



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท ฟอर्थ สمارท์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (FSMART)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 30/03/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 31/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ฟอรั่ม สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ("FSMART") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

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

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
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับนวัตกรรมเติมเงินและรับชำระเงิน ศูนย์กลางดิจิทัลแห่งชุมชน	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขับเคลื่อนธุรกิจสินเชื่อสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : “GINKA” โครงการช่วยชุมพลังอัจฉริยะเพื่ออนาคตของการเดินทาง	8
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	11
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	12
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	13
แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	15
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	17
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	18

mai
 บริการ

CG Report :

SET ESG Ratings: -

 ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): **มี**

ภาพรวมธุรกิจ

เป็นผู้พัฒนานวัตกรรมบริการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์และการให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิเช่น เครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ เคาน์เตอร์แคชเชียร์ ตลอดจนการให้บริการระบบรับชำระเงินให้กับลูกค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า 'บุญเต็ม' อีกทั้งยังเป็นผู้ให้บริการรับชำระเงินผ่านเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า 'GINKA Charge Point' โดยมีลักษณะเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เชื่อมต่อระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ และลูกค้าสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีจุดให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

ข้อมูลงบการเงิน

ปี	2568	2567	2566	2565
----	------	------	------	------

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

รายได้	2,671.83	2,475.12	2,255.15	2,473.73
ค่าใช้จ่าย	1,940.71	1,940.09	1,943.48	2,130.53
Net Profit	586.78	430.45	299.45	301.89

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

สินทรัพย์	3,685.84	3,291.65	2,737.32	2,834.78
หนี้สิน	1,943.32	2,000.36	1,566.00	1,706.83
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,742.42	1,291.21	1,171.27	1,127.88

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

กิจกรรมดำเนินงาน	479.67	-241.12	550.56	601.25
กิจกรรมลงทุน	-162.50	-40.92	-152.47	-346.55
กิจกรรมจัดหาเงิน	-189.75	282.45	-403.61	-323.02

อัตราส่วนการเงิน

กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.78	0.57	0.40	0.40
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	26.79	25.28	19.47	17.00
อัตรากำไรสุทธิ (%)	21.96	17.39	13.28	12.20
D/E Ratio (เท่า)	1.12	1.55	1.34	1.51
ROE (%)	38.68	34.96	26.05	26.77
ROA (%)	21.65	18.65	13.44	13.42

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	675-700 ล้านบาท
------------	------------------------

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
------------	--------	----------------------------	-----------

1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับนวัตกรรมเติมเงินและรับชำระเงิน ศูนย์กลางดิจิทัลแห่งชุมชน ✔
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขับเคลื่อนธุรกิจสินเชื่อสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง ✔
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : “GINKA” โครจข่ายชุมพลังอัจฉริยะเพื่ออนาคตของการเดินทาง ✔

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

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

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	299.45	430.45	586.78	675-700

ภายในปี 2571 FSMART มุ่งเน้นการขับเคลื่อนธุรกิจภายใต้วิสัยทัศน์นวัตกรรมที่ยั่งยืน (Sustainable Innovation) โดยจะยกระดับการดำเนินงานใน 3 กลุ่มธุรกิจหลักอย่างครบวงจรเพื่อสร้างการเติบโตใหม่ที่สมดุลระหว่างฐานเดิมและฐานธุรกิจอนาคต พร้อมตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล ดังนี้

กลุ่มธุรกิจที่ 1 กลุ่มธุรกิจเติมเงินและรับชำระหนี้ : มุ่งพัฒนานวัตกรรมการรับชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์และบริการทางการเงินผ่านเครื่องรับชำระหนี้อัตโนมัติและเคาน์เตอร์แคชเชียร์ ภายใต้แพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อผู้ให้บริการและลูกค้า โดยสามารถทำธุรกรรมได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านตู้บุญเติมและเครื่องรับชำระหนี้ในเครือ FORTH และ FSMART ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

กลุ่มธุรกิจที่ 2 กลุ่มธุรกิจการเงินครบวงจร (สินเชื่อ) : จะเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างการเติบโตใหม่ของกลุ่มบริษัทผ่านการขยายฐานผู้ใช้บริการและพันธมิตรคู่ค้าอย่างทั่วถึง พร้อมพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่ม

กลุ่มธุรกิจที่ 3 กลุ่มธุรกิจนวัตกรรมตู้อัตโนมัติ : จะรุกตลาดอย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายจุดชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าที่ครอบคลุม พร้อมสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคด้วยบริการใหม่และยกระดับไลฟ์สไตล์ให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับนวัตกรรมเติมเงินและรับชำระหนี้ ศูนย์กลางดิจิทัลแห่งชุมชน

ภายในปี 2571 FSMART มุ่งยกระดับจากช่องทางเติมเงินและรับชำระหนี้สู่การเป็นเครือข่ายบริการดิจิทัลที่เข้าถึงทุกชุมชน โดยพัฒนานวัตกรรมการรับชำระหนี้ทางอิเล็กทรอนิกส์และบริการทางการเงินแบบครบวงจร ผ่านตู้บุญเติม และเครื่องรับชำระหนี้อัตโนมัติของบริษัทในเครือ รวมถึงเคาน์เตอร์แคชเชียร์ภายใต้แพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อผู้ให้บริการและลูกค้า ให้สามารถทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วประเทศ พร้อมขยายบริการสู่กลุ่มลูกค้าต่างดาว และเพิ่มบริการภาครัฐ เช่น สลาก กอช. รวมถึงบริการทางการเงินผ่านเครือข่ายธนาคาร เพื่อเป็นจุดบริการทางการเงินครบวงจรใกล้บ้านลูกค้า

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย			
	YE/2568	2569	2570	2571	
จำนวนบริการใหม่		2	1	1	1

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ยกระดับนวัตกรรมเติมเงินและรับชำระหนี้ ศูนย์กลางดิจิทัลแห่งชุมชน	2569	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มบริการใหม่ผ่านหน้าตู้ และช่องทางอื่น ๆ ของบริษัท • เพิ่มพันธมิตรธนาคาร 1 แห่ง และเพิ่มบริการโอนเงินข้ามประเทศ • รักษาฐานลูกค้าเดิมพร้อมขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ (กลุ่มต่างดาว) เพิ่มความถี่การใช้งาน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มบริการใหม่ผ่านหน้าตู้ และช่องทางอื่น ๆ ของบริษัท วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อทำโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม (Personalized Promotion) เพิ่มความถี่ในการใช้งาน นำ AI มาใช้ในธุรกิจและองค์กร เพิ่มฐานลูกค้าต่างดาวในการทำรายการผ่านช่องทางของบริษัท
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มบริการใหม่ผ่านหน้าตู้ และช่องทางอื่น ๆ ของบริษัท นำเสนอบริการใหม่สำหรับกลุ่มลูกค้าต่างดาว เช่น การเติมเงินร่วมกับบริการโอนเงิน หรือบริการอื่น ๆ กระตุ้นการใช้งานซ้ำ ทำแคมเปญการตลาดร่วมกับพันธมิตร เพื่อดึงลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการผ่านช่องทางของบริษัท วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อทำโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม (Personalized Promotion) เพิ่มความถี่ในการใช้งาน นำ AI มาใช้ในธุรกิจและองค์กร พิจารณาโอกาสในการควบรวมกิจการหรือเข้าลงทุน (M&A)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากคู่แข่งแพลตฟอร์มดิจิทัล / บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) / กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่แย่งฐานลูกค้า

• ผลกระทบความเสี่ยง

ยอดเติมเงินและค่าธรรมเนียมลดลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- พัฒนาให้บริการแบบรวมหลายบริการในแพ็คเกจเดียว เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- ส่งเสริมการใช้บริการซ้ำของลูกค้าประจำผ่านสิทธิประโยชน์และกิจกรรมสะสมคะแนน
- เชื่อมโยงการใช้บริการระหว่างบริการเติมเงิน การโอนเงิน และบริการทางการเงินอื่น ๆ บนตู้ เพื่อเพิ่มโอกาสการใช้บริการต่อเนื่อง
- ขยายจุดให้บริการที่เข้าถึงชุมชน และเพิ่มบริการที่หลากหลายบนตู้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของลูกค้า

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากพฤติกรรมของลูกค้า

• ผลกระทบความเสี่ยง

- รายได้จากบริการใหม่ต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้
- ลูกค้าใช้ช่องทางดิจิทัลในการใช้บริการ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- นำข้อมูลมาวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- ทดสอบและประเมินผลบริการก่อนเปิดให้บริการในวงกว้าง
- จัดทำแผนรองรับหลายสถานการณ์ (Scenario Planning) และทบทวนผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับกลยุทธ์และแนวทางดำเนินงานให้เหมาะสม

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐและกฎหมายกำกับดูแล

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐและกฎหมายกำกับดูแล

• ผลกระทบความเสี่ยง

ภาครัฐออกนโยบายการควบคุมการให้บริการลูกค้าเพิ่มเติม

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- 1.ติดตามกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด
- 2.ปรับปรุงกระบวนการให้ถูกต้องตามเกณฑ์

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขับเคลื่อนธุรกิจสินเชื่อสู่การเติบโตอย่างต่อเนื่อง

FSMART มุ่งพัฒนาธุรกิจสินเชื่อให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการขยายพอร์ตสินเชื่อควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาคุณภาพสินทรัพย์และควบคุมระดับหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้าและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการผ่านเครือข่ายพันธมิตร เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสินเชื่อในระยะยาว

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย		
	YE/2568	2569	2570	2571
รายได้จากดอกเบี้ยรับ	333.02	เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10-20%	เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10-20%	เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 10-20%
พอร์ตสินเชื่อ	1,423	เพิ่มขึ้นปีละ 500 ล้านบาท	เพิ่มขึ้นปีละ 500 ล้านบาท	เพิ่มขึ้นปีละ 500 ล้านบาท

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ขับเคลื่อนธุรกิจสินเชื่อสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน	2569	<ul style="list-style-type: none"> ขยายกลุ่มลูกค้าองค์กร 1-2 กลุ่ม และขยายความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ผู้จัดจำหน่าย เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการสินเชื่อได้สะดวกมากขึ้น ขยายผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบใหม่กลุ่ม buy now pay later สินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และสินเชื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ทุกความต้องการ พัฒนาแพลตฟอร์มสินเชื่อ ระบบประเมินเครดิตลูกค้าองค์กร หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินเชื่อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาการอนุมัติ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความเสี่ยงในการติดตาม รวมทั้งพัฒนาระบบการติดตามคุณภาพลูกค้าและสัญญาณเตือนล่วงหน้า (Early Warning System) เพื่อเฝ้าระวังลูกค้าที่มีความเสี่ยงและลดโอกาสการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) เริ่มศึกษาและทดลองใช้ระบบ AI ต่าง ๆ กับกระบวนการให้สินเชื่อบางส่วน เพื่อลดระยะเวลาในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และรวบรวม Feedback เพื่อนำมาปรับปรุง จัดหาแหล่งระดมทุนเพิ่มเติมทั้งแหล่งทุนและแหล่งหนี้ ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าองค์กรอื่น ๆ เพิ่มเติมโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อและเงื่อนไขที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ขยายผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบใหม่กลุ่ม buy now pay later สินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และสินเชื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ทั่วความต้องการ พัฒนาแพลตฟอร์มสินเชื่อ ระบบประเมินเครดิตลูกค้าองค์กร หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสินเชื่อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาการอนุมัติ พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความเสี่ยงในการติดตาม รวมทั้งพัฒนาระบบการติดตามคุณภาพลูกค้าและสัญญาณเตือนล่วงหน้า (Early Warning System) เพื่อเฝ้าระวังลูกค้าที่มีความเสี่ยงและลดโอกาสการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) นำระบบ AI ต่าง ๆ มาใช้กับกระบวนการทำงาน ของบริษัทเพื่อช่วยลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และยกระดับประสบการณ์การให้บริการลูกค้า จัดหาแหล่งระดมทุนเพิ่มเติมทั้งแหล่งทุนและแหล่งหนี้
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าองค์กรอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อและเงื่อนไขที่เหมาะสมกับลักษณะของลูกค้าแต่ละกลุ่ม ขยายผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบใหม่กลุ่ม buy now pay later สินเชื่อที่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน และสินเชื่อประเภทอื่น ๆ เพื่อครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ทั่วความต้องการ เสริมมาตรการ บริหารจัดการลูกค้าและปรับโครงสร้างหนี้สำหรับลูกค้าที่มีความเสี่ยง เพื่อรักษาเสถียรภาพของพอร์ตสินเชื่อและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้าองค์กรและบริหารคุณภาพพอร์ตสินเชื่อ นำระบบ AI ต่าง ๆ มาใช้กับกระบวนการทำงาน ของบริษัทเพื่อช่วยลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และยกระดับประสบการณ์การให้บริการลูกค้า จัดหาแหล่งระดมทุนเพิ่มเติมทั้งแหล่งทุนและแหล่งหนี้

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการแข่งขัน

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงการแข่งขันจากคู่แข่งรายอื่น รวมถึงคู่แข่งใหม่ เช่น ธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ที่มีเทคโนโลยีและต้นทุนการดำเนินงานต่ำ

• ผลกระทบความเสี่ยง

สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด (Market Share), เกิดการแข่งขันด้านอัตราดอกเบี้ย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ใช้จุดแข็งด้านเครือข่ายตัวแทนบริการในพื้นที่ชุมชน เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า
2. พัฒนาบริการสินเชื่อผ่าน แพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว
3. วิเคราะห์ข้อมูลในอดีต (History Data Analytics) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ตอบโจทย์ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม
4. สร้างความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty Program) เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านคุณภาพพอร์ตสินเชื่อ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านคุณภาพสินเชื่อ (Credit Risk & NPL)

• ผลกระทบความเสี่ยง

กำไรลดลงจากการตั้งสำรองหนี้สูญ, สภาพคล่องของบริษัทลดลง, หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) เพิ่มขึ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ใช้ Credit Scoring วิเคราะห์พฤติกรรมควบคู่กับรายได้ เพื่อลดการคัดกรองลูกค้าก่อนการให้บริการสินเชื่อ
2. กระจายพอร์ตสินเชื่อไปยัง หลายกลุ่มลูกค้าและหลายอุตสาหกรรม เพื่อลดความเสี่ยงจากการกระจุกตัว
3. จัดให้มี การติดตามลูกหนี้และมาตรการปรับโครงสร้างหนี้ สำหรับลูกค้าที่เริ่มมีปัญหาสภาพคล่อง

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงด้านกฎหมายและกฎระเบียบ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากธนาคารแห่งประเทศไทยอาจคุมเพดานดอกเบี้ยหรือบังคับใช้เกณฑ์การปล่อยกู้ที่เข้มข้นขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น, ขยายพอร์ตได้ช้าลง, รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมอาจขัดต่อกฎหมายใหม่

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดตั้งทีมกำกับดูแล (Compliance) เพื่อติดตามกฎหมายและกฎระเบียบใหม่อย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่มีความยืดหยุ่นต่อกฎเกณฑ์ใหม่
3. สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มช่องทางรายได้

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : “GINKA” โครงข่ายชุมพลังอัจฉริยะเพื่ออนาคตของการเดินทาง

ยกระดับประสบการณ์การเดินทาง ด้วยการขยายโครงข่ายจุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าอัตโนมัติที่เข้าถึงง่าย ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ชุมชน พร้อมนวัตกรรมการชาร์จที่รวดเร็ว แม่นยำ และไร้รอยต่อ เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำระบบนิเวศพลังงานสะอาดระดับประเทศ พร้อมต่อยอดสู่การพัฒนาตัวอัตโนมัติประเภทอื่นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มเติมในอนาคต

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน			
	YE/2568	2569	2570	2571
จำนวนหัวชาร์จสะสม GINKA Charge Point ที่ติดตั้งแล้วเสร็จและพร้อมให้บริการ	544	1000	1200	1400

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
“GINKA” โครงข่ายชุมพลังอัจฉริยะเพื่ออนาคตของการเดินทาง	2569	<ul style="list-style-type: none"> • เร่งติดตั้งหัวชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในทำเลศักยภาพสูง เช่น คอนโดมิเนียม อาคารสำนักงาน และคอมมูนิตีมอลล์ เพื่อรองรับการเติบโตของผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle) • พัฒนาระบบชาร์จอัตโนมัติ (Auto-Charge) เพื่อเพิ่มความสะดวกและรองรับการใช้งานของผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า • พัฒนาระบบสื่อสารกับลูกค้าแบบอัตโนมัติ เพื่อใช้ในการแจ้งเตือนข้อมูลการชาร์จและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการ พร้อมทั้งรองรับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เช่น การนำเสนอโปรโมชั่นและโปรแกรมสะสมสิทธิประโยชน์ (Loyalty Program) • พัฒนาเทคโนโลยีเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าอัตโนมัติ • พัฒนาแพลตฟอร์ม สำหรับผู้ใช้บริการ เจ้าของสถานที่ และบริษัทฯ ให้สะดวก ใช้งานง่าย
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งานสถานีชาร์จมาวิเคราะห์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขยายจุดชาร์จในพื้นที่ที่มีความต้องการสูง • ศึกษาและพัฒนาเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพและรองรับเทคโนโลยีใหม่ พร้อมปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด • ขยายความร่วมมือทางธุรกิจผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการพิจารณาโอกาสในการควบรวมกิจการหรือเข้าลงทุน (M&A) เพื่อเสริมศักยภาพและต่อยอดการเติบโตของธุรกิจ • พัฒนาแพลตฟอร์ม สำหรับผู้ใช้บริการ เจ้าของสถานที่ และบริษัทฯ ให้สะดวก ใช้งานง่าย
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาบริการหลังการขาย ให้ลูกค้าพึงพอใจ เช่น เมื่อกลับมาใช้งานครั้งถัดไปสามารถใช้บริการได้ทันที ระบบสะสมแต้ม เป็นต้น

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและพัฒนาเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพและรองรับเทคโนโลยีใหม่ พร้อมปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด พัฒนาพื้นที่สถานีชาร์จให้เป็นศูนย์พลังงานชุมชนแบบครบวงจร (Community Energy Hub) เพื่อสร้างรายได้เสริมระหว่างการใช้บริการของลูกค้า การนำ AI มาใช้ในธุรกิจและองค์กร ขยายความร่วมมือทางธุรกิจผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการพิจารณาโอกาสในการควบรวมกิจการหรือเข้าลงทุน (M&A) เพื่อเสริมศักยภาพและต่อยอดการเติบโตของธุรกิจ พัฒนาตู้อัตโนมัติรูปแบบใหม่เพิ่มเติม เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการและรองรับการนำเสนอบริการใหม่ในอนาคต

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

• ลักษณะความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสถานีชาร์จยานยนต์ไฟฟ้าอย่างรวดเร็ว

• ผลกระทบความเสี่ยง

อุปกรณ์หรือระบบที่ใช้อยู่ล้าสมัย และหัวชาร์จอาจไม่รองรับกับระบบของรถรุ่นใหม่ที่ยังรองรับไฟสูงขึ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ออกแบบโครงสร้างสถานีชาร์จแบบ Modular Design เพื่อรองรับการอัปเดตเทคโนโลยีในอนาคต
- หน่วยงานวิจัยและพัฒนาศึกษาและติดตามแนวโน้มเทคโนโลยี EV และมาตรฐานการชาร์จใหม่อย่างต่อเนื่อง
- เลือกใช้อุปกรณ์ที่รองรับมาตรฐานสากลและสามารถอัปเดตระบบได้

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันในตลาดเครื่องชาร์จฯ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยง สภาวะการแข่งขันในตลาดเครื่องชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า

• ผลกระทบความเสี่ยง

เสียโอกาสในการสร้างรายได้จากจุดที่มีจราจรหนาแน่น และเกิด "ช่องว่าง" ในแผนที่การเดินทาง ทำให้ลูกค้าหันไปใช้แบรนด์อื่นที่ครอบคลุมกว่า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- เร่งขยายจุดชาร์จในพื้นที่พันธมิตรทางธุรกิจเดิมที่มีเครือข่ายอยู่แล้ว
- จัดทำข้อเสนอความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการติดตั้งจุดชาร์จ
- วิเคราะห์ข้อมูลการเดินทางและพฤติกรรมผู้ใช้ EV เพื่อเลือกทำเลที่มีศักยภาพสูง

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากนโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

- ผลกระทบความเสี่ยง

รัฐออกนโยบายการควบคุมการให้บริการให้มีมาตรฐาน

- มาตรการจัดการความเสี่ยง

ติดตามมาตรการและกฎหมายที่ออกใหม่เพิ่มเติมเพื่อออกแบบการให้บริการให้มีมาตรฐาน

ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

บริษัทมุ่งเสริมสร้างความเป็นอิสระและประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการให้มีความโปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การปรับโครงสร้างคณะกรรมการบริษัทให้มีสัดส่วนกรรมการอิสระมากกว่า 50%	2569	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดคุณสมบัติที่ต้องการของกรรมการอิสระท่านใหม่ จัดทำแผนสรรหากรรมการอิสระเพิ่มเติม
	2570	<ul style="list-style-type: none"> สรรหาผู้ที่เหมาะสมกับตำแหน่งกรรมการอิสระอย่างน้อย 2-3 รายสำหรับพิจารณาแต่งตั้ง ทบทวนองค์ประกอบคณะกรรมการชุดย่อยให้รองรับสัดส่วนกรรมการอิสระที่เพิ่มขึ้น
	2571	<ul style="list-style-type: none"> แต่งตั้งกรรมการอิสระเพิ่มอย่างน้อย 1 ราย สัดส่วนของกรรมการที่เป็นอิสระมากกว่า 50% ของกรรมการทั้งคณะ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการอิสระไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนด

• ลักษณะความเสี่ยง

ไม่สามารถสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามเกณฑ์ และมีความรู้ความสามารถตรงกับธุรกิจ มาดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระได้ภายในปี 2571

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ไม่สามารถแต่งตั้งกรรมการอิสระเพิ่มได้ตามแผนในปี 2571
- สัดส่วนของกรรมการที่เป็นอิสระในปี 2571 ไม่เป็นไปตามแผน คือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50% ของกรรมการทั้งคณะ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดทำ Candidate Pool ล่วงหน้าตั้งแต่ปี 2570 อย่างน้อย 2-3 ราย
2. ว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกช่วยสรรหา (ถ้าจำเป็น)

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งยกระดับระบบการกำกับดูแลและการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยดำเนินการทบทวนและพัฒนานโยบาย แนวปฏิบัติ และกระบวนการควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน 	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ได้รับการรับรอง	-	-	-
กำหนดให้พนักงานทุกคนต้องเข้ารับการอบรมและทำแบบทดสอบเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนที่กำหนด	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
รักษาสถานะได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ในปี 2569 และเตรียมพร้อมสำหรับการต่ออายุการรับรองในปี 2570	2569	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องให้เป็นปัจจุบัน ประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันประจำปี รวมทั้งกำหนดมาตรการควบคุมที่เหมาะสมเพื่อลดโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัท ตรวจสอบความพร้อมของเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการรับรอง CAC จัดเก็บข้อมูลและเอกสารเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการต่ออายุในปีถัดไป
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้สอดคล้องกับบริบทและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป ติดตามและรายงานผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัท

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> จัดทำและยื่นแบบประเมินตนเอง (Self-Evaluation Tool) ล่วงหน้าอย่างน้อย 3 เดือน ก่อนการรับรองเดิมจะหมดอายุ รวบรวมเอกสาร หลักฐาน และผลการดำเนินงานย้อนหลังเพื่อยื่นขอต่ออายุการรับรอง CAC ตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด ได้รับการต่ออายุการรับรอง CAC
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้สอดคล้องกับกฎระเบียบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลงไป ติดตาม ประเมินผล และรายงานการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างต่อเนื่อง
กำหนดให้พนักงานทุกคนต้องเข้ารับการอบรมและทำแบบทดสอบ เพื่อวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยต้องผ่านเกณฑ์คะแนนที่กำหนด	2569	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงหลักสูตรและเนื้อหาแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจนโยบายต่อต้านการทุจริตให้เป็นปัจจุบัน สื่อสารและเผยแพร่ นโยบายและแนวปฏิบัติให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้องรับทราบ
	2570	<ul style="list-style-type: none"> แจ้งพนักงานเข้ารับการอบรม และมีการติดตามให้ทำแบบทดสอบจนผ่านเกณฑ์คะแนนที่กำหนด
	2571	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานเข้ารับการอบรม และมีการติดตามให้ทำแบบทดสอบจนผ่านเกณฑ์คะแนนที่กำหนด

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานไม่สอดคล้องตามเกณฑ์ CAC

• ลักษณะความเสี่ยง

การติดตาม ทบทวน และปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเรื่องต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันไม่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วนตามเกณฑ์การรับรอง CAC

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้บริษัทมีข้อมูลไม่ครบถ้วนถูกต้อง และไม่สามารถยื่นเอกสารตามเกณฑ์การรับรอง CAC ได้ครบถ้วน ตามระยะเวลาที่กำหนด ทำให้มีความเสี่ยงที่จะไม่ผ่านการต่ออายุ (Renewal) หรือถูกเพิกถอนสถานะ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติเป็นประจำทุกปี
- จัดทำ Checklist เอกสารตามเกณฑ์ของ CAC และกำหนดผู้รับผิดชอบในการติดตามและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งรายงานความคืบหน้าต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริษัทเป็นระยะ อย่างน้อยทุก 6 เดือน
- ให้ผู้ตรวจสอบภายในให้คำปรึกษา ติดตาม และประเมินความสอดคล้องของการดำเนินงานตามเกณฑ์ CAC อย่างสม่ำเสมอ

ความเสี่ยงที่ 2 : การไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันของพนักงาน

• ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือไม่ตระหนักถึงนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน อาจนำไปสู่การปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล หรือฝ่าฝืนนโยบายของบริษัท

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบในหลายมิติ โดยในด้านกฎหมายและข้อกำกับดูแล องค์กรอาจเผชิญความเสี่ยงจากการฝ่าฝืนกฎหมายหรือข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งอาจนำไปสู่การถูกลงโทษหรือค่าปรับ ในด้านชื่อเสียง อาจกระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของผู้

ลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย นอกจากนี้ยังอาจก่อให้เกิดความเสียหายทางการเงิน รวมถึงส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของระบบควบคุมภายในและการกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดให้พนักงานทุกระดับเข้ารับการอบรมด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ
2. จัดให้มีการทดสอบวัดความเข้าใจและกำหนดเกณฑ์การผ่านอย่างชัดเจน
3. สื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติผ่านช่องทางภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง
4. จัดให้มีช่องทางการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing) ที่ปลอดภัยและเป็นความลับ
5. ติดตามและรายงานผลการอบรมและการประเมินต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ
6. กำหนดบทลงโทษและมาตรการทางวินัยสำหรับผู้ฝ่าฝืนนโยบายอย่างชัดเจน

แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

ลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียน ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	เสร็จสิ้น	-	-	-
• มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติแจ้งเบาะแสที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
• แต่งตั้งบุคคลผู้รับเรื่องการแจ้งเบาะแสที่มีความเป็นกลาง	เสร็จสิ้น	-	-	-
• เรื่องร้องเรียนทุกรายการได้รับการสืบสวน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียนให้รวดเร็วยิ่งขึ้น	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน ไม่เกิน 15 วันทำการ ภายในปี 2571	2569	<ul style="list-style-type: none"> • วิเคราะห์สถิติระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน ตั้งแต่ปี 2566-2568 และรายงานให้ผู้บริหารทราบ • ทบทวนกระบวนการรับเรื่องและพิจารณาข้อร้องเรียนทั้งหมด เพื่อระบุขั้นตอนที่ใช้เวลานานหรือซ้ำซ้อน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงาน ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพื่อให้ระยะเวลาตั้งแต่รับแจ้งข้อร้องเรียนจนถึงแจ้งผลสุดท้ายไม่เกิน 15 วันทำการ เสนอแนวปฏิบัติที่ปรับปรุงแล้วต่อคณะกรรมการบริษัทหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาอนุมัติ และปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้อง เริ่มทดลองและบังคับใช้แนวปฏิบัติที่ปรับปรุงใหม่อย่างเคร่งครัด จัดเก็บและติดตามสถิติระยะเวลาเฉลี่ยตั้งแต่วันที่รับแจ้งจนถึงวันที่สื่อสารผลสุดท้ายแก่ผู้ร้องเรียน พร้อมรายงานต่อผู้บริหารเป็นรายครึ่งปี ทบทวนผลการดำเนินงานและปรับปรุงกระบวนการเพิ่มเติม หากพบกรณีที่ใช้ระยะเวลาเกินเป้าหมาย
	2571	<ul style="list-style-type: none"> รายงานผลการดำเนินงานเรื่องการจัดการข้อร้องเรียนต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปี เรื่องที่บริษัทสามารถลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียนให้รวดเร็วขึ้น เหลือระยะเวลาเฉลี่ยไม่เกิน 15 วันทำการต่อกรณี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนล่าช้าไม่เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด

• ลักษณะความเสี่ยง

หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอาจดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนอาจยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ส่งผลให้ระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

• ผลกระทบความเสี่ยง

ไม่สามารถลดระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน ไม่เกิน 15 วันทำการ ได้ภายในปี 2571

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- เก็บสถิติในการจัดการข้อร้องเรียน และทบทวนกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน อย่างน้อยทุกครึ่งปี เพื่อนำมาวิเคราะห์สาเหตุในกรณีที่กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนใช้เวลานานกว่าที่กำหนด และทำการปรับปรุงกระบวนการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียน
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัทเป็นระยะ พร้อมกำหนดมาตรการแก้ไขกรณีที่ใช้เวลานานเกินเป้าหมาย

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

บริษัทกำหนดแผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) สำหรับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และขอบเขตที่ 2 โดยดำเนินการตามแนวทางมาตรฐานสากลของ GHG Protocol เพื่อให้การคำนวณและรายงานข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส และสามารถเปรียบเทียบได้ในระดับสากล ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นในการกำหนดแนวทางลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอนาคต และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเติบโตอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2	2569	<ul style="list-style-type: none"> ว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกเพื่อให้คำปรึกษาในการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบและประสานงานกับที่ปรึกษาภายนอกในการจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ศึกษาและกำหนดหน่วยงานและกิจกรรมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ตามขอบเขตที่ 1 และ 2 ให้สอดคล้องสำหรับธุรกิจของกลุ่มบริษัท เพื่อให้สามารถจัดเก็บข้อมูลมาใช้คำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ได้ถูกต้องและครบถ้วน
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ทดลองจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ปี 2569 ตามขอบเขตที่ 1 และ 2 ที่ผ่านการทวนสอบ ให้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษาภายนอก รายงานการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ปี 2569 ตามขอบเขตที่ 1 และ 2 ต่อคณะกรรมการบริษัท
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ปี 2570 ตามขอบเขตที่ 1 และ 2 ที่ผ่านการทวนสอบ (Verification) จากหน่วยงานอิสระภายนอกที่ได้รับการรับรองจาก อบก. พร้อมนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและเผยแพร่ในรายงานประจำปี
การบริหารจัดการ การใช้พลังงานของบริษัท	2569	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้พลังงานย้อนหลัง เพื่อระบุพื้นที่หรืออุปกรณ์ที่ใช้พลังงานสูง ศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เช่น ระบบปรับอากาศ หลอดไฟ หรืออุปกรณ์สำนักงาน ศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น การติดตั้ง Solar Rooftop จัดทำแผนบริหารจัดการใช้พลังงานระยะเวลา 3 ปี และเสนอผู้บริหารพิจารณา
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินมาตรการบริหารจัดการ การใช้พลังงานภายในองค์กร พร้อมสื่อสารสร้างความเข้าใจแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อให้ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> หากผ่านการพิจารณาความคุ้มค่า อาจเริ่มดำเนินโครงการพลังงานหมุนเวียน เช่น ติดตั้ง Solar Rooftop เป็นต้น ติดตามและวัดผลการใช้พลังงานเปรียบเทียบกับปีฐาน (Base Year) ศึกษาการจัดทำแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และกำหนดปีฐาน (Base Year) จัดทำแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัท โดยอ้างอิงจากข้อมูลปีฐาน (Base Year) และระบุแนวทางหรือมาตรการสำคัญในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รายงานผลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริษัท และเปิดเผยในรายงานประจำปี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การขาดความเข้าใจในการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory)

• ลักษณะความเสี่ยง

คณะทำงานอาจขาดความรู้ ความเข้าใจ ที่ครบถ้วนเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ทำให้การจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจไม่ครบถ้วน

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีความคลาดเคลื่อนหรือไม่ถูกต้อง และส่งผลให้การคำนวณหรือการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ว่างจ้างที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) เพื่อให้คำแนะนำ ในการวางแผนการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน สนับสนุนการคำนวณและการจัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมถึงจัดอบรมพัฒนาความรู้ความเข้าใจแก่คณะทำงาน
2. คณะทำงานกำหนดรอบการทบทวนและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล อย่างน้อยทุกไตรมาส

ความเสี่ยงที่ 2 : การไม่สามารถการบริหารจัดการ การใช้พลังงานของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

• ลักษณะความเสี่ยง

ผู้ที่เกี่ยวข้องและพนักงานอาจไม่ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ หรือขาดความตระหนักในการปฏิบัติตามมาตรการบริหารจัดการ การใช้พลังงานของบริษัท รวมถึง การลงทุนในอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน มีความไม่คุ้มค่า

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสี่ยงดังกล่าวอาจส่งผลให้การบริหารจัดการพลังงานขององค์กรไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ขาดข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการวางแผนและตัดสินใจ รวมถึงอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านการดำเนินงานตามแนวทางความยั่งยืน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารจัดการพลังงานขององค์กรให้ชัดเจนและสื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับทราบ
2. จัดให้มีระบบการเก็บรวบรวมและติดตามข้อมูลการใช้พลังงานอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และวางแผน
3. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของพนักงานผ่านการสื่อสารและกิจกรรมภายในองค์กร
4. รายงานผลการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการพลังงานต่อผู้บริหารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและปรับปรุงการดำเนินงาน