

นโยบายและแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า

บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกรวมกันว่า “บริษัท” ในฐานะผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภค ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน ตลอดจน ผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยง บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพ ความปลอดภัย สุขภาพ สิทธิ และความเชื่อมั่นของลูกค้าและผู้บริโภค

บริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อ โปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์และความปลอดภัยของลูกค้าและผู้บริโภคตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา การคัดเลือกวัตถุดิบ การผลิต การควบคุมคุณภาพ การจัดเก็บ การขนส่ง การจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด ตลอดจนการติดตามผลิตภัณฑ์ ภายหลังการจำหน่าย

บริษัทจึงกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ดังนี้

1. คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

บริษัทมุ่งมั่นผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นไปตามกฎหมาย มาตรฐาน และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง โดยจัดให้มีกระบวนการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุ การจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย

สำหรับ อาหารแปรรูป เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค บริษัทให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับความปลอดภัยของอาหาร โดยคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ การควบคุมกระบวนการผลิต สุขลักษณะและสุขอนามัย การป้องกันการปนเปื้อน การควบคุมสารก่อภูมิแพ้ การควบคุมอายุการเก็บรักษา ตลอดจนการจัดเก็บและขนส่งภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม

บริษัทดำเนินการตามกฎหมายและมาตรฐานด้านอาหารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อกำหนดด้านสุขลักษณะและความปลอดภัยอาหารที่ใช้กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งถึงลูกค้ามีคุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภค

2. ความถูกต้องของข้อมูลและฉลากผลิตภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ชัดเจน เพียงพอ และไม่ทำให้ลูกค้าเข้าใจผิด โดยข้อมูลบนฉลากบรรจุภัณฑ์ สื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ และช่องทางการขายต้องสอดคล้องกับข้อเท็จจริงและข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับอาหารแปรรูปและเครื่องดื่ม บริษัทให้ความสำคัญกับข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจและความปลอดภัยของผู้บริโภค เช่น ส่วนประกอบ คุณค่าทางโภชนาการ ปริมาณสุทธิ วันผลิตและวันหมดอายุหรือควรบริโภคก่อน วิธีเก็บรักษา คำเตือนสารก่อภูมิแพ้ และข้อมูลอื่นที่กฎหมายกำหนด

บริษัทไม่สนับสนุนการปกปิดข้อมูลหรือการแสดงข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ คุณประโยชน์ ส่วนประกอบ หรือคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์

3. การโฆษณาและการตลาดอย่างรับผิดชอบ

บริษัทดำเนินการโฆษณาและการตลาดโดยยึดหลักความถูกต้อง โปร่งใส เป็นธรรม และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยไม่ใช้ข้อความ ภาพ หรือวิธีการสื่อสารที่เกินจริง ทำให้เข้าใจผิด หรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณสมบัติ คุณประโยชน์ หรือผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์

สำหรับอาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัทให้ความสำคัญกับการกล่าวอ้างด้านสุขภาพและโภชนาการ โดยต้องมีข้อมูลหรือหลักฐานที่เหมาะสมรองรับและเป็นไปตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

4. การคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค

บริษัทตระหนักว่าผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอาจมีผลต่อสุขภาพของผู้บริโภค บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

บริษัทจะไม่นำเสนอผลิตภัณฑ์หรือดำเนินการกิจกรรมทางการตลาดในลักษณะที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์อย่างไม่เหมาะสม หรือสร้างความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์สามารถทดแทนการดูแลสุขภาพหรือการรักษาพยาบาลที่จำเป็นได้ โดยไม่มีข้อมูลหรือหลักฐานรองรับ

5. การจัดการผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อลูกค้าและการเยียวยา

บริษัทให้ความสำคัญกับการป้องกันและลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นต่อลูกค้าจากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทุกประเภท หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัท หากพบเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ บริษัทจะดำเนินการตรวจสอบสาเหตุ กำหนดมาตรการแก้ไขและป้องกัน รวมถึงพิจารณาการเยียวยาหรือการดำเนินการที่เหมาะสมตามกฎหมายและข้อเท็จจริงของแต่ละกรณี

6. การตรวจสอบย้อนกลับและการเรียกคืนผลิตภัณฑ์

บริษัทจัดให้มีกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสมของประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถติดตามแหล่งที่มา กระบวนการผลิต และช่องทางการจัดจำหน่ายได้อย่างเหมาะสม

หากพบว่าผลิตภัณฑ์มีความเสี่ยงหรืออาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกค้า บริษัทจะดำเนินการตามขั้นตอนที่กำหนด ซึ่งอาจรวมถึงการระงับการจำหน่าย การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ การแจ้งเตือนผู้เกี่ยวข้อง และการดำเนินการแก้ไขหรือเยียวยาตามความเหมาะสม

7. การรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของลูกค้า

บริษัทเปิดโอกาสให้ลูกค้าและผู้บริโภคสามารถแสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ หรือร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัย ราคาก การโฆษณา การขาย และการให้บริการผ่านช่องทางที่บริษัทกำหนด

บริษัทจะดำเนินการรับเรื่อง ตรวจสอบ วิเคราะห์ และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนอย่างเหมาะสม รวมถึงนำข้อมูลข้อร้องเรียนมาวิเคราะห์แนวโน้มและสาเหตุ เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และมาตรการควบคุม ตลอดจนป้องกันมิให้เกิดเหตุการณ์ในลักษณะเดียวกันซ้ำ

8. การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม

บริษัทปฏิบัติต่อลูกค้าและผู้บริโภคด้วยความสุภาพ เป็นธรรม และไม่เลือกปฏิบัติ โดยไม่ใช้วิธีการขาย การส่งเสริมการขาย หรือเงื่อนไขทางการค้าที่อาจเอื้อประโยชน์หรือทำให้ลูกค้าเสียเปรียบอย่างไม่เป็นธรรม

บริษัทให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูล ราคา เงื่อนไขการซื้อขาย สิทธิประโยชน์ และเงื่อนไขการส่งเสริมการขายอย่างชัดเจนและโปร่งใส

9. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว

บริษัทให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าและผู้บริโภค โดยจัดให้มีมาตรการในการเก็บรวบรวม ใช้เปิดเผย จัดเก็บ และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลให้เป็นไปตามกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

10. การคำนึงถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความเปราะบาง

บริษัทคำนึงถึงผู้บริโภคที่อาจมีความเปราะบางหรือมีความต้องการเฉพาะ เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีข้อจำกัดด้านสุขภาพ หรือผู้ที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล โดยจะพิจารณาความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ข้อมูล ค่าเตือน และการสื่อสารทางการตลาด เพื่อป้องกันมิให้เกิดผลกระทบที่ไม่เหมาะสมต่อกลุ่มดังกล่าว

11. การอบรมและสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงาน

บริษัทส่งเสริมให้พนักงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ลูกค้า การขาย การตลาด การบริการ และการควบคุมคุณภาพ มีความรู้และความตระหนักเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยจัดให้มีการอบรมหรือสื่อสารแนวทางที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมและสม่ำเสมอ

12. การติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

บริษัทจัดให้มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อร้องเรียน เหตุการณ์ด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ กรณีการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านฉลากหรือการโฆษณา เหตุการณ์ด้านข้อมูลส่วนบุคคล และผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

บริษัทจะนำผลการประเมินดังกล่าวมาใช้ในการปรับปรุงนโยบาย กระบวนการควบคุม การอบรม และมาตรการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานและสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและผู้บริโภค

13. การกำกับดูแลและความรับผิดชอบต่อสังคม

บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมในการนำนโยบายนี้ไปปฏิบัติ โดยครอบคลุมหน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนา คุณภาพและความปลอดภัย การผลิต การจัดซื้อ การตลาด การขาย การบริการลูกค้า กฎหมายและกำกับดูแล เทคโนโลยีสารสนเทศ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

บริษัทจะทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยง หรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ