

# การขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน

# การขับเคลื่อนธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน



นโยบาย  
ด้านความยั่งยืน



เป้าหมายการจัดการ  
ด้านความยั่งยืน



การทบทวนนโยบาย  
และเป้าหมายการจัดการ  
ด้านความยั่งยืนในรอบปี  
ที่ผ่านมา

# นโยบาย ด้านความยั่งยืน

จุดเริ่มต้นของการเดินทาง  
ตามแนวทางดำเนินงาน  
เพื่อความยั่งยืน

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) หรือ อาร์เอส กรุ๊ป เป็นผู้บุกเบิกและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่วัฒนธรรมความบันเทิงของไทยมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2525และได้รับการยอมรับในฐานะมิวสิกไอคอนแห่งวงการเพลงที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของประเทศ จนกลายเป็นศูนย์กลางแห่งการสร้างสรรค์ความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นผู้รังสรรค์ภาพยนตร์ ละคร วาไรตี้โชว์ และเป็นผู้บริหารสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดรายการกีฬาระดับโลก รวมทั้งการสร้างจุดยืนที่แตกต่างในฐานะผู้นำที่ผสมผสานความบันเทิงและธุรกิจคอมเมอร์ซเข้าด้วยกัน ภายใต้โมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่เปลี่ยนผู้ชมและผู้ฟังเป็นลูกค้า เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการที่หลากหลายซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้แก่ลูกค้าในทุกมิติของการใช้ชีวิต

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายโซ่คุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เช่น ส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ รวมถึงการสร้างโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่ผู้คนในสังคมอย่างสมดุลครบทุกมิติ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

โดยในปี 2568 ถือเป็นปีที่ 6 ที่ได้จัดทำรายงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนขึ้น โดยดำเนินการสนับสนุนจุดมุ่งหมายหลัก 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างสมดุลและยั่งยืน

## การวางรากฐานและพัฒนา ความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง

### ปี 2563

- แบบประเมินตนเองด้านความยั่งยืน
- แบบสำรวจความผูกพันของพนักงาน
- เข้าร่วมการประเมินความยั่งยืน (THSI)
- นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน
- แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจคอมเมอร์ซ
- โครงสร้างการกำกับกิจการและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### ปี 2564

- จรรยาบรรณทางธุรกิจ
- นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- นโยบายการใช้งานระบบสารสนเทศ
- จรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- นโยบายและช่องทางการร้องเรียน/แจ้งเบาะแส
- นโยบายการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
- นโยบายบริหารและจัดการความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร
- นโยบายและแนวทางปฏิบัติการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- นโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

### ปี 2565

- นโยบายคุณภาพการให้บริการ
- นโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
- นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน
- จัดตั้งคณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม
- นโยบายการเคารพสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- นโยบายการบริหารความหลากหลาย ความเท่าเทียม และการยอมรับความแตกต่างของผู้คน
- จัดตั้งคณะทำงานด้านการกำกับดูแลกิจการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและกฎหมายว่าด้วยการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์

# ปี 2566

- ยกระดับนโยบายความหลากหลายของพนักงานอย่างต่อเนื่อง
- สร้างโครงการให้อาชีพแก่สังคมอย่างยั่งยืนผ่าน  
การดำเนินงานของธุรกิจ
- ประเมินคู่ค้ารายสำคัญด้าน ESG เพื่อพัฒนาความยั่งยืน  
ร่วมกันในอนาคต
- ส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการ RS Net Zero  
เพื่อร่วมลดโลกร้อน
- จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งงานและกำหนดคุณสมบัติที่สำคัญ  
ของผู้บริหารระดับสูง
- ริเริ่มการให้ความรู้แก่ผู้บริหารและพนักงานด้านผลกระทบ  
ของสภาพภูมิอากาศและการลดโลกร้อน
- ปลุกฝังความรู้ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนสู่พนักงาน  
อย่างต่อเนื่อง และกำหนดเป็นตัวชี้วัดทั่วทั้งองค์กร

# ปี 2567-2568

- ส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อร่วมลด  
โลกร้อนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ RS Net Zero
- สื่อสารประชาสัมพันธ์ร้านค้าต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนรอบข้างผ่าน  
สื่อสังคมของบริษัท ภายใต้โครงการ RS Nearby
- สนับสนุนการเรียนรู้นอกห้องเรียน เพื่อให้นักเรียน นักศึกษา  
ได้เรียนรู้ประสบการณ์การทำงานจริง ภายใต้โครงการ RS  
Young Blood

## ความสำเร็จด้านความยั่งยืนที่สำคัญในปี 2568

- การประเมินผลการดำเนินการด้านการกำกับกิจการในระดับดีเลิศ  
หรือ 5 ดาว โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- การประเมินคุณภาพการจัดประชุมผู้ถือหุ้น ด้วยคะแนน  
100 คะแนน โดยสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
- การรับรองสถานะการเป็นสมาชิกของแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชัน  
ของภาคเอกชนไทย โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- การรับรางวัลอาคารประหยัดพลังงาน MEA Energy Awards  
โดยการไฟฟ้านครหลวง

# 01

## วางเป้าหมาย ความยั่งยืน

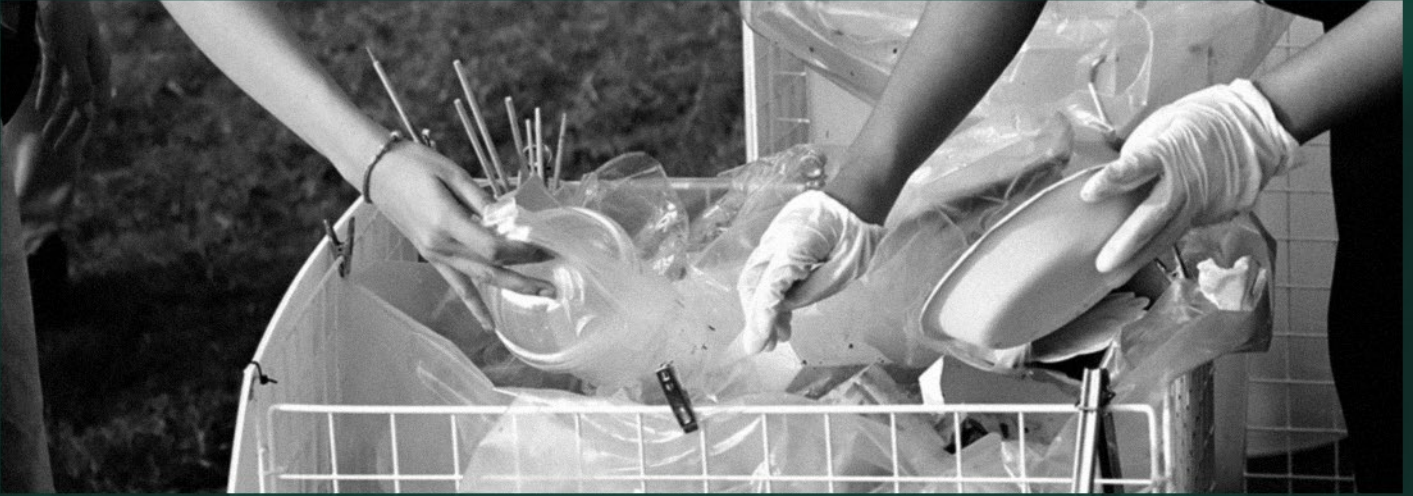
*กระบวนการ  
จัดทำรายงาน  
ความยั่งยืน*

# 02

ดำเนินการ  
และเก็บข้อมูล

# 03

สรุปรายงาน  
และสื่อสารผล



## | เกี่ยวกับรายงานฉบับนี้

บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญและผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างถูกต้องและโปร่งใสโดยเนื้อหาครอบคลุมการดำเนินงานในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ที่เกิดขึ้นภายในรอบปีที่ผ่านมา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2568

## | แนวทางการจัดทำรายงาน

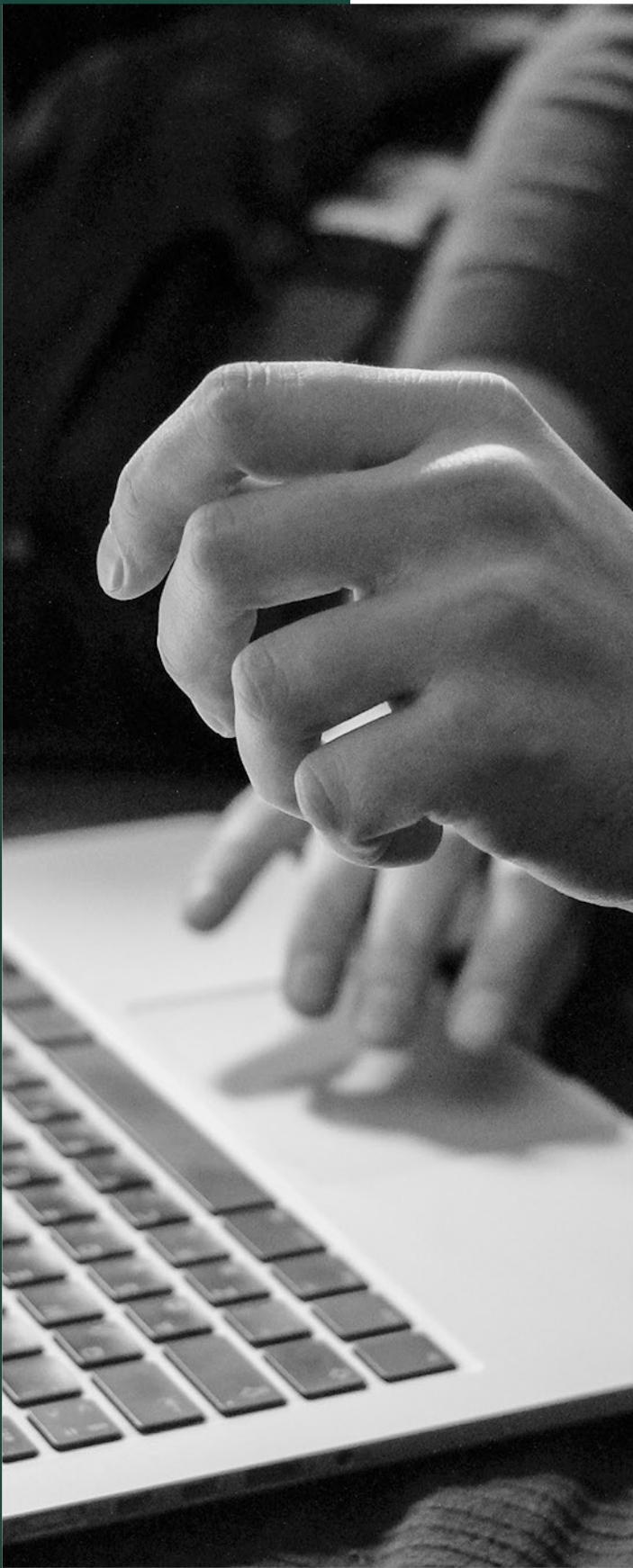
รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประจำปี 2568 นี้ ได้ทำการเปิดเผยข้อมูลตามกรอบหลักเกณฑ์การประเมินหุ้นยั่งยืนและกระบวนการคัดเลือก SET ESG Ratings ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแสดงในรูปแบบ e-One Report นอกจากนี้ยังเล็งเห็นความสำคัญของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals : SDGs) จึงได้พิจารณาความสอดคล้องเบื้องต้น ด้วยการนำเป้าหมายดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในแนวทางการจัดทำกลยุทธ์ เพื่อให้บริษัทฯ เติบโตไปได้อย่างชัดเจนตามแนวทางและเป้าหมายที่ได้วางไว้ ซึ่งได้เปิดเผยไว้ในรายงานฉบับนี้แล้วเช่นกัน

## | ขอบเขตของรายงาน

จากการพิจารณาความเกี่ยวข้องทางธุรกิจ ความพร้อมของข้อมูล และผลการดำเนินงานหลักของบริษัทฯ ทั้งในปีที่รายงาน และแนวโน้ม ภายใน 3-5 ปี ข้างหน้า บริษัทฯ จึงได้กำหนดขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจของบริษัทฯ และบริษัทย่อยเรียบร้อยแล้ว

## | อื่นๆ

รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนฉบับนี้ ได้รับการนำเสนอและจัดทำผ่านแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายการประจำปี (แบบ 56-1 e-One Report) โดยอ้างอิงข้อมูลที่เปิดเผยบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของแบบ 56-1 e-One Report และคณะกรรมการบริษัท รับผิดชอบต่อความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลที่อ้างอิงนี้



## ดาวน์โหลดรายงานฉบับเต็ม รูปแบบ One Report ได้ที่

<http://ir.rs.co.th/th/downloads/yearly-reports>

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้รับผิดชอบ  
ด้านการจัดทำรายงานได้ที่

**คุณรัฐวิทย์ ลาภานาน**  
“ฝ่ายเลขานุการบริษัท”

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)  
27 อาคารเซาท์ไซด์ ทาวเวอร์  
ถนนประเสริฐมนูกิจ แขวงเสนานิคม  
เขตจตุจักร กทม. 10900

โทรศัพท์ : +662 037 8125

อีเมล : [sd@rs.co.th](mailto:sd@rs.co.th)

เว็บไซต์ : [www.rs.co.th](http://www.rs.co.th)

## นโยบายด้านความยั่งยืน

อาร์เอส กรุ๊ป มุ่งหน้าสร้างสรรค์อนาคตที่ยั่งยืน กับแนวคิด Sustainable Life Enriching ได้แก่ การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspire) การป้องกันผลกระทบเชิงลบ (Prevent) การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Connect) และการสร้างโอกาสการเข้าถึงที่เท่าเทียม (Access) ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลาย ที่พร้อมยกระดับทุกมิติการใช้ชีวิตของผู้คนและสัตว์เลี้ยงอย่างยั่งยืน พร้อมมุ่งมั่นดำเนินงาน ตามหลักการกำกับกิจการที่ดี ด้วยการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนตลอดห่วงโซ่อุปทาน และผนวกการบริหารจัดการประเด็นต่างๆ ด้านความยั่งยืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกภาคส่วน ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไป ในอนาคต พร้อมมุ่งสู่การยกระดับ การพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

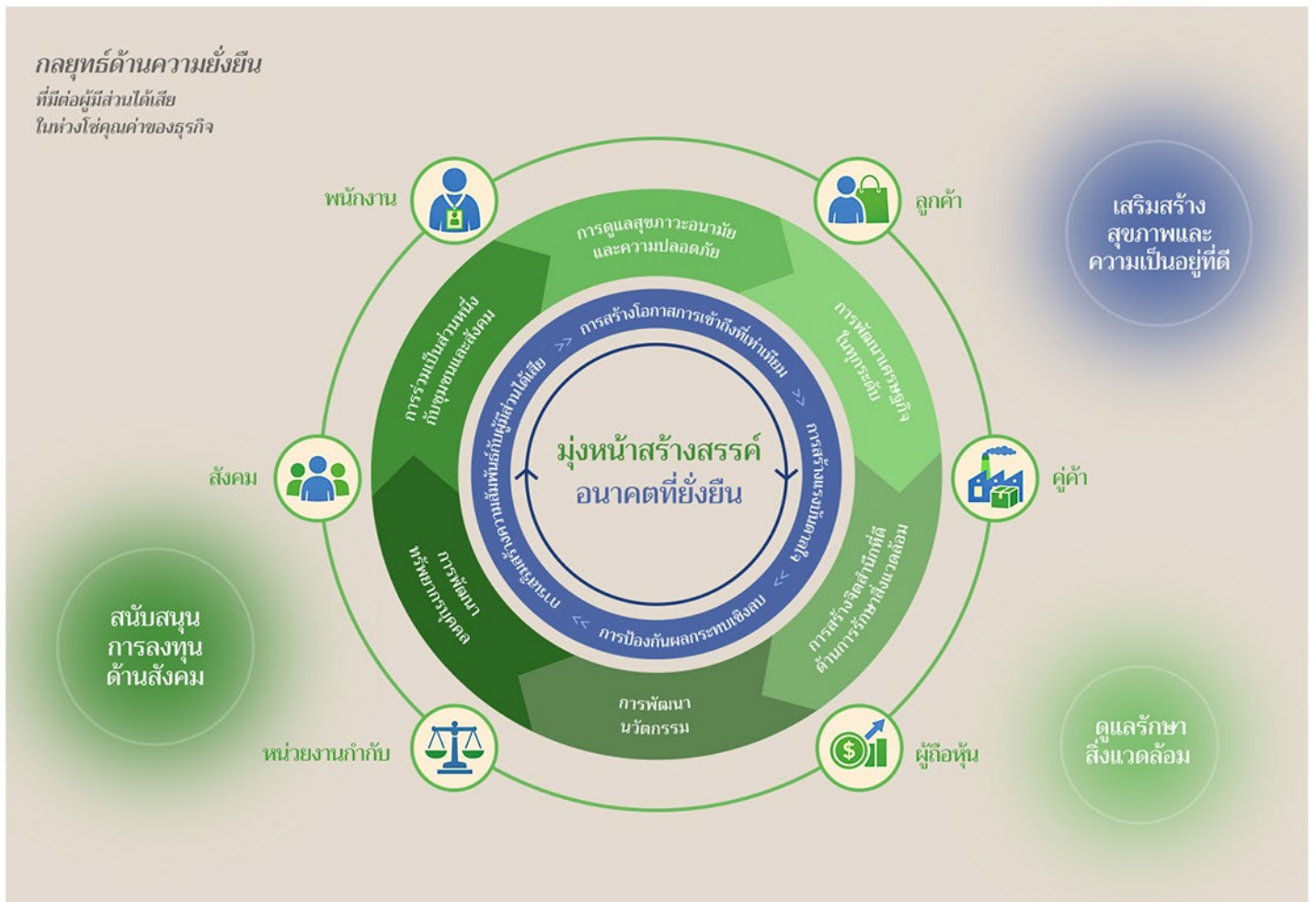
## RS GROUP SUSTAINABLE DEVELOPMENT FRAMEWORK



## I กลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้นำประเด็นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ได้รับจากผู้มีส่วนได้เสีย วิเคราะห์ร่วมกับแนวทางการปฏิบัติที่ดีจากหน่วยงานกำกับต่าง ๆ โดยผนวกการพัฒนาอย่างยั่งยืนเข้าสู่กระบวนการปฏิบัติงาน (In Process) ที่ผ่านการเห็นชอบและได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อพิจารณารอบกรอบการทำงาน กำหนดกลยุทธ์ระยะยาว และมุ่งสู่กระบวนการวางแผนปฏิบัติงานต่อไป

โดยคณะกรรมการบริษัทและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้อนุมัติกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมายและค่านิยมขององค์กร โดยวางกรอบกลยุทธ์ในการนำมาใช้บริหารจัดการเพื่อสนับสนุนความมุ่งมั่นของบริษัทที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างและดำรงความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งในส่วนของพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น หน่วยงานกำกับ และชุมชน โดยการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และเพิ่มผลกระทบเชิงบวกตลอดกระบวนการดำเนินธุรกิจ



## I เสาหลักของความยั่งยืน (Three Pillars of Sustainability) และกรอบการดำเนินงาน

ครอบคลุมทั้งมิติสิ่งแวดล้อม มิติสังคม และมิติบรรษัทภิบาลและเศรษฐกิจ ได้แก่

### Enhance Health and Wellbeing เสริมสร้างสุขภาพและ ความเป็นอยู่ที่ดี

- จรรยาบรรณทางธุรกิจ
- นโยบายการกำกับกิจการที่ดี
- การร้องเรียนและแจ้งเบาะแส
- การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร
- การบริหารสายโซ่อุปทานสีเขียว
- การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
- การรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์

### Contribute to Social Investment สนับสนุนการลงทุน ด้านสังคม

- การรักษาสิทธิมนุษยชนรอบด้าน
- การพัฒนาและส่งเสริมความรู้สู่สังคม
- การพัฒนาความพึงพอใจต่อลูกค้า
- การส่งเสริมศักยภาพพนักงาน

### Protect our Planet สร้างการตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วม ในการดูแลสิ่งแวดล้อม

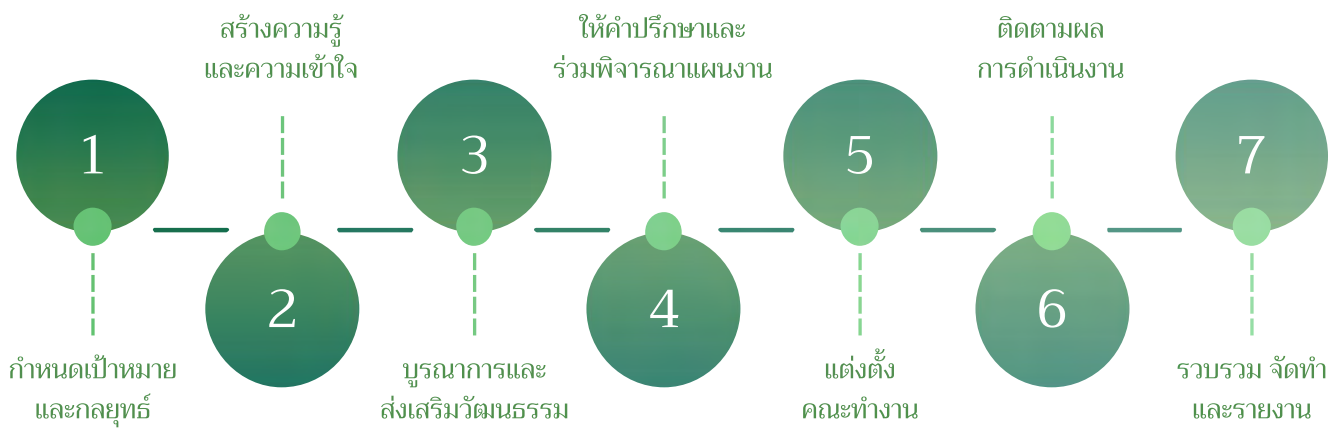
- การประหยัดพลังงาน
- การอนุรักษ์ธรรมชาติ
- การลดก๊าซเรือนกระจก
- การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ

# เป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

## I การขับเคลื่อนและการติดตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการบริษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Corporate Governance and Sustainable Development Committee : CG & SDC)” เพื่อขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ โดยมี “คณะทำงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ทำหน้าที่ เป็นผู้ประสานงานหลัก รายงานผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ต่อคณะกรรมการบริษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทให้รับทราบทุกไตรมาส

โดยคณะกรรมการบริษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน  
มีบทบาทและความรับผิดชอบดังนี้



ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นดำเนินการตามแผนงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ระยะเวลา 5 ปี (ปี 2564-2568) ที่ยึดถือเป็นแนวทางดำเนินงานในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จไปแล้วกว่าร้อยละ 95 จากแผนงานที่วางไว้ โดยมีผลงานสำคัญแสดงไว้ตามหมวดต่าง ๆ อย่างครบถ้วน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ จะทบทวนแผนงานการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นประจำทุกปี เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบของสหประชาชาติ ครอบคลุมตามมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนธุรกิจของบริษัทฯ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ในการพัฒนาธุรกิจที่คำนึงถึงประเด็นที่สำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ควบคู่ไปกับการสร้างผลตอบแทนให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนของบริษัทฯ อย่างดีที่สุด

การกำหนดเป้าหมายหรือตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัทฯ  
ทั้งที่เป็นตัวเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงิน

## I กลยุทธ์หลัก

โดยเป้าหมายระยะสั้น ภายในปี 2567-2568 คือ “การยกระดับในทุกมิติ”  
ผ่านกลยุทธ์การดำเนินงาน 3 ด้าน ได้แก่

1



### Enhance Health and Wellbeing

เสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

2

### Contribute to Social Investment

สนับสนุนการลงทุนด้านสังคม



3

### Protect our Planet

สร้างการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วม  
ในการดูแลสิ่งแวดล้อม



# Enhance Health and Wellbeing

เสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี



## 1. Enhance Health and Wellbeing เสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

# บริษัทฯ เป็นหนึ่งในบริษัทที่ประสบความสำเร็จ จนได้รับยกย่องเป็นกรณีศึกษาในการปรับตัวให้ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมอันล้ำสมัย

เพื่อความเป็นผู้นำในโลกธุรกิจที่หมุนไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน นับเป็นความภูมิใจที่เราไม่ได้เป็นเพียงสถาบันเทিংที่สร้าง  
แรงบันดาลใจแต่เป็นช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงได้โดยตรง ซึ่งมีสินค้าตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และยังคง  
ดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงในภาวะวิกฤติ พร้อมมุ่งมั่นปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงานในทุกด้าน

### | แนวทางการดำเนินงาน

- ตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของลูกค้า
- สนับสนุนการสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อให้เกิดการสร้าง  
นวัตกรรมใหม่ร่วมกัน
- ส่งเสริมโครงการเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ผู้คนในสังคม
- พัฒนาความรู้ความสามารถของทีมงาน เพื่อผลักดันให้เกิด  
การสร้างรายได้จากสินค้าที่คำนึงถึงการพัฒนายั่งยืน

### | เป้าหมาย

- ลดระดับการแจ้งเคลมสินค้าของลูกค้า ไม่มากกว่าร้อยละ 1
- รักษาระดับคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
- เพิ่มจำนวนลูกค้าที่ได้รับการประเมินด้านความยั่งยืน ไม่น้อยกว่า  
ร้อยละ 50
- รักษาระดับคะแนนการประเมินด้านการกำกับกิจการ ไม่น้อยกว่า  
ร้อยละ 100



## Contribute to Social Investment

สนับสนุนการลงทุนด้านสังคม

## 2. Contribute to Social Investment

### สนับสนุนการลงทุนด้านสังคม

# บริษัทฯ คำนึงอยู่เสมอว่าธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้ด้วยพื้นฐานของสังคมที่ดี จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานเพื่อสังคม

ซึ่งความรับผิดชอบของบริษัทฯ นั้นมิได้จำกัดอยู่เฉพาะสังคมภายในหรือพนักงานเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงสังคมภายนอก ได้แก่ คู่ค้า ลูกค้า ชุมชน ตลอดจนสภาพสังคมโดยรวมของประเทศ ซึ่งครอบคลุมทั้งการดูแลและปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม การพัฒนาบุคลากรในองค์กร การดูแลสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน การดำเนินงานด้านสาธารณประโยชน์ และการเปิดรับข้อร้องเรียน รวมถึงมีกลไกป้องกันผู้แจ้งเบาะแสอีกด้วย

#### I แนวทางการดำเนินงาน

- ส่งมอบองค์ความรู้ให้แก่นักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไป
- สนับสนุน/บริจาคการกุศลต่อชุมชน เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีร่วมกัน
- ส่งเสริมให้เกิดเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยจัดทำหลักสูตรทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน

#### I เป้าหมาย

- สร้างสรรค์และส่งเสริมโครงการให้อาชีพแก่ผู้คนในสังคม ไม่น้อยกว่า 10,000 ราย
- ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาชีพด้วยมูลค่าทางธุรกิจ ไม่น้อยกว่า 10,000,000 บาท
- ส่งเสริมศักยภาพพนักงานด้วยการสร้างและส่งต่อองค์ความรู้ผ่านการอบรม ไม่น้อยกว่า 10 ชั่วโมง/คน/ปี

# Protect our Planet

สร้างการตระหนักรู้  
และการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม

### 3. Protect our Planet

#### สร้างการตระหนักรู้และการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ตระหนักดีว่าในปัจจุบันนี้ประชากรของโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรและพลังงานธรรมชาติจำนวนมาก

ซึ่งส่งผลกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศโดยรวม ดังนั้น บริษัทฯ จึงสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกและสร้างความตระหนักรู้ว่าการใช้พลังงาน และทรัพยากรเป็นเรื่องใกล้ตัว ซึ่งเป็นหน้าที่ของทุกฝ่ายที่ต้องร่วมมือกันรักษาและใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และควรนำทรัพยากรใช้แล้วกลับมา เข้าสู่กระบวนการผลิตใช้ใหม่ ซึ่งเป็นการแก้วิกฤตการขาดแคลนทรัพยากรที่กำลังเกิดขึ้นและก่อให้เกิดการเติบโตได้อย่างยั่งยืน

#### I แนวทางการดำเนินงาน

- ส่งเสริมแนวคิด 5R ผ่านโครงการต่างๆ
- ปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ปลุกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย

#### I เป้าหมาย

- ลดปริมาณการฝังกลบลง ร้อยละ 10 จากปีฐาน
- ลดการใช้ทรัพยากรน้ำและไฟฟ้าลง ร้อยละ 10 จากปีฐาน
- ผลักดันให้เกิดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
- ปลุกฝังจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมต่างๆ ไม่น้อยกว่า 2 โครงการต่อปี

## I กลยุทธ์เสริม



### Good Corporate Governance and Share Value for all

กำกับกิจการที่ดีจากภายใน เพื่อแบ่งปันคุณค่าร่วมกันสู่ภายนอก

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินงานตามหลักการกำกับกิจการที่ดีเพื่อเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน คือ “การเติบโตอย่างสมดุล” ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยนำแนวทางที่เป็นระบบมาใช้เพื่อกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญและบูรณาการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกภาคส่วน ให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนมีการติดตามและสื่อสาร กับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม โดยเน้นการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ภาครัฐ ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกัน และเติบโตไปด้วยกันได้อย่างสมดุล

## Good Corporate Governance and Share Value for all กำกับกิจการที่ดีจากภายใน เพื่อแบ่งปันคุณค่าร่วมกันสู่ภายนอก

### I แนวทางการดำเนินงาน

- จัดการโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกระดับของบริษัท
- ส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งภายในองค์กรและกับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง
- การสร้างความเข้าใจและรับทราบโดยผ่านการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้อง
- การแบ่งปันองค์ความรู้และประสบการณ์จากการดำเนินการที่เป็นเลิศสู่ผู้คนในสังคม
- การสร้างเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- ส่งเสริมให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานขององค์กร
- ขยายผลจากการอบรมสู่การปฏิบัติจริง การวัดผลและพัฒนากระบวนการที่ยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง
- เปิดเผยผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างโปร่งใส และสอดคล้องกับแนวทางการรายงานระดับสากล

### I เป้าหมาย

- "ดีเลิศ" ผลการประเมินด้านกำกับดูแลกิจการ จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย
- "เต็มร้อย" คะแนน จากโครงการการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น จากสมาคมส่งเสริมผู้ลงทุนไทย
- "ดีดรายชื่อน้อยยั่งยืน SET ESG Ratings" เป็นบริษัทจดทะเบียนที่มีผลประเมินด้านความยั่งยืนอย่างน้อยร้อยละ 50 ในทุกมิติ จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- "ได้รับการรับรองสถานะการเป็นสมาชิก" จากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ Private Sector Collective Action against Corruption (CAC)

เป้าหมายระยะยาว ภายในปี 2573 คือ การปรับเปลี่ยน อาร์เอส กรุ๊ป  
องค์กรแห่งอนาคต ซึ่งแข็งแกร่งในทุกด้าน พร้อมร่วมขับเคลื่อน  
บริษัทฯ ด้วยการเปลี่ยนสู่แหล่งพลังงานทดแทน เศรษฐกิจหมุนเวียน  
และความเป็นกลางทางคาร์บอน อีกทั้งบรรลุพันธกิจหลัก ได้แก่



*ยกระดับทุกมิติการใช้ชีวิตของผู้คนและสัตว์เลี้ยง  
อย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเป้าหมาย  
การพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ  
(UN SDGs)*



การทบทวนนโยบายและ/หรือเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน  
ในรอบปีที่ผ่านมา

ในปี 2568 บริษัทฯ มีการทบทวนนโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ  
ทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยผ่านการพิจารณาอนุมัติในที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร  
และการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1/2568 และได้รายงานในที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท  
ครั้งที่ 1/2568 ซึ่งยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดอย่างมีสาระสำคัญในปี 2568 ที่ผ่านมา

# การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

## การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ที่เป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจหลักผสมผสานกับธุรกิจคอมเมอร์เชียลโมเดลใหม่อย่าง “เอนเตอร์เทนเมอร์ช” ผ่านวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่หลากหลาย ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำการตลาดให้กับสินค้าและ บริการของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ด้วยการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านการมีส่วนร่วม การสร้างความโปร่งใส และบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งในระยะยาว ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงปรับกลยุทธ์ แผนธุรกิจและประสิทธิภาพการทำงานในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับต่อกระแสดิจิทัล ดิสรัปชัน หรือสถานการณ์ต่างๆ ในภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต



## ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

### I การขับเคลื่อนและการติดตามกลยุทธ์ด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ มุ่งหน้าสร้างสรรค์อนาคตที่ยั่งยืน กับแนวคิด Sustainable Life Enriching ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายเพื่อยกระดับทุกมิติ การใช้ชีวิตของผู้คนและสัตว์เลี้ยงอย่างยั่งยืน พร้อมมุ่งมั่นดำเนินงานตามหลักการกำกับกิจการที่ดี ด้วยการคำนึงถึงความรับผิดชอบและ การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ กับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนและหลอมรวมห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้สอดคล้องกลยุทธ์ทางธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมถึงสร้างการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่องพร้อมด้วยการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ผสานเข้ากับรูปแบบของแต่ละธุรกิจที่คำนึงถึงจุดมุ่งหมายหลัก 3 มิติ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ควบคู่ไป กับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจให้เติบโตไปด้วยกันอย่างสมดุลและยั่งยืน

## I แนวคิดการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบ การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจอย่างรับผิดชอบครอบคลุมครบทุกมิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ โดยมุ่งเน้นตัวชี้วัดที่สำคัญทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ การบริหารจัดการต้นทุน เวลาในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสพร้อมลดความเสี่ยงและเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้วย โดยผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญและมีส่วนรับผิดชอบร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจได้รับ ประโยชน์สูงสุดร่วมกันอย่างยั่งยืน

### แนวปฏิบัติการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจอย่างยั่งยืน

#### 1. การกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ที่ชัดเจน

- บูรณาการหลักการด้านความยั่งยืน เพื่อให้เข้ากับกลยุทธ์การจัดซื้อ จัดจ้างและการบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า
- จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การคัดเลือกที่ครอบคลุม ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ

#### 2. การประเมินและคัดเลือก คู่ค้าอย่างมีมาตรฐาน

- กำหนดคุณสมบัติ เพื่อใช้ในการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย สภาพการเงิน และมาตรฐานคุณภาพ
- ประเมินตามหลักการ เพื่อพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ

#### 3. การจัดการความเสี่ยง และการกำกับดูแล

- ประเมินความเสี่ยง เพื่อวิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยงที่อาจ เกิดขึ้นในห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ
- ตรวจสอบคู่ค้าตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้ครอบคลุมทุกมิติ

#### 4. การพัฒนาศักยภาพ และความร่วมมือ

- จัดทำแผนพัฒนาคู่ค้า เพื่อยกระดับขีดความสามารถของคู่ค้า ให้สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืน
- สร้างเครือข่ายองค์ความรู้ เพื่อแบ่งปันเทคโนโลยีกับคู่ค้าให้เรา ได้ เติบโตไปด้วยกัน

#### 5. การวัดผล และสร้างคุณค่า

- ติดตามผลกระทบเชิงบวก เพื่อส่งเสริม ปรับปรุง แก้ไขและยึดถือ เป็นแนวปฏิบัติร่วมกันตลอดห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจสร้างความเชื่อ
- มั่นและคุณค่าให้กับแบรนด์ เพื่อเพิ่มคุณค่าและสร้างความภาคภูมิใจต่อ ธุรกิจในระยะยาว

## I การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การทำความเข้าใจถึงความต้องการด้านความยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มนั้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทฯ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียและการกำหนดประเด็นสาระสำคัญ เพื่อบริษัทฯ สามารถคิดค้น คาดการณ์และตอบสนองได้อย่างตรงประเด็น รวมถึงการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ สำหรับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ ยังเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายโซ่คุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

## I แนวคิดการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

จากเดิมบริษัทฯ มุ่งเน้นที่การเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจเติมเต็มชีวิตผู้คนด้วยความบันเทิงสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์และมีคุณค่า ด้วยแนวทางการบริหารห่วงโซ่อุปทานแบบเส้นตรง (Linear) คือ เน้นการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก เช่น การลดต้นทุน สร้างรายได้ เพิ่มยอดขาย เป็นต้น ต่อมาได้มีการปรับกระบวนการบริหารจัดการเข้าสู่ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจแบบเครือข่าย (Network) ที่คำนึงถึงประเด็น ความยั่งยืนควบคู่ไปกับด้านเศรษฐกิจอย่างสมดุล โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของทุกคนในทุกมิติตลอดกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ จึงทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ทั้งลดความเสี่ยงที่ธุรกิจจะหยุดชะงัก ปกป้องชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ลดต้นทุนในกระบวนการธุรกิจ พัฒนาศักยภาพแรงงาน และสร้างนวัตกรรมได้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยสะท้อนไปยังคุณค่าที่ส่งมอบ ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรม

## แนวปฏิบัติการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

1. ให้ความสำคัญและประกาศแนวคิดด้านการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานทั่วทั้งองค์กร
2. ประเมินขอบเขต ความเสี่ยง และผลกระทบในประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
3. ระบุเป้าหมายกลุ่มเป้าหมายแผนงานกลยุทธ์และนโยบายสำหรับการจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ
4. นำแผนงานไปปฏิบัติ ด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม
5. วัดผลและติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอรวมถึงการทบทวนและวางแผนทางการแก้ไขเพื่อยกระดับคุณภาพงานอย่างต่อเนื่อง
6. สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลด้านการบริหารห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ไปยังผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อย่างถูกต้อง โปร่งใส ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เหมาะสม



## การวิเคราะห์ ผู้มีส่วนได้เสีย ในห่วงโซ่คุณค่า ของธุรกิจ

### การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

#### | นโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ มุ่งมั่นบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม โดยนำแนวทางที่เป็นระบบมาใช้เพื่อกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญและบูรณาการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกภาคส่วน ให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจและสอดคล้องกับ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนมีการติดตามและสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม

ซึ่งในปี 2568 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ได้ทำการทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลอด ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ บริษัทฯ ได้ดูแลประเด็นที่สำคัญต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งหมายถึง รวมถึงแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยมีการทบทวนครบทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบ เพื่อการบริหารจัดการที่ตรงกับความต้องการและอยู่ในระดับที่เหมาะสมซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจรวมถึงการสร้างโอกาสในการพัฒนาให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

#### | แนวคิดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

ด้วยความมุ่งมั่นด้านความยั่งยืนเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยรวมของบริษัทฯ จากที่ผ่านมาบริษัทฯ เน้นที่ธุรกิจคอมเมอร์ซเป็นหลัก แต่ในปี 2568 ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ได้กลับมาดำเนินธุรกิจอย่างเต็มตัว บริษัทฯ จึงขยายขอบเขตการดำเนินการในทุกมิติให้ครอบคลุมในทุก หน่วยธุรกิจ ซึ่งการทำความเข้าใจถึงความต้องการด้านความยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มนั้น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของบริษัทฯ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียและการกำหนดประเด็นสาระสำคัญเพื่อบริษัทฯ สามารถคิดค้นคาดการณ์และตอบสนองได้อย่างตรงประเด็น รวมถึงการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ สำหรับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ ยังเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายโซ่คุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

## I แนวปฏิบัติการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจคือการระบุจัดกลุ่มและทำความเข้าใจความคาดหวังความต้องการ รวมถึงผลกระทบที่ ธุรกิจมีต่อกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า พนักงาน คู่ค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน หรือภาครัฐ เป็นต้น ผ่านกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่า ของธุรกิจ เพื่อบริหารจัดการความสัมพันธ์ ลดความเสี่ยง และสร้างโอกาสทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

### กรอบการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสียและการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ

- 1. การจำแนกและวิเคราะห์** โดยพิจารณาความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียต่อการดำเนินธุรกิจ พร้อมจัดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญและกลุ่มรอง เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบทั้งทางตรงทางอ้อมและช่องทางในการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมในการกำหนดประเด็นความยั่งยืนร่วมกัน  
**ผู้มีส่วนได้เสียหลัก** เป็นผู้ใกล้ชิดบริษัท โดยตรง และได้รับประโยชน์และผลกระทบทางตรงจากการประกอบกิจการ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และคู่ค้า  
**ผู้มีส่วนได้เสียรอง** เป็นผู้เกี่ยวข้องกับบริษัท โดยอ้อม หรือสังคมไกลออกไป โดยเป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบกิจการ ได้แก่ ชุมชนและสังคม รวมถึงหน่วยงานกำกับกิจการต่างๆ
- 2. การรับฟังและการมีส่วนร่วม** ของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่อุปทานผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์รวมทั้งการพบปะแบบตัวต่อตัว โดยเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรงเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงจัดให้มีช่องทางรับข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน การสำรวจความต้องการความพึงพอใจ และความผูกพัน การทำสนทนากลุ่มการประชุม และการจัดกิจกรรมร่วมกันตามกระบวนการและกิจกรรมที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ
- 3. การวิเคราะห์ความคาดหวังและผลกระทบทั้งบวกและลบ** เพื่อการจัดลำดับประเด็นที่มีนัยสำคัญทั้งต่อบริษัท และผู้มีส่วนได้เสีย
- 4. การตอบสนอง** เพื่อกำหนดกระบวนการตอบสนองต่อความต้องการและข้อร้องเรียนในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมและรัดกุม
- 5. การสื่อสาร** เพื่อเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน เพียงพอและทันท่วงที อีกทั้งมีการกำหนดกระบวนการรองรับและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการภายในต่อไป

โดยในปี 2568 ที่ผ่านมา บริษัทฯ เน้นการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน และคู่ค้า โดยมีผู้มีส่วนได้เสียอันดับรองอื่นๆ ร่วมด้วย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ภาครัฐหรือหน่วยงานกำกับชุมชนและสังคม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันและเติบโตไปด้วยกันอย่างสมดุลและยั่งยืน

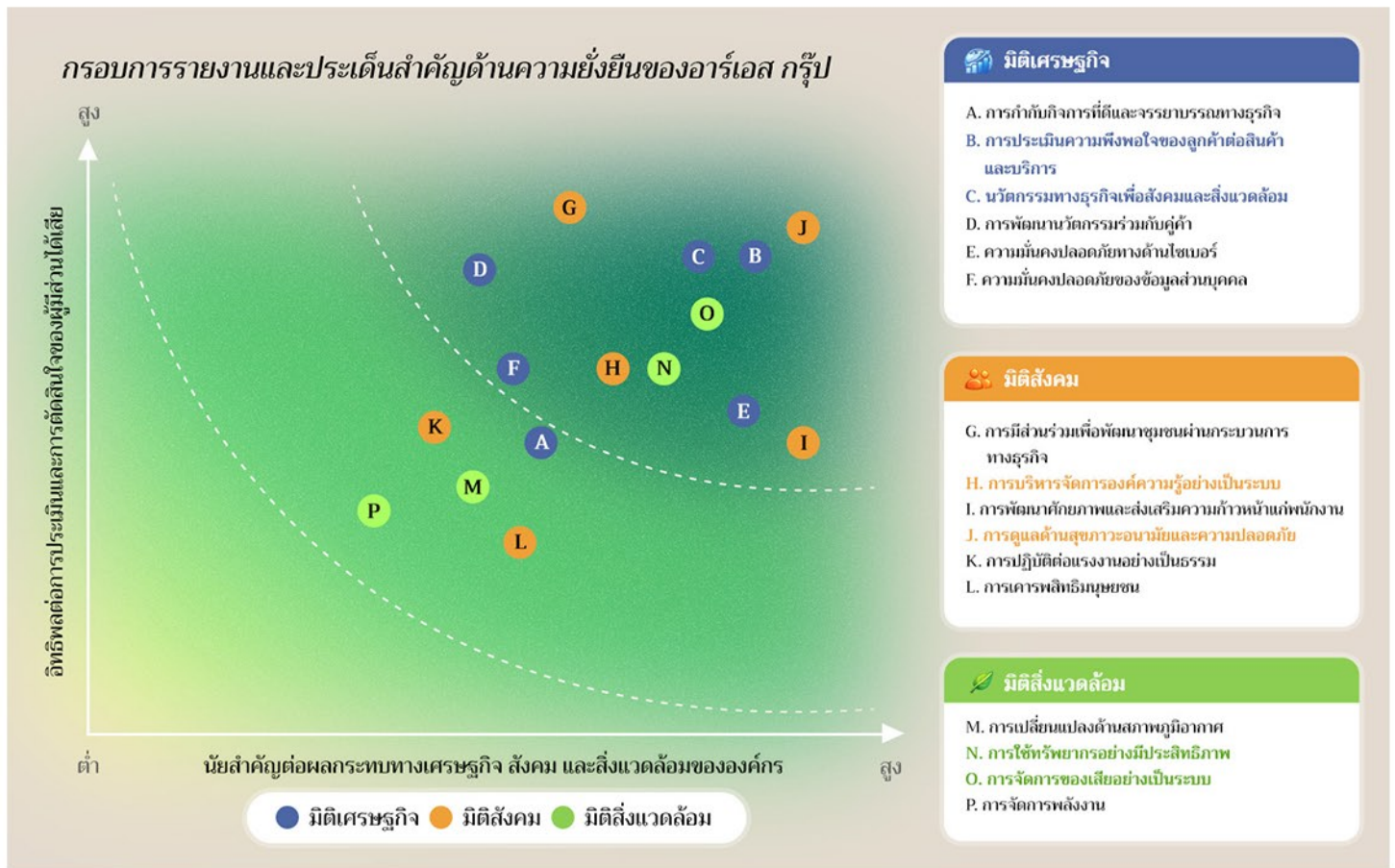
## กระบวนการประเมินสาระสำคัญ

- 1. การคัดเลือกประเด็น** คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำหน้าที่ในการประเมินและคัดเลือกประเด็นด้านความยั่งยืนโดยพิจารณาจากความคิดเห็นและข้อมูลสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงพิจารณาจากความเสี่ยง ของบริษัทฯ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย แนวทางบริหารจัดการด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และแนวโน้มด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับสากล
- 2. การกำหนดขอบเขตรายงาน** ขอบเขตของแต่ละประเด็นถูกกำหนดโดยการคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ทุกส่วนทั้งภายในและภายนอก
- 3. การประเมินลำดับความสำคัญ** ประเด็นที่คัดเลือกจะได้รับการจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากโอกาสผลกระทบที่มีต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน โดยเนื้อหาของรายงานจะเน้นประเด็นหลักที่มีความสำคัญในระดับสูง 3-5 ประเด็นเป็นหลัก แล้วจึงขยายไปยังประเด็นรองอื่นๆ อย่างครอบคลุม
- 4. การทวนสอบและคำแนะนำเชื่อถือ** คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีบทบาทในการติดตามและตรวจสอบ ความคืบหน้าและการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน รวมถึงการให้ความเห็นชอบในการเปิดเผยนโยบายและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย
- 5. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้นักลงทุนและบุคคลทั่วไปได้รับทราบอย่างครบทุกมิติ และคาดหวังว่าจะสามารถพัฒนาการจัดทำรายงานให้เป็นไปตามที่มาตรฐานสากลกำหนด โดยร่วมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การเข้าร่วมประเมินรางวัลรายงานด้านความยั่งยืน การประเมินความพึงพอใจจากลูกค้า แบบประเมินตนเองของคู่ค้า หรือแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้รายงาน เป็นต้น

โดยประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของบริษัทฯ ในปี 2568 นี้ ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณาและรับทราบร่วมกันเรียบร้อยแล้ว โดยมีอันดับที่สำคัญ 3 อันดับ ได้แก่

1. การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ (ตอบสนองต่อ SDGs ข้อ 3)
2. การดูแลด้านสถานะอนามัยและความปลอดภัย (ตอบสนองต่อ SDGs ข้อ 12)
3. การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ (ตอบสนองต่อ SDGs ข้อ 13)

รวมถึงมีการจัดอันดับประเด็นที่เป็นสาระสำคัญลงในแต่ละมิติร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียหลักและรองของบริษัทฯ



| กิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่าทางธุรกิจ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | การระบุกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | การระบุผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>กิจกรรมหลัก (PRIMARY ACTIVITIES) คือ การเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องของ 5 กิจกรรมหลัก ดังนี้</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>1) Human Insight &amp; Development</b><br>การพัฒนาทีมงานคุณภาพสูงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างยั่งยืน<br>จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเรียนรู้ความต้องการหรือความคาดหวังในทางตรงและทางอ้อม และนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการปรับปรุงตามกลยุทธ์ เพื่อลดช่องว่างของความคาดหวังในสิ่งที่องค์กรมอบแก่ลูกค้า                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>การจ้างแยกกลุ่มลูกค้า ที่ครอบคลุมทุกส่วนของตลาด</li> <li>การรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าอย่างละเอียด ผ่านช่องทางที่หลากหลาย</li> <li>การสำรวจสถานะและพฤติกรรมผู้บริโภค การสอบถามลูกค้าอย่างละเอียดและเปิดเผย การมีบทบาทการขายหรือรายงานการขาย บันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้า และข้อมูลภาคสนาม</li> <li>การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า</li> <li>คู่สัญญา / ผู้คิดค้นงานวิจัย (กรณีผลิตสินค้าแบรนด์ตนเอง)</li> <li>คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ (กรณีนำสินค้าจากผู้ผลิตภายนอกมาจำหน่าย)</li> <li>สังคม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าอื่นๆ</li> <li>พนักงานที่ทำหน้าที่รับคำสั่งซื้อและซื้อสินค้าของลูกค้า</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               |
| <b>2) Sustainable Provision</b><br>การให้บริการตามมาตรฐานคุณภาพสูงตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างยั่งยืน<br>การบริหารจัดการปัจจัยผลิต หรือ โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพด้านปัจจัยการผลิต รวมถึงลักษณะความยืดหยุ่นของลูกค้าหรือผู้ส่งมอบวัตถุดิบ หรือสิ่งที่ใช้เป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าและบริการ<br>การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการแปลงสภาพวัตถุดิบ หรือปัจจัยที่ไม่ใช่กระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการที่พร้อมจำหน่าย โดยมีทั้งการคัดเลือกโรงงานเพื่อจ้างผลิต รวมถึงการคัดเลือกสินค้าจากพันธมิตรเพื่อนำมาจำหน่ายในช่องทางของบริษัท | <ul style="list-style-type: none"> <li>การคิดค้น วิจัย และพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้าให้หลากหลายกลุ่ม ทันสมัย และได้มาตรฐานความปลอดภัย</li> <li>การจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การพิจารณาใช้วัตถุดิบท้องถิ่นภายในประเทศ</li> <li>กระบวนการจัดซื้อและคัดเลือกผู้ค้าที่เป็นธรรม ไม่ผิดกฎหมายการค้า ไม่เลือกปฏิบัติ และไม่ทุจริต</li> <li>คัดเลือกโรงงานที่ได้มาตรฐาน ถูกต้องตามกฎหมายควบคุมผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</li> <li>ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรมในการผลิตและปรับปรุงวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด</li> <li>คำนึงถึงความปลอดภัย การละเมิดสิทธิในการประกอบการผลิต และผลกระทบสิ่งแวดล้อมในขั้นสุดท้ายที่สุด</li> <li>ใช้ทรัพยากรที่ทันสมัยและเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า และเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>คู่สัญญา / ผู้คิดค้นงานวิจัย (กรณีผลิตสินค้าแบรนด์ตนเอง)</li> <li>คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ (กรณีนำสินค้าจากผู้ผลิตภายนอกมาจำหน่าย)</li> <li>ผู้ผลิตวัตถุดิบในต่างประเทศ</li> <li>หน่วยงานภาครัฐ / หน่วยงานกำกับควบคุมมาตรฐานด้านวัตถุดิบ</li> <li>พนักงานที่ทำหน้าที่สั่งซื้อ จัดหาวัตถุดิบ</li> <li>โรงงานผู้รับจ้างผลิต</li> <li>พนักงานที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้า</li> <li>หน่วยงานภาครัฐ / หน่วยงานกำกับควบคุมมาตรฐานการผลิต</li> <li>ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์</li> <li>ชุมชน สังคมรอบข้างโรงงาน</li> </ul> |
| <b>3) Eco-Distribution</b><br>การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลาย<br>การบริการหลังการขายและการกระจายสินค้า หรือ โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมและช่องทางการเคลื่อนย้าย หรือการส่งมอบสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับใช้สามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>อยู่ในที่สิ่งที่เหมาะสม สะดวกต่อการขนส่ง และมีการจัดการโลจิสติกส์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการคำสั่งซื้อให้มีประสิทธิภาพ</li> <li>มีความพร้อมในการจัดส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รักษาคุณภาพของสินค้าให้เป็นอย่างดี</li> <li>คัดเลือกผู้ให้บริการด้านการขนส่งที่ได้มาตรฐาน และมีกระบวนการจัดส่งที่เป็นธรรม</li> <li>ขนส่งและส่งมอบสินค้าอย่างถูกต้อง ด้วยบริการที่มีคุณภาพ และรวดเร็ว</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>คู่ค้าผู้รับจ้างขนส่ง</li> <li>พนักงานประจำคลังสินค้า</li> <li>เจ้าของคลังสินค้า หรือ ริมอุตสาหกรรมที่ตั้งโรงงาน</li> <li>คู่ค้าหรือคู่สัญญาไปรวมการบริการจัดการคลังสินค้า</li> <li>ผู้บริโภค</li> <li>ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ)</li> <li>ชุมชน สังคมรอบข้างคลังสินค้า</li> </ul>                                                                                                                                                                                  |
| <b>4) Customer Accessibility</b><br>การเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างหลากหลายช่องทาง<br>การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อให้เข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น ด้วยช่องทางที่หลากหลาย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ร้านค้าออนไลน์ / ออนไลน์ มีหลากหลายช่องทาง ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย</li> <li>การกำหนดราคาของสินค้า และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม</li> <li>ให้บริการข้อมูลของสินค้าผ่านผู้บริโภคอย่างถูกต้องตรงกับข้อมูลทางการสื่อสาร</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ)</li> <li>พนักงานผู้ให้ข้อมูล / พนักงานขาย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>5) Customer Engagement</b><br>การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของลูกค้าอย่างเป็นระบบ<br>การบริการหลังการขาย เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้า พร้อมกันกับเข้าสู่การรับฟังเสียงลูกค้าอีกด้วย เพื่อที่จะพัฒนาให้มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>มีการรับฟังความคิดเห็นและความพึงพอใจ</li> <li>มีระบบการบริหารความยืดหยุ่นของลูกค้า เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ</li> <li>เปิดให้มีช่องทางร้องเรียน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ)</li> <li>พนักงานผู้ให้ข้อมูล / พนักงานบริการหลังการขาย</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) คือ กิจกรรมที่สนับสนุนให้กิจกรรมหลักบรรลุเป้าหมาย ซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากิจกรรมหลัก โดยบริษัทฯ ไม่มีการดำเนินการอย่างรอบคอบและปฏิบัติตามเกณฑ์การบริการจัดการอย่างเหมาะสม ทั้งการบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริการจัดการภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร และการจัดระบบบัญชีและการเงิน เป็นต้น</b>                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

## รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                            | ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กร</b>                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• แรงงานต่างด้าว</li> <li>• พนักงาน</li> <li>• พนักงานต่างชาติ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ค่าจ้าง ผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม</li> <li>• การจัดสวัสดิการที่สูงกว่ากฎหมายกำหนด</li> <li>• การจัดอบรมพัฒนาความรู้ และศักยภาพการทำงาน</li> <li>• เปิดโอกาสให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ เพื่อให้ เกิดความมั่นคงในชีวิต</li> <li>• การจัดการสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัย ตรงตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน</li> <li>• การเปิดเผยและสื่อสารข้อมูล ทิศทางการบริหารงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ</li> <li>• มีความสุขใจในการทำงาน และมีสมดุลในการใช้ชีวิต</li> <li>• การปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมตามหลักสิทธิมนุษยชน ไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติ</li> <li>• เปิดรับและให้โอกาสพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริหารจัดการจ่ายค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับผลดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและ ระยะยาว รวมถึงมีการวัดผลโดยใช้ระบบ OKRs</li> <li>• จัดสวัสดิการให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนประกันสังคม สวัสดิการรักษายาบาล การตรวจร่างกายประจำปี อาหารและเครื่องดื่มราคาพิเศษ</li> <li>• ส่งเสริมและดำเนินการด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าอย่างยุติธรรม</li> <li>• บริหารจัดการพื้นที่ภายใน สำนักงานที่ถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย เช่น พื้นที่สีเขียว พื้นที่สูบบุหรี่ ห้องอาหารพนักงาน มุมสันทนาการต่างๆ</li> <li>• สรรหาและว่าจ้างพนักงาน ตามแนวทางด้านสิทธิมนุษยชน โดยเน้นหลักความเท่าเทียม ความหลากหลาย ไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติในด้านเชื้อชาติ ศาสนา สีดผิว หรือเพศ มุ่งที่ ความสามารถที่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ</li> <li>• เปิดช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเยี่ยมชม</li> <li>• การแถลงข่าว</li> <li>• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>• การติดต่อและสื่อสารผ่าน ช่องทางออนไลน์</li> <li>• การประชุมภายในองค์กร</li> <li>• การประชุมร่วมกับองค์กร ภายนอก</li> <li>• การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> <li>• การสำรวจความผูกพัน พนักงาน</li> <li>• การอบรม / สัมมนา</li> <li>• อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ กิจกรรมสันทนาการ</li> <li>◦ การประเมินผลการปฏิบัติงาน</li> </ul> </li> </ul> |
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภค</li> <li>• ลูกค้า</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การให้บริการก่อนการขายที่ดีมีผู้ให้ข้อมูลสินค้าได้อย่างถูกต้องทันเวลา</li> <li>• ได้รับสินค้าที่มีความปลอดภัยตามมาตรฐานควบคุม มีคุณภาพถูกต้องตรงเวลา</li> <li>• ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และจัดส่งได้อย่างโปร่งใส ทันเวลา</li> <li>• การให้บริการหลังการขายที่ดี มีการรับประกัน สินค้าและความพึงพอใจ</li> <li>• กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>• มีสินค้าที่หลากหลายทันกระแส ตรงความต้องการของลูกค้า</li> <li>• เข้าถึงสินค้าได้ง่ายทั้งช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ที่ หลากหลาย</li> <li>• การกำหนดราคาของสินค้า และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน และปลอดภัย</li> <li>• ส่งเสริมนวัตกรรมการผลิตที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ส่งมอบข้อมูลสินค้า และบริการที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ตรงเวลา ตามมาตรฐานที่กำหนด</li> <li>• จัดให้มีเจ้าหน้าที่บริการด้านข้อมูลทั้งก่อนและหลังการขาย</li> <li>• ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอย่างหลากหลาย เข้าถึงง่ายและมีประสิทธิภาพ</li> <li>• จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า</li> <li>• มีมาตรการในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า</li> <li>• เปิดช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเยี่ยมชม</li> <li>• การแถลงข่าว</li> <li>• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์</li> <li>• การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> <li>• การสำรวจความพึงพอใจ</li> <li>• การอบรม / สัมมนา</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               |

## รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• เจ้าหนี้</li> <li>• คู่ค้า</li> <li>• คู่ธุรกิจ / พันธมิตรธุรกิจ</li> <li>• ตัวแทนจำหน่าย</li> <li>• ผู้เช่า</li> <li>• ผู้แปรรูปวัตถุดิบ</li> <li>• ผู้ให้เช่า</li> <li>• ผู้ให้สิทธิ์ทางการค้า</li> <li>• ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ</li> <li>• ผู้จำหน่ายสินค้า</li> <li>• ผู้ผลิตวัตถุดิบ</li> <li>• ผู้รับเหมา</li> <li>• ผู้รับเหมาช่วง</li> <li>• ผู้รับสิทธิ์ดำเนินการธุรกิจ / ผู้รับสิทธิ์แฟรนไชส์</li> <li>• หุ้นส่วนหรือผู้ร่วมลงทุนทางธุรกิจ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดซื้อจัดจ้างโปร่งใสเป็นธรรม ไม่ผูกขาดหรือกีดกันทางการค้า ไม่ทุจริต</li> <li>• การให้ผลตอบแทนที่จูงใจเหมาะสมเป็นธรรม</li> <li>• การสร้างคุณค่าร่วมกันในการดำเนินธุรกิจระยะยาวและยั่งยืน</li> <li>• การป้องกันด้านความปลอดภัยตรงตามหลักอาชีวอนามัย</li> <li>• การรักษาความลับสัญญาและความลับระหว่างกันในการดำเนินธุรกิจ</li> <li>• การทำสัญญาด้วยความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย</li> <li>• การชำระหนี้สินถูกต้อง ตรงเวลา</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ปฏิบัติต่อคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่มีมาตรการผูกขาดหรือกีดกันทางการค้า และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ</li> <li>• กำหนดรูปแบบสัญญาและผลตอบแทนการจัดซื้อจัดจ้างด้วยความเป็นธรรม</li> <li>• ชำระเงินตรงตามเวลาด้วยเงื่อนไขที่กำหนดไว้</li> <li>• ส่งเสริมความร่วมมือพัฒนาวัตกรรม และองค์ความรู้ร่วมกัน</li> <li>• รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ความลับซึ่งกันและกัน</li> <li>• มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า</li> <li>• มีกระบวนการดำเนินงานตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเยี่ยมชม</li> <li>• การแถลงข่าว</li> <li>• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>• การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์</li> <li>• การประชุมภายในองค์กร</li> <li>• การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> <li>• อื่น ๆ <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ การประเมินผลการปฏิบัติงานด้าน ESG</li> </ul> </li> </ul> |
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• นักลงทุนหรือสถาบันการลงทุน</li> <li>• ผู้ถือหุ้น</li> <li>• สถาบันการเงิน</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ผลประกอบการที่ดีเป็นรูปธรรม เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมั่นคง</li> <li>• การพัฒนาอย่างยั่งยืนครบทุกมิติ</li> <li>• ราคาหลักทรัพย์ที่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทฯ</li> <li>• การจ่ายปันผลสม่ำเสมอ</li> <li>• การกำกับดูแลกิจการที่ดีโปร่งใส ตรวจสอบได้</li> <li>• การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้องครบถ้วนทันเวลา</li> </ul>                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• บริหารงานให้เกิดความเติบโตอย่างมั่นคงและสมดุล ในทุกมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</li> <li>• ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ตลอดจนดำเนินการใดๆ ด้วยหลักการกำกับกิจการและจรรยาบรรณที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองและผู้อื่น โดยใช้ข้อมูลใดๆ ของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน และไม่ดำเนินการใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ</li> <li>• ส่งเสริมการต่อต้านทุจริต คอร์รัปชันในทุกรูปแบบ</li> </ul>                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การเยี่ยมชม</li> <li>• การแถลงข่าว</li> <li>• การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>• การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์</li> <li>• การประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี</li> <li>• การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> </ul>                                                                                                  |

## I รายละเอียดการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ

| กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                     | ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ช่องทางการมีส่วนร่วมและสื่อสาร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>นักวิเคราะห์</li> <li>สำนักข่าวและสื่อมวลชน</li> <li>หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานกำกับดูแล</li> </ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>การปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์กฎหมายครบทุกมิติ</li> <li>การให้ข้อมูลหรือดำเนินการด้านต่างๆ ด้วยความถูกต้อง เหมาะสม ทันเวลา</li> </ul>                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>ปฏิบัติตามที่กฎหมาย กฎเกณฑ์กำหนด</li> <li>ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ</li> <li>ให้ข้อมูลและความร่วมมือที่ดีเมื่อถูกร้องขอจากหน่วยงาน กำกับ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> <li>การอบรม / สัมมนา</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร</b>                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ชุมชน</li> <li>ผู้นำความคิด</li> <li>สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานวิชาการ</li> <li>สังคม</li> <li>องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร / NGOs</li> <li>องค์กรมาตรฐาน</li> <li>องค์กรอิสระ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การสร้างคามผูกพัน ความเข้าใจของชุมชนและสังคม</li> <li>มีการป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องตาม เกณฑ์การควบคุมต่างๆ</li> <li>มีกระบวนการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผูคนในสังคม</li> <li>การร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม</li> <li>การใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนด้วยหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้คน</li> <li>ควบคุมการปล่อยของเสียให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน</li> <li>ส่งเสริมการปรับปรุง กระบวนการทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</li> <li>การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและลดของเสียในกระบวนการผลิตให้มากที่สุด</li> <li>สนับสนุนกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคม ชุมชน และ สิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>รับฟังข้อเสนอแนะจากชุมชนรอบพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขข้อร้องเรียน ต่างๆ ร่วมกัน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>การเยี่ยมชม</li> <li>การแถลงข่าว</li> <li>การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม</li> <li>การติดต่อและสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์</li> <li>การรับเรื่องข้อร้องเรียน</li> <li>การอบรม / สัมมนา</li> <li>อื่น ๆ                         <ul style="list-style-type: none"> <li>การสำรวจความต้องการของชุมชนและสังคม</li> <li>การลงพื้นที่ให้ความช่วยเหลือโดยตรง</li> </ul> </li> </ul> |



RS GROUP