

เคทีซีเปิดพอร์ตไตรมาส 2 กำไรสุทธิ 324 ล้านบาท สมาชิกรวม 2.21 ล้านบัญชี รุกการตลาดเข้มหวังหนึ่ง ใจสมาชิกออนไลน์ควบเจาะกลุ่มลูกค้าภูมิภาค

เคทีซีแจ้งผลการดำเนินงานล่าสุด กำไรสุทธิไตรมาส 2 ปี 2556 เท่ากับ 324 ล้านบาท ซึ่งถ้าหักภาษีได้รับคืนจากรายการพิเศษของการขายเงินลงทุนแล้วจะมีกำไรสุทธิเท่ากับ 299 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 247% จาก 86 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปี 2555 ด้วยพอร์ตลูกหนี้รวม 44,137 ล้านบาท จากฐานสมาชิกรวม 2.21 ล้านบัญชี ผลจากรายได้ดอกเบี้ยรับของธุรกิจสินเชื่อบุคคลที่ขยายตัว การควบคุมค่าใช้จ่ายและบริหารต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสม พร้อมเดินหน้าแผนการตลาดออนไลน์ เจาะสมาชิกออนไลน์และภูมิภาค ร่วมกับพันธมิตรและธนาคารกรุงไทย



นายระทีयर ศรีมงคล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร “เคทีซี” หรือ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า “ช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมา ภาพรวมของอุตสาหกรรมสินเชื่อรายย่อยในประเทศไทยมีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสินเชื่อบัตรเครดิตรวมเติบโตประมาณ 14% ในขณะที่ธุรกิจสินเชื่อบุคคลเติบโตที่ 22%”

“สำหรับเคทีซียังคงทำกำไรได้ต่อเนื่องและดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา จากแผนกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ปรับปรุงขั้นตอนการทำงานทั้งระบบ และการควบคุมบริหารจัดการหนี้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายอย่างได้ผล อีกทั้งการร่วมกับพันธมิตรการค้า จัดแคมเปญการตลาดสำหรับสมาชิกบัตรเครดิตที่หลากหลาย ในหมวดค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมถึงการช่วยลดและแบ่งเบาภาระหนี้ให้กับสมาชิกสินเชื่อบุคคลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง”

“สำหรับฐานะการเงินของเคทีซี ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2556 สินทรัพย์รวมเท่ากับ 48,438 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 46,073 ล้านบาท พอร์ตลูกหนี้การค้ารวมสุทธิเท่ากับ 44,137 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 41,557 ล้านบาท จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ฐานสมาชิกรวม 2.21 ล้านบัญชี ประกอบด้วย บัตรเครดิต 1,587,594 บัตร ยอดลูกหนี้บัตรเครดิตสุทธิ 30,744 ล้านบาท สินเชื่อบุคคล “เคทีซี แคช” เท่ากับ 626,426 บัญชี ยอดลูกหนี้สินเชื่อบุคคลเคทีซี แคช สุทธิ 13,133 ล้านบาท ลูกหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL)

บัตรเครดิตลดลงเหลือ 3.3% และ NPL สินเชื่อบุคคลเหลือเพียง 2.3% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ที่มีค่า 4.2% และ 4.1% ตามลำดับ”

“บริษัทฯ มีกำไรสุทธิในไตรมาส 2 เท่ากับ 324 ล้านบาท (หากไม่รวมรายการพิเศษจากภาษีรับคืน กำไรจะเป็น 299 ล้านบาท) โดยที่กำไรสุทธิรวมครึ่งปีเท่ากับ 746 ล้านบาท (หากไม่รวมรายการพิเศษ กำไรจะเป็น 500 ล้านบาท) รายได้รวมในไตรมาส 2 อยู่ที่ 3,387 ล้านบาท สูงขึ้น 10% จากช่วงเดียวกันของปี 2555 ที่ 3,085 ล้านบาท โดยที่รายได้ดอกเบี้ยรับ (รวมรายได้ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน) รายได้ค่าธรรมเนียมและรายได้อื่นๆ เท่ากับ 2,073 ล้านบาท 902 ล้านบาท และ 412 ล้านบาท ตามลำดับ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายรวม (ไม่รวมภาษีเงินได้) เท่ากับ 2,976 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าที่ 2,918 ล้านบาท

หนี้สูญและหนี้สงสัยจะสูญเท่ากับ 1,274 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 793 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากการตั้งค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญตามการขยายตัวของพอร์ตลูกหนี้บัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล และผลกระทบจากการปรับวันสรุปยอดบัญชี (Cycle Cut) ที่เปลี่ยนจากรอบปีเป็นระบบงวดเดือนในช่วงไตรมาส 1 แต่ในจำนวนนั้นส่วนของการตัดหนี้สูญลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากคุณภาพหนี้ดีขึ้น”

“ค่าใช้จ่ายการดำเนินงานต่อรายได้ (Cost to Income Ratio) ในไตรมาสที่ 2 ปี 2556 เท่ากับ 36.8% ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีค่า 53.1% และจากไตรมาสที่ผ่านมาซึ่งมีค่าเท่ากับ 40.8% เป็นผลจากการใช้กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน ทั้งนี้ สัดส่วนค่าใช้จ่ายดำเนินงานต่อรายได้รวม (Operating Cost to Income Ratio) ลดลงเหลือ 26.2% จากช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนและจากไตรมาสที่ผ่านมาที่ 33.5% และ 27.1% ตามลำดับ”

“สำหรับไตรมาส 2 ของปี 2556 บริษัทฯ มีวงเงินสินเชื่อคงเหลือ (Available Credit Line) ทั้งสิ้น 24,490 ล้านบาท (เป็นวงเงินของธนาคารกรุงไทย 18,030 ล้านบาท) อัตราส่วนของหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 7.7 เท่า ลดลงจากสิ้นปี 2555 ที่มีค่า 8.5 เท่า ซึ่งต่ำกว่าภาระผูกพันที่กำหนดไว้ที่ 10 เท่า และมีส่วนต่างอัตราดอกเบี้ย (Net Interest Margin) 13.8% เพิ่มขึ้นจาก 13.2% ณ สิ้นปี 2555”

“ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2556 เคทีซีจะใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นคุณภาพและการบริการที่ดี โดย**บัตรเครดิต** จะมุ่งขยายช่องทางการรับบัตรเครดิตที่หลากหลาย เพิ่มจำนวนร้านค้าที่ติดตั้งเครื่องรับบัตรเคทีซี และการทำตลาดออนไลน์ เพื่อให้บริการทางการเงินที่สะดวก รวดเร็วเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ออนไลน์และสมาร์ทโฟน มากขึ้น รวมถึงโปรแกรมการตลาดในเชิงรุกเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันด้วยบัตรเครดิตที่คุ้มค่ากว่าเงินสด รวมถึงเทคนิคการใช้คะแนนสะสมรูปแบบใหม่ๆ ในการแลกสินค้าและบริการ ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกเปิดใช้บัตรและใช้จ่ายอย่างสม่ำเสมอ **สินเชื่อบุคคล** จะเน้นทำการตลาดสินเชื่อพร้อมใช้ “เคทีซี แคช รีไวล์ฟ” เป็นหลัก ซึ่งช่วยเสริมสภาพคล่องทางการเงินให้กับลูกค้า โดยออกแคมเปญการตลาดที่แตกต่างและช่วยแบ่งเบาภาระสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมและสร้างวินัยในการชำระคืน รวมทั้งการสรรหาสมาชิกใหม่ผ่านช่องทางสาขาของธนาคาร และจะกระตุ้นยอดใช้จ่ายของฐานสมาชิกในต่างจังหวัดมากขึ้น โดยการคัดสรรแคมเปญที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้จ่ายและตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละภูมิภาค” นายระเฑียร กล่าวปิดท้าย