



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571



บริษัท เจ้าสัว ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด (มหาชน)
(CHAO)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 25/08/2569

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : แผนการยกระดับการเติบโตของธุรกิจและสร้างมูลค่าแบรนด์เจ้าสัวสู่ระดับสากล	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	8
แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ	9
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	9
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	11
แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	11
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	13
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	14
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	14
เอกสารแนบ	16



บริษัท เจ้าสัว ฟู้ดส์ อินดัสทรี จำกัด (มหาชน)

SET	CG Report :
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม	SET ESG Ratings: A
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	-
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
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
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
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
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
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
อัตราส่วนการเงิน				
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	10%-15% เปอร์เซ็น
---	-------------------

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 ความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
สร้างการเติบโตของรายได้ในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568 (เปอร์เซ็นต์)	10%-15%	1,433	606

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าการเติบโตของรายได้ในปี 2571 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568 ซึ่งมีฐานรายได้อยู่ที่ 1,433 ล้านบาท 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 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดเพื่อยกระดับความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง 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 (การตลาดแบบ 360 องศา)เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์
- ร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อขยายช่องทาง B2B และต่อยอดการใช้งานผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่หลากหลาย

2.ยกระดับช่องทางการกระจายสินค้าผ่านร้านค้าปลีกรูปแบบเก่า

- ปรับรูปแบบการจำหน่ายจากการใช้ตัวแทนเป็นการใช้ผู้ค้าส่งโดยตรง
- ขยายการเข้าถึงร้านค้าชุมชนและร้านค้าขนาดเล็กทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มความครอบคลุมของการจัดจำหน่าย
- เสริมความแข็งแกร่งในการดำเนินงานผ่านช่องทางร้านค้าเครือข่ายสินค้าสด

3.เสริมความแข็งแกร่งของช่องทางออนไลน์และช่องทางใหม่

- ลดการพึ่งพาแพลตฟอร์ม E-commerce ภายนอก และพัฒนาช่องทางจำหน่ายออนไลน์ของบริษัท อาทิ LINE, Facebook และเว็บไซต์บริษัท
- สร้างสินค้าและข้อเสนอพิเศษเฉพาะช่องทางออนไลน์
- ดำเนินการตลาดแบบครบวงจร (การตลาดแบบ 360 องศา) 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 เพื่อนำสินค้าในกลุ่มอาหารแปรรูปไปประยุกต์ใช้ในรูปแบบการบริโภคและใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น

แผนกลยุทธ์ที่ 4: การแสวงหาโอกาสการร่วมลงทุนในธุรกิจใหม่

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
- การลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต (Waste Reduction) เพื่อสนับสนุนให้อัตรากำไรของธุรกิจกลับมาอยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพมากขึ้นในระยะถัดไป
- ลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิต ลดการพึ่งพาแรงงานจากงานที่ไม่จำเป็น เพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า
- การใช้พลังงานทดแทนผ่านการติดตั้ง Solar Roof เพื่อช่วยลดต้นทุนพลังงานไฟฟ้าในระยะยาวและสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนและการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	-	-	10%-15%	-9.8%	-9.3%

คำอธิบายการดำเนินการ

ผลการดำเนินงานช่วง 6 เดือนแรกของปี 2569 มีอัตราการเติบโต (YoY) อยู่ที่ -9.3% ทั้งนี้ บริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินมาตรการเชิงรุกเพื่อกระตุ้นรายได้ตลอดแผนงาน 3 ปี (2569-2571) เพื่อพลิกฟื้นสถานะและขับเคลื่อนอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ให้บรรลุเป้าหมาย 10%-15% ภายในปี 2571

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : มุ่งเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจในประเทศ โดยเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางจัดจำหน่ายหลักครอบคลุมทั้งช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ช่องทางการค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade: TT) ช่องทางออนไลน์ และช่องทางใหม่ เพื่อขยายการเข้าถึงผู้บริโภคและยกระดับศักยภาพการเติบโตในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- รายได้จากช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากความร่วมมือกับลูกค้ารายหลัก - สามารถเพิ่มการจำหน่ายในช่องทางร้านค้าปลีกรูปแบบเก่าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น - สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ของบริษัทโดยตรง - ยอดขายของธุรกิจภายในประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)	- รายได้จากช่องทางการค้าปลีกสมัยใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากความร่วมมือกับลูกค้ารายหลัก - สามารถเพิ่มการจำหน่ายในช่องทางร้านค้าปลีกรูปแบบเก่าให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น - สร้างฐานลูกค้าเพิ่มจากช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ของบริษัทโดยตรง

แผนงานที่สำคัญ 2 : มุ่งขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศอย่างเป็นระบบ โดยเสริมความแข็งแกร่งการดำเนินงานในประเทศหลัก ควบคู่กับการสร้างการเติบโตในประเทศรอง และการขยายเข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ผ่านการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ การปรับสินค้าและแบรนด์ให้สอดคล้องกับรสนิยมท้องถิ่น และการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ เพื่อกระจายความเสี่ยงและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- สามารถขยายผู้จัดจำหน่ายและจุดจำหน่ายหลักในประเทศจีนได้มากขึ้น - ขยายความครอบคลุมในร้านเอเชีย/กลุ่มชาติพันธุ์ และ ร้านขายสินค้าเฉพาะทางในประเทศอเมริกาได้มากขึ้น - สามารถเพิ่มยอดคำสั่งซื้อซ้ำจากลูกค้าในกลุ่มประเทศรองได้ และขยายสู่ประเทศใหม่อย่างต่อเนื่อง - ยอดขายของธุรกิจต่างประเทศ ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ +20 - 30% (YoY)	- ขยายความครอบคลุมในร้านเอเชีย/กลุ่มชาติพันธุ์ และ ร้านขายสินค้าเฉพาะทางในประเทศอเมริกาได้มากขึ้น - สามารถเพิ่มยอดคำสั่งซื้อซ้ำจากลูกค้าในกลุ่มประเทศรองได้ และขยายสู่ประเทศใหม่อย่างต่อเนื่อง

แผนงานที่สำคัญ 3 : มุ่งเพิ่มมูลค่าและยกระดับความแข็งแกร่งของพอร์ตโฟลิโอสินค้า โดยเน้นการบริหารสัดส่วนสินค้าในกลุ่ม Better-for-You Snack ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมและการต่อยอดสินค้าไปสู่หมวดหมู่ใหม่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงเพิ่มความสามารถของบริษัทฯ ในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและยอดขาย ในกลุ่ม - เพิ่มยอดขายขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืชได้ครอบคลุมในประเทศมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ เทรนด์สินค้าเพื่อสุขภาพ - ขยายการเติบโตของสินค้าอาหารแปรรูปในกลุ่ม B2B ผ่านการใช้งานเชิงพาณิชย์มากขึ้น - ยอดขายสินค้า มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ +10 - 15% (YoY)	- เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและยอดขาย ในกลุ่ม - เพิ่มยอดขายขนมขบเคี้ยวแปรรูปจากธัญพืชได้ครอบคลุมในประเทศมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ เทรนด์สินค้าเพื่อสุขภาพ - ขยายการเติบโตของสินค้าอาหารแปรรูปในกลุ่ม B2B ผ่านการใช้งานเชิงพาณิชย์มากขึ้น

แผนงานที่สำคัญ 4 : มุ่งแสวงหาโอกาสการร่วมลงทุนและการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขนมและอาหารแปรรูป เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตในระยะยาว ผ่านการขยายขีดความสามารถด้านการผลิต การเข้าถึงตลาดใหม่ และการต่อยอดไปยังผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง โดยให้ความสำคัญกับการลงทุนในธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เพื่อบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับบริษัท

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- ประเมินศักยภาพทางการเงินและสภาพคล่อง เพื่อรองรับการลงทุนและการเติบโตจากภายนอกองค์กร - บริษัทฯ ได้ศึกษาเป้าหมายการลงทุนในธุรกิจขนมหรืออาหารแปรรูปแบบ Shelf-stable ที่สอดคล้องกับกลุ่ม Better-for-You Snack ได้	บริษัทฯ ได้ศึกษาเป้าหมายการลงทุนในธุรกิจขนมหรืออาหารแปรรูปแบบ Shelf-stable ที่สอดคล้องกับกลุ่ม Better-for-You Snack ได้

แผนงานที่สำคัญ 5 : มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในทุกกลุ่มธุรกิจ ผ่านการบริหารการจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์อย่างเหมาะสม เพื่อลดความผันผวนของต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพเงินทุนหมุนเวียน ควบคู่กับการลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต และการลงทุนในระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า พร้อมทั้งใช้พลังงานทดแทนผ่าน Solar Roof เพื่อลดต้นทุนพลังงานระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- พัฒนาระบบวางแผนการจัดซื้อที่เชื่อมโยงกับยอดขายและการผลิตที่คาดการณ์อย่างเป็นระบบ - พัฒนาการจัดทำระบบติดตามของเสีย (Waste Monitoring System) ในทุกสายการผลิต - ติดตั้งและเริ่มใช้งานระบบอัตโนมัติในกระบวนการหลักเพื่อลดอัตราของเสีย - เริ่มผลิตไฟฟ้าใช้เองบางส่วนจากการติดตั้ง Solar Roof	- พัฒนาระบบวางแผนการจัดซื้อที่เชื่อมโยงกับยอดขายและการผลิตที่คาดการณ์อย่างเป็นระบบ - พัฒนาการจัดทำระบบติดตามของเสีย (Waste Monitoring System) ในทุกสายการผลิต - ติดตั้งและเริ่มใช้งานระบบอัตโนมัติในกระบวนการหลักเพื่อลดอัตราของเสีย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
บริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยในการกำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : การพัฒนาและประเมินศักยภาพกรรมการ (Board Development & Evaluation Program) รวบรวมและวิเคราะห์แนวทางการประเมินกรรมการจาก CG Code, IOD, และแนวปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนอื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของการกำกับดูแลกิจการและประเมินช่องว่างหรือ Gap Analysis ระหว่างการปฏิบัติจริงของคณะกรรมการกับหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ใน CG Code และแนวทางของ IOD รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีของบริษัทจดทะเบียนอื่น ๆ เพื่อยกระดับคะแนนการประเมิน CGR และเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลกิจการโดยรวม

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน					
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง		ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง		
2569	• จัดทำ Board Skills Matrix และ IDP ของกรรมการ พร้อมอบรมเบื้องต้นด้าน ESG / Risk		จัดทำ Board Skills Matrix และ IDP ของกรรมการ พร้อมอบรมเบื้องต้นด้าน ESG / Risk		

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
กรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน					
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ระหว่างดำเนินการขอยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง	ได้รับการรับรอง	ประกาศเจตนารมณ์	ประกาศเจตนารมณ์
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	อยู่ในระหว่างการค้าดำเนินงาน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : โครงการยกระดับการบริหารความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Transparency Project) เพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) จัดทำนโยบายและมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- จัดทำรายชื่อคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) - สื่อสารด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง - คู่ค้าสำคัญอย่างน้อย 70% ลงนามรับทราบนโยบายจรรยาบรรณคู่ค้า	- จัดทำรายชื่อคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) - สื่อสารด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง - คู่ค้าสำคัญอย่างน้อย 70% รับทราบนโยบายจรรยาบรรณคู่ค้า

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 22301: มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

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

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	จัดทำแผน BCP ครอบคลุมหน่วยงานหลัก และกำหนด Recovery Time Objective (RTO) ของแต่ละกระบวนการ	อยู่ในกระบวนการดำเนินงาน

แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ระบุและวิเคราะห์ Emerging Risk ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างน้อย 3 รายการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
Emerging risk ทุกรายการ มี Scenario analysis และ Mitigation plansรองรับ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงในการติดตามและตัดสินใจเกี่ยวกับ Emerging Risk	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จัดทำระบบติดตามและรายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring System)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : พัฒนาระบบติดตามความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ และวิเคราะห์แนวโน้มความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจในระดับระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว โดยอ้างอิงจากแนวโน้มเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎระเบียบ รวมทั้งรายงานผลต่อคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	ออกแบบกรอบแนวคิดและโครงสร้างของระบบติดตามความเสี่ยง (Monitoring Framework) และกำหนดตัวชี้วัดเตือนภัยล่วงหน้า (EWI)	อยู่ระหว่างดำเนินการ

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2568
https://chao.listedcompany.com/misc/flipbook/index.html?id=298833



ปีรายงาน 2567
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			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	2569	2570	2571	6M/2569
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์)			ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจริง (tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์)
	2566	2569	2570	2571	6M/2569
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1.85 tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์	1.58 tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์	1.48 tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์	1.39 tCO ₂ e / ตันผลิตภัณฑ์	อยู่ระหว่างดำเนินการ

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : โครงการจัดการพลังงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Energy & Resource Efficiency Project) โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงประสิทธิภาพของ Boiler เพื่อประหยัดการใช้แก๊ส LPG การติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Rooftop) ลดการใช้ไฟฟ้าจากภายนอก และการปรับปรุงระบบน้ำโดยตรวจหาจุดรั่วและปรับแรงดันให้เหมาะสม เพื่อให้การใช้พลังงานและทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น สนับสนุนเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรอย่างยั่งยืน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	การจัดการพลังงานสะอาด: ติดตั้งระบบ Solar Rooftop เพิ่มเติมเพื่อใช้พลังงานหมุนเวียน >20% ควบคุมการใช้ไฟต่อต้านผลผลิตให้ลดลง 25% เทียบปีฐาน	ปัจจุบันอยู่ระหว่างขั้นตอนการประเมินความคุ้มค่าและการลงทุน

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/CHAO0_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf

