CENTRALRETAIL

นโยบายจริยธรรมทางการตลาด

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(19 ธันวาคม 2568)

นโยบายจริยธรรมทางการตลาด

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“**บริษัทฯ**”) บริษัทย่อย และบริษัทร่วม มุ่งมั่นที่จะดำเนินงานด้านการตลาดอย่างมีจริยธรรม สุจริต และโปร่งใส อันเป็นหัวใจหลักในการทำการตลาดและการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ทั้งยังมุ่งมั่นในการส่งมอบคุณค่าที่ดีและจริงใจ ไปยังผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้ได้รับความไว้วางใจจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง รวมถึงส่งเสริมความเท่าเทียมและความหลากหลายในทุกรูปแบบ และยึดมั่นในความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นแกนหลักในการปฏิบัติงานควบคู่ไปกับการดูแลชุมชนและสังคม บริษัทฯ เน้นการปฏิสัมพันธ์ที่จริงใจกับลูกค้า โดยทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อที่จะตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไปได้อย่างตรงจุด และมอบการบริการที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าของบริษัทฯ

1. ปฏิญาณว่าจะดำเนินงานด้านการตลาดอย่างซื่อสัตย์

ในการทำการตลาดของบริษัทฯ จะต้องครบถ้วนแม่นยำ ตรงตามความเป็นจริง และมีเป้าประสงค์ชัดเจน รวมถึงต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อกำหนด ของหน่วยงานราชการ และบรรทัดฐานของสังคมอย่างเคร่งครัด โดย

1.1 ทำแคมเปญการตลาดในทุกรูปแบบอย่างจริงใจ
1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างสุจริต และตรงไปตรงมา
1.3 นำเสนอรีวิวที่มีความจริงใจกับผู้บริโภค รวมถึงจะยึดจรรยาบรรณในการว่าจ้างสื่อเว็บไซต์รีวิวและผู้มีอิทธิพลทางความคิด

2. นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งสร้างสังคมแห่งความยั่งยืน และทำการตลาดอย่างโปร่งใสในทุกๆ ช่องทางการสื่อสาร โดยดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานความเป็นจริงและหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจน ทั้งในแง่มุมของการสร้างแบรนด์ เครื่องหมายการค้า ภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ และการบริการของบริษัทฯ โดยมีความซื่อตรงเกี่ยวกับผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานของบริษัทฯ พร้อมทั้งกล่าวถึงผลลัพธ์เชิงบวกอย่างมีจริยธรรมและตรงไปตรงมา

3. ใส่ใจประเด็นด้านความอ่อนไหวทางจริยธรรม

บริษัทฯ จะดำเนินงานด้านการตลาดและการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบ โดยยึดหลักความถูกต้องชัดเจน สร้างสรรค์ และไม่หลอกลวง โดยเฉพาะต่อกลุ่มเปราะบาง เช่น เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ หรือผู้บริโภคที่มีความเข้าใจจำกัดเกี่ยวกับการขายหรือข้อมูลสินค้า ทั้งนี้ บริษัทฯ จะคำนึงถึงวัฒนธรรมทางสังคมและศีลธรรมอันดี ไม่กระทบต่อศักดิ์ศรี ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และไม่สร้างผลกระทบเชิงลบต่อผู้อื่น รวมถึงไม่ดำเนินการใดที่ขัดต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. สนับสนุนการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบนพื้นฐานความโปร่งใส เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่เป็นธรรม โดย

4.1 ไม่กล่าวถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า บริการ และกลยุทธ์ของคู่แข่ง ให้ลูกค้ารับทราบ
4.2 หลีกเลี่ยงการทำการตลาดที่ใช้รีวิวเชิงลบในการโจมตีคู่แข่ง
4.3 ไม่ชักจูงผู้มีอิทธิพลทางความคิด ในแง่ที่สร้างความเสียหายแก่คู่แข่ง

5. การกำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบาย

ผู้บริหารสูงสุดของบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม หรือหน่วยธุรกิจ มอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายการตลาดของบริษัท (Head of Corporate Marketing) และหัวหน้าฝ่ายการตลาดของแต่ละบริษัทย่อย (Head Marketing all Business Units) เป็นผู้กำกับดูแลควบคุมให้เป็นไปตามนโยบายจริยธรรมทางการตลาดนี้ โดยผู้บริหารสูงสุดของบริษัทย่อย หรือบริษัทร่วม หรือหน่วยธุรกิจ ต้องร่วมติดตามและผลักดันให้เกิดการปฏิบัติตามนโยบายนี้โดยพร้อมเพรียงกัน

ทั้งนี้ ให้ยกเลิกนโยบายจริยธรรมทางการตลาดฉบับลงวันที่ 1 กรกฎาคม 2565 โดยให้นโยบายฉบับนี้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 19 ธันวาคม 2568 เป็นต้นไป

-ลงนาม-

(ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)