



นโยบายการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน)

1. จุดมุ่งหมาย

นโยบายนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นแนวทางให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน) (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "บริษัทฯ") ซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญในแง่ผลกระทบด้านกฎหมาย และด้านภาพลักษณ์ของบริษัทฯ ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การแสดงความคิดเห็น การชักจูง รวมถึงการตอบชี้แจงต่างๆ บนสื่อดังกล่าว โดยบริษัทฯ มุ่งให้พนักงานสามารถสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้ง นโยบายฉบับนี้ยังปกป้องบริษัทฯ จากข้อมูลที่บิดเบือนเสียหาย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ

2. นิยามของสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ตามนโยบายฉบับนี้ ได้แก่ Facebook, LINE, Instragram, Twitter หรือสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นบทความ, สมุดบันทึกประจำวัน หรือ จดหมายข่าวสารต่างๆ ที่ในรูปแบบออนไลน์

3. หลักการพื้นฐาน

การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวัง โดยยึดหลักการเคารพสิทธิและเสรีภาพ ตลอดจนจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความเป็นส่วนตัว และ กฎข้อบังคับความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นต้น บนพื้นฐานของจิตสำนึกที่ดี เพื่อลดความเสี่ยงในระดับองค์กรอันเกิดจากการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4. ขอบเขตของนโยบาย

นโยบายนี้ใช้บังคับกับคณะกรรมการบริษัทฯ, ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯ ทุกระดับ

5. บทบาทและความรับผิดชอบ

- 5.1. พนักงานทุกคนถือเป็นตัวแทนของภาพลักษณ์องค์กร "Brand Ambassador" เมื่อมีการกล่าวถึงบริษัทฯ ตราสินค้า หรือการดำเนินธุรกิจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่เป็นผู้แทนบริษัทฯ หรือไม่ก็ตาม トラบใดที่ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับองค์กร ให้พึงตระหนักว่าการสื่อสารโดยบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่สามารถเข้าถึงได้ โดยสาธารณะนั้น ผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบ สำหรับการกระทำต่างๆของตน
- 5.2. พนักงานต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการสื่อสารข้อเท็จจริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่อาจนำไปสู่การโต้แย้งที่รุนแรง โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการเมือง เชื้อชาติ และศาสนา เป็นต้น การเผยแพร่ รูปภาพ ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อันเป็นการละเมิดกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ อาจนำไปสู่การฝ่าฝืนวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ เช่น การให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ และ/หรือ การให้ข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผย ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใด และ/หรือองค์กรใด หรือเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงแก่ทรัพย์สิน และ/หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ



- 5.3. พนักงานต้องอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น หากต้องการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์ หรือ เจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน อาทิ เนื้อหาอันมีลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า รวมถึงสิทธิในการเผยแพร่ เป็นต้น
- 5.4. พนักงานต้องป้องกันการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว ในฐานะที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ จึงควรศึกษา "การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว" (Privacy Settings) ให้เข้าใจเป็นอย่างดี และปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสม
- 5.5. ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้แยกบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ระหว่างเรื่องส่วนตัว และเรื่องหน้าที่การงานออกจากกันอย่างชัดเจน ในกรณีใช้บัญชีส่วนตัว ต้องใช้วิจารณญาณและสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็น "ความเห็นส่วนตัว มิใช่ความเห็นของบริษัท"
- 5.6. การสร้างเพจ (Page) หรือ บัญชีผู้ใช้งาน (Account) ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของบริษัทสู่สาธารณะ ต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) และต้องแจ้ง ให้หัวหน้าฝ่ายแผนงานและประสานงานองค์กร (CPC) รับทราบก่อนการเปิดใช้งาน โดยเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) อย่างเป็นทางการของบริษัทฯ นั้นย่อมเป็นสิทธิของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว
- 5.7. หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องการผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าว ให้พนักงานผู้ดูแลเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) แจ้งต่อผู้บังคับบัญชาของตน หรือ ฝ่ายงาน/สำนักที่รับผิดชอบในเรื่องนั้น

6. รอบการทบทวนนโยบาย

นโยบายฉบับนี้ต้องได้รับการทบทวนทุก 1 ปี นับจากวันที่มีผลบังคับใช้ อย่างไรก็ตาม อาจมีการทบทวนตามระยะเวลาที่เหมาะสม หากมีการเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกที่มีสาระสำคัญ

7. วันที่ได้รับอนุมัติจากผู้มีอำนาจ และ วันที่มีผลบังคับใช้

นโยบายฉบับนี้ ได้รับการพิจารณาและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทฯ วันที่ 25 มิถุนายน 2558 นโยบายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 11 กรกฎาคม 2559