



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2



บริษัท ไบโอซายน์ แอนิมัล เฮลท์ จำกัด (มหาชน) (BIS)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 17/12/2568

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 26/08/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ไปโอชายนน์ แอนิมัล เฮลธ์ จำกัด (มหาชน) ("BIS") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมีได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชักชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำได้กล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจาก การผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและพิจารณาอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบ และระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและพิจารณาของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : BIS ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ให้แตะ 3,000 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 100 ล้านบาท ในปี 2571 สะท้อนศักยภาพในการดำเนินงาน การขาย และปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	10
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	11
แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	12
แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	14
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	18
ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+	20

mai	CG Report :   
บริการ	SET ESG Ratings: -
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

เป็นผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายเวชภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์สำหรับปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	2,307.33	2,374.43	2,426.93	2,219.68
ค่าใช้จ่าย	2,251.07	2,279.59	2,358.64	2,137.65
Net Profit	38.47	65.04	50.71	55.92
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	1,257.83	1,252.60	1,228.09	1,085.14
หนี้สิน	459.77	438.87	437.59	316.59
ส่วนผู้ถือหุ้น	782.98	802.14	779.85	761.00
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	276.25	104.40	-22.56	-32.74
กิจกรรมลงทุน	-244.33	-1.19	61.59	-142.58
กิจกรรมจัดหาเงิน	-107.70	0.66	-36.25	125.30
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.12	0.21	0.16	0.20
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	15.18	14.88	13.80	14.44
อัตรากำไรสุทธิ (%)	1.85	3.02	2.18	2.69
D/E Ratio (เท่า)	0.58	0.54	0.55	0.41
ROE (%)	4.85	8.22	6.58	10.89
ROA (%)	4.48	7.65	5.90	8.19

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท			
แผนธุรกิจ เป้าหมาย ณ ปี 2571			
Net Profit	100.00 ล้านบาท		
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ : BIS ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ให้แตะ 3,000 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 100 ล้านบาท ในปี 2571 สะท้อนศักยภาพในการดำเนินงาน การขาย และปรับ โครงสร้างต้นทุนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น			
2. แผนด้านธรรมาภิบาล			
1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน			
2. แผนยกระดับการจ้างเบาะแสการกระทำผิด			
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ			
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ			
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก			
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก			

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

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	50.71	65.04	-	100.00

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้ากำไรสุทธิที่ 100 ล้านบาทภายในปี 2571 ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ราว 13% จากปี 2569 – 2571 ซึ่งเติบโตจากการดำเนินงานภายในของบริษัท (Organic Growth) และการเติบโตจากการเข้าลงทุน (Inorganic Growth) ที่ถูกคัดเลือกอย่างเหมาะสม

ในช่วงสามปีข้างหน้า บริษัทฯ จะเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ (Food Animal) เพื่อรักษาความมั่นคงของธุรกิจแกนหลัก ขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะเร่งพัฒนาธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง (Companion Animal) เพื่อเพิ่มบทบาทให้มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานโดยรวมมากขึ้น ซึ่งทิศทางเชิงกลยุทธ์นี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถต่อยอดการเติบโตในตลาดที่มีอัตราการเติบโต (Higher-Growth) และอัตรากำไรสูงขึ้น (Higher-margin) พร้อมทั้งคงสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจหลักที่มีอยู่เดิม นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีกลยุทธ์เฉพาะเพื่อขยายพอร์ตโฟลิโอ (Portfolio) ด้านชุดตรวจ (Diagnostics) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูงและช่วยเพิ่มรายได้จากโรงพยาบาลสัตว์แพทย์และคลินิกสัตว์แพทย์ รวมถึงตลาดสัตว์ปีก

บริษัทฯ ยังเล็งเห็นศักยภาพการเติบโตในตลาดต่างประเทศ (International Market) และมีแผนขยายการดำเนินงานไปยังประเทศเป้าหมายภายในภูมิภาค ซึ่งคาดว่าจะช่วยเสริมความหลากหลายและความยั่งยืนของรายได้ในระยะยาว

เพื่อยกระดับความสามารถในการทำกำไร บริษัทฯ จะมุ่งเน้นการปรับพอร์ตผลิตภัณฑ์ (Portfolio Optimization) เพื่อเสริมอัตรากำไร พร้อมรักษาวินัยด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) เพื่อให้เกิดการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากการเติบโตจากภายในองค์กร บริษัทฯ ได้พิจารณาโอกาสในการเข้าลงทุน (M&A) กับพันธมิตรที่มีวิสัยทัศน์ใกล้เคียงกัน อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าที่เกี่ยวข้อง และสามารถร่วมงานกันเพื่อสร้างมูลค่าในระยะยาวได้

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : BIS ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ให้แตะ 3,000 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 100 ล้านบาท ในปี 2571 สะท้อนศักยภาพในการ ดำเนินงาน การขาย และปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายเพิ่มกำไรสุทธิเป็นจำนวน 100 ล้านบาทภายในปี 2571 โดยขับเคลื่อนผ่านทั้งการเติบโตจากธุรกิจเดิม (Organic Growth) การยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีวินัย (Operational Efficiency) และการเติบโตจากการควบรวมและซื้อกิจการ (Inorganic Growth) ที่ผ่านการคัดเลือกอย่างรอบคอบและสอดคล้องกับกลยุทธ์ในระยะยาวของบริษัท ดังนี้

แผนกลยุทธ์ที่ 1: เสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจสินค้าหลักสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ (Food Animal)

1. ขยายโอกาสเพิ่มเติมในการเข้าถึงโรงงานผลิตอาหารสัตว์แบบครบวงจร (Integrated Feed Mills)

- เจาะตลาดเพิ่มด้วยการเข้าหาโรงงานอาหารสัตว์แบบครบวงจร โดยมุ่งเป้าผู้เล่นรายใหญ่ของอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ ซึ่งจะช่วยเสริมเสถียรภาพรายได้ และสร้างยอดขายในปริมาณสูงอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มมูลค่าการซื้อขายต่อครั้ง (Transaction Size) ของโรงงานอาหารสัตว์แบบครบวงจรที่เป็นลูกค้าในปัจจุบัน ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เสริมประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

2. เพิ่มยอดขายผ่านสินค้าใหม่ที่มีนวัตกรรม

- คัดเลือกผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า โดยเน้นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณภาพผลผลิตปศุสัตว์และประสิทธิภาพการเลี้ยง
- คัดเลือกผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจปศุสัตว์แบบครบวงจร เพื่อเพิ่มโอกาสการจัดจำหน่ายสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น รวมถึงการจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มที่มีอัตรากำไรสูง
- บริษัทฯ มุ่งเน้นวิจัยและพัฒนา (R&D) สินค้าภายใต้แบรนด์สินค้าของบริษัท (Owned Brand) อย่างต่อเนื่อง เช่นการใช้เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เพื่อสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ อีกทั้งสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของอัตรากำไรในระยะยาว

3. เพิ่มยอดขายในธุรกิจกลุ่มสัตว์ชนิดอื่นๆ เช่น สัตว์น้ำ

- เจาะเข้าสู่ตลาดสินค้าในกลุ่มสัตว์น้ำผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสำหรับสัตว์น้ำ เพื่อตอบรับการเติบโตสูงของอุตสาหกรรม เช่น Hiend Benefish และผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาตลาดในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์บก

4. เพิ่มยอดขายในกลุ่มสินค้าของบริษัทที่มีอัตรากำไรสูง

- พัฒนาสินค้าแบรนด์ BIS ที่มีอัตรากำไรสูง โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของเกษตรกร เช่น ผลิตภัณฑ์กลุ่มปฏิชีวนะ (antibiotic) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสารเสริมคุณค่าอาหารสัตว์ (Nutrition) และวัคซีนสำหรับปศุสัตว์

5. ปรับสูตรอาหารสัตว์สำเร็จรูป (Complete Feed) ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

- พัฒนาสูตรอาหารสัตว์สำเร็จรูปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตปศุสัตว์และลดต้นทุนการผลิตปศุสัตว์ โดยมุ่งใช้วัตถุดิบที่เหมาะสม ควบคู่กับการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าให้อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้สินค้ามีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงและปรับปรุงอัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์อีกด้วย

แผนกลยุทธ์ที่ 2: เร่งการเติบโตของธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง (Companion Animal)

1. เพิ่มยอดขายสินค้าภายใต้แบรนด์ของบริษัท

- เพิ่มสัดส่วนยอดขายของแบรนด์ตนเอง (own brand) เช่น Dr.Nicko Pawchoice และแบรนด์อื่นๆในอนาคต
- บริษัทฯ จะขยายการรับรู้แบรนด์ (brand awareness) และเพิ่มอัตรากำไรจากการซื้อซ้ำของผู้เลี้ยงสัตว์ผ่านการทำกิจกรรมการตลาดเชิงรุก การออกสินค้าใหม่ในกลุ่มที่มีความต้องการสูง เช่น ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหนัง ยา ในกลุ่ม specialty รวมถึงการสร้างจุดแข็งด้านคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าแบรนด์บริษัท

2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

- บริษัทฯ จะเดินหน้าขยายการเข้าถึงร้านสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Shop) ทั้งรายใหญ่และรายย่อย รวมถึงช่องทาง Online เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้า (Visibility) และกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

3. เพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เสริมคุณค่าอาหารสัตว์

- บริษัทฯ ตั้งเป้าขยายยอดขายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรสูงและการเติบโตสูง ซึ่งสอดคล้องไปกับการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นของประชากรทั่วโลก โดยจะผลักดันสินค้ากลุ่มวิตามินและอาหารเสริมสัตว์เลี้ยงให้สามารถเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น

แผนกลยุทธ์ที่ 3: ขยายการเติบโตไปในตลาดต่างประเทศ (International Market)

1. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในประเทศที่ประกอบธุรกิจอยู่

- รักษาแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ของประเทศตลาดส่งออกเดิม ผ่านการทำงานร่วมกับผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่น (Local Distributor) เพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มประสิทธิภาพการทำตลาด และยกระดับบริการสนับสนุนทางวิชาการ สร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับฟาร์มและผู้เลี้ยงในพื้นที่
- สรรหาผู้จัดจำหน่ายรายใหม่เพื่อเพิ่มยอดขายในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์อื่นๆ (เช่น ขยายไปยังกลุ่มไก่สายพันธุ์ท้องถิ่น หรือสัตว์น้ำ) โดยเน้นกลุ่มผู้จัดจำหน่ายที่มีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งและมีศักยภาพเติบโต รวมถึงเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้จัดจำหน่ายรายเดียว
- เริ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยงในต่างประเทศ โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดนั้น ๆ เช่น สินค้ากลุ่มอาหาร และสุขภาพ เพื่อทดสอบตลาดและขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

2. ขยายตลาดสู่ประเทศใหม่

- ขยายตลาดสู่ประเทศอินโดนีเซียและประเทศอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงจากความต้องการผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง ทั้งนี้ การเข้าถึงตลาดในประเทศใหม่จะพิจารณาความพร้อมของตลาด ปริมาณประชากรของสัตว์ กฎระเบียบ ศักยภาพผู้จัดจำหน่าย และความต้องการของลูกค้าในพื้นที่

แผนกลยุทธ์ที่ 4: เร่งการเติบโตธุรกิจผลิตภัณฑ์วินิจฉัยโรค (กลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง)

1. รักษาการเติบโตจากผลิตภัณฑ์ชุดทดสอบในกลุ่มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง

- คัดเลือกผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
- เพิ่มอัตราการเข้าถึงตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง ผ่านการผลักดันยอดขายผลิตภัณฑ์เพื่อการวินิจฉัยโรคที่มีความทันสมัยและมีนวัตกรรม โดยเน้นช่องทางโรงพยาบาลสัตว์และคลินิกสัตวแพทย์ เพื่อยกระดับความแม่นยำในการตรวจโรคแบบองค์รวม และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เลี้ยง

2. เพิ่มมูลค่าการซื้อขายต่อครั้งกับธุรกิจปศุสัตว์แบบครบวงจร

- เพิ่มมูลค่าการซื้อขายต่อครั้ง (Transaction Size) ของโรงงานอาหารสัตว์แบบครบวงจรที่เป็นลูกค้าในปัจจุบัน ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมและเพิ่มทางเลือกสินค้า
- มีกิจกรรมการขายเสริม (Cross-selling) กับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสุขภาพสัตว์ (เช่น ยาป้องกัน และวัคซีน)

3. เพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ชุดทดสอบในกลุ่มสัตว์ปีก

- เพิ่มการขายของชุดตรวจสำคัญในกลุ่มสัตว์ปีก เช่น ชุดทดสอบโรคไวรัสที่ก่อให้เกิดโรคปอดอักเสบในไก่ (NDV), โรคไขหวัดนก (AI), และชุดตรวจแบคทีเรียที่ทำให้เกิดโรคในระบบทางเดินอาหาร (Salmonella) รวมถึงโรคที่เป็นประเด็นในภูมิภาค เพื่อให้เกษตรกรสามารถลดความเสี่ยงในการระบาดได้

แผนกลยุทธ์ที่ 5: เสริมประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท

1. การรวมระบบงานหลังบ้านของหน่วยธุรกิจย่อย

- รวมระบบสนับสนุนหลัก เช่น บัญชี การเงิน การจัดซื้อ การขนส่ง และคลังสินค้า เพื่อให้เกิดศูนย์ปฏิบัติการหลังบ้านที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ลดความซ้ำซ้อนของงาน และเพิ่มความแม่นยำในการประมวลผลธุรกรรม
- ลดต้นทุนคงที่ (fixed cost) และยกระดับมาตรฐานการทำงานของทุกหน่วยงานย่อยภายในบริษัทฯ (Business Units) ให้อยู่ในระดับเดียวกัน

2. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีใช้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน (Digital Transformation)

- นำระบบดิจิทัลพื้นฐาน เช่น ระบบ ERP, ระบบบริหารงานขาย (CRM), ระบบข้อมูลสินค้าคงคลัง และเครื่องมือสำหรับทีมขาย มาใช้ เพื่อเพิ่มระดับความเชื่อมโยงของข้อมูลสำคัญ (Digital Workflows) และลดการพึ่งพาการทำงานที่ใช้กำลังคนเป็นหลัก ทำให้ทีมขายและทีมปฏิบัติการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้ทันที เช่น สต็อกสินค้าและประวัติการซื้อของลูกค้า
- ใช้ข้อมูลเชิงลึกและระบบวิเคราะห์สนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อให้ BIS กลายเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (data-driven) รองรับการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แผนกลยุทธ์ที่ 6: มองหาโอกาสการเติบโตจากการควบรวมและการซื้อกิจการ (Inorganic Growth)

1. ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์

- บริษัทฯ ตั้งเป้าลงทุนในธุรกิจผู้ผลิตอาหารสัตว์ที่สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย ครอบคลุมทั้ง สุนัข ไก่เนื้อ ไก่ไข่ และสัตว์น้ำ เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน และสร้างความได้เปรียบจากขนาดกำลังการผลิตที่สูงขึ้น
- ค้นหาผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดใหญ่และมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี เพื่อเปิดโอกาสสำหรับการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมคุณค่าอาหารสัตว์สำหรับปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง อีกทั้ง ยังเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการลงทุนในธุรกิจผลิตสินค้าที่มีนวัตกรรมร่วมกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partners) เพื่อเสริมความสามารถด้านการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพอร์ตผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ในระยะยาว

2. ลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง

- ลงทุนในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงที่ประสบความสำเร็จในตลาดและมีอัตราการเติบโตสูง ซึ่งจะช่วยให้ BIS สามารถเข้าสู่ตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีความเสี่ยงต่ำกว่าการสร้างแบรนด์ใหม่ตั้งแต่ต้น

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	-2.16	-2.83	3.33%	13.37%	10.38%
Net Profit Margin (%)	3.02	1.85	3.17%	3.24%	3.38%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งเน้นการเสริมฐานธุรกิจหลักของบริษัท โดยเพิ่มศักยภาพการเติบโตจากกลุ่มปศุสัตว์ พร้อมทั้งต่อยอดความเป็นผู้นำในตลาด และสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงจากธุรกิจพื้นฐานของ BIS ผ่านการขยายยอดขายและเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและตลาดแบบครบวงจร	2569	- สัดส่วนรายได้จากธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์แบบครบวงจร (Integrated Feed Mills) เพิ่มขึ้น - ยอดขายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและวิตามินสำหรับสัตว์ ปรับตัวดีขึ้น - ยอดขายในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)
	2570	- ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์บกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง - อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ของสินค้ากลุ่ม Food Animal เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ - ยอดขายในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์บก มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)
	2571	- สินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์น้ำมีส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เพิ่มขึ้นในพอร์ตสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มสารเสริมคุณค่าอาหารสัตว์ - บริษัทฯ สามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ของสินค้ากลุ่ม Food Animal ในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ - ยอดขายในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +5 - 10% (YoY)
มุ่งเร่งการเติบโตของธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง เพื่อยกระดับให้เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจหลักที่ช่วยสร้างการเติบโตของรายได้และกำไรให้บริษัทในระยะกลางถึงยาว โดยอาศัยศักยภาพของตลาดที่ขยายตัวต่อเนื่องและมีอัตรากำไรสูง ตลอดจนเพิ่มบทบาทของแบรนด์บริษัทให้แข็งแกร่งขึ้นในห่วงโซ่มูลค่า (value chain) ของตลาดสินค้ากลุ่มสัตว์เลี้ยง	2569	บริษัทเริ่มมีการกระจายสินค้าในช่องทางร้านสัตว์เลี้ยง(Pet Shop) โรงพยาบาลสัตว์ และคลินิกสัตวแพทย์มากขึ้น
	2570	- บริษัทมีการเพิ่มการกระจายสินค้าในช่องทางร้านสัตว์เลี้ยง (Pet Shop) โรงพยาบาลสัตว์ และคลินิก สัตวแพทย์มากขึ้น - อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ของสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น - ยอดขายในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยง มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +15 - 20% (YoY)
	2571	ธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงสามารถเพิ่มสัดส่วนรายได้และกำไรต่อผลประกอบการรวมของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ โดยยอดขายมีการปรับตัวเพิ่ม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		ขึ้นประมาณ +15 - 20% (YoY) • บริษัทสามารถรักษากำไรขั้นต้น (Gross Margin) ของธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงที่เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถจัดสรรทรัพยากรไปลงทุนเพิ่มในกิจกรรมการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
มุ่งเน้นการยกระดับการดำเนินงานของ BIS ในตลาดต่างประเทศผ่านการเสริมความแข็งแกร่งในประเทศที่บริษัทมีการดำเนินงานอยู่แล้วและการขยายเข้าสู่ประเทศใหม่อย่างมีกลยุทธ์ เพื่อสร้างฐานรายได้ที่หลากหลาย (diversified) ลดการพึ่งพาทลาดในประเทศและเพิ่มความยืดหยุ่นในการเติบโตของรายได้ในระยะยาว	2569	• ลดการพึ่งพาทลาดหลัก (เช่น กัมพูชา) และสร้างความมั่นคงของรายได้จากการมีตลาดหลายช่องทาง
	2570	• เริ่มขยายตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงในตลาดต่างประเทศ
	2571	• ขยายตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มสัตว์เลี้ยงในตลาดต่างประเทศจนเริ่มสร้างยอดขายและฐานลูกค้าอย่างมั่นคง • ยอดการขายในธุรกิจต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ • ได้รับความร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายรายใหม่ในต่างประเทศ (เช่น ธุรกิจไก่สายพันธุ์ท้องถิ่น หรือ ธุรกิจสัตว์น้ำ) • เริ่มเข้าสู่ตลาดประเทศใหม่ เช่น ตลาดเป้าหมายอื่น ๆ ด้วยต้นทุนและความเสี่ยงที่ควบคุมได้ • ยอดขายในธุรกิจต่างประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)
มุ่งเน้นตั้งเป้ายกระดับการเติบโตในธุรกิจวินิจฉัยโรคสัตว์ โดยขยายโซลูชันด้านการตรวจวินิจฉัยแบบครบวงจร และเสริมบทบาทของ BIS ในฐานะพันธมิตรด้านการวินิจฉัย ทั้งสินค้าสำหรับตลาดปศุสัตว์และตลาดกลุ่มสัตว์เลี้ยง เพื่อยกระดับคุณภาพการคัดกรองโรคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ลูกค้าในระยะยาว	2569	• กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี/โซลูชันการวินิจฉัยครอบคลุมโรคสำคัญสำหรับกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น
	2570	• ยอดขายในธุรกิจผลิตภัณฑ์วินิจฉัยโรค มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +1% (YoY)
	2571	• โรงพยาบาลสัตว์และคลินิกสัตว์แพทย์ ใช้ชุดทดสอบที่บริษัทเป็นตัวแทนเพิ่มขึ้น เช่น ชุดตรวจ IDEXX ในกลุ่มสัตว์เลี้ยง • ยอดขายในธุรกิจผลิตภัณฑ์วินิจฉัยโรค มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +1 - 5% (YoY) • กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี/โซลูชันการวินิจฉัย มีความครอบคลุมโรคสำคัญในกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้น อีกทั้ง ได้รับความไว้วางใจ (trusted partner) จากลูกค้า และเกิดอุปสงค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมโดยรวม • ยอดขายในธุรกิจผลิตภัณฑ์วินิจฉัยโรค มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +1 - 5% (YoY) และมีสัดส่วนสูงขึ้นในรายได้รวม
มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนและคุณภาพการดำเนินงาน โดยการปรับโครงสร้างระบบงานภายในให้มีความคล่องตัวมากขึ้น พร้อมวางรากฐานดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของ BIS ในระยะยาว	2569	• บริษัทฯ เริ่มปรับโครงสร้าง และเริ่มต้นรวมระบบหลังบ้านของหน่วยธุรกิจย่อย เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น
		• สามารถบริหารและควบคุมค่าใช้จ่ายต่อรายได้รวม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้บริษัทฯ มีการลงทุนด้านการตลาดและการวิจัยเพื่อขยายการเติบโตของธุรกิจ
	2570	• สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ ลดลงจากผลของการรวมระบบหลังบ้านและการลดงานซ้ำซ้อน
		• บริษัทฯ เริ่มนำระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการประมวลผลและสนับสนุนการทำงานในหลายขั้นตอน เพื่อวางรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาระบบดิจิทัลอื่น ๆ ในอนาคต และยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม
	2571	• สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ ลดลงอย่างต่อเนื่องจากผลของการรวมระบบหลังบ้านและการลดงานซ้ำซ้อน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		ใช้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อระบุความต้องการของตลาดอย่างแม่นยำยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสในการพัฒนาและนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ตรงจุดและสอดคล้องกับแนวโน้มตลาดที่แท้จริง
มุ่งเน้นการขยายธุรกิจผ่านการลงทุนแบบควบรวมและซื้อกิจการ (M&A) เพื่อเพิ่มโอกาสการเติบโต ซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ อีกทั้ง เป็นการลงทุนเพื่อเพิ่มขนาดธุรกิจ (scale) เสริมความครบวงจรของพอร์ตสินค้า (Product Portfolio) และสร้างความร่วมมือระยะยาวที่ช่วยยกระดับทั้งกำไร และความสามารถทางการแข่งขันของ BIS ของธุรกิจสินค้า สำหรับทั้งกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง	2569	บริษัทฯ สามารถเข้าลงทุนกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเพิ่มกำไรสุทธิในธุรกิจสินค้าสำหรับกลุ่มปศุสัตว์เป็นหลัก
	2570	- กำไรสุทธิปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ - อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI/ROIC) โดยรวมของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้น
	2571	- บริษัทฯ สามารถเข้าลงทุนกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องและเพิ่มกำไรสุทธิรวมได้ประมาณ +10 - 15% (YoY) - บริษัทฯ สามารถรับรู้กำไรสุทธิรวมจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องในธุรกิจสินค้า สำหรับทั้งกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง ได้ประมาณ +10 - 15% (YoY) - สร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน (Value chains) เพื่อเพิ่มความได้เปรียบด้านราคา คุณภาพ และการส่งมอบ - เสริมความครบวงจรของพอร์ตธุรกิจสินค้า สำหรับทั้งกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการระบาดของโรคติดต่อในสัตว์

• ลักษณะความเสี่ยง

โรคระบาดในสัตว์ยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญ ที่อาจส่งผลให้รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มสัตว์ประเภทดังกล่าวลดลงได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ส่งผลกระทบต่อสุขภาพอ่อนแอและเสียชีวิต กระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการฟาร์มโดยตรง เช่น ปริมาณความต้องการสินค้าของบริษัทฯ กำลังซื้อ ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกลุ่มลูกค้า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทฯ ได้ให้ข้อมูลและความรู้เชิงวิชาการเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคดังกล่าว ซึ่งรวมถึงระบบควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดภายในฟาร์ม
- นำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อการควบคุมและติดตามการแพร่ระบาดของโรค

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากการให้เครดิตแก่ลูกหนี้การค้า

• ลักษณะความเสี่ยง

มีการให้เครดิตเทอม (Credit Term) แก่ลูกค้าแต่ละราย โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะได้รับระยะเวลาการชำระราคาสินค้าที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทและเครดิตของลูกค้าแต่ละราย

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกหนี้ได้ครบถ้วนและตามกำหนดเวลา

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติงานในการติดตามการชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า โดยได้มีการจัดตั้งแผนกบริหารสินเชื่อ เพื่อควบคุมและบริหารการติดตามลูกหนี้โดยเฉพาะ โดยจะจัดทำและสรุปรายงานจัดชั้นอายุลูกหนี้ (AR Aging Report) เพื่อใช้ในการติดตามหนี้

ความเสี่ยงที่ 3 : ความไม่แน่นอนทางการเมืองในภูมิภาค

• ลักษณะความเสี่ยง

เกิดความไม่แน่นอนทางการเมือง ซึ่งอาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล นโยบายทางเศรษฐกิจ การกำกับดูแลอุตสาหกรรมปศุสัตว์ การบังคับใช้กฎหมาย การนำเข้า–ส่งออก ในประเทศที่ BIS มีการส่งออกหรือมีพันธมิตรทางธุรกิจ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ส่งผลให้ความต้องการสินค้าในประเทศปลายทางมีปริมาณลดลง หรือทำให้กระบวนการขนส่งและตัวแทนจำหน่ายหยุดชะงัก ส่งผลให้รายได้ผันผวน ในขณะเดียวกันอาจส่งผลให้เกิดภาวะขาดแคลนสินค้า หรือวัตถุดิบในประเทศ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทฯ มีแผนการขยายตลาดสู่หลายประเทศ เพื่อกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาสถานที่ใดตลาดหนึ่ง โดยเน้นการสำรวจในประเทศที่มีโอกาสการเติบโตทางธุรกิจของสินค้า ทั้งในกลุ่มปศุสัตว์และกลุ่มสัตว์เลี้ยง
- บริษัทฯ มีการวางแผนการส่งสินค้านำเข้าล่วงหน้าผ่านระบบ Demand Planning เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนวัตถุดิบ และสินค้าเพื่อจำหน่าย

ความเสี่ยงที่ 4 : ความสามารถในการปิดดีลการลงทุนและสร้างกำไรตามเป้าหมายหลังการควบรวม

• ลักษณะความเสี่ยง

ธุรกิจอาจเผชิญความไม่แน่นอนในการเจรจา คัดเลือก และปิดดีลการลงทุนหรือการเข้าซื้อกิจการ (M&A) ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท เนื่องจากต้องพิจารณาความเหมาะสมของราคา ความพร้อมของกิจการเป้าหมาย รวมถึงความท้าทายด้านการบูรณาการ หลังการซื้อกิจการ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- หากบริษัทไม่สามารถปิดดีลที่มีความเหมาะสม หรือไม่สามารถบูรณาการกิจการเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ อาจทำให้ผลกำไรที่คาดหวังจากดีลไม่เกิดขึ้นจริง ส่งผลให้ความคุ้มค่าจากการลงทุนลดลง อัตราผลตอบแทน (ROI) ไม่บรรลุเป้าหมาย และประสิทธิภาพการเติบโตเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวมีการลดทอนลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทดำเนินการเสริมความรอบคอบและความน่าเชื่อถือในกระบวนการลงทุน ผ่านการว่าจ้างที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ (Consulting team) เพื่อช่วยคัดกรองโอกาสการเติบโตแบบก้าวกระโดดให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ
- การใช้ที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial Advisor: FA) เพื่อสนับสนุนการประเมินความเหมาะสมของดีล การกำหนดมูลค่ากิจการ (Valuation) และการเจรจาเงื่อนไขให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ความเสี่ยงที่ 5 : รายได้หรือการทำงานร่วมกัน (Synergy) ไม่เป็นไปตามแผน

• ลักษณะความเสี่ยง

การที่ผลการดำเนินงานของกิจการที่ลงทุนใหม่ หรือโครงการที่คาดว่าจะเกิดทำงานร่วมกัน (Synergy) ไม่สามารถสร้างรายได้ตามที่คาดการณ์ไว้ ส่งผลให้มูลค่าการลงทุน (Investment Value) ลดลงกว่าที่ประเมิน และทำให้ระยะเวลาคืนทุนยาวนานกว่าที่วางแผนไว้

• ผลกระทบความเสี่ยง

- บริษัทฯ อาจประสบกับอัตราผลตอบแทน (ROI) ที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และอาจทำให้บริษัทฯ ต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการปรับโครงสร้างเพิ่มเติม

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทฯ จะดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกิจการที่ลงทุนอย่างใกล้ชิด โดยกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน ทั้งในด้านรายได้ ต้นทุน และความสามารถในการแข่งขัน พร้อมทั้งจัดตั้งทีมงานร่วมระหว่างหน่วยธุรกิจ เพื่อผลักดันการบูรณาการการทำงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใสและยึดหลักธรรมาภิบาล โดยได้ดำเนินการยกระดับมาตรการป้องกันและต่อต้านการทุจริตผ่านการทบทวนนโยบาย การประเมินความเสี่ยง และการเสริมสร้างความรู้แก่พนักงาน พร้อมจัดตั้งช่องทางรับข้อร้องเรียนที่มีความปลอดภัยและตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทมีแผนเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) และมุ่งดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อขอรับรองสถานะสมาชิกในอนาคต เพื่อเป็นการตอกย้ำเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและความยั่งยืนขององค์กร

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และ มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	ลูกค้า 3 อันดับแรก

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการต่อต้านทุจริต และคอร์รัปชัน	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง • รายงานผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตเสนอต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง • พนักงานผ่านการอบรมเรื่องการต่อต้านการทุจริตไม่น้อยกว่า 80% • ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเกี่ยวกับจริยธรรม และความโปร่งใส อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
	2570	• จัดทำแผน และเอกสารสมัครเข้าร่วมโครงการ CAC

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	- การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน - ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการไม่ได้รับการรับรองจาก CAC (Thai IOD)

• ลักษณะความเสี่ยง

กระบวนการจัดเตรียมเอกสารและหลักฐานที่ใช้ยื่นขอรับรอง CAC อาจไม่ครบถ้วน ถูกต้อง หรือไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดของโครงการ CAC เนื่องจากขาดการวางแผนรวบรวมข้อมูลที่เป็นระบบ รวมถึงผู้รับผิดชอบหรือพนักงานที่เกี่ยวข้องอาจ ขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการจัดทำเอกสารตามข้อกำหนดของ CAC ทำให้เกิดข้อผิดพลาดหรือความล่าช้าในการดำเนินการ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- การยื่นขอรับรอง CAC ล่าช้า หรือไม่ผ่านการพิจารณารับรอง
- ลดความน่าเชื่อถือขององค์กรในด้านธรรมาภิบาลและความโปร่งใส ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทต่อผู้มีส่วนได้เสีย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- แต่งตั้งและมอบหมายผู้รับผิดชอบในการยื่นเอกสารขอใบรับรอง CAC เพื่อกำกับดูแลและรับผิดชอบการรวบรวมเอกสารอย่างเป็นระบบ
- จัดทำแผนรวบรวมและตรวจสอบเอกสาร ตาม Checklist ของโครงการ CAC อย่างเคร่งครัด
- จัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานและผู้รับผิดชอบ เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และแนวทางการยื่นรับรอง CAC
- ติดตามความคืบหน้าโดยคณะกรรมการตรวจสอบ (Audit Committee) ทุกปี

แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

บริษัทมีแผนเสริมสร้างระบบรับแจ้งเบาะแสให้มีความโปร่งใส เข้าถึงง่าย และปลอดภัยมากขึ้น โดยจัดตั้งช่องทางการแจ้งเบาะแสหลายรูปแบบ พร้อมกำหนดกระบวนการรับเรื่อง ตรวจสอบ และรายงานผลอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นความถูกต้องและความรับผิดชอบ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	เสร็จสิ้น	-	-	-
มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติแจ้งเบาะแสที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
แต่งตั้งบุคคลผู้รับเรื่องการแจ้งเบาะแสที่มีความเป็นกลาง	เสร็จสิ้น	-	-	-
เรื่องร้องเรียนทุกรายการได้รับการสืบสวน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสดต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
อบรมและสื่อสารสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงาน	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	2569	- บริษัทจะเพิ่มช่องทางการแจ้งเบาะแสให้ครอบคลุมมากขึ้น ได้แก่ อีเมล เฉพาะ เว็บไซต์ภายใน แบบฟอร์มออนไลน์ - จัดทำแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการรับเรื่อง สอบทาน และเก็บรักษาข้อมูลอย่างเป็นความลับ - มีการติดตามผลการแจ้งเบาะแสและรายงานต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
	2570	ประชาสัมพันธ์ให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับทราบขั้นตอนและสิทธิของผู้แจ้งเบาะแส พร้อมย้ำมาตรการคุ้มครองไม่ให้เกิดการตอบโต้หรือเลือกปฏิบัติ
	2571	- จัดอบรมหรือสื่อสารภายในอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง - ทบทวน ปรับปรุงกระบวนการรับแจ้งและการตรวจสอบข้อร้องเรียนให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

- ลักษณะความเสี่ยง
 - พนักงานไม่กล้าแจ้งเหตุผิดปกติเนื่องจากกังวลเรื่องความปลอดภัย
 - ช่องทางแจ้งเบาะแสไม่เป็นที่รับรู้หรือเข้าถึงยาก
- ผลกระทบความเสี่ยง
 - การทุจริตหรือการละเมิดจรรยาบรรณเกิดขึ้นโดยไม่ถูกตรวจสอบ
 - สูญเสียความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสขององค์กร
- มาตรการจัดการความเสี่ยง
 - ยกระดับนโยบายการป้องกันการใช้อข้อมูลภายในให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
 - ปรับปรุงนโยบายและขั้นตอนการแจ้งเบาะแสให้ชัดเจน
 - สื่อสารให้พนักงานรับรู้ช่องทางและขั้นตอนการแจ้งเบาะแส
 - ทบทวนและพัฒนาระบบแจ้งเบาะแสอย่างน้อยปีละครั้ง

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

บริษัทมีแผนเสริมสร้างระบบบริหารจัดการความมั่นคงสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยดำเนินการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยของข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์และปรับปรุงมาตรการควบคุมให้เหมาะสม พร้อมส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับตระหนักรู้เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ผ่านการอบรมและสื่อสารภายในอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเสริมความพร้อมด้านเทคโนโลยีเพื่อป้องกันภัยคุกคามไซเบอร์และตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้านความมั่นคงสารสนเทศได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิผล

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	เสร็จสิ้น	-	-	-
มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม	เสร็จสิ้น	-	-	-
พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	เสร็จสิ้น	-	-	-
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับความมั่นคงทางไซเบอร์	2569	- จัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยให้มีการทบทวนและ ปรับปรุงแผน BCP อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง - ระยะเวลาการตอบสนองต่อสถานการณ์จำลองต้องไม่เกินเป้าหมายที่กำหนด
	2570	- วางแผนปรับปรุงระบบความมั่นคงทางไซเบอร์อย่างรอบด้าน โดยดำเนินการประเมินความเสี่ยงและช่องโหว่ของโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีเป็นประจำ - ทดสอบระบบสำรองข้อมูลสำเร็จอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
	2571	ได้รับการรับรองการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงเชิงพฤติกรรมองค์กร

• ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานอาจขาดความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของมาตรการด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ เช่น การตั้งรหัสผ่าน การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล หรือการรายงานเหตุผิดปกติ นอกจากนี้ การสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางปฏิบัติอาจไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการปฏิบัติไม่ถูกต้อง หรือไม่สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท

• ผลกระทบความเสี่ยง

- พนักงานละเมิดนโยบายโดยไม่ได้ตั้งใจ เช่น ข้อมูลลูกค้าออกนอกระบบ
- เกิดเหตุการณ์โจมตีทางไซเบอร์จากความสามารถของบุคลากร
- มาตรการด้านความมั่นคงทางไซเบอร์ไม่ถูกนำไปใช้จริง
- ความเชื่อมั่นของลูกค้าและคู่ค้าลดลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดอบรมและสร้างความตระหนักรู้ จัดในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เช่น วิดีโอ ตัวอย่างสถานการณ์จริง และจัดทำแบบทดสอบออนไลน์ (E-Learning)
- สื่อสารภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ ผ่านอีเมล Line กลุ่มภายใน หรือบอร์ดประกาศ

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity)

• ลักษณะความเสี่ยง

เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจและองค์กร ให้มีความก้าวหน้า ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงธุรกิจให้เข้าสู่สังคมดิจิทัล เนื่องจากข้อมูลลูกค้า ข้อมูลด้านการเงิน และข้อมูลอื่น ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ผู้ไม่ประสงค์ดีทำการคุกคามข้อมูลขององค์กรต่าง ๆ และมีแนวโน้มจะเข้าถึงข้อมูลสำคัญขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ มีรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่มากขึ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กำหนดมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงาน ควบคุมและดูแลการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ
- การบริหารจัดการเรื่องการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ไม่ถูกต้อง
- ระบบรักษาความปลอดภัยด้านระบบงานคอมพิวเตอร์ และผู้ดูแลป้องกันการถูกบุกรุกระบบผ่านเครือข่าย
- การทดสอบการปฏิบัติตามแผนฉุกเฉินเพื่อรับมือภัยคุกคาม
- ทบทวนและปรับปรุงนโยบายการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นประจำทุกปี

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2567
<https://www.bis-group.com/storage/document/cg/summary-of-the-organizational-greenhouse-gas-report-th.pdf>



บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงการสนับสนุนส่งเสริมการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ตามนโยบายของภาครัฐ และอนุสัญญาสหประชาชาติ ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UN Framework Convention on Climate Change: UNFCCC) บริษัทฯ จึงได้ประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization; CFO) เพื่อให้ทราบถึงปริมาณการปล่อยและดูดกลับก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การยกระดับการกำกับดูแลข้อมูลด้านก๊าซเรือนกระจก	กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบด้านการจัดการข้อมูล GHG	เชื่อมโยงข้อมูล GHG กับรายงานประจำปี E 56-1 One report หัวข้อการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	เตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเผยข้อมูลเชิงกลยุทธ์ในอนาคต

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อเนื่อง โดยได้รับการทวนสอบจาก อบก.	2569	• รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประจำปีที่ได้รับการรับรองจาก อบก. และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq$ 2% จากปีฐาน
	2570	• จัดทำแผนในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าพื้นที่ส่วนของสำนักงาน และพื้นที่ส่วนของคลังสินค้า และโรงงาน เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและต้นทุนพลังงาน พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจภาพรวม และความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการลดก๊าซเรือนกระจกแก่พนักงาน
	2571	• รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประจำปีที่ได้รับการรับรองจาก อบก. และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq$ 4% จากปีฐาน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความรู้ความเข้าใจของพนักงาน

• ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานยังไม่มี ความเข้าใจภาพรวมเรื่องก๊าซเรือนกระจก ทำให้การเก็บข้อมูลและการปฏิบัติตามมาตรการลดคาร์บอนทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้ผลการคำนวณการปล่อย GHG ไม่สะท้อนภาพจริง ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานกระบวนการเก็บข้อมูลล่าช้า ไม่เป็นระบบ มาตรการลดการใช้พลังงานและลดคาร์บอนไม่เกิดผลจริง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ทำให้ผลการคำนวณการปล่อย GHG ไม่สะท้อนภาพจริง ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงาน
- กระบวนการเก็บข้อมูลล่าช้า ไม่เป็นระบบ
- มาตรการลดการใช้พลังงานและลดคาร์บอนไม่เกิดผลจริง

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/BIS/1773134118917.pdf>



แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการส่งเสริมสร้างความร่วมมือจากทุกหน่วยงานในการดำเนินงานรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดการกิจกรรมที่เป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร รวมถึงการตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมที่เป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e)		
	2567	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	691	2%	3%	4%

หมายเหตุ : ในปี 2567 บริษัทมีการรายงานและทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจกครอบคลุมขอบเขตที่ 1-3 อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2569-2571 บริษัทจะดำเนินการจัดเก็บข้อมูลและรายงานเฉพาะขอบเขตที่ 1-2 ก่อน เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายการรายงานไปยังขอบเขตที่ 3 ในอนาคต ดังนั้น การกำหนดปีฐานจึงใช้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉพาะขอบเขตที่ 1-2 เพื่อให้สามารถติดตามผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างชัดเจน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2569	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq$ 2% จากปีฐาน โดยดำเนินจัดทำแผนในการลดการใช้พลังงานไฟฟ้าพื้นที่ส่วนของสำนักงาน และติดตั้ง Solar Rooftop ในครึ่งปีหลัง เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและต้นทุนพลังงานพื้นที่ส่วนของคลังสินค้า และโรงงาน (Scope 1 และ 2)
	2570	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq$ 3% จากปีฐาน โดยขยายผลมาตรการด้านประสิทธิภาพพลังงาน ติดตั้ง Solar Rooftop เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและต้นทุนพลังงานพื้นที่ส่วนของคลังสินค้า และโรงงาน กลับมาใช้

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		ประโยชน์ และการติดตามประเมินผล
	2571	- ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq 4\%$ จากปีฐาน ผ่านการใช้พลังงานทดแทน การบริหารจัดการคาร์บอน และการทบทวนแผน GHG Mitigation Plan เพื่อบ่งชี้เป้าหมายระยะยาว - ลดการใช้รถยนต์พลังงานสันดาป และเพิ่มการใช้รถไฟฟ้า (EV) ให้ได้มากกว่า 30% ของรถยนต์ทั้งหมด

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงทางกายภาพ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม พายุ หรือคลื่นความร้อนที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจส่งผลกระทบต่อสถานที่ดำเนินงาน โครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค ทำให้การดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น ระบบพลังงานหมุนเวียนหรืออุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

มีการประเมินความเสี่ยงด้านสภาพภูมิอากาศของสถานที่ดำเนินงาน วางแผนป้องกันและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงจัดทำแผนรองรับเหตุฉุกเฉิน

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+

(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 วันที่ 26 ส.ค. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

BIS ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ให้แตะ 3,000 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 100 ล้านบาท ในปี 2571 สะท้อนศักยภาพในการ ดำเนินงาน การขาย และปรับโครงสร้างต้นทุนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 11 มี.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	-2.16	-2.83	13.3%	14.8%	11.2%
Net Profit Margin (%)	3.02	1.85	3.2%	3.2%	3.4%

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 26 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	-2.16	-2.83	3.33%	13.37%	10.38%
Net Profit Margin (%)	3.02	1.85	3.17%	3.24%	3.38%

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ลิงก์รายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 11 มี.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://www.bis-group.com/storage/document/cg/summary-of-the-organizational-greenhouse-gas-report-th.pdf>



ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 26 ส.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2567

<https://www.bis-group.com/storage/document/cg/summary-of-the-organizational-greenhouse-gas-report-th.pdf>

