

รายงานความยั่งยืน ประจำปี 2566

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

รางวัลระดับสากล



ได้รับคัดเลือกอยู่ในทำเนียบ
The Sustainability Yearbook 2024 จัดทำโดย
S&P Global

FTSE4Good

ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิก
ดัชนีความยั่งยืนระดับโลก
FTSE4Good Index Series
ตั้งแต่ปี **2564**

MSCI
ESG RATINGS
BBB
CCC | B | BB | BBB | A | AA | AAA

ได้รับการประเมิน
MSCI ESG Rating
ในระดับ **BBB**



ได้รับรางวัล
Champion Security Award 2023, Best in Class in Risk Management
จากวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล



ได้รับรางวัลนวัตกรรม
เทคโนโลยียอดเยี่ยม
(Technical Solution Joint Innovation Awards)
จากงาน **Huawei Connect 2023**

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

รางวัลระดับประเทศ

ได้รับการจัดอันดับ **SET ESG Ratings** ระดับสูงสุด **AAA**

ได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนี **SETESG Index** เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2563-2566



ได้รับรางวัลประธานเจ้าหน้าที่บริหารดีเด่น **(Outstanding CEO Awards)** และบริษัทจดทะเบียนที่มีผลการดำเนินงานดีเด่น **(Outstanding Company Performance Awards)** ประจำปี 2566 ในกลุ่มรางวัลธุรกิจยอดเยี่ยม **(Business Excellence)** ที่มีมูลค่าทางการตลาด **(Market Capitalization)** มากกว่า 1 แสนล้านบาทขึ้นไป

ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ **ISO/IEC 27001:2013** และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล **ISO/IEC 27701:2019**



ได้รับรางวัลมูลค่าแบรนด์องค์กรสูงสุด **(Thailand's Top Corporate Brand Value 2023)** ในหมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ ประจำปี 2566

ได้รับรางวัล ดีเลิศ จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ตั้งแต่ปี 2559

ได้รับเลือกอยู่ใน **ESG 100** จากสถาบันไทยพัฒน์ ต่อเนื่องเป็นปีที่ 8 ตั้งแต่ปี 2559

สมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ตั้งแต่ปี 2559

ผลการประเมินคุณภาพการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น **(AGM)** ประจำปี 2566 ในระดับร้อยละ **"100"**

*DISCLAIMER STATEMENT THE USE BY KRUNGTHAI CARD PUBLIC COMPANY LIMITED OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF KRUNGTHAI CARD PUBLIC COMPANY LIMITED BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.
** DISCLAIMER STATEMENT THE USE BY KRUNGTHAI CARD PUBLIC COMPANY LIMITED HAS BEEN INDEPENDENTLY ASSESSED ACCORDING TO THE FTSE4GOOD CRITERIA AND HAS SATISFIED THE REQUIREMENTS TO BECOME A CONSTITUENT OF THE FTSE4GOOD INDEX SERIES. CREATED BY THE GLOBAL INDEX PROVIDER FTSE RUSSELL, THE FTSE4GOOD INDEX SERIES IS DESIGNED TO MEASURE THE PERFORMANCE OF COMPANIES DEMONSTRATING STRONG ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) PRACTICES. THE FTSE4GOOD INDICES ARE USED BY A WIDE VARIETY OF MARKET PARTICIPANTS TO CREATE AND ASSESS RESPONSIBLE INVESTMENT FUNDS AND OTHER PRODUCTS.
*** ในปี 2566 ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้เปลี่ยนชื่อ "รายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI (Thailand Sustainability Investment)" เป็น "หุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings" พร้อมทั้งประกาศผลประเมินในรูปแบบ ESG Ratings เป็นปีแรก

สารจากประธานกรรมการ



“

THE STORY CONTINUES...

THE NEXT JOURNEY BEGINS

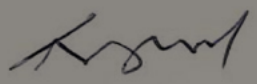
สืบสานเส้นทางธุรกิจที่สะท้อนความมุ่งมั่น
ในการสร้างผลเชิงบวก
ให้เกิดแก่**เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม**
พร้อม**เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน**

”

ท่ามกลางความท้าทายทางเศรษฐกิจ กฎระเบียบ สภาพภูมิอากาศ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงปัญหาหนี้นอกระบบ ทำให้ธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญที่ชัดเจนขึ้นในการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินเพื่อส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน นำไปสู่สมดุลระหว่างความเจริญทางเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม และการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

เคทีซียังคงเดินหน้าดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เคารพสิทธิมนุษยชน การบริหารความเสี่ยงและต้นทุนอย่างเหมาะสม การให้สินเชื่อด้วยความรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending) รวมถึงไม่ละเลยโอกาสในการผสานแนวคิดด้านความยั่งยืนไปพร้อมกัน เพื่อสร้างความตระหนักรู้สู่การใช้จ่ายอย่างชาญฉลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการบนพื้นฐานความจำเป็นของชีวิต ดังนั้นทุกการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีจึงเกิดจากความทุ่มเทของบุคลากรในการเลือกสรรสิทธิประโยชน์เพื่อตอบโจทย์สมาชิก ในปี 2566 มีผลงานที่โดดเด่น ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรม “บัตรเครดิต เคทีซี ดิจิทัล” ที่เพิ่มความปลอดภัยขั้นสูงในรูปแบบบัตรเครดิตใสครั้งแรกของไทยที่ไร้หมายเลขและแถบแม่เหล็กบนบัตร เปลี่ยนรหัสหลังบัตรทุกครั้งที่ขอ (Dynamic CVV) และใช้ได้ภายใน 24 ชั่วโมง ในส่วนของธุรกิจสินเชื่อเคทีซี พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ยังคงมุ่งเน้นการช่วยเหลือกลุ่มลูกค้าที่ขาดโอกาสด้านการเงินและไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของสถาบันการเงิน ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ถูกต้อง โปร่งใส และเป็นธรรม นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวยั่งยืนในหมวด “โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)” กว่า 100 แห่ง ใน 20 จังหวัดทั่วประเทศ ทั้งหมดนี้แสดงถึงเจตนารมณ์ในการส่งเสริมระบบนิเวศของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าด้วยการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง ส่งผลให้เคทีซีสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการ เท่ากับ 7,241 ล้านบาท และยังคงดำรงสถานะการรับรองระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019 อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตอกย้ำความเป็นองค์กรด้านความปลอดภัยทั้งในประเทศไทยและเอเชียแปซิฟิกด้วยรางวัล “Champion Security Award 2023, Best in Class in Risk Management” ของวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล นอกจากนี้เคทีซียังคงสถานะสมาชิกดัชนี SETESG Index ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 โดยได้รับการจัดอันดับ SET ESG Ratings ระดับสูงสุด AAA และคงสถานะการเป็นสมาชิก FTSE4Good Index Series รวมถึงได้รับคัดเลือกให้อยู่ใน The S&P Global Sustainability Yearbook 2024 อีกด้วย

ในนามของคณะกรรมการ ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้มอบความไว้วางใจให้กับเคทีซีด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารที่เกษียณอายุในปีนี้ทุกท่าน ที่ได้อุทิศตนร่วมสร้างรากฐานที่มั่นคงและความสำเร็จที่มีคุณค่าไว้ให้แก่เคทีซี และขอต้อนรับประธานเจ้าหน้าที่บริหารคนใหม่ ผู้มากด้วยประสบการณ์และมุมมองอันล้ำค่า ที่จะมาร่วมสานต่อการบริหารองค์กรเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน และนำพาเคทีซีให้เติบโตอย่างยั่งยืนบนเส้นทางแห่งความเป็นเลิศต่อไป



(นายประสงค์ พูนธเนศ)
ประธานกรรมการ
บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

สารบัญ

04 สารจากประธานกรรมการ

07 รู้จักเคทีซี
- 07 รู้จักเคทีซี
- 14 ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

18 บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 18 บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

37 ภาพรวมผลการดำเนินงาน

39 มิติเศรษฐกิจ:
“Better Product and Service”
- 40 การกำกับดูแลกิจการ
- 50 การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน
- 60 การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- 72 นวัตกรรมดิจิทัล
- 89 การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี
- 95 ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- 106 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- 115 ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

116 มิติสังคม:
“Better Quality of Life”
- 117 การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
- 133 การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
- 137 การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
- 156 การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- 168 การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน

170 มิติสิ่งแวดล้อม:
“Better Climate”
- 171 การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

184 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 184 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 186 คำอธิบายเพิ่มเติม

189 ผลการดำเนินการเพื่อความยั่งยืน
- 189 มิติเศรษฐกิจ
- 190 มิติสังคม
- 200 มิติสิ่งแวดล้อม

201 GRI Content Index

วิสัยทัศน์

“ **เคทีซี** เป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนา**ธุรกิจการชำระเงิน** และ**สินเชื่อรายย่อย** โดยเน้นความเป็น**องค์กรที่น่าเชื่อถือ** และ**การเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ** ”

พันธกิจ

พันธกิจ 1 สร้างโครงสร้างพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และบริการด้านการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อยที่เข้าถึงง่าย สะดวกและปลอดภัย เพื่อเป็นทางเลือกให้สมาชิก

พันธกิจ 2 สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการพัฒนาความสามารถขององค์กรให้เหนือกว่าในด้านของเทคโนโลยี กระบวนการทำงาน และบุคลากร เพื่อเข้าใจการใช้ชีวิตของสมาชิก และตอบสนองความต้องการได้อย่างแท้จริง

พันธกิจ 3 สร้างแบรนด์เคทีซีให้อยู่ในใจของสมาชิก เพื่อความสัมพันธ์และเติบโตอย่างยั่งยืน

ค่านิยมหลัก

กล้าที่จะทำ ในสิ่งที่ถูกต้อง

ฉลาด ที่จะทำให้ง่าย ไม่ซับซ้อน

ทำสิ่งที่ **มีความหมาย** และ**มีประโยชน์**

GRI 2-23

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อบริษัท บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“เคทีซี” หรือ “บริษัท”)

ที่ตั้งสำนักงานใหญ่

เลขที่ 591 อาคารสมัชชาวาณิช 2
ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33
แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา
กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม

ธุรกิจการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)

จุดบริการ KTC TOUCH



จุดบริการในกรุงเทพฯ 8 จุดบริการ
ปริมณฑล 3 จุดบริการ และภูมิภาค 1 จุดบริการ
รวมทั้งสิ้น 12 จุดบริการ

ทั้งนี้ บริษัทจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “รายละเอียดจุดบริการ KTC TOUCH”

ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

2,578,334,070
บาท

ความเป็นมา

4 ธันวาคม 2539
จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

2 กรกฎาคม 2545
จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

28 ตุลาคม 2545
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ปัจจุบัน
บริษัทเป็นผู้นำด้านกลุ่มธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “นโยบายและภาพรวมธุรกิจ”)

วัตถุประสงค์และลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย

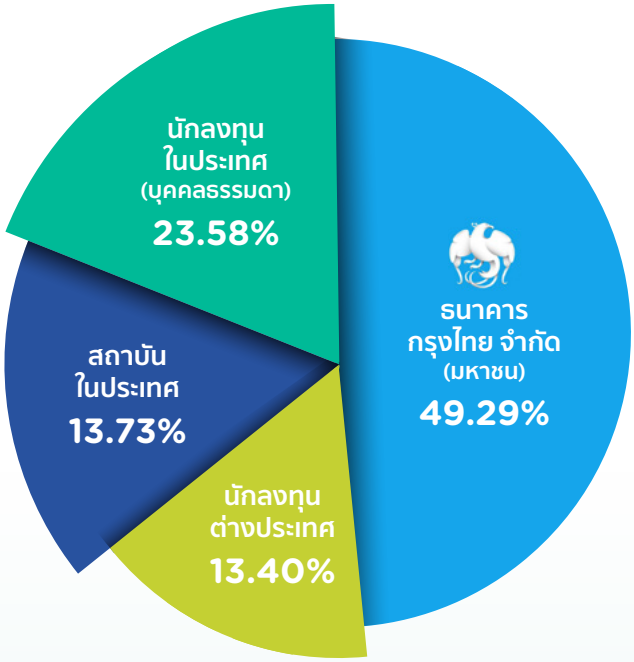
บริษัทดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจร้านค้ารับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งครอบคลุมไปถึงสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับและสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน

นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคม บริษัทได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ครบวงจร ซึ่งครอบคลุมธุรกิจสินเชื่อรายย่อยสำหรับการประกอบอาชีพ ธุรกิจเงินอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจเช่าซื้อและธุรกิจลีสซิ่ง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนระยะยาวอย่างยั่งยืน

GRI 2-1,2-6

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

ณ สิ้นปี 2566 ผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคารกรุงไทย”) มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49.29 และนายมงคล ประกิตชัยวัฒนา มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 10.76 โดยบริษัทในฐานะบริษัทจดทะเบียนดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และเป็นธรรมกับผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ ในการทำสัญญาระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้นใหญ่ บริษัทมีการกำหนดเงื่อนไขของสัญญา ราคา และข้อตกลงเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติทั่วไป



ความสัมพันธ์กับธนาคารกรุงไทย

Krungthai กรุงไทย

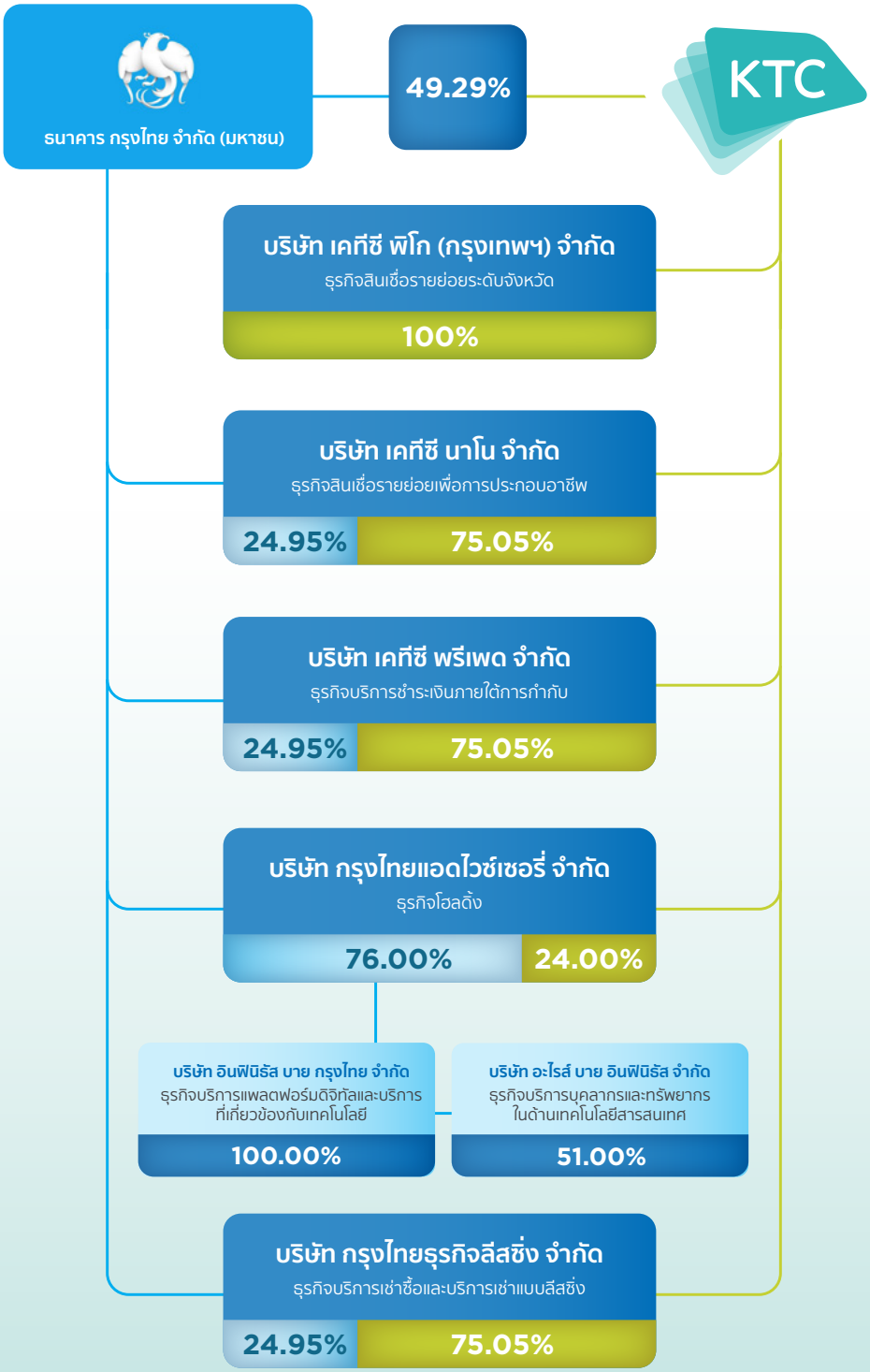
- บริษัทเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย โดยธนาคารกรุงไทยมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย ตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม เพื่อให้มั่นใจได้ว่ากลุ่มธุรกิจมีความเหมาะสม มีความมั่นคง ภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม การมีธรรมาภิบาลที่ดี และดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดยบริษัทมีความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีการแทรกแซงทั้งในเรื่องของนโยบายหรือการบริหารกิจการจากธนาคารกรุงไทยหรือภาครัฐในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธนาคารกรุงไทย
- ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับธนาคารกรุงไทยในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคล มีความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) โดยบริษัทได้รับความร่วมมือจากธนาคารกรุงไทย เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทผ่านสาขาต่าง ๆ ของธนาคาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ
- ธุรกรรมระหว่างบริษัทกับธนาคารกรุงไทย หรือบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และ “การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน”)

GRI 2-1

โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ 31 ธันวาคม 2566



หมายเหตุ: เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2567 บริษัทได้ขายหุ้นสามัญของบริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอรี่ จำกัด (“KTA”) ให้กับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคารกรุงไทย”) ในสัดส่วน 24% ซึ่งทำให้ปัจจุบันธนาคารกรุงไทยเป็นผู้ถือหุ้นใน KTA 100%

GRI 2-6

การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

เพื่อขยายขอบเขตของผลิตภัณฑ์และบริการ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของลูกค้า เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคมไทย และเป็นผู้นำในธุรกิจสินเชื่อที่ครบวงจร รวมถึงเพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดสังคมแห่งนวัตกรรมดิจิทัล บริษัทจึงได้ร่วมกับธนาคารกรุงไทย ดำเนินการดังนี้

2562

ปี 2562

- จัดตั้งบริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (Pico Finance) ประเภท พิโกพลัส โดยมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจ Pico Finance ในจังหวัดต่างๆ อีก 4 บริษัท ประกอบด้วย ชลบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ ซึ่งบริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 100
- จัดตั้งบริษัท เคทีซี นาโน (จำกัด) เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance)

2563

ปี 2563

- จัดตั้ง บริษัท เคทีซี พรีเพด จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแก่ผู้รับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และการให้บริการโอนเงินด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์
- ซื้อหุ้นเพิ่มทุนในบริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอรี่ จำกัด (ธุรกิจโฮลดิ้ง) เพื่อลงทุนในบริษัท อินฟินิธัส บาย กรุงไทย จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

2564

ปี 2564

- บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท กรุงไทยธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด จากธนาคารกรุงไทย เพื่อประกอบธุรกิจเช่าซื้อและบริการเช่าแบบลีสซิ่ง

2565

ปี 2565 ไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

2566

ปี 2566

- เนื่องจากธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดนั้นมีความเสี่ยงค่อนข้างสูงมาก ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่แน่นอน บริษัทจึงมีนโยบายขอยกเลิกการประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับประเภทพิโกพลัส ซึ่งได้คืนใบอนุญาตประกอบกิจการและจดทะเบียนเลิกกิจการแล้ว โดยบริษัท เคทีซี พิโก (ชลบุรี) จำกัด บริษัท เคทีซี พิโก (ปทุมธานี) จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการแล้วเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2566 และบริษัท เคทีซี พิโก (สมุทรปราการ) จำกัด บริษัท เคทีซี พิโก (สมุทรสาคร) จำกัด ได้จดทะเบียนเลิกกิจการแล้วเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2566 ซึ่งถือว่าเป็นการถอนบริษัทออกจากกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทยแล้ว ปัจจุบันคงเหลือ บริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด ที่ยังคงดำเนินธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (https://www.set.or.th/th/market/news-and-alert/newsdetails?id=84144201&symbol=KTC)

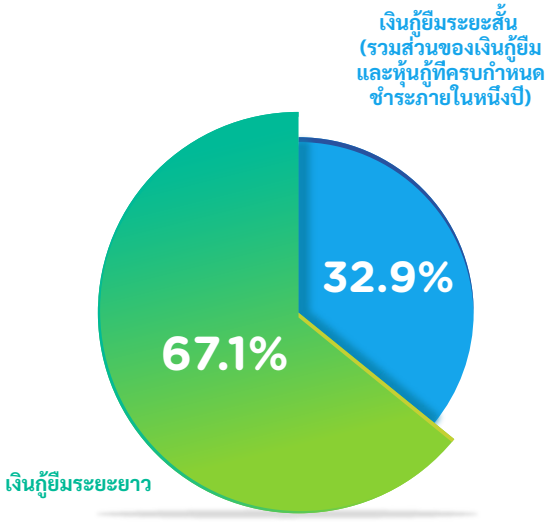
ทั้งนี้ การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อนำประโยชน์มาให้แก่บริษัทในฐานะของผู้ถือหุ้นในอนาคต โดยบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดการทำรายการผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว

GRI 2-6

การจัดการเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

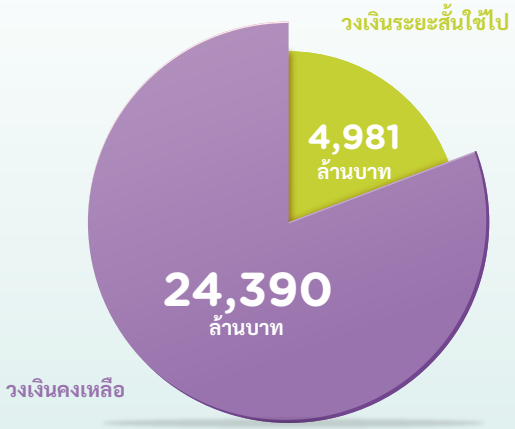
บริษัทมีแนวทางในการจัดหาเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาวจาก การออกหุ้นกู้ ตั๋วเงิน และการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ซึ่งรวมถึงธนาคารกรุงไทยผู้ถือหุ้นรายใหญ่ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกัน และกองทุนต่าง ๆ โดยมิได้พึ่งพิงสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ ทำให้บริษัทมีแหล่งเงินทุนที่กระจายตัวเพียงพอและเหมาะสม โดยอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามอัตราตลาด บริษัทบริหารต้นทุนทางการเงินโดยคำนึงถึงสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นต่อระยะยาวให้สอดคล้องกับอายุของสินทรัพย์ของบริษัท แนวโน้มอัตราดอกเบี้ย และสภาวะตลาดในอนาคต เป็นต้น รวมถึงจัดให้มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและเพียงพอ อีกทั้งสำรองวงเงิน Committed Line สำหรับภาวะฉุกเฉิน

สัดส่วนโครงสร้างแหล่งเงินทุน ณ สิ้นปี 2566



ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 บริษัทและบริษัทย่อยมีวงเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน (Total Short-Term Credit Line) ทั้งสิ้นจำนวน 29,371 ล้านบาท ใช้วงเงินระยะสั้นไปจำนวน 4,981 ล้านบาท มีวงเงินคงเหลือ (Available Credit Line) จำนวน 24,390 ล้านบาท นอกจากนี้ บริษัทยังคงดำรงเงินสดคงเหลือประจำวันให้เพียงพอ เพื่อประโยชน์แห่งการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่องและภาวะวิกฤติสภาพคล่อง (Liquidity Stress Test) เป็นประจำ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทจะไม่ประสบปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน

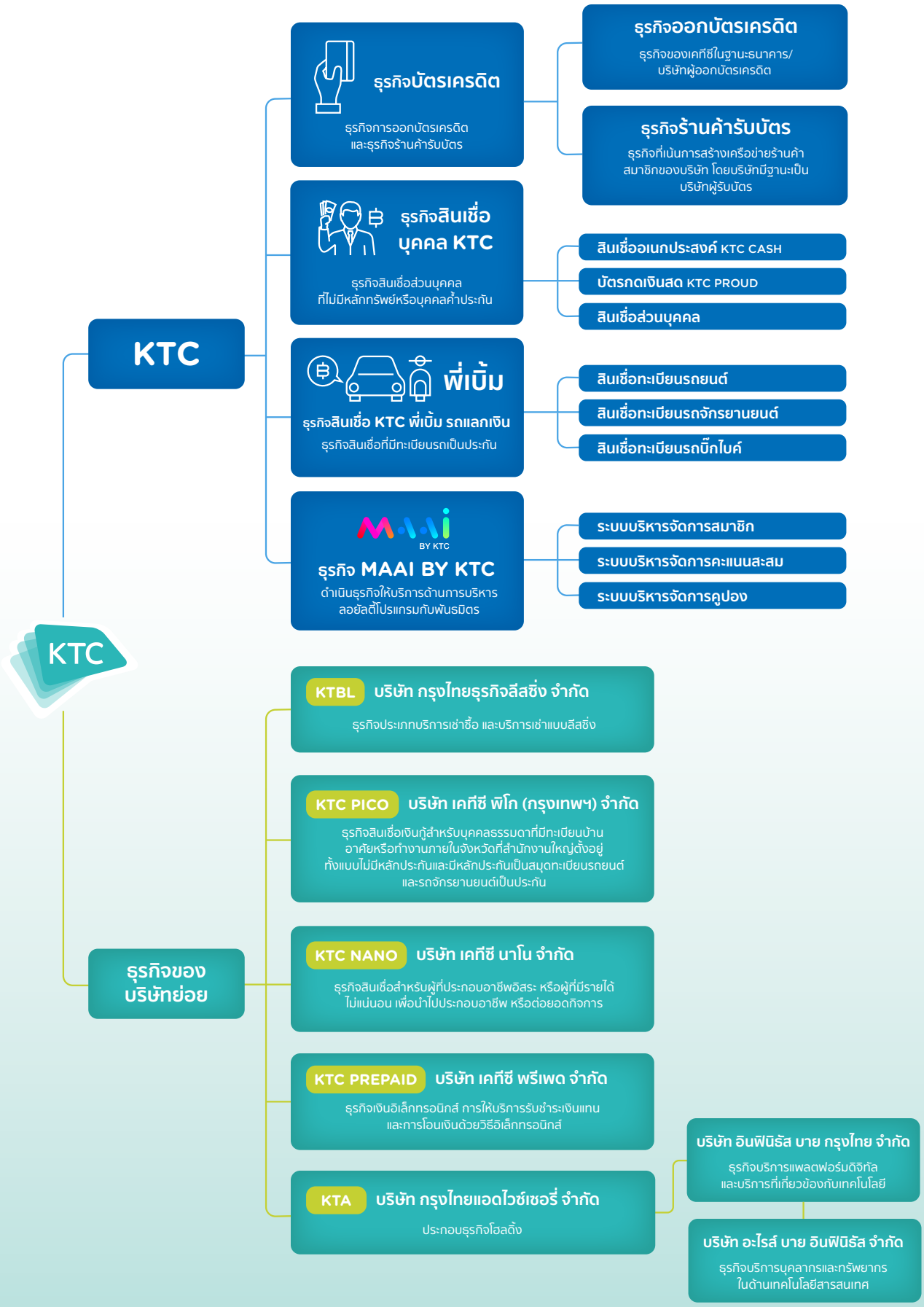
วงเงินกู้ยืมระยะสั้น ณ สิ้นปี 2566



หมายเหตุ : บริษัทไม่สามารถรับฝากเงินหรือรับเงินจากประชาชนได้เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ เนื่องด้วยบริษัทไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ (Banking License) ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551

GRI 2-6

ผลิตภัณฑ์และบริการ



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

GRI 2-6

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

ด้วยวิสัยทัศน์ **“เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ”** บริษัทกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจที่สอดรับวิสัยทัศน์ สร้างสมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์ความคาดหวังของสมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน ท่ามกลางบริบทการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา สรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

“คน - กระบวนการ -เทคโนโลยี”

3 แกนหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์และบริการ
เพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อสมาชิก



คน

มุ่งพัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้นำของผู้บริหารรุ่นใหม่ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาผู้บริหารระดับกลาง เน้นการสร้างความเป็นผู้นำเพื่อจะร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

กระบวนการ

ให้ความสำคัญกับการออกแบบและปรับกระบวนการทำงานให้กระชับ รวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน โดยยึดสมาชิกเป็นศูนย์กลาง มีความเข้าใจความต้องการของสมาชิกและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อทำการตลาด พร้อมทั้งปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง

เทคโนโลยี

ให้ความสำคัญกับการใช้งานคลาวด์ (Cloud Computing) ในโครงสร้างระบบทางด้านไอที รวมถึงการประมวลผลและจัดเก็บข้อมูล ส่งผลดีในเรื่องความปลอดภัย ความเสถียร ยืดหยุ่น คล่องตัว รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในด้านต้นทุนการดำเนินงานและคุณภาพการให้บริการ รวมถึงการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาเพิ่มศักยภาพขององค์กร เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อสมาชิกและปรับปรุงคุณภาพของพอร์ตสินเชื่อ

GRI 3-3

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2567

ธุรกิจบัตรเครดิต

สำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2567 บริษัทได้ตั้งเป้าการเติบโตของยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตไว้ที่ 15% จากปี 2566 หรือยอดใช้จ่ายทั้งสิ้นประมาณ 300,000 ล้านบาท รวมถึงตั้งเป้าในการหาสมาชิกใหม่ (New Booking) จำนวน 230,000 ราย ทั้งนี้กลยุทธ์การตลาดของบัตรเครดิต KTC ในปี 2567 จะเน้นการทำ Segmentation แบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มีความชัดเจน โดยมีการนำระบบ Automation เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผ่าน 4 แกนหลักที่สำคัญ ดังนี้

Portfolio & Product Management

บริหารจัดการพอร์ตสมาชิกปัจจุบันให้มีคุณภาพและเป็นพอร์ตที่ลูกค้ามีการใช้จ่ายอยู่อย่างสม่ำเสมอ (Active Customer) เช่น

- จัดโปรแกรมการเพิ่มวงเงิน (Credit Line Increase) สำหรับลูกค้าที่มีคุณภาพ (Valued Customer) ให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
- กระตุ้นการสมัครบัตรเสริม ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน KTC Mobile ซึ่งจะมีการปรับ Journey การสมัครบัตรเครดิตให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น
- ทำโปรแกรมสำหรับลูกค้าที่ไม่มีความเคลื่อนไหว (Inactive Customer) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าที่หยุดใช้จ่ายตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป กลับมาใช้จ่ายผ่านบัตร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต โดยเน้นเรื่องความปลอดภัยในการใช้จ่ายผ่านบัตรเป็นสำคัญ ด้วยการออกบัตรเครดิต KTC DIGITAL พร้อม 3 จุดเด่น

- ยกระดับเรื่องความปลอดภัยกับการใช้จ่ายออนไลน์ ด้วยเลขหลังบัตรที่เปลี่ยนทุกครั้งที่มีการขอ (Dynamic CVV/ CVC2) และใช้ได้ภายใน 24 ชั่วโมง
- ด้านความรวดเร็ว สามารถใช้จ่ายได้ทันทีหลังได้รับการอนุมัติ สำหรับการใช้จ่ายออนไลน์ สามารถสแกนจ่ายด้วย QR Pay และการผูกบัตรกับระบบชำระเงินบนอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Google Pay/ Swatch Pay เป็นต้น
- ความสบายใจในการใช้จ่ายผ่านบัตรที่ร้านค้าทั่วไปไร้กังวลจากการถูกโจรกรรมคัดลอกข้อมูล ด้วยบัตรพลาสติกไร้หมายเลขบนบัตร (Numberless Card) นอกจากนี้ รูปลักษณ์ของบัตรยังเน้นการดีไซน์ที่แสดงถึงความโมเดิร์น ด้วยตัวบัตรที่โปร่งแสง (Translucent) มีเพียงโลโก้แบรนด์ของเครือข่ายและเคทีซีในฐานะผู้ออกบัตร กับชื่อของผู้ถือบัตรเท่านั้น ปราศจากตัวเลขและข้อมูลสำคัญบนบัตร เพื่อความปลอดภัยของผู้ถือบัตรในการใช้จ่าย

Acquisition Program

ในปี 2567 จะเน้นการหาลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกเหนือจากการสมัครผ่านช่องทางหลัก ผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทย และ Outsource Sales โดยตั้งเป้าจับกลุ่มเป้าหมายที่เป็น Higher Income (รายได้ต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป) และกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ชอบทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านออนไลน์ โดยพัฒนา Electronic Application ให้ลูกค้าสามารถทำการสมัครได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์แบบครบวงจร

Usage Program

จัดโปรแกรมกระตุ้นการใช้จ่ายที่ตอบโจทย์ลูกค้า ในหมวดการใช้จ่ายหลัก เช่น หมวดร้านอาหารและร้านอาหารในโรงแรม (Dining & Hotel Dining) หมวดท่องเที่ยว หมวดประกัน หมวดสุขภาพและความงาม (Health & Beauty) เป็นต้น นอกจากนี้ เคทีซียังคงเดินหน้าให้ความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายทางธุรกิจเดียวกัน ในการทำกิจกรรมการตลาดที่ตอบโจทย์ทุกหมวดการใช้จ่ายสำคัญของสมาชิก เพื่อสร้างการจดจำและความผูกพันกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น

Communication

พัฒนาช่องทางการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการสื่อสารแบบ Personalization ด้วยการจัดส่งสิทธิประโยชน์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ในเวลาที่ถูกต้อง ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น KTC Mobile, E-Mail, Line, Facebook และ Social Media อื่น ๆ

GRI 3-3

ธุรกิจสินเชื่อบุคคล

ในปี 2567 คาดว่าภาพรวมความต้องการใช้สินเชื่อของผู้บริโภคจะมีแนวโน้มเติบโตตามการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น โดยธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตอยู่ในกรอบใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา จากสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศที่ทยอยฟื้นตัว แต่ยังคงมีความท้าทายในเรื่องการควบคุมคุณภาพหนี้

กลยุทธ์ของสินเชื่อส่วนบุคคลในปี 2567 เคทีซีจะมุ่งเน้นการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการบริหารพอร์ตสินเชื่อให้มีคุณภาพ โดยตั้งเป้าพอร์ตสินเชื่อเติบโต 5% และจำนวนสมาชิกบัตรกดเงินสด “KTC PROUD” เพิ่มขึ้น 100,000 ราย ด้วยแผนกลยุทธ์หลักดังนี้

1. สรรหาสมาชิกใหม่ที่มีคุณภาพ เน้นการรับสมัครผ่านช่องทางสมัครสินเชื่อออนไลน์ e-Application ให้สมาชิกสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง และรู้ผลอนุมัติแบบเรียลไทม์ พร้อมรับเงินโอนเข้าบัญชีทันที รวมทั้งพัฒนากระบวนการรับสมัครผ่านเว็บไซต์ของเคทีซีและพาร์ทเนอร์

2. สร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีในการใช้บัตรกดเงินสดให้กับสมาชิก “KTC PROUD” กว่า 700,000 ราย ไม่ว่าจะเป็นการ “รูด โอน กด ผ่อน” โดยเพิ่มฟังก์ชันการเบิกถอนและใช้วงเงินผ่านแอปพลิเคชั่น “KTC Mobile” ให้รองรับการโอนเงินไปยังบัญชี PromptPay เพิ่มเติมจากการโอนเงินเข้าบัญชีได้หลากหลายธนาคารในปัจจุบัน รวมทั้งยังคงมีการจัดแคมเปญ “เคลียร์หนี้เกลี้ยง” ที่โดนใจสมาชิกมาตลอด 10 กว่าปี เพื่อส่งเสริมและตอบแทนให้ผู้ที่ใช้สินเชื่ออย่างมีวินัย ได้รับสิทธิ์ลุ้นเคลียร์หนี้กับเคทีซี

ธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ

สำหรับธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ มีแนวโน้มและศักยภาพที่จะเติบโตและขยายตัวได้ดีในปี 2567 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ประชาชนทั่วไปมีความต้องการสินเชื่อที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถถือเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงต่ำ สามารถคัดกรองและควบคุมคุณภาพลูกหนี้ได้ดีในระดับหนึ่ง นอกจากนี้หลังจากที่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้เข้ามาควบคุมเพดานดอกเบี้ยของธุรกิจเช่าซื้อตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 ที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการหลายราย ทั้งในส่วนของ Bank และ Non-Bank หันมาให้ความสนใจในธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถมากขึ้น ดังนั้น ภาพรวมของอุตสาหกรรมจึงมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น และมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

โดยในปี 2567 แผนกลยุทธ์ของสินเชื่อ “KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน” ยังคงให้ความสำคัญที่การขยายฐานสมาชิกให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นที่การเติบโตของ New Booking โดยมีกลยุทธ์หลักในการสร้าง Brand Awareness และ Channel Management ให้แข็งแกร่งและมีกลยุทธ์ด้าน Product & Process เป็นส่วนเสริม ดังนี้

Brand Awareness

เน้นกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ ‘สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน’ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและรับรู้จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ในวงกว้างมากขึ้น โดยสื่อสารผ่านช่องทาง Online ซึ่งเป็นช่องทางที่ตรงกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายหลัก ควบคู่ไปกับ Localized Media และสื่อสารผ่านช่องทางสาขาธนาคารกรุงไทย ด้วยการปรับรูปแบบเนื้อหาในการสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ตรงกับ Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย



Channel



ยังคงมุ่งเน้นขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสาขาธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็น Strategic Channel ด้วยการกำหนด Strategic Branches สำหรับสาขาที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง และจัดทำ Motivation Campaigns เพื่อกระตุ้นยอดสินเชื่อตลอดทั้งปี นอกจากนี้ ยังเสริมความแข็งแกร่งไปยังช่องทาง Outsource Sales และ Online Acquisition ซึ่งนับเป็น 2 ช่องทางหลักของ KTC ด้วย

Process

มุ่งเน้นการพัฒนาขั้นตอนและกระบวนการรับสมัครให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2567 จะพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อให้สามารถนำเสนอและทำรายการอนุมัติสินเชื่อให้กับลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายที่สุด รวมถึงปรับวิธีการทำรายการให้เป็น Automation มากขึ้น ลดขั้นตอนและเอกสารในการอนุมัติให้น้อยลง



Product



ทำการขยายรูปแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อรถแลกเงิน เพื่อให้การบริการมีความครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอบัตรกดเงินสดเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน และการทำสินเชื่อ Re-finance สำหรับลูกค้าที่หลักประกันติดภาระหนี้ รวมไปถึงการปรับเงื่อนไขคุณสมบัติลูกค้าและคุณสมบัติหลักประกันให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการสินเชื่อให้มากขึ้น

GRI 3-3

ธุรกิจ MAAI BY KTC

MAAI BY KTC มีแผนจะขยายจำนวนพันธมิตรธุรกิจขนาดกลางและใหญ่อีกไม่ต่ำกว่า 20 ราย ซึ่งจะเป็นการเพิ่มจำนวนสมาชิก MAAI ประมาณ 2 ล้านราย โดยพันธมิตรเป้าหมายของแพลตฟอร์ม MAAI จะอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่เน้นสร้างความถี่ในการกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้แพลตฟอร์ม MAAI ยังมีการนำเสนอโมเดลการให้บริการที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยให้พันธมิตรร้านค้าสามารถบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ใน 3 เรื่องหลักคือ

1. ต่อยอดการพัฒนาแพลตฟอร์ม ฟีเจอร์ หรือฟังก์ชันใหม่ ๆ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่
2. เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชัน MAAI BY KTC ให้ใช้งานได้ง่าย สะดวกและดียิ่งขึ้น
3. ขยายร้านค้ารับแลกคะแนน MAAI ให้ครอบคลุมทุก Lifestyle และความต้องการของสมาชิก

MAAI BY KTC มีจุดรับแลกคะแนนที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ สามารถเชื่อมโยงทุกธุรกิจ และมีเป้าหมายที่จะสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ (Ecosystem) ที่แข็งแรง ให้พันธมิตรสามารถเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

ธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อ

สำหรับธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อและลีสซิ่ง ภาพรวมอุตสาหกรรมมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2566 แต่เนื่องจากปัญหาหนี้เสียที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพลูกหนี้ และมีความเข้มงวดระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น ส่งผลให้การเติบโตในช่วงครึ่งปีหลังเริ่มชะลอตัวลง

จากสถานการณ์ในตลาดธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อที่ยังมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง รวมถึงแนวโน้มหนี้เสียที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้หยุดการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อ ซึ่งดำเนินการโดย KTBL ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ปี 2566 ที่ผ่านมา สำหรับในปี 2567 บริษัทยังไม่มีแผนกลยุทธ์ในการปล่อยสินเชื่อเช่าซื้อสำหรับลูกค้าใหม่ โดยบริษัทจะมุ่งเน้นที่การบริหารและควบคุมคุณภาพพอร์ตสินเชื่อ รวมถึงปรับปรุงกระบวนการติดตามการชำระหนี้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ป้องกันการไหลตกชั้นหนี้ของลูกหนี้เป็นหลัก

GRI 3-3

บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ **“เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิก ที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือและการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ”** รวมถึงปณิธานด้านความยั่งยืนที่ **“มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตคนไทย”** เคทีซีได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืน หรือการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance: ESG) เข้ามาบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ พร้อมทั้งพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างธุรกิจภาคการเงินให้เข้มแข็ง นำไปสู่การขับเคลื่อนประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

1 NO POVERTY

สนับสนุนสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile และ QR PAY
- ช่องทางการรับสมัครผลิตภัณฑ์ เช่น KRUNGTHAI NEXT หรือผู้แนะนำทางการเงินอิสระ

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING

บริหารจัดการลดความเสี่ยงด้านสุขภาพ โดยสร้างการเข้าถึงบริการสาธารณสุข รวมถึงสนับสนุนสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดี

- โครงการสนับสนุนด้านสุขภาพกายและใจ
- สวัสดิการพนักงาน
- การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- การจัดให้มีสถานพยาบาลในบริษัท

4 QUALITY EDUCATION

ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพและโอกาสการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม

- สินเชื่อเพื่อการศึกษา
- การให้ความรู้ทางด้านการเงิน
- การอบรม/ให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

การสร้างงานที่สมควรและการจัดหางานที่เหมาะสมกับพนักงาน รวมทั้งส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย

- การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล
- ดูแลความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY

สร้างหลักประกันในการเข้าถึงการบริการพลังงานสะอาดที่มีคุณภาพ

- การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0%
- สิทธิพิเศษการจองรถพลังงานไฟฟ้าและ WALLBOX

5 GENDER EQUALITY

สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ รวมถึงการไม่เลือกปฏิบัติทุกรูปแบบ

- การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE

สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile และ QR PAY
- ช่องทางการรับสมัครผลิตภัณฑ์ เช่น KRUNGTHAI NEXT หรือผู้แนะนำทางการเงินอิสระ

10 REDUCED INEQUALITIES

ให้อำนาจและส่งเสริมให้ทุกคนได้รับโอกาสที่เท่าเทียม

- การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile และ QR PAY
- ช่องทางการรับสมัครผลิตภัณฑ์ เช่น KRUNGTHAI NEXT หรือผู้แนะนำทางการเงินอิสระ

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

สร้างหลักประกันในเรื่องการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบและลดการเกิดของเสีย

- ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิผล มีความรับผิดชอบ และโปร่งใสในทุกระดับ

- การกำกับดูแลกิจการ
- การควบคุมภายใน
- การบริหารจัดการความเสี่ยง
- การต่อต้านการคอร์รัปชัน

13 CLIMATE ACTION

สร้างความตระหนักรู้และการดำเนินการเพื่อลดผลกระทบและการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

- การสื่อสารและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายในและนอกองค์กร
- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน



บทบาทและความรับผิดชอบด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

คณะกรรมการบริษัท (Board of Directors)
มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้อนุมัติและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ กำหนดนโยบายกรอบการดำเนินงาน รวมถึงติดตามและกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามกรอบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Audit, Environmental, Social Responsibilities and Corporate Governance Committee)
มีบทบาทในการกำกับดูแล ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทให้สอดคล้องกับมาตรฐานทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งพิจารณาอนุมัติผลการจัดทำรายงานความยั่งยืนประจำปี

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer and Top Management)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนด้วยความมุ่งมั่น รวมถึงทีมผู้บริหารระดับสูงที่เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อเข้าถึงความสำคัญ ส่งผ่านการสนับสนุนตลอดสายงาน และแสดงเจตนารมณ์ในการให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

คณะทำงานความยั่งยืน (Sustainability Working Group)
ประกอบด้วยผู้แทนจากทุกสายงานร่วมกันศึกษากรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสายงาน รวมถึงมุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้พนักงานนำไปปฏิบัติ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน

GRI 2-9, 2-12, 2-13, 2-14

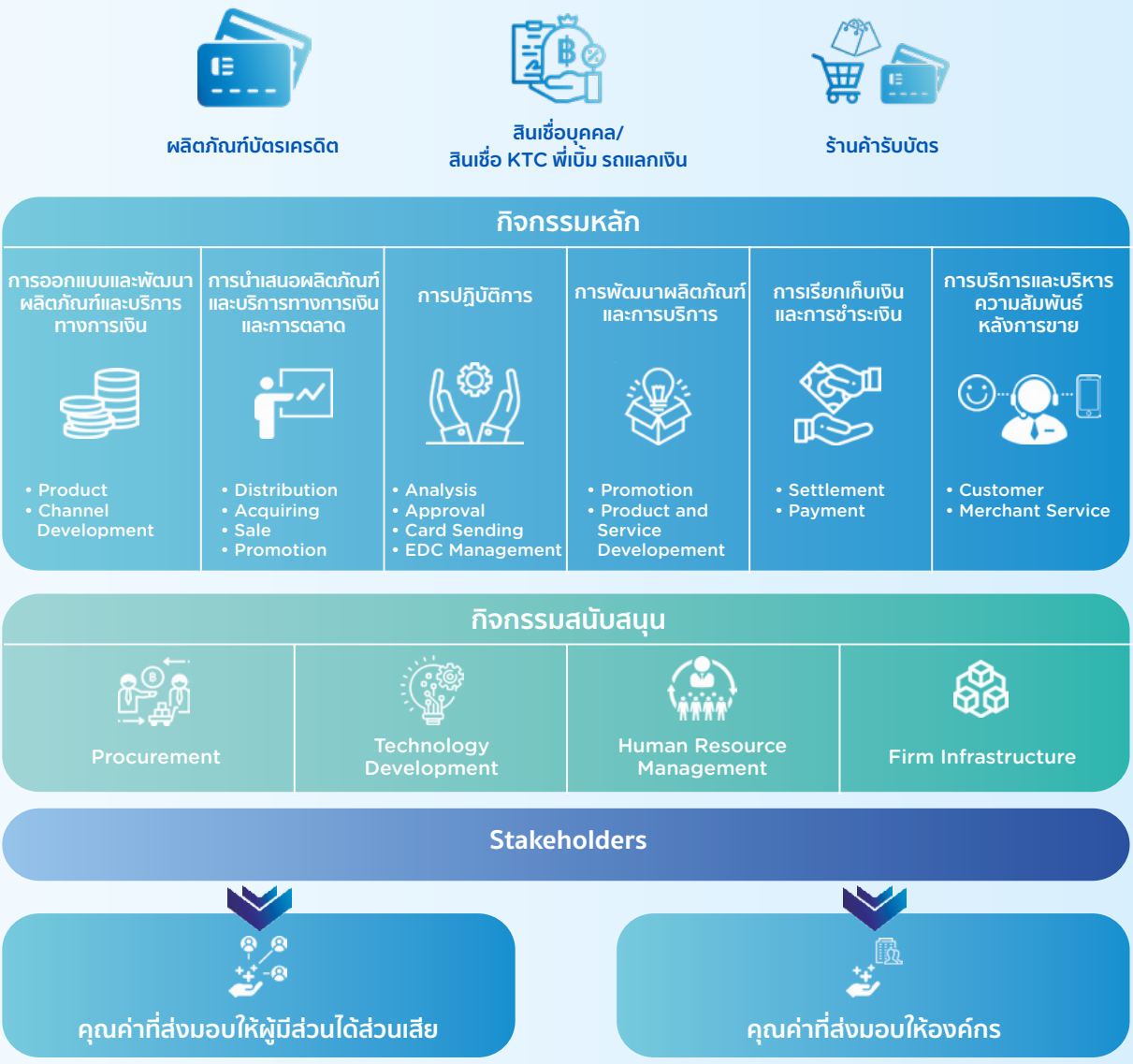
การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

การบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้วิเคราะห์กิจกรรมหรือกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อสามารถบริหารจัดการทรัพยากร และเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร รวมถึงการสร้างคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดผลลัพธ์และความสัมพันธ์อันดี ซึ่งตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ดังนี้

การวิเคราะห์และการทบทวนห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ



GRI 2-6

การวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การวิเคราะห์และการทบทวนผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 10 กลุ่ม ตามความเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของบริษัท โดยในปี 2566 บริษัทได้พิจารณาทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยมีรายละเอียดดังนี้



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทระบุแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนในนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ซึ่งได้เผยแพร่ไว้อยู่บนเว็บไซต์บริษัท (https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance) อีกทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเอาใจใส่ รับรู้ความเข้าใจ (Empathize) กับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเข้าใจและเข้าถึงความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการวิเคราะห์กำหนดและพัฒนาแนวทางในการตอบสนองหรือการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าตลอดทั้งปี เพื่อลดความเสี่ยง รวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการ

GRI 2-29

ตารางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ถือหุ้น

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีหรือการประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (เมื่อเกิดเหตุการณ์) • การเปิดเผยข้อมูลงบการเงิน และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) รายไตรมาสและรายปี (ก่อนและหลังสอบทาน/ ตรวจสอบ) • การจัด Opportunity Day และ Analyst Briefing รายไตรมาส ทั้งผ่านช่องทางออนไลน์และเปิดโอกาสให้เข้าร่วมในสถานที่จัดงาน • การเปิดโอกาสให้มี Company Visit ได้ตลอดเวลา ทั้งเข้าพบที่บริษัท และการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ • การจัด Roadshow เพื่อเปิดเผยข้อมูล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ • การจัดช่องทางการตอบคำถามอื่น ๆ ของแผนกนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัท ได้แก่ โทรศัพท์ การติดต่อผ่านอีเมล irktc@ktc.co.th • การประชุมรับฟังแนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารกรุงไทย และปฏิบัติตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำและนำส่งรายงานต่าง ๆ รวมถึงรับการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบสำนักงานใหญ่ของธนาคารกรุงไทย	• บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี • บริษัทเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมพร้อมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ • บริษัทมีความยืดหยุ่น (Resilience) ทันต่อสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดหมาย โดยมีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการสร้างความยั่งยืนที่เชื่อมโยงไปยังกระบวนการดำเนินงานและกลยุทธ์ของธุรกิจ • ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินการที่ดี เช่น เงินปันผล หรือ Capital Gain • บริษัทปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยผู้ถือหุ้นได้รับข้อมูลที่ถูกต้องผ่านกระบวนการเปิดเผยที่โปร่งใส ชัดเจน ครบถ้วน เท่าเทียม และทันเวลา • บริษัทจัดช่องทางการสื่อสารระหว่างบริษัทและผู้ถือหุ้นที่เอื้อให้ผู้ถือหุ้นสามารถสื่อสาร ซักถามข้อสงสัย โดยได้รับคำตอบที่ชัดเจนและทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น	• บริษัทประกอบธุรกิจด้วยความระมัดระวังอย่างรอบคอบ ปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างโปร่งใส พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมบรรษัทภิบาลในองค์กร • บริษัทจัดให้มีกระบวนการทำงานที่ดี การควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม พร้อมทั้งมีแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือ Business Continuity Plan หากเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ • บริษัทมีการพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อสร้างผลประกอบการที่ดีให้สามารถจัดสรรเงินปันผลสู่ผู้ถือหุ้นได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง • บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลให้ผู้ถือหุ้นสามารถเข้าถึงข้อมูลในช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลายได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เท่าเทียม และทันเวลา • บริษัทมีการจัดประชุมต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้บริหารได้สื่อสารและตอบข้อซักถามอย่างตรงประเด็น ทันต่อสถานการณ์ ครบถ้วน และชัดเจน • บริษัทนำส่งรายงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา เพื่อให้ธนาคารกรุงไทยใช้เป็นข้อมูลในการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน” และ “การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ”)

GRI 3-1, 3-3

ลูกค้า

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การพบกับลูกค้าในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในทุกช่องทางเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี • การรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนตลอดทั้งปี ผ่านทุกช่องทาง • การสำรวจวัดสุขภาพหรือความสำเร็จของแบรนด์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค (Brand Health Monitoring) ผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง • การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เช่น การให้บริการ หรือการที่จะแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่น (Net Promoter Score) เป็นต้น ผ่านช่องทางต่าง ๆ • การโทรสุ่มเพื่อสำรวจความถูกต้องครบถ้วนในการขายของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน หรือ Sales (Mystery shopping)	• ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการได้ • ลูกค้าได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวมถึงได้รับคำแนะนำและการให้บริการที่รวดเร็ว เหมาะสม อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด • บริษัทสามารถช่วยเหลือลูกค้า เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการความช่วยเหลือ รวมถึงแก้ไขปัญหาเยียวยา และรับฟังข้อเสนอแนะด้วยความเต็มใจ ยุติธรรม และรวดเร็ว • บริษัทสามารถยกระดับคุณภาพงานบริการและการเสนอขายและบริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชม รวมถึงสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ โดยยึดหลักการปฏิบัติตาม Market Conduct และ Responsible Lending	• บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าร้านค้าสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ • บริษัทจัดอบรม พัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายให้แก่ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ และให้สอดคล้องกับ Market Conduct และ Responsible Lending • บริษัทจัดให้มีช่องทางให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ รับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน • บริษัทมีกระบวนการดำเนินการตรวจสอบและแก้ไข เมื่อได้รับแจ้งข้อเสนอแนะ ปัญหาหรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า พร้อมกับเสนอทางช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ หรือจัดให้มีมาตรการช่วยเหลือ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า • บริษัทให้บริการด้วยความเต็มใจและรวดเร็วในทุกช่องทางการติดต่อ คอยรับฟังและนำประเด็นปัญหาของลูกค้ามาปรับปรุง พัฒนา และหาแนวทางป้องกันให้ลูกค้า

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” และ “การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี”)

เจ้าหนี้

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม รับฟังข้อเสนอแนะ ผ่านโทรศัพท์ อีเมล การประชุม ตลอดทั้งปี • การเปิดเผยข้อมูลงบการเงิน คำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) รวมถึงข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท และแจ้งการดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น รายไตรมาสและรายปี • การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำเอกสารรายไตรมาส เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ถือหุ้นกู้	• บริษัทปฏิบัติตามสัญญาหรือข้อกำหนดสิทธิ • เจ้าหนี้ได้รับดอกเบี้ยและเงินต้นครบถ้วนตรงตามกำหนดเวลา • เจ้าหนี้ได้รับทราบผลการดำเนินงาน ข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท ที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา • ผู้ถือหุ้นกู้ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมและได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจ รวมถึงสามารถสื่อสารความต้องการและความคาดหวังด้านกิจกรรมของผู้ถือหุ้นกู้	• บริษัทปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิอย่างซื่อสัตย์ โปร่งใส และตรวจสอบได้ • บริษัทชำระดอกเบี้ยและเงินต้นคืนครบถ้วนและตรงตามกำหนดเวลา • บริษัทนำเสนอรายงานข้อมูลทางการเงิน ผลดำเนินงาน ข้อมูลการบริหารเงินทุน ข้อมูลที่เปิดเผยตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เหมาะสม ทันเวลา และเท่าเทียม • บริษัทแจ้งข้อมูลกิจกรรมก่อนเริ่มไตรมาส เพื่อให้ผู้ถือหุ้นกู้สามารถพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้าได้ • บริษัทพัฒนากิจกรรมในรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นกู้สนใจ เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)

GRI 3-1, 3-3

คู่ค้า

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• กระบวนการคัดเลือกและประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า • การสื่อสารความมุ่งหวังด้านความยั่งยืนของบริษัทให้คู่ค้ารับทราบผ่านจรรยาบรรณคู่ค้า • การรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน รวมถึงการจัดประชุม อบรม เยี่ยมเยือนคู่ค้า เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ • การพบกับบุคลากรของธนาคารกรุงไทย บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย หรือคู่ค้าอื่นๆ เพื่อนำเสนอและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการให้บริการและการขาย รวมถึงต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกัน	• บริษัทมีการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรม และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้าง หรือหลักเกณฑ์การใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ • บริษัทชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ ให้แก่คู่ค้าตามข้อกำหนดของสัญญาระหว่างกัน • บริษัทมีการพัฒนา แบ่งปันความรู้ หรือให้ความช่วยเหลือคู่ค้า เพื่อให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน • การไม่เอาเปรียบคู่ค้า โดยมีข้อสัญญาและการกำหนดค่าตอบแทนที่เป็นธรรมร่วมกัน	• บริษัทจัดให้มีนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การว่าจ้างมีความโปร่งใส รวมถึงนำปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกหรือประเมินคู่ค้า • บริษัทจัดให้คู่ค้าลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้า และการรักษาข้อมูลความลับ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน มาตรการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันของบริษัท ตลอดจนมาตรฐานสากล • บริษัทมีรอบการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการให้กับคู่ค้าหรือผู้ให้บริการที่มีบัญชีธนาคารกรุงไทย ไม่เกิน 2 สัปดาห์ และไม่เกิน 3 สัปดาห์ สำหรับบัญชีธนาคารอื่น หลังจากที่ได้ส่งมอบงานและส่งใบแจ้งหนี้ให้กับฝ่ายบัญชีบริษัทครบถ้วนแล้ว โดยปี 2566 บริษัทชำระเงินให้แก่คู่ค้าที่เกิดขึ้นจริง เป็นไปตามเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ร้อยละ 100 • บริษัทพัฒนาและให้ความรู้แก่คู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันกับคู่ค้า • บริษัทสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ • บริษัทปฏิบัติตามสัญญาการให้บริการ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน” และ “การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน”)

พันธมิตร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การประชุมสร้างความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ทางการตลาด ทั้งในส่วนของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด • การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อสอบถาม พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ภาพรวมของตลาด และพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย • การประชุม สัมมนา ร่วมกันแก้ไข ปรับปรุง และหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน	• ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาลตามที่บริษัทกำหนด • การกระตุ้นยอดขายและการต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกัน	• บริษัทจัดทำข้อตกลงร่วมกัน เพื่อกำหนดกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ • บริษัทจัดการประชุมและสร้างกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายและต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกันอย่างยั่งยืน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)

GRI 3-1, 3-3

คู่แข่ง

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การประชุมพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกันตามวาระต่าง ๆ ผ่านชมรมหรือสมาคม	• ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ไม่ใส่ร้าย ไม่กลั่นแกล้ง ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงและปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริตร่วมกัน • แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน	• บริษัทสร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยไม่ใส่ร้าย ไม่กลั่นแกล้ง หรือไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง • บริษัทเข้าร่วมประชุมกับชมรม หรือสมาคม เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การต่อต้านการแข่งขัน”)

สังคมและสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนของสังคมผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผ่านช่องทางต่าง ๆ ของบริษัท เช่น โซเชียลมีเดีย ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ • จัดอบรม เผยแพร่ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ Online และ Onsite	• บริษัทดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการบริหารจัดการลดผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท • บริษัทจัดให้มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยให้สังคมสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างเท่าเทียม ทั่วถึง และตรงตามความต้องการ • บริษัทสามารถให้คำปรึกษาหรือความรู้ ความเข้าใจทางการเงินที่ถูกต้อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจให้สามารถวางแผนการใช้เงินและการเก็บออมสำหรับอนาคตได้อย่างเหมาะสม • บริษัทมีช่องทางการรับความเห็น ข้อร้องเรียนของชุมชนและสังคม อีกทั้งสามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของชุมชนได้	• บริษัทนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลเข้ามาบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม • บริษัทมีการจัดอบรม สื่อสารให้ความรู้ทางการเงิน ดิจิทัล และสิ่งแวดล้อม ทั้งในรูปแบบ Onsite และ Online เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจของสินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน, KTC Journey หรือ KTC Real Privileges เป็นต้น • บริษัทมีช่องทางการรับข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะตามนโยบายการกำกับดูแล รวมถึงพิจารณาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนชุมชนตามความเหมาะสม • บริษัทสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับพนักงาน ในการดูแลรักษาและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกที่ดี และสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล” “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”)

GRI 3-1, 3-3

คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• การประชุมคณะกรรมการบริษัทหรือคณะกรรมการชุดย่อยเป็นประจำทุกเดือน หรือกรณีเร่งด่วนเมื่อเกิดเหตุการณ์ • การจัดอบรมปฐมนิเทศกรรมการและผู้บริหารที่เข้ารับการดำรงตำแหน่งใหม่ • การพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และการอบรมสัมมนาต่าง ๆ ตลอดทั้งปี	• บริษัทมีการดำเนินการตามแนวทางที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ • บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีและเติบโตอย่างสม่ำเสมอ • คณะกรรมการและผู้บริหารได้รับข้อมูลอย่างเพียงพอ ครบถ้วน ทันเวลา • คณะกรรมการและผู้บริหารเข้าใจขอบเขตการประกอบธุรกิจ นโยบาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผนการดำเนินงานของบริษัท • มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถที่เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ รวมถึงการทำหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหาร และนำมาใช้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง • โครงสร้างของคณะกรรมการและผู้บริหารมีความหลากหลายในเรื่องของทักษะและประสบการณ์ • คณะกรรมการและผู้บริหารรับทราบผลประเมินการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัท • มีการกำหนดอัตราค่าตอบแทนของคณะกรรมการและผู้บริหารให้เหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	• คณะกรรมการและผู้บริหารกำหนดและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงหารือ พิจารณานโยบายหรือการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของบริษัท และติดตาม รับทราบผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ • บริษัทดำเนินงานอย่างโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล • บริษัทปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม • กรรมการและผู้บริหารที่เข้ารับการดำรงตำแหน่งใหม่ต้องเข้าร่วมการอบรมปฐมนิเทศ โดยมีการนำเสนอขอบเขตการประกอบธุรกิจ ผลการดำเนินงานของบริษัทและเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรม หน้าที่ตามกฎหมายของกรรมการ นโยบายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น กฎบัตร/ ข้อบังคับของคณะกรรมการ การกำกับดูแลกิจการ และการบริหารความเสี่ยง เป็นต้น • บริษัทสนับสนุนการอบรมสัมมนาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหาร • บริษัทมีการจัดทำ Board Skill Matrix รวมถึงกำหนดคุณสมบัติ เพื่อใช้คัดเลือกกรรมการหรือผู้บริหารที่มีทักษะ หรือประสบการณ์ที่จะมาบริหารจัดการบริษัท • บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลและกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการและผู้บริหารภายใต้ความเหมาะสม เป็นธรรม และสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท โดยอัตราค่าตอบแทนของคณะกรรมการจะได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น • บริษัทนำผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยมาสื่อสารให้คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยทราบ และหาแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)

GRI 3-1, 3-3

พนักงาน

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• จัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานที่เริ่มงานใหม่ • จัดช่องทางให้พนักงานแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านอีเมลของผู้บริหารสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ หรือสายงานทรัพยากรบุคคล • ประชุมและสื่อสารข้อมูลของบริษัทให้พนักงานทราบผ่านอีเมลหรือ KTC UNITE ขององค์กรตลอดทั้งปี • สำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานประจำปี • ประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้หลัก Key Performance Indicator (“KPI”) • มีแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับตลอดทั้งปี • สนับสนุนให้พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning) • ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • ประชุมคณะกรรมการสวัสดิการไตรมาสละครั้ง • ให้ความเห็น (Feedback) แก่พนักงานเป็นประจำหรือเมื่อประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี	• พนักงานต้องการรู้จักบริษัท กรรมการ ผู้บริหาร และรับทราบนโยบายต่าง ๆ รวมถึงแนวทางการปฏิบัติงานของบริษัท • พนักงานสามารถสื่อสารความต้องการ ความคิดเห็น การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ • พนักงานรับทราบผลการประเมินเพื่อพัฒนาและยกระดับตนเองให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น • พนักงานสามารถพัฒนาความรู้ ความสามารถหรือสมรรถนะ (Competency Development) ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับภาวะของโลกที่เปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น • พนักงานสามารถวางแผนเส้นทางอาชีพและความก้าวหน้าในงาน • พนักงานมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและปลอดภัย • พนักงานมีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ ทั้งทางกายภาพและทางใจ • สวัสดิการที่จัดให้กับพนักงานสามารถทัดเทียมกับคู่แข่งขันได้ และสามารถสื่อสารปัญหาและความต้องการของพนักงานเกี่ยวกับสวัสดิการที่บริษัทจัดให้	• บริษัทสื่อสารประวัติความเป็นมา ลักษณะการประกอบธุรกิจ แนะนำกรรมการและผู้บริหาร พร้อมทั้งแจ้งกฎระเบียบ แนวปฏิบัติและหลักเกณฑ์ของบริษัทที่สำคัญสำหรับพนักงานใหม่ • บริษัทสื่อสารนโยบาย ระเบียบ หรือประกาศของบริษัทผ่านช่องทาง Intranet รวมถึงมีการจัด CEO Live Talk เป็นประจำทุกเดือน เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับฟังแนวคิด วิสัยทัศน์ รวมถึงได้พูดคุยซักถามกับ CEO โดยตรง • บริษัทจัดให้มีการประชุม Town Hall ระหว่าง CEO และผู้บริหารระดับสูงถึงระดับกลาง (2nd Line up) • บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารหรือแจ้งเบาะแสที่หลากหลายและปลอดภัยให้แก่พนักงาน รวมถึงมีมาตรการการป้องกันและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส • การปฏิบัติงานของสายงานทรัพยากรบุคคลเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน และแนวทางในการบริหารความหลากหลาย ไม่กีดกันทางเพศ เพศสภาพ ศาสนา เชื้อชาติ เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน • บริษัทสำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ที่มีต่อองค์กร โดย Third Party เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนา และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ • บริษัทจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Activities) โดยสายงานทรัพยากรบุคคลและตัวแทนของสายงานต่าง ๆ (People Champion) • บริษัทจัดประเมินผลการปฏิบัติงาน (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 • บริษัทมีการวางแผนพัฒนาบุคลากร โดยออกแบบจัดทำหลักสูตรเชิงเทคนิคและหลักสูตรที่จะพัฒนาทักษะของพนักงาน ครอบคลุมทุกประเภทความรู้ ให้พนักงานสามารถเลือกเรียนได้อย่างอิสระตามความสนใจ ด้วยวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง ก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Culture) • บริษัทสอนให้พนักงานกำหนด Career Path เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของตัวพนักงานเอง รวมถึงจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) • บริษัทจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและมีตรวจประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน • บริษัทจัดให้มีการอบรม การให้ความรู้ กิจกรรมและชมรมกีฬาต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีสุขภาพกายและใจที่ดี

GRI 3-1, 3-3

พนักงาน

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
		• บริษัทประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อจัดหาช่องทางให้พนักงานได้มีโอกาสได้พูดคุยหรือปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพจิตที่มีผลมาจากความเครียดสะสมจากการทำงาน หรือปัญหาส่วนตัว • บริษัทสำรวจสวัสดิการกับบริษัทที่ปรึกษาทางด้านทรัพยากรบุคคลภายนอก เพื่อเป็นข้อมูลเปรียบเทียบกับสวัสดิการของบริษัทที่จัดให้กับพนักงาน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน” “การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล” และ “การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมในการทำงาน”)

ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล

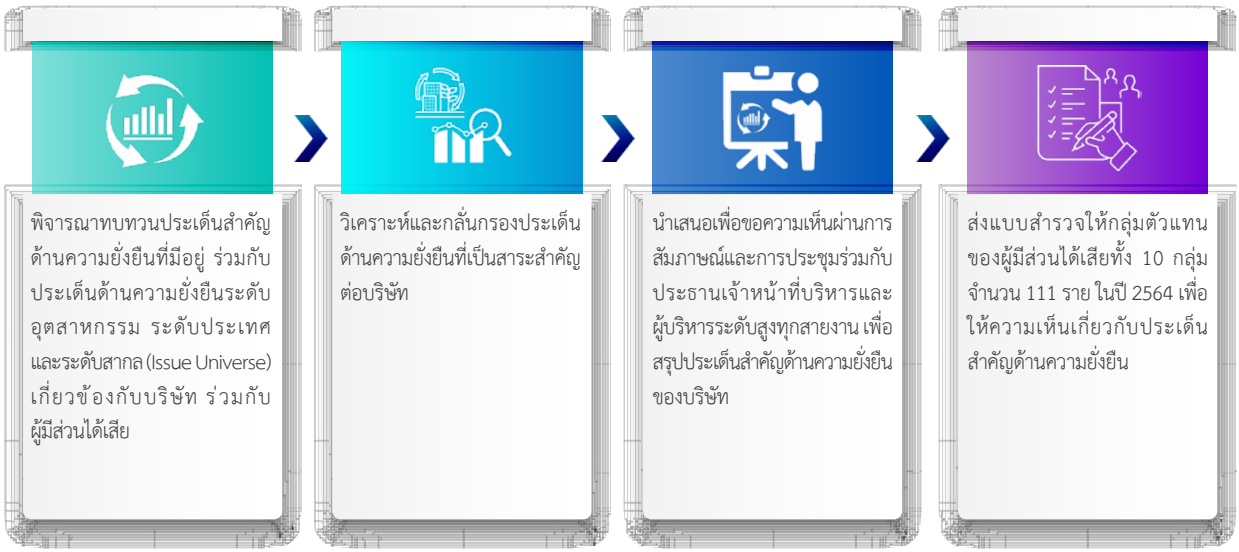
รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
• ประชุม รับฟังแนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล รวมถึงซักซ้อมการปฏิบัติตาม • รับการตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล • จัดทำรายงานส่งหน่วยงานกำกับดูแล	• การปฏิบัติงานของบริษัทเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด มีความโปร่งใสทั้งองค์กรและระบบงาน	• บริษัทยึดหลักการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย ประกาศของหน่วยงานกำกับดูแล • บริษัทปรับปรุงการดำเนินการต่าง ๆ ให้สอดคล้องเป็นไปตามข้อสังเกตจากการตรวจสอบ (ถ้ามี)

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน”)

การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

บริษัทพิจารณาประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนระดับอุตสาหกรรม ระดับประเทศ และระดับสากล (Issue Universe) เพื่อนำมาระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน จัดลำดับความสำคัญ (Materiality Matrix) และกำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนให้สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงกำหนดขอบเขตของรายงานและมีการทบทวนเป็นประจำทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



GRI 2-4, 3-1,3-3

การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



การพิจารณาตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



GRI 3-1

การทบทวนประเด็นสำคัญและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



บริษัททบทวนกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มาพัฒนาแนวทางการดำเนินงาน และการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

- ในปี 2566 บริษัทได้ทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ทั้ง 16 ประเด็น พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งได้ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การเคารพสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

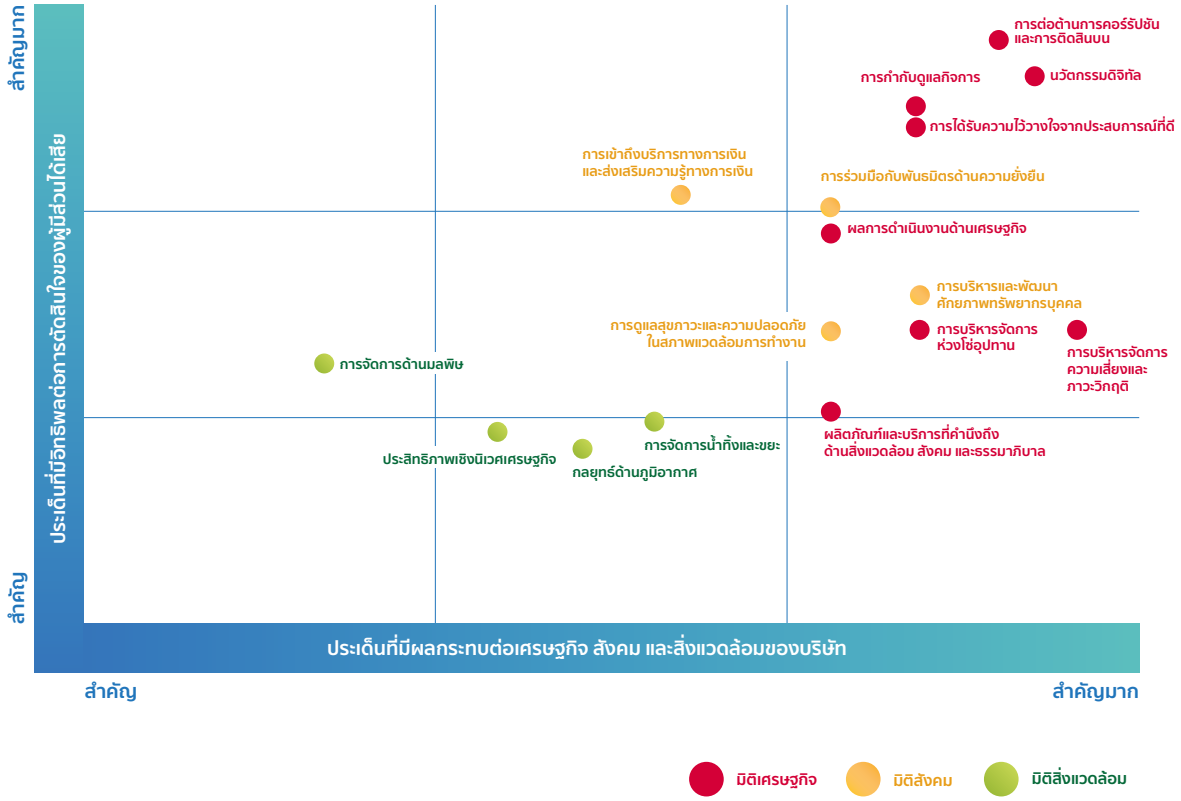
- วิเคราะห์ผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบในระดับ Outside-in และ Inside-out จากประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อให้สามารถประเมินผลกระทบภายนอกต่อสังคม หรือสิ่งแวดล้อม และผลกระทบภายในที่มีต่อมูลค่าของบริษัท ทั้งนี้ เพื่อทำให้บริษัทสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว ซึ่งได้มีการเปิดเผยข้อมูลโอกาสและความเสี่ยงของแต่ละประเด็นสำคัญเบื้องต้นไว้ในแต่ละหัวข้อ ตามหลักการของ Double Materiality โดยปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอแสดงประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน ดังนี้
    - แกนตั้ง (แกน X) แสดงถึง ประเด็นที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของบริษัท
    - แกนนอน (แกน Y) แสดงถึง ประเด็นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย

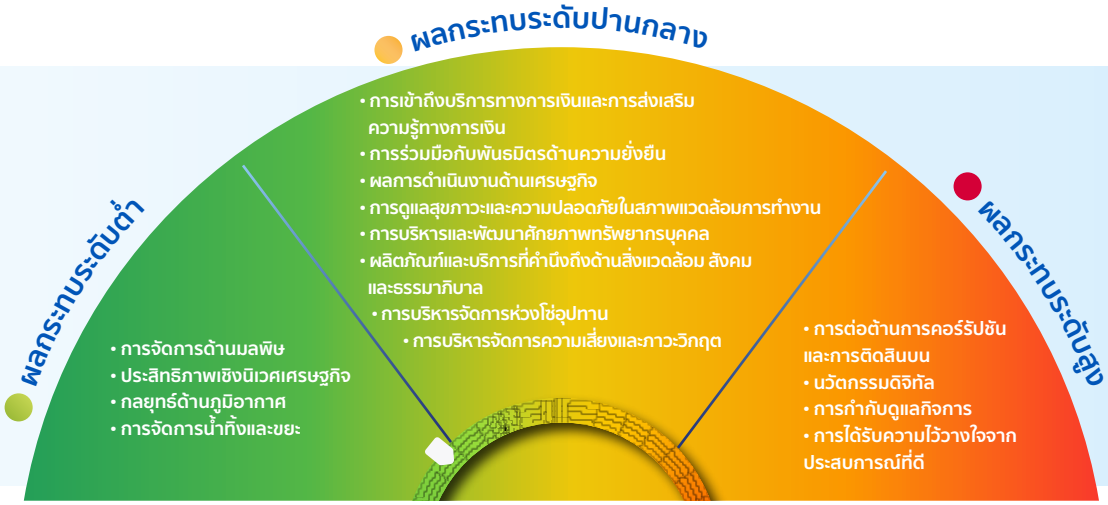
- ขยายแผนกลยุทธ์ความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี (จากเคยสิ้นสุดปี 2569 เป็นสิ้นสุดปี 2571) และทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน นำเสนอตามกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Framework) ต่อคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีมติอนุมัติให้ใช้ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ต่อไปและนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อทราบ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

GRI 2-4, 3-1

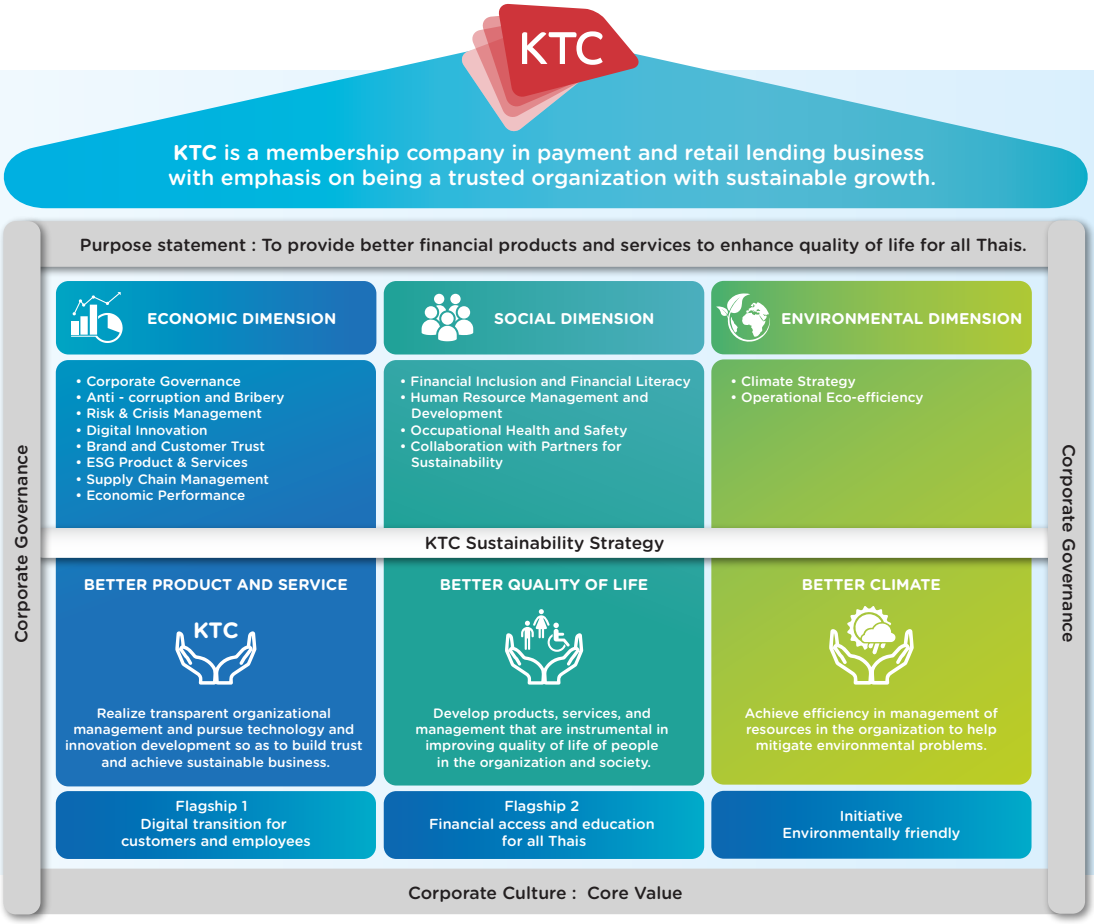
การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน





GRI 3-2

กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



บริษัทกำหนด **กรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืน** ที่ตอบโจทย์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน วิสัยทัศน์องค์กร สอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 11 เป้าหมาย โดยกรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืนดังกล่าวอยู่บนหลักธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยงและบริหารต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำ**กลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี** ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนใน **3 มิติ** ได้แก่ **กลยุทธ์มิติเศรษฐกิจ** (Better Product and Service) **กลยุทธ์มิติสังคม** (Better Quality of Life) และ**กลยุทธ์มิติสิ่งแวดล้อม** (Better Climate) ซึ่งบริษัทได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดี และสร้างความไว้วางใจให้เกิดแก่สมาชิก และผู้มีส่วนได้เสียบนมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล นำไปสู่การสร้างโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้แก่คนในสังคมได้อย่างทั่วถึง และบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

GRI 2-2

เป้าหมายและผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน		ตัวชี้วัด	เป้าหมายระยะยาวปี 2571	เป้าหมายปี 2566	ผลงานปฏิบัติงานปี 2566	การสนับสนุนเป้าหมายและการพัฒนาที่ยั่งยืน
มิติเศรษฐกิจ	การกำกับดูแลกิจการ	ผลการประเมิน Corporate Governance Report ซึ่งจัดโดย Thai Institute of Directors (IOD)	การดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการกำกับดูแลกิจการอย่างดีเยี่ยมโดยได้รับการประเมิน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ต่อเนื่องทุกปี		ผลการประเมินร้อยละ 107	
	การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน	แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption)	บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองในฐานะสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption) อย่างต่อเนื่อง		ได้รับการต่ออายุการรับรองต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2559	
	การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ	ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล	บริหารความเสี่ยงที่คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล		ปฏิบัติได้ตามเป้าหมาย	
	นวัตกรรมดิจิทัล	ร้อยละผู้ใช้บริการ KTC Mobile ต่อจำนวนลูกค้าทั้งหมด	ร้อยละ 92	ร้อยละ 87	ร้อยละ 88	
	การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี	ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS)	ระดับ 72	ระดับ 57	ระดับ 62	
	ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล	จำนวนผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาล	16	13	18	
	การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน	ร้อยละการจัดซื้อ จัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการทั้งหมดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ต่อการจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์หรือบริการทั้งหมด	ร้อยละ 25	ร้อยละ 17	ร้อยละ 28	
มิติสังคม	การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน	จำนวนหลักสูตร/ หัวข้อการอบรมความรู้ทางการเงิน	16	11	11	
	การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน	จำนวนกรณีการแจ้งเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการดำเนินงานภายใน	0	0	0	
	การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล	ระดับความพึงพอใจ และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	ร้อยละ 78	ร้อยละ 75	ร้อยละ 70	
	การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน	อัตราการขาดงาน ของพนักงานจากการทำงาน[1]	ร้อยละ 1.55	ร้อยละ 1.55	ร้อยละ 1.95	
	การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน	จำนวนโครงการความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือเอกชน	8	6	9	
มิติสิ่งแวดล้อม	การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่[2]	ร้อยละ 6	ร้อยละ 2	ร้อยละ 4	
		การลดการใช้น้ำต่อพื้นที่[2]	ร้อยละ 6	ร้อยละ 2	เพิ่มขึ้นร้อยละ 8	
		การคัดแยกขยะบัตรพลาสติกและนำไปรีไซเคิล หรือทำลายอย่างถูกวิธี[3]	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	
		การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม[2][4]	ร้อยละ 6	ร้อยละ 2	เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	

หมายเหตุ:

[1] อัตราการขาดงานจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน รวมอื่นๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาต

[2] การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกพิจารณาเทียบจากปีฐาน 2565

[3] ขยะที่นำไปรีไซเคิลนับเฉพาะขยะบัตรพลาสติกที่เกิดความผิดพลาดจากกระบวนการผลิตบัตรเครดิต และบัตรเครดิตที่หมดอายุ

[4] การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1-3

ขอบเขตการรายงานตามประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน with reference to the GRI Standards ดังแสดงใน Materiality Matrix ซึ่งรายงานฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อความชัดเจนในบทบาทของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

ประเด็นความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่นำเสนอในรายงาน	การพัฒนาที่ยั่งยืน
		ขอบข่ายภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคม สิ่งแวดล้อม	ภาครัฐและหน่วยงานกำกับ		
Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data (GRI 418-1)	**นวัตกรรมดิจิทัล** การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม ดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน กระบวนการทำงานและช่องทางการบริการลูกค้า โดยให้ความสำคัญต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ สารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคล	◉	◉	◉	◉		◉	◉	◉	◉	◉	มิติเศรษฐกิจ นวัตกรรมดิจิทัล	
Communication of critical concerns (GRI 2-16) Incidents of non-compliance concerning marketing communications (GRI 417-3)	**การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี** การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ การพัฒนาและดูแลคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สื่อสารอย่างชัดเจน เป็นธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	◉	◉		◉		◉	◉			◉	มิติเศรษฐกิจ การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี	
Policy commitments (GRI 2-23) Governance structure and composition (GRI 2-9) Delegation of responsibility for managing impacts (GRI 2-13) Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts (GRI 2-12)	**การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ** กระบวนการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการกับเหตุการณ์หรือความเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยการจัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉		◉	◉	รู้จักเคทีซี มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	
Direct economic value generated and distributed (GRI 201-1)	**ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ** การส่งมอบคุณค่าทางธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการเป็นองค์กรที่ดีมีส่วนในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการให้โอกาสในการเข้าถึงเงินทุนที่ถูกต้องแก่ประชาชน	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉		◉	◉	ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	
Governance structure and composition (GRI 2-9) Nomination and selection of the highest governance bod (GRI 2-10) Chair of the highest governance body (GRI 2-11) Collective knowledge of the highest governance body (GRI 2-17) Evaluation of the performance of the highest governance body (GRI 2-18) Remuneration policies (GRI 2-19) Process to determine remuneration (GRI 2-20) Policy commitments (GRI 2-23) Mechanisms for seeking advice and raising concerns (GRI 2-26)	**การกำกับดูแลกิจการ** การกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี ผ่านการกำหนดโครงสร้างนโยบายและกระบวนการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืน	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	มิติเศรษฐกิจ การกำกับดูแลกิจการ	

ประเด็นความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่นำเสนอในรายงาน	การพัฒนาที่ยั่งยืน
		ขอบข่ายภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคม สิ่งแวดล้อม	ภาครัฐและหน่วยงานกำกับ		
Significant indirect economic impacts (GRI 203-2)	**ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล** การสร้างแรงจูงใจในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ	◉	◉	◉	◉		◉	◉		◉	◉	มิติเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล	
Activities, value chain and other business relationships (GRI 2-6) New suppliers that were screened using environmental criteria (GRI 308-1) Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken (GRI 308-2) New suppliers that were screened using social criteria (GRI 414-1) Negative social impacts in the supply chain and actions taken (GRI 414-2)	**การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน** การบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกที่บริษัทร่วมทำธุรกิจด้วย คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการผ่านกระบวนการคัดเลือก การกำหนดมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ และแบ่งปันความรู้	◉	◉	◉	◉		◉	◉		◉		มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน มิติสังคม สิทธิมนุษยชน	
Infrastructure investments and services supported (GRI 203-1)	**การเข้าถึงบริการทางการ** การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ผ่านการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบ อีกทั้งสร้างความรู้ ความเข้าใจ และวินัยทางการเงิน	◉	◉		◉			◉		◉	◉	มิติสังคม การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน	
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)	**การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน** การมีนโยบายชัดเจนในการต่อต้านการคอร์รัปชัน การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง กำหนดบทบาทหน้าที่ กระบวนการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส มีกระบวนการจัดการหากพบการคอร์รัปชันรวมถึงการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	◉	มิติเศรษฐกิจ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน	
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) Minimum notice periods regarding operational changes (GRI 402-1) Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs (GRI 404-2) Diversity of governance bodies and employees (GRI 405-1)	**การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล** การบริหารแรงงาน การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเคารพในความแตกต่างที่หลากหลายด้วยความเท่าเทียมบนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพและเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร	◉	◉		◉		◉			◉	◉	มิติสังคม การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล, สิทธิมนุษยชน	

ประเด็นความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่นำเสนอในรายงาน	การพัฒนาที่ยั่งยืน
		ขอบข่ายภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคม สิ่งแวดล้อม	ภาครัฐและหน่วยงานกำกับ		
Occupational health and safety management system(GRI 403-1) Hazard identification, risk assessment, and incident investigation (GRI 403-2) Occupational health services (GRI 403-3) Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety (GRI 403-4) Worker training on occupational health and safety (GRI 403-5) Promotion of worker health (GRI 403-6) Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships (GRI 403-7) Work-related injuries (GRI 403-9) Work-related ill health (GRI 403-10)	**การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน** การส่งเสริมความรู้และดูแลด้านสุขภาวะ ความปลอดภัย การจัดการสถานที่ทำงานให้เอื้อต่อการทำงานเพื่อป้องกันอันตรายจากการทำงานหรือความเจ็บป่วยที่สืบเนื่องจากการทำงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน	◉	◉				◉				◉	มิติสังคม การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน	
Membership associations (GRI 2-28)	**การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน** การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุนหลักการความยั่งยืนที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	◉	◉		◉		◉	◉		◉		มิติสังคม การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน	
Energy consumption within the organization (GRI 302-1) Energy consumption outside of the organization (GRI 302-2) Energy intensity (GRI 302-3) Reduction of energy consumption (GRI 302-4) Direct (Scope 1) GHG emissions (GRI 305-1) Energy indirect (Scope 2) GHG emissions (GRI 305-2) Other indirect (Scope 3) GHG emissions (GRI 305-3) Reduction of GHG emissions (GRI305-5) Management of significant waste related impacts (GRI306-2) Waste generated (GRI 306-3) Waste diverted from disposal (GRI 306-4) Waste directed to disposal (GRI 306-5)	**กลยุทธ์ด้านภูมิอากาศ ประสิทธิภาพเชิงนิเวศ เศรษฐกิจ การจัดการด้านมลพิษ การจัดการน้ำทิ้ง และขยะ** การพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	◉	◉		◉					◉	◉	มิติสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

มิติเศรษฐกิจ

กำไรสุทธิ
- งบการเงินเฉพาะกิจการ
  7,241 ล้านบาท
- งบการเงินรวม
  7,295 ล้านบาท

เงินให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้และดอกเบี้ยค้างรับรวม
- รวม **112,346** ล้านบาท

ฐานสมาชิก
- รวม **3.36** ล้านบัญชี

สัดส่วนลูกหนี้ธุรกิจ
- บัตรเครดิต : สินเชื่อส่วนบุคคล : ลูกหนี้ตามสัญญาเช่า
  = **66.3% : 30.9% : 2.8%**

จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile หรือ KTC Online
- จำนวน **2,176,136** ราย
  คิดเป็น **88%** ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด
  เติบโต **7%** จากสิ้นปี 2565

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS)
- อยู่ที่ระดับ **62**

มิติสังคม

ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานทั้งหมด
= **77.12** ชั่วโมง/คน/ปี

จำนวนพนักงานทั้งหมด
= **1,792** คน
- หญิง **1,188** คน
- ชาย **604** คน

ระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
- อยู่ที่ระดับ **70%**

ช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ง่าย และครอบคลุม ทั่วประเทศ

มิติสิ่งแวดล้อม

เคทีซีลดการใช้กระดาษได้มากกว่า
= 15 ล้านแผ่น

ลดขยะด้วยการ Recycle & Reuse
>97,000 กิโลกรัม

ลดการใช้ไฟเฉลี่ยต่อพื้นที่ทั้งหมด
4% (เทียบกับปี 2565)

อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ต่อ จำนวนพนักงานทั้งหมดลดลง

- GHG Scope 1 = 0.2%
- GHG Scope 2 = 2.9%
- GHG Scope 3 = 1.1%

(เทียบกับปี 2565)

ผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม



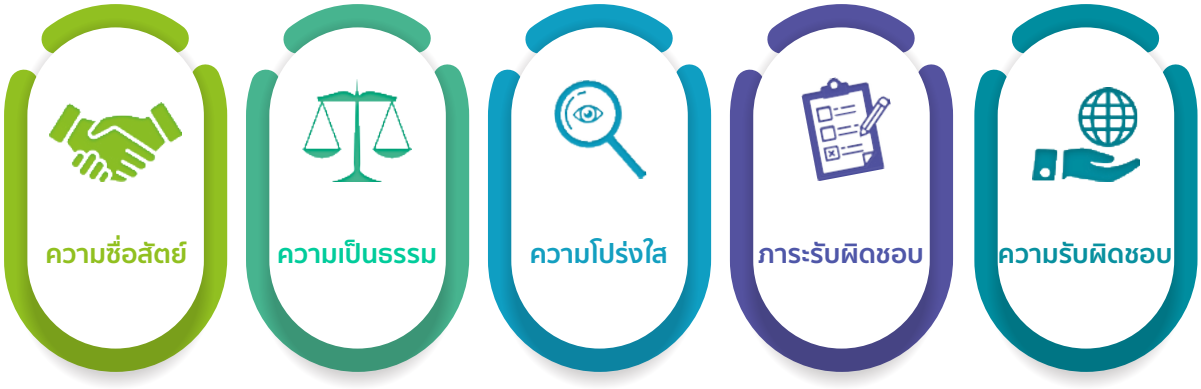


มิติเศรษฐกิจ

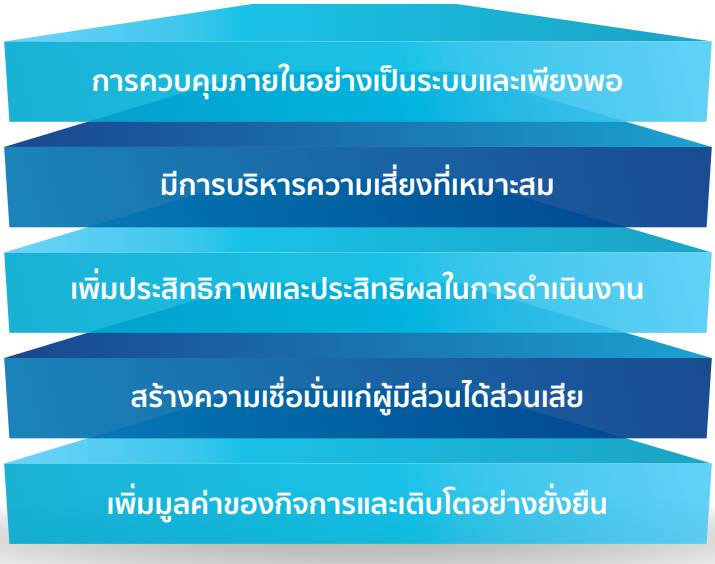
การกำกับดูแลกิจการ

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
หากบริษัทไม่สามารถดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส หรือขาดแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง จะส่งผลให้บริษัทสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งจะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสภายใต้ธรรมาภิบาล ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงบริษัท อันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทยึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นรากฐานในการดำเนินธุรกิจ คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทและความรับผิดชอบที่สำคัญในการกำกับดูแลบริหารกิจการให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากฝ่ายบริหาร โดยดูแลให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่ดีภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม ควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันตามสิทธิและหน้าที่ที่พึงได้รับ เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท



ประโยชน์ต่อบริษัท



GRI 3-3

นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี



(โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”
บนเว็บไซต์ของบริษัท https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance)

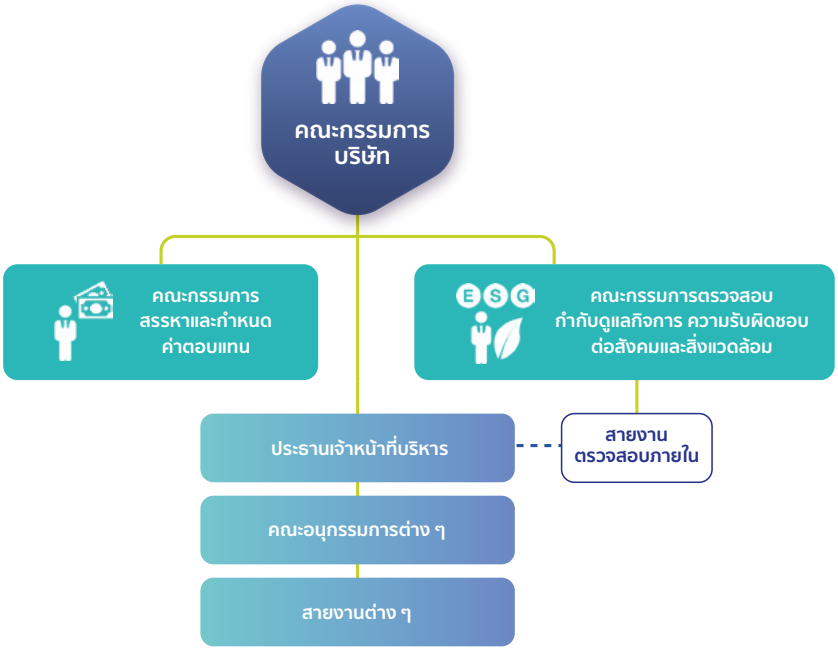
ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ การดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัท มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ โดยพิจารณาอนุมัตินโยบายและกำกับดูแลให้บริษัทมีการดำเนินการเป็นไปตามนโยบาย กฎหมาย โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งมีหน้าที่พิจารณา กำหนด และทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน รวมถึงการอนุมัติในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับทิศทางของบริษัท แผนธุรกิจ และงบประมาณประจำปี โดยมีการกำกับดูแลและติดตามให้การบริหารงานของฝ่ายจัดการเป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ และแผนธุรกิจที่กำหนดอย่างมีประสิทธิผลและถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้องตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้ดูแลให้มีระบบการควบคุมภายใน รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ร่วมกับฝ่ายจัดการเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงทั้งบริษัทเป็นประจำทุกปี และมีการรายงานสรุปผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

GRI 2-9, 2-23, 2-26, 3-3, 2-11

โครงสร้างของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริษัท 1 คณะ และคณะกรรมการชุดย่อย 2 คณะ ประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และกฎบัตรของคณะกรรมการชุดต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

1. กำหนดคุณสมบัติของกรรมการผู้บริหารระดับสูง ตามโครงสร้าง ขนาด และองค์ประกอบตามที่กฎหมายกำหนด
2. สรรหา พิจารณาคัดเลือก และกลั่นกรองบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเพื่อคัดเลือกและเสนอให้มีการแต่งตั้งดำรงตำแหน่งกรรมการ ผู้บริหารระดับสูงตามกระบวนการสรรหาของบริษัท และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องสิทธิ เพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ หรือศาสนา โดยคำนึงถึงสัดส่วน จำนวน ความหลากหลายองค์ประกอบของคณะกรรมการที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้พิจารณาทักษะความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ตาม Skill Matrix ที่บริษัทกำหนดไว้ สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัท และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อความเป็นอิสระ อีกทั้งเพื่อความชัดเจนในการบริหารงานด้านการกำกับดูแลและการบริหารกิจการ บริษัทได้กำหนดให้ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องไม่เป็นบุคคลคนเดียวกัน
3. กำหนดหลักเกณฑ์ แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
4. เสนอหลักเกณฑ์ นโยบายกำหนดผลตอบแทน แนวทางการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น
5. พิจารณาขยายระยะเวลาเกษียณอายุและการพิจารณาเกษียณอายุก่อนกำหนด รวมถึงจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารเพื่อเตรียมความพร้อมให้มีผู้สืบทอดตำแหน่งในกรณีผู้บริหารตำแหน่งนั้น ๆ เกษียณอายุ หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

โดยในปี 2566 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 8 ครั้ง

คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

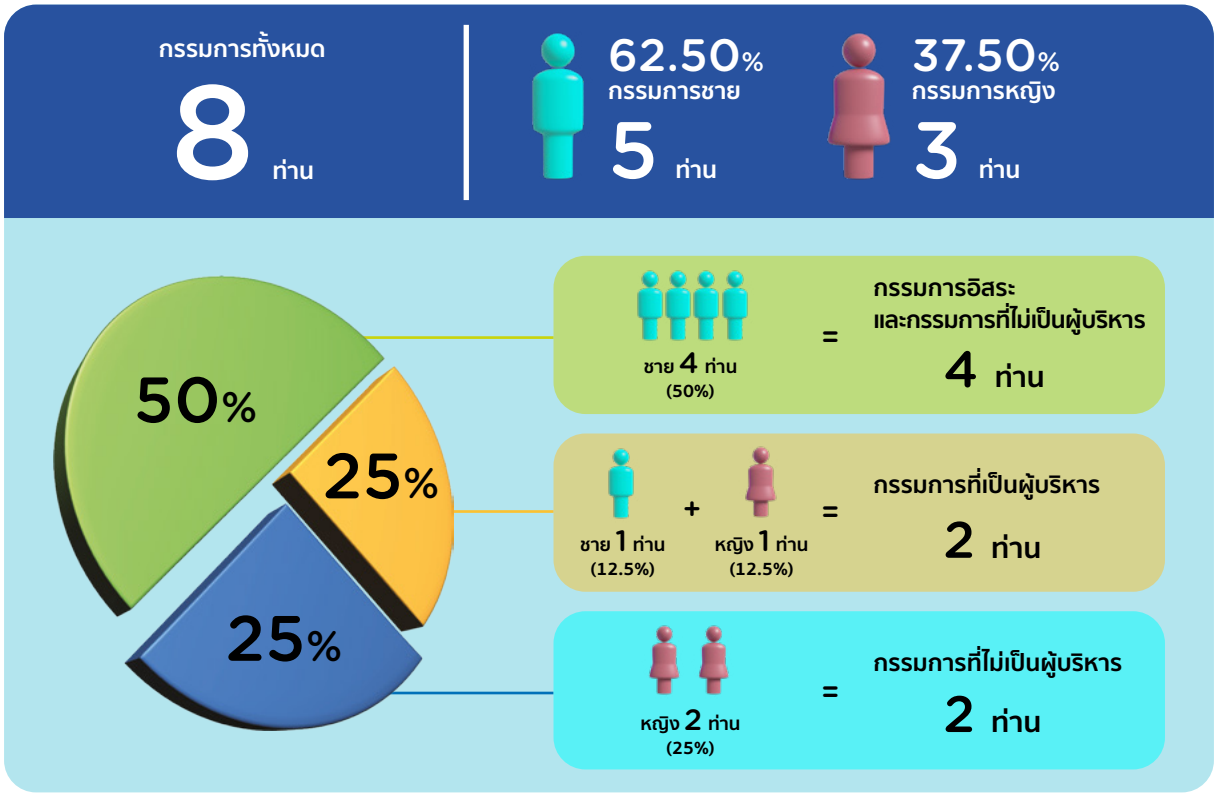
ประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะ มีหน้าที่สอบทานกำกับดูแลการจัดทำรายงานทางการเงิน การควบคุมภายในและการตรวจสอบ พิจารณารายการที่เกี่ยวโยง ดูแลการดำเนินการต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนการพิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งรวมถึงนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ การกำกับดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ การพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการปฏิบัติที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักมาตรฐานสากล โดยมีกรรมการอย่างน้อย 1 ท่าน คือ คุณประไพสิทธิ์ ตัณฑ์เกยูร กรรมการอิสระ และประธานกรรมการตรวจสอบฯ เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถด้านบัญชีและการเงินพอที่จะสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ โดยมีการพัฒนาความรู้ด้านบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2566 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 12 ครั้ง

(โปรดพิจารณารายละเอียดของคณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทได้ที่กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และรายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566)

GRI 2-9, 2-11, 2-13, 3-3

รูปแบบของคณะกรรมการบริษัท (One-Tier System)



ความเป็นอิสระของคณะกรรมการ

บริษัทได้กำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการอิสระ และจำนวนกรรมการอิสระของคณะกรรมการอย่างชัดเจนในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ที่ ทจ.39/2559 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของบริษัท https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “กฎบัตรคณะกรรมการการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” และหัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

GRI 2-9

ความหลากหลายของกรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



คณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีการกำหนดนโยบายความหลากหลายในการสรรหากรรมการบริษัท (Board Diversity Policy) ซึ่งกำหนดแนวทางวิธีการในการสรรหากรรมการไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีกระบวนการที่โปร่งใส ชัดเจน โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์ และคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามในการเป็นกรรมการตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้จะพิจารณาบุคคลที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยคำนึงถึงสัดส่วน จำนวน ความหลากหลายองค์ประกอบที่เหมาะสม ไม่จำกัดในเรื่องเพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ หรือศาสนา รวมถึงจะพิจารณาจากทักษะความรู้ของคณะกรรมการที่ดำรงตำแหน่งอยู่ปัจจุบันเพื่อสรรหากรรมการที่มีทักษะและความรู้ที่จำเป็นเพิ่มเติม (Board Skill Matrix) เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้หากเป็นการแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระ บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นด้วย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาหลักเกณฑ์การสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารกรณีตำแหน่งว่างลง โดยคณะกรรมการสรรหาจะพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต ด้านการบริหารการเงิน การธนาคาร สถาบันการเงิน หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต อีกทั้งเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์ มีแนวคิดที่ครอบคลุมและความเหมาะสมในการบริหารกิจการ เป็นต้น เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาแต่งตั้งผู้ที่จะดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทั้งนี้กรณีการดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนอื่น ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้ โดยไม่ทำให้เสียการงานของบริษัท และต้องไม่นำเอาบริษัทหรือตำแหน่งของตนไปเกี่ยวข้องกับกิจการนั้น รวมถึงต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม ได้ที่นโยบายการกำกับดูแลกิจการ กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และแบบ 56-1 One report ประจำปี 2566 หัวข้อ “นโยบายกับดูแลกิจการ)

GRI 2-10

ประสิทธิภาพในการทำหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

การประชุมของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีการกำหนดตารางประชุมของคณะกรรมการบริษัทล่วงหน้าตลอดทั้งปี และจัดส่งเอกสารการประชุมให้กรรมการล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วันก่อนการประชุม



กรรมการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย

98.67%

ในปี 2566 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัท จำนวน 16 ครั้ง โดยกรรมการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ยร้อยละ 98.67% ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานการเข้าร่วมประชุมที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75% ของการประชุมตลอดทั้งปี

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ”)

จำนวนกรรมการที่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่น สำหรับกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และพนักงานตำแหน่งอื่น ๆ ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ โดยกรรมการบริษัทสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้ไม่เกิน 5 บริษัท

ในปี 2566 ไม่มีกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นเกินกว่าที่บริษัทกำหนด

รายชื่อ		จำนวนบริษัทจดทะเบียนที่ดำรงตำแหน่ง
กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร/ กรรมการอิสระ	นายประสงค์ พูนธเนศ	3
	นายประไพสิทธิ์ ตัณฑ์เกยูร	2
	นายณฐพงศ์ วรรณรัตน์	2
	นายสมชาย คูวิจิตรสุวรรณ[2]	4
	นางประราลี รัตน์ประสาทพร[1]	1
	นางสาวกรกนก เฟื่องฟุ้ง[2]	1
กรรมการที่เป็นผู้บริหาร	นายระเฑียร ศรีมงคล	4
	นางพิทยา วรปัญญาสกุล[1, 2]	1

หมายเหตุ

[1] เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2566 บริษัทได้แจ้งการแต่งตั้งให้นางประราลี รัตน์ประสาทพร กรรมการ ให้ดำรงตำแหน่งกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม 2566 และได้แต่งตั้งนางพิทยา วรปัญญาสกุล ให้ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร แทนนายระเฑียร ศรีมงคล โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 เป็นต้นไป

[2] เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2566 บริษัทได้แต่งตั้งกรรมการ และกรรมการอิสระ แทนกรรมการที่ลาออก โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 20 พฤศจิกายน 2566 ดังนี้

- แต่งตั้ง นางสาวกรกนก เฟื่องฟุ้ง ดำรงตำแหน่งกรรมการแทน นายรุ่งเรือง สุขเกิดกิจพิบูลย์
- แต่งตั้ง นายสมชาย คูวิจิตรสุวรรณ ดำรงตำแหน่ง กรรมการอิสระ และกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แทนนายณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์
- แต่งตั้ง นางพิทยา วรปัญญาสกุล ดำรงตำแหน่งกรรมการแทน พลโท อภิชาติ ไชยะดา

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “ประวัติคณะกรรมการ” และหัวข้อย่อย “การดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่น ”)

GRI 2-9

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย ประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองปีละ 1 ครั้ง โดยเลขานุการบริษัทจะทำหน้าที่ในการนำส่งแบบประเมินผลการปฏิบัติงานให้กับกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย และจะสรุปผลการประเมินของคณะกรรมการแต่ละชุดให้คณะกรรมการชุดนั้น ๆ รับทราบ และรายงานผลการประเมินของคณะกรรมการทุกชุดต่อคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการพัฒนาและสร้างเสริมประสิทธิภาพให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี

บริษัทกำหนดให้
กรรมการบริษัท
รวมถึงกรรมการชุดย่อย
ประเมินผลการปฏิบัติงาน
ของตนเอง

ปีละ 1 ครั้ง



ในปี 2566 บริษัทได้จัดให้คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะจัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยได้นำเสนอสรุปผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยเพื่อพิจารณาในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 ลงวันที่ 19 มกราคม 2567 โดยมีรายละเอียดผลการประเมินคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด ดังนี้

แบบประเมิน	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
การประเมินคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ	4.78
การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	4.71
การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (การประเมินแบบไขว้)	4.90
การประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ	
• คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.89
• คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	4.96

การประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้กำหนดหลักเกณฑ์แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้กับคณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบโดยเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicator: KPI) ที่กำหนดตามกลยุทธ์ เป้าหมายในแต่ละปี รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการที่ใช้เกณฑ์การประเมินจาก Core Value และ Competency ขององค์กร

สำหรับหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูง ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนให้ความเห็นชอบ โดยหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานพิจารณาจากกลยุทธ์และเป้าหมายในแต่ละปี ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กระบวนการแต่งตั้งกรรมการ

กรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระ จะเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งทุกปี โดยกรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระอาจได้รับเลือกเข้าเป็นกรรมการอีกได้ ซึ่งในการลงคะแนนเลือกตั้ง บริษัทจัดให้ลงคะแนนเลือกตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลในบัตรลงคะแนน



กรรมการที่ออกจากตำแหน่งก่อนครบวาระ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาเลือกผู้มีคุณสมบัติตั้งเป็นกรรมการแทนด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า 3 ใน 4 ของจำนวนกรรมการที่เหลืออยู่ และให้อยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการที่เข้าแทน



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหากรรมการบริษัท และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” ในหัวข้อย่อย “ความโปร่งใสในการสรรหากรรมการ หรือประธานเจ้าหน้าที่บริหาร” และแบบ 56-1 One report ประจำปี 2566 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

GRI 2-9, 2-18

ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการเฉลี่ย

เป็นไปตามกฎบัตรของคณะกรรมการแต่ละคณะ และตามข้อบังคับของบริษัท ข้อที่ 13 ซึ่งกำหนดให้กรรมการจำนวนหนึ่งในสามของทั้งหมดต้องออกตามวาระในการประชุมสามัญประจำปีแต่ละครั้ง ถ้าจำนวนกรรมการไม่สามารถแบ่งออกได้เป็นสามส่วนพอดี ก็ให้กรรมการออกเป็นจำนวนที่ใกล้หนึ่งในสามมากที่สุด ทั้งนี้กรรมการที่ต้องออกจากตำแหน่งตามวาระในคราวแรกและคราวที่ 2 ถ้ามิได้ทำความตกลงกันไว้ว่าใครจะเป็นผู้ออกแล้วก็ให้ใช้วิธีจับฉลาก และในคราวต่อ ๆ ไป ให้กรรมการที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดเป็นผู้ต้องออก โดยกรรมการที่ต้องออกตามวาระอาจได้รับเลือกให้กลับมาดำรงตำแหน่งอีกครั้งก็ได้

นอกจากนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการที่เป็นกรรมการอิสระ ไม่เกินกว่า 9 ปี

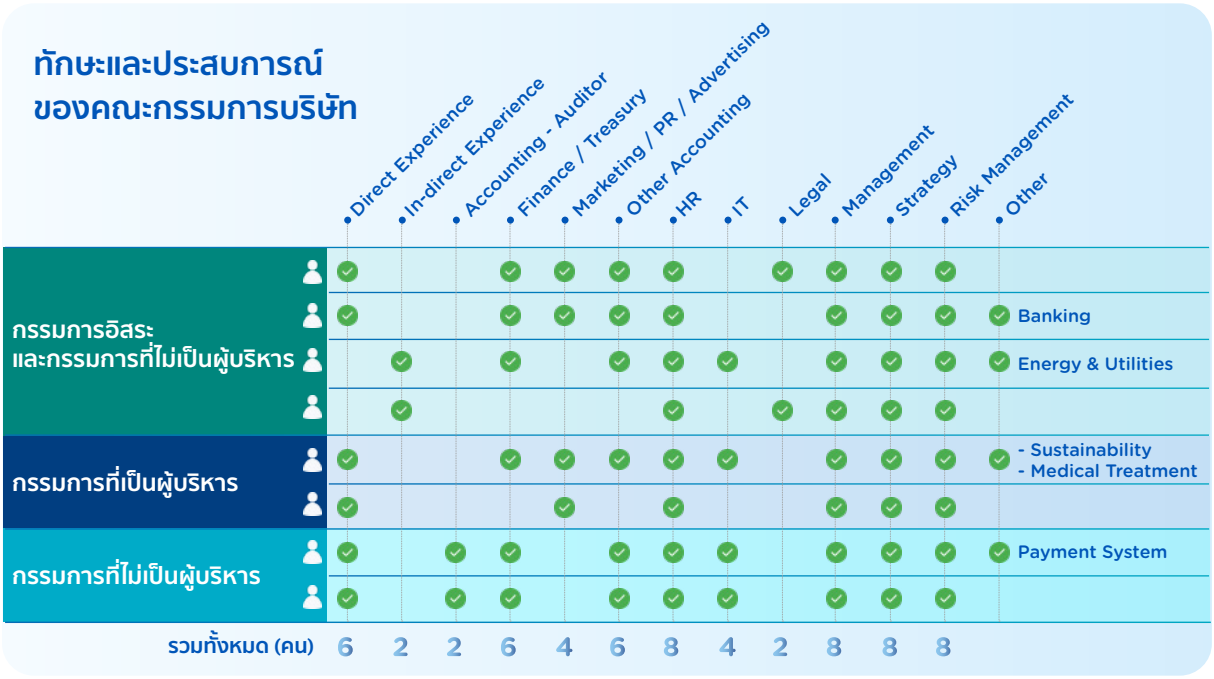


โดยในปี 2566 กรรมการบริษัท มีวาระการดำรงตำแหน่งเฉลี่ย

3.42 ปี

ทักษะและประสบการณ์ของคณะกรรมการบริษัท

กรรมการทั้งคณะเป็นบุคคลที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการกำกับดูแลบริษัท และเพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



การเปิดเผยค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหารรวมผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้เสนอหลักเกณฑ์นโยบายกำหนดค่าตอบแทน แนวทางการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่นๆ สำหรับกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง ตลอดจนกรรมการชุดย่อย เพื่อพิจารณาและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่ออนุมัติ โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ แนวทางที่บริษัทในธุรกิจประเภทเดียวกันถือปฏิบัติ ผลการดำเนินงานและภาวะตลาด โดยบริษัทได้มีการเปิดเผยค่าตอบแทนของกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ในแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหารและพนักงานอื่น ๆ” และ “รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ”



GRI 2-9, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัท

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัท โดยกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทไม่ได้กำหนดห้ามการซื้อขายหรือการเป็นเจ้าของหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน ซึ่งหากบุคคลดังกล่าวมีการซื้อ ขาย หรือโอนหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัท บุคคลนั้นจะต้องปฏิบัติตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) หรือประกาศที่บริษัทกำหนดในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการเก็บรักษาข้อมูลภายใน การรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท การห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทในช่วงเวลาที่บริษัทกำหนด เป็นต้น

ข้อมูลการถือครองและการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นสามัญและสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง เลขานุการคณะกรรมการบริษัท และเลขานุการบริษัท ในปี 2566 สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมซึ่งบริษัทได้เปิดเผยในแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ”



ในปี 2566

ธนาคารกรุงไทย KRUNGTHAI BANK

ถือหุ้นและมีสิทธิออกเสียง

49.29%

โดยบริษัทไม่มีการเสนอหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงพิเศษให้แก่ผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือรัฐบาล

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัท โดยรัฐบาล

ธนาคารกรุงไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดยในปี 2566 ถือหุ้นและมีสิทธิออกเสียงร้อยละ 49.29 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด นอกจากนี้บริษัทไม่ได้มีการเสนอหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงเป็นพิเศษ (GOLDEN SHARE) ให้แก่ผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือรัฐบาล

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมของรายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท”)

สิทธิการออกเสียง

บริษัทกำหนดสิทธิสำหรับการออกเสียงลงคะแนนหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเท่ากันคือ 1 หุ้นเป็น 1 เสียง โดยไม่จำกัดสิทธิการออกเสียง และถือเสียงข้างมากเป็นมติ ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามที่ระบุในข้อบังคับบริษัทหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้เป็นประการอื่น

ในปี 2566 สิทธิการออกเสียงของบริษัทเป็นดังนี้

	จำนวนสิทธิออกเสียงต่อ 1 หุ้น	จำนวนหุ้น	สิทธิออกเสียงรวม (จำนวนสิทธิออกเสียงต่อ 1 หุ้น x จำนวนหุ้น)
ไม่มีสิทธิออกเสียง[1],[2]	0	220,916,500	0
มีสิทธิออกเสียง	1	2,357,417,570	2,357,417,570
รวม	1	2,578,334,070	2,357,417,570

หมายเหตุ:
[1] ไม่รวมหุ้นบุริมสิทธิและหุ้นซื้อคืนที่ไม่มีสิทธิออกเสียง
[2] บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด จัดอยู่ในกลุ่มผู้ถือหุ้นประเภทไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ถือหุ้นในบริษัทร้อยละ 8.57 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด



การดำเนินการด้านบัญชี

บริษัทได้จัดทำบัญชีและงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย โดยนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงและฉบับใหม่ รวมถึงแนวปฏิบัติทางบัญชีที่ออกโดยสภาวิชาชีพบัญชี ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีมาถือปฏิบัติ

ทั้งนี้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ รวมถึงนโยบายการบัญชีที่สำคัญในงบการเงิน และคำอธิบายและบทวิเคราะห์สำหรับผลการดำเนินการ (MD&A) เป็นประจำทุกไตรมาสที่เว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (http://www.sec.or.th) หรือเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (http://www.set.or.th) หรือเว็บไซต์ของบริษัท (http://www.ktc.co.th)

นโยบายด้านภาษี

บริษัทและบริษัทย่อย กำหนดนโยบายด้านภาษีภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ในการดำเนินงานด้านภาษีได้ยึดหลักความถูกต้องโปร่งใส รับผิดชอบต่อสังคม และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทตามความรับผิดชอบงานที่กำหนดไว้ในกฎบัตรว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้อนุมัตินโยบายด้านภาษี ซึ่งได้มีการเปิดเผยนโยบายด้านภาษีดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัท (https://www.ktc.co.th/investor-relations/policy/tax-policy)

นโยบายด้านภาษีของบริษัทฯ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้



ข้อมูลด้านภาษี

(หน่วย : บาท)

งบการเงินรวม	2565	2566
รายได้รวม (Total Revenue)	23,231,342,296	25,418,462,251
กำไรก่อนภาษีเงินได้ (Profit before Income Tax)	8,871,391,765	9,068,138,533
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (Income Tax Expense)	1,817,782,936	1,818,507,518
อัตราภาษีที่แท้จริง (Effective Tax Rate)	20.5%	20.0%
ภาษีเงินได้ที่ชำระ (Income Tax Paid)	1,683,431,258	1,961,542,972
อัตราภาษี (Cash Tax Rate)[1]	20%	20%

หมายเหตุ: [1] อัตราภาษี (Cash Tax Rate) : อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ชำระตามกฎหมาย

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

การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
หากบริษัทไม่มีแนวทางในการป้องกันและควบคุมการทุจริต คอร์รัปชัน รวมทั้งการติดสินบนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากผิดกฎหมายแล้วยังส่งผลให้บริษัทสูญเสียชื่อเสียง	การที่บริษัทมีมาตรการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันที่เคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีแนวทางสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ รวมถึงไม่ถูกใช้เป็นช่องทางในการฟอกเงิน



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

GRI 3-3

การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัตินโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงจัดให้มีระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามไม่ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทั้งหมดของบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินการหรือยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบที่จะนำไปสู่ผลประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อน หรือคนรู้จัก หรือเป็นการแสวงหาประโยชน์จากการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ อีกทั้ง ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ แนวทางปฏิบัติหากพบการคอร์รัปชัน บทลงโทษ รวมถึงกระบวนการและช่องทางในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานทุกระดับจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

บริษัทมีการดำเนินงานภายใต้โครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ดังนี้



ทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัท ฝ่ายบริหาร ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการต่อต้านคอร์รัปชัน และปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยบริษัทได้เผยแพร่นโยบายและระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันให้กับพนักงานบริษัท ผ่าน KTC UNITE ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารภายในบริษัท รวมถึงสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในบริษัท นอกจากนี้ ได้เปิดเผยให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มได้รับทราบผ่านทางเว็บไซต์บริษัท (https://www.ktc.co.th)

จัดให้ทุกสายงานมีการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self - Assessment: RCSA) เป็นประจำทุกปี สำหรับทุกกระบวนการ ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน เพื่อประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบเพื่อหาระดับความเสี่ยง รวมถึงระบุแนวทางการควบคุม การตอบสนอง และจัดการความเสี่ยง โดยบริษัทนำเสนอผลการประเมินต่อ Risk Management Committee: (RMC) และนำส่งธนาคารกรุงไทยเป็นรายปี

ในปี 2566 ผลการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) จากสายงานต่าง ๆ พบโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันในขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานรวมทั้งสิ้น 24 กระบวนการทำงาน ซึ่งความเสี่ยงทั้ง 24 กระบวนการนี้ ยังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ขึ้นจริง และบริษัทได้จัดให้มีกระบวนการควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว

GRI 3-3, 2-23

จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงาน รวมถึงแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย และสอดคล้องกับผลการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

- จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงานว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้บริษัทมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน โดยไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
- จัดให้มีบทนิยามและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชันไว้ในระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งประกอบด้วย



- บริษัทผลักดันให้ทุกสายงานในบริษัทปฏิบัติตามกฎหมายต่อต้านการฟอกเงิน (Anti-Money Laundering: AML) ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน อันเป็นการสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันของภาครัฐ
- บริษัทมีการกำหนดคู่มือการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเบิกค่าใช้จ่าย การจัดเก็บเอกสาร รวมถึงการบันทึกข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อให้มีความถูกต้อง พร้อมต่อการตรวจสอบ รวมทั้งเป็นไปตามหลักมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

จัดให้มีช่องทางในการรายงานเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และดำเนินมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ พร้อมทั้งให้ความคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส โดยเก็บเป็นความลับหรือไม่เปิดเผยตัวตนของผู้แจ้งเบาะแส ซึ่งสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing)”

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “สรุประเบียบปฏิบัติ เรื่องมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน”)

GRI 205-1

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขจัดการคอร์รัปชันให้หมดไปจากประเทศไทย บริษัทจึงได้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับบริษัทอื่น ๆ ในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้รับการรับรองเป็นสมาชิก แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันภาคเอกชนไทย
(Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC)
ตั้งแต่ปี **2556** | และได้รับการต่ออายุการรับรอง ในฐานะสมาชิก CAC เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2565

ปี 2566 มีจำนวนคู่ค้าที่บริษัทส่งหนังสือเชิญชวนรวมทั้งสิ้น 21 ราย

นอกจากนี้ บริษัทได้สนับสนุนให้คู่ค้าต่อต้านการคอร์รัปชันและเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยได้ส่งจดหมายเพื่อแจ้งนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และขอความร่วมมือคู่ค้าปฏิบัติตาม KTC Supplier Code of Conduct พร้อมทั้งเชิญชวนร่วมเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน[1]	คู่ค้า
จัดทำสื่อการเรียนรู้ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวทางปฏิบัติตามนโยบาย ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดไว้เป็นหัวข้อหนึ่งในหลักสูตรการปฐมนิเทศของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเข้าใหม่ในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง และมีการทบทวนผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ รวมถึงการอบรมผ่าน Animation-Based Training และทำการทดสอบเป็นประจำทุกปี อีกทั้งกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานที่เข้างานใหม่ดำเนินการรับทราบและยอมรับการปฏิบัติตามแนวนโยบายดังกล่าว ณ วันที่ลงนามในสัญญาจ้างงาน **2566 ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ 100%** หมายเหตุ[1] พนักงาน หมายถึง พนักงานประจำ และพนักงานสัญญาจ้างตามนิยามที่กำหนดไว้ในหัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” หัวข้อย่อย “มิติสังคม”	• กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับคู่ค้า โดยในการปฏิบัติงานตามสัญญา คู่สัญญาจะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงอย่างเคร่งครัด • จัดให้คู่ค้ารับทราบในเรื่องจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างคู่ค้ารายใหม่ ซึ่งครอบคลุมในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติ รวมถึงสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ทั้งนี้ สามารถศึกษารายละเอียดของจรรยาบรรณคู่ค้าได้จากเว็บไซต์บริษัท https://www.ktc.co.th/pub/media/sites/cs/assets/corporate-governance/document/THKTC-GS-007-KTC-Suppliers-Code-of-Conduct.pdf

GRI 205-2

การรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing)

1. ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับคอร์รัปชัน

ข้อมูลต้องประกอบด้วย ชื่อ นามสกุลของผู้แจ้ง รายละเอียดข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่เป็นจริง ชัดเจน เพียงพอต่อการสืบหาข้อเท็จจริง

การร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหา หรือข้อพิพาทระหว่างบุคคล หรือร้องเรียนในลักษณะบัตรสนเท่ห์ **ไม่ถือ**ว่าเข้าข่ายเป็นการแจ้งเบาะแส/ ร้องเรียนการคอร์รัปชัน

2. ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

สำหรับลูกค้า ประชาชนทั่วไป หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น

- **โทรศัพท์** ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 02 123 5000 ตลอด 24 ชั่วโมง งานรับเรื่องร้องเรียน 02 123 5000
- **เว็บไซต์** https://www.ktc.co.th เลือก “แบบฟอร์มการติดต่อ”
- **อีเมล** CService@ktc.co.th
- **จดหมาย** บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 591 อาคารสมัชชาวาณิช 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย

สำหรับพนักงาน

- **อีเมล** ถึงคณะกรรมการและผู้บริหารได้โดยตรง ทั้งนี้ สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทให้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษาหากมีข้อสงสัย หรือหากต้องการข้อแนะนำเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน นอกจากนี้ได้จัดทำตัวอย่างของเรื่องที่รับแจ้งเบาะแสและร้องเรียนไว้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการคำปรึกษาอีกด้วย

3. การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการสอบสวน รวมทั้งจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่าในการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงจะให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ถูกกล่าวหาในเรื่องดังกล่าวด้วย

โดยสายงานทรัพยากรบุคคล สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ และสายงานที่มีความเป็นอิสระจะเข้าร่วมพิจารณาตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยมีระบบมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส

4. การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

5. กระบวนการแก้ไข การป้องกัน และการรายงานผล

สายงานตรวจสอบภายในและสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับจะรวบรวมข้อมูลปัญหาร้องเรียน การประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน การควบคุมภายในที่ไม่เหมาะสม หรือเกิดเหตุการณ์ที่เข้าลักษณะการคอร์รัปชันในกรณีเดิมซ้ำ รวมถึงมาตรการการแก้ไข เพื่อเป็นการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายฯ และระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมทั้งการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมซ้ำ หรือลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบเป็นประจำ

หมายเหตุ
1. แนวทางการพิจารณาลงโทษ รวมถึงกระบวนการและระยะเวลาการดำเนินการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในระเบียบทรัพยากรบุคคล และคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานของสายงานทรัพยากรบุคคล เรื่อง กระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน
2. กรณีการร้องเรียนกรรมการ บริษัทจะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และ “สรุประเบียบปฏิบัติ เรื่อง มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน”)

ด้วยการจัดให้มีระเบียบปฏิบัติ มาตรการการป้องกัน รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ในปี 2566 บริษัทได้รายงานผลการดำเนินการต่าง ๆ ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

ผลการตรวจสอบโดยสายงานตรวจสอบภายใน
ไม่พบว่ามีสายงานหรือหน่วยงานใดที่ปฏิบัติไม่สอดคล้องกับนโยบายหรือระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน

จำนวนกรณีที่เกิดขึ้นในอดีต (2561-2565)

0 กรณี บริษัทไม่มีการร้องเรียน/ แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับคอร์รัปชัน (whistleblowing) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

จำนวนกรณีในปัจจุบัน (2566)

0 กรณี บริษัทไม่มีการร้องเรียน/ แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับคอร์รัปชัน (whistleblowing) ซึ่งรวมถึงไม่มีเรื่องที่อยู่ระหว่างการพิจารณา

GRI 2-16, 2-25, 205-3

การต่อต้านการแข่งขัน

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการแข่งขัน (Anti - Competitive Practices)

บริษัทให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรมภายใต้กรอบของกฎหมาย โดยคำนึงถึงจริยธรรมในการประกอบการค้า ประโยชน์ของลูกค้าและคู่ค้า รวมถึงความเป็นธรรมในการแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจรายอื่นภายใต้กรอบของกฎหมายการแข่งขันทางการค้า โดยกำหนดแนวทางการปฏิบัติต่อคู่แข่งไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ โดย “มุ่งเน้นการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบของการแข่งขัน โดยปราศจากการใส่ร้ายป้ายสี กลั่นแกล้ง ขัดขวางกลไกตลาด การค้าเสรี กีดกัน จำกัดการประกอบธุรกิจของผู้อื่น ไม่ผูกขาดทางการค้า หรือบิดเบือนข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของคู่แข่ง ขณะเดียวกันหลีกเลี่ยงการตกลงหรือการพูดคุยกับพนักงานของหน่วยงานหรือผู้ประกอบธุรกิจทางการเงินอื่น ๆ เกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง ภูมิประเทศ การตลาด อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแผนธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท” โดยแนวปฏิบัติดังกล่าวครอบคลุมถึงการทำการค้า นิติกรรมสัญญา หรือการดำเนินการใด ๆ ของบริษัท



จำนวนกรณีที่เกิดขึ้นในอดีต (2561-2565)

0 กรณี บริษัทไม่มีการกระทำใด ๆ ที่ละเมิดแนวปฏิบัติต่อคู่แข่ง คู่สัญญา หรือค่าปรับจากการละเมิดการปฏิบัติตามสัญญา หรือกฎหมายในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

จำนวนกรณีในปัจจุบัน (2566)

0 กรณี บริษัทไม่มีการกระทำใด ๆ ที่ละเมิดแนวปฏิบัติต่อคู่แข่ง คู่สัญญา หรือค่าปรับจากการละเมิดการปฏิบัติตามสัญญาหรือกฎหมาย

GRI 205-3

การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

นโยบายและมาตรการ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้มีบุคคลใดใช้บริษัทเป็นช่องทางในการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง จึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ซึ่งพิจารณาอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานของบริษัทดำเนินไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและกฎระเบียบของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายประกอบด้วย

การรู้จักลูกค้าและการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า (KYC/CDD)

กำหนดให้ลูกค้าต้องแสดงตนทุกครั้งก่อนสร้างความสัมพันธ์/ ทำธุรกรรม โดยแสดงข้อมูลและหลักฐานตามที่กฎหมายกำหนด มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า ทั้งแบบที่สร้างความสัมพันธ์ต่อหน้า (Face-to-Face) และแบบที่ไม่ได้สร้างความสัมพันธ์ต่อหน้า (Non-Face-to-Face) เพื่อจัดระดับความเสี่ยงด้านการฟอกเงิน กรณีลูกค้าที่มีระดับความเสี่ยงสูงจะต้องได้รับอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท หรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าอย่างเข้มข้น และการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

การตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับ Sanction Lists

กำหนดให้มีการตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับ Thailand & US Sanction Lists ก่อนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า/ ทำธุรกรรม

การเก็บรักษาข้อมูล

กำหนดให้มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเวลา 10 ปีนับแต่วันที่มีการปิดบัญชีหรือยุติความสัมพันธ์กับลูกค้า

บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs)

กำหนดให้บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs) เป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงฟอกเงินสูง การสร้างความสัมพันธ์ต้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเข้มข้น มีการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และจะต้องได้รับการอนุมัติการสร้างความสัมพันธ์จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท

การฝึกอบรมบุคลากร

กำหนดให้มีการอบรมให้ความรู้ รวมถึงการจัดทดสอบความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานในรูปแบบ e-Learning

การติดตามความเคลื่อนไหวบัญชีของลูกค้า

กำหนดให้มีการติดตามและสอบทานความเคลื่อนไหวทางบัญชีของลูกค้าจนกว่าจะยุติความสัมพันธ์ เพื่อประเมินว่าลูกค้าทำธุรกรรมสอดคล้องกับอาชีพและแหล่งที่มาของรายได้ที่แจ้งแก่บริษัทหรือไม่

การรายงานธุรกรรม

กำหนดให้มีกระบวนการและระบบงานสำหรับการรายงานธุรกรรมตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งได้แก่ ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย

การตรวจสอบการปฏิบัติงาน

กำหนดให้สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ สายงานตรวจสอบภายใน รวมถึง ธนาคารกรุงไทยในฐานะของบริษัทแม่ ทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

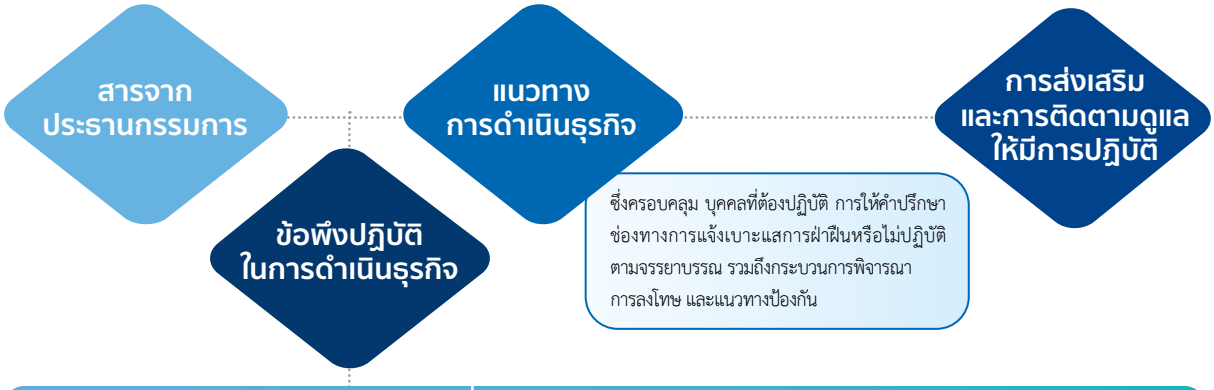
(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “สรุปนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง”)

GRI 2-23, 2-25

จรรยาบรรณธุรกิจ

คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท (Code of Conduct)

บริษัทจัดทำคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทที่ครอบคลุมนโยบายและมาตรการดำเนินการในหัวข้อ ดังนี้



การรักษาทรัพย์สินและผลประโยชน์ของบริษัทและลูกค้า	ครอบคลุม การใช้ เปิดเผย การเข้าถึง การจัดเก็บ การทำลาย และข้อพึงปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สิน ข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของบริษัทและลูกค้า
ความขัดแย้งทางผลประโยชน์	ครอบคลุม ข้อพึงปฏิบัติในการอนุมัติการทำรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบุคคลที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เช่น กรรมการ หรือผู้ถือหุ้นใหญ่ รวมถึง แนวทางการรายงานการมีส่วนได้เสียและการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท
การรักษาความลับของบริษัท	ครอบคลุม การไม่แจ้งข้อมูลความลับของบริษัทและของลูกค้าให้แก่บุคคลภายนอก รวมถึงการระมัดระวังในการจัดเก็บเอกสารหรือการพูดคุยเกี่ยวกับข้อมูลลับของบริษัท
การให้ รับ ของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือผลประโยชน์อื่น	ครอบคลุม การให้ รับของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือผลประโยชน์อื่นเพื่อหวังความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หรือมีผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจในนามบริษัท
สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและการประชุมผู้ถือหุ้น	ครอบคลุม การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นในการประชุมผู้ถือหุ้น
การเปิดเผยข้อมูลและความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน	ครอบคลุม แนวทางการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลทางการเงิน หรือสารสนเทศของบริษัทตามกรอบระยะเวลาที่กฎหมายหรือระเบียบบริษัทกำหนด
การป้องกันการฟอกเงินและการต่อต้านการก่อการร้าย	ครอบคลุม การปฏิบัติตามกฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ครอบคลุม ข้อพึงปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ของบริษัท
การตอบแทนสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ครอบคลุม การสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึง การส่งเสริมความรู้ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการลดใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการใช้พลังงาน
ความปลอดภัย สุขอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน	ครอบคลุม การคำนึงถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงานในสถานประกอบการ
การเคารพสิทธิมนุษยชน	ครอบคลุม นโยบาย การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และแนวปฏิบัติในการป้องกันการละเมิดสิทธิมมนุษยชน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)

GRI 2-15, 2-25

การปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน[1]

เคทีซีส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

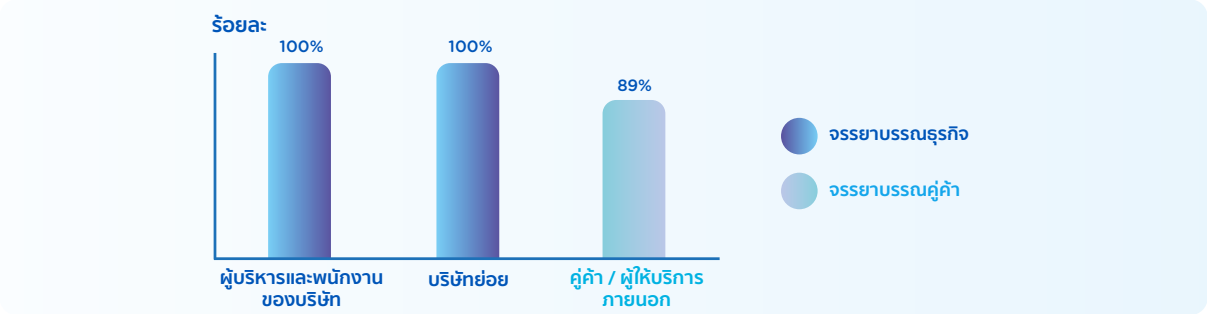
- กำหนดให้เป็นหน้าที่ของกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
- กำหนดให้พนักงานที่เข้าใหม่ของบริษัทและบริษัทย่อยลงนามในสัญญาซึ่งครอบคลุมการรับทราบการปฏิบัติตามนโยบายที่สำคัญ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ หรือมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
- จัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใหม่ โดยเนื้อหาการอบรมจะครอบคลุมนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และแนวปฏิบัติที่สำคัญที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใหม่พึงรับทราบ
- จัดการอบรม ทบทวน และทดสอบความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจผ่าน Animation-Based Training ให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการสื่อสารหรือสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย
- กำหนดให้การปฏิบัติตามหลักความซื่อสัตย์และหลักจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของระบบประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน

หมายเหตุ [1] พนักงาน หมายถึง พนักงานประจำ และพนักงานสัญญาจ้าง ตามนิยามที่กำหนดไว้ในหัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และหัวข้อย่อย “มิติสังคม”

คู่ค้า

- จัดให้มีจรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อให้บุคคลที่จะมาเป็นคู่ค้าของบริษัทรับทราบก่อนการพิจารณาคัดเลือกหรือการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีหัวข้อสำคัญ เช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม กฎหมายและข้อกำหนด รวมถึงกำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้/ให้บริการระหว่างบริษัทกับคู่ค้าซึ่งจะต้องรับทราบเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์โปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน และการป้องกันการฟอกเงินอย่างเคร่งครัด

สรุปผลการรับทราบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และจรรยาบรรณคู่ค้า



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียน



ข้อมูลหรือข้อร้องเรียนต้องประกอบด้วย ชื่อ นามสกุลของผู้แจ้ง รายละเอียดข้อร้องเรียนหรือเบาะแสที่เป็นจริง ชัดเจน เพียงพอต่อการสืบหาข้อเท็จจริง

ช่องทางร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

- **ผู้บังคับบัญชาที่ไว้วางใจ**
- **คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม**
  โดยแจ้งผ่านเลขานุการคณะกรรมการฯ
- **ผู้บริหารสายงานทรัพยากรบุคคล**
- **อีเมล:** CG_Compliance@ktc.co.th
  ทั้งนี้ ผู้บังคับบัญชาหรือสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับจะตอบข้อสงสัย หรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

GRI 2-16, 2-23, 2-26

การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูล สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับจะประสานงานกับสายงานทรัพยากรบุคคล เพื่อดำเนินการพิจารณาตามระเบียบทรัพยากรบุคคล รวมถึงคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน

การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

การป้องกันและการรายงานผล

บริษัทจัดให้มีระเบียบปฏิบัติ มาตรการการป้องกัน รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยหากมีเหตุการณ์การละเมิดการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ บริษัทจะพิจารณาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้รับแจ้ง เพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ รวมถึงจัดให้มีการรายงานผลการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับการปฏิบัติไม่เป็นไปตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบเป็นประจำ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)



หมายเหตุ: จำนวนการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ ด้านความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” หัวข้อย่อย “การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว”

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2566

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเข้าตรวจสอบกิจการ สินทรัพย์ และหนี้สินของธนาคารกรุงไทยและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย รวมถึงการตรวจสอบด้านการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

ข้อพิพาททางกฎหมาย

ไม่มี

GRI 2-16, 2-26

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ

ความเสี่ยง (Risk)

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและปัจจัยต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากบริษัทไม่ให้ความสำคัญกับระบบและกระบวนการบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤติที่มีประสิทธิภาพ และครอบคลุมปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ อาจทำให้บริษัทไม่สามารถจัดการความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อผลการดำเนินงานและชื่อเสียงของบริษัท

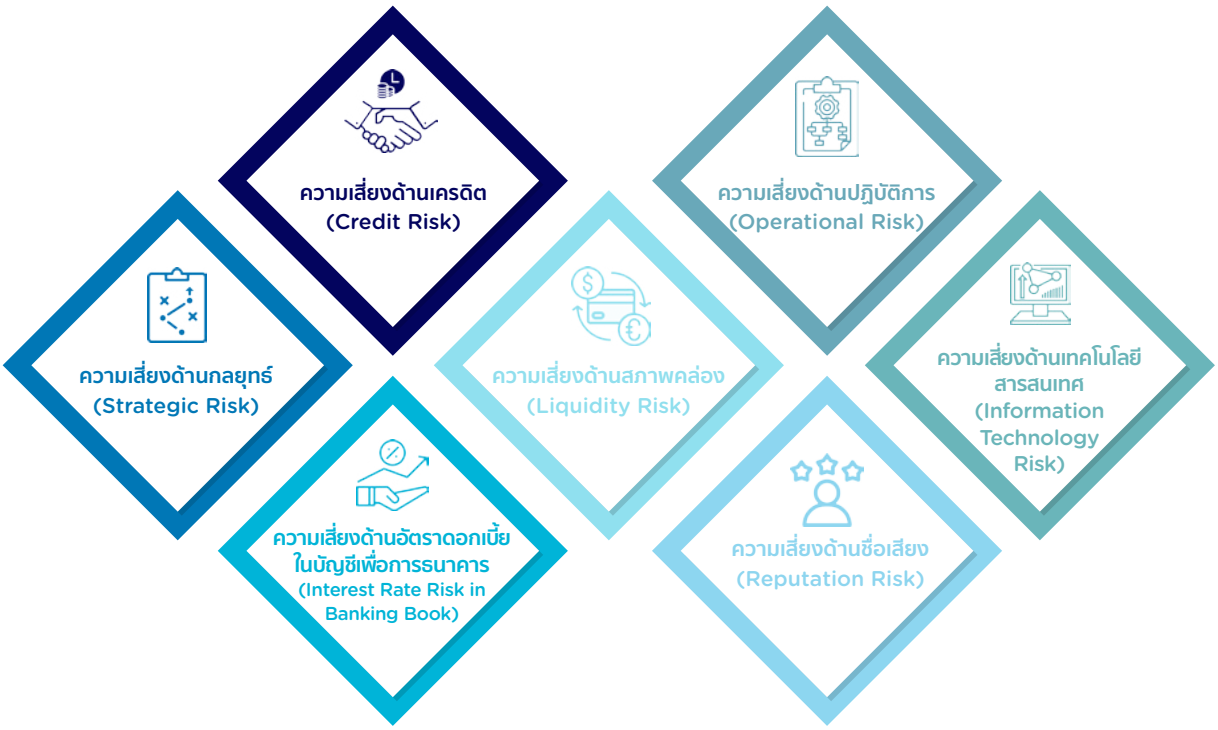
โอกาส (Opportunity)

การมีระบบบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ จะทำให้พร้อมรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ โดยมีการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่มุ่งเน้นการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ครอบคลุมความเสี่ยงที่สำคัญ ตลอดจนทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรับมือความเสี่ยงต่าง ๆ ของการดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก รวมถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

นโยบายการบริหารความเสี่ยง

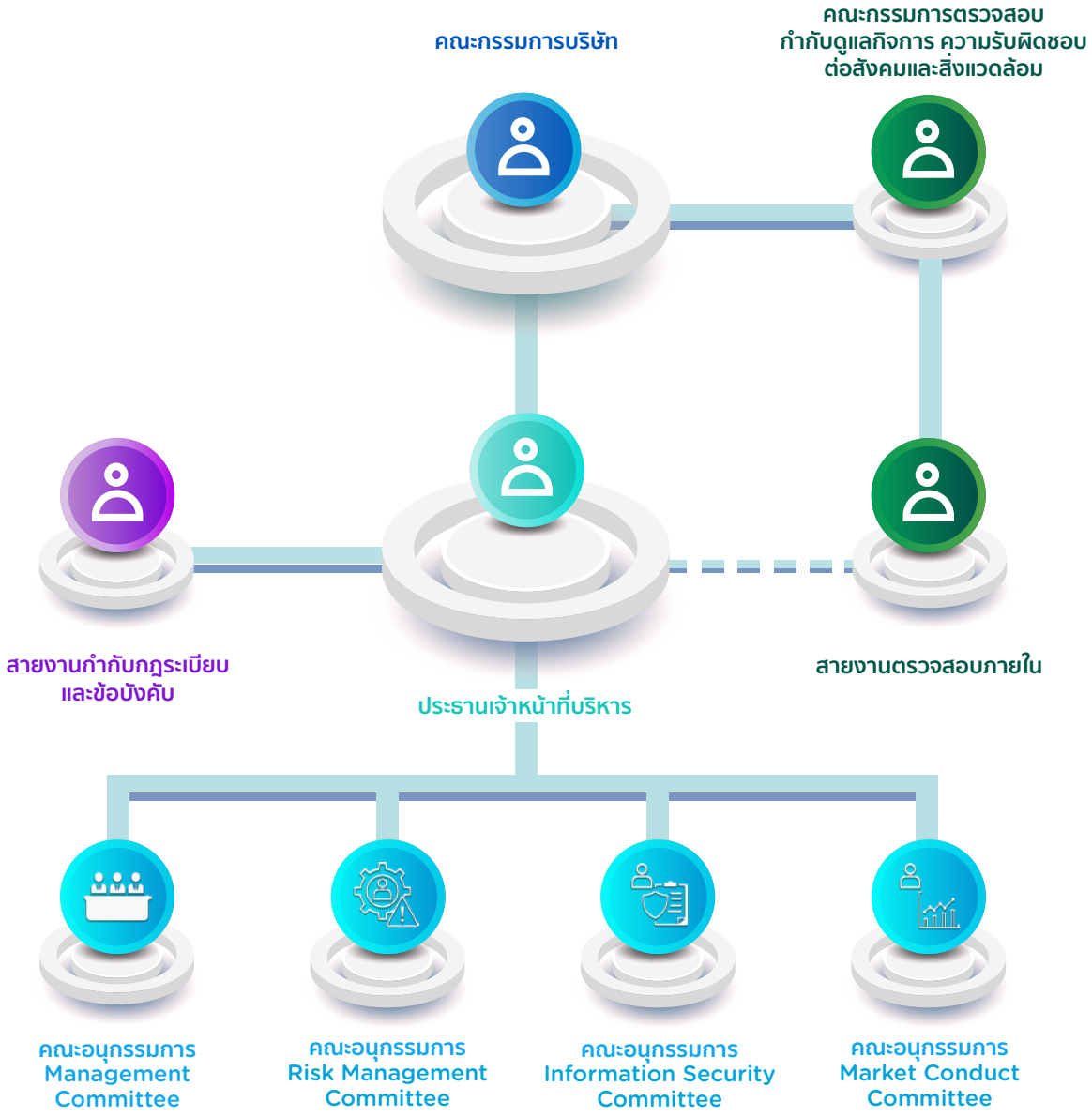
นโยบายการบริหารความเสี่ยงต้องผ่านการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee ก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติ โดยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญของบริษัท ประกอบด้วย



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง”)

GRI 2-12, 2-13, 2-23, 3-3

โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง



GRI 2-9, 2-12, 2-13

บริษัทได้จัดตั้งคณะอนุกรรมการชุดต่าง ๆ ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

คณะอนุกรรมการ Management Committee

มีหน้าที่กำหนด พิจารณา กลั่นกรอง เสนอแนะ ให้ความเห็น วางนโยบายและแนวปฏิบัติในด้านการเงินและบัญชี ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารเงิน ด้านการตลาด ด้านผลประกอบการของบริษัท ด้านบริหารจัดการงานทรัพยากรบุคคล และด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพิจารณาอนุมัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก่อนออกสู่ตลาด เป็นต้น

คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee

มีหน้าที่พิจารณาเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กรก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศใช้ ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการดำเนินการตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงตามที่กำหนดไว้ ให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย และหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงกำหนดนโยบายสินเชื่อ การอนุมัติความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee ได้แต่งตั้งคณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee) เพื่อพิจารณากำหนดขอบเขตของแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ตัดสินใจประกาศใช้หรือยกเลิก และควบคุมดูแลการดำเนินการตามแผนดังกล่าว รวมถึงสื่อสารกับพนักงาน สื่อมวลชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เมื่อเกิดเหตุวิกฤติที่ทำให้การดำเนินการหยุดชะงัก

คณะอนุกรรมการ Information Security Committee

มีหน้าที่กำกับดูแลและดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท กำกับดูแลแผนกลยุทธ์และงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปตามแนวทางที่เป็นมาตรฐานและนำไปใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ วางแผนและจัดการโครงการให้มีความโปร่งใสและเกิดประสิทธิผล รวมถึงเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. ๒๕๖๒ ของบริษัทและบริษัทย่อย จัดการการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กำกับนโยบายการจัดการวางแผนปรับปรุงระบบให้ทันกาลอยู่เสมอ กำหนดข้อตกลงการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) ระหว่างหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศกับหน่วยงานผู้ใช้บริการ ตรวจสอบ ติดตามผลให้เป็นไปตามข้อตกลง และกำกับให้เกิดการปรับปรุงการบริการ

คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee

มีหน้าที่กำหนดกรอบนโยบาย แผนกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และกำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมเรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมอย่างเพียงพอ

GRI 2-9, 2-12, 2-13

คณะอนุกรรมการต่าง ๆ รายงานต่อคณะกรรมการบริษัทตามรอบระยะเวลาที่กำหนด เพื่อนำเสนอผลการดำเนินการและรับฟังข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ กรรมการทุกคนของบริษัทมีความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดโครงสร้างองค์กรโดยการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบของสายงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของบริษัท โดยนำแนวทางป้องกันและกำกับดูแลความเสี่ยงใน 3 ระดับ (Three Lines of Defense) มาปรับใช้กับโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงในภาพรวม พร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดทำกรอบการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ดังนี้

1st Line of Defense

เจ้าของความเสี่ยง

สายงานต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) รับผิดชอบในการควบคุม ดูแลความเสี่ยงภายในสายงาน ให้อยู่ในระดับเหมาะสม

2nd Line of Defense

ฝ่ายบริหารความเสี่ยงองค์กร

ฝ่ายบริหารความเสี่ยงองค์กร ทำหน้าที่กำกับดูแลความเสี่ยงในภาพรวม วางกรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายการบริหารความเสี่ยง ติดตาม รวมทั้งรายงานต่อคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee (RMC) และคณะกรรมการบริษัทตามรอบระยะเวลาที่กำหนด

สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ

สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ รับผิดชอบการกำกับดูแล และสอบทานการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ให้คำปรึกษา และสื่อสารกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล

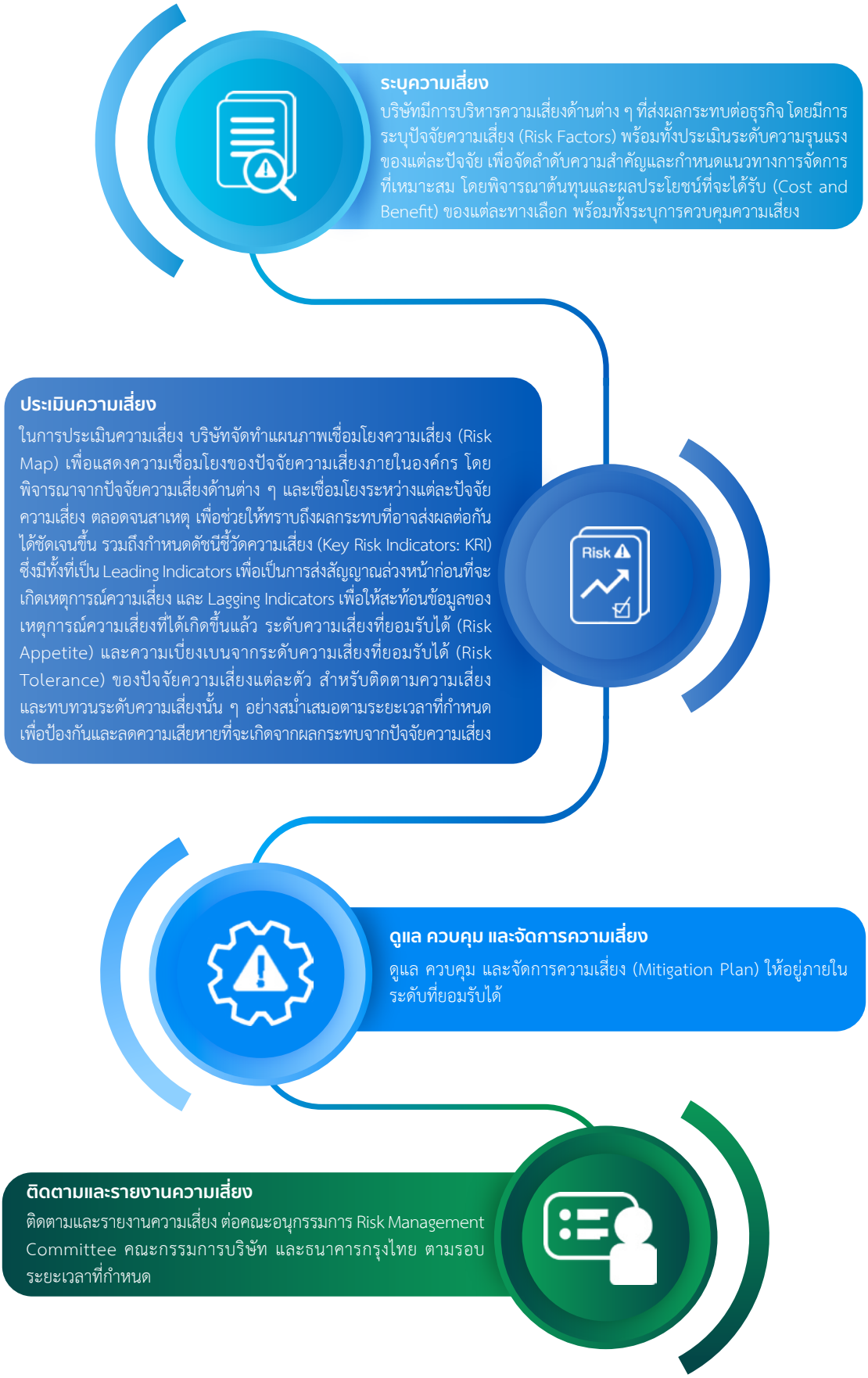
3rd Line of Defense

สายงานตรวจสอบภายใน

สายงานตรวจสอบภายในเป็นสายงานที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของ 1st Line of Defense และ 2nd Line of Defense ในภาพรวม และประเมินประสิทธิภาพความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ระบบการบริหารจัดการความเสี่ยง และระบบการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการดำเนินการตามกระบวนการที่บริษัทกำหนด โดยฝ่ายจัดการของบริษัทจะนำผลการตรวจสอบดังกล่าวไปพิจารณาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนางานให้มีคุณภาพ ทั้งนี้สายงานตรวจสอบภายในจะรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

GRI 2-9, 2-12, 2-13

กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process)



GRI 3-3

การจัดการภาวะวิกฤติ

การดำเนินธุรกิจของบริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่สำคัญในหลายๆ ด้าน เพื่อรองรับเหตุการณ์ และปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดความเสี่ยง บริษัทมีการจัดการภาวะวิกฤติในระดับองค์กร ดังนี้

• มีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) และจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ หรือเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์อัคคีภัย แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย แผนรองรับการชุมนุม แผนรองรับการเกิดโรคระบาด ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผน BCP จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และจัดให้มีทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการรองรับการเกิดภาวะวิกฤติในสถานการณ์ต่าง ๆ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function ไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้ นอกจากนี้ บริษัทยังได้จัดทำแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan: DRP) เพื่อรองรับเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยและความพร้อมใช้งานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการทบทวนและทดสอบ DRP เป็นประจำทุกปี

• กำหนดให้ทบทวนและทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Communication Tree: Call Tree) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) แบบไม่แจ้งล่วงหน้า (Surprise Test) เป็นประจำทุกปี รวมทั้งเข้าร่วมสังเกตการณ์การทดสอบแผน BCP ของบริษัทผู้ให้บริการภายนอกที่รับให้บริการงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหลักของบริษัท



ทั้งนี้ บริษัททดสอบ Call Tree และ BCP ประจำปี 2566 เมื่อวันที่ 18-19 สิงหาคม 2566

โดยผลการทดสอบอยู่ภายใน Recovery Time Objective ที่บริษัทกำหนด

GRI 3-3

ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะ 3 – 5 ปี โดยรวมถึงความเสี่ยงที่เริ่มเกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ส่งผลกระทบที่ชัดเจนในขณะนี้ เพื่อเตรียมมาตรการรองรับต่อความเสี่ยงที่สำคัญเหล่านี้อย่างเพียงพอและทันเวลา

ภัยทางไซเบอร์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	
คำอธิบาย	บริษัทได้นำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ มีแนวโน้มพึ่งพาและใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาระบบกระบวนการทำงานให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่ปรับเปลี่ยนมาทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ และ KTC Mobile Application มากขึ้น รวมทั้งเพื่อต่อยอดธุรกิจตามแผนกลยุทธ์ของบริษัท อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วและซับซ้อน ทำให้บริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากความไม่ปลอดภัยทางไซเบอร์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเจาะระบบ การหลอกลวงเพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญ การสร้างข้อมูลเท็จ ข่าวลวง และการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งอาจสร้างความเสียหายแก่บริษัทและลูกค้าได้
ผลกระทบ	หากบริษัทถูกโจมตี หรือโจรกรรมทางไซเบอร์ อาจทำให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงักหรือข้อมูลสำคัญสูญหาย ส่งผลกระทบทั้งด้านการเงินและที่มิใช่การเงิน เช่น ถูกปรับจากทางการหรือหน่วยงานกำกับ สูญเสียความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสีย หรือหากการโจมตีหรือโจรกรรมทางไซเบอร์มุ่งไปที่ลูกค้า เช่น การหลอกลวงหรือแอบอ้างโดยใช้ชื่อบริษัท อาจทำให้ลูกค้าสูญเสียทรัพย์สินและสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของบริษัท
แนวทางการจัดการ	• กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Policy) นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งทบทวนเป็นประจำทุกปี โดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท • กำหนดมาตรฐานด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น มาตรฐานการติดตั้งระบบงาน ระบบเครือข่าย (System Configuration Standard) มาตรฐานรหัสผ่านสำหรับการควบคุมการเข้าถึงระบบงาน (Password Control Standard) มาตรฐานการเข้ารหัส (Cryptographic Standard) ของข้อมูลและระบบงาน เป็นต้น • จัดทำคู่มือปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางจัดการปัญหาด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท • ดำเนินการจัดทำ ทบทวน และทดสอบแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan: DRP) เป็นประจำทุกปี เพื่อรองรับเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยและความพร้อมใช้งานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ • นำมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Information Management) และ ISO/IEC 27001:2013 ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Management System) มาใช้ภายในองค์กร • จัดหลักสูตรอบรมเพื่อสร้างความตระหนักด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรฐาน PCI-DSS และความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ให้แก่ ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอก • กำหนดมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลตามมาตรฐานสากล มาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลบัตรชำระเงิน (PCI-DSS) • มีการทดสอบเจาะระบบและเครือข่าย (Penetration Testing) ทุกระบบที่เชื่อมต่อเครือข่ายภายนอกอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รวมถึงกรณีมีการปรับปรุงระบบและเครือข่ายที่มีนัยสำคัญก่อนใช้งานจริง และดำเนินการปิดช่องโหว่ของระบบและเครือข่ายที่ตรวจพบ • มีการตรวจสอบช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) ทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายของบริษัทรายไตรมาส และดำเนินการปิดช่องโหว่ที่มีนัยสำคัญทันที • มีการสอบทานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยสายงานตรวจสอบภายใน และหน่วยงานผู้ตรวจสอบภายนอกเป็นประจำทุกปี • พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมด้านความปลอดภัย โดยออกบัตรเครดิต KTC DIGITAL ซึ่งรหัสหลังบัตรจะเปลี่ยนทุกครั้งที่ขอ (Dynamic CVV) และรหัสมีอายุการใช้งาน 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ การออกบัตรจะไม่มีหมายเลข (Numberless Card) และข้อมูลสำคัญปรากฏบนบัตร เพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน

GRI 3-3

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	
คำอธิบาย	การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการแปรปรวนของสภาพอากาศและภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม พายุ ภัยแล้ง ซึ่งมีแนวโน้มเกิดบ่อยและรุนแรงขึ้น สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจ ธุรกิจ และประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้น และเพิ่มความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายและกฎเกณฑ์เพื่อสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกจากภาครัฐ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ
ผลกระทบ	การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และสภาพอากาศรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk) ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติงานของพนักงานและผู้ให้บริการภายนอกที่เกี่ยวข้องเกิดการหยุดชะงัก ตลอดจนอาจสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัทและลูกค้าได้ จึงอาจส่งผลต่อกำลังซื้อ การใช้จ่าย และความสามารถในการชำระหนี้ นอกจากนี้เพื่อเป็นการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศดังกล่าว รัฐบาล หน่วยงานกำกับดูแลทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ มีการออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติม ซึ่งเป็นความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) ที่มีผลต่อขั้นตอนและกระบวนการทำงาน รวมทั้งต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท
แนวทางการจัดการ	• มีการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัย จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ โดยกำหนดให้ต้องทบทวนและดำเนินการทดสอบแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) เป็นประจำทุกปี • มีมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่บริษัทกำหนด • ดำเนินการเพื่อเสริมสร้างการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การให้ความรู้แก่พนักงาน รณรงค์ลดการใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลืองหรือย่อยสลายยาก การแยกขยะและการรีไซเคิล เป็นต้น รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การลดใช้น้ำ การนำขยะไปรีไซเคิล และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ • สนับสนุนและรณรงค์ให้ลูกค้ารับบริการใบแจ้งยอดบัญชีทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Statement) ผ่านอีเมล หรือแอปพลิเคชัน KTC Mobile เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยลดปริมาณการใช้กระดาษ

การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับ	
คำอธิบาย	ด้วยสถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน หน่วยงานกำกับซึ่งทำหน้าที่กำกับและตรวจสอบฐานะและการดำเนินงานของธุรกิจ มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์ กฎเกณฑ์ กฎระเบียบเพื่อควบคุมธุรกิจให้ปฏิบัติได้อย่างเป็นระเบียบและถูกต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งบริษัทในฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงินภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ออกโดยหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
ผลกระทบ	การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับ อาจส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการทำงาน ระบบงาน ต้นทุนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงอาจถูกตักเตือน ถูกปรับ หรือถึงขั้นเพิกถอนใบอนุญาต (License to Operate) หากไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนด
แนวทางการจัดการ	• มีการจัดทำนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติงาน ประกาศให้พนักงานรับทราบและถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร • สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัท ทำหน้าที่ติดตามประกาศ ระเบียบข้อปฏิบัติจากหน่วยงานกำกับอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งรายงานต่อคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee ที่มีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) เป็นประธาน รายงานต่อคณะกรรมการและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้รับทราบถึงผลกระทบทุกครั้งที่มีการประกาศใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงประกาศต่าง ๆ พร้อมทั้งจัดให้มีผู้ประสานงานกับหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง • เข้าร่วม หารือ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล เป็นต้น • จัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ หรือเพื่อทบทวนความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่สำคัญให้กับพนักงานเป็นประจำทุกปี

GRI 3-3

ความเสี่ยงจากวิกฤติหนี้ครัวเรือน	
คำอธิบาย	ปัจจุบันระดับหนี้ครัวเรือนไทยอยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยมีความกังวลจากหนี้ส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อที่อาจไม่สร้างรายได้ในอนาคต (Non-Productive Loan) และพฤติกรรมการก่อหนี้โดยขาดวินัยทางการเงิน ซึ่งภาระหนี้ในระดับสูงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ฉุดรั้งการขยายตัวของเศรษฐกิจ เนื่องจากสถาบันการเงินอาจกำหนดมาตรการพิจารณาสินเชื่อที่เข้มงวดขึ้น ส่งผลต่อการเข้าถึงบริการทางการเงินของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยจากอัตราดอกเบี้ยและค่าครองชีพที่สูงขึ้น อาจทำให้ลูกหนี้จำนวนมากไม่สามารถชำระหนี้ เกิดปัญหาหนี้เสียเป็นวงกว้างและสร้างความเสียหายต่อเสถียรภาพระบบการเงินจนกลายเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจได้
ผลกระทบ	หากเกิดวิกฤติหนี้ครัวเรือน จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพพอร์ตสินเชื่อของบริษัท จากหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non-Performing Loan: NPLs) ทำให้บริษัทต้องตั้งสำรองเพิ่มขึ้น กระทบต่อผลการดำเนินงานรวมถึงชื่อเสียงของบริษัท
แนวทางการจัดการ	• ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบของประชาชน เป็นทางเลือกในการบรรเทาปัญหาสภาพคล่องครัวเรือนในภาวะวิกฤติ • นำข้อสมมติฐาน และการคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจมาใช้ในการจัดทำแบบจำลอง เพื่อตั้งสำรองค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตตามลักษณะความเสี่ยงของพอร์ตอย่างเหมาะสม ครอบคลุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต • มีหน่วยงานติดตามการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า รวมถึงมีมาตรการในการช่วยเหลือลูกค้าก่อนผิดนัดชำระหนี้ • มีศูนย์บริการสมาชิก KTC Phone เพื่อรับเรื่องและช่วยเหลือลูกค้าในเบื้องต้น • มีการดำเนินงานให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending) ที่ประกาศใช้โดยหน่วยงานกำกับ ซึ่งมีเป้าหมายในการแก้ไขหนี้ครัวเรือนอย่างยั่งยืน • มีโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือลูกหนี้ตามหลักเกณฑ์ เช่น มหกรรมไกล่เกลี่ยชั้นบังคับคดี ซึ่งเป็นการร่วมมือกับกรมบังคับคดีเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสเจรจาชำระหนี้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ บริษัทมีมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ระยะยาวอื่น ๆ โดยประกาศแจ้งให้ลูกค้าทราบผ่านเว็บไซต์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์	
คำอธิบาย	ความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์เกิดขึ้นจากความขัดแย้งระหว่างประเทศซึ่งเกี่ยวข้องกับการเมือง เขตแดนทางภูมิศาสตร์ และทรัพยากรทางเศรษฐกิจ โดยเหตุการณ์เหล่านี้อาจรุนแรงไปสู่การใช้ปฏิบัติการทางทหาร หรือสงครามการค้าในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบเชิงลบต่อเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยในปี 2566 การยืดเยื้อของสงครามระหว่างรัสเซีย-ยูเครน และการเริ่มต้นสงครามอิสราเอล-ฮามาส เป็นปัจจัยที่กดดันเศรษฐกิจโลก และมีโอกาสที่ความขัดแย้งจะขยายวงกว้าง สร้างความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น รวมถึงสงครามการค้าระหว่างค่ายสหรัฐอเมริกา-จีน มีแนวโน้มที่อาจรุนแรงขึ้นในอนาคต จึงเป็นเรื่องที่บริษัทให้ความสำคัญและติดตามอย่างใกล้ชิด
ผลกระทบ	หากความขัดแย้งและการแข่งขันระหว่างประเทศมหาอำนาจรุนแรงขึ้น อาจส่งผลให้ปัจจัยเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ เกิดความผันผวน เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงกระทบต่อการเข้ามาและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวของประเทศที่เกี่ยวข้องกัน โดยปัจจัยเหล่านี้กระทบต่อแผนกลยุทธ์ของบริษัท และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าที่ลดลงจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น นอกจากนี้ หากขั้วประเทศมหาอำนาจทำสงครามการค้าหรือเกิดความขัดแย้งกันมากขึ้น อาจทำให้ประเทศที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้าที่อาจถูกกำหนดเพิ่มเติม ส่งผลให้บริษัทมีเงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น
แนวทางการจัดการ	• บริษัทติดตามแนวโน้มเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยอย่างใกล้ชิด รวมถึงจัดอบรมสัมมนาเพื่อให้พนักงานรับทราบแนวโน้มทางเศรษฐกิจเป็นประจำทุกปี เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผนงาน • นำข้อสมมติฐานและคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจ มากำหนดสถานการณ์จำลองและทดสอบภาวะวิกฤติ โดยครอบคลุมปัจจัยเสี่ยงด้านต่าง ๆ รวมถึงความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อผลการดำเนินงานของบริษัท • พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับพันธมิตรต่างประเทศที่หลากหลาย ครอบคลุมทั้งวีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี และยูเนี่ยนเพย์ เพื่อเพิ่มทางเลือกและอำนวยความสะดวกของบริการด้านการชำระเงินให้กับลูกค้าทุกกลุ่มและเป็นการลดความเสี่ยงหากเกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศที่อาจกระทบต่อแผนกลยุทธ์ของบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง” หัวข้อย่อย “ปัจจัยความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท”)

GRI 3-3

การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) โดยมีการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร รวมถึงมีมาตรการที่ช่วยให้พนักงานสามารถระบุและรายงานความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กรในเชิงรุก ดังนี้



ด้านนโยบายและระเบียบปฏิบัติ

- จัดให้มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
- จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้พนักงานสามารถแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางที่กำหนดได้ หากพนักงานพบเห็นเหตุการณ์การทุจริต การติดสินบน คอร์รัปชัน รวมถึงการละเมิดการปฏิบัติตามนโยบายคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)
- จัดให้มีระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการแจ้ง/ รายงานปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจ เช่น ระบบการให้บริการหยุดชะงัก การรั่วไหลของข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางและกระบวนการให้พนักงานสามารถรับมือในกรณีเกิดปัญหาดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง และจัดให้มีช่องทางเพื่อให้พนักงานรายงานกรณีพบเห็นเหตุผิดปกติต่าง ๆ เกี่ยวกับสารสนเทศ หรือข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านช่องทางที่กำหนด



การสร้างความร่วมมือเพื่อบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

- มีการเชื่อมโยงระหว่างสายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) และฝ่ายงานบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ทุกสายงานต้องมีผู้จัดการความเสี่ยง (Risk Manager) และเจ้าหน้าที่ประสานงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk Officer: ORO) เพื่อดำเนินงานบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในหน่วยงานของตน โดย

  o กำหนดให้ทุกสายงานจัดทำการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self-Assessment: RCSA) ซึ่งเป็นวิธีการ/ กระบวนการที่ให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ต้องระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงในการทำงานของตนเอง โดยกำหนดให้หน่วยงานจัดทำ RCSA ปีละ 2 ครั้ง

  o กำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องรายงานข้อมูลความเสียหายจากการปฏิบัติการ (Operational Loss Data) เป็นรายเดือน รวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง (Actual Loss) ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (Potential Loss) และความเสียหายที่เกิดขึ้นแล้วหรืออาจเกิดขึ้นแต่บริษัทสามารถป้องกันความเสียหายไว้ได้ (Near missed) โดยให้รายงานข้อมูลทุกประเภทและทุกมูลค่าความเสียหาย



ด้านผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน

- การพัฒนาหรือออกผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงินของบริษัท กำหนดให้ต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติ เรื่องการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยง ทั้งด้านกฎหมาย ความเสี่ยงโดยรวม และงบประมาณ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ออกหรือเสนอขายนั้นมีการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ครบถ้วน

การสร้างความตระหนักและส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง

• ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความเสี่ยงในงานของตนเอง โดยกำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของบริษัทสำหรับพนักงานทุกคน เช่น การปฏิบัติตามเกณฑ์การกำกับดูแลด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO และเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากนี้ ในหน่วยงานที่มีความเสี่ยงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานจะถูกกำหนดให้สัมพันธ์กับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) นั้น ๆ ด้วย

• ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในบริษัทตั้งแต่การอบรมในหลักสูตรปฐมนิเทศ ทบทวนความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงประจำปี ผ่านการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งการส่งอีเมลให้ความรู้ จัดอบรมสัมมนาทั้งจากวิทยากรภายในและผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอก จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ใช้สื่อการเรียนรู้แบบ Self-Learning พร้อมทั้งมีการวัดผลด้วยการทดสอบ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล

• การอบรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร บริษัทจัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี โดยสำหรับปี 2566 มีการอบรมในหัวข้อดังนี้

หัวข้อ	สำหรับ	รูปแบบ
วัฒนธรรมความเสี่ยง (Risk Culture)	กรรมการและพนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
หลักสูตร Risk Awareness ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับพื้นฐานความเสี่ยง นิยามความเสี่ยงด้านต่าง ๆ • การเข้าใจความเสี่ยง • ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ • การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) • ความเสี่ยงสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
PCI-DSS Awareness: ความรู้และข้อควรปฏิบัติต่าง ๆ ตามมาตรฐาน PCI-DSS	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
หลักสูตร AML/CFT&WMD ประจำปี 2566: การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
ISO (ISO/IEC 27001:2013 and ISO/IEC 27701:2019) ประจำปี 2566	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
หลักเกณฑ์ของ Market Conduct และ Fair Lending	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
นโยบายกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance Policy & Code of Conduct) ประจำปี 2566	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตัวเอง
RCSA (Risk Control Self-Assessment) และ PII Data List 2023	Operational Risk Officers (ORO)	การบรรยาย Onsite
เศรษฐกิจโลก-เศรษฐกิจไทย ปีมังกร 2567: โอกาสและความท้าทาย	พนักงานที่สนใจ	การบรรยาย Onsite



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

การสนับสนุนนวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง

บริษัทได้พัฒนาระบบงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารความเสี่ยงและการรายงานความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับค่านิยมหลักขององค์กร (Core Value) ลดขั้นตอนการทำงาน ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูล ลดปริมาณการใช้และการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบกระดาษ (Hard Copy) รวมทั้งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง โดยมีการดำเนินการให้อยู่ในรูปแบบออนไลน์ ดังนี้

- ระบบรายงานความเสียหายทางด้านปฏิบัติการ (Operational Loss Data Report) โดยระบบดังกล่าวช่วยลดขั้นตอนการรายงาน รวมถึงมั่นใจว่าการจัดเก็บความเสียหายด้านปฏิบัติการมีประสิทธิภาพ
- ระบบการรายงานดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRI) ด้านปฏิบัติการระดับองค์กร ผ่านระบบงาน SharePoint เพื่อลดขั้นตอนในการรายงาน สะดวกในการรวบรวมข้อมูล และมั่นใจได้ว่าการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
- ช่องทางออนไลน์ในการรับแจ้งกรณีเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงด้านต่าง ๆ เช่น กรณีมีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล การพบความบกพร่องของอุปกรณ์ในสถานประกอบการ เป็นต้น
- แบบฟอร์มจัดกลุ่มตามลักษณะงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการผ่านระบบงาน SharePoint โดยแบบฟอร์มดังกล่าวใช้อำนวยความสะดวกสำหรับสายงาน เพื่อลดขั้นตอนสำหรับการขอตรวจสอบกลุ่มงานที่เกี่ยวกับการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing)
- แบบฟอร์มการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk Self - Assessment) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเรื่องของความเสี่ยงด้านความยั่งยืนแก่สายงานต่าง ๆ ของบริษัท และผสานความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ให้เป็นส่วนหนึ่งของความเสี่ยงองค์กร โดยดำเนินการกับหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการ
- หลักสูตรให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงไว้ในแพลตฟอร์ม e-Learning ของบริษัท ซึ่งพนักงานทุกคนต้องศึกษาและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด
- ระบบ KTC E-Library เพื่อให้พนักงานสามารถหยิบยืม E-Book เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงหนังสือความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยง

นวัตกรรมดิจิทัล

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป หากบริษัทไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงยกระดับความปลอดภัยของข้อมูลให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ อาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและผลประกอบการของบริษัท	หากบริษัทสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านดิจิทัลที่ตรงความต้องการผู้บริโภค และมีความปลอดภัยในการใช้บริการ จะดึงดูดให้ลูกค้าปัจจุบันใช้บริการเพิ่มขึ้นและขยายฐานลูกค้าใหม่ในอนาคต

ด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงลูกค้าให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น บริษัทในฐานะของผู้ให้บริการทางการเงินและผู้ให้บริการชำระเงิน จึงมีนโยบายมุ่งพัฒนาและส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ และรูปแบบการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการและการให้บริการในการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ทำได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งนี้ ในการลดความเสี่ยงในการเกิดภัยด้านไซเบอร์ บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินการให้ได้ตามมาตรฐานสากล รวมถึงมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยด้านไซเบอร์และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในการทำธุรกรรมออนไลน์กับบริษัท

ด้วยเป้าหมายที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานให้กับผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด เคทีซีได้ดำเนินการด้าน Digital Transformation อันประกอบด้วย 3 แกนหลัก ดังนี้



Digital Product **Digital Service** **Digital Channel**

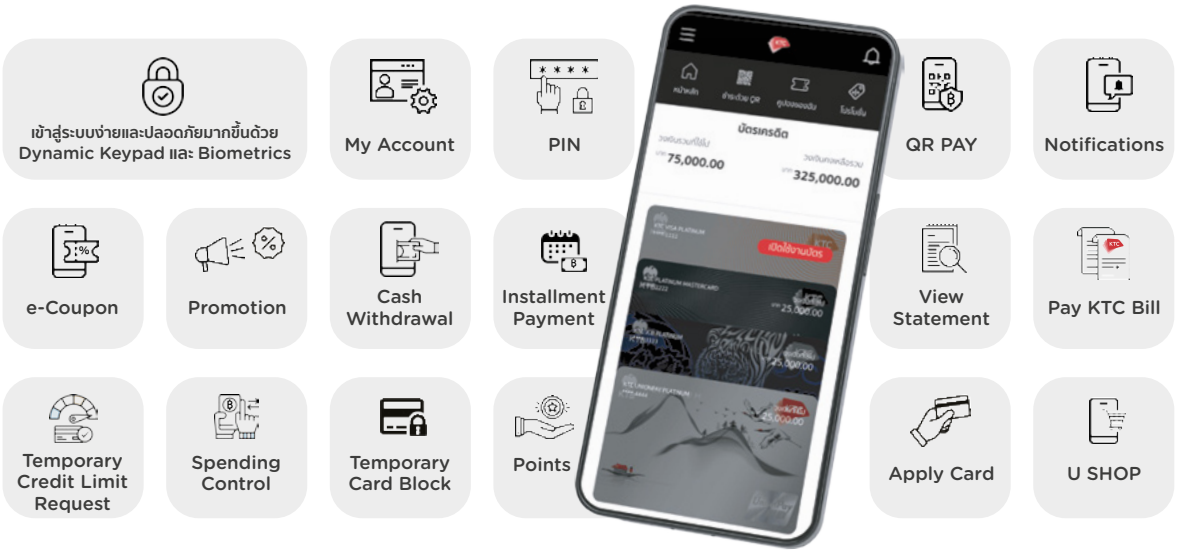
ผลิตภัณฑ์ การบริการ และช่องทางแพลตฟอร์ม



KTC Mobile

บริษัทได้พัฒนาช่องทางออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในการใช้บริการ โดยแสดงข้อมูลบัญชีของสมาชิกบัตรให้สามารถจัดการบัญชี รวมถึงสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองเสมือนเป็นจุดบริการลูกค้าแบบ One-Stop Service ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน “KTC Mobile” ซึ่งได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเมนูการใช้งาน เพื่อการใช้งานที่ง่าย สะดวก ให้ประสบการณ์ที่ดี (Customer Experience) ด้วยภาพลักษณ์ที่ทันสมัย มีความปลอดภัย รวมถึงความรวดเร็วในการใช้งานเพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ อีกทั้งธุรกรรมบริการที่ถูกออกแบบจากความเข้าใจพฤติกรรมการใช้จ่ายของสมาชิกด้วยฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ และอำนวยความสะดวกให้การใช้ชีวิตประจำวันง่ายและสะดวกมากขึ้น

การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวผ่านช่องทางดิจิทัล ช่วยให้การเข้าถึงของลูกค้าเป็นไปได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม รวดเร็ว และปลอดภัย อีกทั้ง ช่วยลดการใช้กระดาษ ลดการสูญหาย ลดการใช้ทรัพยากร และลดเวลาในการเดินทางให้แก่ลูกค้าอีกด้วย



ณ สิ้นปี 2566
มีจำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile ทั้งสิ้น **2,176,136** ราย
หรือคิดเป็นร้อยละ 88 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด และ เติบโตร้อยละ 7 จากสิ้นปี 2565

การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านอุปกรณ์ (KTC Device Pay)

Fitbit/ Swatch/ Garmin Pay

บริษัทพัฒนาบริการที่ให้สมาชิกบัตรเครดิตสามารถชำระค่าสินค้าและบริการตามร้านค้าต่าง ๆ ที่รับชำระด้วยระบบชำระแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) ด้วยบัตรเครดิต KTC VISA และ KTC MASTERCARD ทุกประเภท ผ่านสมาร์ทวอทช์ได้โดยไม่ต้องพกบัตร เพิ่มความสะดวกสบาย อีกทั้งยังเพิ่มความปลอดภัยผ่านระบบโทเค็น เพื่อรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ทั้งร้านค้า Fitbit, Swatch และ Garmin จะไม่รู้ข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้ ขณะเดียวกันระบบนี้จะป้องกันไม่ให้ไวรัสหรือมัลแวร์เข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้





Google Pay

ครั้งแรกในไทยกับเคทีซีที่ให้สมาชิกบัตรเครดิตสามารถชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์ได้ทุกที่ที่รองรับ Google Pay ทั้งในร้านค้าและออนไลน์ได้อย่างปลอดภัย โดยไม่ต้องกังวลว่าหมายเลขบัตรจะถูกเปิดเผย และเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วบนระบบ Android ด้วย Google Wallet

การรับชำระค่าสินค้าและบริการ

บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการแก่ร้านค้าสมาชิกหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าสมาชิกในทุกประเภทธุรกิจ

KTC EDC | KTC QR Pay | KTC Payment Gateway | KTC Link Pay | Alipay & Alipay+ | Recurring

KTC EDC

บริการรับชำระผ่านเครื่องรูดบัตร เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าจ่ายง่าย ผ่อนสบาย แลกคะแนนได้

- **รับชำระเต็มจำนวน**
  - รองรับบัตรเครดิตและบัตรเดบิตทุกประเภทจากสถาบันการเงินทั่วโลก
  - รองรับกว่า 30 สกุลเงินทั่วโลก
- **ผ่อนชำระ** แบ่งเบาให้ลูกค้าผ่อนชำระด้วยอัตราดอกเบี้ย 0% หรืออัตราดอกเบี้ยพิเศษ
- **แลกคะแนนสะสม** ลูกค้าสามารถใช้คะแนน KTC FOREVER แทนเงินสด/ แลกสินค้า บริการ ณ จุดขาย
- Contactless แตะ จ่าย ได้คล่องตัว
- **รองรับการเชื่อมต่อ** SIM Card รับชำระได้ทั้งที่ร้านค้า หรือนอกสถานที่
- **ฟรี ค่าติดตั้งเครื่อง** ค่าประกันเครื่อง และกระดาษเซลส์สลิป ตลอดการใช้งาน

KTC QR PAY

บริการรับชำระเงินผ่าน QR Code เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ไม่มีค่าบริการเครื่องรูดบัตร

- **รับชำระผ่าน** QR Code ด้วยบัตรเครดิต เครือข่าย Visa, Mastercard และ PromptPay
- **ปลอดภัย** ลดความเสี่ยงในการหยิบจับเงินสดและเงินทอน
- **รองรับการสร้าง** QR Code สร้าง QR Code ได้ง่าย ทั้งแบบป้ายตั้ง หรือการสร้างผ่านแอปพลิเคชัน KTC Merchant

ณ สิ้นปี 2566

มีจำนวนร้านค้าที่ใช้งานแอปพลิเคชัน KTC MERCHANT	รับชำระสินค้าและบริการผ่าน KTC QR PAY
15,416 ร้านค้า	3,774 ร้านค้า

KTC PAYMENT GATEWAY

รับชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ ซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อร้านค้าออนไลน์โดยเฉพาะ

- **รองรับบัตรเครดิตและเดบิต** ทุกเครือข่าย Visa, Mastercard, JCB, UnionPay จากสถาบันการเงินชั้นนำทั่วโลก
- **ผ่อนสบาย แลกคะแนนได้** เพิ่มยอดขายให้ร้านค้า ลูกค้าสามารถผ่อนชำระสบาย ๆ หรือแลกซื้อด้วยคะแนน KTC FOREVER
- **เชื่อมต่อด้วย API** ให้ร้านค้ารับรายงานผล หรือจัดการรายการขายได้โดยอัตโนมัติ
- **ตรวจสอบแบบ Real Time** ตรวจสอบผลการทำรายการแบบ Real Time ผ่านระบบออนไลน์ 24 ชั่วโมง
- **ปลอดภัยสูง** มั่นใจได้ว่าบัตรที่ทำรายการเป็นบัตรที่มีอยู่จริง ด้วยระบบ 3D Secure เวอร์ชัน 2.0

KTC LINK PAY

บริการรับชำระเงินผ่านลิงก์ ซื้อขายทุกที่ทุกเวลา ผ่านโซเชียลมีเดีย

- **ซื้อขายออนไลน์ สะดวก ปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง** รองรับการชำระทั้งเต็มจำนวน และผ่อนชำระ
- **บริหารจัดการง่าย สะดวก ร้านค้าดำเนินการได้เอง** สร้างลิงก์ชำระเงินได้ง่าย ๆ และส่งให้กับลูกค้าผ่านช่องทางติดต่อได้หลากหลาย
- **เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น**
- **ปลอดภัยทุกขั้นตอน** สบายใจทั้งลูกค้า และร้านค้าด้วยรหัสยืนยันการทำธุรกรรมออนไลน์ ระบบ OTP (One Time Password) หรือรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว
- **กำหนดอายุ LINK ได้** ตั้งอายุการใช้งานของลิงก์ ได้นานสูงสุด 72 ชั่วโมง

KTC ALIPAY/ ALIPAY+

บริการรับชำระเงินสำหรับลูกค้าชาวจีน และ อาลีเพย์ พลัส โมบายวอลเล็ตชั้นนำของชาวฮ่องกง มาเก๊า มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย อิตาลี และมองโกเลีย

- **รับชำระง่าย** ผ่าน Alipay QR Code (Alipay หรือ Alipay+) ได้ทั้ง EDC, ป้ายตั้ง หรือ Mobile Application และรับชำระผ่านลิงก์เฉพาะอาลีเพย์สำหรับชาวจีน
- **รองรับทุกประเภทธุรกิจ**
  - o รับชำระเงินผ่าน Alipay ได้ทั้งร้านค้าแบบมีหน้าร้านและร้านค้าออนไลน์
  - o รับชำระเงินผ่าน Alipay+ ช่องทางหน้าร้าน
- **เพิ่มยอดขาย** ร่วมโปรโมชันกับ Alipay & Alipay+
- **โปรโมตร้านค้า** ด้วยการโฆษณาร้านค้าบนแอปพลิเคชันของ Alipay

RECURRING

บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรอัตโนมัติ เก็บค่าบริการง่าย รับเงินตรงเวลา บริหารการเงินได้คล่องตัว

- **เก็บค่าบริการได้ง่าย** โดยหักจากบัญชีบัตรเครดิตของลูกค้า ซึ่งผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์และลงทะเบียนใช้บริการ
- **ตั้งเวลาเรียกเก็บได้เอง** ร้านค้าเลือกตั้งเวลาเรียกเก็บเงินได้เอง ทั้งแบบรายวัน หรือรายเดือน
- **ไม่พลาดทุกการรับเงิน** ร้านค้าตรวจสอบผลการเรียกเก็บได้ด้วยตนเอง
- **ข้อมูลลูกค้าปลอดภัย** ข้อมูลบัตรของลูกค้าได้รับการจัดเก็บด้วยความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล

MAAI BY KTC

MAAI BY KTC คือ ผู้ให้บริการด้าน Digital Loyalty Platform แบบครบวงจรที่เข้าใจความต้องการของธุรกิจในการบริหารจัดการ CRM เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มยอดขาย สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการรักษาฐานลูกค้าเก่า อีกทั้ง ด้วยระบบที่มีคุณภาพและการได้รับคำแนะนำจากทีมงานที่มีประสบการณ์จาก MAAI BY KTC จะช่วยให้ธุรกิจที่เริ่มต้นทำ Digital Loyalty Platform สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมช่วยบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิผลผ่านการวิเคราะห์ฐานข้อมูลลูกค้าและนำเสนอกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม อีกทั้ง ยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรด้วยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการออกบัตรสมาชิกและการให้สิทธิพิเศษในรูปแบบคูปองจากเดิมที่ต้องใช้กระดาษหรือพลาสติกเป็นวัสดุหลักมาเป็นรูปแบบ Electronic ซึ่งเป็นการเพิ่มประสบการณ์การใช้งานที่ดี ง่าย สะดวกและปลอดภัยยิ่งขึ้นสำหรับลูกค้า ด้วย 3 บริการหลัก ได้แก่

1.บริการด้าน Digital Loyalty Platform แบบ Native Point: ประกอบด้วย 3 ระบบหลัก ได้แก่ ระบบบริหารจัดการข้อมูลสมาชิก ระบบบริหารจัดการคะแนน และระบบบริหารจัดการ e-Coupon เหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการมี Platform และคะแนนเป็นของตัวเอง ซึ่งระบบสามารถเชื่อมต่อกับ Platform เดิมที่พันธมิตรมีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือ LINE official account เพื่อให้ประสบการณ์การใช้งานของลูกค้าไม่สะดุด และยังคงอยู่ใน Ecosystem ของธุรกิจนั้นอยู่ รวมถึงมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปจัดทำสิทธิพิเศษได้ตรงใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2. บริการด้าน Digital Loyalty Platform โดยใช้ MAAI Point: Platform สำเร็จรูปที่มาพร้อมแอปพลิเคชันและมีคะแนน MAAI เป็นเครื่องมือในการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้า เหมาะสำหรับธุรกิจที่ต้องการลดขั้นตอนและเวลาในการสร้างระบบใหม่ และมองหาสิทธิพิเศษที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้าที่มี Lifstyle ที่แตกต่างกัน ช่วยให้ธุรกิจสามารถเริ่ม Loyalty Program ได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของลูกค้า

3. บริการแลกเปลี่ยนคะแนนสะสม สำหรับธุรกิจที่มีคะแนนเป็นของตัวเองและต้องการขยายช่องทางการแลกคะแนนที่หลากหลายขึ้น หรือมองหาสิทธิพิเศษใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า และต้องการต่อยอด Ecosystem ของธุรกิจด้วยการเชื่อมต่อ Platform ต่าง ๆ โดยมีคะแนนเป็นเครื่องมือสำคัญในการแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีทางเลือกในการนำคะแนนไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

การแจ้งผลผ่าน SMS

บริษัทได้ใช้วิธีแจ้งผลการพิจารณาใบสมัครบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล ผ่านทาง SMS ให้แก่ผู้สมัครได้รับทราบ แทนการจัดพิมพ์เป็นจดหมาย เว้นแต่เหตุผลในการปฏิเสธการให้สินเชื่อตามที่กฎหมายกำหนดให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ทำให้ผู้สมัครและผู้ขอสินเชื่อทราบผลการพิจารณาได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย อีกทั้งยังเป็นการลดข้อกังวลต่าง ๆ จากภัยมิจฉาชีพโดยการไม่ใส่ Link เข้าไปในข้อความ SMS ที่แจ้งผลการพิจารณา

รวมถึงกรณีที่ผู้สมัครและผู้ขอสินเชื่อส่งเอกสารประกอบการพิจารณาที่ไม่ชัดเจน หรือไม่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด และ/หรือ กรณีที่ไม่สามารถติดต่อผู้สมัครเพื่อยืนยันข้อมูลการสมัครได้ จะมีการส่ง SMS แจ้งข้อมูลให้ผู้สมัครได้รับทราบแทนการออกจดหมาย ซึ่งสามารถลดกระบวนการ ลดต้นทุนในการจัดพิมพ์ จัดส่ง และลดปริมาณการใช้กระดาษได้เป็นจำนวนมาก

ขณะเดียวกันการติดตามผลการจัดส่งและการเปิดใช้บัตร (Activation) บริษัทได้จัดตั้งทีมติดตามผลการจัดส่งบัตรไปยังลูกค้า พร้อมอำนวยความสะดวกในการแจ้งเปิดใช้งานบัตรและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงจะได้รับ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสูญหาย หรือล่าช้าระหว่างจัดส่งบัตร ลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตามทวงถาม ลดขั้นตอนในการจัดส่ง ลดจำนวนการผลิตและต้นทุนในการจัดส่งบัตรใหม่

KTC Website

บริษัทได้พัฒนารูปแบบการใช้งานของเว็บไซต์ www.ktc.co.th อย่างต่อเนื่อง ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการต่าง ๆ ของ KTC ได้ตลอดเวลาและอย่างมีประสิทธิภาพ แสดงผลอย่างรวดเร็ว ค้นหาข้อมูลได้ง่าย รองรับทุกอุปกรณ์ เพื่อมอบประสบการณ์การเข้าใช้งานเว็บไซต์ที่ดี

การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

KTC Digital Card

เคทีซีทำการพัฒนาและออกผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต KTC DIGITAL โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยเป็นหลัก ซึ่งมาพร้อม 3 จุดเด่น ได้แก่

Dynamic CVV	Digital First	Numberless Card
		
ปลอดภัยกว่ากับการใช้จ่ายออนไลน์มั่นใจขั้นสุด ด้วยเลขหลังบัตรที่เปลี่ยนทุกครั้งที่ขอ (Dynamic CVV/CVC2) และใช้ได้ภายใน 24 ชั่วโมง	รวดเร็วกว่าด้วยการใช้จ่ายได้ทันทีหลังได้รับการอนุมัติกับการใช้จ่ายออนไลน์ สแกนจ่ายด้วย QR Pay และผูกบัตรกับระบบชำระบนอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น Google Pay/ Fitbit/ Swatch/ Garmin Pay เป็นต้น	สบายใจกว่ากับการใช้จ่ายผ่านบัตรที่ปลอดภัยไม่มีสะดุดที่ร้านค้าทั่วไป ไร้กังวลจากการขโมยข้อมูลด้วยบัตรพลาสติกไร้หมายเลข (Numberless Card) และแถบแม่เหล็กบนบัตร

ซึ่งกลุ่มเป้าหมายคือ คนรุ่นใหม่ที่คุ้นชินกับการทำธุรกรรมดิจิทัลด้วยตนเอง โดยสามารถดำเนินการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ทุกที่ทุกเวลา

รายละเอียด

วัตถุประสงค์: เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต โดยมุ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยในการชำระเงินบนช่องทางออนไลน์ ตลอดจนร้านค้าทั่วไปที่รองรับการชำระเงินแบบชิปการ์ด

ระยะเวลา: เริ่มเปิดตัวในเดือนตุลาคม 2566 โดยเป็นการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile เท่านั้น ยังไม่มีการออกบัตรพลาสติกแบบไร้ตัวเลข ต่อมาเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อต้นปี 2567 ซึ่งลูกค้าก็ยังไม่จำเป็นต้องมีบัตรพลาสติกแบบไร้ตัวเลข แต่หากลูกค้าท่านใดประสงค์รับบัตรพลาสติกแบบไร้ตัวเลข สามารถขอรับได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- ลูกค้าปัจจุบัน: ขอผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile
- ลูกค้าใหม่: ขอผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท หรือ ผ่านช่องทาง KTC LINE Official account (@ktc_card)

ผลการดำเนินงาน

ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ	ประโยชน์ต่อสังคม	ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม
ขยายฐานสมาชิกบัตรเครดิตใหม่ และลดความเสี่ยงด้านการฉ้อโกงบัตรเครดิต (Credit Card Fraud)	ส่งเสริมเรื่องความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต และลดความเสี่ยงจากการโจรกรรมข้อมูลบัตรเครดิตบนช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ (ณ ร้านค้าทั่วไป) อีกทั้งยังสามารถป้องกันการ Skimming ผ่านตู้ ATM เนื่องจากบัตรพลาสติกไร้หมายเลขไม่มีแถบแม่เหล็กจึงไม่สามารถถูกโจรกรรมข้อมูลได้	ส่งเสริมและกระตุ้นการใช้งานบัตรเครดิตทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เพิ่มขึ้น จึงทำให้ลดการใช้พลาสติกสำหรับการผลิตบัตรเครดิต (ในกรณีลูกค้าไม่ประสงค์รับบัตรพลาสติก)

KTC Factorant

เคทีซีจัดทำโครงการ “KTC FACTORANT” ด้วยการนำเอาแนวคิด Lean Six Sigma ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เน้นการมองหาความสูญเปล่าที่ไม่จำเป็นและทำให้ต้นทุนสูง อีกทั้งเป็นเทคนิคที่เน้นการลดความไม่แน่นอนให้การดำเนินงานคงที่ มีความแปรผันน้อยที่สุดมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ โดยปรับปรุงพื้นที่เป็นโซนพิเศษป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ตามมาตรฐานการจัดการความปลอดภัยของข้อมูล ISO/IEC 27001: 2013 และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701: 2019 และรวมหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการอนุมัติบัตรเข้ามาทำงานในพื้นที่เดียวกัน จัดลำดับหน่วยงานตาม Process Flow รวมทั้งนำเทคโนโลยีหุ่นยนต์เข้ามาทำงานแทนคนในบางขั้นตอน เช่น การเคลื่อนย้ายเอกสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการไหลของกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง ลดระยะเวลาการรอคอย (Waiting Time) และระยะเวลาการเคลื่อนย้าย (Transportation Time) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการ และออกแบบการดำเนินการให้เป็นแบบสายพานการผลิต (Belt Conveyor Design) เพื่อให้งานไหลไปตามขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง รวมถึงการสร้าง Visualized Information Dashboard เพื่อให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด



รายละเอียด

วัตถุประสงค์: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ด้วยการปรับปรุงกระบวนการทำงานและการบริหารพื้นที่การปฏิบัติงาน มีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่การรับเอกสารใบสมัคร ไปจนถึงการพิจารณาสินเชื่อและจัดเก็บใบสมัคร รวมถึงมีเป้าหมายจะลดเวลาการทำงานที่ไม่จำเป็นในแต่ละขั้นตอนรับสมัครลงอย่างน้อย 85% และเพิ่มประสิทธิภาพการส่งต่องานระหว่างหน่วยงานให้เกิดความต่อเนื่องสูงขึ้น

ระยะเวลา: เริ่มใช้เดือนมิถุนายน 2566

ผลการดำเนินงาน

ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ	ประโยชน์ต่อสังคม	ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม
เพิ่ม Productivity จากการปรับปรุงกระบวนการและการออกแบบพื้นที่ให้สอดคล้องสำหรับงานปฏิบัติการด้านพิจารณาสินเชื่อ ช่วยลดขั้นตอนงานซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิผลในการรับสมัครและพิจารณาสินเชื่อ ทำให้สามารถรองรับการพิจารณาอนุมัติบัตรจากเดิมอยู่ที่ไม่เกิน 100,000 บัตรต่อเดือน เป็นไม่ต่ำกว่า 600,000 บัตรต่อเดือน อีกทั้ง สามารถช่วยลดระยะเวลาพิจารณาได้ถึงร้อยละ 93 จากเดิม	การออกแบบ Smart Office ให้สอดคล้องกับงานปฏิบัติการด้านพิจารณาสินเชื่อ เพิ่มประสิทธิภาพและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก ทำให้ใช้พื้นที่โดยประมาณ 5.29 ตารางเมตรต่อพนักงาน 1 คน ช่วยให้ผู้ใช้บริการของบริษัทเกิดความพึงพอใจในการพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกรณีลูกค้าที่มีความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้วงเงิน และสามารถส่งต่อความพึงพอใจนี้ให้แก่สังคมได้	ลดการใช้พลังงาน จากการใช้ลิฟต์ขนส่งเดิม มีการขนส่งเอกสารระหว่างชั้น ภายในอาคารทั้งหมด 4 ชั้น จำนวนวันละ 4 รอบ

การสมัครผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและบัตรกดเงินสดเคทีซี ผ่านช่องทาง Krungthai NEXT แบบส่งเอกสารด้วยตนเอง (E-Application)

เป็นการพัฒนาร่วมกับธนาคารกรุงไทย โดยเป็นกระบวนการที่ลูกค้าสามารถทำรายการสมัครผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชัน KTB NEXT ตั้งแต่กระบวนการยืนยันตัวตน กรอกข้อมูลส่วนตัว อัปโหลดเอกสารประกอบการสมัคร ทั้งนี้ข้อมูลที่ลูกค้าทำรายการด้วยตนเองจะถูกส่งมายังฝ่ายพิจารณาโดยตรง

รายละเอียด

วัตถุประสงค์:

1. เพื่อลดระยะเวลาและกระบวนการในการสมัครผลิตภัณฑ์
2. เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มของธนาคารกรุงไทย สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์เคทีซีได้อย่างสะดวกขึ้น ไม่ต้องไปที่สาขา

ระยะเวลา: เริ่มใช้งานกันยายน 2564

ผลการดำเนินงาน

ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ

เป็นการพัฒนาช่องทางการสมัคร เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีและทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น อีกทั้งสะท้อนภาพลักษณ์ในการสร้างนวัตกรรมด้านช่องทางการขายของบริษัท นอกจากนี้ยังสามารถลดความเสี่ยงจากการทุจริตของกระบวนการสมัครได้เป็นอย่างดี เนื่องจากลูกค้าทำรายการด้วยตนเอง ไม่ต้องผ่านตัวแทนในช่องทางต่าง ๆ รวมถึงมีการยืนยันตัวตนผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ลดความเสี่ยงในด้านการปลอมแปลงตัวตน และการปลอมแปลงเอกสารได้เป็นอย่างดี ส่งผลต่ออัตราการทุจริตที่ลดลง อีกทั้งช่วยลดระยะเวลาในการ on boarding ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย หากลูกค้าทำทุกกระบวนการถูกต้อง ครบถ้วน จะได้รับพิจารณาแล้วเสร็จภายในวันทำการถัดไป รวมถึงสามารถเพิ่มปริมาณผู้สนใจส่งใบสมัครลูกค้าใหม่ต่อเดือนกว่า 5 เท่า

ประโยชน์ต่อสังคม

เป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น สำหรับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีโอกาสรับข้อมูลและเปรียบเทียบข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และเป็นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าใจในรายละเอียดผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้ดีขึ้น ลดความเสี่ยงต่อการโดนหลอกลวงจากมิจฉาชีพและจากการที่ต้องไปกู้นอกระบบ

ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม

เนื่องด้วยกระบวนการรับสมัครลูกค้าสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองทุกขั้นตอนทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ลดขั้นตอนการพิมพ์เอกสารประกอบการสมัครต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการลดใช้กระดาษ รวมถึงการลดขั้นตอนรับเอกสารและยืนยันตัวตนโดยตัวแทนจากเคทีซีที่ต้องไปหาลูกค้าแบบ face to face (พนักงานรับเอกสาร) ซึ่งช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์และการใช้เชื้อเพลิงจากการเดินทาง

โดยปี 2566 มีการสมัครผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กว่า 300,000 ใบ คิดเป็นกว่า 40% ของใบสมัครทั้งหมด

Digital Marketing

การสื่อสารการตลาดพัฒนาอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงเพื่อการทำการสื่อสารการตลาดให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เคทีซีมุ่งเน้นการใช้ Digital Marketing หลากหลายรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของบริษัท รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาความเหมาะสมในการใช้สื่อ Digital Marketing เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัท ดังนี้



Digital Workplace

การใช้เทคโนโลยี Digital Workplace จะช่วยให้เคทีซีสามารถให้บริการลูกค้าได้ง่ายและเร็วขึ้น เนื่องจากพนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเคทีซีจะทำการพัฒนา Digital Workplace ต่อไป เพื่อสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าและเพื่อความสะดวกในการทำงานของพนักงานที่ดียิ่งขึ้น

เคทีซี พัฒนา Digital Workplace มาตั้งแต่ปี 2562 โดยทยอยปรับปรุงแต่ละส่วนงานที่เกี่ยวข้องแบบค่อยเป็นค่อยไป จากการมุ่งเน้นการทำงานของพนักงานที่ต้องการทำให้เกิดความยืดหยุ่นสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลามาสู่การมองภาพรวมที่ใหญ่ขึ้น โดยผสมผสานส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น ลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจรวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจสูงสุด รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้รองรับสถาปัตยกรรมแบบ Micro Service และนำแอปพลิเคชันขึ้น Cloud เพื่อสามารถตอบโจทย์เรื่องบริการกับลูกค้าได้

เคทีซี มีการเตรียมพร้อมเรื่องทรัพยากรด้าน IT ไว้รองรับการเติบโตของธุรกรรมการใช้จ่ายแบบอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ เคทีซียังได้เพิ่มกิจกรรมออนไลน์ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน (Online Working Activities) อาทิ การประชุมออนไลน์ การอบรมหรือสัมมนาออนไลน์ หรือแม้กระทั่งการตรวจทานออนไลน์ (Online Auditing) เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการตัดสินใจเลือกใช้โซลูชันในการสร้าง Digital Workplace นั้น ต้องผ่านการทดสอบอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นการทำ Proof of Concept (POC) นำ Pain Point และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พบมาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งมั่นใจว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด โดยกุญแจสำคัญของการเลือกใช้โซลูชัน คือ ความปลอดภัย ดังนี้

- **Virtual Desktop Infrastructure (VDI)** เพื่ออำนวยความสะดวกแก่พนักงานในการทำงานแบบ Work from Home หรือจากสถานที่อื่นที่สามารถเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถเข้ามาในระบบเพื่อทำงานตามปกติได้ โดยโซลูชัน VDI ดังกล่าวมีระบบควบคุมและตรวจสอบการเข้าถึงเครือข่ายและระบบงานของบริษัทที่สามารถควบคุมความปลอดภัยที่สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 มาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 มาตรฐาน PCI-DSS และเป็นไปตามนโยบายของบริษัท

- **Network Campus** เพื่อปรับปรุงระบบเครือข่ายภายในองค์กรให้สามารถรองรับการใช้งาน VDI สำหรับสำนักงานทั้ง 2 แห่ง โดยการใช้เทคโนโลยี Dynamic IP และ Wi-Fi 6 Generation เพื่อรองรับการใช้ Bandwidth ที่ค่อนข้างสูง

- **Green Data Center** บริษัทพิจารณาผู้ให้บริการศูนย์คอมพิวเตอร์ที่มีมาตรฐานทั้งในด้านความมั่นคงปลอดภัย การพร้อมใช้งาน และการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อให้มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดการใช้พลังงานภายในศูนย์คอมพิวเตอร์

ที่เหมาะสม ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น ส่งผลต่อการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานและการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานสูง โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ดังกล่าวตั้งอยู่ในต่างจังหวัด ช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่อยู่รายรอบศูนย์คอมพิวเตอร์

• **RPA (Robotic Process Automation)** บริษัทพิจารณาใช้ RPA ทดแทนการปฏิบัติงานประจำหรืองานประเภท Routine ที่ใช้ปริมาณงานสะสมสูง ใช้ทรัพยากรทั้งในด้านบุคลากร เวลา และวัสดุสิ้นเปลืองสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานและการให้บริการ นอกจากนี้พนักงานสามารถนำเวลาไปพัฒนาความรู้ด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมจากงานที่ RPA จัดการได้ รวมถึงลูกค้า ร้านค้าสมาชิก คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจที่ได้รับความสะดวกและรวดเร็วจากการให้บริการของบริษัทสามารถทดแทนเวลาที่ได้รับกลับคืนมาเพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลืองประเภทกระดาษ และหมึกพิมพ์ เป็นต้น

• ระบบ IR (Incidents Request) Workflow นำมาใช้บริหารจัดการแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Incidents) ให้มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดความมีนัยสำคัญของปัญหา เพื่อให้มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้แจ้งปัญหาหรือผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ IR Workflow สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาระยะยาวได้ ลดความถี่ในการเกิดปัญหา เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น

• ระบบ SAP HR (HR on Cloud) ใช้ระบบ HR บน Cloud Service ที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง สามารถประยุกต์ใช้งานด้านการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรด้านบุคลากรได้ โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา เช่น Time Attendance Management, e-Learning, Training, Employee Performance, Employee Benefits และ Employee Social Network เป็นต้น เพื่อพนักงานสามารถใช้งานระบบ HR ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยในทุกสถานที่และเวลา ที่สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบุคลากรได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถแบ่งปันความรู้และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก ให้พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับตนเองหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลืองประเภทกระดาษ และหมึกพิมพ์ เป็นต้น

ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์

ในสังคมยุคดิจิทัล (Digital Economy) มาตรการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกองค์กรต้องดำเนินการ และจัดให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ เช่น มีการประเมินและควบคุมความเสี่ยงของเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการปฏิบัติงาน บุคลากร และสถานที่ปฏิบัติงานเป็นประจำ เพื่อให้ระบบสารสนเทศของบริษัทมีความมั่นคงปลอดภัย (Confidentiality) มีความครบถ้วนและถูกต้อง (Integrity) และมีความพร้อมใช้งาน (Availability)

นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ

คณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC) กำหนดนโยบายและระเบียบด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้อง และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานสากลที่ยอมรับ ซึ่งนโยบายและระเบียบดังกล่าวมีการทบทวนปรับปรุงและได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ	ประเด็นที่ครอบคลุม
นโยบาย Information Technology	ความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและ/ หรือไซเบอร์ (IT/ Cyber Security)
นโยบาย Information Securities	การบริหารความเสี่ยงด้านสารสนเทศ
นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
ประกาศการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ภายใต้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล[1]	การแจ้งเจ้าของข้อมูลก่อนการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard	การป้องกันการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) และการจัดชั้นความลับของสารสนเทศ
ระเบียบ Information Securities Incident and Privacy Management	การดำเนินการกรณีเกิดเหตุละเมิด การหยุดชะงักของระบบงาน รวมถึงการขอใช้สิทธิตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ[2]	การกำหนดแนวทางให้พนักงานดูแล รักษาและให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ

หมายเหตุ:

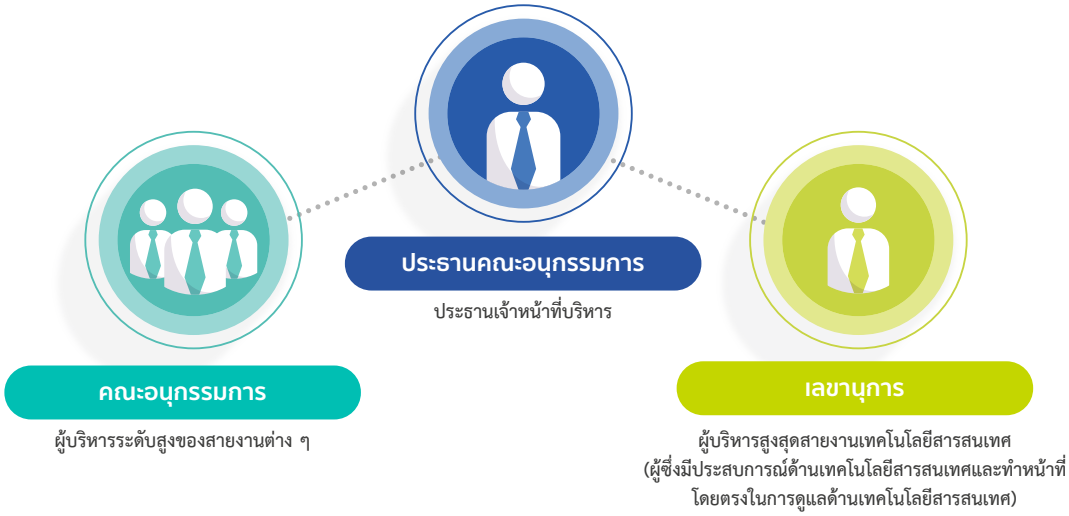
[1] ประกาศการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มต่าง ๆ โดยครอบคลุมถึงสายธุรกิจ/ บริษัทในเครือที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น ลูกค้า ตัวแทนขายผลิตภัณฑ์ทางการเงิน คู่ค้า พันธมิตร เจ้าหนี้ ผู้ปฏิบัติงานสนับสนุนบริการ ผู้ถือหลักทรัพย์ ภาครัฐ กรรมการ เป็นต้น ดูเพิ่มเติม https://www.ktc.co.th/about/data-protection-notice

[2] คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาอนุมัติ

การกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นอย่างมาก จึงได้มอบหมายให้คณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC) เป็นผู้ดูแลกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์ ซึ่งมีกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารดำรงตำแหน่งเป็นประธานคณะกรรมการ เพื่อดูแลด้านต่าง ๆ เหล่านี้

โครงสร้างคณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC)



หน้าที่คณะอนุกรรมการ ISC

- กำหนดนโยบายและระเบียบด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ
- พิจารณาและอนุมัติแผนการใช้งบประมาณและทรัพยากรสำหรับงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) ของบริษัทให้เหมาะสม
- กำหนดกลยุทธ์และแผนงานด้านสารสนเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับความสำคัญเชิงธุรกิจและมีความยืดหยุ่นเพียงพอสำหรับการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต
- ติดตามผลการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) โดยปฏิบัติหน้าที่สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรมีความรู้และมีความตระหนักในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการกำกับดูแลงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการบริหารความเสี่ยงในลักษณะ 3 Lines of Defense โดยแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ซึ่งประกอบด้วย



มาตรการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

เคทีซีได้สื่อสารนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานให้กับพนักงานทุกคนเพื่อให้ทราบถึงปัญหาภัยคุกคามและความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่านโยบายต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดมีการนำไปปฏิบัติ เช่น

ทบทวนและเผยแพร่นโยบาย: จัดให้มีการทบทวนและเผยแพร่นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard ผ่าน KTC UNITE เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายและนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

อบรมหรือทดสอบความรู้ ความเข้าใจ: จัดอบรมหรือทดสอบความรู้ความเข้าใจ ด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอก เพื่อทบทวนความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ ให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ

จัดหลักสูตรปฐมนิเทศ: จัดหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่และพนักงานสัญญาจ้าง (Contractors) รวมถึงทบทวนความรู้ ความเข้าใจประจำปี 2566 ในหลักสูตรเกี่ยวกับ “ISO/IEC 27001:2013 ระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล และ “ISO/IEC 27701: 2019 ระบบบริหารการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล” เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความสามารถในการทำงานตามมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล



จัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัย: จัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Operation Center) เพื่อตรวจจับและป้องกันการบุกรุกทางไซเบอร์ รวมถึงป้องกันการรั่วไหลข้อมูลของบริษัทที่สำคัญ

กำหนดระเบียบ Information Security Incident and Privacy Information Management: เพื่อกำหนดวิธีการรายงานกรณีเกิดเหตุการณ์เกี่ยวกับ Information Security Incident เช่น กรณีระบบล่มหรือหยุดชะงัก การรั่วไหลหรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และการใช้สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บริษัทรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ต่อคณะอนุกรรมการหรือหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อทราบการจัดการการเข้าถึงและใช้ข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทกำหนดสิทธิให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามสิทธิและภาระหน้าที่ที่ตนได้รับเท่านั้น ทั้งนี้พนักงานต้องเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ จัดเก็บไว้ตามความจำเป็น และห้ามเปิดเผยต่อบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

กระบวนการและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าระบบสารสนเทศของบริษัทมีความปลอดภัย บริษัทได้จัดให้มีมาตรการและเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ และมีกระบวนการที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของระบบ IT และการโจมตีทางไซเบอร์ รวมถึงเตรียมพร้อมรับมือในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

การตอบสนองต่อเหตุการณ์

- ทดสอบระบบความปลอดภัยหรือซักซ้อมแผนรับมือเหตุการณ์ (Stress-Testing) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยออนไลน์ สำหรับการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และสำหรับการตรวจสอบหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) จากทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายไตรมาสละ 1 ครั้ง โดยในปี 2566 ได้ดำเนินการตามแผนการทดสอบเจาะระบบงานต่าง ๆ และดำเนินการตรวจสอบหาช่องโหว่ภายในเรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนเมษายน เดือนกรกฎาคม และเดือนตุลาคม 2566 และดำเนินการตรวจสอบหาช่องโหว่ภายนอกเมื่อเดือนกรกฎาคม 2566 โดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Qualified Security Assessor, QSA) ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน PCI-DSS ซึ่งได้รายงานผลการทดสอบต่อคณะอนุกรรมการ ISC ทราบเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไขเพื่อปิดช่องโหว่ที่พบ
- มีศูนย์ข้อมูลหลักและศูนย์ข้อมูลสำรองที่มีความมั่นคงปลอดภัยและมีความพร้อมใช้สำหรับระบบงานหลักที่สำคัญ โดยมีการทบทวนแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan) ในเดือนกันยายน และมีการทดสอบแผนฉุกเฉินประจำปี 2566 เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา อีกทั้งมีการทดสอบด้านปฏิบัติการ BCP โดยมีหน่วยงาน IT เป็นหน่วยงานสนับสนุน
- ป้องกันเครือข่ายของบริษัทโดยการติดตั้งอุปกรณ์และระบบด้านการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย เช่น Firewall
- ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของบริษัทโดยการติดตั้งระบบตรวจจับและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention System, DLP)
- ติดตามการเกิดเหตุการณ์ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมีศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Operation Center)
- นำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์ตามที่ได้แจ้งวัตถุประสงค์ในประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือตามที่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า
- มีกระบวนการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหา (Incident) และข้อร้องเรียน (Complaint) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการทดสอบ Incident Response Plan ประจำปี 2566 ในเดือนธันวาคม สำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องและเป็นไปตามมาตรฐาน ISO/IEC 27701: 2019 มาตรฐาน ISO/IEC 27001: 2013 และมาตรฐาน PCI-DSS
- นำมาตรฐาน ISO ดังกล่าวไปเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- จัดให้มีการตรวจสอบความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและการป้องกันภัยไซเบอร์โดยสายงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit Business Unit) และผู้ตรวจสอบภายนอก (External Audit) เป็นประจำทุกปี

การประกันภัยต่อการละเมิด

- เคทีซีจัดให้มีประกันการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลหรือเหตุการณ์ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Insurance) เพื่อถ่ายโอนความเสี่ยงจากการถูกละเมิดความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่สำคัญและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว

เคทีซีในฐานะของผู้ให้บริการทางการเงินให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวจากการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลสำคัญอื่น ๆ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจที่สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและมาตรฐานสากล ISO/IEC 27701:2019 ที่บริษัทได้รับการรับรองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 เช่น การแจ้งวัตถุประสงค์จากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ที่เจ้าของข้อมูลพึงได้รับ รวมถึงการรับแจ้งเหตุกรณีเกิดการละเมิดหรือต้องการใช้สิทธิตามกฎหมาย การขอความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามคำร้องขอของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

นโยบาย ระบบ และขั้นตอนการจัดการความเป็นส่วนตัว

บริษัทมีกลไกที่ทำให้มั่นใจว่านโยบายความเป็นส่วนตัวได้นำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- จัดให้มีนโยบายและประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมกระบวนการทำงาน และเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดของบริษัท ตั้งแต่ ลูกค้า พนักงาน รวมถึงเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลอื่น เช่น ผู้ถือหุ้น หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น
- คณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC) ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer : DPO) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด
- ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เอกสารสัญญา หรือแบบฟอร์มต่าง ๆ ของบริษัทให้มีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การจัดให้มีการให้ความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล การประเมินความเสี่ยงจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น
- เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามนโยบาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดให้สายงานตรวจสอบภายในมีหน้าที่รับผิดชอบในกระบวนการตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของทุกสายงานเคทีซี และรายงานผลต่อคณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC) รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบ
- จัดให้ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลลงนามใน Data Processor Agreement เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลรับทราบและปฏิบัติงานให้กับเคทีซีภายใต้ขอบเขตตามที่ตกลงกัน รวมถึงการแจ้งให้เคทีซีทราบกรณีเกิดเหตุการณ์ที่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากงานที่เคทีซีมอบหมาย
- จัดทำและแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในเรื่องต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงช่องทางการแจ้งเหตุการณ์กรณีข้อมูลรั่วไหล
- เคทีซีมีการแจ้งเจ้าของข้อมูลทราบในเรื่องต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดว่า การใช้สิทธิต่าง ๆ เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่จะยื่นคำขอใช้สิทธิต่อบริษัทจะต้องกระทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือวิธีการตามที่บริษัทกำหนด และบริษัทจะดำเนินการหรือชี้แจงภายใน 30 วัน หรือไม่เกินตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ซึ่งหากกรณีมีการขอใช้สิทธิลบข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทสามารถที่จะปฏิเสธการใช้สิทธิได้ หากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลยังมีความสัมพันธ์กับบริษัท และอีกไม่เกิน 10 ปีนับจากวันที่สิ้นสุดความสัมพันธ์ ซึ่งหากข้อมูลส่วนบุคคลเกินกว่าระยะเวลาที่กำหนด เคทีซีได้มีการลบ/ ทำลายข้อมูลทั้ง Soft File/ Hard Copy ตามระยะเวลาที่ได้แจ้งไว้กับเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล/ หรือตามที่ระบุไว้ใน PII Data List
- พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบของบริษัท โดยหากไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดตามระเบียบวินัย ซึ่งอาจมีบทลงโทษตามระเบียบหรือตามกฎหมาย นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน บริษัทจึงได้กำหนดให้มีการนำจำนวนครั้งของการเกิดเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (Data Breach) มากำหนดเป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPI) ของพนักงานทุกคน
- บริษัทในเครือต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคล โดยมีนโยบายและการกำกับดูแลที่สอดคล้องกับนโยบายของเคทีซี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่น

ข้อมูลความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

เคทีซีแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
ซึ่งครอบคลุมการจัดเก็บ ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ในประเด็นดังนี้



- ลักษณะข้อมูลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทประมวลผลนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์
- เหตุผลหรือฐานตามกฎหมายในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- การให้สิทธิต่าง ๆ แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด
  - สิทธิได้รับการแจ้งให้ทราบ
  - สิทธิในการเข้าถึง
  - สิทธิขอให้โอนข้อมูลส่วนบุคคล
  - สิทธิในการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
  - สิทธิขอให้ลบหรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้
  - สิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล
  - สิทธิในการแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล
- การแจ้งให้ทราบถึงระยะเวลาที่ข้อมูลจะถูกจัดเก็บโดยบริษัท
- วิธีป้องกันข้อมูล
- การกำหนดนโยบายหรือแนวทางดำเนินงานของบริษัท หากข้อมูลจะถูกขอนำไปใช้โดยบุคคลที่สาม เช่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- ช่องทางการติดต่อบริษัทเพื่อขอใช้สิทธิต่าง ๆ รวมถึงการแจ้งกรณีเกิดเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- บริษัทมีการติดตามร้อยละของผู้ใช้ที่มีการใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์รอง ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้กับบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินและพันธมิตรทางธุรกิจ โดยในปี 2566 มีจำนวนร้อยละ 8.91

การละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ในปี 2566 บริษัทพบเหตุการณ์ที่เป็นการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นการแจ้งเหตุความผิดพลาดจากผู้ให้บริการภายนอก จำนวน 7 เหตุการณ์ โดยบริษัทได้รายงานต่อคณะอนุกรรมการ Information Security Committee (ISC) ทราบ และดำเนินการแก้ไขตามแนวทางที่บริษัทกำหนดแล้ว โดยได้เน้นย้ำผู้ให้บริการภายนอกระมัดระวังและเห็นถึงความสำคัญในเรื่องการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงหาแนวทางป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้ให้บริการภายนอกยังได้มีการเน้นย้ำเจ้าหน้าที่ในเรื่องการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องตามขั้นตอนและให้ตระหนักถึงบทลงโทษ ตามลำดับ ตลอดจนมีการพัฒนาระบบเพื่อช่วยในการตรวจสอบ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นซ้ำในอนาคต

	2563	2564	2565	2566
จำนวนการละเมิดข้อมูลทั้งหมด	1	3	2	7
จำนวนเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดข้อมูลของบริษัท	14	6	2	8
จำนวนเงินค่าปรับ/ ค่าปรับทั้งหมดที่จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล	0	0	0	0

GRI 418-1

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2566

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายนอกและธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเข้าตรวจสอบกิจการ สินทรัพย์ และหนี้สินของธนาคารกรุงไทยและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

จากการดำเนินการที่บริษัทดำเนินการตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัทได้รับการรับรองความปลอดภัยทั่วองค์กร ครอบคลุมทั้งศูนย์ข้อมูล (Data Center) และทุกกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของธุรกิจหลักบัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล และการรับชำระเงิน

ตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013
(ISMS: Information Security Management System)
เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2565

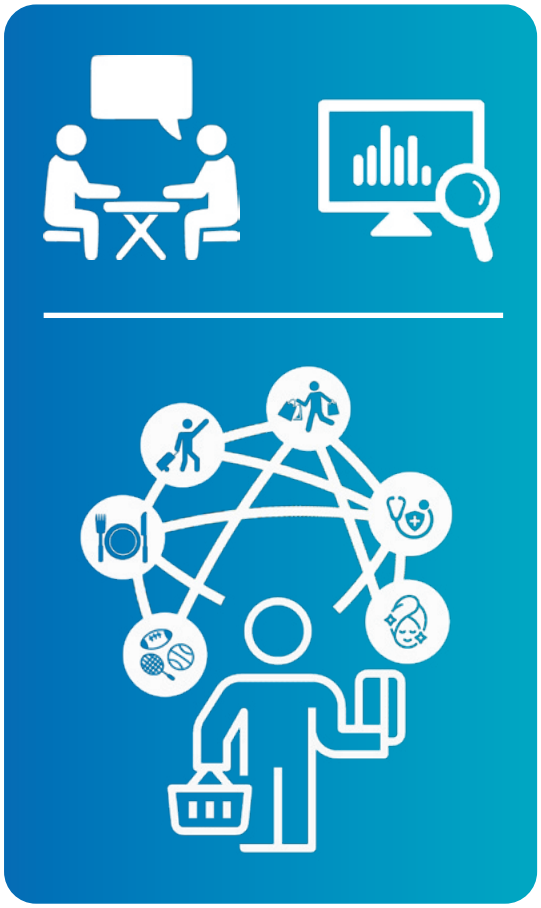
และมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019
(PIMS: Privacy Information Management System)
เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2565

การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
หากบริษัทไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือไม่สามารถดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ความสามารถในการแข่งขัน ภาพลักษณ์ รวมถึงชื่อเสียงขององค์กร	บริษัทสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อได้รับความไว้วางใจและประสบการณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง (Customer Experience) รวมทั้งดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ แพลตฟอร์ม และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อดูแล จัดหาและนำเสนอทางเลือกที่ตรงต่อความต้องการ ตอบโจทย์ความคุ้มค่าผ่านการใช้จ่าย สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในทุกช่วงเวลาของการใช้ชีวิตให้แก่สมาชิกอย่างแท้จริง เพื่อให้แบรนด์เคทีซีเข้าไปอยู่ในใจและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยบริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง



นอกจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายแล้ว บริษัทคำนึงถึงประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยมีการทำความเข้าใจลูกค้าผ่านการสัมภาษณ์ (Empathy) ตลอดจนนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์และประมวลผลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้บริษัทมีความเข้าใจและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของลูกค้าที่หลากหลาย บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด และตอบสนองความต้องการในการใช้จ่ายของลูกค้าในหมวดต่าง ๆ ได้อย่างดี

บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรและผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) ในการส่งเสริมการขายและคัดสรรสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้ทุกการใช้จ่ายของสมาชิกเป็นไปอย่างคุ้มค่าและเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่สมาชิกในการเลือกใช้บัตรเครดิตและสินเชื่อของบริษัท ที่พร้อมรองรับและตรงกับความต้องการครอบคลุมกว่า 20 ไลฟ์สไตล์ จากหลากหลายร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ อาทิ กิน เที่ยว ช็อป กีฬา สุขภาพ ความงาม รวมถึงร้านค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

GRI 3-3

การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ



บริษัทปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลและผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงระเบียบการออกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ บริษัทให้ความสำคัญตั้งแต่การพัฒนาและการโฆษณาผลิตภัณฑ์ การออกบัตรเครดิต รวมถึงการให้สินเชื่อใหม่อย่างมีคุณภาพตามความสามารถในการชำระหนี้ การดูแลกระบวนการขาย การดูแลข้อมูลลูกค้า การดูแลช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน จนถึงการดำเนินการตามกฎหมาย ส่งเสริมให้เกิดการให้ข้อมูลเพื่อกระตุกพฤติกรรมของลูกค้า (nudge) ความรู้และส่งเสริมวินัยทางการเงินเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นและชำระคืนหนี้ไหว ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และหลักเกณฑ์การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending)

คณะอนุกรรมการ Management Committee คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee รวมถึงคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณาการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจ การออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ รวมถึงการพิจารณารายละเอียดผลิตภัณฑ์หรือบริการ และความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาดตามแต่กรณี นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee ได้มีการติดตามการดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม ติดตามการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนที่เกิดจากการให้บริการต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และระเบียบของบริษัทอย่างครบถ้วนถูกต้อง

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการสรุปรายงานจำนวนเรื่องร้องเรียนทั้งรายเดือนและรายไตรมาส นำเสนอผลการตรวจสอบหรือผลการสอบทานการปฏิบัติงานสายงานต่าง ๆ รวมถึงนำเสนอผลการสอบทานกระบวนการเสนอขายผลิตภัณฑ์โดยไม่เปิดเผยตัว (Mystery Shopping) เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัททราบ เพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (ถ้ามี)

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน” และ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การสื่อสารที่ชัดเจน เป็นธรรม

บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่โปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรม และให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้นในการสื่อสารทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จึงต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือใช้ประโยชน์จากความเข้าใจผิดของลูกค้า รวมถึงไม่กระตุ้นให้ก่อหนี้เกินควร ไม่กระตุ้นหรือเร่งรัดให้สมัครใช้ผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่มีการให้รางวัลหรือของขวัญก่อนการอนุมัติสินเชื่อ

นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการให้ความรู้กับพนักงานขายหรือผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและครบถ้วนเรียบร้อยแล้ว

ในปี 2566 บริษัทได้รับแจ้งหรือร้องเรียนจากลูกค้าหรือหน่วยงานกำกับดูแล เกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง โดยได้ปรับปรุงการสื่อสาร ตอบชี้แจงลูกค้าให้ทราบถึงข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงพิจารณาลงโทษหรือ ตักเตือนผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ตามแนวทางที่บริษัทกำหนด

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ http://www.ktc.co.th หัวข้อ “ข้อมูลปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนของบริษัท”)

GRI 2-23, 3-3, 417-3

การดำเนินการเพื่อพัฒนาปรับปรุงการบริการ

บริษัทได้จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ชมเชย และแนะนำการให้บริการ เพื่อรับทราบความเห็น (Customer Feedback) จากหลายช่องทาง ทั้งทางโทรศัพท์ที่ติดต่อเข้ามายัง KTC Contact Center (02 123 5000) จุดบริการ KTC TOUCH หน่วยงานกำกับดูแล และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

ข้อร้องเรียน: เมื่อลูกค้ามีข้อร้องเรียน บริษัทจะดำเนินการดูแล ตรวจสอบ ชี้แจง แก้ไขข้อร้องเรียนให้แล้วเสร็จ และแจ้งผลการแก้ไขปัญหาให้ทราบโดยเร็วภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ เคทีซีได้รวบรวมข้อมูล รวมถึงจำนวนเรื่องร้องเรียนเพื่อนำเสนอต่อคณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัททราบตามลำดับ เพื่อพิจารณากำหนดแนวทางการแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงพิจารณากำหนดหาแนวทางเพื่อป้องกันมิให้เกิดการร้องเรียนซ้ำ อีกทั้ง เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ในเรื่องของการเปิดเผยข้อมูลภาพรวมของการให้บริการ บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนของบริษัทผ่านทาง https://www.ktc.co.th/support/announcement และมีการสรุปข้อมูลดังกล่าว แจ้งไปยังธนาคารแห่งประเทศไทยรายไตรมาสตามรูปแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดด้วย

การแนะนำการให้บริการ: คำแนะนำการให้บริการที่ได้รับจากลูกค้าจะถูกนำส่งให้หน่วยงานที่รับผิดชอบพิจารณาและดำเนินการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

การชมเชย: กรณีที่ลูกค้าได้ใช้บริการและให้คำชมเชยการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านช่องทาง Customer Feedback Center บริษัทจะสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้รับทราบเพื่อชมเชย กระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ รับฟัง รักษามาตรฐานและส่งมอบประสบการณ์ที่มีความหมายให้กับลูกค้าและสอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของบริษัทเป็นประจำ

GRI 2-16, 3-3

ขั้นตอนการดำเนินงาน



ลูกค้า

- KTC Contact Center
- จุดบริการ KTC TOUCH
- โซเชียลมีเดียต่าง ๆ



ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ชมเชย และแนะนำการให้บริการ

คำชมเชย

บริษัทจะสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้รับทราบคำชมเชยเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ และส่งมอบประสบการณ์ที่ดีและมีความหมาย

ข้อแนะนำ

นำส่งข้อแนะนำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบตรวจสอบเพื่อพัฒนาต่อไป

ข้อร้องเรียน

ดูแล ตรวจสอบ แก้ไข

แจ้งให้ทราบโดยเร็วภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด

รวบรวมข้อมูล ข้อแนะนำ และข้อร้องเรียนเพื่อเสนอ



- คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee
- คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- คณะกรรมการบริษัท

พิจารณากำหนดแนวทางการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการเพื่อป้องกันมิให้เกิดข้อร้องเรียนซ้ำ

เปิดเผยข้อมูลปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนผ่านทาง https://www.ktc.co.th/support/announcement และธนาคารแห่งประเทศไทย

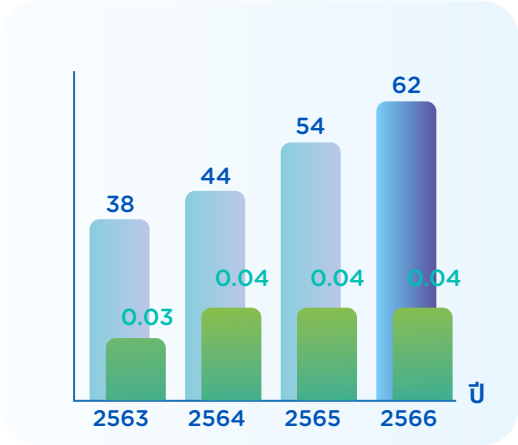
การศึกษาและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

จากความมุ่งมั่นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ ประกอบกับการสนับสนุนให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เกิดจากการรู้สึก รู้จริง ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมของสมาชิก เพื่อเสนอสิ่งที่มีความหมาย ตรงกับความต้องการของสมาชิกอย่างแม่นยำ ใช้ข้อมูลของสมาชิกเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

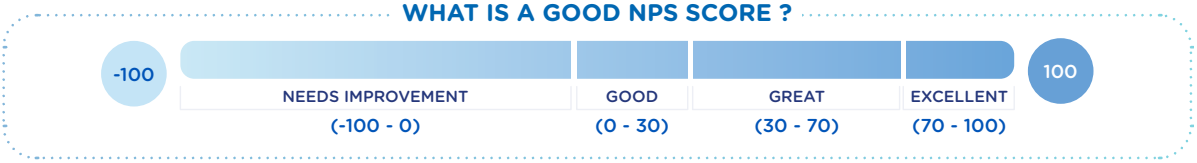
การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบัตรเครดิต

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตที่มีต่อเคทีซี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้ Net Promoter Score (NPS) เป็นเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจว่าอยู่ในระดับใดมาตั้งแต่ปี 2561 จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจและยินดีแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง

โดยบริษัทนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัท ตามแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการประจำปี เพื่อยกระดับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด



หมายเหตุ: จากการสำรวจผู้บริโภคปี 2566 ที่มีบัตรเครดิต 1,817 คน โดยเป็นสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี 1,011 คน



ในปี 2566 เคทีซีได้รับผลการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิต KTC สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากโครงการสิทธิพิเศษของบัตรเครดิต KTC ที่ครอบคลุมทุกการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในชีวิตประจำวันได้อย่างเข้าถึงและตรงกับไลฟ์สไตล์ของสมาชิกมากขึ้น ประกอบกับการใช้คะแนน KTC FOREVER เป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในหลากหลายหมวดหมู่สินค้าและบริการ ด้วยขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน รวมถึงการพัฒนาบริการต่าง ๆ บนแอปพลิเคชัน KTC Mobile ที่เพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการทำธุรกรรมของสมาชิก ทำให้ประสบการณ์การใช้บัตรเครดิต KTC เป็นไปด้วยความราบรื่น ส่งเสริมให้ลูกค้ารู้สึกยินดีที่จะบอกต่อและแนะนำแบรนด์เคทีซีแก่คนอื่น ๆ

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของพนักงาน KTC TOUCH



ปี 2566
ความพึงพอใจ
94.76%

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจากการให้บริการของพนักงาน KTC TOUCH ในแต่ละครั้ง โดยใช้ Net Promoter Score (NPS) เป็นเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจ โดยรายงานผลการประเมินให้ผู้บริหารสายงานทราบทุกเดือน ในกรณีที่พบว่ามีผลการประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะพิจารณานำข้อเสนอแนะที่ได้จากลูกค้ามาปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดทดสอบความรู้ ความเข้าใจให้พนักงานปีละ 3 ครั้งในหัวข้อต่าง ๆ เช่น ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และการปฏิบัติงานให้สอดคล้องตามมาตรฐาน ISO27001:2013 และมาตรฐาน ISO27701:2019 และการปฏิบัติตามหลักการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจและความประทับใจแก่ลูกค้าจากการได้รับการบริการด้านข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นธรรม

หมายเหตุ: มีการปรับเปลี่ยนวิธีการประเมินความพึงพอใจจากช่องทางโทรศัพท์เป็นวิธีการประเมินความพึงพอใจโดยใช้ Net Promoter Score (NPS) ตั้งแต่วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2566

GRI 3-3

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทั้งในด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ สิทธิประโยชน์ ค่าธรรมเนียม และดอกเบี้ยต่าง ๆ ที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในคู่มือการขายและสอดคล้องกับหลักเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การเสนอขายที่ไม่เป็นการรบกวนลูกค้า รวมถึงคุณภาพการให้บริการ การแต่งกาย กิริยา มารยาท เป็นประจำทุกเดือน

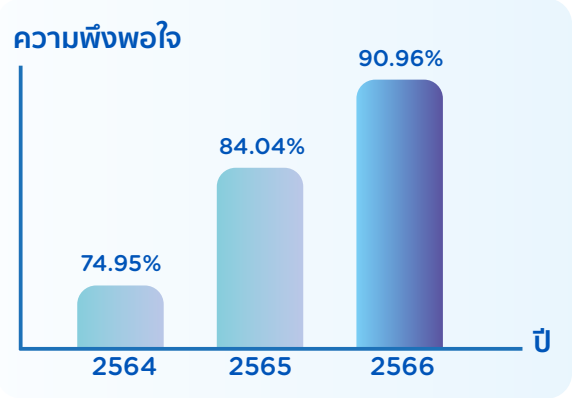
โดยในกรณีที่บริษัทได้รับคำแนะนำ บริษัทจะส่งอีเมลเพื่อแจ้งความเห็น (Customer Feedback) ให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ พัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ มารยาทในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ การอบรม การโค้ช และการอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการตักเตือน พิจารณาโทษให้สอดคล้องกับบทกำกับการดูแลของบริษัทและเป็นไปตาม Market Conduct เพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัท และเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งมีผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของ Contact Center

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการผ่านช่องทาง Contact Center ในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ โดยในกรณีที่มีผลการประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะพิจารณานำผลที่ได้มาช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาหรือข้อสงสัยให้ลูกค้าทันที พร้อมทั้งหาแนวทางป้องกันการเกิดปัญหาในอนาคต รวมถึงทำการประเมินการบริการภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเร่งแก้ไขและปรับปรุงการบริการได้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

นอกจากนี้ บริษัทมีการวางแผนกำลังคนให้พร้อมสำหรับบริการลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนสร้างบรรยากาศการทำงานให้มีความสุข เพื่อให้พนักงานสามารถส่งต่อความสุขไปยังลูกค้า

ทั้งนี้ในปี 2566 บริษัทได้รับผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ที่ร้อยละ 90.96 เพิ่มขึ้นจากปี 2565



ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
หากบริษัทไม่นำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล มาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา พัฒนา/ออกผลิตภัณฑ์และบริการ อาจทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและเสียโอกาสในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมไปถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจลดลง	หากบริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการให้ความสำคัญด้าน ESG ของทั้งภาครัฐและเอกชนในปัจจุบัน จะเป็นโอกาสในการสนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการด้าน ESG ได้มากขึ้น รวมถึงเป็นการขยายฐานลูกค้าให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีเจตนารมณ์ในการเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนและพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เข้ามาบูรณาการในการดำเนินธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและคุณค่าผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อสังคม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธรรมาภิบาล ตลอดจนสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความคาดหวังและสร้างความไว้วางใจที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครบถ้วน รวมทั้งสนับสนุน และสร้างแรงจูงใจให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

นโยบายและการกำกับดูแล

บริษัทกำหนดนโยบายและกระบวนการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (Responsible Lending Policy and Process) ที่เชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และระเบียบการออก/เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ของบริษัทเป็นไปตามหลักเกณฑ์ มีการดูแลการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม รวมถึงมีระบบการให้บริการที่คำนึงถึงความสะดวกและปลอดภัย โดยยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีสายงานต่าง ๆ ที่กำกับดูแลการดำเนินงานเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างรับผิดชอบตามเจตนารมณ์ของบริษัท ได้แก่

สายงานตรวจสอบภายใน เป็นสายงานอิสระที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ประเมินความเพียงพอ และความมีประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง การกำกับดูแลกิจการ และการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท โดยรายงานผลการตรวจสอบระบบควบคุมภายในและความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้อง มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ลดค่าใช้จ่าย และลดความเสี่ยงของบริษัทต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่งเสริมให้การตรวจสอบที่มีประสิทธิผลทำให้เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน

สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา รวมถึงสอบทานการปฏิบัติงานในกระบวนการที่สำคัญ เพื่อให้บริษัทมีการปฏิบัติสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (สำนักงาน ปปง.) บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ และรวมถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ นอกจากนี้ยังติดตาม วิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมาย หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อเผยแพร่สาระสำคัญหรือจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจกับสายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

GRI 3-3, 203-2

การพิจารณาให้สินเชื่อที่ส่งเสริมด้าน ESG

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการบริหารกิจการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลให้มีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น การกำหนดคุณสมบัติผู้ถือบัตรเครดิตทั้งบัตรหลัก บัตรเสริม และสินเชื่อบุคคล ตลอดจนการอนุมัติวงเงิน การกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การจัดให้มีสัญญา ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลที่ชัดเจนและเป็นธรรม การแจ้งให้ลูกค้าทราบหากมีการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขของสัญญาที่กระทบต่อสิทธิของลูกค้า การปฏิบัติในเรื่องการแจ้งนำส่งข้อมูลเครดิตของเจ้าของข้อมูลเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด การปฏิบัติตามหลักการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) รวมถึงการปฏิบัติตามหลักการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending) โดยให้ความสำคัญตั้งแต่การพัฒนาและการโฆษณาผลิตภัณฑ์ การออกบัตรเครดิต รวมถึงการให้สินเชื่อใหม่อย่างมีคุณภาพตามความสามารถในการชำระหนี้ การดูแล ช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ จนถึงการดำเนินการตามกฎหมาย รวมถึงส่งเสริมให้เกิดการให้ข้อมูลเพื่อกระตุกพฤติกรรมของลูกค้า (Nudge) อีกทั้งการนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ามาใช้ในการพิจารณาให้สินเชื่อ

การดำเนินการของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง ESG

บริษัทมีการคำนึงถึง ESG ซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ดังนี้

หัวข้อ	แนวทางดำเนินงานของบริษัท
ด้านการกำกับดูแลการให้บริการของพนักงาน/ ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน	• การจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานและผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ การเสนอขาย รวมถึงมีการกำหนดบทกำกับดูแล เพื่อให้การแนะนำผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน สามารถตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ และเพื่อให้การบริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพการขายและการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
ด้านธรรมาภิบาลหรือเศรษฐกิจ เพื่อให้ผู้สมัครได้รับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนสำหรับการตัดสินใจ และไม่ใช้บริษัทเป็นช่องทางฟอกเงิน	• ระบุและพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัคร อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ ธปท. กำหนดไว้อย่างชัดเจนในใบสมัครผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล และตารางการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Factsheet) • จัดให้มีข้อตกลง เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด • มีแนวทางการพิจารณาหรือปฏิเสธผู้ขอบัตรเครดิต สินเชื่อ หรือร้านค้าตามแนวทางการบริหารความเสี่ยง หรือการที่ผู้สมัครหรือลูกค้าจะต้องไม่เป็นบุคคลที่ถูกกำหนดตามกฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
ด้านสังคม เพื่อลดปัญหาหนี้สินล้นพ้นตัวของประชากรและให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างทั่วถึง	• พิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่สอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากฐานะการเงิน (เงินเดือน) ภาระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ เพื่อป้องกันปัญหาภาระหนี้เกินตัว ซึ่งจะกลายเป็นปัญหาแก่สังคมในวงกว้าง • พิจารณาตามหลักเกณฑ์อื่น ๆ เช่น การตรวจสอบข้อมูลเครดิตตามกฎหมาย NCB เป็นต้น • ไม่กีดกันหรือเลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ไม่ว่าจะเป็นเพศ เพศสภาพ ศาสนา กับผู้สมัครใช้ผลิตภัณฑ์หรือผู้รับบริการ • จัดให้มีการพัฒนาช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้จากช่องทางที่หลากหลาย
ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการดูแลทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด	• พิจารณาโอกาสการพัฒนาหรือการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม • ขยายโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทให้กับสังคมมากขึ้น • ส่งเสริมคู่ค้าในการประกอบกิจการอย่างมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง • บริจาคหรือทิ้งขยะที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างถูกวิธี เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

GRI 203-2

การตรวจประเมินและพิจารณาความเสี่ยงด้านการป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชัน การติดสินบน รวมทั้งการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

หัวข้อ	แนวทางดำเนินงานของบริษัท
บริษัท	• ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ซึ่งเป็นการรับรองว่าบริษัทไม่มีการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร • ประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน และการละเมิดสิทธิมนุษยชนในกระบวนการทำงานเป็นประจำทุกปี • จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส/ร้องเรียน • เชิญชวนให้คู่ค้าร่วมเป็นสมาชิก CAC • ดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน • สร้างความตระหนักรู้ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด • จัดทำแผน BCP เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการให้บริการต่าง ๆ ของบริษัทสามารถดำเนินการได้หากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์/ภัยพิบัติธรรมชาติ
คู่ค้า	• กำหนดให้คู่ค้าต้องมีการตรวจสอบตนเอง รวมถึงได้รับประเมินผลการปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การไม่ติดสินบนหรือการคอร์รัปชัน การปฏิบัติตามกฎหมาย • กำหนดเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับผู้ให้บริการภายนอก ในการให้ผู้ให้บริการภายนอกมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ ต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
ลูกค้า	• ประเมินความเสี่ยงของลูกค้าผ่านการรู้จักลูกค้าและการพิสูจน์ทราบตัวตนลูกค้า (Know Your Customer/ Customer Due Diligence) • การดำเนินธุรกิจตามเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ • สนับสนุนให้ลูกค้าลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ลดการใช้กระดาษ หรือลดการเดินทางผ่านการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมดิจิทัลของบริษัท เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน” “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน” “สิทธิมนุษยชน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”)

การวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสในการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิกผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน

บริษัทกำหนดระเบียบการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิกผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน (Product Program) เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการในการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงิน โดยสายงานที่จะออกหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ วิเคราะห์คู่แข่ง กลยุทธ์การแข่งขัน การวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำ Business Model รวมถึงการหารือกับสายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การพิจารณาขอบเขตการประกอบธุรกิจ ข้อกำหนดของกฎหมาย การวิเคราะห์ความเสี่ยงในทุกด้าน การวิเคราะห์ระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การขออนุมัติงบประมาณ การสื่อสารการตลาดตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นต้น เพื่อนำเสนอต่อคณะอนุกรรมการหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องก่อนออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการคำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมภิบาล หรือ Environmental Social and Governance (ESG) ในการดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต”)

GRI 203-2

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

บริษัทได้บูรณาการทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ให้เข้ากับการดำเนินงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ดังนี้

สังคม	สิ่งแวดล้อม
• KTC Mobile	
• MAAI BY KTC	
• KTC U SHOP	
• บัตรเครดิตและสินเชื่อเพื่อการศึกษา • บัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE • การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล • การเป็นตัวกลางในการใช้คะแนนแทนเงินบริจาค • การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน • โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง ปี 66 สำหรับสมาชิกบัตรกดเงินสด KTC PROUD และสมาชิก KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน มอเตอร์ไซค์ • การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ตามแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนอย่างยั่งยืนของธนาคารแห่งประเทศไทย • มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้ร่วมกับกรมบังคับคดี • KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน • การให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce • การให้อัตราค่าธรรมเนียมรับบัตรพิเศษสำหรับร้านค้าขนาดเล็ก/ ร้านค้ารายย่อย (Micro Merchant)	• การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0% • สิทธิพิเศษสำหรับรถยนต์พลังงานไฟฟ้า • สิทธิพิเศษที่พักโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) • ส่วนลดพิเศษตั๋วเครื่องบิน Cathay Pacific 1 เที่ยวบิน เท่ากับต้นไม้ 1 ต้น

KTC Mobile

บริษัทได้พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลซึ่งเป็น Flagship ที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความโดดเด่นในแง่มิติเศรษฐกิจ สามารถขับเคลื่อนไปยังมิติสังคมโดยการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินให้กับคนทั้งประเทศ และมิติสิ่งแวดล้อมโดยการส่งเสริมการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ เช่น การรับ e-Coupon PIN และ e-Statements เป็นต้น อีกทั้งได้พัฒนากระบวนการรับสมัครสินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ผ่าน Tablet ทุกขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัคร การตรวจสอบสภาพรถ รวมถึงการแจ้งผลอนุมัติและโอนเงินให้ผู้สมัครผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทันที โดยไม่ต้องส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่หันมาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”)

MAAI BY KTC

Loyalty Platform ที่ให้บริการกับพันธมิตรธุรกิจ แบบครบวงจร ส่งเสริมการขยายช่องทางการใช้คะแนนของสมาชิกไปสู่ร้านค้ารายย่อย รวมถึงให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร เครื่องดื่ม โรงภาพยนตร์ รวมถึงช้อปปิ้งออนไลน์ และสามารถโอนคะแนนสะสมจากบัตรเครดิต KTC หรือคะแนนสะสมจากเครือข่ายพันธมิตรมาเป็นคะแนน MAAI เพื่อแลกสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ได้ผ่านแอปพลิเคชัน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” และ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน”)

KTC U SHOP

บริษัทตระหนักถึงความท้าทายที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการรายย่อย SMEs ร้านค้าขนาดเล็ก และรัฐวิสาหกิจชุมชนที่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดในการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกล รวมถึงการที่ต้องจัดหาพื้นที่หรือหน้าร้านเพื่อขายสินค้าหรือบริการ บริษัทเชื่อว่า “KTC U SHOP” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2559 มีบทบาทสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างลูกค้ากับผู้ประกอบการ โดยสนับสนุนธุรกิจ SMEs ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้มีโอกาสขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เข้าถึงฐานลูกค้าได้มากขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มาจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สินค้าออร์แกนิค ตอบสนองกระแสรักสุขภาพ ในขณะเดียวกันลูกค้าก็สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างคุณค่าเชิงบวกต่อสังคมอีกด้วย โดยสามารถเลือกช้อปหรือใช้คะแนน KTC FOREVER แลกแทนเงินสด ได้ที่“KTC U SHOP” พร้อมบริการจัดส่งตรงถึงบ้าน ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ushop และ Line@KTCUSHOP รวมถึง Facebook: KTC U SHOP โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วม ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสกัดจากธรรมชาติ
อาทิ แบรนด์ “น้ำญาใจ” แบรนด์น้ำยาล้างจานออร์แกนิคส์ ที่ถูกผลิตขึ้นมาจากผลไม้ 3 ชนิดที่เป็นผลไม้สดและนำมาแปรรูป ได้แก่ ส้มเกลี้ยง มะกรูด และสับปะรด รวมถึงมีโพรไบโอติกส์ที่จะช่วยเรื่องการบำบัดน้ำเสีย นอกจากนี้แล้วน้ำญาใจไม่มีการใส่กลิ่นและสีสังเคราะห์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานฟู้ดเกรด 100% และเมื่อนำไปซักล้างเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นน้ำญาใจก็จะสามารถย่อยสลายกลับไปเป็นน้ำปกติและไม่ส่งผลต่อธรรมชาติ

กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผม ดูแลผิว ที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ
อาทิ แบรนด์ “AKAYA เอกายา” แบรนด์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามที่มีส่วนผสมหลักจากธรรมชาติเป็นสำคัญ ผ่านการผลิตและสกัดด้วยนวัตกรรมขั้นสูงจากโรงงานที่เชื่อถือได้ ปรับสมดุลสุขภาพให้แข็งแรงจากภายใน สู่ความงามที่เห็นได้จากภายนอก

ผลิตภัณฑ์จาก “ดอยตุง” กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
มุ่งเน้นธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ลดช่องว่างทางสังคม โดยสร้างอาชีพและแหล่งรายได้ให้ชุมชน รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างผู้นำรุ่นใหม่ที่มีความรับผิดชอบบนพื้นฐานของประโยชน์ส่วนรวมในระยะยาว ส่งเสริมให้ชุมชนเข้าถึงปัจจัยพื้นฐานอย่างเท่าเทียม อาทิ ผลิตภัณฑ์แมคคาเดเมีย กาแฟคั่ว และกาแฟดริป สินค้าแปรรูปทางการเกษตร หัตถกรรม งานคราฟต์ต่าง ๆ เป็นต้น

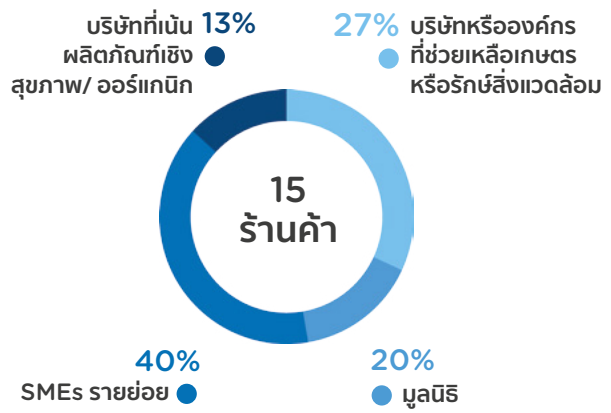
กลุ่มไร่เกษตรอินทรีย์
แบรนด์ “TROPICANA” จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น โดยสนับสนุน พัฒนา และดูแลเกษตรกรผู้ปลูกมะพร้าว พนักงานขององค์กร คู่ค้า ชุมชนรอบข้าง และลูกค้า เพื่อให้เติบโตและมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพสินค้าด้วยความใส่ใจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และได้รับรองมาตรฐานเช่น GHPs, HACCP, ISO22000, ISO14001 และ USDA Organic เป็นต้น

ปี 2566
จำนวนร้านที่เข้าร่วม 15 ร้านค้า

จำนวนสินค้า
มากกว่า 500 รายการ

ยอดขาย
>0.87 ล้านบาท

สัดส่วนร้านค้า



บัตรเครดิตและสินเชื่อเพื่อการศึกษา

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญทางการศึกษาและต้องการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมให้แก่บุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมแต่ยังขาดแหล่งเงินทุน ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยให้มีชีวิตที่ดีและได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างความก้าวหน้าในอาชีพและความมั่นคงทางรายได้ จึงได้ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น สถาบันสอนภาษา ออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษาให้กับผู้สมัครเรียน โดยเป็นการแบ่งเบาและลดภาระค่าใช้จ่ายด้วยการให้วงเงินสินเชื่อเพื่อการศึกษาที่มีดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านบัตรเครดิตให้ผู้สมัครเรียน ทำให้การผ่อนชำระสินเชื่อเป็นเรื่องง่าย และไม่เพิ่มความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทคาดหวังจะเพิ่มปริมาณลูกค้าสินเชื่อเพื่อการศึกษา โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนพันธมิตรสถาบันการศึกษาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการทางการศึกษาที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษา เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค

ปี 2566

สินเชื่อบุคคล

• ผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ	1,326	ราย
• วงเงินที่ได้รับอนุมัติทั้งหมด	> 115	ล้านบาท



บัตรเครดิต

การใช้จ่ายที่โรงเรียน สถาบันการศึกษา

• จำนวนสมาชิกบัตรเครดิตที่ใช้บริการ	81,505	ราย
• ยอดการใช้จ่าย	1,482	ล้านบาท

การใช้จ่ายด้วยดอกเบี้ยอัตราพิเศษ 0.69%

• จำนวนสมาชิกบัตรเครดิต	2,566	ราย
• ยอดการใช้จ่าย	65	ล้านบาท
• ยอดที่บริษัทสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	> 0.13	ล้านบาท

บัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE

สภากาชาดไทยได้รับมอบหมายจากรัฐบาลให้มีหน้าที่หลักในการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณภาพสูงสุด จากผู้บริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจไม่หวังสิ่งตอบแทน เพื่อนำไปใช้รักษาผู้ป่วยทั่วประเทศ บริษัทตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว โดยได้ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ 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 เคทีซีร่วมสมทบทุนเพิ่มอีก 5 บาท บริจาคเป็นเงินเข้าศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นการร่วมสนับสนุนระหว่างบริษัทและสมาชิกในการช่วยเหลือผู้ที่ต้องการโลหิตทั่วประเทศผ่านการใช้จ่ายภายใต้สินเชื่อวงเงินบัตรเครดิตดังกล่าว

ปี 2566

• จำนวนสมาชิกบัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE	3,228	ราย
• ยอดเงินรวมบริจาค	304,720	บาท

การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล

บริษัทตระหนักถึงการให้ลูกค้ามีสุขภาพดี ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้โรงพยาบาลรัฐบาลมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยจำนวนมากให้ได้รับโอกาสในการรักษาโดยเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยให้มีสุขภาพที่ดีและยังช่วยแบ่งเบาภาระค่ารักษาพยาบาล บริษัทจึงมีบริการผ่อนชำระนานสูงสุด 10 เดือน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติ 0.74% ต่อเดือน ให้แก่สมาชิกบัตรเครดิตที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลรัฐบาล



ปี 2566

• จำนวนสมาชิกบัตรเครดิตที่ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ	235,615	ราย
• ยอดการใช้จ่ายที่โรงพยาบาลรัฐ	> 4,819	ล้านบาท
• จำนวนสมาชิกบัตรที่เปลี่ยนยอดค่ารักษาพยาบาลเป็นยอดผ่อนชำระที่โรงพยาบาลรัฐ	4,358	ราย
• ยอดการใช้จ่ายที่โรงพยาบาลรัฐและใช้อัตราดอกเบี้ยพิเศษ	118	ล้านบาท
• ยอดที่บริษัทสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยพิเศษ	> 0.59	ล้านบาท

การเป็นตัวกลางในการใช้คะแนนแทนเงินบริจาค

บริษัทได้ช่วยเหลือสังคมในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสที่ไม่สามารถเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดี หรือกลุ่มเปราะบางที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ อาทิ ผู้สูงอายุ เด็ก หรือคนพิการ จึงเป็นการส่งเสริมความเท่าเทียมกันให้เกิดแก่คนในสังคม รวมไปถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะกระทบการดำรงชีวิตของผู้คน เช่น กรณีสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งถึงแม้จะคลี่คลายแต่ยังคงส่งผลกระทบกับผู้คนจำนวนมาก

โดยบริษัทได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสนับสนุนโครงการและกิจกรรมระหว่างมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ กว่า 88 แห่ง ให้สมาชิกสามารถมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมซึ่งริเริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ด้วยการให้ลูกค้าสามารถบริจาคเงินผ่านบัตรเครดิต KTC หรือนำคะแนนแลกเป็นเงินบริจาคได้ในอัตรา 1,000 คะแนนแทนเงินบริจาค 100 บาท ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การบริจาคผ่านบัตรเครดิตด้วย QR PAY หรือแลกคะแนนผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก อีกทั้ง เป็นการลดมลภาวะจากการที่ลูกค้าต้องเดินทางมาบริจาคด้วยตนเองนับเป็นการช่วยสร้างสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น





มูลนิธิรามาธิบดี

มุ่งช่วยเหลือผู้ป่วยที่ไม่สามารถรับภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ให้ได้รับโอกาสเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดีและมีประสิทธิภาพ



ศิริราชมูลนิธิ

เพื่อจัดหาอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัย ช่วยเหลือการรักษาผู้ป่วยที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ (ค่ายาและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการวินิจฉัยและรักษา) และสนับสนุนการสร้างหรือปรับปรุงหอบริการผู้ป่วย เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน



สภากาชาดไทย

มุ่งช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติ จากภัยธรรมชาติและภัยที่เป็นอันตรายกับสุขภาพที่คาดการณ์ไม่ได้ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ซึ่งประกอบด้วยผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ ผู้พิการ เด็ก ผู้ไร้ที่พึ่ง รวมถึงกลุ่มแรงงานข้ามชาติ เพื่อบรรเทาทุกข์ประชาชน



มูลนิธิเด็กโสสะแห่งประเทศไทยฯ

เพื่อสนับสนุนการช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสทั้งในด้านสภาพแวดล้อมที่ดีและการศึกษาสูงสุดตามกำลังความสามารถของเด็ก เพื่อให้เด็กๆ เติบโตอย่างมีคุณภาพ



สำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR)

เพื่อช่วยเหลือผู้ลี้ภัย และกลุ่มเปราะบางที่เป็นผู้หญิงและเด็กร้อยละ 80



มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ. เพื่อเด็กและเยาวชน

เพื่อมอบชีวิตใหม่ให้กับเด็กยากไร้ได้ไปโรงเรียน มีอาหารรับประทานอิ่มท้อง และเติบโตเป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไป

การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน (Support Thais Reading)

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านหนังสือ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระ และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบุคคลและสังคมให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ดังที่ทางภาครัฐได้ยกระดับความสำคัญของนโยบายการส่งเสริมการอ่านให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมให้สำนักพิมพ์ผลิตและพัฒนาหนังสือให้ดีมีคุณภาพ และกระตุ้นให้คนไทยเห็นความสำคัญของการอ่านอย่างจริงจัง และสนองรับต่อมาตรการภาษี ช้อปดีมีคืน

บริษัทจึงร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าหนังสือ สำนักพิมพ์ชั้นนำทั่วประเทศ จัดโปรโมชัน แคมเปญ หรือกิจกรรมร่วมกับพาร์ตเนอร์ต่าง ๆ มากกว่า 35 โครงการ ผนวกกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรณรงค์ตลอดทั้งปี 2566 เช่น มอบสิทธิประโยชน์ส่วนลดสูงสุด 15% ณ ร้านค้าพันธมิตรและช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การใช้คะแนนสะสมเคทีซีแลกรับเครดิตเงินคืน 18% จากอัตราปกติ 10% และสำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก บริษัทยังมอบสิทธิประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระการชำระคืน ด้วยบริการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต KTC ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติที่ 0.80% ต่อเดือน นาน 3 เดือน

ปี 2566

• จำนวนสมาชิกบัตรที่ใช้จ่ายที่สำนักพิมพ์หรือร้านหนังสือ	160,456	ราย
• ยอดการใช้จ่ายที่ร้านหนังสือที่สำนักพิมพ์หรือร้านหนังสือ	> 303	ล้านบาท
• จำนวนสมาชิกบัตรที่ใช้จ่ายผ่านดอกเบี้ยอัตราพิเศษ	6,963	ราย
• ยอดการใช้จ่ายผ่อนดอกเบี้ยอัตราพิเศษ 0.69%	> 0.47	ล้านบาท
• ยอดสนับสนุนการแลกคะแนนอัตราพิเศษและดอกเบี้ยพิเศษ	1.98	ล้านบาท



โครงการเคลียร์หนี้ ปี 66 สำหรับสมาชิกบัตรกดเงินสด KTC PROUD และสมาชิก KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน มอเตอร์ไซค์

ปัจจัยสำคัญที่อาจก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินเรื้อรังหรือหนี้ครัวเรือน คือ การขาดวินัยทางการเงินที่ดี เพื่อเป็นการร่วมแบ่งเบาภาระหนี้ สร้างพฤติกรรมการชำระเงินที่ดี และช่วยให้สมาชิกสามารถผ่อนชำระหนี้เสร็จสิ้นตามกำหนด ไม่เป็นหนี้เรื้อรังหรือกลายเป็นหนี้เสียในอนาคต บริษัทได้ดำเนิน “โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 14 เพื่อร่วมแบ่งเบาภาระหนี้ให้กับสมาชิกบัตรกดเงินสด KTC PROUND และในปี 2566 ได้ขยายโครงการโดยเพิ่มผลิตภัณฑ์ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน มอเตอร์ไซค์ ที่เบิกใช้วงเงินสินเชื่อ และ/หรือมีประวัติการผ่อนชำระที่ดีมีวินัยในการชำระสินเชื่อคืนตรงเวลา โดยให้สิทธิ์ลุ้นเคลียร์หนี้ โดยสมาชิกสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการหนึ่งครั้งเพื่อร่วมลุ้นรับรางวัล 12 รอบตลอดปี 2566 ผ่านช่องทาง SMS หรือเว็บไซต์ของบริษัท www.ktc.co.th/cleardebt66 โดยมีรางวัลทั้งสิ้น 600 รางวัล ดังนี้

- **รางวัลที่ 1** บัตรกำนัลส่วนลดค่าใช้จ่าย เพื่อเคลียร์หนี้ (จับรางวัล 12 รอบ รอบละ 1 รางวัล)
- **รางวัลที่ 2** บัตรกำนัลส่วนลดค่าใช้จ่าย เพื่อลดหนี้ (จับรางวัล 12 รอบ รอบละ 49 รางวัล)



ปี 2566

• จำนวนสมาชิกที่ได้รับการเคลียร์หนี้นับตั้งแต่เริ่มโครงการรวมทั้งสิ้น	5,514	ราย
• วงเงินที่ได้รับการเคลียร์หนี้	42.50	ล้านบาท

หมายเหตุ: หนี้เรื้อรัง (PD) คือ ลูกหนี้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ซึ่งไม่รวมถึงสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันและสินเชื่อส่วนบุคคลดิจิทัล ที่มีเงื่อนไขการชำระคืนไม่เป็นงวด ซึ่งปัจจุบันไม่เป็นลูกหนี้ที่ด้อยคุณภาพ (non-NPL) และได้จ่ายชำระดอกเบี้ยรวมมากกว่าเงินต้นรวมเป็นระยะเวลานาน โดยจะเกิดกับลูกหนี้ที่เงื่อนไขการชำระคืนระบุค่างวดต่อเดือนเป็นจำนวนเงินที่น้อย และลูกหนี้ยังสามารถเบิกใช้เงินตามวงเงินคงเหลือได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่กำหนดระยะเวลาปิดจบหนี้

การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ตามแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนอย่างยั่งยืนของธนาคารแห่งประเทศไทย

เพื่อเป็นการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending: RL) ตามประกาศ ธปท. ที่ สกช. 7/2566 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างบทบาทผู้ให้บริการในการรับผิดชอบลูกค้าตลอดวงจรหนี้อย่างเหมาะสม และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 เป็นต้นไป ผ่านมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ระยะยาวเป็นไปตามประกาศของ ธปท. เช่น การปรับเพิ่มอัตราการผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิต การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ในลักษณะเชิงป้องกัน เป็นต้น โดยที่ผ่านมาบริษัทได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ตามแนวทางของธนาคารแห่งประเทศไทยในการบริหารจัดการด้านการให้สินเชื่ออย่างเป็นธรรม



ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566

เคทีซีให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ในทุกสถานะเป็นจำนวน 1,833 ล้านบาท

คิดเป็นสัดส่วน 1.7% ของพอร์ตลูกหนี้รวม

มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้

บริษัทตระหนักถึงปัญหาหนี้ภาคครัวเรือนในปัจจุบัน จากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้ลดลง หรือบางคนตกงานแต่ยังมีหนี้สินที่ต้องชำระ ทำให้การชำระหนี้อาจไม่มีประสิทธิภาพ

บริษัทได้ร่วมมือกับกรมบังคับคดีเป็นปีที่ 9 จัดทำโครงการ “มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้” เพื่อไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี เพื่อให้ลูกหนี้สามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระได้ตามกำลังความสามารถและลดข้อพิพาทในขั้นตอนการบังคับคดี เพื่อลดภาระหนี้ให้ลูกค้าและลดปัญหาหนี้ของสังคมในระยะยาว



ปี 2566

มีลูกหนี้เข้าร่วมมหกรรมไกล่เกลี่ยทั้งสิ้น	4,323 ราย
สามารถไกล่เกลี่ยเรียกเงินสดรับคืนอันเป็นการลดจำนวนหนี้ NPL	> 734 ล้านบาท
โดยเจรจาสำเร็จคิดเป็นร้อยละ	94.43 %
ลูกหนี้ที่ชำระเสร็จสิ้นตามเงื่อนไขมหกรรมไกล่เกลี่ย จำนวน	1,595 ราย
เป็นการช่วยเหลือลดภาระหนี้ให้กับลูกหนี้	> 166 ล้านบาท (ส่วนที่เหลืออยู่ระหว่างการชำระตามเงื่อนไข)

KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน

บริษัทสนับสนุนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ยาก ให้มีโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างเท่าเทียมและถูกต้องตามกฎหมาย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน”)

การให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce

บริษัทได้สนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กร่วมกับพันธมิตรในรูปแบบการให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน”)

การให้อัตราค่าธรรมเนียมรับบัตรพิเศษสำหรับร้านค้าขนาดเล็ก/ ร้านค้ารายย่อย (Micro Merchant)

บริษัทสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กโดยการให้อัตราค่าธรรมเนียมรับบัตรพิเศษ เพื่อเป็นการแบ่งเบาค่าใช้จ่ายแก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน”)

การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0%

ปัจจุบันการใช้พลังงานไฟฟ้าในครัวเรือนเป็นหนึ่งในสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการติดตั้งโซลาร์เซลล์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถช่วยลดผลกระทบดังกล่าวได้ ตามที่ภาครัฐให้ความสำคัญในแผนพลังงานชาติ ซึ่งกำหนดเป้าหมายการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนไว้ที่สัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 โดยมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน ส่งเสริมการประหยัดพลังงานให้เข้มข้นมากขึ้น ทั้งนี้บริษัทร่วมกับพันธมิตรพร้อมส่งเสริมให้สมาชิกบัตรเครดิตสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในการเลือกใช้พลังงานทางเลือกในระดับครัวเรือน ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยให้สิทธิพิเศษเพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย ในการติดตั้ง Solar Rooftop มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ด้วยการผ่อนชำระ 0% ผ่านบัตรเครดิต นอกจากลูกค้าจะสามารถเข้าถึงบริการดังกล่าวได้สะดวกขึ้น และยังเพิ่มโอกาสให้ผู้ให้บริการ Solar Rooftop สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงมากขึ้น

ทั้งนี้ ในปี 2566 การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC สำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความใส่ใจในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เป็นโอกาสให้บริษัทต่อยอดและร่วมกันขับเคลื่อนสังคมไปสู่ความยั่งยืน



พันธมิตรที่เข้าร่วม 7 พันธมิตร

สิทธิพิเศษสำหรับรถยนต์พลังงานไฟฟ้า

ปัจจุบันรถยนต์พลังงานไฟฟ้าเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญที่เข้ามาทดแทนรถยนต์ที่ขับเคลื่อนโดยใช้แหล่งพลังงานจากการเผาไหม้น้ำมันเชื้อเพลิงที่ก่อให้เกิดมลพิษต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้าของภาครัฐที่สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือกันในการพัฒนาส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อตอบสนองรับต่อนโยบายดังกล่าวและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำร่วมกัน บริษัทจึงร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสร้างแรงจูงใจและเชิญชวนลูกค้าให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีราคาสูงผ่านสิทธิพิเศษต่าง ๆ ดังนี้





การจองรถยนต์พลังงานไฟฟ้า

เช่น สามารถผ่อนชำระ 0% ค่าจองรถยนต์ และ ค่าดาวน์รถยนต์ NETA และ AION ในเครือ V Group Cars นาน 6 เดือน

- จำนวนสมาชิกบัตรที่ใช้จ่าย 126 ราย
- ยอดการใช้จ่าย > 5.36 ล้านบาท
- ยอดการใช้จ่ายผ่อนดอกเบี้ยอัตราพิเศษ 0.56% : > 0.18 ล้านบาท
- ยอดที่บริษัทสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.56% : > 0.07 ล้านบาท



การติดตั้ง WALLBOX

เช่น ผ่อนชำระ 0% นาน 6 เดือน

ประกันภัยสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า

เช่น สามารถผ่อนชำระ 0% นานสูงสุด 6 เดือน และรับส่วนลดพิเศษสูงสุด 15% สำหรับประกันรถยนต์ไฟฟ้ากับทางทิพยประกันภัย แอกซ่าประกันภัย และโบลท์เทค นายหน้าประกันภัย



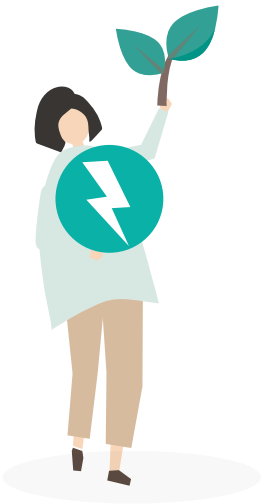


สนับสนุนอุตสาหกรรมรถเช่าพลังงานไฟฟ้าเพื่อการท่องเที่ยว

เช่น รับส่วนลดสูงสุด 30% เมื่อเช่ารถและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC หรือใช้คะแนน KTC FOREVER เท่ายอดใช้จ่าย แลกรับเครดิตเงินคืน 12%

มีพันธมิตร 17 พันธมิตร





จากข้อมูลการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC ในหมวดรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้า (Electronic Vehicle – EV) ตั้งแต่ต้นปี 2566 ถึงปัจจุบัน พบว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องถึง 60% และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงจากการศึกษาตลาดรถยนต์ไฟฟ้าซึ่งพบว่าได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงเป็นโอกาสในการต่อยอดและการส่งเสริมการขับเคลื่อนสังคมเข้าสู่การใช้พลังงานไฟฟ้าแบบยั่งยืน

สิทธิพิเศษที่พักโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)

ปัจจุบัน “การท่องเที่ยวสีเขียว” (Green tourism) ที่เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบรวมถึง รักษา และสร้างความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนสำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติของภาครัฐ ขมวดรวมไปถึงมิติสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทร่วมกับกรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สนับสนุนโครงการ “โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)” ได้สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่า สร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมแห่งความยั่งยืนกับกลุ่มโรงแรมที่ผ่านมาตรฐาน Green Hotel โดยใช้เกณฑ์ Global Sustainable Tourism Council (GSTC) ซึ่งเป็นเกณฑ์ชี้วัดระดับสากล ทั้งนี้ บริษัทเพิ่มคุณค่าให้กับทุกการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตให้กับสมาชิกที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ร่วมจับมือกับพันธมิตรโรงแรมมอบสิทธิพิเศษให้สมาชิกบัตรเครดิต ด้วยส่วนลดสูงสุด 45% ครอบคลุมบริการ ห้องพัก ห้องอาหาร และสปา และสามารถใช้คะแนนแลกรับเครดิตเงินคืนได้ 13%

อีกทั้ง มุ่งเน้นเรื่องการสนับสนุนการตลาดให้กับพันธมิตรโรงแรมที่เข้าร่วมรายการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ เป็นการร่วมมือเพื่อสร้างการรับรู้ด้านความยั่งยืน และสิทธิพิเศษจูงใจเพื่อเชิญชวนให้เกิดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตผ่านช่องทาง Social Media และ Digital Media ของบริษัท นอกเหนือจากนี้ยังมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนกว่า 82 สื่อเพื่อสร้างการรับรู้ให้เข้าถึงสิทธิพิเศษดังกล่าว

มีโรงแรมพันธมิตร 217 โรงแรม ใน 20 จังหวัดทั่วประเทศ

ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกับโรงแรม ที่ผ่านมาตรฐาน Green Hotel >499 ล้านบาท

สร้างการรับรู้ความสำคัญของโรงแรม ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้แก่สมาชิก จำนวน 200,000 ราย

สิทธิพิเศษจองตั๋วเครื่องบิน คาเธ่ย์แปซิฟิก 1 เที่ยวบิน เท่ากับต้นไม้ 1 ต้น

เคทีซีร่วมมือกับสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิกสนับสนุนแคมเปญการปลูกต้นไม้เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยทุกการซื้อตั๋วเครื่องบินคาเธ่ย์แปซิฟิกผ่าน KTC World เคทีซีจะร่วมปลูกต้นไม้เพิ่มขึ้นอีก 1 ต้น ซึ่งเป็นการต่อยอดแคมเปญของสายการบินที่จะปลูกต้นไม้ 1 ต้น ต่อการซื้อตั๋วเที่ยวบิน 1 ใบ การร่วมมือกันครั้งนี้เป็นอีกหนึ่งการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทผ่านการร่วมมือกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อร่วมสนับสนุนการขับเคลื่อนไปสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

จำนวนสมาชิกบัตรที่ใช้จ่าย 1,489 ราย

จำนวนตั๋วเครื่องบิน Cathay Pacific ที่ลูกค้าซื้อ 1,550 ใบ

กิจกรรมสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG)

เคทีซี จับมือพันธมิตรจัดเสวนา “พัทยาเตรียมความพร้อมเฉลิมฉลอง เมืองความหลากหลายทางเพศ”

บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) โดยเฉพาะเรื่องการให้โอกาสและความเท่าเทียม ด้วยนโยบายเคารพสิทธิมนุษยชน เพื่อส่งต่อไปยังผู้มีส่วนได้เสียภายนอก บริษัทร่วมกับอาร์เบอร์ โฮเทล แอนด์ เรสซิเดนซ์ จัดเสวนา “พัทยาเตรียมความพร้อมเฉลิมฉลองเมืองความหลากหลายทางเพศ” เวทีรวมผู้นำความคิดด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่มาร่วมแลกเปลี่ยนทัศนคติ และผลักดันให้เมืองพัทยาเป็นแลนด์มาร์กจุดหมายด้านการท่องเที่ยวที่เน้นความเท่าเทียมทางเพศมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก บริษัทจึงขอมอบสิทธิพิเศษให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีกับแพ็กเกจแคมเปญ “PUT YOUR PRIDE ON” สอดรับกับทั้งกลยุทธ์การตลาดที่จับกลุ่มนักท่องเที่ยวแนว Segmentation อาทิ กลุ่ม LGBTQ+



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ความเสี่ยง (Risk)

บริษัทอาจสูญเสียชื่อเสียงและภาพลักษณ์ หากคู่ค้าละเลยหรือดำเนินธุรกิจโดยไม่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล โดยอาจถูกมองว่ามีส่วนในการส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจอย่างไร้ความรับผิดชอบ เช่น การละเมิดสิทธิมนุษยชน การใช้แรงงานเด็ก แรงงานที่ผิดกฎหมาย หรือการสร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

โอกาส (Opportunity)

หากบริษัทให้ความสำคัญและสนับสนุนให้คู่ค้ามีความเข้าใจและคำนึงถึง ESG จะส่งผลให้การร่วมมือระหว่างบริษัทและคู่ค้าดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มีส่วนได้เสียในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ พร้อมกับการรับผิดชอบต่อประเด็นความยั่งยืนในมิติต่าง ๆ

บริษัทส่งเสริมให้คู่ค้ามีการบริหารกิจการด้วยความรับผิดชอบตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ต่อต้านการคอร์รัปชัน เคารพสิทธิมนุษยชน คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่ภายในบริษัท ด้วยการใช้บริการจากคู่ค้าและบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าที่มีการดำเนินงานที่มีมาตรฐานการให้บริการ ครอบคลุมการคำนึงถึงคุณภาพและการส่งมอบสินค้าและบริการที่ลดผลกระทบและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) พร้อมดูแลให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน ผ่านแนวทางการจัดการ โดยมีกลยุทธ์การดำเนินงาน ดังนี้



GRI 2-6, 3-3

นโยบายและหลักเกณฑ์ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

บริษัทจัดให้มีนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกและพิจารณาคุณสมบัติคู่ค้าปัจจุบันและรายใหม่ในการจัดซื้อจัดจ้างหรือการใช้บริการ ดังนี้

จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทและการรักษาข้อมูลความลับ (ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล)

บริษัทจัดให้มีจรรยาบรรณคู่ค้าและการรักษาข้อมูลความลับ เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าที่แสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย จรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท การรักษาข้อมูลความลับ ตลอดจนมาตรฐานสากล โดยมีขอบเขตและแนวปฏิบัติครอบคลุมประเด็น ดังนี้

- จริยธรรมทางธุรกิจและการปฏิบัติตามกฎหมาย
- สิทธิมนุษยชนและแรงงาน
- ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย
- สิ่งแวดล้อม
- การรักษาข้อมูลความลับ

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และการรักษาข้อมูลความลับ”)

ระเบียบจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทจัดให้มีระเบียบจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งครอบคลุม วิธีการคัดเลือกผู้ขาย อำนาจอนุมัติในการจัดซื้อจัดจ้าง การตรวจรับมอบสินค้าหรือบริการ เป็นต้น เพื่อเป็นมาตรฐานในการพิจารณาและการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างของสายงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างตามขอบเขตที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้

นโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ

บริษัทนำหลักเกณฑ์และแนวทางการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารกรุงไทย มาปรับปรุงนโยบายให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุม

- บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบในการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- การคัดเลือกและการตรวจรับมอบงาน
- ข้อกำหนดของสัญญาการใช้บริการ
- แนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
- การติดตาม ดูแล และการบริหารจัดการความเสี่ยง
- แบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องในการบริหารความเสี่ยงของการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- บันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทในฐานะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล กับผู้ให้บริการธุรกิจสนับสนุนและคู่ค้าในฐานะของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processor Agreement)

การปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบดังกล่าวก่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งหลักเกณฑ์การพิจารณาอนุมัติ การกำหนดราคาในการจัดซื้อจัดจ้าง การส่งมอบงานที่มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขข้อตกลง และสามารถบริหารความเสี่ยงจากการใช้บริการจากคู่ค้า โดยทุกสายงานในบริษัทที่ประสงค์ว่าจ้างคู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือระเบียบที่กล่าวข้างต้น

GRI 2-6, 2-23

กระบวนการคัดเลือกคู่ค้า



การจัดกลุ่มประเภทคู่ค้า

บริษัทจัดกลุ่มคู่ค้า เป็น 2 ประเภทหลัก คือ

• **ผู้ให้บริการภายนอก** หมายถึง พันธมิตรทางธุรกิจ ตามนิยามที่กำหนดไว้ในนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แก่ นิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดาที่มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงร่วมกับบริษัทในการให้บริการ ทั้งที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดำเนินการแทนบริษัท

• **คู่ค้าทั่วไป** หมายถึง ผู้ขายสินค้าหรือให้บริการแก่เคทีซี ที่ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจหลักหรือมีความเสี่ยงต่ำ

หลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท
บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการระบุคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท ซึ่งครอบคลุมคู่ค้าที่มีการจ้างผ่านตัวกลางอย่างชัดเจน ตามประเภทกลุ่มงานและยอดการใช้จ่าย ดังนี้

คู่ค้า	หลักเกณฑ์การจัดกลุ่ม
คู่ค้า Tier 1	ผู้ให้บริการภายนอกที่จัดอยู่ในกลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ) และมียอดการใช้จ่าย ≥ 5 ล้านบาทขึ้นไป
คู่ค้า Tier 2	ผู้ให้บริการภายนอกที่จัดอยู่ในกลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ) และมียอดการใช้จ่ายตั้งแต่ 1 - < 5 ล้านบาท
คู่ค้า Tier 3	ผู้ให้บริการภายนอกที่นอกเหนือจากคู่ค้า Tier 1, 2 และกลุ่มคู่ค้าทั่วไป

GRI 2-6

การคัดเลือกคู่ค้า

บริษัทมีแนวปฏิบัติสำหรับการคัดเลือกคู่ค้า ทั้งในกรณีจ้างใหม่ ต่อสัญญา ประเมินรายปี และ/หรือลักษณะงานใหม่ โดยมีหลักเกณฑ์แตกต่างกันไปตามกลุ่มของคู่ค้า ซึ่งมีตัวอย่างหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณา เช่น



การขึ้นทะเบียนคู่ค้า

เมื่อผ่านกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าแล้ว บริษัทจะนำส่งแบบฟอร์มการขึ้นทะเบียนคู่ค้า พร้อมทั้งจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และการรักษาข้อมูลความลับ เพื่อให้คู่ค้าใช้เป็นแนวทางปฏิบัติและลงนามรับทราบแนวปฏิบัติ ทั้งนี้ ยกเว้นกลุ่มคู่ค้า เช่น ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) หรือ คู่ค้ารายย่อย ซึ่งเป็นการซื้อสินค้าในกลุ่มเบ็ดเตล็ดที่ไม่มีนัยสำคัญต่อการให้บริการของบริษัท

การจัดซื้อจัดจ้าง

กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปตามระเบียบจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีการจัดหาสินค้าและบริการอย่างโปร่งใส เป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ โดยมีการคำนึงถึงด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพ การส่งมอบ สินค้าและบริการที่ลดผลกระทบและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เป็นต้น

GRI 308-2, 414-2

การบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้า

ระบุความเสี่ยง

บริษัทมีกระบวนการในการระบุความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้า ผ่านการประเมินแนวทางการบริหารความเสี่ยงตนเองของการใช้บริการจากคู่ค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น



การประเมินความเสี่ยงจากการใช้บริการจากคู่ค้า

ผู้ให้บริการภายนอก

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงตนเองจากการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาระดับความเสี่ยงและระดับคุณภาพการจัดการความเสี่ยงในประเด็นต่าง ๆ เช่น

- การบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ ซึ่งจะพิจารณาการดำเนินการตามแนวทางในการคัดเลือกผู้ให้บริการภายนอก การติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงาน
- มาตรการคุ้มครองลูกค้า แนวทางการรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า การรับข้อร้องเรียน การจัดการ และแก้ไขปัญหา
- การจัดทำแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและการทดสอบ

คู่ค้า

บริษัทมีการประเมินการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณและการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า โดยมีขอบเขตและแนวปฏิบัติประกอบด้วย

- จริยธรรมทางธุรกิจ
- สิทธิมนุษยชนและแรงงาน
- ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
- สิ่งแวดล้อม
- กฎหมายและข้อกำหนด

GRI 308-2, 414-2

การบริหารและการควบคุมความเสี่ยง

บริษัทได้จัดทำมาตรการบริหารและควบคุมความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากคู่ค้า ดังนี้

- **จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า และการรักษาข้อมูลความลับ และเปิดเผยให้คู่ค้ารับทราบและประเมินตนเอง** เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณคู่ค้าก่อนการเข้าร่วมเป็นคู่ค้าของบริษัท

- **จัดทำนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารกรุงไทย** โดยให้ความสำคัญกับการประเมินและควบคุมความเสี่ยง และการติดตามตรวจสอบกระบวนการทำงานของพันธมิตรทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการบริหารความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ ได้กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก ในการให้ผู้ตรวจสอบสามารถเข้าตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการภายนอกได้ด้วย

- **กระบวนการและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส เป็นธรรม** โดยพิจารณาปัจจัยด้านราคา คุณภาพ การส่งมอบสินค้าและบริการ ควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- **ติดตาม ตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพคู่ค้า** เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานการทำงานเป็นไปตามข้อกำหนดตามสัญญาการใช้บริการและเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งมอบอย่างต่อเนื่อง

- **ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า (Supplier Site Visit)** เพื่อตรวจประเมินการปฏิบัติตามสัญญาการใช้บริการจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า (KTC Supplier Code of Conduct) การรักษาความลับทางข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล การคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย การปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทได้มีการสุ่มตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติงานของผู้ให้บริการภายนอก หรือการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำ เช่น เมื่อมีการต่ออายุสัญญาสำหรับคู่ค้า Tier 1 และ Tier 2 หรือสุ่มตรวจกลุ่มคู่ค้า Tier 3 ซึ่งมีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างตามเกณฑ์ที่กำหนด เป็นต้น

- **กำหนดข้อตกลงของระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA)** เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่ผู้ให้บริการภายนอกต้องปฏิบัติตาม สามารถติดตาม ตรวจสอบ และรายงานความเสี่ยงได้ โดยมีกำหนดการรายงานตามความเหมาะสม

การแก้ไขและบรรเทาความเสี่ยง

ในกรณีที่พบว่าคู่ค้ารายใดละเมิดหลักเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทมีกระบวนการแจ้งเตือน เพื่อหาแนวทางการป้องกันและให้ระยะเวลาในการปรับปรุงประเด็นดังกล่าว หากไม่ปฏิบัติตาม บริษัทจะทำการยกเลิกสัญญาและถอดรายชื่อออกจากทะเบียนผู้ขายของบริษัท

ผลการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

สัดส่วนจำนวนคู่ค้า Tier 1-2 ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทต่อจำนวนคู่ค้า Tier 1-2 ทั้งหมด

96 %

Tier 1 83%

Tier 2 13%

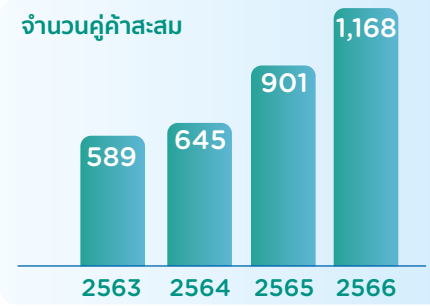
บริษัทได้ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้าจำนวน

16 ราย

โดยไม่มีความเสี่ยงจากคู่ค้า

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท (Supplier Code of Conduct) ตั้งแต่ปี 2563 - 2566





GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

การร่วมดูแลช่วยเหลือและยกระดับความตระหนักถึงเรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนให้แก่คู่ค้า

บริษัทมีคู่ค้าที่หลากหลายซึ่งได้รับการรับรองคุณภาพต่าง ๆ เช่น การรับรองการผลิตบัตรที่มีมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยขั้นสูงจาก Card Brands มาตรฐานการปฏิบัติและจัดการข้อมูลตามมาตรฐานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (International Organization for Standardization: ISO) ในด้านการจัดการความปลอดภัยงานพิมพ์ การจัดการคุณภาพและบริการ การจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เป็นต้น

บริษัทเปิดโอกาสให้คู่ค้าเสนอแนะและร่วมพัฒนากระบวนการทำงานให้เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันผ่านการประชุมและสัมมนาที่จัดเป็นประจำ นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมกับบริษัทคู่ค้าจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงานในบริษัทคู่ค้าเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2566 บริษัทได้จัดกิจกรรม ดังนี้

การอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าด้านงานบริการ

เคทีซีร่วมกับบริษัทคู่ค้าจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานสำหรับงานบริการของบริษัทคู่ค้า ด้านงานบริการ พนักงานขับรถยนต์ พนักงานรับส่งเอกสาร พนักงานธุรการ พนักงานช่าง และพนักงานทำความสะอาด เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ การฝึกฝนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ร่วมสร้างเสริมการส่งมอบการบริการที่ประทับใจ (Service Mind) และสร้างการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ในหลักสูตร ดังนี้

หลักสูตร “กฎหมายการจราจรทางบกเพื่อความปลอดภัยในงานขับรถ”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกฎจราจร การใช้รถใช้ถนนที่ถูกต้อง รวมถึงการป้องกันอุบัติเหตุ สามารถนำไปปฏิบัติขณะใช้รถใช้ถนนได้อย่างปลอดภัย และสามารถปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้น
- เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านความปลอดภัย มีวินัยในการขับขี่เพิ่มขึ้นสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและลดความเสี่ยงจากการเกิดอุบัติเหตุ

วันที่จัดอบรม วันที่ 2 ธันวาคม 2566
จำนวนผู้เข้าอบรม 35 ราย
ความพึงพอใจในการอบรม 98%

หลักสูตร “กรณีศึกษาเกี่ยวกับเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล”

วัตถุประสงค์

- เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และปฏิบัติให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด
- เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจในด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่จำเป็นและสามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อให้สามารถนำความรู้และผลจากการฝึกปฏิบัติไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองส่วนบุคคล

วันที่จัดอบรม วันที่ 12-15 ธันวาคม 2566
จำนวนผู้เข้าอบรม 37 ราย
ความพึงพอใจในการอบรม 91%

การอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าด้านติดตามทวงถามหนี้

หัวข้อ “การให้ความรู้ด้านเทคนิคการติดตามทวงถามหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ” และหัวข้อ “ภัยไซเบอร์”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ความรู้ด้านเทคนิคการติดตามทวงถามหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้านธุรกรรมการเงิน
- เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับภัยทุจริตในรูปแบบของแก๊งคอลเซ็นเตอร์และภัยทุจริตทางการเงิน

วันที่จัดอบรม
วันที่ 9 กันยายน 2566
และวันที่ 16 กันยายน 2566

จำนวนผู้เข้าอบรม
200 ราย







การอบรมและสอบวัดผลความรู้กับผู้ให้บริการภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่หรือสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัท

หัวข้อ “ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล” ในรูปแบบออนไลน์

EP1
ISO/IEC 27001 และ ISO/IEC 27701 คืออะไร และทำไปทำไม?

EP2
สาระสำคัญและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับ ISO/IEC 27001 และ ISO/IEC 27701 มีอะไรบ้าง

EP3
แนวปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001 และ ISO/IEC 27701

EP4
เตรียมความพร้อมก่อนการตรวจประเมินประจำปี

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดความตระหนักทั้งในด้านความปลอดภัยสารสนเทศและการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีโอกาสเกิดมากขึ้นในปัจจุบัน

จัดอบรมระหว่าง
วันที่ 31 กรกฎาคม 2566
ถึง วันที่ 25 สิงหาคม 2566

จำนวนผู้เข้าอบรม
364 ราย

ผลการทำแบบทดสอบ
ผ่านเกณฑ์ 100%

การอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าที่ให้บริการด้านกฎหมาย

หัวข้อ “แนวทางการดำเนินคดี กรณีลูกค้าสมัครสินเชื่อออนไลน์ KTC และกรณีลูกค้าปฏิเสธการทำธุรกรรม”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้บริษัทกฎหมายเข้าใจในเรื่องสัญญาที่จัดทำขึ้นโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ สัญญาที่จัดเก็บอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สัญญาหรือข้อตกลงที่เกิดจากระบบหรือผ่านแอปพลิเคชัน การลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Signature) ผลของการทำสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาอิเล็กทรอนิกส์
- เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วันที่จัดอบรม
วันที่ 17 พฤศจิกายน 2566

จำนวนผู้เข้าอบรม 128 ราย
โดยมีคู่ค้า 37 ราย

ความพึงพอใจในการอบรม 9.5 /10 คะแนน

การจัดสัมมนาประจำปีให้กับผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินเคทีซี (อิสระ)

หัวข้อ “Work Life Harmony เสริมไอที สุขภาพดี พลิกชีวิตให้ดีขึ้น”

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ความรู้และประสบการณ์ทางด้านดิจิทัลและการมีสุขภาพที่ดี โดยร่วมพูดคุยในหัวข้อ “อัพสกิลดิจิทัล แบบไม่ตกเทรนด์กับ ครูทิป” และแบ่งปันความรู้ในหัวข้อ “สมดุลชีวิตสร้างได้ด้วยตัวเรา”
- เพื่อให้ได้ความรู้ เทคนิค และประสบการณ์จริง ในการทำ Workshop Clip Content สั้น และโพสต์ผ่าน Social Media
- เพื่อให้เกิดพลัง แรงจูงใจ มุ่งมั่นทุ่มเท ในการทำผลงานเพื่อจะได้ประสบความสำเร็จไปกับองค์กร KTC
- เพื่อให้เกิดความประทับใจ ความสัมพันธ์ที่ดี และภักดีกับองค์กร



วันที่จัดอบรม
วันที่ 8 กันยายน 2566

จำนวนผู้เข้าอบรม
213 ราย

การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้เชิญชวนพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ในการลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็น เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต้นทุนดำเนินงาน เช่น การลดวัสดุสิ่งพิมพ์สำหรับลูกค้าและคู่ค้าบางกลุ่ม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และได้รับการรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม (เช่น ฉลากเขียว ฉลากลดคาร์บอน) เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเขียน กระดาษถนอมสายตาสำหรับพิมพ์เอกสารของบริษัท และใบสมัครขอใช้บริการบัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นต้น

ณ สิ้นปี 2566
บริษัทสามารถเปลี่ยนการสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ในการดำเนินงาน เป็นกระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Paper) ได้มากกว่า

95%

ปี 2566
บริษัทมีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน

12.48 ล้านบาท

- จากการดำเนินงาน 3.30 ล้านบาท
- โครงการปรับปรุงออฟฟิศใหม่ 9.18 ล้านบาท

ผลดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม

บริษัทตระหนักถึงบทบาทการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการกระจายมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

(หน่วย : พันบาท)

รายละเอียด	2565	2566
รายได้จากการดำเนินงาน[1]	23,248,778	25,465,485
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน[2]	5,055,572	5,518,651
ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์[3]	2,500,676	2,661,286
เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ[4]	2,431,297	2,521,567
เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน[5]	3,970,673	4,667,543
เงินบริจาคเพื่อการกุศล	1,748	2,096
มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม	**9,288,811**	**10,094,342**
สินทรัพย์รวม	101,795,991	112,813,684
หนี้สินรวม	70,220,237	76,968,201
รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่	31,353,217	35,681,572
กำไรสุทธิสำหรับปี-ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	7,079,399	7,295,395

[1] รายได้จากการดำเนินงาน ประกอบด้วย รายได้รวมและส่วนแบ่งกำไรของบริษัทที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย
[2] ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไม่รวมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าภาษีอากร และเงินบริจาคเพื่อการกุศลและสาธารณประโยชน์
[3] ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์ ประกอบด้วย ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าใช้จ่ายพนักงาน
[4] เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์
[5] เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน ประกอบด้วย ต้นทุนทางการเงินและเงินปันผลที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น

GRI 3-3, 201-1



มิติสังคม

การเข้าถึงบริการทางการเงิน และการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

ความเสี่ยง (Risk)

หากไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย รวมถึงขาดการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจทางการเงิน อาจส่งผลให้บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนที่กำหนด รวมทั้งสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและโอกาสขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่

โอกาส (Opportunity)

ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ควบคู่ไปกับการได้รับข้อมูลและความรู้ทางการเงินที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคม และสนับสนุนความมั่นคงของสังคม และเศรษฐกิจในระยะยาว รวมถึงให้โอกาสบริษัทเพิ่มฐานลูกค้าได้

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่องตามปณิธานด้านความยั่งยืนที่ “มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตคนไทย” และสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในมิติสังคม รวมถึงนโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของบริษัทได้อย่างสะดวก ทั่วถึง และเท่าเทียม ซึ่งมีส่วนช่วยให้บุคคลและธุรกิจจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านช่องทางการให้บริการต่าง ๆ ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวจากการใช้บริการ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้ง มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรมเพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบที่ดอกเบี้ยสูงเกินควร และเพิ่มโอกาสในการนำเงินที่ได้รับการอนุมัติไปใช้เพื่อการดำรงชีพ รวมถึงมีการประเมินความสามารถในการชำระหนี้เพื่อพิจารณาว่าลูกหนี้มีเงินรายได้เพียงพอในการชำระหนี้และยังคงมีเงินเหลือสุทธิเพียงพอต่อการดำรงชีพภายหลังหักภาระผ่อนชำระหนี้ทั้งหมด เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน ยกระดับคุณภาพชีวิต ลดช่องว่างทางการเงินให้กับสังคม รวมถึงเพิ่มโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสมีส่วนร่วมในการเงินมากขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้แก่ลูกค้า การส่งเสริมให้เกิดการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อกระตุกพฤติกรรมตลอดวงจรหนี้ เพื่อปกป้องผู้บริโภคและส่งเสริมให้เกิดความรับผิดชอบในการตัดสินใจทางการเงินมากขึ้น นอกจากนี้ ยังลดความเสี่ยงในการตกเป็นเหยื่อของการฉ้อโกงทางการเงิน เสริมสร้างระบบการเงินที่ยืดหยุ่นและโปร่งใสมากยิ่งขึ้น



หมายเหตุ: (1) ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง หมายถึง ลูกค้าซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน การมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ (ที่มา: ประกาศ ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

GRI 3-3

การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

ช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ง่าย และครอบคลุมทั่วประเทศ





(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล” และ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)

ช่องทางการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบริษัทที่ง่ายและครอบคลุมทั่วประเทศ

บริษัทมีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ บริการ และข่าวสารที่หลากหลาย ที่ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างง่าย โดยได้รับข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทำให้ลูกค้าสามารถศึกษาและทำความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้อย่างละเอียด เพื่อตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างเหมาะสม ไม่ตกเป็นเหยื่อแก่ผู้ที่หวังผลประโยชน์ โดยมีช่องทางครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ดังต่อไปนี้

การเข้าถึงในรูปแบบทางกายภาพ

- ลูกค้าหรือผู้สนใจผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของบริษัทสามารถติดต่อ สอบถามข้อมูล รวมถึงสมัครใช้ชำระเงินหรือขอใช้บริการต่าง ๆ ได้ดังนี้

จุดบริการ KTC TOUCH
จำนวน 12 จุดบริการ

ธนาคารกรุงไทย
จำนวน 996 สาขา
ทั่วประเทศ

ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์
ทางการเงินอิสระ
(เฉพาะการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์)

การเข้าถึงในรูปแบบออนไลน์

- การค้นหาข้อมูล หรือการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เพื่อให้เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่อไป

เว็บไซต์ของบริษัท
(www.ktc.co.th)

สื่อโซเชียลมีเดีย

เว็บไซต์ของพันธมิตร หรือสื่อออนไลน์ของพันธมิตร เพื่อแนะนำและเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ เช่น www.rabbitcare.com, www.refinn.com, เป็นต้น

Krungthai NEXT

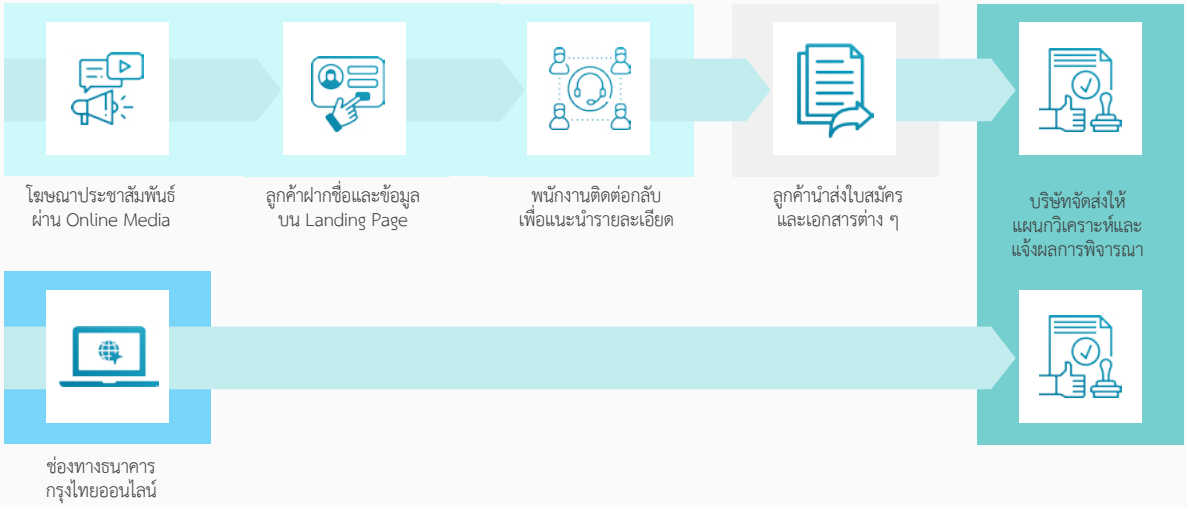
- การทำธุรกรรมบนมือถือ/ ออนไลน์
บริษัทได้พัฒนาและส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่านมือถือหรือช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น การรับชำระเงินการใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้กับลูกค้าทุกกลุ่ม ร้านค้ารายย่อย รวมถึงลูกค้ากลุ่มเปราะบาง และกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม อีกทั้งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการหรือผู้ที่ไม่สะดวกเดินทางได้จากสถานการณ์ต่าง ๆ และยังมีบริการให้สมาชิกสามารถเลือกกำหนดวันชำระค่าการใช้บริการตามความสะดวกของตนเอง เพื่อลดโอกาสการผิดนัดชำระ เป็นต้น

KTC Mobile | **Krungthai NEXT** | **KTC Online** | **เป๋าตังค์** | **MAAI BY KTC**

GRI 2-6, 3-3

ขั้นตอนการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์

ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคล



ธุรกิจสินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)

นอกจากนี้ เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐสำหรับมาตรการด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารในการพิสูจน์และยืนยันตัวตนต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทได้ดำเนินการให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนดเรื่องการกำหนดให้จะต้องมีการอ่านข้อมูลบัตรประจำตัวประชาชน (Dip Chip) รวมถึงการตรวจสอบสถานะบัตรประจำตัวประชาชนแบบอเนกประสงค์ ผ่านการตรวจสอบทางอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานรัฐ (Online DOPA) ของลูกค้าในการให้บริการทางการเงิน รวมถึงบริษัทได้พัฒนาช่องทางการสมัครผลิตภัณฑ์ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีขั้นตอนการทำความรู้จักลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (การยืนยัน พิสูจน์ตัวตนและระบุตัวตน : E-KYC) รวมถึงการลงนามในข้อตกลงทั่วไป และการลงนามให้ความยินยอมต่าง ๆ ด้วยลายมือชื่อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด (e-Contract และ e-Consent) กรณีสมัครใช้บริการผ่าน Krungthai NEXT ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดการใช้กระดาษจากกระบวนการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์ ลดปัญหาจากการปลอมแปลงเอกสาร หรือการหลอกลวงจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ บริษัทคาดหวังที่จะเป็นส่วนร่วมในการยกระดับการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน

เคทีซีได้ให้บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันภายใต้ชื่อ “KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน” เพื่อสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินสำหรับลูกค้าที่มีรายได้น้อยที่มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้ยาก ทุกกลุ่มอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พ่อค้าแม่ค้า เกษตรกร หรือกลุ่มลูกค้ารายได้ประจำที่มีรายได้น้อย ให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างเท่าเทียม โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าและความเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในรถยนต์ รถมอเตอร์ไซค์และบิ๊กไบค์ มาใช้เพื่อประกอบการพิจารณาขอสินเชื่อ ซึ่งเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระสำหรับลูกค้าที่มีความต้องการด้านการเงินฉุกเฉินให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ถูกต้องตามกฎหมายภายใต้กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทยได้ทันที โดยลูกค้ายังคงครอบครองรถและสามารถใช้ประโยชน์ในฐานะเจ้าของรถได้ตามปกติ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน มาพร้อมจุดเด่นคือให้วงเงินใหญ่สูงสุด 1 ล้านบาท อนุมัติใน 1 ชั่วโมง รับเงินทันที

นอกจากนี้ ผู้ขอสินเชื่อยังสามารถเลือกมาขอคำปรึกษากับ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ที่จุดบริการ KTC TOUCH ทุกสาขา ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ หรือใช้บริการพี่เบิ้ม เดลิเวอรี (P’ Berm Delivery) เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการได้ตรงตามความต้องการ และเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเมื่อได้รับการอนุมัติ ลูกค้าจะได้ทั้งเงินก้อนโอนเข้าบัญชีทันที และบัตรกดเงินสดที่สามารถใช้จ่ายหมุนเวียนในชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการบัญชีสินเชื่อของตนเอง ตรวจสอบยอดเงินต้นคงเหลือ ใบแจ้งยอด ชำระค่างวด และใบเสร็จรับเงิน ผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile บนมือถือได้อีกด้วย



- สินเชื่อทะเบียนรถยนต์
- สินเชื่อทะเบียนรถมอเตอร์ไซค์
- สินเชื่อทะเบียนบิ๊กไบค์

จำนวนผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อในปี 2566

13,302 ราย

เป็นวงเงินรวม

2,603 ล้านบาท

ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าดังนี้

7%
กลุ่มรายได้น้อย

7%
เจ้าของกิจการรายย่อย

2%
ผู้ประกอบอาชีพอิสระ

ทั้งนี้ในปี 2566 บริษัทมุ่งสร้างการรับรู้เพื่อขยายพอร์ตสินเชื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้น โดยทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้ชีวิตของลูกค้า เพื่อศึกษาการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพบว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงานเพื่อหารายได้ เนื่องจากต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และมักใช้ชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์ บริษัทจึงสื่อสาร KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ผ่านช่องทางออนไลน์ โซเชียลมีเดีย โดยเน้นการสื่อสารที่ชัดเจน สั้นกระชับ ตรงไปตรงมา และตอกย้ำจุดขายของผลิตภัณฑ์

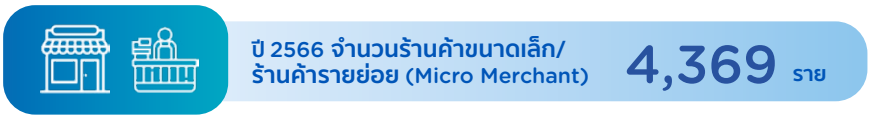
การให้บริการร้านค้ารับชำระด้วย QR Code

เคทีซีและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร่วมลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจให้มีบริการรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับสมาชิกร้านน้องหอมจัง ของ ธ.ก.ส. ด้วยระบบ QR Credit Card Payment บนเครือข่ายของวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และอาลีเพย์ สำหรับชาวจีนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ซึ่งเป็นช่องทางการรับชำระค่าสินค้าและบริการของสมาชิกร้านน้องหอมจัง ผ่าน Mobile Application โดยเป็นร้านค้ารายย่อย ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กลุ่ม Smart Farmer และกลุ่มร้านค้าขนาดเล็กที่ไม่มีการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และขยายโอกาสทางการตลาดในการเข้าถึงระบบการชำระที่ทันสมัย สะดวก ปลอดภัย สอดรับวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิตใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการมากขึ้น นอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน รวมถึงช่วยส่งเสริมการประกอบกิจการฐานราก และขับเคลื่อนชุมชนให้เข้มแข็ง



การให้อัตราค่าธรรมเนียมรับบัตรพิเศษสำหรับร้านค้าขนาดเล็ก/ ร้านค้ารายย่อย (Micro Merchant)

บริษัทให้ความสำคัญกับร้านค้าขนาดเล็ก หรือร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ ที่สมัครใช้บริการรับชำระผ่าน QR (KTC QR PAY) บนเครือข่ายของวีซ่า และ มาสเตอร์การ์ด โดยการให้อัตราค่าธรรมเนียมรับบัตรพิเศษ 1% สำหรับร้านค้าขนาดเล็ก/ ร้านค้ารายย่อยที่ไม่มีการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และยอดรับบัตรเครดิต Visa ไม่เกิน 1,500,000 บาท และบัตรเครดิต Mastercard ไม่เกิน 900,000 บาท ในรอบ 12 เดือน เพื่อเป็นการแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าธรรมเนียม รวมถึงเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดในการเข้าถึงระบบการชำระที่ทันสมัย สะดวก ปลอดภัย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิตใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการมากขึ้นนอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน



การขยายช่องทางการใช้คะแนนของสมาชิก ไปสู่ร้านค้ารายย่อยด้วยธุรกิจ MAAI BY KTC

บริษัทสนับสนุนธุรกิจรายย่อยให้มีช่องทางในการรับชำระเงินและสร้างรายได้มากขึ้น รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าให้ร้านค้าถุงเงินทั่วประเทศ เป็นการขยายช่องทางการแลกคะแนนให้สมาชิกสามารถใช้คะแนน MAAI ช่วยจ่ายที่ร้านค้าถุงเงิน (Pay with Point) โดยใช้คะแนนได้ตั้งแต่ 10 คะแนน MAAI หรือคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1 บาท ในการชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกที่มีคะแนนน้อยสามารถแลกคะแนนได้โดยไม่ต้องรอสะสมนาน ทำให้เกิดการหมุนเวียนของคะแนนไปยังร้านค้ารายย่อยได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งตอบโจทย์ทั้งร้านค้าและลูกค้า

ปี 2566 จำนวนร้านค้ารายย่อย ที่สามารถจ่ายด้วยคะแนน MAAI กว่า 1.8 ล้าน ร้านค้าทั่วประเทศ

สินเชื่อเพื่อการศึกษา

บริษัทสนับสนุนกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป รวมถึงผู้มีรายได้น้อยในสังคม ได้มีโอกาสในการเข้าถึงการศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอนาคตและสร้างอาชีพให้แก่คนไทย ในรูปแบบสินเชื่อเพื่อการศึกษา

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

KTC U SHOP

เคทีซีสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ได้มีโอกาสขยายธุรกิจและฐานลูกค้า ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนมากยิ่งขึ้น ผ่าน KTC U SHOP ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มผู้พิการ/ ทุพพลภาพ

เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความมั่นใจและความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน บริษัทจึงมีแนวทางการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยและการดำเนินการที่สอดคล้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้พิการ โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ/ ทุพพลภาพ เช่น การจัดให้ผู้ใช้บริการต้องแต่งตั้งผู้ดูแล รวมถึงการขอความยินยอมในการจัดเก็บข้อมูลที่มีความอ่อนไหว (Sensitive Data) เป็นต้น ซึ่งผู้พิการ/ ทุพพลภาพสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของเคทีซีได้ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเช่นเดียวกับลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ

การให้ความรู้ทางการเงินและด้านดิจิทัล

นอกจากการสนับสนุนการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เคทีซีเล็งเห็นถึงความสำคัญของการร่วมแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้กับกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Group) ชุมชน สังคม และสมาชิกเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ ตลอดจนมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด ให้โอกาสทางการศึกษา สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมไปถึงการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจใช้บริการ ดังนี้

การให้ความรู้ทางการเงินและการประกอบอาชีพ

โครงการเคทีซีพี่เลี้ยงทางการเงิน

ความรู้ทางการเงินถือเป็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญและจำเป็นต่อการสร้างรากฐานความมั่นคงในการดำรงชีวิตทั้งต่อตัวบุคคลและครัวเรือน การขาดความรู้และวินัยทางการเงินเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาหนี้สินเกินตัว หนี้ครัวเรือนที่สูงและขยายตัวเพิ่มขึ้น และอาจจะกระทบเศรษฐกิจในวงกว้าง นอกจากนี้เคทีซีในฐานะผู้ให้บริการทางการเงิน มุ่งมั่นที่จะใช้ความเชี่ยวชาญทางการเงินส่งต่อความรู้ให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้สามารถวางแผนใช้จ่าย บริหารหนี้สิน วางแผนการออม เกิดทัศนคติทางการเงินที่ดี และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เงิน รวมถึงสร้างเงินออมเพื่อเป้าหมายชีวิต โดยเคทีซีเข้าร่วมโครงการ Happy Money พี่เลี้ยงการเงิน กับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีเป้าหมาย

- สร้างพี่เลี้ยงการเงินภายในองค์กรให้สามารถวางแผนการเงินเบื้องต้นแก่ตนเอง และสามารถต่อยอดเผยแพร่ความรู้ด้านการเงินแก่พนักงานในองค์กร และขยายผลไปยังครอบครัวของพนักงาน และผู้อื่นภายนอกองค์กรได้

เส้นทางพี่เลี้ยงทางการเงิน

ก้าวสู่พี่เลี้ยงทางการเงินร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



พนักงานเข้าสู่กระบวนการการเรียนรู้กับตลาดหลักทรัพย์ เช่น เทคนิคการวางแผนการเงินอย่างเป็นระบบ เครื่องมือจัดการเงิน การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา

ผู้เข้าร่วม 32 คน

รูปแบบ:
Onsite, Online และ Workshop

ส่งต่อภายในองค์กรเคทีซี



พี่เลี้ยงทางการเงินที่ผ่านการอบรมร่วมกันออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการเรียนรู้ที่จะส่งต่อให้กับพนักงานภายในองค์กร ในหลักสูตร Onboarding Program ของพนักงานใหม่

พี่เลี้ยงทางการเงิน 16 คน
พนักงานที่เข้าร่วม 52 คน

รูปแบบ: Onsite และ Workshop

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2566 : รุ่นที่ 1
วันที่ 8 ธันวาคม 2566 : รุ่นที่ 2

ต่อยอดสู่กลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมฝึกงานกับองค์กร



พี่เลี้ยงทางการเงินต่อยอดส่งต่อความรู้ทางการเงินในหลักสูตรสำหรับเยาวชน หรือนักศึกษาฝึกงานที่เตรียมพร้อมในการเป็น First Jobber

เยาวชนเข้าร่วม 18 คน

รูปแบบ: Onsite และ Workshop

วันที่ 7 กรกฎาคม 2566

พี่เลี้ยงทางการเงินเข้าร่วม Happy Money พี่เลี้ยงการเงิน Community Exclusive Workshop หัวข้อ “ความเครียดการเงินตัวร้าย จัดการได้ไม่ยาก” เพื่อนำความรู้ส่งต่อให้กับผู้อื่นต่อไป

ในปี 2567 บริษัทมีแผนการออกแบบการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับพนักงานแต่ละส่วนงาน รวมถึงการขยายการส่งต่อความรู้ทางการเงินให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กรอย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อให้นำความรู้ทางการเงินไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมต่อไป

GRI 203-1

การอบรมหัวข้อการวางแผนการเงินเพื่อบริหารจัดการหนี้

เคทีซีจัดให้ความรู้แก่พนักงานบริษัท อักษร เอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการจัดการวางแผนการเงิน การคำนวณรายรับ/รายจ่ายในชีวิตประจำวันเพื่อตระหนักถึงความสามารถในการใช้จ่าย และภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือน และเพื่อสร้างวินัยในการวางแผนรายรับ/ รายจ่าย ไม่เป็นหนี้เกินความจำเป็น และมีสุขภาพทางการเงินที่ดี

จำนวนผู้ที่เข้าร่วม 25 คน

ผลการประเมินความรู้ ไม่ต่ำกว่า 80%

วันที่จัดอบรม วันที่ 5 เมษายน 2566



สัมมนาพารวย กับ KTC สร้างอาชีพได้ง่าย ๆ

เคทีซีจัดให้ความรู้ด้านวิชาชีพ คอร์สการทำไส้กรอกอีสานและไส้อั่ว พร้อมวางแผนต้นทุน รายรับ/ รายจ่าย เพื่อประกอบอาชีพเสริม สร้างรายได้ในยุคที่ค่าครองชีพสูงให้แก่สมาชิกบัตรกดเงินสด KTC PROUD



จำนวนผู้ที่เข้าร่วม 20 คน

ความพึงพอใจ ไม่ต่ำกว่า 90%

วันที่จัดอบรม วันที่ 1 เมษายน 2566

การให้ความรู้กับนักศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล

เคทีซีร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจการเงิน ตามกรอบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ในบริบทของบริษัทในประเทศไทยและต่างประเทศเพื่อแสดงถึงความสำคัญของภาคการเงินและความยั่งยืนต่อธุรกิจ ให้กับนักศึกษาและเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาร่วมถามตอบในประเด็นที่เกี่ยวข้อง



จำนวนผู้ที่เข้าร่วม 30 คน

กลุ่มเป้าหมาย นักศึกษา (Student/Young People)

วันที่จัดอบรม วันที่ 30 ตุลาคม 2566

KTC FIT TALKS ครั้งที่ 9 จับตาเศรษฐกิจไทยและธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคครึ่งหลังปี 2566

เคทีซีได้จัดงาน FIT TALK เปิดเวทีเสวนา เพื่อแบ่งปันความรู้ด้านเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ให้คนไทย โดยร่วมกับโครงการ TDRI Economic Intelligence Service (EIS) สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) โดยนำเสนอภาพรวมเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยครึ่งปีแรก แนวโน้มเศรษฐกิจไทยและปัจจัยเสี่ยงในครึ่งปีหลัง ภาพรวมของธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค รวมทั้งทิศทางและเป้าหมายการเติบโตของธุรกิจเคทีซี พร้อมเผยกลยุทธ์บริหารการเงินในช่วงครึ่งปีหลัง

ผู้เข้าร่วมเสวนา 110 คน
รูปแบบ: ออนไลน์และออฟไลน์

สื่อมวลชน 89 สื่อ
(สายเศรษฐกิจ การเงิน ประกัน การตลาด การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน/ ความรับผิดชอบต่อสังคม)

พนักงานเคทีซี 21 คน
รูปแบบ: ออฟไลน์

ผู้เข้าชมคลิปวิดีโอ
ผ่าน Facebook KTC Journey

จำนวนการมองเห็น (Reach): 1,799 ครั้ง

จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement): 223 ครั้ง

จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่: 259 ข่าว
เทียบเท่ามูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์: > 26 ล้านบาท

วันที่จัดงาน
วันที่ 12 มิถุนายน 2566

การให้ความรู้ด้านดิจิทัล เทคโนโลยี หรือความเสี่ยงการทำธุรกรรมออนไลน์

การให้ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับประเภทการทุจริตต่าง ๆ และวิธีการสืบสวน

เคทีซีจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับประเภทการทุจริตและการสืบสวน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรการฝึกอบรมข้าราชการตำรวจชั้นประทวน เพื่อเลื่อนตำแหน่งและเลื่อนยศแบบเลื่อนไหล ให้กับข้าราชการตำรวจชั้นประทวน

จำนวนผู้เข้าอบรม 80 คน

วันที่จัดอบรม
วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2566

เสวนา KTC FIT TALKS ครั้งที่ 8 รู้ทันภัยไซเบอร์ คิดก่อนคลิกทำธุรกรรมการเงิน

เคทีซีได้จัดงาน FIT TALK เปิดเสวนาเพื่อทำให้คนไทยพร้อมรับมือความเสี่ยงก่อนทำธุรกรรมการเงิน จากภัยคุกคามครั้งใหม่บนโลกไซเบอร์ โดยร่วมกับกองบังคับการตรวจสอบและวิเคราะห์อาชญากรรมทางเทคโนโลยี สถาบันตำรวจแห่งชาติ โชว์เคสการทุจริตของมิจฉาชีพบนออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมแนะวิธีสังเกตและเทคนิคการป้องกันเริ่มต้นด้วยตนเอง

ผู้เข้าร่วมเสวนา 95 คน

สื่อมวลชน 75 สื่อ
(สายเศรษฐกิจ/ การเงิน/ ประกัน/ การตลาด/ ไอที/ การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน/ กิจกรรมเพื่อสังคม)
รูปแบบ: ออนไลน์และออฟไลน์

พนักงานเคทีซี 20 คน
รูปแบบ: ออฟไลน์

ผู้เข้าชมคลิปวิดีโอ
ผ่าน Facebook KTC Journey

จำนวนการมองเห็น (Reach): 1,799 ครั้ง

จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement): 223 ครั้ง

จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่: 186 ข่าว
เทียบเท่ามูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์: > 26 ล้านบาท

วันที่จัดงาน
วันที่ 30 มีนาคม 2566

ความรู้ผ่านช่องทางออนไลน์

เคทีซีให้ข้อมูลในการบริหารเงินสดและการใช้จ่าย รวมถึงการให้แนวคิดเพื่อจะสร้างธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ในวงกว้าง เป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนให้แต่ละคนสามารถวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างถูกต้องและบริหารสภาพคล่องทางการเงินได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างปลอดภัยผ่านเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ตลอดทั้งปี ดังนี้

พี่เบิ้มขอแชร์เพื่อคนทำมาหากิน

KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ยังคงทำกิจกรรมแบ่งปันและถ่ายทอดความรู้ทางการเงินในรูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ตลอดทั้งปี โดยการนำเสนอด้วยเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เสริมสร้างความรู้ด้านการเงินแก่ผู้ที่สนใจ โดยมีผู้ติดตามเพจมากกว่า 29,000 คน

• วิธีการคิดดอกเบี้ยเมื่อไปขอสินเชื่อ



• วิธีต่อภาษีออนไลน์ของรถยนต์อายุเกิน 7 ปี



• การเปรียบเทียบสินเชื่อจำนำทะเบียนรถกับดาวน์รถแลกเงิน (เงินกู้นอกระบบ)



• ทริคการจับผิดมิจฉาชีพออนไลน์



พี่เบิ้มขอแชร์เพื่อคนทำมาหากิน

• เทคนิคการจัดการการใช้เงินเดือนชนเดือน



• การรู้เท่าทันมิจฉาชีพ



• การวางแผนค่าใช้จ่ายในช่วงวันหยุดยาว



• วิธีการตรวจสอบภาระหนี้เช่าซื้อด้วยตนเอง



KTC website

เคทีซีนำเสนอบทความ ความรู้ทางการเงินที่ใกล้ตัว เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเพิ่มพูนความรู้ด้านการเงิน รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงมีการจัดโปรโมชันและสอดแทรกการให้ความรู้ด้านอื่น ๆ เช่น ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว ร้านอาหาร ประกันภัย เป็นต้น เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นการส่งเสริมให้เกิดวินัยทางการเงิน อีกทั้งช่วยลดความเสี่ยงในการถูกมิจฉาชีพหลอกลวง รวมทั้งยังนำความรู้ที่ได้นำไปไปถ่ายทอดให้กับเด็กและเยาวชนได้

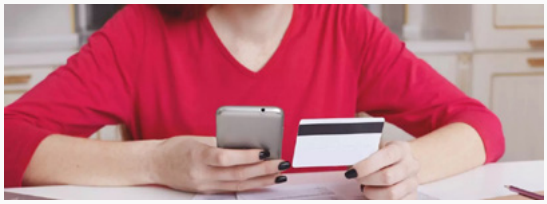
จำนวนการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม **3,866,541** ครั้ง

ตัวอย่างเช่น

• 5 ข้อควรรู้ก่อนซื้อกองทุนลดหย่อนภาษี SSF & RMF ให้คุ้ม



• ประนอมหนี้ ทางออกดี ๆ ที่ลูกหนี้บัตรเครดิตควรรู้ก่อนถูกฟ้อง



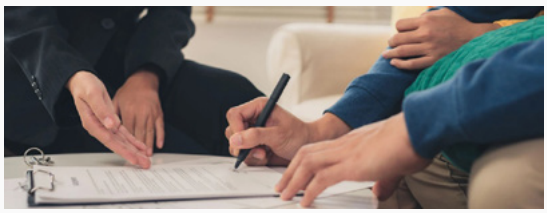
• แนะนำบัตรเครดิตที่นักศึกษาทำได้ ต้องทำอย่างไร ควรทำบัตรไหนดี ?



• ติดหนี้บัตรเครดิต จ่ายหนี้ไม่ไหว ทำยังไงดี ก่อนจะเป็นหนี้เสีย



• ประนอมหนี้บัตรเครดิต แนะวิธีเจรจา ทางออกที่ลูกหนี้ต้องรู้



• 8 วิธีการใช้บัตรเครดิตสำหรับมือใหม่ จ่ายสบาย ไม่สร้างหนี้



การให้ความรู้ทางการเงินผ่าน KTC Real Privileges

ช่องทางสำหรับแชร์ข้อมูล รวมถึงการให้ความรู้ทางด้านการเงิน จำนวนผู้ติดตาม Facebook 518,000 คน

3 เคล็ด (ไม่) ลับเมื่อจำเป็นต้องกู้เงิน

เพื่อส่งเสริมให้ความรู้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจ หรือวางแผนที่จะกู้เงินในอนาคต เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการขอสินเชื่อและสร้างวินัยในการผ่อนชำระหนี้ เพื่อให้ง่ายต่อการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อของสถาบันการเงิน และไม่ตกเป็นเหยื่อของมิจฉาชีพ

จำนวนผู้ที่เข้าชม **16,632** ยอดวิว | จำนวนยอดไลค์ **29** ไลค์ | จำนวนการแชร์ **6** แชร์



ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Corporate Citizenship and Philanthropy)

กลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทย่อย

เคทีซีมีกลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทในเครือในการดำเนินการด้าน Corporate Citizenship and Philanthropy ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติ โดยสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่าการสนับสนุนหรือเงินบริจาคที่มอบให้จะไม่ส่งผลให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้ บริษัทยังยึดถือนโยบายที่ชัดเจน ห้ามไม่ให้สนับสนุนพรรคการเมือง โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้จากภายในบริษัทไปยังภายนอกบริษัทเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและประเทศ

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เคทีซีได้ดำเนินกิจกรรม Love & Share มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 12

KTC Outsource Sales เชิญชวนผู้มีจิตศรัทธาซึ่งเป็นเพื่อนร่วมงานในองค์กร และพันธมิตรผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ รวมถึงกัลยาณมิตรที่เป็นบุคคลใกล้ชิด ร่วมเป็นหนึ่งในพลังแห่งการให้เพื่อสังคม ผ่านกิจกรรมการกุศลที่จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2566 KTC Outsource Sales ได้มีการสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการ Love & Share ในConcept “ทุกบาทต่อลมหายใจ ทุกการให้ต่อชีวิต” โดยร่วมบริจาคเงินจำนวน 1,009,999 บาท เพื่อนำรายได้สมทบทุนให้กับโรงพยาบาลรามาธิบดี เพื่อก่อสร้างอาคารผู้ป่วย และจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์





เคทีซีร่วมสนับสนุนทุนการศึกษาบุตร-ธิดาสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ

เคทีซีส่งมอบเงินจำนวน 100,000 บาท สมทบทุนโครงการมอบทุนการศึกษาแก่บุตร-ธิดา ของสมาชิกสมาคมผู้สื่อข่าว เศรษฐกิจประจำปี 2566 เพื่อช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการศึกษาแก่บุตรธิดาของครอบครัวคนข่าว ในยุคที่ค่าครองชีพปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่อง และเป็นกำลังใจให้เด็ก ๆ ตั้งใจเรียน มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว ต่อสังคม และเรียนรู้การเป็นผู้ให้ในอนาคต

เคทีซีมอบอุปกรณ์สำนักงานให้แก่น้อง ๆ ผู้พิการทางการได้ยิน โรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ

เคทีซีส่งมอบอุปกรณ์สำนักงานที่ใช้แล้วสภาพดี จากการปรับปรุงพื้นที่สำนักงานให้แก่โรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ เพื่อให้อาจารย์และนักเรียนได้ใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนต่อไป โดยโรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ เป็นโรงเรียนสำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ระดับชั้นอนุบาล ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นักเรียนออทิสติก และนักเรียนที่มีความบกพร่องทางสติปัญญา ระดับมัธยมศึกษา



กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เคทีซีมอบหนังสือคู่มือท่องเที่ยวให้กับสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

เคทีซีมอบคู่มือท่องเที่ยว “เคทีซี ไกด์ซีน” (KTC Guidezine) ให้กับสำนักงานนันทนาการและส่งเสริมการเรียนรู้ สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนังสือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรม สถาปัตยกรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของชนพื้นเมือง เพื่อให้ผู้อ่านสามารถใช้เป็นข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยหนังสือดังกล่าวจะถูกส่งต่อไปยังหอสมุดเมืองกรุงเทพมหานคร และหอสมุดภายใต้การดูแลของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เยาวชนไทยและผู้สนใจได้ใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ และเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิง



ผลการดำเนินงาน
จำนวนหนังสือในการบริจาค **1,850** เล่ม
มูลค่าหนังสือ **480,100** บาท



ผลการดำเนินงาน
จำนวนพนักงานจิตอาสา **30** คน
จำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม **15** คน

เคทีซีร่วมกับมิวเซียมสยามจัดกิจกรรม “พี่ส่งภาษามือจูงน้องท่องพิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน”

เคทีซีร่วมกับสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ จัดกิจกรรม “พี่ส่งภาษามือจูงน้องท่องพิพิธภัณฑ์ยามค่ำคืน” ให้กับน้อง ๆ ที่บกพร่องทางการได้ยิน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 โรงเรียนเศรษฐเสถียร ในพระราชูปถัมภ์ โดยมีพนักงานเคทีซีจิตอาสาเป็นพี่เลี้ยงดูแลน้อง ๆ และร่วมเวิร์กช็อปตลอดกิจกรรมในมิติต่าง ๆ ภายในมิวเซียมสยาม อาทิ ประวัติศาสตร์, สถาปัตยกรรม, วัฒนธรรมประเพณี, อาหารการกิน และการแต่งกาย เป็นต้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพในด้านต่าง ๆ อย่างไม่มีขีดจำกัด เพื่อร่วมสร้างสรรค์สังคมไทยอย่างยั่งยืน

เคทีซีชวนพนักงานเปลี่ยนสิ่งของเป็นโอกาสทางการศึกษาให้ร้านปันกัน มูลนิธิยุวพัฒน์

เคทีซีจัดโครงการ “เคลียร์บ้านได้บุญ” เปลี่ยนสิ่งของที่ไม่ได้ใช้ เป็นโอกาสทางการศึกษาให้เด็กที่ขาดโอกาสในมูลนิธิยุวพัฒน์ โดยเป็นตัวแทนส่งมอบของเหลือใช้ สภาพดี ซึ่งผู้บริหารและพนักงานเคทีซีร่วมกันบริจาค อาทิ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าและสิ่งของอื่น ๆ ให้กับร้านปันกัน มูลนิธิยุวพัฒน์ได้นำสินค้าไปจำหน่ายต่อและเปลี่ยนเป็นทุนการศึกษาให้เด็กที่ขาดโอกาสได้พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น





เคทีซีส่งมอบถุงซิปล็อค เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการกุศลงานกาชาดประจำปี 2566

เคทีซีส่งมอบถุงซิปล็อค Food Grade หนาพิเศษ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการกุศลงานกาชาดประจำปี 2566 แก่นายกสมาคมแม่บ้านกองบัญชาการกองทัพไทย สำหรับเก็บอาหาร ช่วยคงความสดใหม่ และจัดเก็บสิ่งของต่าง ๆ เพื่อความเป็นระเบียบสำหรับนักเดินทาง

ผลการดำเนินงาน
จำนวนถุงซิปล็อคที่ส่งมอบ **300** ชุด
มูลค่ารวม **47,700** บาท

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

เคทีซีบริจาคเงินเนื่องในวันครบรอบสื่อมวลชน ปี 2566

เคทีซีบริจาคเงินเนื่องในวันครบรอบสื่อมวลชน ปี 2566 จำนวน 6 แห่ง เพื่อนำเงินไปช่วยเหลือสังคมผ่านมูลนิธิต่าง ๆ 6 มูลนิธิ ได้แก่ มูลนิธิโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า มูลนิธิแสง-ไช้กี เหตระกูล, มูลนิธิ ดร.โกวิท วรพิพัฒน์, มูลนิธิคนตาบอดไทย, โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านเพลินวัฒนา และมูลนิธิอนุเคราะห์คนพิการ

จำนวนเงิน **60,000** บาท

เคทีซีบริจาคโลหิตแก่สภากาชาดไทย

เคทีซีร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติจัดกิจกรรม “เคทีซีชวนมาเป็นฮีโร่บริจาคโลหิตช่วยชีวิตเพื่อนมนุษย์” โครงการบริจาคโลหิตครั้งที่ 4 โดยในปี 2566 มีผู้บริหารและพนักงานจิตอาสาร่วมบริจาคโลหิต ให้กับทางสภากาชาดไทยเพื่อนำไปใช้หมุนเวียนในคลังโลหิตต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยการบริจาคสามารถช่วยเหลือผู้ป่วยผ่าตัด อุบัติเหตุ และโรคร้ายแรงต่าง ๆ

287 ยูนิต หรือปริมาณโลหิต **129,150** ซีซี





การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
การละเมิดสิทธิแรงงาน คุณภาพชีวิตที่เสมอภาค ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การเลือกปฏิบัติ เสรีภาพในการสมาคมและการเจรจาต่อรอง การดำเนินการอย่างไม่เป็นธรรม ทั้งกับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนที่กระทบต่อการบริหารจัดการภายใน ความพึงพอใจของพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย จนอาจเกิดเป็นข้อพิพาท ข้อร้องเรียน ส่งผลเสียต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ หากบริษัทไม่มีแนวทาง มาตรการ หรือการจัดการที่เพียงพอ	หากบริษัทมีการกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ รวมถึงการจัดให้มีช่องทางและมาตรการเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่ดีและเพียงพอ จะทำให้บริษัทลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน รวมถึงลดผลกระทบด้านชื่อเสียงที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือละเมิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญในการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยปฏิบัติตามกฎหมายในประเทศและนำเอาหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติมาปรับใช้กับบริษัท โดยการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน การเคารพสิทธิมนุษยชน และการเยียวยาผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกิดขึ้น (Protect, Respect, Remedy) เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ซึ่งครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า หรือผู้ให้บริการภายนอก โดยมุ่งมั่นที่จะปกป้องและเคารพในประเด็นสิทธิมนุษยชนที่คลอบคลุมถึงการใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานบังคับ การค้ามนุษย์ เสรีภาพในการสมาคม สิทธิในการเจรจาต่อรองร่วม การกำหนดค่าตอบแทนที่เท่าเทียมกัน การคุกคาม (ทั้งกรณีที่เกี่ยวกับการคุกคามทางเพศและไม่เกี่ยวกับการคุกคามทางเพศ) และการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจากถิ่นกำเนิด สีผิว เพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา ความเชื่อ ความคิดเห็นทางการเมือง ฐานะชาติตระกูล วิถีทางเพศ ความพิการ หรืออื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน



ที่มา: https://setsustainability.com/page/business-and-human-rights

GRI 3-3, 2-23

บริษัทจัดให้มีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ซึ่งได้รับอนุมัติและทบทวนโดยคณะกรรมการบริษัท โดยยึดหลักการปฏิบัติตามกฎหมายในประเทศและได้นำเอาหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights-UNGP) มาปรับใช้ ภายใต้หลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (Protect) การเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect) และการเยียวยาผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน (Remedy) โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

ลูกค้า

- นำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) เข้ามาบูรณาการในการดำเนินธุรกิจในกระบวนการออกและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงิน โดยบริษัทจะต้องไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน
- ไม่เลือกปฏิบัติด้วยความเหมือนหรือแตกต่าง รวมถึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความมั่นใจและความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
- ปฏิบัติตามกรอบการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ครอบคลุมกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการขาย ระหว่างการขาย จนถึงการบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินครบถ้วนถูกต้อง และได้รับการเสนอขายหรือให้บริการอย่างถูกต้องเป็นธรรม
- จัดให้มีนโยบาย ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า แนวปฏิบัติในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้ได้รับความปลอดภัยสูงสุดในการใช้บริการกับบริษัท

พนักงาน

- ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเป็นธรรมและเสมอภาคกัน ห้ามการล่วงละเมิด หรือข่มขู่คุกคาม ไม่เลือกปฏิบัติด้วยสาเหตุอันเนื่องมาจากความเหมือน หรือความแตกต่าง และให้ความสำคัญกับความหลากหลายในบริษัท
- ห้ามการใช้แรงงานเด็กและแรงงานผิดกฎหมาย รวมถึงการเคารพสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- จัดให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย ถูกสุขลักษณะอนามัย

คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ

- จัดให้มีกระบวนการคัดเลือก ทบทวนคู่ค้า หรือผู้ให้บริการภายนอกที่โปร่งใส ด้วยการปฏิบัติตามนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง
- กำหนดปัจจัยเพื่อให้คู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกประเมินตนเองตามแบบฟอร์มจรรยาบรรณคู่ค้า ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นต้น
- คำนึงถึงการเคารพสิทธิมนุษยชนของผู้ให้บริการภายนอกให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด
- ส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้คู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกได้มีการพัฒนาหรือเพิ่มทักษะการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ผ่านการอบรมหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับบริษัท

อย่างไรก็ตามสำหรับการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่น ๆ บริษัทมีการปฏิบัติ ตามข้อกำหนดของกฎหมาย หรือข้อปฏิบัติตามสัญญาที่มีระหว่างกัน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ” เรื่องหัวข้อย่อย การเคารพสิทธิมนุษยชน”)

การประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน

กระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

คู่ค้า

ในกระบวนการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ บริษัทกำหนดให้คู่ค้ามีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนผ่านแบบประเมินจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) รวมถึงมีการสุ่มสอบทานการให้บริการของคู่ค้าโดยการเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการหรือสอบถามคู่ค้าตามแบบประเมินจรรยาบรรณคู่ค้า ซึ่งการประเมินจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทสะท้อนถึงความมุ่งมั่นตามหลักสิทธิมนุษยชน

ปี 2566

บริษัทเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า จำนวน **16** ราย

ผลการเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า
ไม่มีการละเมิดการปฏิบัติตาม Supplier Code of Conduct รวมถึงไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

กระบวนการทำงานภายในบริษัท

ในปี 2566 บริษัทจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการทำงาน ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดจ้าง หรือการปฏิบัติงานต่อพนักงานที่ไม่เป็นธรรม การละเมิดการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ กระบวนการจ้างงานที่ไม่เหมาะสม การจ่ายค่าตอบแทนซึ่งอาจก่อให้เกิดการฟ้องร้อง การลาออก หรือการหยุดงานประท้วงได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติงานและการควบคุมสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ไม่เพียงพอ จนส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน อันเนื่องมาจากโรคภัย หรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานได้

ปี 2566

การประเมินประเด็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องดังกล่าว
มีระดับความเสี่ยงต่ำและไม่พบประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ

GRI 3-3, 2-23, 2-25

แนวปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อผู้สมัครงานและพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม ทั้งในเรื่องกฎหมายแรงงาน การไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน ไม่แบ่งแยก และเคารพต่อความหลากหลายตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศหรือเพศสภาพ หรือความบกพร่องทางร่างกาย ตั้งแต่ในกระบวนการสรรหาพนักงานและการว่าจ้าง การสร้างโอกาสในการทำงานแก่กลุ่มคนที่หลากหลายในสังคม การจัดโครงสร้าง วิธีการทำงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน จนถึงกระบวนการจ่ายค่าตอบแทน สวัสดิการของพนักงาน และการพ้นสภาพการเป็นพนักงาน

อีกทั้งห้ามมิให้ผู้บริหาร หรือผู้ซึ่งเป็นหัวหน้างาน ผู้ควบคุมงาน หรือผู้ตรวจงาน กระทำการล่วงเกินทางเพศไม่ว่าจะเป็นการล่วงเกินเพศชายหรือเพศหญิงหรือเด็กก็ตาม และรวมทั้งการล่วงเกินทางเพศระหว่างพนักงานไม่ว่าระดับเดียวกันหรือคนละระดับ ก็ถือว่าเป็นความผิดวินัยเกี่ยวกับความประพฤติ ในกรณีฝ่าฝืนระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน จะต้องนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดบทลงโทษตามความหนักเบาของความผิดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น ว่ากล่าวตักเตือนด้วยวาจา เตือนเป็นหนังสือ ลงโทษพักงานโดยไม่ได้รับค่าจ้าง เลิกจ้างโดยจ่ายค่าชดเชย เลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย

นอกจากนี้ บริษัทนำหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเป็นกรอบในการวางแผน การบริหารจัดการ เพื่อจัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้กับพนักงานทุกกลุ่มทุกเพศ เพื่อให้ได้รับโอกาสที่เท่าเทียม โดยมีการนำเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้ามาสอดแทรกในสื่อการเรียนรู้และแบบทดสอบในหลักสูตรนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้พนักงานได้ตระหนักรู้และหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิดในที่ทำงานอันจะเป็นการขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชนอีกด้วย อีกทั้งยังจัดให้มีการดูแลด้านอื่นๆ อาทิ การจัดให้มีช่องทาง HR Clinic เป็นช่องทางเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ การให้คำปรึกษากับพนักงาน การทบทวนสวัสดิการ กฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

บริษัทปฏิบัติตามกรอบการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Responsible Lending) ครอบคลุมกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการขาย ระหว่างการขาย การบริการหลังการขาย ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่มีปัญหาในการชำระหนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินครบถ้วนถูกต้อง และได้รับการเสนอขายหรือให้บริการอย่างถูกต้องเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ รับฟัง และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ รวมถึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ส่งเสริมการให้ข้อมูลเงื่อนไขและคำเตือนที่ลูกค้าควรรู้ เพื่อกระตุกพฤติกรรมและสนับสนุนให้ลูกค้ามีวินัยทางการเงิน สามารถบริหารจัดการหนี้ให้เป็นประโยชน์กับตนเอง เพื่อสร้างความมั่นใจ ปลอดภัย และความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)

การปฏิบัติต่อคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการคัดเลือก หรือทบทวนการว่าจ้างคู่ค้าด้วยความโปร่งใส ตามแนวทางที่กำหนดไว้ในนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจหรือระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง โดยได้กำหนดปัจจัยเพื่อให้คู่ค้าประเมินตนเอง รวมถึงเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า หรือสอบถามข้อมูลเพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าของบริษัทมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่จรรยาบรรณคู่ค้าที่กำหนด ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นต้น นอกจากนี้ บริษัทมีการปฏิบัติกับคู่ค้าตามสัญญา เคารพสิทธิมนุษยชนของคู่ค้าตามที่กฎหมายกำหนด อีกทั้ง คำนึงถึงการสนับสนุนเพื่อให้คู่ค้าได้พัฒนาหรือเพิ่มทักษะการทำงานผ่านการอบรมหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

GRI 3-3, 2-23, 2-25

การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามสิทธิมนุษยชน

บริษัทจัดให้มีช่องทางการรับแจ้งกรณีผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้รับผลกระทบเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึงกระบวนการพิจารณาการลงโทษ การป้องกัน การบรรเทาและเยียวยา ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจหรือระเบียบทรัพยากรบุคคล โดยพิจารณาตามแต่กรณี ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการดำเนินงานเพื่อบรรเทาหรือลดผลกระทบเชิงลบด้านสิทธิมนุษยชน หากมีประเด็นความเสี่ยงที่อาจละเมิดการปฏิบัติที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน โดยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำมีความโปร่งใส เป็นธรรม มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงดังกล่าวได้

ทั้งนี้ สามารถพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชนได้ที่ หัวข้อ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน หัวข้อย่อย การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

การแจ้งเกี่ยวกับการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน 0 กรณี

ด้วยการจัดให้มีนโยบาย ระเบียบปฏิบัติ รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม

ในปี 2566 บริษัทไม่ได้รับแจ้ง รวมถึงไม่มีประเด็นที่อยู่ระหว่างการพิจารณาเกี่ยวกับกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชนทั้งจากพนักงาน คู่ค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น

GRI 2-25

การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

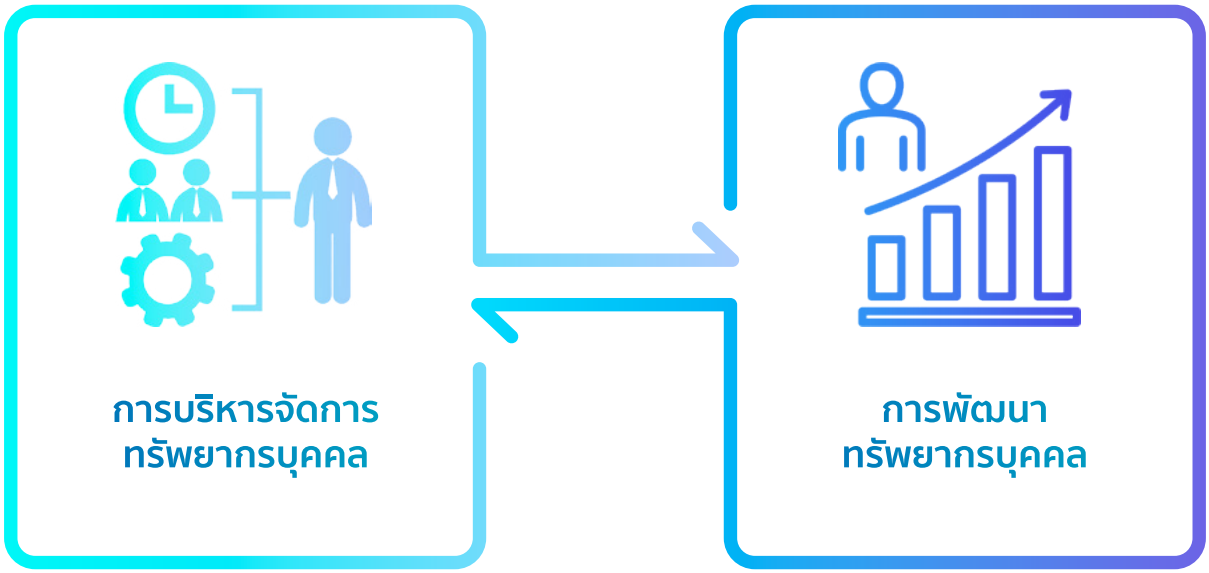
ความเสี่ยง (Risk)

หากการบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคลขาดประสิทธิภาพ อาจทำให้ทักษะและความรู้ของพนักงานไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้สูญเสียโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ หากละเมิดสิทธิหรือละเลยการดูแลผลประโยชน์ของพนักงาน จะส่งผลต่อความพึงพอใจ และอัตราการลาออกของพนักงานเพิ่มขึ้น

โอกาส (Opportunity)

หากบริษัทมีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดี ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน จะทำให้บุคลากรของบริษัทมีทักษะ ความรู้ และความเชี่ยวชาญในการทำงานที่ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจต่อตนเองและองค์กร สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งสร้างโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ จึงให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหา การบริหารแรงงานด้วยความเคารพในความแตกต่างที่หลากหลายบนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน อีกทั้งให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและประกาศการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน โดยบริษัทจัดเก็บ ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามที่ได้แจ้งต่อพนักงานไว้ นอกจากนี้ บริษัทจัดสรรผลประโยชน์ตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาบุคลากร บริษัทกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างความพร้อมให้พนักงานสามารถเติบโตในหน้าที่การงานได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเตรียมความพร้อมด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงานให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การบริหารจัดการและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้สร้างความภาคภูมิใจ ขวัญกำลังใจ ความผูกพันองค์กร ความเป็นอยู่ที่ดีและความมั่นคงในชีวิต เพื่อตอบแทนพนักงานที่ได้ทุ่มเทพลังกายและพลังความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ดีให้กับบริษัทเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



GRI 3-3

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

การสรรหาพนักงานและการว่าจ้าง

บริษัทวางแผนและบริหารจัดการอัตรากำลังคนเพื่อประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด โดยกำหนดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถเข้าร่วมงานกับบริษัท โดยจะพิจารณาสรรหาและคัดเลือกผู้มีศักยภาพให้ทันต่อความต้องการของสายงาน ทั้งนี้การประกาศรับสมัครงานของบริษัทในตำแหน่งต่าง ๆ อยู่บนหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน เปิดโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียม และมีกระบวนการคัดเลือกอย่างโปร่งใส เป็นไปตามระเบียบทรัพยากรบุคคลและคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสรรหาพนักงานและการว่าจ้างของบริษัท ซึ่งจะพิจารณาตามความจำเป็นและความเหมาะสมของงาน โดยพนักงานที่จะได้รับการจ้างจะต้องมีคุณวุฒิ คุณสมบัติ ประสบการณ์ และความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งงาน ไม่คำนึงถึงถิ่นกำเนิด สีผิว เพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ ศาสนา ความเชื่อ ความคิดเห็นทางการเมือง ฐานะ ชาติตระกูล ชนกลุ่มน้อย หรืออื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน รวมทั้งพิจารณาอัตราค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับคุณสมบัติผู้สมัครและอุตสาหกรรม

ทั้งนี้บริษัทจะประกาศรับสมัครและสรรหาพนักงานทดแทนอัตราว่างจากภายในบริษัทก่อนเป็นหลัก หากพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่สามารถสรรหาบุคคลภายในที่มีความเหมาะสมขึ้นมาทดแทนได้ทันที หรือหากเป็นงานใหม่ที่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านและไม่สามารถสรรหาได้จากภายใน จึงจะพิจารณารับบุคคลภายนอกตามความจำเป็นและเหมาะสมทางธุรกิจผ่านช่องทางและรูปแบบการสรรหาพนักงานที่หลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล เช่น การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้แก่ Facebook, Line@, LinkedIn และเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น

การสรรหาบุคลากรภายนอกองค์กร (พนักงานใหม่) เท่ากับ **338** คน
คิดเป็นสัดส่วน **94.15%**

การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร เท่ากับ **21** คน
คิดเป็นสัดส่วน **5.85%**

การสรรหาบุคลากรทั้งหมดขององค์กร **359** คน
คิดเป็นสัดส่วน **100%**

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การส่งเสริมความหลากหลายและการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ยอมรับการล่วงละเมิด และไม่นำเรื่องเพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ ชนกลุ่มน้อย มาปิดกั้นโอกาสของบุคคลในการเข้าร่วมปฏิบัติงานหรือเติบโตไปกับบริษัท โดยนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในทุกส่วนงานของบริษัท นอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรฐานกฎหมายแรงงาน รวมถึงต่อต้านการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย ทั้งนี้กรณีพนักงานประสบปัญหาด้านสุขภาพ บริษัทจะปรับเปลี่ยนหน้าที่ ความรับผิดชอบตามศักยภาพและความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกระทบกับสุขภาพของพนักงานน้อยที่สุด

โดยจ้างพนักงานที่บกพร่องทางร่างกายมาปฏิบัติงาน ในนามบริษัท

ความหลากหลายทางเพศ

บริษัทเคารพสิทธิในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคลในโอกาสต่าง ๆ ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน ด้วยเหตุนี้บริษัทจึงไม่กำหนดเป้าหมายสัดส่วนพนักงานชาย หญิง พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ด้วยเชื่อว่าเป็นการแสดงถึงเจตจำนงในการสนับสนุนการเคารพสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายอย่างเป็นธรรมในสังคม

นอกจากนี้บริษัทปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม ซึ่งรวมถึงพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) โดยมีการดูแลสวัสดิภาพคู่ชีวิตของพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศและคู่สมรสที่ไม่ได้จดทะเบียน อาทิ สวัสดิการประกันสุขภาพ เงินสวัสดิการช่วยเหลือกรณีแต่งงานและกรณีครอบครัวเสียชีวิต

พนักงานทั้งหมด **1,792** คน
สัดส่วนพนักงานหญิงต่อพนักงานชาย ร้อยละ **66:34**

คนพิการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ **โดยว่าจ้างคนพิการเข้ามาปฏิบัติงาน ในลักษณะการจ้างเหมาบริการ** ซึ่งสอดคล้องตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่มีเจตนาเพื่อคุ้มครองให้คนพิการมีงานทำหรือประกอบอาชีพโดยมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยมิเป็นธรรมเนื่องจากสาเหตุทางกายและสุขภาพ ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานของรัฐและนายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการต้องรับคนพิการเข้าทำงานตามมาตรา 33 หรือส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามมาตรา 34 หรือเลือกดำเนินการให้สัมปทานและจัดจ้างเหมาช่วงงานตามมาตรา 35

ในปี 2566 บริษัทได้ส่งเสริมการจ้างคนพิการ โดยจัดจ้างเหมาช่วงงานหรือจ้างเหมาบริการฝึกอาชีพ รวม 17 ราย เป็นการจ้างคนพิการทำงานนอกสถานประกอบการในชุมชน หรือองค์กรสาธารณประโยชน์ที่อยู่ในภูมิลำเนาของคนพิการเอง ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่คนพิการโดยตรงและช่วยให้คนพิการที่อยู่ห่างไกลได้รับโอกาสให้มีอาชีพอย่างทั่วถึงเพื่อสามารถพึ่งพาตนเองได้

จำนวนคนพิการที่บริษัทจ้างงานผ่านมาตรา 35 จำนวน **17** คน

GRI 401-1

นิสิต นักศึกษา

บริษัทเห็นความสำคัญของกลุ่มเยาวชนที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศและสังคมในอนาคต จึงมุ่งสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพนิสิต นักศึกษา ตลอด 20 ปีที่ผ่านมา ให้พร้อมก่อนก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงาน โดยได้เปิดประสบการณ์ในบรรยากาศการทำงานจริง ได้เรียนรู้แนวคิด วิธีปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปปรับใช้เมื่อก้าวสู่โลกแห่งการทำงาน เพิ่มโอกาสในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับสังคม รวมถึงเป็นโอกาสอันดีในการส่งเสริมบรรยากาศแห่งการเกื้อกูล แลกเปลี่ยนความคิดจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งการเป็น Mentor ช่วยให้เห็นการพัฒนาความสามารถ ทักษะ และอุปนิสัย ซึ่งทำให้สามารถคัดเลือกพนักงานคุณภาพได้มีประสิทธิภาพมากกว่าการสัมภาษณ์งาน เป็นการสร้างโอกาสในการสรรหาบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับบริษัท ลดค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากร โดยบริษัทได้รับนิสิต นักศึกษาเข้าทำงานเป็นพนักงานประจำกับบริษัทตั้งแต่เริ่มโครงการ จำนวน 322 คน

“โครงการ KTC LEARN & EARN”

โครงการที่ให้นิสิต นักศึกษาได้ร่วมทำงานกับองค์กร เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม การสื่อสาร การเป็นผู้นำ เปิดโลกทัศน์ประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจหาไม่ได้จากห้องเรียน อีกทั้งเป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์

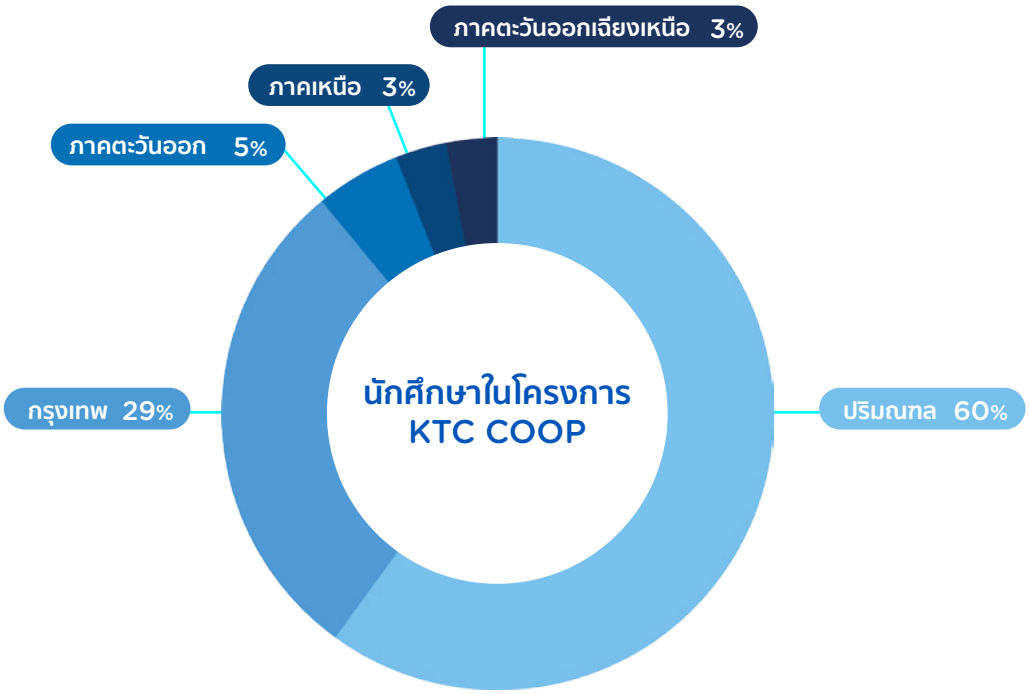
2546-2565
นิสิต นักศึกษาในโครงการ KTC LEARN & EARN
จำนวน **3,809** คน

ต่อยอดโครงการเพื่อขยายโอกาสไปยังนิสิต นักศึกษาทุกสาขาวิชาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ

“โครงการ KTC COOP”

เปิดโอกาสให้นิสิต นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา ได้นำความรู้ที่ได้จากห้องเรียนมาสู่การฝึกปฏิบัติงานจริง เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา โดยได้ทำการปรับแบบการเรียนรู้ให้เป็นความรู้แบบองค์รวมมากยิ่งขึ้นทั้งความรู้ด้านธุรกิจด้านบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อรถยนต์ รวมถึงหลักสูตรที่ใช้สำหรับการพัฒนาตนเองที่หลากหลาย อาทิ Growth Mindset, 7 Habits และความรู้ด้านการเงิน เป็นต้น

2565-2566
นิสิต นักศึกษาในโครงการ KTC COOP
จำนวน **63** คน



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเกี่ยวกับข้อมูลพนักงานได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานที่มีศักยภาพสามารถเติบโตในตำแหน่งงานและเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถโอนย้ายงานตามความถนัดและความสนใจ และมีระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้ผลงานของพนักงานบรรลุเป้าหมายตามที่บริษัทได้ตั้งไว้ บริษัทวางแผนกำหนดตัววัดผลการดำเนินงานเป้าหมาย และเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล รูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนที่ชัดเจนตั้งแต่ต้นปี เพื่อความชัดเจน สอดคล้องกับทิศทางตามกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ของบริษัท โดยการประเมินผลการปฏิบัติงานในรูปแบบตัวชี้วัดผลงาน Key Performance Indicator (“KPI”) ซึ่งได้พิจารณาให้สอดคล้องกับการประเมินตามแนวทางของ Balance Scorecard ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในมาใช้เป็นเครื่องมือกำหนดเป้าหมายการทำงานของพนักงาน โดยมีการตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ในการผลักดันให้พนักงานมีผลงานสูงขึ้น นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือภายในองค์กร เพื่อสะท้อนการทำงานภายใต้เป้าหมายเดียวกันและยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน จึงได้กำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกัน (Group KPI) เช่น การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ Market Conduct การปฏิบัติตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประเมินร่วมกับ KPI รายบุคคล โดยมีเกณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้บริษัทได้นำเอาส่วนหนึ่งจากผลการประเมินแบบ 360 องศา ที่มีตัวชี้วัดในด้าน Core Value และ Core Competencies มาใช้ในการประเมินร่วมกับ KPI และมีการนำผลการประเมินของพนักงานทั้งบริษัท มาจัดอันดับเปรียบเทียบตามรูปแบบ Bell Curve ทั้งนี้มีการเชื่อมโยงผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานไปใช้ในการพิจารณาผลตอบแทนให้แก่พนักงานทั่วทั้งองค์กร เพื่อพิจารณากำหนดการปรับเงินเดือน ค่าตอบแทนพิเศษ รวมถึงการพิจารณาเลื่อนระดับที่ชัดเจน และมีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้เป็นประจำ เพื่อมุ่งเน้นประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานดี มีความมุ่งมั่นในการทำงาน โดยพนักงานทุกระดับของบริษัทได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานครบถ้วนร้อยละ 100

การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน

บริษัทดำเนินการตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยมุ่งเน้นการจ่ายผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม เสมอภาค ตามประสบการณ์ ความสามารถของพนักงานอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน โดยมีสายงานทรัพยากรบุคคลทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย ทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการที่พนักงานพึงได้รับ และร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลที่มีชื่อเสียงดำเนินการสำรวจการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพิจารณาปรับปรุงค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม รวมถึงมอบสวัสดิการต่าง ๆ เช่น กองทุนเงินทดแทน กองทุนประกันสังคม โครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานให้แก่พนักงาน และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพลักษณะ Employee Choice ให้พนักงานสามารถเลือกนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเมื่อเกษียณอายุและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยสามารถเปลี่ยนนโยบายการลงทุนได้ตลอดระยะเวลาของการเป็นสมาชิก เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้จัดสวัสดิการสนับสนุนพนักงานต่าง ๆ ดังนี้

สวัสดิการ	ประเภทพนักงาน (Type of Employee)	
	พนักงานประจำ	พนักงานสัญญาจ้าง
ฝึกอบรม/ พัฒนาพนักงาน	✓	✓
เงินช่วยเหลือเพื่อจัดการงานศพ	✓	✓
เงินช่วยเหลือกรณีคลอดบุตร	✓	✓
ประกันชีวิต/ค่ารักษาพยาบาล	✓	✓
กระเช้าเยี่ยมไข้	✓	✓
เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานสมรส	✓	✓
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	✓	✗
ตรวจสุขภาพประจำปี	✓	✓
สวัสดิการเงินกู้ฉุกเฉิน	✓	✗

GRI 401-2

ความยืดหยุ่นด้านการทำงาน

• ความยืดหยุ่นด้านชั่วโมงทำงาน

บริษัทจัดเวลาทำงานแบบยืดหยุ่นให้พนักงานสามารถเลือกเวลาเข้า-ออกงานได้ภายใต้กรอบเวลาที่บริษัทกำหนดเพื่อเพิ่มความสะดวกแก่พนักงานในการเดินทาง เลี่ยงความแออัดจากปัญหาการจราจรในชั่วโมงเร่งด่วน

• ความยืดหยุ่นด้านสถานที่ทำงาน

บริษัทได้จัดสรรและออกแบบพื้นที่ Relaxing & Common Area ให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนอิริยาบถ โดยไม่จำเป็นต้องนั่งประจำที่โต๊ะ นอกจากนี้บริษัทได้มีแนวทางการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) เพื่อรองรับการทำงานเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน หรือความจำเป็นที่ต้องปฏิบัติงานจากที่บ้าน จะได้สามารถปฏิบัติได้ตามแนวทางการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

สวัสดิการกรณีตั้งครรภ์ คลอดบุตร

• วันลาเพื่อคลอดบุตร

การให้พนักงานหญิงที่ตั้งครรภ์มีสิทธิลาเพื่อคลอดบุตรได้ไม่เกิน 98 วัน รวมถึงวันลาเพื่อเตรียมก่อนคลอดบุตรด้วย โดยพนักงานจะได้รับค่าจ้างตลอดระยะเวลาที่ลาแต่ไม่เกิน 60 วัน โดยนับรวมวันหยุด ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ที่ 45 วัน

• การเปลี่ยนงานเพื่อหญิงตั้งครรภ์

การให้พนักงานซึ่งเป็นหญิงตั้งครรภ์ที่มีใบรับรองแพทย์แผนปัจจุบันชั้นหนึ่งรับรองว่าไม่อาจทำงานในหน้าที่เดิมต่อไปได้ พนักงานนั้นมีสิทธิขอให้บริษัทเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราวได้ทั้งก่อนหรือหลังคลอด โดยบริษัทจะพิจารณาเปลี่ยนงานที่เหมาะสมให้แก่พนักงานหญิงนั้นตามสมควร

• การจัดหาห้องปั๊มนมบุตร

การจัดสรรพื้นที่ห้องพยาบาลให้สามารถใช้ประโยชน์เพื่อเป็นห้องสำหรับปั๊มนมบุตร โดยเป็นการดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ทารกได้กินนมแม่ และเพื่อให้เกิดสุขภาวะที่ดีของแม่และเด็ก

• การให้เงินขวัญถุง

การให้เงินขวัญถุงสำหรับพนักงานผู้ชายที่ภรรยาคลอดบุตรเป็นจำนวนเงิน 2,000 บาท ต่อบุตร 1 คน สูงสุด 5 คน

เสรีภาพในการสมาคมหรือแสดงความคิดเห็น (Freedom of Association)

บริษัทยึดมั่นบนหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน ไม่ว่าจะเป็นในด้านตัวบุคคลหรือความคิด โดยพนักงานมีเสรีภาพในการสมาคมหรือแสดงออกด้านความคิดเห็น เช่น สิทธิเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองภายใต้บทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญและกฎหมาย อีกทั้งเพื่อให้พนักงานมีพื้นที่ที่จะสามารถแสดงออกซึ่งสิทธิและเสียงที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิการและการปฏิบัติงาน บริษัทจึงได้จัดให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการเพื่อทำหน้าที่ร่วมหารือแสดงความคิดเห็นกับนายจ้างในด้านสวัสดิการแก่ลูกจ้าง

คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ

ประกอบด้วย

กรรมการผู้แทนระดับผู้บังคับบัญชาและเลขานุการ เท่ากับร้อยละ **30**



กรรมการผู้แทนลูกจ้างระดับปฏิบัติการ เท่ากับร้อยละ **70**

ทำหน้าที่ดังนี้

- เป็นตัวแทนพนักงานร่วมเป็นกระบอกเสียงในการพิจารณาข้อตกลงที่อาจส่งผลกระทบในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานได้รับสิทธิและสวัสดิการที่ดี มีขวัญและกำลังใจในการสร้างความผูกพันกับองค์กร และมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าของบริษัทต่อไป
- ให้คำปรึกษาหารือ และเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง
- ตรวจตรา ควบคุม ดูแล การจัดสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง
- เสนอข้อคิดเห็น และแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อคณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน

จำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับความคุ้มครองโดยคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ **100**

GRI 401-2

การเลิกจ้าง

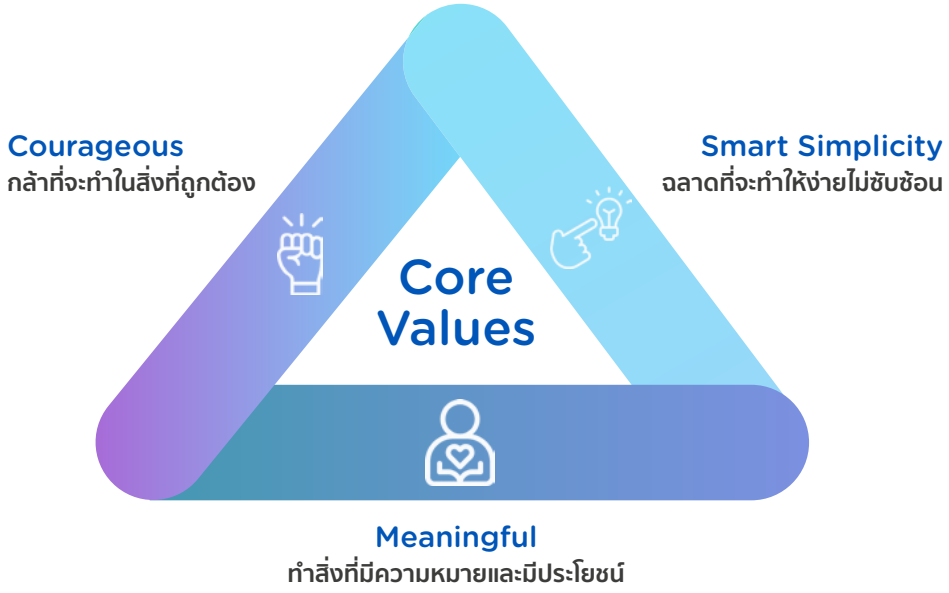
บริษัทมีระเบียบและขั้นตอนการเลิกจ้างที่ชัดเจนเป็นไปตามกฎหมาย ทั้งในกรณีการลาออก การเกษียณอายุ การแจ้งล่วงหน้า การจ่ายค่าชดเชย เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเกี่ยวกับข้อมูลพนักงานได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

ด้วยเคทีซีมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม จึงปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรแห่งความไว้วางใจ (Trusted Organization) โดยพยายามพัฒนาคนในองค์กรให้มีความคิด (Mindset) แบบเดียวกัน คือ การมีค่านิยมองค์กร (Core Value) 3 ตัว เพื่อเป็นหลักให้พนักงานทุกคนยึดถือ พร้อมทั้งมุ่งมั่นสร้าง**วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Culture)** ซึ่งจะส่งเสริมให้พนักงานทุกคนอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา เป็นการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งบริษัทเชื่อมั่นว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ไม่เพียงเฉพาะตัวบุคคลหรือองค์กร แต่ยังเป็นพื้นฐานของสังคมที่จะส่งผลต่อเนื่องในระยะยาวและเป็นวงกว้างแบบลูกโซ่ โดยหัวใจหลักที่บริษัทใช้ คือ การจัดอบรมพัฒนาหรือดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงานเป็นประจำ เช่น การ Coaching ผ่านการจัดอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น The 7 Habits, Leadership และ Design Thinking เป็นต้น





การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

หลักการในการวางแผนพัฒนาบุคลากร

บริษัทนำกลยุทธ์องค์กร เป้าหมาย ทิศทางบริษัท และการวิเคราะห์ความรู้และทักษะที่ต้องการในแต่ละ Job Profile, Competency, Core Values มาเป็นปัจจัยในการออกแบบแผนพัฒนาบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ตรงความต้องการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ด้วย “โครงการ T-SHAPE รู้ลึก รู้กว้าง” หลักสูตรที่จะพัฒนาทักษะของพนักงานในแต่ละสายงานและแต่ละตำแหน่งในเชิงลึกครอบคลุมทุกประเภทความรู้ เช่น

ความรู้ทางด้านการเงิน (Financial Literacy)	ความรู้ทางด้านข้อมูลและสื่อดิจิทัล (Digital Literacy)	ความรู้เชิงลึกด้านเทคนิค (Technical Assistance)
เช่น หลักสูตรพี่เลี้ยงการเงิน	เช่น หลักสูตร Risk Awareness	เช่น อบรม VBA 101, Business Management Tools or Training เช่น Six Sigma Green Belt

นอกจากนี้ยังมี Knowledge Sharing จากผู้บริหารระดับสูงที่ได้เข้าร่วมอบรม ประชุม ในงานสัมมนาระดับ Global เช่น Gartner หัวข้อ Artificial Intelligence และ IMD ในหัวข้อ Value-Based Marketing และ Leadership OS เป็นต้น

การวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์

เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากรในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่ง บริษัทจัดทำเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างคุณลักษณะของแรงงานปัจจุบันกับแรงงานที่ต้องการ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล รวมถึงการวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ เพื่อคัดสรร บริหารจัดการ พัฒนา จัดสรรผลตอบแทน หรือปรับตำแหน่งด้านบุคลากรได้อย่างเหมาะสม นับเป็นการขับเคลื่อนด้วยข้อมูลสู่ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่สำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานขององค์กรเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติสำคัญ ได้แก่ Right Mindset, Right Skills, Culture Fit และ Job Fit พร้อมตอบสนองต่อความต้องการในปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร แนวโน้มธุรกิจ และการแข่งขันในตลาดแรงงาน ด้วยแนวทางดังกล่าวทำให้เคทีซีสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้ดีขึ้น เช่น การส่งมอบ “Happiness by Design” ตอบแทนพนักงานได้ทั้งรูปแบบตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน การฝึกอบรมที่ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย สร้างบรรยากาศและระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ที่คล่องตัวทั่วทั้งบริษัท สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงานตลอดระยะเวลาที่ร่วมงานกับบริษัท และยกระดับความผูกพันกับองค์กร เพื่อให้บริษัทเป็น “Happy Workplace” มี Psychological Safety หรือความปลอดภัยทั้งทางกายและใจให้กับพนักงานทุกคน

การเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ

บริษัทมีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคนทุกระดับอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ (Competency) ที่สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีความพร้อมในการตอบสนองตามทิศทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางสังคมและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล นอกจากนี้บริษัทได้นำแนวทางของการดำเนินธุรกิจของบริษัทเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการจัดหาองค์ความรู้และหลักสูตรต่าง ๆ ที่ส่งเสริม ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะ (Competency) ที่สำคัญ จำเป็นและเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบในตำแหน่งของพนักงาน และเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงจัดทำ Learning & Development Master Plan ประจำปี เพื่อ Upskill - Reskill และ Build & Bridge ความสามารถ เร่งเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้แข็งแกร่ง ดังนี้

วิธีการเรียนรู้

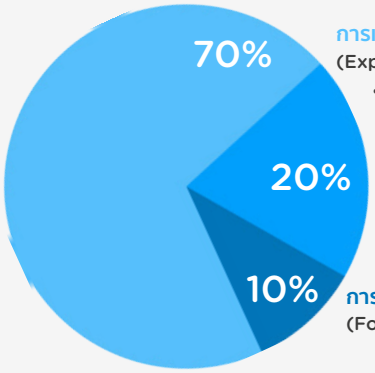
บริษัทได้วางแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับ ไม่จำกัดสิทธิในการเรียนรู้ โดยพนักงานสามารถขอเข้ารับการอบรมได้ทั้งหลักสูตรภายในและภายนอกองค์กรในทุกแพลตฟอร์ม

ตลอดปี 2566 บริษัทจัดให้มีการฝึกอบรม/ สัมมนาภายในองค์กร ศึกษาดูงานกับสถาบันภายนอกทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการจัดโครงการและกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ระหว่างกันในองค์กร ดังนี้

- กิจกรรมการเรียนรู้ (Knowledge Sharing)
- การจัด Internal Coach เพื่อพูดคุยค้นหาศักยภาพของพนักงาน
- การจัดตั้งชุมชนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Community of Practice: COP) การแบ่งปันความรู้ในงานจากผู้เชี่ยวชาญในสายงานต่าง ๆ โดยใช้ชื่อโครงการว่า KTC Made

• การมุ่งหาความรู้หรือเทรนด์ใหม่ ๆ มาให้พนักงานได้อัปเดตผ่าน Platform KTC UNITE
• การมีสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเรียนรู้ได้ Anywhere Anytime Any Device จากช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (e-Learning)
• KTC E-Library ห้องสมุด online ให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าไปค้นหา เลือกอ่านหนังสือในหมวดหมู่ต่างๆ ได้อย่างอิสระตามความสนใจ ให้พนักงานมีแหล่งความรู้ที่สามารถเข้าถึงและพัฒนาตัวเองได้ง่ายและสะดวก

เคทีซีส่งเสริม KTC Learning Culture โดยเปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง (Blended Learning 70:20:10) โดยองค์กรได้รวบรวมองค์ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาให้พนักงานที่สนใจได้เข้าร่วมเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้



การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ
(Experiential Learning/ Project Assignment)
• Functional Development

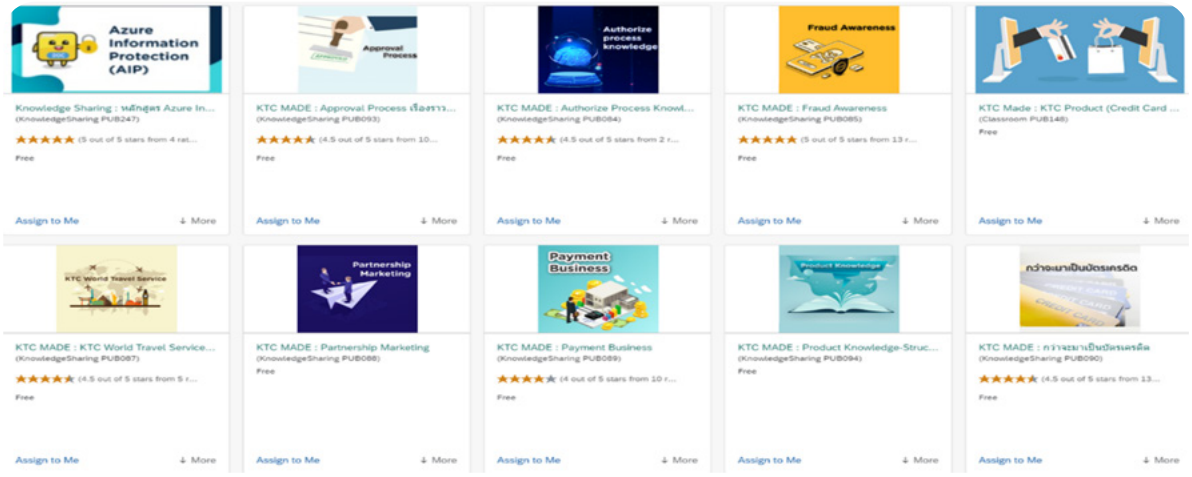
การเรียนรู้จากบุคคลอื่น
(Learning by Others/ Coaching & Feedback)
• Coaching • Mentoring • Sharing

การเรียนรู้แบบทางการ
(Formal Learning/ Classroom/ e – Learning)
• Classroom Training • e – Learning • Self – Learning

การเรียนรู้แบบอิสระ/ แบบทางเลือก
(E-Library)
ส่วนเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้
• E-Library

การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ (Experiential Learning/ Project Assignment)

“KTC Made” คือ การให้ความรู้และแบ่งปันประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในงานนั้น ๆ ให้กับพนักงานที่สนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงานของแต่ละสายงาน ส่งต่อความรู้ที่เป็น Functional Knowledge โดยเน้นรูปแบบการ Sharing ถาม ตอบ พูดคุยกัน ซึ่งได้รับความสนใจและการตอบรับจากพนักงานเป็นอย่างมาก ซึ่งพนักงานที่เข้าร่วมจะได้รับความรู้และประโยชน์ นำมาปรับใช้และต่อยอดในการทำงานของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งต่องานที่มีคุณภาพไปยังสายงานอื่น ๆ



การเรียนรู้จากบุคคลอื่น

• Coaching

กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างโค้ช (Coach) ซึ่งเป็นเพื่อนชวนคิด หรือปลดล็อกบางอย่างในตัวผู้รับการโค้ช (Coachee) ให้มีศักยภาพสูงขึ้น ผ่านวิธีการ และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับการโค้ชได้เรียนรู้ ตระหนักในตัวเองให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการลงมือปฏิบัติด้วยความคิด ความเข้าใจ ความถนัด และความสามารถของผู้รับการโค้ชเอง ในเคทีซีมีการพัฒนาผู้บริหารให้เป็น Internal Coach จำนวน 39 คน และเปิดโอกาสให้พนักงานที่สนใจเข้าร่วม Coaching Session กับ Internal Coach นอกจากนี้ยังได้สนับสนุนให้ Internal Coach เข้ารับการสอบหลักสูตรที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ICF

• Mentoring

กระบวนการสอนงานในระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) เป็นการสอนงานโดยให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถในเรื่องนั้น ๆ ให้ความรู้ คำปรึกษาและคำแนะนำ ช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการบอกวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสม ตลอดจนขั้นตอนและแนวทางแก้ไขปัญหา โดยใช้ประสบการณ์ความรู้ความสามารถของพี่เลี้ยง ถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ Mentor จะต้องดูแลทั้งความเป็นอยู่หรือการใช้ชีวิตระหว่างการทำงานในองค์กรด้วย

โดยในปี 2566 ที่ผ่านมา เคทีซีได้จัดทำโครงการ Management Trainee (MT) และโครงการนักศึกษาฝึกงาน (KTC COOP) ซึ่งได้มีการออกแบบให้มี Mentor ที่เป็นพนักงานปัจจุบัน เป็นผู้ที่ให้คำปรึกษา สอนงานและแนะนำข้อมูลต่างๆ ในองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญที่สร้างความสำเร็จให้ทั้ง 2 โครงการนี้

• Sharing

กระบวนการเรียนรู้งานในรูปแบบที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ ปัจจุบันเคทีซีจัดกิจกรรม Sharing ทั้งในเชิงแบ่งปันความรู้ เรื่องราวประสบการณ์ที่น่าสนใจ หรือการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสำเร็จ

การเรียนรู้แบบทางการ (Formal Learning/ Classroom/ e – Learning)

• Classroom Training

การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom Training) เน้นการเรียนรู้จากผู้เรียนหลากหลายกลุ่มงาน/ ตำแหน่งงาน โดยทีม Human Resource Organization Development (HROD) ทำหน้าที่จัดอบรมภายในและอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานไปฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอกที่เหมาะสม

• e - Learning

เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้ทักษะการบริหารจัดการเวลาด้วยตัวเอง เพื่อให้สามารถเรียนรู้ในรูปแบบ e-Learning ทั้งผ่านระบบ SAP Success Factor หรือ Learning Platform จากสถาบันชั้นนำ ได้ทุกที่ ทุกเวลา (Anywhere and Anytime) เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานที่สนใจ สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้อย่างเท่าเทียม โดยการเรียนรู้ในรูปแบบ e-Learning จะเน้นหลักสูตรเกี่ยวกับที่ต้องปฏิบัติตามหรือหัวข้อการบริหารจัดการ (Managerial Skill)

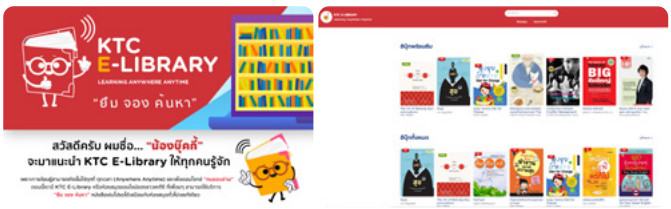
• Self - Learning

การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self - Learning) เน้นการฝึกฝนปฏิบัติด้วยตนเองจากแหล่งความรู้ โดยมีช่องทางการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การอ่านหนังสือ ศึกษาระบบงานจาก Work Instruction หรือค้นคว้าข้อมูลผ่านทาง Internet การเรียนรู้จาก e-Learning หรือการสอบถามผู้รู้ เป็นต้น



การเรียนรู้แบบอิสระ/ แบบทางเลือก (E-Library)

ห้องสมุด Online เพื่อเพิ่มทางเลือกและช่องทางให้กับพนักงานในการเรียนรู้แบบอิสระตามความสนใจของพนักงานเอง โดยสามารถเข้าผ่านหลายช่องทาง เพื่อค้นหา จอง ยืม หนังสือหลากหลายหมวดหมู่ ซึ่งสามารถอ่านผ่านโทรศัพท์ Tablet หรือคอมพิวเตอร์ ทุกที่ ทุกเวลาตามความสะดวก



หลักสูตรการอบรมที่โดดเด่นในปี 2566

หลักสูตรที่ 1 : Six Sigma Green Belt

Six Sigma คือ แนวทางการพัฒนาองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถเพิ่มขีดความสามารถของกระบวนการทางด้านธุรกิจได้เป็นอย่างดีด้วยเป้าหมายที่ท้าทาย ซึ่งองค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายดังกล่าวนี้ได้โดยการประยุกต์ใช้หลักการทางสถิติขั้นสูง ที่มีระเบียบแบบแผนและขั้นตอนในการปฏิบัติอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงถือได้ว่า Six Sigma เป็นการสร้างนวัตกรรมให้แก่กระบวนการทางธุรกิจ (Process Innovation) ขององค์กร

สำหรับหลักสูตร Green Belt Training นี้ เป็นหลักสูตรพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องของกระบวนการปรับปรุงแบบ Six Sigma ก่อนที่จะต่อยอดไปเป็นระดับ Black Belt โดยมีทั้งการอบรมภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ (Workshop) และมีการทำ Special Project ด้วย

● ประโยชน์ต่อพนักงาน

1. พัฒนาทักษะให้มีความรู้ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ในกระบวนการปรับปรุง Six Sigma ในระดับ Green Belt
2. เรียนรู้การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผลข้อมูลทางด้านสถิติที่เรียกว่า “Minitab”
3. สามารถเลือกใช้เครื่องมือของ Six Sigma เพื่อออกแบบวิธีในการควบคุมกระบวนการได้

● ประโยชน์ต่อองค์กร

1. ช่วยลดต้นทุน ทำให้เกิดผลกำไร ในขณะที่ความพึงพอใจของลูกค้าก็เพิ่มมากขึ้น
2. ช่วยลดข้อบกพร่อง/ ของเสีย ให้เกิดน้อยที่สุดจนมุ่งเข้าสู่ศูนย์ (Zero Defect)

หลักสูตรที่ 2: Knowledge Sharing ความรู้จากผู้บริหารที่ได้เข้าร่วมหลักสูตรจากสถาบันชั้นนำต่างประเทศ

ผู้บริหารได้เข้าร่วมสัมมนากับสถาบันชั้นนำระดับโลก IMD (International Institute for Management Development) และนำความรู้นั้นมาประยุกต์ใช้หรือต่อยอดความรู้นั้นให้เกิดประโยชน์ในงาน อีกทั้งส่งต่อความรู้และแชร์ประสบการณ์ ผ่านการจัด Knowledge Sharing 5 หัวข้อ ซึ่งได้รับการตอบรับจากพนักงานเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้เข้าอบรมจำนวน 502 คน มีรายละเอียด ดังนี้

หัวข้อที่ 1 : Non Market Strategy

● หัวข้อที่เรียนรู้

1) การกำหนดกลยุทธ์ที่ท้าทายและมีประสิทธิภาพ
2) การดำเนินธุรกิจที่ยังต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ในบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป
3) การพิจารณาเงื่อนไขหรือข้อจำกัดที่ Regulator กำหนดขึ้น

● ประโยชน์ต่อพนักงาน

1) ได้เรียนรู้การพิจารณาและการจัดทำกลยุทธ์ในรูปแบบอื่น ๆ
2) เรียนรู้กลยุทธ์และเข้าใจการดำเนินธุรกิจที่ต้องพึงระวังภายใต้ข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล

● ประโยชน์ต่อองค์กร

1) สร้างการได้เปรียบเหนือคู่แข่งในการจัดทำกลยุทธ์และแผนธุรกิจ
2) สามารถตั้งข้อสังเกตปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ นอกเหนือจากที่กลยุทธ์องค์กรในรูปแบบเดิมกำหนดไว้







หัวข้อที่ 2 : Value-Based Marketing

หัวข้อที่เรียนรู้

1) การวิเคราะห์ Customer Insight
2) กลยุทธ์การทำ Value Co-Creation กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างลูกค้าและบริษัท และการยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์
3) การสื่อสารแบบ Communication Value กระบวนการถ่ายทอด ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น
4) Capturing Value หมายถึง การกำหนดคุณค่าของผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ต่อพนักงาน

1) มีความรู้ในเรื่องการเข้าใจลูกค้า
2) ได้แนวทางในการออกแบบ กลยุทธ์สินค้า และการตลาดให้ถูกต้อง เหมาะสม

ประโยชน์ต่อองค์กร

• วางแผน ปรับกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด สร้างความประทับใจสูงสุด





หัวข้อที่ 3 : Customer Centricity

หัวข้อที่เรียนรู้

1) รู้จักกับ “Customer Centricity”
2) “Customer Centricity” มีความสำคัญอย่างไรกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร
3) แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจโดยใช้ “Customer Centricity”
4) สิ่งสำคัญในการทำ “Customer Centric”

ประโยชน์ต่อพนักงาน

1) พนักงานมีความตระหนักและความรู้ในการทำการตลาดและผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
2) เข้าใจหลักการและวิธีการทำงานการวิเคราะห์ “Customer Centric”

ประโยชน์ต่อองค์กร

1) สร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อเคทีซี
2) เพิ่มประสิทธิภาพและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เคทีซีได้





หัวข้อที่ 4 : Productive Psychological Safety

หัวข้อที่เรียนรู้

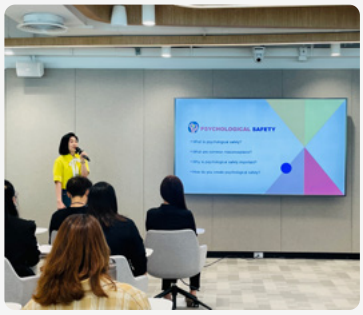
1) Psychological Safety คืออะไร
2) เพราะเหตุใด Psychological Safety จึงสำคัญ
3) วิธีการสร้าง Psychological Safety

ประโยชน์ต่อพนักงาน

1) กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น เป็นส่วนหนึ่งของทีม
2) สามารถมีผลงานที่สร้างสรรค์ นอกกรอบ มีความคิดเชิงนวัตกรรม

ประโยชน์ต่อองค์กร

1) พนักงานในทีมและในองค์กรมีความเชื่อใจกัน
2) เกิดการเรียนรู้และพัฒนาร่วมกัน มีส่วนร่วมมากขึ้น สร้าง Engagement ได้






หัวข้อที่ 5 : Leadership OS

หัวข้อที่เรียนรู้

1) บทบาทหน้าที่ของผู้นำที่มีมากกว่า Leadership
2) แนวคิดระบบปฏิบัติการความเป็นผู้นำ
3) การเสริมสร้างการทำงานของทีมงานสู่ผลงาน/ ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น
4) การสร้าง TRUST

ประโยชน์ต่อพนักงาน

1) เรียนรู้การสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ
2) สามารถพัฒนาภาวะผู้นำของตนเองในบริบทต่าง ๆ ได้
3) สร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานในองค์กร

ประโยชน์ต่อองค์กร

• สร้างการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร





หลักสูตรที่ 6 : Supervisory Skills

- **หัวข้อที่เรียนรู้**

หลักสูตรที่ช่วยพัฒนา เพิ่มความรู้และทักษะให้พนักงานระดับ Supervisor หรือ Team Lead หรือ AM ได้เข้าใจบทบาทของตนเองในฐานะที่เป็นผู้นำทีม ที่ต้องเก่งคิด เก่งคน รู้จักบริหารเวลา บริหารคน บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

Mindset	Knowledge	Skills
ปรับเปลี่ยนมุมมองจากการทำงานด้วยตัวเองมาสู่การทำงานผ่านทีมงานที่ต้องอาศัยความเข้าใจจิตวิทยาการทำงานกับผู้อื่นมากขึ้น และพัฒนาทัศนคติเชิงบวกที่ช่วยให้พิชิตเป้าหมายได้รวดเร็วขึ้น	เรียนรู้เคล็ดลับแบบ Shortcut ตลอดจนเทคนิคและกลยุทธ์สำคัญในการบริหารเวลา บริหารคน บริหารทีม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านทีมงานได้	พัฒนาทักษะสำคัญในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะการมอบหมายงาน ทักษะการสร้างขวัญและกำลังใจเพื่อให้ประสบความสำเร็จทั้งเรื่องการทำงานและเรื่องคน

- **ประโยชน์ต่อพนักงาน**

1) เข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็น Team Lead ที่เก่งงานและเก่งคน
2) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการบริหารเวลาและการจัดลำดับความสำคัญ
3) พัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อนำกลยุทธ์ของบริษัทไปดำเนินการได้จริง

- **ประโยชน์ต่อองค์กร**

1) สร้างผลงานที่มีคุณค่า มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
2) บริหารผลการปฏิบัติงานได้ (Performance Management)

หลักสูตรอื่น ๆ

เคทีซีจัดหลักสูตร Online ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและประเมินความรู้ ความเข้าใจตลอดปี 2566 ดังนี้

หลักสูตรนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance Policy & Code of Conduct)

ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชน

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม	ประโยชน์
ความรู้และความเข้าใจร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด 	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	• พนักงานมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ การต่อต้านคอร์รัปชัน การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม และแนวทางการดำเนินการของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการเคารพสิทธิมนุษยชน • พนักงานมีการปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์ การให้/ รับของขวัญ เป็นต้น • ไม่มีรายงานการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร

GRI 205-2

หลักสูตรข้อควรรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และหลักเกณฑ์การให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม (Fair Lending) ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ประจำปี 2566

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม	ประโยชน์
ความรู้และความเข้าใจร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด 	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	• พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ของ Market Conduct และ Fair Lending • พนักงานมีความตระหนักในเรื่องของการเสนอขายหรือให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ Market Conduct และ Fair Lending • พนักงานสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรการอบรมในมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001:2013) และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO/IEC 27701:2019)

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม	ประโยชน์
ความรู้และความเข้าใจร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด 	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	• พนักงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • พนักงานให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล • บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย • บริษัทได้รับรองมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001:2013) และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO/IEC 27701:2019) ทั่วทั้งองค์กร

หลักสูตรการตระหนักถึงการบริหารความเสี่ยง (Risk Awareness)

ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับนิยามความเสี่ยง กระบวนการบริหารความเสี่ยง ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสื่อสารผ่าน Communication Tree รวมไปถึงความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม	ประโยชน์
ความรู้และความเข้าใจร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด 	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	• พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงองค์กร • บริษัทสามารถควบคุมความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและตระหนักถึงการบริหารความเสี่ยงที่เริ่มจากพนักงานเอง

หลักสูตร AML/CFT & WMD

หลักสูตรที่ให้ความรู้เรื่องกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ทั้งพนักงานทั่วไปและพนักงานที่ต้องเข้ารับอบรมตามกฎหมาย

เกณฑ์ชี้วัด	ผลการประเมิน	ผู้เข้าร่วมอบรม	ประโยชน์
พนักงานที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรมตามระเบียบทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 70 ขึ้นไป	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	• พนักงาน มีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกฎหมายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
พนักงานทั่วไปที่เข้าอบรมทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 85 ขึ้นไป 	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	

แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้

บริษัทได้พัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่

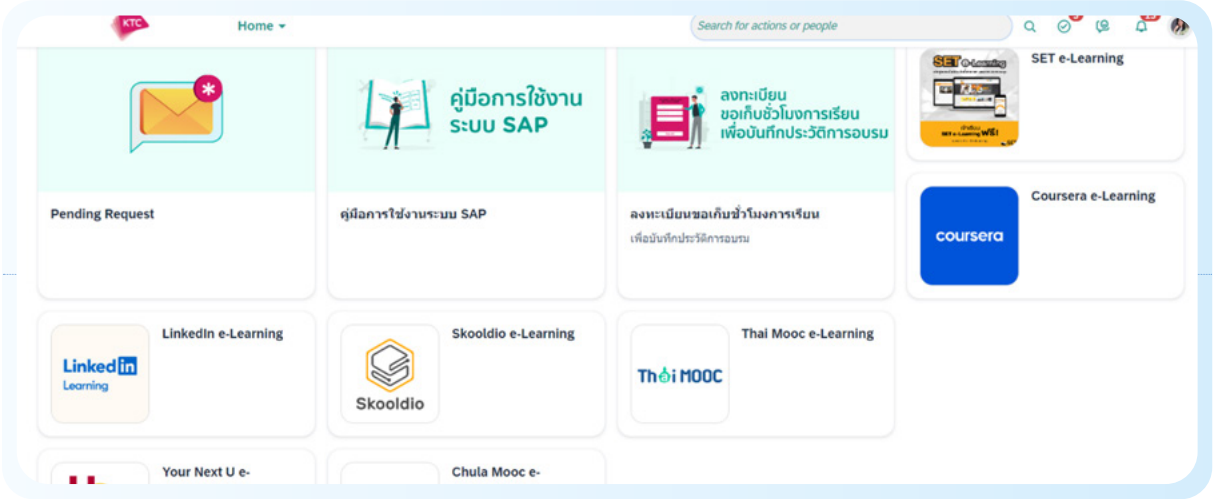
• KTC UNITE: แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้

“KTC UNITE” เป็นช่องทางการสื่อสารภายใน เพื่อพูดคุย แบ่งปันข่าวสารที่สำคัญ เช่น นโยบายหรือสาส์นจากผู้บริหาร การแนะนำและเชิญชวนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่สะท้อน Core Values และ Core Competencies สร้างให้เกิดความผูกพันในองค์กร อีกทั้งเป็นช่องทางการแบ่งปันความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร มีการสร้าง Knowledge Community ในเรื่องต่าง ๆ ที่บริษัทกำลังให้ความสนใจหรือเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน



• ระบบ SAP: แพลตฟอร์มเพื่อบันทึกเวลาเรียน

บริษัทได้จัดให้มีระบบ Learning Management System (LMS) ซึ่งเป็น Module หนึ่งใน SAP Success Factor ที่รวบรวมหลักสูตรที่น่าสนใจทั้งด้าน Soft Skill และ Managerial Skill ให้พนักงานได้เรียนรู้ อีกทั้งบันทึกข้อมูลการอบรมพัฒนาต่าง ๆ ของพนักงาน เพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาพนักงานในองค์กรอีกด้วย



• สรุปข้อมูลชั่วโมงอบรมในปี 2566

ด้วยแพลตฟอร์มการเรียนรู้ KTC UNITE ที่รวบรวมหลักสูตรต่าง ๆ จากแหล่งการเรียนรู้ภายในและภายนอก เช่น Mind DOJO, SET, Beyond Training และ Skill Lane เป็นต้น เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกเรียนได้ตามความสนใจ ประกอบกับการรณรงค์ให้พนักงานเรียนรู้แบบ Self – Learning ที่สามารถเลือกเรียนได้ตามความสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา และมีการเก็บประวัติการฝึกอบรม อีกทั้งมีการแสดงความชื่นชมผ่านแคมเปญ “Top Learner” เป็นประจำทุกเดือน เพื่อสร้างแรงจูงใจและเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทั้งหมดนี้ส่งผลให้จำนวนค่าเฉลี่ยชั่วโมงการอบรมของพนักงานเพิ่มขึ้นจาก 64.38 ชั่วโมงในปี 2565 เป็น 77.12 ชั่วโมงในปี 2566 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน

ข้อมูล	2566	หน่วย
ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานทั้งหมด	77.12	ชั่วโมง/ คน/ ปี
จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้น ๆ	1,735	คน
จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด	133,786	ชั่วโมง

• **การจูงใจและรักษาพนักงาน**

การวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร
บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) ด้วยการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง โดยเชิญพนักงานให้ความเห็นผ่านแบบสำรวจ ซึ่งครอบคลุมคำถามจำนวน 75 คำถามผ่านระบบ



6 คำถาม
วัดความผูกพันที่มีต่อองค์กร (SAY STAY และ STRIVE)

1. SAY: พนักงานพูดถึงบริษัทในแง่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้ที่อาจเป็นพนักงานและลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
2. STAY: พนักงานมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะอยู่ทำงานในองค์กรต่อไป
3. STRIVE: พนักงานมีความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจในการทำงาน และมีส่วนร่วมพัฒนาบริษัทให้ดียิ่งขึ้น

โดยมีตัวอย่างคำถามที่ครอบคลุมเกี่ยวกับ
1. ความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction)
- งานที่ฉันทำมีความเหมาะสมกับความสามารถและประสบการณ์ของฉัน
2. เป้าหมายของพนักงาน (Purpose)
- พันธกิจของบริษัทเป็นตัวช่วยกำหนดทิศทางในการทำงานให้ฉันได้อย่างมีความหมาย
3. ความสุข (Happiness)
- บริษัทคอยดูแลให้พนักงานอยู่ดีมีสุขอย่างจริงจัง
4. ความเครียด (Stress)
- ฉันสามารถจัดการความเครียดที่เกิดจากการทำงานได้

69 คำถาม
สะท้อนความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ใน 5 ตัวขับเคลื่อนหลัก (Driver)

ประกอบไปด้วย
- Engaging Leadership (ความเป็นผู้นำที่สร้างความผูกพัน)
- Talent Focus (การให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความสามารถ)
- Agility (ความคล่องตัว)
- The Basic (ปัจจัยพื้นฐาน)
- The Work (งาน)

ระบบของผู้ประเมินภายนอกแบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 6 ลำดับ ทำให้พนักงานมีความสบายใจในการให้ข้อมูล เนื่องจากไม่แสดงผลการสำรวจเป็นรายบุคคล บริษัทสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรรับทราบผ่านทางอีเมล และนำผลไปปรับปรุง พัฒนา และบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ในองค์กรเพื่อให้พนักงานมีชีวิตที่ดี มีความสุข (Happy Workplace) ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ ให้เกิดความภาคภูมิใจ อยากทำงานอยู่กับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี (Employer Branding) ต่อสายตาคนภายนอกให้อยากมาร่วมงานกับบริษัทอีกด้วย (Employer of Choice)

ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร ประจำปี 2566

พนักงานทั้งหมดได้เข้าร่วมวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยผลคะแนนความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร หรือ Employee Engagement Survey อยู่ที่ร้อยละ 70 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 75 แต่ทั้งนี้ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2565 ที่ได้คะแนนอยู่ที่ร้อยละ 68 เนื่องจากบริษัทได้นำผลการประเมินปี 2565 มาจัดทำแผนการปรับปรุงพัฒนาเพื่อยกระดับผลความผูกพันขององค์กรอย่างต่อเนื่องตลอดปี 2566 เช่น

รวม 70%

พนักงานชาย	71%
พนักงานหญิง	70%

แบ่งตามระดับพนักงาน

• ผู้บริหารระดับสูง	89%
• ผู้บริหารระดับกลาง-ต้น	71%
• พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	68%
- พนักงานปฏิบัติการ	68%
- พนักงานสัญญาจ้าง	72%

• **ด้าน Talent Staffing**

การบริหารจัดการกำลังคนและการเพิ่มศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรและลักษณะงานที่มีความท้าทายมากยิ่งขึ้นของบริษัท โดยบริษัทจัดให้มีโปรแกรมการพัฒนา SMART สำหรับ พัฒนากลุ่มคนที่มีศักยภาพด้วยแผนพัฒนาที่เป็นรูปธรรมในรูปแบบต่าง ๆ อีกทั้งได้มีโครงการ “Management Trainee” เปิดรับสมัครคนรุ่นใหม่ที่มีความมุ่งมั่น มีความสามารถที่โดดเด่น เข้าร่วมงาน ตลอดจนการเปิดโครงการ KTC COOP (Cooperation) เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาปี 4 เข้าฝึกงาน และอาจมีโอกาสเข้าร่วมงานเป็นพนักงานประจำกับ KTC ภายหลังจบการศึกษา เป็นต้น

• **ด้าน Enabling Infrastructure**

บริษัทได้มีการปรับปรุงยกระดับระบบโครงข่ายเพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ และปรับปรุงสถานที่ทำงานเพื่อลดความแออัด เพิ่ม Facility ที่สะดวกสบาย เอื้อต่อการทำงานมากยิ่งขึ้น

• **ด้าน Career Opportunity**

บริษัทยังคงเน้นย้ำในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพพนักงานเพื่อเตรียมความพร้อม ตลอดจนการสื่อสารสร้างความเข้าใจในรูปแบบของการเติบโตในอาชีพ การปรับโครงสร้างตำแหน่งงานใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสการเติบโตในตำแหน่งงาน โดยสื่อสารผ่านทุกช่องทาง อาทิ Town Hall, CEO Live Talk , KTC Unite (Intranet) และผ่านหัวหน้างานทุกระดับ ทั้งนี้บริษัทยังมีหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพให้กับพนักงานตลอดทั้งปี ทั้งในรูปแบบ Offline Online และ Internal Coach รวมถึงมี HR Clinic เพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องการเติบโตและพัฒนาตนเอง

ทั้งนี้บริษัทยังคงนำผลการประเมินความผูกพันมาวิเคราะห์ เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานทั้งในระดับองค์กร ระดับสายงาน ลงไปถึงสายงานย่อย ซึ่งมีการรายงานผลคะแนนและนำเสนอแนวทางการจัดการ (Solutions) กับผู้บริหาร รวมถึงติดตามผลการดำเนินงานตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจและความผูกพันเพิ่มขึ้น โดยมี HR Business Partner เป็นผู้ให้คำปรึกษา และให้การ Support อย่างใกล้ชิด นอกจากนี้บริษัทยังเพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็น และสื่อสารกับพนักงานแบบ Two way Communication อาทิ การทำ Skip Level, CEO Live Talk ทุกเดือนและ Ur-Voice ช่องทางแจ้งปัญหาต่าง ๆ ในองค์กรทาง Online ทั้งนี้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม รวมถึงรับฟังข้อเสนอแนะและความต้องการของพนักงานตลอดทั้งปี เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาด้านต่าง ๆ สร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่ให้มีเพิ่มขึ้นต่อไป

• การจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

บริษัทมีโครงการจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) เพื่อเป็นการวางแผนสรรหาและเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับ 2 ส่วนด้วยกัน คือผู้ที่จะมาทดแทนหรือดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง (Key Position) และตำแหน่งงานสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Critical Position) ซึ่งทั้งสองส่วนจำเป็นจะต้องมีผู้ดำรงตำแหน่งอยู่ตลอดเพื่อมิให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก ขั้นตอนและกระบวนการในการสรรหาคัดเลือกจำเป็นที่จะต้องทำอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ และได้รับการเห็นพ้องต้องกัน โดยในเบื้องต้นได้มุ่งเน้นการคัดเลือกจากคนภายในที่มีประสบการณ์ และผลงานเป็นที่ยอมรับ จากนั้นมีการพัฒนาความรู้และภาวะผู้นำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการคนเพื่อที่จะสานต่อพันธกิจขององค์กร เป็นการสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการที่ดี ที่มุ่งรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย พันธมิตรทางการค้า และลูกค้าของบริษัท

โดยในสิ้นปี 2566 บริษัทมีผู้บริหารระดับสูง ในตำแหน่งสำคัญหลายท่านที่จะเกษียณอายุ บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมโดยการจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) และระบุผู้สืบทอดตำแหน่งไว้ล่วงหน้า และใช้เวลาในปี 2566 สำหรับการถ่ายทอดงานและสอนงาน (Coach) ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้สืบทอดตำแหน่งสามารถรับช่วงต่อการบริหารงานได้อย่างราบรื่น ไม่ส่งผลกระทบใด ๆ ต่อการดำเนินธุรกิจ

การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัย ในสภาพแวดล้อมการทำงาน

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสถานที่ทำงานเป็นเรื่องสำคัญ หากบริษัทละเลยหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง อาจส่งผลให้สภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมกับการทำงาน กลายเป็นปัญหาทั้งด้านกายภาพและด้านจิตใจของพนักงาน รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานอาจลดลง	หากบริษัทมีการดูแลสุขภาวะอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานให้พนักงานที่ดี จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้น อัตราการลาป่วย หรือลาออกของพนักงานลดลง รวมทั้งส่งเสริมด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทด้วย

บริษัทตระหนักถึงสิทธิด้านความมั่นคงปลอดภัยของพนักงาน จึงใส่ใจดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อการเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ มอบความสุข และคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยภายในองค์กร สร้างความตระหนักถึงสาเหตุและผลกระทบที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุหรืออันตรายจากการทำงาน และดำเนินการจัดสภาพแวดล้อมและพื้นที่การทำงานให้ปลอดภัยตามกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีของพนักงาน ลดโอกาสเสี่ยง ความกังวลใจ และป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บจากการทำงานของพนักงานในบริษัทอย่างต่อเนื่อง



GRI 3-3, 403-1

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทได้นำหลักของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานทั้งในประเทศและต่างประเทศมาปรับใช้กับนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานของบริษัท ซึ่งนโยบายดังกล่าวผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะอนุกรรมการ Management Committee โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ	วัตถุประสงค์
• จัดทำนโยบาย • วางโครงสร้างการบริหาร • จัดทำแผนงานและการนำไปปฏิบัติ • การประเมินผลและการทบทวน • การปรับปรุงและการพัฒนาระบบการจัดการด้านความปลอดภัย	• เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำและรักษาไว้ซึ่งระบบคุณภาพการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน • เพื่อลดความเสี่ยงอันตราย และอุบัติเหตุต่าง ๆ ของพนักงานและลูกค้าในสถานประกอบการ • เพื่อปรับปรุง ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เกิดความปลอดภัย • เพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติการณ์ เหตุฉุกเฉิน และภาวะวิกฤติ รวมทั้งส่งเสริมสุขภาพ อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน • เพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย รวมทั้งการจัดการความปลอดภัย กระบวนการดำเนินงานเพื่อดูแลความปลอดภัยของทุกคน • เพื่อควบคุมและพัฒนาการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ตั้งแต่เริ่มต้นจนส่งมอบบริการให้ลูกค้า • เพื่อสื่อสารการดำเนินงาน และประสิทธิผลด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการรับฟังความต้องการและความคาดหวัง เพื่อนำไปใช้ในการทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงาน

หมายเหตุ: นโยบายดังกล่าวครอบคลุมพนักงานทั้งหมด ซึ่งแบ่งเป็น พนักงานประจำและพนักงานสัญญาจ้าง ตามคำนิยามพนักงาน ในหัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม”

ทั้งนี้ บริษัทสนับสนุนให้คู่ค้าของบริษัทปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยและอาชีวอนามัย โดยได้กำหนดขอบเขตและแนวปฏิบัติไว้ในจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท เพื่อให้คู่ค้าใช้เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับข้อกฎหมายและจรรยาบรรณของบริษัท กล่าวคือ
1. คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมที่บังคับใช้อย่างเคร่งครัด
2. คู่ค้าควรจัดสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขอนามัย และเอื้อต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิผลให้แก่พนักงาน รวมถึงจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้แก่พนักงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม

GRI 2-23, 3-3, 403-1

การกำกับดูแลด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน (OHS Committee)

บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการกำกับดูแลและบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ดังนี้

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

= 17 คน

ประกอบด้วย

ประธานคณะกรรมการ	+	กรรมการผู้แทนระดับผู้บังคับบัญชาและเลขานุการ	+	กรรมการผู้แทนลูกจ้าง
1 คน		8 คน		8 คน

คณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่รับผิดชอบบริหารงานความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. **พิจารณานโยบายและแผนงาน**ด้านความปลอดภัยในการทำงาน
2. **รายงานและเสนอแนะ**มาตรการหรือแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามกฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน
3. **ส่งเสริม สนับสนุน กิจกรรม**ด้านความปลอดภัยในการทำงานของสถานประกอบกิจการ เช่น จัดอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยแก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. **สำรวจการปฏิบัติการ**ด้านความปลอดภัยในการทำงาน **และตรวจสอบสถิติ**การประสบอันตรายที่เกิดขึ้นในสถานประกอบกิจการ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
5. **วางระบบการรายงานสภาพการทำงานที่ไม่ปลอดภัย** โดยพนักงานทุกคนช่วยกันปฏิบัติ รวมทั้งรายงานประเมินผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัยในการทำงานของสถานประกอบกิจการ โดยมีการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
6. **พิจารณาโครงการหรือแผนฝึกอบรม**เกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน

เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับบริหาร

1. กำกับดูแลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชา
2. เสนอแผนงานหรือโครงการด้านความปลอดภัย
3. ส่งเสริม สนับสนุน และติดตามการดำเนินงาน
4. กำกับดูแลและติดตามให้มีการแก้ไขข้อบกพร่อง

เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับหัวหน้างาน

1. กำกับดูแลพนักงานในหน่วยงานให้ปฏิบัติตามคู่มือ
2. วิเคราะห์งานในหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อค้นหาความเสี่ยงหรืออันตรายเบื้องต้นจากการทำงาน
3. จัดทำคู่มือและทบทวนคู่มือตามระยะเวลาที่บริษัทกำหนด
4. สอนวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องให้แก่พนักงานในหน่วยงานที่รับผิดชอบความปลอดภัย
5. ตรวจสอบสภาพการทำงาน เครื่องมือ และอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่ปลอดภัยก่อนลงมือปฏิบัติ
6. กำกับดูแลการใช้อุปกรณ์ช่วยดับเพลิงในพื้นที่ หรืออุปกรณ์ควบคุม/ รักษาความปลอดภัยของพนักงานในหน่วยงานที่รับผิดชอบ
7. รายงานการประสบอันตราย การเจ็บป่วย หรือการเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องจากการทำงาน
8. ตรวจสอบหาสาเหตุการประสบอันตราย การเจ็บป่วย หรือการเกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญอันเนื่องจากการทำงาน

พนักงานทุกคนและพนักงานเข้าใหม่

พนักงานมีหน้าที่ในการเรียนรู้ ทำความเข้าใจ ตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบและปฏิบัติตามข้อกำหนด/ คู่มือด้านความปลอดภัยในการทำงานรวมถึงปฏิบัติตามเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นอย่างเคร่งครัด

คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee)

มีหน้าที่กำหนดขอบเขตของแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤติต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด อัคคีภัย เป็นต้น ตลอดจนการพิจารณาตัดสินใจในการประกาศใช้แผนและควบคุมดูแลการดำเนินการตามแผนดังกล่าวเพื่อให้ธุรกรรมที่สำคัญของบริษัทสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน

ปี 2566

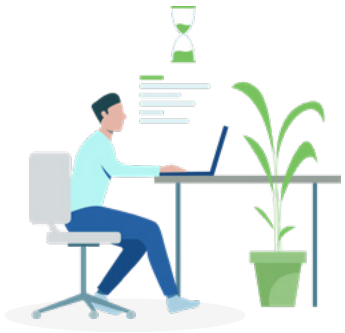
- ประธานคณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Chief Operations Officer) 1 คน
- อนุกรรมการ และเลขานุการ (ผู้บริหารจากสายงานต่าง ๆ) 6 คน

รวม 7 คน

GRI 403-4

การบริหารจัดการ

บริษัทดำเนินการเพื่อดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้



ปฏิบัติตามมาตรฐานและข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทปฏิบัติตามข้อกฎหมายที่เกี่ยวกับด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

กำหนดเป้าหมายและประเมินผลงานด้านความปลอดภัย

กำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยเข้าเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายด้านความยั่งยืนโดยเป้าหมายดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานตาม Key Performance Indicator ของสายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุการณ์สามารถดำเนินการให้เสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนด

การประเมินความเสี่ยง การจัดลำดับความสำคัญ และการบูรณาการแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงปริมาณเพื่อจัดการกับความเสี่ยง

ประเมินและจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง

ผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องที่เกี่ยวข้องของแต่ละพื้นที่ เช่น สายงานทรัพยากรบุคคล (HR) ฝ่ายบริหารงานทั่วไป (GS) พยาบาล เป็นต้น ประเมินและพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

จัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการ

ผู้เกี่ยวข้องจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการพร้อมกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายเชิงปริมาณ และผู้รับผิดชอบ

เสนอต่อคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน หรือ คณะอนุกรรมการ Management Committee

ระดับความเสี่ยง	การดำเนินการ
สูง	ความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง จะต้องจัดการความเสี่ยงโดยทันที และแก้ไขให้ระดับความเสี่ยงลดลงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยต้องมีการตรวจสอบการแก้ไขดังกล่าวก่อนอนุญาตให้ปฏิบัติงาน พร้อมจัดทำเป็นมาตรการควบคุม ทั้งนี้ ต้องมีหลักฐานพร้อมให้ตรวจสอบตลอดระยะเวลาดำเนินการ
ค่อนข้างสูง	ความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ให้ทบทวนมาตรการควบคุมที่มีอยู่ ซึ่งกรณีมาตรการควบคุมที่มีอยู่ไม่เพียงพออาจจะพิจารณาปรับปรุงมาตรการเดิม หรือยกเลิกและจัดทำมาตรการใหม่ ทั้งนี้ ต้องมีหลักฐานพร้อมให้ตรวจสอบตลอดระยะเวลาดำเนินการ
ปานกลาง	ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ในระดับที่ยอมรับได้ ดำเนินมาตรการควบคุมที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและเฝ้าระวังไม่ให้ความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น และตรวจสอบการปฏิบัติการโดยหัวหน้างานอย่างเข้มงวด
ค่อนข้างต่ำ	ความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ดำเนินมาตรการควบคุมที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันและเฝ้าระวังไม่ให้ความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น
ต่ำ	ความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ ตรวจสอบการทำงานเป็นประจำโดยหัวหน้างาน หน่วยงานผู้รับผิดชอบ และคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการระบุและประเมินความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานในระดับองค์กรผ่านการระบุความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) อีกด้วย

GRI 403-2, 403-3, 403-6, 403-7

การจัดให้มีช่องทางในการรับแจ้งด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทคำนึงถึงความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน อีกทั้งยังให้ความสำคัญด้านสุขภาพจิต สวัสดิภาพทางใจ จัดการความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงานในเชิงรุก/ ป้องกัน โดยเฉพาะแนวโน้มปัญหาสุขภาพจิตที่เพิ่มสูงขึ้น ความเครียด ความเหนื่อยล้าของแรงงาน ภาวะหมดไฟที่อาจเกิดขึ้นได้กับคนทำงานทุกที่ทุกวัย โดยจัดให้มีช่องทางรับแจ้งปัญหาหรือปรึกษาได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้



GS Online

ช่องทางในการให้พนักงานแจ้งปัญหา หรือความเสี่ยงจากการใช้สถานที่ เพื่อให้สามารถแก้ไข ซ่อมแซม หรือป้องกัน ไม่ให้เกิดความเสี่ยงจากการทำงานในสถานประกอบการ โดยมีเหตุการณ์ที่ได้รับแจ้งผ่านช่องทาง GS Online จำนวน 1,099 เหตุการณ์ ซึ่งสามารถแก้ไขได้ทั้งหมดร้อยละ 100 โดยเป็นเหตุการณ์แจ้งเกี่ยวกับการแจ้งซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ชำรุด ห้องน้ำชำรุด การจัดสถานที่ ขนย้ายอุปกรณ์ อุณหภูมิในสถานที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมาไม่มีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือก่อให้เกิดอันตราย ความเสียหายต่อพนักงาน

ห้องพยาบาล

ช่องทางให้พนักงานได้ติดต่อ ขอคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่พยาบาล เพื่อประเมิน สังเกตอาการและปฐมพยาบาลเบื้องต้น ในด้านสุขภาพ ความเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้นระหว่างที่ทำงาน ทั้งนี้ หากกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่จะติดต่อประสานงานไปยังสถานพยาบาลใกล้เคียง

HR Incident

ช่องทางให้พนักงานได้แจ้งเหตุการณ์อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการ โดย HR เป็นคนรับเรื่องและดูแลประสานงานไปยังส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อตรวจสอบและแก้ไขปัญหา

HR Clinic

ช่องทางให้พนักงานติดต่อเพื่อพูดคุยกับ HR โดยตรง เพื่อปรึกษาปัญหา ขอคำแนะนำ ร้องเรียน ให้ข้อมูล โดยข้อมูลทั้งหมดจะถูกรักษาเป็นความลับ พนักงานสามารถเลือกบุคคลที่อยากจะพูดคุยด้วยได้ เป็นช่องทางที่เปิดรับฟังปัญหาโดยตรงจากพนักงาน โดยไม่ผ่านบุคคลที่ 3 และยังเป็นการสนับสนุนเรื่อง Psychological Safety พื้นที่ปลอดภัยสำหรับพนักงาน

Jaifull (Mental Service)

ช่องทางบริการในเชิงสุขภาพจิต (ใจฟูคอยฟัง) เพื่อสร้างตัวกลางให้พนักงานสามารถเข้าไปพูดคุยปรึกษา ระบาย ลดความกังวล ความเครียด ให้คำแนะนำ โดยใช้บริษัทภายนอกที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านสุขภาพจิต มีความปลอดภัยในการให้ข้อมูล การรักษาความลับ และเป็นการเฝ้าระวังปัญหาตั้งแต่ระยะเริ่มต้น



การดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน

- ฝึกอบรมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้กับพนักงานและ/หรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ
- การร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟ เพื่อความปลอดภัยของพนักงานในฐานะของผู้เช่าใช้อาคารสำนักงาน บริษัทได้ร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2566 มีการจัดเตรียมผู้ประสานงานและทำหน้าที่เป็น Fire Warden ประจำแต่ละสายงาน และได้เข้าร่วมซ้อมหนีไฟกับอาคารไทยซัมมิท ในวันที่ 8 เมษายน 2566 และร่วมซ้อมหนีไฟกับอาคาร UBC II ในวันที่ 25 สิงหาคม 2566
- ในกรณีเกิดอุบัติเหตุในสถานที่ทำงาน ผู้ประสบอุบัติเหตุสามารถแจ้งหัวหน้าสายงาน หรือฝ่ายบริหารงานทั่วไป (GS) หรือสายงานทรัพยากรบุคคล (HR) เพื่อประสานงานรับการรักษา โดยบริษัทมีห้องพยาบาลสำหรับปฐมพยาบาลและรักษาเบื้องต้น หรือเรียกรถพยาบาลมารับกรณีฉุกเฉิน อีกทั้งเตรียมรถยนต์พร้อมสำหรับส่งโรงพยาบาลใกล้เคียง และจัดให้มีการตรวจสุขภาพประจำปี ประกันชีวิตและสุขภาพหมู่สำหรับพนักงานทุกคน
- มีสายงานที่ติดตามข่าวสารและดูแลควบคุมเรื่องโรคระบาดในที่ทำงาน ดูแลพนักงานให้ปลอดภัยจากการแพร่กระจายของโรคติดเชื้อ การบาดเจ็บที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน รวมถึงอุบัติเหตุ การสัมผัสที่ไม่ปลอดภัย และเหตุการณ์ด้านความปลอดภัย

GRI 403-3, 403-6

การจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม

คำนึงถึงความปลอดภัยและอาชีวอนามัยตั้งแต่กระบวนการการออกแบบ การควบคุมงานก่อสร้าง และงานตรวจรับงานก่อสร้าง เพื่อให้บริษัทมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม พร้อมใช้ เป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายต่าง ๆ ดังนี้

งานออกแบบ

- ออกแบบตามกฎหมายควบคุมอาคารสูง เช่น ความกว้างของทางเดินหลัก จำนวนห้องน้ำ ห้อง Pantry จุดบริการน้ำดื่ม งานระบบประกอบอาคาร และระบบป้องกันอัคคีภัย
- ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ (Human Scale) เช่น ระยะนั่งทำงาน ความสูงโต๊ะ เก้าอี้ รูปแบบเฟอร์นิเจอร์ และพื้นที่ต่อตารางเมตรต่อคน สร้างสุขภาวะที่ถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุต่อผู้ใช้งาน

งานควบคุมงานก่อสร้าง

- มีเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพประจำพื้นที่และควบคุมความปลอดภัยระหว่างงานก่อสร้าง
- ฝ่ายอาคาร และฝ่ายงาน GS มีการตรวจสอบแบบงานตกแต่งและงานระบบประกอบอาคารพร้อมกับอนุมัติแบบฯ ก่อนการเริ่มปรับปรุงก่อสร้าง ตกแต่งพื้นที่สำนักงานทุกชั้น เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานอาคารและกฎหมายควบคุมอาคาร

งานตรวจรับงานก่อสร้าง

- ทดสอบและตรวจรับงานระบบประกอบอาคาร ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบ AV และระบบ IT ก่อนรับมอบพื้นที่สำนักงานทุกครั้ง
- ฝ่ายอาคารและฝ่ายงาน GS มีการตรวจงานตกแต่งและงานระบบประกอบอาคาร พร้อมอนุมัติแบบฯ หลังการก่อสร้างตกแต่งเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานอาคาร กฎหมายควบคุมอาคาร และสามารถใช้งานพื้นที่ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ
- นำเสนอแบบฯ และสำรวจพื้นที่ร่วมกับทีม UAT, ISO, BCP เพื่อวางแผนและตรวจสอบกระบวนการทำงานให้เกิดความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพพร้อมใช้งานมากที่สุด

การจัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- การควบคุมความเข้มของแสง การออกแบบเพื่อกำหนดตำแหน่ง และเลือกใช้ประเภทหลอดไฟ LED ให้มีความสว่างที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ปฏิบัติงาน เช่น โต๊ะทำงาน ห้องประชุม และพื้นที่พักผ่อน เป็นต้น
- การตั้งอุณหภูมิภายในพื้นที่สำนักงานให้เหมาะสมกับความหนาแน่นของพื้นที่ และประเภทการปฏิบัติงาน
- การกำหนดแผนงานทำความสะอาดท่อแอร์ให้ระบบปรับอากาศมีการส่งลมได้ดีขึ้น ใช้เครื่องฟอกอากาศในสถานที่ปฏิบัติงานเพื่อยับยั้งการแพร่กระจายของเชื้อโรค เป็นประจำทุก 3 เดือน

การตรวจสอบสภาพแวดล้อมในการทำงาน

- การตรวจสอบความพร้อมใช้งานของพื้นที่สำนักงาน และระบบประกอบอาคาร (General Service Building Inspection) ร่วมกับที่ปรึกษาภายนอกตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานเป็นประจำ พร้อมทั้งบันทึก ออกรายงานการตรวจสอบ และแก้ไขปรับปรุง เพื่อลดอันตรายที่จะเกิดขึ้นในที่ทำงาน
- บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบการดำเนินการเรื่องความปลอดภัยงานก่อสร้าง (Construction Management) การตรวจสอบอุปกรณ์หลังการติดตั้งอุปกรณ์ การตรวจวัดค่าความสว่างของแสง ค่าความชื้น (Quality Assurance) และอุณหภูมิภายในพื้นที่สำนักงาน โดยบริษัทผู้ให้บริการภายนอก นอกจากนี้ บริษัทได้รับการตรวจสอบความปลอดภัยภายในพื้นที่สำนักงานประจำปี โดยหน่วยงานที่ปรึกษาภายนอกจากฝ่ายอาคารฯ เช่น ตรวจสอบระบบอัคคีภัย ระบบไฟฟ้า ระบบสุขาภิบาล และระบบลิฟต์โดยสาร เป็นต้น

ผลการประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2566

หัวข้อการประเมิน

- ความเข้มของแสง
- อุณหภูมิ
- ค่าความชื้น
- ความสะอาดของพื้นที่ทำงาน
- ตรวจวัดคุณภาพอากาศภายในอาคาร (IAQ)

ผลการประเมิน

เป็นไปตามมาตรฐาน



- **การตรวจสอบภายในตามเกณฑ์ 5 ส**

และติดตามประเมินผลด้านความสะอาดเรียบร้อยของพื้นที่ทำงานในแต่ละสายงานอย่างสม่ำเสมอ

KTC Clean and Care

บริษัทจัดโครงการ KTC Clean and Care เพื่อส่งเสริมให้มีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัยในการทำงาน ให้เกิดความสะดวก ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย สะอาด หรือเอื้ออำนวยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน เกิดความปลอดภัยและคุณภาพในงาน จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งได้มีการกำหนดมาตรฐานเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ โดยมีตัวแทนจากทุกสายงานเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการเข้าตรวจประเมินพื้นที่เดือนละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งรายงานผลการตรวจประเมินผ่าน KTC UNITE

GRI 403-6

การส่งเสริมความรู้ การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมด้านสุขภาพและความปลอดภัย

บริษัทส่งเสริมความรู้และการฝึกอบรมด้านสุขภาพและความปลอดภัยให้แก่พนักงานและ/ หรือฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความตระหนักและลดเหตุการณ์ด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เช่น



ด้านความปลอดภัย
และสภาพแวดล้อมในการทำงาน





ด้านการยศาสตร์
(ด้านกายภาพ และ ด้านจิตใจ)



ด้านการดูแลสุขภาพ
และโภชนาการที่ดี

หลักสูตร ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทจัดอบรมหลักสูตรความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สำหรับพนักงานทั่วไป จำนวน 4 รุ่น โดยมีหัวข้อวิชาหลักในการอบรมดังนี้

หัวข้อวิชาที่ 1 : ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน
หัวข้อวิชาที่ 2 : กฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
หัวข้อวิชาที่ 3 : ข้อบังคับว่าด้วยความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

รุ่นที่ 1 วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2566
รุ่นที่ 2 วันที่ 16 มีนาคม 2566
รุ่นที่ 3 วันที่ 23 มีนาคม 2566
รุ่นที่ 4 วันที่ 20 เมษายน 2566

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านความปลอดภัย
และสภาพแวดล้อม
ในการทำงาน

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.5**/10 คะแนน

นอกจากนี้ บริษัทยังคงให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงาน โดยเผยแพร่ความรู้ผ่านอีเมลและ KTC UNITE ของบริษัท เพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงานได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลสุขภาพทั้งกายและใจ ลดความกังวล อีกทั้งเป็นแนวปฏิบัติเพื่อลดโอกาสการเจ็บป่วย หรือการบาดเจ็บจากการทำงาน ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ถูกต้องด้านสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง

หัวข้อที่เรียนรู้

มาทำความรู้จักกับความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สำหรับพนักงาน

ข้อปฏิบัติกรณีฉุกเฉิน เมื่อเกิดอัคคีภัย ห้องพยาบาล โรงพยาบาล และการนำส่งผู้ป่วย



ข้อปฏิบัติด้านความปลอดภัยในการทำงาน
สำหรับพนักงานและกิจกรรม 5 ส













GRI 403-5

หลักสูตร ปฐมพยาบาลเบื้องต้น

วันที่ 28 มกราคม 2566

การเกิดอุบัติเหตุเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดคิดได้ เพราะอุบัติเหตุจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นก็มักจะมากับความเสียหาย หลักสูตร “การปฐมพยาบาลเบื้องต้น” จึงเป็นหลักสูตรที่จะสามารถทำให้ผู้เข้าอบรมเกิดความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิธีการในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นอย่างถูกวิธี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตและลดค่าใช้จ่ายทางด้านค่ารักษาพยาบาลอีกด้วย

ภาคทฤษฎี
1. ความหมาย วัตถุประสงค์ และหลักการของการปฐมพยาบาล
2. การประเมินอาการบาดเจ็บ ลักษณะการบาดเจ็บ

ภาคปฏิบัติ
1. การฝึกการปฏิบัติการช่วยชีวิตขั้นพื้นฐาน (CPR)
2. การเคลื่อนย้ายผู้บาดเจ็บ
3. การฝึกการใช้ผ้าม้วนยึด
4. การฝึกการใช้ผ้าสามเหลี่ยม

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.9**/10 คะแนน









GRI 403-5

Inspiration Talk หัวข้อ “สมดุลชีวิตสร้างได้ กับ พญ.กอบกุลยา (หมอเพื่อน)”

วันที่ 1 มีนาคม 2566

บุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งที่มีคุณค่า บริษัทจึงให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อให้พนักงานได้มีสุขภาวะที่ดีและมีความสุข ทั้งในด้านสุขภาพกายและสุขภาพใจ จึงได้เชิญคุณหมอเพื่อน แพทย์หญิง กอบกุลยา จึงประเสริฐศรี ผู้อำนวยการศูนย์ Premier Life Center โรงพยาบาลพญาไท 2 มาบรรยายให้ความรู้ในเรื่องของการสร้างสมดุลให้กับชีวิต การบริหารเวลาให้เหมาะสม ดูแลเรื่องอาหารและโภชนาการอย่างถูกสุขลักษณะ การพักผ่อนให้เพียงพอต่อร่างกายนั้นส่งผลดีอย่างไร โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่วัยกลางคน การออกกำลังกายเป็นประจำอย่างเหมาะสม เพื่อให้พนักงานทุกคนห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บ เมื่อสุขภาพกายและสุขภาพใจดีแล้ว ย่อมส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นผลสำเร็จได้อย่างดียิ่งด้วย



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ ด้านจิตใจ
- ด้านการดูแลสุขภาพ และโภชนาการที่ดี

“สุขภาพดีไม่มีขาย ชวนมาออกกำลังกายไปกับโอ๋และโอ๋”

วันที่ 21 มีนาคม 2566 - 25 พฤษภาคม 2566

กิจกรรมส่งเสริม Employee Engagement ในด้าน Work / Life Balance สร้างความผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดจากการทำงาน และเสริมสร้างสุขภาพที่ดี โดยใช้เวลาว่างหลังเลิกงานมาเข้าคลาสโยคะและคลาสเต้นกับครูโอ๋ทั้ง 2 ท่าน ซึ่งเป็นพนักงานในเคทีซีที่มีความเชี่ยวชาญในการออกกำลังกาย โยคะ และการเต้น มาเป็นครูผู้สอน ครั้งละ 1 ชั่วโมง



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ ด้านกายภาพ
- ด้านการยศาสตร์ ด้านจิตใจ
- ด้านการดูแลสุขภาพ และโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.6**/10 คะแนน

KTC VIRTUAL EXERCISE CHALLENGE 2023 สามเดือนสะเทือนแคล

วันที่ 15 พฤษภาคม 2566 - 15 สิงหาคม 2566

กิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับชั้น รวมทั้งบริษัทในเครือ ได้หันมาสนใจสุขภาพของตนเองด้วยการออกกำลังกาย โดยไม่จำกัดรูปแบบการออกกำลังกาย เพียงแค่ผู้ร่วมกิจกรรมที่สมัครเข้ามาต้องส่งผลการเบิร์นแคลอรี่ในแต่ละวันผ่านในระบบ KTC UNITE เพื่อสะสมให้ครบตามจำนวนแคลอรี่ที่กำหนดไว้ภายในระยะเวลา 3 เดือน

เมื่อทำได้ 20,000 แคล จะได้เสื้อ Finisher สีเหลือง
เมื่อทำได้ 25,000 แคล จะได้เสื้อ Finisher สีฟ้า และมีสิทธิลุ้นรับนาฬิกา Garmin จำนวน 3 รางวัล



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ ด้านกายภาพ
- ด้านการดูแลสุขภาพ และโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.2**/10 คะแนน

GRI 403-6

กิจกรรมแข่งขันกีฬา

เคทีซีเล็งเห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง รวมถึงฝึกความมีน้ำใจเป็นนักกีฬาแข่งขันอย่างรู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย และยังเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างสายงานและบริษัทในเครือ โดยมีการจัดกิจกรรมแข่งขันกีฬาดังนี้

การแข่งขัน KTC SOCCER CUP 2023

วันที่ 16 กันยายน 2566

การแข่งขันฟุตบอลในร่ม 8 คน ซึ่งจัดแข่งขันเป็นประจำทุกปี โดยมีทีมเข้าแข่งขันทั้งสิ้น 9 ทีม และมีการประกวดทีมเชียร์ ซึ่งมีชมรมฟุตบอลเคทีซี ช่วยสนับสนุนในเรื่องการจัดงาน กฎกติกา และรูปแบบในการแข่งขัน



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ด้านกายภาพ
- ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.54**/10 คะแนน

กิจกรรมการแข่งขันแบตมินตันประจำปี 2023



วันที่ 1 กรกฎาคม 2566

เคทีซีได้จัดสนามแบดมินตันเพื่อให้พนักงานได้ซ้อมออกกำลังกายทุกวันศุกร์ตลอดทั้งปี และมีการจัดกิจกรรมแข่งขันแบดมินตันภายในขึ้นเป็นประจำทุกปี ซึ่งมีชมรมแบดมินตันเคทีซีช่วยสนับสนุนในเรื่องการจัดงาน กฎกติกา และรูปแบบในการแข่งขัน โดยมีการแข่งขันแบ่งเป็น 4 ประเภท
1) ประเภทชายคู่ 2) ประเภทหญิงคู่ 3) ประเภทคู่ผสม 4) ประเภทคู่ทั่วไป (สายแข็ง)

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ด้านกายภาพ
- ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.72**/10 คะแนน

กิจกรรมแบดมินตัน 5 โค้ช อดีตนักแบดมินตันทีมชาติไทย เปิดคลินิกสอนแบด

วันที่ 17 มิถุนายน 2566

ชมรมแบดมินตันเคทีซีและสายงาน Human Resources Organization Development ได้เล็งเห็นถึงโอกาสอันดีที่พนักงานที่มีใจรักในการตีแบดจะได้รับความรู้ และทักษะเพิ่มเติมอย่างถูกต้องจากผู้ฝึกสอนที่มีความเชี่ยวชาญ จึงได้เปิดกิจกรรมคลินิกนักแบด เชิญ 5 โค้ช ที่เป็นอดีตนักแบดมินตันทีมชาติไทย มาสอนเทคนิคและวิธีการเล่นแบดมินตันที่ถูกต้องให้กับผู้ร่วมกิจกรรมทุกคน โดยจัดที่สนามแบดมินตันพรหมลิขิต



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

- ด้านการยศาสตร์ด้านกายภาพ
- ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่ดี

ตัวชี้วัด

ผลการประเมินความพึงพอใจ **9.95**/10 คะแนน

GRI 403-6

นักร้องหลังกำแพง UNITE

มีนาคม - พฤศจิกายน 2566

บริษัทจัดกิจกรรมออนไลน์ผ่าน KTC UNITE ประกาศหาผู้สมัครซึ่งเป็นพนักงานที่มีใจรักในการร้องเพลง ผู้สมัครต้องส่งคลิปเสียงเข้ามาประกวดและต้องผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการ เพื่อมาเป็นนักร้องหลังกำแพง UNITE และให้เพื่อน ๆ พนักงานได้ร่วมกันทายนักร้องที่ร้องเพลงในแต่ละสัปดาห์ โดยผู้สมัครที่ผ่านเข้ารอบ จำนวน 10 คน จะได้รับรางวัล Voucher มูลค่าคนละ 1,000 บาท และผู้ที่ทายถูกในแต่ละสัปดาห์ จะได้รับ Voucher มูลค่า 200 บาท จำนวน 10 คน



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านการยศาสตร์
ด้านจิตใจ

กิจกรรมแต่งกายตามเทศกาลต่าง ๆ

แต่งกายธีมมงคลรับเทศกาลตรุษจีน

วันที่ 19 - 24 มกราคม 2566

กิจกรรมที่สร้างสีสันในช่วงเทศกาลตรุษจีน และเพื่อความเป็นสิริมงคล จึงเชิญชวนให้พนักงานแต่งกายธีมมงคลรับเทศกาลตรุษจีน โดยผู้ที่จะส่งรูปเข้าประกวดจะต้องแต่งกายธีมตรุษจีน และถือสิ่งของมงคล พร้อมบอกความหมายของมงคลเหล่านั้น เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมงคลต่าง ๆ ไปยังหลายเจเนอเรชันในองค์กรของเรา และสร้างความรู้จักกันเพิ่มมากขึ้นในองค์กรอีกด้วย



ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านการยศาสตร์
ด้านจิตใจ



ใส่บาตรสรงน้ำพระ วันสงกรานต์

วันที่ 10 - 12 เมษายน 2566

เพื่อเป็นการสืบสานประเพณีไทยในช่วงเทศกาลสงกรานต์ จึงจัดให้มีการใส่บาตรข้าวสารอาหารแห้ง และจัดซุ้มสรงน้ำพระพุทธรูป เพื่อความเป็นสิริมงคล สร้างขวัญกำลังใจในวันปีใหม่ไทย และทำให้พนักงานและผู้บริหารได้มาสร้างปฏิสัมพันธ์ และใส่บาตรร่วมกันเป็นประจำทุกปี

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านการยศาสตร์
ด้านจิตใจ

GRI 403-6

กิจกรรมแต่งกายตามเทศกาลต่าง ๆ

แฟชั่นนิสตาท้าลมร้อน

วันที่ 18 – 28 เมษายน 2566

ช่วงเดือนเมษายนเป็นเดือนที่ประเทศไทยมีความร้อนสูง เพื่อลดดีกรีความร้อนและสร้าง Employee Engagement ให้เกิดความสุข สดใสในการมาทำงาน และสร้าง Creativity ในเรื่องการแต่งกายซึ่งเป็นความสนุกของพนักงานเคทีซี โดยให้พนักงานเลือกมุมชิค ๆ ในบริษัท เพื่อถ่ายรูปแล้วโพสต์ลง KTC UNITE รูปที่ได้รับการกดไลค์มากกว่า 50 ไลค์ขึ้นไป จะได้รับ Voucher มูลค่า 300 บาท จำนวน 20 รางวัล

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านการยศาสตร์
ด้านจิตใจ





ประกวดภาพถ่าย ต้อนรับวันแม่แชร์สไตล์สองวัย

วันที่ 9 – 20 สิงหาคม 2566

กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวระหว่างคุณแม่กับคุณลูกที่แสดงให้เห็นถึงความต่างของวัย แต่สามารถแต่งตัวสนุก ๆ และถ่ายรูปไปด้วยกันได้อย่างมีความสุข เมื่อนำรูปคู่กับคุณแม่มาโพสต์ใน KTC UNITE เพื่อน ๆ พนักงานก็จะได้เห็นถึงความน่ารักของแต่ละครอบครัว ทำให้เกิดการสานความสัมพันธ์ภายในองค์กร

ประเภทการให้ความรู้และการอบรม

ด้านการยศาสตร์
ด้านจิตใจ

การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพให้แก่พนักงาน

การตรวจสุขภาพประจำปี

การจัดให้พนักงานตรวจสุขภาพประจำปี

ปี 2566
พนักงานใช้สิทธิเข้ารับการตรวจสุขภาพจำนวน
1,382 ราย

จัดให้มีห้องพยาบาล

การจัดให้มีห้องพยาบาลขนาด 2 เตียง ที่อาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เพื่อให้บริการด้านการแพทย์ โดยมียาและเวชภัณฑ์พื้นฐานในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดให้มีพยาบาลประจำห้องพยาบาลคอยให้คำปรึกษาด้านสุขภาพให้กับพนักงานตามมาตรฐานที่เหมาะสม

สวัสดิการค่ารักษาพยาบาล

การจัดให้มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกให้แก่พนักงาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ และครอบคลุมไปถึงครอบครัวของพนักงาน ซึ่งกำหนดเป็นภาคสมัครใจ โดยบริษัทจะช่วยออกค่าเบี้ยประกันสุขภาพจำนวนครึ่งหนึ่งให้กับครอบครัวของพนักงานประจำ

การฉีดวัคซีนป้องกันโรค

การฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัวของพนักงานในราคาพิเศษ เช่น วัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ ไวรัสตับอักเสบบี เป็นต้น

ปี 2566
พนักงานใช้สิทธิเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรค
จำนวน **572** ราย

ดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย

การดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย เฝ้าระวัง ติดตามผล บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วย ตลอดจนให้การดูแลพนักงานที่บาดเจ็บให้ได้รับการรักษาจนสามารถใช้ชีวิตเป็นปกติในการทำงาน

ลงนาม MOU กับสถานพยาบาล

การลงนามในสัญญาความร่วมมือ หรือ MOU กับสถานพยาบาลเพื่อพร้อมสำหรับส่งตัวพนักงานเข้ารับการรักษากรณีฉุกเฉิน ซึ่งทำความร่วมมือร่วมกันมากกว่า 7 ปี

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

GRI 403-6

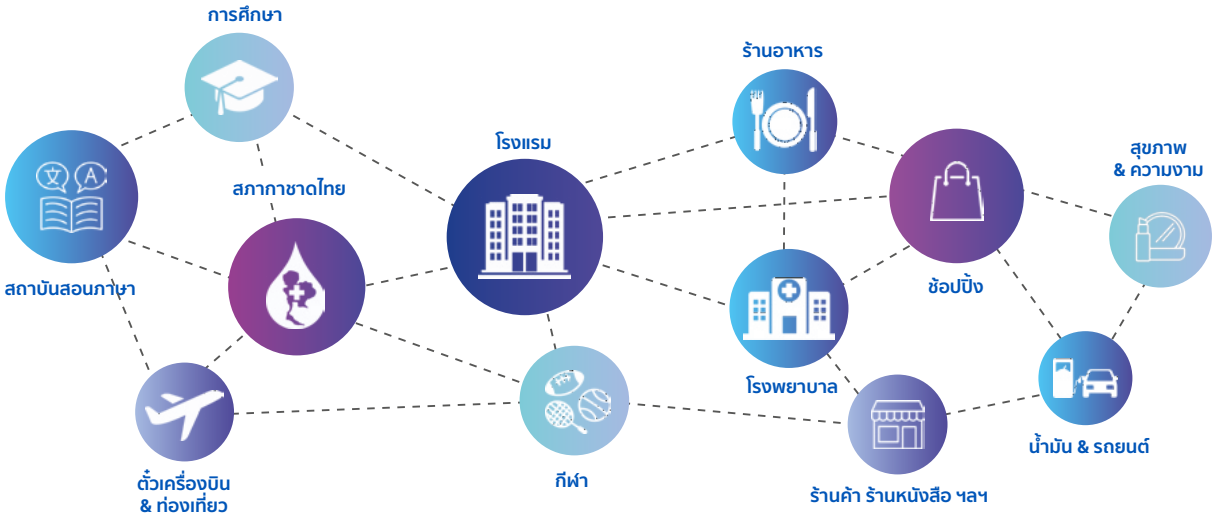
การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน

ความเสี่ยง (Risk)	โอกาส (Opportunity)
ถ้าหากบริษัทละเลยที่จะสร้างโอกาสในการหาพันธมิตรรายใหม่ หรือไม่มีการแบ่งปันทักษะ ความรู้ หรือประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทกับพันธมิตร บริษัทอาจสูญเสียโอกาสในการบรรลุเป้าหมายทั้งด้านผลประกอบการและด้านความยั่งยืน	ถ้าหากบริษัทมีการสร้างพันธมิตรที่หลากหลาย และมีการสนับสนุนทักษะ ความรู้ในการทำงานร่วมกัน จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายความร่วมมือทางธุรกิจ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้เติบโตไปพร้อมกัน

เคทีซีมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อความยั่งยืน โดยร่วมมือกับพันธมิตรหลากหลาย เพื่อร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ให้ตอบโจทย์และมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม รวมถึงเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินการด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างแข็งแกร่ง และสามารถส่งผ่านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์สู่สังคมได้เป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้น ดังนี้

พันธมิตร

เคทีซีร่วมมือกับพันธมิตรต่าง ๆ เพื่อร่วมขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน ผ่านผลิตภัณฑ์ บริการ และสิทธิประโยชน์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลในหมวดต่าง ๆ เช่น



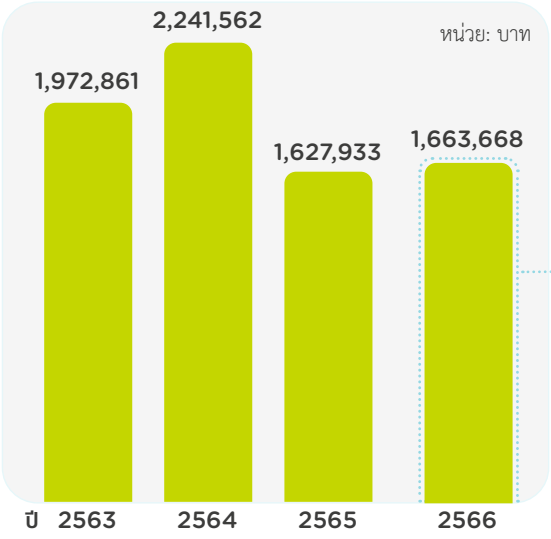
ทั้งนี้ โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการร่วมมือกับพันธมิตรได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล” “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และเว็บไซต์บริษัท https://www.ktc.co.th

GRI 3-3

สมาชิกขององค์กรต่าง ๆ

บริษัทเป็นสมาชิกของสมาคมและองค์กรต่าง ๆ มากมาย เพื่อร่วมแบ่งปันประสบการณ์ ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติที่สมาชิกทุกคนจะนำไปปฏิบัติเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคม

ยอดสนับสนุนแก่องค์กรและเครือข่ายต่าง ๆ



ยอดสนับสนุนสมาคมการค้าหรือกลุ่มที่ได้รับการยกเว้นภาษี
(ทั้งนี้ บริษัทไม่มีการสนับสนุนแก่กิจกรรมทางการเมืองและการล็อบบี้)

ปี 2566



องค์กรที่ได้รับการสนับสนุนสูงสุด 3 อันดับแรก

อันดับ 1. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2527 ในรูปแบบ “มูลนิธิที่ไม่แสวงหากำไร” มีฐานะเป็นองค์กรอิสระไม่ใช่หน่วยงานราชการ ดำเนินการวิจัยเชิงนโยบายในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายด้านเศรษฐกิจ ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานระหว่างประเทศ ตลอดจนริเริ่มการวิจัยเอง เพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยให้เป็นนโยบายที่เอื้อต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://tdri.or.th/)

อันดับ 2. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2517 โดยมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ ซึ่งต่อมาได้มีการออกพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เพื่อยกเลิกพระราชบัญญัติตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2517 และได้กำหนดบทบาทหลักของตลาดหลักทรัพย์ คือ

1. ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ จดทะเบียน และพัฒนาระบบต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายหลักทรัพย์
2. ดำเนินธุรกิจใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น การทำหน้าที่เป็นสำนักหักบัญชี (Clearing House) ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ นายทะเบียนหลักทรัพย์ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.set.or.th/th/about/overview/journey)

อันดับ 3. สมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย

สมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2543 เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งเป็นองค์กรกลางที่จะช่วยผลักดันให้เกิดกิจกรรมสร้างสรรค์ทั้งในด้านการพัฒนาวิชาชีพ และยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานของสมาชิกให้อยู่ในระดับคุณภาพโดยทั่วกัน และในปัจจุบันสมาคมมีสมาชิกซึ่งประกอบด้วย สถาบันการเงิน บริษัทให้เช่าซื้อและลีสซิ่ง และบริษัทให้เช่าซื้อและลีสซิ่งของค่ายผู้ผลิตรถยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจเช่าซื้อ รวมทั้งคุ้มครองและรักษาประโยชน์ของสมาชิก สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขอุปสรรค ข้อขัดข้องต่าง ๆ รวมทั้งสอดส่องและติดตามความเคลื่อนไหวของธุรกิจเช่าซื้อภายในและต่างประเทศเพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจเช่าซื้อ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.thpa.or.th/)

อื่น ๆ

- ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต
- ชมรมสินเชื่อส่วนบุคคล
- แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
- สมาคมการค้าธุรกิจที่พักบูติกไทย
- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
- สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.)
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- หอการค้าไทย

GRI 2-28



มิติสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยง (Risk)

ภัยธรรมชาติที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศมีแนวโน้มเกิดขึ้นบ่อยครั้งและรุนแรงขึ้น ประกอบกับการออกกฎหมายหรือกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากทางการ หากบริษัทขาดการวางแผนจัดการทรัพยากรและบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ อาจส่งผลต่อการดำเนินงานและเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท

โอกาส (Opportunity)

หากบริษัทบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และค่าใช้จ่ายของบริษัท รวมถึงสร้างโอกาสในการขยายฐานลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งทำให้ผู้มีส่วนได้เสียตระหนักต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากขึ้น

ถึงแม้ว่าการดำเนินธุรกิจสินเชื่อรายย่อยของบริษัทจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากนัก แต่เคทีซีก็ไม่ได้ละเลยการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดเป้าหมายและแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เช่น ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการน้ำและของเสีย อีกทั้ง บริษัทมีการรณรงค์ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงาน และกระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึกที่ดี รวมถึงมองหาโอกาสสนับสนุนการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในฐานะสถาบันการเงิน โดยเป็นไปตามที่สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้บูรณาการประเด็นด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเข้าสู่นโยบายและแผนระดับชาติ อันได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของความตกลงปารีส ที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



GR 3-3

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยครอบคลุม



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance หัวข้อ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)

การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ

บริษัทกำหนดและพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมระยะยาว รวมถึงศึกษาและพิจารณาแนวทางกลยุทธ์การลดคาร์บอนและกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมขอบเขต แผนงาน และการดำเนินการที่เหมาะสมในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากลักษณะธุรกิจ น้ำหนักของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนของมิติสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในระดับต่ำจากความเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย นโยบายภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในการสนองตอบต่อภาคีข้อตกลงจากการประชุม COP28 เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านสภาพอากาศที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการพิจารณาแนวทางการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศ (Task Force on Climate-related Financial Disclosures: TCFD) ที่เหมาะสมกับบริษัท โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นดังนี้



การกำกับดูแล

บริษัทมีการกำกับดูแลเกี่ยวกับความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ

กลยุทธ์

บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศขององค์กรทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมถึงผลกระทบต่อธุรกิจ กลยุทธ์ และการวางแผนทางการเงินขององค์กร

การบริหารความเสี่ยง

บริษัทกำหนดให้การบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยมีการวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง โอกาส ผลกระทบ รวมถึงการควบคุมและบรรเทาผลกระทบ การติดตามและรายงานผลความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

บริษัทมีการกำหนดเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งขอบเขตที่ 1 2 และ 3 โดยสอดคล้องกับกลยุทธ์และขั้นตอนการบริหารความเสี่ยง รวมถึงมีการติดตามผลการดำเนินงาน และมาตรการการจัดการอย่างต่อเนื่อง

GR 3-3

การกำกับดูแล

บริษัทมีการกำกับดูแลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัท ดังนี้

คณะกรรมการบริษัท

- อนุมัตินโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงติดตามและกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามกรอบที่ได้กำหนดไว้ โดยได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงาน

คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- พิจารณานโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
- ติดตาม กำกับดูแล และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทซึ่งครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

- เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนและให้การสนับสนุนเพื่อให้ทุกสายงานนำแนวคิดด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน

คณะทำงานด้านความยั่งยืนและ Climate Champions (ประกอบด้วยตัวแทนผู้บริหารและตัวแทนจากทุกสายงาน)

- ดำเนินงานด้านความยั่งยืนซึ่งครอบคลุมด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ความยั่งยืน กลยุทธ์ธุรกิจ และวิสัยทัศน์ของบริษัท
- สื่อสารและติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของสายงาน
- รายงานผลการดำเนินงานให้แก่คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัททราบ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน”)

กลยุทธ์

บริษัทกำหนดให้การบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยวิเคราะห์ความเสี่ยง โอกาส รวมถึงการควบคุมและบรรเทาผลกระทบ ติดตาม และรายงานผลความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk) และความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) ในระดับพื้นฐานทั่วไปเฉพาะในองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและพัฒนาแนวทางในการบรรเทาผลกระทบ (Adaptation) ต่อบริษัท และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับสภาพภูมิอากาศตามข้อเสนอแนะของ TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) โดยครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนปลายน้ำ มีผลลัพธ์ดังนี้

ความเสี่ยง (Risks)

ประเภท	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ	กรอบเวลาของความเสี่ยง	แนวทางควบคุมความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน	**นโยบายและกฎเกณฑ์** • กำหนดให้เปิดเผยรายงานการปล่อยมลพิษ • การเปลี่ยนแปลงหรือการออกกฎระเบียบและนโยบาย	- ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เนื่องจากหน่วยงาน ภาครัฐ หรือหน่วยงานกำกับ มีการเปลี่ยนแปลงหรือออกระเบียบข้อบังคับ/ นโยบายใหม่ ๆ ส่งผลให้บริษัทต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานเพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์	ระยะสั้น-กลาง	- สายงานที่เกี่ยวข้องติดตามกฎระเบียบและข้อบังคับอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งรายงานให้ผู้บริหารและคณะกรรมการทราบถึงผลกระทบทุกครั้งที่ทางการออก/ เปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับ - จัดให้มีผู้ประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
	การตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า เนื่องจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้สินค้าและบริการ	- ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นจากการที่บริษัทต้องพัฒนาบุคลากร ช่องทาง หรือผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดรับกับแนวโน้มของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป	ระยะยาว	พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีส่วนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น KTC Mobile, e-Coupon, e-Statement และ PIN เป็นต้น เพื่อลดการใช้ทรัพยากร ลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับลูกค้า
	ชื่อเสียง การถูกแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียหากบริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม	- นักลงทุนที่สนใจด้านสิ่งแวดล้อมอาจลดความสนใจในบริษัท - ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียลดลง	ระยะกลาง	- มีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีสายงานที่เกี่ยวข้องรายงานความคืบหน้าของเป้าหมายความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ต่อผู้บริหารและคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการเปิดเผยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนให้ผู้มีส่วนได้เสียได้รับทราบ
	เทคโนโลยี เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	- บริษัทไม่สามารถปรับตัวได้ทันตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี - ผู้มีส่วนได้เสียมีความเชื่อมั่นลดลง	ระยะยาว	- มีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมและเทคโนโลยี - มีการกำหนดกลยุทธ์และสายงานผู้รับผิดชอบ เพื่อดำเนินการตามเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม
ความเสี่ยงด้านกายภาพ	ภัยธรรมชาติแบบฉับพลัน เช่น น้ำท่วมและภัยแล้ง	- ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการป้องกันหรือการฟื้นฟูจากภัยธรรมชาติ - ความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้าและบริษัท	ระยะกลาง	- จัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) รวมทั้งแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติต่าง ๆ ตลอดจนจัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และทรัพยากรที่ใช้เรียกคืนการดำเนินงานสำหรับกิจกรรมที่สำคัญ
	ภัยธรรมชาติแบบเรื้อรัง เช่น ฝนไม่ตกตามฤดูกาลและอุณหภูมิโลกที่เพิ่มขึ้น		ระยะยาว	

โอกาส (Opportunity)

แนวโน้มการให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศและผู้คนหันมาใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อม หรือสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งบริษัทมองเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าดังกล่าว อันเป็นการขยายตลาดในกลุ่มเป้าหมายใหม่ สร้างโอกาสในการแข่งขันและเติบโตของธุรกิจ ดังนี้

ประเด็นโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	โอกาสหรือประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับองค์กร	แนวการตอบสนองโอกาส
ผลิตภัณฑ์และบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่หลากหลาย	• ขยายตลาดในกลุ่มเป้าหมายใหม่ และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการ • สร้างโอกาสในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจ • ช่วยเพิ่มฐานลูกค้าสมาชิก • ช่วยลดปริมาณขยะและค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการบัตรพลาสติก หรือกระดาษ	จัดให้มีผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงโปรโมชันพิเศษให้กับลูกค้าที่ได้ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นด้านนวัตกรรมดิจิทัล เช่น KTC Digital Credit Card สร้างความปลอดภัยด้วยการเป็นบัตรที่ไร้หมายเลขบนบัตร (Numberless Card) และ เลขหลังบัตรที่เปลี่ยนทุกครั้ง (Dynamic CVV/CVC2)
การตลาด การนำเสนอสินค้า บริการ โปรโมชันที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และลดผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	• ลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ	นำเสนอสินค้า บริการ โปรโมชัน และการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์แทนกระดาษ เช่น e-Coupon, e-Statement , Newsletter และ PIN เป็นต้น
การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	• ลดต้นทุนในการดำเนินงาน • ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	• การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กระดาษ หรือเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น • การรณรงค์และสร้างความตระหนักในการใช้ทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น น้ำ ไฟ และกระดาษ เป็นต้น • ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมี ประสิทธิภาพ เช่น การจัดทำแบบฟอร์มต่าง ๆ ในรูปแบบออนไลน์

การบริหารความเสี่ยง

การระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทจัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยงซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Environmental, Social and Governance Risks) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จะดำเนินการภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยสายงานที่เกี่ยวข้องจะทำการระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยง ทั้งด้านการเปลี่ยนผ่านและด้านกายภาพ ผ่านเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ในกรณีที่ความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (Rather High) ขึ้นไป สายงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดทำแผนรองรับ และรายงานต่อผู้บริหาร รวมถึงคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee ซึ่งประกอบด้วย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารแต่ละสายงานในการบรรเทาผลกระทบของความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน เคทีซีมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย/ กฎระเบียบ รวมไปถึงแนวโน้มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจจับสัญญาณความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจมีความสำคัญและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม นอกจากนี้เคทีซียังได้จัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) และจัดหาศูนย์ปฏิบัติงานสำรองที่มีความพร้อมรองรับการดำเนินงานที่เป็น Critical Business Function เพื่อลดผลกระทบทางกายภาพ **ในปี 2566 การประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม มีระดับความเสี่ยงต่ำ และไม่พบประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ**

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

ในการประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และกระบวนการจัดการความเสี่ยงขององค์กร เคทีซีกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ครอบคลุมการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการของเสีย รวมทั้งมีการประเมิน Climate Risk จากแบบประเมินความเสี่ยง ESG เพื่อติดตามความเสี่ยงที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 และเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายเป็นประจำทุกปี ซึ่งการคำนวณเป็นไปตามแนวทางการจัดทำคาร์บอนฟุตพรินท์สำหรับองค์กรขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

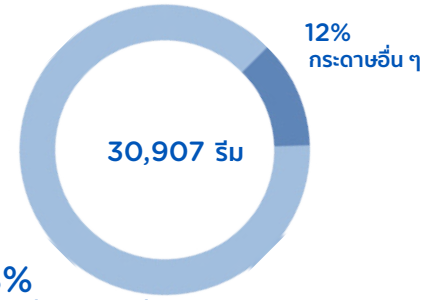


การลดการใช้กระดาษ

การลดการใช้กระดาษจากกระบวนการทำงาน

บริษัทมีนโยบายลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานทุกแผนกทั่วทั้งองค์กร โดยเปลี่ยนมาจัดเก็บเอกสารสำคัญในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ พัฒนาระบบงานเพื่อใช้ในกระบวนการทำงานต่าง ๆ เพื่อลดการใช้เอกสาร จัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการสำเนาเอกสารส่งออกไปยังหน่วยงานอื่น รวมถึงการใช้กระดาษรีไซเคิลภายในหน่วยงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลทั้งจากการส่งเอกสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือการนำเอกสารมารีไซเคิล เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษซึ่งผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ และสะดวกต่อการสืบค้น อีกทั้งยังประหยัดพลังงานไฟฟ้าในการถ่ายสำเนาเอกสาร

ปริมาณการสั่งซื้อกระดาษสำหรับใช้ในการดำเนินงานปี 2566



การสนับสนุนให้เกิดการลดการใช้กระดาษผ่านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่หลากหลายในการนำเสนอสินค้า บริการ โปรโมชัน และการชำระเงิน เช่น แอปพลิเคชัน KTC Mobile, บริการ KTC Online หรือ QR PAY ทำให้บริษัทสามารถผสานกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

ปี 2566
KTC มีจำนวน e-Coupon ที่ส่งให้แก่ลูกค้า จำนวน
2,664,530 รายการ
สามารถลดการใช้กระดาษ **1,330** รีม

- **e-Coupon**

การนำเทคโนโลยี e-Coupon มาประยุกต์ใช้ในการรับส่วนลด ณ ร้านค้าพันธมิตร เพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ และเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่มีการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟน เคทีซีได้พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถรองรับการใช้งาน e-Coupon เพื่อนำมาทดแทนคูปองส่วนลดในรูปแบบกระดาษ โดยส่ง e-Coupon ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน KTC Mobile และแอปพลิเคชัน MAAI BY KTC เพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดง ณ ร้านค้าในการรับสิทธิประโยชน์ อีกทั้ง e-Coupon ดังกล่าวยังเป็นการอำนวยประโยชน์ให้กับร้านค้าในการควบคุม ป้องกัน การทุจริตจากช่องว่างของกระบวนการจัดการอีกด้วย โดยลูกค้าสามารถรับ e-Coupon ผ่านทางแอปพลิเคชัน KTC Mobile และ MAAI BY KTC จากกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เช่น การแลกคะแนน การใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น

- **ATM PIN (PIN Mailer)**

บริษัทยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) ให้กับสมาชิกสำหรับการอนุมัติบัตรใหม่และการออกบัตรทดแทน (replace/ transfer) โดยสมาชิกสามารถตั้งรหัส PIN ได้ด้วยตัวเองผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและใช้ได้ทันที

ปี 2566
KTC สามารถลดการใช้กระดาษจากการยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer)
1,954 รีม
หมายเหตุ: ATM PIN (PIN mailer) 1 ฉบับ เท่ากับ กระดาษ 1.5 แผ่น และ 500 แผ่น เท่ากับ 1 รีม

GRI 305-3, 306-2

• e-Statement

บริษัทตระหนักและพร้อมร่วมลดปัญหาภาวะโลกร้อน โดยบริษัทปรับเปลี่ยนการดำเนินการแจ้งยอดค่าใช้จ่ายในรูปแบบกระดาษเป็นใบแจ้งยอดทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดปัญหาเอกสารใบแจ้งยอดชำรุด สูญหาย และเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ในการตรวจสอบค่าใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการจัดพิมพ์ใบแจ้งยอดที่เป็นกระดาษ ตลอดจนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานในการกำจัดขยะที่เกิดจากใบแจ้งยอดที่ไม่ได้ใช้แล้ว ผ่านการดำเนินโครงการต่าง ๆ ดังนี้

2562

Switch Even Better
เพื่อชีวิตที่ดีในวันนี้และอนาคต

กลุ่มเป้าหมาย: พนักงาน
แนวความคิดที่สำคัญ: **“เปลี่ยนเพื่อตัวเรา”**กระตุ้นให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายในรูปแบบกระดาษเป็นใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์
ช่องทางการสื่อสาร: ผ่านทาง E-mail และ Townhall

Switch to e-Statement

กลุ่มเป้าหมาย: ลูกค้าปัจจุบัน
แนวความคิดที่สำคัญ: ต่อยอดแนวคิดเชิญชวนสมาชิกเคทีซีโดยเริ่มจากการทำ Empathy ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พบว่าให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมและสนใจเข้าร่วมสมัครรับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่าย (e-Statement)
ช่องทางการสื่อสาร: ผ่านทาง email และเจ้าหน้าที่คอนแทคเซ็นเตอร์ (Contact Center) แนะนำบริการสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ให้กับสมาชิกทุกรายที่แจ้งว่าไม่ได้รับใบแจ้งยอดจากบริษัท

2563

Save the World

กลุ่มเป้าหมาย: ลูกค้าปัจจุบัน
แนวความคิดที่สำคัญ: **“ช่วยโลก ลดโลกร้อน”**
ชวนทำดี รักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการลดใช้กระดาษ และเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาป่าใหญ่ โดยเมื่อสมัคร e-Statement จะมีส่วนร่วมบริจาค 20 บาท ให้กับมูลนิธิสืบนาคะเสถียร
ช่องทางการสื่อสาร: KTC Mobile

จำนวนสมาชิกเคทีซีที่เข้าร่วมโครงการ **34,218** ราย

ยอดเงินบริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิฯ จำนวน **684,360** บาท

2564

Touchless

กลุ่มเป้าหมาย: ลูกค้าปัจจุบัน
แนวความคิดที่สำคัญ: **“ลดการสัมผัส ลดการติดเชื้อ COVID-19”** ชวนสมัครบริการ e-Statement ลดความเสี่ยงจากการสัมผัสกระดาษ โดยเมื่อสมัครบริการ เคทีซีจะเปลี่ยนเป็นเงินสมทบเข้าศิริราชมูลนิธิ จำนวน 20 บาท เพื่อร่วมสนับสนุนจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์รักษาผู้ป่วย COVID-19
ช่องทางการสื่อสาร: KTC Mobile

จำนวนสมาชิกเคทีซีที่เข้าร่วมโครงการ **11,267** ราย

ยอดเงินบริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิฯ จำนวน **225,340** บาท

2565

Security

กลุ่มเป้าหมาย: ลูกค้าใหม่/ ลูกค้าปัจจุบัน
แนวความคิดที่สำคัญ: **“ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว”** ลดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูลที่มาจากกระดาษ เสนอตัวช่วยทำชีวิตให้ง่ายขึ้น ไม่ต้องรอ ปลอดภัย สบายขึ้น เมื่อสมัคร e-Statement หรือใช้ KTC Mobile Application หรือ “เปลี่ยนวิธีการเลือกรับใบแจ้งยอด (Statement) ในใบสมัครบัตร” โดยจะส่งให้ทาง E-mail ที่ลูกค้าแจ้งในใบสมัครเท่านั้น และสามารถเลือกเปลี่ยนแปลงได้เองในภายหลังผ่าน Contact Center หรือ KTC Mobile และสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้ทรัพยากรร่วมด้วย
ช่องทางการสื่อสาร: KTC Mobile, E-mail (KTC Newsletter)

จำนวนสมาชิกเคทีซีที่เข้าร่วมโครงการ **248,611** ราย

ลดการใช้กระดาษประมาณ **7,066** รีม

2566

Generational Insight

กลุ่มเป้าหมาย: ลูกค้าปัจจุบัน
แนวความคิดที่สำคัญ: **“ความต้องการที่ต่างกันในแต่ละวัย”** เลือกเสนอบริการ e-Statement ในมุมมองที่ต่างกันตาม Characteristic ของ Generation โดยสื่อสารด้วยข้อความที่แตกต่างกัน
ช่องทางการสื่อสาร: KTC Mobile

จำนวนสมาชิกเคทีซีที่เข้าร่วมโครงการ **592,610** ราย

ลดการใช้กระดาษประมาณ **15,608** รีม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)

• Welcome Book

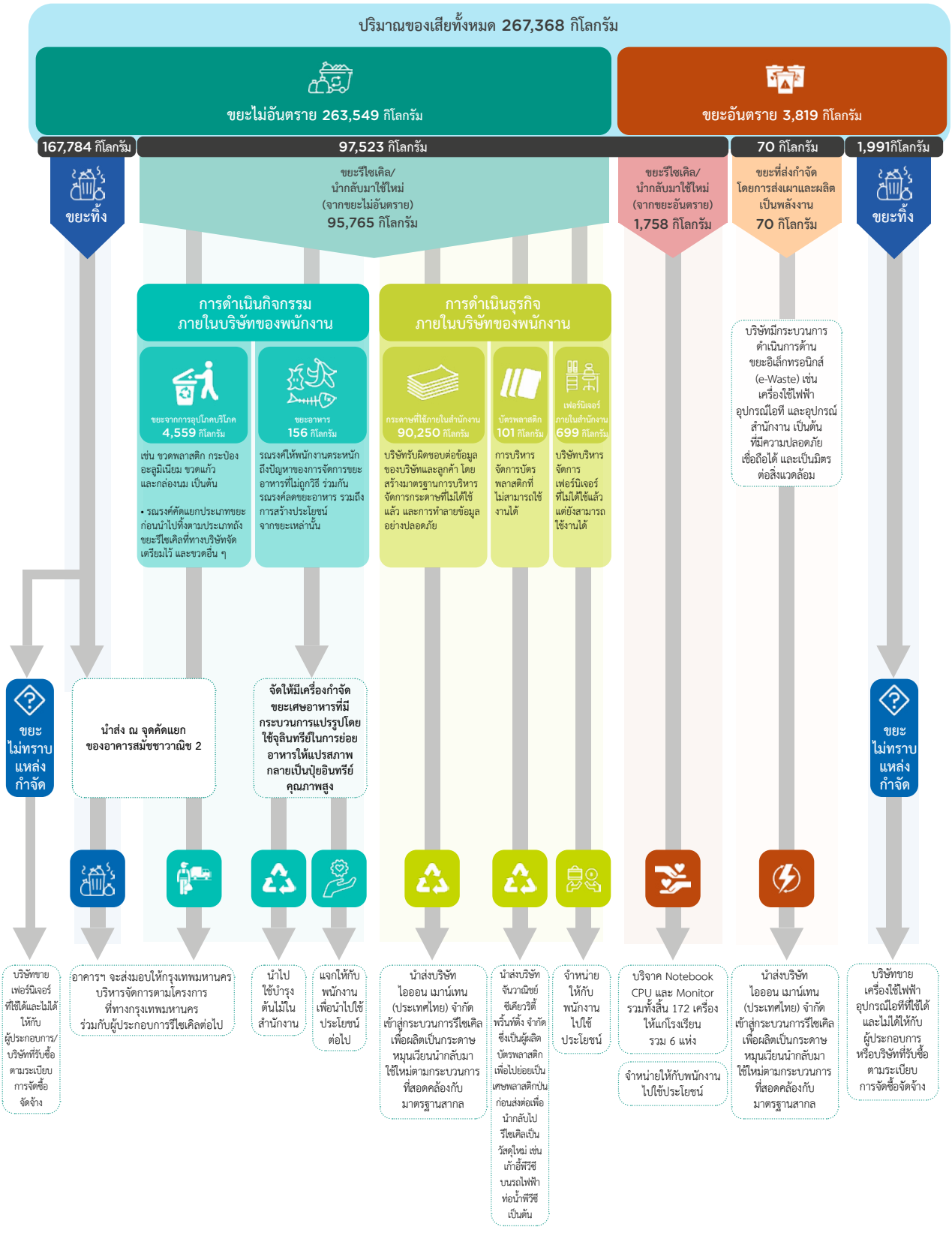
บริษัทยกเลิกการส่ง Welcome Book และข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร ให้แก่สมาชิก โดยเปลี่ยนเป็นการจัดส่งทาง E-mail แทน

ปี 2566
เคทีซีสามารถลดการใช้กระดาษจากการยกเลิกการส่ง Welcome Book และข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร จำนวน
2,861 รีม

การบริหารจัดการของเสีย

การจัดการของเสีย

บริษัทแบ่งการจัดการของเสียเป็น 2 ส่วน คือ



GRI 302-4, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

การใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ

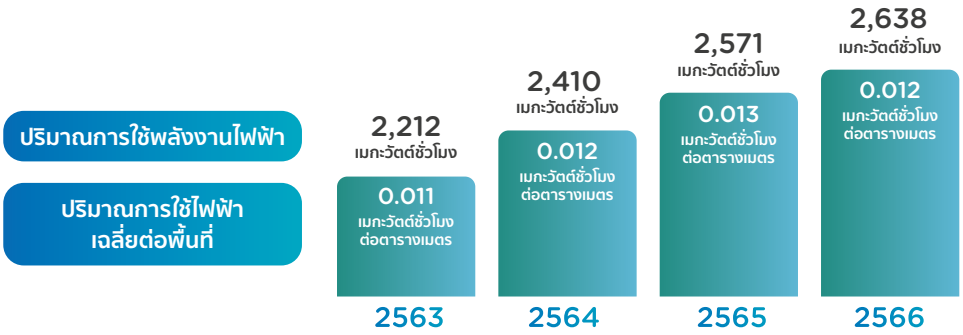
บริษัทลดการใช้ไฟฟ้าภายในสำนักงาน ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

- เลือกใช้หลอดไฟฟ้าเป็นหลอด LED ทั้งสำนักงานใหญ่ รวมถึงจุดให้บริการ KTC TOUCH ทั่วประเทศ
- เลือกใช้หลอดไฟฟ้าเป็นหลอด LED ในโครงการก่อสร้างและตกแต่งพื้นที่ภายในอาคาร
- วัดค่าความสว่างจากหลอดไฟเพื่อให้พนักงานได้รับความสว่างที่เหมาะสม
- ลดการใช้ไฟฟ้าในบริเวณที่ไม่จำเป็น
- บริหารเวลาในการเปิด - ปิดระบบเครื่องปรับอากาศตั้งแต่เวลา 7.30-18.00 น.
- ปรับอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศให้อยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสม
- รณรงค์ให้พนักงานช่วยกันประหยัดพลังงาน

ปริมาณการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยต่อพื้นที่

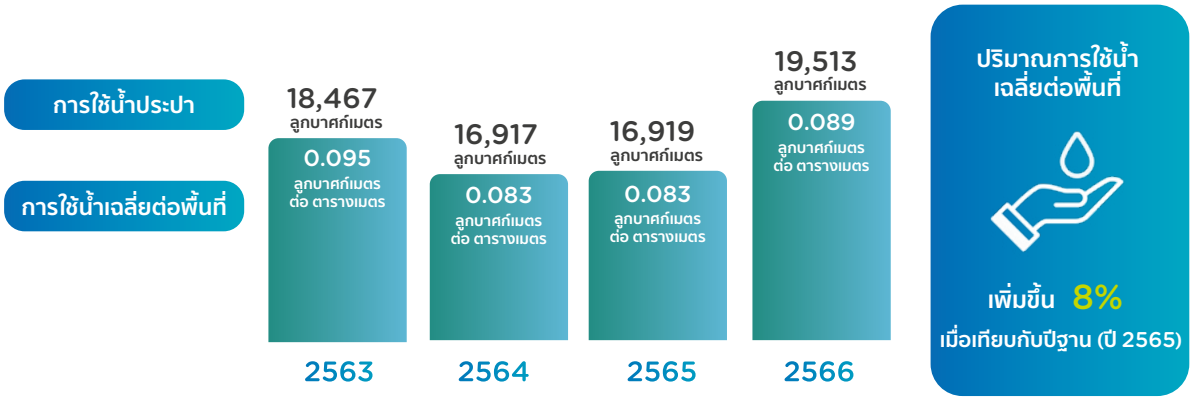
ลดลง 4%

เมื่อเทียบกับปีฐาน (ปี 2565)



การบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรน้ำ จึงได้รณรงค์สร้างจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็น ร่วมกันใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งตรวจสอบการรั่วของก๊อกน้ำและท่อน้ำเป็นประจำ น้ำที่ใช้จะเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำเสียของอาคารสมัชชาวาณิช 2 ที่มีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพและปฏิบัติตามกฎหมาย นอกจากนี้ในโครงการก่อสร้างและตกแต่งออฟฟิศชั้น G ที่เปิดใช้บริการในปี 2566 บริษัทได้เปลี่ยนเป็นใช้ก๊อกน้ำและสุขภัณฑ์แบบอัตโนมัติ เพื่อช่วยให้ประหยัดน้ำและลดการสัมผัสเชื้อโรค



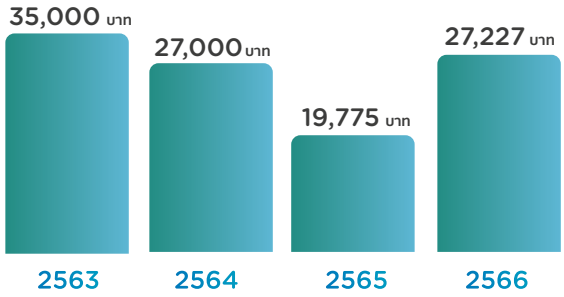
ทั้งนี้ การใช้น้ำที่สูงขึ้นมาจากการเช่าพื้นที่และอัตราการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

GRI 302-1, 302-3, 302-4, 305-1

การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง

บริษัทมีการทำสัญญาเช่าสำหรับรถยนต์ส่วนกลางและรถสำหรับผู้บริหาร บริษัทได้กำหนดคุณภาพของรถยนต์ เพื่อให้เลือกใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Fuel) ลดมลพิษที่ปล่อยจากท่อไอเสีย เช่น น้ำมัน E20, E85 โดยการเดินทางเป็นไปตามความจำเป็นเพื่อธุรกิจเท่านั้น

การประหยัดค่าใช้จ่ายพลังงานเชื้อเพลิง



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

จากการบริหารจัดการทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ของบริษัท ส่งผลให้บริษัทมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนี้

	GHG Scope 1	GHG Scope 2	GHG Scope 3	รวม
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	524 เมตริกคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,319 เมตริกคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	166 เมตริกคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	2010 เมตริกคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อจำนวนพนักงานรวมลดลงเมื่อเทียบกับปีฐาน (2565)	0.2%	2.9%	1.1%	2.1%



ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

GRI 302-2, 305-2

การให้ความรู้และสร้างความตระหนักในองค์กร

แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ได้ส่งผลกระทบในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) โดยตรงในปริมาณมากเช่นในอุตสาหกรรมอื่น แต่บริษัทเชื่อว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศนั้น สามารถทำได้ทุกคนและเริ่มต้นได้ง่าย ๆ ทันที เพียงแต่ละคนใส่ใจในกิจกรรมประจำวันของตน โดยบริษัทได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบัน ผ่านโครงการต่าง ๆ รวมถึงสื่อสารความรู้ด้านความยั่งยืนผ่าน KTC UNITE ดังนี้



KTC ECO ZONE: รณรงค์คัดแยกขยะให้ถูกประเภท ก่อนทิ้ง

- ออกแบบถังขยะรีไซเคิลให้มีความชัดเจนมากขึ้นเพื่อให้พนักงานสามารถแยกทิ้งขยะได้ถูกประเภทและสามารถจัดวางตามพื้นที่ต่าง ๆ ที่พนักงานเข้าถึงง่าย และเป็นบริบทเดียวกับพื้นที่สำนักงาน
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้พนักงานรับทราบ เพื่อปลูกจิตสำนึก กระตุ้นการคัดแยกขยะที่ถูกต้อง เพื่อลดปริมาณขยะทิ้ง และเพิ่มการนำขยะกลับมารีไซเคิล



กิจกรรมแยกช้อน-ส้อม พลาสติก ก่อนทิ้ง

เคทีซีเชิญชวนพนักงานลดปริมาณขยะพลาสติกจากช้อน-ส้อม แล้วส่งต่อให้กับโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ เพื่อนำไปเข้าโครงการ Recycle อย่างถูกวิธีต่อไป



รณรงค์ประหยัดไฟฟ้าและช่วยลดโลกร้อน

เคทีซีรณรงค์และสร้างความตระหนักให้พนักงานร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการประหยัดไฟฟ้า และการใช้พลังงาน หรือการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยแสดงผลกระทบจากปริมาณการใช้ไฟฟ้าและค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในแต่ละเดือน และเชิญชวนพนักงานลดค่าใช้จ่ายในการใช้ไฟฟ้าและพลังงานผ่านการประชาสัมพันธ์ทางอีเมล

ประกวดการแต่งกายนพมาศ ธีม ลอยกระทงยุคใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

เคทีซีจัดกิจกรรมขึ้นเพื่อสร้างสีสันในเทศกาลลอยกระทง สืบสานวัฒนธรรมไทย โดยจัดให้พนักงานประกวดการแต่งกายชุดนพมาศในโจทย์ที่ชุดแต่งกายจะต้องมีส่วนประกอบที่มาจากวัสดุรีไซเคิลหรือวัสดุธรรมชาติ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ภาวะโลกร้อนในปัจจุบันที่เข้าขั้นวิกฤติ โดยตัดสินจากการโหวตของพนักงานในองค์กร ว่าผู้เข้าประกวดท่านใดสามารถสร้างสรรค์ผลงานตอบโจทย์และสามารถสร้างกระแสการรักษ์โลกภายในองค์กร



การเสวนาให้ความรู้ KTC FIT Talk #10 “ถึงเวลาพลังงานทางเลือก เป็นพลังงานทางรอด”

เคทีซีร่วมกับกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานและบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ร่วมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน และผู้สนใจ โดยเชิญตัวแทนภาครัฐและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน ร่วมเปิดมุมมองต่อพลังงานทางเลือก แนวโน้มของการใช้งานรถพลังงานไฟฟ้าและโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงพลังงานทางเลือกในระดับครัวเรือน และสิทธิพิเศษเพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายสมาชิกบัตรเครดิตและผู้บริโภค



ผู้เข้าร่วมเสวนา 75 คน

- สื่อมวลชน 60 คน (สายเศรษฐกิจ/ การเงิน/ ประกัน/ การตลาด/ การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน/ กิจกรรมเพื่อสังคม) — รูปแบบ: ออนไลน์และออฟไลน์
- พนักงานเคทีซี 15 คน — รูปแบบ: ออฟไลน์

ผู้เข้าชมคลิปวิดีโอและ Live ผ่าน Facebook: KTC Journey

- จำนวนการมองเห็น (Reach): 1,874 ครั้ง
- จำนวนการมีส่วนร่วม (Engagement): 97 ครั้ง

จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ 160 ข่าว

เทียบเท่ามูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ 10,907,252 บาท

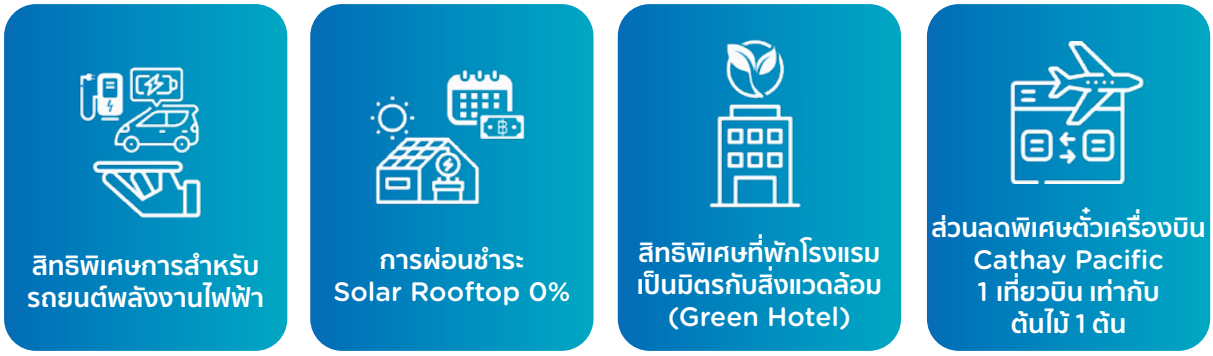
วันที่จัดงาน 28 พฤศจิกายน 2566

การสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

บริษัทสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับพันธมิตร ดังนี้

ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้จัดสินเชื่อและโปรโมชันพิเศษเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้สนับสนุนผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยได้พิจารณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print มาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ในปี 2566 บริษัทได้ปรับปรุงสำนักงานอาคาร UBC II ชั้น G, P2B และอาคารไทยซัมมิท ชั้น 17 โดยได้มีการจัดซื้อสินค้า วัสดุก่อสร้าง และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เช่น สีทาภายใน เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

การเข้าร่วมโครงการ Care the Bear

บริษัทเข้าร่วมโครงการ “Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event” ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2562 เพื่อลดปัญหาโลกร้อนด้วยการลดคาร์บอนฟุตพรินท์จากการจัดกิจกรรมหรืออีเวนท์ (Eco Event) ผ่าน 6 แนวทาง ได้แก่

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

ในปี 2566 บริษัทสามารถลดปริมาณคาร์บอนฟุตพรินท์ จากการดำเนินธุรกิจและการจัดการทรัพยากรภายในองค์กรได้มากกว่า 340,000 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า



GRI 302-2, 305-5

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

กลุ่มบริษัทของเคทีซี ประกอบด้วย

- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัทย่อย ได้แก่
  - บริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด
  - บริษัท เคทีซี นาโน จำกัด
  - บริษัท เคทีซี พรีเพด จำกัด
  - บริษัท กรุงไทยธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด
- บริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอรี่ จำกัด มีวัตถุประสงค์การประกอบธุรกิจเป็นธุรกิจโฮลดิ้ง

งบการเงินรวมได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และรวมส่วนได้เสียในบริษัทร่วม โดยงบการเงินประจำปีครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566

รายงานความยั่งยืนได้จัดทำขึ้นโดยรวบรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซี บริษัท เคทีซี พิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เท่านั้น ข้อมูลในรายงานความยั่งยืนปี 2566 ครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2566 โดยบริษัทจะจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ โดยมีกรอบการรายงานสากลที่สอดคล้องกับแนวทางของ Global Reporting Initiatives หรือ GRI with reference และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) โดยบริษัทระบุวันเผยแพร่และข้อมูลรายงานความยั่งยืนบนเว็บไซต์ของบริษัท (https://www.ktc.co.th/sustainability-development)

หมายเหตุ:

รายงานความยั่งยืนของบริษัทฉบับนี้ ไม่ได้รวบรวมผลการดำเนินงานของบริษัท เคทีซี นาโน จำกัด และบริษัท เคทีซี พรีเพด จำกัด เนื่องจากยังไม่ได้ดำเนินงานอย่างเต็มรูปแบบ และบริษัท กรุงไทยธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด เนื่องจากบริษัทอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล อย่างไรก็ดีรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และข้อมูลของบริษัทดังกล่าวไว้ เพื่อสื่อสารถึงความตั้งใจของเคทีซีในการร่วมพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน

การติดต่อสอบถามเกี่ยวกับรายงาน

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
เลขที่ 591 อาคารสมัชชาวาณิช 2 ชั้น 14
ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย
โทรศัพท์ : 02 828 5017, 02 828 5369
อีเมล : sdktc@ktc.co.th

GRI 2-2, 2-3, 3-1

การรับรองรายงาน

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจได้จากข้อมูลทางบัญชี ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทั้งนี้ บริษัทยังไม่ได้จัดให้มีการรับรองความถูกต้องของข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้จัดให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI Standards โดยผู้ให้การรับรองภายนอก อย่างไรก็ดีการจัดให้มีการรับรองรายงานเป็นส่วนหนึ่งในแผนการดำเนินงานในอนาคต

เอกสารอ้างอิงของบริษัทที่เกี่ยวกับการจัดทำรายงาน

สามารถพิจารณาได้จาก

- **https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance**

  ประกอบด้วย

  1. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ
  2. คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
  3. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
  4. กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
  5. จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และการรักษาข้อมูลความลับ
  6. ประกาศ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผย หรือการใช้ข้อมูลภายในของบริษัท
  7. สรุประเบียบปฏิบัติ เรื่อง มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
  8. สรุปนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

- **https://www.ktc.co.th/investor-relations/publications-webcast/investorkits**

  ประกอบด้วย

  1. แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2566
  2. งบการเงิน
  3. คำอธิบายวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (MD&A)

- **https://www.ktc.co.th/investor-relations/financialinformation/tax-policy**

  นโยบายด้านภาษี

GRI 2-5

คำอธิบายเพิ่มเติม

มิติสังคม

พนักงาน

พนักงาน หมายถึง บุคคลที่ได้รับว่าจ้างให้ทำงานกับบริษัท โดยได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่บริษัทกำหนด ซึ่งพนักงานทั้งหมดเป็นพนักงานแบบเต็มเวลา (Full-time Employees) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. พนักงานประจำ (Permanent)

หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัทไว้เป็นการประจำ ไม่มีระบุระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง และได้ผ่านการทดลองปฏิบัติงานและบรรจุเป็นพนักงานประจำแล้วตามเงื่อนไขการจ้างงาน โดยแบ่งเป็น

1.1 พนักงานบริหาร

1.1.1 พนักงานบริหารระดับสูง หมายถึง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารทุกรายที่มีสายการบังคับบัญชาตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารตามโครงสร้างของบริษัท

1.1.2 พนักงานบริหารระดับกลาง หมายถึง ระดับใต้ข้อที่ 1.1.1 ลงมาถึงระดับผู้จัดการอาวุโส

1.1.3 พนักงานบริหารระดับต้น หมายถึง ระดับผู้จัดการ

1.2 พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร

1.2.1. พนักงานปฏิบัติการ หมายถึง ระดับผู้ช่วยผู้จัดการลงมาถึงระดับเจ้าหน้าที่

2. พนักงานสัญญาจ้าง (Contractor)

หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัท โดยได้ระบุระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง

พนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้

หมายถึง พนักงานบริหารในสายงานการตลาดบัตรเครดิต (Credit Card Marketing Business Unit), ฝ่ายการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Division), สายงานบริหารช่องทางการขาย (Distribution Business Unit), สายงานบริหารร้านค้าสมาชิก (Merchant Acquiring Business Unit), สายงานสินเชื่อรถยนต์ (Auto Loan Business Unit), สายงานสินเชื่อบุคคล (Personal Loans Business Unit)

พนักงาน STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics)

หมายถึง พนักงานในกลุ่มสายงานการเงิน (Finance Business Unit), สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Business Unit), ฝ่ายบริหารข้อมูลและความเสี่ยงด้านเครดิต (Data Management & Credit Risk Management Division), ฝ่ายพัฒนากระบวนการทำงาน (Process Development Division)

พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานในไทย ร้อยละ 100

การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

คำนิยาม

- **จำนวนวัน** คือ Scheduled Work Day
- **การบาดเจ็บ (Injury)** หมายถึง การบาดเจ็บจนถึงขั้นเสียชีวิต (Fatalities), ทุพพลภาพถาวร (Permanent Total Disabilities), หยุดงาน (Lost Workday Case) ถูกจำกัดลักษณะการทำงาน (Restricted Workday Case) รับการรักษาทางการแพทย์ ทั้งนี้ไม่รวมถึงการบาดเจ็บที่ได้รับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (Medical Treatment Beyond First Aid) รวมถึงอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่เกิดจากการทำงาน
- **การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน** หมายถึง การบาดเจ็บจากการทำงานที่ทำให้หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป (เริ่มนับวันหยุดถัดจากวันที่เกิดอุบัติเหตุ)
- **การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต** หมายถึง การเกิดอุบัติเหตุเนื่องจากการทำงาน หรือกิจกรรมของบริษัทเป็นเหตุให้มีผู้บาดเจ็บ หรือเจ็บป่วยจนถึงขั้นเสียชีวิต
- **พนักงานพ้นสภาพ** หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท ในกรณีลาออก เกษียณอายุ การเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน และการไม่ต่อสัญญาจ้าง และผู้เสียชีวิตจากการปฏิบัติหน้าที่
- **พนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ** หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท โดยไม่รวมการเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน และการไม่ต่อสัญญาจ้าง และผู้เสียชีวิตจากการปฏิบัติหน้าที่

GRI 2-7, 2-8

การคำนวณ

- **จำนวนชั่วโมงการทำงาน =** (จำนวนคน X จำนวนวันทำงาน X จำนวนชั่วโมงการทำงานปกติ (ต่อวัน)) + จำนวนชั่วโมงล่วงเวลารวม (เฉพาะกรณีพนักงานปฏิบัติการ)

- **จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี =** จำนวนคน X จำนวนวันทำงานในรอบปี

- **อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR) =**

$$\frac{\text{จำนวนครั้งการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้ (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR) =**

$$\frac{\text{จำนวนรายของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR) =**

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต =**

$$\frac{\text{จำนวนครั้งการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นเสียชีวิต (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราการขาดงาน (AR) =**

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บและเจ็บป่วยจากการทำงานรวมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาตในช่วงเวลาที่รายงาน x 100}}{\text{จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี}}$$

- **อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR) =**

$$\frac{\text{จำนวนรายการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราสูญเสียวันทำงาน (LDR) =**

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- **อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมถึงการเสียชีวิต) =**

$$\frac{\text{จำนวนครั้งบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน) x 1,000,000 (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน}}$$

- **อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด =**

$$\frac{\text{จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร x 100}}{\text{จำนวนพนักงานที่ต้องกลับมาทำงานหลังจากครบกำหนดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร}}$$

- **อัตราการคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด =**

$$\frac{\text{จำนวนพนักงานที่คงอยู่ 12 เดือน หลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร x 100}}{\text{จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์การลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตรปีก่อนหน้า}}$$

มิติสิ่งแวดล้อม

พลังงานไฟฟ้า

บริษัทใช้ไฟฟ้าในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมของบริษัท ได้แก่ หลอดไฟส่องสว่าง อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท โดยรวบรวมข้อมูลการใช้ไฟฟ้าจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ก๊าซเรือนกระจก

หมายถึง ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. **ขอบเขตการรายงาน**
   - **ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)** เกิดจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ผ่านบัตรสินเชื่อเพื่อการเติมน้ำมันสำหรับนิติบุคคล (Fleet Card) ทั้งหมด
   - **ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)** เกิดจากการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น
   - **ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3)** เกิดจากการใช้น้ำ การใช้กระดาษในกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน
2. **การรายงานปริมาณ**
   - **การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)**
     จะรายงานจาก ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะ x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)
   - **การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)**
     จะรายงานจาก ปริมาณการซื้อไฟฟ้า x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)
   - **การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3)**
     จะรายงานจาก ปริมาณการซื้อน้ำประปาและกระดาษ รวมถึงข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)
3. Emission Factor
   อ้างอิงจากค่าการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปีนั้น ๆ จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)
4. **วิธีการคำนวณ**
   อ้างอิงตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพรินท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

น้ำ

น้ำที่นำมาใช้เป็นน้ำประปา โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท โดยรวบรวมข้อมูลการใช้น้ำจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ของเสีย

การจัดการของเสีย ประกอบด้วยปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัท

หมายเหตุ: บริษัทเก็บข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลย้อนหลังและวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยเก็บข้อมูลจากการดำเนินงานของอาคารสมัชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ของการดำเนินงานทั้งหมด

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-5

ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

มิติเศรษฐกิจ

หน่วย: ล้านบาท

รายละเอียด	2566
รายได้รวม	25,418
กำไรสุทธิ	7,295
พอร์ตสินเชื่อรวม	112,346
• บัตรเครดิต	74,441
• สินเชื่อส่วนบุคคล	34,716
• ลูกหนี้ตามสัญญาเช่า	3,189
บริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	265,383
ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยสุทธิ	13.2%
NPL รวม	2.2%
อัตราค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อ NPL	400.3%

หมายเหตุ: ข้อมูลงบการเงินรวมของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จำนวนพนักงานทั้งหมด

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695	604	1,188	1,792
ร้อยละของพนักงานทั้งหมด	%	34.52	65.48	100.00	33.55	66.45	100.00	34.10	65.90	100.00	33.71	66.29	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	109	254	363	90	224	314	89	186	275	104	209	313
	%	6.25	14.56	20.81	5.28	13.14	18.42	5.25	10.97	16.22	5.80	11.66	17.47
อายุ 30-50 ปี	คน	427	792	1,219	408	801	1,209	410	802	1,212	423	845	1,268
	%	24.48	45.41	69.90	23.93	46.98	70.91	24.19	47.32	71.50	23.60	47.15	70.76
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	66	96	162	74	108	182	79	129	208	77	134	211
	%	3.78	5.50	9.29	4.34	6.33	10.67	4.66	7.61	12.27	4.30	7.48	11.77
พนักงานแบบเต็มเวลา (Full-time employees)	คน	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695	604	1,188	1,792
ร้อยละของพนักงานทั้งหมด	%	34.52	65.48	100.00	33.55	66.45	100.00	34.10	65.90	100.00	33.71	66.29	100.00
จำแนกตามประเภทพนักงาน													
จำนวนพนักงานประจำ	**คน**	556	1,041	1,597	531	1,039	1,570	540	1,026	1,566	563	1,086	1,649
ร้อยละของพนักงานประจำ	**%**	34.82	65.18	100.00	33.82	66.18	100.00	34.48	65.52	100.00	34.14	65.86	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	81	190	271	67	173	240	69	144	213	81	166	247
	%	5.07	11.90	16.97	4.27	11.02	15.29	4.41	9.20	13.60	4.91	10.07	14.98
อายุ 30-50 ปี	คน	409	755	1,164	391	758	1,149	392	754	1,146	405	790	1,195
	%	25.61	47.28	72.89	24.90	48.28	73.18	25.03	48.15	73.18	24.56	47.91	72.47
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	66	96	162	73	108	181	79	128	207	77	130	207
	%	4.13	6.01	10.14	4.65	6.88	11.53	5.04	8.17	13.22	4.67	7.88	12.55
จำแนกตามระดับ													
พนักงานระดับบริหาร	คน	144	182	326	148	186	334	176	263	439	174	280	454
ร้อยละของพนักงานระดับบริหาร	%	44.17	55.83	100.00	44.31	55.69	100.00	40.09	59.91	100.00	38.33	61.67	100.00
ผู้บริหารระดับสูง	คน	8	5	13	8	5	13	7	5	12	6	6	12
ร้อยละของผู้บริหารระดับสูง	%	61.54	38.46	100.00	61.54	38.46	100.00	58.33	41.67	100.00	50.00	50.00	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อายุ 30-50 ปี	คน	0	4	4	0	4	4	0	2	2	0	3	3
	%	0.00	30.77	30.77	0.00	30.77	30.77	0.00	16.67	16.67	0.00	25.00	25.00
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	8	1	9	8	1	9	7	3	10	6	3	9
	%	61.54	7.69	69.23	61.54	7.69	69.23	58.33	25.00	83.33	50.00	25.00	75.00
ผู้บริหารระดับกลาง	คน	57	89	146	66	90	156	79	93	172	77	99	176
ร้อยละของผู้บริหารระดับกลาง	%	39.04	60.96	100.00	42.31	57.69	100.00	45.93	54.07	100.00	43.75	56.25	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.68	0.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อายุ 30-50 ปี	คน	28	38	66	35	36	71	41	35	76	39	40	79
	%	19.18	26.03	45.21	22.44	23.08	45.51	23.84	20.35	44.19	22.16	22.73	44.89
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	29	50	79	31	54	85	38	58	96	38	59	97
	%	19.86	34.25	54.11	19.87	34.62	54.49	22.09	33.72	55.81	21.59	33.52	55.11

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
ผู้บริหารระดับต้น	คน	79	88	167	74	91	165	90	165	255	91	175	266
ร้อยละของผู้บริหารระดับต้น	%	47.31	52.69	100.00	44.85	55.15	100.00	35.29	64.71	100.00	34.21	65.79	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	1	0	1	1	0	1	1	1	2	2	0	2
	%	0.60	0.00	0.60	0.61	0.00	0.61	0.39	0.39	0.78	0.75	0.00	0.75
อายุ 30-50 ปี	คน	64	75	139	58	69	127	68	122	190	71	135	206
	%	38.32	44.91	83.23	35.15	41.82	76.97	26.67	47.84	74.51	26.69	50.75	77.44
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	14	13	27	15	22	37	21	42	63	18	40	58
	%	8.38	7.78	16.17	9.09	13.33	22.42	8.24	16.47	24.71	6.77	15.04	21.80
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	412	859	1,271	383	853	1,236	364	763	1,127	389	806	1,195
ร้อยละของพนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	%	32.42	67.58	100.00	30.99	69.01	100.00	32.30	67.70	100.00	32.55	67.45	100.00
พนักงานปฏิบัติการ	คน	412	859	1,271	383	853	1,236	364	763	1,127	389	806	1,195
ร้อยละของพนักงานระดับปฏิบัติการ	%	32.42	67.58	100.00	30.99	69.01	100.00	32.30	67.70	100.00	32.55	67.45	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	80	189	269	66	173	239	68	143	211	79	166	245
	%	6.29	14.87	21.16	5.34	14.00	19.34	6.03	12.69	18.72	6.61	13.89	20.50
อายุ 30-50 ปี	คน	317	638	955	298	649	947	283	595	878	295	612	907
	%	24.94	50.20	75.14	24.11	52.51	76.62	25.11	52.80	77.91	24.69	51.21	75.90
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	15	32	47	19	31	50	13	25	38	15	28	43
	%	1.18	2.52	3.70	1.54	2.51	4.05	1.15	2.22	3.37	1.26	2.34	3.60
พนักงานสัญญาจ้าง (พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร)	คน	46	101	147	41	94	135	38	91	129	41	102	143
ร้อยละของพนักงานสัญญาจ้าง	%	31.29	68.71	100.00	30.37	69.63	100.00	29.46	70.54	100.00	28.67	71.33	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	28	64	92	23	51	74	20	42	62	23	43	66
	%	19.05	43.54	62.59	17.04	37.78	54.81	15.50	32.56	48.06	16.08	30.07	46.15
อายุ 30-50 ปี	คน	18	37	55	17	43	60	18	48	66	18	55	73
	%	12.54	25.17	37.41	12.59	31.85	44.44	13.95	37.21	51.16	12.59	38.46	51.05
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	4	4
	%	0.00	0.00	0.00	0.74	0.00	0.74	0.00	0.78	0.78	00.00	2.80	2.80
By Function Group													
ผู้บริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้	คน	48	76	124	48	73	121	51	86	137	57	116	173
ร้อยละของผู้บริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้	%	38.71	61.29	100.00	39.67	60.33	100.00	37.23	62.77	100.00	32.95	67.05	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	1	1	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0
	%	0.81	0.81	1.61	0.83	0.00	0.83	0.73	0.00	0.73	0.00	0.00	0.00
อายุ 30-50 ปี	คน	39	46	85	37	38	75	36	52	88	42	76	118
	%	31.45	37.10	68.55	30.58	31.40	61.98	26.28	37.96	64.23	24.28	43.93	68.21
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	8	29	37	10	35	45	14	34	48	15	40	55
	%	6.45	23.39	29.84	8.26	28.93	37.19	10.22	24.82	35.04	8.67	23.12	31.79
STEM-related position	คน	87	96	183	81	94	175	90	97	187	89	100	189
% of total STEM-related position	%	47.54	52.46	100.00	46.29	53.71	100.00	48.13	51.87	100.00	47.09	52.91	100.00
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	7	11	18	6	12	18	11	14	25	15	18	33
	%	3.83	6.01	9.84	3.43	6.86	10.29	5.88	7.49	13.37	7.94	9.52	17.46
อายุ 30-50 ปี	คน	62	67	129	57	65	122	59	63	122	55	62	117
	%	33.88	36.61	70.49	32.57	37.14	69.71	31.55	33.69	65.24	29.10	32.80	61.90
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	18	18	36	18	17	35	20	20	40	19	20	39
	%	9.84	9.84	19.67	10.29	9.71	20.00	10.70	10.70	21.39	10.05	10.58	20.63

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	คน	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695	604	1,188	1,792
	%	34.52	65.48	100.00	33.55	66.45	100.00	34.10	65.90	100.00	33.71	66.29	100.00
ต่างชาติ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำแนกตามประเภทการปฏิบัติงาน													
ประเทศไทย	คน	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695	604	1,188	1,792
	%	34.52	65.48	100.00	33.55	66.45	100.00	34.10	65.90	100.00	33.71	66.29	100.00
นอกประเทศไทย	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

การสรรหาบุคลากร

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
การสรรหาบุคลากรทั้งหมด	คน	64	128	192	42	132	174	119	255	374	121	238	359
	%	33.33	66.67	100.00	24.14	75.86	100.00	31.82	68.18	100.00	33.70	66.30	100.00
การสรรหาบุคลากรภายนอกองค์กร													
การสรรหาบุคลากรใหม่	คน	57	118	175	40	118	158	112	238	350	116	222	338
ร้อยละของการสรรหาบุคลากรทั้งหมด	%	29.69	61.46	91.15	22.99	67.82	90.80	29.95	63.64	93.58	32.31	61.84	94.15
จำแนกตามประเภทพนักงาน													
พนักงานประจำ	คน	27	64	91	24	83	107	82	148	230	94	176	270
จำแนกตามระดับ													
พนักงานระดับบริหาร	คน	14	8	22	2	3	5	13	13	26	13	22	35
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
พนักงานบริหารระดับกลาง	คน	2	4	6	1	2	3	5	1	6	2	4	6
พนักงานบริหารระดับต้น	คน	12	4	16	1	1	2	8	11	19	11	18	29
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	13	56	69	22	80	102	69	135	204	81	154	235
พนักงานปฏิบัติการ	คน	13	56	69	22	80	102	69	135	204	81	154	235
พนักงานสัญญาจ้าง (พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร)	คน	30	54	84	16	35	51	30	90	120	22	46	68
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	30	54	84	16	35	51	30	90	120	22	46	68
จำแนกตามอายุ													
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	31	77	108	26	74	100	53	108	161	58	104	162
อายุ 30-50 ปี	คน	25	40	65	14	44	58	56	126	182	58	117	175
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	1	1	2	0	0	0	3	4	7	0	1	1
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	คน	57	118	175	40	118	158	112	238	350	116	222	338
ต่างชาติ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร													
การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร	คน	7	10	17	2	14	16	7	17	24	5	16	21
ร้อยละของการสรรหาบุคลากรทั้งหมด	%	3.65	5.21	8.85	1.15	8.05	9.20	1.87	4.55	6.42	1.39	4.46	5.58
จำแนกตามประเภทพนักงาน													
พนักงานประจำ	คน	6	10	16	2	14	16	7	17	24	4	15	19
จำแนกตามระดับ													
พนักงานระดับบริหาร	คน	4	0	4	0	6	6	3	3	6	2	3	5
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
พนักงานบริหารระดับกลาง	คน	2	0	2	0	3	3	0	1	1	1	2	3
พนักงานบริหารระดับต้น	คน	2	0	2	0	3	3	3	2	5	1	1	2
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	2	10	12	2	8	10	4	14	18	2	12	14
พนักงานปฏิบัติการ	คน	2	10	12	2	8	10	4	14	18	2	12	14
พนักงานสัญญาจ้าง (พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร)	คน	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2
จำแนกตามอายุ													
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	1	6	7	1	3	4	0	5	5	0	3	3
อายุ 30-50 ปี	คน	6	4	10	1	9	10	7	10	17	5	11	16
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	0	0	0	0	2	2	0	2	2	0	2	2
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	คน	7	10	17	2	14	16	7	17	24	5	16	21
ต่างชาติ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนตำแหน่งที่เปิดรับทั้งหมด	คน	205			197			389			395		
ค่าเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการสรรหาบุคลากร	บาท	25,242			28,920			13,387			14,791		

จำนวนพนักงานพันสภาพ

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงานพันสภาพ	คน	49	111	160	67	105	172	95	195	290	81	137	218
อัตราพนักงานพันสภาพ	คน	2.81	6.36	9.17	3.93	6.16	10.09	5.6	11.5	17.11	4.52	7.65	12.17
จำแนกตามประเภทพนักงาน													
พนักงานประจำ													
จำนวนพนักงานประจำพันสภาพ	คน	38	70	108	49	82	131	78	158	236	72	116	188
อัตราพนักงานประจำพันสภาพ	%	2.18	4.01	6.19	2.87	4.81	7.68	4.60	9.32	13.92	4.02	6.47	10.49
จำแนกตามระดับ													
พนักงานระดับบริหาร	คน	14	16	30	13	11	24	17	18	35	21	16	37
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.00	0.06	0.06	0.00	0.06
พนักงานบริหารระดับกลาง	คน	7	9	16	3	7	10	4	7	11	9	6	15
	%	0.40	0.52	0.92	0.18	0.41	0.59	0.24	0.41	0.65	0.50	0.33	0.84
พนักงานบริหารระดับต้น	คน	7	7	14	10	4	14	12	11	23	11	10	21
	%	0.40	0.40	0.80	0.59	0.23	0.82	0.71	0.65	1.36	0.61	0.56	1.17
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	24	54	78	36	71	107	61	140	201	51	100	151
พนักงานปฏิบัติการ	คน	24	54	78	36	71	107	61	140	201	51	100	151
	%	1.38	3.10	4.47	2.11	4.16	6.28	3.60	8.26	11.86	2.85	5.58	8.43
พนักงานสัญญาจ้าง (พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร)													
จำนวนพนักงานสัญญาจ้างพันสภาพ	คน	11	41	52	18	23	41	17	37	54	9	21	30
อัตราพนักงานสัญญาจ้างพันสภาพ	%	0.63	2.35	2.98	1.06	1.35	2.40	1.00	2.18	3.19	0.50	1.17	1.67
จำแนกตามอายุ													
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	17	46	63	25	40	65	29	59	88	24	42	66
	%	0.97	2.64	3.61	1.47	2.35	3.81	1.71	3.48	5.19	1.34	2.34	3.68
อายุ 30-50 ปี	คน	25	53	78	38	60	98	57	127	184	47	83	130
	%	1.43	3.04	4.47	2.23	3.52	5.75	3.36	7.49	10.86	2.62	4.63	7.25
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	7	12	19	4	5	9	9	9	18	10	12	22
	%	0.40	0.69	1.09	0.23	0.29	0.53	0.53	0.53	1.06	0.56	0.67	1.23
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	คน	49	111	160	67	105	172	95	195	290	81	137	218
	%	2.18	6.36	9.17	3.93	6.16	10.09	5.60	11.50	17.11	4.52	7.65	12.17
ต่างชาติ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

GRI 401-1

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนพนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ	คน	45	110	155	65	103	168	93	187	280	78	137	215
อัตราพนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ	%	2.58	6.31	8.89	3.81	6.04	9.85	5.49	11.03	16.52	4.35	7.65	12.00
จำแนกตามประเภทพนักงาน													
พนักงานประจำ													
จำนวนพนักงานประจำพ้นสภาพโดยสมัครใจ	คน	34	69	103	49	80	129	76	152	228	70	116	186
อัตราพนักงานประจำพ้นสภาพโดยสมัครใจ	%	1.95	3.96	5.91	2.87	4.69	7.57	4.48	8.97	13.45	3.91	6.47	10.38
จำแนกตามระดับ													
พนักงานระดับบริหาร	คน	12	15	27	13	11	24	16	18	34	20	16	36
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.00	0.06	0.06	0.00	0.06
พนักงานบริหารระดับกลาง	คน	6	8	14	3	7	10	3	7	10	9	6	15
	%	0.34	0.46	0.80	0.18	0.41	0.59	0.18	0.41	0.59	0.50	0.33	0.84
พนักงานบริหารระดับต้น	คน	6	7	13	10	4	14	12	11	23	10	10	20
	%	0.34	0.40	0.75	0.59	0.23	0.82	0.71	0.65	1.36	0.56	0.56	1.12
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	22	54	76	36	69	105	60	134	194	50	100	150
พนักงานปฏิบัติการ	คน	22	54	76	36	69	105	60	134	194	50	100	150
	%	1.26	3.10	4.36	2.11	4.05	6.16	3.54	7.91	11.45	2.79	5.58	8.37
พนักงานสัญญาจ้าง (พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร)													
จำนวนพนักงานสัญญาจ้างพ้นสภาพโดยสมัครใจ	คน	11	41	52	16	23	39	17	35	52	8	21	29
อัตราพนักงานสัญญาจ้างพ้นสภาพโดยสมัครใจ	%	0.63	2.35	2.98	0.94	1.35	2.29	1.00	2.06	3.07	0.45	1.17	1.62
จำแนกตามอายุ													
อายุน้อยกว่า 30 ปี	คน	16	46	62	24	40	64	29	58	87	23	42	65
	%	0.92	2.64	3.56	1.41	2.35	3.75	1.71	3.42	5.13	1.28	2.34	3.63
อายุ 30-50 ปี	คน	23	53	76	38	58	96	57	120	177	45	83	128
	%	1.32	3.04	4.36	2.23	3.40	5.63	3.36	7.08	10.44	2.51	4.63	7.14
อายุมากกว่า 50 ปี	คน	6	11	17	3	5	8	7	9	16	10	12	22
	%	0.34	0.63	0.97	0.18	0.29	0.47	0.41	0.53	0.94	0.56	0.67	1.23
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	คน	45	110	155	65	103	168	93	187	280	78	137	215
	%	2.58	6.31	8.89	3.81	6.04	9.85	5.49	11.03	16.52	4.35	7.65	12.00
ต่างชาติ	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน	คน	0	0	0	0

หมายเหตุ: บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการที่มีพนักงานบางส่วนเป็นตัวแทนของพนักงานที่จะเสนอผลประโยชน์ให้กับพนักงาน

ข้อมูลด้านชีวอนามัยและความปลอดภัย

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
การลาป่วย													
จำนวนวันลาป่วย	วัน	1,222	3,342	4,564	1,745	4,639	6,384	3,698	8,250	11,948	2,531	5,977	8,508
จำนวนชั่วโมงที่หยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน	ชั่วโมง	9,776	26,735	36,511	13,958	37,110	51,068	29,584	66,000	95,584	20,248	47,816	68,064
จำนวนชั่วโมงการทำงาน	ชั่วโมง	1,170,288	2,220,048	3,390,336	1,102,816	2,184,424	3,287,240	1,114,384	2,153,576	3,267,960	1,174,176	2,309,472	3,483,648
จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี	วัน	146,286	277,506	423,792	137,852	273,053	410,905	139,298	269,197	408,495	146,772	288,684	435,456
จำนวนวันที่มีผู้เจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน	วัน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนเหตุการณ์บาดเจ็บหรืออุบัติเหตุจากการทำงานของพนักงานจนถึงขั้นหยุดงาน	ครั้ง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนผู้ได้รับบาดเจ็บจากการทำงานทั้งหมด	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนผู้ได้รับบาดเจ็บขั้นรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมการเสียชีวิต)	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการทำงานและการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน													
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมการเสียชีวิต)	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR)	จำนวนคนต่อการทำงาน 1,000,000 ชม.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราสูญเสียวันทำงาน (LDR)	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

GRI 403-9, 403-10

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
อัตราการขาดงาน (AR)													
อัตราการขาดงาน (AR)	%	0.84	1.20	1.08	1.27	1.70	1.55	2.65	3.06	2.92	1.72	2.07	1.95
อัตราการขาดงานจากการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยจากทำงาน	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
จำนวนวันที่ขาดงานโดยไม่ได้แจ้งล่วงหน้า (ยกเว้นลาป่วย)	วัน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร-ลาคลอด

ข้อมูล	หน่วย	2563		2564		2565		2566	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานได้รับสิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	1,142	0	1,132	0	1,117	0	1,188
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	26	0	21	0	21	0	15
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	25	0	19	0	21	0	15
อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด	%	0	96	0	90	0	100	0	100
จำนวนพนักงานคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด	คน	0	24	0	17	0	19	0	15
อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด	%	0	96	0	89	0	90	0	100

หมายเหตุ

: อัตราการกลับมาทำงาน (return to work rate) คือ (จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร)/(จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร)*100

: อัตราการคงอยู่ (retention rate) คือ (จำนวนพนักงานที่คงอยู่ 12 เดือน หลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร/จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตรปีก่อนหน้า)*100

การแจ้งพนักงานล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อตำแหน่ง/ลักษณะการจ้างงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ระยะเวลา	สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์

GRI 401-3, 403-9, 403-10

ข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
จำนวนข้อพิพาทด้านแรงงานที่สำคัญ	เหตุการณ์	0	0	0	0

ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563			2564			2565			2566		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
ระดับความผูกพันต่อองค์กร	%	70	73	72	67	65	66	69	68	68	71	70	70
สัดส่วนผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
จำแนกตามอายุ													
อายุ ต่ำกว่า 25 ปี	%	47			33			51			65		
อายุ 25-34 ปี	%	68			59			60			63		
อายุ 35-44 ปี	%	74			64			67			79		
อายุ 45-54 ปี	%	82			72			79			80		
อายุ 55 ปี ขึ้นไป	%	83			86			83			94		
จำแนกตามระดับ													
จำแนกตามพนักงานบริหาร													
พนักงานบริหารระดับสูง	%	89			82			95			89		
พนักงานบริหารระดับกลาง	%	74			70			74			71		
พนักงานบริหารระดับต้น	%	71											
จำแนกตามพนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร													
พนักงานปฏิบัติการ	%	69			62			64			68		
พนักงานสัญญาจ้าง	%	54			55			77			72		
จำแนกตามสัญชาติ													
ไทย	%	72			66			68			70		

GRI 402-1

ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานทั้งหมด	ชั่วโมง/คน	45.59	57.04	64.38	77.12
จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้น ๆ	คน	1,824	1,743	1,689	1,735
จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด	ชั่วโมง	83,151	99,420	108,744	133,786
จำนวนพนักงานที่ฝึกอบรม (นับซ้ำ)	คน	18,193	22,679	24,021	27,776
จำแนกตามเพศ					
ชาย	คน	6,008	8,539	8,902	12,334
หญิง	คน	12,185	14,140	15,119	15,442
จำแนกตามระดับ					
จำแนกตามพนักงานบริหาร					
พนักงานบริหารระดับสูง	คน	53	43	64	88
พนักงานบริหารระดับกลาง	คน	205	104	204	314
พนักงานบริหารระดับต้น	คน	606	458	1,104	1,243
จำแนกตามพนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร					
พนักงานปฏิบัติการ	คน	15,864	18,639	18,957	21,664
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	1,465	3,399	3,695	4,467

มิติสิ่งแวดล้อม

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวม	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,715	1,772	1,941	2,010
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG Scope 1) (FleetCard)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	495	391	497	524
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG Scope 2) (ไฟฟ้า)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1,006	1,205	1,285	1,319
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (GHG Scope 3)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	214	176	159	166
- การซื้อสินค้าและบริการ (น้ำและกระดาษ)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	213	175	158	165
- การเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	1	1	1	1
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อรายได้รวม	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า/ รายได้พันบาท	0.00	0.00	0.00	0.00
อัตราส่วนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมต่อจำนวนพนักงานรวม	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า / คน	0.98	1.04	1.15	1.12

การใช้พลังงาน

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าของบริษัท					
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวม	เมกะวัตต์ชั่วโมง	2,212	2,410	2,571	2,638
- ปริมาณการซื้อไฟฟ้ามาใช้	เมกะวัตต์ชั่วโมง	2,212	2,410	2,571	2,638
- ปริมาณการซื้อหรือผลิตไฟฟ้ามาใช้จากแหล่งพลังงานทดแทน	เมกะวัตต์ชั่วโมง	0	0	0	0
ปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมต่อหน่วยพื้นที่	เมกะวัตต์ชั่วโมง / ตารางเมตร	0.011	0.012	0.013	0.012
อัตราส่วนปริมาณการใช้ไฟฟ้ารวมต่อจำนวนพนักงานรวม	เมกะวัตต์-ชั่วโมง / คน / ปี	1.27	1.41	1.52	1.47
ค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวม	พันบาท	13,099	14,270	15,423	16,291
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้ไฟฟ้ารวมต่อรายได้รวม	%	0.06	0.07	0.07	0.06
ปริมาณการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท					
ปริมาณการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงของบริษัท	เมกะวัตต์ชั่วโมง	1,888	1,489	1,534	1,525
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวม	พันบาท	4,579	4,567	5,913	5,683
ร้อยละของค่าใช้จ่ายการใช้น้ำมันและเชื้อเพลิงรวมต่อรายได้รวม	%	0.02	0.02	0.03	0.02
ปริมาณการใช้พลังงานของบริษัท					
ปริมาณการใช้พลังงานรวม	เมกะวัตต์ชั่วโมง	4,099	3,898	4,105	4,164
ปริมาณการใช้พลังงานสิ้นเปลืองรวม	เมกะวัตต์ชั่วโมง	4,099	3,898	4,105	4,164
ปริมาณการใช้พลังงานทดแทนรวม	เมกะวัตต์ชั่วโมง	0	0	0	0
ปริมาณการใช้พลังงานรวมต่อจำนวนพนักงานรวม	เมกะวัตต์-ชั่วโมง / FTE	2.35	2.29	2.42	2.32

การใช้น้ำ

ข้อมูล	หน่วย	2563	2564	2565	2566
ปริมาณการใช้น้ำประปาจากองค์กรอื่น	ลูกบาศก์เมตร	18,467	16,917	16,919	19,513
ปริมาณน้ำทิ้งที่ปล่อยสู่องค์กรอื่น	ลูกบาศก์เมตร	14,773	13,534	13,535	15,611
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิ	ลูกบาศก์เมตร	3,693	3,383	3,384	3,903
ปริมาณการใช้น้ำสุทธิต่อหน่วยพื้นที่	ลูกบาศก์เมตร / ตารางเมตร	0.095	0.083	0.083	0.089
ค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวม	พันบาท	369	338	338	390
ร้อยละค่าใช้จ่ายการใช้น้ำรวมต่อรายได้รวม	%	0.00	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ: ข้อมูลรายได้รวมจากงบการเงินของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

GRI 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5

GRI CONTENT INDEX

Statement of use	Krungthai Card Public Company Limited has reported the information cited in this GRI content index for the period from January 1 to December 31, 2023 with reference to the GRI Standards.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021

GRI Standards 2023	Disclosure 2023	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
General Disclosures				
The organization and its reporting practices				
2-1	Organizational details	8,9	9,81-123,246	
2-2	Entities included in the organization's sustainability reporting	184		
2-3	Reporting period, frequency and contact point	184		
2-4	Restatements of information	28,30		
2-5	External Assurance	185	6-7	
Activities and workers				
2-6	Activities, value chain and other business relationships	8, 10-13, 20, 106-108, 119-120	89-116	
2-7	Employees	186	278-281	
2-8	Workers who are not employees	186		
Governance				
2-9	Governance structure and composition	19, 41-43, 45-47 61-62	247-265, 272-275	
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	44	266-284, 314-315	
2-11	Chair of the highest governance body	41-42	266-284	
2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	19, 60-63	129-140, 266-284	
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	19, 42 60-63	247-284	
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	19		
2-15	Comflicts of interest	57	250-251, 290	
2-16	Communication of critical concerns	54, 58-59		
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	47	261-262	
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	46-47	256-260	
2-19	Remuneration policies	47	277-278, 288-289	
2-20	Process to determine remuneration	47	277-278, 288-289	
Strategy, policies and practices				
2-22	Statement on sustainable development strategy			
2-23	Policy commitments	41, 51, 56, 59, 97, 107, 133-135, 157	82	
2-24	Embedding policy commitments	149-151		
2-25	Processes to remediate negative impacts	54, 57 134-136		
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	41,58	247-265	
2-27	Compliance with laws and regulations		244, 247-265	
2-28	Membership associations	167		

GRI Standards 2023	Disclosure 2023	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
Stakeholder Engagement				
2-29	Approach to stakeholder engagement	21		
2-30	Collective bargaining agreements	141		
Material Topics 2021				
3-1	Process to determine material topics	22-30, 184		
3-2	List of material topics	22-28, 31	141-144	
3-3	Management of material topics	14-17, 64-67		
TOPIC - SPECIFIC DISCLOSURES				
Economic Dimension				
Coporate Governance				**SDG 16**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	40-41		
Anti-Corruption and Bribery				**SDG 16**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	50-51		
GRI 205 : Anti-Corruption 2016				
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	52	253-254, 290	
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	53-54	253-254	
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	54-55	253-255	
Risk and Crisis Management				**SDG 16**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	60, 64-68		
Digital Innovation				**SDG 1, SDG 8, SDG 9**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	72		
GRI 418 : Customer Privacy 2016				
418-1	Substantiated compliants concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	87		
Brand and Customer Trust				**SDG 8**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	89-91, 93		
GRI 417 : Marketing and Labeling 2016				
417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	90		
Economic Performance				**SDG 8, SDG 9**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	115		
GRI 201 : Economic Performance 2016				
201-1	Direct economic value generated and distributed	115		

GRI Standards 2023	Disclosure 2023	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
ESG Products and Services				**SDG 4, SDG 7, SDG 8, SDG 9**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	95		
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016				
203-2	Significant indirect economic impacts	95-97		
Supply Chain Management				**SDG 8, SDG 10, SDG 13, SDG 16**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	106		
GRI 308 : Supplier Environment Assessment 2016				
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	111		
308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	109-111		
GRI 414 : Supplier Social Assessment 2016				
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	111		
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	109-111		
Social Demiension				
Financial Inclusion and Financial Literacy				**SDG 1, SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 9**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	117-119		
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016				
203-1	Infastructure investments and services supported	124-129		
Human Rights				
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	133-135		
Human Capital Development				**SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 10, SDG 16**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	137		
GRI 201 : Economic Performance 2016				
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	140-141		
GRI 205 : Anti-Corruption 2016				
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	52		
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	149	253-254	
205-3	Confirmed incidents of corruption and action taken	54-55		
GRI 401 : Employment 2016				
401-1	New employee hires and employee turnover	138 ,194		
401-2	Benefits provided to full-time employee that are not provided to temporary or part-time employees	140-141		
401-3	Parental leave	197		

GRI Standards 2023	Disclosure 2023	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
GRI 402 : Labor / Management relations 2016				
402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	197		
GRI 404 : Training and Education 2016				
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	142-151	280-281	
GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity 2016				
405-1	Diversity of governance bodies and employees	138		
Occupational Health and Safety				**SDG 3, SDG 8**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	156		
GRI 403 : Occupational Health and Safety 2018				
403-1	Occupational health and safety management system	156-157		
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	159		
403-3	Occupational health services	159-160		
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	158	281	
403-5	Worker training on occupational health and safety	162-163	281	
403-6	Promotion of worker health	159-161, 164-167		
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	159		
403-9	Work-related injuries	196-197		
403-10	Work-related ill health (Employee only)	196-197		
Collaboration with partnership for sustainability				**SDG 8**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	168		
Environmental Dimension				
Environmental Management and climate Strategy				**SDG 12, SDG 13**
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	171-172		
GRI 302 : Energy 2016				
302-1	Energy consumption within the organization	179		
302-2	Energy consumption outside of the organization	180, 183		
302-3	Energy intensity	179		
302-4	Reduction of energy consumption	179		
GRI 305 : Emissions 2016				
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	179, 188		
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	180, 188		
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	176, 188		
305-5	Reduction of GHG emissions	183, 188		

GRI Standards 2023	Disclosure 2023	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
GRI 306 : Waste 2020				
306-2	Management of significant waste-related impacts	176, 178		
306-3	Waste generated	178		
306-4	Waste diverted from disposal	178		
306-5	Waste directed to disposal	178		


KTC