

Communication Policy through Online Social Media

NYK Auto Logistics (Thailand) Co., Ltd. ("the Company") places importance on the use of online social media, and any communication disseminated to the public through the Company's online social media must adhere to the ethical principles, integrity, and values of the Company, including relevant laws. The guidelines for practice are outlined as follows:

1. Scope and Objectives of the Policy

- 1.1 The Company emphasizes effective communication through online social media for the dissemination of information, public relations, expression of opinions, inquiries, and responses in an efficient and beneficial manner.
- 1.2 To protect the Company from distorted or damaging information that may impact the organization's image, credibility, and the interests of all parties involved.
- 1.3 This policy applies to the executive committee and employees of the Company at all levels.

2. Definitions:

Online Social Media refers to media or channels for two-way communication through the internet network. It is a new form of media where individuals can present and disseminate information independently to the public using various devices, including computers and different types of communication devices. Examples of online social media under this policy include Facebook, YouTube, Instagram, LINE, TikTok, and X (Twitter), as well as articles, daily journals, or newsletters used in an online format.

3. Fundamental Principles

Communication through online social media must be conducted with caution, adhering to the principles of respect for rights and freedoms, as well as business ethics and morals. The policy includes adherence to business governance, privacy policies, and customer data security regulations, along with relevant laws, to minimize risks that may harm the Company resulting from online communication. Relevant laws include but are not limited to:

- 3.1 Computer Crime Act (No. 2), B.E. 2551
- 3.2 Copyright Act (No. 3), B.E. 2558
- 3.3 Computer-Related Offenses Act (No. 2), B.E. 2560

4. Practices and Responsibilities

- 4.1 The creation of pages or user accounts for the official dissemination of the Company's information to the public must be considered and approved by authorized signatories. The creation must follow a clear order specifying the responsible party, and the Information Technology (IT) and Standard Systems department must be informed before the official launch.
- 4.2 Official communication through online social media platforms representing the Company must involve coordination, presenting information officially on behalf of the Company, and include the organization's identity, such as names, affiliations, company names, abbreviations, and the Company's logo.

- 4.3 All employees are considered representatives of the organization, "Brand Ambassadors." When discussing the Company, product brands, or conducting business through online social media, individuals must be aware that communication on public social media platforms is the responsibility of the communicator for their actions.
- 4.4 Extreme caution must be exercised in communicating truthful information that may lead to severe disputes, especially concerning politics, ethnicity, and religion. The dissemination of images, information, and opinions through online social media that violate laws, ethics, and business morals may result in disciplinary actions as per the Company's regulations, such as providing false information and/or disclosing information that should not be revealed, impacting individuals or organizations, and causing severe damage to the Company's property and/or reputation.
- 4.5 References to supporting information in online social media communication must be made to avoid copyright infringement. If copyrighted material is to be used, permission must be obtained from the creator or copyright owner before use, such as copyrighted content, trademarks, and the right to publish.
- 4.6 Privacy must be protected. As users of online social media, individuals should understand and customize privacy settings appropriately.
- 4.7 The dissemination of intellectual property or confidential internal information of the Company is prohibited before obtaining authorization from the authorized personnel.
- 4.8 When communicating through online social media, user accounts must clearly distinguish between personal matters and work responsibilities in cases of using personal accounts. Individuals must use discretion and clearly communicate that their opinions are "personal views, not those of the Company."
- 4.9 If comments made through online social media require expertise, the administrator of the page or user account must inform their respective supervisor or the responsible unit or authority.
- 4.10 If it is discovered that someone is using the Company's online social media incorrectly and causing harm to individuals or other organizations, they must take immediate corrective action and apologize to the affected party. Any necessary disciplinary actions as per the Company's discipline and disciplinary regulations should be applied.

5. Policy Review This policy is subject to review every two years from the effective date or as deemed appropriate for changes or cancellations of significant content.

Announced on May 27th, 2024.



(Mr. Akio Watanabe)

President

นโยบายการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

บริษัท เอ็น วาย เค ออโต้ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ("บริษัทฯ") ให้ความสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฯ ที่เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณะต้องยึดมั่นในหลักจริยธรรม และจรรยาบรรณของบริษัทฯ รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดประโยชน์สูงสุดจึงกำหนดแนวทางการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

- 1.1 บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ออกสู่สาธารณะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์การแสดงความคิดเห็น การสอบถามรวมถึง การตอบชี้แจงต่างๆ บนสื่อดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด
- 1.2 เพื่อปกป้องบริษัทฯ จากข้อมูลที่บิดเบือนเสียหาย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย
- 1.3 นโยบายนี้ใช้บังคับกับกรรมการผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ทุกระดับ

2. คำนิยาม:

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึงสื่อหรือช่องทางในการติดต่อสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองออกสู่สาธารณะโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ โดยรูปแบบของสื่อสารสังคมออนไลน์ตามนโยบายฉบับนี้ได้แก่ Facebook, Youtube, Instragram, LINE, Tiktok และ X (Twitter) ไม่ว่าจะเป็นบทความ สมุดบันทึกประจำวันหรือจดหมายข่าวสารต่างๆ ที่ใช้ในรูปแบบออนไลน์

3. หลักการพื้นฐาน

การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องดำเนินการด้วยความระมัดระวังโดยยึดหลักการเคารพสิทธิและเสรีภาพ ตลอดจนจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความเป็นส่วนตัวและกฎระเบียบข้อบังคับความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องบนพื้นฐานของจิตสำนึกที่ดีเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะก่อความเสียหายกับบริษัทฯ อันเกิดจากการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น

- 3.1 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(ฉบับที่2) พ.ศ. 2551
- 3.2 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์(ฉบับที่3) พ.ศ. 2558 เป็นต้น
- 3.3 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่2) พ.ศ. 2560

4. แนวทางปฏิบัติและความรับผิดชอบ

- 4.1 การขอสร้างเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นทางการของบริษัทฯ สู่สาธารณะต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากผู้มีอำนาจลงนาม ทั้งนี้ต้องออกเป็นระเบียบคำสั่งที่ระบุผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจนและต้องแจ้งให้ฝ่ายสารสนเทศและระบบมาตรฐาน (IT) รับทราบก่อนการเปิดใช้งานโดยเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) อย่างเป็นทางการของบริษัทฯ นั้นย่อมเป็นสิทธิของบริษัทฯ แต่เพียงผู้เดียว
- 4.2 การประสานงาน เสนองานอย่างเป็นทางการในนามบริษัทฯ โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต้องอ้างอิงความมีตัวตนขององค์กรในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเช่นชื่อ-นามสกุล สังกัดหน่วยงานชื่อบริษัทชื่อย่อและตราสัญลักษณ์บริษัทฯ (LOGO) เป็นต้น

- 4.3 พนักงานทุกคนถือเป็นตัวแทนของภาพลักษณ์องค์กร "Brand Ambassador" การกล่าวถึงบริษัทฯ ตราสินค้าหรือ การดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้พึงตระหนักว่าการสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่สามารถ เข้าถึงได้โดยสาธารณะ นั้นผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบสำหรับการกระทำต่างๆ ของตน
- 4.4 ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งในการสื่อสารข้อเท็จจริงที่อาจนำไปสู่การโต้แย้งที่รุนแรง โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับ การเมือง เชื้อชาติ และศาสนาเป็นต้น การเผยแพร่รูปภาพข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่นเป็นการละเมิดกฎหมาย จริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ อาจนำไปสู่การฝ่าฝืนวินัยตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานของบริษัทฯ เช่นการให้ข้อมูลอันเป็นเท็จและ/หรือการให้ข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผย ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลใดและ/หรือองค์กรใดหรือเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงแก่ทรัพย์สินและ/หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ
- 4.5 ต้องอ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนเนื้อหาในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการคัดลอกข้อความใดๆ เพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น หากต้องการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์จะต้องได้รับอนุญาตจากผู้สร้างสรรค์หรือเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน อาทิ เช่น เนื้อหาอันมีลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้ารวมถึงสิทธิในการเผยแพร่เป็นต้น
- 4.6 ต้องป้องกันการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว ในฐานะที่เป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงควรศึกษา "การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว" (Privacy Settings) ให้เข้าใจเป็นอย่างดีและปรับแต่งการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวให้เหมาะสม
- 4.7 ห้ามเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯหรือข้อมูลภายในที่เป็นความลับก่อนได้รับอนุญาตจากผู้มีอำนาจ
- 4.8 ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้แยกบัญชีผู้ใช้งาน (Account) ระหว่างเรื่องส่วนตัวและเรื่องหน้าที่การงานออกจากกันอย่างชัดเจนในกรณีใช้บัญชีส่วนตัว ต้องใช้วิจาณญาณและสื่อสารให้ชัดเจนว่าเป็น "ความเห็นส่วนตัวมิใช่ความเห็นของบริษัทฯ"
- 4.9 หากพบว่าการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต้องการผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวให้ผู้ดูแลเพจ (Page) หรือบัญชีผู้ใช้งาน (Account) แจ้งต่อผู้บังคับบัญชาของตนหรือหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในเรื่องนั้น
- 4.10 หากพบว่ามีผู้ใดใช้สื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทฯ เกิดความผิดพลาดจนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล บริษัทฯ หรือองค์กรอื่นต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้งแสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ต้องได้รับการพิจารณาลงโทษทางวินัยตามระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับวินัยและโทษทางวินัยของบริษัทฯ ด้วย
5. การทบทวนนโยบาย กำหนดให้มีการทบทวนทุก 2 ปี นับจากวันที่มีผลบังคับใช้หรือทบทวนตามระยะเวลาที่เห็นว่าเหมาะสม หากมีการเปลี่ยนแปลงหรือการยกเลิกสาระสำคัญ

ประกาศ ณ วันที่ 27 พฤษภาคม 2567

渡辺 明央

(นาย อากิโอะ วาดานาเบะ)

ประธานบริหาร