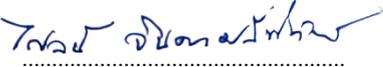


 <p>โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital</p>	<p>ประเภท : นโยบายปฏิบัติงาน Document Type : Hospital policy</p>
	<p>แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำและทิศทาง (Department) : Governance, Leadership, Direction</p>
	<p>ครั้งที่แก้ไข : 00 (Revision) :</p>
<p>เรื่อง : นโยบายการให้ข้อมูลและการสื่อสารทาง การตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค</p>	<p>หมายเลขเอกสาร : HP - GLD - 025 (Document No.) Standard Type : GLD</p>
<p>วันที่ประกาศใช้เอกสาร : 14 กุมภาพันธ์ 2569 (Issue Date) :</p>	<p>หน้า/จำนวนหน้า : 1/5 (Page No.) :</p>
<p>ผู้เกี่ยวข้องที่ต้องการรับทราบ :</p> <p>คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียภายนอกของ บริษัท โรงพยาบาลราชพฤกษ์ จำกัด (มหาชน) ต้องรับทราบและถือปฏิบัติตามนโยบายฉบับนี้อย่างเคร่งครัด</p>	

ผู้ขออนุมัติจัดทำ	ผู้ทบทวน/ตรวจสอบ	ผู้อนุมัติ
 (นางสาวจุฬารัตน์ ศิริสิงห์) เลขานุการบริษัท วันที่...14 กุมภาพันธ์... 2569....	 (นายไวยโรจน์ จินตามณีพิทักษ์) ประธานกรรมการตรวจสอบ วันที่...14 กุมภาพันธ์... 2569....	 (นายสุธน ศรียะพันธุ์) ประธานกรรมการบริษัท วันที่...14 กุมภาพันธ์... 2569....

 โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital	แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำ และทิศทาง	วันที่ประกาศใช้ : 14 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งที่แก้ไข ; 0
เรื่อง : นโยบายความรับผิดชอบต่อ สื่อสารทางการตลาดอย่างมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค	หมายเลขเอกสาร HP – GLD - 025	หน้า : 2 / 7

1. วัตถุประสงค์

ในความท้าทายจากการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ต้องปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์และแผนกลยุทธ์ดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และวิกฤตการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและเกิดขึ้นตลอดเวลา กับผลักดันให้มีการปรับตัวและฟื้นคืน (Resilience) อย่างรวดเร็วทันที่

เพื่อนำพาธุรกิจให้อยู่รอดและยังคงสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการเพื่อความยั่งยืน อันเป็นภาระหน้าที่ของคณะกรรมการที่เพิ่มขึ้นและยากยิ่งขึ้นกว่าในสถานการณ์ที่ผ่านมา คำตอบแทนกรรมการเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เพื่อเป็นการตอบแทนการทำหน้าที่ความรับผิดชอบต่อกรรมการที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นตามลำดับในหลักการ Fiduciary Duty ตามแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับ คณะกรรมการในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน และแนวปฏิบัติสำหรับคณะกรรมการด้านการกำกับดูแลกิจการ คณะกรรมการบริษัทฯ ได้พิจารณาข้อกำหนดนโยบายและหลักเกณฑ์การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการของบริษัท

2. ขอบเขต

นโยบายนี้ครอบคลุมการสื่อสารทุกช่องทางของบริษัท ได้แก่ โฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ แผ่นพับ โบรชัวร์ สื่อในสถานพยาบาล การจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมชุมชน การสื่อสารกับนักลงทุน นักวิเคราะห์ และสื่อมวลชน การให้สัมภาษณ์ การแถลงข่าว

3. วัตถุประสงค์

นโยบายความรับผิดชอบต่อสื่อสารทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคของ บริษัท โรงพยาบาลราชพฤกษ์ จำกัด (มหาชน)

- 1) เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านการขาย การตลาด และการสื่อสารองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ผู้ป่วย ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม
- 2) เพื่อให้พนักงานทุกระดับถือปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจและจริยธรรมทางการแพทย์ โดยให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ไม่บิดเบือน ไม่โฆษณาเกินจริง และไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ ค่าใช้จ่าย เงื่อนไขการให้บริการ หรือผลลัพธ์การรักษา
- 3) เพื่อส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อ สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มาตรฐานวิชาชีพทางการแพทย์ นโยบายสิทธิมนุษยชน และหลักการคุ้มครองผู้บริโภค
- 4) เพื่อกำหนดแนวทางการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศของบริษัทให้เป็นไปตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยยึดหลักความถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา และไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการลงทุนและป้องกันการใช้ข้อมูลภายในโดยมิชอบ
- 5) เพื่อสร้างความยั่งยืนในระบบนิเวศธุรกิจของกลุ่มโรงพยาบาล ผ่านการขาย การตลาด และการสื่อสารข้อมูลที่เป็นธรรม โปร่งใส คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ป่วย สิทธิของผู้บริโภค และผลประโยชน์ระยะยาวของผู้ถือหุ้น

 <p>โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital</p>	<p>แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำ และทิศทาง</p>	<p>วันที่ประกาศใช้ : 14 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งที่แก้ไข ; 0</p>
<p>เรื่อง : นโยบายความรับผิดชอบการ สื่อสารทางการตลาดอย่างมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค</p>	<p>หมายเลขเอกสาร HP – GLD - 025</p>	<p>หน้า : 3 / 7</p>

4. หลักการสื่อสารการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

4.1 ความถูกต้องและไม่ทำให้เข้าใจผิด

- ไม่โฆษณาเกินจริงเกี่ยวกับผลลัพธ์ทางการรักษา
- ไม่รับประกันผลลัพธ์ทางการแพทย์
- ไม่ใช้ถ้อยคำที่สร้างความหวังเกินสมควรหรือก่อให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน
- ระบุเงื่อนไข คำใช้จ่าย และข้อจำกัดอย่างชัดเจน

4.2 การเคารพศักดิ์ศรีและสิทธิของผู้ป่วย

- ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยโดยไม่ได้รับความยินยอม
- ไม่ใช้ภาพหรือเรื่องราวผู้ป่วยเพื่อการตลาดโดยไม่ได้รับอนุญาต
- เคารพหลักจริยธรรมทางการแพทย์และสิทธิมนุษยชน

4.3 ความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

- ให้ข้อมูลที่เพียงพอเพื่อการตัดสินใจ
- ไม่สร้างแรงกดดันให้ผู้ป่วยตัดสินใจรักษาโดยเร่งด่วนโดยไม่มีเหตุผลทางการแพทย์
- ไม่เปรียบเทียบหรือกล่าวพาดพิงคู่แข่งในลักษณะที่ไม่เป็นธรรม

4.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสุขภาพประชาชน

- สนับสนุนการให้ความรู้ด้านสุขภาพที่ถูกต้อง
- ไม่ส่งเสริมการใช้บริการทางการแพทย์ที่เกินความจำเป็นที่ขัดต่อจริยธรรมทางการแพทย์
- สื่อสารข้อมูลด้านสาธารณสุขอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

5. การกำกับดูแลการเปิดเผยสารสนเทศ

5.1 การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน

ข้อมูลสำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน หรือสาธารณชน จะต้องเปิดเผยผ่านช่องทางที่เหมาะสมตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา

5.2 การกำหนดผู้มีอำนาจในการสื่อสาร

การให้ข่าวหรือข้อมูลต่อสาธารณชนต้องกระทำโดยผู้ได้รับมอบหมายเท่านั้น ได้แก่

- ประธานกรรมการ
- ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน
- ผู้อำนวยการฝ่ายแพทย์
- ผู้บริหารที่ได้รับมอบหมาย

โดยต้องประสานงานกับแผนกประชาสัมพันธ์และการตลาด ร่วมกับนักลงทุนสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลมาจากแหล่งเดียวกัน (Single Source of Truth)

 โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital	แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำ และทิศทาง	วันที่ประกาศใช้ : 14 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งที่แก้ไข ; 0
เรื่อง : นโยบายความรับผิดชอบต่อ สื่อสารทางการตลาดอย่างมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค	หมายเลขเอกสาร HP – GLD - 025	หน้า : 4 / 7

5.3 ประเภทของข้อมูลและผู้ได้รับมอบหมายให้เปิดเผยข้อมูล

ประเภทของข้อมูล / การติดต่อสื่อสาร	ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้เปิดเผยข้อมูล
ข้อมูลทุกประเภทของบริษัท	1. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 2. ผู้ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมอบหมาย
ข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงพยาบาล โครงการขยายงานที่ เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลและธุรกิจของกลุ่ม กิจกรรมด้าน การตลาด CSR และกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของหน่วยงานที่ รับผิดชอบ ข่าวอื่น ๆ ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ	1. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร 2. ผู้ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารมอบหมาย
ข่าวด้านการเงินและการลงทุนของกลุ่ม ข่าวผลการดำเนินงานและ ผลประกอบการ การให้ข่าวในการประชุมนักลงทุน / นักวิเคราะห์ (กลุ่ม / ตัวต่อตัว / รายบริษัท) กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ ข่าวอื่น ๆ ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ	1. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) 2. ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน (CFO) 3. นักลงทุนสัมพันธ์ (IR) 4. ผู้ที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารหรือผู้อำนวยการ ฝ่ายบัญชีและการเงินมอบหมาย
ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมของแพทย์ ข่าวสารด้านการแพทย์ ข่าวที่ เกี่ยวข้องกับงานตามหน้าที่ทางการแพทย์	ผู้อำนวยการฝ่ายแพทย์ หรือผู้ที่ผู้อำนวยการฝ่าย แพทย์มอบหมาย
ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมการดำเนินงานของหน่วยงาน/โรงพยาบาลตาม สายงาน งานแผนกพัฒนาบุคคล กิจกรรมด้านการตลาด CSR และ ชุมชนสัมพันธ์ของหน่วยงานในความรับผิดชอบ ข่าวอื่น ๆ ตาม หน้าที่ที่รับผิดชอบ	1. ผู้อำนวยการฝ่าย 2. คณะทำงานชุดย่อยแต่ละแผนก/กลุ่มงาน
การให้ข้อมูลตามตำแหน่งหน้าที่ การให้ข้อมูลเฉพาะครั้งสำหรับแต่ ละโครงการ/เหตุการณ์	ผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายจากบริษัทหรือผู้มีอำนาจ ของบริษัท โดยต้องประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และฝ่ายนักลงทุนสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลถูกต้องและ เป็นแหล่งเดียวกัน

5.4 แนวทางการไม่เปิดเผยข้อมูลภายใน (Material Non-Public Information)

ประเด็น	แนวปฏิบัติ
การเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่ยังไม่เปิดเผยต่อ สาธารณชน	ห้ามเปิดเผยแก่ผู้บริหาร/พนักงานที่ไม่ได้รับอนุญาต นักลงทุน สื่อมวลชน นักวิเคราะห์ หรือบุคคลภายนอก
กรณียกเว้น	สามารถเปิดเผยได้เมื่อเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย หรือหน่วยงาน กำกับดูแล
การเปิดเผยเพื่อเหตุจำเป็นทางธุรกิจ	สามารถเปิดเผยแก่ผู้ตรวจสอบบัญชี ผู้จัดจำหน่ายหลักทรัพย์ สถาบันการเงิน ที่ปรึกษาการเงิน/กฎหมาย หรือที่ปรึกษาอื่น ๆ โดยต้องกำหนดมาตรการ รักษาความลับ

 โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital	แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำ และทิศทาง	วันที่ประกาศใช้ : 14 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งที่แก้ไข ; 0
เรื่อง : นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม สื่อสารทางการตลาดอย่างมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค	หมายเลขเอกสาร HP – GLD - 025	หน้า : 5 / 7

การกำกับดูแล	การเปิดเผยต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ/หรือหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
--------------	---

5.5 ช่วงเวลาไม่ให้ข่าว (Quiet Period)

บริษัทกำหนดช่วงเวลาไม่ให้ข่าว (Quiet Period) ตั้งแต่ 30 วันก่อนวันประกาศผลประกอบการ จนถึงวันที่บริษัทประกาศผลประกอบการ เพื่อป้องกันการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่เท่าเทียม และรักษาความเป็นธรรมต่อนักลงทุนทุกราย

- 1) ในช่วง Quiet Period: ผู้บริหารต้อง ไม่ให้ความเห็น เกี่ยวกับแนวทางการลงทุน ผลกำไร แนวโน้มผลประกอบการ ยกเว้นกรณีเป็นการเปิดเผยข้อมูลข้อเท็จจริงที่เคยเปิดเผยต่อสาธารณชนแล้ว
- 2) นอกจากนี้ ช่วงเวลาห้ามให้ข่าว ไม่ได้จำกัดเฉพาะก่อนการประกาศงบการเงินเท่านั้น หากกรรมการผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีข้อมูลภายในที่มีนัยสำคัญ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ และยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน จะต้องงดเว้นการให้ข้อมูลจนกว่าจะมีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอย่างเป็นทางการ

5.6 การประชุมกับนักลงทุน / นักวิเคราะห์ (Investor/Analyst Meetings)

บริษัทขอแนะนำให้: ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือ ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน (CFO) หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร หรือผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน (CFO) เป็นผู้รับผิดชอบในการให้ข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้เกี่ยวข้อง

- รูปแบบการให้ข้อมูล ได้แก่: Conference Call การพบปะนักลงทุนแบบตัวต่อตัว การประชุมแบบกลุ่ม การประชุมนักวิเคราะห์ (Conference)
- หลักการสำคัญ: ให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริษัทอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง ไม่เปิดเผยข้อมูลที่ยังไม่ได้เผยแพร่ต่อสาธารณชน เปิดโอกาสให้นักวิเคราะห์และนักลงทุนพบผู้บริหารภายใต้หลักความเท่าเทียม
- การพิจารณาการเข้าพบผู้บริหารระดับสูง บริษัทอาจพิจารณาปัจจัย เช่น: ช่วงเวลาที่เหมาะสม สัดส่วนการถือหุ้น ความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทและอุตสาหกรรม ความถี่ในการเข้าพบที่ผ่านมา
- บริษัทจะ:
 - ไม่เผยแพร่รายงานของนักวิเคราะห์ต่อสาธารณชน
 - ไม่รับรองหรือสนับสนุนรายงานใดเป็นพิเศษ
 - โดยบริษัทอาจแสดงรายชื่อบริษัทหลักทรัพย์และนักวิเคราะห์ที่ติดตามบริษัทบนเว็บไซต์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนในการค้นหาข้อมูล
 - ไม่ให้ความเห็นเกี่ยวกับประมาณการของนักวิเคราะห์
 - ไม่แสดงความคิดเห็นต่อโมเดลทางการเงิน สมมติฐาน หรือวิธีการประมาณการ อย่างไรก็ตาม บริษัทอาจชี้แจงกรณีเกิดความเข้าใจผิดที่ทำให้ประมาณการคลาดเคลื่อนอย่างมีนัยสำคัญ

 <p>โรงพยาบาลราชพฤกษ์ Ratchaphruek Hospital</p>	<p>แผนก : องค์กรบริหารสูงสุด ภาวะผู้นำ และทิศทาง</p>	<p>วันที่ประกาศใช้ : 14 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งที่แก้ไข ; 0</p>
<p>เรื่อง : นโยบายความรับผิดชอบต่อ สื่อสารทางการตลาดอย่างมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค</p>	<p>หมายเลขเอกสาร HP – GLD - 025</p>	<p>หน้า : 6 / 7</p>

5.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการประมาณการในอนาคต (Forward-looking Information)

บริษัทอาจให้ข้อมูลประมาณการรายได้และสมมติฐานในอนาคตโดย

- หากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จะประกาศให้ทราบโดยทั่วกัน
- ไม่ให้ความเห็นต่อประมาณการของนักวิเคราะห์
- อ้างอิงเฉพาะประมาณการที่บริษัทเปิดเผยต่อสาธารณชนแล้วเท่านั้น
- บริษัทอาจให้ข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ เช่น สภาวะตลาด แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ ข้อมูลด้านสาธารณสุขและการแพทย์ ตัวชี้วัดทางธุรกิจและสมมติฐานที่เกี่ยวข้อง

6. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

- ไม่มี

7. Flow Chart กระบวนการทำงาน

- ไม่มี

8. ข้อควรระวัง/ข้อแนะนำ/สังเกตเพิ่มเติม

- ไม่มี

9. การเฝ้าติดตามและการวัดกระบวนการ/การบริการ

บริษัทกำหนดให้มีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายฉบับนี้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง หรือเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อกระบวนการขาย การตลาด หรือการสื่อสารข้อมูลของบริษัท เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะทางธุรกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

10. เอกสารอ้างอิง

กฎหมายและกฎเกณฑ์ตลาดทุน

1. พระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม)
2. พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม)
3. พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม)
4. ประกาศ/แนวทางเกี่ยวกับการโฆษณาสถานพยาบาลของกระทรวงสาธารณสุข
5. พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)
6. หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน (CG Code)
7. หลักการสื่อสารอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Responsible Communication) ตามกรอบ ESG