

นโยบายการสื่อสารการตลาด บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

1. หลักการและเหตุผล

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลการตลาดต่างๆ ของบริษัทฯ ไปยังผู้บริโภคในทุกช่องทางของทุกประเภทการสื่อสาร รวมทั้งรายละเอียดของสินค้าที่ปรากฏบนฉลากสินค้า สื่อ ฌ จุดขาย สื่อออฟไลน์ สื่อออนไลน์ และอื่นๆ โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามหลักคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งผลกระทบต่อด้านกฎหมาย ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความความคิดเห็น การชักถาม การตอบ รวมถึงการชี้แจงต่างๆ บนสื่อดังกล่าว

บริษัทฯ มีนโยบายที่จะให้การสื่อสารจากทางบริษัทฯ ในทุกช่องทางถูกดำเนินการด้วยความระมัดระวัง และผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอและเท่าเทียมกัน โดยบริษัทฯ จะเคารพสิทธิเสรีภาพ ปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ จะสื่อสารข้อมูลทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภค โดยไม่เปิดเผยข้อมูลที่บิดเบือน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายอันส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กร

2. นิยาม

2.1 สื่อออฟไลน์ หมายถึง สื่อ ฌ จุดขาย สื่อวิทยุ - โทรทัศน์ สื่อนอกบ้านทั้งที่เป็นประเภทดิจิทัลและสิ่งพิมพ์ เช่น บ้ายิลบอร์ด จอ LED ในศูนย์การค้าต่างๆ สื่อเคลื่อนที่ (Mobile Ad) เช่น รถเมล์ BTS MRT เรือด่วน เป็นต้น รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.2 สื่อออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ใช้เทคโนโลยี แพลตฟอร์ม หรือช่องทางอื่นใด ที่เข้าถึงโดยการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสารในการเขียนเล่าเรื่องราว เนื้อหา ประสบการณ์ บทความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือจดหมายข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ในรูปแบบออนไลน์ ผ่านช่องทาง เช่น Website Social Media LINE E-mail เป็นต้น

3. ขอบเขตของนโยบาย

นโยบายนี้ใช้บังคับกับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ทุกระดับ

.../2

4. ความรับผิดชอบและแนวทางปฏิบัติ

การสื่อสารภาพรวม (สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์)

4.1 กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ถือเป็นตัวแทนของบริษัทฯ เมื่อมีการกล่าวถึงบริษัทฯ ตราสินค้า หรือการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ผ่านสื่อออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ ให้พึงตระหนักว่าการสื่อสารบนสื่อที่สามารถเข้าถึงได้โดยสาธารณะนั้น ผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบต่างๆ ของตน

4.2 ห้ามกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือไม่ได้รับอนุญาตให้เปิดเผยข้อมูลการตลาด ทำการเปิดเผยข้อมูลทั้งเป็นการส่วนตัวและผ่านสื่อออฟไลน์และ/หรือออนไลน์

4.3 กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการสื่อสารข้อมูลและข้อเท็จจริงผ่านสื่อออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ ที่อาจนำไปสู่การโต้แย้งที่รุนแรง โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการเมือง เชื้อชาติ และศาสนา เป็นต้น การเผยแพร่ รูปภาพ ข้อมูล และแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อดังกล่าว อันเป็นการละเมิดกฎหมาย จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และจรรยาบรรณกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงาน อาจนำไปสู่การฝ่าฝืนวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ เช่น การให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ และ/หรือการให้ข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผย ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใด และ/หรือองค์กรใด หรือเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงแก่ทรัพย์สินและ/หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ

ในกรณีที่บริษัทฯ มีการสื่อสารการตลาดกับเด็กหรือเยาวชนผ่านสื่อออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานจะใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งในการใช้หรือเผยแพร่ข้อมูลที่มีอยู่ รวมถึงจะใช้ถ้อยคำหรือข้อความในการสื่อสารที่ไม่เป็นเท็จ ไม่เกินความจริง ไม่ส่อไปในทางที่จะเป็นอันตรายต่อเด็กหรือเยาวชน โดยเนื้อหาโฆษณาหรือข้อความในการสื่อสารจะแสดงให้เห็น อ่าน ฟังได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน ไม่ทำให้เด็กหรือเยาวชนเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ นอกจากนี้บุคคลที่นำเสนอสินค้าหรือบริการของบริษัทฯ จะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี ไม่กระตุ้นให้เด็กหรือเยาวชนมีพฤติกรรมเลียนแบบที่ไม่เหมาะสม

4.4 กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานต้องอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนในการสื่อสารผ่านสื่อออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น หากต้องการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์ หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน เช่น เนื้อหาอันมีลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า รวมถึงสิทธิในการเผยแพร่ เป็นต้น

4.5 กรณีบริษัทฯ ได้รับรายงานหรือพบว่ารูปภาพ ข้อมูล หรือการแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางสื่อออฟไลน์ และ/หรือออนไลน์ ขัดต่อกฎหมาย บริษัทฯ จะดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง และหากพบว่ามีความผิดที่ขัดต่อกฎหมายตามที่รายงาน เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสื่อของบริษัทฯ จะต้องดำเนินการแก้ไข ระวังการแพร่หลาย หรือลบข้อมูลดังกล่าวออกจากสื่อที่อยู่ในความควบคุมดูแลของตนโดยเร็วที่สุด

.../3

4.6 บริษัทฯ มีนโยบายความเป็นส่วนตัว และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล การนำข้อมูลของลูกค้ามาเก็บบันทึก เผยแพร่ หรือนำไปใช้ต่อ บริษัทฯ จะต้องปฏิบัติตามนโยบายหรือแนวทางดังกล่าวจึงสามารถนำข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์ในทางการตลาดของบริษัทฯ ได้ เช่น การส่ง SMS โปรโมชั่น โฆษณา การส่งแค็ตตาล็อกสินค้า การใช้ข้อมูลที่หน้าร้านค้าปลีก การบริการผ่านช่องทางออนไลน์ และศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) เป็นต้น

ในกรณีที่ลูกค้ามีข้อสงสัย หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม หรือต้องการร้องเรียนเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สามารถติดต่อได้ที่

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

บริษัท ไทยวาโก้ จำกัด (มหาชน)

132 ซอยเจริญราษฎร์ 7 แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120

โทรศัพท์ : 0-2289-3100 ต่อ 226

E-mail Address: dpo@wacoal.co.th

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการเหตุล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน แนวทางการแก้ไข การเยียวยา ให้กับลูกค้าที่ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยแนวทางและกระบวนการดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่บริษัทฯ กำหนด

4.7 การติดฉลากสินค้าและผลิตภัณฑ์ ต้องใช้ข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริงของสินค้า และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ รวมทั้งมีการระบุรายละเอียดให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด

การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์

4.8 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของบริษัทฯ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการและสื่อถึงผู้บริโภค ในมุมกว้าง ดังนั้นการสื่อสารต้องช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทฯ และตราสินค้าของบริษัทฯ โดยพนักงานผู้ดูแลสื่อออนไลน์ต้องสามารถป้องกันการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว โดยต้องศึกษาและทำความเข้าใจเป็นอย่างดีเรื่อง “การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว” (Privacy Settings) บนสื่อออนไลน์ รวมถึงปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสม

4.9 การสร้างเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของบริษัทฯ ผู้สาธารณะ ต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากผู้บังคับบัญชาระดับฝ่ายที่ตนสังกัด และก่อนการเปิดใช้งานต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาข้างต้นรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร โดยเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) อย่างเป็นทางการของบริษัทฯ นั้นย่อมเป็นสิทธิของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว

.../4

4.10 การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อสังคมออนไลน์ ให้แยกบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ระหว่างเรื่องส่วนตัวกับเรื่องงานออกจากกันอย่างชัดเจน ในกรณีใช้บัญชีส่วนตัวต้องใช้วิจารณญาณและสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็น “ความเห็นส่วนบุคคล มิใช่ความเห็นของบริษัทฯ”

นโยบายฉบับนี้ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2567 ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 พฤษภาคม 2567 เป็นต้นไป และให้ยกเลิกนโยบายการสื่อสารการตลาด ฉบับลงวันที่ 1 มกราคม 2563



(นายบุญดี อำนวยสกุล)

ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ