



นโยบายการสื่อสารการตลาด
อย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค
บริษัท อิทธิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

นโยบายฉบับนี้ได้รับการทบทวนในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท
ครั้งที่ 1/2568 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2568

1. หลักการและเหตุผล

บริษัท อิทธิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลการตลาดต่างๆ ของบริษัทไปยัง ผู้บริโภค ในทุกช่องทางของทุกประเภทการสื่อสาร รวมทั้งรายละเอียดของสินค้าที่ปรากฏบนฉลากสินค้า สื่อ ณ จุด ขาย สื่อออฟไลน์ สื่อออนไลน์ และอื่นๆ โดยคำนึงถึงความถูกต้องตามหลักคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้งผลกระทบด้านกฎหมาย ภาพลักษณ์ของบริษัทไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความ คิดเห็น การชักถาม การตอบ รวมถึงการชี้แจงต่างๆ บนสื่อดังกล่าว

บริษัทมีนโยบายที่จะให้การสื่อสารจากทางบริษัท ในทุกช่องทางถูกดำเนินการด้วยความระมัดระวัง และ ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอและเท่าเทียมกัน โดยบริษัทจะเคารพสิทธิเสรีภาพ ปฏิบัติตามหลักการ กำกับดูแลกิจการที่ดี และจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติคุ้มครอง ผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทจะสื่อสารข้อมูลทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์ สูงสุดต่อผู้บริโภค โดยไม่เปิดเผยข้อมูลที่บิดเบือน ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายอันส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ขององค์กร

2. ขอบเขตของนโยบาย

นโยบายนี้ใช้บังคับกับกรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัททุกระดับ

3. ความรับผิดชอบและแนวทางปฏิบัติการสื่อสารภาพรวม (สื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์)

เพื่อกำหนดมาตรฐานและแนวทางการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค โดยใช้ช่องทางดิจิทัลต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์, Social media, SMS, และ email เพื่อให้การสื่อสารมีความเหมาะสม โปร่งใส และ เคารพสิทธิของผู้บริโภค บริษัทจึงจัดทำนโยบาย โดยครอบคลุมการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลทั้งหมดสอดคล้องกับกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค รวมถึงเว็บไซต์, Social media, SMS, และ email

แนวทางปฏิบัติ

1. ความโปร่งใส

- 1.1 แสดงข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน เช่น ราคาสินค้าและบริการ เงื่อนไขการขายและการรับประกัน การติดฉลากสินค้าและผลิตภัณฑ์ ต้องใช้ข้อความที่ตรงกับข้อเท็จจริงของสินค้า และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ รวมทั้งมีการระบุรายละเอียดให้ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด
- 1.2 การสื่อสารและทำการตลาดอย่างสร้างสรรค์ สามารถ เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลเพียงพอ สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการชี้แจงข้อกำหนดและเงื่อนไขอย่างชัดเจนในทุกการสื่อสาร
- 1.3 ไม่ทำการตลาดด้วยวิธีการบิดเบือนข้อมูลหรือโจมตีตราสินค้าอื่นด้วยข้อมูลอันเป็นเท็จ
- 1.4 การสื่อสารและโฆษณา รวมถึงการทำตลาดต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้า ที่อาจมีความเปราะบาง เช่น เด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปี ในทุกช่องทางการสื่อสาร

2. การเคารพความเป็นส่วนตัว

- 2.1 เก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างปลอดภัยและไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่สามโดยไม่ได้รับความยินยอมจากลูกค้า
- 2.2 มีการขอความยินยอมก่อนส่งข้อมูลการตลาดผ่าน SMS และ Email
- 2.3 ปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น PDPA

3. การสื่อสารผ่านเว็บไซต์

- 3.1 อัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นข้อมูลล่าสุด
- 3.2 แสดงข้อมูลการติดต่อของบริษัทอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามหรือร้องเรียนได้สะดวก

4. การสื่อสารผ่าน Social Media

- 4.1 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงประเด็น ตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็วและสุภาพ
- 4.2 หลีกเลี่ยงการโพสต์หรือแชร์ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม
- 4.3 เนื้อหาโฆษณาไม่แสดงถึงทัศนคติที่เลือกปฏิบัติ หรือสร้างความไม่พอใจต่อเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ สัญชาติ ศาสนา ความเชื่อ ที่มา เพศ อายุ ความทุพพลภาพ อัตลักษณ์ LGBT ฯลฯ และคำนึงถึงลูกค้าของเราเสมอ

5. การสื่อสารผ่าน SMS และ Email

- 5.1 ส่งข้อความการตลาดเฉพาะเมื่อได้รับความยินยอมจากลูกค้าเท่านั้น
- 5.2 ระบุชัดเจนถึงวิธีการยกเลิกการรับข้อมูลการตลาดในทุกข้อความที่ส่งไปยังลูกค้า
- 5.3 กำหนดจำนวนครั้งในการส่งข้อความต่อสัปดาห์หรือเดือนอย่างชัดเจน และหลีกเลี่ยงการส่งข้อความในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม เช่น เวลากลางคืน

6. การประเมินผลและการปรับปรุง

- 6.1 มีการประเมินผลการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับปรุงและพัฒนาแนวทางปฏิบัติให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
- 6.2 รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคเพื่อนำมาปรับปรุงการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น
- 6.3 นำข้อมูลจากการติดตามผลและข้อร้องเรียนมาปรับปรุงนโยบาย

ในกรณีที่ลูกค้ามีข้อสงสัย หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม หรือต้องการร้องเรียนเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สามารถติดต่อได้ที่

เจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
บริษัท อิทธิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
89/18-19 หมู่ที่ 5 ต.พันท้ายนรสิงห์ อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร 74000
โทรศัพท์ : 034-872-577
E-mail Address: dpo@lighttrio.com

การสื่อสารผ่านออนไลน์

การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ของบริษัทเป็นการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการและสื่อถึงผู้บริโภคในมุมกว้าง ดังนั้นการสื่อสารต้องช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทฯ และตราสินค้าของบริษัทฯ โดยพนักงานผู้ดูแลสื่อ ออนไลน์ต้องสามารถป้องกันการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว โดยต้องศึกษาและทำความเข้าใจเป็นอย่างดีเรื่อง “การ ตั้งค่าความเป็นส่วนตัว” (Privacy Settings) บนสื่อออนไลน์ รวมถึงปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสม

การสร้างเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ที่เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการ ของบริษัทฯ ผู้สาธารณะ ต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากผู้บังคับบัญชาระดับฝ่ายที่ตนสังกัด และก่อนการเปิดใช้ งานต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาข้างต้นรับทราบเป็นลายลักษณ์อักษร โดยเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) อย่างเป็นทางการของบริษัทนั้นย่อมเป็นสิทธิของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว

พนักงานทุกคนที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ต้องปฏิบัติตามนโยบายนี้อย่างเคร่งครัด ผู้บริหารจะทำหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายนี้ และมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายเป็นประจำเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัททราบดีว่าการตลาดและการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทจากคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงยึดมั่นในการปฏิบัติทางการตลาดตามแนวทางที่ถูกต้อง มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และเป็นธรรมต่อผู้บริโภค ไม่มีการโฆษณาที่ผิดจรรยาบรรณ ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ คลุมเครือ เกินจริง หรือข้อมูลประเภทอื่น ๆ ที่อาจส่งผลเสียต่อสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ทั้งนี้บริษัทฯ มีแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการเหตุล่วงละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงกระบวนการจัดการเรื่องร้องเรียน แนวทางการแก้ไข การเยียวยา ให้กับลูกค้าที่ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล โดยแนวทางและกระบวนการดังกล่าวให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่บริษัทกำหนด

นโยบายฉบับนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างการสื่อสารการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและผู้บริโภค บริษัท อธิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามนโยบายนี้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีทั้งในด้านธุรกิจและสังคมโดยรวม

การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ของบริษัท

วัตถุประสงค์เพื่อกำหนดวิธีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์มีปัญหา หรือมีข้อสงสัยว่าอาจมีปัญหา ขอบเขต มาตรฐานวิธีปฏิบัติที่สามารถใช้ได้กับการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตโดยบริษัท

- เมื่อได้รับข้อร้องเรียนใด ๆ เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ความบริสุทธิ์ รวมถึงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ฉลาก ฯลฯ จะต้องมีการสืบหาสาเหตุของ ปัญหาดังกล่าวทุกครั้ง และต้องมีการเรียกคืนผลิตภัณฑ์เมื่อจำเป็น

- การเรียกคืนผลิตภัณฑ์อาจเป็นไปโดยสมัครใจ หรือตามข้อบังคับการเรียกคืนผลิตภัณฑ์โดยสมัครใจ อาจเกิดขึ้นเมื่อผู้ผลิตได้รับข้อร้องเรียนโดยตรง หรือเมื่อผู้ผลิตตระหนักถึงปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพความปลอดภัย หรือความคงสภาพของผลิตภัณฑ์ การเรียกคืนผลิตภัณฑ์ตามข้อบังคับจะเกิดขึ้นภายใต้คำแนะนำของผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย เมื่อมีรายงานเกี่ยวกับอาการไม่พึงประสงค์ หรืออุบัติการณ์ใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการใช้ผลิตภัณฑ์ แล้วถูกรายงานโดยสาธารณสุข โรงพยาบาล แพทย์ หรือห้องปฏิบัติการ

แนววิธีปฏิบัติ

1. ผู้รับผิดชอบการเรียกคืนผลิตภัณฑ์กรอกแบบฟอร์มการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ ซึ่งบริษัทกำหนดให้ฝ่ายการตลาด โดยอยู่ภายใต้การกำกับของ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (COO) และตัวแทนจากฝ่ายผลิตและบริการ ฝ่ายซัพพลายเชน-คลังสินค้า ทำหน้าที่ความรับผิดชอบหลักในตรวจสอบและประเมินความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ที่อาจต้องเรียกคืน ประสานงานภายในและภายนอกองค์กร ดำเนินการควบคุม กระจาย เก็บคืนผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่าย และรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง

รายละเอียดการติดต่อหน่วยงาน: ฝ่ายการตลาด โทร: 034-872-577 ต่อ 102 อีเมล: mkt@lighttrio.com

มีขั้นตอนการจัดการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ตรวจพบปัญหาผลิตภัณฑ์จากลูกค้า, หน่วยงานตรวจสอบ หรือระบบ QC ภายใน
2. ประเมินความเสี่ยงและเสนอความเห็นต่อฝ่ายรับผิดชอบ
3. อนุมัติการเรียกคืนผลิตภัณฑ์
4. แจ้งเตือนลูกค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ (ประกาศหน้าเว็บไซต์, สื่อออนไลน์, ตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ)
5. จัดเก็บสินค้าคืนจากลูกค้า และติดตามผล
6. สรุปข้อมูลเรียกคืนเพื่อนำมาปรับปรุงการผลิตและออกมาตรการป้องกัน

2. ติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดโดยเร็วที่สุด (ไม่ควรเกิน 72 ชั่วโมง) ซึ่งการติดต่ออาจทำได้โดยการโทรศัพท์ โทรสาร อีเมล หรือช่องทางการสื่อสารใด ๆ ที่รวดเร็วกว่าก็ได้

3. ปรีกษาฝ่ายจัดส่ง/กระจายสินค้าเพื่อตรวจสอบบันทึกการขนส่ง และระบุผู้รับสินค้า รวมถึงจำนวนสินค้า ทั้งหมดในรุ่นการผลิตนั้น ๆ พร้อมรับภาระกระจายสินค้า และการขายสินค้าทั้งหมดในรุ่นการผลิตนั้น

4. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เรียกคืนทั้งหมดจะต้องใกล้เคียงกับจำนวนที่กระจายออกไปมากที่สุด หากไม่สามารถเรียกคืนผลิตภัณฑ์ได้ จะต้องมีการสืบหาสาเหตุ

5. ผลิตภัณฑ์ที่เรียกคืนจะต้องถูกกักกันไว้ในพื้นที่เฉพาะ ไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ระหว่างการสืบหาสาเหตุของปัญหาติดป้ายระบุ "ห้ามใช้งาน" พร้อมข้อมูลล็อตสินค้า

6. การทำลาย ดำเนินการทำลายสินค้าตามประเภท เช่น การแยกวัสดุอิเล็กทรอนิกส์, แผงโซลาร์เซลล์ ฯลฯ ตามกฎหมายว่าด้วยการกำจัดของเสีย จัดทำรายงานและภาพถ่ายประกอบการทำลาย เพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

7. การติดตามผลและการป้องกันการเกิดซ้ำ มีการทบทวนข้อมูลการเรียกคืนโดยฝ่ายการตลาด วิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริง (Root Cause Analysis) นำไปสู่การแก้ไขกระบวนการผลิต (Corrective Action) และป้องกันการเกิดซ้ำ (Preventive Action)