

**นโยบายบริษัทที่ 10/2566****เรื่อง นโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน
(Sales Process)**

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (“บริษัท”) ได้จัดทำนโยบายในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนแก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ

1. บทนำและวัตถุประสงค์

บริษัทจัดการตระหนักถึงหน้าที่และมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเกี่ยวกับกระบวนการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนให้แก่ลูกค้าตามหลักการของกฎหมาย และให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ

คนขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายให้กับลูกค้าและสามารถอธิบายให้คำแนะนำให้ข้อมูลที่ ไม่ทำให้ลูกค้าสำคัญผิด รวมถึงเข้าใจลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับความเสี่ยงที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

บริษัทจัดการจึงได้กำหนดนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

2. ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน มีผลบังคับใช้กับสายพัฒนาธุรกิจและการตลาด สายธุรกิจตัวแทน และฝ่ายงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนในบริษัทจัดการ โดยให้ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด

3. บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

3.1 คณะกรรมการบริษัท อนุมัตินโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2566 วันที่ 13 กันยายน 2566



3.2 กรรมการผู้อำนวยการ กรรมการผู้จัดการ และผู้บริหาร กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายในการขาย และให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ รวมทั้งกำหนดให้มีการสื่อสารไปยังพนักงานแต่ละหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรับทราบ

4. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทจัดการให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน ในเรื่องต่าง ๆ โดยมอบหมายและกำหนดแนวทางในการดำเนินการทั้ง 8 ด้าน ดังนี้

4.1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการบริษัท และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

บริษัทจัดการให้ความสำคัญและสนับสนุนให้ผู้บริหารสายพัฒนาธุรกิจและการตลาด สายธุรกิจตัวแทนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน โดยกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบและการติดต่อลูกค้าในการขายหรือให้บริการหน่วยลงทุน เป็นลายลักษณ์อักษร มีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ทันต่อเหตุการณ์ และมีการรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริษัท เพื่อติดตามและประเมินความเสี่ยงในภาพรวมได้อย่างครบถ้วน

4.2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและการตลาด สายธุรกิจตัวแทน มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบก่อนนำเสนอให้กับลูกค้า

- พิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ความเหมาะสมกับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น เป้าหมายการลงทุน ลักษณะผลตอบแทนและความเสี่ยง ความสามารถในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้ข้อมูลและคำแนะนำของคนขาย
- แนวทางและแผนการจัดการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์/ SALES KIT เพื่อให้ผู้เสนอขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน
- ระบบงานและกระบวนการขาย ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ แบบฟอร์มที่ต้องใช้ และแบบคำถามประเมินความเสี่ยงลูกค้า ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่ผู้เสนอขาย (Communication and Training Program)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและการตลาด สายธุรกิจตัวแทนมีกระบวนการสื่อสารและให้ความรู้ต่อผู้เสนอขาย หรือกับผู้สนับสนุนการขายและรับซื้อคืนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกเสนอขายอย่าง

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2566 วันที่ 13 กันยายน 2566



สมัครโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เข้าใจยาก ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เสนอขายสามารถให้คำแนะนำต่อลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ

การสื่อสารกับผู้เสนอขาย

- ฝ่ายงานมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร รวมถึงวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร เพื่อให้ผู้เสนอขายมีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนถูกต้อง
- มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับผู้เสนอขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การส่งข้อมูลทาง e-mail รวมถึงการใช้ช่องทางและรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม
- สอบทานความเข้าใจของผู้เสนอขาย เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคมาปรับปรุงการทำงานต่อไป

การฝึกอบรมแก่ผู้เสนอขาย

- จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้เสนอขาย เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำได้อย่างมีประสิทธิภาพและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้เหมาะสมกับลูกค้า จัดทำข้อมูลสำหรับการอธิบายประกอบการเสนอขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น การรวบรวม Q and A /การจัดทำ Sales talk
- มีการสื่อสารเพื่อให้ผู้เสนอขายได้อธิบายข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์
- ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรม กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและเวลาที่ที่เหมาะสม

4.4 กระบวนการขาย (Sales Process)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและการตลาด สายธุรกิจตัวแทนมีวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการขายและให้บริการที่เป็นธรรม ชัดเจน ครบถ้วน และมีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอต่อลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลครบถ้วนและสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้องการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้าก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า

- ผู้ขายต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่สำนักงานกำหนดและมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย
- การจัดให้มีเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ เช่น Fund Fact Sheet / Sales kit ซึ่งอยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยข้อมูลในเอกสารจะต้องครบถ้วน และมีการเน้นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญอย่างชัดเจนในเอกสารที่แสดงต่อลูกค้า
- รวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการจัดประเภทลูกค้าและรู้จักตัวตนที่แท้จริงของลูกค้า ประเมินความเหมาะสมในการลงทุนเช่น อาชีพ แหล่งที่มาของรายได้ ตลอดจนเพื่อให้

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2566 วันที่ 13 กันยายน 2566



ทราบความต้องการหรือเป้าหมายทางการเงินหรือการลงทุนระดับความเสี่ยงที่รับได้ และข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของลูกค้า โดยใช้แบบฟอร์มการทำ Suitability Test เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า รวมถึงการให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน (Basic Asset Allocation)

- ให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย โดยต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ตามแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยง
- มีกระบวนการติดตามการให้บริการสำหรับลูกค้าประเภทเปราะบาง

4.5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

บริษัทจัดการกำหนดให้มีวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้เสนอขาย ผู้สนับสนุนการขาย และรับซื้อคืน โดยผลตอบแทนที่ได้รับต้องมีความสอดคล้องกับการให้บริการและคุณภาพ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

4.6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

บริษัทจัดการกำหนดให้ฝ่ายกำกับการปฏิบัติงาน จัดทำกระบวนการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน ตามระเบียบบริษัทกำหนด โดยดำเนินการด้วยความเป็นอิสระ และเป็นธรรมต่อลูกค้า

4.7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)

บริษัทจัดการกำหนดให้ฝ่ายกำกับการปฏิบัติงาน ทำหน้าที่ในการกำกับ ติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามนโยบายกำหนด

4.8 ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)

บริษัทจัดการกำหนดให้มีระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน โดยระบบปฏิบัติการนั้นจะประกอบด้วยการจัดทำคู่มือและ Check List ระบบหลังการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและรัดกุม เพื่อให้ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการปฏิบัติงานตามคู่มืออย่างเคร่งครัด รวมถึงแผนรองรับกรณีฉุกเฉินกรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ

5. การจัดทำแนวทางปฏิบัติ ระเบียบ คู่มือปฏิบัติงาน

บริษัทจัดการกำหนดให้มี แนวทางปฏิบัติ ระเบียบ คู่มือการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน รวมถึงกำหนดให้มีการทบทวนปรับปรุง แนวทางปฏิบัติ ระเบียบ คู่มือการปฏิบัติงานดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายในการขายและให้บริการ

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2566 วันที่ 13 กันยายน 2566



Fund

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด
LAND AND HOUSES FUND MANAGEMENT CO.,LTD

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน และ/หรือสอดคล้องตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด

6. การทบทวนนโยบาย

นโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน จะมีการทบทวนปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม นโยบายตามความจำเป็นและเหมาะสมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้เป็นปัจจุบัน

ทั้งนี้ขอให้ยกเลิกนโยบายที่ 9/2565 ฉบับลงวันที่ 14 กันยายน 2565 และให้ใช้นโยบายฉบับนี้แทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 13 กันยายน 2566 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 13 กันยายน 2566

(นายรัตน์ พานิชพันธ์)

ประธานกรรมการ

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 10/2566 วันที่ 13 กันยายน 2566