

การโฆษณาอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบ



ความท้าทายและโอกาส

ในอุตสาหกรรมสื่อและคอนเทนต์กีฬาระดับโลก การสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด มีความซับซ้อนสูง ทั้งในด้านเงื่อนไขของลิขสิทธิ์ ข้อจำกัด การรับชม ราคา และแพลตฟอร์มการให้บริการ หากการโฆษณาขาดความชัดเจนหรือก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน อาจนำไปสู่ข้อร้องเรียนที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สร้างความเสียหายและเกิดความเสียหายด้านกฎหมายและชื่อเสียงของบริษัทฯ ได้

ในขณะเดียวกัน การได้รับสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดฟุตบอล Premier League และ FA Cup แต่เพียงผู้เดียว (Exclusivity right) เป็นระยะเวลา 6 ฤดูกาล ใน 3 ประเทศ ถือเป็นโอกาสเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจของ JAS รวมถึงเป็นการยกระดับมาตรฐานการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล โปร่งใส และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามแนวทางเดียวกับผู้ถือลิขสิทธิ์และผู้ให้บริการคอนเทนต์กีฬาระดับโลก

การบริหารจัดการการโฆษณาอย่างโปร่งใสตลอดอายุสัญญา 6 ฤดูกาล จึงไม่เพียงช่วยลดข้อพิพาทและข้อร้องเรียนที่อาจเกิดขึ้น แต่ยังสร้างความไว้วางใจในระยะยาว เสริมความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าที่นิยมและรักในกีฬาฟุตบอล ฟันรมิตร และผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจคอนเทนต์กีฬาในระยะยาว

ทั้งนี้ ทุกสื่อโฆษณาจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติจากฝ่ายกฎหมาย และสำหรับการสื่อสารในแคมเปญสำคัญ บริษัทฯ จะต้องได้รับการอนุมัติจาก Premier League ตามข้อกำหนด เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขัน ทีม และนักเตะมีความถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์พรีเมียร์ลีก

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปฏิบัติตามกฎหมายและจรรยาบรรณการโฆษณาที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด อาทิ พ.ร.บ.คุ้มครองผู้บริโภค และแนวปฏิบัติในการโฆษณา และสื่อสารการตลาดของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ตลอดจนเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของพรีเมียร์ลีกและสโมสรต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด



ความถูกต้องและความโปร่งใสของข้อมูล

บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการอย่างครบถ้วน ครอบคลุมเงื่อนไขการให้บริการ รวมถึงข้อจำกัดในการรับชม เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลอย่างชัดเจนและสามารถตัดสินใจใช้บริการได้อย่างเหมาะสมมากกว่านั้น บริษัทฯ ยังเปิดเผยข้อมูลด้านราคา ค่าบริการ แพ็กเกจการรับชม การชำระเงิน การยกเลิก และการคืนเงินอย่างโปร่งใสและเข้าใจง่าย พร้อมให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลฟันรมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับข้อกำหนดและมาตรฐานของพรีเมียร์ลีกด้วยเช่นเดียวกัน

นอกเหนือจากการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกและนำ



แนวทางการบริหารจัดการ

บริษัทฯ จัดทำแนวทางสำหรับการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Guidelines) สำหรับการบริหารจัดการลิขสิทธิ์พรีเมียร์ลีกอย่างเป็นทางการเป็นระบบ โดยกำหนดแนวทางการใช้ภาพ โลโก้ และทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นไปตามข้อตกลงลิขสิทธิ์ ในการโฆษณาผ่านสื่อ 4Os Media ทุกรูปแบบ ได้แก่ Out of Home, Online, On-Air และ On-Ground รวมถึงช่องทาง Official Fan Page และช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

เสนอเนื้อหาโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและกลุ่มเปราะบาง สอดคล้องกับค่านิยมของพรีเมียร์ลีก ได้แก่ Ambitious, Inspiring, Connected และ Fair รวมถึงเคารพต่อความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม ทั้งนี้ บริษัทฯ ดำเนินการสื่อสารการตลาดโดยหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ส่งเสริมความรุนแรง การพนัน หรือ การเลือกปฏิบัติ และมุ่งนำเสนอคุณค่าเชิงบวกของกีฬา เช่น การแข่งขันอย่างยุติธรรม และการมีน้ำใจนักกีฬา รวมถึงการนำเสนอรายละเอียดของทีมฟุตบอลทุกทีมอย่างเป็นธรรม เพื่อลดความแตกแยกในกลุ่มแฟนบอล

บริษัทฯ ติดตามและประเมินผลการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ผ่านการวิเคราะห์ ความรู้สึกบนโซเชียลมีเดีย (Social Media Sentiment) อัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) อัตราการเปลี่ยนเป็นเป้าหมายที่ต้องการ (Conversion Rate) และข้อร้องเรียนจาก ผู้บริโภค รวมถึงสำรวจความพึงพอใจหลังการรับชม โดยผลการประเมินจะถูกนำไปใช้สำหรับปรับปรุงเนื้อหาโฆษณา แผนการให้บริการ และบริการอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง

ช่องทางการสื่อสารสองทาง และการจัดการข้อร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูล แสดงความคิดเห็น และแจ้งข้อร้องเรียนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และตอบสนองอย่างทันก่วงที



ช่องทางการสื่อสารสำหรับลูกค้า

- Call Center และ Live Chat บนแอปพลิเคชัน
- ช่องทางโซเชียลมีเดีย
- ข้อมูลคำถามที่พบบ่อย (FAQ) บนแพลตฟอร์มดิจิทัล

บริษัทฯ มีทีมงานเฉพาะในการรับและบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการให้บริการ โดยกำหนดกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน (Escalation) สำหรับกรณีที่มีความซับซ้อนหรืออาจส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง อาทิ กรณีที่ข้อมูลการโฆษณาอาจก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน กรณีที่มีข้อร้องเรียนจำนวนมากในช่วงเวลาเดียวกัน หรือกรณีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิทธิและข้อกำหนดตามสัญญา ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวครอบคลุมการ

พิจารณาโดยฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างเป็นระบบ และการกำหนดแนวทางแก้ไขที่สอดคล้องกับนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลไกในการแก้ไขและเยียวยาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภค โดยพิจารณามาตรการชดเชยหรือคืนเงินในกรณีที่การให้บริการไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ พร้อมทั้งนำบทเรียนจากข้อร้องเรียนและผลการดำเนินการตามกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน (Escalation) มาใช้ปรับปรุงแนวทางการสื่อสาร การให้บริการ และการกำกับดูแลภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าและเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อบริษัทฯ ในระยะยาว



ข้อร้องเรียนด้านการโฆษณา
ที่ไม่โปร่งใสหรือการได้รับบริการ
ที่ไม่เป็นไปตามสัญญา

ปี 2568

0