



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571



บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

(JUBILE)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 19/08/2569

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : แผนงานเจาะตลาดและขยายการเติบโตกลุ่ม Wedding (Wedding Market Penetration & Growth Program)	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	6
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	7
แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	8
แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน	9
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	11
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	12
เอกสารแนบ	13

mai	CG Report : 
สินค้าอุปโภคบริโภค	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 โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษาจากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกรณและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
Net Profit (ล้านบาท)	150-170	103.69	-

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

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

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

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
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 1 : เปิดตัวโครงการ/แบรนด์เฉพาะทางและสาขากลุ่ม Wedding

สถานะ ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- เริ่มกระบวนการคัดเลือกและจัดจ้างที่ปรึกษา ในการสร้างแบรนด์และการวางแผนการตลาด (Design/Technology/Marketing/Training) พร้อม TOR และแผนส่งมอบงานที่ตรวจรับได้ - ลงทุนและติดตั้งสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง (มีตัวตน/ไม่มีตัวตน) เพื่อรองรับประสบการณ์หน้าร้านและการให้คำปรึกษา (เช่น โซนบริการ, ระบบดิจิทัล, สื่อสนับสนุนการขาย) - เปิดตัวแบรนด์และดำเนินการสาขาภายใต้โครงการ/แบรนด์เฉพาะทางกลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่า 10 สาขา - เพิ่มรายได้จากการขาย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 และขยายฐานลูกค้ากลุ่ม Wedding ไม่น้อยกว่าร้อยละ 100	- บริษัทได้แต่งตั้งที่ปรึกษาและเริ่มดำเนินโครงการพัฒนาแบรนด์ พร้อมกำหนดขอบเขตการดำเนินงาน (Project Scope) และแผนการดำเนินงานหลักเรียบร้อยแล้ว - อยู่ระหว่างพัฒนาอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity) แนวคิดร้าน (Store Concept) และประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience) สำหรับสาขาทันแบบ - ดำเนินการคัดเลือกทำเลและสาขาที่มีศักยภาพ เพื่อรองรับการเปิดสาขาภายใต้โครงการตามแผนที่กำหนด - เริ่มดำเนินการจัดหาและพัฒนาระบบสนับสนุนการขาย รวมถึงสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

แผนงานที่สำคัญ 2 : พัฒนาและออกคอลเลกชัน/ชุดสินค้าเฉพาะ Wedding

สถานะ ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- 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	- ดำเนินการศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่ม Wedding และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการกำหนด Product Strategy - อยู่ระหว่างการออกแบบและพัฒนาคอลเลกชัน Wedding Collection พร้อมกำหนดโครงสร้างราคา (Price Architecture) ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย - พัฒนาแนวทาง Personalized Design & Customization และจัดทำ Design Template เพื่อรองรับการออกแบบเฉพาะบุคคล

แผนงานที่สำคัญ 3 : แคมเปญการตลาด/พาร์ทเนอร์/กิจกรรม เพื่อเร่งการรับรู้และสร้างยอดขายกลุ่ม Wedding

สถานะ ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- 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	- อยู่ระหว่างการทำแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) และการเจรจาความร่วมมือกับพันธมิตรใน Wedding Ecosystem และสถาบันการเงิน เพื่อสนับสนุนการสร้าง Lead และขยายฐานลูกค้า - พัฒนา Customer Journey และ CRM Framework เพื่อรองรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การซื้อซ้ำ และการอัปเกรดสินค้าในระยะยาว - พัฒนาแพลตฟอร์ม iMoment

แผนงานที่สำคัญ 4 : พัฒนาศักยภาพพนักงานขายและบริการแบบที่ปรึกษา

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- จัดทำหลักสูตร/มาตรฐานการให้คำปรึกษาและบริการหลังการขายสำหรับตลาด Wedding ครอบคลุมความรู้เพชรและการรับรอง, consultative selling, การใช้เครื่องมือดิจิทัล (AI guide/iMoment/interactive) และ CRM - เริ่มระบบประเมินผล/รับรองมาตรฐานการให้บริการ และติดตามคุณภาพบริการในสาขานำร่อง - CSAT/NPS เฉลี่ย >80%	- อยู่ระหว่างการจัดทำหลักสูตร Consultative Selling สำหรับกลุ่ม Wedding และกำหนด Competency Framework ของ Diamond Advisor - อยู่ระหว่างพัฒนา AI Ring Style Guide, iMoment และเครื่องมือดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการให้คำปรึกษาและเพิ่มประสิทธิภาพการขาย - เริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมด้านการฝึกอบรมพนักงานในสาขานำร่องตามแผน

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ได้รับการรับรอง	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความซื่อสัตย์ (Ethical Culture) จัดการอบรมและสื่อสารต่อเนื่อง เกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	ดำเนินการจัดทำแผนการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	พนักงานมากกว่าร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- มีคณะกรรมการ และทีมงานกำกับดูแลความเสี่ยง การควบคุมภายใน และการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน - 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	บริษัทอยู่ระหว่างกำหนดขอบเขตการดำเนินงานและสรรหาที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อสนับสนุนการประเมินช่องว่าง (Gap Assessment) การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติ ตลอดจนการจัดทำแผนยกระดับระบบการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ของ CAC

แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
มีการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
กรรมการ ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทำแบบสำรวจ	ดำเนินการจัดทำ	กรรมการและผู้	กรรมการ ผู้	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	แบบสำรวจความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อน	บริหารระดับสูงร้อยละ 100 และพนักงานอย่างน้อยร้อยละ 50	บริหารระดับสูงและพนักงานร้อยละ 100 จัดทำแบบสำรวจ		การ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน					
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง		ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง		
2569	- ทีมงานกำกับดูแลเริ่มกระบวนการจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติในการป้องกันและกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษร - ดำเนินการจัดทำแบบสำรวจความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและผลประโยชน์ทับซ้อน - จัดทำแบบฟอร์มการเปิดเผย COI และทะเบียน COI Register พร้อมกำหนดกระบวนการจัดการเมื่อพบ COI (Mitigation Measures)		บริษัทอยู่ระหว่างกำหนดขอบเขตการดำเนินงานและคัดเลือกที่ปรึกษาภายนอก เพื่อทบทวนความครบถ้วนของนโยบายและกระบวนการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมถึงพัฒนาแบบเปิดเผยข้อมูลทะเบียนความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (COI Register) และแนวทางการติดตามและรายงานผลอย่างเป็นระบบ		

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในมุ่งพัฒนาความรู้และความเข้าใจของบุคลากรทุกระดับเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน รวมถึงบทบาทและความรับผิดชอบของตนในกระบวนการควบคุมภายในอย่างชัดเจน แผนนี้ช่วยให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตรวจสอบภายในได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพ การดำเนินแผนดังกล่าวยังช่วยเสริมสร้างมาตรฐานการควบคุมภายในที่เข้มแข็ง ลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดหรือความบกพร่องในกระบวนการ และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนด

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
จัดให้มีหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการตรวจสอบภายในสากลฉบับใหม่	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการควบคุมภายใน และผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการที่มีความเสี่ยง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน และบทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	ดำเนินการจัดทำแผนการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของ	พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาท	พนักงานร้อยละ 100 ได้รับการอบรมเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน และ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
	ตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	ของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน	บทบาทของตนเองในกระบวนการควบคุมภายใน		

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- จัดทำ กรอบและเกณฑ์การประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน/แนวปฏิบัติที่องค์กรยึดถือ พร้อมกำหนดขอบเขต วิธีการประเมิน และหลักฐานที่ต้องจัดเตรียม - จัดทำ TOR/เกณฑ์คัดเลือก และดำเนินกระบวนการคัดเลือกหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระ (shortlist/ขอใบเสนอราคา) เพื่อเตรียมการจัดจ้างในปีถัดไป - ดำเนินการจัดทำ แผนการอบรม เกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน บทบาทของตนเอง และการเตรียมหลักฐานในกระบวนการควบคุมภายใน	บริษัทอยู่ระหว่างจัดทำขอบเขตงานและสรรหาผู้ประเมินหรือที่ปรึกษาอิสระที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อสนับสนุนการทบทวนกรอบการปฏิบัติงาน ประเมินความพร้อม และจัดทำแนวทางการยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบภายในให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	2569	2570	2571	6M/2569
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : แผนงานบริหารจัดการ ตรวจสอบ และรายงานข้อมูลการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- 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)	อยู่ระหว่างดำเนินการ โดยบริษัทกำลังจัดทำขอบเขตงานและคัดเลือกที่ปรึกษาภายนอก เพื่อสนับสนุนการกำหนด Organizational Boundary จัดทำ Source & Site Register พัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูล และเตรียมความพร้อมสำหรับการคำนวณและทวนสอบปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ Scope 2

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/JUBILE0_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf

