



ประกาศเครือเจริญโภคภัณฑ์

ที่ คจก. 052 / 2560

เรื่อง นโยบายและแนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์

Social Media Usage Policy & Guidelines for C.P. Group Companies

หลักการและเหตุผล

เครือเจริญโภคภัณฑ์ ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเคารพสิทธิเสรีภาพในการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อการเคารพกฎหมาย รวมทั้งการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น

ทั้งนี้พนักงานทุกคนถือเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กร (Brand Ambassador) ซึ่งร่วมสร้างคุณค่าและมีความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรจึงเห็นสมควรกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อใช้เป็นแนวทางกำกับดูแลการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ข้อมูล และการแสดงความคิดเห็นของพนักงานให้เป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสม หลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในวงกว้าง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อกำหนดขอบเขตของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับตัวบุคคล
2. เพื่อสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของบุคลากรและการดำเนินงานขององค์กร
3. เพื่อลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
4. เพื่อป้องกันการเปิดเผยข้อมูลความลับในทุกระดับ ทั้งในระดับองค์กร บุคลากร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
5. เพื่อกำหนดมาตรฐาน แนวทางปฏิบัติให้บุคลากรในองค์กร ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยในการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

Background & Objectives

Charoen Pokphand Group (C.P. Group) is well aware of the growing importance of communicating information/data/content related to its businesses/organization via social media channel and the need to respect individual's freedom to use social media which must be based on consciousness, respect for the law, as well as ensuring protection of human rights of those who might be affected by such communications.

Every employee is deemed a "Brand Ambassador" of the organization, helping to contribute values to society and uphold principle of social responsibility. C.P. Group hence puts forth a policy and a set of guidelines for our employees for accessing to, communicating information/data via and expressing opinion through social media to ensure that such activities will be conducted appropriately and will not result in unintended widespread consequences. This Social Media Usage Policy and Guidelines is proposed with the following objectives:

1. To set the scope of individual use of social media;
2. To develop and maintain personnel and corporate image and reputation;
3. To avoid or reduce risks of unintended negative consequences from the use of social media;



4. To prevent disclosure of confidential information belonging to the organization, employees and stakeholders; and,

5. To set up a common standard and guideline for employees and raise awareness about responsible use of social media.

ขอบเขตของนโยบาย

ภายใต้นโยบายนี้ การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเผยแพร่ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อมูลใด ๆ หรือแสดงความคิดเห็นของพนักงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีผลบังคับเหมือนกับการเผยแพร่ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางช่องทางอื่นๆ โดยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภทจะต้องปฏิบัติตามให้สอดคล้องตามแนวนโยบายขององค์กร ได้แก่ จรรยาบรรณธุรกิจ (Code Of Conduct) โดยต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด รวมถึงกฎหมายหรือข้อปฏิบัติที่อาจกำหนดเพิ่มเติมในภายหน้าด้วย

Scope of the Policy

Under this policy, accessing to and using of social media network, posting of messages, images, video clips, voice clips, and any other form of information on and expressing opinion through social media network are to be considered having equivalent effect as the distribution or publication of such materials on any other channel. The use of all kind of social media shall be in compliance with the organization's policy, namely, the Code of Conduct, as well as applicable laws and other regulations that may be enacted in the future.

คำนิยาม

Definition

คำนิยามที่ใช้ในนโยบายนี้ ประกอบด้วย

Definitions as applicable to this Policy:

- **สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)** หมายถึง ช่องทางหรือสื่อใดๆ ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนโลกออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้ด้วยตัวเอง ออกสู่สาธารณะ และมีการตอบสนองได้หลายทิศทาง โดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ เช่น บล็อกเสรี (Blog) วิกิพีเดีย (Wikipedia) พันทิป (Pantip) รวมถึงเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่างๆ เช่น Facebook Twitter LinkedIn Google Plus MySpace YouTube และ Flickr เป็นต้น

Social media: channel or media platform on internet network through which users can create and post content for the public to access. Such platform may be accessible through multiple types of devices, such as computers and mobile communication devices. Examples include: blogs, Wikipedia, Pantip web-board, social networks such as Facebook, Twitter, LinkedIn, GooglePlus, MySpace, YouTube and Flickr.



- **องค์กร** หมายถึง บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ทุกบริษัท

Organization: all companies of Charoen Pokphand Group

- **หน่วยงาน** หมายถึง หน่วยงานย่อยต่างๆ ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

Units: business or functional units of Charoen Pokphand Group

- **พนักงาน** หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ภายใต้สัญญาจ้างงาน หรือตามที่ระบุในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ในทุกตำแหน่งของหน่วยงานย่อยต่างๆ ในเครือเจริญโภคภัณฑ์

Employees: individuals hired (through employment contract or equivalent document) to all positions in all units of Charoen Pokphand Group.

- **แนวทางปฏิบัติ (Guideline)** หมายถึง แนวทางที่ไม่ได้บังคับให้ปฏิบัติ แต่แนะนำให้ปฏิบัติตามเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น

Guideline: a set of recommended actions or responses, though not mandated, that employees are encouraged to adopt.

- **โพสต์ (Post)** หมายถึง การส่งข้อความตัวอักษร ภาพ เสียง หรือวิดีโอคลิป เข้าสู่สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

Post: an action of placing information in the form of text, image, audio, or video onto a social media, such as a website, in order to express one's opinion or disseminate information.

- **ข้อมูลภายใน** คือ ข้อมูลที่ยังมิได้มีการเปิดเผยต่อประชาชนเป็นการทั่วไปซึ่งเป็นสาระสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหรือมูลค่าของหลักทรัพย์ และอาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ของผู้ลงทุน หรือวิธีการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการค้าหลักทรัพย์ของบริษัทที่เกี่ยวข้อง (เช่น การใช้สิทธิในการแปลงตราสารหุ้น) ตัวอย่างข้อมูลภายใน ได้แก่ ข้อมูลที่ยังไม่ประกาศอย่างเป็นทางการ ประกาศเกี่ยวกับเงินปันผล แผนการออกหรือซื้อคืนหลักทรัพย์ รายงานผลประกอบการของบริษัท การเจรจาเพื่อควบรวมกิจการ การเจรจาร่วมทุน และการเจรจาเกี่ยวกับข้อสัญญา รวมทั้งธุรกรรมและสัญญากับบริษัทอื่นที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ เป็นต้น

Inside information: information that has not been released to the public in general, which may impact stock prices or values, and may affect investors' decisions to buy or sell stocks, or conduct any transaction related to stocks trading (such as exercising options to convert the bond). Examples of inside information include: company information that has not yet been released, announcements on dividend payment, plan on issuance of new shares or buyback of shares, business performance, ongoing M&A negotiations, ongoing contract negotiations and information about other transactions and contracts to be made between the companies and other parties that have not yet been released to the public.



แนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

General Guideline for the Use of Social Media

1. หลักการและแนวปฏิบัติทั่วไป | Principles and General Guideline

- 1.1 พนักงานขององค์กรพึงตระหนักว่า ข้อความ หรือ ความเห็นต่าง ๆ ที่เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์นั้น ทุกคนสามารถเข้าถึงได้โดยสาธารณะ ผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบ ทั้งด้านสังคม และด้านกฎหมาย นอกจากนี้ อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียง การทำงาน และอนาคตของวิชาชีพของตนเอง

Employees are reminded that information such as messages and opinions posted on social media can be accessed by the general public, and as such, the person who post such content is responsible for any consequence, social or legal, that caused by such post. Unintended consequences may include risks to one's reputation and career opportunities.

- 1.2 พนักงานของหน่วยงานภายในองค์กร สามารถแสดงชื่อผู้ใช้งานในโลกออนไลน์ เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หรือติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แต่ต้องระบุให้ชัดเจนว่า ข้อความใดเป็น “ข่าวประชาสัมพันธ์” ข้อความใดเป็น “ความคิดเห็น” “ความคิดเห็นส่วนบุคคล” “การแลกเปลี่ยนข่าวสารส่วนตัว” “การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องงาน” หรืออื่นๆ ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวควรคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะด้วย

Employees may choose to identify themselves on social media, for the purpose of personal or work-related communications. However, he or she must clearly identify whether such communications are classified as “official press release”, “opinions”, “personal opinions”, “personal matters”, “work-related information communication”, etc.. Any such activity should be conducted with public benefits in mind.

- 1.3 ให้พนักงานพึงตระหนักเสมอว่าการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ควรแบ่งแยกระหว่างเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน ในหน้าที่ ซึ่งในทางปฏิบัติเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก ดังนั้น หากประสงค์จะใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน จะต้องศึกษาทำความเข้าใจกฎข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

Employees are reminded that they should clearly distinguish between personal matters and their official duties when using social media which, practically, may be a difficult task. Therefore, should one wish to disseminate information about the organization, he or she must carefully study and understand this social media guideline.

- 1.4 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ประชาสัมพันธ์ในนามขององค์กร หรือ หน่วยงานย่อยต่างๆ ขององค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เผยแพร่ ต้องแสดงชื่อ-สกุล ตำแหน่ง สังกัด หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อให้ชัดเจน เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล และเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาอ่านข้อมูลข่าวสารสามารถใช้ดุลพินิจในการติดตามข้อมูลที่เผยแพร่ออกไปได้

When using social media to disseminate information on behalf of the organization or the units, the employees must clearly identify his or her full name, position, department, and contact information, to ensure information credibility and allow readers to make better judgment about such disseminated information.



- 1.5 ให้พนักงานศึกษาการใช้ “การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว” หรือ “Privacy Settings” ให้เข้าใจเป็นอย่างดี และปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสมกับบริบทการใช้งาน ทั้งนี้เนื่องจากการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวโดยไม่เหมาะสม นอกจากจะส่งผลกระทบต่อตนเองแล้วยังอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรด้วย
Employees are encouraged to study and utilize ‘Privacy Settings’ as appropriate for the purpose of communication, to prevent invasion of privacy which will impact not only himself/herself but also the organization.
- 1.6 ให้พนักงานเคารพและระมัดระวังอย่างยิ่งในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่ให้ละเมิดความเป็นส่วนตัว (Privacy) และความลับ (Confidentiality) ของผู้ใช้งานร่วมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
Employees shall exercise caution when using social media to avoid the violation of privacy and confidentiality of other social media users.
- 1.7 ให้พนักงานพึงระมัดระวังการใช้ถ้อยคำและภาษาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน เข้าข่ายการดูหมิ่น หรือ หมิ่นประมาทบุคคลอื่น รวมถึงใช้ภาษาให้ถูกต้อง สุภาพ และสร้างสรรค์
Employees shall exercise caution in the choice of words and tone of communication to avoid the misunderstanding, affront or libel. Communications on social media should be conducted with appropriate, positive and polite language.
- 1.8 ให้พนักงานพึงงดเว้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์วิพากษ์วิจารณ์ ตลอดจนแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เป็นข้อมูลภายในองค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรได้
Employees shall refrain from writing critical content or expressing opinion on social media on the topic relating to the organization’s inside information which may adversely affect the organization.
- 1.9 ให้พนักงานพึงระมัดระวังอย่างยิ่งในการเผยแพร่ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะที่ไม่สร้างสรรค์ เพราะอาจเป็นการกระตุ้น การโน้มน้าว การปลุกกระแส หรือการยุยงส่งเสริมที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือการโต้เถียงที่รุนแรง โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับการเมือง สังคม ศาสนา หรือประเด็นที่ตรงข้ามกับแนวนโยบายขององค์กร
Employees shall exercise extreme caution in expressing negative comments or suggestions as they may instigate conflicts and violent disagreement, particularly on political, social and religious issues, or matters that are inconsistent with the organization’s policies.
- 1.10 พึงใช้รูปแสดงตัวตนที่แท้จริง และพึงงดเว้นการนำรูปบุคคลอื่น หรือรูปบุคคลสาธารณะ มาแสดงว่าเป็นรูปของตนเอง
Employees are encouraged to use their own pictures as their profile images, and refrain from using pictures of other people, including public figures, as their profile images.
- 1.11 ให้พนักงานพึงงดเว้นการโต้ตอบด้วยความรุนแรง การแสดงความคิดเห็นที่ไม่สร้างสรรค์ อันอาจนำไปสู่หรือก่อให้เกิดความขัดแย้งที่บานปลาย และอาจทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเสียหายได้
Employees shall refrain from retaliating on social media with harsh or negative tones or comment as it may lead to, or instigate, further conflicts, affecting the organization’s image and reputation.
- 1.12 พึงระมัดระวังข้อความที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก สตรี หรือ การละเมิดสิทธิมนุษยชน
Employees shall exercise caution when posting information that may impacts children, women, and other human rights issues.



- 1.13 ให้พึงระลึกเสมอว่า พนักงานจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ของหน่วยงานที่ตนเองสังกัดอยู่ โดยเคร่งครัดทุกประการ ทั้งนี้ การละเมิดกฎหมาย ตลอดจนจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ดังที่กำหนดไว้ เช่น การเปิดเผยข้อมูลความลับของผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง และผู้เกี่ยวข้องที่ได้มาจากการปฏิบัติหน้าที่หรือจากความไว้วางใจที่ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง ต่อทรัพย์สิน เกียรติ ชื่อเสียงของตัวบุคคล หน่วยงานย่อย และองค์กร เป็นต้น ถือเป็นความผิดทางวินัยอย่างร้ายแรง ผู้ที่ละเมิดอาจถูกดำเนินการทางวินัย ตลอดจนการดำเนินการตามกฎหมายด้วย
- Employees shall strictly adhere to applicable laws, and the organization's Code of Conduct. Illegal acts and violation of the organization's Code of Conduct, such as revealing personal or confidential information of the organization's executives, other employees, and related persons obtained during the course of the employees' work at the organization, which adversely affect properties or reputation of other employees, units or the organization will be considered as serious disciplinary offense and the violating employee shall be subject to disciplinary action and further legal proceedings.

2. หลักการส่งต่อข้อมูล / Forwarding of Information

ให้พนักงานปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ – Employees shall follow the following guidelines:

- 2.1 ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้เฉพาะบุคคลที่รู้จัก แสดงตัวตน ตำแหน่ง หน้าที่การงาน สถานะที่ชัดเจนเท่านั้น
- Employees should forward information only to known persons.
- 2.2 ละเว้นการส่งข้อมูลที่เป็นข่าวลือ ข่าวไม่ปรากฏที่มา หรือข้อมูลที่เป็นเพียงการคาดเดา
- Employees shall refrain from forwarding information which is rumor, speculation, or information with unknown origin.
- 2.3 พึงระลึกเสมอว่า ก่อนการส่งต่อข้อความที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน สังกัด และองค์กร ต้องตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลของหน่วยงาน สังกัด และองค์กร เช่น แอปพลิเคชัน CPG Connect แอปพลิเคชัน Green Book เว็บไซต์ทางการขององค์กร และอีเมลจากทางฝ่ายบุคคล หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กร เป็นต้น
- Employees are reminded that before forwarding any information concerning units or the organization, they should verify the information by cross-checking with other official sources of units or the organization, such as CPG Connect Application, Green Book Application, official websites, and official communications from Human Resources or Public Relations department.
- 2.4 พึงระลึกเสมอว่า การส่งต่อข้อความที่เป็นเท็จหรือข้อความที่ผู้กระจายข่าวประสงค์สร้างความสับสนวุ่นวายในบ้านเมือง เท่ากับตกเป็นเครื่องมือของบุคคลเหล่านั้น
- Employees are reminded that by forwarding false information or information that is fabricated by people who wish to cause social disturbances/chaos, they are effectively providing a service to those people.
- 2.5 ควรงดเว้นการส่งต่อข้อความเรื่องบุคคลเสียชีวิต เว้นเสียแต่ตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว
- Employees shall refrain from forwarding information concerning death of individuals without the thorough verification.



- 2.6 พึงระวังการส่งต่อ ข้อความเชิญชวนการร่วมชุมนุมเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง หรือ อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับความมั่นคง และควรตรวจสอบข้อเท็จจริงให้แน่ชัดเสียก่อน

Employees shall exercise extreme caution when forwarding information concerning political rallies and activities and other matter concerning national security and shall verify such information before relaying them to other people

3. หลักความรับผิดชอบ / Responsibilities

ให้พนักงานปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ – Employees shall follow the following guidelines:

- 3.1 พึงระวังการแสดงความคิดเห็น หรือ การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ที่อาจทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นความคิดเห็นขององค์กร หรือ หน่วยงานในองค์กร พนักงานควรแสดงข้อความจำกัดความรับผิดชอบ(Disclaimer) ว่าเป็นความเห็นส่วนตัว มิใช่ความเห็นขององค์กรหรือหน่วยงานที่ตนสังกัด เว้นแต่จะเป็นความเห็นขององค์กร หรือหน่วยงานย่อย อย่างแท้จริงหรือได้รับอนุญาตจากผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้อง (แล้วแต่กรณี)

Employees shall take every precaution to prevent the misrepresentation of the comment, information or data posted by them on social media as official information of the units or the organization. Employees should include a disclaimer clause stating clearly that the content is their own personal opinion, not an official comment of the units or the organization, unless such content is genuinely the official comment of the units or the organization, and the said employee has been authorized to post such content.

- 3.2 ควรแสดงความรับผิดชอบ ด้วยการขอโทษ แสดงความเสียใจทันที เมื่อรู้ว่าการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดพลาด หรือกระทบต่อบุคคลอื่น

Employees shall take the responsibility to apologize and express regrets as soon as they become aware that they have disseminate inaccurate information, or that the information has adversely affected other people.

- 3.3 กรณีการส่งต่อข้อความข่าวลือหรือข่าวเท็จ ต้องแก้ไขข้อความนั้นโดยทันที หากสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ และพึงแสดงข้อเท็จจริงให้เป็นที่ประจักษ์

Employees shall make every effort to promptly correct a content they have forwarded or posted once they discovered that it is a rumor or false information. If possible, they should seek out and manifest the fact in that regard.

- 3.4 หากพบข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ควรดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นผู้ดำเนินการดังกล่าว

Employees shall promptly correct any false information once it is found and clearly identify themselves as the person correcting such information.

- 3.5 หากพบข้อมูลใดๆ ที่ไม่เหมาะสม (เช่น สิ่งที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หรือการแสดงความคิดเห็นที่เป็นการหมิ่นประมาท) ควรดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว โดยลบข้อความดังกล่าวออกทันที เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดข้อขัดแย้งทางกฎหมาย และผลกระทบด้านลบต่อองค์กร

Employees shall promptly remove inappropriate information (e.g. third-party copyright content, defamation comment) once it is found to reduce the risk of legal conflict and negative impacts to the organization.



4. การพบข้อร้องเรียนและประเด็นขัดแย้ง – Complaints and Disputes

ให้พนักงานปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ – Employees shall follow the following guidelines:

- 4.1 หากพบเห็นข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรหลีกเลี่ยงการถกเถียงหรือโต้ตอบ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดอารมณ์รุนแรงและบานปลายในที่สุด

Employees are encouraged to avoid debating and responding to content containing complaints about their business units or the organization which might instigate more conflicts and escalate the situation.

- 4.2 หากพบเห็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหลีกเลี่ยงการถกเถียงหรือโต้ตอบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเครือข่ายองค์กรได้

Employees are encouraged to avoid debating or responding to distorted fact/information relating to their units or the organization which can lead to further repercussion against the organization.

5. การไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ – Confidentiality

การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับชุมชนออนไลน์ รวมถึงการโพสต์ข้อความที่เกี่ยวข้องกับงานประจำ เป็นสิ่งที่คุณสามารถทำได้ ถ้าไม่ขัดต่อจรรยาบรรณธุรกิจ (Code of Conduct) ของหน่วยงานที่สังกัด เว้นแต่ข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญหรือเป็นความลับขององค์กร ซึ่งห้ามเปิดเผยโดยเด็ดขาด เช่น รายละเอียดของโครงการลงทุน ข้อมูลสำคัญทางการเงิน งานวิจัย เป็นต้น

Employees have the right to participate in social media discussions, including posting information about their work, provided that such action does not violate their units' Code of Conduct. However, they shall not disclose any confidential information, such as investment project details, financial data, or internal research projects.

6. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล – Credibility

ไม่เผยแพร่ข้อความที่เป็นเท็จหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ในการโพสต์ข้อความใดๆ ควรระบุที่มาของข้อมูลอย่างชัดเจน ควรพิจารณาเนื้อหาอย่างรอบคอบและระมัดระวัง โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

Employees shall not disseminate false or misleading information. When disseminating information on social media, they should state the source of the information clearly. Extra care and consideration should be taken before posting any information especially for content that may contain personal information.

7. ไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา – Copyrights and Intellectual Properties

ไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์และงานใดๆ ที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่น รวมทั้งขององค์กรเอง ทั้งนี้ การอ้างอิงคำพูดหรือข้อมูลของผู้อื่น ควรใช้ข้อความที่คัดลอกมาสั้นๆ เท่านั้น และควรระบุถึงที่มาของแหล่งข้อมูลหรือเจ้าของผลงานเสมอ หรือควรเชื่อมลิงก์ไปยังงานของเจ้าของข้อมูล

Employees shall comply with copyright and intellectual property laws and shall not infringe copyright materials belonging to other person or the organization. When quoting or referring to statement or information belonging to other person, the employees should always clearly specify the source or the owner of such statement or information. In such cases, it is recommended to provide a link to its origin rather than simply copying and pasting such statement or information and using it as employees' own content.



8. คำหึงถึงผู้เข้าชมและผู้เกี่ยวข้อง – Consideration for the Audience and related persons

พนักงานทุกคนไม่ควรโพสต์ข้อมูลใดๆ ที่ขัดแย้งกับข้อกำหนดขององค์กร รวมทั้งควรละเว้นการแสดงความคิดเห็นที่ก้าวร้าว หมิ่นประมาท ดูถูกเป็นการส่วนตัว ลามกอนาจาร และอื่นๆ ที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนหัวข้อที่เป็นความคิดเห็นส่วนตัวที่อาจเป็นการยั่วยุหรือขัดต่อจริยธรรม เช่น การเมือง ศาสนา ชนชาติ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ที่โพสต์โดยพนักงานขององค์กร โดยที่ไม่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ ถือเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลเท่านั้น ไม่ได้เป็นความคิดเห็นอย่างเป็นทางการขององค์กร

Employees are reminded that they should not post any content that violates the organization's standards, as well as content containing aggressive, offensive, abusive, defamatory, obscene or other inappropriate statements. Topics which are personal opinions that is unethical or may instigate violent disagreement, such as politics, religion, racial issues, should also be avoided.

Social media posts under the employees' own personal account without formal authorization of the organization are considered personal opinions and not official statement of the organization.

9. การปกป้องผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานพันธมิตรขององค์กร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง – Protection of Stakeholders, Alliances of the Organization, and Related Persons

ไม่ควรอ้างอิงหรือเปิดเผยข้อมูลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานพันธมิตรขององค์กร ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องก่อนได้รับอนุญาต รวมถึงไม่พาดพิงถึงข้อมูลรายละเอียดที่เป็นความลับเกี่ยวกับข้อผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งนี้ ควรระมัดระวังการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการค้ากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานพันธมิตร รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เช่น ควรระวังการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับหรือความลับทางการค้า เป็นต้น

Employees should not refer to, or reveal, information of the organization's stakeholders, alliances and related persons, without prior permission as well as not disclose any confidential information related to the organization's relationship with its stakeholders.

Employees should exercise caution when using social media as a channel for communicating or conducting transaction with the organization's stakeholders, alliances, and other related persons, especially when dealing with confidential information and trade secrets.

10. การคำนึงถึงผลกระทบจากการใช้งาน – Considering the Consequences of Actions on Social Media

พนักงานต้องคำนึงถึงผลกระทบของการโพสต์ข้อความในบัญชีผู้ใช้งาน (user account) ส่วนตัว โดยเฉพาะข้อความที่อาจจะก่อให้เกิดความขัดแย้งกับองค์กร ซึ่งข้อความดังกล่าวอาจถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง ดังนั้น จึงควรเพิ่มความระมัดระวัง และทบทวนให้ละเอียดถี่ถ้วนก่อนโพสต์ข้อความใดๆ ออกสู่สาธารณะ

Employees shall take into account the impact especially any potential conflict with the organization when posting on social media with their personal account as any content they post may be referred to by other persons. Therefore, employees are encouraged to exercise caution and carefully review the content of their post, prior to posting it to the public.



11. การคำนึงถึงผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน – Impact to Official Duty

การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะต้องไม่รบกวนการปฏิบัติงานหรือหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย

The employees' use of social media shall not interfere with their official work responsibilities.

12. การฝ่าฝืนและบทลงโทษ – Violation and Penalty

พนักงานทุกคนต้องรับทราบ ทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างเคร่งครัด ซึ่งองค์กรไม่รับผิดชอบต่อผลของการกระทำที่เกิดจากพนักงาน และ/หรือบัญชีผู้ใช้งานที่ฝ่าฝืนต่อนโยบายนี้

หากพนักงานท่านใดกระทำความผิด ฝ่าฝืน หรือกระทำการใดๆ ที่ขัดต่อนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฉบับนี้ พนักงานคนดังกล่าวต้องได้รับการพิจารณาโทษและถูกลงโทษทางวินัย ซึ่งหากเป็นความผิดร้ายแรงพนักงานอาจถูกพิจารณาเลิกจ้าง หรืออาจถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย หากการกระทำฝ่าฝืนต่อนโยบายนี้เป็นความผิดตามกฎหมาย และก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร

Employees are required to read, understand and comply with the content of this Social Media Usage Policy and Guideline. The organization will not take any responsibility for adverse consequences arising from actions of the employees who violate this Social Media Usage Policy and Guideline, and activities related to their social media account.

Employees who violate this Social Media Usage Policy and Guideline may be subject to investigation and disciplinary action. In severe cases, the said employee may receive the maximum penalty of termination of employment. Legal action may be taken in cases where laws have been violated and there are damages against the organization.

ประกาศ ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2560

(นายสุกชัย เจียรนนท์)

ประธานคณะผู้บริหาร
เครือเจริญโภคภัณฑ์