

**นโยบายการขายและการให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนรวม
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซาวาคามิ (ประเทศไทย) จำกัด**

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซาวาคามิ (ประเทศไทย) จำกัด ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลการปฏิบัติ คำแนะนำและการจัดการข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการลงทุนในผลิตภัณฑ์กองทุนรวมอย่างเป็นธรรมโดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ (Fair Dealing) และลดความเสี่ยงในการเกิด mis-selling และการทุจริตต่อทรัพย์สินลูกค้า บริษัทฯ จึงกำหนดแนวทาง การขายและการให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ให้พนักงานทุกคนยึดมั่นและปฏิบัติตามหลัก fair dealing เพื่อบรรลุเป้าหมาย 6 ประการ ประกอบด้วย

เป้าหมายที่ 1: ลูกค้ามั่นใจว่าได้ติดต่อกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้ความสำคัญโดยยึดหลัก fair dealing เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร

เป้าหมายที่ 2: ผลิตภัณฑ์และบริการถูกคัดเลือกและออกแบบให้ตอบสนองกับความเหมาะสมและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป้าหมายที่ 3: ลูกค้าได้รับข้อมูลและการบอกกล่าวที่ชัดเจนและเหมาะสมจากคนขาย

เป้าหมายที่ 4: ลูกค้าได้รับคำแนะนำที่มีคุณภาพและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสถานการณ์ของลูกค้า

เป้าหมายที่ 5: ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความคาดหวัง

เป้าหมายที่ 6: ลูกค้าไม่ประสบกับอุปสรรคหรือความไม่สะดวกอย่างไม่สมเหตุสมผลภายหลังการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์รวมถึงการยื่นเรื่องร้องเรียนและเรียกร้องค่าเสียหายจากการให้บริการของผู้ประกอบธุรกิจ

จากการประชุมวิสามัญคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัติ นโยบายการขายและการให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนรวม รวมถึงแนวปฏิบัติหรือคู่มือปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับประกาศนี้ และประกาศให้พนักงานทราบและใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป ทั้งนี้ มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

การปรับปรุงและทบทวนนโยบาย

การแก้ไขและปรับปรุงนโยบายฉบับนี้ โดยฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีการสอบทานโดยฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงาน ก่อนการนำเสนอพิจารณาโดยผู้บริหารระดับสูง และคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย หลักเกณฑ์ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ครั้งที่	หัวข้อที่ทบทวน	ผู้จัดทำ	ผู้อนุมัติ	วันที่ได้รับการอนุมัติ

เพื่อให้การออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมเป็นไปโดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของลูกค้า เป็นสำคัญตามหลัก fair dealing โดยมีระบบงานที่เกี่ยวข้องกับการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม เป็นไปอย่างเหมาะสมเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ บริษัทฯได้กำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ ระบบงาน และ ขั้นตอนปฏิบัติ เกี่ยวกับการออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ดังนี้

1. การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการ และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของบริษัทให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก fair dealing โดยกำหนดให้เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน และลดความเสี่ยงในการเกิด mis-selling และการทุจริตต่อทรัพย์สินลูกค้าได้

บทบาทหน้าที่คณะกรรมการบริษัท

- 1.1 กำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ และทิศทางในภาพรวมขององค์กร รวมทั้งพิจารณาอนุมัตินโยบายและ แผนงานขององค์กรตามที่ฝ่ายจัดการนำเสนอ
- 1.2 กำหนดโครงสร้างองค์กร และ หน่วยงานต่างๆภายในองค์กร โดยระบุหน้าที่และความรับผิดชอบอย่าง ชัดเจน เพื่อให้การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการปฏิบัติ หน้าที่ มีการถ่วงดุลในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้มีการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงที่ดี
- 1.3 อนุมัติงบประมาณสำหรับทรัพยากรที่จำเป็นอย่างเหมาะสมในการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรบุคคล และเครื่องมือในการปฏิบัติงานต่างๆ
- 1.4 ติดตามการดำเนินธุรกิจและการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนโยบายที่ตั้งไว้

บทบาทหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง

- 1.1 คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง กำหนดให้มีการถ่ายทอดนโยบาย แผนกลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรม Fair Dealing ที่ได้รับอนุมัติจาก คณะกรรมการบริษัท ไปยังทุกส่วนงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องขององค์กร และประกาศให้พนักงานทราบและ

ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป ซึ่งช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนและลดความเสี่ยงในการเกิดการขายที่ไม่เหมาะสมหรือผิดประเภทให้แก่ลูกค้า

1.2 บริษัทให้ความสำคัญถึงรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนรวม โดยจัดให้มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ การจัดกลุ่มลูกค้า วิธีปฏิบัติในการเสนอขาย ก่อนเสนอขายให้แก่ลูกค้าโดยสื่อสารให้ผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการขายและให้บริการผลิตภัณฑ์กองทุนและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงเรื่อง Fair Dealing และจรรยาบรรณผู้ประกอบการวิชาชีพอย่างเคร่งครัด

1.3 จัดให้มีบุคลากรที่มีความพร้อมทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ ที่สอดคล้องกับปริมาณธุรกิจและการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณภาพ รวมทั้งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุม ติดตามการปฏิบัติงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างต่อเนื่องและทันการณ์

1.4 จัดให้มีระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงานอย่างมีระบบ ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถประเมินภาพรวมและความเสี่ยงของธุรกิจได้ครบถ้วน สามารถวัดผลสำเร็จ วิเคราะห์จุดที่มีปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจติดตามภาพรวมของการดำเนินงานจากเรื่องร้องเรียน ความเห็นของลูกค้า และรายงานการปฏิบัติงาน

2. การสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย (Communication and Training Program)

มีการสื่อสารและให้ความรู้แก่คนขาย โดยการจัดฝึกอบรมและฝึกวิธีปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขาย ผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคนขายมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายได้ ดังนี้

2.1 การสื่อสารกับคนขาย

2.1.1 กำหนดให้ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทำหน้าที่และรับผิดชอบการสื่อสารและการให้ความรู้แก่คนขาย โดยมีหน้าที่กำหนดหัวข้อเรื่อง เนื้อหา รูปแบบ วิธีการสื่อสาร และวิธีวัดผลสำเร็จของการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดช่วงเวลาและความถี่ที่เหมาะสม โดยจัดให้มีเอกสารประกอบการเสนอขาย ทั้งมีการเปิดเผยข้อมูลผลกระทบไว้ใน website ของบริษัทและE- mail ของตัวกลาง/คนขาย ให้ศึกษาทำความเข้าใจลักษณะความเสี่ยง ผลตอบแทน และความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้มีข้อมูลเพียงพอที่จะเสนอขายและคนขายนำไปอธิบายต่อให้ผู้ลงทุนเข้าใจ มีการทบทวนเอกสารประกอบการขายทุก 6 เดือน และ/หรือเมื่อมีเหตุการณ์ที่

กระทบต่อกองทุนรวม รวมถึงมีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารในรูปแบบ วัดผลความรู้ก่อนออกขาย ซึ่งบุคลากรของตัวกลาง/คนขาย ต้องผ่านการทดสอบและมีผลผ่านเกณฑ์ประเมินของบริษัทก่อนออกขาย

2.1.2 เนื้อหาที่ใช้สื่อสารกับคนขายมีความครบถ้วนถูกต้อง

2.1.3 มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารกับคนขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.4 มีการวัดผลสำเร็จของการสื่อสารและการให้ความรู้ เช่น การสอบถามความเข้าใจผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย

2.1.5 มีกลไกการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสให้บริการแก่ลูกค้าด้วย ป้องกันความเสี่ยงจากการปฏิบัติหน้าที่เกินขอบเขต อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้าได้ เช่น พนักงานที่ไม่ได้รับความเห็นชอบ IC ไม่สามารถทำหน้าที่ขายและให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์กองทุนรวมได้

2.2 การฝึกอบรมแก่คนขาย

2.2.1 จัดอบรมให้ความรู้แก่คนขายเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนด้านความรู้หรือทักษะที่จำเป็นของคนขาย

2.2.2 ฝึกวิธีปฏิบัติงานให้คนขายได้ฝึกใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และอาจจัดทำบทสนทนาสำหรับการอธิบาย รวมถึงฝึกปฏิบัติวิธีบันทึกเพื่อเก็บหลักฐานการให้คำแนะนำและการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

2.2.3 ควบคุมดูแลความถูกต้อง ความเพียงพอ และความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดอบรม

2.2.4 มีการวัดผลการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ขายมีความรู้และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

3. กระบวนการขาย (Sales Process)

3.1 กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการที่เหมาะสมและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของลูกค้าตลอดจนไม่เอาเปรียบความไม่รู้ของลูกค้า

3.1.1 ความพร้อมของระบบงานในกระบวนการขาย

(1) กำหนดวิธีปฏิบัติในกระบวนการขายอย่างครบถ้วน ชัดเจน และเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์

1) จำนวน ผู้แนะนำการลงทุน(IC) เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า

2) มีคู่มือการขาย -บริษัทจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เรื่อง การปฏิบัติงานการขายและรับซื้อคืนหน่วยลงทุนโดยคู่มือการปฏิบัติงานนั้นมีคุณภาพตรงตามความต้องการและระดับความเสี่ยงของลูกค้าและคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

3) อบรม IC/IP เพื่อให้มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย

4) มีขั้นตอนและระบบรวบรวมข้อมูลการ ทำความรู้จักลูกค้า (KYC/CDD) และประเมินความเหมาะสมในการ

ลงทุน และจัดเก็บผล suitability ไว้ใช้งานในระบบ เพื่อให้ผู้แนะนำการลงทุนรับผิดชอบในการติดตาม update risk profile เพื่อให้เป็นปัจจุบัน

5) มีขั้นตอนในการให้คำแนะนำเบื้องต้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจความสำคัญในการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุนหรือการทำธุรกรรมในผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เหมาะสม (basic asset allocation) ตามรูปแบบมาตรฐานที่สำนักงานจัดทำขึ้น

6) บริษัทจัดทำและแจกเอกสาร fund fact sheet /เอกสารหนังสือชี้ชวน(เมื่อลูกค้าร้องขอ)/ fund profile (flyer) / performance ของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมเทียบกับ industry/ เอกสารส่งเสริมการขาย /เอกสารโฆษณา ผลิตภัณฑ์กองทุนรวม

7) ให้ผู้แนะนำการลงทุนเปิดเผยข้อมูลที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุน ดังนี้

- นโยบายการลงทุน
- ความเสี่ยงจากการลงทุน
- ลักษณะผลตอบแทนจากการลงทุน
- ผลการดำเนินงานและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์กองทุนรวม
- เปรียบเทียบผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (peer performance)
- ผลการดำเนินงานและความเสี่ยงของกลุ่มผลิตภัณฑ์กองทุนรวมประเภทเดียวกันเพื่ออธิบายเปรียบเทียบให้ลูกค้าตัดสินใจ
- ค่าธรรมเนียมที่เก็บจากลูกค้า
- ค่าธรรมเนียมที่เก็บจากกองทุน
- เงื่อนไขที่สำคัญ เช่น เงื่อนไขที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี
- ระยะเวลาขายและรับซื้อคืนหน่วยลงทุน
- ช่องทางการร้องเรียน
- บริการและเอกสาร/ข้อมูลที่ลูกค้าจะได้รับหลังการขาย

8) บริษัทมีมาตรการควบคุมดูแลการให้คำแนะนำ (point of sales) เพื่อให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่เหมาะสมกับข้อมูลลูกค้า และให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจของลูกค้า ดังนี้

- มีการแจ้งเตือนการสั่งซื้อขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่ไม่สอดคล้องกับข้อมูลลูกค้า เช่น ผู้แนะนำการลงทุนอธิบายความเสี่ยงจากการลงทุน mismatch ให้ลูกค้ารับทราบและลูกค้าลงนามรับรองการสั่งซื้อขาย



ผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่ไม่สอดคล้องกับความเสี่ยงที่ลูกค้าประเมินไว้ ในใบคำสั่งซื้อหน่วยลงทุน หรือ อัดเทป การอธิบายให้คำแนะนำแก่ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์

- มีการแจ้งเตือนการลงทุนเกิน 1 ใน 3 ของหน่วยลงทุนทั้งหมด และสิทธิการออกเสียง

9) มีขั้นตอนการปฏิบัติ สำหรับผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง เช่น อธิบาย ผลิตภัณฑ์และข้อมูลสำคัญ ต่อลูกค้าอย่างละเอียด ให้เวลาไตร่ตรองอย่างเพียงพอ และสอบถามความเข้าใจของลูกค้าก่อนรับคำสั่งซื้อ เป็นต้น และมีการประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุน(Knowledge Assessment) ตามรูปแบบของ สำนักงาน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าเป็นผู้มีความรู้ทางการเงิน หรือมีประสบการณ์ลงทุนเพียงพอก่อนเสนอขายผลิตภัณฑ์

10) บริษัทมีระบบการควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน เช่น

- มีการ call back เพื่อตรวจสอบว่าลูกค้าได้รับบริการและข้อมูลครบถ้วน
- มีการทดสอบความรู้ผู้แนะนำการลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายแก่ผู้ลงทุน

11) มีการติดตามการปฏิบัติงานในกระบวนการขาย

- ข้อร้องเรียน
- Feedback
- call back กรณีซื้อผลิตภัณฑ์กองทุนรวมของกลุ่มลูกค้าเปราะบางเพื่อสอบถามการทำรายการ

เป็นไปตามความประสงค์ของลูกค้าแท้จริง

12) จาก 11) นำข้อมูลที่ได้รับไป

- ปรับปรุงกระบวนการขาย/วิธีนำเสนอให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ
- ปรับปรุงการอบรมความรู้ผู้แนะนำการลงทุน
- ปรับปรุงกระบวนการขายตามที่สำนักงาน กลต. ประกาศเพิ่มเติม

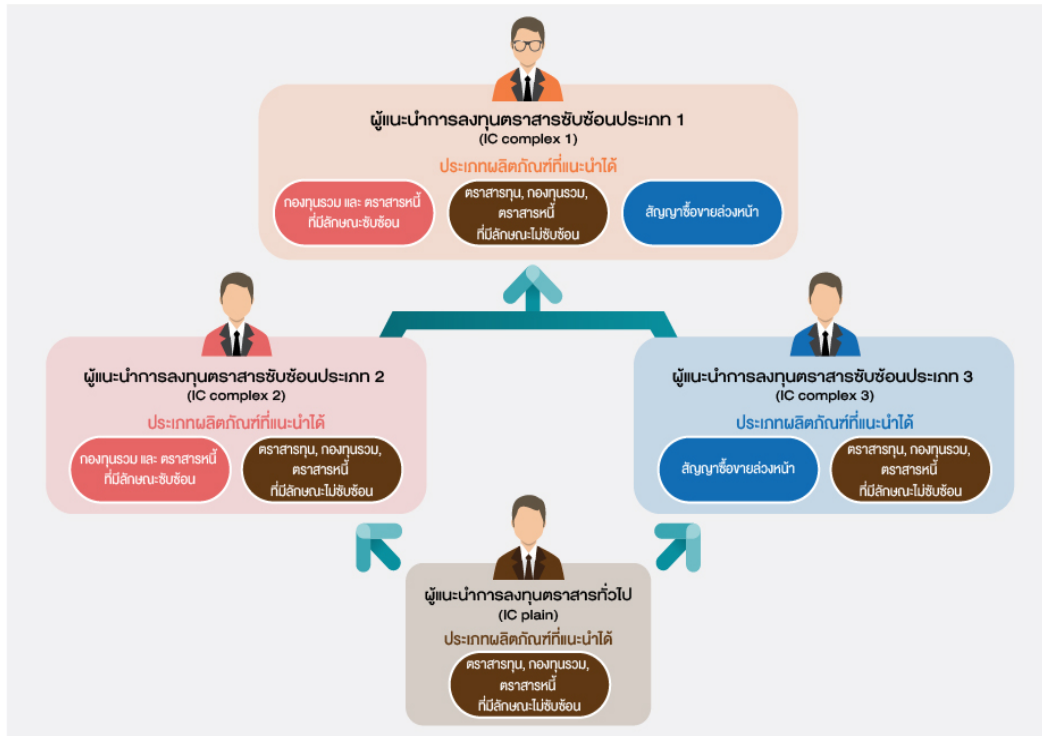
(2) มีระบบและเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการขายมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- video clip และ/หรือ visualized presentation ช่วยให้คนขายอธิบายความเสี่ยง และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ

- การสัมมนา

(3) จำกัดขอบเขตการปฏิบัติงานของคนขายให้ชัดเจน เพื่อให้มีการปฏิบัติหน้าที่ได้ถูกต้องและเหมาะสม

บริษัทกำหนดให้ ผู้แนะนำการลงทุนปฏิบัติหน้าที่ให้คำแนะนำการลงทุนในผลิตภัณฑ์ไม่เกินขอบเขต
ใบอนุญาต



บริษัทได้กำหนดกระบวนการนำเสนอและให้คำแนะนำกองทุนรวมแก่ลูกค้า และให้ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติ
หน้าที่ของบุคลากรในตลาดทุน ข้อพึงกระทำ (Do) และข้อไม่ควรทำ (Don't) ดังนี้

ข้อพึงกระทำ (Do)

- ปฏิบัติงานแบบมีอาชีพ
- มีความซื่อสัตย์
- คำนึงถึงประโยชน์ลูกค้าผู้ลงทุนเป็นสำคัญ
- คำนึงถึงความสามารถในการรับความเสี่ยงของลูกค้าโดยนำเสนอกองทุนที่สอดคล้องกับ
ความสามารถในการรับความเสี่ยงของลูกค้า
- คำนึงถึงเป้าหมายการลงทุนของลูกค้า
- คำนึงถึงอายุของลูกค้า
- ไม่คำนึงถึงผลตอบแทนของตัวเองเป็นหลัก
- คำนึงถึงสภาพคล่องของลูกค้า

กรณี เป็นกองทุนใหม่ลงทุนครั้งแรกของลูกค้าในกองนั้นๆ

- ต้องตรวจสอบประเภทลูกค้า เพื่อการเตรียมตัวในการนำเสนอกองทุนแก่ลูกค้า
- ต้องอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจรายละเอียดของกองทุนอย่างชัดเจน
- ต้องให้ลูกค้าอ่านหนังสือชี้ชวน ส่วนสรุปข้อมูลสำคัญ (fact sheet)
- ควรเก็บหลักฐานการส่งข้อมูลหนังสือชี้ชวน ส่วนสรุปข้อมูลสำคัญ (fact sheet) ให้ลูกค้า เช่น email.
- ควรเน้นย้ำแจ้งเตือนลูกค้าในเรื่องความเสี่ยงของกองทุนว่าอยู่ระดับไหน
- กรณีตราสารหนี้หรือกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงสูงหรือซับซ้อน ผู้แนะนำการลงทุนต้องระบุและชี้แจงให้ลูกค้าทราบความเสี่ยงของตราสารหรือกองทุนอย่างชัดเจนทุกครั้ง
- ควรคำนึงถึงความสามารถในการรับความเสี่ยงของลูกค้า และความเสี่ยงของกองทุน รวมถึงสัดส่วนการลงทุนที่ที่เหมาะสม (โดยอ้างอิง Asset Allocation ของสำนักงาน)
- ควรคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในการลงทุนของลูกค้าและ อายุของลูกค้าโดยเฉพาะลูกค้าที่มีอายุเกิน 60 ปี (ผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง vulnerable investors)
- บริษัทฯอาจมีการสุ่มตรวจสอบ เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ ก.ล.ต.

ข้อไม่ควรทำ (Don't)

- ไม่ขายกองทุนโดยคำถึงถึงผลตอบแทนเป็นสำคัญ
- ไม่ขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมหรือผิดประเภทให้แก่ลูกค้า
- คนขายที่ทำหน้าที่เป็น IC ไม่สามารถจัดพอร์ตการลงทุนแบบเฉพาะเจาะจงได้
- ไม่เร่งรัดลูกค้าให้รีบตัดสินใจ

3.1.2 การคัดเลือกคนขาย

(1) คัดเลือกคนขายที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายและมีความรู้ความสามารถเพียงพอ และสอดคล้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย

บริษัทกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติ ดังนี้

1. วุฒิกการศึกษาขั้นต่ำปริญญาตรีทุกสาขา
2. มีใบอนุญาตการขึ้นทะเบียนเป็น IC plain หรือชั้นกว่า จาก ก.ล.ต.



3. ไม่เป็นบุคคลที่อยู่ระหว่างถูกสั่งพัก และบุคคลที่กำลังอยู่ระหว่างถูกภาคทัณฑ์ / ดำเนินโดยเปิดเผย ต่อสาธารณชน / เปิดเผยแพร่กิจกรรมที่ไม่เหมาะสมให้สาธารณชนทราบ จาก ก.ล.ต.

4. ไม่เคยกระทำความผิดตามกฎหมาย ว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ของสำนักงาน ป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)

(2) มีกระบวนการที่มั่นใจได้ว่า คนขายที่ได้คัดเลือกนั้น เป็นผู้มีความสัมพันธ์ตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด และมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายได้

(3) มีวิธีสื่อสารให้ลูกค้าทราบว่า คนขายที่ลูกค้าติดต่อสอบถามและขอคำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็น คนขายที่ได้รับการแต่งตั้งให้ขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหรือไม่

3.1.3 การจัดทำเครื่องมือที่ช่วยอธิบายลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องมือที่ช่วยให้คนขาย สามารถอธิบายความเสี่ยงและความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจง่ายขึ้น เช่น มี เอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ ผลกระทบไว้ใน website ให้ตัวกลาง ศึกษาทำความเข้าใจลักษณะความเสี่ยง ผลตอบแทน และความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้มีข้อมูล เพียงพอที่จะเสนอขายและคนขายนำไปอธิบายต่อให้ผู้ลงทุนเข้าใจ รวมถึงมีการวัดผลความรู้ก่อนออกขาย และให้แผนกบริการลูกค้า เป็นศูนย์ติดต่อประสานงานระหว่างบริษัทและตัวกลาง

3.2 กระบวนการในการขายและให้บริการ

มีกระบวนการขายและให้บริการตามความเหมาะสม ที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท โดยคำนึงถึงเรื่องดังต่อไปนี้

3.2.1 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า ก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า

การจัดประเภทลูกค้าและรู้จักตัวตนที่แท้จริงของลูกค้า

กำหนดวิธีการจัดประเภทลูกค้า เช่น ผู้ลงทุนสถาบัน HNW UHNW และผู้ลงทุนรายย่อย เพื่อให้ผู้ขายสามารถ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับประเภทลูกค้า รวมทั้งมีการให้ข้อมูลและการแจ้งเตือนความเสี่ยงต่าง ๆ ที่ เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละประเภท

มีวิธีปฏิบัติงานที่จะทำให้มั่นใจว่า คนขายรู้จักตัวตนของลูกค้า โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับประโยชน์ทอด สุดท้าย และผู้มีอำนาจควบคุมหรือตัดสินใจในทอดสุดท้าย เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและวางแผนการลงทุน

อย่างเหมาะสม ตลอดจนป้องกันไม่ให้เกิดการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำผิดกฎหมายหรือข้อโต้แย้งในภายหลัง

หากบริษัทได้รับข้อมูลของลูกค้าไม่เพียงพอหรือพบว่าข้อมูลมีลักษณะน่าสงสัย ทำให้ไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงได้ บริษัทจะปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้ารายดังกล่าว

การทำความเข้าใจกับลูกค้าและการประเมินความเหมาะสมในการลงทุน

มีระบบการสอบถามข้อมูลและทำความเข้าใจกับลูกค้า เพื่อให้คนขายสามารถรวบรวมข้อมูลลูกค้าอย่างครบถ้วนเพียงพอ และเพื่อทราบความต้องการหรือเป้าหมายทางการเงินหรือการลงทุน ระดับความเสี่ยงที่รับได้ สถานภาพทางการเงิน และข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของลูกค้า โดยใช้แบบประเมิน suitability test เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการประเมินระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ผู้ลงทุนสามารถยอมรับได้ เน้นย้ำคนขายไม่ให้อนุมานว่า ผลลัพธ์หนึ่งผลลัพธ์ใดเหมาะสมกับลูกค้าทุกรายในกลุ่มประเภทเดียวกัน ซึ่งอาจทำให้ผลลัพธ์นั้นไม่เหมาะกับลูกค้าเฉพาะราย และอาจทำให้เกิดการเสนอขายผลลัพธ์ที่ไม่เหมาะสมได้

การประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้า (knowledge assessment)

จัดทำ knowledge assessment เพิ่มเติม ในกรณีการเสนอขายผลลัพธ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยให้คนขายประเมินว่า ลูกค้ามีความเหมาะสมที่ตนจะนำเสนอผลลัพธ์ประเภทดังกล่าวหรือไม่ โดยอาจพูดคุยและสอบถามลูกค้าเพิ่มเติมหรือดำเนินการตามแนวทางการปฏิบัติงานของบริษัทฯ ทั้งนี้เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาเสนอขายได้อย่างเหมาะสม โดยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้

การศึกษา

ประสบการณ์ทำงาน

ประสบการณ์การลงทุน

มีระบบตรวจสอบและเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า

มีระบบตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลด้วยตัวเอง รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องลงนามโดยลูกค้าเท่านั้น

เก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าในที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันการสูญหาย การแก้ไข หรือการเข้าถึงโดยผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง และทบทวนและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

3.2.2 การอธิบายข้อมูลและการแจกเอกสารรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้า

- (1) มีระบบที่มั่นใจว่าคนขายได้อธิบายข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่นำเสนออย่างครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะสำคัญและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเข้าใจก่อนการตัดสินใจลงทุน
- (2) มีวิธีปฏิบัติงานเพิ่มเติมในกรณีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน โดยให้คนขายพูดอธิบาย เน้นย้ำ และเตือนลูกค้าถึงความเสี่ยงหรือความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป รวมถึงข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเนื่องจากผลตอบแทนไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและอาจเกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์เชิงลบอย่างมากที่สุดที่อาจเกิดขึ้น
- (3) มีข้อมูลและเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คนขายใช้ในการอธิบายและแจกจ่ายให้ลูกค้าในกรณีลูกค้าร้องขอ โดยอย่างน้อยควรมี factsheet หนังสือชี้ชวน (ฉบับเต็ม) รวมทั้งมีการทำให้เป็นปัจจุบัน เมื่อมีข้อมูลเปลี่ยนแปลง โดยฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่จัดให้ลูกค้ารับทราบด้วย

3.2.3 การให้คำแนะนำเรื่องการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน

- (1) มีคำแนะนำเรื่อง Basic asset allocation ที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ความเหมาะสมในการลงทุนแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าผ่านการทำ KYC suitability test และ knowledge assessment เพื่อให้ผู้ขายใช้แนะนำและอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงแผนการลงทุนที่เหมาะสมสอดคล้องกับผลการประเมินระดับความเสี่ยงที่ตนยอมรับได้
- (2) ผู้ขายต้องตระหนักถึงหน้าที่ที่จะอธิบายให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด กรณีที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงเกินกว่าระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้ามีความเข้าใจในความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อย่างถ่องแท้ และมีระบบการเก็บบันทึกหลักฐานประกอบการขายหรือให้บริการด้วย

3.2.4 การแจ้งเหตุการณ์สำคัญ (material event) ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

กรณีเกิด material event ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้แก่ลูกค้า บริษัทฯดำเนินการเฝ้าติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสื่อสารให้คนขายมีข้อมูลในการอธิบายผู้ลงทุนก่อนการตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้คนขายสามารถแนะนำหรือชี้แจงผู้ลงทุนเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเหตุการณ์

3.2.5 การให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน

กำหนดให้คนขายอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ตามแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยง และจัดให้มีวิธีการใด ๆ ที่เชื่อมั่นได้ว่า ลูกค้ายอมรับทราบข้อมูลสำคัญดังกล่าวก่อนการตัดสินใจลงทุน โดยวิธีการดังกล่าวจะดำเนินการให้สอดคล้องกับรูปแบบการให้บริการ ทั้งนี้ จะใช้แบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยงตามรูปแบบมาตรฐานที่กำหนดบนเว็บไซต์ของสำนักงาน ก.ล.ต.

3.3 การนำแนวปฏิบัติในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์กองทุนมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับช่องทางการขาย และลูกค้าแต่ละประเภท

3.3.1 การปรับลดขั้นตอนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่ลงทุนหรือใช้บริการซ้ำ

(1) กรณีการซื้อขายผลิตภัณฑ์ครั้งแรก บริษัทฯจะดำเนินการตามที่กำหนดในเกณฑ์การขายและให้บริการครบทุกขั้นตอน

(2) กรณีที่ลูกค้าได้ลงทุนในผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้ลงทุนไปแล้วหรือใช้บริการซ้ำ (repeated sell) เช่น การซื้อซ้ำของทุนรวมกองเดิม ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจพิจารณาลดขั้นตอนการให้ข้อมูลเดิมที่ไม่มีเปลี่ยนแปลงไปจากครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ ดังนี้

- คนขายไม่จำเป็นต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าโดยละเอียดเช่นครั้งแรกที่ลูกค้าซื้อ เนื่องจากลูกค้าเคยลงทุนแล้ว จึงอยู่ในวิสัยที่จะเข้าใจลักษณะและความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

- กรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ฝ่ายบริหารลูกค้าสัมพันธ์อาจไม่จำเป็นต้องให้ลูกค้าลงนามในแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยงอีก เนื่องจากลูกค้าได้รับทราบความเสี่ยงที่สำคัญในการเปิดบัญชีครั้งแรกไปแล้ว

3.4 กระบวนการขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง

กำหนดให้คนขายต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอขายผลิตภัณฑ์เป็นพิเศษ โดยกำหนดขั้นตอนการขายที่ทำความเข้าใจลูกค้าประเภทดังกล่าว เพื่อให้รู้ถึงเป้าหมายการลงทุน และให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอต่อการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ เช่น การ call back ลูกค้าประเภทนี้ทุกราย อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ลูกค้ารายใดไม่ได้เป็นผู้ลงทุนรายย่อยที่มีความเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แต่มีประสบการณ์ลงทุนในหลักทรัพย์มากกว่า 10 ปี บริษัทฯอาจดำเนินการตามกระบวนการในการขายและให้บริการเช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไปได้

4. การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

บริษัทมีการกำหนดโครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนคงที่เป็นรายเดือนในรูปของเงินเดือนประจำ (Salary Based) ให้แก่คนขายที่ปฏิบัติงานสอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการในฐานะมีอาชีพ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อไม่ให้เกิดการเร่งขาย หรือขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้าได้ มีการกำหนดตัวชี้วัดผลปฏิบัติงานกับปัจจัยด้านคุณภาพตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของบริษัทที่ได้กำหนดไว้

5. การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

5.1 การรับและดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน

5.1.1 จัดเตรียมศูนย์รับเรื่องร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งมีช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ จะทำการแจ้งช่องทางและวิธีการร้องเรียนให้กับลูกค้ารวมถึงช่องทางร้องเรียนต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

5.1.2 ดำเนินการแก้ไขเรื่องร้องเรียนด้วยความเป็นธรรม มีกระบวนการที่ชัดเจน

5.1.3 มีระบบในการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการเกี่ยวกับข้อร้องเรียน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการจัดการและพิจารณาดำเนินการตามแนวทาง/เงื่อนไข/ระยะเวลาที่กำหนด

5.2 การดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า

กำหนดมาตรฐานในการแก้ไขปัญหา เยียวยา หรือชดเชยให้แก่ลูกค้า ซึ่งรวมถึงการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนให้การจัดการเป็นไปด้วยความเหมาะสม รวมทั้งแจ้งให้ผู้ร้องเรียนทราบความคืบหน้า และกำหนดปัจจัยพิจารณาแก้ไขคดีใช้เป็นธรรมและเท่าเทียม

5.3 การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาหรือเรื่องร้องเรียนซ้ำ

ดำเนินการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และนำผลการวิเคราะห์ไปดำเนินการต่อด้านการตรวจสอบประเมินผลการปฏิบัติงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เป็นต้น สื่อสารไปยังฝ่ายและบุคคลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงมีกระบวนการรายงานเกี่ยวกับข้อร้องเรียนต่อประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำและรวบรวมรายงานต่อสำนักงาน ก.ล.ต.

6. การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)

6.1 การควบคุมภายในและการสอบทานการปฏิบัติงาน

6.1.1 กำหนดให้ใช้หลักการ Three Lines of Defense เพื่อการควบคุมภายในและสอบทานการปฏิบัติงาน ได้แก่

- หน่วยงานปฏิบัติงานคือชั้นแรก มีการควบคุมภายในและบริหารความเสี่ยงของแต่ละฝ่าย รวมถึงการสอบทานการปฏิบัติงานประจำวัน และมีการทำ Control Self-Assessment (CSA)

- คณะทำงานบริหารความเสี่ยงคือชั้นที่สอง คือ การกำกับดูแลและตรวจสอบว่ามีการปฏิบัติงานเป็นไปตามที่กำหนดหรือไม่ รวมทั้งประเมินความเสี่ยงพหุของมาตรการต่างๆ

- หน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติงานหรือผู้ตรวจสอบภายนอกคือชั้นที่สาม คือ การตรวจสอบความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญขององค์กร โดยจัดทำเป็นแผนการตรวจสอบรายปี เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม โดยรายงานให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการบริษัท รับทราบเพื่อให้เกิดการปรับปรุงแก้ไข

6.1.2 ประเมินขั้นตอนการขายและให้บริการทั้งหมด เพื่อระบุหรือกำหนดความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกทุจริต และความเสี่ยงที่ลูกค้าจะถูกเสนอขายผลิตภัณฑ์การลงทุนที่ไม่เหมาะสมจนเกิดความเสียหาย

6.1.3 วางระบบควบคุมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจมีโอกาเกิดขึ้น (protect) เช่น maker & checker หรือ approval ที่ต้องเป็นคนละคนกับคนขาย และวางระบบสอบทานให้สามารถตรวจจับรายการที่มีความผิดปกติ (detect) ได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขหรือหยุดความเสียหายได้ทันที

บริษัทจะให้ความสำคัญกับการวางระบบการติดตามตรวจสอบภายหลังการขายและให้บริการ (self-monitoring) อย่างเหมาะสมด้วย เพื่อควบคุมให้การขายและให้บริการแก่ลูกค้าสอดคล้องกับกระบวนการขายที่บริษัทกำหนด และควบคุมดูแลไม่ให้คนขายกระตุ้นหรือเร่งรัดการตัดสินใจของลูกค้าด้วยวิธีใดๆ เพื่อให้ขายผลิตภัณฑ์ได้ เช่น สุ่มตรวจการให้บริการ สุ่มการฟังเทปการสนทนาระหว่างผู้ขายและลูกค้า เป็นต้น

6.2 การป้องกันและจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน

6.2.1 ระบุกิจกรรมที่มีความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และกำหนดนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือ ที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกัน หรือจัดการไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงมาตรการทางวินัยกรณีมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด

6.2.2 มีเครื่องมือและวิธีการจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และมีการสื่อสาร ให้ความรู้และทำความเข้าใจถึงมาตรการต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องตระหนักถึง

ความสำคัญและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรฐานดังกล่าว และสามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2.3 ฝ่ายกำกับดูแลการปฏิบัติงานตรวจสอบการปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนด และมีการดำเนินการหากมีการปฏิบัติไม่เป็นไปตามที่กำหนด รวมถึงมีการประเมินความเสี่ยงและทบทวนมาตรฐานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

6.2.4 กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล โดยแบ่งแยกหน่วยงานเป็นสัดส่วนตามหลัก Chinese wall และจัดเก็บและกำหนดการเข้าถึงข้อมูลตามหลัก need to know basis

6.2.5 กำหนดแนวทางในการกำกับดูแลและตรวจสอบการซื้อขายของคนขายที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในซึ่งอาจถูกนำไปใช้อย่างไม่เหมาะสม (staff dealing)

7. ระบบปฏิบัติการและแผนรองรับกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน (Operation and Business Continuity)

7.1 ระบบปฏิบัติการ

7.1.1 จัดทำคู่มือและ check list ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงจัดอบรมการปฏิบัติตามคู่มือดังกล่าว เพื่อให้คนขายเกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญที่จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการทำงานและทำให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับบริการตามที่กำหนด

7.1.2 กำหนดขั้นตอนสำหรับระบบปฏิบัติการหลังการซื้อขายผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและรัดกุมและมีระบบเพิ่มเติม เพื่อควบคุมดูแลการรับจ่ายเงินและป้องกันการทุจริตยกยอกเงิน รวมถึงแจ้งวิธีการปฏิบัติงานดังกล่าวให้ลูกค้าทราบด้วย เช่น รายงานธุรกรรมแก้ไขข้อมูลหรือยกเลิกรายการ เพื่อตรวจสอบหาเหตุผลการแก้ไข

7.1.3 กรณีที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินการ คำนึงถึงความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) ความมั่นคงของระบบ : กำหนดวิธีปฏิบัติงานและจัดเก็บข้อมูลสำคัญโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นหลัก เผื่อระงับภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นแก่ระบบ และมีแผนสำรองหากเกิดเหตุขัดข้องหรือระบบถูกแทรกแซงหรือถูกทำลาย

(2) ความปลอดภัยของข้อมูล : มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลและการใช้ข้อมูล เพื่อไม่ให้มีการล่วงรู้หรือถูกลักลอบนำออกไปหรือนำไปใช้ที่ไม่สมควร

(3) การพัฒนาโปรแกรมเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานต่าง ๆ : คำนึงถึงการออกแบบโปรแกรมที่ตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างถูกต้องและพร้อมใช้งาน ในกรณีที่ระบบเทคโนโลยีที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจ

ขัดข้องหรือต้องปรับปรุงทั้งในส่วนระบบและโปรแกรม บริษัทจะให้ความสำคัญและแก้ไขโดยไม่ชักช้า โดยถือว่างานด้านการขายผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่างานด้านอื่นของบริษัท

7.2 แผนป้องกันและรองรับกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน (Business Contingency Plan)

7.2.1 กำหนดแผนงานรองรับหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งแผนงานดังกล่าวครอบคลุมวิธีปฏิบัติงานที่สำคัญที่ทำให้แน่ใจว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำธุรกรรมของลูกค้า หรือจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อลูกค้า หากไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบได้ จะมีวิธีสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้า ทั้งก่อนเกิดเหตุ ขณะเกิดเหตุ และหลังเกิดเหตุ อย่างเหมาะสม

7.2.2 ทดสอบแผนงานว่าสามารถปฏิบัติตามแผนได้จริง สามารถควบคุมผลกระทบและความเสียหายได้ และกู้คืนระบบปฏิบัติการสำคัญได้ภายในเวลาที่กำหนด รวมทั้งทบทวนและปรับปรุงแผนงานให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสถานการณ์

ฉบับแรกได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 20 ก.ค. 2565

(Translation Purpose Only)

Sales Process and Fair Dealing Policy

Sawakami Asset Management (Thailand) Co., Ltd.

Sawakami Asset Management (Thailand) Co., Ltd. (SAMC) attaches importance to business operations to provide customers with practical information, advice and handling complaints about investment in mutual fund products with concerns to the customer's benefit as Fair Dealing Policies and minimizes the risk of mis-selling and fraud on client's assets. Therefore, the company sets guidance on Sales Process and Fair Dealing Policies of mutual fund products to ensure that all employees adhere and practice Fair Dealing Policies to achieve 6 goals:

Goal 1: Customers contact operators who attach importance to Fair Dealing Policies which is the principle of organizational culture.

Goal 2: Products and services are selected and designed to meet the suitability and need of the target customers.

Goal 3: Customers receive clear and suitable information from sellers.

Goal 4: Customers receive constructive advice and suitable products offered on consideration of the customers' context.

Goal 5: Customers receive the product and service that meet their expectations.

Goal 6: Customers do not have inconveniences after purchasing or selling products, handling complaints, and damage claims due to the operator's services.

According to the 2nd Extraordinary Board of Directors' meeting, it has been approved Sales Process and Fair Dealing Policies of mutual fund products and guidelines or work manuals in accordance with this announcement, and this summary is declared to employees to use it as a guideline for working. This is effective from the approval date onwards until there is any change.

Policy Updates and Reviews

Amendments and updates of the policy are operated by the Customer Relations Department and reviewed by the Compliance Department before presenting to the Chief Executive Operator and the Board of Directors at least once a year or when the relevant laws, rules and regulations will be changed.

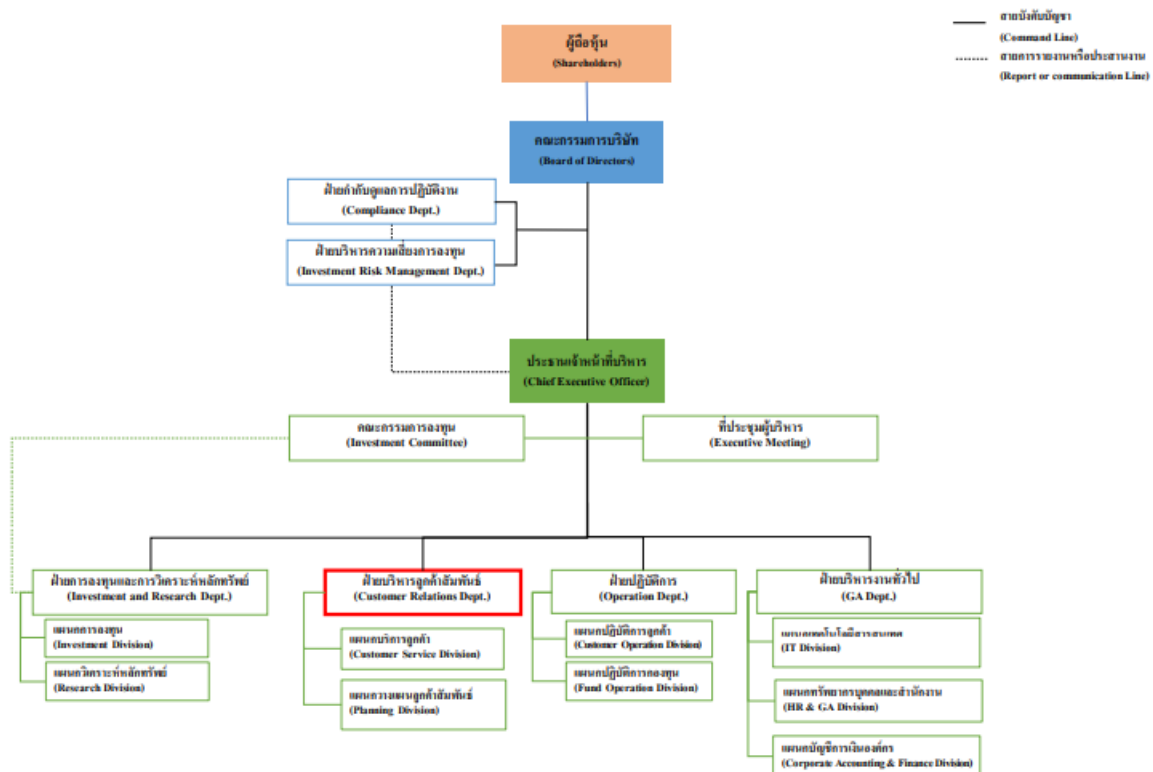
No.	Amendment Topic	Reviewer	Approver	Approval date

In order to set and offer mutual fund products which are suitable with needs and benefits of customers in accordance with Fair Dealing Policies which has a proper system for issuing and offering mutual fund products' efficiency, Company has established policies, strategic plans, work systems and procedures regarding the issuance and offering of mutual fund products as follows:

1. Manage organizational structure, roles, and duties of the Board of Directors and Senior Management.

The Board of Directors and Senior Management has supported Fair Dealing Policies in business operations which is determined to be the principle of organizational culture to raise business growth sustainably and reduce the risk of mis-selling and fraud against customer's assets.

Organization Chart



Roles and Duties of the Board of Directors

- 1.1 Determine policy, strategic plan and overall direction of the organization including considering and approving the policies and organization's plans as proposed by Chief Executive Officer.
- 1.2 Determine organizational structures and departments, assign clearly specific duties and responsibilities in order to operate effectively without conflict of interest and counterbalance in performance, and promote internal control and good risk management.
- 1.3 Approve budgets for necessary resources to perform in various tasks: human resources and working tools.
- 1.4 Monitor business operation and management team's operation to proceed efficiency and to comply with the policies.

Roles and Duties of Chief Executive Officer

- 1.1 Set policies, strategic plan and business plan in accordance to Fair Dealing Policies approved by the Board of Directors and notify above policy, strategic plan and business plan to all departments and related persons in order to operate by following above policy as a guideline for further operations that allows the business to grow sustainably and reduce the risk of mis-selling to customers.
- 1.2 As Company placed importance to be responsible for control on selling and doing service relating to mutual fund products, Company sets the development process on mutual fund products, suitability assessment of the products, customer segmentation, and sale practices though communicating with responsible departments and related people to work accordance to Fair Dealing Policies and professional ethics.
- 1.3 Prepare staff who are ready in terms of quality and quantity relating to the volume of business and effective performance as well as having a responsible person to continuously control and monitor operation and people development.

1.4 Establish an internal control and audit of operations which are up to date and fully assess the overall risks of the business to measure success, problem and solving in time and effectively by overviewing from customer's complaints and operational reports.

2. Communicating and providing training program to sellers

Company communicates and educates sellers by training with following methods to ensure that the sellers understand and can provide information about the products offered for sale.2.1

Communication with sellers

2.1.1 Customer Relations Department has responsibility to communicate, educate about sale practice to sellers, preparing content and format, method of communication and method to measure the quality of communication. Moreover, Department determine the appropriate time and frequency by providing supplementary documents including the reveals of both the impact information on the company's website and E-mail of the seller for studying the risks, return and suitability for the target group in order to have enough information to offer for sale and explain to customers. Sales documents are reviewed every 6 months and/or when there is an event affecting a mutual fund for evaluation before selling, in which the selling agent / seller must pass the test and pass the company's evaluation criteria before operation.

2.1.2 Information which is used for communicate with sellers must be complete and accurate.

2.1.3 Systems and tools are effectively can be used for communication with sellers.

2.1.4 Evaluate the results of communication and education by methods such as reviewing sellers' understanding of products.

2.1.5 Having a communication mechanism that be able to communicate with operators who are involved with the products and customer to prevent the risk of performing duties beyond the scope of work and may cause damage to customers. For example, employees who do not have the approval must not perform the duties of selling and giving advice on mutual fund products.

2.2 Seller Training

2.2.1 Organize training to educate sellers to prevent their weaknesses in knowledge or necessary skills for sellers.

2.2.2 Train sellers to use language that customers can easily understand and may provide a dialogue to explain. In addition, train recording methods to keep evidence of advice and product presentation to customers.

2.2.3 Check the accuracy, adequacy and appropriateness of the content used in the training.

2.2.4 Evaluate results of training to enhance sellers' knowledge and practical performance.

3. Sales Process

3.1 The preparation of sale process in order to serve the service which is appropriate for customers as well as not taking advantage of the customer.

3.1.1 Availability of sales process

(1) Determine procedures in the sales process that are complete, clear and appropriate for the type of products.

1) The number of investment Consultant (IC) is sufficient to serve customers.

2) Have a sales manual. - The company has prepared an operating manual that has a quality that can handle the risk levels of the customers and take into account the customer's benefit.

3) Train IC/IP to gain knowledge on offering products.

4) Have procedures and systems for collecting data such as to know customers (KYC/CDD) and assess suitability of investment and also store suitability's results in the system for investment advisors to keep tracking of the updated risk profile.

5) Have procedures for providing basic advice for customers to understand the importance of asset allocation and determine appropriately proportion of investment or

transaction in capital market (basic asset allocation) according to the standard established by SEC.

6) The company prepares and distributes fund fact sheets / prospectus (when customers request) / fund profile (flyer) / performance of mutual fund products compared with other products in the same industry / promotional documents. /advertising document for mutual fund products.

7) Investment consultants inform information that is important to investment decisions to customers as follows:

- Investment policy
- Investment risk
- Characteristics of return on investment
- Performance and risks of mutual fund products
- Comparison of mutual fund product performance (peer performance)
- Performance and risks of the same mutual fund product group for explaining and comparing to customers' decision making.
- Fees collected from customers
- Fees collected from funds
- Important conditions such as conditions for receiving tax benefits
- Period for selling and redemption of investment units
- Complaint channel
- Services and documents/information that customers will receive after the sale

8) Control point of sales in order to offer mutual fund products that are suitable for customer and provide necessary information for customers' decision making as follows:

- In case of the product is not matched with customer, the sellers must notify customer about the order of product. For example, the investment consultant explaining the risk

of mismatch investment to the customer and the customer sign for the order to certify the purchase of mutual fund products that do not correspond to the risk assessed by customers on order form document or recording an advice to customers via telephone.

- Notification of investment of more than one-third of all investment units and right to vote is needed.

9) The company has procedures for vulnerable investors such as describing products and important details to the customer, giving enough time to reflect, and reviewing their knowledge and ability with knowledge assessment according to the form of SEC that ensures that customers have financial knowledge or enough investment experience before offering products.

10) The company has a system to control operations, such as

- call back to recheck that customers have completely received services and information from sellers.

- Investment consultant (IC) must take a test about a product which will be offered to the customers.

11) follow-up on the operation of sales process. - Complaints

- Feedback

- Call back. In case of purchasing mutual fund products of vulnerable customers purchased mutual fund products, reviewing the transaction is needed in order to check that is matched with the customer's request or not

12) Use above item 11) to adjust and improve as below,

- sales process/presentation to make it easier to understand

- the training of investment consultant

- the sales process in accordance with the SEC's additional announcement.

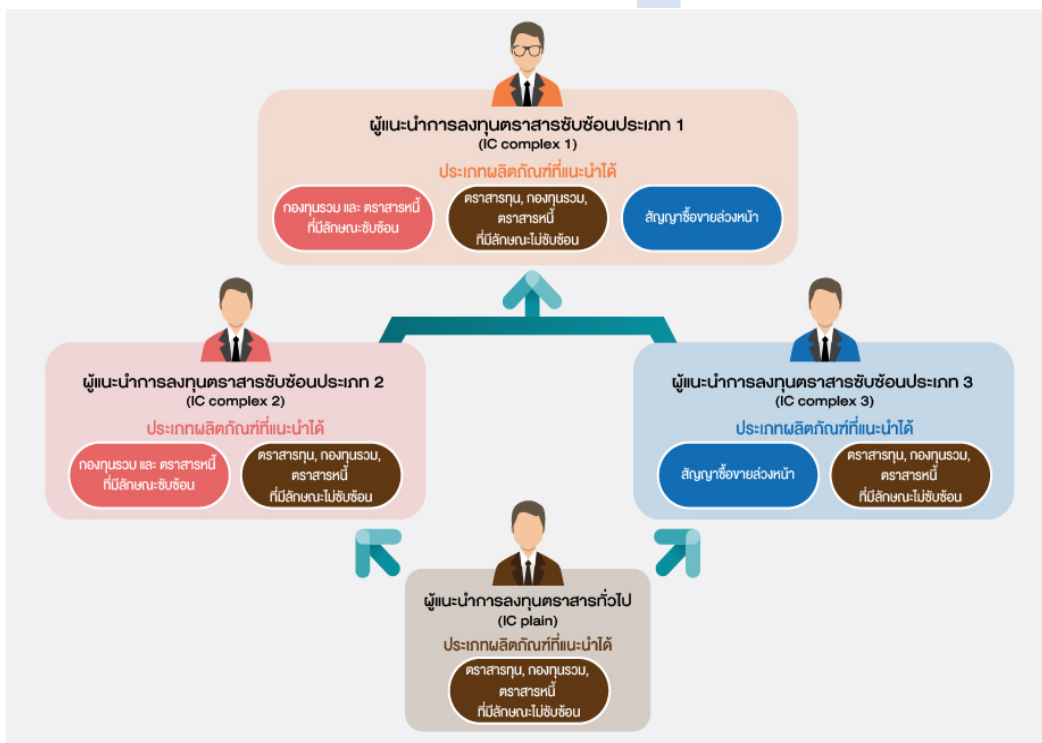
(2) Have systems and tools that help the sales process be more effective as follows:

- Video clip and/or visualized presentation which are used for explaining risks and the complexity of the product in an easy-to-understand format

- Seminar

(3) Specify scope of the seller's job description to make sellers perform duties properly and appropriately.

The company determines that investment consultants (IC) must perform their duties to advise investments about products under the scope of their license.



Explanation of above chart:

1. IC Plain can give advice about the stock, bond, and mutual fund which have not complexity.
2. IC Complex 1 can give advice about the products as same as IC Plain, Derivatives, complex product such as bond and mutual fund which have complexity.
3. IC Complex 2 can give advice about the products as same as IC Plain and complex product such as bond and mutual fund which have complexity.
4. IC Complex 3 can give advice about the products as same as IC Plain, Derivatives.

The company has established a process for presenting and giving advice about mutual funds to customers by following the guidelines of duties of officers in the capital market as follows:

Dos

- Work professionally
- Be Honest
- Take into account that the benefits of customers and investors are important
- Take into account the risk-taking ability of customers by offering funds that are in line with the ability to take risks from the customer
- Take into account the customer's investment goals
- Take into account the age of the customer
- Do not consider your own rewards as the main
- Take into account the liquidity of customer

In the case of the first-time investment of the customer in that new launched fund

- Check the type of customers in order to prepare presenting a funds to customers
- Explain to customers clearly and be able to understand about the details of the fund
- Provide the prospectus and summary of important information (fact sheet) to Customers.
- Keep evidence relating to submission of prospectus and summary of important information (fact sheet) to customers such as email
- Put emphasize on risk level of the fund to customers
- In case of high-risk or complex bond or mutual funds, the investment consultant (IC) must specify and clarify to customers about the risks of securities clearly every time.
- Take into account the customers' ability of acceptable risks, the risk of the fund and the appropriate investment ratio (referring to the Asset Allocation of SEC)

- In the case of the customers who are 60 years old or more (vulnerable investors), the customers' knowledge of the investment, and the age of the customer should be taken into account.
- The company may randomly check the operation process in order to meet the SEC criteria

Don'ts

- Do not sell funds with regard to commission fee from funds
- Do not sell unsuitable or wrong products to customers
- Investment Consultant are unable to organize an asset allocation
- Do not rush customers to make decisions

3.1.2 Seller Selection

(1) Select sellers who have knowledge, understand the products offered for sale and has sufficient knowledge according to the type of products to be offered.

The company has set the requirements as follows:

1. At least a bachelor's degree in any field
 2. Having a license as IC plain or higher and registered approval from SEC
 3. Not being a person who is being suspended or are being prosecuted / publicly reprimanded / disclosing inappropriate behavior to public from SEC
 4. Never commit an offense under the AML law that is the prevention and suppression of money laundering from the Anti-Money Laundering Office (AMLO)
- (2) Have a process that ensures that the selected seller has qualifications as specified by SEC with knowledge and ability to explain products.
- (3) Have communication methods to let customers know whether sellers whom customers communicate with are appointed by the Company or not.

3.1.3 Have tools to help sellers can explain product's risk and complexity of products to customers such as document and information about the detail and risks of the product on a website, assign sellers to understand the risks, return and suitability of product for matching

with the target customer in order to explain to investors with efficient information. Moreover, the sellers must take the test to measure efficiency of knowledge before selling. Company assigns a customer service division as a center between company and the intermediary.

3.2 Sales and Service Process

The Company has a sales and service process that is appropriate, consistent with the Company's business model and suit with each type of product. The Company is taking concern matters as follows:

3.2.1 Collect and analyze customer data before presenting the product to customers, classify and identify customers, determine method of classifying customers such as HNWI UHNW institutional and retail investors. Sellers can offer products, provide information and advice about various risks that is matching with customer type.

The Company set the procedures to ensure that sellers know the identity of the customer by requiring information about the beneficiary and a person who has the authority of decision making of an investment. Moreover, sellers determine the customers in order to prevent the involvement of illegal acts or arguments in the future..

If the Company receives insufficient customer information or finds out the information suspicious that failed to identify the customer identification or the beneficiary. The company will refuse to provide services to those customers.

Getting to know customers and assessing investment suitability.

The Company has a system for asking for information from customers and getting to know customers for sellers to be able to collect information and know investment goals, acceptable risk level, financial status and limitations or financial conditions of the customer. For assessing the level of investment risk that investors can accept, customers need to do the suitability test.

Sellers do not assume that certain product is suitable for all customers who are in the same type of customers. That may make the product unsuitable for some customers and may leads to mis-match product offering action.

Knowledge assessment of customers' investment skills

Provide additional knowledge assessment in case of high-risk or complex product offerings.

Sellers determine that the customer is appropriate to be offered for product or not by taking communication, ask for more information or operate in accordance with the Company's guideline.

Sellers need to ask for more information from customer as below: Education

- Work experience

Investment experience Having a system for checking and keeping customer information.

- Having a checking system to ensure that the customers, themselves, provide information including all relevant documents signed by the customer only.

Keeping customer information in a safe place to prevent loss, alteration, or access by persons without the relevant functions; and review and update the information up to date.

3.2.2 Data explanation, distribution, and customer analysis

(1) Having a system to ensure that the sellers describe the product information presented completely, accurately and clearly, especially the key characteristics and risks of the product to let customers understand before making an investment decision.

(2) Having additional procedures in the case of high-risk or complex product offered by sellers to explain and warn customers about the risks or complexities of products that are greater than other products including details about the losses incurred from the investment due to the unintended return and negative events or circumstances that may arise.

(3) Having information and documents about the product for sellers to use to explain and distribute as customer requests at least have the factsheet, prospectus (full version) and keep it up to date. When information changes from the Customer Relationship Management Department, let the customers notice.

3.2.3 Providing advice on asset allocation and determination of investment proportions

(1) Have a recommendation for basic asset allocation that is consistent with the investment suitability for the customers when the customer has passed the KYC suitability test and knowledge assessment for sellers to recommend and explain to the customer appropriately in accordance with the assessment of their acceptable risk level.

(2) Sellers must be aware of the duty to provide a thorough description of the risks of the product. In case the customer decides to invest in a product which the risk exceeds the acceptable level to ensure that customers have a thorough understanding of the risks of that product and keep records as evidence.

3.2.4 Notification of material events that affect the offering products

In a material event that affects offering products to customers, the company will continuously monitor the situation and communicate with sellers to have information to explain to customers before investing in products. Sellers can advise or clarify about the events simultaneously.

3.2.5 Acknowledge customers with high-risk or complex products

Determine sellers to describe the risks of the product according to a form or proof of risk acknowledgment and provide any means to ensure that customers are aware of such important information before making an investment decision. Methods will be carried out in accordance with the company service. Signature or evidence of risk acknowledgment will be used in accordance with the standard format prescribed on the website of SEC.

3.3 Implementing guidelines for selling and servicing fund products to suit sales channels and each type of customers

3.3.1 Reduce sales and service processes to customers who invest or repeat using.

(1) In the case of purchasing the product at first time, the company will proceed as specified in the sales criteria and provide all steps of service.

(2) In the case that the customer has invested in repeated sale, Customer Relationship Management department may consider minimize the process by providing the same information as not changed from the first purchase by the customer as follows:

- Sellers do not need to explain the important risks of the product to customers like the first purchase because customers have already invested.

- In the case of high-risk or complex products, the Customer Relationship Management department may no longer require the customer to sign a form risk acknowledgment because the customers have already been aware of the significant risks of opening an account at the first time.

3.4 Sales Process and Services for Retailing Vulnerable Investors

Determine sellers to be careful when dealing and selling products to define the sales process that gets to know such customers to perceive the investment goals and provide sufficient information and warnings to offer suitable products such as call backs to these types of customers. However, in case of customers who are not retail vulnerable investors such as 60 years old or above investor but having more than 10 years of investment experience in securities, the company may proceed with the process of selling and providing services like other normal customers.

4. Remuneration Structure

The company has a fixed salary-based compensation structure to sellers who perform their work in accordance with the quality of service as a professional as well as concerning the benefits of customers as important to avoid accelerating sales or lack of responsibility to customers and has performance indicators and quality factors which are set according to the company's performance standards.

5. Complaint Handling

5.1 Complaint Receiving and Handling

5.1.1 Prepare a complaint center which has a variety of channels for receiving complaints, and the company will inform methods of complaints to customers including complaint channels to SEC.

5.1.2 Resolving complaints with fairness and clearly process

5.1.3 There is a system to follow up on the progress of complaints that ensure to manage by consideration of the specified guidelines/conditions/timelines

5.2 Solving problems for customers

Determine standards for solving problems, remedying, or compensating for customers including setting the time limit for each step to ensure proper management with notifying the complainant about the progress and determining factors for fair and equal compensation.

5.3 Prevention of repeated problems or complaints

Conduct analysis of the cause of the problem and bring the results to continue in the field of inspection performance and appraisal, increase efficiency in operations, etc. to communicate with relevant departments and people and report complaints to the Chief Executive Officer to improve and correct the operations in the relevant part for preventing recurrence problems and compile a report to SEC.

6. Internal Control and In-house Inspection

6.1 Internal Control and In-house Inspection

6.1.1 The Three Lines of Defense principle is applied for internal control and operational review as follows:

- The operating unit is on the first line. There is internal control and risk management of each party including reviewing daily operations and conducting a Control Self-Assessment (CSA).

- The Risk Management Working Group is on the second line which is to oversee and check whether operations are carried out in accordance with the requirements or not, including assessing the adequacy of various measures.

- The Compliance or External Auditor is the third line, which is the review of significant corporate risks by preparing an annual audit plan to manage the risk to an appropriate level by reporting to the Chief Executive Officer and the Board of Directors Acknowledgment in order to make improvements

6.1.2 Evaluate all sales and service procedures to identify or define the possible risks, such as the risk that customers will be corrupted and that the customers will be offered to sell an improper investment product that will cause damage.

6.1.3 Set up a control system to prevent possible risks such as maker & checker or approval that must be different from seller and set up a review system to be able to detect abnormal items quickly and fix or stop the damage immediately.

The company will focus on self-monitoring after the sale and service appropriately for controlling sales and providing services to customers in accordance with the sales process set by the company, and supervising the sellers not to induce or expedite the decision of the customer in any way to sell the product such as randomly checking and listening to record of conversations between sellers and customers, etc.

6.2 Prevention and management of conflicts of interest and prevention of use of inside information

6.2.1 Identify activities that have a risk of causing conflicts of interest and formulate policies, measures and tools which are sufficient and effective to prevent or manage conflicts of interest including disciplinary measures in case of non-compliance.

6.2.2 Have tools and methods for clearly managing conflicts of interest in each matter and communication to educate and understand the various measures of the company in order to make

relevant personnel aware of the importance and cooperate in implementing measures as mentioned and effectively complying with the relevant guidelines.

6.2.3 The Compliance Department examines compliance with the prescribed measures, actions in case the practice is not in accordance with the setting and is responsible for risk assessment and review of the company's measures regularly.

6.2.4 Establish measures to control and prevent information leakage by separating the departments into parts according to Chinese Wall principle and store and schedule access to information on a Need-to-Know Basis.

6.2.5 Establish guidelines for supervising and auditing the dealings of sellers who had the insider data that may be misused (staff dealing).

7. Operation and Business Continuity

7.1 Operating System

7.1.1 Prepare manuals and check lists for relevant people to use in their work including organizing training for sellers to strictly perform to prevent mistakes in the work and ensure that the customers receive the services as specified.

7.1.2 Establish clear and concise procedures for the operating system after the purchase of products and provide additional systems to control the receipt of money and prevent fraudulent misappropriation. In addition, inform customers about mentioned operations such as reporting transactions, amending or canceling a transaction to determine the reason for the solution.

7.1.3 In case of using information technology system in operation, consider the risks in various fields as follows:

(1) System stability: Determine how to operate and store important data by using computer systems as the main method. Watch out for potential threats to the system and have a backup plan in case of any disruption or the system is intervened or destroyed

(2) Information Security: Access to and use of information is controlled or smuggled out or used inappropriately

(3) Program development to support various operations: Consider the design of the program that meets the needs and is ready for use. If the technology system that supports the business operation is disrupted or requires improvements in both the system and the program, the company will give importance and make corrections without delay, considering that the sale process is no less important than other jobs of the company.

7.2 Business Contingency Plan

7.2.1 Establish a support plan in case of emergency which its roadmap covers key practices ensuring that the business can continue without affecting customer transactions or causing damage to customers. If the impact cannot be avoided, prepare a way to communicate to customers before the incident, during the incident, and after the accident properly.

7.2.2 Test the plan to ensure that the plan actually can be implemented with controlling impact and damage, have restored critical operating systems within the specified time, and review and improve the work plan to be up-to-date and appropriate to the circumstance.

This policy was approved in the Board of Directors' Meeting on July 20, 2022