



A TRANSITION TO THE NEW FOUNDATION

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

ระดับสากล

ได้รับการประเมิน
MSCI ESG Rating
ในระดับ A



ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิก
ดัชนีความยั่งยืนระดับโลก
FTSE4Good Index Series
ตั้งแต่ปี 2564



ได้รับรางวัล
“ASEAN CG Scorecard” ประจำปี 2565
ประเภท ASEAN Asset Class PLCs

ได้รับคะแนน
ประเมินเฉลี่ย **97.5**



ระดับประเทศ

ได้รับเลือกให้อยู่ในรายชื่อ “หุ้นยั่งยืน”
Thailand Sustainability Investment (THSI)
เป็นปีที่ 4 ติดต่อกัน ตั้งแต่ 2562-2565

ได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนี SETTHSI
เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2563-2565



ได้รับการรับรองมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร

ระบบบริหารจัดการ
ความมั่นคง
ปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013
ตั้งแต่ปี 2562

ระบบบริหารจัดการ
ข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019
ตั้งแต่ปี 2563



สมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้าน
คอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย
ตั้งแต่ปี 2559



ได้รับประเมินจากโครงการกำกับดูแลกิจการ
บริษัทจดทะเบียนไทยประจำปี 2565
โดยผลการประเมินอยู่ที่ระดับ 5 เป็นปีที่ 7
ติดต่อกันตั้งแต่ปี 2559

RATE 5
(2559 - 2565)



ได้รับเลือกให้อยู่ในรายชื่อบริษัทจดทะเบียน
ที่มีการดำเนินงานโดดเด่น | 2559 - 2565

ด้าน สิ่งแวดล้อม | ด้าน สังคม | ด้าน ธรรมาภิบาล
ติดอันดับ ESG 100 เป็นปีที่ 7 ติดต่อกันตั้งแต่ปี 2559



ผลการประเมินโครงการประเมินคุณภาพ
การจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM)
ประจำปี 2565



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.

สารบัญ

04 สารจากประธานกรรมการ

06 รู้จักเคทีซี

06 รู้จักเคทีซี

14 ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

18 บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

18 บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

36 การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

43 ภาพรวมผลการดำเนินงาน

45 มิติเศรษฐกิจ: “Better Product and Service”

46 การกำกับดูแลกิจการ

56 การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

67 การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

77 นวัตกรรมดิจิทัล

91 การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี

96 ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

108 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

117 ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

118 มิติสังคม:

“Better Quality of Life”

119 การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

131 การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

135 การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

148 การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

156 การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน

160 มิติสิ่งแวดล้อม:

“Better Climate”

161 การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

172 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

172 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

174 คำอธิบายเพิ่มเติม

177 ผลการดำเนินการ เพื่อความยั่งยืน

177 มิติเศรษฐกิจ

177 มิติสังคม

184 มิติสิ่งแวดล้อม

185 GRI Content Index



“

**“A Transition to
the New Foundation”**

เคทีซีมุ่งขับเคลื่อนองค์กร
สู่รากฐานที่แข็งแกร่ง
ตอกย้ำความเป็นองค์กร
ที่ได้รับความไว้วางใจ

(Trusted Organization)

จากผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
สู่การเติบโตอย่างยั่งยืน

”

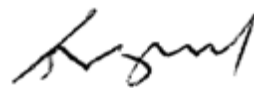
สารจากประธานกรรมการ

เคทีซีเชื่อว่ารากฐานที่มั่นคงจะนำองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน กว่าสองทศวรรษที่เราได้ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การเคารพสิทธิมนุษยชน การบริหารความเสี่ยง และต้นทุนที่เหมาะสม รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้พร้อมปรับตัวต่อทุกความท้าทายที่เกิดขึ้น ทำให้เคทีซีสามารถยืนหยัดเคียงข้างคนไทยในทุกวิกฤติที่ผ่านมา จากจุดเริ่มต้นที่มีเพียงธุรกิจบัตรเครดิต ปัจจุบันเราได้ขยายธุรกิจให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียและสังคมในวงกว้างมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อบุคคล กลุ่มธุรกิจใหม่ที่คาดว่าจะสร้างรายได้แบบก้าวกระโดดในอนาคต ได้แก่ สินเชื่อ KTC พื้เบิ้ม รถแลกเงิน สินเชื่อกรุงไทยธุรกิจ ลีสซิ่ง และกลุ่มโมเดลธุรกิจที่อยู่ระหว่างการบ่มเพาะ เช่น MAAI Loyalty Platform นอกจากนี้เราได้พัฒนานวัตกรรมดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสให้คนไทยเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย อีกทั้งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศไปพร้อมกัน ในปี 2565 เราสามารถผนึกกำลังร่วมกับสมาชิก พันธมิตร และผู้มีส่วนได้เสียข้ามผ่านวิกฤตความท้าทายได้อีกครั้ง นับเป็นอีกหนึ่งบทพิสูจน์ความสำเร็จในการเดินทางบูรณาการกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ เข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ สะท้อนผ่านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และการดำเนินงานที่ตอบโจทย์ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

สมดังเจตนารมณ์ในการพัฒนาองค์กรเพื่อเป็นอีกหนึ่งเสาหลักที่ช่วยค้ำจุนระบบภาคการเงินของไทยให้เข้มแข็ง เป็นที่พึ่งให้แก่คนในสังคมและยกระดับคุณภาพชีวิต นำไปสู่การสร้างสมดุลในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมขับเคลื่อนความยั่งยืนของไทยและตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ

ด้วยความมุ่งมั่นดังกล่าว ในปี 2565 เคทีซีสามารถสร้างสถิติ **ทำกำไรสูงสุดได้อีกครั้งที่ 7,140 ล้านบาท** อีกทั้งยังเป็นสถาบันการเงินรายแรกและรายเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการต่ออายุการรับรองระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019 นอกจากนี้เคทีซียังได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนี SETTHSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และเป็นสมาชิก FTSE4Good Index Series รวมทั้งได้รับการจัดอันดับ MSCI ESG Rating ระดับ A

ในนามของคณะกรรมการและเคทีซี ขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สนับสนุน เชื่อมั่นและมอบความไว้วางใจด้วยดีเสมอมา เราจะมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรให้แข็งแกร่ง เพื่อเติบโตเคียงข้างผู้มีส่วนได้เสียไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน



(นายประสงค์ พูนธเนศ)

ประธานกรรมการ
บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ASEAN
CG Scorecard

SETTHSI

ISO/IEC
27701:2019

FTSE4
Good Index
Series

ISO/IEC
27001:2013

Thailand
Sustainability
Investment



“รู้จักเคทีซี”

วิสัยทัศน์

เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิก ที่มุ่งพัฒนารัฐกิจการเงิน
และสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ
และการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ

พันธกิจ

KTC

พันธกิจ 1

สร้างโครงสร้างพื้นฐานของผลิตภัณฑ์
และบริการด้านการชำระเงิน
และสินเชื่อรายย่อยที่เข้าถึงง่าย
สะดวก และปลอดภัย
เพื่อเป็นทางเลือกให้สมาชิก

พันธกิจ 3

สร้างแบรนด์เคทีซีให้อยู่ในใจ
ของสมาชิก เพื่อความสัมพันธ์
และเติบโตอย่างยั่งยืน

พันธกิจ 2

สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ
ด้วยการพัฒนาความสามารถขององค์กร
ให้เหนือกว่าในด้านของเทคโนโลยี
กระบวนการทำงาน และบุคลากร
เพื่อเข้าใจการใช้ชีวิตของสมาชิก
และตอบสนองความต้องการ
ได้อย่างแท้จริง

ค่านิยมหลัก

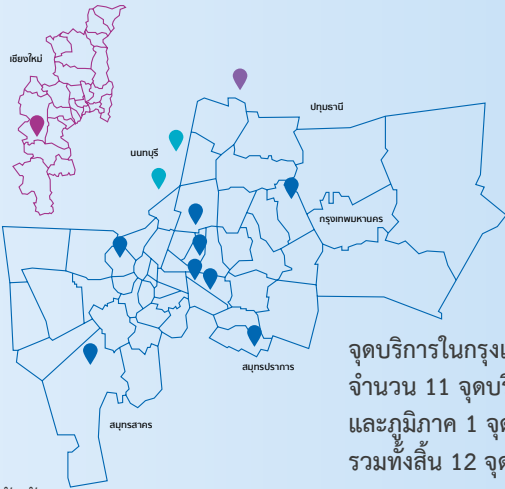
กล้าที่จะทำ
ในสิ่งที่ถูกต้อง

ฉลาด
ที่จะทำให้ง่าย
ไม่ซับซ้อน

ทำสิ่งที่
มีความหมาย
และมีประโยชน์

ข้อมูลทั่วไป

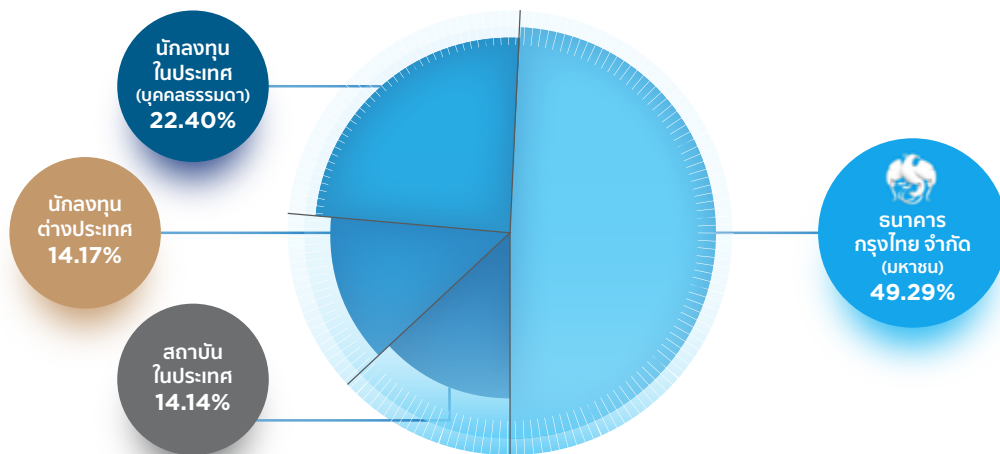
GRI 2-1, 2-6

ชื่อบริษัท	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“เคทีซี” หรือ “บริษัท”)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	เลขที่ 591 อาคารสมัชชานาถ 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย
กลุ่มอุตสาหกรรม	ธุรกิจการเงิน
จุดบริการ KTC TOUCH	 จุดบริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 11 จุดบริการ และภูมิภาค 1 จุดบริการ รวมทั้งสิ้น 12 จุดบริการ ทั้งนี้บริษัทจัดให้มีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “รายละเอียดจุดบริการ KTC TOUCH”
ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว	2,578,334,070 บาท
ความเป็นมา	4 ธันวาคม 2539 : จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคล 2 กรกฎาคม 2545 : จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 28 ตุลาคม 2545 : จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจุบัน : บริษัทเป็นผู้นำด้านกลุ่มธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “นโยบายและภาพรวมธุรกิจ”)
วัตถุประสงค์และลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทและบริษัทย่อย	บริษัทดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจร้านค้ารับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และธุรกิจสินเชื่อบุคคล ซึ่งครอบคลุมไปถึงสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับและสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน นอกจากนี้เพื่อให้บริษัทมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคม บริษัทได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ครบวงจรซึ่งครอบคลุมธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัด ธุรกิจสินเชื่อรายย่อยสำหรับการประกอบอาชีพ ธุรกิจเงินอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจเช่าซื้อและธุรกิจสินเชื่อ รวมถึงธุรกิจโฮลดิ้ง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนระยะยาวอย่างยั่งยืน

โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

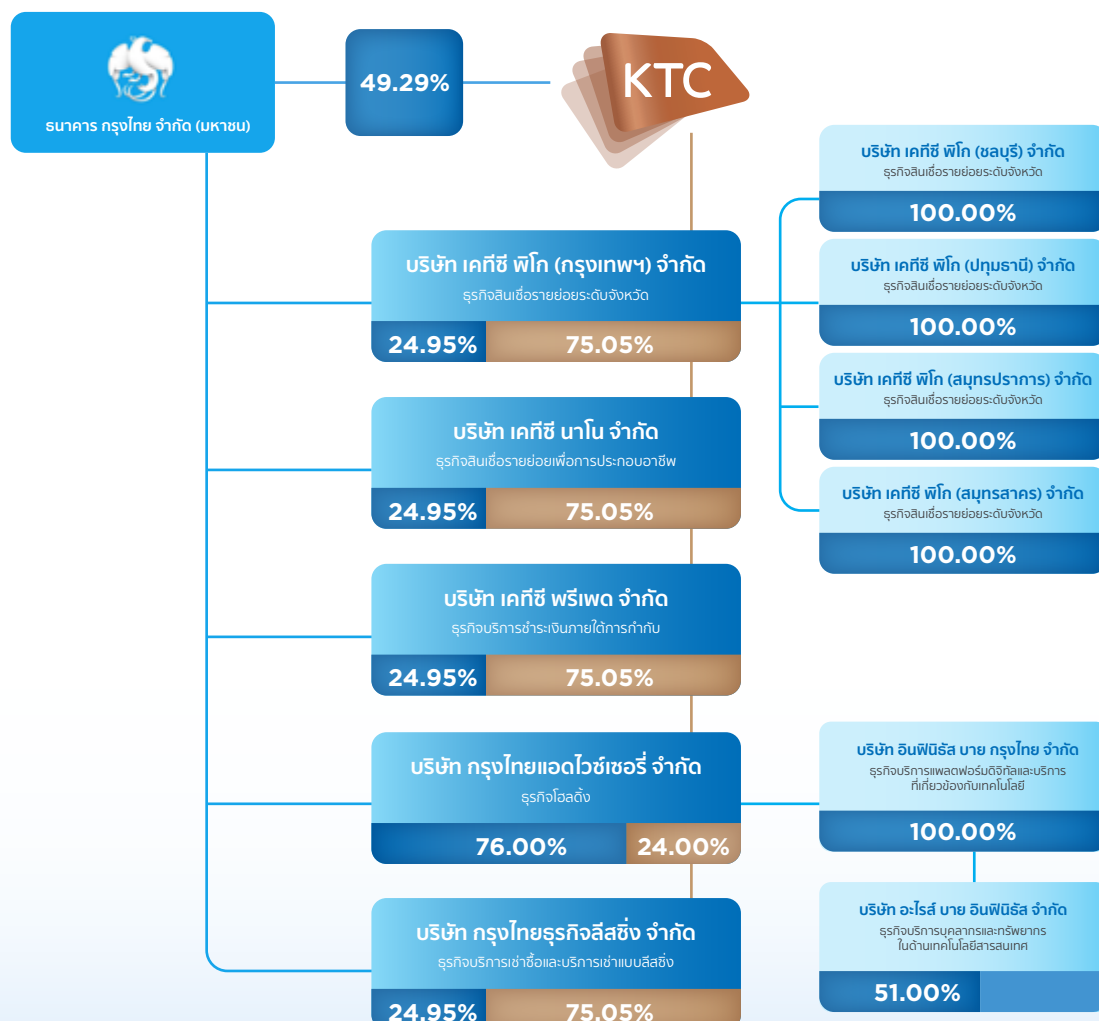
GRI 2-1

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565



โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565



○ ความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้น

บริษัทในฐานะบริษัทจดทะเบียน ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมกับผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

○ ความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

- ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ณ สิ้นปี 2565 ได้แก่ ธนาकरกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาकरกรุงไทย”) มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49.29 และนายมงคล ประกิตชัยวัฒนา มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 10.12
- บริษัทไม่มีข้อตกลง หรือข้อผูกพันกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- บริษัทเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาकरกรุงไทย โดยธนาकरกรุงไทยมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจตามหลักเกณฑ์กำกับแบบรวมกลุ่มตามที่ธนาकरแห่งประเทศไทยกำหนด
- ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับธนาकरกรุงไทยในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคล มีความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) โดยบริษัทได้รับ

ความร่วมมือจากธนาकरกรุงไทยเพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทผ่านสาขาต่าง ๆ ของธนาकरเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ

- บริษัทมีความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีการแทรกแซงทั้งในเรื่องของนโยบายหรือการบริหารกิจการจากธนาकरกรุงไทยหรือภาครัฐในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธนาकरกรุงไทย
- ธุรกรรมระหว่างบริษัทที่กำกับธนาकरกรุงไทย หรือบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาकरเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และ “การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน”)

○ การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ปี 2562

เพื่อเพิ่มขอบเขตในการบริการและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงของลูกค้า รวมถึงการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับคนในสังคม บริษัทร่วมกับธนาकरกรุงไทย

- จัดตั้งบริษัทเคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (Pico Finance) ประเภท Pico Plus ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาकरกรุงไทยร้อยละ 24.95 สำหรับบริษัทเคทีซี พีโก อีก 4 บริษัท ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ ถือหุ้นโดยบริษัทเคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100
- จัดตั้งบริษัท เคทีซี นาโน (จำกัด) เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance) ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาकरกรุงไทยร้อยละ 24.95

ปี 2563

เพื่อร่วมผลักดัน สนับสนุน ให้เกิดสังคมแห่งนวัตกรรมดิจิทัล บริษัทร่วมกับธนาकरกรุงไทย

- จัดตั้งบริษัท เคทีซี ฟรีเพด จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแก่ผู้รับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และการให้บริการโอนเงินด้วย

วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาकरกรุงไทยร้อยละ 24.95

- ซื้อหุ้นเพิ่มทุนในบริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอร์ จำกัด (ธุรกิจโฮลดิ้ง) เพื่อลงทุนในบริษัท อินฟินิธัส บาย กรุงไทย จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมถึงบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 24 และธนาकरกรุงไทยถือหุ้นร้อยละ 76

ปี 2564

เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต และสร้างโอกาสสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจสินเชื่อที่ครบวงจร

- บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท กรุงไทยธุรกิจสีสซิ่ง จำกัด จากธนาकरกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบธุรกิจบริการเช่าซื้อและธุรกิจบริการเช่าแบบสีสซิ่ง โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 75.05 และ ธนาकरกรุงไทยถือหุ้นร้อยละ 24.95

ปี 2565

- ไม่มี

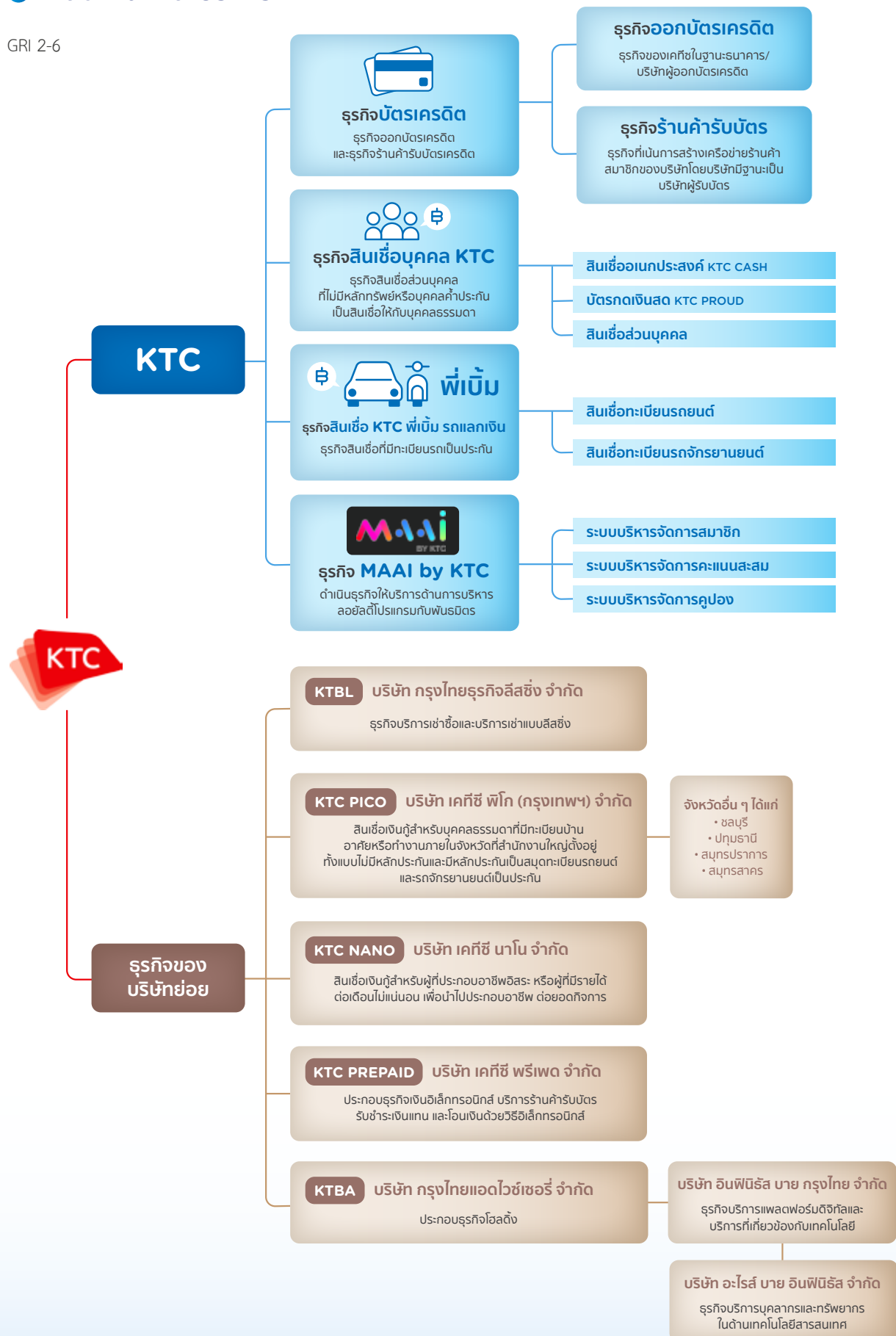
ทั้งนี้การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อนำประโยชน์มาให้แก่บริษัทในฐานะของผู้ถือหุ้นในอนาคต โดยบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดการทำรายการผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว

○ การจัดการเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

- บริษัทไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ (Banking License) ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ดังนั้นจึงไม่สามารถรับฝากเงินหรือรับเงินจากประชาชนได้เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์
- บริษัทสามารถจัดหาเงินกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ที่หลากหลาย เช่น ตราสารทางการเงินต่าง ๆ เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งรวมถึงธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เป็นต้น โดยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยต่าง ๆ เป็นไปตามราคาตลาด ทำให้บริษัทมีแหล่งเงินทุนที่กระจายตัวเพียงพอ และสามารถรักษาสถิตของสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นต่อเงินกู้ยืมระยะยาวและต้นทุนการเงินให้สอดคล้องกับสถานะตลาดได้
- บริษัทมีการบริหารจัดการเงินที่เหมาะสม โดยมีการบริหารต้นทุนทางการเงิน สัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับอายุของลูกค้าของบริษัทและแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต นอกจากนี้ยังคงดำรงเงินสดคงเหลือประจำวันให้เพียงพอเพื่อประโยชน์แห่งการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทยังมีวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (Total Credit Line) จำนวนทั้งสิ้น 34,340 ล้านบาท โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีวงเงินคงเหลือ (Available credit line) จำนวนทั้งสิ้น 20,709 ล้านบาท (กลุ่มบริษัทมีวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน จำนวนทั้งสิ้น 35,471 ล้านบาท และมีวงเงินคงเหลือจำนวนทั้งสิ้น 20,741 ล้านบาท) มีการสำรองวงเงิน Committed Line สำหรับภาวะฉุกเฉิน รวมถึงการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง และภาวะวิกฤตสภาพคล่อง (Liquidity Stress Test) เป็นประจำ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทจะไม่ประสบปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์และบริการ

GRI 2-6



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

○ การเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ

GRI 2-28

บริษัทร่วมเป็นสมาชิกของสมาคม ชมรม หรือองค์กรต่าง ๆ โดยร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ให้ความเห็นหรือเสนอแนะ เพื่อนำไปพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติสำหรับสมาชิกให้นำไปปฏิบัติและเพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

- สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (The Federation of Thai Industries)
- ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต (Credit Card Club)
- ชมรมสินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan Club: PL Club)
- สมาคมบริษัทจดทะเบียนไทย (Thai Listed Companies Association)
- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (Personnel Management Association of Thailand)
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association)
- สมาคมธุรกิจเช่าซื้อไทย (Thai Hire - Purchase Association)
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors)
- สมาคมการค้าธุรกิจที่พักบูติกไทย (Thai Boutique Accommodation Trade Association)
- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ: สทท. (The Association of Domestic Travel: ADT)
- สมาคมฟินเทคแห่งประเทศไทย (Thai Fintech Association)
- สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (Thai Travel Agents Association: TTAA)
- แนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption)
- หอการค้าไทย (Thai Chamber)
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute: TDRI)
- บัตร Thai Standard Chip
- SET Social Impact ในโครงการ Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ”)

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

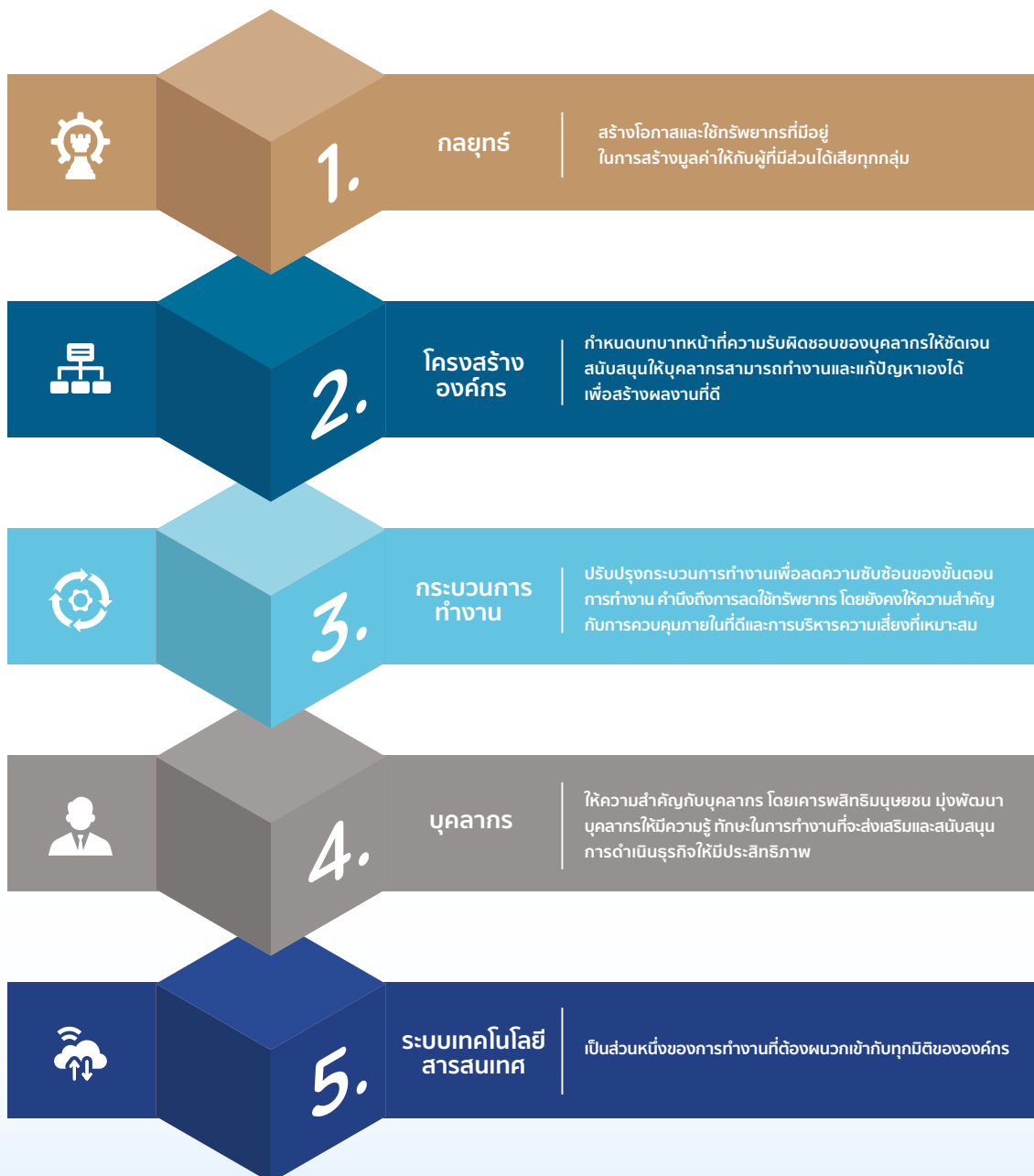


GRI 3-3

ด้วยวิสัยทัศน์ “keitisiเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ และการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ” บริษัทกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ สร้างสมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์ความคาดหวังของสมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน ท่ามกลางบริบท การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา สรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

○ การเป็น “องค์กรคล่องตัว” (AGILE ENTITY)

เพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยแนวคิดการทำงานแบบยืดหยุ่นและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ผ่าน 5 องค์ประกอบหลักดังนี้



🔵 แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2566

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2566

สำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2566 นั้น จะเน้นในการบริหารพอร์ตสมาชิกบัตรฯ ให้มีคุณภาพ และมุ่งกระตุ้นการใช้จ่ายโดยเน้นใน 3 หมวดหลัก คือ หมวดร้านอาหารและร้านอาหารในโรงแรม (Dining & Hotel Dining) หมวดช้อปปิ้งออนไลน์และหมวดท่องเที่ยว เพื่อตอบรับเทรนด์การท่องเที่ยวที่เริ่มฟื้นตัว โดยตั้งเป้าหมายปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ ให้มีอัตราการเติบโตที่ 10% หรือประมาณ 264,000 ล้านบาท ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาดของบัตรเครดิต KTC ในปี 2566 สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

การบริหารพอร์ตสมาชิกบัตรฯ ให้มีคุณภาพมากที่สุด	ด้วยโปรแกรมการตลาดที่สร้างสรรค์และดึงดูดเพื่อให้สมาชิกใช้จ่ายผ่านบัตรฯ ได้อย่างต่อเนื่อง และมีการนำระบบอัตโนมัติ (Automation) เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับสมาชิกในทุก ๆ ช่วง สำหรับลูกค้าใหม่จะมีการจัดทำโปรแกรม Activation เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรภายใน 30 วันแรก สำหรับสมาชิกปัจจุบันที่ดี จะมีการทำโปรแกรม Credit Line Increase Permanent เพิ่มวงเงินถาวรและการทำโปรแกรม Credit Card Upgrade อัปเกรดบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มยอดการใช้จ่ายของสมาชิกบัตรฯ ให้มีการใช้จ่ายมากขึ้น และในส่วนของสมาชิกที่ไม่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรฯ จะมีการจัดทำโปรแกรม Win Back Inactive เพื่อให้สมาชิกกลับมาใช้จ่ายผ่านบัตรฯ เป็นต้น
การเน้นขยายฐานลูกค้า	โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 50,000-200,000 บาท ด้วยสิทธิพิเศษด้านไลฟ์สไตล์ที่ตรงใจ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใหม่สนใจสมัครบัตรเครดิต
จัดโปรแกรมกระตุ้นการใช้จ่ายที่ตอบโจทย์ฐานสมาชิกบัตรเครดิต KTC	โดยเน้น 3 หมวดใช้จ่ายหลัก คือ หมวดร้านอาหารและร้านอาหารในโรงแรม (Dining & Hotel Dining) หมวดช้อปปิ้งออนไลน์และหมวดท่องเที่ยว นอกจากนี้ เคทีซียังคงเห็นหน้าความร่วมมือกับพันธมิตรธุรกิจอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายทางธุรกิจเดียวกัน ในการทำกิจกรรมการตลาดที่ตอบโจทย์ทุกหมวดการใช้จ่ายสำคัญของสมาชิก และเพื่อสร้างการจดจำและผูกพันกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น
ร่วมมือกับพันธมิตรท้องถิ่น	จัดแคมเปญการตลาดและกิจกรรมการขยายฐานสมาชิกบัตรฯ ในต่างจังหวัด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าใหม่สนใจเข้าสมัครบัตรฯ
บริหารจัดการการสื่อสารการตลาด	เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเน้นการทำคอนเทนต์ มาร์เก็ตติ้ง (Content Marketing) ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์เคทีซีให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
การขยายธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต	บริษัทมุ่งเน้นการขยายตลาดด้วยการนำเสนอบริการรับชำระที่เหมาะสม และตอบโต้กับความต้องการของร้านค้าและลูกค้าในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้บริการที่ดีแก่ร้านค้าและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัท โดยให้ความสำคัญกับบริการรับชำระเงิน ทั้งการซื้อ-ขายที่ร้านค้า (Offline) และช่องทางออนไลน์ (Online) ไม่ว่าจะเป็นการชำระเต็มจำนวน การผ่อนชำระ (KTC Installment Payment) และการแลกคะแนน KTC FOREVER พร้อมบริการ Merchant Helpdesk บริการแก่ร้านค้า 24 ชั่วโมง โดยมีกลยุทธ์การขยายฐานร้านค้าผ่านการประสานความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตรและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการให้บริการแบบครบวงจร อำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าทั้งในด้านการรับชำระเงินและระบบการบริหารจัดการการขาย พร้อมทั้งยังอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าออนไลน์เพื่อรองรับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจ e-Commerce และ Social Commerce รวมถึงการพัฒนาการให้บริการและผลิตภัณฑ์การรับชำระใหม่ ๆ เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มธุรกิจที่เปลี่ยนจากการรับเงินสดในปัจจุบันมาเป็นการรับชำระผ่านบัตรเครดิต ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่ Cashless Society ตามนโยบายของรัฐบาล โดยทั้งนี้ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาความร่วมมือกันระหว่างธนาคารกรุงไทยและเคทีซี เพื่อต่อยอดและขยายโอกาสทางธุรกิจร่วมกันอันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของฐานรายได้ของบริษัท

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2566

สำหรับธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2566 ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2565 เนื่องจากแนวโน้มของเศรษฐกิจที่เติบโตมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการใช้สินเชื่อที่เพิ่มขึ้น โดยกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของเคทีซีในปี 2566 บริษัทยังคงมุ่งเน้นการรักษาพอร์ตลูกค้าให้มีคุณภาพที่ดีไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการใช้สินเชื่อของผู้บริโภค โดยเน้นทำการตลาดบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD ด้วยการชูจุดขายเรื่องบัตรที่ทำได้ทั้งรูด โอน กด ผ่อน ช้อปออนไลน์ได้ครบถ้วน

แผนกลยุทธ์ในปี 2566 เราจะพัฒนาไปทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อตอบรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เริ่มทำการเปิดช่องทางให้ลูกค้าสามารถขอสินเชื่อออนไลน์ได้ด้วยตนเองผ่าน Mobile Application

ในรูปแบบของใบสมัครออนไลน์ (Electronic Application) และช่องทางการเบิกถอนเงินสดออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน KTC Mobile ให้สะดวกยิ่งขึ้น โดยเพิ่มบัญชีพร้อมเพย์ในการโอนเงิน นอกเหนือจากที่โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารได้ 15 แห่ง และเพิ่มช่องทางเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการใช้สินเชื่อ รวมทั้งเดินทางสร้างความผูกพันระหว่างเคทีซีกับกลุ่มสมาชิกบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD กว่า 7 แสนราย ด้วยการต่อยอดกิจกรรมสัมมนาอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ และการส่งเสริมวินัยในการชำระผ่านโครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง โดยคาดว่าจะเมื่อสิ้นปี 2566 พอร์ตลูกค้าสินเชื่อบุคคลจะเติบโต 7% และมีสมาชิกใหม่ “KTC PROUD” ประมาณ 110,000 ราย

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถในปี 2566

สำหรับธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ มีแนวโน้มและศักยภาพที่จะเติบโตขยายตัวอย่างสูงในปี 2566 เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่มีการเปิดเมือง จึงทำให้ประชาชนทั่วไปมีความต้องการในสินเชื่อเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถถือว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่ความเสี่ยงต่ำ สามารถคัดกรองและควบคุมคุณภาพลูกค้าได้ดีในระดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นสินเชื่อที่ลูกค้าจำเป็นต้องมีเล่มทะเบียนรถเพื่อมาวางเป็นประกัน ดังนั้นภาพรวมของอุตสาหกรรมจึงมีแนวโน้มที่จะมีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องจากสถาบันการเงินทั้งกลุ่ม Bank และ Non-Bank ได้หันมาให้ความสนใจธุรกิจนี้กันมากขึ้น

โดยกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อ KTC ที่เพิ่ม รถแลกเงิน ในปี 2566 บริษัทยังคงมุ่งเน้นที่การขยายฐานสมาชิกเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นแกนหลักได้พอสังเขป ดังนี้

PRODUCT

มุ่งเน้นทำการขยายฐานลูกค้าที่ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ KTC ที่เพิ่ม รถแลกเงินเป็นหลัก โดยเน้นการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีข้อจำกัดในเรื่องเอกสารการแสดงรายได้ เช่น อาชีพเกษตรกร พ่อค้าแม่ค้า และเจ้าของกิจการขนาดเล็ก รวมถึงการปรับเงื่อนไขการพิจารณาหลักประกันให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงการชูจุดเด่นของบัตรเครดิตเงินสด KTC ที่เพิ่ม ที่มี Product Features ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการกดเงินสด หรือรูดซื้อสินค้าผ่านบัตร

DISTRIBUTION CHANNELS

เน้นกลยุทธ์ช่องทางขายหลักไปยังสาขาของธนาคารกรุงไทย ด้วยการปรับรูปแบบการให้บริการผ่านสาขาธนาคารฯ เป็นการรับสมัครและอนุมัติแบบ Full Process ที่เจ้าหน้าที่ธนาคารฯ สามารถทำการรายการรับสมัครสินเชื่อให้กับลูกค้าผ่าน Tablet Device ที่สามารถอนุมัติสินเชื่อได้ภายใน 1 ชั่วโมง พร้อมรับเงินทันทีที่ธนาคารกรุงไทยกว่า 900 สาขา ทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังเน้นเสริมความแข็งแกร่งไปยังช่องทาง Outsource Sales และช่องทาง Online Acquisition ซึ่งเป็น 2 ช่องทางหลักของบริษัท รวมถึงการขยายฐานไปยังช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มเติมด้วย

PROCESS EXCELLENCY

มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการรับสมัครสินเชื่อให้มีความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการกระบวนการรับสมัครสินเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นการทำรายการผ่าน Tablet Device และการพิจารณาสินเชื่อแบบ Online Application ด้วยบริการ ที่เพิ่ม Delivery ที่ทำให้รู้ผลการพิจารณาอนุมัติแบบ Real Time และโอนเงินเข้าบัญชีลูกค้าได้ทันที ภายในระยะเวลาไม่ถึง 1 ชม. เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ด้วยการได้รับอนุมัติสินเชื่อก่อนใหญ่ได้จากทุกที่ โดยไม่มีวันหยุด

BRAND AWARENESS

เน้นการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ “สินเชื่อ KTC ที่เพิ่ม รถแลกเงิน” เพื่อให้เป็นที่รู้จักสำหรับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดที่อยู่ในหัวเมืองใหญ่ โดยเน้นการสื่อสารชื่อผลิตภัณฑ์ “สินเชื่อ KTC ที่เพิ่ม รถแลกเงิน” ผ่านสื่อหลักต่าง ๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะสื่อที่มีอิทธิพลเป็นที่นิยม และตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นที่รู้จัก ได้รับความสนใจ และเข้าไปอยู่ในใจของกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจ MAAI by KTC ในปี 2566

หลายธุรกิจในปัจจุบันเล็งเห็นความสำคัญในการทำ CRM เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มุ่งหวังให้เกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ มีการกลับมาซื้อซ้ำ และเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าสมาชิก ดังนั้นการบริหารจัดการดิจิทัลล้อยัลดีโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถช่วยธุรกิจให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ช่วยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อแบรนด์ได้มากขึ้น

MAAI by KTC มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการล้อยัลดีโปรแกรมและมีความเข้าใจในลักษณะการดำเนินงานของพันธมิตรธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างกัน และความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลาย ดังนั้นกลยุทธ์ของธุรกิจ MAAI by KTC จึงมุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์

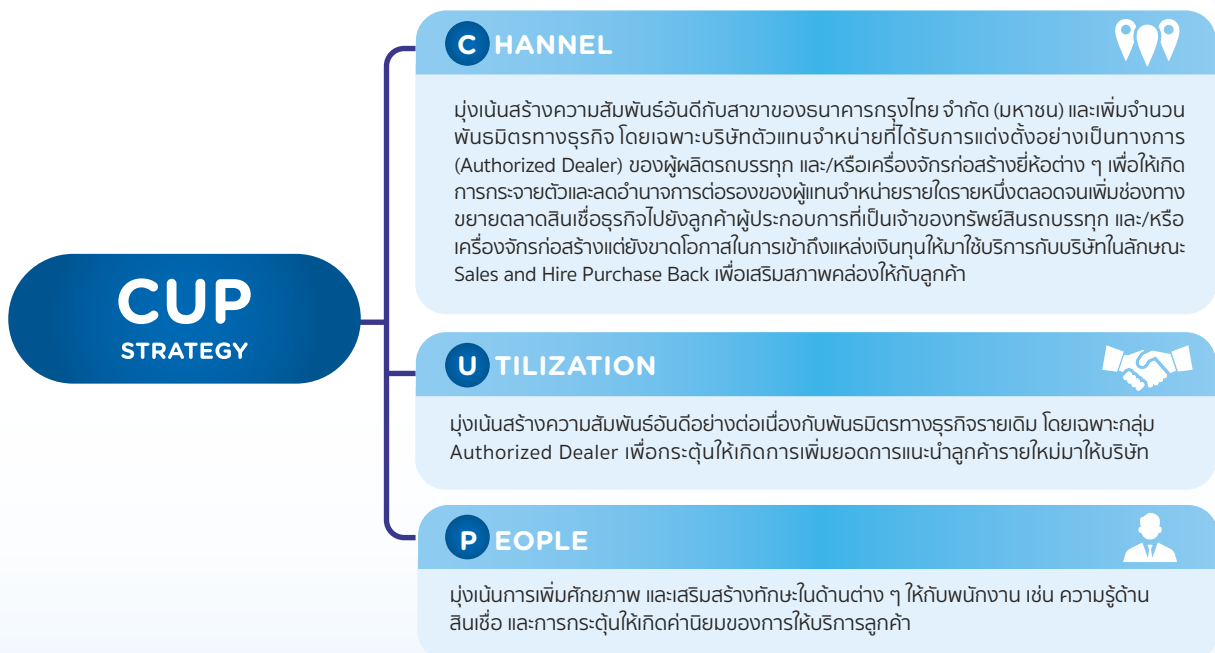
เพื่อตอบโจทย์แต่ละความต้องการ ตามลักษณะการดำเนินงานของแต่ละประเภทธุรกิจ (Customization) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจให้กับพันธมิตรได้มากขึ้น นอกจากนี้ในปี 2566 MAAI by KTC มีแผนในการขยายพันธมิตรจากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ไปยังกลุ่มธุรกิจขนาดกลางที่มีความต้องการในการทำล้อยัลดีโปรแกรม และขยายร้านค้ารับแลกคะแนน MAAI เพื่อให้ฐานลูกค้าสมาชิกสามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด และมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ MAAI by KTC โดยเน้นการสื่อสารผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเพิ่มความเข้าใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบ้านในปี 2566

สำหรับธุรกิจสินเชื่อบ้านและสินเชื่อถึงแม้จะมีการชะลอตัวลงในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา แต่คาดการณ์ว่าในปี 2566 น่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ซึ่งอาจจะมีการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการโดยตัวเลขสินเชื่อเช่าซื้อทั้งระบบปี 2565 มีอัตราเติบโตขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า อย่างไรก็ตามเนื่องจากการสร้างแผนการตลาดสินเชื่อเช่าซื้อจำเป็นต้องอาศัยการประสานงาน และการสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย (Dealer) การเข้าถึงลูกค้า รวมถึงการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มลูกค้า ขณะที่แนวโน้มการขยายตัวตามประเภทรถยนต์ในปี 2566 รถยนต์นั่งและรถยนต์เชิงพาณิชย์น่าจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากภาคการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว และในส่วนที่เป็นรถยนต์นั่งซึ่งคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจเช่นกัน

เช่น รถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบันนี้เน้นเรื่องการประหยัดน้ำมัน ทำให้มีค่ายรถยนต์เปิดตัวรถยนต์ไฟฟ้ารุ่นใหม่ ๆ ออกมาจำหน่ายมากขึ้นและเป็นที่ยอมรับอย่างมาก

โดยกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบ้านในปี 2566 บริษัทมุ่งเน้นไปที่การขยายฐานลูกค้า ทั้งสินเชื่อธุรกิจและสินเชื่อรายย่อย โดยกลยุทธ์ของสินเชื่อธุรกิจยังคงมุ่งเน้นให้บริการลูกค้าทั้งนิติบุคคล และบุคคลธรรมดาที่มีความประสงค์จะซื้อทรัพย์สินประเภทรถบรรทุก และ/หรือเครื่องจักรก่อสร้าง เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของลูกค้า ภายใต้กลยุทธ์ CUP Strategy สามารถสรุปได้พอสังเขปดังนี้



ทั้งนี้ในส่วนของการขยายรายย่อย จะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเป็นหลัก

บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ “เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจ การชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความเป็นองค์กรที่ นำเชื่อถือและการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ” รวมถึงปณิธาน ด้านความยั่งยืนที่ “มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตคนไทย” เคทีซีได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืน หรือการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance: ESG) เข้ามา

บูรณาการกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ พร้อมทั้งพัฒนา องค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสีย และเป็นส่วนหนึ่ง ในการเสริมสร้างธุรกิจภาคการเงินให้เข้มแข็ง นำไปสู่การขับเคลื่อน ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้อง กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

เป้าประสงค์ 1.4



สนับสนุนสิทธิเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากร ทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการทางการเงิน

- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รกแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile พี่เบิ้ม Mobile และ QR PAY

เป้าประสงค์ 3.d, 3.8, 3.9



บริหารจัดการลดความเสี่ยงด้านสุขภาพ โดยสร้างการเข้าถึงบริการสาธารณสุข

- โครงการสนับสนุนด้านสุขภาพ
- สวัสดิการพนักงาน
- การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

เป้าประสงค์ 4.3, 4.4, 4.5, 4.7



ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงการศึกษา ที่มีคุณภาพและโอกาสการเรียนรู้ อย่างเท่าเทียม

- สินเชื่อเพื่อการศึกษา
- การให้ความรู้ทางการเงิน
- การอบรม/ให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

เป้าประสงค์ 5.1, 5.5, 5.a



สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ รวมถึงการไม่เลือกปฏิบัติทุกรูปแบบ

- การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน

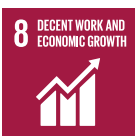
เป้าประสงค์ 7.1



สร้างหลักประกันในการเข้าถึงบริการ พลังงานสะอาดที่มีคุณภาพผ่าน รายการส่งเสริมการขายที่เป็นธรรม

- การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0%
- สิทธิพิเศษการจูงจูงพลังงานไฟฟ้า และ WALLBOX

เป้าประสงค์ 8.3, 8.5, 8.7, 8.8



การสร้างงานที่สมควรและการจัดหางาน ที่เหมาะสมกับพนักงาน รวมทั้งส่งเสริม สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย

- การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล
- ดูแลความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

เป้าประสงค์ 9.3



สนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การเงินเพื่ออำนวยความสะดวกในการ เข้าถึงบริการทางการเงิน

- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รกแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile พี่เบิ้ม Mobile และ QR PAY

เป้าประสงค์ 10.2, 10.3



ให้อำนาจและส่งเสริมให้ทุกคน ได้รับโอกาสที่เท่าเทียม

- การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน
- สินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รกแลกเงิน
- การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น KTC Mobile พี่เบิ้ม Mobile และ QR PAY

เป้าประสงค์ 12.5



สร้างหลักประกันในเรื่องการบริโภค อย่างมีความรับผิดชอบ และลดการเกิดของเสีย

- ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ 13.3



ดำเนินการเพื่อลดผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

- การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ 16.5, 16.6, 16.7



พัฒนาสถาบันที่มีประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบและโปร่งใส ในทุกระดับ

- การกำกับดูแลกิจการ
- การควบคุมภายใน
- การบริหารจัดการความเสี่ยง

○ โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

GRI 2-9, 2-12, 2-13, 2-14, 2-18



บทบาทและความรับผิดชอบด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- **คณะกรรมการบริษัท (Board of Directors)**
มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท และผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้อนุมัติและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ กำหนดนโยบายกรอบการดำเนินงาน รวมถึงติดตามและกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามกรอบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
- **คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Audit, Environmental, Social Responsibilities, and Corporate Governance Committee)**
มีบทบาทในการกำกับดูแล ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทให้สอดคล้องกับมาตรฐานทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- **ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer and Top Management)**
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนด้วยความมุ่งมั่น รวมถึงทีมผู้บริหารระดับสูงที่เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อเข้าถึงความสำคัญ ส่งผ่านการสนับสนุนตลอดสายงาน และแสดงเจตนาจริงในการให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
- **คณะทำงานความยั่งยืน (Sustainability Working Group)**
ประกอบด้วยผู้แทนจากทุกสายงานร่วมกันศึกษากรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสายงาน รวมถึงมุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ และความเข้าใจให้พนักงานนำไปปฏิบัติ ตามกรอบแนวคิดด้านความยั่งยืน

○ การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

การบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

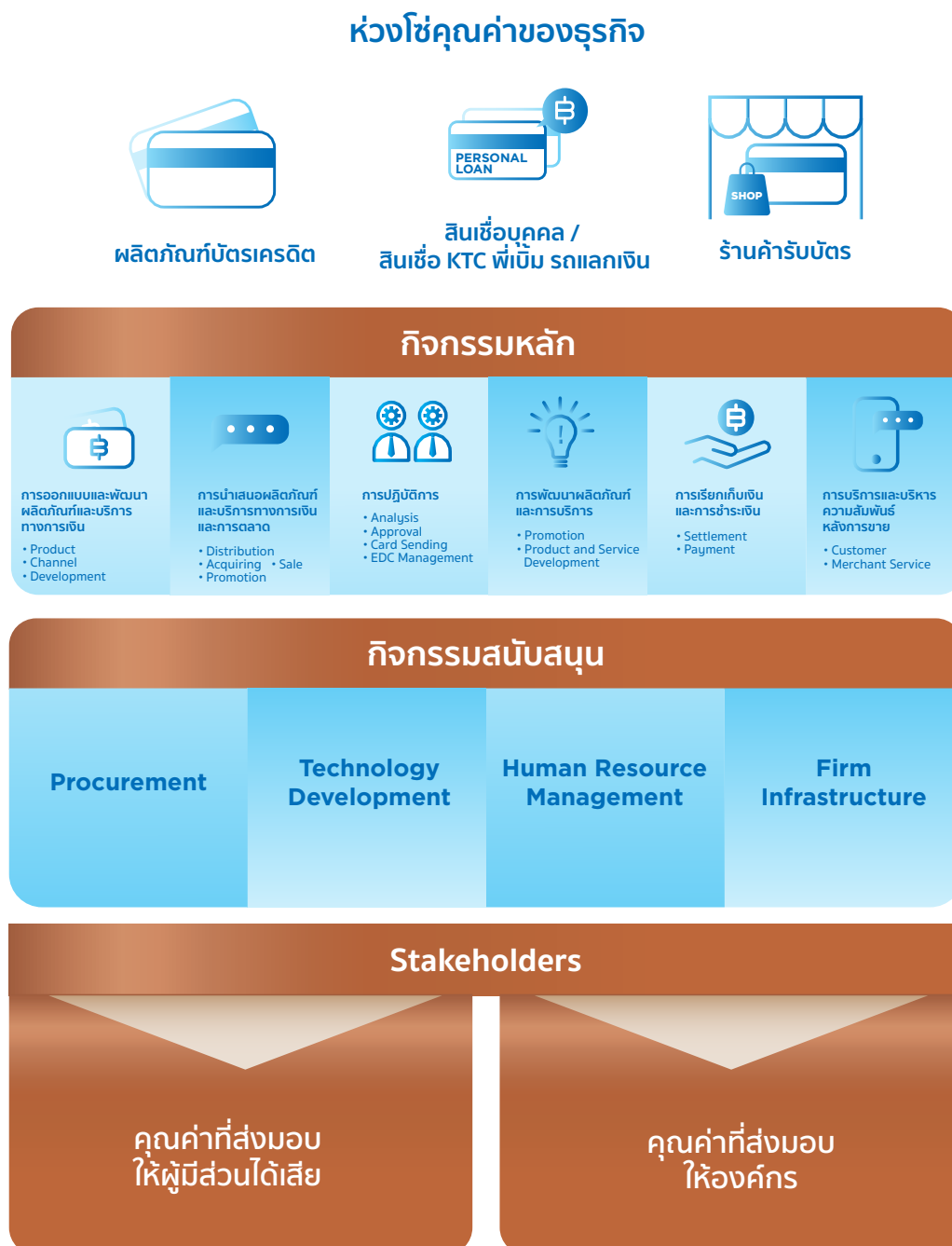
GRI 2-29

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้วิเคราะห์กิจกรรมหรือกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อสามารถบริหารจัดการทรัพยากร

และเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร รวมถึงการสร้างคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดผลลัพธ์และความสัมพันธ์อันดี ซึ่งตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ดังนี้

การวิเคราะห์และการทบทวนห่วงโซ่คุณค่า

GRI 2-6



○ การวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

GRI 2-29

การวิเคราะห์และการทบทวนผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 10 กลุ่ม ตามความเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของบริษัท โดยในปี 2565 บริษัทได้พิจารณา ทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยมีรายละเอียดดังนี้



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทระบุแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ที่ชัดเจนในนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ซึ่งได้เผยแพร่ไว้อยู่บนเว็บไซต์บริษัท (<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>) อีกทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเอาใจใส่ ได้รับความเข้าใจ (Empathize) กับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเข้าใจและเข้าถึงความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการวิเคราะห์ กำหนด และพัฒนาแนวทางในการตอบสนองหรือการมีส่วนร่วม

ที่เหมาะสมระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตลอดทั้งปี เพื่อลดความเสี่ยง รวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ ตอบโจทย์ความต้องการ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีมาตรการ ต่าง ๆ ในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกด้วย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (COVID-19)”)

ตารางการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย มีรายละเอียดดังนี้



ผู้ถือหุ้น

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี - การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (เมื่อเกิดเหตุการณ์) - การเปิดเผยข้อมูลงบการเงิน และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) รายไตรมาสและรายปี (ก่อนและหลังสอบทาน/ตรวจสอบ) - การจัด Opportunity Day และ Analyst Briefing รายไตรมาส ทั้งผ่านทางช่องทางออนไลน์ และเปิดโอกาสให้เข้าร่วมในสถานที่จัดงาน - การเปิดโอกาสให้มี Company Visit ได้ตลอดเวลา ทั้งเข้าพบที่บริษัท และการสื่อสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ - การจัดช่องทางตอบคำถามอื่น ๆ ของแผนกนักลงทุนสัมพันธ์ของบริษัท ได้แก่ โทรศัพท์ การติดต่อผ่านอีเมล irktc@ktc.co.th - การจัด Roadshow เพื่อเปิดเผยข้อมูล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงในบางช่วงเวลาที่ไม่สามารถเดินทางได้ จะมีการจัด Roadshow ผ่านทางช่องทางออนไลน์ - การประชุมรับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม การจัดทำและนำเสนอรายงานต่าง ๆ รวมถึงรับการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบสำนักงานใหญ่ของธนาคารกรุงไทย	- บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืน พร้อมรับความเสี่ยงจากการแข่งขัน และกฎเกณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไป หรือข้อกีดกันทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ - บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม - ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียม โดยผู้ถือหุ้นได้รับข้อมูลที่ถูกต้องผ่านกระบวนการเปิดเผยที่โปร่งใส ชัดเจน ครบถ้วน เท่าเทียม และทันเวลา - ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินการที่ดี เช่น เงินปันผล หรือ Capital Gain - บริษัทมีความยืดหยุ่น (Resilience) ทนต่อสถานการณ์ที่ไม่อาจคาดหมายได้ โดยมีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการสร้างความยั่งยืนที่เชื่อมโยงไปยังกระบวนการดำเนินงานและกลยุทธ์ของธุรกิจ - จัดช่องทางสื่อสารระหว่างบริษัทและผู้ถือหุ้นได้เป็นอย่างดี เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีการซักถาม ทั้งในการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น การประชุม Opportunity Day หรือประชุมต่าง ๆ ที่เอื้อให้ผู้ถือหุ้นสามารถสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลบริษัทที่เปิดเผยได้อย่างเท่าเทียมกัน - หากมีประเด็นคำถามใหม่ที่เกิดขึ้นข้อสงสัยขึ้น จะได้รับคำตอบที่ชัดเจน และทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น - ธนาคารกรุงไทยได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตามกำหนดเวลา	- บริษัทมีการบริหารกิจการอย่างมั่นคงและเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีแผนการบริหารความเสี่ยงที่สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ - บริษัทประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้การกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม - บริษัทเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และเท่าเทียมในช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก - บริษัทมีการบริหารจัดการภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่รัดกุมและรอบคอบอย่างสมดุล จึงทำให้มีการจัดสรรเงินปันผลผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่อง - บริษัทมีการปรับตัว พัฒนาอยู่เสมอ โดยส่วนหนึ่งสะท้อนอยู่ในแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือ Business Continuity Plan หากเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ - การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น โดยมีการเชิญชวนผู้ถือหุ้นเข้าร่วมการประชุมและแสดงความคิดเห็น และการจัด Opportunity Day โดยในปี 2565 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงจัดการนัดหมายและประชุมผ่านทางระบบออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ - ตอบข้อซักถามอย่างตรงประเด็น ผู้บริหารมีการสื่อสารทันต่อสถานการณ์ และตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน - บริษัทนำเสนอรายงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา เพื่อให้ธนาคารกรุงไทยใช้เป็นข้อมูลในการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

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



ลูกค้า

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การสำรวจจิตสุขภาพหรือความสำเร็จของแบรนด์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค (Brand Health Monitoring) ผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการที่จะแนะนำคนที่ซื้อให้กับผู้อื่น (Net Promoter Score) - การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จากการให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ - การพบกับลูกค้าในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในทุกช่องทางเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี - การโทรสุ่มเพื่อสำรวจความถูกต้องครบถ้วนในการขายของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ฯ หรือ Sales (Mystery Shopping) - การรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนตลอดทั้งปีจาก Customer Feedback Center (CFC)	- ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง - ได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินอย่างถูกต้อง รวมถึงได้รับการแนะนำและบริการที่เหมาะสม อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด	- บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม - บริษัทให้บริการด้วยความเต็มใจ และรวดเร็วในทุกช่องทางการติดต่อ คอยรับฟังและนำประเด็นปัญหาของลูกค้ามาปรับปรุงและพัฒนา พร้อมกับเสนอทางช่วยเหลือและให้คำแนะนำ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
	ยกระดับงานบริการและงานขายให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชม รวมถึงสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการปฏิบัติตาม Market Conduct รวมถึงแก้ไขปัญหา เยียวยา และรับฟังข้อเสนอแนะด้วยความเต็มใจ ยุติธรรม รวดเร็ว	- เปิดโอกาสให้ลูกค้าประเมินการให้บริการของ KTC TOUCH ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านการโทรแบบสุ่มเลือก เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อการบริการ และนำมาปรับปรุงต่อไป - การประเมินการให้บริการของ Contact Center ในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ เพื่อนำผลมาช่วยเหลือลูกค้า แก้ไขปัญหา และหาแนวทางป้องกัน
	พัฒนาคุณภาพในการเสนอขายและบริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สอดคล้องกับ Market Conduct	- อบรม พัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายให้แก่ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับ Market Conduct - เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อเสนอนแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนจะดำเนินการตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขปัญหาภายใต้กรอบเวลาของ Service Level Agreement (SLA) ที่กำหนด

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี” และ “นวัตกรรมดิจิทัล”)



เจ้าหนี้

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม รับฟัง ข้อเสนอแนะผ่านโทรศัพท์ อีเมล การประชุม ตลอดทั้งปี - การเปิดเผยข้อมูลงบการเงิน คำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) หลังสอบทาน/ ตรวจสอบ รวมถึงข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท และแจ้งการดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นรายไตรมาสและรายปี - การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำเอกสารรายไตรมาส เพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ถือหุ้น	- มีการปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิ - ได้รับดอกเบี้ยและเงินต้นครบถ้วนและตรงตามกำหนด - ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน - ได้รับทราบผลการดำเนินงาน ข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท และการปฏิบัติตามข้อกำหนด - ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมและได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจ - ผู้ถือหุ้นได้สื่อสารความต้องการ รวมถึงความคาดหวังด้านกิจกรรมของผู้ถือหุ้น	- ปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิอย่างซื่อสัตย์ โปร่งใส และตรวจสอบได้ - ชำระดอกเบี้ยและเงินต้นคืนครบถ้วนและตรงกำหนด - สื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ถูกต้อง ครบถ้วน - นำเสนอรายงานข้อมูลทางการเงิน ผลดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ข้อมูลการบริหารเงินทุน รวมถึงข้อมูลที่เปิดเผยตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. อย่างถูกต้องเหมาะสม ทันเวลา และเท่าเทียม - แจ้งข้อมูลกิจกรรมตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มไตรมาสเพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้าได้ - พัฒนากิจกรรมในรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสนใจ เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



ลูกค้า

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- กระบวนการคัดเลือกและประเมินผลการปฏิบัติงานของลูกค้า - การสื่อสารความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนของบริษัท ให้ลูกค้ารับทราบผ่านคู่มือจรรยาบรรณสำหรับลูกค้า - ช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน - การจัดประชุม อบรม เยี่ยมเยือนลูกค้า เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ - การพบกับบุคลากรของธนาคารกรุงไทย บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย เพื่อนำเสนอและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ และการขายให้กับเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทย และบริษัทในเครือ รวมถึงต่อยอดโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ร่วมกันในมุมมองต่าง ๆ	- การจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรม และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้างหรือหลักเกณฑ์การให้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ - การพัฒนา แบ่งปันความรู้ให้กับลูกค้าเพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน - การแข่งขันหรือสัญญาที่เป็นธรรม	- ลูกค้ารับทราบข้อปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และตามคู่มือจรรยาบรรณสำหรับลูกค้า - พัฒนาและให้ความรู้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันกับลูกค้า - สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ - การปฏิบัติตามสัญญาการให้บริการ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)



พันธมิตร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การประชุมสร้างความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ทางการตลาด ทั้งในส่วนของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด - การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อสอบถามพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นภาพรวมของตลาด และพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	- ความร่วมมือในการทำธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล - การกระตุ้นยอดขายและการต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกัน	- จัดทำข้อตกลงร่วมกัน เพื่อกำหนดกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ - จัดการประชุมและสร้างกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายและต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกันอย่างยั่งยืน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)



คู่แข่ง

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
การประชุมพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกันตามวาระต่าง ๆ ผ่านชมรม หรือสมาคม	- ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง บิดเบือนข้อเท็จจริง ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต - แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน	- สร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง - เข้าร่วมประชุมกับชมรม หรือสมาคมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



สังคมและสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การให้โอกาส รับฟังความคิดเห็นของสังคมผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย หรือ ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ - ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และการรับเรื่องร้องเรียน ตลอดทั้งปี - จัดอบรมให้ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ	- ได้รับคำปรึกษา หรือความรู้ความเข้าใจทางการเงิน เพื่อให้สามารถเข้าใจและวางแผนการใช้เงิน รวมถึงการเก็บออมสำหรับอนาคตได้อย่างเหมาะสม - เข้าถึงบริการทางการเงินอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ - สามารถช่วยเหลือชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อน - การบริหารจัดการลดผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานของบริษัท - มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนสำหรับการแสดงความเห็นของชุมชน สังคมเสมอ - การดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจสิ่งแวดล้อม	- นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงให้ความรู้ทางการเงินผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก แฟนเพจของสินเชื่อ KTC ที่เข้ม รถแลกเงิน KTC Journey หรือ KTC Real Privileges เป็นต้น - พิจารณาให้ความช่วยเหลือสนับสนุนชุมชนตามความเหมาะสม - บริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสาธารณะ และสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มีช่องทางการรับข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะตามนโยบายการกำกับดูแล - บริษัทสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับพนักงานในการดูแลรักษาทรัพยากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมให้แก่ลูกค้า

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”)



คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- การประชุมคณะกรรมการทุกเดือน - การประชุมคณะกรรมการกรณีเร่งด่วน เมื่อเกิดเหตุการณ์ - การจัดอบรมปฐมนิเทศกรรมการที่เข้ารับการดำรงตำแหน่งใหม่ - การพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และการอบรมสัมมนาต่าง ๆ ตลอดทั้งปี	กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงหารือ พิจารณานโยบายหรือการดำเนินงานกิจการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการดำเนินการตามแนวทางที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้	- ติดตาม รับทราบผลการดำเนินงานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ - ดำเนินงานอย่างโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล - ผลการดำเนินงานดีและเติบโตอย่างสม่ำเสมอ - ให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ ครบถ้วน ทันเวลา - ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม
- ความหลากหลายของคณะกรรมการ - การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการประจำปี - กำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับบทบาทและความรับผิดชอบ	- เข้าใจขอบเขตการประกอบธุรกิจ นโยบาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผนการดำเนินงานของบริษัท - พัฒนาความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ รวมถึงการทำหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหาร และสามารถนำมาใช้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง - จัดโครงสร้างของคณะกรรมการและผู้บริหาร ให้มีความหลากหลายในเรื่องของทักษะและประสบการณ์ - รับทราบผลการปฏิบัติงานเพื่อนำมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัท - กำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ	- เชิญเข้าร่วมปฐมนิเทศ โดยมีการนำเสนอ KTC Story หน้าตามาตรฐานของกรรมการและนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น ขอบเขตการประกอบธุรกิจ การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง เป็นต้น - สนับสนุนการอบรมสัมมนาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหาร - จัดทำ Board Skill Matrix กำหนดคุณสมบัติเพื่อใช้สำหรับการคัดเลือกคณะกรรมการหรือผู้บริหารที่มีทักษะ หรือประสบการณ์ที่จะมาบริหารจัดการบริษัท - นำผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานมาสื่อสารให้คณะกรรมการทราบ และหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของบริษัท - ได้รับค่าตอบแทนตามที่ได้รับอนุมัติจากผู้ถือหุ้นหรือคณะกรรมการบริษัท ภายใต้ความเหมาะสมและเป็นธรรมตามแต่กรณี

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



พนักงาน

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- จัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานที่เริ่มงานใหม่ - จัดช่องทางการให้พนักงานแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านทางอีเมลของผู้บริหารของสายงาน กำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ หรือสายงานทรัพยากรบุคคล - ประชุมและสื่อสารข้อมูลให้พนักงานทราบผ่านอีเมลหรือ KTC UNITE ขององค์กรตลอดทั้งปี - การสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานประจำปี - การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้หลัก Key Performance Indicator (“KPI”) - มีแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับตลอดทั้งปี - สนับสนุนให้พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนา และการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning)	- พนักงานต้องการรู้จักบริษัท กรรมการ ผู้บริหาร และแนวทางปฏิบัติงานที่สำคัญเพื่อการปฏิบัติงานภายใน - สามารถสื่อสารความต้องการ ความคิดเห็น การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่างๆ - รับทราบนโยบายและข้อมูล ตลอดจนการดำเนินงานของบริษัท - พนักงานสามารถสื่อสารความต้องการกับบริษัท - รับทราบผลการประเมินเพื่อพัฒนาและยกระดับตนเองให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น	- สื่อสารประวัติความเป็นมา ลักษณะการประกอบธุรกิจ แนะนำกรรมการและผู้บริหาร พร้อมทั้งแจ้งกฎระเบียบ แนวปฏิบัติ และหลักเกณฑ์ของบริษัทที่สำคัญ - จัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและปลอดภัยให้แก่พนักงาน - การปฏิบัติงานของสายงานทรัพยากรบุคคลเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน และแนวทางในการบริหารความหลากหลาย ไม่กีดกันทางเพศ เพศสภาพ ศาสนา เชื้อชาติ โดยทุกอย่างเป็นไปตามกฎหมายแรงงาน - มีมาตรการการป้องกันและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส - จัดให้มีการประชุม Town Hall ระหว่างผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลาง - จัดการประชุมภายในสายงานและระหว่างสายงาน - สำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ที่มีต่อองค์กร ที่จัดโดย Third Party เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนา และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ - จัดกิจกรรมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Activities) โดยสายงานทรัพยากรบุคคลและตัวแทนของสายงานต่าง ๆ (People Champion) - จัด CEO Live Talk เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับฟังแนวคิด วิสัยทัศน์ รวมถึงได้พูดคุยซักถามกับ CEO โดยตรง ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารระหว่างพนักงานกับองค์กร - จัดประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ประเมินผลงาน (KPI) แบ่งเป็น Corporate KPI และ Individual KPI และส่วนที่สอง ประเมินพฤติกรรม แบ่งเป็น Core Values และ Competency โดยใช้การประเมินแบบ 360 องศาในการให้ Feedback

ต่อ >>

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
	- พัฒนาความรู้ ความสามารถ หรือสมรรถนะ (Competency Development) ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับภาวะของโลกที่เปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น - สามารถวางแผนเส้นทางอาชีพและความก้าวหน้าในงาน	- เปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง - จัดให้มี Learning Culture ที่พนักงานสามารถเลือกเรียนได้อย่างอิสระตามความสนใจรายบุคคล - สอนให้พนักงานกำหนด Career Path เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของตัวเอง - จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan)
ประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างต่อเนื่อง	- มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมและปลอดภัย - มีกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ ทั้งทางกายภาพและทางใจ	- จัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม โดยมีการตรวจประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน - จัดให้มีชมรมกีฬาเพื่อสร้างเสริมสุขภาพตามความพึงพอใจของพนักงาน - จัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบริษัทเพื่อส่งเสริมการลดความเครียดจากการทำงาน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล” และ “การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมในการทำงาน”)



ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร	ความสนใจและความคาดหวัง	แนวทางการตอบสนอง
- ประชุม รับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล รวมถึงซักซ้อมการปฏิบัติตาม - รับการตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับต่าง ๆ - จัดทำรายงานส่งหน่วยงานกำกับดูแล	การปฏิบัติงานของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายกำหนด มีความโปร่งใสขององค์กรและระบบงาน	ยึดหลักการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายประกาศของหน่วยงานกำกับดูแล และคอยปรับปรุงการดำเนินการต่าง ๆ ให้สอดคล้องเป็นไปตามข้อสังเกตจากการตรวจสอบ (ถ้ามี)

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน”)

○ การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

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

บริษัทพิจารณาบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนระดับอุตสาหกรรม ระดับประเทศ และระดับสากล (Issue Universe) ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 10 กลุ่ม จำนวน 111 ราย ผ่านการสำรวจความคิดเห็นในปี 2564 เพื่อนำมาจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix) และแผนกลยุทธ์ความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี (2565 – 2569) ตามกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (Sustainable Development Framework) และกำหนดขอบเขตการรายงานตามเนื้อหาในฉบับนี้ โดยมีกระบวนการดังนี้

การระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



การพิจารณาตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

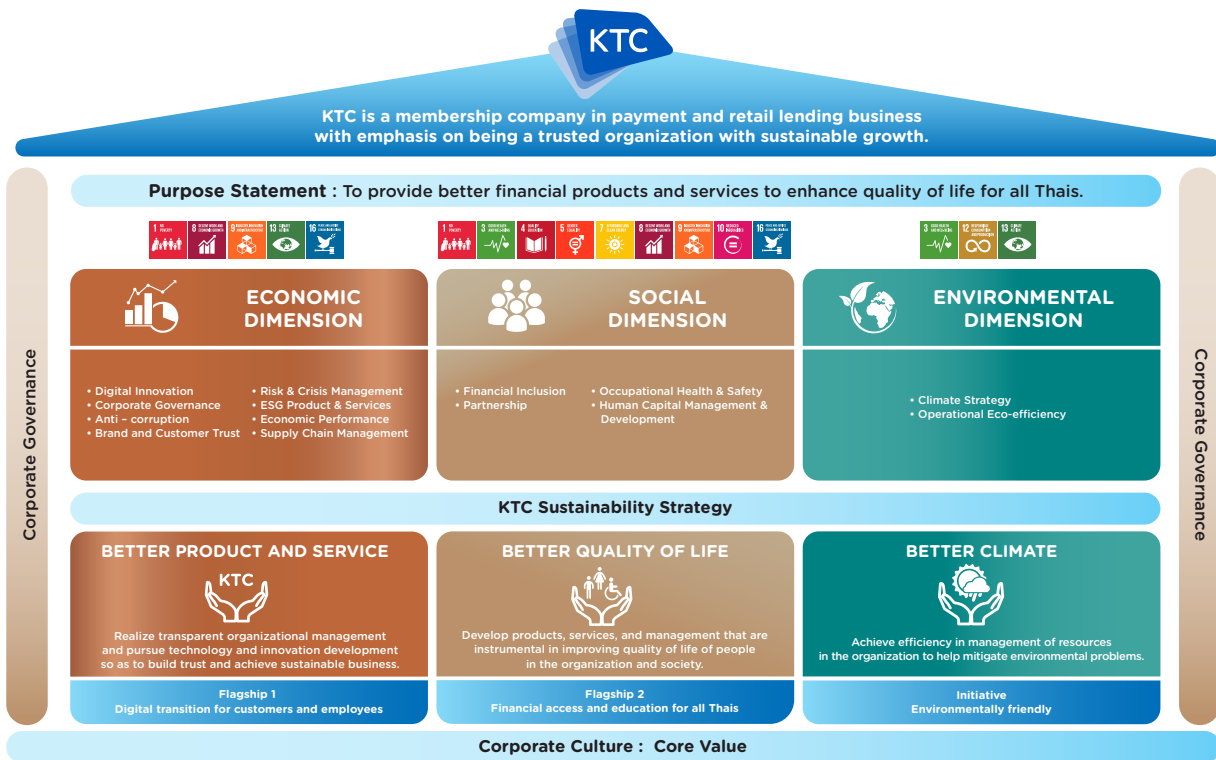


ทุกทวนกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มาพัฒนาแนวทางการดำเนินงานและการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

[illegible]

กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืน ที่ตอบโจทย์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน วิสัยทัศน์องค์กรสอดคล้องตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 11 เป้าหมาย โดยกรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืนดังกล่าวอยู่บนหลักธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยงและบริหารต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้บริษัทได้จัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ กลยุทธ์มิติเศรษฐกิจ (Better Product and Service) กลยุทธ์มิติสังคม (Better Quality of Life) และกลยุทธ์

มิติสิ่งแวดล้อม (Better Climate) ซึ่งบริษัทได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดี และสร้างความไว้วางใจให้เกิดแก่สมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียบนมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล นำไปสู่การสร้างโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้แก่คนในสังคมได้อย่างทั่วถึง และบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

ขอบเขตการรายงานตามประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้จัดทำขึ้นในรูปแบบ with reference to the GRI Standards ที่ได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน และแสดงใน Materiality Matrix ซึ่งครอบคลุมการดำเนินงานของ

บริษัท เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของ เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อความชัดเจนในบทบาทของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

GRI 3-2

ประเด็นความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อที่นำเสนอในรายงาน	การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
		ขอบข่ายภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาคีและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก		
Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data (GRI 418-1)	นวัตกรรมดิจิทัล การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน กระบวนการทำงาน และช่องทางการบริการลูกค้า โดยให้ความสำคัญต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์สารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคล	●	●	●	●		●	●	●	●	●	มิติเศรษฐกิจ นวัตกรรมดิจิทัล	   
Incidents of non-compliance concerning marketing communications (GRI 417-3)	การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อการพัฒนาและดูแลคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 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)	การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต กระบวนการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการกับเหตุการณ์หรือความเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยการจัดให้มีโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	●	●	●	●	●	●	●		●	●	มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต	
Direct economic value generated and distributed (GRI 201-1)	ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ การส่งมอบคุณค่าทางธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการเป็นองค์กรที่ดีมีส่วนในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้ออกาสในการเข้าถึงเงินทุนที่ถูกต้องแก่ประชาชน	●	●	●	●	●	●	●		●	●	มิติเศรษฐกิจ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	 

ประเด็น ความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็น ความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ										หัวข้อ ที่นำเสนอ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)
		ภายใน	ขอบข่ายภายนอก										
			พนักงาน คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม	ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล		
Policy commitments (GRI 2-23) Mechanisms for seeking advice and raising concerns (GRI 2-26) Governance structure and composition (GRI 2-9) Delegation of responsibility for managing impacts (GRI 2-13) Role of the highest governance body in sustainability reporting (GRI 2-14)	การกำกับดูแลกิจการ การกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี ผ่านการกำหนดโครงสร้าง นโยบาย และกระบวนการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	มิติเศรษฐกิจ การกำกับดูแลกิจการ	
Infrastructure investments and services supported (GRI 203-1) Significant indirect economic impacts (GRI 203-2)	ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล การสร้างแรงจูงใจในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม ผ่านนโยบาย การให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงนโยบายการค้าเงินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ	●	●	●	●		●	●		●	●	มิติเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล	   
Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken (GRI 302-2) New suppliers that were screened using environmental criteria (GRI 308-1) 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 เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าที่บริษัทร่วมทำธุรกิจด้วย คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการผ่านกระบวนการคัดเลือก การกำหนดมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ และแบ่งปันความรู้	●	●	●	●		●	●		●		มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน มิติสังคม สิทธิมนุษยชน	   
Infrastructure investments and services supported (GRI 203-1)	การเข้าถึงบริการทางการเงิน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ผ่านการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินในระบบ 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 มีกระบวนการจัดการหากพบการคอร์รัปชัน รวมถึงการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	มิติเศรษฐกิจ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน	

ประเด็น ความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็น ความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ									หัวข้อ ที่น่าสนใจ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)	
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม			ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล
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) Benefits provided to full-time employee that are not provided to temporary or part-time employees (GRI 401-2) Minimum notice periods regarding operational changes (GRI 402-1) Average hours of training per year per employee (GRI 404-1) Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs (GRI 404-2) Diversity of governance bodies and employees (GRI 405-1)	การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารแรงงาน การปฏิบัติต่อพนักงาน อย่างเป็นธรรมและเคารพในความ แตกต่างที่หลากหลายด้วยความเท่าเทียม บนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน รวมถึงการ พัฒนา ศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตก้าวหน้า ในอาชีพและเสริมสร้างการมีส่วนร่วม และความผูกพันของพนักงานที่มีต่อ องค์กร	●	●		●		●			●	●	มิติสังคม การบริหารและพัฒนา ทรัพยากรบุคคล สิทธิมนุษยชน	    
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)	การดูแลสุขภาพ และความปลอดภัย ในสภาพแวดล้อมการทำงาน การส่งเสริมความรู้และดูแลด้าน สุขภาพ ความปลอดภัย การจัดการ สถานที่ทำงานให้เอื้อต่อการทำงาน เพื่อป้องกันอันตรายจากการทำงาน หรือความเจ็บป่วยที่สืบเนื่องจาก การทำงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน	●	●				●			●	●	มิติสังคม การดูแลสุขภาพ และความปลอดภัยใน สภาพแวดล้อมการ ทำงาน	 
Significant indirect economic impacts (GRI 203-2)	การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความ ยั่งยืน การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุน หลักการความยั่งยืนที่ก่อให้เกิดคุณค่า ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	●	●		●		●	●		●		มิติสังคม การร่วมมือกับ พันธมิตร ด้านความยั่งยืน	

ประเด็น ความยั่งยืนตาม GRI Standard	ประเด็น ความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics	ขอบเขตผลกระทบ									หัวข้อ ที่น่าสนใจ ในรายงาน	การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs)	
		ขอบข่าย ภายใน		ขอบข่ายภายนอก									
		พนักงาน	คณะกรรมการและผู้บริหาร	ผู้ถือหุ้น	ลูกค้า	เจ้าหนี้	คู่ค้า	พันธมิตร	คู่แข่ง	สังคมและสิ่งแวดล้อม			ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล
Energy consumption within the organization (GRI 302-1) 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 directed to disposal (GRI 306-5)	กลยุทธ์ด้านภูมิอากาศ ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการด้านมลพิษ การจัดการน้ำทิ้ง และขยะ การพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	●	●		●					●	●	มิติสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ	3GOOD HEALTH AND WELL-BEING 12RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 13CLIMATE ACTION

การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ตามมาตรการความช่วยเหลือของรัฐและในรูปแบบที่บริษัทสามารถดำเนินการได้ เพื่อลดหรือบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19



○ แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทมีการดำเนินการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ในสภาวะวิกฤตได้ทันทั่วถึง รวมถึงหาข้อสรุปเกี่ยวกับผลกระทบของเหตุการณ์ที่มีต่อธุรกิจ (Business Impact Assessment) เช่น การมองหาสัญญาณที่ทำให้บริษัทต้องตัดสินใจดำเนินการคาดการณ์และประเมินผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้าน Internal Operation ด้าน Supply Chain และด้าน Financial Status เป็นต้น รวมถึงกำหนดมาตรการรับมือที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดแนวทางการดูแลสุขอนามัยและสุขภาพของพนักงาน การจัดเตรียมสถานที่ปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับมาตรการ Social Distancing การจัดเตรียมทรัพยากรและอุปกรณ์สำหรับการทำงานในรูปแบบ Work from Home ให้พนักงานที่มีความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19 หรือการจัดกลุ่มพนักงานเพื่อให้ปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function เป็นต้น รวมทั้งบริษัทได้มีการประเมินผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดมาตรการสำคัญและการบริหารจัดการ เพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ โดยสรุปได้ดังนี้

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- คณะกรรมการ Risk Management Committee
- คณะกรรมการ Management Committee
- คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee)

พิจารณาอนุมัตินโยบายและกำหนดมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และธนาคารกรุงไทยในฐานะบริษัทแม่ รวมถึงนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมกรณีเกิดโรคระบาดหรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ไม่สามารถป้องกันได้ เพื่อให้บริษัทมีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์วิกฤต และบรรเทา

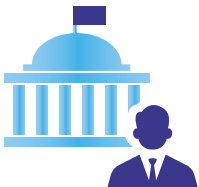
หรือลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทให้น้อยที่สุด การประกาศใช้แผนฉุกเฉินหากจำเป็น รวมถึงกำหนดให้มีทีมจัดการเฉพาะกิจหรือมีผู้รับผิดชอบโดยตรง เพื่อให้การดำเนินงานและการตัดสินใจต่อสถานการณ์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทจัดให้มีกระบวนการรายงานผลการให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้แก่ผู้บริหารรับทราบ

บริษัทวิเคราะห์อัตราการค้าชำระหนี้และ NPL ซึ่งมีสาเหตุมาจากลูกหนี้และกิจการของลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบ ทำให้อาจไม่มีความสามารถในการชำระหนี้คืนภายในระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลต่อคุณภาพของลูกหนี้สินเชื่อ โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพ/อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงในระดับที่รุนแรง เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สายการบิน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทมีการทดสอบภาวะวิกฤตด้านสภาพคล่อง (Liquidity Stress Testing) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินภายใต้สมมติฐาน ได้แก่ บริษัทไม่สามารถ Refinance หรือ Rollover เงินกู้ที่ครบกำหนด และประมาณการเติบโตของเงินให้สินเชื่อว่าบริษัทมีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในระยะเวลาเท่าใด เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการจัดหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ หากสถานการณ์การแพร่ระบาดยังไม่คลี่คลาย

ทั้งนี้ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา บริษัทไม่ประสบปัญหาในการบริหารเงิน การกู้ยืม หรือการชำระคืนเงินกู้ยืมแต่อย่างใด ด้วยบริษัทมีแหล่งเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงวงเงินสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ที่หลากหลาย โดยมีการบริหารจัดการเงินที่เหมาะสม เพื่อการบริหารต้นทุนที่ได้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับภาวะตลาด และดูแลอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้อยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะผูกพันที่กำหนด

○ การบรรเทาผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน

บริษัทประเมินและมีแนวทางในการบริหารจัดการ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสื่อสารมาตรการการให้ความช่วยเหลือกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ อันแสดงให้เห็นถึงการเป็น Good Corporate Citizenship ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	การจัดการผลกระทบในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19
 ภาครัฐและหน่วยงาน กำกับดูแล	รูปแบบการติดต่อสื่อสาร • การประชุมรับฟังแนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล ผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับฟังแนวนโยบายและแนวทางจากภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลตามช่องทาง เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ หรือประกาศมติคณะรัฐมนตรี ประกาศราชกิจจานุเบกษา ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์ • การให้ความร่วมมือกับภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลในการให้ความช่วยเหลือลูกค้า ตามมาตรการการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสม • การปฏิบัติตามแนวนโยบายของภาครัฐที่ได้มีการประกาศหรือให้มีผลบังคับใช้ เช่น การกำหนดช่วงเวลาการลดอัตราค่าส่งเงินสมทบของลูกค้าที่นำส่งเข้าสำนักงานประกันสังคม มาตรการดูแลพนักงานในช่วงการแพร่ระบาด เป็นต้น แนวทางการตอบสนอง • บริษัทได้นำเสนอมาตรการการให้ความช่วยเหลือต่อคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้องทันที เพื่อพิจารณาอนุมัติมาตรการในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือลูกค้าในทุกกลุ่มตามความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงรายงานผลการให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้านี้ ดังกล่าวต่อผู้บริหารระดับสูงและ ธปท. ทราบเป็นประจำ เพื่อให้สามารถติดตามการให้ความช่วยเหลือของบริษัทได้ และประชาสัมพันธ์มาตรการการให้ความช่วยเหลือให้แก่ลูกค้าทราบผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท • การชะลออัตราค่าหักเงินสมทบของลูกค้าและนายจ้างที่จะนำส่งเงินเข้าสำนักงานประกันสังคม ตามช่วงระยะเวลาที่สำนักงานประกันสังคมกำหนด เพื่อเป็นการช่วยเหลือบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ลูกค้าและนายจ้าง • การปฏิบัติตามกฎระเบียบ นโยบายที่ภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลประกาศอย่างเคร่งครัด รวมถึงประสานงานกับสำนักงานประกันสังคม เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้รับวัคซีนอย่างทั่วถึง



รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- การสื่อสารข้อมูลและประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ รับเรื่องร้องเรียน/รับข้อเสนอแนะผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน และมีการตอบสนองต่อลูกค้าตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และการขอความช่วยเหลือต่าง ๆ
- การประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษของผลิตภัณฑ์ บริการ ทั้งโปรโมชั่นและกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ที่มอบความสะดวกสบายให้กับสมาชิกผ่านช่องทางออนไลน์
- จัดให้มี KTC Mobile ที่มีฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบสนองความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า
- มีช่องทางการสมัครบัตรเครดิต KTC ที่ให้ลูกค้าสมัครบัตรเครดิต ได้ทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็สามารถสมัครได้ง่าย ๆ ด้วยตนเอง สะดวก ปลอดภัย ไม่ต้องเดินทาง โดยสามารถทราบผลอนุมัติภายใน 3 วัน

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- การมีมาตรการที่มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนลูกค้าในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19
- การมีผลิตภัณฑ์ บริการ รวมถึงรายการส่งเสริมการขายที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้บริการได้ตรงตามความต้องการ

แนวทางการตอบสนอง

- การปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการของภาครัฐตามระเบียบอย่างเคร่งครัด เพื่อมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนลูกค้าในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19
- การจัดให้มีช่องทางเพื่อรับแจ้งปัญหา ข้อร้องเรียนของลูกค้า ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น KTC Phone 02 123 5000 หรือ CService@ktc.co.th เป็นต้น
- การมีมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เช่น ปรับลดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิต KTC อัตราดอกเบี้ยโดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความประสงค์ การลดค่าวงวดของสินเชื่อส่วนบุคคลร้อยละ 30 ของค่าวงวดเดิม พร้อมลดอัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนหนี้บัตรเครดิต หรือโอนสินเชื่อที่มีลักษณะหมุนเวียนเป็นสินเชื่อที่มีระยะเวลา (Term Loan) 48 งวด พร้อมลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำลง เป็นต้น
- การประชาสัมพันธ์การให้ความช่วยเหลือให้ลูกค้าทราบผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท การมีช่องทาง Contact Center หรือ จุดบริการ KTC TOUCH เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 สามารถติดต่อเพื่อขอรับความช่วยเหลือทางการเงินตามมาตรการที่บริษัทกำหนดได้
- บริษัทคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของลูกค้า ณ จุดบริการ KTC TOUCH บริษัทมีมาตรการให้พนักงานทุกคนต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน จัดให้มีแอลกอฮอล์ ณ จุดต่าง ๆ และมีพนักงานทำความสะอาดพื้นที่ภายในสาขาเป็นระยะ เพื่อให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการมั่นใจและปลอดภัยจากการติดเชื้อ COVID-19
- การให้บริการด้านดิจิทัลให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมแบบไร้การสัมผัสหลายรูปแบบ อาทิ Fitbit Pay, Garmin Pay และ Google Pay บริการที่ให้ลูกค้าชำระค่าสินค้าและบริการตามร้านค้าต่าง ๆ ที่รับชำระด้วยระบบชำระแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) รวมถึงการชำระเงินออนไลน์หรือผ่าน QR Code ตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) โดยมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของลูกค้าที่ใช้บริการทางดิจิทัล

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)



ร้านค้าพันธมิตร

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- ฝ่ายบริการร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิต สามารถติดต่อได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรับแจ้งปัญหาบริการรับชำระเงิน หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการรับชำระช่วงสถานการณ์ COVID-19 โทร 02 123 5700
- ติดต่อและนำเสนอผลิตภัณฑ์การรับชำระเงินให้กับร้านค้าที่ปิดหน้าร้านเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ด้วย LINK PAY, QR PAY, PAYMENT GATEWAY รวมทั้งติดต่อสื่อสารกับร้านค้าสมาชิกอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มระบบรับฝากข้อความอัตโนมัติเพื่อลดระยะเวลาการรอคอย โดยเจ้าหน้าที่จะทำการติดต่อกลับภายในวัน
- ปรับปรุงหน้าเว็บไซต์ส่วนธุรกิจร้านค้า (KTC Merchant) พร้อมข้อมูลบริการรับชำระเงินที่สอดคล้องกับสถานการณ์ และพัฒนารูปแบบการสมัครร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์ให้สะดวกมากขึ้น

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- การต่อยอดโอกาสทางการตลาดสำหรับการสนับสนุนร้านค้าพันธมิตรในช่วงเวลาที่ไม่สามารถเปิดหน้าร้านได้ตามปกติ

แนวทางการตอบสนอง

- ปรับเกณฑ์การยกเว้นค่าบริการเครื่องรูดบัตรแก่ร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิต เพื่อแบ่งเบาค่าใช้จ่ายแก่ร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิต
- ยกเว้นค่าบริการเครื่องรูดบัตรสำหรับร้านค้าที่ได้รับผลกระทบ
- บริษัทตระหนักถึงสภาพคล่องเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจของร้านค้า โดยเมื่อมีการทำรายการผ่านบัตร ร้านค้ายังคงได้รับเงินค่าสินค้าและบริการตามเงื่อนไขเดิมที่ได้ตกลงกันไว้
- ปรับกระบวนการสมัครของร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิต และการยืนยันตัวตนผ่านระบบออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19 ภายใต้เกณฑ์การอนุมัติร้านค้าที่กำหนด
- เพิ่มทางเลือกให้ร้านค้าใช้บัญชีออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย (Online Bank Account) ในการรับเงินค่าสินค้าและบริการจาก KTC
- เพิ่มทางเลือกบริการรับชำระเงินสำหรับร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิตรายย่อย (Micro/ Small Merchant) ด้วยอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษ เพื่อลดการสัมผัสเงินสดและลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19
- เพิ่มบริการฟังกซ์ชำระผ่อนชำระ (KTC Installment) ด้วยบริการรับชำระเงินด้วย LINK PAY
- พัฒนาระบบการเข้ารหัสข้อมูลการรับชำระธุรกรรมออนไลน์ (Tokenization) เพื่อยกระดับความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล
- บริหารจัดการข้อมูลร้านค้าสมาชิกบัตรเครดิตให้ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 Information Security Management System (ISMS) และ ISO/IEC 27701:2019 Privacy Information Management System

มีส่วนได้เสีย



คู่ค้า

การจัดการผลกระทบในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- การมีช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน
- การจัดประชุม อบรม คู่ค้า เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- การติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์
- การมีมาตรการช่วยเหลือพนักงานของคู่ค้าในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19
- การมีข้อกำหนดและวิธีปฏิบัติงาน รวมถึงแนวทางปฏิบัติ กรณียกเลิกงานของคู่ค้า ติดเชื้อหรือเข้าข่ายอาจติดเชื้อ COVID-19

แนวทางการตอบสนอง

- การติดต่อประสานงาน การประชุมร่วมกับคู่ค้าผ่านระบบออนไลน์เป็นหลัก
- การสื่อสารกับคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ รวมถึงเรื่องการปฏิบัติตัวในสถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 เพื่อความปลอดภัย และวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบัน
- การทำกรรมธรรม์คุ้มครองการติดเชื้อ COVID-19 ให้กับพนักงานของคู่ค้าที่เข้ามาปฏิบัติงานที่บริษัท
- บริษัทปฏิบัติตามเงื่อนไขการจ่ายชำระสินค้าหรือบริการให้กับคู่ค้าทุกรายตามระยะเวลาที่ได้ตกลงกับคู่ค้า เมื่อฝ่ายบัญชีการเงินได้รับมอบงานและใบแจ้งหนี้ครบถ้วนแล้ว โดยสำหรับคู่ค้าที่มีบัญชีธนาคารกรุงไทย บริษัทจ่ายชำระสินค้าหรือบริการไม่เกิน 2 สัปดาห์ และไม่เกิน 3 สัปดาห์สำหรับคู่ค้าที่มีบัญชีธนาคารอื่น



สังคม

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- การจัดประชุมและอบรมในรูปแบบออนไลน์
- การมีช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- การมีมาตรการที่มีส่วนช่วยเหลือชุมชน สังคมอย่างเหมาะสม
- การปรับรูปแบบของโครงการ กิจกรรมที่ทำร่วมกับชุมชน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว

แนวทางการตอบสนอง

- ถึงแม้ในปี 2565 สถานการณ์ดังกล่าวมีการคลี่คลาย แต่บริษัทก็ยังให้ความสำคัญและดำเนินโครงการด้วยการปรับรูปแบบของโครงการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น ๆ โดยมีการจัดกิจกรรมทั้งรูปแบบออนไลน์และออนไซต์ แต่อยู่ภายใต้มาตรการป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 อย่างเข้มงวด เช่น โครงการ “KTC Offer” จัดคอร์สให้ความรู้ทางการเงิน เป็นต้น

มีส่วนได้เสีย



คณะกรรมการบริษัท
และพนักงาน

การจัดการผลกระทบในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ผ่านช่องทางอีเมลให้พนักงานรับทราบข่าวสารอย่างรวดเร็วและถูกต้อง
- การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ในการล้างมือ ฉีดแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้พนักงานไม่ละเลยที่จะดูแลตนเองอย่างเคร่งครัด
- การจัดตั้งกลุ่มไลน์เฉพาะห้องสำหรับพนักงานหน่วยงานที่มีความเสี่ยงหรือได้รับเชื้อ COVID-19 เพื่อติดต่อประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลแบบใกล้ชิดมากขึ้น

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- คณะกรรมการยังคงสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึง ภารกิจ วิจารณ์นโยบาย และการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของบริษัทตามแนวทางที่ คณะกรรมการได้กำหนดไว้
- บริษัทสามารถสื่อสารให้พนักงานทราบและให้พนักงานแจ้งความประสงค์การขอเข้ารับ การฉีดวัคซีนและการตรวจหาเชื้อ
- การดูแลความสะอาดและสุขภาวอนามัยของพนักงานในช่วงสถานการณ์การ แพร่ระบาดของ COVID-19

แนวทางการตอบสนอง

- เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังคงมีการแพร่ระบาดอยู่ จึง จัดการประชุมกรรมการบริษัททั้ง 2 รูปแบบ (Hybrid) คือ แบบมาด้วยตนเอง และผ่าน ทางระบบออนไลน์
- การจัดส่งพนักงานที่มีความเสี่ยงเข้ารับการตรวจหาเชื้อ หรือพนักงานที่ได้รับเชื้อ COVID-19 เข้ารักษาตัวในสถานพยาบาล
- บริษัทร่วมกับฝ่ายบริการงานทั่วไปเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ได้แก่ การกำหนดให้พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานที่อาคาร ผู้มาติดต่อ และพนักงาน Outsource ทั้งหมด ต้องตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าอาคาร
- การสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้ทราบถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค วิธีการ ป้องกันในการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทางอีเมลภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนักและระมัดระวัง รวมถึงลดความกังวลจากสถานการณ์ดังกล่าว
- การจัดเตรียมระบบงานเพื่อให้รองรับการทำงาน Work from Home รวมถึงการ ประชุมแบบออนไลน์ เพื่อลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงาน และการรายงานหรือ เก็บบันทึกผลข้อมูลการปฏิบัติงานของพนักงานระหว่างที่ Work from Home
- การไม่นับเป็นวันลาหากพนักงานได้รับเชื้อหรือสัมผัสเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อ COVID-19
- การจัดให้มีแอลกอฮอล์ ณ จุดต่าง ๆ อบอุ่นในพื้นที่สำนักงานและพนักงานนำพาเชื้อ ในแต่ละชั้นของบริษัทเป็นประจำทุกสัปดาห์ และทำความสะอาดจุด Touch Point ต่าง ๆ เช่น ประตูเข้าออกอาคาร ห้องน้ำ เป็นต้น
- การประสานงานกับสำนักงานประกันสังคม กระทรวงสาธารณสุข ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ และโรงพยาบาลเอกชน เรื่องการฉีดวัคซีน COVID-19 ให้กับพนักงานบริษัท และเก็บข้อมูลสถิติพนักงานที่เข้ารับการฉีดวัคซีน
- การกำหนดมาตรการให้พนักงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเดินทางไป หรือ Transit ประเทศที่เป็นพื้นที่ระบาดและประเทศที่มีรายงานการแพร่เชื้อในท้องถิ่น ให้กักกัน ตนเอง โดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐ
- การจัดอัตราค่าจ้างคนหากเกิดเหตุฉุกเฉิน กำหนดจำนวนและรายชื่อพนักงานที่ต้อง มาปฏิบัติงานในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤต (Critical Business Function: CBF) แบ่งออก เป็นทีมหลักและทีมรอง เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ และจัดหาสถานที่ที่จะ ใช้เป็น Alternate Site พร้อมทั้งเตรียมระบบงานและทรัพยากรที่จำเป็นในการย้าย สถานที่ปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อเว้นระยะห่างตามมาตรการ Social Distancing

มีส่วนได้เสีย



การจัดการผลกระทบในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19

รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

- การสื่อสารข้อมูลด้วยช่องทางการติดต่อแบบเว้นระยะห่าง (Social Distancing) เช่น โทรศัพท์ การประชุมแบบออนไลน์ อีเมล เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือของบริษัท

ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์

- บริษัทมีการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจอันเนื่องมาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงมีแนวทางการป้องกันและแก้ไข

แนวทางการตอบสนอง

- ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2565 บริษัทคำนึงถึงสุขอนามัยของผู้ถือหุ้น จึงได้มีมาตรการในการป้องกันการสัมผัสสิ่งของร่วมกัน เช่น การจัดให้มีกรรมการอิสระเป็นผู้รับมอบฉันทะแทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง การจัดสถานที่ให้มี Social Distancing หรือการจัดให้มีจุดคัดกรอง การให้ผู้ถือหุ้นเขียนคำถามโดยระบุชื่อและนามสกุลลงในกระดาษแทนการใช้ไมโครโฟน เป็นต้น
- บริษัทประเมินความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในประเด็นต่าง ๆ จัดทำมาตรการป้องกันและมาตรการดำเนินการในสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 โดยปฏิบัติตามนโยบาย มาตรการของภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล รวมทั้งมีการบริหารจัดการในภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือและจัดการกับความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วทั้ง

ภาพรวมผลการดำเนินงาน



มิติเศรษฐกิจ



กำไรสุทธิ

งบการเงิน
เฉพาะกิจการ **7,140** ล้านบาท
งบการเงินรวม **7,079** ล้านบาท



ฐานสมาชิก รวมทั้งหมด

3.3 ล้านบัญชี



จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile หรือ KTC Online

2,024,449 ราย



เงินให้สินเชื่อแก่ลูกค้า และดอกเบี้ยค้างรับรวม

104,194 ล้านบาท



สัดส่วนลูกค้านี้

บัตรเครดิต : สินเชื่อบุคคล : สิ่สซัง
66.7% : 31.0% : 2.3%



ระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS)

อยู่ที่ระดับ **54%**

มิตัสังคม



ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรม
ต่อพนักงานประจำ
64.38 ชั่วโมง/คน/ปี



จำนวนพนักงานทั้งหมด
1,695 คน
หญิง 1,117 คน | ชาย 578 คน



ระดับความพึงพอใจ
และความผูกพัน
ของพนักงานที่มีต่อองค์กร
อยู่ที่ **68%**



ช่องทาง
ในการบริการ

- KTC Touch **12** สาขา
- ผู้นำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
- ช่องทางออนไลน์
- สาขาของธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ

มิตสิ่งแวดล้อม



เคทีซีลดการใช้กระดาษได้มากกว่า
11.8 ล้านแผ่น



ลดขยะด้วยการ **Recycle**
84,340 กิโลกรัม



ลดการใช้น้ำเฉลี่ยต่อพื้นที่
ทั้งหมด **5%**
(เทียบกับปี 2561)



ลดการปล่อยก๊าซ
เรือนกระจก
(เทียบกับปี 2561)

- GHG Scope 1 = 21%
- GHG Scope 2 = 8%
- GHG Scope 3 = 34%



ប័ណ្ណគណនេយ្យ

การกำกับดูแลกิจการ

GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลการปฏิบัติงานปี 2565
การดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการกำกับดูแลกิจการอย่างดียั่งยืน โดยได้รับการประเมิน CGR ⁽¹⁾ ไม่ต่ำกว่า 90 คะแนน ต่อเนื่องทุกปี	บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท	บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ CGR หมายถึง Corporate Governance Report

GRI 3-3

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ โดยส่งผลที่ดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ ผลประกอบการ และการเติบโตอย่างยั่งยืน บริษัทจึงยึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นรากฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยถือเป็นบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคมของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลบริหารกิจการให้เป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ ความเป็นอิสระในการตัดสินใจจากฝ่ายบริหาร โดยดูแลให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีจริยธรรม ควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันตามสิทธิและหน้าที่ที่พึงได้รับ เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท



○ นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ครอบคลุมประเด็น ดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น ครอบคลุมแนวทางการจัดประชุมผู้ถือหุ้นตามขั้นตอน กระบวนการ และระยะเวลาที่กฎหมายหรือแนวปฏิบัติกำหนด
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นส่วนน้อย ครอบคลุมการดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัทอย่างเท่าเทียมกันต่อผู้ถือหุ้นส่วนน้อย ซึ่งรวมถึงการป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน และการทำรายการระหว่างกัน
3. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย ครอบคลุมบทบาทหน้าที่ของบริษัทที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ตามสิทธิและหน้าที่ตามกฎหมาย หรือข้อกำหนดตามข้อตกลง
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส ครอบคลุมแนวทางการเปิดเผยข้อมูลของบริษัท ลูกค้า หรือข้อมูลทางการเงินตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ครอบคลุมขอบเขต อำนาจของกรรมการบริษัท ประธานกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการชุดย่อย ความหลากหลายและการสรรหากรรมการ และวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ หรือการประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น
6. นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ครอบคลุมแนวปฏิบัติในการดำเนินการต่าง ๆ รวมถึงช่องทางการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการคอร์รัปชันในกระบวนการทำงานของบริษัท

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

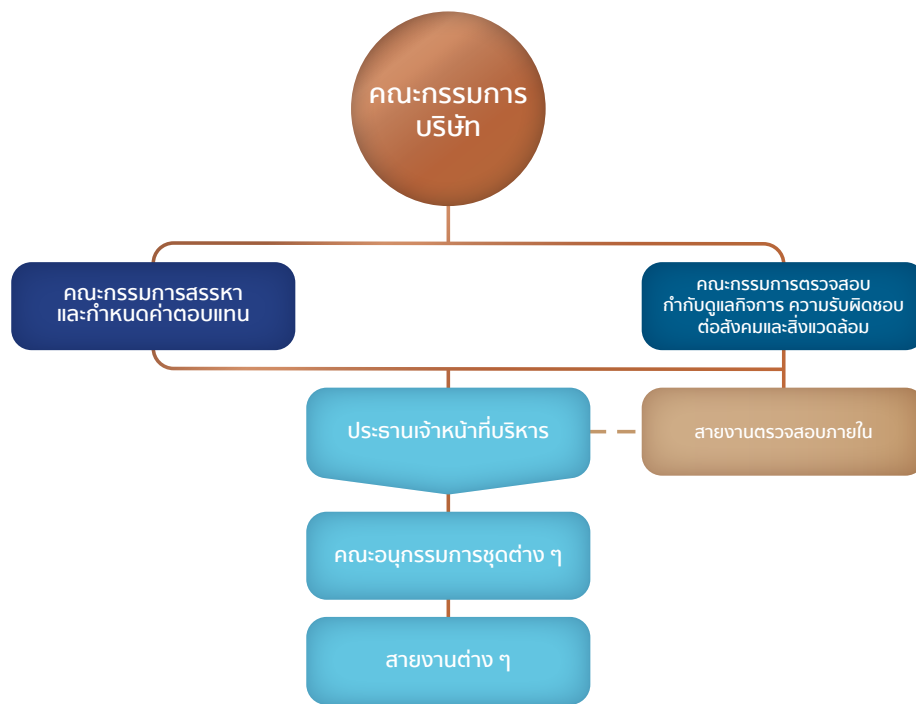
○ ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ การดำเนินงาน และการบริหารงานของบริษัท มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ โดยกำหนดนโยบายและกำกับดูแลให้ระบบงานต่าง ๆ ของบริษัทเป็นไปตามนโยบาย ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งมีหน้าที่พิจารณา กำหนดและทบทวนวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน รวมถึงการอนุมัติในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับทิศทางของบริษัท แผนธุรกิจ และงบประมาณประจำปี โดยมีการกำกับดูแลและติดตามให้การบริหารงานของฝ่ายจัดการเป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ และแผนธุรกิจที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตาม

กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้องตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้คณะกรรมการบริษัทได้ดูแลให้มีระบบการควบคุมภายใน รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ร่วมกับฝ่ายจัดการเพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงทั้งบริษัทเป็นประจำทุกปี และมีการรายงานสรุปผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

โครงสร้างของคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อย

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



คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ทำหน้าที่กำหนดคุณสมบัติของกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง ตามโครงสร้าง ขนาด และองค์ประกอบตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ยังทำหน้าที่สรรหา พิจารณาคัดเลือก และกลั่นกรองบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเพื่อคัดเลือกและเสนอให้มีการแต่งตั้งดำรงตำแหน่งกรรมการตามกระบวนการสรรหาของบริษัท โดยคำนึงถึงสัดส่วนจำนวน ความหลากหลายขององค์ประกอบของคณะกรรมการที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ เพศสภาพ อายุ ทักษะความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามข้อกำหนดกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัท และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อความเป็นอิสระ อีกทั้งเพื่อความชัดเจนในการบริหารงานด้านการกำกับดูแลและการบริหารกิจการ บริษัทได้กำหนดให้ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องไม่เป็นบุคคลคนเดียวกัน นอกจากนี้ยังพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์ แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เสนอหลักเกณฑ์นโยบายกำหนดผลตอบแทน แนวทางการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น รวมทั้งพิจารณาขยายระยะเวลาเกษียณอายุและการพิจารณาเกษียณอายุก่อนกำหนด รวมถึงจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารเพื่อเตรียมความพร้อมให้มีผู้สืบทอดตำแหน่งในกรณีผู้บริหารตำแหน่งนั้น ๆ เกษียณอายุ หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ทั้งนี้ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

โดยในปี 2565 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 8 ครั้ง

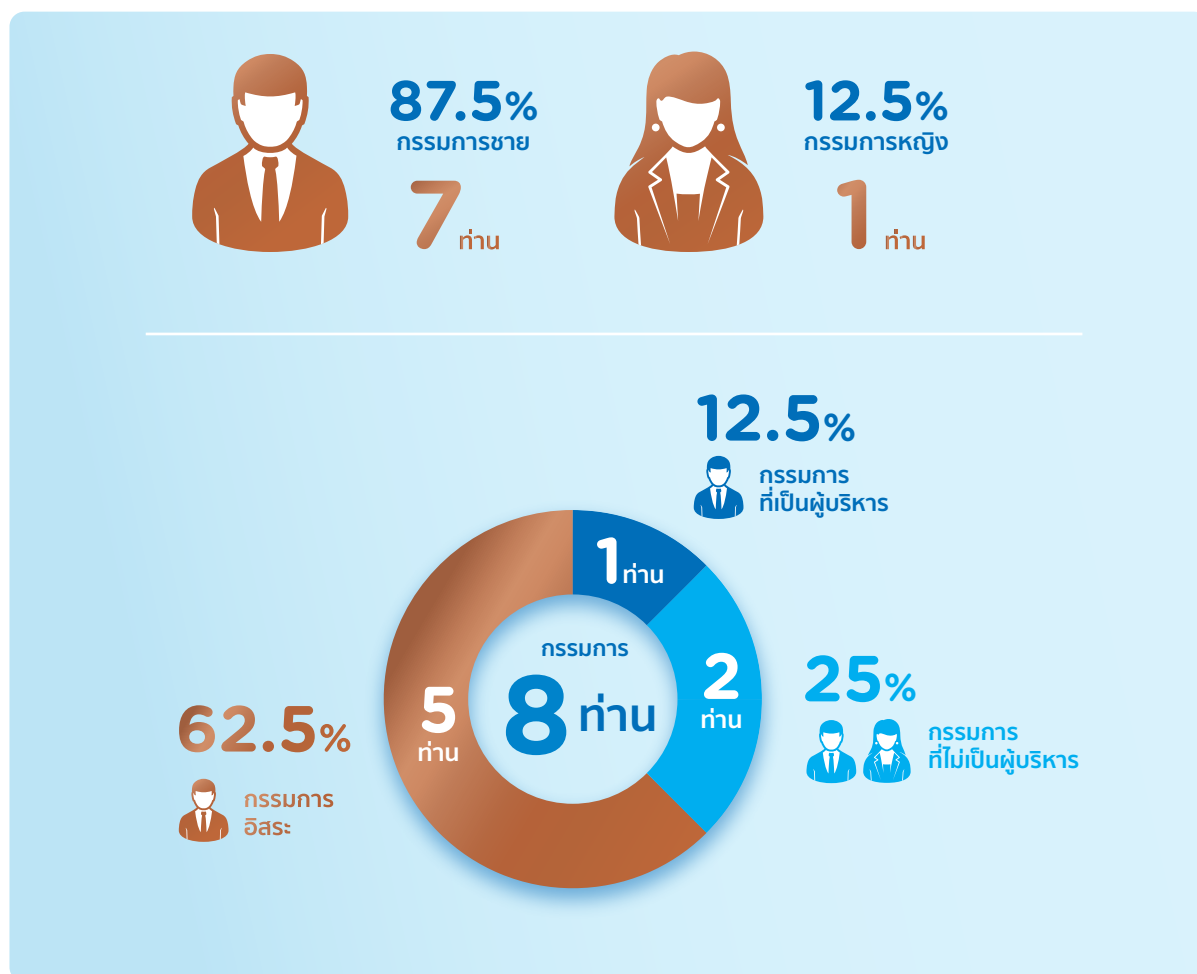
คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะ มีหน้าที่กำกับดูแลการจัดทำรายงานทางการเงิน การควบคุมภายในและการตรวจสอบพิจารณารายการเกี่ยวโยง ดูแลการดำเนินการต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนการพิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งรวมถึงนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ การกำกับดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ การพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการปฏิบัติที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับหลักมาตรฐานสากล โดยมีกรรมการอย่างน้อย 1 ท่านที่มีความรู้ ความสามารถด้านบัญชีและการเงินพอที่จะสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ และมีการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องต่อสาเหตุที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรายงานทางการเงิน ทั้งนี้ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยในปี 2565 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 13 ครั้ง

(โปรดพิจารณารายละเอียดของคณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทได้ที่กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)

รูปแบบของคณะกรรมการบริษัท (One-tier system)



ความเป็นอิสระของคณะกรรมการ

บริษัทได้กำหนดนิยามความเป็นอิสระ คุณสมบัติของคณะกรรมการอิสระ และจำนวนกรรมการอิสระของคณะกรรมการอย่างชัดเจน ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ที่ พ.ร.บ./2559 เรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายหุ้นที่ออกใหม่

• จำนวนกรรมการอิสระ

บริษัทกำหนดให้มีกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและต้องไม่น้อยกว่า 3 คน โดยในปี 2565 บริษัทมีกรรมการอิสระ จำนวน 5 ท่าน หรือร้อยละ 62.5 ของคณะกรรมการทั้งหมด ซึ่งมากกว่าหลักเกณฑ์ที่ ก.ล.ต. กำหนด

• ความเป็นอิสระของประธานกรรมการ

ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ ไม่ใช่ผู้บริหาร และไม่ใช่บุคคลเดียวกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยบริษัทพบปะหาหน้าทีของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารแยกกันอย่างชัดเจน

(โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ “กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” และหัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” บนเว็บไซต์ของบริษัท <https://www.ktc.co.th/en/sustainability-development/corporate-governance>)

ความหลากหลายของกรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะกรรมการบริษัท

บริษัทกำหนดแนวทางวิธีการในการสรรหากรรมการไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดคำตอบแทน โดยมีกระบวนการที่โปร่งใส ชัดเจน โดยคณะกรรมการสรรหาและกำหนดคำตอบแทน จะพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์และคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามในการเป็นกรรมการตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้จะพิจารณาคัดเลือกบุคคลที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โดยคำนึงถึงสัดส่วน จำนวน ความหลากหลาย องค์ประกอบที่เหมาะสม ไม่จำกัดในเรื่องเพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ หรือศาสนา รวมถึงจะพิจารณาจากทักษะ ความรู้ของคณะกรรมการที่ดำรงตำแหน่งอยู่ปัจจุบัน

เพื่อสรรหากรรมการที่มีทักษะและความรู้ที่จำเป็นเพิ่มเติม (Board Skill Matrix) เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัท นอกจากนี้หากเป็นการแต่งตั้งกรรมการแทนกรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระ บริษัทได้เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นด้วย ทั้งนี้สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมซึ่งบริษัทได้เปิดเผยหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหากรรมการบริษัท ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดคำตอบแทน และแบบ 56-1 One report หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาหลักเกณฑ์การสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารกรณีตำแหน่งว่างลง โดยคณะกรรมการสรรหาจะพิจารณาคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต ด้านการบริหารการเงิน การธนาคาร สถาบันการเงิน หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต อีกทั้งเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์และแนวคิดที่ครอบคลุม รวมถึงมีความเหมาะสมในการบริหารกิจการ เป็นต้น เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาแต่งตั้งผู้ที่จะดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ทั้งนี้ กรณีการดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนอื่นของประธานเจ้าหน้าที่บริหารสามารถดำรง

ตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้โดยไม่ทำให้เสียการงานของบริษัท และต้องไม่นำเอาบริษัทหรือตำแหน่งของตนไปเกี่ยวข้องกับกิจการนั้น รวมถึงต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

บริษัทได้เปิดเผยหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหากรรมการบริษัท และประธานเจ้าหน้าที่บริหารในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดคำตอบแทน และแบบ 56-1 One Report หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”

ประสิทธิภาพในการทำหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

GRI 2-18

การประชุมของคณะกรรมการบริษัท



กรรมการเข้าร่วม
ประชุมเฉลี่ย

98.33%

ในปี 2565 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทจำนวน 15 ครั้ง โดยกรรมการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ย 98.33% ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานการเข้าร่วมประชุมที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 75% ของการประชุมตลอดทั้งปี

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ”)

จำนวนกรรมการที่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การดำรงตำแหน่งกรรมการที่บริษัทอื่น สำหรับกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และพนักงานตำแหน่งอื่น ๆ ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ โดยกำหนดให้คณะกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้ไม่เกิน 5 บริษัท ในปี 2565 ไม่มีกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นเกินกว่าที่บริษัทกำหนด

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “ประวัติคณะกรรมการ”)

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย ประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง ปีละ 1 ครั้ง โดยเลขานุการบริษัทจะทำหน้าที่ในการนำเสนอแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน ให้กับกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย และจะสรุปผลการประเมินของคณะกรรมการแต่ละชุดให้คณะกรรมการชุดนั้น ๆ รับทราบ และรายงานผลการประเมินของคณะกรรมการทุกชุดต่อคณะกรรมการบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการพัฒนาและสร้างเสริมประสิทธิภาพให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในปี 2565 บริษัทได้จัดให้คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการชุดย่อยทุกคนจัดทำแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยได้นำเสนอสรุปผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อยเพื่อพิจารณาในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 ลงวันที่ 20 มกราคม 2566 โดยมีรายละเอียดผลการประเมินคณะกรรมการและคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด ดังนี้

บริษัทกำหนดให้
กรรมการบริษัท
รวมถึงกรรมการชุดย่อย
ประเมินผลการ
ปฏิบัติงาน
ของตนเอง

ปีละ 1 ครั้ง

แบบประเมิน	ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)
การประเมินคณะกรรมการบริษัททั้งคณะ	4.80
การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (ประเมินตนเอง)	4.68
การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (การประเมินแบบไขว้)	4.89
การประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ	
• คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.95
• คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	4.78

การประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้กำหนดหลักเกณฑ์ แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้กับคณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบ โดยเปรียบเทียบ กับดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicator: KPI) ที่กำหนดตามกลยุทธ์ เป้าหมายในแต่ละปี รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการ

สำหรับหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับสูง ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการ สรรหาและกำหนดค่าตอบแทนให้ความเห็นชอบ โดยหลักเกณฑ์ ที่ใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานพิจารณาจากกลยุทธ์และเป้าหมาย ในแต่ละปี ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กระบวนการแต่งตั้งกรรมการ



กรรมการที่ออกจากตำแหน่งตามวาระ จะเสนอให้ที่ประชุม ผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งทุกปี โดยกรรมการที่ออกจาก ตำแหน่งตามวาระอาจได้รับเลือกเข้าเป็นกรรมการอีกได้ ซึ่งในการลงคะแนนเลือกตั้ง บริษัทจัดให้ลงคะแนนเลือก ตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลในบัตรลงคะแนน



กรรมการที่ออกจากตำแหน่งก่อนครบวาระ คณะกรรมการ บริษัทจะพิจารณาเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตั้งเป็นกรรมการแทน และให้อยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่ยังเหลืออยู่ของกรรมการ ที่เข้าแทน



ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการเฉลี่ย

ณ สิ้นปี 2565
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่ง
เฉลี่ยของกรรมการจำนวน **4.22** ปี

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

ทักษะและประสบการณ์ของคณะกรรมการบริษัท

GRI 2-17

กรรมการทั้งคณะเป็นบุคคลที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการกำกับดูแลบริษัท และเพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

Knowledge Skill & Experience								
	กรรมการอิสระ กรรมการที่เป็นผู้บริหาร กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร							
Accounting / Auditor								1
Finance / Treasury								7
Marketing / PR / Advertising								5
Other Accounting								6
HR								8
IT								5
Legal								1
Management								8
Strategy								8
Risk Management								8

การเปิดเผยคำตอบแทนของกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน

GRI 2-19, 2-20

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้เสนอหลักเกณฑ์ นโยบายกำหนดค่าตอบแทน แนวทางการจ่ายค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่น ๆ สำหรับกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง ตลอดจน กรรมการชด้อย เพื่อพิจารณาและเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่ออนุมัติ โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ แนวทางที่บริษัทในธุรกิจประเภทเดียวกันถือปฏิบัติผลการดำเนินงาน

และภาวะตลาด โดยบริษัทได้มีการเปิดเผยคำตอบแทนของ กรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ในแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับ คณะกรรมการ คณะกรรมการชด้อย ผู้บริหารและพนักงานอื่น ๆ” และ “รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ”

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัท

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทโดยกรรมการและผู้บริหาร

บริษัทไม่ได้กำหนดห้ามการซื้อขายหรือการเป็นเจ้าของหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน ซึ่งหากบุคคล ดังกล่าวมีการซื้อ ขาย หรือโอนหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัท บุคคลนั้นจะต้องปฏิบัติตามประกาศของสำนักงาน ก.ล.ต. หรือประกาศที่บริษัท กำหนด เช่น แนวทางการเก็บรักษาข้อมูลภายใน การรายงานการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท การห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทใน ช่วงเวลาที่บริษัทกำหนด เป็นต้น

ความเป็นเจ้าของหลักทรัพย์กรรมการและผู้บริหารระดับสูง

ข้อมูลการถือครองและการเปลี่ยนแปลงการถือครองหุ้นสามัญและสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง เลขานุการคณะกรรมการบริษัท และเลขานุการบริษัท สามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมซึ่งบริษัทได้เปิดเผยในแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการและข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชด้อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ”

การถือครองหลักทรัพย์ของบริษัทโดยรัฐบาล

ธนาคารกรุงไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดยในปี 2565 ถือหุ้น และมีสิทธิออกเสียงร้อยละ 49.29 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด นอกจากนี้ บริษัทไม่ได้มีการเสนอหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงเป็นพิเศษ (Golden Share) ให้แก่รัฐบาล

ทั้งนี้โปรดพิจารณารายละเอียดของรายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการ ถือหุ้นของบริษัทที่ได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่มบริษัท”

สิทธิการออกเสียง

บริษัทกำหนดสิทธิสำหรับการออกเสียงลงคะแนนหุ้นสามัญหรือหุ้นบุริมสิทธิเท่ากันคือ 1 หุ้นเป็น 1 เสียง โดยไม่จำกัดสิทธิการออกเสียง และถือเสียงข้างมากเป็นมติ ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามที่ระบุในข้อบังคับบริษัทหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้เป็นประการอื่น ในปี 2565 สิทธิการออกเสียงของบริษัทเป็นดังนี้

สิทธิการออกเสียง	จำนวนสิทธิออกเสียง ต่อ 1 หุ้น	จำนวนหุ้น	สิทธิออกเสียงรวม (จำนวนสิทธิออกเสียงต่อ 1 หุ้น)
ไม่มีสิทธิออกเสียง (ไม่รวมหุ้นบุริมสิทธิและหุ้นซื้อคืนที่ไม่มีสิทธิออกเสียง)	0	231,235,093	0
มีสิทธิออกเสียง	1	2,347,098,977	2,347,098,977
รวม		2,578,334,070	2,347,098,977

หมายเหตุ: บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด, จัดอยู่ในกลุ่มผู้ถือหุ้นประเภทไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 8.97 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

○ การดำเนินการด้านบัญชี

บริษัทได้จัดทำบัญชีและงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย โดยนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงและฉบับใหม่ รวมถึงแนวปฏิบัติทางบัญชีที่ออกโดยสภาวิชาชีพบัญชี ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีมาถือปฏิบัติ

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

○ นโยบายด้านภาษี

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัทฯ”) กำหนดนโยบายด้านภาษีภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ในการดำเนินงานด้านภาษี บริษัทฯ ยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส รับผิดชอบต่อสังคม และเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความเป็นอิสระ

ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทตามความรับผิดชอบงานที่กำหนดไว้ในกฎบัตรว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความเป็นอิสระต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้อนุมัตินโยบายด้านภาษี

นโยบายด้านภาษีของบริษัทฯ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

จรรยาบรรณด้านภาษี

- ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อการจัดการด้านภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม
- ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) ตามกรอบของกฎหมายและเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งสิทธิประโยชน์ทางภาษีอาจครอบคลุมถึงมาตรการยกเว้นภาษีในบางช่วงเวลา หรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ
- มีความรับผิดชอบในการชำระภาษีอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับธุรกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และไม่โอนย้ายมูลค่าที่เกิดขึ้นไปยังธุรกรรมของกิจการที่เสียภาษีในอัตราต่ำกว่า ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจทั้งหมดในประเทศไทย
- ไม่มีนโยบายในการใช้ Tax Havens ที่ใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการระดมทุนและจัดหาสภาพคล่องให้กับบริษัทฯ และไม่ใช่โครงสร้างภาษีไปในแนวทางที่ไม่ถูกต้องอันจะก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี (Tax Avoidance)
- กำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกัน เป็นไปตามหลักการกำหนดราคาของค่าตอบแทนซึ่งคู่สัญญาที่เป็นอิสระต่อกันพึงกำหนดโดยสุจริต (Arm's Length Principle) ซึ่งบริษัทฯ ใช้ราคาตามปกติธุรกิจโดยถือตามราคาตลาดทั่วไปหรือเป็นไปตามสัญญาที่ตกลงกันได้ เพื่อให้การรับรู้รายได้และรายจ่ายที่ใช้เป็นฐานในการเสียภาษีเป็นไปตามกฎหมาย

การบริหารความเสี่ยงด้านภาษี

- ดำเนินการให้มีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างให้พนักงานมีความเข้าใจและยึดมั่นในข้อกำหนดและข้อปฏิบัติที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายภาษี
- จัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านภาษีเป็นลายลักษณ์อักษรและปรับปรุงให้ทันสมัยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง
- กำหนดกระบวนการจัดทำและชำระภาษีให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ตรงเวลา และมีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบในรูปแบบที่เหมาะสม
- ควบคุมการบันทึกข้อมูลทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการภาษีทุกประเภท เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้
- หากกรณีที่ปรึกษาภาษีภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นที่มีความซับซ้อนหรือประเด็นที่บริษัทฯ ไม่มีความชำนาญ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบทางภาษีที่อาจเกิดขึ้น และให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ความโปร่งใสด้านภาษี

- เปิดเผยนโยบายด้านภาษีต่อสาธารณะผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- เปิดเผยข้อมูลทางด้านการภาษีตามที่กฎหมายกำหนด โดยบริษัทฯ ได้มีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินตามที่มาตรฐานการรายงานการเงินกำหนด
- รายงานข้อมูลด้านภาษีต่อสรรพากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด
- ให้ความร่วมมือต่อเจ้าหน้าที่สรรพากรและหน่วยงานราชการในการตอบข้อซักถามหรือจัดเตรียมข้อมูลประกอบการตรวจสอบด้านภาษีอย่างครบถ้วนและโปร่งใส และจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการประสานงานด้านภาษีกับกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสื่อสาร การให้ข้อมูลกับภาครัฐถูกต้องตรงกัน

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

ข้อมูลด้านภาษี

(หน่วย: บาท)

งบการเงินรวม	2564	2565
รายได้รวม (Total Revenue)	21,441,674,222	23,231,342,296
กำไรก่อนภาษีเงินได้ (Profit before Income Tax)	7,255,377,113	8,871,391,765
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (Income Tax Expense)	1,466,856,852	1,817,782,936
อัตรากาซีที่แท้จริง (Effective Tax Rate)	20.2%	20.5%
ภาษีเงินได้ที่ชำระ (Income Tax Paid)	1,440,734,696	1,683,431,258
อัตรากาซี (Cash Tax Rate) ⁽¹⁾	20%	20%

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ อัตรากาซี (Cash Tax Rate) : อัตรากาซีเงินได้นิติบุคคลที่ชำระตามกฎหมาย

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

การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน



GRI 3-3, 205-1

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
บริษัทได้รับการต่อต้านการรับรองในฐานะสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption) อย่างต่อเนื่อง	พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

GRI 3-3

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีแนวทางสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้เกิดความโปร่งใสปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ



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

๐ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการคอร์รัปชันให้หมดไปจากประเทศไทย บริษัทจึงได้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับบริษัทอื่น ๆ ในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้าน

คอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (โครงการ Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) ตั้งแต่ปี 2556



✓ บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองในฐานะสมาชิกจาก

**โครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน
ของภาคเอกชนไทย**
(Thai Private Sector Collective Action
Against Corruption) หรือ CAC
เมื่อวันที่ **30 มิถุนายน 2565**

นอกจากนี้ บริษัทได้สนับสนุนให้คู่ค้าต่อต้านการคอร์รัปชัน และเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันโดยได้ส่งจดหมายเพื่อแจ้งนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน และขอความร่วมมือคู่ค้าปฏิบัติตาม

KTC Supplier Code of Conduct พร้อมทั้งเชิญชวนร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย โดยในปี 2565 มีจำนวนคู่ค้าที่บริษัทส่งหนังสือเชิญชวนรวมทั้งสิ้น 21 ราย

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัตินโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามไม่ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทั้งหมดของบริษัทและบริษัทย่อยดำเนินการหรือยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบที่จะนำไปสู่ผลประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อน หรือคนรู้จัก หรือเป็นการแสวงหาประโยชน์จากการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ อีกทั้งได้กำหนด

บทบาทหน้าที่ แนวทางปฏิบัติหากพบการคอร์รัปชัน บทลงโทษ รวมถึงกระบวนการและช่องทางในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานทุกระดับจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

การดำเนินงานภายในโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย บริษัทปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ดังนี้

- ✓ ทบทวนนโยบายและระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี
- ✓ ประเมินการควบคุมความเสี่ยงในกระบวนการทำงาน
- ✓ พิจารณากำหนดกรอบแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการคอร์รัปชัน
- ✓ จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งเบาะแส มาตรการป้องกันไม่ให้เกิดเหตุซ้ำ รวมถึงการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

1. ทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัทฝ่ายบริหาร ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน และปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยบริษัทได้เผยแพร่นโยบายระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันให้กับลูกค้า คู่ค้า รวมถึงพนักงานบริษัท ให้ได้รับทราบผ่านทางเว็บไซต์บริษัท (www.ktc.co.th) KTC UNITE รวมถึงสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในบริษัท

ในปี 2565 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาอนุมัติทบทวนนโยบายระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 6/2565 เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2565

2. จัดให้ทุกสายงานมีการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเองสำหรับทุกกระบวนการ ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน (Risk Control Self - Assessment : RCSA) เป็นประจำทุกปี เพื่อประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบเพื่อหาระดับความเสี่ยง รวมถึงระบุแนวทางการควบคุม การตอบสนอง และจัดการความเสี่ยง โดยบริษัทนำเสนอผลการประเมินต่อ Risk Management Committee: RMC และนำเสนอธนาคารกรุงไทย เป็นรายปี

ในปี 2565 ผลการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) จากสายงานต่าง ๆ พบโอกาสหรือความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันในขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานรวมทั้งสิ้น 21 กระบวนการทำงาน โดยทุกขั้นตอนหรือกระบวนการในการปฏิบัติงานที่มีโอกาสหรือความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน ยังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ รวมถึงได้จัดให้มีกระบวนการควบคุม เพื่อป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว

3. จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงาน รวมถึงแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย และสอดคล้องกับผลการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

- จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงานว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้บริษัทมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน โดยไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม
- จัดให้มีบทนิยามและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชันไว้ในระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งประกอบด้วย
 - (1) คอร์รัปชัน
 - (2) สินบน
 - (3) การให้ หรือรับของขวัญ การเลี้ยงรับรอง
 - (4) การช่วยเหลือทางการเงิน
 - (5) การบริจาคเพื่อการกุศล สาธารณประโยชน์ และการสนับสนุน
 - (6) ค่าอำนวยความสะดวก
 - (7) ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (8) เจ้าหน้าที่ของรัฐ

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

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



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

จัดทำสื่อการเรียนรู้ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวทางปฏิบัติตามนโยบายฯ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดไว้เป็นหัวข้อหนึ่งในหลักสูตรการปฐมนิเทศของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน เข้าใหม่ในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง และมีการทบทวนผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ รวมถึงการอบรมผ่าน Multi-Animation และทำการทดสอบเป็นประจำทุกปี อีกทั้งกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานที่เข้างานใหม่ ดำเนินการรับทราบและยอมรับการปฏิบัติตามแนวนโยบายดังกล่าว ณ วันที่ลงนามในสัญญาจ้างงาน

ในปี 2565 ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจร้อยละ 100 ของผู้บริหารและพนักงานทั้งหมด

คู่ค้า

- กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับคู่ค้า โดยในการปฏิบัติงานตามสัญญา คู่สัญญาจะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงอย่างเคร่งครัด
- จัดให้คู่ค้ารับทราบในเรื่องจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัทสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างคู่ค้ารายใหม่ ซึ่งครอบคลุมในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม ให้คู่ค้ารับทราบและเป็นแนวทางในการปฏิบัติ รวมถึงสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต

ขอเชิญพนักงานทุกท่านเข้าเรียนรู้ และทำแบบทดสอบหลักสูตร

**นโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
(Corporate Governance Policy & Code of Conduct)**

โดยมีวัตถุประสงค์...

1. เพื่อให้ผู้เรียนตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
2. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณในการดำเนินงานของบริษัท
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา 27 ต.ค.-3 พ.ย. 2565

เข้าสู่เนื้อหาและแบบทดสอบ

การรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing)

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



ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับคอร์รัปชัน



ข้อมูลหรือข้อร้องเรียนต้องประกอบด้วย

ชื่อ นามสกุลของผู้แจ้ง รายละเอียดข้อร้องเรียน หรือ เบาะแสที่เป็นจริง ชัดเจน เพียงพอต่อการสืบหาข้อเท็จจริง



การร้องเรียนเกี่ยวกับ ปัญหา หรือข้อพิพาทระหว่างบุคคล หรือร้องเรียนในลักษณะบัตรสนเท่ห์ ไม่ถือว่าเข้าข่ายเป็นการแจ้งเบาะแส/ร้องเรียนการคอร์รัปชัน

ช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

สำหรับลูกค้า ประชาชนทั่วไป หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น

- โทรศัพท์
ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ 02 123 5000 ตลอด 24 ชั่วโมง
งานรับเรื่องร้องเรียน 02 123 5000
- โทรสาร: 02 123 5190
- เว็บไซต์: <https://www.ktc.co.th> เลือก “แบบฟอร์มการติดต่อ”
- อีเมล: CService@ktc.co.th
- จดหมาย:
บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
591 อาคารสมัชชชาวนิช 2 ชั้น 14
ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย

พนักงาน

- อีเมล: ถึงคณะกรรมการและผู้บริหารได้โดยตรง

ทั้งนี้ สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษาหากมีข้อสงสัย หรือหากต้องการขอแนะนำเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน นอกจากนี้ได้จัดทำตัวอย่างของเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแสและร้องเรียนไว้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการคำปรึกษาอีกด้วย

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

การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการสอบสวน รวมทั้งจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษหรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่าในการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงจะให้เป็นเป็นธรรมแก่

ผู้ถูกกล่าวหาในเรื่องดังกล่าวด้วย โดยสายงานทรัพยากรบุคคล สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ และสายงานที่มีความเป็นอิสระจะเข้าร่วมพิจารณาตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยมีระบบมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส

การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

กระบวนการแก้ไข การป้องกัน และการรายงานผล

สายงานตรวจสอบภายในและสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับจะรวบรวมข้อมูลปัญหาหรือการประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน การควบคุมภายในที่ไม่เหมาะสม หรือเกิดเหตุการณ์ที่เข้าลักษณะการคอร์รัปชันในกรณีเดิมซ้ำ รวมถึงมาตรการการแก้ไข เพื่อเป็นการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายฯ

และระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมทั้งการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิมซ้ำ หรือลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อนำเสนอรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบเป็นประจำ

หมายเหตุ

- กระบวนการและระยะเวลาการดำเนินการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานของสายงานทรัพยากรบุคคล เรื่อง กระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน
- กรณีการร้องเรียนกรรมการ จะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อพิจารณา

จำนวนกรณีที่เกิดขึ้นในอดีต (2560 - 2564)

0 กรณี

บริษัทไม่ได้รับการร้องเรียน/แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับคอร์รัปชัน (whistleblowing) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

จำนวนกรณีในปัจจุบัน (2565)

0 กรณี

บริษัทไม่ได้รับการร้องเรียน/แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับคอร์รัปชัน (whistleblowing) ที่อยู่ระหว่างการพิจารณา

ด้วยการจัดให้มีระเบียบปฏิบัติ มาตรการการป้องกัน รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ในปี 2565 บริษัทได้รายงานผลการตรวจสอบโดยสายงานตรวจสอบภายในของบริษัท รวมถึงสรุปผลการดำเนินการเกี่ยวกับ

การคอร์รัปชัน ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัท ดังนี้



ผลการตรวจสอบโดยสายงานตรวจสอบภายใน ไม่พบว่ามีสายงานที่ปฏิบัติไม่สอดคล้องกับนโยบาย หรือระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน

๐ การต่อต้านการแข่งขัน

แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการแข่งขัน (Anti - Competitive Practices)

นโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจได้กำหนดข้อพึงปฏิบัติสำหรับคู่แข่งไว้ กล่าวคือมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบของการแข่งขัน โดยปราศจากการใส่ร้ายป้ายสี กลั่นแกล้ง ขัดขวางกลไกตลาด การค้าเสรี กีดกัน จำกัดการประกอบธุรกิจของผู้อื่น ไม่ผูกขาดทางการค้า หรือบิดเบือนข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของคู่แข่ง ขณะเดียวกันหลีกเลี่ยงการตกลงหรือการพูดคุยกับพนักงานของหน่วยงานหรือผู้ประกอบการทางการเงินอื่น ๆ เกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง ภูมิประเทศ การตลาด อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแผนธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท

จำนวนกรณีที่เกิดขึ้นในอดีต (2560 - 2564)

0

กรณี

บริษัทไม่มีการกระทำใด ๆ ที่ละเมิด แนวปฏิบัติต่อคู่แข่ง
หรือค่าปรับในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

จำนวนกรณีในปัจจุบัน (2565)

0

กรณี

บริษัทไม่มีการกระทำใด ๆ ที่ละเมิดแนวปฏิบัติ
ต่อคู่แข่งหรือค่าปรับ



○ การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงิน แก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

GRI 2-23

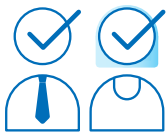
นโยบายและมาตรการ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้มีบุคคลใดใช้บริษัทเป็นช่องทางในการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง จึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและ

การแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ซึ่งพิจารณาอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานของบริษัทดำเนินไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและกฎระเบียบของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายประกอบด้วย

การรู้จักลูกค้าและการตรวจสอบ

เพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า (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



บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs) :

กำหนดให้บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs) เป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงฟอกเงินสูง การสร้างความสัมพันธ์ต้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเข้มข้น มีการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และจะต้องได้รับการอนุมัติการสร้างความสัมพันธ์จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท



การติดตามความเคลื่อนไหวบัญชีของลูกค้า :

กำหนดให้มีการติดตามและสอบถามความเคลื่อนไหวทางบัญชีของลูกค้าจนกว่าจะยุติความสัมพันธ์ เพื่อประเมินว่าลูกค้าทำธุรกรรมสอดคล้องกับอาชีพและแหล่งที่มาของรายได้ที่แจ้งแก่บริษัทหรือไม่



การรายงานธุรกรรม :

มีกระบวนการการรายงานธุรกรรม ซึ่งได้แก่ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย



การเก็บรักษาข้อมูล :

กำหนดให้มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเวลา 10 ปีนับแต่วันที่มีการปิดบัญชีหรือยุติความสัมพันธ์กับลูกค้า



การฝึกอบรมบุคลากร :

จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ รวมถึงการจัดทดสอบความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงานในรูปแบบ e-Learning



การตรวจสอบการปฏิบัติงาน :

มีสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ สายงานตรวจสอบภายใน รวมถึงธนาคารกรุงไทยในฐานะของบริษัทแม่ ทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบาย AML/CFT&WMD

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance> หัวข้อ “นโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธ ที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง”)

๐ จรรยาบรรณธุรกิจ

GRI 2-15, 2-25

คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท (Code of Conduct)

บริษัทจัดทำคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทที่ครอบคลุมนโยบายและมาตรการดำเนินการในหัวข้อ ดังนี้

- จรรยาบรรณธุรกิจ
- สารจากประธานกรรมการ
- แนวทางการดำเนินธุรกิจ
- ข้อพึงปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ
 - การรักษาทรัพย์สินและผลประโยชน์ของบริษัทและลูกค้า
 - ความซื่อสัตย์ทางผลประโยชน์
 - การรักษาความลับของบริษัท
 - การให้ รับ ของขวัญ ของกำนัล การเลี้ยงรับรอง หรือผลประโยชน์อื่น
- สิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้นและการประชุมผู้ถือหุ้น
- การเปิดเผยข้อมูล และความสัมพันธ์กับผู้ลงทุน
- การป้องกันการฟอกเงิน และการต่อต้านการก่อการร้าย
- การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย
- การตอบแทนสังคมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ความปลอดภัย สุขอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- การเคารพสิทธิมนุษยชน
- การส่งเสริมและการติดตามดูแลให้มีการปฏิบัติ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)

การปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

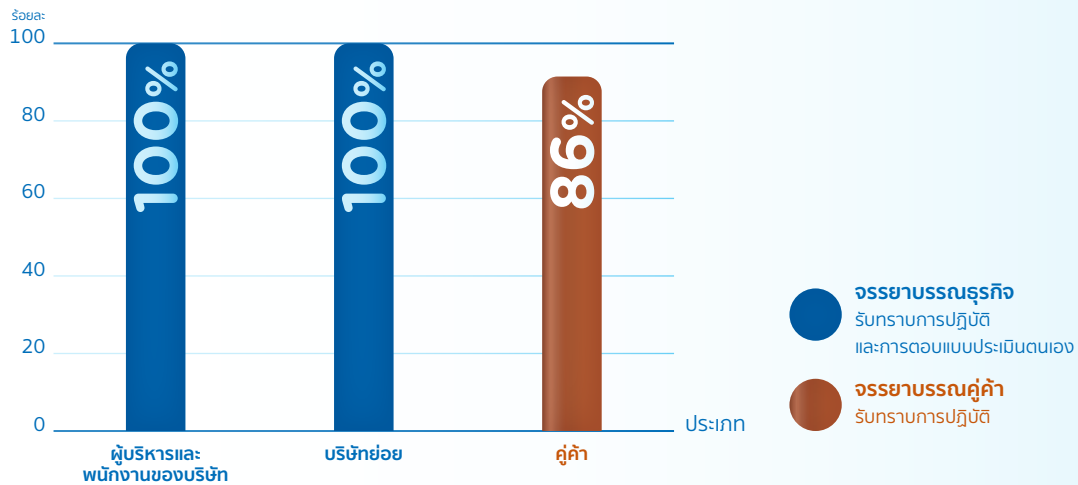
บริษัทฯ ส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

- กำหนดให้เป็นหน้าที่ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
- กำหนดให้พนักงานที่เข้าใหม่ของบริษัทและบริษัทย่อยลงนามในสัญญาซึ่งครอบคลุมการรับทราบการปฏิบัติตามนโยบายที่สำคัญ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ หรือมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
- จัดให้มีการปฐมนิเทศกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใหม่ โดยเนื้อหาการอบรมจะครอบคลุมนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และแนวปฏิบัติที่สำคัญที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใหม่พึงรับทราบ
- จัดการอบรมทบทวนและทดสอบความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจผ่าน Multi-media Animation ให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อยเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการสื่อสารหรือสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย
- กำหนดให้การปฏิบัติตามหลักความซื่อสัตย์และหลักจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของระบบประเมินผลการปฏิบัติงาน

คู่ค้า

- จัดให้มี Supplier's Code of Conduct เพื่อให้บุคคลที่จะมาเป็นคู่ค้า ของบริษัทรับทราบก่อนการพิจารณาคัดเลือก โดยมีหัวข้อสำคัญ เช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม รวมถึงกฎหมายและข้อกำหนด รวมถึงกำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้/ ให้บริการระหว่างบริษัทกับคู่ค้าซึ่งจะต้องรับทราบเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน และการป้องกันการฟอกเงินอย่างเคร่งครัด

สรุปผลการรับทราบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และจรรยาบรรณลูกค้า



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน”)

การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

GRI 2-16, 2-26

ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียน



ข้อมูลหรือข้อร้องเรียนต้องประกอบด้วย

ชื่อ นามสกุลของผู้แจ้งรายละเอียดข้อร้องเรียน หรือเบาะแสที่เป็นจริง ชัดเจน เพียงพอต่อการสืบหาข้อเท็จจริง

ช่องทางการร้องเรียนและข้อเสนอแนะ

- ผู้บังคับบัญชาที่ไว้วางใจ
- ผู้บริหารสายงานทรัพยากรบุคคล
- คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยแจ้งผ่านเลขานุการ คณะกรรมการฯ
- Email CG_Compliance@ktc.co.th ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาหรือสายงานกำกับดูแลระเบียบและข้อบังคับ จะตอบข้อสงสัย หรือให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

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

การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูล รายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับจะประสานงานกับสายงานทรัพยากรบุคคลเพื่อดำเนินการพิจารณาตามระเบียบทรัพยากรบุคคล รวมถึงคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน

การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

การป้องกันและการรายงานผล

บริษัทจัดให้มีระเบียบปฏิบัติ มาตรการการป้องกัน รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยหากมีเหตุการณ์การละเมิดการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ บริษัทจะพิจารณาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้รับแจ้งเพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ รวมถึงจัดให้มีการ

รายงานผลการปฏิบัติตามหลักการค้ากับดูแลกิจการ และข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการปฏิบัติไม่เป็นไปตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบเป็นประจำ

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



จำนวนการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ

ในปี 2565 บริษัทไม่ได้รับแจ้ง

เกี่ยวกับกรณีละเมิดการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2565

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเข้าตรวจสอบกิจการ สินทรัพย์ และหนี้สินของธนาคารและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคาร รวมถึงการตรวจสอบด้านการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
มีการบริหารความเสี่ยงที่คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล	มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล	มีการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล

GRI 3-3

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต โดยมีการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง ที่มุ่งเน้นการพัฒนา ระบบบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ครอบคลุมความเสี่ยงที่สำคัญ ตลอดจน ทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรับมือความเสี่ยงต่าง ๆ ของการดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก รวมถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

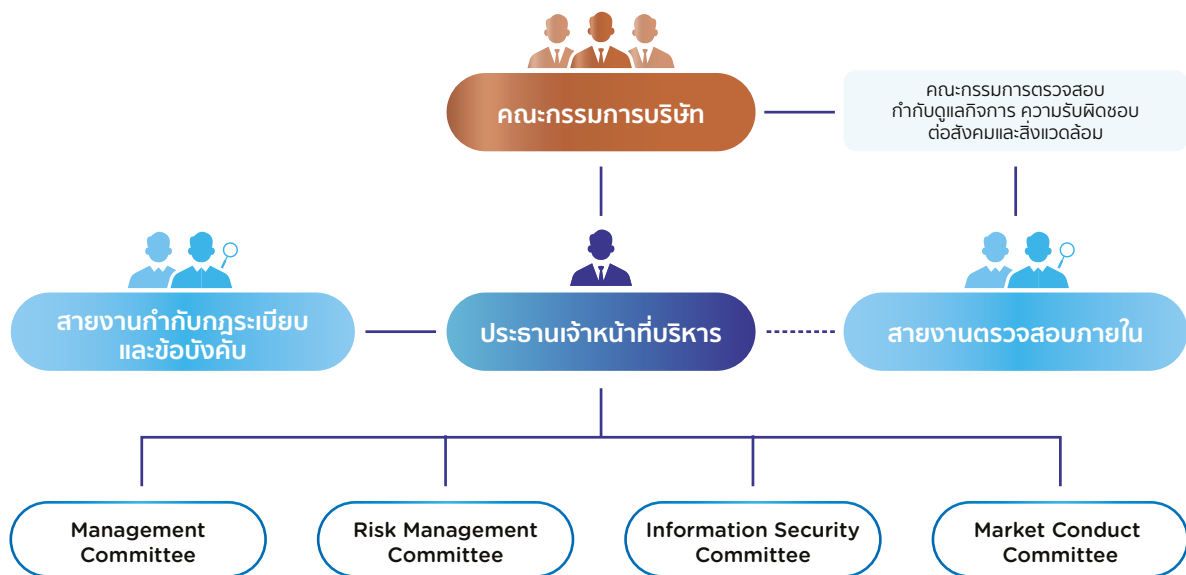
GRI 2-9, 2-12, 2-13, 2-23, 3-3

นโยบายการบริหารความเสี่ยง



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565 หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง”)

○ โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง



บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

คณะอนุกรรมการ Management Committee

มีหน้าที่กำหนด พิจารณา กลั่นกรอง เสนอแนะ ให้ความเห็น วางนโยบายและแนวปฏิบัติในการเงินและบัญชี ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารเงิน ด้านการตลาด ด้านผลประโยชน์ของบริษัท ด้านบริหารจัดการงานทรัพยากรบุคคล และด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพิจารณาอนุมัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก่อนออกสู่ตลาด เป็นต้น

คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee

มีหน้าที่พิจารณาเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร ก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศใช้ ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการดำเนินการตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงตามที่กำหนดไว้ ให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทยและหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงกำหนดนโยบายสินเชื่อ การอนุมัติความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด นอกจากนี้คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee ได้แต่งตั้งคณะกรรมการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee) เพื่อพิจารณากำหนดขอบเขตของแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ตัดสินใจประกาศใช้หรือยกเลิก และควบคุมดูแลการดำเนินการตามแผนดังกล่าว รวมถึงสื่อสารกับพนักงาน สื่อมวลชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เมื่อเกิดเหตุวิกฤตที่ทำให้การดำเนินการหยุดชะงัก

คณะอนุกรรมการ Information Security Committee

มีหน้าที่กำกับดูแลและดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท กำกับดูแลแผนกลยุทธ์และงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปตามแนวทางที่เป็นมาตรฐาน และนำไปใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ วางแผนและจัดการโครงการให้มีความโปร่งใสและเกิดประสิทธิผล รวมถึงเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทและบริษัทย่อย จัดการการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กำกับนโยบายการจัดการวางแผนปรับปรุงระบบให้ทันกาล อยู่เสมอ กำหนดข้อตกลงการให้บริการ (Service Level Agreement หรือ SLA) ระหว่างสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศกับสายงานผู้ให้บริการ ตรวจสอบ ติดตามผลให้เป็นไปตามข้อตกลง และกำกับให้เกิดการปรับปรุงการบริการ

คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee

มีหน้าที่กำหนดกรอบนโยบาย แผนกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และกำกับดูแล เพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมเรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมอย่างเพียงพอ

คณะกรรมการต่าง ๆ รายงานต่อคณะกรรมการบริษัทตามรอบเวลาที่กำหนด เพื่อนำเสนอผลการดำเนินการและรับฟังข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ กรรมการทุกคนของบริษัทมีความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารความเสี่ยง

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดโครงสร้างองค์กรโดยการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของบริษัท โดยนำแนวทางป้องกันและกำกับดูแลความเสี่ยงใน 3 ระดับ (Three Lines of Defense) มาปรับใช้กับโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงในภาพรวม พร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดทำรอบการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัทดังนี้



○ กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process)

ระบุความเสี่ยง	บริษัทมีการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยมีการระบุปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factors) พร้อมทั้งประเมินระดับความรุนแรงของแต่ละปัจจัย เพื่อจัดลำดับความสำคัญ และกำหนดแนวทางการจัดการที่เหมาะสม โดยพิจารณาต้นทุนและผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Cost and Benefit) ของแต่ละทางเลือก พร้อมทั้งระบุการควบคุมความเสี่ยง
ประเมินความเสี่ยง	ในการประเมินความเสี่ยง บริษัทจัดทำแผนภาพเชื่อมโยงความเสี่ยง (Risk Map) เพื่อแสดงความเชื่อมโยงของปัจจัยความเสี่ยงภายในองค์กร โดยพิจารณาจากปัจจัยความเสี่ยงด้านต่าง ๆ และเชื่อมโยงระหว่างแต่ละปัจจัยความเสี่ยง ตลอดจนสาเหตุ เพื่อช่วยให้ทราบถึงผลกระทบที่อาจส่งผลต่อกันได้ชัดเจนขึ้น รวมถึงกำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators: KRI) ซึ่งมีทั้งที่เป็น Leading Indicators เพื่อเป็นการส่งสัญญาณล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง และ Lagging Indicators เพื่อให้สะท้อนข้อมูลของเหตุการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นแล้ว ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Appetite) และความเปราะบางจากระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (Risk Tolerance) ของปัจจัยความเสี่ยงแต่ละตัว สำหรับติดตามความเสี่ยง และทบทวนระดับความเสี่ยงนั้น ๆ อย่างสม่ำเสมอตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อป้องกันและลดความเสียหายที่จะเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยความเสี่ยง
ดูแล ควบคุม และจัดการความเสี่ยง	ดูแล ควบคุม และจัดการความเสี่ยง (Mitigation Plan) ให้อยู่ภายในระดับที่ยอมรับได้
ติดตามและรายงานความเสี่ยง	ติดตามและรายงานความเสี่ยง ต่อคณะกรรมการ Risk Management Committee คณะกรรมการบริษัท และธนาคารกรุงไทย ตามรอบเวลาที่กำหนด

○ การจัดการภาวะวิกฤต

บริษัทจัดการภาวะวิกฤตในระดับองค์กร ดังนี้

มีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) และจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ หรือเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์อัคคีภัย แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย แผนรองรับการชุมนุม แผนรองรับการเกิดโรคระบาด ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสพภัยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผน BCP จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และจัดให้มีทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการรองรับการเกิดภาวะวิกฤตในสถานการณ์ต่าง ๆ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function ไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้

บริษัทกำหนดให้ทบทวนและดำเนินการทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Communication Tree: Call Tree) และ

แผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) แบบไม่แจ้งล่วงหน้า (Surprise Test) เป็นประจำทุกปี รวมทั้งเข้าร่วมสังเกตการณ์การทดสอบแผน BCP ของบริษัทพันธมิตรทางธุรกิจที่รับให้บริการงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหลักของบริษัท

ทั้งนี้บริษัทดำเนินการทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Communication Tree: Call Tree) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) ประจำปี 2565 เมื่อวันที่ 19-20 สิงหาคม 2565 โดยผลการทดสอบอยู่ภายใน Recovery Time Objective ที่บริษัทกำหนด

นอกจากนี้จากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรค เช่น การ Work from Home การจัดทีมในการทำงาน และการย้ายสถานที่ปฏิบัติงานที่บริษัทจัดเตรียมไว้ เป็นต้น เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และลดผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

○ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)

บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจในระยะ 3 – 5 ปี โดยรวมถึงความเสี่ยงที่เริ่มเกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ส่งผลกระทบที่ชัดเจนในขณะนี้ เพื่อเตรียมมาตรการรองรับต่อความเสี่ยงที่สำคัญเหล่านี้อย่างเพียงพอและทันเวลา



ภัยคุกคามทางไซเบอร์

คำอธิบาย

ปัจจุบันโลกเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Digital Economy) ทำให้เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ รวมถึงข้อมูล เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ และจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ ส่งผลให้พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนมาทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ และ Mobile Application เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threats) ในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการรักษาความมั่นคงปลอดภัยต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ รวมถึงการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล จึงเป็นหน้าที่สำคัญของบริษัท ทั้งการบริหารความเสี่ยง การพัฒนาด้านบุคลากร กระบวนการ และเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม

ผลกระทบ

จากการที่บริษัทดำเนินธุรกิจโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและอำนวยความสะดวกต่อการให้บริการของลูกค้า บริษัทจึงจำเป็นต้องมีการดูแลโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงระบบสารสนเทศอย่างรัดกุม เพื่อป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล การถูกโจมตี และการโจรกรรมทางไซเบอร์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทั้งด้านการเงินและที่มีใช้การเงิน อาทิ ถูกปรับจากทางการหรือหน่วยงานกำกับ สูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งกระทบต่อความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ของบริษัท ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว

แนวทางการจัดการ

- กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Policy) นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งทบทวนเป็นประจำทุกปี โดยผ่านการพิจารณาอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท
- 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
- จัดหลักสูตรอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรฐาน PCI-DSS และความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ให้แก่ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ
- กำหนดมาตรการในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลตามมาตรฐานสากล มาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิตชำระเงิน (PCI-DSS)
- มีการสอบทานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยสายงานตรวจสอบภายใน และหน่วยงานผู้ตรวจสอบภายนอกเป็นประจำทุกปี

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)



การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

คำอธิบาย

การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการแปรปรวนของสภาพอากาศ และภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม วาตภัย ภัยแล้ง ซึ่งมีแนวโน้มเกิดบ่อยและรุนแรงขึ้น สร้างความเสียหายต่อประชาชนและธุรกิจ นอกจากนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้น และเพิ่มความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) เช่น การเปลี่ยนแปลงนโยบายและกฎเกณฑ์ เพื่อสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกจากภาครัฐ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

ผลกระทบ

การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ และสภาพอากาศรุนแรงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ หรือความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk) ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติงานของพนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกิดการหยุดชะงัก ตลอดจนอาจสร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของบริษัทและลูกค้าได้ ซึ่งการที่บริษัทมีลูกค้าอยู่ทั่วประเทศ อาจส่งผลต่อกำลังซื้อ การใช้จ่าย และความสามารถในการชำระหนี้ นอกจากนี้เพื่อเป็นการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศดังกล่าว รัฐบาล หน่วยงานกำกับดูแลทั้งของประเทศไทย และต่างประเทศ อยู่ระหว่างพิจารณาและออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติม ซึ่งเป็นความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) ที่มีผลต่อขั้นตอนและกระบวนการทำงาน รวมทั้งต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

แนวทางการจัดการ

- กำหนดหลักเกณฑ์การอนุมัติผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Lending) เช่น พิจารณาตามระดับความเสี่ยงของลูกค้า จากฐานะทางการเงิน ความสามารถในการชำระหนี้ รวมถึงการจัดให้มีมาตรการเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ เป็นต้น
- มีการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัย จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ โดยกำหนดให้ต้องทบทวนและดำเนินการทดสอบแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) เป็นประจำทุกปี
- ดำเนินการเพื่อเสริมสร้างการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การให้ความรู้แก่พนักงาน รมรณรงค์การใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง หรือย่อยสลายยาก การแยกขยะและการรีไซเคิล เป็นต้น รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การลดใช้น้ำ การนำขยะไปรีไซเคิล และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ
- สนับสนุนและรณรงค์ให้ลูกค้ารับบริการใบแจ้งยอดบัญชีทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Statement) ผ่านอีเมล หรือแอปพลิเคชัน KTC Mobile เพื่อเพิ่มความสะดวกสำหรับลูกค้าและลดปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยลดปริมาณการใช้กระดาษ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”)



การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล

คำอธิบาย

ด้วยสถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน หน่วยงานกำกับดูแลทำหน้าที่กำกับและตรวจสอบฐานะและการดำเนินงานของธุรกิจ อาจมีการเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์ กฎเกณฑ์ กฎระเบียบเพื่อควบคุมธุรกิจให้ปฏิบัติได้อย่างเป็นระเบียบและถูกต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งบริษัทในฐานะเป็นผู้ประกอบธุรกิจทางการเงินภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ผลกระทบ

การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล อาจส่งผลกระทบต่อขั้นตอนการทำงาน ระบบงาน ต้นทุนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงอาจถูกตักเตือน ถูกปรับ หรือถึงขั้นเพิกถอนใบอนุญาต (License to Operate) หากไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด

แนวทางการจัดการ

- มีการจัดทำนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ พร้อมทั้งประกาศให้พนักงานรับทราบและถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
- สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับของบริษัท ทำหน้าที่ติดตามประกาศ ระเบียบข้อปฏิบัติจากหน่วยงานกำกับดูแลอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งรายงานต่อคณะกรรมการ Risk Management Committee ที่มีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) เป็นประธาน และ/หรือ รายงานต่อคณะกรรมการ และทุกสายงานที่เกี่ยวข้องให้รับทราบถึงผลกระทบทุกครั้งที่มีการประกาศใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงประกาศต่าง ๆ
- จัดให้มีผู้ประสานงานกับหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
- เข้าร่วม หรือ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล เป็นต้น
- จัดอบรมเพื่อสร้างความตระหนักรู้ หรือเพื่อทบทวนความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่สำคัญให้กับพนักงานเป็นประจำทุกปี



วิกฤตหนี้ในระบบเศรษฐกิจ

คำอธิบาย

ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 สงครามรัสเซีย-ยูเครนที่ยืดเยื้อ และความตึงเครียดระหว่างประเทศมหาอำนาจ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญให้เกิดภาวะเงินเฟ้อสูงขึ้นทั่วโลก ธนาคารกลางของประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยมีการปรับขึ้นดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่อง และจากอัตราเงินเฟ้อและระดับหนี้สาธารณะที่ยังคงมีแนวโน้มทรงตัวในระดับสูง วิกฤตค่าครองชีพจากแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ ตลอดจนวิกฤตด้านพลังงานที่ยังคงดำเนินต่อไป นักวิเคราะห์และสถาบันทางการเงินจึงประเมินไปในทิศทางเดียวกันถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจทั่วโลกที่จะเข้าสู่ภาวะถดถอย กระทั่งกระทบต่อทั้งภาคธุรกิจและสังคม รวมถึงความสามารถในการชำระหนี้ที่ลดลง จนอาจเกิดการผิดชำระหนี้เป็นวงกว้าง กลายเป็นวิกฤตหนี้ในระบบเศรษฐกิจ

ผลกระทบ

หากเกิดวิกฤตหนี้ในระบบเศรษฐกิจ มีการผิดนัดชำระหนี้ของสินเชื่อภาคธุรกิจและสินเชื่อย่อยเป็นวงกว้าง จะส่งผลให้พอร์ตสินเชื่อของบริษัทมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต้องตั้งสำรองหนี้ (Reserve) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลเพิ่มขึ้น กระทั่งกระทบภาพรวมผลการดำเนินงาน ซึ่งอาจไม่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงชื่อเสียงของบริษัท

แนวทางการจัดการ

- ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบของประชาชน เป็นทางเลือกในการบรรเทาปัญหาสภาพคล่องครัวเรือนในภาวะวิกฤต
- กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อตามระดับความเสี่ยงของลูกค้า โดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า รวมถึงมีมาตรการในการช่วยเหลือลูกค้าก่อนผิดนัดชำระหนี้
- มีการนำข้อสมมติฐาน และการคาดการณ์สถานะเศรษฐกิจมาใช้ในการจัดทำแบบจำลอง เพื่อตั้งสำรองค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตตามลักษณะความเสี่ยงของพอร์ตอย่างเหมาะสม ครอบคลุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- มีศูนย์บริการสมาชิก KTC Phone เพื่อรับเรื่องและช่วยเหลือลูกค้าในเบื้องต้น
- ให้ความร่วมมือช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ โรคระบาด เช่น ให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19 ตามแนวทางของทาง การทุกมาตรการ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เคทีซีประกาศแจ้งให้ลูกค้าทราบผ่านเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง

○ การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) โดยมีการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร รวมถึงมีมาตรการที่ช่วยให้พนักงานสามารถระบุและรายงานความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กรในเชิงรุก ดังนี้

- มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบ และถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
- มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้พนักงานสามารถแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางที่กำหนดได้ หากพนักงานพบเห็นเหตุการณ์การทุจริต การติดสินบน คอร์รัปชัน รวมถึงการละเมิดการปฏิบัติ ตามนโยบายคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)
- การพัฒนาหรือออกผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงินของบริษัท กำหนดให้ต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติ เรื่องการออก/เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยง ทั้งด้านกฎหมาย ความเสี่ยงโดยรวม และงบประมาณ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ออก หรือเสนอขายนั้น มีการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ครบถ้วน
- มีการเชื่อมโยงระหว่างสายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) และฝ่ายบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ทุกสายงานต้องมีผู้จัดการความเสี่ยง (Risk Manager) และเจ้าหน้าที่ประสานงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk Officer: ORO) เพื่อดำเนินงานบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในสายงานของตน ประกอบด้วย
 - กำหนดให้ทุกสายงานจัดทำประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self-Assessment: RCSA) ซึ่งเป็นวิธีการ/ กระบวนการที่ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ต้องระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงในการทำงานของตนเอง
 - กำหนดให้ทุกสายงานต้องรายงานข้อมูลความเสียหายจากการปฏิบัติการ (Operational Loss Data) เป็นรายเดือน รวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง (Actual Loss) ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (Potential Loss) และความเสียหายที่เกิดขึ้นแล้วหรืออาจเกิดขึ้นแต่บริษัทสามารถป้องกันความเสียหายไว้ได้ (Near Missed) โดยให้รายงานข้อมูลทุกประเภทและทุกมูลค่าความเสียหาย
- มีระเบียบเกี่ยวกับการแจ้ง/ รายงานปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจ เช่น ระบบการให้บริการหยุดชะงัก การรั่วไหลของข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางและกระบวนการให้พนักงานสามารถรับมือในกรณีเกิดปัญหาดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง และจัดให้มีช่องทางเพื่อให้พนักงานรายงานกรณีพบเห็นเหตุผิดปกติต่าง ๆ เกี่ยวกับสารสนเทศ หรือข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านช่องทางที่กำหนด
- ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความเสี่ยงในงานของตนเอง โดยกำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของบริษัทสำหรับพนักงานทุกคน เช่น การปฏิบัติตามเกณฑ์การกำกับดูแลด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO และเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากนี้ในสายงานที่มีความเสี่ยงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานจะถูกกำหนดให้สัมพันธ์กับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสายงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) นั้น ๆ ด้วย
- ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในบริษัทตั้งแต่การอบรมในหลักสูตรปฐมนิเทศ ทบทวนความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงประจำปี ผ่านการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งการส่งอีเมลให้ความรู้ จัดอบรมสัมมนาทั้งจากวิทยากรภายในและผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอก จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ใช้สื่อการเรียนรู้แบบ Self-Learning พร้อมทั้งมีการวัดผลด้วยการทดสอบ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงและการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล

- การอบรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร บริษัทจัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี โดยสำหรับปี 2565 มีการอบรมในหัวข้อดังนี้

หัวข้อ	สำหรับ	รูปแบบ
การทดสอบแผนการสื่อสาร (Communication Tree: Call Tree) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) ทั่วทั้งองค์กร	พนักงานทุกคน	Surprise Test ในวันที่ 19-20 สิงหาคม 2565
ความสำคัญของความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง (Risk Awareness) • การเข้าใจความเสี่ยง • ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ • ความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) • ความเสี่ยงโลก (Global Risk) และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk)	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
PCI-DSS Awareness	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
การป้องกันการฟอกเงินและต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง (AML/CFT&WMD) ประจำปี 2565	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
ISO (ISO/IEC 27001:2013 and ISO/IEC 27701:2019) ประจำปี 2565	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
ข้อควรรู้เกี่ยวกับ Market Conduct & Fair Lending ประจำปี 2565	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
นโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ประจำปี 2565	พนักงานทุกคน	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
RCSA (Risk Control Self-Assessment) และ PII Data List 2022	Operational Risk Officers (ORO)	การเรียนรู้ด้วยตนเอง
ทิศทางเศรษฐกิจหลังวิกฤต COVID-19 และสงครามยูเครน	พนักงานทุกคน	การบรรยาย Onsite และ Online ในวันที่ 15 มิถุนายน 2565 รวมถึงจัดทำ Video Clip ให้รับชมย้อนหลังได้
เศรษฐกิจปี 2566 : โอกาสและความท้าทาย	พนักงานที่สนใจ	การบรรยาย Onsite



(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

○ การสนับสนุนนวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง

บริษัทได้พัฒนาระบบงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารความเสี่ยงและการรายงานความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับค่านิยมหลักขององค์กร (Core Value) ลดขั้นตอนการทำงาน ย่นย่อการสืบค้นข้อมูล ลดปริมาณการใช้และการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบกระดาษ (Hard Copy) รวมทั้งเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง โดยมีการดำเนินการ ดังนี้

- **ระบบรายงานความเสียหายทางด้านการปฏิบัติการ (Operational Loss Data Report)** โดยระบบดังกล่าวช่วยลดขั้นตอนการรายงาน รวมถึงมั่นใจว่าการจัดเก็บความเสียหายด้านการปฏิบัติการมีประสิทธิภาพ
- **แบบฟอร์มจัดกลุ่มตามลักษณะงานความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ ผ่านระบบงาน SharePoint** โดยแบบฟอร์มดังกล่าวใช้อำนวยความสะดวกสำหรับสายงานเพื่อลดขั้นตอนสำหรับการขอตรวจสอบกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- **ระบบการรายงานดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRI)** ด้านปฏิบัติการระดับองค์กร ผ่านระบบงาน SharePoint เพื่อลดขั้นตอนในการรายงาน สะดวกในการรวบรวมข้อมูล และมั่นใจได้ว่าการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
- **จัดทำแบบฟอร์มการประเมินความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk Assessment)** เพื่อเสนอคณะกรรมการ Risk Management Committee พิจารณา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความเสี่ยงด้านความยั่งยืนแก่สายงานต่าง ๆ ของบริษัท และผสานความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ให้เป็นส่วนหนึ่งของความเสี่ยงองค์กร โดยในช่วงแรกเริ่มทดลองใช้แบบฟอร์มดังกล่าวกับสายงานที่มีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- **มีการจัดทำหลักสูตรให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงไว้ในแพลตฟอร์ม e-Learning** ของบริษัท ซึ่งพนักงานทุกคนต้องศึกษาและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด
- **จัดให้มีช่องทางออนไลน์ในการรับแจ้งกรณีเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงด้านต่าง ๆ** เช่น กรณีมีข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล การพบความบกพร่องของอุปกรณ์ในสถานประกอบการ เป็นต้น

นวัตกรรมดิจิทัล



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 95 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด	จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 80 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด	จำนวนผู้ใช้บริการ KTC Mobile และ KTC Online ร้อยละ 84 ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด

หมายเหตุ: ปี 2565 บริษัทมีการปรับปรุงวิธีการนับจำนวนลูกค้า โดยตัดข้อมูลลูกค้าที่ยกเลิกการเป็นสมาชิกออก

GRI 3-3

ด้วยการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐไทยแลนด์ 4.0 National e-Payment และนโยบายสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) รวมถึงสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก บริษัทในฐานะของผู้ให้บริการทางการเงินและผู้ให้บริการชำระเงินจึงมีนโยบายมุ่งพัฒนาและส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ การบริการ และรูปแบบการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพ

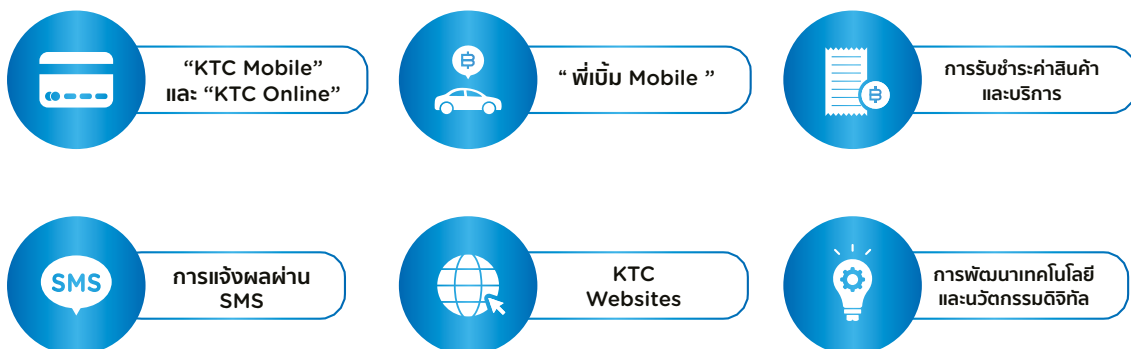
เพื่อตอบโจทย์ความต้องการและการให้บริการในการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ทำได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งนี้ในการลดความเสี่ยงในการเกิดภัยด้านไซเบอร์ บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการดำเนินการให้ได้ตามมาตรฐานสากล รวมถึงมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยด้านไซเบอร์และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในการทำธุรกรรมออนไลน์กับบริษัท

GRI 3-3

ด้วยเป้าหมายที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานให้กับผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด เคทีซีได้ดำเนินการด้าน Digital Transformation อันประกอบด้วย 3 แกนหลัก ดังนี้



○ ผลิตภัณฑ์ การบริการ และช่องทางแพลตฟอร์ม



“KTC Mobile” และ “KTC Online”

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

ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ อีกทั้งธุรกรรมบริการที่ถูกออกแบบจากความเข้าใจพฤติกรรมการใช้จ่ายของสมาชิกด้วยฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ และอำนวยความสะดวกให้การใช้ชีวิตประจำวันง่ายและสะดวกมากขึ้น

การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ช่วยให้การเข้าถึงของลูกค้าเป็นไปได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม รวดเร็ว และปลอดภัย อีกทั้งช่วยลดการใช้กระดาษ ลดการสูญหาย และลดการใช้ทรัพยากรและเวลาในการเดินทางให้แก่ลูกค้าอีกด้วย



“พีเอ็ม Mobile”

เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการบัญชีของลูกค้า KTC พีเอ็ม รถแลกเงิน บริษัทได้พัฒนาช่องทางออนไลน์ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน “พีเอ็ม Mobile” ด้วยฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ได้แก่ การเข้าสู่ข้อมูลบัญชีที่มีรายละเอียดของยอดเงินต้นคงเหลือ ยอดที่ต้องชำระต่องวด วันครบกำหนดชำระ รวมถึงสามารถตั้งค่าการแจ้งเตือน การดูใบแจ้งยอด การชำระเงินผ่าน QR/Barcode หรือผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT การดูใบเสร็จ อีกทั้งยังมีความปลอดภัยในการเข้าสู่ระบบด้วยการยืนยันตัวตนแบบใช้รหัสผ่าน หรือแบบใช้อัตลักษณ์ (Biometrics) ที่ช่วยให้ลูกค้ามั่นใจในการใช้งานเพิ่มขึ้นอีกด้วย



การรับชำระค่าสินค้าและบริการ

บริษัท มีผลิตภัณฑ์ให้บริการแก่ร้านค้าสมาชิกหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าสมาชิกในทุกประเภทธุรกิจ

 KTC EDC บริการรับชำระผ่านเครื่องรูดบัตร เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าจ่ายง่าย ผ่อนสบาย แลกคะแนนได้	 KTC QR PAY บริการรับชำระเงินผ่าน QR ง่าย ปลอดภัย แคลสแกน QR ผ่านสมาร์ตโฟน	 KTC GATEWAY บริการรับชำระเงินออนไลน์ ซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
 KTC LINK PAY บริการรับชำระเงินผ่านลิงก์ ซื้อขายทุกที่ ทุกเวลา ผ่าน Social Media	 KTC ALIPAY บริการรับชำระเงิน สำหรับลูกค้าชาวจีน	 RECURRINGS บริการรับชำระเงิน ผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ บริการการเงินได้คล่องตัว

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 และ จ่าย ได้คล่องตัว

KTC QR PAY



บริการรับชำระเงินผ่าน QR ง่าย ปลอดภัย แคลสแกน QR ผ่านสมาร์ตโฟน

รับชำระผ่าน QR Code ได้ทั้งบัตรเครดิตและ PromptPay บน “KTC Mobile” และ “KTC MERCHANT” ปลอดภัย

- ลดความเสี่ยงในการหยิบจับเงินสดและเงินทอง
- ลดความเสี่ยงในการบริหารจัดการเงินสดของร้านค้า
- ลดความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรม
- ลดความเสี่ยงการทุจริตของพนักงาน

รองรับการสร้าง QR Code สร้าง QR Code ได้ง่าย ทั้งแบบป้ายตั้ง และการสร้างผ่าน Mobile Application

ณ สิ้นปี 2565 มีจำนวนร้านค้าที่



ใช้งานแอปพลิเคชัน **KTC MERCHANT**

จำนวน **13,534** ร้านค้า



รับชำระสินค้าและบริการผ่าน **KTC QR Pay**

จำนวน **3,432** ร้านค้า

KTC GATEWAY



บริการรับชำระเงินออนไลน์ ซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผ่อนสบาย แลกคะแนนได้ เพิ่มยอดขายให้ร้านค้า ลูกค้าสามารถผ่อนชำระสบาย ๆ หรือแลกซื้อด้วยคะแนน KTC FOREVER

เชื่อมต่อกันด้วย API ให้ร้านค้ารับรายงานผล หรือจัดการรายการขายได้โดยอัตโนมัติ

ตรวจสอบแบบ Real Time ตรวจสอบผลการทำการขายแบบ Real Time ผ่านระบบออนไลน์ 24 ชั่วโมง

ปลอดภัยสูง ด้วยระบบรักษาความปลอดภัยมาตรฐานสากล สบายใจทั้งลูกค้าและร้านค้า ด้วยรหัสยืนยันการทำธุรกรรมออนไลน์ระบบ OTP (One Time Password) หรือรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว

KTC LINK PAY



บริการรับชำระเงินผ่านลิงก์ ซื้อขายทุกที่ ทุกเวลา ผ่าน Social Media

ซื้อขายออนไลน์ สะดวก ปลอดภัย ตลอด 24 ชั่วโมง รองรับชำระทั้งเต็มจำนวน และผ่อนชำระ
บริหารจัดการง่าย สะดวก ร้านค้าดำเนินการได้เอง สร้างลิงก์ชำระเงินได้ง่าย ๆ และส่งให้กับลูกค้า
ผ่านช่องทางติดต่อได้หลากหลาย

เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าในการสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้น

ปลอดภัยทุกขั้นตอน สบายใจทั้งลูกค้าและร้านค้าด้วยรหัสยืนยันการทำธุรกรรมออนไลน์ระบบ OTP
(One Time Password) หรือรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว

KTC ALIPAY



บริการรับชำระเงินสำหรับลูกค้าชาวจีน

รับชำระง่าย ผ่าน Alipay QR Code ได้ทั้ง EDC, ป้ายตั้ง และ Mobile Application
รองรับทุกประเภทธุรกิจ รับชำระผ่าน Alipay ได้ทั้งร้านค้าแบบมีหน้าร้าน และร้านค้าออนไลน์
เพิ่มยอดขาย ร่วมโปรโมชั่นกับ Alipay
โปรโมชั่นร้านค้า ด้วยการโฆษณาร้านค้าบนแอปพลิเคชันของ Alipay

RECURRINGS



บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ

เก็บค่าบริการง่าย รับเงินตรงเวลา บริหารการเงินได้คล่องตัว

เก็บค่าบริการได้ง่าย โดยหักจากบัญชีบัตรเครดิตของลูกค้า ซึ่งผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์
และลงทะเบียนใช้บริการ

ตั้งเวลาเรียกเก็บได้เอง ร้านค้าเลือกตั้งเวลาเรียกเก็บเงินได้เอง ทั้งแบบรายวัน หรือรายเดือน
ไม่พลาดทุกการรับเงิน ร้านค้าตรวจสอบผลการเรียกเก็บได้ด้วยตนเอง

นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมกับมาสเตอร์การ์ด เปิดตัวเทคโนโลยีการ
เข้ารหัสโทเค็น “Mastercard Digital Enablement Services
(MDES) for Merchants” โดยเคทีซีเข้าร่วมเป็นสถาบันการเงินแรก
ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อยกระดับในการทำธุรกรรมออนไลน์
ของผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมเสริมความเชื่อมั่น
ระหว่างร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภค ด้วยการเข้ารหัสโทเค็นแทน

การใช้หมายเลขบัญชีที่มีความเสี่ยงเมื่อต้องใส่หมายเลขบัตรใบ
เว็บไซต์ของร้านค้าหรือแอปพลิเคชันเพื่อชำระเงิน นอกจากนี้รหัส
ดิจิทัลโทเค็นยังมีการป้องกันกับอีกชั้นด้วยการใช้รหัสคริปโตแกรม
(Cryptogram) ที่เป็นเลขเฉพาะต่อการทำธุรกรรมแต่ละครั้ง
เป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการโดนโจรกรรมข้อมูล เพื่อสร้าง
ความไว้วางใจและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคและร้านค้า

การแจ้งผลผ่าน SMS

บริษัทได้ใช้วิธีการแจ้งผลการพิจารณาบัตรเครดิตหรือสินเชื่อผ่านทาง SMS ให้แก่ผู้สมัครใช้บริการทราบ
แทนการจัดพิมพ์เป็นจดหมาย เว้นแต่เหตุผลในการปฏิเสธการให้สินเชื่อที่กฎหมายกำหนดให้
แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ทำให้ผู้สมัครและผู้ขอสินเชื่อทราบผลการพิจารณาได้รวดเร็ว
 อีกทั้งยังลดปริมาณการใช้กระดาษได้เป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันการติดตามผลการจัดส่งและ
การเปิดใช้บัตร (Activation) บริษัทได้จัดตั้งทีมติดตามผลการจัดส่งบัตรไปยังลูกค้า
 พร้อมอำนวยความสะดวกในการแจ้งเปิดใช้งานบัตรและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าพึงจะได้รับ
 เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการสูญหาย หรือล่าช้าระหว่างจัดส่งบัตร
 ลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตามทวงถาม ลดขั้นตอนในการจัดส่ง ลดจำนวนการผลิต และ
ต้นทุนในการจัดส่งบัตรใหม่



KTC Websites

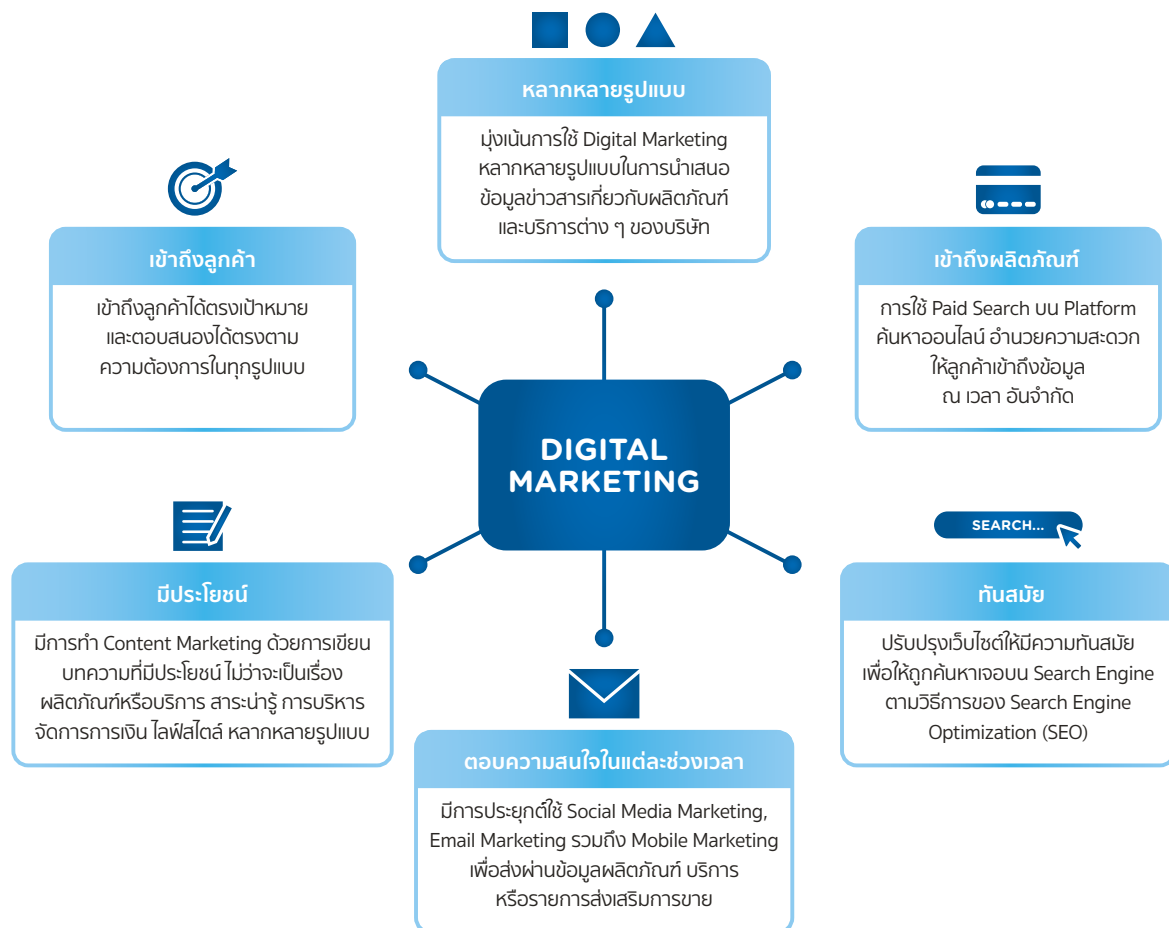
บริษัทได้พัฒนารูปแบบการใช้งานของเว็บไซต์ www.ktc.co.th และ www.ktc.co.th/ktcworld อย่างต่อเนื่อง ให้สามารถเข้าถึงข้อมูล
และบริการได้ตลอดเวลาและอย่างมีประสิทธิภาพ แสดงผลอย่างรวดเร็ว ค้นหาข้อมูลได้ง่าย รองรับทุกอุปกรณ์ เพื่อมอบประสบการณ์การ
ใช้งานเว็บไซต์ที่ดี

การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล

การพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ/ กระบวนการ	รายละเอียด	ผลการดำเนินงาน
IT Automation-SCR Workflow ระบบ SCR Workflow นำมาใช้บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในลักษณะโครงการ (Project) หรือการเปลี่ยนแปลงทั่วไป (Enhancement) ให้มีประสิทธิภาพสูง มีการกำหนดความมีนัยสำคัญของ การเปลี่ยนแปลงแต่ละชนิด เพื่อให้มีการตอบสนอง และดำเนินการได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็วทันตาม ความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ มีการประเมิน ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ระบบที่พัฒนา มีความมั่นคงปลอดภัย มีความครบถ้วนและถูกต้อง และมีความพร้อมใช้งาน มีการทดสอบทั้งในด้านการ ใช้งาน และด้านความปลอดภัยก่อนนำไปใช้งานจริง และสามารถติดตามผลการดำเนินงาน (Progress) ของการเปลี่ยนแปลงแต่ละเรื่องได้ทันทีทั้งที่	วัตถุประสงค์: เพิ่มประสิทธิภาพของ การปฏิบัติงาน และลดการใช้ทรัพยากร ที่ไม่จำเป็น ระยะเวลา: เริ่มใช้ระบบ SCR Workflow สำหรับสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปี 2565	ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ: บริษัทสามารถสร้างระบบเพื่อ ตอบสนองการให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้อย่าง มีคุณภาพและมีความมั่นใจในการใช้บริการของบริษัท ประโยชน์ต่อสังคม: การสืบหาต้นตอของสาเหตุปัญหา (Root Cause) เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาระยะยาวได้ อย่างถูกต้อง หรือการประเมินผลกระทบของการ เปลี่ยนแปลง ทำให้ผู้ใช้บริการของบริษัทเกิดความ พึงพอใจและสามารถส่งต่อความพึงพอใจให้แก่สังคมได้ นอกจากนี้พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัทสามารถนำ แนวทางดังกล่าวไปใช้ในการให้บริการต่อลูกค้าของ พันธมิตร ซึ่งสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้แก่สังคมโดย ทั่วไป ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม: ลดการใช้ทรัพยากรที่มี ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์)
MAAI by KTC Loyalty Platform ที่ให้บริการกับพันธมิตรธุรกิจ แบบครบวงจรด้วย Solution ที่เข้าใจในมุมมองของ ธุรกิจที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และมี แอปพลิเคชัน MAAI by KTC เพื่อให้ลูกค้าสามารถ เข้าถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร เครื่องดื่ม โรงภาพยนตร์ หรือแม้แต่ข้อบป้ังออนไลน์ และสามารถ โอนคะแนนสะสมจากบัตรเครดิต KTC หรือคะแนน สะสมจากเครือข่ายพันธมิตรมาเป็นคะแนน MAAI เพื่อแลกสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ได้ผ่านแอปพลิเคชันนี้	วัตถุประสงค์: เพิ่มประสิทธิภาพใน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการให้บริการระบบที่มีคุณภาพ ทั้งระบบบริหารจัดการสมาชิก ระบบ บริหารจัดการคะแนนสะสม และระบบ บริหารจัดการคูปองอิเล็กทรอนิกส์ ให้พันธมิตรธุรกิจสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า เพิ่มการสร้าง ความผูกพันต่อแบรนด์ และเพิ่มโอกาส ในการขยายฐานสมาชิกด้วย MAAI Platform ระยะเวลา: เริ่มให้บริการในปี 2565	ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ: เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า การรักษฐานลูกค้าเก่า และเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ ด้วยระบบ loyalty ของ MAAI ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการบริการลูกค้า ทำให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการได้ง่ายขึ้น และยังต่อยอด ซึ่งกันและกันภายใต้ Ecosystem นี้ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ประโยชน์ต่อสังคม: ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ได้รับความสะดวกและรวดเร็วจากการให้บริการ ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม: ระบบบริหารจัดการคูปอง อิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์
KTC Contact Center AI (กะทิ) บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการ เพื่อความสะดวกรวดเร็วที่ลูกค้าจะได้รับความช่วยเหลือ หรือติดต่อเพื่อขอรับบริการได้เร็วขึ้น บริษัทจึงได้มี การศึกษาข้อมูลทั้งภายในและภายนอก โดยพบว่าการ นำระบบการให้บริการในรูปแบบ Self-Service ผ่านการให้บริการของ AI จะสามารถสร้างความพึงพอใจ และความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น โดยการพูดคุยกับระบบอัตโนมัติแทนการกดข้อมูลใน ระบบ IVR (Interactive Voice Response) โดยยังให้ ความสำคัญในความปลอดภัยของข้อมูลจากการใช้ บริการ บริษัทจึงพัฒนา “กะทิ” ซึ่งเป็นการให้บริการกับลูกค้า ผ่านช่องทาง Contact Center โดยการนำเทคโนโลยี มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ AI Virtual Agent ทั้งรูปแบบการพูดคุยผ่านเสียงและแชท (Voicebot และ Chatbot) เพื่อให้บริการกับลูกค้าที่ต้องการคำตอบ อย่างรวดเร็วทันที่ สามารถตอบคำถามและให้บริการ ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นได้	วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมประสบการณ์ ที่ดีให้กับลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพ ในการให้บริการ ลูกค้าไม่ต้องรอสาย สามารถดำเนินการง่าย ๆ ได้ด้วยตนเอง และช่วยแบ่งเบาภาระงานของพนักงาน Contact Center อีกทั้งสร้างความพึงพอใจ ในการใช้บริการให้แก่ลูกค้าอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันกะทิมี 7 ประเภทบริการดังนี้ 1. สอบถามวงเงินคงเหลือ 2. สอบถามยอดชำระ 3. เพิ่มวงเงินชั่วคราว 4. ขอสำเนาใบแจ้งยอด 5. สอบถามผลการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์ 6. สอบถามคะแนนสะสม 7. เปิดใช้งานบัตร ระยะเวลา: เริ่มให้บริการเดือนธันวาคม 2564 และมีโครงการที่จะพัฒนา ต่อยอดในบริการอื่น ๆ ต่อไป	ผลลัพธ์ในมุมธุรกิจ: การใช้เทคโนโลยี Contact Center AI (กะทิ) เข้ามาช่วยในงานบริการ 7 ประเภท ลดภาระ ของพนักงาน Contact Center เพื่อให้พนักงานมีเวลา ไปทำงานที่มีความซับซ้อนหรืองานที่ต้องใช้ทักษะ มนุษย์สัมพันธ์ในการให้บริการ ประโยชน์ต่อสังคม: เพื่อสร้างความพึงพอใจจากการ ใช้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ลดปัญหา จากความไม่พอใจในการใช้บริการพนักงาน Call Center ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม: ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น กระดาษ

○ Digital Marketing

การสื่อสารการตลาดพัฒนาอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงเพื่อการทำการสื่อสารการตลาดให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เคทีซีมุ่งเน้นการใช้ Digital Marketing หลากหลายรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของบริษัท โดยพิจารณาความเหมาะสมในการใช้สื่อ Digital Marketing เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ดังนี้



○ Digital Workplace

การใช้เทคโนโลยี Digital Workplace จะช่วยให้เคทีซีสามารถให้บริการลูกค้าได้ง่ายและเร็วขึ้น เนื่องจากพนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเคทีซีจะทำการพัฒนา Digital Workplace ต่อไปเพื่อสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าและเพื่อความสะดวกในการทำงานของพนักงานที่ดียิ่งขึ้น

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

สำหรับผลกระทบในช่วงการระบาดของ COVID-19 นั้น ไม่ได้มีผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานด้าน IT มากนัก เนื่องจากเคทีซีมีการเตรียมพร้อมเรื่องทรัพยากรด้าน IT ไว้รองรับการเติบโตของธุรกรรมการใช้จ่ายแบบอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้เคทีซียังได้เพิ่มกิจกรรมออนไลน์ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน (Online Working Activities) เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ภายในองค์กร อาทิ การประชุมออนไลน์ การอบรมหรือสัมมนาออนไลน์ หรือแม้กระทั่งการตรวจทานออนไลน์ (Online auditing) เป็นต้น

ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกใช้โซลูชันในการสร้าง Digital Workplace นั้นต้องผ่านการทดสอบอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นการทำ Proof of Concept (POC) นำ Pain Point และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พบมาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งมั่นใจว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด โดยกุญแจสำคัญของการเลือกใช้โซลูชันคือความปลอดภัย 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 โดยใช้เทคโนโลยี Dynamic IP และ Wi-Fi 6 Generation เพื่อรองรับการใช้ bandwidth ที่ค่อนข้างสูง
- Green Data Center บริษัทพิจารณาผู้ให้บริการศูนย์คอมพิวเตอร์ที่มีมาตรฐานทั้งในด้านความมั่นคงปลอดภัย การพร้อมใช้งาน และการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อให้มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดการใช้พลังงานภายในศูนย์คอมพิวเตอร์ที่เหมาะสม ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็น ส่งผลต่อการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานและการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานสูง โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ดังกล่าวตั้งอยู่ในต่างจังหวัด ช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่อยู่รอบรอบศูนย์คอมพิวเตอร์
- RPA (Robotic Process Automation) บริษัทพิจารณาใช้ RPA ทดแทนการปฏิบัติงานประจำหรืองานประเภท Routine ที่ใช้ Workload สูง ใช้ทรัพยากรทั้งในด้านบุคลากร เวลา และวัสดุสิ้นเปลืองสูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานและการให้บริการ นอกจากนี้พนักงานสามารถนำเวลาไปพัฒนาความรู้ด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมจากงานที่ RPA จัดการได้ รวมถึงลูกค้า ร้านค้าสมาชิก

คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจที่ได้รับความสะดวกและรวดเร็วจากการให้บริการของบริษัท สามารถทดแทนเวลาที่ได้รับกลับคืนมาเพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลืองประเภท กระดาษ หมึกพิมพ์ เป็นต้น

- ระบบ IR Workflow นำมาใช้บริหารจัดการแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Incidents) ให้มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดความสำคัญของปัญหา เพื่อให้มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้แจ้งปัญหาหรือผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ IR Workflow สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาระยะยาวได้ ลดความถี่ในการเกิดปัญหา เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น
- ระบบ SAP HR (HR on Cloud) ใช้ระบบ HR บน Cloud Service ที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง สามารถประยุกต์ใช้งานด้านการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรด้านบุคลากรได้โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา เช่น Time Attendance Management, e-Learning, Training, Employee Performance, Employee Benefits และ Employee Social Network เป็นต้น เพื่อพนักงานสามารถใช้งานระบบ HR ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยในทุกสถานที่และเวลาที่ สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบุคลากรได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถแบ่งปันความรู้และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก ให้พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับตนเองหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลืองประเภท กระดาษ หมึกพิมพ์ เป็นต้น

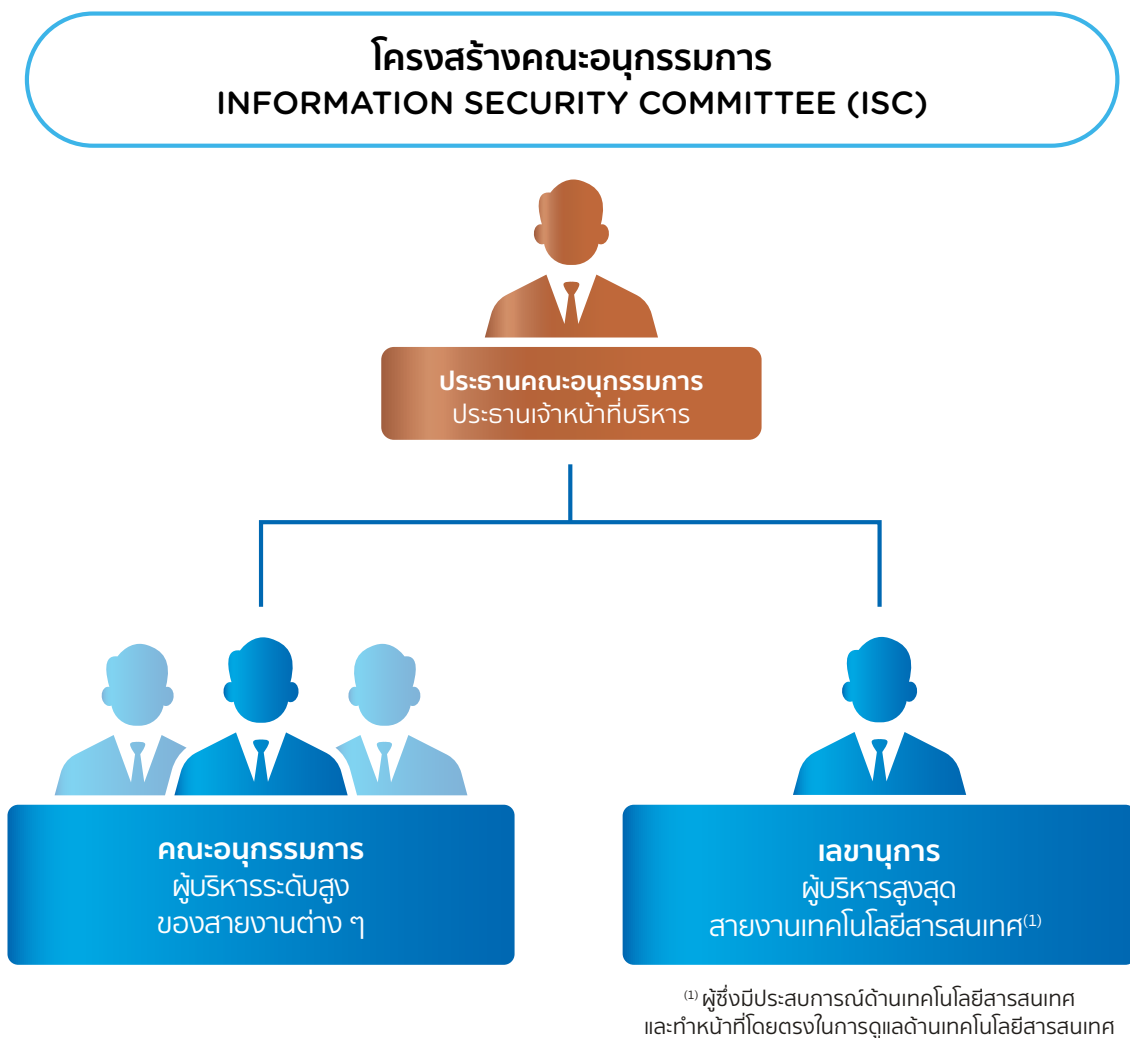


○ ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์

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

การกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นอย่างมาก จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการ Information Security Committee (ISC) เป็นผู้กำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์



หน้าที่คณะกรรมการ ISC

กำหนดนโยบายและระเบียบดังกล่าวเพื่อใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้อง และเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานสากลที่ยอมรับ ซึ่งนโยบายและระเบียบดังกล่าว มีการทบทวนปรับปรุงและได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้



นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ

- นโยบาย Information Technology
- นโยบาย Information Securities (IS Policy)
- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ประกาศการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ภายใต้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard
- ระเบียบ Information Securities Incident and Privacy Management
- คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ⁽¹⁾

⁽¹⁾ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ



ประเด็นที่ครอบคลุม

- ความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและ/หรือไซเบอร์ (IT/ Cyber Security)
- การบริหารความเสี่ยงด้านสารสนเทศ
- การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล
- การแจ้งเจ้าของข้อมูลก่อนการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- การป้องกันการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) และการจัดชั้นความลับของสารสนเทศ
- การดำเนินการกรณีเกิดเหตุละเมิด การหยุดชะงักของระบบงาน รวมถึงการขอใช้สิทธิตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การกำหนดแนวทางให้พนักงานดูแลรักษาและให้ความสำคัญกับความมั่นคง ปลอดภัยของระบบสารสนเทศ

- พิจารณาและอนุมัติแผนการใช้งบประมาณและทรัพยากรสำหรับงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) ของบริษัทให้เหมาะสม
- กำหนดกลยุทธ์และแผนงานด้านสารสนเทศเพื่อสอดคล้องกับสำคัญเชิงธุรกิจและความยืดหยุ่นเพียงพอสำหรับการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต

- ติดตามผลการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) โดยปฏิบัติหน้าที่สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรมีความรู้และมีความตระหนักในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านการกำกับดูแล บริษัทมีโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการกำกับดูแลงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการบริหารความเสี่ยงในลักษณะ 3 Lines of Defense โดยแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนระหว่างหน่วยงานผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Services) ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance and Compliance) และผู้ตรวจสอบภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Audit) และมีคู่มือ/ แนวทางปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ เช่น

- การจัดให้มีคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedure: SOP) ที่ระบุหลักเกณฑ์การนำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไปใช้
- ระบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศ (Information Security Management System: ISMS)
- ลำดับชั้นของผู้สามารถเข้าถึงข้อมูล
- แนวทางป้องกันเรื่องความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัย ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และความเป็นส่วนตัว

ในปี 2565 บริษัทได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย การพิจารณาทบทวนนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 มาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 และมาตรฐาน PCI-DSS

GRI 418-1

มาตรการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทฯ ได้สื่อสารนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้ทราบถึงปัญหาภัยคุกคามและความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่านโยบายต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดได้มีการนำไปปฏิบัติ เช่น



บทกวนและเผยแพร่นโยบาย

จัดให้มีการทบทวนและเผยแพร่นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard ผ่าน KTC UNITE เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายและนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง



อบรมหรือทดสอบความรู้

จัดอบรมหรือทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ให้แก่ผู้บริหาร พนักงาน และพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อทบทวนความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ ให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ



จัดหลักสูตรฐานนิเทศ

จัดหลักสูตรฐานนิเทศพนักงานเข้าใหม่ รวมถึงทบทวนความรู้ ความเข้าใจประจำปี 2565 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 ทั้งนี้บริษัทรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ต่อคณะอนุกรรมการ หรือหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อทราบการจัดการการเข้าถึงและใช้ข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทกำหนดสิทธิให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามสิทธิและภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้พนักงานต้องเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ จัดเก็บไว้ตามความจำเป็น และห้ามเปิดเผยต่อบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

กระบวนการและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าระบบสารสนเทศของบริษัทมีความปลอดภัย บริษัทได้จัดให้มีมาตรการและเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ และมีกระบวนการที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของระบบ IT และการโจมตีทางไซเบอร์ และเตรียมพร้อมรับมือในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

การตอบสนองต่อเหตุการณ์

- ทดสอบระบบความปลอดภัยหรือซิกซ์ซิมแผนรับมือเหตุการณ์ (Stress-Testing) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยออนไลน์สำหรับการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และสำหรับการตรวจสอบหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) จากทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย ไตรมาสละ 1 ครั้ง โดยในปี 2565 ได้ดำเนินการตามแผนการทดสอบเจาะระบบประจำปี โดยดำเนินการตรวจสอบหาช่องโหว่ภายในเรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนมีนาคม เดือนมิถุนายน และเดือนกันยายน 2565 และดำเนินการตรวจสอบหาช่องโหว่ภายนอกเมื่อเดือนมิถุนายนและเดือนกันยายน 2565 โดยผู้ตรวจสอบภายนอก (Qualified Security Assessor, QSA) ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน PCI-DSS ซึ่งได้รายงานผลการทดสอบต่อคณะกรรมการ ISC ทราบเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไขเพื่อปิดช่องโหว่ที่พบ
- มีศูนย์ข้อมูลหลักและศูนย์ข้อมูลสำรองที่มีความมั่นคงปลอดภัยและมีความพร้อมใช้สำหรับระบบงานหลักที่สำคัญ โดยมีการทบทวนแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan) ในเดือนกันยายน และมีการทดสอบแผนฉุกเฉินประจำปี 2565 เมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา อีกทั้งมีการทดสอบด้านปฏิบัติการ BCP โดยมีหน่วยงาน IT เป็นหน่วยงานสนับสนุน
- ป้องกันเครือข่ายของบริษัทโดยการติดตั้งอุปกรณ์และระบบด้านการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย เช่น Firewall
- ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของบริษัทโดยการติดตั้งระบบตรวจจับและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention System, DLP)
- ติดตามการเกิดเหตุการณ์ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยมีศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Operation Center)
- นำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้ตรงตามวัตถุประสงค์ตามที่ได้แจ้งวัตถุประสงค์ในประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลหรือตามที่ได้รับคามยินยอมจากลูกค้า
- มีกระบวนการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหา (Incident) และข้อร้องเรียน (Complaint) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการทดสอบ Incident Response Plan ประจำปี 2565 ในเดือนพฤษภาคม 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

**บริษัทได้รับการรับรองความปลอดภัยทั่วองค์กรครอบคลุมทั้งศูนย์ข้อมูล (Data Center)
และทุกกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของธุรกิจหลักบัตรเครดิต
สินเชื่อบุคคล และการรับชำระเงิน**



ตามมาตรฐาน
ISO/IEC 27001:2013
(ISMS: Information Security Management System)

วันที่ 9 ธันวาคม 2562



ตามมาตรฐาน
ISO/IEC 27701:2019
(PIMS: Privacy Information Management System)

วันที่ 20 พฤศจิกายน 2563

โดยในปี 2565 บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองตามมาตรฐานดังกล่าวแล้ว เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2565

บริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการเพื่อขอรับการรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย
ข้อมูลบัตรชำระเงินด้วยมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลอุตสาหกรรมบัตรชำระเงิน (PCI-DSS)

นอกจากนี้ในปี 2565 เคทีซียังได้รับโล่เชิดชูองค์กรดีเด่นการพัฒนาศักยภาพด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ โดยเป็นหนึ่งใน 30 องค์กร
ต้นแบบที่สนับสนุนให้บุคลากรเข้าร่วมในโครงการเร่งรัดการพัฒนาศักยภาพด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Intensive Cybersecurity
Capacity Building Program) ระยะที่ 1 ของสำนักงานคณะกรรมการการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์แห่งชาติ (สกมช.) เพื่อพัฒนา
ความรู้ความเข้าใจในบริบทของโลกยุคดิจิทัล และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากภัยคุกคามด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์



๐ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว

เคทีซีในฐานะของผู้ให้บริการทางการเงินให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวจากการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลสำคัญอื่น ๆ มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการอบรมให้ความรู้แก่พนักงานและพันธมิตรทางธุรกิจ

ที่สอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและมาตรฐานสากล ISO/IEC 27701:2019 ที่บริษัทได้รับการรับรองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563 เช่น การแจ้งวัตถุประสงค์จากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ที่เจ้าของข้อมูลพึงได้รับ รวมถึงการรับแจ้งเหตุกรณีเกิดการละเมิดหรือต้องการใช้สิทธิตามกฎหมาย การขอความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล การประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลตามคำร้องขอของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

นโยบาย ระบบ และขั้นตอนการจัดการความเป็นส่วนตัว

บริษัทมีกลไกที่ทำให้มั่นใจว่านโยบายความเป็นส่วนตัวได้นำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

จัดให้มีนโยบายและประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมกระบวนการทำงานและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดของบริษัทตั้งแต่ ลูกค้า พนักงานรวมถึงเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลอื่น เช่น ผู้ถือหุ้น หรือพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น

คณะกรรมการ Information Security Committee ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer - DPO) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด

ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เอกสารสัญญาหรือแบบฟอร์มต่าง ๆ ของบริษัทให้มีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การจัดให้มีการให้ความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล การประเมินความเสี่ยงจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามนโยบาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดให้สายงานตรวจสอบภายในมีหน้าที่รับผิดชอบในกระบวนการตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของทุกสายงานเคทีซีและรายงานผลต่อคณะกรรมการ Information Security Committee รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

จัดให้ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลลงนามใน Data Processor Agreement เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลรับทราบและปฏิบัติตามให้กับเคทีซีภายใต้ขอบเขตตามที่ตกลงกัน รวมถึงการแจ้งให้เคทีซีทราบกรณีเกิดเหตุการณ์ที่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากงานที่เคทีซีมอบหมาย

จัดทำและแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในเรื่องต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงช่องทางการแจ้งเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลรั่วไหล

พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบของบริษัท โดยหากไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดตามระเบียบวินัย ซึ่งอาจมีบทลงโทษตามระเบียบหรือตามกฎหมาย นอกจากนี้เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน บริษัทจึงได้กำหนดให้มีการนำจำนวนครั้งของการเกิดเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล (Data Breach) มากำหนดเป็นตัวชี้วัดผล การปฏิบัติงาน (KPI) ของพนักงานทุกคน

ข้อมูลความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

กรณีที่แจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมการจัดเก็บ ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ในประเด็นดังนี้



การละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ในปี 2565 บริษัทพบเหตุการณ์ที่เป็นการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นการแจ้งเหตุความผิดพลาดจากผู้ให้บริการภายนอก จำนวน 2 เหตุการณ์ โดยบริษัทได้รายงานต่อคณะกรรมการ Information Security Committee ทราบ และดำเนินการแก้ไขตามแนวทางที่บริษัทกำหนดแล้ว โดยได้กำชับผู้ให้บริการภายนอกให้มีมาตรการระวัง และหาแนวทางป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว

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

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2565

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายนอกและธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเข้าตรวจสอบกิจการ สินทรัพย์ และหนี้สินของธนาคารกรุงไทยและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 55

เป้าหมายปี 2565

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 44

ผลงานปี 2565

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 54

GRI 3-3

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

○ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

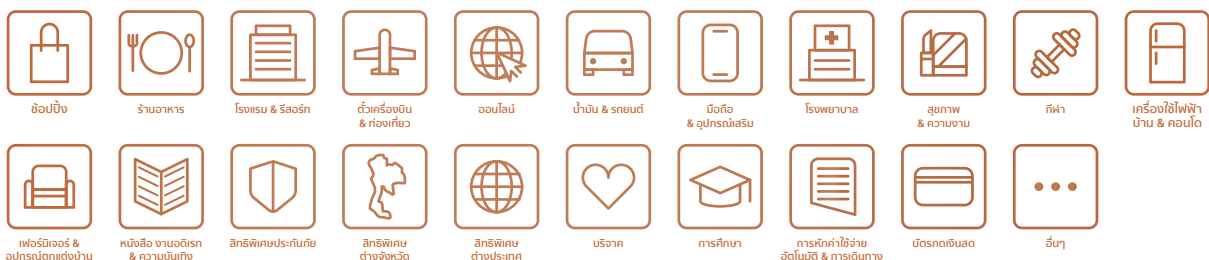
นอกจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายแล้ว บริษัทคำนึงถึงประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์และประมวลผลพฤติกรรม การใช้งานของลูกค้า เพื่อให้บริษัทมีความเข้าใจและออกแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของลูกค้าที่หลากหลาย บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด และตอบสนองความต้องการในการใช้จ่ายของลูกค้าในหมวดต่าง ๆ ได้อย่างดี

บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรและผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) ในการส่งเสริมการขายและคัดสรรสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

กว่า 1,800 โครงการต่อปี เพื่อให้ทุกการใช้จ่ายของสมาชิกเป็นไปอย่างคุ้มค่าและเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่สมาชิกในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตและสินเชื่อของบริษัท ที่พร้อมรองรับและตรงกับความต้องการ ครอบคลุมกว่า 20 ไลฟ์สไตล์ จากหลากหลายร้านค้า พันธมิตรทั่วประเทศ อาทิ กิน เที่ยว ช้อป กีฬา สุขภาพ ความงาม รวมถึงร้านค้าในประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

หมวดหมู่ประโยชน์



○ การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ

บริษัทปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงระเบียบการออกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกรอบการดำเนินงานในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยในการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ คณะอนุกรรมการ Management Committee และคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee จะเป็นผู้พิจารณารายละเอียดผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee ได้มีการติดตามการดำเนินการ

ต่าง ๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม รวมถึงติดตามการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนที่เกิดจากการให้บริการต่าง ๆ และเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ รวมถึงระเบียบของบริษัท บริษัทได้จัดให้มีสายงานตรวจสอบภายในและสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ ทำหน้าที่ตรวจสอบหรือสอบทานการปฏิบัติงานสายงานต่าง ๆ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทราบเป็นประจำ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน” และ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

○ การสื่อสารที่ชัดเจน เป็นธรรม

GRI 2-23, 417-3

บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่โปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรม และให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้นในการสื่อสารทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จึงต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือใช้ประโยชน์จากความเข้าใจผิดของลูกค้า และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการให้ความรู้กับพนักงานขายหรือผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

ในปี 2565 บริษัทได้รับแจ้ง หรือร้องเรียนจากลูกค้า หรือหน่วยงานกำกับดูแล เกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่ไม่ถูกต้อง โดยได้รับแจ้งการสื่อสาร ตอบชี้แจงลูกค้าให้ทราบถึงข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงพิจารณาลงโทษ/ตักเตือนผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ตามแนวทางที่บริษัทกำหนด

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

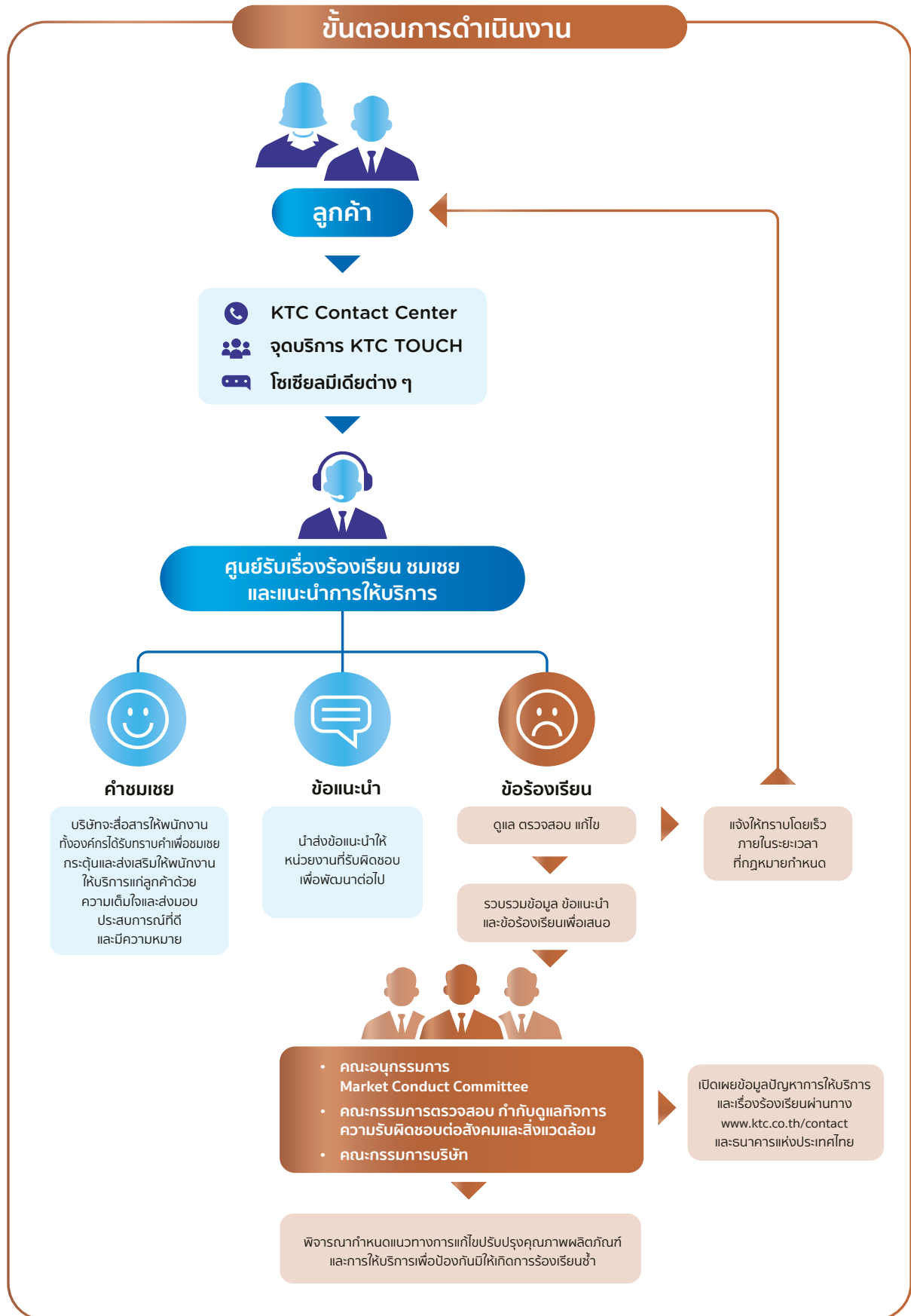
○ การดำเนินการหากมีข้อร้องเรียน

GRI 2-16, 3-3

บริษัทได้จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ชมเชย และแนะนำการให้บริการ เพื่อรับทราบความเห็น (Customer Feedback) จากหลายช่องทาง ทั้งทางโทรศัพท์ที่ติดต่อเข้ามายัง KTC Contact Center (02 123 5000) จุดบริการ KTC TOUCH หน่วยงานกำกับดูแล และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยทุกเรื่องร้องเรียนที่เคทีซีได้รับนั้น ได้รับการดูแล ตรวจสอบ ชี้แจง แก้ไขข้อร้องเรียนให้แล้วเสร็จ และแจ้งให้ทราบโดยเร็วภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด จากนั้นเคทีซีจะรวบรวมข้อมูลจำนวนเรื่องร้องเรียนเพื่อนำเสนอต่อ

คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัททราบตามลำดับ เพื่อพิจารณากำหนดแนวทางการแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงพิจารณากำหนดหาแนวทางเพื่อป้องกันมิให้เกิดการร้องเรียนซ้ำ อีกทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลปัญหาการให้บริการ และเรื่องร้องเรียนของบริษัทผ่านทาง www.ktc.co.th

ขั้นตอนการดำเนินงาน



เมื่อลูกค้าได้ใช้บริการและให้คำชมเชยผ่านช่องทาง Customer Feedback บริษัทจะสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้รับทราบเพื่อชมเชยกระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ รับผิดชอบ รักษามาตรฐาน และส่งมอบประสบการณ์ที่มีความหมายให้กับลูกค้า และสอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของบริษัทเป็นประจำ



○ การศึกษาและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท

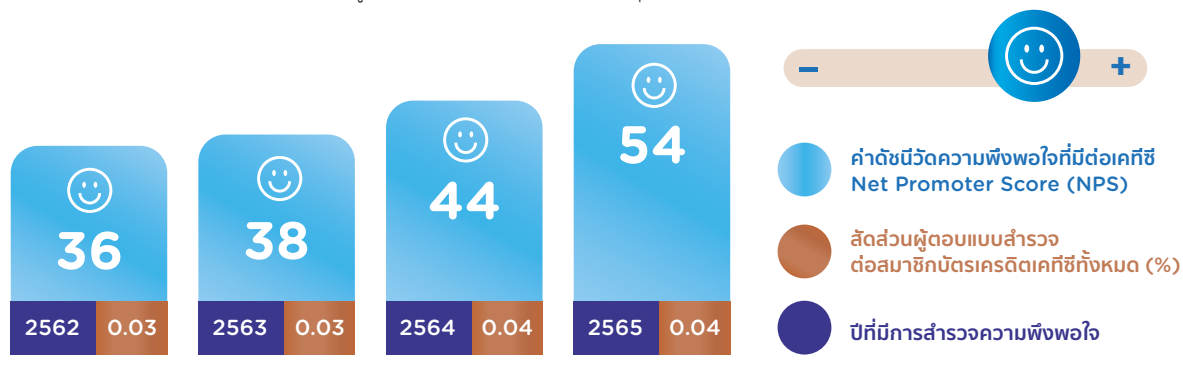
จากความมุ่งมั่นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ ประกอบกับการสนับสนุนให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เกิดจากการรู้จัก รู้จริง ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมของสมาชิก เพื่อเสนอสิ่งที่มีความหมาย ตรงกับความต้องการของ

สมาชิกอย่างแม่นยำ ใช้ข้อมูลของสมาชิกเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด เคทีซีประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทเพื่อยกระดับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบัตรเครดิต

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตที่มีต่อเคทีซี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้ Net Promoter Score - NPS เป็นเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีว่าอยู่ในระดับใดมาตั้งแต่ปี 2561 จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจและยินดีแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง

โดยบริษัทนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท ตามแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการประจำปี เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด



WHAT IS A GOOD NPS SCORE?



หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภคปี 2565 ที่มีบัตรเครดิต 1,700 คน โดยเป็นสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี 175 คน

ในปี 2565 ความพึงพอใจสูงขึ้น เนื่องจากโครงการสิทธิพิเศษของบัตรเครดิต KTC ที่ครอบคลุมการใช้จ่ายผ่านบัตรในชีวิตประจำวันได้อย่างเข้าถึงและตรงกับ lifestyle ของสมาชิกมากขึ้น ประกอบกับการใช้คะแนน KTC FOREVER เป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในหลากหลายหมวดหมู่สินค้าและบริการ ด้วยขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน และการที่ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ประสบการณ์การใช้บัตรเครดิต KTC เป็นไปด้วยความสะดวก ง่าย รวดเร็ว และส่งเสริมให้เกิดการบอกต่อในช่องทางต่างๆ

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของพนักงาน KTC TOUCH

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อด้านบริการ และการแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงาน KTC TOUCH เพื่อสร้างความมั่นใจและความประทับใจแก่ลูกค้าจากการได้รับข้อมูลถูกต้องครบถ้วน รวมไปถึงการจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)



การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทั้งในด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สิทธิประโยชน์ ค่าธรรมเนียม และดอกเบี้ยต่าง ๆ ที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในคู่มือการขายและนโยบายการบริการการจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การเสนอขายที่ไม่เป็นการรบกวนลูกค้า รวมถึงคุณภาพการให้บริการ การแต่งกาย กิริยา มารยาท เป็นประจำทุกเดือน โดยในกรณีที่บริษัทได้รับคำแนะนำ บริษัทจะส่งอีเมลเพื่อแจ้งความเห็น (Customer Feedback)

ให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ พัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ มารยาทในการเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ การอบรม การโค้ช และการอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการตกแต่ง ฟังก์ชันให้สอดคล้องกับบทบาทการดูแลของบริษัทและเป็นไปตาม Market Conduct เพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัท และเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในข้อมูลผลิตภัณฑ์ อย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งมีผลต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้อย่างต่อเนื่องและยาวนาน

การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของ Contact Center

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการผ่านช่องทาง Contact Center ในแต่ละครั้งที่ให้บริการ โดยในกรณีที่ผลการประเมินความพึงพอใจต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะพิจารณานำผลที่ได้มาเพื่อช่วยเหลือและแก้ปัญหาหรือข้อสงสัยให้ลูกค้าทันที พร้อมทั้งหาแนวทางป้องกันการเกิดปัญหาในอนาคต นอกจากการสำรวจความพึงพอใจการบริการกับลูกค้า Contact Center ยังทำการประเมินการบริการภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเร่งแก้ไขและปรับปรุงการบริการได้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี



ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้าน
สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
จำนวน 16 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

เป้าหมายปี 2565

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้าน
สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
จำนวน 12 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

ผลงานปี 2565

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้าน
สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

GRI 3-3

เคทีซีมีเจตนารมณ์ในการเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนและพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เข้ามาบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและคุณค่าผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อสังคม ลดผลกระทบ

ต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธรรมาภิบาล ตลอดจนสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความคาดหวังและสร้างความไว้วางใจที่ดีให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครบถ้วน สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

○ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

GRI 2-23, 3-3, 203-1, 203-2, 414-2

นโยบายและการกำกับดูแล

บริษัทกำหนดนโยบายและกระบวนการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (Responsible Lending Policy and Process) ที่เชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และระเบียบการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิก ผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่าง ๆ ของบริษัทเป็นไปตามหลักเกณฑ์ มีการดูแลการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม รวมถึงมีระบบการให้บริการที่คำนึงถึงความสะดวกและปลอดภัย โดยยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีสายงานภายในหลักที่กำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อสังคมตามเจตนารมณ์ของบริษัท ได้แก่

สายงานตรวจสอบภายใน

เป็นสายงานอิสระที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยง และความมีประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการของบริษัท โดยมีการรายงานผลการตรวจสอบระบบควบคุมภายใน และความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้อง มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ลดค่าใช้จ่าย และลดความเสี่ยงของบริษัทต่อ คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ ส่งเสริมให้การตรวจสอบมีประสิทธิภาพทำให้เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน

สายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ

ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา รวมถึงสอบทานการปฏิบัติงานในกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้บริษัทมีการปฏิบัติตามสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ (สำนักงาน ก.ล.ต.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (สำนักงาน ป.ป.ง.) บริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ เป็นต้น รวมทั้งติดตาม วิเคราะห์ผลกระทบของกฎหมาย หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อเผยแพร่สาระสำคัญ หรือจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจกับสายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

การพิจารณาให้สินเชื่อที่ส่งเสริมด้าน ESG

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการบริหารกิจการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลให้มีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น การกำหนดคุณสมบัติผู้ถือบัตรเครดิตทั้งบัตรหลัก บัตรเสริม และสินเชื่อบุคคล ตลอดจนการอนุมัติวงเงิน การกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การจัดให้มีสัญญา ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้

บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลที่ชัดเจนและเป็นธรรม การแจ้งให้ลูกค้าทราบหากมีการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขของสัญญาที่กระทบต่อสิทธิของลูกค้า การปฏิบัติในเรื่องการแจ้งนำส่งข้อมูลเครดิตของเจ้าของข้อมูลเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด การปฏิบัติอื่น ๆ ตามหลักการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) รวมถึงการนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ามาใช้ในการพิจารณาให้สินเชื่อ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One report ประจำปี 2565 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ขอใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับ ESG

บริษัทพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัคร ผู้ขอสินเชื่อ หรือร้านค้า ทุกราย ตามหลักเกณฑ์คุณสมบัติที่หน่วยงานกำกับดูแล หรือระเบียบที่บริษัทกำหนด ดังนี้

หัวข้อ	แนวทางดำเนินงานของบริษัท
การกำกับดูแลการให้บริการของพนักงาน/ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน	การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามเกณฑ์ การจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานและผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขาย รวมถึงมีการกำหนดบทกำกับดูแลเพื่อให้การแนะนำผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเหตุการณ์ สามารถตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ และเพื่อให้การบริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท รวมถึงมีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
ด้านธรรมาภิบาลหรือเศรษฐกิจ เพื่อให้ผู้สมัครได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนสำหรับการตัดสินใจ และไม่ใช้บริษัทเป็นช่องทางฟอกเงิน	- ระบุคุณสมบัติของผู้สมัคร อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และข้อมูลที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ ธปท. กำหนดไว้อย่างชัดเจนในใบสมัครผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล - จัดให้มีข้อตกลง เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด - พิจารณาคุณสมบัติผู้สมัครตามที่หน่วยงานกำกับดูแลหรือระเบียบที่บริษัทกำหนด - มีแนวทางการพิจารณาหรือปฏิเสธผู้ขอบัตรเครดิต สินเชื่อ หรือร้านค้าตามแนวทางการบริหารความเสี่ยง หรือการที่จะต้องไม่เป็นบุคคลที่ถูกกำหนดตามกฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย เป็นต้น
ด้านสังคม เพื่อลดปัญหานั้นสินล้นพ้นตัวของประชากร และให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างทั่วถึง	- พิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่สอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากฐานการเงิน (เงินเดือน) ภาระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ เพื่อป้องกันปัญหาภาระหนี้เกินตัว ซึ่งจะกลายเป็นปัญหาแก่สังคมในวงกว้าง - พิจารณาตามหลักเกณฑ์อื่น ๆ เช่น การตรวจสอบข้อมูลเครดิตตามกฎหมาย NCB เป็นต้น - ไม่กีดกันหรือเลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ไม่ว่าจะเป็นเพศ เพศสภาพ ศาสนา กับผู้สมัครใช้ผลิตภัณฑ์หรือผู้รับบริการ
ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการดูแลทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด	- พิจารณาโอกาสการพัฒนาหรือการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม - ขยายโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทให้กับสังคมมากขึ้น - ส่งเสริมคุณค่าในการประกอบกิจการอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One report ประจำปี 2565 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

○ การตรวจประเมินและพิจารณาความเสี่ยงด้านการป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชัน การติดสินบน รวมทั้งการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

หัวข้อ	แนวทางดำเนินงานของบริษัท
บริษัท	- ได้รับการรับรองการเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (ThaiCAC) ซึ่งเป็นการรับรองว่าบริษัทไม่มีการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร - ประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันในกระบวนการทำงานเป็นประจำทุกปี - จัดให้มีช่องทางการรับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน รวมถึงมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส/ร้องเรียน - ดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน - สร้างความตระหนักรู้ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด - จัดทำแผน BCP เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการให้บริการต่าง ๆ ของบริษัทสามารถดำเนินการได้หากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์/ภัยพิบัติธรรมชาติ
ลูกค้า	- กำหนดให้ลูกค้าต้องมีการตรวจสอบตนเอง รวมถึงได้รับประเมินผลการปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้า ซึ่งครอบคลุมประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติตามกฎหมาย เป็นต้น - กำหนดเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับพันธมิตรทางธุรกิจ ในการให้พันธมิตรทางธุรกิจมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ ต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
ลูกค้า	- ประเมินความเสี่ยงของลูกค้าผ่านการรู้จักลูกค้าและการพิสูจน์ทราบตัวตนลูกค้า (Know Your Customer/ Customer Due Diligence) - การดำเนินธุรกิจตามเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ - สนับสนุนให้ลูกค้านำการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ลดการใช้กระดาษ หรือลดการเดินทาง ผ่านการใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรมดิจิทัลของบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน” “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน” และ “สิทธิมนุษยชน”)

○ การวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสในการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิกผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน

บริษัทกำหนดระเบียบการออก/ เปลี่ยนแปลง/ ยกเลิกผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน (Product Program) เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการในการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงิน โดยสายงานที่จะออกหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการ พิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ วิเคราะห์คู่แข่ง กลยุทธ์การแข่งขัน การวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำ Business Model รวมถึงการหารือกับสายงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การพิจารณาขอบเขตการประกอบธุรกิจ ข้อกำหนดของกฎหมาย การวิเคราะห์

ความเสี่ยงในทุกด้าน การวิเคราะห์ระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ขออนุมัติงบประมาณ การสื่อสารการตลาด ตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องก่อนออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทมีการคำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล หรือ Environmental Social and Governance (ESG) ในการดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนห่วงโซ่อุปทาน

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต”)

○ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

บริษัทบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับการดำเนินงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ดังนี้

Social	Environmental
KTC Mobile, KTC Online and พี่เบิ้ม Mobile	KTC U SHOP
• สินเชื่อเพื่อการศึกษา • บัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE • การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล • การเป็นตัวกลางในการใช้คะแนนแทนเงินบริจาค • สิทธิพิเศษเมื่อฉีดวัคซีนพื้นฐาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ • KTC ONLINE TRAVEL FAIR (การท่องเที่ยว) • การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน • โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง ปี 65 สำหรับสมาชิกบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD • โครงการ “เที่ยว... อยู่ได้” (การท่องเที่ยว) • Culinary Arts & Stay (อาหารท้องถิ่น) • มาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19	• การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0% • สิทธิพิเศษการจองรถพลังงานไฟฟ้า และ WALLBOX

KTC Mobile KTC Online และ พี่เบิ้ม Mobile



บริษัทพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลซึ่งเป็น Flagship ที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นในมิติเศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนผลลัพธ์ในอีก 2 มิติ คือ มิติสังคมที่บริษัทสามารถเพิ่มโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้กับคนทั่วประเทศ และมิติสิ่งแวดล้อมที่บริษัทสามารถส่งเสริมการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ เช่น การใช้งาน e-Coupon การรับ

ATM PIN Mailer และการรับ e-Statements เป็นต้น อีกทั้งได้พัฒนาการรับสมัครสินเชื่อ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ผ่าน Tablet ทุกขั้นตอน รวมถึงการแจ้งผลอนุมัติและโอนเงินให้ผู้สมัครผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทันทีโดยไม่ต้องส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่หันมาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล” “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ”)

สินเชื่อเพื่อการศึกษา



บริษัทตระหนักถึงความสำคัญทางการศึกษา และต้องการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมให้แก่บุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมแต่ยังขาดแหล่งเงินทุน ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยให้มีชีวิตที่ดีและได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างความก้าวหน้าในอาชีพและความมั่นคงทางรายได้ จึงได้ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น สถาบันสอนภาษา ออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษาให้กับผู้สมัครเรียน โดยเป็นการแบ่งเบาและลดภาระค่าใช้จ่ายด้วยการให้วงเงินสินเชื่อเพื่อการศึกษาที่มีดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านบัตรเครดิตให้ผู้สมัครเรียน ทำให้การผ่อนชำระสินเชื่อเป็นเรื่องง่าย และไม่เพิ่มความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท

บริษัทคาดหวังจะเพิ่มปริมาณลูกค้าสินเชื่อเพื่อการศึกษา โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนพันธมิตรสถาบันการศึกษาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการทางการศึกษาที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษา เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค

ปี 2565



สินเชื่อบุคคล

ผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อ
1,018 ราย
รวมเป็นวงเงินทั้งหมด
> 81 ล้านบาท



บัตรเครดิต

จำนวนสมาชิก
บัตรเครดิต
ที่ใช้บริการ
74,355 ราย

ยอดการใช้จ่าย
ที่โรงเรียน
สถาบันการศึกษา
1,304 ล้านบาท

ยอดการใช้จ่าย
โดยใช้ดอกเบี้ย
อัตราพิเศษ
7 ล้านบาท

บัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE

บริษัทได้ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ออกบัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่สมาชิกในการร่วมสนับสนุนศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โดยทุกยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC-THAI RED CROSS NATIONAL BLOOD CENTRE 1,000 บาท คือ การบริจาค 5 บาท และ KTC ร่วมสมทบทุนเพิ่มอีก 5 บาท บริจาคเป็นเงินเข้าสู่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย เป็นการร่วมสนับสนุนระหว่างบริษัทและสมาชิกในการช่วยเหลือผู้ที่ต้องการโลหิตทั่วประเทศผ่านการใช้จ่ายภายใต้สินเชื่อวงเงินบัตรเครดิตดังกล่าว



จำนวนสมาชิกบัตรเครดิต
KTC-THAI RED CROSS NATIONAL
BLOOD CENTRE
1,352 ราย

ปี 2565 มียอดเงินบริจาค
303,083 บาท

การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล

บริษัทเชื่อว่าการมีสุขภาพดี ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ โดยเล็งเห็นว่าโรงพยาบาลรัฐบาลมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยจำนวนมากให้ได้รับโอกาสในการรักษาโดยเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยให้มีสุขภาพที่ดีและแบ่งเบา

ค่ารักษาพยาบาลที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ บริษัทจึงแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลให้แก่สมาชิกบัตรเครดิต KTC ที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลรัฐบาล โดยบริการผ่อนชำระนานสูงสุด 10 เดือน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติ 0.74% ต่อเดือน และโครงการดังกล่าวได้รับการตอบรับจากสมาชิกบัตรอย่างดี

ปี 2565



จำนวนสมาชิกบัตรที่ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ **208,035** ราย

ยอดการใช้จ่ายที่โรงพยาบาลรัฐ **4,066** ล้านบาท



จำนวนสมาชิกบัตรที่เปลี่ยนยอด
ค่ารักษาพยาบาลเป็นยอดผ่อนชำระ
ที่โรงพยาบาลรัฐ

6,511 ราย



ยอดการใช้จ่ายที่โรงพยาบาลรัฐ
โดยใช้อัตราดอกเบี้ยพิเศษ

>123 ล้านบาท



ยอดสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

0.6 ล้านบาท

การเป็นตัวกลางในการใช้คะแนนแทนเงินบริจาค

ยอดบริจาครวมปี 2565



มูลนิธิที่รับบริจาค

91 มูลนิธิ



ส่งมอบเงินบริจาค
ให้กับมูลนิธิได้ทั้งสิ้น

351 ล้านบาท



จำนวนสมาชิก
ที่ร่วมบริจาค

50,626 ราย

การใช้คะแนนแทนเงินบริจาค



มูลนิธิที่รับบริจาค

64 มูลนิธิ



ส่งมอบเงินบริจาค
ให้กับมูลนิธิได้ทั้งสิ้น

3.8 ล้านบาท

เทียบเท่า 37,951,005 คะแนน



จำนวนสมาชิก
ที่ร่วมใช้คะแนนแทนเงินบริจาค

11,725 ราย

กรณีที่ร่วมส่งเสริมความเท่าเทียมกันให้เกิดแก่สังคม โดยริเริ่มโครงการ
คะแนนแทนเงินบริจาคมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ด้วยหวังว่าจะมีส่วน
ช่วยสร้างสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ด้วยสถานการณ์
แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ขยายวงกว้าง กรณีนี้ได้เล็งเห็นความสำคัญ
ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง คือการเปิดโอกาสให้สมาชิกเคทีซี
ได้มีโอกาสเข้าถึงการส่งผ่านแรงสนับสนุนและความช่วยเหลือผู้ที่
ได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึง โดยร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อส่งผ่าน
ความช่วยเหลือให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในหลากหลายรูปแบบ
ไม่ว่าจะเป็นผู้ป่วยติดเชื้อ หรือโรงพยาบาลที่ขาดแคลนเครื่องมือ
และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพราะด้วยข้อจำกัดที่ต้องเว้นระยะห่าง
และหลีกเลี่ยงการเดินทางเพื่อลดการติดเชื้อ COVID-19 นั้น
เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มูลนิธิและองค์กรการกุศลต่าง ๆ ต้องเผชิญ
กับภาวะที่ได้รับการสนับสนุนจากสังคมลดน้อยลง กรณีนี้ได้ทำหน้าที่

เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์สนับสนุนโครงการและกิจกรรม
ต่าง ๆ ระหว่างมูลนิธิกับสมาชิก พร้อมทั้งเปิดช่องทางรับบริจาค
ผ่านบัตรเครดิตให้กับสมาชิกเคทีซี เพื่อส่งต่อไปให้กับมูลนิธิหรือองค์กร
การกุศลต่าง ๆ กว่า 64 แห่ง โดยได้พัฒนาบริการที่สมาชิกบัตร
เครดิตสามารถนำคะแนนสะสมแลกเป็นเงินบริจาคได้ในอัตรา
1,000 คะแนนแทนเงินบริจาค 100 บาท ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม
รับบริจาคที่เคทีซีได้ตั้งใจพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งออฟไลน์ ออนไลน์
และ KTC Mobile Application ซึ่งช่องทางออนไลน์มีฟังก์ชัน
การบริจาคผ่านบัตรเครดิตด้วย QR PAY การบริจาคด้วยคะแนน
ผ่าน QR Point โดยแลกคะแนนผ่าน KTC Mobile Application
เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกเคทีซีที่สามารถมีส่วนร่วมใน
การช่วยเหลือสังคมผ่านการส่งต่อไปให้กับมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ
กว่า 64 แห่งได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ. เพื่อเด็กและเยาวชน



เพื่อมอบชีวิตใหม่ให้กับเด็กยากไร้ด้วยโอกาส
ได้ไปโรงเรียน มีอาหารรับประทานอิ่มท้อง
และเติบโตเป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไป

มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย



เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของเด็ก ครอบครัว
และชุมชนยากไร้ แก้ปัญหาความยากจน
สร้างความเป็นอยู่ที่ดีและให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

สำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัย แห่งสหประชาชาติ (UNHCR)



เพื่อมอบโอกาสและอนาคตที่ดีให้กับ
ผู้ลี้ภัยกลุ่มเปราะบางที่ส่วนใหญ่คือ ผู้หญิงและเด็ก

สภาชาดไทย



เพื่อช่วยเหลือผู้เดือดร้อน
และประโยชน์สุขของประชาชน

มูลนิธิรามารับดี



เพื่อช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยยากไร้ การจัดหาเครื่องมือแพทย์
การจัดสร้างอาคารโรงพยาบาล การสนับสนุนงานวิจัย
และการศึกษาของบุคลากรการแพทย์ ช่วยเหลือผู้เดือดร้อน
และประโยชน์สุขของประชาชน

โรงพยาบาลราชวิถี

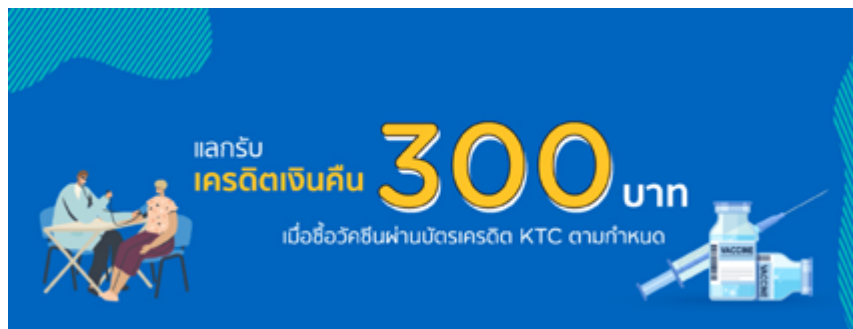


เพื่อสมทบทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่จำเป็น
สำหรับผู้ป่วย COVID-19 ที่เข้ารับการรักษาตัว
ที่โรงพยาบาลราชวิถี

สิทธิพิเศษเมื่อฉีดวัคซีนพื้นฐาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ

เคทีซีเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพและการป้องกันโรคโดยการฉีดวัคซีนพื้นฐานที่เหมาะสมในทุกช่วงวัย จึงขอมอบสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกเมื่อชำระค่าวัคซีนผ่านบัตรเครดิตเคทีซี ณ โรงพยาบาลที่ร่วมรายการ เมื่อชำระค่าวัคซีนผ่านบัตรเครดิต KTC และใช้คะแนน KTC FOREVER 1,999 คะแนนแลกบัตรเครดิตเงินคืน 300 บาท สำหรับวัคซีนพื้นฐาน อาทิ วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ วัคซีนป้องกันโรคคอตีบ โรคไอกรน โรคบาดทะยัก โรคโปลิโอ โรคฮิบ

โรคไวรัสตับอักเสบบี วัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า วัคซีนป้องกันไข้เลือดออก และวัคซีนป้องกันมะเร็งปากมดลูก โดยโรงพยาบาลชั้นนำที่ร่วมรายการ ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพ หอสมุดยววิจัย โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีนครินทร์ โรงพยาบาลสมิติเวช ไข่มุกหาวน โรงพยาบาลพญาไท โรงพยาบาลเปาโล โรงพยาบาลวิชัยยุทธ โรงพยาบาลกรุงเทพหัวหิน โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา โรงพยาบาลนวมเวช เป็นต้น



KTC ONLINE TRAVEL FAIR (สนับสนุนโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

เคทีซีจัดงานท่องเที่ยวออนไลน์ช่วยผู้ประกอบการโรงแรมที่ยังคงได้รับผลกระทบจากวิกฤต COVID-19 อย่างต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการขายและการตลาดได้โดยไม่ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม อีกทั้งกระตุ้นการใช้จ่ายด้วยการมอบโปรโมชั่นแลกคะแนนบัตรเครดิตเงินคืน 15% พร้อมมอบรางวัลคะแนน KTC FOREVER หรือบัตรท่องเที่ยวทุกการใช้จ่ายภายในงานรวมมูลค่ากว่า 400,000 บาท เปิดโอกาสให้

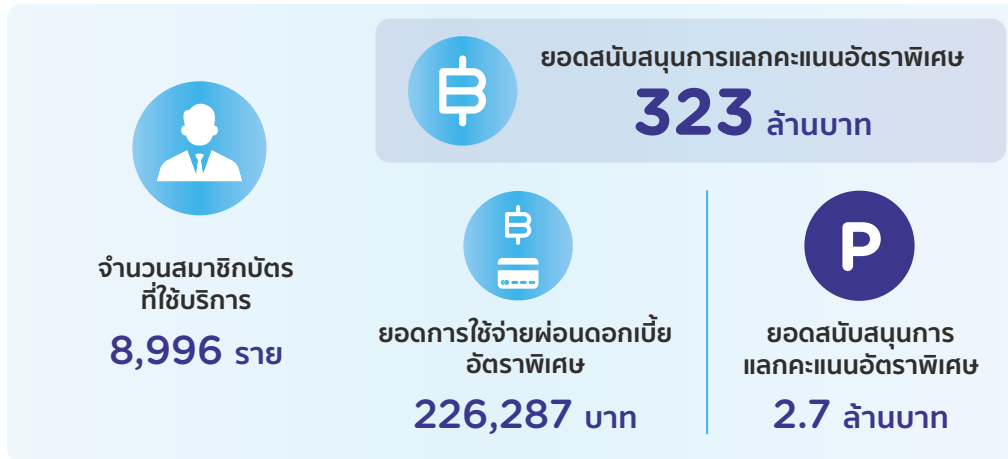
โรงแรมเข้าร่วมงานโดยที่ไม่มีค่าเช่าบูธ ไม่มีค่าผลิตสื่อ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และได้รับการประชาสัมพันธ์ฟรี ผ่านสื่อของเคทีซี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสื่อพิเศษบน Social Media และ Live Streaming ของ Sneak out หนีเที่ยว โดยมีโรงแรมและรีสอร์ทเข้าร่วมทั้งสิ้น 156 โรงแรม อาทิ Centara, Dusit, Intercontinental, Meliá, Veranda, Cross, Serenata, และ Mövenpick



การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน (Support Thais Reading)

เคทีซีตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านอันเป็นกุญแจสำคัญในการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระ และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบุคคลและสังคมให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ดังที่ทางภาครัฐได้ยกระดับความสำคัญของนโยบายการส่งเสริมการอ่านให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมให้สำนักพิมพ์ผลิตและพัฒนาหนังสือให้ตีพิมพ์คุณภาพ และกระตุ้นให้คนไทยเห็นความสำคัญของการอ่านอย่างจริงจัง และสนองรับต่อมาตรการภาษีซื้อปดมีคิน เคทีซีจึงร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้านักหนังสือ สำนักพิมพ์ชั้นนำทั่วประเทศ จัดโปรโมชั่น แคมเปญ หรือกิจกรรมร่วมกับ

พาร์ทเนอร์ต่าง ๆ มากกว่า 35 โครงการ ผสมกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรณรงค์ตลอดทั้งปี 2565 เช่น มอบสิทธิประโยชน์ส่วนลดสูงสุด 15% ณ ร้านค้าพันธมิตรและช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การใช้คะแนนสะสมเคทีซีแลกบัตรเครดิตเงินคืน 18% จากอัตราปกติ 10% และสำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก เคทีซียังมอบสิทธิประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระการชำระคืน ด้วยบริการผ่อนชำระกับบัตรเครดิต KTC ในอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติที่ 0.80% ต่อเดือน นาน 3 เดือน



KTC U SHOP

เคทีซีได้เริ่มให้บริการ KTC U SHOP ตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งได้มีการ
คัดสรรร้านค้าให้สมาชิกสามารถเลือกสรรผลิตภัณฑ์คุณภาพ
หลากหลายหมวดทั้งบนช่องทางออนไลน์ ออฟไลน์ รวมถึงการ
จัดกิจกรรมออกบูธ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มาจากผลิตภัณฑ์

ธรรมชาติ สินค้าออร์แกนิก ตอบสนองกระแสสุขภาพ ซึ่งเคทีซี
สนับสนุนธุรกิจ SME ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้มีโอกาส
ขยายธุรกิจ เข้าถึงฐานลูกค้าได้มากขึ้น โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์
ที่เข้าร่วม ดังนี้

**กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
สกัดจากธรรมชาติ**



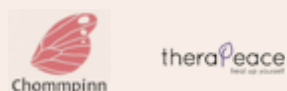
- แบรินด์ “pinkerin” ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดด้วยผักและผลไม้ธรรมชาติ เช่น น้ำยาล้างจานสูตร
สับปะรด น้ำยาล้างจานสูตรน้ำผลไม้ผสมชมพูมะกรูด เป็นต้น โดยมีการเปิดรีฟิลสแตนตามร้านกาแฟ
ร้านรักษ์โลก ขายสินค้าธรรมชาติ คิราคาเป็นซิด ไม่จำเป็นต้องซื้อขวด เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน
- แบรินด์ “PiPPER” ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดอเนกประสงค์จากธรรมชาติ
- แบรินด์ “Soganics” น้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ น้ำยาลูฟีน

**กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว
ที่มีส่วนผสมของสารสกัดจาก
ธรรมชาติ**



- อีค ออร์แกนิก ด้วยแนวคิดการทำบรรจุภัณฑ์จากพลาสติกรีไซเคิล 100% เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม
ทำบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นการทางขยะให้กับโลก หรือการทำบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่พิเศษ เพื่อลดค่าใช้จ่าย
ลูกค้าในการเดินทางมาซื้อหรือทิ้งบ่อย ๆ อีกทั้งยังช่วยลดขยะ
- แบรินด์ “Commond Ground” ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกายที่ทำมาจากส่วนผสม Plant-based
ทั้งหมด รวมถึงเป็นแบรนด์ไทยแบรนด์แรกที่ขวดบรรจุภัณฑ์ทำมาจากพลาสติกรีไซเคิลร้อยละ 90 เป็นต้น
 อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับดีไซน์ที่กันแสงยูวีเพื่อรักษาอายุและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับ
 การทำให้สินค้าส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

**กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำมัน
หอมระเหยบริสุทธิ์เพื่อบำบัด**



- แบรินด์ “ชมภูญญ” ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันหอมระเหยสกัดจากพืช ใช้กลิ่นช่วยบำบัดร่างกาย
และจิตใจ Breathe Cool 100 %, Pure Essential Oil Blend เบลนด์น้ำมันหอมระเหย
Deep Sleep Pillow Mist สเปรย์น้ำมันหอมระเหยฉีดหมอนช่วยให้หลับสบาย เป็นต้น
- แบรินด์ “เทอร่าพีซ” บำบัดด้วยกลิ่นสร้างสมดุลจิตใจ ด้วยน้ำมันหอมระเหยสกัดจากธรรมชาติ

**กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้ารักษ์โลก
ภายใต้โครงการ “Ecotopia”
ของสยามพิวรรสน์**



- ได้รับการยกย่องในประเภทความยั่งยืน (Sustainability/ Department Store) เป็นแหล่งรวมสินค้า
สำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจการรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อม ภายใต้กลยุทธ์ร่วมกันรังสรรค์และสร้างคุณค่า
สมประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย

**ผลิตภัณฑ์จาก “ดอยตุง” กิจกรรม
เพื่อสังคม (Social Enterprise)**



- มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน จำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ แมคคาเดเมีย
สินค้าแปรรูปทางการเกษตร หัตถกรรม งานคราฟต์

กลุ่มไร้เกษตรอินทรีย์

COOL LIVING

- WB Organic Farm ฟาร์มผักอินทรีย์ตลอดกระบวนการ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้คนหันมาใส่ใจสุขภาพ และบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ ปราศจากสารพิษ ขณะเดียวกันยังช่วยดูแลสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้ให้ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งผักที่ปลูกในฟาร์มมีทั้งผักสด และผักพื้นบ้านสำหรับประกอบอาหาร เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งเป็นฟาร์มเกษตรอินทรีย์แบบเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา เกษตรกร หรือผู้ที่สนใจสามารถติดต่อเข้าเยี่ยมชมฟาร์ม เพื่อศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์และแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์กับหน่วยงานต่าง ๆ
- Cool Living Farmhouse จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุปลอดสารเคมีจากธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเปลือกข้าวโพด บัควีต และสมุนไพร ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยลดอาการปวดคอ นอนกรน และหัวร้อน เพราะเปลือกข้าวโพดจะทำหน้าที่ดูดซับความชื้นจากศีรษะ นอกจากนี้ภายในฟาร์มมีกิจกรรมให้ผู้พักอาศัยสัมผัสและใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น เช่น ตัดผักออร์แกนิก ให้อาหารไก่ เก็บไข่อินทรีย์ เล่นสไลเดอร์โคลน หรือดำนาและพายเรือในฤดูของการทำนาข้าว เป็นต้น รวมถึงมีอาหารเพื่อสุขภาพ โดยแต่ละมื้อเป็นผักสดปลูกเองพร้อมน้ำสลัดโฮมเมด ซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้จะเป็นวัตถุดิบจากท้องถิ่น หลีกเลี่ยงการใช้จากศูนย์การค้า สนับสนุนของที่มาจากพื้นถิ่นและเครือข่ายอินทรีย์ให้มากที่สุด

ปัจจุบันเคทีซีมีร้านค้าพันธมิตรในกลุ่มนี้กว่า 50 ร้านค้า ซึ่ง KTC U SHOP ช่วยขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชน รวมถึงเป็นการเพิ่มยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต KTC อย่างมีคุณค่าเพราะสมาชิกสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ส่งผลดีต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อมและ

คุณภาพชีวิตในระยะยาว อีกทั้งเป็นการใช้จ่ายที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย และเคทีซีอย่างยั่งยืน โดยลูกค้าสามารถเลือกซื้อ หรือใช้คะแนน KTC FOREVER แลกแทนเงินสด ได้ที่ “KTC U SHOP” พร้อมบริการจัดส่งตรงถึงบ้านผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ushop และ Line@KTCUSHOP

ปี 2565



จำนวนร้านค้าที่เข้าร่วม
50 ร้านค้า



จำนวนสินค้ากว่า
700 รายการ



ยอดขาย
496,062 บาท

โครงการเคลียร์หนี้ ปี 65 สำหรับสมาชิกบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD

เคทีซีได้ดำเนิน “โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 13 เพื่อร่วมแบ่งเบาภาระหนี้ให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD ที่เบิกใช้วงเงินสินเชื่อ และ/หรือมีประวัติการผ่อนชำระที่ดี มีวินัยในการชำระหนี้ตรงตามเวลา โดยสมาชิกสามารถลงทะเบียนเข้าร่วม

โครงการหนึ่งครั้งเพื่อร่วมลุ้นรับรางวัล 12 รอบตลอดปี 2565 ผ่านช่องทาง SMS เว็บไซต์ของบริษัท www.ktc.co.th/cleardebt2022 หรือศูนย์บริการลูกค้า KTC TOUCH ทุกสาขา โดยมีรางวัลทั้งสิ้น 600 รางวัล ดังนี้

ปี 2565

รางวัลที่ 1

รับการเคลียร์หนี้ที่คงค้างทั้งหมด
ในบัตร “KTC PROUD” โดยไม่จำกัดยอดสูงสุด
(จับรางวัล 12 รอบ รอบละ 1 รางวัล)

รางวัลที่ 2

รับการเคลียร์หนี้ 10%
ของยอดสินเชื่อคงค้าง
(จับรางวัล 12 รอบ รอบละ 49 รางวัล)



มีผู้ที่ได้รับการเคลียร์หนี้
600 ราย



วงเงินที่ได้รับการเคลียร์หนี้
7.14 ล้านบาท



เคทีซีจัดโครงการ “เที่ยว... อยู่ได้” มุ่งช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั่วประเทศ

เคทีซีร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากวิกฤต COVID-19 ด้วยการจัดโครงการ “เที่ยว... อยู่ได้” อย่างต่อเนื่อง เชิญชวนให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว หมาดรถเช่า และบริษัทนำเที่ยว เข้าร่วมโครงการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จะได้รับความช่วยเหลือในเรื่องการออกแบบ จัดทำ และผลิตสื่อแบนเนอร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน 7 ช่องทางของเคทีซี อาทิ จดหมายรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเคทีซี, Facebook: KTC Real Privileges,

เว็บไซต์เคทีซี, KTC Line Official, KTC e-Newsletter, IG: KTC Card และ KTC MOBILE Application เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจและบริการไปยังฐานสมาชิกเคทีซีกว่า 2.6 ล้านคน นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ประกอบการได้มีช่องทางขาย หรือตัวแทนจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น โดยไม่ต้องลงทุนด้วยตัวเอง ผ่าน KTC World Travel Service พร้อมกันนี้เคทีซียังได้สนับสนุนโปรโมชั่นพิเศษ มอบเครดิตเงินคืน 10% ให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีที่ใช้จ่าย ณ ร้านค้า หรือสถานประกอบการที่ร่วมรายการ เพียงใช้คะแนน KTC FOREVER เพ่ายอดใช้จ่าย



ปี 2565



พาร์ทเนอร์
จำนวน
102
ราย



สถานที่ท่องเที่ยว
จำนวน
250
แห่ง



ยอดแลกคะแนน
ในหมวดท่องเที่ยว
8,330,162
คะแนน

Culinary Arts & Stay 8 ที่พักฟิน กับพลีกับอาหาร LOCAL

เคทีซีเล็งเห็นความสำคัญของการสนับสนุนอาหารประจำถิ่นในแต่ละพื้นที่ให้ได้รับความนิยม เพื่อสืบสานวัฒนธรรมด้านอาหารให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเคทีซีสนับสนุนร้านอาหารภายในโรงแรมกระตุ้นให้สมาชิกบัตรเครดิต KTC รับประทานอาหารประจำถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย อาทิ อาหารทะเลไกล ที่โรงแรม Devasom Khao Lak อาหารใต้ที่โรงแรม The Signature Hotel Hat Yai อาหารเหนือ

ที่โรงแรม Chantira Khiri Chalet อาหารอีสานที่ Recall Isaan Isan Concept at Khaoyai อาหารไทยจากฟาร์มท้องถิ่นที่โรงแรม Cross Chiang Mai Riverside เป็นต้น ส่งผลให้ทางโรงแรมสั่งซื้อและใช้วัตถุดิบประจำถิ่นมากยิ่งขึ้น กระจ่ายรายได้ให้ชาวบ้านภายในพื้นที่อย่างยั่งยืน



การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0%

เคทีซีพร้อมส่งเสริมให้สมาชิกบัตรเครดิตสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในการเลือกใช้งานพลังงานทางเลือก ซึ่งเป็นพลังงานสะอาดที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง Solar Rooftop

ในปี 2565 มีพันธมิตรธุรกิจร่วมรายการ
ผ่อนชำระ 0% 3 ราย ได้แก่

- บริษัท กันกุล โซลาร์ คอมมูนิตี้ จำกัด
- บริษัท แอลที เทเลคอม จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เอสซีจี ดิสทริบิวชั่น จำกัด

ซึ่งยังมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงด้วยการผ่อนชำระ 0% ผ่านบัตรเครดิต นอกจากลูกค้าจะสามารถเข้าถึงบริการดังกล่าวได้สะดวกขึ้น และ ยังเพิ่มโอกาสให้ผู้ให้บริการ Solar Rooftop ในการขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึงมากขึ้น



สิทธิพิเศษการจองรถยนต์พลังงานไฟฟ้าและ WALLBOX

ปัจจุบันการใช้จ่ายยานพาหนะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศที่เพิ่มขึ้น ทำให้รถยนต์พลังงานไฟฟ้าเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญทดแทนรถยนต์ที่ขับเคลื่อนโดยใช้แหล่งพลังงานจากการเผาไหม้น้ำมันเชื้อเพลิงที่ก่อให้เกิดมลพิษต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม เคทีซีเล็งเห็นความสำคัญในสถานการณ์

ดังกล่าวจึงร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์รถยนต์พลังงานไฟฟ้าและ WALLBOX ที่มีราคาสูง เคทีซีออกสิทธิพิเศษเฉพาะโซลูมรถยนต์ Neta ในเครือ V Group Cars สำหรับลูกค้าดังนี้

1. สิทธิพิเศษ 2 ต่อ เมื่อชำระค่าจองรถยนต์พลังงานไฟฟ้า มูลค่า 5,000 บาท ผ่านบัตร KTC

- สิทธิพิเศษ 1 » แลกคะแนนรับส่วนลดทันที 13% สำหรับค่าจองรถ
- สิทธิพิเศษ 2 » ผ่อนชำระค่าจองรถ 0% นาน 6 เดือน

2. ชำระผ่านบัตรเครดิต KTC ค่ามัดจำสำหรับติดตั้ง NETA WALLBOX มูลค่า 40,000 บาท เลือกรับสิทธิพิเศษ 1 รายการ เมื่อชำระผ่านบัตรเครดิต KTC ค่ามัดจำสำหรับติดตั้งเครื่องชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า (NETAWALLBOX) มูลค่า 40,000 บาท

- สิทธิพิเศษ 1 » ผ่อนชำระ 0% นาน 6 เดือน
- สิทธิพิเศษ 2 » รับคะแนนพิเศษ KTC FOREVER/ KTC ROP จำนวน 10,000 คะแนน



การให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19

เพื่อเป็นการให้ความช่วยเหลือลูกค้าเพื่อให้สามารถผ่านพ้นวิกฤตนี้ไปได้ บริษัทได้ตอบรับนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยโดยการจัดให้มีมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่อง ผ่านมาตรการการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ตามความสามารถในการชำระหนี้ เช่น การลดอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระ

ขั้นต่ำของบัตรเครดิต การเปลี่ยนประเภทหนี้บัตรเครดิตเป็นสินเชื่อระยะยาว และลดดอกเบี้ย เป็นต้น ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เคทีซีให้ความช่วยเหลือลูกค้าในทุกสถานะตามประกาศ ธปท. ฝส.2 ว.802/2564 คงเหลือเป็นจำนวน 1,986 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 2.0% ของพอร์ตลูกค้านี้รวม

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

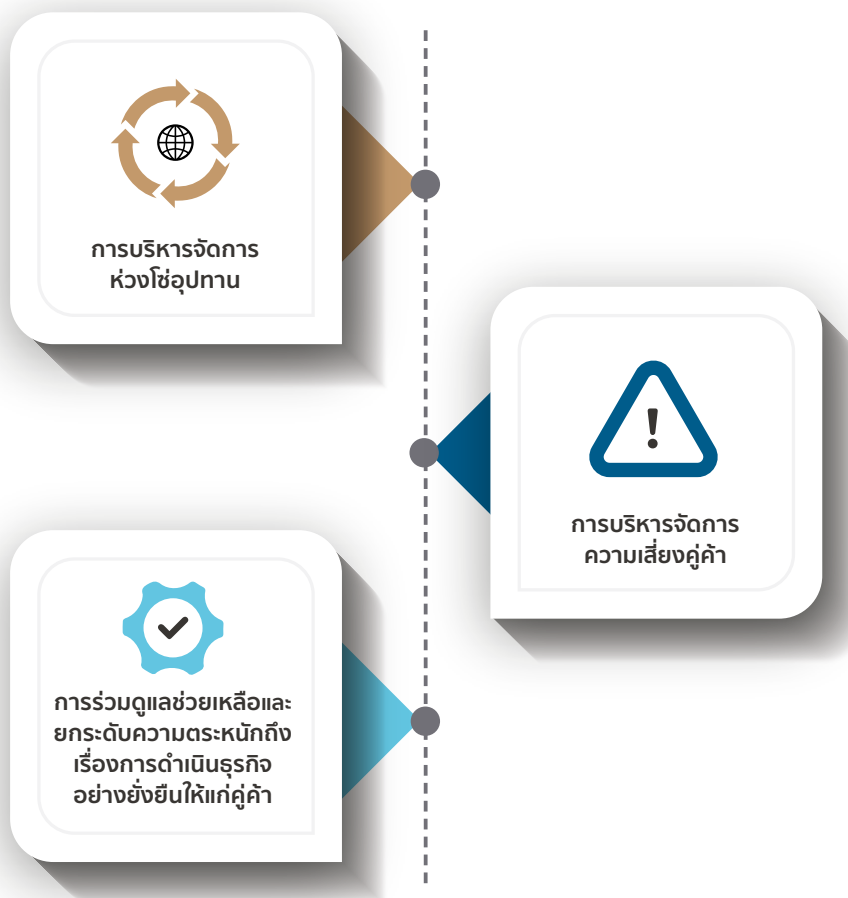


GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 24	การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 15	การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 25

GRI 2-6, 3-3

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่ภายในบริษัท แต่ยังให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการใช้บริการจากคู่ค้าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ กล่าวคือตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าที่มีการดำเนินงานที่มีมาตรฐาน การให้บริการ โดยคำนึงถึงคุณภาพและการส่งมอบสินค้าและบริการที่ลดผลกระทบและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เคารพต่อสิทธิมนุษยชน พร้อมดูแลให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ และการดำเนินงานของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ โดยบริษัทมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักเรื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นร่วมกันทั้งบริษัทและคู่ค้าผ่านแนวทางการจัดการ ดังนี้



๐ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

GRI 3-3, 308-1, 308-2, 414-1

บริษัทกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและครอบคลุมประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การคัดเลือก และพิจารณาคุณสมบัติคู่ค้า⁽¹⁾ ในการจัดซื้อจัดจ้างหรือการใช้บริการ ดังนี้

01 นโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายการกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารกรุงไทย โดยมีข้อมูลดังนี้

- บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบในการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- การคัดเลือกและการตรวจสอบงาน
- ข้อกำหนดของสัญญาการใช้บริการ
- แนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกัน และปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
- การติดตาม ดูแล และการบริหารจัดการความเสี่ยง
- แบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องในการบริหารความเสี่ยงของการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ
- บันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทในฐานะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล กับผู้ให้บริการธุรกิจ สนับสนุนและคู่ค้าในฐานะของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processor Agreement) ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 บริษัทจัดทำ Data Processor Agreement เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายดังกล่าว

02 ระเบียบจัดซื้อจัดจ้าง

ครอบคลุมวิธีการคัดเลือกผู้ขาย อำนาจอนุมัติในการจัดซื้อจัดจ้างการตรวจสอบสินค้า หรือบริการ เป็นต้น

03 จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท และการรักษาข้อมูลความลับ

การปฏิบัติตามนโยบายและหลักเกณฑ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งหลักเกณฑ์ การพิจารณาอนุมัติ รวมถึงการกำหนดราคาในการจัดซื้อจัดจ้าง การส่งมอบงานที่มีคุณภาพ ตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขข้อตกลง และสามารถบริหารความเสี่ยงจากการใช้บริการจากคู่ค้า โดยทุกหน่วยงานในบริษัทที่ประสงค์ว่าจ้างคู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือระเบียบที่กล่าวข้างต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “จรรยาบรรณคู่ค้า”)

หมายเหตุ: คู่ค้า⁽¹⁾ แบ่งเป็น พันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้าทั่วไป ซึ่งสามารถดูคำอธิบายการจัดประเภทของคู่ค้าเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อย่อย “การบริหารจัดการความเสี่ยงพันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้า”)

○ การบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้า

GRI 2-6, 414-2

หลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มคู่ค้า

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มคู่ค้าอย่างชัดเจนตามประเภทกลุ่มงาน และยอดการใช้จ่ายเพื่อระบุคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท ดังนี้



การบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้า

• กระบวนการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีกระบวนการบริหารจัดการความเสี่ยงคู่ค้า โดยแยกตามประเภทคู่ค้า ดังนี้



หมายเหตุ: ⁽¹⁾พันธมิตรทางธุรกิจ หมายถึง นิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดาที่มีการทำสัญญาหรือข้อตกลงร่วมกับบริษัทในการให้บริการ ทั้งที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดำเนินการแทนบริษัท เช่น ตัวแทนทางการเงิน และผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) หรือพันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบอื่นที่มีการทำธุรกิจร่วมกับบริษัทเพื่อเอื้อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ



• การระบุความเสี่ยง

บริษัทมีกระบวนการในการระบุความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าผ่านการประเมินแนวทางการบริหารความเสี่ยงตนเองของการใช้บริการจากคู่ค้าเป็นประจำทุกปี ซึ่งความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นครอบคลุมประเด็นความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น



ความเสี่ยง ด้านเศรษฐกิจ	ความเสี่ยง ด้านสังคม	ความเสี่ยง ด้านสิ่งแวดล้อม
- ความเสี่ยงต่อคุณภาพบริการ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ - การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล - การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ - ความเสี่ยงเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ เป็นต้น	- การปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน - การละเมิดสิทธิมนุษยชน - ความปลอดภัย - การปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณ การดำเนินธุรกิจของลูกค้า เป็นต้น	- การปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อม - ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

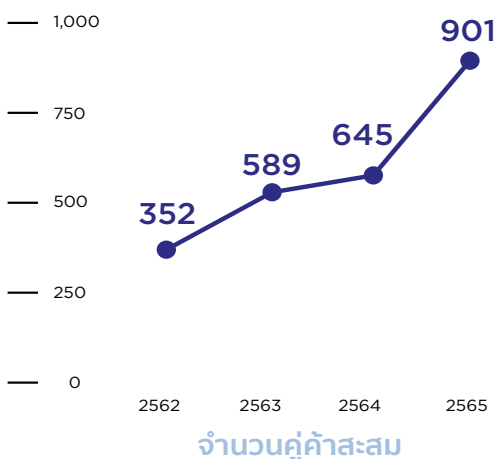
การบริหารความเสี่ยงและมาตรการลดความเสี่ยง

GRI 414-2

บริษัทได้จัดทำมาตรการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า ดังนี้

- จัดทำคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้า และการรักษาข้อมูลความลับ และเปิดเผยให้คู่ค้ารับทราบและประเมินตนเองว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณคู่ค้าก่อนการเข้าร่วมเป็นคู่ค้าของบริษัท ซึ่งคู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านจริยธรรมทางธุรกิจ รวมถึงมีการกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานตามข้อกำหนดตามสัญญาการใช้บริการทำการค้าด้วยความเป็นธรรม นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทและผู้ประกอบธุรกิจมีแนวทางการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญา เพื่อให้คู่ค้าจะต้องปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกัน การฟอกเงินด้วย
- จัดทำนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยง โดยให้ความสำคัญกับการประเมินและควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากการคัดเลือกและการติดตามตรวจสอบกระบวนการทำงานของพันธมิตรทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการให้บริการแก่ลูกค้า โดยเน้นให้มีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ติดตาม ตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้ามีมาตรฐานการทำงานเป็นไปตามข้อกำหนดตามสัญญาการใช้บริการ และเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งมอบอย่างต่อเนื่อง
- ปฏิบัติตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดในเรื่องการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจ โดยได้กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาในการให้ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงผู้ตรวจสอบ (Third - party Audit) สามารถเข้าตรวจสอบการปฏิบัติงานได้ด้วย
- ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า (Supplier Site Visit) เพื่อตรวจประเมินการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ข้อบังคับ จรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ระเบียบเกี่ยวกับการรักษาความลับทางข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยในปี 2565 บริษัทได้ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของพันธมิตรทางธุรกิจ จำนวน 17 ราย และพบว่าพันธมิตรทางธุรกิจปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ข้างต้น
- กำหนดข้อตกลงของระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่พันธมิตรทางธุรกิจต้องปฏิบัติตาม สามารถติดตาม ตรวจสอบ และรายงานความเสี่ยงได้ ทั้งนี้ อาจรายงานเป็นรายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี ตามความเหมาะสม
- กระบวนการและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส เป็นธรรม โดยนำปัจจัยด้านราคา คุณภาพ การส่งมอบสินค้าและบริการเพื่อสร้างกำไรให้องค์กรและพิจารณาควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวนคู่ค้าทั้งหมดที่ลงนามรับทราบ จรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ตั้งแต่ปี 2562 - 2565



สัดส่วนจำนวนคู่ค้า Tier 1-2
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจ
ต่อจำนวนคู่ค้า Tier 1-2 ทั้งหมด

96 %

สัดส่วนจำนวนคู่ค้า Tier 1-2
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจ
ต่อจำนวนคู่ค้าที่ขึ้นทะเบียนผู้ขาย

86 %

จำนวนคู่ค้ารายสำคัญที่บริษัทได้
ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการ
จำนวน 17 ราย พบว่า 100%
ปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้า

100 %

• การแก้ไขและบรรเทาความเสี่ยง

GRI 414-2

ในกรณีที่พบว่าคู่ค้ารายใดละเมิดหลักเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทมีกระบวนการแจ้งเตือน เพื่อหาแนวทางการป้องกันและให้ระยะเวลาในการปรับปรุงประเด็นดังกล่าว หากไม่ปฏิบัติตาม บริษัทจะทำการยกเลิกสัญญาและถอดรายชื่อออกจากทะเบียนผู้ขายของบริษัท



จำนวนคู่ค้า TIER 1 และ TIER 2

มีการปฏิบัติไม่สอดคล้องกับ
จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท

คิดเป็นร้อยละ 0

○ การร่วมดูแลช่วยเหลือและยกระดับความตระหนักถึงเรื่องการค้ามนุษย์อย่างยั่งยืน ให้แก่คู่ค้า

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

บริษัทเปิดโอกาสให้คู่ค้าเสนอแนะและร่วมพัฒนากระบวนการทำงานให้เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันผ่านการประชุมและสัมมนาที่จัดเป็นประจำ นอกจากนี้เคทีซีได้ร่วมกับบริษัทคู่ค้าจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงานในบริษัทคู่ค้าเป็นประจำทุกปี

สำหรับปี 2565 บริษัทได้จัดกิจกรรมเพื่อช่วยพัฒนาการค้ามนุษย์อย่างยั่งยืน โดยร่วมแบ่งปันความรู้ให้กับพนักงานของบริษัทคู่ค้าดังนี้

การอบรมให้ความรู้กับพนักงานคู่ค้าสำหรับงานบริการ

เคทีซีร่วมกับบริษัทคู่ค้า จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานสำหรับงานบริการของบริษัทคู่ค้า ด้านงานบริการ พนักงานขับรถ พนักงานรับส่งเอกสาร พนักงานธุรการ พนักงานช่าง และพนักงานทำความสะอาด เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ การฝึกฝนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ร่วมสร้างเสริมการส่งมอบบริการที่ประทับใจ (Service Mind) และสร้างการมีส่วนร่วมต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในหลักสูตร ดังนี้



หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานขับรถ” โดยทีมวิทยากรจากกรมการขนส่งทางบก

วันที่ 28 สิงหาคม 2565 | จำนวนผู้เข้าอบรม 51 ราย | ความพึงพอใจในการอบรม 83.09%

วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมความรู้สำหรับการเตรียมความพร้อมยานพาหนะก่อนนำมาใช้งาน การดูแลรักษาสมรรถนะของยานพาหนะเบื้องต้น และการเตรียมความพร้อมของผู้ขับขี่
- เสริมสร้างเทคนิคการขับอย่างปลอดภัย และจิตสำนึกความปลอดภัยในการขับขี่
- ทบทวนกฎจราจรและมารยาทการขับขี่ที่ถูกต้อง
- การเตรียมพร้อมรับมือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน
- การเสริมสร้างจิตสำนึกในการใช้พลังงาน และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเทคนิคการขับรถโดยใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า





หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานธุรการ”

วันที่ 13 พฤศจิกายน 2565 | จำนวนผู้เข้าอบรม 16 ราย | ความพึงพอใจในการอบรม 99.36%

วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างมุมมองใหม่ ๆ ในงานบริการสำหรับพนักงานปฏิบัติการธุรการ บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ บุคลิกภาพ การแต่งกาย การให้บริการ การสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และการรักษาความลับของข้อมูล เพื่อบรรลุเป้าหมายในการให้บริการ
- ลูกค้านำเสนอ DO & DON'T ในงานธุรการ



หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานส่งเอกสาร”

วันที่ 13 พฤศจิกายน 2565 | จำนวนผู้เข้าอบรม 21 ราย | ความพึงพอใจในการอบรม 94.44%

วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างมุมมองใหม่ ๆ ในงานบริการสำหรับพนักงานปฏิบัติการรับส่งเอกสาร บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ บุคลิกภาพ การแต่งกาย การให้บริการ การสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และการรักษาความลับของข้อมูล เพื่อบรรลุเป้าหมายในการให้บริการลูกค้า
- นำเสนอ DO & DON'T ในงานส่งเอกสาร
- ส่งเสริมความรู้ทั้งในทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติสำหรับการขับยานพาหนะอย่างปลอดภัย



หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานช่าง”

วันที่ 14 ธันวาคม 2565 | จำนวนผู้เข้าอบรม 16 ราย | ความพึงพอใจในการอบรม 100%

วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการบริการต่องานช่างและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ
- เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารในการบริการที่ดี และสามารถแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนได้
- เพื่อพัฒนามาตรฐานของการบริการให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง ปลอดภัย อยู่เสมอ



การอบรมให้ความรู้กับคู่ค้าด้านติดตามทวงหนี้

เคทีซีร่วมกับบริษัทผู้จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานของบริษัทคู่ค้าด้านงานติดตามทวงถามหนี้ ในหัวข้อ ดังนี้

“Professional Telephone Service for Collection”

วันที่	จำนวนผู้เข้าอบรม
28 พฤษภาคม 2565	124 ราย
11 มิถุนายน 2565	
16 กรกฎาคม 2565	

วัตถุประสงค์

- เพื่อพัฒนาทักษะทางการติดต่อทางโทรศัพท์อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่
- เพื่อสร้างกำลังใจในการทำงาน และเพิ่มความมั่นใจในการทำงาน
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างทีมงาน ผ่านกิจกรรมที่ได้ทำร่วมกันระหว่างฝึกอบรม



การอบรมและสอบวัดผลความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

สำหรับปี 2565 บริษัทได้ดำเนินการอบรมและสอบวัดผลความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงาน และพนักงานของคู่ค้าในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้เกิดความตระหนักทั้งในด้านความปลอดภัยสารสนเทศ และการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีโอกาสเกิดมากขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน

การอบรมความรู้ในหัวข้อสัญญาอิเล็กทรอนิกส์



วันที่ 14 กรกฎาคม 2565 | จำนวนผู้เข้าอบรม 26 ราย

เคทีซีอบรมความรู้ให้กับบริษัทกฎหมาย ในหัวข้อสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้บริษัทกฎหมายเข้าใจในเรื่องสัญญาที่จัดทำขึ้นโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ สัญญาที่จัดเก็บอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สัญญาหรือข้อตกลงที่เกิดจากระบบ หรือผ่านแอปพลิเคชัน การลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-Signature) ผลของการทำสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสัญญาอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกันเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การแบ่งปันความรู้ในหัวข้อการรับมือความเสี่ยงและภัยคุกคามโลกออนไลน์ในงาน “KTC Supplier’s Day”

วันที่	28 พฤศจิกายน 2565
จำนวนผู้เข้าอบรม	40 ราย
ความพึงพอใจในการอบรม	89.54%
สถานที่จัดงาน	บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อาคารสมัชชาวณิช 2 (UBC II)

เคทีซีจัดงาน KTC Supplier’s Day โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้ข้อมูล และสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้กับพันธมิตรทางธุรกิจ และคู่ค้าเกี่ยวกับการรับมือความเสี่ยงและภัยคุกคามโลกออนไลน์



○ การสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print

บริษัทได้เชิญชวนพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าในการลดการใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นในทุกส่วนของการทำงาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และต้นทุนดำเนินงาน เช่น การลดวัสดุสิ่งพิมพ์สำหรับลูกค้าและคู่ค้าบางกลุ่ม เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทสนับสนุนการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) และได้รับการรับรองผลากสิ่งแวดล้อม (เช่น ฉลากเขียว ฉลากลดคาร์บอน) เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเขียน กระดาษถนอมสายตาสำหรับพิมพ์เอกสารของบริษัท ใบสมัครขอใช้บริการบัตรเครดิตหรือสินเชื่อส่วนบุคคล และ KTC NEWSLETTER



ในปี 2565 บริษัทมีมูลค่า
การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการ
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จำนวน **7.17** ล้านบาท

จากการดำเนินงานและโครงการปรับปรุงออฟฟิศใหม่

ผลดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม

GRI 3-3, 201-1

บริษัทตระหนักถึงบทบาทการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการกระจายมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

หน่วย: พันบาท

รายละเอียด	2564	2565
รายได้จากการดำเนินงาน ⁽¹⁾	21,452,343	23,248,778
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนิน ⁽²⁾	4,392,252	5,055,572
ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์ ⁽³⁾	2,422,484	2,500,676
เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ ⁽⁴⁾	2,021,112	2,431,297
เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน ⁽⁵⁾	3,684,658	3,970,673
เงินบริจาคเพื่อการกุศล	2,132	1,748
มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม	8,929,704	9,288,811
สินทรัพย์รวม	89,471,090	101,795,991
หนี้สินรวม	62,386,689	70,220,237
รวมส่วนของผูถือหุ้นบริษัทใหญ่	26,836,357	31,353,217
กำไรสุทธิสำหรับปี-ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่	5,878,693	7,079,399

⁽¹⁾ รายได้จากการดำเนินงาน ประกอบด้วย รายได้รวมและส่วนแบ่งกำไรของบริษัทที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย

⁽²⁾ ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริหารไม่รวม ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าภาษีอากร และเงินบริจาคเพื่อการกุศลและสาธารณประโยชน์

⁽³⁾ ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์ ประกอบด้วย ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าใช้จ่ายพนักงาน

⁽⁴⁾ เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์

⁽⁵⁾ เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน ประกอบด้วย ต้นทุนทางการเงินและเงินปันผลที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น

The background is a dark, textured surface with a golden, particle-like pattern. A large, glowing, golden ring or halo is centered around the text. Below the ring, there is a faint, golden map of Thailand. The overall color scheme is dark with golden highlights.

มิตีสังคม

การเข้าถึงบริการทางการเงิน และการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
การอบรมความรู้ทางการเงินจำนวน 13 หลักสูตร	การอบรมความรู้ทางการเงินจำนวน 10 หลักสูตร	การอบรมความรู้ทางการเงินจำนวน 19 หลักสูตร

หมายเหตุ: เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID - 19 ยังคงส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัย บริษัทยังใช้แผนการจัดอบรมให้ความรู้ทางการเงินที่ต้องพบปะกันลดลง และเพิ่มการทำสื่อประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ทางการเงินออนไลน์มากขึ้น

GRI 3-3

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้อย่างสะดวก ทัวถึง และเท่าเทียม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า อีกทั้งมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบที่ดอกเบี้ยสูงเกินควร และเพิ่มโอกาส

ในการนำเงินที่ได้รับการอนุมัติไปใช้เพื่อการดำรงชีพ เสริมสร้างคุณภาพชีวิต นอกจากนี้บริษัทยังให้ความสำคัญต่อการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้แก่ลูกค้า การให้โอกาสทางการศึกษาเพื่อร่วมพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างสูงสุดความสามารถ โดยมุ่งเน้นไปที่ทักษะการเรียนรู้ การพัฒนาความรู้ความเข้าใจทางการเงิน เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ

การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

ช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ง่าย และครอบคลุมทั่วประเทศ	- จุดบริการ KTC TOUCH - ธนาคารกรุงไทยทุกสาขาทั่วประเทศ - ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ - เว็บไซต์ของบริษัท (www.ktc.co.th) - เว็บไซต์ของพันธมิตร	- โซเชียลมีเดีย - KTC Mobile - P BERM Mobile - Krungthai NEXT - KTC Online
การจัดให้มีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในระดับจุลภาค (Micro-Finance) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกลุ่มเปราะบาง⁽¹⁾	การสร้างการเข้าถึงแก่กลุ่มที่เสียเปรียบในแง่ที่ตั้ง (Geographically Underserved Groups)	การสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยในสังคม
- การให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce - KTC U SHOP	KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน (Pico Finance)	- KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน - สินเชื่อเพื่อการศึกษา
การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มผู้พิการ/ ทุพพลภาพ	เคทีซีไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ/ ทุพพลภาพ โดยมีการดำเนินการเพื่อดูแลคำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้พิการ/ ทุพพลภาพตามที่กฎหมายกำหนด	
การให้ความรู้ทางการเงินแก่กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก กลุ่มที่มีรายได้น้อยในสังคม และ/หรือกลุ่มผู้พิการทุพพลภาพ		

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

○ ช่องทางการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบริษัท ที่ง่ายและครอบคลุมทั่วประเทศ

GRI 2-6, 3-3

บริษัทมีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ บริการ และข่าวสารที่หลากหลาย ที่ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างง่าย โดยได้รับข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทำให้ลูกค้าสามารถศึกษาและทำความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้อย่างละเอียด เพื่อตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างเหมาะสม ไม่ตกเป็นเหยื่อ แก่ผู้ที่หวังผลประโยชน์ โดยมีช่องทางดังต่อไปนี้

การเข้าถึงในรูปแบบทางกายภาพ



จุดบริการ KTC TOUCH
จำนวน 12 จุดบริการ



ธนาคารกรุงไทย
จำนวน 995 สาขาทั่วประเทศ



ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์
ทางการเงินอิสระ



การเข้าถึงในรูปแบบออนไลน์

เนื่องด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่มีอิสระในการค้นหาข้อมูลด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง เคทีซีจึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์ออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง ที่รวดเร็ว แม่นยำ และโปร่งใส สร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสามารถค้นหาข้อมูล บริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ และเป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลอย่างละเอียด ถูกต้อง ครบถ้วน ดังนี้

- การค้นหาข้อมูล หรือการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทเพื่อให้เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่อไป



เว็บไซต์ของบริษัท
(www.ktc.co.th)



เว็บไซต์ของพันธมิตร
หรือสื่อออนไลน์ของพันธมิตร

เพื่อแนะนำและเปรียบเทียบ
ข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ
เช่น www.rabbitfinance.com,
www.moneyguru.com,
www.masii.co.th เป็นต้น



โซเชียลมีเดีย

• การทำธุรกรรมบนมือถือ/ออนไลน์

บริษัทได้พัฒนาและส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่านมือถือหรือช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น ด้านการรับชำระเงิน การใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้กับลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงลูกค้ากลุ่มเปราะบาง⁽¹⁾ ในสังคม และกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม อีกทั้งช่วยเหลือผู้พิการหรือผู้ที่ไม่สามารถเดินทางมาชำระหนี้ได้จากสถานการณ์ต่าง ๆ และยังมีบริการให้สมาชิกสามารถชำระค่าสินเชื่ได้ตามรอบการชำระ เพื่อลดโอกาสการผิดนัดชำระ เป็นต้น



KTC Mobile



Krungthai NEXT



KTC ONLINE



P BERM Mobile

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง หมายถึง ลูกค้าซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวัง ในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด หรือไม่มีความสามารถในการใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน การมองเห็นหรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ (ที่มา : ประกาศ หลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct))

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)

ขั้นตอนการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์



โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน Online Media



ลูกค้าฝากชื่อและข้อมูลบน Landing Page



พนักงานติดต่อกลับเพื่อแนะนำรายละเอียด

1. ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อบุคคล



ลูกค้านำเสนอใบสมัครและเอกสารต่าง ๆ



บริษัทจัดส่งให้แผนกวิเคราะห์

2. ธุรกิจสินเชื่อ KTC ที่เน้น รถแลกเงิน



เจ้าหน้าที่/ ตัวแทนของบริษัทติดต่อลูกค้า และทำการรับสมัครสินเชื่อ KTC ที่เน้น รถแลกเงิน



ระบบสินเชื่อพิจารณาอนุมัติ/ ปฏิเสธสินเชื่อภายใน 1 ชั่วโมงและโอนเงินเข้าบัญชีลูกค้าที่ได้รับอนุมัติทันที

นอกจากนี้เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐสำหรับมาตรการด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารในการพิสูจน์และยืนยันตัวตนต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทได้ดำเนินการให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนดในเรื่องการกำหนดให้จะต้องมีการอ่านข้อมูลบัตรประจำตัวประชาชน (Dip Chip) รวมถึงการตรวจสอบสถานะบัตรประจำตัวประชาชนแบบเนกประสงค์ผ่านการตรวจสอบทางอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานรัฐ (Online DOPA) ของลูกค้าในการให้บริการทางการเงิน รวมถึงบริษัทได้พัฒนาช่องทางบริการสมัครผลิตภัณฑ์ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีขั้นตอนการทำความรู้จักลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (การยืนยัน พิสูจน์ตัวตน และ

ระบุตัวตน : E-KYC) รวมถึงการลงนามในข้อตกลงทั่วไป และการลงนามให้ความยินยอมต่าง ๆ ด้วยลายมือชื่อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด (e-Contract และ e-Consent) กรณีสมัครใช้บริการผ่าน Krungthai NEXT ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดการใช้กระดาษจากกระบวนการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์ ลดปัญหาจากการปลอมแปลงเอกสาร หรือการหลอกลวงจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ บริษัทคาดหวังที่จะเป็นส่วนร่วมในการยกระดับการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

○ ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

KTC ที่เข้ม รถแลกเงิน



เคทีซีได้ให้บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันภายใต้ชื่อ “KTC ที่เข้ม รถแลกเงิน” เพื่อสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินสำหรับลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม ให้โอกาสคนไม่ท้อที่ทำงานกินทุกอาชีพแม้ว่าไม่มีเอกสารแสดงรายได้ เช่น สลิปเงินเดือน หรือหนังสือรับรองเงินเดือน แต่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์รถยนต์ รถกระบะ รถตู้ หรือรถมอเตอร์ไซด์ สามารถนำรถดังกล่าวมาใช้เป็นประกันในการขอสินเชื่อได้ ซึ่งเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระสำหรับลูกค้าที่มีความต้องการด้านการเงินให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ถูกต้องตามกฎหมายภายใต้กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยลูกค้ายังคงครอบครองรถและสามารถใช้ประโยชน์ในฐานะ

เจ้าของรถได้ตามปกติ KTC ที่เข้ม รถแลกเงิน มาพร้อมจุดเด่นคือให้วงเงินใหญ่สูงสุด 7 แสนบาท อนุมัติใน 1 ชั่วโมง รับเงินทันที อีกทั้งสามารถไปหาลูกค้าถึงที่ด้วยบริการ ที่เข้ม Delivery ตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ หรือลูกค้าสามารถเข้ามาสมัครได้ที่ธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ และจุดบริการ KTC TOUCH ทุกสาขา เมื่อได้รับการอนุมัติ ลูกค้าจะได้ทั้งเงินก้อนโอนเข้าบัญชีทันที และบัตรกดเงินสดที่สามารถใช้จ่ายหมุนเวียนในชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้ลูกค้าสามารถบริหารจัดการบัญชีสินเชื่อของตนเอง ตรวจสอบยอดเงินต้นคงเหลือ ใบแจ้งยอด ชำระค่างวด และใบเสร็จรับเงินผ่านแอปพลิเคชันที่เข้ม Mobile บนมือถือได้อีกด้วย

ปี 2565



จำนวนผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อทะเบียนรถยนต์

จำนวน
4,518 ราย

วงเงินรวม
1,029.58 ล้านบาท



จำนวนผู้ที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อทะเบียนรถมอเตอร์ไซด์

จำนวน
1,243 ราย

วงเงินรวม
32.85 ล้านบาท

สินเชื่อเพื่อการศึกษา

บริษัทสนับสนุนกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป รวมถึงผู้มีรายได้น้อยในสังคมได้มีโอกาสในการเข้าถึงการศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอนาคตและสร้างอาชีพให้แก่คนไทย ในรูปแบบสินเชื่อเพื่อการศึกษา

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code II และ e-Commerce

บริษัทได้สนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกลุ่มประเภทร่วมกับพันธมิตรในรูปแบบการให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)

KTC U SHOP

เคทีซีสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีโอกาสขยายธุรกิจและฐานลูกค้า ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนมากยิ่งขึ้น ผ่าน KTC U SHOP ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

○ การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มผู้พิการ/ ทพพลภาพ

เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจที่เท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน บริษัทมีแนวทางการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยและการดำเนินการที่สอดคล้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้พิการด้วย โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ/ ทพพลภาพ เช่น การจัดให้ผู้ให้บริการต้องแต่งตั้งผู้ดูแล รวมถึงการขอความยินยอมในการ

จัดเก็บข้อมูลที่มีความอ่อนไหว (Sensitive Data) เป็นต้น ซึ่งผู้พิการ/ ทพพลภาพสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของเราได้ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ

○ การให้ความรู้ทางการเงิน

เคทีซีเล็งเห็นถึงความสำคัญของการร่วมแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้กับชุมชน สมาชิก และสังคม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ตลอดจนมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด ให้โอกาสทางการศึกษา สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังนี้

GRI 203-1

“KTC Offer”

เคทีซีเปิดโครงการ “KTC Offer” จัดคอร์สแบ่งปันความรู้ทางการเงินในหัวข้อ “ชีวิตดี...เริ่มต้นที่การวางแผนทางการเงิน” แบบออนไลน์และออนไซต์ให้กับเจ้าหน้าที่มูลนิธิ ซี.ซี.เอฟ. เพื่อเด็กและเยาวชน ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเพิ่มเติม

ความรู้ทักษะทางการเงินให้สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน ซึ่งเมื่อพิจารณาผลประเมินด้านความรู้ความเข้าใจและการนำความรู้ไปใช้ แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินได้เป็นอย่างดี และมีแนวโน้มที่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งสามารถเผยแพร่และถ่ายทอดได้

“ชีวิตดี...เริ่มต้นที่การวางแผนทางการเงิน”



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
จำนวน

53 ท่าน



ความพึงพอใจ

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม
มีความพึงพอใจ

87.88%



ผลการประเมินความรู้

ผลคะแนน
ก่อนเรียน
เฉลี่ย

58%

ผลคะแนน
หลังเรียน
เฉลี่ย

▲ 85%

นักเรียน **100%** มีคะแนนสูง
กว่าก่อนเรียน



การให้ความรู้เกี่ยวกับการสืบสวนรวบรวมพยานหลักฐานคดีเกี่ยวกับการทุจริตทางเทคโนโลยี รวมถึงอาชญากรรมทางการเงิน

ครั้งที่ 1

กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวน
อาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บช.สอท.)



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

20 ท่าน



วันที่จัดอบรม

22 / 02 / 2565

ครั้งที่ 2

นายตำรวจกองบังคับการฝึกอบรมตำรวจกลาง
กองบัญชาการตำรวจสันติบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

40 ท่าน



วันที่จัดอบรม

07 / 08 / 2565

“KTC FIT Talks 7”

เคทีซีได้จัดงาน FIT TALK เพื่อให้ความรู้แก่สื่อมวลชน พนักงาน และบุคคลที่สนใจได้เข้าใจในความเสี่ยงของธุรกิจ อุตสาหกรรม รวมถึงประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจในระหว่างปี โดยได้ดำเนินงานต่อเนื่องมาเป็นครั้งที่ 7 โดยในปี 2565 เคทีซีจัดเสวนาปันความรู้ ในหัวข้อ “รับมือความเสี่ยงและภัยคุกคามบนโลกออนไลน์” เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ พร้อมถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กผ่านเพจ KTC Journey เพื่อให้

คนไทยพร้อมรับมือความเสี่ยงและภัยคุกคามต่าง ๆ บนโลกไซเบอร์ที่กำลังทวีความรุนแรง ต่อยำผู้นำธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคที่หนุนพัฒนาธุรกรรมการเงินออนไลน์ ควบคุมการบริหารเพื่อป้องกันการทุจริตด้านดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วย 4 องค์ประกอบหลัก บุคลากร กระบวนการ เทคโนโลยี การบริหารจัดการข้อมูล พร้อมแนะวิธีสังเกตและป้องกันการทุจริตบนออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

80 ท่าน

ออนไลน์: สื่อมวลชน
ออนไลน์: แฟนเพจ KTC Journey
พนักงานหน่วยงานต่าง ๆ และสื่อมวลชน



วันที่จัดอบรม

27 / 04 / 2565

สร้างเพจและขายของออนไลน์อย่างไรให้ปัง

เคทีซีจัดสัมมนาให้ความรู้เรื่องเคล็ดลับการทำเพจเฟสบุ๊คและเทคนิคการหาลูกค้าด้วยสมาร์ทโฟนเครื่องเดียว อาทิ สร้างเพจง่าย ๆ ด้วยตัวเอง สร้างคอนเทนต์โดน ๆ ใน 3 วินาที เขียนแคปชั่นให้สะกดใจ และการยิงแอดขึ้นเทพให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเงินสด KTC PROUD



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

31 ท่าน



วันที่จัดอบรม

27 / 08 / 2565



ความพึงพอใจ

96%



“Live & Learn คอร์สนี้...เคทีซีจัดให้”

เคทีซีนำทีมวิทยากรร่วมบรรยายและจัดเวิร์กช็อปป็นความรู้แก่นิสิต ในโครงการ “Live & Learn คอร์สนี้...เคทีซีจัดให้” ดังนี้

ตอน รู้เขา...รู้เรา

ณ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อให้ นิสิตมีความเข้าใจในพฤติกรรมและจุดอ่อนจุดแข็งของตนเองและผู้อื่น วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมและยืดหยุ่นในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นที่มีบุคลิกลักษณะแตกต่างกัน รวมทั้งการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ชีวิตการทำงาน



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

28 ท่าน



วันที่จัดอบรม

16 / 09 / 2565



ความพึงพอใจ

4.3 (เต็ม 5 คะแนน)

ตอน เตรียมน้องให้พร้อม...ก่อนได้งาน

ณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อให้ นิสิตได้เตรียมความพร้อมในการสมัครงาน เช่น เขียน RESUME อย่างไรให้ได้งาน และสวมบทบาทสัมภาษณ์งานกับ HR เป็นต้น



ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

94 ท่าน



วันที่จัดอบรม

23 / 11 / 2565



ความพึงพอใจ

4.7 (เต็ม 5 คะแนน)

ความรู้ทางการเงินออนไลน์

เคทีซีได้ให้ข้อมูลในการบริหารเงินและการใช้จ่าย รวมถึงการให้แนวคิดเพื่อจะสร้างธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ในวงกว้าง เป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนให้แต่ละคน สามารถวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างถูกต้องและบริหารสภาพคล่องทางการเงินได้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างปลอดภัยผ่านเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ตลอดทั้งปี ดังนี้

• พี่เบิ้มขอแชร์เพื่อคนทำมาหากิน

KTC พี่เบิ้มยังคงทำกิจกรรมแบ่งปันและถ่ายทอดความรู้ทางการเงินในรูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ KTC พี่เบิ้ม รถแลกเงิน ตลอดทั้งปี โดยการนำเสนอด้วยเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เสริมสร้างความรู้ด้านการเงินแก่ผู้สนใจ มีเนื้อหาดังต่อไปนี้

การเพิ่มสภาพคล่องในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี



วิธีแก้ปัญหาของคนขาดสภาพคล่อง



การบริหารการเงินในยุค Covid-19



เทคนิคการปลดหนี้ให้เห็นผล



ความรู้เรื่องเงินกู้ในระบบ



สิ่งที่ควรรู้ก่อนทำสินเชื่อรีไฟแนนซ์รถยนต์



การรักษาเครดิตการเงินสำหรับการขอสินเชื่อ



• KTC Website

เคทีซีคัดสรรบทความ ความรู้ต่าง ๆ ทางการเงินที่ใกล้ตัว เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาเพิ่มพูนความรู้ได้ตลอดเวลาและยังนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

รับมือ! ภาษีย้อนหลังแม่ค้าออนไลน์ ต้องปฏิบัติตัวอย่างไร



อยากขายของออนไลน์ขายอะไรดี ลงทุนน้อย ทำไรเยอะ ไม่ต้องสต็อกสินค้า



จำนำทะเบียนรถ ไม่มีสลิปเงินเดือนทำได้ไหม? ต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง



5 ขั้นตอนที่ต้องทำทันที เมื่อบัตรเครดิตหาย หรือบัตรถูกขโมย



ข้อควรรู้ เกี่ยวต่างประเทศแบบปลอดภัย ไม่เป็นเหยื่อมิจฉาชีพฉ้อโกงกระเป๋า



ลูกค้าสะดวกจ่าย คนขายสะดวกรับ ชำระเงินด้วย QR Code แบบง่าย ๆ



• การให้ความรู้ทางการเงินผ่าน KTC Real Privileges

ข้อควรรู้ก่อนทำธุรกรรมออนไลน์



ยืมเงินทางไลน์ใช้แทนสัญญาเงินกู้ได้



ประโยชน์ของบัตรกดเงินสด



แนะนำวิธีหนีมิจฉาชีพให้ไกล



อัปเดตข้อมูลส่วนตัวให้ถูกต้อง
ข้อมูลดี ๆ ที่ควรรู้



3 ข้อชวนคิด ก่อนตัดสินใจกู้เงิน



ให้ความรู้เรื่อง SMS หลอกหลวง



○ ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Corporate Citizenship and Philanthropy)

กลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทย่อย

เคทีซีมีกลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทในเครือในการดำเนินการด้าน Corporate Citizenship and Philanthropy ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติ โดยสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่า

การสนับสนุนหรือเงินบริจาคที่มอบให้จะไม่ส่งผลให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้บริษัทยังยึดถือนโยบายที่ชัดเจน ห้ามมิให้สนับสนุนพรรคการเมือง โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้จากภายในบริษัทไปยังภายนอกบริษัทเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและประเทศ

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

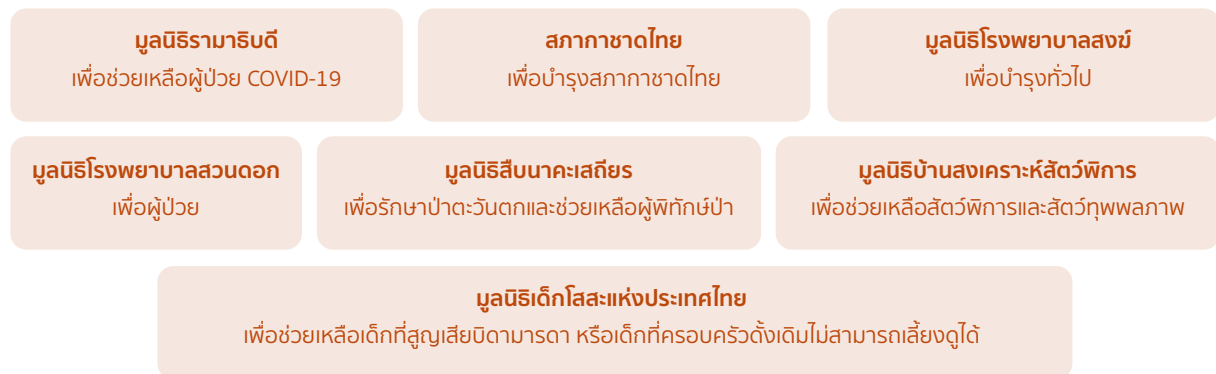
• เคทีซีได้ดำเนินกิจกรรม Love & Share มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9

KTC Outsource Sales เชิญชวนผู้มีจิตศรัทธาซึ่งเป็นเพื่อนร่วมงานในองค์กร และพันธมิตรผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ รวมถึงกัลยาณมิตรที่เป็นบุคคลใกล้ชิด ได้ร่วมเป็นหนึ่งในพลังแห่งการให้เพื่อสังคม ผ่านกิจกรรมการกุศลที่จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2565 KTC Outsource Sales ได้มีการ

สื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการ Love & Share ใน Concept “ทุกบาทต่อลมหายใจ ทุกการให้ต่อชีวิต” เพื่อนำรายได้สมทบทุนให้กับโรงพยาบาลราชวิถี ในการก่อสร้างอาคารอุบัติเหตุและฉุกเฉิน จัดซื้ออุปกรณ์ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ โดยจะทำการส่งมอบเงินบริจาดดังกล่าวในวันที่ 14 มีนาคม 2566

• เคทีซีมอบเงินแก่ 7 มูลนิธิ

เคทีซีโดยผู้บริหารระดับสูงพร้อมด้วยคณะสื่อมวลชนได้ร่วมมอบเงินบริจาคจำนวน 100,000 บาท ให้แก่ 7 มูลนิธิ โดยเงินบริจาดดังกล่าวเกิดขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจกันแข่งขันกีฬาสามาสนุกเพื่อสังคม ที่เกาะกูด จังหวัดตราด ซึ่งแต่ละปีประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับสูงฝ่ายประชาสัมพันธ์เคทีซี และสื่อมวลชน ด้วยเป้าหมายเดียวกัน เพื่อนำเงินไปช่วยเหลือสังคมผ่านมูลนิธิต่าง ๆ



• เคทีซีชวนร่วมทริป “The Secret of พระนคร” หวังส่งต่อความรู้ศิลปวัฒนธรรม

ร่วมสืบสานเรื่องราวของชุมชนและศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า ที่นับวันจะเลือนหายไปให้กลับฟื้นมีชีวิต เพื่อส่งมอบความรู้อันเป็นประโยชน์ผ่านสื่อมวลชนและกลุ่มคุณครู ด้วยหวังให้นำประสบการณ์ที่ได้ไปถ่ายทอดและต่อยอดความรู้ในห้องเรียนให้กับนักเรียน

และนักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านสังคมของสหประชาชาติที่ว่าด้วยการสร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

The Secret of พระนคร ตอน “หลากหลายเรื่องลับ ฉบับไข่นำท้าว”

เคทีซีร่วมกับคุณครูโรงเรียนวัดลานบุญ
สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ



The Secret of พระนคร ตอน “เรียงพระนครละลอนสยามอารยะ”

เคทีซีร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนคร (มทร.)



• เคทีซีมอบเงินพร้อมของใช้จำเป็นแก่ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุบ้านบางแค

เคทีซีมอบเงินจำนวน 10,000 บาท พร้อมของใช้จำเป็น อาทิ หน้ากากอนามัย สเปรย์แอลกอฮอล์ ข้าวสาร และซอสปรุงรสสำหรับทำอาหาร ซึ่งได้รับการจัดกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊ก “KTC Journey” โดยทุกการโพสต์ 1 รูปภาพครบครัน เพื่อส่งต่อความรักให้กับผู้สูงอายุในวันครบครัน เคทีซีจะร่วมมอบเงินบริจาค 100 บาท เพื่อสมทบทุนเป็นเงินบริจาค และของใช้จำเป็น



• เคทีซีมอบเงินแก่มูลนิธิเสถียรธรรมสถาน

เคทีซีเป็นตัวแทนแฟนเพจเฟซบุ๊ก “KTC Journey” มอบเงินจำนวน 20,000 บาท จากการจัดกิจกรรม “คำสอนของยายจำ” สมทบทุน “มูลนิธิเสถียรธรรมสถาน ร่วมสร้างหุบเขาโพธิสัตว์” ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้เชิญชวนให้แฟนเพจร่วมโพสต์ข้อคิดและแนวทางการดำเนินชีวิต จากท่านแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุต ที่ได้นำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน โดยทุก ๆ 1 คำสอน เคทีซีจะร่วมมอบเงินบริจาค 200 บาท สร้าง “ตารามมหาสุภู” ที่ประดิษฐานพระอารยตารามหาโพธิสัตว์ เพื่อสืบสานปณิธานการทำงานของท่านแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุต ณ เสถียรธรรมสถาน หุบเขาโพธิสัตว์ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดเพชรบุรี



• เคทีซีมอบเงินแก่มูลนิธิบ้านศรีชุมพาบาล

เคทีซีเชิญชวนสมาชิกเพจ “KTC Journey” ร่วมกันแชร์โพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับการกำจัดขยะชุมชนในอย่างถูกวิธี เนื่องในวันสิ่งแวดล้อมโลก โดยทุกการแชร์ 1 โพสต์ เคทีซีจะร่วมบริจาค 100 บาท ให้แก่มูลนิธิบ้านศรีชุมพาบาล กรุงเทพฯ เพื่อสนับสนุนโครงการช่วยเหลือและพัฒนาเด็กและเยาวชนสตรี



- **เคทีซีมอบเงินแก่มูลนิธิคณะทันตแพทยศาสตร์มหิดล**

เคทีซีเป็นตัวแทนเพจเฟซบุ๊ก “KTC Journey” มอบเงินสมทบทุนจำนวน 20,000 บาท ให้แก่มูลนิธิคณะทันตแพทยศาสตร์มหิดล จากการจัดกิจกรรม “ให้รอยยิ้มของเราส่งต่อฟันสวยให้กับผู้ยากไร้” เชิญชวนแฟนเพจร่วมโพสต์รูปรอยยิ้มใต้คอมเมนต์เพื่อเปลี่ยนเป็นเงินบริจาค



- **เคทีซีมอบหนังสือผ่านศูนย์รับบริจาคหนังสือและวารสาร ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข เพื่อส่งต่อโรงเรียนที่ขาดแคลน**

เคทีซีเป็นตัวแทนมอบหนังสือภาพ นิทาน วรรณกรรมเยาวชน หนังสือการ์ตูนเสริมความรู้ ทัศนะ หนังสือเตรียมสอบและแบบฝึกหัด รวมมูลค่ากว่า 21,142 บาท ซึ่งแฟนเพจเฟซบุ๊ก “KTC Journey” ได้ร่วมกันโหวตเลือกหนังสือบริจาค เนื่องในวันอ่านหนังสือโลก 6 กันยายน ภายใต้กิจกรรม “รวมพลังส่งต่อความรู้เพื่อน้อง” ผ่านศูนย์รับบริจาคหนังสือและวารสาร ห้องสมุดสตางค์ มงคลสุข เพื่อส่งต่อโรงเรียนที่ขาดแคลนและห่างไกล



- **เคทีซีมอบเงินแก่มูลนิธิสงเคราะห์สัตว์พิการ**

เคทีซีจัดกิจกรรมเชิญชวนสมาชิกแฟนเพจเฟซบุ๊ก “KTC Journey” ร่วมโพสต์รูปคู่กับสัตว์อะไรก็ได้ 1 รูป ใน KTC Journey เปลี่ยนเป็นเงินบริจาค เพื่อช่วยเหลือให้สัตว์พิการทั้งสุนัขและแมวได้มีชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องในวันสัตว์โลก (World Animal Day)



จำนวนเงินทั้งหมด
ที่บริจาค
20,000 บาท



- **เคทีซีบริจาคโลหิตแก่สภาอากาศไทย**

แม้สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 จะคลี่คลายลง แต่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภาอากาศไทยยังประสบปัญหาภาวะโลหิตขาดแคลนต่อเนื่อง เคทีซีจึงได้ร่วมกับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติจัดกิจกรรม “เคทีซีชวนคนสุขภาพดีเติมโลหิตให้เต็ม” เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานเคทีซีที่มีจิตอาสาได้เข้าบริจาคโลหิต ร่วมบรรเทาวิกฤตขาดแคลนโลหิตสำรองต่อเนื่องทุก 3 เดือน ภายใต้มาตรการป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 อย่างเข้มงวด เพื่อส่งมอบให้แก่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภาอากาศไทย นำโลหิตที่ได้รับบริจาคไปใช้หมุนเวียนในคลังโลหิต ช่วยต่อชีวิตเพื่อนมนุษย์ในสถานการณ์ต่าง ๆ



จำนวนโลหิตทั้งหมด
ที่บริจาค
92,700 ซีซี

การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชน



GRI 3-3

ประเทศไทยเป็นภาคีตราสารสนธิสัญญาหลักด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งรัฐมีหน้าที่ประกันว่าสิทธิที่กำหนดและสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานตามอนุสัญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศได้รับความคุ้มครองและไม่มีการละเมิด โดยบริษัทในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของภาคธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ เพื่อแสดงถึงการเคารพสิทธิมนุษยชนในระดับบุคคลและระดับสังคม เพื่อนำพาสังคมไปสู่ความยั่งยืน

นโยบายด้านสิทธิมนุษยชน

GRI 2-23, 412-1



การคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (Protect)

หน้าที่ของรัฐที่จะคุ้มครองมิให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนของภาคธุรกิจ รวมถึงรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ



การเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect)

ความรับผิดชอบของธุรกิจที่จะเคารพสิทธิมนุษยชนโดยหลีกเลี่ยงการกระทำที่ละเมิดหรือมีส่วนร่วมในการสร้างผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน

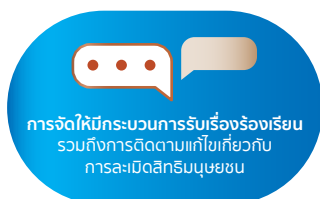


การเยียวยาผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน (Remedy)

การที่ผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจสามารถเข้าถึงการแก้ไขเยียวยา ฟันฟู ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งกลไกตามกระบวนการยุติธรรมและอื่น ๆ

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ธุรกิจกับสิทธิมนุษยชน [ออนไลน์]. 2565, แหล่งที่มา : <https://www.setsustainability.com/page/business-and-human-rights>

บริษัทจัดให้มีนโยบายด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ที่ได้รับอนุมัติและทบทวนโดยคณะกรรมการบริษัท โดยยึดหลักการปฏิบัติตามกฎหมายในประเทศและได้นำเอาหลักการชี้แนะว่าด้วยธุรกิจและสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights-UNGPs) มาปรับใช้ ภายใต้หลักการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (Protect) การเคารพสิทธิมนุษยชน (Respect) และการเยียวยาผลกระทบจากการละเมิดสิทธิมนุษยชน (Remedy) ครอบคลุมพนักงาน ลูกจ้าง และคู่ค้า ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมประเด็น ดังนี้



การจัดให้มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน รวมถึงการติดตามแก้ไขเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน



การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจากความเหมือนหรือความแตกต่าง



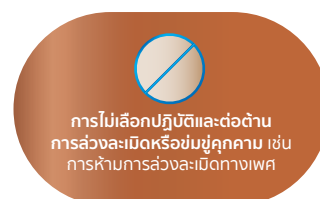
การไม่จ้างงาน ไม่ใช้แรงงานเด็ก ที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนด ไม่ใช้แรงงานบังคับ



การจัดให้มีกระบวนการคัดเลือกลูกค้า ด้วยกระบวนการที่โปร่งใส



การเคารพสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล และคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามสิทธิ ที่พึงได้รับตามกฎหมาย



การไม่เลือกปฏิบัติและต่อต้านการล่วงละเมิดหรือข่มขู่คุกคาม เช่น การห้ามการล่วงละเมิดทางเพศ

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

○ การดำเนินการด้านสิทธิมนุษยชน

กระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. คู่ค้า

บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบสิทธิมนุษยชนผ่านการเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการหรือสอบถามคู่ค้าตามแบบประเมินจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท



บริษัทเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า
จำนวน **17** ราย

ปี 2565



ผลการเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการ
ไม่มีการละเมิดสิทธิมนุษยชน
ที่เกิดจากคู่ค้า

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

2. กระบวนการทำงานภายในบริษัท

ในปี 2565 บริษัทจัดให้มีการประเมินความเสี่ยงในกระบวนการทำงานครอบคลุมสายงานทรัพยากรบุคคล หน่วยงานจัดซื้อจัดจ้าง และสายงานกำกับกฎระเบียบและข้อบังคับ ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงที่เกิดจากการจัดซื้อจัดจ้างที่ไม่เป็นธรรม การละเมิดการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ กระบวนการจ้างงานที่ไม่เหมาะสม การจ่ายค่าตอบแทน หรือ การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างไม่เป็นธรรม

ซึ่งอาจก่อให้เกิดการฟ้องร้อง การลาออก หรือการหยุดงานประท้วงได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน และการควบคุมสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ไม่เพียงพอ จนส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงาน อันเนื่องมาจากโรคภัย หรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการปฏิบัติงานได้

**ในปี 2565 การประเมินประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน
มี ระดับความเสี่ยงต่ำ และไม่พบประเด็นความเสี่ยง ที่มีนัยสำคัญ**

○ แนวปฏิบัติตามหลักสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อผู้สมัครงานและพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชนทั้งในเรื่องกฎหมาย แรงงาน อย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน ไม่แบ่งแยก และเคารพต่อความหลากหลายตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น การศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศหรือเพศสภาพ หรือความบกพร่องทางร่างกาย ตั้งแต่ในกระบวนการสรรหาพนักงาน และการว่าจ้าง การสร้างโอกาสในการทำงานแก่กลุ่มคนที่หลากหลายในสังคม การประเมินผลการปฏิบัติงาน จนถึงกระบวนการ

จ่ายค่าตอบแทน สวัสดิการของพนักงาน และการฟื้นฟูสภาพการเป็นพนักงาน

อีกทั้งยังมีข้อความระบุอย่างชัดเจนในระเบียบทรัพยากรบุคคล ห้ามมิให้ผู้บริหาร หรือผู้ซึ่งเป็นหัวหน้างาน ผู้ควบคุมงาน หรือผู้ตรวจงาน กระทำการล่วงเกินทางเพศต่อพนักงานซึ่งเป็นหญิงหรือเด็ก ซึ่งการล่วงเกินทางเพศนั้นไม่จำเป็นที่จะเป็นการล่วงเกินเพศชายหรือเพศหญิงหรือเด็กก็ตาม และรวมทั้งการล่วงเกินทาง

เพศระหว่างพนักงานไม่ว่าระดับเดียวกันหรือคนละระดับ ก็ถือว่าเป็นความผิดวินัยเกี่ยวกับความประพฤติ ทั้งนี้กรณีฝ่าฝืนระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานจะต้องถูกลงโทษตามความหนักเบา

ของความผิดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังต่อไปนี้ว่ากล่าวตักเตือนด้วยวาจา เตือนเป็นหนังสือ ลงโทษพักงานโดยไม่ได้รับค่าจ้าง เลิกจ้างโดยจ่ายค่าชดเชย เลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

บริษัทนำหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเป็นกรอบในการวางแผนการบริหารจัดการเพื่อจัดอบรมให้ความรู้และเสริมสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้กับพนักงานทุกกลุ่ม ทุกเพศเพื่อให้ได้รับโอกาสที่เท่าเทียม นอกจากนี้บริษัทได้นำเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้ามา

สอดแทรกในสื่อการเรียนรู้และแบบทดสอบในหลักสูตรนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้พนักงานได้ตระหนักรู้และหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิดในที่ทำงานอันจะเป็นการขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

บริษัทปฏิบัติตามกรอบการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) และแนวทางการให้สินเชื่ออย่างเป็นธรรม (Fair Lending) ครอบคลุมกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการขาย ระหว่างการขาย จนถึงบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินครบถ้วน

ถูกต้อง และได้รับการเสนอขายหรือให้บริการอย่างถูกต้องเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ รับฟังและแก้ไขข้อหาที่เกิดจากการให้บริการ รวมถึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจ ปลอดภัย และความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าในการใช้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

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

การปฏิบัติต่อคู่ค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับกระบวนการคัดเลือก หรือทบทวนการว่าจ้างคู่ค้าด้วยความโปร่งใส ตามแนวทางที่กำหนดไว้ในนโยบายการใช้บริการจากพันธมิตรทางธุรกิจหรือระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง โดยได้กำหนดปัจจัยเพื่อให้คู่ค้าประเมินตนเอง รวมถึงเข้าตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของคู่ค้า หรือสอบถามข้อมูลตามแบบฟอร์มจรรยาบรรณคู่ค้า ซึ่งครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่า

คู่ค้าของบริษัทมีการปฏิบัติที่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่เคทีซีกำหนด นอกจากนี้มีการปฏิบัติกับคู่ค้าตามสัญญา คำนึงถึงการเคารพสิทธิมนุษยชนของคู่ค้าให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด อีกทั้งคำนึงถึงการสนับสนุนเพื่อให้คู่ค้าได้มีการพัฒนาหรือเพิ่มทักษะการทำงานผ่านการอบรมหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับบริษัท

○ การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามสิทธิมนุษยชน

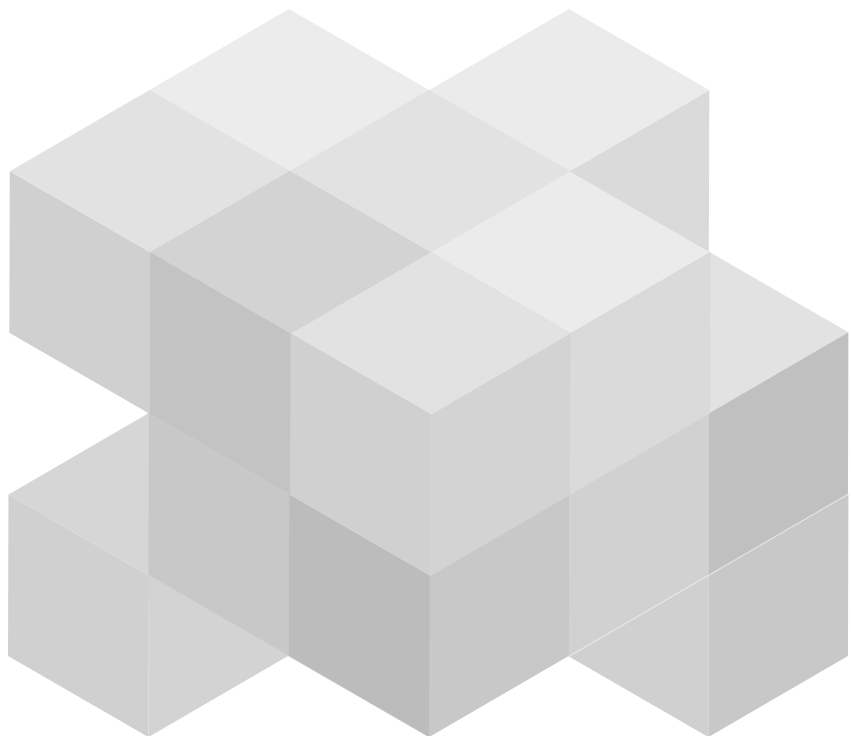
GRI 2-25

บริษัทจัดให้มีช่องทางการรับแจ้งกรณีผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ได้รับผลกระทบเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน รวมถึง กระบวนการพิจารณา การลงโทษ การป้องกัน การบรรเทาและเยียวยา ซึ่งเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจหรือระเบียบทรัพยากรบุคคล โดยพิจารณาตามแต่กรณี ทั้งนี้ บริษัทมีแผนการดำเนินงานเพื่อบรรเทาหรือลดผลกระทบเชิงลบด้านสิทธิมนุษยชน หากมีประเด็นความเสี่ยงที่อาจละเมิดการปฏิบัติที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน โดยในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำมีความโปร่งใส เป็นธรรม มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนได้

ทั้งนี้ สามารถพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามสิทธิมนุษยชนได้ที่ หัวข้อ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการดิสลินบน หัวข้อย่อย การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

การแจ้งเกี่ยวกับการ ละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน 0%

ด้วยการจัดให้มีนโยบาย ระเบียบปฏิบัติ รวมถึงการมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ในปี 2565 บริษัท
ไม่ได้รับแจ้ง รวมถึงไม่มีประเด็นที่อยู่ระหว่างการพิจารณาเกี่ยวกับกรณีละเมิดสิทธิมนุษยชน ทั้งจากพนักงาน คู่ค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น



การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล

GRI 3-3



เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน
ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ
ร้อยละ 77

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงาน
ต่อคนต่อปี มากกว่า 57 ชั่วโมงขึ้นไป

เป้าหมายปี 2565

ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน
ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ
ร้อยละ 75

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงาน
ต่อคนต่อปี เฉลี่ยเท่ากับ 40 ชั่วโมง

ผลการปฏิบัติงานปี 2565

ระดับความพึงพอใจและความผูกพัน
ของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับ
ร้อยละ 68

จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงาน
ต่อคนต่อปี เฉลี่ยเท่ากับ 64.38 ชั่วโมง

GRI 3-3

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ จึงให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหา การบริหารแรงงานด้วยความเคารพในความแตกต่างที่หลากหลาย บนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทจัดสรรผลประโยชน์ตอบแทน และสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาบุคลากร บริษัท กำหนดแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างความพร้อม ให้พนักงานสามารถเติบโตในหน้าที่การงานได้อย่างเหมาะสม อีกทั้ง

เตรียมความพร้อมด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การบริหาร จัดการและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้สร้างความภาค ภูมิใจ ขวัญกำลังใจ ความผูกพันองค์กร ความเป็นอยู่ที่ดีและความ มั่นคงในชีวิต เพื่อตอบสนองพนักงานที่ได้ทุ่มเทพลังกายและพลัง ความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ดีให้กับบริษัทเพื่อขับเคลื่อน ธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

GRI 2-30, 3-3, 401-1, 405-1

การสรรหาพนักงานและการว่าจ้าง

บริษัทวางแผนและบริหารจัดการอัตราค่าจ้างคนเพื่อประสิทธิภาพ และประโยชน์สูงสุด โดยกำหนดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถ เข้าร่วมงานกับบริษัท ทั้งนี้การสรรหาพนักงานบริษัทจะประกาศ รับสมัครและสรรหาพนักงานทดแทนอัตราว่างจากภายในบริษัท ก่อนเป็นหลัก หากพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่สามารถสรรหาบุคคล ภายในที่มีความเหมาะสมขึ้นมทดแทนได้ทันที หรือหากเป็นงาน ใหม่ที่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านและไม่สามารถสรรหา ได้จากภายใน จึงจะพิจารณารับสมัครบุคคลภายนอกตามความจำเป็น และเหมาะสมทางธุรกิจ โดยมีช่องทางและรูปแบบการสรรหา พนักงานที่หลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยน อย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล เช่น ผ่านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ โซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้แก่ Facebook, Line@, LinkedIn และเว็บไซต์ของบริษัท เป็นต้น

บริษัทพิจารณาสรรหาและคัดเลือกผู้มีความรู้ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การบริหาร จัดการและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้สร้างความภาค ภูมิใจ ขวัญกำลังใจ ความผูกพันองค์กร ความเป็นอยู่ที่ดีและความ มั่นคงในชีวิต เพื่อตอบสนองพนักงานที่ได้ทุ่มเทพลังกายและพลัง ความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ดีให้กับบริษัทเพื่อขับเคลื่อน ธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



การสรรหาบุคลากรภายนอกองค์กร

350 คน | คิดเป็น **94%**



การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร

24 คน | คิดเป็น **6%**

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลพนักงานได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การส่งเสริมความหลากหลายและการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมกัน

บริษัทปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ยอมรับการล่วงละเมิด โดยไม่นำเรื่องเพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ มาปิดกั้นโอกาสของบุคคลในการเข้าร่วมปฏิบัติงาน หรือเติบโตไปกับบริษัท และนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในทุกส่วนของงานของบริษัท นอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรฐานกฎหมายแรงงาน รวมถึงต่อต้านการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย ทั้งนี้กรณีพนักงานประสบปัญหาด้านสุขภาพ บริษัทจะปรับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบตามศักยภาพและความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกระทบกับสุขภาพของพนักงานน้อยที่สุด

เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทจัดเก็บ ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็น ทั้งนี้ บริษัทเคารพสิทธิในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคล ในโอกาสต่าง ๆ ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงไม่กำหนดเป้าหมายสัดส่วนพนักงานชาย หญิง พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+) หรือพนักงานที่พิจารณาว่าเป็นชนกลุ่มน้อยทางเชื้อชาติ ด้วยเชื่อว่าเป็นการแสดงถึงเจตจำนงในการสนับสนุนการเคารพสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายอย่างเป็นธรรมในสังคม

LGBTQI+

นอกจากนี้บริษัทยังสนับสนุนความเท่าเทียมในสังคม โดยดูแลสวัสดิภาพ คุณีชีวิตของพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศและคู่สมรสที่ไม่ได้จดทะเบียน อาทิ สวัสดิการประกันสุขภาพทุกระดับตำแหน่ง เงินสวัสดิการช่วยเหลือกรณีแต่งงานและกรณีครอบครัวเสียชีวิต การปฏิบัติที่เท่าเทียมต่อความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+)

นิสิต นักศึกษา

ตลอด 20 ปีที่ผ่านมา บริษัทได้จัดให้มีโครงการ KTC LEARN & EARN เพื่อสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพนิสิต นักศึกษา ผ่านการเรียนรู้การทำงานกับองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะเกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท เทคโนโลยี นวัตกรรม การคิดนอกกรอบ การสื่อสาร การเป็นผู้นำ ส่งเสริมการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ เปิดโลกทัศน์ประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจหาไม่ได้จากห้องเรียน เพื่อเตรียมพร้อมนิสิต นักศึกษาก่อนก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงาน และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่ นิสิต นักศึกษา (Learn & Earn) อันเป็นประโยชน์ต่อการทำงานในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง และเพิ่มโอกาสในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับสังคมได้อีกด้วย ทั้งนี้บริษัทได้มีการต่อยอดโครงการดังกล่าวเป็น โครงการ KTC COOP ที่เปิดโอกาสให้

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยว่าจ้างพนักงานที่บกพร่องทางร่างกายเข้ามาปฏิบัติงานในบริษัท ซึ่งสอดคล้องตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่มีเจตนาเพื่อคุ้มครองให้คนพิการมีงานทำ หรือประกอบอาชีพโดยมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยมีเป็นธรรมเนื่องจากสาเหตุทางกายและสุขภาพ ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานของรัฐและนายจ้าง หรือเจ้าของสถานประกอบการต้องรับคนพิการเข้าทำงานตามมาตรา 33 หรือส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามมาตรา 34 หรือเลือกดำเนินการให้สัมปทานและจัดจ้างเหมาะสมตามตามมาตรา 35

ในปี 2565 บริษัทว่าจ้างคนพิการ จำนวน 1 ราย และได้ส่งเสริมการจ้างคนพิการตามแนวทาง คือ การส่งเสริมอาชีพ โดยจัดจ้างเหมาะสมงานหรือจ้างเหมาบริการฝึกอบรม รวม 16 ราย เป็นการจ้างคนพิการทำงานนอกสถานประกอบการในชุมชน หรือองค์กรสาธารณประโยชน์ที่อยู่ในภูมิลำเนาของคนพิการเอง ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่คนพิการโดยตรง และช่วยให้คนพิการที่อยู่ห่างไกลได้รับโอกาสให้มีอาชีพอย่างทั่วถึง เพื่อสามารถพึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้บริษัทได้รับรางวัลองค์กรต้นแบบความยั่งยืนในตลาดทุนไทย ด้านสนับสนุนคนพิการ ระดับดีเด่นประจำปี 2565 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดความเหลื่อมล้ำด้านคนพิการในตลาดทุนไทยอย่างเป็นรูปธรรมและอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการส่งเสริม ESG สำหรับภาคธุรกิจในตลาดทุนไทยที่ครอบคลุมในทุกมิติ



นิสิต นักศึกษาทุกสาขาวิชาจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ได้นำความรู้ที่ได้จากห้องเรียนมาสู่การฝึกปฏิบัติงานจริง เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา โดยจะเริ่มในปี 2566

จำนวนนิสิต/ นักศึกษา

2546 - 2565

นิสิต นักศึกษาในโครงการ KTC LEARN & EARN	3,746
นิสิต นักศึกษาในโครงการ KTC LEARN & EARN ที่ได้ร่วมทำงานกับบริษัทหลังจากจบโครงการ	316

องค์ประกอบของพนักงานในปี 2565



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลพนักงานได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานที่มีศักยภาพสามารถเติบโตในตำแหน่งงานและเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถโอนย้ายงานตามความถนัดและความสนใจ และมีระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้ผลงานของพนักงานบรรลุเป้าหมายตามที่บริษัทได้ตั้งไว้ โดยมีการวางแผนกำหนดตัววัดผลการดำเนินงานเป้าหมาย และเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล รูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนที่ชัดเจนและมีการกำหนดไว้ตั้งแต่ต้นปี จะต้องมีความชัดเจนและสอดคล้องกับทิศทางตามกลยุทธ์ยุทธศาสตร์ของบริษัท โดยมีการนำรูปแบบการประเมินแบบตัวชี้วัดผลงาน Key Performance Indicator (“KPI”) ซึ่งได้พิจารณาให้สอดคล้องกับการประเมินตามแนวทางของ Balance Scorecard ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน มาใช้เป็นเครื่องมือกำหนดเป้าหมายการทำงานของพนักงาน โดยมีการตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ในการผลักดันให้พนักงานมีผลงานสูงขึ้น นอกจากนี้เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันภายในองค์กรและยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน บริษัทได้จัดให้มี KPI ที่ทั้งผู้บริหาร

และพนักงานทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบเพื่อให้การประเมิน KPI สะท้อนความมุ่งมั่นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น สัดส่วนเรื่องร้องเรียนเทียบกับอุตสาหกรรม การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ Market Conduct การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013, ISO/IEC 27701:2019 เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้ บริษัทได้นำรูปแบบการประเมินผล Core Value, Core Competencies ในรูปแบบ 360 องศา และการจัดอันดับเปรียบเทียบในแต่ละกลุ่มผลการประเมินของพนักงานจะพิจารณาจากภาพรวมของผลการประเมินการปฏิบัติงานของทุกสายงานทั้งบริษัท เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนดในรูปแบบ Bell Curve มาใช้เป็นองค์ประกอบในการประเมินอีกด้วย ทั้งนี้การเชื่อมโยงผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานไปใช้ในการพิจารณาผลตอบแทนให้แก่พนักงานทั่วทั้งองค์กร เพื่อพิจารณากำหนดการปรับเงินเดือน ค่าตอบแทนพิเศษ รวมถึงการพิจารณาเลื่อนระดับที่ชัดเจน และมีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้เป็นประจำ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานดี มีความมุ่งมั่นในการทำงาน โดยพนักงานทุกระดับของบริษัทได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานครบถ้วนร้อยละ 100

GRI 201-3, 401-2

การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน

บริษัทดำเนินการตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยมุ่งเน้นการจ่ายผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม เสมอภาคตามประสิทธิภาพ ความสามารถของพนักงานอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน โดยมีสายงานทรัพยากรบุคคลทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย ทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการที่พนักงานพึงได้รับ และร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลที่มีชื่อเสียงดำเนินการสำรวจการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเป็นประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มา

ประกอบการพิจารณาปรับปรุงค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมรวมถึงมอบสวัสดิการต่าง ๆ เช่น กองทุนเงินทดแทน กองทุนประกันสังคม และโครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังจากออกจากงาน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานให้แก่พนักงานกองทุนสำรองเลี้ยงชีพลักษณะ Employee Choice ให้พนักงานสามารถเลือกนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเมื่อเกษียณอายุและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยสามารถเปลี่ยนนโยบายการลงทุนได้ตลอดระยะเวลาของการเป็นสมาชิก เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้จัดสวัสดิการสนับสนุนพนักงานต่าง ๆ ดังนี้



พนักงานประจำ

พนักงานสัญญาจ้าง



สวัสดิการ:

เงินเดือน | ค่ารักษาพยาบาล | ค่าล่วงเวลา | ฝึกอบรม/ พัฒนาพนักงาน
 เงินช่วยเหลือเพื่อจัดการงานศพ | เงินช่วยเหลือกรณีคลอดบุตร | ตรวจสอบสภาพประจำปี
 เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานสมรส | กระเช้าเหี่ยมไม้ | กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ*

*สำหรับพนักงานประจำ



ความยืดหยุ่นด้านชั่วโมงทำงาน

มีการจัดเวลาทำงานแบบยืดหยุ่นให้พนักงานสามารถเลือก
 เวลาเข้า-ออกงานได้ภายในกรอบเวลาที่บริษัทกำหนด
 โดยเฉพาะช่วง COVID-19 เท่านั้นเพื่อเป็นการลดความแออัด
 ในสำนักงานและลดความแออัดต่อการเดินทาง
 ในชั่วโมงเร่งด่วน



ความยืดหยุ่นด้านสถานที่ทำงาน

เพื่อป้องกันและลดการแพร่กระจายในสถานการณ์ COVID-19
 บริษัทประกาศเตรียมการต่าง ๆ รวมถึงการทำงานจากที่บ้าน
 (Work from Home) โดยบริษัทจัดเตรียมอุปกรณ์ ระบบ
 และขั้นตอนการทำงานให้พร้อมสนับสนุนพนักงาน
 ในทุกสถานการณ์

สวัสดิการกรณีคลอดบุตร



วันลาเพื่อคลอดบุตร

การให้พนักงานหญิงที่ตั้งครรภ์มีสิทธิลาเพื่อคลอดบุตรได้
 ไม่เกิน 98 วัน รวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตรด้วย
 โดยได้รับค่าจ้างตลอดระยะเวลาที่ลา แต่ไม่เกิน 60 วัน
 โดยนับรวมวันหยุดที่มีในระยะเวลา ซึ่งมากกว่าที่กฎหมาย
 กำหนด ไว้ที่ 45 วัน



กรณีเปลี่ยนงานเพื่อหญิงตั้งครรภ์

กรณีพนักงานซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์มีใบรับรองแพทย์แผนปัจจุบัน
 ขึ้นหนึ่งเพื่อรับรองว่าไม่อาจทำงานในหน้าที่เดิมต่อไปได้ และให้พนักงาน
 นั้นมีสิทธิขอให้บริษัทเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราวได้ก่อน
 หรือหลังคลอดได้ โดยบริษัทจะพิจารณาเปลี่ยนงานที่เหมาะสม
 ให้แก่พนักงานหญิงนั้นตามสมควร



การจัดหาห้องให้นมบุตร

การจัดหาห้องพยาบาลเป็นห้องให้นมบุตร
 เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของแม่และเด็ก



การให้เงินขวัญถุง

การให้เงินขวัญถุงสำหรับพนักงานผู้ชาย
 ที่ภรรยาคลอดบุตรเป็นจำนวนเงิน 2,000 บาท
 ต่อบุตร 1 คน สูงสุด 5 คน

เสรีภาพในการสมาคมหรือแสดงความคิดเห็น (Freedom of Association)

GRI 2-30

โดยคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ มีหน้าที่ดังนี้ ร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง

คณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ ประกอบด้วย



- เปรียบเทียบจำนวนพนักงานทั้งหมดที่ได้รับความคุ้มครองโดยคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการร้อยละ 100
- จัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการ มีตัวแทนพนักงานร่วมเป็นกระบอกเสียงในการพิจารณาข้อตกค้างที่อาจส่งผลกระทบต่อในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานได้รับสิทธิและสวัสดิการที่ดี มีขวัญและกำลังใจในการสร้างความผูกพันกับองค์กร และมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าของบริษัทต่อไป
- ตรวจสอบ ควบคุม ดูแล การจัดสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง
- ให้คำปรึกษาหารือ และเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง
- เสนอข้อคิดเห็น และแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อคณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน
- ให้พนักงานมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองภายใต้บทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญและกฎหมาย

การเลิกจ้าง

บริษัทมีระเบียบและขั้นตอนการเลิกจ้างที่ชัดเจนเป็นไปตามกฎหมาย ทั้งในกรณีการลาออก การเกษียณอายุ การแจ้งล่วงหน้า การจ่ายค่าชดเชย เป็นต้น

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

GRI 404-2

องค์กรแห่งการเรียนรู้

เคทีซีเป็นองค์กรที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Culture) ซึ่งส่งเสริมให้พนักงานทุกคนพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยมีการกำหนดเป้าหมายในการจัดอบรมพัฒนาหรือดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงานเป็นประจำทุกปี

การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

1. หลักการในการวางแผนพัฒนาบุคลากร

บริษัทมีเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น Job Profile, Competency, Core Values รวมถึงการจัดทำและวิเคราะห์ People Analytics เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและการพัฒนาบุคลากร เช่น การวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ การสรรหาและการว่าจ้าง การวิเคราะห์ช่องว่างทางทักษะ การระบุความเสี่ยงในการรักษาพนักงาน การวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ความฉลาดทางการแข่งขัน และการวิเคราะห์เครือข่ายองค์กร เป็นต้น

2. 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 และการแข่งขันในตลาดแรงงานด้วยแนวทางดังกล่าวทำให้เคทีซีสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้ดีขึ้น เช่น การขยายช่องทางรับสมัครพนักงาน การส่งมอบ “Happiness by Design” ตอบแทนพนักงานได้ทั้งรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน การฝึกอบรมที่ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย สร้างบรรยากาศและระบบนิเวศแห่งการเรียนรู้ที่หล่อตัวทั่วทั้งบริษัท สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงานตลอดระยะเวลาที่ร่วมงานกับ บริษัท และยกระดับความผูกพันกับองค์กร เพื่อให้บริษัทเป็น “Happy Workplace” ให้กับพนักงานปัจจุบันและผู้สมัครที่มีศักยภาพต่อไป

3. การเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ

บริษัทได้วางแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับ ไม่จำกัดสิทธิในการเรียนรู้โดยพนักงานสามารถขอเข้ารับการอบรม ได้ทั้งหลักสูตรภายใน ภายนอกองค์กร และทุกแพลตฟอร์ม นอกจากนี้บริษัทได้นำนโยบายการดำเนินธุรกิจเข้ามาเป็นส่วนสำคัญ ในการจัดหาคourses และหลักสูตรต่าง ๆ ที่ส่งเสริม ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะ (Competency) ที่สำคัญ จำเป็น

และเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบในตำแหน่งของ พนักงานและเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และ มาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงจัดทำ Learning & Development Master Plan ประจำปี เพื่อ Upskill - Reskill และ Build & Bridge ความสามารถ เติบโตเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้แข็งแกร่ง ดังนี้

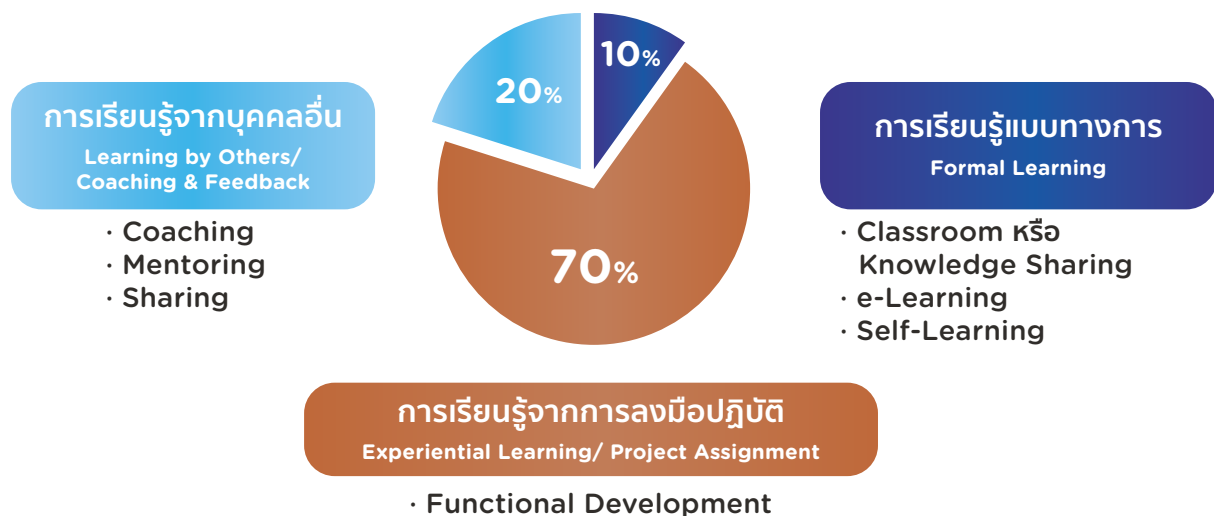
3.1 วิธีการเรียนรู้

เคทีซีมีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกคนทุกระดับ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ (Competency) ที่สอดคล้องกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีความพร้อม ในการตอบสนองตามทิศทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อม ทางสังคมและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล

ตลอดปี 2565 บริษัทจัดให้มีการฝึกอบรมสัมมนาภายในองค์กร ศึกษาดูงานกับสถาบันภายนอกทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการจัดโครงการและกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ รวมถึงการ แลกเปลี่ยนและเรียนรู้ระหว่างกันภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ (Knowledge Sharing) มีการจัด Internal Coach เพื่อพูดคุย ค้นหาศักยภาพของพนักงาน การจัดตั้งชุมชนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

(Community of Practice: COP) การแบ่งปันความรู้ในงานจากผู้เชี่ยวชาญในสายงานต่าง ๆ โดยใช้ชื่อโครงการว่า KTC Made การมุ่งหาความรู้หรือเทรนด์ใหม่ ๆ มาให้พนักงานได้อัปเดทผ่าน Platform KTC UNITE และการมีสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเรียนรู้ได้ anywhere anytime any device จากช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (e-Learning) ในการอำนวยความสะดวกให้พนักงานมีแหล่ง ความรู้ที่สามารถเข้าถึงและพัฒนาตัวเองได้ง่าย

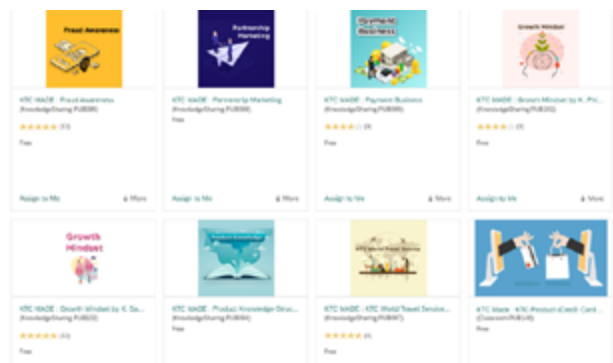
เคทีซีส่งเสริม KTC Learning Culture โดยเปิดโอกาสให้พนักงาน เลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง (Blended Learning 70:20:10) โดยองค์กรได้รวบรวมองค์ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาให้พนักงานที่สนใจได้เข้าร่วมเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้



1) การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ

(Experiential Learning/ Project Assignment)

“KTC Made” คือ การให้ความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ จากผู้เชี่ยวชาญในงานนั้น ๆ ให้กับพนักงานที่สนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงานของแต่ละสายงาน ส่งต่อ ความรู้ที่เป็น Functional Knowledge โดยเน้นรูปแบบ การ Sharing ถาม ตอบ พูดคุยกัน ซึ่งได้รับความสนใจ และการตอบรับจากพนักงานเป็นอย่างมาก



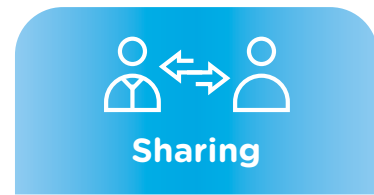
2) การเรียนรู้จากบุคคลอื่น (Learning by other/ Coaching & Feedbacks)



กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างโค้ช (Coach) ซึ่งเป็นเพื่อนชวนคิด หรือปลดล็อกบางอย่างในตัวผู้รับการโค้ช (Coachee) ให้มีศักยภาพสูงขึ้น ผ่านวิธีการ และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับการโค้ชได้เรียนรู้ ตระหนักในตัวเอง ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการลงมือปฏิบัติด้วยความคิด ความเข้าใจ ความถนัด และความสามารถของผู้รับการโค้ชเอง ในกรณีที่ซีมีการพัฒนาผู้บริหารให้เป็น Internal Coach จำนวน 41 คน และเปิดโอกาสให้พนักงานที่สนใจจะเข้าร่วม Coaching Session กับ Internal Coach



กระบวนการสอนงานในระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) เป็นการสอนงานโดยให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้น ๆ ให้ความรู้ คำปรึกษาและคำแนะนำช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงานโดยมุ่งเน้นการบอกวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมตลอดจนขั้นตอนและแนวทางแก้ไขปัญหาโดยใช้ประสบการณ์ความรู้ความสามารถของพี่เลี้ยง ถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ Mentor จะต้องดูแลทั้งความเป็นอยู่หรือการใช้ชีวิตระหว่างการทำงานในองค์กรนี้ด้วย



กระบวนการเรียนรู้งานในรูปแบบที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกันมารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมสร้างความเข้าใจ หรือพัฒนาแนวปฏิบัติในเรื่องนั้นๆ ปัจจุบัน เครือข่ายกิจกรรม Sharing ทั้งในเชิงแบ่งปันความรู้ และเรื่องราวประสบการณ์ที่น่าสนใจ หรือการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และเกิดผลสำเร็จ

3) การเรียนรู้แบบทางการ (Formal Learning)



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



เน้นทักษะการบริหารจัดการเวลาด้วยตัวเองเพื่อให้สามารถเรียนรู้ในรูปแบบ e-Learning ทั้งผ่านระบบ SAP Success Factor หรือ Learning Platform จากสถาบันชั้นนำได้ทุกที่ ทุกเวลา (anywhere and anytime) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับพนักงานที่สนใจเรียนรู้แต่มีข้อจำกัดที่หลากหลาย และมีอุปสรรคด้านกายภาพในการเข้าถึงการเรียนรู้ ให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้อย่างเท่าเทียม โดยการเรียนรู้ในรูปแบบ e-Learning จะเน้นหลักสูตรหัวข้อการบริหารจัดการ หรือ Managerial Skill



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

3.2 หลักสูตรการอบรมที่โดดเด่นในปี 2565

หลักสูตรที่ 1: Professional Manager Program

“หัวหน้างาน” เป็นผู้ที่มีความสำคัญในองค์กร เพราะนอกจากจะต้องบริหารเป้าหมายของทีมและขององค์กรแล้ว ยังต้องบริหารผู้ใต้บังคับบัญชาในทีมในการสื่อสารให้ทิศทางการทำงาน รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพของทีมให้มีความรู้ ความสามารถอย่างต่อเนื่องอีกด้วย จึงจัดให้มีการอบรมหลักสูตร Professional Manager Program ซึ่งมีผู้เข้าอบรมจำนวน 143 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. เพื่อสร้างแนวความคิดการเป็นหัวหน้างานคุณภาพ โดยการเริ่มต้นที่การพัฒนาตัวเองในการเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ที่ท้าทาย
2. เพื่อเสริมสร้างทักษะที่สำคัญในการเป็นหัวหน้างาน ให้หัวหน้างานได้นำไปปรับใช้และเป็นที่ยอมรับของทีมงาน
3. เพื่อให้หัวหน้างานสามารถนำเทคนิคการบริหารทีมงานในรูปแบบต่าง ๆ ไปใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละเหตุการณ์
4. เพื่อยกระดับทักษะ People Manager ให้กับหัวหน้างาน ในการเป็นหัวหน้างานที่มีคุณภาพ เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองในฐานะเป็นผู้นำทีม ที่ต้องบริหารงาน บริหารเวลา และบริหารคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นในเรื่อง Mindset ของการเป็นหัวหน้างานในระดับ Middle Management ที่ต้องบริหารความคาดหวังของผู้บริหารระดับบน และระดับผู้ใต้บังคับบัญชา นอกจากนี้ต้องสามารถบริหารจัดการงานและเวลาอย่างมีประสิทธิภาพให้ได้ตามเป้าหมาย และภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ (อย่างจำกัด) และสิ่งสำคัญที่สุดคือ ทีมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาต้องสามารถนำพาทีมไปสู่ความสำเร็จในรูปแบบต่าง ๆ และให้ได้ใจทีม



ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ:



1. เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของหัวหน้างาน และสามารถสร้างการยอมรับได้
2. สามารถนำพาทีมถึงเรื่องผลการปฏิบัติงาน และคุณภาพงานไปสู่เป้าหมายได้
3. เรียนรู้การบริหารผู้ใต้บังคับบัญชา

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ:



1. สร้างผลงานที่มีคุณค่าได้
2. สร้างคนและทีมงานที่มีคุณภาพ

หลักสูตรที่ 2: Knowledge Sharing ความรู้จากผู้บริหารที่ได้เข้าร่วมหลักสูตรจากสถาบันชั้นนำต่างประเทศ

ผู้บริหารได้เข้าร่วมสัมมนากับสถาบันชั้นนำระดับโลก IMD (International Institute for Management Development) และมีการนำความรู้ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือการต่อยอดความรู้ให้เกิดประโยชน์ในงาน เพื่อเป็นการส่งต่อความรู้และแชร์ประสบการณ์ มีการจัด Knowledge Sharing 2 หัวข้อคือ How Business to Deal with Change และ Structure Problem Solving ซึ่งได้รับการตอบรับจากพนักงานเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้เข้าอบรมจำนวน 147 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

หัวข้อ How Business to Deal with Change

1. สร้างความตระหนักรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและผลกระทบกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน
2. ความจำเป็นที่องค์กรจะต้องมีการทำ Forward Looking เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือเทรนด์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น
3. กรณีศึกษาของบริษัทที่ล้มเหลวในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ จากหลาย ๆ สาเหตุ
4. ภาพรวมเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารจัดการเพื่อสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ทัน่วงที



หัวข้อ Structure Problem Solving

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ที่องค์กรจะต้องพิจารณา Strategic Decision Making อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ โดยพิจารณาในหลาย ๆ ปัจจัยประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

1. ระดับการเข้ามามีส่วนร่วมของ Stakeholder ในขบวนการตัดสินใจที่เหมาะสม
2. ความจำเป็นของการตั้งคำถามที่ดีเพื่อให้ได้มาซึ่ง Input ที่จำเป็นที่จะใช้ในการประกอบการตัดสินใจ
3. การเลือกใช้ Decision Making Style ที่เหมาะสม
4. การแก้ปัญหาและตัดสินใจอย่างเป็นระบบ



ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ:



1. เรียนรู้หลักการวิเคราะห์ปัญหาและการตัดสินใจ
2. มีการวิเคราะห์และการตัดสินใจที่เป็นระบบ

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ:



1. ไม่เกิดปัญหาหรือมีผลกระทบที่ร้ายแรง
2. ป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

หลักสูตรที่ 3: Online Learning

การเรียนออนไลน์ (Online-Learning) คือรูปแบบการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะผ่านเทคโนโลยีที่เชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาโปรแกรม สื่อการสอนออนไลน์ หรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ต่าง ๆ เคทีซีได้ร่วมกับสถาบันการเรียนรู้ชั้นนำ Beyond Training ในการคัดเลือกหัวข้อการอบรมจำนวน 30 หลักสูตรที่เหมาะสมตรงกับ KTC Core Competency ทั้ง 6 ตัว และมีเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นด้านการบริหารตนเอง บริหารคน และบริหารทีม อีกทั้ง Platform ยังมีความสะดวก ใช้งานง่าย และมีการสอบวัดผลทั้งก่อนและหลังเรียนเพื่อวัดความเข้าใจของพนักงานด้วย

พนักงานที่ได้เข้าร่วมเรียนรู้ใน Platform นี้มาจากการร่วมกิจกรรมหรือแคมเปญขององค์กร อาทิ กลุ่มพนักงานที่มีจำนวนชั่วโมงการเรียนรู้สูงสุด และสมัครเข้าร่วมด้วยตนเอง โดยทุกคนมีส่วนร่วมและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลผ่าน Dashboard ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นการเรียนรู้อีกทางหนึ่ง โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมทั้งหมด 260 คน

หลังจากที่มีการเรียนรู้ผ่าน Online Learning แล้วนั้น องค์กรยังเน้นย้ำในเรื่องการส่งต่อองค์ความรู้ จึงได้จัดให้มีการแบ่งปันและร่วมพูดคุยถึงสิ่งที่ได้เป็นประโยชน์และนำไปปรับใช้ด้วยผ่าน Knowledge Community ใน KTC UNITE



ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ:



1. Upskill และ Reskill
2. นำมาปรับใช้ในการทำงาน ให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ:



1. สร้าง Learning Culture
2. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กร

หลักสูตรอื่น ๆ เคทีซีจัดหลักสูตร Online ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและประเมินความรู้ ความเข้าใจตลอดปี 2565 ดังนี้

หลักสูตรนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance Policy & Code of Conduct)			
ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเคารพสิทธิมนุษยชน			
	ประโยชน์ - พนักงานมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านคอร์รัปชัน - ไม่มีรายงานการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร - พนักงานมีการปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์ การให้/รับของขวัญ เป็นต้น		
	เกณฑ์ชี้วัด ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ผลการประเมิน ร้อยละ 100	ผู้เข้าร่วมอบรม ร้อยละ 100
หลักสูตรข้อควรรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม หรือ Market Conduct ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย			
	ประโยชน์ - พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ของ Market Conduct - พนักงานมีความตระหนักในเรื่องของการเสนอขายหรือให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ Market Conduct - พนักงานสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ		
	เกณฑ์ชี้วัด ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ผลการประเมิน ร้อยละ 100	ผู้เข้าร่วมอบรม ร้อยละ 100
หลักสูตรการอบรมในมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (ISO/IEC 27001:2013) และมาตรฐานการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (ISO/IEC 27701:2019)			
	ประโยชน์ - พนักงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย - พนักงานให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล		
	เกณฑ์ชี้วัด ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ผลการประเมิน ร้อยละ 100	ผู้เข้าร่วมอบรม ร้อยละ 100
หลักสูตรการตระหนักถึงการบริหารความเสี่ยง (Risk Awareness)			
ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับนิยามความเสี่ยง กระบวนการบริหารความเสี่ยง ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยงต่อเนื่องทางธุรกิจ และการสื่อสารผ่าน Communication Tree รวมไปถึงความรู้เรื่องการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน			
	ประโยชน์ - พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงองค์กร - บริษัทสามารถควบคุมความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงการบริหารความเสี่ยงที่เริ่มจากพนักงานเอง		
	เกณฑ์ชี้วัด ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด	ผลการประเมิน ร้อยละ 100	ผู้เข้าร่วมอบรม ร้อยละ 100

หลักสูตร AML/ CFT & WMD

หลักสูตรที่ให้ความรู้เรื่องกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ทั้งพนักงานทั่วไปและพนักงานที่ต้องเข้ารับการอบรมตามกฎหมาย



ประโยชน์

- พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกฎหมายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

เกณฑ์ชี้วัด

พนักงานที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรมตามระเบียบทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 70 ขึ้นไป

พนักงานทั่วไปที่เข้าอบรมทั้งหมดได้คะแนนร้อยละ 85 ขึ้นไป

ผลการประเมิน

ร้อยละ
100

ผู้เข้าร่วมอบรม

ร้อยละ
100

นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้

บริษัทได้พัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่

1. KTC UNITE: แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้

“KTC UNITE” เป็นช่องทางการสื่อสารภายใน เพื่อพูดคุย แบ่งปันข่าวสารที่สำคัญ เช่น นโยบายหรือสารสนเทศจากผู้บริหาร การแนะนำและเชิญชวนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่สะท้อน Core Values และ Core Competency สร้างให้เกิดความผูกพัน

ในองค์กร เพื่อเป็นช่องทางการแบ่งปันความรู้ทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กร มีการสร้าง Knowledge Community ในเรื่องต่าง ๆ ที่บริษัทกำลังให้ความสนใจ หรือเรื่องที่เป็นกระแสที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน



โปรดีดีมิตรรวม



KTC INFLUENCER CLUB



KTC JOURNEY



2. ระบบ SAP: แพลตฟอร์มเพื่อบันทึกเวลาเรียน

บริษัทได้จัดให้มีระบบ Learning Management System (LMS) ซึ่งเป็น Module หนึ่งใน SAP Success Factor เพื่อบริหารจัดการ การเรียนรู้ อบรมพัฒนาของพนักงานในบริษัท รวบรวมหลักสูตร

ที่น่าสนใจทั้งด้าน Soft Skill และ Managerial Skill มาอัปเดตใน LMS ให้พนักงานค้นหาเพื่อเรียนรู้ รวมทั้งเก็บข้อมูลการอบรมพัฒนาต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์การพัฒนาพนักงานในองค์กรได้อีกทางด้วย



สรุปข้อมูลชั่วโมงอบรมในปี 2565

GRI 404-1

ด้วยแพลตฟอร์มการเรียนรู้ KTC UNITE จากหลักสูตรต่าง ๆ ที่เลือกสรรมาให้พนักงาน และการเชื่อมโยงแหล่งการเรียนรู้ภายนอก เช่น Mind DOJO, SET, Beyond Training และ Skill Lane เป็นต้น พนักงานสามารถเลือกเรียนได้ตามความสนใจประกอบกับ

การรณรงค์ให้พนักงานเรียนรู้แบบ Self – Learning และให้มีการเก็บประวัติการฝึกอบรม โดยมีแคมเปญ “Top Learner” ส่งผลให้จำนวนค่าเฉลี่ยชั่วโมงการอบรมของพนักงานเพิ่มขึ้นจาก 57.04 ชั่วโมงในปี 2564 เป็น 64.38 ชั่วโมงในปี 2565 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน	2565
ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานประจำ	64.38 ชั่วโมง/ คน/ ปี
จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้น ๆ	1,689 คน
จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด	108,744 ชั่วโมง

หมายเหตุ ข้อมูลแสดงถึงจำนวนของพนักงานที่เข้าอบรมจากหัวข้องการอบรมที่นำเสนอให้กับพนักงานร้อยละ 100 ของบริษัท

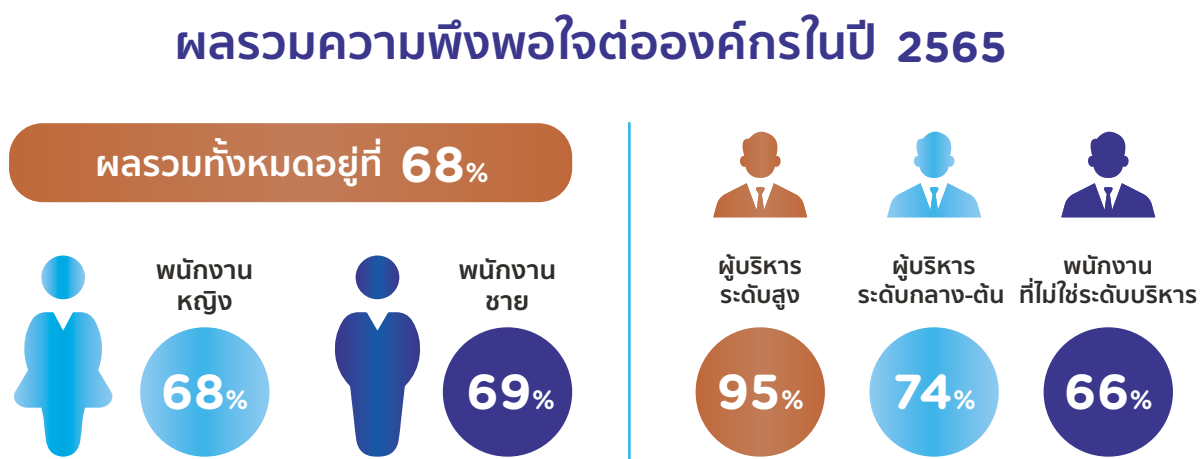
การใส่ใจและรักษาพนักงาน

1. การวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) ด้วยการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยเชิญพนักงานให้ความเห็นผ่านแบบสำรวจโดยระบบของผู้ประเมินภายนอกที่แบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 6 ลำดับ ทำให้พนักงานมีความสบายใจในการให้ข้อมูลเนื่องจากไม่แสดงผลการสำรวจเป็นรายบุคคล บริษัทสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันให้พนักงานทั่วทั้ง

องค์กรรับทราบผ่านทางอีเมล และนำผลไปปรับปรุง พัฒนา และบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้พนักงานมีชีวิตที่ดี มีความสุข (Happy Workplace) ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ ให้เกิดความภาคภูมิใจ อยากทำงานอยู่กับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี (Employer Branding) ต่อสายตาคนภายนอกให้อยากมาร่วมงานกับบริษัทอีกด้วย (Employer of Choice)

2. ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร ประจำปี 2565



พนักงานทั้งหมดได้เข้าร่วมวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด โดยผลคะแนนความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร หรือ Employee Engagement Survey ในปีนี้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 76 ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้รับอยู่ที่ร้อยละ 68 แต่มีแนวโน้มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2564 ที่ได้คะแนนอยู่ที่ร้อยละ 66 ทั้งนี้ยังคงเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ COVID-19 ที่แม้ว่าจะเริ่มมีการผ่อนคลายมาตรการในระดับหนึ่งแต่ยังคงมีผลกระทบต่อความรู้สึกตลอดจนรูปแบบการทำงานที่ปรับเปลี่ยนจากการ Work from Home เข้าสู่การทำงานเต็มรูปแบบตามปกติ เป็นเหตุให้มีแนวโน้ม

2.1 ด้าน Work/ Life Balance

บริษัทยังคงให้ความสำคัญกับสุขภาพของพนักงาน โดยบริษัทยังคงปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด และในเรื่องความเครียดได้มีการจัดกิจกรรม เช่น การเชิญแพทย์/วิทยากรด้านจิตวิทยา มาให้ความรู้ด้านการจัดการความเครียด และการบริหารจัดการอารมณ์ให้กับพนักงาน อีกทั้งยังมีการณรงค์

2.2 ด้าน Enabling Infrastructure

บริษัทได้มีการปรับปรุงยกระดับระบบโครงข่ายเพื่อการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ และมีปรับปรุงสถานที่ทำงานเพื่อลดความแออัด เพิ่ม Facility ที่สะดวกสบาย เอื้อต่อการทำงานมากยิ่งขึ้น

2.3 ด้าน Career Opportunity บริษัทได้มีการปรับโครงสร้างตำแหน่งงาน

เพื่อยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันในปี 2566 บริษัทยังคงเน้นย้ำเรื่องการสื่อสาร และการรับฟังพนักงานผ่าน Communication Channel ขององค์กร ทั้งช่องทาง Online บน Platform KTC UNITE และรายการ “CEO Live Talk” ซึ่งจัดเป็นประจำทุกเดือนผ่านช่องทางออนไลน์ กับช่องทางออนไลน์ เพื่อรับฟังเสียงจากพนักงานด้วยการเปิดโอกาสให้พนักงานเข้าร่วมการ Live ได้ซักถามและพูดคุยกับ CEO แบบสด ๆ ตลอดจนการฝากคำถามผ่านระบบเพื่อให้ CEO หรือผู้บริหารได้ตอบข้อซักถามเพื่อสร้างความเข้าใจอีกด้วย และเพื่อให้พนักงานได้เห็นเส้นทางการเติบโตในอาชีพของตนเพื่อเตรียมการพัฒนา ซึ่งทั้งหมดนี้คาดว่าจะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นต่อไป

ผลลัพธ์ความพึงพอใจและความผูกพันองค์กรลดลง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 - 4 ของปี 2565 ที่มีผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งตลาดและโอไมครอน ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานที่ต้องจัดการกับความสมดุลในชีวิตครอบครัวและการทำงานล้วนสร้างความเครียดและความกังวลในด้านความเปลี่ยนแปลง และความปลอดภัยด้านสุขภาพทั้งของตนเองและครอบครัว ความมั่นคงทางหน้าที่การงานของพนักงาน (Psychological Safety) อย่างไรก็ตามตลอดปี 2565 บริษัทได้มีโครงการปรับปรุงพัฒนาเพื่อยกระดับผลความผูกพันตามแผนที่ได้ตั้งไว้ เช่น

เรื่อง Psychological Safety ในที่ทำงานซึ่งเป็นหนึ่งในการสร้างวัฒนธรรม Trusted Organization ภายในองค์กร ตลอดจนการจัดกิจกรรมสร้างความผ่อนคลายผ่านทาง Platform Online เป็นประจำทุกเดือน รวมถึงกิจกรรม Offline เช่น การแข่งขันฟุตบอลประจำปี งาน Staff Party โดยดำเนินการภายใต้แนวทางการปฏิบัติของคณะกรรมการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด เป็นต้น

บริษัทยังคงนำผลการประเมินความผูกพันมาทำการวิเคราะห์ผลสำรวจ จัดทำแผนปฏิบัติงานทั้งในระดับองค์กรและระดับสายงาน ลงไปถึงหน่วยงานย่อย มีการเดินสายรายงานผลคะแนน วิเคราะห์ผลและนำเสนอแนวทางการจัดการ (Solutions) กับผู้บริหาร และกำหนดผู้แทนทุกสายงานให้เป็นผู้จัดกิจกรรมสร้างความผูกพัน (People Champion) เพื่อเป็นผู้แทนการรับฟังและเสนอแนะข้อคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรม การสื่อสารที่ตรงกับความต้องการของพนักงานที่หลากหลาย มีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมและแผนงานที่ควรทำเพิ่มเติม รวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจและความผูกพันเพิ่มขึ้น โดยมี HR Business Partner เป็นผู้ให้คำปรึกษา และให้การสนับสนุนอย่างใกล้ชิด

การจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

บริษัทมีโครงการจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) เพื่อเป็นการวางแผนสรรหาและเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับ 2 ส่วนด้วยกัน คือผู้ที่จะมาทดแทนหรือดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง (Key Position) และตำแหน่งงานสำคัญที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร (Critical Position) ซึ่งทั้งสองส่วนจำเป็นจะต้องมีผู้ดำรงตำแหน่งอยู่ตลอด

เพื่อให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก ขั้นตอนและกระบวนการในการสรรหาคัดเลือกจำเป็นที่จะต้องทำอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ และได้รับการเห็นพ้องต้องกัน โดยในเบื้องต้นได้มุ่งเน้นการคัดเลือกจากคนภายในที่มีประสบการณ์ และผลงานเป็นที่ยอมรับ จากนั้นมีการพัฒนาความรู้และภาวะผู้นำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีความพร้อมในด้านการบริหารจัดการคนเพื่อที่จะสานต่อพันธกิจขององค์กร เป็นการสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการที่ดี ที่มุ่งรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย พันธมิตรทางการค้า และลูกค้าของบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และหัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การดูแลสุขภาพและความปลอดภัย ในสภาพแวดล้อมการทำงาน



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน ⁽¹⁾ 0%	อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน ⁽¹⁾ 0%	อัตราการขาดงานของพนักงานจากการทำงาน ⁽¹⁾ 0%
จำนวนอุบัติเหตุ (Incident) ที่เกิดจากการทำงานที่ได้รับรายงาน ⁽²⁾ เป็น 0	จำนวนอุบัติเหตุ (Incident) ที่เกิดจากการทำงานที่ได้รับรายงาน ⁽²⁾ เป็น 0	จำนวนอุบัติเหตุ (Incident) ที่เกิดจากการทำงานที่ได้รับรายงาน ⁽²⁾ เป็น 0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ อัตราการขาดงานจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน

⁽²⁾ การรายงานผ่านช่องทาง HR และระบบ GS Online

GRI 3-3

บริษัทตระหนักถึงสิทธิด้านความมั่นคงปลอดภัยของพนักงาน จึงใส่ใจดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อการเป็นองค์กรที่ปราศจากอุบัติเหตุ มอบความสุข และคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่พนักงาน ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยภายในองค์กร สร้างความตระหนักถึงสาเหตุและผลกระทบที่อาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุหรืออันตรายจากการทำงาน ดำเนินการจัดสภาพแวดล้อมและพื้นที่การทำงานให้ปลอดภัยตามกฎหมายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีของพนักงาน ลดโอกาสเสี่ยง ความกังวลใจ และป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บจากการทำงานของพนักงานในบริษัทอย่างต่อเนื่อง

นโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมการทำงาน

GRI 3-3, 403-1

บริษัทได้นำหลักของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ มาปรับใช้กับนโยบายด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานของบริษัท ซึ่งนโยบายดังกล่าวผ่านการพิจารณาอนุมัติโดยคณะกรรมการ Management Committee และมีวัตถุประสงค์ดังนี้

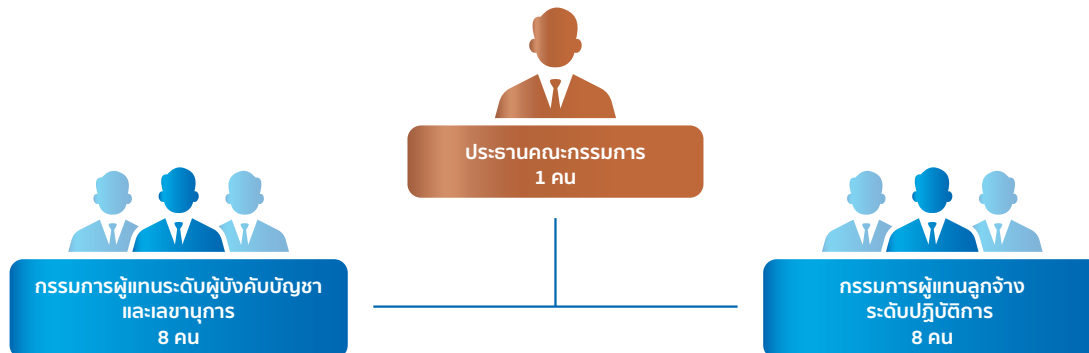
- เพื่อกำหนดโครงสร้างการบริหารด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน รวมถึงขอบเขตและหน้าที่ความรับผิดชอบ
- เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำและรักษาไว้ซึ่งระบบคุณภาพการบริหารจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- เพื่อลดความเสี่ยงอันตราย และอุบัติเหตุต่าง ๆ ของพนักงาน และลูกค้าในสถานประกอบการ
- เพื่อป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ ภัยฉุกเฉิน และภาวะวิกฤต รวมทั้งส่งเสริมสุขภาพอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของพนักงาน
- เพื่อปรับปรุง ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เกิดความปลอดภัย
- เพื่อสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัย รวมทั้งการจัดการความปลอดภัย กระบวนการดำเนินงาน เพื่อดูแลความปลอดภัยของทุกคน
- เพื่อควบคุมและพัฒนาการดำเนินงานโดยให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อม ตั้งแต่เริ่มต้นจนส่งมอบบริการให้ลูกค้า
- เพื่อสื่อสารการดำเนินงานและประสิทธิผลด้านคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการรับฟังความต้องการและความคาดหวัง เพื่อนำไปใช้ในการทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงาน

○ การกำกับดูแลด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

GRI 403-4

บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการกำกับดูแลและบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมีการกำกับดูแลและบริหารจัดการด้านสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน ดังนี้

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน



คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย ประธานคณะกรรมการ กรรมการผู้แทนระดับผู้บังคับบัญชา และกรรมการผู้แทนลูกจ้างระดับปฏิบัติการ ซึ่งเป็นผู้แทนจากสายงานต่าง ๆ โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่รับผิดชอบบริหารงานความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้



คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee)

คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee) ซึ่งมี Chief Operations Officer ทำหน้าที่เป็นประธาน คณะอนุกรรมการ และประกอบด้วยอนุกรรมการซึ่งเป็นผู้บริหารจากหน่วยงานต่าง ๆ

คณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน



โดยมีหน้าที่กำหนดขอบเขตของแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด อัคคีภัย เป็นต้น ตลอดจนการพิจารณาตัดสินใจในการประกาศใช้แผนและควบคุมดูแลการดำเนินการตามแผนดังกล่าว เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

○ การบริหารจัดการ

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

บริษัทได้ดำเนินการเพื่อดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

- จัดให้มีการระบุความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (ESG Risk) ซึ่งครอบคลุมด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในกรณีที่ความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างสูงขึ้นไป หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดทำแผนปฏิบัติการรองรับและรายงานต่อผู้บริหาร
- บริษัทคำนึงถึงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย และอาชีวอนามัยทั้งในการทำงาน รวมถึงในการจัดซื้อจัดหาสินค้าและบริการ
- กำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานตาม Key Performance Indicator ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุการณ์สามารถดำเนินการให้เสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนด
- ฝึกอบรมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้กับพนักงานและ/หรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ
- ในกรณีเกิดอุบัติเหตุในสถานที่ทำงาน ผู้ประสบอุบัติเหตุสามารถแจ้งหัวหน้าหน่วยงาน หรือฝ่ายบริหารงานทั่วไป หรือสายงานทรัพยากรบุคคล เพื่อประสานงานรับการรักษา โดยบริษัทมีห้องพยาบาลสำหรับปฐมพยาบาลและรักษาเบื้องต้น หรือเรียกรถพยาบาลมารับกรณีฉุกเฉิน อีกทั้งเตรียมรถยนต์พร้อมสำหรับส่งโรงพยาบาลใกล้เคียง และจัดให้ตรวจสอบสุขภาพประจำปีพนักงานทุกคน และประกันชีวิตและสุขภาพหมู่
- จัดให้มีช่องทางที่พนักงานสามารถแจ้งเหตุเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยจากการใช้สถานที่

GRI 403-5

การส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพและความปลอดภัย

ความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมการทำงาน และให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย ในปี 2565 บริษัทได้จัดอบรมหลักสูตรความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน สำหรับพนักงานทั่วไป จำนวน 2 รุ่น โดยมีหัวข้อวิชาหลักในการอบรมดังนี้

หัวข้อวิชาที่ 1

ความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย
ในการทำงาน

หัวข้อวิชาที่ 2

กฎหมายความปลอดภัยอาชีวอนามัย
และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

หัวข้อวิชาที่ 3

ข้อบังคับว่าด้วยความปลอดภัยอาชีวอนามัย
และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ผลการประเมินความพึงพอใจในการอบรม 9.5 (เต็ม 10)

นอกจากนี้บริษัทยังคงให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงาน โดยเผยแพร่ความรู้ผ่านอีเมลและ KTC UNITE ของบริษัท เพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงานได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลสุขภาพทั้งกายและใจ ลดความกังวล อีกทั้งเป็นแนวปฏิบัติเพื่อลดโอกาสการเจ็บป่วยหรือการบาดเจ็บจากการทำงาน ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ถูกต้องด้านสุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง



การลดความเสี่ยงในสถานการณ์โรคระบาด

บริษัทยังคงประกาศมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมมาตรการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work from Home) และการใช้สิทธิวันลาในสถานการณ์ COVID-19 อีกทั้งได้ดูแลพนักงานในสถานการณ์ที่น่ากังวลดังกล่าว เช่น การสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของ COVID-19 อย่างรวดเร็วและถูกต้อง การดูแลพนักงานที่มีความเสี่ยงหรือได้รับเชื้อ COVID-19 อย่างใกล้ชิด การจัดหาวัคซีนให้กับพนักงาน เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)”)

การจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม

บริษัทจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม พร้อมใช้โดยคำนึงถึงมาตรฐานตามกฎหมาย และความเหมาะสมในการใช้งานต่าง ๆ ดังนี้

ผลการประเมินสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปี 2565



- การควบคุมความเข้มของแสง การออกแบบเพื่อกำหนดตำแหน่งและเลือกใช้ประเภทหลอดไฟ LED ให้มีความสว่างที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ปฏิบัติงาน เช่น โต๊ะทำงาน ห้องประชุม และพื้นที่พักผ่อน เป็นต้น
- การตั้งอุณหภูมิภายในพื้นที่สำนักงานให้เหมาะสมกับความหนาแน่นของพื้นที่ และประเภทการปฏิบัติงาน
- การกำหนดแผนงานทำความสะอาดท่อแอร์ให้ระบบปรับอากาศมีการส่งลมได้ดีขึ้น ใช้เครื่องฟอกอากาศในสถานที่ปฏิบัติงานเพื่อยับยั้งการแพร่กระจายของเชื้อโรค เป็นประจำทุก 3 เดือน
- การตรวจสอบความพร้อมใช้งานของพื้นที่สำนักงาน และระบบประกอบอาคาร (General Service Building Inspection) ตามมาตรฐานด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานเป็นประจำ พร้อมทั้งบันทึก ออกรายงานการตรวจสอบ และแก้ไขปรับปรุงเพื่อลดอันตรายที่จะเกิดขึ้นในที่ทำงานร่วมกับที่ปรึกษาภายนอก
- การตรวจสอบและติดตามประเมินผลด้านความสะอาดเรียบร้อยของพื้นที่ทำงานในแต่ละหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ (โครงการ 5ส)

โดยในปี 2565 บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบการดำเนินการเรื่องความปลอดภัยงานก่อสร้าง (Construction Management) การตรวจสอบอุปกรณ์หลังการติดตั้ง ค่าความสว่างของแสง ค่าความชื้น (Quality Assurance) โดยหน่วยงานที่ปรึกษาภายนอก

การจัดให้มีช่องทางในการรับแจ้งเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้สถานที่

บริษัทจัดให้มีช่องทางในการให้พนักงานแจ้งปัญหา หรือความเสี่ยงจากการใช้สถานที่ เพื่อให้สามารถแก้ไข ซ่อมแซม หรือป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงจากการทำงานในสถานประกอบการ โดยมีเหตุการณ์ที่ได้รับแจ้งผ่านช่องทาง GS Online จำนวน 617 เหตุการณ์ ซึ่งสามารถแก้ไขได้ทั้งหมดร้อยละ 100 โดยเป็นเหตุการณ์แจ้งเกี่ยวกับการแจ้งซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้า เพอร์นิเจอร์ชำรุด ห้องน้ำชำรุด เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมาไม่มีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือก่อให้เกิดอันตราย ความเสียหายต่อพนักงาน

การร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟ

เพื่อความปลอดภัยของพนักงานในฐานะของผู้เช่าใช้อาคารสำนักงาน บริษัทได้ร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟเป็นประจำทุกปี ซึ่งในปี 2565 มีการจัดเตรียมผู้ประสานงานและทำหน้าที่เป็น Fire Warden ประจำแต่ละหน่วยงาน และได้เข้าร่วมซ้อมหนีไฟกับอาคารไทยซัมมิท ในวันที่ 25 มีนาคม 2565 และร่วมซ้อมหนีไฟอาคาร UBC II ในวันที่ 8 เมษายน 2565

การดำเนินการเพื่อสนับสนุนการออกกำลังกาย การจัดการความเครียด การยศาสตร์⁽¹⁾ ทั้งทางด้านกายภาพและด้านจิตใจ

บริษัทดำเนินการจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงจัดสถานที่การทำงานที่เอื้อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีความสุข สามารถผ่อนคลายความเครียดที่เกิดจากการทำงาน มีสุขภาพกายและใจที่ดี และมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีโดยมีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายตลอดทั้งปี ดังนี้

⁽¹⁾การยศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์หรือวิชาการที่เป็นการปรับเปลี่ยนสภาพงานให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน หรือเป็นการปรับปรุงสภาพการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อการทำงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการทำงาน พัฒนาความปลอดภัย ลดความเครียดและความล้าจากการทำงาน

ด้านกายภาพ

• การจัดสรรและออกแบบพื้นที่ Relaxing & Common Area

เคทีซีได้มีการปรับปรุงพื้นที่สำนักงาน โดยเปิดรับแนวคิดและแรงบันดาลใจจากความเห็นของตัวแทนพนักงานทุกสายงาน เพื่อให้พนักงานมีความสุขกับการทำงานมากที่สุดทุกที่ทุกเวลา และสามารถปรับเปลี่ยนอิริยาบถระหว่างการปฏิบัติงานหรือหลังจากการปฏิบัติงาน โดยไม่จำเป็นต้องนั่งประจำอยู่แต่ที่โต๊ะทำงาน และยังสามารถแชร์ไอเดียหรือประชุมออนไลน์ได้ตลอดเวลา เพื่อรองรับเทรนด์การทำงานรูปแบบใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์ของคนทำงานหลายเจนเนอเรชันที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีและสภาพสังคมปัจจุบัน เน้นการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย โปร่งโล่งตามสไตล์มินิมัล พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและนวัตกรรมที่เอื้อต่อการทำงาน รวมทั้งมีมุมนั่งเล่น ห้องคุยโทรศัพท์ส่วนตัว ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ มุมนั่งคุยงานสบาย ๆ เพราะเราเชื่อว่า เมื่อบุคลากรในองค์กรมีความสุข ประสิทธิภาพการทำงานก็จะดีขึ้น และพร้อมส่งต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าให้กับสมาชิก และพันธมิตรธุรกิจได้อย่างเต็มที่

โดยบริษัทได้มีการปรับปรุงและจัดสรรพื้นที่ Relaxing & Common Area ให้กับพนักงานเพิ่มมากขึ้น ทั้งอาคาร UBCII และอาคาร Thai Summit ซึ่งเปิดให้บริการในปี 2566



• กิจกรรมออกกำลังกาย



บริษัทจัดให้มีชมรมแบดมินตัน และชมรมฟุตบอล ตามความสนใจของพนักงาน เพื่อเสริมสร้างสุขภาพอนามัยและสนับสนุนการออกกำลังกายให้แก่พนักงาน โดยจัดกิจกรรมต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 จนถึงปัจจุบัน และในปี 2565 บริษัทได้จัดเตรียมสนามแบดมินตัน เพื่อให้พนักงานที่สนใจกีฬาแบดมินตัน ได้มารวมตัวกันออกกำลังกายเป็นประจำทุกวันศุกร์ ตลอดทั้งปี และจัดให้มีการแข่งขันฟุตบอลประจำปีขึ้น โดยมีพนักงานเข้าร่วมแข่งขันจำนวน 9 ทีม ทำให้พนักงานที่สนใจในกีฬาฟุตบอลจากทุกสายงาน รวมถึงบริษัทในเครือได้มาร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ และสร้างความสัมพันธ์อันดีซึ่งกันและกันในองค์กร การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามมาตรการสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของพนักงานเป็นสำคัญ

• กิจกรรม “KTC CHALLENGE” บริหารร่างกาย ห่างไกลออฟฟิศซินโดรม

เคทีซีได้เชิญนักกายภาพบำบัดจากสถาบัน ธีรบาลานซ์ คลินิก มาให้ความรู้และสอนท่ากายบริหารต่าง ๆ ให้กับพนักงาน ซึ่งสามารถทำได้ในบริเวณโต๊ะหรือที่ทำงานของตนเอง และมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องให้พนักงานได้ฝึกทำบริหารต่าง ๆ และโพสต์คลิปหรือภาพของตนบน KTC UNITE พร้อมใส่ Caption หรือข้อความเชิญชวนให้เพื่อน ๆ ท่านอื่นมาบริหารร่างกายให้ห่างไกลออฟฟิศซินโดรม เพื่อลดการเกิดอาการปวด คอ บ่า และไหล่ ที่เกิดจากการนั่งทำงานนาน ๆ จนอาจก่อให้เกิดอาการออฟฟิศซินโดรมได้



ด้านจิตใจ

• “การจัดการความเครียด ความกดดัน และความเข้าใจในปัญหาซึมเศร้า”

“พนักงาน ” ถือเป็นทรัพยากรสำคัญและรากฐานของความสำเร็จอันยั่งยืนขององค์กร ซึ่งการทำงานในปัจจุบันในภาวะการณ COVID-19 ส่งผลต่อความเครียดของพนักงาน บริษัทเล็งเห็นถึงเรื่องดังกล่าว จึงได้มีการจัดบรรยายให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่อง “การจัดการความเครียด ความกดดันและความเข้าใจในปัญหาซึมเศร้า” ซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย และสุขภาพใจโดยจัดให้กับพนักงานโดยเปิดลงทะเบียนเข้าร่วมอย่างเท่าเทียมไม่ระบุตำแหน่งงานหรือคุณสมบัติของผู้เข้าร่วม ทั้งแบบ Offline และ Live สด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความเครียด ความกดดัน และความเข้าใจในปัญหาซึมเศร้า และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ในการสังเกตตนเอง สังเกตคนรอบข้าง ดูแลซึ่งกันและกัน



• กิจกรรมประกวดแต่งกาย KTC นพมาศ

บริษัทจัดกิจกรรมเพื่อให้พนักงานได้ร่วมการสืบสานประเพณีไทยผ่านการแต่งกาย KTC นพมาศ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย ทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+) ได้สามารถแสดงความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบการแต่งกายอย่างเท่าเทียม โดยใช้วิธีบันทึกเทปวิดีโอการนำเสนอชุดแต่งกายบนแพลตฟอร์มของบริษัท KTC UNITE และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้ร่วมโหวตให้กับชุดที่สร้างสรรค์ที่สุดในกิจกรรมนี้เพื่อรับรางวัล



• กิจกรรม “ประกวดสัตว์เลี้ยงแสนรัก”

บริษัทจัดกิจกรรมให้พนักงานได้ถ่ายรูปกับสัตว์เลี้ยงที่บ้านของตัวเอง มาอวดโฉมให้เพื่อน ๆ ในเคหะที่ได้ชมความน่ารักความผูกพันของแต่ละบ้าน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นกับกลุ่มพนักงานที่มีความรักในสัตว์เลี้ยงเหมือนกันได้มีพื้นที่ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องสัตว์เลี้ยงผ่านแพลตฟอร์ม KTC UNITE ทั้งนี้ภาพสัตว์เลี้ยงที่ได้รับการกดไลค์สูงสุดจำนวน 10 คนจะเป็นผู้ชนะและได้รับรางวัล



• กิจกรรมในช่วง “เทศกาลวันแม่”

บริษัทจัดกิจกรรมให้พนักงานได้ใช้พื้นที่บนแพลตฟอร์ม KTC UNITE บอกรักแม่ผ่านสื่อ พร้อมโพสตรูปของพนักงานและคุณแม่ให้เห็นความรักและความผูกพันในครอบครัว และได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานแต่ละคน ในการคิด Content หรือวิธีการที่จะสื่อสารนำเสนอให้น่าสนใจ ให้เห็นถึงความรักที่มีต่อคุณแม่ซึ่งเป็นบุคคลอันเป็นที่รัก



• กิจกรรม “เก็บอะไรก็ได้ รู้แต่ต้องเก็บ”

บริษัทจัดกิจกรรมให้พนักงานคลายเครียดจากการทำงาน ซึ่งสามารถเริ่มง่าย ๆ จากสิ่งใกล้ตัว โดยให้บททวนตนเองว่ามีอะไรที่เก็บไว้ในบ้านแต่ไม่ได้ใช้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ทุกคนให้ความสำคัญกับการจัดระเบียบบ้านของตนเองและกล้าที่จะบอกถึงเหตุผลในการเก็บสิ่งของนั้น ๆ และเมื่อสภาพแวดล้อมรอบตัวดี ก็ส่งผลให้เรามีความเครียดและความกังวลลดน้อยลง ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น โดยให้พนักงานร่วมสนุกกันผ่านการโพสสิ่งของที่ได้เก็บไว้ผ่านแพลตฟอร์ม KTC UNITE



การจัดสวัสดิการด้านสุขภาพให้แก่พนักงาน

การตรวจสุขภาพประจำปี 	การจัดให้พนักงานตรวจสุขภาพประจำปี รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกให้แก่พนักงาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ และครอบคลุมไปถึงครอบครัวของพนักงาน ซึ่งกำหนดเป็นภาคสมัครใจ โดยบริษัทจะจ่ายค่าเบี้ยประกันสุขภาพของครอบครัวพนักงานอีกด้วย
การจัดวัคซีนป้องกันโรค 	การจัดฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัวของพนักงานในราคาพิเศษ เช่น วัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ ไวรัสตับอักเสบบี เป็นต้น
ดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย 	การดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย เฝ้าระวัง ติดตามผล บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วย ตลอดจนให้การดูแลพนักงานที่บาดเจ็บให้ได้รับการรักษาจนสามารถใช้ชีวิตเป็นปกติในการทำงาน
จัดให้มีห้องพยาบาล 	การจัดให้มีห้องพยาบาลขนาด 2 เตียง ที่อาคารสมัชชาวณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เพื่อให้บริการด้านการแพทย์ โดยมียาและเวชภัณฑ์พื้นฐานในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดให้มีพยาบาลประจำห้องพยาบาลคอยให้คำปรึกษาด้านสุขภาพให้กับพนักงานตามมาตรฐานที่เหมาะสม
ลงนาม MOU กับสถานพยาบาล 	การลงนามในสัญญาความร่วมมือ หรือ MOU กับสถานพยาบาลเพื่อพร้อมสำหรับส่งตัวพนักงานเข้ารับรักษากรณีฉุกเฉินซึ่งความร่วมมือร่วมกันมากกว่า 6 ปี



ในปี 2565
พนักงานเข้ารับ
การตรวจสุขภาพจำนวน
1,269 ราย

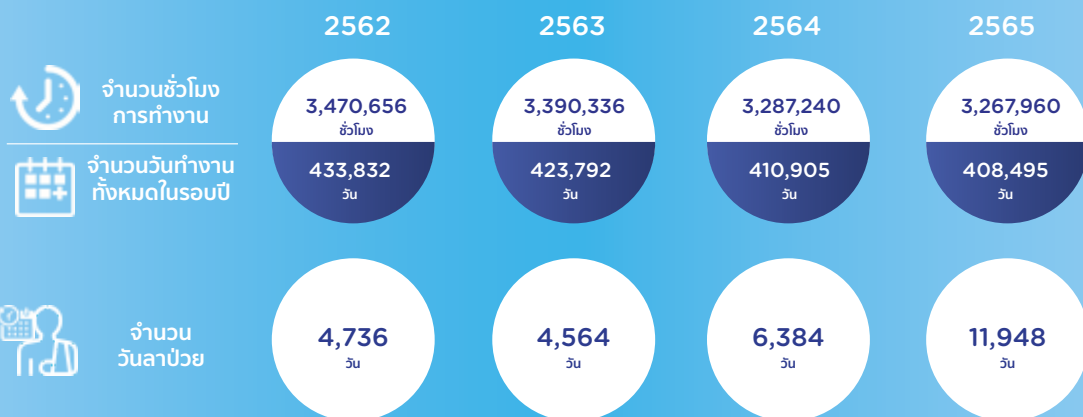


ในปี 2565
พนักงานเข้ารับ
การฉีดวัคซีนป้องกัน
โรคไข้หวัดใหญ่
350 ราย

ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

GRI 403-9, 403-10

การลาป่วย



0

จำนวนคนหรือวันต่อชั่วโมงการทำงาน

=

ปี 2562-2565

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้
- อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมการเสียชีวิต)
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน
- อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต
- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน
- อัตราสูญเสียวันทำงาน



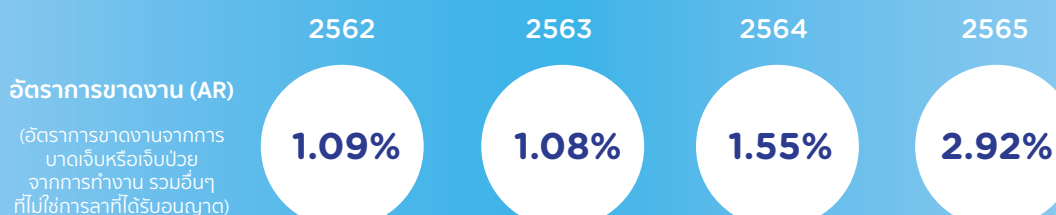
ปี 2562-2565

จำนวนวันหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน

=

0

วัน



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน



GRI 3-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชน จำนวน 8 โครงการ	ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชน จำนวน 5 โครงการ	ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชน จำนวน 5 โครงการ

GRI 3-3

เคทีซีมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อความยั่งยืน โดยได้เชิญชวนพันธมิตรในการร่วมมือกัน เพื่อให้การดำเนินการด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างแข็งแกร่งและสามารถส่งผ่านสู่สังคมได้ในวงกว้างขึ้น โดยในปี 2565 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ดังนี้

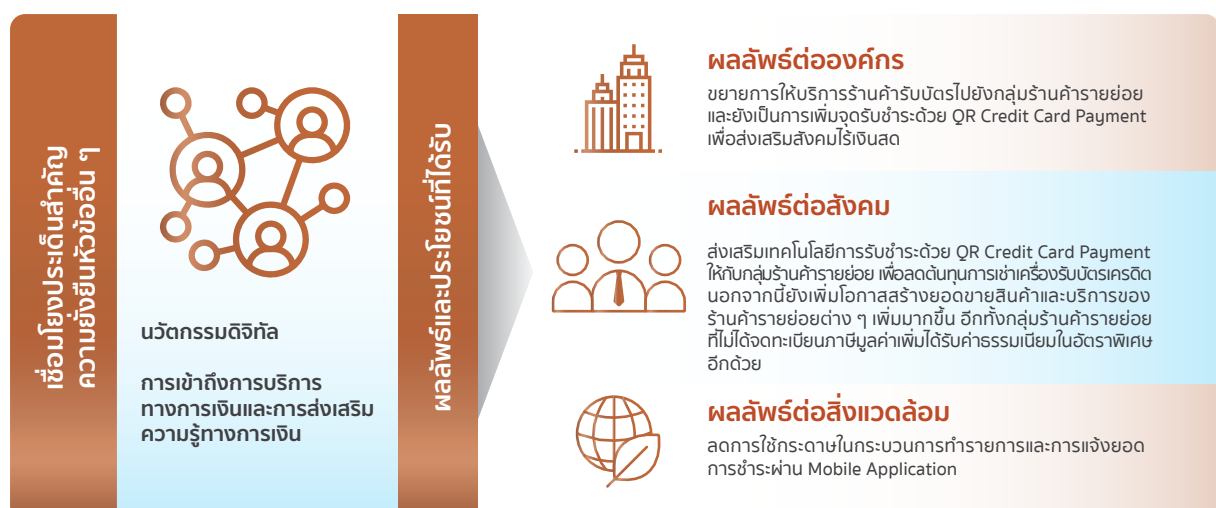
GRI 3-3, 203-2

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

การให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code II และ e-Commerce

เคทีซีและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร่วมลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจให้มีบริการรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับสมาชิกร้านน้องหอมจังของ ธ.ก.ส. ด้วยระบบ QR Credit Card Payment บนเครือข่ายของวีซ่า และมาสเตอร์การ์ดเป็นเจ้าแรกในไทย ซึ่งเป็นช่องทางการรับชำระค่าสินค้าและบริการของสมาชิกร้านน้องหอมจังผ่าน Mobile Application โดยเป็นร้านค้ารายย่อย ร้านค้าวิสาหกิจชุมชน

การเกษตร กลุ่ม Smart Farmer และกลุ่มร้านค้าขนาดเล็กที่ไม่มีการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และขยายโอกาสทางการตลาดในการเข้าถึงระบบการชำระที่ทันสมัย สะดวก ปลอดภัย สอดรับวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิตใหม่ ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการมากขึ้นนอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน



○ กรมบังคับคดี

มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้

กรณีที่ร่วมมือกับกรมบังคับคดีเป็นปีที่ 8 จัดทำโครงการ “มหกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้” เพื่อไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี ประจำปี 2565 รวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง เพื่อให้ลูกหนี้สามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระได้ตามกำลังความสามารถและลดข้อพิพาทในขั้นตอนการบังคับคดี



○ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรณีที่ได้นำตัวแทนในฐานะสมาชิกของ SET ESG Expert Pool เข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคมไทยสู่ความยั่งยืน ดังนี้



SET ESG Professionals Forum

กรณีที่เข้าร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปิดโอกาสให้ผู้บริหาร บุคลากรจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ นักศึกษา หรือกลุ่มคนที่เริ่มต้นทำงานหรือสนใจงานด้าน ESG แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานในสายอาชีพหรือการศึกษา

ที่เกี่ยวข้องจากประสบการณ์ตรงจากบุคลากรในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ ESG รวมถึงเข้าใจลักษณะงานและความต้องการเชิงลึก ในงาน SET ESG Professionals Forum เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2565 ที่อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



มหาวิทยาลัย

งาน “Chula Sustainability Fest 2022”

เคทีซีร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจ และการตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ชีวิตตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงส่วนงาน Green Job Connect ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ร่วมงานเข้ามาพูดคุยในบรรยากาศเป็นกันเองกับผู้ที่ทำงานตัวจริงถึงลักษณะงาน ขอบเขต แนวทางการศึกษาต่อ หรือแนะนำเส้นทางอาชีพด้านความยั่งยืน ในวันที่ 4 กันยายน 2565 ที่อุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการฝึกอบรมหลักสูตรผู้นำนักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล รุ่นที่ 12 (Mahidol Leadership Program XII) Sustainability for Leaders

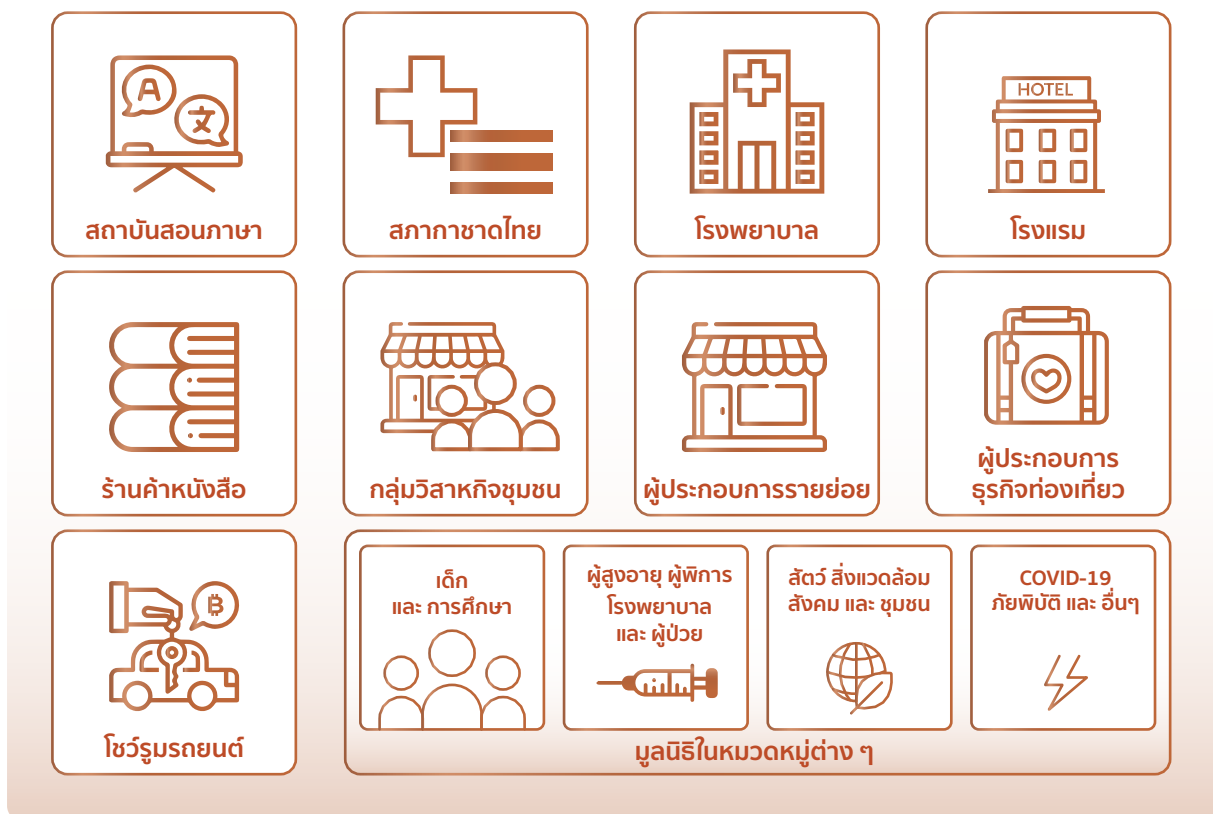
เคทีซีร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้รับคัดเลือกเข้าโครงการ ได้ร่วมพูดคุยในบรรยากาศเป็นกันเองกับผู้ปฏิบัติงานด้านความยั่งยืน ถึงลักษณะงาน ขอบเขต แนวทางการศึกษาต่อ หรือแนะนำเส้นทางของน้อง ๆ ที่อยากทำอาชีพด้านความยั่งยืนในรูปแบบออนไลน์ วันที่ 27 มิถุนายน 2565





○ พันธมิตรอื่น ๆ

เครือข่ายร่วมมือกับพันธมิตรอื่น ๆ เพื่อร่วมขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตไปพร้อมกันอย่างยั่งยืน ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล อาทิ



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)



มิตี๋สิ่งแวดล๋อม

การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ



GRI 3-3, 305-5

เป้าหมายระยะยาวปี 2569	เป้าหมายปี 2565	ผลงานปี 2565
- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าร้อยละ 5 - ลดการใช้น้ำร้อยละ 5 - คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิลหรือทำลายอย่างถูกวิธีร้อยละ 100 - ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมร้อยละ 6	- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่ร้อยละ 1 - ลดการใช้น้ำต่อพื้นที่ร้อยละ 0.5 - คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิลหรือทำลายอย่างถูกวิธีร้อยละ 100 - ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมร้อยละ 2	- การใช้พลังงานไฟฟ้าต่อพื้นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 - ลดการใช้น้ำต่อพื้นที่ร้อยละ 5 - คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิลหรือทำลายอย่างถูกวิธีร้อยละ 100 - ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวมร้อยละ 14

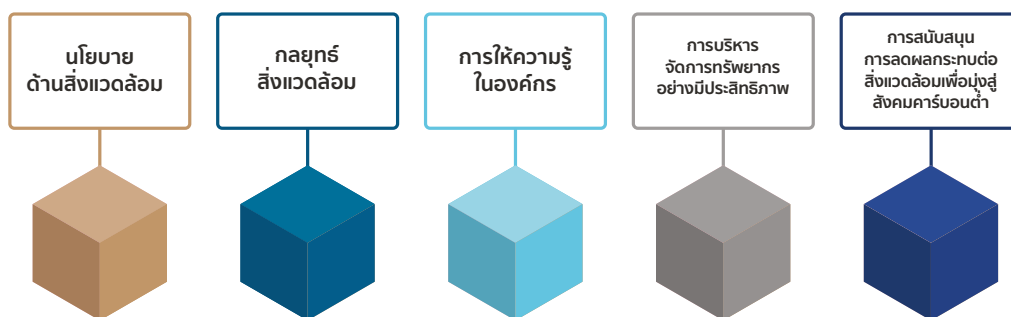
หมายเหตุ:

- การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ ของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกพิจารณาเทียบจากปีฐาน 2561
- ขยะที่นำไปรีไซเคิลนับเฉพาะขยะที่บรรจบล้างทำความสะอาดจากกระบวนการผลิตบัตรเครดิต และบัตรเครดิตที่หมดอายุ
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1-3
- เป้าหมายระยะยาวปี 2569 คำนวณจากการลดใช้พลังงานและก๊าซเรือนกระจกสะสม
- บริษัทมีประวัติการคำนวณการลดใช้พลังงานไฟฟ้าและการลดใช้น้ำเป็นต่อพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจ ทั้งนี้สำหรับเป้าหมายระยะยาวปี 2569 ตามฐานคำนวณใหม่ บริษัทอยู่ระหว่างพิจารณาการปรับเป้าหมายต่อไป

GRI 3-3

ถึงแม้ว่าการดำเนินธุรกิจสินเชื่อย่อยของ บริษัทจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากนัก แต่เราก็ยังไม่ได้ละเลยในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยมีการกำหนดเป้าหมายและแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เช่น ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการน้ำและของเสีย อีกทั้งบริษัทมีการรณรงค์ลดการใช้พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากร ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงาน และกระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึกที่ดี

รวมถึงมองหาโอกาสสนับสนุนการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในฐานะสถาบันการเงิน เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการบรรเทาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สนองรับต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ความตกลงปารีสที่ประเทศได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงแผนปฏิบัติงานตามการประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอีกด้วย เพื่อสะท้อนการตระหนักถึงปัญหาและความร่วมมือในการเร่งแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นร่วมกัน



นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

GRI 3-3

บริษัทกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยครอบคลุมการปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัท รวมถึงให้การสนับสนุนกิจกรรม สาธารณประโยชน์ร่วมพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม

ตลอดจนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และคำนึงถึงการจัดการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและใช้พลังงาน ผ่านการสร้างจิตสำนึกและความตระหนักให้กับพนักงาน

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

○ กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อม

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

ตามที่บริษัทได้ทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมนี้จัดอยู่ในกลุ่มที่เป็นสาระสำคัญต่อธุรกิจต่ำเมื่อเทียบกับประเด็นสำคัญด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ดี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยบรรเทาภาวะโลกรวน บริษัทได้พิจารณาการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยวิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง โอกาส ผลกระทบ รวมถึงการควบคุมและบรรเทาผลกระทบ การติดตามและรายงานผลความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risk) และความเสี่ยงเปลี่ยนผ่าน (Transition Risk) ในระดับพื้นฐานทั่วไป เฉพาะในองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและพัฒนาแนวทางในการ

บรรเทาผลกระทบ (Adaptation) ต่อบริษัท ทั้งนี้บริษัทได้กำหนดและพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อมระยะยาว รวมถึงศึกษาและพิจารณาแนวทางกลยุทธ์การลดคาร์บอนและกลยุทธ์ด้านสภาพภูมิอากาศร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุม ขอบเขต แผนงาน และการดำเนินการที่เหมาะสม ในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยพิจารณาจากลักษณะธุรกิจ น้ำหนักของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในระดับต่ำจากความเห็นของผู้มีส่วนได้เสีย นโยบายภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องในการสนองตอบต่อภาคีข้อตกลงจากการประชุม COP27 เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านสภาพอากาศที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการพิจารณาการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวกับสภาพภูมิอากาศ (TCFD) โดยมีรายละเอียดเบื้องต้นดังนี้

การกำกับดูแลความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัตินโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจซึ่งครอบคลุมการปฏิบัติตามรายละเอียดที่กล่าวข้างต้น รวมทั้งมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่กำกับดูแลและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ของบริษัทที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยคณะทำงานด้านความยั่งยืนและ Climate Champions ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริหารและตัวแทนสายงาน ร่วมดำเนินงานด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน กลยุทธ์และวิสัยทัศน์ทางธุรกิจของเคทีซี

กลยุทธ์

เคทีซีประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดีของการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลตามข้อเสนอแนะของ TCFD โดยมีผลลัพธ์ ดังนี้

• ความเสี่ยง (Risks)

ประเภท	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ	กรอบเวลาของความเสียหาย
ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน	นโยบายและกฎเกณฑ์ - เพิ่มการรายงานการปล่อยมลพิษ - การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและนโยบาย	ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์)	ระยะสั้น-กลาง
	ตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า เนื่องจากประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้สินค้าและบริการ	ต้นทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวโน้มของตลาด	ระยะยาว
	ชื่อเสียง การถูกกดดันจากผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากบริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม	- ราคาหุ้นของบริษัทลดลง - ความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียลดลง	ระยะกลาง

ประเภท	ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ	กรอบเวลาของความเสี่ยง
ความเสี่ยงด้านกายภาพ	ภัยธรรมชาติแบบฉับพลัน เช่น น้ำท่วมและภัยแล้ง	- ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจากการป้องกันหรือการฟื้นฟูจากภัยธรรมชาติ - ความเสียหายต่อทรัพย์สินของลูกค้าและบริษัท	ระยะกลาง
	ภัยธรรมชาติแบบเรื้อรัง เช่น ฝนไม่ตกตามฤดูกาล และอุณหภูมิโลกที่เพิ่มขึ้น		ระยะยาว

• โอกาส (Opportunity)

แนวโน้มการให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ และผู้คนหันมาใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมหรือสนใจในผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งบริษัทมองเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าดังกล่าว อันเป็นการขยายตลาดในกลุ่มเป้าหมายใหม่ สร้างโอกาสในการแข่งขันและเติบโตของธุรกิจ โดยเคทีซีได้จัดให้มีผลิตภัณฑ์

และบริการ พร้อมโปรโมชั่นพิเศษให้ลูกค้าได้จับจ่ายผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สิทธิพิเศษการจอร์ถยนต์พลังงานไฟฟ้าและ WALLBOX, การผ่อนชำระ Solar Rooftop 0% และ KTC U SHOP ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าธรรมชาติ หรือสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การบริหารความเสี่ยง

การระบุ ประเมิน และจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

บริษัทจัดทำนโยบายการบริหารความเสี่ยงซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Environmental, Social and Governance Risks) ซึ่งการจัดการความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะดำเนินการภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำการระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยง ทั้งด้านการเปลี่ยนผ่านและด้านกายภาพ ผ่านเครื่องมือการประเมินความเสี่ยงด้าน ESG ในกรณีที่ความเสี่ยงอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (Rather High) ขึ้นไป หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดทำแผนรองรับและรายงานต่อผู้บริหาร รวมถึงคณะกรรมการ Risk Management Committee ซึ่งประกอบด้วย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารแต่ละสายงาน

ในการบรรเทาผลกระทบของความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่าน เคทีซีมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย/ กฎระเบียบ รวมไปถึงแนวโน้มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจจับสัญญาณความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจมีความสำคัญและปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสม นอกจากนี้เคทีซียังได้จัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) และจัดหาศูนย์ปฏิบัติงานสำรองที่มีความพร้อมรองรับการดำเนินงานที่เป็น Critical Business Function เพื่อลดผลกระทบทางกายภาพ

ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

ในการประเมินความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และกระบวนการจัดการความเสี่ยงขององค์กร เคทีซีกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายที่ครอบคลุมการลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการจัดการของเสีย รวมทั้งมีการประเมิน Climate Risk จากแบบประเมินความเสี่ยง ESG เพื่อติดตามความเสี่ยงที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ

ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพื่อจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเปิดเผยข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1, 2 และ 3 และเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับเป้าหมายเป็นประจำทุกปี ซึ่งการคำนวณเป็นไปตามแนวทางการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับองค์กรขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

○ การให้ความรู้ในองค์กร

แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ได้ส่งผลกระทบในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) โดยตรงในปริมาณมาก เช่นในอุตสาหกรรมอื่น แต่บริษัทเชื่อว่าการดูแลสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศนั้น สามารถทำได้ทุกคนและเริ่มต้นได้ง่าย ๆ ทันททีเพียงแต่ละคนใส่ใจในกิจกรรมประจำวันของตน โดยบริษัทได้มีการ

ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานเกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 จนถึงปัจจุบันผ่านโครงการต่าง ๆ รวมถึงสื่อสารความรู้ด้านความยั่งยืนผ่าน KTC UNITE ดังนี้



การปลูกจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมในองค์กร



📌 การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

GRI 302-1, 305-3



กระดาษ



ของเสีย



ไฟฟ้า



น้ำ



เชื้อเพลิง

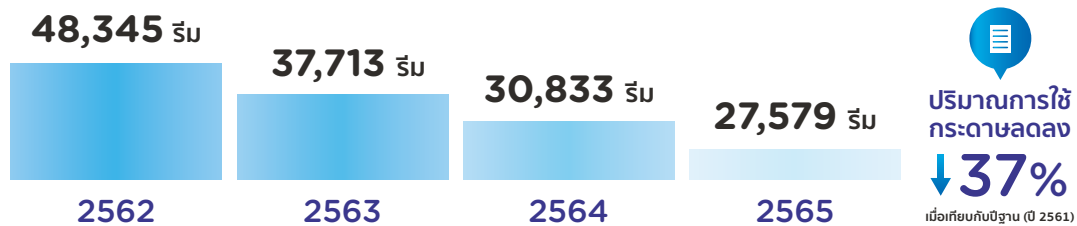


การลดการใช้กระดาษ

1. การลดการใช้กระดาษจากการดำเนินงาน

บริษัทมีนโยบายลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานทุกแผนกทั่วทั้งองค์กร โดยเปลี่ยนมาจัดเก็บเอกสารสำคัญในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ จัดทำระบบงานเพื่อใช้ในกระบวนการทำงานต่าง ๆ จัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการสำเนาเอกสารส่งออกไปยัง

สายงานอื่น รวมถึงการใช้กระดาษรีไซเคิลภายในสายงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลบนเอกสารที่นำมารีไซเคิล เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษซึ่งผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ และสะดวกต่อการสืบค้น อีกทั้งยังประหยัดพลังงานไฟฟ้าในการถ่ายสำเนาเอกสาร



โดยได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลายส่วน ดังนี้

- การจัดทำแบบฟอร์มในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าใช้สำหรับทำคำขอต่าง ๆ เช่น แบบฟอร์มการขอเงินถาวร ซึ่งสามารถกรอกข้อมูลผ่านระบบและสามารถแนบเอกสารประกอบการพิจารณา
- จัดทำระบบ “พีเอ็ม Mobile” เพื่อใช้สำหรับการรับสมัครสินเชื่อ KTC พีเอ็ม รถแลกเงิน โดยการกรอกข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงข้อมูลประกอบการสมัครใช้บริการของลูกค้าลงในแท็บเล็ตทุกขั้นตอนแทนการกรอกข้อมูลในใบสมัครที่เป็นกระดาษ ทำให้มีความสะดวก ทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการแจ้งผลอนุมัติผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่ต้องพิมพ์เอกสาร และทำการโอนเงินให้ผู้ได้รับอนุมัติทันที
- การจัดเก็บข้อมูลหรือการเรียกใช้ข้อมูลที่ส่งให้กับลูกค้า เครดิตบูโร หรือศูนย์บริการสมาชิก โดยลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ พัฒนาปรับปรุงบริการ และประมวลผลเพื่อให้ได้ผลที่ต้องการแทนการส่งพิมพ์รายงานต่าง ๆ
- การพัฒนากระบวนการสืบค้นข้อมูลเครดิตแบบ Host to Host และจัดเก็บข้อมูลไว้ในระบบงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเรียกดูข้อมูลแทนการพิมพ์เอกสาร
- การดำเนินคดีของหน่วยงานกฎหมาย จำเป็นต้องใช้เอกสารเป็นจำนวนมากในการฟ้องร้องดำเนินคดี ซึ่งบริษัทจะมีการคัดถ่ายเอกสารเกี่ยวกับใบแจ้งยอดชำระค่าใช้จ่าย โดยใช้กระดาษทั้งสองด้าน ทำให้สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ประมาณ 5,211 รีมต่อปี นอกจากนี้ปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินการยื่นฟ้องคดีผ่านระบบยื่นคำฟ้องอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณกระดาษและลดภาระการจัดเก็บเอกสารอีกด้วย
- การจัดทำเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนกระดาษของสายงานทรัพยากรบุคคล เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานและประหยัดเวลาในการรับและส่งเอกสาร โดยพนักงานสามารถเข้าใช้งานได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ Mobile ฐานข้อมูลของพนักงานโดยใช้ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลของพนักงานมีความถูกต้อง ใช้งานง่าย และลดการใช้กระดาษ
- การพัฒนากระบวนการต่าง ๆ ในการบริหารความเสี่ยง และการรายงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการของสายงาน Enterprise Risk Management ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษได้
- การจัดทำและการจัดส่งเอกสารประกอบการประชุม คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริษัทผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการจัดพิมพ์เอกสารประกอบการประชุม
- การนำส่งแบบ 56-1 One Report พร้อมสำเนาการเงินสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 และรายงานของผู้สอบบัญชี และรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 ในรูปแบบ QR Code

2. การลดการใช้กระดาษจากการดำเนินธุรกิจ

ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่หลากหลายในการนำเสนอสินค้า บริการ โปรโมชั่น และการชำระเงิน เช่น แอป KTC Mobile, บริการ KTC Online หรือ QR PAY ทำให้บริษัทสามารถผสมผสานกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

• e-Coupon

การนำเทคโนโลยี e-Coupon มาประยุกต์ใช้ในการรับส่วนลด ร้านค้าพันธมิตร เพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษ และการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ และเพื่อให้อสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่มีการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เคทีซีได้พัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถรองรับการใช้งาน e-Coupon เพื่อนำมาทดแทนคูปองส่วนลดในรูปแบบกระดาษ โดยส่ง e-Coupon ผ่านช่องทาง

แอป KTC Mobile และ MAAI by KTC เพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดงร้านค้าในการรับสิทธิประโยชน์ อีกทั้ง e-Coupon ดังกล่าวยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าในการควบคุม ป้องกันการทุจริตจากช่องว่างของกระบวนการจัดการอีกด้วย โดยลูกค้าสามารถรับ e-Coupon ผ่านทางแอป KTC Mobile และ MAAI by KTC จากกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เช่น การแลกคะแนนการใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น

ในปี 2565


มีจำนวน e-Coupon ที่ส่งให้แก่ลูกค้า
2,910,000 รายการ


สามารถลดการใช้กระดาษได้
1,164 รัม

• ATM PIN (PIN Mailer)

บริษัทยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) ให้กับสมาชิก สำหรับการอนุมัติบัตรใหม่และการออกบัตรทดแทน (Replace/ Transfer) โดยสมาชิกสามารถตั้งรหัส ATM PIN ได้ด้วยตัวเองผ่านแอป KTC Mobile โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและใช้ได้ทันที



ในปี 2565 สามารถลดปริมาณกระดาษ
จากการยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) **> 3,206** รัม

หมายเหตุ: ATM PIN (PIN mailer) 1 ฉบับ เท่ากับ 1.5 แผ่น และ 500 แผ่น เท่ากับ 1 รัม

• e-Statement

บริษัทตระหนักและพร้อมร่วมลดปัญหาภาวะโลกร้อน โดยในปี 2562 เคทีซีเริ่มรณรงค์ภายในองค์กรผ่านการจัดโครงการกระตุ้นให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับใบแจ้งยอดในรูปแบบกระดาษเป็นใบแจ้งยอดทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้โครงการ Switch Even Better เพื่อชีวิตที่ดีในวันนี้และอนาคต ซึ่งได้การตอบรับและความร่วมมือจากพนักงานทั้งบริษัทเป็นอย่างดี บริษัทจึงได้ขยายแนวคิดต่อยอดเชิญชวนสมาชิกเคทีซีโดยเริ่มจากการทำ Empathy ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมาย พบว่าให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม

ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และสนใจเข้าร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านทางอีเมล ภายใต้โครงการ Switch to e-Statement เพื่อลดปัญหาเอกสารใบแจ้งยอดซ้ำชุด สูญหาย และเพิ่มความสะดวก รวดเร็วในการตรวจสอบค่าใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการจัดพิมพ์ใบแจ้งยอดที่เป็นกระดาษ ตลอดจนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ลดการใช้พลังงานในการกำจัดขยะที่เกิดจากใบแจ้งยอดที่ไม่ได้ใช้แล้ว โดยบริษัทได้รณรงค์อย่างต่อเนื่องโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

- เจ้าหน้าที่คอนแทคเซ็นเตอร์ (Contact Center) แนะนำบริการสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ให้กับสมาชิกทุกรายที่แจ้งว่าไม่ได้รับใบแจ้งยอดจากบริษัท



- ในปี 2563 เชิญชวนสมาชิกเคทีซีที่ร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านช่องทางอีเมลและแอป KTC Mobile (Push Notification) โดยการสมัครรับ e-Statement เท่ากับร่วมบริจาคเงินสนับสนุนให้มูลนิธิสืบนาคะเสถียร เน้นการสื่อสารในประเด็นการลดปริมาณกระดาษเพื่อรักษาโลก และเพื่อร่วมรักษาป่าใหญ่ให้คนไทยทั้งชาติ ซึ่งได้รับผลการตอบรับที่ดีจากสมาชิกเคทีซี จำนวน 34,218 ราย คิดเป็นยอดเงินที่เคทีซีได้บริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิ จำนวน 684,360 บาท

- ในปี 2564 จัดกิจกรรมเชิญชวนสมาชิกเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านช่องทางแอป KTC Mobile (Push Notification) “ชวนปิ่นน้ำใจ ยกเลิกรับใบแจ้งยอดฯ แบบกระดาษ ใช้ e-Statement” เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการสัมผัส และร่วมกันลดโลกร้อนจากการใช้กระดาษ โดยเคทีซีจะเปลี่ยนเป็นเงินบริจาคสมทบทุนเข้าศิริราชมูลนิธิ จำนวน 20 บาท เพื่อร่วมสนับสนุนจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์รักษาผู้ป่วย COVID-19 ซึ่งได้มีสมาชิกตอบรับโครงการ จำนวน 11,267 ราย คิดเป็นยอดเงินที่เคทีซีได้บริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิฯ จำนวน 225,340 บาท
- สมาชิกสามารถรับแจ้งเดือนการใช้จ่ายแบบ Realtime และเรียกดู e-Statement ได้ในแอป KTC Mobile ทั้งเดือนปัจจุบันและย้อนหลัง 6 เดือน
- ในปี 2565 บริษัทยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยเชิญชวนสมาชิกปัจจุบันของเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านช่องทางแอป KTC Mobile (Push Notification) เน้นการสื่อสารในประเด็นเพิ่มความปลอดภัยของข้อมูล ลดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของข้อมูลที่มาจากระดาษ และสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมด้วยการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการลดการใช้กระดาษ และยังมีมาตรการดำเนินการผ่านช่องทางอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การแนะนำบริการรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ในขั้นตอนการรับสมัครบัตร

ในปี 2565



ผู้สมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement)
รวมทุกช่องทาง จำนวน
248,611 ราย

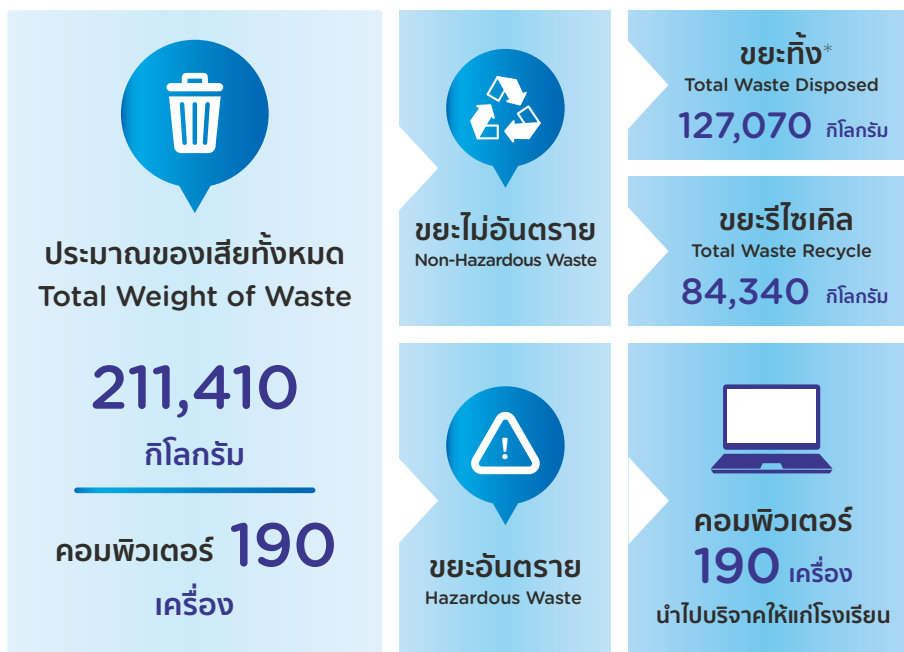


สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้
จำนวน
7,066 รม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)

การบริหารจัดการของเสีย

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



เนื่องจากบริษัทเช่าอาคารสำนักงาน จึงนำส่งของเสียไปยังศูนย์การจัดการขยะของอาคาร UBC II และรถขยะกทม.นำไปดำเนินการจัดการต่อไป

บริษัทแบ่งการจัดการของเสียเป็น 2 ส่วน คือ

1) ของเสียไม่เป็นอันตรายที่เกิดจากกิจกรรมประจำวันและการอุปโภคบริโภคภายในอาคารสำนักงาน

- บริษัททรงคิให้พนักงานคัดแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ โดยมีปริมาณขยะที่คัดแยกเพื่อนำไปรีไซเคิล เช่น ขวด PET หนังสือพิมพ์ กระดาษย่อย ลังกระดาษ และขวดอื่น ๆ จำนวน 3,568 กิโลกรัม โดยนำส่ง ณ จุดคัดแยกขยะรีไซเคิลของอาคารสมัชชาวณิช 2 เพื่อให้ผู้ประกอบการรีไซเคิลมารับไปดำเนินการ

- บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อข้อมูลของบริษัทและลูกค้า ตลอดจนสร้างมาตรฐานการทำลายข้อมูลอย่างปลอดภัยควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเข้าร่วม โครงการ “Shred2Share” ข้อมูลปลอดภัย ร่วมใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยกระดาษที่ไม่ได้ใช้แล้วจะถูกทำลายอย่างปลอดภัยและผ่านกระบวนการรีไซเคิล เพื่อนำกลับไปใช้ใหม่ ซึ่งช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตกระดาษใหม่ ลดการใช้ถ่านหิน และลดการใช้น้ำ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะโลกร้อน และยังได้ร่วมบริจาคอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้จากการรีไซเคิลมอบให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร

โครงการ “Shred2Share” ปี 2565	
ปริมาณเอกสารที่นำไปรีไซเคิล (ตัน)	80.53
ลด CO2 (กก.)	20,938.40
ลดการใช้ถ่านหิน (กก.)	4,026.62

- บริษัทได้ร่วมกับบริษัท จันวานิชย์ ซีเคียวริตี้ ฟรันทั้ง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตบัตรพลาสติก เพื่อนำบัตรพลาสติกที่ไม่สามารถใช้งานได้แล้วและมีข้อมูลส่วนบุคคลในบัตรไปย่อยเป็นเศษพลาสติกป่นก่อนส่งต่อเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลเป็นวัสดุใหม่ เช่น แก้วพีวีซีบนรถไฟฟ้า ท่อน้ำพีวีซี เป็นต้น โดยไม่นำไปทิ้งให้เป็นมลพิษ



ในปี 2565
บริษัทสามารถรีไซเคิลบัตรได้ทั้งหมด
77.91 กิโลกรัม

- บริษัทยังให้ความสำคัญกับการจัดการขยะอาหาร (Food Waste) โดยรณรงค์พนักงานตระหนักถึงปัญหาของการจัดการขยะอาหารที่ไม่ถูกวิธี ร่วมกันรณรงค์ลดขยะอาหาร รวมถึงการสร้างประโยชน์จากขยะเหล่านั้น บริษัทจึงได้ติดตั้งเครื่องกำจัดขยะเศษอาหารที่มีกระบวนการแปรรูปโดยใช้จุลินทรีย์ในการย่อยอาหารให้แปรสภาพกลายเป็นปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูง และนำไปใช้บำรุงต้นไม้ภายในสำนักงาน นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานร่วมกันจัดการขยะอย่างถูกวิธี เช่น กิจกรรมโพสต์ภาพแยกทิ้งเศษอาหารอย่างถูกวิธีใน KTC UNITE 100 คนแรก รับปุ๋ยที่ได้จากเครื่องแยกเศษอาหาร พร้อมต้นไม้มงคล คือ ต้นช้อนเงิน ช้อนทอง และกิจกรรมงานวันแม่ แจกต้นไม้ลิ้นพร้อมกับปุ๋ย เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อร่วมสร้างและสนับสนุนสังคมให้ก้าวไปสู่ Zero Waste



เปลี่ยนขยะอาหารเป็นปุ๋ยได้
164 กิโลกรัม



แจกต้นไม้เพื่อนำไปปลูก
140 ต้น



ทั้งนี้ ณ สิ้นปี 2565 บริษัทมีการจัดเก็บวัสดุอะลูมิเนียม 5 กิโลกรัม เพื่อนำส่งกรมควบคุมมลพิษต่อไป

2) ของเสียอันตรายที่เกิดจากขยะอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนอุปกรณ์

บริษัทมีกระบวนการดำเนินการด้านขยะอิเล็กทรอนิกส์ (eWaste) ที่มีความปลอดภัย เชื่อถือได้ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การนำส่งขยะอิเล็กทรอนิกส์ไปกำจัดผ่านบริษัทให้บริการด้านบริการ จัดเก็บข้อมูลและการจัดการข้อมูลที่ได้มาตรฐาน เพื่อเปลี่ยนขยะ

ให้เป็นพลังงาน หรือนำไปบริจาคเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม โดยในปี 2565 บริษัทได้บริจาค Notebook CPU และ Monitor รวมทั้งสิ้น 190 เครื่องให้แก่โรงเรียน รวม 5 แห่ง เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา

การใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ

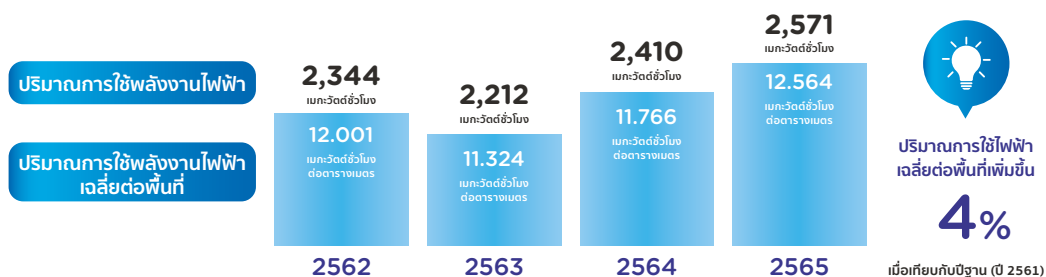
GRI 302-1, 302-4, 305-2

บริษัทลดการใช้ไฟฟ้า ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

- เลือกใช้หลอดไฟเป็นหลอด LED ทั้งสำนักงานใหญ่ รวมถึงจุดให้บริการ KTC TOUCH ทั่วประเทศ
- เลือกใช้หลอดไฟเป็นหลอด LED ในโครงการก่อสร้าง และตกแต่งพื้นที่ภายในอาคาร
- วัดค่าความสว่างจากหลอดไฟเพื่อให้พนักงานได้รับความสว่างที่เหมาะสม
- ลดการใช้ไฟฟ้าในบริเวณที่ไม่จำเป็น
- บริหารเวลาในการเปิด - ปิดระบบเครื่องปรับอากาศตั้งแต่เวลา 7.00-18.00 น.
- ปรับอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศมาสู่อุณหภูมิที่เหมาะสม
- รณรงค์ให้พนักงานช่วยกันประหยัดพลังงาน

เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID-19 ที่ลดความรุนแรงลง ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2565 เป็นต้นมา กระทรวงสาธารณสุขจึงปรับลดมาตรการป้องกันควบคุมโรค COVID-19 จาก “โรคติดต่ออันตราย” เป็น “โรคติดต่อที่ต้องเฝ้าระวัง” เหมือนโรคติดต่อทางเดินหายใจอื่น ๆ บริษัทจึงสามารถกลับมาดำเนินกิจกรรมได้ตามปกติเหมือนกับช่วงก่อน

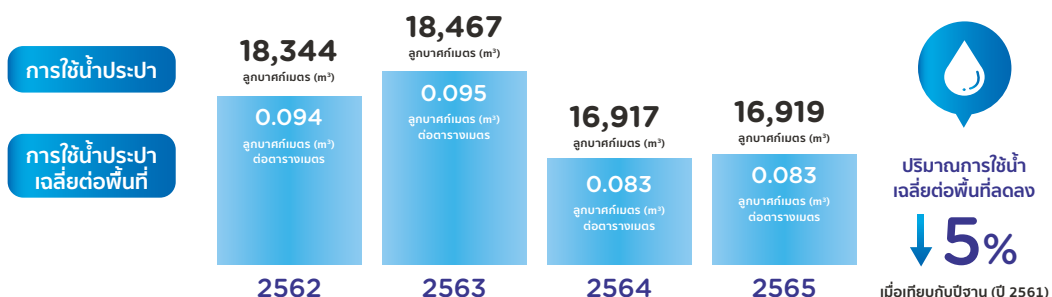
COVID-19 โดยบริษัทได้มีการจัดกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ และจัดอบรมให้กับพนักงาน รวมถึงพนักงาน Outsource เพื่อเพิ่มความรู้ พัฒนาศักยภาพ จึงส่งผลให้บริษัทมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า



การจัดการทรัพยากรน้ำ

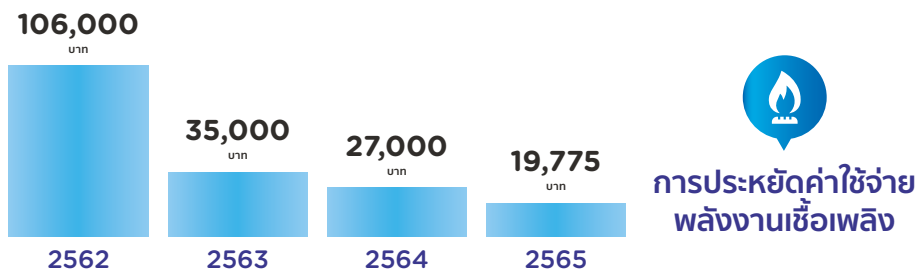
บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรน้ำ จึงได้รณรงค์สร้างจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็น ร่วมกันใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งตรวจสอบการรั่วของก๊อกน้ำและท่อน้ำเป็นประจำ นอกจากนี้ในโครงการ

ก่อสร้างและตกแต่งออฟฟิศ แบบ Co-Working Space ชั้น 10 และชั้น 11 ที่เปิดให้บริการในปี 2565 บริษัทได้เปลี่ยนเป็นใช้ก๊อกน้ำแบบอัตโนมัติ เพื่อช่วยให้ประหยัดน้ำและลดการสัมผัสเชื้อโรคในสถานการณ์ COVID-19

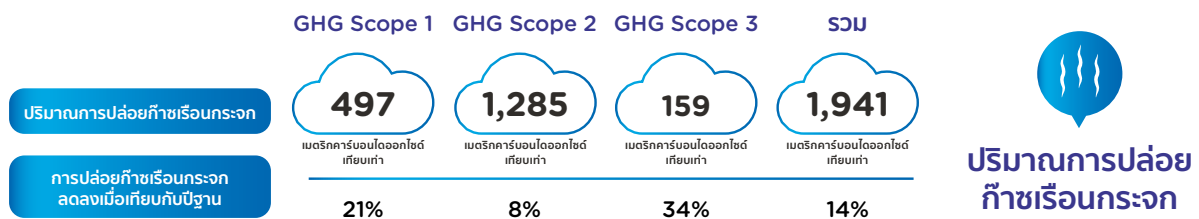


การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง

ในการจัดซื้อจัดหารถยนต์ส่วนบุคคลของบริษัท บริษัทได้กำหนดคุณภาพของรถยนต์ส่วนบุคคล เพื่อให้เลือกใช้เชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Fuel) ลดมลพิษที่ปล่อยจากไอเสีย เช่น น้ำมัน E20, E85 โดยการเดินทางเป็นไปตามความจำเป็นเพื่อธุรกิจเท่านั้น



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก



○ การสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

บริษัทสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับพันธมิตร ดังนี้

ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้จัดสินเชื่อและโปรโมชั่นพิเศษเพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล”)

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้สนับสนุนผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยได้พิจารณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print มาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทได้ปรับปรุงสำนักงานอาคาร UBC II ชั้น 10 และ ชั้น 11 โดยได้มีการจัดซื้อสินค้า วัสดุก่อสร้าง และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เช่น สีทาภายใน เฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นต้น

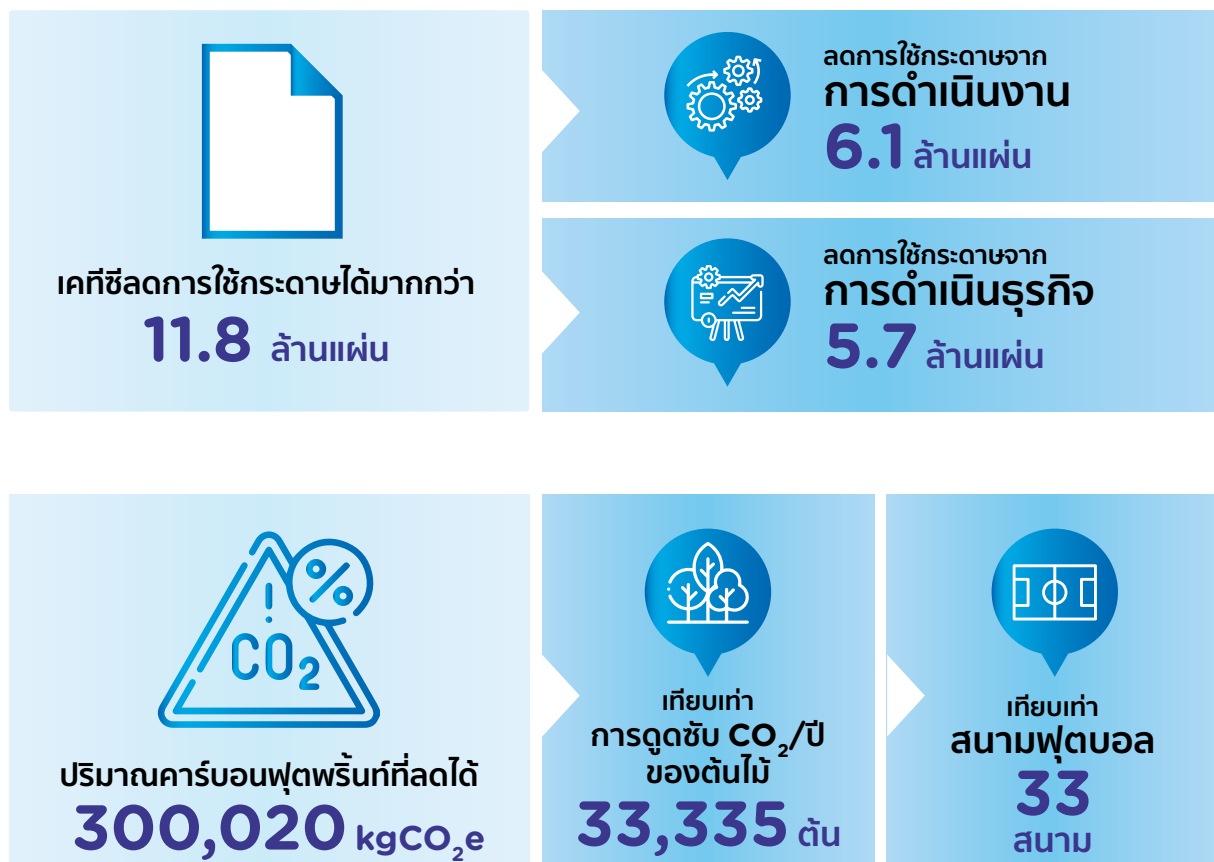
(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

การเข้าร่วมโครงการ “Care the Bear”

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

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

ในปี 2565 บริษัทสามารถลดปริมาณ Carbon Footprint จากการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นรวมถึงการประชุม การจัดอบรมต่าง ๆ ของบริษัทได้ 115,217.97 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเท่ากับการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ของต้นไม้ใหญ่ต่อปีเท่ากับ 12,802 ต้น



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

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

กลุ่มบริษัทของเคทีซี ประกอบด้วย

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

งบการเงินรวมได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และรวมส่วนได้เสียในบริษัทร่วม โดยงบการเงินประจำปีครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565

รายงานความยั่งยืนได้จัดทำขึ้นโดยรวบรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซี บริษัท เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของบริษัท เคทีซี พิกโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เท่านั้น ข้อมูลในรายงานความยั่งยืนปี 2565 ครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงาน

ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยบริษัท จะจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ โดยมีกรอบการรายงานสากลที่สอดคล้องกับแนวทางของ Global Reporting Initiatives หรือ GRI with reference และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) โดยบริษัทจะเผยแพร่และข้อมูลรายงานความยั่งยืนบนเว็บไซต์ของบริษัท (<https://www.ktc.co.th/sustainability-development>)

หมายเหตุ: รายงานความยั่งยืนของบริษัทฉบับนี้ ไม่ได้รวบรวมผลการดำเนินงานของบริษัท เคทีซี นาโน จำกัด และบริษัท เคทีซี พรีเมต จำกัด เนื่องจากยังไม่ได้ดำเนินงานอย่างเต็มรูปแบบ และบริษัท กรุงไทยธุรกิจอิสซิ่ง จำกัด เนื่องจากบริษัทได้เข้าถือหุ้นในปี 2564 ยังอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล อย่างไรก็ตาม รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และข้อมูลของบริษัทดังกล่าวไว้ เพื่อสื่อสารถึงความตั้งใจของเคทีซีในการร่วมพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน

การติดต่อสอบถามเกี่ยวกับรายงาน

GRI 2-3

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 591 อาคารสมัชชชาวณิช 2 ชั้น 14

ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย

โทรศัพท์: 02 828 5369, 02 828 5369

อีเมล: sdktc@ktc.co.th

การรับรองรายงาน

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจได้จากข้อมูลทางบัญชี ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทั้งนี้บริษัทยังไม่ได้จัดทำให้มีการรับรองความถูกต้องของข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้จัดทำให้มีการตรวจสอบ

ความสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI Standards โดยผู้ให้การรับรองภายนอก อย่างไรก็ตามการจัดให้มีการรับรองรายงานเป็นส่วนหนึ่งในแผนการดำเนินงานในอนาคต

เอกสารอ้างอิงของบริษัทที่เกี่ยวกับการจัดทำรายงาน

สามารถพิจารณาได้จาก

- <https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>
ประกอบด้วย
 1. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งครอบคลุมนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน
 2. สรุประเบียบปฏิบัติ เรื่อง มาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
 3. คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
 4. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
 5. กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
 6. จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท และการรักษาข้อมูลความลับ
 7. การดูแลเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน
 8. สรุปนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง
- <https://www.ktc.co.th/investor-relations/publications-webcast/investorkits>
ประกอบด้วย
 1. แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2565
 2. งบการเงิน
 3. คำอธิบายวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (MD&A)
- <https://www.ktc.co.th/investor-relations/financialinformation/tax-policy>
นโยบายด้านภาษี

คำอธิบายเพิ่มเติม

GRI 2-7, 2-8

○ มิติสังคม

พนักงาน

พนักงาน หมายถึง บุคคลที่ได้รับว่าจ้างให้ทำงานกับบริษัท โดยได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่บริษัทกำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **พนักงานประจำ (Full-time Employees)** หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัทไว้เป็นการประจำ ไม่มีระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง และได้ผ่านการทดลองปฏิบัติงานและบรรจุเป็นพนักงานประจำแล้วตามเงื่อนไขการจ้างงาน โดยแบ่งเป็น

1.1 พนักงานบริหาร

- 1.1.1 ผู้บริหารระดับสูง หมายถึง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารทุกระดับที่มีสายการบังคับบัญชาตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารตามโครงสร้างของบริษัท
- 1.1.2 ผู้บริหารระดับกลาง หมายถึง ระดับใต้ข้อที่ 1.1.1 ลงมาถึงระดับผู้จัดการอาวุโส
- 1.1.3 ผู้บริหารระดับต้น หมายถึง ระดับผู้จัดการ

1.2 พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร

พนักงานปฏิบัติการ หมายถึง ระดับผู้ช่วยผู้จัดการลงมาถึงระดับเจ้าหน้าที่

2. **พนักงานสัญญาจ้าง (Contractor)** หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัท โดยได้ระบุระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง

พนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้ หมายถึง พนักงานบริหารในสายงานการตลาดบัตรเครดิต (Credit Card Marketing Business Unit), ฝ่าย Commerce Marketing (Commerce 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 พนักงานในกลุ่มงานบริหารการเงิน (Corporate Finance Group), สายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Business Unit), ฝ่ายบริหารข้อมูลสารสนเทศและความเสี่ยงด้านเครดิต (Data Information Management & Credit Risk Management Division), ฝ่ายพัฒนากระบวนการทำงาน (Process Development Division)

พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานในไทย ร้อยละ 100

คำนิยาม

- **จำนวนวัน** คือ Scheduled Work Day
- **การบาดเจ็บ (Injury)** หมายถึง การบาดเจ็บจนถึงขั้นเสียชีวิต (Fatalities), ทุพพลภาพถาวร (Permanent Total Disabilities), หายงาน (Lost Workday Case), ถูกจำกัดลักษณะการทำงาน (Restricted Workday Case), รับการรักษาทางการแพทย์ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงการบาดเจ็บที่ได้รับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (Medical Treatment Beyond First Aid) รวมถึงอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่เกิดจากการทำงาน
- **การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน** หมายถึง การบาดเจ็บที่ทำให้หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป (เริ่มนับวันหยุดถัดจากวันที่เกิดอุบัติเหตุ)
- **การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต** หมายถึง การเกิดอุบัติเหตุเนื่องจากการทำงาน หรือกิจกรรมของบริษัท เป็นเหตุให้มีผู้บาดเจ็บ หรือเจ็บป่วยจนถึงขั้นเสียชีวิต
- **พนักงานพ้นสภาพ** หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท ในกรณีลาออก เกษียณอายุ การเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน การไม่ต่อสัญญาจ้าง และผู้เสียชีวิตจากการปฏิบัติหน้าที่
- **พนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ** หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท โดยไม่รวมการเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน การไม่ต่อสัญญาจ้าง และผู้เสียชีวิตจากการปฏิบัติหน้าที่

การคำนวณ

- จำนวนชั่วโมงการทำงาน = (จำนวนคน X จำนวนวันทำงาน X จำนวนชั่วโมงการทำงานปกติ (ต่อวัน)) + จำนวนชั่วโมงล่วงเวลารวม (เฉพาะกรณีพนักงานปฏิบัติการ)
- จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี = จำนวนคน X จำนวนวันทำงานในรอบปี
- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้ =

$$\frac{\text{จำนวนครั้งการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR) =

$$\frac{\text{จำนวนรายของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR) =

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นถึงขั้นเสียชีวิต =

$$\frac{\text{จำนวนครั้งการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นเสียชีวิต (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการขาดงาน (AR) =

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

- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR) =

$$\frac{\text{จำนวนรายการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราสูญเสียวันทำงาน (LDR) =

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมถึงการเสียชีวิต) =

$$\frac{\text{จำนวนครั้งบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการทำงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการทำงาน}}$$

- อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด =

$$\frac{\text{จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร} \times 100}{\text{จำนวนพนักงานที่ต้องกลับมาทำงานหลังจากครบกำหนดระยะเวลาการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร}}$$

- อัตราการคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด =

$$\frac{\text{จำนวนพนักงานที่คงอยู่ 12 เดือน หลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร} \times 100}{\text{จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากใช้สิทธิ์การลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตรปีก่อนหน้า}}$$

● มิตีสิ่งแวดล้อม

พลังงานไฟฟ้า

บริษัทใช้ไฟฟ้าในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมของบริษัท ได้แก่ หลอดไฟส่องสว่าง อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัยชาวนา 2 และอาคารไทยซัมมิต รวบรวมข้อมูลการใช้ไฟฟ้าจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ก๊าซเรือนกระจก

หมายถึง ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ขอบเขตการรายงาน

- **ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1)** เกิดจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผ่านบัตรสินเชื่อเพื่อการเติมน้ำมันสำหรับนิติบุคคล (Fleet Card) ทั้งหมด
- **ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2)** เกิดจากการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัยชาวนา 2 และอาคารไทยซัมมิต เท่านั้น
- **ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (ขอบเขตที่ 3)** เกิดจากการใช้น้ำและการใช้กระดาษ ในกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัยชาวนา 2 และอาคารไทยซัมมิต 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

อ้างอิงจากค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

4. วิธีการคำนวณ

อ้างอิงตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

น้ำ

น้ำที่นำมาใช้เป็นน้ำประปา โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัยชาวนา 2 และอาคารไทยซัมมิต โดยรวบรวมข้อมูลการใช้น้ำจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ของเสีย

การจัดการของเสีย ประกอบด้วย ปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัท

หมายเหตุ: บริษัทเก็บข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลย้อนหลังและวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยเก็บข้อมูลจากการดำเนินงานของอาคารสมัยชาวนา 2 และอาคารไทยซัมมิต คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ของการดำเนินงานทั้งหมด

ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

● มิติเศรษฐกิจ

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

หน่วย: ล้านบาท

รายละเอียด	2565
รายได้รวม	23,231
กำไรสุทธิ	7,079
พอร์ตสินเชื่อรวม	104,194
• บัตรเครดิต	69,462
• สินเชื่อส่วนบุคคล	32,283
• ลูกหนี้ตามสัญญาเช่า	2,449
ปริมาณการใช้ผ่านบัตรเครดิต	238,257
ส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย	12.2%
NPL รวม	1.8%
อัตราค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อ NPL	476.3%

● มิติสังคม

ข้อมูลพนักงาน จำนวนพนักงานทั้งหมด

GRI 2-2, 2-3, 2-7, 3-1

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
จำนวนพนักงานทั้งหมด	คน	610	1,168	1,778	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695
ร้อยละของพนักงานทั้งหมด	%	34.31	65.69	100.00	34.52	65.48	100.00	33.55	66.45	100.00	34.10	65.90	100.00
X < 30	คน	131	283	414	109	254	363	90	224	314	89	186	275
	%	7.37	15.92	23.28	6.25	14.56	20.81	5.28	13.14	18.42	5.25	10.97	16.22
30 ≤ X ≤ 50	คน	416	794	1,210	427	792	1,219	408	801	1,209	410	802	1,212
	%	23.40	44.66	68.05	24.48	45.41	69.90	23.93	46.98	70.91	24.19	47.32	71.50
50 < X	คน	63	91	154	66	96	162	74	108	182	79	129	208
	%	3.54	5.12	8.66	3.78	5.50	9.29	4.34	6.33	10.67	4.66	7.61	12.27
จำนวนพนักงานประจำ	คน	555	1,025	1,580	556	1,041	1,597	531	1,039	1,570	540	1,026	1,566
ร้อยละของพนักงานประจำ	%	35.13	64.87	100	34.82	65.18	100	33.82	66.18	100	34.48	65.52	100
X < 30	คน	91	183	274	81	190	271	67	173	240	69	144	213
	%	5.76	11.58	17.34	5.07	11.90	16.97	4.27	11.02	15.29	4.41	9.20	13.60
30 ≤ X ≤ 50	คน	401	751	1,152	409	755	1,164	391	758	1,149	392	754	1,146
	%	25.38	47.53	72.91	25.61	47.28	72.89	24.90	48.28	73.18	25.03	48.15	73.18
50 < X	คน	63	91	154	66	96	162	73	108	181	79	128	207
	%	3.99	5.76	9.75	4.13	6.01	10.14	4.65	6.88	11.53	5.04	8.17	13.22

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
จำแนกตามระดับ	คน	610	1,168	1,778	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695
พนักงานระดับบริหาร	คน	144	190	334	144	182	326	148	186	334	176	263	439
ร้อยละของพนักงานระดับบริหาร	%	43.11	56.89	100	44.17	55.83	100	44.31	55.69	100	40.09	59.91	100
ผู้บริหารระดับสูง	คน	8	2	10	8	5	13	8	5	13	7	5	12
ร้อยละของผู้บริหารระดับสูง	%	80.00	20.00	100.00	61.54	38.46	100.00	61.54	38.46	100.00	58.33	41.67	100.00
X < 30	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 ≤ X ≤ 50		0	1	1	0	4	4	0	4	4	0	2	2
50 < X		8	1	9	8	1	9	8	1	9	7	3	10
ผู้บริหารระดับกลาง	คน	62	97	159	57	89	146	66	90	156	79	93	172
ร้อยละของผู้บริหารระดับกลาง	%	38.99	61.01	100.00	39.04	60.96	100.00	42.31	57.69	100.00	45.93	54.07	100.00
X < 30	คน	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
30 ≤ X ≤ 50		34	50	84	28	38	66	35	36	71	41	35	76
50 < X		28	47	75	29	50	79	31	54	85	38	58	96
ผู้บริหารระดับต้น	คน	74	91	165	79	88	167	74	91	165	90	165	255
ร้อยละของผู้บริหารระดับต้น	%	44.85	55.15	100.00	47.31	52.69	100.00	44.85	55.15	100.00	35.29	64.71	100.00
X < 30	คน	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	2
30 ≤ X ≤ 50		61	75	136	64	75	139	58	69	127	68	122	190
50 < X		13	16	29	14	13	27	15	22	37	21	42	63
พนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้	คน	43	81	124	48	76	124	48	73	121	51	86	137
ร้อยละของพนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้	%	34.68	65.32	100.00	38.71	61.29	100.00	39.67	60.33	100.00	37.23	62.77	100.00
X < 30	คน	0	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1
30 ≤ X ≤ 50		36	47	83	39	46	85	37	38	75	36	52	88
50 < X		7	34	41	8	29	37	10	35	45	14	34	48
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	466	978	1,444	458	960	1,418	424	947	1,371	402	854	1,256
ร้อยละของพนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	%	32.27	67.73	100.00	32.30	67.70	100.00	30.93	69.07	100.00	32.01	67.99	100.00
พนักงานปฏิบัติการ	คน	411	835	1,246	412	859	1,271	383	853	1,236	364	763	1,127
ร้อยละของพนักงานปฏิบัติการ	%	32.99	67.01	100.00	32.42	67.58	100.00	30.99	69.01	100.00	32.30	67.70	100.00
X < 30	คน	91	183	274	80	189	269	66	173	239	68	143	211
30 ≤ X ≤ 50		306	625	931	317	638	955	298	649	947	283	595	878
50 < X		14	27	41	15	32	47	19	31	50	13	25	38
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	55	143	198	46	101	147	41	94	135	38	91	129
ร้อยละของพนักงานสัญญาจ้าง	%	27.78	72.22	100.00	31.29	68.71	100.00	30.37	69.63	100.00	29.46	70.54	100.00
X < 30	คน	40	100	140	28	64	92	23	51	74	20	42	62
30 ≤ X ≤ 50		15	43	58	18	37	55	17	43	60	18	48	66
50 < X		0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
STEM-related position	คน	94	98	192	87	96	183	81	94	175	90	97	187
% of total STEM-related position	%	48.96	51.04	100.00	47.54	52.46	100.00	46.29	53.71	100.00	48.13	51.87	100.00
X < 30		11	7	18	7	11	18	6	12	18	11	14	25
30 ≤ X ≤ 50	คน	66	75	141	62	67	129	57	65	122	59	63	122
50 < X		17	16	33	18	18	36	18	17	35	20	20	40
สัญญาชาติไทย	คน	610	1,168	1,778	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695

การสรรหาบุคลากร

GRI 401-1

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
การสรรหาบุคลากรทั้งหมด	คน	94	207	301	64	128	192	42	132	174	119	255	374
ร้อยละของการสรรหาบุคลากรทั้งหมด	%	31.23	68.77	100.00	33.33	66.67	100.00	24.14	75.86	100.00	31.82	68.18	100.00

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
การสรรหาบุคลากรใหม่	คน	88	200	288	57	118	175	40	118	158	112	238	350
ร้อยละของการสรรหาบุคลากรใหม่	%	29.24	66.45	95.68	29.69	61.46	91.15	22.99	67.82	90.80	29.95	63.64	93.58
จำแนกตามอายุ	คน	88	200	288	57	118	175	40	118	158	112	238	350
X < 30		54	113	167	31	77	108	26	74	100	53	108	161
30 ≤ X ≤ 50	คน	34	83	117	25	40	65	14	44	58	56	126	182
50 < X		0	4	4	1	1	2	0	0	0	3	4	7
จำแนกตามระดับ	คน	88	200	288	57	118	175	40	118	158	112	238	350
พนักงานระดับบริหาร		10	16	26	14	8	22	2	3	5	13	13	26
ผู้บริหารระดับสูง		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
ผู้บริหารระดับกลาง	คน	4	8	12	2	4	6	1	2	3	5	1	6
ผู้บริหารระดับต้น		6	8	14	12	4	16	1	1	2	8	11	19
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	78	184	262	43	110	153	38	115	153	99	225	324
พนักงานปฏิบัติการ	คน	52	120	172	13	56	69	22	80	102	69	135	204
พนักงานสัญญาจ้าง		26	64	90	30	54	84	16	35	51	30	90	120
สัญญาชาติไทย	คน	88	200	288	57	118	175	40	118	158	112	238	350

การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
การสรรหาบุคลากรภายในองค์กร	คน	6	7	13	7	10	17	2	14	16	7	17	24
ร้อยละของการสรรหาบุคลากรทั้งหมด	%	1.99	2.33	4.32	3.65	5.21	8.85	1.15	8.05	9.20	1.87	4.55	6.42
จำแนกตามอายุ	คน	6	7	13	7	10	17	2	14	16	7	17	24
X < 30		3	3	6	1	6	7	1	3	4	0	5	5
30 ≤ X ≤ 50	คน	3	4	7	6	4	10	1	9	10	7	10	17
50 < X		0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	2	2
จำแนกตามระดับพนักงานระดับบริหาร	คน	6	7	13	7	10	17	2	14	16	7	17	24
ผู้บริหารระดับสูง		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ผู้บริหารระดับกลาง	คน	1	0	1	2	0	2	0	3	3	0	1	1
ผู้บริหารระดับต้น		0	3	3	2	0	2	0	3	3	3	2	5
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	5	4	9	3	10	13	2	8	10	4	14	18
พนักงานปฏิบัติการ		5	4	9	2	10	12	2	8	10	4	14	18
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
สัญชาติไทย	คน	6	7	13	7	10	17	2	14	16	7	17	24

จำนวนพนักงานพิการ

GRI 401-1

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
จำนวนพนักงานพิการ	คน	91	150	241	49	111	160	67	105	172	95	195	290
อัตราพนักงานพิการ	%	5.12	8.44	13.55	2.81	6.36	9.17	3.93	6.16	10.09	5.60	11.50	17.11
จำนวนพนักงานพิการโดยสมัครใจ	คน	89	149	238	45	110	155	65	103	168	93	187	280
อัตราพนักงานพิการโดยสมัครใจ	%	5.01	8.38	13.39	2.58	6.31	8.89	3.81	6.04	9.85	5.49	11.03	16.52
จำแนกตามอายุ	คน	91	150	241	49	111	160	67	105	172	95	195	290
X < 30		43	81	124	17	46	63	25	40	65	29	59	88
30 ≤ X ≤ 50	คน	41	66	107	25	53	78	38	60	98	57	127	184
50 < X		7	3	10	7	12	19	4	5	9	9	9	18
จำแนกตามระดับ	คน	91	150	241	49	111	160	67	105	172	95	195	290
พนักงานระดับบริหาร	คน	15	11	26	14	16	30	13	11	24	17	18	35
ผู้บริหารระดับสูง	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.06	0.00	0.06
ผู้บริหารระดับกลาง	คน	7	4	11	7	9	16	3	7	10	4	7	11
	%	0.39	0.22	0.62	0.40	0.52	0.92	0.18	0.41	0.59	0.24	0.41	0.65

หมายเหตุ: ข้อมูลตารางดังกล่าวเป็นข้อมูลของพนักงานทั้งหมดตามคำนิยามในหัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม”

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
ผู้บริหารระดับต้น	คน	8	7	15	7	7	14	10	4	14	12	11	23
	%	0.45	0.39	0.84	0.40	0.40	0.80	0.59	0.23	0.82	0.71	0.65	1.36
พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร	คน	76	139	215	35	95	130	54	94	148	78	177	255
พนักงานปฏิบัติการ	คน	48	82	130	24	54	78	36	71	107	61	140	201
	%	2.70	4.61	7.31	1.38	3.10	4.47	2.11	4.16	6.28	3.60	8.26	11.86
พนักงานสัญญาจ้าง	คน	28	57	85	11	41	52	18	23	41	17	37	54
	%	1.57	3.21	4.78	0.63	2.35	2.98	1.06	1.35	2.40	1.00	2.18	3.19
สัญชาติไทย	คน	91	150	241	49	111	160	67	105	172	95	195	290

จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน

GRI 401-1

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน	คน	0	0	0	0

หมายเหตุ: บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการที่มีพนักงานบางส่วนเป็นตัวแทนของพนักงานที่จะเสนอผลประโยชน์ให้กับพนักงาน

ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

GRI 403-2, 403-9, 403-10

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
จำนวนพนักงานทั้งหมด		610	1,168	1,778	602	1,142	1,744	572	1,133	1,705	578	1,117	1,695
การลาป่วย													
จำนวนวันลาป่วย	วัน	1,381	3,355	4,736	1,222	3,342	4,564	1,745	4,639	6,384	3,698	8,250	11,948
จำนวนชั่วโมงที่หยุดงานเนื่องจากเจ็บป่วยที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน	ชั่วโมง	11,044	26,840	37,884	9,776	26,735	36,511	13,958	37,110	51,068	29,584	66,000	95,584
จำนวนชั่วโมงการทำงาน		1,190,720	2,279,936	3,470,656	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
จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี		148,840	284,992	433,832	146,286	277,506	423,792	137,852	273,053	410,905	139,298	269,197	408,495
จำนวนวันหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน	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
จำนวนพนักงานที่ได้รับการบาดเจ็บจากการทำงานจนถึงขั้นหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป	คน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำนวนพนักงานที่เสียชีวิตจากการทำงาน		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ข้อมูล	หน่วย	2562			2563			2564			2565		
		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
อัตราการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการทำงานและการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน													
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานที่บันทึกได้	จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บรุนแรงจากการทำงาน (ไม่รวมการเสียชีวิต)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR)	จำนวนผู้เสียชีวิต 200,000 ชั่วโมง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต	จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราสูญเสียวันทำงาน (LDR)	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
อัตราการขาดงาน (AR)													
อัตราการขาดงาน (AR) ⁽¹⁾	%	0.93	1.18	1.09	0.84	1.20	1.08	1.27	1.70	1.55	2.65	3.06	2.92
อัตราการขาดงานจากการบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยจากการทำงาน	%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ เป้าหมายปี 2565 สำหรับอัตราการขาดงานของพนักงานจากการบาดเจ็บแล้วเจ็บป่วยจากการทำงาน รวมอื่นๆ ที่ไม่ใช่การลาที่ได้รับอนุญาต เท่ากับ 1.55%

⁽²⁾ ข้อมูลตารางดังกล่าว เป็นข้อมูลของพนักงานทั้งหมด ตามคำนิยามในหัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม”

การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร-ลาคลอด

GRI 401-3

ข้อมูล	หน่วย	2562		2563		2564		2565	
		ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวนพนักงานได้รับสิทธิลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร	คน	0	1,168	0	1,142	0	1,132	0	1,117
จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร		0	25	0	26	0	21	0	21
จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร		0	23	0	25	0	19	0	21
อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด	%	0	92	0	96	0	90	0	100
อัตราการคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด		0	96	0	96	0	89	0	90

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

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

การแจ้งพนักงานล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อตำแหน่ง/ลักษณะการจ้างงาน

GRI 402-1

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
ระยะเวลา	สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์	2-4 สัปดาห์

การร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน		0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขแล้ว	เหตุการณ์	0	0	0	0
จำนวนข้อร้องเรียนระหว่างการดำเนินการ		0	0	0	0

ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน

GRI 404-1

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงาน ประจำปี	ชั่วโมง/คน	39.23	45.59	57.04	64.38
จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้น ๆ	คน	1,854	1,824	1,743	1,689
จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด	ชั่วโมง	72,732	83,151	99,420	108,744
จำนวนพนักงานที่ฝึกอบรม (นับซ้ำ)	คน	13,818	18,193	22,679	24,021
จำแนกตามเพศ					
ชาย	คน	4,503	6,008	8,539	8,902
หญิง		9,315	12,185	14,140	15,119
จำแนกตามระดับ					
จำแนกตามพนักงานระดับบริหาร					
ผู้บริหารระดับสูง	คน	37	53	43	64
ผู้บริหารระดับกลาง		206	205	140	204
ผู้บริหารระดับต้น		553	606	458	1,101
จำแนกตามพนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร					
พนักงานปฏิบัติการ	คน	11,443	15,864	18,639	18,957
พนักงานสัญญาจ้าง		1,579	1,465	3,399	3,695

หมายเหตุ: พนักงานทั้งหมดสัญชาติไทย

ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563				2564			2565		
			ชาย	หญิง	ทั้งหมด		ชาย	หญิง	ทั้งหมด	ชาย	หญิง	ทั้งหมด
ระดับความผูกพันต่อองค์กร	%	76	70	73	72		67	65	66	69	68	68
สัดส่วนผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม		99	100	100	100		100	100	100	100	100	100

มิติสิ่งแวดล้อม

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

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

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG Scope 1) (FleetCard)		626	495	391	497
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG Scope 2) (ไฟฟ้า)		1,364	1,006	1,205	1,285
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (GHG Scope 3)	เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า	267	214	176	159
น้ำ (ข้อมูลเริ่มปี 2560)		15	15	13	13
กระดาษ (ข้อมูลเริ่มปี 2561)		252	198	162	145
การเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน (ข้อมูลเริ่มปี 2563)			1	1	1

การใช้พลังงานไฟฟ้า

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

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า	เมกะวัตต์ชั่วโมง	2,344	2,212	2,410	2,571
ค่าไฟฟ้า	พันบาท	13,896	13,099	14,270	15,219
ปริมาณการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยต่อพื้นที่	เมกะวัตต์ชั่วโมง ต่อ ตารางเมตร	12.001	11.324	11.766	12.564
สัดส่วนค่าไฟฟ้าต่อรายได้	%	0.06%	0.06%	0.07%	0.07%

การใช้น้ำ

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
การใช้น้ำประปา	ลูกบาศก์เมตร	18,344	18,467	16,917	16,919
ค่าน้ำประปา	พันบาท	367	369	338	338
การใช้น้ำเฉลี่ยต่อพื้นที่	ลูกบาศก์เมตร ต่อ ตารางเมตร	0.094	0.095	0.083	0.083
สัดส่วนค่าน้ำประปาต่อรายได้	%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

การเดินทางเพื่อธุรกิจ

GRI 302-2

ข้อมูล	หน่วย	2562	2563	2564	2565
น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเดินทาง	ลิตร	258,085	203,779	159,708	164,201
ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	พันบาท	6,964	4,579	4,566	5,913
สัดส่วนของรายได้	%	0.03%	0.02%	0.02%	0.03%

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, 2022 with reference to the GRI Standards.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021

GRI Standards	Disclosure	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	5, 58-102, 229	
2-2	Entities included in the organization’s sustainability reporting	172-177		
2-3	Reporting period, frequency and contact point	172		
2-4	Restatements of information	29-30		
Activities and workers				
2-6	Activities, value chain and other business relationships	8, 12, 20, 108-116	67-95	
2-7	Employees	174, 177-179	259-262	
2-8	Workers who are not employees	174		
Governance				
2-9	Governance structure and composition	19, 47-48, 68	253-256, 230-247	
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	47-50	294-295, 248-265	
2-11	Chair of the highest governance body	47-48	248-265	
2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	19, 67-68	108-119, 248-265	
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	19, 47-48, 68	230-265	
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	19, 47-48		
2-15	Comflicts of interest	64	233-234, 271	
2-16	Communication of critical concerns	60-61, 65-66, 92-93		
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	52	243-244	
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	19, 51-52	239-242	
2-19	Remuneration policies	53	257-258, 269-270	
2-20	Process to determine remuneration	53	257-258, 269-270	
Strategy, policies and practices				
2-22	Statement on sustainable development strategy	19, 47-48		
2-23	Policy commitments	7, 47, 63-66, 131-134	60-61	
2-24	Emmbedding policy commitments	144		
2-25	Processes to remediate negative impacts	60-61, 64-66, 133-134		
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	65	230-247	

GRI Standards 2022	Disclosure 2022	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
2-27	Compliance with laws and regulations		227, 230-247	
2-28	Membership associations	13		
Stakeholder engagement				
2-29	Approach to stakeholder engagement	21-28		
2-30	Collective bargaining agreements	139		
Material Topics 2021				
3-1	Process to determine material topics	29-30		
3-2	List of material topics	29-30	120-123	
TOPIC - SPECIFIC DISCLOSURES				
ECONOMIC DIMENSION				
Corporate Governance				SDG 16
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	46-47		
Anti-Corruption and Bribery				SDG 16
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	56		
GRI 205 : Anti-Corruption 2016				
205-1	Operations assessed for risks related to corruption	56-63	235-237	
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	144	235-238	
205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	60	235-239	
Risk and Crisis Management				SDG 16
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	67, 70		
Digital Innovation				SDG 1, SDG 8, SDG 9
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	77		
GRI 418 : Customer Privacy 2016				
418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	86-90		
Brand and Customer Trust				SDG 8
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	91-92		
GRI 417 : Marketing and Labeling 2016				
417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	92		

GRI Standards 2022	Disclosure 2022	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
Economic Performance				SDG 8, SDG 9
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	117		
GRI 201 : Economic Performance 2016				
201-1	Direct economic value generated and distributed	117		
ESG Products and Services				SDG 8, SDG 9
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	96		
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016				
203-1	Infrastructure investments and services supported	96-107		
203-2	Significant indirect economic impacts	96		
Supply Chain Management				SDG 8, SDG 13
GRI 3: Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	108		
GRI 308 : Supplier Environment Assessment 2016				
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	109-113		
308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	109-116		
GRI 414 : Supplier Social Assessment 2016				
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	109		
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	110-113		
SOCIAL DIMENSION				
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	119-120		
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016				
203-1	Infrastructure investments and services supported	123-130		
Human Rights				
GRI 412 : Human Rights Assessment 2016				
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews and impact assessment	131-134		
Human Capital Development				SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 10
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	135		
GRI 201 : Economic Performance 2016				
201-3	Defined benefit plan obligations and other retirement plans	137-138		

GRI Standards 2022	Disclosure 2022	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
GRI 205 : Anti-Corruption 2016				
205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	144	235-237	
GRI 401 : Employment 2016				
401-1	New employee hires and employee turnover	135, 179-181		
401-2	Benefits provided to full-time employee that are not provided to temporary or part-time employees	137-138		
401-3	Parental leave	182		
GRI 402 : Labor / Management relations 2016				
402-1	Minimum notice periods regarding operational	182		
GRI 404 : Training and Education 2016				
404-1	Average hours of training per year per employee	146, 183	261	
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	139-146	261-262	
GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity 2016				
405-1	Diversity of governance bodies and employees	135-136		
Occupational Health and Safety				SDG 3, SDG 8
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	148		
GRI 403 : Occupational Health and Safety 2018				
403-1	Occupational health and safety management system	148		
403-2	Types of injuries and rates of injury, occupational diseases, lost days and absenteeism, and number of work-related fatalities	150, 181-182		
403-3	Occupational health services	150		
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	149	262	
403-5	Worker training on occupational health and safety	150	262	
403-6	Promotion of worker health	150-155		
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	150-151		
403-9	Work-related injuries	155, 181-182		
403-10	Work-related ill health (Employee only)	155, 181-182		
Collaboration with partnership for sustainability				SDG 8
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	156		
GRI 203 : Indirect Economic Impacts 2016				
203-2	Significant indirect economic impacts	96		

GRI Standards 2022	Disclosure 2022	Page Number(s)		Relation to SDGs
		Sustainability Report	56-1 One Report	
ENVIRONMENTAL DIMENSION				
Environmental Management and Climate Strategy				SDG 3,SDG 12, SDG 13
GRI 3 : Material Topics 2021				
3-3	Management of material topics	161		
GRI 302 : Energy 2016				
302-1	Energy consumption within the organization	169-170, 184		
302-2	Energy consumption outside of the organization	184		
302-4	Reduction of energy consumption	169-170, 184		
GRI 305 : Emissions 2016				
305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	170, 184		
305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	162, 169-170, 184		
305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	162, 169-170, 184		
305-5	Reduction of GHG emissions	161-171, 176, 184		
GRI 306 : Waste 2020				
306-2	Management of significant waste-related impacts	167-169		
306-3	Waste generated	167-169		
306-4	Waste diverted from disposal	167-169		
306-5	Waste directed to disposal	167-169		



แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน



สแกน QR Code เพื่อทำ
แบบสำรวจความคิดเห็น
แบบออนไลน์

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะของท่านจะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนของเคทีซีในอนาคต
ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ หรือแสดงความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่าง

ท่านเป็นผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มใด

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

ท่านได้รับ/ อ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท
จากแหล่งใดบ้าง โปรดระบุ

- ☐ งานสัมมนา
☐ การประชุมสามัญผู้ถือหุ้น
☐ สำนักงาน/ จุดบริการ KTC TOUCH
☐ เว็บไซต์/ Social Media หรือช่องทางต่าง ๆ ของ KTC
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ : _____

ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565 เพื่อจุดประสงค์ใด

- ☐ รู้จักบริษัท
☐ หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจการลงทุน
☐ ศึกษาแนวทางดำเนินงานด้านความยั่งยืน
☐ เตรียมจัดทำรายงานความยั่งยืนบริษัทของท่าน
☐ เพื่อนำไปศึกษาและวิจัยพัฒนา
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ : _____

ท่านสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนของเคทีซีในเรื่องใดบ้าง

- ☐ การกำกับดูแลกิจการ
☐ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน
☐ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
☐ นวัตกรรมดิจิทัล
☐ การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี
☐ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล
☐ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
☐ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ
☐ การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
☐ สิทธิมนุษยชน
☐ การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
☐ การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
☐ การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน
☐ การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565

- | | | | | | | | |
|------------------------------|------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----|
| • เนื้อหาน่าสนใจ | น้อย | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | มาก |
| • เนื้อหาเข้าใจง่าย | น้อย | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | มาก |
| • ความสมบูรณ์ของรายงานโดยรวม | น้อย | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | มาก |
| • การออกแบบรูปเล่มน่าสนใจ | น้อย | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | มาก |
| • ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม | น้อย | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | มาก |

ท่านมีความสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนอื่น ๆ อีกหรือไม่

หลังจากอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ท่านรู้สึกอย่างไร
กับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซี

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืน (ถ้ามี)

หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนประจำปี 2565

กรุณาติดต่อ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 591 อาคารสมัชชานาถ 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33

แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ : 02 828 5017, 02 828 5756, 02 828 5369

อีเมล : sdktc@ktc.co.th

