

นโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงานเกี่ยวกับ

การออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์

(Product Governance)

และ

การติดต่อและให้บริการแก่ลูกค้า

(Sale Process)

พฤษภาคม 2564

VERSION CONTROL LOG

Version	Date of Issue / Revision	Prepared /Updated By	Approved By	Remarks
1.0	1 July 2017	Legal & Compliance	Board of Directors	New Policy to meet SEC's requirements
2.0	11 May 2021	Legal & Compliance	Board of Directors	<ol style="list-style-type: none"> 1. Add the Regional Product Committee ("RPC") to the relevant processes. 2. Update the department according to the new organizational structure.

1. บทนำ

นโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงานนี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำในการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ตลอดจนการติดต่อและให้บริการแก่ผู้ลงทุนและลูกค้าของบริษัทจัดการ โดยมุ่งหวังที่จะเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร และแนวทางการดำเนินงานที่ดีของพนักงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ลงทุนและลูกค้าเป็นสำคัญตามหลักธรรมาภิบาลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน (*Product Governance*) และการให้บริการอย่างเป็นธรรม (*Fair Dealing*)

1.1 วัตถุประสงค์

เพื่อให้บริษัทจัดการสามารถบรรลุเป้าหมายสำหรับการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ตลอดจนการติดต่อและให้บริการแก่ผู้ลงทุนและลูกค้า ตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกำหนด โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถช่วยให้ธุรกิจของบริษัทจัดการเติบโตได้อย่างยั่งยืน

1.2 ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงานนี้ใช้บังคับกับการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง การติดต่อและการให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนรวมทุกประเภทภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทจัดการ โดยความเข้มข้นในการดำเนินการอาจถูกผ่อนคลายลงตามลักษณะของกลุ่มผู้ลงทุนหรือลูกค้าเป้าหมาย เช่น ผู้ลงทุนสถาบัน ผู้ลงทุนรายใหญ่พิเศษ ผู้ลงทุนรายใหญ่ หรืออาจเพิ่มขึ้นหากเป็นผู้ลงทุนเปราะบาง (*vulnerable investors*) ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

1.3 การอนุมัติและรอบการทบทวน

นโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงานนี้จัดทำขึ้นโดยฝ่ายกฎหมายและตรวจการ โดยต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัท และต้องมีการทบทวนความเหมาะสมในด้านนโยบาย ระบบงาน และขั้นตอนปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่สมควรมีการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2. หน้าที่และความรับผิดชอบ

2.1 คณะกรรมการบริษัท

คณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก *product governance* และ *fair dealing* ตามเป้าหมายที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

2.2 คณะกรรมการบริหาร (Executive Committee)

คณะกรรมการบริหารมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการและควบคุมการดำเนินงานและการประกอบธุรกิจของบริษัทจัดการให้เป็นไปตามหลัก *product governance* และ *fair dealing* เพื่อบรรลุเป้าหมายที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด ซึ่งรวมถึงการพิจารณาให้ความเห็นชอบ และ/หรือ กำหนดนโยบาย เครื่องมือ วิธีการ และแนวทางในการดำเนินงานของบริษัทจัดการและพนักงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว

2.3 คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee(“LPC”))

คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee(“LPC”)) มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์และรายละเอียดเกี่ยวกับการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามหลัก *product governance* และ *fair dealing* ที่บริษัทจัดการกำหนด รวมทั้งทำการติดตามทบทวนผลและพิจารณาหาแนวทางแก้ไข หรือดำเนินการอื่นใด เพื่อให้การดำเนินงานของกองทุนเหมาะสมกับกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ ภาวะการแข่งขันและสภาพของตลาดในขณะนั้น นอกจากนี้ มีหน้าที่พิจารณาและกำหนดมาตรการในการป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

2.4 Regional Product Committee (“RPC”)

Regional Product Committee (“RPC”) หน้าที่ความรับผิดชอบในการพิจารณาและเสนอแนะการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทและความต้องการของตลาด รวมทั้งติดตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์และการทำหน้าที่ของตัวกลางในการเสนอขายหน่วยลงทุน

2.5 สายงานพัฒนาธุรกิจ

สายงานพัฒนาธุรกิจมีหน้าที่รับผิดชอบหลักในการกำหนดแผนงาน กลยุทธ์การตลาด และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมตลอดจนการให้บริการและการติดต่อสื่อสารกับผู้ลงทุน ลูกค้า ผู้สนับสนุนการขาย ตัวแทนขาย และบุคคลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ให้เป็นไปตามนโยบายนี้ โดยประธานเจ้าหน้าที่การตลาดจะเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการควบคุมดูแลเพื่อให้การทำงานของหน่วยงานภายใต้สายงานพัฒนาธุรกิจ และการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับนโยบายนี้

2.5.1 ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุน

ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการจัดหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ด้านการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนให้มีความเหมาะสมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายและนำเสนอข้อมูลและ

แนวทางแก้ไขเพื่อให้ คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee (“LPC”) และคณะกรรมการ Regional Product Committee (“RPC”) ใช้ประกอบการพิจารณาอนุมัติแนวทางแก้ไขหรือกลยุทธ์ในการบริหารจัดการจัดการกองทุน นอกจากนี้ มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเตรียมเอกสารทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผลิตภัณฑ์กองทุนของบริษัทจัดการ รวมทั้งการอบรมคนขายร่วมกับฝ่ายธุรกิจตัวแทนขาย

2.5.2 ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขาย

ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการจัดหาและประเมินคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายทั้งรายใหม่และรายปัจจุบัน รวมถึงการสื่อสารและการอบรมแก่ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย รวมตลอดจนพนักงานขายของบริษัทจัดการเพื่อให้อำนาจบุคคลดังกล่าวสามารถนำไปอธิบายเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนให้กลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายทราบได้อย่างถูกต้องครบถ้วน และเพียงพอเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน

2.5.3 ฝ่ายบริการนักลงทุน

ฝ่ายบริการนักลงทุนมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการให้บริการเกี่ยวกับการขายและหลังการขายแก่ลูกค้าของบริษัทจัดการและผู้ลงทุนทั่วไป รวมทั้ง เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการบริหารจัดการข้อร้องเรียน และ/หรือ ข้อเสนอแนะ ในการบริหารจัดการกองทุนและการให้บริการของบริษัทจัดการ

2.5.4 ฝ่ายสนับสนุนธุรกิจ

ฝ่ายสนับสนุนธุรกิจมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านจัดเตรียมเอกสารประกอบการขาย การประสานงาน และการสื่อสารข้อมูลระหว่างบริษัทจัดการและผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย รวมทั้งทำหน้าที่ในการติดต่อกลับไปยังลูกค้า (call back) เพื่อให้อำนาจได้ว่าพนักงานขายของบริษัทจัดการได้ดำเนินการเป็นไปตามขั้นตอนปฏิบัติงานที่กำหนด โดยเฉพาะในกรณีของลูกค้ารายย่อยที่มีความเปราะบาง (vulnerable investors) พนักงานขายได้ให้ความสนใจและใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ

2.6 สายงานปฏิบัติงาน

2.6.1 ฝ่ายสนับสนุนผลิตภัณฑ์

ฝ่ายสนับสนุนผลิตภัณฑ์มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านจัดเตรียมเอกสารในการจัดตั้งกองทุนรวม เพื่อเสนอให้สำนักงาน ก.ล.ต. พิจารณานุมัติ รวมตลอดจนทำการแก้ไขปรับปรุงข้อมูลในเอกสารต่างๆ ดังกล่าว ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และสอดคล้องกับกฎระเบียบและลักษณะของกองทุนดังกล่าว

2.7 ฝ่ายบริหารความเสี่ยง

ฝ่ายบริหารความเสี่ยงมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการวิเคราะห์และบริหารการควบคุมความเสี่ยงของบริษัทจัดการและผลการดำเนินงานของกองทุนภายใต้การบริหารจัดการ และร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์กองทุนรวมใหม่ที่จะออกเสนอขาย รวมทั้งรับผิดชอบในการรวบรวม ประเมินผล และบริหารจัดการแผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (*Business Contingency Plan*) อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อความมั่นใจว่าบริษัทจัดการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง¹

2.8 ฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

ฝ่ายกฎหมายและตรวจการมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านกำกับดูแลการปฏิบัติงานโดยรวมของบริษัทจัดการให้เป็นไปตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด ซึ่งรวมถึงการกำกับดูแลการปฏิบัติงานในการออกและเสนอขายกองทุนรวม ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกฎระเบียบและประสานงานกับทางการ นอกจากนี้จะจัดทำแผนการตรวจสอบในกระบวนการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัทจัดการเพื่อประเมินและนำเสนอให้คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูงรับทราบถึงผลการตรวจสอบดังกล่าว รวมทั้ง รับผิดชอบหลักในการประเมินและบริหารจัดการข้อร้องเรียนต่างๆ เพื่อให้แน่ใจว่าบริษัทจัดการได้จัดการและดำเนินการตามแนวทาง เงื่อนไข และกำหนดระยะเวลาที่กำหนดซึ่งเป็นธรรมเนียมและทำเทียมแก่ลูกค้าของบริษัทจัดการ และ/หรือ ผู้ลงทุนทั่วไป

¹ โปรดอ้างอิงรายละเอียดของนโยบาย *Business Continuity Management Policy and Guideline* ใน *icenter/Risk Management and Performance Department/Policy*

3. นโยบายในการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (Product Governance)

3.1 เป้าหมาย

บริษัทจัดการได้กำหนดเป้าหมายในการออกและเสนอผลิตภัณฑ์กองทุนรวม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

เป้าหมายที่ 1: กองทุนรวมถูกออกแบบโดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์สูงสุดของกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย

เป้าหมายที่ 2: บริษัทจัดการเข้าใจลักษณะและความเสี่ยงของกองทุนรวมอย่างแท้จริง

เป้าหมายที่ 3: กองทุนรวมถูกเสนอขายให้เฉพาะกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย ผ่านช่องทางที่เหมาะสม

เป้าหมายที่ 4: บริษัทจัดการเข้าใจลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของกองทุนรวมและกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายของกองทุนรวม

เป้าหมายที่ 5: ผู้ลงทุนเข้าใจในลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของกองทุนรวมอย่างแท้จริงก่อนการตัดสินใจลงทุน

เป้าหมายที่ 6: บริษัทจัดการติดตามดูแลกองทุนรวมและการทำหน้าที่ของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายในการเสนอขายหน่วยลงทุนอย่างต่อเนื่อง โดยหากมีปัญหาเกิดขึ้นจะมีการดำเนินการอย่างเหมาะสม

3.2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (Product Development)

บริษัทจัดการได้กำหนดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวมเพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายของกองทุนรวมที่จะออกและเสนอขาย โดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

3.2.1 การกำหนดกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย (identification of target market)

คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์ (Local Product Committee (“LPC”) และ Regional Product Committee (“RPC”) มีหน้าที่พิจารณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการสำหรับการกำหนดกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย โดยพิจารณาถึงลักษณะของผู้ลงทุน ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของการลงทุนผู้ลงทุน รวมถึงปัจจัยและเงื่อนไขอื่นๆ เช่น ประเภทผู้ลงทุน ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ สถานภาพทางการเงิน ข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของผู้ลงทุน เป็นต้น ทั้งนี้ ตามที่เห็นสมควรและเหมาะสมกับสภาพธุรกิจ ในขณะที่

3.2.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (product design)

คณะกรรมการ คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee(“LPC”) และ Regional Product Committee (“RPC”) มีหน้าที่พิจารณาและเสนอแนะการออกแบบผลิตภัณฑ์กองทุนรวม เพื่อให้มั่นใจว่ากองทุนรวมดังกล่าวถูกออกแบบโดยคำนึงถึงประโยชน์และความต้องการของกลุ่มผู้ลงทุน เป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งมีมาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยมีการเก็บเอกสารหลักฐานในการพิจารณาออกกองทุนรวมให้สามารถตรวจสอบได้

ปัจจัยในการพิจารณาถึงความสอดคล้องและเหมาะสมของกองทุนรวมกับกลุ่มผู้ลงทุน เป้าหมายในการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

- นโยบาย ลักษณะ และผลตอบแทนของกองทุนรวม
- ความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง
- ความซับซ้อนของการลงทุนเพื่อกองทุนรวม
- เงื่อนไขในการจ่ายผลตอบแทน
- อัตราและโครงสร้างค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายที่เรียกเก็บ
- เงื่อนไขอื่นๆ เช่น ข้อเสนอแนะของผู้สนับสนุนการขายและผู้ลงทุน หรือข้อร้องเรียนในอดีต เป็นต้น

ทั้งนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee(“LPC”) และ คณะกรรมการ Regional Product Committee (“RPC”) มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาจัดประเภทของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมตามลักษณะของกองทุนซึ่งอาจมีการแก้ไขเป็นครั้งคราวตามที่เห็นสมควร โดยในกรณีที่ได้กำหนดลักษณะกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ต้องมีการพิจารณาอย่างละเอียดเพื่อให้มั่นใจว่าแนวทางการเสนอขายมีความเหมาะสมกับลักษณะกองทุนดังกล่าว

นอกจากนี้ คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee(“LPC”) ต้องกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับการทดสอบผลิตภัณฑ์กองทุนรวมก่อนการเสนอขายหน่วยลงทุน ซึ่งรวมถึง รูปแบบและวิธีการประเมินความเสี่ยงที่เหมาะสมและเป็นธรรมกับผู้ลงทุนกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สมมติฐานที่เหมาะสม

3.3 การคัดเลือกผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กองทุนรวม (Distributor Selection and Communication)

บริษัทจัดการได้กำหนดกระบวนการคัดเลือกผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย รวมทั้งมีแนวทางการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมและกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายไปยังผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายเพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายเข้าใจถึงลักษณะและความเสี่ยงของกองทุนรวมที่เสนอขาย และสามารถเสนอขายกองทุนรวมแก่กลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และผู้ลงทุนได้รับข้อมูลเพียงพอที่จะสามารถทำความเข้าใจกองทุนรวมก่อนการตัดสินใจลงทุน ดังต่อไปนี้

3.3.1 การคัดเลือกผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายในการเสนอขายหน่วยลงทุน

ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายมีหน้าที่ทำการประเมินคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายรายใหม่ก่อนที่บริษัทจัดการจะทำการแต่งตั้งให้ทำหน้าที่ขาย ให้คำแนะนำ และให้บริการด้านอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวมของบริษัทจัดการ โดยต้องจัดให้มีเอกสารหลักฐานในการพิจารณาและคัดเลือกผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายดังกล่าวเป็นลายลักษณ์และต้องได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายจะต้องทำการทบทวนคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายของบริษัทจัดการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และจัดทำรายงานสรุปผลการประเมินและนำเสนอให้แก่ประธานเจ้าหน้าที่การตลาดเพื่อพิจารณาอนุมัติ พร้อมทำสำเนาเรียนประธานเจ้าหน้าที่บริหารและหัวหน้าฝ่ายกฎหมายและตรวจการเพื่อรับทราบ ทั้งนี้ โดยใช้แบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบและเห็นชอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

3.3.2 การสื่อสารข้อมูลกับผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย

ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมที่จำเป็น เพื่อให้ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายมีข้อมูลที่เพียงพอที่จะสามารถทำความเข้าใจกองทุนรวมที่จะเสนอขาย และนำไปอธิบายให้กลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายทราบได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเพียงพอเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ทั้งนี้ บริษัทจัดการอาจจัดให้มีเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายสามารถอธิบายข้อมูลกองทุนรวมให้ผู้ลงทุนเข้าใจได้ง่าย และ บริษัทจัดการต้องจัดให้มีช่องทางการติดต่อประสานงาน (on-going) ระหว่างบริษัทจัดการและผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายเพื่อให้การสื่อสารข้อมูลเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารและข้อมูลเกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่จัดทำให้แก่ผู้สนับสนุนการขาย และตัวแทนขายควรอยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย มีเนื้อหาที่ชัดเจน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน และไม่ทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญของกองทุนรวม โดยต้องได้รับการพิจารณาและตรวจสอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการก่อนนำไปใช้ ตามวิธีการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ในแนวปฏิบัติในการจัดทำเอกสารการขายและการตลาดที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

3.3.3 การสื่อสารข้อมูลกับผู้ลงทุน

บริษัทจัดการต้องจัดให้มีวิธีการสื่อสารข้อมูลเพื่อมั่นใจว่าผู้ลงทุนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมที่เพียงพอที่จะสามารถทำความเข้าใจกองทุนรวมดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุนได้

เอกสารและข้อมูลเกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่จัดทำให้แก่ผู้ลงทุนควรอยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย มีเนื้อหาที่ชัดเจน เพียงพอ เป็นปัจจุบัน และไม่ทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญของกองทุนรวม โดยต้องได้รับการพิจารณาและตรวจสอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการก่อนนำไปใช้ตามวิธีการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ในแนวปฏิบัติในการจัดทำเอกสารการขายและการตลาดที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

3.4 การติดตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมและการทำหน้าที่ของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขาย ในการเสนอขายหน่วยลงทุน(*product and distributor monitoring*)

บริษัทจัดการได้กำหนดกระบวนการในการติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวมเพื่อให้อมั่นใจว่ากองทุนรวมยังคงมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย และผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายสามารถทำหน้าที่ในการเสนอขายหน่วยลงทุนแก่กลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายซึ่งมีความเข้าใจในกองทุนรวมก่อนการตัดสินใจลงทุน ดังต่อไปนี้

3.4.1 การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม

ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการติดตามและตรวจสอบกองทุนรวมที่ออกและเสนอขายเพื่อมั่นใจว่า กองทุนรวมดังกล่าวยังเหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย ทั้งนี้ตามความถี่ในการทบทวนที่สอดคล้องกับลักษณะของกองทุนรวมดังกล่าว

นอกจากนี้ ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนมีหน้าที่ติดตามสถานะการณ์และวิเคราะห์ที่กรณีที่พบว่า ผลการดำเนินงานของกองทุนรวมไม่เหมาะสมหรือไม่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย หรือมีเหตุการณ์ที่มีนัยสำคัญ (*material event*) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลการตัดสินใจลงทุน

ของผู้ลงทุน หรือกระทบกับผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนรวมอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อนำเสนอให้ คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์(Local Product Committee (“LPC”) ทำการพิจารณาหาแนวทางแก้ไขหรือ ดำเนินการใดๆ ที่เหมาะสม เช่น การเปิดเผยข้อมูลผลกระทบ หรือการสื่อสารให้ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทน ขายทราบเพื่ออธิบายต่อผู้ลงทุน เป็นต้น

3.4.2 การติดตามการทำหน้าที่ของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายในการเสนอขายหน่วยลงทุน (distributor monitoring)

ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการกำหนดวิธีการติดตามและทำตรวจสอบการทำหน้าที่ ของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายในการเสนอขายหน่วยลงทุนเพื่อมั่นใจว่า ผู้สนับสนุนการขายและ ตัวแทนขายได้ขายหน่วยลงทุนให้แก่กลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายที่กำหนด และผู้ลงทุนมีความเข้าใจ อย่างเพียงพอใน กองทุนรวมดังกล่าว

ในกรณีที่ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายเกิดข้อสงสัยและมีหลักฐานอันสมควรและเพียงพอที่เชื่อได้ว่า ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายมีวิธีการเสนอขายหรือช่องทางการขายที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุน เป้าหมาย ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายต้องทำการแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่การตลาดเพื่อพิจารณาตรวจสอบสาเหตุ และ กำหนดแนวทางแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ ตามความเหมาะสม พร้อมทั้งทำสำเนาเรียนประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายกฎหมายและตรวจการเพื่อรับทราบ

4. นโยบายในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์กองทุน (Fair Dealing)

4.1 เป้าหมาย

บริษัทจัดการได้กำหนดเป้าหมายในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์กองทุนรวม เพื่อให้ลูกค้าและผู้ลงทุนซึ่งเป็นผู้ให้บริการได้รับข้อมูล การปฏิบัติ คำแนะนำ และการจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการลงทุนใน ผลิตภัณฑ์กองทุนรวมอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถช่วย ให้ธุรกิจของบริษัทจัดการเติบโตได้อย่างยั่งยืน และลดความเสี่ยงในการเกิด mis-selling และการทุจริตต่อ ทรัพย์สินลูกค้า หรือที่เรียกว่า fair dealing จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

เป้าหมายที่ 1: ลูกค้ามั่นใจว่าได้ติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้ความสำคัญโดยยึดหลัก fair dealing เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

เป้าหมายที่ 2: ผลิตภัณฑ์และบริการถูกคัดเลือกและออกแบบให้ตอบสนองกับความเหมาะสม และความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป้าหมายที่ 3: ลูกค้าได้รับข้อมูลและการบอกกล่าวที่ชัดเจนและเหมาะสมจากคนขาย

เป้าหมายที่ 4: ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณภาพและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสถานการณ์ของลูกค้า

เป้าหมายที่ 5: ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความคาดหวัง

เป้าหมายที่ 6: ลูกค้าไม่ประสบกับอุปสรรคหรือความไม่สะดวกอย่างไม่สมเหตุสมผลภายหลังการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการยื่นเรื่องร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายจากการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจ

4.2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)

ความมุ่งหวัง

บริษัทจัดการได้กำหนดกระบวนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะนำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้า ดังต่อไปนี้

4.2.1 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์

คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์ (Local Product Committee (“LPC”) และ คณะกรรมการ Regional Product Committee (“RPC”) มีหน้าที่ในการพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์กองทุนรวมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนและฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายมีหน้าที่หลักในการเตรียมความพร้อมของพนักงานขายและกระบวนการขายของบริษัทจัดการก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์กองทุนรวมออกขายให้แก่ลูกค้าของบริษัทจัดการและผู้ลงทุนทั่วไป

4.2.2 การจัดกลุ่มลูกค้า

คณะกรรมการพิจารณาผลิตภัณฑ์ (Local Product Committee (“LPC”) มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาจัดประเภทของลูกค้าให้เหมาะสมซึ่งอาจมีการแก้ไขเป็นครั้งคราวตามที่เห็นสมควร

² คนขาย หมายถึง ผู้สนับสนุนการขาย ตัวแทนขาย และพนักงานของบริษัทจัดการที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ขายและให้คำแนะนำการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์กองทุนรวมแก่นักลงทุน/ลูกค้าของบริษัทจัดการ ซึ่งเป็นผู้ได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ให้เป็นผู้วางแผนการลงทุน (IP) และ/หรือผู้แนะนำการลงทุน (IC) แล้วแต่กรณี

4.3 การจัดให้มีคนขายที่มีคุณสมบัติและความสามารถ (Competency of Sales Representatives) เนื่องจากประเภท ลักษณะ และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น บริษัทจัดการเห็นความสำคัญในคุณสมบัติและความสามารถในการขายและการให้คำแนะนำของคนขาย จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

4.3.1 พนักงานขายของบริษัทจัดการ

บริษัทจัดการมีหน้าที่ทำให้มั่นใจว่า พนักงานของบริษัทจัดการที่รับผิดชอบในการขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (“พนักงานขาย”) อย่างน้อยมีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีคุณสมบัติตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด
- มีประสบการณ์ หรือความรู้ความสามารถ หรือทักษะในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายได้อย่างมีประสิทธิภาพตามลักษณะของผลิตภัณฑ์
- มีความซื่อสัตย์สุจริตยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ
- ไม่มีปัญหาด้านการเงินอันอาจส่งผลต่อการปฏิบัติหน้าที่

ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลมีหน้าที่ทำการตรวจสอบคุณสมบัติของพนักงานขายก่อนเริ่มปฏิบัติงานและทบทวนคุณสมบัติของพนักงานขายดังกล่าวอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

บริษัทจัดการห้ามมิให้พนักงานที่ไม่มีหน้าที่โดยตรงหรือได้รับมอบหมายในการทำหน้าที่ขายหรือให้คำแนะนำการลงทุนทำการขายหรือแนะนำการลงทุนให้ลูกค้าแม้ว่าพนักงานดังกล่าวจะได้รับอนุญาตในการติดต่อผู้ลงทุนหรือผู้แนะนำการลงทุนจากสำนักงาน ก.ล.ต. ก็ตาม

4.3.2 ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายของบริษัทจัดการ

บริษัทจัดการมีหน้าที่ทำให้มั่นใจว่า ผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายที่ได้รับการแต่งตั้งของบริษัทจัดการ รวมทั้งบุคคลากรที่รับผิดชอบในการขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ของบุคคลดังกล่าว (รวมเรียกว่า “ตัวแทนขาย”) มีคุณสมบัติและได้รับความเห็นชอบตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด และทำหน้าที่เป็นไปตามที่กำหนดในสัญญาแต่งตั้งผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายหน่วยลงทุน รวมตลอดถึงคู่มือการขายหน่วยลงทุนของบริษัทจัดการ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายจะต้องทำการทบทวนคุณสมบัติและความเหมาะสมของผู้สนับสนุนการขายและตัวแทนขายของบริษัทจัดการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และจัดทำรายงานสรุปผลการ

ประเมินและนำเสนอให้แก่ประธานเจ้าหน้าที่การตลาดเพื่อพิจารณาอนุมัติ พร้อมทำสำเนาเรียนประธานเจ้าหน้าที่บริหารและหัวหน้าฝ่ายกฎหมายและตรวจการเพื่อรับทราบ ทั้งนี้ โดยใช้แบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบและเห็นชอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

4.4 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)

บริษัทจัดการได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการสื่อสาร การฝึกอบรม และการฝึกปฏิบัติที่เพื่อทำให้คนขายได้รับรู้การเปลี่ยนแปลงและการป้องกันความเสี่ยง และข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เหมาะสมและเพียงพอ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

4.4.1 การสื่อสารกับคนขาย

ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนและฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายเป็นผู้รับผิดชอบหลักในด้านการสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงานขายและคนขาย ซึ่งรวมถึงการกำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบวิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสมกับลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์

4.4.2 การฝึกอบรมแก่คนขาย

ฝ่ายกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์การลงทุนและฝ่ายธุรกิจตัวแทนขายเป็นผู้รับผิดชอบหลักให้การจัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของคนขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนขายที่เสนอขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อนเพื่อให้สามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีคุณภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับลูกค้า

ในส่วนพนักงานขายของบริษัทจัดการ และ/หรือ ตัวแทนขายที่ได้มอบหมายให้บริษัทจัดการทำหน้าที่อบรมการขายผลิตภัณฑ์ บริษัทจัดการอาจมีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้โดยจัดให้มีการทดสอบหลังการเข้าอบรมตามที่เห็นสมควร

นอกจากนี้ ในส่วนพนักงานขายของบริษัทจัดการ บริษัทจัดการได้กำหนดไม่ให้พนักงานขายที่ยังไม่ได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ขายหรือแนะนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจนกว่าจะได้รับการอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีที่บริษัทจัดการได้จัดให้บุคคลอื่นเป็นผู้จัดอบรมให้แก่คนขาย ฝ่ายธุรกิจตัวแทนขาย ต้องควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรมนั้นด้วย

4.5 กระบวนการขาย (Sales Process)

บริษัทจัดการได้กำหนดกระบวนการขายโดยมุ่งหวังเพื่อให้การให้บริการและคำแนะนำแก่ลูกค้า และ/หรือ ผู้ลงทุนทั่วไปมีความเป็นธรรมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้า ไม่เอาเปรียบในความไม่รู้ของลูกค้า อันทำให้ลูกค้าได้รับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ได้รับข้อมูลและบริการครบถ้วนตามควร และสามารถตัดสินใจลงทุนได้ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง

4.5.1 วิธีปฏิบัติในกระบวนการขาย

บริษัทจัดการได้จัดให้มีคู่มือการขายเพื่อให้พนักงานขายของบริษัทจัดการสามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ตนควรปฏิบัติให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท และตอบสนองต่อเป้าหมายการลงทุนและความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้

4.5.2 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายผลิตภัณฑ์และความเสี่ยง

ฝ่ายสนับสนุนผลิตภัณฑ์และฝ่ายสนับสนุนธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการจัดให้มีเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย มีความถูกต้อง และมีการเน้นข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนเพื่อให้พนักงานขายสามารถให้ประกอบการขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม โดยเอกสารและข้อมูลดังกล่าวที่ไม่ได้ผ่านการอนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. ต้องได้รับการพิจารณาและตรวจสอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการก่อนนำไปใช้ ตามวิธีการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ในแนวปฏิบัติในการจัดทำเอกสารการขายและการตลาดที่จัดทำขึ้นโดยฝ่ายกฎหมายและตรวจการ

สำหรับกรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ซึ่งยากที่จะรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการแนะนำและให้ข้อมูล (เช่น Basel III และ hedge fund) บริษัทจัดการจะกำหนดเครื่องมือที่จะสามารถช่วยอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น และมองเห็นภาพการลงทุนได้ชัดเจนขึ้น เช่น การนำเสนอภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับข้อความและเสียงควบคู่กัน (video clip และ visualized presentation) เป็นต้น

4.5.3 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

พนักงานขายของบริษัทจัดการ ต้องทำการสอบถามข้อมูลเพื่อทำความรู้จักตัวตนของลูกค้า (Know Your Customers)³ และทำการประเมินความเหมาะสมในการลงทุน (Suitability) อันจะทำให้สามารถให้คำแนะนำและวางแผนการลงทุนให้แก่ลูกค้าแต่ละรายได้อย่างเหมาะสม โดยใช้แบบฟอร์มตามที่บริษัทจัดการกำหนด

บริษัทจัดการอาจพิจารณาเว้นการประเมินความเหมาะสมในการลงทุนกับลูกค้า (Suitability Test) ในกรณีที่เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการติดต่อและให้บริการลูกค้า เช่น กรณีลูกค้าเป็นผู้ลงทุนสถาบัน (institutional investor : II) หรือเป็น HNW ที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลซึ่งแสดงเจตนาเป็นลายลักษณ์อักษรที่จะไม่รับการประเมินความเหมาะสมในการลงทุนหรือการทำธุรกรรม (opt out) เป็นต้น

4.5.4 การประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้า (knowledge assessment)

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน พนักงานขายของบริษัทจัดการมีหน้าที่สอบถามเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้า เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าว ทั้งนี้ โดยใช้แบบฟอร์ม (Knowledge Assessment) ตามที่บริษัทจัดการกำหนด โดยมีวิธีการประเมินเป็นไปตามที่ระบุไว้ในคู่มือการขาย

4.5.5 ระบบตรวจสอบและเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า

พนักงานขายของบริษัทจัดการต้องดำเนินการให้ลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง และให้ลูกค้าลงนามในเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดด้วยตนเองเท่านั้น

นอกจากนี้ พนักงานขายต้องรวบรวมและนำส่งเอกสารของลูกค้าให้แก่หน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อจัดเก็บตามขั้นตอนการจัดเก็บเอกสารลูกค้าของบริษัทจัดการ และทำการทบทวนและปรับปรุงข้อมูลของลูกค้าให้เป็นปัจจุบัน เช่น กรณีลูกค้าแจ้งเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัว ตามหลักเกณฑ์ข้างต้น

³ โปรดอ้างอิงรายละเอียดในการทำ KYC ที่ระบุในนโยบาย UOBAMTH AML/CFT Policy and Procedures ใน icenter/Legal and Compliance/Announcement

4.5.6 การเปิดเผยข้อมูลให้แก่ลูกค้า

พนักงานขายของบริษัทจัดการต้องดำเนินการเปิดเผยข้อมูลดังต่อไปนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำและข้อมูลของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน

- ลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์
- ข้อกำหนดและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุน
- อัตราค่าธรรมเนียมและวิธีการเรียกเก็บ
- ข้อจำกัดในการขายคืนหรือสับเปลี่ยนหน่วยลงทุนและค่าปรับ (ถ้ามี)

พนักงานขายต้องใช้เอกสารการขายและข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการอนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. หรือผ่านการตรวจสอบจากฝ่ายกฎหมายและตรวจการแล้วเท่านั้นเพื่อใช้ในการอธิบายและแจกจ่ายให้แก่ลูกค้าในกรณีที่ลูกค้าร้องขอ นอกจากนี้ พนักงานขายต้องชี้ให้ลูกค้าให้ความสนใจในส่วนของคุณค่าเตือน ข้อสงวนสิทธิ์ และข้อยกเว้นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อันอาจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน พนักงานขายของบริษัทจัดการมีหน้าที่เพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

- ทำความเข้าใจกับลูกค้าว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่สามารถขายให้แก่ลูกค้าได้หากลูกค้าไม่ได้รับคำแนะนำและอาจต้องมีขั้นตอนพิเศษ โดยต้องอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนให้ลูกค้าทราบถึงความเสี่ยงหรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป รวมถึงให้ข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเนื่องจากผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง
- อธิบายลูกค้าถึงเหตุการณ์หรือสถานการณ์เชิงลบอย่างมากที่สุดที่อาจเกิดขึ้น (worst case scenario) เช่น ผลขาดทุนสูงสุดหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว

4.5.7 การให้คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน

พนักงานขายของบริษัทจัดการต้องให้คำแนะนำเรื่องจัดสรรการลงทุน (*asset allocation*) ที่สอดคล้องกับผลประเมินความเหมาะสมในการลงทุนแก่ลูกค้า โดยระดับและขอบเขตของการให้คำแนะนำขึ้นอยู่กับประเภทของใบอนุญาตของพนักงานขาย ดังนี้

- **ใบอนุญาต IC** สามารถให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของลูกค้า และให้คำแนะนำเบื้องต้นเรื่อง asset allocation ที่บริษัทจัดการจัดทำเป็นคำแนะนำในรูปแบบมาตรฐาน (basic asset allocation)
- **ใบอนุญาต IP** นอกจากจะทำหน้าที่ให้คำแนะนำเช่นเดียวกับ IC แล้ว สามารถวางแผนการลงทุน โดยการกำหนดกลยุทธ์ และแผนการปฏิบัติการลงทุน ด้วยการจัดพอร์ตการลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงได้

ในกรณีที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ หรือไม่ปฏิบัติตาม asset allocation ที่แนะนำ (Risk Mismatch) พนักงานขายต้องใช้เวลาในการพูดคุยอธิบายมากกว่าปกติ เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้ามีความเข้าใจในความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อย่างถ่องแท้ และมีระบบการแจ้งเตือนบันทึกหลักฐานประกอบการขายหรือการให้บริการด้วย

นอกจากนี้ บริษัทจัดการต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงเหตุการณ์สำคัญ (Material Event) ที่อาจส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้แก่ลูกค้าได้อย่างทันเหตุการณ์

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน พนักงานขายของบริษัทจัดการมีหน้าที่เพิ่มเติม โดยต้องดำเนินการให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงและข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์และลงนามในแบบรับทราบความเสี่ยงตามรูปแบบมาตรฐานที่สำนักงาน ก.ล.ต.กำหนด หรือแบบรับทราบความเสี่ยงผ่านการพิจารณาอนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. แล้วเท่านั้น (แล้วแต่กรณี)

4.5.7 การปรับลดขั้นตอนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่ลงทุนหรือใช้บริการซ้ำ

พนักงานขายสามารถลดขั้นตอนการขายและให้บริการที่ไม่จำเป็นได้ในกรณีที่ผู้ลงทุนได้มีการซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้ลงทุนไปแล้ว (repeated sell) หากข้อมูลเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งแรกที่ลูกค้าทำการซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ไม่ต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าโดยละเอียด เนื่องจากลูกค้าอยู่ในวิสัยที่จะเข้าใจลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์แล้ว
- ไม่จำเป็นต้องให้ลูกค้าลงนามในแบบลงนามรับทราบความเสี่ยงอีก

อย่างไรก็ดี กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลผลิตภัณฑ์ เช่น ข้อมูลใน factsheet / peer fund performance และ material event พนักงานขายยังคงมีหน้าที่ในการแจกจ่ายหรือจัดให้มีข้อมูลดังกล่าวแก่ลูกค้า เพื่อให้รับทราบข้อมูลหรือความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ถ้ามี)

4.5.7 การขายและให้บริการผ่านช่องทาง online

บริษัทจัดการอาจกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการขายและให้บริการให้เหมาะสมกับช่องทาง online ได้ โดยประธานเจ้าหน้าที่การตลาด มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาว่าช่องทางขายดังกล่าวเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย รวมทั้ง มีมาตรการบริหารความเสี่ยงของช่องทางการขายดังกล่าวอย่างเพียงพอ ก่อนที่จะให้มีการดำเนินการขายผ่านช่องทางใหม่ เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับข้อมูล คำแนะนำ และบริการครบถ้วนถูกต้อง

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ประธานเจ้าหน้าที่การตลาดต้องเพิ่มความเข้มข้นในการพิจารณา และปรึกษาหารือเพื่อหาข้อสรุปสำหรับการเตรียมความพร้อมและระบบงานรองรับกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยควรกำหนดให้มีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้ารับทราบลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจลงทุน เช่น จัดให้มีช่องทางการขายที่ทำให้ลูกค้าได้พบหรือพูดคุยกับพนักงานขาย ไม่ว่าจะโดยตรง หรือผ่านทางช่องอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ / Skype / VDO conference เป็นต้น

4.5.8 การขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง

บริษัทจัดการให้ความสำคัญกับผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง⁴ (“ลูกค้าเปราะบาง”) ซึ่งควรได้รับความคุ้มครองมากกว่าลูกค้าปกติ จึงได้กำหนดขั้นตอนการขายที่ให้ความสำคัญกับการทำความรู้จักลูกค้าเปราะบาง ดังต่อไปนี้

- พนักงานขายต้องให้ความสนใจและใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษเพื่อให้รู้ถึงเป้าหมายการลงทุน และสามารถให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

⁴ ผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง หมายถึง บุคคลที่มีลักษณะเป็นลูกค้าที่มีความเปราะบางตามที่กำหนดในคู่มือการขายของบริษัทจัดการ

- ฝ่ายสนับสนุนธุรกิจหรือหน่วยงานอื่นที่ได้รับมอบหมายจะทำการโทรกลับไปยังลูกค้า (call back) เพื่อให้มั่นใจได้ว่า พนักงานขายได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด โดยต้องมีทำการบันทึกไว้เป็นหลักฐานอ้างอิง เช่นการจดบันทึกเหตุการณ์หรือการเก็บบันทึกการสนทนา (Call-Log) ทั้งนี้ ตามรายละเอียดที่กำหนดในคู่มือการขาย

ในกรณีที่เชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้ารายใดไม่ได้เป็นลูกค้าประเภทใด กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์มากกว่า 5 ปี ผู้ประกอบธุรกิจอาจดำเนินการตามกระบวนการขายและให้บริการเช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไปได้

4.6 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

บริษัทจัดการได้กำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขายและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับโดยคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอาชีพ (non-sales KPI) นอกเหนือจากยอดขาย (sales KPI) เพียงอย่างเดียว เพื่อไม่ให้เกิดการเร่งขายหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมแก่ลูกค้า โดยในปัจจุบัน บริษัทจัดการไม่มีนโยบายให้คอมมิชชั่นหรือผลประโยชน์ทางการเงินแก่พนักงานขายสำหรับยอดขายผลิตภัณฑ์กองทุน

4.7 การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Handling)

บริษัทจัดการได้จัดให้มีกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน ซึ่งดำเนินการด้วยความที่เป็นอิสระ เป็นธรรม มีประสิทธิภาพและทันการณ์ ใส่ใจในประโยชน์ของลูกค้า มีความเป็นมืออาชีพ และมีความเป็นธรรม โดยรายละเอียดได้กำหนดไว้ในคู่มือปฏิบัติงานและนโยบายในการรับข้อร้องเรียนลูกค้าของบริษัทจัดการ⁵

⁵ สามารถดูได้ที่ [icenter/Legal&Compliance/Annoucement](#)