

**Fund**บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด
LAND AND HOUSES FUND MANAGEMENT CO., LTD.**นโยบายบริษัทที่ 12/2568****เรื่อง นโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน
(Sales Process)**

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (“บริษัท”) ได้จัดทำนโยบายในการขายและให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนแก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนี้

1. บทนำและวัตถุประสงค์

บริษัทจัดการตระหนักถึงหน้าที่และความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการเกี่ยวกับกระบวนการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนให้แก่ลูกค้าตามหลักการของกฎหมาย และให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

คนขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายให้กับลูกค้าและสามารถอธิบายให้คำแนะนำให้ข้อมูลที่ ไม่ทำให้ลูกค้าสำคัญผิด รวมถึงเข้าใจลักษณะความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับความเสี่ยงที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้

บริษัทจัดการจึงได้กำหนดนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

2. ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน มีผลบังคับใช้กับสายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาด และฝ่ายงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนในบริษัทจัดการ โดยให้ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด

3. บทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบ

3.1 คณะกรรมการบริษัท อนุมัตินโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน และรับผิดชอบให้มีการดำเนินกิจการของบริษัทจัดการเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ระวังและประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญ

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568



3.2 คณะกรรมการพัฒนาธุรกิจ ดูแลและติดตามการบริหารจัดการงานด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายหน่วยลงทุน เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน

3.3 กรรมการผู้อำนวยการ และผู้บริหาร กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุนให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ รวมทั้งกำหนดให้มีการสื่อสารไปยังพนักงานแต่ละหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรับทราบ

3.4 พนักงานสายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาด และฝ่ายงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามนโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน พร้อมทั้งจัดทำ ทบทวน คู่มือการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบายการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน และ/หรือหลักเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด

4. แนวทางการปฏิบัติ

บริษัทจัดการให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน ในเรื่องต่าง ๆ โดยมีขอบข่ายและกำหนดแนวทางในการดำเนินการทั้ง 8 ด้าน ดังนี้

4.1 การจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทของคณะกรรมการบริษัท และหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

บริษัทจัดการให้ความสำคัญและสนับสนุนให้ผู้บริหารสายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน โดยกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบและการติดต่อลูกค้าในการขายหรือให้บริการหน่วยลงทุนเป็นลายลักษณ์อักษร มีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ทันต่อเหตุการณ์ และมีการรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริษัท เพื่อติดตามและประเมินความเสี่ยงในภาพรวมได้อย่างครบถ้วน

4.2 การคัดเลือกผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า (Product Selection and Client Segmentation)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาด มีกระบวนการประเมินความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์อย่างรอบคอบก่อนนำเสนอให้กับลูกค้า

- พิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ความเหมาะสมกับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น เป้าหมายการลงทุน ลักษณะผลตอบแทนและความเสี่ยง ความสามารถในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้ข้อมูลและคำแนะนำของคณาย

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568



- แนวทางและแผนการจัดการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์/ SALES KIT เพื่อให้ผู้เสนอขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วน
- ระบบงานและกระบวนการขาย ซึ่งรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ แบบฟอร์มที่ต้องใช้ และแบบคำถามประเมินความเสี่ยงลูกค้า ที่สามารถรองรับการขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่ผู้เสนอขาย (Communication and Training Program)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาดมีกระบวนการสื่อสารและให้ความรู้ต่อผู้เสนอขาย หรือกับผู้สนับสนุนการขายและรับซื้อสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกเสนอขายอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เข้าใจยาก ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้เสนอขายสามารถให้คำแนะนำต่อลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีคุณภาพ

การสื่อสารกับผู้เสนอขาย

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

การฝึกอบรมแก่ผู้เสนอขาย

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

4.4 กระบวนการขาย (Sales Process)

บริษัทจัดการกำหนดให้สายพัฒนาธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด สายการตลาดมีวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการขายและให้บริการที่เป็นธรรม ชัดเจน ครบถ้วน และมีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568



จะเสนอต่อลูกค้า ทั้งนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลครบถ้วนและสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้องการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ลูกค้าก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า

- ผู้ขายต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่สำนักงานกำหนดและมีความรู้ความสามารถในการอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย
- การจัดให้มีเอกสารและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญของผลิตภัณฑ์ เช่น Fund Fact Sheet / Sales kit ซึ่งอยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย โดยข้อมูลในเอกสารจะต้องครบถ้วน และมีการเน้นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและความเสี่ยงสำคัญอย่างชัดเจนในเอกสารที่แสดงต่อลูกค้า
- รวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการจัดประเภทลูกค้าและรู้จักตัวตนที่แท้จริงของลูกค้า ประเมินความเหมาะสมในการลงทุนเช่น อาชีพ แหล่งที่มาของรายได้ ตลอดจนเพื่อให้ทราบความต้องการหรือเป้าหมายทางการเงินหรือการลงทุนระดับความเสี่ยงที่รับได้ และข้อจำกัดหรือเงื่อนไขทางการเงินของลูกค้า โดยใช้แบบฟอร์มการทำ Suitability Test เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า และการให้คำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดสรรและกำหนดสัดส่วนการลงทุน (Basic Asset Allocation) รวมถึงการประเมินความรู้ความสามารถในการลงทุนของลูกค้า (knowledge assessment) สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงหรือซับซ้อน
- ให้ลูกค้ารับทราบความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย โดยต้องอธิบายลักษณะและความเสี่ยงที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ตามแบบลงนามหรือหลักฐานรับทราบความเสี่ยง
- มีกระบวนการติดตามการให้บริการสำหรับลูกค้าประเภทประเภอบาง
- มีกระบวนการติดตามผลิตภัณฑ์ และแจ้งลูกค้า ผู้สนับสนุนการขายและรับซื้อคืน เมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ (material event) ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

4.5 การกำหนดวิธีจ่ายค่าตอบแทน (Remuneration Structure)

บริษัทจัดการกำหนดให้มีวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้เสนอขาย ผู้สนับสนุนการขาย และรับซื้อคืน โดยผลตอบแทนที่ได้รับต้องมีความสอดคล้องกับการให้บริการและคุณภาพ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ

4.6 การจัดการเรื่องร้องเรียน (Complaint Handling)

บริษัทจัดการกำหนดให้ฝ่ายกำกับการปฏิบัติงานจัดทำกระบวนการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน ตามระเบียบบริษัทกำหนด โดยดำเนินการด้วยความเป็นอิสระ และเป็นธรรมต่อลูกค้า

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568

**4.7 การควบคุมภายในและการตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Internal Control and In-house Inspection)**

บริษัทจัดการกำหนดให้ฝ่ายกำกับการปฏิบัติงาน ทำหน้าที่ในการกำกับ ติดตามและสอบทานการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามนโยบายและหลักเกณฑ์ที่สำนักงาน ก.ล.ด. กำหนด และกำหนดให้มีผู้ตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ทำหน้าที่ในการตรวจสอบระบบงาน

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 คู่มือการปฏิบัติงานดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน และ/หรือสอดคล้องตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด

6. การทบทวนนโยบาย

นโยบายในการขายและให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในตลาดทุนที่เป็นหน่วยลงทุน จะมีการทบทวนปรับปรุง แก้ไข เพิ่มเติม นโยบายตามความจำเป็นและเหมาะสมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อให้เป็นปัจจุบัน

ทั้งนี้ขอให้อยกเลิกนโยบายที่ 11/2567 ฉบับลงวันที่ 4 ตุลาคม 2567 และให้ใช้นโยบายฉบับนี้แทน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568


(นายหวาง เจิง-ชิน)

ประธานกรรมการ

นโยบายฉบับนี้ผ่านมติอนุมัติจากการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 11/2568 วันที่ 6 พฤศจิกายน 2568