

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 โดยบริษัทจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล 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 ไว้เพื่อรองรับการใช้สิทธิของผู้ถือใบสำคัญแสดงสิทธิภายใต้โครงการ ESOP เพิ่มเติมจากการปรับอัตราการใช้สิทธิจึงทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2546 บริษัทมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 2,580,162,000 บาท และมีทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,500,000,000 บาททั้งนี้วันที่ 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 2560 บริษัทมีทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วทั้งสิ้น 2,578,334,070 บาท และมีจำนวนบัญชีรวมประมาณ 3 ล้านบัญชี แบ่งเป็น บัตรเครดิต 2,169,370 บัตร และ KTC CASH 852,915 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 ไทยเทเนียม มาสเตอร์การ์ด
- ปี 2552 □ ได้รับรางวัลเกียรติคุณด้านการตลาดระดับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ “The 2009 Master Card Hall of Fame Awards” สาขาเปิดตัวบัตรเครดิตใหม่ยอดเยี่ยม (Best New Card Launch) สำหรับบัตรเครดิตระดับสูงสุด “เคทีซี รอยัลเอ็กซ์คลูซีฟ พลัส เวิลด์ มาสเตอร์การ์ด”
- ได้รับ 3 รางวัลใหญ่จากโครงการ Lafferty South East Asia Payment Card Awards 2009 จัดโดยลาฟเฟอร์ตี้ กรุ๊ป (Lafferty Group) บริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาด้านการเงินแห่งประเทศอังกฤษ ได้แก่ Best Card Issuer in Thailand (รางวัลผู้ออกบัตรเครดิตที่ดีที่สุดในประเทศไทย) Best Premium Credit Card in Thailand (รางวัลบัตรเครดิตเคทีซีวีซ่า 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” (โครงการวิวาทันนาชาติ บนบอลลูน 14 คู่ครั้งแรกในโลก) จากสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
- ได้รับรางวัล Most Innovative Card Marketing Program (นวัตกรรมโปรแกรมการตลาดบัตรเครดิตยอดเยี่ยม) ในฐานะผู้ดำเนินโครงการการประกวดโรงแรมบูติกครั้งแรกในประเทศไทยจากงาน The MasterCard Hall of Fame Awards 2010
- ปี 2554 □ ได้รับรางวัลโปรแกรมการตลาดบัตรเครดิตที่มีประสิทธิผลที่สุด สำหรับแคมเปญกลุ่มบัตรเคทีซี-TDP บัตรเครดิตร่วมแบรนด์ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น (Most Effective Card Marketing Program Award for KTC-TDP) และรางวัลการตลาดดิจิทัลยอดเยี่ยมสำหรับแคมเปญโรงแรมเคทีซี บูติกอวอร์ด (Best Digital Marketing for KTC Boutique Awards) ในงานมาสเตอร์การ์ด ฮอลล์ออฟเฟมมาร์เก็ตติ้งอวอร์ดส 2011(The MasterCard Hall of Fame Marketing Awards 2011)

- ปี 2556 □ เคทีซีได้รับรางวัลที่ 6 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดยบริษัทวีซ่า อินเทอร์เน็ตในชั้นแนลภายใต้ชื่อโครงการ "VISA Global Challenge" ประจำปี 2556 โดยมีองค์กรระดับโลกส่งทีมเข้าร่วมแข่งขันทั้งสิ้น 144 ทีมจาก 44 ประเทศทั่วโลก
- ปี 2557 □ เคทีซีได้รับรางวัลที่ 1 ของโลกจากการเข้าร่วมแข่งขันเกมธุรกิจระดับโลกจัดขึ้นโดยบริษัท วีซ่า อินเทอร์เน็ตในชั้นแนลภายใต้ชื่อโครงการ "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" จากบริษัท วีซ่า อินเทอร์เน็ตในชั้นแนล โดยวีซ่าได้ประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกที่ให้บริการบัตรเครดิต และบัตรเดบิตทั้งหมดทั่วโลก ในด้านของการบริหารความเสี่ยงควบคู่กับการบริการ โดยวัดจาก Risk-to-Approval Effective Rate ที่ต่ำที่สุด ซึ่งเคทีซีเป็นหนึ่งในหกสมาชิกที่ได้รับรางวัลจากทั้งหมดรวม 10,300 สมาชิก
- ปี 2560 □ เคทีซีได้รับรางวัลบริษัทที่ประสบความสำเร็จยอดเยี่ยมแห่งปี (Howe Goal Makeover Award) จัดโดย นิตยสาร Howe ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้กลุ่มธุรกิจหรือบริษัทที่สามารถดำเนินธุรกิจโดยมีกลยุทธ์ด้านการคิดและการวางแผนการตลาดอย่างน่าสนใจ มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างเหนือชั้นจนประสบความสำเร็จและเติบโตไปในทิศทางเดียวกับยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ณ โรงแรม เดอะ เบอร์เคลีย์ โฮเต็ล ประตูน้ำ
- เคทีซีได้รับรางวัล The Most Innovation Consumer Marketing Campaign จากโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทยครั้งที่ 4 (Thailand Boutique Awards Season 4 (2016-2017)) จากทาง Mastercard

นอกจากนี้ KTC ยังได้รับรางวัลอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ได้แก่

- ปี 2552 □ เคทีซี สมาร์ท ออฟฟิศ ได้รับรางวัล "Happy Work Place" ต้นแบบองค์กรแห่งความสุข จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) แผนงานสุขภาวะองค์กร ภาคเอกชนในงานมหกรรม 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 ESG100 ประจำปี 2559 จากบริษัทจดทะเบียนทั้งสิ้น 621 บริษัท
- เคทีซีได้รับรางวัลเกียรติยศ องค์กรที่มีมูลค่าแบรนด์สูงสุด ประจำปี 2559 (Thailand's Top Corporate Brand 2016) ในกลุ่มธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยงานวิจัย “การวัดมูลค่าและจัดอันดับแบรนด์องค์กรไทย ประจำปี 2559” จัดขึ้นโดย หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสื่อในเครือผู้จัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาการวัดมูลค่าแบรนด์องค์กรในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ
- เคทีซีได้รับรางวัล พาต้า โกลด์ อวอร์ดส์ 2016 (PATA Gold Awards 2016) ในหมวดอุตสาหกรรมการตลาด (Marketing Industry) จากสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) จากโครงการประกวดสุดยอดโรงแรมบูติกไทยครั้งที่ 4 (Thailand Boutique Awards Season 4 (2016-2017)) ซึ่งจัดโดยเคทีซี ทั้งนี้ เคทีซีเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายเดียวที่ได้รับรางวัลในครั้งนี้
- เคทีซีได้รับผลการประเมินโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2559 โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในระดับดีเลิศ (5 ดาว)
- เคทีซีได้รับรางวัล จำนวน 3 รางวัล คือ รางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลดำเนินงานดีเด่น (Outstanding Company Performance Awards), รางวัลผู้บริหารสูงสุดดีเด่น (Outstanding CEO Awards) และรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านนักลงทุนสัมพันธ์ดีเด่น (Outstanding Investor Relations Awards) จากงาน SET Awards 2016 จัดขึ้นโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ วารสารการเงินธนาคาร เพื่อยกย่องบริษัทจดทะเบียน บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และผู้บริหารสูงสุด ในตลาดทุนที่มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ และมีความมุ่งมั่นพัฒนา ด้านการดำเนินธุรกิจ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในด้านต่างๆ และความสามารถในการดำเนินงานสอดคล้องทันสถานการณ์ปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ปี 2560

- เคทีซีได้รับระดับผลการสำรวจโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2560 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2017) โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย อยู่ในระดับ "ดีเลิศ"
- เคทีซีได้รับการประเมินคุณภาพการประจักษ์สามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย และสำนักงาน ก.ล.ต. ในระดับร้อยละ "100"

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) โดยมีความปรารถนาที่จะกระตุ้นให้ลูกค้ามีความกล้าในการเลือกใช้ชีวิตอย่างมีความหมายในรูปแบบตามที่ใจต้องการ บริษัทจึงจะสร้างทางเลือกผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ให้มากพอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโดยเน้นที่การเข้าถึงและใส่ใจลูกค้าเป็นหลัก (Member Obsession)

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

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

เหล่านี้ เป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ในการทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่อไป ในลักษณะเป็นตัวเลือกหลักของลูกค้า (Default choice) อันเป็นการเอื้อให้บริษัทสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน หากแต่บริษัทยืนยันที่จะไม่ละเลยต่อการสร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับพันธมิตรการสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนและให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่นักลงทุน ตลอดจนดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและมีธรรมาภิบาล

1.3 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนากิจการที่สำคัญ 2558- 2560

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"

- ปี 2558 (ต่อ)
- ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 13 เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2558 ได้มีมติอนุมัติการแต่งตั้ง กรรมการ 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 ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองที่รักการท่องเที่ยวต่างประเทศ 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” ให้รองรับสมาร์ตทีวีทั้งในระบบ iOS และ Android เพื่อให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีและสินเชื่อบุคคล “เคทีซี พาวเวอร์” ได้รับความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ได้ง่ายขึ้น
 - เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 เคทีซีได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน
- ปี 2559
- เมื่อวันที่ 29 มีนาคม 2559 ทริสเทตติ้งเพิ่มอันดับเครดิตองค์กรและหุ้นกู้ไม่ด้อยสิทธิ ไม่มีหลักประกัน ชูปัจจุบันของบริษัท จากเดิมที่ระดับ “A-” เป็นระดับ “A+”
 - ในเดือนเมษายน 2559 บริษัทได้รับใบประกาศรับรองเข้าเป็นสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption) จากคณะกรรมการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต
 - ในเดือนพฤษภาคม บริษัทได้ทำการเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ศูนย์บริการสมาชิก KTC PHONE จากเบอร์โทรศัพท์ 02 665 5000 เป็น 02 123 5000 ตั้งแต่วันที่ 16 พฤษภาคม 2559 เป็นต้นไป เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ Call Center โดยพัฒนาระบบ IVR (ระบบตอบรับอัตโนมัติ) เพิ่มเมนูบริการที่มีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกเป็นสำคัญ (Customer Oriented)
 - ธุรกิจร้านค้าของเคทีซี ร่วมกับ บริษัท อาลีเพย์ อินเตอร์ เนชั่นแนล และแอนท์ ไฟแนนเชียล ผู้ให้บริการชำระเงินออนไลน์ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน ภายใต้เครือ อาลีบาบา กรุ๊ป และพันธมิตร ธุรกิจร้านค้าชั้นนำ เพื่อร่วมกันขยายธุรกิจร้านค้ารับชำระค่าสินค้าและบริการ อำนวยความสะดวก

ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย

ปี 2559 (ต่อ)

- ในเดือนกรกฎาคม เคทีซีได้มีการใช้ CI (Corporate Identity) ใหม่ รวมไปถึงตราสัญลักษณ์ “ KTC ” ที่ถูกออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าของแบรนด์ใหม่ โดยยังสะท้อนหลักการ Progressive Movement ด้วยเป้าหมายของการขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อสิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งเคทีซีมีความมุ่งมั่นในการนำเสนอสินค้า บริการ สิทธิพิเศษ และอื่น ๆ ให้ตอบโจทย์ ตรงกับความต้องการของสมาชิก มีประสบการณ์การใช้ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน รวมถึงสนับสนุนให้สมาชิกมีความกล้าที่ได้ค้นพบการใช้ชีวิตที่มีความหมายอย่างแท้จริง
- เคทีซีเป็น 1 ใน 6 สถาบันการเงินในประเทศไทย ในการรับรองรูปแบบใหม่ของการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟนซัมซุง “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 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งกรรมการ 2 ท่าน ได้แก่ นายพลพัฒน์ ศรีเปลง และ นายเชิดชัย ชมบุญกุลรัตน์ เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งแทน นางกิตติยา ไตรณะเกษม และนายธัญญพงศ์ ธรรมวารานุกุลปต์ กรรมการ 2 ท่าน ซึ่งลาออกจากตำแหน่งก่อนหมดวาระ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 12/2559 เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2559 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้ง พลตรี อภิชาติ ไชยะดา เข้าดำรงตำแหน่งแทน นางอรุณภรณ์ ลิ้มสกุล ซึ่งลาออกจากตำแหน่งก่อนหมดวาระ
- 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 ร่วมกันปั้นเยาวชนต้นแบบสู่การเป็นผู้นำที่ดี ภายใต้แนวคิด “KTC Gen D” ปั้นผืนคนเก่ง+คนดี โดยผนึกบุคลากรที่ทำงานเพื่อสังคมหลายรูปแบบร่วมจุดประกายความคิดและปลูกจิตสำนึกที่ดี ผ่านการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปสร้างแรงบันดาลใจเพื่อปลูกพลังต่อเนื่อง ทั้งนี้โครงการ “Learn & Earn @ KTC” เป็นโครงการเพื่อสังคมที่เปิดโอกาสให้นิสิตนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ใช้เวลาว่างเข้าทำงานกับเคทีซี เพื่อพัฒนาและค้นหาศักยภาพของตนเอง โดยดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องมาแล้วเป็นปีที่ 13

ปี 2560

- ด้วยนโยบาย National e-Payment ของภาครัฐ ได้พัฒนาระบบการชำระเงินกลางของประเทศไทย ให้สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างลูกค้าสถาบันการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย รวมถึงรองรับการชำระเงินของร้านค้า และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า “บริการ PromptPay” ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการโอนเงินต่ำลง ดังนั้นเคทีซีเห็นว่าโครงการ National e-Payment ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจรับชำระเงินแทน จึงได้พิจารณาขอคืนใบอนุญาตการให้บริการรับชำระเงินแทน (บัญชี ค(5)) แก่ธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2560
- ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2560 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2560 ได้มีมติอนุมัติแต่งตั้งนายปริญญา พัฒนภักดี เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งแทน นายพลพัฒน์ ศรีเปลง ซึ่งลาออกจากตำแหน่งก่อนหมดวาระ และที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 8/2560 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2560 ได้มี

ปี 2560 (ต่อ)

- มติอนุมัติแต่งตั้ง นายประไพสิทธิ์ ตันต์เกียรติ เข้าดำรงตำแหน่งแทน นายอัครรัตน์ ณ ระนอง ซึ่งลาออกจากตำแหน่งก่อนหมดวาระ
- จากประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 13/2560 และ ที่ สนส. 15/2560 ในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2560 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับปรุงแนวทางการกำกับดูแลสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยปรับวงเงินแก่ผู้ขอมีเครดิตบัตร ให้ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท รับวงเงินไม่เกิน 1.5 เท่าของรายได้ ผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 ถึง 50,000 บาท รับวงเงินไม่เกิน 3 เท่า และรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป รับวงเงินไม่เกิน 5 เท่า และได้ปรับลดเพดานอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตลงเหลือร้อยละ 18 จากร้อยละ 20 รวมถึงได้ปรับวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลแก่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือน รับวงเงินไม่เกิน 1.5 เท่าของรายได้ และให้ได้รับวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลจากผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลไม่เกิน 3 ราย สำหรับผู้มีรายได้ต่อเดือนเกิน 30,000 บาทขึ้นไป กำหนดวงเงินไม่เกิน 5 เท่า แต่ไม่จำกัดจำนวนผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลแก่ผู้บริโภคแต่ละราย และยังคงเพดานอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่ผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลประกาศนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2560 เป็นต้นไป
 - ในเดือนสิงหาคม 2560 เคทีซีได้ปรับปรุงแบบเว็บไซต์ www.ktc.co.th ให้มีความทันสมัยต่อการใช้งาน โดยมีจุดเด่น 3 เรื่องหลักคือ 1) ดีไซน์ทันสมัยเข้ากับยุคดิจิทัล 2) สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา 3) ค้นหาข้อมูลได้ง่ายกว่าเดิม มีการจัดเรียงเมนูการใช้งานต่างๆ ให้ง่ายต่อการเข้าถึง
 - ในเดือนกันยายน 2560 เคทีซีใช้กลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ มุ่งสร้าง Loyalty สำหรับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ที่เป็นลูกค้าประจำของบาร์บีคิว พลาซ่า ใช้คะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS จำนวนเท่ากับยอดใช้จ่ายต่อเซลล์ส์สลิป รับส่วนลด 10% และ รับคะแนนสะสม KTC Bar B Gon 9 เท่า โดยสมาชิกเคทีซีสามารถนำคะแนนสะสมดังกล่าวทุกๆ 10 คะแนนมาแลกรับส่วนลดตามเงื่อนไขที่ร้านบาร์บีคิวพลาซ่าทุกสาขาทั่วประเทศ
 - ในเดือนตุลาคม 2560 เคทีซีได้ปรับโฉมโมบาย แอปพลิเคชัน “TapKTC” ใหม่ เพื่อรองรับกับเทรนด์ของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับไว ชู 3 เรื่องหลัก คือ ใช้งาน เสถียร และปลอดภัย ด้วยการเพิ่มฟังก์ชันใช้งานที่ตอบโจทย์สมาชิกทั่วประเทศให้ได้รับประสบการณ์ที่ดี (Customer Experience) ซึ่งนอกจากจะมีการดีไซน์ที่ทันสมัยแล้ว ยังเน้นการใช้งานที่สะดวกและสบายตา กับฟีเจอร์จำเป็นที่สมาชิกเลือกได้เอง เพิ่มความปลอดภัยระดับสูงสุดให้สมาชิกมั่นใจมากยิ่งขึ้น ด้วยทางเลือกในการยืนยันตัวตนหรืออัตลักษณ์ (Biometrics) นอกเหนือจากการใช้รหัส (Pin) ที่เพิ่มความปลอดภัยด้วยแป้นพิมพ์ไดนามิก (Dynamic Keyboard) ในการล็อกอินเข้าใช้บริการ ตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคล หรือทำรายการธุรกรรมการเงินผ่านโมบาย แอปฯ “TapKTC” ทั้งการสแกนลายนิ้วมือ (Fingerprint) และใหม่ล่าสุดกับเทคโนโลยีการสแกนม่านตา (Iris) กับบริการซัมซุงพาส (Samsung Pass) ซึ่งเคทีซีนับเป็นสถาบันการเงิน รายแรกและรายเดียวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และที่ 3 ของโลกที่เริ่มใช้เทคโนโลยีนี้ โดยความร่วมมือกับซัมซุง ซึ่งผู้ใช้สมาร์ทโฟนซัมซุง

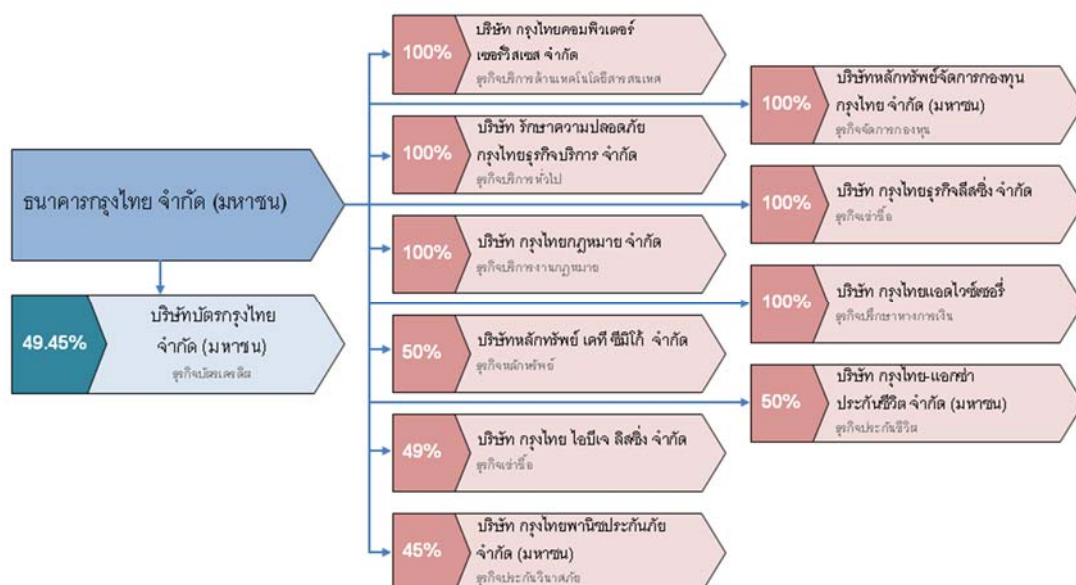
ปี 2560 (ต่อ)

แกแล็คซี่ (Samsung Galaxy) ที่มีอินฟราเรด สแกนม่านตา เช่น S8 / S8+ และ Note 8 สามารถใช้เทคโนโลยีนี้ได้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป โดยที่ข้อมูลทางชีวภาพของสมาชิกจะถูกเก็บไว้อย่างปลอดภัยที่คลาวด์ (Cloud) ในชื่อ FIDO (Fast Identity Online) ไม่เก็บที่อุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Devices) ต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยการ Log in เข้าใช้บริการ TapKTC ด้วย การสแกนม่านตา (Iris) กับบริการซัมซุง พาส (Samsung Pass) นั้น ปัจจุบันได้อยู่ในการทดลองให้บริการ Regulatory Sandbox ของ ธนาคารแห่งประเทศไทย

- ในเดือนพฤศจิกายน 2560 เคทีซีได้พัฒนาระบบเพื่อรองรับการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตเพิ่มเติมผ่าน QR Code Payment บนโมบายแอปฯ “TapKTC” โดยปัจจุบันได้อยู่ในการทดลองให้บริการ Regulatory Sandbox ของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งนับเป็นบัตรเครดิตรายแรกที่ตอบสนองการใช้งานทั้งผู้ถือบัตรเครดิตและร้านค้า โดยสามารถรองรับการชำระเงินด้วยเครือข่ายบัตรเครดิตระดับโลกทั้งวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด และในอนาคตอันใกล้จะสามารถครอบคลุมครบทุกเครือข่ายการชำระเงินอื่นๆ
- ในปี 2560 บริษัทได้ออกหุ้นกู้ 6 ครั้ง มูลค่ารวม 11,500 ล้านบาท อายุประมาณ 5 ปี ถึง 10 ปี ที่อัตราดอกเบี้ยในช่วงระหว่างร้อยละ 2.46 ถึง 3.80 ต่อปี
- ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 KTC มีจำนวน KTC TOUCH ศูนย์บริการรับสมัครบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล บริการรับชำระเงิน และให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัททั้งสิ้น 21 แห่ง แบ่งเป็น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 20 แห่ง และภูมิภาค 1 แห่ง

1.4 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560)

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



1.5 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

บริษัทให้ความสำคัญในการขยายฐานผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนจากธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งมีฐานะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีสาขาจำนวนมากทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดเป็นช่องทางหลักเพื่อนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้กับลูกค้าของธนาคารเช่นเดียวกับที่ธนาคารได้นำเสนอผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้กับบริษัทในเครือ

ทั้งนี้ เพื่อให้การขยายฐานสมาชิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ เคทีซีจึงได้จัดให้มีหน่วยงาน Business Relation ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ดูแลและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับเจ้าหน้าที่ของธนาคารเป็นการเฉพาะ เช่น การฝึกอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติอื่น ๆ 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 และตรงใจผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในส่วนของกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตร (Usage Marketing) การขยายฐานสมาชิกบัตรที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Acquisition & CRM) และการขยายร้านค้า (Merchant Acquiring) โดยมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

ในด้านของ Usage Marketing

- โครงการ “KTC Housing Loan” หรือสินเชื่อผ่อนสบายผ่านบัตรเครดิต โดยให้สมาชิกสามารถผ่อนชำระบ้านผ่านบัตรเครดิตได้ตลอดอายุสัญญาและได้รับอัตราดอกเบี้ยอัตราเดียวกับการผ่อนด้วยเงินสด พร้อมรับคะแนนสะสม Forever Rewards ในการผ่อนชำระค่าผ่อนบ้าน
- โครงการ “KTB Investment Festival” เทศกาลการลงทุนกับธนาคารกรุงไทยที่ให้สมาชิกบัตรเครดิตรับ KTB E-Money Card มูลค่าสูงสุด 60,000 บาท หรือ Iphone X และรับคะแนนสะสมพิเศษ Forever Rewards สูงสุด 1.5 เท่า รวมถึงรับ Exclusive Premium กระเป๋าเดินทาง Samsonite เมื่อซื้อประกันชีวิต กับบมจ. กรุงไทย-แอกซ่า ที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ
- โครงการ “คะแนนแลกบัตรเครดิตเงินคืน 1,000 คะแนน = 120 บาท” เมื่อซื้อประกันชีวิต กับบมจ. กรุงไทย-แอกซ่า ที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ

- โครงการผ่อนชำระ 0% ประกันภัยรถยนต์ KTB สบายใจ โดยร่วมกับทีมผลิตภัณฑ์ Bancassurance บมจ. ธนาคารกรุงไทย
- โครงการ “KTB Foreign Currency Exchange” โดยสมาชิกสามารถแลกเงินสกุลต่างประเทศผ่านบัตรเครดิต โดยไม่มีค่าธรรมเนียม
- โครงการมอบสิทธิประโยชน์ผ่านบัตรฯ ให้กับฐานบัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE, KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA SIGNATURE และ KTC-KTB PRECIOUS VISA SIGNATURE โดยมอบสิทธิประโยชน์จากพันธมิตรที่หลากหลายให้กับสมาชิก

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” จัดกิจกรรมแบบเอ็กซ์คลูซีฟเฉพาะสมาชิก ลูกค้าผู้ทรงเกียรติ ร่วมรับประทานอาหารกับผู้บริหารระดับสูงของทางธนาคารที่ร้านอาหารระดับไฮเอนด์

ในด้าน Merchant Acquiring

- โครงการ “ขยายร้านค้าออนไลน์” เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจออนไลน์ และตอบสนองการทำธุรกรรม e-Commerce และ m-Commerce
- โครงการรับชำระเงินผ่านระบบ “Virtual Terminal” ซึ่งเป็นการชำระค่าสินค้าและ / หรือบริการแบบออนไลน์ โดยป้อนข้อมูลบัตรเครดิตลูกค้าบนระบบ Web Service สำหรับธุรกิจประกันภัย / ประกันชีวิต กลุ่มธุรกิจซื้อขายสินค้าทางเคเบิลทีวี หรือธุรกิจที่มีการจ่ายชำระค่าบริการต่าง ๆ 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 เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย
- โครงการ “KTC QR Code Payment” บริการรับชำระค่าสินค้าและ/ หรือการบริการผ่านการสแกน QR Code แทนการทำรายการผ่านเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC) โดยผู้ถือบัตร (ลูกค้า) เป็นผู้ทำรายการชำระเงินด้วยตนเองด้วยการสแกน QR Code ที่ร้านค้า ผ่านแอปพลิเคชัน TapKTC นอกจากนี้ KTC มีนโยบายร่วมมือกับธนาคารกรุงไทย ในการนำหมายเลขบัญชีพร้อมเพย์ (หมายเลขบัตรประชาชน 13 หลัก หรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือ) ที่ร้านค้าลงทะเบียนบัญชีพร้อมเพย์ของธนาคารกรุงไทย มาผูกข้อมูลลงบน KTC QR Code เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้าและร้านค้าพันธมิตร ในการชำระและรับชำระค่าสินค้า

และ / หรือบริการ ผ่านบัตรเครดิต KTC หรือผ่านบัญชีพร้อมเพย์ ซึ่งถือเป็นการร่วมมือกันในการขยายฐานลูกค้าและฐานร้านค้าสมาชิกกับบัตรของทั้งสององค์กร

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 ซึ่ง ณ 31 ธันวาคม 2560 มีสมาชิกรวม 3.0 ล้านบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 51 อยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล

2.1.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของ KTC มาจากรายได้จากดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมของสองธุรกิจหลักของบริษัท ประกอบด้วย ธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งในส่วนของรายได้ค่าธรรมเนียมนั้นได้บันทึกจากรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินโดยคำนวณจากยอดลูกหนี้ค้างชำระไว้ด้วย ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคที่มีฐานะสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยได้สูงสุดร้อยละ 15 เท่านั้น ในขณะที่ภายใต้กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินได้ถึงร้อยละ 20 สำหรับบัตรเครดิต ก่อนวันที่ 1 กันยายน 2560

แต่ภายหลังจากวันที่ 1 กันยายน 2560 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินเป็นร้อยละ 18 ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 13 / 2560 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต สำหรับผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2560

สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคล บริษัทสามารถคิดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินได้ถึงร้อยละ 28 ส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นระหว่างประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย จะบันทึกบัญชีเป็นรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน นอกจากนี้ KTC ยังมีรายได้อื่นๆ ได้แก่รายได้จากธุรกิจสินเชื่อธนวัฏ รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน และรายได้อื่นๆ เป็นต้น

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินเฉพาะ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2558 – ปี 2560)

รายละเอียดโครงสร้างรายได้	ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากธุรกิจบัตรเครดิต	9,667	62.1%	10,805	61.5%	11,642	59.6%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽¹⁾	3,970	25.5%	4,321	24.6%	4,632	23.7%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	4,456	28.6%	5,038	28.7%	5,305	27.2%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	1,241	8.0%	1,447	8.2%	1,705	8.7%
รายได้จากธุรกิจสินเชื่อบุคคล	5,333	34.3%	6,201	35.3%	7,377	37.8%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽¹⁾	2,486	16.0%	2,880	16.4%	3,424	17.5%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	2,057	13.2%	2,379	13.5%	2,812	14.4%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	789	5.1%	943	5.4%	1,142	5.8%
รายได้อื่นๆ	559	3.6%	573	3.3%	506	2.6%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล	38	0.2%	36	0.2%	31	0.2%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ	33	0.2%	24	0.1%	17	0.1%
- กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	78	0.5%	119	0.7%	139	0.7%
- อื่นๆ	410	2.6%	394	2.2%	319	1.6%
รวมรายได้	15,559	100.0	17,580	100.0	19,525	100.0%







ที่มา : งบการเงินปี 2558-2560 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ทูลส์โรมาทูลส์ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ยของแต่ละธุรกิจที่อัตราร้อยละ 15 ไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินซึ่งบันทึกเป็นรายได้ค่าธรรมเนียม

2.1.2 ธุรกิจบัตรเครดิต


ธุรกิจบัตรเครดิต สามารถแยกออกเป็น 2 ด้านคือ ธุรกิจการออกบัตรเครดิตและธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต ธุรกิจการออกบัตรเครดิตจะเริ่มตั้งแต่การจัดหาลูกค้าบัตรเครดิตการอนุมัติวงเงินให้กับผู้ถือบัตรเครดิตการกำกับดูแลการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตการรับชำระหนี้และการติดตามหนี้โดยที่ธนาคาร/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 อินเตอร์เนชั่นแนลอินคอร์ปอเรตีด (MasterCard International Incorporated) (“มาสเตอร์การ์ด”) และ เจซีบีอินเตอร์เนชั่นแนล (JCB International) (“เจซีบี”) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการชำระเงินระหว่างธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้า ผู้ถือบัตรสามารถเลือกได้ว่าต้องการใช้บัตรที่ออกร่วมกับวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือ เจซีบี โดยจะสามารถใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดได้กับทุกร้านค้าสมาชิกที่มีสัญลักษณ์   และ 

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

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

1. การตลาดที่เน้นการพัฒนา นำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการให้ครบวงจร โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสมาชิก ที่จะอำนวยความสะดวกในการใช้บัตร ให้สะดวก มีความคุ้มค่าสูงสุด โดยร่วมกับพันธมิตรต่างๆ ทั้ง วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และ เจซีบีโดยในปีนี้ ยังได้กระชับความร่วมมือกับซัมซุง (Samsung) ตอบรับวิถีชีวิตคนเมือง ที่สมาร์ตโฟนมีบทบาทสำคัญในการทำธุรกรรมต่างๆ ทำให้การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเคทีซี บนซัมซุงเพย์ (Samsung Pay) ง่ายขึ้น รวดเร็ว ปลอดภัย และที่สำคัญยังได้สิทธิประโยชน์มากมาย ที่เหนือความคุ้มค่าด้วย
2. การตลาดที่มุ่งตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ โดยเน้นมอบสิทธิประโยชน์ครอบคลุมในทุกหมวด โดยเฉพาะหมวดที่เป็นการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และไม่ทิ้งหมวดที่เป็นการใช้ตามโอกาส ที่สามารถแบ่งชำระ (KTC FLEXI) รวมถึงยังสร้างภาพลักษณ์และความแตกต่างในหมวดท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเสริมเน้นด้วยการตลาดแบบเฉพาะ (segmentation) ในกลุ่มที่มีศักยภาพสูงได้แก่ กลุ่มระดับบน (Premium) ที่มีกำลังซื้อ กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Young generation) ที่มีไลฟ์สไตล์ที่ชัดเจน และกลุ่มตลาดต่างจังหวัด (UPC) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ผ่านสิทธิพิเศษ และกิจกรรมต่างๆ มากมาย
3. การตลาดที่ตอกย้ำความเป็นผู้นำ ด้วยโมเดลที่เน้นและชูคะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS  ให้มีค่าเพิ่มขึ้น ผ่านการแลกที่ร้านค้า แลกเป็นเงินสดเข้าบัญชี และสะดวกสะสมขึ้นด้วยการแลกผ่านแอปพลิเคชัน TapKTC รวมถึงยังต่อยอดการแลกคะแนนออกไปในแบบอื่นๆ ที่แตกต่าง เช่น การแลกเป็น E-coupon บน TapKTC เป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายจำนวนร้านค้าแลกคะแนน ตอบโจทย์สมาชิก และที่สำคัญ ยังสนับสนุนการสร้างโมเดล เครื่องใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ และส่งเสริม อำนวยความสะดวกให้กับพันธมิตร การเป็นภาคีกับหน่วยงาน สมาคมต่างๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน
4. การตลาดที่มุ่งสร้างแบรนด์เพื่อผูกสัมพันธ์กับสมาชิก และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเคทีซียังคงมีจุดยืนทางการตลาดที่มีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์ ชิกแนวคิด และการสร้างแบรนด์แบบเดิมๆ สร้างความสัมพันธ์ในระดับทัศนคติและความเชื่อกับสมาชิก สะท้อนผ่านคุณค่าหลัก สามประการ ได้แก่ ความกล้าที่จะลงมือทำ (Courageous) ความฉลาดที่จะทำทุกสิ่งให้ง่ายไม่ซับซ้อน (Smart simplicity) และการทำทุกสิ่งให้มีความหมาย (meaningful) โดยทั้งหมดสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรมทั้งกิจกรรมภายใน และภายนอกองค์กร อีกทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่สมาชิกบัตรในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซี

5. การตลาดที่ยึดหลัก Customer Centric และการใช้ CRM ที่มีบทบาทคล้ายคลึงกับ R&D ที่ช่วยศึกษาข้อมูลในทุกมิติ ทั้งประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ มีการพัฒนา บริหารจัดการฐานข้อมูลของสมาชิก ผ่านแนวคิดการตลาดและการเรียนรู้ (Test and Learn) เพื่อให้ได้องค์ความรู้และ Customer Insight สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทตามเป้าหมายที่ได้วางไว้
6. การตลาดแบบดิจิทัล ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย การสร้างประสบการณ์ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และขับเคลื่อนตามการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์การใช้ชีวิตของคนไทยและการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ โดยผ่านเว็บไซต์และสมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต ครอบคลุมทุกระบบปฏิบัติการ ทุกหน้าจอ เพื่อให้ฟังก์ชันการใช้งานง่าย ทั้งการสมัครผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบสถานะ การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูล การโอนและหรือแลกคะแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขาย บริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ เป็นต้น เน้นการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งมีการขยายจำนวนร้านค้าพันธมิตรออนไลน์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
7. ท้ายที่สุดบริษัทยังให้ความสำคัญ ในการศึกษาตลาด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ สิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการและเข้าถึงไลฟ์สไตล์ การใช้บัตรให้มากที่สุด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเติบโต โดยที่ผ่านมามีการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าดังนี้

จำนวนบัตรเครดิตและลูกหนี้บัตรเครดิต	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
จำนวนบัตรเครดิตรวม (บัตร)	1,887,015	2,095,563	2,169,370
อัตราการใช้บัตร (% ต่อปี)	4.4%	11.1%	3.5%
ลูกหนี้บัตรเครดิตสุทธิ (ล้านบาท)	38,429	42,988	45,048
อัตราการใช้บัตร (% ต่อปี)	10.7%	11.9%	4.8%

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 โดยจะเสนอบัตรเครดิต KTC X VISA SIGNATURE ,KTC VISA SIGNATURE , KTC X WORLD REWARDS MASTERCARD , KTC WORLD REWARDS MASTERCARD, และ KTC JCB PLATINUM เพื่อรับสิทธิที่ตรงกับความต้องการ กลุ่มที่สามคือกลุ่มลูกค้าทั่วไป ซึ่ง KTC จะเสนอบัตรเครดิต KTC VISA PLATINUM หรือ KTC TITANIUM MASTERCARD หรือ KTC VISA / MASTERCARD โดยสมาชิกสามารถเลือกสมัครได้ตามต้องการ

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









2. **บัตรประเภทบัตรร่วม (Co-brand)** เป็นบัตรที่เกิดจากการร่วมมือระหว่าง KTC กับบริษัทชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เป็นพันธมิตรทางการค้า ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากร้านค้าได้ตามปกติ แต่ถ้ายกเว้นการนำบัตรประเภทนี้ไปใช้ในร้านค้าที่เป็นผู้ร่วมออกบัตร ผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการจัดรายการพิเศษเป็นกรณีๆ ไป โดยบริษัทเหล่านี้จะมีข้อตกลงกับ KTC ในการร่วมมือกันขยายฐานบัตรและจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นสิทธิพิเศษกับผู้ถือบัตรตามลักษณะเฉพาะของบัตรร่วมกัน เพื่อขยายฐานบัตรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งนี้บัตรร่วม (Co-Brand) ของบริษัท ได้จัดเป็นกลุ่มในรูปแบบของ Life Style Segmentation Card เป็นบัตรที่มีลักษณะเฉพาะ โดยบริษัทจะแบ่งลักษณะของบัตรตามลักษณะการใช้จ่ายของลูกค้าเป็นหลัก โดยที่ลูกค้าจะได้รับสิทธิพิเศษตามลักษณะของบัตรที่แตกต่างกัน
3. **บัตรประเภท Affinity Card** เป็นบัตรที่ออกร่วมกับสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร เช่น สมาคมนักบินไทย สมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาคมนิสิตเก่าคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ราชวิทยาลัยแพทยออร์โธปิดิกส์แห่งประเทศไทย สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ (วิทยาลัยเสนาธิการทหาร สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร และสถาบันวิจัยทางยุทธศาสตร์) สมาคมศิษย์เก่าวิศวกรรมศาสตร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สมาคมนักเรียนเก่าวิชาวุฒวิทย์ในพระราชูปถัมภ์ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย สมาคมจัดการงานบุคคล สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยขอนแก่น และสมาคมนักเรียนเก่าเตรียมอุดมศึกษาในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

บริษัทให้บริการและมีสิทธิประโยชน์เสนอให้ผู้ถือบัตรเครดิตหลายประการดังนี้

- 1) **บริการชำระค่าสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด** ผู้ถือบัตรเครดิตของบริษัทสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ร้านค้า ที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศกว่า 200 ประเทศ ตามวงเงินของผู้ถือบัตรที่ได้รับอนุมัติแต่ละราย โดยบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นๆ ให้ร้านค้า/ บริษัทร้านค้าผ่านทางธนาคาร เมื่อครบกำหนดรอบบัญชีของผู้ถือบัตร (ประมาณ 1 เดือน) บริษัทก็จะดำเนินการเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรจะสามารถเลือกที่จะชำระเงินให้กับบริษัทเต็มจำนวนตามยอดการใช้จ่าย หรือผ่อนชำระขั้นต่ำตามเกณฑ์ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระขั้นต่ำไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงเหลือ แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน โดยกรณี

การผ่อนชำระนี้ บริษัทจะคิดดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปีรวมกับค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินบัตรเครดิตร้อยละ 5 ต่อปี ตามจำนวนเงินที่ค้างชำระตั้งแต่วันที่บริษัทบันทึกรายการแต่ละรายการถึงวันที่ชำระเงิน แต่ภายหลังจากวันที่ 1 กันยายน 2560 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินเป็นร้อยละ 18 ตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สนส. 13 / 2560 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต สำหรับผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินในราชกิจจานุเบกษา ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2560

- 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 ยังสามารถทำการเบิกถอนเงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์ (ผ่าน ClickKTC) และสมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ต (ผ่าน TapKTC) ทั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำการสำเร็จ สำหรับบริการนี้บริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าบริษัทคิดจากผู้ใช้บริการร้อยละ 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 ขอสำเนาใบแจ้งยอดการใช้จ่ายบัตร 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	
- บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS		KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA	
VISA INFINITE		INFINITE LINE	
- บัตรเครดิต KTC X VISA SIGNATURE	}	KTC X VISA SIGNATURE LINE	02 123 5444
- บัตรเครดิต KTC VISA SIGNATURE		KTC VISA SIGNATURE LINE	
- บัตรเครดิต KTC X WORLD REWARDS		KTC X WORLD REWARDS	
MASTERCARD		MASTERCARD LINE	
- บัตรเครดิต KTC WORLD REWARDS	}	KTC WORLD REWARDS	
MASTERCARD		MASTERCARD LINE	
- บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS VISA	}	KTC-KTB PRECIOUS VISA	02 123 5333
SIGNATURE		SIGNATURE LINE	
- บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS PLUS	}	KTC-KTB PRECIOUS PLUS VISA	
VISA SIGNATURE		SIGNATURE LINE	
- บริการผู้ถือหุ้นกู้เคทีซี		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 68 แห่งทั่วโลก ดังนี้




JCB Plaza 2 แห่ง JCB Plaza Lounge 9 แห่ง JCB Airport Lounge 57 แห่ง ให้บริการ Concierge Services by JCB Plaza บริการพิเศษเป็นเลขาส่วนตัวเฉพาะสมาชิกบัตร JCB เพื่ออำนวยความสะดวกในการหาข้อมูล จองตั๋วเดินทาง 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):** สามารถชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ อาทิ เช่น บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ค่าเบี้ยประกันรายเดือน เงินบริจาครายเดือน ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน เป็นต้น ผ่านบัตรเครดิต KTC ได้ทุกประเภทบัตร
- “KTC Newsletter”:** บริการข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และบริการใหม่แบบรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC
- นิตยสารท่องเที่ยวรายสองเดือน “My World”:** นำเสนอข้อมูลท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ พร้อมสิทธิประโยชน์จากพันธมิตร
- คู่มือท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ “KTC Guidezine”:** เหมาะกับนักเดินทางอิสระด้วยจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมและอยู่ในกระแสนิยม
- แผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง:** คุ้มครองท่านสมาชิกบัตร 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 สำหรับการประกันกระเป๋าเดินทางสูญหายหรือสูญหายกรณีเดินทางต่างประเทศ |
| 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 ส่วนลดพิเศษเพื่อใช้แลกซื้อสินค้า และบริการ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ กว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ หรือบัตรโดยสารสายการบิน รวมถึงการร่วมแบ่งปัน และทำบุญให้แก่มูลนิธิที่เข้าร่วมรายการ การแลกเพื่อแทนดอกเบี้ยยสำหรับผ่อนชำระ และการแลกเปลี่ยนกับคะแนนสะสมรูปแบบอื่นๆ ของพันธมิตรต่างๆ โดยมีช่องทางการแลกได้ที่ร้านค้าพันธมิตร แลกผ่านระบบคอลเซ็นเตอร์ และแลกผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ตามที่กำหนด
 - **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการ KTC FLEXI:** บริการแบ่งชำระค่าสินค้าบริการเป็นงวด ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษร้อยละ 0 - 0.80 ต่อเดือน นานสูงสุดถึง 10 เดือน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงิน และการบริหารค่าใช้จ่ายรายเดือน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ
 - **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการ FLEXI by PHONE:** บริการขอแบ่งชำระค่าสินค้าทางโทรศัพท์ สำหรับรายการที่รอเรียกเก็บในเดือนถัดไป ด้วยอัตราดอกเบี้ยไม่เกินร้อยละ 0.80 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 165 ราย และจำนวนสินค้ากว่า 7,000 รายการ ให้เลือกซื้อจากแคตตาล็อก หรือสั่งซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/USHOP , LINE@KTCUSHOP, หรือจุดให้บริการ KTC TOUCH โดยสามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิตเคทีซีได้ทุกประเภท หรือใช้คะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS

- KTC Real Privileges:** บนเว็บไซต์ www.ktc.co.th ได้รวบรวมข่าวสารสิทธิประโยชน์ และสิทธิพิเศษมากมายครอบคลุมทุกประเภทการใช้จ่าย เช่น ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก การเดินทาง ร้านค้าแฟชั่น โรงพยาบาล สถานเสริมความงาม อุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนั้นยังเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาชิกบัตรและ KTC ผ่าน FACEBOOK ที่ www.facebook.com/ktcrealprivilege และ TWITTER ที่ twitter.com/ktcprivilege เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลร้านอาหารแนะนำ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจในกลุ่มสมาชิกผู้ใช้สังคมออนไลน์ (Social Network) รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของ KTC
- KTC World Travel Service:** บนเว็บไซต์ www.ktcworld.co.th ให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง พร้อมทั้งข่าวสารสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวจากพันธมิตรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้สมาชิกยังสามารถรับข่าวสารได้ทาง FACEBOOK ที่ www.facebook.com/ktcworld
- Secured e-pay:** บริการด้านความปลอดภัยให้กับสมาชิกบัตรเครดิต KTC ในการทำรายการชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตที่มีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและสามารถรองรับระบบ VbV ของวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั้นเนต  และ MCSC ของมาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนต  และ J/Secure ของเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนต  ด้วยกลไกป้องกันข้อมูลในการยืนยันตัวตนของผู้ถือบัตรถึง 2 ขั้นตอน คือ การใช้รหัส OTP (One-Time Password) อันเป็นรหัสป้องกันการลักลอบใช้บัตร โจรกรรมข้อมูลบัตร และข้อความส่วนตัว (Personal Message) เพื่อสร้างความมั่นใจว่า เป็นร้านค้าในระบบออนไลน์ที่ได้ลงทะเบียนกับวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั้นเนต มาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนต และเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนต อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต KTC ในระบบออนไลน์ จะดำเนินการในรูปแบบการเข้ารหัสข้อมูลตามมาตรฐานของ SSL 256 Bit
- KTC Online Service:** สมาชิกบัตรเครดิต KTC สามารถทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ด้วยตนเองผ่าน TapKTC โมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งรองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android และผ่านบริการ ClickKTC โดยผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/CLICKKTC เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว แก่สมาชิกบัตรฯ ง่าย สะดวกทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซี การตรวจสอบสถานะการสมัคร การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูลยอดการใช้จ่าย วงเงินคงเหลือ คະแนนสะสม การโอนและแลก คະแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า/ บริการต่างๆ ผ่านบัตร การให้บริการแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระ การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ FLEXI Installment Plan การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขายและตรวจสอบรายละเอียดโปรโมชั่น/ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ บริการบัตรเครดิต KTC Virtual และบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ ทั้งนี้ KTC ONLINE มีระบบรักษาความปลอดภัยระดับสูงด้วยระบบ OTP (One-Time Password) ที่จะแจ้งรหัสการทำรายการต่างๆ ไปยังหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนไว้กับ KTC และระบบ Email Notification ที่จะแจ้งเตือนทุกการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์

- **Samsung Pay:** บริการที่อำนวยความสะดวกให้สมาชิกบัตรเครดิต KTC สามารถชำระสินค้าและบริการตามร้านค้าต่างๆ ด้วยบัตรเครดิต KTC VISA และ KTC MASTERCARD ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือซัมซุง  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 2560 KTC มีจุดบริการ KTC TOUCH ทั้งสิ้น 21 จุดบริการแบ่งเป็น 20 จุดบริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาค
- **ผ่านทางสาขาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย** ที่มีสาขารอบคลุมทั่วประเทศกว่า 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) พันธมิตรทางธุรกิจและสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร (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, เว็บไซต์บริษัทคู่ค้า Masii (www.masii.co.th) และเว็บไซต์บริษัทคู่ค้า Rabbit Finance (<https://finance.rabbit.co.th/>) ได้ 24 ชั่วโมงทุกวัน
- **แผนก Government Card** ทำหน้าที่ขยายฐานบัตรเครดิตองค์กร ภายใต้บริการ “บัตร KTC เพื่อหน่วยงานรัฐ” (KTC GOVERNMENT SERVICE CARD) และ “บัตรเครดิต KTC VISA CORPORATE GOLD” ให้แก่หน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ องค์กรมมหชน องค์กรอิสระ บริษัทเอกชน เป็นต้น พร้อมทั้งกระตุ้นยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ และดูแลให้บริการหลังการขายด้วย

2) อนุมัติบัตรและวงเงิน (Credit Acceptance)

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

การพิจารณาอนุมัติบัตรและวงเงินที่จะให้กับผู้สมัครแต่ละรายจะพิจารณาจากหลายปัจจัยรวมถึงรายได้และความสามารถในการชำระหนี้คืน นอกจากนี้ บริษัทยังตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ของผู้สมัครจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด โดยบริษัทดังกล่าว ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเครดิตส่วนบุคคลและประวัติทางการเงินของลูกค้าในฐานะหน่วยงานแห่งชาติ ประกอบกับประสบการณ์ของนักวิเคราะห์ในบริษัท สำหรับการพิจารณาอนุมัติวงเงินนั้นบริษัทจะแยกกันพิจารณาวงเงิน โดยธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลจะยึดตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามรูปแบบข้อมูลการชำระหนี้ของลูกค้าในอดีตเป็นฐานในการพิจารณาอนุมัติวงเงินด้วย ในกรณีของผู้สมัครรายเดียวกันแต่ขอสินเชื่อในหลายประเภทต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ของผู้สมัคร สถานภาพด้านอาชีพ รายได้ และตำแหน่งหน้าที่การงาน โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงรวมของผู้สมัครแต่ละรายให้ไม่เกินกว่าความสามารถในการชำระหนี้ของผู้สมัครรายนั้นๆ

บริษัทได้พัฒนาระบบ Credit Scoring ซึ่งเป็นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการให้คะแนนผู้สมัครแต่ละรายและพิจารณาอนุมัติตามคะแนนที่กำหนดไว้ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เพื่อให้การพิจารณาอนุมัติทำได้รวดเร็วเป็นมาตรฐานและให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเมื่อได้ผลการพิจารณาแล้ว บริษัทจะส่งผลการพิจารณาให้แก่ผู้สมัครทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับการอนุมัติทราบสำหรับใบสมัครที่ได้รับการอนุมัติ บริษัทจะส่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้มาตรฐานและได้รับการรับรอง (Certified) จาก วีชามาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการผลิตบัตรเครดิตเพื่อบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรลงในบัตร จากนั้นบริษัทจะ

จัดส่งบัตรไปที่ KTC TOUCH หรือสาขาธนาคารกรุงไทยหรือที่อยู่ของผู้สมัคร ตามที่ผู้สมัครระบุไว้

3) อนุมัติการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (Authorization)

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

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

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

4) รับชำระหนี้บัตรเครดิต (Payment)

บริษัทจะส่งใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตไปยังผู้ถือบัตรตามที่อยู่ที่แจ้งไว้เมื่อถึงรอบบัญชีของผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรสามารถเลือกชำระได้หลายช่องทาง ดังนี้

- **ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คผ่าน KTC TOUCH** ผู้ถือบัตรจะสามารถนำเงินสดหรือเช็คไปฝากเข้าบัญชีของบริษัทได้ที่ KTC TOUCH โดยไม่มีค่าบริการ (กรณีชำระด้วยเช็คต้องชำระก่อนวันครบกำหนดอย่างน้อย 3 วันทำการ)
- **หักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Debit)** ชำระค่าวงด้วยการหักบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารออมสิน ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยาทุกสาขา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ
- **ชำระด้วยเช็คโดยส่งทางไปรษณีย์ (สาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล)** โดยจะต้องฝากเช็คเข้าบัญชีของบริษัทก่อนถึงวันครบกำหนดชำระเงินอย่างน้อย 3 วันทำการ (ไม่เสียค่าบริการ) เช็ค 1 ใบ / 1 หมายเลขบัตร

- **ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM)** – ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- **ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ** บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน (ระบบทรูมูฟ) , บริการเอ็มเปย์ (ระบบเอไอเอส) , และแอร์เพย์ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน อัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- **ชำระที่จุดบริการรับชำระ** โดยผู้ถือบัตรสามารถนำไปแจ้งยอดค่าใช้จ่าย ที่มีเครื่องหมายบาร์โค้ดเป็นเอกสารการชำระเงิน โดยเลือกชำระเงินได้ตามจุดบริการต่างๆ ดังนี้ เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, จุดบริการทีโอที, ไปรษณีย์ไทย, เทสโก้ โลตัส, จุดบริการทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้านซีพีเฟรชมาร์ท และทรูพาร์ทเนอร์ทุกสาขา, การประปานครหลวง, เอ็มเปย์สเตชั่น (เอไอเอสช็อป/ร้านเทเลวิซ), จุดบริการแคชเชียร์บีกชี จุดบริการเซ็นเพย์ (Central Food Hall,Tops Super Market,Tops Super Store,Tops Daily,ซูเปอร์คั้ม, Robinson,Central Department Store,B2S,Family Mart,Office Mate,ไทวัสดุ,Baan&Beyond Home Department Store,homeWorks,Matsumoto Kiyoshi,Supersport) และจุดบริการแอร์เพย์ เคาน์เตอร์ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละจุดบริการ รวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **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, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนาชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และ ธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

ทั้งนี้สามารถศึกษา/สอบถามช่องทางการรับชำระเงิน และรายละเอียดค่าธรรมเนียมได้จาก
www.ktc.co.th หรือ KTC PHONE 02 123 5000

สำหรับกรณีที่ผู้ถือบัตรได้รับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตแล้ว หากผู้ถือบัตรมีข้อสงสัยหรือประสงค์ที่จะ
ปฏิเสธรายการใช้จ่ายบางรายการ ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งบริษัทเพื่อให้ตั้งพักรายการนั้นไว้ก่อนและไม่มีทางถามหนี้
ในช่วงนั้นได้ โดยบริษัทจะดำเนินการสอบสวนเพื่อหาข้อเท็จจริงและระบุให้ได้ว่าฝ่ายใดจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายรายการ
นั้นๆ และทำการเรียกเก็บไปยังผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายนั้นภายใน 45 ถึง 180 วัน ทั้งนี้ เป็นไปตามมาตรฐานของวิชา
มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี โดยบริษัทมีระบบติดตามรายการที่เกิดขึ้นและจัดทำรายงานของจำนวนรายการที่มีการปฏิเสธ
จากผู้ถือบัตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เสียสิทธิในการเรียกเก็บเงินจากฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบจริง

5) การติดตามหนี้ (Collection)

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

- หนี้ที่ค้างชำระไม่เกิน 90 วัน มีการติดตามทวงถามโดยวิธีการใช้โทรศัพท์ติดต่อ, การส่งข้อความแจ้งเตือน
ให้ชำระหนี้ (SMS) และการส่งจดหมายติดต่อกู้ค่า (Debt Collection Letter) โดยเพิ่มระดับความเข้มงวด
ในการติดตามทวงถามตามระยะเวลาของการค้างชำระหนี้ นอกจากนั้น บัญชีลูกค้าค้างชำระที่ต้องการ
ตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษ บริษัทได้มีการจัดเจ้าหน้าที่ติดตามทวงถามนอกสถานที่ (FCR) เป็นการเฉพาะ
ราย เพื่อติดตามให้มีการชำระหนี้หรือตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า บริษัทดำเนินการระงับการให้วงเงินสินเชื่อ
ของลูกค้าเป็นการชั่วคราว เมื่อลูกค้าเริ่มค้างชำระหนี้ (Due Date) โดยลูกค้าไม่สามารถใช้วงเงินบัตร
เครดิตและสินเชื่อได้จนกว่ามีการชำระหนี้ตามเงื่อนไขและข้อกำหนด 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 ในกรณีที่ผู้ถือบัตรถูกกระทำการทุจริต หรือมีการปลอมแปลงบัตรของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมการทำทุจริตเหล่านี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบต่อกรณีที่มีการทุจริตหรือปลอมแปลงบัตรดังกล่าว

ฝ่ายงาน Fraud Control ที่บริษัทจัดตั้งขึ้นจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ว่ารายการซื้อสินค้าและบริการรายการใดเป็นการซื้อขายที่เข้าข่ายทุจริต โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

- วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เนื่องจากธนาคาร/ บริษัทผู้ออกบัตร หรือธนาคาร/ บริษัทร้านค้าพบว่าการทุจริตหรือสงสัยว่าทุจริต จะต้องแจ้งข้อมูลไปยังวีซ่า 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
- บริษัทได้มีการพัฒนา Mobile Application ให้เป็นเครื่องมือสำหรับลูกค้าในการบริหารความเสี่ยงด้วยตัวเอง (Customer Empowerment) โดยให้ลูกค้าสามารถที่จะสามารถอายัดบัตรชั่วคราว กำหนดวงเงินการทำรายการ E-Commerce เพื่อลดความเสี่ยงของรายการ Fraud E-Commerce ที่มีแนวโน้มตัวขึ้นต่อเนื่อง รวมทั้งการกำหนดยอดและช่องทางการรับ Alert Notification ตามยอดเงินที่ลูกค้าต้องการได้

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดการกระทำทุจริต บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมจากวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เป็นประจำ และยังมีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ในการอบรมให้ความรู้กับบุคคลภายนอก เช่น ร้านค้า ตำรวจ ธนาคาร/ บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่นๆ การอบรมเหล่านี้จะช่วยให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถป้องกันการกระทำทุจริต และสามารถระงับรายการในครั้งนั้นๆ ได้ทันการ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล รวมเป็นจำนวน 2.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.001 ของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม

2.1.2.2 ธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business)

ลักษณะการประกอบธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business) เป็นธุรกิจที่เน้นการสร้างเครือข่ายร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยบริษัทมีฐานะเป็นบริษัทผู้รับบัตร และร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะนำรายการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่เกิดในร้านค้าของตนทั้งหมด (เฉพาะที่เกิดจากบัตรวีซ่าบัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบี บัตรยู

เนี่ยนเพย์ และ Alipay Wallet รวมถึงไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตรของบริษัทหรือบัตรของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่น) มาเรียกเก็บเงินกับบริษัท ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นให้แก่ร้านค้า โดยจะหักค่าธรรมเนียมบริการไว้ส่วนหนึ่งเป็นรายได้ของบริษัท และหลังจากนั้นบริษัทจึงทำการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการรายการนั้นๆ ไปยังธนาคาร/ บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อให้ธนาคาร/ บริษัทผู้ออกบัตรเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรของตนต่อไป

บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายเครือข่ายร้านค้าสมาชิก โดยเน้นร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือและมีปริมาณการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่มีจำนวนมากเพียงพอที่จะช่วยทำรายได้ให้กับบริษัทโดยบริษัทได้มีการตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่มีอยู่และทำการทบทวนสัญญาโดยสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับคุณภาพของร้านค้าและควบคุมต้นทุนให้เหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการลดความเสี่ยงในส่วนของการกระทำทุจริตของร้านค้าด้วย

บริษัทมีเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture: EDC) ในปี 2558 จำนวน 21,844 เครื่อง ในปี 2559 จำนวน 23,814 เครื่อง และในปี 2560 จำนวน 24,957 เครื่อง

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิต

การบริการด้านธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิตแบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ ดังนี้

1. **บริการรับชำระผ่านเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสดโดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (KTC FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS) ซึ่งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน แบ่งเป็น (1) เครื่อง EDC ที่รับบัตรของเครือข่ายวิซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบีและยูเนี่ยนเพย์และ (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/บริการ ได้ง่าย ปลอดภัย โดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (KTC FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS)
3. **บริการรับชำระผ่านระบบธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)** เป็นร้านค้าสมาชิกให้บริการรับชำระผ่านระบบซื้อขาย 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 ในรูปแบบสื่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งให้บริษัทตัดเงินจากบัตรเครดิตของสมาชิกเป็นรายเดือนอัตโนมัติ 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
7. **บริการรับชำระเงินผ่าน KTC QR Code Payment** บริการรับชำระค่าสินค้าและ/หรือบริการช่องทางใหม่เป็นการทำรายการแบบ Push Payment โดยผู้ถือบัตร (ลูกค้า) เป็นผู้ทำรายการชำระด้วยตนเองโดยการสแกน QR code ของร้านค้าผ่านแอปพลิเคชัน TapKTC โดยรายการจะถูกส่งตรงไปที่ธนาคารผู้ออกบัตร (Issuer) เพื่อทำการอนุมัติรายการหลังจากนั้นจะส่งรายการต่อไปยัง Acquirer เพื่ออนุมัติรายการ ซึ่งแตกต่างจากบริการรับชำระที่มีอยู่เดิมที่ทางร้านค้าจะเป็นผู้ทำรายการ (Pull Payment) บริการรับชำระเงินผ่าน KTC QR Code Payment เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าและลูกค้า ช่วยให้ร้านค้าขนาดกลางถึงขนาดเล็กเพิ่มโอกาสในการขายและให้บริการด้วยช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายขึ้น ช่วยลดต้นทุน/ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่อง EDC ของร้านค้า รวมถึงยังเป็นรายการที่มีความปลอดภัยสูง เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้ควบคุม (Control) การใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน TapKTC แทนการส่งบัตรให้ร้านค้านำไปทำรายการที่เคาน์เตอร์แคชเชียร์ อีกทั้งยังส่งผลดีต่อภาพรวมของประเทศ ในการร่วมกันผลักดันประเทศไทยไปสู่ National e-Payment และไทยแลนด์ 4.0

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

ร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคารกรุงไทย หรือกับธนาคารอื่นผ่านระบบ Media Clearing เพื่อใช้ในการรับชำระเงินจากรายการซื้อสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นในร้านค้า โดยข้อมูลรายการขายทั้งหมดจะถูกส่งมาเรียกเก็บเงินจากบริษัทผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยอัตโนมัติทุกวัน ซึ่งการพิจารณาติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงิน

อัตโนมัติ (EDC) บริษัทจะพิจารณาจากมูลค่าการซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต / บัตรเดบิต / Alipay Wallet ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเครื่อง EDC และความคุ้มค่าเป็นหลัก กรณีที่เป็นร้านค้าขนาดกลางถึงเล็ก การให้บริการ QR Code Payment ถือเป็นช่องทางใหม่ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจแก่ร้านค้า นอกจากช่วยลดต้นทุนการติดตั้งเครื่องอัตโนมัติ วงเงินอัตโนมัติ (EDC) แล้ว ยังสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย

บริษัททำสัญญากับร้านค้าสมาชิกแบบไม่จำกัดอายุโดยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่างๆ ของร้านค้าสมาชิก รวมทั้งเรื่องการทำที่จัดอยู่ในข่ายการกระทำทุจริต ซึ่งแนวทางเหล่านี้บริษัทได้อ้างอิงจากมาตรฐานที่กำหนดโดยวีซ่า มาสเตอร์การ์ด รวมถึงเจซีบี และมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะกับการดำเนินงานของบริษัท และสถานะธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย บริษัทจะทำการทบทวนสัญญากับร้านค้าสมาชิกต่างๆ เป็นระยะๆ สัญญาดังกล่าวยังได้รับไปถึงสิทธิของบริษัทที่จะเรียกร้องเอาจากร้านค้าในกรณีที่ร้านค้าทำผิดสัญญา รวมทั้งกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากร้านค้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 29,764 ร้านค้า และ 32,875 ร้านค้า ตามลำดับ

(ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

1) การแต่งตั้งร้านค้าสมาชิก

บริษัทจะติดต่อร้านค้าต่างๆ เพื่อให้มาเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยจะพิจารณาจากปริมาณการรับชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของร้านค้านั้นๆ เป็นหลัก โดยจะกำหนดค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากการทำการรายการกับร้านค้าให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว รวมทั้งภาวะการแข่งขันกับธนาคาร / บริษัทร้านค้าอื่นๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่จะเรียกเก็บตามประเภทของร้านค้า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการทุจริต นอกจากการติดต่อร้านค้าโดยตรงจากทางบริษัทแล้ว ยังมีร้านค้าที่ขอสมัครเป็นร้านค้าสมาชิกกับบริษัทด้วยตนเองด้วย

บริษัทจะอนุมัติการแต่งตั้งร้านค้าสมาชิกโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทร้านค้า/สินค้าที่จำหน่าย ทำเลที่ตั้งและสภาพของสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จำนวนลูกค้า ปริมาณการซื้อขายสินค้าและบริการ ประวัติเจ้าของร้านค้า เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทจะตรวจสอบประวัติการทุจริตของร้านค้าต่างๆ จากฐานข้อมูลของผู้ให้บริการบัตรเครดิต เช่น วีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี และยูเนียนเพย์หรือ ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของร้านค้านั้นๆ ด้วย เช่น กรณีเป็นร้านขายสุรา ก็อาจตรวจสอบไปยังตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

เมื่อบริษัทอนุมัติให้ร้านค้านั้นเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัทแล้วและร้านค้าเปิดบัญชีกับธนาคารกรุงไทย บริษัทจะติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย (Payment Solutions) ที่เหมาะสมกับร้านค้านั้นๆ เช่น เครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) หรือระบบทำการรายการผ่านอุปกรณ์โมบาย (mPOS) หรือเชื่อมต่อระบบชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตให้กับร้านค้าและเชื่อมโยงร้านค้านั้นๆ เข้าในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท หรือจัดส่งโปสเตอร์ QR Code ให้แก่ร้านค้าพร้อมแนะนำวิธีการสร้าง QR Code จากแอปพลิเคชัน TapKTC Merchant เพื่อให้ลูกค้าสแกนเพื่อชำระค่าสินค้า

2) การอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าและบริการของร้านค้าสมาชิก

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

บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระค่าสินค้าและบริการให้แก่ร้านค้าได้ ในกรณีที่พบว่าร้านค้ามีการกระทำที่ทุจริต หรือ ปฏิบัติผิดไปจากข้อตกลงที่ร้านค้าให้กับผู้ถือบัตร ตัวอย่างการกระทำที่บริษัทสามารถปฏิเสธการจ่ายเงินให้กับร้านค้าได้ เช่น

1. กรณีที่ร้านค้าผิดนัดต่อผู้ถือบัตร เช่น กรณีที่ผู้ถือบัตรซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต และมีการตกลงให้ร้านค้าส่งสินค้าให้ผู้ถือบัตรภายในระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ แต่ผู้ถือบัตรไม่ได้รับสินค้าตามที่ตกลง ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งให้บริษัทระงับการจ่ายเงินหรือเรียกค่าสินค้านั้นคืนจากร้านค้าได้

2. กรณีร้านค้ากระทำผิดข้อตกลง เช่น การที่ร้านค้าพยายามรูดบัตรชำระค่าสินค้าและบริการหลายครั้งในเวลาใกล้เคียงกันและภายในวันเดียวกัน พฤติกรรมและเจตนาของร้านค้าดังกล่าว บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระเงินให้กับร้านค้าได้

3. กรณีร้านค้าไม่ตรวจสอบบัตรก่อนอนุมัติการใช้จ่ายนั้นๆ

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 ร้านค้าสมาชิกนั้นจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นดังกล่าว

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

นอกจากนี้บริษัทมีทีมงานที่คอยดูแลเกี่ยวกับการรับบัตรร้านค้าสมาชิกทุกวัน และมีระบบ Online Fraud Detection ที่มีประสิทธิภาพสูงที่คอยติดตามพฤติกรรมกรรมการรับบัตรที่เสี่ยงหรือต้องสงสัย และจะประสานงานกับธนาคารผู้ออกบัตรทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อตรวจสอบทันทีที่มีการทำการรายการโดยเจ้าหน้าที่ทั้งทางโทรศัพท์ Email หรือ แฟกซ์ หากพบว่าเป็นการรับบัตรทุจริต หรือมีขั้นตอนการรับบัตรที่ไม่ถูกต้องหรือสงสัย บริษัทแจ้งทางร้านค้าสมาชิกทันทีเพื่อพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม โดยมีจุดประสงค์ที่จะจำกัดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

2.1.3 ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

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

ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเอกประสงค์ KTC CASH ได้เริ่มให้บริการตั้งแต่ตุลาคม 2546 โดยจะเป็นการโอนเงินก่อนเข้าบัญชีเพียงครั้งเดียวและชำระคืนเป็นงวด จนกว่าจะชำระหนี้หมดโดยไม่สามารถกลับไปใช้วงเงินที่ชำระแล้วได้อีก และในปี 2549 บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อพร้อมใช้ และได้มีการปรับภาพลักษณ์ด้วยการรีแบรนด์ (Rebranding) เป็นสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD ในปี 2557 สินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD เป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบวงเงินหมุนเวียน ลูกค้าจะได้รับเงินโอนเข้าบัญชีก่อนแรกเมื่อได้รับอนุมัติ และสามารถเบิกถอนเงินสดได้เพิ่มเติมตามวงเงินที่ได้รับอนุมัติ โดยสามารถกลับไปใช้วงเงินเดิมได้อีกเมื่อทำการชำระคืนเหมาะสมสำหรับเป็นวงเงินสำรองกรณีฉุกเฉิน นอกจากนี้เพื่อให้คุณสมบัติของสินเชื่อมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น ในปัจจุบันสินเชื่อพร้อมใช้ KTC PROUD เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 2in1 กล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติใช้ได้ทั้งบริการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเคทีซีจะรับรู้รายได้ของสินเชื่อทั้งสองประเภทในรูปแบบรายได้ดอกเบี้ยซึ่งเป็นการคำนวณอัตราดอกเบี้ยแบบลดต้นลดดอก และค่าธรรมเนียมต่างๆ ได้แก่ค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินและค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถาม เป็นต้น

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

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

สินเชื่อบุคคลของ KTC มี 2 รูปแบบ เหมาะสำหรับผู้มีรายได้ประจำ สามารถเลือกให้สอดคล้องกับความต้องการ
ดังนี้

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

ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินคืนขั้นต่ำ 3% หรือ 300 บาท ขึ้นอยู่กับจำนวนใดสูงกว่า และวงเงินจะคืนทันทีเมื่อชำระค่างวดที่ธนาคารกรุงไทยหรือ เคาน์เตอร์เซอร์วิสทุกสาขา

จำนวนบัญชีและลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคล (บัญชี)	747,343	818,068	852,915
อัตราการเติบโต (%)	7.8%	9.5%	4.3%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลสุทธิ (ล้านบาท)	17,073	20,154	22,596
อัตราการเติบโต (%)	12.3%	18.0%	12.1%

(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 การตรวจสอบข้อมูลจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (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 โดยการโอนเงินเข้าในบัญชีธนาคารของผู้ขอสินเชื่อภายในวันที่อนุมัติกรณีมีบัญชีธนาคารกรุงไทย กสิกรไทย กรุงไทย สำหรับบัญชีธนาคารอื่นจะโอนเข้าบัญชีภายใน 2 วันทำการ หลังจากระบบอนุมัติเงินกู้ให้

4) บริษัทส่งใบแจ้งยอดค่างวดและรับชำระหนี้จากผู้ขอสินเชื่อ

ก่อนครบกำหนดการชำระเงินในแต่ละเดือน บริษัทจะจัดส่งใบแจ้งยอดค่างวดที่ต้องชำระไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำใบแจ้งยอดค่างวดดังกล่าวซึ่งแสดงยอดเงินที่ต้องชำระคืนในแต่ละเดือน ไปชำระตามช่องทางชำระเงินต่างๆ ที่บริษัทจัดหาให้ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- ชำระที่ KTC TOUCH ทุกแห่งโดยไม่เสียค่าบริการ

- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) ได้ที่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ – บริการทรูมันนี่ (ระบบทรูมูฟ) บริการเอ็มเปย์(ระบบเอไอเอส) และแอร์เพย์ วอลล์เกต แอปพลิเคชัน โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- ชำระที่จุดบริการรับชำระ – เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, เทสโก้ โลตัส, เจ มาร์เก็ตพ้อยท์, ทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้านซีพีเฟรชมาร์ทและทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, จุดบริการแคชเชียร์บิกซี, การประปานครหลวง, ไปรษณีย์ไทย, เอ็มเปย์สเตชัน(เอไอเอส,เทเลวิซ), แอร์เพย์ เคาน์เตอร์, จุดบริการเซ็นเพย์ (แฟมิลีมาร์ท, ท็อป, บีทูเอส, เซ็นทรัล, โรบินสัน) และศูนย์บริการลูกค้าทีโอที โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละร้านค้ารวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ – ธนาคารกรุงไทย 02 111 1111 (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 02 888 8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 02 777 7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารยูโอบี 02 285 1555 และธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยการโอนเงินผ่านระบบ Internet Banking ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี และธนาคารกรุงเทพ ธนาคารออมสิน โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านเครื่อง ATM ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารธนชาต, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮ้าส์, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคารอัตโนมัติ - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทีเอสโก้, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮ้าส์, และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

ทั้งนี้สามารถศึกษา/ สอบถามช่องทางการรับชำระเงินได้ทางโทรศัพท์ที่ KTC PHONE 02 123 5000 หรือ <https://www.ktc.co.th/sites/ktc/support/index.html>

5) การติดตาม กรณีผิดนัดชำระหนี้

ในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้เมื่อครบกำหนดการชำระหนี้ นั้น บริษัทจะทำการติดตามเรียกเก็บหนี้และผ่อนผันให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาถึงความจำเป็นและเหตุผลของลูกค้า ภายใต้ระบบการควบคุมความเสี่ยงที่ดูแลอย่างใกล้ชิด ขั้นตอนการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ธุรกิจสินเชื่อบุคคลนี้จะกระทำในลักษณะเดียวกันกับธุรกิจบัตรเครดิต

(โปรดศึกษารายละเอียด การติดตามหนี้ ได้ที่หัวข้อ “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 บริษัทจึงดำเนินการให้บริการเฉพาะผู้ที่ยังคงมีวงเงินสินเชื่อธนวัฏอยู่เท่านั้นและไม่มีนโยบายที่จะขยายการให้บริการสินเชื่อธนวัฏให้แก่ผู้สมัครสินเชื่อบัตรเครดิตใหม่ ทำให้ยอดลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิอยู่เพียง 157 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.25 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมดและ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏสุทธิอยู่เพียง 142 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.21 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
- **ธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ (KTC MILLION)** ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน สำหรับเจ้าของกิจการที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ แต่ KTC มีนโยบายที่จะไม่เพิ่มมูลค่าพอร์ตลูกหนี้ของธุรกิจนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2549 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงดังนั้น การดำเนินการในปัจจุบันเป็นเพียงการให้บริการแก่ลูกหนี้รายเดิมที่ยังคงมีบัญชีค้างชำระหนี้กับบริษัทอยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 3 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด และ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 2 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด

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

2.1.5 บทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท

กระทรวงการคลังได้ออกประกาศอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยอนุญาตให้ประกอบธุรกิจภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 และมอบอำนาจให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลโดยได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว รวมทั้ง มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่สามารถเรียกเก็บจากลูกค้า รวมทั้งคุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตและลูกค้าสินเชื่อบุคคล ซึ่งบริษัท

ได้รับอนุญาตประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับแล้ว รวมถึงได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชบัญญัติการว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 ซึ่งคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าวโดยบริษัทได้ถือปฏิบัติตามประกาศ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ได้ออกมาบังคับใช้แล้วทุกประการ อีกทั้ง หากมีการออกกฎระเบียบ ข้อบังคับใหม่ๆ ในอนาคตบริษัทก็จะถือปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับนั้นๆ อย่างเคร่งครัดด้วย

นอกจากจะต้องปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย และประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นๆ 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 มาตรการต่างๆ และแนวปฏิบัติต่างๆ ตามกฎหมายอันได้แก่ การรับลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า การรายงานธุรกรรมที่เข้าข่ายต้องรายงาน การรายงานธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่ถูกระงับเกี่ยวกับผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นลูกค้าซึ่งอยู่ในรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนดหรือผู้ที่มีหรือเคยมีการทำธุรกรรมกับผู้นั้น รวมทั้ง จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง การติดตาม การสอบทานบัญชีลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการทำธุรกรรม และข้อมูลการระงับการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินของบุคคลที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐการจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงิน แก่พนักงานบริษัทด้วย เพื่อป้องกันการฟอกเงินและป้องกันการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายให้เป็นไปตามกฎหมายฟอกเงินดังกล่าว บริษัทจึงได้ประกาศและกำหนดเป็นนโยบาย โดยมีผลบังคับใช้在公司แล้วนอกจากนี้ ตามที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออก Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตามGIN No.63CF3L.99999.SL.764 และปัจจุบันบริษัทได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานตาม Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบสถานะความเป็นพลเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกาของลูกค้าบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลทั้งประเภทธรรมดาและนิติบุคคล และกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานสอดคล้องและรองรับกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งมีการติดตามประกาศ หลักเกณฑ์ที่อาจจะออกเพิ่มเติมอันเนื่องจากการเข้าร่วมเป็น Intergovernmental Agreement (IGA) ระหว่างไทยกับสหรัฐ ซึ่งอาจต้องปรับขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทเชื่อมั่นว่าได้ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายต่างๆ ดังกล่าว ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างถูกต้องครบถ้วน

บริษัทยังได้รวมอยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงินกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทจึงต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ในการกำกับแบบรวมกลุ่มธุรกิจทางการเงิน และบริษัทยังมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ข้อกำหนด เงื่อนไข วิธีการและหลักเกณฑ์ต่างๆ ตามหลักการกำกับแบบรวมกลุ่ม โดยบริษัทเชื่อมั่นว่า

สามารถปฏิบัติตามกฎ ข้อกำหนด เงื่อนไข วิธีการและหลักการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

พระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558 ซึ่งเป็นหนึ่งในกฎหมายที่ออกมาเพื่อคุ้มครองลูกหนี้ที่ถูกกระทำอย่างไม่เหมาะสมต่างๆ และกฎหมายยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการปฏิบัติในการติดตามทวงถามหนี้ของผู้ทวงถามหนี้ไว้ด้วย การปฏิบัติตามกฎหมายนี้ไม่มีผลกระทบกับบริษัทมากนัก เพราะบริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมมาอย่างต่อเนื่อง โดยก่อนหน้านี้กฎหมายนี้จะมีผลบังคับใช้บริษัทก็ได้ติดตามทวงถามหนี้กับลูกหนี้ของบริษัทที่เหมาะสมอยู่ และได้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้แนวทางปฏิบัติในการติดตามทวงถามหนี้ไว้มาโดยตลอด และนอกจากนี้บริษัทได้มีการว่าจ้างให้บริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการติดตามทวงถามหนี้ที่มีประสบการณ์ในการติดตามหนี้สูง และนอกจากนี้บริษัทได้มีการติดตามดูแลการทวงถามหนี้ของบริษัท วินเพอร์ฟอร์แมนซ์ จำกัด อย่างใกล้ชิด

นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจของบริษัทยังอาจถูกควบคุม กำกับดูแลโดยหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรต่างๆ ซึ่งหากมีการออกกฎหมาย ข้อกำหนด เงื่อนไข และวิธีการและ/หรือหลักเกณฑ์ เพื่อควบคุมกำกับดูแลการดำเนินงานในการประกอบธุรกิจของบริษัท การดังกล่าวอาจมีผลให้บริษัทปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการของบริษัทในอนาคต บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติตามได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

2.2 ภาพรวมธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

2.2.1 ภาพรวมธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ประกาศตัวเลข GDP ของปี 2560 อยู่ที่ 3.9% ซึ่งเติบโตสูงกว่าการขยายตัวที่ 3.2% ในปี 2559 ทั้งนี้เกิดจากแรงหนุนของการส่งออกสินค้าและบริการที่ปรับดีขึ้นต่อเนื่อง อีกทั้งการบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนที่ขยายตัวได้บ้าง รวมถึงการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกที่ดีกว่าคาด ตลอดจนการใช้จ่ายของภาครัฐจะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

จากช่วงที่ผ่านมา มีความพยายามในการลดปัญหาหนี้ด้วยคุณภาพของสินเชื่อ ทำให้สถาบันการเงินต่างๆ ให้ความสำคัญในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น จากตารางจะเห็นได้ว่าอัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคมีทิศทางที่ชะลอตัวลงในช่วงปี 2556 - 2558 ที่มีอัตราเติบโตชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 13.7 / 7.0 / 3.3 จากนั้นจะเริ่มมีทิศทางการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภค โดยมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 6.3 และในปี 2560 มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 8.0 ทั้งนี้ ผลกระทบจากเกณฑ์ควบคุมสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา คาดว่า จะมีผลให้การขยายตัวของพอร์ตสินเชื่อรวมอาจจะเติบโตได้ช้ากว่าในอดีตเนื่องจากหลักเกณฑ์ใหม่มีการลดวงเงินสำหรับลูกค้าใหม่ทั้งในธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล โดยจะมีผลต่อรายได้ของธุรกิจบัตรเครดิตที่อัตราดอกเบี้ยลดลงจาก 20% เป็น 18% ด้วย

ตารางแสดงอัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภค

ปี	2556	2557	2558 ⁽²⁾	2559 ⁽²⁾	2560 ⁽²⁾
ลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (ล้านบาท) ⁽¹⁾	589,563	630,992	651,847	693,093	748,417
อัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภค (%ต่อปี)	13.7%	7.0%	3.3%	6.3%	8.0%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค คัดจากลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตรวมกับลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคประกอบด้วยลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตและลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งจากรายงานการเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการหลัก 2 ประเภท ได้แก่

(1) ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย และสาขาธนาคารต่างประเทศ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสินเชื่ออุปโภคบริโภค อาทิ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารซีทีบีแบงก์ เป็นต้น

(2) ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) รวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อเพื่อรายย่อย รวมทั้งสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล แต่ไม่ได้รับอนุญาตในการให้บริการเงินฝาก มีจำนวนทั้งสิ้น 38 สถาบัน (ไม่รวมกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อ nano finance) แบ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 2 บริษัท บริษัทที่ดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 30 บริษัท และบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลร่วมกันจำนวน 6 บริษัท (รวมบมจ.บัตรกรุงไทย) โดยผู้ประกอบการประเภทนี้มีส่วนช่วยผลักดันให้การกู้เงินของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำซึ่งมีสัดส่วนสูงเข้ามากู้เงินในระบบมากขึ้น

อัตราการเติบโตของหนี้ครัวเรือนในช่วงที่ผ่านมาขยายตัวในอัตราที่ลดลง ซึ่งในปี 2556 - 2559 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 11.5 / 6.6 / 5.3 และ 3.4 ตามลำดับ โดยยอดหนี้ครัวเรือน ณ ไตรมาส 3 ปี 2560 มีมูลค่า 11.8 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP จะพบว่ามีอัตราที่ค่อย ๆ ลดลงตามลำดับ โดยในปี 2558 มีอัตราหนี้ครัวเรือนต่อ GDP สูงถึงร้อยละ 81.2 ลดลงมาเหลือร้อยละ 79.9 ในปี 2559 และอยู่ที่ร้อยละ 77.3 ณ ไตรมาสที่สามของปี 2560 ซึ่งถือว่าเป็นสัญญาณที่ดีขึ้น เพราะหากหนี้ครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูงเป็นเวลานานจนไม่สอดคล้องกับรายได้ ก็อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือนได้ จนทำให้เป็นปัญหาต่อสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ สถาบันการเงินจึงเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องการคัดกรองลูกหนี้และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ เพื่อควบคุมสัดส่วนระดับสินเชื่อค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป (Non-Performing Loans: NPL)

2.2.2 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจบัตรเครดิต

(1) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

ตัวเลขอุตสาหกรรมบัตรเครดิต ณ สิ้นปี ยังคงมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องแต่เป็นไปในลักษณะที่ชะลอตัวลงจากปีก่อน โดยจำนวนบัตรเครดิตที่เติบโตร้อยละ 1.0 ยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.4 การใช้จ่ายผ่านบัตร(ไม่รวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า)ขยายตัวร้อยละ 5.5 และการเบิกเงินสดล่วงหน้าเติบโตร้อยละ 1.8 ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากการที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีการปรับปรุงประกาศเกี่ยวกับแนวทางในการกำกับธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เพื่อควบคุมธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา

ตารางแสดงจำนวนบัญชีของธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต (บัญชี) ⁽¹⁾	2555	2556	2557	2558	2559	ณ 31 ธ.ค. 2560		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	8,274,146	9,028,047	9,744,241	10,119,844	10,313,291	9,665,858	47.5%	(6.3%)
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	8,595,879	9,520,707	10,559,510	8,854,351	9,823,050	10,668,922	52.5%	8.6%
รวมทั้งหมด	16,870,025	18,548,754	20,303,751	18,974,195	20,136,341	20,334,780	100.0%	1.0%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีจำนวนบัตรเครดิตในระบบทั้งสิ้น 20.3 ล้านบัญชี เติบโตเล็กน้อยจากช่วงเดียวกันของปีก่อนคิดเป็นการเติบโตร้อยละ 1.0 อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบัตรเครดิตยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตต่อไปได้ในอนาคต จากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้บริการ e-Payment และทำธุรกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมไปถึงการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต่างก็ปรับตัวเพื่อรองรับกับธุรกรรมดังกล่าว

สำหรับส่วนแบ่งตลาดด้านจำนวนบัญชีบัตรเครดิต ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีจำนวนบัญชี 10.7 ล้านบัญชี มีส่วนแบ่งร้อยละ 52.5 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 8.6 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดที่เหลืออีกร้อยละ 47.5 มาจากธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนบัญชี 9.7 ล้านบัญชี หดตัวร้อยละ 6.3

ตารางแสดงยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิต

ยอดสินเชื่อคงค้าง (ล้านบาท) ⁽¹⁾	2555	2556	2557	2558	2559	ณ 31 ธ.ค. 2560		
						จำนวน	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	156,203	175,438	193,394	204,980	218,220	236,029	59.9%	8.2%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	105,351	114,988	124,748	128,513	141,876	158,094	40.1%	11.4%
รวมทั้งหมด	261,553	290,425	318,141	333,493	360,096	394,123	100.0%	9.4%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ภาพรวมของยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิต ณ 31 ธันวาคม 2560 มีมูลค่าทั้งสิ้น 394,123 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 9.4 โดยธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งตลาดในอัตราส่วนร้อยละ 59.9 และร้อยละ 40.1 ตามลำดับและมีอัตราการเติบโตของยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 และร้อยละ 11.4 ตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559

ตารางแสดงปริมาณการใช้จ่ายรวมของธุรกิจบัตรเครดิต

ปริมาณการใช้จ่ายรวม (ล้านบาท) ⁽¹⁾	2555	2556	2557	2558	2559	ณ 31 ธ.ค. 2560		
						จำนวน	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	701,095	792,401	874,175	923,940	984,294	1,026,329	65.6%	4.3%
ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	373,245	402,641	432,977	468,820	503,978	539,199	34.4%	7.0%
รวมทั้งหมด	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,392,760	1,488,273	1,565,528	100.0%	5.2%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวมของอุตสาหกรรมของปี 2560 มีมูลค่า 1,565,528 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 5.2 จากปีก่อน โดยธนาคารพาณิชย์มีปริมาณการใช้จ่ายรวม 1,026,329 ล้านบาท เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 4.3 คิดเป็นร้อยละ 65.6 ของอุตสาหกรรม และในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีปริมาณการใช้จ่ายรวมของปี 2560 อยู่ที่ 539,199 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 7.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยคิดเป็นร้อยละ 34.4 ของอุตสาหกรรม

ตารางแสดงปริมาณการใช้จ่ายของธุรกิจบัตรเครดิต(ไม่รวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า)

ปริมาณการใช้จ่าย (ล้านบาท) ⁽¹⁾	2555	2556	2557	2558	2559	ณ 31 ธ.ค. 2560		
						จำนวน	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	644,832	728,835	807,443	853,729	911,736	955,178	66.8%	4.8%
ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	328,468	352,305	378,098	411,037	443,928	475,300	33.2%	7.1%
รวมทั้งหมด	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,765	1,355,664	1,430,478	100.0%	5.5%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรที่ไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรมของปี 2560 มีมูลค่า 1,430,478 ล้านบาท เติบโตที่ร้อยละ 5.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สำหรับส่วนแบ่งตลาดหลักที่ร้อยละ 66.8 มาจากการใช้จ่ายของบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นมูลค่า 955,178 ล้านบาท และส่วนของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 33.2 คิดเป็นมูลค่า 475,300 ล้านบาท โดยมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรที่ไม่รวมการเบิกเงินสดล่วงหน้าของธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีอัตราเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 4.8 และ 7.1 ตามลำดับ

ตารางแสดงปริมาณการเบิกเงินสต่อวงหน้าของธุรกิจบัตรเครดิต

การเบิกเงินสต่อวงหน้า (ล้านบาท) ⁽¹⁾	2555	2556	2557	2558	2559	ณ 31 ธ.ค. 2560		
						จำนวน	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	56,263	63,566	66,732	70,212	72,558	71,152	52.7%	(1.9%)
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบัน การเงิน	44,776	50,335	54,878	57,783	60,050	63,899	47.3%	6.4%
รวมทั้งหมด	101,039	113,901	121,611	127,995	132,609	135,050	100.0%	1.8%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558- 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

การเบิกเงินสต่อวงหน้าของอุตสาหกรรมของปี 2560 มีมูลค่า 135,050 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 1.8 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 โดยธนาคารพาณิชย์มีปริมาณการเบิกเงินสต่อวงหน้าอยู่ที่ 71,152 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.7 ของอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 1.9 และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีปริมาณการเบิกเงินสต่อวงหน้าอยู่ที่ 63,899 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 47.3 และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 6.4

(2) ธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมพบว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมของบริษัทของปี 2560 มีมูลค่าเท่ากับ 176,777 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 165,404 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 สูงกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เติบโตร้อยละ 5.2 (เพิ่มจาก 1,488,273 ล้านบาท เป็น 1,565,528 ล้านบาท) และเมื่อคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมจะอยู่ที่ร้อยละ 11.3 เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนร้อยละ 11.1

ลูกหนี้บัตรเครดิต ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมียอดลูกหนี้เท่ากับ 48,338 ล้านบาท คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12.3 ขยายตัวลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 12.8 (ยอดลูกหนี้ 46,195 ล้านบาท) โดยยอดลูกหนี้ของบริษัทคิดเป็นการอัตราการเติบโตร้อยละ 4.6 เติบโตต่ำกว่ายอดลูกหนี้ของอุตสาหกรรมที่ขยายตัวร้อยละ 9.4

บริษัทมีกลยุทธ์ร่วมกับ วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการออกบัตรให้กับกลุ่มค้าระดับบน อีกทั้งยังมีการกระตุ้นการใช้จ่าย โดยครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของสมาชิกพร้อมกับขยายพันธมิตรใหม่เพื่อเป็นการขยายสิทธิประโยชน์ในหมวดใหม่ๆ ให้กับสมาชิก ทำให้จำนวนบัตรเครดิตของบริษัทในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 2.2 ล้านบัญชี ซึ่งการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่มีจำนวนบัญชีเท่ากับ 2.1 ล้านบัญชี โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 10.7 มากกว่าช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 10.4

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2556	2557	2558 ⁽²⁾	2559 ⁽²⁾	2560 ⁽²⁾
จำนวนบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบัญชี)	18.55	20.3	18.97	20.14	20.33
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC (ล้านบัตร)	1.57	1.81	1.89	2.10	2.17
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	8.4%	8.9%	9.9%	10.4%	10.7%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	1,195,041	1,307,152	1,392,760	1,488,273	1,565,528
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	120,929	129,828	145,800	165,404	176,777
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	10.1%	9.9%	10.5%	11.1%	11.3%
ลูกหนี้บัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	290,425	318,141	333,493	360,096	394,123
ลูกหนี้บัตรเครดิตของ KTC (ล้านบาท)	35,297	37,621	41,412	46,195	48,338
ลูกหนี้บัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	12.2%	11.8%	12.4%	12.8%	12.3%
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป ในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	6,638	8,316	10,304	10,238	7,558
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	772	626	558	563	540
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.3%	2.6%	3.1%	2.8%	1.9%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	2.2%	1.7%	1.3%	1.2%	1.1%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558- 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี 2560

หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของอุตสาหกรรม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ที่ 7,558 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 26.2 จากช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้า ทำให้สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 1.9 น้อยกว่าช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 2.8 หากพิจารณาสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของแต่ละกลุ่มในปี 2560 นั้น ธนาคารพาณิชย์มี NPL อยู่ที่ร้อยละ 2.4 และบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินมี NPL อยู่ที่ร้อยละ 1.2 จะเห็นว่าระดับ NPL ของธนาคารพาณิชย์ ยังคงสูงกว่าบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ทั้งนี้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นจำนวน 540 ล้านบาท ซึ่งลดลงร้อยละ 4.1 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีจำนวน 563 ล้านบาท

2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

(1) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปีที่ผ่านมา เติบโตภายใต้การแข่งขันที่รุนแรง พร้อมทั้งสถาบันการเงินต่างๆมีการระมัดระวังในเรื่องหนี้ด้วยคุณภาพยิ่งขึ้น รวมไปถึงกฎเกณฑ์ควบคุมสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2560 ที่ผ่านมา เพื่อควบคุมคุณภาพของหนี้ของอุตสาหกรรมสินเชื่อ

เพื่อผู้บริโภค ทำให้การคัดกรองลูกค้าและการให้วงเงินสินเชื่อ เป็นไปอย่างรัดกุมมากยิ่งขึ้น

ตารางแสดงจำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อ บุคคล ⁽¹⁾ (บัญชี)	2555	2556	2557	2558 ⁽²⁾	2559 ⁽²⁾	ณ 31 ธ.ค. 2560 ⁽²⁾		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อ ปี)
ธนาคารพาณิชย์	2,655,997	2,926,616	2,861,617	2,692,619	2,489,486	2,413,576	18.9%	(3.0%)
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบัน การเงิน	7,542,876	8,545,269	8,980,409	9,176,388	9,681,227	10,370,078	81.1%	7.1%
รวมทั้งหมด	10,198,873	11,471,885	11,842,026	11,869,007	12,170,713	12,783,654	100.0%	5.0%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 12.8 ล้านบัญชี เติบโตร้อยละ 5.0 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีจำนวน 12.2 ล้านบัญชี ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.1 หรือจำนวน 10.4 ล้านบัญชี เติบโตร้อยละ 7.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 18.9 คิดเป็นจำนวน 2.4 ล้านบัญชี หดตัวร้อยละ 3.0

ตารางแสดงจำนวนยอดสินเชื่อค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ยอดสินเชื่อค้างของธุรกิจสินเชื่อ บุคคล (ล้านบาท)	2555	2556	2557	2558 ⁽²⁾	2559 ⁽²⁾	ณ 31 ธ.ค. 2560 ⁽²⁾		
						ยอด สินเชื่อ ค้าง	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	136,571	158,309	157,890	157,890	156,386	155,608	43.9%	(0.5%)
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	120,558	140,829	160,464	160,464	176,611	198,686	56.1%	12.5%
รวมทั้งหมด	257,129	299,138	312,851	318,354	332,997	354,294	100.0%	6.4%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ ยอดสินเชื่อค้าง (Outstanding Balance) เป็นยอดเฉพาะต้นเงิน (หลังหักรายได้การตัดบัญชี)

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลในปี 2558 – 2560 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี 2560

ยอดสินเชื่อค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 354,294 ล้านบาท คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 6.4 จากช่วงเดียวกันของปี 2559 ที่มีจำนวนอยู่ที่ 332,997 ล้านบาท โดยธนาคารพาณิชย์มียอดสินเชื่อค้างอยู่ที่ 155,608 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 0.5 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 43.9 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มียอดสินเชื่อค้างอยู่ที่ 198,686 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5 คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 56.1

(2) ธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัท KTC มีจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลอยู่ที่ 852,915 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 4.3 โดยตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 5.0 โดยมีสัดส่วนบัญชีสินเชื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 6.7 ทั้งนี้ สำหรับยอดลูกหนี้สินเชื่อบุคคลคงค้าง ณ สิ้นปี 2560 ของบริษัทเท่ากับ 24,757 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 12.7 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมรวมที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.4 โดยมีสัดส่วนลูกหนี้เทียบกับอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 7.0 เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 6.6 โดยบริษัทได้ตั้งเป้าหมายขยายฐานสมาชิกใหม่และมุ่งทำการตลาดที่เฉพาะเจาะจงตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมทางการเงินสด ควบคู่ไปกับการรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพลูกหนี้ที่ดีเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาในแง่ลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป (NPL) จะเห็นว่าสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรมมีแนวโน้มที่ดีขึ้น จากที่มีสัดส่วน NPL สูงถึงร้อยละ 4.6 ในปี 2557 ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 2.5 ณ สิ้นปี 2560 โดยมีมูลค่าหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 8,873 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 10,533 ล้านบาทในช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า สำหรับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีมูลค่า 189 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีมูลค่า 206 ล้านบาท คิดเป็นการลดลงร้อยละ 8.0 ซึ่งแสดงถึง การที่ KTC สามารถขยายสินเชื่อได้ พร้อมกับสามารถควบคุมคุณภาพสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2556	2557	2558 ⁽³⁾	2559 ⁽³⁾	2560 ⁽³⁾
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (บัญชี)	11,471,885	11,842,026	11,869,007	12,170,713	12,783,654
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC (บัญชี)	638,959	693,273	747,343	818,068	852,915
สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	5.6%	5.9%	6.3%	6.7%	6.7%
ยอดสินเชื่อบุคคลคงค้างของอุตสาหกรรม ⁽²⁾ (ล้านบาท)	299,138	312,851	318,354	332,997	354,294
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC (ล้านบาท)	15,121	16,644	18,583	21,959	24,757
สัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	5.1%	5.3%	5.8%	6.6%	7.0%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	10,920	14,238	11,859	10,533	8,873
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	222	194	194	206	189
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	3.7%	4.6%	3.7%	3.1%	2.5%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	1.5%	1.2%	1.0%	0.9%	0.8%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

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

⁽³⁾ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ปรับข้อมูลของธุรกิจสินเชื่อบุคคลย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2558-2560

2.2.4 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2561

2.2.4.1 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2561

ในภาพรวม เศรษฐกิจยังคงมุ่งมั่นและไม่หยุดนิ่ง ตามสถานการณ์การแข่งขันที่ยังคงรุนแรง ต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยแวดล้อมด้านการขับเคลื่อนของภาครัฐในนโยบายเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และผลักดันให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสด มีผู้ให้บริการที่เป็นฟินเทคหน้าใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย รวมถึงสภาพสังคมเมืองจะเปลี่ยนไป กลุ่มผู้สูงอายุมีมากขึ้น และนวัตกรรม เทคโนโลยี วิทยาการใหม่ๆ จะค่อยๆ เข้ามามีอิทธิพล และขับเคลื่อนสังคมให้เป็นโลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ

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

ทั้งนี้ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทในปี 2561 สามารถสรุปพอสังเขป ได้ดังนี้

- การตลาดที่เน้นการเติบโต และเพิ่มพูนสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญมากขึ้นกับเซ็กเมนต์ที่เป็นกลุ่มระดับบน หรือไฮเอนด์ และฐานกลุ่มคนรุ่นใหม่ (young gen) ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต โดยเน้นช่องทางการสมัครผ่านออนไลน์ และการขยายฐานบัตรผ่านร้านค้า และพันธมิตรให้มากขึ้น นอกจากนี้ จะมีการปรับปรุงสิทธิประโยชน์ของบัตรบางประเภทให้น่าสนใจและแข่งขันได้มากขึ้น รวมถึงจะมีการทำงานร่วมกับพันธมิตร co-brand ในการปรับปรุงหรือสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมและวางแผนในการขยายฐานบัตรร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับทั้งพันธมิตร co-brand และเคทีซี
- การตลาดที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ ด้วยการปรับปรุงบริการด้านดิจิทัลที่มีอยู่เดิม และสร้างสรรค์บริการใหม่ๆ ที่หลากหลาย ให้ง่ายขึ้น ทั้ง TapKTC โมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งได้มีการปรับปรุงและเพิ่มบริการใหม่ๆ เพื่อความปลอดภัย สะดวก และง่ายในการใช้บริการด้วยตนเองในปีที่ผ่านมาแล้ว ในปีนี้ ยังคงจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมบริการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง จะมีการปรับปรุง ClickKTC บริการออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ClickKTC ที่รองรับการเข้าใช้งานจากทุกอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเข้าใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ หรือ ดีไวซ์ทุกระบบปฏิบัติการ มีฟังก์ชันการใช้งานครบ สะดวก และที่สำคัญมีความปลอดภัยสูงสุด รวมถึงปรับเว็บไซต์ www.ktc.co.th ให้ใช้งานง่าย ทันสมัย เพื่อให้สมาชิกมีประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ และเกิดความพอใจสูงสุด
- การตลาดที่ยังคงเน้นสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย และครอบคลุม โดยให้ความสำคัญในทุกหมวดที่จะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อเนื่องจนกลายเป็นบัตรที่ใช้ประจำ และครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศ โดยเน้นที่จังหวัดหลักๆ 21 จังหวัด โดยจะประสานความร่วมมือกับพันธมิตร ร้านค้า และองค์กร สมาคมต่างๆ ออกแบบโปรแกรมการตลาดสิทธิประโยชน์ ที่คงเอกลักษณ์ของเคทีซี คือ มีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์ หลากหลาย และขยายพันธมิตรด้าน

ออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงจะยังคงสร้างประสบการณ์ที่ดีผ่านรูปแบบกิจกรรม งานอีเวนท์ต่างๆ ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน

- การตลาดที่ต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยบริการ KTC World บริการข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมร่วมกับพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ มีความร่วมมือกับองค์กรด้านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดหาสิทธิพิเศษที่แตกต่างและเฉพาะสำหรับสมาชิกบัตรเท่านั้น มีการจัดกิจกรรม เช่น งานแฟร์ งานประกวด เวิร์คช็อปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร่วมกับสมาคมและองค์กรต่าง ๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของสมาชิกบัตรที่มีไลฟ์สไตล์ด้านการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ
- การตลาดที่เน้นการสร้างสัมพันธ์กับพันธมิตรแบบองค์รวมอย่างยั่งยืน โดยจะเชื่อมโยง ต่อยอด และสอดประสานทุกกลุ่มธุรกิจ ภายใต้แนวคิดทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย และไม่ทิ้งการตอบโจทย์ความต้องการของสมาชิก รวมถึงจะยังแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ จากธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม เติบโตตามกระแส และเทรนด์ของโลก หรือเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพ หรือเป็นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของสมาชิกให้แน่นขึ้น
- การตลาดแบบการสร้างความรักภักดี และการทำแบบเซกเมนต์ (Segmentation) โดยจะบริหาร Portfolio ที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ควบคู่กับการต่อยอดด้วยแคมเปญการใช้คะแนน FOREVER REWARDS ที่เป็นจุดแข็งของเคทีซี โดยเน้นการแลกคะแนนแบบคุ่มค่า คะแนนน้อยแลกได้ มีหลากหลายสินค้าและบริการ และเน้นประสบการณ์การแลกแบบออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงการทำโปรแกรมแบบเน้นความถี่ (Frequency) ให้สมาชิกใช้บ่อยครั้ง จนเกิดพฤติกรรมและกลายเป็นบัตรประจำ (default card)
- การตลาดที่เน้นสะท้อน คุณค่าของแบรนด์ที่ได้พัฒนาใหม่ภายใต้สามแกนหลัก เพื่อการเติบโตแบบยั่งยืนในระยะยาว และเพื่อให้เคทีซี เป็นที่จดจำ มีความแตกต่าง จากผู้ให้บริการรายอื่นๆ โดยจะใช้การสื่อสาร ที่ตอบโจทย์ ชัดเจน ตลอดจนมีการใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ โดยเน้นสื่อดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงสมาชิกได้เร็ว ตามโลกและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป
- การขยายธุรกิจร้านค้ารับบัตร เคทีซีมุ่งเน้นการรุกเข้าธุรกิจประเภทใหม่ การขยายสู่ตลาดขนาดเล็ก (Micro Merchant) การขยายสู่ตลาดต่างจังหวัด และการเดินหน้ารุกธุรกิจออนไลน์ รวมถึงการมุ่งพัฒนาแอปพลิเคชัน TapKTC Merchant เพื่อเพิ่มบริการ/ช่องทางการรับชำระ KTC Payment Solutions เพื่อตอบสนองการทำธุรกรรมของร้านค้าพันธมิตรทั้งออฟไลน์ (Offline) และออนไลน์ (Online) ซึ่งร้านค้าทุกประเภทจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากทีมฝ่ายขายและการตลาด เพื่อเสนอบริการ KTC Payment Solutions ที่เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจ รวมถึงการร่วมวางแผนและหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ร่วมกัน
- การตลาดอื่นๆ (Other Marketing Programs) เคทีซีไม่มองข้ามกิจกรรมการตลาดประเภทอื่น ที่ส่งเสริมให้สมาชิกพึงพอใจ และสร้างพฤติกรรม ความจงรักภักดีในการใช้บัตร เช่น การนำเสนอแผนประกันภัยรูปแบบต่างๆ บริการ “KTC USHOP” ที่เพิ่มความพึงพอใจในการคิดสรรสินค้าโดยเน้นที่คุณภาพและความน่าเชื่อถือของเจ้าของสินค้า เน้นการทำตลาดแบบตรงกลุ่ม (segmentation) ความสะดวกในการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตเคทีซีหรือใช้คะแนนสะสม Forever Rewards และเป็นอีกหนึ่งช่องทางการตลาดสำหรับพันธมิตรของเคทีซีอีกด้วย

2.2.4.2 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2561

ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน สินเชื่อบุคคลยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาด เนื่องจากช่วยแบ่งเบาภาระผู้บริโภคจากหนักให้เป็นเบาได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการต่าง ๆ ยังพยายามที่จะรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง อย่างไรก็ตามก็ดีสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด ในขณะเดียวกันก็มีความระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของลูกค้าเป็นอย่างมากเพื่อช่วยลดความเสี่ยงของบริษัท ดังนั้น จึงไม่เน้นกลยุทธ์ทางด้านราคาแต่มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ โดยมีกลยุทธ์หลัก ๆ ในการดำเนินธุรกิจเป็นดังนี้

1. มุ่งขยายฐานสมาชิกใหม่ที่มีคุณภาพให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและเน้นการรับสมัครผ่านออนไลน์มากขึ้น

ในปี 2561 นี้ เคทีซีจะขยายกลุ่มเป้าหมายให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเจาะไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพมากขึ้น มุ่งเน้นไปยังกลุ่มที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไปให้มีสัดส่วนในพอร์ตมากขึ้น โดยจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการรับสมัครสมาชิกใหม่ตลอดทั้งปี ชูจุดเด่นเรื่องความคุ้มค่าเมื่อสมัครและใช้บัตรสินเชื่อ พร้อมใช้ KTC PROUD และนอกจากนี้เคทีซีจะมุ่งเน้นช่องทางที่เป็น Pull channel คือ ช่องทางการรับสมัครผ่านออนไลน์ให้มากขึ้นเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่เน้นการค้นหาข้อมูลผ่านทางออนไลน์มากขึ้น โดยเน้นไปที่ Key Word ที่กลุ่มเป้าหมายใช้ค้นหา รวมถึงช่องทางเว็บไซต์ www.ktc.co.th พร้อมกันนี้จะเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับสมาชิกตั้งแต่การสมัครด้วยบริการที่รวดเร็ว เช่นบริการ CASH@TOUCH ที่เป็นการสมัครผ่านสาขา KTC TOUCH ก็ทำได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถทราบผล และรับเงินสดได้ภายใน 30 นาที หรือช่องทางสมัครผ่าน Online ที่จะได้รับการติดต่อกลับภายใน 2 ชม.

2. พัฒนาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการและเน้นสร้างประสบการณ์ออนไลน์ที่ดี

เพื่อรองรับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในสมัยนี้ ที่ก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง เคทีซีจึงมุ่งเน้นพัฒนาคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ความสะดวกรวดเร็วเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมองหา เคทีซีจะเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้รองรับและเป็นการเพิ่มประสบการณ์ในด้านออนไลน์ให้มากขึ้น เช่นบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ TapKTC โหมบายแอปพลิเคชัน และ ClickKTC ผ่านทางเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ClickKTC ที่สมาชิกสามารถดำเนินการเบิกถอนเงินสดได้ตลอด 24 ชั่วโมง ได้ตามวงเงินที่เหลืออยู่ โดยไม่มีข้อจำกัดในการเบิกถอน เพื่อเพิ่มความสะดวกและปลอดภัยให้สมาชิกมากขึ้น

3. สร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีในการเป็นสมาชิกสินเชื่อเพื่อสร้างความภักดีในระยะยาว

เคทีซีจะเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเป็นสมาชิกไปพร้อมๆ กับการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นตลอดการเป็นสมาชิก เราจะดูแลสมาชิกตั้งแต่เริ่มต้นสมัคร โดยจะมีการนำเสนอสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมทุกรูปแบบ ทั้งในด้านการเบิกถอนเงินสด ซึ่งจะมีโปรแกรมความคุ้มค่าในการใช้สินเชื่อมอบให้สมาชิกตลอดทั้งปี เช่น โครงการเคสียร์หนี้เกลี้ยง และบริการแบ่งชำระสินค้าอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0% เฉพาะร้านค้าที่ร่วมรายการ และอีกกว่า 15,000 ร้านค้าที่สามารถแบ่งชำระสินค้าได้ นอกจากนี้เคทีซีจะยังคงมุ่งมั่นให้สมาชิกมี

วินัยทางการเงินและมีการบริหารรายได้ที่มีประสิทธิภาพและสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยปลอดภาระหนี้ โดยจะจัดกิจกรรม Work Shop ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มวินัยทางการเงิน การสร้างอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้และการลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่สมาชิก โดยสมาชิกสามารถเข้าร่วมโครงการได้ในราคาพิเศษ และ/หรือใช้คะแนนสะสมเพื่อสมัครร่วมโครงการได้ เช่น กิจกรรมทำเบเกอรี่พื้นฐานที่เรียนจบรับรองได้ทันที เป็นต้น โดยจะมีการคัดสรรวิทยากรผู้มีความรู้ในหัวข้อต่างๆ มาบรรยายพร้อมจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องควบคู่กันไป

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 จะถูกนำมาพิมพ์ตัวนูนชื่อ นามสกุลของผู้ถือบัตรบนหน้าบัตรเครดิต 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 2560 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 12,577 ล้านบาท ประกอบด้วยทุนชำระแล้ว 2,578 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 1,892 ล้านบาท กำไรสะสม (จัดสรรแล้วตามกฎหมาย และยังไม่จัดสรร) 8,107 ล้านบาท และมีหนี้สินทั้งหมด 61,059 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 ทั้งนี้เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการประเมินความเสี่ยง 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 เพื่อใช้ในการคัดเลือกกลุ่มลูกค้าและอนุมัติลูกค้ารายใหม่ โดยแบบจำลองดังกล่าวเกิดจากการนำความรู้ด้านสถิติมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์อนุมัติสินเชื่อโดยนักวิเคราะห์ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์สินเชื่อ ตลอดจนได้มีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของแบบจำลองอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้การตัดสินใจสะท้อนถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน รวมถึงควบคุมระดับความเสี่ยงให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ในการกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อนั้น จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะอนุกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) รวมถึงบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลากหลายหน่วยงาน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

บริษัทได้มีการใช้ Behavior Scoring Model ในการจัดอันดับความเสี่ยงด้านเครดิตของลูกค้าที่อยู่ใน Portfolio โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้และพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละราย เพื่อช่วยในการพิจารณาปรับเพิ่มวงเงินชั่วคราวสำหรับบัตรเครดิตและปรับเพิ่มวงเงินถาวรให้แก่ลูกค้า รวมถึงการพัฒนาเพื่อใช้ในกระบวนการตั้งเงินสำรอง (Provision) ของบริษัทตามระดับความเสี่ยงของลูกค้าที่ประเมินได้จากแบบจำลองดังกล่าวให้เป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชี IAS39 ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และระเบียบมาตรฐานการตั้งสำรองฉบับใหม่ที่มีชื่อว่า IFRS9 ที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2562 นี้ ซึ่งระดับคะแนนของ Behavior Scoring Model จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระดับเงินทุนสำรองของบริษัท

3.2.2 ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้

การไม่ได้รับชำระหนี้คือนัยสำคัญอาจส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจึงมีนโยบายให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภครายย่อยแก่ลูกค้าที่มีความสามารถในการจ่ายชำระคืน อีกทั้งบริษัทได้กระจายสินเชื่อดังกล่าวไปทั่วทุกอุตสาหกรรม ภูมิภาคและกลุ่มลูกค้า ทำให้ความเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ได้รับชำระหนี้จากลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 ลูกหนี้การค้ารวมของบริษัทที่อายุไม่เกิน 90 วัน มีจำนวน 72,519

ล้านบาท คิดเป็นอัตราร้อยละ 98.7 ของยอดลูกหนี้การคำนวณที่มีมูลค่าเท่ากับ 73,488 ล้านบาท หลังจากหักค่าเผื่อนี้ สงสัยจะสูญจำนวน 5,699 ล้านบาทแล้ว บริษัทมีลูกหนี้การคำนวณอยู่ที่ 67,788 ล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทคำนึงถึงคุณภาพลูกหนี้เป็นสำคัญ โดยเน้นนโยบายเรื่องการบริหารจัดการความเสี่ยงซึ่งเป็นการรักษา สมดุลระหว่างจำนวนพอร์ตใหม่ที่เพิ่มขึ้นและความสามารถในการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมในระดับที่ยอมรับได้ และ บริษัทสามารถควบคุมคุณภาพพอร์ตได้ดีขึ้น จากการปรับการบริหารจัดการหนี้ตั้งแต่ก่อนที่จะเป็นหนี้เสีย (Pre-delinquent) ประกอบกับการติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ โดยบริษัทมีสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (> 90 วัน) สำหรับลูกหนี้บัตรเครดิต ณ 31 ธันวาคม 2559 ที่ร้อยละ 1.2 และ ณ 31 ธันวาคม 2560 อยู่ที่ร้อยละ 1.1 สำหรับสินเชื่อบุคคล ณ 31 ธันวาคม 2559 อยู่ ที่ร้อยละ 0.9 และ ณ 31 ธันวาคม 2560 ที่ร้อยละ 0.8

3.2.3 ความเสี่ยงอันเกิดจากการควบคุมของภาครัฐ

กระทรวงการคลังได้ออกประกาศอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยอนุญาตให้ ประกอบธุรกิจภายใต้ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 และมอบอำนาจให้ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลโดยได้ ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าว รวมทั้งมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่สามารถเรียกเก็บจากลูกค้า คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตและลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งบริษัทได้รับ อนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับแล้ว รวมถึงได้รับอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบ ธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ตามพระราชบัญญัติระบบการชำระเงิน พ.ศ. 2560 และพระราชกฤษฎีกาว่า ด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 ซึ่งคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล ได้ออกประกาศเกี่ยวกับข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ในการ ประกอบธุรกิจดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คือ พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาด หลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจ ข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2552 และพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นกฎหมายที่บังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจ

ทั้งนี้ บริษัทได้ถือปฏิบัติตามกฎหมาย ประกาศ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ได้ออกมาบังคับใช้แล้วทุกประการ เช่น การ ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งได้ทำการปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำกับดูแลธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตและ สินเชื่อส่วนบุคคล ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวงเงินและดอกเบี้ย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการกำกับดูแลปัญหาหนี้ครัวเรือน และเพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถในการชำระหนี้ โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2560 ขณะที่ลูกค้าเก่าไม่ได้ รับผลกระทบ เช่น การพิจารณากำหนดวงเงินในการอนุมัติสินเชื่อบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคล หรือการพิจารณา วงเงินชั่วคราวกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น ซึ่งการแก้ไขประกาศดังกล่าวบริษัทได้จัดให้มีแนวทาง และกระบวนการเพื่อให้สามารถ ปฏิบัติได้ตามประกาศ รวมถึงพิจารณาถึงผลกระทบของการแก้ไขหลักเกณฑ์ทั้งในส่วนของบริษัทและลูกค้า นอกจากนี้ บริษัทได้จัดให้มีหน่วยงาน Compliance เพื่อทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแล ติดตามศึกษากฎหมาย ประกาศ คำสั่งที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจและการปฏิบัติงานของบริษัท รวมทั้งปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะ เช่น การกำกับ ดูแลเกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงิน เป็นต้น เผยแพร่ให้พนักงานทำความเข้าใจ ตลอดจนกำกับดูแลให้บริษัทมีการประกอบ ธุรกิจและการปฏิบัติงานโดยถูกต้อง โดยมีการรายงานตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมีหน่วยงาน Legal ที่ทำหน้าที่

ดูแลให้คำปรึกษาข้อกฎหมาย รวมถึงจัดทำข้อตกลงหรือนิติกรรมสัญญาที่เป็นมาตรฐาน และไม่ขัดต่อข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อนึ่ง หากการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับต่างๆ ไม่มีความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัทได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ออกกฎระเบียบได้มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบให้สอดคล้องกับภาวะตลาดในขณะนั้นๆ ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าความเสี่ยงนี้จะถูกบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

ประเด็นที่ถือว่าเป็นความเสี่ยงในระดับสูง คือ

1. การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ป.ป.ง.) พร้อมกฎกระทรวงเกี่ยวกับการพิสูจน์ทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า และพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง เนื่องจากเป็นกฎหมายและกฎเกณฑ์ ซึ่งกระทบต่อการทำหน้าที่ทั้งเรื่องการรู้จักลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า การติดตามความผิดปกติของการทำรายการของลูกค้า โดยเฉพาะลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง บริษัทจึงได้มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อการเรียนรู้ต่างๆ รวมทั้งจัดให้มีการจัดทดสอบเพื่อประเมินความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายให้กับผู้บริหาร และพนักงานเป็นประจำอีกด้วย
2. การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย Foreign Account Tax Compliance Act (FATCA) เนื่องจากเป็นกฎหมายและกฎเกณฑ์ใหม่ของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มาใช้บังคับ บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (เพื่อละเว้นการถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย) โดยมี GIN No. 63CF3L.99999.SL.764 จากการติดตามได้มีพระราชบัญญัติการปฏิบัติการตามความตกลงระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับรัฐบาลแห่งประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อความร่วมมือในการปรับปรุงการปฏิบัติตามการภาษีอากรระหว่างประเทศ พ.ศ.2560 ซึ่งได้มีผลบังคับใช้เมื่อ 19 ตุลาคม 2560 ปัจจุบันบริษัทได้มีการปรับปรุงประเภทการลงทะเบียนของบริษัทตามข้อตกลง FATCA จากเดิมที่ได้ลงทะเบียนในประเภทสถาบันการเงินที่ต้องรายงาน (Foreign Financial Institution - FFIs) เป็นประเภทสถาบันการเงินที่ถือได้ว่าได้ปฏิบัติตาม FATCA แล้ว (Deemed - Compliant FFIs) รวมถึงได้มีการทบทวนนโยบายการดำเนินงานตาม FATCA เพื่อตรวจสอบสถานะความเป็นพลเมืองสหรัฐอเมริกาของลูกค้าบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลทั้งประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และมีขั้นตอนปฏิบัติงานรองรับเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว
3. บริษัทให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมายการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต เนื่องจากข้อมูลเครดิตของลูกค้านั้นเป็นข้อมูลที่สำคัญ และบริษัทจะต้องเก็บรักษาไว้เป็นความลับ ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการพัฒนาระบบงานขึ้นเพื่อรองรับการสืบค้นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาสินเชื่อ โดยได้กำหนดสิทธิให้เฉพาะเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเท่านั้น ที่สามารถเรียกดูข้อมูลได้
4. การปฏิบัติตามพระราชบัญญัติการทวงถามหนี้ พ.ศ. 2558 ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 2 กันยายน 2558 เป็นต้นมา บริษัทในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ ได้มีการเตรียมความพร้อม

ในเรื่องนี้ด้วยแล้ว 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 และได้ขยายระยะเวลาการรับบริการตามสัญญาดังกล่าวออกไปจนถึงวันที่ 31 มีนาคม 2561 โดยบริษัทสามารถใช้เครือข่ายสาขาของธนาคารในการจัดหาสมาชิกบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล การรับชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตและค่างวดสินเชื่อบุคคล และร่วมใช้ระบบงาน Computer System บางส่วนของธนาคารเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านงานสนับสนุนได้อีกด้วย โดยบริษัทจะจ่ายค่าบริการด้านงานสนับสนุนที่กำหนดตามอัตราตลาดให้กับธนาคาร ทั้งนี้ บริษัทเห็นว่าการเสี่ยงอันอาจเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารนั้นมีน้อยมาก เนื่องจากการเข้าทำสัญญาดังกล่าวได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการของธนาคาร นอกจากนี้ในส่วนของการจัดหาสมาชิกนั้น บริษัทมีช่องทางการจัดหาสมาชิกที่หลากหลาย อีกทั้งยังได้รับความสนับสนุนจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในการให้บริการเพื่อเป็นช่องทางการชำระเงินสำหรับลูกค้าของบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าอีกด้วย ทั้งนี้ หากธนาคารไม่ปฏิบัติตามสัญญาแล้วนั้น บริษัทสามารถจัดหาผู้ให้บริการรายใหม่ๆ เพื่อรองรับการดำเนินงานได้ สำหรับในส่วนหนึ่งของระบบงานข้อมูลสารสนเทศนั้น บริษัทร่วมใช้ระบบงานข้อมูลสารสนเทศของธนาคารน้อยมาก ดังนั้น การไม่ปฏิบัติตามสัญญาของธนาคารซึ่งโอกาสที่จะเกิดขึ้นนั้นมีน้อยมาก จะไม่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัท

3.2.5 ความเสี่ยงอันเกิดจากสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นอันเกิดจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการ

บริษัทได้ตระหนักถึงสภาวะการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น โดยอาจส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคา การแย่งชิงลูกค้า หรือการรับโอนหนี้ของลูกค้า ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานรวมทั้งผลประกอบการของบริษัท อย่างไรก็ตาม บริษัทมีความชำนาญในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน รวมทั้งมีการลงทุน พัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ นั้น จะต้องใช้เวลาในการสำรวจตลาดและวิธีการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะประเภทนี้ ทำให้บริษัทมีข้อได้เปรียบเหนือผู้ประกอบการรายอื่นๆ เป็นอย่างมาก ด้านกฎระเบียบของทางการที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของบริษัท ซึ่งจากประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานกว่า 20 ปี ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพดังเช่นที่ผ่านมา ดังนั้น บริษัทเห็นว่าการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นนั้นไม่น่าจะส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 สัดส่วนลูกหนี้บัตรเครดิตรวมและสัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC เทียบอุตสาหกรรม เท่ากับร้อยละ 12.3 และ 7.0 ตามลำดับ จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 12.8 และ 6.6 ตามลำดับ

3.3 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เป็นความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี ขาดธรรมาภิบาลในองค์กร หรือขาดการควบคุมที่ดีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานภายใน บุคลากร ระบบงาน หรือเหตุการณ์ภายนอก และส่งผลกระทบต่อรายได้จากการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงความเสี่ยงด้านกฎหมาย เช่น การถูกทางการเปรียบเทียบปรับ เป็นต้น ซึ่งความเสี่ยงด้านปฏิบัติการอาจจะมีผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านอื่น โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) และความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputation Risk)

บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่มุ่งเน้นไปที่การป้องกัน และติดตามดูแลความเสี่ยงประเภทนี้เพื่อให้มีระบบการควบคุมภายในที่ดี 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 และคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ประกอบกำหนดยุทธศาสตร์และพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงให้เหมาะสม เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้บริษัทประเมินความสามารถของระบบควบคุมภายในว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดอีกทางหนึ่งด้วย เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริษัทมีแผนรองรับและสามารถดำเนินธุรกิจได้ในภาวะวิกฤต เป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการที่สำคัญของบริษัท ได้แก่

3.3.1 ความเสี่ยงอันเกิดจากการสูญเสียข้อมูล

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทนั้น จำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลขนาดใหญ่เกี่ยวกับลูกค้าและรายการธุรกรรมต่างๆ ทำให้มีความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ การสูญเสียข้อมูลอันเกิดจากอุบัติเหตุหรือมีผู้จงใจทำลายข้อมูลหรือความผิดพลาดที่เกิดจากระบบ ดังนั้น เพื่อเป็นการป้องกันความเสี่ยงอันเกิดจากการรั่วไหลของข้อมูลที่สำคัญ บริษัทได้กำหนดมาตรการที่รัดกุมในการรักษาข้อมูลและให้อำนาจเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า พร้อมทั้งจัดหาซอฟต์แวร์สำหรับการควบคุมการรั่วไหลของข้อมูลเพิ่มเติม ด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการที่มีผู้จงใจทำลายข้อมูลนั้น บริษัทได้กำหนดให้มีการจัดทำฐานข้อมูลสำรอง และมีกระบวนการนำข้อมูลกลับคืนมาหากข้อมูลถูกทำลาย รวมทั้งจัดให้มีการสำรองระบบงานเป็นแบบออนไลน์เรียลไทม์อีกด้วย

3.3.2 ความเสี่ยงจากการทุจริตบัตรเครดิต/สินเชื่อบุคคล

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันและติดตามความเสียหายจากการทุจริตบัตรเครดิต โดยปัจจุบันบริษัทใช้ชิปเทคโนโลยี (Chip Card and EMV Technology) ซึ่งเป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงสุดแทนระบบแถบแม่เหล็ก (Magnetic Stripe) นอกจากนี้ ยังมีแผนงานในการนำชิปเทคโนโลยีมาใช้กับบัตรสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อเพิ่มความปลอดภัยใน

การทำรายการกดเงินสดผ่าน ATM ซึ่งมีแนวโน้มการทุจริตที่สูงขึ้นมากในปัจจุบัน โดยบัตรสินเชื่อที่ออกใหม่ หรือการต่ออายุบัตรเดิม และรวมถึงการออกบัตรใหม่ทดแทน ในปี 2558 บริษัทได้เปลี่ยนบัตรที่ออกใหม่ทั้งหมดเป็น Chip Card ส่วนบัตรเก่าอยู่ในระหว่างการทยอยเปลี่ยน รวมทั้งได้มีการลงทุนนำระบบ Online Fraud Detection ใหม่ที่มีประสิทธิภาพสูง มาใช้กับทั้งด้านบัตรและร้านค้า และมีทีมงานเฝ้าระวัง (Monitor) ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน นอกจากนี้บริษัทยังได้มีการนำระบบการเข้ารหัส (3D-Secure) สำหรับการทำการธุรกรรมทาง E-Commerce และระบบรหัสผ่านเพียงครั้งเดียว (One Time Password - OTP) ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้ถือบัตรและร้านค้าสมาชิก โดยระบบดังกล่าวเป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศ ทางบริษัทยังได้ออกผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า Virtual Card ให้สำหรับรองรับลูกค้าที่ต้องการควบคุมความเสี่ยงในการทำรายการ e-Commerce ได้ด้วยตนเอง โดยเจ้าของบัตรสามารถกำหนดวงเงินใช้ซื้อสินค้า e-commerce รวมทั้งกำหนดยอดใช้สูงสุดแต่ละรายการสำหรับรายการ E-Commerce ภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนวงเงินดังกล่าวได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรให้ทราบกรณีที่มีรายการใช้จ่ายตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป แต่ในกรณีที่เป็นการทำการรายการทาง E-Commerce จะมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรทราบกรณีที่มีรายการใช้จ่ายตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป รวมถึงมีบริการ SMS แจ้งเจ้าของบัตรทราบกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ และอีเมล เป็นต้น เป็นมาตรฐานที่ส่งให้กับลูกค้าทุกราย นอกจากนี้บริษัทได้ให้ความสำคัญกับ Customer Empowerment โดยมีการพัฒนา Mobile Application ให้เป็นเครื่องมือสำหรับลูกค้าในการบริหารความเสี่ยงด้วยตัวเองที่ให้ลูกค้าสามารถที่จะอายัดบัตรชั่วคราว กำหนดวงเงินการทำรายการ e-Commerce ของบัตร Plastic เพื่อลดความเสี่ยงของการถูกขโมยข้อมูล (Data Breach) ไปทำการรายการทุจริตทาง e-Commerce โดยที่ลูกค้าไม่รู้ตัวซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง รวมทั้งลูกค้ายังสามารถกำหนดยอดและช่องทางการรับ Alert Notification ตามยอดเงินที่ลูกค้าต้องการได้ โดยในปี 2559 มีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลรวมเป็นจำนวน 3.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของปริมาณการใช้จ่ายรวม และในปี 2560 มีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลรวมเป็นจำนวน 2.71 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.001 ของปริมาณการใช้จ่ายรวม

3.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.4.1 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่เพียงพอของเงินทุนหมุนเวียนหรือการจัดหาเงินทุนได้ด้วยต้นทุนที่สูงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท บริษัทจึงได้ตระหนักถึงความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจโลกและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย รวมถึงสภาวะความผันผวนของตลาดการเงินไม่ว่าจะเป็นตลาดตราสารหนี้หรือตลาดทุน ดังนั้นเพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน บริษัทจึงมีแนวทางในการจัดหาเงินกู้ยืมทั้งประเภทระยะสั้นและระยะยาว และปรับสัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับอายุของลูกหนี้ของบริษัท โดยมุ่งเน้นการระดมทุนจากการออกหุ้นกู้ การออกตั๋วเงิน และจัดหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินหลายแห่ง โดยไม่ได้พึ่งพิงสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีเงินกู้ยืมทั้งสิ้น 53,423 ล้านบาท ประกอบด้วย เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกัน 500 ล้านบาท สถาบันการเงินอื่น 9,568 ล้านบาท และจากหุ้นกู้เป็นจำนวน 43,355 ล้านบาท บริษัทมีลูกหนี้รวมทั้งหมดจำนวน 73,488 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็น

ลูกหนี้ที่มีอายุไม่เกิน 90 วัน โดยมีจำนวน 72,519 ล้านบาทหรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 98.7 ของยอดลูกหนี้รวมทั้งหมด บริษัทมีวงเงินสินเชื่อคงเหลือ (Available Credit Line) จำนวนทั้งสิ้น 21,570 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยวงเงินจากธนาคารกรุงไทยจำนวน 18,030 ล้านบาทและวงเงินจากธนาคารพาณิชย์อื่นๆ อีกจำนวน 3,540 ล้านบาท

ทั้งนี้ บริษัทมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E Ratio) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 เท่ากับ 4.85 เท่า ซึ่งยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาระผูกพันที่กำหนดไว้ในหนังสือชี้ชวนของการออกหุ้นกู้ที่ต้องดำรงอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้ไม่เกิน 10 เท่า

บริษัทมีหน่วยงานด้านการบริหารเงินที่คอยติดตามประเมินวิเคราะห์แนวโน้มสภาพคล่องของบริษัท มีการจัดทำแบบจำลองในสถานการณ์ต่างๆ (Scenario Analysis) ที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัททั้งในระยะสั้นและในระยะยาว มีการคาดการณ์แนวโน้มอัตราดอกเบี้ย และฐานเงินทุน ตลอดจนเงินกู้ยืมของบริษัท เพื่อเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ อันจะมีผลกระทบต่อแหล่งเงินทุนและป้องกันไม่ให้เกิดภาวะการขาดสภาพคล่อง หรือการมีสภาพคล่องมากเกินไปได้อย่างทัน่วงที่ รวมทั้งได้ร่วมกับหน่วยงาน Enterprise Risk Management (ERM) ในการบริหารสภาพคล่องให้เป็นไปตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทที่หน่วยงาน ERM ได้มีการจัดทำขึ้น อีกทั้งได้มีการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Key Risk Indicators) และการทดสอบภาวะวิกฤต (Stress testing) เพื่อใช้ในการประเมิน ติดตาม ควบคุม และรายงานสถานะความเสี่ยงด้านสภาพคล่องของบริษัทต่อ Risk Management Committee อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีแผนรองรับภาวะฉุกเฉินด้านสภาพคล่องหากความเสี่ยงด้านสภาพคล่องเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เพื่อให้บริษัทสามารถจัดการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ภายใต้ภาวะฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4.2 ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

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

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 สัญญาเช่าระยะยาวในการเช่าอาคารและอุปกรณ์

บริษัทมีสัญญาเช่าระยะยาว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ดังนี้

- 4.1.1. บริษัทมีสัญญาเช่าอาคารสำนักงานซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 591 อาคารสมัชชชวาณิช 2 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร และมีสัญญาเช่าอาคารเพื่อเป็นสำนักงาน และเป็นที่ตั้งของ KTC Touch จำนวนทั้งสิ้น 21 จุดบริการ แบ่งเป็น 20 จุดบริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาคนอกจากนี้ยังมีสัญญาบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และสัญญาเช่าเครื่องรูดบัตรหลายฉบับ ซึ่งสัญญาดังกล่าวที่มีผลผูกพัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 วันที่ 31 ธันวาคม 2559 และ 31 ธันวาคม 2560 มีค่าเช่าและบริการ ดังนี้

ค่าเช่าและบริการ (หน่วย: พันบาท)	31 ธ.ค. 58	31 ธ.ค. 59	31 ธ.ค. 60
ระยะเวลาที่ไม่เกิน 1 ปี	228,986	177,932	243,427
ระยะเวลาที่เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	129,375	98,006	400,211
รวม	358,361	275,938	643,638

- 4.1.1 บริษัทได้ทำบันทึกความเข้าใจร่วมกับผู้ให้บริการภายในประเทศแห่งหนึ่ง (“คู่สัญญา”) เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2555 เพื่อจัดซื้อระบบประมวลผลข้อมูลมาใช้เสริมศักยภาพการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเพื่อการบริโภคทดแทนการใช้ระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทต่างประเทศผู้ให้บริการรายเดิม ที่ได้สิ้นสุดสัญญาการให้บริการลง โดยที่บริษัทได้ดำเนินการพัฒนาและทดสอบระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทมาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555 และบริษัทได้ทำสัญญาด้านระบบงานกับคู่สัญญารายนี้ ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2556 เป็นต้นมา โดยเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2560 และ 21 ธันวาคม 2560 บริษัทได้ทำสัญญากับคู่สัญญาเพื่อจัดซื้อระบบงานเพิ่มเติมพร้อมการบำรุงรักษาอย่างเหมาะสม เพื่อรองรับการพัฒนาธุรกิจด้านต่างๆ ของบริษัท และได้ใช้ระบบประมวลผลข้อมูลของบริษัทอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

4.2 ลูกหนี้ของบริษัท

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

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทมีสินเชื่อบัตรเครดิตสุทธิ 45,048 ล้านบาท สินเชื่อธนวัฏสุทธิ 142 ล้านบาท ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลสุทธิ 22,596 ล้านบาท และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิ 2 ล้านบาท

4.2.1 นโยบายการรับรู้อย่างได้

บริษัทมีนโยบายรับรู้อย่างได้ดอกเบี้ยจากลูกหนี้บัตรเครดิตสำหรับรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ครบกำหนดผ่อนชำระแต่ไม่ชำระตั้งแต่วันที่บันทึกบัญชีลูกหนี้บัตรเครดิต และรับรู้อย่างได้ดอกเบี้ยลูกหนี้บัตรเครดิตจากการเบิกเงินสดล่วงหน้าตั้งแต่วันที่เบิกเงินสด สำหรับรายได้ออกเบี้ยรับจากลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล และลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

ทั้งนี้บริษัทจะรับรู้อย่างได้ดอกเบี้ยตามเกณฑ์เงินสดสำหรับลูกหนี้บัตรเครดิต ลูกหนี้สินเชื่อธนวัฏ และลูกหนี้สินเชื่อบุคคลที่ผิดนัดชำระหนี้ติดต่อกันเกิน 180 วัน บริษัทจะเปิดเผยยอดหนี้คงเหลือของลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกัน ซึ่งบริษัทยังคงรับรู้อย่างได้และเปิดเผยรายได้ออกเบี้ยที่รับรู้จากลูกหนี้ที่ค้างชำระเกิน 3 งวดติดต่อกันไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

บริษัทรับรู้อย่างได้ค่าธรรมเนียมและบริการ ซึ่งได้แก่ ค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในฐานะผู้ออกบัตร ค่าธรรมเนียมรับจากผู้ใช้จ่ายต่างธนาคาร และค่าธรรมเนียมอื่น ณ วันที่ให้บริการ

บริษัทรับรู้อย่างได้จากการบริหารงานเมื่อได้ให้บริการตามที่ระบุในสัญญาว่าจ้างบริหารธุรกิจบัตรเครดิต

หนี้สูญได้รับคืนจะถูกบันทึกเป็นรายได้ในงบกำไรขาดทุนและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นในงวดที่บริษัทได้รับชำระ

รายได้จากการตัดบัญชีสำหรับคะแนนสะสมแลกของรางวัล เกิดจากโปรแกรมคะแนนสะสมแลกของรางวัลที่ให้กับลูกค้าของบริษัท โดยคำนวณจากการประมาณอัตราการแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัลของลูกค้า และมูลค่ายุติธรรมของรางวัล และแสดงรายการเป็นหนี้สินหมุนเวียนในงบแสดงฐานะการเงิน

มูลค่าปัจจุบันของประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่ใช้ในการคำนวณตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยโดยมีสมมติฐานหลายอย่าง การเปลี่ยนแปลงของสมมติฐานเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อมูลค่าของประมาณการดังกล่าว

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 นโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ

บริษัทมีการกำหนดนโยบายการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ ดังนี้

- 1) บริษัทพิจารณาค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญของลูกค้าบัตรเครดิต ลูกค้าสินเชื่อธนวัฏบัตรและลูกค้าสินเชื่อบุคคลที่มีอายุนี้เป็นระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน โดยการใช้อัตราร้อยละการสูญเสยสุทธิ (Loss rate net of recovery) ซึ่งบริษัทคาดว่าอัตราการสูญเสยที่ใช้สามารถอธิบายความเสี่ยงของการให้สินเชื่อดังกล่าวได้ ทั้งนี้บริษัทได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลขาดทุนในอดีตด้วยข้อมูลแนวโน้มสถานะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ รวมทั้งเพิ่มปัจจัยทางเศรษฐกิจเพื่อรองรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะเศรษฐกิจผันผวนในอนาคต และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลาเกินกว่า 90 วันขึ้นไป
- 2) เนื่องจากบริษัทเริ่มให้บริการสินเชื่อเจ้าของกิจการเมื่อปี 2547 แต่ปริมาณสินเชื่อลดลงเรื่อย ๆ ทำให้ไม่มีข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงในอดีตเป็นสถิติเพียงพอในการคำนวณค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญจากอัตราร้อยละของการสูญเสยสุทธิที่เกิดขึ้นจริงได้ ดังนั้นบริษัทจึงประมาณการค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญสำหรับสินเชื่อเจ้าของกิจการโดยใช้เกณฑ์ตั้งสำรองอัตรา ร้อยละ 1 ของยอดลูกหนี้ปรับปรุงด้วยข้อมูลแนวโน้มสถานะเศรษฐกิจที่อาจมีผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของกลุ่มลูกหนี้ สำหรับลูกหนี้ที่มีอายุนี้เป็นระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน และบริษัทตั้งสำรองเต็มจำนวนสำหรับลูกหนี้ผิดนัดชำระเป็นระยะเวลาเกินกว่า 90 วันขึ้นไป
- 3) บริษัทมีการตัดหนี้สูญเมื่อบริษัทพิจารณาว่าจะเรียกเก็บหนี้ดังกล่าวไม่ได้

1. ลูกหนี้บัตรเครดิต

สำหรับปี 2558-2560 มีรายละเอียดของลูกหนี้บัตรเครดิต ดังนี้

	31 ธ.ค. 2558		31 ธ.ค. 2559		31 ธ.ค. 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้บัตรเครดิต	41,412.47	100.00	46,195.50	100.00	48,338.03	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	40,854.80	98.65	45,632.46	98.78	47,798.02	98.88
91 – 180 วัน	211.66	0.51	171.33	0.37	130.25	0.27
มากกว่า 180 วัน	346.02	0.84	391.71	0.85	409.76	0.85
ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ	2,983.43	7.20	3,207.21	6.94	3,290.28	6.81
ลูกหนี้บัตรเครดิต – สุทธิ	38,429.04		42,988.29		45,047.75	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2558 – ปี 2560 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ฟู้ดโรมาทส์ ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

2. ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ

สำหรับปี 2558-2560 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อนวัญดังนี้

	31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559		31 ธ.ค. 2560	
	ร้อยละ	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ	192.54	100.00	174.35	100.00	156.46	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	183.78	95.45	166.95	95.76	150.62	96.27
91 – 180 วัน	1.21	0.63	0.45	0.26	0.39	0.25
มากกว่า 180 วัน	7.55	3.92	6.95	3.98	5.45	3.48
ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ	20.76	10.78	16.99	9.75	14.56	9.31
ลูกหนี้สินเชื่อนวัญ – สุทธิ	171.77		157.36		141.89	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2558 – ปี 2560 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ฟู้ดโรมาทส์ ไทยแลนด์ สอบบัญชี จำกัด

3. ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

สำหรับปี 2558-2560 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อบุคคล ดังนี้

	31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559		31 ธ.ค. 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	18,582.80	100.00	21,958.61	100.00	24,757.41	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	18,389.18	98.96	21,752.86	99.06	24,568.16	99.24
91 – 180 วัน	88.98	0.48	83.80	0.38	56.48	0.23
มากกว่า 180 วัน	104.63	0.56	121.95	0.56	132.76	0.54
ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ	1,510.18	8.13	1,804.57	8.22	2,161.13	8.73
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล – สุทธิ	17,072.62		20,154.04		22,596.27	

ที่มา : งบการเงิน ปี 2558 – ปี 2560 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ฟู้ดโรมาทส์ ไทยแลนด์ สอบบัญชี จำกัด

4. ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ

สำหรับปี 2558-2560 มีรายละเอียดของลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ ดังนี้

	31 ธ.ค.2558		31 ธ.ค. 2559		31 ธ.ค. 2560	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ	497.85	100.00	368.26	100.00	235.64	100.00
ไม่เกิน 90 วัน	5.93	1.19	3.66	0.99	2.36	1.00
91 – 180 วัน	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 180 วัน	491.92	98.81	364.61	99.01	233.28	99.00
ค่าเผื่อนหนี้สงสัยจะสูญ	492.18	98.86	364.84	99.07	233.50	99.09
ลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการ – สุทธิ	5.67		3.42		2.14	0.91

ที่มา : งบการเงิน ปี 2558 – ปี 2560 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลรอยท์ฟู้ดโรมาทส์ ไทยแลนด์ สอบบัญชี จำกัด



4.3 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 บริษัทไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทได้แจ้งผู้ให้บริการรายหนึ่งพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ 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 ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือผ่านทางเครือข่าย

สถานที่ตั้ง : สำนักงานใหญ่ที่ 591 อาคารสมัชชาวณิช 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 : <https://www.ktc.co.th/sites/ktc/investor-relations/>

6.3 บุคคลอ้างอิง

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

ที่ปรึกษากฎหมาย : บริษัท สำนักกฎหมายสากล สยามพรีเมียร์ จำกัด
ชั้น 26 อาคาร ดี ออฟฟิศเสส 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
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 2560

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