

นโยบายด้านจริยธรรมทางการสร้างแบรนด์และการตลาด



บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2565

ทบทวนเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2567

นโยบายด้านจริยธรรมทางการสร้างแบรนด์และการตลาด บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน)

ในฐานะผู้ให้บริการ Offline-to-Online (“O2O”) โซลูชันสื่อนวัตกรรมสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน และธุรกิจการจัดจำหน่าย บริษัท วีจีไอ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ตระหนักถึงหลักการของการสื่อสารแบรนด์และการตลาดและผลกระทบต่อผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ดังนั้น บริษัทฯ จึงสนับสนุนให้มีการสื่อสารตามความจริงและมุ่งมั่นที่จะบูรณาการการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนเข้ากับการตลาดและการสื่อสารภายใน บริษัทฯ และบริษัทย่อย โดยยึดมั่นในการสื่อสารตราสินค้าและการตลาดอย่างมีจริยธรรม

ความมุ่งมั่นในการสร้างแบรนด์และการตลาดอย่างมีจริยธรรมมีดังนี้

- 1) บริษัทฯ ให้คำมั่นในความซื่อสัตย์ โดยการสื่อสารและโฆษณาของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ และบริการของบริษัทฯ ต้องมีความถูกต้อง เป็นความจริง และสมมูล เอกลักษณะของแบรนด์และผลิตภัณฑ์ตลอดจนสื่อการตลาดจะต้องมีความชัดเจน
- 2) จะไม่มีคำอธิบาย คำกล่าวอ้าง หรือภาพประกอบใดของการสื่อสารด้านการตลาด ของบริษัทฯ ที่ไม่มีมูลความจริง ไม่ถูกต้อง หรือทำให้เข้าใจผิด บริษัทฯ ปฏิเสธการกล่าวอ้างที่เกินจริงของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ และบริการในทุกรูปแบบ รวมถึงการกล่าวอ้างที่เกินจริงของผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทฯ ในทุกด้านตลอดจนผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 3) บริษัทฯ ให้คำมั่นที่จะปกป้องและจะไม่ใช้ประโยชน์จากกลุ่มตลาดที่เปราะบาง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงกลุ่มต่าง ๆ เช่น เด็ก ผู้ไม่เชี่ยวชาญ ผู้สูงอายุ เป็นต้น) ผ่านแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด สื่อการตลาดสำหรับกลุ่มตลาดที่เปราะบางจะถูกสร้างขึ้นตามกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องและกฎหมายระดับประเทศ
- 4) บริษัทฯ เคารพผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การตลาดของบริษัทฯ และการสื่อสารของแบรนด์ถูกสร้างขึ้นตามความเหมาะสม ถูกกาลเทศะและไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อบ่อนทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ผ่านข้อมูลที่เป็นเท็จหรือการกล่าวอ้างที่เกินจริงและไม่มีสาระ
- 5) บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะบูรณาการตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์แบรนด์ และการสำรวจการรับรู้ต่อแบรนด์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการรับรู้ต่อแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน
- 6) บริษัทฯ เคารพการตัดสินใจของผู้บริโภคและส่งเสริมให้ลูกค้าใช้สิทธิของผู้บริโภคผ่านมาตรการที่เหมาะสม รวมถึงการแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับสิทธิในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และตัวเลือกไม่ใช้ (opt-out options) สำหรับแพลตฟอร์มดิจิทัล ศึกษาเพิ่มเติมได้ในนโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้า

นโยบายฉบับนี้ มีผลเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2565

นายศิริ กาญจนพาสณ์
ประธานกรรมการ