



นโยบายการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน)

1. จุดมุ่งหมายและขอบเขตของนโยบาย

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

นโยบายฉบับนี้มีผลบังคับใช้กับคณะกรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทฯทุกระดับ

2. คำนิยามของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือที่ใช้สื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายทางสังคม ซึ่งรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ตามนโยบายฉบับนี้ ได้แก่ Facebook, LINE, Instagram, Twitter หรือสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นบทความ, สมุดบันทึกประจำวัน หรือ จดหมายข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ในรูปแบบออนไลน์

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. บทบาทและความรับผิดชอบ

4.1 พนักงานทุกคนถือเป็นตัวแทนของภาพลักษณ์องค์กร "Brand Ambassador" เมื่อมีการกล่าวถึงบริษัทฯ ตราสินค้า หรือการดำเนินธุรกิจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลที่เป็นผู้แทนบริษัทฯ หรือไม่ก็ตาม トラบใดที่ยังคงมีความเกี่ยวข้องกับองค์กร ให้พึงตระหนักว่าการสื่อสารโดยบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ที่สามารถเข้าถึงได้โดยสาธารณะนั้น ผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบ สำหรับการกระทำต่างๆของตน

4.2 พนักงานต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการสื่อสารข้อเท็จจริงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจนำไปสู่การโต้แย้งที่รุนแรง โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการเมือง เชื้อชาติ และศาสนา เป็นต้น การเผยแพร่รูปภาพ ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อันเป็นการละเมิดกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ อาจนำไปสู่การฝ่าฝืนวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ เช่น การให้ข้อมูลอันเป็นเท็จ และ/หรือการให้ข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผย ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใด และ/หรือองค์กรใด หรือเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงแก่ทรัพย์สิน และ/หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ



4.3 พนักงานต้องอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น หากต้องการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์ หรือ เจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน อาทิ เนื้อหาอันมีลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า รวมถึงสิทธิในการเผยแพร่ เป็นต้น

4.4 พนักงานต้องป้องกันการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว ในฐานะที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงควรศึกษา "การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว" (Privacy Settings) ให้เข้าใจเป็นอย่างดี และปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสม

4.5 ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้แยกบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ระหว่างเรื่องส่วนตัว และเรื่องหน้าที่การงานออกจากกันอย่างชัดเจน ในกรณีใช้บัญชีส่วนตัว ต้องใช้วิจรรย์ญาณและสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็น "ความเห็นส่วนตัว มิใช่ความเห็นของบริษัท"

4.6 การสร้างเพจ (Page) หรือ บัญชีผู้ใช้งาน (Account) ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของบริษัทฯ สุสาธารณะ ต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) และต้องแจ้ง ให้หัวหน้าฝ่ายแผนงานและประสานงานองค์กร (CPC) รับทราบก่อนการเปิดใช้งาน โดยเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) อย่างเป็นทางการของบริษัทฯ นั้นย่อมเป็นสิทธิของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว

4.7 กรณีบริษัทฯ ได้รับรายงานหรือพบว่ารูปภาพ ข้อมูล หรือการแสดงความคิดเห็น ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฯ ขัดต่อกฎหมาย บริษัทฯ จะดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริง และหากพบว่ามีเนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมายตามที่รายงาน เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฯ จะต้องระงับการแพร่หลาย หรือลบข้อมูลดังกล่าวออกจากสื่อสังคมออนไลน์ที่อยู่ในความควบคุมดูแลของตนโดยเร็วที่สุด

4.8 หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องการผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าว ให้เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสื่อสังคมออนไลน์ แจ้งต่อผู้บังคับบัญชาของตน หรือ ฝ่ายงาน/สำนักที่รับผิดชอบในเรื่องนั้น

รอบการทบทวนนโยบายฉบับนี้

นโยบายฉบับนี้กำหนดให้มีการทบทวนเป็นประจำทุกปีนับจากวันที่มีผลบังคับใช้ อย่างไรก็ตาม อาจมีการทบทวนตามระยะเวลาที่เหมาะสม หากมีการแก้ไขหรือยกเลิกเนื้อหาที่มีนัยสำคัญ

นโยบายฉบับนี้ได้รับการทบทวนครั้งล่าสุด โดยไม่มีการแก้ไขเนื้อหาที่มีนัยสำคัญ และรับทราบโดยคณะกรรมการบริษัทฯ เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ.2563

วันที่มีผลบังคับใช้

นโยบายฉบับนี้ ได้รับการพิจารณาและอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัทฯ วันที่ 20 กันยายน 2561

นโยบายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2561