นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

(Market Conduct Policy)

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

เนื้อหานโยบาย

บริษัทฯมุ่งมั่นที่จะยกระดับการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมดังนั้นบริษัทจึงได้กำหนดนโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ด้วยมาตรฐานขั้นต่ำ 9 หลักการ ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ สกส2/2563 เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Marker conduct) รวมถึงฉบับที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม (“ประกาศ”) นโยบายครอบคลุมถึงกระบวนการแบบครบวงจรในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าทุกคนจะต้องได้รับการความคุ้มครองจากบริษัทบนพื้นฐานการซื้อขายอย่างเป็นธรรมซึ่งการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมนั้น ไม่เพียงแต่เป็นไปตามพื้นฐานการปฏิบัติตามกฎระเบียบ แต่บริษัทยังให้ความสำคัญถึง ความเป็นธรรม ความโปร่งใส และประสบการณ์ที่น่าพอใจของลูกค้าในการบริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมของบริษัท

คำนิยาม

“**ผลิตภัณฑ์**” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่บริษัทเป็นผู้ออก ผู้ขาย ผู้รับซื้อ หรือผู้รับโอน ซึ่งรวมถึงผลิตภัร์ที่อยู่ภายใต้การกำกับของหน่วยงานอื่น เช่น ประกันวินาศภัย เป็นต้น

“**ลูกค้า**” หมายความว่า บุคคลธรรมดาซึ่งใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทอยู่ในปัจจุบัน และให้หมายความรวมถึงผู้ติดต่อสอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์ ผู้รับทราบผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้ที่ได้รับการเสนอหรือชักชวนจากบริษัทเพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์

“**ลูกค้ากลุ่มเปราะบาง**” หมายความว่า ลูกค้าซึ่งบริษัทต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินอย่างจำกัด ผู้ที่ไม่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์หรือผู้ที่มีข้อจำกัดในการสื่อสารหรือตัดสินใจ อาทิ ผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยินหรือการมองเห็นหรือผู้ที่มีภาวะบกพร่องทางสุขภาพ

“**บริษัท**” หมายถึง บริษัท ตะวันออกพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน)

2.วัตถุประสงค์

1.เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้ว่าบริษัทมุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม บริการอย่างจริงใจ ไม่เอาเปรียบ

2.เพื่อให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่ตรงกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงินและความสามารถในการทำความเข้าใจของลูกค้าโดยไม่รบกวนลูกค้าและลูกค้าได้รับข้อมูลที่ชัดเจนครบถ้วน เพียงพอในการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย รวมถึงสามารถเปรียบเทียบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการกับบริษัทอื่นได้อย่างสะดวก

3.เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรม ทั้งด้านราคาและเงื่อนไขตรงกับความประสงค์และความสามารถของลูกค้าและเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงข้อมูลและสินทรัพย์ของลูกค้าได้รับการดูแลไม่ให้นำไปใช้ในทางไม่เหมาะสม

เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงิน โดยบริษัทมีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

1. **หลักการที่ 1 วัตนธรรมองค์กร และบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง**
   คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง ต้องรับผิดชอบในการผลักดันและสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นธรรม เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร โดยมีหน้าที่รวมถึงการมอบหมายและกำหนดบทบาทของผู้บริหารหรือคณะทำงาน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับมอบหมายรับผิดชอบเรื่องการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมนั้น จะต้องจัดการและควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นไปตามทิศทางและตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้
2. **หลักการที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า**
   บริษัทฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการ ความสามารถทางการเงิน และความเข้าใจของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ในทางกลับกันผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอควรมีความเหมาะสมกับทักษะการขายของพนักงาน ระเบียบปฏิบัติการและดำเนินการ ตลอดจนความสามารถในการควบคุมคุณภาพการขายและการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมในขณะที่ลูกค้าได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมในแง่ของราคาและเงื่อนไข

3. **หลักการที่ 3 การจ่ายค่าตอบแทน**

บริษัทฯ กำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษ โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับคุณภาพการบริการซึ่งมีผลกับพนักงานทุกระดับเพื่อส่งเสริมการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ดังนั้นการกำหนดค่าตอบแทนและโครงสร้างค่าตอบแทนแบบจูงใจ ตลอดจนมาตการเตือนและการลงโทษทางวินัยจะต้องนำหลักการ การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมมาพิจารณารวมด้วย นอกจากนี้ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการขายต้องไม่เน้นผลิตภัณฑ์มากเกินไปซึ่งอาจนำไปสู่คุณภาพการขายที่ไม่ดีและการขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้า (mis-selling) ดังนั้นพนักงานขายควรสามารถมุ่งเน้นในการขายผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความเชี่ยวชาญโดยไม่มีข้อจำกัดในเป้าหมายการขายผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ

4. **หลักการที่ 4 กระบวนการขาย**

1.กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริหาร บริษัทต้องมั่นใจในความพร้อมของกระบวนการขาย ความสมบูรณ์และชัดเจนของกระบวนการขายสำหรับผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย โดยที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า และการได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับการขายต้องสอดคล้องกับกฎหมายและนโยบายนี้ กรณีที่ลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากบริษัท บริษัทต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นโดยเร็วภายในไม่เกิน 24 ชั่วโมงหลังจากที่ได้รับแจ้ง หากมีเหตุจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้าภายในไม่เกิน 7 วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า

2. กระบวนการขายในการขายและให้บริการ : บริษัทต้องจัดให้มีกระบวนการทำความรู้จักลูกค้า (Know Your Customer : KYC) ก่อนที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยลูกค้าจะได้รับนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่สนใจ ทั้งนี้ กรณีเสนอขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความเปราะบาง (Vulnerable) ธนาคารต้องดูแลเป็นกรณีพิเศษ โดยปฏิบัติอย่างใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอผลิตภัณฑ์รวมทั้งให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอ

5. **หลักการที่ 5 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน**

พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าได้รับการสื่อสารเพื่อตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม รวมทั้งได้รับการฝึกฝนอบรมที่เพียงพอให้มีความรู้ความเข้าใจการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้เกิดการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมและส่งเสริมการนำไปปฏิบัติจริง

1.การสื่อสารกับพนักงาน : เนื้อหาใช้ในการสื่อสารกับพนักงานต้องครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ใช้งานได้จริงและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ การให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมและความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานภายใต้แต่และหลักการทั้ง 9 ต้องเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาการสื่อสาร นอกจากนี้ต้องมีการประเมินผลการฝึกอบรมและการสื่อสารเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น มีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยการส่งลูกค้านิรนามไปตรวจสอบแบบไม่เปิดเผยตัว (mystery shopping) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารและการฝึกอบรม

2.การฝึกอบรมพนักงานขาย : มีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายเพื่อปิดช่องว่างด้านความรู้หรือทักษะ เช่น เน้นการแจ้งเงื่อนไข ข้อจำกัด ข้อควรระวังที่อาจทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์และสิทธิของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเจ้าหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่เพิ่มสูงขึ้นหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เนื้อหาการฝึกอบรมควรครอบคลุมถึงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ตามข้อมูลที่ได้รับจากผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือผู้ออกผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความคิดเห็นหรือข้อสังเหตุจากกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เช่นผลิตภัณฑ์ใดที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้าบางกลุ่ม บริษัทมีการจัดฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน โดยพนักงานต้องเข้าร่วมการฝึกอบรม พนักงานที่ไม่เข้าร่วมการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใดๆ หรือไม่ผ่านการทดสอบความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะไม่ได้รับอนุญาตให้ขายหรือเสนอผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

6. หลักการที่ 6 การดูแลข้อมูลของลูกค้า

บริษัทต้องมีนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อนและต้องตรวจสอบให้มั่นใจได้ว่าหน่วยงายภายนอกที่ได้รับข้อมูลของลูกค้าไปนั้น มีกระบวนการปกป้องข้อมูลของลูกค้าที่รัดกุม

7.หลักการที่ 7 การแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน

ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนของบริษัทมุ่นเน้นไปที่ 3 ด้าน

1.การยอมรับและการจัดการปัญหาและข้อร้องเรียนของลูกค้า – บริษัทแต่งตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อสร้างกระบวนการในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า หน่วยงานดังกล่าวจะได้รับการฝึกอบรมในการแก้ไขข้อร้องเรียนและปัญหาเป็นอย่างดี ข้อร้องเรียนของลูกค้าจะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นธรรมต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงโดยคำถึง 9 หลักการที่เกี่ยวขเองและกระบวนการสอบสวนที่เป็นธรรม โดยพิจารณาจากข้อมูลทั้งหมดและสถานการณ์โดยรอบของแต่ละกรณี รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด มีการจัดตั้งระบบการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าปัญหาได้รับการจัดการและพิจารณาตามแนวทางปฏิบัติเงื่อนไขและกรอบเวลาที่กำหนด อีกทั้งควรมีการประเมินหรือทดสอบคุณภาพการแก้ไขข้อร้องเรียน ในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ ๆ หรือปัญหาหรือข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้นไม่บ่อยนักแต่อาจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม บริษัทจะตรวจสอบสาเหตุที่แท้จริงและ / หรือ ขยายขอบเขตการตรวจสอบเพื่อยุติความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น

2.การแก้ไขปัญหาของลูกค้า – บริษัทต้องมีมาตรการในการแก้ไขและชดเชยให้กับลูกค้า พร้อมทั้งกำหนดมาตรฐานสำหรับเหตุการณ์เดียวกันเพื่อให้มีการปฏิบัติเท่าเทียมกัน และกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมของแต่ละขั้นตอนการแก้ไขพร้อมกับการอัพเดตความคืบน้าให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ

3.การป้องกันปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ - ข้อร้องเรียนทั้งหมดผ่านช่องทางต่าง ๆ ต้องมีการบันทึกเช่นเดียวกันกับข้อซักถามเพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมและปรับปรุงสคริปต์การนำเสนอผลิตภัณฑ์และเอกสารการขาย บริษัทต้องระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องนี้เพื่อทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการบริการหรือข้อร้องเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงและต้องจัดทำรายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการบริษัทผ่านคณะประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

8.หลักการที่ 8 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ

1. บริษัทต้องมอบหน้าที่รับผิดชอบเพื่อดำเนินการทำหน้าที่การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ พร้อมทั้งติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของทุกเสาหลักตามกฎหมายข้อกำหนดด้านระเบียบและกระบวนการภายในเกี่ยวกับการดำเนินการในตลาดที่เป็นธรรม ต้องติดตามและประเมินทั้ง 9 หลักการนี้ด้วย หลักการของ 3 Lines of Defense เพื่อระบุความเสี่ยงและมาตรการติดตามและควบคุมความเสี่ยงเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.หลักการที่ 9 การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน

ต้องมีมาตราการที่จะบริหารจัดการการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงระบบการปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจทั้งกรณีปกติและกรณีฉุกเฉิน

นอกจากนี้ บริษัทยังต้องเปิดเผยข้อมูลต่อไปนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับข้อกล่าวหาที่เป็นผลมาจากการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม
- บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลคุณภาพให้บริการ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะปัญหาที่จะช่วยให้เค้าเข้าใจได้ง่าย

ทั้งนี้ ผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 12 พฤศจิกายน 2567

(นายดนุชา วีระพงษ์)
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ตะวันออกพาณิชย์ลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)