



KTC

NEW VOYAGE



รายงานความยั่งยืนประจำปี 2564

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจ

รางวัลในระดับสากล



ได้รับการปรับอันดับ
MSCI ESG Ratings
ในระดับ AA จากระดับ A



FTSE4Good

ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิก
ดัชนีความยั่งยืนระดับโลก
FTSE4Good Index Series ในปี 2564



ได้รับคัดเลือกอยู่ในทำเนียบ
The Sustainability Yearbook
2022 จัดทำโดย S&P Global

รางวัลในระดับประเทศ



ได้รับเลือกให้อยู่ในรายชื่อ "หุ้นยั่งยืน"
Thailand Sustainability Investment (THSI)
เป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2562 - 2564
และได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกของดัชนี SETTHSI
เป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน ตั้งแต่ปี 2563 - 2564



ได้รับการรับรองมาตรฐานทั่วทั้งองค์กร
• ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ
ISO/IEC 27001:2013
• ระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล
ISO/IEC 27701:2019



สมาชิกโครงการ
แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน
ของภาคเอกชนไทย ตั้งแต่ปี 2559



ได้รับการประเมินจากโครงการ
กำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทย
ประจำปี 2564 โดยผลการประเมินอยู่ที่
ระดับ 5 ดาว เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน
ตั้งแต่ปี 2559



ได้รับเลือกให้อยู่ในรายชื่อ
บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่น
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
ติดอันดับ ESG 100 เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน
ตั้งแต่ปี 2559

ผลการประเมินโครงการประเมินคุณภาพการจัดการประชุมผู้ถือหุ้น (AGM) ประจำปี 2564 ได้รับคะแนน **100** คะแนน

สารบัญ

04

สารจากประธานกรรมการ

06

รู้จักแคทซี

- 07 รู้จักแคทซี
- 14 ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ
- 19 การกำกับดูแลกิจการ
- 28 การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน
- 38 การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต

78

มิติเศรษฐกิจ “Better Product and Service”

- 79 นวัตกรรมดิจิทัล
- 90 การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี
- 95 ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล
- 105 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

158

เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

- 158 เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้
- 160 คำอธิบายเพิ่มเติม

48

บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

- 49 บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 68 การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

112

มิติสังคม “Better Quality of Life”

- 113 การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
- 124 การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
- 138 การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- 145 การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน

163

ผลการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

- 163 มิติเศรษฐกิจ
- 164 มิติสังคม
- 169 มิติสิ่งแวดล้อม

75

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

149

มิติสิ่งแวดล้อม “Better Climate”

- 150 การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

170

GRI Content Index

เคทีซี
พร้อมก้าวข้าม
วิกฤตความท้าทาย
ไปกับผู้มีส่วนได้เสีย
เพื่อเริ่ม
การเดินทางครั้งใหม่
สู่อนาคตที่ดี
ร่วมกันอย่างยั่งยืน



สารจากประธานกรรมการ

เคทีซีดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อโดยปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงและต้นทุนที่เหมาะสม อีกทั้งคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนเป็นสำคัญ เพราะเราเชื่อว่าการเติบโตบนรากฐานที่แข็งแกร่งภายใต้แนวคิด Sustainable Development by Spirit จะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับภาคเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนเป็นหนึ่งในพลังขับเคลื่อนให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติในที่สุด

สำหรับปี 2564 ที่ผ่านมา **เคทีซีสามารถทำกำไรสูงสุดต่อเนื่อง** อีกครั้งที่ 6,251 ล้านบาท ซึ่งสะท้อนความแข็งแกร่งและความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่สามารถปรับตัวและพร้อมรับมือกับความท้าทายต่าง ๆ แม้ในภาวะวิกฤตจากการแพร่ระบาดและการกลายพันธุ์ของ COVID-19 ที่สร้างผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย **เคทีซียังได้ส่งผ่านความห่วงใยถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม** โดยให้ความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องตามมาตรการของธนาคารแห่งประเทศไทย และจัดโครงการ “ช่วยกันแค่ครึ่งมาดูแลกัน” เพื่อให้พันธมิตรร้านค้าที่ได้รับผลกระทบในช่วงล็อกดาวน์สามารถประกอบธุรกิจต่อไปได้ อีกทั้งดูแลความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงานให้ได้รับการฉีดวัคซีนป้องกัน COVID-19 เพื่อลดความเสี่ยงต่อตนเองและสังคม

ด้วยปณิธานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทย เคทีซีได้พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลอย่างไม่หยุดนิ่ง ควบคู่กับการรักษาความปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว เพื่อสร้างความอุ่นใจให้กับผู้ใช้งาน ด้วยระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ISO/IEC 27001:2013 และระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล ISO/IEC 27701:2019 ที่บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานสากลทั่วทั้งองค์กร ทำให้ KTC Mobile ครองใจผู้ใช้งานมาอย่างต่อเนื่อง และในปี 2564 เคทีซียังได้พัฒนาระบบรับสมัครและพิจารณาสินเชื่อ “เคทีซี พีเอ็ม” ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อก้าวสู่การให้บริการสินเชื่อด้วยระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ รวมถึงต่อยอดธุรกิจสินเชื่อรายย่อยอย่างครบวงจรด้วยสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน ธุรกิจเช่าซื้อ และธุรกิจสินเชื่ออื่น ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินที่หลากหลายอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม นอกจากนี้ เคทีซีได้นำแพลตฟอร์มดิจิทัลแห่งการเรียนรู้มาเป็นศูนย์กลางให้พนักงานได้ศึกษาหาความรู้ และเป็นคอมมูนิตีในการสื่อสารถึงกันได้ทุกที่ทุกเวลาตอบโจทยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ นอกเหนือจากการยกระดับผลิตภัณฑ์ การบริการ และการดำเนินงานด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล รวมถึงการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว เคทีซีได้สร้างความตระหนักรู้สู่การปฏิบัติให้เกิดแก่พนักงานในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความมุ่งมั่นในการยกระดับองค์กรสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค ที่บูรณาการความยั่งยืนให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับประเทศและระดับสากล ทำให้ในปี 2564 เคทีซีได้รับรางวัลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน Thailand Sustainability Investment (THSI) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 และเป็นสมาชิกของดัชนี SETTHSI ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 นอกจากนี้ในระดับสากล เคทีซีได้รับคัดเลือกเป็นสมาชิก FTSE4Good Index series รวมทั้งได้รับการเพิ่มอันดับ MSCI ESG Rating ผู้ระดับ AA และติดอันดับใน The Sustainability Yearbook 2022 ซึ่งประเมินและจัดทำโดย S&P Global ในปีแรกที่เข้ารับการประเมิน

ในนามของคณะกรรมการและบริษัท ขอขอบคุณทุกท่านที่มอบความไว้วางใจให้เคทีซีเสมอมา เราสัญญาว่าจะเดินหน้าพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง และพร้อมเคียงข้างผู้มีส่วนได้เสียในทุกจังหวะของชีวิต ไม่ว่าจะมึลอุปสรรคหรือความท้าทายใดๆ เกิดขึ้น เราจะช่วยกันก้าวผ่านวิกฤตเหล่านั้น เพื่อเริ่มการเดินทางครั้งใหม่ไปสู่อนาคตที่ดีร่วมกันอย่างยั่งยืน



นายประสงค์ พูนสุก

ประธานกรรมการ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



รู้จักเคทีซี

วิสัยทัศน์

เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงิน และสินเชื่อรายย่อยโดยเน้น **ความยั่งยืน** เป็นสำคัญ

พันธกิจ

พันธกิจ 1

สร้างโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างทางเลือก ให้สมาชิก

พันธกิจ 2

ปลูกฝังจุดหมายและมุ่งมั่น ในการเป็นองค์กรที่เข้าใจ การใช้ชีวิตของสมาชิก อย่างแท้จริง

พันธกิจ 3

สร้างความแตกต่าง ด้วยการพัฒนา ความสามารถที่เหนือกว่า เพื่อเข้าใจความต้องการ ของสมาชิก

พันธกิจ 4

เคทีซีจะเป็นแบรนด์ ที่อยู่ในใจสมาชิก เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์และเติบโต อย่างยั่งยืน


ค่านิยมหลัก

กล้าที่จะทำ
ในสิ่งที่ถูกต้อง

ฉลาด
ที่จะทำให้ง่าย
ไม่ซับซ้อน

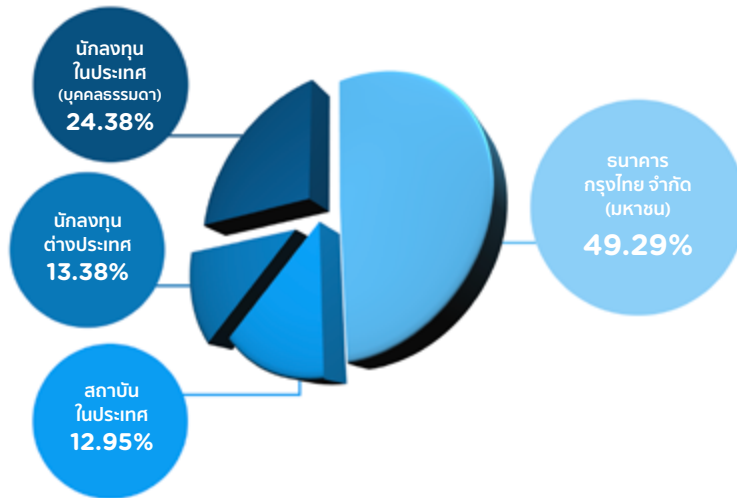
ทำสิ่งที่
มีความหมาย
และมีประโยชน์

ข้อมูลทั่วไป

| | |
|---|--|
| <p>ชื่อบริษัท</p> | <p>บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“เคทีซี” หรือ “บริษัท”)</p> |
| <p>ที่ตั้งสำนักงานใหญ่</p> | <p>เลขที่ 591 อาคารสมัชชานาถวิฑ 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110</p> |
| <p>จุดบริการ KTC TOUCH</p> | <p>จุดบริการในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 14 จุดบริการ และภูมิภาค 1 จุดบริการ รวมทั้งสิ้น 15 จุดบริการ</p>  <p>และจุดบริการธนาคารกรุงไทย (KTB) ซึ่งเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทผ่านสาขาต่างๆ ของธนาคาร และผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ</p> <p>(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “รายละเอียดจุดบริการ KTC TOUCH”)</p> |
| <p>ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว</p> | <p>2,578,334,070 บาท</p> |
| <p>ความเป็นมา</p> | <p>4 ธันวาคม 2539 : จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคล 2 กรกฎาคม 2545 : จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 28 ตุลาคม 2545 : จัดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปัจจุบัน : บริษัทเป็นผู้นำด้านกลุ่มธุรกิจสินเชื่อเพื่อผู้บริโภค (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “นโยบายและภาพรวมธุรกิจ”)</p> |
| <p>วัตถุประสงค์และลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย</p> | <p>บริษัทดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจร้านค้ารับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมไปถึงสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับและสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคม บริษัทได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ครบวงจรซึ่งครอบคลุมธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัด ธุรกิจสินเชื่อรายย่อยสำหรับการประกอบอาชีพ ธุรกิจเงินอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจเช่าซื้อ และธุรกิจลิสซิ่ง รวมถึงธุรกิจโฮลดิ้ง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทในการสร้างผลตอบแทนระยะยาวอย่างยั่งยืน</p> |

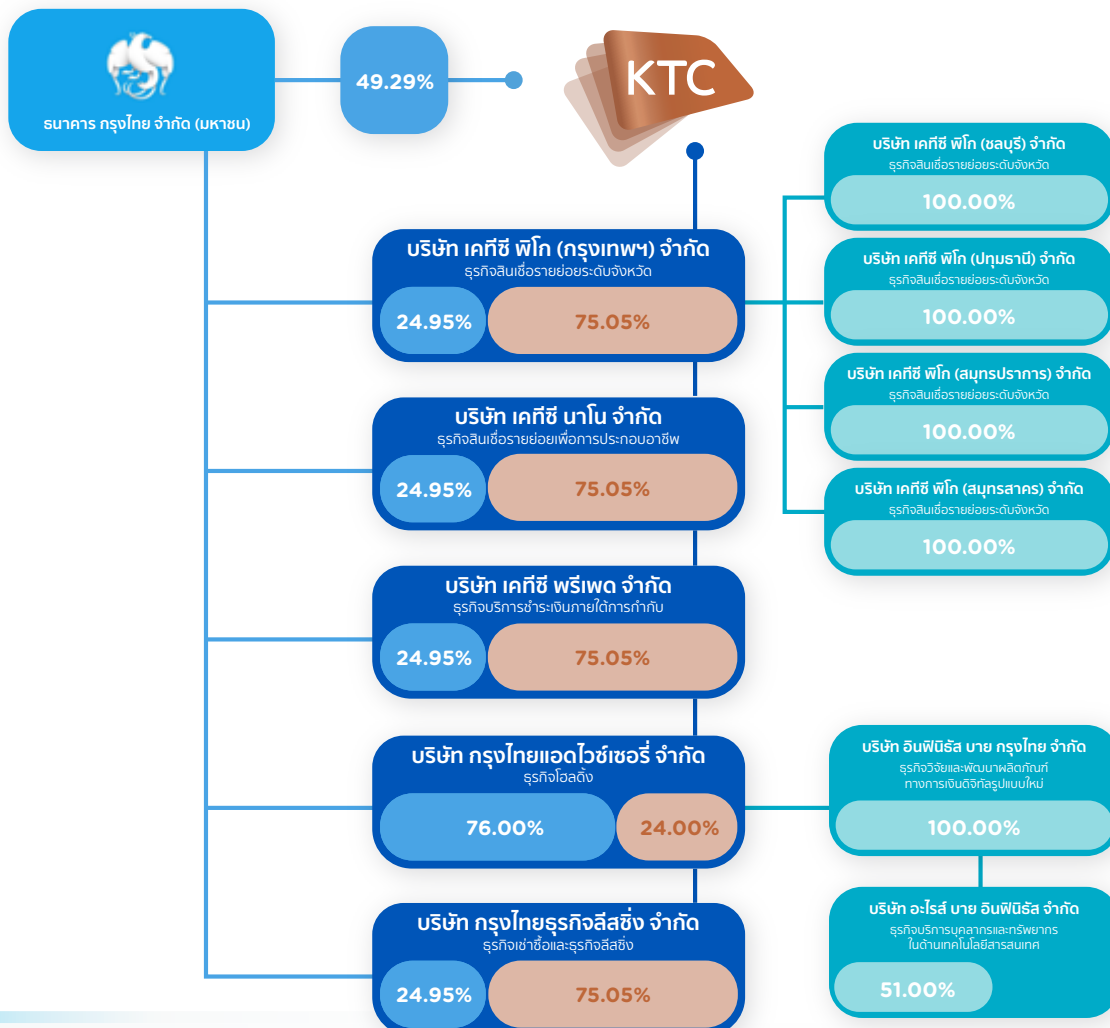
โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัท

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564



โครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564



ความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้น

บริษัทในฐานะบริษัทจดทะเบียนดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และเป็นธรรมกับผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน

ความสัมพันธ์กับผู้ถือหุ้นรายใหญ่

- ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ณ สิ้นปี 2564 ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (“ธนาคารกรุงไทย”) มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 49.29 และนายมงคล ประภิตชัยวัฒนา มีสัดส่วนการถือหุ้นร้อยละ 10.18
- บริษัทไม่มีข้อตกลง หรือข้อผูกพันกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- บริษัทเป็นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย โดยธนาคารกรุงไทยมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินธุรกิจตามหลักเกณฑ์กำกับแบบรวมกลุ่มตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนด
- ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับธนาคารกรุงไทยในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่เป็นนิติบุคคล มีความสัมพันธ์ในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) โดยบริษัทได้รับ

- ความร่วมมือจากธนาคารกรุงไทย เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทผ่านสาขาต่าง ๆ ของธนาคารกรุงไทยเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วประเทศ
- บริษัทมีความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่มีการแทรกแซงทั้งในเรื่องของนโยบายหรือการบริหารกิจการจากธนาคารกรุงไทยหรือภาครัฐในฐานะผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของธนาคารกรุงไทย
- ธุรกิจที่บริษัททำกับธนาคารกรุงไทย หรือบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารเป็นไปตามเงื่อนไขทางการค้าปกติ

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และ “การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน”)

การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ปี 2562

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาหนี้นอกระบบ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงของลูกค้า และการสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้กับคนในสังคม บริษัทร่วมกับธนาคารกรุงไทย

- จัดตั้งบริษัท เคทีซี ฟิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้การกำกับ (Pico Finance) ประเภท Pico Plus ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาคารกรุงไทยร้อยละ 24.95 สำหรับบริษัท เคทีซี ฟิโก อีก 4 บริษัท ประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี ปทุมธานี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ ถือหุ้นโดยบริษัทเคทีซี ฟิโก (กรุงเทพฯ) จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 100
- จัดตั้งบริษัท เคทีซี นาโน จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (Nano Finance) ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาคารกรุงไทยร้อยละ 24.95

ปี 2563

เพื่อร่วมผลักดัน สนับสนุน ให้เกิดสังคมแห่งนวัตกรรมดิจิทัล บริษัทร่วมกับธนาคารกรุงไทย

- จัดตั้ง บริษัท เคทีซี พรีเมท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแก่ผู้รับบัตร การให้บริการรับชำระเงินแทน และการให้บริการโอนเงิน ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งถือหุ้นโดยบริษัทร้อยละ 75.05 และธนาคารกรุงไทยร้อยละ 24.95

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

ปี 2564

เพื่อการขยายธุรกิจในอนาคต และสร้างโอกาสสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจสินเชื่อที่ครบวงจร

- บริษัทซื้อหุ้นสามัญของบริษัท กรุงไทยธุรกิจดีเอส จำกัด จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อประกอบธุรกิจเช่าซื้อและธุรกิจดีเอสซี โดยบริษัทถือหุ้นร้อยละ 75.05 และธนาคารกรุงไทยถือหุ้นร้อยละ 24.95

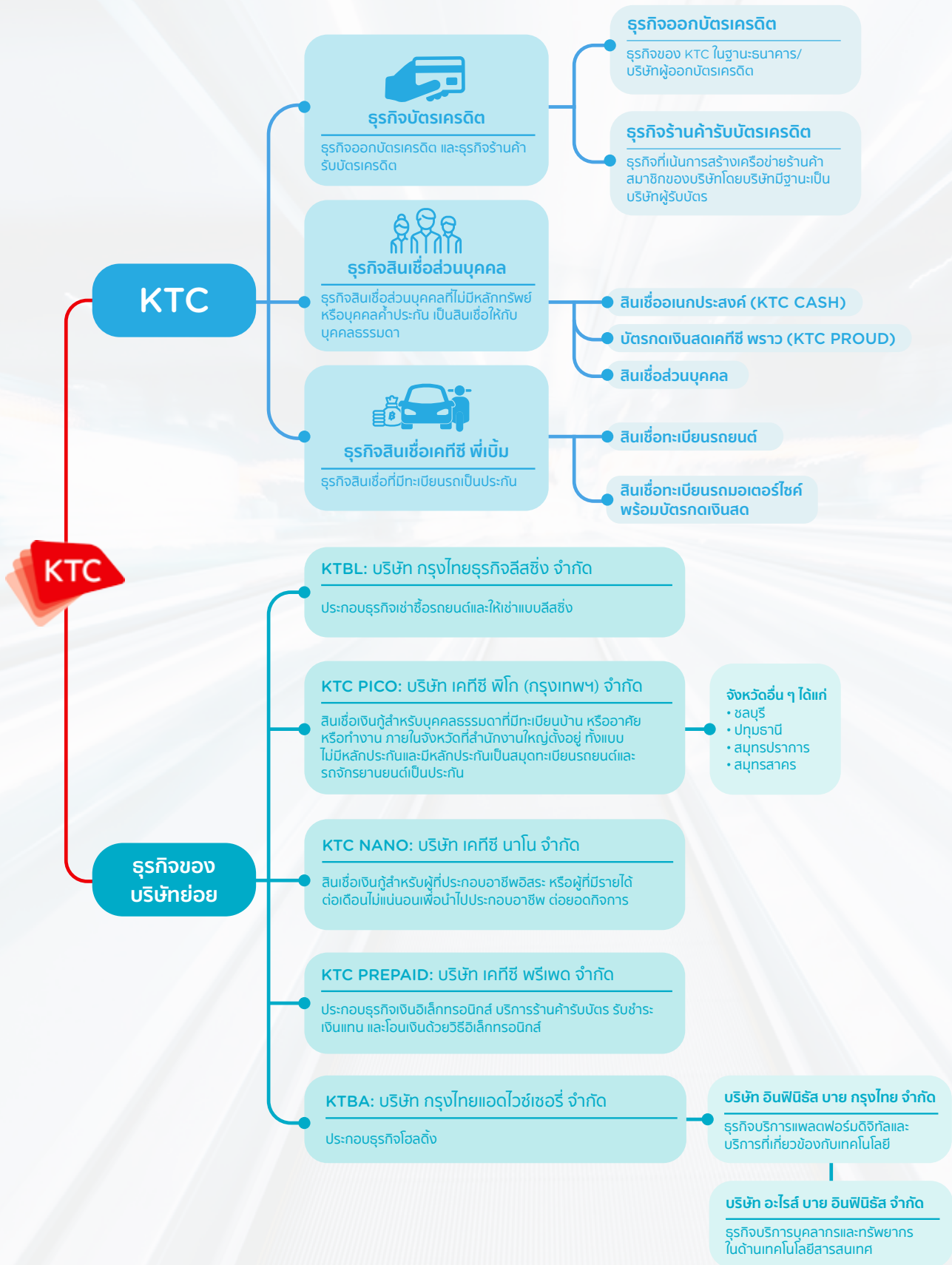
ทั้งนี้ การลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว เพื่อนำประโยชน์มาให้แก่บริษัทในฐานะของผู้ถือหุ้นในอนาคต โดยบริษัทได้เปิดเผยรายละเอียดการทำรายการผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเรียบร้อยแล้ว

การจัดการเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

- บริษัทไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ (Banking License) ตามพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ดังนั้น จึงไม่สามารถระดมทุนจากการรับเงินฝากจากประชาชนได้เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์
- อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถจัดหาเงินกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ที่หลากหลาย เช่น ตราสารทางการเงินต่าง ๆ เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ซึ่งรวมถึงธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ เป็นต้น โดยการกำหนดอัตราดอกเบี้ยต่าง ๆ เป็นไปตามราคาตลาด ทำให้บริษัทมีแหล่งเงินทุนที่กระจายตัวเพียงพอ และสามารถรักษาสถิตของสัดส่วนเงินกู้ยืมระยะสั้นต่อเงินกู้ยืมระยะยาวและต้นทุนการเงินให้สอดคล้องกับสถานะตลาดได้
- บริษัทมีการบริหารจัดการเงินที่เหมาะสม โดยมีการบริหารต้นทุนทางการเงิน สัดส่วนเงินกู้ยืมแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับอายุของลูกหนี้ของบริษัทและแนวโน้มของอัตราดอกเบี้ยในอนาคต นอกจากนี้ยังคงดำรงเงินสดคงเหลือประจำวันให้เพียงพอเพื่อประโยชน์แห่งการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งบริษัทมีวงเงินสินเชื่อ (Total Credit Line) จากธนาคารพาณิชย์จำนวนทั้งสิ้น 33,340 ล้านบาท (Available credit line ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 24,009 ล้านบาท) มีการสำรองวงเงิน Committed Line สำหรับภาวะฉุกเฉิน รวมถึงการจัดทำดัชนีชี้วัดความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง และภาวะวิกฤตสภาพคล่อง (Liquidity Stress Test) เป็นประจำ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทจะไม่ประสบปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน

ผลิตภัณฑ์และบริการ

102-2



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

► การเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ

102-13

บริษัทร่วมเป็นสมาชิกของสมาคม ชมรม หรือองค์กรต่าง ๆ โดยร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ให้ความเห็นหรือเสนอแนะ เพื่อนำไปพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติสำหรับสมาชิกให้นำไปปฏิบัติและเพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (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)
- สมาคมฟินเทคแห่งประเทศไทย (Thai Fintech Association)
- สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors)
- สมาชิกสมาคมการค้าธุรกิจที่พักบูติกไทย (Thai Boutique Accommodation Trade Association)
- สมาชิกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ : สทท. (The Association of Domestic Travel: ADT)
- สมาชิกสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (Thai Travel Agents Association: TTAA)
- สมาชิกแนวร่วมปฏิบัติภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (Thailand's Private Sector Collective Action Coalition Against Corruption)
- สมาชิกชมรมตรวจสอบและป้องกันการทุจริต (Fraud Management Club)
- สมาชิกหอการค้าไทย (Thai Chamber)
- สมาชิก Thailand Development Research Institute (TRDI)
- สมาชิกบัตร Thai Standard Chip
- สมาชิก SET Social Impact ในโครงการ Care the Bear: Change the Climate Change by Eco Event

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม หัวข้อ “ผลการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน”)

ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ

102-15, 103-1, 103-2

ด้วยวิสัยทัศน์ “KTC เป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความยั่งยืน เป็นสำคัญ” บริษัทกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ สร้างสมดุลในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของสมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียและการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน ท่ามกลางบริบทการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา สรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

การเป็น “องค์กรคล่องตัว” (AGILE ENTITY)

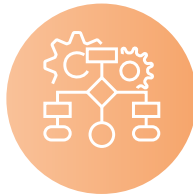
เพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงในการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยแนวคิดการทำงานแบบยืดหยุ่นและพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วผ่าน 5 องค์ประกอบหลักดังนี้



กลยุทธ์



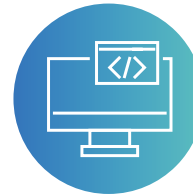
โครงสร้างองค์กร



กระบวนการทำงาน



บุคลากร



ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

- **กลยุทธ์** : สร้างโอกาสและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการสร้างมูลค่าให้กับผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- **โครงสร้างองค์กร** : กำหนดบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบของบุคลากรให้ชัดเจน สนับสนุนให้บุคลากรสามารถทำงานและแก้ปัญหาเองได้เพื่อสร้างผลงานที่ดี
- **กระบวนการทำงาน** : ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อลดความซับซ้อนของขั้นตอนการทำงาน โดยยังคงให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในที่ดีและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม
- **บุคลากร** : ให้ความสำคัญกับบุคลากร โดยเคารพสิทธิมนุษยชน มุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะในการทำงานที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ
- **ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ** : เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานที่ต้องผนวกเข้ากับทุกมิติขององค์กร

แนวโน้มธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัทในปี 2565



1. แนวโน้มธุรกิจ และกลยุทธ์ของธุรกิจ บัตรเครดิตในปี 2565



สำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2565 บริษัทเน้นขยายฐานบัตรร่วมกับพันธมิตรรายใหญ่ ทั้งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาปรับปรุงบัตรเครดิตร่วม (Co-brand) ให้มีสิทธิประโยชน์ตรงใจ ผู้กใจสมาชิกบัตรในระยะยาวและตั้งเป้าหมายให้ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรมีอัตราการเติบโตที่ 10% หรือประมาณ 220,000 ล้านบาท

ทั้งนี้ กลยุทธ์การตลาดของบัตรเครดิตเคทีซีในปี 2565 สามารถสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

• การขยายฐานสมาชิกด้วยบัตรเครดิตที่ตรงใจ:

เคทีซีไม่เคยหยุดนิ่งที่จะพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจที่มากขึ้นในปี 2565 นี้ จะมีการปรับปรุงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษของบัตรบางประเภท เพื่อให้ตอบสนองความต้องการที่ตรงใจมากขึ้นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบัตรนั้น โดยจะเน้นที่กลุ่มลูกค้าระดับบนและกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต โดยนอกจากช่องทางการขายหลักคือ ธนาคารกรุงไทยและตัวแทนขายแล้ว เคทีซีจะเน้นการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์และการสมัครผ่านช่องทางออนไลน์และการขยายฐานบัตรผ่านร้านค้าพันธมิตรให้มากขึ้น นอกจากนี้สำหรับบัตร Co-brand บางบัตรที่เคทีซีได้ออกร่วมกับพันธมิตรนั้น จะมีการปรับปรุงสิทธิประโยชน์เพื่อให้บัตรมีความน่าสนใจมากขึ้น คาดว่าในปีนี้จะมีการทำงานร่วมกับพันธมิตรอื่น ๆ ในการออกผลิตภัณฑ์บัตร Co-brand ประเภทใหม่ด้วย

• การบริหาร Credit Card Portfolio ในเชิงรุก :

ในสภาวะเศรษฐกิจที่ค่อย ๆ ฟื้นตัวหลังการระบาดของโควิด เคทีซียังคงคำนึงถึงการบริหารความเสี่ยงของการอนุมัติบัตรใหม่ ดังนั้นการเติบโตด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรจำเป็นต้องมีการบริหาร Portfolio ปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูล การติดตามการเปลี่ยนแปลงและเข้าใจพฤติกรรมของสมาชิกบัตรเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อที่เคทีซีจะสามารถสร้างความผูกพันกับสมาชิกบัตรในระยะยาวได้

• กิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย:

เคทีซีมุ่งมั่นที่จะรักษาความแข็งแกร่งในเรื่องของการนำเสนอสิทธิประโยชน์ที่หลากหลายและครอบคลุมโดยให้ความสำคัญในทุกหมวดและครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกบัตรมีการใช้จ่ายผ่านบัตรอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นบัตรเครดิตที่ใช้ประจำ โดยนอกจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลแล้ว เรายังเน้นการทำการตลาดในจังหวัดเศรษฐกิจและจังหวัดท่องเที่ยว โดยจะประสานความร่วมมือกับพันธมิตร ร้านค้า และองค์กร รวมถึงสมาคมต่าง ๆ ออกแบบโปรแกรมการตลาด สิทธิประโยชน์ ที่คงเอกลักษณ์ของเคทีซี คือ มีความแปลกใหม่ สร้างสรรค์ หลากหลาย เพื่อให้ได้ประโยชน์ต่อพันธมิตรและสมาชิกบัตรเครดิตในคราวเดียวกัน การขยายพันธมิตรด้านออนไลน์ทั้งด้านจำนวนและความหลากหลายของหมวดสินค้าและบริการตามพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลในปีที่ผ่านมา รวมถึงการที่เคทีซีให้ความสำคัญกับความสะดวก ปลอดภัย และอุ่นใจในการใช้จ่ายออนไลน์ การใช้เทคโนโลยีมาช่วยสร้างประสบการณ์ที่สะดวก ง่ายและปลอดภัยในรายการส่งเสริมการขาย ได้ส่งผลให้ยอดการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์มีการเติบโตที่ดี และทำให้เกิดความต่อเนื่องในการใช้บัตรเครดิตให้มากขึ้น ดังนั้นในปี 2565 การทำกิจกรรมส่งเสริมการขายกับพันธมิตรออนไลน์ยังคงเป็นเรื่องที่เคทีซีให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ นอกจากนี้ เนื่องจากแนวโน้มการทำธุรกิจค้าปลีกจะเป็นไปในรูปแบบของออฟไลน์ไปออนไลน์และออนไลน์ไปออฟไลน์ หรือ Omni Channel มากขึ้น กิจกรรมการตลาดแบบออฟไลน์ยังคงมีความสำคัญมาก เมื่อสถานการณ์ระบาดของโควิดผ่อนคลายแล้ว ก็จะเป็นโอกาสที่เคทีซีจะสร้างประสบการณ์ที่ดีผ่านรูปแบบกิจกรรม งานอีเวนต์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการรับรู้ของแบรนด์เคทีซีและสร้างโอกาสในการขยายฐาน



ลูกค้าบัตรเครดิตใหม่ ๆ ด้วย ทั้งนี้ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยรวมของเคทีซีไม่ว่าจะเป็นออนไลน์หรือ ณ ร้านค้า จะมีคะแนน KTC FOREVER และบริการผ่อนชำระรายเดือนเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำการตลาดเช่นเดิม



• ขับเคลื่อนกิจกรรมการตลาดด้วยคะแนน KTC FOREVER และบริการผ่อนชำระรายเดือน

คะแนน KTC FOREVER ไม่เพียงเป็นเครื่องมือที่สร้างความผูกพันระยะยาวระหว่างเคทีซีและสมาชิกบัตร แต่ยังเป็นการสร้างคุณค่าและเป็นวิธีการตอบแทนความต่อเนื่องในการใช้จ่ายผ่านบัตรเคทีซีอีกด้วย ความหลากหลายของร้านค้า ช่องทางการแลกคะแนน หรือใช้คะแนนน้อยก็สามารถแลกได้ ซึ่งนอกจากจะสร้างความพอใจแก่สมาชิกบัตรแล้ว พันธมิตรร้านค้าต่างก็พอใจกับการที่เคทีซีนำลูกค้าใหม่และธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากการทำการตลาดร่วมกัน โดยใช้คะแนน KTC FOREVER รวมถึงมีการขยายร้านค้าในการแลกคะแนน อีกทั้งเพิ่มความสะดวกในการแลก/โอนคะแนนผ่าน KTC Mobile Application สำหรับบริการผ่อนชำระรายเดือนนั้น เป็นเครื่องมือที่สำคัญมากโดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว เพราะเป็นการลดภาระและช่วยให้สมาชิกบัตรตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ทำให้ร้านค้าสามารถขายสินค้าได้ง่ายและมากขึ้นด้วย



• สร้างความแตกต่างด้วย KTC World Travel Service และ KTC U SHOP

จากแนวโน้มการเริ่มท่องเที่ยวของคนไทยที่มากขึ้นตั้งแต่ช่วงคลาย ล็อคดาวนในปี 2564 เคทีซีเชื่อว่าปี 2565 การเดินทางท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นอย่างแน่นอน ซึ่งเราได้เตรียมความพร้อมในด้านการให้บริการและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรท่องเที่ยว เพื่อให้เราสามารถให้บริการอย่างครบวงจร ด้วยระดับคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐาน การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงไม่มีวันหยุด และที่สำคัญที่สุดความน่าเชื่อถือ จะทำให้ KTC World Travel Service สร้างความพอใจให้แก่สมาชิกบัตร และทำให้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สมาชิกบัตรเลือกใช้เคทีซี

ส่วน KTC U SHOP จะเป็น e-Marketplace ที่รวบรวมสินค้าและร้านค้าที่น่าสนใจเพื่อให้สมาชิกบัตรสามารถเลือกซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ได้อย่างอุ่นใจและมั่นใจในบริการ คุณภาพและความน่าเชื่อถือ โดยสามารถใช้บัตรเครดิตเคทีซีและคะแนน KTC FOREVER ในการชำระค่าสินค้าและบริการได้ โดย KTC U SHOP e-Marketplace นี้จะเป็นช่องทางการขายเพิ่มเติมให้แก่พันธมิตรร้านค้าในปัจจุบันของเคทีซีด้วย

• ใช้การสื่อสารการตลาดยุคดิจิทัลเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ในยุคที่พฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลมากขึ้น เคทีซีได้มีการเพิ่มเติมช่องทางและรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อภายในของเคทีซีหรือการใช้สื่อภายนอกองค์กรในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการตลาดเพื่อให้กลุ่มสมาชิกบัตรเคทีซีได้รับข้อมูลอย่างทันทั่วถึงและไม่พลาดสิทธิพิเศษดี ๆ ที่เราจัดเตรียมให้ นอกจากนี้เคทีซีใช้สื่อ Social Media ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ยังไม่ได้เป็นสมาชิกบัตรเคทีซี ในการประชาสัมพันธ์แคมเปญการตลาด และเป็นการสร้างการรับรู้แบรนด์เคทีซีในวงกว้างด้วย

• การขยายธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต

เคทีซีมุ่งเน้นการขยายตลาดด้วยการนำเสนอบริการรับชำระที่เหมาะสม และตอบโจทยกับความต้องการของร้านค้าและลูกค้าในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การใช้บริการที่ดีแก่ร้านค้าและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัท โดยให้ความสำคัญกับบริการรับชำระเงิน ทั้งการซื้อ-ขายที่ร้านค้า (Offline) และช่องทางออนไลน์ (Online) ไม่ว่าจะเป็นการชำระเต็มจำนวน การผ่อนชำระ (KTC Installment Payment) และการแลกคะแนน KTC FOREVER พร้อมบริการ Merchant Helpdesk บริการแก่ร้านค้า 24 ชม. โดยมีกลยุทธ์การขยายฐานร้านค้าผ่านการประสานความร่วมมือกับธนาคารพันธมิตรและพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการให้บริการแบบครบวงจร อำนวยความสะดวกให้แก่ร้านค้าทั้งในด้านการรับชำระเงินและระบบการบริหารจัดการการขาย พร้อมทั้งยังอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าออนไลน์เพื่อรองรับกับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจ e-Commerce และ Social Commerce รวมถึงการพัฒนาการให้บริการและผลิตภัณฑ์การรับชำระใหม่ ๆ เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มธุรกิจที่เปลี่ยนจากการรับเงินสดในปัจจุบันมาเป็นการรับชำระผ่านบัตรเครดิต ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่ Cashless Society ตามนโยบายของรัฐบาล โดยทั้งนี้ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนากรอบความร่วมมือกันระหว่างธนาคารกรุงไทยและเคทีซี เพื่อต่อยอดและขยายโอกาสทางธุรกิจร่วมกัน อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของฐานรายได้ของบริษัท



2. แนวโน้มธุรกิจ และกลยุทธ์ของธุรกิจ สินเชื่อบุคคลในปี 2565



บริษัทมองว่าธุรกิจสินเชื่อบุคคลในปี 2565 น่าจะเติบโตจากปี 2564 ได้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เริ่มคลี่คลายลง แนวโน้มของเศรษฐกิจน่าจะดีกว่าปีก่อน ความต้องการสินเชื่อน่าจะมากขึ้น โดยกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อบุคคลของเคทีซีในปี 2565 “เรายังคงมุ่งเน้นการรักษาพอร์ตลูกหนี้ให้ยังคงมีคุณภาพที่ดี โดยมีแนวทางในการเน้น รักษาฐานสมาชิกปัจจุบัน ให้มีความผูกพันกับเคทีซีและเป็นบัตรที่ลูกค้านึกถึงเป็นใบแรกเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้เงิน โดยช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายสมาชิกที่มีวินัยการชำระหนี้ที่ดี ผ่านแคมเปญที่โดนใจสมาชิกตลอดกาล เช่น โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง ขณะที่ยังคงมุ่งหาสมาชิกใหม่ที่มีความต้องการสินเชื่อเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเพื่อความก้าวหน้าในชีวิต และวินัยทางการเงินที่ดี ไม่หยุดยั้งที่จะมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสร้างความสะดวกสบายและความคุ้มค่าให้กับลูกค้ามากที่สุด โดยชูจุดเด่น “รูต โอน กด ผ่อน” ได้ภายในบัตรเดียว นอกจากนี้ ยังคงเน้นสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้ลูกค้าเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและเติบโตไปพร้อมกัน โดยสร้างวินัยทางการเงินผ่านกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้ (Financial Literacy) และบทความที่เป็นประโยชน์ในรูปแบบของสื่อที่เข้าใจง่าย รวมทั้งต่อยอดการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปแบ่งปันความรู้เพื่อประกอบอาชีพพร้อมให้คำแนะนำด้านการลงทุนเพื่อนำไปสร้างรายได้ในอนาคต

3. แนวโน้มธุรกิจ และกลยุทธ์ของธุรกิจ สินเชื่อทะเบียนรถในปี 2565



บริษัทมองว่าธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ มีแนวโน้มและศักยภาพที่จะเติบโตขยายตัวได้ดีในปี 2565 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันประกอบกับสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ประชาชนทั่วไปมีความต้องการในสินเชื่อเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ขณะเดียวกันสถาบันการเงินก็ยังคงต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพลูกหนี้ จึงมีการจำกัดปริมาณสินเชื่อและปรับเกณฑ์ในการพิจารณาให้เข้มงวดขึ้น ภาพรวมอุตสาหกรรมจึงหันมาให้ความสนใจในสินเชื่อที่มีทะเบียนรถมาวางเป็นประกัน เนื่องจากกลุ่มที่มีศักยภาพในการชำระหนี้และมีแนวโน้มความเสี่ยงต่ำ

โดยกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ KTC ที่บีเอ็ม ในปี 2565 บริษัทมุ่งเน้นที่การขยายฐานสมาชิกเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสรุปเป็นแกนหลักได้พอสังเขป ดังนี้

- **Hybrid Channels:** ด้วยการ Leverage บริการ “ที่บีเอ็ม Delivery” ควบคู่ไปกับการรับสมัครสินเชื่อผ่านช่องทางหลักของธนาคารกรุงไทย ไม่ว่าจะเป็นการรับสมัครผ่านช่องทางสาขาของธนาคาร ซึ่งมีอยู่ด้วยกันกว่า 900 สาขาทั่วประเทศ และช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Website หรือ Applications ต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงบริการของสินเชื่อ KTC ที่บีเอ็มได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และครอบคลุมไปยังพื้นที่ต่างจังหวัดได้มากขึ้น
- **Product Diversification:** มุ่งเน้นในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อทะเบียนรถ ให้มีความหลากหลายครบทุกความต้องการของตลาด รวมถึงการให้สินเชื่อในรูปแบบของบัตรเครดิตเงินสด “เคทีซี ที่บีเอ็ม” ซึ่งเป็นครั้งแรกของสินเชื่อทะเบียนรถยนต์ และรถมอเตอร์ไซค์ในรูปแบบของบัตรเครดิตเงินสด ที่ลูกค้าสามารถรูต-โอน-กด-ผ่อน ผ่านบัตร เพื่อนำเงินไปใช้ในยามฉุกเฉินได้ทันที
- **Digitization & Process Improvement:** มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการรับสมัครสินเชื่อให้มีความสะดวก รวดเร็ว โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการรับสมัครสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการทำรายการผ่าน Tablet Device การพิจารณาสินเชื่อแบบ Online Application (Realtime) ทำให้ผู้สมัครพิจารณาอนุมัติและโอนเงินเข้าบัญชีสมาชิกได้ทันทีภายในระยะเวลาต่ำกว่า 2 ชั่วโมง
- **Brand Awareness:** ผ่านช่องทาง Online เป็นหลัก เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมรับสื่อผ่านช่องทาง Online Brand Awareness มุ่งเน้นสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ไปยังอุตสาหกรรมและกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นสื่อสารชื่อผลิตภัณฑ์สินเชื่อ KTC ที่บีเอ็ม ผ่านสื่อหลักต่าง ๆ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะสื่อที่มีอิทธิพลและตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ได้รับความสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากขึ้น
- **Target Expansion:** ขยายฐานสมาชิกไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพ และมีความต้องการทางการเงิน แต่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เช่น สินเชื่อหมุนเวียนสำหรับคู่ค้าสินเชื่อสำหรับผู้ลงทุนในธุรกิจแฟรนไชส์ สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบอาชีพเสริม (Second job) หรือผู้ที่มิอาชีพอิสระ เป็นต้น

4. แนวโน้มธุรกิจ และกลยุทธ์ของธุรกิจ ฟิสิกส์ไฟแนนซ์ในปี 2565



แนวโน้มภาพรวมของธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อในปี 2565 คาดว่าจะมีการเติบโตแบบทรงตัว เนื่องมาจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ที่ต่อเนื่องมาจากปีที่ผ่านมา ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีการใช้จ่ายอย่างค่อนข้างระมัดระวัง โดยเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในสินเชื่อเช่าซื้อรถใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมนี้ โดย ณ สิ้นปี 2564 ยอดสินเชื่อคงค้างรวมของธุรกิจเช่าซื้อของอุตสาหกรรมอยู่ที่ 1,180,707 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ที่มียอดสินเชื่อเช่าซื้อ 1,179,314 ล้านบาท แต่อย่างไรก็ดี แนวโน้มของธุรกิจในกลุ่มสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองยังมีทิศทางเติบโตไปในทางที่ดีขึ้นเนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า และราคาที่จับต้องได้ของรถยนต์มือสอง จึงมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาให้ความสนใจกับการซื้อรถยนต์มือสองมากขึ้น

สำหรับกลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อในปี 2565 บริษัทมุ่งเน้นไปที่การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และขยายฐานสมาชิกไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งประเภทสินเชื่อธุรกิจและสินเชื่อรายย่อย โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองเป็นหลัก ทั้งนี้ กลยุทธ์ของธุรกิจสินเชื่อเช่าซื้อ จะมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจสินเชื่อที่มีหลักประกันของ KTC โดยสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

- **Product Diversification:** มุ่งเน้นออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้มีความหลากหลายครบทุกความต้องการของตลาด
- **Digitization & Process Improvement:** มุ่งเน้นพัฒนากระบวนการรับสมัครสินเชื่อให้มีความสะดวก รวดเร็ว โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการรับสมัครสินเชื่ออย่างต่อเนื่อง
- **Brand awareness:** มุ่งเน้นสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ไปยังอุตสาหกรรมและกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นสื่อสารผลิตภัณฑ์สินเชื่อผ่านสื่อหลัก ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
- **Target Expansion:** ขยายฐานสมาชิกไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพ และมีความต้องการทางการเงิน แต่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทั้งในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสินเชื่อธุรกิจ และสินเชื่อรายย่อย ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายรวมอยู่ภายใต้แบรนด์ธุรกิจสินเชื่อที่เข้มและกรุงไทยลีสซิ่งที่ 11,500 ล้านบาท



การกำกับดูแลกิจการ



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

การดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการกำกับดูแลกิจการอย่างดีเยี่ยมโดยได้รับการประเมิน CGR* ไม่ต่ำกว่า 90 คะแนนต่อเรื่องทุกปี

เป้าหมายปี 2564

บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท

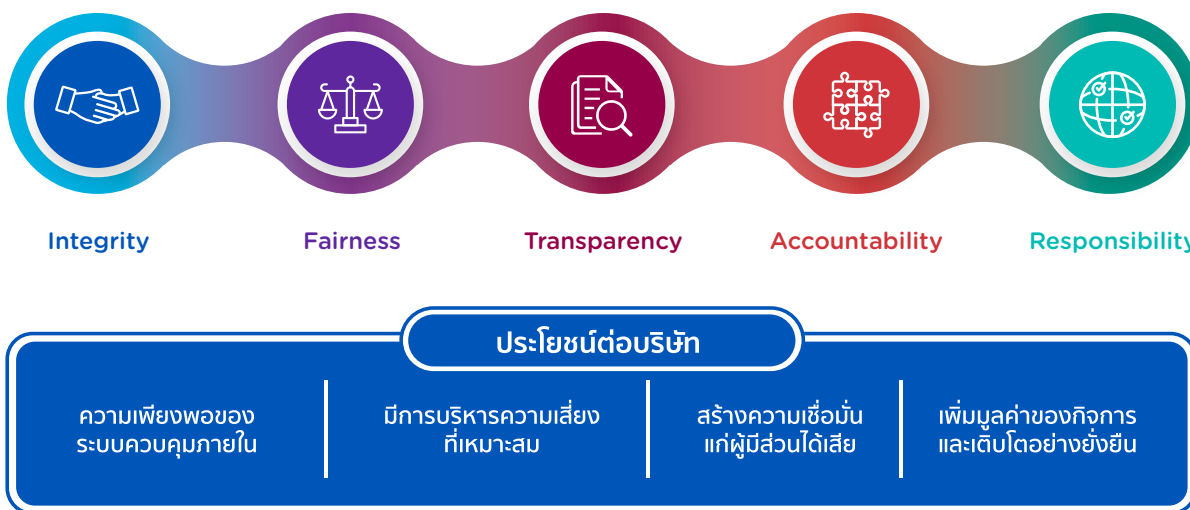
ผลงานปี 2564

บริษัทจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคณะกรรมการที่ได้รับมอบอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจากคณะกรรมการบริษัท

* CGR หมายถึง Corporate Governance Report

103-1

การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีความสำคัญอย่างยิ่งโดยส่งผลที่ดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนส่งเสริมภาพลักษณ์ ผลประกอบการทางการเงิน และการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว บริษัทจึงยึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นรากฐานในการดำเนินธุรกิจ โดยถือเป็นบทบาทและความรับผิดชอบที่สำคัญของคณะกรรมการบริษัทในการกำกับดูแลบริหารกิจการให้เป็นอย่างดี โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีอิสระจากฝ่ายบริหารในการตัดสินใจ โดยดูแลให้บริษัทมีระบบการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม มีจริยธรรม ควบคู่ไปกับการดูแลผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันตามสิทธิและหน้าที่ที่พึงได้รับ เพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนให้แก่บริษัท



102-16, 102-17, 102-18, 102-19, 102-32, 103-2

เคทชียึดถือปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างและรักษาความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจ ทั้งยังให้ความสำคัญกับเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม ซึ่งจะช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ พร้อมทั้งได้สร้างคุณค่าอย่างสมดุลแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน

▶ 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 กรรมการชด้อย ความหลากหลายและการสรรหากรรมการ และวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการ หรือการประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น
6. นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ครอบคลุมแนวปฏิบัติ การดำเนินการต่าง ๆ รวมถึงช่องทางการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการคอร์รัปชันในกระบวนการทำงานของบริษัท

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

▶ ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัท

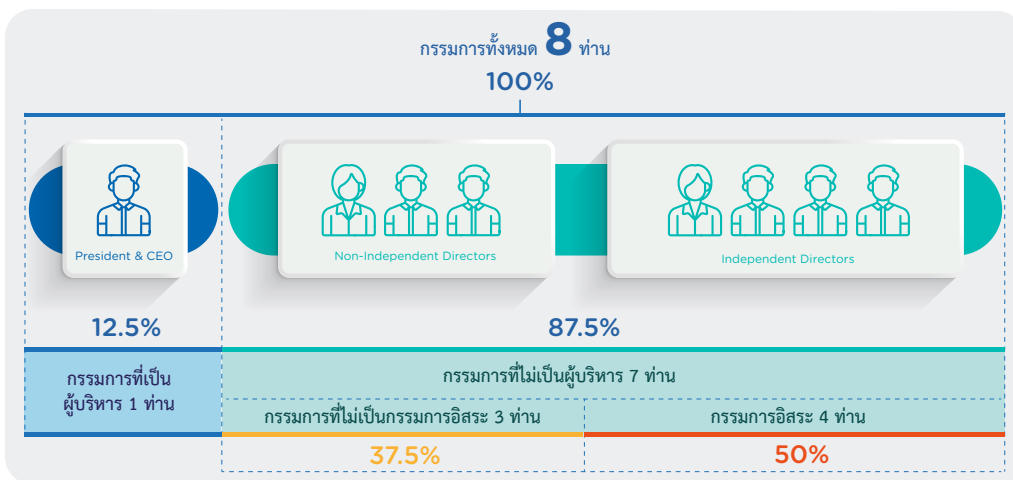
คณะกรรมการบริษัทมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการ การบริหารงานของบริษัท มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย อีกทั้งมีหน้าที่พิจารณากำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมหลัก และแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน รวมถึงการอนุมัติในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของบริษัท แผนธุรกิจ และงบประมาณประจำปี โดยมีการกำกับดูแลและติดตามให้การบริหารงานของฝ่ายจัดการเป็นไปตามนโยบาย กลยุทธ์ และแผนธุรกิจที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ

ของหน่วยงานทางกรที่เกี่ยวข้อง ตามมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นหรือผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทได้ดูแลให้มีระบบการควบคุมภายใน รวมถึงกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ร่วมกับฝ่ายจัดการเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดี เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยคำนึงถึงความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งบริษัทมีการประเมินความเสี่ยงทั้งบริษัทเป็นประจำทุกปี และมีการรายงานสรุปผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

องค์ประกอบของคณะกรรมการ

บริษัทมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริษัท 1 คณะ และคณะกรรมการชด้อย 2 คณะ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ และกฎบัตรของคณะกรรมการชุดต่าง ๆ

ณ สิ้นปี 2564 องค์ประกอบของกรรมการบริษัท ประกอบด้วย



บริษัทมีกรรมการอิสระจำนวน 4 คน หรือร้อยละ 50 ของกรรมการทั้งหมด ซึ่งมากกว่าข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ที่ให้มีกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 คน

(โปรดศึกษาคำจำกัดความความเป็นอิสระและคุณสมบัติของคณะกรรมการอิสระ ได้ที่กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม)

ความเป็นอิสระจากฝ่ายจัดการ

ประธานกรรมการเป็นกรรมการที่ไม่ใช่ผู้บริหารและไม่ได้เป็นกรรมการอิสระ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการทำหน้าที่ประธานกรรมการให้มีความอิสระจากฝ่ายจัดการ บริษัทจึงได้มีการแบ่งแยกบทบาทหน้าที่ของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน อีกทั้งประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องไม่ใช่บุคคลเดียวกัน

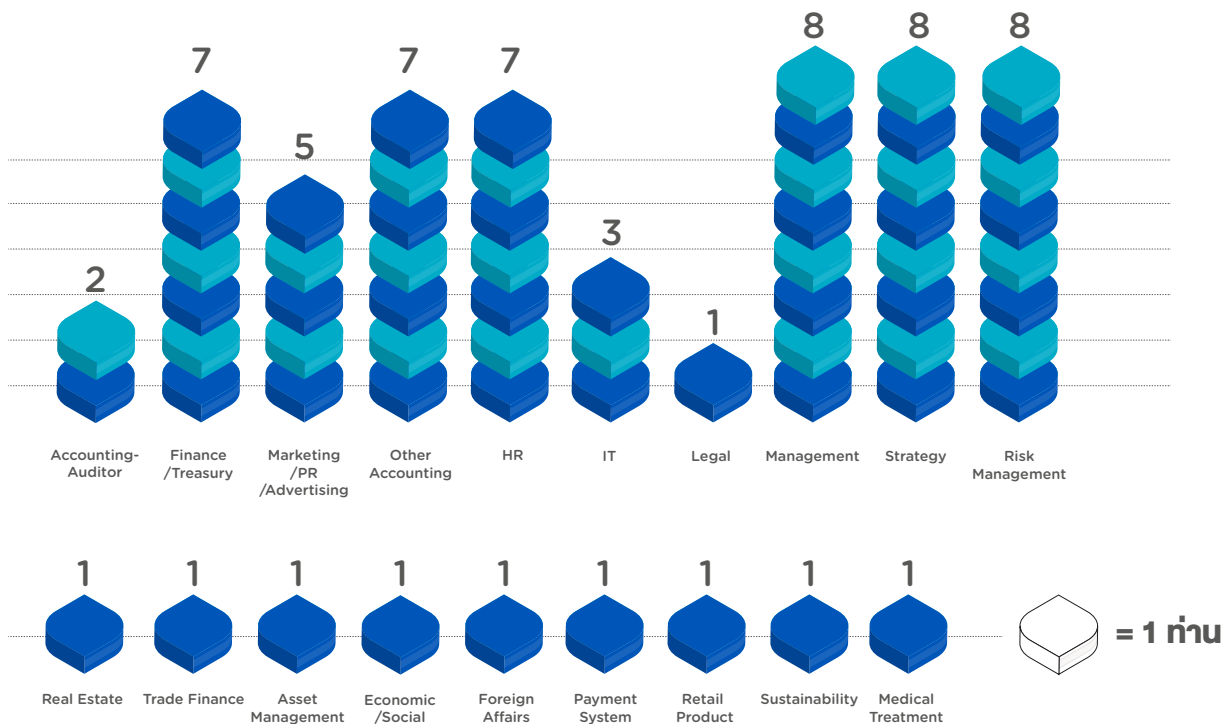
(โปรดศึกษารายละเอียดบทบาทหน้าที่ได้ที่หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” บนเว็บไซต์ของบริษัท <https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>)

นโยบายความหลากหลายในการสรรหากรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

กรรมการบริษัท

1. บริษัทกำหนดแนวทางความโปร่งใสในการสรรหากรรมการไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ โดยมีกระบวนการที่โปร่งใสชัดเจน การสรรหากรรมการจะพิจารณาจากบุคคลที่มีคุณสมบัติทักษะ ความรู้ความสามารถ หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัท โดยคำนึงถึงสัดส่วนจำนวน ความหลากหลาย องค์ประกอบที่เหมาะสม ไม่จำกัดเรื่องสิทธิ เพศ เพศสภาพ เชื้อชาติ สัญชาติ หรือศาสนา และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นสามารถเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการพิจารณาเลือกตั้งเป็นกรรมการในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นด้วย ซึ่งกรรมการชุดปัจจุบันของบริษัทเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติทักษะ และประสบการณ์สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด
2. บริษัทพิจารณาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ โดยการจัดทำตาราง Board Skill Matrix ซึ่งพิจารณาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมทั้งความหลากหลายในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่การดำเนินงานของบริษัท
3. บริษัทตรวจสอบคุณสมบัติของบุคคลที่ถูกเสนอชื่อว่ามีคุณสมบัติตามกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงข้อบังคับ หรือนโยบายของบริษัทที่กำหนดไว้
4. กรณีแต่งตั้งกรรมการอิสระ รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทได้พิจารณาความเป็นอิสระของบุคคลที่ถูกเสนอชื่อให้เป็นกรรมการอิสระ รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด โดยกรณีหากเป็นการแต่งตั้งกรรมการอิสระเดิมให้กลับเข้าดำรงตำแหน่งอีกครั้ง จะต้องดำรงตำแหน่งต่อเนื่องนับจากวันที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระครั้งแรกไม่เกิน 9 ปี
5. เพื่อให้กรรมการสามารถอุทิศเวลาของการทำหน้าที่เป็นกรรมการให้แก่บริษัทได้อย่างเพียงพอ บริษัทจึงได้พิจารณาจำนวนบริษัทที่กรรมการท่านนั้นดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการซึ่งไม่เกิน 5 บริษัท

ความเชี่ยวชาญของคณะกรรมการ (Board Skill Matrix)



Knowledge Skill and Experience

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาหลักเกณฑ์การสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสรรหาประธานเจ้าหน้าที่บริหารกรณีตำแหน่งว่างลง โดยคณะกรรมการสรรหาจะพิจารณาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ด้านการบริหารธุรกิจบัตรเครดิต ด้านการบริหารการเงิน การธนาคาร สถาบันการเงิน หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบัตรเครดิต อีกทั้งเป็นบุคคลที่มีวิสัยทัศน์และแนวคิดที่ครอบคลุม รวมถึงมีความเหมาะสมในการบริหารกิจการ เป็นต้น เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาแต่งตั้งผู้ที่จะดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ทั้งนี้ กรณีการดำรงตำแหน่งในบริษัทจดทะเบียนอื่นของประธานเจ้าหน้าที่บริหารสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นได้ โดยไม่ทำให้เสียการงานของบริษัท และต้องไม่นำเอาบริษัทหรือตำแหน่งของตนไปเกี่ยวข้องกับกิจการนั้น รวมถึงต้องขออนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

บริษัทได้เปิดเผยหลักเกณฑ์และกระบวนการในการสรรหากรรมการบริษัทและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ภูมิบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และแบบ 56-1 One Report หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”

การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท

การเข้าร่วมประชุม

ในปี 2564 มีการประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาวาระการประชุมต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบ Online และ On-site จำนวน 19 ครั้ง โดยกรรมการเข้าร่วมประชุมเฉลี่ยร้อยละ 96 ซึ่งสูงกว่ามาตรฐานการเข้าร่วมประชุมที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของการประชุมตลอดทั้งปี

จำนวนกรรมการที่ดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่น

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์การดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทที่บริษัทอื่นสำหรับกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และพนักงานตำแหน่งอื่น ๆ ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการ โดยกำหนดให้คณะกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นไม่เกิน 5 บริษัท ซึ่งในปี 2564 ไม่มีกรรมการบริษัทดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นเกินกว่าที่บริษัทกำหนด

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “ประวัติคณะกรรมการ”)

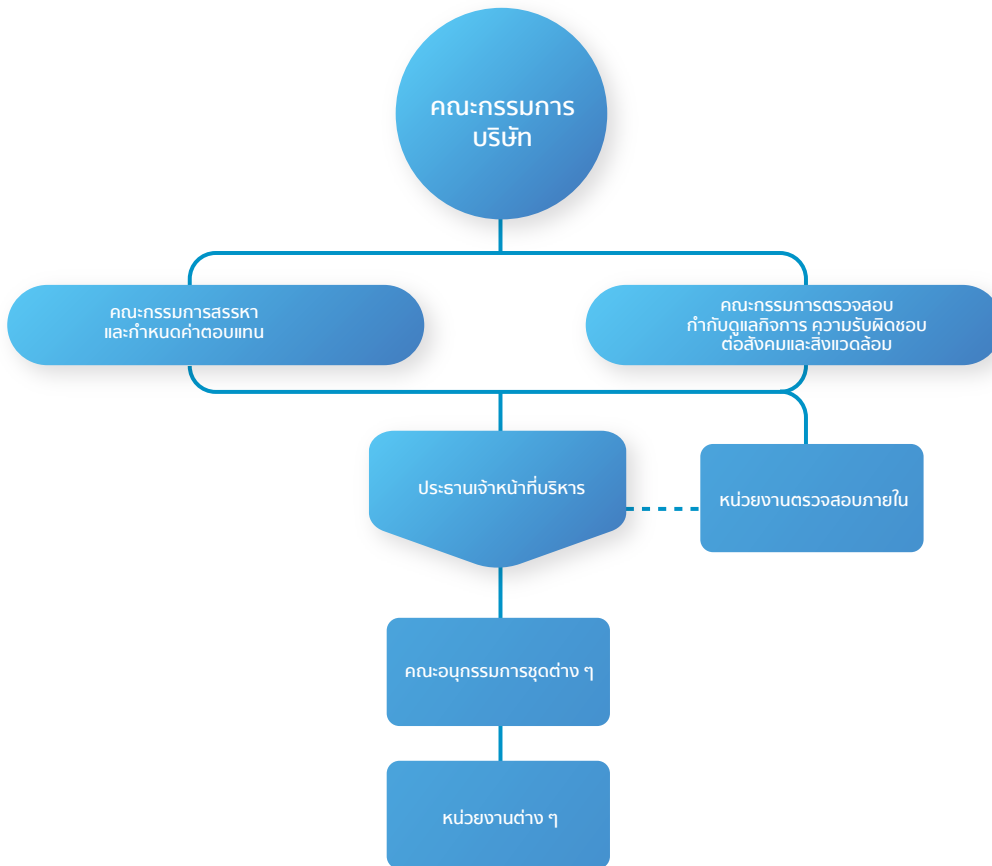
ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ย

ณ สิ้นปี 2564 ระยะเวลาการดำรงตำแหน่งเฉลี่ยของคณะกรรมการจำนวน 3.48 ปี

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ”)

การจัดตั้งคณะกรรมการชุดย่อย

คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย เพื่อช่วยศึกษาและกลั่นกรองเรื่องสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดในแต่ละด้าน และเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการแต่ละคณะ ประกอบด้วย



คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ทำหน้าที่กำหนดคุณสมบัติของกรรมการ ผู้บริหาร ตามโครงสร้างขนาด และองค์ประกอบตามที่กฎหมายกำหนด นอกจากนี้ยังทำหน้าที่สรรหา พิจารณาคัดเลือก และกลั่นกรองบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเพื่อคัดเลือกและเสนอให้มีการแต่งตั้งผู้ดำรงตำแหน่งกรรมการตามกระบวนการสรรหาของบริษัท โดยคำนึงถึงสัดส่วนจำนวน ความหลากหลายขององค์ประกอบของคณะกรรมการที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ เพศสภาพ อายุ ทักษะความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัท และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อความ เป็นอิสระ อีกทั้งเพื่อความชัดเจนในการบริหารงานด้านการกำกับดูแลและการบริหารกิจการ บริษัทได้กำหนดให้ประธานกรรมการ

และประธานเจ้าหน้าที่บริหารจะต้องไม่เป็นบุคคลคนเดียวกัน นอกจากนี้ยังพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์ แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เสนอหลักเกณฑ์ นโยบายกำหนดผลตอบแทน แนวทางการจ่ายค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น รวมทั้งพิจารณาขยายระยะเวลาเกษียณอายุและการพิจารณาเกษียณอายุก่อนกำหนด รวมถึงจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งผู้บริหารเพื่อเตรียมความพร้อมให้มีผู้สืบทอดตำแหน่งในกรณีผู้บริหารตำแหน่งนั้น ๆ เกษียณอายุหรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ทั้งนี้ ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

โดยในปี 2564 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 7 ครั้ง

คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ประกอบด้วยกรรมการอิสระทั้งคณะ มีหน้าที่กำกับดูแลการจัดทำรายงานทางการเงิน การควบคุมภายในและการตรวจสอบพิจารณารายการเกี่ยวโยง ดูแลการดำเนินการต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลอดจนการพิจารณาทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งรวมถึงนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ การกำกับดูแลให้บริษัทมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ การพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงการปฏิบัติที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการปฏิบัติตามหลัก

จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับหลักมาตรฐานสากล โดยมีกรรมการ 1 ท่านที่มีความรู้ความสามารถด้านบัญชีและการเงินพอที่จะสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ และมีความรู้ต่อเนื่องกับเหตุที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายงานทางการเงิน ทั้งนี้ ตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยในปี 2564 ได้จัดประชุมทั้งสิ้น 12 ครั้ง

(โปรดพิจารณารายละเอียดของคณะกรรมการชุดย่อยของบริษัทได้ที่ กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)

การเปิดเผยคำตอบแทนของกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมผู้บริหารระดับสูงและพนักงาน

บริษัทได้มีการเปิดเผยคำตอบแทนของกรรมการบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมผู้บริหารระดับสูงและพนักงาน ในแบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ”

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย

บริษัทกำหนดให้กรรมการบริษัทประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง ปีละ 1 ครั้ง โดยเลขานุการบริษัทจะทำหน้าที่ในการนำส่งแบบประเมินให้กับกรรมการ และกรรมการชุดย่อยเพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการประเมินมาใช้ในการพัฒนา เสริมประสิทธิภาพให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้จัดให้มี

การประเมินกรรมการ 4 รูปแบบ ประกอบด้วย การประเมินคณะกรรมการทั้งคณะ การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (ประเมินตนเอง) การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (การประเมินแบบไขว้) และการประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ

ในปี 2564 บริษัทได้จัดให้คณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะจัดทำแบบประเมิน โดยได้นำเสนอสรุปผลการประเมินต่อคณะกรรมการบริษัท เพื่อพิจารณาในการประชุมครั้งที่ 1/2565 ลงวันที่ 21 มกราคม 2565 โดยมีรายละเอียดผลการประเมินคณะกรรมการแต่ละชุด ดังนี้

| แบบประเมิน | ค่าเฉลี่ย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) |
|--|-------------------------------|
| การประเมินคณะกรรมการทั้งคณะ | 4.91 |
| การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (ประเมินตนเอง) | 4.78 |
| การประเมินคณะกรรมการรายบุคคล (การประเมินแบบไขว้) | 4.91 |
| การประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ (คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม) | 4.99 |
| การประเมินคณะกรรมการชุดย่อยทั้งคณะ (คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน) | 5.00 |

การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหาร

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้กำหนดหลักเกณฑ์ แนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้กับคณะกรรมการบริษัท ให้ความเห็นชอบ โดยเปรียบเทียบกับดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicator : KPI) ที่กำหนดตามกลยุทธ์ และเป้าหมายในแต่ละปี และความสามารถในการบริหารจัดการ

สำหรับหลักเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ให้ความเห็นชอบ โดยการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินผลพิจารณาจากกลยุทธ์ และเป้าหมายในแต่ละปี ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การถือหุ้นในบริษัท

การถือหุ้นโดยรัฐบาล

ธนาคารกรุงไทยเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท โดยในปี 2564 ถือหุ้นและมีสิทธิออกเสียงร้อยละ 49.29 ของสิทธิออกเสียงทั้งหมด ซึ่งแม้ว่าธนาคารกรุงไทยจะมีกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาาระบบสถาบันการเงิน (กองทุนฟื้นฟู) ถือหุ้นในธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 55.05 แต่จากการตีความของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้พิจารณาสถานะความเป็นรัฐวิสาหกิจของกองทุนฟื้นฟู และธนาคารกรุงไทยแล้วว่ากองทุนฟื้นฟูไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ ตามนิยามคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” ของพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 ซึ่งส่งผลให้ธนาคารกรุงไทยไม่มีลักษณะเป็นบริษัทหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่เป็นรัฐวิสาหกิจตาม (2) และ (3) ของบทนิยามคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” ในมาตรา 4 ของพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 ไปด้วย นอกจากนี้ บริษัทไม่ได้มีการเสนอหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงเป็นพิเศษ (GOLDEN SHARE) ให้แก่รัฐบาล

หมายเหตุ:

- สามารถดูข้อมูลการแจ้งข่าวตลาดหลักทรัพย์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้จาก <https://www.set.or.th/set/newsdetails.do?newsId=16048790282481&language=th&country=TH>
- โปรดพิจารณารายละเอียดโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงานและอื่น ๆ”

สิทธิการออกเสียง

บริษัทกำหนดสิทธิสำหรับการออกเสียงลงคะแนนหุ้นสามัญเท่ากันคือ 1 หุ้นเป็น 1 เสียง และถือเสียงข้างมากเป็นมติ ยกเว้นกรณีที่เป็นไปตามที่ระบุในข้อบังคับหรือตามที่กฎหมายกำหนดไว้เป็นประการอื่น

ในปี 2564 สิทธิการออกเสียงของบริษัทเป็นดังนี้

| สิทธิการออกเสียง | จำนวนสิทธิออกเสียงต่อ 1 หุ้น | จำนวนหุ้น | สิทธิออกเสียงรวม |
|--------------------|------------------------------|---------------|------------------|
| ไม่มีสิทธิออกเสียง | 0 | 207,228,082 | 0 |
| มีสิทธิออกเสียง | 1 | 2,371,105,988 | 2,371,105,988 |
| รวม | - | 2,578,334,070 | 2,371,105,988 |

หมายเหตุ: บริษัท ไทยเอ็นวีดีอาร์ จำกัด จัดอยู่ในกลุ่มผู้ถือหุ้นประเภทไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 ถือหุ้นในบริษัท ร้อยละ 8.04 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด

▶ การดำเนินการด้านบัญชี

บริษัทได้จัดทำบัญชีและงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และวิธีปฏิบัติทางการบัญชีที่รับรองทั่วไปในประเทศไทย โดยนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงและฉบับใหม่ รวมถึงแนวปฏิบัติทางบัญชีที่ออกโดยสภาวิชาชีพบัญชีมาถือปฏิบัติ ทั้งนี้ บริษัทเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ รวมถึงนโยบายการบัญชีที่สำคัญ

ในงบการเงิน ค่าอธิบายและบทวิเคราะห์สำหรับผลการดำเนินการ (MD&A) เป็นประจำทุกไตรมาสที่เว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (<http://www.sec.or.th>) หรือเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (<http://www.set.or.th>) หรือเว็บไซต์ของบริษัท (<http://www.ktc.co.th>)

▶ การดำเนินการด้านภาษี

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

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทตามความรับผิดชอบงานที่กำหนดไว้ในกฎบัตรว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติของคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้อนุมัตินโยบายด้านภาษี

นโยบายด้านภาษี

นโยบายด้านภาษีของบริษัทฯ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. จรรยาบรรณด้านภาษี

- ยึดถือและปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การจัดการด้านภาษีเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม
- ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) ตามกรอบของกฎหมายและเต็มประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งสิทธิประโยชน์ทางภาษีอาจครอบคลุมถึงมาตรการยกเว้นภาษีในบางช่วงเวลา หรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ
- มีความรับผิดชอบต่อในการชำระภาษีอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับธุรกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และไม่โอนย้ายมูลค่าที่เกิดขึ้นไปยังธุรกรรมของกิจการที่เสียภาษีในอัตราต่ำกว่า ปัจจุบันบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจทั้งหมดในประเทศไทย
- ไม่มีนโยบายในการใช้ Tax Havens ที่ใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการระดมทุนและจัดหาสภาพคล่องให้กับบริษัทฯ และไม่ใช้โครงสร้างภาษีไปในแนวทางที่ไม่ถูกต้องอันจะก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี (Tax Avoidance)
- กำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) ระหว่างกิจการที่เกี่ยวข้องกันให้เป็นไปตามหลักการกำหนดราคาของค่าตอบแทน ซึ่งคู่สัญญาที่เป็นอิสระต่อกันพึงกำหนดโดยสุจริต (Arm's Length Principle) ซึ่งบริษัทฯ ใช้ราคาตามปกติธุรกิจ โดยถือตามราคาตลาดทั่วไป หรือเป็นไปตามสัญญาที่ตกลงกันไว้ เพื่อให้การรับรู้รายได้และรายจ่ายที่ใช้เป็นฐานในการเสียภาษีตามกฎหมาย

2. การบริหารความเสี่ยงด้านภาษี

- ดำเนินการให้มีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างให้พนักงานมีความเข้าใจ และยึดมั่นในข้อกำหนดและข้อปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมายภาษี
- จัดทำคู่มือปฏิบัติงานด้านภาษีเป็นลายลักษณ์อักษร และปรับปรุงให้ทันสมัยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง
- กำหนดกระบวนการจัดทำและชำระภาษีให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ตรงเวลา และมีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบในรูปแบบที่เหมาะสม
- ควบคุมการบันทึกข้อมูลทางบัญชีที่เกี่ยวข้องกับรายการภาษีทุกประเภท เพื่อให้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง และเชื่อถือได้
- ท้าหรือกับที่ปรึกษาภาษีภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นที่มีความซับซ้อนหรือประเด็นที่บริษัทฯ ไม่มีความชำนาญ เพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบทางภาษีที่อาจเกิดขึ้น และให้การปฏิบัติเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

3. ความโปร่งใสด้านภาษี

- เปิดเผยนโยบายด้านภาษีต่อสาธารณะผ่านเว็บไซต์ของบริษัทฯ
- เปิดเผยข้อมูลทางด้านภาษีตามที่กฎหมายกำหนด โดยบริษัทฯ ได้มีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินตามที่มาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนด
- รายงานข้อมูลด้านภาษีต่อสรรพากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องภายในเวลาที่กฎหมายกำหนด
- ให้ความร่วมมือต่อเจ้าหน้าที่สรรพากรและหน่วยงานราชการในการตอบข้อซักถาม หรือจัดเตรียมข้อมูลประกอบการตรวจสอบด้านภาษีอย่างครบถ้วนและโปร่งใส และจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการประสานงานด้านภาษีกับกรมสรรพากรและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสื่อสาร การให้ข้อมูลกับภาครัฐถูกต้องตรงกัน

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

ข้อมูลด้านภาษี

(หน่วย : บาท)

| งบการเงินรวม | 2564 | 2563 ปรับปรุงใหม่ ⁽¹⁾ |
|--|----------------|-------------------------------------|
| รายได้รวม (Total Revenue) | 21,441,674,222 | 22,451,504,958 |
| กำไรก่อนภาษีเงินได้ (Profit before Income Tax) | 7,255,377,113 | 6,880,016,724 |
| ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ (Income Tax Expense) | 1,466,856,852 | 1,371,699,859 |
| อัตรากาซีที่แท้จริง (Effective Tax Rate) | 20.2% | 19.9% |
| ภาษีเงินได้ที่ชำระ (Income Tax Paid) | 1,440,734,696 | 1,332,486,430 |
| อัตรากาซี (Cash Tax Rate) ⁽²⁾ | 20% | 20% |

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ บริษัทได้ปรับปรุงงบการเงินปี 2563 ที่นำมาแสดงเปรียบเทียบย้อนหลัง เสมือนการรวมธุรกิจ บริษัท ไทยธุรกิจอีสซิ่ง จำกัด ได้เกิดขึ้นตั้งแต่นั้น

⁽²⁾ อัตรากาซี (Cash Tax Rate) : อัตรากาซีเงินได้นิติบุคคลที่ชำระตามกฎหมาย

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

การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองในฐานะสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ CAC (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption) อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายปี 2564

พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

ผลงานปี 2564

พนักงานศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

103-1

บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมีแนวทางสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจรรยาบรรณธุรกิจ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ปราศจากการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ

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

103-2, 205-1, 205-2



การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน



การต่อต้านการแข่งขัน



การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง



คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

การเข้าร่วมเครือข่ายในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้เข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายกับบริษัทอื่น ๆ ในการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน และได้รับการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (โครงการ Thai Private Sector Collective Action Against Corruption: CAC) ตั้งแต่ปี 2556

นอกจากนี้ บริษัทได้สนับสนุนให้คู่ค้าต่อต้านการคอร์รัปชันและเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเพื่อต่อต้านการทุจริต การติดสินบน และคอร์รัปชัน โดยได้ส่งจดหมายเพื่อแจ้งนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชัน และขอความร่วมมือคู่ค้าปฏิบัติตาม KTC Supplier Code of Conduct พร้อมทั้งเชิญชวนร่วมเป็นสมาชิกโครงการแนวร่วมปฏิบัติต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย



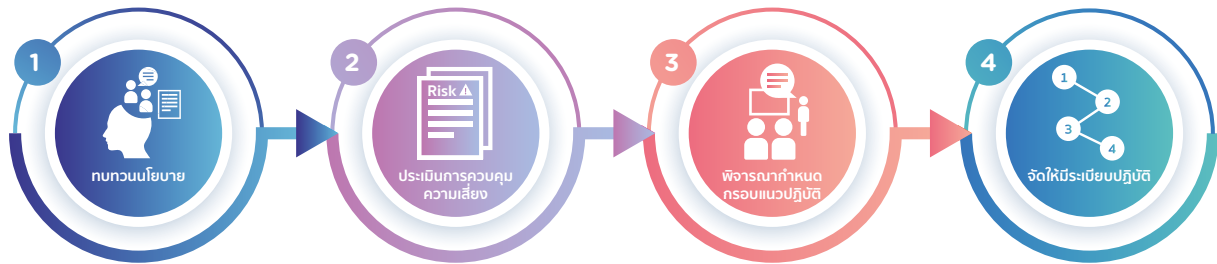
บริษัทได้รับการต่ออายุการรับรองในฐานะสมาชิกจากโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Thai Private Sector Collective Action Against Corruption) หรือ CAC เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2562 และในขณะนี้บริษัทอยู่ระหว่างการยื่นเอกสารเพื่อขอต่ออายุรับรองการเป็นสมาชิกฯ ในเดือนธันวาคม 2564

นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน

คณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัตินโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งได้กำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการกำกับดูแลกิจการ รวมถึงมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนโยบายและมาตรการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อห้ามไม่ให้เกิดการทุจริต ผู้บริหาร และพนักงานทั้งของบริษัทและบริษัทย่อย ดำเนินการหรือยอมรับการคอร์รัปชันทุกรูปแบบที่จะนำไปสู่ผลประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อน หรือคนรู้จัก หรือเป็นการแสวงหาประโยชน์จากการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ อีกทั้งกำหนดบทบาท

หน้าที่ แนวทางปฏิบัติหากพบการคอร์รัปชัน บทลงโทษ รวมถึงกระบวนการและช่องทางในการแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานทุกระดับจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

การดำเนินการภายในโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย บริษัทปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันดังนี้



1. ทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งอยู่ภายใต้นโยบายการกำกับดูแลกิจการเป็นประจำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารได้ตระหนัก และให้ความสำคัญกับการต่อต้านคอร์รัปชัน และปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร โดยบริษัทได้เผยแพร่นโยบายให้กับลูกค้า คู่ค้า รวมถึงพนักงานบริษัท ได้รับทราบผ่านทางเว็บไซต์บริษัท (www.ktc.co.th) อินทราเน็ต รวมถึงสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ภายในบริษัท

ในปี 2564 คณะกรรมการบริษัทได้พิจารณาอนุมัติทบทวนนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชันในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2564 เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2564 และครั้งที่ 8/2564 เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2564

2. จัดให้ทุกหน่วยงานมีการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self - Assessment : RCSA) เป็นประจำทุกปี โดยหน่วยงานจะคัดเลือกขั้นตอน หรือกระบวนการในการปฏิบัติงานที่พิจารณาแล้วว่าเป็นกระบวนการสำคัญ (Core Business) เพื่อประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบเพื่อหาระดับความเสี่ยง และประเมินระดับการควบคุมที่มีอยู่ว่ามีความเพียงพอ หรือจัดหาแนวทางในการลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ ซึ่งการประเมิน RCSA ได้ครอบคลุมความเสี่ยงด้านคอร์รัปชัน โดยบริษัทนำเสนอผลการประเมินต่อ Risk Management Committee: RMC และนำเสนอธนาคารกรุงไทยเป็นรายปี

ในปี 2564 จากการประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (RCSA) ในขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ พบความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันรวมทั้งสิ้น 9 กระบวนการ โดยทุกขั้นตอนหรือกระบวนการในการปฏิบัติงานที่มีโอกาสหรือความเสี่ยงจากการคอร์รัปชัน ได้จัดให้มีกระบวนการควบคุม ป้องกันความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว

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

- จัดให้มีระเบียบการปฏิบัติงานว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้บริษัทมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน โดยไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม โดยจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของบริษัทเป็นสำคัญ
- จัดให้มีบทนิยามและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชันไว้ในระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน ซึ่งประกอบด้วย
 - (1) คอร์รัปชัน
 - (2) สินบน
 - (3) การให้ หรือรับของขวัญ การเลี้ยงรับรอง
 - (4) การช่วยเหลือทางการเมือง
 - (5) การบริจาคเพื่อการกุศล สาธารณประโยชน์ และการสนับสนุน
 - (6) ค่าอำนวยความสะดวก
 - (7) ความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - (8) เจ้าหน้าที่ของรัฐ
- บริษัทผลักดันให้ทุกหน่วยงานในบริษัทปฏิบัติตามกฎหมายต่อต้านการฟอกเงิน (Anti-Money Laundering : AML) ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน อันเป็นการสนับสนุนการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันในภาครัฐ
- การเบิกค่าใช้จ่าย การจัดเก็บเอกสาร รวมถึงการบันทึกข้อมูลทางธุรกิจ บริษัทมีการกำหนดคู่มือการปฏิบัติงานเพื่อให้มีความถูกต้อง พร้อมต่อการตรวจสอบ รวมทั้งเป็นไปตามหลักมาตรฐานบัญชี

ขอเชิญพนักงานทุกท่านเข้าเรียนรู้ และทำแบบทดสอบหลักสูตร

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

โดยมีวัตถุประสงค์...

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

ระยะเวลา 18-30 พ.ย. 2564

เข้าสู่การเรียนรู้ และแบบทดสอบ

คุณวิมลพิวีภา (ผู้ย) : 02-828-5613
 คุณสุภาวดี (ทีม) : 02-828-5227

เรื่องควรรู้ใกล้ๆ ภายใต้นโป๊

การให้ หรือ รับของขวัญ ของกำนัล หรือผลประโยชน์อื่นๆ

หลักการให้ การให้

หลีกเลี่ยง สิ่งของมีมูลค่าเกิน 10,000 บาท

หากผู้มอบสินทรัพย์มีมูลค่าเกิน

ผู้มอบงาน กำกับกับ CEO

สิ่งส่งมอบของให้บริหาร

อย่างเข้มงวด และปฏิบัติตามด้วยเคร่ง

หลักการรับ การรับ

ปฏิเสธ

ของขวัญ ของกำนัล ผลประโยชน์อื่น ๆ มีมูลค่าเกิน 5,000 บาท

ของไม่ได้ / ไม่รับ มีมูลค่าเกิน 5,000 บาท

ผู้มอบงาน กำกับกับ CEO, Director, Secretary (in 2564)

สิ่งส่งมอบของรับบริหาร

ทานกิน ของกิน

ผู้มอบงาน กำกับกับ CEO, Director, Secretary (in 2564)

สิ่งส่งมอบของรับบริหาร


การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน

| | |
|--|--|
| <p>กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน</p> | <p>จัดทำสื่อการเรียนรู้ให้กับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ได้มีความรู้ ความเข้าใจ ในแนวทางปฏิบัติตามนโยบายฯ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดไว้เป็นหัวข้อหนึ่งในหลักสูตรการปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่ในเรื่องเกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทโดยการอบรมผ่าน Multi-Animation และทำการทดสอบเป็นประจำทุกปี อีกทั้งกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานที่ทำงานใหม่ ดำเนินการรับทราบและยอมรับการปฏิบัติตามแนวนโยบายดังกล่าว ณ วันที่ลงนามในสัญญาจ้างงาน</p> <p>ในปี 2564 ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทและบริษัทย่อย ศึกษาและตอบแบบประเมินเกี่ยวกับหลักการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชัน และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ร้อยละ 100 ของผู้บริหารและพนักงานทั้งหมด</p> |
| <p>ผู้ให้บริการภายนอก และคู่ค้า</p> | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับผู้ให้บริการภายนอก โดยในการปฏิบัติงานตามสัญญา คู่สัญญาจะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการให้สินบนและการทุจริตคอร์รัปชัน การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการป้องกันและปราบปรามการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงอย่างเคร่งครัด จัดให้คู่ค้าประเมินตนเองในเรื่องจรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท ซึ่งครอบคลุมในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจสิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมให้คู่ค้ารับทราบและเป็นแนวทางในการปฏิบัติ รวมถึงสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายในการต่อต้านการทุจริต |


การรับแจ้งข้อมูลหรือข้อร้องเรียน (Whistleblowing)

205-3

ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียนที่เกี่ยวกับคอร์รัปชัน



ข้อมูลต้องประกอบด้วย
ชื่อ นามสกุล ของผู้แจ้ง
รายละเอียดข้อร้องเรียน
หรือเบาะแสที่เป็นจริง ชัดเจน
เพียงพอต่อการสืบหาข้อเท็จจริง



การร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหา
หรือข้อพิพาทระหว่างบุคคล
หรือร้องเรียนในลักษณะ
บัตรสนเท่ห์ ไม่ถือว่าเข้าข่าย
การแจ้งเบาะแส/ร้องเรียน
การคอร์รัปชัน

ช่องทางการร้องเรียนและข้อเสนอแนะ สำหรับลูกค้า ประชาชนทั่วไป หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น



โทรศัพท์

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



อีเมล

- CService@ktc.co.th



โทรสาร

- 02 123 5190



จดหมาย

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



เว็บไซต์

- <http://www.ktc.co.th>
เลือก “แบบฟอร์มการติดต่อ”

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

พนักงาน



อีเมล

- ถึงคณะกรรมการและผู้บริหารได้โดยตรง
ทั้งนี้ หน่วยงาน Compliance ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัททำหน้าที่เป็นศูนย์กลาง
ในการให้คำปรึกษาหากมีข้อสงสัย หรือหากต้องการขอแนะนำเกี่ยวกับการแจ้งเบาะแส และ
ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน นอกจากนี้ได้จัดทำตัวอย่างของเรื่องที่ได้รับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียนไว้
เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ต้องการคำปรึกษาอีกด้วย

การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยบริษัทจะไม่เปิดเผยชื่อหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการสอบสวน รวมทั้งจะไม่ลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือให้ผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน แม้ว่าในการกระทำนั้นจะทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รวมถึง

จะให้เป็นธรรมแก่ผู้ถูกกล่าวหาในเรื่องดังกล่าวด้วย

โดยหน่วยงานทรัพยากรบุคคล หน่วยงาน Compliance และหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระเข้าร่วมพิจารณาตรวจสอบข้อเท็จจริง โดยมีระบบมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้แจ้งข้อมูลเบาะแส

การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

การป้องกันและการรายงานผล

เพื่อเป็นการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายฯ และระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรียนในกรณีเดิมซ้ำ หน่วยงานตรวจสอบภายในและหน่วยงาน Compliance จะนำเสนอรายงานผล


การตรวจสอบการปฏิบัติงาน และเหตุการณ์คอร์รัปชันที่ได้รับแจ้งผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามลำดับ ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบเป็นประจำ

หมายเหตุ

1. กระบวนการและระยะเวลาการดำเนินการเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานของหน่วยงานทรัพยากรบุคคล เรื่อง กระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน
2. กรณีการร้องเรียนกรรมการ จะรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อพิจารณา



เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2564 บริษัทได้รายงานผลการตรวจสอบภายในของบริษัท รวมถึงสรุปผลเบาะแสหรือข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสรุปผลดังนี้



ผลการตรวจสอบโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน ไม่พบว่า มีหน่วยงานที่ปฏิบัติไม่สอดคล้องกับระเบียบมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน และบริษัทไม่ได้รับแจ้งข้อร้องเรียนตามช่องทางการแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน (Whistleblowing)

▶ การต่อต้านการแข่งขัน

แนวปฏิบัติต่อต้านการแข่งขัน (Anti - Competitive Practices)

นโยบายการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ได้กำหนดข้อพึงปฏิบัติสำหรับคู่แข่งไว้ กล่าวคือมุ่งเน้นการประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม ปฏิบัติตามกรอบของการแข่งขัน โดยปราศจากการใส่ร้ายป้ายสี กลั่นแกล้ง ชัดขวางกลไกตลาด การค้าเสรี กีดกันจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้อื่น ไม่ผูกขาดทางการค้า หรือบิดเบือนข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของคู่แข่ง แต่ขณะเดียวกันก็หลีกเลี่ยง

การตกลงหรือการพูดคุยถกเถียง กับพนักงานของหน่วยงาน หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ เกี่ยวกับตำแหน่งที่ตั้ง ภูมิภาค การตลาด การจัดสรรลูกค้า อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแผนธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันทางธุรกิจของบริษัท



▶ การป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

นโยบายและมาตรการ

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการป้องกันมิให้มีบุคคลใดใช้บริษัทเป็นช่องทางในการฟอกเงิน และการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง จึงได้กำหนดนโยบายและมาตรการการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและต่อต้านการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย

และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ซึ่งพิจารณาอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การปฏิบัติงานของบริษัทดำเนินไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และกฎระเบียบของหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้อง โดยนโยบายประกอบด้วย



01

การรู้จักลูกค้าและ
การตรวจสอบเพื่อทราบ
ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า
(KYC/CDD)

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

02

การตรวจสอบ
รายชื่อลูกค้า
กับ Sanction Lists

กำหนดให้มีการตรวจสอบรายชื่อลูกค้ากับ Thailand & US Sanction Lists ก่อนสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า/ ทำธุรกรรม

03

บุคคลที่มีสถานภาพ
ทางการเมือง (PEPs)

กำหนดให้บุคคลที่มีสถานภาพทางการเมือง (PEPs) เป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงฟอกเงินสูง การสร้างความสัมพันธ์ต้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเข้มข้น มีการทบทวนข้อมูลลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และจะต้องได้รับการอนุมัติการสร้างความสัมพันธ์จากผู้บริหารระดับสูงของบริษัท

04

การติดตาม
ความเคลื่อนไหวบัญชี
ของลูกค้า

กำหนดให้มีการติดตามและสอบถามความเคลื่อนไหวทางบัญชีของลูกค้าจนกว่าจะยุติความสัมพันธ์ เพื่อประเมินว่าลูกค้าทำธุรกรรมสอดคล้องกับอาชีพและแหล่งที่มาของรายได้ที่แจ้งแก่บริษัทหรือไม่

05

การรายงานธุรกรรม

มีกระบวนการการรายงานธุรกรรม ซึ่งได้แก่ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัย

06

การเก็บรักษาข้อมูล

กำหนดให้มีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเวลา 10 ปีนับแต่วันที่มีการปิดบัญชีหรือยุติความสัมพันธ์กับลูกค้า

07

การฝึกอบรมบุคลากร

จัดให้มีการอบรมให้ความรู้ รวมถึงการจัดทดสอบความรู้ ความเข้าใจแก่พนักงาน ในรูปแบบ e-Learning

08

การตรวจสอบ
การปฏิบัติงาน

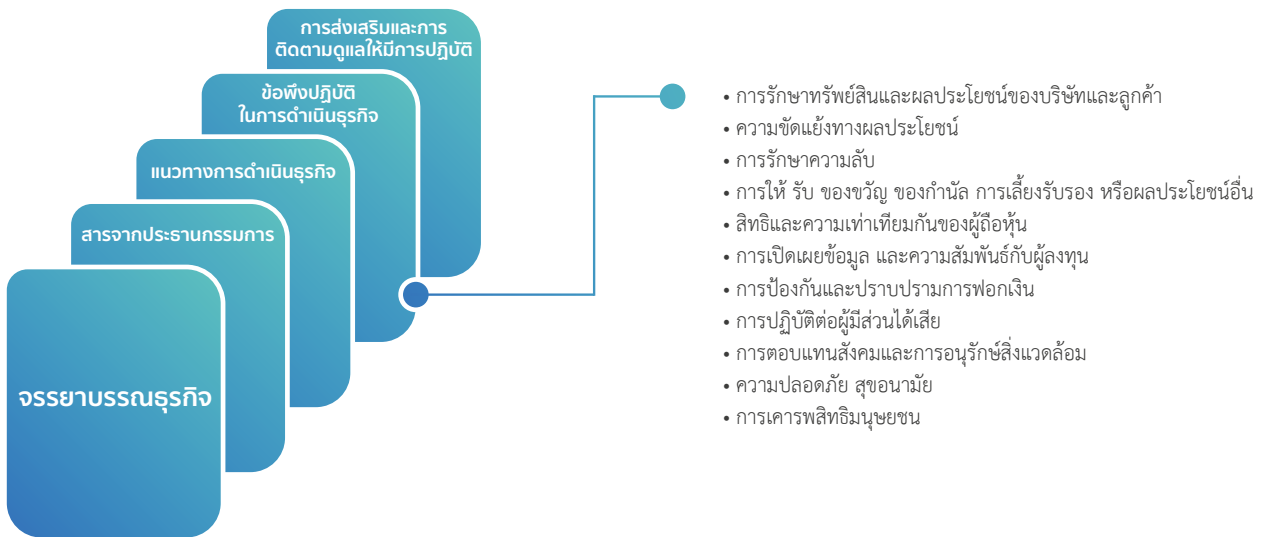
มีหน่วยงาน Compliance, Internal Audit รวมถึงธนาคารกรุงไทยในฐานะของบริษัทแม่ ทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบาย AML/CFT&WMD

(โปรดพิจารณารายละเอียดสรุปนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูงเพิ่มเติมได้ที่ “<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>”)

จรรยาบรรณธุรกิจ

คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท (Code of Conduct)

บริษัทจัดทำคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทที่ครอบคลุมนโยบายและมาตรการดำเนินการในหัวข้อ ดังนี้



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการ” และ “คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ”)

การปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน

เคทีซีส่งเสริมให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ดังนี้

- กำหนดให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงาน มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตามนโยบาย และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
- กำหนดให้พนักงานที่เข้าใหม่ของบริษัทและบริษัทย่อย ลงนามในสัญญาซึ่งครอบคลุมการรับทราบการปฏิบัติตามนโยบาย คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจหรือมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน
- จัดให้มีการประชุมนิเทศกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานใหม่ โดยเนื้อหาการอบรมจะครอบคลุมนโยบายการกำกับดูแล

กิจการ นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และแนวปฏิบัติที่สำคัญที่กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานใหม่พึงรับทราบ

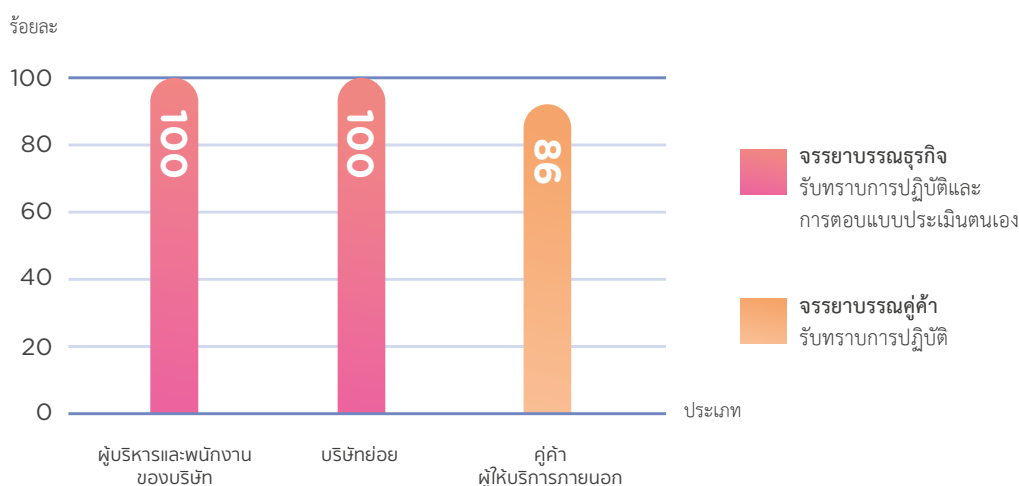
- จัดการอบรมทบทวนและทดสอบความรู้ด้านการกำกับดูแลกิจการ การต่อต้านการคอร์รัปชันและจรรยาบรรณธุรกิจผ่าน Multimedia Animation เป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการสื่อสารหรือสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้กับผู้บริหารและพนักงานของบริษัท
- กำหนดให้การปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งของระบบประเมินผลการปฏิบัติงานและค่าตอบแทนพนักงาน

คู่ค้าและผู้ให้บริการภายนอก

- จัดให้มี Supplier’s Code of Conduct เพื่อให้บุคคลที่จะมาเป็นคู่ค้าของบริษัทประเมินตนเองก่อนการพิจารณาคัดเลือก โดยมีหัวข้อสำคัญ เช่น จรรยาบรรณทางธุรกิจ สิทธิมนุษยชนและแรงงาน ความปลอดภัยและอาชีวอนามัย สิ่งแวดล้อม รวมถึงกฎหมายและข้อกำหนด รวมถึงกำหนดไว้

เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับคู่ค้า ซึ่งจะต้องรับทราบเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน และการป้องกันการฟอกเงินอย่างเคร่งครัด

สรุปผลการรับทราบการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ และ จรรยาบรรณคู่ค้า



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารห่วงโซ่อุปทาน”)

การดำเนินการกรณีพบการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ

ลักษณะข้อมูลหรือข้อร้องเรียน

ข้อมูลหรือข้อร้องเรียน ต้องประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล ของผู้แจ้ง รายละเอียด ข้อร้องเรียน หรือเบาะแส ที่เป็นจริง ชัดเจน เพียงพอ ต่อการสืบหาข้อเท็จจริง

ช่องทางการร้องเรียนและข้อเสนอแนะ



ผู้บังคับบัญชาที่ไว้วางใจ



ผู้บริหารหน่วยงาน ทรัพยากรบุคคล



คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

โดยแจ้งผ่านเลขานุการคณะกรรมการฯ



อีเมล

CG_Compliance@ktc.co.th
ทั้งนี้ ผู้บังคับบัญชา หรือหน่วยงาน Compliance จะตอบข้อสงสัย หรือ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตาม คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ

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

การพิจารณา

เมื่อบริษัทได้รับแจ้งข้อมูล ให้แจ้ง/นำส่งมายังหน่วยงาน Compliance เพื่อควบคุม และประสานงานกับหน่วยงานทรัพยากรบุคคล เพื่อดำเนินการตามระเบียบทรัพยากรบุคคล รวมถึงคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน

การป้องกันและการรายงานผล

บริษัทจะพิจารณาหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้รับแจ้ง เพื่อหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ รวมถึงจัดให้มีการรายงานผลการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และข้อร้องเรียน

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

การลงโทษ

ดำเนินการลงโทษตามระเบียบวินัยของบริษัท ตั้งแต่การตักเตือน พนักงาน เลิกจ้าง หรือตามกฎหมายหากพบการกระทำผิดกฎหมาย

ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมให้ทราบเป็นประจำ

จำนวนการละเมิดจรรยาบรรณธุรกิจ

เมื่อเดือน ธันวาคม 2564 บริษัทได้รับแจ้งเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดการปฏิบัติตามคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ข้อพึงปฏิบัติต่อพนักงานเกี่ยวกับการไต่ถามงานไม่เป็นธรรม ซึ่งในเดือน มกราคม 2565 คณะกรรมการพิจารณาโทษทางวินัยได้พิจารณาตามกระบวนการและแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้ จะนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อทราบผลการพิจารณาต่อไป

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2564

102-12

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเข้าตรวจสอบกิจการสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน การตรวจสอบด้านการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

มีการบริหารความเสี่ยงที่คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล

เป้าหมายปี 2564

ปัจจัยความเสี่ยงและสาเหตุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

ผลงานปี 2564

ปัจจัยความเสี่ยงและสาเหตุความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

103-1

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต โดยมีการกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยง มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ครอบคลุมความเสี่ยงที่สำคัญ ตลอดจนทบทวน ปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความพร้อมในการรับมือความเสี่ยงต่าง ๆ ของการดำเนินธุรกิจทั้งจากปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก รวมถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

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

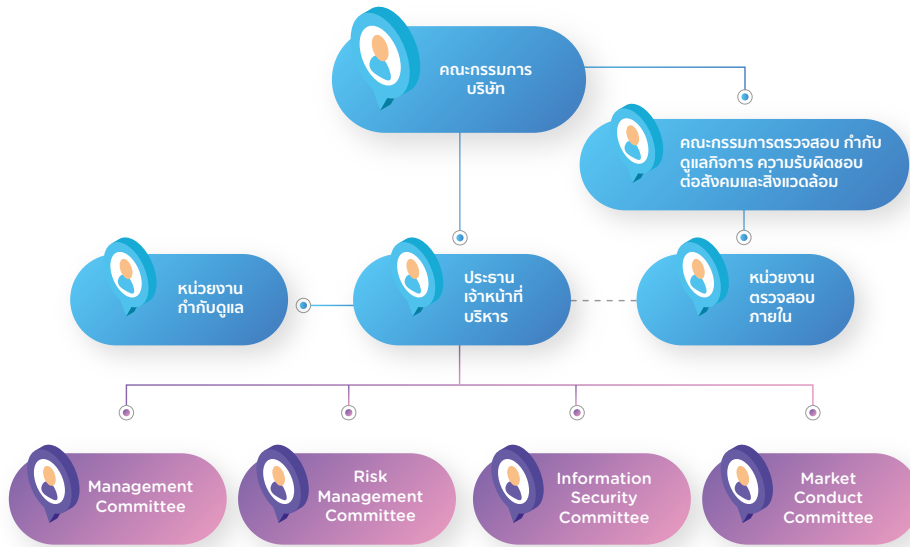
▶ นโยบายการบริหารความเสี่ยง

นโยบายการบริหารความเสี่ยงต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee) ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ และประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติ ซึ่งความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญของบริษัท ประกอบด้วย



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยง”)

▶ โครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยง



บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- **คณะกรรมการ Management Committee** มีหน้าที่กำหนด พิจารณา กลั่นกรอง เสนอแนะ ให้ความเห็น วางนโยบาย และแนวปฏิบัติในด้านการเงินและบัญชี ด้านงบประมาณ ด้านการบริหารเงิน ด้านการตลาด ด้านผลประกอบการของบริษัท ด้านบริหารจัดการงานทรัพยากรบุคคล และด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงพิจารณาอนุมัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก่อนออกสู่ตลาด เป็นต้น
- **คณะกรรมการ Risk Management Committee** มีหน้าที่พิจารณาเห็นชอบนโยบายการบริหารความเสี่ยงในระดับองค์กร ก่อนนำเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ และประกาศใช้ ควบคุม ติดตาม ประเมินผลการบริหารความเสี่ยง กำกับดูแลการดำเนินการตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงตามที่กำหนดไว้ตามเป้าหมาย โดยให้อยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทยและหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงกำหนดนโยบายสินเชื่อ การอนุมัติความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ ก่อนออกสู่ตลาด นอกจากนี้คณะกรรมการ Risk Management Committee ยังได้จัดตั้งคณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee) เพื่อพิจารณากำหนดขอบเขตของแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan) ตัดสินใจประกาศใช้หรือยกเลิก และควบคุมดูแลการดำเนินการตามแผนรองรับต่าง ๆ รวมถึงสื่อสารกับพนักงาน สื่อมวลชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เมื่อเกิดเหตุวิกฤตที่ทำให้การดำเนินการหยุดชะงัก

นอกจากนี้ บริษัทยังได้กำหนดโครงสร้างองค์กรโดยการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ของบริษัท โดยนำแนวทางป้องกันและกำกับดูแลความเสี่ยงใน 3 ระดับ (Three Lines of Defense) มาปรับใช้ในการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการความเสี่ยงในภาพรวม พร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบในการกำหนดกรอบการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัท ดังนี้

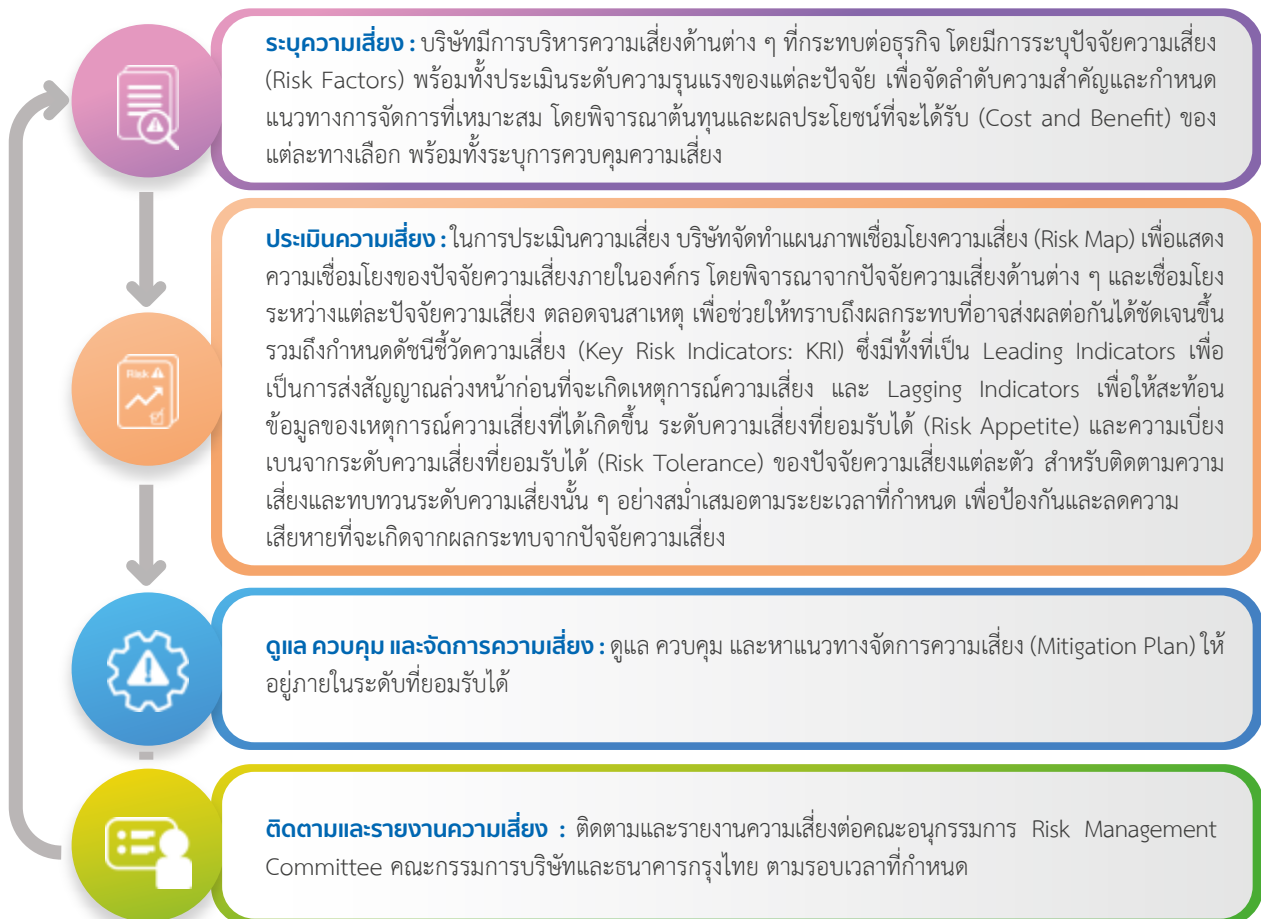
- **คณะกรรมการ Information Security Committee** มีหน้าที่กำกับดูแลและดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศของบริษัท กำกับดูแลแผนกลยุทธ์และงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เป็นไปตามแนวทางที่เป็นมาตรฐาน และนำไปใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ วางแผนและควบคุมการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความโปร่งใส และให้เกิดประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer: DPO) ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบริษัทและบริษัทย่อย จัดการการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กำกับนโยบายการจัดการวางแผนปรับปรุงระบบให้ทันต่อสถานการณ์อยู่เสมอ กำหนดข้อตกลงการให้บริการ (Service Level Agreement หรือ SLA) ระหว่างหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศกับหน่วยงานผู้ใช้บริการ ตรวจสอบ ติดตามผลให้เป็นไปตามข้อตกลง และกำกับให้เกิดการปรับปรุงการบริการ
- **คณะกรรมการ Market Conduct Committee** มีหน้าที่กำหนดกรอบนโยบาย แผนกลยุทธ์ แนวทางปฏิบัติ และกำกับดูแล เพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการดำเนินงานครอบคลุมเรื่องการบริหารจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ตลอดจนพิจารณาอนุมัติเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว

คณะกรรมการต่าง ๆ รายงานต่อคณะกรรมการบริษัทตามรอบเวลาที่กำหนด เพื่อนำเสนอผลการดำเนินการและรับฟังข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ กรรมการทุกคนของบริษัทมีความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารความเสี่ยง

| | |
|---|--|
| 1st Line of Defense เจ้าของความเสี่ยง | หน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) รับผิดชอบในการควบคุม ดูแล ความเสี่ยงภายในหน่วยงาน ให้อยู่ในระดับเหมาะสม |
| 2nd Line of Defense • หน่วยงาน Enterprise Risk Management • หน่วยงานกำกับดูแล | หน่วยงาน Enterprise Risk Management ทำหน้าที่กำกับดูแลความเสี่ยงในภาพรวม วงรอบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายการบริหารความเสี่ยง ติดตาม รวมทั้งรายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Committee: RMC) และคณะกรรมการบริษัทตามรอบระยะเวลาที่กำหนด หน่วยงานกำกับดูแล รับผิดชอบการกำกับดูแล และสอบทานการปฏิบัติตามกฎหมาย ให้คำปรึกษา และสื่อสารกฎหมายต่าง ๆ ของหน่วยงานกำกับดูแล |
| 3rd Line of Defense หน่วยงานตรวจสอบภายใน | หน่วยงานตรวจสอบภายในเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติงานของ 1 st และ 2 nd Line of Defense ในภาพรวม และประเมินประสิทธิผล ความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน ระบบการบริหารจัดการความเสี่ยง และระบบ การกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการดำเนินการตามกระบวนการที่บริษัทกำหนด โดยฝ่ายจัดการของบริษัทจะนำผลการตรวจสอบดังกล่าวไปพิจารณาดำเนินการปรับปรุง แก้ไขในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนางานให้มีคุณภาพ ทั้งนี้ หน่วยงานตรวจสอบ ภายในจะรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม |

102-11

▶ กระบวนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Process)



▶ การจัดการภาวะวิกฤต

บริษัทจัดการภาวะวิกฤตในระดับองค์กร ดังนี้

- บริษัทมีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) และจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ หรือเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์อัคคีภัย แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย แผนรองรับการประชุม แผนรองรับการเกิดโรคระบาด ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผน BCP จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และจัดให้มีทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการรองรับการเกิดภาวะวิกฤตในสถานการณ์ต่าง ๆ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function ไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้

ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ทบทวนและดำเนินการทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Communication Tree/ Call Tree) และ

แผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) แบบไม่แจ้งล่วงหน้า (Surprise Test) เป็นประจำทุกปี รวมทั้งเข้าร่วมสังเกตการณ์การทดสอบแผน BCP ของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก (Outsourced Service Provider) ที่รับให้บริการงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหลักของบริษัทด้วย

- จากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 บริษัทได้ดำเนินการตามมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของโรค เช่น การ Work from Home การจัดทีมในการทำงาน และการย้ายสถานที่ปฏิบัติงานที่บริษัทจัดเตรียมไว้ เป็นต้น เพื่อเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และลดผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ซึ่งจากประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่องการผ่อนผันการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์ COVID-19 บริษัทจึงงดเว้นการทดสอบแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นไปตามมาตรการ Social Distancing อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงดำเนินการทดสอบแผนการสื่อสาร (Communication Tree/ Call Tree) โดยดำเนินการแล้วเสร็จเมื่อ วันที่ 23 กันยายน 2564

▶ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks)

บริษัทได้วิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในระยะ 3 - 5 ปี โดยรวมถึงความเสี่ยงที่เริ่มเกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่ส่งผลกระทบที่ชัดเจนในขณะนี้ เพื่อเตรียมมาตรการรองรับต่อความเสี่ยงที่สำคัญเหล่านี้เพียงพอและทันเวลา

|  1. ภัยไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูล (Cyber threats and Data breach) | |
|---|---|
| คำอธิบาย | <p>ปัจจุบันโลกเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Digital Economy) เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ และข้อมูล เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวหน้าและแข่งขันได้ จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของลูกค้าหันมาทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ และ Mobile Application เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threats) ในรูปแบบต่าง ๆ การรั่วไหลของข้อมูล (Data Breach) รวมถึงการถูกเจาะระบบเพื่อโจรกรรมข้อมูลของลูกค้า</p> <p>ดังนั้น การรักษาความมั่นคงปลอดภัยต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์และการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล จึงมีบทบาทสำคัญต่อบริษัทเป็นอย่างมาก รวมถึงการบริหารความเสี่ยงทั้งด้านบุคลากร กระบวนการ และเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจต่อผู้มีส่วนได้เสียในทุกกลุ่ม ทั้งพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ เป็นต้น</p> |
| ผลกระทบ | <p>ผลกระทบจากภัยไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูลลูกค้า จะก่อให้เกิดความเสียหายกับขั้นตอนและกระบวนการทำงาน ผลการดำเนินงาน การถูกปรับจากทางการหรือหน่วยงานกำกับ รวมถึงลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียอาจขาดความไว้วางใจ และกระทบต่อความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ของบริษัททั้งในระยะสั้น และระยะยาว</p> |



1. ภัยไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูล (Cyber threats and Data breach)

แนวทางการจัดการ

- มีการกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Policy) นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Policy) และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งได้รับการทบทวนเป็นประจำทุกปี รวมถึงจัดทำระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard พร้อมทั้งเผยแพร่ผ่าน KTC UNITE เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายและนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง
- มีมาตรการที่รัดกุมในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ กำหนดสิทธิให้เฉพาะบุคคลที่มีหน้าที่และต้องได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า พร้อมทั้งติดตั้งระบบสำหรับควบคุมการรั่วไหลของข้อมูล มีระบบสำรองข้อมูลและมีกระบวนการนำข้อมูลกลับคืนมาหากข้อมูลถูกทำลาย รวมทั้งจัดให้มีศูนย์คอมพิวเตอร์สำรอง มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางกายภาพและสภาพแวดล้อม (Physical and Environmental Security) ศูนย์คอมพิวเตอร์ของบริษัทผ่านมาตรฐาน TIA-942 Data Center Certification มีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่ายสื่อสาร (Communications Security) มีการแยกเครือข่ายภายในออกจากเครือข่ายภายนอก (Segregation of Networks) มีการเข้ารหัสในการเชื่อมต่อกับเครือข่ายภายนอกตามมาตรฐาน PCI DSS และ Card Brands ต่าง ๆ มีศูนย์ Cyber Security Operations Center (CSOC) สำหรับเฝ้าระวังการบุกรุกหรือภัยคุกคามจากภายนอก (Security Monitoring) มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายสื่อสารเพื่อให้ความพร้อมใช้ และรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องมีการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในการปฏิบัติงานด้าน IT (IT Operations Security)
- บริษัทดำเนินการจัดทำ ทบทวน และทดสอบแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan: DRP) เป็นประจำทุกปี เพื่อรองรับเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยและความพร้อมใช้งานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- บริษัทนำมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Information Management) มาใช้ภายในองค์กร โดยเป็นมาตรฐานที่เพิ่มขึ้นจาก ISO/IEC 27001:2013 ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ (Information Security Management System) ซึ่งตามมาตรฐานนี้บริษัทต้องคำนึงถึงเรื่องความเป็นส่วนตัว (Privacy) ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลในทุก ๆ กิจกรรมของกระบวนการทำงาน ทั้งการจัดเก็บ ควบคุมดูแล ใช้งาน ประมวลผล หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเสริมความแข็งแกร่งของระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (Personal Data Protection Act: PDPA) โดยบริษัทได้มีการดำเนินการต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น
 - จัดอบรมหรือทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่กรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอก เพื่อทบทวนความรู้ให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้ตระหนักถึงความเสี่ยงของเรื่องดังกล่าว
 - กำหนดมาตรการที่รัดกุมในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลให้สอดคล้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล มาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลบัตรเครดิตชำระเงิน (PCI DSS) โดยกำหนดหน้าที่รับผิดชอบและสิทธิการเข้าถึงระบบงานและข้อมูลเฉพาะบุคคลที่ได้รับอนุญาตในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า
- มีการสอบทานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยหน่วยงานผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Audit) และหน่วยงานผู้ตรวจสอบภายนอกเป็นประจำทุกปี



2. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

| | |
|-------------------------------|---|
| <p>คำอธิบาย</p> | <p>สภาพภูมิอากาศรุนแรงแบบสุดขีด (Extreme Weather) ซึ่งเกิดขึ้นในทุกภูมิภาคของโลก เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่มาจากผลกระทบของมนุษย์ ทั้งปัญหามลพิษ ฝุ่นควัน สารเคมีจากภาคอุตสาหกรรมและภาคการเกษตร เป็นต้น โดยผลจากกิจกรรมเหล่านั้น ทำให้อุณหภูมิของโลกเฉลี่ยสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ และพืช</p> <p>ทั่วโลกได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว และเห็นพ้องว่าต้องเร่งแก้ไขปัญหา โดยที่ประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติครั้งที่ 26 หรือการประชุม COP26 ณ เมืองกลาสโกว์ ประเทศสกอตแลนด์ ระหว่างวันที่ 31 ตุลาคม - 12 พฤศจิกายน 2564 ได้หารือแนวทางที่แต่ละประเทศใช้ดำเนินการจัดการปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมีความพยายามที่จะบรรลุข้อตกลงมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์หรือ Net Zero โดยประเทศไทยได้ประกาศบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) และบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ได้ในปี 2608 (ค.ศ. 2065)</p> |
| <p>ผลกระทบ</p> | <p>ภัยพิบัติทางธรรมชาติ สภาพอากาศรุนแรง แม้กระทั่งโรคระบาดและโรคอุบัติใหม่ ล้วนเป็นผลเกี่ยวเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม การดำรงชีวิตและสุขภาพของผู้คน การประกอบอาชีพ การดำเนินธุรกิจ เช่น การเกิดภัยธรรมชาติหรือโรคระบาด ที่เป็นอุปสรรคให้บุคลากรไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานภายในอาคาร หรือส่งผลให้การดำเนินงานหยุดชะงัก หรือกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า เกิดความเสียหายด้านการให้บริการ การเงิน หรือด้านชื่อเสียงของบริษัท</p> <p>นอกจากนี้ จากความรุนแรงของผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ หน่วยงานกำกับดูแลทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ อยู่ระหว่างการพิจารณาและทยอยออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มเติม ให้สอดคล้องกับข้อตกลงจากการร่วมประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติดังกล่าว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อขั้นตอนและกระบวนการทำงาน รวมทั้งต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท</p> |
| <p>แนวทางการจัดการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> การออกผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการของเคทีซี มีการประเมินผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และสิ่งแวดล้อมก่อนนำสู่ตลาด โดยกำหนดหลักเกณฑ์การอนุมัติผลิตภัณฑ์อย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Lending) ซึ่งพิจารณาตามระดับความเสี่ยงของลูกค้า จากฐานะทางการเงิน ความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น บริษัททำการประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์ ติดตามเฝ้าระวังคุณภาพหนี้ ประกอบกับมีกระบวนการบริหารจัดการหนี้ตั้งแต่ก่อนเป็นหนี้เสีย การติดตามทวงถามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด รวมทั้งพัฒนาแอปพลิเคชัน KTC Mobile ให้ใช้งานได้อย่างหลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่นิยมการทำธุรกรรมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น และสามารถชำระเงินได้โดยไม่ต้องเดินทางไปชำระ ณ จุดบริการ บริษัทมีการจัดทำแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP) รวมถึงแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินจากภัยพิบัติ หรือเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แผนรองรับเหตุการณ์อัคคีภัย แผนรองรับเหตุการณ์แผ่นดินไหว แผนรองรับกรณีเกิดอุทกภัย แผนรองรับการชุมนุม แผนรองรับการเกิดโรคระบาด ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการเคลื่อนย้ายผู้ประสบภัยที่เป็นส่วนหนึ่งของแผน BCP ของบริษัท จัดเตรียมศูนย์ปฏิบัติงานสำรอง (Alternate Site) และทรัพยากรที่ใช้ในการเรียกคืนการดำเนินงานอย่างเพียงพอสำหรับกิจกรรมงานที่สำคัญ เพื่อเป็นการรองรับการเกิดภาวะวิกฤต ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function ไม่สามารถเข้าปฏิบัติงานที่สถานที่ปฏิบัติงานหลักได้ |



2. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

| | |
|-------------------------------|--|
| <p>แนวทางการจัดการ</p> | <p>ทั้งนี้ บริษัทกำหนดให้ต้องทบทวนและดำเนินการทดสอบผังการติดต่อสื่อสาร (Communication Tree/ Call Tree) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (BCP) แบบไม่แจ้งล่วงหน้า (Surprise Test) ประจำปี รวมทั้งเข้าร่วมสังเกตการณ์การทดสอบแผน BCP ของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก (Outsources) ที่รับให้บริการงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหลักของบริษัทด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทดำเนินการเพื่อเสริมสร้างการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน รมรณรงค์การใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง หรือย่อยสลายยาก การแยกขยะและการรีไซเคิล เป็นต้น รวมถึงมีการกำหนดเป้าหมายลดการใช้พลังงานไฟฟ้า และในปี 2565 มีการกำหนดเป้าหมายเพิ่มเติม เรื่อง การลดใช้น้ำภายในองค์กร การนำขยะไปรีไซเคิล และการลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ • บริษัทสนับสนุนและรณรงค์ให้ลูกค้ารับบริการใบแจ้งยอดบัญชีทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Statement) ผ่าน e-Mail หรือผ่าน KTC Mobile เพื่อเพิ่มความสะดวก และไม่ต้องกังวลเรื่องใบแจ้งยอดบัญชีสูญหาย หรือเอกสารชำรุดและลดปริมาณการใช้กระดาษ ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม |
|-------------------------------|--|



3. การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับ (Changes in Laws and Regulations)

| | |
|-------------------------------|---|
| <p>คำอธิบาย</p> | <p>ด้วยสถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน หน่วยงานกำกับซึ่งทำหน้าที่ดูแล กำกับ ตรวจสอบ วิเคราะห์ฐานะและการดำเนินงาน ตลอดจนการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ/องค์กร ที่รับผิดชอบ เพื่อให้เกิดเสถียรภาพ ดังนั้น หน่วยงานกำกับจึงต้องมีการออกหลักเกณฑ์ กฎเกณฑ์ กฎระเบียบ เพื่อกำหนดควบคุมธุรกิจ/องค์กรดังกล่าว ให้ปฏิบัติได้อย่างเป็นระเบียบและถูกต้องสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน</p> <p>โดยในปีที่ผ่านมา เคทีซี ซึ่งเป็นธุรกิจทางการเงิน ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) มีการปรับเปลี่ยนวิธีการรายงาน รวมถึงมีมาตรการ/แนวทางการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ตามแนวทางของ ธปท. นอกจากนี้ เคทีซียังปฏิบัติตามหน่วยงานกำกับอื่น ๆ เช่น สำนักงาน ก.ล.ต. สำนักงาน ป.ป.ง. เป็นต้น</p> |
| <p>ผลกระทบ</p> | <p>ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับ กระทบต่อขั้นตอนการทำงาน ระบบงาน ต้นทุนการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงอาจถูกตักเตือน ถูกปรับ หรือถึงขั้นเพิกถอนใบอนุญาต (License to Operate) หากไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนด</p> |
| <p>แนวทางการจัดการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทมีการจัดทำนโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติการ พร้อมทั้งประกาศให้พนักงานรับทราบและถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร • มีหน่วยงาน Compliance ติดตามประกาศ ระเบียบข้อปฏิบัติจากหน่วยงานกำกับอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งรายงานให้คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงที่มีประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) เป็นประธาน หรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง และทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงผลกระทบทุกครั้งที่มีการประกาศใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงประกาศต่าง ๆ • จัดให้มีผู้ประสานงานกับหน่วยงานกำกับที่เกี่ยวข้อง • เข้าร่วมหารือ แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นกับผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจสินเชื่อบุคคล เป็นต้น |

๕ 4. วิฤกษ์ในในระบบเศรษฐกิจ (Debt Crises)

| | |
|-------------------------------|--|
| <p>คำอธิบาย</p> | <p>จากประมาณการเศรษฐกิจและเงินเพื่อในรายงานนโยบายการเงิน ฉบับเดือนธันวาคม 2564 ที่จัดทำขึ้นโดยธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) พบว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจในปี 2564 อยู่ที่ร้อยละ 0.9 ขณะที่ปี 2563 (ช่วงสถานการณ์ COVID-19) และ 2562 อยู่ที่ร้อยละ -6.1 และ 2.4 ตามลำดับ จะเห็นว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทยและของโลกอยู่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจเกิดการชะงัก/ชะลอตัวเป็นเวลานาน (Prolonged economic stagnation) ซึ่งทุกภาคส่วนได้รับผลกระทบ โดยมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน เป็นตัวกระตุ้นให้สถานการณ์ย่ำแย่ลง สถานะทางการเงินของหลายบริษัทประสบปัญหาขาดสภาพคล่อง เต็มไปด้วยหนี้สิน หลายบริษัทต้องผิดสัญญา ปิดตัวลง เกิดความเหลื่อมล้ำของรายได้ในสังคม ปัญหาการว่างงาน สำหรับประเทศไทยรัฐบาลมีมาตรการเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม และช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบ โดยการลดอัตราดอกเบี้ย พักชำระหนี้ รวมถึงออกมาตรการที่จูงใจให้ประชาชนออกมาใช้จ่าย</p> <p>สำหรับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้ (Debt Service Ratio: DSR) ของภาคครัวเรือนอยู่ในระดับสูง และทวีความรุนแรงขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยาวนาน ซึ่งกระทบต่อเสถียรภาพระบบการเงิน (Financial Stability) พนักงานบางส่วนถูกเลิกจ้างทำให้สูญเสียรายได้ การใช้จ่ายในหลายภาคส่วนลดลง ส่งผลต่อลูกค้าของบริษัทไม่ว่าทั้งทางตรงหรือทางอ้อม เกิดการผิดนัดชำระหนี้ อันเป็นความเสี่ยงต่อสถาบันการเงินหรือผู้ให้กู้ยืม และหากการผิดนัดชำระหนี้เกิดขึ้นในวงกว้าง ระบบการเงินอาจได้รับความเสียหายจนกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง และนำไปสู่วิกฤตทางเศรษฐกิจได้ในท้ายที่สุด</p> |
| <p>ผลกระทบ</p> | <p>หากเกิดวิกฤตหนี้ในระบบเศรษฐกิจ ทำให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว อาจถูกลดชั่วโมงการทำงาน ถูกเลิกจ้างหรือเป็นผู้ว่างงานในที่สุด สูญเสียรายได้ ส่งผลให้อำนาจซื้อลดลง ไปจนถึงผิดนัดชำระหนี้ และพอร์ตโฟลิโอของบริษัทเป็น NPL เพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต้องสำรองหนี้ (Reserve) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับกำหนดเพิ่มขึ้น กระทบต่อภาพรวมของผลการดำเนินงาน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเคทีซี อาจไม่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้</p> |
| <p>แนวทางการจัดการ</p> | <ul style="list-style-type: none"> • ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินในระบบของประชาชน เป็นทางเลือกในการบรรเทาปัญหาสภาพคล่องครัวเรือนในภาวะวิกฤต • กำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อตามระดับความเสี่ยงของลูกค้า โดยคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ เพื่อไม่ทำให้เป็นภาระของลูกค้าหนี้ที่สูงเกินไป • มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องติดตามการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า รวมถึงมีมาตรการในการช่วยเหลือลูกค้าก่อนผิดนัดชำระหนี้ • มีศูนย์บริการสมาชิก KTC Phone เพื่อรับเรื่องและช่วยเหลือลูกค้าในเบื้องต้น • ให้ความร่วมมือช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ โรคระบาด เช่น การให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด COVID-19 ตามแนวทางของทางการทุกมาตรการ ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่เคทีซีประกาศแจ้งให้ลูกค้าทราบผ่านเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบัน โดยมีการให้ความช่วยเหลือที่หลากหลาย ตั้งแต่การปรับลดการผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิตและสินเชื่อโดยไม่มีการกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ นอกจากนี้ สำหรับลูกหนี้ที่ยังไม่ด้อยคุณภาพ เคทีซีพิจารณาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ให้แก่ลูกหนี้โดยกำหนดเงื่อนไขในการช่วยลดภาระการจ่ายชำระหนี้ของลูกค้าที่มากกว่าการขยายระยะเวลาการชำระหนี้เพียงอย่างเดียว เช่น การเปลี่ยนประเภทหนี้บัตรเครดิตเป็นหนี้เงินกู้สินเชื่อส่วนบุคคลระยะยาวและลดดอกเบี้ย การผ่อนผันการชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสดเป็นหนี้เงินกู้สินเชื่อส่วนบุคคลระยะยาวและลดดอกเบี้ย รวมถึง การปรับลดค่างวด หรือ การปรับปรุงโครงสร้างหนี้ให้แก่ลูกหนี้โดยการขยายระยะเวลาเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ สำหรับกลุ่มลูกหนี้ที่มีสถานะด้อยคุณภาพ หรืออยู่ในกระบวนการทางคดี เคทีซีก็ได้มีมาตรการรองรับซึ่งเป็นมาตรการช่วยเหลือเพิ่มเติม เช่น การทำสัญญาประนีประนอมยอมความ การขยายเวลาชำระหนี้ เป็นต้น |

▶ การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture)

บริษัทให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่คำนึงถึงความเสี่ยง (Risk Culture) โดยมีการบริหารความเสี่ยงครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร รวมถึงมีมาตรการที่ช่วยให้พนักงานสามารถระบุและรายงานความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กรในเชิงรุก ดังนี้

- มีนโยบายการบริหารความเสี่ยงที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท และประกาศใช้ให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
- มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้พนักงานสามารถแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางที่กำหนดได้ หากพนักงานพบเห็นเหตุการณ์การทุจริต การติดสินบน คอร์รัปชัน รวมถึงการละเมิดการปฏิบัติตามนโยบายคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct)
- การพัฒนาหรือออกผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงินของบริษัท กำหนดให้ต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติเรื่องการออก/เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน เพื่อประเมินความเสี่ยง ทั้งด้านกฎหมาย ความเสี่ยงโดยรวม และงบประมาณ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการที่ออกหรือเสนอขายนั้น มีการพิจารณาประเด็นความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ครบถ้วน
- มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) และหน่วยงานบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องมีผู้จัดการความเสี่ยง (Risk Manager) และเจ้าหน้าที่ประสานงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk Officer: ORO) เพื่อดำเนินงานบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการในหน่วยงานของตน ประกอบด้วย
 - กำหนดให้ทุกหน่วยงานจัดทำประเมินการควบคุมความเสี่ยงตนเอง (Risk Control Self-Assessment: RCSA) ซึ่งเป็นวิธีการ/กระบวนการที่ให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับต้องระบุ ประเมิน และควบคุมความเสี่ยงในการทำงานของตนเอง
 - กำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องรายงานข้อมูลความเสียหายจากการปฏิบัติการ (Operational Loss Data) เป็นรายเดือน รวมถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง (Actual Loss) ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (Potential Loss) และความเสียหาย

ที่เกิดขึ้นแล้วหรืออาจเกิดขึ้น แต่บริษัทสามารถป้องกันความเสียหายไว้ได้ (Near missed) โดยให้รายงานข้อมูลทุกประเภทและทุกมูลค่าความเสียหาย

- มีระเบียบเกี่ยวกับการแจ้ง/รายงานปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจ เช่น ระบบการให้บริการหยุดชะงัก การรั่วไหลของข้อมูลสารสนเทศ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางและกระบวนการให้พนักงานสามารถรับมือในกรณีเกิดปัญหาดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง และจัดให้มีช่องทางเพื่อให้พนักงานรายงานกรณีพบเห็นเหตุผิดปกติต่าง ๆ เกี่ยวกับสารสนเทศ หรือข้อมูลส่วนบุคคล ผ่านช่องทางที่กำหนด
- ส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความเสี่ยงในงานของตนเอง โดยกำหนดให้ผลการดำเนินงานด้านการบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของบริษัทสำหรับพนักงานทุกคน เช่น การปฏิบัติตามเกณฑ์การกำกับดูแลด้านการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO และเหตุการณ์ละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล นอกจากนี้ในหน่วยงานที่มีความเสี่ยงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานจะถูกกำหนดให้สัมพันธ์กับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) นั้น ๆ ด้วย
- ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยงให้แก่บุคลากรในบริษัทตั้งแต่การอบรมในหลักสูตรปฐมนิเทศ ทบทวนความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงประจำปีผ่านการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งการส่งอีเมลให้ความรู้ จัดอบรมสัมมนาทั้งจากวิทยากรภายในและผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภายนอก จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ใช้สื่อการเรียนรู้แบบ Self-Learning พร้อมทั้งมีการวัดผลด้วยการทดสอบ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กฎระเบียบของหน่วยงานกำกับดูแล
- การอบรมการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร บริษัทจัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี โดยสำหรับปี 2564 มีการอบรมในหัวข้อดังนี้

| หัวข้อ | สำหรับ | รูปแบบ |
|--|---------------------------------|--|
| การทดสอบแผนการสื่อสาร (Communication Tree/ Call Tree ทั่วทั้งองค์กร) | พนักงานทุกคน | Surprise Test ในวันที่ 23 กันยายน 2564 |
| ความสำคัญของความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง (Risk Awareness) | พนักงานทุกคน | การเรียนรู้ด้วยตนเอง |
| IT Security Awareness | พนักงานทุกคน | การเรียนรู้ด้วยตนเอง |
| เศรษฐกิจในโลกหลังโควิด โอกาสและความท้าทาย | พนักงานทุกคน | การบรรยาย On-site และ Online ในวันที่ 29 ตุลาคม 2564 รวมถึงมี Clip Video ให้รับชมย้อนหลังได้ |
| ISO (ISO/IEC 27001:2013 and ISO/IEC 27701:2019) | พนักงานทุกคน | การเรียนรู้ด้วยตนเอง |
| หลักเกณฑ์ ของ Market Conduct | พนักงานทุกคน | การเรียนรู้ด้วยตนเอง |
| RCSA (Risk Control Self-Assessment) และ PII Data List 2021 | Operational Risk Officers (ORO) | การบรรยาย On-site |
| Security Awareness: Attacks from all Angles | คณะกรรมการบริษัท | การบรรยาย On-site |

บทกวีความรู้ประจำปีกับหลักสูตร

RISK AWARENESS

ตอนที่ 1 เข้าใจความเสี่ยง

ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน
บทกวีความรู้ประจำปีและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ **100%**
ตั้งแต่วันที่ - 11 มิ.ย. 64

คลิกศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อ 5 บทกวีภาษา โทร. 5860

บทกวีความรู้ประจำปีหลักสูตร

RISK AWARENESS

ตอนที่ 2 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk)

ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน
บทกวีความรู้ประจำปีและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ **100%**
ตั้งแต่วันที่ - 11 มิ.ย. 64

คลิกศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบ

บทกวีความรู้ประจำปีหลักสูตร

RISK AWARENESS

ตอนที่ 3 บริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational Risk Management)

ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน
บทกวีความรู้ประจำปีและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ **100%**
ตั้งแต่วันที่ - 11 มิ.ย. 64

คลิกศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบ

บทกวีความรู้ประจำปีหลักสูตร

RISK AWARENESS

ตอนที่ 4 บริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ

ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน
บทกวีความรู้ประจำปีและทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ **100%**

IT Security Awareness

the Series

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความปลอดภัยข้อมูลบัตรเครดิต (Payment Card)

ในปี 2021 นี้ บริษัทเคซีไอเอ็มแอลไทย จำกัด ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน เข้าร่วมการศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งมี Content ใหม่ หรือจะ 1 เรื่องตลอดทั้งปีให้ทุกท่านได้เรียนรู้

EPI : Work From Home IT Security Awareness

Click เพื่อเข้าสู่เนื้อหา และแบบทดสอบ

IT Security Awareness

The Series

EP2 CYBER SECURITY

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความปลอดภัยข้อมูลบัตรเครดิต (Payment Card) ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน เข้าร่วมการศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งมี Content ใหม่ หรือจะ 1 เรื่องตลอดทั้งปีให้ทุกท่านได้เรียนรู้

ตั้งแต่วันที่ 21-29 มิถุนายน 2564

Click Here

IT Security Awareness the Series EP3

Use of IT Assets

เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน PCI-DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานด้านความปลอดภัยข้อมูลบัตรเครดิต (Payment Card) ขอความร่วมมือพนักงานประจำและ Contractor ทุกท่าน เข้าร่วมการศึกษาค้นคว้า และทำแบบทดสอบให้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งมี Content ใหม่ หรือจะ 1 เรื่องตลอดทั้งปีให้ทุกท่านได้เรียนรู้

ตั้งแต่วันที่ 21-29 มิถุนายน 2564

Click Here

ฝ่ายระบบ Learning Tools : 4800 โทร 42945 02 8285752, 02 8285227
ฝ่ายเนื้อหา Learning Tools : IT สหกิจ โทร 02 8285614

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล”)

▶ การสนับสนุนนวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมวัฒนธรรมความเสี่ยง

ในปี 2564 บริษัทได้พัฒนาระบบงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริหารความเสี่ยงและการรายงานความเสี่ยง ด้านปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ให้สอดคล้องกับค่านิยมหลักขององค์กร (Core Value) ลดขั้นตอนการทำงาน ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูล ลดปริมาณการใช้และการจัดเก็บเอกสารในรูปแบบกระดาษ (Hard Copy) ตัวอย่างเช่น

- ระบบรายงานความเสียหายทางด้านปฏิบัติการ (Operational Loss Data Report) โดยระบบดังกล่าวช่วยลดขั้นตอนการรายงาน รวมถึงมั่นใจว่าการจัดเก็บความเสียหายด้านปฏิบัติการมีประสิทธิภาพ

- แบบฟอร์มจัดกลุ่มตามลักษณะงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการผ่านระบบงาน SharePoint โดยแบบฟอร์มดังกล่าวใช้อำนวยความสะดวกสำหรับหน่วยงาน เพื่อลดขั้นตอนสำหรับการขอตรวจสอบกลุ่มงานที่เกี่ยวกับการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing)
- ระบบการรายงานดัชนีชี้วัดความเสี่ยง (KRI) ด้านปฏิบัติการระดับองค์กร ผ่านระบบงาน SharePoint เพื่อลดขั้นตอนในการรายงาน สะดวกในการรวบรวมข้อมูล และมั่นใจได้ว่าการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ



บริษัทและการพัฒนา
อย่างยั่งยืน

บริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยวิสัยทัศน์ “เคทีซีเป็นองค์กรสำหรับสมาชิกที่มุ่งพัฒนาธุรกิจการชำระเงินและสินเชื่อรายย่อย โดยเน้นความยั่งยืนเป็นสำคัญ” รวมถึงพันธกิจด้านความยั่งยืนที่ “มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตคนไทย” เคทีซีได้นำแนวคิดด้านความยั่งยืน หรือการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental Social and Governance: ESG) เข้ามารับพิจารณาการกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ พร้อมทั้งพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

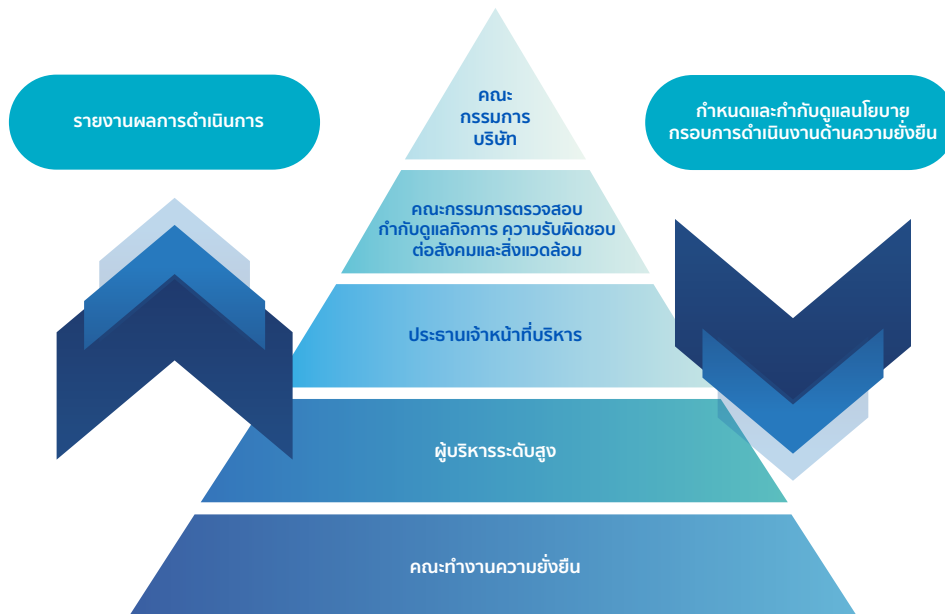
ภายใต้แนวคิด Sustainable Development by Spirit เพื่อตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้เสียและเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างธุรกิจภาคการเงินให้เข้มแข็ง นำไปสู่การขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (United Nations Sustainable Development Goals: SDGs) โดยมีรายละเอียดดังนี้

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)



▶ โครงสร้างการบริหารงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

102-18, 102-19, 102-26, 102-32



บทบาทและความรับผิดชอบ



คณะกรรมการบริษัท (Board Level)

มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้อนุมัติวิสัยทัศน์ พันธกิจ กำหนดนโยบายกรอบการดำเนินงาน รวมถึงติดตามและกำกับดูแลให้มีการดำเนินการตามกรอบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นผู้กำกับดูแลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน



คณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

(Audit, Environmental, Social Responsibilities, and Corporate Governance Committee)

ดูแล ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ซึ่งครอบคลุมมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อกำกับทิศทางการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืน



ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง

(Chief Executive Officer and Top Management)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างยั่งยืนด้วยความมุ่งมั่น รวมถึงทีมผู้บริหารระดับสูงที่เข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อเข้าถึงความสำคัญ ส่งผ่านการสนับสนุนตลอดสายงาน และแสดงเจตนาพร้อมในการให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม



คณะทำงานความยั่งยืน

(Sustainability Working Group)

ประกอบด้วยผู้แทนจากทุกสายงานร่วมกันศึกษากรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนทั้งในระดับประเทศและระดับสากล พร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสายงาน รวมถึงมุ่งเน้นการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจให้พนักงานนำไปปฏิบัติและสานต่อการดำเนินงานด้านความยั่งยืนตามกรอบแนวคิด Sustainable Development by Spirit

▶ การดำเนินงานด้านความยั่งยืน

ในปี 2564 บริษัทได้พิจารณาบททวนห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจและกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มในการพิจารณาบททวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนเพื่อนำผลลัพธ์มาจัดทำกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดยสปิริต (Sustainable Development by Spirit Framework) และ

แผนกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี (ปี 2565-2569) เพื่อเป็นการยกระดับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่พร้อมสนับสนุนวิสัยทัศน์และเป้าหมายของบริษัท รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability Development Goals : SDGs) ขององค์การสหประชาชาติอย่างต่อเนื่อง

การบริหารจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

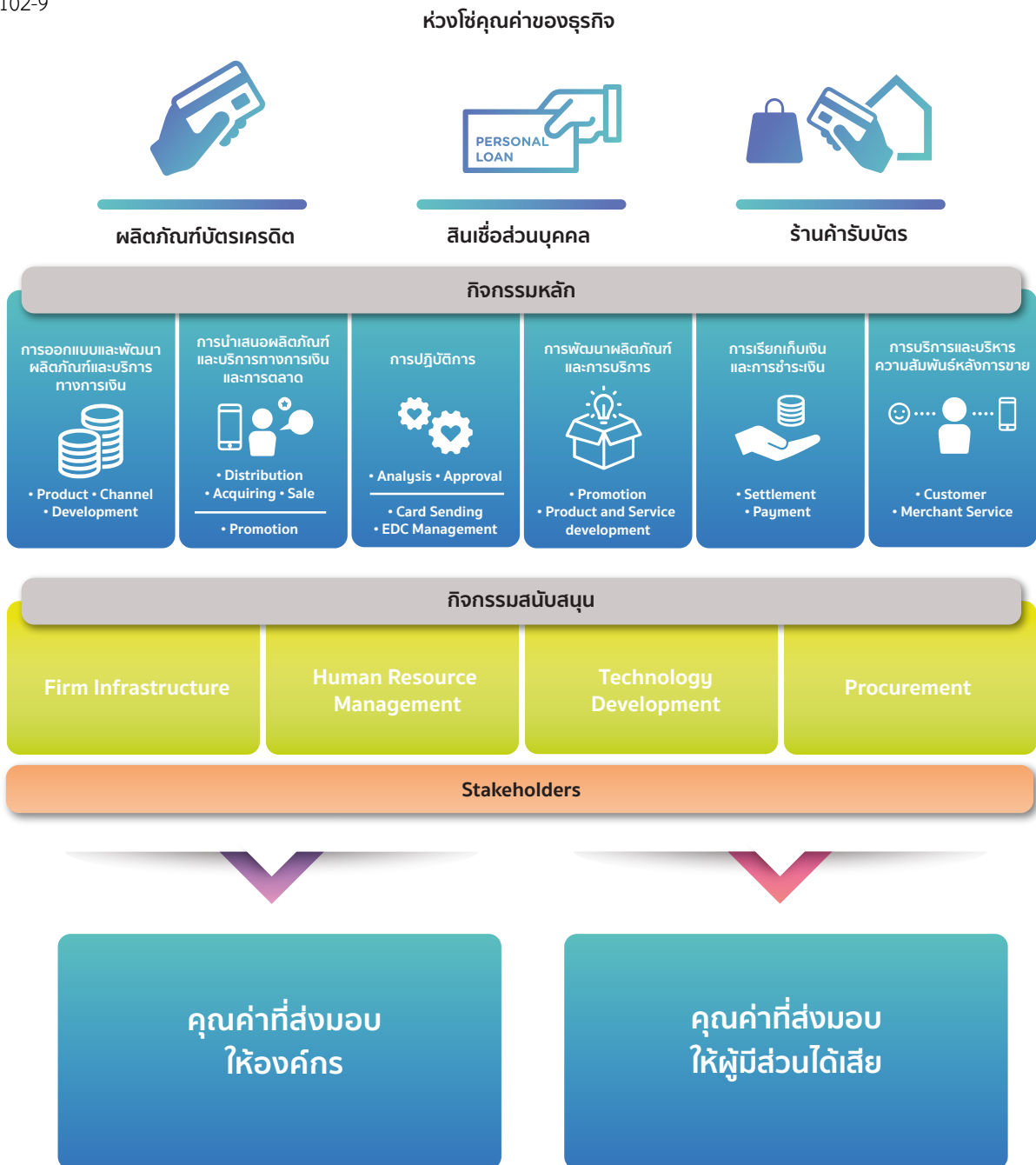
102-42

บริษัทมุ่งมั่นและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสอดคล้องตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้วิเคราะห์กิจกรรมหรือกระบวนการทำงานตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อสามารถบริหาร

จัดการทรัพยากร และเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร รวมถึงการสร้างคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดผลลัพธ์และความสัมพันธ์อันดี ซึ่งตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain) ดังนี้

การวิเคราะห์และทบทวนห่วงโซ่คุณค่า

102-9



การวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

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

การวิเคราะห์และทบทวนผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 10 กลุ่ม ตามความเกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจของบริษัท โดยในปี 2564 บริษัทได้พิจารณา ทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าวซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยมีรายละเอียดดังนี้



การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทระบุแนวทางปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนในนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท ซึ่งได้เผยแพร่ไว้อยู่บนอินทราเน็ตและเว็บไซต์บริษัท (<https://www.ktc.co.th/sustainability-development/corporate-governance>) อีกทั้งสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเอาใจใส่ ได้รับความเข้าใจ (empathize) กับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเข้าใจและเข้าถึงความต้องการ ความคาดหวัง รวมถึงประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญผ่านช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวิเคราะห์ กำหนด

และพัฒนาแนวทางในการตอบสนองหรือการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมระหว่างบริษัทและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าตลอดทั้งปี เพื่อลดความเสี่ยงรวมถึงสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการ นอกจากนี้บริษัทยังจัดให้มีมาตรการต่าง ๆ ในการดูแลผู้มีส่วนได้เสียในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อีกด้วย

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)”)



ผู้ถือหุ้น

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น (เมื่อเกิดเหตุการณ์) การเปิดเผยข้อมูลงบการเงินและคำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) รายไตรมาสและรายปี (ก่อนและหลังสอบทาน/ ตรวจสอบ) การจัด Opportunity Day และ Analyst Briefing รายไตรมาส ทั้งผ่านช่องทาง Online และเปิดโอกาสให้เข้าร่วมในสถานที่จัดงาน การเปิดโอกาสให้มี Company Visit ได้ตลอดเวลา ทั้งเข้าพบที่บริษัท และการสื่อสารผ่านช่องทาง Online การจัดช่องทาง การตอบคำถามอื่น ๆ ของหน่วยงาน Investor Relations ของบริษัท ได้แก่ โทรศัพท์ การติดต่อผ่านอีเมล irktc@ktc.co.th การจัด Roadshow เพื่อเปิดเผยข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงในกรณีช่วงเวลาที่สถานการณ์ COVID-19 รุนแรง ทำให้ไม่สามารถเดินทางได้ จะมีการจัด Roadshow ผ่านช่องทาง Online | <ul style="list-style-type: none"> บริษัทเติบโตอย่างมั่นคงยั่งยืนพร้อมรับความเสี่ยงจากการแข่งขัน และกฎเกณฑ์ หรือข้อกีดกันทางการค้าที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ บริษัทมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยผู้ถือหุ้นได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ผ่านการเปิดเผยที่โปร่งใส ชัดเจน ครบถ้วน เท่าเทียม และทันเวลา ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินการที่ดี เช่น เงินปันผล หรือ Capital Gain บริษัทมีความยืดหยุ่น (Resilience) ทันท่องสถานการณ์ที่อาจคาดหมายได้ โดยมีแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการสร้างความยั่งยืนที่เชื่อมโยงไปยังกระบวนการดำเนินงานและกลยุทธ์ของธุรกิจ จัดช่องทาง การสื่อสารระหว่างบริษัทและผู้ถือหุ้นได้เป็นอย่างดี เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีการซักถาม ทั้งในการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น การประชุม Opportunity Day หรือประชุมต่าง ๆ หากมีประเด็นคำถามใหม่ที่เกิดข้อสงสัยขึ้นจะได้รับการตอบที่ชัดเจน และทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีการบริหารกิจการอย่างมั่นคงและเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีแผนการบริหารความเสี่ยงที่สะท้อนการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ บริษัทประกอบธุรกิจด้วยความโปร่งใส มีผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้การกำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม บริษัทเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และเท่าเทียมในช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก บริษัทมีการบริหารจัดการภายใต้การบริหารความเสี่ยงที่รัดกุมและรอบคอบอย่างสมดุล จึงทำให้มีการจัดสรรเงินปันผลสู่ผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทมีการปรับตัว พัฒนาอยู่เสมอ โดยส่วนหนึ่งสะท้อนอยู่ในแผนการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ หรือ Business Continuity Management หากเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ การจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้นโดยมีการเชิญชวนผู้ถือหุ้นเข้าร่วมการประชุมและแสดงความคิดเห็น และการจัด Opportunity Day ในปี 2564 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จึงจัดการนัดหมายและประชุมผ่านช่องทาง Online เป็นส่วนใหญ่ ตอบข้อซักถามอย่างตรงประเด็น ผู้บริหารมีการสื่อสารทันต่อสถานการณ์และตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน |
| <ul style="list-style-type: none"> การประชุมรับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม การจัดทำและนำเสนอรายงานต่าง ๆ รับการตรวจสอบจากฝ่ายตรวจสอบสำนักงานใหญ่ของธนาคารกรุงไทย | <ul style="list-style-type: none"> ธนาคารกรุงไทย ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามกำหนดเวลา | <ul style="list-style-type: none"> บริษัทนำเสนอรายงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และตรงเวลา เพื่อให้ธนาคารใช้เป็นข้อมูลในการกำกับดูแลหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม |

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



ลูกค้า

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> การสำรวจประสิทธิภาพของเคทีซี และความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อเคทีซี (Brand Health Monitoring) ผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการที่จะแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่น (Net Promoter Score) การสำรวจความพึงพอใจของ KTC TOUCH การพบกับลูกค้าในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในทุกช่องทางเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การโทรสุ่มเพื่อสำรวจความถูกต้องครบถ้วนในการขายของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน หรือ Sales (Mystery shopping) การรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนตลอดทั้งปี | <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินรวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง ได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ บริการอย่างถูกต้อง รวมถึงได้รับการแนะนำและบริการที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด | <ul style="list-style-type: none"> บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม บริษัทให้บริการด้วยความเต็มใจ และรวดเร็วในทุกช่องทาง การติดต่อ คอยรับฟังและนำประเด็นปัญหาของลูกค้า มาปรับปรุงและพัฒนา พร้อมกับเสนอทางช่วยเหลือ และให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดประโยชน์ และความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า |
| | <ul style="list-style-type: none"> ยกระดับงานบริการและงานขาย ให้เป็นที่ยอมรับและชื่นชม รวมถึงสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ โดยยึดหลักปฏิบัติตาม Market Conduct รวมถึงแก้ไขปัญหา เยียวยา และรับฟังข้อเสนอแนะด้วยความเต็มใจ ยุติธรรม รวดเร็ว | <ul style="list-style-type: none"> เปิดโอกาสให้ลูกค้าประเมินการให้บริการของ KTC TOUCH, ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ผ่านการโทรแบบสุ่มเลือก เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อการบริการ และนำมาปรับปรุงต่อไป จัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนของลูกค้าผ่านระบบ Customer Feedback Center (CFC) ซึ่งบริษัทจะทำการตรวจสอบ และดำเนินการแก้ไขปัญหภายในไทม์กรอบเวลาของ Service Level Agreement (SLA) ที่กำหนด กรณีได้รับข้อเสนอแนะ บริษัทจะทำการรวบรวม และจัดส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาแนวทางการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีขึ้น |
| | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาคุณภาพในการเสนอขายและบริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สอดคล้องกับ Market Conduct | <ul style="list-style-type: none"> อบรม พัฒนาศักยภาพความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายให้แก่ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับ Market Conduct |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี” และ “นวัตกรรมดิจิทัล”)



เจ้าหน้าที่

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• การให้ข้อมูล ตอบข้อซักถาม รับฟัง ข้อเสนอแนะผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล การประชุม ตลอดทั้งปี• การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน คำอธิบายของฝ่ายจัดการ MD&A (Management Discussion and Analysis) หลังสอบทาน/ ตรวจสอบ รวมถึงข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท และแจ้งการดำรงสัดส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น รายไตรมาสและรายปี• การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำเอกสารรายไตรมาสเพื่อติดต่อสื่อสารเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ถือหุ้น | <ul style="list-style-type: none">• มีการปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิ• ได้รับดอกเบี้ยและเงินต้นครบถ้วนและตรงตามกำหนด• ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน | <ul style="list-style-type: none">• ปฏิบัติตามสัญญา หรือข้อกำหนดสิทธิอย่างซื่อสัตย์ โปร่งใส และตรวจสอบได้• ชำระดอกเบี้ยและเงินต้นคืนครบถ้วนและตรงตามกำหนด• สื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ถูกต้อง ครบถ้วน |
| | <ul style="list-style-type: none">• ได้รับทราบผลการดำเนินงาน ข้อมูลที่สำคัญอื่น ๆ ของบริษัท และการปฏิบัติตามข้อกำหนด | <ul style="list-style-type: none">• นำเสนอรายงานข้อมูลทางการเงิน ผลดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ข้อมูลการบริหารเงินทุน รวมถึงข้อมูลที่เปิดเผยตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. อย่างถูกต้องและเหมาะสม ทันเวลา และเท่าเทียม |
| | <ul style="list-style-type: none">• ผู้ถือหุ้นได้รับทราบข้อมูลกิจกรรม และได้เข้าร่วมกิจกรรมที่สนใจ• ผู้ถือหุ้นได้สื่อสารความต้องการ รวมถึงถึงความคาดหวัง ด้านกิจกรรมของผู้ถือหุ้น | <ul style="list-style-type: none">• แจ้งข้อมูลกิจกรรมตั้งแต่ช่วงก่อนเริ่มไตรมาส เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถพิจารณาการเข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้าได้• พัฒนากิจกรรมในรูปแบบที่ผู้ถือหุ้นสนใจ เพื่อสร้างความผูกพันระยะยาว |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



คู่ค้า

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> กระบวนการคัดเลือกและประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้า การสื่อสารความมุ่งหวังด้านความยั่งยืนของบริษัทให้คู่ค้ารับทราบผ่านคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้า | <ul style="list-style-type: none"> การจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นธรรม และสอดคล้องตามหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้าง หรือหลักเกณฑ์การใช้บริการจากบุคคลภายนอก | <ul style="list-style-type: none"> คู่ค้ารับทราบข้อปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน มาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและตามคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้า |
| <ul style="list-style-type: none"> ช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหาและข้อร้องเรียน | <ul style="list-style-type: none"> การพัฒนา แบ่งปันความรู้ ให้กับคู่ค้าเพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาและให้ความรู้แก่คู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับคู่ค้า |
| <ul style="list-style-type: none"> การจัดประชุม อบรม เยี่ยมเยือนคู่ค้าเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ การพบกับบุคลากรของธนาคารกรุงไทย บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกรุงไทย เพื่อนำเสนอและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการให้บริการและการขายให้กับเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงไทย และบริษัทในเครือ รวมถึงต่อยอดโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ร่วมกันในมุมต่าง ๆ | <ul style="list-style-type: none"> การแข่งขันหรือสัญญาที่เป็นธรรม | <ul style="list-style-type: none"> สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ การปฏิบัติตามสัญญาการให้บริการ |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)



พันธมิตร

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> การประชุมสร้างความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ทางการตลาด ทั้งในส่วนของการออกผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อสอบถามพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภาพรวมของตลาดและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | <ul style="list-style-type: none"> ความร่วมมือในการทำธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล การกระตุ้นยอดขายและการต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกัน | <ul style="list-style-type: none"> จัดทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อกำหนดกรอบความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ จัดการประชุมและสร้างกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายและต่อยอดโอกาสทางการตลาดร่วมกันอย่างยั่งยืน |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)



คู่แข่ง

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> การประชุมพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความร่วมมือระหว่างกันตามวาระต่าง ๆ ผ่านชมรม หรือสมาคม | <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินธุรกิจและแข่งขันด้วยความโปร่งใส เป็นธรรม ไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง บิดเบือนข้อเท็จจริง ปฏิบัติตามกรอบการแข่งขันที่ดีและสุจริต | <ul style="list-style-type: none"> สร้างเงื่อนไขในการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยไม่ใส่ร้าย กลั่นแกล้ง หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง |
| | <ul style="list-style-type: none"> แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน | <ul style="list-style-type: none"> เข้าร่วมประชุมกับชมรม หรือสมาคมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



สังคมและสิ่งแวดล้อม

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> การให้โอกาส รับฟังความคิดเห็นของสังคมผ่านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียล หรือ ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ และการรับเรื่องร้องเรียน ตลอดทั้งปี จัดอบรมให้ความรู้ในหัวข้อต่าง ๆ | <ul style="list-style-type: none"> ได้รับคำปรึกษา หรือความรู้ ความเข้าใจทางการเงิน เพื่อให้สามารถเข้าใจ และวางแผนการใช้เงิน รวมถึงการเก็บออมสำหรับอนาคตได้อย่างเหมาะสม | <ul style="list-style-type: none"> นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงให้ความรู้ทางการเงินผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น page ของสินเชื่อ เคทีซี ที่เข้ม หรือ KTC Journey เป็นต้น |
| | <ul style="list-style-type: none"> เข้าถึงบริการทางการเงินอย่างทั่วถึงและตรงตามความต้องการ | <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการ และแนวทางความยั่งยืน |
| | <ul style="list-style-type: none"> สามารถช่วยเหลือชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อน | <ul style="list-style-type: none"> บริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสาธารณะ และสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม |
| | <ul style="list-style-type: none"> มีช่องทางการรับข้อร้องเรียนสำหรับการแสดงความเห็นของชุมชน สังคมเสมอ | <ul style="list-style-type: none"> มีช่องทางการรับข้อร้องเรียน ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ |
| | <ul style="list-style-type: none"> การดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจสิ่งแวดล้อม | <ul style="list-style-type: none"> บริษัทสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับพนักงานในการดูแลรักษาทรัพยากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งเสริมการดูแลสิ่งแวดล้อมให้แก่ลูกค้า |
| | | |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน” และ “การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ”)



คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> การประชุมคณะกรรมการทุกเดือน การประชุมคณะกรรมการกรณีเร่งด่วนเมื่อเกิดเหตุการณ์ การจัดอบรมปฐมนิเทศกรรมการที่เข้ารับการดำรงตำแหน่งใหม่ การพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และการอบรมสัมมนาต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ความหลากหลายในการสรรหาคณะกรรมการ | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงหารือ พิจารณานโยบายหรือการดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการดำเนินการตามแนวทางที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ | <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินงานอย่างโปร่งใสด้วยหลักธรรมาภิบาล ผลการดำเนินงานดีและเติบโตอย่างสม่ำเสมอ ให้ข้อมูลอย่างเพียงพอ ครบถ้วน ทันเวลา ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม |
| <ul style="list-style-type: none"> เข้าใจขอบเขตการประกอบธุรกิจ นโยบาย หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแผนการดำเนินงานของบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ และสามารถนำมาใช้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง | <ul style="list-style-type: none"> เชิญเข้าร่วมปฐมนิเทศ โดยมีการนำเสนอ KTC Story หน้าที่ตามกฎหมายของกรรมการ และนโยบายต่าง ๆ ของบริษัท เช่น การกำกับดูแลกิจการ การบริหารความเสี่ยง เป็นต้น |
| <ul style="list-style-type: none"> ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการประจำปี กำหนดคำตอบแทนที่เหมาะสมกับบทบาทและความรับผิดชอบ | <ul style="list-style-type: none"> จัดโครงสร้างของคณะกรรมการให้มีความหลากหลายในเรื่องของทักษะและประสบการณ์ | <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการอบรมสัมมนาในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ |
| | <ul style="list-style-type: none"> รับทราบผลการปฏิบัติงานเพื่อนำมาพัฒนาการดำเนินงานของบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> นำผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานมาสื่อสารให้คณะกรรมการทราบ และหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานและการดำเนินงานของบริษัท |
| | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสม สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ | <ul style="list-style-type: none"> ได้รับค่าตอบแทนตามที่ได้รับอนุมัติจากผู้ถือหุ้น ภายใต้ความเหมาะสม และเป็นธรรม |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ”)



พนักงาน

| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> จัดปฐมนิเทศสำหรับพนักงานที่เริ่มงานใหม่ จัดช่องทางการให้พนักงานแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านทางอีเมลของผู้บริหารของหน่วยงาน กำกับดูแล หรือหน่วยงานทรัพยากรบุคคล ประชุมและสื่อสารข้อมูลให้พนักงานทราบผ่านอีเมล หรืออินทราเน็ตขององค์กรตลอดทั้งปี การสำรวจความผูกพันและความพึงพอใจของพนักงานประจำปี การประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยใช้หลัก Key Performance Indicator (“KPI”) มีแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับ ตลอดทั้งปี สนับสนุนให้พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning) | <ul style="list-style-type: none"> พนักงานต้องการรู้จักบริษัท กรรมการ ผู้บริหาร และแนวทางปฏิบัติงานที่สำคัญเพื่อการปฏิบัติงานภายใน | <ul style="list-style-type: none"> สื่อสารประวัติความเป็นมา ลักษณะการประกอบธุรกิจ แนะนำกรรมการและผู้บริหาร พร้อมทั้งแจ้งกฎระเบียบ แนวปฏิบัติ และหลักเกณฑ์ของบริษัทที่สำคัญ |
| | <ul style="list-style-type: none"> สามารถสื่อสารความต้องการ ความคิดเห็น การแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนผ่านช่องทางต่าง ๆ | <ul style="list-style-type: none"> จัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและปลอดภัยให้แก่พนักงาน การปฏิบัติงานของหน่วยงานทรัพยากรบุคคลเป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน และแนวทางในการบริหารความหลากหลาย ไม่กีดกันทางเพศ เพศสภาพ ศาสนา เชื้อชาติ โดยทุกอย่างเป็นไปตามกฎหมายแรงงาน มีมาตรการการป้องกันและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส |
| | <ul style="list-style-type: none"> รับทราบนโยบายและข้อมูล ตลอดจนการดำเนินงานของธุรกิจของบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> จัดให้มีการประชุม Town Hall ระหว่างผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลาง จัดการประชุมภายในสายงานและระหว่างสายงาน |
| | <ul style="list-style-type: none"> พนักงานสามารถสื่อสารความต้องการแก่บริษัท | <ul style="list-style-type: none"> สำรวจความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Survey) ที่มีต่อองค์กร ที่จัดโดย Third Party เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนา และเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ จัดกิจกรรมสร้างความผูกพันของพนักงาน (Employee Engagement Activities) โดยหน่วยงานทรัพยากรบุคคลและตัวแทนของสายงานต่าง ๆ (People Champion) |
| | <ul style="list-style-type: none"> รับทราบผลการประเมินเพื่อพัฒนาและยกระดับตนเองให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> จัดประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal) ประกอบด้วย 2 ส่วนคือส่วนแรก ประเมินผลงาน (KPI) แบ่งเป็น Corporate KPI และ Individual KPI และส่วนที่สอง ประเมินพฤติกรรม แบ่งเป็น Core Values และ Competency โดยใช้การประเมินแบบ 360 องศาในการให้ Feedback |
| | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาความรู้ ความสามารถ หรือสมรรถนะ (Competency Development) ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ และสอดคล้องกับภาวะของโลกที่เปลี่ยนไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น | <ul style="list-style-type: none"> เปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง จัดให้มี learning culture ที่พนักงานสามารถเลือกเรียนได้อย่างอิสระตามความสนใจรายบุคคล |
| <ul style="list-style-type: none"> สามารถวางแผนเส้นทางอาชีพ และความก้าวหน้าในงาน | <ul style="list-style-type: none"> สอนให้พนักงานกำหนด Career Path เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของตัวเอง จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) | |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล” และ “การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมในการทำงาน”)



| รูปแบบการติดต่อสื่อสาร | ความสนใจและความคาดหวัง | แนวทางการตอบสนอง |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ประชุม รับฟังแนวนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล รวมถึงซักซ้อมการปฏิบัติ รับการตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับต่าง ๆ จัดทำรายงานส่งหน่วยงานกำกับ | <ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติงานของบริษัทเป็นไปตามกฎหมายกำหนด มีความโปร่งใสของทั้งองค์กรและระบบงาน | <ul style="list-style-type: none"> ยึดหลักการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายประกาศของหน่วยงานกำกับดูแล และคอยปรับปรุงการดำเนินการต่าง ๆ ให้สอดคล้องเป็นไปตามข้อสังเกตจากการตรวจสอบ (ถ้ามี) |

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การต่อต้านการคอร์รัปชันและการดิสลินบน”)

► การกำหนดประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

102-46, 102-47

ในปี 2564 บริษัทพิจารณาทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนระดับอุตสาหกรรม ระดับประเทศ และระดับสากล (Issue Universe) ที่เกี่ยวข้องกับบริษัท และสำรวจความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียทั้ง 10 กลุ่ม เพื่อนำมาจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Matrix) แผนกลยุทธ์ความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี (2565 - 2569) ตามกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนโดยสปิริต (Sustainable Development by Spirit Framework) และกำหนดขอบเขตการรายงานตามเนื้อหาในฉบับนี้ โดยมีกระบวนการดังนี้

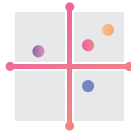
1. กระบวนการระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



2. การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน

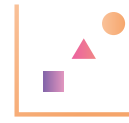


วิเคราะห์และพิจารณา ทบทวนข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์และประชุมร่วมกับ ประธานเจ้าหน้าที่ บริหารและผู้บริหารระดับ สูง รวมถึงแบบสำรวจความ คิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย ของบริษัท



จัดลำดับประเด็นที่มีความ สำคัญ มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัท และประเด็นที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจที่ผู้มีส่วนได้ เสียให้ความสำคัญ

- แกน X : ประเด็นที่มีความ สำคัญกับบริษัท
- แกน Y : ประเด็นที่มีความ สำคัญกับผู้มีส่วนได้เสีย



กำหนดประเด็น ทั้ง 16 หัวข้อลงใน Materiality Matrix

3. การพิจารณาตรวจสอบประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



ผู้บริหารระดับสูงและคณะ ทำงานความยั่งยืนได้ร่วมตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมของ การจัดลำดับความสำคัญและ รายงานต่อ ประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร และคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ คณะกรรมการบริษัท



ประชุมร่วมกับผู้บริหาร ระดับสูงและตัวแทนสาย งาน เพื่อร่วมกันกำหนด แผนการดำเนินงานด้าน ความยั่งยืนที่สอดคล้องกับ ประเด็นสำคัญด้านความ ยั่งยืน



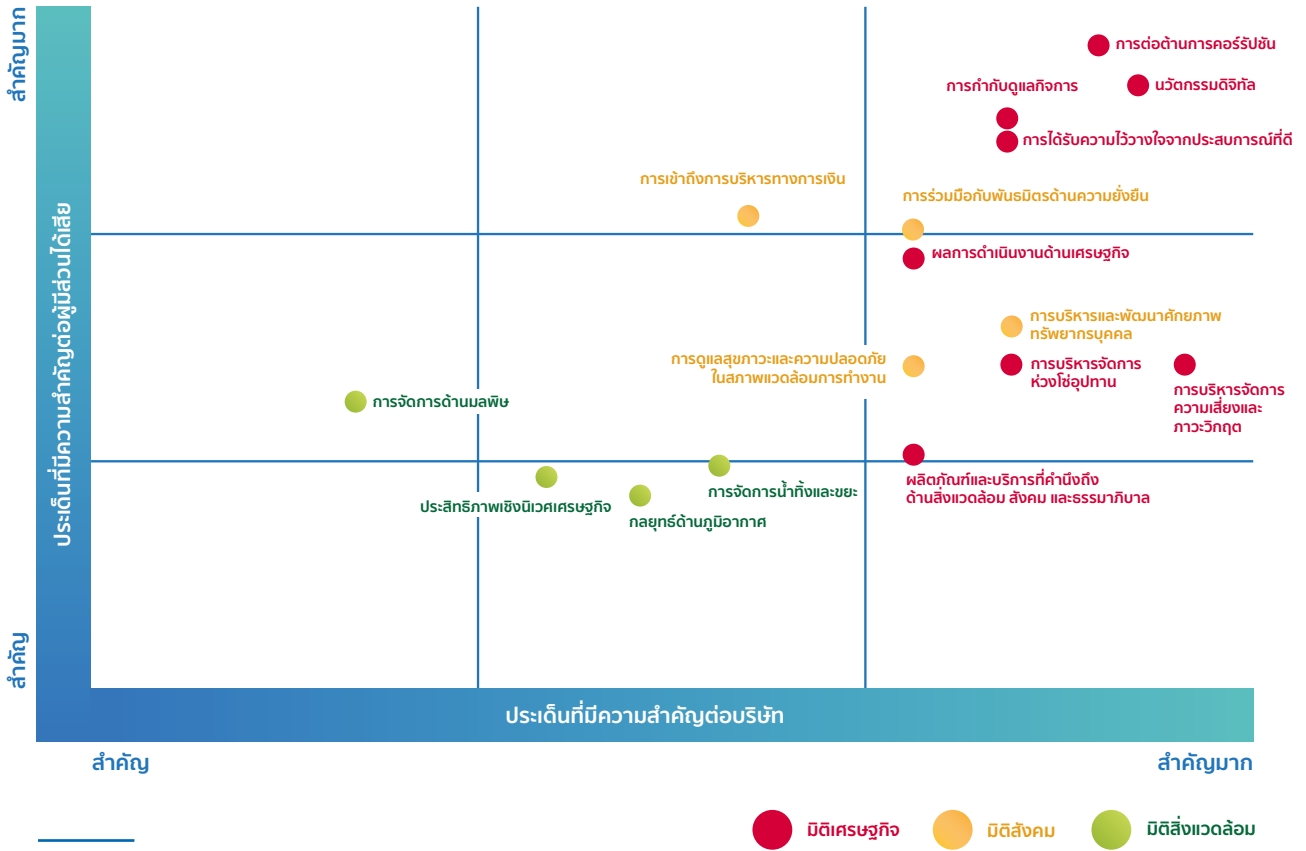
เปิดเผยข้อมูลในรายงาน ความยั่งยืนและบนเว็บไซต์ ของบริษัท

4. การทบทวนประเด็นสำคัญและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง



ทบทวนกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานความยั่งยืนผ่าน ช่องทางต่าง ๆ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนา แนวทางการดำเนินงาน และการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

การจัดลำดับประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน



การเปลี่ยนแปลงการรายงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ

102-48, 102-49

รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตาม GRI Standards: Core Options ดังแสดงใน Materiality Matrix ข้างต้น ซึ่งยังคงมี 16 ประเด็น ที่เป็นประเด็นเดียวกับประเด็นสำคัญความยั่งยืนตั้งแต่ปี 2562

สำหรับปี 2564 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนชื่อประเด็นให้ครอบคลุมมากขึ้น ดังนี้

- “การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล” จากเดิม “การพัฒนาทรัพยากรบุคคล”
- “นวัตกรรมดิจิทัล” จากเดิม “เทคโนโลยีดิจิทัล”

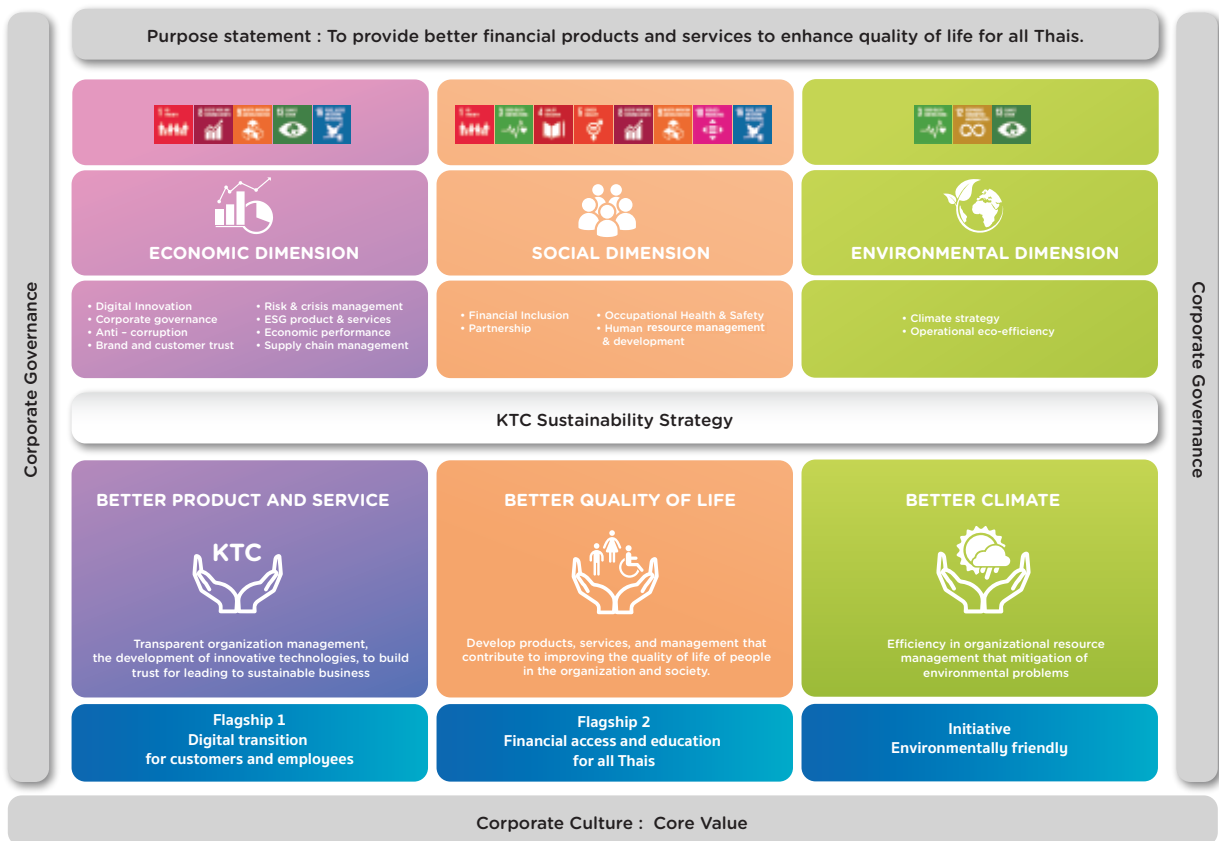
นอกจากนี้บริษัทได้ปรับเปลี่ยนหมวดหมู่ของประเด็น “การต่อต้านการคอร์รัปชัน” เข้ามาอยู่ในมิติเศรษฐกิจจากเดิมที่อยู่ในมิติสังคม เพื่อสะท้อนการจัดกลุ่มประเด็นแต่ละมิติตามเกณฑ์ระดับสากล และเพื่อความชัดเจนของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) อีกทั้ง มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลนิยาม คำจำกัดความ การจัดหมวดหมู่ในกลุ่มพนักงานให้สอดคล้องตามมาตรฐานสากลมากขึ้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน
(Sustainable Development by Spirit Framework)



KTC is a membership company
in payment and retail lending business
with Sustainability as key element.










บริษัทกำหนดกรอบการดำเนินการด้านความยั่งยืนตามหลักการ “Sustainable Development by Spirit” ที่ตอบโจทย์ประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน วิสัยทัศน์องค์กร และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้ง 10 เป้าหมายขององค์การสหประชาชาติ โดยกรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืนดังกล่าวอยู่บนหลักธรรมาภิบาล การบริหารความเสี่ยงและบริหารต้นทุนที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนระยะยาว 5 ปี ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ กลยุทธ์มิติเศรษฐกิจ (Better Product and Service) กลยุทธ์มิติสังคม (Better Quality of Life) และกลยุทธ์มิติสิ่งแวดล้อม (Better Climate) ซึ่งบริษัทได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการ สร้างประสบการณ์ที่ดี และสร้างความไว้วางใจให้เกิดแก่สมาชิกและผู้มีส่วนได้เสียบนมาตรฐานความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล นำไปสู่การสร้างโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้แก่คนในสังคมได้อย่างทั่วถึง และบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

▶ ขอบเขตการรายงานตามประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน







รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้ระบุประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนตาม GRI Standards: Core Options ดังแสดงใน Materiality Matrix ซึ่งรายงานฉบับนี้ครอบคลุมการดำเนินงานของบริษัท เคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของ เคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) จำกัด เพื่อความชัดเจนในบทบาทของประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน (Materiality Topic) ดังกล่าวมากยิ่งขึ้น


102-47

| ประเด็นความยั่งยืนตาม GRI Standard | ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics | ขอบเขตผลกระทบ | | | | | | | | หัวข้อที่นำเสนอ ในรายงาน | การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) | | |
|---|---|---------------|------------------------|---------------|--------|-------|--------|----------|--------|-----------------------------|---|---------------------------------|-------------------------|
| | | ขอบข่ายภายใน | | ขอบข่ายภายนอก | | | | | | | | | |
| | | พนักงาน | คณะกรรมการและผู้บริหาร | ผู้ถือหุ้น | ลูกค้า | ส่วนี | ผู้ค้า | พันธมิตร | คู่ค้า | | | สังคมและสิ่งแวดล้อม | ภาคีและผู้มีส่วนได้เสีย |
| <ul style="list-style-type: none"> Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data (GRI 418-1) | นวัตกรรมดิจิทัล การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน กระบวนการทำงาน และช่องทางการบริการลูกค้า โดยให้ความสำคัญต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ สารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคล | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | มิติเศรษฐกิจ นวัตกรรมดิจิทัล | |
| <ul style="list-style-type: none"> Incidents of non-compliance concerning marketing communications (GRI 417-3) | การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ การพัฒนาและดูแลคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยบรรเทาผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สื่อสารอย่างชัดเจน เป็นธรรม เพื่อสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีจนได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | มิติเศรษฐกิจ การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Precautionary Principle or approach (GRI 102-11) Governance Structure (GRI 102-18) Delegating authority (GRI 102-19) Effectiveness of risk management processes (GRI 102-30) | การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต กระบวนการประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ครอบคลุมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการกับเหตุการณ์หรือความเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น โดยการจัดให้มีโครงสร้าง การบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการบริหารความเสี่ยง เพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | รู้จักเคทีซี มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต | | |

| ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard | ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics | ขอบเขตผลกระทบ | | | | | | | | | | หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน | การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs) |
|---|--|------------------|----------------------|---------------|--------|----------|--------|----------|---------|---------------------|---|--|--|
| | | ขอบข่าย ภายใน | | ขอบข่ายภายนอก | | | | | | | | | |
| | | พนักงาน | คณะกรรมการผู้ถือหุ้น | ผู้ถือหุ้น | ลูกค้า | เจ้าหนี้ | คู่ค้า | พันธมิตร | คู่แข่ง | สังคมและสิ่งแวดล้อม | ภาคีและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Direct economic value generated and distributed (GRI 201-1) | ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ การส่งมอบคุณค่าทางธุรกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการเป็นองค์กรที่ดี มีส่วนในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้โอกาสในการเข้าถึงเงินทุนที่ถูกต้องแก่ประชาชน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน มิติเศรษฐกิจ |   |
| <ul style="list-style-type: none"> Mechanisms for advice and concerns about ethics (GRI 102-17) Governance structure (GRI 102-18) Delegating authority (GRI 102-19) Highest Governance body's role in sustainability reporting (GRI 102-32) | การกำกับดูแลกิจการ การกำกับดูแลกิจการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี ผ่านการกำหนดโครงสร้าง นโยบายและกระบวนการกำกับดูแลอย่างโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ มีกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทสามารถดำเนินงานเพื่อสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | รู้จักเคทีซี มิติเศรษฐกิจ การกำกับดูแลกิจการ |  |
| <ul style="list-style-type: none"> Significant indirect economic impacts (GRI 203-2) | ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล การสร้างแรงจูงใจในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมถึงนโยบายการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | มิติเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล |   | |
| <ul style="list-style-type: none"> New suppliers that were screened using environmental criteria (GRI 308-1) New suppliers that were screened using social criteria (GRI 414-1) | การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การบริหารห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกที่บริษัทร่วมทำธุรกิจด้วย คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยดำเนินการผ่านกระบวนการคัดเลือก การกำหนดมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ และการแบ่งปันความรู้ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | มิติเศรษฐกิจ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน |   | |

| ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard | ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics | ขอบเขตผลกระทบ | | | | | | | | หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน | การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs) | |
|---|--|------------------|------------------------|---------------|--------|----------|--------|----------|---------|---------------------------------|--|--|
| | | ขอบข่าย ภายใน | | ขอบข่ายภายนอก | | | | | | | | |
| | | พนักงาน | คณะกรรมการและผู้บริการ | ผู้ถือหุ้น | ลูกค้า | เจ้าหนี้ | คู่ค้า | พันธมิตร | คู่แข่ง | | | สังคมและสิ่งแวดล้อม |
| <ul style="list-style-type: none"> Infrastructure investments and services supported (GRI 203-1) | การเข้าถึงบริการทางการเงิน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมผ่านการกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตและบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบ อีกทั้งสร้างความรู้ ความเข้าใจและวินัยทางการเงิน | ✓ | ✓ | | ✓ | | | | ✓ | | ✓ | มิติสังคม การเข้าถึงบริการทางการเงิน และการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน  |
| <ul style="list-style-type: none"> 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 การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย และการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง กำหนดบทบาทหน้าที่ กระบวนการทำงานที่ชัดเจน โปร่งใส มีกระบวนการจัดการหากพบการคอร์รัปชันรวมถึงการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | รู้จักเลทีซี มิติเศรษฐกิจ การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน  | |
| <ul style="list-style-type: none"> Defined benefit plan obligations and other retirement plans (GRI 201-3) Communication and training about anti-corruption policies and procedures (GRI 205-2) New employee hires and employee turnover (GRI 401-1) Minimum notice periods regarding operational changes (GRI 402-1) | การบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล การบริหารแรงงาน การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรมและเคารพในความแตกต่างที่หลากหลายด้วยความเท่าเทียมบนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพ และเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | มิติสังคม การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล  | |

| ประเด็นความยั่งยืน ตาม GRI Standard | ประเด็นความยั่งยืนที่สำคัญ Materiality Topics | ขอบเขตผลกระทบ | | | | | | | | | หัวข้อที่ นำเสนอ ในรายงาน | การพัฒนา ที่ยั่งยืน (SDGs) | | |
|---|--|------------------|----------------------|---------------|--------|----------|--------|----------|---------|---------------------|--|---|---|---|
| | | ขอบข่าย ภายใน | | ขอบข่ายภายนอก | | | | | | | | | | |
| | | พนักงาน | คณะกรรมการผู้ถือหุ้น | ผู้ถือหุ้น | ลูกค้า | เจ้าหนี้ | คู่ค้า | พันธมิตร | คู่แข่ง | สังคมและสิ่งแวดล้อม | | | ภาคีและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ | |
| <ul style="list-style-type: none"> 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) | | | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Occupational health and safety management system (GRI 403-1) Work-related injuries (GRI 403-9) | การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน การส่งเสริมความรู้และดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัย การจัดการสถานที่ทำงานให้เอื้อต่อการทำงานเพื่อป้องกันอันตรายจากการทำงานหรือความเจ็บป่วยที่สืบเนื่องจากการทำงานที่อาจเกิดขึ้นกับพนักงาน | ✓ | ✓ | | | | ✓ | | | | ✓ | มิติสังคม การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน |   | |
| <ul style="list-style-type: none"> Significant indirect economic impacts (GRI 203-2) | การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน การร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อสนับสนุนหลักการความยั่งยืนที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม | ✓ | ✓ | | ✓ | | ✓ | ✓ | | ✓ | มิติสังคม การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน |  | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Energy consumption within the organization (GRI 302-1) Reduction of energy consumption (GRI 302-4) Energy indirect (Scope 2) GHG emissions (GRI 305-2) Reduction of GHG emissions (GRI 305-5) Waste by type and disposal method (GRI 306-2) | กลยุทธ์ด้านภูมิอากาศ ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการด้านมลพิษ การจัดการน้ำทิ้งและขยะ การพิจารณาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ผ่านผลิตภัณฑ์ บริการ และการดำเนินงานเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม | ✓ | ✓ | | ✓ | | | | | | ✓ | ✓ | มิติสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ |    |



การบริหารจัดการ
การแพร่ระบาด
ของเชื้อไวรัสโคโรนา
(COVID-19)

การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะเกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลากว่า 2 ปี แต่ยังคงส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทและเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับภาครัฐได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เช่น การออกมาตรการพักชำระหนี้ การเปลี่ยนประเภทหนี้บัตรเครดิตเป็นสินเชื่อส่วนบุคคลระยะยาว เป็นต้น บริษัทได้ให้ความสำคัญกับการให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ตามรูปแบบวิถีการที่สามารถดำเนินการได้ เพื่อลดหรือบรรเทาผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว

▶ แนวทางการบริหารจัดการ

ในช่วงของการเกิดภาวะวิกฤต บริษัทดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้ทันทั่วทั้ง รวมถึงหาข้อสรุปเกี่ยวกับผลกระทบของเหตุการณ์ที่มีต่อธุรกิจ (Business Impact Assessment) เช่น การมองหาสัญญาณที่ทำให้บริษัทต้องตัดสินใจดำเนินการ การคาดการณ์และประเมินผลกระทบที่มีต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้าน Internal Operation ด้าน Supply Chain และด้าน Financial Status เป็นต้น รวมถึงกำหนดมาตรการรับมือที่เกี่ยวข้อง เช่น การกำหนดแนวทางการดูแลสุขภาพอนามัยและสุขภาพของพนักงาน การจัดเตรียมสถานที่ปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับมาตรการ Social Distancing การจัดเตรียมทรัพยากรและอุปกรณ์สำหรับการทำงานในรูปแบบ Work from Home ให้พนักงานที่มีความเสี่ยงจากการติดเชื้อ COVID-19 หรือการจัดกลุ่มพนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานสำหรับหน่วยงานที่เป็น Critical Business Function เป็นต้น รวมทั้งบริษัทได้มีการประเมินผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 ต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ และได้กำหนดมาตรการสำคัญและการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ โดยสรุปได้ดังนี้

คณะกรรมการบริษัทและคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คณะอนุกรรมการ Risk Management Committee คณะอนุกรรมการ Management Committee และคณะบริหารจัดการภาวะฉุกเฉิน (Crisis Management Committee) พิจารณานโยบายและกำหนดมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และธนาคารกรุงไทยในฐานะบริษัทแม่ รวมถึงนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ นโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมกรณีเกิดโรคระบาดหรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ไม่สามารถป้องกันได้ เพื่อให้บริษัทมีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์วิกฤต และบรรเทาหรือ

ลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับบริษัทให้น้อยที่สุด การประกาศใช้แผนฉุกเฉินหากจำเป็น รวมถึงกำหนดให้มีทีมจัดการเฉพาะกิจหรือมีผู้รับผิดชอบโดยตรง เพื่อให้การดำเนินงานและการตัดสินใจต่อสถานการณ์ดังกล่าวมีประสิทธิภาพ ซึ่งบริษัทจัดให้มีกระบวนการรายงานผลการให้ความช่วยเหลือลูกค้าให้แก่ผู้บริหารรับทราบ

บริษัทวิเคราะห์อัตราการค้าชำระหนี้ และ NPL ซึ่งมีสาเหตุมาจากลูกหนี้และกิจการของลูกค้าที่ได้รับผลกระทบ ทำให้อาจไม่มีความสามารถในการชำระเงินคืนภายในระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลต่อคุณภาพของลูกหนี้สินเชื่อ โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพ / อุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงในระดับที่รุนแรง เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สายการบิน เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทมีการทดสอบภาวะวิกฤตด้านสภาพคล่อง (Liquidity Stress Testing) เพื่อประเมินผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงินภายใต้สมมติฐาน ได้แก่ บริษัทไม่สามารถ Refinance หรือ Rollover เงินกู้ที่ครบกำหนด และประมาณการเติบโตของเงินให้สินเชื่อว่าบริษัทมีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในระยะเวลาเท่าใด เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการจัดหาแหล่งเงินทุนอื่น ๆ หากสถานการณ์การแพร่ระบาดยังไม่คลี่คลาย

ทั้งนี้ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ที่ผ่านมา บริษัทไม่ประสบปัญหาในการบริหารเงิน การกู้ยืม หรือการชำระคืนเงินกู้ยืมแต่อย่างใด ด้วยบริษัทมีแหล่งเงินกู้ยืมระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงวงเงินสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ที่หลากหลาย โดยมีการบริหารจัดการเงินที่เหมาะสม เพื่อการบริหารต้นทุนที่ดีอยู่ในระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สอดคล้องกับสถานะตลาด และดูแลอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นให้อยู่ในระดับต่ำกว่าภาวะผูกพันที่กำหนด

▶ การสุภาพผลกระทบและดูแลผู้มีส่วนได้เสียอย่างรอบด้าน

บริษัทมีแนวทางในการบรรเทาผลกระทบหรือใช้โอกาสนี้สร้างประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระยะยาวและเป็นการรักษาความสัมพันธ์ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าบริษัทเป็น Good Corporate Citizenship ทั้งนี้ บริษัทมีการประเมินและการจัดการผลกระทบ รวมถึงสื่อสารมาตรการการให้ความช่วยเหลือกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ ตามความต้องการและความคาดหวัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท

| ผู้มีส่วนได้เสีย | การจัดการผลกระทบในสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 |
|--|--|
| <p>ภาครัฐ และ หน่วยงานกำกับดูแล</p> | <p>หน่วยงานกำกับดูแลต่าง ๆ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานประกันสังคม เป็นต้น ได้ออกมาตรการในการให้ความช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว</p> <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การประชุม รับฟังนโยบายและแนวทางการกำกับดูแล ผ่านช่องทางออนไลน์ • การรับฟังนโยบายและแนวทางจากหน่วยงานราชการตามช่องทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือประกาศมติคณะรัฐมนตรี ประกาศราชกิจจานุเบกษา <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • การให้ความร่วมมือกับภาครัฐหรือหน่วยงานราชการในการให้ความช่วยเหลือลูกค้าตามมาตรการการให้ความช่วยเหลือที่เหมาะสม • การปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐหรือหน่วยงานราชการที่ได้มีการประกาศหรือให้มีผลบังคับใช้ เช่น การกำหนดช่วงเวลาการลดอัตราดอกเบี้ยเงินสมทบของลูกค้าที่นำส่งเข้าสำนักงานประกันสังคม มาตรการดูแลพนักงานในช่วงการแพร่ระบาด เป็นต้น <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทได้นำเสนอมาตรการการให้ความช่วยเหลือต่อคณะอนุกรรมการที่เกี่ยวข้องทันที เพื่อพิจารณาอนุมัติมาตรการในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ รวมถึงรายงานผลการให้ความช่วยเหลือแก่ลูกหนี้ดังกล่าวต่อผู้บริหารระดับสูงและ ธปท. ทราบเป็นประจำ เพื่อให้สามารถติดตามการให้ความช่วยเหลือของบริษัทได้ และประชาสัมพันธ์มาตรการการให้ความช่วยเหลือให้แก่ลูกค้าทราบผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท • การชะลออัตราดอกเบี้ยเงินสมทบของลูกค้าและนายจ้างที่จะนำส่งเงินเข้าสำนักงานประกันสังคม ตามช่วงระยะเวลาที่สำนักงานประกันสังคมกำหนด เพื่อเป็นการช่วยเหลือบรรเทาให้แก่ลูกจ้างและนายจ้าง • การปฏิบัติตามกฎระเบียบ นโยบายที่ภาครัฐหรือหน่วยงานราชการประกาศอย่างเคร่งครัด รวมถึงประสานงานกับสำนักงานประกันสังคม เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้รับวัคซีนอย่างทั่วถึง |
| <p>ลูกค้า</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารข้อมูลและประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ต้องผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ รับเรื่องร้องเรียน/รับข้อเสนอแนะผ่านช่องทางการรับเรื่องร้องเรียน และมีการตอบสนองต่อลูกค้าตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และการขอความช่วยเหลือต่าง ๆ • การประชาสัมพันธ์สิทธิพิเศษของผลิตภัณฑ์ บริการ ทั้งไปรษณีย์และกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ที่มอบความสะดวกสบายให้กับสมาชิกผ่านช่องทางออนไลน์ • ปรับปรุงฟังก์ชันการใช้งานของ KTC Mobile เพื่อให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการใช้ชีวิต <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • การมีมาตรการที่มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนลูกค้าในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • การปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการของของภาครัฐตามระเบียบอย่างเคร่งครัด เพื่อมีส่วนช่วยเหลือ และสนับสนุนลูกค้าในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 |

| ผู้มีส่วนได้เสีย | การจัดการผลกระทบในสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 |
|-------------------------------|--|
| <p>ลูกค้า</p> | <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • การรับฟังข้อร้องเรียนของลูกค้า ผ่านระบบ Customer Feedback • การมีมาตรการการให้ความช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เช่น ปรับลดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำของบัตรเครดิต KTC อัตโนมัติโดยลูกค้าไม่ต้องแจ้งความประสงค์ การลดค่างวดของสินเชื่อส่วนบุคคลอย่างน้อยร้อยละ 30 ของค่างวดเดิม การเปลี่ยนหนี้บัตรเครดิตหรือสินเชื่อที่มีลักษณะหมุนเวียนเป็นสินเชื่อที่มีระยะเวลา (Term Loan) 48 งวด พร้อมลดอัตราดอกเบี้ยให้ต่ำลง เป็นต้น • การประชาสัมพันธ์การให้ความช่วยเหลือให้ลูกค้าทราบผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัท การมีช่องทาง Contact Center หรือจุดบริการ KTC TOUCH เพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 สามารถติดต่อเพื่อขอรับความช่วยเหลือทางการเงินตามมาตรการที่บริษัทกำหนดได้ • การให้บริการด้านดิจิทัลให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมแบบไร้การสัมผัสหลายรูปแบบ อาทิ การจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตประเภท Contactless, Device Pay (Samsung Pay, Fitbit Pay, Garmin Pay), QR Code และการจ่ายเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต ตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) รวมถึงการมุ่งเน้นการรักษาความปลอดภัยของลูกค้าที่ใช้บริการทางดิจิทัล <p>(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)</p> |
| <p>ร้านค้าพันธมิตร</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การทำแพลตฟอร์มสำหรับการช่วยเหลือให้กับร้านค้าพันธมิตรผ่าน “โครงการช่วยกันแคร์มาดูแลกัน” <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • การต่อยอดโอกาสทางการตลาดสำหรับการสนับสนุนร้านค้าพันธมิตรในช่วงเวลาที่ไม่สามารถเปิดหน้าร้านได้ตามปกติ <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัด “โครงการช่วยกันแคร์มาดูแลกัน” เพื่อช่วยเหลือร้านค้าพันธมิตรให้สามารถโปรโมตสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของบริษัทในช่วงที่มีการล็อกดาวน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้าพันธมิตรยังคงมีรายได้ผ่านช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ยังได้ประสานงานกับสื่อมวลชนที่บริษัทจัดหาให้เพื่อเขียนข่าวในการรื้อฟื้นร้านค้าพันธมิตรตามช่องทางต่าง ๆ รวมถึงให้พนักงานในองค์กรที่มีผู้ติดตามทางช่องทางโซเชียลมีเดียได้รื้อฟื้นร้านค้า เพื่อช่วยเหลือกันในหลากหลายช่องทาง • การไม่ถอนเครื่องรูดบัตรสำหรับร้านค้าที่ไม่มียอดรับบัตร • การยกเว้นค่าบริการเครื่องรูดบัตรสำหรับร้านค้าที่ได้รับผลกระทบ • บริษัทตระหนักถึงสภาพคล่องเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจของร้านค้า โดยเมื่อมีการทำรายการผ่านบัตร ร้านค้ายังคงได้รับเงินค่าสินค้าและบริการตามเงื่อนไขเดิมที่ได้ตกลงกันไว้ • การพัฒนาผลิตภัณฑ์รับชำระ “KTC LINK PAY” โดยร้านค้าสามารถสร้างลิงก์หรือ QR Code แล้วส่งให้ลูกค้าชำระเงินผ่านช่องทางที่ร้านค้าติดต่อกับลูกค้า เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย อีเมล เพื่อลดการสัมผัสเงินสดและลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อไวรัส COVID-19 อีกทั้งร้านค้ายังสามารถขายสินค้าหรือให้บริการได้ โดยลูกค้าไม่ต้องมาชำระเงินที่ร้านค้า |

| ผู้มีส่วนได้เสีย | การจัดการผลกระทบในสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 |
|--|--|
| <p>ลูกค้า หรือ ผู้ให้บริการภายนอก</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การมีช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียน • การจัดประชุม อบรม ลูกค้า หรือผู้ให้บริการภายนอก เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ • การมีมาตรการช่วยเหลือพนักงานของลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 • การมีข้อกำหนดและวิธีปฏิบัติงาน รวมถึงแนวทางปฏิบัติ กรณีพนักงานของลูกค้าติดต่อหรือเข้าข่ายอาจติดเชื้อ COVID-19 <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • การติดต่อประสานงาน การประชุมร่วมกับลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกผ่านระบบออนไลน์ เป็นหลัก • การสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ รวมถึงเรื่อง การปฏิบัติตัวในสถานการณ์การระบาดของเชื้อ COVID-19 เพื่อความปลอดภัย และวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบัน • การทำกรมธรรม์คุ้มครองการติดเชื้อ COVID-19 ให้กับพนักงานของลูกค้า หรือผู้ให้บริการภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงานที่บริษัท • บริษัทมีรอบการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ ให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการที่มีบัญชีธนาคารกรุงไทย ไม่เกิน 2 สัปดาห์ และไม่เกิน 3 สัปดาห์สำหรับบัญชีธนาคารอื่น หลังจากที่ได้ส่งมอบงานและส่งใบแจ้งหนี้ให้กับบริษัทครบถ้วนแล้ว |
| <p>สังคม</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัดประชุมและอบรมในรูปแบบออนไลน์ • การมีช่องทางการรับฟังข้อเสนอแนะ ปัญหา และข้อร้องเรียนผ่านทางโทรศัพท์ <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • การมีมาตรการที่มีส่วนช่วยเหลือชุมชน สังคม อย่างเหมาะสม • การปรับรูปแบบของโครงการ กิจกรรมที่ทำร่วมกับชุมชน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ดังกล่าว <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • แม้ว่าสถานการณ์ดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการจัดโครงการ แต่บริษัทก็ยังคงดำเนินโครงการต่อเนื่องด้วยการปรับรูปแบบของโครงการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในการจัดกิจกรรมรูปแบบออนไลน์ • การจัดโครงการต่าง ๆ เพื่อระดมทุนในการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วย COVID-19 และบุคลากรทางการแพทย์ เช่น “โครงการ Love & Share”, “โครงการเปลี่ยนใจเป็นบุญ”, “กิจกรรมชวนปันน้ำใจ ยกเลิกรับใบแจ้งยอดฯ แบบกระดาษ ใช้ e-Statement” รวมถึงการจัดกิจกรรม “เรากินหมด...ที่กินอ้อม” เพื่อมอบอาหารเติมพลังให้กับบุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น • การจัดโครงการเปลี่ยนคะแนนสะสมเป็นชุดธารน้ำใจ เพื่อช่วยเหลือผู้กักตนจาก COVID-19 ผ่านสภากาชาดไทย |

| ผู้มีส่วนได้เสีย | การจัดการผลกระทบในสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 |
|---|--|
| <p>คณะกรรมการบริษัท และพนักงาน</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ผ่านช่องทางอีเมลให้พนักงานรับทราบข่าวสารอย่างรวดเร็วและถูกต้อง • การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ในการล้างมือ ฉีดแอลกอฮอล์ เพื่อเป็นการเน้นย้ำให้พนักงานไม่ละเลยที่จะดูแลตนเองอย่างเคร่งครัด • การจัดตั้งกลุ่มไลน์เฉพาะห้องสำหรับพนักงานหน่วยงานที่มีความเสี่ยงหรือได้รับเชื้อ COVID-19 เพื่อติดต่อประสานงานกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลแบบใกล้ชิดมากขึ้น <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • คณะกรรมการยังคงสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ หรือกลยุทธ์ของบริษัท รวมถึงหาหรือพิจารณาพิจารณานโยบาย หรือการดำเนินงานกิจการต่าง ๆ ของบริษัทตามแนวทางที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ • บริษัทสามารถสื่อสารให้พนักงานทราบและให้พนักงานแจ้งความประสงค์การขอเข้ารับการรักษาตัวและการตรวจหาเชื้อ <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ยังคงมีการแพร่ระบาดอยู่ จึงจัดการประชุมกรรมการบริษัททั้ง 2 รูปแบบ (hybrid) คือ แบบมาด้วยตนเอง และผ่านทางระบบออนไลน์ • การจัดหาสถานพยาบาลที่จะส่งพนักงานเข้ารับการรักษาเชื้อ COVID-19 กรณีพบพนักงานมีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากภายในบริษัท • การจัดส่งพนักงานที่มีความเสี่ยงเข้ารับการรักษาเชื้อ หรือพนักงานที่ได้รับเชื้อ COVID-19 เข้ารักษาตัวในสถานพยาบาล • บริษัทร่วมกับอาคารสำนักงานเพื่อกำหนดมาตรการป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ได้แก่ การกำหนดให้พนักงานทุกคนที่ปฏิบัติงานที่อาคาร ผู้มาติดต่อและพนักงาน Outsource ทั้งหมดต้องตรวจวัดอุณหภูมิร่างกายก่อนเข้าอาคาร • การสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้ทราบถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค วิธีการป้องกันในการใช้ชีวิตในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผ่านช่องทางอีเมลภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนัก ไม่ให้เกิดความเครียด และระมัดระวังสถานการณ์ดังกล่าว • การจัดเตรียมระบบงานเพื่อให้รองรับการทำงาน Work from Home รวมถึงการประชุมแบบออนไลน์ เพื่อลดความหนาแน่นในสถานที่ทำงาน และการรายงานหรือเก็บบันทึกผลข้อมูลการปฏิบัติงานของพนักงานระหว่างที่ Work from Home • การไม่นับเป็นวันลาหากพนักงานได้รับเชื้อหรือสัมผัสเสี่ยงที่จะได้รับเชื้อ COVID-19 • การจัดให้มีแอลกอฮอล์ ณ จุดต่าง ๆ อบอุ่นในพื้นที่สำนักงานและพื้นที่อาคารเช่าซื้อในแต่ละชั้นของบริษัทเป็นประจำทุกสัปดาห์ และทำความสะอาดจุด Touch Point ต่าง ๆ เช่น ประตูเข้าออกอาคาร ห้องน้ำ เป็นต้น • การประสานงานกับสำนักงานประกันสังคม กระทรวงสาธารณสุข ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์ และโรงพยาบาลเอกชน เรื่องการฉีดวัคซีน COVID-19 ให้กับพนักงานบริษัทและเก็บข้อมูลสถิติพนักงานที่เข้ารับการรักษาตัว • การกำหนดมาตรการให้พนักงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเดินทางไป หรือ Transit ประเทศที่เป็นพื้นที่ระบาดและประเทศที่มีรายงานการแพร่เชื้อในท้องถิ่นให้กักกันตนเอง โดยปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐ • การจัดอัตรากำลังคนหากเกิดเหตุฉุกเฉิน กำหนดจำนวนและรายชื่อพนักงานที่ต้องมาปฏิบัติงานในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤต (Critical Business Function: CBF) แบ่งออกเป็นทีมหลักและทีมรอง เพื่อให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ และจัดหาสถานที่ที่จะใช้เป็น Alternate Site พร้อมทั้งเตรียมระบบงานและทรัพยากรที่จำเป็นในการย้ายสถานที่ปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อเว้นระยะห่างตามมาตรการ Social Distancing |

| ผู้มีส่วนได้เสีย | การจัดการผลกระทบในสถานการณ์ระบาดของ COVID-19 |
|--------------------------|---|
| <p>ผู้ถือหุ้น</p> | <p>รูปแบบการติดต่อสื่อสาร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การสื่อสารข้อมูลด้วยช่องทางการติดต่อแบบเว้นระยะห่าง (Social Distancing) เช่น โทรศัพท์ การประชุมแบบออนไลน์ อีเมล เว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือของบริษัท <p>ความสนใจและความคาดหวังต่อบริษัทในการรับมือกับสถานการณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทที่ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจอันเนื่องมาจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID-19 รวมถึงมีแนวทางการป้องกันและแก้ไข <p>แนวทางการตอบสนอง</p> <ul style="list-style-type: none"> • ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ประจำปี 2564 บริษัทคำนึงถึงสุขอนามัยของผู้ถือหุ้น จึงได้มีมาตรการในการป้องกันลดการสัมผัสสิ่งของร่วมกัน เช่น การจัดให้มีกรรมการอิสระเป็นผู้รับมอบฉันทะแทนการเข้าร่วมประชุมด้วยตนเอง การจัดสถานที่ให้มี Social Distancing หรือการจัดให้มีจุดคัดกรอง การให้ผู้ถือหุ้นเขียนคำถามโดยระบุชื่อและนามสกุลลงในกระดาษแทนการใช้ไมโครโฟน เป็นต้น • บริษัทประเมินความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในแต่ละด้านต่าง ๆ และจัดทำมาตรการป้องกัน และมาตรการดำเนินการในสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 โดยปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการของภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล รวมทั้งมีการบริหารจัดการในภาวะวิกฤต (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อเป็นแนวทางในการรับมือ และจัดการกับความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วทั้งที่ |



ภาพรวมผลการ
ดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

102-7





มิติสังคม



จำนวนชั่วโมงอบรม
แก่พนักงานทั้งหมด
99,420
ชั่วโมง



จำนวนพนักงานทั้งหมด
1,705 คน
• ชาย 572 คน
• หญิง 1,133 คน



ระดับความพึงพอใจและ
ความผูกพันของพนักงาน
ที่มีต่อองค์กร
66%



ช่องทางในการบริการ
• KTC TOUCH 15 สาขา
• ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน
• ช่องทางออนไลน์
• สาขาของธนาคารกรุงไทย
ทั่วประเทศ



มิติสิ่งแวดล้อม



จำนวนสมาชิกที่ร่วมสมัคร
บริการ e-Statemen ปี 2564
จำนวน **129,885** คน
และ ลดการใช้กระดาษได้
ประมาณ **4,178** รีม



ลดขยะด้วยการ Recycle
95,547
กิโลกรัม



ลดการใช้น้ำประปา
2.03%
(เทียบกับปี 2561)



ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
GHG Scope 1 = **38%**
GHG Scope 2 = **13%**
GHG Scope 3 = **27%**
(เทียบกับปี 2561)



មិត្តិគ្រមង្វក្ស
“Better Product
and Service”

103-3



103-1

ด้วยการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี นโยบายภาครัฐไทยแลนด์ 4.0 National e-Payment และนโยบายสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) รวมถึงสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก บริษัทจึงมีนโยบายมุ่งพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ การบริการ และรูปแบบการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองความต้องการและการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ทำได้ทุกที่ทุกเวลา รวมถึงมีการกำหนดนโยบายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อดูแลความปลอดภัยด้านไซเบอร์และความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และความไว้วางใจในการทำธุรกรรมออนไลน์กับบริษัท

103-2

ด้วยเป้าหมายที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้งานให้กับผู้มีส่วนได้เสียมากที่สุด เคทีซีได้ดำเนินการด้าน Digital Transformation อันประกอบด้วย 3 แกนหลัก ดังนี้



Digital Product



Digital Service



Digital Channel

▶ 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 สวยงาม เพิ่มความปลอดภัยด้วยทางเลือกในการยืนยันตัวตนแบบอัตลักษณ์ (Biometrics) นอกเหนือจากการใช้รหัส (PIN) ที่เพิ่มความปลอดภัยด้วยแป้นพิมพ์ไดนามิก (Dynamic Keypad) ในการล็อกอินเข้าใช้บริการตรวจสอบข้อมูลส่วนบุคคล หรือทำรายการธุรกรรมการเงินสำหรับบริการผ่าน KTC Mobile รวมถึงความรวดเร็วในการใช้งานเพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโต

ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ อีกทั้งธุรกรรมบริการที่ถูกออกแบบจากความเข้าใจพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของสมาชิกด้วยฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ และอำนวยความสะดวกให้การใช้ชีวิตประจำวัน ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้น ได้แก่ การดูข้อมูลบัตรเคทีซีได้ในทีเดียว การเช็คคะแนนสะสม การแสดงยอดเงินรวมของบัตรทุกใบที่ใช้ และวงเงินรวมคงเหลือของบัตรทุกใบ การบริหารจัดการข้อมูลที่เลือกได้เอง อาทิ การตั้งค่าแจ้งเตือนรายการเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร การตั้งค่าแจ้งเตือนกำหนดชำระค่าใช้จ่ายล่วงหน้า การตั้งรหัส ATM PIN การอายัดบัตรชั่วคราวเมื่อสูญหาย การกำหนดยอดการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงสามารถสมัครหรือปรับเปลี่ยนวิธีการรับใบแจ้งยอดค่าใช้จ่ายง่าย ๆ ได้ด้วยตนเอง การขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว การทำรายการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า (Cash Advance) จากบัญชีบัตรเครดิตและการเบิกถอนเงินจากบัตรกดเงินสด KTC PROUD โดยบริษัทได้เพิ่มจำนวนธนาคาร

ให้สมาชิกเลือกโอนเงินได้สะดวกยิ่งขึ้น รับมอบสิทธิประโยชน์ จากกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบ e-Coupon ลูกค้า สามารถเลือกบริการชำระค่าบัตรด้วยบัญชีธนาคารกรุงไทย ซึ่ง เมื่อดำเนินการชำระแล้ว จะได้รับวงเงินคืนทันที

ณ สิ้นปี 2564 มีจำนวนผู้ใช้บริการ
KTC Mobile และ **KTC Online**
ทั้งสิ้น **2,288,369** ราย
หรือคิดเป็นร้อยละ **95**
ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด
และเติบโตร้อยละ **13**
จากสิ้นปี 2563



การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยให้การเข้าถึงของลูกค้าเป็นไปได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม รวดเร็ว และปลอดภัย อีกทั้งช่วยลดการใช้กระดาษ ลดการสูญหาย และลดการใช้ทรัพยากรและเวลาในการเดินทางให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

การรับชำระค่าสินค้าและบริการ

บริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ และตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าสมาชิกในทุกประเภทธุรกิจ

บริการรับชำระผ่านเครื่อง EDC (Electronic Data Capture)
ร้านค้าสมาชิกที่มีความประสงค์จะขอติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่จุดขายเพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับลูกค้า นอกเหนือจากการรับชำระด้วยเงินสดโดยมีบริการรับชำระเงินเต็มจำนวน ที่รองรับการชำระเป็นสกุลเงินบาท และสกุลเงินต่างประเทศ (Dynamic Currency Conversion - DCC) บริการผ่อนชำระ และแลกคะแนนสะสม ซึ่งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ที่ทางบริษัทให้บริการ ณ ปัจจุบัน สามารถรองรับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรเจซีบี บัตรยูเนียนเพย์ บัตรเดบิต ที่เป็น Local Switching (TPN & ITMX) e-Wallet และอื่น ๆ ที่จะมามีในอนาคต

บริการรับชำระผ่าน KTC QR PAY

บริษัทได้พัฒนาระบบการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตผ่าน QR Code Payment บนแอปพลิเคชัน “KTC Mobile” และแอปพลิเคชัน “KTC TAP MERCHANT” เพื่อตอบสนองการใช้งานให้กับทั้งผู้ถือบัตรเครดิตและร้านค้า โดยลูกค้าไม่ต้องพกเงินสดและสามารถทำการชำระเงินด้วยตนเอง ผ่านสมาร์ตโฟนได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

ซึ่งลูกค้าจะได้รับแจ้งผลการทำรายการสำเร็จ ผ่านแอปพลิเคชัน สำหรับในส่วนของร้านค้าสามารถรับชำระผ่าน QR Code ได้ ทั้งบัตรเครดิตและ PromptPay ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและความเสี่ยงในการบริหารจัดการเงินสดของร้านค้า เช่น ต้นทุนในการป้องกันการทุจริตของพนักงาน ความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรม อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความเร็วในการซื้อขาย ลดปัญหาเรื่องเงินทอน โดยบริษัทเร่งขยายพันธมิตรร้านค้าใหม่ ๆ ในการรับชำระ KTC QR PAY เพื่อร่วมพัฒนาสังคมไร้เงินสดพร้อมส่งมอบประสบการณ์การใช้จ่ายที่ทันสมัย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ให้กับลูกค้าผู้ถือบัตรและร้านค้ารับบัตรทั่วประเทศ

ณ สิ้นปี 2564 มีจำนวนร้านค้า
ที่ใช้งานแอปพลิเคชัน
“KTC TAP MERCHANT”
จำนวน **11,773** ร้านค้า





ณ สิ้นปี 2564 มีจำนวนร้านค้า
ที่รับชำระสินค้าและบริการผ่าน
KTC QR PAY
จำนวน 2,468 ร้านค้า

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC GATEWAY

การให้บริการรับชำระเงินออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตกับร้านค้าสมาชิกและมีการให้บริการระบบยืนยันตัวตนผู้ถือบัตรโดยการใส่รหัสที่ผู้ถือบัตรกำหนด (PIN) ไว้กับบริษัทผู้ออกบัตรหรือรหัสผ่านที่ใช้ครั้งเดียว OTP (One Time Password) ระหว่างการทำรายการชำระด้วยบัตรเครดิตออนไลน์ผ่านระบบรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล เพื่อการทำธุรกรรมออนไลน์ที่สะดวกตลอด 24 ชั่วโมง

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC LINK PAY

เคหะที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์การรับชำระรูปแบบใหม่ที่จะช่วยให้การรับชำระเป็นเรื่องง่าย ถือเป็นอีกช่องทางของการรับชำระหนึ่งซึ่งที่ตอบโจทย์ร้านค้ากลุ่ม e-Commerce รวมถึง Social Commerce ที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยอำนวยความสะดวกแก่ร้านค้าและลูกค้าในการจ่ายผ่านลิงก์ โดยร้านค้าสมาชิกสามารถส่งลิงก์ที่มีข้อมูลและมูลค่าของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าผ่านทางช่องทางติดต่อได้หลากหลาย รวมถึงผ่านช่องทาง Social Media เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่าย รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกทุกที่ทุกเวลา

บริการรับชำระเงินผ่าน KTC ALIPAY

การให้บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ สำหรับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย และกลุ่มชาวจีนที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยรับชำระด้วย Alipay ผ่านทั้งช่องทาง Offline และ Online

บริการรับชำระเงินผ่านระบบหักบัญชีบัตรเครดิตอัตโนมัติ (RECURRING)

การให้บริการตัดเงินจากบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเป็นรายเดือนโดยอัตโนมัติ โดยร้านค้าสมาชิกจะส่งข้อมูลเรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากผู้ถือบัตรในรูปแบบสลิปอิเล็กทรอนิกส์ให้กับบริษัท เพื่อตัดเงินจากบัตรเครดิต ซึ่งผู้ถือบัตรจะต้องแจ้งความประสงค์และลงทะเบียนใช้บริการกับบริษัท หรือร้านค้าสมาชิกไว้ล่วงหน้า

นอกจากนี้ บริษัทได้ร่วมกับ มาสเตอร์การ์ด เปิดตัวเทคโนโลยีการเข้ารหัสโทเค็น “Mastercard Digital Enablement Services (MDES) for Merchants” โดยเคหะที่เข้าร่วมเป็นสถาบันการเงินแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อยกระดับในการทำธุรกรรมออนไลน์ของผู้บริโภคให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมเสริมความเชื่อมั่นระหว่างร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภค ด้วยการเข้ารหัสโทเค็นแทนการใช้หมายเลขบัญชีที่มีความเสี่ยงเมื่อต้องใส่หมายเลขบัตรไว้บนเว็บไซต์ของร้านค้าหรือแอปพลิเคชันเพื่อชำระเงิน นอกจากนี้ รหัสดิจิทัลโทเค็นยังมีการป้องกันที่อีกชั้นด้วยการใช้รหัสสคริปโตแกรม (Cryptogram) ที่เป็นเลขเฉพาะต่อการทำธุรกรรมแต่ละครั้ง เป็นการช่วยลดความเสี่ยงของการโดนโจรกรรมข้อมูล เพื่อสร้างความไว้วางใจและความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคและร้านค้า

บริการแจ้งผลผ่าน SMS

บริษัทได้ใช้วิธีการแจ้งผลการพิจารณาบัตรเครดิต หรือสินเชื่อผ่านทาง SMS ให้แก่ผู้สมัครใช้บริการทราบ แทนการจัดพิมพ์เป็นจดหมาย เว้นแต่เหตุผลในการปฏิเสธการให้สินเชื่อที่กฎหมายกำหนดให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ทำให้ผู้สมัครและผู้ขอสินเชื่อทราบผลการพิจารณาได้รวดเร็ว อีกทั้งยังลดปริมาณการใช้กระดาษได้เป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันการติดตามผลการจัดส่งและการเปิดใช้บัตร (Activation) บริษัทได้จัดตั้งทีมติดตามผลการจัดส่งบัตรไปยังลูกค้า พร้อมอำนวยความสะดวกในการแจ้งเปิดใช้งานบัตรและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ลูกค้าพึงจะได้รับ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสูญหายหรือล่าช้าระหว่างจัดส่งบัตรลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการติดตามทวงถาม ลดขั้นตอนในการจัดส่ง ลดจำนวนการผลิต และต้นทุนในการจัดส่งบัตรใหม่

บริการระบบตอบรับอัตโนมัติ

บริษัทออกแบบระบบตอบรับอัตโนมัติสำหรับการเปิดใช้งานบัตร (IVR Activation) การสอบถามข้อมูลและปรับปรุงรายการ ให้มีความปลอดภัยสำหรับสมาชิกบัตร เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาการรอคอยในการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำรายการได้ด้วยตนเอง ด้วยการใช้รหัสประจำตัวในการตรวจสอบข้อมูลบนระบบ

KTC Websites

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

การพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม

| ผลิตภัณฑ์/ บริการ/ กระบวนการ | รายละเอียด | ผลการดำเนินงาน |
|--|---|--|
| 1. Data center การ Back up บน Storage (Green data center) (IT): พิจารณาผู้ให้บริการศูนย์คอมพิวเตอร์ที่มีมาตรฐานทั้งในด้านความมั่นคงปลอดภัย การพร้อมใช้งาน และการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล | วัตถุประสงค์: มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดการใช้พลังงานภายในศูนย์คอมพิวเตอร์ที่เหมาะสม ระยะเวลา: ใช้งานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2555 | ผลลัพธ์ในมุมมองธุรกิจ: ลดค่าใช้จ่ายด้านการใช้พลังงาน และค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานสูง ประโยชน์ต่อสังคม: การเลือกใช้ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด ช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงานและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่อยู่รอบศูนย์คอมพิวเตอร์ดังกล่าว ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม: ลดการใช้พลังงานที่ไม่จำเป็นและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก |
| 2. RPA: Robotic process automation: พิจารณาใช้ RPA ทดแทนการปฏิบัติงานประจำหรืองานประเภท routine ที่ใช้ workload สูง ใช้ทรัพยากรทั้งในด้านบุคลากร เวลา และวัสดุสิ้นเปลืองสูง | วัตถุประสงค์: เพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน สามารถนำทรัพยากรด้านบุคลากรไปปฏิบัติงานด้านอื่นที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เช่น การตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของระบบ RPA (Quality Control) เป็นต้น ระยะเวลา: ใช้งานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 | ผลลัพธ์ในมุมมองธุรกิจ: เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานภายในบริษัท เพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า ร้านค้าสมาชิก คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้พนักงานสามารถไปพัฒนาความรู้ด้านอื่นๆ เพิ่มเติมจากงานที่ RPA จัดการได้ ประโยชน์ต่อสังคม: ลูกค้า ร้านค้าสมาชิก คู่ค้า และพันธมิตรทางธุรกิจที่ได้รับความสะดวกและรวดเร็วจากการให้บริการของบริษัทสามารถทดแทนเวลาที่ได้รับกลับคืนมาเพื่อสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม: ลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์) |

| ผลิตภัณฑ์/ บริการ/ กระบวนการ | รายละเอียด | ผลการดำเนินงาน |
|---|---|--|
| <p>3. IT automation เช่น ระบบ IR Workflow และ SCR Workflow :</p> <p>1) ระบบ IR Workflow นำมาใช้บริหารจัดการแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Incidents) ให้มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดความมีนัยสำคัญของปัญหา เพื่อให้มีการตอบสนองและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของผู้แจ้งปัญหาหรือผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ IR Workflow สามารถนำไปใช้วิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาระยะยาวได้ ลดความถี่ในการเกิดปัญหาดังกล่าว</p> <p>2) ระบบ SCR Workflow นำมาใช้บริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งในลักษณะโครงการ (Project) หรือการเปลี่ยนแปลงทั่วไป (Enhancement) ให้มีประสิทธิภาพสูง มีการกำหนดความมีนัยสำคัญของเปลี่ยนแปลงแต่ละชนิดเพื่อให้มีการตอบสนองและดำเนินการได้อย่างครบถ้วนและรวดเร็วทันตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ มีการประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ระบบที่พัฒนามีความมั่นคงปลอดภัย มีความครบถ้วนและถูกต้อง และมีความพร้อมใช้งาน มีการทดสอบทั้งในด้านการใช้งานและด้านความปลอดภัยก่อนนำไปใช้งานจริง และสามารถติดตามผลการดำเนินงาน (progress) ของการเปลี่ยนแปลงแต่ละเรื่องได้ทันที่</p> | <p>วัตถุประสงค์ : เพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น</p> <p>ระยะเวลา :</p> <p>1) ระบบ IR Workflow ใช้งานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563</p> <p>2) ระบบ SCR Workflow มีแผนใช้งานในปี 2565</p> | <p>ผลลัพธ์ในมุมมองธุรกิจ : บริษัทสามารถสร้างระบบเพื่อตอบสนองการให้บริการแก่ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการได้อย่างมีคุณภาพและมีความมั่นใจในการใช้บริการของบริษัท</p> <p>ประโยชน์ต่อสังคม : การสืบหาต้นตอของสาเหตุปัญหา (Root cause) เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง หรือ การประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง ทำให้ผู้ใช้บริการของบริษัทเกิดความพึงพอใจและสามารถส่งต่อความพึงพอใจให้แก่สังคมได้ นอกจากนี้ พันธมิตรทางธุรกิจของบริษัท สามารถนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ในการให้บริการต่อลูกค้าของพันธมิตร ซึ่งสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้แก่สังคมโดยทั่วไป</p> <p>ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม : ลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์)</p> |
| <p>4. ระบบ SAP HR (HR on Cloud) :</p> <p>สร้างระบบ HR บน Cloud service ที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง สามารถประยุกต์ใช้งานด้านการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรด้านบุคลากรได้โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา เช่น Time Attendance Management, e-learning, Training, Employee Performance, Employee Benefits และ Employee Social Network เป็นต้น</p> | <p>วัตถุประสงค์ : พนักงานมีความสะดวกและรวดเร็วในการใช้งานระบบ HR</p> <p>ระยะเวลา : ใช้งานต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2563</p> | <p>ผลลัพธ์ในมุมมองธุรกิจ : พนักงานสามารถใช้ระบบ HR ได้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ในทุกสถานที่และเวลาที่เข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบุคลากรได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถแบ่งปันความรู้และประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอก</p> <p>ประโยชน์ต่อสังคม : ในปัจจุบันการเรียนหรือสัมมนาออนไลน์ผ่านระบบ e-Learning เป็นวิถีชีวิตแนวใหม่ที่จำเป็นต่อสภาพการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ช่วยให้ทั้งผู้ที่เรียนรู้และผู้ให้ความรู้สามารถปรับตัวและนำประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ในอนาคต</p> <p>ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม : ลดการใช้ทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลังงาน วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น กระดาษ หมึกพิมพ์)</p> |

Digital Marketing

จากพฤติกรรมของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การทำการสื่อสารการตลาดจึงต้องพัฒนาอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าและตอบสนองได้ตรงตามความต้องการในทุกรูปแบบ เนื่องจากช่องทางการสื่อสารรูปแบบดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ หรือแม้แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างที่เคยเป็นในอดีต ดังนั้น เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย รวมถึงเพื่อการทำการสื่อสารการตลาดให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด KTC ได้มุ่งเน้นการใช้ Digital Marketing หลากหลายรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของบริษัท โดยพิจารณาความเหมาะสมในการใช้สื่อ Digital Marketing ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทด้วยการใช้

Paid Search บนแพลตฟอร์มค้นหาออนไลน์ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัทในเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีการปรับเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย เพื่อให้ถูกค้นหาเจอบน Search Engine ตามวิธีการของ Search Engine Optimization (SEO) รวมถึงมีการทำ Content Marketing ด้วยการเขียนบทความที่มีประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์หรือบริการ สารสนเทศเรื่องการบริหารจัดการเงิน ไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่แตกต่าง รวมถึงมีการประยุกต์ใช้ Social Media Marketing Email Marketing รวมถึง Mobile Marketing เพื่อส่งผ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรายการส่งเสริมการขาย โดยสื่อสารผ่านความสนใจของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา (Moment) ที่แตกต่างกันอย่างเหมาะสมและเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Digital Workplace

การใช้เทคโนโลยี Digital Workplace จะช่วยให้เคทีซีสามารถให้บริการลูกค้าได้ง่ายและเร็วขึ้น เนื่องจากพนักงานสามารถทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยเคทีซีจะทำการพัฒนา Digital Workplace ต่อไปเพื่อสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าและเพื่อความสะดวกในการทำงานของพนักงานที่ดียิ่งขึ้น KTC พัฒนา Digital Workplace มาตั้งแต่ปี 2562 โดยทยอยปรับปรุงแต่ละส่วนงานที่เกี่ยวข้องแบบค่อยเป็นค่อยไป จากการมุ่งเน้นการทำงานของพนักงาน ที่ต้องการทำให้เกิดความยืดหยุ่นสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลามาสู่การมองภาพรวมที่ใหญ่ขึ้น โดยผสมผสานส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น ลูกค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ รวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจสูงสุด รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้รองรับสถาปัตยกรรมแบบ Micro Service และนำแอปพลิเคชันขึ้น Cloud เพื่อสามารถตอบโต้เรื่องบริการกับลูกค้าได้ สำหรับผลกระทบในช่วงการระบาดของ COVID-19 นั้น ไม่ได้มีผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีมากนัก เนื่องจาก KTC มีการเตรียมพร้อมเรื่องทรัพยากรด้าน IT ไว้รองรับการเติบโตของธุรกรรมการใช้จ่ายแบบอีคอมเมิร์ซผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ KTC ยังได้เพิ่มกิจกรรมออนไลน์ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน (Online working activities)

เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ภายในองค์กร อาทิเช่น การประชุมออนไลน์ การอบรมหรือสัมมนาออนไลน์ หรือแม้กระทั่งการตรวจทานออนไลน์ (Online auditing) เป็นต้น ทั้งนี้ ในการตัดสินใจเลือกใช้โซลูชันในการสร้าง Digital Workplace นั้น ต้องผ่านการทดสอบอย่างเข้มข้น ไม่ว่าจะเป็นการทำ Proof of Concept (POC) นำ Pain point และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่พบมาปรับปรุงแก้ไข จนกระทั่งมั่นใจว่าสามารถตอบโจทย์ความต้องการมากที่สุด โดยกฎเกณฑ์สำคัญของการเลือกใช้โซลูชันคือความปลอดภัย ดังนี้

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

ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์

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

การกำกับดูแลความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและไซเบอร์

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์เป็นอย่างมาก จึงได้มอบหมายให้คณะกรรมการ Information Security Committee (ISC) โดยคณะกรรมการประกอบด้วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นประธานคณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูงของสายงานต่าง ๆ เป็นคณะกรรมการ และมีรองประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงาน Information Technology ซึ่งมีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทำหน้าที่โดยตรงในการดูแลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทเป็นเลขานุการ โดยคณะกรรมการ ISC มีการประชุมเพื่อร่วมพิจารณาประเด็น

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกเดือน และกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การกำหนดนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อใช้ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม สอดคล้องและเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานสากลที่ยอมรับ ซึ่งนโยบายดังกล่าวมีการทบทวนปรับปรุงและได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทเป็นประจำทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

| นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ | ประเด็นที่ครอบคลุม |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • นโยบาย Information Technology • นโยบาย Information Securities Policy (IS Policy) • นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • ประกาศการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ภายใต้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard • ระเบียบ Information Securities Incident and Privacy Management • คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ⁽¹⁾ | <ul style="list-style-type: none"> • ความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศและ/หรือไซเบอร์ (IT / Cyber Security) • การบริหารความเสี่ยงด้านสารสนเทศ • การปกป้องข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า • การป้องกันการเข้าถึงข้อมูล (Access Control) และการจัดชั้นความลับของสารสนเทศ • การแจ้งลูกค้าก่อนการจัดเก็บข้อมูลและขอบเขตของการนำข้อมูลลูกค้าไปใช้ • การดำเนินการกรณีเกิดเหตุละเมิด การหยุดชะงักของระบบงาน รวมถึง การขอใช้สิทธิตามกฎหมาย |

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ก่อนเสนอคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ

- การพิจารณาและอนุมัติแผนการใช้งบประมาณและทรัพยากรสำหรับงานด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) ของบริษัทให้เหมาะสม
- การกำหนดกลยุทธ์และแผนงานด้านสารสนเทศเพื่อสอดคล้องกับความสำเร็จธุรกิจและมีความยืดหยุ่นเพียงพอสำหรับการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอนาคต
- การติดตามผลการประเมินความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer : DPO) โดยปฏิบัติหน้าที่สอดคล้องกับ พรบ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- การส่งเสริมให้คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรมีความรู้และมีความตระหนักในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ในด้านการกำกับดูแล บริษัทมีโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการกำกับดูแลงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการบริหารความเสี่ยงในลักษณะ 3 lines of defense โดยแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนระหว่างหน่วยงานผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Services) ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Governance and Compliance) และผู้ตรวจสอบภายในด้าน

เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Audit) และมีคู่มือ/แนวทางปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและระบบสารสนเทศ เช่น

- คู่มือการดำเนินงาน (Standard Operating Procedure: SOP) ที่ระบุหลักเกณฑ์การนำข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไปใช้
- ระบบการจัดการข้อมูลสารสนเทศ (Information Security Management System: ISMS)
- ลำดับขั้นของผู้สามารถเข้าถึงข้อมูล
- แนวทางป้องกันเรื่องความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

• จรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความปลอดภัยทางไซเบอร์ และความเป็นส่วนตัว

โดยในปี 2564 บริษัทได้มีการดำเนินการเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบของธนาคารแห่งประเทศไทย มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย การพิจารณาทบทวนนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และกำหนดนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013 มาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 และมาตรฐาน PCI DSS

มาตรการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

เคทีซีได้ดำเนินนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงานให้กับพนักงานทุกคนเพื่อให้ทราบถึงปัญหาภัยคุกคามและความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า นโยบายต่าง ๆ ที่บริษัทกำหนดมีการนำไปปฏิบัติ เช่น

- จัดให้มีการทบทวน และเผยแพร่ นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นโยบายด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ระเบียบปฏิบัติ Information Classification Standard ผ่านระบบ intranet ของบริษัท เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายและนำไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง
- จัดอบรมหรือทดสอบความรู้ความเข้าใจด้านความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ให้แก่กรรมการบริษัท ผู้บริหาร พนักงาน และผู้ให้บริการภายนอก เพื่อทบทวนความรู้ให้กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องเป็นประจำในหัวข้อต่าง ๆ รวมถึงการให้ความรู้กับคณะกรรมการบริษัท เกี่ยวกับ Securities Awareness : Attacks from All Angles
- จัดหลักสูตรปฐมนิเทศพนักงานเข้าใหม่ รวมถึงทบทวนความรู้ ความเข้าใจประจำปี 2564 ในหลักสูตรเกี่ยวกับ “ISO 27001:2013” ระบบบริหารจัดการความมั่นคง

ปลอดภัยของข้อมูลและ “ISO 27701: 2019” ระบบบริหารการจัดการข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความสามารถในการทำงานตามมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

- จัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังและเตือนภัยด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security Operation Center) เพื่อตรวจจับการบุกรุกทางไซเบอร์และป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลของบริษัทที่สำคัญ
- กำหนดระเบียบ Information Security Incident and Privacy Information Management เพื่อกำหนดวิธีการรายงานกรณีเกิดเหตุการณ์เกี่ยวกับ Information Security Incident เช่น กรณีระบบล่มหรือหยุดชะงัก การรั่วไหลหรือละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล และการใช้สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ บริษัทรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ต่อคณะกรรมการ หรือหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อทราบการจัดการการเข้าถึงและใช้ข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล โดยบริษัทกำหนดสิทธิให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลของบริษัท รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้ตามสิทธิและภาระหน้าที่ที่ตนได้รับเท่านั้น ทั้งนี้ พนักงานต้องเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นความลับ จัดเก็บไว้ตามความจำเป็น และห้ามเปิดเผยต่อบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต

กระบวนการและโครงสร้างพื้นฐานสำหรับความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความปลอดภัยทางไซเบอร์

เพื่อให้มั่นใจได้ว่าระบบสารสนเทศของบริษัทมีความปลอดภัย บริษัทได้จัดให้มีมาตรการและเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ และมีกระบวนการที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการหยุดชะงักของระบบไอทีและการโจมตีทางไซเบอร์ และเตรียมพร้อมรับมือในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

การตอบสนองต่อเหตุการณ์

- ทดสอบระบบความปลอดภัยหรือซึ่กซั่มแผนรับมือเหตุการณ์ (stress-testing) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความปลอดภัยออนไลน์ สำหรับการทดสอบเจาะระบบ (Penetration Testing) เป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และสำหรับการตรวจสอบหาช่องโหว่ (Vulnerability Assessment) จากทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย ไตรมาสละ 1 ครั้ง โดยในปี 2564 ได้ดำเนินการทดสอบเจาะระบบ และตรวจสอบหาช่องโหว่เรียบร้อยแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน และ ธันวาคม 2564 โดยบุคคลภายนอก ซึ่งได้รายงานผลการทดสอบต่อคณะกรรมการ ISC ทราบเรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างการปรับปรุงแก้ไขเพื่อปิดช่องโหว่ที่พบ มีศูนย์ข้อมูลหลักและศูนย์ข้อมูลสำรองที่มีความมั่นคงปลอดภัยและมีความพร้อมใช้สำหรับระบบงานหลักที่สำคัญ โดยมีการ

ทบทวนและทดสอบแผนฉุกเฉินด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Disaster Recovery Plan) เป็นประจำทุกปี อีกทั้งมีการทดสอบด้านปฏิบัติการ BCP โดยมีหน่วยงาน IT เป็นหน่วยงานสนับสนุน

- ป้องกันเครือข่ายของบริษัทโดยการติดตั้งอุปกรณ์และระบบด้านการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย เช่น Firewall
- ป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญของบริษัทโดยการติดตั้งระบบตรวจจับและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล (Data Loss Prevention System, DLP)
- ติดตามการเกิดเหตุการณ์ทางด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ หรือการนำข้อมูลของลูกค้าไปใช้โดยผิดวัตถุประสงค์

- มีกระบวนการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหา (Incident) และข้อร้องเรียน (Complaint) ด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และความมั่นคงปลอดภัยของระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง Incident Response Plan สำหรับการจัดการแก้ไขปัญหา ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องและเป็นไปตามมาตรฐาน ISO/IEC 27701: 2019 มาตรฐาน ISO/IEC 27001: 2013 และมาตรฐาน PCI-DSS

- บริษัทนำมาตรฐาน ISO ดังกล่าวไปเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
- บริษัทจัดให้มีการสอบทานความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ และการป้องกันภัยไซเบอร์โดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit) และหน่วยงานผู้ตรวจสอบภายนอก (External Audit) เป็นประจำทุกปี

การประกันภัยต่อการละเมิด

เคที่ซีจัดให้มีประกันกรณีการละเมิดความปลอดภัยของข้อมูลหรือเหตุการณ์ความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Insurance) เพื่อถ่ายโอนความเสี่ยงจากการถูกละเมิดความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลที่สำคัญและความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

บริษัทเป็นผู้ให้บริการทางการเงินที่มีใช้สถาบันการเงิน (Non Bank) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ทั่วทั้งองค์กร

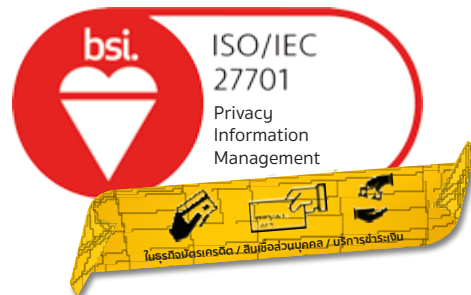
9 ธันวาคม 2562

ได้รับการรับรองความปลอดภัยตามมาตรฐาน
ISO/IEC 27001:2013
(Information Security Management Systems : ISMS)



20 พฤศจิกายน 2563

ได้รับการรับรองความปลอดภัยตามมาตรฐาน
ISO/IEC 27701:2019
(Privacy Information Management Systems : PIMS)



อยู่ระหว่างดำเนินการเพื่อขอรับการรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยข้อมูลบัตรชำระเงินด้วยมาตรฐานความปลอดภัยของข้อมูลอุตสาหกรรมบัตรชำระเงิน (PCI DSS)

▶ การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว

เคทีซีในฐานะของผู้ให้บริการทางการเงินให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวจากการใช้บริการของลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียอื่น โดยได้กำหนดนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงประกาศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลต่างๆ เช่น การแจ้งวัตถุประสงค์จากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่างๆ ที่เจ้าของข้อมูลพึงได้รับ รวมถึงการรับแจ้งเหตุกรณีเกิดการละเมิดหรือต้องการใช้สิทธิตามกฎหมาย การขอความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น โดยเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2563 บริษัทได้รับ

การรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO/IEC 27701:2019 (PIMS: Privacy Information Management Systems) สำหรับธุรกิจบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล และบริการชำระเงิน

ปี 2564 บริษัทได้รับการตรวจประเมินเพื่อติดตามการรักษา ระบบที่ดำเนินการก่อนครบรอบการตรวจประเมินใหม่ และเป็นการยืนยันความคงอยู่ยังคงปฏิบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด (Surveillance Audit)

นโยบาย ระบบและขั้นตอนการจัดการความเป็นส่วนตัว

บริษัทมีกลไกที่ทำให้มั่นใจว่านโยบายความเป็นส่วนตัวได้นำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- จัดให้มีนโยบายและประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุมกระบวนการทำงาน และเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งหมดของบริษัท ตั้งแต่ ลูกค้า พนักงาน รวมถึง เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลอื่น เช่น ผู้ถือหุ้น หรือผู้ให้บริการภายนอก เป็นต้น
- คณะอนุกรรมการ Information Security Committee ทำหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection Officer - DPO) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด
- การปรับปรุงกระบวนการทำงาน เอกสารสัญญา หรือแบบฟอร์มต่างๆ ของบริษัทเพื่อให้มีรายละเอียดตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การจัดทำให้มีการให้ความยินยอมในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล การประเมินความเสี่ยงจากการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น
- เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามนโยบาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงได้จัดให้หน่วยงานตรวจสอบภายในมีหน้าที่รับผิดชอบในกระบวนการตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ของทุกหน่วยงานในเคทีซี และรายงานผลต่อคณะกรรมการ Information Security Committee รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทราบ

- การจัดให้ผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ลงนามใน Data Processor Agreement เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลรับทราบและปฏิบัติตามให้กับเคทีซีภายใต้ขอบเขตตามที่ตกลงกัน รวมถึง การแจ้งให้เคทีซีทราบกรณีเกิดเหตุการณ์ที่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลจากงานที่เคทีซีมอบหมาย
- จัดทำและแจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับประกาศคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในเรื่องต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ของการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล สิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงช่องทางแจ้งเหตุกรณีข้อมูลรั่วไหล
- พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบของบริษัท โดยหากไม่ปฏิบัติตามจะมีความผิดตามระเบียบวินัยซึ่งอาจมีบทลงโทษตามระเบียบหรือตามกฎหมาย นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน บริษัทจึงได้เรื่อง การละเมิดข้อมูลเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน (KPI) ของพนักงานทุกคน

ข้อมูลความเป็นส่วนตัวของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล

กรณีที่แจ้งให้เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทราบเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งครอบคลุม การจัดเก็บ ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ในประเด็นดังนี้

- ลักษณะข้อมูลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลที่บริษัทประมวลผลนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์
- เหตุผลหรือฐานตามกฎหมายในการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
- การให้สิทธิต่าง ๆ แก่เจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด
 - สิทธิได้รับการแจ้งให้ทราบ
 - สิทธิในการเข้าถึง
 - สิทธิขอให้โอนข้อมูลส่วนบุคคล
 - สิทธิในการคัดค้านการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล
 - สิทธิขอให้ลบหรือทำลาย หรือทำให้ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้

- สิทธิขอให้ระงับการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล
- สิทธิในการแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล
- การแจ้งให้ทราบถึงระยะเวลาที่ข้อมูลจะถูกจัดเก็บโดยบริษัท
- วิธีป้องกันข้อมูล
- การกำหนดนโยบายหรือแนวทางดำเนินงานของบริษัท หากข้อมูลจะถูกขอนำไปใช้โดยบุคคลที่สาม เช่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- ช่องทางการติดต่อบริษัทเพื่อขอใช้สิทธิต่าง ๆ รวมถึงการแจ้งกรณีเกิดเหตุละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- บริษัทมีการติดตามร้อยละของผู้ใช้ที่มีการใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์รอง ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้กับบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน และพันธมิตรทางธุรกิจ โดยในปี 2564 มีจำนวนร้อยละ 0.42

การละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ในปี 2564 บริษัทพบเหตุการณ์ที่เป็นการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นการแจ้งเหตุความผิดพลาดจากผู้ให้บริการภายนอก จำนวน 3 เหตุการณ์ โดยบริษัทได้รายงานต่อคณะกรรมการ Information Security Committee ทราบและดำเนินการแก้ไขตามแนวทางที่บริษัทกำหนดแล้ว โดยได้กำชับผู้ให้บริการภายนอกให้มีระดับความเสี่ยง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว

| รายการ | 2563 | 2564 |
|--|------|------|
| จำนวนการละเมิดข้อมูลทั้งหมด | 1 | 3 |
| จำนวนเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดข้อมูลของบริษัท | 14 | 6 |
| จำนวนเงินค่าปรับ/ค่าปรับทั้งหมดที่จ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล | 0 | 0 |

การตรวจสอบโดยหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นอิสระประจำปี 2564

บริษัทได้รับการตรวจสอบจากผู้ตรวจสอบภายนอกและธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อเข้าตรวจสอบกิจการสินทรัพย์และหนี้สินของธนาคารกรุงไทยและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 55

เป้าหมายปี 2564

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 41

ผลงานปี 2564

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมิน Net Promoter Score (NPS) อยู่ที่ระดับ 44

103-1

บริษัทมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ แพลตฟอร์ม และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เพื่อดูแล จัดหา และนำเสนอทางเลือกที่ตรงต่อความต้องการ ตอบโจทย์ความคุ้มค่าผ่านการใช้จ่าย สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจให้แก่สมาชิก มีความหมายในทุกช่วงเวลาของการใช้ชีวิตอย่างแท้จริง เพื่อให้แบรนด์เคทีซีเข้าไปอยู่ในใจ และเป็นที่เชื่อใจได้ต่อลูกค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร โดยบริษัทมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนี้

103-2

▶ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

นอกจากผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายแล้ว บริษัทคำนึงถึงประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยวิเคราะห์ และประมวลผลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้บริษัทมีความเข้าใจและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมของลูกค้าที่หลากหลาย บริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างตรงจุด และตอบสนองความต้องการในการใช้จ่ายของลูกค้าในหมวดต่าง ๆ ได้อย่างดี

โดยบริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรและผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) ในการส่งเสริมการขายและคัดสรรสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ กว่า 3,000 โครงการต่อปี เพื่อให้ทุกการใช้จ่ายของสมาชิก

เป็นไปอย่างคุ้มค่าและเป็นการสร้างความคุ้มค่าให้แก่สมาชิกในการเลือกใช้บริการเครดิตและสินเชื่อของบริษัท ที่พร้อมรองรับและตรงตามความต้องการ ครอบคลุมกว่า 20 ไลฟ์สไตล์จากหลากหลายร้านค้าพันธมิตรทั่วประเทศ อาทิ กิน เที่ยว ซ้อป กีฬา สุขภาพ ความงาม รวมถึงร้านค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ บริษัทยังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้บริษัทสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

▶ การสื่อสารที่ชัดเจน เป็นธรรม

417-3

ปี 2564

บริษัทไม่ได้รับแจ้ง การกระทำที่ฝ่าฝืนกฎระเบียบ

ที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสารทางการตลาด
จากหน่วยงานกำกับดูแลและลูกค้า

บริษัทมุ่งเน้นการให้บริการที่โปร่งใส ถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรม และให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจและความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น ในการสื่อสารทางการตลาด ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จึงต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือใช้ประโยชน์จากความเข้าใจผิดของลูกค้า และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด

นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการให้ความรู้กับพนักงานขายหรือผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ของบริษัท เพื่อสามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

▶ การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ

บริษัทปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแล รวมถึงผู้ให้บริการด้านเครือข่าย (Card Brands) จัดให้มีนโยบายการกำกับดูแลกิจการ คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ เป็นกรอบการดำเนินงานในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยในการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ คณะอนุกรรมการ Management Committee และคณะอนุกรรมการ Risk Management Committee จะเป็นผู้พิจารณารายละเอียด รวมถึงความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ก่อนออกสู่ตลาด นอกจากนี้ คณะอนุกรรมการ Market Conduct Committee ได้มีการติดตามการดำเนินการต่าง ๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับ

▶ การดำเนินการหากมีข้อร้องเรียน

บริษัทได้จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ชมเชย และแนะนำการให้บริการ เพื่อรับทราบความเห็น (Customer Feedback) จากหลายช่องทาง ทั้งช่องทางโทรศัพท์ที่ติดต่อเข้ามายัง KTC Contact Center (02 123 5000) จุดบริการ KTC TOUCH หน่วยงานกำกับดูแล และช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยทุกเรื่องร้องเรียนที่เคทีซีได้รับนั้นได้รับการดูแล ตรวจสอบ ชี้แจง และแก้ไขข้อร้องเรียนให้แล้วเสร็จ และแจ้งให้ทราบโดยเร็ว ภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด จากนั้นเคทีซีจะรวบรวมข้อมูลจำนวนเรื่องร้องเรียน เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการ Market Conduct Committee คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และคณะกรรมการบริษัททราบตามลำดับ เพื่อพิจารณา กำหนดแนวทางการแก้ไข รวมถึงใช้ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์

การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม รวมถึงติดตามการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียนที่เกิดจากการให้บริการต่าง ๆ และเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ รวมถึงระเบียบของบริษัท บริษัทได้จัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายใน และหน่วยงาน Compliance ทำหน้าที่ตรวจสอบหรือสอบทาน การปฏิบัติงานหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทราบเป็นประจำ

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

และการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงพิจารณากำหนดหาแนวทาง เพื่อป้องกันมิให้เกิดการร้องเรียนซ้ำ และมีการเปิดเผยข้อมูลปัญหาการใช้บริการทางการเงินและการแก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนรายไตรมาสผ่านทาง www.ktc.co.th

เมื่อลูกค้าได้ใช้บริการและให้คำชมเชยผ่านช่องทาง Customer Feedback บริษัทจะสื่อสารให้พนักงานทั้งองค์กรได้รับทราบเพื่อชมเชย กระตุ้น และส่งเสริมให้พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ รับผิดชอบ รักษามาตรฐาน และส่งมอบประสบการณ์ที่มีความหมายให้กับลูกค้า และสอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของบริษัทเป็นประจำ



▶ การศึกษาและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัท

จากแนวคิดการทำงานดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับการสนับสนุนให้เกิดการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่เกิดจากการรู้จัก รู้จริง ด้วยการพัฒนาขีดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและพฤติกรรมของสมาชิก เพื่อเสนอสิ่งที่มีความหมายตรงกับความต้องการของสมาชิกอย่างแม่นยำ ใช้ข้อมูลของสมาชิก

เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุด เคทีซีประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุง สินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท เพื่อยกระดับความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบัตรเครดิต

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตที่มีต่อเคทีซี เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้ Net Promoter Score (NPS) เป็นเครื่องมือสำรวจความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของเคทีซีว่าอยู่ในระดับใดมาตั้งแต่ปี 2561 จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจ และยินดีแนะนำเคทีซีให้กับผู้อื่นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง

โดยบริษัทนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้า บริการ กระบวนการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทตามแผนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการประจำปี เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

| ปี | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|--|------|------|------|------|
| ค่าดัชนีวัดความพึงพอใจที่มีต่อเคทีซี Net Promoter Score (NPS) | 44 | 38 | 36 | 23 |
| สัดส่วนผู้ตอบแบบสำรวจต่อจำนวนสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีทั้งหมด (%) | 0.04 | 0.03 | 0.03 | 0.04 |

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภคปี 2564 ที่มีบัตรเครดิต 2,211 คน โดยเป็นสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี 933 คน

WHAT IS A GOOD NPS SCORE ?



การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของพนักงาน KTC TOUCH

บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการ และการแนะนำผลิตภัณฑ์ของพนักงาน KTC TOUCH ปีละ 2 ครั้ง เพื่อสร้างความมั่นใจ และความประทับใจแก่ลูกค้าจากการได้รับข้อมูลถูกต้องครบถ้วน รวมไปถึงการจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

ในปี 2564 บริษัทสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจำนวน 6,214 ราย ประกอบด้วย

- จำนวนลูกค้าในช่วงครึ่งปีแรก (เดือนมกราคม - มิถุนายน 2564) จำนวน 2,114 ราย
- จำนวนลูกค้าช่วงครึ่งปีหลัง (เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2564) จำนวน 4,100 ราย

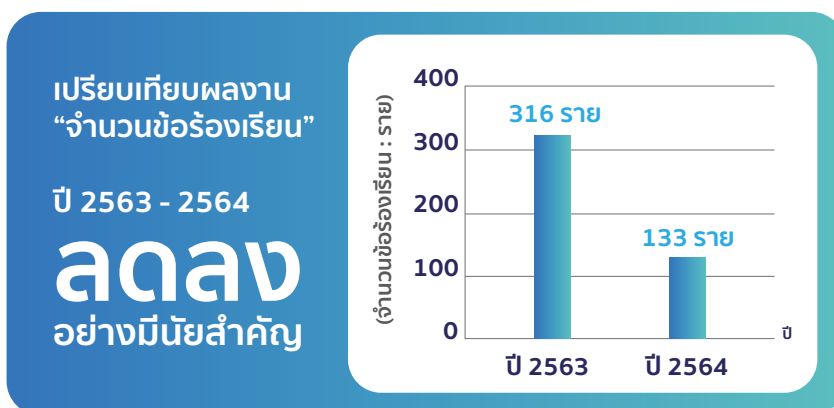
โดยการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า จัดทำผ่านช่องทางโทรศัพท์และการส่งแบบสอบถามออนไลน์ในรูปแบบคิวอาร์โค้ด ซึ่งเป็นการลดการใช้ทรัพยากรกระดาษได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยบริษัทได้นำผลการสำรวจไปวิเคราะห์ เพื่อพัฒนารูปแบบงานบริการและงานแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป



การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

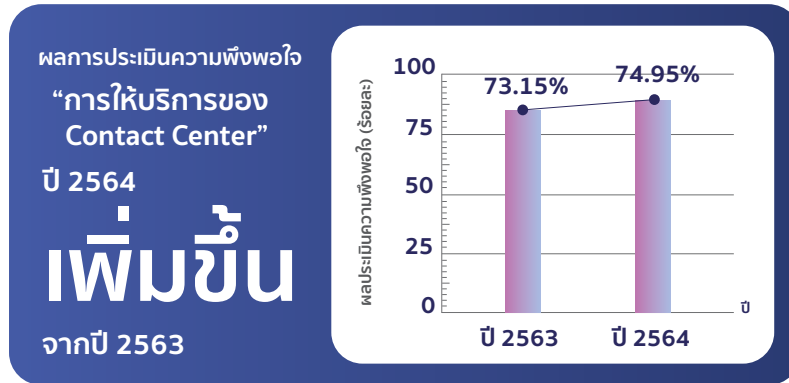
บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทั้งในด้านการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ สิทธิประโยชน์ ค่าธรรมเนียม และดอกเบี้ยต่างๆ ที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในคู่มือการขาย และนโยบายการบริการการจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) การเสนอขายที่ไม่เป็นการรบกวนลูกค้า รวมถึงคุณภาพการให้บริการ การแต่งกาย กิริยา มารยาท เป็นประจำทุกเดือน

โดยในกรณีที่บริษัทได้รับคำแนะนำ บริษัทจะส่งอีเมลเพื่อแจ้งความเห็น (Customer feedback) ให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ พัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ มารยาทในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ การอบรม การโค้ช และการอัปเดตข้อมูลต่างๆ รวมถึงการตกแต่งเดือน พิจารณาโทษตามบทกำกับดูแลและบทลงโทษ เพื่อรักษามาตรฐานผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินของบริษัท และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ Customer Feedback ในเรื่องการร้องเรียนลดน้อยลง



การสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการของ Contact Center

บริษัทสำรวจความพึงพอใจจากการให้บริการผ่านช่องทาง Contact Center ในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ โดยในกรณีที่มีการประเมินผลความพึงพอใจต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะพิจารณานำผลที่ได้มาเพื่อช่วยเหลือลูกค้า แก้ไขปัญหา และหาแนวทางป้องกัน



ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาล
จำนวน 16 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

เป้าหมายปี 2564

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาล
จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

ผลงานปี 2564

ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึง
ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และ ธรรมาภิบาล
จำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

103-1

เคทีซีมีเจตนารมณ์ในการเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาประเทศไทยไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยนำปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เข้ามาบูรณาการกับการดำเนินธุรกิจ โดยสร้างคุณค่าผ่านนโยบายการให้สินเชื่อ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และแพลตฟอร์มที่รับผิดชอบต่อสังคม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธรรมาภิบาล สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้ภาคส่วนต่าง ๆ ได้ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

▶ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

103-2, 203-1, 203-2

นโยบายและการกำกับดูแล

บริษัทกำหนดนโยบายและกระบวนการให้สินเชื่ออย่างรับผิดชอบ (Responsible Lending Policy and Process) ที่เชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) ไว้ในนโยบายการกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ โดยกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามนโยบายและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ และยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม โดยมีหน่วยงานภายในหลักที่กำกับดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างรับผิดชอบต่อสังคมตามเจตนารมณ์ของบริษัท ได้แก่

หน่วยงานตรวจสอบภายใน เป็นหน่วยงานอิสระที่รายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำหน้าที่ประเมินความเสี่ยง และความมีประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการกำกับดูแลกิจการของบริษัทโดยมีการรายงานผลการตรวจสอบระบบควบคุมภายใน และความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้อง มีระบบการควบคุมภายในที่ดี ลดค่าใช้จ่ายและลดความเสี่ยงของบริษัท

การพิจารณาให้สินเชื่อที่ส่งเสริมด้าน ESG

ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท บริษัทมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการบริหารกิจการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดูแลให้มีการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎหมาย ประกาศ กฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น การกำหนดคุณสมบัติผู้กู้ยืมสินเชื่อทั้งบัตรหลัก บัตรเสริม และสินเชื่อส่วนบุคคล ตลอดจนการอนุมัติวงเงิน การกำหนดอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ การจัดให้มีสัญญา ข้อตกลงและเงื่อนไขการ

ต่อคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ส่งเสริมให้มีการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพทำให้เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน

หน่วยงานกำกับดูแล ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา รวมถึงสอบทานการปฏิบัติงานในกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้บริษัทมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย หรือประกาศที่เกี่ยวข้องกับบริษัท เพื่อเผยแพร่สาระสำคัญหรือจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การกำกับดูแลกิจการ” และ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

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

▶ การรู้จักลูกค้าและการพิสูจน์ทราบตัวตนลูกค้า (Know Your Customer/ Customer Due Diligence)

บริษัทพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัคร ผู้ขอสินเชื่อ หรือร้านค้า ทุกรายตามหลักเกณฑ์คุณสมบัติที่หน่วยงานกำกับดูแล หรือระเบียบที่บริษัทกำหนด ดังนี้

| หัวข้อ | แนวทางดำเนินงานของบริษัท |
|--|--|
| การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้าน ESG | <ul style="list-style-type: none"> การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมาย การจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานและผู้นำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเสนอขาย รวมถึงมีการกำหนดบทบาทกับดูแลเพื่อให้การแนะนำผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อเหตุการณ์ สามารถตัดสินใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการ และเพื่อให้การบริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานของบริษัท |
| ด้านธรรมาภิบาลหรือเศรษฐกิจ เพื่อให้ผู้สมัครได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วนสำหรับการตัดสินใจ และไม่ใช่บริษัทเป็นช่องทางฟอกเงิน | <ul style="list-style-type: none"> ระบุข้อตกลงเงื่อนไขคุณสมบัติของผู้สมัคร อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และข้อมูลที่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ ธ.พ. กำหนดไว้อย่างชัดเจนในใบสมัครผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคล พิจารณาคุณสมบัติผู้สมัครตามที่หน่วยงานกำกับดูแลหรือระเบียบที่บริษัทกำหนด มีแนวทางการพิจารณาหรือปฏิเสธผู้ขอบัตรเครดิต สินเชื่อหรือร้านค้าตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงหรือการเป็นบุคคลที่ถูกกำหนดตามกฎหมายป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้าย |
| ด้านสังคม เพื่อลดปัญหาหนี้สินล้นพ้นตัวของประชากรและให้การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างทั่วถึง | <ul style="list-style-type: none"> พิจารณาอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่สอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ โดยพิจารณาจากรฐานการเงิน (เงินเดือน) และภาระหนี้ของผู้ขอสินเชื่อ เพื่อป้องกันปัญหาภาระหนี้เกินตัว ซึ่งจะกลายเป็นปัญหาแกสังคมในวงกว้าง พิจารณาตามหลักเกณฑ์อื่น ๆ เช่น การตรวจสอบข้อมูลเครดิตตามกฎหมาย NCB เป็นต้น การไม่กีดกันหรือเลือกปฏิบัติ (Non-Discrimination) ไม่ว่าจะเป็เพศ เพศสภาพ ศาสนา กับผู้สมัครใช้ผลิตภัณฑ์หรือผู้รับบริการ |
| ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีอยู่อย่างจำกัด | <ul style="list-style-type: none"> พิจารณาโอกาสการพัฒนาหรือการออกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ขยายโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทให้กับสังคมมากขึ้น ส่งเสริมลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจในการประกอบกิจการอย่างมีความรับผิดชอบ ปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง |

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่แบบ 56-1 One Report ประจำปี 2564 หัวข้อ “ลักษณะการประกอบธุรกิจ”)

การตรวจประเมินและพิจารณาความเสี่ยงด้านการป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชัน การติดสินบน รวมทั้งการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

| หัวข้อ | แนวทางดำเนินงานของบริษัท |
|-----------------------------|---|
| บริษัท | <ul style="list-style-type: none"> ผ่านการรับรองการเป็นสมาชิก Anti-Corruption ของ CAC ซึ่งเป็นการรับรองว่าบริษัทไม่มีการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร ประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันในองค์กรเป็นประจำทุกปี ดูแลไม่ให้เกิดการละเมิดการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทาน |
| ลูกค้าและผู้ให้บริการภายนอก | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดการปฏิบัติงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินอย่างเคร่งครัดในสัญญาการใช้บริการระหว่างบริษัทกับผู้ให้บริการภายนอก ส่งจดหมายเพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกเข้าร่วมโครงการ CAC กำหนดให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอก ต้องตรวจสอบและประเมินตนเองตามแบบ Supplier Code of Conduct ประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณลูกค้าของบริษัทและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ |

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การต่อต้านคอร์รัปชันและการติดสินบน” และ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

การวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสในการออก/เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข สำหรับการออกหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ บริการตามระเบียบการออก/เปลี่ยนแปลง/ยกเลิก ผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการทางการเงิน (Product program) โดยหน่วยงานที่จะออกหรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการพิจารณา ศึกษาความเป็นไปได้ วิเคราะห์คู่แข่ง กลยุทธ์การแข่งขัน การวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำ Business Model รวมถึงการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น การพิจารณาขอบเขตการประกอบธุรกิจ ข้อกำหนดของกฎหมาย การวิเคราะห์ความเสี่ยงในทุกด้าน การวิเคราะห์ระบบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ขออนุมัติงบประมาณ การสื่อสารการตลาด ตลอดจนการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการหรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง ก่อนออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า บริษัทมีการคำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล หรือ Environmental Social and Governance: ESG ในการดำเนินการออกผลิตภัณฑ์และบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

(โปรดศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต”)

▶ ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

บริษัทบูรณาการประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้ากับการดำเนินงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ดังนี้

1. KTC Mobile และ KTC Online

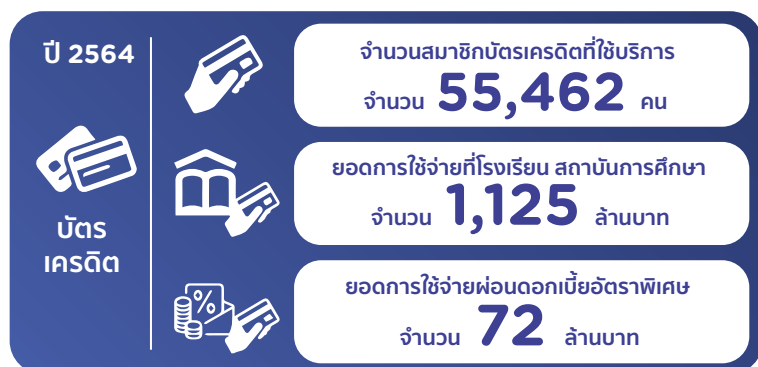
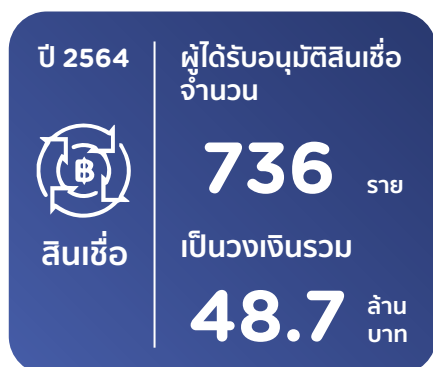
บริษัทพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลซึ่งเป็น Flagship ที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่นในมิติเศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนผลลัพธ์ในอีก 2 มิติ คือ มิติสังคมที่บริษัทสามารถเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินให้กับคนทั้งประเทศ และมีมิติสิ่งแวดล้อมที่บริษัทสามารถส่งเสริมการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ เช่น การใช้งาน e-Coupon การรับ

ATM PIN Mailer และ การรับ e-Statements เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่หันมาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

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

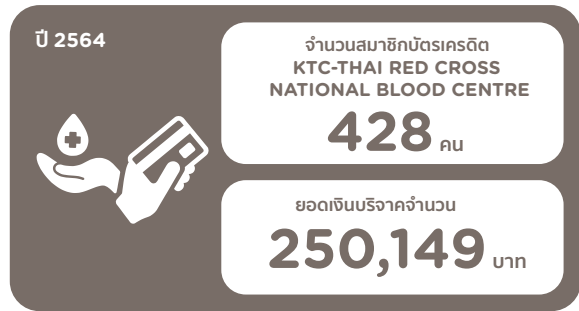
2. สินเชื่อเพื่อการศึกษา

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญทางการศึกษา และต้องการสร้างโอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมให้แก่บุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมแต่ยังขาดแหล่งเงินทุน ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทยให้มีชีวิตที่ดีและได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถสร้างความก้าวหน้าในอาชีพและความมั่นคงทางรายได้ จึงได้ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น สถาบันสอนภาษา เพื่อออกผลิตภัณฑ์สินเชื่อด้วยการคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม หรือการจัดรายการส่งเสริมการขายผ่านบัตรเครดิตให้ผู้สมัครเรียน ทำให้การผ่อนชำระสินเชื่อเป็นเรื่องง่าย และไม่เพิ่มความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของบริษัท บริษัทคาดหวังจะเพิ่มปริมาณลูกค้าสินเชื่อเพื่อการศึกษา โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนพันธมิตรสถาบันการศึกษาที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการทางการศึกษาที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมุ่งเน้นที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อการศึกษา เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค



3. 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 เป็นการร่วมสนับสนุนระหว่างบริษัทและสมาชิกในการช่วยเหลือผู้ที่ต้องการโลหิตทั่วประเทศ ผ่านการใช้จ่ายภายใต้สินเชื่อวงเงินบัตรเครดิตดังกล่าว



4. การแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐบาล



บริษัทเชื่อว่าการมีสุขภาพดี ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ โดยเล็งเห็นว่าโรงพยาบาลรัฐบาลมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยจำนวนมากให้ได้รับโอกาสในการรักษาโดยเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้ป่วยให้มีสุขภาพที่ดีและแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ บริษัทจึงแบ่งเบาค่ารักษาพยาบาลให้แก่สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลรัฐบาล โดยบริการผ่อนชำระนานสูงสุด 10 เดือน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติ 0.74% ต่อเดือน และโครงการดังกล่าว ได้รับการตอบรับจากสมาชิกบัตรเป็นอย่างดี

5. การเป็นตัวกลางในการใช้คะแนนแทนเงินบริจาค



เคทีซีซึ่งร่วมส่งเสริมความเท่าเทียมกันให้เกิดแก่สังคม โดยริเริ่มโครงการคะแนนแทนเงินบริจาคมามากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ด้วยหวังว่าจะมีส่วนช่วยสร้างสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ที่รุนแรงและขยายวงกว้าง เคทีซีได้เล็งเห็นภารกิจสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน คือการเปิดโอกาสให้สมาชิกเคทีซีได้มีโอกาสเข้าถึงการส่งผ่านแรงสนับสนุนและความช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึง โดยร่วมมือกับมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อส่งผ่านความช่วยเหลือให้กับผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือในหลากหลายรูปแบบได้อย่างทันที่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ป่วยติดเตียง ผู้กักกันตน โรงพยาบาลที่ขาดแคลนเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ หรือการสร้างศูนย์พักคอยรองรับผู้ป่วยสีเขียวในต่างจังหวัด เพราะด้วยข้อจำกัดที่ต้องเว้นระยะห่างและหลีกเลี่ยงการเดินทางเพื่อลดการติดเชื้อ COVID-19 นั้น เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มูลนิธิและองค์กรการกุศลต่าง ๆ ต้องเผชิญกับภาวะที่ได้รับ การสนับสนุนจากสังคมลดน้อยลง ซึ่งตลอด 15 ปีที่ผ่านมา เคทีซีได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์สนับสนุนโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างมูลนิธิกับสมาชิก พร้อมทั้งเปิดช่องทางรับบริจาคผ่านบัตรเครดิตให้กับสมาชิกเคทีซี เพื่อส่งต่อให้กับมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ กว่า 60 แห่ง โดยได้พัฒนาบริการที่สมาชิกบัตรเครดิตสามารถนำคะแนนสะสมแลกเป็นเงินบริจาคได้ในอัตรา 1,000 คะแนนแทนเงินบริจาค 100 บาท ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มรับบริจาคที่เคทีซีได้ตั้งใจพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งออนไลน์ ออนไลน์ และ KTC Mobile application นอกจากนี้ ในปี 2564 เคทีซีได้พัฒนาช่องทางออนไลน์ด้วยฟังก์ชันการบริจาคผ่านบัตรเครดิตด้วย QR PAY การบริจาคด้วยคะแนนผ่าน QR Point โดยแลกคะแนนผ่าน KTC Mobile application เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกเคทีซีสามารถมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมผ่านการส่งต่อให้กับมูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่าง ๆ กว่า 60 แห่งได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

• มูลนิธิเพื่อสนับสนุนการผ่าตัดหัวใจเด็ก

เคทีซีเชิญชวนสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีร่วมส่งมอบความรักด้วยหัวใจในเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ผ่านการใช้คะแนน KTC FOREVER 1,000 คะแนน เปลี่ยนเป็นเงินบริจาค 100 บาท สมทบทุน “เพื่อช่วยการผ่าตัดหัวใจเด็กยากจนของมูลนิธิเพื่อสนับสนุนการผ่าตัดหัวใจเด็ก” จัดซื้อยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในการผ่าตัดรักษาผู้ป่วยเด็กโรคหัวใจพิการแต่กำเนิด ซึ่งแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายสูงมากและเกินจากสิทธิ์ที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้



• มูลนิธิแพทย์ชนบท

เคทีซีร่วมกับ มูลนิธิแพทย์ชนบท เชิญสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนโครงการ “โรงพยาบาลไฟ จาก ไฟ” เพื่อการติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์บนหลังคาให้กับโรงพยาบาลชุมชน 77 แห่งทั่วประเทศไทย ซึ่งจะช่วยลดภาระค่าไฟฟ้าให้กับโรงพยาบาลและสามารถนำงบประมาณไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ อีกทั้งช่วยลดมลพิษทางอากาศ ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีจากการใช้พลังงานสะอาด โดยสามารถร่วมบริจาคคะแนน KTC FOREVER 1,000 คะแนน แทนเงินบริจาค 100 บาท ผ่าน 3 ช่องทาง ได้แก่ Call Center, KTC Mobile application และ SMS



• สภากาชาดไทย

เคทีซีร่วมปันน้ำใจ “สู้ภัยน้ำท่วม” ผ่านสภากาชาดไทย โดยใช้คะแนน KTC FOREVER ทุก 1,000 คะแนน เปลี่ยนเป็นเงินบริจาค 100 บาท เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยทางภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก ที่ได้รับความเดือดร้อน ไร้ที่อยู่อาศัยกว่า 2 แสนครัวเรือน และพื้นที่ทำการเกษตรเสียหาย รวมเกือบ 6 แสนไร่ ผ่าน KTC Mobile application



• มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์



เคทีซีส่งมอบเงินจำนวน 944,644 บาท ให้กับมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีมีจิตศรัทธาร่วมกันใช้เงินและคะแนน KTC FOREVER เปลี่ยนเป็นเงินบริจาค เพื่อช่วยเหลือผู้พิการทางสายตาในด้านการศึกษา และฝึกอบรบอาชีพให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข ณ สำนักงานมูลนิธิฯ ถนนราชวิถี กรุงเทพมหานคร

6. สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกในช่วง COVID-19

• สิทธิพิเศษเมื่อตรวจหาภูมิคุ้มกัน

เคทีซีมอบความอุ่นใจในสุขภาพให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ด้วยการรวบรวมบริการตรวจภูมิคุ้มกัน (Covid19 Antibody Level Test) จากโรงพยาบาลชั้นนำที่ร่วมรายการ อาทิ โรงพยาบาลนวเวช โรงพยาบาลเมตพาร์ค โรงพยาบาลวิภาวดี โรงพยาบาลเจ้าพระยา และโรงพยาบาลพระรามเก้า พร้อมมอบสิทธิพิเศษ แลกรับเครดิตเงินคืน 13% เมื่อชำระค่าบริการตรวจภูมิคุ้มกัน ผ่านบัตรเครดิตเคทีซีครบทุก 1,000 บาท พร้อมใช้คะแนน KTC FOREVER ทุก 1,000 คะแนน



• สิทธิพิเศษเมื่อฉีดวัคซีนพื้นฐาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ

เคทีซีเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพและการป้องกันโรค โดยการฉีดวัคซีนพื้นฐานที่เหมาะสมในทุกช่วงวัย จึงขอมอบสิทธิพิเศษสำหรับสมาชิกเมื่อใช้จ่ายค่าวัคซีนผ่านบัตรเครดิตเคทีซี ณ โรงพยาบาลที่ร่วมรายการ สิทธิประโยชน์ที่ 1) วัคซีนราคาพิเศษจากโรงพยาบาลชั้นนำ ราคาวัคซีนและเงื่อนไขเป็นไปตามที่โรงพยาบาลกำหนด สิทธิประโยชน์ที่ 2) รับเครดิตเงินคืน 300 บาท เพียงชำระค่าวัคซีนผ่านบัตรเครดิตเคทีซีและใช้คะแนน KTC FOREVER 1,999 คะแนนแลกรับ สำหรับวัคซีนพื้นฐาน อาทิ วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ วัคซีนป้องกันโรคคอตีบ โรคไอกรน โรคบาดทะยัก โรคโปลิโอ โรคฮิบ โรคตับอักเสบบี วัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า วัคซีนป้องกันไข้เลือดออก และวัคซีนป้องกันมะเร็งปากมดลูก รายการวัคซีนและระยะเวลาขึ้นอยู่กับบริการของแต่ละโรงพยาบาล โดยโรงพยาบาลชั้นนำ

ที่ร่วมรายการ ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพ ซอยศูนย์วิจัย โรงพยาบาลเมตพาร์ค โรงพยาบาลนวมเวช เครือโรงพยาบาลเปาโล เครือโรงพยาบาลพญาไท โรงพยาบาลพระราม 9 เครือโรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลวิภาวดี และ โรงพยาบาลวิชัยยุทธ



• สิทธิพิเศษเมื่อเข้าพักโรงแรมแบบระยะยาว

เคทีซีมอบสิทธิพิเศษ “Long Stay Away from Home” รักษาระยะห่าง เพื่อคนที่คุณรักและห่วงใย เพื่อตอบโจทย์และเพิ่มทางเลือกให้สมาชิกบัตรเครดิตที่ต้องการเข้าพักที่โรงแรมแบบระยะยาว เพื่อปลีกตัวจากครอบครัวชั่วคราวเพื่อลดความเสี่ยง หรือเปลี่ยนบรรยากาศจากการ Work from Home เป็น Work from Hotel โดยสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีสามารถจองห้องพักกับโรงแรมที่ร่วมรายการ 54 แห่งทั่วโลก ในราคาเริ่มต้นเพียง 297 บาทต่อคืน พร้อมแลกรับเครดิตเงินคืน 12% เมื่อใช้คะแนน KTC FOREVER เท้ายอดใช้จ่ายต่อเซลล์สลิป หรือ

ใช้คะแนน KTC FOREVER ทุกๆ 1,000 คะแนน แลกรับส่วนลด 120 บาท



• สิทธิพิเศษกับแคมเปญ “Hospital at Home”

เคทีซีใส่ใจความปลอดภัยสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ออกแคมเปญ “Hospital at Home” มอบบริการจากโรงพยาบาลส่งตรงถึงที่บ้าน อาทิ บริการจัดส่งยา ฉีดวัคซีน เจาะเลือด ทำแผล ตรวจสอบสุขภาพ และบริการปรึกษาแพทย์ออนไลน์ พร้อมมอบเครดิตเงินคืน 13% เพียงสมาชิกใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี ครบทุก 1,000 บาทต่อเซลล์สลิป และใช้คะแนน KTC FOREVER ทุก 1,000 คะแนน รับเครดิตเงินคืน 130 บาท รายละเอียดบริการและโรงพยาบาลที่ร่วมรายการ ดังนี้

- บริการจัดส่งยาถึงที่บ้าน บริการฉีดวัคซีนที่บ้าน และบริการเจาะเลือด หรือทำแผลที่บ้าน: โรงพยาบาลกรุงเทพ ซอยศูนย์วิจัย เครือโรงพยาบาลพญาไท เครือโรงพยาบาลเปาโล โรงพยาบาลเจ้าพระยา โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และเครือโรงพยาบาลสมิติเวช
- บริการตรวจสอบสุขภาพที่บ้าน: เครือโรงพยาบาลพญาไท
- บริการปรึกษาแพทย์จากที่บ้าน: โรงพยาบาลกรุงเทพ ซอยศูนย์วิจัย โรงพยาบาลบีเอ็นเอช เครือโรงพยาบาลพญาไท เครือโรงพยาบาลเปาโล โรงพยาบาลเจ้าพระยา โรงพยาบาลพระรามเก้า โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และเครือโรงพยาบาลสมิติเวช

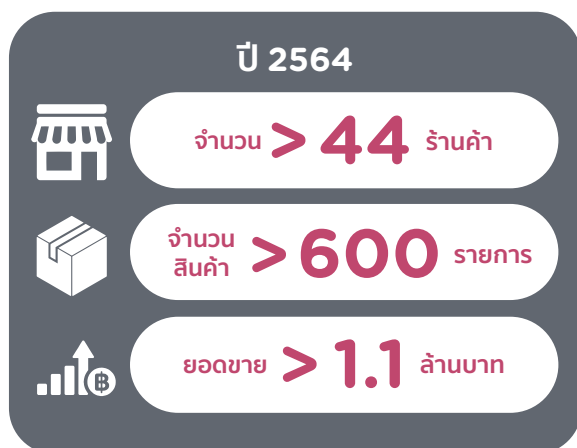


7. การสนับสนุนคนไทยรักการอ่าน

เคทีซีตระหนักถึงความสำคัญของการอ่านอันเป็นกุญแจสำคัญในการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ในทุกกลุ่มสาระ และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบุคคลและสังคมให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ดังที่ทางภาครัฐได้ยกระดับความสำคัญนโยบายการส่งเสริมการอ่านให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อส่งเสริมให้สำนักพิมพ์ผลิตและพัฒนาหนังสือให้ตีพิมพ์คุณภาพ และกระตุ้นให้คนไทยเห็นความสำคัญของการอ่านอย่างจริงจัง และสนองรับต่อมาตรการภาษี ข้อปดิมิติน เคทีซีจึงร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าหนังสือ สำนักพิมพ์ชั้นนำทั่วประเทศ จัดโปรโมชั่นแคมเปญ หรือกิจกรรมร่วมกับพาร์ทเนอร์ต่าง ๆ มากกว่า 35 โครงการ ผนวกกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรณรงค์ตลอดทั้งปี 2564 เช่น มอบสิทธิประโยชน์ส่วนลดสูงสุด 15% ณ ร้านค้าพันธมิตรและช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ การใช้คะแนนสะสม เคทีซีแลกรับเครดิตเงินคืน 18% จากอัตราปกติ 10% และสำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก เคทีซียังมีมอบสิทธิประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระการชำระคืน ด้วยบริการผ่อนชำระกับบัตรเครดิตซีไออัตรดอกเบี้ยพิเศษ 0.69% ต่อเดือน จากอัตราปกติที่ 0.80 % ต่อเดือน นาน 3 เดือน

8. KTC U SHOP Website

เคทีซีให้บริการ KTC U SHOP Website ตั้งแต่ปี 2559 ซึ่งได้มีการคิดสรรร้านค้าให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี สามารถเลือกสรรผลิตภัณฑ์คุณภาพหลากหลายหมวดบนช่องทางออนไลน์ อีกทั้งเป็นการเพิ่มยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซีอย่างมีคุณค่า เพราะสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ส่งผลดีต่อสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตในระยะยาว และเป็นการใช้จ่ายที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของชุมชนและเคทีซีอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้



โครงการ Greenies Forever

KTC U SHOP มุ่งมั่นและให้ความสำคัญต่อการคัดสรรร้านค้าในหมวดผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ไม่มีอันตรายจากสารเคมี กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้ประกอบการ SME ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ได้มีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตทั้งของชุมชนและผู้บริโภคในระยะยาว

กลุ่มสินค้าจากรูธุรกิจ SME ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เคทีซีสนับสนุนให้ธุรกิจ SME ของไทย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้มีโอกาสขยายธุรกิจสู่ตลาดออนไลน์ ผ่าน KTC U SHOP Website อาทิ

- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสกัดจากธรรมชาติของปิ่นก้นกรีน
- ผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหยบริสุทธิ์เพื่อบำบัดของแบรนด์ชมภิญญ์ ผู้ประกอบการ SME ของไทย

กลุ่มสินค้าจากผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19

- KTC U SHOP ร่วมสนับสนุนการจัดจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ ของเคทีซี อาทิ ช่องทางเว็บไซต์ LINE, Facebook, EDM เป็นต้น และจัดพื้นที่ให้ร้านค้านำสินค้ามาจัดจำหน่ายที่ KTC TOUCH สุขุมวิท 33 โดยเน้นร้านค้าและผู้ประกอบการที่ประสบวิกฤตจากการที่ห้างหรือหน้าร้านปิดตัวลง และเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นของตนเอง

- ร่วมมือกับ Local Alot ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจเพื่อชุมชน นำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเนื่องจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 มาจำหน่าย เช่น อาหารแปรรูป และผลิตภัณฑ์จากชุมชน เพื่อช่วยขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและเพิ่มรายได้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยหรือชุมชน
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดในราคาพิเศษ หรือใช้คะแนน KTC FOREVER แลกแทนเงินสด พร้อมบริการจัดส่งตรงถึงบ้าน ผ่านเว็บไซต์ www.ktc.co.th/ushop และ Line@KTCUSHOP อาทิ เซตน้ำยาฆ่าเชื้ออเนกประสงค์จากเคทตอล (น้ำยาฆ่าเชื้อและเจลล้างมือ) หน้ากากอนามัยทางการแพทย์ ชุดอโรคลินเจลและสเปรย์ (แอลกอฮอล์ 70%) นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เพื่อดูแลความสะอาดแบบไม่ทำร้ายมือ อาทิ ผลิตภัณฑ์

ล้างมือมะกรูดจาก “ปิ่นก้นกรีน” ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดอเนกประสงค์จากธรรมชาติ “PIPPER” และ “Common Ground” เป็นต้น



9. โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง สำหรับสมาชิกบัตรกดเงินสด “เคทีซี พราว” (KTC PROUD)

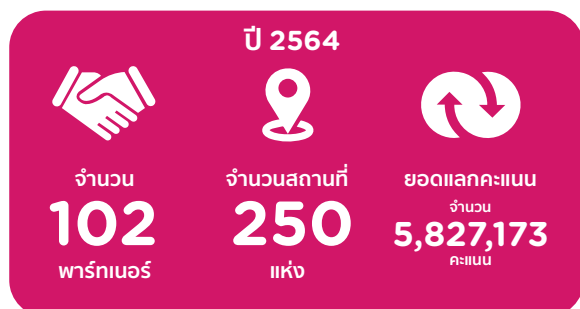
เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว เคทีซีได้ดำเนิน “โครงการเคลียร์หนี้เกลี้ยง” ต่อเนื่องเป็นปีที่ 12 เพื่อร่วมแบ่งเบาภาระหนี้ให้กับสมาชิกบัตรกดเงินสด “เคทีซี พราว” ที่เบิกใช้วงเงินสินเชื่อ มีประวัติการผ่อนชำระที่ดี มีวินัยในการชำระหนี้ตรงต่อเวลา โดยสมาชิกสามารถลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการหนึ่งครั้งเพื่อร่วมลุ้นรับรางวัล 11 รอบตลอดปี 2564 ผ่านช่องทาง SMS เว็บไซต์ของบริษัท www.ktc.co.th/cleardebt12 หรือจุดบริการ KTC TOUCH ทุกสาขา โดยมีรางวัลทั้งสิ้น 396 รางวัล ดังนี้

- รางวัลที่ 1 รับการเคลียร์หนี้ที่คงค้างทั้งหมดในบัตร “เคทีซี พราว” โดยไม่จำกัดยอดสูงสุด (จับรางวัล 11 รอบ ๆ ละ 1 รางวัล)
- รางวัลที่ 2 รับการเคลียร์หนี้ 10% ของยอดสินเชื่อคงค้าง (จับรางวัล 11 รอบ ๆ ละ 35 รางวัล)



10. เคทีซีจัดโครงการ “เที่ยว... อยู่ได้” มุ่งช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั่วประเทศ

เคทีซีร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากวิกฤต COVID-19 ด้วยการจัดโครงการ “เที่ยว... อยู่ได้” เชิญชวนให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว หอสมุด และบริษัทนำเที่ยว เข้าร่วมโครงการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับความช่วยเหลือในเรื่องการออกแบบ จัดทำ และผลิตสื่อแบนเนอร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ผ่าน 7 ช่องทางของเคทีซี อาทิ จดหมายรายเดือนสำหรับสมาชิกบัตรเคทีซี, Facebook: KTC Real Privileges, เว็บไซต์เคทีซี, KTC Line Official, E-Newsletter, IG: KTC Card และ KTC Mobile application เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจและบริการไปยังฐานสมาชิกเคทีซีกว่า 2.6 ล้านคน นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้ประกอบการได้มีช่องทางขายหรือตัวแทนจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น โดยไม่ต้องลงทุนด้วยตัวเอง ผ่าน KTC World Travel Service พร้อมกันนี้ เคทีซียังได้สนับสนุนโปรโมชั่นพิเศษ มอบเครดิตเงินคืน 10% ให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีที่ใช้จ่าย ณ ร้านค้า หรือสถานประกอบการที่ร่วมรายการ เพียงใช้คะแนน KTC FOREVER เท่ายอดใช้จ่าย



การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 24

เป้าหมายปี 2564

การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 15

ผลงานปี 2564

การจัดซื้อ จัดหา ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวนร้อยละ 24

102-9, 103-1

บริษัทให้ความสำคัญในการบริหารกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การต่อต้านการคอร์รัปชัน การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ได้จำกัดเพียงแคภายใน บริษัท แต่ยังให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน และการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้าตั้งแต่ ต้นน้ำถึงปลายน้ำ กล่าวคือตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกคู่ค้าหรือ ผู้ให้บริการภายนอกที่มีการดำเนินงานที่มีมาตรฐานการให้บริการ พร้อมดูแลให้เติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันและ

ลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ และการดำเนินงานของบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทสามารถสร้างสรรค์ ตลอดจนถึงมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ โดยบริษัทมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมเรื่องการ บริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นร่วมกันทั้ง บริษัทและคู่ค้าผ่านแนวทางการจัดการ ดังนี้



103-2, 308-1, 308-2, 414-1

► นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้า

บริษัทกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและครอบคลุม ประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ การคัดเลือกผู้ให้บริการหรือคู่ค้าในการจัดซื้อจัดจ้าง และ พิจารณาคูณสมบัติของผู้ให้บริการหรือคู่ค้ารายปัจจุบัน รวมถึง การคัดเลือกผู้ให้บริการหรือคู่ค้ารายใหม่ ดังนี้

1. นโยบายการให้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก ซึ่งสอดคล้อง กับแนวนโยบายการกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารกรุงไทย โดยมีข้อมูลดังนี้

- บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบการให้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก
- หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการให้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก
- การคัดเลือกและการตรวจรับมอบงาน

- ข้อกำหนดของสัญญาการให้บริการ
- แนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- การติดตามดูแลและการบริหารจัดการความเสี่ยง
- แบบฟอร์ม Outsourcing Check List
- บันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัทในฐานะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล ผู้รับให้บริการแก่บุคคลภายนอก และคู่ค้าในฐานะของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล

ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 บริษัทจัดทำบันทึกข้อตกลงระหว่างบริษัท ในฐานะของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล (Data Controller Agreement) และผู้รับให้บริการแก่บุคคลภายนอกและคู่ค้า

ในฐานะของผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล (Data Processing Agreement) เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลตามกฎหมายดังกล่าว

2. ระเบียบจัดซื้อจัดจ้างครอบคลุมวิธีการคัดเลือกผู้ขาย อำนาจในการจัดซื้อจัดจ้าง การตรวจรับมอบสินค้าหรือบริการ เป็นต้น
3. คู่มือจรรยาบรรณการค้าเน้นธุรกิจของคู่ค้าและบันทึกข้อตกลงรักษาข้อมูลความลับ

การปฏิบัติตามนโยบายและหลักเกณฑ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความโปร่งใสและเป็นธรรม ทั้งหลักเกณฑ์การพิจารณาอนุมัติ รวมถึงการกำหนดราคาในการจัดซื้อจัดจ้าง การส่งมอบงานที่มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขข้อตกลง และสามารถบริหารความเสี่ยงจากการใช้บริการจากบุคคลภายนอก โดยทุกหน่วยงานในบริษัทที่ประสงค์ว่าจ้างบุคคลภายนอกจะต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือระเบียบที่กล่าวข้างต้น

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

102-9

► การบริหารจัดการความเสี่ยงผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้า

หลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้า

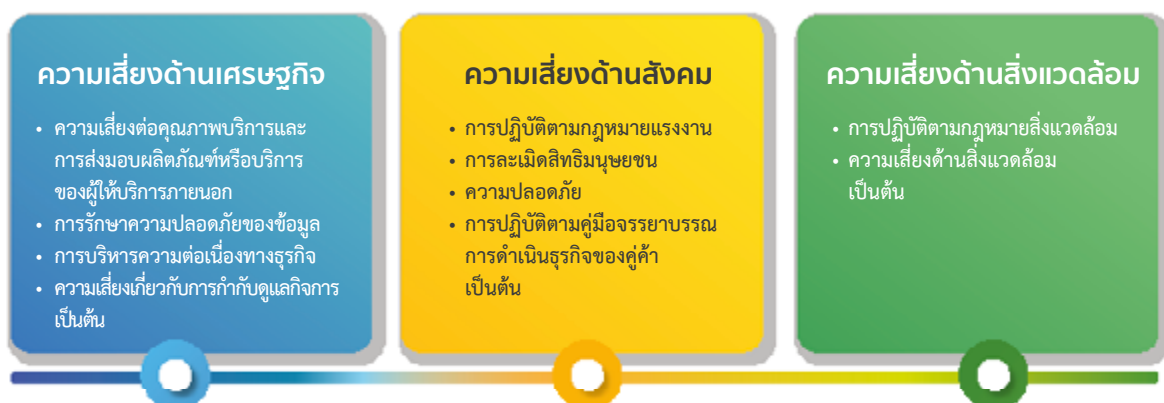
บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดกลุ่มผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้าอย่างชัดเจนตามประเภทกลุ่มงานและยอดการใช้จ่าย เพื่อระบุคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท ดังนี้

| กลุ่มผู้ให้บริการภายนอกและคู่ค้า | หลักเกณฑ์การจัดกลุ่ม |
|----------------------------------|--|
| Tier 1 | กลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และกลุ่มงานสนับสนุนธุรกิจ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก) และมียอดการใช้จ่าย ≥ 5 ล้านบาทขึ้นไป |
| Tier 2 | กลุ่มงานหลักที่ไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และกลุ่มงานสนับสนุนธุรกิจ (นิยามตามนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก) และมียอดการใช้จ่ายตั้งแต่ 1 - <5 ล้านบาท |
| Tier 3 | กลุ่มงานที่นอกเหนือจากกลุ่ม Tier 1, 2 และกลุ่มคู่ค้าที่มีความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลางหรือต่ำ |

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

การระบุความเสี่ยง

บริษัทมีกระบวนการในการระบุความเสี่ยงที่เกิดจากผู้ให้บริการภายนอก ผ่านการประเมินความเสี่ยงตนเองของการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำทุกปี ซึ่งความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้แก่



นอกจากนี้ บริษัทยังมีกระบวนการระบุความเสี่ยงที่แยกตามประเภทผู้ให้บริการภายนอกหรือคู่ค้าเพิ่มเติม ดังนี้

| ประเภท | กระบวนการระบุความเสี่ยง |
|-----------------------------------|---|
| กลุ่มผู้ให้บริการภายนอก | <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทกำหนดให้ประเมินผู้ให้บริการภายนอกก่อนการว่าจ้าง/ ต่อสัญญา/ ประเมินรายปี เพื่อประเมินคุณสมบัติของผู้ให้บริการภายนอกหรือคู่ค้า ผ่านการพิจารณาขั้นตอนและกระบวนการที่อาจเกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบด้านต่าง ๆ เช่น สถานะทางการเงิน การดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาล ข้อปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการคุ้มครองข้อมูลของลูกค้า • บริษัทกำหนดให้มีการระบุความเสี่ยงด้านปฏิบัติการของการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก เช่น คุณภาพการบริการและการส่งมอบผลผลิตของผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงเครือข่าย ระบบงานภายใน ข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการควบคุมภายในที่ไม่เพียงพอเหมาะสม โดยระบุความเสี่ยงตามกระบวนการ/ ขั้นตอน/ สารสนเทศ และ/หรือระบบสารสนเทศ มีการระบุจุดที่มีความเสี่ยงที่เกิดขึ้น สาเหตุและการควบคุมความเสี่ยงเพื่อควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่หน่วยงานผู้ให้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกยอมรับได้ • บริษัทกำหนดให้มีการประเมินแนวทางการบริหารความเสี่ยงตนเองต่อการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำทุกปี โดยพิจารณาเกี่ยวกับระดับความเสี่ยงและคุณภาพในการจัดการความเสี่ยงการบริหารความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ มาตรการคุ้มครองลูกค้า การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ และความเสี่ยงที่เกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อดำเนินงานธุรกิจของเคทีซี |
| คู่ค้าที่ไม่ใช่ผู้ให้บริการภายนอก | <ul style="list-style-type: none"> • บริษัทกำหนดให้มีการประเมินคู่ค้าที่ไม่ใช่ผู้ให้บริการภายนอก ก่อนการว่าจ้างงาน/ ต่อสัญญา/ ประเมินรายปี เพื่อประเมินคุณสมบัติของคู่ค้า ผ่านการพิจารณาขั้นตอนและกระบวนการที่อาจเกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบด้านต่าง ๆ โดยมีขอบเขตและแนวปฏิบัติ ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1. จริยธรรมทางธุรกิจ (Business Ethics) 2. สิทธิมนุษยชนและแรงงาน (Human Rights and Labor) 3. ความปลอดภัย และอาชีวอนามัย (Safety and Occupational Health) 4. สิ่งแวดล้อม (Environment) 5. กฎหมายและข้อกำหนด (Law and Regulation) |

การบริหารความเสี่ยงและมาตรการลดความเสี่ยง

บริษัทได้จัดทำมาตรการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากคู่ค้า ดังนี้

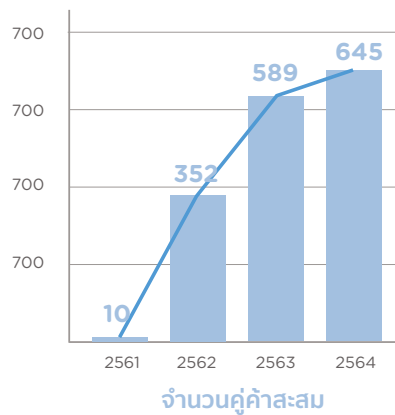
- จัดทำคู่มือจรรยาบรรณคู่ค้า และการรักษาข้อมูลความลับ (KTC's Supplier Code of Conduct and Confidentiality Agreement) และเปิดเผยให้คู่ค้ารับทราบและประเมินตนเอง ว่ามีการปฏิบัติตามข้อกำหนดในจรรยาบรรณคู่ค้าก่อนการเข้าร่วมเป็นคู่ค้าของบริษัท ซึ่งคู่ค้าต้องดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจ คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย

ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านจริยธรรมทางธุรกิจ รวมถึงมีการกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานตามข้อกำหนด ตามสัญญาการใช้บริการ ทำการค้าด้วยความเป็นธรรม นอกจากนี้ เพื่อให้บริษัทและผู้ประกอบธุรกิจมีแนวทางการดำเนินธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน บริษัทจึงได้กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญา เพื่อให้ผู้ให้บริการภายนอกจะต้องปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน รวมถึงการป้องกันการฟอกเงินด้วย

- จัดทำนโยบายการใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอก เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารความเสี่ยง โดยให้ความสำคัญกับการประเมินและควบคุมความเสี่ยงที่เกิดจากการคัดเลือกและการติดตามตรวจสอบกระบวนการทำงานของผู้ให้บริการภายนอกอย่างสม่ำเสมอ และให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการให้บริการแก่ลูกค้า โดยเน้นให้มีแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
- ติดตาม ตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพผู้ให้บริการภายนอก เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการภายนอกมีมาตรฐานการทำงานเป็นไปตามข้อกำหนดตามสัญญาการใช้บริการ และเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงาน ผลผลิตภัณฑ์และบริการที่ส่งมอบอย่างต่อเนื่อง
- ติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของลูกค้า (Supplier Code of Conduct) ในรูปแบบของการตรวจประเมินตนเองของลูกค้า (Self - Assessment)
- ปฏิบัติตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดในเรื่องการใช้บริการจากบุคคลภายนอก โดยได้กำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาในการให้ธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงผู้ตรวจสอบ (Third - party Audit) สามารถเข้าตรวจสอบการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการภายนอกได้ด้วย

- ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของลูกค้า (Supplier Site Visit) โดยในปี 2564 บริษัทได้ตรวจประเมินพื้นที่ปฏิบัติการของลูกค้ารายสำคัญจำนวน 2 ราย และพบว่าลูกค้าปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ จรรยาบรรณทางธุรกิจ ระเบียบเกี่ยวกับการรักษาความลับทางข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล ค่าจ้างถึงสิทธิมนุษยชน ปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎหมาย ปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย อาชีวอนามัย และมีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของลูกค้า (Supplier Code of Conduct)
- การกำหนดข้อตกลงของระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) เพื่อกำหนดเป็นมาตรฐานขั้นต่ำที่ผู้ให้บริการภายนอกต้องปฏิบัติตาม สามารถติดตามตรวจสอบ และรายงานความเสี่ยงได้ ทั้งนี้ อัจฉรายงานเป็นรายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี ตามความเหมาะสม
- การตรวจรับงานก่อสร้างตกแต่งภายใน ได้มีการแต่งตั้งกรรมการตรวจรับมอบงาน เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของงานก่อนรับมอบงานจากผู้รับเหมา อีกทั้งได้มีการตรวจสอบคุณภาพงานเพื่อความปลอดภัยและสุขอนามัยของพนักงาน เช่น การจัดการฝุ่นละอองก่อนเปิดใช้งานพื้นที่ การตรวจวัดค่าความสว่างในพื้นที่ทำงาน การตรวจวัดค่าอุณหภูมิและแรงลมของระบบปรับอากาศ เป็นต้น

**จำนวนลูกค้าทั้งหมดที่ลงนาม
รับทราบจรรยาบรรณ
การดำเนินธุรกิจของลูกค้า
(Supplier Code of Conduct)
ตั้งแต่ปี 2561 - 2564**



สัดส่วนจำนวนลูกค้า Tier 1-2
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจ
ต่อจำนวนลูกค้า Tier 1-2 ทั้งหมด

= 100%

สัดส่วนจำนวนลูกค้า
ที่ลงนามรับทราบจรรยาบรรณธุรกิจ
ต่อจำนวนลูกค้าทั้งหมด*

= 86%

(ข้อมูล ณ สิ้นปี 2564)
*ลูกค้าที่มีธุรกรรมซื้อขายในปี 2564

การแก้ไขและบรรเทาความเสี่ยง

ในกรณีที่พบว่าคู่ค้ารายใดละเมิดหลักเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทมีกระบวนการแจ้งเตือน เพื่อหาแนวทางการป้องกันและให้ระยะเวลาในการปรับปรุงประเด็นดังกล่าว หากไม่ปฏิบัติตาม บริษัทจะทำการยกเลิกสัญญาและถอดรายชื่อออกจากทะเบียนผู้ขายของบริษัท

จำนวนลูกค้า Tier 1 และ Tier 2
ที่มีการปฏิบัติตามข้อตกลง
กับจรรยาบรรณลูกค้าของบริษัท

0%

▶ การร่วมดูแลช่วยเหลือและยกระดับความตระหนักถึงเรื่องการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืน ให้แก่ลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอก



บริษัทเปิดโอกาสให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกเสนอแนะ และร่วมพัฒนากระบวนการทำงานให้เป็นธรรมและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันผ่านการประชุมและสัมมนาที่จัดเป็นประจำ นอกจากนี้ เคทีซีได้ร่วมกับบริษัทลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาและเพิ่มทักษะการทำงานของพนักงานในบริษัทลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกเป็นประจำทุกปี

โดยสำหรับปี 2564 บริษัทได้จัดกิจกรรมเพื่อช่วยพัฒนาการค้าเงินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยร่วมแบ่งปันความรู้ให้กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกดังนี้

การอบรมให้ความรู้กับพนักงานผู้ให้บริการภายนอกสำหรับงานบริการ

เคทีซีร่วมกับบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก ด้านงานบริการ พนักงานขับรถยนต์ พนักงานรับส่งเอกสาร พนักงานธุรการ พนักงานช่าง และพนักงานทำความสะอาด เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ การฝึกฝนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ร่วมสร้างเสริมการส่งมอบการบริการที่ประทับใจ (Service Mind) และสร้างการมีส่วนร่วมต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ในหลักสูตรดังนี้

หลักสูตร
“เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานส่งเอกสาร รุ่นที่ 1/2564”
 วันที่ 13 มีนาคม 2564 ณ อาคาร UBC II

ผลประเมินการฝึกอบรม

| เนื้อหา | คะแนน |
|---------|--------|
| เนื้อหา | 92.50% |
| วิทยากร | 96.25% |
| บริการ | 92.50% |

94%

ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความพึงพอใจในระดับ “มาก - มากที่สุด”

◀ **หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานส่งเอกสาร”**
 วันที่ 13 มีนาคม 2564
 จำนวนผู้เข้าอบรม 20 ราย

วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างมุมมองใหม่ ๆ ในงานบริการสำหรับพนักงาน ปฏิบัติการรับส่งเอกสาร บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ การแต่งกาย การให้บริการ การสื่อสารกับลูกค้า และการรักษาความลับของข้อมูล
- นำเสนอ DO & DON'T ในงานส่งเอกสาร
- ส่งเสริมความรู้ทั้งในทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติสำหรับการ ขับขี่ยานพาหนะอย่างปลอดภัย

หลักสูตร
“เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานธุรการ รุ่นที่ 1/2564”
 วันที่ 13 มีนาคม 2564 ณ อาคาร UBC II




ผลประเมินการฝึกอบรม

| เนื้อหา | คะแนน |
|---------|--------|
| เนื้อหา | 91.67% |
| วิทยากร | 88.89% |
| บริการ | 97.22% |

93%

ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความพึงพอใจในระดับ “มาก - มากที่สุด”

▶ **หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานธุรการ”**

วันที่ 13 มีนาคม 2564

จำนวนผู้เข้าอบรม 11 ราย

วัตถุประสงค์

- เสริมสร้างมุมมองใหม่ ๆ ในงานบริการสำหรับ พนักงานปฏิบัติการธุรการ บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ การแต่งกาย การให้บริการ การสื่อสารกับลูกค้า และการรักษาความลับของข้อมูล
- นำเสนอ DO & DON'T ในงานธุรการ

หลักสูตร
“เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานขับรถ รุ่นที่ 1/2564”
 วันที่ 13 มีนาคม 2564 ณ อาคาร UBC II



ผลประเมินการฝึกอบรม

| | |
|---------|--------|
| เนื้อหา | 76.19% |
| วิทยากร | 77.98% |
| บริการ | 73.56% |

76% 
 ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความพึงพอใจในระดับ “มาก - มากที่สุด”

▶ หลักสูตร “เพิ่มทักษะการปฏิบัติงานขับรถ”
 โดยทีมวิทยากรจากกรมการขนส่งทางบก
 วันที่ 21 มีนาคม 2564
 จำนวนผู้เข้าอบรม 50 ราย

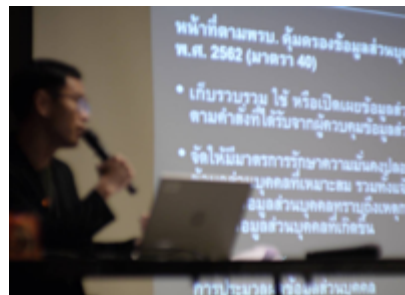
วัตถุประสงค์

- ส่งเสริมความรู้สำหรับการเตรียมความพร้อมยานพาหนะก่อนนำมาใช้งาน การดูแลรักษา สมรรถนะของยานพาหนะเบื้องต้น และการเตรียมความพร้อมของผู้ขับขี่
- เสริมสร้างเทคนิคการขับขี่อย่างปลอดภัย และจิตสำนึกความปลอดภัยในการขับขี่
- ทบทวนกฎจราจรและมารยาทการขับขี่ที่ถูกต้อง

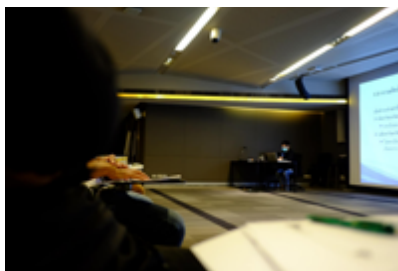
การอบรมให้ความรู้กับผู้ให้บริการงานติดตามทวงถามหนี้

เคททีซีร่วมกับบริษัทผู้ให้บริการภายนอกจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก ด้านงานติดตามทวงถามหนี้ ในหัวข้อดังนี้

- หัวข้อ “พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 (PDPA) และกฎหมายที่เกี่ยวข้องสำหรับการทวงถามหนี้” จำนวน 3 รุ่น ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564 วันที่ 7 มีนาคม 2564 และวันที่ 14 มีนาคม 2564 รวมจำนวน 183 ราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล มาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การปฏิบัติหน้าที่ของ DPO รวมถึง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทวงหนี้



- หัวข้อ “Debt Collection Strategy for Hire Purchase” ในวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564 และ วันที่ 13 พฤศจิกายน 2564 รวมจำนวน 18 ราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการติดตามทวงถามหนี้ ให้สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง



การอบรมและสอบวัดผลความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ



สำหรับปี 2564 บริษัทได้ดำเนินการอบรมและสอบวัดผลความรู้ด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ รวมถึงการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลให้กับพนักงาน และพนักงานของผู้ให้บริการภายนอก (outsourc) ในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้เกิดความตระหนักทั้งในด้านความปลอดภัยสารสนเทศ และการรับมือกับภัยคุกคามทางไซเบอร์ที่มีโอกาสเกิดมากขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบัน

- ISO/IEC 27001:2013 และ ISO/IEC 27701:2019 คืออะไร ? มีความสำคัญอย่างไร ?**
- แนวทาง PDCA (Plan-Do-Check-Act)**
- ประโยชน์ของการบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและความเป็นส่วนตัว**
- ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับ ISO/IEC 27001:2013 และ ISO/IEC 27701:2019**
- บทบาท สิทธิ และหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล**
- วางแผนและบทกโทษ**
- การแจ้งเหตุผิดปกติเกี่ยวกับสารสนเทศ และการขอใช้สิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล**
- ลำดับชั้นของข้อมูลสารสนเทศ**
- การควบคุม ดูแล และจัดการทรัพย์สินสารสนเทศ และ PII ระดับผู้ใช้งาน**
- Lawful Basis**

การสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print

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

ในปี 2564
บริษัทมีมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจำนวน **7.32** ล้านบาท
จากการดำเนินงานและโครงการปรับปรุงออฟฟิศใหม่



มีทีล้งคม
“Better Quality
of Life”

การเข้าถึงบริการทางการเงินและ การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

การอบรมความรู้ทางการเงิน
จำนวน 13 หลักสูตร

เป้าหมายปี 2564

การอบรมความรู้ทางการเงิน
จำนวน 9 หลักสูตร

ผลงานปี 2564

การอบรมความรู้ทางการเงิน
จำนวน 9 หลักสูตร

หมายเหตุ เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID – 19 ยังคงส่งผลกระทบต่อเนื่อง เพื่อเป็นการคำนึงถึงความปลอดภัยและสุขอนามัย ทำให้บริษัทมีการปรับเปลี่ยนแผนงานให้มีการจัดอบรมให้ความรู้ทางการเงินที่ต้องพบปะกันลดลง และเพิ่มการทำสื่อประชาสัมพันธ์การให้ความรู้ทางการเงินออนไลน์มากขึ้น

103-1

บริษัทมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ผ่านการให้บริการ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมที่เป็นธรรม โดยบริษัทนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงความต้องการของลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งด้านออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการนำเงินที่ได้รับการอนุมัติไปใช้เพื่อการดำรงชีพ เสริมสร้างคุณภาพชีวิต ช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากการกู้ยืมเงินนอกระบบที่ดอกเบี้ยสูงเกินควร อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อการให้โอกาสทางการศึกษา รวมถึงร่วมพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้ พัฒนาความรู้ความเข้าใจทางการเงิน เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ

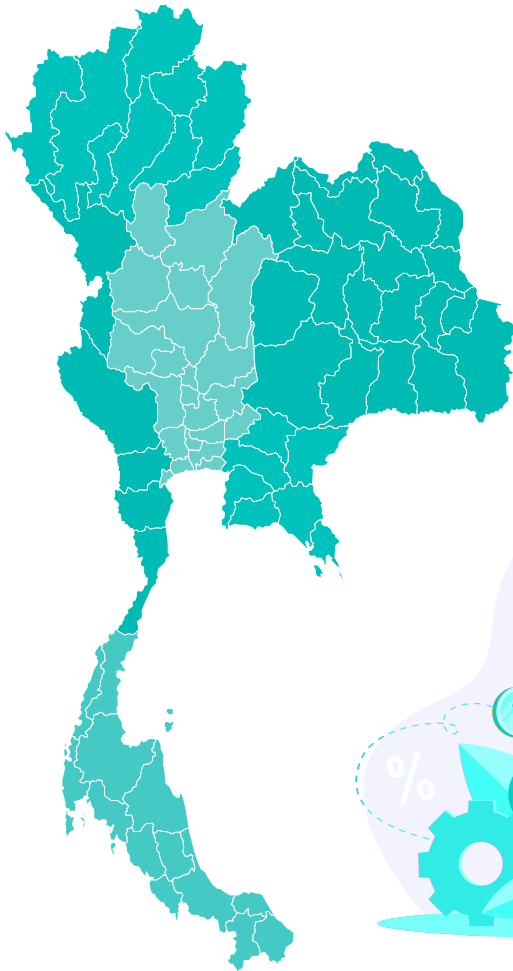
การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

| ช่องทางเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่หลากหลาย ง่าย และครอบคลุมทั่วประเทศ | การจัดให้มีผลิตภัณฑ์/บริการทางการเงินในระดับจุลภาค (Micro-Finance) สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็ก หรือ กลุ่มเปราะบาง | การสร้างการเข้าถึงแก่กลุ่มที่เสียเปรียบในแง่ที่ตั้ง (Geographically Underserved Groups) | การสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยในสังคม | การสร้างการเข้าถึงแก่กลุ่มผู้พิการ/ กุฎพลาภาพ |
|--|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> จุดบริการ KTC TOUCH ธนาคารกรุงไทย ทุกสาขาทั่วประเทศ ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ เว็บไซต์ของบริษัท (www.ktc.co.th) เว็บไซต์ของพันธมิตร โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันบนมือถือ Krungthai NEXT KTC Mobile application KTC Online | <ul style="list-style-type: none"> บัตรเครดิตเพื่อช่าง ผู้รับเหมารายย่อย โครงการให้บริการร้านค้า รับชำระ QR Code และ e-Commerce | <ul style="list-style-type: none"> สินเชื่อ เคทีซี พีแบ้ม (Pico Finance) | <ul style="list-style-type: none"> เคทีซี พีแบ้ม ผ่านการเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่มีทะเบียนรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์เป็นประกัน สำหรับลูกค้าที่มีรายได้น้อยในทุกกลุ่มอาชีพ และเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์รถ สินเชื่อเพื่อการศึกษา | <ul style="list-style-type: none"> เคทีซีไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ/ทุพพลภาพ โดยมีการดำเนินการเพื่อดูแล คำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้พิการ/ผู้ทุพพลภาพ ตามที่กฎหมายกำหนด |
| <p>การให้ความรู้ทางการเงินแก่กลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก กลุ่มที่มีรายได้น้อยในสังคม และ/หรือ กลุ่มผู้พิการทุพพลภาพ</p> | | | | |

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

▶ ช่องทางการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ของบริษัทที่ง่ายและครอบคลุมทั่วประเทศ

102-6, 103-2



บริษัทมีช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ บริการ และข่าวสารที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด เพื่อการตัดสินใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างเหมาะสม ไม่ตกเป็นเหยื่อแก่ผู้ที่หวังผลประโยชน์ โดยมีช่องทางดังต่อไปนี้

การเข้าถึงในรูปแบบทางกายภาพ

- จุดบริการ KTC TOUCH จำนวน 15 จุดบริการ
- ธนาคารกรุงไทย จำนวน 1,027 สาขาทั่วประเทศ
- ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ



การเข้าถึงในรูปแบบออนไลน์

เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่มีอิสระในการค้นหาข้อมูลด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง เคทีซีจึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านกลยุทธ์ออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง ที่รวดเร็ว แม่นยำ และโปร่งใส สร้างโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสามารถค้นหาข้อมูลบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทผ่านช่องทางต่าง ๆ และเป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลอย่างละเอียด ถูกต้อง ครบถ้วน ดังนี้

- การค้นหาข้อมูล หรือการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เพื่อให้เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกต่อไป
 - เว็บไซต์ของบริษัท (www.ktc.co.th)
 - เว็บไซต์ของพันธมิตร หรือสื่อออนไลน์ของพันธมิตร เพื่อแนะนำและเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ เช่น www.rabbitfinance.com, www.masii.co.th, www.moneyguru.com เป็นต้น
 - สื่อโซเชียลมีเดีย
 - การทำธุรกรรมบนมือถือ/ออนไลน์
- บริษัทได้พัฒนาและส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่านมือถือ หรือช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น ด้านการรับชำระเงิน

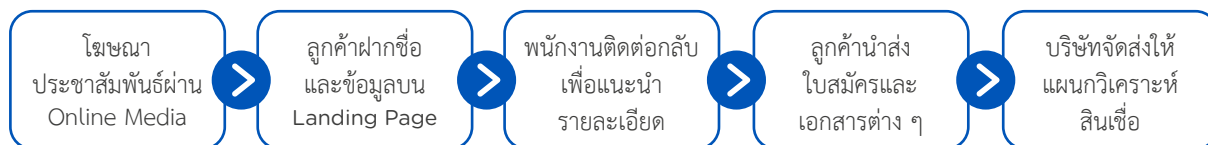
การใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทให้กับลูกค้าทุกกลุ่ม รวมถึงลูกค้ากลุ่มเปราะบาง⁽¹⁾ ในสังคม และกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม อีกทั้งช่วยเหลือผู้พิการที่ไม่สามารถเดินทางได้ รวมถึงการให้สมาชิกสามารถชำระค่าสินค้าได้ตามรอบการชำระ เพื่อลดโอกาสการผิดนัดชำระ จากการที่ไม่สามารถเดินทางมาชำระหนี้ได้จากสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

- Krungthai NEXT
- KTC Mobile Application
- KTC Online

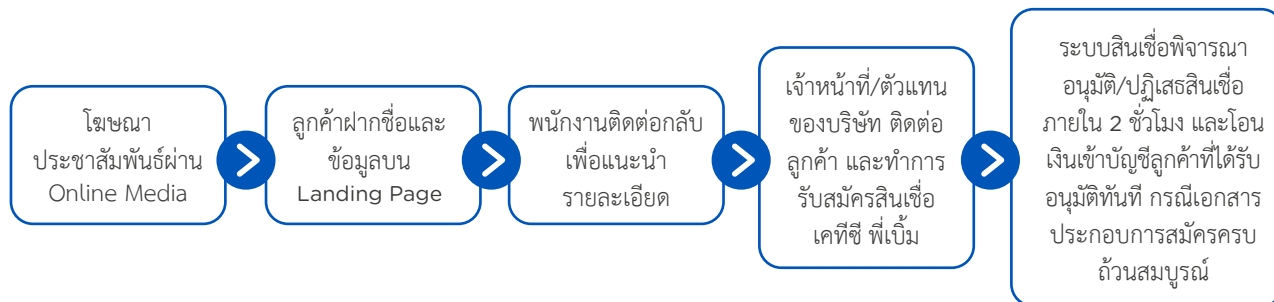
หมายเหตุ (1) ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง หมายถึง ลูกค้าซึ่งผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวัง ในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน การมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ (ที่มา : ประกาศ หลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)

ขั้นตอนการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์

ธุรกิจบัตรเครดิตและธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล



ธุรกิจสินเชื่อ เคทีซี พีเอ็ม



นอกจากนี้เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐสำหรับมาตรการด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารในการพิสูจน์และยืนยันตัวตนต่อธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ บริษัทได้ดำเนินการให้สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนดในเรื่องการกำหนดให้จะต้องมีการอ่านข้อมูลบัตรประจำตัวประชาชน (Dip Chip) รวมถึง การตรวจสอบสถานะบัตรประจำตัวประชาชนแบบเนกประสงค์ผ่านการตรวจสอบทางอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานรัฐ (DOPA Online) ของลูกค้าในการให้บริการทางการเงิน รวมถึงบริษัทได้พัฒนาช่องทางการสมัครผลิตภัณฑ์ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยมีขั้นตอนการทำความรู้จักลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (การยืนยัน พิสูจน์ตัวตน และระบุตัวตน : E-KYC)

รวมถึงการลงทุนในข้อตกลงทั่วไป และการลงทุนให้ความยินยอมต่าง ๆ ด้วยลายมือชื่อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด (E-Contract และ E-Consent) กรณีสมัครใช้บริการผ่าน Krungthai NEXT ทั้งนี้ เพื่อเป็นการลดการใช้กระดาษจากกระบวนการสมัครใช้ผลิตภัณฑ์ ลดปัญหาจากการปลอมแปลงเอกสาร หรือการหลุดลงจากการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ บริษัทคาดหวังที่จะเป็นส่วนร่วมในการยกระดับการทำธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

▶ ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

เคทีซี พีเอ็ม



สินเชื่อทะเบียนรถมอเตอร์ไซด์ พร้อมบัตรกดเงิน เคทีซี พีเอ็ม

เคทีซีพีเอ็มมีความร่วมมือผลักดันสินเชื่อไม่มีหลักประกัน เข้ากับสินเชื่อมีหลักประกัน และได้อัปเดตผลิตภัณฑ์ “สินเชื่อทะเบียนรถมอเตอร์ไซด์ พร้อมบัตรกดเงิน เคทีซี พีเอ็ม” ครบฟังก์ชัน รูด-โอน-กด ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของวงการสินเชื่อไทยที่มีการออกผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ เพื่อให้คนไทยที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อได้มีเงินทุนหมุนเวียนในการต่อยอดใช้จ่ายในสิ่งจำเป็น เหมาะสำหรับผู้มีรถมอเตอร์ไซด์และมีเล่มทะเบียนเป็นของตนเอง ชูจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ “กู้ง่าย ได้ไว อนุมัติรับเงินก้อนใหญ่พร้อมบัตรกดเงินสด” โดยที่สมาชิกสามารถนำรถมอเตอร์ไซด์ไปใช้ต่อได้

อีกทั้งยังรับวงเงินสินเชื่อแบบหมุนเวียน และเบิกถอนวงเงินจากบัตรเครดิตเงินสดเพื่อใช้ยามฉุกเฉินได้เพิ่มเติม เมื่อมีการชำระหนี้และมีประวัติชำระที่ดี โดยสามารถใช้บัตรเครดิตเงินสดซื้อสินค้า โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารแบบเรียลไทม์ และกดเงินสดที่ตู้เอทีเอ็มได้ไม่มีค่าธรรมเนียม



สินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกัน

เคทีซี รวมถึง เคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) และบริษัทย่อยของเคทีซี พีโก (กรุงเทพฯ) ทั้ง 4 จังหวัด ได้ให้บริการสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันสำหรับลูกค้าที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือไม่มีเอกสารที่สะท้อนความสามารถในการชำระหนี้ เช่น สลิปเงินเดือน แต่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เพื่อให้ลูกค้านำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ใช้เป็นประกันในการขอสินเชื่อได้ตามความสามารถในการชำระหนี้ โดยลูกค้ายังคงสามารถครอบครองรถ และใช้ประโยชน์ในฐานะเจ้าของรถได้ตามปกติ

ความร่วมมือกับ บริษัท ลาลามูฟ ประเทศไทย จำกัด

เคทีซี พีเอ็ม ร่วมกับ บริษัท ลาลามูฟ ประเทศไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ให้บริการแอปพลิเคชันขนส่งสินค้ารายใหญ่ในไทย เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบอาชีพอิสระที่ขับขี่รถจักรยานยนต์และรถยนต์ในเครือข่ายของลาลามูฟ ประเทศไทย ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการเงินสามารถเข้าถึงสินเชื่อที่มีทะเบียนรถเป็นประกันและสินเชื่อเงินสด “เคทีซี พีเอ็ม” ด้วยการใช้ข้อมูลการขับขี่เพื่อยื่นประกอบการพิจารณาสินเชื่อ แทนสลิปเงินเดือนและเอกสารทางการเงิน โดยผู้สมัครสินเชื่อ “เคทีซี พีเอ็ม” จะทราบผลอนุมัติพร้อมรับเงิน

ภายใน 2 ชั่วโมง ด้วยวงเงินใหญ่สูงสุดถึง 700,000 บาท และดอกเบี้ยต่ำแบบคงที่ เริ่มต้นเพียงร้อยละ 0.98 ต่อเดือน โดยมีวัตถุประสงค์ ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อในระบบที่มีดอกเบี้ยเป็นธรรม โดยมีผลลัพธ์ต่อองค์กร สังคม คือ เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบอาชีพอิสระให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้โดยมีการคิดดอกเบี้ยเป็นธรรม ซึ่งในปี 2564 เคทีซีได้อนุมัติสินเชื่อให้กับพนักงานบริษัท ลาลามูฟ ประเทศไทย จำกัด จำนวน 7 ราย

ความร่วมมือกับ บริษัท ฟู้ดแพชชั่น จำกัด

เคทีซี พีเอ็ม สนับสนุนให้คนไทยลุกขึ้นมาใช้ชีวิตต่อไป ในช่วงที่เศรษฐกิจไทยกำลังวิกฤต โดยนำเสนอสินเชื่อทะเบียนรถ “เคทีซี พีเอ็ม” เป็นทางเลือกให้คนไทยที่ไม่ท้อและต้องการเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์ “หมูทอดกอดคอ” เข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างถูกต้อง โปร่งใสและเป็นธรรม อนุมัติและรู้ผลใน 2 ชั่วโมง พร้อมรับเงินทันที เอกสารไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีสลิปเงินเดือนหรือ

ทะเบียนการค้า และผู้ขอสินเชื่อยังสามารถนำรถไปใช้ต่อได้โดยชีวิตไม่สะดุด ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อในระบบที่มีดอกเบี้ยเป็นธรรมเพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ การให้ความช่วยเหลือกลุ่มลูกค้าที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และได้เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้คนไทยไม่ท้อเริ่มต้นเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์

ความร่วมมือกับ บริษัท ชายสี่บะหมี่เกี๊ยว จำกัด

เคทีซี พีเอ็ม นำเสนอโครงการที่ให้สินเชื่อแก่ผู้ที่เป็นเจ้าของรถที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์ในเครือ “ชายสี่บะหมี่เกี๊ยว” หรือเจ้าของแฟรนไชส์เดิมที่ต้องการเงินหมุนเวียนหรือขยายสาขาสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างถูกต้อง เป็นธรรม ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อในระบบที่มีดอกเบี้ยเป็นธรรม เพื่อนำไปใช้

เป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ ด้วยจุดแข็งที่เหนือกว่า เน้นความสะดวกรวดเร็ว เอาใจคนทำมาหากิน โดยไม่ต้องใช้สลิปเงินเดือนในการสมัคร อนุมัติ รู้ผลและรับเงินเข้าบัญชีใน 2 ชั่วโมง ที่สำคัญอนุมัติวงเงินสูงสุดได้ถึง 700,000 บาท เพียงเป็นเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่มีเล่มทะเบียนเป็นชื่อของตนเอง

สินเชื่อบุคคล (สำหรับคู่ค้ารายย่อยของวนชัย)

บริษัทให้สินเชื่อแก่ผู้ค้าไม้ ซึ่งเป็นคู่ค้าของบริษัท วนชัย พาเนล อินดัสทรีส์ จำกัด ภายใต้สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพ โดยโครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คู่ค้าของวนชัยซึ่งเป็นผู้ค้าไม้ที่อยู่ในกลุ่มเปราะบางและอาศัยในจังหวัดที่วนชัยตั้งอยู่หรือจังหวัดใกล้เคียงสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งเป็นสินเชื่อในระบบที่มีดอกเบี้ยเป็นธรรม และเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ

นอกจากนี้บริษัทได้สนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกลุ่มเปราะบาง โดยร่วมกับพันธมิตรต่าง ๆ ตลอดปี 2564 เช่น บัตรเครดิต เพื่อช่างผู้รับเหมารายย่อย โครงการให้บริการร้านค้ารับชำระ QR Code และ e-Commerce เป็นต้น (โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ หัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)

ปี 2564

ยอดสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติเท่ากับ

228.2

ล้านบาท

► การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มผู้พิการ /ทุพพลภาพ

เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการดำเนินธุรกิจที่เท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชน บริษัทมีแนวทางการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยและการดำเนินการที่สอดคล้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้พิการด้วย โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้พิการ/ทุพพลภาพ เช่น การจัดให้ผู้ให้บริการต้องแต่งตั้งผู้ดูแลรวมถึงการขอความยินยอมในการจัดเก็บข้อมูลที่มีความอ่อนไหว (Sensitive Data) เป็นต้น ซึ่งผู้พิการ/ทุพพลภาพ สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินได้ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเช่นเดียวกับลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ

► การให้ความรู้ทางการเงิน

เคทีซีเล็งเห็นถึงความสำคัญของการร่วมแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้กับชุมชน สมาชิกและสังคม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ ตลอดจนมุ่งพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างไม่มีขีดจำกัด ให้โอกาสทางการศึกษา สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อนำไปประยุกต์ต่อยอดในด้านต่าง ๆ เพื่อการเติบโตร่วมกันอย่างยั่งยืน

โครงการ เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน ปี 3 แบบออนไลน์ ส่งต่อวิถีเกษตรพอเพียงเลี้ยงชีพได้ สู้ภัยบกพร่องทางการได้ยิน

203-1

ปี 1



โรงเรียนเศรษฐเสถียร
ในพระราชูปถัมภ์

ปี 2



โรงเรียนโสตศึกษา
ทุ่งมหาเมฆ

ปี 3

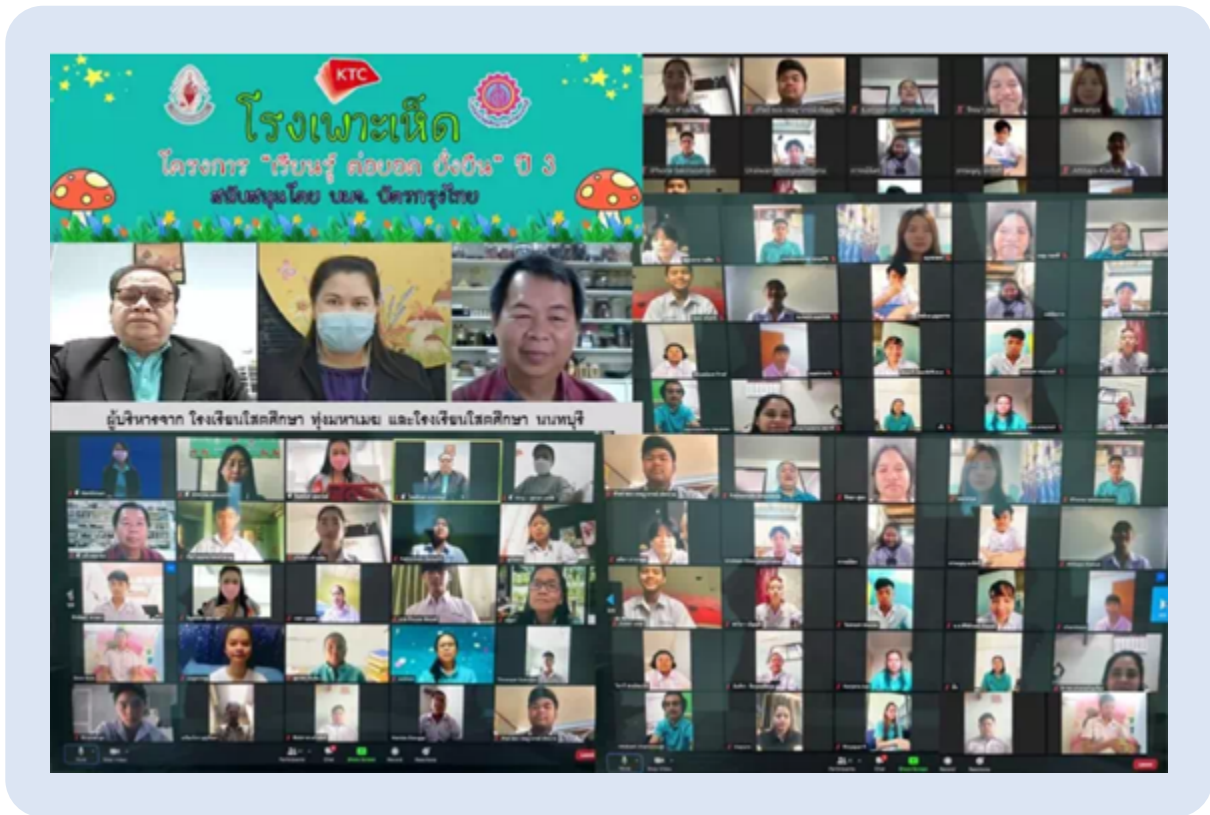


โรงเรียนโสตศึกษา
จังหวัดน่านบุรี

เคทีซีเชื่อมั่นว่าการบกพร่องทางการได้ยินไม่ใช่อุปสรรคในการเรียนรู้หากได้รับโอกาสในการพัฒนาที่เหมาะสม โดยร่วมเตรียมความพร้อมให้นักเรียนรู้จักการพึ่งพาตนเองจากวิถีเกษตรพอเพียง ซึ่งเป็นรากเหง้าการเลี้ยงชีพของคนไทย ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์ในการลงมือปฏิบัติจริง และพัฒนาความรู้ที่ได้ไปต่อยอดสร้างอาชีพ สร้างรายได้ รวมทั้งรู้จักบริหารการเงินเพื่อการใช้ชีวิตที่มีความสุขอย่างยั่งยืน ตลอดจนสามารถส่งต่อความรู้ให้กับสังคมต่อไป โดยเลือกกระบวนการเพาะเห็ดคอร์แกนิกครบวงจร เพื่อทำกินและสร้างอาชีพเป็นโครงการนำร่อง โดยเริ่มตั้งแต่การเรียนรู้ประเภทของเห็ด กระบวนการเพาะเห็ด การแปรรูปเห็ด รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การคำนวณต้นทุนและการวางแผนทางการเงิน ในปี 2562 เคทีซีจึงได้ริเริ่มโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ขึ้นที่โรงเรียนเศรษฐเสถียร เป็นกลุ่มเป้าหมายแรก และขยายองค์ความรู้ต่อเนื่องมาจนถึงปี 2564 ดังนี้

เคทีซีร่วมกับโรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ และโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรี สนับสนุนโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” พัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยที่บกพร่องทางการได้ยินเพื่อการพึ่งพาตนเอง ด้วยหลักสูตรการสอนที่สอดคล้องกับ 5 กลุ่มอาชีพ ตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อสร้างความยั่งยืนในสังคมระยะยาว ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์ของ COVID-19 ที่แพร่ระบาดในวงกว้างรุนแรงมากขึ้น เคทีซีจึงได้ปรับแผนการเรียนการสอนเป็นรูปแบบออนไลน์ และบันทึกวีดิโอผ่านช่องทางของโรงเรียน โดยใช้หลักสูตรและสานต่อแนวคิดการแบ่งปันความรู้แบบไตรภาคี สร้างเครือข่ายองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น (Train the Trainer) โดยวิทยากรภาษามือจากคุณครูและนักเรียนโรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ ซึ่งเคยเป็นผู้รับความรู้ในปีที่ 2 เป็นผู้ร่วมส่งต่อความรู้ในปีที่ 3 ให้กับเพื่อน ๆ โรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นโรงเรียนการศึกษาพิเศษ สำหรับนักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 - 6 จำนวน 50 คน รวมถึงผู้เข้าร่วมที่เป็นคุณครูจำนวน 15 คน รวม 65 คน

ความสำเร็จของโครงการฯ มีนักเรียนและครูที่เข้าร่วมในโครงการรวม 156 คน จากโรงเรียนเศรษฐเสถียรในพระราชูปถัมภ์ โรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ และโรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรี โดยเคทีซีเน้นให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคม โดยเฉพาะการส่งเสริมให้คนในสังคมพัฒนาอาชีพสร้างรายได้เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน ตลอดจนสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชนไทยให้มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม



บทสัมภาษณ์จากผู้เข้าร่วมโครงการ

ผู้อำนวยการ โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดนนทบุรี กล่าวว่า “โครงการเรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ปี 3 นี้จะเปิดโอกาสให้นักเรียนที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ได้ศึกษาเรียนรู้ในเรื่องการเพาะเห็ดและการทำผลิตภัณฑ์จากเห็ดเต็มรูปแบบ ทั้งการเพาะ การดูแล การแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์และการจำหน่าย ซึ่งถือว่านักเรียนที่ได้เข้าร่วมโครงการจะสามารถนำความรู้พื้นฐานนี้ไปต่อยอดพัฒนาการเรียนรู้อื่นๆ และประกอบอาชีพต่อไป ขอขอบคุณเคทีซี โรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ และฟาร์มเห็ดโพธิ์ทอง ที่ให้โอกาสและสนับสนุนนักเรียนได้เข้าร่วมโครงการนี้ ทางโรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรีจะพยายามเรียนรู้สร้างองค์ความรู้ ทักษะการประกอบอาชีพอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้นักเรียนได้รับประโยชน์สูงสุดจากโครงการนี้”

รักษาการผู้อำนวยการ โรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ กล่าวว่า “ในปีการศึกษา 2563 โรงเรียนได้รับเกียรติจากเคทีซี และโรงเรียนเศรษฐเสถียร ในพระราชูปถัมภ์ ส่งต่อโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน ปี 2” ซึ่งนอกจากโรงเรียนจะได้รับโรงเพาะเห็ดที่มีมาตรฐานและก้อนเชื้อเห็ดที่มีคุณภาพแล้ว สิ่งที่มีคุณค่าและประโยชน์ยิ่งก็คือ การส่งมอบความรู้ ประสบการณ์ และกระบวนการจัดการ จากโรงเรียนเศรษฐเสถียรและเคทีซี รวมถึงฟาร์มเห็ดโพธิ์ทองที่เคทีซีจัดให้นักเรียนไปศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจ โดยตลอดระยะเวลาที่ร่วมโครงการ นักเรียนได้เรียนรู้กระบวนการทำโรงเพาะเห็ด การบริหารจัดการโครงการ การดูแลเก็บเกี่ยวผลผลิต การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์และสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารต่าง ๆ ก่อให้เกิดรายได้ ทั้งยังสร้างให้นักเรียนเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้

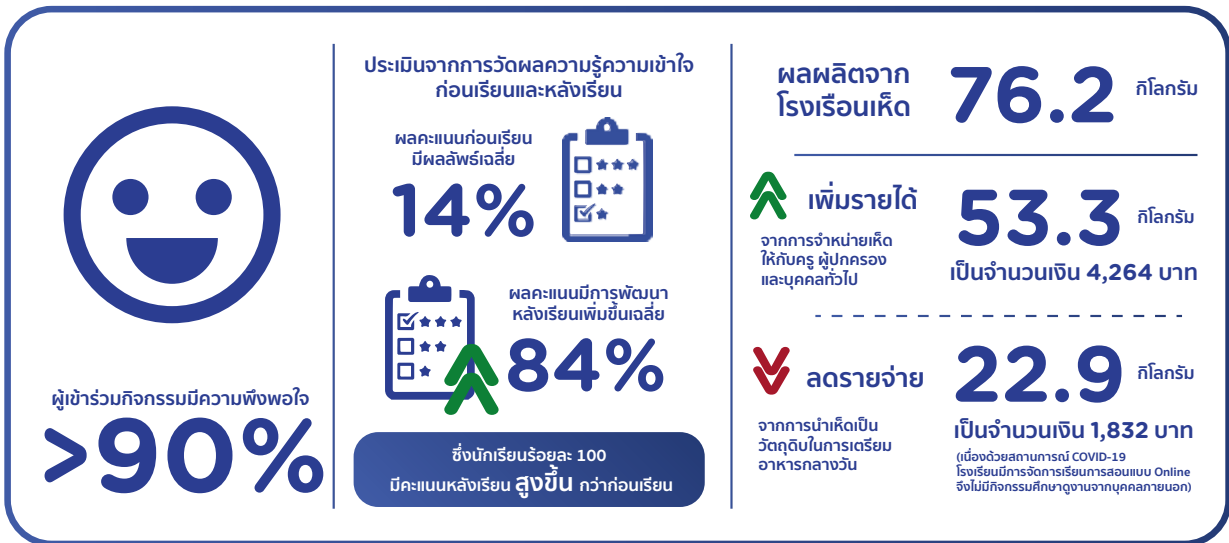
มีภาวะผู้นำ เป็นประโยชน์โดยตรงแก่นักเรียน ในขณะที่คณะครูผู้เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันจัดประสบการณ์ เพื่อผลักดันให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ จนทำให้ “เห็ด” เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนที่สร้างรายได้ เป็นแหล่งเรียนรู้ภายในโรงเรียน และเป็นแนวทางสร้างอาชีพให้นักเรียนได้เป็นอย่างดี และในปีนี้เป็นความยินดียิ่งของโรงเรียนโสตศึกษาทุ่งมหาเมฆ ที่ได้ส่งต่อโครงการที่มีประโยชน์นี้ให้กับเพื่อนต่างโรงเรียนคือ โรงเรียนโสตศึกษาจังหวัดนนทบุรี และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโครงการ “เรียนรู้ ต่อยอด ยั่งยืน” ปี 3 จะยั่งยืนส่งต่ออย่างต่อเนื่องไปอีกนานเท่านั้น

ที่มหาวิทยาลัยนักเรียนโรงเรียนโสตศึกษา ทุ่งมหาเมฆ สื่อสารผ่านล่ามภาษามือถึงประสบการณ์ตอนที่เข้าร่วมเรียนรู้ในโครงการฯ ครั้งที่ 2 ว่า “ตอนที่คุณครูบอกว่า เคททีซีจะมาสร้างโรงเพาะเห็ดให้โรงเรียนของเรา และคุณครูกับเพื่อน ๆ หุหนวกจากโรงเรียนเศรษฐเสถียรจะมาเป็นวิทยากรให้ความรู้ พวกเรารู้สึกตื่นเต้นและดีใจมาก เพราะพวกเราไม่เคยเห็น ไม่เคยทำโรงเพาะเห็ดมาก่อน โรงเพาะเห็ดที่สร้างสวยงามมาก ติดตั้งระบบไฟฟ้า ระบบฟ่นละอองน้ำพร้อมใช้งาน เมื่อฟาร์มเห็ดโพธิ์ทองมาส่งก้อนเชื้อเห็ด

รอบแรก เราตกใจมาก ก้อนเชื้อเห็ดมีจำนวนมากถึง 1,800 ก้อน และเพื่อนๆ จากโรงเรียนเศรษฐเสถียร สอนให้เราเปิดปากถุงเรียงก้อนเชื้อเห็ด รดน้ำ จนวันที่เห็ดทั้งโรงพากันออกดอก

เราตื่นเต้นมาก ทำไม่มากมายขนาดนี้ เก็บขายครึ่งละหลายกิโลกรัม เราขายกิโลกรัมละ 100 บาท โดยขายให้โรงครัวของโรงเรียน ชุมชนรอบ ๆ โรงเรียน ตลาดสวนพลู และให้เป็นของที่ระลึกแก่ผู้มาบริจาค สัปดาห์ต่อ ๆ มา เรายังได้เรียนรู้การทำอาหารจากเห็ด สนุกและอร่อยมาก ทำบักปูก และที่ ๆ จากเคททีซียังมาสอนการทำบักชีรายรับ - รายจ่าย คำนวณต้นทุน - กำไร รวมถึงออกแบบโลโก้เห็ดให้พวกเราด้วย ขอบพระคุณครูและเพื่อน ๆ จากโรงเรียนเศรษฐเสถียร ที่ ๆ จากเคททีซี และครูรัตนจากฟาร์มเห็ดโพธิ์ทองมากค่ะ ที่นำสิ่งดี ๆ มาให้พวกเรา และยินดีมากที่ทราบว่ามี 2564 นี้จะได้มีโอกาสนำความรู้และประสบการณ์ของพวกเราไปถ่ายทอดให้เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่โรงเรียนโสตศึกษา จังหวัดนนทบุรี เราจะทำให้ดีที่สุด ขอบคุณเคททีซีที่ให้โอกาสให้ความรู้และประสบการณ์ดี ๆ แก่พวกเรา”

การเรียนรู้เพาะเห็ดออร์แกนิกตามวิถีเกษตรพอเพียง และความรู้ทางการเงิน



การให้ความรู้เกี่ยวกับการสืบสวนรวบรวมพยานหลักฐานคดีเกี่ยวกับการทุจริตทางเทคโนโลยี รวมถึงอาชญากรรมทางการเงิน

| ครั้งที่ 1 | ครั้งที่ 2 | ครั้งที่ 3 |
|--|---|--|
| <p>วัตถุประสงค์โครงการ : ให้ความรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมเกี่ยวกับการเงิน การธนาคารให้กับนายตำรวจที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรการสืบสวนคดีอาญาของวิทยาลัยการตำรวจ</p> <p>วันที่จัดอบรม : วันที่ 13 กรกฎาคม 2563 (ศูนย์ฝึกอบรมตำรวจ ศาลาया)</p> <p>จำนวนผู้เข้าอบรม : 60 คน</p> | <p>วัตถุประสงค์โครงการ : ให้ความรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมเกี่ยวกับการเงิน การธนาคารให้กับนายตำรวจที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรการสืบสวนคดีอาญาของวิทยาลัยการตำรวจ</p> <p>วันที่จัดอบรม : วันที่ 2 สิงหาคม 2564 Online ที่บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</p> <p>จำนวนผู้เข้าอบรม : 60 คน</p> | <p>วัตถุประสงค์โครงการ : เพื่อเพิ่มทักษะในการตรวจสอบและค้นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการทุจริตทางเทคโนโลยี</p> <p>วันที่จัดอบรม : วันที่ 17 ธันวาคม 2564 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</p> <p>จำนวนผู้เข้าอบรม : 35 คน</p> |

ความรู้ทางการเงินออนไลน์

เคทีซีได้ให้ข้อมูลในการบริหารเงินสดและการใช้จ่าย รวมถึงการให้แนวคิดเพื่อจะสร้างธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงได้ในวงกว้าง เป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนให้แต่ละคน สามารถวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างถูกต้องและบริหารสภาพคล่องทางการเงินได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังมี การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอย่างปลอดภัย ผ่านช่องทาง Facebook และเว็บไซต์ ตลอดทั้งปี ตัวอย่างเช่น เคทีซี ที่เริ่มทำกิจกรรม Knowledge Sharing ถ่ายทอดความรู้เรื่องการเงิน หรือ Financial literacy ในรูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook ของ KTC ที่เข้ม สิ้นเชื้อทะเบียจรนร นอกจากนี่ยังมีการเผยแพร่ความรู้ในช่องทาง Facebook ของ KTC Real privilege และ KTC Journey รวมถึงเว็บไซต์ของบริษัทอีกด้วย

Facebook ของ KTC ที่เข้ม สิ้นเชื้อทะเบียจรนร

กู้เงินออนไลน์
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าคิด

50% ประหยัดเงิน
ป้องกันเงินสูญหาย

เปิด 5 ขั้นตอน
รับเงินเชิขวษา 50% กรณี 'ว่างงาน' จากโควิด-19

ผ่อนรถไม่ไหว
การปล่อยรถคืนไฟแนนซ์

เรื่องน่ารู้
อันตรายจากการกู้เงินนอกระบบ

- ง่าย แต่ผิดกฎหมาย
- อาจต้องคืนเงินต้นและดอกเบี้ยถึงงวด-Draft
- ตกกนเป็ยไฟค
- อาจได้รับเงินตราจากการทวงหนี้ ผงเจาเจณี



รู้ทัน ป้องกัน ปลอดภัย “PHISHING” ก่อนตกเป็นเหยื่อ... ภัย ใกล้เคียง

กลุ่มมิจฉาชีพมักอาศัยเหตุการณ์สำคัญในช่วงนั้นๆ สร้างประสบการณ์ให้เหยื่อตระหนักหรือตั้งใจแล้วก็หลงเชื่อเพื่อให้...



ทำไมร้านค้าออนไลน์ควรอัปเดตความปลอดภัยเป็น 3D Secure 2.0

การชำระเงินออนไลน์ปลอดภัยแค่ไหน? แน่ใจได้อย่างไรว่าลูกค้าผู้ถือบัตรเป็นผู้ทำรายการเอง? หากลูกค้าปฏิเสธ...

▶ ความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Corporate Citizenship and Philanthropy)

กลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทย่อย

เคทีซีมีกลยุทธ์สำหรับบริษัทและบริษัทย่อยในการดำเนินการด้าน Corporate Citizenship and Philanthropy ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ขององค์การสหประชาชาติ โดยสนับสนุนและช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้มั่นใจว่าการสนับสนุนหรือเงินบริจาคที่มอบให้จะไม่ส่งผลให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งนี้บริษัทยังยึดถือนโยบายที่ชัดเจน ห้ามไม่ให้สนับสนุนพรรคการเมือง โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้จากภายในบริษัทไปยังภายนอกบริษัทเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสังคมและประเทศ

กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม

- **“KTC Journey”** ร่วมเป็นสะพานบุญมอบเงินสมทบทุนจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ ภายใต้กิจกรรม “เปลี่ยนใจเป็นบุญ”
เคทีซี เป็นตัวแทนสมาชิกเฟซบุ๊กเพจ “KTC Journey” ร่วมมอบเงินจำนวน 15,000 บาท จากการจัดกิจกรรม “เปลี่ยนใจเป็นบุญ” ให้กับ 3 มูลนิธิ ได้แก่ มูลนิธิรามธิบดี ศิริราชมูลนิธิ และโรงพยาบาลราชวิถี โดยทุกการคลิกสติ๊กเกอร์หัวใจ 1 ดวงในเพจเฟซบุ๊ก KTC Journey เคทีซีจะร่วมมอบเงินบริจาค 50 บาท เพื่อร่วมสมทบทุนการจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์เพื่อรักษาผู้ป่วยโควิด-19



- **“KTC Journey”** จัดกิจกรรม “เรากินหมด...พิกินอิม” มอบอาหารเติมพลังบุคลากรทางการแพทย์
เพจเฟซบุ๊ก “KTC Journey” ได้นำอาหารพร้อมน้ำดื่ม จากการจัดกิจกรรม “เรากินหมด...พิกินอิม” ไปมอบให้กับบุคลากรทางการแพทย์ ณ โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 9 แอร์พอร์ต และโรงพยาบาลศิริราช สำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งแฟนเพจร่วมกันโพสต์ภาพกินอาหารหมดจาน เพื่อให้ “KTC Journey” เปลี่ยนภาพจานอาหารทุก 1 โพสต์ เป็นอาหาร 1 มื้อ เติมพลังและเป็นกำลังใจให้บุคลากรทางการแพทย์ในการสู้ภัย COVID-19 โดยมีจำนวนมื้ออาหาร จำนวน 200 มื้อ



- **เคทีซีได้ดำเนินกิจกรรม Love & Share มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9**
เคทีซีเชิญชวนผู้มีจิตศรัทธา ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในพลังแห่งการให้ โดยการร่วมบริจาคสมทบทุนจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ เพื่อมอบให้กับโรงพยาบาลราชวิถี สำหรับรักษาผู้ป่วย COVID-19 ซึ่งโครงการดังกล่าวนี้ทำต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 9 เพื่อเปิดโอกาสให้คนในองค์กร และพันธมิตรผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ รวมถึงกัลยาณมิตรที่เป็นบุคคลใกล้ชิดของคนในองค์กรได้ร่วมเป็นผู้ให้กับสังคมไทย ผ่านกิจกรรมการกุศลที่จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยเริ่มต้นแนวคิดที่นำเงินให้กับการศึกษา จนมาถึงผู้ยากไร้ในมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น จนถึงสถานพยาบาลที่ต้องการนำเงินไปพัฒนาทั้งบุคลากรด้านการแพทย์และอุปกรณ์ในสถานพยาบาล เพื่อต่อลมหายใจและชีวิตให้กับผู้ป่วย โดยในปี 2564 ได้นำเงินบริจาคที่ได้ จัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์เพื่อสู้ภัย COVID-19 ซึ่งทางโรงพยาบาล ยังมีความต้องการและจำเป็นอย่างมากสำหรับการรักษาผู้ป่วย COVID-19 ได้แก่



- **เคทีซีได้ดำเนินกิจกรรม Love & Share มาอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9**
เคทีซีเชิญชวนผู้มีจิตศรัทธา ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในพลังแห่งการให้ โดยการร่วมบริจาคสมทบทุนจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ เพื่อมอบให้กับโรงพยาบาลราชวิถี สำหรับรักษาผู้ป่วย COVID-19 ซึ่งโครงการดังกล่าวนี้ทำต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 9 เพื่อเปิดโอกาสให้คนในองค์กร และพันธมิตรผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ รวมถึงกัลยาณมิตรที่เป็นบุคคลใกล้ชิดของคนในองค์กรได้ร่วมเป็นผู้ให้กับสังคมไทย ผ่านกิจกรรมการกุศลที่จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยเริ่มต้นแนวคิดที่นำเงินให้กับการศึกษา จนมาถึงผู้ยากไร้ในมูลนิธิต่าง ๆ เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น จนถึงสถานพยาบาลที่ต้องการนำเงินไปพัฒนาทั้งบุคลากรด้านการแพทย์และอุปกรณ์ในสถานพยาบาล เพื่อต่อลมหายใจและชีวิตให้กับผู้ป่วย โดยในปี 2564 ได้นำเงินบริจาคที่ได้ จัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์เพื่อสู้ภัย COVID-19 ซึ่งทางโรงพยาบาล ยังมีความต้องการและจำเป็นอย่างมากสำหรับการรักษาผู้ป่วย COVID-19 ได้แก่



• **เคทีซีจับมือพนักงานสุขภาพตีบริจาคโลหิต บรรเทาวิกฤตขาดโลหิตสำรอง**

พนักงานเคทีซีได้ร่วมกันบริจาคโลหิตภายใต้มาตรการป้องกัน COVID-19 โดยมีผู้บริหารและพนักงานพร้อมใจกันบริจาคโลหิตจำนวน 208,950 ซีซี เพื่อส่งมอบให้กับศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ซึ่งเคทีซีเล็งเห็นถึงความสำคัญของสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ระลอกใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อให้จำนวนผู้บริจาคโลหิตลดน้อยลงมากจนเกิดภาวะขาดแคลน และไม่สามารถจ่ายโลหิตให้กับโรงพยาบาลต่าง ๆ ได้อย่างเพียงพอ ส่งผลต่อผู้ป่วยที่ต้องการโลหิตในการรักษาอย่างเร่งด่วน เคทีซีจึงได้จัดกิจกรรม “บริจาคโลหิตช่วงวิกฤตโควิด-19 ระลอกใหม่” เพื่อให้พนักงานที่มีจิตอาสาได้เข้าบริจาคโลหิต ร่วมบรรเทาวิกฤตขาดแคลนโลหิตสำรองในครั้งนี้ โดยได้รับบริจาคโลหิตในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เดือนพฤษภาคม เดือนกันยายน และเดือนพฤศจิกายนของปี 2564



• **เคทีซีรับบริจาคคะแนนสะสม เปลี่ยนเป็นชุดธารน้ำใจ ช่วยเหลือผู้กักตนจาก COVID-19 ผ่านสภากาชาดไทย**

เคทีซีร่วมกับสภากาชาดไทยเชิญสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีร่วมสนับสนุน โครงการ “รวมใจ ฝ่าวิกฤต COVID-19” เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ต้องกักตนเป็นเวลา 14 วัน ด้วยการบริจาคคะแนน KTC FOREVER ผ่านสภากาชาดไทย ทุก 1,000 คะแนน แลกเงินบริจาค 100 บาท สมทบทุนการจัดเตรียมชุดธารน้ำใจ เพื่อส่งต่อให้ผู้ที่ต้องกักตน 14 วัน ในการลดการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 ท่านละ 1 ชุด มูลค่า 660 บาท ประกอบด้วย น้ำดื่ม อาหารสำเร็จรูป ข้าวสาร 5 กิโลกรัม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย เสื้อผ้า และถุงขยะ เป็นต้น



• **พนักงานเคทีซีร่วมบริจาคของใช้ให้น้อง ๆ ด้อยโอกาสเนื่องในวันปีใหม่ไทย**

เคทีซีได้นำของใช้ที่จำเป็น อาทิ ข้าวสาร อาหารแห้ง ผ้าอ้อม อุปกรณ์ทำความสะอาด และของเล่นเด็ก ซึ่งผู้บริหารและพนักงานเคทีซี ได้มีจิตศรัทธาร่วมกันบริจาค ไปมอบให้กับโรงเรียนบ้านเด็กรามอินทรา (บ้านเด็กตาบอดผู้พิการซ้ำซ้อน) และสถานสงเคราะห์เด็กกำพร้า วัดตาลเจ็ดข่อ จังหวัดอ่างทอง เพื่อส่งความสุขให้น้อง ๆ เนื่องในวันปีใหม่ไทย ในช่วงเดือนเมษายน



• **ชาวเคทีซีร่วมมอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่าเพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนให้น้อง ๆ ผู้บกพร่องทางสายตา**

เคทีซีส่งมอบปฏิทินตั้งโต๊ะเก่าที่ไม่ได้ใช้แล้ว ให้กับมูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ เพื่อใช้เป็นสื่อสำหรับการเรียนการสอนและผลิตอักษรเบรลล์ให้ผู้บกพร่องทางสายตาของโรงเรียนสอนคนตาบอดกรุงเทพ โดยมีประธานกรรมการ มูลนิธิช่วยคนตาบอดแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ ให้การต้อนรับและเป็นผู้รับมอบ ณ สำนักงานมูลนิธิฯ ถนนราชเทวี กรุงเทพมหานคร



การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล



103-3

| เป้าหมายระยะยาวปี 2569 | เป้าหมายปี 2564 | ผลงานปี 2564 |
|---|---|---|
| ระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับร้อยละ 77 | ระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับร้อยละ 76 | ระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กรเท่ากับร้อยละ 66 |
| จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงานต่อคนต่อปีเฉลี่ยมากกว่า 57 ชั่วโมงขึ้นไป | จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงานต่อคนต่อปีเฉลี่ยเท่ากับ 35 ชั่วโมง | จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมพนักงานต่อคนต่อปีเฉลี่ยเท่ากับ 57 ชั่วโมง |

103-1

บริษัทตระหนักถึงคุณค่าของพนักงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจ จึงให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหา การบริหารแรงงานด้วยความเคารพในความแตกต่างที่หลากหลายบนพื้นฐานสิทธิมนุษยชน โดยบริษัทจัดสรรผลประโยชน์ตอบแทน และสวัสดิการที่เหมาะสม สำหรับการพัฒนาบุคลากร บริษัทกำหนดแผนพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อสร้างความพร้อมให้พนักงาน สามารถเติบโตในหน้าที่การงานได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งเตรียมความพร้อมด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงาน ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การบริหารจัดการและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรได้สร้างความภาคภูมิใจ ช่วยยกกำลังใจ ความผูกพันองค์กร ความเป็นอยู่ที่ดีและความมั่นคงในชีวิต เพื่อตอบแทนพนักงานที่ได้ทุ่มเทพลังกายและพลังความคิดในการ สร้างสรรค์ผลงานที่ดีให้กับบริษัทเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

102-41, 103-2, 401-1, 405-1

นโยบายสิทธิมนุษยชน

บริษัทกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชน สำหรับพนักงาน คู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอก ไว้เป็นส่วนหนึ่งของคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ซึ่งได้รับอนุมัติ โดยคณะกรรมการบริษัทและครอบคลุมประเด็น ดังนี้

- การปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจากความเหมือนหรือความแตกต่าง
- การไม่ค้ามนุษย์ ไม่ใช่แรงงานเด็กที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ตามกฎหมายกำหนด ไม่ใช่แรงงานบังคับ

- การไม่เลือกปฏิบัติและต่อต้านการล่วงละเมิดหรือข่มขู่คุกคาม เช่น การห้ามการล่วงละเมิดทางเพศ
- การเคารพสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลและคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลตามสิทธิที่พึงได้รับตามกฎหมาย
- การจัดให้มีกระบวนการคัดเลือกคู่ค้าหรือผู้ให้บริการภายนอกด้วยกระบวนการที่โปร่งใส
- การจัดให้มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน รวมถึงการติดตามแก้ไขเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมตามหลักสิทธิมนุษยชน

บริษัทมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อผู้สมัครงานและพนักงานตามหลักสิทธิมนุษยชนทั้งในเรื่องกฎหมาย แรงงาน อย่างเท่าเทียม เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่กีดกัน ไม่แบ่งแยก และเคารพต่อความหลากหลายตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา สัญชาติ เชื้อชาติ สีผิว ศาสนา เพศหรือเพศสภาพ หรือความบกพร่องทางร่างกาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสรรหาพนักงานและการว่าจ้าง

บริษัทวางแผนและบริหารจัดการอัตรากำลังคนเพื่อประสิทธิภาพ

และประโยชน์สูงสุด โดยกำหนดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดผู้มีความสามารถเข้าร่วมงานกับบริษัท

ทั้งนี้ ตามระเบียบทรัพยากรบุคคลและคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสรรหาพนักงานและการว่าจ้างของบริษัท ไม่มีการระบุหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่เป็นการกีดกันการจ้างงานหรือเลือกปฏิบัติ เปิดโอกาสการจ้างงานอย่างเท่าเทียม โดยพิจารณาจากคุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ และมีกระบวนการคัดเลือกอย่างโปร่งใส

บริษัทจะประกาศรับสมัครและสรรหาพนักงานทดแทนอัตราว่างจากภายในบริษัทก่อนเป็นหลัก หากพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่สามารถสรรหาบุคคลภายในที่มีความเหมาะสมขึ้นมาทดแทนได้ทันที หรือหากเป็นงานใหม่ที่ต้องการบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านและไม่สามารถสรรหาได้จากภายใน จึงจะพิจารณารับสมัครภายนอกตามความจำเป็นและเหมาะสมทางธุรกิจ โดยพิจารณา คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถและทัศนคติ อีกทั้งพัฒนาช่องทางและรูปแบบการสรรหาพนักงานผ่านการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้แก่ Facebook, Line, LinkedIn และเว็บไซต์ของบริษัท ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

บริษัทมีคณะกรรมการทำหน้าที่พิจารณาสรรหาและคัดเลือกผู้มีความรู้ คัดเลือกผู้มีความรู้ รวมถึงพิจารณาอัตราค่าตอบแทนที่สอดคล้องคุณสมบัติผู้สมัครและอุตสาหกรรม เพื่อเข้ามาปฏิบัติงานกับบริษัทให้ทันต่อความต้องการของหน่วยงาน ทั้งนี้ การประกาศรับสมัครงานของบริษัทในตำแหน่งต่าง ๆ อยู่บนหลักการเคารพสิทธิมนุษยชน ที่ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันโดยไม่จำกัดเพศหรือกำหนดหลักเกณฑ์การรับสมัครอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน



การสรรหาบุคลากร
ภายนอกองค์กร 158 คน
เป็นสัดส่วน 91%



การสรรหาบุคลากร
ภายในองค์กร 16 คน
เป็นสัดส่วน 9%

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การส่งเสริมความหลากหลายและการปฏิบัติด้านแรงงานอย่างเท่าเทียมกัน

การสร้างโอกาสในการทำงานแก่กลุ่มคนที่หลากหลายในสังคม บริษัทปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ยอมรับการล่วงละเมิด โดยไม่นำเรื่องเพศสภาพ เชื้อชาติ มาปิดกั้นโอกาสของบุคคลในการเข้าร่วมปฏิบัติงานหรือเติบโตไปกับบริษัท และนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในทุกส่วนงานของบริษัท นอกเหนือจากการปฏิบัติตามมาตรฐานกฎหมายแรงงาน รวมถึงต่อต้านการใช้แรงงานเด็กหรือแรงงานต่างด้าวอย่างผิดกฎหมาย

เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทจัดเก็บ ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเท่าที่จำเป็น ทั้งนี้ บริษัทเคารพสิทธิในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของปัจเจกบุคคลในโอกาสต่าง ๆ ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงไม่กำหนดเป้าหมายสัดส่วนพนักงานชายหญิง พนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+) หรือพนักงานที่พิจารณาว่าเป็นชนกลุ่มน้อยทางเชื้อชาติ ด้วยเชื่อว่าเป็นการส่งเสริมเจตจำนงในการสนับสนุนการเคารพสิทธิมนุษยชนและความหลากหลายอย่างเป็นธรรมในสังคม

บริษัทให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยว่าจ้างพนักงานที่บกพร่องทางร่างกายเข้ามาปฏิบัติงานในบริษัทและสอดคล้องตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและ

พัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ที่มีเจตนาเพื่อคุ้มครองให้คนพิการมีงานทำหรือประกอบอาชีพโดยมิให้มีการเลือกปฏิบัติโดยมิเป็นธรรมเนื่องจากสาเหตุทางกายและสุขภาพ ซึ่งกำหนดให้หน่วยงานของรัฐและนายจ้าง หรือเจ้าของสถานประกอบการต้องรับคนพิการเข้าทำงานตามมาตรา 33 หรือส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามมาตรา 34 หรือเลือกดำเนินการให้สัมปทานและจัดจ้างเหมาะสมช่วงงานตามมาตรา 35

ในปี 2564 บริษัทว่าจ้างคนพิการ จำนวน 1 ราย และได้ส่งเสริมการจ้างคนพิการตามแนวทางใหม่ คือ การส่งเสริมอาชีพ โดยจัดจ้างเหมาะสมช่วงงานหรือจ้างเหมาบริการฝึกอาชีพ รวม 16 ราย เป็นการจ้างคนพิการทำงานนอกสถานประกอบการในชุมชนหรือองค์กรสาธารณะประโยชน์ ที่อยู่ในภูมิลำเนาของคนพิการเอง ซึ่งจะเกิดประโยชน์แก่คนพิการโดยตรง และช่วยให้คนพิการที่อยู่ห่างไกล ได้รับโอกาสให้มีอาชีพอย่างทั่วถึง เพื่อสามารถพึ่งพาตัวเองได้

สำหรับกรณีพนักงานประสบปัญหาด้านสุขภาพ บริษัทจะปรับเปลี่ยนหน้าที่ ความรับผิดชอบตามศักยภาพและความสามารถในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานน้อยที่สุด

นิสิต นักศึกษา

บริษัทได้จัดให้มีโครงการ KTC LEARN & EARN อย่างต่อเนื่อง ผ่านการพัฒนาเยาวชนให้มีคุณภาพร่วมกับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลา 19 ปี เพื่อสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพนิสิต นักศึกษา ให้เข้ามาเรียนรู้การทำงานกับองค์กรในรูปแบบ LEARN & EARN เพื่อการเรียนรู้และประโยชน์ด้านต่าง ๆ อาทิ ความรู้เกี่ยวกับ ธุรกิจของบริษัท เทคโนโลยี นวัตกรรม การคิดนอกกรอบ การสื่อสาร การเป็นผู้นำ ส่งเสริมการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ เปิดโลกทัศน์ประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจหาไม่ได้จากห้องเรียน เพื่อเตรียมพร้อมนิสิต นักศึกษาก่อนก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงาน และเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่ นิสิต นักศึกษา อันเป็น ประโยชน์ต่อการทำงานในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง และ เพิ่มโอกาสในการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้กับสังคมได้อีกด้วย

| | | | |
|--|--|------|-------------|
|  | จำนวนนิสิต/นักศึกษา | 2564 | 2546 - 2563 |
| นิสิต นักศึกษาในโครงการ | KTC LEARN & EARN | 12 | 3,710 |
| นิสิต นักศึกษาในโครงการ | KTC LEARN & EARN ที่ได้รับงานกับบริษัท หลังจากจบหลักสูตร | 1 | 314 |

ในปี 2564 องค์กรประกอบของพนักงานสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลพนักงานได้ที่หัวข้อ “ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

บริษัทกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานที่มีศักยภาพสามารถเติบโตในตำแหน่งงานและเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถโอนย้ายงานตามความถนัดและความสนใจ และมีระบบการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance Management) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อผลักดันให้ผลงานของพนักงานบรรลุเป้าหมายตามที่บริษัทได้ตั้งไว้ โดยมีการวางแผนกำหนดตัววัดผลการดำเนินงาน เป้าหมาย และเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล รูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนที่ชัดเจนและมีการกำหนดไว้ตั้งแต่ต้นปี จะต้องมีความชัดเจน และสอดคล้องกับทิศทางตามกลยุทธ์ของบริษัท โดยมีการนำรูปแบบการประเมินแบบตัวชี้วัดผลงาน Key Performance Indicator (“KPI”) ซึ่งได้พิจารณาให้สอดคล้องกับการประเมินตามแนวทางของ Balance Scorecard ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน มาใช้เป็นเครื่องมือกำหนดเป้าหมายการทำงานของพนักงาน โดยมีการตกลงร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ในการผลักดันให้

พนักงานมีผลงานสูงขึ้น นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันภายในองค์กรเพื่อยกระดับมาตรฐานการปฏิบัติงาน บริษัทได้จัดให้มี KPI ที่ทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกคนจะต้องมีส่วนรับผิดชอบเพื่อให้การประเมิน KPI สะท้อนความมุ่งมั่นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น สัดส่วนเรื่องร้องเรียนเทียบกับอุตสาหกรรม การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013, ISO/IEC 27701:2019 เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาตนเองได้ บริษัทได้นำรูปแบบการประเมินผล Core Value, Core Competencies ในรูปแบบ 360 องศา มาใช้เป็นองค์ประกอบในการประเมินอีกด้วย ทั้งนี้ มีการเชื่อมโยงผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานไปใช้ในการพิจารณาผลตอบแทนให้แก่พนักงานทั่วทั้งองค์กร เพื่อพิจารณากำหนดการปรับเงินเดือน โบนัส รวมถึงการพิจารณาเลื่อนระดับที่ชัดเจน และมีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้เป็นประจำ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานดี มีความมุ่งมั่นในการทำงาน โดยพนักงานทุกระดับของบริษัทได้รับการประเมินผลการปฏิบัติงานครบถ้วนร้อยละ 100

การบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการของพนักงาน

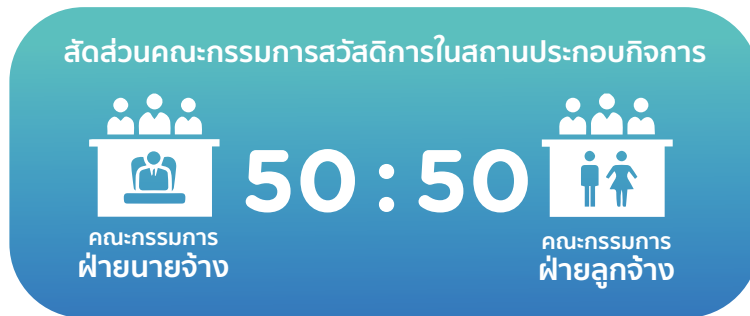
บริษัทดำเนินการตามนโยบายการบริหารค่าตอบแทน โดยมุ่งเน้นการจ่ายผลตอบแทนแก่พนักงานอย่างเป็นธรรม เสมอภาคตามประสิทธิภาพ ความสามารถของพนักงานอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงาน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงาน โดยมีหน่วยงานทรัพยากรบุคคลทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและทบทวนค่าตอบแทนและสวัสดิการที่พนักงานพึงได้รับ และร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาด้านทรัพยากรบุคคลที่มีชื่อเสียงดำเนินการสำรวจการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมเป็น

ประจำทุกปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการพิจารณาปรับปรุงค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม รวมถึงมอบสวัสดิการต่าง ๆ เช่น โครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงาน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานให้แก่พนักงานกองทุนสำรองเลี้ยงชีพลักษณะ Employee Choice ให้พนักงานสามารถเลือกนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนที่ต้องการเมื่อเกษียณอายุและระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยสามารถเปลี่ยนนโยบายการลงทุนได้ตลอดระยะเวลาของการเป็นสมาชิกกองทุนเงินทดแทน กองทุนประกันสังคม เป็นต้น

เสรีภาพในการสมาคมหรือแสดงความคิดเห็น (Freedom of Association)

นอกเหนือจากการให้พนักงานมีสิทธิเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองภายใต้บทบัญญัติตามรัฐธรรมนูญและกฎหมายแล้ว บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ มีตัวแทนพนักงานร่วมเป็นกระบอกเสียงในการพิจารณาข้อตกลงที่อาจส่งผลกระทบต่อในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้พนักงานได้รับสิทธิและสวัสดิการที่ดี มีขวัญและกำลังใจในการสร้างความผูกพันกับองค์กร และมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าของบริษัทต่อไป โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบการ ประกอบด้วย

- ร่วมหารือกับนายจ้างเพื่อจัดสวัสดิการแก่ลูกจ้าง
- ให้คำปรึกษา ทาหรือ และเสนอแนะความเห็นแก่นายจ้างในการจัดสวัสดิการสำหรับลูกจ้าง
- ตรวจสอบ ควบคุม ดูแล การจัดสวัสดิการที่นายจ้างจัดให้แก่ลูกจ้าง
- เสนอข้อคิดเห็นและแนวทางในการจัดสวัสดิการที่เป็นประโยชน์สำหรับลูกจ้างต่อคณะกรรมการสวัสดิการแรงงาน



การเลิกจ้าง

บริษัทมีการกำหนดระเบียบและขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความชัดเจนในเรื่องการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน โดยในส่วนของ การเลิกจ้าง บริษัทมีกระบวนการขั้นตอนการเลิกจ้างที่เป็นไปตามกฎหมาย ทั้งในกรณีการลาออก การเกษียณอายุ การแจ้งล่วงหน้า การจ่ายค่าชดเชย เป็นต้น

การบรรเทาและการแก้ไขหากเกิดประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

บริษัทมีแผนการดำเนินงานซึ่งครอบคลุมบริษัทและบริษัทย่อย เพื่อลดผลกระทบเชิงลบด้านสิทธิมนุษยชน หากมีประเด็นความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนเกิดขึ้น ดังนี้

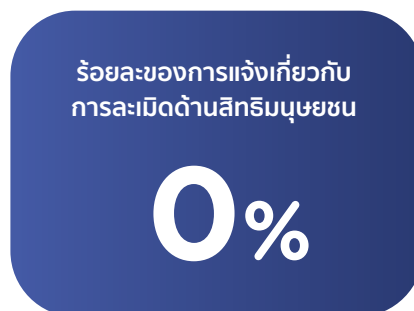
• **กระบวนการดำเนินการเพื่อลดความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชน**
การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มีความโปร่งใส เป็นธรรม มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน สามารถส่งเสริมและสนับสนุนให้บริษัทสามารถลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการทำงานในเรื่องสิทธิมนุษยชนได้

• แนวทางและขั้นตอนการดำเนินการ

- บริษัทมีแนวทางการพิจารณาแก้ไขประเด็นที่ได้รับแจ้งเกี่ยวกับการปฏิบัติไม่เป็นไปตามคู่มือจรรยาบรรณตามผลกระทบหรือความรุนแรงตามแต่กรณี
- กำหนดขั้นตอนการรายงานหากเกิดเหตุการณ์ บริษัทจัดให้มีช่องทางให้พนักงานสามารถปรึกษาหรือช่องทางในการรับแจ้งกรณีที่พบว่าบริษัท หรือพนักงานของบริษัทมีการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับจรรยาบรรณธุรกิจ

| หน่วยงานที่รับแจ้ง | กระบวนการพิจารณา | การรายงานผลแก่คณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- ผู้บริหารที่สนใจ- ผู้บริหารหน่วยงานทรัพยากรบุคคล- เลขานุการ คณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม | หน่วยงานกำกับดูแล เป็นศูนย์กลางในการควบคุม ประสานงานกับหน่วยงานทรัพยากรบุคคล โดยพิจารณาตามคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน ในกระบวนการพิจารณาโทษทางวินัยพนักงาน ในกรณีที่มีพฤติกรรมการเลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิด จะดำเนินการแก้ไขหรือลงโทษทางวินัยตามขั้นตอน กระบวนการที่กำหนดไว้ในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงาน | เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ มีคำแนะนำเสนอผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการตรวจสอบกำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นประจำ |

การแจ้งเกี่ยวกับการละเมิดด้านสิทธิมนุษยชน



ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทยังไม่ได้จัดทำมีกระบวนการตรวจสอบด้านสิทธิมนุษยชนอย่างรอบด้าน (human right due diligence)

▶ การพัฒนาทรัพยากรบุคคล

404-2

องค์กรแห่งการเรียนรู้

เคทีซีเป็นองค์กรที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Culture) ซึ่งส่งเสริมให้พนักงานทุกคนพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง โดยมีการกำหนดเป้าหมายในการจัดอบรมหรือดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพพนักงานเป็นประจำทุกปี

หลักการสิทธิมนุษยชน

บริษัทนำหลักการด้านสิทธิมนุษยชนเป็นกรอบในการวางแผน การบริหารจัดการ เพื่อจัดอบรมให้ความรู้ และเสริมสร้างความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้กับพนักงานทุกกลุ่ม ทุกเพศ เพื่อให้ได้รับโอกาสที่เท่าเทียม นอกจากนี้ บริษัทได้นำเรื่องสิทธิมนุษยชนเข้ามาสอดแทรกในสื่อการเรียนรู้และแบบทดสอบ เพื่อให้พนักงานได้ตระหนักรู้และหลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติหรือการล่วงละเมิดในที่ทำงาน อันจะเป็นการขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชนอีกด้วย

การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน

หลักการในการวางแผนพัฒนาบุคลากร

บริษัทมีเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น Job Profile, Competency และ Core Values รวมถึงการจัดทำและวิเคราะห์ People Analytics สำหรับการวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ การสรรหา และการว่าจ้าง การวิเคราะห์ช่องว่างทางทักษะ การระบุความเสี่ยงในการรักษาพนักงาน การวัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ความฉลาดทางการแข่งขัน และการวิเคราะห์เครือข่ายองค์กร เป็นต้น

การวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์

บริษัทจัดทำ dashboard พนักงาน เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ระหว่างคุณลักษณะของแรงงานปัจจุบันกับแรงงานที่ต้องการ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ด้านทรัพยากรบุคคล รวมถึงการวางแผนกำลังคนเชิงกลยุทธ์ เพื่อคัดสรร บริหารจัดการ พัฒนา จัดสรรผลตอบแทน หรือปรับตำแหน่งด้านบุคลากรได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ เพื่อให้พนักงานขององค์กรเป็นบุคลากรที่มีคุณสมบัติสำคัญ ได้แก่ Right Mindset, Right Skills, Culture Fit และ Job Fit พร้อมตอบสนองต่อความต้องการในปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร แนวโน้มธุรกิจ และการแข่งขันในตลาดแรงงาน ด้วยแนวทางดังกล่าวทำให้เคทีซีสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้ดีขึ้น เช่น การขยายช่องทางรับสมัครพนักงาน การส่งมอบ “Happiness by Design” ตอบแทนพนักงานได้ทั้งรูปแบบตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน การฝึกอบรมที่ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงานตลอดระยะเวลาที่ร่วมงานกับบริษัท และยกระดับความผูกพันกับองค์กร เพื่อให้บริษัทเป็น “Happy Workplace” ให้กับพนักงานปัจจุบันและผู้สมัครที่มีศักยภาพต่อไป

การเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ

บริษัทได้วางแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้กับพนักงานทุกระดับ ไม่จำกัดสิทธิ์ในการเรียนรู้โดยพนักงานสามารถขอเข้ารับการอบรมได้ทั้งหลักสูตรภายใน ภายนอกองค์กร และทุกแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ บริษัทได้นำนโยบายการดำเนินธุรกิจเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการจัดหาคourses และหลักสูตรต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความรู้ ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะ (competency) ที่สำคัญ จำเป็นและเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ ในตำแหน่งของพนักงานและเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงจัดทำ Learning & Development Master Plan ประจำปี เพื่อ Upskill - Reskill และ Build & Bridge ความสามารถ เร่งเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้แข็งแกร่ง ดังนี้

• วิธีการเรียนรู้

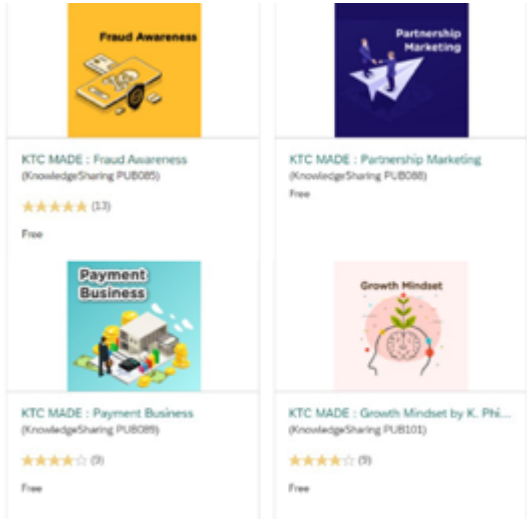
เคทีซีส่งเสริม KTC Learning Culture โดยเปิดโอกาสให้พนักงานเลือกวิธีการเรียนรู้แบบผสมผสานที่เหมาะสมกับตนเอง (Blended Learning 70:20:10) โดยองค์กรได้รวบรวมองค์ความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาให้พนักงานที่สนใจได้เข้าร่วมเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ และพัฒนาระบบ e-Learning ที่เน้นทักษะการบริหารจัดการและสามารถเรียนรู้ได้ anywhere anytime โดยแบ่งรูปแบบการเรียนรู้เป็น ดังนี้



1) การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ

- **Functional development**

มีการจัด “KTC Made” คือการให้ความรู้และแบ่งปันประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในงานนั้น ๆ ให้กับพนักงานที่สนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงานของแต่ละหน่วยงาน โดยเน้นรูปแบบการ Sharing ถาม ตอบ พูดคุยกัน ซึ่งได้รับความสนใจและการตอบรับจากพนักงานเป็นอย่างมาก



2) การเรียนรู้จากบุคคลอื่น

- **Coaching**

กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างโค้ช (Coach) ซึ่งเป็นเพื่อนชวนคิด หรือปลดลือกบางอย่างในตัวผู้รับการโค้ช (Coachee) ให้มีศักยภาพสูงขึ้น ผ่านวิธีการ และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับการโค้ช ได้เรียนรู้ ตระหนักในตัวเอง ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการลงมือปฏิบัติด้วยความคิด ความเข้าใจ ความถนัด และความสามารถของผู้รับการโค้ชเอง

- **Mentoring**

กระบวนการสอนงานในระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) เป็นการสอนงานโดยให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้น ๆ เพื่อให้ความรู้ คำปรึกษาและแนะนำ ช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นการบอกวิธีการปฏิบัติงานที่เหมาะสม ตลอดจนขั้นตอนและแนวทางแก้ไขปัญหา โดยใช้ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถของพี่เลี้ยง ถ่ายทอดไปยังผู้ปฏิบัติงาน ให้ปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การเรียนรู้แบบทางการ

- **Classroom Training**

การฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom Training) เน้นการเรียนรู้จากผู้เรียนหลากหลายกลุ่มงาน/ตำแหน่งงาน โดยทีม Human resource organization development (HROD) ทำหน้าที่จัดอบรมภายในและอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานไปฝึกอบรมกับหน่วยงานภายนอกที่เหมาะสม

- **On the Job Training**

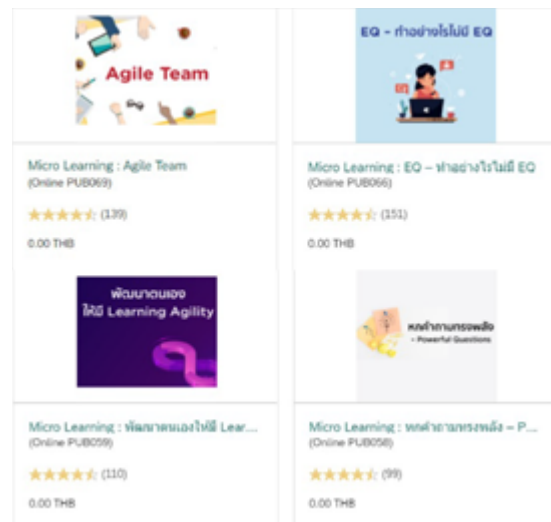
การฝึกอบรมในขณะที่ทำงาน (On the Job Training: OJT) เน้นการฝึกการปฏิบัติงานจริง โดยมีผู้สอนที่ทำหน้าที่เป็นหัวหน้างานหรือเป็นบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่สอนงานจะต้องติดตามเพื่ออธิบายและชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานในองค์กร

- **Consulting**

การให้คำปรึกษาแนะนำ (Consulting) เน้นการให้คำปรึกษาแนะนำเมื่อพนักงานมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากงานที่รับผิดชอบ หัวหน้างานจะต้องทำหน้าที่ รับฟัง เสนอแนะแนวทางการเคล็ดลับ และวิธีการเพื่อให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้

- **e - Learning**

เน้นทักษะการบริหารจัดการเวลาด้วยตัวเอง เพื่อให้สามารถเรียนรู้ในรูปแบบ micro learning ผ่านระบบ SAP Success Factor ได้ทุกที่ ทุกเวลา (anywhere and anytime) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับพนักงานที่สนใจเรียนรู้แต่มีข้อจำกัดที่หลากหลาย และมีอุปสรรคด้านกายภาพในการเข้าถึงการเรียนรู้ ให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้อย่างเท่าเทียม



- **Self - Learning**

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



• หลักสูตรการอบรมที่โดดเด่นในปี 2564

หลักสูตรที่ 1: Career Aspiration

หลักสูตรการเรียนรู้ในรูปแบบ Workshop/Brain storming ที่เริ่มต้นในปี 2563 เพื่อให้พนักงานกำหนดเป้าหมายในอนาคต สร้างความเข้าใจและพัฒนาตนเองด้วยรูปแบบวิธีการที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพื่อเอื้อต่อการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และมาตรฐานของงานที่กำหนด เพื่อก้าวสู่เป้าหมายที่พนักงานวางแผนไว้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด อันเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน และสอดคล้องกับนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัท โครงการดังกล่าวได้ดำเนินการต่อเนื่องมายังปี 2564 เพื่อเน้นย้ำให้หัวหน้างานและพนักงานได้ติดตามและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- พนักงานกำหนดเป้าหมายการพัฒนาและการเติบโตก้าวหน้าในอาชีพการงานของตนเอง (Career Planning) ร่วมกับหัวหน้างาน เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะที่สำคัญและจำเป็น (Required Competency) ของแต่ละตำแหน่งงานตามบทบาทความรับผิดชอบ
- พนักงานรู้จักตนเองมากขึ้น รู้จักจุดแข็ง และจุดที่ต้องพัฒนา (Dossier) หรือแม้แต่พรสวรรค์ที่จะสามารถสร้างเป็นจุดแข็งได้ รวมถึงการพัฒนาบุคลิก พฤติกรรมที่แสดงออกตาม DISC Model (Dominance/ Influence/ Steadiness/ Compliance) ซึ่งเป็นแบบวัดพฤติกรรมการทำงานด้านบุคลิกภาพที่สามารถบ่งบอกได้ว่าคุณเป็นคนประเภทไหนในการทำงาน สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานของตนเองและผู้อื่น ว่ามีจุดเด่นในการทำงานอย่างไร หรือมีข้อจำกัดอย่างไร เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้
- ได้ทราบ Gap การพัฒนาตนเองเพื่อก้าวสู่ตำแหน่งที่ตั้งเป้าไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- วางแผนเส้นทางการเติบโตในอาชีพของตนเองเพื่อไปให้สู่เป้าหมาย
- จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan)
- มี Coaching Feedback และจัดประชุมเพื่อสนทนาประเด็นต่างๆ ร่วมกัน (Career Conversation) กับหัวหน้างาน

หลักสูตรที่ 2: Communication Development Course

หลักสูตรการเรียนรู้ในรูปแบบ Workshop/Brain storming เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารในสถานการณ์และระดับการใช้งานที่แตกต่างออกไปตามความคาดหวังของ Core Competency ในหัวข้อ “Communication” แบ่งการพัฒนาออกเป็น 2 หัวข้อ คือ High Impact Presentation และ Super Productive Communication Tools โดยมีพนักงานเข้าร่วมหลักสูตรจำนวน 106 คน

วัตถุประสงค์:

หลักสูตร High Impact Presentation

- 1) เข้าใจหลักการและเทคนิคในการเรียบเรียงความคิดเพื่อการนำเสนอที่มีประสิทธิผล
- 2) ลำดับการนำเสนอได้ดี ถ่ายทอดได้อย่างเป็นระบบ น่าสนใจ น่าติดตาม

3) เพิ่มพูนทักษะด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นในการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ

4) พัฒนาบุคลิกภาพในการนำเสนอ ให้น่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจในการนำเสนอ แม้มีเวลาจำกัด หรือไม่มีเวลาเตรียมตัว



หลักสูตร Super Productive Communication Tools

- 1) รู้จัก: สามารถนำประโยชน์ของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผ่านเครื่องมือระดับโลก ที่ไม่ได้เป็นแค่ทฤษฎี
- 2) เข้าใจ: สามารถเข้าใจกระบวนการสื่อสาร จด จับ จูงใจ ที่ใช้งานได้ตลอดชีวิตทำงาน
- 3) ใช้เป็น: สามารถเชื่อมโยงและประยุกต์เทคนิคต่าง ๆ เข้ากับการทำงานจริงได้



ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ

ยกระดับทักษะการสื่อสาร (Communication) โดยเชื่อมโยงเทคนิควิธีการระดับโลก เข้าใจกระบวนการสื่อสาร สามารถนำมาใช้ในการทำงานได้จริงและมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่บริษัทได้รับ

การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพด้วยทักษะและความรู้ในการสื่อสารที่ถูกต้องเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างสูง

หลักสูตรที่ 3: Internal Coach

หลักสูตรการเรียนรู้ในรูปแบบ Coaching เพื่อให้สามารถนำการโค้ชเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง และเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาบุคลากร ทั้งเรื่อง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และกรอบความคิด (Mindset) ซึ่งการโค้ช (Coaching) มุ่งเน้นการทำให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตัวเองด้วยการใช้ศักยภาพของตนเองให้เต็มที่ โดยการใช้ควบคู่กับแนวทางการพัฒนาด้วยวิธีอื่น ๆ เช่น Teaching, Training, Consulting และ Counselling ตามสถานการณ์อย่างเหมาะสม โดยมีพนักงานเข้าร่วมหลักสูตรจำนวน 21 คน

วัตถุประสงค์:

เพื่อให้ความรู้ ทักษะ และวิธีการแก่ผู้เข้าอบรม (Internal Coach) ในการใช้กระบวนการโค้ช เพื่อพัฒนาศักยภาพ สร้างแรงบันดาลใจ และหาทางออก ทั้งในการทำงานและชีวิตประจำวัน ทำให้พนักงานในองค์กร (หรือผู้อื่น) สามารถเอาชนะความท้าทาย และบรรลุเป้าหมายด้านต่างๆ ในชีวิตได้

ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ:

พนักงานในองค์กรสามารถพูดคุยกับ Internal Coach เพื่อค้นหา ศักยภาพของตนเอง หรือตัวเลือกในการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหา ของพนักงานได้ โดยกระบวนการโค้ชนี้จะเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง Coach และ Coachee

ประโยชน์เชิงปริมาณที่บริษัทได้รับ:

พนักงานเห็นศักยภาพของตนเอง พัฒนาตนเองได้อย่างถูกต้อง ส่งผลให้คุณภาพและประสิทธิภาพการทำงานเป็นไปในทิศทางที่ ดีรวมถึงเสริมสร้างวัฒนธรรมการโค้ชในองค์กร

หลักสูตรอื่น ๆ

เคทีซีจัดหลักสูตร Online ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและประเมินความรู้ ความเข้าใจตลอดปี 2564 ดังนี้

- หลักสูตรนโยบายกำกับดูแลกิจการและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ (Corporate Governance Policy & Code of Conduct) ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านการคอร์รัปชัน แนวปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ของบริษัท การคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม และการเคารพสิทธิมนุษยชน

205-2



| เกณฑ์ชี้วัด | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|---|--------------|-----------------|
| ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• พนักงานมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ของการกำกับดูแลกิจการ และคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ รวมถึงการต่อต้านการคอร์รัปชัน• ไม่มีรายงานการคอร์รัปชันเกิดขึ้นในองค์กร• พนักงานมีการปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง เช่น การซื้อขายหลักทรัพย์ การให้/รับของขวัญ เป็นต้น |

- หลักสูตรข้อควรรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม หรือ Market Conduct ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย



| เกณฑ์ชี้วัด | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|---|--------------|-----------------|
| ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ของ Market conduct • พนักงานมีความตระหนักในเรื่องของการเสนอขายหรือให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ Market conduct • พนักงานสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ |

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



| เกณฑ์ชี้วัด | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|---|--------------|-----------------|
| ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • พนักงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล • บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย • พนักงานให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของสารสนเทศและข้อมูลส่วนบุคคล |

- หลักสูตรการตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้ข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Security Awareness)



| เกณฑ์ชี้วัด | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|---|--------------|-----------------|
| ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความเข้าใจและปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐาน PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) • ลดความเสี่ยงในเรื่อง IT Security และ Cyber Security |

• **หลักสูตรการตระหนักรู้ถึงการบริหารความเสี่ยง (Risk Awareness)**

ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับนิยามความเสี่ยง กระบวนการบริหารความเสี่ยง ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจและการสื่อสารผ่าน Communication Tree รวมไปถึงความรู้เรื่องการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน



| เกณฑ์ชีวิต | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|---|--------------|-----------------|
| ความรู้และความเข้าใจ ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงองค์กร บริษัทสามารถควบคุมความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักรู้ถึงการบริหารความเสี่ยงที่เริ่มจากพนักงานเอง |

• **หลักสูตร AML/CFT & WMD**

หลักสูตรที่ให้ความรู้ เรื่อง กฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ทั้งพนักงานทั่วไปและพนักงานที่ต้องเข้ารับอบรมตามกฎหมาย



| เกณฑ์ชีวิต | ผลการประเมิน | ผู้เข้าร่วมอบรม |
|--|--------------|-----------------|
| พนักงานที่ต้องเข้ารับ การฝึกอบรมตามระเบียบ ทั้งหมด ได้คะแนน ร้อยละ 70 ขึ้นไป | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |
| พนักงานทั่วไป ที่เข้าอบรมทั้งหมด ได้คะแนนร้อยละ 85 ขึ้นไป | ร้อยละ 100 | ร้อยละ 100 |

| ประโยชน์ |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> เพื่อให้พนักงานที่ต้องพบหรือให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึง พนักงานทั่วไป มีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์เกี่ยวกับกฎหมายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการต่อต้านการสนับสนุนการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง |

นอกจากนี้ในปี 2565 บริษัทมีแผนการในการพัฒนาต่อยอดการเรียนรู้ด้านการจัดการความรู้ หรือ Knowledge Management และการจัดตั้งชุมชนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือ Community of Practice: COP เพื่อบริหารจัดการองค์ความรู้ในระดับองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้

บริษัทได้พัฒนาแพลตฟอร์มการเรียนรู้ใน 2 รูปแบบ ได้แก่

KTC UNITE: แพลตฟอร์มเพื่อการเรียนรู้

“KTC UNITE” เป็นช่องทางการสื่อสารภายใน เพื่อพูดคุย แบ่งปันข่าวสารที่สำคัญ อาทิเช่น นโยบายหรือสาส์นจากผู้บริหาร การแนะนำ และเชิญชวนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่สะท้อน Core Values และ Core Competency สร้างให้เกิดความผูกพันในองค์กร เพื่อเป็นช่องทางการแบ่งปันความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร มีการสร้าง Knowledge Community ในเรื่องต่าง ๆ ที่บริษัทกำลังให้ความสนใจ หรือเรื่องที่เป็นกระแสที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน รวมถึงโปรโมชันต่าง ๆ ของเคทีซีที่น่าสนใจ



ระบบ SAP: แพลตฟอร์มเพื่อบันทึกเวลาเรียน

ในปี 2564 บริษัทได้จัดให้มีระบบ Learning Management System (LMS) ซึ่งเป็น Module หนึ่งใน SAP Success Factor เพื่อบริหารจัดการการเรียนรู้ อบรมพัฒนาของพนักงาน ในบริษัท รวบรวมหลักสูตรที่น่าสนใจให้พนักงานค้นหาเพื่อเรียนรู้ รวมทั้งเก็บข้อมูลการอบรมพัฒนาต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์การพัฒนาพนักงานในองค์กรได้อีกทางด้วย



สรุปข้อมูลชั่วโมงอบรมในปี 2564

ด้วยแพลตฟอร์มการเรียนรู้ KTC UNITE จากหลักสูตรต่าง ๆ ที่เลือกสรรมาให้พนักงาน และการเชื่อมโยงแหล่งการเรียนรู้ภายนอก เช่น Mind DOJO, SET, Beyond Training, Skill Lane เป็นต้น ที่พนักงานสามารถเลือกเรียนได้ตามความสนใจ ประกอบกับการรณรงค์ให้พนักงานเรียนรู้แบบ Self - Learning และให้มีการเก็บประวัติการฝึกอบรม โดยมีแคมเปญ “Top Learner” ส่งผลให้จำนวนค่าเฉลี่ยชั่วโมงการอบรมของพนักงานเพิ่มขึ้นจาก 45.59 ชั่วโมงในปี 2563 เป็น 57.04 ชั่วโมงในปี 2564 โดยมีรายละเอียดดังนี้





หมายเหตุ ข้อมูลแสดงถึงจำนวนของพนักงานที่เข้าอบรมจากหัวข้อการอบรมที่นำเสนอให้กับพนักงานประจำร้อยละ 100 ของบริษัท

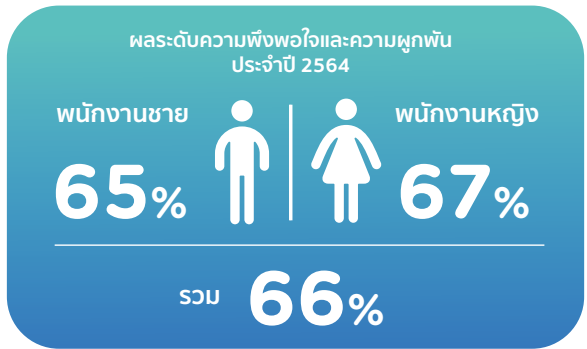
การดูแลและรักษาพนักงาน

การวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานที่มีต่อองค์กร

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร (Employee Engagement) ด้วยการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อประเมินผลความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของพนักงานปีละ 1 ครั้ง โดยเชิญให้พนักงานให้ความเห็นผ่านแบบสำรวจโดยระบบของผู้ประเมินภายนอกที่แบ่งระดับความพึงพอใจเป็น 6 ลำดับ ทำให้พนักงานมีความสบายใจในการให้ข้อมูล เนื่องจากไม่แสดงผลการสำรวจเป็นรายบุคคล บริษัทสื่อสารผลการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรรับทราบผ่านทางอีเมล และนำผลไปปรับปรุงพัฒนาและบริหารจัดการปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้พนักงานมีชีวิตที่ดี มีความสุข (Happy Workplace) ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่ง คนดี มีคุณภาพ ให้เกิดความภาคภูมิใจ อยากทำงานอยู่กับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี (Employer Branding) ต่อสายตาคนภายนอกให้อยากมาร่วมงานกับบริษัทอีกด้วย (Employer of Choice)

พนักงานทั้งหมดได้เข้าร่วมวัดระดับความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร คิดเป็น 100% ของพนักงานทั้งหมด โดยผลคะแนนความพึงพอใจและความผูกพันที่มีต่อองค์กร หรือ Employee Engagement Survey ในปีนี้ไม่เป็นไปตาม

เป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 76 ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้รับอยู่ที่ร้อยละ 66 เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 เป็นเหตุให้มีแนวโน้มผลลัพธ์ความพึงพอใจและความผูกพันองค์กรลดลง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 - 4 ของปี 2564 ที่มีผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ทั้งเดลด้าและโอมิครอน ส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานที่ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ความยากในการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น การจัดการกับความสมดุลในชีวิตครอบครัวและการทำงาน ล้วนสร้างความเครียดและความกังวล ต่อความมั่นคงทางหน้าที่การงานของพนักงาน (Psychological Safety)



ทั้งนี้ เพื่อยกระดับความพึงพอใจและความผูกพันในปี 2565 บริษัทยังคงเน้นย้ำเรื่องการสื่อสาร และรับฟังพนักงานผ่าน Communication Channel ขององค์กรชื่อ KTC UNITE ซึ่งเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามในเรื่องแนวทางการปฏิบัติตัวในการทำงานในสถานการณ์ COVID-19 อีกทั้งบริษัทได้มีการจัดสรรวัคซีนให้พนักงาน ครอบครัวพนักงาน และบุคคลใกล้ชิด มีการปรับรูปแบบการทำงานให้เอื้อต่อสถานการณ์ เช่น การทำงานแบบ Work form Home รวมถึงการแจกชุดตรวจ ATK เพื่อคัดกรองการเข้าปฏิบัติงานในพื้นที่ เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับพนักงานโดยรวม รวมทั้ง จัดให้มีการสนับสนุนอุปกรณ์ เครื่องมือด้านเทคโนโลยีในการทำงาน นอกสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ที่จำเป็นให้กับพนักงานให้ทำงานอย่างราบรื่น

การจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning)

บริษัทมีโครงการจัดทำแผนผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) เพื่อเป็นการวางแผนสรรหาและเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถ สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยผู้ที่จะมาทดแทนหรือดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง เรียกว่า ตำแหน่งงานหลัก (Key Position) ส่วนตำแหน่งงานที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งจำเป็นจะต้องมีผู้ดำรงตำแหน่งอยู่ตลอดเพื่อมิให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก เรียกว่า ตำแหน่งสำคัญ (Critical Position) โดย

ทั้งนี้สามารถศึกษาข้อมูลผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”

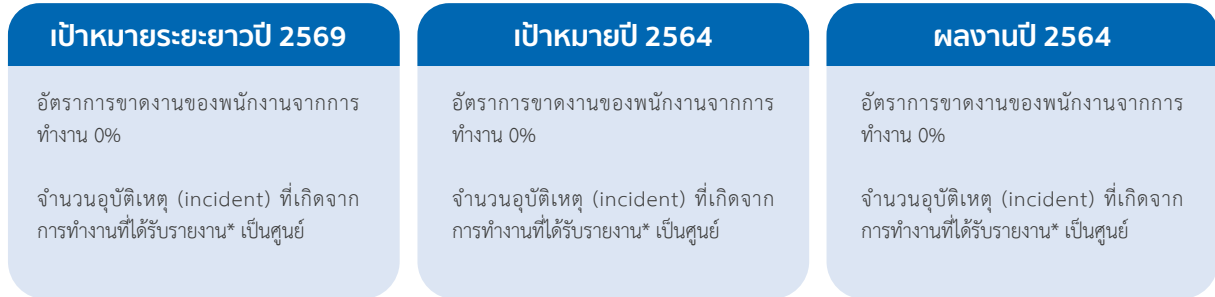
ตลอดจนมีการนำวิเคราะห์ผลสำรวจ จัดทำแผนปฏิบัติงานทั้งในระดับองค์กรและระดับหน่วยงานย่อย มีการเดินสายรายงานผลคะแนน วิเคราะห์ผลและนำเสนอแนวทางการจัดการ (Solutions) กับผู้บริหาร และกำหนดผู้แทนทุกหน่วยงานให้เป็นผู้จัดกิจกรรมสร้างความผูกพัน (People Champion) เพื่อเป็นผู้แทนการรับฟังและเสนอแนะข้อคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมการสื่อสาร ที่ตรงกับความต้องการของพนักงานที่หลากหลาย มีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมและแผนงานที่ควรทำเพิ่มเติม รวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานตลอดทั้งปี เพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีความพึงพอใจและความผูกพันเพิ่มขึ้น

ขั้นตอนและกระบวนการในการสรรหา คัดเลือก จำเป็นที่จะต้องทำอย่างเป็นระบบ มีหลักเกณฑ์ และได้รับการเห็นพ้องต้องกัน เพื่อให้มีความพร้อมในด้านกำลังคนที่จะสานต่อพันธกิจขององค์กร เป็นการสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการที่ดี ที่มุ่งรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

การดูแลสุขภาพและความปลอดภัย ในสภาพแวดล้อมการทำงาน



103-3



* การรายงานผ่านช่องทาง HR และระบบ GS Online

103-1

บริษัทใส่ใจดูแลและห่วงใยด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดีในที่ทำงาน โดยส่งเสริมและปลูกฝังจิตสำนึกด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยของผู้บริหารและพนักงาน รวมทั้งดูแลสถานประกอบการให้มีความปลอดภัยไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเมื่อใช้งาน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ลดโอกาสเสี่ยง ความกังวลใจ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บจากการทำงานของพนักงานในบริษัท โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

103-2, 403-1

การกำกับดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

บริษัทมีการกำกับดูแลและบริหารจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน ดังนี้

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วยประธานคณะกรรมการ กรรมการผู้แทนระดับผู้บังคับบัญชา และกรรมการผู้แทนลูกจ้างระดับปฏิบัติการ โดยมีผู้แทนจากหน่วยงาน Human Resources, General Services, Contact Center & Process Development, Credit Acceptance, Internal Audit, Operations, Compliance, Distribution และ Office of President & CEO

| คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน | จำนวน |
|--|-------|
| ประธานคณะกรรมการ | 1 |
| ผู้แทนระดับผู้บังคับบัญชา (กรรมการ) | 7 |
| ผู้แทนลูกจ้างระดับปฏิบัติการ (กรรมการ) | 7 |
| รวม | 15 |

คณะกรรมการดังกล่าวมีหน้าที่รับผิดชอบบริหารงานความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดแผนงาน ดูแล ประสานงาน จัดอบรมให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยแก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยคณะกรรมการได้รับการอบรมหลักสูตรด้านความปลอดภัย ดังนี้ หลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในระดับผู้บริหาร และหลักสูตรเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในระดับหัวหน้างาน

คณะกรรมการ Crisis Management Committee

คณะกรรมการ Crisis Management Committee การจัดให้มีแผนปฏิบัติการสำหรับการบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ หรือ Business Continuity Plan (BCP) เพื่อรองรับสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด อัคคีภัย เป็นต้น

การบริหารจัดการ

บริษัทกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณด้านการบริหารความปลอดภัยเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานตาม Key Performance Indicator ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การบริหารจัดการกรณีเกิดเหตุการณ์ให้เสร็จสิ้นตามเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ยังจัดให้มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงด้านสุขภาพของพนักงาน พร้อมทั้งมีแผนปฏิบัติการรองรับและรายงานต่อผู้บริหารเป็นประจำทุกไตรมาส

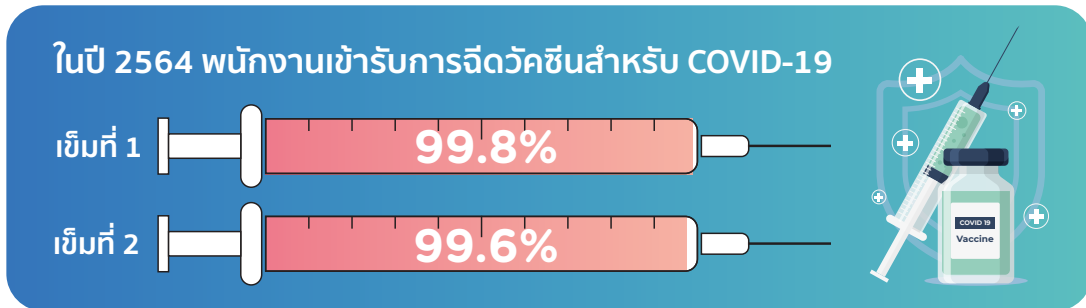
นอกจากนี้บริษัทได้บริหารจัดการเพื่อดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

การลดความเสี่ยงในสถานการณ์โรคระบาด

บริษัทประกาศมาตรการป้องกันและลดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งครอบคลุมมาตรการปฏิบัติงานจากบ้าน (Work From Home) และการใช้สิทธิ์วันลาในสถานการณ์ COVID-19 อีกทั้งได้ดูแลพนักงานในสถานการณ์ที่น่ากังวลดังกล่าวเพิ่มเติม เช่น การสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ของ COVID-19 อย่างรวดเร็ว

และถูกต้อง การดูแลพนักงานที่มีความเสี่ยงหรือได้รับเชื้อ COVID-19 อย่างใกล้ชิด การจัดหาวัคซีนให้กับพนักงาน เป็นต้น

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)”) ”



หมายเหตุ: พนักงานไม่สามารถเข้ารับการฉีดวัคซีนสำหรับ COVID-19 ร้อยเปอร์เซ็นต์ เนื่องด้วยปัญหาด้านสุขภาพ

การส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพและความปลอดภัย

403-5



เคทีซีจัดอบรมหลักสูตรด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยใน ที่ทำงานให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อม การทำงาน โดยในปี 2564 บริษัทยังคงให้ความรู้เกี่ยวกับการ ดูแลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในที่ทำงาน เผยแพร่ ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่ดีผ่านอีเมลภายใน ของบริษัทในหัวข้อ “นานา นารู้” เพื่อให้สามารถเข้าถึงพนักงาน ได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว และให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องในการดูแลสุขภาพทั้งกาย ใจ ลดความกังวล อีกทั้งเป็น แนวปฏิบัติเพื่อลดโอกาสการเจ็บป่วยหรือความเสี่ยงจาก COVID-19 ซึ่งเป็นการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ถูกต้องด้าน สุขภาพและความปลอดภัยในที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง

การจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม



บริษัทจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ให้มีความพร้อมใช้ โดยคำนึงถึงมาตรฐานตามกฎหมาย และความเหมาะสมในการใช้งานต่าง ๆ ดังนี้

- การควบคุมความเข้มของแสง
- การตั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม
- การทำความสะอาดท่อแอร์ให้ระบบปรับอากาศมีการส่งลมได้ดีขึ้น ใช้เครื่องฟอกอากาศในสถานที่ปฏิบัติงานเพื่อยับยั้งการแพร่กระจายของเชื้อโรค
- การตรวจสอบและติดตามประเมินผลด้านความสะอาดของพื้นที่ทำงานในแต่ละหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ

โดยในปี 2564 บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบการดำเนินการเรื่องความปลอดภัยในงานก่อสร้าง (Construction management) การตรวจสอบอุปกรณ์หลังการติดตั้ง ค่าความสว่างของแสง ค่าความชื้น (Quality Assurance) โดยหน่วยงานที่ปรึกษาภายนอก

การจัดให้มีช่องทางในการรับแจ้งเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการใช้สถานที่

บริษัทจัดให้มีช่องทางในการให้พนักงานแจ้งปัญหา หรือความเสี่ยงจากการใช้สถานที่ เพื่อให้สามารถแก้ไข ซ่อมแซม หรือป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงจากการทำงานในสถานประกอบการ โดยมีเหตุการณ์ที่ได้รับแจ้งผ่านช่องทาง GS Online จำนวน 2,130 เหตุการณ์ ซึ่งสามารถแก้ไขได้ทั้งหมดร้อยละ 100 โดยเป็นเหตุการณ์แจ้งเกี่ยวกับการแจ้งซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ชำรุด ห้องน้ำชำรุด เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมาไม่มีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อพนักงาน

การสนับสนุนการออกกำลังกาย การจัดการความเครียด การยศาสตร์*



กิจกรรมออกกำลังกาย

บริษัทจัดให้มีชมรมแบดมินตันและชมรมฟุตบอล โดยเป็นชมรมที่จัดตั้งขึ้นตามความสนใจของพนักงาน เพื่อเสริมสร้างสุขภาพอนามัยและสนับสนุนการออกกำลังกายให้แก่พนักงาน โดยจัดกิจกรรมต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 แต่ด้วยสถานการณ์ COVID-19 ในปี 2564 ยังไม่คลี่คลาย บริษัทจึงได้งดจัดกิจกรรม แต่ยังคงจัดสถานที่ เช่น สนามแบดมินตัน ห้องโยคะ เพื่อให้พนักงานผู้รักสุขภาพได้ใช้ออกกำลังกายตามความสนใจ ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน และทำกิจกรรมร่วมกับพนักงานภายในองค์กร ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นไปตามมาตรการของภาครัฐอย่างเคร่งครัด



กิจกรรมอื่น ๆ ที่ได้ปรับเป็นรูปแบบออนไลน์ ที่ส่งเสริมการลดความเครียดจากการทำงาน

1. การประกวดการแต่งกายแบบออนไลน์ บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีการประกวดการแต่งกายต่าง ๆ ที่พนักงานทุกคนสามารถร่วมกิจกรรมได้ ทั้งจากที่บ้านในกรณีที่ทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) หรือในที่ทำงาน เพื่อลดความแออัดและลดโอกาสในการติดเชื้อ COVID-19 นอกจากนี้บริษัทยังเปิดโอกาสให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย ทุกกลุ่ม รวมถึงกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQI+) ได้สามารถแสดงความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบการแต่งกายอย่างเท่าเทียม ซึ่งที่ผ่านมามีการประกวดการแต่งกาย ดังนี้

หมายเหตุ *การยศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์หรือวิชาการที่เป็นการปรับเปลี่ยนสภาพงานให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน หรือเป็นการปรับปรุงสภาพการทำงานอย่างเป็นระบบ เพื่อการทำงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ลดความผิดพลาดในการทำงาน พัฒนาความปลอดภัย ลดความเครียดและความล้าจากการทำงาน

- การประกวดการแต่งกายพร้อมสู้โควิด: เพื่อสร้างให้พนักงานตระหนักต่อการป้องกันการแพร่ระบาด COVID-19 ด้วยตัวของพนักงานเอง ผ่านกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานสร้างสรรค์การแต่งกายที่ปกปิด มิดชิด ป้องกันโควิดในแบบฉบับของตนเองอย่างเสรี
- ประกวดแต่งกาย KTC นพมาศ: เพื่อให้พนักงานได้ร่วมการสืบสานประเพณีไทยผ่านการแต่งกายนพมาศ โดยบันทึกเทปวิดีโอการนำเสนอชุดแต่งกายในแพลตฟอร์มของบริษัท KTC UNITE และเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้ร่วมโหวตให้กับชุดที่สร้างสรรค์ที่สุดในกิจกรรม

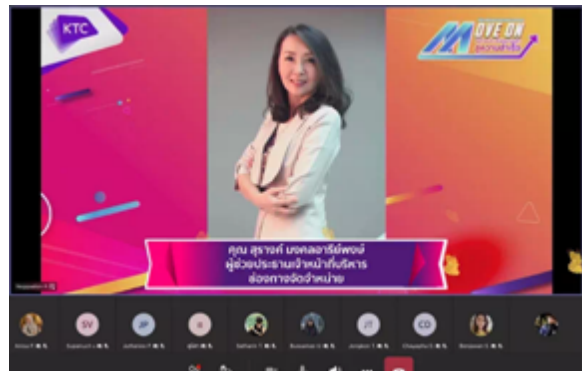


2. การแข่งขัน Crossword บริษัทส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ตลอดเวลา ซึ่งการจัดกิจกรรมแข่งขัน Crossword เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ทำให้พนักงานได้มีการแข่งขันความสามารถในด้านภาษาอังกฤษ และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกัน เพื่อเป็นการลดความเครียดจากการทำงานและเพิ่มโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาทักษะด้านภาษาอังกฤษ ด้วยการจัดกิจกรรมตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคมในรูปแบบออนไลน์ โดยมีการ Live ผ่าน Microsoft team ระหว่างการแข่งขัน เพื่อให้พนักงานได้เข้ามารับชมและมีส่วนร่วมในการเชียร์ไปพร้อมกัน



3. กิจกรรมการสื่อสารของทีม Distribution

- กิจกรรมการสื่อสารส่งต่อความห่วงใย เพื่อปรับตัว อย่างถูกสุขอนามัยในสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 ผ่านช่องทางออนไลน์ของหน่วยงาน Distribution ทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสาร การป้องกันตัวจากการติดเชื้อ รวมถึงการดูแลตัวเองเมื่ออยู่ในกลุ่มเสี่ยง หรือเปลี่ยนวิธีการทำงานในสถานการณ์ที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม
- การประชุมออนไลน์ เคทีซีจัดสัมมนาแห่งปี “Move On... ไปข้างหน้า ด้วยความกล้า สู่อความสำเร็จ” ให้กับผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ กว่า 500 คน ในรูปแบบ Online Edutainment โดยเน้นการปรับทัศนคติและสร้างแรงบันดาลใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์เคทีซีให้กับผู้บริโภคมั่นใจและมีความสุข รับมือกับชีวิตการทำงานที่เปลี่ยนแปลงในยุคนิวนอร์มอล โดยวิทยากรโค้ชมอส ตรีมิตร เกษมวิริติพงศ์ ร่วมแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับการปรับ Mindset และทัศนคติฝ่าวิกฤตปัจจุบัน เพื่อพิชิตเป้าหมายแห่งความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย อีกทั้งเคทีซียังให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเพื่อสนับสนุนการทำงานของผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระโดยได้นำเสนอชุดอุปกรณ์พื้นฐานป้องกัน COVID-19 คุ้มครองคุ้มครองกรณีติดเชื้อไวรัส COVID-19 และแผนคุ้มครองประกันสุขภาพเพื่อสุขภาพที่ดีร่วมกัน นอกจากนี้ผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสระ เคทีซียังได้ร่วมกันระดมเงินทุนในการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยจากสถานการณ์ COVID-19 ให้กับ “โรงพยาบาลราชวิถี” ภายใต้กิจกรรม “Love & Share Give For Life พลังแห่งการให้ ต่อลมหายใจ...ให้ชีวิต “สู้ภัยโควิด” อีกด้วย



4. การจัดสถานที่ Relaxing Zone ของพนักงาน

บริษัทมีพื้นที่สำหรับพักผ่อน คลายความเครียดหลังจากการทำงาน ซึ่งบริษัทเชื่อว่าการมีพื้นที่ให้พนักงานได้ผ่อนคลายนั้น สามารถทำให้พนักงานคลายความกังวลในการทำงานได้ และยังเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อีกทางด้วย โดยในปี 2564 บริษัทได้มีการปรับปรุงพื้นที่ สำหรับผ่อนคลายความเครียดให้กับพนักงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเปิดให้บริการในปี 2565



การร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟ

เพื่อความปลอดภัยของพนักงานในฐานะของผู้เช่าใช้อาคารสำนักงาน บริษัทได้ร่วมกับอาคารในการซ้อมหนีไฟเป็นประจำทุกปี โดยจะนำผลที่ได้จากการซ้อมหนีไฟ รายงานผลต่อคณะกรรมการ Crisis Management Committee (CMC) เพื่อรับทราบผลของการทดสอบ แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ผู้ให้เช่าอาคารได้แจ้งให้บริษัททราบว่า ปี 2564 ได้ชะลอกิจกรรมฝึกอบรมดับเพลิงและซ้อมอพยพหนีไฟออกไป ทั้งนี้ เพื่อความปลอดภัยของผู้เช่าอาคาร

▶ การจัดสวัสดิการให้กับพนักงาน

| สวัสดิการ | ประเภทพนักงาน (Type of employee) | |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| | พนักงานประจำ (Full-time Employee) | พนักงานสัญญาจ้าง (Contractor) |
| เงินเดือน | ● | ● |
| ค่าล่วงเวลา | ● | ● |
| ฝึกอบรม/พัฒนาพนักงาน | ● | ● |
| เงินช่วยเหลือเพื่อจัดการงานศพ | ● | ● |
| เงินช่วยเหลือกรณีคลอดบุตร | ● | ● |
| ค่ารักษาพยาบาล | ● | ● |
| กระเช้าเยี่ยมไข้ | ● | ● |
| เงินช่วยเหลือกรณีพนักงานสมรส | ● | ● |
| กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ | ● | - |
| ตรวจสอบสุขภาพประจำปี | ● | ● |

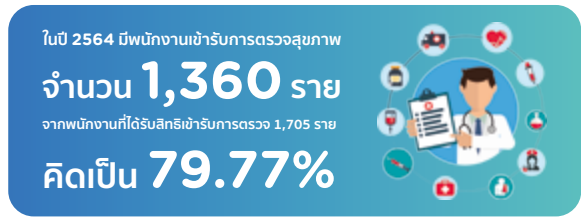
- การมีชั่วโมงทำงานที่ยืดหยุ่น มีการจัดเวลาทำงานแบบยืดหยุ่นให้พนักงานสามารถเลือกเวลาเข้า-ออกงานได้ภายใต้กรอบเวลาที่บริษัทกำหนด โดยเฉพาะช่วง COVID-19 เท่านั้น เพื่อเป็นการลดความแออัดในสำนักงาน และลดความแออัดต่อการเดินทางในชั่วโมงเร่งด่วน
- ความยืดหยุ่นด้านสถานที่ทำงาน เพื่อป้องกันและลดการแพร่กระจายในสถานการณ์ COVID-19 บริษัทประกาศเตรียมการต่าง ๆ รวมถึงการทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) โดยบริษัทจัดเตรียมอุปกรณ์ ระบบ และขั้นตอนการทำงานให้พร้อมสนับสนุนพนักงานในทุกสถานการณ์
- การให้พนักงานหญิงที่ตั้งครรภ์มีสิทธิลาเพื่อคลอดบุตรได้ไม่เกิน 98 วัน รวมถึงวันลาเพื่อตรวจครรภ์ก่อนคลอดบุตรด้วย โดยได้รับค่าจ้างตลอดระยะเวลาที่ลา แต่ไม่เกิน 60 วัน โดยนับรวมวันหยุดที่มีในระยะเวลาด้วย ซึ่งมากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ที่ 45 วัน
- กรณีพนักงานซึ่งเป็นหญิงมีครรภ์มีใบรับรองแพทย์แผนปัจจุบันขึ้นหนึ่งเพื่อรับรองว่าไม่อาจทำงานในหน้าที่เดิมต่อไปได้ และให้พนักงานนั้นมีสิทธิขอให้บริษัทเปลี่ยนงานในหน้าที่เดิมเป็นการชั่วคราวได้ก่อนหรือหลังคลอดได้ โดยบริษัทจะพิจารณาเปลี่ยนงานที่เหมาะสมให้แก่พนักงานหญิงนั้นตามสมควร
- การจัดห้องพยาบาลเป็นห้องให้นมบุตรเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดีของแม่และเด็ก
- ให้เงินขวัญถุงสำหรับพนักงานชายที่ภรรยาคลอดบุตรเป็นจำนวนเงิน 2,000 บาท ต่อบุตร 1 คน สูงสุด 5 คน
- การจัดให้พนักงานตรวจสุขภาพประจำปี รวมถึงจัดให้มีสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกให้แก่พนักงาน ณ โรงพยาบาลชั้นนำ และครอบคลุมไปถึงครอบครัวของพนักงาน ซึ่งกำหนดเป็นภาคสมัครใจ โดยบริษัทจะจ่ายค่าเบี้ยประกันสุขภาพของครอบครัวพนักงานให้จำนวนร้อยละ 50

ในปี 2564 มีพนักงานเข้ารับการตรวจสุขภาพ

จำนวน 1,360 ราย

จากพนักงานที่ได้รับสิทธิเข้ารับการตรวจ 1,705 ราย

คิดเป็น 79.77%



- การฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่าง ๆ ให้กับพนักงานและครอบครัวของพนักงานในราคาพิเศษ เช่น วัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ วัคซีนป้องกันโรคโปลิโอ เป็นต้น

ในปี 2564 พนักงานเข้ารับการจัดวัคซีนป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ วัคซีนป้องกันโรคโปลิโอ

จำนวน 205 ราย

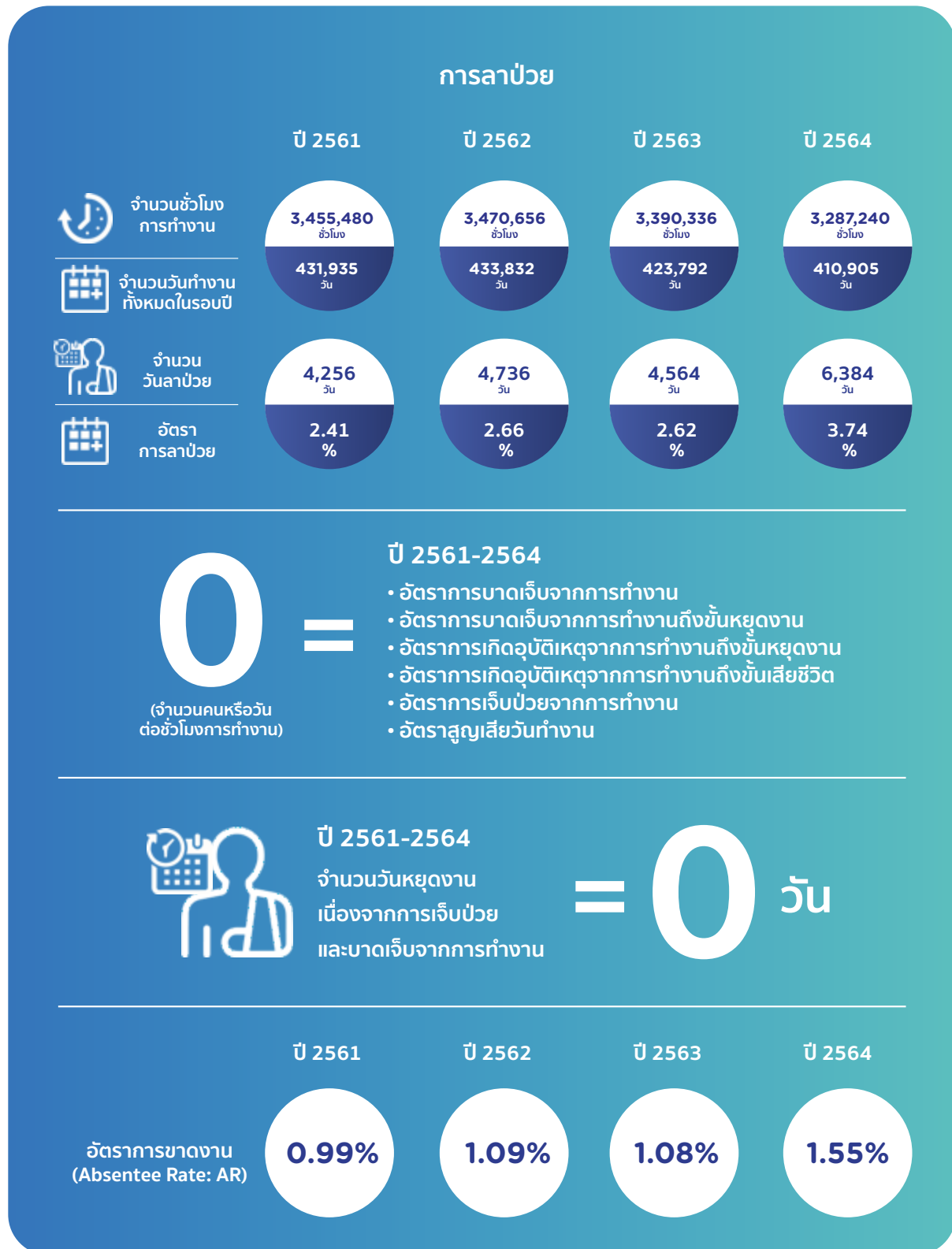


- ดูแลพนักงานที่เจ็บป่วย ฝ้าระวัง ติดตามผล และบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วย เมื่อมีพนักงานเจ็บป่วยซึ่งเชื่อโรคอาจแพร่กระจายในพื้นที่ปฏิบัติงานได้ ตลอดจนให้การดูแลพนักงานที่บาดเจ็บให้ได้รับการรักษาจนสามารถใช้ชีวิตเป็นปกติในการทำงาน
- จัดห้องพยาบาลขนาด 2 เตียงที่อาคารสมัชชาวามนิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เพื่อให้บริการด้านการแพทย์ โดยมียาและเวชภัณฑ์พื้นฐานในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และจัดให้มีพยาบาลประจำห้องพยาบาลคอยให้คำปรึกษาด้านสุขภาพให้กับพนักงานตามมาตรฐานที่เหมาะสม
- บริษัทลงนามในสัญญาความร่วมมือ หรือ MOU กับสถานพยาบาลเพื่อพร้อมสำหรับส่งตัวพนักงานเข้ารับรักษากรณีฉุกเฉินซึ่งทำความร่วมมือร่วมกันมากกว่า 5 ปี



ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

403-9, 403-10



(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “คำอธิบายเพิ่มเติม” และ “ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน”)

การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชนจำนวน 8 โครงการ

เป้าหมายปี 2564

ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชน จำนวน 3 โครงการ

ผลงานปี 2564

ความร่วมมือกับพันธมิตรภาครัฐ หรือ เอกชน จำนวน 7 โครงการ

103-1

เคทีซีมุ่งมั่นในการดำเนินการเพื่อความยั่งยืน โดยได้เชิญชวนพันธมิตรในการร่วมมือกัน เพื่อให้การดำเนินการด้านความยั่งยืนเป็นไปอย่างแข็งแกร่งและสามารถส่งผ่านสู่สังคมได้ในวงกว้างขึ้น โดยในปี 2564 บริษัทได้ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ดังนี้

103-2, 203-2

บริษัท เอสซีซี ซีเมนต์-ผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง จำกัด (เอสซีซี)

บัตรเครดิตเพื่อช่างผู้รับเหมารายย่อย (KTC-SCG VISA Purchasing)



เคทีซีร่วมมือกับเอสซีซี และบริษัท เน็กซ์เตอร์ ดิจิตอล จำกัด เป็นปีที่ 5 จัดอบรมสัมมนาให้กับร้านค้า เอสซีซี ดีลเลอร์ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้บัตรเครดิตรวมถึงเทคโนโลยีการชำระสินค้าและบริการด้วยรูปแบบ QR Code และการทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์โดยไม่ต้องเข้ามาที่จุดจำหน่ายสินค้า เพื่อลดการใช้จ่ายเงินสด หรือลดความเสี่ยงการติดเชื้อ COVID-19 อีกทั้งส่งเสริมให้กลุ่มช่างผู้รับเหมาเห็นถึงประโยชน์ของการมีวินัยทางการเงิน เพื่อสร้างประวัติทางการเงินที่ดี และมีส่วนช่วยส่งเสริมให้กลุ่มช่างผู้รับเหมารายย่อยเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่ถูกต้องตามกฎหมาย และอัตราดอกเบี้ยที่เป็นไปตามกฎหมายกำหนด รวมถึงลดปัญหาหนี้ในระบบอีกด้วย

เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ ความยั่งยืนหัวข้ออื่น ๆ

นวัตกรรมดิจิทัล และการเข้าถึงการบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผลลัพธ์องค์กร

ในปี 2564 มีร้านค้า เอสซีซี ดีลเลอร์ เข้าร่วมโครงการกว่า 200 ร้านค้า และมีช่างผู้รับเหมารายย่อยได้รับการอนุมัติบัตรเอสซีซีไปแล้วทั้งสิ้น 886 ราย เป็นวงเงินทั้งสิ้น 195 ล้านบาท

ผลลัพธ์สังคม

กลุ่มช่างผู้รับเหมารายย่อยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ และต่อยอดธุรกิจรับเหมางานได้เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งยังได้ตระหนักถึงประโยชน์ของการสร้างวินัยทางการเงินที่ดี เพื่อประโยชน์ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินอื่น ๆ ได้ในอนาคต

ผลลัพธ์สิ่งแวดล้อม

ด้วยเทคโนโลยีการรับชำระผ่าน KTC TAP MERCHANT (Mobile Application) ซึ่งเป็นธุรกรรมในรูปแบบดิจิทัลช่วยลดการใช้กระดาษคาร์บอน หรือ Sales slip ที่พิมพ์ออกมาให้ลูกค้าและร้านค้าเก็บเป็นเอกสารหลักฐานการซื้อขาย ลดค่าใช้จ่าย และลดกระบวนการงานเอกสาร



Q-Chang คิวช่าง

เคทีซีร่วมมือกับเอสซีจีเป็นปีที่ 3 มอบสิทธิประโยชน์และอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี ด้วยการให้ส่วนลดสูงสุด 150 บาท และสามารถใช้จ่ายผ่าน KTC FOREVER แทนส่วนลด 10% เมื่อใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ต่อรายการในการรับบริการล้างเครื่องปรับอากาศ ฆ่าเชื้อโรคจากผู้รับเหมารายย่อยของเอสซีจีผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล Q-Chang ทั้งนี้ เพื่อต่อยอดสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างงานให้กับกลุ่มช่างผู้รับเหมารายย่อยของเอสซีจี

เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ
ความยั่งยืนหัวข้ออื่น ๆ

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

การเข้าถึงบริการทางการเงิน
และการส่งเสริมความรู้
ทางการเงิน

ผลลัพธ์ต่อ
องค์กร

เพื่ออำนวยความสะดวก และตอบโจทย์การใช้ชีวิตให้แก่สมาชิก
บัตรเครดิต รวมถึงสร้างประสบการณ์ที่ดีเพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์ต่อ
สังคม

ช่วยสร้างงานให้กับกลุ่มช่างผู้รับเหมารายย่อยให้สามารถบริหารจัดการ
กิจการควงาน รับงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลูกค้าผู้ใช้
บริการได้รับบริการจากช่างที่ผ่านมาตรฐานของเอสซีจี

ผลลัพธ์ต่อ
สิ่งแวดล้อม

ลดการใช้พลังงานจากการทำงานที่ไม่เต็มประสิทธิภาพของ
แอร์บ้านในการทำความเย็น และดักจับฝุ่นละอองที่กระจาย
อยู่ในอากาศ หรือสะสมอยู่ในแผ่นกรองแอร์

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

การให้บริการร้านค้ารับชำระ: QR Code IIa: e-Commerce



เคทีซีและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร่วมลงนามในสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจ โดยต่อยอดบริการรับชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้กับสมาชิกร้านน้องหอมจิ้งของ ธ.ก.ส. ด้วยระบบ QR Credit Card Payment บนเครือข่ายของวีซ่าและมาสเตอร์การ์ดเป็นเจ้าแรกในไทย เพื่อเป็นการขยายช่องทางการรับชำระค่าสินค้าและบริการของสมาชิกร้านน้องหอมจิ้งผ่าน Mobile Application ซึ่งเป็นร้านค้ารายย่อย ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กลุ่ม Smart Farmer และกลุ่มร้านค้าขนาดเล็กที่ไม่มีการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และขยายโอกาสทางการตลาดเข้าถึงระบบการชำระที่ทันสมัย สะดวก ปลอดภัย สอดรับวิถีชีวิตใหม่ รวมถึงให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิตใหม่ ๆ ที่เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการมากขึ้นนอกเหนือจากกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน

**เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ
ความยั่งยืนหัวข้ออื่น ๆ**

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

นวัตกรรมดิจิทัล และ
การเข้าถึงการบริการทาง
การเงินและการส่งเสริมความรู้
ทางการเงิน

**ผลลัพธ์ต่อ
องค์กร**

ขยายการให้บริการร้านค้ารับบัตรไปยังกลุ่มร้านค้ารายย่อย
และยังเป็นการเพิ่มจุดรับชำระด้วย QR Credit Card Payment
เพื่อส่งเสริมสังคมไร้เงินสด

**ผลลัพธ์ต่อ
สังคม**

ส่งเสริมเทคโนโลยีการรับชำระด้วย QR Credit Card Payment
ให้กับกลุ่มร้านค้ารายย่อย เพื่อลดต้นทุนการเช่าเครื่องรับบัตร
เครดิต นอกจากนี้ยังเพิ่มโอกาสให้ยอดขายสินค้าและบริการ
ของร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งกลุ่มร้านค้ารายย่อย
ที่ไม่ได้จดภาษีมูลค่าเพิ่ม ได้รับค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษอีกด้วย

**ผลลัพธ์ต่อ
สิ่งแวดล้อม**

ลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำรายการและการแจ้งยอด
การชำระผ่าน Mobile Application

กรมบังคับคดี

**มทกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจา
ประนอมหนี้กับลูกหนี้**

คดีที่เข้าร่วมมือกับกรมบังคับคดีเป็นปีที่ 7 จัดทำโครงการ
“มทกรรมไกล่เกลี่ยเพื่อเจรจาประนอมหนี้กับลูกหนี้”
เพื่อไกล่เกลี่ยข้อพิพาทชั้นบังคับคดี ประจำปี 2564
รวมทั้งสิ้น 2 ครั้ง เพื่อให้ลูกหนี้สามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระ
ได้ตามกำลังความสามารถและลดข้อพิพาทในชั้นตอน
การบังคับคดี



**เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ
ความยั่งยืนหัวข้ออื่น ๆ**

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

การเข้าถึงการบริการทาง
การเงินและการส่งเสริมความรู้
ทางการเงิน

**ผลลัพธ์ต่อ
องค์กร**

มีลูกหนี้เข้าร่วมมทกรรมไกล่เกลี่ยทั้งสิ้น 2,071 ราย สามารถ
ไกล่เกลี่ยเรียกเงินสดรับคืนอันเป็นการลดจำนวนหนี้ NPL ได้ทั้งสิ้น
158,644,534.78 บาท โดยเจรจาสำเร็จคิดเป็นร้อยละ 67.17

**ผลลัพธ์ต่อ
สังคม**

ลดภาระหนี้ให้ลูกค้ายึดตามกำลังความสามารถ เพื่อลดปัญหาภาพ
รวมหนี้ของสังคมในระยะยาว

หมายเหตุ: เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงปรับกระบวนการเชิญชวนลูกหนี้เข้าร่วมโครงการด้วยการ
ออกจดหมาย แล้วนำเสนอเงื่อนไขสำหรับลูกหนี้ที่สนใจติดต่อกลับมา เป็นการเจรจาประนอมหนี้ทางโทรศัพท์ แทนการจัดงานเหมือนทุกครั้งที่ผ่านมา

▶ การช่วยเหลือร้านค้าในสถานการณ์ COVID-19

โครงการ “ช่วยกันแคร่มาดูแลกัน”



บริษัทจัดโครงการเพื่อช่วยเหลือธุรกิจของคู่ค้า พันธมิตรที่ได้รับผลกระทบจากการล็อกดาวน์ ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 เดือนมิถุนายน - กันยายน 2564 ภายใต้ชื่อโครงการว่า “ช่วยกันแคร่มาดูแลกัน” โดยบริษัททำหน้าที่เป็นสื่อกลางการสื่อสาร เปิดโอกาสให้ร้านค้าผู้ประกอบการได้ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของบริษัท อาทิ Facebook, Instagram, Twitter รวมถึงได้เชิญชวนพนักงานจาก KTC Influencer Club ร่วมใช้พื้นที่โซเชียลมีเดียส่วนตัวช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจของพันธมิตรเพิ่มเติม นอกเหนือจากสื่อภายในองค์กรแล้ว บริษัทประสานงานกับสื่อมวลชนภายนอก อาทิ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์สาธารณะ เพื่อจัดกิจกรรมสัมภาษณ์พิเศษร้านค้าพันธมิตร ซึ่งถือเป็นกระบอกเสียงสำหรับการประชาสัมพันธ์ในวงที่กว้างขึ้น อีกทั้งยังได้จัดโปรโมชั่นสำหรับสมาชิกบัตรเครดิตเคทีซี เพื่อให้ได้รับความสะดวกและความคุ้มค่าไปพร้อมกัน อันเป็นแนวทางการดำเนินงานของเคทีซี ในการให้ผู้มีส่วนได้เสียได้เติบโตพร้อมกันอย่างยั่งยืนในทุกสถานการณ์

เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ ความยั่งยืนหัวข้ออื่น ๆ

การได้รับความไว้วางใจจาก
ประสบการณ์ที่ดี และ
การเข้าถึงการบริการทาง
การเงินและการส่งเสริม
ความรู้ทางการเงิน

ผลลัพธ์และประโยชน์ที่ได้รับ

ผลลัพธ์ต่อ องค์กร

สนับสนุนร้านค้าพันธมิตร (Partner) ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้แม้ในช่วงที่ล็อกดาวน์ ซึ่งทำให้เคทีซีได้สร้างความน่าเชื่อถือ (Trust) และได้รับการยอมรับจากพันธมิตร (Partner) มากขึ้น

ผลลัพธ์ต่อ สังคม

โครงการดังกล่าวมีส่วนช่วยให้ร้านค้าพันธมิตรสามารถดำเนินกิจการได้โดยไม่ต้องเลิกกิจการ ซึ่งถือว่ามีส่วนช่วยให้เกิดการจ้างงานพนักงานในกิจการมีรายได้ ลดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว อีกทั้งการติดต่อกันของทั้งพันธมิตรร้านค้าและลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ หรือช่องทางที่เหมาะสมสำหรับสถานการณ์ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของ COVID-19 สามารถช่วยสังคมให้ลดการติดต่อสัมผัสโดยตรงได้ ลดโอกาสการระบาดของเชื้อ COVID-19 ซึ่งถือเป็นการช่วยโรงพยาบาล บุคลากรทางการแพทย์รวมทั้งระบบสาธารณสุขได้อีกทางหนึ่งด้วย

ผลลัพธ์ต่อ สิ่งแวดล้อม

การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยส่งเสริมการตลาดใช้ทรัพยากรที่เกิดขึ้น และส่งเสริมการตลาดเดินทางของลูกค้า ตอบสนองต่อมาตรการการล็อกดาวน์ของภาครัฐ



มีทิศทางแวดล้อม
“Better Climate”

การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ



103-3

เป้าหมายระยะยาวปี 2569

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 5
- ลดการใช้น้ำร้อยละ 5
- คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิล หรือ ทำลายอย่างถูกวิธี ร้อยละ 100
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม ร้อยละ 6

เป้าหมายปี 2564

- ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า ร้อยละ 4
- ลดการใช้น้ำร้อยละ 4
- คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิล หรือ ทำลายอย่างถูกวิธี ร้อยละ 100
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม ร้อยละ 4

ผลงานปี 2564

- การใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.9
- ลดการใช้น้ำร้อยละ 2
- คัดแยกขยะและนำไปรีไซเคิล หรือ ทำลายอย่างถูกวิธี ร้อยละ 100
- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยรวม ร้อยละ 22

หมายเหตุ:

- การลดการใช้พลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ ของเสีย และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกพิจารณาเทียบจากปีฐาน 2561
- ขยะที่นำไปรีไซเคิลนับเฉพาะขยะอันตรายพลาสติกที่เกิดความผิดพลาดจากกระบวนการผลิตบัตรเครดิต และบัตรเครดิตที่หมดอายุ
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1-3
- การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปี 2564 ลดลงสูงกว่าเป้าหมายระยะยาวที่ตั้งไว้ เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และโครงการปรับปรุงพื้นที่สำนักงาน จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้มีกิจกรรมบางประเภทลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้มากกว่าสถานการณ์ปกติ (เทียบปีฐาน 2561) เช่น ลดการเดินทาง ลดการใช้พลังงาน และทรัพยากรอื่นๆ เป็นต้น
- เป้าหมายระยะยาวปี 2569 คำนวณจากการลดใช้พลังงานและก๊าซเรือนกระจกสะสม

103-1

ด้วยการดำเนินธุรกิจสินเชื่อย่อยของบริษัทส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากนัก แต่บริษัทก็ไม่ได้ละเลยในการดำเนินธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดเป้าหมายและแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เช่น ประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ การจัดการน้ำและของเสีย บริษัทตระหนักดีว่าการใช้พลังงาน ลดการใช้ทรัพยากรลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินงาน

และกระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึก เพื่อสนองรับต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและความตกลงปารีส ที่ประเทศได้เข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงแผนปฏิบัติงานเพิ่มเติมตามการทบทวนทุก 5 ปี ในการประชุมสมัชชาประเทศภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สมัยที่ 26 (COP26) ในปี 2564 นี้อีกด้วย

103-2

▶ นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทกำหนดนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไว้ในคู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท โดยครอบคลุมการปฏิบัติตามข้อกำหนด/กฎหมาย การจัดการดูแลหรือการควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน ตามที่บริษัทได้ทบทวนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในปี 2564 ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อมนี้จัดอยู่ใน

กลุ่มที่เป็นสาระสำคัญต่อธุรกิจต่ำเมื่อเทียบกับประเด็นสำคัญด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม บริษัทมีกลยุทธ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านการดำเนินธุรกิจรวมถึงการดำเนินงานในบริษัท โดยได้จัดให้มี Climate Champions ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริหารและตัวแทนสายงานร่วมกันศึกษาและสนับสนุนกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ตามแผนของกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน ดังนี้

▶ การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยบรรเทาภาวะโลกร้อน บริษัทได้พิจารณาการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงโอกาส ผลกระทบ รวมถึงการควบคุมและบรรเทาผลกระทบ การติดตามและรายงานผลความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งความเสี่ยงทางกายภาพ (physical risk) และความเสี่ยงเปลี่ยนผ่าน (transition risk) ในระดับพื้นฐานทั่วไปเฉพาะในองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมรับมือและพัฒนาแนวทางในการบรรเทาผลกระทบ (adaptation) ต่อบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนมิติสิ่งแวดล้อม

▶ การให้ความรู้ในองค์กร

แม้ว่าการดำเนินธุรกิจของบริษัทจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) โดยตรงใน ปริมาณมากเช่นในอุตสาหกรรมอื่น แต่บริษัทเชื่อว่า การดูแล สิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศนั้น สามารถทำได้ทุกคนและเริ่มต้น ได้ง่าย ๆ ทันทที เพียงแต่ละคนใส่ใจในแต่ละกิจกรรมประจำวัน ของตน

- ปี 2562 บริษัทจัดทำวิดีโอทัศน์เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดี โดยการ เผยแพร่ผ่านอีเมลและสื่อออนไลน์ในบริษัทในรูปแบบที่เข้าใจ และเข้าถึงได้ง่ายให้แก่พนักงานทุกคนได้ทราบ โดยเริ่มจากการ กระตุ้นให้พนักงานทุกคนได้ตระหนักรู้ถึงความรุนแรงและ เร่งด่วนของปัญหา เพื่อร่วมกันดูแลสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศ ซึ่งพนักงานได้ให้ความสนใจเป็นอย่างดี

- ปี 2563 บริษัทได้ให้ความรู้และขอความร่วมมือจากพนักงาน ทั้งองค์กร และรวมถึงพนักงานทำความสะอาด โดยการปรับ เปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่าภายใต้โครงการ “ลด ละ เลิก” โดยลดการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทพลาสติกแบบ ครั้งเดียวทิ้ง เช่น หลอดพลาสติก โฟม แก้วพลาสติก ถุงพลาสติก และขวดพลาสติกร่วมกันทั้งองค์กร และเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ ที่นำกลับมาใช้ได้ใหม่ เช่น ถุงผ้า กระบอกน้ำ กล่องอาหาร พลาสติก เป็นต้น อีกทั้งได้จัดการเดินสายรณรงค์เพื่อให้พนักงาน สามารถนำขวดพลาสติก PET หรือถุงผ้า มาแลกเปลี่ยนหลอด

กระดาษแล้วนำถุงผ้าที่ได้รับจากพนักงานดังกล่าวมาจัดวางไว้ เป็นส่วนกลางเพื่อให้พนักงานสามารถหยิบไปใช้ได้ง่าย ลดการ รับประทานพลาสติกจากร้านค้า และสำหรับขวด PET บริษัทได้ รวบรวมเพื่อนำส่งรีไซเคิล อีกทั้ง บริษัทได้ดำเนินโครงการ “แยก ก่อน โยน” ซึ่งเป็นโครงการที่ต่อยอดจากโครงการ “ลด ละ เลิก” เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้เข้าใจถึงปัญหาการ จัดการขยะตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง แนะนำการจัดการ ขยะเพื่อส่งต่อไปรีไซเคิล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งได้ จัดตั้งขยะให้แยกต่อการแยกขยะเพื่อนำไปรีไซเคิลให้กับองค์กร ต่าง ๆ ต่อไป

- ปี 2564 บริษัทได้ดำเนินโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการ รณรงค์การนำแก้วน้ำส่วนตัวมาใช้ เพื่อลดปริมาณขยะพลาสติก ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งมีปริมาณการสั่งอาหารและ เครื่องดื่มเพื่อนำมารับประทานที่ออฟฟิศมากขึ้น ส่งผลให้ขยะ บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก แก้วน้ำ ถุงพลาสติก มีปริมาณ สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งบริษัทยังคงดำเนินการแยกขยะ ภายใต้ โครงการ “แยก ก่อน โยน” เพื่อให้หน้าขยะไปใช้ประโยชน์ได้สูงสุด อีกทั้งยังเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน ผ่านช่องทางการเรียนรู้ออนไลน์บน KTC UNITE เพื่อให้พนักงาน ได้ตระหนักถึงผลกระทบและความสำคัญของปัญหาภาวะ โลกร้อนมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการสื่อสารความรู้ด้านความยั่งยืนให้ พนักงานในหน่วยงานที่สนใจ



▶ การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

302-1, 302-4



กระดาษ



ของเสีย



ไฟฟ้า



น้ำ



พลังงาน
เชื้อเพลิง



Care the Bear

การลดการใช้กระดาษ

การลดการใช้กระดาษจากการดำเนินงาน

บริษัทมีนโยบายลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานทุกแผนกทั่วทั้งองค์กร โดยเปลี่ยนมาจัดเก็บเอกสารสำคัญในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ จัดทำระบบงานเพื่อใช้ในกระบวนการทำงานต่าง ๆ จัดส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการสำเนาเอกสารส่งออกไปยังหน่วยงานอื่น รวมถึงการใช้กระดาษรีไซเคิลภายในหน่วยงาน โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลบนเอกสารที่นำมารีไซเคิล เพื่อช่วยลดการใช้กระดาษซึ่งผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ และสะดวกต่อการสืบค้น อีกทั้งยังประหยัดพลังงานไฟฟ้าในการถ่ายสำเนาเอกสาร



โดยได้ปรับปรุงกระบวนการทำงานในหลายส่วน ดังนี้

- การจัดทำแบบฟอร์มในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ลูกค้าใช้สำหรับทำคำขอต่าง ๆ เช่น แบบฟอร์มการขอวงเงินถาวร ซึ่งสามารถกรอกข้อมูลผ่านระบบและสามารถแนบเอกสารประกอบการพิจารณา
- การจัดเก็บข้อมูลหรือการเรียกใช้ข้อมูลที่ส่งให้กับลูกค้า เครดิตบูโร หรือศูนย์บริการสมาชิก โดยลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์พัฒนาปรับปรุงบริการและประมวลผลเพื่อให้ได้ผลที่ต้องการแทนการส่งพิมพ์รายงานต่าง ๆ
- การพัฒนาระบบการสืบค้นข้อมูลเครดิตแบบ Host to Host และจัดเก็บข้อมูลไว้ในระบบงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อเรียกดูข้อมูลแทนการพิมพ์เอกสาร
- การดำเนินคดีของหน่วยงานกฎหมาย จำเป็นต้องใช้เอกสารเป็นจำนวนมากในการฟ้องร้องดำเนินคดี ซึ่งบริษัทจะมีการคัดถ่ายเอกสารเกี่ยวกับใบแจ้งยอดชำระค่าใช้จ่าย โดยใช้กระดาษทั้งสองด้าน ทำให้สามารถลดปริมาณการใช้กระดาษได้ประมาณ 6,329 ริ่มต่อปี นอกจากนี้ปัจจุบันบริษัทได้ดำเนินการยื่นฟ้องคดีผ่านระบบยื่นคำฟ้องอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) ซึ่งสามารถช่วยลดปริมาณกระดาษจากการคัดถ่ายเอกสารเพื่อนำส่งศาล โดยผู้ให้บริการภายนอกได้ประมาณ 6,000 ริ่ม รวมถึงเป็นการลดภาระการจัดเก็บเอกสารอีกด้วย

• การจัดทำเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนกระดาษของหน่วยงานทรัพยากรบุคคล เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานและประหยัดเวลาในการรับและส่งเอกสาร โดยพนักงานสามารถเข้าใช้งานได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ Mobile Application เช่น การลงทะเบียนรับสมัครพนักงาน การเซ็นสัญญาจ้างงาน การขอหนังสือรับรอง การขอทำบัตรประกันสุขภาพใหม่ การขอทำบัตรพนักงานใหม่ การดำเนินการเรื่องการประเมินผลทดลองงาน รวมไปถึงการลาออกจากบริษัท นอกจากนี้ได้มีการจัดเก็บฐานข้อมูลของพนักงานโดยใช้ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล เพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลของพนักงานมีความถูกต้อง ใช้งานง่าย และลดการใช้กระดาษ

• การลดกระดาษของหน่วยงานบัญชี โดยยกเลิกขั้นตอนการส่งพิมพ์ Card Journal Voucher จากระบบ Oracle และเอกสารแนบของ RPA ซึ่งนอกจากจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานแล้วยังสามารถลดปริมาณเอกสารได้ ประมาณ 504 ริ่ม

• การเผยแพร่เอกสารคุณภาพของบริษัทในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนการจัดทำสำเนาเอกสารคุณภาพในรูปแบบกระดาษ และตั้งแฟ้มของแต่ละหน่วยงานหรือจุดปฏิบัติงาน เพื่อให้เอกสารคุณภาพของบริษัทมีความพร้อมใช้งานและเป็นปัจจุบัน พนักงานสามารถใช้อ้างอิงการปฏิบัติงาน โดยการเข้าดูเอกสารคุณภาพ

ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของบริษัท ในส่วนของการเผยแพร่เอกสารคุณภาพ เช่น เอกสารนโยบาย ระเบียบปฏิบัติ อำนาจดำเนินการ และเอกสาร Standard Operating Procedure เป็นต้น ซึ่งโครงการดังกล่าวจะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ลดการใช้กระดาษประมาณ 12 รีม

- การพัฒนาระบบงานต่าง ๆ ในการบริหารความเสี่ยงและการรายงานความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ ของหน่วยงาน Enterprise Risk Management ช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษได้ ประมาณ 11 รีม
- การจัดทำและจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการบริษัทผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการจัดพิมพ์เอกสารประกอบการประชุม

การลดการใช้กระดาษจากการดำเนินธุรกิจ

ด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลที่หลากหลายในการนำเสนอสินค้า บริการ โพรโมชันและการชำระเงิน เช่น KTC Online, KTC Mobile หรือ QR PAY ทำให้บริษัทสามารถผลานกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ในหลากหลายรูปแบบดังนี้

1. e-Coupon

การนำเทคโนโลยี e-Coupon มาประยุกต์ใช้ในการรับส่วนลด ณ ร้านค้าพันธมิตร เพื่อเป็นการลดปริมาณการใช้ทรัพยากรกระดาษและการใช้พลังงานหรือสารเคมีจากกระบวนการพิมพ์ และเพื่อให้อสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่มีการทำธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์มือถือที่สะดวกได้พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถรองรับการใช้งาน e-Coupon เพื่อนำมาทดแทนคูปองส่วนลดในรูปแบบกระดาษ โดยส่ง e-Coupon ผ่านช่องทาง KTC Mobile เพื่อให้ลูกค้าสามารถแสดง ณ ร้านค้าในการขอรับสิทธิประโยชน์ อีกทั้ง e-Coupon ดังกล่าวยังเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับร้านค้าในการควบคุม ป้องกัน การทุจริตจากช่องว่างของกระบวนการจัดการอีกด้วย โดยลูกค้าสามารถรับ e-Coupon ผ่านทาง KTC Mobile จากกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เช่น การแลกคะแนน การใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด เป็นต้น

ในปี 2564 เคทีซีมีจำนวน e-Coupon ที่ส่งให้แก่ลูกค้า จำนวน 3,214,162 รายการ สามารถลดการใช้กระดาษ 6,428 รีม



2. ATM PIN (PIN Mailer)

บริษัทยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) ให้กับสมาชิก สำหรับการอนุมัติบัตรใหม่และการออกบัตรทดแทน (replace/transfer) โดยสมาชิกสามารถตั้งรหัส ATM PIN ได้ด้วยตัวเองผ่าน KTC Mobile Application โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและใช้ได้ทันที

ในปี 2564 เคทีซี สามารถลดการใช้กระดาษจากการยกเลิกการส่ง ATM PIN (PIN Mailer) ได้ 1,217 รีม



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

3. e-Statement

บริษัทตระหนักถึงและพร้อมร่วมลดปัญหาภาวะโลกร้อน โดยในปี 2562 เคทีซีเริ่มรณรงค์จากภายในองค์กรผ่านการจัดโครงการกระตุ้นให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารับใบแจ้งยอดในรูปแบบกระดาษเป็นใบแจ้งยอดทางอิเล็กทรอนิกส์ภายใต้โครงการ Switch even better เพื่อชีวิตที่ดีในวันนี้และอนาคต ซึ่งได้การตอบรับและความร่วมมือจากพนักงานทั้งบริษัทเป็นอย่างดี บริษัทจึงได้ขยายแนวคิดต่อยอดเชิญชวนสมาชิกเคทีซีโดยเริ่มจากการทำ Empathy ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมาย พบว่าให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และสนใจเข้าร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านทางอีเมลภายใต้โครงการ Switch to e-Statement เพื่อลดปัญหาเอกสารใบแจ้งยอดซ้ำรูด สูญหาย และเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ในการตรวจสอบค่าใช้จ่ายมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดการใช้ทรัพยากรในการจัดพิมพ์ใบแจ้งยอดที่เป็นกระดาษ ตลอดจนช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมลดการใช้พลังงานในการกำจัดขยะที่เกิดจากใบแจ้งยอดที่ไม่ได้ใช้แล้ว โดยบริษัทได้รณรงค์อย่างต่อเนื่องโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังนี้

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

• ในปี 2564 จัดกิจกรรมเชิญชวนสมาชิกเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด (e-Statement) ผ่านช่องทาง KTC Mobile (Push Notification) “ชวนป็นน้ำใจ ยกเลิกรับใบแจ้งยอดฯ แบบกระดาษ ใช้ e-Statement” เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากการสัมผัส และร่วมกันลดโลกร้อนจากการใช้กระดาษ โดยเคทีซีจะเปลี่ยนเป็นเงินบริจาคสมทบทุนเข้าศิริราชมูลนิธิ จำนวน 20 บาท เพื่อร่วมสนับสนุนจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์รักษาผู้ป่วย COVID-19 ซึ่งได้มีสมาชิกตอบรับโครงการ จำนวน 11,267 ราย คิดเป็นยอดเงินที่เคทีซีได้บริจาคสนับสนุนให้กับมูลนิธิฯ จำนวน 225,340 บาท ทั้งนี้ บริษัทยังคงดำเนินการต่อเนื่องในปี 2565

ในปี 2564 จำนวนสมาชิกเคทีซีร่วมสมัครรับใบแจ้งยอด e-Statement จำนวน 129,885 รายลดการใช้กระดาษประมาณ 4,178 ริม

(โปรดพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “นวัตกรรมดิจิทัล”)



การบริหารจัดการของเสีย

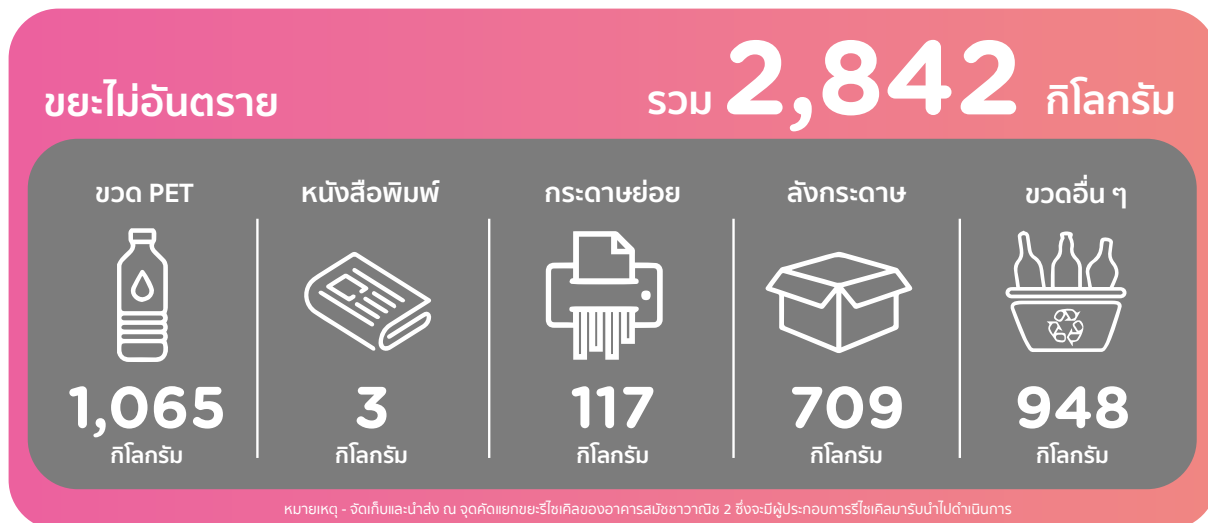
306-2

การจัดการของเสีย

บริษัทแบ่งการจัดการของเสียเป็น 2 ส่วน คือ

1) ของเสียไม่เป็นอันตรายที่เกิดจากกิจกรรมประจำวันและการอุปโภคบริโภคภายในอาคารสำนักงาน

บริษัทตระหนักดีว่าพนักงานคัดแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ โดยมีปริมาณขยะที่คัดแยกเพื่อนำไปรีไซเคิลจำนวน 2,842 กิโลกรัม



ทั้งนี้ ในปี 2564 บริษัทมีการจัดเก็บวัสดุอะลูมิเนียม 3.7 กิโลกรัม เพื่อนำส่งกรมควบคุมมลพิษในปี 2565

2) ของเสียอันตรายที่เกิดจากขยะอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ เครื่องคอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนอุปกรณ์

บริษัทมีกระบวนการดำเนินการด้านขยะอิเล็กทรอนิกส์ (eWaste) ที่มีความปลอดภัย เชื่อถือได้ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การนำส่งขยะอิเล็กทรอนิกส์ไปกำจัดผ่านบริษัทให้บริการด้านบริการจัดเก็บข้อมูลและการจัดการข้อมูลที่ได้มาตรฐาน เพื่อเปลี่ยนขยะให้เป็นพลังงาน หรือนำมาบริจาคเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม โดยในปี 2564 บริษัทได้บริจาค Notebook CPU และ Monitor รวมทั้งสิ้น 364 เครื่องให้แก่โรงเรียน โรงพยาบาล และมูลนิธิ รวม 16 แห่ง

การดูแลจัดการบัตรพลาสติก

บริษัทได้ร่วมกับบริษัทจันทวนิชย์ ซีเคียวริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตบัตรพลาสติก เพื่อให้หน้าบัตรพลาสติกที่ไม่สามารถใช้งานได้และไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลในบัตรไปย่อยเป็นเศษพลาสติกปนก่อนส่งต่อเพื่อนำกลับไปรีไซเคิลเป็นวัสดุใหม่ เช่น แก้วพีวีซีบนรถไฟฟ้า ท่อน้ำพีวีซี เป็นต้น โดยไม่นำไปทิ้งให้เป็นมลพิษ ในปี 2564 บริษัทสามารถรีไซเคิลบัตรได้ 195 กิโลกรัม



โครงการ Shred2Share

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการรับผิดชอบต่อข้อมูลของบริษัทและลูกค้า ตลอดจนสร้างมาตรฐานการทำลายข้อมูลอย่างปลอดภัย ควบคู่ไปกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงเข้าร่วมโครงการ “Shred2Share ข้อมูลปลอดภัย ร่วมใส่ใจสิ่งแวดล้อม” โดยกระดาษที่ไม่ได้ใช้แล้วจะถูกทำลายอย่างปลอดภัยและผ่านกระบวนการ Recycle เพื่อนำกลับไปใช้ใหม่ ซึ่งช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากการผลิตกระดาษใหม่ ลดการใช้ถ่านหิน และลดการใช้น้ำ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะโลกร้อน และยังได้ร่วมบริจาคอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ได้จากการรีไซเคิล มอบให้แก่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร

| ปี | 2561 | 2562 | 2563 | 2564 |
|-----------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|
| ปริมาณเอกสารที่นำไปรีไซเคิล (ตัน) | 6.81 | 88.56 | 90.91 | 92.51 |
| ลด CO2 (กก.) | 1,769.49 | 23,026.77 | 23,637.09 | 24,052.57 |
| ลดการใช้ถ่านหิน (กก.) | 748.63 | 9,742.09 | 10,000.31 | 10,176.09 |
| ลดการใช้น้ำ (ลบ.ม.) | 340.29 | 4,428.22 | 4,545.59 | 4,625.49 |

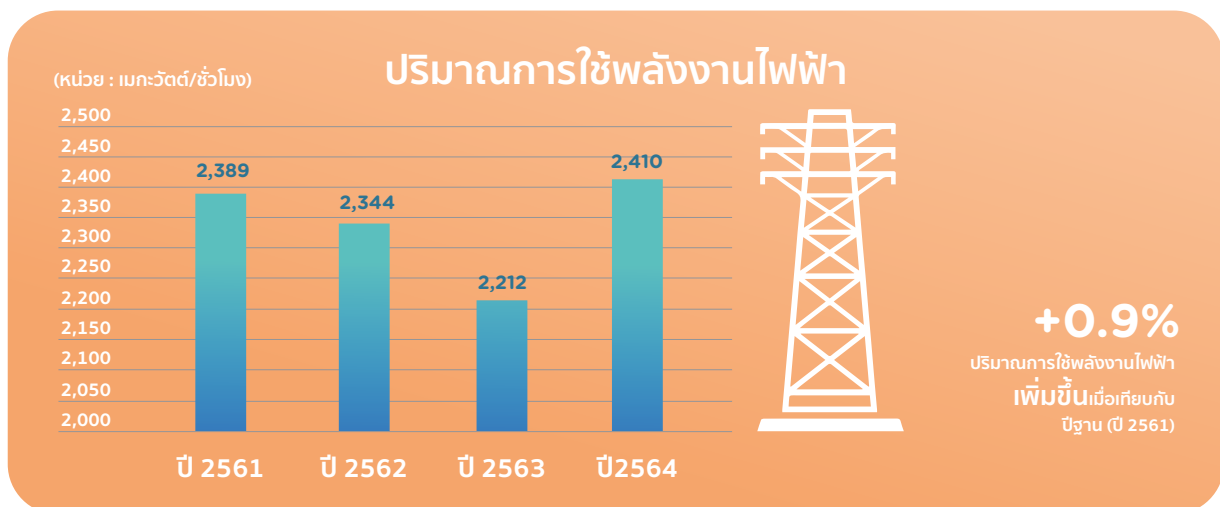
การใช้ไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพ

305-2

บริษัทลดการใช้ไฟฟ้า ผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

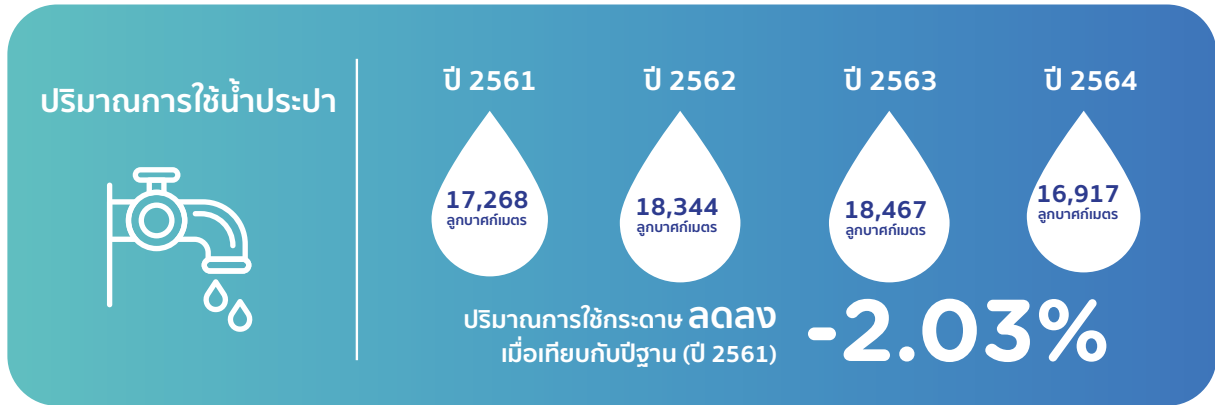
- เปลี่ยนหลอดไฟฟ้าเป็นหลอด LED ทั้งสำนักงานใหญ่ รวมถึงจุดให้บริการ KTC TOUCH ทั่วประเทศ
- เลือกใช้หลอดไฟฟ้าเป็นหลอด LED ในโครงการก่อสร้าง และตกแต่งพื้นที่ภายในอาคาร
- วัดค่าความสว่างจากหลอดไฟเพื่อให้พนักงานได้รับความสว่างที่เหมาะสม
- ลดการใช้ไฟฟ้าในบริเวณที่ไม่จำเป็น
- บริหารเวลาในการเปิด - ปิดระบบเครื่องปรับอากาศตั้งแต่เวลา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

ทั้งนี้ สำหรับปี 2564 เนื่องด้วยสถานการณ์ COVID-19 บริษัทได้ปฏิบัติตามมาตรการทางสาธารณสุข เรื่อง การเว้นระยะห่างจากสังคม (Social distancing) เพื่อให้พนักงานได้มีระยะห่างระหว่างกัน บริษัทได้เข้าพื้นที่สำนักงานชั่วคราวเพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้บริษัทมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า



การจัดการทรัพยากรน้ำ

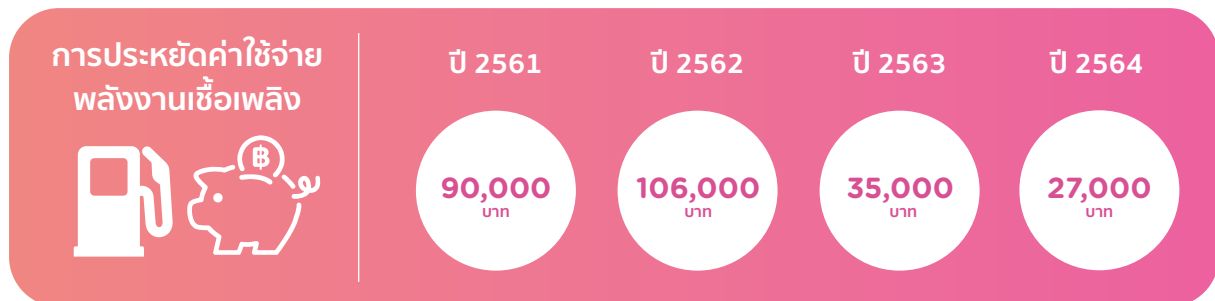
บริษัทตระหนักถึงความสำคัญในการใช้ทรัพยากรน้ำ จึงได้รณรงค์สร้างจิตสำนึกให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็น ร่วมกันใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งตรวจสอบการรั่วของก๊อกน้ำและท่อน้ำเป็นประจำ นอกจากนี้ ในโครงการก่อสร้างและตกแต่งออฟฟิศแบบ Co-Working Space ชั้น 11 ที่จะเปิดให้บริการในปี 2565 บริษัทได้เปลี่ยนเป็นใช้ก๊อกน้ำแบบอัตโนมัติเพื่อช่วยให้ประหยัดน้ำและลดการสัมผัสเชื้อโรคในสถานการณ์ COVID-19



หมายเหตุ: ปี 2564 บริษัทมีปริมาณการใช้น้ำที่ลดลง จากการปิดพื้นที่บางส่วน เพื่อปรับปรุงออฟฟิศใหม่ อีกทั้งพื้นที่บางส่วนคำนวณรวมกับค่าเช่าพื้นที่ไว้แล้ว

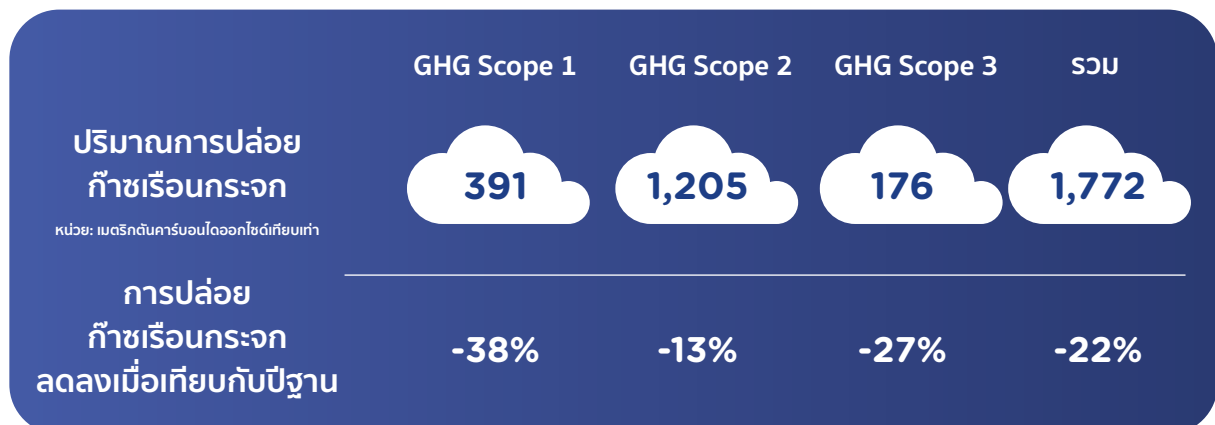
การบริหารจัดการด้านพลังงานเชื้อเพลิง

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



การปล่อยก๊าซเรือนกระจก

305-1, 305-2, 305-3



การสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับพันธมิตร

สินเชื่อเพื่อสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้ลูกค้าได้เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทได้จัดสินเชื่อและโปรโมชั่นพิเศษให้ลูกค้าได้จับจ่ายผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น

(โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล” และหัวข้อ “การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน”)

การจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัทได้สนับสนุนผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยได้พิจารณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตงานด้านสิ่งพิมพ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรอง Carbon Neutral Certification หรือ Green Print มาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในปี 2564 บริษัทได้ปรับปรุงสำนักงานอาคาร UBC II ชั้น 11 โดยได้มีการจัดซื้อสินค้า วัสดุก่อสร้าง และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) เช่น สีทาภายใน เฟอร์นิเจอร์ไม้ เป็นต้น

(โปรดพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน”)

305-5

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. ลดการใช้โฟมจากบรรจุภัณฑ์หรือโฟมเพื่อการตกแต่ง
4. ลดการใช้พลังงานจากอุปกรณ์ไฟฟ้าหรือเปลี่ยนไปใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
5. ออกแบบโดยใช้วัสดุตกแต่งที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้
6. ลดขยะจากอาหารเหลือทิ้งในงานอีเวนต์

ในปี 2564 บริษัทสามารถลดปริมาณ Carbon Footprint จากการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นรวมถึงการประชุม การจัดอบรมต่าง ๆ ของบริษัทได้ 360,066 กิโลกรัมคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า หรือเท่ากับการดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ของต้นไม้ใหญ่ต่อปี เท่ากับ 40,007 ต้น



เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

ขอบเขตการรายงาน

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

กลุ่มบริษัทของเคทีซี ประกอบด้วย

- บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- บริษัทย่อย ได้แก่
 - บริษัท เคทีซี พีโอ (กรุงเทพฯ) จำกัด โดยมีบริษัทลูก ได้แก่ บริษัท เคทีซี พีโอ (ชลบุรี) จำกัด บริษัท เคทีซี พีโอ (สมุทรสาคร) จำกัด บริษัท เคทีซี พีโอ (ปทุมธานี) จำกัด บริษัท เคทีซี พีโอ (สมุทรปราการ) จำกัด
 - บริษัท เคทีซี นาโน จำกัด
 - บริษัท เคทีซี พรีเมต จำกัด
 - บริษัท กรุงไทยธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด
- บริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท กรุงไทยแอดไวซ์เซอร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์การประกอบธุรกิจเป็นธุรกิจโฮลดิ้ง

งบการเงินรวมได้จัดทำขึ้นโดยรวมงบการเงินของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย และรวมส่วนได้เสียในบริษัทร่วม

ขอบเขตการรายงานความยั่งยืน ประกอบด้วยผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซีและบริษัท เคทีซี พีโอ (กรุงเทพฯ) จำกัด และบริษัทลูกของบริษัท เคทีซี พีโอ (กรุงเทพฯ) จำกัด เท่านั้น เนื่องจากบริษัท เคทีซี นาโน จำกัด และบริษัท เคทีซี พรีเมต จำกัด ยังไม่ได้ดำเนินงานอย่างเต็มรูปแบบ และบริษัท กรุงไทยธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด ซึ่งบริษัทได้เข้าถือหุ้นในปี 2564 ยังอยู่ระหว่างการรวบรวมข้อมูล อย่างไรก็ตาม รายงานความยั่งยืนฉบับนี้ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์และข้อมูลของบริษัทดังกล่าวไว้ เพื่อสื่อสารถึงความตั้งใจของเคทีซีในการร่วมพัฒนาสังคมไทยให้ยั่งยืน

ข้อมูลในรายงานความยั่งยืนปี 2564 ครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยบริษัทจะจัดทำรายงานความยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อสื่อสารการดำเนินงานด้านความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญ โดยนำกรอบการรายงานสากลที่สอดคล้องกับแนวทางของ Global Reporting Initiatives หรือ GRI แบบทางเลือกหลัก (Core Option) และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ทั้งนี้ รายงานความยั่งยืนฉบับล่าสุดของบริษัทคือรายงานความยั่งยืนประจำปี 2563

การรับรองรายงาน

102-56

ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจได้จากข้อมูลทางบัญชี ซึ่งได้รับการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ทั้งนี้ บริษัทยังไม่ได้จัดทำให้มีการรับรองความถูกต้องของข้อมูลผลการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และยังไม่ได้จัดทำให้มีการตรวจสอบความสอดคล้องตามแนวทางการรายงานของ GRI Standards โดยผู้ให้การรับรองภายนอก อย่างไรก็ตาม การจัดทำให้มีการรับรองรายงานเป็นส่วนหนึ่งในแผนการดำเนินงานในอนาคต

การติดต่อสอบถามเกี่ยวกับรายงาน

102-53

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

เอกสารอ้างอิงของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายงาน สามารถพิจารณาได้จาก

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

ประกอบด้วย

1. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ ซึ่งครอบคลุมนโยบายต่อต้านการคอร์รัปชัน
2. คู่มือจรรยาบรรณธุรกิจ
3. กฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบ กำกับดูแลกิจการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
4. กฎบัตรคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
5. จรรยาบรรณคู่ค้าของบริษัท และการรักษาข้อมูลความลับ
6. การดูแลเรื่องการเปิดเผยข้อมูลภายใน
7. สรุปนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน การสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง

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

ประกอบด้วย

1. แบบ 56-1 one report ประจำปี 2564
2. งบการเงิน
3. คำอธิบายวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน (MD&A)

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

นโยบายภาษี

คำอธิบายเพิ่มเติม

มติสังคม

พนักงาน

พนักงาน หมายถึง บุคคลที่ได้รับว่าจ้างให้ทำงานกับบริษัท โดยได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่บริษัทกำหนด โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

1.1 พนักงานบริหาร

1.1.1 พนักงานบริหารระดับสูง หมายถึง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารทุกระดับที่มีสายการบังคับบัญชาตรงต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารตามโครงสร้างของบริษัท

1.1.2 พนักงานบริหารระดับกลาง หมายถึง ระดับใต้ข้อที่ 1.1.1 ลงมาถึงระดับผู้จัดการอาวุโส

1.1.3 พนักงานบริหารระดับต้น หมายถึง ระดับผู้จัดการ

1.2 พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร

1.2.1 พนักงานปฏิบัติการ หมายถึง ระดับผู้ช่วยผู้จัดการลงมาถึงระดับเจ้าหน้าที่

2. พนักงานสัญญาจ้าง (Contractor) หมายถึง พนักงานที่บริษัทตกลงจ้างเป็นลูกจ้างของบริษัท โดยได้ระบุระยะเวลาสิ้นสุดของการจ้าง

พนักงานบริหารในแผนกที่ก่อให้เกิดรายได้ หมายถึง พนักงานบริหารในหน่วยงาน Credit Card Marketing, Personal Loans, Distribution, Merchant Acquiring Business, สินเชื่อ KTC ที่เข้ม

พนักงาน STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) หมายถึง พนักงานในหน่วยงาน Information Technology, Management Information System, Process Development, Corporate Finance

พนักงานของบริษัทปฏิบัติงานในไทย ร้อยละ 100

คำนิยาม

- จำนวนวัน คือ Scheduled Work Day
- การบาดเจ็บ (Injury) หมายถึง การบาดเจ็บจากอุบัติเหตุในการทำงานตั้งแต่เล็กน้อย และหยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป
- การบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน หมายถึง การบาดเจ็บที่ทำให้หยุดงานตั้งแต่ 1 วันขึ้นไป (เริ่มนับวันหยุดถัดจากวันที่เกิดอุบัติเหตุ)
- การเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต หมายถึง การเกิดอุบัติเหตุเนื่องจากการทำงาน หรือ กิจกรรมของบริษัท เป็นเหตุให้มีผู้บาดเจ็บ หรือเจ็บป่วยจนถึงขั้นเสียชีวิต
- พนักงานพ้นสภาพ หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท ในกรณีลาออก เกษียณอายุ การเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน และการไม่ต่อสัญญาจ้าง
- พนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ หมายถึง พนักงานที่พ้นสภาพจากการเป็นพนักงานของบริษัท โดยไม่รวมการเลิกจ้างจากบริษัท การไม่ผ่านทดลองงาน และการไม่ต่อสัญญาจ้าง

การคำนวณ

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

$$\frac{\text{จำนวนรายของการบาดเจ็บทุกระดับ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR) =

$$\frac{\text{จำนวนรายของการบาดเจ็บถึงขั้นหยุดงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR) =

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดงานจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต (WF) =

$$\frac{\text{จำนวนผู้เกิดอุบัติเหตุจากการทำงานจนถึงขั้นเสียชีวิต (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราการขาดงาน (AR) =

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

- อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR) =

$$\frac{\text{จำนวนรายการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

- อัตราสูญเสียวันทำงาน (LDR) =

$$\frac{\text{จำนวนวันหยุดจากการบาดเจ็บ (ในช่วงเวลาที่รายงาน)} \times 200,000 \text{ (ชั่วโมงการปฏิบัติงาน)}}{\text{จำนวนชั่วโมงการปฏิบัติงาน (ในช่วงเวลาที่รายงาน)}}$$

▶ มิติสิ่งแวดล้อม

พลังงานไฟฟ้า

บริษัทใช้ไฟฟ้าในการดำเนินธุรกิจและกิจกรรมของบริษัท ได้แก่ หลอดไฟส่องสว่าง อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องปรับอากาศ และเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท รวบรวมข้อมูลการใช้ไฟฟ้าจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ก๊าซเรือนกระจก

หมายถึง ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท

1. ขอบเขตการรายงาน

- ก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) เกิดจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผ่านบัตรสินเชื่อเพื่อการเติมน้ำมันสำหรับนิติบุคคล (Fleet Card) ทั้งหมด
- ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) เกิดจากการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากการไฟฟ้านครหลวง ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น
- ก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3) เกิดจากการใช้น้ำ และการใช้กระดาษในกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ขอบเขตครอบคลุมอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท เท่านั้น รวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน

2. การรายงานปริมาณ

- การคำนวณปริมาณก๊าซเรือนกระจกทางตรง (ขอบเขตที่ 1) จะรายงานจาก ปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับพาหนะ x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)
- การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (ขอบเขตที่ 2) จะรายงานจาก ปริมาณการซื้อไฟฟ้า x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)
- การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ (ขอบเขตที่ 3) จะรายงานจาก ปริมาณการซื้อน้ำประปาและกระดาษ รวมถึงข้อมูลการเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน x ค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Factor)

3. Emission Factor

อ้างอิงจากค่าการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

4. วิธีการคำนวณ

อ้างอิงตามแนวทางการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร โดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

น้ำ

น้ำที่นำมาใช้เป็นน้ำประปา โดยขอบเขตการรายงานครอบคลุมพื้นที่เช่าอาคารสำนักงาน อาคารสมัชชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท โดยรวบรวมข้อมูลการใช้น้ำจากใบแจ้งหนี้จากบริษัทบริหารอาคารเช่าที่บริษัทเช่าอยู่

ของเสีย

การจัดการของเสีย ประกอบด้วย ปริมาณของเสียที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานและกิจกรรมของบริษัท

หมายเหตุ

- บริษัทเก็บข้อมูลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลย้อนหลังและวัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โดยเก็บข้อมูลจากการดำเนินงานของอาคารสมัชชชาวาณิช 2 และอาคารไทยซัมมิท คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ของการดำเนินงานทั้งหมด

ผลดำเนินงานด้านความยั่งยืน

มิติเศรษฐกิจ

มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม ⁽¹⁾

102-7, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

บริษัทตระหนักถึงบทบาทการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล และจรรยาบรรณทางธุรกิจ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และกระจายมูลค่าเศรษฐกิจให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน ดังนี้

หน่วย : พันบาท

| รายละเอียด | 2564 | 2563 ปรับปรุงใหม่ ⁽⁷⁾ |
|---|------------------|-------------------------------------|
| รายได้จากการดำเนินงาน ⁽²⁾ | 21,452,343 | 22,452,301 |
| ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน ⁽³⁾ | 4,392,252 | 4,614,691 |
| ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์ ⁽⁴⁾ | 2,422,484 | 2,411,341 |
| เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ ⁽⁵⁾ | 2,021,112 | 1,865,297 |
| เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน ⁽⁶⁾ | 3,684,658 | 3,828,994 |
| เงินบริจาคเพื่อการกุศล | 2,132 | 5,077 |
| มูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม | 8,929,704 | 9,726,900 |
| สินทรัพย์รวม | 89,471,090 | 91,594,496 |
| หนี้สินรวม | 62,386,689 | 67,482,153 |
| รวมส่วนของผู้ถือหุ้นบริษัทใหญ่ | 26,836,357 | 22,798,953 |
| กำไรสุทธิสำหรับปี-ส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ | 5,878,693 | 5,332,865 |

(1) บริษัทเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลมูลค่าเศรษฐกิจเชิงสะสม

(2) รายได้จากการดำเนินงาน ประกอบด้วย รายได้รวมและส่วนแบ่งกำไรของบริษัทที่ใช้วิธีส่วนได้เสีย

(3) ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไม่รวมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าภาษีอากร และเงินบริจาคเพื่อการกุศลและสาธารณประโยชน์

(4) ค่าใช้จ่ายพนักงานและผลประโยชน์ ประกอบด้วย ค่าตอบแทนผู้บริหาร ค่าใช้จ่ายพนักงาน

(5) เงินภาษีที่ชำระแก่รัฐ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ ค่าภาษีธุรกิจเฉพาะและอากรแสตมป์

(6) เงินที่ชำระแก่เจ้าของเงินทุน ประกอบด้วย ต้นทุนทางการเงินและเงินปันผลที่จ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้น

(7) บริษัทได้ปรับปรุงงบการเงินปี 2563 ที่นำมาแสดงเปรียบเทียบกับย้อนหลัง เสมือนการรวมธุรกิจ บริษัท กรุงเทพธุรกิจลีสซิ่ง จำกัด ได้เกิดขึ้นตั้งแต่นั้น

ข้อมูลพนักงาน
พนักงานทั้งหมด

102-8, 405-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | | | 2561 | | |
|--|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|------|-------|-------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม |
| จำนวนพนักงานทั้งหมด | คน | 572 | 1,133 | 1,705 | 602 | 1,142 | 1,744 | 610 | 1,168 | 1,778 | 624 | 1,139 | 1,763 |
| จำนวนพนักงานประจำ | คน | 531 | 1,039 | 1,570 | 556 | 1,041 | 1,597 | 555 | 1,025 | 1,580 | 557 | 991 | 1,548 |
| จำแนกตามระดับ | คน | 572 | 1,133 | 1,705 | 602 | 1,142 | 1,744 | 610 | 1,168 | 1,778 | 624 | 1,139 | 1,763 |
| พนักงานระดับบริหาร | คน | 148 | 186 | 334 | 144 | 182 | 326 | 144 | 190 | 334 | 143 | 177 | 320 |
| พนักงานบริหารระดับสูง | คน | 8 | 5 | 13 | 8 | 5 | 13 | 8 | 2 | 10 | 8 | 2 | 10 |
| X ≤ 30 | คน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 0 | 4 | 4 | 0 | 4 | 4 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 50 < X | คน | 8 | 1 | 9 | 8 | 1 | 9 | 8 | 1 | 9 | 8 | 1 | 9 |
| พนักงานบริหารระดับกลาง | คน | 66 | 90 | 156 | 57 | 89 | 146 | 62 | 97 | 159 | 62 | 87 | 149 |
| X ≤ 30 | คน | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 35 | 36 | 71 | 28 | 38 | 66 | 34 | 50 | 84 | 38 | 49 | 87 |
| 50 < X | คน | 31 | 54 | 85 | 29 | 50 | 79 | 28 | 47 | 75 | 24 | 38 | 62 |
| พนักงานบริหารระดับต้น | คน | 74 | 91 | 165 | 79 | 88 | 167 | 74 | 91 | 165 | 73 | 88 | 161 |
| X ≤ 30 | คน | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 58 | 69 | 127 | 64 | 75 | 139 | 61 | 75 | 136 | 59 | 77 | 136 |
| 50 < X | คน | 15 | 22 | 37 | 14 | 13 | 27 | 13 | 16 | 29 | 14 | 11 | 25 |
| พนักงานบริหารในแผนก ที่ก่อให้เกิดรายได้ | คน | 48 | 73 | 121 | 48 | 76 | 124 | 43 | 81 | 124 | 42 | 76 | 118 |
| X ≤ 30 | คน | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 37 | 38 | 75 | 39 | 46 | 85 | 36 | 47 | 83 | 35 | 50 | 85 |
| 50 < X | คน | 10 | 35 | 45 | 8 | 29 | 37 | 7 | 34 | 41 | 7 | 26 | 33 |
| พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร | คน | 424 | 947 | 1,371 | 458 | 960 | 1,418 | 466 | 978 | 1,444 | 481 | 962 | 1,443 |
| พนักงานปฏิบัติการ | คน | 383 | 853 | 1,236 | 412 | 859 | 1,271 | 411 | 835 | 1,246 | 414 | 814 | 1,228 |
| X ≤ 30 | คน | 66 | 178 | 244 | 80 | 191 | 271 | 91 | 185 | 276 | 93 | 220 | 313 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 298 | 644 | 942 | 317 | 636 | 953 | 306 | 623 | 929 | 310 | 571 | 881 |
| 50 < X | คน | 19 | 31 | 50 | 15 | 32 | 47 | 14 | 27 | 41 | 11 | 23 | 34 |
| พนักงานสัญญาจ้าง | คน | 41 | 94 | 135 | 46 | 101 | 147 | 55 | 143 | 198 | 67 | 148 | 215 |
| X ≤ 30 | คน | 23 | 51 | 74 | 28 | 64 | 92 | 40 | 100 | 140 | 49 | 103 | 152 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 17 | 43 | 60 | 18 | 37 | 55 | 15 | 43 | 58 | 18 | 44 | 62 |
| 50 < X | คน | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| STEM-related position | คน | 81 | 94 | 175 | 87 | 96 | 183 | 94 | 98 | 192 | 89 | 97 | 186 |
| X ≤ 30 | คน | 6 | 12 | 18 | 7 | 11 | 18 | 11 | 7 | 18 | 9 | 9 | 18 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 57 | 65 | 122 | 62 | 67 | 129 | 66 | 75 | 141 | 67 | 76 | 143 |
| 50 < X | คน | 18 | 17 | 35 | 18 | 18 | 36 | 17 | 16 | 33 | 13 | 12 | 25 |
| สัญชาติไทย | คน | 572 | 1,133 | 1,705 | 602 | 1,142 | 1,744 | 610 | 1,168 | 1,778 | 624 | 1,139 | 1,763 |

การสรรหาบุคลากร
401-1

| การสรรหาบุคลากร ภายนอกองค์กร | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | | | 2561 | | |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม |
| การสรรหาบุคลากร ภายนอกองค์กร | คน | 40 | 118 | 158 | 57 | 118 | 175 | 88 | 200 | 288 | 126 | 247 | 373 |
| | % | 22.99 | 67.82 | 90.80 | 26.69 | 61.46 | 91.15 | 29.24 | 66.45 | 95.68 | 32.39 | 63.50 | 95.89 |
| จำแนกตามอายุ | คน | 40 | 118 | 158 | 57 | 118 | 175 | 88 | 200 | 288 | 126 | 247 | 373 |
| X ≤ 30 | คน | 26 | 74 | 100 | 31 | 77 | 108 | 54 | 115 | 169 | 73 | 174 | 247 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 14 | 44 | 58 | 25 | 40 | 65 | 34 | 81 | 115 | 51 | 72 | 123 |
| 50 < x | คน | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | - | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 |
| จำแนกตามระดับ | คน | 40 | 118 | 158 | 57 | 118 | 175 | 88 | 200 | 288 | 126 | 247 | 373 |
| พนักงานระดับบริหาร | คน | 2 | 3 | 5 | 14 | 8 | 22 | 10 | 16 | 26 | 12 | 8 | 20 |
| พนักงานบริหารระดับสูง | คน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| พนักงานบริหารระดับกลาง | คน | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 6 | 4 | 8 | 12 | 4 | 1 | 5 |
| พนักงานบริหารระดับต้น | คน | 1 | 1 | 2 | 12 | 4 | 16 | 6 | 8 | 14 | 8 | 7 | 15 |
| พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร | คน | 38 | 115 | 153 | 43 | 110 | 153 | 78 | 184 | 262 | 114 | 239 | 353 |
| พนักงานปฏิบัติการ | คน | 22 | 80 | 102 | 13 | 56 | 69 | 52 | 120 | 172 | 64 | 115 | 179 |
| พนักงานสัญญาจ้าง | คน | 16 | 35 | 51 | 30 | 54 | 84 | 26 | 64 | 90 | 50 | 124 | 174 |
| สัญชาติไทย | คน | 40 | 118 | 158 | 57 | 118 | 175 | 88 | 200 | 288 | 126 | 247 | 373 |

| การสรรหาบุคลากร ภายในองค์กร | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | | | 2561 | | |
|--------------------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม |
| การสรรหาบุคลากร ภายในองค์กร | คน | 2 | 14 | 16 | 7 | 10 | 17 | 6 | 7 | 13 | 6 | 10 | 16 |
| | % | 1.15 | 8.05 | 9.20 | 3.65 | 5.21 | 8.85 | 1.99 | 2.33 | 4.32 | 1.54 | 2.57 | 4.11 |
| จำแนกตามอายุ | คน | 2 | 14 | 16 | 7 | 10 | 17 | 6 | 7 | 13 | 6 | 10 | 16 |
| X ≤ 30 | คน | 1 | 3 | 4 | 1 | 6 | 7 | 3 | 3 | 6 | 1 | 4 | 5 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 1 | 9 | 10 | 6 | 4 | 10 | 3 | 4 | 7 | 5 | 6 | 11 |
| 50 < x | คน | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| จำแนกตามระดับ | คน | 2 | 14 | 16 | 7 | 10 | 17 | 6 | 7 | 13 | 6 | 10 | 16 |
| พนักงานระดับบริหาร | คน | 0 | 6 | 6 | 4 | 0 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 |
| พนักงานบริหารระดับสูง | คน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| พนักงานบริหารระดับกลาง | คน | 0 | 3 | 3 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| พนักงานบริหารระดับต้น | คน | 0 | 3 | 3 | 2 | 0 | 2 | 0 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 |
| พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร | คน | 2 | 8 | 10 | 3 | 10 | 13 | 5 | 4 | 9 | 3 | 9 | 12 |
| พนักงานปฏิบัติการ | คน | 2 | 8 | 10 | 2 | 10 | 12 | 5 | 4 | 9 | 3 | 9 | 12 |
| พนักงานสัญญาจ้าง | คน | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| สัญชาติไทย | คน | 2 | 14 | 16 | 7 | 10 | 17 | 6 | 7 | 13 | 6 | 10 | 16 |

จำนวนพนักงานพ้นสภาพ

401-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | | | 2561 | | |
|-------------------------------|-------|------|------|-------|------|------|------|------|------|-------|------|-------|-------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม |
| จำนวนพนักงานพ้นสภาพ | คน | 67 | 105 | 172 | 49 | 111 | 160 | 91 | 150 | 241 | 91 | 200 | 291 |
| อัตราพนักงานพ้นสภาพ | % | 3.93 | 6.16 | 10.09 | 2.81 | 6.36 | 9.17 | 5.12 | 8.44 | 13.55 | 5.16 | 11.34 | 16.51 |
| จำนวนพนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ | คน | 65 | 103 | 168 | 45 | 110 | 155 | 89 | 149 | 238 | 90 | 198 | 288 |
| อัตราพนักงานพ้นสภาพโดยสมัครใจ | % | 3.81 | 6.04 | 9.85 | 2.58 | 6.31 | 8.89 | 5.01 | 8.38 | 13.39 | 5.10 | 11.23 | 16.34 |
| จำแนกตามอายุ | คน | 67 | 105 | 172 | 49 | 111 | 160 | 91 | 150 | 241 | 91 | 200 | 291 |
| X ≤ 30 | คน | 25 | 40 | 65 | 17 | 46 | 63 | 43 | 83 | 126 | 26 | 126 | 152 |
| 30 < X ≤ 50 | คน | 38 | 60 | 98 | 25 | 53 | 78 | 41 | 64 | 105 | 59 | 66 | 125 |
| 50 < X | คน | 4 | 5 | 9 | 7 | 12 | 19 | 7 | 3 | 10 | 6 | 8 | 14 |
| จำแนกตามระดับ | คน | 67 | 105 | 172 | 49 | 111 | 160 | 91 | 150 | 241 | 91 | 200 | 291 |
| พนักงานระดับบริหาร | คน | 13 | 11 | 24 | 14 | 16 | 30 | 15 | 11 | 26 | 16 | 15 | 31 |
| พนักงานบริหารระดับสูง | คน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 |
| | % | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.17 | 0.17 |
| พนักงานบริหารระดับกลาง | คน | 3 | 7 | 10 | 7 | 9 | 16 | 7 | 4 | 11 | 7 | 4 | 11 |
| | % | 0.18 | 0.41 | 0.59 | 0.40 | 0.52 | 0.92 | 0.39 | 0.22 | 0.62 | 0.40 | 0.23 | 0.62 |
| พนักงานบริหารระดับต้น | คน | 10 | 4 | 14 | 7 | 7 | 14 | 8 | 7 | 15 | 9 | 8 | 17 |
| | % | 0.59 | 0.23 | 0.82 | 0.40 | 0.40 | 0.80 | 0.45 | 0.39 | 0.84 | 0.51 | 0.45 | 0.96 |
| พนักงานที่ไม่ใช่ระดับบริหาร | | 54 | 94 | 148 | 35 | 95 | 130 | 76 | 139 | 215 | 75 | 185 | 260 |
| พนักงานปฏิบัติการ | คน | 36 | 71 | 107 | 24 | 54 | 78 | 48 | 82 | 130 | 43 | 78 | 121 |
| | % | 2.11 | 4.16 | 6.28 | 1.38 | 3.10 | 4.47 | 2.70 | 4.61 | 7.31 | 2.44 | 4.42 | 6.86 |
| พนักงานสัญญาจ้าง | คน | 18 | 23 | 41 | 11 | 41 | 52 | 28 | 57 | 85 | 32 | 107 | 139 |
| | % | 1.06 | 1.35 | 2.40 | 0.63 | 2.35 | 2.98 | 1.57 | 3.21 | 4.78 | 1.82 | 6.07 | 7.88 |
| สัญชาติไทย | คน | 67 | 105 | 172 | 49 | 111 | 160 | 91 | 150 | 241 | 91 | 200 | 291 |
| | % | 3.93 | 6.16 | 10.09 | 2.81 | 6.36 | 9.17 | 5.12 | 8.44 | 13.55 | 5.16 | 11.34 | 16.51 |

จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน

401-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|--------------------------------------|-------|------|------|------|------|
| จำนวนพนักงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแรงงาน | คน | 0 | 0 | 0 | 0 |

หมายเหตุ: บริษัทจัดให้มีคณะกรรมการสวัสดิการในสถานประกอบกิจการที่มีพนักงานบางส่วนเป็นตัวแทนของพนักงานที่จะเสนอผลประโยชน์ให้กับพนักงาน

ข้อมูลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย
403-2, 403-9

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | 2563 | | 2562 | | 2561 | |
|---|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| การลาป่วย | | | | | | | | | |
| อัตราการลาป่วย | % | 1.02 | 2.72 | 0.70 | 1.92 | 0.78 | 1.89 | 0.73 | 1.69 |
| | | 3.74 | | 2.62 | | 2.66 | | 2.41 | |
| จำนวนวันลาป่วย | วัน | 1,745 | 4,639 | 1,222 | 3,342 | 1,381 | 3,355 | 1,283 | 2,974 |
| | | 6,384 | | 4,564 | | 4,736 | | 4,256 | |
| จำนวนชั่วโมงที่หยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน | ชั่วโมง | 13,958 | 37,110 | 9,776 | 26,735 | 11,044 | 26,840 | 10,260 | 23,791 |
| | | 51,068 | | 36,511 | | 37,884 | | 34,051 | |
| จำนวนชั่วโมงการทำงาน | ชั่วโมง | 1,102,816 | 2,184,424 | 1,170,288 | 2,220,048 | 1,190,720 | 2,279,936 | 1,223,040 | 2,232,440 |
| | | 3,287,240 | | 3,390,336 | | 3,470,656 | | 3,455,480 | |
| จำนวนวันทำงานทั้งหมดในรอบปี | วัน | 137,852 | 273,053 | 146,286 | 277,506 | 148,840 | 284,992 | 152,880 | 279,055 |
| | | 410,905 | | 423,792 | | 433,832 | | 431,935 | |
| จำนวนวันหยุดงานเนื่องจากการเจ็บป่วยและบาดเจ็บจากการทำงาน | วัน | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | | | 2561 | | |
|--|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม |
| อัตราการบาดเจ็บ/เจ็บป่วยจากการทำงานและการเกิดอุบัติเหตุถึงขั้นหยุดงาน | | | | | | | | | | | | | |
| อัตราการบาดเจ็บจากการทำงาน (IR) | จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| อัตราการบาดเจ็บจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LTIR) | จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นหยุดงาน (LDIR) | จำนวนวันที่สูญเสียต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| อัตราการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานถึงขั้นเสียชีวิต(WF) | จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| อัตราการเจ็บป่วยจากการทำงาน (ODR) | จำนวนคนต่อการทำงาน 200,000 ชั่วโมง | 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) | % | 1.27 | 1.70 | 1.55 | 0.84 | 1.20 | 1.08 | 0.93 | 1.18 | 1.09 | 0.84 | 1.07 | 0.99 |

การลาเพื่อเลี้ยงดูบุตร-ลาคลอด

401-3

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | 2563 | | 2562 | | 2561 | |
|--|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
| | | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง | ชาย | หญิง |
| จำนวนพนักงานได้รับสิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร | คน | 0 | 1,132 | 0 | 1,142 | 0 | 1,168 | 0 | 1,139 |
| จำนวนพนักงานที่ใช้สิทธิ์ลางานเพื่อเลี้ยงดูบุตร | คน | 0 | 21 | 0 | 26 | 0 | 25 | 0 | 28 |
| จำนวนพนักงานที่กลับมาทำงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุดเพื่อเลี้ยงดูบุตร | คน | 0 | 19 | 0 | 25 | 0 | 23 | 0 | 28 |
| อัตราการกลับมาทำงานของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะการลาหยุด | % | 0 | 90 | 0 | 96 | 0 | 92 | 0 | 100 |
| อัตราการคงอยู่ของพนักงานหลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการลาหยุด | % | 0 | 89 | 0 | 96 | 0 | 96 | 0 | 96 |

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

การแจ้งพนักงานล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อตำแหน่ง/ลักษณะการจ้างงาน

402-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|----------|---------|-------------|------|------|------|
| ระยะเวลา | สัปดาห์ | 2-4 สัปดาห์ | | | |

การร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|---|-----------|------|------|------|------|
| จำนวนข้อร้องเรียนของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติทางด้านแรงงาน | เหตุการณ์ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไขแล้ว | เหตุการณ์ | 0 | 0 | 0 | 0 |
| จำนวนข้อร้องเรียนระหว่างการดำเนินการ | เหตุการณ์ | 0 | 0 | 0 | 0 |

ข้อมูลการพัฒนาพนักงาน

404-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|---|------------|--------|--------|--------|--------|
| ค่าเฉลี่ยชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานประจำ | ชั่วโมง/คน | 57.04 | 45.59 | 39.23 | 21.67 |
| จำนวนพนักงานเฉลี่ยทั้งหมดในปีนั้นๆ | คน | 1,743 | 1,824 | 1,854 | 1,845 |
| จำนวนชั่วโมงการอบรมทั้งหมด | ชั่วโมง | 99,420 | 83,151 | 72,732 | 39,980 |
| จำนวนพนักงานที่ฝึกอบรม (นับซ้ำ) | คน | 22,679 | 18,193 | 13,818 | 5,197 |
| จำแนกตามเพศ | | | | | |
| ชาย | คน | 8,539 | 6,008 | 4,503 | 1,711 |
| หญิง | คน | 14,140 | 12,185 | 9,315 | 3,486 |
| จำแนกตามระดับ | | | | | |
| พนักงานบริหารระดับสูง | คน | 43 | 53 | 37 | 26 |
| พนักงานบริหารระดับกลาง | คน | 120 | 186 | 166 | 114 |
| พนักงานบริหารระดับต้น | คน | 443 | 586 | 498 | 260 |
| พนักงานปฏิบัติการ | คน | 18,624 | 15,864 | 11,372 | 3,711 |
| พนักงานสัญญาจ้าง | คน | 3,379 | 1,445 | 1,504 | 943 |
| นิสิต นักศึกษา LEARN & EARN | คน | 70 | 59 | 241 | 143 |

ผลระดับความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | | | 2563 | | | 2562 | 2561 | 2560 |
|--------------------------------|-------|------|------|-----|------|------|-----|------|------|------|
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | | | |
| ระดับความผูกพันต่อองค์กร | % | 67 | 65 | 66 | 70 | 73 | 72 | 76 | 68 | |
| สัดส่วนผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม | % | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 99 | 77 | |

 **มิติสิ่งแวดล้อม**

การปล่อยก๊าซเรือนกระจก
305-1, 305-2, 305-3, 305-5

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|--|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรง (GHG Scope 1) (FleetCard) | เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า | 391 | 495 | 626 | 629 |
| ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (GHG Scope 2) (ไฟฟ้า) | เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า | 1,205 | 1,006 | 1,364 | 1,390 |
| ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่น ๆ (GHG Scope 3) | | 176 | 214 | 267 | 241 |
| • น้ำ (ข้อมูลเริ่มปี 2560) | เมตริกตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า | 13 | 15 | 15 | 14 |
| • กระดาษ (ข้อมูลเริ่มปี 2561) | | 162 | 198 | 252 | 227 |
| • การเดินทางเพื่อธุรกิจด้วยบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน (ข้อมูลเริ่มปี 2563) | | 1 | 1 | - | - |

การใช้พลังงาน (ไฟฟ้า)
302-1

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|--------------------------|-------------------------|--------|--------|--------|--------|
| ปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้า | เมกะวัตต์ชั่วโมง (MW/h) | 2,410 | 2,212 | 2,344 | 2,389 |
| ค่าไฟฟ้า | พันบาท (Thousand Baht) | 14,270 | 13,099 | 13,896 | 14,161 |
| สัดส่วนค่าไฟฟ้าต่อรายได้ | % | 0.07% | 0.06% | 0.06% | 0.07% |

การใช้น้ำ

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|-----------------------------|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| การใช้น้ำประปา | ลูกบาศก์เมตร (m ³) | 16,917 | 18,467 | 18,344 | 17,268 |
| ค่าน้ำประปา | พันบาท (Thousand Baht) | 338 | 369 | 367 | 345 |
| สัดส่วนค่าน้ำประปาต่อรายได้ | % | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |

การเดินทางเพื่อธุรกิจ
302-2

| ข้อมูล | หน่วย | 2564 | 2563 | 2562 | 2561 |
|------------------------------------|------------------------|---------|---------|---------|---------|
| น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเดินทาง | ลิตร | 159,708 | 203,779 | 258,085 | 258,697 |
| ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง | พันบาท (Thousand Baht) | 4,566 | 4,579 | 6,964 | 7,369 |
| สัดส่วนของรายได้ | % | 0.02% | 0.02% | 0.03% | 0.03% |

GRI Content Index

102-55

| GRI Standards | Disclosure | Page Number (s) | | Omission | External Assurance | Relation to SDGs |
|-------------------------------|---|-----------------------|-----------------|----------|--------------------|------------------|
| | | Sustainability Report | 56-1 One Report | | | |
| GENERAL DISCLOSURES | | | | | | |
| Organizational Profile | | | | | | |
| 102-1 | Name of the organization | 8 | 61 | | | |
| 102-2 | Activities, brands, products, and services | 12 | 69-98 | | | |
| 102-3 | Location of headquarters | 8 | 67 | | | |
| 102-4 | Location of operations | 8-12 | 244 | | | |
| 102-5 | Ownership and legal form | 8-13 | 99-106 | | | |
| 102-6 | Markets served | 8-13, 114 | - | | | |
| 102-7 | Scale of the organization | 76-77, 163 | 129-136 | | | |
| 102-8 | Information on employees and other workers | 164 | 275 | | | |
| 102-9 | Supply chain | 51, 106 | - | | | |
| 102-10 | Significant changes to the organization and its supply chain | 8-11 | 61-67 | | | |
| 102-11 | Precautionary principle or approach | 40 | - | | | |
| 102-12 | External initiatives | 37, 85, 88 | - | | | |
| 102-13 | Membership of associations | 13 | - | | | |
| Strategy | | | | | | |
| 102-14 | Statement from senior decision-maker | 4-5 | - | | | |
| 102-15 | Key impacts, risks and opportunities | 14-18 | 94-97 | | | |
| Ethics and integrity | | | | | | |
| 102-16 | Values, principles, standards, and norms of behavior | 7, 19 | 63 | | | |
| 102-17 | Mechanisms for advice and concerns about ethics | 19-25 | 245-264 | | | |
| Governance | | | | | | |
| 102-18 | Governance structure | 19-25, 35-40, 49 | 245-264 | | | |
| 102-19 | Delegating authority | 19-25, 35-40, 49 | 245-264 | | | |
| 102-20 | Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics | - | 265-272 | | | |
| 102-22 | Composition of the highest governance body and its committees | - | 270-271 | | | |
| 102-23 | Chair of the highest governance body | - | 270 | | | |
| 102-24 | Nominating and selecting the highest governance body | - | 312 | | | |
| 102-26 | Role of highest governance body in setting purpose, values, and strategy | 49-51 | 270-271 | | | |
| 102-28 | Evaluation the highest governance body's performance | - | 256-258 | | | |
| 102-30 | Effectiveness of risk management processes | 38-45 | 111-124 | | | |
| 102-32 | Highest governance body's role in sustainability reporting | 19-25 | - | | | |
| Stakeholder engagement | | | | | | |
| 102-40 | List of stakeholder groups | 52-60 | - | | | |
| 102-41 | Collective bargaining agreement | 127-131 | - | | | |
| 102-42 | Identifying and selecting stakeholder | 51 | - | | | |
| 102-43 | Approach to stakeholder engagement | 52 | - | | | |
| 102-44 | Key topics and concerns raised | 52 | - | | | |

| GRI Standards | Disclosure | Page Number (s) | | Omission | External Assurance | Relation to SDGs |
|--|--|-----------------------|-----------------|---------------------|--------------------|------------------|
| | | Sustainability Report | 56-1 One Report | | | |
| Reporting practice | | | | | | |
| 102-45 | Entities included in the consolidated financial statements | 158-159 | - | | | |
| 102-46 | Defining report content and topic Boundaries | 60-61 | - | | | |
| 102-47 | List of material topics | 60-62,64-67 | - | | | |
| 102-48 | Restatements of information | 62 | - | | | |
| 102-49 | Changes in reporting | 62 | - | | | |
| 102-50 | Reporting period | 158 | - | | | |
| 102-51 | Date of most recent report | 158 | - | | | |
| 102-52 | Reporting cycle | 158 | - | | | |
| 102-53 | Contact point for questions regarding the report | 158 | - | | | |
| 102-54 | Claims of reporting in accordance with GRI Standards | 158 | - | | | |
| 102-55 | GRI content index | 170 | - | | | |
| External assurance | | | | | | |
| 102-56 | External assurance | 158 | - | | | |
| TOPIC - SPECIFIC DISCLOSURES | | | | | | |
| ECONOMIC DIMENSION | | | | | | |
| Digital Innovation | | | | SDG 1, SDG 8, SDG 9 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 79 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 79-89 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 79 | - | | | |
| GRI 418 : Customer Privacy 2016 | | | | | | |
| 418-1 | Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of consumer data | 86-89 | - | | | |
| Brand and Customer Trust | | | | SDG 8 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 90 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 90-94 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 90 | - | | | |
| GRI 417 : Marketing and Labeling 2016 | | | | | | |
| 417-3 | Incidents of non-compliance concerning marketing communications | 90 | 289-292 | | | |
| Risk and crisis Management | | | | SDG 16 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 38 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 38-47 | 245-282, 307 | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 38 | - | | | |
| Economic Performance | | | | SDG 8, SDG 9 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 163 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 163 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 163 | - | | | |

| GRI Standards | Disclosure | Page Number (s) | | Omission | External Assurance | Relation to SDGs |
|---|--|-----------------------|-----------------|----------|--------------------|----------------------|
| | | Sustainability Report | 56-1 One Report | | | |
| GRI 201 : Economic Performance 2016 | | | | | | |
| 201-1 | Direct economic value generated and distributed | 163 | - | | | |
| Corporate Governance | | | | | | SDG 16 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 19 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 19-27 | 245-282, 307 | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 19 | - | | | |
| Anti-Corruption and Bribery | | | | | | SDG 16 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 28 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 28-37 | 251-253 | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 28 | - | | | |
| GRI 205 : Anti-Corruption 2016 | | | | | | |
| 205-1 | Operations assessed for risks related to corruption | 28-37 | - | | | |
| 205-2 | Communication and training about anti-corruption policies and procedures | 28-37 | - | | | |
| 205-3 | Confirmed incidents of corruption and actions taken | 31 | - | | | |
| ESG Products and Services | | | | | | SDG 8, SDG 9 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 95 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 95-104 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 95 | - | | | |
| GRI 203 : Indirect Economic Impacts | | | | | | |
| 203-1 | Infrastructure investments and services supported | 95 | - | | | |
| 203-2 | Significant indirect economic impacts | 95 | - | | | |
| Supply Chain Management | | | | | | SDG 8, SDG 13 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 105 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 105-111 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 105 | - | | | |
| GRI 308 : Supplier Environment Assessment 2016 | | | | | | |
| 308-1 | New suppliers that were screened using environmental criteria | 105 | - | | | |
| 308-2 | Number of suppliers assessed for environmental impacts | 105-111 | - | | | |
| GRI 414 : Supplier Social Assessment 2016 | | | | | | |
| 414-1 | New suppliers that were screened using social criteria | 105 | - | | | |

| GRI Standards | Disclosure | Page Number (s) | | Omission | External Assurance | Relation to SDGs |
|---|---|-----------------------|-----------------|-----------------------------------|--------------------|------------------|
| | | Sustainability Report | 56-1 One Report | | | |
| SOCIAL DIMENSION | | | | | | |
| Financial Inclusion and Financial Literacy | | | | SDG 1, SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 9 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 113 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 114-123 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 103 | - | | | |
| GRI 203 : Indirect Economic Impacts | | | | | | |
| 203-1 | Infrastructure investments and services supported | 113-123 | - | | | |
| Human Resource Management and Development | | | | SDG 4, SDG 5, SDG 8, SDG 10 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 124 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 124-137 | 277-278 | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 124 | - | | | |
| GRI 201 : Economic Performance 2016 | | | | | | |
| 201-3 | Defined benefit plan obligations and other retirement plans | 127 | - | | | |
| GRI 205 : Anti-Corruption 2016 | | | | | | |
| 205-2 | Communication and training about anti-corruption policies and procedures | 132-134 | - | | | |
| GRI 401 : Employment 2016 | | | | | | |
| 401-1 | New employee hires and employee turnover | 124, 165-169 | - | | | |
| 401-3 | Parental leave | 168 | - | | | |
| GRI 402 : Labor / Management relations | | | | | | |
| 402-1 | Minimum notice periods regarding operational | 168 | - | | | |
| GRI 404 : Training and Education 2016 | | | | | | |
| 404-1 | Average hours of training per year per employee | 136, 168 | 277 | | | |
| 404-2 | Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs | 129-136 | - | | | |
| GRI 405 : Diversity and Equal Opportunity | | | | | | |
| 405-1 | Diversity of governance bodies and employees | 124, 164-169 | - | | | |
| Occupational Health and Safety | | | | SDG 3, SDG 8 | | |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 138 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 138-144 | 278 | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 138 | - | | | |

| GRI Standards | Disclosure | Page Number (s) | | Omission | External Assurance | Relation to SDGs |
|--|--|-----------------------|-----------------|----------|--------------------|------------------------------|
| | | Sustainability Report | 56-1 One Report | | | |
| GRI 403 : Occupational Health and Safety 2018 | | | | | | |
| 403-1 | Occupational health and safety management system | 138-140 | - | | | |
| 403-2 | Types of injuries and rates of injury, occupational diseases, lost days and absenteeism, and number of work-related fatalities | 167 | - | | | |
| 403-5 | Worker training on occupational health and safety | 139 | - | | | |
| 403-9 | Work-related injuries | 144, 167 | - | | | |
| 403-10 | Work-related ill health (Employee only) | 144 | - | | | |
| Collaboration with partnership for sustainability | | | | | | SDG 8 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 145 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 145-148 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 145 | - | | | |
| GRI 203 : Indirect Economic Impacts | | | | | | |
| 203-2 | Significant indirect economic impacts | 145-148 | - | | | |
| ENVIRONMENTAL DIMENSION | | | | | | |
| Environmental and Climate Change Management | | | | | | SDG 3, SDG 12, SDG 13 |
| GRI 103 : Management Approach 2016 | | | | | | |
| 103-1 | Explanation of the material topic and its boundary | 150 | - | | | |
| 103-2 | The management approach and its components | 150-157 | - | | | |
| 103-3 | Evaluation of the management approach | 150 | - | | | |
| GRI 302 : Energy 2016 | | | | | | |
| 302-1 | Energy consumption within the organization | 152 | - | | | |
| 302-4 | Reduction of energy consumption | 152 | - | | | |
| GRI 305 : Emissions 2016 | | | | | | |
| 305-1 | Direct (Scope 1) GHG emissions | 155-156, 169 | - | | | |
| 305-2 | Energy indirect (Scope 2) GHG emissions | 155-156, 169 | - | | | |
| 305-3 | Other indirect (Scope 3) GHG emissions | 155-156, 169 | - | | | |
| 305-5 | Reduction of GHG emissions | 157 | - | | | |
| GRI 306 : Effluents and waste 2016 | | | | | | |
| 306-2 | Waste by type and disposal method | 154 | - | | | |



แบบสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน

รายงานความยั่งยืนประจำปี 2564 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะของท่านจะนำมาใช้ในการพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืนของเคทีซีในอนาคต
ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง



สแกน QR Code เพื่อทำ
แบบสำรวจความคิดเห็น
แบบออนไลน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หรือแสดงความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่าง

ท่านเป็นผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มใด

- | | |
|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผู้ถือหุ้น/ผู้ลงทุน | <input type="checkbox"/> ลูกค้า |
| <input type="checkbox"/> คู่ค้า/ผู้ให้บริการภายนอก | <input type="checkbox"/> พันธมิตร |
| <input type="checkbox"/> สังคมและสิ่งแวดล้อม | <input type="checkbox"/> เจ้าหนี้ |
| <input type="checkbox"/> คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหาร | <input type="checkbox"/> พนักงาน |
| <input type="checkbox"/> ภาครัฐ และหน่วยงานกำกับดูแล | <input type="checkbox"/> คู่แข่ง |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ : _____ | |

ท่านได้รับ/อ่านรายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท จากแหล่งใดบ้าง โปรดระบุ

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

ท่านอ่านรายงานความยั่งยืนประจำปี 2564 เพื่อจุดประสงค์ใด

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

ท่านสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนของเคทีซีในเรื่องใดบ้าง

- นวัตกรรมดิจิทัล
- การได้รับความไว้วางใจจากประสบการณ์ที่ดี
- การบริหารจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤต
- การกำกับดูแลกิจการ
- การต่อต้านการคอร์รัปชันและการติดสินบน
- ผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล
- การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- การเข้าถึงบริการทางการเงินและการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน
- การบริหารและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล
- การดูแลสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน
- การร่วมมือกับพันธมิตรด้านความยั่งยืน
- การบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ความพึงพอใจต่อรูปแบบรายงานความยั่งยืนประจำปี 2564

- | | | | | | | | |
|------------------------------|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----|
| • เนื้อหาน่าสนใจ | น้อย | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | มาก |
| • เนื้อหาเข้าใจง่าย | น้อย | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | มาก |
| • ความสมบูรณ์ของรายงานโดยรวม | น้อย | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | มาก |
| • การออกแบบรูปเล่มน่าสนใจ | น้อย | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | มาก |
| • ความพึงพอใจต่อรายงานโดยรวม | น้อย | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | มาก |

ท่านมีความสนใจประเด็นด้านความยั่งยืนอื่น ๆ อีกหรือไม่

หลังจากอ่านรายงานความยั่งยืนฉบับนี้ ท่านรู้สึกอย่างไร กับการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของเคทีซี

ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการจัดทำรายงานความยั่งยืน (ถ้ามี)

หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายงานความยั่งยืนประจำปี 2564

กรุณาติดต่อ

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 591 อาคารสมัชชชาวนิชา 2 ชั้น 14 ถนนสุขุมวิท 33
แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

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

อีเมล : sdktc@ktc.co.th

