

นโยบายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม

1 บทนำ

บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (เรียกรวมว่า “บริษัทฯ”) มุ่งมั่นในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรม โปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม โดยยึดถือหลักความจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล ไม่ใช่ถ้อยคำ ภาพ หรือเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หลอกลวง หรือขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคมในทุกกิจกรรมด้านการตลาดและการโฆษณา บริษัทฯ เชื่อว่าการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาและมีข้อมูลครบถ้วน จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างรอบด้าน สมดุล และส่งเสริมสุขภาพอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการตลาดและการสื่อสารแบรนด์อย่างมีจริยธรรมที่ชัดเจน เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ ในการสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์และความยั่งยืนในระยะยาว

2 ขอบเขตและการบังคับใช้

นโยบายฉบับนี้ครอบคลุมตั้งแต่คณะผู้บริหาร ไปจนถึงพนักงานทุกระดับของบริษัทฯ รวมถึง พันธมิตรทางธุรกิจ และบุคคลภายนอกที่ได้รับมอบหมายให้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดหรือการสื่อสารในนามของบริษัทฯ โดยใช้บังคับกับการดำเนินธุรกิจในด้านการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารแบรนด์ของบริษัทฯ ในทุกรูปแบบ

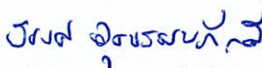
3 บทนิยาม

บริษัทฯ	หมายถึง บริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อย บริษัทร่วม และบริษัทในเครือที่จดทะเบียนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมหรือบริหารจัดการโดยตรงของบริษัท เอ็นอาร์ อินสแตนท์ โปรดิวซ์ จำกัด (มหาชน)
การตลาด	หมายถึง การวางแผน พัฒนา และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการสื่อสารกับผู้บริโภค
โฆษณา	หมายถึง กระทำหรือไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ให้ผู้บริโภคเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ทางการค้า
ผู้บริโภคที่เปราะบาง	หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่อาจขาดทักษะ ประสบการณ์ หรือความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ หรือผู้มีความบกพร่องทางร่างกายหรือสติปัญญา

4 แนวทางปฏิบัติ

- 4.1 บริษัทฯ ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารแบรนด์โดยยึดถือหลักปฏิบัติที่สอดคล้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศที่ดำเนินธุรกิจ รวมถึงเคารพสิทธิของผู้บริโภคอย่างเคร่งครัด
- 4.2 บริษัทฯ ไม่ส่งเสริม หรือยอมรับการโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรม หรือจริยธรรมทางสังคม
- 4.3 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นจริง และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ รวมทั้งจะไม่พาดพิง หรือให้ข้อมูลอันเป็นเท็จแก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของคู่แข่งทางธุรกิจ
- 4.4 บริษัทฯ ส่งเสริมการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่องสังคม โดยเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างโปร่งใสและเหมาะสม เพื่อคุ้มครองและหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเปราะบาง เช่น เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 12 ปี และกลุ่มที่ขาดทักษะการรับรู้และประสบการณ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อทางการตลาดหรือโฆษณาได้ด้วยตนเอง เป็นต้น
- 4.5 บริษัทฯ เคารพความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยการรักษาข้อมูลลูกค้าไว้เป็นความลับ และจะใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้เท่านั้น
- 4.6 บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง ชัดเจน และเพียงพอ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค โดยแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ตามที่กฎหมายกำหนด เช่น คุณค่าทางโภชนาการ ส่วนประกอบ วิธีการเก็บรักษา วันหมดอายุ และข้อมูลด้านความปลอดภัย เช่น สารก่อภูมิแพ้
- 4.7 บริษัทฯ จะใช้ช่องทางดิจิทัลในการสื่อสารทางการตลาดอย่างเหมาะสม เช่น เว็บไซต์ อีเมล แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดีย โดยเคารพนโยบายและข้อกำหนดของแต่ละแพลตฟอร์ม
- 4.8 บริษัทฯ จะดำเนินการพิจารณาเนื้อหาทางการตลาดและโฆษณาอย่างรอบคอบ เพื่อหลีกเลี่ยงอคติทางเพศหรือการสื่อสารที่ตอกย้ำภาพเหมารวมทางเพศ (gender stereotypes) และจะไม่ใช้สื่อที่มีเนื้อหาเป็นภัยหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับบทบาทของเพศสภาพในสังคม ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมการตลาดที่สะท้อนความเท่าเทียมทางเพศ และไม่เลือกปฏิบัติต่อเพศหรืออัตลักษณ์ทางเพศใด
- 4.9 บริษัทฯ เปิดช่องทางให้ผู้บริโภคหรือบุคคลภายนอกสามารถร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาทางการตลาดหรือโฆษณาที่ไม่เหมาะสมได้ และจะมีการตรวจสอบตามกระบวนการภายในที่เป็นธรรม และหากพบว่ามีการฝ่าฝืน จะดำเนินการแก้ไขหรือถอดถอนเนื้อหาโดยเร็ว

นโยบายฉบับนี้ ได้รับอนุมัติตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2568 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม 2568 เป็นต้นไป


(ดร.ฉรรต อุดมธรรมกิติ)
ประธานกรรมการ