

นโยบายด้านการตลาดและการโฆษณาอย่างมีความรับผิดชอบ

1. บทนำและเจตนารมณ์ของนโยบาย

บริษัท ออนเซ็น รีทรีต แอนด์ สปา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ONSENS ดำเนินธุรกิจให้บริการออนเซ็น สปา และบริการด้านสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Yunomori และ KLAI Spa โดยมีสาขาครอบคลุมทั้งในประเทศไทยและภูมิภาค ได้แก่ สาขา Yunomori Sukhumvit 26, Yunomori Sathorn 10, Yunomori Pattaya และ KLAI Spa บริษัทฯ ตระหนักดีว่าการโฆษณาและการสื่อสารทางการตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างความเชื่อมั่น สะท้อนคุณค่าของแบรนด์ และสื่อสารคุณประโยชน์ของบริการสู่ลูกค้า บริษัทฯจึงยึดมั่นในหลักการโฆษณาอย่างรับผิดชอบ (Responsible Advertising) เพื่อให้การสื่อสารทุกรูปแบบมีความซื่อสัตย์ โปร่งใส และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค

นโยบายนี้ใช้บังคับกับกิจกรรมการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารดิจิทัลทุกประเภทของบริษัทและบริษัทในเครือ ทั้งที่ดำเนินการโดยตรงและผ่านตัวแทนหรือพันธมิตรทางธุรกิจ

2. วัตถุประสงค์

นโยบายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- เพื่อกำหนดมาตรฐานการสื่อสารทางการตลาดที่ซื่อสัตย์ โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม
- เพื่อปกป้องผู้บริโภคจากข้อมูลที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการของบริษัท
- เพื่อสร้างและรักษาความไว้วางใจจากลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดสอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและยั่งยืนของแบรนด์ ONSENS ในระยะยาว

3. ขอบเขตการบังคับใช้

นโยบายนี้มีผลบังคับใช้กับ

- พนักงานทุกระดับ ได้แก่ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายสื่อสารองค์กร ฝ่ายขาย และฝ่ายดิจิทัล
- ผู้บริหารที่รับผิดชอบการอนุมัติเนื้อหาโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์
- ตัวแทนโฆษณา เอเจนซี สื่อ และพันธมิตรที่ดำเนินการสื่อสารในนามของบริษัท
- Influencer, Brand Ambassador และผู้สร้างเนื้อหา (Content Creator) ที่ได้รับการว่าจ้างหรือร่วมมือกับบริษัท
- กิจกรรมทางการตลาดในทุกช่องทาง ทั้งออนไลน์และออฟไลน์

4. หลักการสำคัญด้านการโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

4.1 ความซื่อสัตย์และความถูกต้องของข้อมูล (Truthfulness & Accuracy)

- ONSENS มุ่งมั่นที่จะสื่อสารข้อมูลที่เป็นความจริง ถูกต้อง และสามารถพิสูจน์ได้ในทุกเนื้อหาโฆษณา โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้
- ข้อมูลทุกอย่างที่ปรากฏในโฆษณาต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องก่อนเผยแพร่
- ห้ามใช้ข้อมูลทางการแพทย์หรือสุขภาพที่ไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ

- ผลลัพธ์ที่นำเสนอต้องเป็นผลที่ลูกค้าสามารถคาดหวังได้จริง ไม่ใช่ผลที่ดีที่สุดในอดีต
- ราคา โปรโมชัน และเงื่อนไขต้องระบุอย่างชัดเจนและครบถ้วน

4.2 ความโปร่งใส (Transparency)

บริษัทยึดมั่นในความโปร่งใสของการสื่อสาร โดยเฉพาะในยุคที่การตลาดดิจิทัลมีความซับซ้อน

- เนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน (Sponsored Content) ต้องแสดงสถานะอย่างชัดเจน
- การทำงานร่วมกับ Influencer ทุกรายต้องมีการเปิดเผยความสัมพันธ์ทางพาณิชย์ตามกฎหมาย
- ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสม แหล่งที่มา และกระบวนการให้บริการต้องเปิดเผยเมื่อมีการร้องขอ
- นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลต้องเปิดเผยต่อสาธารณะและเข้าถึงได้ง่าย

4.3 การเคารพสิทธิ์และศักดิ์ศรีของผู้บริโภค (Consumer Dignity & Rights)

- ห้ามใช้เนื้อหาที่เลือกปฏิบัติ ดูถูก หรือสร้างความเป็นปรีชาต่อกลุ่มบุคคลใด
- ห้ามโฆษณาที่ใช้ความกลัว ความอับอาย หรือแรงกดดันทางสังคมเพื่อบีบบังคับการซื้อ
- เนื้อหาต้องเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม เพศ อายุ และภูมิหลัง
- ห้ามสร้างภาพลักษณ์ร่างกายที่ไม่สมจริงหรือกระตุ้นให้เกิดความไม่พึงพอใจในตนเองอย่างไม่สมเหตุสมผล

4.4 การคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง (Protection of Vulnerable Groups)

- ห้ามโฆษณาที่มุ่งเป้าหมายไปยังเด็กในลักษณะที่ไม่เหมาะสม
- เนื้อหาสำหรับบริการที่มีข้อจำกัดทางสุขภาพต้องระบุคำเตือนอย่างชัดเจน
- ต้องมีช่องทางสำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการพิเศษในการเข้าถึงข้อมูล

4.5 การโฆษณาที่ยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Sustainable Advertising)

- ข้ออ้างด้านสิ่งแวดล้อม (Green Claims) ต้องมีหลักฐานรองรับ ห้าม Greenwashing
- สื่อโฆษณาที่พิมพ์ต้องใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อเป็นไปได้
- ส่งเสริมการสื่อสารที่สะท้อนคุณค่าด้านความยั่งยืนตามกลยุทธ์ ESG ของบริษัท

5. มาตรฐานการปฏิบัติตามช่องทางการตลาด

5.1 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

- เนื้อหาทุกชิ้นต้องผ่านการอนุมัติจากผู้รับผิดชอบก่อนเผยแพร่
- ห้ามลบหรือซ่อนความเห็นเชิงลบจากลูกค้าโดยไม่มีเหตุผลอันชอบธรรม
- การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนต้องทำภายใน 24 ชั่วโมงในวันทำการ
- ต้องระมัดระวังการใช้ Hashtag และ Trend ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด

5.2 การตลาดผ่าน Influencer และ KOL

- ต้องทำสัญญาที่ระบุข้อกำหนดด้านความถูกต้องและความโปร่งใสของเนื้อหา
- Influencer ต้องใช้ #Sponsored, #Ad, #Paid หรือ #โฆษณา อย่างชัดเจน
- ห้าม Influencer อ้างสรรพคุณที่เกินจริงหรือไม่ได้รับการยืนยันจากบริษัท
- บริษัทต้องตรวจสอบเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

5.3 การโฆษณาดิจิทัลและ Search Engine

- โฆษณา Paid Search ต้องระบุข้อมูลที่ตรงกับหน้า Landing Page
- ห้ามใช้ Keyword ที่ทำให้สับสนกับแบรนด์คู่แข่งโดยไม่ชอบธรรม
- การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อ Targeting ต้องสอดคล้องกับ PDPA

5.4 สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ (OOH)

- ต้องระบุชื่อแบรนด์ สาขา และข้อมูลการติดต่ออย่างถูกต้องครบถ้วน
- ข้อเสนอมือโปรโมชันต้องระบุวันหมดอายุและเงื่อนไขชัดเจน
- รูปภาพที่ใช้ต้องได้รับอนุญาตและไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

6. กรอบกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ONSENS ปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ดังนี้

กฎหมาย / มาตรฐาน	ขอบเขตที่เกี่ยวข้อง
พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม	ห้ามโฆษณาที่ใช้ข้อความอันเป็นเท็จหรือโอ้อวดเกินความจริง
พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) พ.ศ. 2562	การเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด
พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560	การสื่อสารและโฆษณาในสื่อออนไลน์
ประกาศ กสทช. เกี่ยวกับโฆษณาในสื่อโทรคมนาคม	การส่งข้อความเชิงพาณิชย์และอีเมลการตลาด
ICC Advertising and Marketing Communications Code	มาตรฐานสากลด้านจริยธรรมการโฆษณา
UN Guiding Principles on Business and Human Rights (UNGPs)	การเคารพสิทธิมนุษยชนในการสื่อสารทางการตลาด
GRI Standard 417: Marketing and Labeling	การรายงานด้านการสื่อสารการตลาดและการติดฉลาก

7. กระบวนการอนุมัติและตรวจสอบเนื้อหาโฆษณา

7.1 ขั้นตอนการอนุมัติเนื้อหา

กระบวนการอนุมัติเนื้อหาโฆษณาทุกประเภทของ ONSENS ดำเนินตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ฝ่ายการตลาดจัดทำร่างเนื้อหาพร้อมแหล่งอ้างอิงข้อมูลทุกชิ้น
2. ผู้จัดการการตลาดตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้องกับนโยบายนี้
3. ฝ่ายกฎหมายทบทวนเนื้อหาที่มีข้ออ้างทางการแพทย์หรือสุขภาพ

4. ผู้อำนวยการหรือรองประธานเจ้าหน้าที่บริหารอนุมัติขั้นสุดท้าย
5. จัดเก็บเอกสารการอนุมัติเพื่อการตรวจสอบย้อนหลัง

7.2 เนื้อหาที่ต้องผ่านการตรวจสอบพิเศษ

- ข้ออ้างด้านสุขภาพและการบำบัดโรค
- เนื้อหาที่มีการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- โปรโมชันที่เกี่ยวข้องกับราคาหรือข้อเสนอพิเศษ
- เนื้อหาที่มีรูปภาพหรือคำพูดจากบุคคลที่สาม
- เนื้อหาที่เผยแพร่ในช่วงสถานการณ์วิกฤต

8. การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโฆษณา

ONSENS ให้ความสำคัญกับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคเกี่ยวกับเนื้อหาโฆษณา โดยมีกระบวนการดังนี้

- รับข้อร้องเรียนผ่านทุกช่องทาง ได้แก่ อีเมล เว็บไซต์ สาขา และสื่อสังคมออนไลน์
- แจ้งรับทราบข้อร้องเรียนภายใน 1 วันทำการ
- ดำเนินการสอบสวนและตอบสนองภายใน 7 วันทำการ
- หากพบว่าโฆษณาฝ่าฝืนนโยบาย ให้ถอดถอนหรือแก้ไขทันที
- บันทึกและรายงานสถิติข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

9. บทบาทและความรับผิดชอบ

ตำแหน่ง / หน่วยงาน	ความรับผิดชอบหลัก
คณะกรรมการบริษัท	กำกับดูแลนโยบายในภาพรวม อนุมัติการแก้ไขนโยบาย และรับรายงานประจำปี
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)	รับผิดชอบสูงสุดในการบังคับใช้นโยบายทั่วทั้งองค์กร
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด	กำกับดูแลการดำเนินงานด้านการตลาดให้สอดคล้องกับนโยบาย
ฝ่ายกฎหมายและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ	ให้คำแนะนำทางกฎหมายและตรวจสอบความสอดคล้อง
ฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร	สร้างสรรค์เนื้อหาและดำเนินกิจกรรมตามนโยบาย
ผู้จัดการสาขาทุกแห่ง	กำกับดูแลการสื่อสารระดับสาขาให้สอดคล้องกับมาตรฐาน

10. การฝึกอบรมและการสื่อสารภายใน

- จัดอบรมนโยบายนี้แก่พนักงานใหม่ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับงานการตลาด
- จัดอบรมทบทวนประจำปีสำหรับพนักงานฝ่ายการตลาด การขาย และสื่อสารองค์กร
- เผยแพร่นโยบายบน Intranet และช่องทางภายในที่พนักงานเข้าถึงได้ตลอดเวลา

- ปรับปรุงการอบรมให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและแนวปฏิบัติในอุตสาหกรรม

11. การติดตาม การรายงาน และการทบทวนนโยบาย

บริษัทดำเนินการตรวจสอบและรายงานความสอดคล้องกับนโยบายนี้อย่างสม่ำเสมอ โดยมีกลไกดังนี้

- ตรวจสอบเนื้อหาโฆษณาที่เผยแพร่อยู่เป็นประจำทุกไตรมาส
- รวบรวมและวิเคราะห์ข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคเพื่อหาแนวโน้มที่ต้องปรับปรุง
- รายงานต่อคณะกรรมการบริหารปีละ 1 ครั้ง ครอบคลุมข้อร้องเรียน การฝ่าฝืน และแนวทางปรับปรุง
- ทบทวนและปรับปรุงนโยบายอย่างน้อยทุกปี หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่มีนัยสำคัญ
- นำเสนอผลการปฏิบัติตามนโยบายในรายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท

12. บทลงโทษและการบังคับใช้

การฝ่าฝืนนโยบายนี้อาจนำไปสู่มาตรการทางวินัยหรือทางกฎหมาย ดังนี้

- พนักงาน: ตักเตือนด้วยวาจา บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ไปจนถึงการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบบริษัท
- ตัวแทนและเอเจนซี: แจ้งเตือน ปรับลดค่าตอบแทน หรือยกเลิกสัญญา ขึ้นอยู่กับความร้ายแรง
- Influencer และ Brand Ambassador: ยุติความร่วมมือทันที และเรียกร้องค่าเสียหายหากมีการฝ่าฝืนสัญญา
- กรณีฝ่าฝืนที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย: ดำเนินการตามขั้นตอนทางกฎหมายที่เหมาะสม

13. ผู้ติดต่อรับผิดชอบ

หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายนี้หรือต้องการรายงานการฝ่าฝืน โปรดติดต่อ

ช่องทาง	รายละเอียด
ผู้รับผิดชอบหลัก	ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
อีเมล	info@onsengroup.co.th
โทรศัพท์	02-0248595
ช่องทางแจ้งเหตุภายใน	ระบบ Whistleblower ของบริษัท (ไม่ระบุตัวตน)

นโยบายด้านการตลาดและการโฆษณาอย่างมีความรับผิดชอบของบริษัทฉบับนี้ได้รับการอนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2569 ซึ่งประชุมเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2569 ทั้งนี้ ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2569 เป็นต้นไป และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามนโยบาย และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน บริษัทจะทบทวน

นโยบายเกี่ยวกับการตลาดและการโฆษณาอย่างมีความรับผิดชอบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ

ประกาศ ณ วันที่ 11 สิงหาคม 2569

(นายสมิทธิ เมฆอรุณกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร