

นโยบายคุณภาพ

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นในการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ตระหนักและมีความมุ่งมั่นร่วมกันในการดำเนินธุรกิจด้วยคุณภาพ ความรับผิดชอบ และความยั่งยืน จึงกำหนดนโยบายคุณภาพไว้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

“หัวใจในการดำเนินธุรกิจของเราคือ ความมุ่งมั่นเป็นผู้นำทางธุรกิจ และสร้างสรรค์ความพึงพอใจในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้า โดยคำนึงถึงคุณภาพ ความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว สม่าเสมอเป็นสำคัญ”

ขอบเขต

นโยบายและแนวปฏิบัติฉบับนี้ใช้กับการดำเนินธุรกิจของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)

คำนิยาม

1. คุณภาพ หมายถึง การผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน ข้อกำหนดทางกฎหมาย และข้อกำหนดที่บริษัทกำหนดไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และสามารถแข่งขันด้านต้นทุนได้อย่างเหมาะสม

คุณภาพแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การผลิตสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านรูปแบบ การใช้งาน สี ขนาด และคุณสมบัติอื่น ๆ โดยสินค้าต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐาน อย. มาตรฐาน มอก. หรือมาตรฐานสากลอื่น ๆ มีความน่าเชื่อถือ ผ่านกระบวนการควบคุมการผลิตและการตรวจประเมินที่สามารถวัดผลได้

1.2 คุณภาพของงานบริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ มีความน่าเชื่อถือ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน สื่อสารอย่างชัดเจน ให้บริการด้วยความสุภาพ อธิษาคัยดี รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจในระดับสูง

2. ความถูกต้อง หมายถึง การให้คำแนะนำ การให้บริการ และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ โปร่งใส และให้ข้อมูลที่ชัดเจน

3. ความแม่นยำ หมายถึง การปฏิบัติงานที่ละเอียด รอบคอบ จนจำได้ถูกต้องแม่นยำ หรือทำได้คล่องแคล่วชำนาญ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า

4. ความรวดเร็ว หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยการลดระยะเวลารอคอยและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว

5. ความสม่ำเสมอ หมายถึง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงการให้บริการและการดำเนินงานที่ดีมีมาตรฐานเดียวกันอย่างต่อเนื่อง มีความสอดคล้องกัน

แนวปฏิบัติ

1. ดำเนินธุรกิจโดยยึดมั่นในการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐานสากล และข้อกำหนดอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ และการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด
2. จัดให้มีระบบบริหารคุณภาพที่เป็นมาตรฐาน ครอบคลุมการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุม การติดตาม และการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยพนักงานทุกระดับต้องปฏิบัติตามระบบดังกล่าวอย่างเคร่งครัด
3. กำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดด้านคุณภาพที่ชัดเจน สามารถวัดผลได้ และทบทวนการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
4. จัดให้มีการประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานตามระดับความเสี่ยง (Risk-Based Assessment) โดยประเมินและจัดลำดับความเสี่ยงของกระบวนการเป็นประจำทุกปี และกำหนดความถี่ในการติดตามตามระดับความเสี่ยง พร้อมรายงานผลการประเมินและแนวทางปรับปรุงต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
5. ติดตามและทบทวนประสิทธิผลของระบบบริหารคุณภาพโดยฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้านคุณภาพ และข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพสินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานขององค์กร
6. กำหนดให้มีระบบบริหารจัดการเสียงของลูกค้า (Voice of Customer: VoC) อย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมการสำรวจความพึงพอใจผ่านช่องทางการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รวมถึงการจัดการข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ พร้อมรายงานผลต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท และเปิดเผยในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report)
7. กำหนดให้มีการติดตามและประเมินคุณภาพของกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของกระบวนการ การติดตามคุณภาพสินค้า และการวิเคราะห์ปัญหาด้านคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน รวมถึงยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการขององค์กรอย่างต่อเนื่อง
8. จัดให้มีช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า รวมถึงการติดตามการกล่าวถึงแบรนด์ในสื่อออนไลน์ (Social Listening) เพื่อรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเชิงรุก และนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ ปรับกลยุทธ์การตลาด การดูแลลูกค้า และจัดการปัญหาได้อย่างทันที่
9. กำหนดกระบวนการจัดการข้อไม่สอดคล้องกับระบบบริหารคุณภาพอย่างเป็นระบบ รวมถึงการวิเคราะห์สาเหตุ การกำหนดมาตรการแก้ไขและป้องกัน และการติดตามผล เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ
10. บริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการเข้ากับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร
11. กำหนดกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) ที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและบริการ เช่น การเปลี่ยนแปลงกระบวนการ เทคโนโลยี ระบบสารสนเทศ หรือคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้า การบริการและความพึงพอใจของลูกค้า
12. จัดให้มีแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) และแผนรองรับเหตุฉุกเฉิน เพื่อรักษาความสามารถในการดำเนินงานและคุณภาพการให้บริการในสถานการณ์วิกฤตหรือเหตุการณ์ไม่คาดคิดเช่น ภัยพิบัติ โรคระบาด
13. นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI), ระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence : BI) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) มาใช้ในการพัฒนาคุณภาพสินค้า บริการ และกระบวนการทำงาน ภายใต้มาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศและกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลอย่างเคร่งครัด

14. ให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric) โดยนำข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า แนวโน้มตลาด และข้อเสนอแนะมาประกอบการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์
15. สรรหา คัดเลือก และสนับสนุนคู่ค้าที่มีศักยภาพในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกัน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นไปตามมาตรฐานสากล
16. คัดเลือก ประเมินผล และตรวจติดตามสถานประกอบการของคู่ค้าอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการของคู่ค้าสอดคล้องกับนโยบายคุณภาพของบริษัท โดยให้ความสำคัญกับคู่ค้าที่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)
17. กำหนดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้าทุกครั้งที่มีการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อนำผลการประเมินมาใช้ในการวางแผนพัฒนาคู่ค้า เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง
18. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากร โดยจัดให้มีการฝึกอบรม ทบทวน ประเมินผลและพัฒนาทักษะการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ด้านงานขายและงานบริการ มีการกำหนดแผนพัฒนา จัดฝึกอบรมและวัดผลการอบรมพนักงานขายเป็นประจำสม่ำเสมอทุกปี
19. มีช่องทางรับแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนที่หลากหลาย พร้อมกระบวนการจัดการที่โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ โดยรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
20. สื่อสารนโยบายคุณภาพ และความมุ่งมั่นด้านคุณภาพแก่ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความโปร่งใส และความสัมพันธ์ทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. คณะกรรมการบริษัท มีหน้าที่กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบาย ติดตามและทบทวนประสิทธิผลของการดำเนินงานตามนโยบายอย่างสม่ำเสมอ
2. ผู้บริหาร มีหน้าที่ถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติ กำหนดกลยุทธ์แผนงาน เป้าหมายคุณภาพที่วัดผลได้ รวมถึงติดตามผลการดำเนินงาน
3. พนักงานทุกคนมีหน้าที่ปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด

บริษัทฯ เผยแพร่นโยบายให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียรับทราบผ่านเว็บไซต์บริษัท รวมทั้งเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ภายในบริษัท เพื่อสร้างความโปร่งใสและความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน

นโยบายคุณภาพฉบับนี้ ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 12/2568 เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2569 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 มีนาคม 2569 เป็นต้นไป

อนุชิต อนุชิตานุกูล

(ดร.อนุชิต อนุชิตานุกูล)

ประธานกรรมการบริษัท และ

ประธานกรรมการธรรมาภิบาลและ

การพัฒนาเพื่อความยั่งยืน