

นโยบายการให้บริการ ลูกค้าอย่างเป็นธรรม

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

เนื้อหานโยบาย

ธนาคารมุ่งมั่นที่จะยกระดับการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ดังนั้นธนาคารจึงได้กำหนดนโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ด้วยมาตรฐานขั้นต่ำ 9 หลักการ ตามหลักเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย นโยบายครอบคลุมถึงกระบวนการแบบครบวงจรในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าของธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าทุกคนจะต้องได้รับการความคุ้มครองจากธนาคารบนพื้นฐานการซื้อขายอย่างเป็นธรรม ซึ่งการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมนั้น ไม่เพียงแต่เป็นไปตามพื้นฐานการปฏิบัติตามกฎระเบียบ แต่ธนาคารยังให้ความสำคัญถึง ความเป็นธรรม ความโปร่งใส และประสบการณ์ที่น่าพอใจของลูกค้าในการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมของธนาคาร

1. หลักการที่ 1 วัฒนธรรมองค์กร และบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการธนาคารและผู้บริหารระดับสูง ต้องรับผิดชอบในการผลักดันและสนับสนุนการให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นธรรม เป็นหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร โดยมีหน้าที่รวมถึงการมอบหมายและกำหนดบทบาทของผู้บริหารหรือคณะทำงาน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริหารระดับสูงที่ได้รับการมอบหมายรับผิดชอบเรื่องการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมนั้น จะต้องจัดการและควบคุมการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้เป็นไปตามทิศทางและตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้

2. หลักการที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดกลุ่มลูกค้า

ธนาคารนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการ ความสามารถทางการเงิน และความเข้าใจของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ในทางกลับกันผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอควรมีความเหมาะสมกับทักษะการขายของพนักงาน ระบบปฏิบัติการและดำเนินการ ตลอดจนความสามารถในการควบคุมคุณภาพการขายและการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม ในขณะที่ลูกค้าได้รับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมในแง่ของราคาและเงื่อนไข

3. หลักการที่ 3 การจ่ายค่าตอบแทน

ธนาคารกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนและมาตรการลงโทษ โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับคุณภาพการบริการซึ่งมีผลกับพนักงานทุกระดับเพื่อส่งเสริมการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม ดังนั้นการกำหนดค่าตอบแทนและโครงสร้างค่าตอบแทนแบบจูงใจ ตลอดจนมาตรการเตือนและการลงโทษทางวินัยจะต้องนำหลักการการให้บริการ

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

ลูกค้าอย่างเป็นธรรมมาพิจารณารวมด้วย นอกจากนี้ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการขาย ต้องไม่เน้นผลิตภัณฑ์มากเกินไป ซึ่งอาจนำไปสู่คุณภาพการขายที่ไม่ดีและการขาดความรับผิดชอบต่อลูกค้า (mis-selling) ดังนั้นพนักงานขายควรสามารถมุ่งเน้นในการขายผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นที่มีความเชี่ยวชาญ โดยไม่มีข้อจำกัดในเป้าหมายการขาย ผลิตภัณฑ์แต่ละรายการ

4. หลักการที่ 4 กระบวนการขาย

1. กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อการขายและให้บริการ: ธนาकारต้องมั่นใจในความพร้อมของกระบวนการขาย ความสมบูรณ์และชัดเจนของกระบวนการขาย สำหรับผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย โดยที่ไม่รบกวนความเป็นส่วนตัวของลูกค้า และการได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับการขายต้องสอดคล้องกับกฎหมายและนโยบายนี้ กรณีลูกค้าเลือกไม่รับการติดต่อจากธนาकार ธนาकारต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าให้เสร็จสิ้นโดยเร็วภายในไม่เกิน 24 ชั่วโมงหลังจากที่ได้รับแจ้ง หากมีเหตุจำเป็นที่ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที ต้องดำเนินการเพื่อไม่ให้มีการติดต่อลูกค้าโดยไม่ชักช้าภายในไม่เกิน 7 วันนับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งจากลูกค้า
2. กระบวนการในการขายและให้บริการ: ธนาकारต้องจัดให้มีกระบวนการทำความเข้าใจลูกค้า (Know Your Customer: KYC) ก่อนที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใดๆ โดยลูกค้าจะได้รับนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่สนใจ ทั้งนี้ กรณีเสนอขายและให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความเปราะบาง (Vulnerable) ธนาकारต้องดูแลเป็นพิเศษ โดยปฏิบัติอย่างใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งให้ข้อมูลและคำเตือนที่เพียงพอ

5. หลักการที่ 5 การสื่อสารและการให้ความรู้แก่พนักงาน

พนักงานทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้าได้รับการสื่อสารเพื่อตระหนักถึงความสำคัญของการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม รวมทั้งได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้า เพื่อให้เกิดการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมการนำไปปฏิบัติจริง .

1. การสื่อสารกับพนักงาน: เนื้อหาใช้ในการสื่อสารกับพนักงานต้องครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ใช้งานได้จริงและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ การให้บริการลูกค้าอย่าง

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

เป็นธรรมและความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน ภายใต้แต่ละหลักการทั้ง 9 ต้องเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาการสื่อสาร นอกจากนี้ต้องมีการประเมินผลการฝึกอบรมและการสื่อสารเพื่อนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น มีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน โดยการส่งลูกค้านิรนามไปตรวจสอบแบบไม่เปิดเผยตัว (mystery shopping) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารและการฝึกอบรม

2. การฝึกอบรมพนักงานขาย: มีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายเพื่อปิดช่องว่างด้านความรู้หรือทักษะ เช่น เน้นการแจ้งเงื่อนไข ข้อจำกัด ข้อควรระวังที่อาจทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์และสิทธิของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่เพิ่มสูงขึ้นหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อน เนื้อหาการฝึกอบรมควรครอบคลุมถึงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ตามข้อมูลที่ได้รับจากผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือผู้ออกผลิตภัณฑ์ ตลอดจนความคิดเห็นหรือข้อสังเกตจากระบบการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เช่นผลิตภัณฑ์ใดที่ไม่เหมาะสมกับลูกค้าบางกลุ่ม ธนาคารมีการจัดฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ความซับซ้อน โดยพนักงานต้องเข้าร่วมการฝึกอบรม พนักงานที่ไม่เข้าร่วมการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ใด ๆ หรือไม่ผ่านการทดสอบความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะไม่ได้รับอนุญาตให้ขายหรือเสนอผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

6. หลักการที่ 6 การดูแลข้อมูลของลูกค้า

ธนาคารต้องมีนโยบาย วิธีปฏิบัติ และระบบงานการดูแลรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า การเปิดเผยข้อมูลลูกค้าให้บุคคลอื่นต้องได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อน และต้องตรวจสอบให้มั่นใจได้ว่าหน่วยงานภายนอกที่ได้ข้อมูลของลูกค้าไปนั้น มีกระบวนการปกป้องข้อมูลของลูกค้าที่รัดกุม

7. หลักการที่ 7 การแก้ไขปัญหาและจัดการเรื่องร้องเรียน

ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนของธนาคารมุ่งเน้นไปที่ 3 ด้าน:

1. การยอมรับและการจัดการปัญหาและข้อร้องเรียนของลูกค้า – ธนาคารแต่งตั้งหน่วยงานอิสระที่รับผิดชอบเพื่อสร้างกระบวนการในการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า หน่วยงานดังกล่าวจะได้รับการฝึกอบรมในการแก้ไขข้อร้องเรียนและปัญหาเป็นอย่างดี ข้อร้องเรียนของลูกค้าจะต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นธรรม

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

ต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงโดยคำนึงถึง 9 หลักการที่เกี่ยวข้องและกระบวนการสอบสวนที่เป็นธรรม โดยพิจารณาจากข้อมูลทั้งหมดและสถานการณ์โดยรอบของแต่ละกรณี รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด มีการจัดตั้งระบบการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าปัญหาได้รับการจัดการและพิจารณาตามแนวทางปฏิบัติเงื่อนไขและกรอบเวลาที่กำหนด อีกทั้งควรมีการประเมินหรือทดสอบคุณภาพการแก้ไขข้อร้องเรียน ในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ ๆ หรือปัญหาหรือข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้นไม่บ่อยนักแต่อาจมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติต่อกฎอย่างเป็นธรรม ธนาคารจะต้องตรวจสอบสาเหตุที่แท้จริงและ/หรือขยายขอบเขตการตรวจสอบเพื่อยุติความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น

2. การแก้ไขปัญหาของลูกค้า – ธนาคารต้องมีมาตรการในการแก้ไขและชดเชยให้กับลูกค้า พร้อมทั้งกำหนดมาตรฐานสำหรับเหตุการณ์ประเภทเดียวกันเพื่อให้มีการปฏิบัติเท่าเทียมกัน และกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมของแต่ละขั้นตอนการแก้ไขพร้อมกับการอัปเดตความคืบหน้าให้ลูกค้าทราบเป็นระยะ
3. การป้องกันปัญหาหรือข้อร้องเรียนซ้ำ – ข้อร้องเรียนทั้งหมดผ่านช่องทางต่าง ๆ ต้องมีการบันทึก เช่นเดียวกันกับข้อซักถามเพื่อนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมและปรับปรุงสคริปต์การนำเสนอผลิตภัณฑ์และเอกสารการขาย ธนาคารต้องระบุนหน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องนี้เพื่อทำการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาการบริการหรือข้อร้องเรียนเพื่อนำไปปรับปรุงและต้องจัดทำรายงานการดำเนินการเกี่ยวกับปัญหาการให้บริการและเรื่องร้องเรียนต่อคณะกรรมการธนาคารผ่านคณะประธานเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำ

8. หลักการที่ 8 การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ

1. ธนาคารต้องมอบหมายหน้าที่ที่รับผิดชอบเพื่อดำเนินการทำหน้าที่การควบคุม กำกับ และตรวจสอบ พร้อมทั้งติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของทุกเสาหลักตามกฎหมายข้อกำหนดด้านกฎระเบียบและกระบวนการภายในเกี่ยวกับการดำเนินการในตลาดที่เป็นธรรม ต้องติดตามและประเมินทั้ง 9 หลักการนี้ด้วย

นโยบายการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

หลักการของ 3 Lines of Defense เพื่อระบุความเสี่ยงและมาตรการติดตามและควบคุมความเสี่ยงเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพ

9. หลักการที่ 9 การปฏิบัติงานและแผนรองรับการปฏิบัติงาน

ต้องมาตรการที่จะบริหารจัดการการให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงระบบการปฏิบัติการ การบริหารความเสี่ยงและความต่อเนื่องทางธุรกิจทั้งกรณีปกติและกรณีฉุกเฉิน

นอกจากนี้ ธนาคารยังต้องเปิดเผยข้อมูลต่อไปนี้

- ข้อมูลเกี่ยวกับข้อกล่าวหาที่เป็นผลมาจากการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม
- ธนาคารต้องเปิดเผยข้อมูลคุณภาพการให้บริการ จากแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และลักษณะปัญหาที่จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย