KASIKORNTHAI ECON ANALYSIS

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER

ภาพรวมบัตรเครดิตปี 2560 ประคองการเติบโต

ขณะที่ โจทย์หลักยังเป็นพฤติกรรมระวังการใช้จ่ายของผู้ถือบัตร

CURRENT ISSUE
ปีที่ 22 ฉบับที่ 2805
วันที่ 27 ธันวาคม 2559

▶ ประเด็นสำคัญ

- **ธุรกิจบัตรเครดิตปี 2559 เติบโตดีขึ้นเล็กน้อยจากปี 2558** ทั้งในมิติของจำนวนบัตรเครดิต ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร และยอดคงค้างสินเชื่อ อย่างไรก็ตาม การระมัดระวังปัญหาคุณภาพหนี้ของผู้ประกอบการบัตรเครดิต ยังคงทำให้ภาพรวมของการเติบโตอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในช่วงหลายปีก่อนค่อนข้างมาก
- **โค้งสุดท้ายของปี 2559 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยสำรวจพบทิศทางการใช้จ่ายที่ค่อนข้างคึกคักเทียบกับปีก่อน** โดย 99.6% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนใช้จ่ายช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่เพิ่มขึ้นจากผลสำรวจในปีก่อนหน้าที่ 61.6% โดยการซื้อของขวัญปีใหม่ให้คนสำคัญเป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจสูงสุด รองลงมา คือการท่องเที่ยวในประเทศ และการทานอาหารนอกบ้าน
- **ส่วนปี 2560 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ธุรกิจบัตรเครดิตน่าจะยังประคองการเติบโตไว้ได้ในระดับใกล้เคียงกับปี 2559** สอดคล้องกับผลสำรวจฯ ที่สะท้อนว่า ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตยังคงมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ระมัดระวังอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพ กระแสรายได้ของครัวเรือน ตลอดจนปัญหาหนี้และความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคต **โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี 2560 น่าจะเติบโตที่ระดับ 6.0-8.0% หรือมีมูลค่าใช้จ่ายราว 1.44-1.47 ล้านล้านบาท ขณะที่ คาดว่า ยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิตอาจเติบโตได้ที่ประมาณ 6.0-8.0%**

ก้าวเข้าสู่ช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2559 ซึ่งถือเป็นฤดูกาลแห่งการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน และเป็นช่วงเวลาพิเศษที่ธุรกิจบัตรเครดิตจะออกโปรโมชั่นอย่างหนาแน่นเพื่อตอบโจทย์การใช้จ่ายของลูกค้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งปีของธุรกิจ หลังจากที่สถานการณ์การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตและยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิตในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2559 มีทิศทางดีขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2558 **ในการนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สรุปภาพรวมธุรกิจบัตรเครดิตปี 2559 และประเมินแนวโน้มปี 2560** พร้อมทั้งได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บัตรเครดิตในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 500 คน เกี่ยวกับการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปัจจุบันและแนวโน้มปี 2560 ซึ่งมีประเด็นต่างๆ ที่น่าสนใจดังนี้

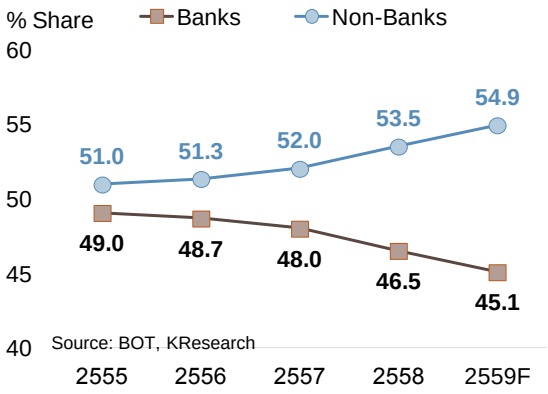
บริการทุกระดับประทับใจ

ธุรกิจบัตรเครดิตปี 2559 ... เติบโตดีขึ้นทั้งในมิติของจำนวนบัตร ยอดสินเชื่อ และปริมาณการใช้จ่าย

แม้ธุรกิจบัตรเครดิตในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2559 เติบโตดีขึ้นจากปี 2558 ในทุกมิติ ท่ามกลางการทำตลาดของผู้ประกอบการนอนแบงก์อย่างต่อเนื่อง **ขณะที่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า สถานการณ์ธุรกิจบัตรเครดิตในภาพรวมทั้งปี 2559 น่าจะเติบโตในระดับที่ใกล้เคียงกับช่วง 10 เดือนแรกของปี 2559 ที่ผ่านมา**

- **กลุ่มนอนแบงก์เร่งขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด...หนุนจำนวนบัตรเครดิตทั้งระบบสถาบันการเงิน** โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า จำนวนบัตรเครดิตทั้งระบบสถาบันการเงินในปี 2559 จะเติบโตประมาณ 7.5% มาที่ 23.06 ล้านใบ หรือเพิ่มขึ้นราว 1.56-1.60 ล้านใบจากปี 2558 อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า ธนาคารพาณิชย์ยังคงระมัดระวังการทำตลาดในกลุ่มลูกค้าใหม่ และใช้นโยบายเครดิตที่ค่อนข้างรัดกุม เพื่อจำกัดความเสี่ยงด้านคุณภาพสินทรัพย์อย่างต่อเนื่อง

ส่วนแบ่งตลาดจำนวนบัตรเครดิต

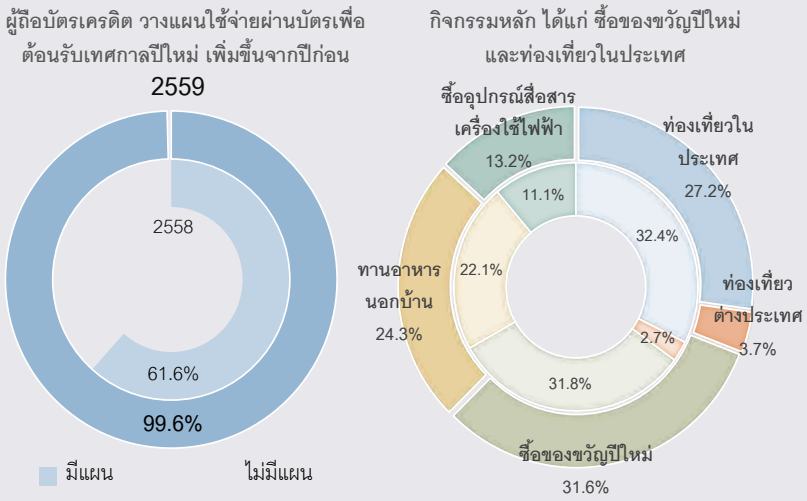


- **แนวโน้มการใช้จ่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และการลดการใช้เงินสดที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ผนวกกับมาตรการลดหย่อนภาษีต่าง ๆ** ทั้งมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ประกอบกิจการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มไม่เกิน 15,000 บาท หรือมาตรการ "ช็อปช่วยชาติ" และมาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในประเทศที่ออกมาหลายระลอกในปีนี้ **น่าจะช่วยหนุนให้ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งระบบสถาบันการเงินในปี 2559 เพิ่มขึ้นราว 1 แสนล้านบาทจากปี 2558 หรือคิดเป็นเม็ดเงินราว 1.36 ล้านล้านบาท เติบโต 7.5% จากปีก่อนหน้า** ใกล้เคียงกับกับช่วง 10 เดือนแรกของปี ที่เติบโต 7.7% YoY และสูงกว่าปี 2558 ที่เติบโตได้ราว 6.7%

อย่างไรก็ดี ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า การเติบโตของสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในปี 2559 จะยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยการเติบโตในช่วงหลายปีก่อน **โดยคาดว่า ยอดเงินให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในปี 2559 จะเติบโตได้ราว 6.0% ทรงตัวจากปี 2558** ที่เติบโตได้ 6.0% หรือคิดเป็นยอดคงค้างสินเชื่อราว 2.17 แสนล้านบาท (เทียบกับ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 ซึ่งอยู่ที่ระดับ 1.94 แสนล้านบาท หรือเติบโต 6.9%) **เนื่องจากการขยายตัวที่ชะลอลงของฐานลูกค้าใหม่ และการระมัดระวังการค้างชำระหนี้ของตัวลูกค้าเองเพื่อป้องกันรายจ่ายส่วนเพิ่มจากค่าปรับดอกเบี้ยในจังหวะที่ยังมีภาระหนี้จ่ายสะสมหลายด้าน** โดยเฉพาะกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ไม่สูงนัก รวมถึงโปรโมชั่นผ่อนชำระสินค้า 0% ที่นำเสนออย่างหนาแน่นของผู้ประกอบการบัตรเครดิต ที่ส่งผลให้ยอดสินเชื่อไม่ได้บันทึกตามการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเต็มจำนวน (โดยจะบันทึกในลักษณะกันวงเงินไว้ก่อนและทอนกลับมาเป็นสินเชื่อแบบเดือนต่อเดือน)

ผลสำรวจการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อเฉลิมฉลองเทศกาลส่งท้ายปีเก่าและต้อนรับปีใหม่

ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำนวน 500 ตัวอย่าง **พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 99.6% มีแผนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นกรณีพิเศษในเดือนธันวาคมเพื่อต้อนรับช่วงท้ายปีและวันหยุดยาว** ซึ่งสูงกว่าผลสำรวจในปีก่อนที่มีผู้วางแผนใช้จ่ายเพียง 61.6% เท่านั้น



โดยกิจกรรมสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างวางแผนใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นกรณีพิเศษในช่วงท้ายปี 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 การซื้อของขวัญปีใหม่ให้คนสำคัญ คิดเป็นสัดส่วน 31.6% ของผู้ที่วางแผนใช้จ่าย อันดับ 2 ได้แก่ การท่องเที่ยวในประเทศ สัดส่วน 27.2% และอันดับ 3 ได้แก่ การทานอาหารนอกบ้าน 24.3% % ส่วนการซื้ออุปกรณ์สื่อสาร / เครื่องใช้ไฟฟ้า และการท่องเที่ยวต่างประเทศมีสัดส่วนที่ระดับ 13.2% และ 3.4% ตามลำดับ **โดยผลสำรวจยังพบเพิ่มเติมว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 60% ระบุมาตรการ "ช็อปช่วยชาติ" มีส่วนหนุนการตัดสินใจใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในช่วงท้ายปีในระดับมากถึงปานกลาง**

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ในปีนี้ พบว่ามีแนวโน้มปรับลดลงจากปีก่อน โดยเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ราว 12,000 บาทต่อผู้ถือบัตร ลดลงจากปีก่อนซึ่งอยู่ที่ระดับ 13,700 บาท หรือลดลงราว 12.5% ทั้งนี้ อาจเนื่องจากน้ำหนักของกิจกรรมเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ในปีนี้ อยู่ที่การซื้อของขวัญปีใหม่ และการทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งมีวงเงินใช้จ่ายต่ำกว่าปีก่อนซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศที่มีวงเงินใช้จ่ายสูงมีน้ำหนักค่อนข้างมาก นอกจากนั้น การเพิ่มความระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยของผู้ถือบัตรเครดิตเพื่อระวังการก่อหนี้เกินตัว อาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กดดันให้การใช้จ่ายช่วงส่งท้ายปีนี้มีมูลค่าเฉลี่ยต่อคนปรับลดลงจากปีก่อน ทั้งนี้ เมื่อแยกตามกิจกรรมแล้ว พบว่า การซื้อของขวัญปีใหม่ให้คนสำคัญที่ได้รับความนิยมสูงสุด มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่ 3,840 บาท ขณะที่ วงเงินที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศและการทานอาหารนอกบ้านที่เป็นกิจกรรมนิยมรองลงมา อยู่ที่ราว 11,250 บาท และ 2,500 บาท ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมที่มีเม็ดเงินใช้จ่ายสูงสุด ได้แก่ การท่องเที่ยวต่างประเทศ และการซื้ออุปกรณ์สื่อสาร/เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีวงเงิน 63,300 บาท และ 11,900 บาท ตามลำดับ

วงเงินใช้จ่ายเฉลี่ยในแต่ละกิจกรรม

1	2	3	4	5
ซื้อของขวัญปีใหม่ให้คนพิเศษ	ท่องเที่ยวในประเทศ	ทานอาหารนอกบ้าน	ซื้ออุปกรณ์สื่อสาร เครื่องใช้ไฟฟ้า	ท่องเที่ยวต่างประเทศ
3,840 บาท	11,250 บาท	2,500 บาท	11,900 บาท	63,300 บาท

วงเงินใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน 12,000 บาท

ที่มา: ผลสำรวจโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

คาดปี 2560...ธุรกิจบัตรเครดิตประคองการเติบโตใกล้ปี 2559 ขณะที่ โจทย์หลักยังเป็นมุมมองการใช้จ่ายที่ค่อนข้างระมัดระวังของผู้ถือบัตรเครดิต

เมื่อต่อภาพไปในปี 2560 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ธุรกิจบัตรเครดิตน่าจะยังประคองการเติบโตไว้ได้ในระดับใกล้เคียงกับปี 2559 ท่ามกลางมุมมองของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่คงความระมัดระวังด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรอย่างต่อเนื่องจากความกังวลในหลายด้าน

- **บรรยากาศในการจับจ่ายใช้สอยที่ยังไม่กลับมาคึกคักเต็มที่** (จากความกังวลต่อสถานการณ์หนี้ครัวเรือนและเศรษฐกิจไทยที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มแรกของการฟื้นตัว) **คงเป็นข้อจำกัดที่ทำให้การเติบโตของปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี 2560 ไม่โดดเด่นเหมือนในอดีต โดยน่าจะมีแนวโน้มเป็นการประคองการเติบโตที่ระดับ 6.0-8.0% หรือมีมูลค่าใช้จ่ายราว 1.44-1.47 ล้านล้านบาท** โดยแรงหนุนพิเศษในปีหน้า อาจจะมาจากจุดรับบัตรที่เพิ่มขึ้นตามแผนงานของโครงการพัฒนาระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ National e-Payment ที่จะช่วยให้ธุรกรรมเงินสดจำนวนหนึ่งเปลี่ยนเป็นธุรกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมถึงบัตรเครดิต

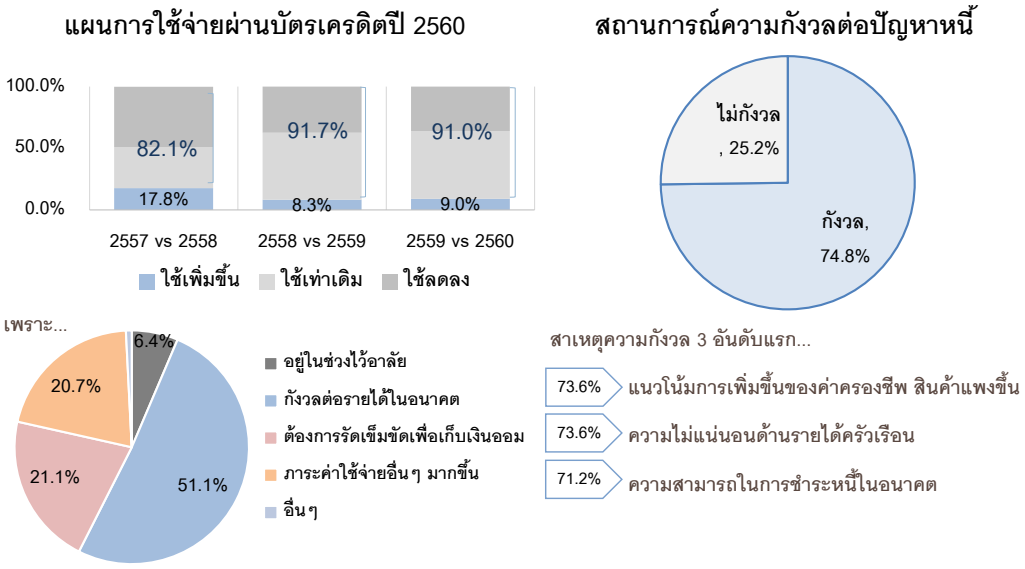
		2558	2559F	2560F
จำนวนบัตรเครดิต	(ล้านใบ)	21.76	23.35	24.87-25.10
	(% YoY)	7.2%	7.4%	6.5-7.5%
ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร	(ล้านล้านบาท)	1.26	1.36	1.44-1.47
	(% YoY)	6.7%	7.5%	6.0-8.0%
ยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิต*	(แสนล้านบาท)	2.05	2.17	2.30-2.35
	(% YoY)	6.0%	6.0%	6.0-8.0%

ที่มา: ธปท. และคาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย หมายเหตุ: * ยอดคงค้างสินเชื่อเป็นข้อมูลเฉพาะธนาคารพาณิชย์

- **ทิศทางการขยายฐานลูกค้าบัตรเครดิตในปี 2560 คงจะมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายและคืนหนี้** ได้แก่ กลุ่มผู้เริ่มทำงาน (First-Jobber) ที่ยังไม่เคยมีบัตรเครดิตหรือหนี้อื่นๆ ซึ่งมีรายได้ขั้นต่ำถึงเกณฑ์ที่ 15,000 บาท และกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีศักยภาพและมีประวัติการชำระคืนหนี้ที่ดี เพื่อชิงส่วนแบ่งรายได้

ค่าธรรมเนียมจากการใช้จ่ายผ่านบัตรของลูกค้า อย่างไรก็ดี เนื่องจากกลุ่มลูกค้าใหม่อาจจำกัดอยู่ที่กลุ่มผู้เริ่มทำงาน ขณะที่ การขยายฐานบัตรในกลุ่มลูกค้าเดิม (ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่แล้วและใช้จ่ายผ่านบัตรเป็นประจำ) ก็อาจทำได้อีกไม่มาก ทำให้**ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า แรงขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตในปีหน้า อาจจะไม่แตกต่างไปจากในปีนี้มากนัก** **โดย**ใน**มิติของจำนวนบัตรเครดิต** **อาจเติบโตราว 6.5-7.5% ใกล้เคียงกับปี** 2559 หรือเพิ่มขึ้นราว 1.52-1.75 ล้านใบจากปี 2559 **ขณะที่ ยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ก็น่าจะขยายตัวที่ประมาณ** 6.0-8.0%

- **แนวโน้มดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องไปกับความคิดเห็นของผู้ถือบัตรเครดิตที่สะท้อนจากผลโพลล์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 90% วางแผนระมัดระวังการใช้จ่ายในปี 2560 ต่อเนื่องจากปี** 2559 ทั้งประคองการใช้จ่ายให้เท่าเดิมแม้สินค้ามีราคาแพงขึ้น (55.0% ของผู้ตอบแบบสอบถาม) และรัดเข็มขัดเพื่อลดการใช้จ่ายลงเมื่อเทียบกับปี 2559 (สัดส่วน 36.0%) เนื่องจากกังวลต่อรายได้ในอนาคตและ ต้องการรัดเข็มขัดเพื่อเพิ่มเงินออมและเตรียมพร้อมสำหรับภาระค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่อาจปรับเพิ่มขึ้น ขณะที่ ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีแผนใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนเพียง 9.0% เท่านั้น **ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลสำรวจความกังวลของผู้ถือบัตรเครดิต ทีพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความกังวลค่อนข้างมากต่อปัญหาค่าครองชีพ การสร้างรายได้ของครัวเรือน ตลอดจนปัญหาหนี้และความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคต**



ที่มา: ผลสำรวจโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

โดยสรุป แม้ว่าอัตราการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2560 **จะค่อนข้างทรงตัวจากปี** 2559 **แต่การแข่งขันและทิศทางธุรกิจบัตรเครดิตในปี** 2560 **ยังมีหลากหลายประเด็นที่น่าติดตาม ทั้งในเรื่องการแข่งขัน กลยุทธ์ธุรกิจ และปัญหาคุณภาพสินทรัพย์ โดย** 1. **การแข่งขันในปี** 2560 **น่าจะมีสีสันขึ้นเมื่อเทียบกับปี** 2559 โดยกลุ่มผู้เล่นใหม่อย่างฟินเทค (Fintech) ที่ประกอบธุรกิจกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ซึ่งจะเข้ามามีบทบาทในตลาดชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งในร้านค้า ห้างสรรพสินค้า และช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่องทางออนไลน์ซึ่งถือเป็นเค้กชิ้นใหญ่ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต

คาดหวังส่วนแบ่งตลาดเพิ่มเพื่อรักษาการเติบโตของธุรกิจ ขณะที่ กลุ่มฟินเทคก็ต้องการสร้างการเติบโตจากการใช้จ่ายของผู้บริโภคผ่านช่องทางดังกล่าวด้วยเช่นกัน 2. **การนำเสนอแคมเปญและกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะมีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น** ผ่านการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าจากข้อมูล Big Data เพื่อให้สามารถนำเสนอแคมเปญที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างตรงจุด ขณะเดียวกัน แคมเปญที่ได้รับความนิยมอย่างแคมเปญผ่อน 0% นานช่วงระยะเวลาหนึ่ง การให้เครดิตเงินคืน การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ตลอดจนแคมเปญกดเงินสดที่ให้ข้อเสนอดอกเบี้ยต่ำ คงมีอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ และ 3. **ปัญหาคุณภาพสินทรัพย์** ซึ่งยังคงต้องติดตามอย่างใกล้ชิด เนื่องจากหนี้เสียของสินเชื่อบัตรเครดิตยังคงขยับขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลโพลล์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (58%) มักชำระหนี้บัตรเครดิตเพียงบางส่วนของยอดคงค้างโดยยอมจ่ายดอกเบี้ยเพื่อบริหารสภาพคล่องเงินสด นอกจากนั้น ยังมีภาระหนี้สินอื่นๆ อย่างสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต้องติดตามสถานการณ์ลูกค้าและการชำระคืนหนี้อย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งใช้นโยบายเครดิตที่รัดกุมต่อเนื่อง อาทิ การปรับลดขนาดวงเงินสินเชื่อต่อรายได้ในกลุ่มลูกค้าใหม่ และลูกค้าเดิมที่เผชิญปัญหาการค้างชำระ ตลอดจนออกแคมเปญที่กระตุ้นการชำระคืนหนี้และแจ้งเตือนเมื่อใกล้ถึงกำหนดชำระ เพื่อวัตถุประสงค์ในการบริหารคุณภาพสินเชื่อให้ไม่เป็นประเด็นที่ต้องกังวล

Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดต่อผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น