



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

Advice

บริษัท แอดไวส์ ไอที อินฟินิท จำกัด (มหาชน)

(ADVICE)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 28/08/2569

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of several overlapping, wavy, yellow and orange shapes that create a sense of movement and depth.

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่าย และขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานและระบบดิจิทัล	6
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การเสริมเสถียรภาพทางการเงินและความน่าเชื่อถือขององค์กร	8
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	10
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	11
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	12
แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	14
เอกสารแนบ	19

sSET	CG Report : -
บริการ / พาณิชย์	SET ESG Ratings: -
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

จำหน่ายปลีก-ส่งสินค้าไอที เช่น คอมพิวเตอร์ประกอบ (D.I.Y) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Notebook) คอมพิวเตอร์เดสก์ท็อป (Desktop) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ รวมถึงสินค้ากลุ่มสมาร์ทโฟนและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ผ่านช่องทางสาขาและช่องทางออนไลน์ และให้บริการหลังการขายที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	16,590.49	14,218.37	13,528.40	14,400.94
ค่าใช้จ่าย	16,247.46	13,921.71	13,286.43	14,123.19
Net Profit	267.06	232.45	170.25	205.67
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	3,791.18	2,991.41	2,643.35	2,586.25
หนี้สิน	2,798.28	2,051.23	2,332.56	2,275.47
ส่วนผู้ถือหุ้น	992.89	940.17	310.78	310.78
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	319.42	89.03	277.44	17.60
กิจกรรมลงทุน	-181.92	79.28	12.91	-32.13
กิจกรรมจัดหาเงิน	-110.04	-73.06	-313.03	7.07
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.43	0.38	0.38	0.56
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	10.32	9.42	8.74	8.54
อัตรากำไรสุทธิ (%)	1.61	1.63	1.26	1.43
D/E Ratio (เท่า)	2.82	2.18	7.51	7.32
ROE (%)	27.63	37.16	54.78	66.18
ROA (%)	10.11	10.53	9.25	10.74

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท			
แผนธุรกิจ			
เป้าหมาย ณ ปี 2571			
รายได้จากการขายและการให้บริการ	25,217 ล้านบาท		
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่าย และขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต			
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานและระบบดิจิทัล			
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การเสริมเสถียรภาพทางการเงินและความน่าเชื่อถือขององค์กร			
แผนด้านธรรมาภิบาล			
1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ			
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน			
3. แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และ กลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ			

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษาจากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
รายได้จากการขายและการให้บริการ (ล้านบาท)	25,217	16,580	8,846.81

บริษัทตั้งเป้าหมายในการขยายศักยภาพการเติบโตในธุรกิจสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ โดยขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์การขยายช่องทางการจำหน่าย และขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต และการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านประสิทธิภาพการดำเนินงานและระบบดิจิทัล ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือขององค์กร และเสริมเสถียรภาพทางการเงิน โดยบริษัทมุ่งผลักดันให้รายได้จากการขายและการให้บริการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อบรรลุเป้าหมายรายได้รวม 25,217 ล้านบาท ภายในปี 2571

คำอธิบายการดำเนินการ

งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายและการให้บริการ 8,846.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.60 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน (1H/2568: 7,999.28 ล้านบาท) เป็นไปตามเป้าหมายการเติบโตรายไตรมาสที่บริษัทกำหนดไว้ โดยไตรมาส 1 ตั้งเป้าร้อยละ 8 ทำได้ร้อยละ 8.04 และไตรมาส 2 ตั้งเป้าร้อยละ 13 ทำได้ร้อยละ 13.14 การเติบโตมาจากการขยายช่องทางการจำหน่ายและฐานลูกค้าตามกลยุทธ์ที่ 1 โดยช่องทางออนไลน์เติบโตร้อยละ 20.12 ช่องทางลูกค้าองค์กร (Commercial) เติบโตร้อยละ 22.40 และช่องทางค้าปลีกเติบโตร้อยละ 9.22 ด้วย SSSG ร้อยละ 3.90 ทั้งนี้ ณ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทมีจุดจำหน่ายรวม 336 แห่ง และร้าน Advice iStore 22 สาขา เนื่องจากโครงสร้างรายได้ของธุรกิจกระจุกตัวในครึ่งปีหลัง ประกอบกับปัจจัยสนับสนุนจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ กลุ่ม AI PC และ iPhone รุ่นใหม่ การขยายร้าน Advice iStore เพิ่มอีก 7 สาขา และการเร่งธุรกิจ Commercial บริษัทจึงตั้งเป้าการเติบโตไตรมาส 3 ที่ร้อยละ 17 และไตรมาส 4 ที่ร้อยละ 22 ซึ่งจะทำให้รายได้ทั้งปี 2569 อยู่ที่ประมาณ 19,100 ล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 15 ตามเป้าหมายของแผน บริษัทประเมินว่าผลการดำเนินงานยังเป็นไปตามเส้นทางที่จะบรรลุเป้าหมายรายได้ 25,217 ล้านบาท ภายในปี 2571

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่าย และขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต

กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการขยายตลาดและเข้าถึงฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ผ่านการเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางการขาย การเพิ่มอัตราการได้มาซึ่งลูกค้าใหม่ และการยกระดับการรับรู้แบรนด์ผ่านการขยายธุรกิจค้าปลีก การพัฒนาโซลูชันสำหรับกลุ่มองค์กรและสถาบัน ตลอดจนการเร่งพัฒนาความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และช่องทางออนไลน์

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15	15	15	16.68	10.59

คำอธิบายการดำเนินการ

อัตราการเติบโตของรายได้ในงวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 10.60 โดยเป็นไปตามการกระจายเป้าหมายรายได้ไตรมาสที่บริษัทกำหนดไว้ ซึ่งไตรมาส 1 ตั้งเป้าร้อยละ 8 ทำได้ร้อยละ 8.04 และไตรมาส 2 ตั้งเป้าร้อยละ 13 ทำได้ร้อยละ 13.14 ทั้งนี้ เป้าหมายการเติบโตร้อยละ 15 เป็นเป้าหมายระดับทั้งปี มิได้กระจายเท่ากันทุกไตรมาส เนื่องจากรายได้ของธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าไอทีกระจุกตัวในครึ่งปีหลัง การเติบโตในครึ่งปีแรกเป็นผลจากการดำเนินกลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่ายและฐานลูกค้า โดยช่องทางออนไลน์เติบโตร้อยละ 20.12 ช่องทางลูกค้าองค์กร (Commercial) เติบโตร้อยละ 22.40 และช่องทางค้าปลีกเติบโตร้อยละ 9.22 พร้อมอัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ร้อยละ 3.90 ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่ม Android เติบโตร้อยละ 114.55 และกลุ่ม Apple เติบโตร้อยละ 18.12 สำหรับครึ่งปีหลัง บริษัทกำหนดเป้าหมายการเติบโตไตรมาส 3 ที่ร้อยละ 17 และไตรมาส 4 ที่ร้อยละ 22 จากปัจจัยสนับสนุนด้านการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่ม AI PC และ iPhone รุ่นใหม่ การขยายร้าน Advice iStore เพิ่มอีก 7 สาขา และการขยายธุรกิจ Commercial สู่อำเภอในรูปแบบโซลูชัน ซึ่งจะให้อัตราการเติบโตของรายได้ทั้งปี 2569 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 15 เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : การขยายสาขารูปแบบ Double Format และการเพิ่มผลิตภาพของสาขา: ขยายสาขารูปแบบ Double Format ที่รวม Advice Store และ iStore ไว้ในพื้นที่เช่าเดียวกัน ทั้งจากการเปิดสาขาใหม่และการปรับปรุงสาขาเดิมที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือกทำเล รูปแบบนี้ทำให้พื้นที่เช่าหนึ่งจุดขายสินค้าได้ 2 กลุ่ม จึงเพิ่มยอดขายต่อตารางเมตรและลดการพึ่งพาหมวดสินค้าเดียว ควบคู่กับการเพิ่มยอดขายของสาขาเดิม ผ่านการปรับผังการจัดวางสินค้า การขายข้ามหมวดสินค้า (cross-selling) และการจัดกิจกรรมการตลาดในพื้นที่ เช่น Roadshow และ Expo เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่ไม่ได้เดินเข้าสาขาตามปกติ และดึงยอดขายกลับเข้าสาขาในพื้นที่นั้น ทั้งนี้ ธุรกิจจำหน่ายสินค้า IT ซึ่งเป็นฐานรายได้หลักเติบโตตามปกติของธุรกิจ แผนงานนี้จึงกำหนดตัวชี้วัดเฉพาะส่วนเพิ่มที่เกิดจากการขยายสาขาและการเติบโตของกลุ่มสินค้า Apple Product และ Android Product

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- เปิดสาขารูปแบบ Double Format เพิ่ม 12 สาขา (รวมสะสม 29 สาขา ณ สิ้นปี) - ยอดขายสาขาเดิมของธุรกิจค้าปลีก (Retail Same Store Sales) เติบโต 3% จากการปรับผังการจัดวางสินค้าและการยกระดับการปฏิบัติงานภายในสาขา - ยอดขายกลุ่ม Apple Product และ Android Product เติบโตไม่ต่ำกว่า 46% (YoY)	1. การเปิดสาขารูปแบบ Double Format ในครึ่งปีแรกของปี 2569 บริษัทเปิดร้าน Advice iStore เพิ่ม 5 สาขา รวมเป็น 22 สาขา ณ 30 มิถุนายน 2569 (สิ้นปี 2568: 17 สาขา) และมีแผนเปิดเพิ่มอีก 7 สาขาในครึ่งปีหลัง ซึ่งจะครบตามเป้าหมาย 12 สาขา และมีสาขารวม 29 สาขา ณ สิ้นปี การเลื่อนกำหนดเวลาเปิดสาขาภายในปีเป็นการปรับให้สอดคล้องกับภาวะอุปทานสินค้า Apple ที่ตึงตัวในครึ่งปีแรก จากการยุติการผลิต (EOL) ของ iPhone รุ่นที่ได้รับความนิยมในตลาดต่างจังหวัด และภาวะขาดแคลนชิปที่ส่งผลกระทบต่อสินค้ารุ่นเรือธง เพื่อรักษาคุณภาพทำเลและระยะเวลาคืนทุนของแต่ละสาขา ทั้งนี้ สาขาที่เปิดดำเนินการแล้วร้อยละ 70 สามารถสร้างรายได้ถึงจุดคุ้มทุนที่บริษัทกำหนดไว้ 2. อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิม (Retail Same Store Sales) งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 3.90 สูงกว่าเป้าหมายร้อยละ 3 ที่กำหนดไว้ โดยไตรมาส 2 อยู่ที่ร้อยละ 4.56 มีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับผังการจัดวางสินค้าและการยกระดับการปฏิบัติงานภายในสาขา ประกอบกับความต้องการสินค้ากลุ่มไอทีและกลุ่มโน้ตบุ๊ก 3. อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่ม Apple Product และ Android Product งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 ยอดขายกลุ่ม Apple และ Android รวมกันอยู่ที่ 1,926.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 40.8 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เทียบกับเป้าหมายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 46 โดยกลุ่ม Apple มีรายได้ 1,236.4 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 18.12 และกลุ่ม Android มีรายได้ 689.7 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 114.55

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
		ผลที่ต่ำกว่าเป้าหมายมีสาเหตุจากภาวะอุปทานสินค้า Apple ดึงตัวในครึ่งปีแรก มีใช้จากความต้องการของตลาด บริษัทคาดว่าอัตราการเติบโตจะเร่งตัวขึ้นในครึ่งปีหลัง จากการเปิดตัว iPhone รุ่นใหม่ การเปิดร้าน Advice iStore เพิ่มอีก 7 สาขา การเปิดตัว MacBook รุ่นที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และการได้รับแต่งตั้งเป็น Apple Business Partner ซึ่งขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าองค์กรและสถานศึกษาในต่างจังหวัด

แผนงานที่สำคัญ 2 : การขยายโซลูชันสำหรับองค์กรและสถาบัน: ขยายรายได้จากกลุ่มลูกค้าองค์กร สถาบันการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐ ผ่านการนำเสนอชุดอุปกรณ์และบริการที่ออกแบบตามลักษณะการใช้งานของแต่ละหน่วยงาน ครอบคลุมการขาย การติดตั้ง การอบรมผู้ใช้งาน และบริการหลังการขาย บริษัทได้รับการแต่งตั้งจาก Apple เป็น Apple Business Partner ในกลุ่ม Apple Business and Enterprise ทำให้สามารถเสนอราคาระดับองค์กรและโปรแกรมการจัดซื้อแบบปริมาณ (volume program) ให้กับสถาบันการศึกษาและองค์กรเอกชนได้โดยตรง ซึ่งเป็นความได้เปรียบที่ผู้ค้าปลีกทั่วไปไม่มี มุ่งสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวผ่านบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับสถาบัน เพื่อให้เกิดรายได้ต่อเนื่องจากการจัดซื้อรอบถัดไปและการขยายผลไปยังบุคลากรและผู้ปกครองในสังกัด

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	รายได้จาก commercial project 840 ล้านบาท (เติบโต 40% YoY)	งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จาก commercial project จำนวน 509.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.40 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 60.7 ของเป้าหมาย 840 ล้านบาทที่กำหนดไว้สำหรับปี 2569 โดยไตรมาส 2 มีรายได้ 258.2 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 23.18 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตสูงสุดในบรรดาช่องทางการจำหน่ายทั้งหมดของบริษัท ทั้งนี้ ส่วนที่เหลืออีก 330.3 ล้านบาทในครึ่งปีหลัง เป็นระดับที่ต่ำกว่ายอดที่บริษัททำได้แล้วในครึ่งปีแรก <u>การดำเนินงานตามแผนในระหว่างงวด มีดังนี้</u> - แต่งตั้งผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านธุรกิจองค์กรและโซลูชัน เพื่อรับผิดชอบการขายธุรกิจ Commercial - ปรับรูปแบบการขายจากการจำหน่ายอุปกรณ์รายชิ้นไปสู่การนำเสนอโซลูชันครบวงจร ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที ระบบคลาวด์ ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ และโซลูชันด้านปัญญาประดิษฐ์ ภายใต้ Advice Business Solutions - พัฒนาศักยภาพพนักงานขายผ่านการอบรมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และการนำเสนอโซลูชัน - ได้รับการแต่งตั้งเป็น Apple Business Partner (Business and Enterprise) ซึ่งขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าองค์กรและสถานศึกษาในต่างจังหวัด - ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรกลุ่ม System Integrator และเครือข่ายแพรรนโซลส์ พร้อมสนับสนุนวงเงินเครดิตแก่พันธมิตรที่มีฐานะทางการเงินเหมาะสม บริษัทประเมินว่าการดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่จะบรรลุเป้าหมาย 840 ล้านบาท โดยครึ่งปีหลังจะได้รับปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติมจากช่วงปิดงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐในไตรมาส 3 และการขยายตลาดกลุ่มสถานศึกษา

แผนงานที่สำคัญ 3 : การร่วมมือกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และช่องทางออนไลน์: พัฒนาความร่วมมือกับ Dealer และ Reseller ผ่านการอบรมความรู้สินค้า การกำหนดมาตรฐานการขาย และการนำข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ประกอบการวางแผนการขาย เพื่อยกระดับคุณภาพการขายและขีดความสามารถของพันธมิตรในช่องทางขายส่ง ขยายช่องทางออนไลน์ผ่านโปรแกรมสะสมคะแนน Advice Plus และความร่วมมือกับแบรนด์ชั้นนำ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชม รักษาฐานลูกค้าเดิม และกระตุ้นยอดขายแบบ Omnichannel ทั้งในช่องทาง Online และ Offline

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- เสริมความร่วมมือกับ dealer และ reseller เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของช่องทางขายส่ง โดยตั้งเป้ารายได้จากช่องทางขายส่งที่ 2,610 ล้านบาท - เพิ่มรายได้ออนไลน์ผ่านการสร้าง Customer Engagement และการขยายการมีส่วนร่วมแบบ Omnichannel โดยตั้งเป้ายอดขายออนไลน์ที่ 3,380 ล้านบาท	1. ความร่วมมือกับ dealer และ reseller เพื่อขับเคลื่อนช่องทางขายส่ง งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากช่องทางขายส่ง 2,449.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.73 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยไตรมาส 2 มีรายได้ 1,279.9 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 10.42 พื้นตัวขึ้นจากไตรมาส 1 อย่างมีนัยสำคัญ จากการที่กลุ่มดีลเลอร์กลับมาสั่งซื้อสินค้ากับบริษัทเพิ่มขึ้นภายหลังได้รับงานจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ประกอบกับบริษัทมีการสำรองสินค้าในปริมาณที่เพียงพอในภาวะที่อุปทานในตลาดตึงตัว จึงสามารถรองรับคำสั่งซื้อได้อย่างต่อเนื่อง ณ 30 มิถุนายน 2569 เครือข่ายพันธมิตรของบริษัทประกอบด้วยสาขาแฟรนไชส์ 215 สาขา ครอบคลุมระดับอำเภอทั่วประเทศและ สปป.ลาว ควบคู่กับเครือข่ายดีลเลอร์และ System Integrator โดยบริษัทให้การสนับสนุนพันธมิตรผ่านการพิจารณาวงเงินเครดิตแก่พันธมิตรที่มีฐานะทางการเงินเหมาะสม การเข้าถึงผลิตภัณฑ์กลุ่มองค์กร การให้คำปรึกษาและสนับสนุนด้านเทคนิค และการร่วมนำเสนอโซลูชันแก่ลูกค้าองค์กร บริษัทคาดว่าช่องทางขายส่งจะเติบโตต่อเนื่องในครึ่งปีหลัง โดยเฉพาะไตรมาส 3 ซึ่งเป็นช่วงปิดงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐ 2. การเพิ่มรายได้ออนไลน์ผ่าน Customer Engagement และ Omnichannel งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากช่องทางออนไลน์ 1,857.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.12 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของเป้าหมาย 3,380 ล้านบาทที่กำหนดไว้สำหรับปี 2569 โดยไตรมาส 2 มีรายได้ 899.7 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 21.92 การเติบโตเกิดขึ้นทั้งจากเว็บไซต์ของบริษัทเองและช่องทาง E-Marketplace โดยเว็บไซต์ของบริษัทยังคงมีสัดส่วนสูงกว่าที่ร้อยละ 63 ของรายได้ออนไลน์ทั้งหมด บริษัทรักษาความแข็งแกร่งของช่องทางของตนเองผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายรายเดือน กิจกรรม Flash Sale และการกำหนดสินค้าไฮไลต์ประจำเดือน ประกอบกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่ม Apple ผ่านเว็บไซต์ของบริษัทเป็นช่องทางออนไลน์หลัก ซึ่งช่วยสนับสนุนทั้งปริมาณการเข้าชมและความสมดุลของช่องทาง สำหรับช่องทาง E-Marketplace บริษัทมีการปรับราคาขายให้สอดคล้องกับอัตราค่าธรรมเนียมที่ปรับเพิ่มขึ้นในระหว่างปี จึงไม่ส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิ

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานและระบบดิจิทัล

การเพิ่มคุณค่าผ่านประสิทธิภาพมุ่งสร้างรากฐานการดำเนินงานที่แข็งแกร่งผ่านการยกระดับประสิทธิภาพและลดต้นทุนทั่วทั้งองค์กร โดยเสริมสร้างศักยภาพด้านดิจิทัล ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้คล่องตัวขึ้น และพัฒนาความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับการเติบโตในระยะยาว

เป้าหมาย

• เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
SG&A to Sales ไม่รวมค่าธรรมเนียม marketplace	7.50	7.50	7.45	7.52	7.60

คำอธิบายการดำเนินการ

อัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อยอดขาย ไม่รวมค่าธรรมเนียม marketplace งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 อยู่ที่ร้อยละ 7.60 สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ร้อยละ 7.50 อยู่ 0.10 จุด และใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ร้อยละ 7.56 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายไตรมาส อัตราส่วนดังกล่าวในไตรมาส 2 ปรับดีขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 7.34 ลดลง 0.10 จุด จากร้อยละ 7.44 ในไตรมาส 2 ปี 2568 แสดงว่าส่วนที่สูงกว่าเป้าหมายเกิดขึ้นในไตรมาส 1 เป็นหลัก

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารรวมที่เพิ่มขึ้นในระหว่างงวด มีสาเหตุหลักจากค่าธรรมเนียม marketplace ซึ่งคิดตามสัดส่วนของยอดขายผ่านช่องทาง e-marketplace จึงเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของช่องทางออนไลน์ เมื่อไม่รวมรายการดังกล่าว ส่วนที่เพิ่มขึ้นที่เหลือส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายผันแปรที่เคลื่อนไหวตามยอดขาย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายพนักงานที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสาขา ค่าคอมมิชชั่น ค่าธรรมเนียมธนาคาร และค่าเช่าจากการขยายสาขา

บริษัทคาดว่าอัตราส่วนดังกล่าวจะปรับดีขึ้นในครึ่งปีหลัง เนื่องจากรายได้ของบริษัทจะกระจุกตัวในครึ่งปีหลัง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ จึงเกิดการประหยัดต่อขนาด ทั้งนี้ บริษัทยังคงดำเนินมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายตามกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านประสิทธิภาพการดำเนินงาน และยังคงเป้าหมายทั้งปีไว้ที่ร้อยละ 7.50

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล: การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลมุ่งลดภาระงานแบบแมนนวลผ่านระบบอัตโนมัติในกระบวนการสำคัญ เช่น ระบบ Smart Asset Tracking, Robotic Process Automation (RPA) และ Warehouse Management System เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดต้นทุนการดำเนินงาน ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางไซเบอร์และพัฒนาระบบ Customer Data Hub ให้รองรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้วยข้อมูลและ AI พร้อมทั้งผลักดันกลยุทธ์ Bundle product เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อ ticket และสร้างประสิทธิภาพเชิงต้นทุนผ่าน Economy of Scale เพื่อเสริมความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐานด้านปฏิบัติการ ลดค่าใช้จ่าย SG&A ต่อยอดขาย และยกระดับประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- ดำเนินการใช้เครื่องมืออัตโนมัติหลัก เช่น smart asset tracking, RPA และระบบ upgraded WMS เพื่อช่วยลดภาระงานที่ทำด้วยมือและเพิ่มความแม่นยำของกระบวนการ - เสริมความแข็งแกร่งของโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบ cybersecurity เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานที่มีเสถียรภาพ - เพิ่มประสิทธิภาพของการขาย โดยตั้งเป้ารายได้ 12 ล้านบาทต่อพนักงานหนึ่งคน และรายได้ 0.58 ล้านบาทต่อหนึ่งตารางเมตร	1. เครื่องมืออัตโนมัติ บริษัทอยู่ระหว่างการพัฒนาบบบริหารคลังสินค้าโดยนำเทคโนโลยี RFID มาใช้ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทได้นำเครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ซึ่งพัฒนาโดยทีมเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร มาใช้สนับสนุนการตอบข้อซักถามของลูกค้าและการค้นหาข้อมูลภายใน ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการและความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ของพนักงานสาขา 2. โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบ cybersecurity ในระหว่างงวด บริษัทได้ดำเนินการตรวจสอบภายในด้านความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พร้อมจัดทำการประเมินช่องว่าง (Gap Assessment) และอยู่ระหว่างพิจารณาผลการประเมินเพื่อวางแผนปิดช่องว่างดังกล่าว รวมถึงลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นแก่บริษัท 3. ประสิทธิภาพการขาย งวด 6 เดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขาย 8,846.81 ล้านบาท

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
		เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.60 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็นไปตามเป้าหมายรายไตรมาสที่กำหนดไว้ บริษัทคาดว่ารายได้ต่อพนักงานหนึ่งคนและรายได้ต่อพื้นที่หนึ่งตารางเมตรจะเป็นไปตามเป้าหมายทั้งปีที่ 12 ล้านบาท และ 0.58 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากรายได้ของบริษัทกระจุกตัวในครึ่งปีหลัง ในขณะที่จำนวนพนักงานและพื้นที่ขายค่อนข้างคงที่ ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของยอดขายสาขาเดิมที่ร้อยละ 3.90 ในครึ่งปีแรก สะท้อนการเพิ่มประสิทธิภาพจากเครือข่ายสาขาเดิม มิใช่จากการขยายสาขาเพียงอย่างเดียว

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การเสริมเสถียรภาพทางการเงินและความน่าเชื่อถือขององค์กร

การยกระดับการกำกับดูแลกิจการ วินัยทางการเงิน และศักยภาพขององค์กร เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาเสถียรภาพของกระแสเงินสด ควบคุมความเสี่ยงทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว โดยมุ่งปรับปรุงมาตรฐานการกำกับดูแล การพัฒนาศักยภาพผู้นำและพนักงาน และการส่งเสริมการดำเนินงานค่าปสิคที่เป็นระบบและมีความรับผิดชอบ เพื่อให้ทุกกระบวนการขององค์กรมีความเข้มแข็งและเชื่อถือได้ยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Cash conversion cycle	8 วัน	8 วัน	8 วัน	3 วัน	5 วัน

คำอธิบายการดำเนินการ

วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) ณ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 5 วัน ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 8 วัน และเพิ่มขึ้น 2 วันจากปี 2568

การเพิ่มขึ้นดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากสินค้าคงเหลือ โดยระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 59 วัน เพิ่มขึ้น 13 วันจากปี 2568 เนื่องจากบริษัทเพิ่มการสำรองสินค้าในกลุ่มที่มีการปรับราคาสูงขึ้น ซึ่งได้แก่ โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ All-in-One ในช่วงที่ปริมาณสินค้าที่จัดสรรเข้าสู่ตลาดประเทศไทยมีจำกัด การสำรองสินค้านี้ทำให้บริษัทได้รับต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำกว่า สามารถรักษาความพร้อมของสินค้าและความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ ความเสี่ยงด้านการปรับลดมูลค่าสินค้าอยู่ในระดับจำกัด เนื่องจากสินค้ากลุ่มดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตในกรณีที่มีการปรับราคาในภายหลัง

ผลกระทบต่อวงจรเงินสดได้รับการชดเชยบางส่วนจากการขยายระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยเป็น 57 วัน เพิ่มขึ้น 11 วันจากปี 2568 ซึ่งเป็นการเจรจากับผู้จัดจำหน่ายควบคู่กับการสำรองสินค้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ บริษัทได้ชำระหนี้การค้าบางส่วนก่อนกำหนดเพื่อรับส่วนลดเงินสด หากไม่รวมรายการดังกล่าว วงจรเงินสดจะอยู่ที่ประมาณ 2 วัน

บริษัทคาดว่าวงจรเงินสดจะขยายตัวขึ้นตามลำดับ ตามสัดส่วนสินค้ากลุ่ม Apple และ Android ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีระยะเวลาการชำระเงินแก่ผู้จัดจำหน่ายสั้นกว่าสินค้ากลุ่มไอที อย่างไรก็ตาม วงจรเงินสดยังคงอยู่ภายในเป้าหมายที่ 8 วัน และบริษัทจะปรับระดับสินค้าคงเหลือให้กลับสู่ภาวะปกติเมื่อสถานการณ์อุปทานในตลาดคลี่คลาย

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านการกำกับดูแลและความมั่นคงทางการเงิน: การเสริมความเข้มแข็งของระบบบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน และมาตรฐานการรายงาน เพื่อให้บริษัทสามารถรักษาเสถียรภาพของกระแสเงินสดและรับมือกับความผันผวนของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและความต่อเนื่องด้านภาวะผู้นำ การพัฒนาทักษะเชิงลึก และการสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่สนับสนุนการเติบโต นอกจากนี้ บริษัทยังพัฒนาการดำเนินงานค้าปลีกอย่างรับผิดชอบผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน ผ่าน paperless operation, Waste and e-waste management และการใช้ดิจิทัลในการควบคุมมาตรฐาน พร้อมบูรณาการหลัก ESG เพื่อเสริมความพร้อมและความยั่งยืนขององค์กร

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- ปรับปรุงเสถียรภาพของกระแสเงินสด ประสิทธิภาพของ cashconversion cycle และการบริหารความเสี่ยงโดยรวม - ยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลและการทำงานของคณะกรรมการ เพื่อสนับสนุนความมั่นคงทางการเงินขององค์กร พร้อมสร้างภาวะผู้นำและศักยภาพพนักงานอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมความพร้อมขององค์กร	1. เสถียรภาพของกระแสเงินสด ประสิทธิภาพของ cash conversion cycle และการบริหารความเสี่ยงโดยรวม วงจรรเงินสด ณ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 5 วัน อยู่ภายในเป้าหมาย 8 วันที่กำหนดไว้ในแผน โดยระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 59 วัน จากการที่บริษัทสำรองสินค้าเชิงกลยุทธ์ในกลุ่มที่มีการปรับราคาสูงขึ้นในช่วงที่อุปทานในตลาดมีจำกัด ซึ่งได้รับการชดเชยบางส่วนจากการขยายระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ยเป็น 57 วัน ทั้งนี้ ความเสี่ยงด้านการปรับลดมูลค่าสินค้าคงเหลืออยู่ในระดับจำกัด เนื่องจากสินค้ากลุ่มดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิต อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ 30 มิถุนายน 2569 อยู่ที่ 3.16 เท่า สูงกว่าตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ 3.0 เท่า ซึ่งเป็นผลจากระดับสินค้าคงเหลือที่เพิ่มขึ้นและเจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้นตามกัน มิใช่จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเงินทุน โดยอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นยังอยู่ในระดับที่เหมาะสม อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ยอยู่ที่ 48.68 เท่า และอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ที่ 1.11 เท่า ทั้งนี้ บริษัทคาดว่าอัตราส่วนดังกล่าวจะปรับกลับเข้าสู่เป้าหมายเมื่อระดับสินค้าคงเหลือกลับสู่ภาวะปกติตามสถานการณ์อุปทานในตลาด 2. มาตรฐานการกำกับดูแลและการทำงานของคณะกรรมการ สัดส่วนกรรมการอิสระอยู่ที่ร้อยละ 50 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด เป็นไปตามเป้าหมายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ที่กำหนดไว้ในแผน การเตรียมความพร้อมเพื่อขอการรับรองเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ดำเนินการตามรายการตรวจสอบและกรอบเวลาที่กำหนดไว้สำหรับปี 2569 และ 2570 แผนสืบทอดตำแหน่งดำเนินการเป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนดไว้สำหรับปี 2569 และ 2570 เช่นเดียวกัน

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

บริษัทฯ มุ่งมั่นยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) ให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานและหลักการ CG Code ของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเป็นอิสระของคณะกรรมการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกลไกการถ่วงดุลอำนาจ (Checks and Balances) ตลอดจนสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เป้าหมาย

- 1. ประธานกรรมการคงคุณสมบัติเป็นกรรมการอิสระ
- 2. เพิ่มสัดส่วนกรรมการอิสระเป็นไม่น้อยกว่า 50% ของคณะกรรมการบริษัทภายในปี 2569
- 3. มีประชุมคณะกรรมการโดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
มีประชุมคณะกรรมการโดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมเป็นประจำทุกปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ โดยในปี 2569 กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารได้มีการนัดหมายประชุมในช่วงไตรมาส 3

คำอธิบายการดำเนินการ

ปัจจุบัน บริษัทมีประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ และมีโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทที่ประกอบด้วยกรรมการอิสระมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องเป้าหมายและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี อันจะช่วยส่งเสริมการถ่วงดุลและการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ สำหรับปี 2569 บริษัทได้กำหนดตารางการประชุมคณะกรรมการบริษัทโดยจัดให้มีการประชุมที่ไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมเพื่อเปิดโอกาสให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารสามารถพิจารณาและหารือประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างเป็นอิสระ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ทบทวนองค์ประกอบของคณะกรรมการชุดปัจจุบัน และสรรหากรรมการอิสระที่มีคุณสมบัติและทักษะเชี่ยวชาญที่เหมาะสม

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	สรรหากรรมการอิสระเพิ่มเติม และทบทวนคุณสมบัติของกรรมการปัจจุบัน เพื่อให้แน่ใจว่ามีคุณสมบัติตามเกณฑ์กรรมการอิสระ	บริษัทได้ดำเนินการสรรหากรรมการอิสระเพิ่มเติม รวมถึงดำเนินการทบทวนคุณสมบัติและความเป็นอิสระของกรรมการอิสระ เพื่อให้มั่นใจว่ากรรมการ

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
		อิสระมีคุณสมบัติครบถ้วนและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความเหมาะสมของโครงสร้างคณะกรรมการของบริษัท เพิ่มความเป็นอิสระในการพิจารณาและตัดสินใจ รวมถึงสนับสนุนการถ่วงดุลและการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยปัจจุบันบริษัทมีจำนวนและสัดส่วนกรรมการอิสระเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว

แผนงานที่สำคัญ 2 : พิจารณาคูณสมบัติและแต่งตั้งกรรมการอิสระ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	กรรมการอิสระได้รับการแต่งตั้งเพิ่มเติมจนครบจำนวน 50%	บริษัทได้ดำเนินการแต่งตั้งกรรมการอิสระเพิ่มเติมจนมีจำนวนครบถ้วนตามเป้าหมายที่กำหนด โดยปัจจุบันคณะกรรมการบริษัทมีจำนวนทั้งสิ้น 10 คน ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนกรรมการบริษัททั้งหมด ส่งผลให้โครงสร้างคณะกรรมการมีสัดส่วนกรรมการอิสระเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และช่วยสนับสนุนการถ่วงดุลอำนาจ การพิจารณาตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

แผนงานที่สำคัญ 3 : จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการโดยไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		สำหรับปี 2569 บริษัทได้กำหนดตารางการประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยจัดให้มีการประชุมที่ไม่มีกรรมการที่เป็นผู้บริหารเข้าร่วมเข้าร่วม เพื่อเปิดโอกาสให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารสามารถพิจารณาและหารือประเด็นสำคัญต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเป็นกลาง อันเป็นการส่งเสริมการถ่วงดุลและสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันว่าเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญขององค์กรในการสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงได้กำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งบูรณาการมาตรการด้านการป้องกัน การควบคุม และการติดตามความเสี่ยงด้านการทุจริตเข้ากับกระบวนการดำเนินงานในทุกระดับขององค์กร ตั้งแต่ระดับคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร จนถึงพนักงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรม ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีการพัฒนากลไกการกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง และระบบควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสื่อสารนโยบาย การสร้างความตระหนักรู้ และการจัดอบรมให้แก่บุคลากรในทุกระดับอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรของบริษัทและผู้แทนขององค์กรมีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนในการป้องกันและต่อต้านการทุจริตในทุกรูปแบบ อีกทั้งสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจและมาตรฐานสากล

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทุจริต มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ได้รับการรับรอง	ได้รับการรับรอง	ได้รับการรับรอง	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	ดำเนินการจัดทำข้อตกลงกับกลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) เพื่อจัดทำนโยบาย ด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	กำหนดให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ประกาศใช้นโยบาย และมีการติดตามการปฏิบัติ ตามนโยบาย อย่างครอบคลุมอย่างน้อย 90%	คู่ค้า Critical Tier 1 ทุกรายมีนโยบายต่อต้านการทุจริตที่ได้รับ การอนุมัติและนำไปปฏิบัติจริง โดยบริษัทมีการติดตามและจัดทำเป็นคู่มือนำมาใช้เป็น ส่วนหนึ่งของกระบวนการ บริหารค่า (Supplier Management)	-	อยู่ระหว่างการทำ ประเมินกลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) เพื่อดำเนินการจัดทำข้อตกลงกับกลุ่มคู่ค้าดังกล่าวจัดทำนโยบาย ด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

คำอธิบายการดำเนินการ

บริษัทได้จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท พร้อมทั้งสื่อสารให้กรรมการบริษัท ผู้บริหาร และพนักงานรับทราบและถือปฏิบัติโดยทั่วกัน รวมถึงเปิดเผยนโยบายดังกล่าวผ่านเว็บไซต์ของบริษัท เพื่อส่งเสริมให้เกิดการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ในด้านการติดตามและประเมินผล บริษัทกำหนดให้หน่วยงานตรวจสอบภายในดำเนินการตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา รวมถึงมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ บริษัทได้ยื่นเอกสารเพื่อขอรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ต่อสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) เรียบร้อยแล้ว อยู่ระหว่างการพิจารณาของทาง นอกจากนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการจัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าดำเนินธุรกิจตามหลักความโปร่งใส มีจริยธรรม และมีความรับผิดชอบ อันจะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : ในปี 2569 บริษัทจะดำเนินการจัดทำ ทบทวน และปรับปรุงเอกสาร นโยบาย กระบวนการ และหลักฐานที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วนตาม Checklist 71 ข้อ ของโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ภายใต้การกำกับดูแลของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) พร้อมทั้งดำเนินการยื่นคำขอรับการรับรองและเข้ารับการตรวจประเมินตามกระบวนการที่กำหนด ในปี 2570 ขยายการมีส่วนร่วมด้านการต่อต้านการทุจริต โดยเชิญชวนบริษัทคู่ค้า บริษัทในเครือ และพันธมิตรทางธุรกิจ ในกลุ่ม Critical Tier ผ่านการร่วมแสดงประกาศเจตนารมณ์เพื่อเข้าร่วมโครงการรับรอง CAC และ/หรือ มีการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตที่สอดคล้องกับมาตรฐานของบริษัท และในปี 2571 บริษัทจะดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตของบริษัทและบริษัทคู่ค้าอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมอย่างน้อยร้อยละ 90 ของกลุ่มบริษัทคู่ค้า Critical Tier 1 พร้อมจัดทำรายงานผลการประเมินและแผนปรับปรุงแก้ไข (Corrective Action Plan)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	บริษัทผ่านกระบวนการตรวจประเมินและ ได้รับการรับรองสถานะ “Thai CAC Certified”	บริษัทได้ยื่นเอกสารเพื่อขอรับรองการเป็นสมาชิกแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC)) เรียบร้อยแล้ว ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพิจารณาและตรวจสอบเอกสารจากทางสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการเตรียมความพร้อมของผู้นำในอนาคต เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity) และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยบริษัทอยู่ระหว่างการยกระดับและพัฒนากระบวนการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning) สำหรับกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารระดับสูง และบุคลากรในตำแหน่งสำคัญขององค์กร ภายใต้แผนดังกล่าว บริษัทมีแนวทางในการระบุบทบาทและตำแหน่งสำคัญ (Critical Roles and Key Position) ที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนกลยุทธ์และผลการดำเนินงานขององค์กร พร้อมทั้งพิจารณาศักยภาพและผลการปฏิบัติ งานของบุคลากรภายในองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งในอนาคต และเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ของผู้นำในระยะยาว (Leadership Pipeline) โดยบริษัทมีเป้าหมายในการพัฒนา a sustainable leadership pipeline สำหรับตำแหน่งสำคัญขององค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านตำแหน่งผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และลดความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องของการบริหาร (Leadership Transition Risk)

นอกจากนี้ บริษัทมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อเสริมสร้างทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งเป้าหมายนั้นๆ โดยจะมีการติดตามความก้าวหน้าและทบทวนแผนสืบทอดตำแหน่งเป็นระยะ เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจและโครงสร้างองค์กร

ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลและติดตามการพัฒนานำขององค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าองค์กรมีบุคลากรที่มีความพร้อมสำหรับตำแหน่งสำคัญ และสามารถสนับสนุนความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจและการเติบโตขององค์กรในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ประเมินความเสี่ยงและระบุตำแหน่งสำคัญ (Identify Critical Roles & Risks) เพื่อจัดหมวดหมู่และจัดลำดับความสำคัญของตำแหน่งที่จำเป็นต้องมีแผนสืบทอดตำแหน่ง	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
กำหนดคุณสมบัติและความสามารถหลัก โดยการทบทวนและปรับปรุง Job Description ทำให้มั่นใจว่าคำบรรยายลักษณะงานมีความชัดเจนและเป็นปัจจุบัน และระบุความสามารถหลักที่จำเป็นสำหรับแต่ละตำแหน่ง	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ระบุและการประเมินผู้มีศักยภาพภายในองค์กร เพื่อค้นหาและประเมินบุคลากรภายในองค์กรที่มีศักยภาพในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งสำคัญในอนาคต	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Development of Individual Development Plans - IDPs)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ติดตามความคืบหน้าของแผนพัฒนารายบุคคลและประเมินประสิทธิภาพของแผนสืบทอดตำแหน่งโดยรวม โดยบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญทุกคนเข้าร่วมและผ่านการอบรม/พัฒนาทักษะที่สำคัญ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
สื่อสารให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของแผนสืบทอดตำแหน่ง และส่งเสริมวัฒนธรรมการพัฒนายอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
กำหนดรายชื่อผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Readiness Validation) เพื่อยืนยันและกำหนดรายชื่อบุคลากรที่มีศักยภาพ หลังจากผ่านการพัฒนาและการประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดแล้ว ว่ามีความพร้อมเพียงพอที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งเป้าหมายในอนาคต	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างการจัดทำแผนพัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่กระบวนการพัฒนา เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการประเมินและคัดเลือกเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ในลำดับถัดไป

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้รับการนำเสนอข้อมูลและแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้าน Succession Planning จากผู้เชี่ยวชาญภายนอกที่ได้รับการยอมรับในตลาด เพื่อยกระดับบทบาทการกำกับดูแลคณะกรรมการ และสนับสนุนการพัฒนา Leadership Pipeline ขององค์กร	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างการสรรหาผู้เชี่ยวชาญภายนอกที่ได้รับการยอมรับในตลาด เพื่อให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้าน Succession Planning แก่คณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทน เพื่อยกระดับบทบาทด้านการกำกับดูแลกระบวนการคัดเลือกตำแหน่งและสนับสนุนการพัฒนา Leadership Pipeline ขององค์กร

หมายเหตุ : ในการดำเนินการประเมินความเสี่ยงและระบุตำแหน่งสำคัญ (Identify Critical Roles & Risks) เพื่อจัดหมวดหมู่และจัดลำดับความสำคัญของตำแหน่งที่จำเป็นต้องมีแผนสืบทอดตำแหน่ง บริษัทดำเนินการประเมินและระบุบทบาทหรือตำแหน่งสำคัญ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาตามความเหมาะสม เพื่อให้ครอบคลุมทั้งด้านผลกระทบต่อธุรกิจและความต่อเนื่องขององค์กร มิได้พิจารณาเฉพาะมิติความเสี่ยงเพียงด้านเดียว และในการกำหนดคุณสมบัติและความสามารถหลัก โดยการทบทวนและปรับปรุง Job Description ทำให้มั่นใจว่าคำบรรยายลักษณะงานมีความชัดเจนและเป็นปัจจุบัน และระบุความสามารถหลักที่จำเป็นสำหรับแต่ละตำแหน่ง บริษัทไม่ได้กำหนดคุณสมบัติและความสามารถหลักผ่านการทบทวนและปรับปรุง Job Description โดยตรง แต่ดำเนินการวิเคราะห์และกำหนดคุณสมบัติที่จำเป็น เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และความต้องการขององค์กรในปัจจุบัน

คำอธิบายการดำเนินการ

บริษัทได้ระบุตำแหน่งสำคัญ (Critical Roles/Key Positions) ที่มีผลต่อการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้พิจารณาและให้ความเห็นชอบตำแหน่งในระดับบริหารที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นกรอบในการดำเนินการด้าน Succession Planning อย่างเป็นระบบ

คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้อนุมัติหลักเกณฑ์การประเมินบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการสืบทอดตำแหน่ง โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่เป็นระบบและโปร่งใส ครอบคลุม Performance, Potential และ Educational Background รวมถึงเครื่องมือประเมินอื่นตามความเหมาะสม ปัจจุบันอยู่ระหว่างการประเมินและระบุช่องว่างด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะ (Competency Gap) ของบุคลากรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่กระบวนการพัฒนา โดยเปรียบเทียบสถานะปัจจุบัน (Current State) กับคุณสมบัติและขีดความสามารถที่ตำแหน่งเป้าหมายต้องการ

บริษัทอยู่ระหว่างการนำผลการประเมิน Competency Gap มาจัดทำแผนการอบรมและแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อพัฒนาความพร้อมของบุคลากรตามความต้องการของตำแหน่งเป้าหมาย และสนับสนุนการพัฒนา Leadership Pipeline ขององค์กร ก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมินและคัดเลือกผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ในลำดับถัดไป

ทั้งนี้ ในรอบปี 2569 ได้มีการรายงานและทบทวนความคืบหน้าการดำเนินงานด้าน Succession Planning ต่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนแล้ว จำนวน 2 ครั้ง เพื่อให้คณะกรรมการติดตามความคืบหน้าและให้ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : จัดทำและยกระดับกรอบการดำเนินงาน Succession Planning สำหรับบทบาทและตำแหน่งสำคัญ (Critical Roles)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	(1) มีการระบุตำแหน่งสำคัญ (Critical Roles/Key Positions) ที่มีผลต่อการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน (2) มีกระบวนการสืบทอดตำแหน่งที่เป็นระบบ ครอบคลุมการระบุตำแหน่งสำคัญ การประเมินผู้สืบทอด การจัดทำรายชื่อผู้สืบทอด และการติดตามทบทวนแผน เพื่อสนับสนุนความต่อเนื่องของผู้นำ (Leadership Continuity)	บริษัทได้ระบุตำแหน่งสำคัญ (Critical Roles/Key Positions) ที่มีผลต่อการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน โดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้พิจารณาและให้ความเห็นชอบตำแหน่งในระดับบริหารที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนกลยุทธ์และการรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจ

แผนงานที่สำคัญ 2 : พัฒนาเกณฑ์และกระบวนการประเมินผู้สืบทอด (Successor Assessment) และการวิเคราะห์ช่องว่างความสามารถ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	(1) มีเกณฑ์การประเมินผู้สืบทอดที่เป็นระบบและโปร่งใส โดยพิจารณา Performance, Potential และ Educational Background รวมถึงเครื่องมืออื่นตามความเหมาะสม เพื่อสนับสนุนการระบุบุคลากรศักยภาพสูง (2) มีการระบุช่องว่างด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะ โดยเปรียบเทียบสถานะปัจจุบันของผู้สืบทอดตำแหน่ง (Current State) เปรียบเทียบกับความต้องการของตำแหน่งเป้าหมาย (Desired State) เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร	คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนได้อนุมัติหลักเกณฑ์การประเมินผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor) ที่เป็นระบบและโปร่งใส โดยพิจารณาจาก Performance, Potential และ Educational Background รวมถึงเครื่องมือประเมินอื่นตามความเหมาะสม ปัจจุบันอยู่ระหว่างการประเมินและระบุช่องว่างด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะ (Competency Gap) โดยเปรียบเทียบสถานะปัจจุบันของผู้ที่ได้รับการคัดเลือก (Current State) กับคุณสมบัติและความสามารถที่ตำแหน่งเป้าหมายต้องการ เพื่อนำผลไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) ในลำดับถัดไป

แผนงานที่สำคัญ 3 : จัดทำและดำเนินการแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อสนับสนุนการพัฒนา Leadership Pipeline

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		อยู่ระหว่างขั้นตอนการจัดทำแผนการอบรมและดำเนินการแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan: IDP) เพื่อสนับสนุนการพัฒนา Leadership Pipeline

แผนงานที่สำคัญ 4 : ยกระดับบทบาทการกำกับดูแลของคณะกรรมการต่อกระบวนการ Succession Planning

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	มีการรายงานและทบทวนความคืบหน้าของ succession planning ต่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	มีการรายงานและทบทวนความคืบหน้าของ succession planning ต่อคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนแล้ว 2 ครั้งในรอบปี 2569

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/ADVICE1_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf

