

: หน้าที่ 1 / 4

นโยบายจริยธรรมทางการตลาด

บริษัท ศรีวิชัยเวชวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย บริษัทฯ มีนโยบายปฏิบัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. ๒๕๒๒ และบริษัทฯ จะยึดมั่นในหลักจริยธรรมด้านการตลาดและการโฆษณาเพื่อเป็นส่วนในการสร้างความยั่งยืนแก่สังคม มุ่งมั่นที่จะดำเนินงานด้านการตลาดอย่างมีจริยธรรม สุจริต และโปร่งใส อันเป็นหัวใจหลักในการทำการตลาดและการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งยังมุ่งมั่นในการส่งมอบคุณค่าที่ดีและจริงใจ ไปยังผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้ได้รับความไว้วางใจจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง รวมถึงส่งเสริมความเท่าเทียมและความหลากหลายในทุกรูปแบบ และยึดมั่นในความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นแกนหลักในการปฏิบัติงานควบคู่ไปกับการดูแลชุมชนและสังคม บริษัทฯ เน้นการปฏิสัมพันธ์ที่จริงใจกับลูกค้า คู่สัญญา โดยทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างตรงจุดและมอบการบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าของบริษัทฯ

1) ปฏิญาณว่าจะดำเนินงานด้านการตลาดอย่างซื่อสัตย์

ในการทำการตลาดของบริษัทฯ จะต้องครบถ้วนแม่นยำ ตรงตามความเป็นจริง และมีเป้าประสงค์ชัดเจน รวมถึงต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อกำหนด ของหน่วยงานราชการ และบรรทัดฐานของสังคมอย่างเคร่งครัด โดย

- 1.1) บริษัทฯ จะจัดทำแคมเปญการตลาดในทุกรูปแบบอย่างจริงใจ
- 1.2) บริษัทฯ จะเปิดเผยข้อมูล สินค้าและบริการที่ต้องอย่างครบถ้วนแก่ผู้บริโภคในทุกช่องทางการตลาดของบริษัทฯ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจบนประโยชน์ของสินค้าและบริการของบริษัทฯ
- 1.3) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างสุจริต และตรงไปตรงมา
- 1.4) นำเสนอวิธีที่มีความจริงใจกับผู้บริโภค รวมถึงจะยึดจรรยาบรรณในการว่าจ้างสื่อเว็บไซต์ทีวีและผู้มีอิทธิพลทางความคิด
- 1.5) บริษัทฯ ให้คำมั่นในความซื่อสัตย์ โดยการสื่อสารและโฆษณาของแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ และบริการของบริษัทฯ ต้องมีความถูกต้อง เป็นความจริงและสมดุล เอกลักษณ์ของแบรนด์และผลิตภัณฑ์ตลอดจนสื่อการตลาดจะต้องมีความชัดเจน

2) นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งสร้างสังคมแห่งความยั่งยืน และทำการตลาดอย่างโปร่งใสในทุกๆ ช่องทางการสื่อสาร โดยดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานความเป็นจริงและหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจน ทั้งในแง่มุมมองการสร้างแบรนด์ เครื่องหมายการค้า ภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ และการบริการของบริษัทฯ โดยมีความซื่อตรงเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งกล่าวถึงผลลัพธ์เชิงบวกอย่างมีจริยธรรมและตรงไปตรงมาบริษัทฯ จะไม่กล่าวอ้างคุณสมบัติของสินค้าและบริการเกินความจริง ทั้งคุณสมบัติหรือผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะบูรณาการตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้ามาใช้ในการวิเคราะห์แบรนด์และการสำรวจการรับรู้ต่อแบรนด์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการรับรู้ต่อแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน และการประหยัดพลังงาน

บริษัทฯ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน ระหว่างผู้ประกอบการ คู่ค้า คู่สัญญาและลูกค้า

3) ใส่ใจประเด็นด้านความอ่อนไหวทางจริยธรรม

บริษัทฯ จะส่งเสริมความเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคม และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่สนับสนุนการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เหมาะสม เพื่อสร้างความสามัคคี และปฏิบัติต่อกันในสังคมอย่างเท่าเทียม โดยบริษัทฯ ยึดมั่นที่จะใส่ใจ ความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ และการเมือง ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานทั้งหมด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดประเด็นที่ละเอียดอ่อนในแคมเปญทางการตลาดของ บริษัทฯ โดย

- 3.1) ให้คุณค่ากับความแตกต่างของแต่ละบุคคล และไม่เหมารวมคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในทางลบเพื่อการทำการตลาด เช่น ชาตินิยม ความเชื่อทางศาสนา ความเกี่ยวข้องทางการเมือง ความหลากหลายทางเพศสภาพ รวมถึงพิจารณาครอบคลุมประเด็นด้านวัฒนธรรมทางสังคมและศีลธรรมอันดี
- 3.2) มุ่งมั่นที่จะสร้างประโยชน์สู่สังคมพร้อมทั้งคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ด้อยโอกาสในทุกๆ การทำกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทฯ
- 3.3) บริษัทฯ ให้คำมั่นที่จะปกป้องและจะไม่ใช้ประโยชน์จากกลุ่มตลาดที่เปราะบาง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงกลุ่มต่างๆ เช่น เด็ก ผู้ไม่เชี่ยวชาญ ผู้สูงอายุ เป็นต้น) ผ่านแบรนด์และกิจกรรมทางการตลาด สื่อการตลาด สำหรับกลุ่มตลาดที่เปราะบางจะถูกสร้างขึ้นตามกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องและกฎหมายระดับประเทศ

4) สนับสนุนการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบนพื้นฐานความโปร่งใส เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่เป็นธรรม โดย

- 4.1) บริษัทฯ จะไม่กล่าวถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า บริการ และกลยุทธ์ของคู่แข่ง ให้ลูกค้ารับทราบ
- 4.2) บริษัทฯ จะหลีกเลี่ยงการทำการตลาดที่ใช้วิธีเชิงลบในการโจมตีคู่แข่ง
- 4.3) บริษัทฯ จะไม่ชักจูงผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในแง่ที่สร้างความเสียหายแก่คู่แข่ง
- 4.4) บริษัทฯ เคารพผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การตลาดของบริษัทฯ และการสื่อสารของแบรนด์ถูกสร้างขึ้นตามความเหมาะสม ถูกกาลเทศะและไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อบ่อนทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ผ่านข้อมูลที่เป็นเท็จหรือการกล่าวอ้างที่เกินจริงและไม่มีสาระ

5) การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า ผู้บริโภคอย่างปลอดภัย

- 5.1) บริษัทฯ จะไม่สอบถามหรือเก็บข้อมูลลูกค้า ผู้บริโภคโดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้าก่อน
- 5.2) แม้จะได้รับความยินยอมจากลูกค้า ตามข้อข้างต้นแล้วก็ตาม การสอบถามหรือการเก็บข้อมูลของลูกค้าต้องดำเนินการด้วยวิธีที่ยุติธรรมและถูกต้องตามกฎหมาย
- 5.3) บริษัทฯ จะระบุและชี้แจงวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลส่วนตัวและการนำไปใช้ให้ลูกค้าทราบก่อนที่จะดำเนินการ

เรื่อง (Title): นโยบายจริยธรรมทางการตลาด



ฝ่าย / แผนก: กลุ่มโรงพยาบาลวิชัยเวช อินเตอร์เนชั่นแนล

(Department): Vichaivej International Hospital Group

วันที่ประกาศใช้เอกสาร : 8 เมษายน 2567

(Issue Date) : 8 April 2024

ประเภท: แผนดำเนินงาน

(Document type): Plan (PL)

รหัสเอกสาร: PL-VIH-GLD-018

(Document No.): PL-VIH-GLD-018

ครั้งที่แก้ไข: 01

(Revision): 01

หน้า/จำนวนหน้า

: หน้า 4 / 4

5.4) บริษัทฯ จัดเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างปลอดภัย ไม่ส่งต่อข้อมูลลูกค้าให้กับผู้อื่น นอกจากจะได้รับ
ความยินยอมจากลูกค้าก่อน

5.5) บริษัทฯ ให้สิทธิแก่ลูกค้าในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการใช้ข้อมูลของตนภายใต้กรอบของ
กฎหมาย และเมื่อพบความผิดพลาดหรือความไม่ชอบธรรมในการจัดเก็บและการใช้ข้อมูลจะต้องมีการลบ
หรือแก้ไขให้ถูกต้อง

6) การกำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบาย

ผู้บริหารสูงสุดของบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรือหน่วยธุรกิจ มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายการตลาดของบริษัท
(Head of Corporate Marketing) และหัวหน้าฝ่ายการตลาดของแต่ละบริษัทย่อย (Head Marketing all Business Units)
เป็นผู้กำกับ ดูแล ควบคุมให้เป็นไปตามนโยบายจริยธรรมทางการตลาดนี้ โดยผู้บริหารสูงสุดของบริษัทฯ และบริษัทย่อย หรือ
หน่วยธุรกิจ ต้องร่วมติดตามและผลักดันให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายนี้โดยพร้อมเพรียงกัน

บริษัทฯ เคารพการตัดสินใจของผู้บริโภคและส่งเสริมให้ลูกค้าใช้สิทธิของผู้บริโภคผ่านมาตรการที่เหมาะสม
รวมถึงการแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับสิทธิในการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และตัวเลือกไม่ใช้ (opt-out options) สำหรับ
แพลตฟอร์มดิจิทัล ศึกษาเพิ่มเติมได้ในนโยบายความเป็นส่วนตัวสำหรับลูกค้า

ทั้งนี้ บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน 2567 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 8 เมษายน 2567

(รศ.ดร.นพ.วิชัย วนดุรงค์วรรณ)

ประธานกรรมการ

บริษัท ศรีวิชัยเวชวิวัฒน์ จำกัด(มหาชน)