



# แนวทางปฏิบัติในการขายและให้บริการเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนและตราสารหนี้



สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

<b>บทนำ</b>	<b>3</b>
<b>องค์ประกอบ 8 ด้าน ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย fair dealing</b>	<b>6</b>
<b>ด้านที่ 1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง</b>	<b>6</b>
<b>ด้านที่ 2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)</b>	<b>7</b>
<b>ด้านที่ 3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)</b>	<b>9</b>
3.1 การสื่อสารกับคนขาย	9
3.2 การฝึกอบรมแก่คนขาย	10
<b>ด้านที่ 4 กระบวนการขาย (Sales Process)</b>	<b>11</b>
4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ	11
4.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย	11
4.1.2 การคัดเลือกคนขาย	12
4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์	12
4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ	13
4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า	13
4.2.2 การอธิบายข้อมูลและการแจกเอกสาร	16
4.2.3 การให้คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน	17
4.2.4 การแจ้งเหตุการณ์สำคัญ (material event) ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย	17
4.2.5 การให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน	18
4.3 การนำแนวปฏิบัติในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์หน่วยลงทุนและตราสารหนี้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ ช่องทางการขาย และลูกค้าแต่ละประเภท	18
4.3.1 การปรับลดขั้นตอนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่ลงทุนหรือใช้บริการซ้ำ	18
4.3.2 การขายและให้บริการผ่านช่องทาง online	19
4.4 กระบวนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง	20
4.5 กระบวนการในการยืนยันตัวตนของลูกค้า (authentication)	20

ด้านที่ 5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)	21
ด้านที่ 6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)	22
6.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน	22
6.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า	22
6.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ	23
ด้านที่ 7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)	24
7.1 การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงาน	24
7.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	26
ด้านที่ 8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)	27
8.1 ระบบปฏิบัติการ	27
8.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business Contingency Plan)	28
8.3 ระบบเพิ่มเติมกรณีใช้ Omnibus Account สำหรับการเสนอขายหน่วยลงทุน	28
8.4 ระบบการเสนอราคาซื้อขายผลิตภัณฑ์ (ระบบงาน Dealer)	29

## บทนำ

1. สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน”) ได้จัดทำแนวทางปฏิบัติในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนประเภทหน่วยลงทุนและตราสารหนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการ<sup>1</sup> ใช้เป็นแนวทางในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์<sup>2</sup> แก่ลูกค้า<sup>3</sup> ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการของผู้ประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ (“fair dealing”) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการลงทุนในตลาดทุน ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจต้องให้ความสำคัญและรับผิดชอบต่อการจัดให้มีระบบงานรองรับกระบวนการขายและให้บริการ รวมถึงการปฏิบัติหน้าที่ของนาย<sup>4</sup> ของตนด้วย

เป้าหมายที่  
ต้องการบรรลุ

2. แนวปฏิบัตินี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมาย 6 ข้อ ได้แก่

**เป้าหมายที่ 1:** ลูกค้ามั่นใจว่าได้ติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้ความสำคัญโดยยึดหลัก fair dealing เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

**เป้าหมายที่ 2:** ผลิตภัณฑ์และบริการถูกคัดเลือกและออกแบบให้ตอบสนองกับความเหมาะสมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

**เป้าหมายที่ 3:** ลูกค้าได้รับข้อมูลและการบอกกล่าวที่ชัดเจนและเหมาะสมจากนาย

**เป้าหมายที่ 4:** ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณภาพและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสถานการณ์ของลูกค้า

**เป้าหมายที่ 5:** ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการ

**เป้าหมายที่ 6:** ลูกค้าไม่ประสบกับอุปสรรคหรือความไม่สะดวกอย่างไม่สมเหตุสมผลภายหลังการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการยื่นเรื่องร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายจากการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจ

3. เป้าหมายที่กล่าวข้างต้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการจัดโอกาสที่จะเกิดความเสียหาย อันได้แก่ ความเสียหายจากการขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมหรือผิดประเภทให้แก่ลูกค้า (“mis-selling”) และทุจริตต่อทรัพย์สินของลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องเข้าใจและให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินธุรกิจตามหลัก fair dealing และควรมีมาตรการในแต่ละองค์ประกอบที่จะกล่าวถึงต่อไปโดยสามารถประยุกต์ใช้มาตรการตามแนวปฏิบัตินี้ตามบริบทของลักษณะธุรกิจ (business model) ควบคู่กับการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

<sup>1</sup> บริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ ซึ่งสามารถติดต่อและให้บริการลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนหรือตราสารหนี้ได้

<sup>2</sup> ผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนประเภทหน่วยลงทุนและ/หรือตราสารหนี้ทั้งในและต่างประเทศ

<sup>3</sup> ผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ ยกเว้นลูกค้าดังต่อไปนี้

(1) ลูกค้าเป็นผู้ลงทุนสถาบัน (“II”) และ

(2) ลูกค้าเป็นผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ (“UHNW”) หรือผู้ลงทุนรายใหญ่ (“HNW”) และมีสถานะเป็นนิติบุคคล ซึ่งแสดงเจตนาเป็นลายลักษณ์อักษรว่าไม่ประสงค์ให้ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการตามขั้นตอนหรือวิธีการที่ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดขึ้น (“opt out”)

<sup>4</sup> บุคลากรของผู้ประกอบธุรกิจที่ทำหน้าที่ขายและให้บริการคำแนะนำการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนประเภทหน่วยลงทุนและ/หรือตราสารหนี้ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานเป็นผู้ออกแบบการลงทุน (“IP”) และ/หรือผู้แนะนำการลงทุน (“IC”) แล้วแต่กรณี ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์เกี่ยวกับบุคลากรในธุรกิจตลาดทุน

องค์ประกอบ  
ของการดำเนิน  
ธุรกิจเพื่อให้  
บรรลุเป้าหมาย

4. องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย fair dealing มีทั้งหมด 8 ด้าน ประกอบด้วย
- ด้านที่ 1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง
  - ด้านที่ 2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)
  - 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)

ความมุ่งหวัง  
ขององค์ประกอบ  
แต่ละด้าน

5. องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจแต่ละด้านมีความมุ่งหวัง ดังนี้
- ด้านที่ 1** การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง  
คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ประกอบธุรกิจให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก fair dealing โดยกำหนดให้เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน และลดความเสี่ยงในการเกิด mis-selling และการทุจริตต่อทรัพย์สินลูกค้าได้
  - ด้านที่ 2** การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)  
ผู้ประกอบธุรกิจมีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบ ก่อนที่จะนำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้า โดยมีวิธีคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ การจัดกลุ่มลูกค้าตามลักษณะต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำหนดวิธีปฏิบัติในการเสนอขาย การให้คำแนะนำ และการควบคุมการปฏิบัติงานได้อย่างรัดกุมและเหมาะสม
  - ด้านที่ 3** การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)  
ผู้ประกอบธุรกิจมีกลไกในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีการฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติในเรื่องที่มีความสำคัญอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้คนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ได้รับรู้การเปลี่ยนแปลง การเน้นย้ำวิธีปฏิบัติที่สำคัญเพื่อป้องกันความเสี่ยง และข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานรวมทั้งเพื่อให้มั่นใจได้ว่าคนขายและผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้
  - ด้านที่ 4** กระบวนการขาย (Sales Process)  
ผู้ประกอบธุรกิจมีกระบวนการขายที่เป็นธรรมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้า ตลอดจนไม่เอาเปรียบในความไม่รู้ของลูกค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ลูกค้าจะได้รับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ได้รับข้อมูลและบริการครบถ้วนตามควร และสามารถตัดสินใจลงทุนได้ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง
  - ด้านที่ 5** การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)  
ผู้ประกอบธุรกิจมีโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่คนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง โดยสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับโดยคำนึงถึงปัจจัยอื่นนอกเหนือจากยอดขาย เพื่อไม่ให้เกิดการเร่งขายหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมแก่ลูกค้า

#### **ด้านที่ 6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)**

ผู้ประกอบการธุรกิจมีกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน ซึ่งดำเนินการด้วยความเป็นอิสระ เป็นธรรม มีประสิทธิภาพและทันการณ์ โดยให้ลูกค้ามั่นใจว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีการรับฟังและห่วงใย ใส่ใจในประโยชน์ของลูกค้า มีความเป็นมืออาชีพ และมีความเป็นธรรม

#### **ด้านที่ 7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)**

ผู้ประกอบการธุรกิจมีวิธีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องสอดคล้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและจะมีผลกระทบต่อลูกค้าและต่อธุรกิจ เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการป้องกันความเสี่ยงหรือความเสียหายและตรวจจับความผิดปกติที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถหยุดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อไป

#### **ด้านที่ 8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)**

ผู้ประกอบการธุรกิจมีระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่าคำสั่งหรือความต้องการของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา

# องค์ประกอบ 8 ด้านในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย fair dealing

องค์ประกอบ  
ด้าน 1

## 1. การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

การมอบหมายและกำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหาร ส่วนงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ประกอบธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

การกำหนด  
นโยบาย  
fair dealing

1.1 กำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์อันแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยลงทุน และ/หรือตราสารหนี้ ที่ให้ความสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรม fair dealing ที่ชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งในระดับบริษัทและหน่วยงานย่อยที่เกี่ยวข้องกับการขายหน่วยลงทุน และ/หรือตราสารหนี้ โดยคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทและความรับผิดชอบ และคณะกรรมการเป็นผู้อนุมัตินโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งมีการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรม fair dealing ไปทุกส่วนงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กร

การกำหนด  
หน้าที่ความ  
รับผิดชอบของ  
หน่วยงาน  
ที่ชัดเจน

1.2 กำหนดสายงานและส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการขายและให้บริการหน่วยลงทุน และตราสารหนี้ในโครงสร้างองค์กร และระบุหน้าที่ ความรับผิดชอบ และผู้ควบคุมอย่างชัดเจน รวมถึงมีการแบ่งแยกหน่วยงานซึ่งเอื้อให้มีการสอบทาน การถ่วงดุลอำนาจในการปฏิบัติงาน ความเป็นอิสระ และการไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การกำหนด  
ให้มีผู้บริหารที่  
รับผิดชอบ  
ด้านการขาย

1.3 กำหนดให้มีผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบการกำกับดูแลธุรกิจการขายและให้บริการหน่วยลงทุน และตราสารหนี้ เพื่อสามารถติดตามตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบ ทันทต่อเหตุการณ์ และสามารถประเมินภาพรวมและความเสี่ยงของธุรกิจได้ครบถ้วน สามารถวัดผลสำเร็จ วิเคราะห์จุดที่มีปัญหา และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

การมอบหมาย  
ผู้รับผิดชอบ  
งานด้านต่าง ๆ  
ที่ชัดเจน

1.4 มอบหมายผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ได้แก่ ผู้บริหารที่รับผิดชอบงานด้านนโยบาย ผู้บริหารรวมถึงผู้จัดการสาขาที่ดูแลงานด้านการขาย และผู้บริหารและหัวหน้างานด้านการกำกับดูแลการปฏิบัติงาน (“compliance”) กรณีที่เป็นหัวหน้างานด้าน compliance ต้องแจ้งการปฏิบัติหน้าที่ต่อสำนักงานด้วย

การมีบุคลากร  
ที่มีความพร้อม

1.5 มีบุคลากรที่มีความพร้อม ทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ โดยต้องสอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุม ติดตามการปฏิบัติงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและทันการณ์

การสื่อสารให้  
ผู้ปฏิบัติงาน  
ตระหนักถึง  
fair dealing

1.6 สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนและผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกได้ทราบและตระหนักถึงความเอาใจจริงเอาใจของผู้ประกอบธุรกิจในเรื่อง fair dealing ซึ่งในบางแห่งอาจต้องปรับกระบวนการคิดของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารระดับสูงจึงต้องแสดง commitment และเป็นแบบอย่างของความเอาใจจริงเอาใจ รวมทั้งฝ่าย compliance ควรสำรวจพัฒนาการและความสำเร็จจากการปฏิบัติหน้าที่ของคนขาย

การติดตาม  
การดำเนินธุรกิจ  
อย่างมี  
ประสิทธิภาพ

1.7 คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงติดตามภาพรวมของการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจติดตามได้จากแนวโน้มของเรื่องร้องเรียน ผลการสำรวจความพึงพอใจและความเห็นของลูกค้า ผลจากการสุ่มเข้าตรวจการให้บริการของคนขาย (“mystery shopping”) และรายงานการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ (compliance report)

## 2. การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

ปัจจัยที่ควร  
คำนึงถึง  
ในการพิจารณา  
นำผลิตภัณฑ์  
มาขาย

2.1 มีกระบวนการในการคัดเลือกผู้ออกผลิตภัณฑ์<sup>5</sup> สำหรับการพิจารณานำผลิตภัณฑ์มาขาย โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและมีคุณภาพ โดยพิจารณาอย่างน้อยในเรื่องต่อไปนี้

2.1.1 ความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความสามารถที่จะเข้าใจผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่

2.1.2 ความเหมาะสมกับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น เป้าหมายการลงทุน ลักษณะผลตอบแทนและความเสี่ยง ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์นี้เหมาะสมกับลูกค้าหรือไม่

2.1.3 ความเหมาะสมของช่องทางการขายที่มีอยู่ เช่น ผ่าน IC IP หรือช่องทางอินเทอร์เน็ต

2.1.4 ความสามารถในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้ข้อมูลและคำแนะนำของคนขาย

2.1.5 แนวทางและแผนการจัดการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีปฏิบัติงานเพื่อให้คนขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

2.1.6 ระบบงานและกระบวนการขาย ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ แบบฟอร์มที่ต้องใช้ และแบบคำถามประเมินความเสี่ยงลูกค้า ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทำ product  
due diligence

2.2 มีการทำ product due diligence โดยการประเมินด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และลักษณะความเสี่ยงที่มีผลต่อเงินลงทุนและผลตอบแทน โดยพิจารณาจากข้อมูลในหนังสือชี้ชวน ส่วนสรุปข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ (“factsheet”) และเอกสารประกอบการขายที่ได้รับจากผู้ออกผลิตภัณฑ์ด้วย รวมทั้งกำหนดว่าผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มหรือประเภทใด

ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการเห็นว่าข้อมูลไม่เพียงพอที่จะวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องปฏิเสธการขายผลิตภัณฑ์นั้น

ในการทำ product due diligence ให้มีฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมพิจารณาด้วย เช่น ฝ่ายงานที่ดูแลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจ ฝ่ายงานที่ดูแลเกี่ยวกับการขาย ฝ่ายงานที่ดูแลด้านปฏิบัติการ เพื่อให้มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของ product อย่างรอบคอบก่อนที่จะนำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางการมีส่วนร่วมของฝ่ายงานต่าง ๆ ได้ตามที่เหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่ามีระบบงานและการทำ product due diligence ที่มีคุณภาพ รวมทั้งให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยมีเอกสารประกอบการพิจารณาที่ครบถ้วน

<sup>5</sup> บริษัทหลักทรัพย์ประเภทจัดการกองทุนรวม (“บริษัทจัดการ”) และ/หรือผู้ออกตราสารหนี้

Product selection & client segmentation	<p>2.3 มีวิธีจัดกลุ่มหรือจำแนกผลิตภัณฑ์ตามความเสี่ยงหรือปัจจัยอื่นใด รวมถึงมีวิธีการจัดกลุ่มหรือจำแนกลูกค้าตามระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้หรือตามมิติอื่นใด เพื่อให้สามารถกำหนดวิธีการขาย การสื่อสารให้ความรู้แก่พนักงาน การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม และการควบคุมและสอบทานการปฏิบัติงานในการขายที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม</p>
การเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย	<p>2.4 มีมาตรการป้องกันไม่ให้มีการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อกฎหมาย เช่น ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่ต้องนำเงินออกนอกประเทศและไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามขอบเขตของใบอนุญาตที่ได้รับการดำเนินธุรกิจอื่นที่มีความเสี่ยงหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับธุรกิจตามใบอนุญาต</p> <p>2.5 ระบบเพิ่มเติมกรณีมีการเสนอขายกองทุนรวมภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศ<sup>6</sup> ในประเทศไทย</p> <p>2.5.1 มีขั้นตอนการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าเป็นกองทุนรวมภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศที่ได้ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติ ตามที่ประกาศกำหนดแล้ว</p> <p>2.5.2 มีระบบควบคุมดูแลให้มีข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศอย่างเพียงพอเทียบเท่ากับใน home regulator โดยจัดส่งข้อมูลดังกล่าวแก่สำนักงานภายในเวลาที่กำหนด</p>

<sup>6</sup> โครงการจัดการลงทุนต่างประเทศภายใต้ข้อตกลงระหว่างประเทศ เช่น ASEAN CIS และ ARFP

- ASEAN CIS (ASEAN Collective Investment Schemes) Framework เป็นกรอบความร่วมมือด้านการเสนอขายกองทุนรวมข้ามประเทศในอาเซียน
- ARFP (Asia Region Funds Passport) เป็นโครงการจัดการกองทุนรวมภูมิภาคเอเชียข้ามพรมแดนภายใต้กรอบเอเปคเพื่อการเสนอขายกองทุนรวมข้ามประเทศระหว่างประเทศสมาชิก

### 3. การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีระบบการสื่อสารและให้ความรู้แก่คนขาย โดยการจัดฝึกอบรมและฝึกวิธีปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคนขายมีความรู้ความเข้าใจและสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน (risky/complex product)<sup>7</sup> และผลิตภัณฑ์ที่คนขายไม่คุ้นเคย ดังนี้

#### 3.1 การสื่อสารกับคนขาย

การกำหนด  
ฝ่ายงานที่  
รับผิดชอบ

3.1.1 กำหนดให้มีฝ่ายงานที่ทำหน้าที่และรับผิดชอบการสื่อสารและให้ความรู้แก่คนขาย โดยมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม

เนื้อหาที่ใช้  
สื่อสารต้อง  
ครบถ้วน ถูกต้อง

3.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสารกับคนขายมีความครบถ้วนถูกต้อง เช่น เนื้อหาที่กล่าวถึงเจตนารมณ์ของหลักเกณฑ์ควบคุมกับวิธีปฏิบัติเพื่อให้คนขายมีความเข้าใจอย่างแท้จริงและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว และการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุน เนื้อหาต้องสอดคล้องและถูกต้องตามข้อมูลของผู้ออกผลิตภัณฑ์

การมีระบบ /  
เครื่องมือสื่อสาร  
และผ่านช่องทาง  
ที่เหมาะสม

3.1.3 มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับคนขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ e-mail รวมถึงการใช้ช่องทางและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับเรื่องเนื้อหา อุปกรณ์ และพฤติกรรมมารับสื่อของคนขาย เพื่อให้การสื่อสารได้ผลจริง

การวัดผล  
การสื่อสาร

3.1.4 มีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและให้ความรู้ เช่น สอบถามความเข้าใจของคนขาย ทำ mystery shopping รวมทั้งจัดพบปะระหว่างฝ่ายงานที่ทำหน้าที่สื่อสารกับคนขาย เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาปรับปรุงการทำงานต่อไป

3.1.5 มีกลไกการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสให้บริการแก่ลูกค้าด้วย เนื่องจากมีความเสี่ยงที่บุคลากรดังกล่าวอาจปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดหรือมีการปฏิบัติงานเกินขอบเขตหน้าที่ของตนเอง โดยไม่ทราบหรือไม่เข้าใจถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า เช่น ผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านเอกสารของฝ่ายขายซึ่งไม่ได้รับความเห็นชอบเป็น IC หรือ IP ควรทราบขอบเขตหน้าที่ของตนเองว่าไม่สามารถทำหน้าที่ขายและให้คำแนะนำการลงทุนแก่ลูกค้าได้

<sup>7</sup> ตามประกาศสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยหลักเกณฑ์ในรายละเอียดเกี่ยวกับการติดต่อและให้บริการลูกค้าสำหรับผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

## 3.2 การฝึกอบรมแก่คนขาย

ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการอบรมคนขาย

3.2.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของคนขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนขายที่เสนอขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีคุณภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้า ทั้งนี้ เนื้อหาอย่างน้อยควรประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องตรงกับข้อมูลที่ผู้ออกผลิตภัณฑ์จัดให้ รวมทั้งสอดคล้องกับความเห็นหรือข้อสังเกตของผู้ประกอบธุรกิจในช่วงขั้นตอนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ (เช่น กองทุนรวมนี้ไม่เหมาะสมที่จะเสนอขายให้แก่ลูกค้ากลุ่มใด) รวมถึงจัดอบรมเพื่อให้คนขายมีความรู้และทักษะในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงานในฐานะผู้มีวิชาชีพและมีจรรยาบรรณ

การอบรมคนขายใน product ใหม่

3.2.2 จัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยผู้ประกอบธุรกิจดูแลให้คนขายเข้ารับการอบรมอย่างครบถ้วน และไม่ควรอนุญาตให้ผู้ที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมสามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้ รวมทั้งผู้ประกอบธุรกิจดูแลว่าผู้ออกผลิตภัณฑ์ได้ให้ข้อมูลและเอกสารประกอบการขายอย่างครบถ้วนเพียงพอ ทั้งนี้ ในกรณีการเสนอขายหน่วยลงทุน ผู้ประกอบธุรกิจควรสื่อสารและทำความเข้าใจกับบริษัทจัดการเพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้แก่คนขายด้วย

การฝึกวิธีปฏิบัติด้านการขาย

3.2.3 ฝึกวิธีปฏิบัติงานให้คนขายได้ฝึกใช้ภาษาที่ลูกค้าจะเข้าใจได้ง่ายและอาจจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบายในเรื่องที่ยาก โดยเฉพาะการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน รวมถึงฝึกปฏิบัติวิธีบันทึกเพื่อเก็บหลักฐานการให้คำแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

การควบคุมดูแล training provider

3.2.4 ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรม ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจให้บุคคลอื่นจัดอบรมให้แก่คนขาย

การวัดผล การอบรม

3.2.5 มีการวัดผลการฝึกอบรม เพื่อให้มั่นใจว่าคนขายได้รับความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องที่อบรม และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเพื่อให้สามารถปรับปรุงการจัดอบรมให้ดียิ่งขึ้นในครั้งต่อไป

รูปแบบการจัดอบรมแบบอื่น

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจที่มีสาขาหลายแห่ง (เช่น ธนาคารพาณิชย์) อาจพิจารณาจัดอบรมให้ความรู้ผ่านระบบออนไลน์ เช่น Webinars หรือ VDO conference โดยที่ผู้เข้ารับการอบรม (ซึ่งก็คือคนขายตามสาขาต่าง ๆ) สามารถเห็นหน้าผู้สอน (ผู้ประกอบธุรกิจ สำนักงานใหญ่ / training provider / ผู้ออกผลิตภัณฑ์) ผ่านช่องทางดิจิทัลได้ เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลและเนื้อหาการอบรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## 4. กระบวนการขาย (Sales Process)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

### 4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

#### 4.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

การเตรียม  
คู่มือการขาย

(1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยจัดเตรียมคู่มือที่ให้แก่คนขายสามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ตนควรปฏิบัติให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท และตอบสนองต่อเป้าหมายการลงทุนและความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ โดยคู่มือการปฏิบัติงานดังกล่าวอาจเป็นเอกสารที่เป็นรูปเล่ม (hard copy) และ/หรือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (soft copy) โดยสำนักงานสามารถขอเรียกดูเอกสารดังกล่าวเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรหมั่นตรวจทานคู่มือให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การมีระบบและ  
เครื่องมือที่มี  
ประสิทธิภาพ

(2) มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการขายมีประสิทธิภาพ เช่น อุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ระบบงานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แบบฟอร์มและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขาย รวมทั้งมีระบบ help desk คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำแก่คนขาย โดยมีการตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบและปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การกำหนด  
ขอบเขตการ  
ปฏิบัติงาน  
ของคนขาย

(3) จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของคนขายให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจกับคนขายทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ จุดขายและให้บริการ เกี่ยวกับหน้าที่ที่ทำได้และทำไม่ได้ และในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการให้บริการแก่ลูกค้า แต่ไม่มีคนขายที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย ณ จุดขายและให้บริการ ให้มีระบบสนับสนุนอื่นที่เพียงพอที่จะมั่นใจได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการครบถ้วนและถูกต้อง เช่น help desk หรือ call center

การแยกพื้นที่  
การให้บริการ

(4) แยกพื้นที่การทำธุรกรรมเงินฝากกับการขายผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนออกจากกันอย่างเป็นสัดส่วน ในกรณีที่ผู้ประกอบการทำธุรกิจรับเงินฝากด้วย เช่น ธนาคารพาณิชย์ และจัดให้มีป้ายหรือแสดงสัญลักษณ์ให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้ลูกค้าสับสนและเข้าใจผิดว่า การลงทุนในผลิตภัณฑ์การลงทุนเป็นการฝากเงิน

#### 4.1.2 การคัดเลือกคนขาย

การพิจารณา  
คัดเลือกคนขาย

(1) คัดเลือกคนขายที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายและมีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย โดยการสรรหาและคัดเลือกคนขายพิจารณาจากคุณสมบัติด้านการศึกษา องค์กรความรู้ และการได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานประกอบด้วย

การกำหนด  
designated  
sales person  
สำหรับ  
risky/complex  
product

(2) มีกระบวนการที่มั่นใจได้ว่า คนขายที่ได้คัดเลือกนั้นเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่สำนักงานกำหนด และมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ ซึ่งอาจมีกระบวนการคัดกรองคนขายของตนเพิ่มเติมตามความเหมาะสม เช่น อาจกำหนดให้มีคนขายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนเป็นการเฉพาะ โดยพิจารณาจากประสบการณ์การขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ความสามารถในการเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ความสามารถด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะการนำเสนอ มีใจรักการบริการ (service mind)

(3) มีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า คนขายที่ลูกค้าติดต่อสอบถามและขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นคนขายที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่ เช่น จัดทำเป็นป้ายรายชื่อคนขายแบบติดผนัง ณ จุดขายและให้บริการ ป้ายตั้งโต๊ะหรือป้ายติดเสื้อคนขาย เพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ชัดเจน และคนขายควรแสดงตนหรือสื่อสารให้ลูกค้าทราบขอบเขตของผลิตภัณฑ์ที่ตนสามารถขายและให้บริการด้วย

*ตัวอย่าง* กรณีผู้ประกอบการกำหนดให้ นาย ก. ทำหน้าที่ในการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มี ความซับซ้อน หากในระหว่างการขายและให้บริการนั้น ลูกค้ามีความประสงค์จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน ซึ่ง นาย ก. ไม่สามารถให้บริการได้ นาย ก. ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ และผู้ประกอบการควรจัดให้มีคนขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน มาให้บริการลูกค้าแทน

#### 4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์

มีเครื่องมือที่ช่วยให้คนขายสามารถอธิบายความเสี่ยงและความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น ดังนี้

การมีเอกสารและ  
ข้อมูลลักษณะและ  
ความเสี่ยงสำคัญ  
ของผลิตภัณฑ์

(1) มีเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ เช่น factsheet และกรณีศึกษาผู้ประกอบการจัดทำเอกสารเอง เช่น marketing flyer ซึ่งอยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยข้อมูลในเอกสารจะต้องถูกต้อง ไม่ผิดไปจากข้อมูลของผู้ออกผลิตภัณฑ์ และมีการเน้นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญอย่างชัดเจนในเอกสารที่แสดงต่อลูกค้า

การมีสื่อ  
ช่วยอธิบาย  
ความเสี่ยง

(2) มีสื่อที่นำเสนอภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับข้อความและเสียงควบคู่กัน เช่น video clip และ visualized presentation ในกรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ซึ่งยากที่จะรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการแนะนำและให้ข้อมูล (เช่น hedge fund<sup>8</sup> / Basel III และ IC bond tier I<sup>9</sup>) เพื่อให้สามารถอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น และมองเห็นภาพการลงทุนได้ชัดเจนขึ้น

<sup>8</sup> หน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่เสนอขายต่อผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการจัดตั้งและจัดการของกองทุนรวมเพื่อผู้ลงทุนสถาบันหรือผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ

<sup>9</sup> ตราสารด้อยสิทธิเพื่อนับเป็นเงินกองทุนประเภทที่ 1 เพื่อการนับเป็นเงินกองทุนของธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทประกันภัยตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ต่อประชาชนเป็นการทั่วไป และประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ต่อบุคคลในวงจำกัด และการเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพต่อบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะ

## 4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

มีกระบวนการขายและให้บริการตามความเหมาะสม โดยผู้ประกอบการธุรกิจสามารถกำหนดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงเรื่องดังต่อไปนี้

### 4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

ก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า

#### ➤ การจัดประเภทลูกค้าและรู้จักตัวตนที่แท้จริงของลูกค้า

การจัดประเภท  
ลูกค้า

(1) กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เช่น ॥ ผู้ลงทุน UHNW HNW<sup>10</sup> และผู้ลงทุนรายย่อย เพื่อให้คนขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเภทลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท

ตัวอย่าง  
การให้ลูกค้า  
เปิดเผยข้อมูล  
ด้วยตนเอง  
(self-declared)  
การรู้จักตัวตนของ  
ลูกค้า โดยมีข้อมูล

*ตัวอย่าง* กรณีการเสนอขายกองทุนรวมให้แก่ลูกค้าที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามนิยามผู้ลงทุน HNW และ UHNW ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้วิธีการให้ลูกค้าเปิดเผยข้อมูลด้วยตนเอง (self-declared) และอาจขอเอกสารข้อมูลสินทรัพย์อื่น ๆ เพิ่มเติมจากลูกค้าได้ เช่น โฉนดที่ดิน อาคาร เพื่อประกอบการพิจารณาคุณสมบัติ และตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวเท่าที่สามารถกระทำได้ (best effort) เช่น กรณีผู้ประกอบการเป็นธนาคารพาณิชย์ซึ่งมีข้อมูลเงินฝากและพอร์ตการลงทุน (ตราสารหนี้/ กองทุนรวม) ของลูกค้าก็สามารถนำมาใช้พิจารณาได้ หรือหากเห็นว่า การตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาก็สามารถดำเนินการเพิ่มเติมได้เช่นกัน ทั้งนี้ พอร์ตการลงทุนหมายถึงหลักทรัพย์หรือสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยรวมถึงหุ้นกู้และพันธบัตรที่ซื้อผ่านธนาคารพาณิชย์ รวมถึงสามารถนับพอร์ตการลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์ในเครือมารวมด้วยได้

ultimate  
beneficial  
owner

(2) มีวิธีปฏิบัติงานที่จะทำให้มั่นใจว่า คนขายรู้จักตัวตนของลูกค้า โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับประโยชน์ทอดสุดท้าย และผู้มีอำนาจควบคุมหรือตัดสินใจในทอดสุดท้าย<sup>11</sup> เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและวางแผนการลงทุนอย่างเหมาะสม ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำผิดกฎหมายหรือข้อโต้แย้งในภายหลัง

การปฏิเสธ  
การให้บริการ

(3) หากผู้ประกอบการได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอหรือพบว่าข้อมูลมีลักษณะน่าสงสัย ทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงได้ ผู้ประกอบธุรกิจต้องปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้ารายดังกล่าว

<sup>10</sup> นิยามผู้ลงทุนตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยมาตรฐานการประกอบธุรกิจ โครงสร้างการบริหารงาน ระบบงาน และการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์และผู้ประกอบธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

<sup>11</sup> “บุคคลที่ได้รับประโยชน์ในทอดสุดท้าย” (ultimate beneficial owner) หมายถึง บุคคลธรรมดา (natural person) ที่เป็นเจ้าของบัญชีหรือการทำธุรกรรมที่แท้จริง ซึ่งพิจารณาจากข้อเท็จจริงในทางพหุติสัย

“บุคคลที่มีอำนาจควบคุมการทำธุรกรรมในทอดสุดท้าย” (ultimate controlling person) หมายถึง บุคคลธรรมดา (natural person) ที่มีอำนาจควบคุมหรือตัดสินใจในทอดสุดท้ายเกี่ยวกับบัญชีหรือการทำธุรกรรม

➤ การทำความรู้จักกับลูกค้าและการประเมินความเหมาะสมในการลงทุน (“suitability test”)<sup>12</sup>

การทำ KYC  
และ  
suitability test

(4) มีระบบการสอบถามข้อมูลและทำความรู้จักกับลูกค้า เพื่อให้คนขายสามารถรวบรวมข้อมูลลูกค้าอย่างครบถ้วนเพียงพอ เช่น ทราบว่าลูกค้าเป็นใคร ประกอบอาชีพอะไร ทราบแหล่งที่มาของรายได้ มีฐานะอย่างไร และรับความเสี่ยงได้แค่ไหน ตลอดจนเพื่อให้ทราบความต้องการหรือเป้าหมายทางการเงิน หรือการลงทุน ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (รวมถึงระดับขาดทุนที่รับได้) สถานภาพทางการเงิน และข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของลูกค้า (เช่น ต้องการสภาพคล่องหรือต้องการใช้เงินส่วนนี้ในอีก 3 เดือนข้างหน้า) โดยอาจใช้แบบฟอร์มการทำ suitability test ตามมาตรฐานที่สำนักงานจัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทาง หรืออาจพัฒนาในรูปแบบอื่นก็ได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการประเมินระดับความเสี่ยงในการลงทุน ที่ผู้ลงทุนสามารถยอมรับได้ และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดสรรการลงทุน (asset allocation)<sup>13</sup> และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า

การคำนึงถึง  
ข้อมูลของลูกค้า  
แต่ละราย

(5) เน้นย้ำคนขายของตนไม่ให้ทึกทักว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ใดเหมาะสมกับลูกค้าทุกราย ในกลุ่มประเภทเดียวกัน โดยคำนึงถึงข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านอายุ ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และอาจทำให้เกิดการเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมได้

➤ การประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้าที่จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูง หรือมีความซับซ้อน (“knowledge assessment”)

การทำ  
knowledge  
assessment  
เพิ่มเติม กรณี  
risky/complex  
product

(6) จัดทำ knowledge assessment เพิ่มเติม ในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูง หรือมีความซับซ้อน โดยให้คนขายประเมินว่า ลูกค้ามีความเหมาะสมที่ตนจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวหรือไม่ โดยคนขายอาจพูดคุยและสอบถามลูกค้าเพิ่มเติมอย่างน้อยดังนี้

(ก) การศึกษา : ศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับไหน คณะ/สาขาวิชาใด เกี่ยวกับการเงิน การลงทุนหรือไม่ (เช่น การเงิน บริหารธุรกิจ) มีใบประกาศวิชาชีพ (เช่น CISA CFA CAIA) หรือไม่

(ข) ประสบการณ์การทำงาน : ลักษณะงานที่เคยทำหรือทำอยู่ในปัจจุบันเกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์หรือการลงทุนในตลาดทุนหรือไม่ รวมถึงระยะเวลาการทำงานที่ผ่านมา

(ค) ประสบการณ์การลงทุน : เคยลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนมาก่อนหรือไม่ ลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทใด ระยะเวลาการลงทุนนานแค่ไหน

(7) การจัดทำ knowledge assessment สามารถทำในรูปแบบใดก็ได้ที่คนขายสามารถประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนของลูกค้า และมีระบบงานเพื่อให้มั่นใจได้ว่าคนขายสามารถนำผลการประเมิน knowledge assessment ไปใช้ประกอบการพิจารณาเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนแก่ลูกค้าได้

<sup>12</sup> ผู้ประกอบธุรกิจสามารถยกเว้นการทำ suitability test กับลูกค้าได้ในกรณีที่เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการติดต่อและให้บริการลูกค้า เช่น กรณีลูกค้าเป็น II หรือเป็น UHNW/HNW ที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลซึ่งแสดงเจตนาเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะ opt out

<sup>13</sup> คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน ซึ่ง IP ออกแบบแผนการลงทุนและจัดพอร์ตการลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงให้กับลูกค้าเฉพาะราย

➤ การทดสอบความรู้ของลูกค้าย่ี่ยวกับการลงทุนหรือการทำธุรกรรม เพื่อประเมินความเหมาะสมในการลงทุนหรือการทำธุรกรรมในผลิตภัณฑ์ในตลาดทุน (“knowledge test”)

การทำ  
knowledge  
test เพิ่มเติม  
กรณี risky/  
complex  
product  
บางประเภท

(8) จัดทำ knowledge test เพิ่มเติม ในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนบางประเภท เช่น subordinated perpetual bond<sup>14</sup>, Basel III และ IC bond tier I, NC bond<sup>15</sup> ที่ครบกำหนดไถ่ถอนเมื่อมีการเลิกบริษัท เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ลูกค้าตระหนัก (aware) และเข้าใจถึงลักษณะ (“features”) ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และเพื่อประเมินความเหมาะสมในการลงทุนของลูกค้าก่อนการลงทุนในครั้งแรก รวมถึงเป็นเครื่องมือสำหรับคนขายในการอธิบาย feature ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยแบบทดสอบจะต้องครอบคลุมถึงลักษณะ ความเสี่ยงและผลตอบแทนจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

(9) หากผลการทดสอบ knowledge test ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่เหมาะสมกับลูกค้า คนขายต้องอธิบายและแจ้งเตือนว่า ลูกค้าไม่เหมาะสมที่จะลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวและคนขายจะต้องไม่นำเสนอบริการใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เว้นแต่เป็นกรณีที่ลูกค้าประสงค์จะลงทุนหรือทำธุรกรรมต่อไป คนขายจึงจะสามารถนำเสนอบริการแก่ลูกค้าได้

➤ การมีระบบตรวจสอบและเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า

การมีระบบ  
ตรวจสอบ

(10) มีระบบตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น

การเก็บรักษา  
ข้อมูลลูกค้า

(11) เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าในที่ปลอดภัยเพื่อป้องกันการสูญหาย การแก้ไข หรือการเข้าถึงโดยผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง และควรหมั่นทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เช่น กรณีลูกค้าแจ้งเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว

<sup>14</sup> ตราสารหนี้ด้อยสิทธิที่มีข้อกำหนดให้ผู้ถือตราสารมีสิทธิได้รับชำระหนี้คืนจากผู้ออกตราสารด้อยกว่าเจ้าหนี้สามัญ แต่ดีกว่าเจ้าหนี้ที่เป็นผู้ถือหุ้นสามัญของผู้ออกตราสาร และครบกำหนดไถ่ถอนเมื่อมีการเลิกบริษัท (subordinated perpetual bond)

<sup>15</sup> ตราสารด้อยสิทธิของบริษัทหลักทรัพย์หรือผู้ประกอบการธุรกิจสัญญาซื้อขายล่วงหน้าตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ต่อประชาชนเป็นการทั่วไป และประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ต่อบุคคลในวงจำกัด และการเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพต่อบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะ (net capital bond: NC bond)

#### 4.2.2 การอธิบายข้อมูลและการแจกเอกสาร

การอธิบายข้อมูล ผลิตภัณฑ์	<p>(1) มีระบบที่มั่นใจว่าคนขายได้อธิบายข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์</p>
การเน้นย้ำและ เตือนกรณี risky/complex product	<p>(2) มีวิธีปฏิบัติงานเพิ่มเติมในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยให้คนขายทำความเข้าใจกับลูกค้าว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่สามารถขายให้ได้โดยที่ลูกค้าไม่ได้รับคำแนะนำ และอาจต้องมีขั้นตอนพิเศษ โดยให้คนขายพูดอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนลูกค้าถึงความเสี่ยงหรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป รวมถึงข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเนื่องจากผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง</p>
การอธิบาย worst case scenario	<p>(3) มีข้อมูลเพิ่มเติมให้คนขาย ในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ที่มีลักษณะพิเศษซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ (เช่น hedge fund , Basel III และ IC bond tier I , Basel III และ IC Bond tier II<sup>16</sup>) เพื่อให้คนขายสามารถอธิบายลูกค้าถึงเหตุการณ์หรือสถานการณ์เชิงลบอย่างมากที่สุดที่อาจเกิดขึ้น (worst case scenario) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการลงทุนของลูกค้า เช่น ผลขาดทุนที่จะได้รับหากเกิด worst case scenario</p> <p><i>ตัวอย่าง</i> กรณีการเสนอขายตราสาร Basel III tier I และ tier II ผู้ประกอบธุรกิจต้องอธิบาย worst case scenario ที่จะเกิดขึ้นให้ทราบว่า ลูกค้ามีโอกาสขาดทุน และจะต้องร่วมรับผลขาดทุนของธนาคารผู้ออกตราสาร หากเกิด trigger event อย่างไม่อย่างหนึ่ง เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- กรณีที่เงินกองทุนของธนาคารผู้ออกตราสารลดลงต่ำกว่าอัตราที่ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดไว้</li><li>- ธนาคารผู้ออกตราสารประสบปัญหาด้านการเงินจนไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ และทางการตัดสินใจจะเข้าช่วยเหลือทางการเงิน</li></ul> <p>นอกจากนี้ ผู้ประกอบธุรกิจควรมีข้อมูลให้คนขายอธิบายลูกค้าได้ว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์ trigger event แล้ว ธนาคารผู้ออกตราสารเงินกองทุนจะดำเนินการอย่างไร เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ตัดตราสารเงินกองทุนเป็นหนี้สูญ (write off) บางส่วนหรือทั้งหมด หรือ</li><li>- แปลงสภาพตราสารเงินกองทุนเป็นหุ้น</li></ul>
การแจกจ่าย หรือจัดให้มี ข้อมูล	<p>(4) มีข้อมูลและเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คนขายใช้ในการอธิบายและแจกจ่ายให้ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าร้องขอ โดยอย่างน้อยควรมี factsheet หนังสือชี้ชวน (ฉบับเต็ม) และอาจจัดให้มี marketing flyer ประกอบด้วยก็ได้ (ถ้ามี)</p>

<sup>16</sup> ตราสารด้อยสิทธิเพื่อนับเป็นเงินกองทุนประเภทที่ 2 เพื่อการนับเป็นเงินกองทุนของธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทประกันภัย ตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ต่อประชาชน เป็นการทั่วไป และประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยการขออนุญาตและการอนุญาตให้เสนอขายตราสารหนี้ที่ออกใหม่ ต่อบุคคลในวงจำกัด และการเสนอขายหุ้นกู้แปลงสภาพต่อบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะ

#### 4.2.3 การให้คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน

การให้คำแนะนำ  
เรื่อง asset  
allocation

(1) มีคำแนะนำเรื่อง asset allocation ที่สอดคล้องกับผลประเมินความเหมาะสมในการลงทุน แก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าผ่านการทำ KYC suitability test และ knowledge assessment (กรณีสนใจจะลงทุน ในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน) เพื่อให้คนขายใช้แนะนำและอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึง แผนการลงทุนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ตนยอมรับได้

หน้าที่ของ  
IC และ IP

(2) คนขายที่เป็น IC และ IP มีขอบเขตการให้คำแนะนำเรื่อง asset allocation ดังนี้

- กรณีที่คนขายทำหน้าที่เป็น IC สามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับระดับ ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของลูกค้า และให้คำแนะนำเบื้องต้นเรื่อง asset allocation ที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดทำ เป็นคำแนะนำในรูปแบบมาตรฐานที่จัดทำโดยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ของผู้ประกอบการธุรกิจ และ เป็นไปตามหลักวิชาการอันเป็นที่ยอมรับ (basic asset allocation)

- กรณีที่คนขายทำหน้าที่เป็น IP จะมีขอบเขตหน้าที่มากกว่า IC กล่าวคือ นอกจากจะทำหน้าที่ ให้คำแนะนำได้เช่นเดียวกับ IC แล้ว ยังสามารถวางแผนการลงทุนโดยการกำหนดกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติ การลงทุน ด้วยการจัดพอร์ตการลงทุนแบบเฉพาะเจาะจง (การใช้ข้อมูลลูกค้าในเชิงลึกเกี่ยวกับสถานะทางการเงิน เป้าหมายการลงทุน และความเสี่ยง เพื่อออกแบบแผนการลงทุนให้กับลูกค้าเฉพาะราย) ได้อีกด้วย เพื่อให้ลูกค้าแต่ละรายได้รับผลตอบแทนตามเป้าหมายและตามวัตถุประสงค์

การดำเนินการ  
กรณี risk  
mismatch

(3) กำหนดให้คนขายตระหนักถึงหน้าที่ที่จะต้องพูดอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและ ความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด กรณีที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยง เกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ หรือไม่ปฏิบัติตาม asset allocation ที่คนขายให้คำแนะนำ โดยให้เวลาในการพูดอธิบายมากกว่าปกติ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้ามีความเข้าใจในความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อย่างถ่องแท้ และมีระบบการเก็บบันทึกหลักฐานประกอบการขายหรือให้บริการด้วย

*ตัวอย่าง* อึดเพการอธิบายและให้คำแนะนำของคนขายแก่ลูกค้า (กรณีให้บริการผ่านทาง โทรศัพท์) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรมีระบบตรวจสอบการขายและให้บริการของคนขาย เพื่อให้ มั่นใจได้ว่า คนขายของตนได้อธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงความเสี่ยงในการลงทุนอย่างถ่องแท้หรือไม่ เช่น การ call back ลูกค้า

#### 4.2.4 การแจ้งเหตุการณ์สำคัญ (material event) ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

การแจ้ง  
material  
event  
ที่มีผลต่อ  
ผลิตภัณฑ์  
ที่เสนอขาย

กรณีเกิด material event ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้แก่ลูกค้า (เช่น ตราสาร ที่กองทุนรวมลงทุนถูกปรับลดอันดับความน่าเชื่อถือ (downgrade) หรือประสบปัญหาผู้ออกตราสารผิดนัด ชำระหนี้หรือมีพฤติกรรมที่อาจไม่สามารถชำระหนี้ได้ หรือประเทศที่กองทุนรวมเน้นลงทุน ตกอยู่ในสภาวะ วิกฤตเศรษฐกิจหรือเผชิญกับเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ) ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเฝ้าติดตามสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอาจสอบถามข้อมูลจากผู้ออกผลิตภัณฑ์เป็นระยะ ๆ และสื่อสารให้คนขาย มีข้อมูลในการอธิบายผู้ลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิด negative event ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อตราสารหนี้ เพื่อให้คนขายสามารถแนะนำหรือชี้แจง ผู้ลงทุนเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเหตุการณ์

การให้  
ความสำคัญกับ  
พอร์ตการลงทุน  
ของลูกค้า

นอกจากนี้ กรณีที่มีการให้บริการการจัดสัดส่วนสินทรัพย์และทางเลือกในการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับพอร์ตการลงทุนของลูกค้า (wealth management) ผู้ประกอบธุรกิจติดตามผลการดำเนินงานของพอร์ตการลงทุนของลูกค้า (เช่น AUM growth) และหากผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายมีผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและส่งผลกระทบต่อพอร์ตการลงทุนของลูกค้า ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีการให้คำแนะนำหรือเสนอทางเลือกการลงทุนที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้าโดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ (เช่น กรณีที่ลูกค้าลงทุนใน feeder fund ซึ่ง master fund ลงทุนใน asset class/ ประเทศที่มีความเสี่ยงสูงขึ้น)

#### 4.2.5 การให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน

การรับทราบ  
ความเสี่ยง  
กรณีลงทุนใน  
risky/complex  
product

ผู้ประกอบธุรกิจกำหนดให้คนขายอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ตามแบบรับทราบความเสี่ยง และจัดให้มีวิธีการใด ๆ ที่เชื่อมั่นได้ว่าลูกค้ารับทราบข้อมูลสำคัญดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยวิธีการดังกล่าวสามารถดำเนินการให้สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการได้ ทั้งนี้ ให้ผู้ประกอบธุรกิจใช้แบบรับทราบความเสี่ยงตามรูปแบบมาตรฐานที่กำหนดบนเว็บไซต์ของสำนักงาน โดยอาจปรับปรุงให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ยังคงสาระสำคัญของคำเตือนและความเสี่ยง อนึ่ง หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำนักงานไม่ได้กำหนดรูปแบบที่เป็นมาตรฐานไว้ ให้ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีแบบรับทราบความเสี่ยง และขอความเห็นชอบจากสำนักงานเป็นรายกรณี

### 4.3 การนำแนวปฏิบัติในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์หน่วยลงทุนและตราสารหนี้มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละผลิตภัณฑ์ ช่องทางการขาย และลูกค้าแต่ละประเภท

#### 4.3.1 การปรับลดขั้นตอนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่ลงทุนหรือใช้บริการซ้ำ

การปรับลด  
ขั้นตอนกรณี  
repeated sell

เพื่อให้การขายและให้บริการเหมาะสมในทางปฏิบัติยิ่งขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจสามารถลดขั้นตอนการขายและให้บริการที่ไม่จำเป็นได้ในกรณีที่ผู้ลงทุนได้มีการซื้อซ้ำ ดังนี้

(1) กรณีการซื้อผลิตภัณฑ์ครั้งแรก ผู้ประกอบธุรกิจดำเนินการตามที่กำหนดในเกณฑ์การขายและให้บริการครบทุกขั้นตอน

(2) กรณีที่ลูกค้าได้ลงทุนในผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้ลงทุนไปแล้วหรือใช้บริการซ้ำ (repeated sell) เช่น ซื้อซ้ำกองทุนรวมกองเดิม หรือ ซื้อซ้ำตราสารหนี้ตัวเดิม ผู้ประกอบธุรกิจอาจพิจารณาลดขั้นตอนการให้ข้อมูลเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ ดังนี้

- คนขายไม่จำเป็นต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าโดยละเอียดเช่นครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ เนื่องจากลูกค้าเคยลงทุนแล้ว จึงอยู่ในวิสัยที่จะเข้าใจลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

- กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ผู้ประกอบธุรกิจอาจไม่จำเป็นต้องให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงอีกครั้ง เนื่องจากลูกค้าได้รับทราบความเสี่ยงที่สำคัญในการเปิดบัญชีครั้งแรกไปแล้ว

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

#### 4.3.2 การขายและให้บริการผ่านช่องทาง online

การขายและให้บริการ online (เช่น ทางเว็บไซต์และ mobile application) มากขึ้น ซึ่งการทำธุรกรรมในรูปแบบดังกล่าวไม่จำเป็นต้องที่ลูกค้าทั้งทาง website ต้องได้รับบริการจากคนขาย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจสามารถกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการขายและ mobile application และให้บริการให้เหมาะสมกับการขายผ่านช่องทาง online ได้ โดยมีระบบควบคุมและระบบสอบทานเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับข้อมูล คำแนะนำ และบริการครบถ้วนถูกต้อง

##### ตัวอย่าง

- การแจก factsheet และการให้ข้อมูล peer fund performance : จัดให้มี weblink บนเว็บไซต์และ mobile application หรือช่องทางอื่นในการเปิดเผยข้อมูล factsheet และ peer fund performance เพื่อให้ลูกค้าได้มาซึ่งข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจลงทุน
- การอธิบายลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า : จัดให้มีข้อมูลสรุปลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ (ตาม factsheet/ marketing flyer) โดยแสดงไว้บนเว็บไซต์และ mobile application เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าไปอ่านข้อมูลดังกล่าวได้
- การให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยง : จัดให้มี pop-up คำเตือนสำคัญตามแบบรับทราบความเสี่ยงบนเว็บไซต์และ mobile application ซึ่งสามารถจัดให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงได้โดยไม่จำกัดรูปแบบในการดำเนินการ เช่น อ่านข้อความและ click รับทราบ

กรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนที่มีลักษณะพิเศษซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ (เช่น Basel III และ hedge fund) ผ่านทางเว็บไซต์และ mobile application ผู้ประกอบธุรกิจจัดให้มีวิธีการเพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้ารับทราบลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นครั้งแรก ตัวอย่างเช่น จัดให้มี ช่องทางการขายที่ทำให้ลูกค้าได้พบหรือพูดคุยกับคนขาย และได้รับคำแนะนำหรือสอบถามเพิ่มเติมหากมีข้อสงสัยกับคนขายได้โดยตรง (เช่น สาขาธนาคารพาณิชย์) หรืออาจใช้ช่องทางการขายอื่นที่ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับคนขายได้ (เช่น โทรศัพท์ Skype VDO conference)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบธุรกิจอาจพิจารณาให้บริการผ่านเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) ได้ เช่น การซื้อชั่งกองทุนรวมเดิม โดยมีระบบที่สามารถตรวจสอบได้ว่าลูกค้าที่ทำธุรกรรมผ่านตู้ ATM นั้นเป็นลูกค้าที่ได้รับคำแนะนำและบริการตามกระบวนการขายของตนมาแล้ว อย่างไรก็ตาม หากข้อมูล factsheet และ peer fund performance ของกองทุนรวมเดิมที่ลูกค้าต้องการซื้อชั่งนั้น มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการทำให้เป็นปัจจุบัน หรือ material event ต่าง ๆ เกิดขึ้น ให้มีระบบที่มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับทราบหรือมีช่องทางในการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ถ้ามี) เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ทั้งนี้ ให้ผู้ประกอบธุรกิจมีการดำเนินการที่เชื่อมั่นได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง

#### 4.4 กระบวนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง<sup>17</sup>

การปฏิบัติต่อ  
ลูกค้าที่เป็น  
vulnerable  
investors

ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบางควรได้รับความคุ้มครองมากกว่ากรณีปกติ ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แม้จะเป็นกลุ่มที่มีเงินจำนวนมากในการลงทุน แต่สำหรับผู้ลงทุนรายนั้น อาจเป็นเงินก้อนสุดท้ายในชีวิต ดังนั้น ให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีวิธีปฏิบัติที่ให้คนขายได้ตระหนักถึงการให้ความสนใจและใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ รวมถึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนี้ โดยกำหนดขั้นตอนการขายที่ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจลูกค้าประเภทดังกล่าว เพื่อให้รู้ถึงเป้าหมายการลงทุน และสามารถให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ หรืออาจพิจารณาเพิ่มกระบวนการให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้น

*ตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจอาจกำหนดขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้เพิ่มเติมจากกระบวนการปกติ ในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์และให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง*

- มีระบบให้ผู้จัดการสาขา หรือหัวหน้าส่วนงานมาเป็นผู้ตรวจสอบการให้บริการของคนขาย อีกครั้งว่า ธุรกิจของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวมีความเหมาะสมหรือไม่
- มีระบบ *post-sales monitoring* โดยมีการ *call-back client* ลูกค้าประเภทนี้ทุกราย

อย่างไรก็ดี ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีกระบวนการที่เชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้ารายใดไม่ได้เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์มากกว่า 10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจอาจดำเนินการตามกระบวนการในการขายและให้บริการเช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไปได้

#### 4.5 กระบวนการในการยืนยันตัวตนของลูกค้า (authentication)

authentication

ผู้ประกอบการต้องมีกระบวนการในการยืนยันตัวตนของลูกค้า (authentication) ที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนหรือการทำธุรกรรมดังกล่าวได้กระทำโดยลูกค้าหรือผู้ได้รับมอบอำนาจจากลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น การกำหนด OTP เพื่อใช้ในการยืนยันการส่งคำสั่ง internet trading

<sup>17</sup> ผู้ลงทุนซึ่งผู้ประกอบการต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงิน และการลงทุนอย่างจำกัด หรือไม่มีประสบการณ์การลงทุน ผู้ที่มีข้อจำกัด ในการสื่อสาร/ตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินหรือ การมองเห็น หรือมีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ

## 5. การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

การจ่าย  
ค่าตอบแทน  
คนขาย  
โดยคำนึงถึง  
คุณภาพ  
ในการให้บริการ

5.1 กำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่คนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยคนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องควรได้รับค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอาชีพ (non-sales KPI) มิใช่คำนึงถึงแต่ยอดขาย (sales KPI) เพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจระมัดระวังไม่ให้เกิด product-focused approach ซึ่งจะนำไปสู่ mis-selling และการเสนอขายหรือการให้คำแนะนำที่ขาดคุณภาพและขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้าได้

*ตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจควรมีการดำเนินการ เช่น*

*กำหนดให้มีหน่วยงานอิสระเพื่อสอบทานและประเมินคุณภาพการให้บริการของคนขายและหัวหน้างานที่รับผิดชอบด้านการขาย โดยมีกระบวนการในการให้คะแนนหรือจัดอันดับ (grading) คุณภาพการให้บริการของคนขาย ซึ่งจะนำมาเป็นตัวแปรในการคิดค่าตอบแทนให้แก่คนขาย โดยหน่วยงานอิสระดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ด้วยวิธีการสุ่มสอบทานจากหลักฐาน/เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และการสอบถามข้อมูลจากลูกค้าภายหลังการขาย และตัวแปรดังกล่าวพิจารณาจากกรณีบ่งชี้ถึงความผิดพลาดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่ไม่เหมาะสมซึ่งส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของลูกค้า เช่น คนขายเก็บข้อมูลลูกค้าไม่ครบถ้วน ให้คำแนะนำที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า ไม่สามารถอธิบายหรือให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ มีประวัติการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์*

การประเมินและ  
กำหนดมาตรการ  
ป้องกันความเสี่ยง  
จากโครงสร้าง  
จ่ายค่าตอบแทน

5.2 ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน เช่น ความเสี่ยงที่จะเกิดการเร่งขาย การให้ข้อมูลหรือคำเตือนไม่ครบถ้วน การขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า เจ้าหน้าที่ที่ไม่ใช่ IP/IC ให้คำแนะนำหรือเสนอขายกองทุนรวมแก่ลูกค้า โดยผู้ประกอบการต้องกำหนดมาตรการหรือมีเครื่องมือเพื่อป้องกันและจัดการความเสี่ยงดังกล่าว

## 6. การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

### 6.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน

การมีหน่วยงาน  
และบุคลากร  
ทำหน้าที่รับเรื่อง  
ร้องเรียน และ  
ระบบแจ้งช่อง  
ทางการร้องเรียน

6.1.1 มีหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรง โดยมีระบบแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางและวิธีการร้องเรียน ไม่ว่าจะเป็นการร้องเรียนการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของคนขายของตน โดยบอกขอบเขตของเรื่องที่สามารถร้องเรียนได้ ช่องทางและวิธีการร้องเรียนที่จะทำให้สามารถพิจารณาได้รวดเร็ว เช่น เอกสารหลักฐานและข้อมูลที่จำเป็น วิธีติดตามเรื่องร้องเรียน รวมถึงแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางร้องเรียนต่อทางการ เช่น สำนักงานที่หมายเลขโทรศัพท์ 1207

กระบวนการ  
รับเรื่องร้องเรียน  
ที่เป็นอิสระและ  
เป็นธรรม

6.1.2 มีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานในการรับและดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน โดยมั่นใจว่าหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนมีความเป็นอิสระ และได้รับการอบรมและฝึกปฏิบัติอย่างเหมาะสม ลูกค้าที่ร้องเรียนควรได้รับโอกาสที่จะให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ โดยมีการพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อความเป็นธรรม นอกจากนี้ ควรจัดทำสำเนาคำให้การที่เป็นการสัมภาษณ์ผู้ร้องเรียนและมอบให้แก่ผู้ร้องเรียนอีกชุดหนึ่งด้วย

การแก้ไขเรื่อง  
ร้องเรียนด้วย  
ความเป็นธรรม

6.1.3 แก้ไขเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม โดยพิจารณาทั้งข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมของแต่ละกรณี รวมถึงพิจารณาเหตุปัจจัยทั้งหมด เช่น วิธีปฏิบัติงานที่แท้จริง การให้สัญญาของคนขาย ข้อมูลของลูกค้า (customer profile)

การติดตามและ  
ประเมินเรื่อง  
ร้องเรียน

6.1.4 มีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการและพิจารณาดำเนินการตามแนวทาง/เงื่อนไข/ระยะเวลาที่กำหนด

การให้  
ความสำคัญกับ  
เรื่องร้องเรียน  
ที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ

6.1.5 เรื่องร้องเรียนถือเป็นสัญญาณเตือนถึงปัญหาของระบบงาน หากผู้ประกอบการธุรกิจได้รับเรื่องร้องเรียนในประเด็นหนึ่งประเด็นใดซ้ำ ๆ หรือเป็นการร้องเรียนคนขายรายหนึ่งรายใด หรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดซ้ำ ๆ หรือเป็นเรื่องร้องเรียนของลูกค้าที่มีลักษณะเดียวกันซ้ำ ๆ ให้มีการตรวจสอบให้พบต้นเหตุของปัญหา และ/หรือขยายการตรวจสอบโดยทันทีเพื่อหยุดความเสียหาย

### 6.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

การแก้ไข เยียวยา  
และชดเชย  
เรื่องร้องเรียน  
ที่เหมาะสมและ  
เป็นธรรม

ผู้ประกอบการธุรกิจมีมาตรฐานในการแก้ไขปัญหา เยียวยา หรือชดเชยให้แก่ลูกค้า ซึ่งรวมถึงการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนให้การจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสม รวมทั้งแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบความคืบหน้าเป็นระยะ และกำหนดปัจจัยในการพิจารณาแก้ไขเยียวยาหรือชดเชยให้เป็นธรรมและเท่าเทียมในกรณีที่มีลักษณะเดียวกัน

### 6.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

การหาสาเหตุ  
ของปัญหา  
เพื่อป้องกัน  
ไม่ให้เกิดซ้ำ

6.3.1 กำหนดผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาที่ทำให้เกิดเรื่องร้องเรียน และนำผลการวิเคราะห์ไปดำเนินการต่อ เช่น ประกอบการตรวจสอบ ประเมินผลการปฏิบัติงานของคนขาย รวมทั้งปรับปรุงวิธีปฏิบัติงาน/ระบบงาน เพิ่มการควบคุมและการสอบทาน รวมถึงมีการสื่อสารไปยังคนขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

การรายงาน  
ผู้บริหาร  
ระดับสูง

6.3.2 รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ และรวบรวมรายงานต่อสำนักงาน

## 7. การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)

ผู้ประกอบธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

### 7.1 การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงาน

การมีหน่วยงาน  
ติดตามและ  
ตรวจสอบ  
การปฏิบัติงาน

7.1.1 มีหน่วยงานรับผิดชอบการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานด้านการขายผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมในแต่ละระดับชั้นของการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน เช่น มี three lines of defense ได้แก่ ชั้นแรก คือ การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงานประจำวัน ชั้นที่สอง คือ การกำกับดูแลและตรวจสอบในลักษณะ oversight function ว่ามีการปฏิบัติงานเป็นไปตามที่กำหนดหรือไม่ และ ชั้นที่สาม คือ การบริหารความเสี่ยงและการตรวจสอบเพื่อประเมินความเพียงพอของมาตรการต่าง ๆ โดยทุกระดับชั้นควรเห็นร่วมกันในการกำหนดความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อที่จะมีเป้าหมายในการทำงานเดียวกัน

การระบุความเสี่ยง  
ที่มีโอกาสเกิดขึ้น

7.1.2 ประเมินขั้นตอนการขายและให้บริการทั้งหมด เพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกรุขฉวย และความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกเสนอขายผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ไม่เหมาะสมจนเกิดความเสียหาย

การวางระบบ  
ควบคุมความเสี่ยง  
ที่มีโอกาสเกิดขึ้น  
และการทำ  
self-monitoring

7.1.3 วางระบบควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาเกิดขึ้น (protect) เช่น maker & checker หรือ approval ที่ต้องเป็นคนละคนกับคนขาย และวางระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติ (detect) ได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที

ตัวอย่าง การกำหนดให้มีระบบงานควบคุมดูแลคุณภาพการปฏิบัติงานของคนขายในการขายและให้บริการ และการสอบทานการปฏิบัติงานด้านการขาย ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องดังต่อไปนี้

ก. ตรวจสอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของคนขายว่าเหมาะสมกับลูกค้าหรือไม่

ข. ดูแลการขายของคนขายในกรณีที่ต้องได้รับการอนุมัติพิเศษ เช่น การขายให้แก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง หรือการขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน

ค. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานของคนขายให้อยู่ในขอบเขตที่สามารถทำได้ตามคุณสมบัติหรือหน้าที่ที่กำหนด

ง. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานในส่วนการขาย การควบคุม และการสอบทาน ว่าเป็นไปตามที่ผู้ประกอบธุรกิจได้กำหนดวิธีปฏิบัติไว้หรือไม่ และต้องดำเนินการอย่างจริงจังหากพบว่ามีการปฏิบัติฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามอย่างครบถ้วน

ทั้งนี้ นอกจากผู้ประกอบธุรกิจจะกำหนดแนวทางการโฆษณาให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว ยังควรมีระบบควบคุมดูแลไม่ให้นักขายกระตุ้นหรือเร่งรัดการตัดสินใจของลูกค้าด้วยวิธีใด ๆ เพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนได้ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ไร้รางวัล

ของขวัญ หรือจ่ายคืนค่าซื้อ ให้แก่ลูกค้าเกินสมควร และกรณีผู้ประกอบการติดต่อก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนแก่ลูกค้าโดยไม่ได้เป็นความประสงค์ของลูกค้า ผู้ประกอบการควรจะมีระบบควบคุมดูแลการปฏิบัติงานดังกล่าวเพื่อมิให้มีการเร่งรัดหรือรบกวนลูกค้า และจัดทำ do not call list สำหรับลูกค้าที่ไม่ต้องการให้ติดต่ออีก

นอกจากนี้ ให้ผู้ประกอบการคำนึงถึงการวางระบบการติดตามตรวจสอบภายหลังการขาย และให้บริการ (self-monitoring) อย่างเหมาะสมด้วย เพื่อควบคุมให้การขายและให้บริการแก่ลูกค้าสอดคล้องกับกระบวนการขายและให้บริการที่ผู้ประกอบการกำหนด

ตัวอย่าง ผู้ประกอบการควรจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อดำเนินการ ดังนี้

- สุ่มตรวจการให้บริการของคนขาย (mystery shopping)
- call-back client หรือ client survey สำหรับ transaction ที่ สุ่มเสี่ยง เช่น การให้บริการลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง หรือลูกค้าที่ได้คะแนนจากการทำ suitability test ต่ำ แต่ประสงค์จะลงทุนในตราสารที่มีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่สูงกว่าคะแนนของตน (risk mismatch) หรือในสัดส่วนที่สูงกว่า asset allocation ที่ได้รับการแนะนำ หรือการให้บริการลูกค้ากรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนที่มีลักษณะพิเศษซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ เช่น Basel III และ hedge fund
- สุ่มฟังเทปการสนทนาเกี่ยวกับการขายและให้บริการระหว่างคนขายและลูกค้า

โดยหากพบว่ามีการขายหรือให้บริการที่ไม่เหมาะสม ผู้ประกอบการแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อปรับปรุง โดยตรวจสอบสาเหตุ รวมทั้งแก้ไขหรือดำเนินการอื่นใดตามความเหมาะสม และติดตามดูแลการเสนอขายผลิตภัณฑ์ เช่น ยอดขาย ข้อร้องเรียน คำแนะนำจากลูกค้า และแจ้งต่อผู้ออกผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า มีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับการเสนอขายต่อไป เนื่องจากผู้ประกอบการมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่าผู้ออกผลิตภัณฑ์

การจัดทำแผน  
ตรวจสอบความ  
เสี่ยงที่กำหนด

7.1.4 จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบที่มุ่งไปยังความเสี่ยงที่กำหนด โดยเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวิธีการ ขั้นตอน และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และตรวจสอบจากสิ่งบ่งชี้ความผิดปกติ โดยกำหนดว่าเหตุการณ์ลักษณะใดที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่ความเสี่ยงกำลังเกิดขึ้น

ตัวอย่าง กรณีที่ลูกค้าเปิดบัญชีกองทุนและรับสมุดบัญชีกองทุนไปแต่ไม่มีรายการซื้อขายเกิดขึ้นในระบบ ซึ่งอาจเป็นเหตุมาจากลูกค้าชำระเงินเพื่อซื้อกองทุนรวม แต่คนขายไม่จ่ายเงินเข้าไปในระบบ โดยลูกค้าได้รับหลักฐานเป็นสมุดบัญชีกองทุนจึงเชื่อว่าได้ทำรายการซื้อเรียบร้อยแล้ว หรือการที่กองทุนรวมที่ให้คำตอบแทนการขายแก่คนขายสูงเป็นพิเศษมีปริมาณขายที่สูงมากในบริเวณหรือสาขาหนึ่งสาขาใด อาจน่าสงสัยว่ามีการ mis-selling เกิดขึ้น

โดยในการกำหนดแผนการตรวจสอบครอบคลุมในทุกมิติ ทั้งด้านรูปแบบการขาย ในช่องทางต่าง ๆ ด้านพื้นที่ (เช่น สาขาหรือจังหวัด) ด้านลักษณะของธุรกรรม (เช่น การซื้อ การขาย การสับเปลี่ยน และกองทุนรวมหลายประเภท) และมีความถี่ของการตรวจสอบที่เหมาะสม รวมถึงมีวิธีการติดตาม และตรวจสอบที่หลากหลายสอดคล้องกับเป้าหมาย

ทั้งนี้ ฝ่ายงานที่ผู้ประกอบธุรกิจได้มอบหมายให้ทำหน้าที่ตรวจสอบ (เช่น ฝ่าย compliance และฝ่ายตรวจสอบกิจการภายใน) ร่วมกันจัดทำแผนตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่ามีความครอบคลุมเพียงพอ และไม่ปฏิบัติงานทับซ้อนกัน และฝ่ายอื่นที่มีการสอบทานหรือตรวจสอบการปฏิบัติงานภายในฝ่ายของตน แจ้งผลการสอบทานและตรวจสอบต่อฝ่าย compliance และฝ่ายตรวจสอบกิจการภายใน เพื่อให้สามารถวางแผนการตรวจสอบได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การรายงานผล  
การตรวจสอบ  
ต่อผู้บริหาร  
ระดับสูง

7.1.5 รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงในโอกาสที่สมควร โดยควรนำเสนอวิธีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงสั่งการด้วย

## 7.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน

การมีนโยบาย  
ป้องกัน conflicts  
ที่มีประสิทธิภาพ

7.2.1 ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือ ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน หรือจัดการไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงมาตรการทางวินัยกรณีมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด

การมีเครื่องมือ  
จัดการ conflicts  
ที่มีประสิทธิภาพ

7.2.2 มีเครื่องมือและวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และมีการสื่อสาร ให้ความรู้และทำความเข้าใจถึงมาตรการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว และสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตรวจสอบการ  
ปฏิบัติตาม  
มาตรการ

7.2.3 ตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และมีการดำเนินการ หากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด รวมถึงควรมีการประเมินความเสี่ยงและทบทวนมาตรการของผู้ประกอบธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

มาตรการป้องกัน  
การรั่วไหลของ  
ข้อมูล

7.2.4 กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล โดยแบ่งแยกหน่วยงานเป็นสัดส่วนตามหลัก Chinese wall และจัดเก็บและกำหนดการเข้าถึงข้อมูลตามหลัก need to know basis

staff dealing  
rules

7.2.5 กำหนดแนวทางในการกำกับดูแลและตรวจสอบการซื้อขายของคนขายที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในซึ่งอาจถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม (staff dealing)

## 8. ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

### 8.1 ระบบปฏิบัติการ

การจัดทำคู่มือ  
การปฏิบัติงาน

8.1.1 จัดทำคู่มือและ check list ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงจัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าว เพื่อให้คนขายเกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการทำงานและทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับบริการตามที่กำหนด

การกำหนด  
ขั้นตอน  
ระบบ operation  
ที่ชัดเจน  
และรัดกุม

8.1.2 กำหนดขั้นตอนสำหรับระบบปฏิบัติการหลังการขายผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและรัดกุม และมีระบบเพิ่มเติม เพื่อควบคุมดูแลการรับจ่ายเงินและป้องกันการทุจริตภัยออกเงิน รวมถึงแจ้งวิธีการปฏิบัติงานดังกล่าวให้ลูกค้าทราบด้วย

*ตัวอย่าง* กรณีของหน่วยลงทุน ระบบปฏิบัติการหลังการขายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ระบบการรับและส่งคำสั่งซื้อขายหน่วยลงทุนกับบริษัทจัดการ ระบบควบคุมการรับและจ่ายเงินค่าขายและรับซื้อคืนหน่วยลงทุนกับลูกค้าและบริษัทจัดการ ระบบควบคุมการออกเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องและระบบการติดตามสถานะการลงทุนของลูกค้า รวมทั้งมีระบบสอบทานที่มีประสิทธิภาพ โดยควรคำนึงถึงความเสี่ยงสำคัญอย่างครบถ้วน เช่น ความเสี่ยงที่ผู้รับคำสั่งมีช่องทางในการสร้างหลักฐานเท็จให้ลูกค้าเชื่อว่า ได้มีการทำรายการตามคำสั่งแล้ว เพื่อจะทำทุจริตต่อทรัพย์สินของลูกค้า เนื่องจากระบบสามารถพิมพ์เอกสารยืนยันว่าได้มีการทำรายการให้ลูกค้าแล้วทั้งที่ยังไม่ได้ส่งเงินเข้าระบบ หรือสามารถพิมพ์เอกสารยืนยันการทำรายการซ้ำได้หลายครั้ง หรือมีการส่งรายการซื้อหน่วยลงทุนหรือตราสารหนี้เข้าระบบแล้วยกเลิกโดยไม่มีหลักฐานว่าเป็นความประสงค์ของลูกค้า ซึ่งอาจเป็นสัญญาณว่า มีการรับเงินลูกค้าแต่ไม่ได้นำไปซื้อหน่วยลงทุนหรือตราสารหนี้ให้ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรวางระบบควบคุมเพิ่มเติมเพื่อป้องกันความเสี่ยง (protect) เช่น มี maker & checker และวางระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติ (detect) ได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที เช่น ให้ออกรายงานการแก้ไขหรือยกเลิกรายการทุกสิ้นวัน เพื่อตรวจสอบหาเหตุผลการแก้ไขหรือยกเลิก

การคำนึงถึง  
ความเสี่ยงที่  
อาจเกิดจาก  
การดำเนินการ  
เกี่ยวกับ  
ระบบ IT

8.1.3 กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) ความมั่นคงของระบบ : หากกำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เผื่อระวังภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นแก่ระบบ และมีแผนสำรองหากเกิดเหตุขัดข้องหรือระบบถูกแทรกแซงหรือถูกทำลาย

(2) ความปลอดภัยของข้อมูล : มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ข้อมูล เพื่อไม่ให้มีการล่วงรู้หรือถูกลักลอบนำออกไปหรือนำไปใช้ที่ไม่สมควร

(3) การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ : คำนึงถึงการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งาน เช่น โปรแกรมขึ้นค่าเดือนเมื่อลูกค้าต้องการขายผลิตภัณฑ์ที่ผิดเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ทางภาษี ควรมีการกำหนดข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ให้ครบถ้วน มีการประมวลผลที่ถูกต้อง และออกค่าเดือนหรือรายงานที่ชัดเจน ที่ผู้ปฏิบัติ สามารถเห็น เข้าใจ และนำไปแนะนำลูกค้าได้

ในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจขัดข้องหรือต้องปรับปรุงทั้งในส่วนระบบและโปรแกรม ผู้ประกอบธุรกิจควรให้ความสำคัญและแก้ไขโดยไม่ชักช้า โดยถือว่างานด้านการขายผลิตภัณฑ์มีความสำคัญไม่น้อยกว่างานด้านอื่นของผู้ประกอบธุรกิจ

## 8.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business Contingency Plan)

การกำหนดแผนฉุกเฉิน

8.2.1 กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวควรครอบคลุมวิธีปฏิบัติงานที่สำคัญที่ทำให้แน่ใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้าหรือจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ ต้องมีวิธีสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้า ทั้งก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ อย่างเหมาะสม

การทดสอบแผนฉุกเฉินและทบทวนแผนให้เป็นปัจจุบัน

8.2.2 ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหายได้ และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์

## 8.3 ระบบเพิ่มเติมกรณีใช้ Omnibus Account สำหรับการเสนอขายหน่วยลงทุน

การดูแลรักษาทรัพย์สินลูกค้า

8.3.1 ระบบการดูแลรักษาทรัพย์สินของลูกค้า : ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการควบคุมภายในที่สามารถป้องกันมิให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สินของลูกค้า เช่น การแยกทรัพย์สินลูกค้าออกจากทรัพย์สินบริษัท การสอบยืนยันทรัพย์สินของลูกค้า การกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลรักษาทรัพย์สินของลูกค้าให้เป็นอิสระจากหน่วยงานด้านการซื้อขาย กำหนดให้การจ่ายโอนทรัพย์สินของลูกค้าควรได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจ ซึ่งมีใช้ผู้ที่ทำหน้าที่จัดทำบัญชีทรัพย์สินและเก็บรักษาทรัพย์สินของลูกค้า

การมีระบบจัดทำรายชื่อที่ถูกต้องครบถ้วนเป็นปัจจุบัน

8.3.2 ระบบการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ถือหน่วยลงทุน : ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีระบบจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ถือหน่วยลงทุนที่แท้จริงให้ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน โดยมีการสอบถาม สืบกรองข้อมูล และยืนยันทรัพย์สินกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

8.3.3 ระบบการจัดการเกี่ยวกับสิทธิและผลประโยชน์ของลูกค้า (ผู้ถือหน่วยลงทุน) : ผู้ประกอบธุรกิจมีระบบงาน ดังนี้

การมีระบบจัดการสิทธิประโยชน์ที่มีประสิทธิภาพ

- ระบบการรับข้อมูลจากบริษัทจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา
- ระบบควบคุมการรับและจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุน ตามเวลาที่กำหนด
- ระบบการดำเนินการขอมติแก้ไขโครงการจัดการกองทุนรวม ตรวจนับมติ และนำเสนอผลให้บริษัทจัดการอย่างครบถ้วนถูกต้อง ภายในเวลาที่กำหนด

การมีระบบจัดทำ  
และส่งข้อมูล  
ให้ลูกค้าอย่าง  
ครบถ้วน ถูกต้อง

8.3.4 ระบบการนำส่งข้อมูล เอกสารหลักฐาน และรายงานให้แก่ลูกค้า : ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีระบบในการรับข้อมูลจากบริษัทจัดการ และมีระบบในการจัดทำและจัดส่งข้อมูลให้ลูกค้าอย่างครบถ้วนถูกต้องภายในเวลาที่กำหนดเช่นเดียวกับกรณีที่ลูกค้าได้รับตรงจากบริษัทจัดการ

#### 8.4 ระบบการเสนอราคาซื้อขายผลิตภัณฑ์ (ระบบงาน Dealer)

การเปิดเผย  
ราคาซื้อขาย  
ให้ชัดเจน

ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีระบบควบคุมดูแลราคาซื้อขายให้เป็นไปตามที่หลักเกณฑ์กำหนด โดยควรเปิดเผยราคาให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน และมีผู้รับผิดชอบต่อการเปิดเผยในทุกสถานที่ทำการซื้อขายให้มีความถูกต้องเป็นมาตรฐานเดียวกัน



ก.ล.ต. ดูแลตลาดทุน เพื่อให้คุณมั่นใจ  
[www.sec.or.th](http://www.sec.or.th) โทรศัพท์ 1207