นโยบายการขายและการตลาด

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทนำ	3
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตการบังคับใช้	3
นโยบายการขายและการตลาด	4
การทบทวนและปรับปรุงนโยบาย	5
ประวัติการแก้ไข	6

บทนำ

บริษัท เจ เอ็ม ที เน็ทเวอร์ค เซอร์วิสเซ็ส จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินธุรกิจบริหารจัดการหนี้และบริการทางการเงินโดยยึดมั่นในหลักการดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ โปร่งใส และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการขายและการตลาดที่มีมาตรฐาน ชัดเจน และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งมั่นดำเนินงานภายใต้หลักบรรษัทภิบาล (Corporate Governance) และแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสและมีจรรยาบรรณ เพื่อให้กิจกรรมด้านการขายและการตลาดของบริษัทสะท้อนถึงความซื่อสัตย์ ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคในทุกขั้นตอน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านการขายและการตลาดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้า
3. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจแก่ลูกค้า ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทในฐานะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม
4. เพื่อสนับสนุนให้กระบวนการขายและการตลาดของบริษัทสอดคล้องกับหลักบรรษัทภิบาลและแนวทางด้านสิทธิมนุษยชน

ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายฉบับนี้ครอบคลุมถึง

- ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับของบริษัท รวมถึงผู้ที่ปฏิบัติงานในส่วนงานขาย การตลาด และบริการลูกค้า
- ผู้รับจ้าง ตัวแทน หรือคู่ค้าทางธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขายและการตลาดของบริษัท

ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องถือปฏิบัติตามนโยบายนี้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้กระบวนการขายและการตลาดของบริษัทเป็นไปอย่างมีมาตรฐาน สอดคล้องกับกฎหมาย และคำนึงถึงสิทธิของลูกค้าอย่างสูงสุด

แนวนโยบายการขายและการตลาด

1. **การดำเนินงานและมาตรฐานการบริการ**
   1.1. บริษัทส่งเสริมกระบวนการทำงานด้านการขายและการตลาดที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า
   1.2. มีการพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ คุณภาพ และความรวดเร็วในการให้บริการ
2. **การกำหนดราคาและเงื่อนไขบริการ**
   2.1. บริษัทกำหนดราคาสินค้าและบริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาด โดยยึดหลักความเป็นธรรมต่อลูกค้า
   2.2. การเสนอราคาและเงื่อนไขบริการต้องได้รับการอนุมัติจากผู้มีอำนาจตามระเบียบภายในของบริษัท
3. **การส่งมอบบริการแก่ลูกค้า**
   3.1. บริษัทดำเนินการส่งมอบบริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงร่วมกัน
   3.2. ส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าในทุกขั้นตอน
4. **การปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณทางธุรกิจ**
   4.1. การดำเนินการด้านการขายและการตลาดต้องเป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และประกาศของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
   4.2. พนักงานทุกคนต้องถือปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัท โดยหลีกเลี่ยงการกระทำใด ๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือสร้างผลเสียต่อชื่อเสียงขององค์กร

การทบทวนและปรับปรุงนโยบาย

บริษัทกำหนดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายฉบับนี้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่อาจส่งผลต่อกระบวนการขายและการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

ประกาศให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 16 พฤศจิกายน 2569 เป็นต้นไป



.....

ผู้อนุมัตินโยบายการขายและการตลาด

นายอดิศักดิ์ สุขุมวิทยา

ประธานกรรมการบริษัท

ประวัติการแก้ไข

แก้ไขครั้งที่	ฝ่ายดำเนินการ	วันที่ทบทวน	วันที่บังคับใช้	รายละเอียดการแก้ไข
REV00	นักลงทุนสัมพันธ์	04 ธันวาคม 2566	08 ธันวาคม 2566	จัดทำครั้งแรก
REV00	นักลงทุนสัมพันธ์	ณ การประชุม BOD ครั้งที่ 5/2567 วันที่ 08 พฤศจิกายน 2567	08 ธันวาคม 2566	ทบทวนนโยบายประจำปี 2567 ไม่มีการแก้เนื้อหา ให้บังคับใช้ฉบับเดิมไปจนกว่าจะมีการปรับปรุงนโยบาย
REV01	นักลงทุนสัมพันธ์	ณ การประชุม BOD ครั้งที่ 7/2568 วันที่ 11 พฤศจิกายน 2568	11 พฤศจิกายน 2568	(ปรับปรุง) เนื้อหาในนโยบายใหม่ทั้งหมด เพื่อให้ตรงกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างแท้จริง
REV01	นักลงทุนสัมพันธ์	ณ การประชุม BOD ครั้งที่ 5/2569 วันที่ 10 พฤศจิกายน 2569	16 พฤศจิกายน 2569	ทบทวนนโยบายประจำปี ไม่มีการแก้เนื้อหา ให้บังคับใช้ฉบับเดิมไปจนกว่าจะมีการปรับปรุงนโยบาย