

นโยบายการกำกับดูแล Influencer

เพื่อให้งานการตลาดที่ใช้ผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียล (Influencer) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้ตราสินค้าของบริษัท ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความรัดกุมและถูกต้องตามกรอบของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการทำงาน จึงกำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การว่าจ้าง

คุณสมบัติของ Influencer ต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1.1 ไม่จำกัดเพศสภาพ
- 1.2 มีตัวตน แหล่งพำนักในประเทศไทย
- 1.3 มีสำเนาบัตรประชาชน/เอกสารทางราชการ พาสปอร์ต เพื่อยืนยันความมีตัวตนและเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบในการเบิกจ่ายกับทางบริษัท
- 1.4 มีความรู้ความสามารถในการทำคลิปภาพเคลื่อนไหว/ภาพนิ่งเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 1.5 มีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงนำข้อมูลต่างๆมาวิเคราะห์และสร้างคอนเทนต์ให้ตอบโต้กับกลุ่มเป้าหมายและจุดประสงค์ของแคมเปญได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.6 ในการว่าจ้าง บริษัทจะพิจารณา influencer ที่เคยมีประวัติอยู่ในทะเบียนรายชื่อ Influencer (“บัญชี influencer”) ก่อนเป็นลำดับแรก หากรายชื่อใดไม่ได้ปฏิบัติตามข้อกำหนดในการดำเนินการจะถูกคัดออกจากบัญชี influencer และบริษัทจะไม่พิจารณาว่าจ้าง influencer รายดังกล่าวอีกแต่อย่างใด

2. ข้อกำหนดในการดำเนินการ

ข้อกำหนด Influencer ที่จะต้องนำไปปฏิบัติ มีดังนี้

- 2.1 ห้ามมีการชักจูงหรือชวนเชื่อที่ผิดกฎหมาย หรือสื่อสารข้อมูลโดยขาดความระมัดระวังและไม่คำนึงถึงความถูกต้อง
- 2.2 ห้ามมิให้มีพฤติกรรมคุกคาม ใสร้าย หรือกลั่นแกล้งโดยเด็ดขาด ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะรูปแบบการสื่อสารหรือข้อความที่มีเจตนาคุกคาม ช่มชู้ ไม่เคารพ ละเมิด ก่อแค้น ดูแคลน ทำให้อับอาย เลิกปฏิบัติ ก่อให้เกิดอันตรายทางอารมณ์หรือร่างกาย หรือทำให้บุคคล สินค้าหรือบริการขอเสื่อมเสียชื่อเสียง
- 2.3 ห้ามสร้างข่าวลวงหรือหลอกลวง ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม มีความเสียหายตามมา
- 2.4 ห้ามสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสังคม เช่น การนำเสนอข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง ข่าวดราม่า ข้อมูลที่ไม่ได้รับการตรวจสอบ
- 2.5 ห้ามมิให้ ละเมิดลิขสิทธิ์ สันนิษฐาน หรือเอื้อต่อการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่นโดยเด็ดขาด ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการส่งข้อความ รูปภาพ ภาพถ่าย ซอฟต์แวร์ หรือเนื้อหาอื่น ๆ ที่ได้รับการคุ้มครองโดยลิขสิทธิ์หรือสิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 ห้ามมิให้สื่อสารหรือส่งข้อความใดๆ ถึงลูกค้าโดยมีหรือพาดพิงถึงภาพอนาจาร พฤติกรรมทางเพศ หรือภาพเปลือยสำหรับผู้ใหญ่
- 2.7 ห้ามมิให้สื่อสาร หรือส่งข้อความใดๆ ถึงลูกค้าโดยพาดพิงถึงสื่อการล่วงละเมิดทางเพศต่อเด็ก (Child Sexual Abuse Material) ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงข้อความ หรือเนื้อหาที่ส่งเสริมภาพอนาจารหรือเนื้อหาทางเพศที่เกี่ยวข้องกับผู้เยาว์

2.8 ห้ามมิให้ส่งเสริม หรือมีส่วนร่วมในการกระทำต่อไปนี้ ในขณะที่ส่งข้อความถึงลูกค้า

2.8.1 การพนัน หรือการจูงใจให้ผู้บริโภคเล่นการพนัน

2.8.2 การฉ้อโกง และการหลอกลวง

2.8.3 การกระทำใด ๆ ที่อาจเป็นการหลอกลวงลูกค้าเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ หรือสิทธิพิเศษที่มีขอบข่าย
กฎหมาย

3. บทลงโทษ

3.1 หากเป็นข้อร้องเรียนจากลูกค้าหรือเป็นการกระทำผิดที่ไม่ได้มีผลกระทบหรือความเสี่ยงทางด้านชื่อเสียงหรือ
ด้านการเงินหรือด้านกฎหมายต่อบริษัท บริษัทจะทำการตักเตือนเป็นลายลักษณ์อักษรและหรือแจ้งว่าจ้าง
เป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3 -6 เดือน (ขึ้นอยู่กับความร้ายแรงในข้อร้องเรียนหรือการกระทำผิด) โดยประธาน
กรรมการบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาอนุมัติ

3.2 บริษัทจะทำการคัดชื่อออกจากบัญชี influencer ที่จะว่าจ้าง และจะไม่พิจารณาว่าจ้าง influencer รายดังกล่าวอีก
หากไม่ทำการแก้ไขและได้รับการร้องเรียนเป็นครั้งที่ 2

3.3 ดำเนินคดีตามกฎหมายทั้งคดีแพ่งและอาญา รวมทั้งอาจมีการดำเนินคดีโดยหน่วยงานทางการที่เกี่ยวข้อง
บริษัทฯ จะตรวจสอบข้อร้องเรียนจากลูกค้าทั้งหมดที่เกิดจากพฤติกรรมกรรมการบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย
หาก Influencer ไม่ปฏิบัติตามแนวทางข้างต้น บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการดำเนินการลงโทษตามที่กำหนดไว้ใน
นโยบาย

นโยบายฉบับนี้กำหนดให้มีการทบทวนเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้งหรือเมื่อมีเหตุการณ์เปลี่ยนแปลง

นโยบายการกำกับดูแล Influencer ฉบับนี้ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2568 เมื่อวันที่
2 พฤษภาคม 2568 ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2568 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 2 พฤษภาคม 2568

(ดร.มังกร ธารสารศิลป์)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท พอช เมดิคัล ไลฟ์เทค จำกัด (มหาชน)