

CENTRAL RETAIL

นโยบายจริยธรรมทางการตลาด

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(1 กรกฎาคม 2565)

นโยบายจริยธรรมทางการตลาด

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

1. ปฏิญาณว่าจะดำเนินงานด้านการตลาดอย่างซื่อสัตย์

ในการทำการตลาดของบริษัทฯ จะต้องครบถ้วนแม่นยำ ตรงตามความเป็นจริง และมีเป้าประสงค์ชัดเจน รวมถึงต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน และปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อกำหนด ของหน่วยงานราชการ และบรรทัดฐานของสังคมอย่างเคร่งครัด โดย

- 1.1 ทำแคมเปญการตลาดในทุกรูปแบบอย่างจริงใจ
- 1.2 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างสุจริต และตรงไปตรงมา
- 1.3 นำเสนอวิธีวัดที่มีความจริงใจกับผู้บริโภค รวมถึงจะยึดจรรยาบรรณในการว่าจ้างสื่อเว็บไซต์รีวิวก และผู้มีอิทธิพลทางความคิด

2. นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

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

3. ใส่ใจประเด็นด้านความอ่อนไหวทางจริยธรรม

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

- 3.1 ให้คุณค่ากับความแตกต่างของแต่ละบุคคล และไม่เหมารวมคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในทางลบเพื่อการทำการตลาด เช่น ชาติพันธุ์ ความเชื่อทางศาสนา ความเกี่ยวข้องทางการเมือง ความหลากหลายทางเพศสภาพ
- 3.2 มุ่งมั่นที่จะสร้างประโยชน์สู่สังคมพร้อมทั้งคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ด้อยโอกาสในทุกๆ การทำกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทฯ
- 3.3 ปกป้องและไม่ทำแคมเปญการตลาดที่อิงประโยชน์จากความเปราะบางของคนทุกกลุ่ม เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ และผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา

4. สนับสนุนการแข่งขันอย่างเป็นธรรม

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบนพื้นฐานความโปร่งใส เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่เป็นธรรม โดย

- 4.1 ไม่กล่าวถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้า บริการ และกลยุทธ์ของคู่แข่ง ให้ลูกค้ารับทราบ
- 4.2 หลีกเลี่ยงการทำการตลาดที่ใช้วิธีฉ้อโกงในการโจมตีคู่แข่ง
- 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

นโยบายจริยธรรมทางการตลาดนี้ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2565 เป็นต้นไป

-ลงนาม-

(ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท เชินทรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)