

นโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวม
อย่างเป็นธรรม
(Fair Dealing Policy)
(ฉบับทบทวน ปี 2567)

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
คำจำกัดความ.....	4
ข้อ 1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง.....	6
ข้อ 2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า.....	7
ข้อ 3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)	8
ข้อ 4 กระบวนการขาย (Sales Process)	9
ข้อ 5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)	133
ข้อ 6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)	144
ข้อ 7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)	155
ข้อ 8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity).....	166
ข้อ 9 การลงโทษพนักงาน	177

นโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวมอย่างเป็นธรรม (Fair Dealing Policy) (ฉบับทบทวน ปี 2567)

เพื่อให้การขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์กองทุนรวมแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ให้บริการของบริษัทอย่างเป็นธรรม (fair dealing) บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ โครงสร้างการบริหารจัดการ ระบบงาน และขั้นตอนปฏิบัติในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวมอย่างเป็นธรรม เพื่อบรรลุเป้าหมาย 6 ข้อ ประกอบด้วย

1. ลูกค้ามั่นใจว่าได้ติดต่อกับบริษัท ที่ให้ความสำคัญ โดยยึดหลัก fair dealing เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร
2. ผลิตภัณฑ์และบริการถูกคัดเลือกและออกแบบให้ตอบสนองกับความเหมาะสมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
3. ลูกค้าได้รับข้อมูลและการบอกกล่าวที่ชัดเจนและเหมาะสมจากคนขาย
4. ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณภาพและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสถานการณ์ของลูกค้า
5. ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการ
6. ลูกค้าไม่ประสบอุปสรรคหรือความไม่สะดวกอย่างไม่สมเหตุสมผลหลังการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการยื่นเรื่องร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายจากการให้บริการของบริษัท

บริษัทกำหนด 8 องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ เพื่อบรรลุเป้าหมาย fair dealing ทั้ง 6 ข้อ ไว้ดังนี้

- ด้านที่ 1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง
- ด้านที่ 2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า
- ด้านที่ 3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)
- ด้านที่ 4 กระบวนการขาย (Sales Process)
- ด้านที่ 5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)
- ด้านที่ 6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)
- ด้านที่ 7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and in-house Inspection)
- ด้านที่ 8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)



คำจำกัดความ

คนขาย	บุคลากรของตัวกลางที่ทำหน้าที่ขายและให้บริการคำแนะนำการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์การลงทุนประเภทหน่วยลงทุนซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานเป็นผู้ออกแผนการลงทุน (IP) และ/หรือผู้แนะนำการลงทุน (IC) แล้วแต่กรณี
ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนประเภทหน่วยลงทุนทั้งในและต่างประเทศ
กองทุนรวมที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน	หมายถึง หน่วยลงทุน ดังต่อไปนี้ (1) หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่เสนอขายต่อผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษตามประกาศ คณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการจัดตั้งและจัดการของกองทุนรวมเพื่อผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ (hedge fund) (2) หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่มีการลงทุนแบบซับซ้อน ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยหลักเกณฑ์เพิ่มเติมในกรณีที่กองทุนลงทุนในสัญญาซื้อขายล่วงหน้า และตราสารที่มีสัญญาซื้อขายล่วงหน้าแฝง (กองทุนรวมที่ลงทุนใน derivatives ที่มีความซับซ้อน โดยใช้วิธี VaR approach) (3) หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่จ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุนโดยวิธีการคำนวณผลประโยชน์ ตอบแทนให้ผันแปรไปตามสูตรการคำนวณหรือเงื่อนไขใด ๆ ซึ่งผู้ถือหน่วยลงทุนทั่วไปไม่สามารถทำความเข้าใจได้โดยง่าย (complex return fund) (4) หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่มีมูลค่าการลงทุนสุทธิ (net exposure) ในสินค้าโภคภัณฑ์ผ่านการลงทุนในสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่ให้ผลตอบแทนอ้างอิงกับสินค้าโภคภัณฑ์นั้น (5) หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในตราสารหนี้ที่มีอันดับความน่าเชื่อถือต่ำกว่าอันดับที่สามารถลงทุนได้เกินกว่าร้อยละ 60 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน
บริษัทจัดการ	บริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวม
ผู้ลงทุนรายย่อยที่มี ความเสี่ยงบาง (vulnerable investors)	ผู้ลงทุนซึ่งตัวกลางต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินและการลงทุนอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การลงทุน ผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสาร/ตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินหรือการมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ เป็นต้น
ผู้ออกผลิตภัณฑ์	บริษัทจัดการและ/หรือผู้ออกตราสารหนี้

๒๓

ลูกค้า	ผู้ได้รับบริการจากบริษัท ยกเว้นลูกค้าดังต่อไปนี้ (1) ลูกค้าเป็นผู้ลงทุนสถาบัน (II) (2) ลูกค้าเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ (UHNW) หรือผู้ลงทุนรายใหญ่ (HNW) และมีสถานะเป็นนิติบุคคล ซึ่งแสดงเจตนาเป็นลายลักษณ์อักษรว่าไม่ประสงค์ให้บริษัทดำเนินการตามขั้นตอนหรือวิธีการที่บริษัทกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามประกาศฉบับนี้ (3) ลูกค้าเป็นผู้ลงทุนหรือใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นสัญญาซื้อขายล่วงหน้านอกศูนย์ซื้อขายสัญญาซื้อขายล่วงหน้า
สำนักงาน	สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
บริษัท	บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โอระ จำกัด
asset allocation	คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน
basic asset allocation	คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุนเบื้องต้น ซึ่งเป็นคำแนะนำในรูปแบบมาตรฐานที่จัดทำโดยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบธุรกิจ และเป็นไปตามหลักวิชาการอันเป็นที่ยอมรับ
compliance	งานด้านการกำกับดูแลการปฏิบัติงาน
factsheet	หนังสือชี้ชวนส่วนสรุปข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์
IC : Investment Consultant	ผู้แนะนำการลงทุน
II : Institutional Investor	ผู้ลงทุนสถาบัน (เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทประกันชีวิต เป็นต้น)
IP : Investment Planner	ผู้วางแผนการลงทุน
Knowledge assessment	การประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้าที่จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน
mis-selling	การขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่ไม่เหมาะสมหรือผิดประเภทให้แก่ผู้ลงทุน
mystery shopping	การสุ่มเข้าตรวจการให้บริการของคนขาย
suitability test	การประเมินความเหมาะสมในการลงทุน



ข้อ 1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก fair dealing โดยกำหนดให้เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน และลดความเสี่ยงในการเกิด mis-selling และการทุจริตต่อทรัพย์สินลูกค้าได้

1.1 นโยบายและแผนกลยุทธ์

มีการกำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์อันแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยลงทุน ที่ให้ความสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรม fair dealing ที่ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งในระดับบริษัทและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายหน่วยลงทุน โดยคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทและความรับผิดชอบ และคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้อนุมัตินโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งมีการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรม fair dealing ไปทุกส่วนงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กร

1.2 สายงานและส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการขายและให้บริการหน่วยลงทุน

มีการกำหนดสายงานและส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการขายและให้บริการหน่วยลงทุนในโครงสร้างองค์กร และระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผู้ควบคุมอย่างชัดเจน รวมถึงมีการแบ่งแยกหน่วยงานซึ่งเอื้อให้มีการสอบทาน การถ่วงดุลอำนาจในการปฏิบัติงาน ความเป็นอิสระ และไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3 มอบหมายหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน

บริษัทกำหนดให้ฝ่ายการตลาดเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบเรื่องการคัดเลือกตัวกลางในการเสนอขายหน่วยลงทุน และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (distributor selection and communication) และการติดตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมและการทำหน้าที่ของตัวกลางในการเสนอขายหน่วยลงทุน เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ลงทุนเป้าหมาย (product and distributor monitoring)

บริษัทกำหนดให้ฝ่ายบริหารความเสี่ยง ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ รับผิดชอบเรื่อง การระบุหรือความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น วางระบบควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสดังกล่าว การประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business Contingency Plan)

บริษัทกำหนดให้ฝ่ายจัดการลงทุน รับผิดชอบงานด้านการให้ข้อมูลแก่คนขาย ได้แก่ ความเสี่ยงด้านเครดิตและความเสี่ยงในการชำระหนี้ของผู้ออกผลิตภัณฑ์ โดยมีการให้ข้อมูล key financial ratio ต่าง ๆ ด้านการเฝ้าติดตามสถานการณ์ material event ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บริษัทกำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบและกำกับดูแลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระ รับผิดชอบเรื่อง การตรวจสอบและสอบทานการปฏิบัติงานการขายและให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์ของทางการ รวมทั้ง ป้องกันการขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายงานผลการปฏิบัติงานที่มีข้อบกพร่องหรือไม่เป็นไปตามที่กำหนดให้ผู้รับผิดชอบทราบ การเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน

1.4 สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนและผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอก

ได้ทราบและตระหนักถึงความเอาใจจริงเอาใจของบริษัทในเรื่อง fair dealing เช่น การปรับกระบวนการคิดของผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารระดับสูงจะแสดง commitment และเป็นแบบอย่างของความเอาใจจริงเอาใจ รวมทั้ง ฝ่ายตรวจสอบและกำกับดูแลการปฏิบัติงานจะสำรวจพัฒนาการและความสำเร็จจากการปฏิบัติหน้าที่ของคนขาย

ข้อ 2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า

บลจ ไอรา จัดให้มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบก่อนที่จะนำเสนอขายให้แก่ลูกค้า โดยวิธีคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การจัดกลุ่มลูกค้าวิธีปฏิบัติในการเสนอขาย การให้คำแนะนำ และการควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างรัดกุมและเหมาะสม

- 2.1 บริษัทมีการดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์กองทุนรวมและกลุ่มลูกค้า โดยบริษัทมีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของกองทุนรวมอย่างรอบคอบ ก่อนที่จะนำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้า โดยคณะทำงาน Screening ได้คัดเลือกกองทุนรวมที่มีประสิทธิภาพ การจัดกลุ่มลูกค้าตามลักษณะต่างๆ ให้กับผู้แนะนำการลงทุนทราบซึ่งจะช่วยให้ผู้แนะนำการลงทุนมีวิธีปฏิบัติในการเสนอขาย การให้คำแนะนำ และการควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างรัดกุมและเหมาะสม
- 2.2 การจัดกลุ่มลูกค้าตามลักษณะต่างๆ ให้กับผู้แนะนำการลงทุนทราบซึ่งจะช่วยให้ผู้แนะนำการลงทุน มีวิธีปฏิบัติในการเสนอขาย การให้คำแนะนำ และการควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างรัดกุมและเหมาะสม บริษัทมีกระบวนการขายที่เป็นธรรมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้า ตลอดจนไม่เอาเปรียบในความไม่รู้ของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ลูกค้าจะได้รับการเสนอขายกองทุนรวมที่เหมาะสม ได้รับข้อมูลและบริการครบถ้วนตามสมควร และสามารถตัดสินใจลงทุนได้ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 2.3 บริษัทกำหนดให้ผู้แนะนำการลงทุน ซึ่งอยู่ภายใต้ฝ่ายการตลาดเป็นฝ่ายงานที่รับผิดชอบในการติดต่อลูกค้า โดยทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำการลงทุนเสนอขายกองทุนรวมให้แก่ลูกค้า บริษัทกำหนดหน้าที่ในการขายและการให้บริการด้านกองทุนรวม รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่บริษัทเป็นตัวแทนสนับสนุนการขายให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- 2.4 ในการนำเสนอขายกองทุนรวมให้แก่ลูกค้า ผู้แนะนำการลงทุนจะนำเสนอขายกองทุนรวมที่มีระดับความเสี่ยงที่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ โดยข้อมูลความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้นั้น จะได้จากผลการประเมินความเสี่ยง (Suitability Test) ซึ่งลูกค้าแนบมาพร้อมชุดเอกสารเปิดบัญชี จากนั้นนำข้อมูลคะแนนความเสี่ยงที่ได้รับจากลูกค้า มาทำ Asset Allocation เพื่อแจ้งให้ลูกค้ารับทราบถึงรูปแบบและลักษณะรวมถึงสัดส่วนการลงทุนในกองทุนรวมทางการเงินและการลงทุนได้สอดคล้อง ต่อความคาดหวังต่ออัตราผลตอบแทน และระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และสอดคล้องเป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการลงทุนของลูกค้า

2.5 บริษัทมีการกำหนดเนื้อหาที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้แนะนำการลงทุนเพื่อที่ใช้ในการสื่อสารและการให้ความรู้ โดยมีการกำหนดหัวข้อเรื่อง และเนื้อหาที่ต้องใช้ในการฝึกอบรม รวมถึงเอกสารประกอบการขายให้กับผู้แนะนำการลงทุนมีดังนี้

1. ให้คำแนะนำวิธีปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์ใหม่
2. การให้ความรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมการลงทุน
3. เนื้อหาที่ถูกต้องตามข้อมูลของ บลจ.
4. กฎเกณฑ์ ข้อบังคับใหม่
5. เอกสารประกอบการขาย เช่นหนังสือชี้ชวนส่วนสรุป, Fund Fact Sheet

2.6 บริษัทมีระบบงานการซื้อขายหน่วยลงทุนที่เป็นระบบงานกลางในการรับ-ส่งข้อมูลการซื้อขายและการชำระราคา กองทุนรวมทั้งรองรับการทำงานมาตรฐานสำหรับบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่เป็นหน่วยลงทุน และแบบฟอร์มที่ใช้ในการทำแบบประเมินความเสี่ยงลูกค้า ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจากสมาคม AIMC

ข้อ 3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)

มีระบบการสื่อสารและให้ความรู้แก่คนขาย โดยการจัดฝึกอบรมและฝึกวิธีปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคนขายมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน และผลิตภัณฑ์ที่คนขายไม่คุ้นเคย ดังนี้

3.1 การสื่อสารกับคนขาย

- 3.1.1 กำหนดให้ฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่และรับผิดชอบการสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย โดยมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม
- 3.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสารกับคนขายมีความครบถ้วนถูกต้อง
- 3.1.3 มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับคนขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.1.4 มีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้

3.2 การฝึกอบรมแก่คนขาย

- 3.2.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของคนขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนขายที่เสนอขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน
- 3.2.2 จัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน

- 3.2.3 มีวิธีปฏิบัติงานให้คนขายได้ฝึกใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และอาจจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบายในเรื่องที่ยาก โดยเฉพาะการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน รวมถึงฝึกปฏิบัติวิธีบันทึกเพื่อเก็บหลักฐานการให้คำแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า
- 3.2.4 ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรมในกรณีที่ให้บุคคลอื่นจัดอบรมให้แก่คนขาย
- 3.2.5 มีการวัดผลการฝึกอบรม

ข้อ 4 กระบวนการขาย (Sales Process)

4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

4.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

- (1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์
- (2) มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการขายมีประสิทธิภาพ

4.1.2 การคัดเลือกคนขาย

- (1) คัดเลือกคนขายที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายและมีความรู้ความสามารถเพียงพอ และสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย
- (2) มีกระบวนการที่มั่นใจได้ว่า คนขายที่ได้คัดเลือกนั้น เป็นผู้มีความประพฤติตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด และมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ
- (3) มีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า คนขายที่ลูกค้าติดต่อสอบถามและขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นคนขายที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่

4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์

มีเครื่องมือที่ช่วยให้คนขายสามารถอธิบายความเสี่ยงและความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบ และเข้าใจง่ายขึ้น

- (1) มีเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์
- (2) มีสื่อที่นำเสนอภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับข้อความและเสียงควบคู่กัน ในกรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน

4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

มีกระบวนการขายและให้บริการตามความเหมาะสม ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงเรื่องดังต่อไปนี้

4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า ก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า

- การจัดประเภทลูกค้าและรู้จักตัวตนที่แท้จริงของลูกค้า

884

- (1) กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เพื่อให้คนขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเภทลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท
 - (2) มีวิธีปฏิบัติงานที่จะทำให้มั่นใจว่า คนขายรู้จักตัวตนของลูกค้า โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับประโยชน์ทอดสุดท้าย และผู้มีอำนาจควบคุมหรือตัดสินใจในทอดสุดท้าย เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและวางแผนการลงทุนอย่างเหมาะสม ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำผิดกฎหมายหรือข้อโต้แย้งในภายหลัง
 - (3) หากบริษัทได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอหรือพบว่าข้อมูลมีลักษณะน่าสงสัย ทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงได้ บริษัทจะปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้ารายดังกล่าว
- การทำความรู้จักกับลูกค้าและการประเมินความเหมาะสมในการลงทุน
- (4) มีระบบการสอบถามข้อมูลและทำความรู้จักกับลูกค้า เพื่อให้คนขายสามารถรวบรวมข้อมูลลูกค้าอย่างครบถ้วนเพียงพอ และเพื่อทราบความต้องการหรือเป้าหมายทางการเงินหรือการลงทุน ระดับความเสี่ยงที่รับได้ สถานภาพทางการเงิน และข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของลูกค้า
 - (5) เน้นย้ำคนขายไม่ให้หักทักว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ใดเหมาะสมกับลูกค้าทุกรายในกลุ่มประเภทเดียวกัน โดยคำนึงถึงข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น อายุ เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมาะกับลูกค้าเฉพาะราย และอาจทำให้เกิดการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมได้
- การประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้า (knowledge assessment)
- (6) จัดทำ knowledge assessment เพิ่มเติม ในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยให้คนขายประเมินว่า ลูกค้ามีความเหมาะสมที่ตนจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวหรือไม่ โดยอาจพูดคุยและสอบถามลูกค้าเพิ่มเติมอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - (ก) การศึกษา
 - (ข) ประสบการณ์ทำงาน
 - (ค) ประสบการณ์การลงทุน
- มีระบบตรวจสอบและเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า
- (7) มีระบบตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตัวเอง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น
 - (8) เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าในที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันการสูญหาย การแก้ไข หรือการเข้าถึงโดยผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง และทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

4.2.2 การอธิบายข้อมูลและการแจกเอกสารรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

- (1) มีการสอบถามที่มั่นใจว่าคนขายได้อธิบายข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ โดยในกรณีเสนอขายตราสารหนี้ที่ไม่มีการจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (unrated bond) จะต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบถึงความเสี่ยงด้านเครดิต และความเสี่ยงในการชำระหนี้ของผู้ออกผลิตภัณฑ์ โดยมีการอธิบาย key financial ratio ต่าง ๆ ให้ลูกค้าเข้าใจก่อนการตัดสินใจลงทุน
- (2) มีวิธีปฏิบัติงานเพิ่มเติมในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยต้องทำความเข้าใจกับลูกค้าว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่สามารถขายให้ได้โดยที่ลูกค้าไม่ได้รับคำแนะนำและอาจต้องมีส่วนพิเศษ โดยให้คนขายพูดอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนลูกค้าถึงความเสี่ยงหรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป รวมถึงข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเนื่องจากผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง
- (3) มีข้อมูลและเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คนขายใช้ในการอธิบายและแจกจ่ายให้ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าร้องขอ โดยอย่างน้อยควรมี factsheet หนังสือชี้ชวน (ฉบับเต็ม)

4.2.3 การให้คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน

- (1) มีคำแนะนำเรื่อง asset allocation ที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ความเหมาะสมในการลงทุนแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าผ่านการทำ KYC suitability test และ knowledge assessment (กรณีสนใจจะลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน) เพื่อให้คนขายใช้แนะนำและอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงแผนการลงทุนที่เหมาะสมสอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ตนยอมรับได้
- (2) คนขายที่เป็น IC และ IP มีขอบเขตการให้คำแนะนำเรื่อง asset allocation ดังนี้
 - IC สามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของลูกค้า และให้คำแนะนำเบื้องต้นเรื่อง asset allocation ที่บริษัทจัดทำเป็นคำแนะนำในรูปแบบมาตรฐาน (basic asset allocation)
 - IP นอกจากจะทำหน้าที่ให้คำแนะนำได้เช่นเดียวกับ IC แล้ว ยังสามารถวางแผนการลงทุนโดยการกำหนดกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติการลงทุน ด้วยการจัดพอร์ตการลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงได้อีกด้วย เพื่อให้ลูกค้าแต่ละรายได้รับผลตอบแทนตามเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์
- (3) คนขายต้องตระหนักถึงหน้าที่ที่จะต้องพูดอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด กรณีที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ หรือไม่ปฏิบัติตาม asset allocation ที่คนขายให้คำแนะนำ โดยให้เวลาในการพูดอธิบายมากกว่าปกติ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้ามีความเข้าใจในความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อย่างถ่องแท้ และมีระบบการเก็บบันทึกหลักฐานประกอบการขายหรือให้บริการด้วย

4.2.4 การแจ้งเหตุการณ์สำคัญ (material event) ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

กรณีเกิด material event ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้แก่ลูกค้า ฝ่ายการตลาดต้องเฝ้าติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอาจสอบถามข้อมูลจากผู้ออกผลิตภัณฑ์เป็นระยะ ๆ และสื่อสารให้คนขายมีข้อมูลในการอธิบายผู้ลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิด negative event ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อตราสารหนี้ เพื่อให้คนขายสามารถแนะนำหรือชี้แจงผู้ลงทุนเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเหตุการณ์

4.2.5 การให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อน

กำหนดให้คนขายอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ตามแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยง และจัดให้มีวิธีการใด ๆ ที่เชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้ารับทราบข้อมูลสำคัญดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยวิธีการดังกล่าวจะดำเนินการให้สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการ ทั้งนี้ จะใช้แบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยงตามรูปแบบมาตรฐานที่กำหนดบนเว็บไซต์ของสำนักงาน ก.ล.ต. โดยอาจปรับปรุงให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ยังคงสาระสำคัญของคำเตือนและความเสี่ยง กรณีสำนักงาน ก.ล.ต. ไม่ได้กำหนดรูปแบบที่เป็นมาตรฐานไว้ ฝ่ายการตลาดจะจัดให้มีแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยง และขอความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. เป็นรายกรณี

4.3 การนำแนวปฏิบัติในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์หน่วยลงทุนมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ ช่องทางการขาย และลูกค้าแต่ละประเภท

4.3.1 การปรับลดขั้นตอนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่ลงทุนหรือใช้บริการซ้ำ

- (1) กรณีการซื้อผลิตภัณฑ์ครั้งแรก บริษัทจะดำเนินการตามที่กำหนดในเกณฑ์การขายและให้บริการครบทุกขั้นตอน
- (2) กรณีที่ลูกค้าได้ลงทุนในผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้ลงทุนไปแล้วหรือใช้บริการซ้ำ (repeated sell) เช่น การซื้อซ้ำกองทุนรวมกองเดิม ฝ่ายการตลาดอาจพิจารณาลดขั้นตอนการให้ข้อมูลเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ ดังนี้
 - คนขายไม่จำเป็นต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าโดยละเอียด เช่นครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ เนื่องจากลูกค้าเคยลงทุนแล้ว จึงอยู่ในวิสัยที่จะเข้าใจลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
 - กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ฝ่ายการตลาดอาจไม่จำเป็นต้องให้ลูกค้าลงนามในแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยงอีก เนื่องจากลูกค้าได้รับทราบความเสี่ยงที่สำคัญในการเปิดบัญชีครั้งแรกไปแล้ว

อย่างไรก็ดี สำหรับข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการทำให้เป็นปัจจุบัน (เช่น ข้อมูลใน factsheet peer fund performance และ material event ต่าง ๆ ตามข้อ 4.2.4) ให้คนขายยังคงมีหน้าที่ในการแจกจ่ายหรือจัดให้มีข้อมูลดังกล่าวแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลหรือความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมซึ่งลูกค้าเคยได้รับการลงทุนหรือใช้บริการครั้งก่อน (ถ้ามี)

๒๖๗

4.3.2 บริษัทกำหนดให้ลูกค้าสามารถทำรายการผ่านช่องทาง Online เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับช่องทางการลงทุนในกองทุน โดยใช้บริการผ่านช่องทาง Online หรือผ่าน Website ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะใช้เทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับ การทำความรู้จักลูกค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Know Your Customer : e-KYC) ด้วยการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์ม กลาง คือ National Digital Identity (NDID) เพื่อพิสูจน์และยืนยันตัวตนทางดิจิทัล (Digital ID) โดยอาศัยข้อมูลของลูกค้าเคยพิสูจน์และ ยืนยันตัวตนกับธนาคารต่างๆ ไว้แล้ว เพื่อพิสูจน์และยืนยันตัวตนในรูปแบบดิจิทัล ช่วยในการรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า และกำหนดให้ฝ่ายปฏิบัติการดำเนินการ Call Back เพื่อยืนยันความถูกต้องในการเปิดบัญชี

กรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มลูกค้าเปราะบาง และลูกค้าบุคคลทั่วไปที่ลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูง หรือมีความซับซ้อนที่มีลักษณะพิเศษ (เช่น hedge fund) ที่ใช้บริการผ่านทางเว็บไซต์และ mobile application บริษัทจะจัดให้มี วิธีการเพิ่มเติมโดยกำหนดให้ฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายการตลาดดำเนินการ Call Back เพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องว่าลูกค้า ว่าทราบถึงเงื่อนไขการลงทุน ลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจลงทุน

4.4 กระบวนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง

กำหนดให้คนขายต้องตระหนักถึงการให้ความสนใจและใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็น พิเศษ รวมถึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนี้ โดยกำหนดขั้นตอนการขายที่ ให้ความสำคัญกับการทำความรู้จักลูกค้าประเภทดังกล่าว เพื่อให้รู้ถึงเป้าหมายการลงทุน และสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ เพียงพอและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ หรืออาจพิจารณาเพิ่มกระบวนการให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี ในกรณีที่บริษัทมีกระบวนการที่เชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้ารายใดไม่ได้เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์มากกว่า 10 ปี บริษัทอาจดำเนินการตาม กระบวนการในการขายและให้บริการเช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไปได้

ข้อ 5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

5.1 กำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่คนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็น สำคัญ โดยคนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องจะได้รับค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอ าศีพ (non-sales KPI) มิใช่คำนึงถึงแต่ยอดขาย (sales KPI) เพียงอย่างเดียว ซึ่งจะนำไปสู่ mis-selling และการเสนอ ขายหรือการให้คำแนะนำที่ขาดคุณภาพและขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้าได้

5.2 ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนโดยฝ่ายบริหารความเสี่ยง เช่น ความเสี่ยงที่เกิดจาก การเร่งขาย การให้ข้อมูลหรือคำแนะนำไม่ครบถ้วน การขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า เจ้าหน้าที่ที่ไม่ใช่ IP/IC ให้คำแนะนำหรือเสนอขายกองทุนรวมแก่ลูกค้า เป็นต้น โดยมีการกำหนดมาตรการหรือมีเครื่องมือเพื่อป้องกัน และจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

ข้อ 6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

6.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน

- 6.1.1 ฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงานเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน ซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อได้โดยตรง โดยสามารถร้องเรียนได้ที่สำนักงานของบริษัท สำนักงานตัวแทนขายของบริษัททุกแห่ง ที่หน่วยงานทางการที่กำกับดูแลบริษัท เช่น สำนักงาน ก.ล.ต. ซึ่งจะต้องแจ้งช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนให้ลูกค้าทราบ ทั้งนี้ สามารถร้องเรียนเกี่ยวกับการไม่ได้รับความเป็นธรรม หรือการปฏิบัติหน้าที่อย่างไม่เหมาะสมของบริษัทหรือของพนักงานบริษัท
- 6.1.2 ฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงานซึ่งเป็นศูนย์รับเรื่องร้องเรียน มีความเป็นอิสระ ลูกค้าสามารถให้ข้อมูลอย่างเต็มที่โดยมีการพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อความเป็นธรรม และจะจัดทำบันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้า และมอบสำเนาให้แก่ผู้ร้องเรียนด้วย
- 6.1.3 ดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม โดยพิจารณาทั้งข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมของแต่ละกรณี รวมถึงพิจารณาเหตุปัจจัยทั้งหมด เช่น วิธีปฏิบัติงานที่แท้จริง การให้สัญญาของคณาย ข้อมูลของลูกค้า (customer profile) เป็นต้น
- 6.1.4 มีการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการและพิจารณาดำเนินการตามแนวทาง/เงื่อนไข/ระยะเวลาที่กำหนด
- 6.1.5 เรื่องร้องเรียนถือเป็นสัญญาณเตือนถึงปัญหาของระบบงาน หากบริษัทได้รับเรื่องร้องเรียนในประเด็นหนึ่งประเด็นใดซ้ำ ๆ หรือเป็นการร้องเรียนคนขายรายหนึ่งรายใด หรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดซ้ำ ๆ หรือเป็นเรื่องร้องเรียนของลูกค้าที่มีลักษณะเดียวกันซ้ำ ๆ ให้มีการตรวจสอบให้พบต้นเหตุของปัญหา และ/หรือขยายการตรวจสอบโดยทันทีเพื่อหยุดความเสียหาย

6.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

กำหนดมาตรฐานในการแก้ไขปัญหา ซึ่งรวมถึงการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนให้การจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสม รวมทั้งแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบความคืบหน้าเป็นระยะ

6.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

- 6.3.1 กรณีที่มีข้อร้องเรียนในเรื่องเดียวกันเป็นจำนวนมาก โดยอาจเกิดจากระบบงานของบริษัท บริษัทจะดำเนินการหาแนวทางแก้ไขปัญหจากระบบงานที่เกิดขึ้น โดยตรวจสอบว่าปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นจากสาเหตุใด ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจอย่างไร เกิดผลกระทบหรือความเสียหายกับลูกค้าหรือไม่ และดำเนินการเรียกประชุมผู้บริหารที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อหาวิธีการป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าวไม่ให้เกิดกับลูกค้ารายอื่น ๆ ซ้ำกันอีก
- 6.3.2 ฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงานจะรวบรวมเรื่องร้องเรียนทั้งหมดรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบอย่างน้อยไตรมาสละ 1 ครั้ง กรณีที่มีเรื่องร้องเรียนที่มีนัยสำคัญจะรายงานทันที เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ และรวบรวมรายงานต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

๓๓

ข้อ 7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)

7.1 การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงาน

- 7.1.1 กำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบ รับผิดชอบการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านการขายผลิตภัณฑ์
- 7.1.2 ฝ่ายบริหารความเสี่ยงประเมินขั้นตอนการขายและให้บริการทั้งหมด เพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกทุจริต และความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกเสนอขายผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ไม่เหมาะสมจนเกิดความเสียหาย
- 7.1.3 วางระบบควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสดังกล่าว (protect) เช่น maker & checker หรือ approval ที่ต้องเป็นคนละคนกับคนขาย และวางระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติ (detect) ได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที

บริษัทจะให้ความสำคัญกับการวางระบบการติดตามตรวจสอบภายหลังการขายและให้บริการ (self-monitoring) อย่างเหมาะสมด้วย เพื่อควบคุมให้การขายและให้บริการแก่ลูกค้าสอดคล้องกับกระบวนการขายและให้บริการที่บริษัทกำหนด

หากพบว่ามีการขายหรือให้บริการที่ไม่เหมาะสม บริษัทจะแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อปรับปรุง โดยตรวจสอบสาเหตุ รวมทั้งแก้ไขหรือดำเนินการอื่นใดตามความเหมาะสม และติดตามดูแลการเสนอขายผลิตภัณฑ์ เช่น ยอดขาย ข้อร้องเรียน คำแนะนำจากลูกค้า เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่า มีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการเสนอขายต่อไป

- 7.1.4 จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบที่มุ่งไปยังความเสี่ยงที่กำหนด โดยเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวิธีการ ขั้นตอน และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และตรวจสอบจากสิ่งบ่งชี้ความผิดปกติ โดยกำหนดว่าเหตุการณ์ลักษณะใดที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่ความเสี่ยงกำลังเกิดขึ้น

กำหนดแผนการตรวจสอบ ทั้งด้านรูปแบบการขายในช่องทางต่าง ๆ ด้านลักษณะของธุรกรรม และมีความถี่ของการตรวจสอบที่เหมาะสม รวมถึงมีวิธีการติดตามและตรวจสอบที่หลากหลายสอดคล้องกับเป้าหมาย

- 7.1.5 รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบในโอกาสที่เหมาะสม โดยอาจนำเสนอวิธีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คณะกรรมการตรวจสอบสั่งการด้วย

7.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการป้องกันการใช้อำนาจภายใน

- 7.2.1 ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน หรือจัดการไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงมาตรการทางวินัยกรณีที่มีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด

- 7.2.2 มีวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และมีการสื่อสาร ให้ความรู้และทำความเข้าใจถึงมาตรการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว และสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- 7.2.3 ฝ่ายตรวจสอบตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และมีการดำเนินการ หากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด รวมถึงมีการประเมินความเสี่ยงและทบทวนมาตรการของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
- 7.2.4 กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล โดยแบ่งแยกหน่วยงานเป็นสัดส่วนตามหลัก Chinese wall และจัดเก็บและกำหนดการเข้าถึงข้อมูลตามหลัก need to know basis
- 7.2.5 กำหนดแนวทางในการกำกับดูแลและตรวจสอบการซื้อขายของคนขายที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในซึ่งอาจถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม (staff dealing)

ข้อ 8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)

8.1 ระบบปฏิบัติการ

- 8.1.1 จัดทำคู่มือและ check list ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงจัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าว เพื่อให้คนขายเกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการทำงานและทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับบริการตามที่กำหนด
- 8.1.2 กำหนดขั้นตอนสำหรับระบบปฏิบัติการของขั้นตอนการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและรัดกุมและมีระบบเพิ่มเติมเพื่อควบคุมดูแลการรับจ่ายเงินและป้องกันการทุจริตยกยอกเงิน รวมถึงแจ้งวิธีการปฏิบัติงานดังกล่าวให้ลูกค้าทราบด้วย
- 8.1.3 กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - (1) ความมั่นคงของระบบ: กำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เผื่อระงับภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นแก่ระบบ และมีแผนสำรองหากเกิดเหตุขัดข้องหรือระบบถูกแทรกแซงหรือถูกทำลาย
 - (2) ความปลอดภัยของข้อมูล: มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ข้อมูล เพื่อไม่ให้เกิดการลวงรู้หรือถูกลักลอบนำออกไปหรือนำไปใช้ที่ไม่สมควร
 - (3) การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ : คำนึงถึงการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งานในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจขัดข้องหรือต้องปรับปรุงทั้งในส่วนระบบและโปรแกรม บริษัทจะให้ความสำคัญและแก้ไขโดยไม่ชักช้า โดยถือว่างานด้านการขายผลิตภัณฑ์มีความสำคัญไม่น้อยกว่างานด้านอื่นของบริษัท

8.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business Contingency Plan)

- 8.2.1 กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวครอบคลุมวิธีปฏิบัติงานที่สำคัญที่ทำให้แน่ใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้า หรือจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ จะมีวิธีสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้า ทั้งก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ อย่างเหมาะสม

8.2.2 ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหายได้ และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์

8.3 ระบบการเสนอราคาซื้อขายผลิตภัณฑ์

ต้องมีระบบควบคุมดูแลราคาซื้อขายให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์กำหนด โดยเปิดเผยราคาให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน และกำหนดให้ฝ่ายตรวจสอบและกำกับดูแลการปฏิบัติงานรับผิดชอบต่อการเปิดเผยในทุกสถานที่ทำการซื้อขายให้มีความถูกต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน

ข้อ 9 การลงโทษพนักงาน

หากพนักงานกระทำความผิดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับประกาศฉบับนี้ บริษัทอาจพิจารณาดำเนินการ ดังนี้

- ตักเตือนด้วยวาจา
- ตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร
- ภาคทัณฑ์
- สั่งพักงาน หรือให้ออกจากการเป็นพนักงาน

นโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวมอย่างเป็นธรรม (ฉบับทบทวนปี 2567) ฉบับนี้ ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2567 เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2567 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 28 พฤษภาคม 2567



(นางเสาวนีย์ กมลบุตร)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอรา จำกัด