

3.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ธนาคารกสิกรไทยประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจหลักทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับอนุญาตไว้ในพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงินฯ และพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ และประกาศที่เกี่ยวข้อง โดยให้บริการผ่านเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ธนาคารมีเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ทั้งสาขาเต็มรูปแบบและสาขาย่อย จำนวน 1,054 สาขา ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 และ 965 สาขา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 โดยให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารและประชาชนทั่วไปผ่านเครื่อง ATM ที่ติดตั้งอยู่ในสาขาและนอกสถานที่ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค จำนวน 9,460 เครื่อง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 และ 8,740 เครื่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 นอกจากนี้ ยังมีเครื่องฝากเงินอัตโนมัติที่สาขาของธนาคาร จำนวน 2,709 เครื่อง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 และ 2,195 เครื่อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ธนาคารยังมีสาขาในต่างประเทศอีก 5 สาขา และสำนักงานผู้แทน 5 แห่ง โดยมีศูนย์กลางการดำเนินงานและให้บริการที่สำนักงานใหญ่

❖ โครงสร้างรายได้ธนาคารและบริษัทย่อย

โครงสร้างรายได้ของธนาคารและบริษัทย่อยตามงบการเงินรวม มีดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| | สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน | | สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม | | | | | |
|--|--|--------------|--------------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | 2557 | | 2556* | | 2555* | | 2554* | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รายได้ดอกเบี้ย | | | | | | | | |
| รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงิน | 1,834 | 2.72 | 4,302 | 3.56 | 4,602 | 4.41 | 7,178 | 7.93 |
| เงินฝาก | 631 | 0.94 | 368 | 0.31 | 365 | 0.35 | 288 | 0.32 |
| เงินให้สินเชื่อ (ไม่รวมธุรกรรมตลาดซื้อคืน) | 137 | 0.20 | 292 | 0.24 | 355 | 0.34 | 75 | 0.08 |
| ธุรกรรมตลาดซื้อคืน | 1,066 | 1.58 | 3,642 | 3.01 | 3,882 | 3.72 | 6,815 | 7.53 |
| เงินลงทุน | 7,908 | 11.75 | 13,602 | 11.25 | 12,287 | 11.78 | 8,414 | 9.30 |
| เงินลงทุนเพื่อค้า | 150 | 0.22 | 329 | 0.27 | 463 | 0.44 | 285 | 0.31 |
| เงินลงทุนเพื่อขาย | 3,806 | 5.66 | 6,849 | 5.67 | 6,818 | 6.54 | 4,259 | 4.71 |
| เงินลงทุนที่จะถือจนครบกำหนด | 3,952 | 5.87 | 6,424 | 5.31 | 5,006 | 4.80 | 3,870 | 4.28 |
| เงินให้สินเชื่อ | 43,388 | 64.45 | 83,692 | 69.20 | 75,370 | 72.26 | 64,801 | 71.60 |
| สัญญาเช่าการเงิน | 2,477 | 3.68 | 4,589 | 3.79 | 3,980 | 3.82 | 3,327 | 3.68 |
| อื่น ๆ | 50 | 0.07 | 41 | 0.03 | (65) | (0.06) | (27) | (0.03) |
| รวมรายได้ดอกเบี้ย | 55,657 | 82.67 | 106,226 | 87.83 | 96,174 | 92.20 | 83,693 | 92.47 |
| รวมค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย | 15,583 | 23.14 | 33,429 | 27.64 | 32,593 | 31.25 | 27,202 | 30.05 |
| รายได้ดอกเบี้ยสุทธิ | 40,074 | 59.53 | 72,797 | 60.19 | 63,581 | 60.96 | 56,491 | 62.42 |
| รายได้ที่มีไม่ดอกเบี้ย | | | | | | | | |
| รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ | 20,410 | 30.32 | 37,246 | 30.79 | 31,428 | 30.13 | 26,072 | 28.81 |
| ค่าใช้จ่ายค่าธรรมเนียมและบริการ | 4,225 | 6.28 | 7,803 | 6.45 | 6,961 | 6.67 | 5,435 | 6.00 |
| รายได้ค่าธรรมเนียมและบริการสุทธิ | 16,185 | 24.04 | 29,443 | 24.34 | 24,467 | 23.46 | 20,637 | 22.80 |

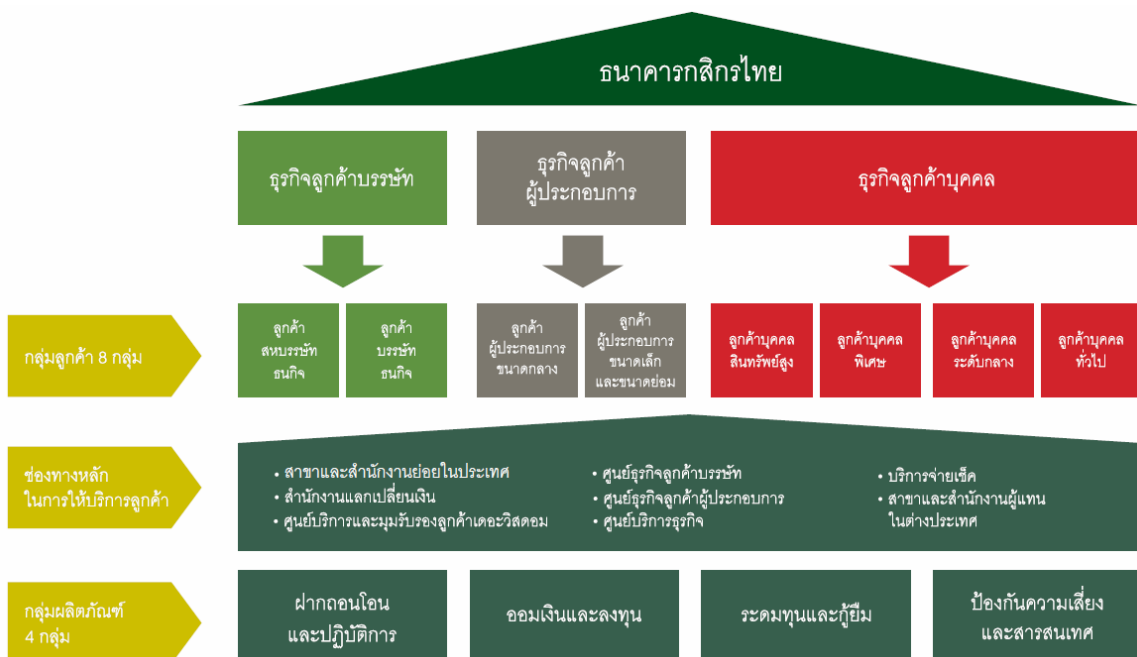
| | สำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน | | สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม | | | | | |
|--|--|---------------|--------------------------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2557 | | 2556* | | 2555* | | 2554* | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| กำไรสุทธิจากธุรกรรมเพื่อค้าและปริวรรต เงินตราต่างประเทศ | 3,307 | 4.91 | 5,896 | 4.87 | 5,555 | 5.33 | 5,214 | 5.76 |
| ขาดทุนสุทธิจากหนี้สินทางการเงินที่กำหนดให้ แสดงด้วยมูลค่ายุติธรรม | (2) | (0.00) | (18) | (0.01) | (46) | (0.04) | (54) | (0.06) |
| กำไรสุทธิจากเงินลงทุน | 522 | 0.77 | 948 | 0.78 | 624 | 0.60 | 806 | 0.89 |
| ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนตามวิธี ส่วนได้เสีย | 48 | 0.07 | 193 | 0.16 | 20 | 0.02 | 13 | 0.01 |
| รายได้เงินปันผล | 640 | 0.95 | 882 | 0.73 | 1,408 | 1.35 | 784 | 0.87 |
| รายได้เบี้ยประกันภัยรับสุทธิ | 38,183 | 56.72 | 58,414 | 48.30 | 47,517 | 45.56 | 37,118 | 41.01 |
| รายได้จากการดำเนินงานอื่นๆ | 502 | 0.74 | 1,080 | 0.89 | 1,369 | 1.31 | 1,206 | 1.33 |
| หัก ค่าใช้จ่ายในการรับประกันภัย | 32,136 | 47.73 | 48,685 | 40.25 | 40,190 | 38.53 | 31,707 | 35.03 |
| รวมรายได้ที่มีโชคเบี่ยง | 27,249 | 40.47 | 48,153 | 39.81 | 40,724 | 39.04 | 34,017 | 37.58 |
| รวมรายได้จากการดำเนินงานสุทธิ | 67,323 | 100.00 | 120,950 | 100.00 | 104,305 | 100.00 | 90,508 | 100.00 |

* ธนาคารและบริษัทย่อยไม่ได้แสดงงบการเงินปรับปรุงย้อนหลัง สำหรับการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชีตามการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 เรื่อง โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า ซึ่งบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 เป็นต้นไป ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์รวม หนี้สินรวม และส่วนของผู้ถือหุ้นรวม หรือกำไรสุทธิของธนาคารและบริษัทย่อยจากที่
เคยรายงานไว้ในงวดก่อน

❖ การดำเนินงานด้านธุรกิจหลัก

1. ภาพรวมธุรกิจ

ธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย ยังคงสานต่อยุทธศาสตร์ที่ยึดมั่นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง จึงมุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจทั้งในมิติของกลุ่มลูกค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ และช่องทางหลักในการให้บริการลูกค้าให้สนับสนุนโอกาสการขยายธุรกิจของลูกค้า ตลอดจนความต้องการบริการทางการเงินอย่างครบวงจร ซึ่งจะทำให้ธนาคารสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ดังกล่าว โดยที่ยังคงรักษาคุณภาพของพอร์ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2. กลุ่มลูกค้า

▪ สหกรณ์ชนบท

การเปลี่ยนแปลงเชิงมหภาคของปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจในปี 2556 ทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ อันได้แก่ การขยายตัวของเมืองสู่ภูมิภาค (Urbanization) การชะลอการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของภาครัฐ และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค จากการรับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วยิ่งขึ้น ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ รวมถึงปัจจัยภายนอกประเทศ โดยเฉพาะการค้าระหว่างประเทศใน AEC ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง สวนทางกับเศรษฐกิจในภูมิภาคอื่นของโลก ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มลูกค้าสหกรณ์ชนบท

ธนาคารจึงมุ่งศึกษาทิศทางตลาดและเหตุปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการทำธุรกิจของลูกค้าเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม ซึ่งครอบคลุมความต้องการของลูกค้าในทุกด้าน อาทิ 1. บริการวาณิชธนกิจ ที่นำเสนอรูปแบบการจัดการเงินทุนที่ตอบโจทย์ได้ครบถ้วน (Comprehensive Fund Raising Solutions) และการให้คำปรึกษาทางการเงิน ทั้งเพื่อการลงทุนและการระดมทุน (Financial Advisory) 2. การนำเสนอระบบการจัดการด้านการเงิน (Cash Management) ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมโยงธุรกรรมทางการเงิน (Transaction Banking Solutions) ให้เข้ากับวัฒนธรรมทางการเงินทั้งหมดของลูกค้า โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Efficiency) ลดขั้นตอนการทำงาน และสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น 3. การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ลูกค้าและคู่ค้าของลูกค้าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Value Chain Solutions) โดยไม่จำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางการเงินเท่านั้น และ 4. การให้ความรู้และคำแนะนำ ตลอดจนการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ธุรกิจในหลายมิติ

▪ บรรษัทชนบท

ตลอดปี 2556 ธนาคารมุ่งมั่นในการเป็นธนาคารหลักของลูกค้า โดยให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่กิจการและบุคคล ทั้งด้านการเงินและไม่ใช่การเงิน (Financial Solution and Non-Financial Solution) ผ่านการให้คำปรึกษาในการดูแลธุรกิจแบบครบวงจร ด้วยทีมงานที่มีความรู้ความเข้าใจ และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ธนาคารยังให้ความสำคัญและสนับสนุนการส่งต่อธุรกิจครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างยั่งยืน โดยดำเนินการจัดตั้งศูนย์รวมธุรกิจครอบครัวไทย “KFam Club” และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ขณะเดียวกัน ความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ทั้งในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา ประกอบกับการชะลอตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจีนและญี่ปุ่น รวมไปถึงความผันผวนของค่าเงิน ตลอดจนปัจจัยความไม่แน่นอนภายในประเทศอันเนื่องมาจากสถานการณ์ทางการเมือง ธนาคารจึงมุ่งเน้นการให้คำแนะนำพร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อการเสริมสภาพคล่องและปิดความเสี่ยงในรูปแบบต่างๆ ให้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้มากขึ้น ด้วยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ยืดหยุ่นได้ และเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการ ในแต่ละช่วงเวลาของลูกค้า พร้อมรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เข้าใจง่าย และมีการติดตามกระบวนการภายในเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้ทันต่อเวลา

▪ ผู้ประกอบการขนาดกลาง

ธนาคารมีการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานที่มุ่งตอบโจทย์ความต้องการและเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นธนาคารหลักของลูกค้า โดยในปี 2556 ธนาคารได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หนังสือค้ำประกันแบบยื่นซองประมูลงาน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจการให้แก่กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างกับหน่วยงานราชการ ขณะเดียวกัน ยังได้ออกผลิตภัณฑ์ที่ช่วยบริหารจัดการ

ต้นทุนให้แก่ลูกค้าผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท การบริหารความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงินบาท ตลอดจนการบริหารต้นทุนด้านพลังงาน อาทิ การสนับสนุนให้เปลี่ยนหลอดไฟเพื่อประหยัดพลังงานและลดต้นทุนของธุรกิจ อีกทั้งยังมุ่งสร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการกับธนาคาร ผ่านการปรับปรุงกระบวนการในการออกหนังสือค้ำประกันให้มีความสะดวกรวดเร็ว โดยเริ่มจากสาขาของธนาคารที่มีลูกค้ามาใช้บริการออกหนังสือค้ำประกันหนาแน่นทั่วประเทศ

นอกจากนี้ ธนาคารยังให้ความสำคัญกับการให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า โดยเฉพาะในธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของจีน และโอกาสจากการเปิด AEC รวมถึงความเสี่ยงจากความผันผวนของค่าเงินบาท ตลอดจนข้อควรระวังจากการค้าขายระหว่างประเทศ ขณะเดียวกัน ธนาคารได้ดำเนินการส่งเสริมแบรนด์ K SME ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ที่มุ่งหวังเริ่มต้นธุรกิจ และกลุ่มผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจทั่วประเทศ ผ่านรายการโทรทัศน์ “K SME มีดังค์เยอะ” ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าอีกด้วย

▪ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม

ในปี 2556 ธนาคารมีนโยบายในการดูแลลูกค้าผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม เพื่อให้ความช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากต้นทุนการผลิตที่ปรับตัวสูงขึ้น และการชะลอตัวของเศรษฐกิจ รวมถึงให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งในด้านเงินทุน องค์ความรู้ และการสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นธนาคารหลักของกลุ่มลูกค้าดังกล่าว โดยธนาคารได้ดำเนินงานตามกลยุทธ์หลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน ทั้งกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่มีข้อจำกัดด้านหลักทรัพย์ค้ำประกัน และกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่ต้องการลดผลกระทบจากปัจจัยทางธุรกิจ เช่น ลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ลูกค้าที่ต้องการความยืดหยุ่นในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อบริหารสภาพคล่อง ลูกค้าที่ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ และลูกค้าที่ต้องการลงทุนกับคู่ค้ารายใหญ่ เป็นต้น
2. การสร้างแบรนด์และทำการตลาด โดยมุ่งที่ฐานการตลาดต่างจังหวัด ด้วยกลยุทธ์การตลาดท้องถิ่น (Localized Marketing) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่เป็นลูกค้าของธนาคาร และตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมแบรนด์ K SME ของธนาคาร ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ที่มุ่งหวังเริ่มต้นธุรกิจ และกลุ่มผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นทำธุรกิจทั่วประเทศ ทั้งด้วยการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง
3. การส่งมอบประสบการณ์การขายและบริการที่เป็นเลิศ โดยมุ่งพัฒนาคุณภาพของทีมดูแลลูกค้าผู้ประกอบการ ผ่านการประเมินผลงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในมิติของการที่ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานได้ง่าย และพนักงานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะในเวลาเร่งด่วน การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารอย่างครบถ้วนและเหมาะสมกับธุรกิจและความต้องการ ตลอดจนการช่วยติดตามและแจ้งสถานะการสมัครหรือการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง

▪ บุคคลสินทรัพย์สูง

ธนาคารวางกลยุทธ์เพื่อนำ KBank Private Banking สู่อการเป็นผู้นำด้านการเงินและการลงทุนระดับมီโออาชีพด้วยมาตรฐานสากล โดยในปี 2556 ธนาคารได้จัดการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำด้วย 4 จุดเด่นของ KBank Private Banking คือ 1. ประสบการณ์ที่ยาวนานพร้อมรางวัลรับรองคุณภาพจากสถาบันชั้นนำระดับสากล 2. คำแนะนำระดับคุณภาพจากบทวิเคราะห์ที่ครอบคลุมทุกประเภทสินทรัพย์และทันต่อสถานการณ์ (Advisory

Excellence) 3. ผลิภัณฑ์และบริการเพื่อการลงทุนที่ดีที่สุด ทั้งผลิตภัณฑ์ของธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย ตลอดจนสถาบันอื่นที่อยู่ในระดับ Best in Class ของผลิตภัณฑ์การลงทุนแต่ละประเภท ผ่านโครงสร้างการขายที่ได้รับการพัฒนา โดยมุ่งเพิ่มผลตอบแทนสูงสุดให้ลูกค้าเป็นสำคัญ และ 4. บริการด้านการเงินและการลงทุนครบวงจร โดยทีม Private Banker มีอาชีพ นอกจากนี้ ธนาคารยังให้ความสำคัญกับโครงการพัฒนาศักยภาพ Private Banker ทั้งด้านความรู้ และทักษะการให้บริการต่างๆ เพื่อให้สามารถตอบ โจทย์ลูกค้าได้ทุกความต้องการทางการเงินและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า อีกทั้งได้จัดงานเสวนาทางการเงิน ในหัวข้อที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าในช่วงเวลานั้นๆ ตลอดจนให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการของ KBank Private Banking อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

▪ บุคคลพิเศษ

ธนาคารดำเนินกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าทั้งชาวไทยและต่างชาติ ในพื้นที่กรุงเทพ ปริมณฑล และจังหวัดใหญ่ทั่วประเทศ ควบคู่กับการสร้างแบรนด์ THE WISDOM ให้เป็นที่รู้จักในตลาดอย่างต่อเนื่อง ด้วยภาพลักษณ์การเป็นที่สุดของบริการทางการเงินเหนือระดับ (World Class Financial Services) และที่สุดของสิทธิพิเศษด้านไลฟ์สไตล์ (Worldwide Privileges) เพื่อรักษาความเป็น “ที่หนึ่งในใจลูกค้า” และให้ลูกค้าใช้บริการธนาคารเป็นธนาคารหลัก โดยตลอดทั้งปี 2556 ธนาคารได้นำผลการศึกษาวุฒิจรรยาความต้องการ และปัจจัยหลักในการเลือกใช้ธนาคารหลักของลูกค้า มาออกแบบกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ และจัดทำโครงการส่งเสริมการขายพิเศษที่ครอบคลุมทั้งธุรกรรมฝากเงิน และการลงทุน โดยประสานการทำงานร่วมกันระหว่างสายงานธุรกิจของธนาคาร และบริษัทของธนาคารกสิกรไทย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มและสอดคล้องความสัมพันธ์ลูกค้า นอกจากนี้ เพื่อการให้บริการที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าบุคคลพิเศษยิ่งขึ้น ธนาคารได้ทยอยเพิ่มจำนวนศูนย์บริการ มุมรับรองลูกค้า และบริการตู้നിรัยสำหรับลูกค้าเดอะวิสคอมในพื้นที่สาขาของธนาคารและห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ยุทธศาสตร์ โดยล่าสุดได้เปิดตัวศูนย์บริการเดอะวิสคอม ณ สยามพารากอน (THE WISDOM @ SIAM PARAGON)

▪ บุคคลระดับกลาง

ตลอดปี 2556 ธนาคารดำเนินกลยุทธ์มุ่งเป็นธนาคารหลักในใจของลูกค้า โดยการขยายฐานลูกค้าในพื้นที่จังหวัดใหญ่ทั่วประเทศ ด้วยการจัดกิจกรรมการตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การปรับเปลี่ยนรูปแบบสาขาที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ อย่างต่อเนื่อง ผ่านการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และทีม K-Expert ที่ให้คำปรึกษาทางการเงินประจำอยู่ทุกสาขาทั่วประเทศ ควบคู่กับการมุ่งเพิ่มสัดส่วนการใช้บริการของธนาคาร ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งที่มีการจัดไว้เป็นชุดผลิตภัณฑ์ สำหรับเสนอขายในวันแรกที่ลูกค้าเปิดบัญชี นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการทางการเงินของลูกค้าที่มีพฤติกรรมใช้ชีวิตที่แตกต่างกันได้อย่างครบวงจร ตามแนวทางการทำการตลาดแบบ Lifestyle Banking อาทิ เงินฝากเลดี้ทวิทรัพย์ โครงการ 1,000,000 เซอร์ไพรส์ ล้ำประทับใจกับบัตรเครดิต การทำแคมเปญต่อเนื่องของบัตร K-SME Card และบริการที่เพิ่มความสะดวกสบาย ด้วยบริการ SMS ขยับบอก บริการ K-Speed Top Up (บริการเติมเงินมือถือทันใจกสิกรไทย) บริการ K-Cyber Banking (บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกสิกรไทย) ตลอดจนการปรับปรุงรูปแบบใหม่ของ K-MOBILE BANKING PLUS (บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือกสิกรไทย) ให้ตอบโจทย์ความต้องการใช้งานของลูกค้าได้มากขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นการสมัครใช้บริการ THE PREMIER (เดอะพรีเมียร์กสิกรไทย)

▪ บุคคลทั่วไป

ธนาคารดำเนินกลยุทธ์มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนจัดรายการส่งเสริมการขายใหม่ๆ เพื่อครองใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งที่เป็นนิสิตนักศึกษา วัยเริ่มทำงาน และบุคคลที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน ให้เลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารหลัก โดยในปี 2556 ธนาคารมอบสิทธิพิเศษในเรื่องอัตรา

ดอกเบี้ยให้กับลูกค้าที่มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารกสิกรไทยภายใต้บริการ K-Payroll Benefit และออกผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตลายโคราเอมอน พร้อมสิทธิประโยชน์ที่ตรงกับการใช้ชีวิตของกลุ่มลูกค้า อีกทั้งยังพัฒนาผลิตภัณฑ์ Pro Life 95/20 (ประกันชีวิตหยุดได้หายห่วง) สำหรับกลุ่มลูกค้าอาชีพอิสระที่ไม่มีรายได้ประจำ รวมถึงเพิ่มช่องทางการสมัครใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือกสิกรไทยผ่านแคว้นเตอร์ธนาคาร นอกจากนี้ ยังได้จัดกิจกรรมการตลาด เช่น โครงการมหาวิทยาลัย และแคมเปญการตลาดที่สื่อสารด้วยภาษาท้องถิ่นแก่กลุ่มลูกค้าในจังหวัดยุทธศาสตร์ เป็นต้น

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย

3.1 กลุ่มผลิตภัณฑ์

ด้วยตระหนักถึงความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในปี 2556 ทั้งจากปัจจัยภายในและนอกประเทศ อันส่งผลกระทบต่อลูกค้าแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน ธนาคารจึงมุ่งมั่นที่จะริเริ่ม พัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า อีกทั้งยังจัด โครงการส่งเสริมการขายและการตลาด ตลอดจนการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของลูกค้า เพื่อสร้าง โอกาสการเติบโตอย่างมีคุณภาพร่วมกัน โดยนำเสนอผ่านกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มฝากถอน โอนและปฏิบัติการ กลุ่มออมเงินและลงทุน กลุ่มระดมทุนและกู้ยืม รวมทั้งกลุ่มป้องกันความเสี่ยงและสารสนเทศ ดังนี้

▪ **กลุ่มฝากถอนโอนและปฏิบัติการ (Operation & Transaction)**

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|---|
| การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> • บริการ “K-BizAlert” (บริการแจ้งรายการเดินบัญชีเงินฝากผ่าน SMS) โดยธนาคารจะส่ง SMS แจ้งสำหรับรายการเดินบัญชีทุกรายการที่มีเงินเข้าและเงินออกจากบัญชีเงินฝาก รวมถึงแจ้งยอดคงเหลือของบัญชีเงินฝาก ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการตรวจสอบความเคลื่อนไหวของการเดินบัญชี • บริการ “K-Cash Card” (บัตรเงินสด สำหรับผู้ที่ไม่มีบัญชีธนาคารกสิกรไทย) โดยบริษัทเป็นผู้นำเงินเข้าบัตรและผู้ถือบัตรสามารถนำบัตรไปถอนเงินได้ที่เครื่องเอทีเอ็มทุกธนาคารทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการบริหารเงินสดให้กับธุรกิจ ขณะเดียวกันยังทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย ในการจัดการเรื่องเงินเดือน ค่าแรงเบี่ยเลี้ยงของพนักงาน ตลอดจนค่าสินค้า และเป็นเงินสดสำรองของธุรกิจ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีบัญชีหลายธนาคาร • บริการ Fill & Go (บริการเติมน้ำมันโดยอาศัยระบบระบุยานยนต์ด้วยเทคโนโลยีไร้สาย: Vehicle Identification System - Radio Frequency Identification Technology) โดยธนาคารร่วมกับบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นำเสนอนวัตกรรมในการควบคุม และตรวจสอบการเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมัน ด้วยอุปกรณ์วงแหวนพิเศษที่จะบันทึกข้อมูลเฉพาะของรถแต่ละคัน ทั้งเลขทะเบียนรถ ประเภทของน้ำมันที่กำหนดให้เติม จำนวนน้ำมันที่กำหนดให้เติมในแต่ละครั้ง วัน เดือน ปี สถานีบริการน้ำมันที่เติม ซึ่งนอกจากจะควบคุมการจ่ายน้ำมันแล้ว เจ้าของธุรกิจยังสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนน้ำมัน และคำนวณอัตราการผลิต เชื้อเพลิง รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจได้อีกด้วย • บริการ “K-CONNEX” เป็นนวัตกรรมที่ทำให้ลูกค้ากลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างเครือข่ายซับซ้อน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินและบริหารจัดการสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมองเห็นกระแสเงินสดของบริษัทในเครือข่ายทั้งหมด ด้วยระบบที่ออกแบบให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและกำหนดสิทธิการเข้าถึงข้อมูล เพื่อบริหารจัดการสถานะทางการเงินผ่านแท็บเล็ตและสมาร์ตโฟนทุกระบบ โดยมีความปลอดภัยระดับสูงสุด พร้อมระบบปรับปรุงบัญชีย้อนหลังอัตโนมัติ ซึ่งช่วยลดเวลาในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทางบัญชี • ผลิตภัณฑ์ Operative Account เป็นการรวมผลิตภัณฑ์เพื่อการเดินบัญชี สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง อาทิ การเรียกเก็บเช็คข้ามเขต การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงรายงานการเดินบัญชี เพื่ออำนวยความสะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการจัดการทางการเงินให้ลูกค้า • บริการรับเงินโอนจากต่างประเทศผ่านเครือข่ายวีซ่า (VISA Personal Payments) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถือบัตรเดบิตกสิกรไทยทุกประเภท โดยจะได้รับเงินโอนจากต่างประเทศได้รวดเร็วภายในไม่กี่นาที หลังการแจ้งหมายเลขบัตรเดบิตกสิกรไทย 16 หลัก และจำนวนเงินที่โอน ตามรายละเอียดและเงื่อนไขที่กำหนด |

| | รายละเอียด |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์ซุคเช็คของขวัญแทนใจ สำหรับวาระพิเศษ ได้แก่ วันแต่งงาน วันเกิด การแสดงความยินดี รวมถึงเทศกาลตรุษจีน โดยได้มอบซุคเช็คของขวัญเทศกาลตรุษจีนแก่ลูกค้าที่สั่งซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมตามเงื่อนไขที่กำหนด ผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตใหม่ และบัตรเดบิตคาแรกเตอร์ ทั้งลายโคราเอมอน และ LINE ในประเภทบัตร K-My Debit Card และ K-Max Debit Card พร้อมสมุดบัญชีเงินฝาก เพื่อต่อยอดความเป็นผู้นำด้านการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของบัตรเดบิต นอกจากนี้ ได้นำเสนอบัตรเดบิตประจำจังหวัด เจาะกลุ่มลูกค้าในส่วนภูมิภาค ขณะเดียวกัน ได้ตอบสนอง โลกไฟต์ลด์ของลูกค้าในเมืองด้วยบัตรเดบิต K-Metro Debit Card ที่ใช้เดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินพร้อมทำธุรกรรมการเงินได้ในบัตรเดียวกัน รวมถึงบัตรเดบิตร่วมกับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ที่ใช้เป็นบัตรประจำตัวบุคลากร และรองรับระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล |
| การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ | <ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาระบบเงินโอนแรงงานสำหรับ Asian Worker เพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC โดยเน้นการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในการโอนเงินกลับไปให้ครอบครัว สำหรับกลุ่มแรงงานในประเทศ CLMV ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย และให้บริการเงินฝากออมทรัพย์หรือมีบัญชี Pay roll กับธนาคาร โดยได้พัฒนาระบบให้สามารถรองรับการให้บริการ ทั้งแบบ Multi Bank และ Multi Currency การปรับลดค่าธรรมเนียมการโอนเงินข้ามเขตและในเขตบริการภายในธนาคารเดียวกัน ที่ดำเนินการผ่านช่องทางเอทีเอ็ม และอินเทอร์เน็ต ด้วยบริการ K-Cyber Banking และผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ด้วยบริการ K-MOBILE BANKING PLUS ตามมติของสมาคมธนาคารไทย การปรับปรุงบริการ SMS ขยันบอก โดยปรับปรุงระบบการสมัครบริการ SMS ขยันบอกผ่านช่องทาง K-ATM และ K-MOBILE BANKING PLUS พร้อมแคมเปญสำหรับการสมัครบริการแบบชำระค่าธรรมเนียมรายปี การปรับปรุงบริการร้านค้ารับบัตร ทำให้เป็นธนาคารแรกในภูมิภาค Asia-Pacific ที่ให้บริการ K-PowerP@y (mPOS) ที่ครอบคลุมการใช้งานระบบปฏิบัติการทั้ง Android และ iOS นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับพันธมิตรธุรกิจนำเสนอนวัตกรรมในการชำระค่าสินค้าบริการแก่กลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่มีสมาร์ตโฟนและอุปกรณ์ mPOS ด้วยแพ็คเกจ “ธุรกิจใส่กล่อง” (Business in a Box) พร้อมกับแคมเปญพิเศษแก่ผู้ถือบัตรเครดิตกสิกรไทยที่ชำระค่าสินค้าบริการผ่านช่องทาง mPOS ขณะเดียวกัน ธนาคารได้พัฒนาโปรแกรมบนเครื่อง EDC เพิ่มเติม 2 เรื่อง คือ การรองรับบัตร Union Pay แบบ Chip Card และการเชื่อมต่อเครื่อง EDC กับเครื่องอ่าน Bar Code ที่กรมการกงสุล เพื่อให้มีข้อมูลใน Sale Slip สำหรับใช้ประโยชน์ในการอ้างอิง อีกทั้งติดตั้ง Pay Wave Readers สำหรับรองรับการทำรายการของบัตรเครดิต KBank-Visa payWave (K Wave) ณ ร้านค้ารายใหญ่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในธุรกิจหลัก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต โรงภาพยนตร์ ร้านหนังสือ เป็นต้น การปรับปรุงบริการด้านบัตรเดบิต โดยเสนอทางเลือกให้ลูกค้า K-SME Debit Card ออกแบบลายหน้าบัตรเดบิตตามความต้องการ พร้อมทั้งพัฒนาเว็บไซต์ www.askkbank.com/kbankcard ทั้งในด้านเนื้อหา รูปลักษณ์ และการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น |
| การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน | <ul style="list-style-type: none"> บริการรับฝากทรัพย์สิน ในปี 2556 ธนาคารได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้รับฝากทรัพย์สินของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพขององค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2 ราย ที่มีมูลค่าทรัพย์สินรวมกันกว่า 60,000 ล้านบาท ขณะเดียวกัน ธนาคารยังได้พัฒนาระบบงานเพื่อรองรับการเก็บรักษาทรัพย์สินที่มีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ โฉนดที่ดิน และเอกสารสำคัญต่างๆ เพื่อรองรับการให้บริการด้านการลงทุนของกลุ่มลูกค้าบริษัทประกัน และกลุ่มลูกค้าบุคคลสินทรัพย์สูง บริการผู้ดูแลผลประโยชน์กองทุนรวม ธนาคารได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ดูแลผลประโยชน์กองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานที่มีมูลค่าทรัพย์สินของกองทุนรวมกันกว่าแสนล้านบาท และกองทุนอสังหาริมทรัพย์ที่จัดตั้งขึ้นใหม่ภายในปี 2556 นอกจากนี้ ธนาคารยังได้ขยายการให้บริการเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์กองทุนรวมแก่ บลจ. ต่างๆ ที่สนใจลงทุนในกองทุนรวมต่างประเทศ ด้วยเครือข่ายพันธมิตรที่มีความเข้มแข็ง ทำให้สามารถให้บริการได้เต็มรูปแบบ แม้ในประเทศที่มีกฎระเบียบเฉพาะ เช่น กองทุนรวมของประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น บริการตัวแทนสินเชื่อและหลักประกัน โครงการขนาดใหญ่ ธนาคารสามารถขยายบริการและเพิ่มลูกค้าใหม่ในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมาได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากโครงการผลิตไฟฟ้าขนาดใหญ่หลายโครงการ การพัฒนากระบวนการงานนายทะเบียนหลักทรัพย์ โดยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน และเพิ่มคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้สามารถรองรับการให้บริการแก่กองทุนที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ตลอดจนจำนวนกองทุนมูลค่าทรัพย์สิน และปริมาณการทำรายการ ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว การปรับปรุงระบบงานปฏิบัติการจัดการกองทุน (Fund Accounting) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้ลงทุนรายใหญ่อย่างครบวงจร ทั้งในด้านการบริหารจัดการการลงทุน และการอำนวยความสะดวก |

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|---|
| | ให้กับส่วนงาน Back Office โดยช่วยลดต้นทุนการบริหารจัดการ และสามารถนำข้อมูลการลงทุนในเชิงบริหารได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว |
| โครงการส่งเสริมการขายและการตลาด | <ul style="list-style-type: none"> การจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการใช้บริการออกหนังสือค้ำประกันกับธนาคาร “LI ลดทุกฉบับ กับกสิกรไทย (LI Discount Fee)” โดยให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมแก่กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง เมื่อมีการใช้บริการออกหนังสือค้ำประกันตามเงื่อนไขและภายในช่วงระยะเวลาส่งเสริมการขายที่กำหนด การจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับบริการด้านธุรกิจร้านค้ารับบัตร “EDC มอบความสุข ทุกร้านค้า (Up Sell 2013 รอบ2)” สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็กและขนาดย่อม เพื่อกระตุ้นการใช้เครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ของธนาคารเป็นหลัก โดยมอบบัตรกำนัลแทนเงินสดมูลค่าสูงสุด 10,000 บาท เมื่อมียอดรับชำระค่าสินค้าและบริการส่วนเพิ่มตามเงื่อนไขและภายในระยะเวลาที่กำหนด การจัดรายการส่งเสริมการขายสำหรับบริการอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ “รับเงินคืน เมื่อใช้อัตราแลกเปลี่ยน (FX) กับธนาคารกสิกรไทย” สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางที่ธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศที่มียอดโอนเงินกับธนาคาร เพื่อกระตุ้นยอดการซื้อขายเงินตราต่างประเทศ และสนับสนุนให้ลูกค้าทำธุรกรรมกับธนาคารอย่างต่อเนื่อง โดยให้สิทธิรับเงินคืนสูงสุด 160,000 บาท เมื่อมียอดโอนส่วนเพิ่มตามเงื่อนไขที่กำหนดภายในระยะเวลาส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำหรับบริการ K-PowerP@y (mPOS) เพื่อสนับสนุนร้านค้ารายย่อยให้สามารถขายสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา พร้อมกับเสนอแคมเปญพิเศษแก่ผู้ถือบัตรเครดิตกสิกรไทยและร้านค้ารายย่อยที่สมัครบริการ โดยธนาคารได้ขยายบริการ mPOS ครอบคลุมถึงแหล่งรวมร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก และร้านอาหารชั้นนำต่างๆ ของกรุงเทพฯ การจัดกิจกรรมการตลาดในโครงการ “สะสมสติ๊กเกอร์ล่ามทรัพย์โคราเอมอน” เพื่อกระตุ้นการทำธุรกรรมการชำระเงินและเติมเงินโทรศัพท์มือถือที่ธนาคารกสิกรไทยอย่างต่อเนื่อง โดยขยายเวลาแคมเปญไปจนถึงสิ้นเดือนธันวาคม 2556 การจัดรายการส่งเสริมการตลาดร่วมกับพันธมิตรผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่ชั้นนำ โดยลูกค้าที่สมัครบริการชำระค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่รายเดือนผ่านการหักบัญชีธนาคาร หรือบัตรเครดิตกสิกรไทย จะได้รับสิทธิโทรศัพท์ หรือรับสิทธิชิงโชคอื่นๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนด การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดชุดเช็คของขวัญแทนใจ ในช่วงปลายปีธนาคารได้จัด โปรโมชันลดค่าธรรมเนียมร้อยละ 50 สำหรับรองรับช่วงเทศกาลการแต่งงาน และเทศกาลแห่งความสุขต่างๆ ขณะที่ตลอดทั้งปี มีการร่วมออกงานสัมมนา แนะนำผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอสิทธิประโยชน์ของบัตรเดบิตให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้ามากขึ้น ด้วยการให้บริการเพียงใบเดียวในการทำธุรกรรมได้อย่างครอบคลุม ทั้งธุรกรรมการเงิน การเดินทาง ท่องเที่ยว ชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าและบริการในร้านค้าและผ่านสื่อออนไลน์ อีกทั้งมีการจัดโครงการส่งเสริมการตลาดใหม่ทุกเดือนเพิ่มเติมจากสิทธิประโยชน์ปกติ นอกจากนี้ ได้จัดโครงการ “บัตรเดบิตชีวิตเปลี่ยนได้ สั้นทองแสนทุกวัน ล้านทุกสัปดาห์” เพื่อกระตุ้นการสมัครบัตรเดบิตของลูกค้า และแคมเปญ “LINE Sticker Discount 50%” สำหรับผู้ถือบัตรเดบิต LINE ในการรับส่วนลดในการซื้อสติ๊กเกอร์ตามเงื่อนไขที่กำหนด |

■ กลุ่มออมเงินและลงทุน (Saving & Investing)

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|--|
| การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์เงินรับฝากใหม่ ธนาคารออกแบบผลิตภัณฑ์จากลักษณะพฤติกรรมการฝากเงินของลูกค้าที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม โดยเสนอโครงการเงินฝากประจำพิเศษ ดอกเบี้ยสูง ระยะเวลาตั้งแต่ 4-10 เดือน ตลอดทั้งปีแก่กลุ่มลูกค้าบุคคลรายใหญ่ ส่วนลูกค้าบุคคลระดับกลาง นำเสนอเงินฝากประจำพิเศษ ถอนก็ได้ ดอกก็ได้ 13 และ 14 เดือน รวมถึงเงินฝาก “ซูเปอร์ ทวีทรัพย์” พร้อมเพิ่มกิจกรรมทางการตลาดช่วงปลายปี โดยเฉพาะลูกค้าในส่วนภูมิภาค นอกจากนี้ ยังออกเงินฝากประจำ “เลดี้ ทวีทรัพย์” ที่รวมสิทธิพิเศษสำหรับไลฟ์สไตล์ของผู้หญิง โดยเฉพาะ ส่งผลให้ยอดเงินฝากของธนาคารเติบโตสูงกว่าอุตสาหกรรม และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกเดือนตั้งแต่นั้นปี การออกกองทุนใหม่ ธนาคารร่วมกับ บลจ.กสิกรไทย จัดตั้งและเสนอขายกองทุนรวมทั้งสิ้น 210 กองทุน ในปี 2556 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกองทุนที่ลงทุนในตราสารหนี้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ระยะสั้นถึงระยะกลาง |

| | รายละเอียด |
|-------------------------------|---|
| | นอกจากนี้ ยังเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีทางเลือกลงทุนในกองทุนรวมประเภทหุ้นทุน ที่ลงทุนในประเทศและต่างประเทศ ทั้งประเภทกำหนดเป้าหมายผลตอบแทนจากการลงทุน และประเภทอ้างอิงดัชนีการลงทุน อาทิ “กองทุนเปิดเค เซ็ท 50 เพื่อการเลี้ยงชีพ (K SET50 RMF)” ซึ่งเป็นกองทุนส่งเสริมการออมระยะยาวที่อ้างอิงกับดัชนี SET 50 และกองทุนเปิด “เค เอเชีย สมอลล์แคป หุ้นทุน” (K-ASIA) ที่ลงทุนในตราสารแห่งทุนและใบแสดงสิทธิในผลประโยชน์ที่เกิดจากหลักทรัพย์อ้างอิงของบริษัทขนาดเล็ก (Small-Cap) ในภูมิภาคเอเชีย ตลอดจนกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ และกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานธุรกิจโรงไฟฟ้ากองแรกของไทย |
| การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ | <ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการพัฒนาตราสารหนี้ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ลงทุนทั่วไป และเสริมสภาพคล่องในการซื้อขายเปลี่ยนมือให้กับลูกค้าของธนาคารที่ลงทุนในหุ้นกู้ โดยในปี 2556 ธนาคารมีสัดส่วนการตลาดเป็นอันดับ 1 ในตลาดตราสารหนี้ภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยปริมาณการซื้อขายตราสารหนี้ภาครัฐ (Government Bonds) รวมกว่า 3 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.14 ของปริมาณการซื้อขายตราสารหนี้ภาครัฐทั้งหมด และมีการซื้อขายตราสารหนี้ภาคเอกชนรวมกว่า 1.2 แสนล้านบาท หรือเท่ากับร้อยละ 26.87 ของปริมาณการซื้อขายตราสารหนี้ภาคเอกชนทั้งหมด |

■ กลุ่มระดมทุนและกู้ยืม (Funding & Borrowing)

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|---|
| การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> โครงการ “K-Top-Up Loan for Energy Saving (Lighting Solution)” (สินเชื่อประหยัดไฟกสิกรไทย) ด้วยวงเงินสินเชื่อรวม 500 ล้านบาท สำหรับสนับสนุนให้ผู้ประกอบการนำไปลงทุนปรับเปลี่ยนหลอดไฟที่ใช้ในกิจการ ให้เป็นหลอดประหยัดไฟ LED ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงานและประหยัดต้นทุนค่าไฟฟ้า โดยธนาคารให้วงเงินสินเชื่อสูงสุดร้อยละ 100 ของเงินลงทุนทั้งหมด ที่ครอบคลุมถึงค่าหลอดไฟ LED ค่าติดตั้ง และค่าดำเนินการอื่น โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน เป็นวงเงินกู้ระยะยาวสูงสุด 3 ปี ทั้งนี้ ผู้กู้จะได้รับบริการครบวงจรจากบริษัทจัดการด้านพลังงาน (ESCO) และบริษัทซัพพลายเออร์หลอดไฟที่มีความรู้ด้านการจัดการพลังงานแสงสว่าง ตั้งแต่การให้คำแนะนำ ตลอดจนเป็นผู้รับประกันผลคุณภาพสินค้า (Warranty Product) และรับประกันผลการประหยัดพลังงานไฟฟ้า (Warranty Performance) ผลิตภัณฑ์สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ “สินเชื่อเงินกู้เดิมที่ แคมป์บัญชีหลัก” สำหรับลูกค้าที่เดินบัญชีกับธนาคารเป็นหลักและมีประวัติทางการเงินดี แต่มีข้อจำกัดด้านมูลค่าหลักประกันไม่เพียงพอ ผลิตภัณฑ์ “K-SME OD Convert Credit” (สินเชื่อวงเงินหมุนเวียนส่วนเพิ่ม) สำหรับลูกค้าที่มีวงเงินกู้ยืมเดิมกับธนาคาร และมีการผ่อนชำระมาแล้วระยะหนึ่ง โดยธนาคารจะให้นำวงเงินส่วนที่ผ่อนชำระไปแล้วกลับมาเป็นวงเงินหมุนเวียนประเภทโอดี หรือค้ำสัญญาใช้เงิน นอกจากนี้ ธนาคารยังได้ร่วมมือกับ สสว. จัดโครงการสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการในประเภทธุรกิจ และ/หรือ ในจังหวัดที่ได้รับผลกระทบรุนแรงจากนโยบายการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ด้วยการนำเสนองวงเงินสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษ และระยะเวลาที่ เหมาะสม อีกทั้งยังร่วมมือกับบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นผู้ค้าส่งรายใหญ่ของประเทศไทย นำเสนอสินเชื่อวงเงินสูงสุดร้อยละ 100 ของมูลค่าหลักประกันแต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท ด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่เป็นลูกค้ากับบริษัทดังกล่าว โครงการ “K-Government Construction Credit” (สินเชื่อเพื่อผู้รับเหมางานภาครัฐ) โดยให้วงเงินหนังสือค้ำประกันที่เหมาะสม เพื่อช่วยเสริมสภาพคล่องทางธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน และสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างครบวงจร ผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยร่วมกับบรรษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย (บคท.) นำเสนอโครงการสินเชื่อ บ้านกสิกรไทยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ รวมทั้งจัดทำโปร โมชั่นพิเศษสำหรับพื้นที่ในจังหวัดยุทธศาสตร์ เพื่อรองรับการขายตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ไปยังหัวเมืองต่างๆ ผลิตภัณฑ์ K-SME Express Cash (สินเชื่อเงินสดทันใจกสิกรไทยสำหรับผู้ประกอบการ) โดยนำเสนอสิทธิพิเศษเพิ่มเติม ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยพิเศษ ประกันคุ้มครองยอดค่าใช้จ่ายคงค้าง รวมถึงสิทธิประโยชน์ทางการเงิน และองค์ความรู้ที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็กและขนาดย่อม ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตใหม่ เปิดตัว “KBank UnionPay Credit Card” (บัตรเครดิตยูเนียนเพย์กสิกรไทย) ร่วมกับ ยูเนียนเพย์ อินเตอร์เนชั่นแนล เพื่อรองรับการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของลูกค้าคนไทยให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ของประเทศจีน ฮองกง มาเก๊า และกว่า 140 ประเทศทั่วโลก ขณะที่ในช่วงต้นปี 2556 ธนาคารได้ร่วมกับ บมจ. |

| | รายละเอียด |
|---|--|
| | <p>ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล นำเสนอบัตรเครดิตร่วม His&Her-กสิกรไทย อีกทั้งยังปรับปรุงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Relaunch) “บัตรเครดิตเคเวฟกสิกรไทย เร็วกว่า...แค่แตะบัตร ไม่ต้องรูด...ไม่ต้องเซ็น” นอกจากนี้ธนาคารยังมุ่งขยายฐานลูกค้าระดับบน โดยมอบบัตร “THE WISDOM” “THE PREMIER” และ “Platinum” ให้กับลูกค้ารายใหม่อย่างต่อเนื่อง</p> <ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตนิโคคัล พีที แมกซ์ ฟลีทการ์ด (PT MAX Fleet Card) ซึ่งเป็นบัตรเครดิตสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นบริษัทธุรกิจ หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ ใช้เติมน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่กำหนด ณ สถานีบริการน้ำมันพีทีทั่วประเทศ |
| การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ | <ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม ได้แก่ โครงการ “สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการมีหลักประกันคุณภาพสูง” โดยขยายขอบเขตการพิจารณาคุณภาพของหลักทรัพย์ค้ำประกันให้ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบให้กับกลุ่มลูกค้าที่ไม่มีหลักฐานการเดินบัญชี โครงการ “สินเชื่อที่ต้องแสดงหลักทรัพย์ค้ำประกันกสิกรไทย” โดยปรับเพดานวงเงินให้สูงขึ้นมากเพียงพต่อการดำเนินธุรกิจ โครงการ “สินเชื่อตั้งใจแบบมีช่วงระยะเวลาปลอดเงินต้น” ซึ่งพัฒนาต่อจากโครงการสินเชื่อตั้งใจ ที่ให้ลูกค้าเลือกรูปแบบการผ่อนชำระและรูปแบบอัตราดอกเบี้ยได้ โดยกำหนดระยะเวลาปลอดเงินต้น 3-6 เดือน ขึ้นอยู่กับพื้นที่และผลกระทบจากการปรับค่าแรง และโครงการ “PGS New/Start-up SMEs” (สินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่) เป็นการต่อยอดโครงการสินเชื่อเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ โดยธนาคารร่วมมือกับบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) สนับสนุนวงเงินสินเชื่อแบบมี บสย. ค้ำประกันให้กับกลุ่มธุรกิจเริ่มต้น บริการหนังสือค้ำประกัน โดยธนาคารได้ลงนามร่วมกับกรมศุลกากร ในบันทึกข้อตกลงการให้บริการค้ำประกันการชำระค่าภาษีอากรทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Guarantee) แก่ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออก ซึ่งจะทำให้ธนาคารสามารถอำนวยความสะดวกรวดเร็วให้แก่ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ขอยกหรือคืนหนังสือค้ำประกันได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมายังธนาคาร การให้คำแนะนำด้านการระดมทุนและจัดหาเงินทุนให้แก่ลูกค้า ผ่านบริการวาณิชธนกิจที่มีความหลากหลายของรูปแบบการระดมทุน ซึ่งครอบคลุมตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยในปี 2556 ธนาคารได้ให้คำแนะนำในการจัดการเงินกู้รวม การจัดตั้งกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ การจัดตั้งกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (กองทรัสต์) การจัดตั้งกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานของโรงไฟฟ้าขนาดเงินลงทุน 6,300 ล้านบาท การให้คำปรึกษาทางการเงินในสินเชื่อโครงการ โดยเฉพาะกิจการพลังงานทดแทน การระดมทุนในกิจการด้านพลังงาน การออกตราสารหนี้ นอกจากนี้ ธนาคารยังให้บริการระดมทุนผ่านตลาดตราสารทุน อาทิ บริการที่ปรึกษาด้านการซื้อและควบรวมกิจการ การหาผู้ร่วมทุน รวมถึงการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ปรับปรุงบริการ “เงินสดโอนไวภายใน 1 ชั่วโมง” สำหรับลูกค้าที่สมัครบริการสินเชื่อบุคคลที่ K-Express Credit Center หรือในกิจกรรมที่จัดตามงานมหกรรมการเงินต่างๆ โดยสามารถรับเงินกู้ก่อนแรกผ่านเงิน โอนเข้าบัญชีเงินฝากกสิกรไทยภายใน 1 ชั่วโมงหลังจากได้รับการอนุมัติสินเชื่อ |
| การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงาน | <ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้การขอสินเชื่อของกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลางเป็นไปอย่างรวดเร็วขึ้นและเพียงพอต่อความต้องการ รวมถึงมีการวางแผนความต้องการการสนับสนุนทางการเงินในอีก 1 ปี ข้างหน้าร่วมกัน เพื่อให้ทั้งลูกค้า และผู้ดูแลสินเชื่อมีการเตรียมความพร้อมเพื่อส่งมอบบริการที่ครบวงจรและเป็นเลิศ ปรับปรุงช่องทางบริการสินเชื่อบ้านกสิกรไทย ทั้งบนเว็บไซต์ askkbank.com/khomesmilesclub และโทรศัพท์เคลื่อนที่ K-Home Loan on Mobile เพื่อยกระดับสินเชื่อบ้านกสิกรไทย และต่อยอดความเป็นธนาคารผู้นำด้านดิจิทัล โดยลูกค้าสามารถตรวจสอบผลการอนุมัติสินเชื่อบ้านเบื้องต้นได้ด้วยตนเอง มีบริการแจ้งผลวงเงินอนุมัติเบื้องต้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone และการส่งข้อความสั้น (SMS) แทนการส่งจดหมาย รวมถึงเปิดตัวระบบสมาชิก K Home Smiles Club Member เพื่อเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร แจ้งข้อมูล ข่าวสาร สิทธิพิเศษ กิจกรรมต่างๆ ที่ทาง K Home Smiles Club จัดขึ้น การปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการสมัครบริการบัตรเครดิต โดยเปลี่ยนแปลงลิงค์สมัครบัตรเครดิตบนเว็บไซต์ของธนาคารกสิกรไทย และพันธมิตรบัตรเครดิตร่วม เพื่อให้สมัครบัตรได้ง่ายและเพิ่มโอกาสการเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น |
| โครงการส่งเสริมการขายและการตลาด | <ul style="list-style-type: none"> การจัดรายการส่งเสริมการขาย “ลุ้นทอง พร้อมรับของรางวัล สำหรับลูกค้าตลาดสนามบินน้ำและวังสะพุง” เพื่อส่งเสริมการขายสินเชื่อเงินกู้พิเศษสำหรับชำระค่าสินค้า ของลูกค้าผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ประกอบการ |

| | รายละเอียด |
|--|--|
| | <p>ขายล็อตเตอรี่ที่ ว่างสะพุงและสนามบินน้ำ ตามเงื่อนไขและภายในระยะเวลาที่กำหนด</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัดงานสัมมนาส่งเสริมความรู้ด้านการประหยัดพลังงานแก่กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ รวมถึงแนะนำผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ “K-Energy Saving Guarantee Program” (สินเชื่อรับประกันประหยัดพลังงานกสิกรไทย) • การจัดกิจกรรมการตลาดสำหรับสินเชื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารได้จัดแคมเปญการตลาด สินเชื่อบ้านในยุคดิจิทัลบน Social Media ด้วยโครงการ “สินเชื่อบ้านกสิกรไทย คลิก Like ลุ้นเบนซ์” “K-Home Loan on Mobile สินเชื่อบ้านกสิกรไทย รู้ผลฉับไวผ่านมือถือ” และล่าสุด “แคมเปญ@ Home Banking Solution (Miracle Eyes)” ปลดออกสูงสุดกับระบบแจ้งเตือนเหตุร้ายอัตโนมัติ ที่นำเสนอแผนดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของเจ้าของบ้านอย่างครบวงจร ขณะเดียวกัน ธนาคารได้นำเสนอโครงการ “การไม่มีหนี้เป็นลาภอันประเสริฐ” สำหรับลูกค้าสินเชื่อบ้านที่ผ่อนชำระค่างวดบ้านมากกว่าเงินไปปกติก่อนวันครบกำหนด จะได้รับคะแนนพิเศษบัตรเครดิตเพิ่มระหว่างวันที่กำหนด นอกจากนี้ ธนาคารได้จัดรายการส่งเสริมการขายสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษร่วมกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ การออกบูธในงานมหกรรมการเงิน และงานเกี่ยวกับบ้าน ตลอดจนจัดกิจกรรมสำหรับครอบครัวที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับธนาคารอย่างต่อเนื่อง • การจัดกิจกรรมการตลาดสำหรับสินเชื่อเงินสดทันที กสิกรไทย และ/หรือ บัตรกดเงินสด K-Express Cash เพื่อสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ผ่านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรทุกรูปแบบ ทั้งได้ส่งเสริมให้ลูกค้าชำระเงินภายในระยะเวลาที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ ผ่านโครงการ “มีวินัย จ่ายคืนดี ลดดอกเบี้ยสูงสุด 12% ต่อปี” สำหรับลูกค้าใหม่ที่สมัครบัตรพร้อมบริการเงินสดโอนไว ประกอบกับกิจกรรมการตลาดล่าสุด “แต่งงานกันนะ” ที่ชักชวนลูกค้า K-Express Cash ร่วมสนุกส่งคลิปและแชร์วิดีโอการแต่งงานหรือการขอแต่งงานในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อชิงรางวัลพิเศษ • การจัดกิจกรรมการตลาดและ โครงการส่งเสริมการขายสำหรับบัตรเครดิต อาทิ โครงการ “รับกระเป๋า Line Limited Edition” เมื่อลูกค้าสมัครบัตรเครดิตร่วมกับกสิกรไทย และมียอดใช้จ่ายผ่านบัตรตามเงื่อนไขภายในระยะเวลาที่กำหนด โครงการ “ลุ้นรถ..รวยทอง ฟรีทุกเดือน กับบัตร K-SME Card” สำหรับลูกค้าผู้ประกอบการที่สมัครบัตร และมียอดใช้จ่ายตามเงื่อนไขที่กำหนด อีกทั้งธนาคารยังออกโครงการกระดุนยอดใช้จ่ายผ่านบัตรตลอดทั้งปีในหมวดท่องเที่ยว ช้อปปิ้ง และร้านอาหารชั้นนำ โดยเฉพาะช่วงไตรมาสสุดท้าย ขณะเดียวกัน ธนาคารยังให้ความสำคัญกับคุณภาพหนี้และส่งเสริมให้ลูกค้าลดหนี้ ด้วยโครงการ “ไม่เป็นหนี้ข้ามปี” ที่ลูกค้าจะได้รับคะแนนสะสมเพิ่มอีกเท่าตัว เมื่อชำระค่าสินเชื่อบัตรเครดิตโดยไม่มียอดค้างชำระ นอกจากนี้ ในปี 2556 ธนาคารมีโครงการที่สร้างความแตกต่างและตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ได้แก่ โครงการ “1,000,000 เซอร์ไพรส์ ล้านประทับใจ” เพียงแสดงบัตรเครดิตกสิกรไทยเพื่อรับของกำนัลจากร้านค้าที่ร่วมรายการฟรีตลอดปี |

■ **กลุ่มป้องกันความเสี่ยงและสารสนเทศ (Protection & Information)**

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|--|
| การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ | <ul style="list-style-type: none"> • การนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตใหม่ ได้แก่ แบบประกัน “Pro Annuity 85/5” สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้สิทธิลดหย่อนภาษีในส่วนของประกันประเภทบำนาญ โดยสามารถวางแผนเกษียณได้ตั้งแต่อายุ 55 ปี และชำระเบี้ยสั้นเพียง 5 ปี แบบประกัน “Pro Life 95/20 (Package)” ในโครงการหยุดได้หายห่วง สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ประกอบอาชีพอิสระและ ไม่มีรายได้ประจำในรูปแบบเงินเดือน โดยให้ความคุ้มครองครอบคลุมทั้งการประกันชีวิต อุบัติเหตุ และค่าชดเชยรายวัน ด้วยเบี้ยประกันต่ำ แบบประกัน “Pro Saving 1/5” ชำระเบี้ยครั้งเดียวคุ้มครอง 5 ปี ควบคู่กับแบบประกัน “Pro Life 90/5” สำหรับลูกค้าบุคคลสัญชาติสูง เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่แสวงหาผลตอบแทนที่คุ้มค่า นอกจากนี้ ธนาคารยังนำเสนอกรมธรรม์ประกันสุขภาพ “Health Protect” เพื่อเป็นทางเลือกในการซื้อความคุ้มครองเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม ด้วยวงเงินคุ้มครองสูงสุด 20,000 บาท ต่อครั้ง แต่ไม่เกิน 200,000 บาทต่อปี |
| การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ | <ul style="list-style-type: none"> • การเสนอผลิตภัณฑ์ป้องกันความเสี่ยงทางการเงินสำหรับลูกค้า โดยเน้นให้คำแนะนำในการบริหารความเสี่ยงด้วย FX Option เพื่อให้สามารถปิดความเสี่ยงได้ในกรณีที่ค่าเงินเคลื่อนไหวในทิศทางที่เกิดความเสียหาย แต่ขณะเดียวกัน ลูกค้า ไม่เสียโอกาสหากค่าเงินเคลื่อนไหวในทิศทางที่เป็นประโยชน์ • การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเพื่อเพิ่มโอกาสในการขายตลาดกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยขยายอายุการรับประกัน |

| | รายละเอียด |
|---------------------------------|---|
| | <p>ชีวิต สำหรับแบบประกัน “Pro Saving 615” และ “Pro Saving 615 Guarantee” เป็นถึงอายุ 80 ปี จากเดิมรับประกันถึงอายุ 70 ปี และปรับปรุงหลักเกณฑ์การรับประกันลูกค้าต่างชาติ สำหรับลูกค้าที่ถือวีซ่าเพื่อการท่องเที่ยว (Tourist Visa) และลูกค้าที่ไม่ต้องใช้วีซ่าเข้าประเทศไทย</p> <ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงรูปแบบและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ประกันวินาศภัย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยการนำเสนอในรูปแบบ Product Box ที่เป็นแพ็คเกจอย่างสวยงาม โดยมีขั้นตอนการสมัครที่ไม่ซับซ้อน ทั้งผลิตภัณฑ์ประกันภัยส่วนบุคคลและรถยนต์ อาทิ ประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล (Accident Protect Plus) ประกันภัยวิชน (P.A. for Kid) ประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุ (P.A. for Senior) ประกันภัยรถยนต์ประเภท I (Car Protect I) ซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มเงื่อนไขความคุ้มครองและบริการพิเศษเหนือกว่าประกันภัยรถยนต์ประเภท 1 โดยทั่วไป ประกันภัยรถยนต์ประเภท 3 (Car Protect 3) และประกันภัยรถยนต์ภาคบังคับ หรือ พ.ร.บ. |
| โครงการส่งเสริมการขายและการตลาด | <ul style="list-style-type: none"> การจัดสัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้า เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเป็นรายเดือนที่ให้นุ่มนวลต่อเศรษฐกิจ ค่าเงินและดอกเบี้ย รวมถึงกลยุทธ์การป้องกันความเสี่ยง ซึ่งถ่ายทอดผ่านสื่อโทรทัศน์ทางช่อง Money Channel ในรายการ Money Forum และรายงานสดทุกวันช่วงเช้าในรายการ Get SET |

3.2 ช่องทางหลักในการให้บริการลูกค้า

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งพัฒนารูปแบบและประสิทธิภาพของช่องทางหลักในการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า และส่งมอบประสบการณ์จากการใช้บริการอันน่าประทับใจ โดยในปี 2556 ธนาคารนำเสนอบริการในแต่ละช่องทางที่น่าสนใจ ดังนี้

สาขาและศูนย์ให้บริการทางการเงิน

| | จำนวน | | การดำเนินการที่สำคัญในปี 2556 |
|---------------------|---------|---------|---|
| | ปี 2556 | ปี 2555 | |
| เครือข่ายสาขาธนาคาร | 965 | 865 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายและพัฒนาช่องทางบริการและการขาย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ Digital Banking อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยเฉพาะจังหวัดยุทธศาสตร์ในส่วนภูมิภาค พื้นที่ย่านธุรกิจที่มีศักยภาพ และห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ ยังดำเนินการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้พัฒนาการสื่อสารทางการตลาด ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการเพิ่มช่องทางการให้บริการของธนาคาร เพื่อให้สาขาสามารถให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตกแต่งสาขาให้สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ได้แก่ สาขาน้ำอึกที่ “เขียงคาน” จ. เลย พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสร้างความแปลกใหม่ในการให้บริการการเงิน เปิด K-Express Credit Center (ศูนย์สินเชื่อลูกค้ารายย่อย) แห่งแรก ที่ห้างสรรพสินค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า บางกะปิ สำหรับเป็นช่องทางการให้บริการสินเชื่อรายย่อยผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ สินเชื่อบ้านกสิกรไทย บัตรเครดิตกสิกรไทย สินเชื่อเงินสดทันใจกสิกรไทย และสินเชื่อรถช่วยได้กสิกรไทย โดยมีจุดเด่นที่ความรวดเร็วในการทราบผลอนุมัติ อีกทั้งยังให้บริการที่ปรึกษาทางการเงินแก่ลูกค้า และการบริหารจัดการหนี้ อย่างเหมาะสม สร้างความแตกต่างและต่อยอดภาพลักษณ์การเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน โดยทีม K-Expert ผู้เชี่ยวชาญ 2,500 คน ที่ประจำอยู่ทุกสาขาทั่วประเทศ พร้อมให้คำปรึกษาด้านการเงินตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ อีเมล K-expert@kasikombank.com บริการ K-Contact Center เว็บไซต์ www.askkbank.com/k-expert และ Twitter: @Kbank_Expert รวมถึงได้พัฒนาโปรแกรม “K-Saving Memo” การบันทึกเงินออมในรูปแบบออนไลน์ โปรแกรม “K-Expert Debt Solution” สำหรับแนะนำแนวทางในการปลดหนี้ อีกทั้งได้เปิดตัวรายการ “The Expert ปรากฏการณ์ปลุกฝัน” ให้ความรู้ทางการเงินในรูปแบบรายการบันเทิงเป็นรายการแรกของประเทศไทย และจัดสัมมนาให้รู้ทางการเงินแห่งปี “Meet The Expert” |

| | จำนวน | | การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2556 |
|--------------------------------|---------|---------|--|
| | ปี 2556 | ปี 2555 | |
| สำนักงานแลกเปลี่ยนเงิน | 135 | 101 | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาและประชาสัมพันธ์ช่องทางบริการในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ โดยมีช่องทางใหม่เพิ่มขึ้น 2 ช่องทาง ทั้งทางโทรศัพท์ ผ่าน “K-Contact Center” และผ่านเว็บไซต์ธนาคาร www.kasikornbank.com/CurrencyBooking พร้อมประชาสัมพันธ์บริการ “บัตรกสิกรไทย แลกได้ทุกสกุลเงิน” โดยลูกค้าสามารถใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิตกสิกรไทย ในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้ |
| ศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท | 8 | 6 | <ul style="list-style-type: none"> การเปิดศูนย์ให้บริการทางการเงินต่าง ๆ และบริการช่วยเหลือ โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การตลาดแบบ Total Solution & One Touch Efficiency ในเขตพื้นที่การให้บริการ นอกจากนี้ ยังเน้นกลยุทธ์การตลาดสำหรับภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ AEC |
| ศูนย์ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ* | 145 | 117 | |
| ศูนย์บริการธุรกิจ | 63 | 63 | |
| บริการช่วยเหลือ | 34 | 26 | |

หมายเหตุ: * ไม่รวมศูนย์บริการธุรกิจ และจำนวนศูนย์ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการอาจมีมากกว่า 1 ศูนย์ ใน 1 สาขา

บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์

| | จำนวน | | การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2556 |
|--|---------|---------|---|
| | ปี 2556 | ปี 2555 | |
| K-ATM (บริการธนาคารทางเอทีเอ็มกสิกรไทย) | 8,740 | 7,603 | <ul style="list-style-type: none"> เพิ่มประสิทธิภาพเครื่องเอทีเอ็ม ด้วยการทยอยลงโปรแกรมบริการ K-My ATM ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และปรับเปลี่ยนหน้าจอที่สอดคล้องกับการเปิดตัวของบัตรเดบิตลายใหม่ และตามเทศกาลสำคัญ รวมถึงนำเสนอโครงการส่งเสริมการขายต่างๆ ทั้งของธนาคารและพันธมิตรธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านบริการและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นการทำธุรกรรมการเงินที่เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงิน ถอนเงิน หรือโอนเงิน โดยลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการในระยะเวลาที่กำหนดจะได้รับบัตรกำนัลตามเงื่อนไข |
| K-CDM (บริการรับฝากเงินสดอัตโนมัติกสิกรไทย) | 2,195 | 1,398 | <ul style="list-style-type: none"> ทยอยปรับเปลี่ยนเครื่อง K-CDM รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ยุทธศาสตร์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการฝากและถอนเงินสดได้ในเครื่องเดียวกัน (One-Stop Service) รวมถึงการเพิ่มเครื่องขายธนาคารอื่นในการรับฝากเงินต่างธนาคาร |
| K-PUM (บริการปรับสมดุลเงินรับฝากอัตโนมัติกสิกรไทย) | 1,118 | 992 | <ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนเครื่องและปรับเปลี่ยนที่ตั้งเครื่องไปในพื้นที่ที่เหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น |

| | การดำเนินงานที่สำคัญในปี 2556 |
|---|---|
| K-Cyber Banking (บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกสิกรไทย) | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบริการ โดยเพิ่มช่องทางการสมัคร K-Cyber Banking ด้วยหมายเลขบัตรเครดิต 16 หลัก ทางออนไลน์ที่ www.kasikornbank.com โดยไม่จำเป็นต้องมีบัญชีเงินฝาก เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าบัตรเครดิตกสิกรไทย สามารถเรียกดูรายการค่าใช้จ่ายบัตรออนไลน์ได้ 24 ชม. ปรับปรุงบริการ โดยลูกค้า K-Cyber Banking สามารถเปิดบัญชีซื้อขายหุ้นของ บมจ.หลักทรัพย์กสิกรไทย ทางออนไลน์ (K-Cyber Trade) ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว พร้อมโครงการส่งเสริมการตลาด โดยให้สิทธิในการจองหุ้น IPO ที่บริษัทเป็นผู้รับประกันการจัดจำหน่าย ตามเงื่อนไขกำหนด จัดรายการส่งเสริมการขาย โดยมุ่งเน้นการเสนอสิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสมัครและใช้บริการ อาทิ “K-Cyber Privilege” ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าดาวน์โหลด e-Coupon และลงทะเบียนรับสิทธิพิเศษผ่านทาง www.thaicitydeals.com/kbank การให้ข้อเสนอพิเศษสำหรับลูกค้าที่ทำรายการจ่ายบิลหรือโอนเงินภายใต้โครงการ KBank Digital Banking รวมถึงการนำโครงการ Member get Member เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการขายฐานลูกค้า นอกจากนี้ ยังร่วมกับพันธมิตรธุรกิจโทรคมนาคม เปิดให้ผู้ให้บริการสามารถดาวน์โหลด eMagazine ได้ฟรีทุกวันศุกร์ |

| | การดำเนินการที่สำคัญในปี 2556 |
|--|--|
| K-Mobile Banking (บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ กสิกรไทย) | <p>K-Speed Top Up (บริการเติมเงินมือถือทันใจกสิกรไทย)</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบริการ ด้วยการเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานให้รองรับการใช้งานบนเครือข่าย 3G และสามารถเติมเงินมือถือกับผู้ใช้บริการเครือข่ายหลัก จัดรายการส่งเสริมการขาย โดยนำ Music Market เข้ามาเพื่อกระตุ้นยอดการสมัคร และการทำรายการเติมเงิน รวมถึงการออกโครงการลุ้นทองคำ เพื่อกระตุ้นการทำรายการเติมเงินอย่างต่อเนื่อง <p>K-MOBILE BANKING PLUS</p> <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ โดยพัฒนารูปแบบการใช้งานใหม่ให้เพิ่มขีดความสามารถ และอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการบริการลูกค้า ทั้งในระบบ iOS และ Android อาทิ การโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์แทนเลขที่บัญชีของผู้รับโอน การจ่ายชำระบิลผ่านการสแกนบาร์โค้ด ตลอดจนการเก็บข้อมูลธุรกรรมที่ทำเสร็จด้วย e-Slip ในเครื่องอัตโนมัติ นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกับ LINE ผู้นำด้านแพลตฟอร์มในการบริการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ระดับโลก สร้างสติ๊กเกอร์ลิขสิทธิ์ “Brown & Cony in KBank World” มาใช้ในการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างปรากฏการณ์แปลกใหม่ให้กับลูกค้า ปรับปรุงบริการ โดยพัฒนาระบบให้รองรับการใช้งานของเครือข่ายใหม่อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงการใช้งานผ่าน WIFI และความสามารถในการทำธุรกรรมการเงินต่างๆ กับผู้ใช้บริการเครือข่ายใหม่ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมุ่งเน้นการเสนอสิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสมัครและใช้บริการ อาทิ โครงการ KBank Digital Banking ที่มอบสิทธิพิเศษจากร้านค้าชั้นนำให้แก่ลูกค้าในรูปแบบ e-Coupon จากการดาวน์โหลด K-Mobile Banking PLUS รวมทั้งได้รับของสมนาคุณเมื่อลูกค้าทำรายการจ่ายบิล หรือโอนเงิน รวมถึงการนำโครงการ Member get Member เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการขายฐานลูกค้า อีกทั้งยังร่วมกับพันธมิตรธุรกิจโทรคมนาคม เปิดให้ผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลด eMagazine ได้ฟรีทุกวันศุกร์ |
| K-Payment Gateway (บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทย) | <ul style="list-style-type: none"> บริการ K-Payment Gateway Clinic ที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับระบบรับชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ประกอบการที่มีเว็บไซต์ขายสินค้าและบริการ รวมถึงการบรรยายความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ E-Commerce และ E-Banking ในหัวข้อที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารและเจ้าของกิจการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงบริการ ด้วยการพัฒนาระบบที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกว่าจะชำระค่าสินค้าและบริการแบบเต็มจำนวนหรือผ่อนชำระ จัดรายการส่งเสริมการขาย สำหรับบริการรับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทย โดยร่วมกับพันธมิตรในธุรกิจโทรคมนาคมและ Online Shopping เพื่อกระตุ้นยอดการทำรายการผ่านระบบ K-Payment Gateway |

บริการ K-Contact Center

| | การดำเนินการที่สำคัญในปี 2556 |
|------------------|---|
| K-Contact Center | <ul style="list-style-type: none"> เพิ่มประสิทธิภาพและรวดเร็วในการบริการ โดยพัฒนาระบบและกระบวนการในการตอบคำถามจาก Social Media และเว็บไซต์ต่างๆ ให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ได้จัดทำโครงการ “Call Migration” ที่ทำรายการบริการเกี่ยวกับบัตรเครดิต ผ่านระบบอัตโนมัติได้ง่ายขึ้น อาทิ สอบถามวงเงินบัตรเครดิต (Credit Limit) ยอดเงินที่ใช้ไป (Current Balance) และยอดเงินใช้จ่ายที่เรียกเก็บ (Statement Balance) แทนการติดต่อพนักงาน จัดตั้งศูนย์รับเรื่องร้องเรียน “สายด่วนร้องเรียน” (Complaint Hotline) ผ่านหมายเลข 02-8888888 กด 9 เพื่อเพิ่มช่องทางพิเศษให้ธนาคารสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น และนำข้อร้องเรียนมาปรับปรุงบริการของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น ตามสโลแกน “บริการทุกระดับประทับใจ” เพิ่มบริการด้านที่ปรึกษา อาทิ บริการ “Virtual Branch Outbound Advisory” เป็นการโทรแนะนำการลงทุนเมื่อมีสถานการณ์ที่เหมาะสม โดยทีมงานผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ให้แก่ลูกค้าที่สมัครบริการสั่งซื้อหน่วยลงทุนผ่านพนักงาน K-Contact Center และสมัครบริการ “แนะนำการลงทุน” เพิ่มเติม บริการ “K-Expert Advisory 24x7” เป็นการให้คำปรึกษาทางการเงินทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อตอบสนองทุกคำถามทางการเงินตามความต้องการของลูกค้า (Need base) ขยายขอบเขตการให้บริการด้านกองทุนรวมผ่าน K-Contact Center ให้สามารถสั่งซื้อ ขายคืน และสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนได้ทุกประเภท จากเดิมสั่งซื้อได้เฉพาะหน่วยลงทุน LTF/RMF เท่านั้น การเพิ่มบริการพิเศษสำหรับลูกค้า |

| การดำเนินการที่สำคัญในปี 2556 | |
|-------------------------------|--|
| | <p>High Value โดย K-Contact Center จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการทำรายการเกี่ยวกับหน่วยลงทุนระหว่างผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้าผู้ประกอบการของธนาคาร (Relationship Manager: RM) กับลูกค้า นอกจากนี้ ยังเพิ่มช่องทางในการชำระเงินสำหรับการสั่งซื้อหน่วยลงทุนครั้งแรก ให้เลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและบัตรเดบิตกรุงไทย จากเดิม 2 วิธี คือ การหักเงินผ่านบัญชี และการสั่งจ่ายทางเช็ค</p> <ul style="list-style-type: none"> ขยายขอบเขตการให้บริการ โทรับส่งเงินตราต่างประเทศผ่าน K-Contact Center โดยเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าสามารถทำรายการโอนเงินตราต่างประเทศผ่านทางเว็บไซต์ธนาคาร และรับเงินได้ที่สาขา โดย K-Contact Center ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนการทำรายการหลังจากระบบรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านทางเว็บไซต์แล้ว |

4. ฐานะทางการเงิน

4.1 เงินให้สินเชื่อและเงินรับฝาก

□ เงินให้สินเชื่อแยกตามกลุ่มธุรกิจลูกค้าและกลุ่มผลิตภัณฑ์

สินเชื่อแยกตามกลุ่มธุรกิจลูกค้า

| | 30 มิ.ย. 2557 | 31 ธ.ค. 2556 | 31 ธ.ค. 2555 |
|--------------------|---------------|--------------|--------------|
| กลุ่มลูกค้าธุรกิจ* | 993,687 | 964,007 | 884,824 |
| กลุ่มลูกค้าบุคคล** | 387,065 | 382,440 | 346,601 |

หมายเหตุ: * กลุ่มลูกค้าธุรกิจ ประกอบด้วย ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจ ที่ทำธุรกิจในนามบริษัทจดทะเบียน และในนามบุคคลธรรมดา รวมถึงรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ สถาบันการเงิน ฯลฯ โดยธนาคารให้บริการทางการเงิน ได้แก่ เงินกู้ระยะยาว เงินทุนหมุนเวียน การออกหนังสือค้ำประกัน บริการธุรกรรมระหว่างประเทศ การร่วมให้สินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น (Syndicated Loan) การจัดการสภาพคล่องแบบครบวงจร (Cash Management Solution) รวมไปถึงการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (Value Chain Solution)

** กลุ่มลูกค้าบุคคล ได้แก่ ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของธนาคาร ได้แก่ บัญชีเงินฝาก บัตรเดบิต บัตรเครดิต สินเชื่อบุคคล สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย บริการด้านการลงทุนและที่ปรึกษาการลงทุน รวมไปถึงบริการธุรกรรมทางการเงินต่างๆ

สินเชื่อกลุ่มลูกค้าธุรกิจ ณ สิ้นงวดแรก ปี 2557 เพิ่มขึ้นจำนวน 29,680 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.08 จาก ณ สิ้นปี 2556 ส่วนมากมาจากการขยายตัวของสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรม การค้าและการพาณิชย์ ปีโตรเลียมและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และการบันเทิงและการบริการ สำหรับสินเชื่อกลุ่มลูกค้าบุคคล เพิ่มขึ้นจำนวน 4,625 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.21 จาก ณ สิ้นปี 2556 อันเป็นผลหลักจากการเพิ่มขึ้นของสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เริ่มฟื้นตัว ประกอบกับความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการตลาดกับพันธมิตรธุรกิจทั้งใน กรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค ขณะที่สินเชื่อผู้บริโภค เพิ่มขึ้นจากสินเชื่อเงินสดทันใจกรุงไทย และสินเชื่อบุคคลอื่น โดยธนาคารมุ่งเน้นการเติบโตอย่างระมัดระวัง ควบคู่กับการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกลูกค้าที่มีคุณภาพ

สินเชื่อกลุ่มลูกค้าธุรกิจ ณ สิ้นปี 2556 เพิ่มขึ้นจำนวน 79,183 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.95 จาก ณ สิ้นปี 2555 ส่วนมากมาจากการขยายตัวของสินเชื่อทั้งระยะสั้นและระยะยาวภายในประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่ม อุตสาหกรรมการเกษตร วัสดุ และอุปกรณ์ก่อสร้าง และการพาณิชย์ สำหรับสินเชื่อกลุ่มลูกค้าบุคคล ณ สิ้นปี 2556 เพิ่มขึ้นจำนวน 35,839 ล้านบาท หรือร้อยละ 10.34 จากสิ้นปี 2555 ซึ่งสะท้อนการเติบโตในทุกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินเชื่อบัตรเครดิต จากการนำเสนอบัตรเครดิตร่วมกับพันธมิตรธุรกิจต่างๆ และขยายฐานบัตรไปยังกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ รวมถึงรายการส่งเสริมการตลาดที่สร้างความแตกต่าง ขณะที่ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่เติบโตรองลงมา สอดคล้องกับการเติบโตตามภาวะเศรษฐกิจ ด้วยการสานต่อความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรบริษัทอสังหาริมทรัพย์ทั้งในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค โดยมีการณรงค์การชำระหนี้ตามกำหนดในทุกผลิตภัณฑ์สินเชื่อ เพื่อรักษาคุณภาพสินเชื่อที่ดีอย่างต่อเนื่อง

□ เงินรับฝากแยกตามประเภทบัญชี

เงินรับฝาก

หน่วย: ล้านบาท

| | สัดส่วน (ร้อยละ) | ยอดเงินรับฝาก | | การเปลี่ยนแปลง | | 31 ธ.ค. 2555 |
|-----------------------|---------------------|---------------|--------------|----------------|--------|--------------|
| | | 30 มิ.ย. 2557 | 31 ธ.ค. 2556 | เพิ่ม (ลด) | ร้อยละ | |
| เงินรับฝากรวม | 100.00 | 1,567,499 | 1,529,835 | 37,664 | 2.46 | 1,391,380 |
| เงินรับฝากกระแสรายวัน | 5.16 | 80,833 | 89,118 | (8,285) | (9.30) | 81,215 |
| เงินรับฝากออมทรัพย์ | 62.82 | 984,674 | 894,098 | 90,576 | 10.13 | 830,690 |
| เงินรับฝากประจำ | 32.02 | 501,992 | 546,619 | (44,627) | (8.16) | 479,475 |

ยอดเงินรับฝากรวม ซึ่งมาจากเงินรับฝากของธุรกิจลูกค้าบริษัท ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ และธุรกิจลูกค้าบุคคล ณ สิ้นงวดแรก ปี 2557 เพิ่มขึ้นจำนวน 37,664 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.46 จาก ณ สิ้นปี 2556 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากเงินรับฝากออมทรัพย์ตามการบริหารเงินของลูกค้า ขณะที่เงินฝากประจำบางส่วนทยอยครบกำหนด ธนาคารจึงนำเสนอผลิตภัณฑ์เงินรับฝากระยะยาว ควบคู่กับเสนอทางเลือกลงทุนอื่นที่มีผลตอบแทนสูงกว่าในระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้เป็นการทดแทน

ยอดเงินรับฝากรวม ซึ่งมาจากเงินรับฝากของธุรกิจลูกค้าบริษัท ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ และธุรกิจลูกค้าบุคคล ณ สิ้นปี 2556 เพิ่มขึ้นจำนวน 138,455 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.95 จาก ณ สิ้นปี 2555 ส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากเงินฝากประจำที่นำเสนอผลิตภัณฑ์เงินฝากอัตราดอกเบี้ยพิเศษด้วยช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และเงินฝากประจำที่ได้รับการยกเว้นภาษีดอกเบี้ยพร้อมด้วยการให้สิทธิประโยชน์สำหรับผลิตภัณฑ์เงินฝากเฉพาะกลุ่ม ขณะเดียวกันยังคงระดมเงินฝากออมทรัพย์และรักษาสัดส่วนสูงที่สุดอย่างต่อเนื่อง

4.2 การบริหารเงิน

ธนาคารดำเนินนโยบายการบริหารเงินให้สอดคล้องกับความเคลื่อนไหวของตลาดเงินในประเทศ โดยในไตรมาสที่ 2 ปี 2557 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารตรงตัวต่อเนื่องจากสิ้นไตรมาสก่อน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับมติคณะกรรมการนโยบายการเงินเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2557 และวันที่ 18 มิถุนายน 2557 ที่ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 2.0 ต่อปี ส่วนยอดคงค้างของตลาดเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารปรับลดลงเพียงเล็กน้อยจากช่วงไตรมาสก่อน

สำหรับความเคลื่อนไหวด้านอื่นเกี่ยวกับตลาดเงินนั้น ธปท. ได้หารือกับ BIBOR Contributors ในการกำหนดแนวปฏิบัติ (Code of Conduct) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถืออัตราดอกเบี้ย BIBOR และคาดว่าจะประกาศใช้เป็นแนวปฏิบัติในไตรมาสที่ 3 ปี 2557

ในปี 2556 ธนาคารดำเนินการบริหารจัดการสภาพคล่องให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ และความเคลื่อนไหวของตลาดเงินในประเทศ โดยในด้านความเคลื่อนไหวของตลาดเงินในประเทศในปี 2556 นั้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารปรับลดลงจากปีก่อน ตามการปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายของ กนง. ขณะที่ยอดคงค้างของเงินกู้ยืมระหว่างธนาคารยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างทรงตัวเมื่อเทียบกับปี 2555 สำหรับความเคลื่อนไหวด้านอื่นนั้น ธปท. ยังคงดำเนินการตามแผนงาน เพื่อกำหนดมาตรฐานและกระบวนการกำหนดอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง BIBOR ให้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น โดยได้ร่วมหารือกับ BIBOR Contributors (ธนาคารพาณิชย์ไทยและต่างประเทศที่ได้รับแต่งตั้งจาก ธปท. ให้สามารถเสนออัตราดอกเบี้ยในตลาดกู้ยืมระหว่างธนาคารระยะเวลาต่างๆ) ในการจัดทำข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct)

รายได้หลักจากการบริหารเงิน

หน่วย: ล้านบาท

| โครงสร้างรายได้หลักจากการบริหารเงิน (สำหรับบัญชีเพื่อการธนาคาร) | สัดส่วน (ร้อยละ) | งวด 6 เดือน | | การเปลี่ยนแปลง | | ปี 2556 | ปี 2555 |
|--|---------------------|--------------|--------------|----------------|---------------|---------------|---------------|
| | | ปี 2557 | ปี 2556 | เพิ่ม (ลด) | ร้อยละ | | |
| รายได้ดอกเบี้ยรับ* | | | | | | | |
| รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงิน** | 26.56 | 1,421 | 2,539 | (1,118) | (44.04) | 4,033 | 4,318 |
| เงินลงทุน | 73.44 | 3,928 | 2,946 | 982 | 33.34 | 7,109 | 6,832 |
| รวม | 100.00 | 5,349 | 5,485 | (136) | (2.48) | 11,142 | 11,150 |

หมายเหตุ: * เป็นตัวเลขในเชิงการจัดการ

** รวมรายการเงินให้สินเชื่อ

นอกจากนี้ ธนาคารมีแนวทางในการจัดการสภาพคล่องและพอร์ตการลงทุน โดยคำนึงถึงสภาพคล่องของธนาคาร ที่ต้องดำรงเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการนำสภาพคล่องส่วนเกินไปลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างผลตอบแทนให้แก่ธนาคารภายใต้ความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยในครึ่งปีแรก ของปี 2557 ธนาคารยังคงบริหารสภาพคล่องได้เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และก่อให้เกิดรายได้เพิ่มจากการลงทุน โดยเป็นรายได้ดอกเบี้ยทั้งสิ้นรวมเป็นจำนวน 5,349 ล้านบาท ลดลงจากครึ่งปีแรกของปีก่อน จำนวน 136 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 2.48 ตามทิศทางอัตราดอกเบี้ยที่ลดลง

ในปี 2556 ธนาคารมีรายได้หลักจากการบริหารเงินสำหรับบัญชีเพื่อการธนาคาร โดยเป็นรายได้ดอกเบี้ยทั้งสิ้นรวมเป็นจำนวน 11,142 ล้านบาท ลดลงจากปี 2555 จำนวน 8 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.07 โดยมีสาเหตุจากอัตราดอกเบี้ยในตลาดลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน แม้ว่าสภาพคล่องจะเพิ่มขึ้นจากปีก่อนประมาณ 49,517 ล้านบาท ก็ตาม

4.3 ผลการดำเนินงานบริษัทของธนาคารกสิกรไทย และบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

(หน่วย: ล้านบาท)

| ผลการดำเนินงาน | | งวดแรก ปี 2557 | งวดแรก ปี 2556 | ปี 2556 |
|---|------------------------------------|-------------------|-------------------|-----------|
| บจก. แฟกเคอรี แอนด์ อิกวิปเมนท์ กสิกรไทย | ยอดคงค้างสินเชื่อ | 10,983 | 10,421 | 10,858 |
| บจก. ลีสซิ่งกสิกรไทย | ยอดคงค้างสินเชื่อ | 88,059 | 84,940 | 89,220 |
| บลจ. กสิกรไทย | สินทรัพย์ภายใต้การบริหาร จัดการ | 1,046,182 | 850,301 | 945,632 |
| | ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ) | 21.51 | 22.05 | 22.23 |
| บมจ. หลักทรัพย์กสิกรไทย | ปริมาณการซื้อขาย | 481,725 | 741,870 | 1,296,410 |
| | ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ) | 6.23 | 5.64 | 6.02 |
| บมจ. เมืองไทยประกันชีวิต | เบี้ยประกันรับรวม | 39,440 | 30,041 | 60,249 |
| | ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ) | 15.43 | 14.00 | 13.62 |

หมายเหตุ: * ไม่รวม บจก. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เนื่องจากเป็นบริษัทที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจทางการเงิน

ในงวดแรกของปี 2557 และในปี 2556 บริษัทของธนาคารกสิกรไทย มีภาพรวมผลการดำเนินงานที่น่าพอใจ ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อันเนื่องมาจากการร่วมแรงร่วมใจของทุกฝ่ายงานในธนาคารกสิกรไทย และบริษัทของธนาคารกสิกรไทย

บลจ. กสิกรไทย ได้เป็น บลจ.แรกของประเทศที่มีสินทรัพย์สุทธิภายใต้การจัดการกว่า 1 ล้านล้านบาท และเป็นบริษัทแรกที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจทรัสต์จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (กลต.) โดยบริษัทยังคงรักษาอันดับ 1 ของธุรกิจการจัดการกองทุนได้อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดของสินทรัพย์สุทธิภายใต้การจัดการ ณ 30 มิถุนายน 2557 ที่ร้อยละ 21.51 และที่ร้อยละ 22.23 ณ ปี 2556 อันเป็นผลจากความร่วมมือเป็นอย่างดีกับธนาคารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การขยายช่องทางการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ และการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ซึ่งส่งผลให้บริษัทและกองทุนภายใต้การบริหารจัดการได้รับการยอมรับโดยมีรางวัลเป็นการรับรองคุณภาพ

บมจ. หลักทรัพย์กสิกรไทย ได้ผสานความร่วมมือกับบริษัทหลักทรัพย์แมควอร์ ทั้งในด้านงานวิจัย การให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ และงานพาณิชย์ธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการลูกค้า โดยเฉพาะในการพัฒนาบทวิเคราะห์ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ รวมทั้งการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ พร้อมรองรับการเปิดตลาดที่กว้างขวางของ AEC นอกจากนี้ ยังคงมุ่งเน้นการประสานงานกับธนาคารในการนำเสนอและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการขยายสาขาในพื้นที่ทำการของธนาคาร ส่งผลให้ในงวดแรกของปี 2557 บริษัทยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดได้ โดยมีส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 6.23 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.02 ในปี 2556

บมจ. ลีสซิ่งกสิกรไทย สามารถขยายปริมาณธุรกิจสินเชื่ออยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ โดยยอดคงค้างสินเชื่อในงวดแรกปี 2557 มีอัตราเติบโตร้อยละ 3.67 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 อีกทั้งยังสามารถดูแลคุณภาพสินทรัพย์ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี สะท้อนจากสัดส่วนสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่อยู่ร้อยละ 1.00 สำหรับยอดคงค้างสินเชื่อ ณ ปี 2556 มีอัตราเติบโตร้อยละ 7.67 และสัดส่วนสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่อยู่ร้อยละ 0.86 ขณะเดียวกัน ยังมีการออกแคมเปญต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บจก. แพลตฟอร์ม แอนด์ อีควิปเมนต์ กสิกรไทย มียอดสินเชื่องวดแรกปี 2557 ขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ ที่ร้อยละ 5.39 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 ซึ่งมีการกระจายตัวไปในกลุ่มอุตสาหกรรมที่หลากหลายและครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทยังได้ทำงานร่วมกับผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้าของธนาคารอย่างใกล้ชิด เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและที่ระดับความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งยังมีการเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับธุรกิจของลูกค้าเพื่อก้าวเข้าสู่ AEC ในปีหน้า โดยในปี 2556 มียอดสินเชื่อขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 16.23 จากปี 2555

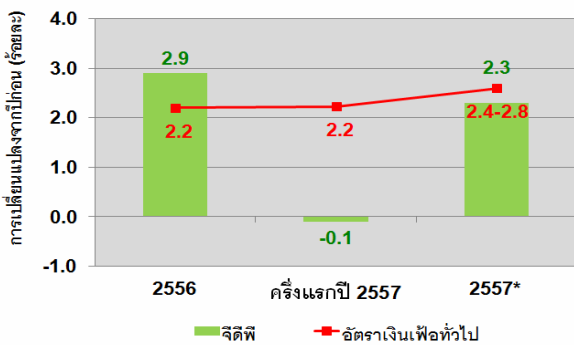
บมจ. เมืองไทยประกันชีวิต ยังคงรักษาความเป็นผู้นำในธุรกิจประกันชีวิต โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเบี้ยประกันภัยรับรวม ณ 30 มิถุนายน 2557 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.43 จากร้อยละ 14.00 ณ 30 มิถุนายน 2556 ด้วยอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับผ่านช่องทางธนาคาร ณ 30 มิถุนายน 2557 ในระดับสูงที่ร้อยละ 33.46 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันปีก่อน อันเป็นผลจากการร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับธนาคารในการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าธนาคารแต่ละกลุ่ม สำหรับในปี 2556 บมจ. เมืองไทยประกันชีวิตมีอัตราการเติบโตของเบี้ยประกันภัยรับผ่านช่องทางธนาคารในระดับสูงที่ร้อยละ 27.87 โดยเป็นผลจากการร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับธนาคารในการพัฒนารูปแบบกรมธรรม์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าธนาคารแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ บริษัทยังคงรักษาความเป็นผู้นำอันดับ 2 ของตลาดต่อเนื่องจากปี 2555 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดในเบี้ยประกันภัยรับรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.46 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 13.62 ในปี 2556

❖ **ภาวะเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ และการเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน**

• **ภาวะเศรษฐกิจไทยงวดแรก ปี 2557 และแนวโน้มในช่วงที่เหลือของปี**

ในงวดแรกปี 2557 เศรษฐกิจไทยหดตัวร้อยละ 0.1 จากสถานการณ์การเมืองในประเทศที่ยืดเยื้อเป็นระยะเวลาหลายเดือน จนส่งผลกระทบต่อดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ประกอบกับภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง จึงมีผลให้เครื่องชี้เศรษฐกิจสำคัญในช่วงครึ่งปีแรกหดตัว ทั้งการใช้จ่ายภาคครัวเรือน ที่หดตัวร้อยละ 1.4 และการลงทุนรวมหดตัวร้อยละ 8.1 ขณะที่ภาคการส่งออกฟื้นตัวขึ้นอย่างล่าช้า โดยมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 0.1 ตามผลกระทบจากปัญหาการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าหลักของไทย และราคาสินค้าเกษตรหลักของโลกที่ลดลง จนส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าออกโดยรวมให้ลดลงร้อยละ 1.3 อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2557 นำมาสู่การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมมากขึ้น ส่งผลให้ทิศทางเศรษฐกิจไทย วกกลับขึ้นจากจุดต่ำสุดได้

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย



ที่มา: ธ.ก.ส. และ บจก. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
* ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

สำหรับแนวโน้มในระยะต่อไป นอกจากอุปสงค์ในประเทศที่คาดว่าจะมีสัญญาณการฟื้นตัวที่ชัดเจนขึ้นแล้ว ภาคการส่งออกก็น่าจะทยอยปรับตัวดีขึ้นตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลัก แม้ว่าอาจยังเผชิญความท้าทายจากการที่อุปสงค์ของบางตลาดสำคัญ อาทิ จีน และอาเซียน ยังมีข้อจำกัดในการฟื้นตัว รวมถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับข้อกล่าวหาเรื่องการกีดกันมนุษย์ การใช้แรงงานเด็กและแรงงานบังคับโดยสหรัฐฯ ซึ่งอาจกีดกันการส่งออกสินค้าบางประเภทของไทยได้ อย่างไรก็ตาม คาดว่านโยบายการเงินของไทยในปัจจุบัน ยังผ่อนคลายเพียงพอที่จะสนับสนุนการฟื้นตัวของกิจกรรมการใช้จ่ายและลงทุน โดยไม่

ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อเสถียรภาพทางการเงินในระยะยาว ท่ามกลางการดูแลระดับเงินเฟ้อ โดยทางการไทยให้ยังอยู่ในระดับที่ไม่น่ากังวล ดังนั้น ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว ผนวกกับผลของฐานเปรียบเทียบกับที่ต่ำของปีก่อน ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงคาดว่าเศรษฐกิจไทยในช่วงงวดหลังของปี 2557 มีโอกาสจะขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน สำหรับภาพรวมในปี 2557 นั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยไว้ที่กรอบร้อยละ 1.8-2.6 (ค่ากลางกรณีพื้นฐานที่ร้อยละ 2.3) ขณะที่ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในกรอบประมาณการที่ร้อยละ 2.4-2.8

• **ภาวะอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์และการแข่งขัน**

ในงวดแรกปี 2557 ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ ยังคงมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหลัก ๆ เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากธุรกิจหลักของธนาคาร โดยเฉพาะรายได้ดอกเบี้ยสุทธิ ประกอบกับธนาคารพาณิชย์มีการตั้งสำรองหนี้สูญลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากในช่วงงวดแรกปี 2556 หลายธนาคารมีการตั้งสำรองพิเศษเพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ ทั้งนี้ สำหรับรายได้จากธุรกิจหลักของธนาคารที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการบริหารจัดการต้นทุนทางการเงินของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จากสินเชื่อสุทธิของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ 16 แห่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 ที่เติบโตร้อยละ 6.41 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 1.33 จาก ณ สิ้นปี 2556 ขณะที่เงินรับฝาก ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.59 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และเติบโตร้อยละ 0.03 จาก ณ สิ้นปี 2556 นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ไทย ยังได้รับแรงหนุนจากรายได้ค่าธรรมเนียมสุทธิที่ยังคงมีการเติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อน แม้จะเป็นการเติบโตในอัตราที่ชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจก็ตาม ขณะที่ในด้านของคุณภาพสินทรัพย์ หากพิจารณาสัดส่วนหนี้ต่อคุณภาพต่อสินเชื่อรวม ณ สิ้นงวดแรกปี 2557 พบว่า ปรับเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน และจากสิ้นปี 2556

อย่างไรก็ตาม การที่ธนาคารพาณิชย์มีการตั้งสำรองพิเศษเพื่อรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจในช่วงปี 2556 ที่ผ่านมาก็ส่งผลให้ธนาคารพาณิชย์ยังสามารถรักษาระดับของสัดส่วนการกันสำรองหนี้สูญต่อหนี้ด้วยคุณภาพไว้ในระดับที่ค่อนข้างสูงได้

สำหรับแนวโน้มช่วงที่เหลือของปี 2557 คาดว่าจากแนวโน้มเศรษฐกิจที่น่าจะปรับตัวดีขึ้น และส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาคธุรกิจปรับตัวดีขึ้นตามไปด้วยนั้น คงจะสามารถหนุนให้ธุรกิจหลักของธนาคารพาณิชย์เติบโตได้ดีขึ้นตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ธนาคารพาณิชย์ยังอาจต้องเผชิญกับปัจจัยท้าทายที่มาพร้อมกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ เช่น ภาวะการแข่งขันด้านราคา และภาวะสภาพคล่องในระบบที่อาจกลับมาตึงตัว เป็นต้น นอกจากนี้ ภาระหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้คุณภาพสินทรัพย์ยังเป็นประเด็นที่ธนาคารพาณิชย์ต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งธนาคารพาณิชย์ยังคงต้องติดตามผลกระทบจากการปรับลดวงเงินในมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณของสหรัฐฯ ต่อความต้องการใช้สภาพคล่องของระบบการเงินไทย อันอาจสร้างแรงกดดันต่อสภาพคล่องของระบบธนาคารพาณิชย์ และการวางแผนบริหารผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในระยะถัดไปด้วย

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2557 ธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ 16 แห่ง และสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 14 แห่ง มีส่วนแบ่งการตลาดทางด้านสินทรัพย์ เงินรับฝาก และเงินให้สินเชื่อแก่ลูกหนี้สุทธิ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| ธนาคาร | สินทรัพย์ | ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ) | เงินรับฝาก | ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ) | เงินให้สินเชื่อ แก่ลูกหนี้สุทธิ | ส่วนแบ่งตลาด (ร้อยละ) |
|---|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| กรุงไทย | 2,469,803 | 15.27 | 1,868,279 | 17.00 | 1,736,806 | 16.58 |
| กรุงเทพ | 2,459,929 | 15.21 | 1,835,698 | 16.70 | 1,621,120 | 15.48 |
| ไทยพาณิชย์ | 2,400,975 | 14.84 | 1,788,701 | 16.27 | 1,667,850 | 15.92 |
| กสิกรไทย | 2,109,177 | 13.04 | 1,569,904 | 14.28 | 1,408,439 | 13.45 |
| กรุงศรีอยุธยา | 1,107,054 | 6.84 | 787,653 | 7.17 | 801,409 | 7.65 |
| ธนชาต | 957,815 | 5.92 | 717,232 | 6.53 | 720,442 | 6.88 |
| ทหารไทย | 800,801 | 4.95 | 573,080 | 5.21 | 479,200 | 4.57 |
| ยูโอบี | 395,198 | 2.44 | 238,034 | 2.17 | 251,117 | 2.40 |
| ซีไอเอ็มบีไทย | 253,450 | 1.57 | 158,470 | 1.44 | 170,947 | 1.63 |
| ทีสโก้ | 312,454 | 1.93 | 227,352 | 2.07 | 263,029 | 2.51 |
| เกียรตินาคิน | 244,472 | 1.51 | 157,058 | 1.43 | 187,859 | 1.79 |
| สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดไทย | 244,188 | 1.51 | 95,597 | 0.87 | 99,685 | 0.95 |
| แลนด์ แอนด์ เฮาส์ | 155,487 | 0.96 | 117,701 | 1.07 | 106,649 | 1.02 |
| ไอซีบีซีไทย | 154,845 | 0.96 | 91,743 | 0.83 | 102,173 | 0.98 |
| ไทยเครดิตเพื่อรายย่อย | 26,683 | 0.16 | 22,348 | 0.20 | 20,334 | 0.19 |
| เมกะสาธกพาณิชย์ | 18,458 | 0.11 | 8,209 | 0.07 | 15,731 | 0.15 |
| รวมธนาคารพาณิชย์ จดทะเบียนในประเทศ | 14,110,788 | 87.24 | 10,257,058 | 93.32 | 9,652,789 | 92.15 |
| สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ | 2,064,519 | 12.76 | 734,008 | 6.68 | 822,283 | 7.85 |
| ระบบธนาคารพาณิชย์ | 16,175,307 | 100.00 | 10,991,066 | 100.00 | 10,475,073 | 100.00 |

ที่มา : ธ.พ. 1.1 และ ธ.พ. 1.2

- การเปลี่ยนแปลงของกฎเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน¹

กฎเกณฑ์และกฎหมายที่สำคัญ ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานของธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย ในปี 2556 สรุปได้ดังนี้

- การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ออกหนังสือเวียนที่ ธปท.ผนส.(23)ว.1294/2556 ลงวันที่ 1 ตุลาคม 2556 เรื่อง แนวนโยบายในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ เพื่อกำกับดูแลการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และช่วยให้ผู้บริโภค rays ย่อยมีความรู้ความเข้าใจ สามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการและความเสี่ยง โดยให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557

ธปท. ให้ความสำคัญกับหลักการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ 5 ประการ ได้แก่ ทันเวลาและเป็นปัจจุบัน มีความชัดเจนและตรงประเด็น ถูกต้องและเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เน้นข้อมูลที่สำคัญ และสามารถนำไปเปรียบเทียบได้ โดยให้เปิดเผยข้อมูลแก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ก่อนซื้อผลิตภัณฑ์หรือก่อนเข้าทำสัญญา ขณะซื้อผลิตภัณฑ์หรือเข้าทำสัญญา และระหว่างที่สัญญาของผลิตภัณฑ์มีผลบังคับใช้ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้สถาบันการเงิน ดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานความเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และมุ่งเน้นการดูแลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสิทธิขั้นพื้นฐาน 4 ประการ คือ สิทธิที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง สิทธิที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินได้อย่างอิสระ สิทธิที่จะร้องเรียนเพื่อความเป็นธรรม และสิทธิที่จะได้รับการพิจารณาค่าชดเชยหากเกิดความเสียหาย

หลักเกณฑ์ดังกล่าว เป็นการส่งเสริมให้ผู้ขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับผู้บริโภค อันจะช่วยยกระดับให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้นในการเข้าถึงบริการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทยได้จัดทำนโยบายในการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์และเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติตามเกณฑ์ดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

- การบังคับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (IFRS)

ในปี 2556 โครงการ IFRS Conversion ได้ดำเนินการเตรียมความพร้อมอย่างต่อเนื่อง สำหรับการบังคับใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน และการตีความมาตรฐานการรายงานทางการเงินต่างๆ ทั้งที่จะมีผลบังคับใช้ในปี 2557 อันได้แก่ เรื่อง โปรแกรมสิทธิพิเศษแก่ลูกค้า ซึ่งไม่มีผลกระทบที่เป็นสาระสำคัญ และฉบับที่คาดว่าจะบังคับใช้ในปี 2558 และ 2559 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน ซึ่งโครงการฯ ยังคงติดตามความคืบหน้าและประเมินผลกระทบอย่างใกล้ชิด เพื่อบริหารจัดการ ปรับปรุงนโยบาย กระบวนการทำงาน ตลอดจนระบบงานที่จำเป็น โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของธนาคารกสิกรไทยและบริษัทย่อย²

- แผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินระยะที่ 2

ธนาคารมีการคาดการณ์และเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากกฎเกณฑ์ต่างๆ ของ ธปท. โดยเฉพาะการรับมือกับการเปิดเสรีภาคธนาคาร ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ธนาคารพาณิชย์ต่างชาติสามารถเข้ามาประกอบธุรกิจบริการทางการเงินได้มากยิ่งขึ้น โดยธนาคารใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน บนพื้นฐานความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านรูปแบบการประกอบธุรกิจ และวิถีชีวิตในประเทศไทย ผ่านช่องทาง การให้บริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

¹ รายละเอียดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวกับการดำเนินงานอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างปี 2556 สามารถดูได้ในรายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ สำหรับไตรมาสสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2556 วันที่ 30 มิถุนายน 2556 และวันที่ 30 กันยายน 2556

² บริษัทย่อย หมายถึง บริษัทย่อยตามคำนิยามของมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ซึ่งธนาคารได้เปิดเผยไว้ในงบการเงินในส่วนหมายเหตุประกอบงบการเงิน

ธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย มั่นใจว่ายุทธศาสตร์ที่ได้รับการพัฒนาและวางรากฐานการทำงานอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา จะช่วยให้สามารถดำรงความสามารถในการแข่งขัน ทั้งกับคู่แข่งปัจจุบันและคู่แข่งที่จะเพิ่มมากขึ้นหลังการให้ใบอนุญาตแก่ธนาคารพาณิชย์รายใหม่ในอนาคต

❖ แหล่งที่มาของเงินทุน

ธนาคารมีแหล่งเงินทุนที่สำคัญ 4 ประเภท ที่นำมาใช้ในธุรกิจ ได้แก่ เงินรับฝาก รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงิน ตราสารหนี้ที่ออกและเงินกู้ยืม และหนี้สินทางการเงินที่กำหนดให้แสดงด้วยมูลค่ายุติธรรม

เงินฝากเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญที่สุดของธนาคาร โดยธนาคารให้บริการด้านเงินฝากผ่านเครือข่ายสาขาของธนาคารทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ การให้บริการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ เงินฝากชนิดไม่มีดอกเบี้ยหรือเรียกว่าเงินฝากกระแสรายวัน และเงินฝากชนิดมีดอกเบี้ย เช่น เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ นอกจากนี้ ธนาคารยังให้บริการด้านเงินฝากทั้งที่อยู่ในรูปสกุลเงินบาท และที่อยู่ในรูปสกุลเงินตราต่างประเทศ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ธนาคารและบริษัทย่อยมีเงินรับฝากจำนวน 1,529,835 ล้านบาท รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงินด้านหนี้สินมีจำนวน 167,403 ล้านบาท ตราสารหนี้ที่ออกและเงินกู้ยืมมีจำนวน 71,517 ล้านบาท และหนี้สินทางการเงิน ที่กำหนดให้แสดงด้วยมูลค่ายุติธรรมมีจำนวน 388 ล้านบาท

❖ นโยบายการบริหารสภาพคล่อง

ธนาคารมีการจัดการความเสี่ยงด้านสภาพคล่องที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าธนาคารจะสามารถจัดหาเงินได้เพียงพอที่จะรองรับภาระผูกพันต่าง ๆ เมื่อครบกำหนดเวลาด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ภายใต้การดำเนินธุรกิจของธนาคารทั้งในสถานการณ์ปกติและในภาวะวิกฤต สำหรับการกำหนดนโยบายและแนวทางในการบริหารสภาพคล่องดังกล่าวนี้ อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน (ALCO) ซึ่งกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารสภาพคล่อง เพื่อให้ฐานะความเสี่ยงอยู่ภายใต้ระดับที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงองค์กรและคณะกรรมการธนาคาร ตามลำดับ โดยฝ่ายบริหารเงินเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารสินทรัพย์สภาพคล่องซึ่งอยู่ในรูปการลงทุนทั้งในสกุลเงินบาทและเงินตราต่างประเทศ รวมถึงทำการพิจารณาจัดหาแหล่งเงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการเงินสดของสำนักงานใหญ่และสาขาต่างๆ ของธนาคาร อีกทั้ง เพื่อให้การสนับสนุนเงินทุนให้แก่บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้แผนการดำเนินธุรกิจ โดยต้องสามารถดำรงสินทรัพย์สภาพคล่องได้ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างถูกต้องและเคร่งครัด

ธนาคารดำรงอัตราส่วนสินทรัพย์สภาพคล่องโดยเฉลี่ยแล้วไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6.00 ของยอดเงินฝากและเงินกู้ยืมบางประเภท ตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 ธนาคารมีเงินสดในมือ เงินสดที่ศูนย์เงินสด เงินฝากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยและหลักทรัพย์ที่ปราศจากภาระผูกพัน ดำรงตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้

นอกจากนี้ ธนาคารยังมุ่งเน้นให้เกิดการบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องให้สอดคล้องกับหลักปฏิบัติสากล กว้างขวาง และซบซบของธนาคารแห่งประเทศไทย อาทิ การให้ความสำคัญกับผลกระทบของความเสี่ยงจากระบบโดยรวม (Systemic Risk) และการประเมินความสามารถของตลาดในการรองรับธุรกรรมทางการเงิน ภายใต้ภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นประเด็นที่ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่าธนาคารมีความพร้อมที่จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทยได้อย่างครบถ้วนและภายในเงื่อนไขที่กำหนด

❖ การให้สินเชื่อ

1. นโยบายและเป้าหมายการให้สินเชื่อ

ธนาคารมีการกำหนดนโยบายการให้สินเชื่อ เพื่อสร้างมาตรฐานการพิจารณาเครดิตที่ดีให้กับผู้ปฏิบัติงานด้านเครดิตของธนาคารและกลุ่มธุรกิจทางการเงินให้มีมาตรฐานเดียวกัน และสอดคล้องกับนโยบายการกำกับแบบรวมกลุ่มของธนาคารแห่งประเทศไทย นอกเหนือจากหลักการพื้นฐานในการพิจารณาเครดิตที่กำหนดไว้แล้ว ยังรวมถึงสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานด้านเครดิตพึงระมัดระวังและหลีกเลี่ยง รวมถึงสิ่งที่ธนาคารสนับสนุนให้ดำเนินการ เพื่อขยายเครดิตอย่างมีคุณภาพ

ธนาคารได้มีการกำหนดเป้าหมายการให้สินเชื่อสอดคล้องกับนโยบายการให้สินเชื่อของธนาคาร แนวโน้มเศรษฐกิจและความเสี่ยงที่ยอมรับได้ในมุมมองต่างๆ อาทิ กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นต้น ในมุมมองของอุตสาหกรรม ธนาคารมีการกำหนดเพดานเงินให้สินเชื่อสำหรับแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม และมีการกำหนดทิศทางการให้สินเชื่อของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยพิจารณาจากความผันผวนของอุตสาหกรรม ภาวะและแนวโน้มของอุตสาหกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ ธนาคารมีการจัดทำรายงานเงินให้สินเชื่อในมุมมองต่างๆ ให้กับผู้บริหารและฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องรับทราบถึงสถานการณ์รายเดือน

2. การบริหารความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อ

ธนาคารบริหารความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อโดยให้ความสำคัญกับการบริหารสัดส่วนเงินให้สินเชื่อ เพื่อควบคุมและติดตามมิให้มีการกระจุกตัวของเงินให้สินเชื่อเกินกว่าระดับที่กำหนดไว้ รวมทั้งมีการดำเนินการติดตามสถานะของลูกค้าที่อยู่ในอุตสาหกรรมต่างๆ อย่างใกล้ชิด มีการกำหนดปัจจัย/ตัววัด เพื่อใช้ในการติดตามคุณภาพของสินเชื่อในมุมมองต่างๆ อาทิ กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอุตสาหกรรม โดยในปีที่ผ่านมาไม่ปรากฏว่ามีการกระจุกตัวของเงินให้สินเชื่อในอุตสาหกรรมใด หรือในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากเกินไปเกินกว่าเกณฑ์ที่ธนาคารยอมรับได้

ทั้งนี้ ธนาคารมีกลไกต่างๆ ที่ช่วยในการบริหารความเสี่ยงทางด้านเครดิต ดังนี้

- มีการจัดการความเสี่ยงผ่านคณะกรรมการนโยบายและบริหารความเสี่ยงเครดิต และคณะกรรมการบริหารกระบวนการเครดิต เพื่อให้การบริหารจัดการความเสี่ยงเครดิต รวมทั้งกระบวนการเครดิตของธนาคารเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกันทุกกระบวนการ และเพื่อให้ธนาคารสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า รวมทั้งช่วยสร้างสมดุลระหว่างการจัดการความเสี่ยงกับประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานเครดิตได้อย่างเหมาะสม
- มีการปรับปรุงเกณฑ์ในการพิจารณาลูกค้าให้เหมาะสมกับระดับความเสี่ยงอยู่เสมอ โดยมีนโยบายเครดิตที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มลูกค้า พร้อมทั้งมีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม (Pre-Screening Criteria) และมีการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมตามระดับความเสี่ยงเพื่อเป็นเครื่องมือให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินการคัดเลือกลูกค้าได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
- มีการกำหนดกลไกในการบริหารความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่คาดว่าจะกระทบกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยส่งสัญญาณเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทำการประเมินพอร์ตโฟลิโอของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบในเชิงลึก และมีการทำทดสอบภาวะวิกฤต (Stress Testing) เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับธนาคารล่วงหน้า พร้อมทั้งระบุลูกค้ากลุ่มเสี่ยงเพื่อเข้าไปให้มีการจัดการลูกค้าได้อย่างทันทั่วถึงก่อนที่ลูกค้าจะมีปัญหาในการชำระหนี้ และส่งผลกระทบต่อคุณภาพเครดิตของธนาคาร
- ติดตามทบทวนการใช้วงเงินสินเชื่อของลูกค้า พร้อมทั้งติดตามสถานะของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า (Early Warning Sign) รวมถึงการติดตามพฤติกรรมการใช้วงเงิน (Behavioral Score) โดยธนาคารกำหนดแนวทางการจัดการให้ผู้ดูแลความสัมพันธ์ลูกค้าติดต่อลูกค้าตั้งแต่เริ่มมีสัญญาณที่ไม่ดีของลูกค้า
- ดำเนินการให้มีการติดตามหนี้ที่ค้างชำระอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับลูกค้ารายย่อยที่มีประวัติการใช้วงเงินที่มีความเสี่ยงสูง หรืออยู่ในอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูง ธนาคารจะมีการติดตามหนี้ของ

ลูกหนี้กลุ่มนี้ตั้งแต่ระยะแรกของการผิคนัดชำระหนี้ รวมถึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครื่องมือเพื่อช่วยในการติดตาม และลดค่าใช้จ่ายของธนาคาร

❖ การอนุมัติการให้กู้ยืม

ธนาคารใช้หลักการบริหารเครดิตที่เน้นการตัดสินใจจากข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน โปร่งใส และได้มาตรฐาน โดยกระบวนการอนุมัติเครดิตและระบบงานได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับลักษณะลูกค้า กล่าวคือ กลุ่มลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความต้องการทางการเงินที่ซับซ้อนและกลุ่มลูกค้าขนาดกลาง จะต้องมีส่วนผสมความสัมพันธ์ลูกค้าที่เข้าใจความเสี่ยงทางธุรกิจและการเงินของกลุ่มธุรกิจลูกค้าเป็นอย่างดี ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์ นำเสนอโครงสร้างวงเงินผลิตภัณฑ์และบริการด้านเครดิตที่เหมาะสมกับลูกค้า รวมทั้งใช้เครื่องมือจัดอันดับเครดิตทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการประเมินความเสี่ยง โดยมีการกำหนดราคาตามความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ และนำเสนอขออนุมัติต่อผู้พิจารณาเครดิต ซึ่งมีอำนาจอนุมัติตามโครงสร้างที่แบ่งตามระดับภาระเครดิตรวม รวมถึงมีการติดตามสถานะของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการอนุมัติเครดิตสำหรับลูกค้าสถาบันการเงิน ซึ่งมีธุรกรรมเครดิตส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับตลาดเงินและตลาดทุน ธนาคารใช้กระบวนการและ โครงสร้างอำนาจการอนุมัติลูกค้าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีอำนาจอนุมัติตาม โครงสร้างที่แบ่งตามระดับภาระเครดิตรวม เช่นกัน

สำหรับลูกค้าสินเชื่อบุคคลรายย่อย อาทิ สินเชื่อที่อยู่อาศัย บัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคลประเภทอื่นๆ และสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม ธนาคารมีการกำหนดนโยบายเครดิตที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่มีความเสี่ยงที่แตกต่างกัน และกำหนดกระบวนการด้านเครดิตที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งระบบปฏิบัติการที่มีเครื่องมืออนุมัติเครดิต (Credit Scoring) โดยจะเน้นขั้นตอนการตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้องของข้อมูลรายได้และหนี้สินของลูกค้าแต่ละราย รวมถึงใช้แบบจำลองซึ่งพัฒนาจากข้อมูล ประวัติทางด้านเครดิตมาประกอบในการพิจารณา ซึ่งช่วยให้สามารถประเมินระดับความเสี่ยงของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ ทั้งนี้ เพื่อให้กระบวนการพิจารณาเครดิตมีความถูกต้อง กระชับ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในระยะเวลาสั้น ทั้งนี้ ธนาคารยังให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการอนุมัติเครดิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยยังคงยึดหลักที่จะควบคุมระดับความเสี่ยงให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้

❖ อำนาจการอนุมัติการให้กู้ยืม

คณะกรรมการธนาคารอนุมัติโครงสร้างอำนาจการพิจารณาเครดิต โดยใช้หลักการรวมศูนย์การพิจารณาเครดิตและสร้างระบบการอนุมัติเครดิตที่เป็นมาตรฐานภายใต้กรอบของนโยบายเครดิตที่ชัดเจนของธนาคาร โดยมอบอำนาจอนุมัติเครดิตให้เหมาะสมกับการจัดการความเสี่ยงในแต่ละธุรกรรมและประสิทธิภาพของการบริหารกระบวนการงานเครดิตของธนาคาร กล่าวคือ ธุรกรรมที่มีความเสี่ยงด้านเครดิตสูงจะต้องใช้ผู้พิจารณาเครดิตที่มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ด้านเครดิตที่สูงกว่าธุรกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำกว่า

❖ การปรับโครงสร้างหนี้

ในปี 2556 ธนาคารทำสัญญาปรับโครงสร้างหนี้กับลูกหนี้รวม 51,574 ราย มูลหนี้ตามบัญชีก่อนปรับโครงสร้างหนี้ประมาณ 56,531 ล้านบาท หากพิจารณารวมของธนาคารและบริษัทย่อย การปรับโครงสร้างหนี้กับลูกหนี้จะมีจำนวนรวม 51,590 ราย มูลหนี้ตามบัญชีก่อนปรับโครงสร้างหนี้ประมาณ 56,555 ล้านบาท โดยมีรายละเอียดของการปรับโครงสร้างหนี้ที่มีผลขาดทุน ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

| รูปแบบ การปรับโครงสร้างหนี้ | ธนาคาร | | | ธนาคารและบริษัทย่อย | | | | |
|--|--------------|-------------------|---------------|--------------------------------|--------------|-------------------|---------------|--------------------------------|
| | จำนวน ราย | จำนวนหนี้ตามบัญชี | | ขาดทุนจาก ปรับโครงสร้างหนี้ | จำนวน ราย | จำนวนหนี้ตามบัญชี | | ขาดทุนจาก ปรับโครงสร้างหนี้ |
| | | ก่อนปรับ | หลังปรับ | | | ก่อนปรับ | หลังปรับ | |
| 1. การโอนทรัพย์สิน | 12 | 234 | - | 94 | 12 | 234 | - | 94 |
| 2. การเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข การชำระหนี้ | 1,825 | 13,038 | 13,038 | 1,926 | 1,825 | 13,038 | 13,038 | 1,926 |
| 3. การปรับโครงสร้างหนี้ ในหลายลักษณะ | 27 | 1,197 | 695 | 482 | 27 | 1,197 | 695 | 482 |
| รวม | 1,864 | 14,469 | 13,733 | 2,502 | 1,864 | 14,469 | 13,733 | 2,502 |

ธนาคารมีมาตรการในการติดตามผลการชำระหนี้ และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าที่ได้รับการปรับโครงสร้างหนี้แล้วอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันมิให้ลูกหนี้ดังกล่าวกลายเป็นหนี้ผิวน้ำอีกครั้ง สำหรับลูกหนี้ที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขการปรับโครงสร้างหนี้ เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจไม่ฟื้นตัวตามที่คาดการณ์ หรือมีเหตุอื่นที่มีผลทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าด้อยลง ธนาคารอาจพิจารณาปรับเงื่อนไขการชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ดังกล่าวใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพความสามารถในการชำระหนี้ในปัจจุบันของลูกค้า สำหรับลูกหนี้ที่ธนาคารประเมินว่าไม่มีเจตนาที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไข ธนาคารจะพิจารณาดำเนินคดีกับลูกหนี้ดังกล่าวทันที

สำหรับลูกหนี้ที่ไม่ให้ความร่วมมือกับธนาคารในการแก้ไขหนี้ ธนาคารมีนโยบายในการดำเนินคดีกับลูกหนี้ทุกราย โดยหากภายหลังจากศาลมีคำพิพากษาแล้ว ลูกหนี้ไม่ปฏิบัติตามคำพิพากษา ธนาคารจะดำเนินการบังคับคดี ยึดทรัพย์สินและขายทอดตลาด เพื่อนำเงินที่ได้จากการขายทอดตลาดมาชำระหนี้คืนให้แก่ธนาคาร กรณีไม่มีผู้สนใจซื้อทรัพย์สินจากการขายทอดตลาดในราคาที่เหมาะสม ธนาคารอาจพิจารณาเข้าซื้อทรัพย์สินดังกล่าวเอง เพื่อให้ธนาคารได้รับชำระหนี้คืน และสามารถดำเนินการบังคับคดี ยึดทรัพย์สินอื่นของลูกค้ากรณียังไม่ได้รับชำระหนี้คืนครบถ้วนได้ต่อไปโดยเร็ว

ในกรณีลูกหนี้ผิวน้ำมียอดหนี้คงค้างเพิ่มขึ้น และ/หรือ หลักประกันมีมูลค่าลดลง จนมีผลให้สัดส่วนมูลค่าหลักประกันต่อยอดหนี้คงค้างต่ำลง ธนาคารมีนโยบายให้ลูกหนี้นำสินทรัพย์อื่นมาเป็นหลักประกันเพิ่มขึ้น และ/หรือ ชำระหนี้คงค้างบางส่วน หรือทั้งหมด เพื่อให้สัดส่วนมูลค่าหลักประกันต่อยอดหนี้คงค้างสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ในภาวะการณ์ปัจจุบัน ธนาคารไม่สามารถดำเนินการกับลูกหนี้ดังกล่าวทุกราย เนื่องจากลูกหนี้ผิวน้ำส่วนมากไม่มีสินทรัพย์ที่จะนำมาเป็นหลักประกันเพิ่ม และไม่มีความสามารถในการชำระหนี้คงค้างให้ลดลงได้ตามที่ธนาคารกำหนด การบังคับหลักประกันอายุหนี้ของธนาคารจึงทำได้อย่างจำกัด

❖ การติดตามหนี้ผิวน้ำ

ธนาคารมีนโยบายในการติดตามให้ลูกหนี้ผิวน้ำทุกราย ชำระหนี้ทั้งหมดคืนแก่ธนาคาร โดยเร็ว โดยธนาคารจะประเมินความสามารถในการชำระหนี้ และความร่วมมือของลูกค้าในแต่ละราย เพื่อกำหนดแนวทางการติดตามและแก้ไขหนี้ที่เหมาะสม โดยลูกหนี้ที่มีความสามารถในการชำระหนี้ลดลงแต่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขหนี้ ธนาคารจะพิจารณาปรับเงื่อนไขการชำระหนี้ให้สอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ โดยธนาคารอาจพิจารณาปรับโครงสร้างหนี้แบบไม่มีส่วนสูญเสียจากการปรับโครงสร้างหนี้ เช่น ปรับโครงสร้างหนี้โดยการยืดระยะเวลาการชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ หรืออาจพิจารณาปรับโครงสร้างหนี้โดยมีส่วนสูญเสียจากการปรับโครงสร้างหนี้ เช่น การปรับโครงสร้างหนี้โดยการลดอัตราดอกเบี้ย หรือยอดคงค้างในบัญชีบางส่วนให้แก่ลูกหนี้ ทั้งนี้ ธนาคารจะพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าในแต่ละรายเป็นเกณฑ์

ทั้งนี้ บริษัทบริหารสินทรัพย์ เพทาย จำกัด มีนโยบายในการติดตามหนี้เช่นเดียวกับธนาคารทุกประการ

❖ ความสามารถในการดำรงเงินกองทุนของธนาคาร

ธนาคารมีอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง ดังนี้

➢ งบการเงินเฉพาะธนาคาร

หน่วย: ร้อยละ

| อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง | Basel III ¹⁾ | | | Basel II | | |
|---|-----------------------------|-------------|------------|-----------------------------|------------|------------|
| | ขั้นต่ำตามที่ รพท. กำหนด | 30 มิ.ย. 57 | 31 ธ.ค. 56 | ขั้นต่ำตามที่ รพท. กำหนด | 31 ธ.ค. 55 | 31 ธ.ค. 54 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ³⁾ | 6.00 | 12.40 | 12.02 | 4.25 | 10.43 | 9.63 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น | 4.50 | 12.40 | 12.02 | - | - | - |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 2 | - | 3.20 | 3.23 | - | 5.55 | 4.18 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้น | 8.50 | 15.60 | 15.25 | 8.50 | 15.98 | 13.81 |

➢ กลุ่มธุรกิจทางการเงินธนาคารกสิกรไทย ²⁾

หน่วย: ร้อยละ

| อัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง | Basel III ¹⁾ | | | Basel II | | |
|---|-----------------------------|-------------|------------|-----------------------------|------------|------------|
| | ขั้นต่ำตามที่ รพท. กำหนด | 30 มิ.ย. 57 | 31 ธ.ค. 56 | ขั้นต่ำตามที่ รพท. กำหนด | 31 ธ.ค. 55 | 31 ธ.ค. 54 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ³⁾ | 6.00 | 12.92 | 12.57 | 4.25 | 10.44 | 9.57 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 1 ที่เป็นส่วนของผู้ถือหุ้น | 4.50 | 12.92 | 12.57 | - | - | - |
| อัตราส่วนเงินกองทุนชั้นที่ 2 | - | 3.14 | 3.21 | - | 5.20 | 3.84 |
| อัตราส่วนเงินกองทุนทั้งสิ้น | 8.50 | 16.06 | 15.78 | 8.50 | 15.64 | 13.41 |

¹⁾ อัตราส่วนเงินกองทุนตามกฎหมายต่อสินทรัพย์เสี่ยงได้คำนวณตามหลักเกณฑ์ Basel III ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 เป็นต้นไป

²⁾ กลุ่มธุรกิจทางการเงินธนาคารกสิกรไทย หมายถึง กลุ่มธุรกิจทางการเงินตามการกำกับแบบรวมกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ธนาคารกสิกรไทย บริษัทของธนาคารกสิกรไทย บริษัทให้บริการสนับสนุนงานต่อธนาคารกสิกรไทย บบส.เพทฯ และบริษัทอื่นๆ ที่ได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยให้อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงิน

³⁾ ตามหลักเกณฑ์ Basel III เงินกองทุนชั้นที่ 1 มีรายการทยอยนับเข้าหรือหักออก ปีละ 20% ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2557 เป็นต้นไป จนครบ 100% ในปี 2561