

นโยบายด้านการตลาดและการโฆษณาอย่างรับผิดชอบ

บริษัท อินเตอร์ ฟาร์มา จำกัด (มหาชน) บริษัทย่อยและบริษัทร่วม ซึ่งต่อไปจะรวมเรียกว่า (“บริษัท”) ในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ มีความมุ่งมั่นและรับผิดชอบต่อในการนำเสนอเนื้อหาด้านการตลาดและการโฆษณาของบริษัท เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภค บริษัทยึดหลักการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. ความซื่อสัตย์และความเป็นจริง

บริษัทจะนำเสนอเนื้อหาด้านการตลาดและการโฆษณาที่มีความถูกต้องและตรงกับความเป็นจริง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการต่อลูกค้า รวมถึงทำการสื่อสารการตลาดบนพื้นฐานการเคารพกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสิทธิของผู้บริโภค

2. การหลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง

บริษัทจะไม่ใช้คำกล่าวอ้างหรือภาพประกอบที่ไม่มีข้อมูลความจริง คลุมเครือ บิดเบือน กล่าวอ้างเกินจริง หรือทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในทุกด้านของการตลาดและการโฆษณา รวมถึงไม่สนับสนุนโฆษณาหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนับสนุนให้มีการกระทำความผิดต่อกฎหมายหรือศีลธรรม

3. การปกป้องกลุ่มเปราะบาง

บริษัทมีความตั้งใจที่จะปกป้องกลุ่มตลาดที่เปราะบาง อาทิ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มด้อยโอกาสทางการศึกษาและไม่แสวงหาผลประโยชน์จากกลุ่มเหล่านี้ผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ

4. การเคารพผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทให้ความเคารพต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยทำการสื่อสารด้านการตลาดให้มีความเหมาะสม และหลีกเลี่ยงการทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งหรือผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ด้วยข้อมูลที่เป็นเท็จหรือเกินจริง

5. การเคารพสิทธิผู้บริโภค

บริษัทให้ความเคารพในการตัดสินใจของผู้บริโภคและส่งเสริมให้ลูกค้าได้ใช้สิทธิของตนเอง โดยการจัดให้มีมาตรการที่เหมาะสม เช่น การแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสิทธิในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และให้ข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าและบริการที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพ และความปลอดภัยของลูกค้า เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจภายใต้ข้อมูลที่มีความถูกต้องครบถ้วนและเพียงพอ

6. การเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลอย่างถูกต้องและปลอดภัย

บริษัทดำเนินการรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคโดยยึดหลักการให้ความยินยอมอย่างเคร่งครัด และดำเนินการภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนด อาทิ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) โดยเน้นการใช้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพของผู้บริโภคและการพัฒนาการให้บริการอย่างเหมาะสม

7. การอบรมบุคลากรและการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล

บริษัทส่งเสริมให้บุคลากรในสายงานการตลาดและการโฆษณามีความรู้ ความเข้าใจ ในเทคโนโลยีที่นำมาใช้ รวมถึงจริยธรรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้การใช้งานเกิดประโยชน์สูงสุด ภายใต้กรอบของกฎหมายและความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

8. การปรับปรุงและพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า

บริษัทมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินการแก้ไข ปรับปรุง ตามข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง