

สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญ ด้านเศรษฐกิจ WE DARE

ยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม ด้วยแรงบันดาลใจจากนวัตกรรมการผลิตสินค้าด้านสุขภาพและความงามที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก ร่วมกับการบริหารคลังข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้าอย่างครบครัน

นวัตกรรมด้านสินค้า บริการ และกระบวนการทางธุรกิจ

3 โครงการ

พัฒนานวัตกรรมครอบคลุม
ด้านสินค้า บริการ และกระบวนการ

160 SKUs

จำนวนสินค้าที่มีเพื่อตอบสนอง
ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย
(House Brand)

1,000 ล้านบาท

มูลค่าตั้งต้นที่ใช้ในการลงทุนกับพันธมิตร
เสริมสร้างความแข็งแกร่งของ Eco-System

สร้างโอกาส สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้สู่สังคม

760 ราย

จำนวนผู้คนในสังคมภายในปี 2566
ที่ได้รับการสร้างอาชีพ
ผ่านการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

22,367 ราย

จำนวนพันธมิตรทางธุรกิจสะสม
ที่ได้รับความรู้และโอกาสในการสร้างอาชีพ

430 ล้านบาท

มูลค่ารวมของสินค้า
จากเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ
ที่ส่งผ่านถึงมือผู้บริโภค

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจทางตรงของประเทศ



เงินปันผลหรือหุ้นปันผล
642 ล้านบาท



รายได้รวม
3,650 ล้านบาท



ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้
354 ล้านบาท

การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้กับผู้มีส่วนได้เสีย

ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจอินเทอร์เน็ตเทนเมนท์ที่เป็นพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจหลัก ผสมผสานกับธุรกิจคอมเมิร์ซ โมเดลใหม่อย่าง “อินเทอร์เน็ตเทนเมนท์” ผ่านวิธีการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่หลากหลาย ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำการตลาดให้กับสินค้าและบริการของบริษัทฯ โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ไม่เหมือนใคร และยังได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย หลากหลาย และแปลกใหม่ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งยังเป็นบริษัทฯ ที่ประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนรูปแบบโมเดลธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล จนได้รับยกย่องเป็นกรณีศึกษาสำหรับธุรกิจทรานส์ฟอร์เมชัน ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงปรับกลยุทธ์ แผนธุรกิจ และประสิทธิภาพการทำงานในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับต่อกระแสดิจิทัล ดิสรัปชัน และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงสร้างการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างผลกำไรอย่างมั่นคงในทุกสถานการณ์ พร้อมด้วยการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ผสมผสานเข้ากับรูปแบบของแต่ละธุรกิจ ที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

RS GROUP

รายได้รวม **3,650** ล้านบาท

สัดส่วนรายได้

ธุรกิจคอมเมิร์ซ ร้อยละ **39**
ธุรกิจอินเทอร์เน็ตเทนเมนท์ ร้อยละ **61**
โดยแบ่งเป็น ธุรกิจสื่อ ร้อยละ **45**
และ ธุรกิจเพลงและอื่นๆ ร้อยละ **16**

กำไรสุทธิ **1,395** ล้านบาท

พนักงานทั้งหมด **1,338** ราย



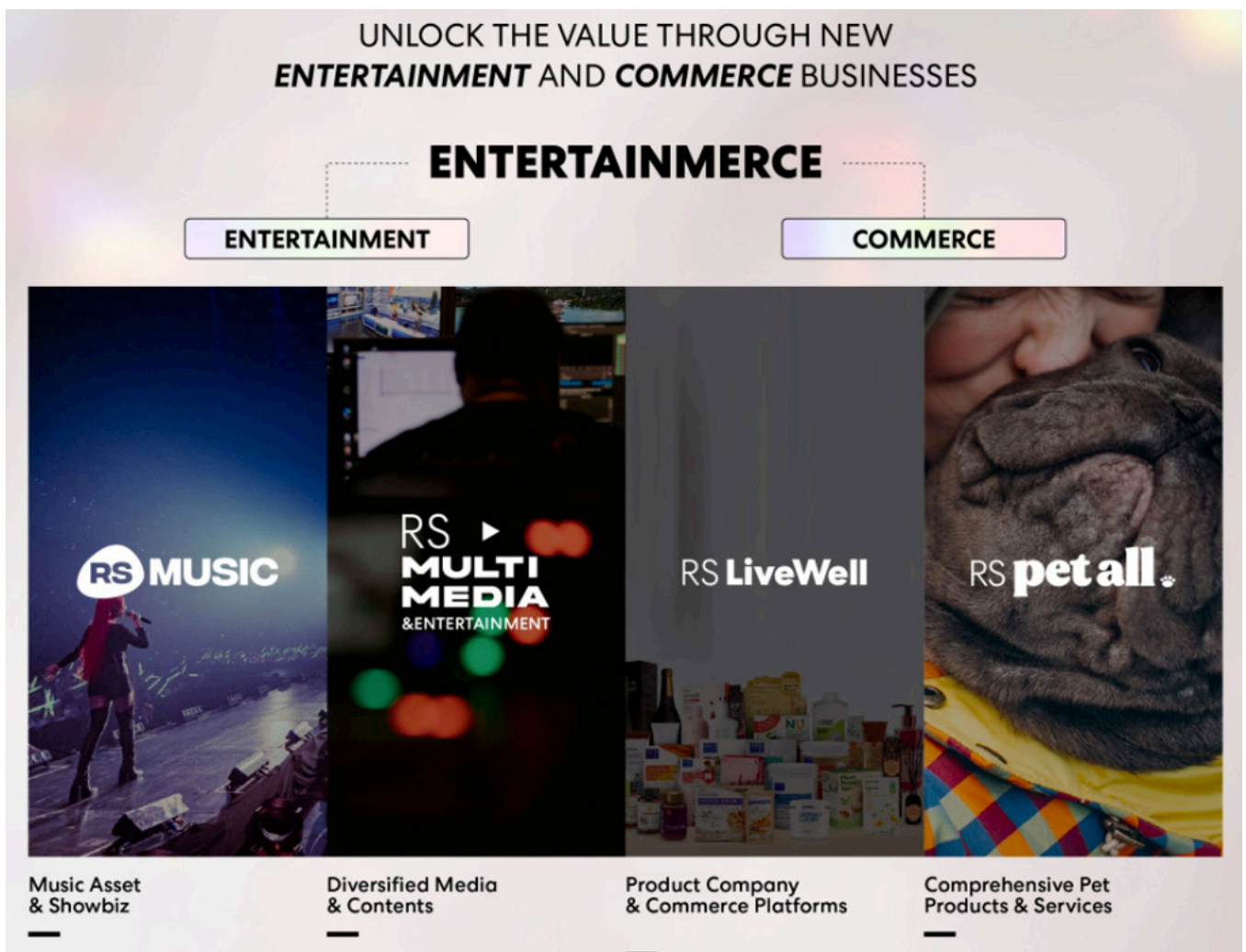
บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) หรือ อาร์เอส กรุ๊ป เป็นผู้บุกเบิกและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่วัฒนธรรมความบันเทิงของไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 และได้รับการยอมรับในฐานะมิวสิกไอคอนแห่งวงการเพลงที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของประเทศ จนกลายเป็นศูนย์กลางแห่งการสร้างสรรคความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นผู้รังสรรค์ภาพยนตร์ ละคร วาไรตี้โชว์ และเป็นผู้บริหารสิทธิในการถ่ายทอดสดรายการกีฬา ระดับโลก รวมทั้งการสร้างจุดยืนที่แตกต่างในฐานะผู้นำที่ผสมผสานความบันเทิงและธุรกิจคอมเมิร์ซเข้าด้วยกัน ภายใต้โมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่เปลี่ยนผู้ชมและผู้ฟังเป็นลูกค้า เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้แก่ลูกค้าในทุกมิติของการใช้ชีวิต อีกทั้งบริษัทยังเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานตลอดทั้งสายโซ่คุณค่าผ่านการดำเนินธุรกิจตั้งแต่นำงานถึงปลายน้ำ เช่น ส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ รวมถึงการสร้างโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่ผู้คนในสังคมอย่างสมดุลครบทุกมิติ

3.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

การทำความเข้าใจถึงความต้องการด้านความยั่งยืนของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มนั้น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทฯ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียและการกำหนดประเด็นสาระสำคัญ เพื่อบริษัทฯ สามารถคัดค้านคาดการณ์และตอบสนองได้อย่างตรงประเด็น รวมถึงการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ สำหรับลูกค้าที่มีความต้องการที่หลากหลาย ควบคู่ไปกับการดำเนินการตามวิสัยทัศน์ เพื่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

3.2.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะยกระดับทุกมิติการใช้ชีวิตของผู้คนให้สมบูรณ์แบบที่สูงสุด เพิ่มคุณค่าโดยการสร้างประสบการณ์ ความสุข ความบันเทิง สร้างคุณภาพชีวิต และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้ทั้งกับคนและสัตว์เลี้ยง ผ่านทุกธุรกิจในเครือ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่สร้างสรรค์และมีคุณค่าทางธุรกิจ บนแนวคิดด้าน “การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน” ซึ่งเป็นการคำนึงถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ เป็นตัวขับเคลื่อนและหลอมรวมห่วงโซ่คุณค่าให้สอดรับกลยุทธ์ทางธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน

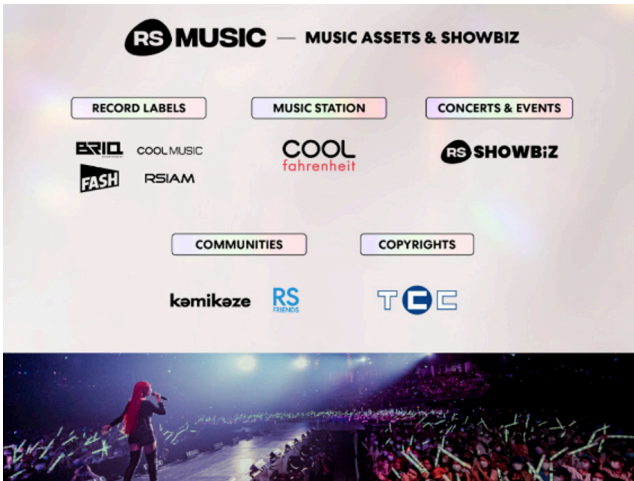


นับตั้งแต่บริษัทฯ ทรานส์ฟอร์มธุรกิจจากสื่อและบันเทิงไปสู่ธุรกิจคอมเมิร์ซ ที่เปลี่ยนผู้ชมและผู้ฟังหลายล้านคนให้กลายเป็นผู้ซื้อ ซึ่งมีจุดเริ่มต้นเมื่อเกือบ 5 ปีที่แล้วนั้น ธุรกิจคอมเมิร์ซค่อยๆ ต่อจิ๊กซอว์สร้างการเติบโต ผ่านโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่ผสานความเชี่ยวชาญจากธุรกิจสื่อและบันเทิงกับธุรกิจคอมเมิร์ซเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม และสร้างรายได้กับบริษัทฯ อย่างก้าวกระโดด ซึ่งบริษัทฯ ได้ตั้งเป้าเป็น ‘Life Enriching’ โดยมุ่งมั่นยกระดับทุกมิติการใช้ชีวิตของลูกค้าผ่านทุกธุรกิจในเครือ ผ่านความสัมพันธ์ของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจต่างๆ อย่างลงตัว

ความเชื่อมโยงของหน่วยธุรกิจ

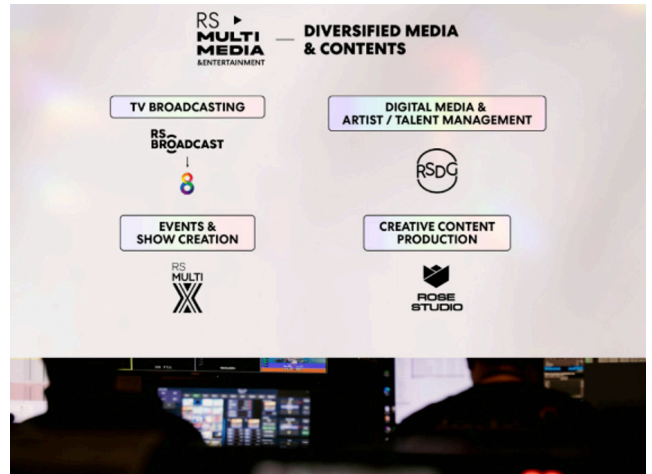
เพื่อให้เห็นถึงความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการผ่านการดำเนินงานของ 2 กลุ่มธุรกิจดังนี้

1. ธุรกิจสื่อและบันเทิง



RS Music

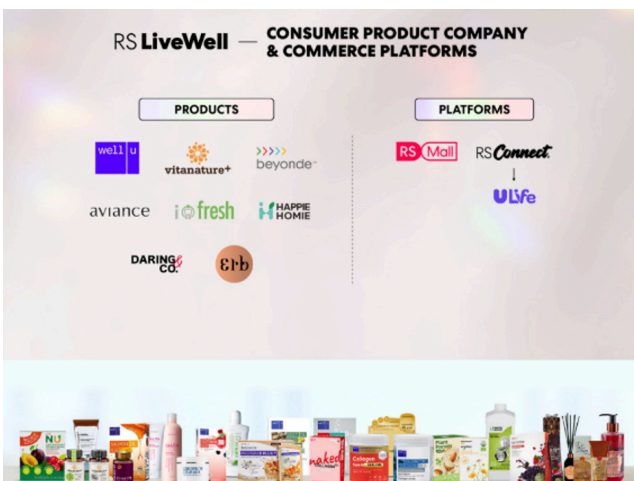
ประกอบด้วย 4 ค่ายเพลง ได้แก่ BRIQ ENTERTAINMENT, RSIAM, COOL Music และ FASH คอมมูนิตีสำหรับแฟนเพลง ได้แก่ kamikaze และ RS Friends, สถานีเพลง COOLfahrenheit, RS Showbiz และจัดเก็บลิขสิทธิ์ไทย (TCC)



RS Multimedia & Entertainment

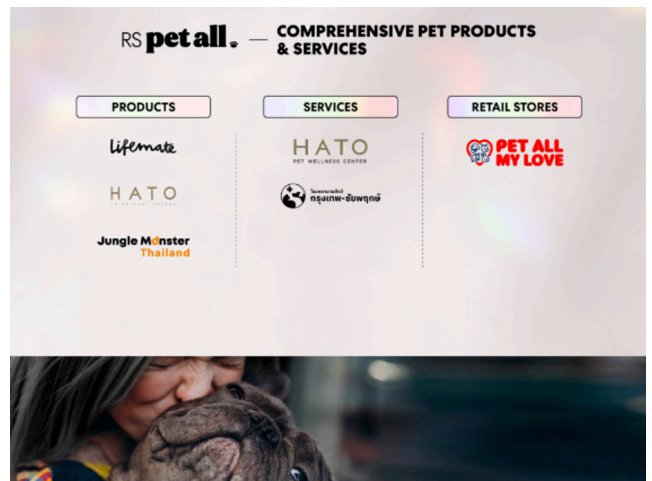
ปรับโครงสร้างใหม่ที่ข้ามขีดจำกัดของดิจิทัลทีวี แบบไม่จำกัดแพลตฟอร์มและตลาดในประเทศเท่านั้น อีกทั้งยังเปิดโอกาสความร่วมมือจากพันธมิตรในหลากหลายรูปแบบ ที่ไม่เพียงแค่ผลิตรายการและกิจกรรมเพื่อช่อง 8 แต่ยังขยายสู่ธุรกิจอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้ในธุรกิจใหม่ๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ธุรกิจหลัก ได้แก่ RS Broadcast, RSDG, RS MultiX และ Rose Studio

2. ธุรกิจคอมเมิร์ซ



RS LiveWell Product Company

ที่มีความโดดเด่นแตกต่างด้วยแพลตฟอร์มขายสินค้าของตนเองที่ครบทุกทัชพอยท์ โดยมีสินค้า House Brands ประกอบไปด้วยแบรนด์ well u, vitanature+, DARING & CO., aviance, Beyonde, iFresh, Happie Homie และ Erb และจำหน่ายสินค้าทั้งหมดผ่านทุกแพลตฟอร์ม ทั้ง RS Mall ซึ่งมีทั้งออนแอร์, ออนไลน์ และเทลเชลล์ และ ULife ที่การขายสินค้ารูปแบบ Subscription Model



RS pet all

ธุรกิจครบวงจรสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ แบ่งเป็น 3 ธุรกิจย่อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ภายใต้แบรนด์ Lifemate, HATO VETERINARY SELECT และ Jungle Monster Thailand นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจเซอร์วิส ภายใต้แบรนด์ HATO Pet Wellness Center และโรงพยาบาลสัตว์ HATO และธุรกิจรีเทลช็อป ภายใต้แบรนด์ PET ALL MY LOVE

นโยบายการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างรับผิดชอบครอบคลุมครบทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นตัวชี้วัดที่สำคัญทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ การบริหารจัดการต้นทุน เวลาในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสพร้อมลดความเสี่ยงและเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้วย โดยผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ ถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญและมีส่วนรับผิดชอบร่วมกับคู่ค้าทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนในห่วงโซ่อุปทานได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกันอย่างยั่งยืน

แนวปฏิบัติ



- 1) ให้ความสำคัญและประกาศแนวคิดด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- 2) ประเมินขอบเขต ความเสี่ยง และผลกระทบในประเด็นด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- 3) ระบุเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย แผนงาน กลยุทธ์ และนโยบายสำหรับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน
- 4) นำแผนงานไปปฏิบัติ ด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม
- 5) วัดผลและติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงวางแผนทางการแก้ไขเพื่อยกระดับคุณภาพผลงาน
- 6) สื่อสารและเปิดเผยข้อมูลด้านการบริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ไปยังผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อย่างถูกต้องและโปร่งใส ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เหมาะสม

การดำเนินงาน

ในปี 2566 บริษัทฯ ดำเนินการให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานในองค์กรเกี่ยวกับ “เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคธุรกิจ” (Sustainable Business) ซึ่งครอบคลุมกระบวนการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และเสริมความรู้ความเข้าใจที่สร้างการเติบโตในภาคธุรกิจควบคู่กับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยนำกรอบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนตามแนวทางของ UN Global Compact มาปรับใช้ในองค์กร รวมถึงการสร้างความร่วมมือกันผ่านการฝึกอบรมและทดสอบความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นโปรแกรมที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานใหม่ทุกคนตั้งแต่วันแรกของการเข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

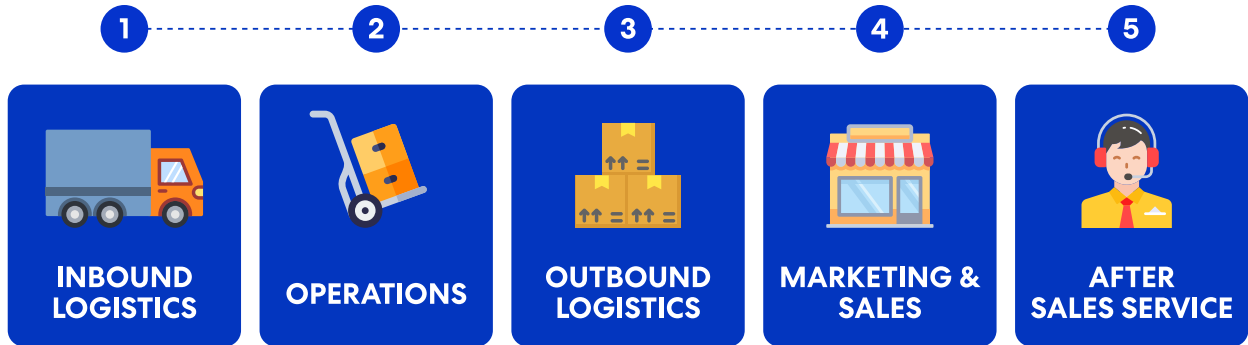
พนักงานใหม่
ที่ได้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น **243** ราย

ผ่านการอบรมทั้งสิ้น **243** ราย
ด้วยเกณฑ์การผ่านร้อยละ 80 ของข้อสอบ

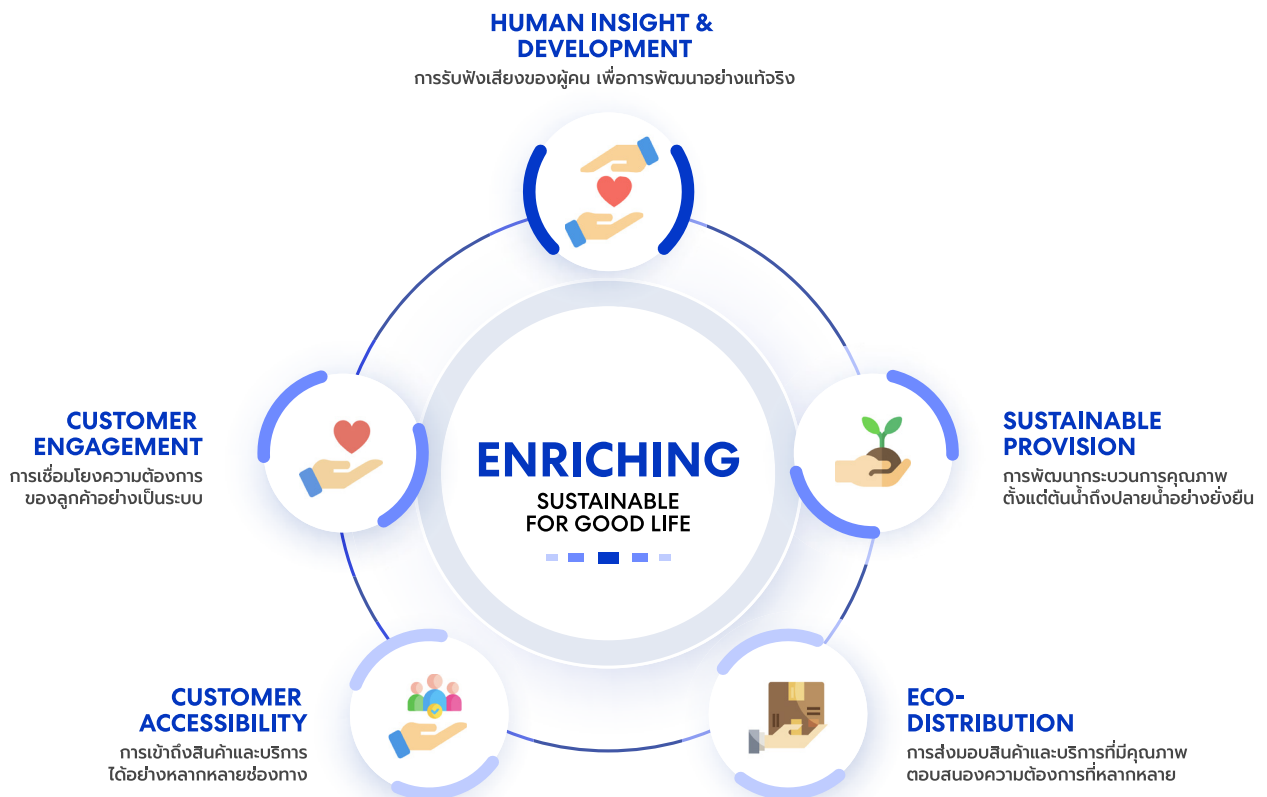
นับเป็นความสำเร็จ ร้อยละ **100**

แนวคิดด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

จากเดิมบริษัทฯ มุ่งเน้นที่การเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ เติมเต็มชีวิตผู้คน ด้วยความบันเทิง สินค้า และบริการ ที่สร้างสรรค์และมีคุณค่า ด้วยแนวทางการบริหารห่วงโซ่อุปทานแบบเส้นตรง (Linear) คือ เน้นการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก เช่น การลดต้นทุน สร้างรายได้ เพิ่มยอดขาย เป็นต้น



ต่อมาได้มีการปรับกระบวนการบริหารจัดการเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย (Network) ที่คำนึงถึงประเด็นความยั่งยืนควบคู่ไปกับด้านเศรษฐกิจอย่างสมดุล โดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนในทุกมิติตลอดกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ จึงทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ทั้งลดความเสี่ยงที่ธุรกิจจะหยุดชะงัก ปกป้องชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ลดต้นทุนในกระบวนการธุรกิจ พัฒนาศักยภาพแรงงาน และสร้างนวัตกรรมได้ตรงตามความต้องการของตลาด โดยสะท้อนไปยังคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องในแต่ละกิจกรรม



กิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) คือ การเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องของ 5 กิจกรรมหลัก ดังนี้

กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า	การระบุกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	การระบุผู้มีส่วนได้เสีย
<p>1) Human Insight & Development การรับฟังเสียงของผู้คน เพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง</p> <p>จุดเริ่มต้นของห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเรียนรู้ความต้องการหรือความคาดหวังทั้งทางตรงและทางอ้อม และนำข้อมูลเหล่านั้นไปดำเนินการปรับปรุงตามกลยุทธ์ เพื่อลดช่องว่างของความคาดหวังในสิ่งที่องค์กรตอบสนองแก่ลูกค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การจำแนกกลุ่มลูกค้า ที่ครอบคลุมทุกส่วนของตลาด • การรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางที่หลากหลาย • การสำรวจตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การสอบถามกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมาย การบันทึกการขายหรือรายงานการขาย บันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้า และข้อมูลภาคสนาม • การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย 	<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้า • คู่สัญญา / ผู้คิดค้นงานวิจัย (กรณีผลิตสินค้าแบรนด์ตนเอง) • คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ (กรณีนำสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่าย) • สังคม กระแสความต้องการในช่วงเวลานั้นๆ • พนักงานที่ทำหน้าที่รับคำสั่งซื้อและข้อร้องเรียนของลูกค้า
<p>2) Sustainable Provision การพัฒนากระบวนการคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำอย่างยั่งยืน</p> <p>การบริหารจัดการปัจจัยผลิต หรือ โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นและสนับสนุนด้านปัจจัยการผลิต รวมถึงลักษณะความสัมพันธ์ของคู่ค้าหรือผู้ส่งมอบวัตถุดิบ หรือสิ่งที่ใช้เป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าและบริการ</p> <p>การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการแปลงสภาพวัตถุดิบ หรือปัจจัยที่นำไปสู่กระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการที่พร้อมจำหน่าย โดยมีทั้งการคัดเลือกโรงงานเพื่อจ้างผลิต รวมถึงการคัดเลือกสินค้าจากพันธมิตรเพื่อนำมาจำหน่ายในช่องทางของบริษัทฯ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • การคิดค้น วิจัย และพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มทันสมัย และได้มาตรฐานความปลอดภัย • การจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การพิจารณาใช้วัตถุดิบท้องถิ่นภายในประเทศ • กระบวนการจัดซื้อและคัดเลือกคู่ค้าที่เป็นธรรม ไม่กีดกันทางการค้า ไม่เลือกปฏิบัติ และไม่ทุจริต • คัดเลือกโรงงานที่ได้มาตรฐาน ถูกต้องตามเกณฑ์ควบคุม ลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม • ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ • ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด • คำนึงถึงความปลอดภัย การลดของเสียในกระบวนการผลิต และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด • ใช้บรรพบุรุษที่เหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า และเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> • คู่สัญญา / ผู้คิดค้นงานวิจัย (กรณีผลิตสินค้าแบรนด์ตนเอง) • คู่ค้า / พันธมิตรทางธุรกิจ (กรณีนำสินค้าจากผู้ผลิตรายอื่นมาจำหน่าย) • ผู้ผลิตวัตถุดิบทั้งในและต่างประเทศ • หน่วยงานภาครัฐ / หน่วยงานกำกับที่ควบคุมมาตรฐานด้านวัตถุดิบ • พนักงานที่ทำหน้าที่จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ • โรงงานผู้รับจ้างผลิต • พนักงานที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้า • หน่วยงานภาครัฐ / หน่วยงานกำกับที่ควบคุมมาตรฐานการผลิต • ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์

กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า	การระบุกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	การระบุผู้มีส่วนได้เสีย
<p>3) Eco-Distribution การส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย</p> <p>การบริหารคลัง และการกระจายสินค้า หรือ โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมและช่องทางการเคลื่อนย้าย หรือการส่งมอบสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหรือ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • อยู่ในที่ตั้งที่เหมาะสม สะดวกต่อการขนส่ง และมีระบบการจัดการโดยรวมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการคำสั่งซื้อ ให้มีประสิทธิภาพ • มีความพร้อมในการจัดเก็บสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ รักษาคุณภาพของสินค้าได้เป็นอย่างดี • คัดเลือกผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ที่ได้มาตรฐาน และมีกระบวนการจัดจ้างที่เป็นธรรม • ขนส่งและส่งมอบสินค้าอย่างถูกต้อง ด้วยบริการที่มีคุณภาพ และตรงเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> • คู่ค้าผู้รับจ้างขนส่ง • พนักงานประจำคลังสินค้า • เจ้าของคลังสินค้า หรือ นิคมอุตสาหกรรมที่ตั้งโรงงาน • คู่ค้าหรือคู่สัญญาโปรแกรมการบริหารจัดการคลังสินค้า • ผู้บริโภค • ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ) • ชุมชน สังคมรอบข้างคลังสินค้า
<p>4) Customer Accessibility การเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่าง หลากหลายช่องทาง</p> <p>การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า เพื่อให้เข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น ด้วยช่องทางที่หลากหลาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ร้านค้าออฟไลน์ / ออนไลน์ มีหลากหลายช่องทาง ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย • การกำหนดราคาของสินค้า และ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม • ให้บริการข้อมูลของสินค้าแก่ผู้บริโภค อย่างถูกต้องครบถ้วนทุกช่องทางการสื่อสาร 	<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ) • พนักงานผู้ให้ข้อมูล / พนักงานขาย
<p>5) Customer Engagement การเชื่อมโยงความต้องการของลูกค้า อย่างเป็นระบบ</p> <p>การบริการหลังการขาย เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้า พร้อมกลับเข้าสู่การรับฟังเสียงลูกค้าอีกครั้ง เพื่อที่จะพัฒนาให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด</p>	<ul style="list-style-type: none"> • มีการรับประกันสินค้าและความพึงพอใจ • มีระบบการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ • เปิดให้มีช่องทางการร้องเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> • ลูกค้า / ผู้กระจายสินค้า (ผ่านช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ของบริษัทฯ) • พนักงานผู้รับข้อมูล / พนักงานบริการหลังการขาย

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) คือ กิจกรรมที่สนับสนุนให้กิจกรรมหลักบรรลุเป้าหมาย ซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากิจกรรมหลัก โดยบริษัทฯ ได้มีการดำเนินการอย่างรอบคอบและปฏิบัติตามเกณฑ์การบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ทั้งการบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การบริหารจัดการภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร และ การจัดทำระบบบัญชีและการเงิน เป็นต้น

3.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ กรอบการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสียและการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ

1) การจำแนกและวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

จัดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญและกลุ่มรอง เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบทั้งทางตรง ทางอ้อม และช่องทางในการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมในการกำหนดประเด็นความยั่งยืนร่วมกัน

- 1.1) ผู้มีส่วนได้เสียหลัก เป็นผู้ใกล้ชิดกับบริษัทฯ โดยตรง และได้รับประโยชน์และผลกระทบทางตรงจากการประกอบกิจการ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า และคู่ค้า
- 1.2) ผู้มีส่วนได้เสียรอง เป็นผู้เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยอ้อม หรือสังคมไกลออกไป โดยเป็นผู้ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบกิจการ ได้แก่ ชุมชนและสังคม รวมถึงหน่วยงานกำกับกิจการต่างๆ



โดยเน้นการดูแลและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักที่สำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. ลูกค้า 2. พนักงาน และ 3. คู่ค้า โดยมีผู้มีส่วนได้เสียอันดับรองอื่นๆ ร่วมด้วย ได้แก่ ผู้ถือหุ้น ภาครัฐหรือหน่วยงานกำกับ ชุมชนและสังคม เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันและเติบโตไปด้วยกันอย่างสมดุล

2) การรับฟังและการมีส่วนร่วม

จัดช่องทางการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์รวมทั้งการพบปะแบบตัวต่อตัว โดยเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรงเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงจัดให้มีช่องทางรับข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน การสำรวจความต้องการ ความพึงพอใจ และความผูกพัน การทำสนทนากลุ่ม การประชุม และการจัดกิจกรรมร่วมกัน ตามกระบวนการและกิจกรรมที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ

3) การตอบสนอง

กำหนดกระบวนการตอบสนองต่อความต้องการและข้อร้องเรียนในแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสมและรัดกุม มีการสื่อสาร หรือเปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วนเพียงพอและทันทั่วทั้งที่ อีกทั้งมีการกำหนดกระบวนการรองรับและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ นำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการภายในต่อไป

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย

เมื่อทราบความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแล้ว บริษัทฯ จึงได้สรุปแนวทางการตอบสนองความคาดหวังนั้น เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือและการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ลดความเสี่ยงด้านต่างๆ ในการดำเนินงาน และยังถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจอีกด้วย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ข้อเสนอแนะ/ความคาดหวัง/ ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้บริโภค และ ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> แบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เปิดโอกาสให้ได้เยี่ยมชมกิจการของบริษัทฯ เช่น Site Visit, Open House หรือร่วมรับฟัง Business Direction ในโอกาสต่างๆ ที่เหมาะสม ช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และช่องยูทูบ ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> การให้บริการก่อนการขายที่ดี มีผู้ให้ข้อมูลสินค้าได้อย่างถูกต้องทันเวลา ได้รับสินค้าที่มีความปลอดภัย ตามมาตรฐานควบคุม มีคุณภาพ ถูกต้อง ตรงเวลา ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อและจัดส่งได้อย่างโปร่งใส ทันเวลา การให้บริการหลังการขายที่ดี มีการรับประกันสินค้าและความพึงพอใจ กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีสินค้าที่หลากหลาย ทันกระแสตรงความต้องการของลูกค้า เข้าถึงสินค้าได้ง่ายทั้งช่องทางออนไลน์ และ ออฟไลน์ ที่หลากหลาย การกำหนดราคาของสินค้า และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน และปลอดภัย ส่งเสริมนวัตกรรมการผลิตที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งมอบข้อมูล สินค้า และบริการที่มีคุณภาพ ถูกต้อง ตรงเวลา ตามมาตรฐานที่กำหนด จัดให้มีเจ้าหน้าที่บริการด้านข้อมูล ทั้งก่อนและหลังการขาย ขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าอย่างหลากหลาย เข้าถึงง่าย และมีประสิทธิภาพ จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า มีมาตรการในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เปิดช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน
พนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรม All Hands Town Hall Meeting จัดให้ฝ่ายบริหารสูงสุด พบพนักงานประจำปี กิจกรรมสนทนาการตามเทศกาล เช่น งานปีใหม่ คริสมาสต์ ตรุษจีน และลอยกระทง เป็นต้น กิจกรรมยกระดับคุณภาพชีวิตพนักงานในด้านต่างๆ เช่น Money Expo และการออกกำลังกาย เปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมเป็นจิตอาสาในกิจกรรมช่วยเหลือ 	<ul style="list-style-type: none"> ค่าจ้าง ผลตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม การจัดสวัสดิการที่สูงกว่ากฎหมายกำหนด การจัดอบรมพัฒนาความรู้และศักยภาพการทำงาน เปิดโอกาสให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ เพื่อไม่เกิดความมั่นคงในชีวิต การจัดการสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัยตรงตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> บริหารจัดการจ่ายค่าตอบแทนที่สอดคล้องกับผลดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงมีการวัดผลโดยการใช้ระบบ OKR จัดสวัสดิการให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กองทุนประกันสังคม สวัสดิการรักษายาบาล การตรวจร่างกายประจำปี อาหารและเครื่องดื่มราคาพิเศษ เป็นต้น

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ข้อเสนอแนะ/ความคาดหวัง/ ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
	<p>สังคมด้านต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> แบบสำรวจความผูกพัน / ความพึงพอใจต่อบริษัทฯ / การจัด Focus Group เพื่อสำรวจความคิดเห็นพนักงานเฉพาะ ช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และช่องยูทูบ การประชุมคณะกรรมการสวัสดิการพนักงาน การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำทุก 6 เดือน ด้วยระบบ OKRs การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อตกลง กรอบการปฏิบัติงาน ระหว่างหัวหน้าและพนักงานในสังกัด เป็นประจำทุก 6 เดือน ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> การเปิดเผยและสื่อสารข้อมูลทิศทางการบริหารงานของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ มีความสุขในการทำงานและมีสมดุลในการใช้ชีวิต การปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรม ตามหลักสิทธิมนุษยชน ไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติ เปิดรับและให้โอกาสพนักงานที่มีความหลากหลายทางเพศ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและดำเนินการด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าอย่างยุติธรรม บริหารจัดการพื้นที่ภายในสำนักงานที่ถูกต้องตามหลักอาชีวอนามัย เช่น พื้นที่สีเขียว พื้นที่สูบบุหรี่ ห้องอาหารพนักงาน มุมสนทนาการต่างๆ สรรหาและว่าจ้างพนักงานตามแนวทางด้านสิทธิมนุษยชน โดยเน้นหลักความเท่าเทียม ความหลากหลาย ไม่กีดกัน ไม่เลือกปฏิบัติในด้านเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว หรือเพศ มุ่งที่ความสามารถที่สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ เปิดช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน
<p>ลูกค้า / คู่สัญญา / ผู้รับจ้างผลิต</p>	<ul style="list-style-type: none"> การประชุมลูกค้า / คู่สัญญา เปิดโอกาสให้ได้เยี่ยมชมกิจการของบริษัทฯ เช่น Site Visit, Open House หรือร่วมรับฟัง Business Direction ในโอกาสต่างๆ ที่เหมาะสม ช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และช่องยูทูบ ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดซื้อจัดจ้างโปร่งใส เป็นธรรม ไม่ผูกขาดหรือกีดกันทางการค้า ไม่ทุจริต การให้ผลตอบแทนที่จูงใจเหมาะสม เป็นธรรม การสร้างคุณค่าร่วมกันในการดำเนินธุรกิจระยะยาวและยั่งยืน การป้องกันด้านความปลอดภัย ตรงตามหลักอาชีวอนามัย การรักษาความลับสัญญาและความลับระหว่างกันในการดำเนินธุรกิจ การทำสัญญาด้วยความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย การชำระหนี้สินถูกต้อง ตรงเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่มีมาตรการผูกขาดหรือกีดกันทางการค้า และต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ กำหนดรูปแบบสัญญาและผลตอบแทนการจัดซื้อจัดจ้างด้วยความเป็นธรรม ชำระเงินตรงตามเวลาด้วยเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ส่งเสริมความร่วมมือ พัฒนานวัตกรรม และองค์ความรู้ร่วมกัน รักษาความสัมพันธ์ที่ดี รักษาความลับซึ่งกันและกัน มีจุดมุ่งหมายเดียวกันคือการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และปลอดภัย เพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า มีกระบวนการดำเนินงานตามหลักอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางการมีส่วนร่วม	ข้อเสนอแนะ/ความคาดหวัง/ ความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย	การตอบสนองต่อความคาดหวัง ของผู้มีส่วนได้เสีย
ผู้ถือหุ้น และ นักลงทุน	<ul style="list-style-type: none"> ประชุมสามัญ / วิสามัญประจำปี การชี้แจงผลการดำเนินงานรายไตรมาส กิจกรรมส่งเสริมการลงทุน เช่น Road Show, Opportunity Day, Open House, Company Visit, Site Visit, One on One Meeting, Group Meeting, Analyst Meeting, Business Direction รายงานแบบฟอร์ม 56-1 One Report ช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และ ช่องยูทูป ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> ผลประกอบการที่ดี เป็นรูปธรรมเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง การพัฒนาอย่างยั่งยืนครบทุกมิติ ราคาหลักทรัพย์ที่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทฯ การจ่ายปันผลสม่ำเสมอ การกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้ การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> บริหารงานให้เกิดความเติบโตอย่างมั่นคงและสมดุล ในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ตลอดจนดำเนินการใดๆ ด้วยหลักการกำกับกิจการและจรรยาบรรณที่ไม่แสวงหาผลประโยชน์ให้ตนเองและผู้อื่น โดยใช้ข้อมูลใดๆ ของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน และไม่ได้ดำเนินการใดๆ ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ ส่งเสริมการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ
หน่วยงาน ภาครัฐ / หน่วยงานกำกับ	<ul style="list-style-type: none"> การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การจัดทำรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> การปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎเกณฑ์ กฎหมาย ครบทุกมิติ การให้ข้อมูลหรือดำเนินการด้านต่างๆ ด้วยความถูกต้องเหมาะสม ทันเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิบัติตามที่กฎหมาย กฎเกณฑ์ กำหนด ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบ ให้ข้อมูลและความร่วมมือที่ดี เมื่อถูกร้องขอจากหน่วยงานกำกับ
ชุมชนและ สังคม	<ul style="list-style-type: none"> การสำรวจและลงพื้นที่เพื่อประชุมร่วมกับผู้นำชุมชนอย่างสม่ำเสมอ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น เว็บไซต์ อีเมล โทรศัพท์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) และ ยูทูป ช่องทางการร้องเรียน (Whistle Blowing) 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้าง ความผูกพัน และความเชื่อใจของชุมชนและสังคม มีการป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องตามเกณฑ์การควบคุมต่างๆ มีกระบวนการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม การร่วมเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคม การใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างคุณค่าและพัฒนาชุมชนด้วยหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ให้แก่ผู้คน ควบคุมการปล่อยของเสียให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อลดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและลดของเสียในกระบวนการผลิตให้มากที่สุด สนับสนุนกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้แก่สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ รับฟังข้อเสนอแนะจากชุมชนรอบพื้นที่ เพื่อหาแนวทางแก้ไขข้อร้องเรียนต่างๆ ร่วมกัน

การประเมินสาระสำคัญและการระบุประเด็นด้านความยั่งยืน

เมื่อผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจของบริษัทฯ จึงเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยทำความเข้าใจระหว่างกัน รับฟังความคิดเห็นและความต้องการ มองประเด็นเร่งด่วนว่าตรงกันหรือไม่ สอดคล้องหรือขัดแย้งกันอย่างไรบ้าง สิ่งเหล่านี้เพื่อค้นหาประเด็นที่สามารถส่งผลกระทบต่อและเป็นความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจ ที่ครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และเพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประเมินไว้เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียไม่ได้เกิดจากบริษัทฯ คิดเองแต่ฝ่ายเดียว ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่ารูปแบบกิจกรรมที่ใช้มีความชัดเจน รวมถึงควรกำหนดให้มีผู้ที่รับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน



กระบวนการประเมินสาระสำคัญ

1) การคัดเลือกประเด็น

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำหน้าที่ในการประเมินและคัดเลือกประเด็นด้านความยั่งยืน

โดยพิจารณาจากความคิดเห็นและข้อมูลสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงพิจารณาจากความเสี่ยงของบริษัทฯ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ผลกระทบและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย แนวทางบริหารจัดการด้านความยั่งยืนของบริษัทฯ และแนวโน้มด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับสากล

2) การกำหนดขอบเขตรายงาน

ขอบเขตของแต่ละประเด็นถูกกำหนดโดยการคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนทั้งภายในและภายนอก

3) การประเมินลำดับความสำคัญ

ประเด็นที่คัดเลือกจะได้รับการจัดลำดับความสำคัญ โดยพิจารณาจากโอกาส ผลกระทบที่มีต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน โดยเนื้อหาของรายงานจะเน้นประเด็นหลักที่มีความสำคัญในระดับสูง 3-5 ประเด็นเป็นหลัก แล้วจึงขยายไปยังประเด็นรองอื่นๆ อย่างครอบคลุม

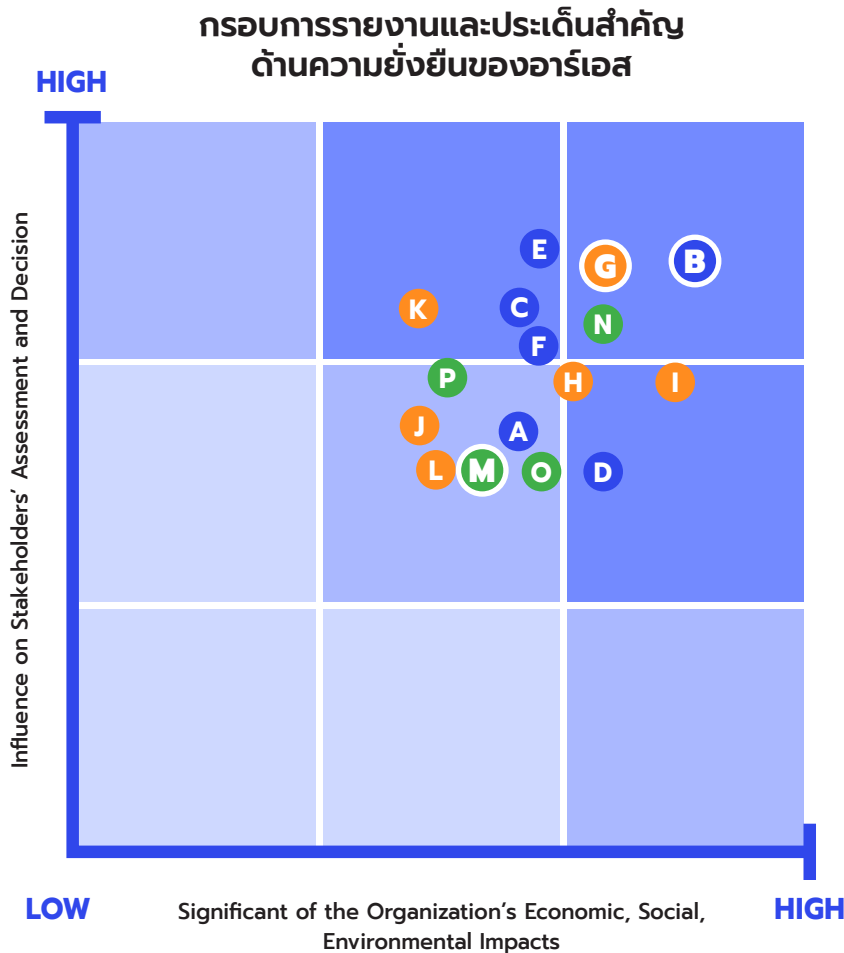
4) การทวนสอบและконаเชื่อถือ

คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีบทบาทในการติดตามและตรวจสอบ ความคืบหน้าและการจัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน รวมถึงการให้ความเห็นชอบในการเปิดเผยนโยบายและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย

5) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ จัดทำรายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้แก่นักลงทุนและบุคคลทั่วไปได้รับทราบอย่างครบทุกมิติ และคาดหวังว่าจะสามารถพัฒนาการจัดทำรายงานให้เป็นไปตามที่มาตรฐานสากลกำหนด โดยร่วมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น การเข้าร่วมประเมินรางวัลรายงานด้านความยั่งยืน การประเมินความพึงพอใจจากลูกค้า แบบประเมินตนเองของคู่ค้า หรือแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้รายงาน เป็นต้น

ผลการประเมินสาระสำคัญด้านความยั่งยืน ประจำปี 2566



มิติเศรษฐกิจ

- A. การทำกับกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจ
- B. การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ
- C. นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- D. การพัฒนานวัตกรรมร่วมกับคู่ค้า
- E. ความมั่นคงปลอดภัยทางด้านไซเบอร์
- F. ความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล

มิติสังคม

- G. การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ
- H. การบริหารจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ
- I. การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน
- J. การดูแลด้านสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย
- K. การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม
- L. การเคารพสิทธิมนุษยชน

มิติสิ่งแวดล้อม

- M. การเปลี่ยนแปลงด้านสภาพภูมิอากาศ
- N. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
- O. การจัดการของเสีย
- P. การจัดการพลังงาน

โดยประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของบริษัทฯ ในปี 2566 นี้ ได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณาและรับทราบร่วมกันเรียบร้อยแล้ว โดยมีอันดับที่สำคัญ 3 อันดับ ได้แก่ 1) การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ 2) การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ และ 3) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงมีการจัดอันดับความสำคัญลงในแต่ละมิติร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียหลักและรองของบริษัทฯ

ลำดับความสำคัญหลักและรองเพื่อการสนับสนุนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขององค์การสหประชาชาติ ประจำปี 2566

ประเด็น	เป้าหมาย	การดำเนินการในปัจจุบัน	แผนการดำเนินงานที่จะบรรลุเป้าหมาย	(SDGs)
1) การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ	รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า และลดอัตราการร้องเรียนให้น้อยที่สุด ด้วยการรับฟังเสียงของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการทำงานในทุกขั้นตอนให้ดีที่สุด	ทดสอบและควบคุมการให้บริการข้อมูลจากพนักงานอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเปิดช่องทางการรับข้อร้องเรียน รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล	ผลิตและส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานด้านความปลอดภัย และยกระดับมาตรฐานการให้บริการตามมาตรฐานสากล	     
การพัฒนานวัตกรรมร่วมกับลูกค้า	สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ให้ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลาย ท้นต่อกระแสความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี	คัดเลือกและจ้างโรงงานผลิตที่มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา รวมอยู่ด้วยแล้ว เพื่อความรวดเร็วในการดำเนินงาน โดยมุ่งความปลอดภัยเป็นสำคัญ	จัดสรรงบประมาณการลงทุนอย่างชัดเจน และจัดตั้งหน่วยงานการวิจัยและพัฒนาเป็นของบริษัทฯ รวมถึงการคัดสรรคู่ค้าที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาร่วมกัน	
2) การมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนผ่านกระบวนการทางธุรกิจ	ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชน และสังคมโดยรวมผ่านกระบวนการทางธุรกิจขององค์กร	สร้างกิจกรรมเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและผู้คนในชุมชน เพื่อให้ทุกคนเกิดแนวคิดและทัศนคติที่ดี และต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตแบบองค์รวม	ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างองค์กรและชุมชน และยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนได้อย่างยั่งยืน	     
การบริหารจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ	พัฒนาคลังความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นช่องทางการพัฒนาตนเอง พร้อมแบ่งปันและส่งต่อองค์ความรู้ที่มีค่าให้แก่ผู้คนในสังคม	สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร พร้อมทำการรวบรวมองค์ความรู้เดิมเพื่อนำมาพัฒนาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ	พัฒนาหลักสูตรและช่องทางการเข้าถึงแหล่งความรู้ได้อย่างหลากหลาย ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง และวัดผลได้	  
การพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน	เพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้มีความหลากหลายปรับตัวได้ไว และมีทัศนคติที่ดี พร้อมทั้งจะเรียนรู้กลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้เติบโตไปด้วยกันอย่างแท้จริง	คัดสรรพนักงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัทฯ พร้อมดำเนินกิจกรรมต่างๆ ผ่านโครงการพัฒนาศักยภาพ และทำการประเมินผลงานของพนักงานด้วยระบบ OKR	ปรับปรุงกระบวนการพัฒนาศักยภาพพนักงานแบบรายบุคคล สื่อสารแนวทางการเติบโตในสายอาชีพ และพัฒนาคุณภาพชีวิตพนักงานในด้านอื่นควบคู่ด้วย	
3) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	สร้างจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์พลังงาน และทรัพยากร ที่อยู่ใกล้ตัวให้อยู่กับเรานานที่สุด รวมถึงการใช้พลังงานทดแทนแหล่งต่างๆ เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการลดโลกร้อน	ปฏิบัติตามเกณฑ์กำหนดต่างๆ อย่างเคร่งครัด และให้ความร่วมมือในทุกกิจกรรมที่จะสามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม	ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจด้วยการใช้พลังงานและทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า และลดของเสียในการผลิต รวมถึงการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกที่ดีร่วมกัน	       
การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ	ลดผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการบริหารจัดการของเสียอย่างเป็นระบบให้ได้มากที่สุด	เรียนรู้ และส่งเสริมให้เกิดการคัดแยกขยะและของเสียอย่างเป็นระบบ พร้อมทำการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกต้องและเหมาะสม	ส่งเสริมแนวคิด 4R ผ่านโครงการต่างๆ ด้วยการลด การใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และการทดแทน	

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

นโยบายการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ มุ่งมั่นบริหารจัดการผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม โดยนำแนวทางที่เป็นระบบมาใช้เพื่อกำหนดผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ และบูรณาการความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกภาคส่วน ให้ครอบคลุมทุกหน่วยธุรกิจและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ตลอดจนมีการติดตามและสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเหมาะสม

ซึ่งในปี 2566 คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ได้ทำการทบทวนกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลอดห่วงโซ่คุณค่าการดำเนินธุรกิจบริษัทฯ ได้ดูแลประเด็นที่สำคัญต่างๆ อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งหมายรวมถึงแผนระยะสั้น กลาง และยาว โดยมีการทบทวนครบทุกมิติ ทั้งสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบ เพื่อการบริหารจัดการที่ตรงกับความต้องการและอยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการสร้างโอกาสในการพัฒนาให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

1) ลูกค้า

นโยบายการบริหารคุณภาพการให้บริการ

จุดมุ่งหมายหลักของบริษัทฯ นอกจากจะสร้างผลกำไรและการเติบโตทางเศรษฐกิจแล้ว ยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและส่งมอบประสบการณ์การให้บริการ ทั้งก่อนและหลังการขายอย่างเป็นเลิศเทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยมุ่งสร้างมาตรฐานการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร ผ่านการสร้างทักษะให้แก่พนักงานที่มีหน้าที่บริการลูกค้า ด้วยความรู้ที่ถูกต้อง ด้วยใจที่รักในงานบริการ และคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสำคัญ เพื่อมุ่งสู่ “Your wellbeing Partner : เพื่อนแท้ดูแลคุณ”

ซึ่งนโยบายการบริหารคุณภาพการให้บริการนี้ ได้รับการอนุมัติและทบทวนจากที่ประชุมคณะกรรมการบรรษัทภิบาลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 1/2565 เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2565 และนำเสนอให้ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทพิจารณาและรับทราบร่วมกันเรียบร้อยแล้ว



การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า

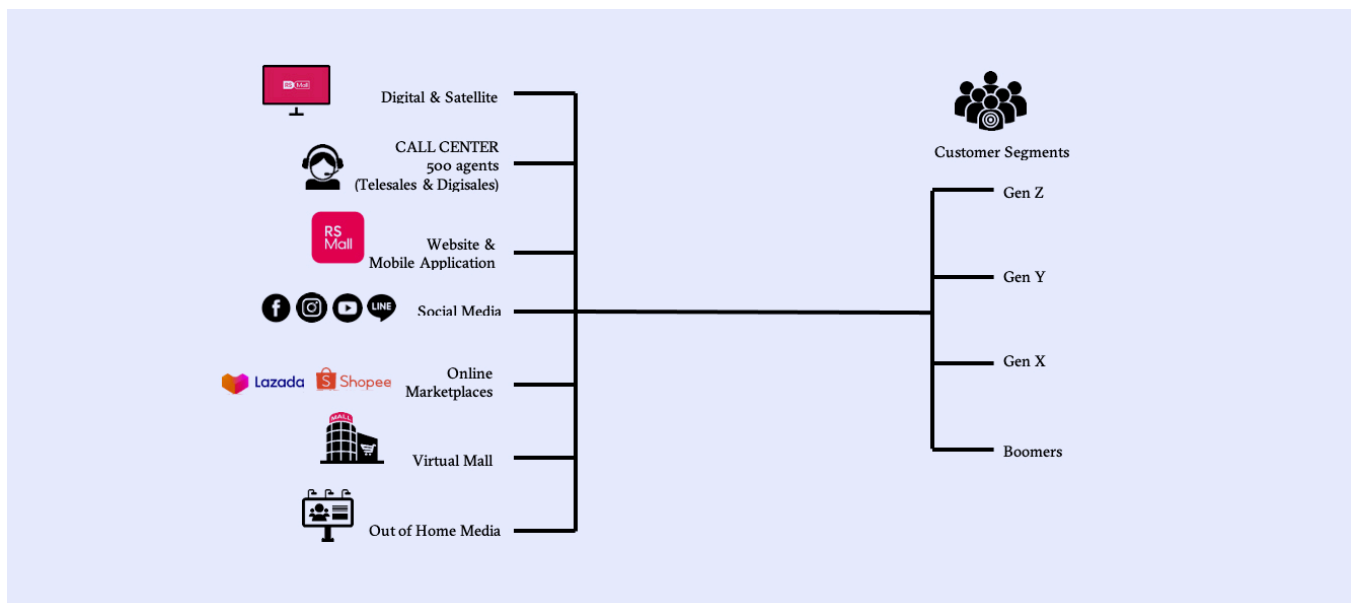
บริษัทฯ ให้ความสำคัญการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยเชื่อมั่นว่าความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระดับที่สูงจะส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องค่าใช้จ่ายในการแสวงหาลูกค้าใหม่ และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น จึงได้จัดให้มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการศึกษาความต้องการของลูกค้าจากปัญหาการร้องเรียน โดยการสำรวจผ่านการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ผลการประเมิน พร้อมนำไปต่อยอดพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องต่อไป

แนวปฏิบัติ

ปี 2566 ได้กำหนดแนวทางการบริหารคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายทางโทรศัพท์ โดยให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ (Standard Measurement for RS Mall Contact Center) โดยมีการตรวจสอบคุณภาพการให้บริการใน 2 ระดับ



1. Program Level คือ การตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการนั้นๆ ว่ามีเรื่องใดที่ต้องทำการพัฒนา โดยวิเคราะห์ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของ Call Center มากที่สุด รวมถึงที่มาและสาเหตุของความผิดพลาดนั้น และหาวิธีปรับปรุงความผิดพลาดที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งลงมือแก้ไขทันที
2. CSS Level คือ การตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของพนักงาน Call Center เป็นรายบุคคลว่าต้องพัฒนาในเรื่องใดบ้าง พร้อมทั้งให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานได้ตรงตามมาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

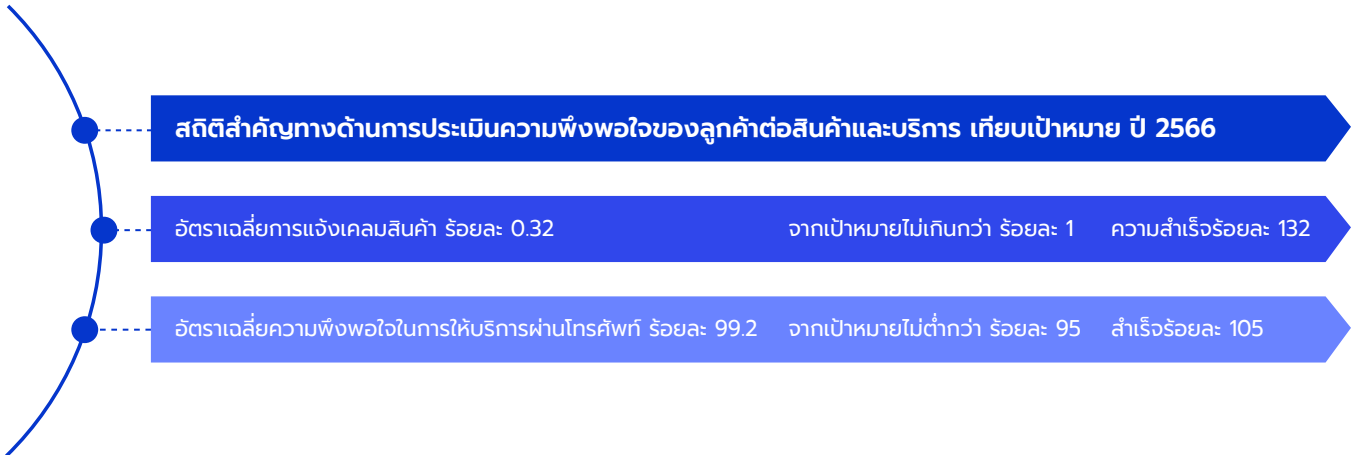


แนวทางการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ

1. Critical Error ข้อมูลใดๆ ที่กำหนดไว้ว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ต้องให้บริการอย่างครบถ้วน หากเกิดความผิดพลาดที่อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการอย่างรุนแรง และนำไปสู่การยกเลิกการสั่งซื้อได้แก่ การให้ข้อมูลถูกต้องและครบถ้วน ดำเนินการตามขั้นตอนต่อลูกค้าอย่างถูกต้องและครบถ้วน ความกระตือรือร้นและมารยาทในการให้บริการ รวมถึงการพิจารณาด้านการทุจริตหรือทำผิดระเบียบบริษัทฯ
2. Non Critical Error ข้อมูลใดๆ ที่กำหนดไว้ว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญ อนุโลมให้ผิดพลาดได้บ้างตามจำนวนครั้งที่กำหนดไว้ หากเกิดความผิดพลาดอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการบางส่วน หรือทำให้ลูกค้าเกิดความรำคาญหรือไม่สะดวกใจในการสื่อสารกับเรา ได้แก่ การสนทนาตามมาตรฐานการให้บริการ การถ่ายทอดข้อมูลเข้าใจง่าย การบันทึกข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง การโน้มน้าวเพื่อปิดการขาย หรือชักชวนการสมัครสมาชิกต่างๆ

ผลการดำเนินงาน

จากการวิเคราะห์ผลการประเมินของพนักงานในรูปแบบ Performance Agent Grade ทำให้เราเห็นถึงแนวทางการพัฒนาพนักงานได้อย่างจริงจัง จนนำมาสู่การปรับปรุงกระบวนการฝึกอบรมที่เหมาะสม รวมถึงสื่อสารกับพนักงานอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ปี 2566 กลายเป็นอีกหนึ่งปีที่เราสามารถ ดึงศักยภาพของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น ทั้งการเพิ่มพนักงานกลุ่มเกรด A ได้สูงขึ้น และการลดพนักงานกลุ่มเกรด C ให้น้อยลงถึงร้อยละ 33



บริษัทฯ ได้นำผลการประเมินจากพนักงานขายทางโทรศัพท์มาพัฒนาการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับ “Voice of Customer” หรือ “เสียงของลูกค้า” ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจที่สะท้อนถึงความพึงพอใจในสินค้าและบริการอย่างสูงสุด โดยความเห็นของลูกค้าเปรียบเสมือนเป็นข้อมูลต้นน้ำ ที่จะถูกนำมาวิเคราะห์และใช้ในการบริหารและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ ทราบถึงปัญหา ความต้องการ และความคาดหวังจากลูกค้า เพื่อนำสิ่งเหล่านี้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงานของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี

และนอกจากการวัดผลความพึงพอใจการให้บริการผ่านโทรศัพท์แล้วนั้น บริษัทฯ ยังมีโครงการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าแก่พนักงาน โดยยึดหลัก “การบริหารคุณภาพการให้บริการเป็นสำคัญ”





RS Mall PLUS คืออะไร

เพื่อนแท้ดูแลคุณ Your Wellbeing Partner

RS Mall PLUS เป็นโปรแกรมสมาชิกที่ RS Mall สร้างสรรค์ขึ้นด้วยความตั้งใจที่จะส่งมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุด สิทธิประโยชน์ และ สิทธิพิเศษมากมายให้กับสมาชิกของเราทุกคน **เสมือนเพื่อนแท้ดูแลคุณ**

ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้พฤติกรรมการช้อปปิ้งของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการซื้อของตามห้างในรูปแบบเก่าที่ประสบปัญหาทั้งเรื่องของการจราจร ทำให้ไม่อยากออกจากบ้าน ไม่อยากเสียเวลา รวมถึงสินค้าอาจจะมิให้เลือกจำกัดในแต่ละสาขาที่ตัวเองสะดวก อาร์เอส มอลล์ เป็นแพลตฟอร์มที่จำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อเสริมสุขภาพ และการมีชีวิตที่ดีแบบองค์รวม (Good Health & Wellbeing)

อาร์เอส มอลล์ จึงถือกำเนิดขึ้นมาด้วยเป้าหมายเพื่อจะสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ในการช้อปปิ้ง ด้วยการนำเสนอสินค้า และบริการที่หลากหลายตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ที่รวดเร็ว สะดวกสบาย เชื่อถือได้ในการซื้อสินค้าและบริการ ผ่านการเล่าเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อช่วยเติมเต็มชีวิตให้กับทุกคน โดยสินค้าทั้งหมดที่นำมาจำหน่ายได้ผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา (อย.) ด้วยส่วนผสมอันทรงคุณค่าจากธรรมชาติ เป็นสินค้านวัตกรรมคุณภาพ ผลิตด้วยวิทยาการและเทคโนโลยีอันทันสมัยจากผู้เชี่ยวชาญ และนวัตกรรมรางวัลระดับโลก

การที่ อาร์เอส มอลล์ เป็นแพลตฟอร์มที่เน้นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้ลูกค้า ด้วยการแนะนำสินค้าทางด้านอาหารเสริมสุขภาพเป็นหลัก ซึ่งในส่วนของทักษะด้านการบริการลูกค้าที่หากพนักงานมีจะเป็นข้อได้เปรียบในการทำงานก็คือทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า เพราะการได้ตอบกับลูกค้าไม่ว่าจะผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล หรือโซเชียลมีเดียต่างๆ สิ่งสำคัญในการบริการลูกค้าคือพนักงานต้องสามารถเชื่อมโยงบทสนทนาและจับประเด็นความต้องการของลูกค้าให้ได้ เพื่อสร้างความรู้สึกว่ากำลังได้ตอบกับคนที่ห่วงใยและใส่ใจปัญหาของลูกค้าอย่างแท้จริง

แผนการพัฒนาศักยภาพพนักงาน “Nursery Training and Coach program”



วัตถุประสงค์โครงการนี้เพื่อกระตุ้นการสร้างยอดขายตั้งแต่การทำงานใน 10 วันแรกสำหรับพนักงานใหม่ นับเป็นเรื่องท้าทายความสามารถในการทำงาน รวมถึงช่วยผลักดันให้เกิดการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างผลกระทบต่อขวัญกำลังใจของพนักงานใหม่เป็นอย่างมาก บริษัทฯ จึงออกแบบการดูแลพนักงานใหม่ ในรูปแบบฝึกอบรมเสมือนจริงและดูแลต่อเนื่องผ่านการโค้ชด้านเทคนิคการขาย โดยจัดอบรมครั้งละ 4 วัน ความถี่ 2-4 กลุ่ม/เดือน หลังจากนั้นคอยติดตามผลงานการขายรายวัน หากไม่ผ่านพนักงานจะต้องเข้ารับการโค้ชจากผู้เชี่ยวชาญด้านการขาย เพื่อพัฒนายอดขายอีก 2 ครั้ง

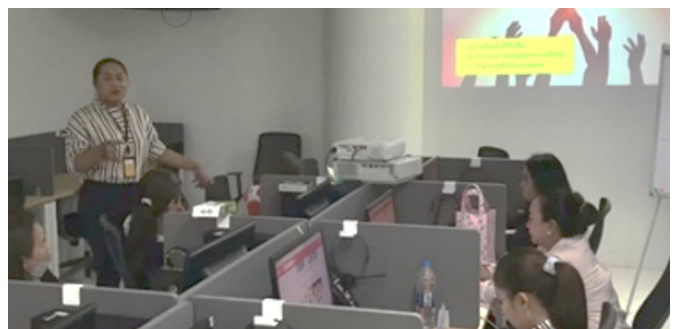
และแก้ไขปัญหาความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ด้วยการนำ QA Side by Side Agent โดยหัวหน้างานร่วมรับฟังการให้บริการของพนักงาน เป็นรายบุคคล พร้อมชี้แนะวิธีการใช้งานระบบต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องมือการทำงานประกอบการบริการลูกค้าให้ได้ผลที่ดียิ่งขึ้น โดยสามารถลดความผิดพลาดในหัวข้อประเมินเดียวกัน จาก 7 เป็น 1 ราย ได้ภายในเวลาเพียง 6 เดือน



ผลการดำเนินงานเทียบเป้าหมาย



หลังจบโครงการ บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาหลักสูตรการอบรมพนักงานใหม่ เพื่อส่งเสริมศักยภาพการทำงานได้อย่างรวดเร็ว พร้อมนำข้อมูลพฤติกรรมพนักงานมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาระบบ RS Mall Academy - Continuous Learning ที่เป็น Knowledge Management system ทางด้านทักษะการขายและการให้บริการที่เหมาะสมกับพนักงานปัจจุบันควบคู่ไปด้วย



ในระหว่างดำเนินโครงการ บริษัทฯ สามารถนำข้อมูลที่ได้ออกไปพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาความรู้ของพนักงานได้อย่างตรงประเด็น และนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์ต่อยอดเพื่อให้หัวหน้างานวางแผนการ Coaching และ Monitor ได้ทันที



2) พนักงาน

นโยบายการพัฒนาศักยภาพและความก้าวหน้าแก่พนักงาน

บริษัทฯ มีแนวคิดและทัศนคติในการทำงานหลัก คือ มุ่งสู่การเป็น “Life Enriching” ยกระดับคุณภาพชีวิตด้วยการผสมผสานบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนองค์กรตามค่านิยมหลักและวัฒนธรรมการทำงานแบบ “Teamwork” โดยมี “Team Success” ซึ่งรากฐานสำคัญขององค์กรเอกเช่นทีมนักกีฬาที่มีใจรัก ความใฝ่เรียนใฝ่รู้ การทำงานเป็นทีม และความมุ่งมั่นเพื่อชัยชนะเป็นคุณสมบัติพื้นฐาน ผ่านค่านิยมองค์กร นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการฝึกฝนและปฏิบัติ เพื่อพัฒนาความรู้และความสามารถของพนักงานอยู่เสมอ หล่อหลอมวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งและมีคุณค่าต่อพนักงานทุกคน เพื่อให้เกิดเป็นการทำงานร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

แนวปฏิบัติ

- 1) วิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรมจากตำแหน่งงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน
- 2) สร้างและส่งมอบโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างมั่นคง
- 3) การกำหนดระบบประเมินผลการปฏิบัติงาน และแผนการสืบทอดตำแหน่งอย่างชัดเจน เป็นธรรม
- 4) ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน
- 5) ดูแลสวัสดิการพนักงานให้เป็นไปตามกฎหมาย หลักสิทธิมนุษยชนและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม

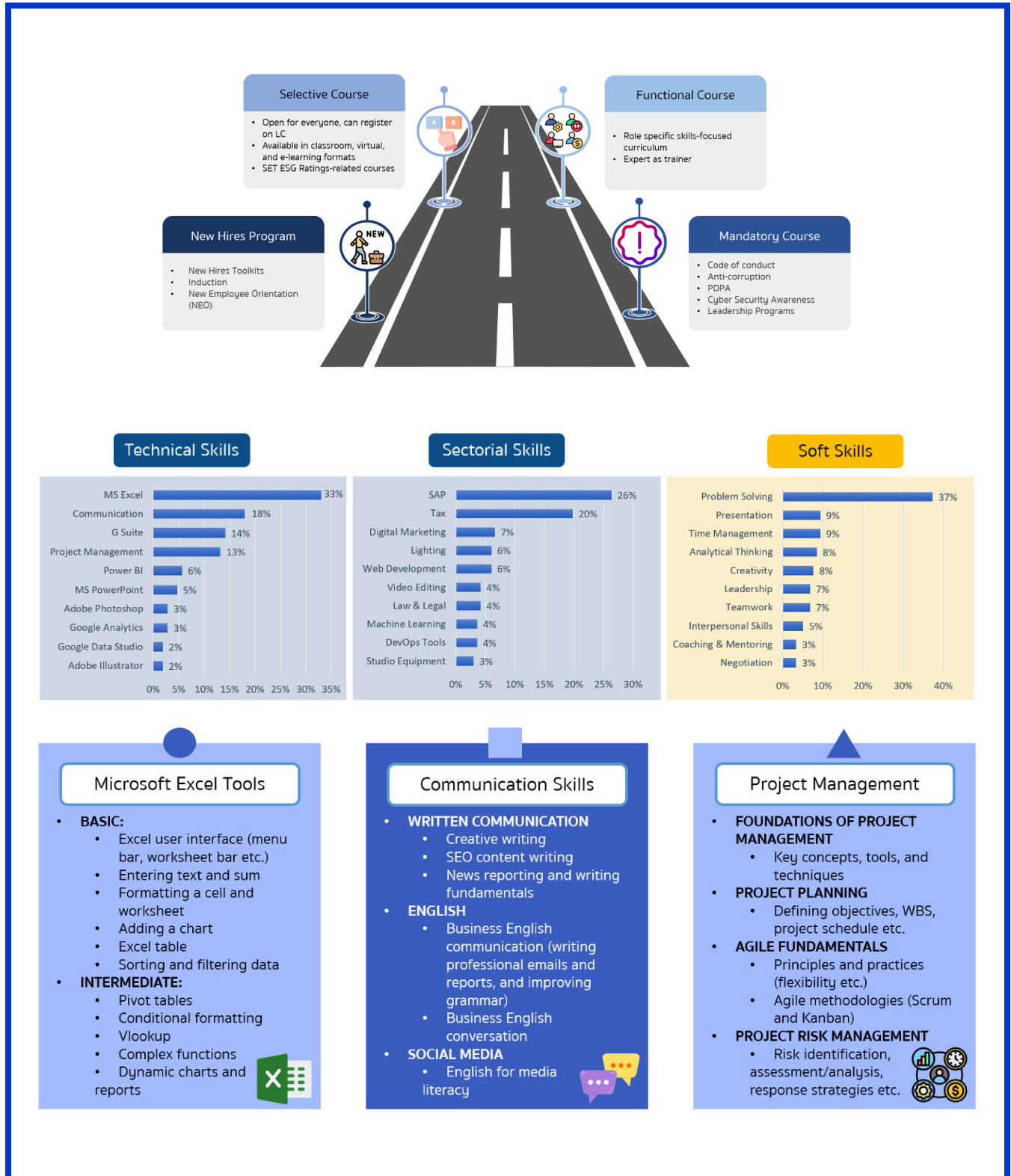
กระบวนการ

บริษัทฯ มุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ผ่านการเพิ่มทักษะความรู้ในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายครอบคลุมทั้งหลักสูตรภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถบุคลากรให้มีทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ และมีโอกาสทางสายอาชีพมากขึ้น ด้วยการจัดทำ Learning Needs Analysis เพื่อเข้าใจความต้องการของพนักงาน และออกแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมผ่านการระบุ Individual Development Plan



การวิเคราะห์กลุ่มความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพพนักงาน

บริษัทฯ มีกระบวนการสำรวจความต้องการของพนักงาน เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือในการออกแบบหลักสูตรการอบรมได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแผนการพัฒนาศักยภาพพนักงาน รวมถึงรองรับการเปลี่ยนแปลงแผนกลยุทธ์ขององค์กรร่วมด้วย โดยมีการกำหนดเส้นทางการเรียนรู้ของพนักงานตามระดับประเภทวิชา ทักษะ ตามตำแหน่งงาน และตามความสนใจ ดังนี้



ใกล้ถึงเวลาโบกมือลาปี 2566 กันแล้ว

สำหรับปีนี้ การเดินทางของพวกเรา ชาว PC และ เพื่อน ๆ พนักงาน มีเรื่องราวใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย จะมีอะไรกันบ้าง ไปติดตามกันได้เลย



ระบบใหม่

เติมเต็มทักษะการขาย ได้ทุกที่ ทุกเวลาไปกับแพลตฟอร์ม **RS Mall ACADEMY** เพลิดเพลินกับคอร์ส เนื้อหาดี ๆ มีประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการเติบโต พัฒนา และความก้าวหน้าของน้อง ๆ **Telesales** และ **RS Mall** ทุกคน

เรายังเดินหน้า และสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ

500+
ตำแหน่ง

ร่วมเสริมทัพ
การเติบโตของ RS

16
มหาวิทยาลัย
ร่วมฝึกงานกว่า
30 คน

ทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัย
Promote Employer Branding
และเตรียมนักศึกษาเข้าสู่
การทำงานจริง

1200+
Followers

ติดตามเราเพิ่มขึ้น
ผ่านช่องทาง LinkedIn

600+
Tickets

ให้ความช่วยเหลือ
และตอบคำถามพนักงาน
ที่เกี่ยวกับงานบริหารบุคคล

ปี 2566 บริษัทฯ เน้นการฝึกอบรมด้วยช่องทางออนไลน์ ผ่านศูนย์กลางข้อมูลสายงานบริหารบุคลากร (PC Hub) เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ประกาศ นโยบายสำคัญ กิจกรรม และการอบรมต่างๆ ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ด้วยการปรับกลยุทธ์และจัดทำคอนเทนต์การศึกษาตามแนวคิด Bite-Sized Learning (การเรียนรู้พืดคำ) เพื่อให้เข้ากับเทรนด์การเรียนรู้ในยุคปัจจุบัน



โดยเน้นการผลิตคอร์ส e-Learning แบบสั้น กระชับ ย่อยง่าย แต่ยังคงนำไปใช้ได้จริง เพื่อให้ผู้เรียน เรียนรู้เนื้อหาได้เร็วขึ้น และหลากหลาย เนื้อหามากขึ้น แต่ใช้ระยะเวลาสั้นลง และส่งเสริมให้มีระบบ Learning Management System ที่จัดเก็บ และบันทึกประวัติการเรียนรู้ภายในของพนักงานทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ผ่าน 97 หลักสูตรตลอดปี

ตัวอย่างโครงการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงาน

ติดอาวุธการใช้งาน QLIKSENSE อย่างมีประสิทธิภาพ (Class 1): วัดผลด้วยการให้ฝึกปฏิบัติจริงในห้องเรียน โดยผู้เรียนสามารถออกแบบ Dashboard เพื่อใช้งานได้จริง โดยมีคะแนนภาพรวมร้อยละ 92 จากเป้าหมายร้อยละ 90



หลักสูตร Boost Your Productivity with Our ChatGPT Workshop Batch 1: วัดผลด้วยการให้ฝึกปฏิบัติจริงในห้องเรียน โดยผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมกับเนื้อหาของตนเองได้ โดยมีคะแนนภาพรวมร้อยละ 92 จากเป้าหมายร้อยละ 90



หลักสูตร OUTWARD MINDSET 2 - Outward Mindset Begins With You: วัดผลด้วยการให้ฝึกปฏิบัติจริงผ่านสถานการณ์จำลองในห้องเรียนโดยผู้เรียนสามารถนำแนวคิด Outward Mindset ไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและการทำงานได้ โดยมีคะแนนภาพรวมร้อยละ 98 จากเป้าหมายร้อยละ 90



รวมถึงเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากภายในแบบรุ่นสู่รุ่น เพื่อสร้างคลังความรู้ของบริษัทฯ ให้แข็งแกร่งและเสริมสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน มุ่งหวังให้พนักงานมีความพร้อมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอย่างเพียงพอภายใต้บริบทของการดำเนินธุรกิจที่ท้าทายและเต็มไปด้วยการแข่งขันที่เข้มข้น และเพื่อให้มั่นใจได้ว่าพนักงานจะเติบโตไปพร้อมกับบริษัทฯ ได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่อช่วยตอบโจทยความต้องการทางธุรกิจ และปรับตัวให้ทันต่อทุกการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งแบ่งปันองค์ความรู้จากภายในองค์กรสู่สังคมภายนอกเสมอมา

สถิติที่สำคัญทางด้านการบริหารงานบุคคลเทียบเป้าหมาย ปี 2566

จำนวนชั่วโมงรวมที่พนักงานเข้าร่วมอบรม 10,998 ชม./ปี

เป้าหมาย 10,000 ชม./ปี ความสำเร็จร้อยละ 110

จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยในการอบรมภายในของพนักงาน 8.2 ชม./คน/ปี

เป้าหมาย 7.5 ชม./คน/ปี ความสำเร็จร้อยละ 110

พนักงานเข้าเรียนอย่างน้อย 1 คอร์ส ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมด

เป้าหมาย ร้อยละ 90 ความสำเร็จร้อยละ 111

อัตราพนักงานที่ได้รับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ร้อยละ 100

เป้าหมาย ร้อยละ 100 ความสำเร็จร้อยละ 100

อัตราพนักงานที่ได้รับการตั้งเป้าหมายการทำงานด้วยระบบ OKRs ร้อยละ 100

เป้าหมาย ร้อยละ 100 ความสำเร็จร้อยละ 100

กิจกรรมตลอดปีที่ผ่านมา



 **RS GROUP Office Tour**
for Assumption University (ABAC)



Culture Bootcamp #1



Jobs Fair, 2023
@ Bangkok University



Techsaucе
Global Summit 2023



Money Expo 2023



แข่งขันเรียน
เขียนน้กขย
RS MALL X Technology X People & Culture



RS BLOOD HERO

Our Values & Culture หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร

บริษัทฯ มีแนวคิดและทัศนคติในการทำงานหลัก คือ มุ่งสู่การเป็น “Life Enriching” ยกระดับคุณภาพชีวิตด้วยการผสมผสานบุคลากรซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร โดยพนักงานทุกคนต้อง ‘คิดและทำแบบเจ้าแก่’ (Entrepreneurship) ผ่านค่านิยมองค์กรทั้ง 4 ข้อ ได้แก่



OWN



FIGHT



LEARN



**WIN
TOGETHER**



**เติมที่กับทุกสิ่ง
คิดแบบเจ้าของ
มองไปสู่
เป้าหมายเดียวกัน**



1. OWN

ที่ RS พวกเราทำและใส่ใจแบบเจ้าขององค์กรในทุกงาน และ ภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เราเต็มที่และร่วมมือกันรู้รับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง และไม่มีสิ่งที่จะคิดคำนึงถึงความต้องการและความสำเร็จร่วมกันของทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง เข้าอกเข้าใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา ไม่ว่าจะเป็นทีมงาน ลูกค้า คู่ค้า หรือชุมชน เราคิดและวางแผน มองการณ์ไกลไปสู่เป้าหมายในอนาคต มีแผนการสำหรับความไม่แน่นอนและโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ คิดเตรียมพร้อมล่วงหน้า โดยไม่ต้องรอให้ใครมอบหมาย เพราะเรามองว่าตนเองคือเจ้าของธุรกิจที่มีหน้าที่และส่วนร่วมในการสร้างสรรค์พัฒนางานอย่างไม่หยุดนิ่ง

ACCOUNTABILITY
รับผิดชอบในหน้าที่

EMPATHY
เข้าอกเข้าใจ

**THINK & ACT
FOR THE FUTURE**
คิดและมองการณ์ไกล



**เสาะหาทางชนะ
หากล้ม เราเรียนรู้
กล้าลุกแล้วไปต่อ
เพื่อขับเคลื่อนองค์กร
ให้ไปข้างหน้าทุกวินาที**



2. FIGHT

ที่ RS พวกเราสู้เพื่อเป้าหมาย ทุกความท้าทายและอุปสรรค เรามองเป็นสิ่งที่เราต้องการบรรลุไปพร้อมกันเรากล้าคิด กล้าทำ โดดเดี่ยวไม่หยุดนิ่ง เรามองหาจุดบกพร่องในการทำงาน และหาแนวทางเพื่อพัฒนางานของตัวเองอย่างไม่หยุดนิ่ง เราทำงานเชิงรุก มุ่งเดินหน้าไปยังทุกเป้าหมายที่ท้าทายแม้เจออุปสรรค หรือความยากลำบาก เราล้มได้ แต่เมื่อล้มแล้วลุกและไปต่อ พุ่งไปยังเป้าหมายข้างหน้าอย่างไม่ย่อท้อเสาะหาทางชนะ หากล้ม เราเรียนรู้ กล้าลุก แล้วไปต่อ เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ไปข้างหน้าทุกวินาที

COURAGE
กล้าคิดกล้าทำ

PRO-ACTIVENESS
ทำงานเชิงรุก

RESILIENCE
ทำงานเชิงรุก

“
**ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ
 เพื่อจัดการทุกความท้าทาย
 อย่างสร้างสรรค์**
 ”

3. LEARN

ที่ RS พวกเราไม่หยุดที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เราชอบที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อต่อยอดทักษะความเชี่ยวชาญของตนเองอย่างไม่หยุดนิ่ง เราใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นกุญแจสำคัญในการผลิตผลงาน นวัตกรรม และเอาชนะทุกความท้าทายที่เกิดขึ้น เพราะเราเชื่อว่าทุกอย่างนั้นเป็นไปได้ภายในองค์กรแห่งโอกาสนี้ หากเราตั้งใจและริเริ่มลงมือทำ



“
**มุ่งเน้นผลประโยชน์ส่วนรวม
 ร่วมแรงร่วมใจ เพื่อชนะ
 และสำเร็จไปด้วยกัน**
 ”

4. WIN TOGETHER

ที่ RS พวกเราชนะ และสำเร็จไปด้วยกัน ทุกงาน และภารกิจ พวกเราพร้อมแรงร่วมใจเพื่อไปสู่เป้าหมายอันเป็นหนึ่งร่วมกัน เราปฏิบัติตนอย่างน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานในการทำงาน ไม่ใช่หนทางลัดที่ไม่ถูกต้องในการปฏิบัติงาน เราเชื่อในการคำนึงถึงส่วนรวม ไม่ว่าจะป็นพนักงาน คู่ค้า ชุมชน องค์กร หรือประเทศชาติ เรามุ่งมั่นที่จะให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน เมื่อทุกคนแข็งแกร่ง ธุรกิจก็จะสำเร็จและเติบโตต่อไป



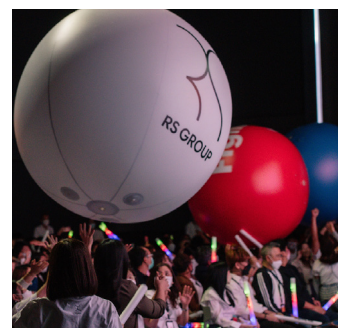
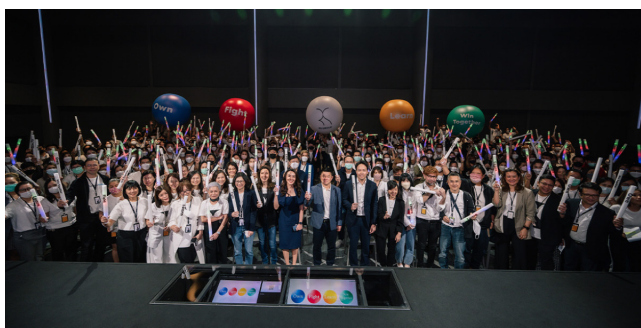
กิจกรรมการสื่อสาร Core Value 2023

“RS Group Town Hall”



“เฮียฮ้อ-สุรชัย เซษฐโชติศักดิ์” CEO, RS GROUP ได้กล่าวขอบคุณผู้บริหารและพนักงานที่ร่วมกันทำงานอย่างเต็มที่ตลอดทั้งปีที่ผ่านมา แม้ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายๆ อย่าง พร้อมประกาศ Life Enriching เป็น Brand Purpose ใหม่ของ อาร์เอส กรุ๊ป ซึ่งไม่ใช่แค่การเติมเต็มความสุขและความต้องการของผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น แต่เราจะยกระดับทุกมิติการใช้ชีวิตของลูกค้าให้สมบูรณ์แบบที่สุด เพิ่มคุณค่าโดยการสร้างประสบการณ์ ความสุข ความบันเทิง สร้างคุณภาพชีวิต และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้ทั้งกับคนและสัตว์เลี้ยง ผ่านทุกรูทริจในเครือ

ปิดท้ายงานนี้อย่างประทับใจ ด้วยการบวมพลังของชาว RS GROUP ไปพร้อมกับกิมมิคสนุกๆ จากแทงไฟและบอลลูบยักษ์ Core Values ใหม่ ที่เปรียบเสมือนสัญลักษณ์สำคัญในการส่งมอบ Core Values ให้กับพนักงานทุกคน นำไปปรับใช้ในการทำงานและดำเนินชีวิต เพื่อให้เราชนะ และสำเร็จไปด้วยกัน (Win Together)





“Core Values Boot Camp 2023”

Core Values เป็นค่านิยมหลักในตัวพนักงานบริษัทฯ ทุกคน สำหรับใช้ในการทำงานร่วมกันให้ประสบความสำเร็จ เพื่อตอกย้ำให้เห็นว่าพนักงานระดับใดก็สามารถนำมาใช้และสร้างการเติบโตในอาชีพได้ และถือเป็นจุดตั้งต้นในการสร้างสรรค์ผลงานที่โดดเด่น และแตกต่าง พร้อมสร้าง RS DNA ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายขององค์กรไปด้วยกัน



RS NEWS
BUSINESS STRUCTURE
WE'RE RS PODCAST
RS NEARBY

Internal Podcast ที่จะทำให้พวกเราชาว RS GROUP รู้จักและเข้าใจกันมากยิ่งขึ้นกว่าที่เคย พบกับแขกรับเชิญพิเศษ จาก BU ต่างๆ พร้อม Topic พุดคุยแบบอินไซด์ ถึงสไตล์การทำงานแบบ Entrepreneurship คิณและท่าแบบบ้านๆ พร้อมแชร์แนวคิดและโลโซได้ส์ส่วนตัวที่ผสมผสาน Core Values

OWN

FIGHT

LEARN

WIN TOGETHER

เจอกันไปอีกครั้งกับ **New Hires Core Values Camp** ในรอบเดือนตุลาคม 66 งานนี้เพื่อนพนักงานใหม่จะได้เรียนรู้ และเข้าใจภาพรวมของบริษัท รวมถึงความหมายของ Core Values ผ่านกิจกรรม ส่วนเพื่อน ๆ พนักงานใหม่คนไหนยังไม่เข้าร่วม อย่าลืมนำบัตรเชิญมาด้วยนะคะ

ภาพบรรยากาศจะสนุกสนานแค่ไหน ไม่รีบชมกันได้เลย!

New Hires Core Values Camp

สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับพนักงานอาร์เอส “Benefits & Perks”

ที่ อาร์เอส กรุ๊ป เราตระหนักดีว่าพนักงานเป็นปัจจัยหนึ่งแห่งความสำเร็จ จึงให้ความสำคัญกับการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยส่วนบุคคล หรือความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยในทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นต้องได้รับการประเมินความเสี่ยงจากผู้มีความรู้ความสามารถอย่างรอบคอบ พร้อมกำหนดมาตรการการควบคุมป้องกันที่เหมาะสม รวมถึงติดตามการดำเนินการอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการสูญเสียหรือผลกระทบต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง พร้อมตอบแทนการทำงานอย่างเต็มความสามารถของพนักงาน ด้วยการมอบสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยเริ่มต้นด้วยรายละเอียดข้อมูลสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ ดังนี้

สุขภาพ

ใช้สิทธิได้ทันที | ใช้สิทธิได้เมื่อผ่านทดลองงาน

ตรวจสุขภาพประจำปี

โปรแกรมการตรวจสุขภาพที่หลากหลาย และครอบคลุมจากโรงพยาบาลชั้นนำ

ทีม PC จะมีการสื่อสารรายละเอียดให้ทราบ เมื่อถึงรอบการตรวจสุขภาพประจำปี

ประกันสุขภาพ

เบิกเคลมค่ารักษาที่โรงพยาบาลในเครือข่าย โดยไม่ต้องสำรองจ่าย

ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยนอก (OPD) 31 ครั้ง/ปีประกัน

ค่ารักษาพยาบาลผู้ป่วยใน (IPD) และอื่น ๆ (โปรดศึกษารายละเอียดหน้าบัตรประกันฯ)

เงินช่วยเหลือเข้าเยี่ยม

สนับสนุนเงินช่วยเหลือเข้าเยี่ยมครั้งละ 1,000 บาท ต่อการเจ็บป่วย (ไม่เกิน 4 ครั้งต่อปี)

กรณีพักรักษาตัวเป็นผู้ป่วยใน (IPD)

พนักงานบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้ประกันตนตามมาตรา 33 จะได้รับการดูแลด้านสวัสดิการจากประกันสังคมตามกฎหมายนั้น อาจยังไม่เพียงพอสำหรับการใช้ชีวิตในยุคปัจจุบัน บริษัทฯ จึงจัดให้มีประกันสุขภาพสำหรับพนักงานตามระดับตำแหน่งงาน โดยครอบคลุมผลประโยชน์การรักษาพยาบาล ทั้งกรณีผู้ป่วยนอก ผู้ป่วยใน การเสียชีวิต รวมถึงการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 และเงินช่วยเหลือในรูปแบบกระเช้าเยี่ยมไข้ เมื่อพนักงานเจ็บป่วย และเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาล

อื่น ๆ

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

วางแผนเพื่อการเกษียณอย่างมั่นคง ด้วยแผนการลงทุนที่หลากหลาย ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่เป็นตัวเอง

เงินช่วยเหลืองานมงคลสมรส

สนับสนุน 5,000 บาท โดยไม่จำกัดเพศ

ใช้สิทธิ์ได้ครั้งเดียวตลอดการเป็นพนักงาน

เงินช่วยเหลืองานศพ

สนับสนุนเงินช่วยเหลือตามเงื่อนไข

ในกรณีที่บุคคลดังต่อไปนี้ถึงแก่กรรม

คู่สมรส บุตร บิดา มารดาของพนักงาน และบิดา มารดาคู่สมรส

โปรดแสดงสำเนาใบมรณบัตร

ธอส.

โครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้ประกันตน (สำหรับวงเงินกู้ไม่เกิน 2 ล้านบาท)

และ: โครงการสินเชื่อบ้านผู้ประกันตน ม.33 (สำหรับวงเงินกู้เกิน 2 ล้านบาท)

1) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (PROVIDENT FUND)

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการออมเพื่อเป็นหลักประกันให้กับพนักงาน จึงได้จัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้พนักงานออมเงิน โดยนำส่งเงินสะสมในแต่ละเดือนได้โดยสมัครใจ และบริษัทฯ ได้ร่วมสมทบเงินออมตามหลักเกณฑ์ของกองทุนฯ เช่นกัน โดยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพนี้ นอกจากจะเป็นหลักประกันการออมแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการลดหย่อนภาษีสำหรับพนักงานอีกด้วย หากพนักงานลาออกจะได้รับเงินออมจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกองทุนฯ

2) สวัสดิการเงินช่วยเหลือจากบริษัท

บริษัทฯ ให้การดูแลพนักงานเปรียบเสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน จึงได้จัดสวัสดิการให้เงินช่วยเหลือพนักงานในกรณีดังนี้

- เงินช่วยเหลือพิธีฌาปนกิจจากการสูญเสียคู่สมรส บุตร บิดา มารดาของพนักงาน และบิดา มารดาของคู่สมรส
- เงินช่วยเหลืองานมงคลสมรสของพนักงานโดยไม่จำกัดเพศ

3) สวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคาร

ที่อยู่อาศัย เป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต บริษัทฯ และ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ทำข้อตกลงร่วมกันในการจัดสวัสดิการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อให้พนักงานที่ประสงค์จะซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง สามารถขอกู้เงินกู้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยพนักงานจะได้รับอัตราดอกเบี้ยและได้วงเงินกู้เป็นกรณีพิเศษ

และด้วยความมุ่งมั่นที่จะบริหารความหลากหลายและส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความแตกต่างของผู้คน การเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคล การให้โอกาส การปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม รวมถึงการขจัดการเลือกปฏิบัติและการล่วงละเมิดต่อกันในทุกรูปแบบ จึงได้เพิ่มเติม “นโยบายสวัสดิการเท่าเทียม” ขึ้นมาใหม่ในปี 2565 โดยผ่านการสำรวจความคิดเห็นพนักงาน คณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท พร้อมประกาศใช้อย่างเป็นทางการเรียบร้อยแล้ว

โดยมีประเด็นสำคัญได้แก่

- การลาเพื่อจัดพิธีมงคลสมรสและจดทะเบียนสมรสอย่างเท่าเทียม ทั้งการสมรสระหว่างชาย-หญิง และคู่สมรสเพศเดียวกัน โดยได้รับค่าจ้างตามปกติ
- เงินสนับสนุนช่วยเหลือสำหรับการแต่งงานเท่าเทียม ทั้งการสมรสระหว่างชาย-หญิง และคู่สมรสเพศเดียวกัน
- การลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศได้ 45 วัน เท่ากับสวัสดิการลาคลอด



วันลาประเภทต่าง ๆ

โปรดศึกษาเงื่อนไขการลาประเภทต่าง ๆ และบันทึกการลาผ่านระบบ Humatrix เพื่อแจ้งหัวหน้างานทราบ และดำเนินการอนุมัติ

<p>ลาป่วย</p> <p>ลาได้ตามกึ่งวันของ โดยได้รับค่าจ้างปกติไม่เกิน 30 วัน/ปี โปรดแสดงใบรับรองแพทย์ เมื่อลาป่วยต่อสัปดาห์ 3 วันขึ้นไปเป็น *บันทึกขออนุญาตใช้เงิน 15 วัน</p>	<p>ลาิจ</p> <p>ลา 5 วัน/ปี โดยได้รับค่าจ้าง *ขออนุญาตใช้เงินค่าจ้างต่อ 1 วัน</p>	<p>ลาพักร้อน</p> <p>คำนวณตามสิทธิประโยชน์ตาม อายุงานน้อยกว่า 3 ปี ลาได้ 12 วัน/ปี อายุงานมากกว่าหรือเท่ากับ 3 ปี ลาได้ 15 วัน/ปี ลาพักร้อนต้องขออนุญาตล่วงหน้า ไม่สามารถนำไปใช้ติดต่อกัน หรือใช้เกินขีด *ขออนุญาตใช้เงินค่าจ้างต่อ 1 วัน</p>	<p>ลาคลอดบุตร</p> <p>พนักงานหญิง ลาคลอดก่อนและหลังคลอดได้ไม่เกิน 98 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติไม่เกิน 45 วัน *บันทึกขออนุญาตใช้เงิน 15 วัน</p> <p>พนักงานชาย ลาพักร้อนคลอดบุตรของภรรยาได้ 5 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติ *บันทึกขออนุญาตใช้เงิน 5 วัน</p>	<p>ลาเนื่องจากบรรณธรรมของสมาชิกในครอบครัว</p> <p>ลาได้ 5 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติ กรณีกรณีสมาชิก คู่สมรส บุตร บิดา มารดาของ พนักงาน และบิดา มารดาของคู่สมรส โปรดแสดงสำเนาใบบรรณธรรม *บันทึกขออนุญาตใช้เงิน 5 วัน</p>
<p>ลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ</p> <p>ลาได้ 45 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติ (เป็นกรณีพิเศษขออนุญาตล่วงหน้า 30 วันก่อนการแปลงเพศ) โปรดแสดงใบรับรองแพทย์ที่ออกโดยแพทย์ผู้ชำนาญ ใช้สิทธิได้รับเงินชดเชยการเป็นพนักงาน *ขออนุญาตใช้เงินค่าจ้างต่อ 30 วัน</p>	<p>ลาเนื่องจากบรรณธรรมของสมาชิกในครอบครัว</p> <p>ลาได้ 5 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติ กรณีกรณีสมาชิก คู่สมรส บุตร บิดา มารดาของ พนักงาน และบิดา มารดาของคู่สมรส โปรดแสดงสำเนาใบบรรณธรรม *บันทึกขออนุญาตใช้เงิน 5 วัน</p>	<p>ลาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ</p> <p>ลาได้ 45 วัน โดยได้รับค่าจ้างปกติ (เป็นกรณีพิเศษขออนุญาตล่วงหน้า 30 วันก่อนการแปลงเพศ) โปรดแสดงใบรับรองแพทย์ที่ออกโดยแพทย์ผู้ชำนาญ ใช้สิทธิได้รับเงินชดเชยการเป็นพนักงาน *ขออนุญาตใช้เงินค่าจ้างต่อ 30 วัน</p>		

โครงการส่งเสริมสุขภาพพนักงาน

บริษัทฯ มองเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพพนักงานในปัจจุบัน ว่าไม่ควรจำกัดอยู่เพียงแค่ประกันสุขภาพหรือการตรวจสุขภาพประจำปี เพราะเป็นเพียงการช่วยแบ่งเบาและการเฝ้าระวังปัญหาสุขภาพเท่านั้น ซึ่งตามความเป็นจริงในแต่ละวัน พนักงานต่างสะสมความเสี่ยงที่ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพ ดังนั้น บริษัทฯ จึงเลือกที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในเชิงรุกมากขึ้น เพื่อให้พนักงานมีสุขภาพที่แข็งแรง เน้นการมีส่วนร่วมของพนักงานมากกว่าเน้นผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลข โดยเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้พนักงานเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสุขภาพซึ่งให้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

ประโยชน์เชิงคุณภาพ

- ประโยชน์ต่อตัวบุคคล ช่วยให้พนักงานลดความเสี่ยงเกิดโรคไม่ติดต่อ (NCDs) เช่น โรคเบาหวาน ภาวะความดัน หรือโรคหัวใจ เป็นต้น และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ดีต่อสุขภาพในระยะยาว พนักงานมีสุขภาพที่ดีขึ้น มีร่างกายและกำลังใจที่ดีในการทำงาน
- ประโยชน์ต่อบริษัทฯ ช่วยเพิ่มประสิทธิผลการทำงาน เพิ่มความสุขในที่ทำงาน ลดอัตราการลาป่วยและอัตราการเปลี่ยนงาน ลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าช่วยเหลือรักษาพยาบาล ค่าดำเนินงานในการหาพนักงานใหม่ ค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

OFFICE SYNDROME WORKSHOP
เตรียมพบกันวันจันทร์ 19 มิ.ย. นี้

งานปิ้ง คนไม่พิ้ง

ลงทะเบียนเข้าคลาสคลิก!

มาเรียนรู้การถ่ายภาพยืดเหยียดกล้ามเนื้อ เพื่อเป็นแนวทางรักษาโรคออฟฟิศซินโดรม

11:30 - 13:30 น. Booth กิจกรรมเอกของรางวัล | บริเวณลานหน้าอาคาร C
17:30 - 18:30 น. Class Office Syndrome | ห้องฟิตเนสอาคาร C ชั้น 5

สำหรับผู้ร่วมกิจกรรมลุ้นรับรางวัล

ลุ้นรับของรางวัลภายในบูธกิจกรรม และคลาสอบรมมากมาย เช่น เข็มกรรไกรตัด กระบอกน้ำเจสัน และกระเป๋ากอล์ฟลายเจสันสุดคูล!

ติดต่อสอบถามเพิ่มเติม | khotchapana@rs.co.th | 8025

People & Culture

เชิญชวนเพื่อนพนักงาน
ลงทะเบียนเข้าร่วม เพื่อให้สุขภาพฟิตและเฟิร์ม

WORKOUTS CLASS

3 คลาสฟิตเนสจากสุขภาพดี และหุ่นดี

1 Yoga
ช่วยยืดเส้น, ปรับบุคลิกภาพ, บำรุงกระดูกสันหลัง และทำให้จิตใจสงบมีความสุข

2 Body Combat
ช่วยเบิร์นไขมันลดน้ำหนัก, สร้างความแข็งแรงให้กล้ามเนื้อ, กระดูกสันหลัง และกระดูกสันหลัง

3 Body Weight
ช่วยเผาผลาญไขมัน, สร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรง และเป็นการทำงานกล้ามเนื้อโดยไม่มีประสิทธิภาพ

ลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกายคลิกที่นี่

เชิญชวนเพื่อนพนักงาน
ลงทะเบียนเข้าร่วม เพื่อให้สุขภาพฟิตและเฟิร์ม

WORKOUT CLASS

YOGA
ช่วยยืดเส้น, ปรับบุคลิกภาพ, บำรุงกระดูกสันหลัง และทำให้จิตใจสงบมีความสุข

AEROBIC
ทำให้อัตราการเต้นหัวใจดีขึ้น ระบบไหลเวียนเลือด ระบบหายใจดีขึ้น และหลังจากแอโรบิคแล้ว หรือออกกำลังกายออกมากทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

คลิกที่นี่เพื่อลงทะเบียน

RS Healthy Mind for Healthy Engagement: EP1

“Purpose Meets Passion วิธีรักทุกสิ่งที่ทำ เมื่อไม่ได้ทำทุกสิ่งที่รัก”

บางครั้งชีวิตก็มีจังหวะของการเปลี่ยนแปลง เหมือนบทเพลงแต่ละเพลงที่มีจังหวะเปลี่ยนไปตามท่วงทำนองของมัน เมื่อความเปลี่ยนแปลงเข้ามาจนเราตั้งตัวไม่ทัน เราจะรับมือกับมันยังไง?

RS GROUP

RS HEALTHY *mind* FOR HEALTHY ENGAGEMENT

16 OCTOBER
PURPOSE MEETS PASSION
BY DR. EARN PIYADA, PSYCHIATRIST

IT'S OKAY TO NOT BE OKAY

SCAN ME :)

หลักสูตรสำหรับพนักงานทั่วไป

08.30 - 9.00 ลงทะเบียนหน้า ROSE HALL ชั้น 5
09.00 - 10.30 สัรวจอาหารตัวเองว่าเรา BURN OUT หรือหนุ่ PASSION
10.30 - 10.45 พักรับประทานอาหารว่าง
10.45 - 12.00 PURPOSE MEETS PASSION วิธีรักในสิ่งท่ทำ เมื่อไม่ได้ทำในสิ่งท่รัก

ชวนมาฮิลใจ เต็มไฟใส่ passion ไปกับกิจกรรม workshop สำหรับผู้บริหารและพนักงาน RS GROUP ในวันจันทร์ที่ 16-17 ตุลาคม 2566 พบกับ พญ.ปิยะดา หาชัยภูมิ (หมอเอิร์น) จิตแพทย์และผู้เชี่ยวชาญทางด้านจิตวิทยาความสุขและการสื่อสาร ที่จะมาบอกเล่าสารพัดวิธีในการรับมือกับทุกการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความสุขในการทำงานให้กับตัวเองและเพื่อนร่วมงาน

ในการทำงานหรือใช้ชีวิต จะมี 2 คำที่คอยไ้รพ่พวกเรายู่เบื้องหลัง นั่นคือ Passion และ Purpose ซึ่งตามหลักจิตวิทยาแล้ว ทั้ง 2P ทำงานกันคนละขั้ว และส่งผลพิ้รศันละแบบ จากที่ไ้เข้าร่วมเวิร์คช็อป “RS Healthy Mind for Healthy Engagement : EP1 “Purpose Meets Passion วิธีรักทุกสิ่งท่ทำ เมื่อไม่ได้ทำทุกสิ่งที่รัก” ที่ RS GROUP จัดขึ้นให้กั้ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน dynamic work environment ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยไ้หมอเอิร์น - พญ.ปิยะดา หาชัยภูมิ มานำท่มาคิด พวกเรากั้ไ้ทำความเข้าใจทั้ง 2 คำ ไปด้วยกัน

Passion หรือความปรารถนาเพื่อสร้างความสุขให้ตัวเอง Passion เกิดจากการทำงานของสมองส่วน limbic system ซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ทำให้เกิดแรงขับที่รุนแรงและพลุ่งพล่านในระยะสั้นๆ

Purpose หรือเป้าหมาย มาจากการทำงานของสมองส่วนหน้า จึงเป็นวิธีการคิดที่อยู่บนพื้นฐานของเหตุและผล เป็นตัวกำหนดเป้าหมายระยะยาว นำให้เราคิดถึงคนอื่นเพื่อส่งต่อความสุข

หากเราเดินทางทำงานด้วยการใช้ Passion ซึ่งเป็นความต้องการสร้างความสุขให้กั้ตัวเราเพียงอย่างเดียว เมื่อวันและเวลาผ่านไป อาจส่งผลให้เราก่ออาการอ่อนล้าและหมดพลัง หมอเอิร์น จึงแนะนำให้เราหาเวลาขบคิดและสำรวจในใจ เพื่อนำ Purpose เข้ามาบาลานส์ เพื่อสร้างคุณค่าจากการทำเพื่อผู้อื่น เราจึงจะสามารถรับมือกับอารมณ์และความต้องการของตัวเองที่มากเกินไปได้ นอกจากนี้ยังแนะนำให้หาความสุขจากสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ใกล้ตัว เช่น ความสุขจากการออกกำลังกาย จากการดื่มกาแฟหรือทำในสิ่งที่ชอบ ก็จะช่วยลดความเครียดและลดโอกาสที่จะเกิดอาการหมดไฟจนนำไปสู่ภาวะ Burnout ได้

โดยการจัดกิจกรรมในครั้งนี้ บริษัทฯ วางเป้าหมายให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 50 ราย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานจริงทั้งสิ้น 65 ราย ที่จะนำให้เราคิดถึงคนอื่น พร้อมวางแผนที่จะดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมความแข็งแกร่งทางด้านจิตใจให้แก่พนักงานและผู้บริหารต่อไป เพื่อให้มั่นใจไ้ว่าคนของ RS จะเป็นคนที่ทำงานด้วยความสุขกายสบายใจ และพร้อมส่งต่อความสุขเหล่านี้ไปสู้ผู้คนในสังคมวงกว้างไ้มากยิ่งขึ้น

การเสริมสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงาน

บริษัทฯ สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกภาคส่วน ผ่านการดำเนินกิจกรรมรูปแบบต่างๆ ของบริษัทฯ โดยมีพนักงานร้อยละ 100 นำหลักการค่านิยมองค์กรไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี แล้วยังเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

ผลการดำเนินงาน

ปี 2566 บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประเมินผลความพึงพอใจของพนักงาน เป็นรูปแบบ “การสนทนากลุ่ม หรือ Focus Group” เพื่อตามหาความต้องการที่แท้จริง ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนาของพนักงานผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นบุคคลที่สามารถให้คำตอบในประเด็นที่ต้องการศึกษาได้ โดยจัดให้มีกลุ่มสนทนาประมาณ 10-12 คน จำนวน 6 กลุ่ม ที่มีความแตกต่างทั้งทางด้านสายงาน อายุงาน เพศ และอายุของพนักงานเอง โดยมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 73 ราย แบ่งเป็นกลุ่มอายุงานไม่เกิน 1 ปี 39 ราย และ อายุงานเกิน 1 ปี อีก 34 ราย และมีผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) เป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาอย่างกว้างขวางละเอียดมากยิ่งขึ้น

จากผลการดำเนินงานในครั้งนี้ได้มีการรวบรวมประเด็นคำถามและนำมาวิเคราะห์คำตอบแล้ว พบว่าความต้องการด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน และสวัสดิการ เป็นสิ่งที่พนักงานให้ความสำคัญและมีผลต่อจิตใจและขวัญกำลังใจในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯ จะนำไปทำแผนการพัฒนาองค์กรในปี 2566 ต่อไป เพื่อร่วมยกระดับความเข้าใจและเสริมสร้างให้เกิดความผูกพันของพนักงานได้ดียิ่งขึ้น



อัตราการลาออกของพนักงานประจำ

ปี	จำนวนพนักงาน (คน)	ลาออก (คน)	คิดเป็น (ร้อยละ)
2566	1,338	283	21.15
2565	1,356	182	13.42
2564	1,284	308	23.99

บริษัทฯ สามารถลดอัตราการลาออกของพนักงานประจำได้อย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มาได้ระยะหนึ่งแล้ว ซึ่งการลาออกส่วนใหญ่เป็นการลาออกของพนักงานในระดับปฏิบัติการ จึงไม่กระทบต่อโครงสร้างการบริหารและการดำเนินธุรกิจหลักอย่างมีนัยสำคัญ

“RS New Year Party 2023”

กิจกรรมปีใหม่ 2023 จัดขึ้นเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานทุกคน ด้วยความรัก ความห่วงใยและเอาใจใส่จากผู้บริหารทุกท่าน และเป็นการส่งความสุขตลอดปีใหม่นี้ให้กับทุกคน ด้วยปาร์ตี้จอยๆ รับประทานอาหารของอาร์ เอส กรุ๊ป โดยปีนี้มีธีมมาสนุกกันเถาะ ซึ่งกิจกรรมในงานมีมากมาย อาทิ สอยดาวและกาชาปอง พร้อมเติมอิมูจกับอาหารหลากหลายเมนู ทั้งของคาว ของหวาน และเครื่องดื่มเย็นๆ แสนชื่นใจ

ปิดท้ายด้วยการจับรางวัล Lucky Draw โดย “เฮียฮ้อ สุรชัย เชษฐโชติศักดิ์” CEO ของอาร์เอส กรุ๊ป ซึ่งมีของรางวัลสุดอลังการ ทั้งรถมอเตอร์ไซด์ โทรศัพท์มือถือรุ่นล่าสุด ตัวเครื่องบิน เครื่องใช้ไฟฟ้า และเงินสดอีกมากมาย



Happy Work Place with RS Group : บุกออฟฟิศ RS Group ตามหางานที่ใช้ ฐรภกิจที่ชอบ



จากจุดเริ่มต้นในฐานะมิวสิคไอคอนแห่งวงการเพลงที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของประเทศ ผ่านการพัฒนาที่ไม่หยุดยั้งและก้าวข้ามการดิศรับชั้น จนทำให้ปัจจุบัน อาร์เอส กรุ๊ป ได้ทรานฟอร์มองค์กรสู่อาณาจักรธุรกิจยุคใหม่ภายใต้โมเดล Entainmerce ที่ดำเนินธุรกิจครอบคลุมทั้งด้าน Media & Entertainment และ Commerce สำหรับผู้คนและสัตว์เลี้ยง โดยมีรูปแบบการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนให้ทุกคน “คิดและทำแบบเถ่าแก่” ทำให้ อาร์เอส กรุ๊ป เป็นศูนย์รวมของคนทำงานที่มีความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา โดยนำความถนัดของแต่ละคนมา ผสานกันแบบ Win together พร้อมส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสได้ใช้ศักยภาพของตัวเองอย่างเต็มที่ ได้คิด ได้ทำ ได้เรียนรู้ในพื้นที่ที่มีเครื่องมือครบ ครันไว้รองรับ ซึ่งช่วยผลักดันให้ทุกคนได้เป็นตัวเองในเวอร์ชันที่ดีที่สุด และมีโอกาสเติบโตในสายอาชีพ จึงไม่แปลกใจที่คนรุ่นใหม่มองว่า นี่แหละคือ องค์กรที่พวกเขาอยากเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง และอยากจะ #โตไปกับอาร์เอส

จากผลสำรวจของ WorkVenture ประจำปี 2024 จัดขึ้นโดย WorkVenture ที่ปรึกษาและผู้นำด้านการสร้างแบรนด์นายจ้างให้แก่องค์กรชั้นนำใน ไทยและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มค้นหาหางานที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย กับคำถามว่าใครเป็นสุดยอดนายจ้างในดวงใจของคนทำงานรุ่นใหม่ ซึ่งเป็น ที่ตั้งตารอคอยจากคนทำงานทั่วประเทศ และนี่ถือเป็นครั้งที่ 6 แล้วที่ WorkVenture ได้จัดทำผลสำรวจนี้ขึ้นเพื่อรับฟังเสียงคนทำงานรุ่นใหม่ ว่าพวกเขามีความคิดต่อการทำงาน องค์กร และมีค่านิยมของการทำงานอย่างไร ดังนั้นผลสำรวจนี้ จึงแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในรอบปีที่ผ่าน มาของนายจ้างในตลาดแรงงานไทย ว่าโดยรวมแล้วมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางไหน มีการพัฒนาที่ทำงานให้เหมาะสมกับตลาดแรงงานที่เปลี่ยน GEN คนทำงานไปเรื่อย ๆ หรือไม่ มุมมองจากภายนอกและภายในองค์กรสัมผัสได้ถึงการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด เพราะนั่นเป็นสิ่งสะท้อนที่ สร้างการรับรู้ให้กับเหล่าคนทำงานที่กำลังมองหาที่ทำงานใหม่ในปัจจุบัน

โดยสำรวจความคิดเห็นผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยยังคงมุ่งเป้าไปที่คนรุ่นใหม่และกลุ่มคนที่เริ่มงานช่วงแรก อายุระหว่าง 22-35 ปี ที่จบระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กว่า 11,452 คน ผ่านคำถามที่ให้อิสระทางความคิดเพื่อให้ผู้ตอบคำถามสามารถตอบได้อย่างปราศจากการชี้นำ ว่าบริษัทที่คุณอยากร่วมงานด้วยที่สุดคือใครและเพราะอะไร และจากการวิเคราะห์ของ WorkVenture พบว่าภาพรวมของปีนี้บริษัทขนาดใหญ่สัญชาติไทยยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง จากการปรับตัวทั้งในเรื่องของสถานที่ทำงานและรูปแบบการทำงาน รวมถึงความเข้าใจในวัฒนธรรมการทำงานของคนไทยที่ทำให้พัฒนานโยบายด้านทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างตรงจุด ทำให้บริษัทกลายเป็นที่รู้จักในฐานะองค์กรที่น่าทำงานด้วยมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่น้อยหน้าไปกว่าบริษัทจากต่างประเทศที่เคยถูกมองว่าให้ประสบการณ์การทำงานที่ไว้ว่ากว่า แต่ผลสำรวจของปีนี้กลับเป็นว่าไม่ใช่อย่างนั้นอีกต่อไปแล้ว

ในปีที่ผ่านมาองค์กรต่าง ๆ ยังมีการปรับตัวและการแข่งขันในเรื่องการเข้าหาและรับฟังเรื่องราวการทำงานของคนเจน Z ซึ่งกำลังก้าวเข้ามาเป็นประชากรที่เกือบจะครึ่งหนึ่งของหลาย ๆ องค์กร พนักงานกลุ่มนี้มีแนวโน้มการทำงานที่มองตนเองเป็นสำคัญมากขึ้น เลือกในสิ่งที่ตนเองอยากทำจริง ๆ และมองหาความหมายในงานเหล่านั้น ทำให้พนักงานกลุ่มนี้ไม่ลังเลเลยที่จะเปลี่ยนงานไปสู่สิ่งที่ตนเองมองว่าดีกับตัวเองมากกว่า และมีการเลือกงาน รวมถึงการพูดคุยทาง Social Media เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานก่อนที่จะตัดสินใจเลือกงาน กล่าวได้ว่าผลตอบแทนเพียงอย่างเดียวจึงไม่สามารถจูงใจให้พนักงานเจน Z อยู่ในองค์กรได้ แต่ต้องมีการพูดถึงบริษัทในทางที่ดี มีสวัสดิการที่ตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์และให้ความเป็นตัวเองมากขึ้น อีกทั้งการได้รับมอบหมายงานที่มีความเป็นรูปธรรมให้เห็นว่าผลสำเร็จของงานที่ทำเป็นส่วนใดของภาพใหญ่ของบริษัทจะยิ่งทำให้คนกลุ่มนี้มีความภูมิใจและเลือกอยู่กับองค์กรต่อไป



โดยบริษัทฯ ได้รับคัดเลือกให้รับรางวัล Top 50 Companies in Thailand 2024 บริษัทที่คนรุ่นใหม่อยากร่วมงานมากที่สุด “ในอันดับที่ 38” ซึ่งรางวัลนี้พิสูจน์ได้ว่า อาร์เอส กรุ๊ป สามารถพลิกภาพลักษณ์ทรานฟอร์มองค์กรสู่อาณาจักรธุรกิจยุคใหม่ภายใต้โมเดลธุรกิจ Entertainmerce ด้วยรูปแบบการทำงานที่โดดเด่น และมีวัฒนธรรมภายในองค์กรที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่พร้อมสนับสนุนให้ทุกคน #โตไปกับอาร์เอส

อาร์เอส กรุ๊ป ยังให้ความสำคัญในการยกระดับและพัฒนาองค์กรให้ตอบโจทย์คนทำงานในทุกๆ ด้าน ด้วยการเป็นบริษัทที่มีกลุ่มงานที่หลากหลาย มีห่วงโซ่ที่ครอบคลุมหลายด้าน จะเปิดโอกาสให้ได้ลงเรียนรู้และลงมือทำหลายสิ่ง หรือเรียนรู้ทักษะเพิ่มเติมเพื่อค้นหาตัวตน เพื่อให้พนักงานทุกคนได้รับความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพ และ #โตไปกับอาร์เอส อย่างมีความสุขตลอดเส้นทางการทำงาน

ถอด 4 เหตุผลที่ทำให้คนรุ่นใหม่อยาก #โตไปกับอาร์เอส

อาร์เอส กรุ๊ป สามารถติดโพลสุดยอด 50 บริษัทชั้นนำในไทยที่คนรุ่นใหม่อยากร่วมงานด้วยมากที่สุดในปี 2024 “อันดับที่ 38” จาก WorkVenture ซึ่งรวบรวมผลสำรวจจากทางออนไลน์และออฟไลน์กับคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ 22-35 ปี ในกรุงเทพฯ และจบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 11,452 คน

โดยรางวัลนี้พิสูจน์ได้ว่า อาร์เอส กรุ๊ป สามารถพลิกภาพลักษณ์ทรานส์ฟอร์มองค์กรสู่อาณาจักรธุรกิจยุคใหม่ภายใต้โมเดลธุรกิจ Entertainmerce ด้วยวิสัยทัศน์ของทีมผู้บริหาร อย่าง “เสี้ยมฮ้อ - สุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)” ที่มุ่งมั่นขยาย Ecosystem เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กร ควบคู่กับการให้ความสำคัญในการยกระดับและพัฒนาองค์กรให้ตอบโจทย์คนทำงาน ด้วยการส่งมอบคุณค่าการทำงานในด้านต่างๆ เพื่อให้พนักงานได้รับก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพ และ #โตไปกับอาร์เอส อย่างมีความสุขตลอดเส้นทาง ดังนี้



1. ได้เป็น Icon ไปกับอาร์เอส (Be the Icon)

หากถามว่า อาร์เอส คือองค์กรแบบไหน? เราสามารถตอบได้อย่างภาคภูมิใจว่า อาร์เอส คือหนึ่งในโมเดลขององค์กรที่สามารถทรานส์ฟอร์ม นำพาธุรกิจฝ่ากระแสคลื่นดิสรัปชันมาได้ทุกลูก โดยเฉพาะการรีแบรนด์และปรับโครงสร้างด้วยโมเดลธุรกิจ Entertainmerce ที่มีความยั่งยืนคนได้รับยกย่องเป็นกรณีศึกษาในการทรานส์ฟอร์มองค์กรเพื่อคงความเป็นผู้นำในโลกธุรกิจยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

จากจุดเริ่มต้นของ อาร์เอส ในฐานะมิวสิคไอคอนแห่งวงการเพลงที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของประเทศ ปัจจุบันได้ต่อยอดและแตกไลน์ธุรกิจครอบคลุมทั้งด้าน Media & Entertainment และ Commerce สำหรับผู้คนและสัตว์เลี้ยง ทำให้ อาร์เอส กรุ๊ป กลายเป็นศูนย์รวมของคนทำงานที่มีความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา โดยนำความถนัดของแต่ละคนมาผสานกันแบบ Win together ยิ่งไปกว่านั้นพนักงานที่นี่ก็มีความเป็นไอคอนในตัวด้วยกันทุกคน เพราะเต็มไปด้วยคนทำงานมืออาชีพมากด้วยศักยภาพและประสบการณ์ในแต่ละสายงาน เป็นโอกาสให้คุณได้เข้ามาเรียนรู้การทำงานจากหลากหลายสายงาน ทำให้คุณได้พัฒนาสกิลและอัปเดตความมืออาชีพไปอีกขั้น



2. ได้เป็นคนในเวอร์ชันที่ดีที่สุด (Be Your Best Self)

การตัดสินใจร่วมงานกับบริษัทใดสักที่ พนักงานคงไม่ได้พิจารณาแค่เรื่องสวัสดิการหรือปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องการจะพิจารณาให้ลึกถึงคุณค่าที่แท้จริง รวมถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่พวกเขาจะได้รับตลอดเส้นทางอาชีพในการทำงาน จะดีแค่ไหนหากองค์กรสามารถช่วยปลุกยักษ์ในตัวพนักงานให้ตื่นขึ้นได้

ที่ อาร์เอส กรุ๊ป เราให้คุณค่ากับทักษะ ความสามารถ และไอเดียของพนักงานโดยไม่ปิดกั้นด้วยรูปแบบการทำงานแบบ Agile ที่รวดเร็ว ฉับไว และมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว บวกกับวัฒนธรรมองค์กร “Entrepreneurship” ที่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ทุกคนกล้าคิด กล้าทำ กล้านำเสนอ อีกทั้งพนักงานก็มีโอกาสได้ทำงานใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูง ช่วยส่งเสริมให้คุณได้สัมผัสแนวคิดใหม่ๆ ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ทำงาน และได้ดึงศักยภาพของตัวเองที่มีออกมาได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้พนักงานได้อัพสเกล ปรับ Mindset สู่อการพัฒนาตัวเองจนกลายเป็นเวอร์ชันล่าสุดที่ดียิ่งขึ้น



3. ไม่มีขีดจำกัดในการเติบโต (Keep Growing)

“อาร์เอส เติบโตได้ก็เพราะการขับเคลื่อนด้วยพนักงาน อย่าลืมนะถ้าพนักงานมี Career Path ที่เติบโตไปเรื่อยๆ นั่นหมายความว่าองค์กรก็จะมีเส้นทางที่ยาวตามไปด้วย” นี่เป็นส่วนหนึ่งจากบทสัมภาษณ์และมุมมองของ เฮียฮ้อ ที่พร้อมส่งเสริมให้พนักงานที่มีผลงานสามารถเติบโตในเส้นทางอาชีพที่ อาร์เอส กรุ๊ป ได้ รวมถึงได้สัมผัสค่านิยมหลักที่พนักงานทุกคนยึดถือในการทำงานร่วมกันให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ Own ทำและใส่ใจแบบเจ้าของ, Fight สู้อเพื่อเป้าหมาย, Learn ไม่หยุดเรียนรู้ และ Win together ชนะและสำเร็จไปด้วยกัน แล้วยังได้อัพสเกล “คิดแบบเจ้าแก่ ลงมือทำแบบเจ้าของ” และเติบโตไปพร้อมกับองค์กร

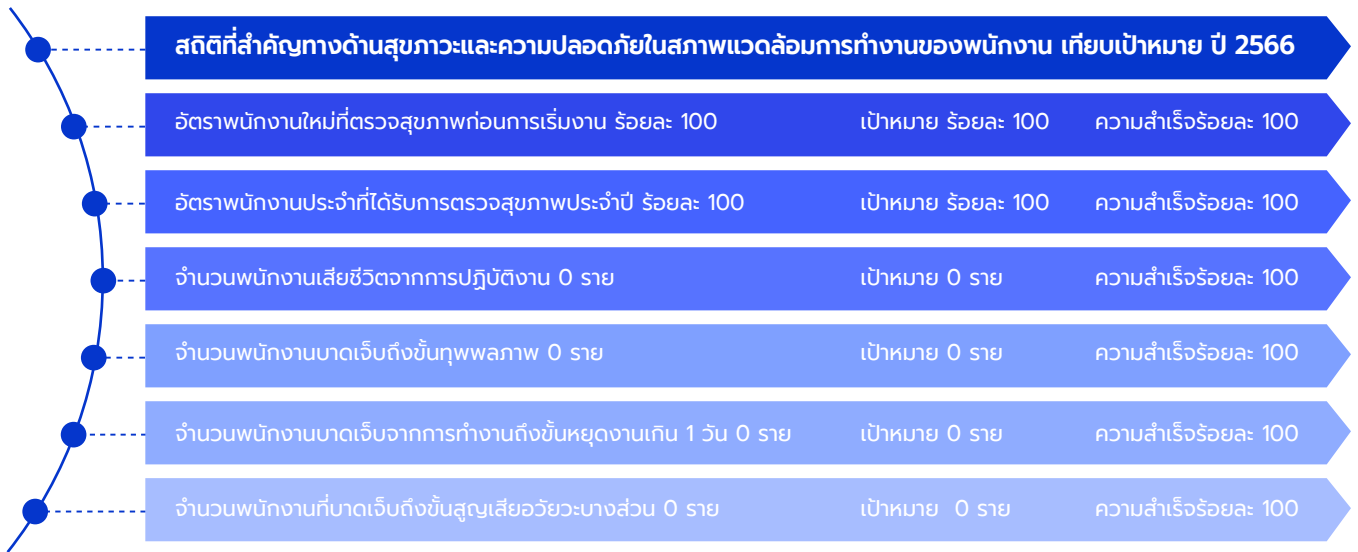


4. ต่อยอดความสามารถของคุณด้วยฟังก์ชันที่หลากหลาย (Be Diverse)

จะสนุกและท้าทายแค่ไหน หากคุณได้มาทำงานภายใต้ความ Diversity อย่างแท้จริง เพราะนอกจากความหลากหลายทางธุรกิจของ อาร์เอส กรุ๊ป ที่โดดเด่นแล้ว ต้องบอกเลยว่าพนักงานที่นี่ก็มีความหลากหลายทั้งในเชิงทักษะความสามารถ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจที่แตกต่าง และประสบการณ์ที่หลากหลาย รวมถึงความพร้อมของอุปกรณ์ และ Facilities จากธุรกิจด้าน Media & Entertainment และ Commerce ที่จะช่วยให้คุณสามารถพัฒนาต่อยอดกลยุทธ์ ไอเดียความคิด และความสามารถของตัวเองได้อย่างเต็มที่ พร้อมสนับสนุนการทำงานในออฟฟิศด้วยฟังก์ชันที่หลากหลายและรองรับการทำงานในรูปแบบต่างๆ ให้กับทุกธุรกิจในเครือได้เป็นอย่างดี ซึ่งคุณจะได้ทำงานแบบ Cross-functional collaboration ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบอย่างมากในการทำงานที่นี่

ทั้งหมดนี้คือคุณค่าและประสบการณ์ทำงานที่คุณจะได้รับจาก อาร์เอส กรุ๊ป ซึ่งสนับสนุนให้พนักงานทุกคนเติบโตไปข้างหน้าพร้อมกับองค์กร และยังเป็น 4 เหตุผลที่โดนใจคนทำงานรุ่นใหม่ที่มี DNA เดียวกันกับเรา จนสามารถคว้ารางวัลสุดยอดนายจ้างในดวงใจประจำปี 2024 จาก WorkVenture ได้สำเร็จ ซึ่งการันตีว่า นี่แหละ! คือองค์กรที่พวกเขาอยากเข้าไปร่วมงาน และอยากจะมี #โตไปกับอาร์เอส อย่างแท้จริง

นโยบายสุขภาพและความปลอดภัยใน สภาพแวดล้อมการทำงาน



ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ และความปลอดภัย พนักงานเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักซึ่งเป็นพื้นฐานของความพร้อมในการทำงานสู่ความสำเร็จ จึงได้ยกระดับการจัดการการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ทั้งความปลอดภัยส่วนบุคคล และความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โดยในทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นต้องได้รับการประเมินความเสี่ยงจากผู้มีความรู้ความสามารถอย่างรอบคอบ พร้อมกำหนดมาตรการการควบคุมป้องกันที่เหมาะสม รวมถึงติดตามการดำเนินการอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการสูญเสียหรือผลกระทบต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

แนวปฏิบัติ

- 1) บริษัทฯ ถือว่าความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนทุกระดับที่จะร่วมมือกันปฏิบัติเพื่อให้เกิดความปลอดภัยของทั้งตนเองและผู้อื่น
- 2) เสริมสร้างให้พนักงานทุกคนมีความรู้ มีจิตสำนึกที่ดีในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัยตลอดจนการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลที่เหมาะสมรวมถึงการรักษาไว้ซึ่งสุขภาพอนามัยที่ดีของพนักงานทุกคน

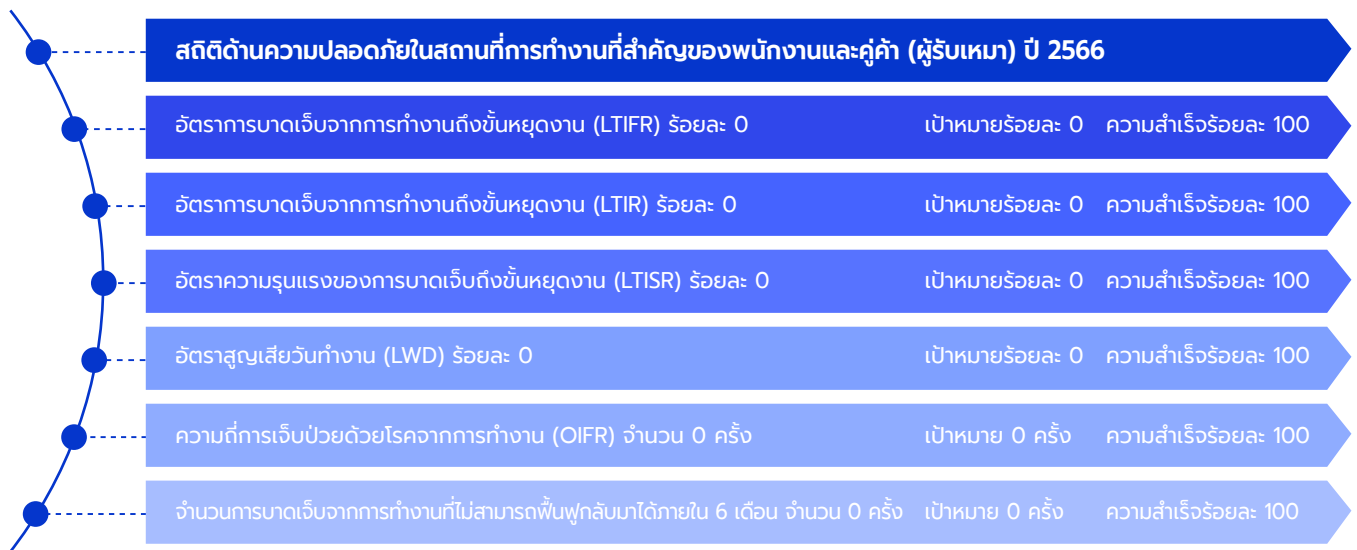
- 4) สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรม ด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติกับทุกฝ่ายอย่างเหมาะสมที่สุด
- 5) พนักงานระดับบังคับบัญชาทุกคนต้องมีหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาให้เป็นไปตามกฎระเบียบโดยเคร่งครัด
- 6) มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างจริงจัง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามข้อบังคับ และมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน

การประเมินผลกระทบ

บริษัทฯ มีการประเมินความเสี่ยงและผลกระทบทางด้านสุขภาพ และความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เกิดขึ้นในขั้นตอนปฏิบัติงานของพนักงาน และยังได้ขยายขอบเขตไปยังพนักงานของคู่ค้าร่วม โดยมีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติต่อพนักงานของคู่ค้าด้านการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการซ่อมบำรุง โดยได้จัดทำแบบประเมินตนเองของคู่ค้าซึ่งใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการพิจารณาคัดเลือกคู่ค้าของบริษัทฯ ร่วมกับเกณฑ์อื่นด้วย

ผลการดำเนินงาน

บริษัทฯ ได้จัดตั้งคณะกรรมการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2549 ลงวันที่ 16 พฤษภาคม 2549 โดยมีการแต่งตั้งผู้บริหารเป็นตัวแทนฝ่ายนายจ้างและตัวแทนพนักงานเป็นตัวแทนฝ่ายลูกจ้าง เพื่อพิจารณานโยบาย และแผนงานความปลอดภัยในการทำงาน เพื่อป้องกันและลดการเกิดอุบัติเหตุ สำหรับลูกจ้างและบุคคลภายนอกที่เข้ามาปฏิบัติงาน รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรม และการอบรมด้านความปลอดภัยฯ พร้อมจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมสวัสดิภาพของพนักงานอย่างเหมาะสม



“อบรมหลักสูตรด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน”

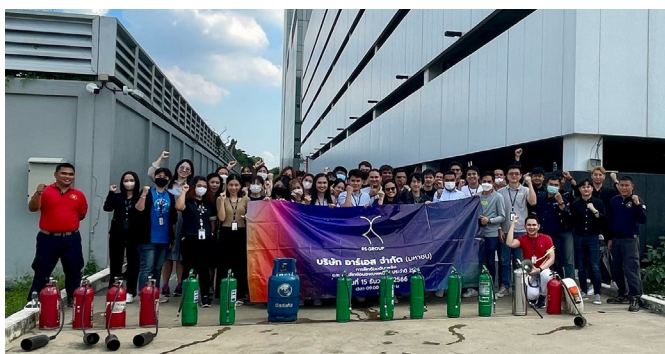
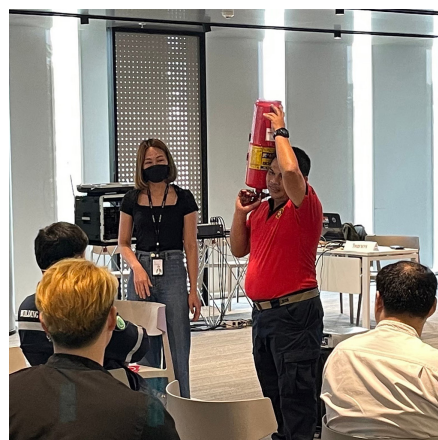
บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการทำงาน โดยทางฝ่ายบริหารและจัดการสินทรัพย์ อาคารสำนักงาน ดำเนินการจัดอบรมหลักสูตรดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้อบรมมีความรู้ความเข้าใจ และมีบทบาทในด้านความร่วมมือของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน หรือร่วมกันในการดำเนินงาน และหาแนวทางเพื่อก่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2549 โดยมีวิทยากรจากสมาคมส่งเสริมความปลอดภัยและอนามัยในการทำงาน (ประเทศไทย) ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งเป็นหน่วยงานอบรมที่ได้ขึ้นทะเบียนโดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ซึ่งเนื้อหาในการอบรมครั้งนี้ประกอบไปด้วยการทดสอบก่อนการอบรม การให้ความรู้ การเข้ากลุ่มทำกิจกรรมด้านความปลอดภัยในการทำงาน และการทดสอบหลังการอบรม

หลักสูตร/ชั่วโมงอบรม	เป้าหมาย	จำนวนคน	วันที่จัดอบรม
จป.ระดับหัวหน้างาน อบรม 12 ชั่วโมง	ระดับหัวหน้างาน	60	17 - 18/8/2566
จป.ระดับบริหาร อบรม 12 ชั่วโมง	ระดับบริหาร	60	10 - 11/8/2566
พสบ.คปท.สำหรับลูกจ้าง อบรม 6 ชั่วโมง	พนักงานทุกคน	240	14 - 15/9/2566
ดับเพลิงขั้นต้นและซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี (สำนักงานใหญ่)	พนักงานทุกคน	450	15/12/2566
ดับเพลิงขั้นต้นและซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี (คลังสินค้ารังสิต)	พนักงานทุกคน	200	22 - 23/12/2566



“การฝึกซ้อมดับเพลิงและการฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี 2566”

บริษัทฯ โดยฝ่ายบริหารอาคารและวิศวกรรม ร่วมกับฝ่ายบริหารและจัดการสินทรัพย์ อาคารสำนักงาน ได้จัดการอบรมหลักสูตร “ดับเพลิงขั้นต้น การฝึกซ้อมดับเพลิง และฝึกซ้อมอพยพหนีไฟ ประจำปี 2566” ในวันที่ 15 ธันวาคม 2566 เพื่อให้ผู้อบรมมีความรู้ความเข้าใจด้านความปลอดภัยในการทำงานที่ดี และได้รับการฝึกอบรมความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารจัดการและดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย พ.ศ.2555 ลงวันที่ 7 ธันวาคม 2555 ข้อ 30 กำหนดให้นายจ้างจัดให้ลูกจ้างทุกคนฝึกซ้อมดับเพลิงและฝึกซ้อมอพยพหนีไฟพร้อมกันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ให้ลูกจ้างของนายจ้างทุกรายที่ทำงานอยู่ในอาคารเดียวกัน และในวันและเวลาเดียวกันทำการฝึกโดยพร้อมกัน โดยการจัดอบรมในครั้งนี้มีวิทยากรจากสถานีดับเพลิงและกู้ภัยบางเขนเป็นผู้ฝึกอบรม ซึ่งเนื้อหาในการอบรมครอบคลุมทั้งการอบรมดับเพลิงขั้นต้น และซ้อมอพยพหนีไฟ



แผนการจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจ ในกรณีการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในสถานที่ทำงาน

เลือกหน้ากากอนามัยยังไง ให้กันได้ทั้ง โควิด-19 และ PM 2.5

01	02	03
<p>หน้ากาก N95</p> <ul style="list-style-type: none"> • กันได้ทั้ง ฝุ่น pm 2.5 และ โควิด -19 • ควรเลือกใช้แบบไม่มีวาล์วระบายอากาศ 	<p>หน้ากาก แบบเยื่อกระดาษ</p> <ul style="list-style-type: none"> • บางชนิดสามารถกันฝุ่น pm 2.5 ได้ • หาซื้อง่าย ไม่ควรใช้ซ้ำ 	<p>หน้ากาก ผ้า</p> <ul style="list-style-type: none"> • ไม่สามารถป้องกันฝุ่น pm 2.5 ได้และป้องกัน โควิด-19 ได้เพียงเล็กน้อย • สามารถใช้ซ้ำได้
04	05	06
<p>หน้ากากอนามัย ทางการแพทย์</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีเยื่อกระดาษ 3 ชั้น กันละอองกับฝุ่นได้ • ใช้ป้องกันฝุ่น pm 2.5 ได้ระดับหนึ่งและใช้กัน โควิด-19 ได้ดี 	<p>หน้ากาก โฟม</p> <ul style="list-style-type: none"> • สามารถกันฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็ก และ เกสรดอกไม้ได้ • ไม่สามารถป้องกัน pm 2.5 และ โควิด ได้ 	<p>หน้ากาก คาร์บอนสีดำ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์ แบคทีเรีย และ ฝุ่นละอองตั้งแต่ขนาด 3 ไมครอนขึ้นไป • กันฝุ่น pm 2.5 หรือไวรัสไม่ค่อยได้

รายงานภาพลักษณ์และการสื่อสารองค์กร (BCC)

ตามที่ บริษัทฯ ได้มีประกาศ “นโยบายให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน (Work From Home)” มาเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วนั้น ขณะนี้ด้วยสถานการณ์จำนวนผู้ป่วยโรคโควิด-19 รายวันของประเทศมีจำนวนที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้พิจารณาเห็นสมควรให้พนักงานกลับมาปฏิบัติงานที่สำนักงานตามปกติ ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงใช้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่อง โดยขอความร่วมมือพนักงานทุกคนให้ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงาน ปฏิบัติตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมในการใช้พื้นที่สาธารณะ หมั่นล้างทำความสะอาดมือ และอุปกรณ์ทำงานทุกครั้ง การจัดประชุมต่างๆ ให้เน้นการประชุมผ่าน VDO Conference โดยหากมีความจำเป็นให้จำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม การติดต่อประสานงานภายในบริษัทฯ ให้ติดต่อผ่าน Hangouts โทรศัพท์ หรือ อีเมลเป็นหลัก งดเชิญบุคคลภายนอก หรือหากมีความจำเป็นให้จำกัดพื้นที่ในการติดต่อเข้าพบ และปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดโรคอย่างเคร่งครัด

หากบริษัทฯ พบว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กลับมารุนแรงอีก บริษัทฯ จะพิจารณาปรับมาตรการเพื่อความปลอดภัยของพนักงาน และประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ โดยจะดำเนินการตามแผนความต่อเนื่องของธุรกิจ (BCP) อย่างเหมาะสม

การดูแลสุขภาวะและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน

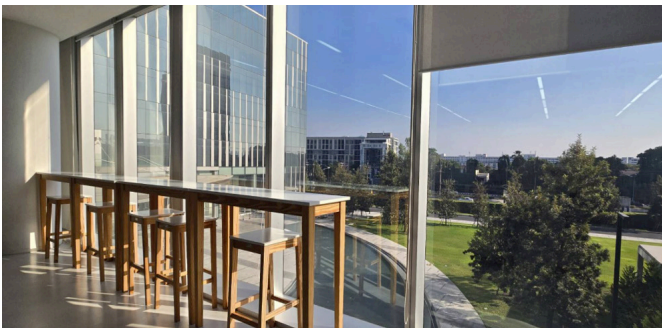
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับสุขภาวะองค์กรของพนักงานเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่สุขภาพกายเท่านั้น แต่ยังคงหมายรวมถึงสุขภาวะทางใจใน ที่ทำงานที่มีผลกระทบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละวัน ความคาดหวัง ความสัมพันธ์ ระดับความเครียดด้วยเช่นกัน ดังนั้น การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอและเหมาะสม ย่อมส่งผลต่อความสุขและสุขภาพโดยรวมของพนักงาน

ประโยชน์ของการใส่ใจด้านสุขภาวะในที่ทำงาน

- 1) สร้างพนักงานที่มีแรงจูงใจในการทำงาน มีส่วนร่วม และมีประสิทธิภาพการทำงานสูงยิ่งขึ้น
- 2) ดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีความสามารถสูงให้มีความผูกพันกับองค์กร
- 3) พนักงานที่รู้สึกว่าคุณค่ามีความสำคัญและได้รับการสนับสนุนจากองค์กร
- 4) สร้างความสัมพันธ์อันดี มีความหลากหลายและการไม่แบ่งแยกมากขึ้น
- 5) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในลักษณะทีมได้ดียิ่งขึ้น

การดำเนินงาน

บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของพนักงาน เช่น จัดทำห้องสำหรับพักผ่อน (Relax Room) โดยให้มีมุมเก็บของส่วนตัวประจำทุกชั้นของบริเวณที่ทำงาน และมีพื้นที่พักผ่อนอย่างเพียงพอให้พนักงานได้นั่งเล่น ผ่อนคลาย ในเวลาช่วงพักกลางวัน พักระหว่างเบรก หรือใช้ในการประชุมทีมย่อยเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน และยังสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมและกระชับความสัมพันธ์ภายในฝ่ายเป็นประจำ เช่น การประกวดการแต่งกายตามเทศกาลต่างๆ ทั้งประเภทความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดกิจกรรมเป็นทีมเพื่อส่งเสริมการทำงานแบบเป็นทีม ซึ่งบรรยากาศที่ผ่อนคลายเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่พนักงานได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย



3) คู่ค้า

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจ และพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ (Environment, Social, Governance : ESG) โดยมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างรอบด้านในการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้า ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าและคุณค่าระยะยาวตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ อาร์เอส กรุ๊ป จึงได้จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เพื่อกำหนดทิศทางของการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนของ อาร์เอส กรุ๊ป และคู่ค้า พร้อมวางมาตรฐานและแนวปฏิบัติให้แก่คู่ค้า ได้ทำการศึกษาและใช้ในการทำงานร่วมกับ อาร์เอส กรุ๊ป



ทั้งนี้ อาร์เอส กรุ๊ป ตั้งมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรมต่อคู่ค้า โดยปฏิบัติต่อคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานทุกราย ด้วยกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและเงื่อนไขสัญญาหรือข้อตกลงที่อยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย หลีกเลี่ยงความลำเอียง หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ยึดมั่นหน้าที่ที่มีต่อคู่ค้า รวมถึงการช่วยให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพและมุ่งการพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานในระดับสากล ควบคู่ไปกับประเด็นด้านจริยธรรมทางธุรกิจ การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการคุณภาพ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน และการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงติดตามตรวจสอบ ประเมินผล และพัฒนาองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจระหว่างกันได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม อาร์เอส กรุ๊ป ตั้งใจที่จะวางมาตรฐานการดำเนินงานให้สูงกว่าที่กฎหมายได้กำหนดไว้ โดยคาดหวังว่าจะสามารถผลักดันให้คู่ค้ามีแนวทางการปฏิบัติงานที่มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค เพื่อให้คู่ค้าสามารถเติบโตไปพร้อมกับอาร์เอส กรุ๊ป ได้อย่างยั่งยืน โดยสามารถศึกษาจรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ที่ https://www.rs.co.th/category/policies_corporate_documents/

แนวปฏิบัติ

- 1) สื่อสารและให้คู่ค้าที่สำคัญรับทราบและปฏิบัติตามจรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ
- 2) ตรวจสอบประเมินคู่ค้าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลที่ดี (ESG) อย่างสม่ำเสมอ
- 3) ติดตามประสิทธิภาพการทำงานของคู่ค้า ผ่านการประเมินตนเองของคู่ค้ารายปี
- 4) จัดทำระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมกระบวนการคัดเลือกคู่ค้า การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลการดำเนินงานของคู่ค้า
- 5) สื่อสารให้คู่ค้าในระดับปฏิบัติการรับทราบถึงผลการดำเนินงานที่บริษัทฯ คาดหวังเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทฯ
- 6) สื่อสารให้คู่ค้ารับทราบและเข้าใจถึงผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
- 7) ติดตามตรวจสอบเรื่องร้องเรียนทั้งหมดที่ได้รับผ่านช่องทางการร้องเรียน (Whistleblower Channel)

บริหารความเสี่ยงด้านความยั่งยืนของคู่ค้า

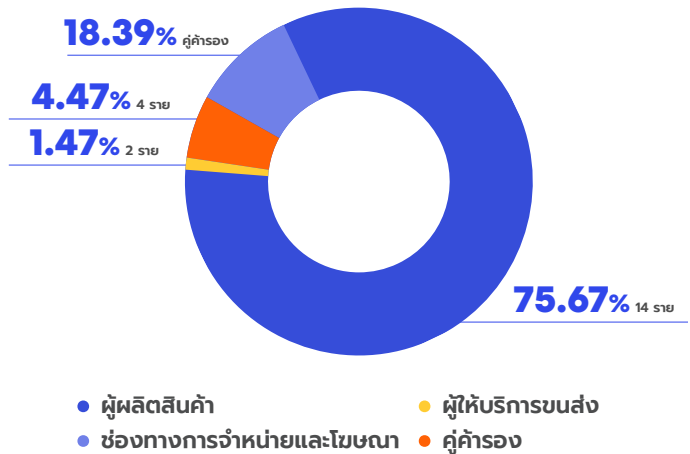


1) การระบุคู่ค้ารายสำคัญ

บริษัทฯ มีแนวทางในการดำเนินงานด้านต่างๆ ต่อคู่ค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ ด้วยการจัดกลุ่มคู่ค้าเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

- คู่ค้าหลัก (Critical Tier 1) หมายถึง คู่ค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายสูงสินค้าทดแทนยาก วัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าตามกลยุทธ์ หรือในกรณีที่สูญเสียคู่ค้าดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงในระดับสูงถึงสูงมาก ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดทำแบบประเมินคู่ค้าและต้องจัดการเยี่ยมชมตรวจสอบมาตรฐาน และร่วมกันวางแผนลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ ตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าเหล่านี้ จะสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ไม่เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงได้
- คู่ค้ารอง หรือ คู่ค้าสำคัญที่ไม่ได้ธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (Critical Non-Tier 1) หมายถึง คู่ค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายปานกลางหรือต่ำ หรือเป็นผู้ควบคุมวัตถุดิบหลักแต่ยังไม่ได้อยู่ในแผนการผลิตตามกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในช่วงปีนี้ และไม่อยู่ในกลุ่มคู่ค้าหลัก ซึ่งบริษัทฯ มีแผนที่จะจัดทำแบบประเมินคู่ค้าตามแนวทางการปฏิบัติอย่างยั่งยืนของคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจได้ว่าคู่ค้าเหล่านี้ จะสามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทฯ ได้เป็นอย่างดี
- คู่ค้าที่ต้องได้รับการตรวจสอบสถานที่จริง หรือ On-site ESG Audit จะมุ่งเน้นส่วนของคู่ค้าหลัก ที่เข้าหลักเกณฑ์การเป็นคู่ค้าเก่าผลิตสินค้าใหม่ คู่ค้าใหม่ผลิตสินค้าครั้งแรก คู่ค้าที่ผลิตสินค้าหลักตามกลยุทธ์ และคู่ค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายสูงสุด

ซึ่งในปี 2566 นี้บริษัทฯ มุ่งเน้นการบริหารความเสี่ยงคู่ค้าหลักหรือคู่ค้ารายสำคัญจากธุรกิจพาณิชย์เป็นหลัก โดยบริษัท อาร์เอส ลิฟเวลล์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำหน้าที่ผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของเราเอง (House Brand) และเมื่อพิจารณาจากคู่ค้าที่มียอดใช้จ่ายสูงสุด คู่ค้าที่ผลิตสินค้าใหม่ และคู่ค้าที่ผลิตสินค้ายอดขายสูงสุดของบริษัทฯ พบว่าคู่ค้า 20 รายแรก มียอดค่าใช้จ่ายร้อยละ 82 ของยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมด



ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัทฯ ที่จะไม่พึ่งพิงคู่ค้าแค่รายใดรายหนึ่งเท่านั้น โดยไม่มีคู่ค้ารายใดที่มีค่าใช้จ่ายเกินกว่าร้อยละ 20 ของยอดใช้จ่ายทั้งหมดของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการวางแผนสรรหาคู่ค้ารายใหม่ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นทางเลือกและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องในอนาคต

2) กระบวนการระบุประเด็นความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้า

บริษัทฯ มีกระบวนการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าและผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ภายใต้เกณฑ์การประเมินความเสี่ยงที่บริษัทฯ กำหนด ซึ่งครอบคลุมประเด็นที่สำคัญด้านความยั่งยืนครบทุกมิติ ทั้งการพิจารณาคู่ค้ารายเดิมและการคัดเลือกคู่ค้ารายใหม่ ดังนี้

มิติ	เกณฑ์การพิจารณา
เศรษฐกิจ	ราคา คุณภาพ ระยะเวลาการจัดส่ง ระยะเวลาเครดิต
	การส่งเสริมและให้ความสำคัญด้านการสร้างนวัตกรรมร่วมกับคู่ค้า
	การรายงานผลประกอบการอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีเอกสารหลักฐานอย่างชัดเจน
สิ่งแวดล้อม	การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ที่สอดคล้องกับกฎหมายและเกณฑ์บังคับที่เกี่ยวข้อง
	การจัดการของเสียอย่างเป็นระบบ ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับข้อกำหนดต่างๆ
สังคม	การปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน
	การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนอย่างยั่งยืน

3) การบริหารและติดตามความเสี่ยง

ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ ได้จัดทำแบบประเมินตนเองของคู่ค้าด้าน ESG โดยเน้นการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าของ บริษัท อาร์เอส ลีฟเวลล์ จำกัด ซึ่งเป็นคู่ค้าประเภทโรงงานรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ภายใต้แบรนด์ของบริษัทฯ (House Brand) ประเภท คู่ค้าใหม่ คู่ค้าที่ผลิตสินค้าหลักตามกลยุทธ์ และคู่ค้าที่ผลิตสินค้ายอดจำหน่ายสูง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ทำการประเมินคู่ค้าสำคัญด้วยแบบประเมินตนเอง 5 ราย จากเป้าหมาย 10 ราย ผลปรากฏว่าสามารถผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 97.5 จากเป้าหมายร้อยละ 90
- ทำการประเมินคู่ค้าสำคัญด้วยการ on-site ESG audit จำนวน 2 ราย จากเป้าหมาย 3 ราย โดยดำเนินการตรวจเยี่ยมสถานที่จริง ผลปรากฏว่าสามารถผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 93.75 จากเป้าหมายร้อยละ 90 ซึ่งผ่านเกณฑ์การตัดสินและสามารถทำการซื้อขายร่วมกันได้

โดยในปี 2566 ไม่พบประเด็นความเสี่ยงที่เกิดจากคู่ค้าอย่างมีนัยสำคัญ อาจมีพบบ้างเล็กน้อย เช่น คู่ค้าบางรายยังไม่ได้จัดทำนโยบายการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม แต่มีเพียงการควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด ซึ่งในส่วนนี้ บริษัทฯ จะประเมินคะแนนให้ตามความเป็นจริง และติดตามการแก้ไขให้ดำเนินงานอย่างครบถ้วนต่อไป หรือคู่ค้าบางรายยังไม่ผ่านการรับรองสถานะการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (Private Sector Collective Action against Corruption : CAC) ซึ่งในส่วนนี้บริษัทฯ มีแผนที่จะจัดทำ Change Agent เพื่อขยายกรอบความร่วมมือและสนับสนุนให้คู่ค้าผ่านการรับรองสถานะต่อไปในอนาคต

นโยบายจัดซื้อจัดจ้างอย่างยั่งยืน

บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) และ บริษัทย่อย (“อาร์เอส กรุ๊ป”) มุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าทางธุรกิจและพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันกับผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ด้วยการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่คำนึงถึงประเด็นสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับกิจการ (Environment, Social, Governance : ESG) ที่เป็นการบริหารจัดการด้านโอกาสและความเสี่ยงที่ครบทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลลัพธ์จะนำไปสู่การสร้างมูลค่าและคุณค่าระยะยาวร่วมกับคู่ค้า รวมถึงการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันในอนาคต ซึ่ง อาร์เอส กรุ๊ป ตั้งมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรมต่อคู่ค้า โดยจะปฏิบัติต่อคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานทุกรายด้วยกระบวนการหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดจ้าง และเงื่อนไขสัญญาหรือข้อตกลงที่อยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย อย่างสมเหตุสมผลโดยไม่เลือกปฏิบัติ หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ยึดมั่นหน้าที่ที่พึงมีต่อคู่ค้า รวมถึงการช่วยให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพ และมุ่งการพัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานในระดับสากล ควบคู่ไปกับประเด็น ด้านจริยธรรมทางธุรกิจ การปฏิบัติด้านแรงงานและสิทธิมนุษยชน การบริหารจัดการคุณภาพ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน และการรักษาสิ่งแวดล้อม รวมถึงติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล และพัฒนาองค์ความรู้ในการประกอบธุรกิจระหว่างกันได้อย่างเป็นอยู่อย่างใดก็ตาม อาร์เอส กรุ๊ป ตั้งใจที่จะวางมาตรฐาน การดำเนินงานให้เหนือข้อบังคับกฎหมาย โดยคาดหวังว่าจะสามารถผลักดันให้คู่ค้ามีแนวทางการปฏิบัติงานที่มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค เพื่อให้คู่ค้าสามารถเติบโตไปพร้อมกับ อาร์เอส กรุ๊ป ได้อย่างยั่งยืนเช่นกัน

แนวปฏิบัติ

1. คัดเลือกคู่ค้าด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส โดยพิจารณาการดำเนินงานทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และหลักธรรมาภิบาล ครอบคลุมทั้งคู่ค้ารายใหม่และคู่ค้ารายเดิม
2. ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างอย่างมีระบบ มีการควบคุมอย่างรัดกุม ติดตามและตรวจสอบได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดตลอดกระบวนการ
3. สนับสนุนคู่ค้าให้ดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับ “จรรยาบรรณคู่ค้าเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ที่บริษัทกำหนด
4. สนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสังคมร่วมกับคู่ค้าตามโอกาสและความเหมาะสม
5. สนับสนุนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมการจ้างงาน การสร้างโอกาส และการพัฒนาอาชีพภายในชุมชน
7. ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับคู่ค้า เพื่อให้ธุรกิจเติบโตด้วยกันได้อย่างยั่งยืน

นโยบายและระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (เครดิตเทอม) แก่คู่ค้า

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อสภาพคล่องและการบริหารจัดการวงจรรเงินสด โดยการกำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้านี้ ขึ้นอยู่กับคู่ค้าของบริษัทฯ ซึ่งต้องมีการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ร่วมด้วย อาทิ ระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันมา ชนิดสินค้า จำนวนสินค้า คุณภาพสินค้า หรือรอบการหมุนของสินค้าคงคลัง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ได้กำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้าเป็นไปตามหลักความเป็นธรรม และเป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดการกำหนดระยะเวลาการให้สินเชื่อการค้า (เครดิตเทอม) ดังนี้

คู่ค้า	แนวทางการดำเนินงาน	ระยะเวลาเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจริง
คู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ทั่วไป	คู่ค้าหรือซัพพลายเออร์ทั่วไป กำหนดระยะเวลา 30-60 วัน นับจากวันที่ได้ตรวจรับสินค้าหรือบริการ หรือชำระเป็นงวดตามเงื่อนไขที่ตกลงในสัญญา ซึ่งเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า	88 วัน
คู่ค้าที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	คู่ค้าที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กำหนดระยะเวลา 30-45 วัน เพื่อส่งเสริมสภาพคล่องให้คู่ค้าของบริษัทฯ สามารถนำเงินไปใช้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง	

ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับนโยบาย/แนวปฏิบัติที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ เนื่องจากการชำระ ในปี 2566 ส่วนใหญ่เป็นการจ่ายชำระเป็นงวดตามที่ระบุไว้ในสัญญา ขึ้นอยู่กับได้มาซึ่งสินทรัพย์นั้น เช่น คอนเทนเนอร์รายการ เป็นต้น

4) หน่วยงานกำกับ รัฐบาล

การดำเนินการด้านภาษี

บริษัทฯ ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ซื่อสัตย์ จึงมุ่งมั่นให้มีการปฏิบัติงานด้านภาษีและใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อกำหนดของกฎหมาย รวมถึงการปฏิบัติตามข้อบังคับในการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและภาษี ต่อภาครัฐและผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วน ซึ่งสอดคล้องกับการปฏิบัติงานตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณทางธุรกิจ และตามแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นให้บริษัทฯ มีการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาและมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเต็มที่ เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าความรับผิดชอบต่อด้านภาษีที่ดี จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศได้อย่างดี ในอนาคต

แนวทางปฏิบัติ

- 1) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านภาษีในแต่ละประเทศที่บริษัทฯ มีการดำเนินธุรกิจด้วยอย่างถูกต้องและ ครบถ้วน
- 2) การวางแผนภาษีและใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอย่างถูกต้องตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ รวมถึงการใช้โครงสร้างภาษีในแนวทางที่ถูกต้อง ซึ่งไม่ก่อให้เกิดการหลีกเลี่ยงภาษี
- 3) ดำเนินการนำส่งและขอคืนภาษีภายในระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ หน่วยงานของรัฐ และประเทศ
- 4) ทำการศึกษาและพิจารณาผลกระทบทางภาษีอย่างสม่ำเสมอ หากมีกฎหมายหรือนโยบายทางภาษีประกาศใช้ หรือกรณีที่บริษัทฯ มีการทำธุรกรรมใหม่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ เป็นที่ตั้ง
- 5) จัดให้มีที่ปรึกษาทางที่มีความรู้และความเข้าใจด้านภาษี เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างถูกต้องและลดความเสี่ยงของข้อพิพาททางภาษี รวมถึงการจัดให้มีผู้รับผิดชอบในการให้ข้อมูลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับการร้องขอหรือเรียกตรวจจาก หน่วยงานของรัฐ
- 6) ส่งเสริมให้บุคลากรที่เกี่ยวข้อง พัฒนาความรู้ทางด้านภาษี เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องครบถ้วน

การรายงานภาษี

บริษัทฯ ได้มีการติดตามและประเมินการดำเนินงานตามกฎหมาย ข้อกำหนด และระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องด้านภาษีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบและมีการปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง ซึ่งในปี 2566 บริษัทฯ มิได้มีการดำเนินงานใดที่เป็นการละเมิดกฎหมายและ ข้อบังคับด้านภาษี ส่งผลให้ไม่มีเบี้ยปรับใดที่เกี่ยวข้อง โดยที่บริษัทฯ มีกำไรก่อนหักภาษีเท่ากับ 1,733,161,615 บาท และภาษีเงินได้เท่ากับ 354,530,588 บาท ตามอัตราภาษีที่แท้จริงร้อยละ 20 ซึ่งแตกต่างจากอัตราภาษีที่จ่ายจริง (Effective Tax Rate) ที่จ่ายร้อยละ 20.46 เป็นผลจาก กำไรที่เกิดจากการขายเงินลงทุน บริษัทร่วม ภายในกลุ่มบริษัท

การสนับสนุนการพัฒนาสังคมร่วมกับหน่วยงานอื่น

ในปี 2566 บริษัทฯ ให้การสนับสนุนโครงการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานอื่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

- | | | |
|--------------------------------|-----------|----------------|
| 1) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม | จำนวนเงิน | 2,049,507 บาท |
| 2) ด้านชุมชน การศึกษา และศาสนา | จำนวนเงิน | 2,795,315 บาท |
| 3) ด้านการแพทย์ บริจาคสินค้า | จำนวนเงิน | 14,000,000 บาท |

รวมเงินสนับสนุนทั้งสิ้น 18,844,822 บาท หรือร้อยละ 51 ของรายได้รวม