



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

(JUBILE)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 25/02/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 31/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ("JUBILE") 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 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 ๓ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : แผนงานเจาะตลาดและขยายการเติบโตกลุ่ม Wedding (Wedding Market Penetration & Growth Program)	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	7
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	8
แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	10
แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน	13
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	15
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	16

mai
สินค้าอุปโภคบริโภค

CG Report :

SET ESG Ratings: -

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับเพชรและเพชรกะรัต

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	1,230.68	1,445.47	1,579.87	1,795.12
ค่าใช้จ่าย	1,096.42	1,273.73	1,307.61	1,394.88
Net Profit	103.69	140.71	203.22	314.38
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	2,240.34	2,187.43	2,132.75	2,160.54
หนี้สิน	503.70	512.65	521.85	648.29
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,736.64	1,674.78	1,610.90	1,512.24
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	276.54	205.18	231.65	254.60
กิจกรรมลงทุน	-130.43	-23.41	-40.73	-2.08
กิจกรรมจัดหาเงิน	-142.84	-180.50	-198.73	-239.66
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.59	0.81	1.17	1.80
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	48.24	46.87	48.56	49.77
อัตรากำไรสุทธิ (%)	8.43	9.73	12.86	17.51
D/E Ratio (เท่า)	0.29	0.31	0.32	0.43
ROE (%)	6.08	8.56	13.01	22.11
ROA (%)	6.06	7.95	11.98	18.80

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ
เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	150-170 ล้านบาท
------------	------------------------

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ : แผนงานเจาะตลาดและขยายการเติบโตกลุ่ม Wedding (Wedding Market Penetration & Growth Program)			

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
2. แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
3. แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบต่อ ความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูลที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกรณีและบริษัทจดทะเบียน 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)	203.22	140.71	103.69	150-170

บริษัทตั้งเป้าหมาย Net Profit ปี 2571 ที่ 150-170 ล้านบาท โดยขับเคลื่อนการเติบโตด้วย Revenue Growth เฉลี่ย 10% ต่อปี ผ่านการขยายฐานลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Wedding และการบริหารต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ share cost และความสามารถทำกำไรอย่างยั่งยืน

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : แผนงานเจาะตลาดและขยายการเติบโตกลุ่ม Wedding (Wedding Market Penetration & Growth Program)

บริษัทจะเจาะตลาดเครื่องประดับเพชรกลุ่ม Wedding ด้วยการวางตำแหน่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแหวนหมั้น-แหวนแต่งงาน นำเสนอประสบการณ์แบบ Personalized Design & Customization ผสานการให้คำปรึกษาเชิงลึกและเครื่องมือดิจิทัลช่วยตัดสินใจ เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นและเพิ่มอัตราการปิดการขาย ผ่านการขยายช่องทางแบบ Omnichannel และการทำ CRM เพื่อขยายฐานลูกค้าและต่อยอดการซื้อซ้ำ/อัปเกรดในอนาคต

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนางานในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด			เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571	
Revenue Growth (%)	-8.51	-14.86	10%	10%	10%	
อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)						

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย			
	YE/2568	2569	2570	2571	
การเติบโตของกลุ่ม Wedding	-	100%	20%	20%	

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานนี้มุ่งเจาะตลาดเครื่องประดับเพชรกลุ่ม Wedding เพื่อเร่งการเติบโตของรายได้และกำไร โดยยกระดับประสบการณ์ลูกค้าตลอด Customer Journey ผ่านแนวทาง Personalized Design & Customization และการให้คำปรึกษาเชิงลึก (Consultative Selling) เสริมด้วยเครื่องมือดิจิทัลเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและ Conversion Rate ดำเนินการควบคู่การขยายช่องทางแบบ Omnichannel ในสาขาศักยภาพ และการตลาดแบบบูรณาการร่วมพันธมิตร เพื่อสร้าง lead และนัดหมายเข้ารับคำปรึกษา พร้อมใช้ CRM เพื่อบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เพิ่มการซื้อซ้ำ และการอัปเกรดในระยะยาว

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เปิดตัวโครงการ/แบรนด์เฉพาะทางและสาขากลุ่ม Wedding	2569	เริ่มกระบวนการคัดเลือกและจัดจ้างที่ปรึกษา ในการสร้างแบรนด์และการวางแผนการตลาด (Design/Technology/Marketing/Training) พร้อม TOR และแผนส่งมอบงานที่ตรวจรับได้

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ลงทุนและติดตั้งสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง (มีตัวตน/ไม่มีตัวตน) เพื่อรองรับประสบการณ์หน้าร้านและการให้คำปรึกษา (เช่น โซนบริการ, ระบบดิจิทัล, สื่อสนับสนุนการขาย) เปิดตัวแบรนด์และดำเนินการสาขาภายใต้โครงการ/แบรนด์เฉพาะทางกลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่า 10 สาขา เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ขยายสาขาเพิ่ม ไม่น้อยกว่า 3 สาขา ตามเกณฑ์คัดเลือกทำเล (marriage rate/demographic/purchasing power)
		<ul style="list-style-type: none"> เชื่อมกระบวนการ นัดหมาย-หน้าร้าน-CRM เพื่อปิดการขายและติดตามลูกค้าแบบ end-to-end พร้อมยกระดับประสิทธิภาพหน้าร้าน (conversion/productivity)
		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ขยายสาขาเพิ่ม ไม่น้อยกว่า 3 สาขา
		<ul style="list-style-type: none"> ทำให้รูปแบบสาขา/มาตรฐานบริการ/ระบบสนับสนุนการขายเป็น มาตรฐานเดียวกันและขยายผลได้ (standardized operating model)
		<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
พัฒนาและออกคอลเลกชัน/ชุดสินค้าเฉพาะ Wedding	2569	<ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวคอลเลกชัน/ชุดสินค้า Wedding ไม่น้อยกว่า 10 ดีไซน์/คอลเลกชัน ครอบคลุมช่วงราคาแบบ segmented (mass-mid-high-end) จัดทำ Signature Collection เพื่อเสริม Brand Identity และเป็นแกนหลักในการสื่อสารการตลาด จัดทำ Customizable Design Templates รองรับ Personalized Design & Customization เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการเสนอขายและเพิ่ม conversion ขยายหมวดสินค้า “ครบชุดเจ้าสาว” นอกเหนือจากแหวน (เช่น ต่างหู/จี้/สร้อย/กำไล/เครื่องประดับสำหรับชุดไทย) กำหนดมาตรฐานการผลิตและการควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานบริษัท เพื่อคง Quality Consistency/Brand Trust และรองรับ Economy of Scale
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ออกคอลเลกชัน/ชุดสินค้า Wedding เพิ่ม ไม่น้อยกว่า 5 ดีไซน์/คอลเลกชัน ตามข้อมูลยอดขาย/ความต้องการลูกค้า ปรับและเพิ่ม Design Templates ให้ครอบคลุมดีไซน์/ช่วงราคา/โอกาสใช้งาน เพื่อยกระดับ conversion และมูลค่าต่อบิล (basket size) เพิ่มสัดส่วนชุดสินค้าเสริม (cross-sell) สำหรับเจ้าสาว/ครอบครัว เพื่อสนับสนุนรายได้และกำไร รักษามาตรฐานการผลิต/QC และใช้โครงสร้างการผลิตร่วมเพื่อสนับสนุน Gross Margin อย่างต่อเนื่อง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ออกคอลเลกชัน/ชุดสินค้า Wedding เพิ่ม ไม่น้อยกว่า 5 ดีไซน์/คอลเลกชัน และต่อยอดเป็น seasonal/limited เพื่อกระตุ้นความต้องการ ยกระดับ Portfolio ให้รองรับวงจรชีวิตหลังแต่งงาน (anniversary/upgrade/gifting) เพื่อเพิ่ม repeat purchase

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> ทำให้ระบบ Portfolio + Templates + QC เป็นมาตรฐานเดียวกันและขยายผลได้ (standardized & scalable) คง Economy of Scale จากการผลิตรวม เพื่อสนับสนุน Gross Margin และความสามารถทำกำไรระยะยาว
แคมเปญการตลาด/พาร์ตเนอร์/กิจกรรม เพื่อเร่งการรับรู้และสร้างยอดขายกลุ่ม Wedding	2569	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินแคมเปญ IMC (Digital/OOH/PR/Influencer/Partner) เพื่อสร้างการรับรู้ lead และนัดหมายเข้ารับคำปรึกษา (appointment-driven funnel) เปิดใช้ CRM/Relationship Marketing ผ่านแพลตฟอร์ม iMoment เพื่อเริ่มต่อยอด repeat/upgrade/referral เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มประสิทธิภาพ funnel (lead appointment conversion) และปรับปรุงช่องทางแบบ performance-based โดยติดตาม KPI (conversion, CAC, marketing ROI) ขยายความร่วมมือกับพันธมิตรใน wedding ecosystem/พันธมิตรการเงิน เพื่อเพิ่ม reach และ conversion เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ทำให้ CRM-driven growth เป็นกลไกหลักของการเติบโต (repeat/upgrade/referral) ผ่านการสื่อสารตามฤดูกาลแต่งงานและวันครบรอบอย่างเป็นระบบ เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20
พัฒนาศักยภาพพนักงานขายและบริการแบบที่ปรึกษา	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำหลักสูตร/มาตรฐานการให้คำปรึกษาและบริการหลังการขายสำหรับตลาด Wedding ครอบคลุมความรู้เพชรและการรับรอง, consultative selling, การใช้เครื่องมือดิจิทัล (AI guide/iMoment/interactive) และ CRM เริ่มระบบประเมินผล/รับรองมาตรฐานการให้บริการ และติดตามคุณภาพบริการในสาขานำร่อง CSAT/NPS เฉลี่ย >80%
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ขยายการอบรมและโค้ชพนักงานให้ครอบคลุมสาขาในโครงการ พร้อมยกระดับความสม่ำเสมอของ customer experience ใช้ข้อมูล CSAT/NPS และ feedback เพื่อปรับปรุงกระบวนการบริการและการติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง CSAT/NPS เฉลี่ย >85%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ทำให้มาตรฐานการให้คำปรึกษาและบริการหลังการขายเป็นระบบเดียวกัน และรักษาคุณภาพได้ในทุกสาขาที่เข้าร่วมโครงการ CSAT/NPS เฉลี่ย >90%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ราคาทองคำและเพชรผันผวน

• ลักษณะความเสี่ยง

ราคาทองคำและเพชรผันผวนตามตลาดโลก อัตราแลกเปลี่ยน และภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ต้นทุนและราคาขายเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว คาดการณ์ได้จำกัด

• ผลกระทบความเสี่ยง

กระทบอัตรากำไรขั้นต้นและมูลค่าสินค้าคงคลัง อาจต้องปรับราคาบ่อย ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความเชื่อมั่นลูกค้า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดซื้อแบบทยอย/กระจายรอบ ลดการสต็อกเกินจำเป็น (JIT) และติดตามมูลค่าสต็อกสม่ำเสมอ
2. ใช้ Hedging สำหรับคำสั่งซื้อหรือสินค้าขนาดใหญ่ตามความเหมาะสม
3. ใช้โครงสร้างราคายืดหยุ่นอ้างอิงต้นทุนจริงและปรับตามตลาดอย่างมีวินัย
4. เพิ่มมูลค่าด้วยบริการ/คำปรึกษา/ประสบการณ์ เพื่อลดแรงกดดันการแข่งขันด้านราคา

ความเสี่ยงที่ 2 : อัตราการแต่งงานลดลง

• ลักษณะความเสี่ยง

แนวโน้มการแต่งงานลดลงจากค่านิยมที่เปลี่ยน ต้นทุนครองชีพสูง และการเลื่อนวัยแต่งงาน ทำให้ขนาดตลาดเครื่องประดับ Wedding หดตัวและความต้องการไม่แน่นอน

• ผลกระทบความเสี่ยง

ยอดขายกลุ่ม Wedding อาจต่ำกว่าเป้าหมาย การแข่งขันแย่งส่วนแบ่งตลาดรุนแรงขึ้น และกดดันการเติบโต/ความสามารถทำกำไร

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กระจายรายได้ไปสู่โอกาสอื่น (Anniversary/Gifting/Daily Wear) เพื่อลดการพึ่งพา Wedding เพียงอย่างเดียว
2. เพิ่มมูลค่าต่อบิล (Basket Size) ผ่านชุดสินค้า/เซ็ต และ cross-sell (ต่างหู/จี้/สร้อย/กำไล)
3. ใช้ CRM กระตุ้นซื้อซ้ำ/อัปเกรด/แนะนำต่อ (repeat-upgrade-referral) ตามช่วงครบรอบและ lifecycle
4. ยกกระดับความแตกต่างด้วยเทคโนโลยี การให้คำปรึกษาเฉพาะทาง และประสบการณ์หน้าร้านเพื่อเพิ่ม conversion
5. ควบคุมต้นทุนและเพิ่ม margin ต่อธุรกรรม พร้อมติดตามเทรนด์ตลาดและปรับกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างธรรมาภิบาลและความโปร่งใส จึงได้จัดทำแผนการยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันขึ้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงทางการเงินและชื่อเสียง พร้อมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก แผนดังกล่าวยังช่วยให้องค์กรปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานสากลด้านธรรมาภิบาล พร้อมเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม ทำให้พนักงานทุกระดับตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ อีกทั้งยังช่วยปกป้ององค์กรจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ได้รับการรับรอง
เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความซื่อสัตย์ (Ethical Culture) จัดการอบรมและสื่อสารต่อเนื่อง เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	-	ดำเนินการจัดทำแผนการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	พนักงานมากกว่าร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	2569	<ul style="list-style-type: none"> มีคณะกรรมการ และทีมงานกำกับดูแลความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการคัดเลือกและจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อสนับสนุนการยกระดับระบบธรรมาภิบาล โดยที่ปรึกษาต้องส่งมอบผลงานที่ตรวจรับได้ ได้แก่ (1) รายงานการประเมินช่องว่าง (Gap Assessment) และแผนปิดช่องว่าง (Action Plan) (2) ชุดนโยบายและขั้นตอนปฏิบัติงาน (Policy/Procedure Pack) ที่เกี่ยวข้อง (3) ชุดเอกสาร/สื่อและแผนการอบรม (Training Pack) สำหรับผู้เกี่ยวข้อง และ (4) ระบบและแนวทางการจัดเก็บหลักฐาน (Evidence System) เพื่อรองรับการติดตามผลและการตรวจสอบ/การรับรองในระยะถัดไป ดำเนินการจัดทำนโยบาย หรือแนวปฏิบัติ หรือแผนงาน หรือขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Self-Assessment Checklist ของ CAC นโยบาย หรือแนวปฏิบัติ หรือแผนงาน หรือขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Self-Assessment Checklist ของ CAC ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ประกาศใช้นโยบาย หรือแนวปฏิบัติ หรือแผนงาน หรือขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการสื่อสารและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย หรือแนวปฏิบัติ หรือแผนงาน หรือขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ต่อผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติ การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รายงานผลการตรวจสอบ การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริษัททบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ยื่นประกาศเจตนารมณ์เข้าเป็นสมาชิก CAC และส่ง Self-Assessment Checklist นำไปใช้จริง + เก็บหลักฐาน + ประเมินผล (monitoring) + ปรับปรุงเอกสารตามผลใช้งาน
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เป็นสมาชิก CAC อย่างสมบูรณ์ พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติ การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รายงานผลการตรวจสอบการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการบริษัททบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อ เปิดเผย/รายงานผลการกำกับดูแล

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการกำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันไม่ชัดเจน เช่น บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ สายการรายงาน และกลไกติดตามผลไม่เป็นระบบ ทำให้การดำเนินงานตามแผนอาจไม่ต่อเนื่องและไม่สามารถบังคับใช้ได้ทั่วทั้งองค์กร

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้การตัดสินใจ การกำกับติดตาม และการบังคับใช้นโยบายต่อต้านการทุจริตฯ ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินงานล่าช้า ไม่บรรลุเป้าหมายตามแผน และเพิ่มความเสี่ยงต่อข้อสังเกตด้านการกำกับดูแล/ความน่าเชื่อถือ รวมถึงความพร้อมต่อการประเมินตามกรอบ CAC

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. แต่งตั้งคณะทำงาน/ผู้รับผิดชอบหลักต่อต้านการทุจริตฯ พร้อมกำหนดบทบาทตาม RACI และสายการรายงานชัดเจน
2. กำหนดรอบการติดตามผลและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท/คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยรายไตรมาส พร้อมบันทึกเป็นหลักฐาน
3. จัดทำแผนงานรายปีและตัวชี้วัด (เช่น % การอบรม, % การลงนามรับทราบนโยบาย, จำนวนการประเมินคู่ค้า/เหตุดังเรียนที่ปิดเคส) และติดตามผลตามแผน
4. กำหนดผู้อนุมัติ/ผู้ตรวจทานเอกสารสำคัญ (นโยบาย ขั้นตอนสอบสวน มาตรการลงโทษ) เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานยังขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือไม่ตระหนักถึงนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงอาจไม่ปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้การป้องกัน การแจ้งเบาะแส และการควบคุมความเสี่ยงไม่เกิดผลในทางปฏิบัติ

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ที่ไม่โปร่งใสโดยไม่ตั้งใจ หรือการไม่รายงานเหตุที่พบ เพิ่มความเสี่ยงด้านการทุจริต/คอร์รัปชันและความเสียหายทางการเงิน กระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียและภาพลักษณ์องค์กร รวมถึงทำให้การดำเนินการตามแผนไม่บรรลุผล

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดอบรมและสื่อสารนโยบายต่อต้านการทุจริตฯ อย่างต่อเนื่อง โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามความเสี่ยง (เช่น จัดซื้อ/คลัง/การเงิน/ผู้อนุมัติ/สาขา) และเก็บหลักฐานการอบรม
2. ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ลงนามรับทราบนโยบาย/Code of Conduct และทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
3. จัดให้มีช่องทางรับแจ้งเบาะแส/ร้องเรียนที่เข้าถึงได้ และสื่อสารหลักการคุ้มครองผู้แจ้ง (non-retaliation) พร้อมบันทึกและติดตามการปิดเคส
4. ติดตามผลด้วยตัวชี้วัด เช่น % ผ่านการอบรม, % ลงนามรับทราบ, จำนวนเหตุร้องเรียนและสถานะการดำเนินการ เพื่อนำเสนอผู้บริหาร/คณะกรรมการตามรอบที่กำหนด

แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ จึงได้จัดทำแผนการยกระดับขึ้นเพื่อให้บุคลากรทุกระดับสามารถระบุ จัดการ และหลีกเลี่ยงผลประโยชน์ทับซ้อนได้อย่างถูกต้องและโปร่งใส แผนดังกล่าวสร้างมาตรฐานการกำกับดูแลที่ชัดเจน ส่งเสริมความโปร่งใสในการตัดสินใจ และช่วยปกป้ององค์กรจากความเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ พร้อมกันนี้ยังสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความซื่อสัตย์และความรับผิดชอบ ทำให้พนักงานและผู้บริหารตระหนักถึงผลกระทบของผลประโยชน์ทับซ้อน ลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> มีการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทำแบบสำรวจความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	-	ดำเนินการจัดทำแบบสำรวจความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อน	กรรมการและผู้บริหารระดับสูงร้อยละ 100 และพนักงานอย่างน้อยร้อยละ 50 จัดทำแบบสำรวจ	กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานร้อยละ 100 จัดทำแบบสำรวจ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	2569	<ul style="list-style-type: none"> ทีมงานกำกับดูแลเริ่มกระบวนการจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติในการป้องกันและกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษร ดำเนินการจัดทำแบบสำรวจความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อน จัดทำแบบฟอร์มการเปิดเผย COI และทะเบียน COI Register พร้อมกำหนดกระบวนการจัดการเมื่อพบ COI (Mitigation Measures)
	2570	<ul style="list-style-type: none"> นโยบาย แนวปฏิบัติในการป้องกัน และกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท ประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ มีการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ สำรวจ เก็บข้อมูล และติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของกรรมการ และผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 100 และพนักงานอย่างน้อยร้อยละ 50 รายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท ติดตามการปฏิบัติตามนโยบายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และจัดทำสรุปรายงานผลพร้อมข้อเสนอแนะ/มาตรการแก้ไข เสนอคณะกรรมการบริษัท กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการอนุมัติ/จัดซื้อ/คัดเลือกคู่ค้า ดำเนินการเปิดเผย COI ครบถ้วน
	2571	<ul style="list-style-type: none"> สำรวจ เก็บข้อมูล และติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<p>แย้งทางผลประโยชน์ของกรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานร้อยละ 100</p> <ul style="list-style-type: none"> รายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย/แนวปฏิบัติ COI อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมติดตามผลการแก้ไขกรณีพิพ และรายงานต่อคณะกรรมการบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการที่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจหรือความตระหนักถึงนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (COI) รวมถึงอาจไม่เปิดเผยข้อมูลอย่างครบถ้วน/ไม่เป็นปัจจุบัน หรือไม่ดำเนินการตามรอบเวลาที่กำหนด ส่งผลให้การติดตามการปฏิบัติตามนโยบายไม่ครอบคลุมและไม่สม่ำเสมอ

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจเกิดกรณีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ไม่ได้รับการเปิดเผยหรือไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม ทำให้การตัดสินใจทางธุรกิจมีความเสี่ยงต่อความไม่โปร่งใส ส่งผลให้การติดตามและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทไม่ครบถ้วน กระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบธรรมาภิบาล และเพิ่มความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล/ชื่อเสียงของบริษัท

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดอบรม/สื่อสารนโยบาย COI ให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมสื่อสารรูปแบบปฏิบัติและตัวอย่างกรณีศึกษา
2. กำหนดรอบการทำ COI Declaration อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และกำหนดผู้รับผิดชอบติดตามรายชื่อผู้ที่ยังไม่ดำเนินการจนแล้วเสร็จ
3. จัดทำแบบฟอร์มมาตรฐานและทะเบียนกลาง (COI Register) เพื่อบันทึกการเปิดเผยและสถานะการดำเนินการ พร้อมจัดเก็บหลักฐานในโฟลเดอร์กลาง
4. กำหนดแนวทางจัดการเมื่อพบ COI (Mitigation Measures) เช่น การเว้นวรรคการพิจารณา/เปลี่ยนผู้อนุมัติ/เพิ่มการตรวจทาน และบันทึกผลการจัดการ
5. ตรวจสอบความครบถ้วนของการเปิดเผยและรายงานสถานะต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการเปิดเผยข้อมูล

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการเปิดเผยข้อมูลความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อนไม่ครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน หรือไม่อยู่ในรูปแบบมาตรฐาน เช่น การกรอกข้อมูลไม่ครบ/ไม่ระบุรายละเอียดที่จำเป็น การอัปเดตไม่ทันรอบการสำรวจ การรวบรวมข้อมูลจากหลายหน่วยงาน/หลายเวอร์ชัน และการจัดเก็บหลักฐานไม่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับ (audit trail) ได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้ข้อมูลที่ใช้ในการติดตามและประเมินการปฏิบัติตามนโยบาย COI คลาดเคลื่อนหรือไม่ครบถ้วน ส่งผลให้การรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทไม่ถูกต้องหรือไม่ครอบคลุม อาจทำให้การบริหารจัดการกรณี COI ไม่ทันท่วงที เพิ่มความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล ความน่าเชื่อถือขององค์กร และความเสี่ยงด้านชื่อเสียง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนด Template/แบบฟอร์ม COI Declaration มาตรฐานเดียว ระบุข้อมูลขั้นต่ำที่ต้องเปิดเผย (เช่น ความสัมพันธ์/คู่ค้า/ผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง) และกำหนดรอบการสำรวจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
2. จัดทำ COI Register (ทะเบียนกลาง) เพื่อสรุปสถานะการเปิดเผยของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมระบุวันอัปเดต/ผู้จัดทำ

- กำหนดกระบวนการ ตรวจสอบความครบถ้วน (Completeness Check) ก่อนสรุปผล เช่น ตรวจสอบรายชื่อผู้ที่ยังไม่ส่ง/ข้อมูลไม่ครบ และติดตามจนแล้วเสร็จ
- จัดเก็บข้อมูลและหลักฐานใน โพลเดอร์กลาง พร้อมมาตรฐานชื่อไฟล์/การควบคุมเวอร์ชัน และกำหนดผู้รับผิดชอบดูแลเอกสาร
- สรุปผลการเปิดเผยและประเด็นสำคัญ (รวมถึงกรณีต้องจัดการ COI) เพื่อรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในมุ่งพัฒนาความรู้และความเข้าใจของบุคลากรทุกระดับเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน รวมถึงบทบาทและความรับผิดชอบของตนในกระบวนการควบคุมภายในอย่างชัดเจน แผนนี้ช่วยให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตรวจสอบภายในได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพ การดำเนินแผนดังกล่าวยังช่วยเสริมสร้างมาตรฐานการควบคุมภายในที่เข้มแข็ง ลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องในกระบวนการ และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนด

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
จัดให้มีหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการตรวจสอบภายในสากลฉบับใหม่	เสร็จสิ้น	-	-	-
บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการควบคุมภายใน และผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการที่มีความเสี่ยง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน และบทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	-	ดำเนินการจัดทำแผนการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน ภายใน บทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน และบทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำ กรอบและเกณฑ์การประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน/แนวปฏิบัติที่องค์กรยึดถือ พร้อมกำหนดขอบเขต วิธีการประเมิน และหลักฐานที่ต้องจัดเตรียม จัดทำ TOR/เกณฑ์คัดเลือก และดำเนินกระบวนการคัดเลือกหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระ (shortlist/ขอใบเสนอราคา) เพื่อเตรียมการจัดจ้างในปีถัดไป ดำเนินการจัดทำ แผนการอบรม เกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของตนเอง และการเตรียมหลักฐานในกระบวนการควบคุมภายใน
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการ จัดจ้างหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระ และดำเนินการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในตามขอบเขตที่กำหนด (เช่น ทบทวนเอกสาร/แฟ้มงาน/กระบวนการ) ได้รับ รายงานผลการประเมิน (Quality Assessment Report) พร้อมข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ และ แผนปรับปรุง (Improvement/Action Plan) รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบและกรอบเวลาการแก้ไข

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของตนเอง และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการ ติดตามและปิดแผนปรับปรุง (Action Plan) ตามผลการประเมิน และจัดทำหลักฐานการปรับปรุงเพื่อยืนยันผลการแก้ไข สรุปผลการดำเนินงานและความคืบหน้าการยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบภายใน เพื่อ รายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ/คณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของตนเอง และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทหน้าที่ของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน และความสำคัญของการตรวจสอบ/การประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน ส่งผลให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล การเตรียมหลักฐาน และการตอบข้อซักถามของหน่วยงานภายนอกไม่ครบถ้วนหรือไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้การประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในโดยหน่วยงานภายนอกล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน ส่งผลให้การประเมินไม่สะท้อนสภาพจริง ได้ข้อสังเกตด้านการเตรียมหลักฐานและกระบวนการทำงานเพิ่มขึ้น และอาจต้องดำเนินการทบทวน/จัดเตรียมเอกสารซ้ำ กระทบต่อแผนงานและความน่าเชื่อถือของระบบควบคุมภายใน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดอบรม/สื่อสารให้ความรู้เกี่ยวกับระบบควบคุมภายในและบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน พร้อมสรุปแนวปฏิบัติและตัวอย่างหลักฐานที่ต้องจัดเตรียม
- แต่งตั้งผู้ประสานงานในแต่ละหน่วยงาน (focal point) เพื่อรวบรวมข้อมูลและหลักฐาน รวมถึงประสานงานกับผู้ประเมินภายนอกให้เป็นไปตามกรอบเวลา
- กำหนดแผนการเตรียมความพร้อมก่อนการประเมิน (pre-assessment checklist) และติดตามสถานะการส่งข้อมูล/หลักฐานเป็นรายรอบ เพื่อลดความเสี่ยงงานล่าช้า

ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ บริษัทให้ความสำคัญ และเห็นถึงความจำเป็นในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ซึ่งถือเป็นกระบวนการพื้นฐานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเริ่มต้นและขับเคลื่อนการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กร และต่อยอดสู่การวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อไป เพื่อสนับสนุนเป้าหมายระดับโลก อย่างการบรรลุเป้าหมายการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net-zero) ภายในปี พ.ศ. 2593 โดยบริษัทมีเป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน รวมถึงแผนการบริหารความเสี่ยงที่สำคัญดังนี้

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนงานบริหารจัดการ ตรวจสอบ และรายงานข้อมูลการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	2569	<ul style="list-style-type: none"> ปี 2569 “ตั้งระบบให้ทำงานได้จริง + เก็บหลักฐาน audit-ready” 1) Governance & Accountability • แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำบัญชี GHG ครอบคลุม Scope 1-2 พร้อมกำหนดบทบาทตาม RACI (Owner/Contributor/Reviewer/Approver) • แต่งตั้ง “ผู้ประสานงานกลาง” 1 ราย เพื่อรวบรวม ติดตาม และสรุปผล 2) Boundary & Completeness • จัดทำ ทะเบียนแหล่งปล่อย/ทะเบียนไซต์ (Source & Site Register) ครบถ้วน 100% (เช่น HQ, สาขาเช่า, โกดัง, รถ, ระบบปรับอากาศ/สารทำความเย็น) • กำหนดขอบเขตการรายงาน (organizational boundary) และหลักเกณฑ์ความครบถ้วน (completeness) 3) Data System & Evidence • จัดทำ SOP + Checklist + Template เก็บข้อมูล สำหรับไฟฟ้า/น้ำมัน/น้ำยาแอร์/เอกสารผู้ให้เช่า • จัดตั้ง โฟลเดอร์กลาง/ระบบจัดเก็บหลักฐาน ตามงวด (เดือน/ไตรมาส/ปี) พร้อมมาตรฐานชื่อไฟล์และการควบคุมเวอร์ชัน • กำหนดรอบเวลาในการส่งข้อมูล (รายเดือน/ไตรมาส) และวันตัดรอบ (cut-off) 4) Board Oversight • คณะกรรมการบริษัทพิจารณาและติดตามความคืบหน้าการจัดทำบัญชี GHG อย่างน้อย 80% ของการประชุมทั้งหมดต่อปี (มีรายงานสถานะและประเด็นความเสี่ยงประกอบ)
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ปี 2570 “คำนวณได้ถูกต้อง + QA ภายใน + พร้อมเข้าสอบทาน” 1) Calculation & Methodology • คำนวณ Scope 1-2 ได้ครบถ้วน ถูกต้อง สอดคล้องกับ methodology เดียวกันทั้งองค์กร

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำ Master Calculation File (สูตรมาตรฐาน/หน่วย/การแปลงหน่วย) และล็อกสูตรสำคัญ • 2) Internal QA / Dry-run • ดำเนินการ ตรวจสอบภายใน 2 ชั้น (ผู้บันทึกตรวจสอบครบก้อน ผู้รวบรวมตรวจสอบเหตุสมผล/เทียบงวดก่อน) • ทำ Dry-run/Pre-assurance review อย่างน้อย 1 รอบ เพื่อปิดช่องว่างด้านหลักฐาน ความครบถ้วน และความสอดคล้องของข้อมูลก่อนเข้าสู่ปี 2571 • 3) Evidence Readiness • หลักฐานสนับสนุน (บิล/ใบเสร็จ/ใบงาน/เอกสารผู้ให้เข้า) ครบถ้วนตาม checklist และตรวจสอบย้อนกลับได้ (audit trail) <p>ปี 2571 “สอบทานจริง (Reasonable Assurance) + เปิดเผยทันเวลา”</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1) Verifier Engagement & Assurance Plan • มีกระบวนการคัดเลือกและจัดจ้างผู้สอบทาน พร้อม TOR ที่กำหนดขอบเขตงาน/ไทม์ไลน์/รูปแบบหลักฐานชัดเจน • ร่วมกำหนดแผนสอบทาน (Assurance Plan) และดำเนินการตามแผนจนเสร็จสิ้น • 2) Assurance Outcome • ได้รับรายงานการสอบทานระดับ Reasonable Assurance สำหรับ Scope 1-2 • 3) Disclosure • เผยแพร่ข้อมูล GHG Scope 1-2 ที่ผ่านการสอบทานบน ESG Data Platform และ 56-1 Report ภายใน 30 เมษายน ของทุกปี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความต่อเนื่องของบุคลากรในการจัดทำบัญชี GHG

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี GHG เช่น การโยกย้าย/ลาออก/ลางาน ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการรวบรวมข้อมูลและหลักฐานสนับสนุน รวมถึงความเสี่ยงจากการถ่ายทอดงานไม่ครบถ้วน ส่งผลให้ผู้รับผิดชอบใหม่ไม่สามารถดำเนินการตามขั้นตอนและกรอบเวลาได้อย่างถูกต้อง

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้การส่งข้อมูลและเอกสารหลักฐานล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน กระทบต่อการคำนวณและสรุปผลบัญชี GHG ในภาพรวม อาจต้องทำงานซ้ำ/แก้ไขข้อมูล เพิ่มความเสี่ยงต่อความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และความพร้อมต่อการตรวจสอบ/ทวนสอบตามแผนงาน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดผู้รับผิดชอบหลักและสำรอง ในแต่ละหมวดข้อมูล (เช่น ไฟฟ้า/น้ำมัน/น้ำยาแอร์) และกำหนดผู้ประสานงานกลาง 1 รายเพื่อรวบรวมและติดตามงาน
2. จัดทำขั้นตอนการทำงานแบบสั้น (SOP 1 หน้า) และ “Checklist เอกสาร” ที่ต้องส่งในแต่ละรอบ เพื่อให้ผู้รับผิดชอบใหม่ทำตามได้ทันที
3. จัดเก็บข้อมูลและหลักฐานในที่เดียว (โฟลเดอร์กลาง) โดยกำหนดโครงสร้างโฟลเดอร์/ชื่อไฟล์มาตรฐาน และกำหนดรอบการอัปเดตเอกสาร
4. ติดตามความครบถ้วนเป็นรอบสม่ำเสมอ (เช่น รายเดือน/รายไตรมาส) พร้อมสรุปสถานะให้ผู้บริหารรับทราบ เพื่อป้องกันงานค้างสะสมปลายงวด

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านความถูกต้องของการจัดเก็บข้อมูลบัญชี GHG**• ลักษณะความเสี่ยง**

ความเสี่ยงจากการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลกิจกรรม (Activity Data) ที่ใช้คำนวณ GHG ไม่ถูกต้องหรือไม่สอดคล้องกัน เช่น การบันทึกหน่วยผลิต (kWh, ลิตร, กก.), คีย์ตัวเลขผิด, ใช้ช่วงเวลาผิดงวด, ใช้เอกสารคนละชุด/คนละเวอร์ชัน, ข้อมูลซ้ำซ้อนหรือขาดหาย รวมถึงการจัดเก็บหลักฐานไม่ครบ ทำให้ข้อมูลไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้ผลการคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคลาดเคลื่อน ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงาน และอาจต้องแก้ไข/คำนวณใหม่ เพิ่มภาระงานและความเสี่ยงต่อความพร้อมในการตรวจสอบ/ทวนสอบ รวมถึงกระทบต่อการเปิดเผยข้อมูลตามกรอบเวลาที่กำหนด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดให้มีการให้ความรู้ หรืออบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี GHG แก่บุคลากรหรือทีมงานที่เกี่ยวข้อง ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน
2. กำหนดรูปแบบการเก็บข้อมูลมาตรฐานเดียวกัน (Template เดียว) ระบุหน่วย, ช่วงเวลา, แหล่งที่มา และผู้บันทึกอย่างชัดเจน
3. ใช้เอกสารอ้างอิงเป็นหลัก (เช่น บิลค่าไฟ/ใบเสร็จน้ำมัน/ใบงานเติมน้ำมัน/เอกสารจากผู้ให้เช่า) และแนบหลักฐานทุกครั้ง พร้อมจัดเก็บในโฟลเดอร์กลางตามงวด
4. ตรวจสอบ 2 ชั้นแบบง่าย: ผู้บันทึกตรวจสอบความครบถ้วน/หน่วยก่อนส่ง และผู้รวบรวมตรวจสอบความสมเหตุสมผล (เช่น เทียบกับงวดก่อนหน้า หากผิดปกติเกินเกณฑ์ให้ทวนสอบ)
5. ล็อกการแก้ไขและควบคุมเวอร์ชัน (เช่น ตั้งชื่อไฟล์มาตรฐานและกำหนดผู้แก้ไขได้เฉพาะผู้รวบรวม) เพื่อลดความสับสนของไฟล์หลายเวอร์ชัน

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงด้านความถูกต้องของข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก**• ลักษณะความเสี่ยง**

ความเสี่ยงจากการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคลาดเคลื่อน เนื่องจากการเลือกใช้ Emission Factor (EF) ที่ไม่เป็นปัจจุบันหรือไม่สอดคล้องกับประเภทพลังงาน/กิจกรรม รวมถึงความเสี่ยงจากการใช้สูตรคำนวณไม่ถูกต้อง (เช่น แปลงหน่วยผิด, ใช้ช่วงเวลาผิดงวด, เลือก Scope ไม่ถูกต้อง) ทำให้ผลลัพธ์การคำนวณไม่สะท้อนการปล่อยจริงและไม่สอดคล้องกับหลักการจัดทำบัญชี GHG

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้ผลการคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผิดพลาด ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงาน อาจต้องปรับปรุง/คำนวณใหม่ กระทบต่อเป้าหมายและการติดตามผลตามแผนงาน รวมถึงเพิ่มความเสี่ยงต่อข้อสังเกตในการตรวจสอบ/ทวนสอบ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. แต่งตั้งทีมงาน หรือบุคลากร สำหรับติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชี GHG ที่เป็นปัจจุบัน จากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และแจ้งต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ
2. กำหนดแหล่งอ้างอิง EF ที่ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และอัปเดตอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง (หรือเมื่อมีประกาศใหม่) พร้อมบันทึก “เวอร์ชัน/วันที่อัปเดต”
3. จัดทำไฟล์คำนวณมาตรฐาน (Master Calculation File) ที่ล็อกสูตรสำคัญ และระบุหน่วยให้ชัดเจน เพื่อลดความผิดพลาดจากการคีย์/แปลงหน่วย
4. ตรวจสอบความสมเหตุสมผลก่อนสรุปผล โดยเปรียบเทียบกับงวดก่อนหน้า/ปีที่ผ่านมา หากเปลี่ยนแปลงผิดปกติให้ทวนสอบย้อนกลับไป Activity Data และ EF ที่ใช้
5. บันทึกข้อสมมติฐานและวิธีคำนวณทุกครั้ง (เช่น วิธีประมาณการกรณีข้อมูลไม่ครบ) เพื่อให้ตรวจสอบย้อนหลังได้ และใช้แนวทางเดียวกันต่อเนื่องทุกงวด

ความเสี่ยงที่ 4 : ความเสี่ยงด้านความครบถ้วนของขอบเขตและแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Completeness of Boundary & Emission Sources)**• ลักษณะความเสี่ยง**

ความเสี่ยงจากการระบุขอบเขตองค์กรและแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่ครบถ้วนหรือไม่สอดคล้องกัน เช่น มีการเปิด/ปิด/ย้ายสถานที่ หรือมีทรัพย์สิน/กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (เช่น สาขาเช่า โกดัง ยานพาหนะ ระบบปรับอากาศ/สารทำความเย็น) แต่ไม่ได้ถูกบันทึกไว้ในทะเบียนแหล่งปล่อย ส่งผลให้ข้อมูลกิจกรรม (Activity Data) และหลักฐานสนับสนุนไม่ครอบคลุมขอบเขตที่ต้องรายงานใน Scope 1 และ 2

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้การจัดทำบัญชี GHG ขาดความครบถ้วน (completeness) ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าความเป็นจริง หรือไม่สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงได้อย่างน่าเชื่อถือ เพิ่มความเสี่ยงต่อข้อสังเกตในการตรวจสอบ/ทวนสอบ และกระทบต่อความน่าเชื่อถือของการเปิดเผยข้อมูล รวมถึงการติดตามผลเทียบปีต่อปี

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดทำและบำรุงรักษา ทะเบียนแหล่งปล่อย/ทะเบียนไซต์ (Source & Site Register) ครอบคลุม Scope 1-2 และทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
2. กำหนดขั้นตอนแจ้งเปลี่ยนแปลง (เช่น เปิด/ปิด/ย้ายสาขา เปลี่ยนผู้รับผิดชอบค่าไฟ/มิเตอร์ เพิ่ม/ลดรถหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง) เพื่ออัปเดตทะเบียนให้เป็นปัจจุบัน
3. ใช้ Checklist ความครบถ้วนก่อนปิดงวด โดยตรวจสอบว่าได้ข้อมูลและหลักฐานครบทุกไซต์/ทุกหมวดที่อยู่ในทะเบียน
4. กำหนดผู้รับผิดชอบตรวจทานความครบถ้วน (Reviewer) ก่อนสรุปผลรวม เพื่อยืนยันว่าไม่มีแหล่งปล่อยตกหล่น

ความเสี่ยงที่ 5 : ความเสี่ยงด้านความพร้อมของหลักฐานและการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อการสอบทาน (Audit Trail & Assurance Readiness)

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการจัดเก็บหลักฐานสนับสนุนไม่ครบถ้วน ไม่เป็นระบบ หรือไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (audit trail) เช่น บิลค่าไฟ/เอกสารน้ำมัน/ใบงานเติมน้ำมันแอร์/เอกสารจากผู้ให้เช่าไม่ครบ งวดไม่ตรง หรือจัดเก็บคนละที่/หลายเวอร์ชัน รวมถึงการบันทึกข้อสมมติฐานและวิธีคำนวณไม่ชัดเจน ทำให้ไม่พร้อมต่อการตรวจสอบ/ทวนสอบตามแผน โดยเฉพาะเมื่อมุ่งสู่ระดับความเชื่อมั่น Reasonable Assurance

• ผลกระทบความเสี่ยง

ทำให้การสอบทานล่าช้า ได้ข้อสังเกตสำคัญ หรือไม่สามารถบรรลุระดับความเชื่อมั่นตามเป้าหมาย ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานและการเปิดเผยข้อมูลตามกรอบเวลา อาจต้องรวบรวมเอกสารย้อนหลัง/แก้ไขซ้ำ เพิ่มภาระงานและต้นทุน รวมถึงความเสี่ยงด้านชื่อเสียงหากข้อมูลเผยแพร่แล้วถูกตั้งคำถาม

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดทำ Evidence Checklist สำหรับแต่ละหมวดข้อมูล (ไฟฟ้า/น้ำมัน/น้ำมันแอร์/เอกสารผู้ให้เช่า) ระบุเอกสารที่ต้องมีและช่วงเวลาที่ต้องครอบคลุม
2. กำหนด โฟลเดอร์กลาง สำหรับจัดเก็บเอกสารตามงวด พร้อมมาตรฐานชื่อไฟล์ และกำหนดผู้รับผิดชอบอัปเดตเอกสารให้ครบก่อนปิดงวด
3. กำหนดกระบวนการ ตรวจทานความครบถ้วนของหลักฐาน ก่อนสรุปผลรวม (อย่างน้อย 2 ชั้น) และบันทึกผลการตรวจทานเป็นหลักฐานประกอบ
4. บันทึก ข้อสมมติฐาน/วิธีประมาณการ/การเปลี่ยนแปลงวิธีคำนวณหรือ EF ทุกครั้ง เพื่อให้ตรวจสอบย้อนกลับได้ และลดความเสี่ยงของการแก้ไขย้อนหลัง
5. ดำเนินการ Dry-run/Pre-assurance review อย่างน้อย 1 รอบก่อนเข้าปีที่สอบทานจริง เพื่อปิดช่องว่างด้านเอกสารและ audit trail