และประสิทธิภาพของระบบงานติดตามหนี้ที่บริษัทได้ให้ความสำคัญมาอย่างต่อเนื่อง

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558	2559
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (ล้านบัญชี)	8,921,794	10,198,873	11,471,885	11,842,026	12,856,191	13,685,002
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC (ล้านบัญชี)	583,637	626,326	638,959	693,273	747,343	818,068
สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC เทียบกับ อุตสาหกรรม (%)	6.5%	6.1%	5.6%	5.9%	5.8%	6.0%
ยอดสินเชื่อบุคคลคงค้างของอุตสาหกรรม ⁽²⁾ (ล้านบาท)	213,310	257,129	299,138	312,851	324,667	338,117
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC (ล้านบาท)	12,722	13,242	15,121	16,644	18,583	21,959
สัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	6.0%	5.1%	5.1%	5.3%	5.7%	6.5%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปในอุตสาหกรรม ⁽³⁾ (ล้านบาท)	2,934	7,665	10,920	14,238	16,792	10,602
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	535	337	222	195	194	206
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.7%	3.0%	3.7%	4.6%	5.2%	3.1%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	4.2%	2.5%	1.5%	1.2%	1.0%	0.9%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

⁽²⁾ สินเชื่อบุคคลเฉพาะที่ไม่มีทรัพย์สินหรือทรัพย์สินเป็นหลักประกัน โดยให้รวมถึงสินเชื่อที่เกิดจากการให้สินเชื่อและการให้เช่าแบบสลิซซึ่งในสินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจมิได้ จำหน่ายเป็นทางการค้าปกติ ทั้งนี้ ไม่รวม สินเชื่อที่เกิดจากการให้สินเชื่อและการให้เช่าแบบสลิซซึ่งในสินค้าที่เป็นรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ สินเชื่อเพื่อการศึกษา สินเชื่อเพื่อการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ สินเชื่อเพื่อรักษาพยาบาล สินเชื่อเพื่อสวัสดิการพนักงานที่หน่วยงานต้นสังกัดได้มีการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อบุคคลและสินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

⁽³⁾ มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อบุคคลในปี 2555- 2556 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

2.2.3 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2560

2.2.3.1 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2560

ในภาพรวม เศรษฐกิจยังคงมุ่งมั่น และไม่หยุดนิ่ง ตามสถานการณ์การแข่งขันที่ยังคงรุนแรง ต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยแวดล้อมด้านการขับเคลื่อนของภาครัฐในนโยบายเศรษฐกิจยุคดิจิทัล มีผู้ให้บริการที่เป็นพันธมิตรใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย รวมถึงสภาพสังคมเมืองจะเปลี่ยนไป กลุ่มผู้สูงอายุมีมากขึ้น และนวัตกรรม เทคโนโลยี วิทยาการใหม่ๆ จะค่อยๆ เข้ามามีอิทธิพล และขับเคลื่อนสังคมให้เป็นโลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ

เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ ตลอดจนมีเป้าหมายในการรักษาระดับการเติบโตต่อเนื่อง เศรษฐกิจจะยังคงขยายฐานสมาชิกใหม่ ผ่านช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะที่เป็นออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงจะบริหารความสัมพันธ์กับฐานสมาชิกปัจจุบัน โดยเน้นให้สมาชิกมีประสบการณ์ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน รวมถึงจะประยุกต์ และเน้นด้านดิจิทัลในทุกๆ มิติ ทั้งการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ การบริหารความจงรักภักดี การบริหารพันธมิตร รวมถึงยังใช้จุดแข็ง ในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงลึก และเชิงกว้างผ่านระบบ CRM เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมการตลาดและการสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งนี้ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทในปี 2560 สามารถสรุปพอสังเขป ได้ดังนี้

- การตลาดที่เน้นการเติบโต และเพิ่มพูนสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยยังคงเน้นเช็กเมนต์ ที่เป็นกลุ่มระดับบน หรือไฮเอนด์ และฐานกลุ่มคนรุ่นใหม่ (young gen) ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต โดยเน้นช่องทางการสมัครผ่านออนไลน์ และการขยายฐานบัตรผ่านร้านค้า และพันธมิตรให้มากขึ้น
- การตลาดที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ ด้วยการปรับปรุงบริการด้านดิจิทัลที่มีอยู่เดิม และสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ ที่หลากหลาย ให้ง่ายขึ้น ทั้งโมบายแอปพลิเคชัน มีฟังก์ชันการใช้งานครบ สะดวก รองรับทุกระบบปฏิบัติการ และที่สำคัญมีความปลอดภัยสูงสุด รวมถึงปรับเว็บไซต์ ให้ใช้งานง่าย ทันสมัย เพื่อให้สมาชิกมีประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ และเกิดความพอใจสูงสุด
- การตลาดที่ยังคงเน้นสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย และครอบคลุม โดยให้ความสำคัญในทุกหมวดที่จะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อเนื่องจนกลายเป็นบัตรที่ใช้ประจำ โดยจะประสานความร่วมมือกับพันธมิตร ร้านค้า และองค์กรสมาคมต่างๆ ออกแบบโปรแกรมการตลาด สิทธิประโยชน์ ที่คงเอกลักษณ์ของเคทีซีคือมีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์ หลากหลาย และจะเพิ่มสิทธิประโยชน์ด้านออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงจะยังคงสร้างประสบการณ์ที่ดีผ่านรูปแบบกิจกรรม งานอีเวนต์ต่างๆ ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน
- การตลาดที่เน้นการสร้างสัมพันธ์กับพันธมิตร (TBR) อย่างยั่งยืน โดยจะเชื่อมโยง ต่อยอด และสอดประสานทุกกลุ่มธุรกิจ ภายใต้แนวคิดทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย และไม่ทิ้งการตอบโต้ความต้องการของสมาชิก รวมถึงจะยังแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ จากธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม เติบโตตามกระแส และเทรนด์ของโลก หรือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพ หรือเป็นการตอบโต้ไลฟ์สไตล์ของสมาชิกให้แน่นแฟ้นขึ้น
- การตลาดแบบการสร้างความรักภักดี และการทำแบบเซกเมนต์ (Segmentation) โดยจะบริหาร Portfolio ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่กับการต่อยอดด้วยแคมเปญการใช้คะแนน FOREVER REWARDS ที่เป็นจุดแข็งของเคทีซี ทั้งสองมิติ คือการได้คะแนน (earn) หรือการแลกคะแนน (burn) และเน้นประสบการณ์การแลกแบบออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงการทำโปรแกรมแบบเน้นความถี่ (Frequency) ให้สมาชิกใช้บ่อยครั้ง จนเกิดพฤติกรรมและกลายเป็นบัตรประจำ (default card) และที่สำคัญจะไม่ทิ้งการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (targeted) โดยยังคงเน้นตลาดเป้าหมายที่ต่างจังหวัด และกลุ่มสมาชิกที่มีอายุและจะเริ่มเข้าสู่สังคมคนสูงวัย
- การตลาดที่เน้นสะท้อน คุณค่าของแบรนด์ที่ได้พัฒนาใหม่ภายใต้สามแกนหลัก เพื่อการเติบโตแบบยั่งยืนในระยะยาว และเพื่อให้เคทีซี เป็นที่จดจำ มีความแตกต่าง จากผู้ให้บริการรายอื่นๆ โดยจะใช้การสื่อสาร ที่ตอบโจทย์ชัดเจน ตลอดจนจะมีการใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ โดยเน้นสื่อดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงสมาชิกได้เร็ว ตามโลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
- การขยายธุรกิจร้านค้ารับบัตร เคทีซีมุ่งเน้นการรุกเข้าธุรกิจประเภทใหม่ การขยายสู่ตลาดต่างจังหวัด และการเดินทางสู่ธุรกิจออนไลน์ โดยการนำเสนอบริการ KTC Pay เพื่อตอบสนองการทำธุรกรรม e-Commerce และ m-Commerce รองรับการขายตัวของธุรกิจออนไลน์ ซึ่งร้านค้าทุกประเภทจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากทีมฝ่ายขายและการตลาด เพื่อเสนอบริการ KTC Payment Solutions ที่เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจรวมถึงการร่วม

วางแผนและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ร่วมกัน

- การตลาดอื่นๆ (Other Marketing Programs) เคทีซีไม่มองข้ามกิจกรรมการตลาดประเภทอื่น ที่ส่งเสริมให้สมาชิกพึงพอใจ และสร้างพฤติกรรม ความจงรักภักดีในการใช้บัตร เช่น การนำเสนอแผนประกันภัยรูปแบบต่างๆ บริการ “KTC U SHOP” ที่เพิ่มความหลากหลาย และจะเน้นการทำตลาดแบบตรงกลุ่ม (segmentation) และการซื้อปิ้งผ่านออนไลน์กับเว็บไซต์พันธมิตรต่างๆ ให้มากขึ้น

2.2.3.2 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2560

ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน สินเชื่อบุคคลยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดเนื่องจากช่วยแบ่งเบาภาระผู้บริโภคจากหนักให้เป็นเบาได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ยังพยายามที่จะรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง อย่างไรก็ตามก็เชื่อว่าเคทีซียังให้ความสำคัญในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ในขณะเดียวกันก็มีความระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของลูกหนี้เป็นอย่างมากเพื่อช่วยลดความเสี่ยงของบริษัท ดังนั้นจึงไม่เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคาแต่มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ โดยมีกลยุทธ์หลัก ๆ ในการดำเนินธุรกิจเป็นดังนี้

1. **พัฒนาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และเน้นสร้างประสบการณ์ออนไลน์** เนื่องจากผู้บริโภคทุกวันนี้กำลังก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล มีพฤติกรรมในการใช้ชีวิตกับโลกออนไลน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เคทีซีจึงมุ่งเน้นพัฒนาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับและเป็นการเพิ่มประสบการณ์ในด้านออนไลน์ เช่น บริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ สามารถดำเนินการได้ 24 ชั่วโมง โดยไม่มีข้อจำกัดในการเบิกถอน เพื่อเพิ่มความสะดวกและปลอดภัย
2. **มุ่งขยายฐานสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง** ยังคงเน้นการเติบโตของฐานสมาชิก โดยเจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด
3. **สร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีในการเป็นสมาชิกสินเชื่อเพื่อสร้างความภักดีในระยะยาว** ดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้น นำเสนอสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมทุกรูปแบบ ทั้งในด้านบริการการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากพันธมิตรต่าง ๆ เป็นอย่างดี และยังหมายรวมถึงการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกสินเชื่อผ่านโครงการสัมมนาต่าง ๆ

บริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนทั้งกับสมาชิกและพันธมิตร โดยการสร้างผ่านคุณค่าขององค์กร (Core Values) ทั้งสามคือ Courageous Smart Simplicity และ Meaningful อีกทั้งมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจในแนวคิดที่แตกต่างด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล พร้อมสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนให้แก่นักลงทุน

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 เมื่อบัตรพลาสติกคงคลังถึงจุดสั่งซื้อบริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ให้บริการภายนอกมีระยะเวลาในการผลิตบัตรพลาสติกได้ทันต่อการใช้งาน
- การพิมพ์ตัวนูน (Emboss) และการบันทึกข้อมูลลงในแถบแม่เหล็กและชิปบัตรพลาสติกรูปแบบ หรือประเภทที่ผู้ถือบัตรเลือก จะถูกนำมาพิมพ์ตัวนูนชื่อนามสกุลของผู้ถือบัตรบนหน้าบัตรเครดิต และข้อมูลของผู้ถือบัตรจะถูกบันทึกลงในชิปและแถบแม่เหล็กด้วยมาตรฐานการผลิตของผู้ให้บริการภายนอกที่ได้รับการรับรองจากวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี
- การบรรจุบัตร และส่งมอบให้ผู้ถือบัตร บัตรเครดิตที่ถูกผลิตเรียบร้อยแล้ว จะถูกบรรจุลงในซองพร้อมกับเอกสารข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร รวมถึงเอกสารสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ โดยบริษัทจะจัดส่งบัตรเครดิตไปตามช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรเลือก เช่น จัดส่งทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ของผู้ถือบัตรระบุ จัดส่งบัตรไปยัง KTC TOUCH หรือสาขาธนาคารกรุงไทยที่ผู้ถือบัตรระบุไว้ เป็นต้น

2.3.2 การจัดหาเครื่องรับบัตรอัตโนมัติ (EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร)

บริษัทจัดหาเครื่องรับบัตรอัตโนมัติ (EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร) โดยการเช่าหรือซื้อจากผู้จัดจำหน่ายและผู้ให้เช่าเครื่อง โดยจะพิจารณาคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง ทันสมัย สามารถรองรับกับเทคโนโลยีการชำระเงิน และมาตรฐานด้านการชำระเงินในระดับสากล ประกอบกับนโยบายที่เน้นเรื่องระดับการให้บริการหลังการขาย จึงต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับการเลือกใช้บริการของบริษัทผู้จัดจำหน่ายที่มีความมั่นคง การบริหารงานที่เป็นมืออาชีพ พร้อมทีมงานและเครือข่ายที่ครอบคลุมพื้นที่บริการทั่วประเทศ สามารถให้ความมั่นใจได้ว่า จะรักษาระดับการให้บริการได้ตามที่บริษัทได้ให้พันธสัญญาไว้กับร้านค้าสมาชิก

บริษัทมีนโยบายที่จะติดตั้งเครื่อง EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร ให้กับทุกร้านค้าที่ผ่านการพิจารณาอนุมัติ ทั้งนี้เนื่องจากเครื่อง EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร สามารถทำการรายการได้หลากหลายกว่าเครื่องรับบัตรเครดิตประเภท 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 2559 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 10,322 ล้านบาท ประกอบด้วยทุนชำระแล้ว 2,578 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 1,892 ล้านบาท กำไรสะสม (จัดสรรแล้วตามกฎหมาย และยังไม่จัดสรร) 5,852 ล้านบาท และมีหนี้สินทั้งหมด 57,976 ล้านบาท

(โปรดศึกษารายละเอียดแหล่งที่มาของเงินทุนได้ที่ “หัวข้อ 7 ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น ข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น”)

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ จึงได้มีการกำหนดแนวทางในการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น มีหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านการบริหารความเสี่ยง จัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านต่างๆ ได้แก่ นโยบายการบริหารความเสี่ยงองค์กรและกลยุทธ์ นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านการเงิน นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านเครดิต นโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ และนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านชื่อเสียง ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ก่อนการประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติ และบริษัทดำเนินการทบทวนนโยบายดังกล่าวทุกปีหรือทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง อันประกอบด้วยผู้บริหารจากแต่ละสายงานหลัก ยังมีหน้าที่ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลให้บริษัทดำเนินการตามนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงตามที่ได้กำหนดไว้ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย

กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท เริ่มจากวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ 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 ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการประเมินความเสี่ยง ติดตามผลการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และเป็นไปตามเป้าหมายการบริหารความเสี่ยงที่กำหนดไว้ พร้อมทั้งรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

3.1 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ แผนดำเนินงาน และการนำไปปฏิบัติไม่เหมาะสมหรือไม่สอดคล้องกับปัจจัยภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ส่งผลกระทบต่อรายได้ การดำเนินงาน หรือการดำรงอยู่ของบริษัท โดยที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง บริษัทจึงต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริษัทจัดให้มีการประชุมระดมความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงของทุกหน่วยงานขึ้นทุกปี เพื่อกำหนดและทบทวนกลยุทธ์ และทิศทางการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงปัจจัยความเสี่ยงต่างๆ 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 เพื่อใช้ในการคัดเลือกรูปแบบลูกค้าและอนุมัติลูกค้ายาวใหม่ โดยแบบจำลองดังกล่าวเกิดจากการนำความรู้ด้านสถิติมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์อนุมัติสินเชื่อโดยนักวิเคราะห์ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์สินเชื่อ ตลอดจนได้มีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแบบจำลองอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้การตัดสินใจสะท้อนถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน รวมถึงควบคุมระดับความเสี่ยงให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ในการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อนั้น จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) รวมถึงบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายหน่วยงาน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

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

นอกจากนี้ ยังได้มีการพัฒนา Collection Scoring Model ซึ่งเป็นแบบจำลองเพื่อใช้ในการบริหารจัดการและติดตามลูกหนี้บัตรเครดิต แบบจำลองดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงอันดับความเสี่ยงของลูกค้าที่ค้างชำระกับทางบริษัท ซึ่งจะช่วยในการจัดเรียงลำดับการติดตามร่วมกับยอดคงค้างของลูกค้า ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้

การไม่ได้รับชำระหนี้คือนอัยสำคัญอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจึงมีนโยบายให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภครายย่อยแก่ลูกค้าที่มีความสามารถในการจ่ายชำระคืน อีกทั้งบริษัทได้กระจายสินเชื่อดังกล่าวไปทั่วทุกอุตสาหกรรม ภูมิภาคและกลุ่มลูกค้า ทำให้ความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ได้รับชำระหนี้

จากลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ลูกหนี้การค้ารวมของบริษัทที่อายุไม่เกิน 90 วัน มีจำนวน 67,556 ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 98.3 ของยอดลูกหนี้การค้ารวมที่มีมูลค่าเท่ากับ 68,697 ล้านบาท หลังจากหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจำนวน 5,394 ล้านบาทแล้ว บริษัทมีลูกหนี้การค้าสุทธิอยู่ที่ 63,303 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทคำนึงถึงคุณภาพลูกหนี้เป็นสำคัญ โดยเน้นนโยบายเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งเป็นการรักษาสมดุลระหว่างจำนวนพอร์ตใหม่ที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมในระดับที่ยอมรับได้ และบริษัทสามารถควบคุมคุณภาพพอร์ตได้ดีขึ้น จากการปรับการบริหารจัดการหนี้ตั้งแต่ก่อนที่จะเป็นหนี้เสีย (Pre-delinquent) ประกอบกับการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ โดยบริษัทมีสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (> 90 วัน) สำหรับลูกหนี้บัตรเครดิตที่ร้อยละ 1.3 ณ 31 ธันวาคม 2558 และ ณ 31 ธันวาคม 2559 อยู่ที่ร้อยละ 1.2 สำหรับสินเชื่อบุคคล ณ 31 ธันวาคม 2559 อยู่ที่ร้อยละ 0.9 ซึ่งลดลงจาก ณ 31 ธันวาคม 2558 ที่มีอยู่ร้อยละ 1.0

3.2.3 ความเสี่ยงอันเกิดจากการควบคุมของภาครัฐ

กระทรวงการคลังได้ออกประกาศอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยอนุญาตให้ประกอบธุรกิจภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 และมอบอำนาจให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลโดยได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว รวมทั้งมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่สามารถเรียกเก็บจากลูกค้า คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตและลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งบริษัทได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับดูแล รวมถึงได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 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 เพื่อทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานกำกับดูแล ติดตามศึกษากฎหมาย ประกาศ คำสั่งที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติงานของบริษัท รวมทั้งปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะ เช่น การกำกับดูแลเกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงิน เป็นต้น เผยแพร่ให้พนักงานทำความเข้าใจ ตลอดจนกำกับดูแลให้บริษัทมีการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติงานโดยถูกต้อง โดยมีการรายงานตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมีหน่วยงาน Legal ที่ทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาข้อกฎหมาย รวมถึงจัดทำข้อตกลงหรือนิติกรรมสัญญาที่เป็นมาตรฐาน และไม่ขัดต่อข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อนึ่ง หากการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับต่างๆ ไม่มีความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในขณะนั้น อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ออกกฎระเบียบได้มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบให้สอดคล้องกับภาวะตลาดในขณะนั้นๆ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าความเสี่ยงนี้จะถูกบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

ประเด็นที่ถือว่าเป็นความเสี่ยงในระดับสูง 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 และ มีขั้นตอนปฏิบัติงานรองรับเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว 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 บริษัทเห็นว่าความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารนั้น มีน้อยมาก เนื่องจากการเข้าทำสัญญาดังกล่าวได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการของธนาคาร นอกจากนี้ในส่วนของการจัดหาสมาชิกนั้น บริษัทมีช่องทางการจัดหาสมาชิกที่หลากหลาย อีกทั้งยังได้รับความสนับสนุนจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในการให้บริการเพื่อเป็นช่องทางการชำระเงินสำหรับลูกค้าของบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าอีกด้วย ทั้งนี้ หากธนาคารไม่ปฏิบัติตามสัญญาแล้วนั้น บริษัทสามารถจัดหาผู้ให้บริการรายใหม่ๆ เพื่อรองรับการดำเนินงานได้ สำหรับในส่วนของการระบบงานข้อมูลสารสนเทศนั้น บริษัทร่วมใช้ระบบงานข้อมูลสารสนเทศของธนาคารน้อยมาก ดังนั้น การไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารซึ่งโอกาสที่จะเกิดขึ้นนั้นมีน้อยมาก จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

3.2.5 ความเสี่ยงอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นอันเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการ

บริษัทได้ตระหนักถึงสภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น โดยอาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา การแย่งชิงลูกค้า หรือการรับโอนหนี้ของลูกค้า ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานรวมทั้งผลประโยชน์ของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีการลงทุน พัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์และการบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ นั้น จะต้องใช้เวลาในการสำรวจตลาดและวิธีการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะประเภทนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการรายอื่นๆ เป็นอย่างมาก ด้านกฎระเบียบของทางการที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของบริษัท ซึ่งจากประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 20 ปี ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพดังเช่นที่ผ่านมา ดังนั้น บริษัทเห็นว่าการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นนั้นไม่น่าจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 สัดส่วนลูกหนี้บัตรเครดิตรวมและสัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC เทียบอุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 12.9 และ 6.5 ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ที่มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 12.3 และ 5.7 ตามลำดับ

3.3 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เป็นความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขาดธรรมาภิบาลในองค์กร หรือขาดการควบคุมที่ดีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานภายใน บุคลากร ระบบงาน หรือเหตุการณ์ภายนอก และส่งผลกระทบต่อรายได้จากการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอาจจะมีผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านอื่นโดยเฉพาะด้านชื่อเสียง (Reputation Risk)

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่มุ่งเน้นไปที่การป้องกันและติดตามดูแลความเสี่ยงประเภทนี้ เช่น การจัดโครงสร้างองค์กร เพื่อให้มีการสอบย้อนและถ่วงดุลอำนาจซึ่งกันและกัน (Check and Balance) การจัดให้มีคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (SOP) ของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร การจัดทำการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self-Assessment : RCSA) ซึ่งจะครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลความเสียหายที่เกิดจากความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Loss Data) การติดตามความเสี่ยงโดยการกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (KRI) รวมถึงมีการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องของบริษัท (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง และคณะกรรมการบริษัท อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ประกอบกำหนดยุทธศาสตร์และพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสม เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้บริษัทประเมินความสามารถของระบบควบคุมภายในว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดอีกทางหนึ่งด้วย เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทมีแผนรองรับและสามารถดำเนินธุรกิจได้ในภาวะวิกฤต เป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่

3.3.1 ความเสี่ยงอันเกิดจากการสูญเสียข้อมูล

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น จำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลขนาดใหญ่เกี่ยวกับลูกค้าและรายการธุรกรรมต่างๆ ทำให้มีความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ การสูญเสียข้อมูลอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือมีผู้จงใจทำลายข้อมูลหรือความผิดพลาดที่เกิดจากระบบ ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงอันเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญ บริษัทได้กำหนดมาตรการที่รัดกุมในการรักษาข้อมูลและให้อำนาจเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า พร้อมทั้งจัดหาซอฟต์แวร์สำหรับการควบคุมการรั่วไหลของข้อมูลเพิ่มเติม 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 หรือการต่อ

อายุบัตรเดิม 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 โดยระบบดังกล่าวเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศ 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 โดยงวดปี 2559 มีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวน 3.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่เพียงพอของเงินทุนหมุนเวียนหรือการจัดหาเงินทุนได้ด้วยต้นทุนที่สูงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย รวมถึงสภาวะความผันผวนของตลาดการเงินไม่ว่าจะเป็นตลาดตราสารหนี้หรือตลาดทุน ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน บริษัทจึงมีแนวทางในการจัดหาเงินกู้ยืมทั้งประเภทระยะสั้นและระยะยาว และปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับอายุของลูกค้าของบริษัท โดยมุ่งเน้นการระดมทุนจากการออกหุ้นกู้ การออกตั๋วเงิน และจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินหลายแห่ง โดยไม่ได้พึ่งพิงสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีเงินกู้ยืมทั้งสิ้น 51,088 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกัน 120 ล้านบาท สถาบันการเงินอื่น 9,545 ล้านบาท และจากหุ้นกู้เป็นจำนวน 41,423 ล้านบาท บริษัทมีลูกหนี้รวมทั้งหมดจำนวน 68,697 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้ที่มีอายุไม่เกิน 90 วัน โดยมีจำนวน 67,556 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 98.3 ของยอดลูกหนี้รวมทั้งหมด บริษัทมีวงเงินสินเชื่อคงเหลือ (Available Credit Line) จำนวนทั้งสิ้น 26,190 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยวงเงินจากธนาคารกรุงไทยจำนวน 18,030 ล้านบาทและวงเงินจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ อีกจำนวน 8,160 ล้านบาท

ทั้งนี้บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 เท่ากับ 5.62 เท่า ซึ่งยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาระผูกพันที่กำหนดไว้ในหนังสือชี้ชวนของการออกหุ้นกู้ที่ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้ไม่เกิน 10 เท่า

บริษัทมีหน่วยงานด้านการบริหารเงินที่คอยติดตามประเมินวิเคราะห์แนวโน้มสภาพคล่องของบริษัท มีการจัดทำแบบจำลองในสถานการณ์ต่างๆ (Scenario Analysis) ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการคาดการณ์แนวโน้มอัตราดอกเบี้ย และฐานเงินทุน ตลอดจนเงินกู้ยืมของบริษัท เพื่อเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ อันจะมีผลกระทบต่อแหล่งเงินทุนและป้องกันไม่ให้เกิดภาวะการขาดสภาพคล่อง หรือการมีสภาพคล่องมากเกินไปได้อย่างทัน่วงที รวมทั้งได้ร่วมกับหน่วยงาน Enterprise Risk Management (ERM) ในการบริหารสภาพคล่องให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทที่หน่วยงาน ERM ได้มีการจัดทำขึ้น อีกทั้งได้มีการจัดทำดัชนีวัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (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 ได้มีการจัดทำดัชนีวัดความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ยในบัญชีเพื่อการธนาคาร (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 2557 วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และวันที่ 31 ธันวาคม 2559 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 จุดบริการในเขตภูมิภาคนอกจากนี้ยังมีสัญญาบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และสัญญาเช่าเครื่องรูดบัตรหลายฉบับ ซึ่งสัญญาดังกล่าวที่มีผลผูกพัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ 31 ธันวาคม 2559 มีค่าเช่าและบริการ ดังนี้

ค่าเช่าและบริการ (หน่วย: พันบาท)	31 ธ.ค. 57	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59
ระยะเวลาที่ไม่เกิน 1 ปี	246,216	228,986	177,932
ระยะเวลาที่เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	282,183	129,375	98,006
รวม	528,399	358,361	275,938

4.1.1.2 บริษัทได้ทำบันทึกความเข้าใจร่วมกับผู้ให้บริการภายในประเทศแห่งหนึ่ง (“คู่สัญญา”) เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2555 เพื่อจัดซื้อระบบประมวลผลข้อมูลมาใช้เสริมศักยภาพการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเพื่อการบริโภคทดแทนการใช้ระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทต่างประเทศผู้ให้บริการรายเดิม ที่ได้สิ้นสุดสัญญาการให้บริการลง โดยที่บริษัทได้ดำเนินการพัฒนาและทดสอบระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทมาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555 และบริษัทได้ทำสัญญาด้านระบบงานกับคู่สัญญารายนี้ ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2556 เป็นต้นมา โดยเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2557 และ 20 มิถุนายน 2559 บริษัทได้ทำสัญญากับคู่สัญญาเพื่อจัดซื้อระบบงานเพิ่มเติม เพื่รองรับการพัฒนาธุรกิจของบริษัท และได้ใช้ระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

4.2 ลูกหนี้ของบริษัท

ลูกหนี้ของบริษัทแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) ลูกหนี้บัตรเครดิต (2) ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ (3) ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลและ (4) ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ ทั้งนี้บริษัทมีนโยบายที่จะให้บริการสินเชื่อธนวัฏและสินเชื่อเจ้าของกิจการเฉพาะลูกค้าเดิม โดยไม่มีการให้บริการดังกล่าวเพิ่มแก่ลูกค้ารายใหม่จึงคาดว่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏและสินเชื่อเจ้าของกิจการจะมียอดลดลงทุกปี

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสินเชื่อบัตรเครดิตสุทธิ 42,988 ล้านบาท สินเชื่อธนวัฏสุทธิ 157 ล้านบาท ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลสุทธิ 20,154 ล้านบาท และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิ 3 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

หนี้สูญได้รับคืนจะถูกบันทึกเป็นรายได้ในงบกำไรขาดทุนและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นในงวดที่บริษัทได้รับชำระ

รายได้จากการตัดบัญชีสำหรับคะแนนสะสมแลกของรางวัล เกิดจากโปรแกรมคะแนนสะสมแลกของรางวัลที่ให้กับลูกค้าของบริษัท โดยคำนวณจากการประมาณอัตราการแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัลของลูกค้า และมูลค่ายุติธรรมของรางวัล และแสดงรายการเป็นหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะการเงิน

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

บริษัทมีการกำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ ดังนี้

- 1) บริษัทพิจารณาค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญของลูกหนี้บัตรเครดิต ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏบัตรและลูกหนี้สินเชื่อบุคคลที่มีอายุหนี้เป็นระยะเวลาน้อยกว่า 90 วัน โดยการใช้อัตราร้อยละการสูญเสี่ยสุทธิ (Loss rate net of recovery) ซึ่งบริษัทคาดว่าอัตราการสูญเสี่ยที่ใช้สามารถอธิบายความเสี่ยงของการให้สินเชื่อดังกล่าวได้ทั้งนี้บริษัทได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลขาดทุนในอดีตด้วยข้อมูลแนวโน้มสภาวะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ รวมทั้งเพิ่มปัจจัยทางเศรษฐกิจเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจผันผวนในอนาคต และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลามากกว่า 90 วันขึ้นไป
- 2) เนื่องจากบริษัทเริ่มให้บริการสินเชื่อเจ้าของกิจการเมื่อปี 2547 แต่ปริมาณสินเชื่อลดลงเรื่อย ๆ ทำให้ไม่มีข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงในอดีตเป็นสถิติเพียงพอในการคำนวณค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญจากอัตราร้อยละการสูญเสี่ยสุทธิที่เกิดขึ้นจริงได้ ดังนั้นบริษัทจึงประมาณการค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญสำหรับสินเชื่อเจ้าของกิจการโดยใช้เกณฑ์ตั้งสำรองอัตราร้อยละ 1 ปรับปรุงด้วยข้อมูลแนวโน้มสภาวะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้สำหรับลูกหนี้ที่มีอายุหนี้เป็นระยะเวลาน้อยกว่า 90 วัน และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลามากกว่า 90 วันขึ้นไป
- 3) บริษัทมีการตัดหนี้สูญเมื่อบริษัทพิจารณาว่าจะเรียกเก็บหนี้ดังกล่าวไม่ได้

1. ลูกหนี้บัตรเครดิต

สำหรับปี 2557–2559 มีรายละเอียดของลูกหนี้บัตรเครดิต ดังนี้

	31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค. 2558		31 ธ.ค. 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้บัตรเครดิต	37,621.34	100.00	41,412.47	100.00	46,195.50	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	36,995.23	98.34	40,854.80	98.65	45,632.46	98.78
91 – 180 วัน	279.04	0.74	211.66	0.51	171.33	0.37
มากกว่า 180 วัน	347.08	0.92	346.02	0.84	391.71	0.85
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	2,906.28	7.73	2,983.43	7.20	3,207.21	6.94
ลูกหนี้บัตรเครดิต – สุทธิ	34,715.06		38,429.04		42,988.29	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2557 – ปี 2559 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ทูล์ โทยะสึ ไชยศ สอนบัญญัติ

2. ลูกหนี้สินเชื่อนวัก

สำหรับปี 2557-2559 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อนวักดังนี้

	31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อนวัก	215.78	100.00	192.54	100.00	174.35	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	208.61	96.68	183.78	95.45	166.95	95.76
91 – 180 วัน	1.10	0.51	1.21	0.63	0.45	0.26
มากกว่า 180 วัน	6.07	2.81	7.55	3.92	6.95	3.98
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	20.30	9.41	20.76	10.78	16.99	9.75
ลูกหนี้สินเชื่อนวัก – สุทธิ	195.49		171.77		157.36	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2557 – ปี 2559 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ทูล์โฮมัทลุ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

3. ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

สำหรับปี 2557-2559 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อบุคคล ดังนี้

	31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	16,644.35	100.00	18,582.80	100.00	21,958.61	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	16,449.23	98.83	18,389.18	98.96	21,752.86	99.06
91 – 180 วัน	105.56	0.63	88.98	0.48	83.80	0.38
มากกว่า 180 วัน	89.56	0.54	104.63	0.56	121.95	0.56
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	1,443.01	8.67	1,510.18	8.13	1,804.57	8.22
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล – สุทธิ	15,201.34		17,072.62		20,154.04	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2557-ปี 2559 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ทูล์โฮมัทลุ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

4. ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ

สำหรับปี 2557-2559 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ ดังนี้

	31 ธ.ค. 2557		31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ	525.30	100.00	497.85	100.00	368.26	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	11.87	2.26	5.93	1.19	3.66	0.99
91 – 180 วัน	0.18	0.03	0.00	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 180 วัน	513.26	97.71	491.92	98.81	364.61	99.01
ค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ	513.92	97.83	492.18	98.86	364.84	99.07
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ – สุทธิ	11.38		5.67		3.42	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2557 – ปี 2559 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ทูล์โฮมัทลุ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด



4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

4.4 ภาวะผูกพันในทรัพย์สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีภาวะผูกพันในทรัพย์สิน

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

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

เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2559 ศาลได้มีคำพิพากษาให้บริษัทได้รับชำระหนี้จากผู้ให้บริการเป็นเงินจำนวน 354.05 ล้านบาท พร้อมด้วยดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี และศาลได้พิพากษาให้ยกคำฟ้องแย้งของผู้ให้บริการ ขณะนี้คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลฎีกา เนื่องจากผู้ให้บริการใช้สิทธิอุทธรณ์คำพิพากษา

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลสำหรับการติดต่อบริษัท

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท” หรือ “KTC” หรือ “เคทีซี”) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือผ่านทางเครือข่าย และประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน

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

เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร : 0107545000110

Homepage : www.ktc.co.th

ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ : 02 123 5000

โทรศัพท์ : 02 123 5100

โทรสาร : 02 123 5190

6.2 ข้อมูลสำหรับติดต่อหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ : 02 828 5059, 02 828 5067

โทรสาร : 02 828 5064

อีเมล : irktc@ktc.co.th

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

6.3 บุคคลอ้างอิง

ผู้ตรวจสอบบัญชี : บริษัท ดีลอยท์ ทูช โทมัส สไตยส์ สอบบัญชี จำกัด
ชั้น 26 อาคารเอไอเอ สารทาวเวอร์
เลขที่ 11/1 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท สำนักกฎหมายสากล สยามพรีเมียร์ จำกัด
ชั้น 26 อาคาร ดี ออฟฟิศเคส แอท เซ็นทรัล เวิลด์
เลขที่ 999/9 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

นายทะเบียนหุ้นสามัญ	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลขที่ 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
นายทะเบียนหุ้นกู้	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ชั้น 17 เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ชั้น 3 อาคารเอส.เอ็ม. ทาวเวอร์ เลขที่ 977/3 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ชั้น 17 เลขที่ 1222 ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120
สถาบันการเงินที่ติดต่อประจำ	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) เลขที่ 35 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

6.4 ทุนจดทะเบียน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559

ทุนจดทะเบียน	: 2,578,334,070 บาท
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	: 2,578,334,070 บาท
จำนวนหุ้น	: 257,833,407 หุ้น
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	: 10 บาท