



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1



บริษัท อิททิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(ITTHI)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 11/08/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 26/08/2569

A decorative graphic at the bottom of the page consisting of several overlapping, wavy, yellow and orange shapes that create a sense of movement and depth.

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท อิทธิฤทธิ์ ไนซ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ("ITTHI") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

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

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

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

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

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของยอดขายควบคู่ไปกับการรักษาอัตรากำไรสุทธิอย่างยั่งยืน	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	7
แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ	8
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10
แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	12
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	14
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+	20

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

ภาพรวมธุรกิจ

จัดจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าส่องสว่าง และอุปกรณ์ประเภท IET รวมทั้งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ โดยในปัจจุบันไม่ได้เป็นส่วนงานที่สำคัญในการบริหารจัดการ ซึ่งยังมีการจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่ซื้อประจำอย่างต่อเนื่องเป็นหลัก

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	695.56	652.85	440.48	227.62
ค่าใช้จ่าย	658.28	615.43	409.22	200.86
Net Profit	28.18	28.02	23.20	21.15

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	461.66	488.43	501.18	201.56
หนี้สิน	84.51	114.18	154.94	78.81
ส่วนผู้ถือหุ้น	376.55	374.25	346.24	122.75

งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	13.30	120.78	-107.94	32.58
กิจกรรมลงทุน	-7.90	-5.12	-2.99	-0.88
กิจกรรมจัดหาเงิน	-40.40	5.52	193.66	-37.15

อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.10	0.10	0.09	0.13
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	15.26	16.97	22.42	33.57
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.05	4.29	5.27	9.29
D/E Ratio (เท่า)	0.22	0.31	0.45	0.64
ROE (%)	7.51	7.78	9.89	17.23
ROA (%)	7.85	7.43	8.71	13.41

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ เป้าหมาย ณ ปี 2571			
Net Profit		200.00 ล้านบาท	
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ : กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของยอดขายควบคู่ไปกับการรักษาอัตรากำไรสุทธิอย่างยั่งยืน			

แผนด้านธรรมาภิบาล			
1. แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ			
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน			
3. แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด			
4. แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ			

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ			
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก			

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน 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)	23.20	28.02	28.18	200.00

เป้าหมายสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเพิ่มปริมาณยอดขาย (Sales Volume Growth), การขยายฐานลูกค้าใหม่ (Customer Base Expansion), และ การเพิ่มประสิทธิภาพอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin Improvement)

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของยอดขายควบคู่ไปกับการรักษาอัตรากำไรสุทธิอย่างยั่งยืน

ขั้นตอนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Implementation Roadmap)

ระยะที่ 1: การเตรียมความพร้อมและวิเคราะห์ศักยภาพ (Pre-Expansion Phase) การวิเคราะห์เกณฑ์ข้อกำหนดภาครัฐ (Public Sector Compliance):

- ศึกษาข้อกำหนดในมาตรฐานการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ และการเตรียมเอกสารรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มโอกาสในการประมูลงาน
- การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ (Product Portfolio Selection): คัดเลือกสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง (High Margin) เพื่อนำเสนอต่อโครงการอสังหาริมทรัพย์และภาครัฐ เพื่อให้มั่นใจว่าการขยายตัวของยอดขายจะไม่ทำให้ภาพรวมของอัตรากำไรสุทธิลดลง

ระยะที่ 2: การเจาะตลาดเชิงรุก (Market Penetration & Development)

การสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ (B2B Relationship Management): * สร้างทีมขายเฉพาะทาง (Key Account Management) เพื่อเข้าถึงกลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับต้นของประเทศ

- นำเสนอโซลูชันแบบครบวงจร (Integrated Solutions) เพื่อเพิ่มมูลค่าต่อสัญญา มากกว่าการแข่งขันที่ราคาต่อหน่วย

การประมูลงานภาครัฐ (B2G Strategic Bidding):

- ติดตามแผนการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ใช้กลยุทธ์พันธมิตร (Consortium) ในกรณีที่โครงการมีความซับซ้อน เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและกระจายความเสี่ยง

ระยะที่ 3: การยกระดับช่องทางดิจิทัลและเพิ่มประสิทธิภาพกำไร (Digital Acceleration & Margin Control)

การวางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Infrastructure):

- พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รองรับทั้งลูกค้าทั่วไป (B2C) และลูกค้าโครงการที่ต้องการสั่งซื้อวัสดุซ้ำ (Repeat Order)
- ใช้ระบบอัตโนมัติในการรับคำสั่งซื้อและออกเอกสาร เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร (Admin Cost)

การใช้ Data Analytics เพื่อบริหารจัดการกำไร:

- นำข้อมูลจากการขายออนไลน์มาวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อทำกลยุทธ์ Up-selling และ Cross-selling * ตรวจสอบอัตรากำไรสุทธิแบบ Real-time ในทุกช่องทาง เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ราคา (Dynamic Pricing) ให้ทันต่อสภาวะตลาด

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

การสร้างการเติบโตของรายได้จากการขยายฐานลูกค้าใหม่และการรักษาความต่อเนื่องของฐานลูกค้าเดิมผ่านกลยุทธ์ Omni-channel

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	48.21	6.54	40	45	50
EBIT Margin (%)	5.63	5.36	20	22	24

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มพูนรายได้และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนธุรกิจโดยมุ่งเน้น การสร้างการเติบโตของรายได้ผ่านการขยายฐานตลาดเชิงรุก เริ่มจากการเจาะกลุ่มโครงการภาครัฐ (Public Sector) และการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Development) ซึ่งเป็นภาคส่วนที่มีอุปสงค์ต่อเนื่องและมีมูลค่าโครงการสูง ควบคู่ไปกับการขยายขอบเขตการดำเนินงานเข้าสู่ตลาดงานโครงการเฉพาะทาง (Specialized Institutional Markets) ซึ่งครอบคลุมกลุ่มสถานพยาบาล สถานศึกษา ธุรกิจโรงแรม และภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการนำเสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์มาตรฐานทางวิศวกรรมและสถาปัตยกรรมระดับสากล เพื่อยกระดับสัดส่วนกำไรให้มีความมั่นคง ในด้านนวัตกรรมการจัดจำหน่าย องค์กรเร่งผลักดัน การยกระดับขีดความสามารถบนช่องทางดิจิทัล (Digital Channel Expansion) เพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Development) ให้มีความโดดเด่นและน่าเชื่อถือในระดับสากล ประการสุดท้าย เพื่อให้การเติบโตเป็นไปอย่างยั่งยืน องค์กรให้ความสำคัญกับการ พัฒนาระบบปฏิบัติการภายใน และการยกระดับมาตรฐานบริการหลังการขาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า (Customer Experience) ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการรักษาฐานลูกค้าเดิมและการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว	2569	- มุ่งเน้นการยกระดับรายได้รวมให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5-15 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐานเดิม - เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมส่องสว่าง, ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar PV), เทคโนโลยีบ้านอัจฉริยะ (Smart Home), เสาไฟอัจฉริยะ (Smart Pole) และโครงสร้างพื้นฐานระบบชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Solutions) - พัฒนาขีดความสามารถด้านการสืบค้นข้อมูลจากระบบ SEO สู่ AEO (Answer Engine Optimization) เพื่อรองรับพฤติกรรมการค้นหาผ่านปัญญาประดิษฐ์ พร้อมทั้งปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ (Website Architecture) ให้รองรับระบบ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงแบรนด์ และกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
	2570	- กำหนดให้เป็นปีแห่งการสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์และการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยมุ่งเน้นการขยายสัดส่วนรายได้จากกลุ่มโครงการภาครัฐ ภาคอสังหาริมทรัพย์ และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-20 เมื่อเทียบกับปีฐานเดิม - มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตอบสนองต่อแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) และความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ เพื่อส่งมอบโซลูชันที่มีคุณภาพสูงและตอบโจทย์การใช้งานจริงของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ - ยกระดับกระบวนการขายด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ผ่านการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอัจฉริยะ (Intelligent CRM) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและนำเสนอผลิตภัณฑ์เชิงรุก ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะบุคลากรและการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Agile Structure) พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล - ขยายยอดขายงานตู้ EV Charger และเพิ่มยอดขายด้าน Solar Rooftop และเพิ่มยอดขายหลอดไฟ LED เพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่บรรยากาศ
	2571	- มุ่งเน้นการสร้างรายได้รวมให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในอัตราร้อยละ 15-20 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐานเดิม - ยกระดับช่องทางจัดจำหน่ายผ่านการพัฒนาแพลตฟอร์มส่วนกลางภายใต้ชื่อ “Smart Lighting Mall” เพื่อรวบรวมพอร์ตโฟลิโอสินค้าอย่างครบวงจรและเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและทรัพยากร องค์กรมีมุ่งมั่นในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่าน "แผนการบริหารจัดการต้นทุนเชิงบูรณาการ" โดยมุ่งเน้นการปฏิรูปโครงสร้างการใช้พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรน้ำด้วยมาตรการควบคุมที่เข้มงวดและเทคโนโลยีประหยัดพลังงานควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนด้านระบบสารสนเทศและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน นอกจากนี้ ยังรวมถึงการวางระบบบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองอย่างมีกลยุทธ์เพื่อลดการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น โดยหัวใจสำคัญคือการขับเคลื่อน "โครงการสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมองค์กร" เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและคุ้มค่าให้แก่บุคลากรทุกระดับ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินและสิ่งแวดล้อมให้แก่บริษัทอย่างเป็นรูปธรรม	2569	- การกำหนดเอกลักษณ์เชิงนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ (Unique Selling Proposition) โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศในด้านวิศวกรรมการออกแบบ ความทนทานต่อการใช้งาน และการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly Innovations) - โครงการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานหลัก และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างยั่งยืน - มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและรณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณการใช้เมื่อเทียบกับฐานข้อมูลเดิม (Year-over-Year Comparison) - การขับเคลื่อนองค์กรสู่ระบบสำนักงานไร้กระดาษ (Paperless Office) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานดิจิทัล - การยกระดับอัตลักษณ์องค์กรสู่การเป็น "องค์กรสีเขียว" (Green Organization) เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล - แผนยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ในสัดส่วนร้อยละ 50 เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสนับสนุนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) - การติดตั้งระบบควบคุมอาคารอัตโนมัติ (Building Automation System) สำหรับระบบปรับอากาศ ตามแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) - การเสริมสร้างการรับรู้และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความยั่งยืน เพื่อผลักดันให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ - การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ (Cloud Transformation) เพื่อลดภาระการใช้พลังงานและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์แม่ข่าย พร้อมเพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ (Scalability)
	2570	- การยกระดับการบริหารจัดการพลังงานผ่านระบบอัจฉริยะ (Smart Energy Management) เพื่อตรวจสอบและควบคุมการใช้ไฟฟ้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด - การปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง โดยมุ่งเน้นวัสดุที่สามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อลดปริมาณขยะเหลือทิ้ง - การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งองค์กรสู่ยานยนต์ไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (100% EV Transition) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) - การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมเชิงรุก โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริงในทุกระดับขององค์กร - การพัฒนากระบวนการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจ (ERP Transformation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลและลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
	2571	- การประยุกต์ใช้ระบบรหัสแท่ง (Barcode System) ในการบริหารจัดการสินค้าทุกรายการ เพื่อยกระดับความแม่นยำของฐานข้อมูลและลดอัตราความคลาดเคลื่อนในการปฏิบัติงาน - การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าให้เป็นวิถีปฏิบัติพื้นฐานของบุคลากร

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากสภาวะการแข่งขันด้านราคาในอุตสาหกรรมอย่างรุนแรง

• ลักษณะความเสี่ยง

สภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงในตลาด อาจส่งผลให้คู่แข่งตัดสินใจใช้กลยุทธ์ด้านราคา (Price War) เพื่อขยายส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวอาจกดดันให้บริษัทจำเป็นต้องปรับลดราคาจำหน่ายเพื่อรักษฐานลูกค้าและระดับยอดขาย ส่งผลกระทบโดยตรงต่ออัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) รวมถึงขีดความสามารถในการทำกำไรและรายได้รวมขององค์กรในภาพรวม

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งส่งผลให้การรับรู้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่วางไว้ อันเนื่องมาจากสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปหรือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค
2. การเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรม (New Entrants) ที่อาจนำเสนอนวัตกรรมหรือโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างความท้าทายต่อความสามารถในการแข่งขันและการรักษฐานลูกค้าเดิมของบริษัท

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการยกระดับบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพและการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่รวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
2. วางแผนและดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายเชิงรุกเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อและขยายฐานลูกค้าในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง
3. พัฒนากลยุทธ์การจัดซื้อโดยสร้างเครือข่ายพันธมิตรผู้ร่วมค้า (Suppliers) ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองและบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
4. รักษามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับโครงสร้างราคา (Value for Money) เพื่อส่งมอบคุณค่าที่คุ้มค่าที่สุดให้แก่ผู้บริโภค

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการประกอบธุรกิจ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของพฤติกรรมผู้บริโภค ครอบคลุมทั้งในด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และกระบวนการตัดสินใจซื้อ อาทิ การเปลี่ยนผ่านจากรูปแบบหน้าร้านดั้งเดิมสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (Digital Transformation) การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความยั่งยืน (Sustainability) และการพิจารณาความคุ้มค่าที่มากกว่าราคา สภาวะดังกล่าวกดดันให้บริษัทจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด และรูปแบบการบริการให้เท่าทันต่อแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. ความเสี่ยงต่อการลดลงของรายได้รวมขององค์กร เนื่องจากการปรับตัวที่ไม่เท่าทันต่อความต้องการของตลาด หรือการสูญเสียโอกาสในการขายในช่องทางที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในปัจจุบัน
2. การเพิ่มขึ้นของอายุสินค้าคงคลัง (Inventory Aging) ซึ่งส่งผลให้เกิดการสะสมของสินค้าค้างสต็อกนานเกินกำหนด กระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน และเพิ่มความเสี่ยงด้านการเสื่อมสภาพหรือการตกทุนของสินค้าเทคโนโลยี

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์แบบครบวงจร เพื่อรองรับพฤติกรรมการซื้อขายแบบดิจิทัลและเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง
2. มุ่งขยายฐานลูกค้าให้มีความหลากหลาย (Diversification) ทั้งในกลุ่มลูกค้ารายย่อยและกลุ่มลูกค้าองค์กร เพื่อลดการพึ่งพากลุ่มตลาดใดกลุ่มตลาดหนึ่งและสร้างเสถียรภาพทางรายได้
3. ดำเนินกลยุทธ์จัดหาสินค้าและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะเจาะจงของลูกค้าในแต่ละเซกเมนต์ (Customized Solutions)
4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและแคมเปญการตลาดเชิงรุก เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและบริหารจัดการหมุนเวียนสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

มุ่งสู่คณะกรรมการที่เปี่ยมด้วยพลวัต มีความหลากหลาย และเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ด้วยการวางรากฐานและปรับโครงสร้าง (Foundation & Restructuring)

ในโลกที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและความยั่งยืน องค์กรจำเป็นต้องมีคณะกรรมการที่มีวิสัยทัศน์เท่าทันเหตุการณ์ แผนกลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการสร้าง "High-Performance Board" ที่มีความหลากหลายและทักษะรอบด้าน เพื่อนำพาองค์กรผ่านความท้าทายในทศวรรษหน้า

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
บริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยในการกำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
การพัฒนาและสร้างความหลากหลายของคณะกรรมการ	-	การวางรากฐานและปรับโครงสร้าง	การเสริมสร้างขีดความสามารถเชิงลึก	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การพัฒนาและสร้างความหลากหลายของคณะกรรมการ	2569	• การกำหนดนิยามความหลากหลายที่ตอบโจทย์อนาคต: เริ่มต้นด้วยการปรับปรุง Board Skill Matrix ให้ครอบคลุมเทรนด์โลกปี 2026 เช่น ความเชี่ยวชาญด้าน AI Governance, Green Energy และการบริหารความหลากหลายของแรงงาน 5 ชั่ววัย การปฏิรูปกระบวนการสรรหา (Open Recruitment): เปลี่ยนจากการสรรหาผ่านคอนเนกชัน เป็นการใช้จ่ายซื้อจาก Director Pool และ Professional Search Firms โดยกำหนดสัดส่วน "กรรมการที่เป็นตัวแทนกลุ่มใหม่" (เช่น สตรี หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่อายุน้อย) เข้าไปใน List รายชื่อผู้สมัคร (Shortlist)
	2570	• แผนพัฒนาเฉพาะบุคคล (Customized IDP): องค์กรจะสนับสนุนให้กรรมการแต่ละท่านเข้าอบรมหลักสูตรเฉพาะทางที่ตนเองยังขาด
	2571	• แผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการ (Succession Excellence): สร้างระบบ Talent Pipeline สำหรับกรรมการ เพื่อให้มั่นใจว่าเมื่อมีการครบวาระ องค์กรจะมีตัวเลือกที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามความหลากหลายที่กำหนดไว้รออยู่เสมอ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความขัดแย้งทางวัฒนธรรมและแนวคิด

• ลักษณะความเสี่ยง

การเพิ่มความหลากหลาย 5 ช่วงวัยอาจนำไปสู่ความขัดแย้งในสไตล์การทำงานและการตัดสินใจ กรรมการรุ่นอาวุโสที่เน้นประสบการณ์อาจขัดแย้งกับกรรมการรุ่นใหม่ที่เน้นความเร็วและเทคโนโลยี
กรรมการเดิมอาจรู้สึกไม่สบายใจหรือต่อต้านการถูกประเมินผ่าน Skill Matrix แบบใหม่ ซึ่งอาจมองว่าเป็นการลดทอนคุณค่าของประสบการณ์ดั้งเดิม

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจเกิดสภาวะ "บอร์ดติดขัด" (Boardroom Paralysis) การตัดสินใจล่าช้าเนื่องจากคิ้วยกกันคนละภาษา หรือใช้บรรทัดฐานในการตัดสินใจที่ต่างกันเกินไป
ทำให้องค์กรเสียโอกาสในการชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำระบบ "Reverse Mentoring" และการปฐมนิเทศเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้กรรมการรุ่นใหม่แชร์ความรู้ด้านเทคโนโลยี และกรรมการรุ่นใหญ่แชร์ประสบการณ์การบริหารจัดการ พร้อมทั้งกำหนด Board Charter ที่เน้นการยอมรับความเห็นที่แตกต่าง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการคัดเลือกและคุณภาพ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการเลือกคนเพียงเพื่อให้ "ครบช่อง" ใน Matrix (Tokenism) เช่น เลือกผู้เชี่ยวชาญ AI ที่ขาดความเข้าใจในภาพรวมธุรกิจ หรือเลือกคนตามช่วงวัยแต่ไม่มีทักษะความเป็นผู้นำในระดับบอร์ด ทักษะอย่าง AI Governance หรือ Green Energy เป็นเรื่องใหม่และซับซ้อน หากกรรมการมีเพียงความรู้ทางทฤษฎีแต่ขาดประสบการณ์การบริหารความเสี่ยงในเรื่องนั้นจริงๆ อาจนำพาองค์กรไปในทิศทางที่ผิดพลาดได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

เกิดการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ "ผิดพลาดและมีราคาแพง" เช่น การลงทุนในเทคโนโลยี AI ที่ไม่คุ้มค่า หรือแผนพลังงานสะอาดที่ทำไม่ได้จริง ส่งผลต่อสถานะทางการเงินและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Operational Efficiency)

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ไม่ปรับโครงสร้างทั้งหมดในคราวเดียว แต่ให้ใช้การเปลี่ยนผ่านแบบเป็นลำดับขั้น
2. สร้างระบบพี่เลี้ยงระหว่างกรรมการต่างวัย (Reverse Mentoring) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีจากรุ่นใหม่ และความรู้ด้านการเมืององค์กรจากรุ่นใหญ่
3. ใช้ระบบเป็นที่ปรึกษาให้คณะกรรมการในระยะแรก และกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่ต้องมีผลงานเชิงประจักษ์มากกว่าความรู้ในทางทฤษฎี

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงด้านการสืบทอดตำแหน่ง

• ลักษณะความเสี่ยง

การตั้งเกณฑ์ที่เฉพาะเจาะจงมากเกินไป (เช่น ต้องเป็น Gen Z ที่เชี่ยวชาญ Green Energy และมีประสบการณ์บริหาร) อาจทำให้ตัวเลือกใน Pipeline น้อยเกินไป จนเกิดภาวะขาดแคลนตัวเลือกเมื่อถึงเวลาจริง และผู้ที่มิชื่ออยู่ใน Talent Pipeline อาจรอนานเกินไปจนเปลี่ยนใจไปรับตำแหน่งที่อื่น ทำให้เมื่อถึงเวลาที่กรรมการจริงครบวาระ องค์กรกลับไม่มีคนพร้อมเข้าปฏิบัติหน้าที่

• ผลกระทบความเสี่ยง

เกิด "สุญญากาศทางการบริหาร" (Leadership Vacuum) เมื่อไม่สามารถหาตัวแทนที่ตรงตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้สูงเกินไปได้ทันเวลา ทำให้ความต่อเนื่องในการบริหารขาดตอน และอาจต้องรีบคว่ำใครก็ได้มาแทน ซึ่งส่งผลเสียในระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

ขยายแหล่งที่มาและโอกาสของ Talent ไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมข้างเคียง และการรักษาความสัมพันธ์กับคนใน Pipeline ไม่ให้เปลี่ยนใจไปที่อื่น

ความเสี่ยงที่ 4 : ความเสี่ยงด้านจริยธรรมและการกำกับดูแล

• ลักษณะความเสี่ยง

หากบอร์ดเร่งผลักดัน AI Governance โดยไม่เข้าใจความซับซ้อนของ Algorithm อาจเกิดความเสี่ยงด้านการละเมิดสิทธิข้อมูลหรือการตัดสินใจที่อคติ ซึ่งส่งผลต่อชื่อเสียงองค์กรอย่างรุนแรง และการมุ่งเน้น Green Energy ตามเทรนด์โลก หากทำเพียงเพื่อภาพลักษณ์โดยขาดแผนปฏิบัติการที่ทำได้จริง อาจถูกมองว่าเป็นการสร้างภาพ (Greenwashing) และถูกตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับดูแล

• ผลกระทบความเสี่ยง

วิกฤตความเชื่อมั่น" (Reputational Crisis) หากองค์กรถูกตราหน้าว่าทำ Greenwashing หรือใช้ AI อย่างไม่โปร่งใส จะถูกกดดันจากนักลงทุน (Institutional Investors) และอาจโดนบทลงโทษทางกฎหมาย ซึ่งทำลายมูลค่าหุ้นและแบรนด์อย่างมหาศาล

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำรายงานโปร่งใสตามมาตรฐานสากล (เช่น GRI หรือ ISSB) เพื่อป้องกันข้อครหาเรื่อง Greenwashing

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

การยกระดับการต่อต้านการทุจริตในองค์กรอย่างยั่งยืน ไม่ได้เป็นเพียงการออกระเบียบข้อบังคับเพิ่มเติม แต่คือการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ระบบ "เชิงรุก" (Proactive Approach) ที่มุ่งเน้นการปิดโอกาสการกระทำผิดตั้งแต่ต้นทาง โดยอาศัยการประสานกันของ 3 องค์ประกอบหลัก คือ เทคโนโลยี ระบบบริหารจัดการ และบุคลากร

1. ใช้เทคโนโลยี สำหรับเริ่มทำระบบ Data Analytics ตรวจสอบทุจริตให้เรียบร้อยแล้วค่ะ โดยครอบคลุมตั้งแต่ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง คู่ค้า การเงิน ไปจนถึงพฤติกรรมการทำงานของบุคลากร เพื่อหา "ธงแดง" (Red Flags) หรือสัญญาณเตือนภัยที่มนุษย์อาจมองไม่เห็นจากเอกสารนับหมื่นฉบับ

2. การบริหารความเสี่ยงเชิงรุก (Proactive Risk Management) ยารอให้เกิดปัญหา แต่ต้องหา "จุดอ่อน" ให้เจोक่อน Corruption Risk Assessment: ประเมินจุดเสี่ยงในแต่ละกระบวนการ เช่น งานอนุมัติอนุญาต งานจัดซื้อ หรือโครงการที่มีมูลค่าสูง No Gift Policy: ประกาศนโยบาย "งดรับ งดให้" ของขวัญ ในทุกเทศกาลอย่างจริงจัง เพื่อตัดวงจรสินบนแฝง Whistleblowing System : ช่องทางการร้องเรียนที่ปลอดภัย ปกปิดตัวตนผู้แจ้งเบาะแส และมีกระบวนการตอบสนองที่รวดเร็ว

3. การปลูกฝังจิตสำนึกและวัฒนธรรม (Integrity Culture) กฎระเบียบอาจถูกฝ่าฝืนได้ แต่ "จิตสำนึก" จะเป็นตัวควบคุมที่ยั่งยืนที่สุด Tone at the Top: ผู้นำองค์กรต้องแสดงความมุ่งมั่น (Commitment) อย่างชัดเจนและทำให้ดูเป็นตัวอย่าง Ethical Training: จัดอบรมในรูปแบบ Case Study ที่เกิดขึ้นจริง ไม่ใช่แค่การอ่านตัวบทกฎหมาย เพื่อให้พนักงานแยกแยะได้ว่า "อะไรทำได้" และ "อะไรคือความเสี่ยง" Incentivizing Integrity: ให้รางวัลหรือประกาศเกียรติคุณแก่หน่วยงานหรือบุคคลที่มีความโปร่งใสดีเยี่ยม

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และ มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	ดำเนินการให้คู่ค้ารายสำคัญจัดทำนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของคู่ค้ารายสำคัญ	ดำเนินการให้คู่ค้ารายสำคัญจัดทำนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ให้ครบร้อยละ 100 ของคู่ค้ารายสำคัญ พร้อมติดตามและประเมินผล การปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	ขยายให้คู่ค้าสำคัญใน "กลุ่มรอง" จัดทำนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของคู่ค้ากลุ่มรอง

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การวางรากฐานและระบบข้อมูล การวิเคราะห์และตรวจจับความยั่งยืนและเครือข่ายภาคประชาชน	2569	• ข้อมูลพร้อมใช้งานและช่องทางร้องเรียนน่าเชื่อถือ
	2570	• ตรวจพบและสกัดกั้นความผิดปกติได้ก่อนเกิดความเสียหาย
	2571	• องค์กรโปร่งใสในสายตาคนภายนอกและระบบมีความเสถียร

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Risk)

• ลักษณะความเสี่ยง

เป็นการบิดเบือนกติกาการตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อให้ผ่านเงื่อนไข อาจจงใจระบุรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจง เพื่อกีดกันคู่แข่งรายอื่น หรืออาจมีการตกลงแบ่งผลประโยชน์กันไว้ล่วงหน้า พฤติการณ์เหล่านี้ทำให้องค์กรต้องจ่ายเงินสูงกว่าราคาตลาด และสูญเสียโอกาสในการได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีที่สุดในที่สุด รวมถึงการแบ่งงบประมาณการจัดซื้อจัดจ้างไม่ให้ถึงอำนาจการอนุมัติของผู้บริหารระดับสูง หรือเป็นการจัดซื้อจัดจ้างบริษัทรายเดิมๆ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ผลกระทบด้านงบประมาณและประสิทธิภาพ (Financial & Operational Impact) การได้ของด้อยคุณภาพเมื่อมีการขายสินบนหรือเงินทอน ผู้รับจ้างมักลดสเปกวัสดุหรือลดคุณภาพงานเพื่อรักษาผลกำไร ส่งผลให้โครงการที่ออกมาไม่คงทน ใช้งานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ หรือต้องเสียค่าซ่อมบำรุงก่อนเวลาอันควร องค์กรต้องจ่ายเงินสูงกว่าราคาตลาดจริง (Overpricing) จากการปั่นราคาหรือไม่มีการแข่งขันอย่างแท้จริง
- ผลกระทบด้านธรรมาภิบาลและวัฒนธรรมองค์กร (Organizational & Cultural Impact) เมื่อการทุจริตกลายเป็นเรื่องปกติ คนที่ทำงานด้วยความสุจริตจะขาดขวัญและกำลังใจ (Demoralization) นำไปสู่การลาออกของคนเก่ง หรือการที่คนดีต้องยอมตามน้ำเพื่อความอยู่รอด และหากผู้บริหารหรือผู้นำเพิกเฉยต่อการทุจริต จะเกิดวัฒนธรรม "ใครๆ ก็ทำกัน" ซึ่งจะหยั่งรากลึกจนยากจะแก้ไขในอนาคต
- ผลกระทบด้านความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ (Reputational & Trust Impact) ขาดความเชื่อมั่นจากนักลงทุนและคู่ค้า
- ผลกระทบด้านกฎหมายและคดีความ (Legal & Compliance Impact) องค์กรต้องเสียทรัพยากรและเวลาไปกับการต่อสู้คดี หรือถูกระงับงบประมาณจากหน่วยงานตรวจสอบกลาง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. มาตรการด้านการควบคุมกระบวนการงาน (Process Control)
2. Digital Footprint : บันทึกประวัติการเข้าถึงและการแก้ไขข้อมูลในระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ว่าใครเป็นผู้อนุมัติหรือแก้ไขรายละเอียดในจุดที่สำคัญ
3. Job Rotation : กำหนดนโยบายผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนงานสำหรับตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างหรือการอนุมัติสิทธิ
4. Surprise Audit : การสุ่มตรวจโดยไม่แจ้งล่วงหน้าในโครงการที่มีความเสี่ยงสูง หรือโครงการที่ระบบ Data Analytics บักรงแดงไว้

ความเสี่ยงที่ 2 : การฉ้อโกง

• ลักษณะความเสี่ยง

การฉ้อโกงมีลักษณะเป็น "พฤติกรรมสะสม" ที่เริ่มต้นจากช่องโหว่ในระบบควบคุมภายใน โดยผู้กระทำมักเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการดูแลรักษาทรัพย์สินเงินสด หรือข้อมูลสำคัญ ซึ่งมีรูปแบบที่พบบ่อยดังนี้:

1. การฉ้อโกงเงินสด/รายได้ (Skimming & Lapping): การแอบเก็บเงินสดที่รับจากลูกค้าหรือผู้มาติดต่อโดยไม่ลงระบบบัญชี หรือการนำเงินจากลูกค้ารายใหม่ไปปะบัญชีของลูกค้ารายเก่าที่ถูกฉ้อโกงไปเพื่อไม่ให้เห็นยอดค้าง (Lapping)
2. การสร้างรายจ่ายเท็จ (Shell Company/Ghost Employee): การสร้างบริษัทที่ไม่มีอยู่จริงเพื่อรับเงินค่าจ้าง หรือการใส่ชื่อพนักงานที่ไม่มีตัวตน (พนักงานผี) เข้าไปในระบบเงินเดือน เพื่อโอนเงินเข้าบัญชีตนเอง
3. การฉ้อโกงทรัพย์สิน/สต็อก (Asset Misappropriation): การนำวัสดุ อุปกรณ์ หรือสินค้าคงคลังไปใช้ส่วนตัว หรือนำออกไปขายต่อในตลาดมืด โดยอาศัยการลงบันทึกว่า "ชำรุด" หรือ "สูญหาย"
4. การเบิกจ่ายซ้ำซ้อนหรือเกินจริง: การนำใบเสร็จส่วนตัวมาเบิกเป็นค่าใช้จ่ายองค์กร หรือการตกแต่งตัวเลขในใบสำคัญรับเงินให้สูงกว่าความเป็นจริง

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. ความเสียหายทางการเงินโดยตรง: เงินทุนหมุนเวียนลดลงและสูญเสียทรัพย์สินที่ควรจะใช้ในการดำเนินงาน
2. ข้อมูลบัญชีบิดเบือน: ทำให้ผู้บริหารตัดสินใจผิดพลาดเนื่องจากตัวเลขในรายงานทางการเงินไม่ตรงกับความเป็นจริง
3. บรรยากาศการทำงานที่หวาดระแวง: เมื่อมีการฉ้อโกงเกิดขึ้น มักนำไปสู่การจับผิดกันภายในทีม ทำลายความสามัคคีและประสิทธิภาพการทำงาน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. การแยกหน้าที่สำคัญ ห้ามไม่ให้บุคคลเดียวทำหน้าที่ตั้งแต่ "รับเงิน-ลงบัญชี-ตรวจสอบ" ต้องมีการแยกหน้าที่กันอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน
2. การใช้ Data Analytics ตรวจสอบความผิดปกติ:
 - ใช้ระบบตรวจจับเลขที่ใบเสร็จหรือยอดเงินที่ซ้ำซ้อนกันในระบบบัญชี
 - ใช้สถิติตรวจสอบความผิดปกติของตัวเลขในบัญชี หากมีการแต่งตัวเลขขึ้นมาเอง รูปแบบของตัวเลขจะขัดกับหลักสถิติตามธรรมชาติ
3. การบังคับลาพักร้อน: กำหนดให้เจ้าหน้าที่การเงิน/พัสดุ ต้องลาพักร้อนต่อเนื่องอย่างน้อย 5-10 วันต่อปี และให้คนอื่นมาทำแทนชั่วคราว วิธีนี้จะทำให้ความผิดที่เคยซ่อนไว้ (เช่น การทำ Lapping) ถูกตรวจพบได้ง่าย
4. การสุ่มนับสต็อกหรือตรวจสอบยอดเงินสดในมือโดยไม่แจ้งล่วงหน้า

แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

ยกระดับพัฒนาช่องทางรับแจ้งที่เข้าถึงง่ายและหลากหลาย ตั้งแต่ตู้รับจดหมาย, สายด่วน (Hotline), อีเมล ไปจนถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รองรับการแจ้งแบบไม่เปิดเผยตัวตน (Anonymous Reporting) จัดอบรมพนักงานทุกระดับให้เข้าใจว่าการแจ้งเบาะแสคือการ "ปกป้องบ้าน" ไม่ใช่การ "ฟ้อง" พร้อมทั้งสื่อสารตัวอย่างความสำเร็จ (โดยไม่ระบุตัวตน) เพื่อให้เห็นว่าเสียงของพวกเขามีความหมาย และผู้บริหารระดับสูงต้องแสดงออกถึงการสนับสนุนระบบนี้อย่างจริงจังในทุกการประชุมสื่อสารองค์กร

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	เสร็จสิ้น	-	-	-
• มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติแจ้งเบาะแสที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
• แต่งตั้งบุคคลผู้รับเรื่องการแจ้งเบาะแสที่มีความเป็นกลาง	เสร็จสิ้น	-	-	-
• เรื่องร้องเรียนทุกรายการได้รับการสืบสวน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสดต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียนให้รวดเร็วขึ้น	-	30	20	15

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การเพิ่มช่องทางที่หลากหลายและการเข้าถึงง่าย ในช่องทางการแจ้งเบาะแส และบังคับใช้นโยบายปกปิดตัวตนอย่างเคร่งครัด เพื่อปกป้องผู้แจ้งเบาะแสดจากการถูกกลั่นแกล้งหรือผลกระทบต่อนหน้าที่การทำงาน	2569	• พนักงานทั้งองค์กร รับรู้ถึงช่องทางการแจ้งเบาะแสใหม่และนโยบายคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส (Anti-retaliation) และระบบการจัดเก็บข้อมูลมีความปลอดภัยระดับสากล
	2570	• การสร้างความเชื่อมั่นและการใช้งานการแจ้งเบาะแสดผ่านช่องทางที่เป็นทางการเพิ่มขึ้นและผู้แจ้งเบาะแสได้รับการคุ้มครองและไม่มีรายงานการถูกกลั่นแกล้งจากการแจ้งเบาะแส
	2571	• บริษัทจัดทำระบบบันทึกการติดตามและรายงานผลการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนอย่างโปร่งใส

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความล่าช้าในการตรวจสอบ

• ลักษณะความเสี่ยง

กระบวนการ ขั้นตอนการพิจารณาเรื่องอาจมีความซับซ้อน หรือขั้นตอนไม่ชัดเจน จนผู้แจ้งรู้สึกว่าการแจ้งเบาะแสดเป็นเรื่องเจ็บบาย (Black Hole) นำไปสู่การร้องเรียนผ่านสื่อภายนอกหรือโซเชียลมีเดีย

• ผลกระทบความเสี่ยง

ผู้แจ้งเบาะแสดอาจรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย การจัดการข้อร้องเรียนมีการตกหล่น หรือผิดพลาด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

สร้างมาตรฐานความเป็นกลางโดยมอบหมายให้กรรมการอิสระเป็นผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียน เพื่อเพิ่มความเป็นกลาง และสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลที่แจ้งไว้จะไม่ถูกการแทรกแซง หรือใช้อำนาจในทางมิชอบ รวมถึงการจัดทำคู่มือที่ชัดเจนระบุตัวตนผู้รับผิดชอบในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การรับเรื่อง การสืบสวน ไปจนถึงการสรุปผล ประชาสัมพันธ์ในเชิงบวกว่าผู้แจ้งเบาะแสดคือ "ผู้ปกป้ององค์กร"

ความเสี่ยงที่ 2 : การรักษาความลับ

- **ลักษณะความเสี่ยง**
ข้อมูลผู้แจ้งหรือรายละเอียดเบาะแสรั่วไหลไปยังบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
ผู้แจ้งถูกคุกคาม ขาดความเชื่อมั่น และไม่มีใครกล้าแจ้งเหตุอีกในอนาคต
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
ใช้ระบบจัดเก็บข้อมูลที่เข้ารหัส และจำกัดการเข้าถึงเฉพาะผู้ได้รับอนุญาตเท่านั้น

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

ยกระดับแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาวะวิกฤตและเหตุการณ์ฉุกเฉินทุกรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ หรือการมุ่งร้ายต่อองค์กร (เช่น อุทกภัย อัคคีภัย จลาจล หรือโรคระบาด) ซึ่งอาจส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงัก และกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
• การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
เตรียมความพร้อมสำหรับเหตุการณ์ไม่คาดคิด เพื่อลดระดับความรุนแรงของผลกระทบ	-	การซ้อมแผนฉุกเฉินอย่างน้อย 1 แผนต่อปี	การซ้อมแผนฉุกเฉินอย่างน้อย 1 แผนต่อปี	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการทดสอบและซักซ้อม	2569	• จัดทำแผนการซ้อมแผน BCP" (Annual Simulation Schedule) โดยแยกตามประเภทภัยคุกคามที่ระบุในนโยบาย และจัดประชุมคณะบริหารความต่อเนื่องเพื่อจำลองสถานการณ์วิกฤต (เช่น อัคคีภัย หรือโรคระบาด) และทดสอบการตัดสินใจตามบทบาทหน้าที่
	2570	• ปรับปรุงลำดับความสำคัญของกระบวนการวิกฤตให้ทันสมัย และพนักงานทุกคนรู้วิธีการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน
	2571	• พนักงานทุกคนรู้วิธีการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงที่ระบบบริหารจัดการภาวะวิกฤตไม่สามารถทำงานได้จริงตามแผนที่วางไว้

- **ลักษณะความเสี่ยง**

ความเสี่ยงที่ระบบบริหารจัดการภาวะวิกฤตไม่สามารถทำงานได้จริงตามแผนที่วางไว้ เนื่องจากขาดการบูรณาการข้อมูล ความไม่พร้อมของทรัพยากรสำรอง หรือความล่าช้าในการสื่อสารและการตัดสินใจของผู้นำในขณะเกิดเหตุการณ์จริง

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

องค์กรไม่สามารถกู้คืนกระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญได้ตามระยะเวลาที่กำหนด (RTO) ส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงัก สูญเสียรายได้ เสียชื่อเสียงอย่างรุนแรง และสูญเสียฐานลูกค้าให้กับคู่แข่งอย่างถาวร

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

1. บูรณาการแผนงาน: จัดทำระบบจัดเก็บข้อมูลและคู่มือปฏิบัติงานที่เข้าถึงได้จากทุกที่ (Cloud-based)
2. ซักซ้อมความพร้อม: ยกระดับจากการซ้อมแบบทฤษฎีเป็นการจำลองสถานการณ์เสมือนจริง (Drill) ทุกปี
3. การตรวจสอบเชิงรุก: ตรวจสอบสถานะความพร้อมของทรัพยากรสำรอง (คน, สถานที่, ระบบ) อย่างสม่ำเสมอเป็นรายไตรมาส
4. การบริหารการตัดสินใจ: กำหนดสายบังคับบัญชาสำรองให้ชัดเจน เพื่อให้การตัดสินใจเดินหน้าต่อได้แม้ผู้นำหลักไม่อยู่ในพื้นที่

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

จากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านโครงการเชิงประจักษ์ อาทิ Care the Bear, และการใช้เครื่องแบบรีไซเคิล ที่ผลิตจากขวดน้ำ เพื่อยกระดับการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกให้มีประสิทธิภาพสูงสุด อิทธิ (ITTHI) จึงมุ่งเน้นการจัดเก็บและทวนสอบข้อมูลก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2 ให้ครบถ้วนตามมาตรฐาน TGO และตลาดหลักทรัพย์ฯ พร้อมเดินทางขยายผลสู่การจัดเก็บข้อมูล Scope 3 ภายในปี 2571 บริษัทมีความมุ่งมั่นขับเคลื่อนธุรกิจสู่โมเดลคาร์บอนต่ำ (Low Carbon Business) เน้นกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ต่อเนื่อง พร้อมลงทุนในโครงการลดการปล่อยก๊าซอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างคุณค่าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างแท้จริง

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การขอรับรอง CFO จากหน่วยตรวจสอบภายนอก	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การขอรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2	2569	- กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจน ในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก - ฝ่ายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope เพื่อจัดทำรายงาน สำหรับทวนสอบก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐาน - บริษัทได้มีการจัดหาผู้ทวนสอบได้เรียบร้อยแล้วและ อยู่ระหว่างขั้นตอนเตรียมข้อมูลสำหรับการรับรองประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ในปี 2570
	2570	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่าน การทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - เริ่มต้นกำหนดปีฐาน และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
	2571	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - การดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมในการจัดทำรายงานตามมาตรฐานรายงานสากล IFRS S2
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	2569	ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมและการดำเนินงานของธุรกิจ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การขอรับรอง CFO จากหน่วยตรวจสอบภายนอก	2570	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ.2570 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้
	2571	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2571 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้
	2569	- กำหนดขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจน ในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก - ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope และติดต่อ อบก. เพื่อยื่นใบสมัครขอรับรอง CFO รอบ 3/2570 - บริษัทได้มีการจัดหาผู้ทวนสอบได้เรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างขั้นตอนเตรียมข้อมูลสำหรับรับการตรวจประเมิน CFO ในปี 2570
	2570	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 และ 3 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) - เริ่มกำหนดปีฐาน (Baseline Year) และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
	2571	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 และ 3 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
แผนการขอรับรองมาตรฐานสากล ISO 14064-1	2569	- ศึกษาข้อกำหนดมาตรฐาน ISO 14064-1 และเปรียบเทียบกับแนวทางการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกที่ดำเนินการอยู่ เพื่อวางแผนการปรับข้อมูลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล - ติดต่อคัดเลือกหน่วยรับรอง (Certification Body) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 - เตรียมข้อมูล GHG Inventory ชุดเดียวกับที่ใช้ยื่นขอ CFO ให้พร้อมสำหรับการตรวจประเมินตามมาตรฐานสากลในปี 2570
	2570	- เข้ารับการตรวจประเมินจากหน่วยรับรองสากลตามมาตรฐาน ISO 14064-1 - บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - เผยแพร่ผลการรับรองทั้ง CFO และ ISO 14064-1 ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	2571	- ต่ออายุ/ทวนสอบข้อมูลตามรอบมาตรฐาน ISO 14064-1 อย่างต่อเนื่อง - บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกไม่ถูก

- **ลักษณะความเสี่ยง**

ระบุแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกผิดขอบเขต การเลือกใช้ Emission Factor ในการคำนวณไม่ถูกต้อง ข้อผิดพลาดในการเก็บข้อมูล อันเนื่องมาจาก ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของทีมงาน อาจไม่ครบถ้วนหรือคำนวณผิดพลาด

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

1. ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกไม่น่าเชื่อถือและอาจทำให้ทวนสอบไม่ผ่าน
2. ต้องใช้เวลาในการค้นหาจุดที่ข้อมูลผิดพลาดเพื่อแก้ไข ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการรายงาน และทำให้แผนการเก็บข้อมูลนั้นล่าช้า ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบริษัท
3. หากข้อมูลไม่ถูกต้อง จะทำให้การวางแผนการลดก๊าซเรือนกระจกผิดพลาด และอาจทำให้การเลือกใช้มาตรการลดก๊าซเรือนกระจกไม่เหมาะสม ส่งผลกระทบต่อการวางแผนทางการเงินระยะยาว
4. ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่คำนวณผิดพลาด ถูกนำไปใช้พัฒนาบริการคาร์บอนต่ำ ทำให้บริการไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หากข้อผิดพลาด ถูกตรวจเจอ อาจมีผลกระทบต่อรายได้ และชื่อเสียงของบริษัท หรือการสูญเสียลูกค้า

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

1. ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูล และคำนวณก๊าซเรือนกระจก
2. เลือกใช้เครื่องมือ/แพลตฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
3. อบรมให้ความรู้เพิ่มทักษะแก่ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+
(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 วันที่ 26 ส.ค. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

กลยุทธ์การสร้างการเติบโตของยอดขายควบคู่ไปกับการรักษาอัตรากำไรสุทธิอย่างยั่งยืน

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มพูนรายได้และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนธุรกิจโดยมุ่งเน้น การสร้างการเติบโตของ รายได้ผ่านการขยายฐานตลาดเชิงรุก เริ่มจากการเจาะกลุ่มโครงการภาครัฐ (Public Sector) และการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มผู้พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Development) ซึ่งเป็นภาคส่วนที่มีอุปสงค์ต่อ เนื่องและมีมูลค่าโครงการสูง ควบคู่ไปกับการขยายขอบเขตการดำเนินงานเข้าสู่ ตลาดงานโครงการเฉพาะทาง (Specialized Institutional Markets) ซึ่ง ครอบคลุมกลุ่มสถานพยาบาล สถานศึกษา ธุรกิจโรงแรม และภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการนำเสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์มาตรฐานทางวิศวกรรมและ สถาปัตยกรรมระดับสากล เพื่อยกระดับสัดส่วนกำไรให้มีความมั่นคง ในด้าน นวัตกรรมการจัดจำหน่าย องค์กรเร่งผลักดัน การยกระดับขีดความสามารถบน ช่องทางดิจิทัล (Digital Channel Expansion) เพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลง ของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับการสื่อสารเพื่อ เสริมสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Development) ให้ มีความโดดเด่นและน่าเชื่อถือในระดับสากล ประการสุดท้าย เพื่อให้การเติบโต เป็นไปอย่างยั่งยืน องค์กรให้ความสำคัญกับการ พัฒนาระบบปฏิบัติการภายใน และการยกระดับมาตรฐานบริการหลังการขาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีเยี่ยม แก่ลูกค้า (Customer Experience) ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการรักษาลูก ค้าเดิมและการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว	2569	- มุ่งเน้นการยกระดับรายได้รวมให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5-15 เมื่อเปรียบเทียบกับปี ฐานเดิม - เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพในกลุ่ม ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสองสว่าง, ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar PV), เทคโนโลยีบ้านอัจฉริยะ (Smart Home), เสาไฟฟ้าอัจฉริยะ (Smart Pole) และโครงสร้างพื้นฐานระบบชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Solutions) - พัฒนาขีดความสามารถด้านการสืบค้นข้อมูลจากระบบ SEO สู่ AEO (Answer Engine Optimization) เพื่อรองรับพฤติกรรมการค้นหาผ่าน ปัญญาประดิษฐ์ พร้อมทั้งปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ (Website Architecture) ให้รองรับระบบ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงแบรนด์ และกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
	2570	- กำหนดให้เป็นปีแห่งการสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์และการเติบโตอย่าง ก้าวกระโดด โดยมุ่งเน้นการขยายสัดส่วนรายได้จากกลุ่มโครงการภาครัฐ ภาคอสังหาริมทรัพย์ และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-20 เมื่อเทียบกับปีฐานเดิม - มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตอบสนองต่อ แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) และความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ เพื่อส่งมอบโซลูชันที่มีคุณภาพสูงและตอบโจทย์การใช้งานจริงของผู้บริโภคได้ อย่างแม่นยำ - ยกระดับกระบวนการขายด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ผ่านการประยุกต์ใช้ปัญญา ประดิษฐ์ (AI) และระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอัจฉริยะ (Intelligent CRM) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและนำเสนอผลิตภัณฑ์เชิงรุก ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะบุคลากรและการปรับโครงสร้างองค์กรให้มี ความยืดหยุ่น (Agile Structure) พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล
	2571	- มุ่งเน้นการสร้างรายได้รวมให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในอัตรา ร้อยละ 15-20 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐานเดิม - ยกระดับช่องทางจัดจำหน่ายผ่านการพัฒนาแพลตฟอร์มส่วนกลางภายใต้ชื่อ “Smart Lighting Mall” เพื่อรวบรวมพอร์ตโฟลิโอสินค้าอย่างครบวงจรและ เพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง - การกำหนดเอกลักษณ์เชิงนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ (Unique Selling Proposition) โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศในด้านวิศวกรรมการออกแบบ ความ ทนทานต่อการใช้งาน และการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco- friendly Innovations)

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและทรัพยากร องค์กรมีมุ่งมั่นในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่าน "แผนการบริหารจัดการต้นทุนเชิงบูรณาการ" โดยมุ่งเน้นการปฏิรูปโครงสร้างการใช้พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรน้ำด้วยมาตรการควบคุมที่เข้มงวดและเทคโนโลยีประหยัดพลังงานควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนด้านระบบสารสนเทศและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน นอกจากนี้ ยังรวมถึงการวางระบบบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองอย่างมีกลยุทธ์เพื่อลดการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น โดยหัวใจสำคัญคือการขับเคลื่อน "โครงการสร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมองค์กร" เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและคุ้มค่าให้แก่บุคลากรทุกระดับ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินและสิ่งแวดล้อมให้แก่บริษัทอย่างเป็นรูปธรรม	2569	- โครงการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานหลัก และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างยั่งยืน - มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและรณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณการใช้เมื่อเทียบกับฐานข้อมูลเดิม (Year-over-Year Comparison) - การขับเคลื่อนองค์กรสู่ระบบสำนักงานไร้กระดาษ (Paperless Office) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานดิจิทัล - การยกระดับอัตลักษณ์องค์กรสู่การเป็น "องค์กรสีเขียว" (Green Organization) เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล - แผนยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ในสัดส่วนร้อยละ 50 เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสนับสนุนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) - การติดตั้งระบบควบคุมอาคารอัตโนมัติ (Building Automation System) สำหรับระบบปรับอากาศ ตามแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) - การเสริมสร้างการรับรู้และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความยั่งยืน เพื่อผลักดันให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ - การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ (Cloud Transformation) เพื่อลดภาระการใช้พลังงานและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์แม่ข่าย พร้อมเพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ (Scalability)
	2570	- การยกระดับการบริหารจัดการพลังงานผ่านระบบอัจฉริยะ (Smart Energy Management) เพื่อตรวจสอบและควบคุมการใช้ไฟฟ้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด - การปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง โดยมุ่งเน้นวัสดุที่สามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อลดปริมาณขยะเหลือทิ้ง - การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งองค์กรสู่ยานยนต์ไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (100% EV Transition) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) - การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมเชิงรุก โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริงในทุกระดับขององค์กร - การพัฒนากระบวนการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจ (ERP Transformation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลและลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
	2571	- การประยุกต์ใช้ระบบรหัสแท่ง (Barcode System) ในการบริหารจัดการสินค้าทุกรายการ เพื่อยกระดับความแม่นยำของฐานข้อมูลและลดอัตราความคลาดเคลื่อนในการปฏิบัติงาน - การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าให้เป็นวิถีปฏิบัติพื้นฐานของบุคลากร

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยุทธศาสตร์การเพิ่มพูนรายได้และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนธุรกิจโดยมุ่งเน้น การสร้างการเติบโตของรายได้ผ่านการขยายฐานตลาดเชิงรุก เริ่มจากการเจาะกลุ่มโครงการภาครัฐ (Public Sector) และการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Development) ซึ่งเป็นภาคส่วนที่มีอุปสงค์ต่อเนื่องและมีมูลค่าโครงการสูง ควบคู่ไปกับการขยายขอบเขตการดำเนินงานเข้าสู่ตลาดงานโครงการเฉพาะทาง (Specialized Institutional Markets) ซึ่งครอบคลุมกลุ่มสถานพยาบาล สถานศึกษา ธุรกิจโรงแรม และภาคอุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นการนำเสนอโซลูชันที่ตอบโจทย์มาตรฐานทางวิศวกรรมและสถาปัตยกรรมระดับสากล เพื่อยกระดับสัดส่วนกำไรให้มีความมั่นคง ในด้านนวัตกรรมการจัดจำหน่าย องค์กรเร่งผลักดัน การยกระดับขีดความสามารถบนช่องทางดิจิทัล (Digital Channel Expansion) เพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Development) ให้มีความโดดเด่นและน่าเชื่อถือในระดับสากล ประการสุดท้าย เพื่อให้การเติบโตเป็นไปอย่างยั่งยืน องค์กรให้ความสำคัญกับการ พัฒนาระบบปฏิบัติการภายใน และการยกระดับมาตรฐานบริการหลังการขาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมแก่ลูกค้า (Customer Experience) ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการรักษาลูกค้าเดิมและการสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว	2569	- มุ่งเน้นการยกระดับรายได้รวมให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 5-15 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐานเดิม - เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญระดับมืออาชีพในกลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรมส่องสว่าง, ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar PV), เทคโนโลยีบ้านอัจฉริยะ (Smart Home), เสาไฟอัจฉริยะ (Smart Pole) และโครงสร้างพื้นฐานระบบชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า (EV Charging Solutions) - พัฒนาขีดความสามารถด้านการสืบค้นข้อมูลจากระบบ SEO สู่ AEO (Answer Engine Optimization) เพื่อดึงดูดพฤติกรรมการค้นหาผ่านปัญญาประดิษฐ์ พร้อมทั้งปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ (Website Architecture) ให้รองรับระบบ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงแบรนด์ และกระตุ้นยอดขายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
	2570	- กำหนดให้เป็นปีแห่งการสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์และการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยมุ่งเน้นการขยายสัดส่วนรายได้จากกลุ่มโครงการภาครัฐ ภาคอสังหาริมทรัพย์ และช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10-20 เมื่อเทียบกับปีฐานเดิม - มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตอบสนองต่อแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) และความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ เพื่อส่งมอบโซลูชันที่มีคุณภาพสูงและตอบโจทย์การใช้งานจริงของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ - ยกระดับกระบวนการขายด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ผ่านการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าอัจฉริยะ (Intelligent CRM) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและนำเสนอผลิตภัณฑ์เชิงรุก ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะบุคลากรและการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Agile Structure) พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล - ขยายยอดขายงานตู้ EV Charger และเพิ่มยอดขายด้าน Solar Rooftop และเพิ่มยอดขายหลอดไฟ LED เพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่บรรยากาศ
	2571	- มุ่งเน้นการสร้างรายได้รวมให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในอัตราร้อยละ 15-20 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฐานเดิม - ยกระดับช่องทางจัดจำหน่ายผ่านการพัฒนาแพลตฟอร์มส่วนกลางภายใต้ชื่อ “Smart Lighting Mall” เพื่อรวบรวมพอร์ตโฟลิโอสินค้าอย่างครบวงจรและเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง - การกำหนดเอกลักษณ์เชิงนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ (Unique Selling Proposition) โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศในด้านวิศวกรรมการออกแบบ ความทนทานต่อการใช้งาน และการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-friendly Innovations)
ยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนและทรัพยากร องค์กรมีมุ่งมั่นในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่าน "แผนการบริหารจัดการต้นทุนเชิงบูรณาการ" โดยมุ่งเน้นการปฏิรูปโครงสร้างการใช้พลังงานไฟฟ้าและทรัพยากรน้ำด้วยมาตรการควบคุมที่เข้มงวดและเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน ควบคู่ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนด้านระบบสารสนเทศและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ซ้ำซ้อน นอกจากนี้ ยังรวมถึงการวางระบบบริหารจัดการวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองอย่างมีกลยุทธ์เพื่อลดการใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น โดยหัวใจสำคัญคือการขับเคลื่อน "โครงการ	2569	- โครงการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคา (Solar Rooftop) เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงาน ลดการพึ่งพาแหล่งพลังงานหลัก และลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อย่างยั่งยืน - มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและรณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการลดปริมาณการใช้น้ำเมื่อเทียบกับฐานข้อมูลเดิม (Year-over-Year Comparison) - การขับเคลื่อนองค์กรสู่ระบบสำนักงานไร้กระดาษ (Paperless Office) เพื่อลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานดิจิทัล

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สร้างจิตสำนึกและวัฒนธรรมองค์กร" เพื่อปลูกฝังพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรับผิดชอบและคุ้มค่าให้แก่บุคลากรทุกระดับ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินและสิ่งแวดล้อมให้แก่บริษัทอย่างเป็นรูปธรรม		- การยกระดับอัตลักษณ์องค์กรสู่การเป็น "องค์กรสีเขียว" (Green Organization) เพื่อสะท้อนความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล - แผนยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งสู่ยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ในสัดส่วนร้อยละ 50 เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสนับสนุนเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) - การติดตั้งระบบควบคุมอาคารอัตโนมัติ (Building Automation System) สำหรับระบบปรับอากาศ ตามแนวทางการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) - การเสริมสร้างการรับรู้และปลูกฝังจิตสำนึกด้านความยั่งยืน เพื่อผลักดันให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ - การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโครงสร้างพื้นฐานคลาวด์ (Cloud Transformation) เพื่อลดภาระการใช้พลังงานและค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์แม่ข่าย พร้อมเพิ่มความยืดหยุ่นในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ (Scalability)
	2570	- การยกระดับการบริหารจัดการพลังงานผ่านระบบอัจฉริยะ (Smart Energy Management) เพื่อตรวจสอบและควบคุมการใช้ไฟฟ้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด - การปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลือง โดยมุ่งเน้นวัสดุที่สามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เพื่อลดปริมาณขยะเหลือทิ้ง - การปรับเปลี่ยนระบบขนส่งองค์กรสู่ยานยนต์ไฟฟ้าเต็มรูปแบบ (100% EV Transition) เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) - การสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมเชิงรุก โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริงในทุกระดับขององค์กร - การพัฒนากระบวนการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจ (ERP Transformation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการข้อมูลและลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
	2571	- การประยุกต์ใช้ระบบรหัสแท่ง (Barcode System) ในการบริหารจัดการสินค้าทุกรายการ เพื่อยกระดับความแม่นยำของฐานข้อมูลและลดอัตราความคลาดเคลื่อนในการปฏิบัติงาน - การปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านความยั่งยืน โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าให้เป็นวิถีปฏิบัติพื้นฐานของบุคลากร

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

การยกระดับการต่อต้านการทุจริตในองค์กรอย่างยั่งยืน ไม่ได้เป็นเพียงการออกระเบียบข้อบังคับเพิ่มเติม แต่คือการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ระบบ "เชิงรุก" (Proactive Approach) ที่มุ่งเน้นการปิดโอกาสการกระทำผิดตั้งแต่ต้นทาง โดยอาศัยการประสานกันของ 3 องค์ประกอบหลัก คือ เทคโนโลยี ระบบบริหารจัดการ และบุคลากร

1. ใช้เทคโนโลยี สำหรับเริ่มทำระบบ Data Analytics ตรวจสอบทุจริตให้เรียบร้อยแล้วค่ะ โดยครอบคลุมตั้งแต่ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง คู่ค้า การเงิน ไปจนถึงพฤติกรรมการทำงานของบุคลากร เพื่อหา "ธงแดง" (Red Flags) หรือสัญญาณเตือนภัยที่มนุษย์อาจมองไม่เห็นจากเอกสารนับหมื่นฉบับ

2. การบริหารความเสี่ยงเชิงรุก (Proactive Risk Management) ยารอให้เกิดปัญหา แต่ต้องหา "จุดอ่อน" ให้เจอก่อน Corruption Risk Assessment: ประเมินจุดเสี่ยงในแต่ละกระบวนการ เช่น งานอนุมัติอนุญาต งานจัดซื้อ หรือโครงการที่มีมูลค่าสูง No Gift Policy: ประกาศนโยบาย "งดรับ งดให้" ของขวัญ ในทุกเทศกาลอย่างจริงจัง เพื่อตัดวงจรสินบนแฝง Whistleblowing System: ช่องทางการร้องเรียนที่ปลอดภัย ปกปิดตัวตนผู้แจ้งเบาะแส และมีกระบวนการตอบสนองที่รวดเร็ว

3. การปลูกฝังจิตสำนึกและวัฒนธรรม (Integrity Culture) กฎระเบียบอาจถูกฝ่าฝืนได้ แต่ "จิตสำนึก" จะเป็นตัวควบคุมที่ยั่งยืนที่สุด Tone at the Top: ผู้นำองค์กรต้องแสดงความมุ่งมั่น (Commitment) อย่างชัดเจนและทำให้ดูเป็นตัวอย่าง Ethical Training: จัดอบรมในรูปแบบ Case Study ที่เกิดขึ้นจริง ไม่ใช่แค่การอ่านตัวบทกฎหมาย เพื่อให้พนักงานแยกแยะได้ว่า "อะไรทำได้" และ "อะไรคือความเสี่ยง" Incentivizing Integrity: ให้รางวัลหรือประกาศเกียรติคุณแก่หน่วยงานหรือบุคคลที่มีความโปร่งใสดีเยี่ยม

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

การยกระดับการต่อต้านการทุจริตในองค์กรอย่างยั่งยืน ไม่ได้เป็นเพียงการออกระเบียบข้อบังคับเพิ่มเติม แต่คือการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ระบบ "เชิงรุก" (Proactive Approach) ที่มุ่งเน้นการปิดโอกาสการกระทำผิดตั้งแต่ต้นทาง โดยอาศัยการประสานกันของ 3 องค์ประกอบหลัก คือ เทคโนโลยี ระบบบริหารจัดการ และบุคลากร

1. ใช้เทคโนโลยี สำหรับเริ่มทำระบบ Data Analytics ตรวจสอบทุจริตให้เรียบร้อยแล้วค่ะ โดยครอบคลุมตั้งแต่ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง คู่ค้า การเงิน ไปจนถึงพฤติกรรมการทำงานของบุคลากร เพื่อหา "ธงแดง" (Red Flags) หรือสัญญาณเตือนภัยที่มนุษย์อาจมองไม่เห็นจากเอกสารนับหมื่นฉบับ

2. การบริหารความเสี่ยงเชิงรุก (Proactive Risk Management) ยารอให้เกิดปัญหา แต่ต้องหา "จุดอ่อน" ให้เจอก่อน Corruption Risk Assessment: ประเมินจุดเสี่ยงในแต่ละกระบวนการ เช่น งานอนุมัติอนุญาต งานจัดซื้อ หรือโครงการที่มีมูลค่าสูง No Gift Policy: ประกาศนโยบาย "งดรับ งดให้" ของขวัญ ในทุกเทศกาลอย่างจริงจัง เพื่อตัดวงจรสินบนแฝง Whistleblowing System : ช่องทางการร้องเรียนที่ปลอดภัย ปกปิดตัวตนผู้แจ้งเบาะแส และมีกระบวนการตอบสนองที่รวดเร็ว

3. การปลูกฝังจิตสำนึกและวัฒนธรรม (Integrity Culture) กฎระเบียบอาจถูกฝ่าฝืนได้ แต่ "จิตสำนึก" จะเป็นตัวควบคุมที่ยั่งยืนที่สุด Tone at the Top: ผู้นำองค์กรต้องแสดงความมุ่งมั่น (Commitment) อย่างชัดเจนและทำให้ดูเป็นตัวอย่าง Ethical Training: จัดอบรมในรูปแบบ Case Study ที่เกิดขึ้นจริง ไม่ใช่แค่การอ่านตัวบทกฎหมาย เพื่อให้พนักงานแยกแยะได้ว่า "อะไรทำได้" และ "อะไรคือความเสี่ยง" Incentivizing Integrity: ให้รางวัลหรือประกาศเกียรติคุณแก่หน่วยงานหรือบุคคลที่มีความโปร่งใสดีเยี่ยม

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยงในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement Risk)

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

- มาตรการด้านการควบคุมกระบวนการงาน (Process Control)
- Digital Footprint: บันทึกประวัติการเข้าถึงและการแก้ไขข้อมูลในระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ว่าใครเป็นผู้อนุมัติหรือแก้ไขรายละเอียดในจุดที่สำคัญ
- Job Rotation: กำหนดนโยบายผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนงานสำหรับตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างหรือการอนุมัติสิทธิ์
- Surprise Audit: การสุ่มตรวจโดยไม่แจ้งล่วงหน้าในโครงการที่มีความเสี่ยงสูง หรือโครงการที่ระบบ Data Analytics ปักธงแดงไว้

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

- มาตรการด้านการควบคุมกระบวนการงาน (Process Control)
- Digital Footprint : บันทึกประวัติการเข้าถึงและการแก้ไขข้อมูลในระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ว่าใครเป็นผู้อนุมัติหรือแก้ไขรายละเอียดในจุดที่สำคัญ
- Job Rotation : กำหนดนโยบายผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนงานสำหรับตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างหรือการอนุมัติสิทธิ์
- Surprise Audit : การสุ่มตรวจโดยไม่แจ้งล่วงหน้าในโครงการที่มีความเสี่ยงสูง หรือโครงการที่ระบบ Data Analytics ปักธงแดงไว้

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

ยกระดับแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan: BCP) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาวะวิกฤตและเหตุการณ์ฉุกเฉินทุกรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ หรือการมุ่งร้ายต่อองค์กร (เช่น อุทกภัย อัคคีภัย จลาจล หรือโรคระบาด) ซึ่งอาจส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงักและกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

ยกระดับแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan : BCP) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาวะวิกฤตและเหตุการณ์ฉุกเฉินทุกรูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ หรือการมุ่งร้ายต่อองค์กร (เช่น อุทกภัย อัคคีภัย จลาจล หรือโรคระบาด) ซึ่งอาจส่งผลให้ธุรกิจหยุดชะงักและกระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมาย

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การขอรับรอง CFO จากหน่วยตรวจสอบภายนอก	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การขอรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 20 มี.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2	2569	- กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจน ในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก - ฝ่ายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตาม ขอบเขต Emission Scope เพื่อจัดทำรายงาน สำหรับทวนสอบก๊าซเรือน กระจกตามมาตรฐาน
	2570	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่าน การทวน สอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์กรบริหาร จัดการก๊าซเรือนกระจก - เริ่มต้นกำหนดปีฐาน และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
	2571	ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวน สอบจากผู้ทวนสอบภายนอก

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)		- บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - การดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมในการจัดทำรายงานตามมาตรฐานรายงานสากล IFRS S2
	2569	ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมและการดำเนินงานของธุรกิจ
	2570	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ.2570 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้
	2571	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2571 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 26 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2		- กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจนในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก - ฝ่ายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope เพื่อจัดทำรายงาน สำหรับทวนสอบก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐาน - บริษัทได้มีการจัดหาผู้ทวนสอบได้เรียบร้อยแล้วและ อยู่ระหว่างขั้นตอนเตรียมข้อมูลสำหรับรับการตรวจประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ ในปี 2570
	2570	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่าน การทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - เริ่มต้นกำหนดปีฐาน และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
	2571	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - การดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมในการจัดทำรายงานตามมาตรฐานรายงานสากล IFRS S2
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	2569	ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมและการดำเนินงานของธุรกิจ
	2570	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ.2570 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้
	2571	เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2571

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การขอรับรอง CFO จากหน่วยตรวจสอบภายนอก		บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้
	2569	- กำหนดขอบเขต หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจนในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก - ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก - ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope และติดต่อ อบก. เพื่อยื่นใบสมัครขอรับรอง CFO รอบ 3/2570 - บริษัทได้มีการจัดหาผู้ทวนสอบได้เรียบร้อยแล้ว และอยู่ระหว่างขั้นตอนเตรียมข้อมูลสำหรับการรับรองการตรวจประเมิน CFO ในปี 2570
	2570	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 และ 3 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) - เริ่มกำหนดปีฐาน (Baseline Year) และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท
	2571	- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 และ 3 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2
	2569	- ศึกษาข้อกำหนดมาตรฐาน ISO 14064-1 และเปรียบเทียบกับแนวทางการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกที่ดำเนินการอยู่ เพื่อวางแผนการปรับข้อมูลให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล - ติดต่อคัดเลือกหน่วยรับรอง (Certification Body) ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 - เตรียมข้อมูล GHG Inventory ชุดเดียวกับที่ใช้ยื่นขอ CFO ให้พร้อมสำหรับการตรวจประเมินตามมาตรฐานสากลในปี 2570
	2570	- เข้ารับการตรวจประเมินจากหน่วยรับรองสากลตามมาตรฐาน ISO 14064-1 - บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - เผยแพร่ผลการรับรองทั้ง CFO และ ISO 14064-1 ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	2571	- ต่ออายุ/ทวนสอบข้อมูลตามรอบมาตรฐาน ISO 14064-1 อย่างต่อเนื่อง - บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2