

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) ธุรกิจบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัญชี ค(3) การให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือผ่านทางเครือข่าย และ ประเภทบัญชี ค(5) การให้บริการรับชำระเงินแทน ซึ่ง ณ 30 กันยายน 2559 มีสมาชิกรวม 2.8 ล้านบัญชี สมาชิกส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 50 อยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล

2.1.1 โครงสร้างรายได้

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

โครงสร้างรายได้ของบริษัทตามงบการเงินเฉพาะ 3 ปีย้อนหลัง (ปี 2556 - ปี 2558) และสำหรับงวด 9 เดือนแรกปี

2559

รายละเอียดโครงสร้างรายได้	ปี 2556 ⁽¹⁾		ปี 2557		ปี 2558		ม.ค. -ก.ย. 2559	
	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%	ล้านบาท	%
รายได้จากธุรกิจบัตรเครดิต	8,210	61.5%	8,915	62.2%	9,667	62.1%	7,920	61.7%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽²⁾	3,526	26.4%	3,775	26.3%	3,970	25.5%	3,190	24.8%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	3,745	28.1%	4,030	28.1%	4,456	28.6%	3,665	28.5%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	939	7.0%	1,110	7.7%	1,241	8.0%	1,066	8.3%
รายได้จากธุรกิจสินเชื่อบุคคล	4,358	32.7%	4,946	34.5%	5,333	34.3%	4,515	35.2%
(1) รายได้ดอกเบี้ย ⁽²⁾	2,125	15.9%	2,341	16.3%	2,486	16.0%	2,103	16.4%
(2) รายได้ค่าธรรมเนียม	1,736	13.0%	1,957	13.7%	2,057	13.2%	1,728	13.5%
(3) หนี้สูญได้รับคืน	497	3.7%	647	4.5%	789	5.1%	685	5.3%
รายได้อื่น ๆ	776	5.8%	476	3.3%	559	3.6%	404	3.1%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล	49	0.4%	44	0.3%	38	0.2%	28	0.2%
- รายได้จากธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ	50	0.4%	39	0.3%	33	0.2%	19	0.1%
- รายการพิเศษจากการขายเงินลงทุนลงทุน	307	2.3%	-	0.0%	-	0.0%	-	0.0%
- กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	69	0.5%	73	0.5%	78	0.5%	91	0.7%
- อื่น ๆ	300	2.3%	321	2.2%	410	2.6%	267	2.1%
รวมรายได้	13,344	100.0%	14,337	100.0%	15,559	100.0%	12,840	100.0%

ที่มา : งบการเงินปี 2556-2558 ตรวจสอบโดยบริษัท ดีลอยท์ทูลูโรมาท์ส ไชยยศ สอบบัญชี จำกัดและงบการเงินงวดเก้าเดือนแรกปี 2559 สอบทานโดย บริษัท ดีลอยท์ทูลูโรมาท์ส ไชยยศ สอบบัญชี จำกัด

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ ตัวเลขงบการเงินปี 2556 ปรับปรุงใหม่เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกับงบการเงินปี 2557




⁽²⁾ บริษัทรับรู้รายได้ดอกเบี้ยของแต่ละธุรกิจที่ต่อมาร้อยละ 15 ไม่รวมรายได้ค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินซึ่งบันทึกเป็นรายได้ค่าธรรมเนียม

2.1.2 ธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต สามารถแยกออกเป็น 2 ด้านคือ ธุรกิจการออกบัตรเครดิตและธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต ธุรกิจการออกบัตรเครดิตจะเริ่มตั้งแต่การจัดหาลูกค้าบัตรเครดิตการอนุมัติวงเงินให้กับผู้ถือบัตรเครดิตการกำกับดูแลการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตการรับชำระหนี้และการติดตามหนี้โดยที่ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร (Issuing Bank) จะมีรายได้เป็นค่าธรรมเนียมในการทำการต่าง ๆ 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 อินเตอร์เนชั่นแนลอินคอร์ปอเรชัน

ปอเพรเท็ด (MasterCard International Incorporated) (“มาสเตอร์การ์ด”) และ เจซีบี อินเตอร์เนชั่นแนล (JCB International) (“เจซีบี”) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลางในการชำระเงินระหว่างธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้า ผู้ถือบัตรสามารถเลือกได้ว่าต้องการใช้บัตรที่ออกร่วมกับวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือ เจซีบี โดยจะสามารถใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดได้กับทุกร้านค้าสมาชิกที่มีสัญลักษณ์   และ 

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

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



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

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

ท้ายที่สุดบริษัทยังให้ความสำคัญ ในการศึกษาตลาด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เพื่อนำเสนอ สิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการและเข้าถึงไลฟ์สไตล์ การใช้บัตรให้มากที่สุด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการเติบโต โดยที่ผ่านมามีบริษัทได้มีการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าดังนี้

จำนวนบัตรเครดิตและลูกหนี้บัตรเครดิต	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ม.ค.-ก.ย. 2559
จำนวนบัตรเครดิตรวม (บัตร)	1,567,283	1,807,755	1,887,015	2,039,967
อัตราการเติบโต (% ต่อปี)	2.5%	15.3%	4.4%	13.4%
ลูกหนี้บัตรเครดิต (ล้านบาท)	32,875	34,715	38,429	41,325
อัตราการเติบโต (% ต่อปี)	2.4%	5.6%	10.7%	9.9%

บริษัทมีรูปแบบของบัตรเครดิตที่หลากหลายสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. **บัตรแบบ Generic Card** ในรูปแบบของบัตรเครดิต KTC VISA/MASTERCARD/JCB ที่ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากสถานบริการและร้านค้าที่มีสัญลักษณ์และ    ทั่วโลก รวมถึงสามารถเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าได้ เนื่องจากลูกค้ามีความหลากหลาย KTC จึงร่วมกับ VISA/MASTERCARD/JCB ในการออกบัตรสำหรับลูกค้า 3 กลุ่มหลักดังนี้ กลุ่มแรกคือ กลุ่มซูเปอร์พรีเมียมซึ่งเป็น

กลุ่มสูงสุด โดย KTC จะพิจารณาเชิญลูกค้าเข้ามาเป็นสมาชิกบัตร KTC VISA INFINITE หรือ KTC WORLD MASTERCARD เพื่อมอบสิทธิพิเศษเหนือระดับให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ กลุ่มที่สองคือ กลุ่มพรีเมียม โดยจะเสนอบัตรเครดิต KTC X VISA SIGNATURE เพื่อรับสิทธิที่ตรงกับความต้องการ กลุ่มที่สามคือกลุ่มแมสซึ่ง KTC จะเสนอบัตรเครดิต KTC VISA PLATINUM หรือ KTC TITANIUM MASTERCARD หรือ KTC VISA / MASTERCARD / JCB Gold โดยสมาชิกสามารถเลือกสมัครได้ตามต้องการ




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









2. **บัตรประเภทบัตรร่วม (Co-brand)** เป็นบัตรที่เกิดจากการร่วมมือระหว่าง KTC กับบริษัทชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เป็นพันธมิตรทางการค้า ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ในการชำระราคาสินค้าและบริการแทนเงินสดจากร้านค้าได้ตามปกติ แต่ถ้าเป็นการนำบัตรประเภทนี้ไปใช้ในร้านค้าที่เป็นผู้ร่วมออกบัตร ผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิพิเศษ เช่น ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการจัดรายการพิเศษเป็นกรณี ๆ ไป โดยบริษัทเหล่านี้จะมีข้อตกลงกับ KTC ในการร่วมมือกันขยายฐานบัตรและจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นสิทธิพิเศษกับผู้ถือบัตรตามลักษณะเฉพาะของบัตรร่วมนั้น ๆ เพื่อขยายฐานบัตรและตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งนี้บัตรร่วม (Co-Brand) ของบริษัท ได้จัดเป็นกลุ่มในรูปแบบของ Life Style Segmentation Card เป็นบัตรที่มีลักษณะเฉพาะ โดยบริษัทจะแบ่งลักษณะของบัตรตามลักษณะการใช้งานของลูกค้าเป็นหลัก โดยที่ลูกค้าจะได้รับสิทธิพิเศษตามลักษณะของบัตรที่แตกต่างกัน
3. **บัตรประเภท Affinity Card** เป็นบัตรที่ออกร่วมกับสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร เช่น สมาคมนักบินไทย สมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สมาคมนิสิตเก่าคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ราชวิทยาลัยแพทย์ออร์โธปิดิกส์แห่งประเทศไทย สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ (วิทยาลัยเสนาธิการทหาร สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร และสถาบันวิจัยทางยุทธศาสตร์) สมาคมศิษย์เก่าวิศวกรรมศาสตร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สมาคมนักเรียนเก่าชิราวุธวิทยาลัยในพระราชูปถัมภ์ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย สมาคมจัดการงานบุคคลสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยขอนแก่น และสมาคมนักเรียนเก่าเตรียมอุดมศึกษาในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

บริษัทให้บริการและมีสิทธิประโยชน์เสนอให้ผู้ถือบัตรเครดิตหลายประการดังนี้

- 1) **บริการชำระค่าสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด** ผู้ถือบัตรเครดิตของบริษัทสามารถชำระค่า

สินค้าและบริการได้ที่ร้านค้า ที่มีสัญลักษณ์   และ  ทั้งในประเทศไทย และในต่างประเทศกว่า 200 ประเทศ ตามวงเงินของผู้ถือบัตรที่ได้รับอนุมัติแต่ละราย โดยบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้น ๆ ให้ร้านค้าผ่านทางธนาคาร/บริษัทร้านค้า เมื่อครบกำหนดรอบบัญชีของผู้ถือบัตร (ประมาณ 1 เดือน) บริษัทก็จะดำเนินการเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรจะสามารถเลือกที่จะชำระเงินให้กับบริษัทเต็มจำนวนตามยอดการใช้จ่าย หรือผ่อนชำระขั้นต่ำตามเกณฑ์ประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงเหลือ แต่ต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาทต่อเดือน โดยกรณีการผ่อนชำระนี้ บริษัทจะคิดดอกเบี้ยร้อยละ 15 ต่อปีรวมกับค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินบัตรเครดิตร้อยละ 5 ต่อปี ตามจำนวนเงินที่ค้างชำระตั้งแต่วันที่บริษัทบันทึกรายการแต่ละรายการถึงวันที่ชำระเงิน

2) **บริการเบิกเงินสดล่วงหน้า (Cash Advance)**เป็นการให้บริการแก่ผู้ถือบัตรเครดิตที่สามารถเบิกเงินสดไปใช้ โดยหักออกจากวงเงินบัตรเครดิตที่บริษัทอนุมัติให้กับผู้ถือบัตร ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถเบิกเงินได้ทั้งในและต่างประเทศ กรณีที่เบิกเงินสดในประเทศ จะสามารถเบิกได้จากเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine หรือ ATM) ของทุกธนาคาร ที่มีเครื่องหมาย  หรือ  หรือ  เบิกจากเคาน์เตอร์สาขาของธนาคารกรุงไทยที่มีเครื่องหมายรับบัตรเครดิตในกรณีที่เป็นการเบิกถอนเงินสดในต่างประเทศ สามารถเบิกได้จากเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ที่มีเครื่องหมาย     และ  หรือเบิกจากจุดแลกเปลี่ยนเงินตรา (Exchange Booth) ที่มีเครื่องหมายรับบัตรวีซ่า มาสเตอร์การ์ด หรือเจซีบี นอกจากนี้ ผู้ถือบัตรเครดิต ยังสามารถทำรายการเบิกถอนเงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์ (ผ่าน ClickKTC) และสมาร์ทโฟน/ เล็ต (ผ่าน TapKTC) ทั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำรายการสำเร็จ สำหรับบริการนี้บริษัทจะได้รับค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าที่บริษัทคิดจากผู้ใช้บริการร้อยละ 3 ของยอดเงินที่เบิกถอนต่อครั้ง โดยกำหนดยอดเงินขั้นต่ำในการเบิกถอนแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 500 บาท และรายได้ดอกเบี้ยจากบัตรเครดิตซึ่งบริษัทเริ่มคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินตั้งแต่วันที่เบิกเงินสดจนถึงวันที่ชำระเงินครบทั้งจำนวน

3) **บริการเสริมอื่นๆ** คือ บริการหรือสิทธิประโยชน์พิเศษเพิ่มเติมที่บริษัทให้แก่ผู้ถือบัตรควบคู่ไปกับบัตร ได้แก่

- **ศูนย์บริการสมาชิกบัตร KTC** ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวัน ท่านสมาชิกบัตรสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ หรือผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติโดยใช้รหัส KTC PIN เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีบัตรเครดิตหรือบริการต่าง ๆ เช่น ขอใบสมัครบัตรเสริม ขอสำเนาใบแจ้งยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิต เปลี่ยนแปลงรอบการตัดบัญชี การโอนหรือแลกคะแนนสะสม การขอเพิ่มวงเงิน รายการส่งเสริมการขาย ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งได้มีการจัดกลุ่มบริการให้ความสะดวกและช่วยเหลือท่านสมาชิกบัตร ดังนี้

<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์บริการสมาชิกบัตร KTC ให้บริการ <li style="padding-left: 20px;">ลูกค้าบัตรเครดิตในกลุ่ม : KTC PHONE <li style="padding-left: 20px;">PLATINUM, TITANIUM, GOLD <li style="padding-left: 20px;">CLASSIC และอื่นๆ 	}	0-2123-5000
--	---	-------------



- | | | | |
|---|--|---|-------------|
| - บัตรเครดิต KTC VISA INFINITE | :KTC VISA INFINITE Line | } | 0-2123-5555 |
| - บัตรเครดิต KTC WORLD
MASTERCARD | :KTC WORLD MASTERCARD Line | | |
| - บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS
PLUS VISA INFINITE | : KTC-KTB PRECIOUS
PLUS VISA INFINITE | | |
| - บัตรเครดิต KTC X VISA
SIGNATURE/ KTCVISA
SIGNATURE | :KTC X VISA SIGNATURELine /
KTC VISA SIGNATURE Line | } | 0-2123-5444 |
| - บัตรเครดิต KTC X WORLD
REWARDS MASTERCARD/ KTC
WORLD REWARDS
MASTERCARD | : KTC X WORLD REWARDS
MASTERCARD/ KTC WORLD
REWARDS MASTERCARD Line | | |
| - บัตรเครดิต KTC-KTB PRECIOUS
VISA SIGNATURE/ KTC-KTB
PRECIOUS PLUS VISA
SIGNATURE | : KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA
SIGNATURE/ KTC-KTB PRECIOUS
VISA SIGNATURE Line | | |
| - บริการพิเศษผู้ถือหุ้นกู้เคทีซี | : KTC Bondholder Line | | 0-2123-5999 |
- **KTC Ultimate Assistance** ให้บริการความช่วยเหลือ 4 รูปแบบครอบคลุมทั่วทุกมุมโลก สำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC VISA INFINITE/ บัตร KTC WORLD MASTERCARD และ บัตร KTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITE ซึ่งสามารถติดต่อ KTC Ultimate Assistance by AXA Assistance โดยตรงที่หมายเลข 0-2206-5431 ความช่วยเหลือประกอบด้วย
 - บริการช่วยเหลือฉุกเฉินทางการแพทย์ทั่วโลก: ให้คำแนะนำปรึกษาทางการแพทย์ และประสานงานเคลื่อนย้ายผู้ป่วยจากสถานพยาบาลแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง เมื่อมีอาการเจ็บป่วยอยู่ในภาวะวิกฤต
 - บริการฉุกเฉินบนท้องถนนภายในประเทศ : บริการรถยก ช่างซ่อม หรือเติมน้ำมันฉุกเฉิน
 - บริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉินภายในบ้าน :บริการช่างกุญแจ ช่างประปา หรือกำจัดแมลง
 - บริการเลขาส่วนตัวทั่วโลก : บริการจองสนามกอล์ฟ ตั๋วภาพยนตร์ คอนเสิร์ต จัดส่งของขวัญหรือดอกไม้ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น




- **บัตรเครดิต KTC-JCB มีศูนย์บริการ**
 - JCB Plaza จำนวน 2 แห่ง
 - JCB Plaza Lounge 9 แห่ง
 - JCB Airport Lounge 28 แห่ง

ให้บริการ Concierge Services by JCB Plaza บริการพิเศษเป็นเลขาส่วนตัวเฉพาะสมาชิกบัตร JCB เพื่ออำนวยความสะดวกในการหาข้อมูล จองตั๋วเดินทาง โรงแรม รถเช่า รวมถึง Medical Hotline Service บริการช่วยเหลือฉุกเฉินยามเจ็บป่วยในต่างแดน
- **KTC World Travel Service** ให้บริการสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ในด้านข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจและท่องเที่ยว การสำรองบัตรโดยสารเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า กรุ๊ปทัวร์และแพ็คเกจอิสระทั้งในและต่างประเทศ ตั๋วรถไฟยุโรป-ยูเรลพาส ตั๋วรถไฟญี่ปุ่น-เจอาร์พาส บัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การดำเนินการขอวีซ่า และประกันการเดินทาง เป็นต้น ดำเนินการโดย บริษัท เวิลด์ เอ็กซ์พลอเรอร์ จำกัด
- **KTC World Travel Service** เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่ 8.00-20.00 น. ที่หมายเลข 0-2123-5050 โดยไม่มีค่าธรรมเนียมการรูดบัตร พร้อมช่องทางออนไลน์ ให้สามารถจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก ฯลฯ ที่ www.ktcworld.co.th
- **บริการรับชำระค่าใช้จ่ายรายเดือนอัตโนมัติ (Auto Payment)** สามารถชำระค่าบริการโทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือ ค่าเบี้ยประกันรายเดือน เงินบริจาครายเดือน ค่าสมาชิกหนังสือ ค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือน และค่าบริการ Easy Top Up ผ่านบัตรเครดิต KTC ได้ทุกประเภทบัตร
- **“The Stories” และ “Wonders Of The World”** บริการข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และบริการใหม่แบบรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเครดิต KTC
- **นิตยสารท่องเที่ยวรายสองเดือน “My World”** ที่รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ พร้อมสิทธิประโยชน์จากพันธมิตร และ คู่มือท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ “KTC Guidezine” ที่เหมาะกับนักเดินทางอิสระ ด้วยจุดหมายปลายทาง ที่เป็นที่นิยม และอยู่ในกระแสนิยม
- **แผนประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง** คุ้มครองท่านสมาชิกบัตร รวมถึงคู่สมรส และบุตรที่มีอายุไม่เกิน 23 ปีบริบูรณ์ ในกรณีที่ใช้บัตรเครดิต KTC ชำระค่าตั๋วโดยสารยานพาหนะสาธารณะ ด้วยวงเงินประกัน สูงสุด คือ
 - 1 ล้านบาท สำหรับบัตรเครดิต KTC VISA CLASSIC/ KTC MASTERCARD CLASSIC
 - 4 ล้านบาท สำหรับ KTC VISA GOLD / KTC MASTERCARD GOLD และ KTC TITANIUM MASTERCARD

- 8 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC VISA PLATINUM / JCB PLATINUM และประกันกระเป๋าเดินทางสูญเสี / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด 40,000 บาท
 - 20 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC VISA SIGNATURE / KTC X VISA SIGNATURE / KTC WORLD REWARDS MASTERCARD / KTC X WORLD REWARDSMASTERCARDและประกันกระเป๋าเดินทางสูญเสี / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด 40,000 บาท
 - 40 ล้านบาท สำหรับบัตร KTC VISA INFINITE / KTC WORLD MASTERCARD และKTC - KTB PRECIOUS PLUS VISA INFINITEและประกันกระเป๋าเดินทางสูญเสี / สูญหาย(กรณีเดินทางต่างประเทศ) สูงสุด 40,000 บาท
- **รายการสะสมคะแนน KTC FOREVER REWARDS**ทุก 25 บาท ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรรับ 1 คะแนน ซึ่งไม่มีวันหมดอายุ เพื่อสะสมไว้แลกกับของรางวัลต่างๆ เช่น ใช้ 1,000 คะแนน แลกแทนเงินสด 100 บาท หรือ ส่วนลดพิเศษเพื่อใช้แลกซื้อสินค้าและบริการ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ กว่า 3,000 แห่งทั่วประเทศ หรือบัตรโดยสารสายการบิน รวมถึงการร่วมแบ่งปัน และทำบุญให้แก่มูลนิธิที่เข้าร่วมรายการ
 - **บริการแบ่งชำระค่าสินค้า/ บริการKTC FLEXI**บริการแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการเป็นงวด ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษร้อยละ 0 - 0.89 ต่อเดือน นานสูงสุดถึง 10 เดือน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวทางการเงิน และการบริหารค่าใช้จ่ายรายเดือน รวมถึงบริการแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการ FLEXI by PHONEเป็นบริการขอแบ่งชำระค่าสินค้า / บริการทางโทรศัพท์สำหรับรายการที่รอเรียกเก็บในเดือนถัดไป ด้วยอัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.89ต่อเดือน
 - บัตร JCB ใช้งานที่ประเทศญี่ปุ่น บริการ KTC FLEXI อัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.69
 - บัตร MASTERCARDใช้งานที่ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย บริการ KTC FLEXIอัตราดอกเบี้ยร้อยละไม่เกิน 0.69

ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยสำหรับบริการ KTC FLEXI อาจขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นในแต่ละช่วง
 - **KTC U SHOP**บริการสั่งซื้อสินค้า จัดส่งฟรีถึงบ้าน โดยมีพันธมิตรร้านค้ากว่า 150 ราย และจำนวนสินค้ากว่า 5,000 รายการ ให้เลือกซื้อ จากแคตตาล็อก หรือสั่งซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th หรือจุดให้บริการ KTC TOUCHโดยสามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิตเคทีซีได้ทุกประเภท หรือใช้คะแนนสะสม KTC FOREVER REWARDS
 - **KTC Real Privileges**บนเว็บไซต์www.ktc.co.thได้รวบรวมข่าวสารสิทธิประโยชน์ และสิทธิพิเศษมากมายครอบคลุมทุกประเภทการใช้จ่าย เช่น ร้านอาหาร โรงแรมที่พักการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหรือธุรกิจ สถานเสริมสุขภาพและความงาม โรงเรียนสอนภาษา เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีช่องทาง การสื่อสารระหว่างสมาชิกบัตรและKTCผ่านFACEBOOKที่ www.facebook.com/kcrealprivilegeและ

TWITTER ที่ twitter.com/ktcprivilege เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลร้านอาหารแนะนำ หรือเรื่องราวที่น่าสนใจในกลุ่มสมาชิกผู้ใช้สังคมออนไลน์ (Social Network) รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของ KTC

- **Secured e-pay** บริการด้านความปลอดภัยให้กับสมาชิกบัตรเครดิต KTC ในการทำการชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านเครือข่าย  อินเทอร์เน็ตที่มีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลและสามารถรองรับระบบ (VbV) ของวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั้นเนล และ (MCSC) ของมาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนล  และ J/Secure ของเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนล  ด้วยกลไกป้องกันข้อมูลในการยืนยันตัวตนของผู้ถือบัตรถึง 2 ขั้นตอน คือ การเข้ารหัส VbV MCSC หรือ J/Secure อันเป็นรหัสป้องกันการลักลอบใช้บัตร ใจกรรมข้อมูลบัตร และ ข้อความส่วนตัว (Personal Message) เพื่อสร้างความมั่นใจว่า เป็นร้านค้าในระบบออนไลน์ที่ได้ลงทะเบียนกับวีซ่า อินเทอร์เน็ตชั้นเนล มาสเตอร์การ์ด อินเทอร์เน็ตชั้นเนล และเจซีบี อินเทอร์เน็ตชั้นเนล อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ในการชำระค่าสินค้า และบริการผ่านบัตรเครดิต KTC ในระบบออนไลน์ จะดำเนินการในรูปแบบการเข้ารหัสข้อมูลตามมาตรฐานของ SSL 128 Bit
- **KTC Online Services** เป็นบริการให้สมาชิกบัตรฯ เคทีซีสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ได้ด้วยตนเองทั้งบนเว็บไซต์ (ClickKTC) และบนสมาร์ทโฟน/ แท็บเล็ตผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (TapKTC) รองรับทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว แก่สมาชิกบัตรฯ ง่ายสะดวกทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซี การตรวจสอบสถานะการสมัคร การเปิดใช้งานบัตร การตรวจสอบข้อมูลยอดการใช้จ่าย วงเงินคงเหลือ คะแนนสะสม การโอนและแลกคะแนนสะสม การให้บริการชำระค่าสินค้า/ บริการต่างๆ ผ่านบัตร การให้บริการแจ้งเตือนวันครบกำหนดชำระ การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การบริการแบ่งชำระ FLEXI Installment Plan การลงทะเบียนรายการส่งเสริมการขายและตรวจสอบรายละเอียดโปรโมชั่น/ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ บริการบัตรเครดิต KTC Virtual และบริการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ ทั้งนี้ บริการออนไลน์ของ KTC (KTC ONLINE) มีระบบรักษาความปลอดภัยระดับสูงด้วยระบบ OTP (One-Time Password) ที่จะแจ้งรหัสการทำรายการต่างๆ ไปยังเบอร์โทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนไว้กับ KTC และระบบ Email Notification ที่จะแจ้งเตือนทุกการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์

(ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิต

- 1) **รับสมัครผู้ถือบัตรเครดิต (Acquiring Cardholders)** บริษัทรับสมัครผู้ถือบัตรเครดิตผ่านช่องทางหลัก ๆ ดังนี้
 - **KTC TOUCH** ศูนย์บริการทางการเงินครบวงจรโดยมีพนักงานของบริษัทอำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำและบริการในด้านต่าง ๆ เช่น รับสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล เป็นจุดรับบัตรเครดิต และให้บริการสมาชิกบัตร ตลอดจนรับชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และสินเชื่อเจ้าของกิจการ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 KTC มีจุดบริการ KTC TOUCH ทั้งสิ้น 23 จุดบริการแบ่งเป็น 22 จุด

บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล และอีก 1 จุดบริการในเขตภูมิภาค

- **ผ่านทางสาขาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย** ที่มีสาขาคอบคลุมทั่วประเทศกว่า 1,000 สาขา โดยบริษัทให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานและสาขาที่สามารถหาลูกค้าใหม่ ๆ ให้กับบริษัท โดยจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งช่องทางการรับสมัครผ่านพนักงานและ/หรือสาขาของธนาคาร สามารถช่วยขยายฐานสมาชิกบัตรใหม่ได้เป็นอย่างดี
- **ช่องทาง Outsource Sales** บริษัทดำเนินการใช้บริการจากบุคคลภายนอกประเภทบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล สำหรับงานแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ KTC โดยมีผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ (อิสระ) ทั่วประเทศกว่า 15,000 ราย บริษัทเป็นผู้กำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี พร้อมดำเนินการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับการอนุมัติจริงโดยไม่ผิดเงื่อนไขการจ่ายค่าตอบแทนที่บริษัทกำหนด ไปยังผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ โดยตรงทั้งนี้บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานสำหรับผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ตามที่บริษัทกำหนด
- **ช่องทาง Telesales** บริษัทดำเนินการบริหารงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์ โดยตรง ในรูปแบบ In-House Telesales โดยมีเจ้าหน้าที่ให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์ในการนำเสนอองานขาย เพื่อขยายฐานสมาชิกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี และงานบริการเพื่อกระตุ้นยอดขายการใช้จ่ายผ่านผลิตภัณฑ์ทางการเงินของเคทีซี ทั้งนี้บริษัทมีการกำกับดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฯ ให้ได้คุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานของการให้บริการงานขายและงานบริการทางโทรศัพท์อย่างถูกต้อง
- **ช่องทางที่ร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ** ได้แก่ บริษัทที่ออกบัตรร่วม (Co-brand) พันธมิตรทางธุรกิจ และสถาบันศิษย์เก่าหรือองค์กรที่มีได้แสวงหากำไร (Affinity) ในการหาสมาชิกบัตรใหม่
- **ช่องทางอินเทอร์เน็ต** เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า KTC ได้เพิ่มช่องทางในการสมัครบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตด้วย โดยลูกค้าสามารถดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์หลักของ KTC (www.ktc.co.th) หรือสมัครผ่านบริษัทคู่ค้า Silkspan (www.silkspan.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 องค์กรมหาชน องค์กรอิสระ บริษัทเอกชน เป็นต้น พร้อมทั้งกระตุ้นยอดขายการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ และดูแลให้บริการหลังการขายด้วย

2) อนุมัติบัตรและวงเงิน (Credit Acceptance)

บริษัทจะทำการตรวจสอบการลงลายมือชื่อในใบสมัครก่อนบันทึกข้อมูลใบสมัครที่ได้รับทั้งหมดเข้าระบบงาน โดยผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเบื้องต้นไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย จะบันทึกผลการพิจารณาปฏิเสธการอนุมัติในระบบงาน และส่งจดหมายแจ้งให้ลูกค้าทราบ ในส่วนของใบสมัครที่ผ่านคุณสมบัติเบื้องต้น จะดำเนินการติดต่อผู้สมัครเพื่อยืนยันการสมัคร และขอข้อมูลผู้สมัครที่ยังได้ไม่ครบถ้วน รวมทั้งจะมีการตรวจสอบประวัติทางการเงินของ

ผู้สมัครที่ได้ให้ความยินยอมมาพร้อมกับใบสมัครจากฐานข้อมูลบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National Credit Bureau Co., Ltd.) เพื่อประกอบการพิจารณา

การพิจารณาอนุมัติบัตรและวงเงินที่จะให้กับผู้สมัครแต่ละรายจะพิจารณาจากหลายปัจจัยรวมถึงรายได้และความสามารถในการชำระหนี้สิน นอกจากนี้ บริษัทยังตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ของผู้สมัครจากบริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด โดยบริษัทดังกล่าว ตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลเครดิตส่วนบุคคลและประวัติทางการเงินของลูกค้าในฐานะหน่วยงานแห่งชาติ ประกอบกับประสบการณ์ของนักวิเคราะห์ในบริษัท สำหรับการพิจารณาอนุมัติวงเงินนั้นบริษัทจะแยกกันพิจารณาวงเงิน โดยธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลจะยึดตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทยังควบคุมความเสี่ยงโดยการติดตามรูปแบบข้อมูลการชำระหนี้ของลูกค้าในอดีตเป็นฐานในการพิจารณาอนุมัติวงเงินด้วย ในกรณีของผู้สมัครรายเดียวกันแต่ขอสินเชื่อในหลายประเภทต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ของผู้สมัคร สถานภาพด้านอาชีพ รายได้ และตำแหน่งหน้าที่การงาน โดยพิจารณาถึงความเสี่ยงรวมของผู้สมัครแต่ละรายให้ไม่เกินกว่าความสามารถในการชำระหนี้ของผู้สมัครรายนั้น ๆ

บริษัทได้พัฒนาระบบ Credit Scoring ซึ่งเป็นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการให้คะแนนผู้สมัครแต่ละราย และพิจารณาอนุมัติตามคะแนนที่กำหนดไว้ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เพื่อให้การพิจารณาอนุมัติทำได้รวดเร็วเป็นมาตรฐานและให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเมื่อได้ผลการพิจารณาแล้วบริษัทจะส่งผลการพิจารณาให้แก่ผู้สมัครทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับการอนุมัติทราบทางจดหมายสำหรับใบสมัครที่ได้รับการอนุมัติบริษัทจะส่งข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบแล้วไปยังหน่วยงานภายนอกที่ได้มาตรฐานและได้รับการรับรอง (Certified) จาก วีซ่ามาสเตอร์การ์ด และเจซีบี ในการผลิตบัตรเครดิตเพื่อบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรลงในบัตร จากนั้นบริษัทจะจัดส่งบัตรไปที่ KTC TOUCHหรือสาขาธนาคารกรุงไทยหรือที่อยู่ของผู้สมัคร ตามที่ผู้สมัครระบุไว้

3) อนุมัติการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (Authorization)

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

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

ในส่วน of ธุรกิจร้านค้าออนไลน์ (E-Commerce) มีการติดตั้ง Payment Gateway ที่เชื่อมโยงระหว่างระบบของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าเช่นกัน นอกจากนี้เพื่อเป็นการเพิ่มความปลอดภัยในการอนุมัติการ

ใช้จ่ายของรายการออนไลน์ บริษัทมีการพัฒนาระบบทั้งในด้านธุรกิจออกบัตรและธุรกิจร้านค้ารับบัตรให้สามารถรองรับการทำรายการ 3D-Secure โดยมีการยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการทำรายการออนไลน์ โดยในส่วนของธุรกิจออกบัตร มีการนำปรับปรุงระบบเพิ่มเติมเพื่อให้รองรับ One Time Password (OTP) ที่ระบบจะมีการสร้าง Pin ใหม่ทุกครั้งที่มีการมีการทำรายการออนไลน์ให้กับผู้ถือบัตร

4) รับชำระหนี้บัตรเครดิต (Settlement)

บริษัทจะส่งใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตไปยังผู้ถือบัตรตามที่อยู่ที่แจ้งไว้เมื่อถึงรอบบัญชีของผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรสามารถเลือกชำระได้หลายช่องทาง ดังนี้

- ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คผ่าน KTC TOUCH ผู้ถือบัตรจะสามารถนำเงินสดหรือเช็คไปฝากเข้าบัญชีของบริษัทได้ที่ KTC TOUCH โดยไม่มีค่าบริการ
- หักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Debit) ชำระค่างวดด้วยการหักบัญชีเงินฝากของธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงศรีอยุธยาทุกสาขา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ
- ชำระด้วยเช็คโดยส่งทางไปรษณีย์(สาขาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล) โดยจะต้องฝากเช็คเข้าบัญชีของบริษัทก่อนถึงวันครบกำหนดชำระเงินอย่างน้อย 3 วันทำการ (ไม่เสียค่าบริการ)
- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM)– ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารทหารไทยโดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ
- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน (ระบบทรูมูฟ), บริการเอ็มเปย์ (ระบบเอไอเอส) และแอร์เพย์ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน อัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- ชำระที่จุดบริการโดยผู้ถือบัตรสามารถนำใบแจ้งยอดค่าใช้จ่าย ที่มีเครื่องหมายบาร์โค้ดเป็นเอกสารการชำระเงิน โดยเลือกชำระเงินได้ตามจุดบริการต่างๆ ดังนี้ เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, จุดบริการทีโอที, เจมาร์ทเพย์พอยท์, ไปรษณีย์ไทย, เทสโก้ โลตัส, จุดบริการทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้าน ซีพีเฟรชมาร์ทและทรูพาร์ตเนอร์ทุกสาขา, การประปานครหลวง, เอ็มเปย์สเตชัน (เอไอเอสช้อปปิ้งร้านเทเลวิซ/แฟมิลีมาร์ท), จุดบริการแคชเชียร์บีกซี จุดบริการแจ๋ว (ศูนย์บริการดีแทค) และแอร์เพย์ เคาน์เตอร์ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละจุดบริการรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติผ่านการให้บริการของธนาคารกรุงไทย 0-2111-1111 (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา 1572, ธนาคารกสิกรไทย 0-2888-8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 0-2777-7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารยูโอบี 0-2285-1555 และธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการ ขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

- **ชำระผ่านระบบ Internet Banking** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระผ่านเครื่อง ATM** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- **ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร** - ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีสโก้, ธนาคารธนชาต, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ และ ธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ทั้งนี้สามารถศึกษา/สอบถามช่องทางการรับชำระเงินได้จาก
www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm หรือ KTC PHONE 0-2123-5000

สำหรับกรณีที่ผู้ถือบัตรได้รับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตแล้ว หากผู้ถือบัตรมีข้อสงสัยหรือประสงค์ที่จะปฏิเสธรายการใช้จ่ายบางรายการ ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งบริษัทเพื่อให้ตั้งพักรายการนั้นไว้ก่อนและไม่มีภาระทางกฎหมายในช่วงนั้นได้ โดยบริษัทจะดำเนินการสอบสวนเพื่อหาข้อเท็จจริงและระบุให้ได้ว่าฝ่ายใดจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายรายการนั้น ๆ และทำการเรียกเก็บไปยังผู้ที่ต้องรับผิดชอบค่าเสียหายนั้นภายใน 45 ถึง 180 วัน ทั้งนี้เป็นไปตามมาตรฐานของวิซามาสเตอร์การ์ด และเจซีบี โดยบริษัทมีระบบติดตามรายการที่เกิดขึ้นและจัดทำรายงานของจำนวนรายการที่มีการปฏิเสธจากผู้ถือบัตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เสียสิทธิในการเรียกเก็บเงินจากฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบจริง

5) การติดตามหนี้ (Collection)

บริษัทได้มอบหมายให้ บริษัท วินเพอร์ฟอรัแมนซ์ จำกัด (Outsource) ดำเนินการติดตามทวงถามหนี้แทนบริษัท ตามนโยบายการบริหารและ พ.ร.บ.การทวงถามหนี้ พ.ศ.2558 โดยจะดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ทันทีเมื่อลูกค้าผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งแนวทางการบริหารในการติดตามทวงถามหนี้ทั้งธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งมีมาตรฐานในลักษณะเดียวกันแต่ขั้นตอนจะแตกต่างกันไปตามระยะเวลาการค้างชำระหนี้ หรืออายุหนี้ของลูกค้า โดยมีการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ (Collector) ให้เหมาะสมกับบัญชีลูกค้าค้างชำระ เพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการดังกล่าว ดังนี้

- หนี้ที่ค้างชำระไม่เกิน 90 วันมีการติดตามทวงถามโดยวิธีการใช้โทรศัพท์ติดต่อการส่งข้อความแจ้งเตือนให้ชำระหนี้ (SMS) และการส่งจดหมายติดต่อลูกค้า (Collection Letter) โดยเพิ่มระดับความเข้มงวดในการติดตามหนี้ตามระยะเวลาของการค้างชำระหนี้ นอกจากนั้น บัญชีลูกค้าค้างชำระหนี้ที่ต้องการตรวจสอบเป็นกรณีพิเศษได้มีการจัดเจ้าหน้าที่ติดตามทวงถามนอกสถานที่ (FCR) เป็นการเฉพาะเพื่อติดตามให้มี

การชำระเงินของลูกค้ารายนั้น ๆ บริษัทดำเนินการระงับการใช้วงเงินสินเชื่อของลูกค้าเป็นการชั่วคราว เมื่อลูกค้าเริ่มค้างชำระหนี้(Due Date) โดยลูกค้าไม่สามารถใช้วงเงินบัตรเครดิตและสินเชื่อได้จนกว่ามีการชำระเงินตามเงื่อนไขและข้อกำหนด หากลูกค้าไม่ชำระหนี้เมื่อบัญชีค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป บริษัทดำเนินการยกเลิกการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต หรือยกเลิกการใช้วงเงินสินเชื่อของลูกค้ารายนั้น ๆ อย่างถาวร หรือหากลูกค้ามีพฤติกรรมที่ไม่สามารถชำระหนี้คืนและมีสถานะที่มีความเสี่ยงต่อการชำระหนี้คืน บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการยกเลิกก่อน 90 วัน

- หนี้ที่ค้างชำระตั้งแต่ 90 วันขึ้นไป มีการให้ความช่วยเหลือ และประนีประนอมกับลูกค้าตามหลักเกณฑ์ของบริษัท เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระหนี้คืนบริษัทโดยเร็ว หากลูกค้ามีเจตนาไม่ชำระหนี้ บริษัทพิจารณาดำเนินการเพื่อฟ้องร้องดำเนินคดีตามกฎหมายต่อไป

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

6) การควบคุมการกระทำทุจริตที่เกี่ยวกับผู้ถือบัตร (Fraud Control)

เนื่องจากบริษัทในฐานะบริษัทผู้ออกบัตร อาจมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือบัตร ในกรณีที่ผู้ถือบัตรถูกกระทำการทุจริต หรือมีการปลอมแปลงบัตรของบริษัท ดังนั้น บริษัทจึงตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุมการกระทำทุจริตเหล่านี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่บริษัทจะต้องรับผิดชอบในกรณีที่มีการทุจริตหรือปลอมแปลงบัตรดังกล่าว

ฝ่ายงาน Fraud Control ที่บริษัทจัดตั้งขึ้นจะทำการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ว่ารายการซื้อสินค้าและบริการรายการใดที่เป็นการซื้อขายที่เข้าข่ายทุจริต โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

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

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการลดการกระทำทุจริต บริษัทได้ส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมจากวิชา มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี เป็นประจำ และยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการอบรมให้ความรู้กับบุคคลภายนอก เช่น ร้านค้า ตำรวจ ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตร และธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่น ๆ การอบรมเหล่านี้จะช่วยให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายสามารถ ป้องกันการกระทำทุจริต และสามารถระงับรายการในครั้งนั้นๆ ได้ทันการ โดยและณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 บริษัทมี มูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็นจำนวนทั้งสิ้น 2.89 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.002 ของยอด การใช้จ่ายผ่านบัตรรวม และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 บริษัทมีมูลค่าความเสียหายอันเกิดจากการทุจริตบัตรเครดิตเป็น จำนวนทั้งสิ้น 3.1 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 0.003 ของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรรวม

2.1.2.2 ธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business)

ลักษณะการประกอบธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต (Acquiring Business) เป็นธุรกิจที่เน้นการสร้างเครือข่ายร้านค้า สมาชิกของบริษัท โดยบริษัทมีฐานะเป็นบริษัทผู้รับบัตร และร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะนำรายการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่เกิดในร้านค้าของตนทั้งหมด (เฉพาะที่เกิดจากบัตรวีซ่าบัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบีบัตรยูเนียนเพย์ และ Alipay Wallet รวมถึงไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตรของบริษัทหรือบัตรของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่น) มาเรียกเก็บเงินกับบริษัท ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นให้แก่ร้านค้า โดยจะหักค่าธรรมเนียมบริการไว้ส่วนหนึ่งเป็น รายได้ของบริษัท และหลังจากนั้นบริษัทจึงทำการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการรายการนั้น ๆ ไปยังธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเพื่อให้ธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรของตนต่อไป

บริษัทให้ความสำคัญกับการขยายเครือข่ายร้านค้าสมาชิก โดยเน้นร้านค้าที่มีความน่าเชื่อถือและมีปริมาณการรับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตที่มีจำนวนมากเพียงพอที่จะช่วยทำรายได้ให้กับบริษัทโดยบริษัทได้มีการตรวจสอบคุณภาพของร้านค้าที่มีอยู่และทำการทบทวนสัญญาโดยสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อรักษาระดับคุณภาพของร้านค้าและควบคุมต้นทุนให้เหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการลดความเสี่ยงในส่วนของจำนวนการกระทำทุจริตของร้านค้าด้วย

บริษัทมีเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture: EDC) ในปี 2557 จำนวน 14,901 เครื่อง ในปี 2558จำนวน 21,844เครื่อง และในไตรมาสสามปี 2559 จำนวน 23,475เครื่อง

(ก) ประเภทการให้บริการของธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิต

การบริการด้านธุรกิจร้านค้าบัตรเครดิตแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. **บริการรับชำระเงินผ่านเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture : EDC) ร้านค้าสมาชิก**ที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระสินค้าและบริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสดโดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน(KTC FLEXI)และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS)ซึ่งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ(EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน แบ่งเป็น (1) เครื่อง EDC ที่รับบัตรของเครือข่ายวีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบีและยูเนียนเพย์และ (2) เครื่อง EDC ที่รับการชำระรายการ Alipay O2O Payment ซึ่งเป็นบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ ณ จุดขายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและคนจีนที่อยู่ในประเทศไทยผ่าน Alipay Wallet

2. **บริการรับชำระด้วยบัตรบนสมาร์ตโฟน (TapKTCMerchant)** ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอใช้บริการ โดยเปลี่ยนสมาร์ตโฟน และเส็ต เป็นเครื่องรับบัตรเครดิตเคลื่อนที่ด้วย mPOS Dongle (Mobile Point of Sale – mPOS) ไม่ว่าที่ไหน เวลาใด ก็สามารถรับชำระค่าสินค้า/บริการ ได้ง่าย ปลอดภัย โดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน บริการรับชำระเงินผ่อน (KTC FLEXI) และแลกคะแนนสะสม (KTC FOREVER REWARDS)
3. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)** เป็นร้านค้าสมาชิกให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบซื้อขาย On-line ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือร้านค้าประเภท E-Commerce โดยในปี 2552 ทางบริษัทได้เริ่มใช้ระบบ 3D Secure กับร้านค้าประเภท E-commerce ซึ่งระบบดังกล่าวจะมีการยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ไว้กับบริษัทผู้ออกบัตรหรือ รหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว OTP (One Time Password) ระหว่างการทำรายการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตออนไลน์
4. **บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (Recurring)** ร้านค้าสมาชิกจะส่งข้อมูลเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากสมาชิก ในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่งให้บริษัทตัดเงินจากบัตรเครดิตของสมาชิกเป็นรายเดือนอัตโนมัติ โดยสมาชิกผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์ และลงทะเบียนใช้บริการกับบริษัท หรือร้านค้าสมาชิกไว้ล่วงหน้า
5. **รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตโดยผ่านระบบคำสั่งซื้อสินค้าและบริการทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ (Mail Order/ Telephone Order)** ร้านค้าสมาชิกที่ขายสินค้าหรือบริการผ่านทางไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ สามารถอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเลือกชำระค่าสินค้าและบริการผ่านการตัดเงินจากบัตรเครดิตอัตโนมัติได้

ร้านค้าสามารถให้บริการกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิตในการชำระค่าสินค้าและบริการในแต่ละรูปแบบข้างต้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายให้กับร้านค้าได้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้าจะได้รับความสะดวกในการชำระเงิน โดยไม่มีข้อจำกัดจากที่ต้องมีเงินสดในกระเป๋า โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาสูง อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงิน เนื่องจากเป็นรายการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการได้ เช่น การบริหารเงินสด ลดเวลาในการนับเงินทอน เป็นต้น

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

บริษัททำสัญญากับร้านค้าสมาชิกแบบไม่จำกัดอายุโดยมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ของร้านค้าสมาชิก รวมทั้งเรื่องการกระทำที่จัดอยู่ในข่ายการกระทำทุจริต ซึ่งแนวทางเหล่านี้บริษัทได้อ้างอิงจากมาตรฐานที่กำหนดโดยวีซ่า มาสเตอร์การ์ด รวมถึงเจซีบี และมีการปรับปรุงเพื่อให้เหมาะกับการดำเนินงานของบริษัท และสถานะธุรกิจบัตรเครดิตใน

ประเทศไทย บริษัทจะทำการทบทวนสัญญาเกี่ยวกับร้านค้าสมาชิกต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ สัญญาดังกล่าวยังได้ระบุถึงสิทธิของ บริษัทที่จะเรียกร้องเอาจากร้านค้าในกรณีที่ร้านค้าทำผิดสัญญา รวมทั้งกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากร้านค้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 บริษัทมีจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 23,041 ร้านค้า และ 28,817 ร้านค้า ตามลำดับ

(ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

1) การแต่งตั้งร้านค้าสมาชิก

บริษัทจะติดต่อร้านค้าต่าง ๆ เพื่อให้มาเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยจะพิจารณาจากปริมาณการรับชำระค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งแนวโน้มการเติบโตของร้านค้านั้น ๆ เป็นหลัก โดยจะกำหนดค่าธรรมเนียมที่บริษัทจะเรียกเก็บจากการทำรายการกับร้านค้าให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว รวมทั้งภาวะการแข่งขันกับธนาคาร/บริษัทร้านค้าอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมขั้นต่ำที่จะเรียกเก็บตามประเภทของร้านค้า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการทุจริต นอกจากการติดต่อร้านค้าโดยตรงจากทางบริษัทแล้ว ยังมีร้านค้าที่ขอสมัครเป็นร้านค้าสมาชิกกับบริษัทด้วยตนเองด้วย

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

เมื่อบริษัทอนุมัติให้ร้านค้านั้นเป็นร้านค้าสมาชิกของบริษัทแล้วและร้านค้าเปิดบัญชีกับธนาคารกรุงไทย หรือที่เคทีซีกำหนด บริษัทจะติดตั้งอุปกรณ์ช่วยขาย เช่นเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) หรือระบบทำรายการผ่านอุปกรณ์โมบาย (mPOS) หรือเชื่อมต่อระบบชำระเงินทางอินเทอร์เน็ตให้กับร้านค้าและเชื่อมโยงร้านค้านั้น ๆ เข้าในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทต่อไป

2) การอนุมัติการรับชำระค่าสินค้าและบริการของร้านค้าสมาชิก

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

บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระค่าสินค้าและบริการให้แก่ร้านค้าได้ ในกรณีที่พบว่าร้านค้ามีการกระทำที่ทุจริต หรือปฏิบัติผิดไปจากข้อตกลงที่ร้านค้าให้กับผู้ถือบัตร ตัวอย่างการกระทำที่บริษัทสามารถปฏิเสธการจ่ายเงินให้กับร้านค้าได้ เช่น

1. กรณีที่ร้านค้าผิดนัดต่อผู้ถือบัตร เช่น กรณีที่ผู้ถือบัตรซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต และมีการตกลงให้ร้านค้าส่งสินค้าให้ผู้ถือบัตรภายในระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ แต่ผู้ถือบัตรไม่ได้รับสินค้าตามที่ตกลง ผู้ถือบัตรสามารถแจ้งให้บริษัทระงับการจ่ายเงินหรือเรียกค่าสินค้านั้นคืนจากร้านค้าได้

2. กรณีร้านค้ากระทำผิดข้อตกลง เช่น การที่ร้านค้าพยายามรูดบัตรชำระค่าสินค้าและบริการหลายครั้งในเวลาใกล้เคียงกันและภายในวันเดียวกัน พฤติกรรมและเจตนาของร้านค้าดังกล่าว บริษัทสามารถปฏิเสธการชำระเงินให้กับร้านค้าได้

3. กรณีร้านค้าไม่ตรวจสอบบัตรก่อนอนุมัติการใช้จ่ายนั้น ๆ

อย่างไรก็ตาม บริษัทจะต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบความเสียหายต่อธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่นที่เกิดขึ้นจากการทุจริตของร้านค้าสมาชิก โดยบริษัทจะต้องชำระค่าสินค้าและบริการรายการดังกล่าวขึ้นไปก่อน 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 จะถูกส่งไปตรวจสอบเพื่อคุณสถานะของบัตรที่ธนาคารผู้ออกบัตร ในกรณีที่มีการแจ้งอายัดหรือแจ้งยกเลิก ซึ่งบริษัทสามารถกำหนดมาตรการต่าง ๆ ให้ร้านค้าสมาชิกทราบได้ว่าจะต้องดำเนินการอย่างไรกับบัตรแต่ละประเภท เช่น ระบุให้ทำลายบัตร หรือทำการจับกุมผู้ใช้บัตรได้ ดังนั้นเครื่อง EDC จึงมีส่วนช่วยในการป้องกันการกระทำทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้บริษัทมีทีมงานที่คอยดูแลเกี่ยวกับการรับบัตรร้านค้าสมาชิกทุกวัน และมีระบบ Online Fraud Detection ที่มีประสิทธิภาพสูงที่คอยติดตามพฤติกรรมการรับบัตรที่เสี่ยงหรือต้องสงสัย และจะประสานงานกับธนาคารผู้ออกบัตรทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อตรวจสอบทันทีที่มีการทำรายการโดยเจ้าหน้าที่ทั้งทางโทรศัพท์ Email หรือ

แพคเกจ หากพบว่าเป็นการรับบัตรทุจริต หรือมีขึ้นขั้นตอนการรับบัตรที่ไม่ถูกต้องหรือสงสัย บริษัทแจ้งทางร้านค้าสมาชิกทันที เพื่อพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม โดยมีจุดประสงค์ที่จะจำกัดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

2.1.3 ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ธุรกิจสินเชื่อบุคคล (KTC Personal Loan) แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ KTC CASH และ KTC PROUD เป็นการบริการให้สินเชื่อสำหรับบุคคลโดยไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้าบัตรเครดิตของบริษัทมาก่อนซึ่งได้รับการออกแบบมาสำหรับบุคคลที่มีงานประจำและมีรายได้ต่อเดือนที่แน่นอน KTC CASH จะอยู่ในรูปแบบ Fixed Installment ผู้เปิดบัญชีต้องจ่ายคืนทุกเดือนเป็นจำนวนเงินที่เท่ากันจนกว่าจะชำระหนี้หมดโดยไม่สามารถกลับไปใช้วงเงินที่ชำระแล้วได้อีกภายในระยะเวลาที่ผู้กู้กำหนด เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรายรับของผู้กู้ ในขณะที่ KTC PROUD มีคุณสมบัติเด่นคือ เป็นสินเชื่อพร้อมใช้แบบ 2in 1 เมื่ออนุมัติจะโอนเงินเข้าบัญชีก่อนแรกและมีวงเงินหมุนเวียนเพื่อการเบิกถอนเงินสดได้ทุกเมื่อและยังมีบริการแบ่งชำระสินค้า (KTC FLEXI) ได้สูงสุดถึง 36 งวดสำหรับบริการเบิกถอนเงินสดสามารถเบิกถอนได้ทุกเมื่อที่ต้องการจากเครื่องเอทีเอ็มทั่วประเทศตลอด 24 ชั่วโมงและที่จุดบริการ KTC TOUCH ผู้กู้จะได้รับบัตรกดเงินสดพร้อมวงเงินที่อนุมัติโดยผู้กู้สามารถกลับไปใช้วงเงินเดิมได้อีกเมื่อทำการชำระคืน โดย KTC จะรับรู้รายได้ของสินเชื่อบุคคลทั้ง 2 ประเภทในรูปของรายได้ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถาม เป็นต้น

บริษัทได้เริ่มให้บริการสินเชื่อบุคคล (KTC CASH) ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 ซึ่งเป็นสินเชื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีรายได้ประจำ มีอายุ 20 ปีขึ้นไป สามารถกู้ยืมเงินในรูปของ KTC CASH จากบริษัทได้ซึ่งการให้กู้ผ่าน KTC CASH นี้ จัดเป็นสินเชื่อเอนกประสงค์ที่เป็นการกู้ยืมแบบที่ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันและเป็นวงเงินที่จะช่วยให้ผู้กู้เกิดความคล่องตัว อีกทั้งเป็นเงินสำรองใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน นอกจากนี้บริษัทยังเสนอเงื่อนไขพิเศษที่ตอบสนองตรงตามความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การเลือกจำนวนงวดและวันที่ในการชำระเงินได้โดยมีการกำหนดจำนวนเดือนการผ่อนชำระตามความสามารถของผู้ขอสินเชื่อ มีการคิดดอกเบี้ยแบบลดเงินต้นลดดอกเบี้ย

ในช่วงปี 2547 บริษัทได้ขยายฐานตลาดของ KTC CASH เพิ่มจากเดิม โดยจัดแบ่งตลาดตามลักษณะของความเสี่ยง ซึ่งบริษัทได้ออกแบบรูปแบบการให้สินเชื่อบุคคลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงินของแต่ละบุคคล และให้อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมกับความเสี่ยง (Risk-Based Pricing) โดยประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยระบบ Credit Scoring จัดความเสี่ยงเป็นช่วง ๆ คือ ต่ำ ปานกลาง และสูง โดยคิดอัตราดอกเบี้ยสูง-ต่ำตามช่วงนั้น ๆ โดยลูกค้าสามารถเลือกจำนวนเดือนผ่อนชำระระยะสั้น-ยาว ได้ตามที่ต้องการ ต่อมาในปี 2548 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกประกาศกำหนดเกณฑ์การให้สินเชื่อบุคคล และกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่รวมค่าปรับ ค่าบริการและค่าธรรมเนียมใด ๆ ไว้ที่ร้อยละ 28 (Effective Rate) ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อการทำงานในธุรกิจ KTC CASH ของบริษัท เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของบริษัทอยู่ในระดับความเสี่ยงปานกลาง ทำให้บริษัทไม่จำเป็นต้องคิดดอกเบี้ยที่สูงมากเกินไป เพื่อให้สามารถชดเชยความเสี่ยงในการเป็นหนี้สูญของลูกค้าเหล่านี้ ทำให้อัตราดอกเบี้ยซึ่งรวมค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงินของลูกค้าหนี้ KTC CASH มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ไม่เกินอัตราร้อยละ 28 ตามเกณฑ์ที่ ธปท. กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามก็ตีหลักเกณฑ์ดังกล่าวทำให้อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมนี้โดยรวมชะลอตัวลง

ในปี 2549 บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้แก่สินเชื่อพร้อมใช้ KTC CASH REVOLVE และได้ทำการปรับภาพลักษณ์โดยการรีแบรนด์(Rebranding) ในเดือนกรกฎาคม 2557 เป็นสินเชื่อพร้อมใช้เคทีซี พราว KTC PROUD ซึ่งเป็นสินเชื่อที่มีบริการครบแบบ 2 in 1 ทั้งบริการเบิกถอนเงินสดและบริการแบ่งชำระเพื่อความสะดวกของกลุ่มเป้าหมาย

(ก)ประเภทการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

สินเชื่อบุคคลของ KTC มี 2 ประเภทให้เลือกสอดคล้องกับความต้องการของผู้สมัครดังนี้

1) สินเชื่อบุคคล (KTC CASH) เป็นสินเชื่อที่ผ่อนชำระเป็นงวด ๆ เป็นสินเชื่อที่อนุมัติวงเงินและโอนครั้งเดียวเข้าในบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครต้องการผู้สมัครสามารถใช้จ่ายเงินจำนวนนั้น ๆ ในการจัดการกับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้โดยจะได้รับเงินหลังจากอนุมัติภายใน 2 วันทำการสินเชื่อแบบนี้ไม่มีบัตรเครดิตเงินสดออกให้และเมื่อผ่อนชำระวงเงินจะไม่ตีกลับให้สามารถใช้ได้อีกในรูปแบบการให้บริการ KTC CASH ประเภทต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การใช้จ่ายเงินของลูกค้าเป็นดังนี้

- สินเชื่อบุคคล (KTC CASH STANDARD) เป็นสินเชื่อที่พัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ที่ต้องการใช้เงินในลักษณะต่าง ๆ ตามแต่ความประสงค์ของลูกค้า สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
- 2) สินเชื่อพร้อมใช้เคทีซี พราว (KTC PROUD) เป็นสินเชื่อที่อนุมัติวงเงินประเภทหมุนเวียนไว้สำรองใช้ในยามฉุกเฉิน หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เมื่อได้รับอนุมัติจะได้รับเงินก้อนแรกโอนเข้าบัญชีธนาคารที่ลูกค้าเลือกและได้รับบัตรเพื่อใช้ในการเบิกถอนเงินสดสำหรับวงเงินส่วนที่เหลือที่ตู้เอทีเอ็ม และสามารถเบิกถอนได้ที่จุดบริการ KTC TOUCH นอกจากนี้ยังสามารถทำรายการเบิกถอนเงินสดผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์ (ผ่านClickKTC) และสมาร์ตโฟน/ แท็บเล็ต (ผ่านTapKTC) ทั้งบนระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยเงินจะโอนเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทยทันทีหลังทำรายการสำเร็จซึ่งทุกครั้งที่ทำรายการเบิกถอนเงินสดจะมีการคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินลูกค้าสามารถเลือกชำระขั้นต่ำในอัตราร้อยละ 3 ของยอดที่เรียกเก็บหรือ 300 บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่าและเมื่อผ่อนชำระคืน วงเงินจะตีกลับให้สามารถเบิกถอนได้อีกอีกทั้งยังสามารถใช้บริการแบ่งชำระ KTC FLEXI ได้ที่ร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ โดยแบ่งชำระนานสูงสุดถึง 36 งวด โดยอัตราดอกเบี้ย ขึ้นอยู่กับแต่ละโปรโมชั่นและไม่เกินกว่าที่กฎหมายกำหนด

จำนวนบัญชีและลูกหนี้สินเชื่อบุคคล	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ม.ค. - ก.ย. 2559
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคล	638,959	693,273	747,343	793,486
อัตราการเติบโต (%)	2.0%	8.5%	7.8%	7.9%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล(ล้านบาท)	13,597	15,201	18,583	20,294
อัตราการเติบโต (%)	11.6%	11.8%	11.6%	16.0%

(ข) ขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

1) ผู้ขอสินเชื่อยื่นใบคำขอสินเชื่อแก่บริษัท

ผู้ขอสินเชื่อสามารถยื่นใบคำขอสินเชื่อผ่านทางช่องทางเดียวกันกับการสมัครบัตรเครดิตของบริษัท อันประกอบด้วย การสมัครผ่าน KTC TOUCH หรือสาขาของธนาคารกรุงไทย ผ่านทาง Online ตลอดจนการสมัครผ่านหน่วยงานภายนอกที่รับจ้างบริษัทหักค่าโดยตรง และช่องทาง Business Partner Relations เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ขอสินเชื่อจะต้องกรอกแบบฟอร์มการขอสินเชื่อในรูปแบบที่บริษัทจัดไว้

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

2) บริษัทตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อและระดับความเสี่ยง

เมื่อได้รับใบคำขอสินเชื่อ บริษัทจะพิจารณาจากข้อมูลและหลักฐานประกอบคำขอสินเชื่อ โดยข้อมูลทั้งหมดจะผ่านการประมวลผล การตรวจสอบข้อมูลจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติจำกัด (National Credit Bureau Co., Ltd) การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้วยระบบ Credit Scoring ควบคู่กับการพิจารณาของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อในกรณีที่เป็นลูกค้าเดิมจะมีการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลการชำระหนี้ในอดีตประกอบ หรือในกรณีที่เป็นลูกค้ารายเดียวกันแต่มีการขอสินเชื่อในหลายรูปแบบต่อบริษัท เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะตรวจสอบประวัติการชำระหนี้ สถานภาพด้านอาชีพ และรายได้ ซึ่งจะพิจารณาถึงความเสี่ยงโดยรวมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นไม่ให้เป็นกว่าความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้ารายนั้น ๆ เพื่อกำหนดอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อทั้งนี้บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์คุณสมบัติ การกำหนดวงเงิน และการคิดอัตราดอกเบี้ยรวมถึงค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

3) บริษัทแจ้งอนุมัติวงเงินสินเชื่อหรือปฏิเสธการให้สินเชื่อแก่ผู้ขอสินเชื่อทราบ

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

4) บริษัทส่งใบแจ้งยอดค้างงวดและรับชำระหนี้จากผู้ขอสินเชื่อ

ก่อนครบกำหนดการชำระหนี้ในแต่ละเดือน บริษัทจะจัดส่งใบแจ้งยอดค้างงวดที่ต้องชำระไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำใบแจ้งยอดค้างงวดดังกล่าวซึ่งแสดงยอดเงินที่ต้องชำระคืนในแต่ละเดือน ไปชำระตามช่องทางชำระเงินต่าง ๆ ที่บริษัทจัดหาให้ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- ชำระที่ KTC TOUCH ทุกแห่งโดยไม่เสียค่าบริการ
- ชำระผ่านเครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ (CDM) ได้ที่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารไทยพาณิชย์

และธนาคารทหารไทย โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 10 บาทต่อรายการ

- ชำระผ่านโทรศัพท์มือถือ – บริการทรูมันนี่ (ระบบทรูมูฟ) บริการเอ็มเปย์(ระบบเอไอเอส) และแอร์เพย์ วอลเล็ท แอปพลิเคชัน โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 15 บาทต่อรายการ
- ชำระที่จุดบริการรับชำระ – เคาน์เตอร์ เซอร์วิส, เทสโก้ โลตัส, เจ มาร์ทเพย์ฟ้อยท์, ทรูมันนี่ เอ็กซ์เพรสในร้าน ซีพีเฟรชมาร์ทและทรูพาร์ทเนอร์ทุกสาขา, จุดบริการแคชเชียร์บีกซี, การประปานครหลวง, ไปรษณีย์ไทย, เอ็มเปย์สแตชั่น(เอไอเอส/เทเลวิซ),แอร์เพย์ เคาน์เตอร์ และศูนย์บริการลูกค้าทีโอทีโดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละร้านค้ารวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านระบบโทรศัพท์อัตโนมัติ – ธนาคารกรุงศรีอยุธยา1572, ธนาคารกสิกรไทย 0-2888-8888, ธนาคารไทยพาณิชย์ 0-2777-7777, ธนาคารทหารไทย 1558, ธนาคารยูโอบี 0-2285-1555และ ธนาคารกรุงเทพ 1333 โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยการโอนเงินผ่านระบบ Internet Banking ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย,ธนาคารยูโอบี และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระผ่านเครื่อง ATM ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย,ธนาคารแลนด์แอนด์เ้าส์, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 25 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคารอัตโนมัติ- ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ) และ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 20 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ
- ชำระที่เคาน์เตอร์ธนาคาร- ธนาคารกรุงไทย (ไม่เสียค่าบริการ), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย, ธนาคารทีเอสโก้,ธนาคารธนชาติ, ธนาคารยูโอบี, ธนาคารออมสิน, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย, ธนาคารแลนด์แอนด์เ้าส์, ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และธนาคารกรุงเทพ โดยมีอัตราค่าบริการสูงสุด 30 บาทต่อรายการขึ้นอยู่กับอัตราค่าบริการของแต่ละธนาคารรวมถึงเขตพื้นที่ในการใช้บริการ

ทั้งนี้สามารถศึกษา/ สอบถามช่องทางการรับชำระเงินได้ทางโทรศัพท์ที่ KTCPHONE0-2123-5000 หรือ www.ktc.co.th/th/ktc/Services/PaymentChannel/index.htm

5) การติดตาม กรณีผิดนัดชำระหนี้

ในกรณีที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้เมื่อครบกำหนดการชำระหนี้ นั้น บริษัทจะทำการติดตามเรียกเก็บหนี้และผ่อนผันให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาถึงความจำเป็นและเหตุผลของลูกค้า ภายใต้ระบบการควบคุมความเสี่ยงที่ดูแลอย่างใกล้ชิด ขั้นตอนการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ธุรกิจสินเชื่อบุคคลนี้จะกระทำในลักษณะเดียวกันกับธุรกิจบัตรเครดิต

(โปรดศึกษารายละเอียด การติดตามหนี้ได้ที่หัวข้อ “2.1.2.1 ธุรกิจการออกบัตรเครดิต (ข) ขั้นตอนการให้บริการบัตรเครดิตของธุรกิจการออกบัตรเครดิตหัวข้อย่อยที่ 5) การติดตามหนี้”)

2.1.4 ธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากธุรกิจหลัก

นอกจากธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคลซึ่งเป็นธุรกิจหลักแล้ว บริษัทยังมีธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่

- **ธุรกิจสินเชื่อธนาวิญ (CIRCLE LOAN)** เป็นบัญชีวงเงินกู้สำหรับลูกค้าที่มีสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นบัญชีที่บริษัทรับโอนมาจากธนาคารกรุงไทยเมื่อปี 2545 อย่างไรก็ตามจากการที่บริษัทมีนโยบายการให้บริการธุรกิจสินเชื่อบุคคล (Personal Loan) เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะความต้องการของตลาด บริษัทจึงดำเนินการให้บริการเฉพาะผู้ที่ยังคงมีวงเงินสินเชื่อธนาวิญอยู่เท่านั้นและไม่มีนโยบายที่จะขยายการให้บริการสินเชื่อธนาวิญให้แก่ผู้สมัครสินเชื่อบัตรเครดิตใหม่ ทำให้ยอดลูกหนี้สินเชื่อธนาวิญสุทธิลดลงอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนาวิญสุทธิอยู่เพียง 172 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.31 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมดและ ณ วันที่ 31 กันยายน 2559 มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อธนาวิญสุทธิอยู่เพียง 160 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.28 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
- **ธุรกิจสินเชื่อเจ้าของกิจการ (KTC MILLION)** ซึ่งเป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน สำหรับเจ้าของกิจการที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ แต่ KTC มีนโยบายที่จะไม่เพิ่มมูลค่าพอร์ตโฟลियोของธุรกิจนี้ ตั้งแต่ปลายปี 2549 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงดังนั้น การดำเนินการในปัจจุบันเป็นเพียงการให้บริการแก่ลูกหนี้รายเดิมที่ยังคงมีบัญชีค้างชำระหนี้กับบริษัทอยู่ โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 6 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด และ ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 KTC มีมูลค่าลูกหนี้สินเชื่อเจ้าของกิจการสุทธิอยู่เพียง 4 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.01 ของลูกหนี้สุทธิทั้งหมด
- **การให้บริการแก่องค์กรภายนอก (Insource Service)** ในปี 2556 บริษัทได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทย ในการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจงานติดตามทวงถามหนี้ (Collection) ให้แก่ธนาคารกรุงไทย และกลุ่มธุรกิจของธนาคาร เนื่องจากบริษัทมีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการติดตามทวงถามหนี้ย่อย (Retail Collection) โดยในการรับให้บริการงานติดตามทวงถามหนี้บริษัทได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย และปฏิบัติตามเงื่อนไข วิธีการปฏิบัติที่ธนาคารกรุงไทยกำหนด

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

2.1.5 บทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัท

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

นอกจากจะต้องปฏิบัติตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย และประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท อาทิ เช่น พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย พ.ศ. 2556 เป็นต้น บริษัทในฐานะผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) และเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล ต้องปฏิบัติตามกฎหมายฟอกเงิน บริษัทจึงได้กำหนดนโยบาย มาตรการต่าง ๆ และแนวปฏิบัติต่าง ๆ ตามกฎหมาย อันได้แก่ การรับลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า การรายงานธุรกรรมที่เข้าข่ายต้องรายงาน การรายงานธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินที่ถูกระงับเกี่ยวกับผู้ที่เป็นหรือเคยเป็นลูกค้าซึ่งอยู่ในรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนดหรือผู้ที่มีหรือเคยมีการทำธุรกรรมกับผู้นั้น รวมทั้ง จัดให้มีการบริหารความเสี่ยง การติดตาม การสอบทานบัญชีลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการทำธุรกรรม และข้อมูลการระงับการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพย์สินของบุคคลที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐการจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายฟอกเงินแก่พนักงานบริษัทด้วย เพื่อป้องกันการฟอกเงินและป้องกันการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายให้เป็นไปตามกฎหมายฟอกเงินดังกล่าว บริษัทจึงได้ประกาศและกำหนดเป็นนโยบาย โดยมีผลบังคับใช้ในบริษัทแล้วนอกจากนี้ ตามที่ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ออก Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) บริษัทได้ดำเนินการลงทะเบียนกับกรมสรรพากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตามGIN No.63CF3L.99999.SL.764 และปัจจุบันบริษัทได้กำหนดนโยบายการดำเนินงานตาม Foreign Account Tax Compliance Act (“FATCA”) ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบสถานะความเป็นพลเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกาของลูกค้าบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งประเภทธรรมดาและนิติบุคคล และกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานสอดคล้องและรองรับกฎหมายดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งมีการติดตามประกาศ หลักเกณฑ์ที่อาจจะออกเพิ่มเติมอันเนื่องจากการเข้าร่วมเป็น Intergovernmental Agreement (IGA) ระหว่างไทยกับสหรัฐ ซึ่งอาจ

ต้องปรับขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด ทั้งนี้ บริษัทเชื่อมั่นว่าได้ปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายต่าง ๆ ดังกล่าว ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างถูกต้องครบถ้วน

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

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

นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจของบริษัทยังอาจถูกควบคุม กำกับดูแลโดยหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งหากมีการออกกฎเกณฑ์ ข้อกำหนด เงื่อนไข และวิธีการและ/หรือหลักเกณฑ์ เพื่อควบคุมกำกับดูแลการดำเนินงานในการประกอบธุรกิจของบริษัท การดังกล่าวอาจมีผลให้บริษัทปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินการของบริษัทในอนาคต บริษัทมีความมั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติตามได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

2.2 ภาวะตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 นโยบายการแข่งขันทางการตลาดและกลยุทธ์ของบริษัทในรอบปี 2558

2.2.1.1 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจบัตรเครดิต

ในปี 2558 ตลาดบัตรเครดิตในภาพรวม มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่ของจำนวนบัตร ยอดใช้จ่าย และมูลค่าสินเชื่อ ทำให้กลยุทธ์และกิจกรรมการตลาดยังคงมีแนวโน้มที่จะแข่งขันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะจากผู้ให้บริการที่เป็นธนาคารพาณิชย์ของไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ต้องการขยายส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งเน้นเพิ่มยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรให้เพิ่มสูงขึ้น จะเห็นได้จากโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายที่ออกมาในตลาดในช่วงปีที่ผ่านมา

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

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

โดยสรุป เคทีซีในฐานะผู้ให้บริการที่มีฐานสมาชิกจำนวนมาก และมีการเติบโตอย่างสูงในปีที่ผ่านมาในด้านจำนวนบัตร ได้เล็งเห็นสภาพการแข่งขันที่เข้มข้นต่อเนื่อง รวมถึงมีเป้าหมายในการขึ้นเป็นผู้นำ จึงไม่หยุดนิ่งและมีนโยบายพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาด ให้แตกต่าง หลากหลาย ทุกมิติ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยรูปแบบและกิจกรรมการตลาด เน้นการตอบสนองตลาดระดับบน (Premium) ขณะเดียวกัน ยังคงความต่อเนื่อง และรักษาฐานสมาชิกในกลุ่มระดับกว้าง (Mass) รวมถึงแบบเชิงลึกเจาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Segmentation) และมีการใช้ระบบ CRM เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเฉพาะอีกด้วย

โดยกิจกรรมและนโยบายด้านการตลาด ในปี 2559จะยังคงความเข้มข้นต่อเนื่อง เป็นการสานต่อจากนโยบายปีที่ผ่านมาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงจะมีการขยายกรอบแนวคิด การทำตลาดรูปแบบใหม่ เน้นการใช้ช่องทางออนไลน์ รวมถึงไม่หยุดนิ่งในการวิเคราะห์ หาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อีกด้วย

2.2.1.2 ลักษณะธุรกิจ แผนการตลาด และกลยุทธ์ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จากภาวะการชะลอตัวของอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตของตลาดสินเชื่อบุคคลโดยรวมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธนาคารพาณิชย์อย่างไรก็ดี ความต้องการของผลิตภัณฑ์สินเชื่อยังมีอยู่อย่างต่อเนื่องแต่ผู้ประกอบการยังคงมีความระมัดระวังในเรื่องการอนุมัติ เนื่องจากยังมีความกังวลในอัตราหนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น

ในส่วนของเคทีซียังคงมุ่งเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคงในระยะยาว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ โดยเพิ่มและมีการพัฒนาในด้านบริการอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้นโยบายทางกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดของสินเชื่อบุคคลสรุปได้พอสังเขปเป็นดังนี้

- กิจกรรมการตลาดสนับสนุนการสมัครสินเชื่อกใหม่: เป็นโครงการสนับสนุนการจัดการและต้อนรับสมาชิกใหม่ ยกกระดับการให้บริการ โดยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการสมัครและทราบผลการอนุมัติที่สาขาได้ภายใน 30 นาทีกับโครงการ Cash @ TOUCH นอกจากนี้ยังมีการมอบสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าและมุ่งเน้นช่องทางการสมัครใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่นการสมัครผ่านช่องทางออนไลน์

- กิจกรรมการตลาดระดับกว้าง (Mass Campaign): เป็นโครงการมุ่งตอบสนองลูกค้าสมาชิกโดยการช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของสมาชิก ซึ่งดำเนินการทุก ๆ รายไตรมาส นับเป็นโครงการที่สร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง
- กิจกรรมการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Segmentation Campaign): โครงการทางการตลาดที่ผ่านการศึกษาและการใช้ข้อมูลอย่างละเอียดทั้งทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคเงินสดแบบ 360 องศา เพื่อให้เกิดการตอบรับอย่างสูงสุดภายใต้การใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ
- กิจกรรมการตลาดสนับสนุนการสร้างควมภักดีในระยะยาว: เนื่องจากคะแนนสะสม KTC FOREVER REWARD เป็นจุดแตกต่างจากคู่แข่ง เคทีซีจึงมุ่งเน้นในการสร้างความหลากหลายในการแลกคะแนน นอกจากนี้ยังมีการจัดการสัมมนาในหัวข้อการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิก โดยมุ่งการเพิ่มรายได้ การออมเงิน และการลงทุนและนอกจากนี้ยังมีการมอบสิทธิพิเศษกับสมาชิกนับเป็นสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าในการเก็บบัตรไว้ในกระเป๋า “Keep in the wallet”

เคทีซีเชื่อว่า ด้วยกิจกรรมและกลยุทธ์ที่หลากหลาย จะช่วยให้เคทีซีบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และส่งเสริมให้สมาชิกใช้บัตรเคทีซีเป็นหลัก อีกทั้งด้วยกิจกรรมและกลยุทธ์ที่ดูแลลูกค้าแบบบูรณาการตั้งแต่เริ่มต้นการเป็นสมาชิกของสินเชื่อบุคคล จะให้สมาชิกสินเชื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจ และไม่ว่าจะเป็นสมาชิกบัตรเครดิตหรือสมาชิกสินเชื่อบุคคล ก็มีความจงรักภักดีต่อบริษัท ช่วยให้เคทีซีบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นผลดีต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2.2.2 ภาวะอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

2.2.2.1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ประกาศตัวเลขการขยายตัวของ GDP ในไตรมาส 2/2559 ที่ 3.5% เติบโตขึ้นจากไตรมาส 1/2559 ที่ 3.2% ทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจไทยในครึ่งปีแรกเติบโตที่ 3.4% สูงกว่าคาดการณ์ โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัวได้ดี โดยเฉพาะการใช้จ่ายภาคครัวเรือน อีกทั้งจากมาตรการจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นการบริโภค รวมถึงภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของภาครัฐที่ยังคงเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่ทั้งนี้การส่งออกสินค้ายังคงชะงักตามภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า แต่จากการบริโภคภาคเอกชนที่สูงกว่าคาด ทำให้ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับประมาณการอัตราการขยายตัวของ GDP ปี 2559 มาที่ 3.2% (คาดการณ์ ณ เดือนกันยายน 2559) เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้ที่ 3.1%

จากภาวะความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้อำนาจซื้อชะลอตัวลงเนื่องจากความไม่มั่นใจของผู้บริโภคต่อความผันผวนของเศรษฐกิจและความกังวลในรายได้ในอนาคต โดยหนี้สินครัวเรือน ณ ไตรมาส 2/2559 มีอัตราการเติบโตที่ชะลอตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.3 เทียบกับปลายปี 2558 ที่มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.2 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาคครัวเรือนยังไม่มั่นใจในการใช้จ่าย และประกอบกับธนาคารพาณิชย์ยังระมัดระวังการขยายสินเชื่อส่วนบุคคล โดยเฉพาะในสินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน

สำหรับธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคในไตรมาส 2 ปี 2559 มีแนวโน้มการเติบโตที่ชะลอตัวลง โดยมียอดลูกหนี้บัตรเครดิตของอุตสาหกรรมรวม ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559 เท่ากับ 315,557 ล้านบาทขยายตัว 6.2% จากช่วงระยะเวลา

เดียวกันของปี 2558 ที่มีการขยายตัวร้อยละ 7.3 สำหรับปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรรวมสำหรับงวดครึ่งปีมีจำนวน 714,547 ล้านบาท คิดเป็นเติบโตที่ 8.0% ขณะที่สินเชื่อบุคคลมียอดลูกหนี้ของ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน เท่ากับ 327,169 ล้าน บาทคิดเป็นเพิ่มขึ้นที่ 3.2% จากช่วงเดียวกันของปี 2558

ตารางขนาดหนี้ครัวเรือนของไทยเทียบกับ GDP ปี 2553-ปี 2559

ปี	ไตรมาส 2					
	2554	2555	2556	2557	2558	2559
หนี้สินครัวเรือน ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	7,480,760	8,829,181	9,845,471	10,494,246	11,095,684	11,239,688
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	16.8%	18.0%	11.5%	6.6%	5.7%	4.3%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ⁽²⁾ (ล้านบาท)	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,533,596	13,831,816 ⁽³⁾
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	4.6%	9.3%	4.5%	1.8%	3.1%	3.9%
หนี้ครัวเรือนต่อ GDP (%)	66.2%	71.8%	76.6%	79.7%	82.0%	81.3%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- (1) ข้อมูลจะถูกปรับแก้ไขโดยธนาคารแห่งประเทศไทยทุกไตรมาสที่ 2 ของแต่ละปี (ปรับแก้ไขย้อนหลัง 8 ไตรมาส ไม่รวมไตรมาสล่าสุด) ตามข้อมูลที่ได้รับเพิ่มเติมจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- (2) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปีซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลข ย้อนหลังตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงปี 2555
- (3) GDP ไตรมาส 2 ปี 2559 เป็นตัวเลขประมาณการ Annualized GDP โดยใช้ GDP รายไตรมาส 4 ไตรมาทย้อนหลัง

แม้ว่าเงินกู้ยืมภาคครัวเรือนจะมีการเติบโตตามการบริโภคภาคเอกชนที่ขยายตัว แต่จะเห็นได้ว่าหนี้ครัวเรือนมีการเติบโตในลักษณะที่ชะลอลง ซึ่งจากตารางจะพบว่าในปี 2553-2558 อัตราการเติบโตของหนี้ครัวเรือนจะอยู่ที่ร้อยละ 18.0 / 11.5 / 6.6 และ 5.7 ต่อปีตามลำดับ ซึ่งยอดหนี้ครัวเรือน ณ ไตรมาส 2 ปี 2559 มีจำนวน 11.2 ล้านล้านบาท ขยายตัวที่ร้อยละ 4.3 อัตราส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP มีอัตราส่วนที่ลดลงเล็กน้อยจากปี 2558 โดยในไตรมาส 2 ปี 2559 อัตราส่วนเท่ากับร้อยละ 81.3 ลดลงจากปี 2558 ที่เท่ากับร้อยละ 82

ในส่วนของหนี้ครัวเรือนนั้นหากอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องเป็นเวลานานจนไม่สอดคล้องกับรายได้ ก็อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือน จนเป็นปัญหาต่อสถาบันการเงินที่ปล่อยกู้ได้สถาบันการเงินจึงเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องการคัดกรองลูกหนี้ และกระบวนการอนุมัติสินเชื่อ เพื่อควบคุมสัดส่วนระดับสินเชื่อค้างชำระเกินกว่า 3 เดือนขึ้นไป (Non-Performing Loans: NPL)

ตาราง สรุปรายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน พ.ศ. 2549-2558⁽¹⁾

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

ปี ⁽¹⁾	รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน		หนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือน	
	บาท	%	บาท	%	บาท	%
2558	26,915	6.8%	21,157	11.0%	156,770	-3.9%

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

(1) อัตราการเติบโตของปี 2549 เติบโตจากปี 2547 ตามลำดับเรื่อยไปจนถึงปีล่าสุด 2558 ที่เติบโตจากปี 2556 ทั้งนี้ไม่มีการเก็บข้อมูลรายได้เฉลี่ย และหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนสำหรับปี 2551 ปี 2553 ปี 2555 และปี 2557

ตารางสรุปค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือน พ.ศ. 2553 –2558

ปี	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือน (บาท/เดือน)	16,819	17,403	18,766	19,061	20,892	21,157
อัตราการเปลี่ยนแปลงต่อปี (%)	3.8%	3.5%	7.8%	1.6%	9.6%	1.3%

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ในปี 2558 (เทียบกับปี 2556) ประชากรในประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.0 ซึ่งมากกว่าการขยายตัวของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 6.8 โดยหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือนกลับหดตัวลงที่ร้อยละ -3.9 อันเนื่องมาจากสถาบันการเงินมีความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ทำให้ประชาชนเข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้น้อยลง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายของครัวเรือนเฉลี่ย ปี 2558 จะอยู่ที่ 21,157 บาท/เดือน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากปีก่อนหน้า สอดคล้องกับภาวะเงินเฟ้อของไทยที่ขยายตัวในระดับต่ำ เนื่องจากราคาน้ำมันที่ลดลงอย่างรวดเร็วในปีที่ผ่านมา

ตารางเปรียบเทียบธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) และ ขนาดหนี้ครัวเรือน

ปี	2554	2555	2556	2557	2558	2559 (ม.ค.-มิ.ย.)
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,533,59	7,004,181
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	4.6%	9.3%	4.5%	1.8%	3.1%	4.4%
หนี้สินครัวเรือน ⁽²⁾ (ล้านบาท)	7,480,760	8,829,181	9,845,471	10,494,246	11,038,743	11,239,688
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	16.8%	18.0%	11.5%	6.6%	5.2%	4.3%
ลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (ล้านบาท) ⁽³⁾	442,213	518,685	589,567	630,992	661,308	642,726
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	9.5%	17.3%	13.7%	7.0%	4.8%	4.7%
อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อ GDP	3.9%	4.2%	4.6%	4.8%	4.9%	4.6% ⁽⁴⁾
อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อหนี้ครัวเรือน	5.9%	5.9%	6.0%	6.0%	6.0%	5.7%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

(1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี ซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลขย้อนหลังตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงปี 2555

(2) หนี้สินครัวเรือนจะถูกปรับแก้ไขโดยธนาคารแห่งประเทศไทยทุกไตรมาสที่ 2 ของแต่ละปี (ปรับแก้ไขย้อนหลัง 8 ไตรมาส ไม่รวมไตรมาสล่าสุด) ตามข้อมูลที่ได้รับเพิ่มเติมจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(3) จำนวนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภค คัดจากลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตรวมกับลูกหนี้สินเชื่อบุคคล

(4) อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อ GDP คำนวณโดยใช้ตัวเลข Annualized GDP ของสิ้นไตรมาส 2 ปี 2559

อัตราการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคในไตรมาส 2 ปี 2559 ชะลอตัวลงมาอยู่ที่ร้อยละ 4.7 ซึ่งในปี 2558 และ 2557 เคยเติบโตร้อยละ 4.8 และร้อยละ 7.0 ตามลำดับ สำหรับอัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อ GDP ในไตรมาส 2 ปี 2559 ลดลงเล็กน้อยเป็นร้อยละ 4.6 จาก ณ สิ้นปี 2558 ที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 4.9 ทั้งนี้ ภาพรวมตั้งแต่ปี 2554 สัดส่วนดังกล่าวยังอยู่ในช่วงใกล้เคียงกันที่ระหว่างร้อยละ 4-5

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อเพื่อผู้บริโภคต่อหนี้ครัวเรือน ในภาพรวมจะพบว่าอัตราส่วนดังกล่าวอยู่ในระดับร้อยละ 6 มาตั้งแต่ปี 2554 โดยในไตรมาส 2 ของปี 2559 อัตราส่วนดังกล่าวได้ลดลงมาเล็กน้อยอยู่ที่ 5.7% เป็นผลมาจากการขยายตัวของยอดลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคน้อยกว่าการขยายตัวของหนี้ครัวเรือน โดยการเติบโตของยอดลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคในปี 2558 และ ปี 2557 เท่ากับร้อยละ 4.8 และ 7.0 ตามลำดับ และหนี้ครัวเรือนในปี 2558 และ ปี 2557 เติบโตเป็นร้อยละ 5.2 และ 6.6 ตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ลูกหนี้สินเชื่อผู้บริโภคประกอบด้วยลูกหนี้สินเชื่อบัตรเครดิตและลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งจากรายงานการเผยแพร่ข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการหลัก 2 ประเภท ได้แก่

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

(2) ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (non-bank) รวมถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อเพื่อรายย่อย รวมทั้งสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล แต่ไม่ได้รับอนุญาตในการให้บริการเงินฝาก มีจำนวนทั้งสิ้น 37 สถาบัน (ไม่รวมกลุ่มผู้ให้บริการสินเชื่อ nano finance) แบ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 2 บริษัท บริษัทที่ดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียวมีจำนวน 28 บริษัท และบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลร่วมกันจำนวน 7 บริษัท (รวมบมจ.บัตรกรุงไทย) โดยผู้ประกอบการประเภทนี้มีส่วนช่วยผลักดันให้การกู้เงินของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำซึ่งมีสัดส่วนสูงเข้ามากู้เงินในระบบมากขึ้น

2.2.2.2 จำนวนผู้มีงานทำและส่วนแบ่งตลาดตามกลุ่มรายได้ของอุตสาหกรรม

จากตัวเลขผู้มีงานทำในตารางแสดงจำนวนประชากรผู้มีงานทำ จะเห็นว่าจำนวนผู้มีงานทำในปี 2554 - 2558 อยู่ในระดับใกล้เคียงกันประมาณ 39 ล้านคน และเท่ากับ 38.9 ล้านคน ณ สิ้นปี 2558 โดยอัตราการมีงานทำของผู้มีงานทำในกำลังแรงงานทั้งหมดอยู่ในระดับใกล้เคียงกันที่ประมาณร้อยละ 99 และ ณ เดือนมิถุนายน 2559 จำนวนผู้มีงานทำและอัตราการมีงานทำลดลงจากสิ้นปี 2558 เล็กน้อยเหลือ 38.2 ล้านคน และร้อยละ 98.6 ตามลำดับ

ตารางแสดงจำนวนผู้มีงานทำและอัตราการมีงานทำ ปี 2554– มิ.ย. 2559

ตัวเลขผู้มีงานทำ	2554	2555	2556	2557	2558	มิ.ย. 2559
จำนวนผู้มีงานทำ (ล้านคน)	39.5	39.5	38.6	38.7	38.9	38.2
อัตราการมีงานทำ (%)	99.6%	99.5%	99.3%	99.4%	99.2%	98.6%

ที่มา : สรุปลผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (ทั่วราชอาณาจักร) ปี 2554 ถึง ไตรมาส 2 ปี 2559 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

รายงานภาวะสังคมไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้เปิดเผยว่า การจ้างงานในไตรมาสที่ 2 ปี 2559 พบว่าลดลงร้อยละ 0.9 โดยการจ้างงานนอกภาคเกษตรลดลงร้อยละ 6.2 และการจ้างงานนอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยเฉพาะสาขาก่อสร้าง ขนส่ง และบริการท่องเที่ยว และรายได้ของแรงงานภาคเอกชนมีการเติบโตขึ้น โดยค่าจ้างแรงงานที่ไม่รวมผลตอบแทนอื่นๆ และค่าล่วงเวลานั้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.14 และค่าล่วงเวลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งส่งผลในทางบวกต่อทิศทางการเติบโตของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

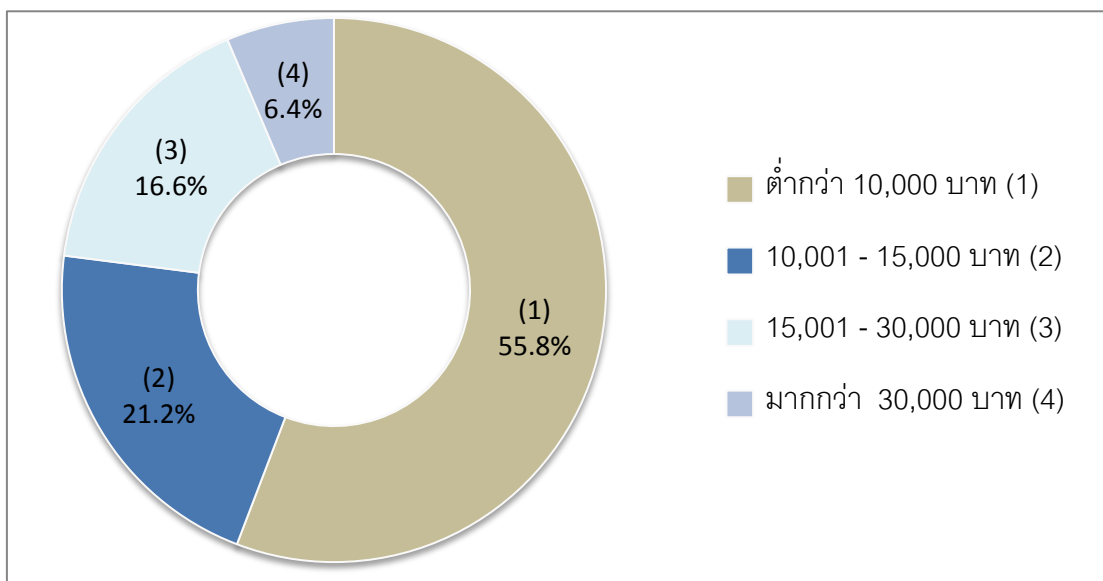
ตารางแสดงจำนวนประชากรผู้มีรายได้ประจำและอัตราการเติบโต ปี 2554- ไตรมาส 2 ปี 2559

ตัวเลขผู้มีรายได้	2554	2555	2556	2557	2558	มิ.ย. 2559
จำนวนผู้มีรายได้ประจำ (ล้านคน)	16.6	16.9	16.4	17.9	18.1	18.6
อัตราการเติบโต	9.0%	2.0%	-3.0%	9.0%	1.5%	2.6%

ที่มา : การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (ทั่วประเทศตามจังหวัด) สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากจำนวนประชากรผู้มีงานทำปี 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 38.9 ล้านคน เป็นผู้มีรายได้ประจำ 18.1 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46.5 ของผู้มีงานทำทั้งหมด และสำหรับไตรมาส 2 ปี 2559 มีสัดส่วนดังกล่าวที่ร้อยละ 48.7 จากจำนวนประชากรผู้มีงานทำ รวม 38.2 ล้านคน เป็นจำนวนผู้มีรายได้ประจำทั้งสิ้น 18.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 ซึ่งโครงสร้างรายได้ของผู้มีรายได้ประจำดังกล่าว สามารถจำแนกได้ตามแผนภูมิ ดังนี้

โครงสร้างรายได้ของประชากรผู้มีรายได้ประจำในประเทศไทย ณ สิ้นเดือนมิถุนายน ปี 2559 จำนวน 18.6 ล้านคน



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากแผนภูมิแสดงจำนวนผู้มีรายได้ประจำ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559 จำนวนทั้งสิ้น 18.6 ล้านคน สามารถจำแนกได้เป็น ผู้มีรายได้ตามระดับรายได้ต่อเดือนเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน เป็นกลุ่มประชากรใหญ่ที่สุดรวม 10.3 ล้านคน หรือร้อยละ 55.8 ของผู้มีรายได้ประจำทั้งหมด กลุ่มที่มีจำนวนประชากรรองลงมาคือ กลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 15,000 บาท/เดือน มีจำนวน 3.9 ล้านคน เป็นสัดส่วนร้อยละ 21.2 สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001 – 30,000 บาท/เดือน มีจำนวน 3.0 ล้านคน มีสัดส่วนร้อยละ 16.6 และกลุ่มที่มีประชากรน้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท/เดือน มีจำนวน 1.2 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.4 ซึ่งประชากรกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 15,000 บาท/เดือน (สัดส่วนร้อยละ 21.1 ของประชากรผู้มีรายได้ประจำ) จะเป็นฐานลูกค้าเป้าหมายใหญ่ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัท และประชากรกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท/เดือนเป็นต้นไป (สัดส่วนรวมร้อยละ 16 ของประชากรผู้มีรายได้ประจำ) เป็นฐานลูกค้าสำคัญของธุรกิจบัตรเครดิต อย่างไรก็ตาม โอกาสในการเติบโตของทั้ง 2 ธุรกิจนี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมและระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคด้วย

ทั้งนี้ จำนวนผู้มีรายได้ประจำเป็นผลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งเป็นข้อมูลจากโครงการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร โดยข้อมูลนับเฉพาะจำนวนผู้รับจ้างทำงานในระบบที่ ได้รับรายได้เป็นเงินเดือนทั้งที่เป็นเอกชนและหน่วยงานราชการเท่านั้น ไม่นับรวมผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการตนเอง เช่น ผู้ประกอบกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และผู้ประกอบการที่มีขนาดเล็ก มีผลทำให้ข้อมูลมีตัวเลขต่ำกว่าตัวเลขที่น่าจะเป็น

2.2.2.3 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจบัตรเครดิต

(1) การเปรียบเทียบตัวเลขการใช้จ่ายส่วนบุคคล การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การเบิกเงินสดล่วงหน้าเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

จากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมที่ฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป ทำให้การใช้จ่ายส่วนบุคคลไตรมาส 2 ปี 2559 มีจำนวน 3,576,119 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ในปี 2558 การใช้จ่ายส่วนบุคคลขยายตัวร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 โดยมีจำนวนเท่ากับ 6,974,351 ล้านบาท สำหรับภาพรวมของตลาดธุรกิจบัตรเครดิตมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 และไตรมาส 2 ปี 2559 การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมขยายตัวที่ร้อยละ 6.6 และ 8.0 ตามลำดับ ซึ่งมูลค่าการใช้จ่ายรวมในไตรมาส 2 ปี 2559 เท่ากับ 714,547 ล้านบาท แบ่งเป็นยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร 650,114 ล้านบาท และยอดการเบิกเงินสดล่วงหน้า 64,432 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 และ 4.0 ตามลำดับ) ถึงแม้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาแนวโน้มการเติบโตของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรรวมของอุตสาหกรรมนั้นจะชะลอลง โดยในปี 2555-2558 จะอยู่ที่ร้อยละ 18.7 / 11.2 / 9.4 และ 6.6 ต่อปีตามลำดับนั้น แต่ยอดการเติบโตในไตรมาส 2 ปี 2559 นั้นมีอัตราการเติบโตที่มากขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่เริ่มเห็นทิศทางที่ดีขึ้นในช่วงที่ผ่านมา ดังจะเห็นได้จากอัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมต่อการใช้จ่ายส่วนบุคคลที่ยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554 จนกระทั่งถึงในไตรมาสสองปี 2559 อัตราส่วนเติบโตมาอยู่ที่ร้อยละ 20 ซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวโน้มความนิยมของผู้บริโภคที่หันมาใช้การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น

จะเห็นว่า แนวโน้มของผู้บริโภคในประเทศไทยที่เริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแทนการใช้เงินสดมากขึ้น สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment Master Plan) ซึ่งมุ่งหวังให้ประเทศก้าวสู่ Digital Economy แผนยุทธศาสตร์นี้จะช่วยประหยัดต้นทุนระบบ

เศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในภาคธนาคาร ภาคธุรกิจหรือร้านค้า และภาคประชาชน โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็น ตัวกลางในการโอนเงิน ซึ่งจะช่วยให้การกำกับดูแลระบบชำระเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพิ่มความสามารถในการ แข่งขันของธุรกิจจากต้นทุนที่ลดลงในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น เมื่อ พิจารณาอัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อ GDP พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากเปรียบเทียบระหว่างสิ้นปี 2558กับปี 2557 พบว่าอัตราส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9.3 เพิ่มจากร้อยละ 9.0 ของปี 2557 และในไตรมาส 2/2559 อยู่ที่ร้อยละ 9.3 สำหรับอัตราส่วนการเบิกเงินสดล่วงหน้าต่อ GDP มีแนวโน้มคงที่ที่ร้อยละ 0.8-0.9 ขณะที่อัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมต่อการใช้จ่ายส่วนบุคคลยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2554 จนถึงครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ ร้อยละ 20

ตารางสรุปตัวเลขการใช้จ่ายส่วนบุคคล การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การเบิกเงินสดล่วงหน้าเทียบกับผลิตภัณฑ์ มวลรวมในประเทศ (GDP)

	2554	2555	2556	2557	2558	2559 (ม.ค. - มิ.ย.)
การใช้จ่ายส่วนบุคคล (ล้านบาท) ⁽¹⁾	5,978,093	6,535,165	6,755,851	6,922,620	6,978,168	3,576,119
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	6.2%	9.3%	3.4%	2.5%	0.8%	3.9%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต(ล้านบาท)	811,726	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,634	650,114
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	12.8%	19.9%	11.1%	9.7%	6.7%	8.5%
การเบิกเงินสดล่วงหน้า (ล้านบาท)	93,622	101,040	113,901	121,611	128,487	64,432
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	-1.0%	7.9%	12.7%	6.8%	5.7%	4.0%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวม (ล้านบาท) ⁽²⁾	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121	714,547
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	11.2%	18.7%	11.2%	9.4%	6.6%	8.0%
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (ล้านบาท) ⁽¹⁾	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,533,596	7,004,181
อัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมต่อการใช้จ่ายส่วนบุคคล	15.1%	16.4%	17.7%	18.9%	20.0%	20.0%
อัตราส่วนการใช้จ่ายส่วนบุคคลต่อ GDP	52.9%	52.9%	52.4%	52.7%	51.6%	51.1%
อัตราส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อ GDP	7.2%	7.9%	8.4%	9.0%	9.3%	9.3%
อัตราส่วนการเบิกเงินสดล่วงหน้าต่อ GDP	0.8%	0.8%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

⁽¹⁾ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และการใช้จ่ายส่วนบุคคล ณ ราคาประจำปีซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลขย้อนหลังตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงปี 2555

⁽²⁾ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวม คือผลรวมของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและการเบิกเงินสดล่วงหน้า

(2) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

ด้วยภาพรวมของเศรษฐกิจไทยที่เริ่มมีสัญญาณของการขยายตัวในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ทำให้อุตสาหกรรมบัตรเครดิตมีแนวโน้มจะเติบโตดีในตลอดทั้งปี 2559 โดยตัวเลขอุตสาหกรรมบัตรเครดิตในไตรมาส 2 ปี 2559 ยังคงเติบโตขึ้น

กว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน ได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตเติบโตที่ร้อยละ 8.4 ยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 การใช้จ่ายผ่านบัตรขยายตัวร้อยละ 8.5 และการเบิกเงินสดล่วงหน้าเติบโตร้อยละ 4.0 ทั้งนี้ ปัจจัยการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตมาจากการกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง จากผู้ประกอบการทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ผ่านโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่จัดทำร่วมกับร้านค้า ทำให้ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2559 มีจำนวนบัตรเครดิตในระบบทั้งสิ้น 22.6 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.4 จากทั้งสิ้น 20.8 ล้านบัญชี ณ สิ้นไตรมาสเดียวกันของ ปี 2558 โดยธุรกิจบัตรเครดิตยังคงเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตต่อไปได้ในอนาคต จากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้บริการ e-Payment และทำธุรกรรมต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมไปถึงการซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต่างก็ปรับตัวเพื่อรองรับกับธุรกรรมดังกล่าวไว้แล้ว

สำหรับส่วนแบ่งตลาดด้านจำนวนบัญชีบัตรเครดิต ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้เพิ่มขึ้น ซึ่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2559 มีส่วนแบ่งร้อยละ 54.2 (ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากสิ้นปี 2558 ที่เท่ากับร้อยละ 53.5) มีจำนวนบัญชีประมาณ 12.2 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.6 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนแบ่งตลาดที่เหลืออีกร้อยละ 45.85 มาจากธนาคารพาณิชย์ที่มีจำนวนบัญชี 10.4 ล้านบัญชี อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.0 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า

ตารางแสดงจำนวนบัญชี ยอดสินเชื่อคงค้าง ปริมาณการใช้จ่าย และการเบิกเงินสดล่วงหน้าของธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต (ล้านบัญชี)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 30 มิ.ย. 2559		
						จำนวนบัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	7,894,861	8,274,146	9,028,047	9,744,241	10,119,844	10,352,228	45.8%	6.0%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	7,433,430	8,595,879	9,520,707	10,559,510	11,642,429	12,226,014	54.2%	10.6%
รวมทั้งหมด	15,328,291	16,870,025	18,548,754	20,303,751	21,762,273	22,578,242	100.0%	8.4%
ยอดสินเชื่อคงค้าง (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ยอดสินเชื่อ	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	138,776	156,203	175,438	193,394	204,980	190,377	60.3%	6.3%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	90,128	105,351	114,988	124,748	131,662	125,180	39.7%	6.2%
รวมทั้งหมด	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641	315,557	100.0%	6.2%
ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร (ล้านบาท)⁽¹⁾	2554	2555	2556	2557	2558	ปริมาณการใช้จ่าย	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	532,493	644,832	728,835	807,443	853,729	440,049	67.7%	7.6%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	279,233	328,468	352,305	378,098	410,906	210,066	32.3%	10.4%
รวมทั้งหมด	811,726	973,300	1,081,140	1,185,541	1,264,634	650,114	100.0%	8.5%

การเบิกเงินสดล่วงหน้า (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	การเบิกเงิน สดล่วงหน้า	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	53,250	56,263	63,566	66,732	70,212	35,054	54.4%	3.7%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	40,372	44,776	50,335	54,878	58,275	29,378	45.6%	4.4%
รวมทั้งหมด	93,622	101,039	113,901	121,611	128,487	64,432	100.0%	4.0%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

(¹) ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า

ภาพรวมของยอดสินเชื่อคงค้างธุรกิจบัตรเครดิตในครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่าทั้งสิ้น 315,557 ล้านบาท โดยธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างคงที่ในอัตราส่วนร้อยละ 60.3 และร้อยละ 39.7 ตามลำดับและมีอัตราการเติบโตของยอดสินเชื่อคงค้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 และร้อยละ 6.2 ตามลำดับเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2558

ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรไม่รวมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรมในครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 650,114 ล้านบาท เติบโตที่ร้อยละ 8.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนสำหรับส่วนแบ่งตลาดหลักที่ร้อยละ 67.7 เป็นการใช้จ่ายของบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นมูลค่า 440,049 ล้านบาท และส่วนของผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 32.3 คิดเป็นมูลค่า 210,066 ล้านบาท โดยมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรมีอัตราเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 7.6 และ 10.4 สำหรับธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ตามลำดับ

การเบิกเงินสดล่วงหน้าของอุตสาหกรรมในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 64,432 ล้านบาท เติบโตได้ร้อยละ 4 จากช่วงเดียวกันของปี 2558 โดยธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 54.4 มีอัตราการขยายตัวของปริมาณการเบิกเงินสดล่วงหน้าที่ประมาณร้อยละ 3.7 ผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีส่วนแบ่งตลาดที่ร้อยละ 45.6 และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.4

(3) ธุรกิจบัตรเครดิตบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมพบว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมของบริษัทในครึ่งปีแรกของปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 78,664 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 68,141 ล้านบาท ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.4 สูงกว่าการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 8.0 (เพิ่มจาก 661,313 ล้านบาท เป็น 714,547 ล้านบาท) และเมื่อคิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรมจะอยู่ที่ร้อยละ 11.0 เติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนร้อยละ 10.3

ลูกหนี้บัตรเครดิตในครึ่งปีแรกของปี 2559 บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 13.0 คิดเป็นยอดลูกหนี้เท่ากับ 41,102 ล้านบาท ขยายตัวจากครึ่งปีแรกของปี 2558 ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 12.5 (ยอดลูกหนี้ 37,226 ล้านบาท) คิดเป็นการเติบโตที่ร้อยละ 10.4 เติบโตสูงกว่ายอดลูกหนี้ของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 6.2 ต่อปี และอัตราการขยายตัวของลูกหนี้ของบริษัทยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องนับจากปี 2558 เติบโตร้อยละ 10.1 และปี 2557 เติบโตร้อยละ 6.6

บริษัทมีกลยุทธ์การออกบัตรให้กับกลุ่มค้าระดับบน ซึ่งร่วมกับทั้ง วีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี อีกทั้งยังมีการกระตุ้นการใช้จ่าย โดยครอบคลุมหมวดสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ของสมาชิกพร้อมกับขยายพันธมิตรใหม่ เพื่อเป็นการขยายสิทธิประโยชน์ในหมวดใหม่ๆ ให้กับสมาชิก ทำให้จำนวนบัตรเครดิตของบริษัทในครึ่งปีแรกของปี 2559 เติบโตเป็น 2.0 ล้านบัญชี ซึ่งการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 4.9 เมื่อเทียบกับครึ่งปีแรกของปี 2558 ซึ่งมีจำนวนบัญชีเท่ากับ 1.9 ล้านบัญชี โดยบริษัทสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2558 และ 2559 ได้ใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 9.0

หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของอุตสาหกรรม ณ ครึ่งปีแรกของปี 2559 อยู่ที่ 9,885 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 จากช่วงเดียวกันในปีก่อนหน้า ทำให้สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 3.1 น้อยกว่าครึ่งปีแรกของปี 2558 อยู่ที่ร้อยละ 3.2 หากพิจารณาสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของแต่ละกลุ่ม จะพบว่าธนาคารพาณิชย์มี NPL อยู่ที่ร้อยละ 4.0 และบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินมี NPL อยู่ที่ร้อยละ 1.8 จะเห็นว่าระดับ NPL ของธนาคารพาณิชย์ ยังคงสูงกว่าบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงินและสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC ในครึ่งปีแรกของปี 2559 จำนวน 563 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากครึ่งปีแรกของปี 2558 ที่มีจำนวน 528 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ตามแม้จำนวนของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของบริษัทจะเพิ่มขึ้น แต่บริษัทมีสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ครึ่งปีแรกของปี 2558 และ 2559 เท่ากันที่ร้อยละ 1.4

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจบัตรเครดิตของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558	30 มิ.ย.59
จำนวนบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบัญชี)	15.33	16.87	18.55	20.30	21.76	22.58
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC (ล้านบัตร)	1.62	1.53	1.57	1.81	1.89	1.99
จำนวนบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	10.6%	9.1%	8.4%	8.9%	8.7%	8.8%
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	905,348	1,074,340	1,195,041	1,307,152	1,393,121	714,547
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC ⁽¹⁾ (ล้านบาท)	110,739	116,236	120,929	129,828	145,800	78,664
การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	12.2%	10.8%	10.1%	9.9%	10.5%	11.0%
ลูกหนี้บัตรเครดิตในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	228,903	261,553	290,425	318,141	336,641	315,557
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC (ล้านบาท)	33,668	34,007	35,297	37,621	41,412	41,102
ลูกหนี้บัตรเครดิตรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	14.7%	13.0%	12.2%	11.8%	12.3%	13.0%
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป ในอุตสาหกรรม (ล้านบาท)	4,895	5,054	6,638	8,316	10,452	9,885
ลูกหนี้บัตรเครดิตผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	1,326	928	772	626	558	563
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.4%	1.9%	2.3%	2.6%	3.1%	3.1%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	3.9%	2.7%	2.2%	1.7%	1.3%	1.4%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมการเบิกเงินสดล่วงหน้า

2.2.2.4 ภาพรวมอุตสาหกรรมของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

(1) การเปรียบเทียบสินเชื่อบุคคล เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

ยอดคงค้างของลูกหนี้สินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรม ในครึ่งปีแรกของปี 2559 เติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 3.2 โดยมียอดหนี้คงค้างเท่ากับ 327,169 ล้านบาท แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมยังสามารถเติบโตได้ในทิศทางที่ชะลอตัวลงสอดคล้องกับภาวะธุรกิจสินเชื่อผู้บริโภคในขณะนี้ นอกจากนี้อัตราส่วนของลูกหนี้สินเชื่อบุคคลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในครึ่งปีแรกของปี 2559 เท่ากับร้อยละ 2.3 ปรับตัวลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ ณ สิ้นปี 2558

ตารางสรุปตัวเลขสินเชื่อบุคคล เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

	2554	2555	2556	2557	2558	30 มิ.ย.59
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (ล้านบาท) ⁽¹⁾	11,300,485	12,349,026	12,901,498	13,132,234	13,533,596	13,831,816 ⁽³⁾
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคล (ล้านบาท)	213,310	257,129 ⁽²⁾	299,138 ⁽²⁾	312,851	324,667	327,169
อัตราการเติบโต (%ต่อปี)	13.8%	20.5%	16.3%	4.6%	3.8%	3.2%
อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลต่อ GDP	1.9%	2.1%	2.3%	2.4%	2.4%	2.3%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปีซึ่งมีการปรับปรุงตัวเลขย้อนหลังตั้งแต่ปัจจุบันจนถึงปี 2555

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อบุคคลในปี 2555- 2556 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

⁽³⁾ อัตราส่วนลูกหนี้สินเชื่อบุคคลต่อ GDP คำนวณโดยใช้ตัวเลข annualized GDP ของสิ้นไตรมาส 2 ปี 2559

(2) การแข่งขันและคู่แข่งในธุรกิจสินเชื่อบุคคล

เนื่องจากยังคงมีความกังวลในภาพรวมเศรษฐกิจ และการใช้นโยบายเครดิตที่ระมัดระวังมากขึ้นของธนาคารพาณิชย์เพื่อดูแลประเด็นคุณภาพสินทรัพย์ทำให้การอนุมัติสินเชื่อส่วนบุคคลเป็นไปอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการรายต่างๆ ได้เพิ่มความระมัดกุมในการอนุมัติสินเชื่อ ซึ่งจะเห็นได้จากการเติบโตของลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคลของอุตสาหกรรมลดลงตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ทำให้การแข่งขันเพื่อหาลูกค้าใหม่จะต้องทำควบคู่ไปกับการควบคุมคุณภาพของลูกหนี้เพื่อควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

ตารางแสดงจำนวนบัญชี และยอดสินเชื่อกค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคล

จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคล ⁽¹⁾ (บัญชี)	2554	2555	2556	2557	2558	ณ 30 มิ.ย. 2559		
						จำนวน บัญชี	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	2,097,245	2,655,997	2,926,616	2,861,617	2,692,619	2,535,431	19.3%	-8.5%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	6,824,549	7,542,876 ⁽²⁾	8,545,269 ⁽²⁾	8,980,409	10,163,572	10,624,288	80.7%	11.3%
รวมทั้งหมด	8,921,794	10,198,873	11,471,885	11,842,026	12,856,191	13,159,719	100.0%	6.8%
ยอดสินเชื่อกค้างของธุรกิจสินเชื่อ บุคคล ⁽³⁾ (ล้านบาท)	2554	2555	2556	2557	2558	ยอด สินเชื่อก ค้าง	สัดส่วน (%)	เติบโต (%ต่อปี)
ธนาคารพาณิชย์	105,297	136,571	158,309	160,634	157,890	155,041	47.4%	-3.7%
ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	108,013	120,558 ⁽²⁾	140,829 ⁽²⁾	152,217	166,777	172,128	52.6%	10.3%
รวมทั้งหมด	213,310	257,129	299,138	312,851	324,667	327,169	100.0%	3.2%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อกค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

⁽²⁾ มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อบุคคลในปี 2555- 2556 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

⁽³⁾ ยอดสินเชื่อกค้าง (Outstanding Balance) เป็นยอดเฉพาะต้นเงิน (หลังหักรายได้จากการตัดบัญชี)

ในไตรมาส 2 ปี 2559 จำนวนบัญชีของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 13.2 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน อยู่ที่ 12.3 ล้านบัญชี คิดเป็นอัตราเติบโตที่ร้อยละ 6.8 ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.7 หรือจำนวน 10.6 ล้านบัญชี ขยายตัวดีขึ้นที่ร้อยละ 11.3 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และธนาคารพาณิชย์มีส่วนแบ่งตลาดที่เหลือร้อยละ 19.3 คิดเป็นจำนวน 2.6 ล้านบัญชีการเติบโตติดลบร้อยละ 8.5 จากความวิตกกังวลเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าหนี้เป็นสาเหตุให้อัตราการปฏิเสธการให้สินเชื่อสูงขึ้น

ยอดสินเชื่อกค้างของธุรกิจสินเชื่อบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 317,019 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2558 เป็น 327,169 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 3.2 โดยธนาคารพาณิชย์มียอดสินเชื่อกค้างอยู่ที่ 155,041 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.7 มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 47.4 ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มียอดสินเชื่อกค้างอยู่ที่ 172,128 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 52.6

(3) ธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

ในไตรมาสสองของปี 2559 KTC มีจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลอยู่ที่ 784,395 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 9.8 สูงกว่าตัวเลขการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 6.8 โดยมีสัดส่วนบัญชีสินเชื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอยู่ที่ร้อยละ 6 ทั้งนี้หากพิจารณาตัวเลขส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทในด้านจำนวนบัญชี พบว่าบริษัทสามารถรักษาระดับส่วนแบ่งตลาดไว้ที่ระดับประมาณร้อยละ 6 มาอย่างต่อเนื่อง สำหรับยอดลูกหนี้สินเชื่อบุคคลคค้าง ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2559 ของบริษัทเท่ากับ 19,597 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 16.9 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมรวมที่อยู่เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 โดยมีสัดส่วนลูกหนี้เทียบกับอุตสาหกรรมเท่ากับร้อยละ 6.0 เพิ่มขึ้นจาก

ช่วงเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้าที่มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 5.3 ทั้งนี้บริษัทได้ตั้งเป้าหมายขยายฐานสมาชิกใหม่และมุ่งทำการตลาดที่เฉพาะเจาะจงตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมทางการเงินสด ควบคู่ไปกับการรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพลูกหนี้ที่ดีเป็นหลัก

ตารางแสดงตัวเลขของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของบริษัทเทียบกับอุตสาหกรรม

	2554	2555	2556	2557	2558	ไตรมาส 2 ปี 2559
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลในอุตสาหกรรม ⁽¹⁾ (ล้านบัญชี)	8,921,794	10,198,873	11,471,885	11,842,026	12,856,191	13,159,719
จำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC (ล้านบัญชี)	583,637	626,326	638,959	693,273	747,343	784,395
สัดส่วนจำนวนบัญชีสินเชื่อบุคคลของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	6.5%	6.1%	5.6%	5.9%	5.8%	6.0%
ยอดสินเชื่อบุคคลคงค้างของอุตสาหกรรม ⁽²⁾ (ล้านบาท)	213,310	257,129	299,138	312,851	324,667	327,169
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC (ล้านบาท)	12,722	13,242	15,121	16,644	18,583	19,597
สัดส่วนลูกหนี้สินเชื่อรวมของ KTC เทียบกับอุตสาหกรรม (%)	6.0%	5.1%	5.1%	5.3%	5.7%	6.0%
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปในอุตสาหกรรม ⁽³⁾ (ล้านบาท)	2,934	7,665	10,920	14,238	16,792	10,527
ลูกหนี้สินเชื่อบุคคลผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไปของ KTC (ล้านบาท)	535	337	222	195	194	205
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรม (%)	2.7%	3.0%	3.7%	4.6%	5.2%	3.2%
สัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของ KTC (%)	4.2%	2.5%	1.5%	1.2%	1.0%	1.0%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁽¹⁾ จำนวนบัญชี หมายถึง จำนวนบัญชีผู้บริโภคสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับเฉพาะที่มียอดสินเชื่อคงค้าง ณ สิ้นเดือนที่รายงาน

⁽²⁾ สินเชื่อบุคคลเฉพาะที่ไม่มีทรัพย์สินหรือทรัพย์สินเป็นหลักประกัน โดยให้รวมถึงสินเชื่อที่เกิดจากการให้เช่าซื้อและการให้เช่าแบบสลิซซึ่งในสินค้าที่ผู้ประกอบการธุรกิจมิได้ จำหน่ายเป็นทางการค้าปกติ ทั้งนี้ ไม่รวม สินเชื่อที่เกิดจากการให้เช่าซื้อและการให้เช่าแบบสลิซซึ่งในสินค้าที่เป็นรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ สินเชื่อเพื่อการศึกษา สินเชื่อเพื่อการเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ สินเชื่อเพื่อรักษาพยาบาล สินเชื่อเพื่อสวัสดิการพนักงานที่หน่วยงานต้นสังกัดได้มีการทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจสินเชื่อบุคคลและสินเชื่อตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด

⁽³⁾ มีการปรับข้อมูลลูกหนี้สินเชื่อบุคคลในปี 2555- 2556 ย้อนหลังจากธนาคารแห่งประเทศไทย ณ สิ้นปี 2556

เมื่อพิจารณาในแง่ลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระหนี้เกิน 3 เดือนขึ้นไป (NPL) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เกินกำหนด 90 วันของอุตสาหกรรมปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากที่เคยต่ำกว่าร้อยละ 3.0 ช่วงก่อนปี 2555 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.2 ณ สิ้นปี 2558 และปรับตัวลดลงในไตรมาส 2 ปี 2559 มาอยู่ที่ร้อยละ 3.2 โดยคิดเป็นจำนวน 10,527 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก 15,728 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปี 2558 สำหรับสัดส่วนหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของ KTC กลับมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 4.2 ในปี 2554 เหลือเพียงร้อยละ 1.0 ในตั้งแต่ไตรมาสที่ 2 ปี 2559 หรือเท่ากับ 205 ล้านบาท แม้ตัวเลขจะเพิ่มขึ้นจากไตรมาสที่ 2 ปี 2558 ที่จำนวน 181 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.3 แต่การเพิ่มขึ้นนี้มีสาเหตุมาจากลูกหนี้สินเชื่อบุคคลรวมของ KTC นั้นขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย จึงนับได้ว่าบริษัทยังสามารถควบคุมระดับ NPL ให้อยู่ในระดับต่ำได้ โดยผ่านทาง การคัดกรองคุณภาพลูกหนี้สินเชื่อบุคคล และประสิทธิภาพของระบบงานติดตามหนี้ที่บริษัทได้ให้ความสำคัญมาอย่างต่อเนื่อง

2.2.3 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2559

2.2.3.1 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2559

ในภาพรวม เคทีซียังคงมุ่งมั่น พัฒนา ตามสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และเพื่อเป้าหมายในการเติบโตต่อเนื่อง โดยบริษัทจะยังคงขยายฐานสมาชิกใหม่และบริหารความจงรักภักดีกับฐานสมาชิกปัจจุบัน โดยเน้นการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่สร้างสรรค์ แตกต่าง รวมถึงยังใช้จุดแข็ง ในแง่ของการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งเชิงลึก และเชิงกว้าง ผ่านระบบ CRM เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมการตลาดและการสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และจะยังคงควบคุมคุณภาพหนี้ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากแนวโน้มทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันในธุรกิจที่มีความรุนแรง จากผู้ให้บริการที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทในปี 2559 สามารถสรุปได้ดังนี้

- การตลาดที่เน้นการเติบโต และเพิ่มพูนสมาชิกใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยยังคงเน้นเซ็กเมนต์ ที่เป็นกลุ่มระดับบน หรือไฮเอนด์ และจะเพิ่มสัดส่วนฐานกลุ่มคนรุ่นใหม่ (young gen) ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต โดยสร้างจุดแตกต่าง และข้อเสนอ สิทธิประโยชน์ ที่สร้างสรรค์ ครบวงจร และทำการตลาดในทุกมิติ
- การตลาดที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ ด้วยการพิจารณาบริการใหม่ๆ หลากหลาย โดยเฉพาะด้านดิจิทัล ที่ง่ายขึ้น และอำนวยความสะดวกกับสมาชิก รองรับการขยายตัวของโลกออนไลน์
- การตลาด ที่ให้สิทธิประโยชน์ หลากหลาย และครอบคลุม เคทีซียัง ให้ความสำคัญในทุกหมวดร้านค้าที่เป็นการใช้จ่ายประจำวัน (Everyday Usage) และกลุ่มที่เป็นการใช้ตามโอกาส (Occasional Usage) และหมวดท่องเที่ยว (Travel and Leisure) ด้วยการประสานความร่วมมือกับพันธมิตร ออกแบบโปรแกรมการตลาด ที่ตรงใจ ง่าย สร้างสรรค์ หลากหลาย ตลอดจนใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ เพื่อให้เข้าถึงสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพ
- การตลาดตอบสนองกลุ่มเป้าหมายระดับบน ที่ต้องมีความต่อเนื่อง และเข้มข้นขึ้น ด้วยการขยายร้านค้า พันธมิตร รวมถึง คัดสรรสิทธิประโยชน์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนจะเน้นบริการ และมีกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ (experienced marketing) ให้สมาชิกได้เข้าร่วม และสร้างความประทับใจในที่สุด
- การตลาดแบบการสร้างความจงรักภักดี โดยจะต่อยอดด้วยแคมเปญการใช้คะแนนFOREVER REWARDS ในทุกระดับ หรือการทำโปรแกรมแบบเน้นความถี่ (Frequency) รวมถึงต่อยอดจากระบบใหม่ RewardzNow ที่ได้พัฒนา เพื่อรองรับรูปแบบ โปรแกรม ที่แปลกใหม่ สร้างสรรค์ และเจาะกลุ่ม (targeted) มากขึ้น
- การตลาด ที่เน้นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ (Exploration) เพื่อที่จะขยายการเติบโต เคทีซีจะต้องไม่หยุดศึกษา หาโอกาส จากกลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ที่เติบโตตามกระแส หรือมีศักยภาพ หรือเป็นการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของสมาชิก
- การตลาดที่เน้นการสร้างแบรนด์ เพื่อการเติบโตแบบยั่งยืนในระยะยาว และเพื่อให้เคทีซี เป็นที่จดจำ มีความแตกต่าง จากผู้ให้บริการรายอื่นๆ โดยจะใช้การสื่อสาร ที่ตอบโจทย์ ชัดเจน ผ่านช่องทางต่างๆ
- การตลาดอื่นๆ (Other Marketing Programs) เคทีซีไม่มองข้ามกิจกรรมการตลาดประเภทอื่น ที่ส่งเสริมให้สมาชิกพึงพอใจ และสร้างพฤติกรรมการใช้บัตร เช่น รายการส่งเสริมการขายออนไลน์ (online promotion) รวมถึง การทำ

การตลาดกับพันธมิตร ตามทิศทางและแนวโน้มธุรกิจที่มีการเติบโต เช่น การนำเสนอแผนประกันภัยรูปแบบต่างๆ บริการ “KTC U SHOP” ที่เพิ่มความหลากหลาย และจะเน้นการทำตลาดแบบตรงกลุ่ม (segmentation) มากขึ้น

2.2.3.2 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2559

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

1. **พัฒนาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ** มุ่งเน้นพัฒนาคุณสมบัติและบริการใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มบริการและการรับรู้ของบริการผ่อนชำระ KTC FLEXI บริการเงินก้อนผ่อนเป็นงวด Cash Installment และช่องทางเบิกถอนเงินสดใหม่ ๆ เป็นต้น
2. **มุ่งขยายฐานสมาชิกใหม่** โดยปรับบริการทางด้านการอนุมัติสินเชื่อผ่านช่องทาง KTC TOUCH ให้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นทราบผลได้ใน 30 นาที เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางออนไลน์ให้สะดวกมากยิ่งขึ้นมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ
3. **มุ่งการทำตลาดแบบเฉพาะเจาะจง** เป็นการเสนอรายการส่งเสริมการขายที่ผ่านการศึกษาและการใช้ข้อมูลอย่างละเอียดทั้งทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมทางการเงิน เพื่อให้เกิดการตอบรับอย่างสูงสุดภายใต้การใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ และในระยะยาวเพื่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดของสมาชิก
4. **การใช้คะแนนสะสม FOREVER REWARDS** ที่เน้นตอบสนองความต้องการทางการเงิน เช่น คะแนนแทนดอกเบี้ยจ่ายและคะแนนแทนค่าวงเงินเป็นต้น คะแนนสะสมนับเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในการถือบัตรและสิทธิประโยชน์ให้กับลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ลูกค้ามีความประสงค์ที่จะพกบัตรและพร้อมใช้ทุกเมื่อ ๆ มีความต้องการใช้วงเงิน นอกจากนี้ยังสร้างความภักดีในระยะยาวผ่านกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับสมาชิก โดยการแนะนำวิธีเพิ่มรายได้และลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับสมาชิก นับเป็นพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนให้กับสมาชิก

บริษัทมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับสมาชิกพร้อมที่จะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Knowledge-based organization) มีบรรยากาศการทำงานที่ทำให้พนักงานมีความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของบริษัทร่วมกัน สร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาวกับพันธมิตร เติบโตเคียงข้างกันไป โดยดำเนินธุรกิจในแนวคิดที่แตกต่าง ด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล พร้อมสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืนให้แก่นักลงทุน

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.1 การจัดหาบัตรเครดิต

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

- การสั่งซื้อบัตรเปล่า (Blank Card) ผู้ให้บริการภายนอกจะดำเนินการผลิตบัตรพลาสติกตามจำนวน และรูปแบบต่าง ๆ ที่บริษัทสั่งซื้อ โดยบริษัทจะประมาณการและสั่งซื้อให้เพียงพอต่อการใช้งาน เมื่อบัตรพลาสติกคงคลังถึงจุดสั่งซื้อบริษัทจะดำเนินการสั่งซื้อเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ให้บริการภายนอกมีระยะเวลาในการผลิตบัตรพลาสติกได้ทันต่อการใช้งาน
- การพิมพ์ตัวนูน (Emboss) และการบันทึกข้อมูลลงในแถบแม่เหล็กและชิปบัตรพลาสติกรูปแบบ หรือประเภทที่ผู้ถือบัตรเลือก จะถูกนำมาพิมพ์ตัวนูนชื่อนามสกุลของผู้ถือบัตรบนหน้าบัตรเครดิต และข้อมูลของผู้ถือบัตรจะถูกบันทึกลงในชิปและแถบแม่เหล็กด้วยมาตรฐานการผลิตของผู้ให้บริการภายนอกที่ได้รับการรับรองจากวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และเจซีบี
- การบรรจุบัตร และส่งมอบให้ผู้ถือบัตร บัตรเครดิตที่ถูกผลิตเรียบร้อยแล้ว จะถูกบรรจุลงในซองพร้อมกับเอกสารข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร รวมถึงเอกสารสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ โดยบริษัทจะจัดส่งบัตรเครดิตไปตามช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรเลือก เช่น จัดส่งทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ของผู้ถือบัตรระบุ จัดส่งบัตรไปยัง KTCTOUCH หรือสาขาธนาคารกรุงไทยที่ผู้ถือบัตรระบุไว้ เป็นต้น

2.3.2 การจัดหาเครื่องรับบัตรอัตโนมัติ (EDC/อุปกรณ์อ่านบัตร)

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

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

2.3.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัทจัดหาเงินทุนจาก 2 แหล่ง ได้แก่ ส่วนของผู้ถือหุ้นและหนี้สิน โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2559 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด 9,749 ล้านบาท ประกอบด้วยทุนชำระแล้ว 2,578 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ 1,892 ล้านบาท กำไรสะสม (จัดสรรแล้วตามกฎหมาย และยังไม่จัดสรร) 5,279 ล้านบาท และมีหนี้สินทั้งหมด 51,397 ล้านบาท

(โปรดศึกษารายละเอียดแหล่งที่มาของเงินทุนได้ที่ “หัวข้อ 7 ข้อมูลหลักทรัพย์และผู้ถือหุ้น ข้อ 7.3 การออกหลักทรัพย์อื่น”)