

**ข่าวประชาสัมพันธ์**

**“กรุงไทย” ผลประกอบการแข็งแกร่ง กำไรสุทธิ 6 เดือนแรก 20,223 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18% ขับเคลื่อนองค์กร “มุ่งสร้างคุณค่า สู่ความยั่งยืน”**

ธนาคารกรุงไทย เติบโตแข็งแกร่ง ผลประกอบการ 6 เดือนแรก ปี 2566 มีกำไรสุทธิ 20,223 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 18% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เฉพาะไตรมาส 2 มีกำไรสุทธิ 10,156 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22% จากช่วงเดียวกันของ
ปีก่อน ผลจากรายได้จากการดำเนินงานปรับเพิ่มขึ้น การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายและบริหารคุณภาพสินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพโดยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง พร้อมยืนหยัดช่วยเหลือประคับประคองลูกค้าแก้ปัญหาหนี้อย่างยั่งยืน รับมือความท้าทายทางเศรษฐกิจ และภาวะหนี้ครัวเรือนสูง ต่อเนื่องการขับเคลื่อน 7 ยุทธศาสตร์ “มุ่งสร้างคุณค่าสู่ความยั่งยืน”

**นายผยง ศรีวณิช** กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงไทย เปิดเผยว่า เศรษฐกิจไทยปี 2566 มีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยมีแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมช่วง 5 เดือนแรกของปี 2566 เติบโตดีกว่าที่คาด ทำให้ทั้งปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีโอกาสแตะระดับ 29-30 ล้านคน ทยอยขยายวงพื้นที่การกระจายตัว สนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจกลับมาเป็นปกติมากขึ้น ส่งผลดีต่อการจ้างงาน รายได้ครัวเรือน และอุปสงค์ภายในประเทศให้สามารถประคับประคองการฟื้นตัวได้ในระยะข้างหน้า

อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า ยังเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนผ่านเชิงนโยบายเพื่อกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ทั้งการทยอยลดบทบาทมาตรการภาครัฐ และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายให้สอดคล้องกับแนวโน้มและความเสี่ยงในระยะข้างหน้า ในขณะที่ภาคธุรกิจยังต้องเผชิญแรงกดดันจากต้นทุนที่เพิ่มขึ้น ภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกกดดันภาคการส่งออกและภาคการท่องเที่ยว รวมถึงภาวะหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ธนาคารกรุงไทย จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวัง  และบริหารจัดการคุณภาพสินทรัพย์อย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาระดับของ Coverage Ratio ในระดับสูง  รองรับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ โดยธนาคารมีความห่วงใยและตระหนักถึงผลกระทบจากภาระค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น พร้อมยืนหยัดดูแลช่วยเหลือลูกค้าทุกกลุ่มในการแก้ปัญหาหนี้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่อ่อนไหวกับภาระค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น ให้สามารถประคับประคองตัวในการดำรงชีพได้

**สำหรับผลการดำเนินงานในงวด 6 เดือนแรกของปี 2566 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน** ธนาคารและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของธนาคาร เท่ากับ 20,223 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.0 โดยมีกำไรจากการดำเนินงานเท่ากับ 43,308 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 จากในช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์เพื่อสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน รายได้รวมจากการดำเนินงานขยายตัวอย่างแข็งแกร่งและต่อเนื่องร้อยละ 20.0
ทั้งจากการเติบโตในกลุ่มสินเชื่อที่เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของธนาคาร ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนโดยรวมปรับตัวดีขึ้น รวมถึงการขยายตัวของรายได้จากการดำเนินงานอื่นๆ ธนาคารให้ความสำคัญการกับการขยายการลงทุนเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออนาคตเพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า ประกอบกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในองค์รวมอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ Cost to Income ratio เท่ากับร้อยละ 39.0 ลดลงจากร้อยละ 41.9 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลตามฤดูกาล ที่ Cost to Income Ratio ในช่วงที่เหลือของปีจะสูงขึ้นกว่าช่วงที่ผ่านมา ทั้งนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยตั้งสำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพิ่มขึ้นเพื่อรักษาระดับของ Coverage ratio ในระดับสูงเพื่อรองรับความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ

**ขณะที่ผลการดำเนินงานในงวดไตรมาส 2 ปี 2566** **เทียบกับไตรมาส 2 ปี 2565** ธนาคารและบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของธนาคาร เท่ากับ 10,156 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.5 จากในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.0 จากการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์เพื่อสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน รายได้รวมจากการดำเนินงานขยายตัวอย่างแข็งแกร่งและต่อเนื่องร้อยละ 21.2 ทั้งจากการเติบโตในกลุ่มสินเชื่อที่เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของธนาคาร ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนโดยรวมปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายตัวของรายได้จากการดำเนินงานอื่นๆ ธนาคารให้ความสำคัญการกับการขยายการลงทุนเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออนาคตเพื่อรองรับการให้บริการแก่ลูกค้า ประกอบกับการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในองค์รวมอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ Cost to Income ratio เท่ากับร้อยละ 39.3 ลดลง จากร้อยละ 42.5 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลตามฤดูกาล ที่ Cost to Income Ratio ในช่วงที่เหลือของปีจะสูงขึ้นกว่าไตรมาสที่ผ่านมา ถึงแม้ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานอื่นๆ ขยายตัวเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ทั้งนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยตั้งสำรองผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8 โดยพิจารณาถึงการดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน และยังคงรักษา Coverage ratio ในระดับสูงที่ร้อยละ 177.4 พร้อมทั้งบริหารจัดการคุณภาพสินทรัพย์อย่างระมัดระวัง โดยมีอัตราส่วนสินเชื่อด้อยคุณภาพต่อสินเชื่อรวม (NPLs Ratio) ร้อยละ 3.11 ลดลงจากสิ้นปี 2565

 **เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาส 1/2566** กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของธนาคารเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสที่
ผ่านมา ทั้งนี้ รายได้รวมจากการดำเนินงานขยายตัวใกล้เคียงกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น โดยมี Cost to Income ratio เท่ากับร้อยละ 39.3 ทั้งนี้ ธนาคารและบริษัทย่อยพิจารณาโดยหลักความระมัดระวังจึงยังคง Coverage ratio ในระดับสูงที่ร้อยละ 177.4 ตามกรอบที่ได้วางไว้ เพื่อรองรับความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจแม้จะตั้งสำรองลดลง

ณ 30 มิถุนายน 2566 ธนาคาร (งบเฉพาะธนาคาร) มีเงินกองทุนชั้นที่ 1 ร้อยละ 16.86 และมีเงินกองทุนทั้งสิ้นร้อยละ 20.06 ของสินทรัพย์ถ่วงน้ำหนักตามความเสี่ยง ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับที่แข็งแกร่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์ของ ธปท. รวมถึงมีสภาพคล่องในระดับที่เพียงพอโดยรักษาระดับของ Liquidity Coverage ratio (LCR) อย่างต่อเนื่อง สูงกว่าเกณฑ์ที่ธปท.กำหนด

ธนาคารดำเนินธุรกิจ ภายใต้แนวคิด **“มุ่งสร้างคุณค่า สู่ความยั่งยืน”** เพื่อให้ธนาคารเติบโตอย่างมั่นคง ตอบโจทย์ลูกค้าทุกกลุ่ม บนช่องทางดิจิทัลที่ทุกคนเข้าถึงได้ ทั้งแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เป๋าตัง และถุงเงิน โดยขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้ 7 ยุทธศาสตร์หลัก ตามแผนงาน 5 ปี (2566-2570) เพื่อเร่งขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ทั้งการสร้างมูลค่าจากการทำธุรกิจกับคู่ค้าของลูกค้า (X2G2X) ขับเคลื่อนประสิทธิภาพองค์กรด้วยดิจิทัลและข้อมูล ขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทาง ESG เสริมสร้างขีดความสามารถการทำงานแห่งอนาคต ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีหลักขององค์กร ปฏิรูปวัฒนธรรมและปลูกฝังวิธีการทำงานแบบใหม่ และพัฒนาแพลตฟอร์มใหม่ๆ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร เช่น Virtual Banking โดยได้**ยกระดับบริการด้านการลงทุนสู่ตลาดโลก** ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนที่หลากหลาย ช่วยให้ผู้ลงทุนไทยเข้าถึงหุ้นชั้นนำในตลาดโลกได้ง่าย สะดวก พร้อมร่วมมือกับพันธมิตรชั้นนำ **บริษัทฟิเดลิตี้อินเตอร์เนชันแนล  (Fidelity International) บริษัทจัดการลงทุนระดับโลก ยกระดับบริการบริหารความมั่งคั่ง** มุ่งสร้างโอกาสให้คนไทยและภาคธุรกิจ และยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

**ทีม Marketing Strategy**

**21 กรกฏาคม 2566**