

เลขที่ CPA-SABUY 001/65

## ประกาศบริษัท

### นโยบายการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy)

บริษัท สบาย เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ซึ่งต่อไปในนโยบายนี้จะเรียกว่า “บริษัทฯ” ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายในการให้บริการแก่ประชาชน ผู้ใช้บริการ หรือผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม ซึ่งเป็นไปตามหลักของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค และหลักพื้นฐานของการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ผู้ให้บริการหรือผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม (Market Conduct) ของธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งนี้

เพื่อให้เกิดกระบวนการให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม รวมถึงผู้ให้บริการหรือผู้บริโภคได้รับคำแนะนำที่ตรงกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงินและความสามารถในการทำความเข้าใจของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคในการได้รับข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอในการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย อันจะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบริการทางการเงินได้อย่างมั่นคงยั่งยืน มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม เป็นธรรม เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อความปลอดภัย และความสามารถในการดำรงชีวิตของประชาชนอย่างเหมาะสมและพอเพียง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้บริโภคเชื่อมั่นได้ว่า บริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการอย่างเป็นธรรม โดยการให้บริการผู้บริโภคอย่างจริงจัง และไม่เอาเปรียบ รวมทั้งมีบริการและผลิตภัณฑ์ขึ้นพื้นฐานเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึง ในราคาค่าบริการและค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม
2. ผู้บริโภคได้รับคำแนะนำที่ตรงกับความประสงค์ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำ ความเข้าใจของผู้บริโภค โดยไม่รบกวนผู้บริโภค และได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วนเพียงพอในการตัดสินใจ ด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย
3. ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นธรรม ทั้งด้านราคาและเงื่อนไข ตรงกับความประสงค์ และความสามารถของผู้บริโภค และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลและสินทรัพย์ของผู้บริโภค ได้รับการดูแลไม่ให้นำไปใช้ในทางไม่เหมาะสม
4. ผู้บริโภคสามารถดำเนินการต่าง ๆ ภายหลังการขายได้อย่างสะดวกและได้รับความเป็นธรรม
5. ผู้บริโภคมีความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของตนเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงิน โดยบริษัทฯ มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมความรู้ทางการเงิน

บริษัทฯ กำหนดนโยบายในการบริหารจัดการระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ผู้บริโภค 9 ระบบ ได้แก่

**ระบบที่ 1 :** วัฒนธรรมองค์กร และบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ และผู้บริหารระดับสูง (Corporate Culture and Roles and Responsibilities of Board of Directors and Senior Management)

คณะกรรมการบริษัท สบาย เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) และผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ รับผิดชอบผลักดัน การให้บริการที่เป็นธรรมอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรในการให้บริการของบริษัทฯ

**ระบบที่ 2 :** การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มผู้บริโภค (Product Development and Client Segmentation)

บริษัทฯ กำหนดให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมกับผู้บริโภค ตามวัตถุประสงค์และความสามารถทางการเงิน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ของผู้บริโภคเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เหมาะสมกับความสามารถในการให้บริการของพนักงาน และเหมาะสมกับระบบงาน รวมถึงความสามารถในการควบคุมดูแลคุณภาพการขายให้เป็นธรรมกับผู้บริโภค ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมทั้งราคาและเงื่อนไข รวมถึงมีการดำรงชีวิตประจำวันที่ไม่เดือดร้อนในการใช้บริการทางการเงินของบริษัทฯ

**ระบบที่ 3 :** การจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Scheme)

บริษัทฯ กำหนดค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษที่คำนึงถึงคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับพนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ผู้บริโภค รวมถึงผู้บริหารที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล เพื่อผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม (Market Conduct Policy)

**ระบบที่ 4 :** กระบวนการขาย (Sales Process)

ผู้บริโภคได้รับการเสนอขายที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวแก่ผู้ใช้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 รวมถึงการได้รับข้อมูลสำคัญ ครบถ้วน ไม่เกินจริง ไม่บิดเบือน เพียงพอต่อการตัดสินใจด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพียงพอต่อการใช้บริการ ได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมกับความสามารถในการใช้บริการ ความสามารถทางการเงิน และความสามารถในการทำความเข้าใจของผู้บริโภค โดยการแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ : บริษัทฯ ต้องมั่นใจในความพร้อมของกระบวนการขาย ความสมบูรณ์และชัดเจนของกระบวนการขายและการนำเสนอผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย โดยที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และการได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับการขายต้องสอดคล้องกับ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 การปฏิบัติตามกฎหมายและนโยบายนี้

บริษัทฯ ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อผู้บริโภคให้เสร็จสิ้นโดยเร็วภายในไม่เกิน 24 ชั่วโมง หลังจากที่ได้รับความแจ้งจากผู้บริโภคที่จะเลือกไม่รับการติดต่อจากบริษัทฯ หรือมีความประสงค์ในการเพิกถอนความยินยอมในการใช้ข้อมูลในทางการตลาดหากมีเหตุจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อผู้บริโภคโดยไม่ชักช้าภายในไม่เกิน 7 วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับความแจ้งจากผู้บริโภค

2. ขั้นตอนการในการขายและให้บริการ : บริษัทฯ ต้องจัดให้มีกระบวนการทำความเข้าใจกับผู้บริโภค (Know Your Customer: KYC) ก่อนที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใด ๆ โดยผู้บริโภคจะได้รับนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่สนใจ ทั้งนี้ กรณีเสนอขายและให้บริการแก่ผู้บริโภคที่มีความเปราะบาง (Vulnerable) บริษัทฯ ต้องดูแลเป็นพิเศษ โดยปฏิบัติตามใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนที่เพียงพอและเหมาะสมแก่ผู้ใช้บริการ

#### ระบบที่ 5 : การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับชั้น (Communication and Training)

พนักงานทุกระดับชั้นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ผู้บริโภค จะต้องได้รับการสื่อสารที่ช่วยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการอย่างเป็นธรรม และมีความรู้ความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อการให้บริการอย่างเป็นธรรมและนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง ตามแนวทาง ดังนี้

1. การสื่อสารกับพนักงาน : เนื้อหาใช้ในการสื่อสารกับพนักงานต้องครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ใช้งานได้ง่ายและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานในการให้บริการผู้บริโภคอย่างเป็นธรรมและความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน ภายใต้แต่ละหลักการทั้ง 9 ต้องเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาการสื่อสาร นอกจากนี้ ต้องมีการประเมินผลการฝึกอบรมและการสื่อสารเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยการส่งผู้บริโภคนิรนามไปตรวจสอบในรูปแบบไม่เปิดเผยตัว (Mystery Shopping) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารและการฝึกอบรม

2. การฝึกอบรมพนักงานขาย : กำหนดให้มีการฝึกอบรมพนักงานขายเพื่อปิดช่องว่างด้านความรู้หรือทักษะ เน้นการแจ้งเงื่อนไข ข้อจำกัด ข้อควรระวังที่อาจทำให้ผู้บริโภคเสียประโยชน์และสิทธิของผู้บริโภค และเนื้อหาการฝึกอบรมควรครอบคลุมถึงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตามข้อมูลที่ได้รับจากผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความคิดเห็นหรือข้อสังเกตจากกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ใดที่ไม่เหมาะสมกับผู้บริโภคบางกลุ่ม บริษัทฯ มีการจัดฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน โดยพนักงานต้องเข้าร่วมการฝึกอบรม พนักงานที่ไม่เข้าร่วมการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใด ๆ หรือไม่ผ่านการทดสอบความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะไม่ได้รับอนุญาตให้ขายหรือเสนอผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

## ระบบที่ 6 : การดูแลข้อมูลของผู้บริโภค (Data Privacy)

ข้อมูลผู้บริโภคได้รับการดูแลอย่างมั่นคงปลอดภัย มีการคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคและการรักษาความลับ การส่งข้อมูลผู้บริโภคต่อให้ผู้อื่นต้องไม่กระทบความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค มีกระบวนการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้บริการที่รัดกุมสอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด โดยทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ “ความมั่นคงและปลอดภัยของข้อมูล” ตามมาตรฐาน CIA ได้แก่

Confidential คือ สิทธิและการเข้าถึงข้อมูล บุคคลที่มีสิทธิเข้าถึงข้อมูลได้ ถึงจะมีสิทธิเข้าถึงข้อมูล

Integrity คือ ความถูกต้องของข้อมูล ข้อมูลที่ถูกส่ง หรือจัดเก็บ ต้องไม่ถูกแก้ไขโดยผู้ที่ไม่มีความเหมาะสม

Availability คือ ความพร้อมใช้งาน ไฟล์ หรือ ข้อมูลต้องเข้าถึงได้ตลอดเวลา จากบุคคลที่มีสิทธิ

## ระบบที่ 7 : การแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน (Problem and Complaint Handling)

การแก้ไขปัญหา การจัดการเรื่องร้องเรียน และการชดเชยเยียวยาของบริษัทฯ มีความชัดเจน รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และยุติธรรม มุ่งเน้นไปที่ 3 ด้าน ดังนี้

1. การยอมรับและการจัดการปัญหาและข้อร้องเรียนของผู้บริโภค – บริษัทฯ แต่งตั้งหรือมอบหมายให้มีหน่วยงานรับผิดชอบ สร้างกระบวนการในการจัดการข้อร้องเรียนของผู้บริโภค โดยข้อร้องเรียนของผู้บริโภค จะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นธรรมเหมาะสม จากการวิเคราะห์ข้อมูล ค้นหาสาเหตุที่แท้จริงโดยคำนึงถึง 9 หลักการที่เกี่ยวข้องและกระบวนการสอบสวนที่เป็นธรรม มีการจัดตั้งระบบการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าปัญหาได้รับการจัดการและพิจารณาตามแนวทางปฏิบัติเงื่อนไขและกรอบเวลาที่กำหนด อีกทั้งควรมีการประเมินหรือทดสอบคุณภาพการแก้ไขข้อร้องเรียน ในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ ๆ หรือปัญหาหรือข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้นไม่บ่อยนักแต่อาจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภคอย่างเป็นธรรม บริษัทฯ จะต้องตรวจสอบสาเหตุที่แท้จริงและ/หรือขยายขอบเขตการตรวจสอบเพื่อยุติความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น

2. การแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค – บริษัทฯ ต้องมีมาตรการในการแก้ไขและเยียวยาให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งกำหนดมาตรฐานสำหรับเหตุการณ์ประเภทเดียวกันเพื่อให้มีการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน และกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมของแต่ละขั้นตอนในการแก้ไขปัญหา และต้องแจ้งความคืบหน้าให้ผู้บริโภคทราบเป็นระยะ

3. การป้องกันปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ – ข้อร้องเรียนหรือข้อซักถามทั้งหมดที่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ต้องมีการเก็บบันทึก เพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติม นำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพและแนวทางการตอบคำถาม การนำเสนอผลิตภัณฑ์ และเอกสารการขาย โดยบริษัทฯ จะต้องระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการบริการหรือข้อร้องเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงและต้องจัดทำรายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ผ่านคณะประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

**ระบบที่ 8 : การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ (3 Lines of Defense )**

มีกระบวนการ ระบบการควบคุม และการตรวจสอบการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงการให้บริการอย่างเป็นธรรม ตรวจสอบความเสี่ยง และความผิดปกติเพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องมีการมอบหมาย พนักงานรับผิดชอบทำหน้าที่ในการควบคุม กำกับ และตรวจสอบ พร้อมทั้งติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของทุก ด้านหลักตามกฎหมายข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและกระบวนการภายในเกี่ยวกับการดำเนินการในตลาดที่เป็น ธรรม ต้องติดตามและประเมินผลทั้ง 9 หลักการนี้ด้วยหลักการของ 3 Lines of Defense เพื่อระบุความเสี่ยงและ มาตรการติดตามและควบคุมความเสี่ยงเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ระบบที่ 9 : การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน (Operation and Business Continuity)**

มีระบบปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยง และแผนรองรับการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับการ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ทั้งกรณีปกติและกรณีเหตุฉุกเฉินที่เชื่อมั่นได้ว่าคำสั่งหรือความประสงค์ของผู้บริโภคได้รับ การตอบสนองหรือดำเนินการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา ผู้บริโภคได้รับบริการอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม

นโยบายนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

คุณชูเกียรติ รุจนพรพจี  
(ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร)  
บริษัท สบาย เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน)