JUMP+

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

CHAMNI'S EYE

บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน)

(CEYE)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 27/02/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 11/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน) ("CEYE") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับ นี้ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมิได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

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

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่ำเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างความเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมายการคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญานของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง 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
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมน (Market Expansion & Diversification)	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)	4
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business' Revenue)	6
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	8
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	9
แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ	10
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10

บริษัท ตาชำนิ จำกัด (มหาชน)

mai

บริการ

CG Report : -

SET ESG Ratings: **-**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): **-**

ภาพรวมธุรกิจ

บริการด้านโปรดักชั่นแบบครบวงจรเพื่อให้ทุก creative production เริ่มระดมความคิดจนถึงขั้นตอนลงมือทำดำเนินไปอย่างชัดเจนและลื่นไหล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ไร้ที่ติ ตรงเวลา และใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าที่สุด

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	439.89	414.51	471.57	365.71
ค่าใช้จ่าย	413.98	383.87	389.29	297.82
Net Profit	4.22	22.76	64.93	52.02
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	749.32	779.29	766.43	635.47
หนี้สิน	111.17	123.62	126.60	115.04
ส่วนผู้ถือหุ้น	638.15	655.67	639.82	520.42
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	73.27	57.73	83.36	89.33
กิจกรรมลงทุน	-35.98	-20.87	-36.01	-196.13
กิจกรรมจัดหาเงิน	-38.41	-34.25	-54.11	130.44
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.01	0.08	0.23	0.21
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	20.51	23.63	29.94	30.07
อัตรากำไรสุทธิ (%)	0.96	5.49	13.77	14.22
D/E Ratio (เท่า)	0.17	0.19	0.20	0.22
ROE (%)	0.65	3.51	11.19	12.55
ROA (%)	1.82	4.51	12.10	12.69

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	**70.00** ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรม เอ็นเตอร์เทนเมน (Market Expansion & Diversification)	✓		
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)		✓	
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business' Revenue)			✓

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ
3. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

หมายเหตุ : *เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2565	YE/2566	YE/2567	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	52.02	64.93	22.76	**70.00**

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ขยายฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขยายแผนธุรกิจไปยังอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมน (Market Expansion & Diversification)

มุ่งเน้นการเติบโตของธุรกิจ ผ่านทั้งบริการเดิม ในตลาดใหม่ และการสร้างบริการใหม่เพื่อเพิ่มแหล่งรายได้ใหม่ ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาตลาดเดิมเพียงอย่างเดียว และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

ขยายตลาดลูกค้าต่างประเทศ ด้วยกลุ่มบริการโฆษณา พร้อมเน้นเพิ่มสัดส่วนรายได้แบบ Recurring และกระจายความเสี่ยงจากงานโฆษณา ไปรุกตลาดธุรกิจเอนเตอร์เทนเมน

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	-12.10	6.12	5%	15%	15%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ขยายการให้บริการไปอุตสาหกรรมเอ็นเตอร์เทนเมน รับผลิตงาน และลงทุนในอุตสาหกรรมเอนเตอร์เทนเมนท์ เช่น ภาพยนตร์ ซีรีย์ รวมถึงต่อยอดบริการเชิงโฆษณา เพื่อสร้าง Ecosystem เอนเตอร์เทนเมนท์ของบริษัท	2569 2570 2571	• แสวงหาโอกาสในการร่วมทุน จัดทำสตูดิโอเอนเตอร์เทนท์เมน ในการสร้างและรับจ้าง ผลิต IP • พัฒนาศักยภาพการทำการตลาดให้แก่ภาพยนตร์ และซีรีย์ • ปล่อยผลงานซีรีย์ หรือภาพยนตร์ ที่ได้สร้าง หรือรับจ้างผลิต • รับจ้างทำการตลาดให้แก่ภาพนตร์ และซีรีย์ • นำ IP ที่สร้าง มาต่อยอดเป็นช่องทางการสร้างรายได้อื่น ๆ
สื่อสารตัวตนและผลงานในเชิงรุก ความสำเร็จที่ผ่านมาของบริษัทขับเคลื่อนผ่านการแนะนำปากต่อปาก (Word-of-mouth) และเมื่อเรามีแผนที่จะพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ (ดังแผนกลยุทธ์ที่ 3) บริษัทจะดำเนินการสื่อสารเชิงรุกเกี่ยวกับศักยภาพและความเชี่ยวชาญของตนสู่ตลาด เพื่อทั้งให้ลูกค้ากลุ่มเดิมรับทราบ และเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ทั้งในไทย และต่างประเทศ	2569 2570	• ได้รับ quality lead จากการทำการสื่อสารออนไลน์ อย่างน้อย 20 เจ้า • ตลาด และลูกค้า รับรู้ถึงความสามารถที่เพิ่มเติมของบริษัท • ดำเนินแผนงานต่อเนื่อง โดยนำข้อเรียนรู้ก่อนหน้ามาพัฒนา เพื่อปรับปรุงแผนการดำเนินงาน
ขยายไปตลาดระดับภูมิภาค / เข้าร่วม Alliance ต่างๆ การขยายสู่ตลาดระดับภูมิภาคและการเข้าร่วม Alliance ไม่ใช่เพียงการเพิ่มโอกาสการสร้างรายได้ แต่	2569	• กำหนด Roadmap การขยายต่างประเทศ สำหรับคัดเลือกและเจรจา Alliance Partner

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เป็นการยกระดับบริษัทสู่การเป็นผู้เล่นในระดับ Regional พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะผู้นำด้าน Content Strategy และ Creative Intelligence	2570	• ร่วมมือกับเอเจนซี่ต่างประเทศ ที่ต้องการ Production และ Agency Partner • ขยายเครือข่าย Alliance Partner รวมถึงพิจารณาออกจากเครือข่ายที่อาจไม่ช่วยส่งเสริมแผนงาน
	2571	• สร้างรายได้จากต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : IP ที่สร้างในตลาดเอนเตอร์เทนเมนท์ ไม่ได้รับผลตอบรับดังที่คาดการณ์

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ด้วยธรรมชาติของธุรกิจการสร้าง IP ทั้งภาพยนตร์ และซีรีย์ ที่มีหลากหลายปัจจัยความสำเร็จ อาธิเช่น บท ผู้กำกับ นักแสดง การทำการตลาด ช่องทางการขาย จังหวะการปล่อย ทำให้เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงกลาง ถึงสูง

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  หาก IP ที่ผลิตเองนั้นไม่ประสบความสำเร็จ จะมีผลกระทบต่อกำไรของโปรเจกต์นั้น ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อผลกำไรของบริษัท

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - เน้นการรับจ้างผลิตภาพยนตร์ และซีรีย์ ควบคู่กับการพัฒนา IP ของตนเอง เพื่อรักษาสมดุลเชิงความเสี่ยงของธุรกิจเอนเตอร์เทนเมน
  - ทำการศึกษาตลาดเชิงลึก ก่อนตัดสินใจผลิต IP ของตนเอง เช่น การทำ pilot, การรันบทกับผู้ฟัง, การทดลองขายผ่านงานเทศกาลต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของ IP

ความเสี่ยงที่ 2 : ไม่สามารถได้ลูกค้าต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แม้จะดำเนินงานตามแผน

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - Network และ Alliance ไม่สามารถแปลงเป็นงานจริง
  - Portfolio อาจยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานหรือความคาดหวังของตลาดภูมิภาค
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ศูนย์เสียทรัพยากรในการเข้าร่วม Alliance
  - สามารถทำให้ตลาดต่างประเทศรู้จัก แต่ไม่สามารถแปลงมาเป็นลูกค้าได้
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - จัดตั้งบัดเจ็ตการทดลองการเข้าร่วม Alliance ที่ชัดเจน โดยไม่เน้นจำนวน แต่เน้นการดำเนินงานอย่างค่อย ๆ ไป ในช่วงแรก เพื่อได้วัด Impact และพิจารณาการขยายต่อไป
  - ประเมินความต้องการของลูกค้าต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ เน้นการค่อย ๆ เจาะ ในแต่ละประเทศเชิงกลยุทธ์ เพื่อควบคุมงบการลงทุน และวัดผล

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการดำเนินงานขององค์กร (Operating Model Transformation)

เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน บริษัทมีแผนดำเนินการ Digital Transformation โดยมุ่งเน้นการนำระบบ ERP และ AI เข้ามาเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการบริหารจัดการ เป้าหมายคือการยกระดับองค์กรจากระบบการทำงานแบบกระจายและพึ่งพาการจัดการด้วยบุคคล ไปสู่ระบบที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Organization) และระบบอัตโนมัติ (Automation-Enabled Operation)

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Net Profit Margin (%)	5.49	0.96	10%	12%	12%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการติดตั้ง ระบบ ERP เชื่อมโยงทุกหน่วยงาน จากการขยายตัวของธุรกิจ ทั้งในด้านจำนวนลูกค้า โครงการ บุคลากร และพันธมิตรภายนอก โครงสร้างการทำงานในปัจจุบันเริ่มมีความซับซ้อนมากขึ้น การจัดการข้อมูลแบบแยกส่วน (Fragmented System) และการพึ่งพากระบวนการ Manual ส่งผลให้เกิดความล่าช้า ความซ้ำซ้อน และความคลาดเคลื่อนในการตัดสินใจ บริษัทจึงมีแผนดำเนินโครงการติดตั้งระบบ ERP (Enterprise Resource Planning) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและกระบวนการทำงานของทุกหน่วยงานเข้าสู่ระบบกลางเดียวกัน	2569	• แต่งตั้งผู้ให้บริการจัดการโครงการ สาหรับการติดตั้ง ระบบ ERP
	2570	• Go-Live ระบบ ERP ครอบคลุมทุกส่วนงาน รวมศูนย์ระบบผ่าน ERP และ Dashboard ลดงานเอกสารและงานซ้ำซ้อน ลดความผิดพลาดจาก Manual Process รวมถึงลดค่าใช้จ่ายทางด้าน Software ที่ซ้ำซ้อน
	2571	• มุ่งสู่การเป็น Data-Driven Organization อย่างเต็มรูปแบบ : ใช้ข้อมูลที่สะสมมาพัฒนาระบบ วิเคราะห์เชิงลึก เพื่อการตัดสินใจทางกลยุทธ์ ตั้งราคาที่เหมาะสมตามพฤติกรรมลูกค้า (Dynamic Pricing) และการจัดตารางการผลิตตามฤดูกาลขายสูงสุด (Seasonal Demand)
ลดต้นทุนการให้บริการ และต้นทุนคงที่ ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและแรงกดดันด้านราคา บริษัทมีความจำเป็นต้องยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยมุ่งลดต้นทุนทั้งในส่วนของต้นทุนการให้บริการ (Cost of Service) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) เพื่อเพิ่มอัตรากำไรและเสริมความสามารถในการแข่งขันระยะยาว เป้าหมายของแผนนี้ไม่ใช่เพียงการ “ลดค่าใช้จ่าย” แต่คือการ “ปรับโครงสร้างต้นทุน” ให้สอดคล้องกับโมเดลธุรกิจที่ยืดหยุ่นและขยายตัวได้ (Scalable & Lean Model)	2569	• ควบคุมต้นทุนโครงการด้วยระบบ Project Costing กำหนด Budget Framework ชัดเจนตั้งแต่ต้น ติดตาม Actual Cost เทียบกับ Budget แบบ Real-time วิเคราะห์ Margin ต่อ Project ควบคุมต้นทุนอย่างใกล้ชิด
	2570	• ปรับโครงสร้างทีมให้ Lean & Agile รวมบทบาทที่สามารถใช้ AI ช่วยได้ ใช้ Cross-functional Team แทนการแยกแผนกมากเกินไป
สร้าง Internal Freelance Pool เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารทรัพยากรบุคคล บริษัทจะจัดทำฐานข้อมูลบุคลากรอิสระ พร้อมระบบคัดเลือก ประเมิน และจัดสรรงานแบบ Project-based แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดภาระต้นทุนประจำ เพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดทีม และสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจโดยไม่เพิ่มโครงสร้างองค์กรถาวรเกินความจำเป็น	2569	• จัดทำฐานข้อมูล Internal Freelance Pool และเริ่มใช้งานภายในองค์กร

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงในการ Implement ระบบ ERP

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ระบบ ERP นั้น มีผลตั้งแต่ต้นโฟลวจนถึงท้ายโฟลวการทำงานในหลากหลายมิติ เป็นการเปลี่ยนวิธีการทำงานที่กระทบ Internal User จำนวนมาก การเปลี่ยนระบบที่จึงต้องใช้ความระมัดระวัง และแผนงานที่รัดกุม

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ความผิดพลาดของข้อมูล ในการทำ Migration
  - Productivity ที่อาจลดลง ในช่วงการ Parallel ทั้งระบบเดิม และระบบใหม่

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

  ใช้ทั้งระบบเดิม และระบบใหม่ ควบคู่กันไปในระยะหนึ่ง จนทุก ๆ ระบบมีผลลัพธ์เชิงข้อมูลที่เท่ากัน 100%

ความเสี่ยงที่ 2 : การลดต้นทุนที่ไม่รัดกุม จนเกิดผลกระทบต่อยอดขาย

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  แผนงานการลดต้นทุน ทั้งในส่วนของ Cost of Service และ Fixed Cost นั้น มีความเชื่อมโยงกับหลากหลายมิติการปฏิบัติงาน โดยบริษัทจะต้องระมัดระวังในการดำเนินการลดต้นทุน

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - หากมุ่งเน้นแต่การลดต้นทุนและไม่ดูองค์ประกอบอื่น ๆ อาจส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การทำงานกับลูกค้า และ Customer Retention
  - หากมุ่งเน้นแต่การลดต้นทุน และลงทุนในโอกาสในอนาคต บริษัทจะไม่มีการเติบโต
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - จัดทำนโยบายที่ชัดเจน ในการลดต้นทุน เพื่อลิมิตไม่ให้การลดต้นทุนนั้นกระทบกับศักยภาพหลักในการให้บริการ และประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
  - จัดทำบัดเจทที่ชัดเจน แยกระหว่างการลดต้นทุน และการขยายธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : รักษายอดขายธุรกิจโฆษณา (Maintain Advertising Business' Revenue)

ด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมโฆษณา ครีเอทีฟ และคอนเทนต์ ซึ่งขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) พฤติกรรมผู้บริโภคในโลกดิจิทัล และการแข่งขันที่เน้นทั้งความรวดเร็วและประสิทธิภาพด้านต้นทุน บริษัทจึงกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับศักยภาพองค์กร ให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว กลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเปลี่ยนผ่านบริษัทจากรูปแบบ Creative Production และ Agency แบบดั้งเดิม ไปสู่การเป็น AI-Integrated Content & Creative Ecosystem ที่ผสานพลังความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเข้ากับเทคโนโลยี AI และระบบการทำงานที่คล่องตัว ยืดหยุ่น และเชื่อมต่อกันทั้งกระบวนการ เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และเสริมความสามารถในการตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างแม่นยำและทันท่วงทีมากยิ่งขึ้น

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความมั่นคงทางการเงิน

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Gross Profit Margin (%)	23.63	20.51	23%	25%	27%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ผสมผสานการยกระดับกระบวนการทำงานด้วย AI Integration บริษัทจะนำ AI เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการทำงานหลัก เพื่อให้สามารถแก้ปัญหา และตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การพัฒนาแนวคิด การสร้างภาพ ผสมกับการถ่ายทำ จนไปถึงขั้นตอน Post-production และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคอนเทนต์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่ม Productivity และอัตรากำไรขององค์กร การลงทุนในเทคโนโลยีและทักษะด้านนี้ เมื่อรวมกับความเชี่ยวชาญที่บริษัทมี จะช่วยเพิ่มความแตกต่างทางการแข่งขัน รองรับงานที่มีความซับซ้อนสูง และขยายโอกาสรับงานในระดับที่ใหญ่ขึ้นหรือระดับภูมิภาค	2569 2570 2571	• พนักงานที่ดูแลโปรเจกต์ทุกคน นำ AI เข้ามา Integrate ในงาน Production ทำให้สามารถดูแลลูกค้าเดิม ด้วยบริการที่ทันท่วงที • มีลูกค้าใหม่ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มาใช้บริการ AI-Integrated Production & Post Production เติบโต 200% จากปี 2569 • มีการรับรู้ทางแบรนด์ (Brand Perception) ที่แข็งแรง ว่าบริษัทเป็นผู้นำทางด้านการนำเทคโนโลยี มาผสานกับความเชี่ยวชาญในการถ่ายทำงานโฆษณา

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เพิ่มศักยภาพการทำงานครีเอทีฟในการให้บริการโปรดักชัน บริษัทจะเพิ่มความสามารถในการดูแลขั้นตอนการทำงานครีเอทีฟก่อนถ่ายทำ ให้แก่ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวก และร่วมวางรูปแบบงานครีเอทีฟที่สอดคล้องกับการถ่ายทำเพื่อประสิทธิภาพของงาน	2569 2570 2571	• สร้างมาตรฐานใหม่ ในการดูแลขั้นตอนการทำงานครีเอทีฟก่อนถ่ายทำ ให้กับลูกค้า ผ่านการพัฒนาศักยภาพพนักงาน และการหาบุคลากรรองรับ • สามารถส่งมอบบริการในขั้นตอนการทำงานครีเอทีฟก่อนถ่ายทำ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ • มีการรับรู้ทางแบรนด์ (Brand Perception) ที่แข็งแรง ว่าบริษัทนั้นมีศักยภาพในการทำงานครีเอทีฟโปรดักชัน
ปรับแนวทางเอเยนซีสู่การเป็น Content-Led Strategy ปรับ Sales Mix ของยูนิตธุรกิจเอเยนซีจาก Project-based ไปสู่ Content Retainer Model โดยสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่าน Always-on Content, Content Strategy Ownership และ ขยายฐานลูกค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เพื่อลดความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคา เพิ่ม switching cost และเพิ่มรายได้ที่คาดการณ์ได้ (Predictable Revenue)	2569 2570 2571	• จัดตั้งช่องคอนเทนต์ออนไลน์ เพื่อให้พนักงานทุกคนฝึกคิด ผลิต และเผยแพร่คอนเทนต์รูปแบบที่ทันสมัย เพื่อตอบโจทย์ใหม่ๆ จากลูกค้าได้เป็นอย่างดี • สัดส่วนรายได้จาก Content Retainer ≥ 20% ของรายได้บริการเอเยนซี • สัดส่วนรายได้จาก Content Retainer ≥ 30% ของรายได้บริการเอเยนซี • สัดส่วนรายได้จาก Content Retainer ≥ 20% ของรายได้บริการเอเยนซี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงในการสร้างรับรู้ของตลาด และลูกค้าเกี่ยวกับศักยภาพใหม่ของบริษัท

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ความสามารถใหม่ที่บริษัทพัฒนา อาจยังไม่ถูกสื่อสารหรือแปลงเป็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในตลาด ส่งผลให้ลูกค้ายังไม่ตระหนักถึงคุณค่าที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ส่วนแบ่งตลาดค่อย ๆ ลดลง
  - ไม่สามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นได้
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ทำให้ “ศักยภาพใหม่” เป็น “ของที่ลูกค้าสัมผัสได้” ผ่านการแปลงการใช้ AI เป็นผลลัพธ์เชิงประสิทธิภาพที่วัดได้ และการสื่อสาร Case Study อย่างชัดเจน
  - จัดทำ Early Warning Indicator ให้สามารถปรับแผนได้อย่างทันท่วงที หากมี Indicator ที่ส่อถึงผลกระทบเชิงรายได้ / กำไร (อาธิเช่น Average Project Value)

ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	เสร็จสิ้น	-	-	-
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	เสร็จสิ้น	-	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	2569	• ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระเป็นประธานกรรมการ
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	2569	• ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ประธานกรรมการไม่เป็นกรรมการอิสระ

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - โครงสร้างคณะกรรมการไม่ได้แยกบทบาท Chair และ Independent อย่างชัดเจน
  - ไม่มีนโยบายกำหนดคุณสมบัติของประธานกรรมการ
  - Succession Plan ของ Board ไม่ได้คำนึงถึง Independence

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  ความเสี่ยงด้านธรรมาภิบาล (Corporate Governance) ลดลง และการกำกับดูแลและการตรวจสอบฝ่ายบริหารอาจไม่เป็นอิสระเพียงพอ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน และหน่วยงานกำกับดูแล และอาจส่งผลต่อการประเมิน CG Rating และ ESG Score รวมถึงเพิ่มความเสี่ยงด้าน Conflict of Interest

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - กำหนดนโยบายให้ประธานกรรมการควรเป็นกรรมการอิสระ
  - แยกบทบาทระหว่าง Chairman และ Managing Director/CEO อย่างชัดเจน
  - แต่งตั้ง Lead Independent Director (กรณี Chairman ไม่เป็นอิสระ)
  - ปรับปรุง Board Composition ให้สอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี
  - บูรณาการเรื่อง Independence เข้าใน Board Succession Plan

แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30% ในปี พ.ศ. 2571	เสร็จสิ้น	-	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30%	2569	• ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการต่ำกว่า 30%

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  องค์กรมีสัดส่วนกรรมการเพศหญิงไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (≥ 30%)

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  ส่งผลต่อภาพลักษณ์ด้านธรรมาภิบาล (Governance) ความหลากหลาย (Diversity) และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

  - กำหนดนโยบายสัดส่วนกรรมการหญิง ≥ 30% อย่างเป็นทางการ
  - บูรณาการ Diversity เข้าในแผน Succession Plan และ Talent Pipeline
  - กำหนด Shortlist ผู้สมัครกรรมการต้องมีผู้หญิงอย่างน้อย 1 ราย (Diverse Candidate Slate)
  - พัฒนา Female Leadership Pipeline (เช่น Leadership Program / Mentoring)
  - ใช้ External Search เพื่อเพิ่มทางเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสม

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทเชื่อมั่นว่าความโปร่งใสคือรากฐานของความเชื่อมั่น และความซื่อสัตย์คือหัวใจของการเติบโตอย่างยั่งยืน เราจึงมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่ดี พร้อมยืนหยัดต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันทุกรูปแบบอย่างเด็ดขาด เพื่อขับเคลื่อนความมุ่งมั่นดังกล่าวให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ครอบคลุมทุกระดับขององค์กร ตั้งแต่คณะกรรมการ ผู้บริหาร ไปจนถึงพนักงานทุกคน โดยถือเป็น “มาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร” ที่ต้องยึดถือและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ในด้านการกำกับดูแล นโยบายและแนวปฏิบัติดังกล่าวจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล รวมถึงมีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากล บริษัทมีแผนเข้าร่วม แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย อันเป็นการแสดงเจตนารมณ์อย่างชัดเจนในการดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส และเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ได้รับการรับรอง
สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการต่อ ต้านการทุจริต	-	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อ คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	2569	• ดำเนินการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง และมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดีในระดับสากล ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
	2570	• ดำเนินการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง และมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดีในระดับสากล ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
	2571	• ดำเนินการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติดานการตอตานการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบททางธุรกิจ ความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง และมาตรฐานการกำกับดูแลที่ดีในระดับสากล ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)	2569	• เตรียมความพร้อมเพื่อสมัครเข้าโครงการ เพื่อประกาศเจตนารมณ์กับทาง CAC
	2570	• เตรียมความพร้อมเพื่อสมัครเข้าโครงการ เพื่อประกาศเจตนารมณ์กับทาง CAC
	2571	• ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการกับทาง CAC และจัดทำข้อมูล Checklist 71 ข้อ เพื่อยื่นขอรับการรับรอง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : คณะทำงานขาดประสบการณ์ในการยื่นเอกสารเพื่อขอใบรับรองCAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  พนักงานผู้รับผิดชอบในการยื่นเอกสารเพื่อขอใบรับรองCAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)ไม่มีประสบการณ์ในงานด้านนี้

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  ไม่สามารถดำเนินการ ยื่นเอกสารเพื่อขอใบรับรองCAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD) ได้สำเร็จ

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

  ในกรณีที่การยื่นเอกสารเพื่อขอการรับรองจาก แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด บริษัทจะดำเนินการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและเชิงรุก เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดดังกล่าว โดยมีแนวทางดังนี้

  - วิเคราะห์สาเหตุเชิงลึก (Gap Analysis) เพื่อระบุประเด็นที่ยังไม่สอดคล้องกับเกณฑ์การรับรอง
  - จัดทำแผนปรับปรุง (Action Plan) ที่ชัดเจน พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบและกรอบระยะเวลา
  - เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ผ่านการอบรมและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง
  - ยกระดับระบบควบคุมภายใน และกระบวนการกำกับดูแลให้มีความรัดกุม โปร่งใส และตรวจสอบได้
  - ติดตามความคืบหน้าและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงที่ 2 : ความร่วมมือจากพนักงานในแต่ละฝ่ายในการผลักดันการยื่นเอกสารเพื่อขอใบรับรองCAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมอย่างไม่เพียงพอของพนักงานในแต่ละฝ่าย ในการสนับสนุนและผลักดันการจัดเตรียมข้อมูล เอกสาร และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการยื่นขอการรับรองจาก แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ภายใต้การกำกับดูแลของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  - การจัดเตรียมข้อมูลและเอกสารไม่ครบถ้วน หรือไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ส่งผลให้กระบวนการยื่นขอการรับรองล่าช้าหรือไม่สำเร็จ
  - การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนงานและกรอบระยะเวลาที่กำหนด อาจกระทบต่อเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี
  - ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัทในด้านความโปร่งใสและการต่อต้านการทุจริตอาจได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะในมุมมองของผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย
  - ประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในและการกำกับดูแลอาจไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่คาดหวัง
  - อาจส่งผลให้บริษัทสูญเสียโอกาสในการเข้าร่วมเครือข่ายหรือความร่วมมือทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

  บริษัทกำหนดมาตรการบริหารจัดการความเสี่ยงจากการขาดความร่วมมือของพนักงานในการขับเคลื่อนการยื่นขอการรับรองจาก แนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย ภายใต้กรอบของ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความมีส่วนร่วมและความเข้าใจอย่างทั่วถึงทั้งองค์กร ดังนี้

  - กำหนดโครงสร้างความรับผิดชอบที่ชัดเจนในแต่ละหน่วยงาน พร้อมแต่งตั้งผู้รับผิดชอบหลัก (Key Person) ในการประสานงานและติดตามการดำเนินงาน
  - จัดทำแผนการดำเนินงาน (Action Plan) พร้อมกรอบระยะเวลาและตัวชี้วัดความสำเร็จ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบและสามารถติดตามผลได้
  - สื่อสารและสร้างความตระหนักรู้แก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ผ่านการอบรมและช่องทางการสื่อสารภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญและบทบาทของตน
  - พัฒนาระบบติดตามความคืบหน้าและรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

- บูรณาการการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) กับการมีส่วนร่วมในโครงการ เพื่อจูงใจและสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในองค์กร
- ปรับปรุงกระบวนการและระบบสนับสนุนให้เอื้อต่อการจัดเตรียมข้อมูลและเอกสารอย่างครบถ้วน ถูกต้อง และทันเวลา

ทั้งนี้ บริษัทมุ่งเน้นให้การบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสนับสนุนการยกระดับมาตรฐานด้านการกำกับดูแลก