**กสิกรไทยประกาศยุทธศาสตร์ การเป็นแพลตฟอร์มอันดับหนึ่งตอบโจทย์ทุกด้านของลูกค้า**

กสิกรไทยกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ **Customers’ Life Platform of Choice แพลตฟอร์มหนึ่งเดียวที่ลูกค้าเลือกเพื่อตอบโจทย์ทุกด้านของชีวิต** เตรียมทุ่มงบไอทีปีละ 4,000-5,000 ล้านบาท ก้าวสู่ยุคดิจิทัลทุกรูปแบบและเป็นอันดับหนึ่งดิจิทัล แบงกิ้งต่อเนื่อง ตั้งเป้าปี 61 เพิ่มฐานลูกค้าเป็น 15.1 ล้านราย K PLUS 10.8 ล้านราย สินเชื่อรวมโต 5-7% สอดรับเศรษฐกิจไทยโต 3.7% และเอ็นพีแอล 3.3-3.4%

**นายปรีดี ดาวฉาย กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย** เปิดเผยว่า ระบบธนาคารพาณิชย์กำลังเผชิญกับความท้าทายและโอกาสในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ ที่มีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ทางธุรกิจหลายด้าน ประกอบด้วย **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** สำหรับประเทศไทยในปี 2561 คาดการณ์ว่า จีดีพีจะขยายตัวที่ 3.7% โดย คาดหวังแรงหนุนสำคัญจากการลงทุนโครงการภาครัฐ มาช่วยชดเชยการส่งออกและการท่องเที่ยวที่อาจเติบโตชะลอลงหลังเร่งขึ้นมากแล้วในปีนี้ ส่วนตัวแปรที่กดดันภาพรวมเศรษฐกิจคือ กำลังซื้อของประชาชน ซึ่งเผชิญแรงถ่วงจากปัญหาหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง และรายได้เกษตรกรที่มีโอกาสชะลอลง ทั้งนี้ ด้วยภาพรวมการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยที่แม้จะยังประคองการเติบโตไว้ได้ แต่ถ้าเทียบกับประเทศในอาเซียน ก็ยังถือว่าโตต่ำกว่าหลายประเทศ จึงเป็นเหตุผลที่ธุรกิจไทยน่าจะยังคงให้ความสนใจขยายธุรกิจและการลงทุนไปยังประเทศในอาเซียนต่อเนื่อง

**ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป** คนไทยใช้ชีวิตและทำธุรกรรมการเงินบนโลกออนไลน์มากขึ้น โดยพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking เพิ่มขึ้น จากสัดส่วนจำนวนบัญชี Mobile Banking ต่อประชากรที่ 0.9% ในปี 2553 เป็น 34.8% ในปี 2559 เช่นเดียวกับผู้ใช้ e-Money, Internet Banking และบัตรอิเล็คทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสะท้อนว่าธุรกรรมบนออนไลน์ทวีความสำคัญอย่างมาก

**ปัจจัยแนวนโยบายของภาครัฐ** ที่สนับสนุนการเกิดสังคมไร้เงินสด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 5 ปีของสมาคมธนาคารไทยที่ต้องการผลักดันบริการด้านการเงินดิจิทัล เพื่อลดต้นทุนการจัดการเงินสดในระบบและประเทศ นำไปสู่การพัฒนาบริการใหม่ อาทิ การขยายบัตรเดบิตชิปการ์ด การขยายร้านค้ารับบัตรด้วยเครื่องอีดีซี บริการพร้อมเพย์ การชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดมาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมลูกค้าและมีการพัฒนาบริการใหม่ให้เข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีปัจจัย**การแข่งขันจากผู้ให้บริการรายใหม่และข้ามอุตสาหกรรม** ที่ทำให้ธนาคารต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ควบคู่กับการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ผ่านการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองและต่อยอดความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เร็วที่สุด และปลอดภัยที่สุด

นายปรีดี กล่าวเพิ่มเติมว่า ทิศทางเศรษฐกิจของไทยและภูมิภาค พฤติกรรมผู้บริโภค แนวนโยบายจากภาครัฐ และบริบทการแข่งขันต่าง ๆ ดังกล่าว เป็นปัจจัยที่ธนาคารกสิกรไทยให้ความสำคัญและประเมินอย่างต่อเนื่อง เพื่อการกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ ให้ธนาคารสามารถปรับตัวตอบสนองต่อการแข่งขันดังกล่าว และยังคงไว้ซึ่งความได้เปรียบในการทำธุรกิจ และคงความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของลูกค้าในระยะยาว

***KBank Business Plan 2018 หน้าที่ 1/4***

-2-

**นายพิพิธ เอนกนิธิ กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย** เปิดเผยว่า ปัจจัยความท้าทายต่าง ๆ นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งธนาคารยังดำเนินธุรกิจโดยการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centricity) พร้อมกำหนดเป้าหมายให้ธนาคารเป็น **Customers’ Life Platform of Choice หรือ แพลตฟอร์มหนึ่งเดียวที่ลูกค้าเลือกเพื่อตอบโจทย์ทุกด้านของชีวิต** โดยพัฒนาจุดแข็งจากการเป็นอันดับหนึ่งในดิจิทัล แบงกิ้ง และกำหนด กลยุทธ์การให้บริการ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ให้บริการมากกว่าความเป็นธนาคาร (Beyond Banking) (2) ลูกค้าไว้วางใจ (Embedded Trust) และ (3) ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมทุกที่ทุกเวลา (Everyone, Everyday, Everyway, Everywhere)

ทั้งนี้ การเป็น Customers’ Life Platform of Choice เพื่อให้บริการของธนาคารเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันของลูกค้า ต้องวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการจนสามารถคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าได้ล่วงหน้า เพื่อเสนอบริการได้ตรงความต้องการของแต่ละบุคคล โดยเน้นผ่าน 4 แอปพลิเคชันสำคัญ ได้แก่

**เค พลัส (K PLUS)** แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ ที่มีฐานผู้ใช้งานอันดับหนึ่ง คาดว่าในปี 2560 จะมีผู้ใช้งานที่ 8 ล้านราย และในปี 2561 จะเพิ่มผู้ใช้งานเป็น 10.8 ล้านราย

**เค พลัส ช็อป (K PLUS SHOP)** แอปพลิเคชันสำหรับร้านค้า เพื่อรับชำระด้วยคิวอาร์โค้ดมาตรฐานแอป แรกของไทย คาดว่าในปี 2560 จะมีร้านค้าใช้งาน 200,000 ร้าน และในปี 2561 จะเพิ่มเป็น 1,000,000 ร้าน

**เค พลัส เอสเอ็มอี (K PLUS SME)** แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือเพื่อธุรกิจเอสเอ็มอี คาดว่าในปี 2560 จะมีผู้ใช้งานที่ 420,000 ราย และในปี 2561 จะเพิ่มเป็น 500,000 ราย

**พรวนฝัน (Pruanfun)** เมนูตลาดนัดบนมือถือในK PLUS ที่นำเสนอสินค้าที่น่าสนใจเลือกสรรสำหรับลูกค้า เริ่มใช้งานในปี 2561 คาดว่ามีสินค้าประมาณ 50,000 รายการ

เทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาบริการยุคใหม่ ซึ่งกสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป หรือ เคบีทีจี จะเป็นหน่วยงานหลักร่วมกับธนาคารพัฒนาบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจและมีชีวิตที่ดีขึ้น (Customer-Centric Technology for Better Life) โดยใช้งบประมาณพัฒนาด้านไอทีปีละประมาณ 4,000-5,000 ล้านบาท สำหรับการพัฒนาที่สำคัญในปี 2561 ได้แก่

**การพลิกโฉม K PLUS จากโมบายแบงกิ้งสู่การเป็น Lifestyle Platform Banking** ที่จะตอบสนองการใช้งานของลูกค้าทุกกลุ่ม ทำให้บริการผ่านแอปพลิเคชันกลุ่ม K PLUS มีมิติบริการที่ครอบคลุมหลากหลาย เช่น เมนูพรวนฝันที่นำเสนอรายการสินค้าเพื่อตอบสนองการใช้งานช้อปปิ้งออนไลน์

**แมชชีน คอมเมิร์ช (Machine Commerce)** เป็นการนำเทคโนโลยี Machine Learning มาวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการนำเสนอบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละราย รวมทั้งการให้ข้อมูลการตลาดแบบเจาะจงเป้าหมายผ่านเมนู Mobile Life PLUS บน K PLUS

***KBank Business Plan 2018 หน้าที่ 2/4***

-3-

**เมนูโอนเงินข้ามประเทศผ่าน K PLUS (Low-Value Remittance)** ในปี 2561 จะเป็นครั้งแรกที่ลูกค้าธนาคารของไทย สามารถทำรายการโอนเงินไปต่างประเทศด้วยตัวเอง ทางสมาร์ทโฟนผ่าน K PLUS ไปยังผู้รับเงินปลายทางกว่า 40 ประเทศทั่วโลก ในจีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ สิงคโปร์ ฮ่องกง ออสเตรเลีย และกลุ่มสหภาพยุโรป เป็นการเปิดมิติใหม่ของการโอนเงินรายย่อยไปต่างประเทศ

**การเสนอสินเชื่อด้วยแมชชีน เลนดิ้ง (Machine Lending)** เป็นการนำเทคโนโลยี Machine Learning มาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้า เพื่อประเมินความเสี่ยงและคาดการณ์ความต้องการวงเงินสินเชื่อ และนำเสนอให้แก่ลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะขอ ทั้งในกลุ่มลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจ

**การวางหนังสือค้ำประกันอิเล็กทรอนิกส์บนบล็อกเชน (Enterprise Letter of Guarantee on Blockchain)** ที่ธนาคารกสิกรไทยพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกของโลก ซึ่งในปี 2561 จะมีการขยายฐานลูกค้าผู้ใช้งานเพิ่มอีก 7-10 บริษัท และคาดว่าจะมีสถาบันการเงินเข้ามาเชื่อมต่อระบบอีก 4-5 แห่ง

**บริการหักบัญชีและชำระดุลระบบสากล (Clearing and Settlement) ผ่านบล็อกเชน** ธนาคารกสิกรไทย เป็นหนึ่งในธนาคารหัวหอกจากหลายประเทศทั่วโลกได้ร่วมกับไอบีเอ็มพัฒนาบริการ เพื่อให้ธุรกิจทั่วโลกสามารถทำสัญญาและโอนเงินระหว่างประเทศได้รวดเร็วเกือบเรียลไทม์ ช่วยให้ทราบสถานะธุรกรรมหักบัญชี และสามารถชำระดุลจากการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลที่ออกโดยธนาคารกลางได้dลุ

นอกจากนั้น ธนาคารกสิกรไทยมีการสร้างพันธมิตรในระบบนิเวศดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนอกเหนือจากการตั้งทีมงาน Digital Partnership ภายในธนาคาร และกลุ่มบริษัท KBTG แล้ว ธนาคารมี**บริษัท บีคอน เวนเจอร์ แคปิทัล จำกัด** ทำหน้าที่เข้าไปลงทุนในสตาร์ทอัพ เพื่อแสวงหานวัตกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของธนาคารและนำมาต่อยอดการให้บริการ ด้วยวงเงินลงทุนเริ่มต้น 1,000 ล้านบาท โดยปี 2560 ได้ลงทุนไปแล้ว 250 ล้านบาท เป็นการลงทุนตรงในธุรกิจสตาร์ทอัพ 2 ราย และลงทุนผ่าน VC Fund 2 กองทุน สำหรับปี 2561 บีคอน เวนเจอร์ แคปิทัล ตั้งเป้าวงเงินลงทุนเพิ่มประมาณ 200-300 ล้านบาท เน้นกลุ่มสตาร์ทอัพที่เสริมศักยภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ซึ่งจะรวมถึงเทคโนโลยี AI และ Blockchain ประมาณ 4 ราย และการลงทุนผ่าน VC Fund จำนวน 1 กองทุน

นายพิพิธกล่าวเพิ่มเติมว่า เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายยุทธศาสตร์การเป็น Customers’ Life Platform of Choice ดังกล่าว ในปี 2561 ลูกค้าจะได้รับประสบการณ์ใหม่จากบริการของธนาคารกสิกรไทยที่พัฒนาขึ้นเพื่อการเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของลูกค้า โดยมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ

**นางสาวขัตติยา อินทรวิชัย กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย** เปิดเผยว่า ภายใต้ยุทธศาสตร์ใหม่นี้ ธนาคารได้กำหนดแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกันเพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ได้แก่

 **ธุรกิจกลุ่มลูกค้าบุคคล** มุ่งมั่นสู่การเป็นธนาคารเพื่อลูกค้าที่นำเสนอโซลูชั่นในระดับบุคคลที่ดีที่สุด (Best Customer-Driven Retail Bank with Personalized Solution) เพื่อรักษาการเป็นธนาคารหลักอันดับ 1 ในลูกค้าบุคคล ตั้งเป้าหมายสินเชื่อลูกค้ารายย่อยขยายตัว 5-7% ฐานลูกค้าเพิ่มเป็น 15.1 ล้านราย และขยายฐานลูกค้า K PLUS อีก 34-35% เป็น 10.8 ล้านราย

***KBank Business Plan 2018 หน้าที่ 3/4***

-4-

**ธุรกิจกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการ** มุ่งเน้นเป็นธนาคารเพื่อลูกค้าเอสเอ็มอี (Bank for SMEs Customers) ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบครบวงจร (Total Solution Provider) ตั้งเป้าหมายสินเชื่อลูกค้าเอสเอ็มอีเติบโต

4-6% รายได้ค่าธรรมเนียมเติบโต 2-4% ครองส่วนแบ่งทางการตลาดในแง่มูลค่าสินเชื่อที่ 28.5%

**ธุรกิจกลุ่มลูกค้าบรรษัท** มุ่งเป็นธนาคารที่ลูกค้าเชื่อมั่น ตอบโจทย์ความต้องการรอบด้านของลูกค้าธุรกิจ (Trusted Bank for Corporate Customers) โดยตั้งเป้าหมายสินเชื่อธุรกิจลูกค้าบรรษัทเติบโต 6-8% รายได้ค่าธรรมเนียมเติบโต 2-5% ครองส่วนแบ่งทางการตลาดสินเชื่อที่ 22%

**ด้านธุรกิจข้ามประเทศ** ยังคงเดินหน้ายุทธศาสตร์การเป็นธนาคารแห่งภูมิภาค AEC+3 (The Bank of AEC+3) ผ่านกลยุทธ์การขยายธุรกิจสู่ภูมิภาค “Dual Track Regional Digital Expansion” ดำเนินเป็น 2 แทร็คคู่ขนาน คือ **การขยายธุรกิจธนาคารทั่วไป (Classical Expansion)** ด้วยการขยายเครือข่ายและยกระดับการให้บริการในแต่ละประเทศ หาแนวทางเปิดสาขาในเวียดนามและเมียนมาภายในปี 2561-2562 และ**การขยายธุรกิจธนาคารดิจิทัล (Digital Expansion)** พัฒนาระบบชำระเงินและรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Issuing and Acquiring Business) โดยนำความรู้และประสบการณ์ในประเทศไทยไปใช้ในภูมิภาค ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวสูง โดยในปี 2561 ในกลุ่มประเทศ CLMVI คาดว่าจะมีการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เติบโตกว่า 20%

**การเป็นศูนย์กลางการชำระเงินในภูมิภาค** (Regional Settlement Hub) โดยการเปิดให้บริการโอนเงินทุกสกุลเงินท้องถิ่นใน AEC+3 (Exotic Currency Settlement Initiative) เป็นธนาคารแห่งแรกในไทย ลูกค้าที่ทำการค้ากับต่างประเทศในภูมิภาคไม่ต้องแลกเปลี่ยนเงินผ่านหลายสกุล ซึ่งเริ่มให้บริการตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2560 มียอดการโอนเงินกว่า 16,000 ล้านบาท และเตรียมเชื่อมโยงบริการการชำระเงินของเครือข่ายธนาคารในภูมิภาคเข้าด้วยกัน โดยธนาคารกสิกรไทยในไทยเป็นศูนย์กลางรับคำสั่งเพื่อชำระเงินต่อไปยังปลายทางในภูมิภาค

ทั้งนี้ ธนาคารกสิกรไทยตั้ง**เป้าหมายภาพรวมการดำเนินงานในปี 2561** อัตราการเติบโตของเงินให้สินเชื่อ (Loan Growth) 5-7% อัตราการเติบโตของรายได้ที่มิใช่ดอกเบี้ย (Non-Interest Income Growth) อยู่ในระดับทรงตัว มีอัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดรายได้สุทธิ (NIM) 3.2-3.4% และอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อด้อยคุณภาพต่อเงินให้สินเชื่อรวม (NPL Ratio (Gross)) 3.3-3.4%

นางสาวขัตติยา กล่าวตอนท้ายว่า ความท้าทายจากปัจจัยและความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ การเป็น Customers’ Life Platform of Choice ธนาคารได้มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาบริการ และกำหนดแผนการดำเนินงานของธนาคารทุกด้าน ที่มีเป้าหมายสู่ความเป็นผู้นำด้านดิจิทัลเป็นสำคัญ โดยเชื่อมั่นว่าธนาคารจะสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุด คือ การเป็นธนาคารที่อยู่เคียงข้างลูกค้าในชีวิตประจำวันทั้งในด้าน ไลฟ์สไตล์และการทำธุรกิจ และทำให้ธนาคารกสิกรไทยสามารถดำรงความเป็นผู้นำการให้บริการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปในระยะยาว

***KBank Business Plan 2018 หน้าที่ 4/4***