

มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้า (Merchant Fraud Management: MFM)

เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการชำระเงินภายใต้การกำกับใช้เป็นมาตรฐานขั้นต่ำในการรู้จักและบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้าให้สอดคล้องกับหลักการในประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยว่าด้วยการบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้า (Merchant Fraud Management: MFM) ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีมาตรการจัดการความเสี่ยงตั้งแต่กระบวนการรู้จักและการบริหารจัดการตามความเสี่ยงร้านค้าไม่ว่าจะดำเนินการด้วยวิธีการใด ไปจนถึงการยุติความสัมพันธ์กับร้านค้า ให้สอดคล้องกับข้อกำหนดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงระดับความเสี่ยงในการให้บริการและต้องไม่น้อยกว่ามาตรฐานขั้นต่ำที่ ธปท. กำหนด

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
1. การรู้จักร้านค้า (Onboarding)			
หลักการ			
1.1 Identification			
- เพื่อให้มีข้อมูลและเอกสารหลักฐานเพียงพอในการระบุตัวตนของเจ้าของหรือผู้มีอำนาจจัดการร้านค้า หรือผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง - เพื่อทราบข้อมูลการประกอบธุรกิจของร้านค้าในเบื้องต้น เช่น ประเภทสินค้า/บริการ และการคาดการณ์ยอดขายซึ่งผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้ในการแบ่งกลุ่มขนาดร้านค้า (ขนาดเล็ก/ใหญ่) และกำหนดวงเงินในการรับชำระเงินให้กับร้านค้าแต่ละรายอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับ merchant profile นอกจากนี้ ยังใช้เป็นข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้า เพื่อตรวจสอบว่าลักษณะการขายและยอดขายต่อวันหรือต่อเดือนไม่สอดคล้องกับ merchant profile จนอาจเข้าข่ายเป็นธุรกรรมต้องสงสัยหรือไม่			
1.2 Verification			
- เพื่อพิสูจน์ความถูกต้อง แท้จริง และเป็นปัจจุบันของข้อมูลและหลักฐานตามที่ผู้ประกอบธุรกิจได้แจ้งไว้ - เพื่อพิสูจน์ตัวตนของเจ้าของหรือผู้มีอำนาจจัดการร้านค้า หรือผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริงว่าเป็นเจ้าของข้อมูลและหลักฐานดังกล่าวจริง - เพื่อป้องกันการใช้บัญชีรับชำระเงินของร้านค้าในทางทุจริต โดยตรวจสอบรายชื่อบุคคลที่เป็นเจ้าของบัญชีมากับชื่อเจ้าของบัญชีร้านค้า หรือผู้มีอำนาจจัดการร้านค้า หรือผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง			

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
แนวทางดำเนินการ 1.1 Identification	เก็บรวบรวมข้อมูลและเอกสารหลักฐานแสดงตนของร้านค้าที่บ่งชี้ถึงการประกอบธุรกิจของร้านค้า เจ้าของหรือผู้มีอำนาจจัดการร้านค้า หรือผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง อย่างน้อยดังนี้ - ข้อมูลและเอกสารหลักฐาน อ้างอิงตามเกณฑ์ ปปง. <u>กรณีบุคคลธรรมดา</u> (1) ชื่อ (2) วัน เดือน ปีเกิด (3) เลขบัตรประจำตัวประชาชน (4) ที่อยู่ตามบัตรประชาชน หรือตามทะเบียนบ้าน (5) ข้อมูลการติดต่ออื่น <u>กรณีนิติบุคคล</u> (1) ชื่อนิติบุคคล (2) ประเภทกิจการและวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการ (3) สถานที่ตั้งและหมายเลขโทรศัพท์ (4) เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร (ถ้ามี) (5) ชื่อเต็มของผู้มีอำนาจลงนามแทนนิติบุคคล (6) ข้อมูลของบุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจทอดสุดท้าย <u>สำหรับร้านค้าความเสี่ยงสูง</u> ให้ขอข้อมูลเพิ่มเติมตามเกณฑ์ของ ปปง. ได้แก่ (6) หลักฐานบัตรประชาชน (7) อาชีพ สถานที่ทำงาน และ (8) ลายมือชื่อผู้ทำธุรกรรม - ข้อมูลร้านค้า/การประกอบธุรกิจ/ระยะเวลา เช่น ประเภทสินค้า/บริการ ราคาขาย รูปภาพร้านค้า/สินค้าบริการ ยอดขาย เวลาการเปิดให้บริการ ช่องทางการชำระค่าบริการ รายละเอียดบัญชีที่ใช้รับเงิน โครงสร้างการบริหารจัดการร้านค้า - ชื่อผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง (กรณีนิติบุคคล) และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองบริษัท - การคาดการณ์ยอดขายต่อเดือน/ปี เพื่อใช้สำหรับแบ่งกลุ่มขนาดร้านค้า และใช้เป็นข้อมูลในการ ongoing monitoring - การรับรองตนเองโดยร้านค้าว่าขายสินค้าหรือการให้บริการจริงตามที่ได้ให้ข้อมูลไว้ ทั้งนี้ อาจเป็นการกำหนดไว้ในทำสัญญาการให้บริการกับร้านค้าและควรต้องพิจารณาถึงผลบังคับใช้ในทางกฎหมายด้วย		
		- เอกสารเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพิ่มเติม เช่น - กรณีนิติบุคคล : เอกสารจดทะเบียนประกอบธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจ เอกสารประกอบธุรกิจเฉพาะ งบการเงิน - กรณีบุคคลธรรมดา : เอกสารการเสียภาษี ใบจดทะเบียนพาณิชย์ (ทะเบียนการค้า) จากสำนักงานเขตหรือเทศบาล ใบอนุญาตประกอบกิจการ (ถ้าจำเป็น)	
1.2 Verification	พิสูจน์ทราบข้อมูลและหลักฐานของร้านค้า เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความแท้จริง และความเป็นปัจจุบันของข้อมูลและหลักฐานแสดงตนข้างต้น อย่างน้อยดังนี้ - ตรวจสอบความถูกต้อง ความแท้จริง และเป็นปัจจุบัน ของข้อมูลแสดงตน - ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลการติดต่อจากร้านค้าด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เช่น การส่งอีเมล โทรศัพท์ OTP Video call สื่อสาธารณะ ฐานข้อมูลภายใน		

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
	• ตรวจสอบรูปภาพร้านค้าและสินค้าหรือบริการว่าตรงตามข้อมูลที่แจ้ง • ตรวจสอบชื่อบัญชีธนาคารหรือ e-Money ที่ใช้รับชำระเงินกับชื่อเจ้าของร้านค้า หรือตรวจสอบใบหน้าเจ้าของร้านกับเจ้าของบัญชีที่ใช้รับเงิน • ตรวจสอบหาผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง (กรณีนิติบุคคล) • ตรวจสอบรายชื่อเจ้าของร้าน และผู้มีอำนาจจัดการร้านค้า เกี่ยวกับการเป็นผู้ถูกกำหนดตามเกณฑ์ของ ปปง. หรือเจ้าของบัญชีม้าหรือไม่		
		• ตรวจสอบข้อมูล black list ของเครือข่ายบัตร หรือแหล่งข้อมูลอื่นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เช็คก่อน.com • ตรวจสอบที่ตั้งของร้านค้าที่มีหน้าร้าน เช่น ตรวจสอบผ่าน google map หรือภาพถ่ายสถานที่ตั้งของร้านค้า	
		• สุ่มตรวจสอบ site visit สำหรับร้านค้าที่มีสถานที่ประกอบธุรกิจหรือใช้วิธีการอื่นเทียบเท่าแทนการตรวจสอบ site visit ได้ เช่น การตรวจสอบสัญญาเช่าพื้นที่ (rental agreement) การตรวจสอบใบสั่งซื้อสินค้าที่มีระบุชื่อ ที่อยู่ การตรวจสอบใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และการตรวจสอบข้อมูลการเสียภาษีใน website ของกรมสรรพากร	• ตรวจสอบ site visit ทุกราย สำหรับร้านค้าที่มีสถานที่ประกอบธุรกิจหรือใช้วิธีการอื่นเทียบเท่าแทนการตรวจสอบ site visit ได้ เช่น การตรวจสอบสัญญาเช่าพื้นที่ (rental agreement) การตรวจสอบใบสั่งซื้อสินค้าที่มีระบุชื่อ ที่อยู่ การตรวจสอบใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และการตรวจสอบข้อมูลการเสียภาษีใน website ของกรมสรรพากร
			• ตรวจสอบข้อมูลแสดงตัวตนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า เว็บไซต์ DBD Verified กรมสรรพากร หรือจากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง
	การดำเนินการเพิ่มเติมสำหรับร้านค้าออนไลน์ เช่น • ตรวจสอบ URLs ที่ใช้สำหรับขายสินค้าหรือบริการ หรือรับชำระเงิน • IP address tracking เพื่อตรวจสอบว่าสถานที่ตั้งของร้านค้าในไทยหรือต่างประเทศ รวมถึงตรวจสอบ IP ที่อาจเคยมีประวัติการฉ้อโกง ทั้งนี้ หากพบข้อสงสัย ให้ตรวจสอบเพิ่มเติม เช่น ขอตัวอย่างหลักฐานข้อมูลการส่งของจริงให้กับลูกค้า ตรวจสอบชื่อเจ้าของเว็บไซต์หรือเจ้าของโดเมน เพื่อดูความสัมพันธ์กับร้านค้า		

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
2. การบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้า (merchant risk management)			
หลักการ			
เพื่อให้ผู้ประกอบการติดตามธุรกรรมและพฤติกรรมของร้านค้าอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของร้านค้า โดยมีมาตรการบริหารความเสี่ยงตั้งแต่การรับร้านค้าเข้าระบบ (onboarding) ไปจนถึงการสิ้นสุดความสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าที่มีความเสี่ยงสูงต้องได้รับการตรวจสอบอย่างเข้มงวดมากกว่าร้านค้าทั่วไป			
	ให้ผู้ประกอบการมีกระบวนการหรือระบบงานในการบริหารจัดการและตรวจสอบความเสี่ยง โดยดำเนินการอย่างน้อยดังนี้		
	(1) ติดตามและตรวจสอบสถานการณ์ดำเนินธุรกิจของร้านค้า		
	- ด้านธุรกิจ เช่น ประเภทสินค้าบริการ ยอดขาย สถานที่จำหน่าย ข้อมูลเจ้าของหรือผู้เ้านาจจัดการร้านค้า หรือผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง (กรณีนิติบุคคล) - ด้านความเสี่ยง เช่น - การเปลี่ยนแปลงหรือความผิดปกติของธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างฉับพลัน (ยอดขายต่อวัน / ต่อเดือน หรือ มูลค่าต่อธุรกรรม) - คำสั่งซื้อจากลูกค้ารายเดิมจำนวนมาก - ยอดการขอ refund จำนวนมาก - การตรวจสอบข่าวเชิงลบ - บุคคลที่มีความเสี่ยงทางการเมือง/ทุจริต - การติดตามการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง - การตรวจสอบรายชื่อข้อมูลร้านค้าและเว็บไซต์ที่มีพฤติกรรมหรือธุรกรรมต้องสงสัยที่ต้องติดตามใกล้ชิด (watch list)		
	(2) ดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้า		
	- กำหนดวงเงินในการรับชำระเงิน สำหรับร้านค้าแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับความเสี่ยงของร้านค้า และ merchant profile และใช้เป็นเงื่อนไขในการติดตามตรวจสอบเพิ่มเติม เช่น การตรวจสอบและขอข้อมูลเพิ่มเติมหากเกินวงเงินที่กำหนดไว้ - ดำเนินการตามแนวทางและกรอบเวลาการดำเนินการที่ได้กำหนดไว้ เช่น แจ้งเตือน ขอข้อมูลและตรวจสอบเพิ่มเติม หยุดให้บริการชั่วคราวจนกว่าจะตรวจสอบแล้วเสร็จ ขยายระยะเวลาการชำระมูลค่าสินค้าหรือบริการให้ร้านค้า ระงับการโอนเงินค่าสินค้าหรือบริการให้ร้านค้า ยุติความสัมพันธ์กับร้านค้า		

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
			มีกระบวนการหรือระบบงานที่มีเทคโนโลยีเพื่อใช้ติดตามตรวจสอบธุรกรรมที่เข้มข้นขึ้น เช่น การเพิ่มความถี่ในการออกตรวจสอบหน้าร้านหรือช่องทางการขายทางออนไลน์สำหรับร้านค้าที่มีพฤติกรรมและธุรกรรมต้องสงสัย การสุ่มการตรวจสอบแบบไม่แสดงตน (mystery shopping) การใช้ web crawler หรือ JavaScript ตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงบน website ของร้านค้า
3. การดำเนินการสำหรับร้านค้าที่เป็นร้านค้าหลัก (master merchant) หลักการ - เพื่อกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงการร่วมรับผิดชอบภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและร้านค้า โดยผู้ประกอบการธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อร้านค้าทุกทอด - เพื่อให้มีกลไกและวิธีการที่ชัดเจนในการดูแลร้านค้าหลัก เพื่อให้มั่นใจว่าการรู้จักร้านค้าและการบริหารจัดการความเสี่ยงร้านค้าเป็นไปตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง			
การกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ	ให้ผู้ประกอบการธุรกิจดำเนินการดังนี้ - กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและ master merchant ให้ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร - กำหนดวิธีการในการดูแล master merchant ให้ชัดเจน เช่น - กำหนดให้ master merchant กำกับดูแลและบริหารจัดการความเสี่ยงสำหรับกระบวนการรับร้านค้าให้ครอบคลุมเรื่อง (1) การประเมินและจัดระดับความเสี่ยง sub-merchant (2) onboarding และ (3) merchant risk management - กำหนดให้ master merchant ดำเนินการเพิ่มเติม เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยง เช่น - นำส่งข้อมูลเอกสารและตรวจสอบเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายการรับสมัคร sub-merchant และวิธีที่ master merchant ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของ sub-merchant - ทำ self-assessment ประจำปี เพื่อประเมินความเสี่ยง และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของ master merchant		

เรื่อง	มาตรฐานขั้นต่ำ		
	ร้านค้าทั่วไป		ร้านค้าความเสี่ยงสูง
	ขนาดเล็ก (ยอดขายไม่เกิน 100,000 บาทต่อเดือน เช่น ตลาดสด รถเข็น)	ขนาดใหญ่ (ยอดขายมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน)	
	- ตรวจสอบเพิ่มเติมตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างรัดกุม เช่น การสุ่มตรวจสอบการประกอบธุรกิจของ sub-merchant ว่าสอดคล้องกับข้อมูลตามที่ onboard กับ master merchant - นำส่งรายงานที่จำเป็นให้แก่ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลการทำธุรกรรมได้ เช่น นำส่งผลการตรวจสอบประเมินความเสี่ยงและจัดประเภทร้านค้า ทั้งนี้ ในกรณีพบว่ามีข้อสงสัย ผู้ประกอบการควรสุ่มตรวจสอบเพิ่มเติม โดยพิจารณาจากระดับความเสี่ยงของประเภทธุรกิจ หรือยอดขายที่ผิดปกติ เช่น การสุ่มตรวจสอบ sub-merchant ที่มีความเสี่ยงสูง หรือ sub-merchant ที่มีปริมาณธุรกรรมและรายได้สูงสุด 3. หากผู้ประกอบการพบว่ามาตรการบริหารความเสี่ยง master merchant ยังไม่เพียงพอ อาจมีแนวทางบริหารความเสี่ยงอื่นเพิ่มเติม เช่น กำหนดให้ master merchant รับผิดชอบในกรณีที่เกิดการทุจริตจาก sub-merchant		