



## แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

---



### บริษัท เจ้าสัว ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) (CHAO)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 24/02/2569  
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 20/03/2569

## ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท เจ้าสัว ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) ("CHAO") 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 โดยอาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น 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 ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนด้วยความรอบคอบ และระมัดระวัง

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

# สารบัญ

	หน้า
<b>ภาพรวมบริษัท</b>	1
<b>ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ</b>	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : แผนการยกระดับการเติบโตของธุรกิจและสร้างมูลค่าแบรนด์เจ้าสัวสู่ระดับสากล	3
<b>ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล</b>	9
แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ	10
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	11
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	12
แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	14
<b>ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ</b>	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	17



บริษัท เจ้าสัว ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

SET

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

CG Report :

SET ESG Ratings: **A**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	-
<b>งบกำไรขาดทุน (ลบ.)</b>				
รายได้	1,433.38	1,593.26	1,511.07	N/A
ค่าใช้จ่าย	1,343.77	1,433.03	1,322.77	N/A
Net Profit	70.33	133.42	161.61	N/A
<b>งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)</b>				
สินทรัพย์	1,421.07	1,327.83	870.16	N/A
หนี้สิน	374.76	293.99	272.33	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,044.53	1,033.84	597.83	N/A
<b>งบกระแสเงินสด (ลบ.)</b>				
กิจกรรมดำเนินงาน	102.62	185.89	239.40	N/A
กิจกรรมลงทุน	-476.80	-89.05	-48.43	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-58.99	294.91	-274.74	N/A
<b>อัตราส่วนการเงิน</b>				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.23	0.48	0.64	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	35.68	36.46	37.87	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.81	8.37	10.70	N/A
D/E Ratio (เท่า)	0.36	0.28	0.46	N/A
ROE (%)	6.77	16.35	27.03	N/A
ROA (%)	6.52	14.58	21.64	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

**แผนธุรกิจ**  
**เป้าหมาย ณ ปี 2571**

สร้างการเติบโตของรายได้ในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568	<b>10%-15%</b> เเปอร์เซ็นต์
---	-----------------------------

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ : แผนการยกระดับการเติบโตของธุรกิจและสร้างมูลค่าแบรนด์เจ้าสัวสู่ระดับสากล			

- แผนด้านธรรมาภิบาล**
1. แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ
  2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
  3. แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ
  4. แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

- แผนด้านสภาพภูมิอากาศ**
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
  2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

**หมายเหตุ :** เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบต่อ ความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูลที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกระณและบริษัทจดทะเบียน 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
สร้างการเติบโตของรายได้ในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568 (เปอร์เซ็นต์)	-	-	-	10%-15%

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าการเติบโตของรายได้ในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568 โดยมุ่งขับเคลื่อนผลการดำเนินงานผ่านกลยุทธ์หลักทั้งด้านการเติบโตจากการดำเนินงานภายในและการเติบโตจากการลงทุนเชิงกลยุทธ์ ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายกำไรสุทธิในระยะยาว

ในช่วงสามปีข้างหน้า บริษัทฯ จะมุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจในประเทศ (Domestic Business) ผ่านการยกระดับประสิทธิภาพของช่องทางจัดจำหน่ายหลักอย่างรอบด้าน ทั้งช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ ช่องทางร้านค้าปลีกรูปแบบดั้งเดิม ช่องทางออนไลน์ และช่องทางอื่น ๆ ขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะเร่งขยายการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศ (International Market Expansion & Diversification) อย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพในประเทศหลัก อาทิ ประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา ควบคู่กับการต่อยอดการเติบโตในประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว และการขยายเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งคาดว่าจะช่วยเสริมสร้างความหลากหลายของรายได้

ในด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารพอร์ตโฟลิโอสินค้า โดยมุ่งเน้นกลุ่มสินค้า Better-for-You Snack เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับอัตรากำไรของธุรกิจ ผ่านการพัฒนานวัตกรรมสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายกลุ่มสินค้าไปสู่หมวดหมู่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง

นอกเหนือจากการเติบโตจากการดำเนินงานภายในองค์กร บริษัทฯ ยังแสวงหาโอกาสการเติบโตจากภายนอก (Inorganic growth) ผ่านการร่วมลงทุนหรือการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนมและอาหารแปรรูปแบบ Shelf-stable เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาด

เพื่อยกระดับความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับการรักษาวินัยด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานและบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization) ควบคู่กับการลงทุนในพลังงานทางเลือก อาทิ การติดตั้ง Solar Roof เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนขาย และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

## แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

## แผนกลยุทธ์ : แผนการยกระดับการเติบโตของธุรกิจและสร้างมูลค่าแบรนด์เจ้าสัวสู่ระดับสากล

## แผนกลยุทธ์ที่ 1: การเสริมความแข็งแกร่งธุรกิจในประเทศ (Domestic Business)

## 1.เสริมความแข็งแกร่งของช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)

- สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับลูกค้ารายหลัก ผ่านการร่วมวางแผนด้านการจัดกลุ่มสินค้า แผนส่งเสริมการขาย และแคมเปญทางการตลาดในระยะกลางถึงระยะยาว
- เพิ่มพื้นที่วางสินค้าในจุดที่มีการมองเห็นสูง อาทิ ชั้นวางหลัก จุดแสดงสินค้า และพื้นที่ส่งเสริมการขายเฉพาะกิจ
- การปรับโครงสร้างสินค้าให้เหมาะสมกับช่องทางจัดจำหน่าย
- ดำเนินการตลาดแบบครบวงจร (360 Marketing) เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์
- ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขยายช่องทาง B2B และต่อยอดการใช้งานผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่หลากหลาย

## 2.ยกระดับช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกรูปแบบเก่า (Traditional Trade)

- ปรับรูปแบบการจำหน่ายจากการใช้ตัวแทนเป็นการใช้ผู้ค้าส่งโดยตรง
- ขยายการเข้าถึงร้านค้าชุมชนและร้านค้าขนาดเล็กทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของการจัดจำหน่าย
- เสริมความแข็งแกร่งในการดำเนินงานผ่านช่องทางร้านค้าเครือข่ายสินค้าสด

## 3.เสริมความแข็งแกร่งของช่องทางออนไลน์และช่องทางใหม่

- ลดการพึ่งพาแพลตฟอร์ม E-commerce ภายนอก และพัฒนาช่องทางจำหน่ายออนไลน์ของบริษัท อาทิ LINE, Facebook และเว็บไซต์บริษัท
- สร้างสินค้าและข้อเสนอพิเศษเฉพาะช่องทางออนไลน์
- ดำเนินการตลาดแบบครบวงจร (360 Marketing) เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์

## แผนกลยุทธ์ที่ 2: การขยายตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง (International Market Expansion & Diversification)

### 1. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในประเทศหลัก

#### การขยายตลาดประเทศจีน

- ขยายไปยังผู้จัดจำหน่ายและผู้ค้าปลีกรายใหม่
- เพิ่มจุดจำหน่ายสินค้า
  - สรรหาตัวแทนจำหน่ายรายใหม่เพื่อขยายช่องทางออฟไลน์ (Offline) เพิ่มความครอบคลุมของการจัดจำหน่ายและจุดสัมผัสกับผู้บริโภคในพื้นที่สำคัญ
  - ขยายช่องทางออนไลน์ (O2O) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความต้องการสินค้าและการขาย
- ดำเนินกิจกรรมการตลาดดิจิทัลและสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างต่อเนื่อง

#### การขยายตลาดสหรัฐอเมริกา

- ขยายสู่เครือข่ายร้านค้าเอเชีย/กลุ่มชาติพันธุ์ และร้านขายสินค้าเฉพาะทาง (Specialty Stores) ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มการมองเห็นสินค้าและโอกาสในการทดลองซื้อ
- ขยายสู่ช่องทางซูเปอร์มาร์เก็ตกระแสหลัก (Mainstream Supermarkets) เพื่อเพิ่มฐานลูกค้าและปริมาณการขาย
- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากแบรนด์ของบริษัทผ่านการออกสินค้าใหม่ เพื่อยกระดับอัตรากำไร
- รักษาฐานธุรกิจ OEM ผ่านการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

### 2. สร้างการเติบโตในประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว ควบคู่กับการขยายสู่ประเทศใหม่

- ติดตามการขายและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับรสนิยมท้องถิ่น
- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมการตลาดระหว่างประเทศ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้แบรนด์และเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดสู่ประเทศใหม่ที่มีศักยภาพ
- การขยายตลาดประเทศฮาลาลและยุโรปผ่านการคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับแต่ละประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาด

## แผนกลยุทธ์ที่ 3: การบริหารพอร์ตโฟลิโอสินค้าโดยเน้นกลุ่ม Better-for-You Snack เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

### 1. กลุ่มสินค้าข้าวตัง

#### ออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง

- มุ่งพัฒนาและขยายรูปแบบสินค้าใหม่ รวมถึงประสบการณ์การบริโภค เพื่อเพิ่มความหลากหลาย สร้างความแตกต่าง และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนารสชาติใหม่โดยผสมผสานรสชาติที่สอดคล้องกับความนิยมในแต่ละตลาด ควบคู่กับการสร้างเอกลักษณ์ของรสชาติ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้า ยกย่องความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการขยายตลาดในระดับสากล

### 2. กลุ่มสินค้าขนมแปรรูปจากเนื้อสัตว์

- เสริมความแข็งแกร่งของกลุ่มสินค้าแปรรูปจากเนื้อหมู ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบการแปรรูปให้มีความแตกต่าง ทั้งด้านรสชาติ คุณภาพ และบรรจุภัณฑ์
- ขยายกลุ่มสินค้าจากสัตว์ประเภทอื่น เพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดฮาลาลและตลาดต่างประเทศ เช่น กลุ่มสินค้าแปรรูปปลา ให้สอดคล้องกับข้อกำหนด เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด

### 3. กลุ่มสินค้าขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืช

- พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น
- ขยายกลุ่มสินค้าภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นตลาดที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับเทรนด์สินค้าเพื่อสุขภาพ

### 4. กลุ่มสินค้าอาหารแปรรูป

- ขยายธุรกิจในกลุ่ม B2B เช่น HORECA และ Food Service เพื่อนำสินค้าในกลุ่มอาหารแปรรูปไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบการบริโภคและการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น

## แผนกลยุทธ์ที่ 4: การแสวงหาโอกาสการลงทุนในธุรกิจใหม่

### 1. ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนมหรืออาหารแปรรูปที่เก็บรักษาไว้ได้นาน (Shelf-stable)

- ศึกษาศักยภาพและความพร้อมทางการเงินของบริษัทฯ เพื่อประเมินความสามารถในการนำแหล่งเงินทุนที่มีอยู่มาใช้สนับสนุนการลงทุนต่อยอดการเติบโตในอนาคต
- มุ่งเน้นธุรกิจที่มีพอร์ตสินค้ากลุ่ม Better-for-You เพื่อสอดคล้องกับเทรนด์ผู้บริโภคด้านสุขภาพ และเพื่อเสริมความแข็งแกร่ง ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ
- พิจารณาธุรกิจที่มีฐานลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาด
- พิจารณาธุรกิจที่สามารถสร้างการผนึกกำลัง (Synergy) ร่วมกัน ทั้งด้านการพัฒนานวัตกรรมสินค้าใหม่ การใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญด้านการผลิต
- การลงทุนในธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลตอบแทนและมูลค่าเพิ่มในระยะยาว

## แผนกลยุทธ์ที่ 5: การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization)

### 1. การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกธุรกิจ

- การบริหารจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ในปริมาณที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงจากต้นทุนวัตถุดิบที่ผันผวน ลดปริมาณสินค้าคงคลังส่วนเกิน และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เงินทุนหมุนเวียน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนได้
- การลดความสูญเสียนในกระบวนการผลิต (Waste Reduction) เพื่อสนับสนุนให้อัตรากำไรของธุรกิจกลับมาอยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพมากขึ้นในระยะถัดไป
- ลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิต ลดการพึ่งพาแรงงานจากงานที่ไม่จำเป็น เพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า
- การใช้พลังงานทดแทนผ่านการติดตั้ง Solar Roof เพื่อช่วยลดต้นทุนพลังงานไฟฟ้าในระยะยาวและสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนและการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

## เป้าหมาย

### • เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	5.44	-10.03	-	-	10%-15%

## แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจในประเทศ โดยเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางจัดจำหน่ายหลักครอบคลุมทั้งช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade: TT) ช่องทางออนไลน์ และช่องทางใหม่ เพื่อขยายการเข้าถึงผู้บริโภคและยกระดับศักยภาพการเติบโตในระยะยาว	2569	<ul style="list-style-type: none"><li>รายได้จากช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากความร่วมมือกับลูกค้ารายหลัก</li><li>สามารถเพิ่มการจำหน่ายในช่องทางร้านค้าปลีกรูปแบบเก่าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น</li><li>สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากช่องทางจำหน่ายออนไลน์ของบริษัทโดยตรง</li><li>ยอดขายของธุรกิจภายในประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li></ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"><li>เพิ่มสัดส่วนยอดขายจากช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ ผ่านการร่วมวางแผนด้านการจัดกลุ่มสินค้า</li></ul>

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สามารถขยายความครอบคลุมช่องทางร้านค้าปลีกรูปแบบเก่าและร้านค้าเครือข่ายสินค้าสดทั่วประเทศ</li> <li>• เพิ่มสัดส่วนยอดขายจากช่องทางออนไลน์และสินค้าเฉพาะช่องทาง</li> <li>• ยอดขายของธุรกิจภายในประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li> <li>• การเติบโตของยอดขายในทุกช่องทางปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการขยายช่องทางจําหน่ายได้ครอบคลุมทั่วประเทศ</li> <li>• ยกระดับความตระหนักรู้ของแบรนด์และ ขยายฐานลูกค้าของตลาดในประเทศได้อย่างต่อเนื่อง</li> <li>• ยอดขายของธุรกิจภายในประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li> </ul>
<p>มุ่งขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศอย่างเป็นระบบ โดยเสริมความแข็งแกร่งการดำเนินงานในประเทศหลัก ควบคู่กับการสร้างการเติบโตในประเทศรอง และการขยายเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ผ่านการพัฒนาช่องทางจัดจําหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ การปรับสินค้าและแบรนด์ให้สอดคล้องกับรสนิยมท้องถิ่น และการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เพื่อกระจายความเสี่ยงและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว</p>	2569	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สามารถขยายผู้จัดจําหน่ายและจุดจําหน่ายหลักในประเทศจีนได้มากขึ้น</li> <li>• ขยายความครอบคลุมในร้านเอเชีย/กลุ่มชาติพันธุ์ และ ร้านขายสินค้าเฉพาะทางในประเทศอเมริกาได้มากขึ้น</li> <li>• สามารถเพิ่มยอดขายสั่งซื้อจากลูกค้าในกลุ่มประเทศรองได้ และขยายสู่ประเทศใหม่อย่างต่อเนื่อง</li> <li>• ยอดขายของธุรกิจต่างประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +20 - 30% (YoY)</li> </ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สามารถเพิ่มการจําหน่ายในประเทศจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์</li> <li>• เพิ่มสัดส่วนรายได้จากแบรนด์ของบริษัทฯ ในประเทศอเมริกาผ่านการออกสินค้าใหม่ที่สอดคล้องกับท้องถิ่น</li> <li>• สามารถเพิ่มยอดขายสั่งซื้อจากลูกค้าในกลุ่มประเทศรองได้ และขยายสู่ประเทศใหม่อย่างต่อเนื่อง</li> <li>• ยอดขายของธุรกิจต่างประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +15 - 20% (YoY)</li> </ul>
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สร้างการเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้วทั้งในประเทศหลักและประเทศรอง อีกทั้ง แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักในหลากหลายประเทศ</li> <li>• สร้างพอร์ตตลาดต่างประเทศที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับการเติบโตในระยะยาว</li> <li>• ยอดขายของธุรกิจต่างประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +15 - 20% (YoY)</li> </ul>
<p>มุ่งเพิ่มมูลค่าและยกระดับความแข็งแกร่งของพอร์ตโพลิโอสินค้า โดยเน้นการบริหารสัดส่วนสินค้าในกลุ่ม Better-for-You Snack ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมและการต่อยอดสินค้าไปสู่หมวดหมู่ใหม่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงเพิ่มความสามารถของบริษัทฯ ในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ</p>	2569	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและยอดขาย ในกลุ่ม</li> <li>• เพิ่มยอดขายขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืชได้ครอบคลุมในประเทศมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ เทรนด์สินค้าเพื่อสุขภาพ</li> <li>• ขยายการเติบโตของสินค้าอาหารแปรรูปในกลุ่ม B2B ผ่านการใช้งานเชิงพาณิชย์มากขึ้น</li> <li>• ยอดขายสินค้า มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li> </ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของสินค้าในกลุ่มข้าวตังและขนมแปรรูปจากเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง</li> <li>• สินค้าขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืชมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญจากทั้งยอดขายต่างประเทศ และในประเทศ</li> <li>• สินค้าในกลุ่มอาหารแปรรูปมีฐานลูกค้าจากหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น HoReCa และ Food Service ในประเทศ</li> <li>• ยอดขายสินค้า มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li> </ul>
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ของสินค้าในกลุ่มหลักและกลุ่มรองเพิ่มขึ้น</li> </ul>

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งแสวงหาโอกาสการร่วมลงทุนและการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขนมและอาหารแปรรูป เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตในระยะยาว ผ่านการขยายขีดความสามารถด้านการผลิต การเข้าถึงตลาดใหม่ และการต่อยอดไปยังผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง โดยให้ความสำคัญกับการลงทุนในธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เพื่อบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับบริษัท	2569	<p>อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืช</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ยอดคำสั่งซื้อซ้ำในกลุ่มอาหารแปรรูปเพิ่มขึ้น และมีฐานลูกค้าจากหลากหลายอุตสาหกรรมในประเทศ</li> <li>• ยอดขายสินค้า มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)</li> </ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ประเมินศักยภาพทางการเงินและสภาพคล่อง เพื่อรองรับการลงทุนและการเติบโตจากภายนอกองค์กร</li> <li>• บริษัทฯ ได้ศึกษาเป้าหมายการลงทุนในธุรกิจขนมหรืออาหารแปรรูปแบบ Shelf-stable ที่สอดคล้องกับกลุ่ม Better-for-You Snack ได้</li> </ul>
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สามารถคัดเลือกบริษัทฯ ที่มีศักยภาพในการลงทุน ความสามารถในการทำกำไร และโอกาสในการสร้าง ความร่วมมือกับธุรกิจหลักได้</li> <li>• สามารถใช้ประโยชน์จากโครงสร้างเงินทุนและการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>
มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกกลุ่มธุรกิจ ผ่านการบริหารการจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพเงินทุนหมุนเวียน ควบคู่กับการลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต และการลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า พร้อมทั้งใช้พลังงานทดแทนผ่าน Solar Roof เพื่อลดต้นทุนพลังงานระยะยาว	2569	<ul style="list-style-type: none"> <li>• พัฒนาระบบวางแผนการจัดซื้อที่เชื่อมโยงกับยอดขายและการผลิตที่คาดการณ์อย่างเป็นระบบ</li> <li>• พัฒนาการจัดหาระบบติดตามของเสีย (Waste Monitoring System) ในทุกสายการผลิต</li> <li>• ติดตั้งและเริ่มใช้งานระบบอัตโนมัติในกระบวนการหลักเพื่อลดอัตราของเสีย</li> <li>• เริ่มผลิตไฟฟ้าใช้เองบางส่วนจากการติดตั้ง Solar Roof</li> </ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ลดต้นทุนจัดซื้อเฉลี่ยต่อหน่วยและเพิ่มเสถียรภาพได้ ดีขึ้น</li> <li>• ลดของเสียจากกระบวนการหลักได้อย่างมีนัยสำคัญในระยะเริ่มต้น</li> <li>• กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นและลดต้นทุนแรงงานในงานที่ไม่จำเป็น</li> <li>• ลดสัดส่วนการพึ่งพาไฟฟ้าจากภายนอกได้มากขึ้นและบริหารโหลดไฟฟ้าให้เหมาะสมกับช่วงผลิต</li> </ul>
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงสร้างต้นทุนมีเสถียรภาพมากขึ้นแม้ราคาวัตถุดิบผันผวน</li> <li>• เพิ่มอัตราผลผลิต (Yield Improvement) และสามารถควบคุมของเสียจากกระบวนการผลิตได้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง</li> <li>• ระบบผลิตมีความเสถียรเพิ่มขึ้นและลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานในระยะยาว</li> <li>• ลดต้นทุนพลังงานอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้เปรียบการแข่งขัน</li> </ul>

## การบริหารความเสี่ยง

### ความเสี่ยงที่ 1 : ความผันผวนของราคาเนื้อหมูและวัตถุดิบหลัก

#### • ลักษณะความเสี่ยง

ราคาวัตถุดิบหลัก โดยเฉพาะเนื้อหมูและวัตถุดิบทางการเกษตร มีความผันผวนตามกลไกตลาด ภาวะอุปสงค์อุปทาน นโยบายภาครัฐ รวมถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจและต้นทุนพลังงาน ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไร (margin) ลดลง และจำกัดความยืดหยุ่นในการกำหนดราคาขาย ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบเพื่อลดการพึ่งพาผู้จัดหารายใดรายหนึ่ง จัดทำสัญญาซื้อขายระยะยาวในช่วงราคาที่เหมาะสม บริหารความเสี่ยงด้านราคาผ่านกลไกป้องกันความเสี่ยง (hedging) เมื่อมีความเหมาะสม
- ปรับสูตรผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสัตว์อื่นหรือโครงสร้างต้นทุนเพื่อลดการพึ่งพาวัตถุดิบที่มีความผันผวนสูง

### ความเสี่ยงที่ 2 : ความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์

#### • ลักษณะความเสี่ยง

ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ ความขัดแย้งระหว่างประเทศ มาตรการทางการค้า และนโยบายภาษีศุลกากรของประเทศต่าง ๆ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ การเคลื่อนย้ายสินค้า และเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงต้นทุนด้านโลจิสติกส์และพลังงานที่อาจปรับตัวเพิ่มขึ้น

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

ส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าและการขนส่งสินค้าเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงอาจกระทบต่อความต่อเนื่องของการจัดหาวัตถุดิบ การส่งออกสินค้า และความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และผลการดำเนินงานของบริษัท

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริษัทฯ กระจายตลาดส่งออกและฐานลูกค้าไปยังหลายประเทศ เพื่อลดการพึ่งพิงตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป และเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ
- ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด พร้อมปรับกลยุทธ์ด้านการจัดซื้อ การผลิต และการกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับสถานะตลาด เพื่อรักษาเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทาน

### ความเสี่ยงที่ 3 : ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

#### • ลักษณะความเสี่ยง

การแข็งค่าหรืออ่อนค่าของค่าเงินอาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเมื่อบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้นทำให้กระทบต่อรายได้และอัตรากำไรของธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูง

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนอาจส่งผลให้รายได้และกำไรเมื่อแปลงกลับเป็นสกุลเงินหลักของบริษัทมีความผันผวน รวมถึงกระทบต่อต้นทุนการนำเข้าความสามารถในการแข่งขันด้านราคา และผลการดำเนินงานโดยรวม

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- บริหารความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนผ่านการทำสัญญาป้องกันความเสี่ยง (hedging) ในสัดส่วนที่เหมาะสม
- ติดตามสถานการณ์อัตราแลกเปลี่ยนอย่างใกล้ชิด และกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงด้านการเงินที่สอดคล้องกับระดับความเสี่ยงที่บริษัทสามารถยอมรับได้

## ส่วนที่ 2

### แผนด้านธรรมาภิบาล

## ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

## โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

## แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

## เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
บริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยในการกำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

## แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การพัฒนาและประเมินศักยภาพกรรมการ (Board Development & Evaluation Program) รวบรวมและวิเคราะห์แนวทางการประเมินกรรมการจาก CG Code, IOD, และแนวปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการและประเมินช่องว่าง หรือ Gap Analysis ระหว่างการปฏิบัติจริงของคณะกรรมการกับหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน CG Code และแนวทางของ IOD รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีของบริษัทจดทะเบียนอื่น ๆ เพื่อยกระดับคะแนนการประเมิน CGR และเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการโดยรวม	2569	• จัดทำ Board Skills Matrix และ IDP ของกรรมการ พร้อมอบรมเบื้องต้นด้าน ESG / Risk
	2570	• ดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของบอร์ดโดยที่ปรึกษาภายนอกอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ได้มุมมองที่เป็นกลาง ได้มาตรฐาน และมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับจุดแข็ง-จุดอ่อน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
	2571	• ผลการประเมินการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการทุกคนเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 และคะแนน CGR ในหมวดความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ไม่น้อยกว่า 85 คะแนน

## การบริหารความเสี่ยง

**ความเสี่ยงที่ 1 :** ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแลที่รวดเร็วและซับซ้อน (Regulatory Change Risk)

## • ลักษณะความเสี่ยง

หน่วยงานกำกับดูแลมีการประกาศใช้กฎหมายหรือเกณฑ์ใหม่ที่มีความเฉพาะทางและซับซ้อน เช่น Carbon Tax, PDPA และกฎหมายด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง หากแผนพัฒนาศักยภาพกรรมการไม่ได้รับการปรับปรุงให้เท่าทันสถานการณ์ จะทำให้ขาดองค์ความรู้สำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

## • ผลกระทบความเสี่ยง

กรรมการอาจขาดข้อมูลและทักษะที่จำเป็นในการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องตามมาตรฐานใหม่ ส่งผลให้องค์กรมีความเสี่ยงในการละเมิดกฎหมาย (Non-compliance) เสียโอกาสทางการแข่งขัน และอาจเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือมีค่าปรับตามมา

## • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- สนับสนุนให้กรรมการเข้ารับการฝึกอบรมจากสถาบันหรือหลักสูตรที่ได้รับการยอมรับและมีเนื้อหาสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- จัดให้มีการติดตามและทบทวนการเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์กฎหมาย และแนวปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพกรรมการสม่ำเสมอ

## การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

### แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ยกระดับระบบบริหารจัดการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยขยายการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริงในทุกระดับขององค์กร ผ่านการอบรมพนักงาน การสื่อสารต่อลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การกำหนดแบบฟอร์มประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริต (Supplier Declaration) และการทบทวนช่องทางการร้องเรียน (Whistleblowing) เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรโปร่งใส พร้อมเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ภายในปี 2570

### เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> <li>การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน</li> </ul>	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> <li>การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน</li> </ul>	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> <li>การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง</li> </ul>	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของลูกค้า	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

### แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการยกระดับการบริหารความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Transparency Project) เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) จัดทำนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง	2569	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดทำรายชื่อลูกค้าสำคัญ (Critical Tier 1)</li> <li>สื่อสารด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง</li> <li>ลูกค้าสำคัญอย่างน้อย 70% ลงนามรับทราบนโยบายจรรยาบรรณลูกค้า</li> </ul>
	2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดทำประชาสัมพันธ์เชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมโครงการของแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ผ่านช่องทางต่างๆ ขององค์กร เช่น รายงานประจำปี หรือเว็บไซต์</li> <li>ลูกค้าสำคัญอย่างน้อย 80% ลงนามรับทราบนโยบายจรรยาบรรณลูกค้า</li> </ul>
	2571	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่มือรายลูกค้า (Critical Tier 1) ได้รับการตรวจประเมิน (On-site Audit) และมีนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน</li> <li>ลูกค้าลงนามรับทราบนโยบายจรรยาบรรณลูกค้า ร้อยละ 100</li> </ul>

## การบริหารความเสี่ยง

**ความเสี่ยงที่ 1 :** คู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) ไม่มีนโยบายหรือไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริต

### • ลักษณะความเสี่ยง

คู่ค้าสำคัญบางรายอาจยังไม่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตเป็นลายลักษณ์อักษร หรือไม่มีระบบติดตามภายในที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดความไม่สอดคล้องกับมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลของบริษัท

### • ผลกระทบความเสี่ยง

เสี่ยงต่อการถูกพาดพิงกรณีทุจริตในห่วงโซ่อุปทาน กระทบต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เสี่ยงต่อการไม่ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- สื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตให้คู่ค้าสำคัญรับทราบและลงนามใน Supplier Declaration
- กำหนดให้คู่ค้าสำคัญต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตเป็นลายลักษณ์อักษร
- ประเมินและติดตามการปฏิบัติของคู่ค้าผ่านแบบตรวจสอบประจำปี

**ความเสี่ยงที่ 2 :** ความเสี่ยงจากการไม่ได้รับการรับรองแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) อย่างต่อเนื่อง

### • ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทอาจไม่สามารถรักษาการรับรองจากแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) ได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ระบบควบคุมภายใน หรือกระบวนการติดตามและทบทวนที่เกี่ยวข้องอาจไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์หรือแนวปฏิบัติที่กำหนดอย่างครบถ้วนและสม่ำเสมอ

### • ผลกระทบความเสี่ยง

อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านธรรมาภิบาลของบริษัท และเพิ่มความเสี่ยงด้านการกำกับดูแลกิจการในระยะยาว

### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน ระบบควบคุมภายใน และกระบวนการที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของ CAC
- ส่งเสริมการสื่อสาร อบรม และสร้างความตระหนักรู้ด้านการต่อต้านคอร์รัปชันแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอย่างต่อเนื่อง

## การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

### แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

ยกระดับระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัทให้มีความพร้อมและเป็นระบบมากขึ้น โดยจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ที่ครอบคลุมทุกหน่วยงานสำคัญ พร้อมทดสอบแผน (BCP Drill) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถตอบสนองและฟื้นฟูการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารภายในองค์กร

### เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 22301: มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

### แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ยกระดับระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของบริษัทให้มีความพร้อมและเป็นระบบมากขึ้น โดยจัดทำแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ที่ครอบคลุมทุกหน่วยงานสำคัญ พร้อมทดสอบแผน (BCP Drill) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้สามารถตอบสนองและฟื้นฟูการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2569	• จัดทำแผน BCP ครอบคลุมหน่วยงานหลัก และกำหนด Recovery Time Objective (RTO) ของแต่ละกระบวนการ
เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ทั้งด้านการผลิต การจัดส่งจำหน่าย ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารภายในองค์กร	2570	• ทดสอบแผน BCP อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และอบรมทีม BCM
	2571	• แผน BCP ครอบคลุมครบทุกหน่วยงานและสอดคล้องตามมาตรฐาน ISO 22301

### การบริหารความเสี่ยง

**ความเสี่ยงที่ 1 :** ขาดแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจที่ครอบคลุมทุกหน่วยงาน

#### • ลักษณะความเสี่ยง

แผนบริหารความต่อเนื่อง (BCP) ยังไม่ครอบคลุมทุกหน่วยงานหลัก ทำให้เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน อาจไม่สามารถตอบสนองและฟื้นฟูการดำเนินงานได้ทันเวลา

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

การดำเนินธุรกิจอาจหยุดชะงักเป็นเวลานาน ความเสียหายต่อรายได้และชื่อเสียงของบริษัท กระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและคู่ค้า

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำและปรับปรุงแผน BCP ให้ครอบคลุมทุกหน่วยงานหลัก กำหนด Critical Process และ Recovery Time Objective (RTO) ชัดเจน
- ทดสอบแผน BCP (Drill) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และปรับปรุงตามผลการทดสอบ

**ความเสี่ยงที่ 2 :** บุคลากรขาดความรู้และทักษะในการตอบสนองเหตุฉุกเฉิน

#### • ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานและหัวหน้าหน่วยงานอาจไม่เข้าใจขั้นตอนการดำเนินการตามแผน BCP และไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างเพียงพอ ทำให้ตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้ล่าช้า

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

การตอบสนองเหตุฉุกเฉินไม่ทันเวลา ความเสียหายเพิ่มขึ้นจากการขาดการประสานงาน ประสิทธิภาพของ BCP ลดลง

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดอบรม BCP ให้ผู้บริหารและหัวหน้าหน่วยงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง จัดซ้อมจำลองสถานการณ์ (Tabletop & Live Drill) เป็นประจำ
- แต่งตั้งทีม BCP พร้อมคู่มือการตอบสนองเหตุฉุกเฉินในแต่ละหน่วยงาน

## แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

แผนกลยุทธ์นี้มุ่งยกระดับระบบการบริหารความเสี่ยงของบริษัทให้สามารถระบุ วิเคราะห์ และติดตาม ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risks) ได้อย่างเป็นระบบและทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูง รวมถึงพัฒนาเครื่องมือและฐานข้อมูลความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคาดการณ์และลดผลกระทบจากเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

### เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• ระบุและวิเคราะห์ Emerging Risk ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างน้อย 3 รายการ	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• Emerging risk ทุกรายการ มี Scenario analysis และ Mitigation plansรองรับ	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงในการติดตามและตัดสินใจเกี่ยวกับ Emerging Risk	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดทำระบบติดตามและรายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring System)	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

### แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาระบบติดตามความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ และวิเคราะห์แนวโน้มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระดับระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยอ้างอิงจากแนวโน้มเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบ รวมทั้งรายงานผลกระทบต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	2569	• ออกแบบกรอบแนวคิดและโครงสร้างของระบบติดตามความเสี่ยง (Monitoring Framework) และกำหนดตัวชี้วัดเตือนภัยล่วงหน้า (EWI)
	2570	• ทดลองใช้ระบบติดตามความเสี่ยง ในหน่วยงานหลัก และรวบรวมข้อมูลแนวโน้มความเสี่ยงรายครึ่งปี
	2571	• ใช้งานระบบติดตามและรายงานผลความเสี่ยงเกิดใหม่อย่างต่อเนื่อง รายงานต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงปีละ 1 ครั้ง

### การบริหารความเสี่ยง

**ความเสี่ยงที่ 1 :** ความเสี่ยงด้านระบบรวบรวม วิเคราะห์ และรายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

#### • ลักษณะความเสี่ยง

องค์กรยังขาดกระบวนการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring) อย่างเป็นระบบ ทำให้การประเมินแนวโน้มและผลกระทบจากปัจจัยภายนอก (เช่น กฎหมายใหม่หรือเทคโนโลยี) อาจล่าช้าและไม่ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

การขาดความพร้อมในการรับมือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่อย่างทันทั่วถึง อาจทำให้องค์กรสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ เกิดความเสียหายต่อการดำเนินงาน และส่งผลต่อความเชื่อมั่นในระบบการบริหารความเสี่ยงขององค์กร

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ระจัดทำระบบติดตาม: พัฒนาเครื่องมือติดตามและรายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring Dashboard) ให้มีความชัดเจน
- ระบุผู้รับผิดชอบ: กำหนดเจ้าของความเสี่ยง (Risk Owner) เพื่อติดตามสถานะความเสี่ยงในแต่ละด้านโดยเฉพาะ
- การรายงานผล: กำหนดให้มีการรายงานสรุปสถานะความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

**ความเสี่ยงที่ 2 : ขาดความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของผู้บริหารในการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่****• ลักษณะความเสี่ยง**

ผู้บริหารอาจไม่เห็นความสำคัญของความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ หรือขาดความเข้าใจในแนวทางการบริหาร ทำให้การติดตามและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ไม่ครอบคลุมทุกมิติความเสี่ยง

**• ผลกระทบความเสี่ยง**

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อาจไม่สอดคล้องกับแนวโน้มความเสี่ยงใหม่ ความเสี่ยงบางประเภทไม่ได้รับการติดตามหรือจัดการอย่างเหมาะสม ลดความยืดหยุ่นขององค์กรในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

**• มาตรการจัดการความเสี่ยง**

จัดอบรมและเวิร์กช็อปให้ผู้บริหารเกี่ยวกับแนวโน้มและกรณีศึกษา Emerging Risks จัดประชุมทบทวนความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่รายครึ่งปี บูรณาการผลการวิเคราะห์ Emerging Risk ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัท (AOP/LE)

---

ส่วนที่ 3  
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

## ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

### แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://chao.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=288253>



ยกระดับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรอง Carbon Footprint of Organization (CFO) แล้ว ให้เป็นระบบบริหารจัดการคาร์บอนขององค์กร (GHG Management System) อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำรายงานแนวโน้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรายปี วิเคราะห์สัดส่วนแหล่งปล่อยหลัก และจัดทำเป้าหมายการลด (Reduction Target) เพื่อเชื่อมโยงกับแผนระยะยาวของบริษัท

#### เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

### แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ยกระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานและทรัพยากรขององค์กร โดยดำเนินโครงการปรับปรุงประสิทธิภาพของ Boiler และระบบใช้น้ำในโรงงาน พร้อมติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) เพื่อช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้าจากภายนอก ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (GHG Scope 1-2) และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทาง ESG

#### เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCOe / ตันผลิตภัณฑ์)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCOe / ตันผลิตภัณฑ์)		
	2566	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1.85 tCOe / ตันผลิตภัณฑ์	1.58 tCOe / ตันผลิตภัณฑ์	1.48 tCOe / ตันผลิตภัณฑ์	1.39 tCOe / ตันผลิตภัณฑ์

หมายเหตุ : ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ลดลง (Scope 1+2) ณ ปี 2571 สะสมลดลง 24.85% เทียบกับปีฐาน ปี 2566 เฉลี่ยลดลงปีละ 5%

#### แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Energy & Resource Efficiency Project) โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพของ Boiler เพื่อประหยัดการใช้แก๊ส LPG การติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ลดการใช้ไฟฟ้าจากภายนอก และการปรับปรุงระบบน้ำโดยตรวจหาจุดรั่วและปรับแรงดันให้เหมาะสม เพื่อให้การใช้พลังงานและทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น สนับสนุนเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างยั่งยืน	2569	• การจัดการพลังงานสะอาด: ติดตั้งระบบ Solar Rooftop เพิ่มเติมเพื่อใช้พลังงานหมุนเวียน >20% ควบคุมการใช้ไฟต่อตันผลผลิตให้ลดลง 25% เทียบปีฐาน
	2570	• การเพิ่มประสิทธิภาพระบบ: ปรับปรุงประสิทธิภาพ Boiler ให้เหมาะสม เพื่อลดการใช้แก๊ส LPG และปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องจักร โดยการทำ PM บำรุงรักษาเครื่องจักรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
	2571	• การบริหารทรัพยากรน้ำอย่างยั่งยืน: ปรับปรุงระบบท่อและเพิ่มการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Water Reuse) เพื่อบรรลุเป้าหมายลดการใช้น้ำต่อตัน

แผนงานที่สำคัญ

ปี

ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

ผลผลิตสะสม 30% เทียบปีฐาน

## การบริหารความเสี่ยง

### ความเสี่ยงที่ 1 : ด้านเทคนิคและประสิทธิภาพ

#### • ลักษณะความเสี่ยง

ประสิทธิภาพของเครื่องจักร (Boiler) หรือระบบ Solar Cell ไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ หรือระบบตรวจวัดค่าพลังงานและน้ำทำงานผิดพลาด

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายการลดใช้ไฟฟ้าต่อตันผลผลิตที่ ในปี 2571 ได้ และทำให้ตัวเลขการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Scope 1&2) สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำแผนบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (PM Plan) และตรวจสอบระบบ Solar และ Boiler ทุกไตรมาส
- ติดตามและประเมินผลการประหยัดพลังงานและน้ำจริงเทียบกับเป้าหมายทุก 6 เดือน

### ความเสี่ยงที่ 2 : ด้านงบประมาณและการลงทุน

#### • ลักษณะความเสี่ยง

ความผันผวนของราคาวัสดุอุปกรณ์ เช่น แผง Solar Cell หรืออะไหล่เครื่องจักร รวมถึงความล่าช้าในการจัดซื้อจัดจ้าง

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

โครงการอาจล่าช้าหรือไม่สามารถดำเนินการได้ครบตามแผนงานปี 2569-2571 ส่งผลให้ไม่สามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้ตามเป้าหมาย

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- วิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงิน (ROI) และจัดทำแผนงบประมาณระยะยาว
- ศึกษามาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ (เช่น BOI) เพื่อลดภาระต้นทุนในการลงทุนด้านพลังงานสะอาด

### ความเสี่ยงที่ 3 : ด้านบุคลากรและการสร้างจิตสำนึก

#### • ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้พลังงานและน้ำอย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

#### • ผลกระทบความเสี่ยง

พฤติกรรมการใช้ทรัพยากรของบุคลากรไม่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้โครงการลดก๊าซเรือนกระจก (GHG) ขาดความยั่งยืน และประสิทธิผลของมาตรการประหยัดพลังงานในระยะยาวลดลง

#### • มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดอบรมหลักสูตร "Save Energy & Save Water" และกิจกรรมรณรงค์ เช่น Energy Week เพื่อสร้างจิตสำนึกให้พนักงานทุกระดับ
- สื่อสารและประกาศผลการประหยัดพลังงานรายเดือนผ่านระบบติดตามผลเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม