

นโยบายด้านการพัฒนาและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม

บลจ.กรุงศรีให้ความสำคัญในการออกแบบ พัฒนาและเสนอขายกองทุนรวม ที่คำนึงถึงความต้องการและประโยชน์สูงสุดของผู้ลงทุนเป็นสำคัญตามหลักธรรมาภิบาลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (product governance) บริษัทจึงจัดให้มีระบบรองรับการออกและเสนอขายกองทุนรวม โดยบริษัทต้องเข้าใจในลักษณะและความเสี่ยงของกองทุนรวมอย่างถ่องแท้ การเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายผ่านช่องทางที่เหมาะสม การคัดเลือกตัวแทนขาย การจัดทำเอกสารการขาย และการกำหนดแผนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทจะมีการทบทวนความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่เสนอขายไปแล้ว พร้อมทั้งทบทวนการทำหน้าที่ของตัวแทนขาย เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนจะสามารถทำหน้าที่ในการขายและให้บริการหน่วยลงทุนของกองทุนรวมที่จะออกเสนอขายได้อย่างเหมาะสม และหากเกิดปัญหาใดๆขึ้น บริษัทจะสามารถดำเนินการได้อย่างเหมาะสม

โครงสร้างองค์กร บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. คณะกรรมการบริษัท และผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลัก product governance โดยกำหนดให้เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน มั่นใจได้ในคุณภาพของกองทุนรวมที่ออกและเสนอขาย และลดความเสี่ยงในการ mis-selling / mis-buying โดยคณะกรรมการบริษัทมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดและอนุมัติโครงสร้างของนโยบายด้านการพัฒนาและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม
2. โครงสร้างคณะกรรมการด้านการพัฒนาและการเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ได้แก่ คณะกรรมการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Committee: PDC) ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูงจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวม

การออกและเสนอขายกองทุนรวมใหม่ ต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้ ทั้งนี้ ให้ยกเว้นกรณีกองทุนประเภท Buy & Hold หรือกองทุนที่ออกเป็นชุด (series) ที่มีลักษณะสำคัญไม่แตกต่างจากการออกเสนอขายครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญ

1. การริเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (Idea generation)

ในการริเริ่มออกและเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวมใหม่ใดๆ บริษัทอาจพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- รวบรวมข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ความต้องการ (demand) จากพนักงานขาย ตัวแทนขาย เพื่อทำความเข้าใจว่าลูกค้ามีความต้องการในผลิตภัณฑ์แบบใด

- วิเคราะห์จากภาพรวมอุตสาหกรรมกองทุนรวมในไทยและ/หรือต่างประเทศ เพื่อหาช่องว่างด้านผลิตภัณฑ์ (product gap) ว่ามีกองทุนรวมประเภทใดที่ได้รับความนิยมหรือมีความน่าสนใจ และเทียบกับผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่มีอยู่ของบริษัท
- พิจารณาภาพรวมและวงจรเศรษฐกิจ สภาพะตลาดการลงทุนว่าเหมาะสมกับประเภทสินทรัพย์แบบใด ภูมิภาคไหนในช่วงเวลานั้นๆ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยดังกล่าวหรือปัจจัยอื่นใดแล้ว พบว่ามีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้เชิงการตลาด ไม่ขัดต่อหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องหรือข้อกำหนดอื่นใด ให้ดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวมต่อไป

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์กองทุนรวม (Product Design)

คณะกรรมการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวมร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์กองทุนรวม อันได้แก่ นโยบายการลงทุน สินทรัพย์หลักที่กองทุนจะลงทุน วัตถุประสงค์ของกองทุน เป็นต้น โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ลงทุน และไม่ขัดต่อหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงต้องไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่จะทำให้ผู้ลงทุนเสียประโยชน์จากการลงทุนในกองทุนรวมที่จะเสนอขาย

ในกรณีกองทุนรวมที่มีนโยบายการลงทุนในหน่วยลงทุน CIS อื่น บริษัทต้องดำเนินการคัดเลือกหน่วยลงทุน CIS ตามกระบวนการคัดเลือก (Due diligence) เพื่อให้มั่นใจว่าหน่วยลงทุน CIS นั้นมีคุณภาพ มีการบริหารจัดการอย่างโปร่งใส มีกระบวนการลงทุนและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ชัดเจน รวมถึงประเมินความเหมาะสมในการให้บริการ เพื่อนำเสนอให้คณะกรรมการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนรวมและการเสนอขายพิจารณาและอนุมัติ

3. การทดสอบผลิตภัณฑ์

ก่อนการเสนอขายกองทุน ให้ทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ (Stress Test / Scenario Analysis) โดยใช้สมมุติฐานที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถพิจารณาถึงผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุนว่ามีความเหมาะสมและเป็นธรรมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายหรือไม่

4. กำหนดกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมาย

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขาย โดยอาจพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ประกอบกับแนวทางการกำหนดลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำมากำหนดลักษณะของลูกค้าที่เหมาะสมและลักษณะของลูกค้าที่ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

- พิจารณาลักษณะ นโยบายการลงทุน ประเภทสินทรัพย์ ภูมิภาคหรือประเทศที่ลงทุน วัตถุประสงค์ของการลงทุนและลักษณะความเสี่ยงของกองทุน
- ระดับความเสี่ยงของกองทุน
- ข้อจำกัดในนโยบาย ตราสารที่ลงทุน เช่น สภาพคล่อง ระยะเวลาการลงทุน

- พิจารณาโครงสร้างลูกค้าในกองทุนที่บริหารอยู่ในปัจจุบันที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน
- ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากพนักงานขาย ตัวแทนขาย
- ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เช่น เพื่อการเก็งกำไร หรือเพื่อสร้างผลตอบแทนโดยอ้างอิงกับทรัพย์สินบางประเภท เป็นต้น
- ปัจจัยอื่นใดที่สามารถนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดลักษณะของกลุ่มเป้าหมายได้

5. แนวทางการเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม

แนวทางการเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม ประกอบด้วยการคัดเลือกตัวแทนขายที่เหมาะสม การจัดทำเอกสารการขาย สื่อสิ่งพิมพ์ แผนการสื่อสารที่มีข้อมูลกองทุนรวมครบถ้วน และการอบรมพนักงานขายและตัวแทนขาย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานขายและตัวแทนขายมีความรู้ ความเข้าใจในกองทุนอย่างเพียงพอก่อนนำเสนอแก่ลูกค้า เพื่อป้องกันการขายผิดพลาดหรือ mis-selling / mis-buying

5.1 การคัดเลือกตัวแทนขาย

- จัดทำ distributor due diligence เพื่อใช้ประเมินความเหมาะสม ความรู้ในผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่จะเสนอขาย ความคุ้นเคยหรือประสบการณ์ในการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงคัดเลือกตัวแทนขายที่มีใบอนุญาตเป็นผู้แนะนำการลงทุนให้ตรงกับประเภทกองทุนที่สามารถเสนอขายได้ตามหลักเกณฑ์ที่สำนักงานกำหนดไว้ตามคุณสมบัติของผู้แนะนำการลงทุน เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนขายจะสามารถนำเสนอกองทุนรวมต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง หรือจัดทำวิธีการประเมินอื่นใดที่เหมาะสมกับตัวแทนขายแต่ละประเภท
- กรณีมีการเพิ่มเติมตัวแทนขายรายใหม่ของบริษัทจัดการ จะต้องได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากที่ประชุม Product Development Committee ก่อน

5.2 การจัดทำเอกสารการขายและการสื่อสารถึงตัวแทนขายและผู้ลงทุน

จัดทำเอกสารการขาย รวมถึงการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมให้สอดคล้องกับลักษณะและความซับซ้อนของกองทุนรวม เพื่อให้ผู้ลงทุนและตัวแทนขายมีข้อมูลที่เพียงพอที่จะทำความเข้าใจและตัดสินใจลงทุน ได้แก่

- กรณีเป็นกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงสูงหรือมีความซับซ้อน ต้องมีการระบุไว้อย่างชัดเจนในเอกสาร
- ลักษณะกองทุนรวม นโยบายการลงทุน ความเสี่ยง ข้อจำกัดต่างๆ ถ้ามี
- ค่าใช้จ่าย/ค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้อง
- ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ลงทุนที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมที่จะลงทุนในกองทุนรวมที่จะเสนอขาย
- ข้อมูลอื่นใดที่ต้องแสดงตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและข้อควรระวังที่ผู้ลงทุนควรทราบก่อนการลงทุน

5.3 การอบรมก่อนการเสนอขายผลิตภัณฑ์

เมื่อมีกองทุนที่ออกใหม่เพื่อเสนอขายครั้งแรก ต้องจัดให้มีการอบรมพนักงานขาย ซึ่งเป็นผู้ติดต่อกับผู้ลงทุน โดยตรงและการอบรมตัวแทนขาย เพื่อให้มั่นใจว่าตัวแทนขายได้รับข้อมูล พร้อมทั้งศึกษา ทำความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์อย่างถ่องแท้แล้ว

การติดตามผลและทบทวน

การติดตามและทบทวนความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กองทุนรวมต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความเหมาะสมด้านผลิตภัณฑ์กองทุนรวมและความเหมาะสมในการทำหน้าที่ของตัวแทนขาย

1. การติดตามผลิตภัณฑ์กองทุนรวม

ติดตามผลการดำเนินงานและความเสี่ยงของกองทุนรวมเป็นรายเดือน รวมถึงติดตามข้อมูลอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ว่ากองทุนยังมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายหรือเป็นไปตามเจตนารมณ์เดิมในการจัดตั้งกองทุนหรือไม่

กรณีกองทุนรวมที่ลงทุนในหน่วยลงทุน CIS อื่น จะมีกระบวนการติดตาม โดยแบ่งเป็น

รายเดือน : ติดตามผลการดำเนินงาน พอร์ตการลงทุน มุมมองและข้อมูลอื่นใดที่ได้รับจากหน่วยลงทุน CIS

รายปี : ติดตามข้อมูลเชิงคุณภาพตามที่ได้วิเคราะห์ไว้ในขั้นตอนการคัดเลือกหน่วยลงทุน CIS เพื่อเช็คสอบความสม่ำเสมอในการดำเนินธุรกิจ และกระบวนการภายในต่างๆ ของผู้จัดการหน่วยลงทุน CIS นั้น

เมื่อพบว่ากองทุนรวมใดมีความไม่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ลงทุนเป้าหมายอีกต่อไป หรือกรณีมีเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของผู้ลงทุนหรือมีผลกระทบต่อกองทุนอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะดำเนินการเฝ้าติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและ/หรือแก้ไขหรือดำเนินการใดๆ เพื่อบรรเทาผลกระทบ รวมถึงสื่อสารต่อตัวแทนขายและผู้ถือหน่วยลงทุนหรือผู้ลงทุนตามความเหมาะสม

2. การติดตามการทำหน้าที่ของตัวแทนขาย

จัดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานของแต่ละตัวแทนรายรายปี เพื่อทบทวนการทำหน้าที่ของตัวแทนขาย เมื่อมีข้อสงสัยหรือพบว่าตัวแทนขายรายใดมีความไม่เหมาะสมในการเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุนรวม จะต้องหารือกับตัวแทนขายรายนั้น เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาาร่วมกัน หากตัวแทนขายรายใดไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขหรือปรับปรุง บริษัทอาจยุติการให้ตัวแทนขายรายนั้นทำหน้าที่ในการเสนอขายกองทุนที่พบข้อสงสัยหรือผิดปกติ หรือยุติการเสนอขายในทุกกองทุน