



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท กิจเจริญ เอ็นจิเนียริง อิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) (KJL)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 20/02/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 30/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท กิจเจริญ เอ็นจิเนียริง อิเล็กทริก จำกัด (มหาชน) ("KJL") 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 ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนด้วยความรอบคอบ และระมัดระวัง

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

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพรวมบริษัท | 1 |
| ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ | 2 |
| เป้าหมาย ณ ปี 2571 | 3 |
| แผนกลยุทธ์ : KJL 2030 Infinite Sustainable Growth | 3 |
| ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล | 9 |
| แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | 10 |
| แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด | 12 |
| แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ | 13 |
| ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ | 16 |
| แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก | 17 |

mai
สินค้าอุตสาหกรรม

CG Report :

SET ESG Ratings: **AAA**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): **มี**

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจำหน่ายตู้ไฟสวิตช์บอร์ด รางเดินสายไฟ อุปกรณ์ที่ใช้เดินสายไฟทุกชนิด และชิ้นส่วนงานโลหะแผ่นแปรรูปสั่งผลิตพิเศษ

| ข้อมูลงบการเงิน | | | | |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| ปี | 2568 | 2567 | 2566 | 2565 |
| งบกำไรขาดทุน (ลบ.) | | | | |
| รายได้ | 1,127.24 | 1,209.77 | 1,087.93 | 1,026.07 |
| ค่าใช้จ่าย | 959.21 | 992.95 | 892.28 | 853.89 |
| Net Profit | 126.88 | 181.37 | 152.46 | 131.63 |
| งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.) | | | | |
| สินทรัพย์ | 1,546.82 | 1,257.18 | 1,057.77 | 1,125.52 |
| หนี้สิน | 856.21 | 568.18 | 441.11 | 549.19 |
| ส่วนผู้ถือหุ้น | 690.61 | 689.00 | 616.67 | 576.33 |
| งบกระแสเงินสด (ลบ.) | | | | |
| กิจกรรมดำเนินงาน | 238.15 | 153.54 | 187.93 | 133.33 |
| กิจกรรมลงทุน | -305.25 | -191.23 | -218.50 | -40.07 |
| กิจกรรมจัดหาเงิน | 52.28 | 43.41 | -266.63 | 255.50 |
| อัตราส่วนการเงิน | | | | |
| กำไรต่อหุ้น (บาท) | 0.55 | 0.78 | 0.66 | 1.46 |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%) | 28.98 | 30.53 | 30.65 | 28.62 |
| อัตรากำไรสุทธิ (%) | 11.26 | 14.99 | 14.01 | 12.83 |
| D/E Ratio (เท่า) | 1.24 | 0.82 | 0.72 | 0.95 |
| ROE (%) | 18.39 | 27.78 | 25.56 | 33.71 |
| ROA (%) | 11.97 | 18.71 | 17.92 | 18.61 |

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit **200-235** ล้านบาท

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

1. แผนกลยุทธ์ : KJL 2030 Infinite Sustainable Growth ✓ ✓ ✓

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
2. แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด
3. แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

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) | 152.46 | 181.37 | 126.88 | 200-235 |

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : KJL 2030 Infinite Sustainable Growth

มุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ผ่านกลยุทธ์ KJL 2030 Infinite Sustainable Growth ซึ่งประกอบไปด้วย 6 แผนงานหลัก

- 1) KJL Brand: การออกสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด การสร้างพันธมิตรระดับโลกที่แข็งแกร่งในการร่วมมือพัฒนาสินค้าใหม่ และยกระดับบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
- 2) KJL Network: การเสริมสร้างเครือข่ายในห่วงโซ่ธุรกิจ และขยายช่องทางในการขาย เพื่อการเข้าถึงตลาดใหม่อย่างแข็งแกร่ง
- 3) KJL Everywhere: การเพิ่ม Brand Awareness และ Market Share ในตลาดให้ครอบคลุมทุก segment และหลากหลายอุตสาหกรรม
- 4) KiN (KJL Innovation Campus): การวิจัยและพัฒนา (R&D) การนำนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้พัฒนาสินค้า รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแบบอัจฉริยะ
- 5) KJL World-Class Master Enterprise: การเพิ่มกำลังการผลิตสู่ระดับสูงสุดและเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย พร้อมยกระดับสถานะ และขีดความสามารถของบริษัท และมาตรฐานสินค้า/บริการเทียบเท่าระดับโลก
- 6) KJL Sustainable Growth (SAFE & SAVE): การผลักดันมาตรฐานความปลอดภัยในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนระบบไฟฟ้า และเสริมสร้างความสามารถของบริษัทในการรับมือกับความเสี่ยง ที่ครอบคลุมทั้งด้าน สิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล

โดยแผนงานทั้ง 6 แผนจะสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจที่มั่นคง สู่การเป็นผู้นำในตลาดการผลิตชิ้นส่วนระบบไฟฟ้าได้อย่างยั่งยืน ดังคำกล่าว “KJL Everywhere” เราอยู่ทุกที่มีไฟฟ้า

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- ความมั่นคงทางการเงิน

เป้าหมาย

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

| หัวข้อ | ข้อมูลล่าสุด | | เป้าหมาย | | |
|---|--------------|---------|----------|---------|---------|
| | YE/2567 | YE/2568 | 2569 | 2570 | 2571 |
| Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY) | 11.20 | -6.82 | 10%-15% | 10%-15% | 10%-15% |
| Gross Profit Margin (%) | 30.53 | 28.98 | 28%-32% | 28%-32% | 28%-32% |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|---|------|---|
| KJL Brand: การพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้า/บริการ และการเปิดตัวสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการยกระดับคุณภาพการขนส่งสินค้าผ่านโครงการ KJL NOW!! สั่งด่วน ได้เร็ว | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวสินค้า/บริการใหม่อย่างน้อย 4 ผลิตภัณฑ์ ในหมวดหมู่ สินค้ามาตรฐาน และ Electrical Wiring เพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า (Experience Design) ผ่านการวิเคราะห์ Customer Journey การทบทวนและปรับปรุง products catalogue การวิจัยและพัฒนาสินค้า/บรรจุภัณฑ์ ให้ความเหมาะสม สอดคล้องการใช้งานจริง และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า KJL Now!!: เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการขนส่งสินค้าจากการประเมินและวางแผนเส้นทางขนส่ง (Route Optimization) การเพิ่มจำนวนรถ และการจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยกำหนด 98% SLA (Service Level Agreement) ในการนำส่งสินค้าถึงมือลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวสินค้า/บริการใหม่อย่างน้อย 4 ผลิตภัณฑ์ ในหมวดหมู่ สินค้ามาตรฐาน และ Electrical Wiring รักษาประสิทธิภาพของการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า (Experience Design) ผ่านการวิเคราะห์ Customer Journey อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการวิจัยและพัฒนาสินค้า/บรรจุภัณฑ์ ให้ความเหมาะสม สอดคล้องการใช้งานจริง ขยายคลังสินค้าเพื่อรองรับสินค้าหลังการผลิตเพิ่มขึ้น KJL Now!!: เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการขนส่งสินค้าจากการประเมินและวางแผนเส้นทางขนส่ง (Route Optimization) การเพิ่มจำนวนรถ และการจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยกำหนด 99% SLA (Service Level Agreement) ในการนำส่งสินค้าถึงมือลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> เปิดตัวสินค้า/บริการใหม่อย่างน้อย 4 ผลิตภัณฑ์ ในหมวดหมู่ สินค้ามาตรฐาน และ Electrical Wiring รักษาประสิทธิภาพของการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า (Experience Design) ผ่านการวิเคราะห์ Customer Journey อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการวิจัยและพัฒนาสินค้า/บรรจุภัณฑ์ ให้ความเหมาะสม สอดคล้องการใช้งานจริง KJL Now!!: เพิ่มประสิทธิภาพและกำลังการขนส่งสินค้าจาก การประเมินและวางแผนเส้นทางขนส่ง (Route Optimization) การเพิ่มจำนวนรถ และการจัดการสินค้าอย่างเป็นระบบ โดยกำหนด 99.5% SLA (Service Level Agreement) ในการนำส่งสินค้าถึงมือลูกค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดและรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ |
| KJL Network: ขยายช่องทางการขายและการเข้าถึงตลาด ผ่านเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ตั้งแต่ผู้ค้าปลีก ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา บริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบไฟฟ้า และเจ้าของโครงการต่างๆ | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> จัดเก็บข้อมูล Authorized Dealer ผ่านระบบ CRM Digitalization เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการจัดทำแผนขยายตลาด และเพิ่ม engagement ของเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ การรักษาเครือข่าย Authorized Dealer ที่จำนวน 1,200 ร้านค้าครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไฟฟ้า และเพิ่มจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 30,000 ราย ผ่านการจัดกิจกรรม Social Network และการขยายโครงการรวมพลคนไฟฟ้าไปยังพื้นที่/จังหวัดต่างๆทั่วประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 14 ครั้ง ขยายการเข้าถึงกลุ่ม Key Influencer เช่น ผู้รับเหมา ผู้ออกแบบ เจ้าของโครงการต่างๆ และ เพิ่มรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Project Vendor List) |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายผ่านระบบ CRM Digitalization การรักษาเครือข่าย Authorized Dealer ที่จำนวน 1,200 ร้านค้าครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไฟฟ้า และเพิ่มจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 40,000 ราย ผ่านการจัดกิจกรรม Social Network และการขยายโครงการรวมพลคนไฟฟ้าไปยังพื้นที่/จังหวัดต่างๆทั่วประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 15 ครั้ง รักษาการเข้าถึงกลุ่ม Key Influencer เช่น ผู้รับเหมา ผู้ออกแบบ เจ้าของโครงการต่างๆ และเพิ่มรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Project Vendor List) |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> รักษาประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมกับเครือข่ายผ่านระบบ CRM Digitalization การรักษาเครือข่าย Authorized Dealer ที่จำนวน 1,200 ร้านค้าครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไฟฟ้า และเพิ่มจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 50,000 ราย ผ่านการจัดกิจกรรม Social Network และการขยายโครงการรวมพลคนไฟฟ้าไปยังพื้นที่/จังหวัดต่างๆทั่วประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 16 ครั้ง รักษาการเข้าถึงกลุ่ม Key Influencer เช่น ผู้รับเหมา ผู้ออกแบบ เจ้าของโครงการต่างๆ และเพิ่มรายชื่อผู้ขายที่ได้รับการอนุมัติ (Approved Project Vendor List) |
| KJL Everywhere: การพัฒนากลยุทธ์ และขยายช่องทางการสื่อสารเพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) รวมถึงการรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาแผนการตลาด ที่ตอบสนองกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ และครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น Mechanical and Electrical designer, ที่ปรึกษาระบบไฟฟ้า, บริษัทรับเหมาก่อสร้างอาคาร, เจ้าของโครงการก่อสร้างพื้นฐาน อาคารและโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ ผลักดัน engagement ของกลุ่มสินค้าของ InnoFast series: KJL x Schneider เพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มระดับการรับรู้แบรนด์ในตลาด IT & Data Center สำหรับกลุ่มสินค้า K-Rack server series ผ่านการจัดงานแสดงสินค้า และการโปรโมทในอีเวนต์ต่างๆ มุ่งสู่การเป็นบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในประเทศไทย |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาแผนการตลาด ที่ขยายการรับรู้ของแบรนด์ ในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด ครอบคลุมหลากหลายอุตสาหกรรม และเพิ่มระดับการ engagement ใน social media / website / platform รักษาความเป็นผู้นำในฐานะบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในประเทศไทย ทบทวนกลยุทธ์ธุรกิจ เพื่อเตรียมการรับมือต่อ อุตสาหกรรม new S-curve ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมหลักต่างๆ |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> รักษาความเป็นผู้นำในฐานะบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในประเทศไทย ทบทวนกลยุทธ์ธุรกิจ เพื่อเตรียมการรับมือต่อ อุตสาหกรรม new S-curve ภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรมหลักต่างๆ |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|--|
| KiN (KJL Innovation) การวิจัยพัฒนาสินค้า และนวัตกรรมใหม่ๆ ตามมาตรฐานสากล ผ่านกระบวนการผลิตแบบอัจฉริยะ สามารถตรวจวัดผล และคุณภาพได้ | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ริเริ่มพัฒนาระบบการวิจัยและพัฒนาสินค้า (R&D) อย่างมีประสิทธิภาพ มีการตรวจสอบที่วัดผลคุณภาพได้อย่างแท้จริง ผ่านการว่าจ้างที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ มีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ และทดสอบสินค้าตามมาตรฐาน |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> ระบบการวิจัยและพัฒนาสินค้า (R&D) ประสบความสำเร็จ สามารถเปิดตัวบริการ หรือพัฒนาสินค้าใหม่ได้รวดเร็วขึ้น พัฒนาศูนย์ทดสอบ International Protection (IP) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันฝุ่น และน้ำ ของสินค้า |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาประสิทธิภาพ และคุณภาพการวิจัยและพัฒนาสินค้า (R&D) ให้สามารถรองรับความต้องการของอุตสาหกรรม new S-curve ได้ |
| KJL World-Class Master Enterprise ยกระดับคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทเทียบเท่ามาตรฐานสากล | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายกำลังการผลิตเป็น 40 ล้านชิ้นต่อปี สินค้าได้รับการรับรอง ตามมาตรฐานต่างๆ อาทิ IEC, NIMA, ISO, มอก. รักษาสถานะการได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของ แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) รักษาผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการประจำปีจากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อยู่ในระดับ 5 ดาว ยกระดับความโปร่งใสการรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทให้สอดคล้องกับมาตรฐาน และแนวปฏิบัติระดับสากล เช่น FTSE Russell และ IFRS S1 |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายกำลังการผลิตเป็น 45 ล้านชิ้นต่อปี สินค้าผ่านการรับรอง ตามมาตรฐานต่างๆ อาทิ IEC, NIMA, ISO, มอก. รักษาสถานะการได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของ แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) รักษาผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการประจำปีจาก สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อยู่ในระดับ 5 ดาว การรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน และแนวปฏิบัติระดับสากล เช่น FTSE Russell และ IFRS S1 |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> รักษากำลังการผลิตที่ 45 ล้านชิ้นต่อปี และมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สินค้าผ่านการรับรอง ตามมาตรฐานต่างๆ อาทิ IEC, NIMA, ISO, มอก. รักษาสถานะการได้รับการรับรองเป็นสมาชิกของ แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) รักษาผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการประจำปีจาก สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) อยู่ในระดับ 5 ดาว การรายงานด้านความยั่งยืนของบริษัทมีความสอดคล้องกับมาตรฐาน และแนวปฏิบัติระดับสากล เช่น FTSE Russell และ IFRS S1 |
| | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกระบวนการ และระบบการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากรผ่านการตรวจประเมินคุณภาพรายปี การซ่อมบำรุง และปรับเปลี่ยนเครื่องจักรตามความเหมาะสม ตึก KJL Innovation Campus ได้รับการรับรองมาตรฐานอาคารสีเขียวจากมาตรฐาน LEED พัฒนาศูนย์พัฒนาทักษะด้านระบบไฟฟ้าให้แก่ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม และผู้ที่มีความสนใจ |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|----------------|------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนามาตรฐานวิชาชีพ ให้มีเสถียรภาพและส่งเสริมความปลอดภัยผ่านการจัดกิจกรรมสัมมนา ติดตั้งระบบไฟฟ้า และการติดตั้ง solar rooftop เป็นจำนวนทั้งสิ้น 14 ครั้ง รวมถึงการจัดทำคู่มือการติดตั้งระบบไฟฟ้า 5,000 เล่มให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไฟฟ้า การเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดของบริษัทฯ สนับสนุนการลงทุนการผลิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐาน ISO14001:2015 และ Green Industry Level 3 |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกระบวนการ และระบบการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากรผ่านการตรวจประเมินคุณภาพรายปี การซ่อมบำรุง และปรับเปลี่ยนเครื่องจักรตามความเหมาะสม พัฒนามาตรฐานวิชาชีพ ให้มีเสถียรภาพและส่งเสริมความปลอดภัยผ่านการจัดกิจกรรมสัมมนา ติดตั้งระบบไฟฟ้า และการติดตั้ง solar rooftop เป็นจำนวนทั้งสิ้น 15 ครั้ง รวมถึงการจัดทำคู่มือการติดตั้งระบบไฟฟ้า 5,000 เล่มให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ผลักดันการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการลงทุนการผลิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐาน ISO14001:2015 และ Green Industry Level 3 |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงกระบวนการ และระบบการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และทรัพยากรผ่านการตรวจประเมินคุณภาพรายปี การซ่อมบำรุง และปรับเปลี่ยนเครื่องจักรตามความเหมาะสม พัฒนามาตรฐานวิชาชีพ ให้มีเสถียรภาพและส่งเสริมความปลอดภัยผ่านการจัดกิจกรรมสัมมนา ติดตั้งระบบไฟฟ้า และการติดตั้ง solar rooftop เป็นจำนวนทั้งสิ้น 16 ครั้ง รวมถึงการจัดทำคู่มือการติดตั้งระบบไฟฟ้า 5,000 เล่มให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไฟฟ้า ผลักดันการเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดของบริษัทฯ เพื่อสนับสนุนการลงทุนการผลิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานของบริษัทฯ เป็นไปตามมาตรฐาน ISO14001:2015 และ Green Industry Level 3 |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : แผนการตลาดในการขยายช่องทางการสื่อสารยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

• ลักษณะความเสี่ยง

การทำแผนการตลาดนั้นอาศัยการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่แม่นยำ และการว่าจ้างคู่ค้าในการจัดทำ และดำเนินการตามแผนงานสื่อความโฆษณาสินค้า/บริการที่มีประสิทธิภาพ รับมือกับความผันผวนในตลาดได้ หากการดำเนินการดังกล่าวไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อาจทำให้การสื่อความสูญเสียไป ไม่สามารถขยายการรับรู้ของแบรนด์ เพิ่มยอดขายมีส่วนร่วม หรือเพิ่มยอดอัตราการแปลงเป็นลูกค้า/สมาชิกได้ตามที่กำหนดไว้

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. การส่งสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/บริการของบริษัทฯ ช่องทางการขายและโปรโมชั่นต่างๆไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ส่งผลกระทบต่อยอดขายที่วางไว้
2. บริษัทฯ อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อออกแบบแผน และดำเนินการตามแผนการตลาดใหม่เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

ทบทวนแผนการตลาด การจัดงานสัมมนา และแผนงานการสื่อสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องเป็นประจำ ประเมินแนวโน้มและพฤติกรรมตลาดของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการพัฒนาช่องทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยงที่ 2 : แผนเส้นทางการขนส่งสินค้าที่กำหนดไว้ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงที่ไม่คาดคิด

- **ลักษณะความเสี่ยง**

แผนเส้นทางการขนส่งสินค้าของบริษัทฯ มีความเสี่ยงที่จะได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ไม่คาดคิดต่างๆ เช่น การก่อสร้างโครงสร้างคมนาคมต่างๆ การประท้วงธรรมชาติ หรือเหตุการณ์อุบัติเหตุบนท้องถนน ที่ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่งสินค้า หรือไม่สามารถส่งสินค้าได้

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

การขนส่งสินค้าน่าช้า จะส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้สูญเสียรายได้หรือต้องมีการเสียค่าชดเชยความเสียหายเพิ่มเติม

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางการขนส่งสินค้าอย่างสม่ำเสมอ จัดทำกำรประเมิน รวมถึงการวางแผนเส้นทางการขนส่งสำรองเพื่อรองรับความเสี่ยงที่ไม่คาดคิด การพัฒนาระบบสื่อสารและเยียวยาความเสียหายที่เหมาะสม หากประสบกับสถานการณ์ที่ไม่สามารถส่งมอบสินค้าได้ตามกำหนด

ความเสี่ยงที่ 3 : ความล่าช้าในการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของสินค้าและบริการใหม่

- **ลักษณะความเสี่ยง**

การพัฒนาสินค้าใหม่นั้นต้องใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรและนวัตกรรมที่ตอบรับกับแผนงานที่วางไว้ ซึ่งหากไม่สามารถดำเนินการตามแผนที่กำหนดอาจทำให้การเปิดตัวสินค้าใหม่นั้นล่าช้า มีผลต่อเป้าหมายรายได้ และภาพลักษณ์ของบริษัท

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

การเปิดตัวสินค้าน่าช้า ไม่สามารถส่งสินค้าออกได้ หรืออาจมีการเร่งการพัฒนาและผลิตสินค้า อาจทำให้คุณภาพสินค้านั้นไม่ได้ตามมาตรฐานที่วางไว้ มีความเสี่ยงต่อการเรียกคืนสินค้าจำนวนมาก หรือมีผลกระทบเชิงลบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้สูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้ตามเป้าที่วางไว้ หรืออาจมีค่าปรับ ค่าชดเชยความเสียหายเพิ่มเติม

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

ติดตามแผนงาน และตรวจวัดคุณภาพงานอย่างเป็นระบบ มีการทดสอบคุณภาพสินค้า และ วิเคราะห์ customer journey อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างมีคุณภาพ และเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันนี้ จัดทำขึ้นเพื่อป้องกันการทุจริตและสินบนในทุกรูปแบบและทุกระดับ โดยมีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร เพื่อให้การตัดสินใจทางธุรกิจที่อาจมีความเสี่ยงได้รับการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งหาแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน โดยมีการสื่อสารนโยบายและแนวปฏิบัติให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทราบ โดยทั่วกัน อีกทั้งยังทบทวนนโยบายและรายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้นโยบายมีความเป็นปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ อันเป็นการป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน และยังส่งเสริมการเติบโตของบริษัทอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|-----------------|----------------------|----------------------|-----------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| มีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ ด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และ มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) | ได้รับการรับรอง | - | - | - |
| กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า | - | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| แผนงานเพื่อส่งเสริมให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ขยายความจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยระบุข้อกำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ฉบับปรับปรุงให้แก่คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ และแจ้งความคาดหวังที่ต้องการให้มีการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรภายในปี 2571 |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|----------------|------|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงแบบฟอร์มการประเมินคู่ค้าด้าน ESG โดยขยายความคำถามเรื่องบริษัทที่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ สำหรับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ฉบับปรับปรุงให้แก่อุปกรณ์สำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ เพื่อจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรภายในปี 2571 คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินในประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 50 มีนโยบายต่อต้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ฉบับปรับปรุงให้แก่อุปกรณ์สำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ เพื่อจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรภายในปี 2571 คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินในประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 70 มีนโยบายต่อต้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงที่บริษัทจะได้รับจากการมีคู่ค้าที่ไม่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

• ลักษณะความเสี่ยง

หากคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ไม่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน เช่น การให้สินบน การใช้อำนาจเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้อง การติดสินบนเพื่อชนะการประกวดราคา เป็นต้น ความเสี่ยงเหล่านี้ จะทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในการทำธุรกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่การถูกลงโทษทางวินัย การถูกฟ้องร้องทางแพ่งหรืออาญา หรือการสูญเสียความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์องค์กร เกิดความไม่เชื่อใจในการทำธุรกิจร่วมกัน

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันของคู่ค้าอาจก่อให้เกิดความเสียหายทางการเงินจากการสูญเสียทรัพยากรและเงินทุนที่ใช้ไปของบริษัทฯ และไม่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงทางกฎหมายจากการกระทำผิด

1. ความเสี่ยงทางกฎหมายและวินัย:

บทลงโทษทางกฎหมาย: การทุจริตเป็นความผิดทั้งทางแพ่งและอาญาตามกฎหมาย ซึ่งในบางกรณี บริษัทฯ อาจต้องร่วมรับผิดชอบไปด้วย

บทลงโทษทางวินัย: หากบุคลากรของบริษัทฯ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริต ถือเป็นการกระทำผิดร้ายแรงตามระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ ทำให้วัฒนธรรมองค์กรเสื่อมเสีย บ่อนทำลายระบบการบริหารจัดการในภาพรวมของบริษัทฯ

2. ความเสี่ยงทางธุรกิจและการเงิน:

ผลกระทบต่อการทำงาน: การที่คู่ค้าทุจริตอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ โดยตรง เช่น การจัดซื้อจัดจ้างที่ผิดปกติ ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง

การสูญเสียความน่าเชื่อถือในการทำธุรกิจร่วมกัน ซึ่งอาจนำไปสู่ผลกระทบทางการเงินในอนาคตได้

3. ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์: การที่คู่ค้ามีพฤติกรรมทุจริต อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เชิงลบเชื่อมโยงมาถึงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ได้

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดประชุมเพื่อชี้แจงความจำเป็นและความสำคัญของการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมทั้งทำความเข้าใจหรือสร้างข้อตกลงร่วมกัน เพื่อให้คู่ค้าต้องปฏิบัติตามและจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริต
2. นำส่งตัวอย่างนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1)
3. จัดอบรมให้ความรู้หรือสื่อสารเพื่อชี้แนะแนวทางในการจัดทำนโยบาย
4. มีการประเมินความเสี่ยงคู่ค้าด้าน ESG โดยรวมประเด็นการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
5. มีระบบการตรวจสอบภายในที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันและตรวจจับการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น
6. จัดตั้งช่องทางการร้องเรียนที่ชัดเจนให้พนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียสามารถร้องเรียนเรื่องทุจริตได้โดยไม่ต้องกังวลต่อการถูกกลั่นแกล้ง

แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

บริษัทฯ จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติในการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกสามารถแจ้งเบาะแสในกรณีพบเห็นเหตุการณ์หรือพฤติกรรมที่สงสัยว่าจะเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันหรือผิดต่อจรรยาบรรณทางธุรกิจหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องได้ทันที เพื่อให้บริษัทฯ สามารถปรับปรุงแก้ไข ป้องกันความเสี่ยงหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเพื่อความถูกต้อง โปร่งใส และมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีการกำหนดหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนและช่องทางการแจ้งเบาะแสที่ชัดเจน มีขั้นตอนการดำเนินการเมื่อได้รับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนที่เป็นระบบ และกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน เพื่อปกป้องการกลั่นแกล้ง ข่มขู่หรือทำลายพยานหลักฐาน รวมทั้งมีการสื่อสารทำความเข้าใจให้พนักงานของบริษัททราบเรื่องนโยบายและกระบวนการพิจารณา ตลอดจนช่องทางการแจ้งเบาะแส หรือข้อร้องเรียนดังกล่าว โดยนโยบายการแจ้งเบาะแสมีการทบทวนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายมีความเหมาะสมครบถ้วน และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| การกำหนดเป้าหมายเพื่อลดระยะเวลาการจัดการข้อร้องเรียนให้รวดเร็วขึ้น | 2569 | • ระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน (นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งเบาะแสจนถึงการสื่อสารผลการพิจารณาสุดท้ายให้ผู้ร้องเรียนทราบ) ลดลงอยู่ในช่วงระยะเวลา 15-30 วันทำการ |
| | 2570 | • ระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน (นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งเบาะแสจนถึงการสื่อสารผลการพิจารณาสุดท้ายให้ผู้ร้องเรียนทราบ) ลดลงอยู่ในช่วง |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|----------------|------|---|
| | | ระยะเวลา 15-30 วันทำการ |
| | 2571 | • ระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดการข้อร้องเรียน (นับตั้งแต่วันที่ได้รับแจ้งเบาะแสจนถึงการสื่อสารผลการพิจารณาสุดท้ายให้ผู้ร้องเรียนทราบ) ลดลงอยู่ในช่วงระยะเวลา 15-30 วันทำการ |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านกระบวนการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ไม่มีประสิทธิภาพ

• ลักษณะความเสี่ยง

1. การสอบสวนล่าช้า: การรวบรวมข้อมูลและการสืบสวนสอบสวนที่มีขั้นตอนซับซ้อนอาจทำให้การตอบสนองช้าลง และปัญหาอาจลุกลามเป็นวงกว้างหรืออาจรุนแรงมากขึ้น
2. ขาดบริบทหรือข้อมูลไม่ชัดเจนเพียงพอ ทำให้ตรวจสอบยาก
3. การจัดการที่ไม่เหมาะสม เช่น การสอบสวนไม่เป็นอิสระ ขาดการติดตามผล หรือผลการตรวจสอบไม่ถูกเปิดเผยต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. บริษัทฯ สูญเสียชื่อเสียงและความเชื่อมั่น และอาจเกิดปัญหาซ้ำ หากไม่ได้รับการแก้ไขจริง
2. บริษัทฯ มีต้นทุนเพิ่มจากการที่ต้องมาแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ต้องเสียทรัพยากรมาแก้ไขปัญหาเดิมซ้ำๆ ทำให้ทั้งต้นทุนทางการเงินและต้นทุนด้านบุคลากรสูงขึ้น และอาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือความไม่สงบภายในองค์กร สูญเสียวัฒนธรรมองค์กรที่ดี และท้ายที่สุด อาจนำมาซึ่งการถูกฟ้องร้องทางกฎหมาย อันเนื่องมาจากกระบวนการพิจารณาเรื่องร้องเรียนล่าช้าหรือถูกละเลย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. การรับและบันทึกเรื่องร้องเรียน: จัดให้มีช่องทางที่หลากหลาย มีการบันทึกข้อมูลให้ครบถ้วนชัดเจน เก็บรายละเอียดผู้ร้องเรียน ข้อเท็จจริง หลักฐาน และสิ่งที่ต้องการ โดยเก็บเป็นความลับและรักษาข้อมูลผู้ร้องเรียนให้เป็นความลับสูงสุด
2. การประเมินและวิเคราะห์เรื่องร้องเรียน: คัดกรองและแบ่งประเภทของเรื่องร้องเรียน และประเมินความรุนแรง ทั้งในมุมมองโอกาสในการเกิดและผลกระทบ
3. การแก้ไขและตอบสนอง: แจ้งผลให้ผู้ร้องเรียนทราบถึงสถานะและการดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และมีแนวทางป้องกันการเกิดซ้ำ
4. การรายงานและติดตาม: รายงานผลการจัดการข้อร้องเรียนต่อผู้บริหารและคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง พร้อมทั้งติดตามผลการแก้ไขและประเมินประสิทธิภาพของมาตรการที่ใช้
5. การพัฒนาบุคลากรและระบบ: เพิ่มพูนความรู้ด้านกฎหมาย จริยธรรม และการบริการ ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมส่งเสริมค่านิยมความโปร่งใสและรับฟังความคิดเห็น

แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ จัดทำแผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ขึ้น เพื่อให้ทุกการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมุ่งเน้นที่ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นกลาง ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทฯ มีการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบาย มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติงานตามนโยบาย และรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งหาแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

เป้าหมาย

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|---------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| <ul style="list-style-type: none"> มีการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| กลุ่มลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ควรปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ | - | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|---|------|--|
| แผนงานเพื่อให้กลุ่มลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงแบบฟอร์มการประเมินคู่ค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินสำหรับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินด้าน ESG ในประเด็นที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงแบบฟอร์มการประเมินคู่ค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินสำหรับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินด้าน ESG ในประเด็นที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงแบบฟอร์มการประเมินคู่ค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมินสำหรับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ร้อยละ 100 ได้รับการประเมินด้าน ESG ในประเด็นที่ต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงของบริษัทฯ หากลูกค้าไม่ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

• ลักษณะความเสี่ยง

หากลูกค้าไม่ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ บริษัทฯ จะเผชิญความเสี่ยงหลายด้าน เช่น 1) ความเสี่ยงด้านกฎหมายจากการถูกฟ้องร้องดำเนินคดีทางกฎหมาย 2) ความเสียหายต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ สูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า นักลงทุน และพันธมิตร 3) ความเสี่ยงทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลให้สัญญาถูกยกเลิกหรือธุรกิจหยุดชะงัก ตามมาซึ่งผลกระทบทางการเงิน 4) ความเสี่ยงในการดำเนินงาน เช่น การตัดสินใจทางธุรกิจที่ลำเอียงและไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ดี

• ผลกระทบความเสี่ยง

หากลูกค้าไม่ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดีในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ อาจทำให้บริษัทฯ ไม่ได้รับประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อจัดจ้าง และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และส่งผลเสียต่อการเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว เช่น

1. ความเสี่ยงด้านกฎหมายและบทลงโทษ:

ผู้บริหารหรือพนักงานอาจถูกฟ้องร้องจากสาเหตุความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ส่งผลเสียต่อบริษัทอาจถูกลงโทษ ปรับ หรือถูกดำเนินคดี

2. ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง:

สูญเสียความน่าเชื่อถือจากลูกค้า นักลงทุน และพันธมิตรที่อาจมองว่าการตัดสินใจของบริษัทฯ มีอคติ ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทฯ เสียหาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากข่าวเรื่องความขัดแย้งแพร่กระจายออกไป

3. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน:

การตัดสินใจทางธุรกิจอาจไม่เป็นไปเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ แต่ถูกขับเคลื่อนด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว อาจนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด ไม่เป็นกลาง และไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อขวัญกำลังใจและความร่วมมือของพนักงานที่อาจรู้สึกถึงความไม่เป็นธรรม อาจทำให้พนักงานขาดแรงจูงใจและเพิ่มอัตราการลาออก

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. การสื่อสารกำกับให้ลูกค้ารับทราบและปฏิบัติตามนโยบายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยให้ข้อมูลและอบรมแก่ลูกค้าเกี่ยวกับนโยบายและหลักการของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงความสำคัญและข้อกำหนดต่างๆ
2. การประเมินลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ โดยตรง (Critical Tier 1) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง และอาจมีการสุ่ม onsite audit พูดคุยกับลูกค้า เพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าสำคัญมีการปฏิบัติตามนโยบายด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ
3. การกำหนดบทลงโทษ: ระบุบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับลูกค้าที่ละเมิดนโยบาย เช่น การยกเลิกสัญญา หรือการระงับการทำธุรกิจ
4. การสร้างกลไกการรายงาน: จัดตั้งช่องทางที่ลูกค้าสามารถรายงานการละเมิดหรือสถานการณ์ที่อาจนำไปสู่ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้อย่างปลอดภัย

ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี พ.ศ. 2593 โดยได้มีการดำเนินโครงการเพื่อสร้างความตระหนักที่ดีแก่พนักงาน การเก็บข้อมูลเพื่อจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก และดำเนินการลดก๊าซเรือนกระจกไปแล้วบางส่วน เช่น โครงการพลังงานสะอาดโซลาร์เซลล์ หรือโครงการเปลี่ยนรถโฟล์คคลิฟท์สันดาปเป็นไฟฟ้า ดังนั้น เพื่อเริ่มต้นการวางแผนการลดก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจะดำเนินการยกระดับการจัดเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2 ต่อเนื่องให้ข้อมูลครบถ้วน นำส่งทวนสอบตามมาตรฐานขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (TGO) และเริ่มต้นวางแผนการรายงานข้อมูลการจัดการลดก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐานการรายงานสากล อีกทั้งการเริ่มต้นศึกษา และเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 ที่มีค่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีนัยยะสำคัญขององค์กร ภายในปีพ.ศ. 2569

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2 | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม อาชีวอนามัย และความปลอดภัย ตามความเหมาะสม สอดคล้องกับพันธกิจของบริษัท และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท ทบทวนบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของ “คณะกรรมการความยั่งยืน” ด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศตามความเหมาะสม กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจน ในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก จัดการประชุมคณะกรรมการให้มีวาระการ พิจารณาและติดตามความคืบหน้าด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก และเป้าหมายด้านสภาพภูมิอากาศ อย่างน้อย 1 ครั้งต่อปี ระบุขอบเขตขององค์กรในการเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ที่ชัดเจนเพื่อการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope เพื่อเตรียมจัดทำรายงานสำหรับการทวนสอบข้อมูลตามมาตรฐาน ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2568 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ปี พ.ศ. 2568 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก การจัดทำรายงานด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก ตั้งแต่โครงสร้างการบริหารจัดการ ขอบเขตการประเมิน การจัดการ ไปจนถึงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ตามหลักมาตรฐานการประเมินผล FTSE โดยที่ปรึกษาภายนอก |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|----------------|---|--|
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปี พ.ศ. 2569 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก อย่างถูกต้องครบถ้วน ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ปี พ.ศ. 2569 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก รายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ที่ผ่านการทวนสอบแล้ว ภายในเดือน เม.ย. 2570 จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มได้ถูกต้องครบถ้วน |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ปี พ.ศ. 2570 จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก รายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ที่ผ่านการทวนสอบแล้ว ภายในเดือน เม.ย. 2571 จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2571 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มได้ถูกต้องครบถ้วน |
| | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2569 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยยะสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้ |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> จัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2570 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์ม เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยยะสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้ |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> จัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2571 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยยะสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้ |
| | แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 Significant Categories | |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกไม่ถูกต้องตามหลักการ

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากบริษัทมีการขยายขอบเขตการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความเสี่ยงที่จะระบุแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกผิดขอบเขตได้ หรือเกิดการเลือกใช้ Emission Factor ในการคำนวณไม่ถูกต้อง มีข้อผิดพลาดในการเก็บข้อมูลของทีมงานที่อาจจะรวบรวมไม่ครบ กรอกข้อมูลผิด หรือคำนวณพลาด

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกไม่น่าเชื่อถือและอาจทำให้ทวนสอบไม่ผ่าน
- ต้องใช้เวลาในการค้นหาจุดที่ข้อมูลผิดพลาดเพื่อแก้ไข ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายงาน และทำให้แผนการเก็บข้อมูลนั้นล่าช้า ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบริษัท
- หากข้อมูลไม่ถูกต้อง จะทำให้การวางแผนการลดก๊าซเรือนกระจกผิดพลาด และอาจทำให้การเลือกใช้มาตรการลดก๊าซเรือนกระจกไม่เหมาะสม ส่งผลกระทบต่อวางแผนทางการเงินระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจก
 2. เลือกใช้เครื่องมือ/แพลตฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
 3. ทบทวน อบรมให้ความรู้เพิ่มทักษะแก่ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นประจำ
-