

## ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย

ที่ สกส. /2560

### เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct)

#### 1. เหตุผลในการออกประกาศ

ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ผู้ให้บริการทางการเงินแก่ประชาชน มีการจัดการด้านการให้บริการลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม โดยมุ่งหมายให้ (1) ลูกค้ามั่นใจได้ว่า ผู้ให้บริการมีวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการลูกค้าอย่างจริงใจ ไม่เอาเปรียบ (2) ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่เหมาะสมและชัดเจน (3) ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรมทั้งด้าน ราคาและเงื่อนไข (4) ลูกค้าสามารถใช้บริการได้สะดวกและได้รับการดูแลแก้ไขปัญหาเหมาะสม และ (5) ผู้ให้บริการช่วยให้ลูกค้าเข้าใจสิทธิและหน้าที่ของตนเอง

อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา พบว่าการให้บริการทางการเงินยังมีข้อสังเกตในหลายด้าน ทั้งการเสนอขายที่ไม่เป็นธรรม การบังคับขาย การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ชัดเจนจนอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด การเสนอขายที่อาจบงกชสิทธิส่วนบุคคล การกำหนดเงื่อนไข ราคา และข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่ยินยอม และประเด็นดังกล่าวยังคงมีแนวโน้มสูงขึ้นเนื่องจากการให้บริการทางการเงินที่ซับซ้อนขึ้น พัฒนาการด้านเทคโนโลยี และการพึ่งพารายได้ ค่าธรรมเนียมมากขึ้น

ประกาศฉบับนี้เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน โดยจำเป็นต้องมีการพัฒนาทั้งในด้าน (1) การกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ซึ่งครอบคลุมทั้งการกำหนดกรอบกติกา ที่เน้นการยกระดับการบริหารจัดการของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในระยะยาว มีความชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงโดยไม่มีภาระจนเกินควร เป็นองค์รวม ไม่กระจายอยู่ในหลายหลักเกณฑ์ หลายฉบับ และมีอำนาจในการดำเนินการทางกฎหมาย รวมถึงการติดตามนำกรอบกติกาไปบังคับใช้ให้ เห็นผล เปิดเผยโปร่งใส ดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานกำกับอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ (2) การสนับสนุนให้ผู้ให้บริการตระหนักและให้ความสำคัญต่อการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้รายได้ของผู้ให้บริการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน และ (3) การสนับสนุนให้ผู้ให้บริการมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการและเป็นธรรม และมีช่องทางขอความช่วยเหลือในกรณีประสบปัญหา

การยกระดับการบริหารจัดการตามประกาศฉบับนี้กำหนดหลักการ มาตรฐานขั้นต่ำรวมถึง ตัวอย่างพฤติกรรมที่ขัดกับเจตนารมณ์ของประกาศ และพฤติกรรมที่ควรและไม่ควรปฏิบัติสำหรับ ผู้ให้บริการทางการเงินในกลุ่มธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุนและบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ และ ผู้ให้บริการที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลที่อยู่ภายใต้การกำกับ ครอบคลุมระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบ (end-to-end process) ทั้งหมด 9 ระบบงาน ได้แก่

(1) กรรมการและผู้บริหารระดับสูงผลักดันอย่างเป็นรูปธรรม กำหนดให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร และมีผู้รับผิดชอบชัดเจน (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับลูกค้า ความสามารถของพนักงานขาย ช่องทางขาย ระบบงานและการควบคุม (3) การจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษไม่ผลักดันการขายที่ไม่เหมาะสม (4) กระบวนการขายให้ข้อมูลครบถ้วนชัดเจนไม่บิดเบือน และไม่รบกวนลูกค้า (5) การสื่อสารและให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับการให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นไปอย่างทั่วถึง (6) ดูแลข้อมูลลูกค้าอย่างปลอดภัยและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว (7) ลูกค้าได้รับการดูแลหลังการขายที่เป็นธรรม (8) การควบคุมมีความรัดกุม และ (9) ระบบการปฏิบัติงานและแผนฉุกเฉินมีประสิทธิภาพ ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ประกาศกำหนดให้มีการเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลและสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นต่ำได้อย่างมีนัยสำคัญธนาคารแห่งประเทศไทยอาจกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมสำหรับผู้ให้บริการนั้นในการประกอบธุรกิจเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าในวงกว้าง ทั้งนี้ ประกาศฉบับนี้ได้กำหนดหลักเกณฑ์ส่วนใหญ่ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยแนวทางปฏิบัติในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนและตราสารหนี้ เพื่อลดภาระแก่ผู้ให้บริการโดยให้สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ให้สอดคล้องกันสำหรับทุกผลิตภัณฑ์

## 2. อำนาจตามกฎหมาย

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 36 มาตรา 38 มาตรา 39 มาตรา 40 มาตรา 41 และมาตรา 56 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับสถาบันการเงินและบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

อาศัยอำนาจตามความในข้อ 6(1) และข้อ 8 แห่งประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน และไม่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

อาศัยอำนาจตามความใน ข้อ 5 และข้อ 8 แห่งประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สิ้นเชื้อส่วนบุคคล) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม สำหรับผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่มีใช้สถาบันการเงิน และไม่อยู่ในกลุ่มธุรกิจการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

### 3. แนวนโยบายที่ยกเลิก

ให้ยกเลิกแนวนโยบายดังต่อไปนี้

3.1 แนวนโยบาย เรื่อง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารพาณิชย์ (banking products) ลงวันที่ 1 ตุลาคม 2556

3.2 แนวนโยบาย เรื่อง การกำกับดูแลการขายผลิตภัณฑ์ด้านหลักทรัพย์และด้านประกันภัย ผ่านธนาคารพาณิชย์ ลงวันที่ 21 พฤศจิกายน 2555

### 4. ขอบเขตการบังคับใช้

ประกาศฉบับนี้ให้ใช้บังคับกับ

4.1 สถาบันการเงินทุกแห่งตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน

4.2 บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม โดยไม่รวมถึงบริษัทที่ประกอบเฉพาะธุรกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกำกับดูแลอื่น เช่น บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บริษัทประกันวินาศภัย บริษัทประกันชีวิต

4.3 บริษัทนอกกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตทุกแห่ง ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม และ

4.4 บริษัทนอกกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับทุกแห่ง ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคล) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(หมายเหตุ อยู่ระหว่างพิจารณาขอบเขตในส่วนของธุรกิจ Nano, payment, บริษัทบริหารสินทรัพย์ โดยจะคำนึงถึงความมีนัยสำคัญ ภาวะ ความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย)

### 5. เนื้อหา

#### 5.1 คำจำกัดความ

“สถาบันการเงิน” หมายความว่า ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน

“กลุ่มธุรกิจทางการเงิน” หมายความว่า กลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์การกำกับแบบรวมกลุ่ม

“ผู้ให้บริการ” หมายความว่า สถาบันการเงินและบริษัทดังต่อไปนี้ที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือเป็นผู้แนะนำหรือผู้ขายผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) สถาบันการเงินทุกแห่ง

(2) บริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินทุกแห่ง โดยไม่รวมถึงบริษัทที่ประกอบเฉพาะธุรกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานกำกับดูแลอื่น เช่น บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บริษัทประกันวินาศภัย บริษัทประกันชีวิต

(3) บริษัทนอกกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 ลงวันที่ 11 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทุกแห่ง และ

(4) บริษัทนอกกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง กิจการที่ต้องขออนุญาตตามข้อ 5 แห่งประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 58 (เรื่อง สินเชื่อส่วนบุคคล) ลงวันที่ 9 มิถุนายน 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ทุกแห่ง

“ผลิตภัณฑ์” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินทุกประเภทที่ผู้ให้บริการเป็นผู้ออก ผู้แนะนำ หรือผู้ขาย ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานอื่น เช่น ตราสารหนี้ กองทุนรวม ประกันวินาศภัย และประกันชีวิต

“ลูกค้า” หมายความว่า บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์อยู่ในปัจจุบันหรืออาจจะใช้ในอนาคต

## 5.2 หลักการ

หลักการสำคัญของประกาศฉบับนี้ เพื่อมุ่งหมายให้ลูกค้าได้รับบริการอย่างเป็นธรรม กล่าวคือ

**5.2.1** ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าผู้ให้บริการ มีวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการลูกค้าอย่างจริงใจและไม่เอาเปรียบ สำหรับผู้ให้บริการที่ให้บริการลูกค้ารายย่อย ควรให้บริการและผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงในราคาที่เหมาะสม

**5.2.2** ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่ตรงกับความต้องการ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจ ของลูกค้า โดยไม่รบกวนลูกค้า และได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วนเพียงพอในการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย รวมถึงสามารถเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการระหว่างผู้ให้บริการได้อย่างสะดวก

**5.2.3** ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรม ทั้งด้านราคาและเงื่อนไข ตรงกับความประสงค์และความสามารถของลูกค้า และเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงข้อมูลและสิทธิประโยชน์ของลูกค้าได้รับการดูแลไม่ให้นำไปใช้ในทางไม่เหมาะสม

**5.2.4** ลูกค้าสามารถดำเนินการต่างๆ ภายหลังจากการขายได้อย่างสะดวกและได้รับความเป็นธรรม เช่น เปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ เปลี่ยนผู้ให้บริการ แจ้งปัญหา ยื่นเรื่องร้องเรียน ได้รับการชดเชย

**5.2.5** ลูกค้ามีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงิน โดยผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

## 5.3 หลักเกณฑ์

หลักเกณฑ์การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรมประกอบด้วย หลักเกณฑ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า 9 ระบบ การเปิดเผย

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและผลิตภัณฑ์ และการกำหนดเงื่อนไขการให้บริการเพิ่มเติม ทั้งนี้ ในกรณีผู้ให้บริการมอบหมายงานบางส่วนให้ผู้ให้บริการภายนอก (outsourcing) หรือตัวแทนของผู้ให้บริการ (agent) ผู้ให้บริการต้องรับผิดชอบเสมือนเป็นผู้ดำเนินการเอง

**5.3.1 การบริหารจัดการระบบงาน** ผู้ให้บริการมีการบริหารจัดการการให้บริการแก่ลูกค้าตามหลักเกณฑ์การบริหารจัดการใน 9 ระบบงาน สรุปสาระสำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวังได้ดังนี้ (มาตรฐานขั้นต่ำและตัวอย่างที่ควรและไม่ควรทำของแต่ละระบบงานในเอกสารแนบ 1 – 9)

**(1) วัฒนธรรมองค์กร และ บทบาทและหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (Culture and organization structure)** – คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ให้บริการรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานให้บริการที่เป็นธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพการให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร (รายละเอียดในเอกสารแนบ 1)

**(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product development and client segmentation)** – ผู้ให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เหมาะสมกับความสามารถในการขายของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงานรวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับลูกค้า ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข (รายละเอียดในเอกสารแนบ 2)

**(3) การจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration scheme)** – ผู้ให้บริการกำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษของพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ผลักดันให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 3)

**(4) กระบวนการขาย (Sales process)** – ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว ได้รับข้อมูลสำคัญครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการต่อไป ได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของตนเอง (รายละเอียดในเอกสารแนบ 4)

**(5) การสื่อสารและการให้ความรู้พนักงาน (Communication and training program)** – พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า ได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรม มีความรู้สามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บริการอย่างเป็นธรรมและนำไปปฏิบัติจริง (รายละเอียดในเอกสารแนบ 5)

**(6) การดูแลข้อมูลของลูกค้า (Data privacy)** – ข้อมูลของลูกค้าได้รับการดูแลอย่างปลอดภัย คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการรักษาความลับ การส่งข้อมูลลูกค้าต่อให้ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า (รายละเอียดในเอกสารแนบ 6)

**(7) การแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน (Problem and complaint handling)** – การแก้ไขปัญหา จัดการเรื่องร้องเรียน ชดเชยเยียวยา ของผู้ให้บริการมีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระ มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 7)

**(8) การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ (3 Lines of defence)** – การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีกระบวนการ ระบบควบคุม และการตรวจสอบการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่างรัดกุม ตรวจสอบความเสี่ยงและความผิดปกติเพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รายละเอียดในเอกสารแนบ 8)

**(9) การปฏิบัติงาน และแผนรองรับการปฏิบัติงาน (Operation and business continuity)** – การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงาน ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่าคำสั่งหรือความต้องการของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ลูกค้าได้รับการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม (รายละเอียดในเอกสารแนบ 9)

ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ข้างต้นสำหรับลูกค้ารายย่อยและลูกค้าธุรกิจขนาดเล็กที่มีโอกาสได้รับการบริการอย่างไม่เป็นธรรมเทียบเท่ากับบุคคลธรรมดา และในกรณีของลูกค้ากลุ่มอื่น เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ผู้ให้บริการต้องนำหลักเกณฑ์ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับโอกาสที่จะได้รับการบริการอย่างไม่เป็นธรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจแตกต่างกันตามกลุ่มลูกค้าและผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดนโยบายและกระบวนการภายใน รวมถึงจัดให้มีการควบคุมการนำไปปฏิบัติ และมีการทบทวนความเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ในส่วนของการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานกำกับดูแลอื่น ผู้ให้บริการต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เข้มกว่า เว้นแต่ในกรณีที่หลักเกณฑ์ขัดแย้งกัน ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลอื่นนั้น

**5.3.2 การเปิดเผยข้อมูล** ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยข้อมูลคุณภาพการให้บริการทางการเงินและผลิตภัณฑ์ ดังนี้

**(1) ข้อมูลการเปรียบเทียบปรับหรือกล่าวโทษ** ให้เปิดเผยข้อมูลเช่นเดียวกับข้อมูลที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผยในเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยให้ผู้ให้บริการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวบนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการโดยจะต้องมีจุดเชื่อมโยงจากหน้าหลักที่เห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และเปิดเผยภายใน 3 วันทำการนับจากวันที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเปิดเผยในเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย

**(2) ข้อมูลคุณภาพการให้บริการและข้อมูลผลิตภัณฑ์** ให้เปิดเผยข้อมูลคุณภาพการให้บริการแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะปัญหาที่จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะลักษณะ เงื่อนไข และข้อจำกัดสำคัญ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยจะกำหนดต่อไป

**5.3.3 การกำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม ชะลอ ระบุ หรือเพิกถอนการให้บริการ** ธนาคารแห่งประเทศไทยอาจพิจารณากำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติม ชะลอ ระบุ หรือสั่งเพิกถอน การให้บริการบางส่วนหรือทั้งหมด หากพบว่าผู้ให้บริการไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนหลักเกณฑ์ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ในประกาศฉบับนี้ หรือกรณีอื่น ๆ ที่ธนาคารแห่งประเทศไทย เห็นว่าอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและความผาสุกของประชาชน ความมั่นคงหรือชื่อเสียง ของผู้ให้บริการ หรือระบบสถาบันการเงิน

## 6. วันเริ่มต้นบังคับใช้

ประกาศนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2561 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ธันวาคม 2560

(นายวิโรฒ สันติประภาพ)

ผู้ว่าการ  
ธนาคารแห่งประเทศไทย

ฝ่ายคุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน

โทรศัพท์ 0 2356 7339, 0 2283 5834

โทรสาร 0 2356 7585

## เอกสารแนบ 1

### มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับวัฒนธรรมองค์กร และ บทบาทและหน้าที่ของกรรมการและผู้บริหารระดับสูง (Culture & Organization Structure)

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของผู้ให้บริการรับผิดชอบการผลักดันการให้บริการที่เป็นธรรมอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล การให้บริการอย่างเป็นธรรมเป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

การมอบหมายและกำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหาร ส่วนงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

1.1 กำหนดนโยบายและแผนกลยุทธ์อันแสดงถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมการให้บริการอย่างเป็นธรรมที่ชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร ทั้งในระดับองค์กรและหน่วยงานย่อยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการเงินแก่ลูกค้า โดยคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทและความรับผิดชอบ และคณะกรรมการเป็นผู้อนุมัตินโยบายดังกล่าว พร้อมทั้งมีการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรมการให้บริการอย่างเป็นธรรมให้ทั่วถึงทุกส่วนงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กร

1.2 กำหนดให้ผู้บริหารในตำแหน่งสูงสุดรับผิดชอบการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีความเป็นธรรมให้เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิผล และอาจมอบหมายผู้บริหารในตำแหน่งที่ไม่ต่ำกว่าระดับที่ 3 นับจากตำแหน่งสูงสุดได้ เพื่อให้สามารถควบคุมดูแลได้อย่างเป็นระบบ ทันทต่อเหตุการณ์ และสามารถประเมินภาพรวมและความเสี่ยงของธุรกิจได้ครบถ้วน สามารถวัดผลสำเร็จ วิเคราะห์จุดที่มีปัญหา และแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

1.3 มอบหมายผู้รับผิดชอบหรือหน่วยงานในการทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับแต่ละระบบของระบบการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม 9 ระบบ โดยระบุหน้าที่ความรับผิดชอบ และผู้ควบคุม อย่างชัดเจน รวมถึงมีการแบ่งแยกหน่วยงานซึ่งเอื้อต่อการสอบทาน การถ่วงดุลอำนาจในการปฏิบัติงาน มีความเป็นอิสระ และไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.4 มีบุคลากรที่มีความพร้อม ทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ โดยต้องสอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุม ติดตามการปฏิบัติงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและทันการณ์

1.5 สื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนและผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกได้ทราบและตระหนักถึงความเอาใจจริงเอาใจของผู้ให้บริการในเรื่องการให้บริการอย่างเป็นธรรม ซึ่งในบางแห่งอาจต้องปรับกระบวนการคิดของผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้น คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงจึงต้องแสดง ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะให้บริการอย่างเป็นธรรม (commitment) และเป็นแบบอย่างของความเอาใจจริงเอาใจ รวมทั้งผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการควบคุมภายใน การกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และการตรวจสอบการปฏิบัติงานต้องสำรวจ



พัฒนาการและความสำเร็จจากการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการให้บริการอย่างเป็นธรรม

1.6 คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงติดตามและควบคุมดูแลภาพรวมของการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามแนวทางการให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการรายงานเรื่องดังกล่าวเป็นระยะ หรืออาจติดตามได้จากแนวโน้มของเรื่องร้องเรียน ผลการสำรวจความพึงพอใจและความเห็นของลูกค้า ผลจากการตรวจสอบแบบไม่แสดงตน (mystery shopping) และรายงานการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ (compliance report)

ฉบับร่าง

เอกสารแนบ 2

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า  
(Product development and client segmentation)**

ผู้ให้บริการมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เหมาะสมกับความสามารถในการขายของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงานรวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับลูกค้า ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

2.1 มีกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์สำหรับการพิจารณานำผลิตภัณฑ์มาขาย โดยคำนึงถึงการบริหารจัดการเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกค้าและ พัฒนาหรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและมีคุณภาพ โดยพิจารณาอย่างน้อยในเรื่องต่อไปนี้

2.1.1 ความเหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าเป้าหมาย เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะหรือเงื่อนไขเช่นนี้หรือไม่ มีความสามารถที่จะเข้าใจผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ หรือมีความสามารถทางการเงินที่จะรับภาระหรือรับความเสี่ยงจากการใช้ผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ ทั้งนี้ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องสามารถเข้าใจและเปรียบเทียบเงื่อนไขและมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย เว้นแต่เป็นการให้ของกำนัลร่วมกับเงินฝากตามที่หลักเกณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้

*ตัวอย่าง* ไม่ออกขายผลิตภัณฑ์ซับซ้อน (เช่น Unit-linked) แก่กลุ่มลูกค้าในวงกว้างหรือกลุ่มเปราะบางที่ไม่สามารถเข้าใจผลิตภัณฑ์ซับซ้อนได้

2.1.2 ความเหมาะสมของเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์ ราคา ค่าธรรมเนียม โดยต้องกำหนดอย่างเป็นธรรม คำนึงถึงต้นทุนที่แท้จริง ไม่เอาเปรียบลูกค้า ไม่ร่วมกับผู้ให้บริการอื่นในการกำหนดราคา ลักษณะ และเงื่อนไขที่ทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์ (เช่น ร่วมกันกำหนดดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมที่ไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง)

ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องไม่บังคับขายผลิตภัณฑ์ใดกับอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง เว้นแต่กรณีที่ผลิตภัณฑ์นั้นมีจุดประสงค์เพื่อป้องกันความเสี่ยงในผลิตภัณฑ์หลักอย่างมีนัยสำคัญ (เช่น ประกันอัคคีภัยร่วมกับสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ประกันภัยภาคสมัครใจร่วมกับสินเชื่อเช่าซื้อยานพาหนะ เป็นต้น) หรือกรณีผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งผู้ให้บริการต้องเปิดเผยเงื่อนไขในการซื้อผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนบนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการและที่สาขา และต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบด้วย (เช่น ตูนิรภัย เป็นต้น) รวมถึงไม่ส่งมอบผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้รับการร้องขอจากลูกค้าก่อน (pre-approved) เช่น ออกบัตรเครดิตหรือให้สินเชื่อส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับการร้องขอจากลูกค้าก่อน เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการที่ให้บริการลูกค้ารายย่อย ควรมีบริการและผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมกลุ่มเปราะบาง (vulnerable group) ที่ควรได้รับความช่วยเหลือในด้านการเข้าถึงบริการทาง

การเงิน เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้มีรายได้น้อย ให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึงในราคาที่เหมาะสม

2.1.3 ความเหมาะสมของช่องทางขายที่มีอยู่ เช่น ผ่านสาขา หรือช่องทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.1.4 ความสามารถในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้ข้อมูลและคำแนะนำของพนักงานขาย

**ตัวอย่าง** หากพนักงานขายในสาขาส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าใจและอธิบายผลิตภัณฑ์ซับซ้อน (เช่น Unit-linked) ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่ายแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการต้องไม่เสนอขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในทุกสาขาและเลือกเสนอขายในเฉพาะสาขาที่พนักงานขายมีความพร้อม เพื่อป้องกันการไม่ให้เกิดการขายที่ไม่เป็นธรรม

2.1.5 แนวทางและแผนการจัดการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีปฏิบัติงานเพื่อให้พนักงานขายหรือช่องทางขายที่มีอยู่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

2.1.6 ระบบงาน กระบวนการขาย และการควบคุม กำกับ ตรวจสอบ (3 lines of defence) ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

**ตัวอย่าง** ไม่ออกขายผลิตภัณฑ์นอกสถานที่โดยที่ยังไม่มีระบบควบคุมคุณภาพการขาย

2.1.7 ปัญหาของผลิตภัณฑ์และการให้บริการในอดีต เพื่อให้มีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

2.2 ในการพัฒนาหรือคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ที่รับผิดชอบด้านกฎหมาย ด้านการควบคุมภายใน ด้านบริหารความเสี่ยง ด้านการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ด้านการตรวจสอบภายใน ด้านปฏิบัติการ รวมทั้งด้านการขาย (ซึ่งรู้ความต้องการและลักษณะของลูกค้า) ต้องเข้าร่วมพิจารณาด้วย โดยมีข้อมูลประกอบการพิจารณาที่ครบถ้วน มีการบันทึกการหารือ และอนุมัติโดยผู้บริหารที่รับผิดชอบ

2.3 ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการไม่ได้เป็นผู้พัฒนาเองมาขาย ต้องมีการทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในรายละเอียด (product due diligence) โดยการประเมินด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับลักษณะ เงื่อนไข และความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ทั้งนี้ หากผู้ให้บริการเห็นว่ามีข้อมูลไม่เพียงพอที่จะวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการต้องปฏิเสธการขายผลิตภัณฑ์นั้น

2.4 มีวิธีจัดกลุ่มหรือจำแนกผลิตภัณฑ์ตามความซับซ้อน ความเสี่ยง หรือปัจจัยอื่นใด รวมถึงมีวิธีการจัดกลุ่มหรือจำแนกลูกค้า เพื่อให้สามารถกำหนดวิธีการขาย การสื่อสารให้ความรู้แก่พนักงาน การกำหนดกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม และการควบคุมและสอบทานการปฏิบัติงานในการขาย ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2.5 มีมาตรการป้องกันไม่ให้เกิดการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ขัดต่อกฎหมาย เช่น ผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่ต้องนำเงินออกนอกประเทศและไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามขอบเขตของใบอนุญาตที่ได้รับ การดำเนินธุรกิจอื่นที่มีความเสี่ยงหรือมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับธุรกิจตามใบอนุญาต เป็นต้น

2.6 มีแนวทางที่เป็นธรรมในการดูแลแก้ไขปัญหาหรือความเสียหายของลูกค้าจากการใช้ผลิตภัณฑ์

ฉบับร่าง

เอกสารแนบ 3

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการจ่ายค่าตอบแทน  
(Remuneration scheme)**

ผู้ให้บริการกำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษของพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ แก่ลูกค้าที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ผลักดันให้เกิดการให้บริการที่เป็นธรรม

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

3.1 กำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน ทั้งค่าตอบแทนด้านเป้าหมายรายบุคคลหรือรายกลุ่ม (key performance index – KPI) และเงินรางวัลใจ (incentive) รวมทั้งมาตรการกระตุ้นและลงโทษ สำหรับพนักงานในทุกระบบการบริหารจัดการการให้บริการอย่างเป็นธรรม บังคับใช้อย่างเคร่งครัด และดำเนินการลงโทษที่เหมาะสมกับระดับความผิด

3.2 การกำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน มาตรการกระตุ้นและลงโทษ ต้องคำนึงถึงหลักการ การให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดและเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ และเอกสารประกอบการขาย ควรได้รับค่าตอบแทน ที่สอดคล้องกับความถูกต้อง ชัดเจน เป็นธรรม ของเงื่อนไขและเอกสารประกอบการขายดังกล่าว ในขณะที่ผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอขายรวมถึงผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมคุณภาพการเสนอขาย ต้องได้รับ ค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอาชีพ (non-sales KPI) มิใช่คำนึงถึง แต่ยอดขาย (sales KPI) เพียงอย่างเดียว หรือกำหนด KPI ด้านการขายที่ให้น้ำหนักกับเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์บางประเภทสูงเกินไป (product-focused approach) จนนำไปสู่การเสนอขายหรือการให้ คำแนะนำที่ขาดคุณภาพและขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้าได้ (mis-selling)

*ตัวอย่าง ผู้ให้บริการควรมีการดำเนินการ เช่น*

กำหนดให้มีหน่วยงานอิสระเพื่อสอบสวนและประเมินคุณภาพการให้บริการของ พนักงานขายและหัวหน้างานที่รับผิดชอบด้านการขาย โดยมีกระบวนการในการให้คะแนนหรือ จัดอันดับ (grading) คุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย ซึ่งจะนำมาเป็นตัวแปรในการคิด ค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขาย โดยหน่วยงานอิสระดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ด้วยวิธีการ สุ่มสอบสวนจากหลักฐาน/เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และการสอบถาม ข้อมูลจากลูกค้าภายหลังการขาย และตัวแปรดังกล่าวพิจารณาจากกรณีบ่งชี้ถึงความผิดพลาด ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ไม่เหมาะสมซึ่งส่งผลกระทบต่อประโยชน์ของลูกค้า เช่น พนักงานขายรวบรวมข้อมูลลูกค้าไม่ครบถ้วน ให้คำแนะนำที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้า ไม่สามารถ อธิบายหรือให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ มีประวัติการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไป ตามหลักเกณฑ์ เป็นต้น

3.3 ประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทน รวมทั้งมาตรการกระตุ้นและ ลงโทษ อย่างต่อเนื่อง (on-going) เช่น ความเสี่ยงที่จะเกิดการเร่งขาย การให้ข้อมูลหรือคำเตือน ไม่ครบถ้วน การขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมให้แก่ลูกค้า เจ้าหน้าที่ที่ไม่มี ความรู้และคุณสมบัติที่เหมาะสม

ให้คำแนะนำหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า เป็นต้น โดยคำนึงถึงข้อมูลปัญหาการใช้บริการทางการเงินของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องกำหนดมาตรการหรือมีเครื่องมือเพื่อป้องกันและจัดการความเสี่ยงดังกล่าว และปรับปรุงมาตรการหรือเครื่องมืออย่างทันท่วงทีในกรณีที่พบปัญหาที่มียุทธศาสตร์สำคัญ

ฉบับร่าง

## เอกสารแนบ 4

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับกระบวนการขาย  
(Sales process)**

ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัว ได้รับข้อมูลสำคัญครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการต่อไป ได้รับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของตนเอง

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

#### 4.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ

##### 4.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

(1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย โดยจัดเตรียมคู่มือที่ให้แก่คนขายสามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ตนควรปฏิบัติให้เป็นอย่างดีและถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงมีวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละประเภท และตอบสนองต่อความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้า ทั้งนี้ ผู้ให้บริการต้องหมั่นตรวจทานวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น มีการประชุมระหว่างผู้จัดการสาขากับพนักงานขายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อสังเกตที่พบและนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการขายให้ดียิ่งขึ้น เป็นต้น

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

(3) จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้ชัดเจน โดยทำความเข้าใจกับพนักงานขายทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ จุดขายและให้บริการ เกี่ยวกับหน้าที่ที่ทำได้และทำไม่ได้ และในกรณีที่ผู้ให้บริการต้องการให้บริการแก่ลูกค้า แต่ไม่มีพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย ณ จุดขายและให้บริการ ให้มีระบบสนับสนุนอื่นที่เพียงพอที่เชื่อมั่นได้ว่าลูกค้าจะได้รับบริการครบถ้วนและถูกต้อง

(4) จัดให้ลักษณะการเสนอขายช่วยให้ลูกค้าสามารถแยกได้อย่างชัดเจนระหว่างผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสถาบันการเงิน (banking product) รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เงินฝากและผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนหรือผลิตภัณฑ์ประกันภัย เป็นต้น ทั้งในส่วนของ การแยกพื้นที่ และมีป้ายที่โต๊ะ หรือแสดงสัญลักษณ์ การจัดทำเอกสารและวิธีการขายหรืออธิบาย โดยกรณีที่ไม่สามารถแยกพื้นที่ได้ชัด ผู้ให้บริการต้องพิจารณาถึงความจำเป็นว่าต้องมีกระบวนการเพิ่มเติมเพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าไม่สับสนและเข้าใจผิดในการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น เข้าใจว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตเป็นการฝากเงิน เป็นต้น

(5) มีระบบ เครื่องมือ และกระบวนการที่ทำให้มั่นใจว่าการเสนอขายไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวลูกค้า การได้มาของข้อมูลลูกค้าถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสนอขายในลักษณะพบกันต่อหน้า (face to face) และทางโทรศัพท์ (tele-sale) เช่น กำหนดช่วงเวลาและจำนวนครั้งในการติดต่อเสนอขายทางโทรศัพท์ มีแนวปฏิบัติชัดเจนเมื่อลูกค้าไม่สนใจ และมีการลงโทษกรณีพบการขายที่รบกวนลูกค้าหรือบังคับขาย และมีระบบรายชื่อผู้ห้ามติดต่อ (do not call list) สำหรับลูกค้าที่ไม่ประสงค์ให้ติดต่ออีกและมีการปรับปรุงรายชื่อให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา มีการจัดทำเว็บไซต์หรืออีเมลประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และให้ลูกค้าที่มีความสนใจแจ้งหมายเลขโทรศัพท์เพื่อให้ผู้ให้บริการติดต่อกลับมาเสนอขาย เป็นต้น

(6) ในการติดต่อลูกค้ารายใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อต้องได้มาอย่างถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ โดยกรณีที่ลูกค้าสอบถามแหล่งที่มาของข้อมูล ผู้ให้บริการมีหน้าที่ชี้แจงที่มาของข้อมูลอย่างชัดเจน โดยแจ้งแหล่งข้อมูลที่ลูกค้าได้ให้ความยินยอม รวดเร็ว (เช่น ไม่เกิน 3 วัน) และไม่ก่อการเพิ่มเติมต่อลูกค้า (เช่น ไม่แจ้งให้ลูกค้าติดต่อศูนย์ประสานงานบริการ (call center) เพื่อสอบถามเอง)

(7) ในการเสนอขายผ่านช่องทางใด ๆ จะต้องแจ้งลูกค้าอย่างชัดเจนทุกครั้งว่าลูกค้ามีสิทธิเลือกที่จะไม่รับการติดต่อจากผู้ให้บริการอีก และต้องแจ้งช่องทางในการยกเลิกการติดต่อแก่ลูกค้าด้วย เช่น กรณีการเสนอขายผ่าน tele-sale ต้องกำหนดให้พนักงานขายแจ้งให้ลูกค้าเลือกที่จะไม่รับการติดต่อเป็นส่วนหนึ่งของบทสนทนาและต้องแจ้งลูกค้าให้สำเร็จก่อนสิ้นสุดการพูดคุย กรณีที่ผู้ให้บริการมีกำหนดระยะเวลาของเงื่อนไขการไม่ให้ติดต่อ ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบและมีทางเลือกให้ลูกค้าเลือกไม่ให้ติดต่อตลอดไป เป็นต้น

กรณีที่ลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากที่ได้รับแจ้ง ทั้งนี้ หากมีเหตุอันสมควรที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้า ทั้งนี้ ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 7 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า

(8) ในกรณีที่ผู้ให้บริการติดต่อลูกค้าเพื่อเสนอขายทางโทรศัพท์ ต้องมีระบบงานที่สามารถตรวจสอบชื่อพนักงานที่ติดต่อลูกค้า เบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ติดต่อ และชื่อลูกค้าที่มีการติดต่อ เพื่อให้ตรวจสอบได้ว่าข้อมูลลูกค้าที่ใช้ในการติดต่อเป็นข้อมูลที่ได้มาอย่างถูกกฎหมายและเป็นไปตามนโยบายภายในของผู้ให้บริการ และเพื่อใช้อ้างอิงกรณีการติดต่อลูกค้าดังกล่าวเกิดปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียน

(9) มีระบบและกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพการขายในทุกช่องทางเพื่อให้มั่นใจว่าการเสนอขายไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน เปิดเผยโปร่งใส เช่น อาจโทรศัพท์เสนอขายโดยมีระบบบันทึกเสียงการสนทนา มีการโทรศัพท์เพื่อตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ (call back หรือ welcome call) เป็นต้น

#### 4.1.2 การคัดเลือกพนักงานขาย

(1) คัดเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายและมีความรู้ความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย โดยการสรรหาและคัดเลือกพนักงานขายพิจารณาจากคุณสมบัติด้านการศึกษา องค์กรความรู้ การอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง และทักษะในการขาย



(2) มีกระบวนการที่มั่นใจได้ว่า พนักงานขายที่ได้คัดเลือกนั้นมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อนซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ ซึ่งอาจมีกระบวนการคัดกรองพนักงานขายเพิ่มเติมตามความเหมาะสม เช่น อาจกำหนดให้มีคนขายสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนเป็นการเฉพาะ โดยพิจารณาจากประสบการณ์การขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อน ความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ความสามารถในการเรียนรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อน ความสามารถด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะการนำเสนอ มีใจรักการบริการ (service mind) เป็นต้น

(3) กรณีที่ผู้ให้บริการมีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่อยู่ภายใต้ผู้กำกับดูแลอื่น เช่น กองทุนรวม ตราสารหนี้ ประกันชีวิต และประกันวินาศภัย ต้องมีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า พนักงานขายที่ลูกค้าติดต่อสอบถามและขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นพนักงานขายที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่ เช่น จัดทำเป็นป้ายรายชื่อคนขายแบบติดผนัง ณ จุดขายและให้บริการที่เป็นข้อมูลปัจจุบัน ป้ายตั้งโต๊ะหรือป้ายติดเสื้อคนขาย เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นได้ชัดเจน และคนขายควรแสดงตนหรือสื่อสารให้ลูกค้าทราบขอบเขตของผลิตภัณฑ์ที่ตนสามารถขายและให้บริการด้วย

*ตัวอย่าง* กรณีผู้ให้บริการกำหนดให้ นาย ก. ทำหน้าที่ในการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความซับซ้อน หากในระหว่างการขายและให้บริการนั้น ลูกค้ามีความประสงค์จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน ซึ่ง นาย ก. ไม่สามารถให้บริการได้ นาย ก. ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบ และผู้ให้บริการควรจัดให้มีพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมาให้บริการลูกค้าแทน

#### 4.1.3 การจัดให้มีเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะของผลิตภัณฑ์

มีเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานขายสามารถอธิบายข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น โดยต้องแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน ทั้งสิทธิประโยชน์และข้อควรระวัง ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น เอกสารข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ (sales sheet) สื่อโฆษณา และในกรณีผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อนกว่าทั่วไป ผู้ให้บริการอาจพิจารณาให้มีสื่อที่น่าเสนอภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับข้อความและเสียงควบคู่กัน (video clip หรือ visualized presentation) โดยในกรณีที่ขายผ่านช่องทางที่พนักงานไม่สามารถอธิบายลูกค้าได้ เช่น อินเทอร์เน็ต ให้ทดแทนด้วยลักษณะการแสดงผลที่ช่วยให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับการอธิบายที่เพียงพอ

#### 4.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

มีกระบวนการขายและให้บริการตามความเหมาะสม โดยผู้ให้บริการสามารถกำหนดให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงเรื่องดังต่อไปนี้

##### 4.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

ก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องจัดให้มีกระบวนการดังนี้

### การจัดกลุ่มลูกค้าและการทำความรู้จักลูกค้า

(1) กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เช่น ลูกค้ารายย่อยที่มีความเปราะบาง (vulnerable) เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเภทลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือน ข้อควรระวังต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท

(2) มีวิธีปฏิบัติงาน และระบบการสอบถามข้อมูลและทำความรู้จักกับลูกค้าที่จะทำให้มั่นใจว่า ผู้ให้บริการรู้จักตัวตนของลูกค้า เพื่อให้ทราบความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถ ในการทำความเข้าใจ และสามารถให้คำแนะนำและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนป้องกัน ไม่ให้เกิดการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำผิดกฎหมายหรือข้อโต้แย้งในภายหลัง

(3) หากผู้ให้บริการได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอหรือพบว่าข้อมูลมีลักษณะน่าสงสัยทำให้ ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าได้ ผู้ให้บริการต้องปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้ารายดังกล่าว

(4) ในการเสนอขาย พนักงานขายต้องไม่สรุปเองว่า ผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ใดเหมาะสม กับลูกค้าทุกรายในกลุ่มประเภทเดียวกัน โดยคำนึงถึงข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายและพิจารณาปัจจัยอื่น เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านอายุ ประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน เป้าหมายและข้อจำกัดทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมาะสมกับลูกค้าเฉพาะราย และอาจทำให้เกิดการเสนอขาย ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมได้

### การมีระบบตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า

มีระบบตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น และหมั่นทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

#### 4.2.2 การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์

(1) มีระบบที่มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการนำเสนอทางเลือกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้า สนใจและความแตกต่างที่สำคัญ ได้รับทั้งการอธิบายและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน ทั้งสิทธิประโยชน์ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องและข้อควรระวัง (ข้อมูลขั้นต่ำตามเอกสารแนบ 4.1) โดยเนื้อหาต้องไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ เน้นให้ความสำคัญกับเงื่อนไขและข้อควรระวังที่สำคัญ โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่าง banking product กับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น ผลิตภัณฑ์เงินฝากกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนและผลิตภัณฑ์ประกันภัย และการซื้อผลิตภัณฑ์ฟ汪เป็นเงื่อนไขในการได้รับอนุญาตให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่สมัครหรือไม่ เป็นต้น โดยลูกค้าต้องมี สิทธิในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หลักหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์ฟ汪 แยกจากกันได้ และมีกระบวนการเพื่อให้สามารถตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ได้ เช่น ให้พนักงานที่เป็น ผู้แนะนำลงนามยืนยันในเอกสารประกอบการขาย เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการเสนอขายที่ ไม่หลอก ไม่บังคับ ไม่รบกวน เปิดเผยโปร่งใส

ตัวอย่าง การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการต้องไม่ปฏิบัติในประเด็นดังต่อไปนี้

- ให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์เป็นของ “ฟรี” ของ “แถม” หรือ “ไม่มีค่าใช้จ่าย” หากในความเป็นจริงมีค่าใช้จ่ายหรือมีการกำหนดเงื่อนไขที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ฟรี ไม่ได้เป็นของแถมหรือมีค่าใช้จ่ายในภายหลัง
- ให้ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์ (ซึ่งรวมถึงของกำนัลเพื่อส่งเสริมการขาย) มีขายหรือให้บริการในระยะเวลาจำกัด หรือมีจำนวนจำกัด โดยที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อทันที
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่รับประกันเงินต้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก
- อ้างว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากบุคคลหรือหน่วยงานใด ๆ โดยไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง
- ทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังในผลตอบแทนที่สูงกว่าความเป็นจริง
- ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่าจะให้ของกำนัล หรือประโยชน์อื่นใดที่ไม่เป็นความจริง
- รับเงินค่าผลิตภัณฑ์จากลูกค้า หากไม่มั่นใจว่าสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์นั้นให้แก่ลูกค้าได้
- ใช้สถานการณ์ที่ลูกค้าอยู่ในสภาพจิตใจที่เปราะบาง เช่น โศกเศร้า ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็น หรือไม่เหมาะสมต่อต่อความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้า

(2) มีวิธีปฏิบัติงานเพิ่มเติมในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน (มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อนกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป) โดยต้องทำความเข้าใจกับลูกค้าว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่สามารถขายให้ได้โดยที่ลูกค้าไม่ได้รับคำแนะนำและอาจต้องมีขั้นตอนพิเศษ โดยให้พนักงานขายพูดอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนลูกค้าถึงเงื่อนไขสำคัญ ความเสี่ยง หรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป

(3) กรณีการขายและให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล ผู้ให้บริการต้องกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการขายและให้บริการให้เหมาะสมกับการขายผ่านช่องทางดิจิทัล โดยมีวิธีการนำเสนอ ระบบควบคุม และระบบสอบทานเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าจะได้รับข้อมูล คำแนะนำ และบริการครบถ้วนถูกต้อง

กรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนกว่าผลิตภัณฑ์พื้นฐานหรือมีลักษณะพิเศษ ซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจผ่านช่องทางดิจิทัล ผู้ให้บริการต้องจัดให้มีวิธีการเพิ่มเติมเพื่อให้ลูกค้ารับทราบลักษณะและเงื่อนไขสำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อเป็นครั้งแรก เช่น จัดให้มีช่องทางการขายที่ทำให้ลูกค้าได้พบหรือพูดคุยกับพนักงานขาย และได้รับคำแนะนำหรือสอบถามเพิ่มเติม หากมีข้อสงสัยกับพนักงานขายได้โดยตรง (เช่น สาขาของผู้ให้บริการ) จัดให้มีเว็บบลิงค์บนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการที่ติดตั้งบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของลูกค้า (mobile application) เพื่อให้ข้อมูลที่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจและตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้า หรืออาจใช้ช่องทางการขายอื่นที่ทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับพนักงานขายได้ (เช่น โทรศัพท์ VDO conference) เป็นต้น

(4) กรณีเสนอขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความเปราะบาง ต้องได้รับความคุ้มครองมากกว่ากรณีปกติ โดยผู้ให้บริการต้องมีวิธีปฏิบัติที่ใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ รวมถึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนี้ โดยกำหนดขั้นตอนการขายที่ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจลูกค้าประเภทดังกล่าว เพื่อให้รู้ถึง **ความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจ** และสามารถให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ หรืออาจพิจารณาเพิ่มกระบวนการให้มีความรัดกุมยิ่งขึ้น เช่น กำหนดให้มีญาติมาร่วมฟังรายละเอียดในระหว่างเสนอขายผลิตภัณฑ์ซับซ้อนแก่ผู้สูงอายุ มีผู้จัดการสาขาหรือหัวหน้าส่วนงานเป็นผู้ตรวจสอบการให้บริการของพนักงานขายว่าธุรกรรมที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมหรือไม่ มีระบบติดตามคุณภาพการเสนอขายลูกค้ากลุ่มเปราะบางทุกราย เป็นต้น

(5) มอบหลักฐานในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยผู้ให้บริการสามารถให้สิทธิลูกค้าปฏิเสธไม่รับหลักฐานได้

#### 4.2.3 การให้ข้อมูลหลังการขาย (post-sale)

(1) แจ้งลูกค้าทุกครั้งเกี่ยวกับรายการที่ต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บจากผู้ให้บริการล่วงหน้าก่อนถึงวันครบกำหนดชำระ ในระยะเวลาที่เพียงพอให้ลูกค้ารับทราบ และเตรียมการชำระหรือปฏิเสธรายการได้ โดยแจกแจงรายละเอียดรายการที่ต้องชำระหรือจะมีการเรียกเก็บให้ลูกค้าทราบ เช่น ค่างวด ยอดหนี้คงเหลือ ดอกเบี้ย เบี้ยปรับผิดนัดชำระ ค่าธรรมเนียมการทวงถามหนี้ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการต่ออายุผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

กรณีผู้ให้บริการกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับสินเชื่อบางประเภทให้ไม่ต้องมีการแจ้งลูกค้าล่วงหน้าทุกครั้งที่จะต้องชำระค่างวด เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เป็นต้น ผู้ให้บริการต้องมีกระบวนการที่มั่นใจว่าลูกค้าได้ทราบและเข้าใจในเงื่อนไขของการชำระและหน้าที่ของผู้ใช้บริการครบถ้วนแล้ว และหากจะมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายอื่นที่ไม่ใช่ค่างวด เช่น เบี้ยประกันภัย ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าอย่างชัดเจนรวมถึงผลของการไม่จ่ายชำระด้วย

ในการแจ้งลูกค้าเกี่ยวกับรายการที่ต้องชำระหรือเรียกเก็บที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อหรือที่มีลักษณะคล้ายสินเชื่อ ให้มีการเตือนลูกค้าถึงผลของการผิดนัดชำระหรือการชำระเพียงบางส่วน เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลครบถ้วนประกอบการทำธุรกรรม

(2) มอบหลักฐานการชำระเงินให้แก่ลูกค้าทุกครั้ง โดยแจกแจงรายละเอียดรายการที่ลูกค้าได้ชำระให้ลูกค้าทราบ

(3) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการของลูกค้า ต้องมีการสื่อสารหรือแจ้งข้อมูลอันเป็นสาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าอย่างชัดเจน และในกรณีที่การเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ลูกค้าเสียประโยชน์ ซึ่งรวมถึงกรณีเกิดภาวะหรือความเสี่ยงเพิ่มเติม เช่น การเพิ่มวงเงินบัตรเครดิต ผู้ให้บริการต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อน แต่ไม่รวมถึงการขอความยินยอมจากลูกค้าภายใต้สัญญาใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจเข้าข่ายสัญญาไม่เป็นธรรม เช่น การขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขโดยไม่ต้องขอความยินยอมจากลูกค้าและไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า

(4) มีระบบงานและแนวปฏิบัติที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายและให้บริการลูกค้า ซึ่งรวมถึงกฎหมายว่าด้วยการทวงถามหนี้

ฉบับร่าง

## เอกสารแนบ 4.1

## ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ผู้ให้บริการต้องเปิดเผยแก่ลูกค้า

ผู้ให้บริการต้องเปิดเผย อธิบาย และมอบข้อมูลดังต่อไปนี้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างการเสนอขายแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

## ตารางที่ 1: ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝาก

ผลิตภัณฑ์เงินฝาก		
เงินฝากธรรมดา (เช่น ออมทรัพย์ ฝากประจำ)	เงินฝากซับซ้อน (เช่น Step-up ฝากประจำปลอดภาษี)	บัตรเดบิต
<ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้ออกผลิตภัณฑ์</li> <li>ชื่อผลิตภัณฑ์</li> <li>อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อปี</li> <li>จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำ</li> <li>ระยะเวลาฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ)</li> <li>อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดเงื่อนไขการฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ)</li> <li>ค่าธรรมเนียม</li> <li>การต่ออายุบัญชี เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการฝาก (สำหรับเงินฝากประจำ)</li> <li>ช่องทางในการติดต่อผู้ให้บริการ</li> <li>ข้อควรระวัง (เช่น การทำธุรกรรมข้ามเขต ข้ามผู้ให้บริการ อาจมีค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม เป็นต้น)</li> </ol>	<p><b>ข้อมูลทั่วไป</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้ออกผลิตภัณฑ์</li> <li>ชื่อผลิตภัณฑ์</li> <li>ประเภทผลิตภัณฑ์</li> <li>ระยะเวลาฝาก</li> <li>จำนวนเงินเปิดบัญชีขั้นต่ำและสูงสุด</li> <li>ยอดเงินฝาก (เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ยอดเงินฝากมีผลทำให้อัตราดอกเบี้ยเปลี่ยนแปลง)</li> <li>อัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อปี</li> <li>ตารางอัตราดอกเบี้ย (เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่อัตราดอกเบี้ยมีมากกว่า 1 แบบ)</li> <li>ตัวอย่างการคำนวณดอกเบี้ย (เฉพาะกรณีที่มีการคำนวณดอกเบี้ยซับซ้อน)</li> <li>ระยะเวลาจ่ายดอกเบี้ย</li> <li>เงื่อนไขหลัก (เงื่อนไขที่ลูกค้าต้องทำ มิฉะนั้นจะกระทบการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือเงื่อนไขที่ลูกค้าต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม)</li> <li>เงื่อนไขการฝาก/ถอน/โอน สิทธิประโยชน์และเงื่อนไขอื่น</li> <li>อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดเงื่อนไขการฝาก</li> <li>ค่าธรรมเนียม</li> <li>การต่ออายุบัญชี เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการฝาก</li> </ol> <p><b>ข้อมูลกรณีมีประกันภัย</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ประเภทประกันภัย</li> <li>ชื่อบริษัทประกันภัย</li> <li>วงเงินที่คุ้มครองประกันภัย</li> <li>เงื่อนไขความคุ้มครองประกันภัย (เฉพาะที่สำคัญ)</li> <li>ช่องทางในการติดต่อผู้ให้บริการ</li> <li>ข้อควรระวัง</li> </ol>	<p><b>ข้อมูลทั่วไป</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้ออกผลิตภัณฑ์</li> <li>ชื่อผลิตภัณฑ์</li> <li>ประเภทผลิตภัณฑ์</li> <li>วงเงินสูงสุด โดยต้องมีการอธิบายว่าลูกค้าสามารถปรับเพิ่มวงเงินได้ไม่เกินวงเงินสูงสุด และปรับลดวงเงินได้</li> <li>เงื่อนไขหลัก</li> <li>วิธีการยืนยันตัวตน (เช่น PIN 4-6 หลัก)</li> <li>ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเพื่อฝาก/ถอน/โอน ผ่านตู้ ATM</li> <li>ค่าธรรมเนียมแรกเข้า</li> <li>ค่าธรรมเนียมรายปี</li> <li>ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่</li> <li>ค่าธรรมเนียมการขอรหัสใหม่</li> <li>การใช้บัตรในประเทศ ใช้ทำอะไรได้บ้าง ใช้ได้กับอุปกรณ์ที่มีสัญลักษณ์ใดบ้าง</li> <li>ค่าบริการการใช้จ่ายที่เป็นสกุลเงินต่างประเทศ</li> <li>ความรับผิดชอบของเจ้าของบัตรกรณีบัตรหาย</li> </ol> <p><b>ข้อมูลกรณีมีประกันภัย</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ประเภทประกันภัย</li> <li>ชื่อบริษัทประกันภัย</li> <li>วงเงินที่คุ้มครองประกันภัย</li> <li>เงื่อนไขความคุ้มครองประกันภัย</li> <li>ช่องทางในการติดต่อธนาคาร</li> <li>ข้อควรระวัง (เช่น โปรดรักษาบัตรเสมือนรักษาเงินสด บัตรหายมีความเสี่ยง ให้รีบอายัด เป็นต้น)</li> </ol>

**ตารางที่ 2: ข้อมูลขั้นต่ำของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ**

สินเชื่อที่มีหลักประกัน (เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เช่าซื้อ)	สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน (เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ออกผลิตภัณฑ์</li> <li>2. ชื่อผลิตภัณฑ์</li> <li>3. วงเงิน</li> <li>4. ระยะเวลาการผ่อนชำระ</li> <li>5. ประเภทของการผ่อนชำระ</li> <li>6. อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง (Effective rate)</li> <li>7. อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดนัดชำระ (เบี้ยปรับ)</li> <li>8. ค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าติดตามทวงถามหนี้ เป็นต้น</li> <li>9. เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องทำตามมีอะไรบ้าง กระทบต่อการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ</li> <li>10. ประกันภัยประเภทที่ลูกค้าที่จำเป็นต้องทำและที่สามารถเลือกทำได้</li> <li>11. ข้อควรระวังในเรื่องสำคัญ เช่น ค่าปรับที่จะเกิดขึ้น กรณีผิดนัดชำระหรือชำระบางส่วน การทำประกันภัยบาง ประเภทไม่มีผลต่อการอนุมัติสินเชื่อ เป็นต้น</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ออกผลิตภัณฑ์</li> <li>2. ชื่อผลิตภัณฑ์</li> <li>3. อัตราดอกเบี้ย</li> <li>4. อัตราดอกเบี้ยกรณีผิดนัดชำระ (เบี้ยปรับ)</li> <li>5. ค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมการชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการขอใบแจ้งยอดบัญชี ค่าติดตามทวงถาม หนี้ เป็นต้น</li> <li>6. ข้อควรระวังในเรื่องสำคัญ เช่น ค่าปรับที่จะเกิดขึ้น กรณีผิดนัดชำระหรือชำระบางส่วน สิ่งที่ต้องรับ ปฏิบัติเมื่อบัตรเครดิตหรือบัตรกดเงินสดหาย เป็นต้น</li> </ol> <p>ทั้งนี้ ให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่ง ประเทศไทยที่เกี่ยวข้องสำหรับการเปิดเผยข้อมูลอัตรา ดอกเบี้ย ค่าบริการต่าง ๆ และเบี้ยปรับด้วย</p>

## เอกสารแนบ 5

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการสื่อสารและการให้ความรู้พนักงาน  
(Communication and training)

พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า ได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรมชาติ มีความรู้สามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมและนำไปปฏิบัติจริง

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

## 5.1 การสื่อสารกับพนักงาน

5.1.1 กำหนดให้มีฝ่ายงานที่ทำหน้าที่และรับผิดชอบการสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน โดยมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม ควบคุมติดตามให้ได้รับการพัฒนาตามแผน

5.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสารกับพนักงานมีความครบถ้วนถูกต้อง ชัดเจน นำไปปฏิบัติได้โดยง่าย ปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ โดยครอบคลุมเรื่องการให้บริการอย่างเป็นธรรม และสอดคล้องกับหน้าที่ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการเพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมแต่ละระบบ เช่น เนื้อหาที่กล่าวถึงเจตนาของหลักเกณฑ์ควบคุมกับวิธีปฏิบัติเพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจอย่างแท้จริงและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว

5.1.3 มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และอีเมล เป็นต้น รวมถึงการใช้ช่องทางและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับเรื่อง เนื้อหา อุปกรณ์ และพฤติกรรมมารับสื่อของพนักงาน เพื่อให้การสื่อสารได้ผลจริง

5.1.4 มีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้ เช่น สอบถามความเข้าใจของคนขาย ทดสอบการขายจริง ทำการตรวจสอบโดยไม่แสดงตน (mystery shopping) รวมทั้งจัดพบปะระหว่างฝ่ายงานที่ทำหน้าที่สื่อสารกับพนักงาน เพื่อนำผลทั้งหมดมาวิเคราะห์ปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสื่อสารต่อไป และมีการทบทวนความรู้อย่างต่อเนื่อง

5.1.5 มีกลไกการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ลูกค้า ที่มีโอกาสให้บริการแก่ลูกค้าด้วย เนื่องจากมีความเสี่ยงที่บุคลากรดังกล่าวอาจปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด หรือมีการปฏิบัติงานเกินขอบเขตหน้าที่ของตนเอง โดยไม่ทราบหรือไม่เข้าใจถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ลูกค้า เช่น ผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านเอกสารของฝ่ายขาย ควรทราบขอบเขตหน้าที่ของตนเองว่าสามารถทำหน้าที่ขายและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้หรือไม่

## 5.2 การฝึกอบรมแก่พนักงานขาย

5.2.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของพนักงานขาย เพื่อให้การขายมีความเป็นธรรมแก่ลูกค้า เช่น เน้นย้ำทั้งการอธิบายข้อดี ผลประโยชน์



เงื่อนไข ข้อจำกัด ข้อควรระวังที่ลูกค้าอาจเสียประโยชน์ และสิทธิที่ลูกค้าพึงมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานขายที่เสนอขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อนกว่าทั่วไป เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีคุณภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลูกค้า ทั้งนี้ เนื้อหาอย่างน้อยควรประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องตรงกับข้อมูลที่ได้รับผิดชอบด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริษัทผู้ออกผลิตภัณฑ์จัดให้ รวมทั้งสอดคล้องกับความเห็นหรือข้อสังเกตในขั้นตอนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์นี้ไม่เหมาะสมที่จะเสนอขายให้แก่ลูกค้ากลุ่มใด) รวมถึงจัดอบรมเพื่อให้พนักงานขายมีความรู้และทักษะในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้า และวิธีปฏิบัติงานในฐานะผู้มีวิชาชีพและมีจรรยาบรรณ

5.2.2 จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อนกว่าทั่วไป โดยผู้ให้บริการดูแลให้พนักงานขายเข้ารับการอบรมอย่างครบถ้วนและไม่ควรอนุญาตให้ผู้ที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมสามารถขายผลิตภัณฑ์นั้นได้ รวมทั้งดูแลว่า ผู้พัฒนาหรือผู้ออกผลิตภัณฑ์ได้ให้ข้อมูลและเอกสารประกอบการขายอย่างครบถ้วนเพียงพอ โดย ทั้งนี้ ควรสื่อสารและทำความเข้าใจกับผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้แก่พนักงานขายด้วย

5.2.3 ฝึกวิธีปฏิบัติงานให้พนักงานขายได้ฝึกใช้ภาษาที่ลูกค้าจะเข้าใจได้ง่ายและอาจจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบายในเรื่องที่ยาก โดยเฉพาะการอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือมีความซับซ้อนกว่าทั่วไป รวมถึงฝึกปฏิบัติวิธีบันทึกเพื่อเก็บหลักฐานการให้คำแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

5.2.4 ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรม ในกรณีที่ผู้ให้บริการให้บุคคลอื่นจัดอบรมให้แก่พนักงานขาย

5.2.5 มีการวัดผลการฝึกอบรม เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานขายได้รับความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องที่อบรมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเพื่อให้สามารถปรับปรุงการจัดอบรมให้ดียิ่งขึ้นในครั้งต่อไป

ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้ให้บริการมีสาขาหลายแห่ง (เช่น ธนาคารพาณิชย์) อาจพิจารณาจัดอบรมให้ความรู้ผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การสัมมนาผ่านเว็บไซต์ (Webinars) หรือ การสัมมนาผ่านระบบวิดีโอ (VDO conference) โดยที่ผู้เข้ารับการอบรม (ซึ่งก็คือพนักงานขายตามสาขาต่าง ๆ) สามารถเห็นหน้าผู้สอน (ผู้ให้บริการ สำนักงานใหญ่ / วิทยาการ / ผู้ออกผลิตภัณฑ์) ผ่านช่องทางดิจิทัลได้ เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลและเนื้อหาการอบรม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หรืออาจให้มีพนักงานขายที่มีคุณภาพดี (champion) กระจายอยู่ตามกลุ่มสาขาต่าง ๆ เพื่อให้คำปรึกษาและสอนงานอย่างใกล้ชิดและทั่วถึงยิ่งขึ้น

เอกสารแนบ 6

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการดูแลข้อมูลลูกค้า  
(Data privacy)**

ข้อมูลของลูกค้าได้รับการดูแลอย่างปลอดภัย คำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการรักษา  
ความลับ การส่งข้อมูลลูกค้าต่อให้ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

ผู้ให้บริการมีการดูแลข้อมูลลูกค้าทั้งเพื่อความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับดังนี้

**6.1 การดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า**

6.1.1 มินนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า ซึ่งสอดคล้อง  
กับแผนธุรกิจ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจ โดยคำนึงถึงประเด็น  
ดังต่อไปนี้

(1) อำนาจหน้าที่ของพนักงานแต่ละระดับที่เอื้อต่อการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูล  
ลูกค้า โดยสอดคล้องกับหลักการควบคุม กำกับและตรวจสอบ (3 lines of defence)

(2) การออกแบบ พัฒนา และทดสอบระบบงานให้มีความมั่นคงปลอดภัย มีความยืดหยุ่น  
และมีการบำรุงรักษาสม่ำเสมอ

(3) การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล โดยมีการจัดชั้นความลับของข้อมูล เก็บรักษา  
และทำลายข้อมูลให้เหมาะสมกับชั้นความลับบริหารจัดการการเข้าถึงข้อมูลที่เชื่อถือได้และเป็น  
มาตรฐานสากล รวมถึงการรักษาความมั่นคงของระบบงานเพื่อให้มั่นใจว่าระบบงานมีความปลอดภัย  
พร้อมใช้งาน

(4) การควบคุมการเข้าถึงระบบงาน การบริหารจัดการสิทธิของพนักงานให้เป็นปัจจุบัน  
โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหรือการจ้างงาน ตลอดจนมีการติดตามตรวจสอบการเข้าถึง  
ระบบงานอย่างจริงจังสม่ำเสมอเพื่อตรวจจับความผิดปกติของการเข้าถึงข้อมูลและสามารถแก้ไขปัญหาได้  
ทันท่วงที รวมถึงรายงานผลการตรวจจับต่อผู้บริหาร เช่น กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการ  
รั่วไหลของข้อมูล โดยแบ่งแยกหน่วยงานเป็นสัดส่วนตามหลัก Chinese wall และจัดเก็บและกำหนดการ  
เข้าถึงข้อมูลเท่าที่จำเป็น (need to know basis) กำหนดแนวทางในการกำกับดูแลและตรวจสอบ  
พนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในซึ่งอาจถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม เป็นต้น

ตัวอย่าง ผู้ให้บริการควรมีระบบงานเพื่อดูแลข้อมูลลูกค้า เช่น

- มีการตรวจจับการเข้าถึงข้อมูลที่อาจเข้าข่ายผิดปกติ เช่น การทำรายการเรียกดูโดยที่  
ลูกค้าไม่ได้มาใช้บริการ การพิมพ์ข้อมูลลูกค้านอกเวลาทำการ การเรียกดูข้อมูลลูกค้า  
จำนวนมากหรือบ่อยครั้ง หรือการเรียกดูข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามขั้นตอนปกติ

- มีการควบคุมไม่ให้มีการคัดลอกข้อมูลลูกค้าออกไปภายนอก ทั้งการพิมพ์ข้อมูลจากหน้า  
จอคอมพิวเตอร์ การส่งข้อมูลทางอีเมลหรืออินเทอร์เน็ต โดยควรจำกัดขนาดของข้อมูล

การกำหนดถ้อยคำสำคัญ (key word) ในอีเมลที่ต้องถูกตรวจสอบ หรือมีการสุ่มตรวจสอบเนื้อหาหรือถ้อยคำ

- กำหนดให้การจ่ายผลตอบแทนจากการเสนอขายทางโทรศัพท์ที่มีผลจำกัดเฉพาะการติดต่อผ่านช่องทางที่ผู้ให้บริการตรวจสอบได้ เพื่อป้องกันการส่งข้อมูลให้บุคคลภายนอก ช่วยเสนอขายโดยที่ลูกค้าไม่ให้ความยินยอม

(5) ควบคุมดูแลและบริหารจัดการผู้ให้บริการภายนอกหรือพันธมิตรทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและรัดกุมในการเข้าถึง การใช้ และการดูแลรักษาข้อมูลลูกค้า

6.1.2 ส่งเสริมอย่างจริงจังให้พนักงานทุกระดับเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

## 6.2 การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่น

6.2.1 มีกระบวนการที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผู้รับข้อมูล (ซึ่งรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจที่ออกผลิตภัณฑ์ร่วมกันในลักษณะ co-brand) สามารถรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้าได้อย่างรัดกุม เก็บข้อมูลลูกค้าเท่าที่จำเป็น และใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้แจ้งลูกค้าไว้ โดยไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความสามารถในการดูแลข้อมูลลูกค้าของผู้รับข้อมูลและความสามารถของผู้ให้บริการในการควบคุมดูแลการดูแลข้อมูลของผู้รับข้อมูล เป็นปัจจัยสำคัญ

6.2.2 ในการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้

(1) การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการขายหรือการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งลูกค้ามีสิทธิเลือกในการให้ความยินยอมหรือไม่ก็ได้โดยไม่กระทบการพิจารณาใช้ผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รวมถึงกรณีเปิดเผยข้อมูลให้พันธมิตรทางธุรกิจที่ออกบัตรเครดิตร่วมกัน (co-brand)

(2) ขอความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดจากลูกค้า โดยดำเนินการดังนี้

(2.1) ขอความยินยอมโดยให้สิทธิลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูลอย่างชัดเจน ในรูปแบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจให้สิทธิด้วยตนเองและลูกค้าเข้าใจได้ง่ายว่าไม่ใช่เงื่อนไขการใช้ผลิตภัณฑ์ เช่น แยกส่วนที่ขอความยินยอมเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาดออกจากกัน มีถ้อยคำระบุไว้ที่ด้านบนแบบฟอร์มการขอความยินยอมว่าไม่มีผลต่อการพิจารณาการใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

(2.2) แจ้งวัตถุประสงค์การขอความยินยอมให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน เช่น เพื่อการตลาดเพื่อการส่งเสริมการขาย เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการต่าง ๆ เป็นต้น

(2.3) แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบเพื่อประกอบการพิจารณาให้ความยินยอม โดยในกรณีที่ผู้รับข้อมูลเป็นบริษัทที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจทางการเงินตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่า

ด้วยการกำกับแบบรวมกลุ่ม ผู้ให้บริการสามารถอ้างอิงรายชื่อในแหล่งอื่น เช่น เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ โดยอธิบายช่องทางอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย

กรณีการเพิ่มรายชื่อผู้รับข้อมูลในภายหลังสำหรับกลุ่มที่ลูกค้าเลือกเปิดเผยข้อมูล ให้แจ้งรายชื่อผู้รับข้อมูลให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าและให้ระยะเวลาสั้นเพียงพอสำหรับลูกค้าในการปฏิเสธการส่งข้อมูล เช่น 30 วัน โดยหากไม่ได้รับการปฏิเสธจากลูกค้าในระยะเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าลูกค้ายินยอมให้ส่งข้อมูลให้ผู้รับข้อมูลตามที่ผู้ให้บริการได้แจ้งไป (Opt out)

(2.4) แจ้งช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกเพื่อสอบถามรายชื่อผู้รับข้อมูล และยกเลิกการติดต่อจากผู้รับข้อมูลทุกราย โดยในกรณีที่ลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากผู้รับข้อมูล ผู้ให้บริการต้องมีระบบที่สามารถดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นภายใน 48 ชั่วโมง หลังจากที่ได้รับแจ้ง ทั้งนี้ หากมีเหตุอันสมควรที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้า ทั้งนี้ ต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นภายใน 10 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า

#### 6.2.3 กรณีการเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาด ให้ปฏิบัติดังนี้

(1) การเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์อื่นที่ไม่ใช่การตลาด หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเพื่อสนับสนุนการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องให้ความยินยอมยินยอมมิฉะนั้นผู้ให้บริการจะไม่สามารถให้บริการได้อย่างเป็นธรรมและต่อเนื่อง เช่น การเปิดเผยข้อมูลให้แก่บุคคลอื่นซึ่งรับดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ เป็นต้น โดยให้รวมถึงกรณีการเปิดเผยข้อมูลให้บริษัทพันธมิตรในลักษณะ Co-brand และไม่รวมกรณีการเปิดเผยข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด

(2) ให้แจ้งวัตถุประสงค์ในการเปิดเผยข้อมูลให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจน โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งชื่อบุคคลผู้รับข้อมูล เช่น เพื่อประโยชน์ในการดำเนินการติดตามทวงถามหนี้ เป็นต้น

## เอกสารแนบ 7

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน  
(Problem and complaint handling)

การแก้ไขปัญหา จัดการเรื่องร้องเรียน ชดเชยเยียวยา ของผู้ให้บริการมีความชัดเจน รวดเร็ว เป็นอิสระ มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

## 7.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน

7.1.1 มีหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องซึ่งลูกค้าสามารถติดต่อโดยตรงได้อย่างสะดวก มีทางเลือกหลายช่องทางสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า โดยมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางและวิธีการแจ้งปัญหาหรือร้องเรียน ไม่ว่าจะเป็นการร้องเรียนการประกอบธุรกิจหรือการให้บริการของพนักงาน แจ้งขอบเขตของเรื่องที่สามารถร้องเรียนได้ ช่องทางและวิธีร้องเรียนที่จะทำให้สามารถพิจารณาได้รวดเร็ว เช่น เอกสารหลักฐานและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิธีติดตามเรื่องร้องเรียน เป็นต้น รวมถึงแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงช่องทางร้องเรียนต่อทางการด้วย เช่น ในกรณีที่ไม่พอใจกับคุณภาพการแก้ไขปัญหาของผู้ให้บริการ สามารถติดต่อศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของธนาคารแห่งประเทศไทย

7.1.2 มีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานในการรับและดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน โดยมั่นใจว่าหน่วยงานและบุคลากรที่ทำหน้าที่รับเรื่องมีความเป็นอิสระ สามารถประสานกับหน่วยงานอื่น ๆ ได้ และได้รับการอบรมและฝึกปฏิบัติอย่างเหมาะสม ลูกค้าต้องได้รับโอกาสที่จะให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ โดยมีการพิจารณาเรื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อความเป็นธรรม มีการบันทึกข้อมูลที่ครบถ้วน และในกรณีปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนที่อ่อนไหว หรืออาจมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ควรกำหนดกระบวนการพิเศษในการเร่งแก้ไขปัญหา เช่น แจ้งให้ผู้บริหารระดับสูงทราบอย่างรวดเร็ว

7.1.3 แก้ไขปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม โดยพิจารณาทั้งข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมของแต่ละกรณี รวมถึงพิจารณาเหตุปัจจัยทั้งหมดด้วย เช่น วิธีปฏิบัติงานที่แท้จริง การให้สัญญาของคนขาย ข้อมูลของลูกค้า (customer profile) เป็นต้น

7.1.4 มีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการและพิจารณาดำเนินการตามแนวทาง เงื่อนไข ระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงระบบในการตรวจสอบคุณภาพการแก้ไขปัญหาหรือดูแลเรื่องร้องเรียน

7.1.5 ปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนถือเป็นสัญญาณเตือนถึงปัญหาของระบบงาน หากผู้ให้บริการได้รับเรื่องในประเด็นหนึ่งประเด็นใดซ้ำ ๆ หรือเป็นการร้องเรียนพนักงานขายรายหนึ่งรายใด หรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดซ้ำ ๆ หรือเป็นปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียนของลูกค้าที่มีลักษณะเดียวกันซ้ำ ๆ หรือปัญหาที่แม้ไม่ได้เกิดซ้ำ ๆ แต่อาจมีผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม ให้มีการตรวจสอบให้พบต้นเหตุของปัญหา และ/หรือขยายการตรวจสอบโดยทันทีเพื่อหยุดความเสียหาย โดยควรกำหนดผู้รับผิดชอบชัดเจนในการติดตามการแก้ไขปัญหา เร่งรัดความคืบหน้าเป็นประจำ

## 7.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหให้กับลูกค้า

ผู้ให้บริการมีมาตรฐานในการแก้ไขปัญหา เยียวยา หรือชดเชยให้แก่ลูกค้า ซึ่งรวมถึง การกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนให้การจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสม รวมทั้งแจ้งให้ลูกค้าทราบความคืบหน้าเป็นระยะ และกำหนดระยะเวลาและปัจจัยในการพิจารณาแก้ไขเยียวยาหรือชดเชยให้เป็นธรรมโดยเฉพาะกรณีที่เป็นความผิดพลาดจากระบบงานหรือพนักงานของผู้ให้บริการและเท่าเทียมในกรณีที่มีลักษณะเดียวกัน เช่น ไม่เลือกชดเชยให้เฉพาะลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เป็นต้น

## 7.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

7.3.1 บันทึกปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนทั้งหมดที่ผู้ให้บริการได้รับจากช่องทางต่าง ๆ ให้ครบถ้วน โดยในกรณีที่เป็นลักษณะสอบถามข้อมูล ควรมีแนวทางการบันทึกให้สามารถวิเคราะห์ความเพียงพอของการให้ข้อมูลในกระบวนการขาย เพื่อนำมาปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย และครบถ้วนยิ่งขึ้น

7.3.2 กำหนดผู้รับผิดชอบในการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาการให้บริการหรือเรื่องร้องเรียน และนำผลการวิเคราะห์ไปดำเนินการต่อ เช่น ประกอบการตรวจสอบ ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมทั้งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การให้บริการ วิธีปฏิบัติงานหรือระบบงาน เพิ่มการควบคุมและการสอบทาน รวมถึงมีการสื่อสารไปยังพนักงานที่เกี่ยวข้อง

7.3.3 รายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้สามารถประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ และให้รายงานข้อมูลปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนมายังธนาคารแห่งประเทศไทยตามแนวทางที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเกี่ยวกับการรายงานข้อมูลคุณภาพการให้บริการทางการเงิน

เอกสารแนบ 8

**มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการควบคุม กำกับ และตรวจสอบ**  
(3 Lines of defence)

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีกระบวนการ ระบบควบคุม และการตรวจสอบการปฏิบัติงาน ที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรมอย่างรัดกุม ตรวจสอบความเสี่ยงและความผิดปกติ เพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

**8.1 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ**

8.1.1 มีการดำเนินงานด้านการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงานในทุกกระบวนการบริหารจัดการด้านการให้บริการอย่างเป็นธรรม ครอบคลุมในแต่ละระดับชั้นของการปฏิบัติงานอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับ กฎหมายและหลักเกณฑ์ทางการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างเป็นธรรม มีความเป็นอิสระจากกิจกรรมที่ตรวจสอบ และมีอิสระในการตรวจสอบกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้คณะกรรมการ และผู้บริหารระดับสูงสามารถสร้างและรักษาภาวะแวดล้อมของการควบคุมภายในที่ดี เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้บริการได้ให้บริการที่เป็นธรรมแก่ลูกค้า

ในการดำเนินงานดังกล่าว ผู้ให้บริการต้อง กำหนดให้มีผู้ปฏิบัติงานหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อสนับสนุนกระบวนการติดตามและตรวจสอบให้เกิดประสิทธิผล เช่น มี 3 lines of defence ได้แก่

ขั้นแรก คือ การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงานประจำวัน

ขั้นที่สอง คือ การกำกับดูแลและตรวจสอบในลักษณะ oversight function ว่ามีการปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดหรือไม่ รวมถึงการบริหารความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ

ขั้นที่สาม คือ การตรวจสอบเพื่อประเมินความเพียงพอของมาตรการต่าง ๆ โดยทุกระดับชั้นควรเห็นร่วมกันในการกำหนดความเสี่ยงที่สำคัญเพื่อที่จะมีเป้าหมายในการทำงานเดียวกัน

โดยผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจและความมุ่งมั่นในการควบคุมให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด รวมถึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและผลักดันให้มีการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และมีส่วนร่วมในการให้ความเห็นกับหน่วยงานธุรกิจ สาขา เครือข่ายการบริการและการขาย

8.1.2 ประเมินขั้นตอน การปฏิบัติงานและการให้บริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการ 9 ระบบ เพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงที่ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจะมีเงื่อนไขไม่เหมาะสม ความเสี่ยงที่การสื่อสารนโยบายการให้บริการอย่างเป็นธรรมจะมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ ความเสี่ยงจากการหยุดชะงักของระบบงานจากความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกทุจริต และความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมจนเกิดความเสียหาย ความเสี่ยงที่ข้อมูลลูกค้าจะไม่ได้ได้รับความปลอดภัย ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นมาตรฐานและเป็นธรรม เป็นต้น

8.1.3 มีการติดตาม และควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาสดังกล่าว (protect) เช่น มีระบบสอบทานเงื่อนไขผลิตภัณฑ์และทดสอบกับกลุ่มลูกค้าก่อนออกนำเสนอจริง มีระบบสอบทาน

ความรู้ความเข้าใจของพนักงานเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรอย่างต่อเนื่อง มีการสอบย้อนการปฏิบัติงาน (maker & checker) หรือผู้มีอำนาจอนุมัติ (approval) ในกระบวนการขายที่ต้องเป็นคนละคนกับพนักงานขาย มีระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติ (detect) ได้อย่างรวดเร็ว และแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที มีระบบควบคุมดูแลการรับจ่ายเงินและป้องกันการทุจริต ยักยอกเงิน มีระบบควบคุมให้การเสนอขายไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวลูกค้า มีระบบดูแลรักษาความปลอดภัยในการให้บริการที่เหมาะสม เพื่อป้องกันเหตุร้ายหรือความเสียหายที่จะมีต่อข้อมูลหรือทรัพย์สินของลูกค้าหรือผู้ให้บริการ เป็นต้น

**ตัวอย่าง** การกำหนดให้มีระบบงานควบคุมดูแลและสอบทานคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้า และการสอบทานการปฏิบัติงานด้านการขาย **ครอบคลุม** ถึงเรื่องดังต่อไปนี้

**ประเด็นที่ผู้ให้บริการต้องดำเนินการ**

- ก. ตรวจสอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายว่าเหมาะสมกับลูกค้าหรือไม่
- ข. ดูแลการขายของพนักงานขายในกรณีที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ เช่น การขายให้แก่ลูกค้าที่มีความเปราะบาง หรือการขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงหรือซับซ้อน
- ค. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานขายให้อยู่ในขอบเขตที่สามารถทำได้ตามคุณสมบัติหรือหน้าที่ที่กำหนด เช่น ห้ามพนักงานมอบรหัสผ่านให้พนักงานคนอื่นเพื่อทำรายการแทนกัน
- ง. มีการตรวจสอบแหล่งข้อมูลและการได้มาของข้อมูลลูกค้า ว่าได้มาอย่างถูกต้อง และได้รับความยินยอมจากลูกค้า
- จ. มีระบบ do not call list หรือกระบวนการที่เทียบเท่า สำหรับลูกค้าที่ไม่ประสงค์ให้ติดต่ออีก และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอย่างรวดเร็ว และควบคุมให้ปฏิบัติได้จริง เช่น กำหนดให้พนักงานขายที่ได้รับแจ้งจากลูกค้าสามารถดำเนินการบันทึกข้อมูลในระบบดังกล่าวได้ทันที
- ฉ. มีระบบควบคุมการรับชำระเงินให้ปลอดภัย และป้องกันการโกง เช่น ลูกค้าชำระเงินสดที่เคาน์เตอร์รับเงินฝากโดยตรงโดยไม่ผ่านพนักงานอื่น ลูกค้ารู้บัตรเครดิตด้วยตัวเองหากชำระด้วยบัตรเครดิต
- ช. มีระบบติดตามตรวจสอบรายการทางบัญชีและธุรกรรมทางการเงินของพนักงาน และแจ้งเตือนกรณีที่น่าจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อข้อมูลหรือทรัพย์สิน
- ซ. มีการตรวจสอบกระบวนการทำงานของ outsource เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติงานตรงตามนโยบายและวิธีปฏิบัติที่ผู้ให้บริการกำหนด ทุกขั้นตอน เช่น การรับ-ส่งข้อมูลลูกค้า การติดตามการทำลายข้อมูลลูกค้าหลังใช้งานเสร็จ เป็นต้น



ณ. ติดตามดูแลการปฏิบัติงานในส่วนการขาย การควบคุม และการสอบทาน ว่าเป็นไปตามที่ผู้ให้บริการได้กำหนดวิธีปฏิบัติไว้หรือไม่ และต้องดำเนินการอย่างจริงจังหากพบว่ามี การปฏิบัติฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามอย่างครบถ้วน

### ประเด็นที่ผู้ให้บริการควรดำเนินการ

ณ. มีการวัดความเสี่ยงสนทนาระหว่างการขายผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ทุกรายการมีระบบควบคุมการขายให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ เช่น

- พนักงานขายที่มีใบอนุญาตการขาย มีการ์ดและรหัสผ่านส่วนตัว เพื่อเข้าระบบงาน และระบบหยุดการปฏิบัติงาน (lock out) ทั้งนี้ หากพนักงานขายที่มีใบอนุญาตต้องการ خروج
- กำหนดให้ระบบงานขายสามารถเริ่มใช้งานได้ก็ต่อเมื่อมีพนักงานที่มีใบอนุญาต ทำการลงชื่อเข้าใช้ (log in) ระบบครบทุกคนตามจำนวนที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด

ณ. ห้ามพนักงานขายนำเครื่องมือสื่อสาร สิ่งของหรืออุปกรณ์ใด ๆ เข้าไปในบริเวณพื้นที่ทำการเสนอขายทางโทรศัพท์ เพื่อไม่ให้พนักงานขายนำข้อมูลของลูกค้าออกไปได้

ณ. มีระบบควบคุมดูแลไม่ให้พนักงานขายกระตุ้นหรือเร่งรัดการตัดสินใจของลูกค้าด้วยวิธีใด ๆ เพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ให้รางวัลของขวัญ หรือจ่ายคืนค่าซื้อ ให้แก่ลูกค้าเกินสมควร เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับการวางระบบการติดตามตรวจสอบภายหลังการขายและให้บริการ (self-monitoring) อย่างเหมาะสมด้วย เพื่อควบคุมให้การขายและให้บริการแก่ลูกค้าสอดคล้องกับกระบวนการขายและให้บริการที่ผู้ให้บริการกำหนด

ตัวอย่าง ผู้ให้บริการจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อดำเนินการ ดังนี้

- ทำ mystery shopping ที่สาขาในสัดส่วนที่เพียงพอต่อการประเมินการปฏิบัติงาน
- โทรศัพท์เพื่อสอบถามคุณภาพการให้บริการ (call-back client หรือ client survey) ในสัดส่วนที่เพียงพอและมีขอบเขตรวมถึงลักษณะคำถามที่ครอบคลุมและสามารถประเมินคุณภาพการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอบถามทุกรายสำหรับธุรกรรมที่เสี่ยงต่อการให้บริการที่ไม่เป็นธรรม เช่น การให้บริการลูกค้าที่มีความเปราะบาง หรือการให้บริการลูกค้ากรณีที่เป็นการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนซึ่งยากแก่การอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ เช่น การเสนอขายผลิตภัณฑ์ Unit-linked เป็นต้น
- สุ่มฟังเทปการสนทนาเกี่ยวกับการขายและให้บริการระหว่างพนักงานขายและลูกค้า

- สุ่มตรวจรายการขายและเอกสารประกอบ เพื่อตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงาน และการรับชำระเงิน
- สุ่มตรวจสอบการรับชำระเงิน ผ่านระบบวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis) และระบบกล้องวงจรปิด (CCTV)

โดยหากพบว่ามีปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ไม่เหมาะสม ผู้ให้บริการต้องแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อปรับปรุง โดยตรวจสอบสาเหตุ รวมทั้งแก้ไขหรือดำเนินการอื่นใดตามความเหมาะสม และติดตามดูแลการเสนอการปฏิบัติงานและการให้บริการเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการปฏิบัติงานในแต่ละระบบการบริหารจัดการอย่างถูกต้องและเป็นธรรม

8.1.4 จัดทำแผนการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบที่มุ่งไปยังความเสี่ยงที่กำหนด โดยเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวิธีการ ขั้นตอน และหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และตรวจสอบจากสิ่งบ่งชี้ความผิดปกติ โดยกำหนดว่าเหตุการณ์ลักษณะใดที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ที่ความเสี่ยงกำลังเกิดขึ้น

*ตัวอย่าง* กรณีผลิตภัณฑ์บางประเภทให้ค่าตอบแทนการขายแก่พนักงานขายสูงเป็นพิเศษมีปริมาณขายที่สูงมากในบริเวณหรือสาขาหนึ่งสาขาใด อาจน่าสงสัยว่ามีการให้บริการที่ไม่เป็นธรรม (mis-selling) เกิดขึ้น กรณีพบประวัติการเข้าถึงข้อมูลลูกค้าที่ไม่ปกติ อาจน่าสงสัยว่ามีการเข้าถึงข้อมูลลูกค้าโดยมิชอบ

โดยในการกำหนดแผนการตรวจสอบควรครอบคลุมในทุกมิติ เช่น การตรวจสอบกระบวนการขาย ต้องตรวจสอบทั้งด้านรูปแบบการขายในช่องทางต่าง ๆ ด้านพื้นที่ (เช่น สาขาหรือจังหวัด) ด้านลักษณะของธุรกรรม (เช่น การซื้อ การขาย การสับเปลี่ยนและกองทุนรวมหลายประเภท) และมีความถี่ของการตรวจสอบที่เหมาะสม รวมถึงมีวิธีการติดตามและตรวจสอบที่หลากหลายสอดคล้องกับเป้าหมาย

ทั้งนี้ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ตรวจสอบ (เช่น ฝ่ายกำกับปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ (compliance) และฝ่ายตรวจสอบกิจการภายใน) ร่วมกันจัดทำแผนตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่ามีความครอบคลุมเพียงพอและไม่ปฏิบัติงานทับซ้อนกัน และผู้ที่มีการสอบทานหรือตรวจสอบการปฏิบัติงานภายในฝ่ายของตน แจ้งผลการสอบทานและตรวจสอบต่อผู้ที่ได้รับผิดชอบในภาพรวมสำหรับการควบคุมกำกับ และตรวจสอบ เพื่อให้สามารถวางแผนการตรวจสอบได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

8.1.5 รายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง โดยควรนำเสนอวิธีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงสั่งการด้วย

## 8.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์

8.2.1 ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดนโยบายมาตรการ และเครื่องมือ ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน หรือจัดการไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงมาตรการทางวินัยกรณีมีการปฏิบัติไม่เป็นที่กำหนด

8.2.2 มีเครื่องมือและวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และมีการสื่อสาร ให้ความรู้และทำความเข้าใจถึงมาตรการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานและพนักงานที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าว และสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.2.3 ตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และมีการดำเนินการ หากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด รวมถึงควรมีการประเมินความเสี่ยงและทบทวนมาตรการของผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

ฉบับร่าง

## เอกสารแนบ 9

### มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน (Operation and business continuity)

การบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้ามีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงาน ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่าคำสั่งหรือความต้องการของลูกค้าได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ลูกค้าได้รับบริการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม

ผู้ให้บริการมีการดำเนินการในเรื่องดังนี้

#### 9.1 ระบบปฏิบัติการ

9.1.1 จัดทำคู่มือและ **รายการตรวจสอบ** (checklist) ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงจัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าว เพื่อให้พนักงานทุกคนเกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการทำงานและทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับบริการอย่างเป็นธรรม

9.1.2 กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) ความมั่นคงของระบบ : หากกำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เฝ้าระวังภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นแก่ระบบ และมีแผนสำรองหากเกิดเหตุขัดข้องหรือระบบถูกแทรกแซงหรือถูกทำลาย

(2) ความปลอดภัยของข้อมูล : มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ข้อมูล เพื่อไม่ให้มีการล่วงรู้หรือถูกลักลอบนำออกไปหรือนำไปใช้ที่ไม่สมควร

(3) การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ : คำนึงถึงการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งาน เช่น โปรแกรมขึ้นค่าเตือนเมื่อลูกค้าต้องการขายผลิตภัณฑ์ที่ผิดเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ทางภาษี เป็นต้น ควรมีการกำหนดข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ให้ครบถ้วน มีการประมวลผลที่ถูกต้อง และออกค่าเตือนหรือรายงานที่ชัดเจน ที่ผู้ปฏิบัติสามารถเห็น เข้าใจ และนำไปแนะนำลูกค้าได้

ในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจขัดข้องหรือต้องปรับปรุงทั้งในส่วนระบบและโปรแกรม ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญและแก้ไขโดยไม่ชักช้า

9.1.3 มีระบบบันทึกเหตุการณ์การทำธุรกรรมเพื่อคุ้มครองลูกค้าและผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยต้องไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัวของลูกค้าด้วย เช่น มีระบบ CCTV ที่ใช้งานได้จริง มีการบำรุงรักษาต่อเนื่อง เป็นต้น

#### 9.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business contingency plan)

9.2.1 กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวควรครอบคลุมวิธีปฏิบัติงานที่สำคัญที่ทำให้แน่ใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้า

หรือจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ ต้องมีวิธีสื่อสารเพื่อ  
ทำความเข้าใจกับลูกค้า ทั้งก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ อย่างเหมาะสม

9.2.2 ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหาย  
ได้ และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้  
ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพการณ์

ฉบับร่าง