



# นโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์ SC Group

## Social Media Policy

### 1. วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการเผยแพร่ข้อมูล และการเข้าถึงสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ SC Group หรือต่อไปเรียกว่า “องค์กร” รวมถึงบริการอิเล็กทรอนิกส์ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นของบุคลากรในองค์กร ผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและเกิดประโยชน์สูงสุด

ดังนั้น องค์กรจึงเห็นสมควรกำหนดนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.1 เพื่อให้องค์กรมีการกำหนดขอบเขตของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งในระดับตัวบุคคลและระดับองค์กร
- 1.2 เพื่อสร้างรักษาภาพลักษณ์ของบุคลากรและการดำเนินงานขององค์กร
- 1.3 เพื่อลดความเสี่ยงหรือหลีกเลี่ยงปัญหาอันอาจเกิดขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 1.4 เพื่อป้องกันการเปิดเผยข้อมูลความลับในทุกระดับทั้งองค์กร บริการอิเล็กทรอนิกส์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงบุคลากรในองค์กร
- 1.5 เพื่อกำหนดมาตรฐาน วิธีปฏิบัติให้บุคลากรในองค์กร ตระหนักถึงความสำคัญของการรักษา ความมั่นคงปลอดภัยในการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด
- 1.6 นโยบายนี้ต้องมีการดำเนินการตรวจสอบประเมินรวมทั้งปรับปรุงนโยบายและข้อปฏิบัติตามระยะเวลา 1 ครั้ง/ปี

### 2. ขอบเขตของนโยบาย

ภายใต้นโยบายนี้ การเข้าถึงสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเผยแพร่ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อมูลใด ๆ หรือแสดงความคิดเห็นส่วนตัวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีผลบังคับเหมือนกับการเผยแพร่ข้อมูล หรือแสดงความคิดเห็นผ่านทางช่องทางอื่น ๆ โดยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท จะต้องปฏิบัติ และสอดคล้องตามแนวนโยบายขององค์กร ได้แก่ พรบ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พรบ.ว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, นโยบายความปลอดภัยสารสนเทศ, ระเบียบและข้อบังคับการทำงานของบริษัทอย่างเคร่งครัด

### 3. องค์ประกอบของนโยบาย

- 3.1 คำนิยาม
- 3.2 นโยบายและวิธีการปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป
- 3.3 นโยบายและวิธีการปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับบุคคล
- 3.4 นโยบายและวิธีการปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับองค์กร
- 3.5 นโยบายและวิธีการปฏิบัติการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

### 3.1 คำนิยาม

คำนิยามที่ใช้ในนโยบายนี้ ประกอบด้วย

- สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง ช่องทางหรือสื่อใด ๆ ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้ด้วยตนเอง เช่น บล็อก เสรี (Blog) วิกิพีเดีย (Wikipedia) พันทิป (Pantip) เว็บเครือข่ายสังคม (Social Network) ต่าง ๆ รวมถึงวิดีโอและการทำ Live Stream เช่น Facebook, Instagram, LinkedIn, Flickr, Snapchat, Twitter, Youtube เป็นต้น
- องค์กร หมายถึง บริษัทในเครือ SC Group
- หน่วยงาน หมายถึง กลุ่มงาน/สายงาน ฝ่าย รวมถึงหน่วยงานย่อยต่าง ๆ ในองค์กร
- บุคลากร / ผู้ใช้งาน หมายถึง บุคลากรภายใน SC Group ได้แก่ ลูกจ้างประจำ พนักงาน และลูกจ้างอื่นขององค์กร
- ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท เป็นหน่วยงานที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้คำปรึกษา พัฒนาปรับปรุงรักษา ระบบคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายภายในองค์กร
- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคลและ/หรือ นิติบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทในเครือ SC Group รวมถึงกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของบริษัท ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ ลูกหนี้ คู่แข่งทางการค้า ชุมชน และสังคม
- วิธีการปฏิบัติ หมายถึง วิธีการให้ปฏิบัติตามเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น
- โพสต์ (Post) หมายถึง การส่งข้อความตัวอักษร ภาพ หรือวิดีโอคลิป เข้าสู่สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เพื่อแสดงความคิดเห็นหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

### 3.2 นโยบาย และวิธีปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป

#### 1. หลักการ และแนวปฏิบัติทั่วไป

1.1 องค์กรอนุญาตให้ใช้ระบบเครือข่ายสำหรับเข้าถึงสังคมออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ที่ไม่มีเนื้อหาขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรม และหลักจรรยาบรรณองค์กร

1.2 หน่วยงานภายในองค์กร บุคลากร สามารถแสดงชื่อผู้ใช้งานในโลกออนไลน์ เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แต่ต้องแยกแยะให้ชัดเจนว่า ข้อความใดเป็น “ชาวประชาสัมพันธ์” ข้อความใดเป็น “ความคิดเห็น” “ความคิดเห็นส่วนบุคคล” “การแลกเปลี่ยนข่าวสารส่วนตัว” “การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องงาน” หรืออื่น ๆ และความคิดเห็นดังกล่าวควรคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะด้วย

1.3 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ประชาสัมพันธ์ในนามของหน่วยงาน ผู้เผยแพร่ต้องแสดงตำแหน่งหน้าที่ สังกัด ให้ชัดเจน เพื่อความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้ผู้ที่ติดตามสามารถใช้ดุลพินิจในการติดตามได้

1.4 พึงระมัดระวังการใช้ถ้อยคำและภาษา ที่อาจเป็นการดูหมิ่น หรือ หมิ่นประมาทบุคคลอื่น และควรใช้ภาษาให้ถูกต้อง สุภาพ สร้างสรรค์

1.5 พึงงดเว้นการโต้ตอบด้วยความรุนแรง กรณีบุคคลอื่นมีความคิดเห็นที่แตกต่าง การละเว้นไม่โต้ตอบจะทำให้ความขัดแย้งไม่บานปลายจนหาที่สิ้นสุดไม่ได้

1.6 พึงงดเว้นการใช้สื่อสังคมวิพากษ์ วิจารณ์ ตลอดจนแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เป็นข้อมูลภายในองค์กร หรืออาจส่งผลกระทบต่อองค์กรได้

1.7 พึงใช้รูปแสดงตัวตนที่แท้จริง และพึงงดเว้นการนำรูปบุคคลอื่น รูปบุคคลสาธารณะ มาแสดงว่าเป็นรูปของตนเอง



1.8 องค์กร หรือ หน่วยงานที่สังกัด อาจใช้รูปสัญลักษณ์ เครื่องหมายแสดงสังกัดได้ แต่ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการใช้งาน

1.9 พึงระมัดระวังข้อความที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก สตรี หรือละเมิดสิทธิมนุษยชน

1.10 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แสดงสังกัดหน่วยงานภายในองค์กร ควรแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาทราบก่อนทุกครั้ง

## 2. หลักการส่งต่อข้อมูล

2.1 ควรส่งข้อมูลข่าวสารเฉพาะบุคคลที่รู้จัก แสดงตัวตน ตำแหน่ง หน้าที่การงาน สถานที่ชัดเจนเท่านั้น

2.2 ละเว้นการส่งข้อมูลที่เป็นข่าวลือ ข่าวไม่ปรากฏที่มา หรือเป็นเพียงการคาดเดา

2.3 จดเว้นการส่งต่อข้อความเกี่ยวข้องกับองค์กรทุกกรณี ยกเว้น ข้อความนั้น ๆ เป็นที่เผยแพร่ต่อสาธารณะแล้ว

2.4 พึงระลึกเสมอว่า การส่งต่อข้อความที่เป็นเท็จหรือข้อความที่เจ้าของประสงค์กระจายข่าวสร้างความสับสนวุ่นวายในบ้านเมือง เท่ากับตกเป็นเครื่องมือของบุคคลนั้น

2.5 ควรจดเว้นการส่งต่อข้อความเรื่องบุคคลเสียชีวิต เว้นเสียแต่ตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว

2.6 การส่งต่อความเชื่อชวนไปร่วมชุมนุมหรือกระทำการกิจกรรมทางสังคมใด ๆ ต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงให้แน่ชัดเสียก่อน

## 3. หลักความรับผิดชอบ

3.1 ควรแสดงความรับผิดชอบ ด้วยการขอโทษ แสดงความเสียใจทันทีเมื่อรู้ว่ามี การเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือกระทบต่อบุคคลอื่น

3.2 กรณีการส่งต่อข้อความข่าวลือหรือข่าวเท็จ ต้องแก้ไขข้อความนั้นโดยทันที หากสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้พึงแสดงข้อเท็จจริงให้เป็นที่ประจักษ์

3.3 หากพบข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ควรดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นผู้ดำเนินการดังกล่าว

3.4 หากพบข้อมูลใด ๆ ที่ไม่เหมาะสม (เช่น สิ่งที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หรือการแสดงความคิดเห็นที่เป็นการหมิ่นประมาท) ควรดำเนินการอย่างรวดเร็ว โดยลบข้อความดังกล่าวออกทันที เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดข้อขัดแย้งทางกฎหมาย และผลกระทบด้านลบต่อองค์กร

## 4. การพบข้อร้องเรียน และประเด็นขัดแย้ง

4.1 หากพบเห็นข้อร้องเรียนเกี่ยวกับบริการอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรหรือพบเห็นข้อร้องเรียนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สามารถแจ้งมายังฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และฝ่ายประชาสัมพันธ์กลุ่มกิจการองค์กรทราบโดยเร็วที่สุด โดยหลีกเลี่ยงการถกเถียงหรือโต้ตอบ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดอารมณ์รุนแรง และพาดพิงไปยังผู้อื่น

4.2 หากพบเห็นการบิดเบือนข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับบริการอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร หรือพบเห็นประเด็นขัดแย้งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สามารถแจ้งมายังฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และฝ่ายประชาสัมพันธ์กลุ่มกิจการองค์กรทราบโดยเร็วที่สุด โดยหลีกเลี่ยงการถกเถียงหรือโต้ตอบ ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดอารมณ์รุนแรง และพาดพิงไปยังผู้อื่น

## 5. การไม่เปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ

การพูดคุยแลกเปลี่ยนกับชุมชนออนไลน์ รวมถึงการโพสต์ข้อความที่เกี่ยวข้องกับงานประจำ เป็นสิ่งที่คุณสามารถทำได้ ถ้าไม่ขัดต่อหลักจรรยาบรรณองค์กร เว้นแต่ข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญหรือเป็นความลับขององค์กร ซึ่งห้ามเปิดเผยโดยเด็ดขาด เช่น รายละเอียดของโครงการการลงทุน ข้อมูลสำคัญทางการเงิน งานวิจัย เป็นต้น



#### 6. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ไม่โพสต์ข้อความที่เป็นเท็จหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และระบุที่มาของข้อมูลนั้นอย่างชัดเจน การโพสต์ข้อความใด ๆ ควรพิจารณาเนื้อหาอย่างรอบคอบและระมัดระวัง โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

#### 7. ไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์ และทรัพย์สินทางปัญญา

ไม่ละเมิดกฎหมายลิขสิทธิ์การใช้งานใด ๆ ที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่นรวมทั้งขององค์กรเอง ทั้งนี้ การอ้างอิงคำพูดหรือข้อมูลของผู้อื่น ควรใช้ข้อความที่คัดลอกมาสั้น ๆ เท่านั้น และควรระบุถึงที่มาของแหล่งข้อมูลหรือเจ้าของผลงานเสมอ การเชื่อมลิงค์ไปยังงานของเจ้าของข้อมูลถือเป็นการปฏิบัติที่เหมาะสมกว่าการคัดลอกข้อมูลมาใช้งาน

#### 8. คำนิยามถึงผู้เข้าชมและผู้เกี่ยวข้อง

บุคลากรขององค์กรไม่ควรโพสต์ข้อมูลใด ๆ ที่ขัดแย้งกับข้อกำหนดขององค์กร รวมถึงละเว้นการแสดงออกถึงความคิดเห็นที่ก้าวร้าว หมิ่นประมาท ดูถูกเป็นการส่วนตัว ลามกอนาจาร และอื่น ๆ ที่ไม่เหมาะสม ตลอดจนหัวข้อที่เป็นความคิดเห็นส่วนตัวที่อาจเป็นการยั่วหรือขัดต่อจริยธรรม เช่น การเมือง ศาสนา ขนชาติ เป็นต้น

การแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่โพสต์โดยบุคลากรขององค์กร โดยที่ไม่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ ถือเป็นการแสดงความเห็นส่วนบุคคลเท่านั้น ไม่ได้เป็นความคิดเห็นอย่างเป็นทางการขององค์กร

#### 9. การปกป้องผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานพันธมิตรขององค์กร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ไม่ควรอ้างอิงหรือเปิดเผยถึงข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานพันธมิตรขององค์กร ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเปิดเผยก่อนได้รับอนุญาต ตลอดจนไม่พาดพิงถึงรายละเอียดที่เป็นความลับเกี่ยวกับข้อมูลผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทั้งนี้ ควรพึงระวังการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการค้ากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานพันธมิตร รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร

#### 10. การคำนึงถึงผลกระทบจากการใช้งาน

คำนึงถึงผลกระทบของการโพสต์ข้อความในเว็บบล็อกส่วนตัว โดยเฉพาะข้อความที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งกับองค์กร ดังนั้น จึงควรระมัดระวังในการถูกนำข้อความในเว็บบล็อกส่วนตัวมาเป็นข้อมูลอ้างอิง

#### 11. การคำนึงถึงผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน

การใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์จะต้องไม่รบกวนการปฏิบัติงานหรือหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย

#### 12. การฝ่าฝืน และบทลงโทษ

12.1 องค์กรไม่รับผิดชอบต่อผลของการกระทำที่เกิดจากผู้ใช้งาน และ/หรือบัญชีผู้ใช้งานที่ฝ่าฝืนต่อนโยบายนี้

12.2 หากองค์กรตรวจสอบแล้วพบว่าบัญชีผู้ใช้งานใดละเมิดต่อนโยบายนี้ องค์กรขอสงวนสิทธิ์ในการระงับ และ/หรือยกเลิกบัญชีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และ/หรือหยุดให้บริการแก่ผู้ใช้งานนั้น

12.3 หากการกระทำอันฝ่าฝืนต่อนโยบายนี้เป็นความผิดตามกฎหมาย ให้องค์กรดำเนินคดีตามกฎหมายโดยลำดับต่อไป

12.4 หากการกระทำอันฝ่าฝืนต่อนโยบายนี้เป็นความผิดตามระเบียบ และข้อบังคับการทำงานของบริษัท ให้องค์กรดำเนินการตามระเบียบและข้อบังคับการทำงานของบริษัท โดยลำดับต่อไป

### 3.3 นโยบายและวิธีปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับบุคคล

การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรในองค์กร มีแนวนโยบายและแนวปฏิบัติดังนี้

1. กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน (User Account) ที่ระบุถึงต้นสังกัด ผู้ใช้งานจึงใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรม หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่กำหนดดูแลตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของนโยบาย โดยเฉพาะความถูกต้องและการใช้ภาษาที่เหมาะสม
2. กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งานที่ระบุถึงตัวตนอันอาจทำให้ผู้ติดตาม (Followers) หรือเพื่อนในเครือข่าย (Friends) เข้าใจได้ว่าเป็นบุคลากรในองค์กร ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็นที่อาจนำไปสู่การละเมิดจริยธรรมของผู้อื่น
3. ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็น ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี ภาพพจน์ ลามก อนาจาร
4. หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรในองค์กรเกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ผู้ใช้งานต้องดำเนินการแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้งแสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ต้องให้ผู้ที่ได้รับความเสียหายได้มีโอกาสชี้แจงข้อมูลข่าวสารในด้านของตนด้วย

### 3.4 นโยบาย และวิธีปฏิบัติการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระดับองค์กร

1. การจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ในระดับองค์กร ควรที่จะคำนึงถึงหลักการพื้นฐานดังต่อไปนี้
  - 1.1 วัตถุประสงค์ของการจัดทำ
  - 1.2 แนวทางการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยพัฒนาและดำเนินงานขององค์กร
2. การตั้งค่าบนสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กร  
การใช้ชื่อหรือตราสัญลักษณ์ขององค์กร เพื่อเปิดบัญชีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือการสื่อสารภายในองค์กร จะต้องผ่านการรับทราบและเห็นชอบจากรองกรรมการผู้จัดการ กลุ่มกิจการองค์กรก่อน รวมทั้งจะต้องมีการตระหนักถึงหลักการพื้นฐาน ดังที่กล่าวมาข้างต้น
3. การนำเสนอข่าวโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กร ควรมีหลักในการอ้างอิงถึงองค์กร ดังต่อไปนี้
  - 3.1 ชื่อองค์กรที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
  - 3.2 รายละเอียด สัญลักษณ์ หรือชื่อย่อ ที่แสดงถึงองค์กร
  - 3.3 มาตรการทางเทคนิคที่ยืนยันถึงสถานะและความมีตัวตนขององค์กร (ถ้ามี)
  - 3.4 ชื่อตัวแทนองค์กรที่นำเสนอข่าวสาร (ถ้ามี)
4. การปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กร  
ในกรณีที่บัญชีผู้ใช้งานขององค์กร ควรมีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว (Privacy) เพื่อป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นโพสต์ข้อความหรือเข้าถึงข้อมูลที่มีความสำคัญหรือเป็นความลับขององค์กร ซึ่งห้ามเปิดเผยโดยเด็ดขาด เช่น รายละเอียดของโครงการลงทุน ข้อมูลสำคัญทางการเงิน งานวิจัย เป็นต้น โดยมีการกำหนดให้อยู่ในวงจำกัดเท่านั้น และควรให้ความระมัดระวังในการโพสต์ข้อความเฉพาะกลุ่มหรือส่วนบุคคลที่ไม่ต้องการเผยแพร่ให้สาธารณะชนรับรู้





5. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ควรเป็นไปตามคู่มือจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัท หรือจริยธรรมธุรกิจ (Code of Conduct) และตามที่ระบุไว้ในขอบเขตของนโยบาย และต้องไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในชาติ จนอาจนำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในสังคม
6. องค์กรต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูลข่าวสารหรือภาพข่าวที่ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การคัดลอกเลียนแบบข้อความใด ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิหรือลิขสิทธิ์ขององค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว
7. หลีกเลี่ยงการสื่อสารข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อมูลใด ๆ ขององค์กรหรือที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือโต้แย้งในสังคม ขัดต่อหลักกฎหมายทั้งในประเทศ และในระดับสากล หรือการเสนอเรื่องราวตลก ไร้สาระ เพื่อพ่น ไร้ศีลธรรม เกิดความจริง ไม่ให้เกียรติ ดูถูกเหยียดหยาม และลอกเลียนแบบผู้อื่น
8. ไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับทุกระดับชั้นขององค์กรมาเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท

### 3.5 นโยบาย และวิธีปฏิบัติการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

1. ห้ามนำข้อมูลส่วนตัวที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานองค์กรมาเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ขององค์กร
2. ห้ามใช้ทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อกระทำการอันผิดกฎหมายและขัดต่อศีลธรรมอันดีของสังคม เช่น การจัดทำเว็บไซต์เพื่อดำเนินการค้าขายหรือเผยแพร่สิ่งผิดกฎหมาย การตั้งกระทู้หรือตอบ กระทู้บนกระดานถาม-ตอบ หรือบนเว็บไซต์ประเภท Social Network หรือบริการบล็อก (Blog) เพื่อเผยแพร่สิ่งผิดกฎหมาย และขัดต่อศีลธรรม เป็นต้น
3. ห้ามเข้าใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ด้วยบัญชีของผู้อื่น ทั้งที่ได้รับอนุญาตและไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของบัญชี
4. ห้ามเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์และข้อมูลที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงของผู้อื่น เพื่อคัดลอก แก้ไข ลบ หรือเพิ่มเติม เช่น มีการกำหนดรหัสผ่านเพื่อป้องกันมิให้บุคคลอื่นเข้ามาใช้เครื่องคอมพิวเตอร์หรือเข้าดูข้อมูล เป็นต้น
5. ห้ามเผยแพร่ข้อมูลของผู้ใช้หรือของหน่วยงาน โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ที่เป็นเจ้าของหรือเป็นผู้จัดทำข้อมูลนั้นๆ
6. ห้ามก่อวินาศกรรม ขัดขวาง ชะลอหรือทำลายให้ทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขององค์กร และระบบเครือข่ายอื่นให้เกิดความเสียหาย เช่น การส่งไวรัสคอมพิวเตอร์เพื่อให้เกิดผลชะลอการทำงาน การป้อนโปรแกรมที่ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เครือข่ายปฏิเสธการทำงาน (Denial of Service) หรือทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เครือข่ายทำงานได้ช้าลง เป็นต้น
7. ห้ามคัดลอก จำหน่าย เผยแพร่โปรแกรมประเภทที่ละเมิดลิขสิทธิ์และชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ และชุดคำสั่งที่จัดทำขึ้นโดยเฉพาะเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำผิดบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์
8. ห้ามลักลอบดักจับข้อมูลในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขององค์กร และของผู้อื่นที่อยู่ระหว่างการรับ และส่งในเครือข่ายคอมพิวเตอร์
9. ห้ามส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ในรูปแบบภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ ดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ และข้อความที่เกี่ยวกับการลามกอนาจาร การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ การสร้างปัญหาความมั่นคงของประเทศ หรือการทำให้บุคคลเสียชื่อเสียง หรือได้รับความอับอาย การปลอมแปลงหรือแอบอ้างชื่อเป็นบุคคลอื่น เพื่อสร้างความเข้าใจผิด การส่งอีเมลมาจนล้นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นจนทำให้เกิดความยุ่งยากในการใช้งานระบบเครือข่าย



10. ห้ามเผยแพร่หรือเข้าถึงสื่อที่เกี่ยวข้องกับเรื่องลามกอนาจาร การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา การหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ การสร้างปัญหาความมั่นคงของประเทศ หรือการทำให้บุคคลเสียชื่อเสียงหรือได้รับความอับอาย
11. ห้ามใช้ทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อประกอบธุรกิจการค้า หรือเปิดให้บริการใด ๆ นอกจากจะได้รับอนุญาตจากองค์กรหรือหน่วยงานผู้รับผิดชอบทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์
12. ห้ามกระทำการเคลื่อนย้าย หรือทำการใด ๆ ต่อทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขององค์กรโดยพลการ นอกจากได้รับอนุญาตจากองค์กรหรือหน่วยงานผู้รับผิดชอบทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์
13. ห้ามใช้ทรัพยากรและเครือข่ายคอมพิวเตอร์อื่นใดที่ขัดต่อนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศขององค์กร

ประกาศ ณ วันที่ 1 มกราคม 2568

Announced on January 01, 2025

Mr. Nataphong Ratanasuwanthawee  
SC Group Managing Director