



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2563
บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



KTC
Sustainability

เคทีซี มุ่งมั่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

เรามุ่งพัฒนาองค์กรให้เป็น AGILE ENTITY เพื่อให้พร้อมรับการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ด้วยการกำหนดแผนกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร รวมถึง การจัดให้มีระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อให้บุคลากรของเราสามารถรังสรรค์งานที่มีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างความสมดุลในการใช้ชีวิต โดยการนำแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นหนึ่งในกระบวนการทำงานด้วยสปิริต "กล้าเลือกในสิ่งที่ใช่" มองให้รอบ มองให้ลึก ทั้งมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งมอบคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์ บริการ และแพลตฟอร์มเพื่อให้เคทีซี เป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจสมาชิก ให้ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน



รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ



- เคทีซีเป็นสถาบันการเงินรายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร สำหรับ
 - ระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019
 - ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2



- เคทีซีได้รับรางวัล “Thailand's Top Corporate Brand” ในฐานะองค์กรที่มีมูลค่าแบรนด์สูงสุดในหมวดธุรกิจการเงิน ประจำปี 2563 ด้วยมูลค่าแบรนด์ 57,060 ล้านบาท เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน



- เคทีซีได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน” Thailand Sustainability Investment (THSI) เป็นปีที่ 2



- ผลการประเมินจากโครงการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย ประจำปี 2563 (Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2020) อยู่ที่ระดับ 5 ดาว เป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน



- เคทีซีได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance) ติดอันดับ ESG 100 (ตั้งแต่ปี 2559)



- เคทีซีต่ออายุการเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริตจนถึงปี 2565

- บริษัทได้รับรางวัล “ASEAN CG Scorecard” ประจำปี 2562 ประเภท ASEAN Asset Class PLCs โดยบริษัทที่ได้คะแนนประเมินเฉลี่ย 98 คะแนน

- ผลการประเมินโครงการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM) ด้วยคะแนน 98 คะแนน

- ในปี 2563 เคทีซีได้รับการประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ หรือ MSCI ESG Ratings ในระดับ A

สารบัญ

05

สารจากประธานกรรมการ

07

รู้จักเคทีซี

13

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

16

บริษัทและการพัฒนา
อย่างยั่งยืน

33

การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของ
เชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

37

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

39

มิติเศรษฐกิจ

40 เทคโนโลยีดิจิทัล

48 การได้รับความไว้วางใจจาก
ประสบการณ์ที่ดี

52 การบริหารจัดการความเสี่ยง
และภาวะวิกฤติ

58 ผลการดำเนินงานด้าน
เศรษฐกิจ

59 การกำกับดูแลกิจการ

65 ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้าน
สิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมชาติ

69 การบริหารจัดการ
ห่วงโซ่อุปทาน

73

มิติสังคม

74 การเข้าถึงบริการทางการเงินและ
การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

83 การต่อต้านการคอร์รัปชัน
และการติดสินบน

88 การพัฒนาศักยภาพ
ทรัพยากรบุคคล

96 การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัย
ในสภาพแวดล้อมการทำงาน

100 การร่วมมือกับพันธมิตร
ด้านความยั่งยืน

103

มิติสิ่งแวดล้อม

104 การบริหารจัดการเพื่อลด
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ

112

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

114

คำอธิบายเพิ่มเติม

115

ผลดำเนินงาน
ด้านความยั่งยืน

120

GRI Content Index



สารจาก ประธานกรรมการ

“ ความท้าทายจากวิกฤตการณ์
ในปี 2563 เปิดโอกาสให้เคทีซี
ได้แสดงศักยภาพในการ
พัฒนาสู่ความยั่งยืน
เราภูมิใจที่ได้ร่วมส่งมอบ
คุณค่าให้กับสังคม
และจะเคียงข้างคนไทย
ก้าวผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกัน ”

สารจาก ประธานกรรมการ

ปี 2563 เป็นปีที่ท้าทายที่สุดปีหนึ่ง ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนทั่วโลก ปีนี้จึงเป็นปีที่แนวคิดด้านการพัฒนาสู่ความยั่งยืนกับบริบทการดำเนินธุรกิจของเคทีซีมีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ด้วยความมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรที่ไม่หยุดนิ่ง ทำให้เคทีซีปรับตัวพร้อมรับกับสถานการณ์ อีกทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เติบโตควบคู่กับการช่วยบรรเทาผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้ผ่านสถานการณ์อันยากลำบากนี้ไปด้วยกัน ด้วยแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนใน 3 มิติ ดังนี้

มิติเศรษฐกิจ เคทีซีดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย กระตุ้นเทคโนโลยีรวมถึงความปลอดภัยด้านดิจิทัล เพื่อตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป การออกคลิปลิขิตไอ้สนจำนวน 30 ตอน ภายใต้แนวคิด “#บัตรเครดิตมีไว้เพื่อ...” เพื่อส่งเสริมความห่วงใยของเคทีซีที่พร้อมเคียงข้างสมาชิกไม่ว่าสถานการณ์ใดด้วยผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ช่วยให้การใช้ชีวิตสะดวก ลดภาระ และคุ้มค่า นอกจากนี้ เคทีซีได้ช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 โดยสนับสนุนมาตรการการช่วยเหลือลูกหนี้ของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาบนพื้นฐานของการอนุมัติสินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (Responsible Lending) และยังคงรักษาคุณภาพพอร์ตสินเชื่อให้อยู่ในระดับที่ดี

มิติสังคม เคทีซีได้ปรับโมเดลธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน “เคทีซีที่เข้มแข็ง” เพื่อขยายตลาดสินเชื่อรายย่อย นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงิน พร้อมกับการให้ความรู้ทางการเงินเพื่อสนับสนุนการสร้างอาชีพ รายได้ และวินัยทางการเงินให้กับลูกค้า โดยหวังให้เป็นรากฐานและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคมในระยะยาว เคทีซีให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในลักษณะเพิ่มทวิคูณคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนทางการเงินเพื่อส่งต่อความช่วยเหลือแก่สังคม การลงพื้นที่ร่วมกับสำนักงานเขตพัฒนาเพื่อมอบถุงปิ่นสุทให้แก่ชุมชน อีกทั้ง เพื่อลดผลกระทบระดับบุคคลและสังคมในวงกว้าง เคทีซีไม่มีนโยบายการลดพนักงาน โดยพร้อมให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาวะอนามัยของพนักงาน เคารพสิทธิมนุษยชน พัฒนาความรู้ ทักษะของบุคลากรพร้อมกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาผนวกกับกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพให้บุคลากรพร้อมปรับตัวกับทุกสถานการณ์ เสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่งเพื่อสามารถส่งผ่านความช่วยเหลือให้สังคมอย่างยั่งยืน

มิติสิ่งแวดล้อม แม้การดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก แต่เคทีซียังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนา “KTC Mobile” ให้มีฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งาน ทำให้สามารถลดปริมาณกระดาษจากการส่ง ATM PIN Mailer โดยสมาชิกสามารถตั้งรหัสผ่านด้วยตนเอง หรือจากความร่วมมือของสมาชิกในการขอรับ e-statement ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เคทีซีได้สนับสนุนพนักงานให้มีส่วนร่วมในการผนวกแนวคิดการดำเนินการพร้อมดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันจาก “โครงการลด ละ เลิก” เพื่อลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง และ “โครงการแยก ก่อน โยน” เพื่อรณรงค์การแยกขยะต้นทางเพื่อให้ปลายทางได้รับประโยชน์สูงสุด

ด้วยความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการองค์กรในแต่ละมิติ ส่งผลให้บริษัทได้รับความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง โดยยังคงสามารถสร้างผลกำไรสุทธิสำหรับปี 2563 จำนวน 5,332 ล้านบาท อีกทั้ง ได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล อาทิ การได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 การได้รับรางวัล Thailand's Top Corporate Brand ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเคทีซียังเป็นสถาบันการเงินรายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร สำหรับระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019 และระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

เคทีซีขอขอบคุณทุกท่านที่มอบความไว้วางใจให้บริษัทเสมอมา ไม่ว่าจะเป็นต้องเผชิญกับความท้าทายใด ๆ ในอนาคต เคทีซีจะทำหน้าที่ให้ดีที่สุดเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเศรษฐกิจไทยให้กลับมาเข้มแข็ง อีกทั้งจะพัฒนาและบูรณาการแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้ากับการทำงานเพื่อสร้างคุณค่าและตอบแทนผู้มีส่วนได้เสียให้เติบโตไปพร้อมกัน



นายปริญญา พัฒนภักดี

ประธานกรรมการ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

วิสัยทัศน์

เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนารัฐกิจการชำระเงิน
และสินเชื่อรายย่อย โดยเน้น **ความยั่งยืน** เป็นสำคัญ

พันธกิจ

พันธกิจ 1

สร้างโครงสร้างพื้นฐาน
เพื่อสร้างทางเลือกให้สมาชิก

พันธกิจ 2

ปลูกฝังจุดหมายและมุ่งมั่นในการเป็นองค์กรที่เข้าใจ
การใช้ชีวิตของสมาชิกอย่างแท้จริง

พันธกิจ 3

สร้างความแตกต่างด้วยการพัฒนาความสามารถ
ที่เหนือกว่าเพื่อเข้าใจความต้องการของสมาชิก

พันธกิจ 4

เคทีซีจะเป็นแบรนด์ที่อยู่ในใจสมาชิก
เพื่อสร้างความสัมพันธ์และเติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมหลัก

กล้า
ที่จะทำในสิ่ง
ที่ถูกต้อง

ฉลาด
ที่จะทำให้ง่าย
ไม่ซับซ้อน

ทำสิ่งที่มีความหมาย
และมีประโยชน์

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“เคทีซี” หรือ “บริษัท”)
ความเป็นมา	4 ธันวาคม 2539 จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล 2 กรกฎาคม 2545 จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 28 ตุลาคม 2545 จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	2,578 ล้านบาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 591 อาคารสมัชชชาวนาธิ 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
วัตถุประสงค์	บริษัทดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจร้านค้ารับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และธุรกิจสินเชื่อบุคคล
ผู้ถือหุ้นใหญ่ (นิติบุคคล)	ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคารกรุงไทย”) มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49.29 ณ สิ้นปี 2563
ความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นใหญ่	บริษัทในฐานะบริษัทจดทะเบียนต้องดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และเป็นธรรมกับผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน โดยบริษัทไม่มีข้อตกลง หรือข้อผูกพันกับผู้ถือหุ้นใหญ่ นอกจากการเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย ซึ่งธนาคารกรุงไทยมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจตามหลักเกณฑ์กำกับแบบรวมกลุ่มตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดแล้วนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับธนาคารกรุงไทยในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ที่เป็นนิติบุคคล มีความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) โดยบริษัทได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทผ่านสาขาต่าง ๆ ของธนาคาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ ทั้งนี้ บริษัทมีความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีการแทรกแซงทั้งในเรื่องของนโยบายหรือการบริหารกิจการจากธนาคารกรุงไทยหรือภาครัฐในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่ของธนาคารกรุงไทย โดยธุรกรรมที่บริษัททำกับธนาคารกรุงไทยหรือบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ (โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และหัวข้อ “การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน”)
การจัดการเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ	เนื่องจากบริษัทไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ (Banking License) ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ดังนั้น จึงไม่สามารถรับเงินฝากหรือรับเงินจากประชาชนได้เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ ในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและผลิตภัณฑ์ บริษัทจัดหาเงินกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย เช่น ตราสารทางการเงินต่าง ๆ เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินซึ่งรวมถึงธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ เป็นต้น โดยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยต่าง ๆ เป็นไปตามราคาตลาด ทำให้บริษัทมีแหล่งเงินทุนที่กระจายตัวเพียงพอ รักษาความสมดุลของสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นต่อเงินกู้ยืมระยะยาวและต้นทุนการเงินให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด ทั้งนี้บริษัทจะดำรงเงินสดคงเหลือประจำวัน เพื่อประโยชน์แห่งการดำเนินธุรกิจและการบริหารต้นทุนทางการเงิน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทจะไม่มีปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน ด้วยสัดส่วนเงินกู้ยืมที่เหมาะสม วงเงิน Credit Line จากสถาบันการเงินต่าง ๆ (Available credit line ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 16,979 ล้านบาท) การสำรองวงเงิน Committed Line สำหรับภาวะฉุกเฉิน รวมถึงการทดสอบภาวะวิกฤตสภาพคล่อง (Liquidity Stress Test) เป็นประจำ

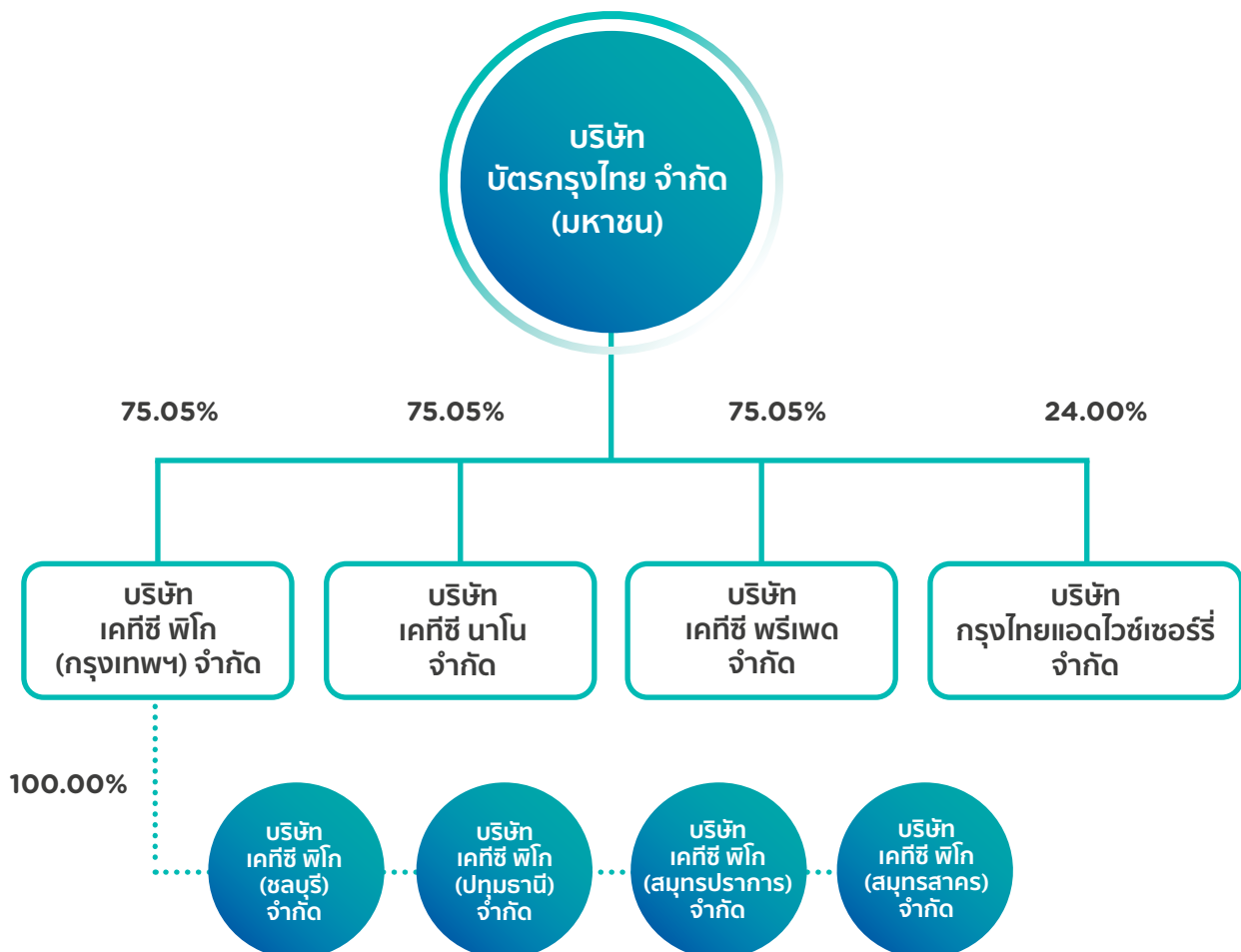
การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ในปี 2562 บริษัทได้ร่วมกับธนาคารกรุงไทย จัดตั้งบริษัทเพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (Pico Finance) ประเภท Pico Plus จำนวน 5 บริษัท ในแต่ละจังหวัด ประกอบไปด้วย กรุงเทพฯ ชลบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ และสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance) เพื่อขยายตลาดให้ครอบคลุมการให้บริการสินเชื่อรายย่อยแก่บุคคลธรรมดาที่ต้องการเข้าถึงบริการทางการเงิน รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบ โดยบริษัทและธนาคารกรุงไทยมีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท เคทีซี ฟิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัท เคทีซี นาโน จำกัด อยู่ที่ 75.05% และ 24.95% ตามลำดับ และบริษัท เคทีซี ฟิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด ถือหุ้นบริษัท เคทีซี ฟิโก ในจังหวัดต่าง ๆ ในสัดส่วน 100%

ในปี 2563 บริษัทและธนาคารกรุงไทย ได้ร่วมกันจัดตั้ง บริษัท เคทีซี พรีเมท จำกัด โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นอยู่ที่ 75.05% และ 24.95% ตามลำดับ เพื่อประกอบธุรกิจการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และได้เข้าซื้อหุ้นเพิ่มทุนในบริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอร์รี จำกัด โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทและธนาคารกรุงไทย ในสัดส่วน 24% และ 76% ตามลำดับ โดยการร่วมทุนดังกล่าวเพื่อใช้สำหรับการซื้อหุ้นเพิ่มทุนใน บริษัท อินฟินิธบาย กรุงไทย จำกัด ทั้งนี้ การจัดตั้งบริษัทรายละเอียดข้างต้นเป็นการนำประโยชน์มาให้แก่บริษัทในฐานะของผู้ถือหุ้นในอนาคต

ทั้งนี้ การดำเนินการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว บริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดการทำรายการผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563



ผลิตภัณฑ์และบริการ

102-2

ธุรกิจบัตรเครดิต

บริษัทร่วมกับ VISA / MASTERCARD / JCB / UNIONPAY เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสมาชิกในทุกกลุ่ม ทุกไลฟ์สไตล์ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจการออกบัตรเครดิต และธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

ธุรกิจการออกบัตรเครดิต

เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดหาลูกค้าบัตรเครดิต การอนุมัติวงเงินให้กับผู้ถือบัตรเครดิต การกำกับดูแลการใช้ผ่านบัตรเครดิต การรับชำระหนี้ และการติดตามทวงถามหนี้ โดยบริษัทจะมีรายได้จากค่าธรรมเนียมในการทำรายการต่าง ๆ และดอกเบี้ยรับ โดยบริษัทร่วมกับพันธมิตรต่าง ๆ

เพื่อออกบัตรเครดิตที่ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกให้เหมาะสมตรงกับความต้องการได้อย่างอิสระ



ธุรกิจร้านค้ารับบัตร

เป็นธุรกิจที่เน้นการขยายฐานร้านค้าสมาชิกของบริษัท โดยบริษัทมีฐานะเป็นบริษัทผู้รับบัตร และร้านค้าที่เป็นสมาชิกของบริษัทจะนำรายการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นในร้านค้าของตนทั้งหมด จากบัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบี บัตรยูเนียนเพย์ บัตรเดบิตที่เป็น Local Switching (TPN & ITMX) e-Wallet และอื่น ๆ ที่จะมีในอนาคต รวมถึงไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตรของบริษัทหรือบัตรของธนาคาร/บริษัทผู้ออกบัตรอื่น มาเรียกเก็บเงินกับบริษัท ซึ่งบริษัทจะเป็น

ผู้ชำระค่าสินค้าและบริการนั้นให้แก่ร้านค้า โดยจะหักค่าธรรมเนียมการให้บริการไว้ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นรายได้ของบริษัท และหลังจากนั้นบริษัทจึงทำการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการรายการนั้น ๆ ไปยังธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตร โดยบริษัทมีช่องทางการให้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันของร้านค้าสมาชิกในทุกกลุ่มประเภทธุรกิจ ดังนี้



KTC EDC

บริการเครื่องรูดบัตร

ลูกค้าชำระเงินง่าย
ร้านค้ามั่นใจ ได้รับเงินทันใจ



KTC GATEWAY

บริการรับชำระเงินออนไลน์

ซื้อขายออนไลน์ ให้บริการลูกค้าได้
ตลอด 24 ชั่วโมง



RECURRING

บริการรับชำระเงินผ่านระบบ

หักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ



KTC QR PAY

บริการรับชำระผ่าน QR Code

สแกนง่าย จ่ายสะดวก รวดเร็ว
ไม่ต้องพกเงินสด



KTC LINK PAY

บริการรับชำระผ่านลิงก์

ให้ลูกค้าชำระเงินได้ทันที
สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา



KTC ALIPAY

บริการรับชำระผ่านแอปพลิเคชัน ALIPAY

เพิ่มยอดขายให้ธุรกิจ รองรับ
นักช้อปปิ้งจีนที่เป็นสมาชิก ALIPAY

ธุรกิจสินเชื่อรายย่อย

ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ธุรกิจสินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักทรัพย์ หรือบุคคลค้าประกัน เป็นสินเชื่อที่ให้กับบุคคลธรรมดา แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ สินเชื่อเอกประสงค์ KTC CASH และบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD

โดยบริษัทรับรู้รายได้ของสินเชื่อบุคคลทั้งสองประเภทจากดอกเบี้ยซึ่งคำนวณแบบลดต้นลดดอก ค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงิน และค่าธรรมเนียมในการติดตามทางกฎหมายนี้ เป็นต้น บริษัทให้อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมกับความเสี่ยง (Risk Base Pricing) โดยอยู่ภายใต้อัตราที่กำหนดโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และยังใช้ระบบประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยระบบ Credit Scoring

คุณสมบัติและรายละเอียดของผลิตภัณฑ์	สินเชื่อเอกประสงค์ KTC CASH	บัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD
รายได้รวม	รายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาท ต่อเดือน	รายได้ขั้นต่ำ 12,000 บาท ต่อเดือน
อัตราดอกเบี้ย	สูงสุดไม่เกิน 25% ต่อปี	สูงสุดไม่เกิน 25% ต่อปี
รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	สินเชื่อแบบรับเงินก้อน ผ่อนชำระคืนได้เป็นงวดละเท่า ๆ กัน เมื่อผ่อนชำระคืนวงเงินจะไม่คืนกลับ เมื่ออนุมัติจะได้รับเงินเข้าบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครได้แจ้งไว้ ภายใน 2 วันทำการนับจากวันอนุมัติ	สินเชื่อแบบหมุนเวียนพร้อมใช้ เมื่ออนุมัติจะได้รับเงินก้อนแรกเข้าบัญชีธนาคารที่ผู้สมัครได้แจ้งไว้ พร้อมบัตรเครดิตเงินสดเพื่อใช้สำหรับการทำธุรกรรม เช่น • บริการเบิกถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM ที่มีเครื่องหมาย ATM Pool ทั่วประเทศ • บริการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile และ เว็บไซต์ KTC Online • บริการรูดชำระค่าสินค้าและบริการผ่านร้านค้าที่ร่วมรายการทั่วประเทศที่มีสัญลักษณ์ UnionPay • บริการผ่อนสินค้าอัตราดอกเบี้ย 0% นานสูงสุด 36 เดือนสำหรับร้านค้าที่ร่วมรายการทั่วประเทศ
ระยะเวลาผ่อนชำระคืน	12 - 60 งวด ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ	6 - 36 งวด

ธุรกิจสินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม

สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม เป็นสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน และสินเชื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ โดยมีผลิตภัณฑ์ภายใต้สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม 2 ประเภท คือ

ผลิตภัณฑ์	สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน (รถยนต์และรถจักรยานยนต์)		สินเชื่อเงินสด
บริษัทที่ให้บริการ	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	บริษัท เคทีซี พิกโอ (กรุงเทพฯ) จำกัด	
วงเงินสูงสุด	700,000 บาท	100,000 บาท	30,000 บาท
ผ่อนนานสูงสุด	60 เดือน	36 เดือน	31 เดือน
อัตราดอกเบี้ยสูงสุดไม่เกิน	24% ต่อปี	• 36% ต่อปี สำหรับวงเงินรวมสินเชื่อที่ไม่เกิน 50,000 บาท • 28% ต่อปี สำหรับวงเงินรวมที่เกินกว่า 50,000 บาท	

โดยสินเชื่อที่ได้รับจะเป็นการผ่อนชำระแบบรายงวด สามารถปิดวงเงินสินเชื่อได้โดยไม่มีค่าธรรมเนียมการชำระคืนก่อนกำหนด (Prepayment Fee) อัตราดอกเบี้ยคำนวณแบบลดต้นลดดอก ทั้งนี้ ผู้ขอสินเชื่อเพียงมีรายได้ขั้นต่ำ 8,000 บาท ต่อเดือน มีฐานะทางการเงิน หรือมีความสามารถเพียงพอในการชำระหนี้ สามารถสมัครสินเชื่อได้ทุกอาชีพ โดยมีหลักฐานแสดงการประกอบอาชีพ สินเชื่อ KTC พี่เบิ้มสามารถสมัครได้หลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นศูนย์บริการลูกค้า KTC TOUCH สาขาของธนาคารกรุงไทย และผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ "ลักษณะการประกอบธุรกิจ")

การเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ

102-13

บริษัทร่วมเป็นสมาชิกของสมาคม ชมรม หรือองค์กรต่าง ๆ โดยร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ให้ความเห็นหรือเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติสำหรับสมาชิกให้นำไปปฏิบัติและเพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

- ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต (Credit Card Club)
- ชมรมสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan Club: PL Club)
- สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (The Federation of Thai Industries)
- สมาคมการค้าธุรกิจที่พักบูติกไทย (Thai Boutique Accommodation Trade Association)
- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (Personnel Management Association of Thailand)
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association)
- สมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย (Thai Hire - Purchase Association)
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)
- สมาคมฟินเทคแห่งประเทศไทย (Thai Fintech Association)
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors)
- สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption)

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าสมาชิกได้ที่หัวข้อ "ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ")

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

102-15, 103-1, 103-2

ด้วยวิสัยทัศน์ “KTC เป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความยั่งยืนเป็นสำคัญ” บริษัทกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ สร้างสมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความคาดหวังของสมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืนท่ามกลางบริบทการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา สรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

| การเป็น “องค์กรคล่องตัว” (AGILE ENTITY)

เพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยแนวคิดการทำงานแบบยืดหยุ่นและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วผ่าน 5 องค์ประกอบหลักดังนี้



| การกำหนดยุทธศาสตร์ปี 2564

ธุรกิจบัตรเครดิต

เพื่อรองรับการแข่งขันและไลฟ์สไตล์ยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ในปัจจุบัน ตลอดจนมีการกำหนดเป้าหมายในการรักษาระดับการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความแตกต่าง จึงเป็นปัจจัยสำคัญ เคทีซีจึงมุ่งมั่นขยายฐานสมาชิกใหม่ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น รวมถึงบริหารความสัมพันธ์กับฐานสมาชิกปัจจุบัน โดยเน้นให้สมาชิกได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการที่ดี ง่าย ไม่ซับซ้อน มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทุก ๆ มิติ ทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การใช้กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาและเพิ่มบริการใหม่ที่หลากหลาย ทั้งบน KTC Mobile และ เว็บไซต์ (www.ktc.co.th/online) อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่คงเอกลักษณ์ของเคทีซีที่แปลกใหม่ สร้างสรรค์ หลากหลายและครอบคลุม ตรงใจและแตกต่างกันเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่องและเป็นบัตรที่สมาชิกเลือกใช้ประจำ จนเกิดเป็นความภักดีต่อแบรนด์เคทีซี โดยมีคะแนน KTC Forever

ที่ได้จากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และบริการผ่อนชำระเป็นกิจกรรม ส่งเสริมการตลาดที่สำคัญทั้งออนไลน์ หรือ ณ ร้านค้า อีกทั้งไม่หยุดนิ่ง ในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ โดยขยายเครือข่ายพันธมิตรและ บริหารความสัมพันธ์กับพันธมิตร คู่ค้า ภายใต้แนวคิดเพื่อประโยชน์สูงสุด กับทุกฝ่าย อีกทั้งสร้างความแตกต่างด้วยบริการข้อมูลการเดินทางและ ท่องเที่ยวผ่านช่องทาง KTC World รวมถึงได้มีการก่อตั้งเว็บไซต์สำหรับ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพื่อให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ “KTC USHOP” (www.ktc.co.th/ushop) เป็นช่องทางหรือสื่อกลางระหว่างร้านค้าสมาชิกและสมาชิกบัตรเครดิต โดยเคทีซีและร้านค้าสมาชิกร่วมมอบสิทธิประโยชน์หรือร่วมรายการ ส่งเสริมการขายในการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ ทั้งนี้เพื่อให้การ ดำเนินธุรกิจเชื่อมโยง ต่อยอด และสอดคล้องประสานแบบองค์รวมอย่างยั่งยืน

ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล

เคทีซีมุ่งเน้นคุณภาพพอร์ตของลูกหนี้เป็นหลัก โดยรักษาฐานสมาชิก ปัจจุบันให้ความสำคัญผูกพันกับเคทีซีและเป็นบัตรที่ลูกค้านึกถึงเป็นใบแรก เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เงิน ด้วยการออกแคมเปญช่วยแบ่งเบาภาระ ค่าใช้จ่ายและส่งเสริมให้สมาชิกมีวินัยการชำระหนี้ที่ดี เช่น โครงการ เคลียร์หนี้เกลี้ยง ขณะที่ยังคงมุ่งขยายฐานสมาชิกใหม่ที่มีความต้องการ สินเชื่อเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต โดยนำเทคโนโลยี Digital Application เข้ามาให้บริการรับสมัครสินเชื่อผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนอง ความต้องการสินเชื่อได้อย่างรวดเร็ว โดยยังคงเดินทางอย่างไม่หยุดยั้ง ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนไปใช้บริการออนไลน์มากขึ้น การพัฒนา KTC Mobile ให้รองรับ การให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บริการเบิกเงินสดออนไลน์ ตลอด 24 ชั่วโมงแบบเรียลไทม์เข้าบัญชีธนาคารได้มากถึง 11 ธนาคาร บริการเพิ่ม วงเงินฉุกเฉินที่สามารถทำการรายการด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถ

ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของสังคมไร้เงินสดที่ผู้บริโภคต้องการความปลอดภัย ลดการสัมผัสเงินสด สามารถใช้บัตรได้ทุกที่ ทุกเวลา และสร้าง ประสบการณ์ที่ดีในแง่ความสะดวกสบายและความคุ้มค่าให้กับลูกค้า มากที่สุด โดยจุดเด่น “รู้ดี โอน กด ผ่อน” ได้ภายในบัตรเดียว นอกจากนี้ ยังคงเน้นสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้ลูกค้าเพื่อการเติบโตไปพร้อมกันอย่าง ยั่งยืน โดยมุ่งสร้างวินัยทางการเงินผ่านการจัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ ด้านการเงิน (Financial Literacy) และการจัดทำบทความที่เป็น ประโยชน์ในรูปแบบของสื่อที่เข้าใจง่าย รวมทั้งต่อยอดการจัดกิจกรรม เวิร์กช็อป ภายใต้คอนเซ็ปต์ “สัมมนาพรวน” แบ่งปันความรู้เพื่อนำไป ประกอบอาชีพสร้างเป็นรายได้เสริม พร้อมให้คำแนะนำด้านการคำนวณ ต้นทุนและวิธีสร้างรายได้ในอนาคต

ธุรกิจสินเชื่อเคซีพีเอ็ม

ให้บริการสินเชื่อรายย่อยเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่อยาก เติบโตเต็มความฝัน ความต้องการ หรือมีความเดือดร้อน แต่ไม่สามารถเข้าถึง แหล่งเงินทุนในระบบได้ ซึ่งมีจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย ด้วยบริษัทต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยแก้ไขปัญหาสังคม และช่วยเหลือ ผู้ที่กู้เงินนอกระบบที่ถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยอย่างไม่เป็นธรรม บริษัทจึงได้ ออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อเคซีพีเอ็ม ให้มีความเหมาะสม โปร่งใส เข้าถึงง่าย และตรงกับความต้องการลูกค้าทุกกลุ่มอาชีพ ด้วยการให้ วงเงินที่เหมาะสม อัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรม โดยการนำเทคโนโลยี

Digital Application เข้ามาให้บริการรับสมัครสินเชื่อ และที่สำคัญใช้ เวลาในการอนุมัติรวดเร็ว รู้ผล และโอนเงินเข้าบัญชีทันทีภายใน 2 ชั่วโมง เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำเงินที่ได้รับอนุมัติไปใช้ในการประกอบอาชีพ บรรเทาความเดือดร้อน หรือเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้อย่าง ทันทีทันใด นอกจากนี้ เคทีซีพีเอ็มยังได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการสนับสนุนโครงการที่สร้างรายได้และส่งเสริมการประกอบอาชีพ ให้กับคนไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น Lalamove หมูทอดกอดคอ ขายส้มตำส้มก๊วย เป็นต้น

การขยายพันธมิตรร้านค้า

เคทีซีมุ่งเน้นการนำเสนอบริการรับชำระเงินที่เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของร้านค้าในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัท โดยให้ความสำคัญกับตลาดการผ่อนชำระ (KTC Installment Payment) และการแลกคะแนน KTC Forever โดยมีกลยุทธ์การขยายฐานร้านค้าผ่านความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตร เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และพันธมิตรทางธุรกิจที่ส่งเสริมการให้บริการแบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจให้แก่ร้านค้า ทั้งด้านการรับชำระเงินและระบบการบริหารจัดการการขาย

รวมถึงให้ความสำคัญกับร้านค้าออนไลน์ โดยเน้นความปลอดภัยในการทำธุรกรรมที่ได้มาตรฐานสากลและความสะดวกรวดเร็วเป็นสำคัญ รองรับกับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจ e-Commerce และ Social Commerce อีกทั้ง ยังพัฒนารูปแบบหรือช่องทางการรับชำระใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนให้ธุรกิจร้านค้าเปลี่ยนมารับชำระด้วยบัตรเครดิตแทนการรับชำระด้วยเงินสด สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ และเทรนด์การเติบโตของสังคมไร้เงินสด นอกจากนี้บริษัทยังคงพัฒนากรอบความร่วมมือกับธนาคารกรุงไทยเพื่อต่อยอดการขายโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้เพิ่มเติมให้กับเคทีซีอีกทางหนึ่ง

การขยายฐานสมาชิก

เคทีซีมุ่งเน้นสรรหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีคุณภาพ ยึดมั่นการขยายฐานสมาชิกด้วยการคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดี นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดจากการเป็นสมาชิกผลิตภัณฑ์เคทีซี ผ่านหลายช่องทางการขายดังนี้ คือ 1. สาขา KTC TOUCH กรุงเทพฯ ปริมณฑล และเชียงใหม่ 2. สาขานาครกรุงไทยทั่วประเทศ 3. ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ (Outsource Sales) ทั่วประเทศ 4. Telesales โดยจะเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังรายชื่อของผู้ที่สนใจสมัครผลิตภัณฑ์เคทีซีที่ได้แจ้งความประสงค์ในการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์เคทีซีเข้ามาผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ในทุกช่องทางจะต้องผ่านการ

อบรมหลักสูตรและผ่านเกณฑ์ทดสอบตามมาตรฐานของเคทีซี ทั้งด้านความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์ รูปแบบการนำเสนอหลักเกณฑ์การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การป้องกันมิให้มีการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ในลักษณะเป็นการรบกวนลูกค้า รวมถึงการกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจนแก่ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ปฏิบัติไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เคทีซีกำหนด เพื่อให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างถูกต้อง ผ่านการบริการที่รวดเร็ว สุภาพ และชัดเจน สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ให้ลูกค้าเข้าใจรายละเอียด เงื่อนไขต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ก่อนการสมัคร และตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

การบริหารทางการเงิน

ด้วยแนวโน้มเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวจากนโยบายการช่วยเหลือจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นการบริโภคในประเทศ แม้ว่าจะยังมีปัจจัยความไม่แน่นอนจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งจะต้องมีการประเมินผลกระทบเป็นระยะนั้น เคทีซีคาดว่าสภาพคล่องส่วนเกินในตลาดยังคงมีอยู่และอัตราดอกเบี้ยจะยังคงอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเมื่อประกอบกับผลประกอบการที่ดีของบริษัทจะเอื้อให้บริษัทสามารถระดมทุนได้ในต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ ทั้งนี้บริษัทมีแผนการจัดสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นให้มากขึ้น และระดมเงินกู้ยืมระยะยาวในจำนวนไม่เกิน 12,000 ล้านบาท ในช่วงอายุที่สั้นลงจากเดิม โดยการระดม

เงินกู้ยืมระยะยาวดังกล่าวเพื่อรองรับหุ้นกู้ที่ครบกำหนดในปี 2564 และการเติบโตของพอร์ตสินเชื่อของบริษัท โดยบริษัทยังคงมุ่งเน้นการบริหารต้นทุนทางการเงินให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้เป็นสำคัญ (ณ สิ้นปี 2563 ต้นทุนทางการเงินของบริษัทอยู่ที่ 2.67%)

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

| โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

102-18, 102-19, 102-32

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้อนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ กรอบการดำเนินงาน รวมถึงได้ติดตามและกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามกรอบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้นำ และขับเคลื่อนองค์กรด้วยความมุ่งมั่น อีกทั้งบริษัทได้จัดให้ผู้บริหารระดับสูงเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก เพื่อเข้าถึงความสำคัญของความยั่งยืนควบคู่ไปกับการดำเนินงานและส่งผ่านการสนับสนุนตลอดสายงาน ผ่าน

คณะทำงานด้านความยั่งยืนที่ได้คัดเลือกตัวแทนจากแต่ละสายงาน โดยตัวแทนเหล่านี้ได้ร่วมกันศึกษากรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนระดับในประเทศและระดับสากล พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสายงาน รวมถึงมุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กรอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ แนวทางด้านความยั่งยืนเพื่อเสริมสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจ เพื่อให้พนักงานนำไปปฏิบัติและสานต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้เป็นไปแบบ 360 องศา โดยทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม ผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

| การบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

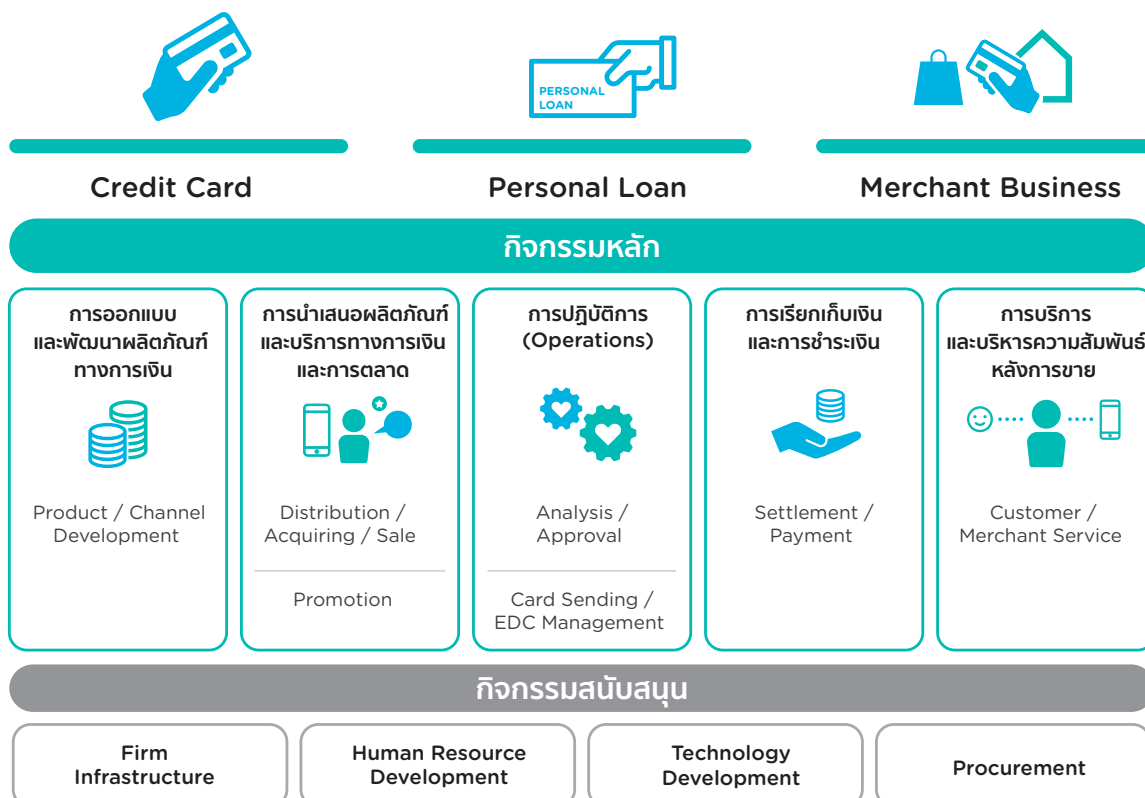
102-42

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้วิเคราะห์กิจกรรมหรือกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึง

ปลายน้ำ เพื่อสามารถบริหารจัดการทรัพยากรและเชื่อมโยงผลกระทบ เพิ่มขีดความสามารถขององค์กร และสร้างคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดผลลัพธ์และความสัมพันธ์อันดี รวมถึงตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ดังนี้

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล และร้านค้ารับบัตร



การวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

102-40, 102-42, 102-43, 102-44

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 10 กลุ่ม ตามความเกี่ยวข้องในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ได้แก่



บริษัทสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเอาใจใส่ ได้รับความเข้าใจ (empathize) กับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้เข้าใจและเข้าถึงความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญหรือต้องการการตอบสนอง จากบริษัทผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการวิเคราะห์ กำหนดและพัฒนาแนวทางในการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม ระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้ง ระบุเป็นแนวทางปฏิบัติ

ต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนในนโยบายกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ซึ่งได้เผยแพร่ไว้อยู่บนอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์บริษัท (<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>) เพื่อลดความเสี่ยง รวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี	• บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการและการบริหารความเสี่ยงที่ดี • ได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินการที่ดี เช่น เงินปันผล หรือ Capital Gain • ได้รับข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน เท่าเทียมทันเวลา • ได้รับคำตอบที่ชัดเจนเมื่อเกิดข้อสงสัย	• บริษัทประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้การกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม • เปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และเท่าเทียมในช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก • ตอบข้อซักถามอย่างตรงประเด็น โดยมีการเชิญชวนผู้ถือหุ้นเข้าร่วมการประชุม และแสดงความคิดเห็น • ในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงจัดการนัดหมายและประชุมผ่านทางระบบออนไลน์เป็นส่วนใหญ่
การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (เมื่อเกิดเหตุการณ์)		
การเปิดเผยข้อมูลงบการเงินและคำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) รายไตรมาส และรายปี (ก่อนและหลังสอบทาน/ตรวจสอบ)		
การจัด Opportunity Day รายไตรมาส		
การเปิดโอกาสให้มี Company Visit และมีช่องทางการตอบคำถามทางอื่น ๆ ของ IR KTC ได้แก่ โทรศัพท์ หรือ การติดต่อผ่านอีเมล irktc@ktc.co.th		
การจัด Roadshow เพื่อเปิดเผยข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ		
การประชุมรับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม การจัดทำและนำเสนอรายงานต่าง ๆ รับการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบสำนักงานใหญ่ของธนาคารกรุงไทย	• ธนาคารกรุงไทย ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตามกำหนดเวลา	• นำส่งรายงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำกับแบบรวมกลุ่ม

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การสำรวจประสิทธิภาพของเคทีซีและความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อเคทีซี (Brand Health Monitoring) ผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินรวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง	พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการที่จะแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่น (Net Promoter Score)	ได้รับการแนะนำและบริการที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ	ให้บริการด้วยความเต็มใจด้วยการส่งมอบคำแนะนำและบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม
การสำรวจความพึงพอใจจากการใช้บริการของ KTC TOUCH	แก้ไขปัญหา เหยี่ยวา รับฟังข้อเสนอแนะด้วยความตั้งใจ ยุติธรรม รวดเร็ว	เปิดโอกาสให้ลูกค้าประเมินการบริการของ KTC TOUCH ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินโดยการโทรสุ่ม
การพบกับลูกค้าในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในทุกช่องทาง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี	ยกระดับงานบริการ และงานขายให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชม รวมถึงการสร้าง ความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ และลูกค้าที่มาสมัครผลิตภัณฑ์ ตามหลักการ Market Conduct	รับฟังข้อร้องเรียนของลูกค้า ผ่านระบบ Customer Feedback Center (CFC) ซึ่งทีมจะทำการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขปัญหาภายใต้กรอบเวลาของ Service Level Agreement (SLA)
การโทรสุ่มเพื่อสำรวจความถูกต้องครบถ้วนในการขายของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือ Sales (Mystery shopping)	พัฒนาคุณภาพในการเสนอขายและบริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สอดคล้องกับ Market Conduct	
การรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน ตลอดทั้งปี		



เจ้าหนี้

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม รับฟังข้อเสนอแนะ ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล การประชุม ตลอดทั้งปี	- มีการปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิ - ได้รับดอกเบี้ยและเงินต้นครบถ้วนและตรงตามกำหนด - ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน	- ปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิ - ชำระดอกเบี้ยและเงินต้นคืนครบถ้วนและตรงเวลา - สื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ถูกต้อง ครบถ้วน
การเปิดเผยข้อมูลงบการเงิน คำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) หลังสอบทาน/ตรวจสอบ รวมถึงจดหมายแจ้งการดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรายไตรมาส และรายปี	ได้รับทราบผลการดำเนินงานและการปฏิบัติตามข้อกำหนด	นำเสนอรายงานข้อมูลทางการเงินและผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงปฏิบัติตามข้อกำหนดของสัญญา
การจัดทำเอกสารรายไตรมาส เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ถือหุ้นกู้ โดยมีเป้าหมายในการสร้างความผูกพันระยะยาว	ผู้ถือหุ้นกู้ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมที่ผู้ถือหุ้นกู้สนใจ และได้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว	ส่งเอกสารสื่อสารก่อนเริ่มไตรมาสเพื่อให้ผู้ถือหุ้นกู้สามารถพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยพัฒนากิจกรรมในรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นกู้สนใจ เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว
การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	ได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจ ได้สื่อสารความต้องการด้านกิจกรรมผู้ถือหุ้นกู้	เสริมสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ถือหุ้นกู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อรับทราบความคาดหวังและสร้าง Engagement ในการลงทุนในหุ้นกู้อย่างต่อเนื่อง



คู่ค้า

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
กระบวนการคัดเลือก และประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า	การจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นธรรม	คู่ค้ารับทราบข้อปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และตามคู่มือจรรยาบรรณทางธุรกิจสำหรับคู่ค้า
การสื่อสารความมุ่งหวังด้านความยั่งยืนของบริษัทให้คู่ค้ารับทราบผ่านคู่มือจรรยาบรรณสำหรับคู่ค้า	- การพัฒนาคู่ค้าให้เติบโตยั่งยืนไปด้วยกัน - การแข่งขันหรือสัญญาที่เป็นธรรม	อัปเดตผลิตภัณฑ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อบรรลุความต้องการร่วมกัน
ช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหาและข้อร้องเรียน		สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า
การจัดประชุม อบรม เยี่ยมเยียนคู่ค้า เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ รับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ		ประเมินและแก้ไขปัญหาร่วมกับคู่ค้า
การพบกับบุคลากรของธนาคารกรุงไทย บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย เพื่อนำเสนอและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการให้บริการและการขายให้กับเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทยและบริษัทในเครือ รวมถึงต่อยอดโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ร่วมกันในมุมต่าง ๆ		การปฏิบัติตามสัญญาการให้บริการ



พันธมิตร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประชุมสร้างความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ทางการตลาด ทั้งในส่วนของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	- ความร่วมมือในการทำธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล - การกระตุ้นยอดขาย	จัดทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อกำหนดกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ
การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อสอบถาม และบอกกล่าวภาพรวมของตลาดและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	การต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกัน	ประชุมและสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายและต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกันที่ยั่งยืน



คู่แข่ง

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประชุมพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือกันตามวาระต่าง ๆ ผ่านชมรมหรือสมาคม	ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง บิดเบือนข้อเท็จจริง ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต	สร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง



สังคมและสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การให้โอกาสรับฟังความคิดเห็นของชุมชนผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียล หรือ ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ	ได้รับคำปรึกษา หรือความรู้ ความเข้าใจทางการเงิน สามารถเข้าใจและวางแผนการใช้เงิน รวมถึงการเก็บออมสำหรับอนาคตได้อย่างเหมาะสม	ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อหลักการค้ากับดูแลกิจการและแนวทางการยั่งยืน
ช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ และการรับเรื่องร้องเรียนตลอดทั้งปี	เข้าถึงบริการทางการเงินอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ	ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสาธารณะ และสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
จัดอบรมให้ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ	- มีสถานะทางการเงินและสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี - สามารถช่วยเหลือชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อน - การบริหารจัดการลดผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท - การดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจสิ่งแวดล้อม	- นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงให้ความรู้ทางการเงิน ผ่านการอบรมในโครงการต่าง ๆ โดยช่องทางโซเชียล และอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น สินเชื่อ KTC ฟีเบิ้ล Fanpage หรือ Facebook KTC SD Club เป็นต้น (ในปี 2564 KTC SD Club เปลี่ยนเป็น KTC Journey) - มีช่องทางการรับข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ



คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประชุมคณะกรรมการทุกเดือน การประชุมคณะกรรมการกรณีเร่งด่วนเมื่อเกิดเหตุการณ์	กำหนดและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงหารือหรือพิจารณานโยบายหรือการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของบริษัท ให้มั่นใจว่าบริษัทมีการดำเนินการตามแนวทางที่คณะกรรมการหรือผู้ถือหุ้นได้กำหนดไว้	• ดำเนินงานอย่างโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล • ผลการดำเนินงานดีและเติบโตอย่างสม่ำเสมอ • ให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ ครบถ้วน ทันเวลา • ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเป็นธรรม
การจัดอบรมปฐมนิเทศกรรมการที่เข้ารับการดำรงตำแหน่งใหม่	เข้าใจขอบเขตการประกอบธุรกิจ นโยบาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผนการดำเนินงานของบริษัท	เชิญเข้าร่วมปฐมนิเทศ โดยมีการนำเสนอ KTC Story หน้าตามาตรฐานของกรรมการ และนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง
การพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และการอบรมสัมมนาต่าง ๆ ตลอดทั้งปี	พัฒนาความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับกฎเกณฑ์ และสามารถนำมาใช้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง	สนับสนุนการอบรมสัมมนาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ
การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการประจำปี	รับทราบผลการปฏิบัติงานเพื่อนำมาพัฒนาต่อไป	นำผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานมาสื่อสารให้กรรมการทราบ และหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานต่อไป



รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
จัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานที่เริ่มงานใหม่	รู้จักบริษัท ผู้เกี่ยวข้อง และแนวทางปฏิบัติงาน	สื่อสารประวัติความเป็นมา ลักษณะการประกอบธุรกิจ แนะนำกรรมการและผู้บริหาร และแจ้งกฎหมาย แนวปฏิบัติและหลักเกณฑ์ของบริษัทที่สำคัญ
จัดช่องทางการให้พนักงานแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนผ่านทางอีเมล ผู้บริหารของหน่วยงาน Compliance หรือหน่วยงานทรัพยากรบุคคล	สามารถสื่อสารความต้องการ ความคิดเห็นการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ	- จัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้แก่พนักงาน - การปฏิบัติงานของหน่วยงานทรัพยากรบุคคลเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชนและแนวทางในการบริหารความหลากหลายไม่กีดกันทางเพศ เพศสภาพ ศาสนา เชื้อชาติ และเป็นไปตามกฎหมายแรงงาน - มีมาตรการการป้องกันและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส
ประชุมและสื่อสารข้อมูลให้พนักงานทราบผ่านอีเมล หรืออินทราเน็ตขององค์กรตลอดทั้งปี	รับทราบนโยบายและข้อมูล ตลอดจนการดำเนินธุรกิจของบริษัท	- จัด CEO LIVE TALK ระหว่างประธานเจ้าหน้าที่บริหารและพนักงานทั้งองค์กร - จัดให้มีการประชุม Town Hall ระหว่างผู้บริหารและผู้บริหารระดับกลาง - จัดการประชุมภายในสายงานและระหว่างสายงาน
การสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานประจำปี	พนักงานสามารถสื่อสารความต้องการแก่บริษัท	- สำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ที่มีต่อองค์กร ที่จัดโดย Third Party เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนให้มีประสิทธิภาพ - จัดกิจกรรมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Activities) โดยหน่วยงานทรัพยากรบุคคลและตัวแทนของสายงานต่าง ๆ (People Champion)

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้หลัก Key Performance Indicator (“KPI”)	รับทราบผลการประเมิน เพื่อพัฒนาและยกระดับตนเองให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น	จัดประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ประเมินผลงาน (KPI) แบ่งเป็น Corporate KPI และ Individual KPI และส่วนที่สอง ประเมินพฤติกรรม แบ่งเป็น Core Values และ Competency โดยใช้การประเมินแบบ 360 องศาในการให้ Feedback
มีแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับตลอดทั้งปี	พัฒนาความรู้ ความสามารถ หรือสมรรถนะ (Competency Development) ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับภาวะของโลกที่เปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น	- เปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง - จัดให้มี Learning Culture ที่พนักงานสามารถเลือกเรียนได้อย่างอิสระตามความสนใจรายบุคคล
สนับสนุนให้พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning)	สามารถวางแผนเส้นทางอาชีพและความก้าวหน้าในงาน	- สอนให้พนักงานกำหนด Career Path เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของตัวเอง - จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan)



ภาครัฐ

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
ประชุม รับฟังแนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล รวมถึงซักซ้อมการปฏิบัติตาม	การปฏิบัติงานของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายกำหนด มีความโปร่งใสของทั้งองค์กรและระบบงาน	ยึดหลักการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย ประกาศของหน่วยงานกำกับดูแล ปรับปรุงการดำเนินการต่างๆ ให้สอดคล้องและเป็นไปตามข้อสังเกตจากการตรวจสอบ (ถ้ามี)
รับการตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับต่าง ๆ		
จัดทำรายงานส่งหน่วยงานกำกับ		

| การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

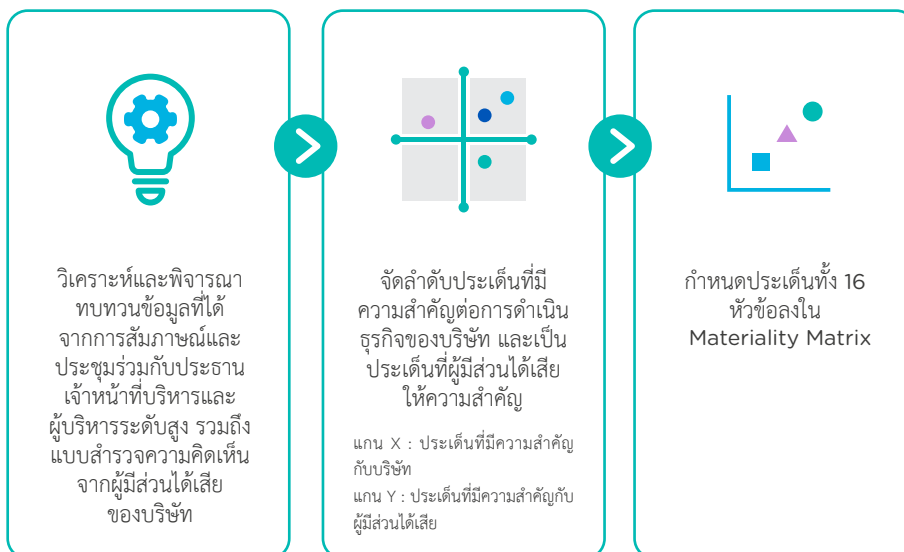
102-46, 102-47

บริษัทสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 10 กลุ่ม ต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนผ่านแบบสำรวจความคิดเห็นในปี 2562 ซึ่งได้นำมาจัดลำดับความสำคัญ กำหนดแผนการดำเนินงานระยะยาวถึงปี 2565 และกำหนดเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ทั้งนี้ สามารถสรุปแนวทางการดำเนินการได้ ดังนี้

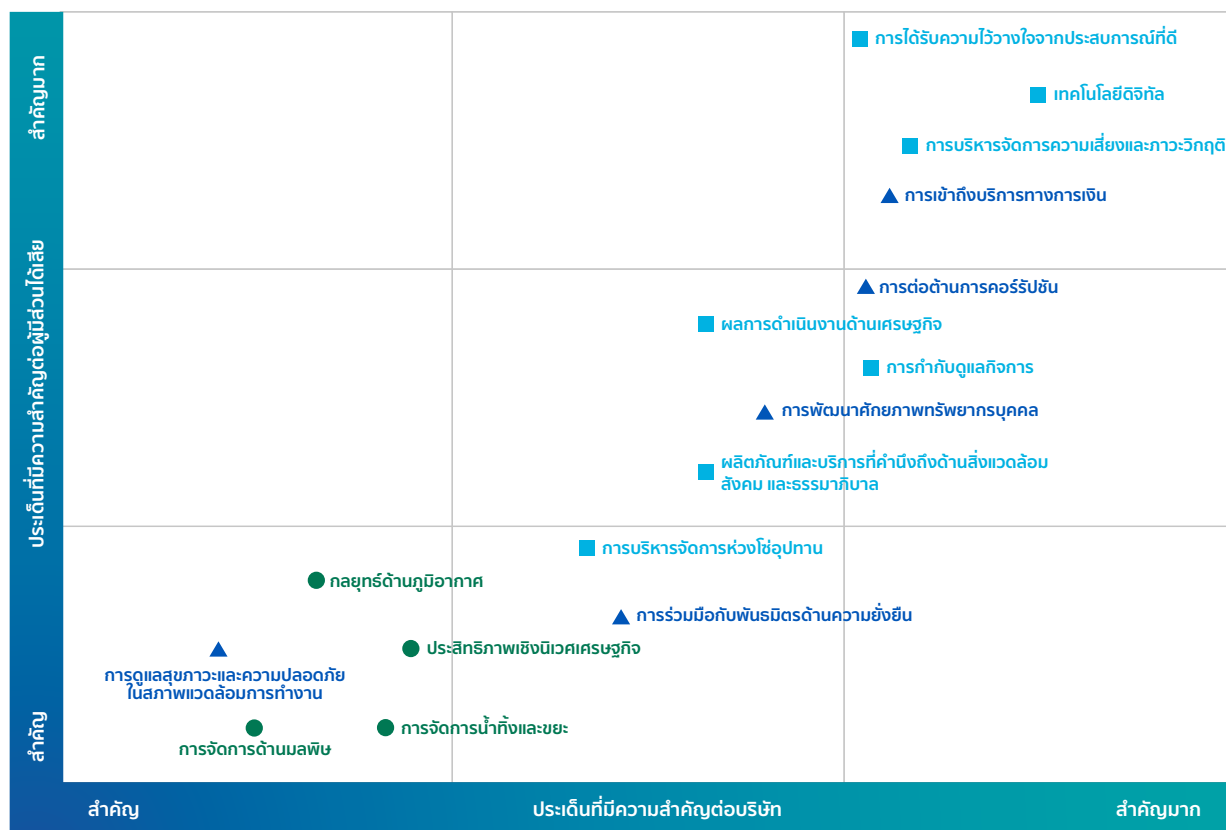
1 กระบวนการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



2 การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



ประเด็น 16 หัวข้อใน Materiality Matrix



มิติเศรษฐกิจ



มิติสังคม



มิติสิ่งแวดล้อม

3 การพิจารณาตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



ผู้บริหารระดับสูงและคณะทำงานได้ร่วมตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของการจัดลำดับความสำคัญ และรายงานประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนต่อ คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายจาก คณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาและเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนและบนเว็บไซต์ของบริษัท

4 การทบทวนประเด็นสำคัญและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



บริษัทจะจัดให้มีการทบทวนกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนาแนวทางการดำเนินงาน และการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

การเปลี่ยนแปลงการรายงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

102-49

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตาม GRI Standards: Core Options ดังแสดงใน Materiality Matrix โดยในปี 2563 บริษัทได้เพิ่มการดำเนินงานของบริษัท เคทีซี พิก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของ เคทีซี พิก (กรุงเทพฯ) จำกัด เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนด้วย ทั้งนี้ เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID-19 จึงได้เพิ่มการเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อการบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) รวมถึงนำเสนอหัวข้อเทคโนโลยีดิจิทัลแยกจากหัวข้อการได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดีเพื่อความชัดเจนในบทบาทของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

102-47

ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard	ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)	
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก										
		พนักงาน	คณะกรรมการ	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาครัฐ			
Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data (GRI 418-1)	เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการทางการเงิน รวดเร็ว ทัวถึงและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	✓	✓		✓		✓	✓			✓	มิติเศรษฐกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล	1 NO POVERTY 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	
Incidents of non-compliance concerning marketing communications (GRI 417-3)	การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ พัฒนาและดูแลคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ สื่อสารอย่างชัดเจนเป็นธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า	✓	✓		✓		✓	✓			✓	มิติเศรษฐกิจ การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	
- Precautionary Principle or approach (GRI 102-11) - Governance Structure (GRI 102-18) - Delegating authority (GRI 102-19) - Effectiveness of risk management processes (GRI 102-30)	การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต การจัดให้มีโครงสร้าง และการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อรับมือกับความความเสี่ยงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓	มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard	ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการ	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาครัฐ		
Direct economic value generated and distributed (GRI 201-1)	ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ การดำเนินงาน และส่งมอบคุณค่าทางธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	มิติเศรษฐกิจ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	 
- Mechanisms for advice and concerns about ethics (GRI 102-17) - Governance structure (GRI 102-18) - Delegating authority (GRI 102-19) - Highest Governance body's role in sustainability reporting (GRI 102-32)	การกำกับดูแลกิจการ การกำกับดูแลกิจการด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ดี กำหนดโครงสร้างนโยบาย และกระบวนการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนในระยะยาว	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	มิติเศรษฐกิจ การกำกับดูแลกิจการ	
Significant indirect economic impacts (GRI 203-2)	ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล การสร้างคุณค่าผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อสังคม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน	✓	✓		✓		✓	✓		✓	✓	มิติเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล	 
- New suppliers that were screened using environmental criteria (GRI 308-1) - New suppliers that were screened using social criteria (GRI 414-1)	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้า ผู้ให้บริการภายนอกที่บริษัทร่วมทำธุรกิจ คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการผ่านกระบวนการคัดเลือก การกำหนดมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ และการแบ่งปันความรู้	✓	✓		✓		✓	✓				มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน	 
Infrastructure investments and services supported (GRI 203-1)	การเข้าถึงบริการทางการเงิน การให้สินเชื่อด้วยความรับผิดชอบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการทางการเงิน อีกทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจ และวินัยด้านการเงิน	✓	✓		✓			✓		✓	✓	มิติสังคม การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน	    

ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard	ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการ	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาครัฐ		
- Operations assessed for risks related to corruption (GRI 205-1) - Communication and training about anti-corruption policies and procedures (GRI 205-2) - Confirmed incidents of corruption and actions taken (GRI 205-3)	การต่อต้านการคอร์รัปชัน มีนโยบายชัดเจนในการต่อต้านการคอร์รัปชัน กำหนดบทบาทหน้าที่และกระบวนการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส รวมถึงกระบวนการจัดการหากพบการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	มิติสังคม การต่อต้านการคอร์รัปชันและการดัดสินบน	
- Defined benefit plan obligations and other retirement plans (GRI 201-3) - Communication and training about anti-corruption policies and procedures (GRI 205-2) - New employee hires and employee turnover (GRI 401-1) - Parental leave (401-3) - Minimum notice periods regarding operational changes (GRI 402-1) - Average hours of training per year per employee (GRI 404-1) - Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs (GRI 404-2) - Diversity of governance bodies and employees (GRI 405-1)	การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล การบริหารทรัพยากรบุคคล ส่งเสริมความหลากหลาย การปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม ให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	✓	✓				✓				✓	มิติสังคม การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล	   
- Occupational health and safety management system (GRI 403-1) - Work-related injuries (GRI 403-9)	การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน การดูแลและส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ การจัดการสถานที่ทำงาน และการดูแลสุขภาพปลอดภัยของพนักงาน	✓	✓								✓	มิติสังคม การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน	 
Significant indirect economic impacts (GRI 203-2)	การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุนหลักการความยั่งยืน	✓	✓		✓		✓	✓				มิติสังคม การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน	

ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard	ประเด็นความ ยั่งยืนที่สำคัญ	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)	
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก										
		พนักงาน	คณะกรรมการ	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาครัฐ			
• Energy consumption within the organization (GRI 302-1) • Reduction of energy consumption (GRI 302-4) • Energy indirect (Scope 2) GHG emissions (GRI 305-2) • Reduction of GHG emissions (GRI 305-5) • Waste by type and disposal method (GRI 306-2)	กลยุทธ์ด้านภูมิอากาศ ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการด้านมลพิษ การจัดการน้ำทิ้งและขยะ การพิจารณากลยุทธ์ด้านภูมิอากาศ ผ่านการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจก และลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม	✓	✓		✓						✓	✓	มีสิ่งแวดล้อม การบริหาร จัดการเพื่อ ลดผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม และการ เปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศ	  

กรอบการพัฒนาด้านความยั่งยืนของบริษัท

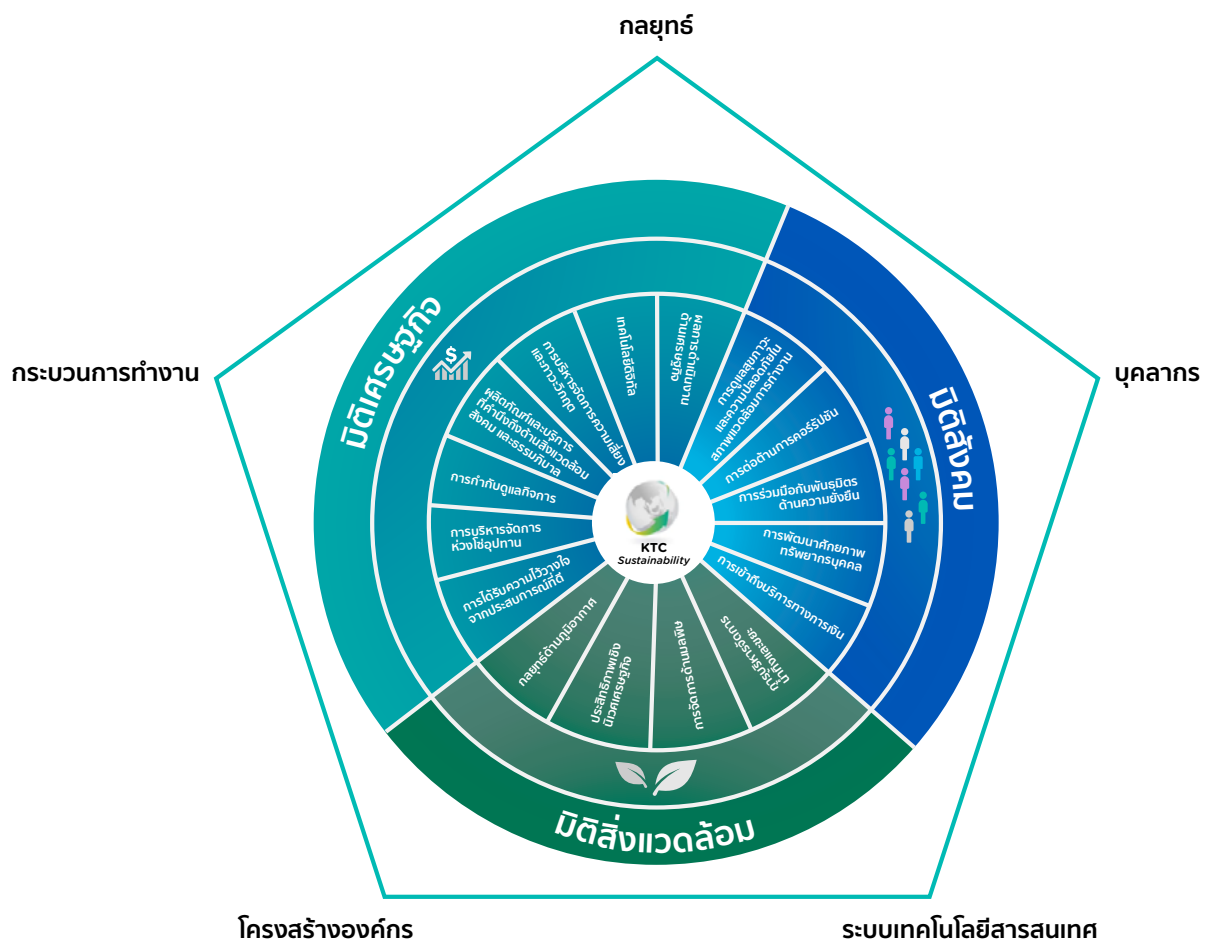
102-12, 102-47

บริษัทจัดทำกรอบการพัฒนาความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ โดยการกำหนดเป้าหมายที่เชื่อมโยงกับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนสำหรับผู้มีส่วนได้เสียและบริษัท และศึกษากรอบการประเมินระดับประเทศ Thailand Sustainability Investment (THSI) ระดับสากล Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการให้สอดคล้องเป็นไปตามกรอบแห่งการดำเนินงานด้านความยั่งยืนดังกล่าว เพื่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียภายในและภายนอกองค์กรถึงความมุ่งมั่นต่อการดำเนินการด้านความยั่งยืนของบริษัท ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)



กรอบการดำเนินงาน



การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท ประกอบกับภาครัฐได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เช่น การออกมาตรการผ่อนปรน การชำระหนี้ เป็นต้น บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ตามวิธีการที่สามารถดำเนินการได้ เพื่อลดหรือบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว และเร่งวางแผนเพื่อให้บริษัทสามารถฟื้นตัวกลับมาดำเนินการได้ตามปกติ



II แนวทางการบริหารจัดการ

เมื่อเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤตขึ้น บริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้ทันทั่วทั้ง รวมถึงหาข้อสรุปเกี่ยวกับผลกระทบของเหตุการณ์ที่มีต่อธุรกิจ (Business Impact Assessment) เช่น การมองหาสัญญาณที่ทำให้บริษัทต้องตัดสินใจดำเนินการ การคาดการณ์และประเมินผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้าน Internal Operation ด้าน Supply Chain และด้าน Financial Status เป็นต้น รวมถึงกำหนดมาตรการรับมือที่เกี่ยวข้อง เช่น การ Call BCP การกำหนดแนวทางการดูแลสุขอนามัยและสุขภาพของพนักงาน การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการทำงาน Work from Home ให้พนักงาน เป็นต้น โดยในช่วงต้นของการแพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้มีการประเมินผลกระทบต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดมาตรการสำคัญและการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์โดยสรุปได้ดังนี้

คณะกรรมการบริษัทและคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee และคณะอนุกรรมการ Crisis Management Committee พิจารณาอนุมัตินโยบายและกำหนดมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และธนาคารกรุงไทยในฐานะบริษัทแม่กำหนด รวมถึงนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมกรณีเกิดโรคระบาด หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ไม่สามารถป้องกันได้ เพื่อให้บริษัทมีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์วิกฤต บรรเทาหรือลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทให้น้อยที่สุด การประกาศใช้แผนฉุกเฉินหากจำเป็น รวมถึงกำหนดให้มีทีมจัดการเฉพาะกิจของบริษัทหรือมีผู้รับผิดชอบโดยตรง เพื่อให้การดำเนินงานและการตัดสินใจมีประสิทธิภาพ และต้องรายงานผลการให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้แก่ผู้บริหารทราบเป็นประจำทุกสัปดาห์

บริษัทวิเคราะห์อัตราการค้างชำระหนี้และ NPL ซึ่งมีสาเหตุมาจากลูกหนี้และกิจการของลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้อาจไม่มีความสามารถในการชำระหนี้คืนภายใต้ภาวะวิกฤตหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลต่อการด้อยคุณภาพของลูกค้าหนี้สินเชื่อ โดยเฉพาะ

กลุ่มอาชีพ/อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงในระดับที่รุนแรง เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สายการบิน เป็นต้น และนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการทดสอบภาวะวิกฤตด้านสภาพคล่อง (Liquidity Stress Testing) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินภายใต้สมมติฐาน ได้แก่ บริษัทไม่สามารถ refinance หรือ rollover เงินกู้ที่ครบกำหนดได้สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) มีปริมาณเพิ่มขึ้น และกระแสเงินสดรับลดลงจากการรับชำระหนี้คืนของลูกค้าตามมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ของธปท.ว่าบริษัทมีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในระยะเวลายาวนาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการจัดหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ หากสถานการณ์การแพร่ระบาดยังไม่คลี่คลาย ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา บริษัทไม่ประสบปัญหาในการบริหารเงิน การกู้ยืม หรือการชำระคืนเงินกู้ยืมแต่อย่างใด ด้วยบริษัทมีแหล่งเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวที่หลากหลาย โดยบริษัทพิจารณาโครงสร้างสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวเพื่อการบริหารต้นทุนที่ดีอยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับสภาวะตลาดและดูแลอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้อยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะผูกพันที่กำหนด

การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน

บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบหรือใช้โอกาสนี้เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระยะยาว และเป็นการรักษาสัมพันธ์ที่แสดงบทบาทของบริษัทในการเป็น Good Corporate Citizenship บริษัทมีการประเมินและการจัดการผลกระทบ รวมถึงสื่อสารมาตรการการให้ความช่วยเหลือ รวมถึงการสื่อสารด้านอื่น ๆ กับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัท เช่น

หน่วยงานกำกับดูแล และภาครัฐ



การจัดการผลกระทบ

- ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ออกประกาศเพื่อกำหนดมาตรการในการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้บัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทได้นำเสนอนโยบายรวมถึงแนวทางการให้ความช่วยเหลือต่อคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้องทันที เพื่อพิจารณาอนุมัตินโยบายและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ รายงานผลการให้ความช่วยเหลือแก่ลูกหนี้ดังกล่าวต่อ ธปท. เป็นประจำ เพื่อให้ ธปท. สามารถติดตามการให้ความช่วยเหลือของบริษัทได้ และประชาสัมพันธ์มาตรการและผลการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ ของ ธปท.
- บริษัทเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการจ้างงานของรัฐบาล ซึ่งโครงการดังกล่าวได้จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการจ้างงาน ช่วยให้ผู้ที่จบการศึกษาใหม่ระหว่างปี 2562 - 2563 มีงานทำ มีรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดี ลดปัญหาการว่างงาน โดยบริษัทได้ประกาศรับสมัครงานผ่านช่องทางของโครงการฯ โดยหากนักศึกษาที่จบใหม่มีคุณสมบัติ หรือประสบการณ์ตรงตามที่โครงการฯ และบริษัทกำหนด สามารถสมัครงานผ่านช่องทางดังกล่าวได้เพิ่มเติมจากช่องทางรับสมัครงานปกติของบริษัท

ลูกค้า



การจัดการผลกระทบ

- จัดให้มีมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เช่น ปรับลดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิต KTC อัตราดอกเบี้ย โดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความประสงค์ การลดค่างวดของสินเชื่อส่วนบุคคลอย่างน้อยร้อยละ 30 ของค่างวดเดิม การเปลี่ยนหนี้บัตรเครดิตหรือสินเชื่อที่มีลักษณะหมุนเวียนเป็นสินเชื่อที่มีระยะเวลา (Term Loan) 48 งวด พร้อมลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำลง เป็นต้น
- ประชาสัมพันธ์การให้ความช่วยเหลือให้ลูกค้าทราบผ่านช่องทาง KTC Online รวมถึง Social Media หรือช่องทางประชาสัมพันธ์อื่น
- จัดช่องทาง Contact Center เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 สามารถติดต่อเพื่อขอรับความช่วยเหลือทางการเงินตามมาตรการที่บริษัทกำหนดได้
- พัฒนาช่องทางการให้บริการด้านดิจิทัลเพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมแบบไร้สัมผัสได้จากหลายช่องทาง อาทิ Samsung Pay Garmin Pay การจ่ายเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต และ QR Code เพื่อให้เกิดระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) รวมทั้งมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของลูกค้าที่ใช้บริการทางดิจิทัล
(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “เทคโนโลยีดิจิทัล”)
- สื่อสารให้ความรู้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทางการเงินเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซี เพื่อสื่อสารให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของบริษัท ที่ใช้งานได้อย่างสะดวก ปลอดภัย ครบทุกฟังก์ชันการใช้งานและตอบโต้ความต้องการ จำนวน 30 ตอน ภายใต้แฮชแท็ก “#บัตรเครดิตมีไว้เพื่อ” ผ่าน Fanpage อย่างต่อเนื่อง

ร้านค้ารับบัตร



การจัดการผลกระทบ

- ไม่ถอนเครื่องรูดบัตรสำหรับร้านค้าที่ไม่มียอดรับบัตร
- ยกเว้นค่าบริการเครื่องรูดบัตรสำหรับร้านค้าที่ได้รับผลกระทบ
- บริษัทตระหนักถึงสภาพคล่องเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจของร้านค้า โดยเมื่อมีการทำรายการผ่านบัตร ร้านค้ายังคงได้รับเงินค่าสินค้าและบริการตามเงื่อนไขเดิมที่ได้ตกลงกันไว้
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ชำระใหม่ “KTC Link Pay” โดยร้านค้าสามารถสร้างลิงก์หรือ QR Code แล้วส่งให้ลูกค้าชำระเงินผ่านช่องทางที่ร้านค้าติดต่อกับลูกค้า เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย อีเมล เพื่อลดการสัมผัสเงินสดและลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อไวรัส COVID-19 อีกทั้งร้านค้ายังสามารถขายสินค้าหรือให้บริการได้ โดยลูกค้าไม่ต้องมาชำระเงินที่ร้านค้า

คู่ค้า หรือ ผู้ให้บริการภายนอก



การจัดการผลกระทบ

บริษัทปรับรอบการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการให้เร็วขึ้น จากเดิมจ่ายชำระตาม Credit Term ตามที่ได้ตกลงกัน (ประมาณ 45 - 60 วัน) เป็นบริษัทจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการให้กับคู่ค้าหรือผู้ให้บริการที่มีบัญชีธนาคารกรุงไทย ไม่เกิน 2 สัปดาห์ และไม่เกิน 3 สัปดาห์สำหรับบัญชีธนาคารอื่น ทั้งนี้ หลังจากที่ได้ส่งมอบงานและส่งใบแจ้งหนี้ให้กับบริษัทครบถ้วนแล้ว

สังคม



การจัดการผลกระทบ

- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหารและพนักงานสามารถร่วมกันบริจาคสิ่งของอุปโภคบริโภค และรวบรวมไปใส่ในตู้ปันสุขที่อยู่ตามสถานที่รอบ ๆ สถานประกอบการของบริษัท รวมถึงส่งมอบให้สำนักงานเขตพัฒนาและชุมชน เพื่อเป็นการแสดงออกซึ่งน้ำใจที่มีให้กันระหว่างพนักงานและสังคม
- มอบเงิน 2 ล้านบาทเข้ากองทุนพิเศษ “โครงการป้องกันและช่วยเหลือสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19” ของคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดีฯ เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อเครื่องไตเทียมแบบพิเศษ CRRT เพื่อผู้ป่วย COVID-19 โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการแพทย์ที่สำคัญและจำเป็นต้องใช้รับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 นอกเหนือจากเครื่องช่วยการทำงานของหัวใจ ปอด และเครื่องช่วยหายใจ
- มอบชุดเสื้อกาวน์ชนิดใช้ครั้งเดียว (Isolation Gown) ซึ่งทำด้วยพลาสติกและผ้าสปันบอนด์เคลือบกันน้ำให้แก่โรงพยาบาล เพื่อส่งต่อให้กับบุคลากรทางการแพทย์ใช้ป้องกันการติดเชื้อจากผู้ป่วย COVID-19 รวมถึงการบริจาคในรูปแบบต่าง ๆ

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน”)

คณะกรรมการบริษัท และพนักงาน



การจัดการผลกระทบ

- ร่วมกับอาคารสำนักงานเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการติดเชื้อไวรัส COVID-19 ได้แก่ การกำหนดให้พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานที่อาคาร ผู้มาติดต่อ และพนักงาน Outsource ทั้งหมด ต้องตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าอาคาร
- สื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้ทราบถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค วิธีการป้องกันในการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทางอีเมลภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนัก ไม่ให้เกิดความเครียดและระมัดระวังสถานการณ์ดังกล่าว
- จัดเตรียมระบบงานเพื่อให้รองรับการทำงาน Work from Home รวมถึงการจัดประชุมแบบออนไลน์ เพื่อลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงาน
- การไม่นับเป็นวันลาหากพนักงานได้รับเชื้อหรือสัมผัสเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อ COVID-19
- จัดให้มีเจลแอลกอฮอล์ ณ จุดต่าง ๆ แจกหน้ากากอนามัย อบอุ่นในพื้นที่สำนักงานและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในแต่ละชั้นของบริษัทเป็นประจำทุกสัปดาห์ และทำความสะอาดจุด Touch Point ต่าง ๆ เช่น ประตูเข้าออกอาคาร ห้องน้ำ เป็นต้น
- กำหนดมาตรการให้พนักงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเดินทางไป หรือ Transit ประเทศที่เป็นพื้นที่ระบาดและประเทศที่มีรายงานการแพร่เชื้อในท้องถิ่น ให้กักกันตนเอง
- จัดหาสถานที่ที่จะใช้เป็น Alternate Site และจัดอัตรากำลังหากเกิดเหตุฉุกเฉิน เตรียมจำนวนและรายชื่อพนักงานที่ต้องมาปฏิบัติงานในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤต (Critical Business Function : CBF) แบ่งออกเป็นทีมหลักและทีมรอง เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้

ผู้ถือหุ้น



การจัดการผลกระทบ

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาเลื่อนการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นเป็นวันที่ 3 กรกฎาคม 2563 เนื่องจากพิจารณาแล้วว่า หากจัดให้มีการประชุมตามกำหนดเดิมอาจส่งผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น โดยคณะกรรมการบริษัทได้อนุมัติให้มีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับผลประกอบการปี 2562 และในการประชุมสามัญประจำปี บริษัทจัดให้มีมาตรการรองรับการประชุมต่าง ๆ เช่น การมอบอำนาจให้กรรมการอิสระ หรือบุคคลที่ผู้ถือหุ้นพิจารณาเพื่อเข้าร่วมประชุมแทนการจัดสถานที่ให้มี Social Distancing หรือการจัดให้มีจุดคัดกรอง เป็นต้น

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

102-7



มิตรผลประชุก



กำไรสุทธิ
5,332 ล้านบาท
รายได้รวม
22,056 ล้านบาท



เงินให้สินเชื่อแก่ลูกค้า
และดอกเบี้ยค้างรับรวม
90,149 ล้านบาท



ฐานสมาชิกรวม
3.4 ล้านบัญชี



สัดส่วนลูกหนี้ธุรกิจ
บัตรเครดิต : สินเชื่อบุคคล
67 : 33



จำนวนผู้ใช้บริการ
KTC Mobile หรือ KTC Online
1,946,744 ราย



ระดับความพึงพอใจของลูกค้า
จากการประเมิน Net
Promoter Score (NPS)
อยู่ที่ระดับ 38



มิติสังคม



จำนวนชั่วโมงอบรม
แก่พนักงานทั้งหมด
83,151 ชั่วโมง



จำนวนพนักงานทั้งหมด
1,744 คน
• ชาย **602 คน**
• หญิง **1,142 คน**



ระดับความพึงพอใจ
และความผูกพันของ
พนักงานที่มีต่อองค์กร
72%



ช่องทางในการบริการ
• KTC TOUCH **17** สาขา
• ผู้นำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
• ช่องทางออนไลน์



มิติสิ่งแวดล้อม



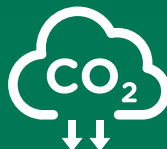
จำนวนสมาชิกที่ร่วมสมัครบริการ e-Statement
จำนวน 307,474 คน
และ ลดการใช้กระดาษได้
ประมาณ 9,722 รีม



ลดขยะด้วยการ Recycle
1,347 กิโลกรัม



ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า
7.4%
(เทียบกับปี 2561)



ลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก
GHG Scope 1 = 21.3%
GHG Scope 2 = 27.6%
(เทียบกับปี 2561)

มิติเศรษฐกิจ

เทคโนโลยีดิจิทัล



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 80 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด	จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 74 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด	จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 80 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด

103-1

ด้วยการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐไทยแลนด์ 4.0 National e-Payment และนโยบายสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) รวมถึงสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก บริษัทจึงมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ และระบบการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการ และการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และสามารถเข้าถึงบริการได้ในทุกที่ ทุกเวลา รวมถึงมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดความมั่นใจและความไว้วางใจในการทำธุรกรรมออนไลน์กับบริษัท

103-2

ด้วยเป้าหมายที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานให้กับผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด เคทีซีได้ดำเนินการด้าน Digital Transformation อันประกอบด้วย 3 แกนหลัก ดังนี้



Digital Product



Digital Service



Digital Channel

ผลิตภัณฑ์ การบริการ และแพลตฟอร์ม

“KTC Mobile” และ “KTC Online”

บริษัทได้พัฒนาช่องทางออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการใช้บริการ โดยสามารถให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และเป็นช่องทางในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองได้ไปพร้อมกัน เสมือนเป็นจุดบริการลูกค้าแบบ One-Stop Service ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน “KTC Mobile” และเว็บไซต์ “KTC Online” ซึ่งได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเมนูการใช้งาน เพื่อการใช้งานที่ง่าย สะดวก ให้ประสบการณ์ที่ดี (Customer Experience) ด้วยภาพลักษณ์ที่ทันสมัย สวยตา เพิ่มความปลอดภัยด้วยทางเลือกในการยืนยันตัวตนแบบอัตลักษณ์ (Biometrics) นอกเหนือจากการใช้รหัส (PIN) ที่เพิ่มความปลอดภัยด้วยแป้นพิมพ์ไดนามิก (Dynamic Keyboard) ในการล็อกอิน เข้าใช้บริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคล หรือทำรายการธุรกรรมการเงิน รวมถึงความรวดเร็วในการใช้งานเพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ อีกทั้งบริการธุรกรรมที่ถูกออกแบบจากความเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานของสมาชิกด้วยฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ และอำนวยความสะดวกให้การใช้ชีวิตประจำวันง่ายและสะดวกมากขึ้น ได้แก่

การดูข้อมูลบัตรเคทีซีได้ในทีเดียว การเช็คคะแนนสะสม การแสดงยอดเงินรวมของบัตรทุกใบที่ใช้ และวงเงินรวมคงเหลือของบัตรทุกใบ การบริหารจัดการข้อมูลที่เลือกได้เอง อาทิ การตั้งค่าแจ้งเตือนรายการเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร โดยสามารถกำหนดยอดเงินให้ระบบแจ้งเตือน การตั้งค่าแจ้งเตือนกำหนดชำระค่าใช้จ่ายล่วงหน้า การตั้งรหัส ATM PIN การอายัดบัตรชั่วคราวเมื่อสูญหาย การกำหนดยอดการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงสามารถสมัครหรือปรับเปลี่ยนวิธีการรับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายง่าย ๆ ได้ด้วยตนเอง การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การทำรายการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า (Cash Withdrawal) จากบัญชีบัตรเครดิต และการเบิกถอนเงินจากบัตรกดเงินสด KTC PROUD รับมอบสิทธิประโยชน์จากกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบ e-Coupon ลูกค้าสามารถเลือกบริการชำระค่าบัตรด้วยบัญชีธนาคารกรุงไทย และบริการอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเมื่อดำเนินการชำระแล้ว จะได้รับวงเงินคืนทันที นอกจากนี้บริษัทยังมีแผนจะเพิ่มจำนวนธนาคารให้รองรับความต้องการในอนาคต เพื่อให้สมาชิกเลือกโอนเงินได้สะดวกยิ่งขึ้น

การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยให้การเข้าถึงของลูกค้าเป็นไปได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม รวดเร็ว และปลอดภัย อีกทั้งช่วยลดการใช้กระดาษ ลดการสูญหาย และลดการใช้ทรัพยากรและเวลาในการเดินทางให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

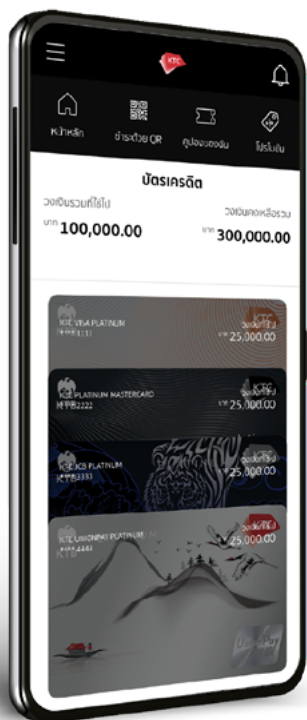
ณ สิ้นปี 2563 มีจำนวนผู้ใช้บริการ

KTC Mobile และ KTC Online

ทั้งสิ้น **1,946,744** ราย

หรือคิดเป็นร้อยละ **80** ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด

และเติบโตร้อยละ **24** จากสิ้นปี 2562



การรับชำระค่าสินค้าและบริการ

เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับร้านค้าสมาชิกในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริษัทมีบริการรับชำระแก่ร้านค้าสมาชิกในหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าสมาชิกในทุกประเภทธุรกิจ

บริการรับชำระผ่านเครื่อง

EDC (Electronic Data Capture)

ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสดโดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน ที่รองรับการชำระเป็นสกุลเงินบาท และสกุลเงินต่างประเทศ (Dynamic Currency Conversion - DCC) บริการผ่อนชำระ และแลกคะแนนสะสม ซึ่งเครื่องอนุมัติเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน สามารถรองรับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรเงินสด บัตรยูเนียนเพย์ บัตรเดบิตที่เป็น Local Switching (TPN & ITMX) e-Wallet และอื่น ๆ ที่มีในอนาคต



KTC EDC

ณ สิ้นปี 2563 มีจำนวนร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน **KTC QR PAY**

จำนวน **695** ร้านค้า

และเติบโตร้อยละ **8** จากสิ้นปี 2562

บริการรับชำระผ่าน

KTC QR Pay

บริษัทได้พัฒนาระบบการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตผ่าน QR Code Payment บนแอปพลิเคชัน “KTC Mobile” และแอปพลิเคชัน “TapKTC MERCHANT” เพื่อตอบสนองการใช้งานให้กับทั้งผู้ถือบัตรเครดิตและร้านค้า โดยลูกค้าไม่ต้องพกเงินสดและสามารถทำการชำระเงินด้วยตนเอง ผ่านสมาร์ตโฟนได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ซึ่งลูกค้าจะได้รับแจ้งผลการทำรายการสำเร็จผ่านแอปพลิเคชัน สำหรับในส่วน of ร้านค้าสามารถรับชำระผ่าน QR Code ได้ทั้งบัตรเครดิตและ PromptPay ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงในการบริหารจัดการเงินสดของร้านค้า เช่น ต้นทุนในการป้องกันการทุจริตของพนักงาน ความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการซื้อขาย ลดปัญหาเรื่องเงินทอน โดยบริษัทเร่งขยายพันธมิตรร้านค้าใหม่ ๆ ในการรับชำระ KTC QR Pay เพื่อร่วมพัฒนาสังคมไร้เงินสดพร้อมส่งมอบประสบการณ์การใช้จ่ายที่ทันสมัย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้นให้กับลูกค้าผู้ถือบัตรและร้านค้ารับบัตรทั่วประเทศ



ณ สิ้นปี 2563 มีจำนวนร้านค้า ที่ใช้งานแอปพลิเคชัน “**TapKTC MERCHANT**”

จำนวน **10,954** ร้านค้า

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC Gateway

ให้บริการรับชำระเงินออนไลน์ผ่าน Internet กับร้านค้าสมาชิก และมีการให้บริการระบบยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ไว้กับบริษัทผู้ออกบัตร หรือรหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว OTP (One Time Password) ระหว่างการทำรายการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตออนไลน์ เพื่อการทำธุรกรรม Online ที่สะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC Alipay

อำนวยความสะดวกในการชำระเงินด้วย Alipay ผ่านทั้งช่องทาง Offline และ Online เพื่อตอบโจทย์กลุ่มร้านค้าในการรับชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ สำหรับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย และกลุ่มชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมกับ มาสเตอร์การ์ด เปิดตัวเทคโนโลยีการเข้ารหัสโทเคน 'Mastercard Digital Enablement Services (MDES) for Merchants' โดยเคทีซีเข้าร่วมเป็นสถาบันการเงินแห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อยกระดับให้การทำธุรกรรมออนไลน์ของผู้บริโภคปลอดภัยยิ่งขึ้น พร้อมเสริมความเชื่อมั่นระหว่างร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภค ด้วยการเข้ารหัสโทเคนแทนการใช้หมายเลขบัญชีที่มีความเสี่ยงเมื่อต้องใส่หมายเลขบัตรไว้บนเว็บไซต์ของร้านค้าหรือแอปพลิเคชันเพื่อชำระเงิน นอกจากนี้ รหัสดิจิทัลโทเคนยังมีการป้องกันเพิ่มอีกชั้นด้วยการใช้รหัสคริปโตแกรม (Cryptogram) ที่เป็นเลขเฉพาะต่อการทำธุรกรรมแต่ละครั้ง เป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการโดนโจรกรรมข้อมูล เพื่อสร้างความไว้วางใจและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคและร้านค้า

การแจ้งผลผ่าน SMS

บริษัทได้ริเริ่มโครงการแจ้งผลการพิจารณาสินเชื่อทาง SMS ตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ เมื่อได้พิจารณาใบสมัครบัตรเครดิต และสินเชื่อบุคคลเสร็จสิ้นแล้ว จะต้องแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้สมัครหรือผู้ขอสินเชื่อทราบ โดยได้พัฒนาระบบการแจ้งผลการพิจารณาผ่านทาง SMS แทนการจัดพิมพ์เป็นจดหมาย เว้นแต่เหตุผลในการปฏิเสธการให้สินเชื่อที่กฎหมายกำหนดให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ทำให้ผู้สมัครและผู้ขอสินเชื่อทราบผลการพิจารณาได้รวดเร็ว ไม่ต้องรอการจัดพิมพ์เป็นจดหมายและขั้นตอนไปรษณีย์ อีกทั้งยังลดปริมาณการใช้

ระบบตอบรับอัตโนมัติ

บริษัทออกแบบระบบตอบรับอัตโนมัติสำหรับการเปิดใช้งานบัตร (IVR Activation) ให้มีความปลอดภัยสำหรับสมาชิกบัตร เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ลดระยะเวลาการรอคอยในการใช้บริการ การเปิดใช้งานบัตร การสอบถามข้อมูลและปรับปรุงรายการ โดยส่งเสริมให้ลูกค้าใช้รหัสประจำตัวในการตรวจสอบข้อมูลบนระบบ ซึ่งสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC Link Pay

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC Link Pay เปิดประสบการณ์การจ่ายค่าสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ KTC ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์การรับชำระรูปแบบใหม่ที่จะช่วยให้การรับชำระเป็นเรื่องง่าย ถือเป็นอีกช่องทางการรับชำระหนึ่งที่ตอบโจทย์ร้านค้ากลุ่ม e-Commerce รวมถึง Social Commerce ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยอำนวยความสะดวกแก่ร้านค้าและลูกค้าในการจ่ายผ่านลิงก์ โดยร้านค้าสมาชิกสามารถส่งลิงก์ที่มีข้อมูลและมูลค่าของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าผ่านช่องทางการติดต่อได้หลากหลาย รวมถึงผ่านช่องทาง Social Media เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่าย รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกทุกที่ทุกเวลา

บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (RECURRING)

ร้านค้าสมาชิกจะส่งข้อมูลเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากผู้ถือบัตรในรูปแบบสลิปอิเล็กทรอนิกส์ให้กับบริษัท เพื่อทำการตัดเงินจากบัตรของผู้ถือบัตรเป็นรายเดือนโดยอัตโนมัติ ซึ่งผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์และลงทะเบียนใช้บริการกับบริษัท หรือร้านค้าสมาชิกไว้ล่วงหน้า

กระดาษได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ในการติดตามผลการจัดส่งและการเปิดใช้บัตร (Activation) บริษัทได้จัดตั้งทีมติดตามผลการจัดส่งบัตรไปยังลูกค้า พร้อมอำนวยความสะดวกในการแจ้งเปิดใช้งานบัตรและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงจะได้รับ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสูญหาย หรือล่าช้าระหว่างจัดส่งบัตร ลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตามทวงถาม ลดขั้นตอนที่ต้องติดต่อเข้ามาเปิดใช้งานบัตรหลังได้รับบัตรของลูกค้า และบริษัทไม่ต้องการทำการผลิตบัตรใหม่และจัดส่งบัตรใหม่

KTC Websites

เคทีซีได้ปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ของ www.ktc.co.th และ www.ktc.co.th/ktcworld ใหม่ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งาน มีความเร็วในการแสดงผลข้อมูล ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ให้ง่ายขึ้น เน้นการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile First) เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

Digital Workplace

เคทีซีพัฒนา Digital Workplace มาตั้งแต่ปี 2562 โดยทยอยปรับปรุงแต่ละส่วนงานที่เกี่ยวข้องแบบค่อยเป็นค่อยไป จากการมุ่งเน้นการทำงานของพนักงาน ที่ต้องการทำให้เกิดความยืดหยุ่น สามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลาสู่การมองภาพรวมที่ใหญ่ขึ้น โดยผสมผสานส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น ลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจรวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจสูงสุด รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้รองรับสถาปัตยกรรมแบบ Micro Service และนำแอปพลิเคชันขึ้น Cloud เพื่อสามารถตอบโจทย์เรื่องบริการกับลูกค้าได้

สำหรับผลกระทบในช่วงการระบาดของ COVID-19 นั้น ไม่ได้มีผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT มากนัก เนื่องจากเคทีซีมีการเตรียมพร้อมเรื่องทรัพยากรด้าน IT ไว้รองรับการเติบโตของธุรกรรมการใช้จ่ายแบบอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างมาก

ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกใช้โซลูชันในการสร้าง Digital Workplace นั้น ต้องผ่านการทดสอบอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นการทำ Proof of Concept (POC) นำ Pain Point และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พบมาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งมั่นใจว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด โดยกฎเกณฑ์สำคัญของการเลือกใช้โซลูชันคือความปลอดภัย ซึ่งเคทีซีเลือกใช้โซลูชันของหัวเว่ยในการสร้าง Digital Workplace ดังนี้

- **Virtual Desktop Infrastructure (VDI)** เพื่ออำนวยความสะดวกแก่พนักงานในการทำงานแบบ Work from Home ช่วยให้พนักงานสามารถเข้ามาในระบบเพื่อทำงานตามปกติได้ โดยโซลูชัน VDI ดังกล่าวมีระบบควบคุมกลางที่สามารถกำหนดนโยบายความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO หรือ PCI DSS
- **Network Campus** เพื่อปรับปรุงระบบเครือข่ายภายในองค์กรให้สามารถรองรับการใช้งาน VDI สำหรับสำนักงานทั้ง 2 แห่ง โดยการใช้เทคโนโลยี Dynamic IP และ Wi-Fi 6 Generation เพื่อรองรับการใช้ Bandwidth ที่ค่อนข้างสูง

การใช้เทคโนโลยี Digital Workplace จะช่วยให้เคทีซีสามารถให้บริการลูกค้าได้ง่ายและเร็วขึ้น เพราะพนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ และเคทีซีจะทำการพัฒนา Digital Workplace ต่อไปเพื่อสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น



ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

โครงสร้างการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้าเป็นอย่างมาก จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการ Information Security Committee (ISC) ทำหน้าที่กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ให้สอดคล้องและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานสากลที่ยอมรับ ซึ่งนโยบายดังกล่าวมีการทบทวนปรับปรุง และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้คณะกรรมการ ISC ยังมีหน้าที่ในการพิจารณาและอนุมัติแผนการใช้งบประมาณ และทรัพยากรสำหรับงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

(Cyber Security) ของบริษัทให้เหมาะสม กำหนดกลยุทธ์และแผนงานด้านสารสนเทศเพื่อสอดคล้องกับความสำเร็จธุรกิจ และมีความยืดหยุ่นเพียงพอสำหรับการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต ติดตามผลการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง ส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรมีความรู้และมีความตระหนักในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งคณะกรรมการ ISC มีการประชุมเพื่อร่วมพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกเดือน โดยประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการดังกล่าว และมีผู้บริหารระดับสูงของสายงานต่าง ๆ เป็นคณะกรรมการ และมีรองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงาน Information Technology เป็นเลขานุการซึ่งมีประสบการณ์ด้าน IT

ในด้านการกำกับดูแล บริษัทมีโครงสร้างองค์กรที่กำกับดูแลงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการบริหารความเสี่ยงในลักษณะ 3 Lines of Defence โดยแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนระหว่างหน่วยงานผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Services) ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance and Compliance) และผู้ตรวจสอบภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Audit)

นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัว

ในปี 2563 บริษัทได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายกฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย การพิจารณาทบทวนนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 มาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 และมาตรฐาน PCI DSS เพื่อให้มั่นใจได้ว่า นโยบายต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดมีการนำไปปฏิบัติ บริษัทจึงได้มีการดำเนินการต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น

- บริษัทเผยแพร่แนวนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard ผ่านระบบ Intranet ของบริษัท เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายและนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง
- จัดอบรมหรือทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่กรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอก เพื่อทบทวนความรู้ให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ ในหัวข้อต่าง ๆ เช่น Information Security Management System (ISMS) และ Privacy Information Management System (PIMS) และการจัดบรรยายเรื่อง Cyber Resilience Awareness โดยคุณปาริชาติ จีระชรา ที่ปรึกษาด้านความเสี่ยงด้านไซเบอร์ บริษัท ดีลอยท์ ทูช ไร้มัทส์ ไซยัค ที่ปรึกษา จำกัด

 KNOWLEDGE

Sit & Talk

ภัยคุกคามทางไซเบอร์เกิดได้กับทุกคน ทุกเวลา แม้แต่บริษัทชั้นนำระดับโลก

ยังคงเป็นความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ไม่มีวันหมดไป IT คือหัวใจของธุรกิจในยุคดิจิทัล

ต้องตระหนักและให้ความสำคัญ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์

Cyber Resilience Awareness



โดย คุณปาริชาติ จีระชรา

พาร์กเกอร์ - บริการด้านความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไซเบอร์
บริษัท ดีลอยท์ ทูช ไร้มัทส์ ไซยัค จำกัด

- Cyber Security Trends
- What is causing the breach going up?
- How do we response?
- Related Regulations
- When it happens, will you be ready?
- 11 questions that organization need to answer?

วันศุกร์ที่ 11 กันยายน 63

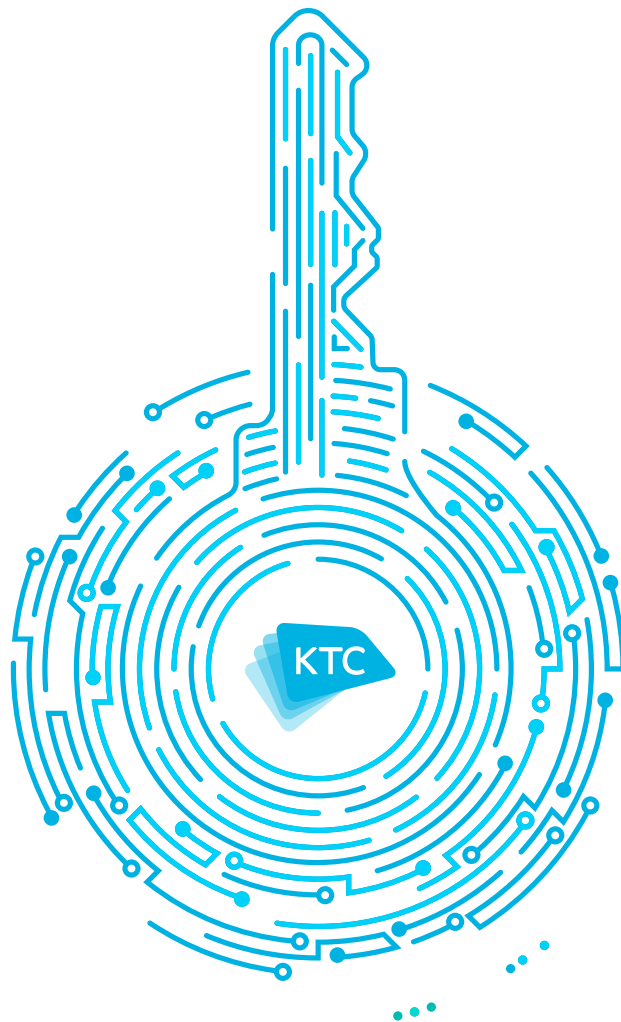
10.00 - 12.00 น.

สามารถเข้าร่วมรับชมถ่ายทอดสด
ผ่านโปรแกรม Microsoft Team Live
ได้ตั้งแต่วันที่ 09.45 - 12.00 น.

เข้าร่วมรับชม



- จัดการการเข้าถึงและใช้ข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทกำหนดสิทธิให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล ได้ตามสิทธิและภาระหน้าที่ที่ได้รับเท่านั้น ทั้งนี้พนักงานต้องเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ จัดเก็บไว้ตามความจำเป็น และห้ามเปิดเผยต่อบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต
- จัดทำและแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในเรื่องต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงช่องทางการแจ้งเหตุการณ์กรณีข้อมูลรั่วไหล
- บริษัทได้แต่งตั้ง Data Protection Officer (DPO) เพื่อให้คำแนะนำ ตรวจสอบการดำเนินการของบริษัทหรือพนักงานในการปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามที่ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 กำหนดและทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทในการบริหารจัดการเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล และรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่คณะผู้บริหาร และหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
- จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเฝ้าระวังภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Security Operation Center) เพื่อตรวจจับการบุกรุกทางไซเบอร์และป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลของบริษัทที่สำคัญ



การกำหนดมาตรการและเครื่องมือเพื่อการบริหารจัดการ

418-1

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าระบบสารสนเทศของบริษัทมีความปลอดภัย บริษัทได้จัดให้มีมาตรการและเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ เช่น

- ทดสอบระบบความปลอดภัยหรือซักซ้อมแผนรับมือเหตุการณ์ (Stress-Testing) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยออนไลน์ เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง สำหรับการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) ไตรมาสละ 1 ครั้ง สำหรับการตรวจสอบหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) จากทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย โดยในปี 2563 ได้ดำเนินการทดสอบเจาะระบบและตรวจสอบหาช่องโหว่เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนกันยายน 2563 ซึ่งได้รายงานผลการทดสอบต่อคณะกรรมการ ISC ทราบเรียบร้อยแล้ว มีศูนย์ข้อมูลหลักและศูนย์ข้อมูลสำรองที่มีความมั่นคงปลอดภัย และมีความพร้อมใช้สำหรับระบบงานหลักที่สำคัญ โดยมีการทบทวนและทดสอบแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan) เป็นประจำทุกปี อีกทั้งมีการทดสอบด้านปฏิบัติการ BCP โดยมีหน่วยงาน IT เป็นหน่วยงานสนับสนุน
- จัดให้มีการตรวจสอบด้านระบบสารสนเทศโดยผู้ตรวจสอบภายนอกเป็นประจำทุกปี
- มีการป้องกันเครือข่ายของบริษัทโดยการติดตั้งอุปกรณ์และระบบด้านการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย เช่น Firewall
- มีการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของบริษัท โดยการติดตั้งระบบตรวจจับและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention System, DLP)
- มีกระบวนการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหา (Incident) และข้อร้องเรียน (Complaint) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง Incident Response Plan สำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องและเป็นไปตามมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 มาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 และมาตรฐาน PCI DSS ซึ่งบริษัทนำมาตรฐาน ISO ดังกล่าวไปเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

โดยในปี 2563 บริษัทพบเหตุการณ์ (Incident) ที่เป็นการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล 1 เหตุการณ์ ซึ่งเกิดจากความผิดพลาดจากผู้ให้บริการภายนอก โดยบริษัทได้รายงานต่อคณะกรรมการ ISC ทราบ และดำเนินการแก้ไขตามแนวทางที่บริษัทกำหนดแล้ว โดยได้กำชับผู้ให้บริการภายนอกกระทำความระมัดระวัง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว

ทั้งนี้บริษัทอยู่ในระหว่างการจัดหา Cyber Insurance เพื่อถ่ายโอนความเสี่ยงจากการถูกละเมิดความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่สำคัญและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์



บริษัทได้รับการรับรองความปลอดภัยตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 (ISMS: Information Security Management Systems) เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2562 และได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าวต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 นอกจากนี้ บริษัทได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 (PIMS: Privacy Information Management Systems) ทั้งธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล และธุรกิจบริการชำระเงิน เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2563 โดยบริษัท ยังคงเป็นผู้ให้บริการทางการเงินที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non Bank) รายแรกและรายเดียวในประเทศไทย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสำหรับสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 และ ISO/IEC 27701:2019 ทั้งทั้งองค์กร อีกทั้ง บริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการเพื่อขอรับการรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยข้อมูลบัตรเครดิต ด้วยมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลอุตสาหกรรมบัตรเครดิต (PCI DSS)

การได้รับความไว้วางใจ จากประสบการณ์ที่ดี



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 30	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 25	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 38

103-1

เคทีซีมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ แพลตฟอร์มและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อดูแล จัดหา และนำเสนอทางเลือกที่ตรงต่อความต้องการ ตอบโจทย์ความคุ้มค่าผ่านการใช้จ่าย สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจให้แก่สมาชิก มีความหมายในทุกโมเมนต์ของการใช้ชีวิตอย่างแท้จริง เพื่อให้แบรนด์เคทีซีเข้าไปอยู่ในใจและเป็นที่เชื่อใจได้ต่อลูกค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยบริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

103-2



การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

นอกจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายแล้ว บริษัทยังคำนึงถึงประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์และประมวลผลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อทำให้บริษัทมีความเข้าใจและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้ครอบคลุมไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของลูกค้าที่หลากหลาย และตอบสนองความต้องการในการใช้จ่ายของลูกค้าในหมวดต่าง ๆ ได้อย่างดี โดยเคทีซีได้คัดสรรโครงการสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ กว่า 3,000 โครงการต่อปี เพื่อให้สมาชิกมั่นใจได้ถึงความคุ้มค่า ที่พร้อมรองรับและตรงกับความต้องการ ครอบคลุมกว่า 20 ไลฟ์สไตล์จากหลากหลายร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ อาทิ กิน เที่ยว ช้อป กีฬา สุขภาพ ความงาม รวมถึงร้านค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

บริษัทยังได้ร่วมกับพันธมิตรและผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) ในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ทุกการใช้จ่ายของสมาชิกเป็นไปอย่างคุ้มค่า และเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่สมาชิกในการเลือกใช้บัตรเครดิต และสินเชื่อของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

การสื่อสารที่ชัดเจน เป็นธรรม

417-3

กรณีที่มุ่งเน้นการให้บริการที่โปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน และให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น ในการสื่อสารทางการตลาดทั้งออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงและแพร่ภาพ จึงต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย และ สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด ทั้งในเรื่องของขนาดตัวอักษร ระยะเวลาของการส่งเสริมการขายหรือการโฆษณา

นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการให้ความรู้กับพนักงานขายหรือผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัท เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง

ในปี 2563 บริษัทไม่ได้รับแจ้งการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารทางการตลาดจากหน่วยงานกำกับดูแล

การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลให้มีการปฏิบัติงานให้ สอดคล้องกับกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการ คຸ່ມครองผู้บริโภค บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (สำนักงาน ป.ง.) รวมถึงผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) เช่น การกำหนดคุณสมบัติผู้ถือบัตรเครดิตทั้งบัตรหลัก บัตรเสริม และสินเชื่อบุคคล ตลอดจนการอนุมัติวงเงิน การกำหนดอัตรา ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การจัดให้มีสัญญา ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตรเครดิต และสินเชื่อบุคคลที่ชัดเจนและเป็นธรรม การแจ้งให้ ลูกค้าทราบหากมีการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขของสัญญาที่กระทบต่อสิทธิของลูกค้า การปฏิบัติในเรื่องของการแจ้งนำส่งข้อมูลเครดิตของเจ้าของ ข้อมูลเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ทางการกำหนด รวมถึงการปฏิบัติอื่น ๆ ตามหลักการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) เป็นต้น

บริษัทมีการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใช้เป็นคู่มือเพื่อยึดถือเป็น แนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม นอกจากนี้ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าของบริษัท บริษัทได้กำหนดให้บริษัทคู่ค้าประเมินตนเองผ่านแบบประเมินจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

บริษัทได้จัดตั้งหน่วยงาน Internal Audit ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยง และความมีประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแล กิจการของบริษัท โดยมีการรายงานผลการตรวจสอบระบบควบคุมภายใน และความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทเพื่อให้การปฏิบัติงานถูกต้อง มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ลดค่าใช้จ่าย และลดความเสี่ยงของบริษัทต่อคณะผู้บริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่งเสริมให้การตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพทำให้เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโต อย่างยั่งยืน

บริษัทได้จัดตั้งหน่วยงาน Compliance เพื่อทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา รวมถึงสอบทานการปฏิบัติงานในกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้บริษัทมี การปฏิบัติสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานทางการ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (สำนักงาน ป.ง.) บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ เป็นต้น รวมทั้งติดตาม วิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมาย หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อเผยแพร่สาระสำคัญหรือจัดประชุม เพื่อซักซ้อมความเข้าใจ กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

การดำเนินการหากมีข้อร้องเรียน

บริษัทได้จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ชมเชย และแนะนำการให้บริการ เพื่อรับทราบความเห็น (Customer Feedback) จากหลายช่องทาง ทั้งช่องทางโทรศัพท์ที่ติดต่อเข้ามามายัง KTC Contact Center (02 123 5000) จุดบริการ KTC TOUCH หน่วยงานกำกับดูแล และช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยทุกเรื่องร้องเรียนที่เคทีซีได้รับนั้นได้รับการดูแล ตรวจสอบ ชี้แจง และแก้ไขข้อร้องเรียนให้แล้วเสร็จและแจ้งให้ทราบโดยเร็วภายในระยะเวลาที่กำหนด จากนั้น เคทีซีจะนำข้อมูลที่ได้รับมาพิจารณาเพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการ Market Conduct Committee และรวบรวมเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณากำหนดแนวทางการแก้ไข รวมถึงเพื่อใช้ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงพิจารณากำหนดหาแนวทางเพื่อป้องกันมิให้เกิดการร้องเรียนซ้ำ และมีการเปิดเผยข้อมูลปัญหาการใช้บริการทางการเงินและการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนรายไตรมาสผ่านทาง www.ktc.co.th

เมื่อลูกค้าได้ใช้บริการและให้คำชมเชยผ่านช่องทางศูนย์รับเรื่องร้องเรียน บริษัทจะสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้รับทราบเพื่อชมเชย กระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ รับผิดชอบ รักษามาตรฐาน และส่งมอบประสบการณ์ที่มีความหมายให้กับลูกค้า และสอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของบริษัทเป็นประจำ



การศึกษาและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า/บริการของบริษัท

จากแนวคิดการทำงานดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการสนับสนุนให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เกิดจากการรู้จัก รู้จริง ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมของสมาชิกเพื่อเสนอสิ่งที่มีความหมายตรงกับความต้องการของสมาชิกอย่างแม่นยำ ใช้ข้อมูลของสมาชิกเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด เคทีซีประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าและนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุง สินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทเพื่อยกระดับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิต

บริษัทได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตที่มีต่อเคทีซี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้ Net Promoter Score - NPS เป็นเครื่องมือสำรวจประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีว่ามีความพึงพอใจระดับใดและยินดีที่จะบอกต่อหรือกระตือรือร้นที่จะกล่าวถึงเคทีซีแก่คนอื่น ๆ มากน้อยเพียงใดมาตั้งแต่ปี 2561 และพบว่ากลุ่มที่พึงพอใจ ยินดีบอกต่อมีมากขึ้นเรื่อยๆ โดยดูจากค่าดัชนีที่สูงขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง

ปี	2563	2562	2561
ค่าดัชนีวัดความพึงพอใจที่มีต่อเคทีซี Net Promoter Score (NPS)	38	36	23

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภคปี 2563 ที่มีบัตรเครดิต 1,700 คน โดยมีผู้ถือบัตรเครดิตเคทีซี 627 คน

: บริษัทได้แก้ไขตัวเลขแสดงค่าดัชนีที่ได้เปิดเผยในรายงานความยั่งยืนปี 2562

WHAT IS A GOOD NPS SCORE ?



การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของ KTC TOUCH

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของจุดบริการ KTC TOUCH ในส่วนของงานบริการและงานแนะนำผลิตภัณฑ์ ผ่านทางโทรศัพท์ และ QR Code จากลูกค้าจำนวน 2,000 ราย

สำรวจความพึงพอใจในด้านงานบริการและงานแนะนำผลิตภัณฑ์ ปี 2563



มกราคม - มิถุนายน 2563

97.67%



กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

98.87%

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทั้งในด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในคู่มือการขาย การเสนอขายที่ไม่เป็นการรบกวนลูกค้า รวมถึงการแต่งกาย กิริยา มารยาท เป็นประจำทุกเดือน โดยในกรณีที่บริษัทได้รับคำแนะนำ บริษัทจะส่งอีเมลเพื่อแจ้งความเห็น (Customer Feedback) ให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ หรือมารยาทในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่อไป

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของ Contact Center

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการผ่านช่องทาง Contact Center ในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ โดยในกรณีที่มีการประเมินผลความพึงพอใจต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะพิจารณานำผลที่ได้มาเพื่อแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือลูกค้า และหาแนวทางป้องกัน ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัทได้รับผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ที่ 73.15%

การบริหารจัดการความเสี่ยง และภาวะวิกฤต



103-3

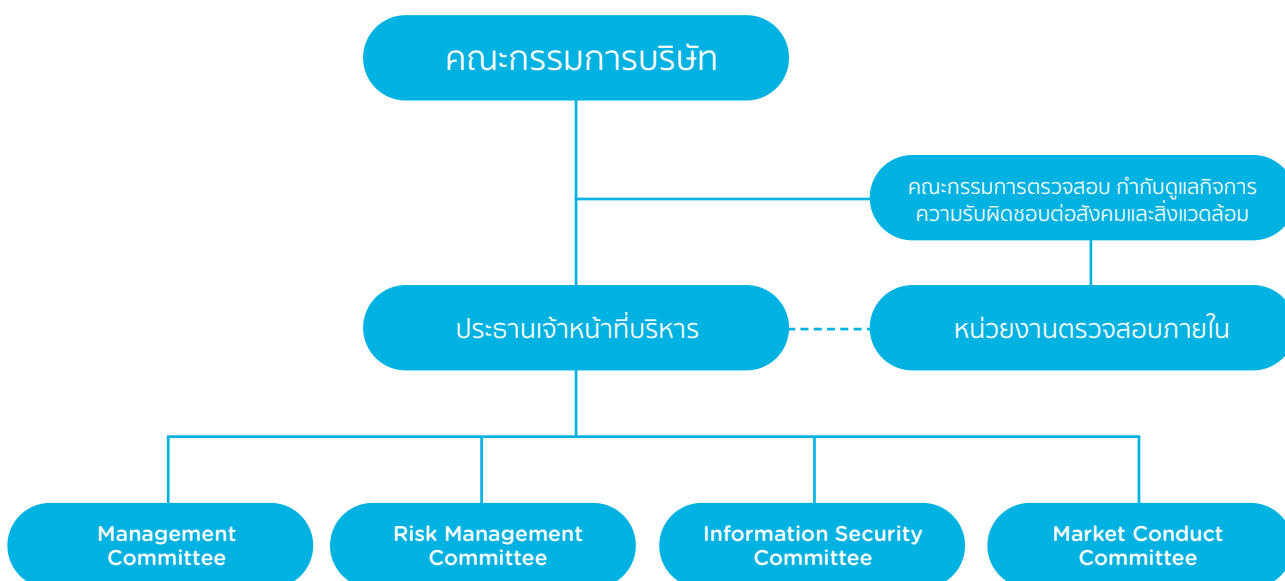
เป้าหมายระยะยาวปี 2565 ปัจจัยความเสี่ยงและสาเหตุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร และได้รับการวัดผลเชิงปริมาณ จำนวน 3 ปัจจัย	เป้าหมายปี 2563 ปัจจัยความเสี่ยงและสาเหตุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เป็นส่วนประกอบของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร และพนักงานได้รับความรู้เรื่องความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Risk)	ผลงานปี 2563 นำปัจจัยความเสี่ยงและสาเหตุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เข้ามาประกอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร และให้ความรู้เบื้องต้นเรื่องความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG Risk) แก่พนักงานในองค์กรผ่านการอบรมในรูปแบบสื่อออนไลน์
---	--	--

103-1

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤตที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง จึงได้กำหนดเป็นนโยบายการบริหารความเสี่ยง ตลอดจนทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับความเสี่ยงต่าง ๆ จากการดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร โดยมีแนวทางการบริหารจัดการ ดังนี้

102-18, 102-19, 102-30, 103-2

โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง



นอกเหนือจากการกำหนดโครงสร้างองค์กรโดยการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ หรือ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของบริษัทแล้ว บริษัทได้นำแนวทางป้องกันและกักกันดูแลความเสี่ยง 3 ระดับ (Three Lines of Defense) มาปรับใช้ในการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงในภาพรวม คือ หน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) ต้องควบคุมดูแลความเสี่ยงในหน่วยงานให้อยู่ในระดับเหมาะสมโดยมีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- **คณะกรรมการ Management Committee** ทำหน้าที่พิจารณา กลั่นกรอง เสนอแนะ ให้ความเห็น วางนโยบายและแนวปฏิบัติในด้านการเงินและบัญชี ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารเงิน ด้านการตลาด ด้านผลประกอบการของบริษัท และด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ
- **คณะกรรมการ Risk Management Committee** มีหน้าที่พิจารณาเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร ก่อนการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และทำหน้าที่ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการดำเนินการตามนโยบายและแนวทางการบริหารความเสี่ยงตามที่ได้กำหนดไว้ให้เป็นไปตามเป้าหมาย อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกันกับการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย และหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย
- **คณะกรรมการ Information Security Committee** มีหน้าที่กำกับดูแลและดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท กำกับดูแลแผนกลยุทธ์และงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปตามแนวทางที่เป็นมาตรฐาน และนำไปใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ วางแผน และควบคุมการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพ
- **คณะกรรมการ Market Conduct Committee** กำหนดกรอบนโยบาย แผนกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และกำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมเรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ตลอดจนพิจารณาอนุมัติเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว
- **หน่วยงานตรวจสอบภายใน** เป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่สอบทานการปฏิบัติงานในภาพรวมและประเมินประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายใน

102-11

กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process)



ระบุความเสี่ยง



ประเมินความเสี่ยง



ดูแล ควบคุม และจัดการความเสี่ยง



ติดตามและรายงานความเสี่ยง

กระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัท เริ่มจากวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งปัจจัยภายในบริษัทและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งครอบคลุมปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบต่าง ๆ พร้อมทั้งระบุความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย จัดทำแผนภาพความเชื่อมโยงความเสี่ยง (Risk Map) กำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRI) ซึ่งมีทั้งที่เป็น Leading Indicators เพื่อเป็นการส่งสัญญาณล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง และ Lagging Indicators เพื่อให้สะท้อนข้อมูลของเหตุการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นไปแล้ว รวมทั้งมีการกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) ระดับความเสี่ยงที่ทนได้ (Risk Tolerance) โดยทำการพิจารณาทบทวนทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความเสี่ยง ติดตามผลการบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ให้เป็นไปตามเป้าหมายการบริหารความเสี่ยงที่กำหนดไว้ และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการ Risk Management Committee คณะกรรมการบริษัท และธนาคารกรุงไทย ตามรอบเวลาที่กำหนด

ทั้งนี้ ในการออกหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงินของบริษัท บริษัทกำหนดให้จะต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติ เรื่องการออก/เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยง ทั้งด้านกฎหมาย ความเสี่ยงรวม หรืองบประมาณ เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ออกหรือเสนอนั้น ได้มีการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ครบถ้วนแล้ว

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะ 3-5 ปี โดยรวมถึงความเสี่ยงที่เริ่มเกิดขึ้นแล้วแต่ยังไม่ส่งผลกระทบที่ชัดเจนในขณะนี้ เพื่อเตรียมมาตรการรองรับต่อความเสี่ยงสำคัญเหล่านี้อย่างเพียงพอและทันเวลา

1. ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยี

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท และสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินชีวิตและความต้องการของผู้บริโภค ธุรกิจจึงจำเป็นต้องรู้เท่าทัน และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เหล่านี้ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ	• ทุกหน่วยงานในบริษัทมีหน้าที่ในการติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อนำมาพัฒนาการทำงานของหน่วยงาน และประสานกับหน่วยงาน Information Technology เพื่อวางแผนในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ปรับปรุงระบบและพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อสนับสนุนให้การทำงานมีประสิทธิภาพ คล่องตัว ต่อเนื่อง และปลอดภัย • บริษัทร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจด้านดิจิทัล เช่น การเข้าร่วมทุนในบริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอร์ จำกัด เพื่อการเข้าลงทุนในบริษัท อินฟินิธัส บาย กรุงไทย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินดิจิทัลรูปแบบใหม่ มุ่งเน้นการให้บริการด้านการพัฒนา Innovation & Digital Platform ต่าง ๆ รวมถึง New Business Model อย่างเต็มรูปแบบ อันเป็นการสร้างโอกาสการเป็นผู้นำด้าน Digital Platform ร่วมกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการขับเคลื่อนธุรกิจเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท

2. ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) และการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
ภัยคุกคามจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ การเจาะระบบข้อมูลนับเป็นความเสี่ยงซึ่งอาจก่อความเสียหายแก่การดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวแล้ว ทั้งลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอาจขาดความไว้วางใจและความเชื่อมั่น ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นผลให้แผนการดำเนินงานไม่บรรลุตามเป้าหมาย	บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการป้องกันการถูกโจมตีทางไซเบอร์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า มีการวางแผนงาน จัดสรรกำลังคนและทรัพยากร เพื่อป้องกันภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังนี้ • กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Policy) นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และทบทวนทุกปี • มีมาตรการที่รัดกุมในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ และให้อำนาจเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า พร้อมทั้งจัดหาซอฟต์แวร์สำหรับการควบคุมการรั่วไหลของข้อมูล มีระบบสำรองข้อมูลและมีกระบวนการนำข้อมูลกลับคืนมาหากข้อมูลถูกทำลาย รวมทั้งจัดให้มีศูนย์คอมพิวเตอร์สำรอง การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพและสภาพแวดล้อม (Physical and Environmental Security) ศูนย์คอมพิวเตอร์ของบริษัทผ่านมาตรฐาน TIA-942 Data Center Certification มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่ายสื่อสาร (Communications Security) โดยใช้การเข้ารหัสในการเชื่อมต่อกับเครือข่ายภายนอกตามมาตรฐาน PCI DSS และ Card Brands ต่าง ๆ มีศูนย์ Security Operations Center (SOC) สำหรับเฝ้าระวังการบุกรุกหรือภัยคุกคามจาก

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
	ภายนอก (Security Monitoring) มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายสื่อสารเพื่อให้มีความพร้อมใช้ และรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงานด้าน IT (IT Operations Security) รวมทั้งจัดทำแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการทดสอบการปฏิบัติงานตามแผน นอกจากนี้ บริษัทดำเนินการจัดทำ ทบทวน และทดสอบแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan: DRP) เป็นประจำทุกปี เพื่อรองรับเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยและความพร้อมใช้งานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปี 2563 บริษัทได้นำมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Information Management) มาใช้ภายในองค์กร โดยเป็นมาตรฐานที่เพิ่มขึ้นจาก ISO/IEC 27001:2013 ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ซึ่งตามมาตรฐานนี้บริษัทต้องคำนึงถึงเรื่องความเป็นส่วนตัว (Privacy) ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลในทุก ๆ กิจกรรมของกระบวนการทำงาน ทั้งการจัดเก็บ ใช้งาน หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

3. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
ภัยพิบัติทางธรรมชาติ สภาพอากาศรุนแรง แม้กระทั่งโรคอุบัติใหม่และโรคระบาด ล้วนเป็นผลเกี่ยวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ การดำรงชีวิต การประกอบอาชีพของผู้คน และการดำเนินธุรกิจ ตัวอย่างเช่น กรณีเกิดภัยธรรมชาติหรือโรคระบาดที่เป็นอุปสรรคให้บุคลากรไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานภายในอาคาร หรือส่งผลให้การดำเนินงานหยุดชะงัก หรือกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า เกิดความเสียหายทางด้านการเงิน การให้บริการ หรือด้านชื่อเสียงของบริษัท	เพื่อให้การดำเนินธุรกิจหรือให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่เกิดการหยุดชะงัก ในกรณีที่เกิดสถานการณ์วิกฤต บริษัทมีการดำเนินการดังนี้ บริษัทจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติหรือเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์อัคคีภัย แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย แผนรองรับการชุมนุม แผนรองรับการเกิดโรคระบาด ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผน BCP ของบริษัท จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการรองรับการเกิดภาวะวิกฤตในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function ไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้ ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ต้องทบทวนและดำเนินการทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Call Tree) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) แบบไม่แจ้งล่วงหน้า (Surprise Test) เป็นประจำทุกปี รวมทั้งเข้าร่วมสังเกตการณ์การทดสอบแผน BCP ของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก (Outsourced) ที่รับให้บริการงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหลักของบริษัทด้วย บริษัทจัดให้มีการทดสอบแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรองรับเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นตามแนวทางที่บริษัทกำหนดในกรณีที่พนักงานไม่สามารถเข้าปฏิบัติหน้าที่ที่สำนักงานได้ ในระหว่างวันที่ 21-22 สิงหาคม 2563 โดยผลการทดสอบแผน BCP บริษัทสามารถดำเนินการได้ภายในที่กำหนด

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
	- บริษัทประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ และติดตามเฝ้าระวัง ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าสมาชิกประกอบกับมีกระบวนการบริหารจัดการหนี้ตั้งแต่ก่อนเป็นหนี้เสีย การติดตามทวงถามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด รวมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชัน KTC Mobile ให้ใช้งานได้หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในปัจจุบัน และเพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง หากเกิดเหตุที่ทำให้ลูกค้าไม่สามารถเดินทางมาใช้บริการที่จุดบริการต่าง ๆ ได้ เช่น การพัฒนาระบบ KTC Mobile เพื่อให้สามารถชำระค่าบริการได้โดยลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาชำระ ณ จุดบริการรับชำระเงิน - การจัดให้มีมาตรการการให้ความช่วยเหลือผ่อนปรนการชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ภัยพิบัติ โรคระบาด เช่น COVID-19 - บริษัทดำเนินการเพื่อเสริมสร้างการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน รมรณรงค์การใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง หรือย่อยสลายยาก การแยกขยะและการรีไซเคิล เป็นต้น ทั้งนี้ ผลผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีประกอบด้วย บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล โดยเคทีซีพิจารณาว่าธุรกิจของเคทีซีส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และสิ่งแวดล้อมต่ำ เนื่องจากการให้สินเชื่อแก่บุคคลธรรมดา ไม่ใช่การให้สินเชื่อแก่ภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์พิจารณาการอนุมัติผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Lending) เช่น ฐานะการเงิน ความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น ไว้เป็นแนวทางให้ผู้บริหารและพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้บริษัทมีผลประกอบการที่ดีในระยะยาวและให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

4. ความเสี่ยงอันเกิดจากการควบคุมของภาครัฐ

คำอธิบาย	แนวทางการบริหารความเสี่ยง
จากปัญหานี้ครัวเรือนที่ทวีความรุนแรงและมีระดับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และส่งผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลแห่งประเทศไทยจึงได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อกำกับดูแลให้ผู้ประกอบธุรกิจพึงดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ เช่น การควบคุมอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับและสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ซึ่งปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 16 ต่อปี ร้อยละ 25 ต่อปี และร้อยละ 24 ต่อปี ตามลำดับ การขอสินเชื่อส่วนบุคคลได้ไม่เกิน 3 สถาบันการเงิน การคิดดอกเบี้ยผิดนัดชำระหนี้ และการตัดชำระหนี้ หรือการออกมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นต้น	บริษัทในฐานะของผู้ประกอบธุรกิจทางการเงินพร้อมให้การสนับสนุน โดยถือเป็นหน้าที่ของบริษัทในการเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจที่ให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบต่อ (Responsible Lending) แม้กฎเกณฑ์ลักษณะดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจและรายได้ของบริษัท แต่บริษัทยังมั่นใจว่าจะสามารถปรับแผนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ดังเช่นอดีตที่ผ่านมา ผ่านการจัดการภายใต้โครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น (Agile Organization) และการบริหารจัดการต้นทุนทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ “ปัจจัยความเสี่ยง”)

| การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง และมีการดำเนินการบริหารความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานอย่างครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร โดยกำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องมีเจ้าหน้าที่ประสานงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk Officer) และผู้จัดการความเสี่ยง (Risk Manager) เพื่อดำเนินงานบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในหน่วยงานของตน มีการจัดทำการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self - Assessment: RCSA) ของทุกหน่วยงาน รวมถึงการประเมินและทบทวนประสิทธิภาพการควบคุมภายในเป็นประจำทุกปี การดำเนินการจัดเก็บข้อมูลความเสียหายจากความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Loss Data) ครอบคลุมทุกประเภทความเสี่ยง และจัดเก็บทุกมูลค่าความเสียหาย ตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด ตลอดจนมีการจัดทำแผนการแก้ไขในกรณีที่มีมูลค่าความเสียหายถึงระดับที่ต้องจัดทำ มีการติดตามความคืบหน้าของการดำเนินงานตามแผนและแนวทางการปรับปรุง และรายงานผลการดำเนินการต่อ Risk Management Committee อย่างสม่ำเสมอ และเพื่อเป็นการเน้นย้ำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล บริษัทจึงมีการสื่อสารหลายรูปแบบ ทั้งการส่งอีเมลให้ความรู้ การจัดอบรมสัมมนา ทั้งโดยวิทยากรภายใน และผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอก การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การใช้สื่อการเรียนรู้แบบ Self-Learning พร้อมทั้งมีการวัดผลด้วยการทดสอบ รวมถึงกำหนดตัวชี้วัดการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง เป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของพนักงานด้วย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

103-1, 103-3



บริษัทตระหนักถึงบทบาทการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาลและจรรยาบรรณทางธุรกิจ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม

102-7, 103-2, 201-1

หน่วย: พันบาท

รายละเอียด	2563	2562	2561
รายได้จากการดำเนินงาน	21,762,403	22,303,878	20,869,413
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน	3,799,840	4,075,453	3,906,774
ค่าสมาชิกและค่าบำรุงค่าธรรมเนียมและ/หรือ สมาคมภายนอก	1,812	1,153	863
ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์	2,305,487	2,459,801	2,333,175
เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ	1,831,526	1,878,356	1,706,138
เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน	3,792,710 ⁽¹⁾	3,680,400	2,921,878
เงินบริจาคเพื่อการกุศล	4,567	1,288	3,041
มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม	10,028,273	10,208,580	9,998,409
สินทรัพย์รวม	88,403,313	85,409,262	79,647,817
หนี้สินรวม	65,553,039	65,674,218	63,296,206
ส่วนของผู้ถือหุ้น	22,850,273	19,735,044	16,351,611
กำไรสุทธิ	5,331,897	5,523,965	5,139,589

(1) ข้อมูลปี 2563 รวมเงินปันผลที่จ่ายจากผลประกอบการปี 2563 ซึ่งจำนวนเงินปันผลดังกล่าวมีความไม่แน่นอนจนกว่าจะได้รับอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2564 (ครั้งที่ 19)

Corporate Citizenship

บริษัทมีเป้าหมายและแผนการดำเนินงานด้านการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม (Corporate Citizenship) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสังคม โดยการสนับสนุน ช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ จะต้องมีความโปร่งใส ไม่ถูกนำไปใช้เป็นช่องทางทุจริตคอร์รัปชัน และมีนโยบายชัดเจนที่ไม่ให้การสนับสนุนแก่พรรคการเมือง รวมถึงมุ่งเน้นการถ่ายทอดทักษะองค์ความรู้จากภายในสู่ภายนอก เพื่อเสริมสร้างผลเชิงบวกในการเปลี่ยนแปลงที่ดีให้สังคมและประเทศ ทั้งนี้ บริษัทได้เปิดเผยกิจกรรมการสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ในรายงานความยั่งยืน เว็บไซต์ของบริษัท (<https://www.ktc.co.th/en/about/news>) และ Facebook Fanpage ของบริษัท



การกำกับดูแลกิจการ



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี	บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท	บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท

103-1

การกำกับดูแลกิจการมีความสำคัญอย่างยิ่ง และส่งผลที่ดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ ผลประกอบการทางการเงิน และการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว บริษัทจึงยึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเป็นรากฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยถือเป็นบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคมที่สำคัญของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลบริหารจัดการให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม ควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท

102-17, 102-18, 102-19, 102-32, 103-2

การกำกับดูแลกิจการ

เคทีซียึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างและรักษาความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจ ทั้งยังให้ความสำคัญกับเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม ซึ่งจะช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ พร้อมกับได้สร้างคุณค่าอย่างสมดุลแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ การบริหารงานของบริษัท มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งมีหน้าที่พิจารณากำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมหลัก แผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน รวมถึง การอนุมัติในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของบริษัท แผนธุรกิจ และงบประมาณประจำปี โดยมีการกำกับดูแลและติดตามให้การบริหารงานของฝ่ายจัดการเป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ และแผนธุรกิจที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงาน

ทางการที่เกี่ยวข้อง และตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้ดูแลให้มีระบบการควบคุมภายใน และกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม และร่วมกับฝ่ายจัดการเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงทั้งบริษัทเป็นประจำทุกปี และมีการรายงานสรุปผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

องค์ประกอบของคณะกรรมการ

ณ สิ้นปี 2563 คณะกรรมการ 1 ชุด ประกอบด้วย



บริษัทมีกรรมการอิสระจำนวน 4 คน หรือมีอัตราเท่ากับร้อยละ 50 ของกรรมการทั้งหมด ซึ่งมากกว่าข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ที่ให้กรรมการอิสระ อย่างน้อย 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน

คุณสมบัติของกรรมการอิสระ อ้างอิงตามกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบฯ
(<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>)

ความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

บริษัทมีการแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ ของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน โดยสามารถศึกษาบทบาทหน้าที่ได้จากนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

การคัดเลือกกรรมการ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน พิจารณาสรรหากรรมการที่มีคุณสมบัติ ทักษะ หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทหรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น พิจารณานุมัติ โดยการสรรหา คัดเลือกกรรมการมีความโปร่งใส ชัดเจน คำนึงถึงสัดส่วน จำนวน ความหลากหลาย องค์ประกอบที่เหมาะสมของคณะกรรมการในด้านต่าง ๆ โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และไม่มีขัดจำกัดเรื่องสิทธิ เพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ หรือศาสนา

การเข้าร่วมประชุม

ในปี 2563 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 16 ครั้ง โดยกรรมการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ยร้อยละ 94.5 ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานการเข้าร่วมประชุมขั้นต่ำที่ร้อยละ 75

จำนวนกรรมการที่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น

ณ สิ้นปี 2563 คณะกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนอื่นจำนวน 3 ท่าน ซึ่งจำนวนบริษัทไม่เกินกว่าจำนวนบริษัทที่เคทีซี ได้กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแล โดยในคณะกรรมการบริษัท ไม่มีกรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการในบริษัทจดทะเบียนมากกว่า 5 แห่ง และไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารไปดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นมากกว่า 2 แห่ง

ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ย

ณ สิ้นปี 2563 ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการจำนวน 3.36 ปี

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

การจัดตั้งคณะกรรมการชดเชย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชดเชย เพื่อช่วยศึกษาและกลั่นกรองเรื่องสำคัญที่ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิดในแต่ละด้าน และเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วย



การถือครองหลักทรัพย์

บริษัทมีการกำหนดประกาศ เรื่องข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยหรือการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท เพื่อกำหนดข้อพึงปฏิบัติสำหรับกรรมการ ผู้บริหารหรือพนักงานที่มีข้อมูลภายใน เช่น การกำหนดช่วงเวลาห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ การกำหนดแนวปฏิบัติในการซื้อขายหลักทรัพย์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่กำหนดห้ามการซื้อขายหลักทรัพย์ของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน โดยหากบุคคลดังกล่าวมีการซื้อ ขาย หรือโอนหลักทรัพย์จะต้องปฏิบัติตามประกาศของสำนักงาน ก.ล.ต. หรือประกาศบริษัทกำหนด

ในปี 2563 คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัท รวมถึงคู่สมรสและบุตร ไม่มีการซื้อ ขาย หรือโอนหลักทรัพย์ของบริษัท

ทั้งนี้รายละเอียดผู้ถือหุ้น 10 รายแรกของบริษัท สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จากหัวข้อ “โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท” ซึ่งอาจรวมถึงบริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด ซึ่งไม่มีสิทธิในการออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น (<https://www.set.or.th/nvdr/th/faqs/faqs.html>)

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง ปีละ 1 ครั้ง โดยเลขานุการบริษัทจะทำหน้าที่ในการนำเสนอแบบประเมินให้กับกรรมการ และกรรมการชุดย่อยเพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการพัฒนา เสริมประสิทธิภาพให้เกิดการกำกับดูแลกิจการ

ที่ดี โดยได้จัดให้มีการประเมินกรรมการ 4 รูปแบบ ประกอบด้วย การประเมินคณะกรรมการทั้งคณะ การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (ประเมินตนเอง) การประเมินกรรมการรายบุคคล (การประเมินแบบไขว้) และการประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ

ในปี 2563 บริษัทได้จัดให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะจัดทำแบบประเมิน โดยได้นำเสนอสรุปผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาในการประชุม ครั้งที่ 1/2564 ลงวันที่ 19 มกราคม 2564 โดยมีรายละเอียดผลการประเมินคณะกรรมการแต่ละชุด ดังนี้

แบบประเมิน	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
แบบประเมินผลคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ	4.95
แบบประเมินผลคณะกรรมการรายบุคคล	4.87
การประเมินผลคณะกรรมการรายบุคคล (การประเมินไขว้)	4.94
การประเมินผลคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ (คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม)	4.98
การประเมินผลคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ (คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน)	5.00

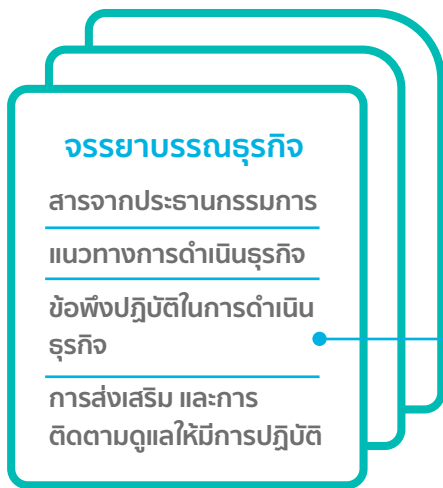
การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหาร

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้กับคณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบ สำหรับหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็น

ผู้พิจารณาเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนให้ ความเห็นชอบ โดยการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลพิจารณาจาก กลยุทธ์ และเป้าหมายในแต่ละปี ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จรรยาบรรณธุรกิจ

กรณีที่ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจและกฎระเบียบต่าง ๆ เช่น การให้พนักงานที่เข้าทำงานใหม่ ลงนามรับทราบการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจหรือมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และจัดให้มีการทบทวนความรู้ผ่าน e-Learning เป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการสื่อสารหรือสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับพนักงาน นอกจากนี้ พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณ โดยคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้



- การรักษาทรัพย์สินและผลประโยชน์ของบริษัทและลูกค้า
- ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- การรักษาความลับ
- การให้ รับ ของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือผลประโยชน์อื่น
- สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น
- การเปิดเผยข้อมูล และความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน
- การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การตอบแทนสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ความปลอดภัย สุขอนามัย
- การเคารพสิทธิมนุษยชน

กระบวนการติดตามและจัดการให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

กรณีที่กำหนดให้พนักงานที่เข้าใหม่ของบริษัทและบริษัทย่อยลงนามในสัญญา ซึ่งครอบคลุมการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ จัดการอบรมและทดสอบความรู้ด้านจรรยาบรรณธุรกิจให้แก่ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างความตระหนักรู้ภายในองค์กร

นอกจากการส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจแล้ว บริษัทได้จัดให้มี Supplier Code of Conduct เพื่อให้บุคคลที่จะมาเป็นคู่ค้าของบริษัทประเมินตนเองก่อนการพิจารณาคัดเลือก โดยมีหัวข้อสำคัญ เช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชน

และแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม รวมถึงกฎหมายและข้อกำหนด

นอกจากนี้ ผู้บริหารจะต้องมีส่วนรับผิดชอบในการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ โดยได้จัดให้มีช่องทางในการรับแจ้งเหตุหากพบการละเมิดการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจที่เกิดจากบุคลากรภายในบริษัท โดยหน่วยงานทรัพยากรบุคคลและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องจะต้องมีส่วนร่วมในการพิจารณาดำเนินการระงับการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ หรือป้องกันไม่ให้เกิดการร้องเรียนซ้ำ

จำนวนการละเมิด
จรรยาบรรณทางธุรกิจ*

0 กรณ

*รวมถึงรายงานการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชนจากคู่ค้าจากแบบฟอร์มประเมินตนเอง

การดำเนินการด้านบัญชี

บริษัทได้จัดทำบัญชีและงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย โดยนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงและฉบับใหม่ รวมถึงแนวปฏิบัติทางบัญชีที่ออกโดยสภาวิชาชีพบัญชี ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2563 มาถือปฏิบัติ

ทั้งนี้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ รวมถึงนโยบายการบัญชีที่สำคัญในงบการเงิน และคำอธิบายและ

บทวิเคราะห์สำหรับผลการดำเนินการ (MD&A) เป็นประจำทุกไตรมาสที่ website ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (<http://www.sec.or.th>) หรือ website ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (<http://www.set.or.th>) หรือ website ของบริษัท (<http://www.ktc.co.th>)

การดำเนินการด้านภาษี

บริษัทจัดให้มีนโยบายด้านภาษี เพื่อเป็นกรอบและแนวทางการดำเนินการให้

- บริษัทชำระภาษีอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจและไม่ใช้โครงสร้างภาษีไปในแนวทางที่ไม่ถูกต้อง อันจะก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี
- บริษัทใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) อย่างถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด
- บริษัทไม่มีนโยบายในการใช้ Tax Havens ที่ใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการระดมทุนและจัดหาสภาพคล่องให้กับบริษัท เพื่อการหลีกเลี่ยงภาษี
- บริษัทดำเนินการให้มีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างให้พนักงานมีความเข้าใจและยึดมั่นในข้อกำหนดและข้อปฏิบัติที่ถูกต้อง
- บริษัทจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการประสานงานด้านภาษีกับกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการ
- บริษัทมีการหารือกับบริษัทที่ปรึกษาภาษีภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นที่มีความซับซ้อนหรือประเด็นที่ไม่มีความชำนาญ เพื่อการปฏิบัติตามด้านภาษีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการเปิดเผยนโยบายดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท (<https://www.ktc.co.th/investor-relations/financialinformation/tax-policy>)

ข้อมูลด้านภาษี

(หน่วย : บาท)

งบการเงินรวม	2563	2562
รายได้รวม (Total Revenue)	22,055,285,728	22,625,323,682
กำไรก่อนภาษีเงินได้ (Profit before Income Tax)	6,656,420,952	6,904,072,375
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (Income Tax Expense)	1,324,523,499	1,380,107,800
อัตราภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate)	19.9%	20%
ภาษีเงินได้ที่ชำระ (Income Tax Paid)	1,274,873,955	1,344,849,522
อัตราภาษี (Cash Tax Rate)	20%	20%

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากงบการเงินของบริษัท <https://www.ktc.co.th/investor-relations/publications-webcast/investorkits>)

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

103-1

เคทีซีมีเจตนารมณ์ในการเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เข้ามาบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจ โดยสร้างคุณค่าผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อสังคม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธรรมาภิบาล สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความยั่งยืน ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

103-2, 203-2

การรู้จักลูกค้าและการพิสูจน์ทราบตัวตนลูกค้า (Know Your Customer/ Customer Due Diligence)

ในขั้นตอนการพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัครและการอนุมัติสินเชื่อ บริษัทพิจารณาตามหลักเกณฑ์คุณสมบัติที่หน่วยงานกำกับดูแลหรือระเบียบที่บริษัทกำหนด เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด และสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน เป็นต้น โดยไม่กีดกันหรือเลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ไม่ว่าจะเป็นเพศ เพศสภาพ ศาสนา อีกทั้งพิจารณาภาระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อเพื่อป้องกันปัญหาภาระหนี้เกินตัว นอกจากนี้ บริษัทมีแนวทางการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ หรือร้านค้าที่มีคุณสมบัติไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ หรือเป็นบุคคลที่ถูกกำหนดตามกฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย โดยพิจารณาเกณฑ์ดังกล่าวกับผู้ขอสินเชื่อหรือร้านค้าทุกราย

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2563 หัวข้อ "ลักษณะการประกอบธุรกิจ")

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

1. บัณฑิตกรัด KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE

บริษัทได้ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ออกบัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่สมาชิกในการร่วมสนับสนุนศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยทุกยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE 1,000 บาท คือ การบริจาค 5 บาท และ KTC ร่วมสมทบทุนเพิ่มอีก 5 บาท บริจาคเป็นเงินเข้าศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นการร่วมสนับสนุนระหว่างบริษัทและสมาชิกในการช่วยเหลือผู้ป่วยทั่วประเทศผ่านการใช้จ่ายภายใต้สินเชื่อวงเงินบัตรเครดิตดังกล่าว นอกจากนี้บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้มีหน้าที่ในการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณภาพสูงสุด เพื่อนำไปใช้รักษาผู้ป่วยทั่วประเทศ โดยการจัดสถานที่รองรับการบริจาคโลหิตจากพนักงานหรือบุคคลภายนอกเป็นประจำทุกวัน



ในปี 2563



มียอดเงินบริจาคจำนวน
287,960.72 บาท



มีผู้ใช้บริการบัตรเครดิตดังกล่าว
ร้อยละ **75.28**



มีปริมาณโลหิตที่บริจาคได้ถึง
160,200 ซีซี



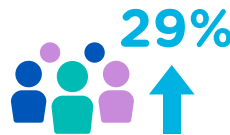
วงเงินของบัตร รวมเป็นจำนวน
49,583,800 บาท

2. การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล

บริษัทเชื่อว่าการมีสุขภาพดี ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ โดยเล็งเห็นว่าโรงพยาบาลรัฐบาล มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยจำนวนมากที่ได้รับโอกาสในการรักษาโดยเท่าเทียมกัน ดังนั้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยให้มีสุขภาพที่ดีและแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ บริษัทจึงแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลให้แก่สมาชิกบัตรเครดิต เคทีซีที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลรัฐบาล โดยบริการผ่อนชำระนานสูงสุด 10 เดือน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติ 0.80% ต่อเดือน และโครงการดังกล่าวได้รับการตอบรับจากสมาชิกบัตรอย่างดี



ในปี 2563



มีจำนวนผู้ใช้บริการจำนวน
5,807 ราย



คิดเป็นจำนวนเงิน
100,981,510 บาท

บริษัทได้ใช้งบประมาณสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยพิเศษ
ดังกล่าวเป็นจำนวนเงิน **392,892** บาท

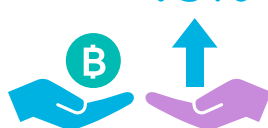
3. การใช้คะแนนแทนเงินบริจาค

เคทีซีให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม และตระหนักว่ายังมีความไม่เท่าเทียมกันในสังคมอยู่อย่างมาก จึงได้ริเริ่มโครงการคะแนนแทนเงินบริจาคมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 โดยได้พัฒนาบริการที่สมาชิกบัตรสามารถนำคะแนนสะสมแลกเป็นเงินบริจาคได้ในอัตรา 1,000 คะแนน แทนเงินบริจาค 100 บาท โดยได้เป็นตัวแทนมอบความช่วยเหลือในการบริจาคไปยังมูลนิธิต่าง ๆ ถึง 57 มูลนิธิ เพื่อส่งมอบความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสังคม ความเป็นอยู่ การรักษาพยาบาล การศึกษา คนพิการ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม ผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์



ในปี 2563

43%



ส่งมอบเงินบริจาคให้กับมูลนิธิได้ทั้งสิ้น
4,735,670 บาท
เทียบเท่า **47,356,700** คะแนน



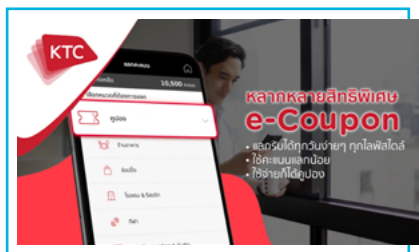
4. การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน (Support Thais Reading)

เคทีซีตระหนักถึงความสำคัญของการอ่าน อันเป็นกุญแจสำคัญในการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระและส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาบุคคลและสังคมให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ดังที่ทางภาครัฐได้ยกระดับความสำคัญของการนโยบายการส่งเสริมการอ่านให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมให้นักพิมพ์ผลิตและพัฒนาหนังสือให้ตีพิมพ์คุณภาพและกระตุ้นให้คนไทยเห็นความสำคัญของการอ่านอย่างจริงจัง และสนองรับต่อมาตรการภาษี ข้อดีมีคื่น เคทีซีจึงร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าหนังสือสำนักพิมพ์ชั้นนำทั่วประเทศ จัดโปรโมชั่น แคมเปญ หรือกิจกรรมร่วมกับพาร์ทเนอร์ต่าง ๆ มากกว่า 35 โครงการ ผสมกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรณรงค์ตลอดทั้งปี 2563 เช่น มอบสิทธิประโยชน์ส่วนลดสูงสุด 15% ณ ร้านค้าพันธมิตร และช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การใช้คะแนนสะสมเคทีซี แลกรับเครดิตเงินคืน 18% จากอัตราปกติ 10% และสำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก เคทีซียังมอบสิทธิประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระการชำระคืน ด้วยบริการผ่อนชำระกับบัตร KTC ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติที่ 0.80% ต่อเดือน นาน 3 เดือน



5. การนำเทคโนโลยี e-Coupon มาประยุกต์ใช้ในการรับส่วนลด ณ ร้านค้าพันธมิตร

เพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ และเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่หันมาสื่อสาร ทำธุรกรรม ทำกิจกรรมผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนกันมากขึ้น เคทีซีได้พัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งาน e-Coupon เพื่อนำมาทดแทนคูปองส่วนลดในรูปแบบกระดาษ โดยส่ง e-Coupon ผ่านช่องทาง KTC Mobile เพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดง ณ ร้านค้าในการขอรับสิทธิประโยชน์ อีกทั้ง e-Coupon ดังกล่าวยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าในการควบคุม ป้องกันการทุจริตจากช่องว่างของกระบวนการจัดการอีกด้วย โดยลูกค้าสามารถรับ e-Coupon ผ่านทาง KTC Mobile จากกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เช่น การแลกคะแนน การใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น



ในปี 2563
จำนวน e-Coupon ที่ส่งให้แก่ลูกค้า
จำนวน **2,824,697** รายการ



6. KTC USHOP Website

เคทีซีได้เริ่มให้บริการ KTC USHOP Website ตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งได้มีการคัดสรรร้านค้าให้สมาชิกสามารถเลือกสรรผลิตภัณฑ์คุณภาพหลากหลายหมวดบนช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มาจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สินค้าออร์แกนิก ตอบสนองกระแสรักสุขภาพ ซึ่งเคทีซีสนับสนุนธุรกิจ SME ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้มีโอกาสขยายธุรกิจสู่ตลาดออนไลน์ผ่าน KTC USHOP Website อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสกัดจากธรรมชาติของบ้านก้นกรีน ผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์เพื่อบำบัดของแบรนด์ชมัญญ์ ผู้ประกอบการ SME ของไทย และการร่วมมือกับ Local Aiot ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจเพื่อชุมชน นำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด (COVID-19) มาจำหน่าย เช่น อาหารแปรรูปจากชุมชนกงไกรลาส สุโขทัย งานกราฟฟิคจากชุมชนเวียงท่ากาน เชียงใหม่ เพื่อช่วยขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า เพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชน อีกทั้งเป็นการเพิ่มยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซีอย่างมีคุณค่าเพราะสมาชิกสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตในระยะยาว และเป็นการใช้จ่ายที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของชุมชนและเคทีซีอย่างยั่งยืน



ในปี 2563 มีจำนวน **55** ร้านค้า
จำนวนสินค้า **657** รายการ
และมียอดขายประมาณ **1.7** ล้านบาท

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ให้สินเชื่อผ่านผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการศึกษาและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม เช่น สินเชื่อเพื่อการศึกษา และเพื่อสนับสนุนการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น สิทธิพิเศษผ่อนชำระ 0% และ/หรือรับส่วนลด เพื่อติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคาอีกด้วย

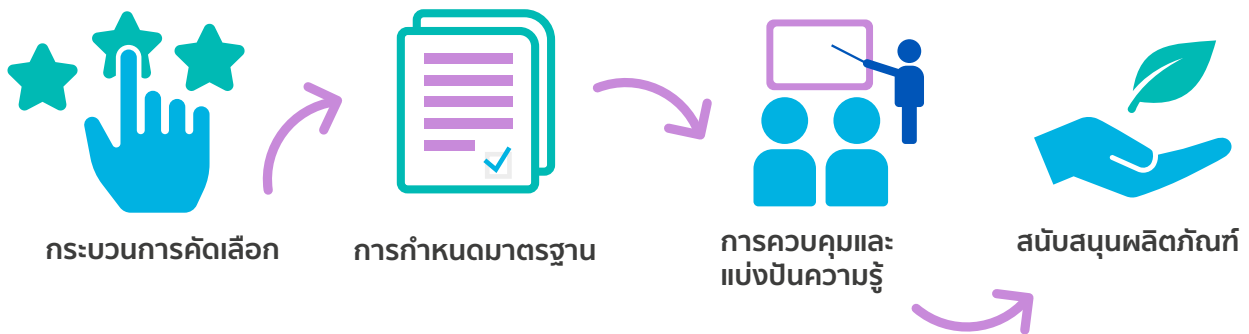
(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และหัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน” ตามลำดับ)

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน



102-9, 103-1, 103-3

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่ภายในบริษัท แต่ยังให้ความสำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกที่มีการดำเนินงานที่มีมาตรฐานการให้บริการ โดยบริษัทเชื่อว่าการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์ และส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้ บริษัทได้จัดให้มีการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้า ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พร้อมดูแลให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ และการดำเนินงานของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม โดยบริษัทมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นร่วมกันทั้งบริษัทและคู่ค้าผ่านแนวทางการจัดการ ดังนี้



103-2, 308-1, 414-1

บริษัทกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการพิจารณาจัดซื้อจัดจ้าง หรือการใช้บริการจากบุคคลภายนอกที่ครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรมทั้งหลักเกณฑ์การพิจารณาอนุมัติ รวมถึงการกำหนดราคาในการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่อให้สามารถบริหารความเสี่ยงจากการใช้บริการจากบุคคลภายนอก บริษัทได้กำหนดให้มั่นนโยบายการใช้บริการจากบุคคลภายนอกซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายการกำกับกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารกรุงไทย เพื่อกำหนด

หลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้บริการรายใหม่ หรือพิจารณาคุณสมบัติของผู้ให้บริการปัจจุบัน หลักเกณฑ์การใช้บริการ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ให้บริการภายนอก การตรวจรับมอบงาน ข้อกำหนดของสัญญาการใช้บริการ แนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการติดตามดูแล โดยทุกหน่วยงานในบริษัทที่ประสงค์ว่าจ้างบุคคลภายนอกจะต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือระเบียบที่กล่าวข้างต้น

การบริหารจัดการความเสี่ยง

บริษัทประเมินคุณสมบัติของผู้ให้บริการภายนอกหรือคู่ค้า เพื่อพิจารณาขั้นตอน กระบวนการที่อาจมีความเสี่ยงหรือผลกระทบด้านต่าง ๆ เช่น สถานะทางการเงิน การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล รวมถึงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของเคทีซี จัดทำมาตรการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า การตรวจประเมินคู่ค้า การติดตามตรวจสอบ กำหนดแผนงานแก้ไข และปรับปรุงผลการดำเนินงานร่วมกัน

การดำเนินงาน

จำนวนคู่ค้า Tier 1 และ Tier 2
ที่มีการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับ
จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท คิดเป็น

0%

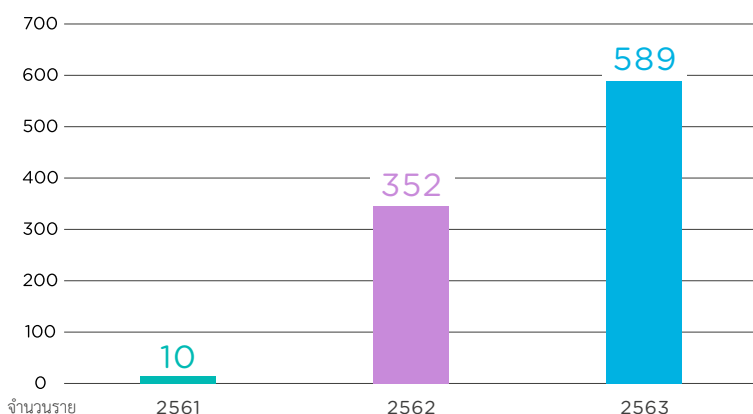
บริษัทจัดทำคู่มือการจัดซื้อจัดหาย่างยั่งยืน จรรยาบรรณคู่ค้า และการรักษาข้อมูลความลับ (KTC's Supplier Code of Conduct and Confidentiality) โดยมีเนื้อหาครอบคลุมแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเปิดเผยให้คู่ค้ารับทราบและประเมินตนเองว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณคู่ค้าก่อนการเข้าร่วมเป็นคู่ค้าของบริษัท ซึ่งคู่ค้าต้องดำเนินการธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านจริยธรรมทางธุรกิจ รวมถึงมีการกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานตามข้อกำหนด ตามสัญญาการใช้บริการทำการค้าด้วยความเป็นธรรม

เคทีซีจัดกลุ่มคู่ค้าตามประเภทกลุ่มงานและยอดการใช้จ่าย โดยบริษัทมีคู่ค้าที่หลากหลาย อีกทั้งได้รับการรับรองคุณภาพที่หลากหลายและแตกต่างกัน เช่น การรับรองการผลิตบัตรที่มีมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยขั้นสูงจาก Card Brands มาตรฐานการปฏิบัติและจัดการข้อมูลตามมาตรฐานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (International Organization for Standardization: ISO) ในด้านการจัดการความปลอดภัยงานพิมพ์ การจัดการคุณภาพและบริการ การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นต้น

บริษัทมีกระบวนการติดตาม ตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพผู้ให้บริการภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการภายนอกมีมาตรฐานการทำงานเป็นไปตามข้อกำหนดตามสัญญาการใช้บริการ และเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลลัพธ์และบริการที่ส่งมอบอย่างต่อเนื่อง โดยติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ในรูปแบบของการตรวจประเมินตนเองของคู่ค้า (Self Assessment) หากพบว่าคู่ค้ารายใดละเมิดหลักเกณฑ์ที่กำหนด จะมีการแจ้งเตือน หาแนวทางการป้องกันและให้ระยะเวลาในการปรับปรุงประเด็นดังกล่าว หากไม่ปฏิบัติตามจะทำการยกเลิกสัญญาและถอดรายชื่อออกจากทะเบียนผู้ขายของบริษัท

นอกจากนี้ ในปี 2563 บริษัทมีการดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 จึงได้จัดทำบันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทในฐานะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล และผู้รับให้บริการหรือคู่ค้าในฐานะของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processing Agreement) ขึ้น เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายดังกล่าว

จำนวนคู่ค้าที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณตั้งแต่ปี 2561-2563



หมายเหตุ:

Tier 1 หมายถึง คู่ค้ากลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และกลุ่มงานสนับสนุนธุรกิจ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก) และมียอดการใช้จ่าย ≥ 5 ล้านบาทขึ้นไป
Tier 2 หมายถึง คู่ค้ากลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และกลุ่มงานสนับสนุนธุรกิจ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก) และมียอดการใช้จ่าย < 5 ล้านบาท

96%

สัดส่วนจำนวนคู่ค้า Tier 1-2
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจต่อ
จำนวนคู่ค้า Tier 1-2 ทั้งหมด

71%

สัดส่วนจำนวนคู่ค้า Tier 1-2
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจต่อ
จำนวนคู่ค้าทั้งหมด

ข้อมูล ณ สิ้นปี 2563

การร่วมแบ่งปันความรู้

บริษัทเปิดโอกาสให้คู่ค้าเสนอแนะและร่วมพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและเป็นธรรม ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างบริษัทกับคู่ค้าร่วมกันผ่านการประชุมหรือสัมมนาที่จัดเป็นประจำอีกด้วย นอกจากนี้เคทีซีได้ร่วมกับบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำทุกปี เช่น พนักงานติดตามหนี้ พนักงานธุรการ พนักงานช่าง เป็นต้น



เคทีซี ร่วมกับ บริษัท รักษาความปลอดภัย กรุงเทพมหานครธุรกิจบริการ จำกัด (ผู้ให้บริการภายนอก ด้านงานให้บริการภายในสำนักงาน) จัดฝึกอบรมความรู้เพื่อพัฒนาเพิ่มทักษะการทำงาน รวมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการให้กับพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก เป็นประจำทุกปี โดยปีนี้ ได้จัดฝึกอบรมความรู้ให้กับพนักงานทำความสะอาด ณ ห้องประชุม “เคทีซี ป๊อป” ชั้น B1 อาคารสมัชชาวาณิช 2 สุขุมวิท 33 เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2563 โดยมีผู้เข้าอบรมจำนวน 64 คน

เคทีซีจัดงาน “KTC Supplier’s Day” เพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้กับบริษัทคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ เกี่ยวกับแนวทางการประกอบธุรกิจให้พัฒนาอย่างยั่งยืนตามกรอบเป้าหมายของ SDGs (Sustainable Development Goals) ความสำคัญของสิทธิมนุษยชน รวมถึงการเตรียมความพร้อมขององค์กรเพื่อรองรับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 โดยมีวิทยากรภายนอกได้แก่ นายสุกิจ วงศ์ถาวรวัฒน์ กรรมการบริหาร บริษัท เคพีเอ็มจี ภูมิไชย ที่ปรึกษาธุรกิจ จำกัด และทีมงาน นางสาวกุลวัลย์ สุพิสุนทร ผู้จัดการ โปรซอฟต์เอร์เฮ้าส์ คูเปอร์ส คอนซัลติ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ให้เกียรติเป็นวิทยากรพิเศษ ณ ห้องประชุม “เคทีซี ป๊อป” ชั้น B1 อาคารสมัชชาวาณิช 2 สุขุมวิท 33 เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 มีผู้เข้าร่วมมากกว่า 60 คน



การสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print

บริษัทได้เชิญชวนพนักงาน ลูกค้า และคู่ค้าในการลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นในทุกส่วนของการทำงาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และต้นทุนดำเนินงาน เช่น การลดวัสดุสิ่งพิมพ์สำหรับลูกค้าและคู่ค้าบางกลุ่ม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม (เช่น ฉลากเขียว ฉลากลดคาร์บอน) เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเขียน กระดาษถนอมสายตาสำหรับพิมพ์เอกสารของบริษัท ใบสมัครขอใช้บริการบัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคล และจดหมาย newsletter ที่ส่งแจ้งโปรโมชั่น



ในปี 2563 มีมูลค่า
การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
จำนวน **4.99** ล้านบาท

มิติสังคม

การเข้าถึงบริการทางการเงินและ การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน



103-3

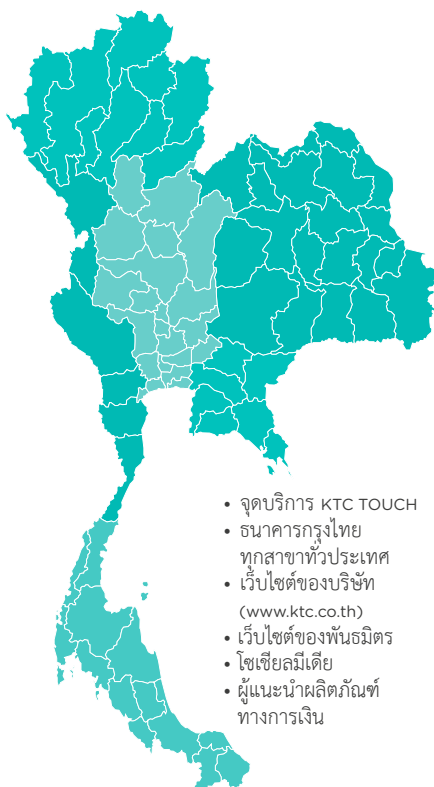
เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
การอบรมความรู้ทางการเงิน จำนวน 13 หลักสูตร	การอบรมความรู้ทางการเงิน จำนวน 9 หลักสูตร	การอบรมความรู้ทางการเงิน จำนวน 8 หลักสูตร

103-1

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้อย่างทั่วถึง และเท่าเทียม ผ่านการให้บริการ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม บริษัทจึงนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเพิ่มโอกาสในการนำเงินที่ได้รับการอนุมัติไปใช้เพื่อการดำรงชีพ เสริมสร้างคุณภาพชีวิต ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบที่ดอกเบี้ยสูงเกินควร อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อการให้โอกาสทางการศึกษา รวมถึงร่วมพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ พัฒนาความรู้ความเข้าใจทางการเงิน เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ

การเข้าถึงบริการทางการเงิน

102-6, 103-2

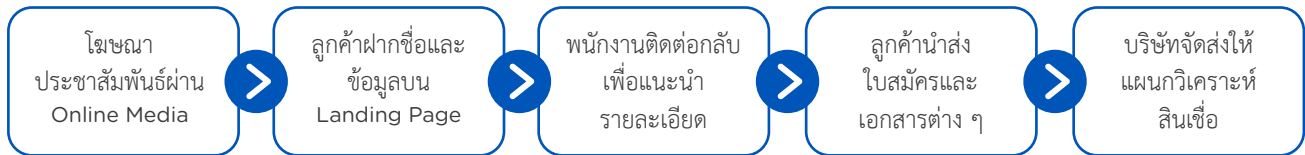


- จุดบริการ KTC TOUCH
- ธนาคารกรุงไทย
- ทุกสาขาทั่วประเทศ
- เว็บไซต์ของบริษัท
(www.ktc.co.th)
- เว็บไซต์ของพันธมิตร
- โซเชียลมีเดีย
- ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์
ทางการเงิน

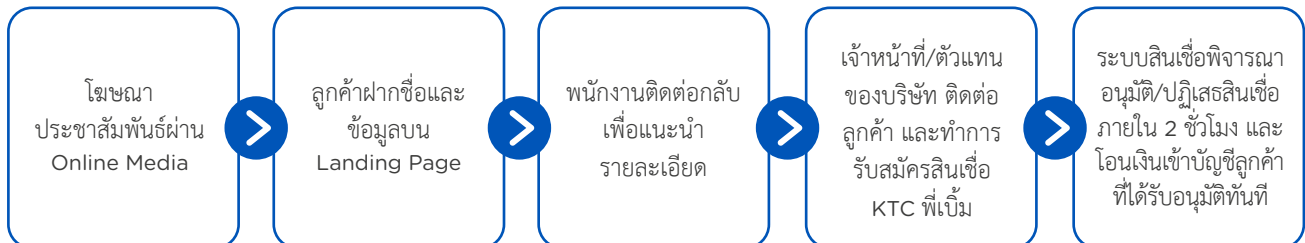
การเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่มีอิสระในการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง ผ่านช่องทางออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง เคทีซีจึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์ออนไลน์มาร์เก็ตติ้งที่รวดเร็ว แม่นยำ และโปร่งใส สร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสามารถค้นหาข้อมูลหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านเว็บไซต์ของบริษัท www.ktc.co.th รวมถึงได้จับมือพันธมิตรสื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มเว็บไซต์ เพื่อแนะนำและเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ เช่น www.rabbitfinance.com, www.masii.co.th, www.moneyguru.com เป็นต้น รวมถึงช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ จุดบริการ KTC TOUCH สาขาของธนาคารกรุงไทย และผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลอย่างละเอียด ถูกต้อง ครบถ้วน นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำสื่อความรู้ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างระมัดระวัง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และสามารถสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อการตัดสินใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างเหมาะสม ซึ่งในระยะยาวจะทำให้ลูกค้าเลือกใช้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง ไม่ตกเป็นเหยื่อแก่ผู้ที่หวังผลประโยชน์ โดยมีขั้นตอนการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ดังนี้

• ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคล



• ธุรกิจสินเชื่อ KTC ที่เข้ม ซึ่งสามารถทำการรับสมัคร อนุมัติสินเชื่อและโอนเงินเข้าบัญชีภายใน 2 ชั่วโมง (กรณีเอกสารประกอบการสมัครครบถ้วนสมบูรณ์)



นอกจากนี้ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐสำหรับมาตรการด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ในการพิสูจน์และยืนยันตัวตนต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาช่องทางออนไลน์เพื่อให้มีการสมัครผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดปัญหาจากการปลอมแปลงเอกสาร หรือการหลอกลวงจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ ทั้งนี้ บริษัทคาดหวังที่จะเป็นส่วนร่วมในการยกระดับการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

| การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

เคทีซีจัดตั้งบริษัทย่อยเพื่อดำเนินธุรกิจฟิโก ไฟแนนซ์ (ประเภทฟิโก พลัส) และนาโน ไฟแนนซ์ โดยเล็งเห็นความสำคัญและต้องการเพิ่มโอกาสให้ผู้ใช้บริการรายย่อยที่ไม่มีเอกสารแสดงรายได้ หรือไม่สามารถเข้าถึงระบบของสถาบันการเงินสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ ในเบื้องต้น บริษัทพิจารณาจัดตั้งฟิโก ไฟแนนซ์ โดยพิจารณาจากแหล่งที่ตั้งในจังหวัดหัวเมืองต่าง ๆ ทั้งนี้ การจัดตั้งบริษัทย่อยดังกล่าวอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยและสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

และเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจที่เท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน บริษัทมีแนวทางการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยและการดำเนินการที่สอดคล้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริการด้วย

เช่น การจัดให้ผู้ใช้บริการต้องแต่งตั้งผู้ดูแลรวมถึงการขอความยินยอมในการจัดเก็บข้อมูลที่มีความอ่อนไหว (Sensitive Data)

นอกจากนี้ เพื่อให้การให้บริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการ บริษัทจัดให้มีการอบรมให้ความรู้กับพนักงานและผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อ รวมถึงมีการกำหนดบทบาทกับดูแลบุคคลดังกล่าว กรณีหากมีการให้บริการที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่บริษัทกำหนด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าได้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ และตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ

| ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

สินเชื่อเพื่อการศึกษา

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญทางการศึกษาและต้องการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมให้แก่บุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมแต่ยังขาดแหล่งเงินทุน ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้คนไทยมีชีวิตที่ดีและได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างความก้าวหน้าในอาชีพและความมั่นคงทางรายได้ จึงได้ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น สถาบันสอนภาษา เพื่อออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษาให้กับผู้สมัครเรียน เพื่อแบ่งเบาและลดภาระค่าใช้จ่ายด้วยการให้เงินสินเชื่อเพื่อการศึกษาที่มีดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม

ทำให้การผ่อนชำระสินเชื่อเป็นเรื่องง่าย และไม่เพิ่มความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท แม้ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่คิดดอกเบี้ยต่ำกว่าสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ บริษัทคาดหวังจะเพิ่มปริมาณลูกค้าสินเชื่อเพื่อการศึกษา โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนพันธมิตรสถาบันการศึกษาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการทางการศึกษาที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษา เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค

สินเชื่อบุคคล (สำหรับคู่ค้ารายย่อยของวนชัย)

บริษัทให้สินเชื่อกับคู่ค้าไม่ว่าจะเป็นคู่ค้าของบริษัทวนชัย พาเนล อินดัสทรีส์ จำกัด ภายใต้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพ โดยโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คู่ค้าของวนชัย ซึ่งเป็นผู้ค้าในจังหวัดที่วนชัยตั้งอยู่หรือจังหวัดใกล้เคียงสามารถเข้าถึง

สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม



ประกอบด้วย

- ✓ สินเชื่อทะเบียนรถยนต์ KTC พี่เบิ้ม
- ✓ สินเชื่อทะเบียนรถจักรยานยนต์ KTC พี่เบิ้ม
- ✓ สินเชื่อเงินสด KTC พี่เบิ้ม

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์สินเชื่อ โดยพิจารณาอนุมัติสินเชื่อตามคุณสมบัติและความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า อีกทั้งยึดหลักการพิจารณาสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส คิดอัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรม เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการต้องไปกู้ยืมจากนอกระบบ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินภายใต้การดำเนินงานของเคทีซีและบริษัทย่อย ได้แก่ บริษัท เคทีซี ฟิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของเคทีซีฟิโกในจังหวัดต่าง ๆ (เคทีซี ฟิโก) ซึ่งเคทีซีได้จัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบผลิตภัณฑ์นี้ โดยเฉพาะ เพื่อคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถให้บริการลูกค้าได้หลากหลายครอบคลุมทุกภูมิภาค โดยมีโครงการที่โดดเด่นในปี 2563 ดังนี้



เคทีซี พี่เบิ้ม ร่วมกับ บริษัท ลาลามูฟ ประเทศไทย จำกัด ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันขนส่งสินค้ารายใหญ่ในไทย เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่ขับซักรถจักรยานยนต์และรถยนต์ในเครือข่ายของลาลามูฟ ประเทศไทย ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการเงิน สามารถเข้าถึงสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันและสินเชื่อเงินสด “เคทีซี พี่เบิ้ม” ด้วยการใช้อัฒนบัตรขับขี่เพื่อยื่นประกอบการพิจารณาสินเชื่อ แทนสลิปเงินเดือนและเอกสารทางการเงิน โดยผู้สมัครสินเชื่อ “เคทีซี พี่เบิ้ม” จะทราบผลอนุมัติพร้อมรับเงินภายใน 2 ชั่วโมง ด้วยวงเงินใหญ่สูงสุดถึง 700,000 บาท และดอกเบี้ยต่ำแบบคงที่ เริ่มต้นเพียงร้อยละ 0.98 ต่อเดือน โดยในปี 2563 บริษัทได้อนุมัติสินเชื่อให้กับพนักงานบริษัท ลาลามูฟ ประเทศไทย จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 99 ราย

แหล่งเงินทุนและเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ อย่างไรก็ตาม บริษัทอยู่ระหว่างการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการในการขยายสินเชื่อดังกล่าวไปในลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ



เคทีซี พี่เบิ้ม ร่วมกับ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด สนับสนุนให้คนไทยลุกขึ้นมาใช้ชีวิตต่อไป ในช่วงที่เศรษฐกิจไทยกำลังวิกฤติ โดยนำเสนอสินเชื่อทะเบียนรถ “เคทีซี พี่เบิ้ม” เป็นทางเลือกให้คนไทยที่ไม่ท้อและต้องการเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์ “หมูทอดกอดคอ” เข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างถูกต้อง โปร่งใสและเป็นธรรม อนุมัติและรู้ผลใน 2 ชั่วโมง พร้อมรับเงินทันที เอกสารไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีสลิปเงินเดือนหรือทะเบียนการค้า และผู้ขอสินเชื่อยังสามารถนำไปใช้ต่อได้โดยชีวิตไม่สะดุด



เคทีซี พี่เบิ้ม ร่วมกับ บริษัท ขายสัปะหมี่เกี๊ยว จำกัด ออกบูธนำเสนอสินเชื่อทะเบียนรถยนต์และสินเชื่อทะเบียนรถจักรยานยนต์ “เคทีซี พี่เบิ้ม” ในงาน “ขายสั้เทรดแฟร์ 2020” เพื่อสนับสนุนคนไทยไม่ทอดทิ้งกลุ่มอาชีพที่ต้องการเงินลงทุนในการทำธุรกิจแฟรนไชส์สตรีทฟู้ดในเครือ “ขายสั้หมี่เกี๊ยว” หรือเจ้าของแฟรนไชส์เดิมที่ต้องการเงินหมุนเวียนหรือขยายสาขา ได้เข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรม ด้วยจุดแข็งที่เหนือกว่า เน้นความสะดวกรวดเร็ว เอาใจคนทำมาหากิน โดยไม่ต้องใช้สลิปเงินเดือนในการสมัคร อนุมัติ รู้ผลและรับเงินเข้าบัญชีใน 2 ชั่วโมง ที่สำคัญอนุมัติวงเงินสูงสุดได้ถึง 700,000 บาท เพียงเป็นเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่มีเล่มทะเบียนเป็นชื่อของตนเอง โดยมีผู้ให้ความสนใจร่วมงานจำนวนมาก

ธุรกิจร้านค้ารับบัตร

เคทีซี จัดทำแคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจกลุ่มแฟรนไชส์ ได้แก่ MezzoX Drip Café หมูทอดกอดคอ Fresh Me รสเด็ด ก๋วยเตี๋ยว กระเทียมแบน กชด Fine Tea & Drinks และน้ำอ้อยไร่ไม้จันทน์ เพื่อช่วยสนับสนุนให้ผู้ที่ต้องการเริ่มทำธุรกิจแฟรนไชส์สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการเริ่มทำธุรกิจได้ง่ายยิ่งขึ้น ด้วยบริการผ่อนชำระค่าแฟรนไชส์

0% นานสูงสุด 10 เดือน จากบัตรเครดิตเคทีซี หรือบัตรเครดิตเงินสด “เคทีซีพราว” ก็สามารถทำได้โดยแบ่งชำระในอัตราดอกเบี้ยต่ำที่ 0.74% ต่อเดือน นานสูงสุด 10 เดือน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังได้รับคะแนน KTC Forever พิเศษ จำนวน 100 คะแนน จากการระดมยอดการใช้จ่ายสำหรับค่าแฟรนไชส์ และ/หรือ ค่าวัตถุดิบครบทุก 10,000 บาท ต่อเดือน

การให้ความรู้ทางการเงิน

เคทีซีเล็งเห็นถึงความสำคัญของการร่วมแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้กับชุมชน สมาชิกและสังคม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ตลอดจนมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด ให้โอกาสทางการศึกษา สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

103-2

การจัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ทางการเงิน

KTC FIT TALK

ตั้งแต่ปี 2560 เคทีซีได้จัดงาน FIT TALK เพื่อให้ความรู้แก่สื่อมวลชน พนักงาน และบุคคลที่สนใจได้เข้าใจในความเคลื่อนไหวของธุรกิจ อุตสาหกรรม รวมถึงประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจในระหว่างปี โดยได้ดำเนินงานต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 4



“KTC FIT Talks 6: เจาะลึก...อะไรจะเกิดขึ้น? เมื่อมาตรฐาน TFRS9 เข้ามา”

เคทีซีได้เชิญ ดร. ศุภมิตร เตชะมนตรีกุล หัวหน้าส่วนสำนักงานด้านการสอบบัญชี บริษัท ดีลอยท์ ทูช ไร้มัทส์ ซายะส สอบบัญชี จำกัด ร่วมเป็นวิทยากรพิเศษ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เมื่อมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 9 (Thai Financial Reporting Standards: TFRS9) เริ่มบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2563 และการรับมือของสถาบันการเงินไทย ความเปลี่ยนแปลง ความเสี่ยง และผลกระทบที่เกี่ยวข้อง พร้อมออกอากาศสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ทางเพจ KTC SD Club (โดยในปี 2564 KTC SD Club เปลี่ยนเป็น KTC Journey)



“เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ปี 2

203-1



ปี 1 โรงเรียนเศรษฐเสถียรในพระราชูปถัมภ์

เคทีซีเชื่อมั่นว่าการบ่มพร่องทางกายมีใช่อุปสรรคในการเรียนรู้ หากได้รับโอกาสในการพัฒนาที่เหมาะสม โดยร่วมเตรียมความพร้อมให้นักเรียนรู้จักการพึ่งพาตนเองจากวิถีเกษตรพอเพียง ซึ่งเป็นรากเหง้าการเลี้ยงชีพของคนไทย ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติจริง และพัฒนาความรู้ที่ได้ไปต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้ รวมทั้งรู้จักบริหารการเงินเพื่อการใช้ชีวิตที่มีความสุขอย่างยั่งยืน ตลอดจนสามารถส่งต่อความรู้ให้กับสังคมต่อไป โดยเลือกกระบวนการเพาะเห็ดอออร์แกนิกครบวงจร เพื่อทำกินและสร้างอาชีพเป็นโครงการนำร่อง โดยเริ่มตั้งแต่การเรียนรู้ประเภทของเห็ด กระบวนการเพาะเห็ด การแปรรูปเห็ด รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การคำนวณต้นทุนและการวางแผนทางการเงิน ในปี 2562 เคทีซีจึงได้ริเริ่มโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ขึ้นที่โรงเรียนเศรษฐเสถียร เป็นกลุ่มเป้าหมายแรก และขยายองค์ความรู้ต่อเนื่องในปี 2563 ดังนี้



ปี 2 โรงเรียนโสตศึกษา กรุงเทพมหานคร



ฟาร์มเห็ด โรงเรียนโสตศึกษา กรุงเทพมหานคร

เคทีซีได้จัดหลักสูตรการสอนจำนวน 14 สัปดาห์ โดยเชิญนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 - 5 โรงเรียนโสตศึกษา กรุงเทพมหานคร เข้าร่วมโครงการ โดยโรงเรียนดังกล่าวเป็นโรงเรียนการศึกษาพิเศษ สำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน โดยมีนักเรียนจากโรงเรียนเศรษฐเสถียร นำองค์ความรู้จากโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ปี 2562 ไปถ่ายทอดต่อให้กับเพื่อนนักเรียนโรงเรียนโสตศึกษา กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้บริษัท สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการสร้างโรงเห็ดขนาด 12 คูณ 6 เมตร และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยมีค่าใช้จ่ายตลอดโครงการรวม 220,000 บาท เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ทฤษฎีการเกษตรและลงมือปฏิบัติ รวมทั้งนำไปต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และเรียนรู้การวางแผนทางการเงิน เพื่อให้นักเรียนสามารถคำนวณรายได้ บริหารรายจ่าย เพื่อการใช้ชีวิตที่มีความสุขอย่างยั่งยืน และสามารถถ่ายทอดให้กับครอบครัวและชุมชน โดยสรุปได้ ดังนี้



2

3



นอกจากนี้ บริษัทเทียววิทยากรผู้เชี่ยวชาญ นายธฤต ศรีอรุณทัย ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (NCB) เพื่อให้ความรู้ด้านการสร้างเครดิตที่ดี การวางแผนทางการเงิน เพื่อสร้างสุขภาพทางการเงินที่ดี การจัดการภาระหนี้ให้แก่สมาชิกสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด เคทีซี พราม ณ อาคารสมัชชชาวนา 2 โดยมีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 26 คน

พี่เบิ้มขอแชร์เพื่อคนทำมาหากิน

ในปี 2563 เคทีซี พี่เบิ้ม ได้ร่วมจัดกิจกรรม Knowledge Sharing เพื่อเผยแพร่ทางเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เคทีซี พี่เบิ้ม ให้กับผู้นำชุมชนทั้ง 17 ชุมชน และหน่วยงานในเขตพัฒนา ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการดำเนินงานร่วมกับสำนักงานเขตพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



ความรู้ทางการเงินออนไลน์

เคทีซีได้ให้ข้อมูลในการบริหารเงินสดและการใช้จ่าย รวมถึงการให้แนวคิดเพื่อจะสร้างธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ในวงกว้าง เป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนให้แต่ละคน สามารถวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างถูกต้อง และเพิ่มโอกาสในการบริหารสภาพคล่องทางการเงิน ผ่าน Facebook Fanpage และเว็บไซต์ ดังนี้

- KTC พี่เบิ้ม สินเชื่อทะเบียนรถยนต์



- KTC website (<https://www.ktc.co.th>)



- KTC SD CLUB ⁽¹⁾



⁽¹⁾ ในปี 2564 KTC SD Club เปลี่ยนเป็น KTC Journey

ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Corporate Citizenship and Philanthropy)

การช่วยเหลือสังคมและชุมชนในช่วง COVID-19

เคทีซีมอบเงินจำนวน 2 ล้านบาท เข้ากองทุนพิเศษ “โครงการป้องกันและช่วยเหลือสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19” ซึ่งตั้งขึ้นโดยคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดีและมูลนิธิรามาธิบดีฯ (คณะแพทยศาสตร์รามาธิบดีฯ) เพื่อสนับสนุนการจัดซื้อเครื่องไตเทียมแบบพิเศษ **CRRT** เพื่อผู้ป่วย **COVID-19** โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการแพทย์ที่สำคัญและจำเป็นต้องใช้ เพื่อรับมือสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 นอกเหนือจากเครื่องช่วยการทำงานของหัวใจปอดและเครื่องช่วยหายใจ โดยมี ศ. นพ. ปิยะมิตร ศรีธรา (ขวา) คณบดีคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ประธานคณะกรรมการบริหารมูลนิธิรามาธิบดีฯ และนายแพทย์ไพโรจน์ บุญคงขึ้น (ซ้าย) ผู้อำนวยการโรงพยาบาลรามาธิบดีจกักรีนอุบลินทร์ ให้เกียรติรับมอบ ณ สำนักงานคณบดี อาคารบริหาร โรงพยาบาลรามาธิบดี

นอกจากนี้ เคทีซียังเปิดให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีทั่วประเทศ สามารถร่วมบริจาคสมทบทุน “โครงการป้องกันและช่วยเหลือสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19” ให้กับคณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล ด้วยการใช้คะแนน KTC FOREVER ทุก 1,000 คะแนน แลกเงินบริจาค 100 บาท ผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ KTC Phone โทร. 0-2123-5000 กด 0 แอปพลิเคชัน “KTC Mobile” หรือเว็บไซต์ www.ktc.co.th/online ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป โดยทุกยอดการบริจาค 100 บาท เคทีซีจะร่วมสมทบทุนเพิ่มอีก 50 บาท ทั้งนี้ การบริจาคดังกล่าวยังสามารถนำไปใช้หักลดหย่อนภาษีได้ ถึงแม้การรับบริจาคสำหรับโครงการโควิด-19 ดังกล่าวจะปิดรับบริจาคไปแล้ว แต่สมาชิกยังสามารถบริจาคให้แก่มูลนิธิรามาธิบดีได้ต่อไป



เคทีซีร่วมมอบ Isolation Gown หรือชุดเสื้อกาวน์ชนิดใช้ครั้งเดียว ทำด้วยผ้าพลาสติกและผ้าสปันบอนด์ (Spunbond) เคลือบกันน้ำ จำนวน 10,777 ชุด รวมมูลค่า 555,302 บาท ให้กับนายแพทย์ไพโรจน์ บุญคงขึ้น ผู้อำนวยการโรงพยาบาลรามาธิบดีจกักรีนอุบลินทร์ เพื่อส่งต่อให้กับบุคลากรทางการแพทย์ ใช้ป้องกันการติดเชื้อจากผู้ป่วย COVID-19 และลดการปนเปื้อนต่าง ๆ ขณะปฏิบัติงาน ณ โรงพยาบาลรามาธิบดีจกักรีนอุบลินทร์

เคทีซีส่งมอบถุงปันสุขพร้อมด้วยเครื่องอุปโภค - บริโภคที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิต อาทิ ข้าวสาร น้ำดื่ม นม น้ำพริก บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป น้ำมันพืช อาหารกระป๋อง ของใช้เบ็ดเตล็ดและหน้ากากอนามัย ซึ่งมาจากความร่วมมือร่วมใจกันบริจาคของผู้บริหารและพนักงานเคทีซี เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนให้กับคนใน 17 ชุมชนพื้นที่เขตวัฒนา ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยมีนายสุชัย สกุลรุ่งเรืองชัย (กลางซ้าย) ผู้อำนวยการเขตวัฒนา พร้อมด้วยคณะผู้บริหารสำนักงานเขตวัฒนา เป็นผู้รับมอบ ณ สำนักงานเขตวัฒนา



กิจกรรม Love & Share

เคทีซีได้ดำเนินกิจกรรม Love & Share มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 โดยในปี 2563 เคทีซีส่งมอบเงินบริจาคจำนวน 420,000 บาท จากการจัดกิจกรรมการกุศลในงานประกาศรางวัลเกียรติยศประจำปี และความร่วมมือนำเงินบริจาคของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เคทีซีทีม Outsource Sales & Telesales และกัลยาณมิตรผู้มีจิตศรัทธา ภายใต้ โครงการ “Love & Share มหัทศจรย์แห่งรักและแบ่งปัน” เพื่อสมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ให้แก่มูลนิธิโรงพยาบาลบ้านแพ้ว โดย นายแพทย์พรเทพ พงศ์ทวีกร (กลางขวา) ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว ให้เกียรติรับมอบเงินบริจาคเพื่อใช้ในการรักษาพยาบาลผู้ป่วยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ณ มูลนิธิโรงพยาบาลบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร



การต่อต้านการคอร์รัปชัน และการติดสินบน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

103-1



บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองในฐานะสมาชิกแนวร่วมปฏิบัติจากโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption) หรือ CAC เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2562

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีแนวทางสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ โดยคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัตินโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันซึ่งได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามไม่ให้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานดำเนินการหรือยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

เพื่อประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อน หรือคนรู้จัก โดยนโยบายดังกล่าวได้กำหนดบทบาทหน้าที่ แนวทางปฏิบัติหากพบการคอร์รัปชัน บทลงโทษ รวมถึงกระบวนการและช่องทางในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานทุกระดับจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

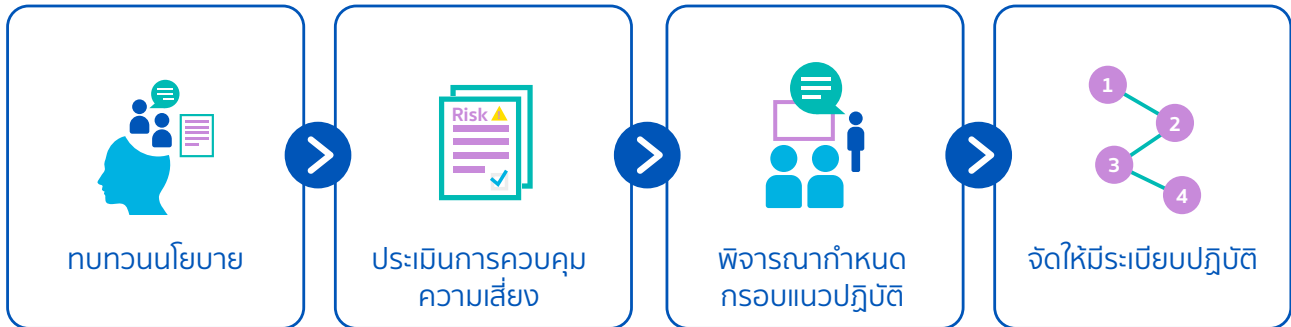
(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายคอร์รัปชันได้ที่ "นโยบายการกำกับดูแลกิจการ" บนเว็บไซต์ของบริษัท)

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัท เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายกำกับดูแลกิจการ โดยคนที่กำหนดห้ามมิให้มีการให้ หรือรับสินบน รวมถึงการไม่สนับสนุนทางการเมือง เป็นต้น โดยในการเบิกจ่ายเงินเพื่อการบริจาคหรือสนับสนุนอื่น ๆ จะต้องมียกเอกสาร หลักฐานประกอบการเบิกจ่าย

การดำเนินการ

บริษัทปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ดังนี้



1. ทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยนโยบายดังกล่าวอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการ เมื่อการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ครั้งที่ 11/2563 และ คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2564 ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่า คณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการต่อต้านการคอร์รัปชันและปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยบริษัท ได้เผยแพร่แนวนโยบายให้กับลูกค้า คู่ค้า รวมถึงพนักงานบริษัท ได้รับทราบผ่านทางเว็บไซต์บริษัท (www.ktc.co.th) อินทราเน็ต รวมถึงสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในบริษัท
2. จัดให้ทุกหน่วยงานรองรับการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) เป็นประจำทุกปี โดยหน่วยงานจะคัดเลือกขั้นตอนหรือกระบวนการในการปฏิบัติงานที่พิจารณาแล้วว่าเป็นกระบวนการสำคัญ (Core Business) นำมาประเมินโอกาสเกิดและผลกระทบความเสี่ยงเพื่อหาระดับความเสี่ยง และประเมินระดับการควบคุมที่มีอยู่ว่ามีความเหมาะสม หรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้หรือไม่ ซึ่งการประเมิน RCSA ได้ครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน โดยนำเสนอผลการประเมินต่อ Risk Management Committee (RMC) และนำเสนอธนาคารกรุงไทย เป็นรายปี โดยผลการประเมิน RCSA ประจำปี 2563 ทุกขั้นตอนหรือกระบวนการในการปฏิบัติงานที่มีโอกาสหรือความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน ได้จัดให้มีกระบวนการควบคุม ป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว
3. เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและสอดคล้องกับลักษณะการประกอบธุรกิจ หรือการปฏิบัติงานของบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารได้มีส่วนร่วมในการร่วมพิจารณาให้ความเห็น ในการกำหนดแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน เช่น การพิจารณาหลักเกณฑ์ รวมถึงวงเงินในการให้และรับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์อื่น การไม่สนับสนุนพรรคการเมือง เป็นต้น
4. จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงาน รวมถึงแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันในโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และสอดคล้องกับผลการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้
 - จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงานว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้บริษัทมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน โดยไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม โดยจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ
 - จัดให้มีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชันไว้ในระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งประกอบด้วย แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการห้ามให้และรับสินบน แนวปฏิบัติและวงเงินในการให้และรับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์อื่น แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเลี้ยงรับรอง แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการช่วยเหลือทางการเมือง และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการบริจาคเพื่อการกุศล สาธารณประโยชน์
 - บริษัทผลักดันให้ทุกหน่วยงานในบริษัท ปฏิบัติตามกฎหมายต่อต้านการฟอกเงิน (Anti-Money Laundering-AML) ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และของแต่ละผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) อันเป็นการสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในภาครัฐ
 - ในการเบิกค่าใช้จ่าย การจัดเก็บเอกสาร รวมถึงการบันทึกข้อมูลทางธุรกิจ บริษัทมีการกำหนดคู่มือการปฏิบัติงานเพื่อให้มีความถูกต้องพร้อมต่อการตรวจสอบ รวมทั้งเป็นไปตามหลักมาตรฐานบัญชี

การร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

- จัดทำสื่อการเรียนรู้ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้มีความรู้ความเข้าใจ ในแนวทางปฏิบัติตามนโยบายฯ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำ Multi-Animation การกำหนดไว้เป็นหัวข้อหนึ่งในหลักสูตรการปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่ในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง และมีการทบทวนโดยการอบรมผ่าน e-Learning และทำการทดสอบเป็นประจำทุกปี อีกทั้งกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานที่เข้างานใหม่ดำเนินการรับทราบและยอมรับการปฏิบัติตามแนวนโยบายดังกล่าว ณ วันที่ลงนามในสัญญาจ้างงาน ในปี 2563 พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชันและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด
- นำส่งจดหมายเพื่อขอความร่วมมือให้บริษัทคู่ค้าหรือพันธมิตรเข้าร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมฯ รวมถึงจัดให้มีแบบประเมินคู่ค้า โดยบริษัทพันธมิตรหรือตัวแทนทางธุรกิจจะต้องไม่มีการสนับสนุน และร่วมมือในการต่อต้านการทุจริต ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงกำหนดไว้เป็นรายละเอียดในสัญญาการให้บริการระหว่างบริษัทกับพันธมิตร หรือตัวแทนทางธุรกิจ โดยจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน

การรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน

205-3

เคทชีได้จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน (Whistle Blowing) โดยกำหนดช่องทางการรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน มาตราการคุ้มครองสิทธิของผู้แจ้งเบาะแส กระบวนการจัดการเกี่ยวกับเรื่องที่แจ้งเบาะแส โดยคณะกรรมการบริษัทได้มอบหมายให้หน่วยงาน Compliance ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษาหากมีข้อสงสัยหรือต้องการขอแนะนำเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน โดยพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย สามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนผ่านช่องทางตามที่ได้กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการและระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยจะต้องแจ้งชื่อนามสกุล พร้อมให้รายละเอียดของข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่เป็นจริง มีความชัดเจนหรือเพียงพอที่จะนำสืบหาข้อเท็จจริงเพื่อดำเนินการต่อไปได้

โดยกระบวนการในการพิจารณานั้น หน่วยงาน Compliance จะทำหน้าที่ในการรวบรวมและติดตามข้อมูลการรับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน เพื่อจะนำเรื่องที่ได้รับแจ้งมาพิจารณาตามหลักของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันร่วมกับบุคคลหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาตามกระบวนการทางวินัยตามระเบียบทรัพยากรบุคคล กรณีเป็นข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับกรรมการ จะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อพิจารณา นอกจากนี้ บริษัทได้มีการยกตัวอย่างของเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชันไว้ด้วย เช่น การใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก หรือ พบการทำลายเอกสารหลักฐาน การบิดเบือน การปิดบังข้อมูลเพื่อสนับสนุนการคอร์รัปชัน เป็นต้น

ทั้งนี้การร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหา หรือข้อพิพาทระหว่างบุคคล หรือร้องเรียนในลักษณะบดขยี้กัน ไม่ถือว่าเป็นการแจ้งเบาะแส/ร้องเรียนการคอร์รัปชัน

เพื่อเป็นการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายฯ และระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน บริษัทได้กำหนดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน ซึ่งมีความเป็นอิสระในการทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินประสิทธิภาพ และความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ระบบการบริหารจัดการความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการในการปฏิบัติงานของทุกหน่วยงานในบริษัท โดยกำหนดเป็นแผนการปฏิบัติงานประจำปีตามระดับและปัจจัยความเสี่ยง โดยคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจะทำหน้าที่สอบทานระบบรายงานทางการเงินและบัญชี ระบบการควบคุมภายใน ระบบตรวจสอบภายใน และระบบบริหารความเสี่ยง ให้มั่นใจว่าเป็นไปตามมาตรฐานสากล มีความรัดกุมเหมาะสม ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ โดยได้มีการรายงานผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี



ผลการตรวจสอบโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน ไม่ปรากฏพบว่ามีหน่วยงานที่ปฏิบัติไม่สอดคล้องกับระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน

บริษัทไม่ได้รับแจ้งข้อร้องเรียนตามช่องทางการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน (Whistle Blowing) หรือการปฏิบัติไม่เป็นไปตามจรรยาบรรณธุรกิจ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามคู่มือ/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ช่องทางการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน

ลูกค้าและประชาชนทั่วไป

สามารถร้องเรียนหรือแสดงความคิดเห็นต่อบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้



โทรศัพท์

- ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 02 123 5000 ตลอด 24 ชั่วโมง
- งานรับเรื่องร้องเรียน 02 123 5000



อีเมล: CService@ktc.co.th



โทรสาร: 02 123 5190



จดหมาย

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
591 อาคารสมัชชาวานิช 2 ชั้น 14
ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110



เว็บไซต์ <https://www.ktc.co.th>
เลือก แบบฟอร์มการติดต่อ

พนักงาน

สามารถร้องเรียนหรือเสนอแนะข้อคิดเห็นต่อคณะกรรมการและผู้บริหารได้โดยตรงทางอีเมล เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อ หรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการสอบสวน รวมทั้งจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษหรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่าการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงจะให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ถูกกล่าวหาในเรื่องดังกล่าวด้วย



การกำหนดบทลงโทษ

- บริษัทกำหนดให้บุคลากรทุกระดับต้องลงนามรับทราบการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจบริษัท และระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน เพื่อแสดงถึงพันธสัญญาในการน้อมรับหลักปฏิบัติที่เป็นแนวทางดำเนินงาน จึงเปรียบเสมือนวินัยที่ทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- บริษัทจัดให้มีกระบวนการในการลงโทษกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันจะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทกำหนด นอกจากนี้ อาจจะต้องได้รับโทษตามกฎหมายหากการกระทำนั้นผิดกฎหมาย

การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงิน แก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

นโยบายและมาตรการ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้มีบุคคลใดใช้บริษัทเป็นช่องทางในการฟอกเงิน และการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง จึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ซึ่งพิจารณาอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานของบริษัทดำเนินไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายจะประกอบไปด้วย

- การรู้จักลูกค้าและการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า (KYC/CDD): กำหนดให้ลูกค้าต้องแสดงตนทุกครั้งก่อนสร้างความสัมพันธ์/ทำธุรกรรม โดยแสดงข้อมูลและหลักฐานตามที่กฎหมายกำหนด มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า ทั้งแบบที่สร้างความสัมพันธ์ต่อหน้า (Face-To-Face) และแบบที่ไม่ได้สร้างความสัมพันธ์ต่อหน้า (Non-Face-To-Face) เพื่อจัดระดับความเสี่ยงด้านการฟอกเงิน กรณีลูกค้าที่มีระดับความเสี่ยงสูง จะต้องได้รับอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท หรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าอย่างเข้มข้น และการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- การตรวจสอบรายชื่อกับ Sanction Lists: กำหนดให้มีการตรวจสอบรายชื่อกับ Thailand & US Sanction Lists ก่อนสร้างความสัมพันธ์/ทำธุรกรรมกับลูกค้า
- บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs): กำหนดให้บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs) เป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงฟอกเงินสูง การสร้างความสัมพันธ์ต้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเข้มข้น มีการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และจะต้องได้รับการอนุมัติการสร้าง ความสัมพันธ์จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
- การติดตามความเคลื่อนไหวบัญชีของลูกค้า: กำหนดให้มีการติดตามและสอบทาน ความเคลื่อนไหวทางบัญชีของลูกค้าจนกว่าจะยุติความสัมพันธ์ เพื่อประเมินว่าลูกค้าทำธุรกรรมสอดคล้องกับอาชีพ และแหล่งที่มาของรายได้ที่แจ้งแก่บริษัทหรือไม่
- การรายงานธุรกรรม: มีกระบวนการการรายงานธุรกรรม ซึ่งได้แก่ ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย
- การเก็บรักษาข้อมูล: กำหนดให้มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเวลา 10 ปี นับแต่วันที่มีการปิดบัญชีหรือยุติความสัมพันธ์กับลูกค้า
- การฝึกอบรมบุคลากร: จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ รวมถึงการจัดทดสอบความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงาน ทั้งแบบ Classroom และ แบบ e-Learning
- การตรวจสอบการปฏิบัติงาน: มีหน่วยงาน Compliance, Internal Audit รวมถึง ธนาครกรุงไทยในฐานะของบริษัทแม่ ทำหน้าที่ตรวจสอบ การปฏิบัติตามนโยบาย AML/CFT&WMD

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ “<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/supervision>”)

การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ ร้อยละ 82	ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ ร้อยละ 79	ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ ร้อยละ 72

103-1

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานและถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหา การเตรียมความพร้อมด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยบริษัทจัดสรรผลประโยชน์ตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม บริหารแรงงาน และเคารพในความแตกต่างที่หลากหลายด้วยความเท่าเทียมบนพื้นฐานของสิทธิมนุษยชน กำหนดแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างความพร้อมให้พนักงานสามารถเติบโตในหน้าที่การงานได้อย่างเหมาะสม สร้างความภาคภูมิใจ ขวัญกำลังใจ และความผูกพันองค์กร อีกทั้งความเป็นอยู่ที่ดีและความมั่นคงในชีวิต เพื่อตอบแทนที่พนักงานได้ทุ่มเทพลังกายและพลังความคิดขับเคลื่อนธุรกิจ และส่งมอบผลงานที่ดีให้กับบริษัทอย่างต่อเนื่อง

การบริหารทรัพยากรบุคคล

การสรรหาพนักงานและการว่าจ้าง

103-2

บริษัทวางแผนและบริหารจัดการอัตราค่าจ้างคนเพื่อประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด โดยสรรหาพนักงานทดแทนอัตราว่างจากภายในบริษัทก่อนเป็นหลัก หรือหากเป็นงานใหม่ที่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านและไม่สามารถสรรหาได้จากภายใน จึงพิจารณาสรรหาบุคลากรจากภายนอกตามความจำเป็นและเหมาะสมทางธุรกิจ โดยพิจารณา

คุณสมบัติ ศักยภาพให้ทันต่อความต้องการของหน่วยงาน รวมถึงพิจารณาอัตราค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรม โดยประชาสัมพันธ์รับสมัครงานผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผู้สมัครที่หลากหลายและเหมาะสมกับองค์กร โดยในปี 2563 อัตราตำแหน่งว่างที่ได้รับการสรรหาจากภายในคิดเป็นร้อยละ 7.33

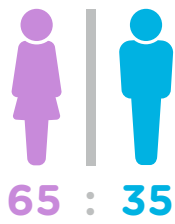
การส่งเสริมความหลากหลายและการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมกัน

401-1, 405-1

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อพนักงานและผู้สมัครงานตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน ไม่แบ่งแยก และเคารพต่อความหลากหลายตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น การศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศ หรือเพศสภาพ หรือความบกพร่องทางร่างกาย โดยพิจารณารับพนักงานจากความรู้ ความสามารถ ศักยภาพที่เหมาะสมกับงานเป็นสำคัญ อีกทั้งบริษัทมีการดูแลพนักงานที่ประสบปัญหาด้านสุขภาพ โดยปรับเปลี่ยน

หน้าที่ ความรับผิดชอบตามศักยภาพและความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกระทบกับสุขภาพของพนักงานน้อยที่สุด และนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในทุกส่วนงานทุกภาคส่วนของบริษัทนอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรฐานกฎหมายแรงงาน รวมถึงต่อต้านการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย

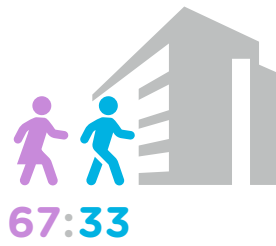
ในปี 2563 องค์ประกอบของพนักงานสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้



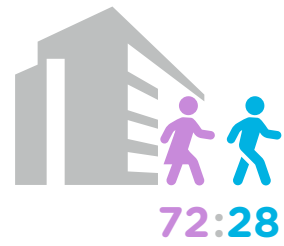
พนักงานปัจจุบัน 1,744 คน



จำนวนพนักงานที่บกพร่องทางร่างกาย



พนักงานใหม่ 175 คน
อายุเฉลี่ย 30 ปี



พนักงานพ้นสภาพ 143 คน
อายุเฉลี่ย 34 ปี

หมายเหตุ: พนักงานพ้นสภาพ ไม่นับรวมพนักงานเกษียณอายุ เกษียณอายุก่อนกำหนด ถึงแก่กรรม ไม่ผ่านเกณฑ์การบรรจุ สิ้นสุดสัญญาจ้างงานหรือเลิกจ้าง

บริษัทว่าจ้างพนักงานที่บกพร่องทางร่างกายเข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท และสอดคล้องตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่มีเจตนาเพื่อคุ้มครองให้คนพิการมีงานทำหรือประกอบอาชีพโดยมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยมิเป็นธรรมเนื่องจากสาเหตุทางกายและสุขภาพ ซึ่งมีบัญญัติให้หน่วยงานของรัฐและนายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการต้องรับคนพิการเข้าทำงานตามมาตรา 33 หรือส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามมาตรา 34 หรือเลือกดำเนินการให้สัมปทานและจัดจ้างเหมาะสมงานตามมาตรา 35

การใช้บริการว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ให้ปฏิบัติงานในนามของบริษัท บริษัทกำหนดไว้ในสัญญาการใช้บริการของบริษัทผู้รับว่าจ้าง ให้มีการปฏิบัติต่อพนักงานในสังกัดอย่างเป็นธรรมทุกกรณี

ตามที่กฎหมายแรงงานกำหนด นอกจากนี้บริษัทยังมีการดูแลให้คำปรึกษาและประสานงานระหว่างพนักงานผู้ปฏิบัติงานของบริษัท Outsource กับบริษัท Outsource ในกรณีที่พนักงานผู้ปฏิบัติงานเกิดข้อสงสัย

บริษัทได้จัดให้มีโครงการ KTC LEARN & EARN อย่างต่อเนื่อง ผ่านการพัฒนาเยาวชนให้มีคุณภาพร่วมกับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลามากกว่า 17 ปี เพื่อสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพเยาวชนด้านต่าง ๆ อาทิ เทคโนโลยี นวัตกรรม การคิดนอกกรอบ การสื่อสาร การเป็นผู้นำ รู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ เปิดโลกทัศน์ประสบการณ์ที่หาไม่ได้จากห้องเรียน เพื่อเตรียมพร้อมก่อนก้าวไปสู่ชีวิตการทำงานจริง และยังสร้างรายได้ให้ตนเองและครอบครัว พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพที่เป็นประโยชน์กับการทำงาน และเป็นประโยชน์กับคุณภาพชีวิต

201-3

การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน

บริษัทดำเนินการตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยบริษัทมุ่งเน้นการจ่ายผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม เสมอภาคตามประสบการณ์ ความสามารถของพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน โดยมีหน่วยงานทรัพยากรบุคคลทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการที่พนักงานพึงได้รับ และร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาทรัพยากรบุคคลที่มีชื่อเสียงดำเนินการสำรวจการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพิจารณาปรับปรุงค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม นอกจากนี้มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานที่มีศักยภาพสามารถเติบโตในตำแหน่งงานและเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถโอนย้ายงานตามความถนัดและความสนใจ รวมถึงมอบสวัสดิการต่าง ๆ มีโครงการ

ผลประโยชน์ของพนักงานหลังจากออกจากงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานให้แก่พนักงาน (โปรดดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเหตุประกอบงบการเงินของบริษัท) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพลักษณะ Employee Choice ให้พนักงานสามารถเลือกนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเมื่อเกษียณอายุและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยสามารถเปลี่ยนนโยบายการลงทุนได้ตลอดระยะเวลาของการเป็นสมาชิก กองทุนประกันสังคม เป็นต้น บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการที่มีพนักงานบางส่วนเป็นตัวแทนหรือเป็นกระบอกเสียงที่จะช่วยเสนอผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานได้รับสิทธิและสวัสดิการที่ดีขึ้น อันจะส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กร และมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าของบริษัทต่อไป

| การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทมีรูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนที่ชัดเจนและมีการกำหนดไว้ตั้งแต่ต้นปี โดยการใช้รูปแบบการประเมินแบบ Key Performance Indicator (“KPI”) พิจารณาให้สอดคล้องกับการประเมินตามแนวทางของ Balance Scorecard ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการประเมินผล การปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อพิจารณากำหนดเงินเดือน โบนัส รวมถึงการพิจารณาเลื่อนระดับที่ชัดเจน และมีการติดตามผลการดำเนินการ

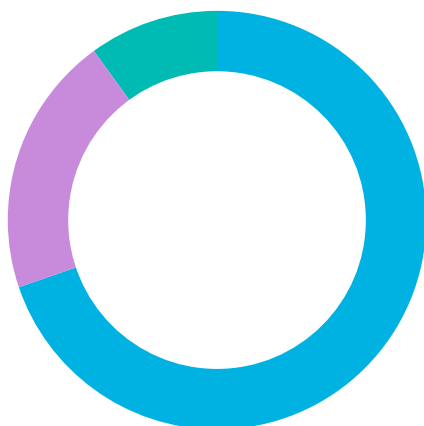
ตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้เป็นประจำ เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้

ในปี 2563 บริษัทได้นำรูปแบบการประเมินผล Core Value, Core Competencies ในรูปแบบ 360 องศา มาใช้เป็นองค์ประกอบในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

404-2

บริษัทได้วางแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับ เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถ หรือสมรรถนะ (Competency Development) ที่สอดคล้องกับหน้าที่รับผิดชอบและเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้โดยมุ่งเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง (Learning Culture) สนับสนุนให้พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning) มีการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) ร่วมกับหัวหน้างาน เปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง (Blended Learning 70:20:10) ได้แก่



70% การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ
(Experiential Learning/On The Job/Project Assignment)

20% การเรียนรู้จากบุคคลอื่น
(Learning by Others/Coaching & Feedback)

10% การเรียนรู้แบบทางการ
(Formal Learning/Classroom/e-Learning)

ในปี 2563 บริษัทจัดให้พนักงานได้มีการไปอบรมพัฒนาเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะกับสถาบันชั้นนำ จัดโครงการ กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ นอกจากนี้เพื่อบริหารจัดการองค์ความรู้ในระดับองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Knowledge Management) บริษัทได้สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ระหว่างกันในองค์กร ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ (Knowledge Sharing) มีการสอนงาน (Coaching) การจัดตั้งชุมชนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Community of Practice: COP) โดยใช้ประโยชน์จากช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

ตาราง: ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน

404-1

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงาน	ชั่วโมง/พนักงาน	45.59	39.23	21.67	30.34
จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้น ๆ	คน	1,824	1,854	1,845	1,869
จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด	ชั่วโมง	83,151	72,732	39,980	56,709
จำนวนพนักงานที่ฝึกอบรม (นับซ้ำ)	คน	18,193	13,818	5,197	5,951
แยกตามเพศ					
ชาย	คน	6,008	4,503	1,711	1,673
หญิง	คน	12,185	9,315	3,486	4,278
จำแนกตามระดับ					
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	199	179	74	65
พนักงานบริหาร	คน	3,766	2,425	1,435	1,049
พนักงานทั่วไป	คน	12,724	9,469	2,602	3,454
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	1,445	1,504	943	1,298
พนักงาน Learn & Earn	คน	59	241	143	85

หมายเหตุ: จากจำนวนค่าเฉลี่ยชั่วโมงการอบรมของพนักงาน เพิ่มขึ้นจาก 39.23 ชั่วโมงในปี 2562 เป็น 45.59 ชั่วโมงในปี 2563 เนื่องจากมีการรวบรวมองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงานต่างๆ เป็น KTC Learning Catalog เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้และทักษะต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

เคทีซีมีเป้าหมายในการส่งเสริมความรู้และพัฒนาศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง จัดทำ Learning & Development Master Plan ประจำปี และมีโครงการที่โดดเด่นในปี 2563 ดังนี้

Career Aspiration

เคทีซีส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการวางแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) มีการ Coaching Feedback จากหัวหน้างาน มี Session Career Conversation ซึ่งถือเป็นการเรียนรู้จากหัวหน้างาน และสื่อสารเรื่องแผนการอบรมหรือ Learning Catalog ให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง ให้ความรู้และให้พนักงานมีการกำหนด Career Aspiration ในการวางแผนเส้นทางการเติบโตของตนเอง และวางแผนการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ไปสู่เป้าหมาย เพื่อกำหนดทักษะที่สำคัญและจำเป็น (Required Competency) ของแต่ละตำแหน่งงานทั้งเรื่องงานและการบริหารจัดการจาก Job Description จาก Business Plan หรือกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพให้กับตนเอง รู้จักตนเองมากยิ่งขึ้นในเรื่องพรสวรรค์ที่จะสร้างเป็นจุดแข็ง บุคลิก พฤติกรรมที่แสดงออกตาม DISC Model และรูปแบบการเรียนรู้ ได้ทราบ Gap การพัฒนาตนเองเพื่อให้ก้าวสู่ตำแหน่งที่ตั้งเป้าไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2563 มีพนักงานเข้าร่วมการอบรมดังกล่าว 711 คน คิดเป็น 40%

KTC Learning Culture

การกำหนดเป้าหมายในการจัดอบรมหรือดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงาน สร้างและส่งเสริมให้เกิด KTC Learning Culture ผ่าน Micro Learning และการเรียนรู้จาก Functional Learning โดยมีช่องทางการเรียนรู้ตามความเหมาะสมเพื่อ Reskill Upskill และ New skill ให้กับพนักงาน โดยเพิ่มความน่าสนใจและสนุกมากยิ่งขึ้นผ่าน Learning Passport และ KTC Learning Catalog ซึ่งเป็นการรวบรวมองค์ความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ ในเคทีซีมาจัดให้ความรู้ให้พนักงานที่สนใจได้เข้าร่วมเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมี e-Learning ที่เน้นทักษะการบริหารจัดการและสามารถเรียนรู้ได้ anywhere anytime โดย Learning Catalog แบ่งหมวดหมู่เนื้อหาการเรียนรู้เป็น 10 หมวดหมู่ ดังนี้



Business Acumen:
การดำเนินธุรกิจของ KTC



Mindset:
การสร้างและปรับทัศนคติ



Leadership & Management:
ทักษะการเป็นผู้นำ



Process Development:
ขั้นตอนและกระบวนการการทำงาน



Regulation & Policy:
ความรู้เกี่ยวกับข้อบังคับ
และนโยบายต่าง ๆ



KTC Functional:
ความรู้เฉพาะในเรื่องงาน



Communication:
ทักษะการสื่อสารในรูปแบบ
และสถานการณ์ต่าง ๆ



Online Course:
สื่อการเรียนรู้ออนไลน์ เน้นหลักสูตรที่
สำคัญและจำเป็นสำหรับพนักงานทุกคน



Service Excellence:
การบริการเพื่อสร้าง
ความประทับใจสูงสุด



Micro Learning:
เรียนรู้ผ่านคลิป เน้นเรื่องทักษะ
การบริหารจัดการและการเป็นผู้นำ

KTC Internal Coach

การสร้างวัฒนธรรมการโค้ชในองค์กรให้สามารถนำการโค้ชเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาบุคลากร ทั้งเรื่อง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และกรอบความคิด (Mindset) ซึ่งการโค้ช (Coaching) มุ่งเน้นการทำให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตัวเองด้วยการใช้ศักยภาพของตัวเองให้เต็มที่ โดยการใช้ควบคู่กับแนวทางการพัฒนาด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น Teaching Training Consulting และ Counselling ตามสถานการณ์อย่างเหมาะสม ในปี 2563 มีพนักงานระดับ Management เข้าร่วมการอบรมดังกล่าว 21 คน

การเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ



ด้วยความหวังใจจาก CEO ส่งตรงถึงพนักงานและให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างชัดเจนและทั่วถึง

นอกเหนือจากการจัดการประชุม Town Hall ทุกเดือนกับผู้บริหารระดับกลางแล้ว ยังจัดให้มี CEO LIVE TALK เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับ ได้สื่อสารและสอบถามได้โดยตรงกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารในประเด็นต่าง ๆ ผ่าน Microsoft Team เป็นประจำทุกเดือน



เวทีที่จัดกิจกรรม KTC Sit & Talk ตอน “ลงทุนอย่างไรให้เงินงอกเงยได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน” ให้กับพนักงาน โดยได้รับเกียรติจากนางสาวอิจิต มนุษย์ (แถวหน้าที่ 5 จากซ้าย) ผู้อำนวยการ ฝ่ายธุรกิจเครือข่ายธนาคาร บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) มาร่วมให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการลงทุนจากผลกระทบสถานการณ์ COVID-19

บริษัทเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในหัวข้อ “กฎหมายน่ารู้” เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎหมายอันเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ปฏิบัติงานและการดำเนินชีวิต โดยผ่านอินทราเน็ตขององค์กร



หลักสูตรต่าง ๆ เพื่อประเมินความรู้และความเข้าใจประจำปี 2563

205-2

- “หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance Self - Assessment)” ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม
ความรู้และความเข้าใจร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

- “กฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง” ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้บริหารและพนักงานประจำ

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม
พนักงานที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรมตามระเบียบทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 70 ขึ้นไป	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100
พนักงานทั่วไปที่เข้าอบรมทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 85 ขึ้นไป	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

- “Risk Awareness” ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับนิยามความเสี่ยง กระบวนการบริหารความเสี่ยง ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและการสื่อสารผ่าน Communication Tree รวมไปถึงความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม
จำนวนผู้ที่ทำคะแนนได้ร้อยละ 85 ขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 85 ของจำนวนพนักงานที่เข้าอบรมทั้งหมด	ร้อยละ 99.97	ร้อยละ 100

- “มาตรฐาน ISO 27001:2013” มาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่กำหนด และ “มาตรฐาน ISO 27701:2019” มาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้พนักงานสามารถปฏิบัติงาน

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม
ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

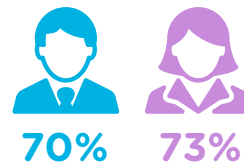
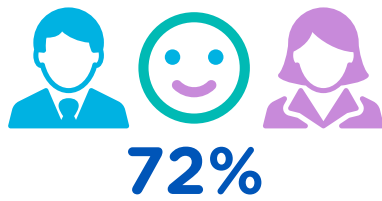
การวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) ด้วยการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน บริษัทประเมินผลความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยเชิญให้พนักงานให้ความเห็นผ่านแบบสำรวจ โดยระบบของผู้ประเมินภายนอกที่แบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 6 ลำดับ ทำให้พนักงานมีความสบายใจในการให้ข้อมูล เนื่องจากไม่แสดงผลการสำรวจเป็นรายบุคคล ขณะเดียวกันบริษัทสามารถนำผลการประเมินไปวิเคราะห์และสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรรับทราบ และนำผลไปปรับปรุง พัฒนา และ

บริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้พนักงานมีชีวิตที่ดี มีความสุข (Happy Workplace) ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ ให้เกิดความภาคภูมิใจอยากทำงานอยู่กับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี (Employer Branding) ต่อสายตาคนภายนอกให้อยากมาร่วมงานกับบริษัทอีกด้วย (Employer of Choice)

โดยในปี 2563 บริษัทได้จัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร ดังนี้





ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพัน

พนักงานทั้งหมดได้เข้าร่วมวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพัน โดยผลคะแนน Employee Engagement Survey 2020 ที่ออกมาไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ แต่เป็นแนวโน้มเดียวกันทั่วโลกที่มีคะแนน Employee Engagement ลดลงกว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลักด้านผลกระทบของสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อมุมมองความรู้สึกรักของพนักงานต่อสถานการณ์ มีความเปลี่ยนแปลงหลายด้านสร้างความเครียดและความกังวลให้กับพนักงานในเรื่องเกี่ยวกับความปลอดภัย ความมั่นคงทางหน้าที่การงาน (Psychological Safety)

ทั้งนี้ เพื่อยกระดับความพึงพอใจและความผูกพัน บริษัทยังคงเน้นย้ำเรื่องของการสื่อสาร และรับฟังพนักงานผ่าน CEO LIVE TALK เพื่อเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและตอบคำถามให้กับพนักงานในเรื่องแนวทางการปฏิบัติตัวในการทำงาน รวมถึงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีในการทำงาน นอกสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ที่จำเป็นให้กับพนักงานให้ทำงานอย่างราบรื่น เพื่อรับมือกับสถานการณ์ COVID-19 ตลอดจนมีการวิเคราะห์ผลความพึงพอใจและความผูกพันในเชิงลึก เพื่อจัดทำแผนกิจกรรมระดับองค์กร และมีการเดินสายรายงานผลคะแนนให้กับผู้บริหาร และ People Champion (ตัวแทนหน่วยงานที่เป็นผู้จัดกิจกรรมสร้างความผูกพัน) เพื่อทราบถึงสิ่งที่ทำได้ดีควรต่อยอด และแนะนำสิ่งที่ควรทำเพิ่มเติม โดยจะมีการจัดทำแผนย่อยของแต่ละหน่วยงาน และมีการติดตามผลตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจและความผูกพันเพิ่มขึ้น

การจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

บริษัทมีโครงการจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) เพื่อเป็นการวางแผนสรรหาและเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยผู้ที่จะมาทดแทนหรือดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง เรียกว่า ตำแหน่งงานหลัก (Key Position) ส่วนตำแหน่งงานที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งจำเป็นจะต้องมีผู้ดำรงตำแหน่งอยู่ตลอดเพื่อมิให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก เรียกว่า ตำแหน่งสำคัญ (Critical Position) โดยขั้นตอนและกระบวนการในการสรรหา คัดเลือก จำเป็นที่จะต้องทำอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ และได้รับการเห็นพ้องต้องกัน เพื่อให้มีความพร้อมในด้านกำลังคนที่จะสานต่อพันธกิจขององค์กร เป็นการสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการที่ดี ที่มุ่งรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย พันธมิตรทางการค้า และลูกค้าของบริษัท

ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และหัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”

การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน 0.1%	อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน 0.1%	อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน 0%

103-1

บริษัทใส่ใจดูแลและห่วงใยด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีในที่ทำงาน เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี ลดโอกาสเสี่ยงและความกังวลใจของพนักงานของบริษัท โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

103-2, 403-1

การดูแลและบริหารจัดการสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทให้ความสำคัญกับสุขภาวะและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน โดยได้จัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงาน และสวัสดิการต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัวของพนักงานสอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด ดังนี้

- กำหนดและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสมสอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- จัดให้มีสภาพแวดล้อมในพื้นที่ทำงานให้มีความพร้อมใช้ โดยคำนึงถึงมาตรฐานต่าง ๆ เช่น การควบคุมความเข้มของแสง หรือการตั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม
- การตรวจสอบและติดตามประเมินผลด้านความสะอาดของพื้นที่ทำงานในแต่ละหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ
- สนับสนุนการออกกำลังกาย การจัดการความเครียด การยศาสตร์*

หมายเหตุ

*การยศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์หรือวิชาการที่เป็นการปรับเปลี่ยนสภาพงานให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน หรือเป็นการปรับปรุงสภาพการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อการทำงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการทำงาน พัฒนาความปลอดภัย ลดความเครียดและความล้าจากการทำงาน

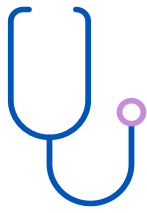
แบดมินตัน



ฟุตบอลลูก



- การจัดให้พนักงานตรวจสุขภาพประจำปี รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกให้แก่พนักงาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ และครอบคลุมไปถึงครอบครัวของพนักงาน ซึ่งกำหนดเป็นภาคสมัครใจ โดยบริษัทจะจ่ายค่าเบี้ยประกันสุขภาพของครอบครัวพนักงานให้จำนวนร้อยละ 50



ในปี **2563** มีพนักงานเข้ารับการตรวจสุขภาพจำนวน **1,354** ราย จากพนักงานที่ได้รับสิทธิเข้ารับการตรวจ **1,701** ราย คิดเป็น **79.60%**

- การฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัวของพนักงานในราคาพิเศษ เช่น วัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ วัคซีนตับอักเสบบี เป็นต้น



ในปี **2563** มีพนักงานเข้ารับการฉีดวัคซีน จำนวน **610** ราย

- ให้ค่าจ้างในช่วงที่พนักงานลาคลอดเป็นเวลา 60 วัน ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ที่ 45 วัน
- ดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย เฝ้าระวัง ติดตามผล และบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วย เมื่อมีพนักงานเจ็บป่วยซึ่งเชื่อโรคอาจแพร่กระจายในพื้นที่ปฏิบัติงานได้ บริษัทจึงมีการทำความสะอาดห้องแอร์ให้ระบบปรับอากาศมีการส่งลมได้ดีขึ้น และใช้เครื่องฟอกอากาศในสถานที่ปฏิบัติงานเพื่อยับยั้งการแพร่กระจายของโรค ตลอดจนให้การดูแลพนักงานที่บาดเจ็บให้ได้รับการรักษาจนสามารถใช้ชีวิตเป็นปกติในการทำงาน
- การจัดห้องพยาบาลบริการด้านการแพทย์ ยาและเวชภัณฑ์ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดให้มีพยาบาลประจำห้องพยาบาลคอยให้คำปรึกษาด้านสุขภาพให้กับพนักงานตามมาตรฐานที่เหมาะสม

การส่งเสริมความรู้

เคทีซีจัดอบรมหลักสูตรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงานให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักรู้และสามารถรับมือกับความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยในปี 2563 เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 การให้ความรู้และการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงานมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยบริษัทให้ความรู้ผ่านอีเมลภายในของบริษัทในหัวข้อ “นานา นารู้” เพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงานได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลสุขภาพทั้งกาย ใจ ลดความกังวลใจ และเป็นแนวปฏิบัติเพื่อลดโอกาสการเจ็บป่วยหรือความเสี่ยงจาก COVID-19 ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ถูกต้องด้านสุขภาพ และความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น

ใส่หน้ากากแบบนี้...ไม่ผิดนะ



หน้ากากอนามัย กังแบบไหนให้ถูกต้อง ?



5 เทคนิคสร้างสมดุลในการทำงาน



การดูแลพนักงานในช่วง COVID-19

บริษัทได้ประกาศมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งครอบคลุมมาตรการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) และการใช้สิทธิ์วันลาในสถานการณ์ COVID-19 อีกทั้งได้ดูแลพนักงานในสถานการณ์ดังกล่าว ดังแสดงรายละเอียดในหัวข้อการบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

การจัดสวัสดิการให้กับพนักงาน

สวัสดิการ	เงินเดือน	ค่าล่วงเวลา	เงินช่วยเหลือเพื่อจัดการงานศพ	เงินช่วยเหลือกรณีคลอดบุตร	ค่ารักษาพยาบาล	เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานป่วย	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ตรวจสอบสุขภาพประจำปี
ประเภทพนักงาน									
พนักงานประจำ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พนักงานสัญญาจ้าง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
ลูกจ้างชั่วคราว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓

อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานและการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน

403-9

ปี 2560 - 2563



จำนวนชั่วโมงการทำงาน

ปี 2560
3,398,432
ชั่วโมง

ปี 2561
3,455,480
ชั่วโมง

ปี 2562
3,470,656
ชั่วโมง

ปี 2563
3,390,336
ชั่วโมง

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต
- อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน

= 0 (จำนวนคนต่อชั่วโมงการทำงาน)



อัตราการหยุดงาน
เนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บ
จากการทำงาน

0 %

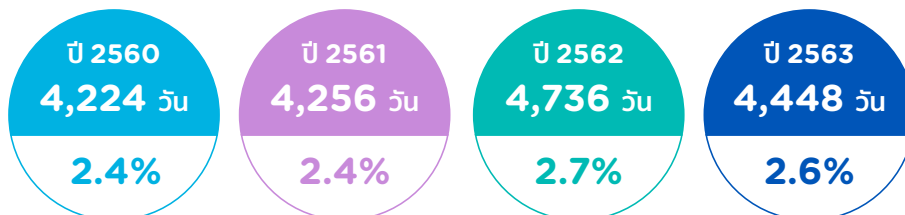


จำนวนวันหยุดงาน
เนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บ
จากการทำงาน

0 วัน



จำนวนวันลาป่วย และอัตราการลาป่วย



หมายเหตุ: ข้อมูลของพนักงานร้อยละ 100 โดยพนักงาน หมายถึง พนักงานประจำและพนักงานสัญญาจ้าง

ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”

การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐหรือเอกชน จำนวน 3 โครงการ	ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐหรือเอกชน จำนวน 3 โครงการ	ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐหรือเอกชน จำนวน 5 โครงการ

103-1

เคทีซีซึ่งมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อความยั่งยืน โดยได้เชิญชวนพันธมิตรในการร่วมมือกันเพื่อให้การดำเนินการด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างแข็งแกร่ง และสามารถส่งผ่านสู่สังคมได้ในวงกว้างขึ้น โดยในปี 2563 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ดังนี้

103-2, 203-2

บริษัท เอสซีจี ซิเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด (เอสซีจี)

KTC-SCG VISA Purchasing



เคทีซีและเอสซีจีร่วมมือกันเป็นปีที่ 4 จัดอบรมให้กลุ่มช่างผู้รับเหมาในโครงการบัตรเครดิตเพื่อช่างผู้รับเหมารายย่อย (KTC-SCG VISA Purchasing) โดยใช้สถานที่ของร้านค้าเอสซีจี ดีลเลอร์ จัดอบรมเทคนิคการก่อสร้าง เทคนิคงานต่อเติมอาคาร หรือความรู้ด้านนวัตกรรมของวงการก่อสร้าง และเพิ่มช่วงเวลาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้บัตรเครดิต ส่งเสริมให้ช่างผู้รับเหมามีวินัยทางการเงิน มีประวัติที่ดีเพื่อเข้าถึงแหล่งการเงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ และต่อยอดทางธุรกิจในอนาคตของช่างผู้รับเหมา การอบรมได้รับความร่วมมืออย่างดีจากทุกภาคส่วน อาทิ เอสซีจี และร้านค้าเอสซีจี ดีลเลอร์ และเคทีซีมีแผนงานที่จะจัดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไปในปี 2564

บัตรเครดิต
KTC-SCG VISA PURCHASING

สมัครง่าย อนุมัติไว
ให้ทุกการใช้จ่าย
เป็นเรื่องง่ายสำหรับคุณ

- ✓ สมัครง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ผูก
- ✓ บัตรประเภทเดบิตเงินฝาก
- ✓ ปลดดอกเบี้ยเงินฝากสูงสุด 45 วัน
- ✓ อนุมัติไว กับเอสซีจี
- ✓ ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ
- ✓ สะดวก จ่าย ชำระได้ทุกที่ผ่าน KTC QR Pay
- ✓ วงเงินสูงสุด 1,000,000 บาท
- ✓ เลือกผ่อนสบายๆ ได้สูงสุด 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.80%
- ✓ ตรวจสอบยอดใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันได้ทันที

คุณสมบัติผู้สมัคร

- อายุผู้สมัครต้องอยู่ในช่วง 18-65 ปี
- อายุ SCG ไม่เกินกว่า 12 เดือน
- อายุไม่เกินกว่า 20 ปีบริบูรณ์
- กรณีสมัครผ่านบริษัท/ร้านค้า ต้องจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 1 ปีขึ้นไป

(AMFMA 001)

แจ้งเตือนทุกการใช้จ่าย
เช็คคะแนนได้ทันที

KTC Mobile

Available on the App Store
GET IT ON Google Play

KTC PHONE 02 123 5000 KTC Real Privileges @KTC_Card KTCcard KTCPrivilege www.ktc.co.th





โดยในปี 2563 มีจำนวนร้านค้า SCG Dealer ที่เข้าร่วมโครงการกว่า 147 รายทั่วประเทศ มีการออกบัตรเครดิตเพื่อช่างผู้รับเหมารายย่อย ให้แก่ช่างที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 871 ใบ และมีการปล่อยสินเชื่อให้กับผู้ถือบัตร SCG เป็นวงเงินกว่า 193 ล้านบาท



Q-Chang

เคทีซีสนับสนุน โครงการ Q-Chang คิวช่าง ที่ให้บริการล้างเครื่องปรับอากาศ ขจัดฆ่าเชื้อโรค เพื่อลดการทำงานที่หนักของเครื่องปรับอากาศ ช่วยลดการใช้ไฟฟ้าของเครื่องปรับอากาศ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการกรองฝุ่นละอองได้ดีขึ้น อีกทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานของกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างที่มีความต้องการงานในช่วงเวลาที่ยังไม่มีคิว และลูกค้าได้ช่างที่มีคุณภาพระดับมาตรฐาน SCG และได้วันเวลาตรงต่อความต้องการของลูกค้าเองด้วยโดยผ่านแพลตฟอร์ม (Q-Chang)

บริษัท กันกุลเอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน)

เคทีซีร่วมกับบริษัท กันกุลเอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) เป็นปีที่ 2 บริษัทจัดทำแคมเปญระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2563 เพื่อให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีที่ติดตั้งระบบผลิตพลังงานไฟฟ้าแสงอาทิตย์แบบติดตั้งบนหลังคา (Solar Rooftop) ระดับครัวเรือน ภายใต้แบรนด์ “GRoof” รับสิทธิพิเศษผ่อนชำระ 0% นาน 10 เดือน หรือแลกรับส่วนลดสูงสุด 12% เพียงชำระผ่านบัตรเครดิตเคทีซีเต็มจำนวน และใช้คะแนน KTC FOREVER เท่ายอดใช้จ่ายสำหรับบัตรกดเงินสด “เคทีซีพราว” รับสิทธิพิเศษผ่อนชำระ 0% นานสูงสุด 20 เดือน เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถผลิตไฟฟ้าสะอาดได้จากหลังคาบ้านของตนเอง พร้อมระบบควบคุมการทำงานผ่านโมบายแอปพลิเคชันชื่อว่า “GRoof” ที่สามารถดูข้อมูลการผลิตไฟฟ้าได้ทุกที่ทุกเวลา เพื่อช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและแบ่งเบาราคาไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้น

บริษัท สมาร์ท อีเนอร์ยี เทคโนโลยี จำกัด

เคทีซีร่วมกับบริษัท สมาร์ท อีเนอร์ยี เทคโนโลยี จำกัด ในการจัดทำแคมเปญระหว่างเดือนกันยายน - ธันวาคม 2563 เพื่อมอบสิทธิประโยชน์แก่ผู้ถือบัตรเคทีซีในการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) โดยสามารถผ่อนชำระ 0% นานสูงสุด 24 เดือน เพื่อเป็นการสนับสนุนการผลิตพลังงานสะอาดให้กับสังคม

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

เคทีซีเข้าร่วมกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จัดทำโครงการความร่วมมือภายใต้ชื่อ “โครงการให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce” ที่จะช่วยเพิ่มช่องทางการชำระด้วยบัตรเครดิต/ e-Wallet (Alipay) ในรูปแบบของ KTC QR Pay เพื่อช่วยส่งเสริมการประกอบกิจการฐานราก และขับเคลื่อนชุมชนให้เข้มแข็ง ผ่านการสร้างโอกาสทางการตลาดให้ผู้ประกอบการภาคเกษตรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงร้านค้าของผู้เข้าร่วมประกวดโครงการ New Gen Hug บ้านเกิด ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การสนับสนุนกับคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการเริ่มทำธุรกิจในบ้านเกิด ซึ่งจะช่วยต่อยอดพัฒนาอาชีพทางเกษตรในแต่ละท้องถิ่นต่อไป โดยมีพิธีลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกันในวันที่ 2 ตุลาคม 2563 ซึ่งการรับ e-Wallet (Alipay) เริ่มใช้งานได้ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 เป็นต้นไป



ศาลยุติธรรมและกรมบังคับคดี

เคทีซีได้ร่วมกับศาลยุติธรรมจัดทำโครงการ “มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้” เพื่อให้ลูกหนี้สามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระได้ตามกำลังความสามารถ และจะดำเนินการแก้ไขข้อมูลหรือปรับปรุงบัญชีของลูกค้าให้ถูกต้องในกรณีที่เกิดความผิดพลาด

ผลการจัดมหกรรมไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี ประจำปี 2563 แบ่งเป็น 2 ประเภท รวมทั้งสิ้น 28 ครั้ง ดังนี้

1. มหกรรมไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี ประจำปี 2563 จำนวน 2 ครั้ง มีลูกหนี้มาร่วมมหกรรมไกล่เกลี่ยทั้งสิ้น 2,971 ราย สามารถไกล่เกลี่ยเรียกเงินสดรับคืน อันเป็นการลดจำนวนหนี้ NPL ได้ทั้งสิ้น 359,365,356.23 บาท โดยเจรจาสำเร็จคิดเป็นร้อยละ 96.28

2. มหกรรมไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี ประจำปี 2563 พิเศษ (กรมบังคับคดีมีหนังสือเรียนเชิญ) จำนวน 26 ครั้ง มีลูกหนี้มาร่วมมหกรรมไกล่เกลี่ยทั้งสิ้น 1,331 ราย สามารถไกล่เกลี่ยเรียกเงินสดรับคืน อันเป็นการลดจำนวนหนี้ NPL ได้ทั้งสิ้น 127,390,217.22 บาท โดยเจรจาสำเร็จคิดเป็นร้อยละ 92.49



มิติสิ่งแวดล้อม



การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ

103-3



เป้าหมายระยะยาวปี 2565	เป้าหมายปี 2563	ผลงานปี 2563
ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าร้อยละ 6	ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าร้อยละ 2	ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าร้อยละ 7.4

หมายเหตุ: การลดการใช้พลังงานจากการใช้ไฟฟ้าขององค์กร โดยเทียบจากปีฐาน 2561

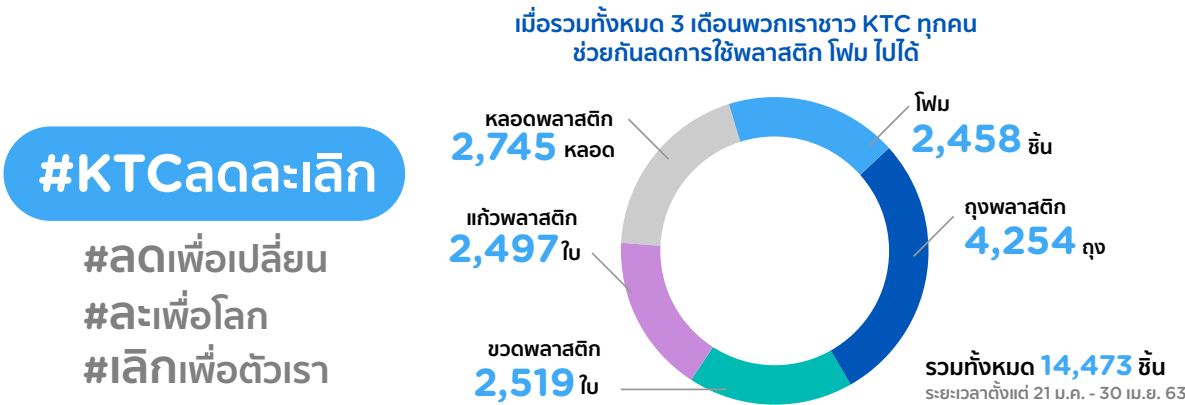
103-1

ด้วยการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากนัก แต่บริษัทก็ได้ใส่ใจในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดเป้าหมาย และแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เช่น ประสิทธิภาพเชิงนิเวศ เศรษฐกิจ การจัดการน้ำและของเสีย บริษัทมุ่งลดการใช้พลังงาน การใช้ทรัพยากร ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงาน และกระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึก เพื่อสนองรับต่อนโยบายรัฐที่ได้เข้าร่วมเป็นภาคีความตกลงปารีส

103-2

การให้ความรู้ในองค์กร

แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากนัก แต่บริษัทก็ให้ความสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) โดยตรงในปริมาณมากเช่นในอุตสาหกรรมอื่น แต่บริษัทเชื่อว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศนั้น สามารถทำได้ทุกคนและเริ่มต้นได้ง่าย ๆ ที่นั่นที่ เพียงแต่ละคนใส่ใจในแต่ละกิจกรรมประจำวันของตน ในปี 2562 บริษัทจึงได้จัดทำวิทัศน์เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดี โดยการเผยแพร่ผ่านอีเมลและสื่อออนไลน์ในบริษัทในรูปแบบที่เข้าใจและเข้าถึงได้ง่ายให้แก่พนักงานทุกคนได้ทราบ โดยเริ่มจากการกระตุ้นให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักรู้ถึงความรุนแรงและเร่งด่วนของปัญหา เพื่อร่วมกันดูแลสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศ ซึ่งพนักงานได้ให้ความสนใจเป็นอย่างดี และเพื่อให้เกิดการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 บริษัทได้ให้ความรู้และขอความร่วมมือจากพนักงานทั้งองค์กร และรวมถึงพนักงานทำความสะอาด โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าภายใต้โครงการ “ลด ละ เลิก” โดยลดการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง เช่น หลอดพลาสติก โฟม แก้วพลาสติก ถุงพลาสติก และขวดพลาสติกร่วมกันทั้งองค์กร และเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ได้ใหม่ เช่น ถุงผ้า กระบอกน้ำ กล่องอาหารพลาสติก เป็นต้น



อีกทั้งได้จัดการเดินสายรณรงค์เพื่อให้พนักงานสามารถนำขวดพลาสติก PET หรือถุงผ้า มาแลกเป็นหลอดกระดาษแล้วนำถุงผ้าที่ได้รับจากพนักงานดังกล่าวมาจัดวางไว้เป็นส่วนกลางเพื่อให้พนักงานสามารถหยิบไปใช้ได้ง่าย ลดการรับถุงพลาสติกจากร้านค้า และสำหรับขวด PET บริษัทได้รวบรวมเพื่อนำส่งรีไซเคิล



ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ปริมาณการสั่งอาหารเพื่อนำมารับประทานที่ออฟฟิศมีปริมาณสูงขึ้น ส่งผลให้ขยะบรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก แก้วน้ำ ถุงพลาสติก มีปริมาณสูงขึ้นด้วยเช่นกัน บริษัทไม่ได้นิ่งนอนใจ จึงได้เริ่มโครงการ “แยก ก่อน โยน” ซึ่งเป็นโครงการที่ต่อยอดจากโครงการ “ลด ละ เลิก” เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้เข้าใจถึงปัญหาการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง แนะนำการจัดการขยะเพื่อส่งต่อไปรีไซเคิล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งได้จัดตั้งขยะให้ง่ายต่อการแยกขยะเพื่อนำไปรีไซเคิลให้กับองค์กรต่าง ๆ ต่อไป

รู้จักพลาสติก ก่อนทิ้งกันเถอะ

วันนี้จะมาแนะนำให้เพื่อนๆ รู้จักพลาสติกก่อนทิ้งกันครับ เพื่อที่จะลดการนำไป Recycle เราสามารถแยกพลาสติก Recycle ได้ โดยแบ่งกลุ่มกว้างๆ ตามประเภทการรับบริจาค ดังนี้

1. พลาสติกยืด (ทั้งถังเหลือง)

ถุงดำ	ถุงดำ	ฟิล์มพลาสติกม้วน	ฟิล์มพลาสติก	ฟิล์มพลาสติกแบบ UHT	ถุงน้ำแข็ง
-------	-------	------------------	--------------	---------------------	------------

พิณคะ: บักแถมอง
ทิ้งขยะไม่ถูกถึงอยู่เรื่อยๆ
พิณคะ บอกบักได้ไหมคะ
ว่าถังแต่ละสีเนี่ย
มีความหมายว่าอย่างไร

ได้สิคะ:

ถังเขียว : ขยะย่อยสลายได้ ขยะที่ย่อยสลาย หรือมาเสียได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว เช่น ผัก ผลไม้ เศษอาหาร ใบไม้	ถังเหลือง : ขยะ Recycle ขยะที่สามารถนำมารีไซเคิลได้ เช่น กระดาษ ขวดแก้ว ขวดพลาสติก กระป๋อง	ถังแดง : ขยะอันตราย ขยะที่อันตรายร้ายแรง เช่น กระป๋องสี ขวดสารเคมี ยาฆ่าแมลง	ถังน้ำเงิน : ขยะทั่วไป ขยะที่ย่อยสลายยาก ไม่เป็นพิษ และไม่ปนกับถัง Recycle หรือขยะอื่นๆ เช่น ขยะทั่วไป ขยะพลาสติก ขยะกระดาษ ขยะโลหะ ขยะผ้า ขยะรองเท้า ขยะเครื่องใช้ไฟฟ้า ขยะพลาสติก
---	---	---	--

ขยะเป็นเรื่องใกล้ตัว แต่ถ้าเราทิ้งกันมั่วๆ ขยะจะล้นเมือง

มากกว่านั้น ขยะแบบไหนแยกไว้ Recycle ได้บ้าง เพื่อที่เราจะได้นำขยะเหล่านั้น กลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

หรือที่เรียกว่า **แยก ก่อน โยน** ครับ

ซึ่งเราสามารถช่วยกันจัดการขยะง่าย ๆ โดยเริ่มจากขยะ 4 ประเภทที่ใกล้ตัวเรา ดังนี้

- กระดาษ**
ควรคัดแยกประเภท หนังสือพิมพ์ สมุด หนังสือ กล่อง สังกะสี และเศษกระดาษ ออกจากกัน
- แก้ว**
ทำความสะอาดให้เรียบร้อย แล้วเก็บขวดรวมกัน
- พลาสติก**
ทำความสะอาด และทำให้แบน เพื่อประหยัดพื้นที่ โดยแยกกับขยะพลาสติกอื่น และพลาสติกใส
- โลหะ**
ทำความสะอาด และทำให้แบน เพื่อประหยัดพื้นที่

เริ่มต้นที่บ้านก็ดี ที่ออฟฟิศก็ได้ เพื่อประโยชน์สูงสุด

KTC Sustainability

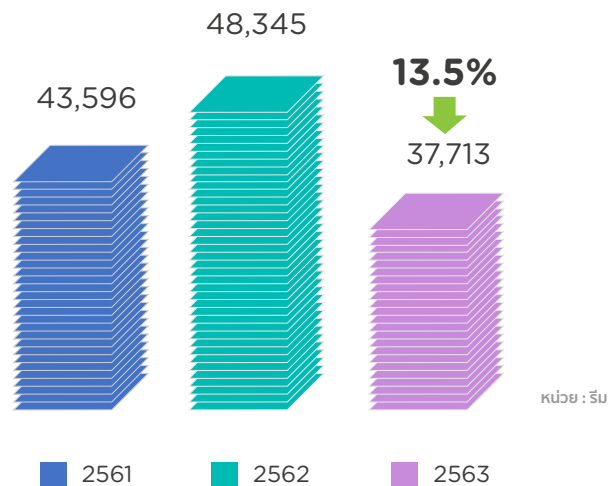
การบริหารจัดการ



การลดการใช้กระดาษ

บริษัทมีนโยบายลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานทุกแผนกทั่วทั้งองค์กร โดยเปลี่ยนมาจัดเก็บเอกสารสำคัญในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ จัดทำระบบงานเพื่อใช้ ในกระบวนการทำงานต่าง ๆ จัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการสำเนาเอกสารส่งออกไปยังหน่วยงานอื่น รวมถึงการใช้กระดาษรีไซเคิลภายในหน่วยงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของเอกสารที่นำมารีไซเคิล เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษซึ่งผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ และสะดวกต่อการสืบค้น อีกทั้งยังประหยัดพลังงานไฟฟ้าในการถ่ายสำเนาเอกสาร

ปริมาณการใช้กระดาษ



หมายเหตุ : ปริมาณการใช้กระดาษลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2561)

โดยได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลายส่วน ดังนี้

- การจัดทำแบบฟอร์มในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าใช้สำหรับทำคำขอต่าง ๆ เช่น แบบฟอร์มการขอวงเงินถาวร ซึ่งสามารถกรอกข้อมูลผ่านระบบและสามารถแนบเอกสารประกอบการพิจารณา
- การจัดเก็บข้อมูลหรือการเรียกใช้ข้อมูลที่ส่งให้กับลูกค้า เครดิตบูโร หรือศูนย์บริการสมาชิก โดยลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ พัฒนาปรับปรุงบริการและประมวลผล เพื่อให้ได้ผลที่ต้องการแทนการส่งพิมพ์รายงานต่าง ๆ
- การพัฒนาระบบการสืบค้นข้อมูลเครดิตแบบ Host to Host และจัดเก็บข้อมูลไว้ในระบบงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเรียกดูข้อมูลแทนการพิมพ์เอกสาร
- การดำเนินคดีของหน่วยงานกฎหมาย ซึ่งจำเป็นต้องใช้เอกสารเป็นจำนวนมากในการฟ้องร้องดำเนินคดี การคัดถ่ายเอกสารเกี่ยวกับใบแจ้งยอดชำระค่าใช้จ่าย จะดำเนินการคัดถ่ายโดยใช้กระดาษทั้งสองด้าน สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ประมาณ 3,500 รีมต่อปี นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับศาลบางแห่งลดการใช้เอกสารในการดำเนินคดี เพื่อลดภาระการจัดเก็บเอกสารของศาล และเอกสารดังกล่าวสามารถนำมารีไซเคิลให้เกิดประโยชน์ได้

- การจัดทำเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนกระดาษของหน่วยงานทรัพยากรบุคคล เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานและประหยัดเวลาในการรับและส่งเอกสาร โดยพนักงานสามารถเข้าใช้งานได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ Mobile Application เช่น การลงทะเบียนรับสมัครพนักงาน การเซ็นสัญญาจ้างงาน การขอหนังสือรับรองการขอทำบัตรประกันสุขภาพใหม่ การขอทำบัตรพนักงานใหม่ การดำเนินการเรื่องการประเมินผลทดลองงาน รวมไปถึงการลาออกจากบริษัท นอกจากนี้ได้มีการจัดเก็บฐานข้อมูลของพนักงานโดยใช้ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลเพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลของพนักงานมีความถูกต้อง ใช้งานง่าย และลดการใช้กระดาษ
- การลดกระดาษของหน่วยงานบัญชี โดยยกเลิกขั้นตอนการสั่งพิมพ์ Card Journal Voucher จากระบบ Oracle และเอกสารแนบของ RPA ซึ่งนอกจากจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแล้ว ยังสามารถลดปริมาณเอกสารได้ ประมาณ 60 รีม ต่อปี
- การเผยแพร่เอกสารคุณภาพของบริษัทในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทดแทนการจัดทำสำเนาเอกสารคุณภาพในรูปแบบกระดาษ และตั้งแฟ้มของแต่ละหน่วยงานหรือจุดปฏิบัติงาน เพื่อให้เอกสารคุณภาพของบริษัทมีความพร้อมใช้งานและเป็นปัจจุบัน พนักงานสามารถใช้อ้างอิงการปฏิบัติงาน โดยการเข้าดูเอกสารคุณภาพผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัท ในส่วนของการเผยแพร่เอกสารคุณภาพ เช่น เอกสารนโยบาย ระเบียบปฏิบัติ อำนาจดำเนินการ และเอกสาร Standard Operating Procedure เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวจะช่วยรักษาสິงแวดล้อม ลดการใช้กระดาษประมาณ 400 รีม ต่อปี
- การจัดทำและจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการบริษัท และคณะอนุกรรมการบริษัทผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการจัดพิมพ์เอกสารประกอบการประชุม
- ยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) ให้กับสมาชิก โดยสมาชิกสามารถตั้งรหัส ATM PIN ได้ด้วยตัวเองผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและใช้ได้ทันที

	บัตรเครดิต	สินเชื่อบุคคล
ประเภทที่ยกเลิกการส่ง	การอนุมัติใหม่ และบัตร replace/transfer (กดแทน)	การอนุมัติใหม่ และบัตร replace/transfer (กดแทน)
เริ่มตั้งแต่	วันที่ 6 พ.ย. 2563	วันที่ 2 ส.ค. 2563
จำนวนกระดาษที่ลดได้	167 รีม (ข้อมูลตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึง 31 ส.ค 2563)	20 รีม (ข้อมูลตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึง 31 ส.ค 2563)

หมายเหตุ : ATM PIN (PIN Mailer) 1 ฉบับ เท่ากับ 1.5 แผ่น และ 500 แผ่น เท่ากับ 1 รีม

การลดการใช้กระดาษด้วย e-Statement

บริษัทตระหนักถึงปัญหาภาวะโลกร้อนและพร้อมร่วมลดโลกร้อน โดยในปี 2562 เคทีซีเริ่มรณรงค์จากภายในองค์กรผ่านการจัดโครงการกระตุ้นให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารับใบแจ้งยอดในรูปแบบกระดาษเป็นใบแจ้งยอดทางอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้โครงการ Switch even better เพื่อชีวิตที่ดีในวันนั้นและอนาคต ซึ่งได้รับการตอบรับและความร่วมมือจากพนักงานทั้งบริษัทเป็นอย่างดี

บริษัทจึงได้ขยายแนวคิดต่อยอดเชิญชวนสมาชิกเคทีซีโดยเริ่มจากการทำ Empathy ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมาย พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการรักษาสິงแวดล้อม และสนใจเข้าร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านทางอีเมลภายใต้โครงการ Switch to e-Statement เพื่อลดปัญหาเอกสารใบแจ้งยอด ชำรุด สูญหาย และเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจสอบค่าใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการจัดพิมพ์ใบแจ้งยอดที่เป็นกระดาษ ตลอดจนช่วยรักษาสິงแวดล้อม ลดการใช้พลังงานในการกำจัดขยะที่เกิดจากใบแจ้งยอดที่ไม่ได้ใช้แล้ว โดยบริษัทได้รณรงค์อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- เจ้าหน้าที่คอนแทคเซ็นเตอร์แนะนำบริการสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ให้กับสมาชิกทุกรายที่แจ้งว่าไม่ได้รับใบแจ้งยอดจากบริษัท
- การส่งอีเมลเพื่อเชิญชวนสมาชิกเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) โดยการสมัครรับ e-Statement เท่ากับร่วมบริจาคเงินสนับสนุนให้มูลนิธิสืบสานคุณละออง โดยบริษัทบริจาคเงินให้ 20 บาทต่อลูกค้า 1 ราย
- ในปี 2563 เพิ่มช่องทางการสื่อสาร เพื่อเชิญชวนสมาชิกเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านช่องทาง KTC Mobile (Push Notification) เน้นการสื่อสารในประเด็นการลดปริมาณกระดาษเพื่อรักษาโลก และเพื่อร่วมรักษาป่าใหญ่ให้คนไทยทั้งชาติ ซึ่งได้รับผลการตอบรับที่ดีจากสมาชิกเคทีซี จำนวน 34,218 ราย คิดเป็นยอดเงินที่เคทีซีได้บริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิฯ จำนวน 684,360 บาท
- สมาชิกสามารถรับแจ้งเตือนการใช้จ่ายแบบ Realtime และเรียก e-Statement ดูได้ในแอปพลิเคชัน เคียวยังรายเดือนและย้อนหลัง 6 เดือน

บริษัทยังคงดำเนินการต่อเนื่องต่อไปในปี 2564

ปริมาณกระดาษ ที่ลดลง

ปี 2562



ส่งอีเมลเพื่อเชิญชวนสมาชิกเคทีซี
ร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด
e-Statement

- มีจำนวนสมาชิกเคทีซีที่ร่วมสมัคร
6,699 ราย
- ยอดเงินที่บริษัทบริจาคให้มูลนิธิฯ
133,980 บาท

ปี 2563



ส่งข้อความผ่าน KTC Mobile
(Push Notification)
เชิญชวนสมาชิกเคทีซีที่ร่วมสมัคร
รับใบแจ้งยอด e-Statement

- มีจำนวนสมาชิกเคทีซีที่ร่วมสมัคร
34,218 ราย
- ยอดเงินที่บริษัทบริจาคให้มูลนิธิฯ
684,360 บาท

ปี 2563

จำนวนสมาชิกเคทีซีที่ร่วมสมัครรับ
ใบแจ้งยอด e-Statement ผ่านทุก ๆ
ช่องทางของ KTC ตั้งแต่เริ่มโครงการ
ในปี 2562 ถึง 2563 รวม

307,474 ราย
ลดการใช้กระดาษประมาณ
9,722 รม



การบริหารจัดการของเสีย

306-2

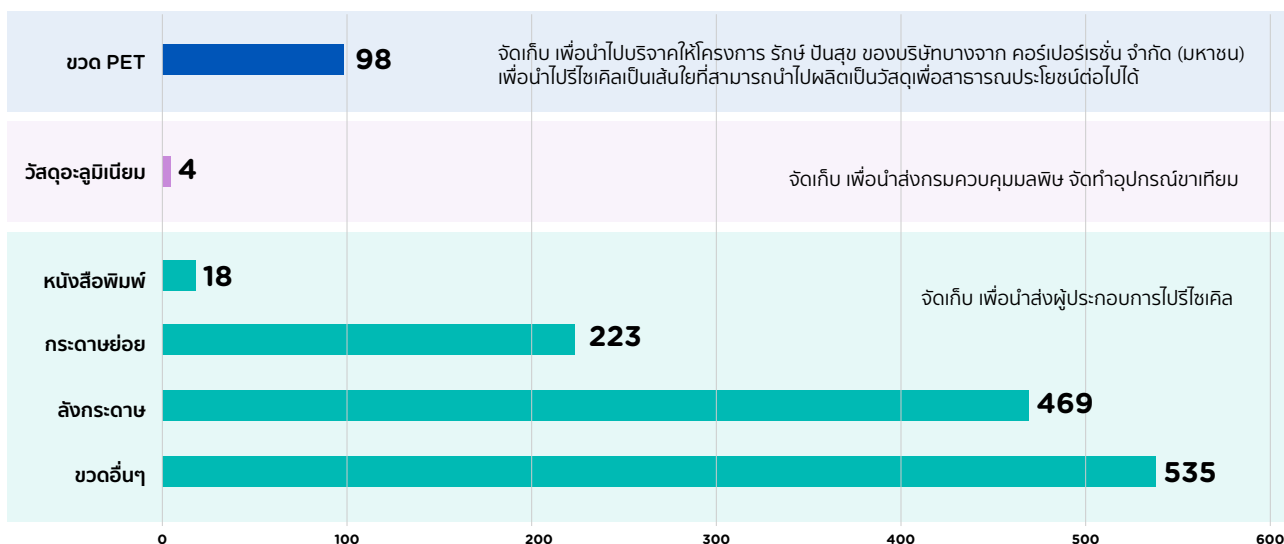
การจัดการของเสีย

บริษัทแบ่งการจัดการของเสียเป็น 2 ส่วน คือ

1) ของเสียไม่เป็นอันตรายที่เกิดจากกิจกรรมประจำวันและการอุปโภคบริโภคภายในอาคาร
สำนักงาน บริษัทฯ องค์กรฯ ให้พนักงานคัดแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้
โดยมีปริมาณขยะที่คัดแยกเพื่อนำไปรีไซเคิลจำนวน 1,347 กิโลกรัม



ปริมาณขยะรีไซเคิล (กิโลกรัม)





2) ของเสียอันตรายที่เกิดจากขยะอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนอุปกรณ์ บริษัทจัดจ้าง บริษัท ไอออนเมาน์เทน ประเทศไทย จำกัด หนึ่งในผู้นำอุตสาหกรรมด้านบริหารจัดการเก็บข้อมูลและการจัดการข้อมูล เพื่อดำเนินการกำจัดขยะอิเล็กทรอนิกส์ (eWaste) อย่างปลอดภัย เชื่อถือได้ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยการเปลี่ยนขยะให้เป็นพลังงาน โดยในปี 2563 มีขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่กำจัดได้ 4,520 กิโลกรัม

การดูแลจัดการบัตรพลาสติก

บริษัทได้ร่วมกับบริษัทจันทวนิช ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด ที่ผลิตบัตรพลาสติกเพื่อนำบัตรพลาสติกที่ไม่สามารถใช้งานได้ ไปย่อยเป็นเศษพลาสติกป่นก่อนส่งต่อเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลเป็นวัสดุใหม่ เช่น แก้วพีวีซี บนรถไฟฟ้ามหานคร สายสีม่วง เป็นต้น โดยไม่นำไปทิ้งให้เป็นมลพิษ

ในปี **2563** บริษัทสามารถรีไซเคิล
บัตรได้ **229.16** กิโลกรัม

โครงการ Shred2Share

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อข้อมูลของบริษัทและลูกค้า ตลอดจนสร้างมาตรฐานการทำลายข้อมูลอย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเข้าร่วมโครงการ “Shred2Share ข้อมูลปลอดภัย ร่วมใส่ใจสิ่งแวดล้อม” โดยกระดาษที่ไม่ได้ใช้แล้วจะถูกทำลายอย่างปลอดภัยและผ่านกระบวนการ Recycle เพื่อนำกลับไปที่ใหม่ ซึ่งช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตกระดาษใหม่ ลดการใช้ถ่านหิน และลดการใช้น้ำ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะโลกร้อน และยังได้ร่วมบริจาคอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้จากการรีไซเคิลมอบให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร

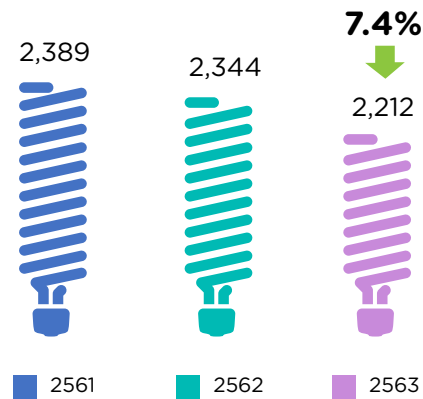
ปี	2563	2562	2561	2560
ปริมาณเอกสารที่นำไปรีไซเคิล (ตัน)	90.91	88.56	6.81	7.77
ลด CO ₂ (กก.)	23,637.09	23,026.77	1,769.49	2,019.21
ลดการใช้ถ่านหิน (กก.)	10,000.31	9,742.09	748.63	854.28
ลดการใช้น้ำ (ลบ.ม.)	4,545.59	4,428.22	340.29	388.31

| การใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ

305-2

บริษัทได้ดำเนินการปรับปรุงพื้นที่สำนักงานเพื่อให้ประหยัดพลังงาน เช่น การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าเป็นหลอด LED ทั้งสำนักงานใหญ่ รวมถึงจุดให้บริการ KTC TOUCH ทั่วประเทศ การวัดค่าความสว่างจากหลอดไฟเพื่อให้พนักงานได้รับความสว่างที่เหมาะสม ลดการใช้ไฟฟ้าในบริเวณที่ไม่จำเป็น บริหารเวลาในการเปิด-ปิดระบบปรับอากาศตั้งแต่เวลา 7.30 - 18.00 ปรับลดอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศมาสู่อุณหภูมิที่เหมาะสม และรณรงค์ให้พนักงานช่วยกันประหยัดพลังงาน

ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า



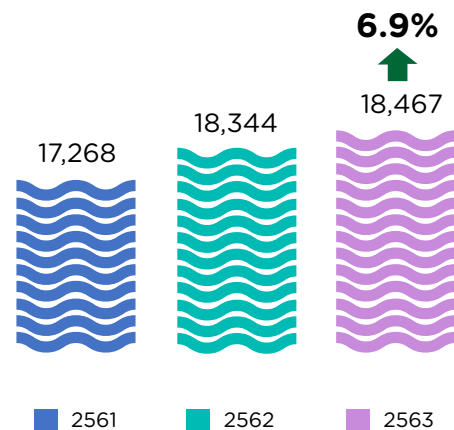
หน่วย :
เมกะวัตต์/ชั่วโมง

หมายเหตุ: ปริมาณการใช้ไฟฟ้าลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2561)

| การจัดการทรัพยากรน้ำ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรน้ำ จึงได้รณรงค์สร้างจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็นร่วมกันใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งตรวจสอบการรั่วของก๊อกน้ำและท่อน้ำเป็นประจำ ทั้งนี้สำหรับปี 2563 เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID-19 จึงมีการใช้น้ำมากขึ้นจากการดูแลสุขอนามัยของพนักงาน เช่น การล้างมือ และการทำความสะอาดสำนักงานที่เพิ่มความถี่มากขึ้นกว่าเดิม

ปริมาณการใช้น้ำ



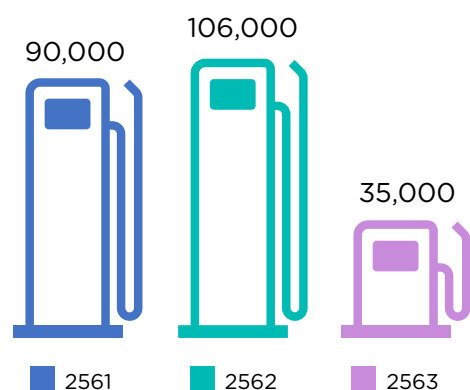
หน่วย : ลบ.ม.

หมายเหตุ: ปริมาณการใช้น้ำเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2561)

| การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง

ในการจัดซื้อ จัดหารถยนต์ส่วนกลางของบริษัท บริษัทได้กำหนดคุณภาพของรถยนต์ส่วนกลางเพื่อให้เลือกใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Fuel) ลดมลพิษที่ปล่อยจากไอเสีย เช่น น้ำมัน E20, E85 โดยการเดินทางเป็นไปตามความจำเป็นเพื่อธุรกิจเท่านั้น

การประหยัดค่าใช้จ่ายพลังงานเชื้อเพลิง



หน่วย : บาท

| โครงการ Care the Bear

บริษัทเข้าร่วมโครงการ "Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event" ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อลดปัญหาโลกร้อนด้วยการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์จากการจัดกิจกรรมหรืออีเวนต์ (Eco Event) ผ่าน 6 แนวทาง ได้แก่

1. รณรงค์ให้เดินทางโดยรถสาธารณะหรือเดินทางมาร่วมกัน
2. ลดการใช้กระดาษและพลาสติกจากเอกสารต่าง ๆ และบรรจุภัณฑ์
3. งดการใช้โฟมจากบรรจุภัณฑ์หรือโฟมเพื่อการตกแต่ง
4. ลดการใช้พลังงานจากอุปกรณ์ไฟฟ้าหรือเปลี่ยนไปใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
5. ออกแบบโดยใช้วัสดุตกแต่งที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้
6. ลดขยะจากอาหารเหลือทิ้งในงานอีเวนต์



ในปี 2563
บริษัทสามารถลดปริมาณ
Carbon Footprint ได้
65,667.55 Kg. Co₂e
หรือเทียบเท่าการปลูกต้นไม้ใหญ่ **7,296 ต้น**



ทั้งนี้ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และหัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

102-45, 102-46, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54

กลุ่มบริษัทของเคทีซี ประกอบด้วย

- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัทย่อย ได้แก่
 - บริษัท เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด โดยมีบริษัทลูก ได้แก่ บริษัท เคทีซี พิกโก (ชลบุรี) จำกัด บริษัท เคทีซี พิกโก (สมุทรสาคร) จำกัด บริษัท เคทีซี พิกโก (ปทุมธานี) จำกัด บริษัท เคทีซี พิกโก (สมุทรปราการ) จำกัด
 - บริษัท เคทีซี นาโน จำกัด
 - บริษัท เคทีซี พรีเมต จำกัด
- บริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท กรุงไทยแอตไวซ์เซอร์ จำกัด

งบการเงินรวมได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และรวมส่วนได้เสียในบริษัทร่วม

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประกอบด้วยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซีและบริษัท เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของเคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เท่านั้น เนื่องจากบริษัทอื่นในกลุ่มเคทีซีซึ่งจดทะเบียนจัดตั้งในปี 2562 และปี 2563 ยังไม่ได้ดำเนินงานอย่างเต็มรูปแบบ และอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล อย่างไรก็ตาม รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และข้อมูลของบริษัทดังกล่าวไว้เพื่อสื่อสารถึงความตั้งใจของเคทีซีในการร่วมพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน

ข้อมูลในรายงานความยั่งยืนปี 2563 ครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2563 โดยบริษัทจะจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ โดยนำกรอบการรายงานสากลที่สอดคล้องกับแนวทางของ Global Reporting Initiatives หรือ GRI แบบทางเลือกหลัก (Core Option) และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ทั้งนี้ รายงานความยั่งยืนฉบับล่าสุดของบริษัทคือรายงานความยั่งยืนประจำปี 2562

การรับรองรายงาน

102-56

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ได้จากข้อมูลทางบัญชีซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทั้งนี้บริษัทยังไม่ได้จัดให้มีการรับรองความถูกต้องของข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้จัดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI standards โดยผู้ให้การรับรองภายนอก อย่างไรก็ตาม การจัดให้มีการรับรองรายงานเป็นส่วนหนึ่งในแผนการดำเนินงานในอนาคต

การติดต่อสอบถามเกี่ยวกับรายงาน

102-53

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 591 อาคารสมัชชาพาณิชย์ 2 ชั้น 14
ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ : 02 828 5017, 02 828 5756
อีเมล : sdktc@kctc.co.th

เอกสารอ้างอิงของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงาน สามารถพิจารณาได้จาก

- <https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>
ประกอบด้วย
 1. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ
 2. คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
 3. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
 4. กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

- <https://www.ktc.co.th/investor-relations/publications-webcast/investorkits>
ประกอบด้วย
 1. แบบ 56-1 one report ประจำปี 2563
 2. งบการเงิน
 3. คำอธิบายและบทวิเคราะห์สำหรับผลการดำเนินงาน (MD&A)

คำอธิบายเพิ่มเติม

| มิติสังคม

พนักงาน ประกอบด้วย

1 พนักงานประจำ (Full-Time Employees) หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัทไว้เป็นการประจำ ไม่มีระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง และได้ผ่านการทดลองปฏิบัติงานและบรรจุเป็นพนักงานประจำแล้วตามเงื่อนไขการจ้างงาน ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ

- 1.1 พนักงานบริหารระดับสูง หมายถึง ผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารขึ้นไป
- 1.2 พนักงานบริหาร หมายถึง ผู้จัดการถึงผู้อำนวยการ
- 1.3 พนักงานทั่วไป หมายถึง เจ้าหน้าที่ถึงผู้ช่วยผู้จัดการ

2 พนักงานสัญญาจ้าง (Contractor) หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัท โดยได้ระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้างไว้อย่างชัดเจน เพื่อทำงานอันมีลักษณะเป็นครั้งคราว หรือเป็นงานโครงการ

3 พนักงาน LEARN & EARN หมายถึง นักศึกษาฝึกงานในโครงการ KTC LEARN & EARN

แผนกที่ก่อให้เกิดรายได้ หมายถึง หน่วยงาน Credit Card, Personal Loans, Distribution & Merchant Acquiring

พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานในไทย ร้อยละ 100

| มิติสิ่งแวดล้อม

พลังงานไฟฟ้า

บริษัทใช้ไฟฟ้าในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมของบริษัท ได้แก่ หลอดไฟส่องสว่าง อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่อาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาอาเซียน 2 และอาคารไทยซัมมิท รวบรวมข้อมูลการใช้ไฟฟ้าจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ก๊าซเรือนกระจก

หมายถึง ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ขอบเขตการรายงาน

- 1.1 ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) เกิดจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านบัตรสินเชื่อเพื่อการเติมน้ำมันสำหรับนิติบุคคล (Fleet Card) ทั้งหมด
- 1.2 ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) เกิดจากการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาอาเซียน 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น
- 1.3 ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) เกิดจากการใช้น้ำและการใช้กระดาษในกระบวนการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาอาเซียน 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน

2. การรายงานปริมาณ

- 2.1 การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) จะรายงานจากปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะ คูณ ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)

2.2 การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) จะรายงานจากปริมาณการซื้อไฟฟ้า คูณ ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)

2.3 การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3) จะรายงานจากปริมาณการซื้อน้ำประปาและกระดาษ รวมถึงข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน คูณ ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)

3. Emission Factor

อ้างอิงจากค่าการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

4. วิธีการคำนวณ

อ้างอิงตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

น้ำ

น้ำที่นำมาใช้เป็นน้ำประปา โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่อาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาอาเซียน 2 และอาคารไทยซัมมิท โดยรวบรวมข้อมูลการใช้น้ำจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ของเสีย

การจัดการของเสีย ประกอบด้วย ปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัท

หมายเหตุ

บริษัทเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลย้อนหลังเพื่อวัดประสิทธิภาพการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเก็บข้อมูลจากการดำเนินงานของอาคารสมัชชาอาเซียน 2 และอาคารไทยซัมมิท คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ของการดำเนินงานทั้งหมด

ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

มิติสังคม

ประเภทข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
พนักงานประจำ (Full-Time Employees)	คน	1,597	1,580	1,548	1,514

จำนวนพนักงานทั้งหมด

102-8, 405-1

ข้อมูล	หน่วย	2563			2562			2561			2560		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	602	1,142	1,744	610	1,168	1,778	624	1,139	1,763	611	1,130	1,741
จำแนกตามระดับ													
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	16	12	28	16	11	27	17	11	28	18	14	32
X ≤ 30	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 < X ≤ 50	คน	1	3	4	1	1	2	1	1	2	2	1	3
50 < X	คน	15	9	24	15	10	25	16	10	26	16	13	29
พนักงานบริหาร	คน	128	170	298	128	179	307	126	166	292	124	146	270
X ≤ 30	คน	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1
30 < X ≤ 50	คน	91	114	205	94	125	219	96	126	222	99	112	211
50 < X	คน	36	55	91	34	54	88	30	40	70	24	34	58
พนักงานทั่วไป	คน	458	960	1,418	466	978	1,444	481	962	1,443	469	970	1,439
พนักงานปฏิบัติการ	คน	412	859	1,271	411	835	1,246	414	814	1,228	408	804	1,212
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	46	101	147	55	143	198	67	148	215	61	166	227
X ≤ 30	คน	108	255	363	131	285	416	142	323	465	138	350	488
30 < X ≤ 50	คน	335	673	1,008	321	666	987	328	615	943	319	598	917
50 < X	คน	15	32	47	14	27	41	11	24	35	12	22	34
พนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้	คน	48	76	124	81	43	124	76	42	118	41	73	114
X ≤ 30	คน	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1
30 < X ≤ 50	คน	39	46	85	47	36	83	50	35	85	34	50	84
50 < X	คน	8	29	37	34	7	41	26	7	33	6	23	29

จำนวนพนักงานใหม่ทั้งหมด

401-1

ข้อมูล	หน่วย	2563		2562		2561		2560	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานเข้าใหม่	คน	57	118	120	290	157	334	117	279
อัตราพนักงานเข้าใหม่	%	3	7	7	16	9	19	7	16
จำแนกตามอายุ									
X ≤ 30	คน	31	77	86	205	104	261	73	228
30 < X ≤ 50	คน	25	40	34	81	51	72	44	50
50 < X	คน	1	1	0	4	2	1	0	1

จำนวนพนักงานพ้นสภาพ

401-1

ข้อมูล	หน่วย	2563		2562		2561		2560	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานพ้นสภาพ	คน	40	103	92	151	92	201	129	291
อัตราพนักงานพ้นสภาพ	%	2	6	5	8	5	11	7	17
จำแนกตามอายุ									
X ≤ 30	คน	16	46	43	83	26	126	73	200
30 < X ≤ 50	คน	23	53	42	65	60	67	52	85
50 < X	คน	1	4	7	3	6	8	4	6

หมายเหตุ: พนักงานพ้นสภาพ ไม่นับรวมพนักงานเกษียณอายุ เกษียณอายุก่อนกำหนด ถึงแก่กรรม ไม่ผ่านเกณฑ์การบรรจุ สิ้นสุดสัญญาจ้างงานหรือเลิกจ้าง

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน	คน	0	0	0	0

หมายเหตุ: บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการที่มีพนักงานบางส่วนเป็นตัวแทนของพนักงานที่จะเสนอผลประโยชน์ให้กับพนักงาน

การลาป่วย

403-9

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
จำนวนวันลาป่วย	วัน	4,448	4,736	4,256	4,224
อัตราการลาป่วย	%	2.6	2.7	2.4	2.4

การหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บเนื่องจากการทำงาน

403-9

ข้อมูล	หน่วย	2563		2562		2561		2560	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนวันหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน	วัน	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน	%	0	0	0	0	0	0	0	0

401-3

ข้อมูล	หน่วย	2563		2562		2561		2560	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานได้รับสิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	1,142	0	1,168	0	1,139	0	1,130
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	26	0	25	0	28	0	24
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	25	0	23	0	28	0	24
อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด	%	0	96	0	92	0	100	0	100
อัตราการคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด	%	0	96	0	96	0	96	0	75

หมายเหตุ : อัตราการกลับมาทำงาน (return to work rate) คือ (จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร/จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร) *100
: อัตราการคงอยู่ (retention rate) คือ (จำนวนพนักงานที่คงอยู่ 12 เดือนหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร/จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตรปีก่อนหน้า) *100

402-1

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
การแจ้งพนักงานล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อตำแหน่ง/ลักษณะการจ้างงาน					
ระยะเวลา	สัปดาห์	2-4 สัปดาห์			

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
การร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน					
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน	เหตุการณ์	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขแล้ว	เหตุการณ์	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนระหว่างการดำเนินการ	เหตุการณ์	0	0	0	0

ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563		2562	2561	2560
		ชาย	หญิง			
ระดับความผูกพันต่อองค์กร	%	70	73	76	68	
สัดส่วนผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม	%	100	100	99	77	

Human Capital Return on Investment

ข้อมูล	2563	2562	2561	2560
HCROI	7.50	7.08	6.76	6.55

| มิติสิ่งแวดล้อม

การใช้พลังงาน (ไฟฟ้า)

302-1

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
การใช้ไฟฟ้า	เมกะวัตต์ชั่วโมง	2,212	2,344	2,389	2,584
ค่าไฟฟ้า	พันบาท	13,099	13,896	14,161	15,327
สัดส่วนค่าไฟฟ้าต่อรายได้	%	0.06	0.06	0.07	0.08

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

305-2, 305-5

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG Scope 1) (FleetCard)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	495	626	629	-
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG Scope 2) (ไฟฟ้า)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,006	1,364	1,390	1,504
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (GHG Scope 3) • น้ำ (ข้อมูลเริ่มปี 2560) • กระดาษ (ข้อมูลเริ่มปี 2561) • การเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน (ข้อมูลเริ่มปี 2563)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	214	267	241	14

การใช้น้ำ

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560
การใช้น้ำประปา	ลูกบาศก์เมตร	18,467	18,344	17,268	17,461

การเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน

302-2

ข้อมูล	หน่วย	2563	2562	2561	2560*
น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเดินทาง	ลิตร	203,779	258,085	258,697	210,528
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	พันบาท	4,579	6,964	7,369	5,512
สัดส่วนของรายได้	%	0.02	0.03	0.03	0.03

หมายเหตุ: * ในปี 2560 ฐานข้อมูลเริ่มเดือนเมษายน

GRI Content Index

102-55

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
General Disclosures						
Organizational profile						
102-1	Name of the organization	8	54			
102-2	Activities, brands, products, and services	10-12	64-90			
102-3	Location of headquarters	8	60			
102-4	Location of operations	8-9	290			
102-5	Ownership and legal form	8-9	91-96			
102-6	Markets served	8-12, 74-77				
102-7	Scale of the organization	37-38, 58	179-183			
102-8	Information on employees and other workers	115	143			
102-9	Supply chain	69				
102-10	Significant changes to the organization and its supply chain	8-12	54-60			
102-11	Precautionary principle or approach	53				
102-12	External initiatives	32				
102-13	Membership of associations	12				
Strategy						
102-14	Statement from senior decision-maker	5-6				
102-15	Key impacts, risks, and opportunities	6, 13-15	87-89			
Ethics and integrity						
102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	7	56			
102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	59-63	115-133			
Governance						
102-18	Governance structure	16, 52-53, 59-61	115-133			
102-19	Delegating authority	16, 52-53, 59-61	115-133			
102-30	Effectiveness of risk management processes	52-57	105-111			
102-32	Highest governance body's role in sustainability reporting	16, 59-61				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
Stakeholder engagement						
102-40	List of stakeholder groups	17				
102-42	Identifying and selecting stakeholders	16-17				
102-43	Approach to stakeholder engagement	16-25				
102-44	Key topics and concerns raised	18-25				
Reporting practice						
102-45	Entities included in the consolidated financial statements	112				
102-46	Defining report content and topic boundaries	26-27, 112				
102-47	List of material topics	26-32				
102-48	Restatement of information	50				
102-49	Changes in reporting	28				
102-50	Reporting period	112				
102-51	Date of most recent report	112				
102-52	Reporting cycle	112				
102-53	Contact point for questions regarding the report	112-113				
102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards	112				
102-55	GRI content index	120-126				
External assurance						
102-56	External assurance	112				
TOPIC-SPECIFIC DISCLOSURES						
Economic Dimension						
Digitalization				SDG 1, SDG 8, SDG 9		
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	40				
103-2	The management approach and its components	40-47				
103-3	Evaluation of the management approach	40				
GRI 418: Customer Privacy 2016						
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of consumer data	47				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
Brand and Customer TrustSDG 8						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	48				
103-2	The management approach and its components	48-51				
103-3	Evaluation of the management approach	48				
GRI 417: Marketing and Labeling 2016						
417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	49	166-168			
Risk and Crisis ManagementSDG 16						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	52				
103-2	The management approach and its components	52-57	105-111			
103-3	Evaluation of the management approach	52				
Economic PerformanceSDG 8, SDG 9						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	58				
103-2	The management approach and its components	58				
103-3	Evaluation of the management approach	58				
GRI 201: Economic Performance 2016						
201-1	Direct economic value generated and distributed	58				
Corporate GovernanceSDG 16						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	59				
103-2	The management approach and its components	59-64	115-152			
103-3	Evaluation of the management approach	59				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
ESG Products and Services				SDG 8, SDG 9		
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	65				
103-2	The management approach and its components	65-68				
103-3	Evaluation of the management approach	65				
GRI 203 Indirect Economic Impacts						
203-2	Significant indirect economic impacts	65-68				
Supply Chain Management				SDG 8, SDG 13		
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	69				
103-2	The management approach and its components	69-72				
103-3	Evaluation of the management approach	70				
GRI 308 Supplier Environmental Assessment 2016						
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	70				
GRI 414 Supplier Social Assessment 2016						
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	70				
SOCIAL DIMENSION						
Financial Inclusion and Financial Literacy				SDG 1, SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 9		
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	74				
103-2	The management approach and its components	74-82				
103-3	Evaluation of the management approach	74				
GRI 203 Indirect Economic Impacts 2016						
203-1	Infrastructure investments and services supported	74-82				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
Anti-Corruption and Bribery						SDG 16
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	83	120-121			
103-2	The management approach and its components	84-87				
103-3	Evaluation of the management approach	83				
GRI 205: Anti-Corruption 2016						
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	84-87				
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	84-87				
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	85				
Human Capital Development				SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 10		
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	88	145			
103-2	The management approach and its components	88-95				
103-3	Evaluation of the management approach	88				
GRI 201 Economic Performance 2016						
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	89				
GRI 205 Anti-Corruption 2016						
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	93				
GRI 401: Employment 2016						
401-1	New employee hires and employee turnover	88-89, 116				
401-3	Parental leave	117				
GRI 402: Labor/ Management relations						
402-1	Minimum notice periods regarding operational	117				
GRI 404: Training and Education 2016						
404-1	Average hours of training per year per employee	91	145			
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	90-95				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity						
405-1	Diversity of governance bodies and employees	88-89, 115				
Occupational Health and SafetySDG 3, SDG 8						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	96				
103-2	The management approach and its components	96-99				
103-3	Evaluation of the management approach	96				
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018						
403-1	Occupational health and safety management system	96-97				
403-9	Work-related injuries	98-99, 116-117				
Collaboration with partnership for sustainabilitySDG 8						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	100				
103-2	The management approach and its components	100-102				
103-3	Evaluation of the management approach	100				
GRI 203 Indirect Economic Impacts 2016						
203-2	Significant indirect economic impacts	100-102				
ENVIRONMENTAL DIMENSION						
Environmental Management and Climate StrategySDG 3, SDG 12, SDG 13						
GRI 103: Management Approach 2016						
103-1	Explanation of the material topic and its boundary	104				
103-2	The management approach and its components	104-111				
103-3	Evaluation of the management approach	104				
GRI 302: Energy 2016						
302-1	Energy consumption within the organization	106-111, 119				
302-2	Energy consumption outside of the organization	119				
302-4	Reduction of energy consumption	106-111, 119				

GRI Standards	Disclosure	Page Number(s)		Omission	External Assurance	Relation to SDGs
		Sustainability Report	Form 56-1 One Report			
GRI 305: Emissions 2016						
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	110, 119				
305-5	Reduction of GHG emissions	119				
GRI 306: Effluents and Waste 2016						
306-2	Waste by type and disposal method	108-109				



แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน รายงานความยั่งยืน ปี 2563 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะของท่านจะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนของเคทีซีในอนาคต
ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ○ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่าง

1. ท่านเป็นผู้อ่านในกลุ่มใด

- | | | |
|---|--|--------------------------------|
| ☐ ผู้ถือหุ้น/ผู้ลงทุน | ☐ ลูกค้า | ☐ เจ้าหนี้ |
| ☐ คู่ค้า | ☐ พันธมิตร | ☐ คู่แข่ง |
| ☐ สังคมและสิ่งแวดล้อม | ☐ คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร | ☐ พนักงาน |
| ☐ ภาครัฐ | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ _____ | |

2. ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 เพื่อ

- | | |
|--|---|
| ☐ รู้จักบริษัท | ☐ ศึกษาแนวทางดำเนินงานด้านความยั่งยืน |
| ☐ หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน | ☐ เตรียมจัดทำรายงานความยั่งยืนบริษัทของท่าน |
| ☐ อื่น ๆ กรุณาระบุ _____ | |

3. ท่านสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนของเคทีซีในเรื่องใดบ้าง

- | | |
|---|---|
| ☐ เทคโนโลยีดิจิทัล | ☐ การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน |
| ☐ การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี | ☐ การต่อต้านการคอร์รัปชันและติดสินบน |
| ☐ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ | ☐ การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล |
| ☐ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ | ☐ การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน |
| ☐ การกำกับดูแลกิจการ | ☐ การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน |
| ☐ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล | ☐ การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ |
| ☐ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน | |

4. ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563

- เนื้อหาที่น่าสนใจ ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย โปรดแนะนำ _____
- เนื้อหาเข้าใจง่าย ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย โปรดแนะนำ _____
- ความสมบูรณ์ของรายงานโดยรวม ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย โปรดแนะนำ _____
- การออกแบบรูปเล่มน่าสนใจ ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย โปรดแนะนำ _____
- ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม ☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย โปรดแนะนำ _____

5. หลังจากอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ท่านรู้สึกอย่างไรกับการดำเนินงาน ด้านความยั่งยืนของเคทีซี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าเคทีซีควรดำเนินงานด้านความยั่งยืนในเรื่องใดเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืน (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563 กรุณาติดต่อ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 591 อาคารสมัชชาวณิช 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ

เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 02 828 5017, 02 828 5756

อีเมล : sdktc@ktc.co.th

