



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1



บริษัท ลีโอบอลโลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน)

(LEO)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

เผยแพร่เมื่อวันที่ 02/06/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ลีโอ โกลบอล โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) ("LEO") 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 ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : Diversified Growth – ขยายฐานรายได้สู่ธุรกิจ Rail และ Non-Freight / Non-Logistics	6
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10
แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	13
แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	15
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	19
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	20
ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+	23

mai
บริการ

CG Report :

 SET ESG Ratings: **BBB**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ให้บริการโลจิสติกส์อย่างครบวงจรที่ครอบคลุมทั่วโลก (End - to - End Global Logistics Services) และให้บริการสนับสนุนการขนส่งสินค้าแบบครบวงจร (Integrated Logistics Services)

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	1,328.57	1,632.54	1,372.92	4,495.35
ค่าใช้จ่าย	1,283.18	1,548.59	1,261.42	4,109.79
Net Profit	8.78	47.56	83.47	304.59
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	1,950.42	1,863.99	1,559.00	1,715.26
หนี้สิน	1,099.82	958.06	633.09	802.48
ส่วนผู้ถือหุ้น	863.36	909.57	910.45	892.89
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	-2.67	-41.95	-50.15	643.83
กิจกรรมลงทุน	-27.67	-198.50	61.11	-319.20
กิจกรรมจัดหาเงิน	36.84	221.90	-296.52	-41.66
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.03	0.15	0.27	0.95
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	31.53	29.09	33.67	19.72
อัตรากำไรสุทธิ (%)	-1.01	1.94	5.56	6.81
D/E Ratio (เท่า)	1.29	1.06	0.68	0.88
ROE (%)	0.99	5.23	9.26	36.59
ROA (%)	1.86	4.19	7.53	24.02

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ	เป้าหมาย ณ ปี 2571
สร้างการเติบโตของ EBITDA ในปี 2571 ให้มีการเติบโตไม่น้อยกว่า 45% จากตัวเลข EBITDA ของปี 2568	45.00 %
สร้างการเติบโตของ EBITDA ในปี 2571 ให้มีการเติบโตไม่น้อยกว่า 50-55 ล้านบาท จากตัวเลข EBITDA ของปี 2568	+50-55 ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่	✓	✓	
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : Diversified Growth – ขยายฐานรายได้สู่ธุรกิจ Rail และ Non-Freight / Non -Logistics	✓	✓	

แผนด้านธรรมาภิบาล
1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
2. แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

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

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
สร้างการเติบโตของ EBITDA ในปี 2571 ให้มีการเติบโตไม่น้อยกว่า 45% จากตัวเลข EBITDA ของปี 2568 (%)	-63.00	-26.00	-	45.00
สร้างการเติบโตของ EBITDA ในปี 2571 ให้มีการเติบโตไม่น้อยกว่า 50-55 ล้านบาท จากตัวเลข EBITDA ของปี 2568 (ล้านบาท)	-268.00	-41.00	-	+50-55

“LEO เป็นบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศแบบครบวงจร มุ่งขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืน ผ่านการขยายเส้นทางและการให้บริการโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมในทุกมิติ พร้อมต่อยอดสู่ธุรกิจ Rail / Non-Freight / Non-Logistics และ Green Logistics โดยบริษัท ให้ความสำคัญกับลูกค้าและคู่ค้า พัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างการเติบโตที่มั่นคงในระยะยาว”

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาเส้นทางขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่

พัฒนาเส้นทางขนส่งสินค้าปัจจุบัน + เปิดเส้นทางใหม่ ทั้งบริการ Sea freight, Air freight และ Cross-Border ทั้ง Import และ Export เช่น India, China, USA, Canada, Intra-Asia, Europe, Japan, Korea เน้นการขยายบริการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทางทะเล อากาศและทางบกในเส้นทางยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะไทย-จีน, ไทย-ยุโรป และไทย-อาเซียน เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการให้บริการโลจิสติกส์ครบวงจร พร้อมต่อยอดความร่วมมือทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partnerships)

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย		
	2567	2569	2570	2571
Gross Profit Growth (%)	3%	15%	15%	15%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาเส้นทางขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่ทั้ง Export และ Import	2569	<ul style="list-style-type: none"> • จัดตั้งทีมงานที่เป็น Trade Specialist ที่ดูแลและศึกษาการให้บริการไปยังเส้นทางขนส่งที่ทางบริษัทต้องการพัฒนาได้ • จัดกิจกรรม Training ให้กับพนักงาน ลูกค้า และ Supplier ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโลจิสติกส์ และกฎระเบียบต่างๆ ในแต่ละเส้นทางขนส่ง

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • จัดทำนโยบาย และพัฒนาการให้บริการด้าน Green Logistics เนื่องจากหลายประเทศมีกฎหมายและมาตรฐานที่เข้มงวดเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการโลจิสติกส์ • ใช้เทคโนโลยีมาพัฒนา Predictive Demand Forecasting เพื่อวางแผน Capacity ในแต่ละเส้นทางการขนส่ง • การคัดเลือกและว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอกเพื่อประเมินการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระบบ Predictive Demand Forecasting และระบบที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศหลัก(Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาและนำเสนอการให้บริการด้าน Green Logistics ให้กับลูกค้าอย่างครบวงจร • ขยายเส้นทางการขนส่งระหว่างประเทศได้มากขึ้น • ขยายฐานลูกค้าที่ใช้บริการ Green Logistics ได้มากขึ้น • ระบบ Predictive Demand Forecasting และระบบสารสนเทศอื่นๆ ของบริษัท ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กรเพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
การหาลูกค้าใหม่ New Customer Focus ที่ชัดเจน	2569	<ul style="list-style-type: none"> • จัดตั้งทีมขายที่ดูแลลูกค้า Key Accounts ที่มียอดขายในระดับสูงตรงตามเป้าหมายของบริษัทโดยเฉพาะ • จัดทำคู่มือและ Sales Tools ตามแต่ละอุตสาหกรรม สำหรับทีมขาย • จัดตั้ง LEO Sales Academy เพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของทีม Sales อย่างต่อเนื่องรวมถึงเป็นใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างทีมขายรุ่นใหม่ของบริษัท
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Accounts 15-20% • พัฒนา LEO Sales Academy ให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเติบโตของยอดขาย
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Account 15-20%
การเพิ่มระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (CRM / Event / CSR / Supplier Relationship)	2569	<ul style="list-style-type: none"> • จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง สำหรับลูกค้ารายหลักของบริษัท หรือลูกค้าที่มี Potential • เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น • ใช้เทคโนโลยีมาช่วยสร้าง Customer Engagement กับลูกค้าที่เป็น Key Accounts • รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง • สร้าง Loyalty Program เช่น คະแนนสะสม / เสริมบริการเสริมใหม่ๆ • ส่งมอบโครงการ “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และเชิญลูกค้า Key Accounts มาร่วมในกิจกรรม • รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 8 ” ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Conflict)

• ลักษณะความเสี่ยง

ความขัดแย้งหรือความตึงเครียดระหว่างประเทศตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการนำปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ทั้งด้านกายภาพและทรัพยากร

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการค้าโลก ห่วงโซ่อุปทาน การลงทุน และเศรษฐกิจโดยรวม เช่น ไม่สามารถขนส่งสินค้าหรือมีอุปสรรคในการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศ เพื่อสร้าง Solutions ที่เป็นทางเลือกใหม่ๆ ในการขนส่งให้ลูกค้าสำหรับการขนส่งสินค้าไปยังประเทศที่มีความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากการแข่งขันสูงในตลาดผู้ให้บริการโลจิสติกส์

• ลักษณะความเสี่ยง

การแข่งขันสูง, มีผู้ให้บริการโลจิสติกส์รายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรมมาก

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจมีการแข่งขันทางด้านราคา

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ และสามารถเสนอบริการในลักษณะการขาย Solutions เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดีเยี่ยม และสร้างความแตกต่างจากบริษัทอื่นๆ
- เพิ่ม Value Chain ในการให้บริการที่ครอบคลุม แบบ End-to-End และ One Stop Services เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการบริการที่ครบวงจรมากกว่าการแข่งขันด้วยราคา
- เน้นบริการเฉพาะทาง (Niche + High Margin) เช่น Cold Chain, Rail Service รวมถึงขยายบริการที่เกี่ยวข้องกับ Non-Freight / Non-Logistics
- กระชับสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อรักษาโครงสร้างต้นทุนให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ความเสี่ยงที่ 3 : การทำงานของระบบ Predictive Demand Forecasting ไม่แม่นยำ ไม่ปลอดภัย

• ลักษณะความเสี่ยง

- ให้ผลการคาดการณ์ที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง อันเนื่องมาจากคุณภาพของข้อมูลไม่เพียงพอ ไม่ครบถ้วนหรือไม่ถูกต้อง
- ข้อมูลในการประเมินการณ์รั่วไหล ถูกนำไปใช้โดยมิชอบ

• ผลกระทบความเสี่ยง

การวางแผนการจัดสรรทรัพยากรไม่เหมาะสม นำไปสู่ความล่าช้าในการปฏิบัติงาน กระทบต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้าลดลง และมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- การพัฒนาคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้านโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ มีการทบทวนและปรับปรุงแบบจำลองการพยากรณ์ความต้องการอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งนำข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น ข้อมูลคำสั่งซื้อ แผนการขนส่ง และข้อมูลภายนอก มาประกอบการวิเคราะห์
- การใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ควบคู่กับผลการพยากรณ์จากระบบ มีการติดตามและประเมินความแม่นยำของการคาดการณ์เทียบกับผลการดำเนินงานจริง
- การกำกับดูแลการเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล การป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
- การจัดทำแผนสำรองในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้สามารถปรับแผนการดำเนินงานได้อย่างยืดหยุ่นและทันเวลาที่

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : Diversified Growth – ขยายฐานรายได้สู่ธุรกิจ Rail และ Non-Freight / Non-Logistics

LEO มุ่งสร้างการเติบโตแบบกระจายความเสี่ยง (Diversified Growth) ผ่านการขยายบริการด้านระบบราง (Rail), Non-Freight และธุรกิจ Non-Logistics เพื่อสร้างฐานรายได้ใหม่ เพิ่มความสามารถทำกำไรและลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจขนส่งระหว่างประเทศเพียงอย่างเดียว โดยมีแผนงานสำคัญ

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

• เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน			
	2567	2569	2570	2571
% of Rail /Non - Freight / Non - Logistics Revenue from total revenue	11%	20%	25%	28-30%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
Rail Service: ขยายบริการ Cross-Border Rail & Truck เชื่อมภูมิภาค CLMV-China	2569	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายบริการ Cross-Border Rail/Truck ไทย-ลาว-จีน -เวียดนาม - มาเลเซีย • ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิด 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า • สร้างเครือข่าย Strategic Partners ในประเทศจีน ลาว เวียดนามและ มาเลเซีย เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ • ศึกษาการจัดทำระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ได้
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น • ขยายฐานลูกค้า Key Account ให้เพิ่มมากขึ้น 25%

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ดำเนินการประเมินการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระบบ Cross-Border Eco System และระบบที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศหลัก (Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กรเพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบสารสนเทศอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
LEO Self Storage – Digital Marketing & Brand Awareness	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาที่ปรึกษาหรือบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Social Marketing มาให้คำแนะนำหรือจัดกิจกรรมด้าน Social Media ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 25%
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 15%
LEO COLDBOTIC – Intelligent Warehouse for Wine	2569	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มลูกค้า Key Account รายใหญ่ จัดกิจกรรมโปรโมทบริการ From Vineyard to Table End-to-End Global Logistics Solution เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งให้กับลูกค้า จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 30%
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM รักษา Occupancy rate ให้ได้ไม่น้อยกว่า 85%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงในการให้บริการขนส่งสินค้าทางราง

• ลักษณะความเสี่ยง

ความล่าช้าในการเชื่อมต่อรางข้ามแดน, กฎระเบียบแต่ละประเทศแตกต่างกัน

• ผลกระทบความเสี่ยง

- การขนส่งล่าช้า กระทบกับระยะเวลาในการขนส่งและความพึงพอใจลูกค้า
- ไม่สามารถคาดการณ์ Lead Time ได้ ทำให้วางแผนงานลำบาก
- ปริมาณงาน Rail ไม่เติบโตตามเป้า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- สร้างพันธมิตรท้องถิ่นและมีทีมประสานงาน
- ทำ Contingency Route เช่น เปลี่ยนเป็น Rail-Truck หรือ Rail – Sea เส้นทางอื่นๆ
- จัดทำ Cross Border Eco System Platform เพื่อสร้าง Cargo Visibility และเป็นช่องทางในการควบคุมดูแล shipment status แบบ Real time

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการทำ Digital Marketing ของ LEO Self Storage

• ลักษณะความเสี่ยง

การใช้ Digital Marketing ไม่ตรงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดสูงขึ้นโดยไม่ได้ผล
- ยอดผู้ใช้บริการ (Occupancy Rate) ไม่ถึงระดับที่กำหนด
- การสร้างแบรนด์ไม่เด่น ทำให้แข่งขันกับผู้ให้บริการรายอื่นยาก

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดหาที่ปรึกษาหรือบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Social Marketing มาให้คำแนะนำหรือจัดกิจกรรมด้าน Social Media ให้ได้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของระบบ Cross-Border Eco System

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการที่ระบบการทำงานไม่เสถียร ข้อมูลการติดตามสถานะล่าช้า หรือมีข้อผิดพลาด มีช่องโหว่ในระบบทำให้ข้อมูลรั่วไหล หรือการเชื่อมต่อกับระบบสารสนเทศอื่นๆ ไม่สมบูรณ์

• ผลกระทบความเสี่ยง

- การขนส่งสินค้าและการดำเนินงานของบริษัทอาจประสบความล่าช้า อันเนื่องมาจากความไม่ถูกต้องของข้อมูลจากระบบติดตามการขนส่ง หรือการขัดข้องของระบบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการให้บริการแก่ลูกค้า
- การรั่วไหลของข้อมูลการขนส่ง หรือข้อมูลอื่นๆ ทำให้เกิดการสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้า ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท และก่อให้เกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- การพัฒนาและบำรุงรักษาระบบติดตามการขนส่งให้มีความเสถียรและพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีระบบสำรองและแผนรองรับกรณีระบบขัดข้อง (Business Continuity Plan) รวมถึงการตรวจสอบและควบคุมความถูกต้องของข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
- การเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล การป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

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

เป้าหมาย

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

หมายเหตุ : การจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน: ปัจจุบัน บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติ กระบวนการติดตาม และมีการรายงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทแล้ว แต่นโยบายอาจจะยังไม่ชัดเจนครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้น บริษัทจึงมีความประสงค์จะปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติให้ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของบริษัท เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติภายในปี 2569 พร้อมทั้งดำเนินงานติดตามและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ดังนั้น บริษัทจึงระบุสถานะปัจจุบันเป็น “อยู่ระหว่างดำเนินการ”

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน พร้อมทั้งติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย	2569	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ให้ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ระบุการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย และมีแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน โดยมีการทบทวนนโยบายและรายงานผลการตรวจสอบแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
แผนการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	2569	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทลงนามในเอกสารประกาศเจตนารมณ์เพื่อเข้าร่วมโครงการ CAC
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันของแนวร่วม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<p>ต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) เพื่อวิเคราะห์ Gap Analysis และวางแผนพัฒนาระบบการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันภายในองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาการดำเนินงาน (Gap Closure) ด้านการต่อต้านคอร์รัปชันตามโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอขึ้นรับรองเข้าแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย จัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน ได้แก่ นโยบาย คู่มือ แผนงาน รายงานการประชุม และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องประเมินในประเด็นการต่อต้านคอร์รัปชัน ให้คณะกรรมการตรวจสอบสอบทานข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบประเมินตนเอง และให้ประธานคณะกรรมการตรวจสอบลงนามรับรอง ให้ประธานคณะกรรมการบริษัทและประธานฝ่ายบริหาร (CEO) ลงนามในรูปแบบประเมินตนเอง ยื่นเอกสารแบบประเมิน และเอกสารอ้างอิงแบบประเมินให้ CAC
<p>แผนการกำหนดให้ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของลูกค้า</p>	<p>2569</p> <p>2570</p> <p>2571</p>	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยระบุข้อกำหนดให้ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษรภายในปี 2571 จัดทำแบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG ซึ่งรวมประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ให้คู่ค้าทุกรายทั้งคู่ค้าใหม่และคู่ค้าปัจจุบันรับทราบและปฏิบัติ เปิดเผยจรรยาบรรณคู่ค้าบนเว็บไซต์ สื่อสารความคาดหวังของบริษัทที่ต้องการให้คู่ค้ามีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และจะมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG เริ่มตั้งแต่ปี 2570 เป็นต้นไป ให้แก่ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ เปิดเผยจรรยาบรรณคู่ค้า สื่อสารความคาดหวังของบริษัทที่ต้องการให้คู่ค้ามีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และจะมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG เริ่มตั้งแต่ปี 2570 เป็นต้นไป ให้แก่ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ ร้อยละ 50 ของคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ได้รับการประเมินผลด้าน ESG รวมถึงในประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ร้อยละ 20 ของคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รายงานผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ สื่อสารความคาดหวังของบริษัทที่ต้องการให้คู่ค้ามีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และจะมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในปี 2570 ให้แก่ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) รับทราบ ร้อยละ 100 ของคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ได้รับการประเมินผลด้าน ESG ในประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นลายลักษณ์อักษร ร้อยละ 40 ของคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> รายงานผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ เปิดเผยผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในรายงาน 56-1 One Report 2571

หมายเหตุ : คู่ค้า หมายถึง พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) และคู่ค้า (Supplier)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการที่มีนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่ไม่ครอบคลุมชัดเจน

• ลักษณะความเสี่ยง

- ความเสี่ยงด้านกฎหมายและการกำกับดูแล:** หากบริษัทไม่มีนโยบายที่ชัดเจน อาจละเมิดกฎหมายว่าด้วยการป้องกันการทุจริต ซึ่งนำไปสู่โทษปรับหรือการดำเนินคดี รวมถึงสูญเสียใบอนุญาตประกอบธุรกิจ
- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและความเชื่อมั่น:** การขาดมาตรการต่อต้านคอร์รัปชันที่ชัดเจนครอบคลุม จะทำให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบ สูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการในระยะยาว
- ความเสี่ยงด้านการเงินและต้นทุนธุรกิจ:** ทุจริตภายในทำให้เกิดค่าใช้จ่ายแฝง เช่น ค่าปรับ ค่าดำเนินคดี และการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงความเสียหายจากการตรวจสอบย้อนหลัง
- ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน:** เนื่องจากบริษัทไม่ได้รับประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนั้นๆ อันเนื่องมาจากการคอร์รัปชันติดสินบน

• ผลกระทบความเสี่ยง

ผลกระทบต่อการดำเนินงานทำให้เกิดช่องโหว่ในการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารสัญญา และมีความเสี่ยงต่อการถูกตรวจสอบจากหน่วยงานกำกับและการสูญเสียความร่วมมือกับพันธมิตรระดับสากล เช่น CAC หรือ IOD ที่เน้นมาตรฐานธรรมาภิบาล

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่ครอบคลุมทุกระดับ มีกลไกติดตาม และรายงานผลเป็นประจำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งมีการสื่อสารให้พนักงานทั่วทั้งองค์กรรับทราบและเกิดความตระหนักในการปฏิบัติตามนโยบาย ตลอดจนมีการระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ เพื่อช่วยแก้ปัญหาในระยะยาว
- กำหนดมาตรการลงโทษและการแจ้งเบาะแส (Whistleblowing) เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส
- จัดอบรมพนักงานและผู้บริหารเกี่ยวกับจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยงที่ 2 : คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ไม่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

• ลักษณะความเสี่ยง

หากคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ไม่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน เช่น การให้สินบน การใช้อำนาจเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้อง การติดสินบนเพื่อชนะการประกวดราคา เป็นต้น ความเสี่ยงเหล่านี้ จะทำให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในการทำธุรกิจ สูญเสียความน่าเชื่อถือ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความไม่โปร่งใส และเกิดความไม่เชื่อใจในการทำธุรกิจร่วมกัน

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการทุจริตคอร์รัปชันก่อให้เกิดความเสียหายทางการเงินจากการสูญเสียทรัพยากรและเงินทุนที่ใช้ไป ไม่เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท ประสิทธิภาพการดำเนินงานลดลง ทำให้วัฒนธรรมองค์กรเสื่อมเสีย บ่อนทำลายระบบการบริหารจัดการในภาพรวมขององค์กร ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงทางกฎหมายและการเงินจากการกระทำผิด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- นัดประชุมเพื่อชี้แจงความจำเป็นและความสำคัญของการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมทั้งทำความเข้าใจข้อกำหนดกรอบเวลาร่วมกันในการจัดทำนโยบาย
- ส่งตัวอย่างนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้แก่คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1)

3. จัดอบรมให้ความรู้หรือสื่อสารเพื่อชี้แนะแนวทางในการจัดทำนโยบาย
4. มีการประเมินคุณค่า ESG ด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทจัดทำแผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ขึ้น เพื่อให้ทุกการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมุ่งเน้นที่ประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของบริษัท ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นกลาง ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสีย โดยบริษัทมีการดำเนินงานตั้งแต่ระดับนโยบาย มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติงานตามนโยบาย และรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง พร้อมทั้งหาแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่ครบถ้วนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> มีการรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่เกิดการฝ่าฝืน มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
กลุ่มลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัท	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หมายเหตุ : การจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์: ปัจจุบัน บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติ กระบวนการติดตาม และรายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัทแล้ว แต่นโยบายอาจยังไม่ชัดเจนครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้น บริษัทจึงมีความประสงค์จะปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติให้ครบถ้วน เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติภายในปี 2569 พร้อมทั้งดำเนินงานติดตามและรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ดังนั้น บริษัทจึงระบุสถานะปัจจุบันเป็น “อยู่ระหว่างดำเนินการ”

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ตลอดจนติดตามการปฏิบัติตามนโยบาย รายงานความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท	2569	<ul style="list-style-type: none"> ปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้ครอบคลุมรูปแบบธุรกรรมที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง โดยมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ สื่อสารและเปิดเผยนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้แก่พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทราบ ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบาย โดยระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน และรายงานผลการตรวจสอบแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
แผนงานเพื่อให้กลุ่มลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัท	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำจรรยาบรรณลูกค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในจรรยาบรรณลูกค้า จัดทำแบบประเมินลูกค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นหนึ่งในเกณฑ์การประเมิน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> สื่อความจรรยาบรรณคู่ค้าให้แก่คู่ค้าทุกรายรับทราบและปฏิบัติตาม เปิดเผยจรรยาบรรณคู่ค้าบนเว็บไซต์
	2570	<ul style="list-style-type: none"> สื่อความให้แก่คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) ว่าจะเริ่มมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ตั้งแต่ปี 2570 เป็นต้นไป ซึ่งจะมีประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นเกณฑ์การประเมินด้วย ดำเนินการประเมินด้านการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) จำนวนร้อยละ 50 โดยใช้แบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG
	2571	<ul style="list-style-type: none"> รายงานผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ ดำเนินการประเมินด้านการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กับคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) จำนวนร้อยละ 100 โดยใช้แบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG รายงานผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ เปิดเผยผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในรายงาน 56-1 One Report 2571

หมายเหตุ : คู่ค้า หมายถึง พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) และคู่ค้า (Supplier)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงที่เกิดจากนโยบายความขัดแย้งทางผลประโยชน์ไม่ครบถ้วน ไม่ครอบคลุม หรือไม่ชัดเจน

• ลักษณะความเสี่ยง

- การตัดสินใจที่เอนเอียง:** ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสำคัญ เช่น กรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน อาจตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ให้ประโยชน์แก่ตนเองมากกว่าประโยชน์ขององค์กร หรืออาจใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งบ่อนทำลายธรรมาภิบาลและหลักการทำงานที่เป็น กลาง
- การขาดประสิทธิภาพ:** เมื่อผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง การตัดสินใจทางธุรกิจอาจไม่เป็นไปอย่างสมเหตุสมผลหรือคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานลดลง

• ผลกระทบความเสี่ยง

- การขาดนโยบายที่ชัดเจนอาจทำให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน และยังเป็นโอกาสให้เกิดการใช้อำนาจโดยมิชอบ
- องค์กรอาจถูกดำเนินคดีหรือถูกลงโทษจากหน่วยงานกำกับดูแล เนื่องจากไม่ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์
- ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร
- ผู้บริหารหรือพนักงานอาจตัดสินใจโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าประโยชน์ขององค์กร ซึ่งส่งผลเสียต่อธุรกิจในระยะยาว
- ผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กร เนื่องจากพนักงานอาจรู้สึกว่าจะไม่ได้รับโอกาสที่เท่าเทียม นำไปสู่การขาดความไว้วางใจ ขาดความเคารพซึ่งกันและกัน และลดความร่วมมือระหว่างบุคลากรในองค์กร
- ความเสี่ยงที่จะสูญเสียบุคลากรที่มีความสามารถ ซึ่งไม่ต้องการทำงานในองค์กรที่มีความเสี่ยงด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์สูง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่โปร่งใส** เช่น
 - กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเปิดเผยผลประโยชน์ส่วนตัว
 - ส่งเสริมให้มีการเปิดเผยข้อมูลผลประโยชน์ส่วนตัว เช่น การถือหุ้น การรับงานภายนอก หรือความสัมพันธ์กับคู่ค้า
- กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน** เช่น
 - การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อตรวจสอบธุรกรรม
 - ใช้ระบบการอนุมัติที่มีหลายขั้นตอนสำหรับรายการที่มีนัยสำคัญ
- ส่งเสริมการเลือกใช้เกณฑ์ที่ชัดเจน:**

- กำหนดให้ใช้เกณฑ์ เช่น ESG ในการคัดเลือกคู่ค้า เพื่อให้การตัดสินใจอิงจากหลักเกณฑ์ที่ตรวจสอบได้

4. ฝึกอบรมและสร้างความตระหนักรู้:

- จัดอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงความเสี่ยงของความขัดแย้งทางผลประโยชน์และวิธีการจัดการอย่างเหมาะสม

5. ตรวจสอบภายในอย่างอิสระและเที่ยงธรรม:

- ผู้ตรวจสอบภายในต้องรักษาความเป็นอิสระและความเที่ยงธรรมในการปฏิบัติหน้าที่
- ห้ามใช้อำนาจหน้าที่กับหน่วยรับตรวจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองหรือพวกพ้อง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของคู่ค้า

• ลักษณะความเสี่ยง

การขัดแย้งทางผลประโยชน์ของคู่ค้าก่อให้เกิดความเสี่ยงหลายด้าน เช่น ความเสี่ยงด้านกฎหมาย จากการถูกฟ้องร้องดำเนินคดีทางกฎหมาย, ความเสียหายต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของบริษัทจะเสียหายในสายตาลูกค้าและสาธารณชน ทำให้บริษัทเสียความน่าเชื่อถือ, ความเสี่ยงทางการเงิน เช่น มีโอกาสการสูญเสียเงินทุน, และความเสี่ยงทางธุรกิจ ที่อาจส่งผลให้สัญญาถูกยกเลิกหรือธุรกิจหยุดชะงักได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการขัดแย้งทางผลประโยชน์ของคู่ค้าอาจทำให้บริษัทไม่ได้รับประโยชน์สูงสุดตามวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อจัดจ้าง และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และส่งผลเสียต่อการเติบโตของบริษัทในระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ระบุค่าจำกัดความและขอบเขตการประเมินคู่ค้าสำคัญด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้ชัดเจน
2. สื่อสารและกำชับให้คู่ค้ารับทราบและปฏิบัติตามนโยบาย
3. ประเมินคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) และอาจมีการสุ่ม onsite audit พุดคุยกับคู่ค้า เพื่อให้มั่นใจว่า คู่ค้าสำคัญมีการปฏิบัติตามนโยบายด้านความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัท
4. หากมีการตรวจพบว่ามีเหตุการณ์ที่มีนัยสำคัญเกี่ยวข้องกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ให้รายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ ผู้บริหาร และคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนหาแนวทางป้องกันการเกิดซ้ำ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศจัดทำขึ้นเพื่อช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศให้มีความปลอดภัย มีการรักษาความลับ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล และมีความพร้อมใช้งานอย่างเป็นระบบ รวมทั้งสร้างกระบวนการจัดการความเสี่ยงด้วยข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท ซึ่งสำคัญมากสำหรับภาคขนส่งและโลจิสติกส์ เนื่องจากต้องพึ่งพาระบบข้อมูลสารสนเทศอย่างมากสำหรับการดำเนินงาน การติดตาม และการสื่อสารกับลูกค้า โดยบริษัทเตรียมจัดทำแผนการกำกับดูแลตั้งแต่ระดับนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ชัดเจน พร้อมทั้งสื่อสารและฝึกอบรมพนักงานให้มีความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังจัดให้มีการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกเพื่อจัดทำแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่ยืนยันว่าองค์กรดำเนินการตามแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดเท่านั้น แต่ยังสามารถเพิ่มความมั่นใจให้กับองค์กรในการแข่งขันในตลาด เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
<ul style="list-style-type: none"> มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดการทดสอบความมั่นคงปลอดภัยอย่างน้อยทุก 3 ปี	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

หมายเหตุ : การจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ: ปัจจุบัน บริษัทมีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยครอบคลุมการดำเนินงาน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การควบคุมการเข้าออกศูนย์คอมพิวเตอร์และการป้องกันความเสียหาย 2) การรักษาความปลอดภัยข้อมูล ระบบคอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่าย 3) การควบคุมการพัฒนาหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงระบบงานคอมพิวเตอร์ 4) การสำรองข้อมูลและระบบคอมพิวเตอร์ และการเตรียมพร้อมกรณีฉุกเฉิน 5) การควบคุมการใช้บริการด้านงานเทคโนโลยีสารสนเทศจากผู้ให้บริการรายอื่น แต่เนื่องด้วยปัจจุบัน เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และภัยทางไซเบอร์มีความซับซ้อนหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ดังนั้น บริษัทจึงมีความประสงค์จะทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติให้ครบถ้วนและทันต่อเหตุการณ์ เพื่อรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น บริษัทจึงระบุสถานะปัจจุบันเป็น “อยู่ระหว่างดำเนินการ” นอกจากนี้ ในด้านการกำกับดูแลให้มีการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร ที่ผ่านมาระยะหนึ่งได้ให้ผู้ตรวจสอบจากภายนอกเข้ามาตรวจสอบด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศอยู่เป็นระยะ และกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาความมั่นคงทางสารสนเทศตามคำแนะนำของผู้ตรวจสอบภายนอก ดังนั้น บริษัทจึงระบุสถานะปัจจุบันเป็น “อยู่ระหว่างดำเนินการ”

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	2569	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยครอบคลุมการปกป้อง "ข้อมูลสารสนเทศ" และ "ระบบสารสนเทศ" ของบริษัทจากภัยคุกคามต่างๆ เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทอนุมัติ จัดทำทบทวนนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง สื่อความให้พนักงานรับทราบและปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร
แผนการประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศ โดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนในการพัฒนาด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศ ปี 2569 เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนในการพัฒนาด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศ ปี 2570 เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร คัดเลือกและว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอกเพื่อประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
	2571	<ul style="list-style-type: none"> Cybersecurity ของบริษัทได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร นำผลการตรวจสอบมาพัฒนาจัดทำแผนงานด้านความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร และดำเนินการปิดช่องโหว่ต่อไป
พนักงานทุกคนในองค์กรได้รับการอบรม และผ่านการทดสอบความรู้ความเข้าใจ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดอบรมประจำปีเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ และมีแบบทดสอบเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจของพนักงาน โดยกำหนดเป้าหมาย ดังนี้ - ร้อยละ 100 ของพนักงานทั้งหมดต้องเข้าร่วมอบรมและผ่านการทดสอบด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ - พนักงานต้องได้รับคะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป จึงจะผ่านการทดสอบด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์
แผนการทดสอบความมั่นคงทางไซเบอร์	2569	<ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกและว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเพื่อทดสอบการเจาะระบบ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		(Penetration Test) ระบบสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของบริษัท
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) ระบบสารสนเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก นำเสนอรายงานสรุปผลการทดสอบที่ระบุช่องโหว่ที่ค้นพบ พร้อมแผนการแก้ไข แนวทางป้องกันความเสี่ยงหรือการป้องกันการเกิดซ้ำต่อผู้บริหาร โดยบริษัทจะมีการทดสอบทุกๆ 3 ปี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีหลากหลายรูปแบบ โดยแบ่งที่มาของความเสี่ยงออกเป็น 2 ปัจจัย คือ

1. **ปัจจัยภายนอก** ได้แก่ ภัยธรรมชาติ การโจรกรรม หรือการโจมตีทางไซเบอร์ (แฮกเกอร์, มัลแวร์) และ
2. **ปัจจัยภายใน** ได้แก่ อุปกรณ์ชำรุด การใช้งานผิดพลาด หรือความประมาทผิดพลาดของพนักงาน ดังนั้น บริษัท จึงควรมีมาตรการประเมินและป้องกันความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ และภัยทางไซเบอร์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีผลกระทบต่อบริษัท อย่างมหาศาลทั้งในมุมความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ โดยทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลกระทบทางการเงินในท้ายที่สุด ดังนั้น บริษัท จึงต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิดเพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีข้อมูลสารสนเทศของบริษัทและข้อมูลของลูกค้า

• ผลกระทบความเสี่ยง

1. **การดำเนินงานหยุดชะงัก:** จากความผิดพลาดของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ หรือการถูกโจมตีทางไซเบอร์ ส่งผลให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศล้มเหลว และทำให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงัก
2. **ผลกระทบทางการเงิน:** เนื่องจากการถูกโจรกรรมข้อมูล สูญเสียรายได้จากการที่ธุรกิจหยุดชะงัก หรือเกิดค่าใช้จ่ายที่ไม่คาดคิดอันเนื่องมาจากการกู้คืนระบบ
3. **ความเสียหายต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ:** หากข้อมูลลูกค้าหรือข้อมูลความลับรั่วไหล จะส่งผลเสียต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรอย่างรุนแรง
4. **การรั่วไหลหรือสูญหายของข้อมูล:** ข้อมูลสำคัญของบริษัทอาจถูกขโมย, ถูกแก้ไข, หรือสูญหายไปทั้งหมด ทำให้เกิดความเสียหายต่อข้อมูลและทรัพย์สินทางปัญญา
5. **ความผิดพลาดของพนักงาน:** เนื่องจากไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือไม่มีความรู้ในการป้องกันภัยทางไซเบอร์ที่ถูกต้อง จึงทำให้อาจมีพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเสี่ยง เช่น การเปิดอีเมลที่ติดมัลแวร์, การป้อนข้อมูลผิดพลาด หรือการจัดการข้อมูลที่ไม่รอบคอบ ซึ่งนำไปสู่ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ได้
6. **ความเสี่ยงจากอุปกรณ์ไม่ประสงค์:** เช่น การโจมตีจากแฮกเกอร์, การใช้โปรแกรมที่ผิดลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจทำให้ระบบไม่เสถียร หรือนำไปสู่การโจรกรรมข้อมูลได้
7. **ภัยพิบัติทางธรรมชาติ:** เช่น น้ำท่วม, ไฟป่า, หรือพายุ อาจทำให้โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเสียหาย และส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. ระบุและประเมินความเสี่ยง:

- ประเมินความเสี่ยงอย่างน้อยปีละครั้งหรือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสำคัญ
- ระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและผลกระทบต่อองค์กร

2. การควบคุมความเสี่ยง:

- ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด (CCTV), ระบบควบคุมการเข้าออก
- มีแผนสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- ตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ตามอายุการใช้งาน
- อบรมให้ความรู้และจัดให้มีแบบทดสอบแก่พนักงานเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรในเรื่องความปลอดภัยทางไซเบอร์

3. การตอบสนองและแก้ไข้ปัญหา:

- จัดแผนรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉินไม่คาดฝัน
- กำหนดนโยบายและขั้นตอนปฏิบัติที่ชัดเจน
- ถอดบทเรียนเพื่อจัดทำมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ

4. การตรวจสอบและทดสอบระบบ:

- จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเพื่อทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) สารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำผลการทดสอบมาจัดทำแผนพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- จัดให้มีผู้ตรวจสอบจากภายนอก เพื่อประเมินแนวทางการป้องกันความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) ของข้อมูลสารสนเทศ เพื่อนำข้อเสนอแนะจากผู้ตรวจสอบมาจัดทำแผนการป้องกันความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. การรายงาน:

- มีการรายงานผลการตรวจสอบหรือทดสอบแก่ผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง
- มีการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศ อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

หลังจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในการเสริมสร้างความตระหนักถึงความสำคัญ และความรู้ความเข้าใจในการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ผ่านการดำเนินการ และเข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Care the bear ลีโอบอลฯ และ ลีโอบอลฯ จากวีสดูรีไซเคิล เพื่อสนับสนุนการวางแผนการลดก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินการของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป บริษัทจะมุ่งเน้นการดำเนินการเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ ขอบเขตที่ 2 ให้ครบถ้วน ผ่านการทวนสอบตามมาตรฐานขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (TGO) และรายงานข้อมูลตามมาตรฐานของตลาดหลักทรัพย์ รวมไปถึงการเริ่มต้นเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 ภายในปี พ.ศ. 2570 บริษัทมีความตั้งใจที่จะดำเนินงานธุรกิจแบบคาร์บอนต่ำ และพัฒนาบริการขนส่งที่มีความทันสมัย สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สังคม ด้วยการลงทุนในโครงการลดก๊าซเรือนกระจก และการพัฒนาบริการสีเขียวที่สามารถตรวจวัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2	2569	<ul style="list-style-type: none"> ทบทวนนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม หรือนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมหรือการจัดการสภาพภูมิอากาศ และนำเสนอต่อคณะ กรรมการบริษัท ทบทวนกฎบัตร “คณะกรรมการบรรษัทภิบาลและความยั่งยืนของกิจการ” ให้ครอบคลุมการบริหารจัดการความเสี่ยงและโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของฝ่ายงานต่างๆ อย่างชัดเจนในการเก็บรวบรวม ตรวจสอบ และบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ฝ่ายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก ระบุขอบเขตขององค์กรในการเก็บข้อมูลก๊าซเรือนกระจกที่ชัดเจน ระบุประเภทกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องตามขอบเขต Emission Scope เพื่อจัดทำรายงาน สำหรับทวนสอบก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐาน จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปี พ.ศ. 2569 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก อย่างถูกต้องครบถ้วน ศึกษาโครงการสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ผ่านโครงการ Solar rooftop, EV Truck และ โครงการอื่นๆ
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> รายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2569 ที่ผ่านการทวนสอบแล้ว ภายในเดือน เม.ย. 2570 จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มได้ถูกต้องครบถ้วน เริ่มต้นกำหนดปีฐาน และตั้งเป้าลดก๊าซเรือนกระจกของบริษัท ระบุและจัดลำดับความสำคัญของมาตรการลดก๊าซเรือนกระจกของ บริษัท ขอบเขตที่ 1 และ 2 ดำเนินโครงการสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ผ่านโครงการ Solar rooftop, EV Truck และ โครงการอื่นๆ ตามแผนการลดก๊าซเรือนกระจกที่วางไว้ เริ่มต้นศึกษา และวิเคราะห์ Gap Analysis ของรายงานปัจจุบันเทียบกับมาตรฐานรายงานสากล IFRS S2 ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล รายงานข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2570 ที่ผ่านการทวนสอบแล้ว จัดเก็บข้อมูลและคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี พ.ศ. 2571 ผ่านเครื่องมือ/แพลตฟอร์มได้ถูกต้องครบถ้วน เริ่มต้นประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อบริษัท ผ่านการประเมินแบบ Scenario Analysis ตามหลักประเมินสากล ดำเนินโครงการสนับสนุนการลดก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 1 และ 2 ผ่านโครงการ Solar rooftop, EV Truck และ โครงการอื่นๆ ตามแผนการลดก๊าซเรือนกระจกที่วางไว้ การดำเนินการเพื่อเตรียมพร้อมในการจัดทำรายงานตามมาตรฐานรายงานสากล IFRS S2
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	2569	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมและการดำเนินงานของธุรกิจ ศึกษาและเริ่มต้นประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อพัฒนาโครงการ Logistics Solutions
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2570 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้ เริ่มต้นประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อพัฒนาโครงการ Logistics Solutions
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เริ่มต้นจัดเก็บข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 ปี พ.ศ. 2571 บนเครื่องมือ/แพลตฟอร์มที่ได้รับการรับรองอย่างถูกต้อง เฉพาะใน category ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทมีความสามารถในการควบคุมได้ บริษัทได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร (CFO) ตามมาตรฐาน ISO 14064-1 ที่ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
----------------	----	-------------------

- ดำเนินการพัฒนาโครงการ Logistics Solutions

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกไม่ถูกต้องตามหลักการเก็บข้อมูลที่กำหนด

• ลักษณะความเสี่ยง

ระบุแหล่งกำเนิดก๊าซเรือนกระจกผิดขอบเขต การเลือกใช้ Emission Factor ในการคำนวณไม่ถูกต้อง ข้อผิดพลาดในการเก็บข้อมูล อันเนื่องมาจากข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของทีมงาน อาจไม่ครบถ้วนหรือคำนวณผิดพลาด

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกไม่น่าเชื่อถือและอาจทำให้ทวนสอบไม่ผ่าน
- ต้องใช้เวลาในการค้นหาจุดที่ข้อมูลผิดพลาดเพื่อแก้ไข ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการรายงาน และทำให้แผนการเก็บข้อมูลนั้นล่าช้า ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบริษัท
- หากข้อมูลไม่ถูกต้อง จะทำให้การวางแผนการลดก๊าซเรือนกระจกผิดพลาด และอาจทำให้การเลือกใช้มาตรการลดก๊าซเรือนกระจกไม่เหมาะสม ส่งผลกระทบต่อการวางแผนทางการเงินระยะยาว
- ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่คำนวณผิดพลาด ถูกนำไปใช้พัฒนาบริการคาร์บอนต่ำ ทำให้บริการไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หากข้อผิดพลาดถูกตรวจเจอ อาจมีผลกระทบต่อรายได้ และชื่อเสียงของบริษัท หรือการสูญเสียลูกค้า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์ และได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มาให้คำแนะนำในการเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจก
- เลือกใช้เครื่องมือ/แพลตฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลและคำนวณก๊าซเรือนกระจกที่ได้รับการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก
- อบรมให้ความรู้เพิ่มทักษะแก่ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+
(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 วันที่ 02 มิ.ย. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่ทั้ง Export และ Import	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งทีมงานที่เป็น Trade Specialist ที่ดูแลและศึกษาการให้บริการไปยังเส้นทางการขนส่งที่ทางบริษัทต้องการพัฒนาได้ จัดกิจกรรม Training ให้กับพนักงาน ลูกค้า และ Supplier ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโลจิสติกส์ และกฎระเบียบต่างๆ ในแต่ละเส้นทางการขนส่ง จัดทำนโยบาย และพัฒนาการให้บริการด้าน Green Logistics เนื่องจากหลายประเทศมีกฎหมายและมาตรฐานที่เข้มงวดเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการโลจิสติกส์
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ใช้เทคโนโลยีมาพัฒนา Predictive Demand Forecasting เพื่อวางแผน Capacity ในแต่ละเส้นทางการขนส่ง พัฒนาและนำเสนอการให้บริการด้าน Green Logistics ให้กับลูกค้าอย่างครบวงจร
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ขยายเส้นทางการขนส่งระหว่างประเทศได้มากขึ้น ขยายฐานลูกค้าที่ใช้บริการ Green Logistics ได้มากขึ้น
การหาลูกค้าใหม่ New Customer Focus ที่ชัดเจน	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งทีมขายที่ดูแลลูกค้า Key Accounts ที่มียอดขายในระดับสูงตรงตามเป้าหมายของบริษัทโดยเฉพาะ จัดทำคู่มือและ Sales Tools ตามแต่ละอุตสาหกรรม สำหรับทีมขาย จัดตั้ง LEO Sales Academy เพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของทีม Sales อย่างต่อเนื่องรวมถึงเป็นใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างทีมขายรุ่นใหม่ของบริษัท
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Accounts 15-20% พัฒนา LEO Sales Academy ให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเติบโตของยอดขาย
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Account 15-20%
การเพิ่มระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (CRM / Event / CSR / Supplier Relationship)	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง สำหรับลูกค้ารายหลักของบริษัท หรือลูกค้าที่มี Potential เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ใช้เทคโนโลยีมาช่วยสร้าง Customer Engagement กับลูกค้าที่เป็น Key Accounts

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90% จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง สร้าง Loyalty Program เช่น คะแนนสะสม / เสริมบริการเสริมใหม่ๆ ส่งมอบโครงการ “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และเชิญลูกค้า Key Accounts มาร่วมในกิจกรรม
	2571	<ul style="list-style-type: none"> รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90% จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 8 ” ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่ทั้ง Export และ Import	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งทีมงานที่เป็น Trade Specialist ที่ดูแลและศึกษาการให้บริการไปยังเส้นทางการขนส่งที่ทางบริษัทต้องการพัฒนาได้ จัดกิจกรรม Training ให้กับพนักงาน ลูกค้า และ Supplier ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโลจิสติกส์ และกฎระเบียบต่างๆ ในแต่ละเส้นทางการขนส่ง จัดทำนโยบาย และพัฒนาการให้บริการด้าน Green Logistics เนื่องจากหลายประเทศมีกฎหมายและมาตรฐานที่เข้มงวดเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการโลจิสติกส์
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ใช้เทคโนโลยีมาพัฒนา Predictive Demand Forecasting เพื่อวาง Capacity ในแต่ละเส้นทางการขนส่ง การคัดเลือกและว่าจ้างผู้ตรวจสอบภายนอกเพื่อประเมินการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระบบ Predictive Demand Forecasting และระบบที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศหลัก (Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก พัฒนาและนำเสนอการให้บริการด้าน Green Logistics ให้กับลูกค้าอย่างครบวงจร
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ขยายเส้นทางการขนส่งระหว่างประเทศได้มากขึ้น ขยายฐานลูกค้าที่ใช้บริการ Green Logistics ได้มากขึ้น ระบบ Predictive Demand Forecasting และระบบสารสนเทศอื่นๆ ของบริษัท ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กรเพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
การหาลูกค้าใหม่ New Customer Focus ที่ชัดเจน	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งทีมขายที่ดูแลลูกค้า Key Accounts ที่มียอดขายในระดับสูงตรงตามเป้าหมายของบริษัทโดยเฉพาะ จัดทำคู่มือและ Sales Tools ตามแต่ละอุตสาหกรรม สำหรับทีมขาย

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้ง LEO Sales Academy เพื่อใช้ในการพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพของทีม Sales อย่างต่อเนื่องรวมถึงเป็นใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างทีมขายรุ่นใหม่ของบริษัท เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Accounts 15-20%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนา LEO Sales Academy ให้เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเติบโตของยอดขาย เพิ่มจำนวนลูกค้า SPAB Key Account 15-20%
การเพิ่มระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (CRM / Event / CSR / Supplier Relationship)	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง สำหรับลูกค้ารายหลักของบริษัท หรือลูกค้าที่มี Potential เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ใช้เทคโนโลยีมาช่วยสร้าง Customer Engagement กับลูกค้าที่เป็น Key Accounts รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง สร้าง Loyalty Program เช่น คະแนนสะสม / เสริมบริการเสริมใหม่ๆ ส่งมอบโครงการ “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 ” และเชิญลูกค้า Key Accounts มาร่วมในกิจกรรม รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Relationship Management (CRM) เดือนละ 1 ครั้ง เริ่มโครงการ Corporate Social Responsibility (CSR) “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 8 ” ทำการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับทราบเพื่อสร้างความตระหนักเรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้าง Engagement กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า Customers Satisfaction Survey ให้สูงกว่า 90%

Diversified Growth – ขยายฐานรายได้สู่ธุรกิจ Rail และ Non-Freight / Non-Logistics

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง		
Rail Service: ขยายบริการ Cross-Border Rail & Truck เชื่อมภูมิภาค CLMV-China	2569	<ul style="list-style-type: none"> ขยายบริการ Cross-Border Rail/Truck ไทย-ลาว-จีน -เวียดนาม - มาเลเซีย ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิด 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า สร้างเครือข่าย Strategic Partners ในประเทศจีน ลาว เวียดนามและ มาเลเซีย เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ ศึกษาการจัดทำระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ได้ 		
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น ขยายฐานลูกค้า Key Account ให้เพิ่มมากขึ้น 25% พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) 		
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) 		
	LEO Self Storage – Digital Marketing & Brand Awareness	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาที่ปรึกษาหรือบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Social Marketing มาให้คำแนะนำหรือจัดกิจกรรมด้าน Social Media ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 25% 	
		2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20% 	
		2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 15% 	
		LEO COLDBOTIC – Intelligent Warehouse for Wine	2569	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มลูกค้า Key Account รายใหญ่ จัดกิจกรรมโปรโมชั่นบริการ From Vineyard to Table End-to-End Global Logistics Solution เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งให้กับลูกค้า จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 30%
			2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20%
			2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM รักษา Occupancy rate ให้ได้ไม่น้อยกว่า 85%

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง		
Rail Service: ขยายบริการ Cross-Border Rail & Truck เชื่อมภูมิภาค CLMV-China	2569	<ul style="list-style-type: none"> ขยายบริการ Cross-Border Rail/Truck ไทย-ลาว-จีน -เวียดนาม - มาเลเซีย ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกิด 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า สร้างเครือข่าย Strategic Partners ในประเทศจีน ลาว เวียดนามและ มาเลเซีย เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ ศึกษาการจัดทำระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ได้ 		
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น ขยายฐานลูกค้า Key Account ให้เพิ่มมากขึ้น 25% พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ดำเนินการประเมินการทำงานด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ ระบบ Cross-Border Eco System และระบบที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมถึงการดำเนินการทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศหลัก (Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก 		
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนเที่ยวและปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า ให้เพิ่มมากขึ้น ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เพื่อเป็น platform ในการติดตาม Shipment Status (Tracking) ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กรเพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบสารสนเทศอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ 		
	LEO Self Storage – Digital Marketing & Brand Awareness	2569	<ul style="list-style-type: none"> จัดหาที่ปรึกษาหรือบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Social Marketing มาให้คำแนะนำหรือจัดกิจกรรมด้าน Social Media ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 25% 	
		2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20% 	
		2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย รวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 15% 	
		LEO COLDBOTIC – Intelligent Warehouse for Wine	2569	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มลูกค้า Key Account รายใหญ่ จัดกิจกรรมโปรโมทบริการ From Vineyard to Table End-to-End Global Logistics Solution เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งให้กับลูกค้า จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM อย่างต่อเนื่อง เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 30%

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM เพิ่ม Occupancy rate ให้เพิ่มขึ้น ได้อย่างน้อย 20%
	2571	<ul style="list-style-type: none"> จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM รักษา Occupancy rate ให้ได้ไม่น้อยกว่า 85%

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ชื่อความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของระบบ Cross-Border Eco System

ลักษณะความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

ความเสี่ยงจากการที่ระบบการทำงานไม่เสถียร ข้อมูลการติดตามสถานะล่าช้า หรือมีข้อผิดพลาด มีช่องโหว่ในระบบทำให้ข้อมูลรั่วไหล หรือการเชื่อมต่อกับระบบสารสนเทศอื่นๆ ไม่สมบูรณ์

ผลกระทบความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

- การขนส่งสินค้าและการดำเนินงานของบริษัทอาจประสบความล่าช้า อันเนื่องมาจากความไม่ถูกต้องของข้อมูลจากระบบติดตามการขนส่ง หรือการขัดข้องของระบบ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการให้บริการแก่ลูกค้า
- การรั่วไหลของข้อมูลการขนส่ง หรือข้อมูลอื่นๆ ทำให้เกิดการสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้า ส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท และก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

- การพัฒนาและบำรุงรักษาระบบติดตามการขนส่งให้มีความเสถียรและพร้อมใช้งานอย่างต่อเนื่อง จัดให้มีระบบสำรองและแผนรองรับกรณีระบบขัดข้อง (Business Continuity Plan) รวมถึงการตรวจสอบและควบคุมความถูกต้องของข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
- การเสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผ่านการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล การป้องกันการรั่วไหลของข้อมูล และการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ตลอดจนการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

หมายเหตุ

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

คู่ค้า หมายถึง พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) และคู่ค้า (Supplier)

แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

หมายเหตุ

ฉบับตั้งต้น : 05 ม.ค. 2569

[ไม่เคยมี]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 02 มิ.ย. 2569

คู่ค้า หมายถึง พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) และคู่ค้า (Supplier)