



นโยบายการรับลูกค้า **บริษัท ภัทรลีสซิ่ง จำกัด (มหาชน)**

นโยบายการรับลูกค้าถือเป็นนโยบายรองที่จะสนับสนุนให้กระบวนการทำงานภายในองค์กรตามนโยบายการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ซึ่งเป็นนโยบายหลักที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินและการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายและการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง (Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism and Proliferation of Weapon of Mass Destruction Financing : AML/CTPF) ซึ่งมี กระบวนการในการรับลูกค้ามีรายละเอียด ดังนี้

1. การจัดให้ลูกค้าแสดงตน ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1) กรณีลูกค้า ดำเนินการเมื่อมีการขอสร้างความสัมพันธ์
- 2) กรณีผู้ทำธุรกรรมเป็นครั้งคราว ดำเนินการเมื่อมีทำธุรกรรมตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป

โดยขอข้อมูลและหลักฐานประกอบการแสดงตนตามที่กฎหมายกำหนดไว้และตรวจสอบความถูกต้องและความแท้จริงของข้อมูลและหลักฐาน ประกอบการแสดงตนดังกล่าว

2. การระบุตัวตนของลูกค้า

บริษัทฯ ต้องตรวจสอบข้อมูลและเอกสารการแสดงตนของลูกค้า โดยให้พนักงานผู้มีหน้าที่ติดต่อกับลูกค้าเป็นผู้ตรวจสอบโดยใช้ดุลยพินิจที่ เหมาะสม การตรวจสอบในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่เป็นบุคคล นิติบุคคล หรือบุคคลที่มีการตกลงกันนั้น มีตัวตนอยู่จริงตามกฎหมาย
- เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลการแสดงตนที่บริษัทฯ ได้รับมานั้น เพียงพอต่อการดำเนินกระบวนการบริหารความเสี่ยงและการตรวจสอบเพื่อทราบ

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า โดยในขั้นตอนนี้ให้ข้อมูลของลูกค้าเพื่อนำมาประกอบการพิจารณา ดังนี้

กรณีเป็นลูกค้า/ลูกค้าจร บุคคลธรรมดา

(1) ข้อมูลแหล่งที่มาของรายได้ หรือเงินของผู้ขอสร้างความสัมพันธ์ที่ใช้ในการทำธุรกรรม (คำว่าแหล่งที่มา นี้ หมายรวมทั้งการประกอบ กิจกรรมอันทำให้เกิดรายได้/เงิน และพื้นที่อื่นเป็นแหล่งรายได้/เงินนั้น)

(2) ข้อมูลผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง

กรณีเป็นลูกค้านิติบุคคล

(1) โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร/ความเป็นเจ้าขององค์กร (ทำให้ทราบถึงขนาดขององค์กรความซับซ้อนในการบริหารกิจการ สัดส่วน การถือหุ้นอันอาจแสดงถึงอำนาจในการบริหารจัดการองค์กร)

(2) ข้อมูลของผู้บริหาร (ระดับสูงสุด อาจเป็นบุคคลคนเดียว หรือคณะกรรมการที่มีอำนาจอนุมัติ)

(3) วัตถุประสงค์ในการดำเนินการของนิติบุคคล/บุคคลที่มีการตกลงกันตามกฎหมาย แหล่งที่มาของรายได้ขององค์กร ทั้งรายได้หลักและรายได้ อื่นๆ

(4) ข้อมูลผู้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง ต้องเป็นบุคคลธรรมดา ซึ่งอาจพิจารณาจาก

(4.1) การถือหุ้น/ระดับการรับผลประโยชน์ในองค์กร

(4.2) ข้อมูลที่ได้รับทราบจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือ

(4.3) พิจารณาได้จากการมีอำนาจครอบงำกิจการขององค์กร (หมายถึงบุคคลที่มีได้อยู่ในสถานะที่มีอำนาจตามกฎหมายในการควบคุม กิจการ แต่ในทางปฏิบัติเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดทิศทางหรือนโยบายการดำเนินงานของกิจการ)



(4.4) พิจารณาจากการมีอำนาจในการบริหารควบคุมนโยบายและดำเนินการขององค์กร

องค์กรที่ไม่ต้องระบุผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริงกับลูกค้า ดังต่อไปนี้

- รัฐบาล ราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจองค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ
- มูลนิธิชัยพัฒนา มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ หรือมูลนิธิสายใจไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
- สถาบันการเงินเฉพาะกิจตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจสถาบันการเงิน
- บริษัทที่มีหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์หรือศูนย์ซื้อขายหลักทรัพย์ตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่จัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- กองทุนรวมที่จัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- กองทุนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายเฉพาะ
- ลูกค้าอื่นตามที่เลขาธิการประกาศกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการ

ในกรณีที่สงสัยว่าการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการทำธุรกรรมเป็นครั้งคราวกับลูกค้าข้างต้นเกี่ยวข้องหรืออาจเกี่ยวข้องกับความผิดมูลฐาน การฟอกเงิน หรือการสนับสนุนทางการเงินแก่การก่อการร้ายหรือการแพร่ขยายอาวุธที่มีอานุภาพทำลายล้างสูง ให้ระบุผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริงด้วย

(5) ข้อมูลด้านอื่นๆ ขององค์กร สืบค้นจากแหล่งข้อมูลอื่นที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือ ฐานะทางเศรษฐกิจ และข้อมูลอื่นๆ ที่สามารถนำมาพิจารณาความเสี่ยงด้านการฟอกเงินของนิติบุคคล/บุคคลที่มีการตกลงกันทางกฎหมายนั้น

(6) วัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์กับบริษัทฯ และประเภทบริการที่ผู้ขอสร้างความสัมพันธ์ประสงค์จะขอใช้บริการ

3. การพิสูจน์ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า

บริษัทฯ ต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและหลักฐานการแสดงตนของลูกค้า กับรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด ทั้งนี้อาจดำเนินการพิสูจน์ทราบตัวตนของลูกค้าและผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริงในโอกาสแรกที่สามารถทำได้ภายหลังจากการที่การอนุมัติสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือทำธุรกรรมเป็นครั้งคราวกับลูกค้า แต่ต้องกำหนดมาตรการในการบริหารความเสี่ยงอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

- 1) จำกัดจำนวนครั้งของการทำธุรกรรม
- 2) จำกัดประเภทของธุรกรรม
- 3) จำกัดจำนวนเงินของการทำธุรกรรมที่สามารถทำได้

4. การอนุมัติรับลูกค้าหรือการปฏิเสธรับลูกค้า

บริษัทฯ ต้องกำหนดเกณฑ์ในการปฏิเสธการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือการทำธุรกรรมกับลูกค้า อาทิ

- (1) ลูกค้าปกปิดชื่อที่แท้จริง หรือใช้ชื่อแฝง หรือชื่อปลอม ในการทำธุรกรรม
- (2) ลูกค้าแจ้งข้อมูลเท็จ หรือแสดงหลักฐานสำคัญเป็นเท็จ
- (3) การให้ข้อมูลและหลักฐานการแสดงตนของลูกค้า ไม่เป็นไปตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องวิธีการแสดงตนของลูกค้าสถาบันการเงิน
- (4) บริษัทฯ ไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลและหลักฐานการแสดงตนได้
- (5) บริษัทฯ ตรวจสอบพบว่าลูกค้า ผู้ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริงของลูกค้า หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญ เป็นสมาชิกของคณะบุคคลที่อยู่ในรายชื่อบุคคลที่ถูกกำหนด



ทั้งนี้ หากบริษัทฯ ไม่สามารถตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าได้จะต้องปฏิเสธการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ไม่ทำธุรกรรม ยุติความสัมพันธ์ทางธุรกิจ หรือไม่ทำธุรกรรมเป็นครั้งคราวกับลูกค้าดังกล่าว และพิจารณารายงานเป็นธุรกรรมที่มีเหตุอันควรสงสัยต่อสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน หากกรณีการปฏิเสธมีสาเหตุสำคัญจากปัจจัยที่บริษัทฯ กำหนด

5. การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงของลูกค้า

เป็นการขยายขอบข่ายของข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และลงลึกอย่างละเอียดในเชิงการตรวจสอบ เพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า เช่น ประเภทของธุรกรรม มูลค่าของธุรกรรม ความถี่ในการทำธุรกรรม เป็นต้น ว่ายังคงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจของลูกค้าตามข้อมูลที่ลูกค้าเคยให้ไว้หรือไม่ รวมถึงการทบทวนข้อมูลลูกค้า เช่น การตรวจสอบรายชื่อตามที่ ปปง. กำหนด เป็นต้น

6. การจัดระดับความเสี่ยงของลูกค้า

เป็นการจัดกลุ่มลูกค้าโดยการประเมินปัจจัยเสี่ยง เช่น การตรวจสอบจากฐานข้อมูลรายชื่อที่กำหนด เพื่อใช้ในการกำหนดหลักเกณฑ์ และรายละเอียดของข้อมูลการรู้จักลูกค้า การตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้า และระยะเวลาในการตรวจสอบลูกค้าตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ รวมถึงการบริหารความเสี่ยง โดยมีการกำหนดความเสี่ยงตามระดับของลูกค้า ดังนี้

- ลูกค้าระดับ 1 หมายถึง ลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำ (Low Risk)
- ลูกค้าระดับ 2 หมายถึง ลูกค้าที่มีความเสี่ยงปานกลาง (Medium Risk)
- ลูกค้าระดับ 3 หมายถึง ลูกค้าที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ (High Risk)