



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (MCA)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 12/11/2568

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 26/12/2568

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ("MCA") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

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

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชี้ชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำได้กล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดในเอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจาก การผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและพิจารณาอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผลของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและพิจารณาของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

หน้า

ภาพรวมบริษัท

1

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

2

เป้าหมาย ๓ ปี 2571

3

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพจากการบริหารจัดการต้นทุนคงที่ (Operating Leverage for Growth)

3

กลยุทธ์ที่ 2 การขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน (Digital Transformation for sustainability)

5

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการควบรวมและการเพิ่มพันธมิตรด้วยการ M&A (Enhancing value through M&A synergies)

8

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

11

แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

12

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

14

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

16

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

20

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

21

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

22

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

ภาพรวมธุรกิจ

ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยสามารถแบ่งบริการหลักออกเป็น 3 บริการ ดังนี้ บริการด้านการตลาด การจำหน่ายสินค้า และบริการสิ่งพิมพ์และโฆษณา

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2567	2566	2565	-
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	658.85	471.48	372.77	N/A
ค่าใช้จ่าย	634.02	440.99	351.43	N/A
Net Profit	19.97	25.12	16.51	N/A
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	396.54	359.88	161.18	N/A
หนี้สิน	88.59	62.02	62.81	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	307.95	297.86	98.37	N/A
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	-51.82	-17.72	2.90	N/A
กิจกรรมลงทุน	-9.22	-1.27	-1.41	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-11.11	157.79	-1.80	N/A
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.09	0.14	24.49	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	17.52	22.39	22.24	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3.03	5.33	4.43	N/A
D/E Ratio (เท่า)	0.29	0.21	0.64	N/A
ROE (%)	6.59	12.68	16.79	N/A
ROA (%)	6.57	11.82	13.23	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	100.00 ล้านบาท
------------	----------------

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

1. กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตอย่างมี
ประสิทธิภาพจากการบริหารจัดการ ต้นทุนคงที่
(Operating Leverage for Growth)
2. กลยุทธ์ที่ 2 การขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่
ดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน (Digital
Transformation for sustainability)
3. กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการควบ
รวมและการเพิ่มพันธมิตรด้วย การ M&A
(Enhancing value through M&A synergies)

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษาจากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกรณและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2565	YE/2566	YE/2567	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	16.51	25.12	19.97	100.00

มุ่งเน้นการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนเชิงกลยุทธ์ การเติบโตอย่างยั่งยืน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพจากการบริหารจัดการต้นทุนคงที่ (Operating Leverage for Growth)

มุ่งขยายฐานลูกค้าจากทั้งธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายอย่างเป็นระบบ โดยใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ ได้แก่ คลังสินค้า ระบบขนส่ง และทีมปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรสูงสุด การเพิ่มจำนวนลูกค้าและปริมาณงานช่วยสร้าง Operating Leverage ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงโดยไม่เพิ่มต้นทุนดำเนินงานในสัดส่วนเดียวกัน พร้อมต่อยอดรายได้ผ่านการทำ Cross-selling ระหว่างธุรกิจบริการด้าน Marketing Service และธุรกิจจัดจำหน่าย (Distributor) เพื่อเพิ่มรายได้ต่อหนึ่งลูกค้า และยกระดับขอบเขตการให้บริการให้ครอบคลุม Value Chain ด้วยรูปแบบการให้บริการแบบครบวงจร รองรับทุกช่องทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	9M/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%)	39.74	26.85	32	24	22
อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)					

เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย		
	9M/2568	2569	2570	2571
การเติบโตของรายได้บริการ (%)	10	23	15	15
การเติบโตของรายได้จัดจำหน่าย(%)	215	67	50	33

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การปรับสมดุลพอร์ตลูกค้าและ ขยายช่องทางบริการ Marketing Service และการยกระดับธุรกิจจัดจำหน่าย Distributor	2569	เพิ่มสัดส่วนรายได้จากลูกค้า Non-FMCG คิดเป็น 15% ของรายได้ส่วนเพิ่ม (New Revenue Growth) และเริ่มนำร่องการบริการ New Service Channel ทั้งรูปแบบ Onsite และ Online Digital เพื่อรองรับการเติบโตธุรกิจบริการ Service Revenue Growth 23%

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		ขยายฐานลูกค้ารายใหม่ 3-5 บริษัท ควบคู่การต่อยอดรายได้ซึ่งกันและกัน จากบริการ Marketing Service เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าการใช้บริการต่อหนึ่งลูกค้า สนับสนุนการเติบโตของรายได้ธุรกิจจัดจำหน่าย 50% และขยายพื้นที่ Distribution Hubs รวมถึงเพิ่มจำนวนรถ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบขนส่ง ในการรองรับการเติบโต SDS Revenue Growth 67%
	2570	- นำเสนอบริการร่วมกัน Cross selling ของธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายเพื่อส่งเสริมการบริการแบบครบวงจร และช่วยสนับสนุนการเติบโตของรายได้ธุรกิจบริการ 10% รวมถึงการเร่งขยายฐานลูกค้า Non-FMCG และเพิ่มรายได้จากช่องทางบริการใหม่ New Service Channel 10% ของรายได้ส่วนเพิ่ม - เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และเร่งขยายฐานลูกค้ารายใหม่ พร้อมยกระดับ Utilization Rate ของคลังสินค้าและระบบขนส่งให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
	2571	- บริหารต้นทุนต่อหน่วยให้อยู่ในระดับต่ำสุดจากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับ Service Revenue Growth 15% และช่วยสร้าง Margin Expansion จาก Operating Leverage ในการยกระดับกำไรโดยรวมของบริษัท - บริหารต้นทุนต่อหน่วยให้อยู่ในระดับต่ำสุดจากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับ SDS Revenue Growth 33% และช่วยสร้าง Margin Expansion จาก Operating Leverage ในการยกระดับกำไรโดยรวมของบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงจากการขยายฐานลูกค้า Non-FMCG , New Service Channel และ cross-selling รวมถึงการบริหาร Working Capital ไม่เป็นไปตามแผน

ลักษณะความเสี่ยง

การขยายสัดส่วนลูกค้า Non-FMCG (เป้า 15% ของ new revenue growth) , การเพิ่มช่องทางบริการใหม่ New Service Channel และ cross-selling การต่อยอดธุรกิจซึ่งกันและกัน ระหว่างธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่าย อาจเผชิญความท้าทายไม่เป็นไปตามคาด ส่งผลให้การเติบโตของรายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และกระทบต่อการ Operating leverage ทำงานได้ไม่เต็มที่ (ต้นทุนคงที่สูงขึ้นเกินคาดจากการรองรับ demand ที่ไม่แน่นอน) รวมถึงการหมุนเวียนบัญชีลูกหนี้ (AR Turnover) ไม่ถึง 4.0-4.2 รอบ/ปี

ผลกระทบความเสี่ยง

- รายได้เติบโตช้าลงหรือผันผวน ส่งผลให้ Service Revenue Growth ไม่เป็นไปตามเป้า
- สูญเสียโอกาสในการใช้ Operating leverage เพื่อรองรับการเติบโตของรายได้ (fixed cost เพิ่มขึ้นสัดส่วนกับ Revenue Growth) และส่งผลให้ Gross Profit Margin และเป้าหมายกำไรสุทธิ 100 ล้านบาทในปี 2571 มีความเสี่ยง
- สภาพคล่องลดลง (working capital ติดขัด) จากลูกหนี้ค้างชำระเพิ่ม หรือรอบเก็บเงินยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดเกณฑ์คัดเลือกกลุ่มลูกค้าและตั้ง Target ให้กับทีมขายสำหรับลูกค้า Non-FMCG (เน้น Credit term สั้นและ Demand ที่คาดการณ์ได้)
2. ติดตาม KPI Non FMCG ,New Service Channel และ Cross-selling ของธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่าย
3. พัฒนา Hybrid Billing Tracking System เพื่อลดความล่าช้าในการออกเอกสารและเร่งรอบเก็บหนี้

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและต้นทุน Supply Chain ที่ผันผวน

ลักษณะความเสี่ยง

ธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่าย อาจได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจมหภาค เช่น เศรษฐกิจชะลอตัวหรือภาวะถดถอย (recession) ทำให้กำลังซื้อและ demand ลดลง รวมถึงเงินเฟ้อ ค่าขนส่ง/ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น และ supply chain disruption (เช่น ขาดแคลนสินค้าหรือปัญหาการขนส่งจากปัจจัยภายนอก)

ผลกระทบความเสี่ยง

1. ต้นทุนสินค้าที่ขาย (COGS) และต้นทุนโลจิสติกส์สูงขึ้น ทำให้ Gross Profit Margin ลดลงและ operating leverage ไม่เกิดผลเต็มที่ (margin ถูกบีบแม้ revenue เพิ่ม)
2. ความสามารถในการส่งมอบสินค้า/บริการล่าช้าหรือต้นทุนสูงเกินคาด ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและโอกาสสูญเสียยอดขาย
3. กระทบความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว หากไม่สามารถผลักภาระต้นทุนไปยังลูกค้าได้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดทำ Supply Chain Risk Management อย่างเป็นระบบ โดยใช้ WMS ในการวางแผนสต็อกและจัดซื้อให้แม่นยำขึ้น
2. กำหนด Hedging Policy สำหรับ commodity และค่าขนส่งที่สำคัญ
3. สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับ supplier หลักและมี alternative suppliers สำรอง

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/MCA/1766413441512.pdf>



กลยุทธ์ที่ 2 การขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน (Digital Transformation for sustainability)

เน้นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ด้าน IT/AI โดยการนำ AI และ Marketing Automation มาใช้เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน (SG&A) และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดสรรบริการ กลยุทธ์นี้ใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำ Personalization at Scale ในแคมเปญ และการใช้ระบบ Automation ในกระบวนการภายในในการบริหารจัดการพนักงาน Nera เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวัดผลลัพธ์ (Performance Marketing) และลด Cost Per Acquisition (CPA) อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการยกระดับอัตรากำไรสุทธิ โดยการยกระดับบุคลากร ให้มีทักษะในการนำเสนอ Solution ที่ซับซ้อนและใช้เทคโนโลยีได้อย่างเชี่ยวชาญ

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	9M/2568	2569	2570	2571
Net Profit Margin (%)	3.03	2.65	4	5	6

เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย		
	9M/2568	2569	2570	2571
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร (%)	15.80	13	11	10

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การนำ AI มาใช้ใน Digital Performance Marketing,การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน IT/ERP และ Internal Automation	2569	- พัฒนาทีม IT เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Digital Transfromation พร้อมวางกรอบนโยบายการทำงาน และวางรากฐานด้านข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรองรับการเติบโตขององค์กร - บูรณาการระบบ ERP (BC 365) เข้ากับ In-house App (Nera) เพื่อให้เกิด Single Source of Truth ในการบริหารจัดการพนักงาน 3,000 คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อมต่อ Mobile App และ/หรือ Handheld Scanner เพื่อบริหารงานบริการและคลังสินค้าแบบ Real-time ช่วยลด Lead Time และตอบสนองความต้องการที่ผันผวนของลูกค้าได้ทันท่วงที
	2570	- พัฒนาระบบ CRM เพื่อเชื่อมโยงกับระบบ ERP (BC365) ในการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่แม่นยำของธุรกิจบริการ และธุรกิจจัดจำหน่าย พร้อมวางรากฐานเตรียมเข้าสู่ Marketing Automation - บูรณาการ BC 365 ERP สำหรับใช้ธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่าย และนำระบบ WMS/TMS เข้ากับ Distribution Hubs อย่างสมบูรณ์ ควบคู่การเริ่มใช้ Automation Tools เพื่อลดกระบวนการทำงานขององค์กรให้เป็นไปโดยอัตโนมัติ 20%
	2571	- ยกระดับระบบ CRM ให้เชื่อมโยงข้อมูลครบถ้วน และทำงานเต็มรูปแบบกับระบบ ERP (BC365) โดยเริ่มนำร่องการนำ AI มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อสนับสนุนการแนะนำสินค้า การวางแผนการขาย และการคาดการณ์ตลาด เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากข้อมูล - Operational SG&A ลดลง 15% ซึ่งเป็นผลจากการลงทุนด้าน IT/AI ทำให้ทีมงานสามารถมุ่งเน้นงานกลยุทธ์ที่มีมูลค่าสูงได้มากขึ้น และใช้ Automated Workflows ลดภาระงานซ้ำซ้อน เพื่อสร้าง Economies of Scale ที่รองรับการเติบโตทางธุรกิจได้สูงสุด ด้วยการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่เดิมให้เกิดประสิทธิภาพ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานจากการเปลี่ยนผ่านระบบไอที

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการควบคุมที่ต่ำ โดยเฉพาะความเสี่ยงที่การติดตั้งระบบ ERP ใหม่ (BC 365) และ Warehouse Management System (WMS) /Transportation Management System (TMS) ไม่สำเร็จ หรือมีความล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้ รวมถึงความผิดพลาดในการจัดการสินค้าคงคลังในช่วงเปลี่ยนผ่านระบบ (Inventory mismanagement)

ผลกระทบความเสี่ยง

การดำเนินงานของธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายหยุดชะงัก การส่งมอบบริการและสินค้าไปยังลูกค้าล่าช้า ทำให้เกิดความไม่พอใจของลูกค้าและสูญเสียโอกาสในการขาย (Lost Sales) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเป้าหมาย Gross Profit Margin ที่ตั้งไว้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กำหนด Risk Owner ที่ชัดเจน เพื่อรับผิดชอบและรายงานผลการบูรณาการระบบ ERP และ WMS/TMS อย่างใกล้ชิด
- จัดทำ Business Continuity Plan (BCP) สำหรับกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่าย เพื่อให้สามารถทำงานได้ต่อเนื่องแม้ระบบหลักขัดข้อง
- ทำการทดสอบระบบ (UAT) และฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการใช้ ERP และ WMS/TMS อย่างเข้มงวดและต่อเนื่อง

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์และความสมบูรณ์ของข้อมูล

ลักษณะความเสี่ยง

การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและ AI ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าจำนวนมาก รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน (Nera) ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการถูกโจมตีทางไซเบอร์ (Cyber Attack) หรือการรั่วไหลของข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามกฎหมาย (Compliance Risk)

ผลกระทบความเสี่ยง

ความน่าเชื่อถือของบริษัทลดลงอาจถูกปรับตามกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และต้องแบกรับภาระต้นทุนในการแก้ไขระบบรักษาความปลอดภัยสูง ซึ่งกระทบต่อการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและความมั่นคงทางการเงิน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ลงทุนในมาตรการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ได้มาตรฐาน และการสำรองข้อมูล (Data Backup) อย่างสม่ำเสมอ
- จัดทำนโยบาย Data Governance และขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านความปลอดภัยข้อมูลที่เข้มงวด
- ให้ความรู้แก่พนักงานทุกคนเกี่ยวกับ Compliance Risk และการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/MCA/1766413513430.pdf>



กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการควบรวมและการเพิ่มพันธมิตรด้วยการ M&A (Enhancing value through M&A synergies)

มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพของรายได้และสร้างเสถียรภาพทางการเงิน โดยต่อยอดโมเดล Full-Service สู่ Synergy M&A ด้วยการทำ Solution Architect

กลยุทธ์สำคัญประกอบด้วย:

- 1.ทำ solution architect ภายในองค์กรเพื่อค้นหาโอกาสที่จะเพิ่มประสิทธิภาพ ผ่านการลดต้นทุน หรือ เพิ่มรายได้เพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้ High Margin Mix และเพิ่ม GP Margin รวมของบริษัท
- 2.หา potential business partner for synergy and/or M&A การสร้างรายได้ที่คาดการณ์ได้ เปลี่ยนไปใช้โมเดล Retainer-based เพื่อเพิ่มสัดส่วน Recurring Revenue และเพิ่ม Customer Lifetime Value (CLV)
- 3.synergy and growth for M&A business

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- ความมั่นคงทางการเงิน

เป้าหมายอื่นๆ

หัวข้อ	ปีฐาน	เป้าหมาย		
	9M/2568	2569	2570	2571
การเติบโตของรายได้ (%)	100	22	14	25

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การพัฒนาโมเดล Solution Architect และ Retainer Service,การสร้าง Synergy จากการรวมกิจการ UM Design and Production	2569	- กำหนดโมเดลธุรกิจ Solution Architect ให้มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม พร้อมคัดเลือกและประเมินธุรกิจเป้าหมาย (Target Company) ที่มีศักยภาพในการลงทุน ควบรวมกิจการ (M&A) หรือร่วมทุน (JV) และสามารถต่อยอดกับธุรกิจหลักของบริษัทได้ - มุ่งเน้นการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่าง ทีมขายของ UM และทีมขายของ MCA เพื่อสร้าง Synergy ในการออกแบบและนำเสนอ Solution แบบครบวงจร เพิ่มประสิทธิภาพต้นทุน (Cost Synergy) และเริ่มขยายรายได้จากบริการ Cross-selling ไม่น้อยกว่า 10% ของ New Revenue Growth

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	- ดำเนินการบรรลุข้อตกลง M&A หรือ JV และเริ่มกระบวนการ Integration อย่างเป็นระบบ เพื่อนำสินค้าและบริการใหม่ไปต่อยอดการขายกับฐานลูกค้าเดิม และขยายขอบเขตการให้บริการ - มุ่งขยายการให้บริการในรูปแบบ Retainer-based แก่ฐานลูกค้าเดิม และลูกค้าใหม่ โดยยกระดับการให้บริการจากรูปแบบรายโครงการสู่การให้บริการแบบต่อเนื่อง อัตรา Customer Lifetime Value (CLV) เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 15%
	2571	- สร้างรายได้จากธุรกิจใหม่ (New S-Curve) และพัฒนา Ecosystem การให้บริการแบบครบวงจร (End-to-End Solution) ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อยกระดับมูลค่าธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว - สร้างรายได้จากธุรกิจใหม่ (New S-Curve) และพัฒนา Ecosystem การให้บริการแบบครบวงจร (End-to-End Solution) ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อยกระดับมูลค่าธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงจากการดำเนินการควบรวมกิจการและการร่วมทุน (M&A / JV Execution Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถระบุ คัดเลือก หรือบรรลุข้อตกลงกับธุรกิจเป้าหมายที่มีศักยภาพและมีความสอดคล้องกับ Ecosystem ของบริษัทได้ตามกรอบเวลาและเงื่อนไขที่เหมาะสม รวมถึงความเสี่ยงจากการประเมินมูลค่าธุรกิจ (Valuation) และโครงสร้างการลงทุนที่อาจไม่เอื้อต่อการสร้างมูลค่าในระยะยาว

ผลกระทบความเสี่ยง

อาจทำให้การสร้างธุรกิจใหม่ (New S-Curve) และการเกิด Synergy ทั้งด้านรายได้ ต้นทุน และการขยายขีดความสามารถขององค์กรล่าช้ากว่าที่คาด ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการเติบโตของรายได้ อัตรากำไร และผลตอบแทนจากการลงทุนตามแผนกลยุทธ์ระยะกลาง

มาตรการจัดการความเสี่ยง

กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกธุรกิจเป้าหมายและกรอบการลงทุนที่ชัดเจน ดำเนินการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการทำ Due Diligence อย่างรอบด้าน ทั้งด้านการเงิน การดำเนินงาน เทคโนโลยี และบุคลากร พร้อมจัดเตรียมแผนสำรอง (Alternative Options) เช่น การร่วมมือเชิงกลยุทธ์หรือโครงการนำร่อง (Pilot Project) ก่อนการลงทุนเต็มรูปแบบ รวมถึงการติดตามและทบทวนความคืบหน้าของดีลอย่างใกล้ชิดในระดับผู้บริหาร

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงด้านการทำงานร่วมกันระหว่างทีมขาย

ลักษณะความเสี่ยง

การประสานงานระหว่างทีมขายอาจยังไม่ราบรื่นในช่วงเริ่มต้น เนื่องจากความแตกต่างด้านบทบาท หน้าที่ ภาระงาน และตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ส่งผลให้การออกแบบและนำเสนอ Solution แบบครบวงจรขาดความเชื่อมโยงหรือไม่ตอบโจทย์ลูกค้าอย่างเต็มที่

ผลกระทบความเสี่ยง

รายได้การเติบโตไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากประสิทธิภาพในการนำเสนอ Solution ลดลง อัตราการปิดการขายและการ Cross-selling ต่ำกว่าเป้าหมาย รวมถึงการสร้าง Synergy ไม่เกิดขึ้นตามแผนในระยะเริ่มต้น และส่งผลให้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

กำหนด Operating Model และบทบาทการทำงานร่วมกันระหว่างทีมขาย อย่างชัดเจน จัดตั้งทีม Cross-functional พร้อม KPI ร่วม และพัฒนา Solution Framework มาตรฐาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขายและการส่งมอบบริการ

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/MCA/1766413540560.pdf>



ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและสมรรถนะของคณะกรรมการ ให้มีศักยภาพในการกำกับดูแลกิจการอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส และเป็นอิสระ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะเชิงกลยุทธ์ของคณะกรรมการ การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการอย่างเป็นระบบ

เป้าหมาย

บริษัทมุ่งยกระดับประสิทธิภาพและความโปร่งใสของคณะกรรมการ โดยดำเนินการว่าจ้างที่ปรึกษาภายนอกเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระ จัดทำความหลากหลายของคณะกรรมการและสมรรถนะของกรรมการ เพื่อพัฒนาทักษะพร้อมประเมินผลคณะกรรมการประจำปีให้ได้คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 85% ภายในปี 2571

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
บริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยในการกำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพและความโปร่งใสของคณะกรรมการ	-	ทบทวนองค์ประกอบของ Board Skills Matrix ให้ครอบคลุมทักษะสมัยใหม่ที่จำเป็นต่อกลยุทธ์ระยะยาว เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือวิเคราะห์มีความทันสมัยและสอดคล้องกับธุรกิจ	พัฒนาศักยภาพกรรมการ โดยนำผลวิเคราะห์ความจำเป็นของทักษะเพิ่มเติม มาจัดทำแผนพัฒนา ศักยภาพกรรมการรายบุคคล และส่งเสริมให้กรรมการเข้าอบรมหลักสูตรเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มทักษะโดยไม่ต้องสรรหากรรมการใหม่	ยกระดับความโปร่งใสดำเนินการเปิดเผย Board Skills Matrix ในรายงานประจำปี เพื่อแสดงความโปร่งใสต่อผู้ถือหุ้น และนำผลประเมินไปใช้ในการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งของกรรมการ
	-	ออกแบบและวางแผนหลักสูตรร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาภายนอก	ดำเนินการอบรมเชิงลึกตามหลักสูตรที่พัฒนาไว้	ประเมินผลการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งเน้นการยกระดับประสิทธิภาพและความโปร่งใสของคณะกรรมการ	2569	• ทบทวนองค์ประกอบของ Board Skills Matrix ให้ครอบคลุมทักษะสมัยใหม่ที่จำเป็นต่อกลยุทธ์ระยะยาว
	2570	• นำผลวิเคราะห์ความจำเป็นของทักษะเพิ่มเติมมาจัดทำแผนพัฒนา ศักยภาพกรรมการรายบุคคล และส่งเสริมให้กรรมการเข้าอบรมหลักสูตรเฉพาะทางเพื่อเพิ่มทักษะโดยไม่ต้องสรรหากรรมการใหม่

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	ติดตามผลและปรับปรุงเกณฑ์ให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ และรายงานผลในรายงานประจำปี
แผนจัดจ้างที่ปรึกษาภายนอกเพื่อประเมินผลคณะกรรมการ	2569	คัดเลือกบริษัทที่ปรึกษาภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านธรรมาภิบาล และจัดทำกรอบการประเมินครอบคลุมระดับคณะกรรมการรายบุคคล พร้อมกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน รวมถึงการจัดทำเกณฑ์การประเมินคณะกรรมการ วิเคราะห์ พร้อมข้อเสนอแนะ
	2570	บริษัทที่ปรึกษาดำเนินการประเมินผลคณะกรรมการอย่างเป็นระบบ และจัดทำรายงานผลพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการ
	2571	นำข้อเสนอแนะจากผลการประเมินมาใช้ปรับปรุงกระบวนการกำกับดูแล และจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเพื่อเปิดเผยในรายงานประจำปี
แผนพัฒนาศักยภาพกรรมการ (Board Development Program)	2569	ออกแบบและวางแผนหลักสูตรร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาภายนอก เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างสมรรถนะของกรรมการ และกำหนดหลักสูตรเฉพาะที่เหมาะสมกับองค์กร
	2570	ดำเนินการอบรมเชิงลึกให้คณะกรรมการในหัวข้อสำคัญ เพื่อเพิ่มศักยภาพการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์
	2571	ประเมินผลการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรต่อเนื่อง โดยอ้างอิงข้อมูลจากผลการประเมินคณะกรรมการ เพื่อยกระดับความต่อเนื่องของแผนพัฒนาคณะกรรมการ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลกรรมการ

ลักษณะความเสี่ยง

เกิดจากข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำความหลากหลายของคณะกรรมการ และช่องว่างสมรรถนะของกรรมการ ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นปัจจุบัน หรือมีการตีความทักษะและประสบการณ์ของกรรมการแตกต่างกัน ส่งผลให้ข้อมูลที่นำไปใช้วิเคราะห์ความจำเป็นของทักษะเพิ่มเติมไม่ถูกต้อง

ผลกระทบความเสี่ยง

อาจทำให้ความหลากหลายของคณะกรรมการ และช่องว่างสมรรถนะของกรรมการไม่สะท้อนข้อเท็จจริง ส่งผลให้การวิเคราะห์ความจำเป็นของทักษะเพิ่มเติมคลาดเคลื่อน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- (1) บริษัทจัดทำฐานข้อมูลของคณะกรรมการจากข้อมูลที่ตรวจสอบได้จากคุณสมบัติของกรรมการ ประวัติการอบรม และแบบรายงานข้อมูลกรรมการ และผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนตามหลักเกณฑ์ของ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- (2) เลหานุกรมบริษัททบทวนข้อมูลของคณะกรรมการเป็นประจำทุกปี เพื่อให้เป็นปัจจุบันและมีความถูกต้องครบถ้วน

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงจากการขาดระบบปฐมนิเทศและแนวทางปฏิบัติสำหรับกรรมการใหม่

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทเริ่มมีกรรมการใหม่เข้ามาดำรงตำแหน่ง แต่ยังไม่มียระบบปฐมนิเทศ คู่มือ หรือแนวทางปฏิบัติที่เป็นทางการสำหรับการเรียนรู้บทบาท หน้าที่ และกระบวนการกำกับดูแล ส่งผลให้กรรมการใหม่ต้องเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่และอาจเกิดความไม่ต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน

ผลกระทบความเสี่ยง

กรรมการใหม่อาจไม่เข้าใจบทบาท หน้าที่ หรือกระบวนการกำกับดูแลอย่างครบถ้วน ซึ่งอาจทำให้ประสิทธิภาพการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในคณะกรรมการลดลง รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการกำกับดูแลกิจการโดยรวมของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำการปฐมนิเทศสำหรับกรรมการใหม่ พร้อมจัดทำคู่มือเอกสารสำหรับกรรมการใหม่ และคู่มือธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการปฏิบัติหน้าที่

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

มุ่งยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย โดยจัดทำ **“แผนต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน”** เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความซื่อสัตย์ โปร่งใส ลดความเสี่ยงเชิงพฤติกรรม และเป็นธรรมครอบคลุมพนักงาน ผู้บริหาร และคู่ค้าทางธุรกิจ

เป้าหมาย

มุ่งสร้างระบบนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตให้ครอบคลุม โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท พร้อมติดตามและทบทวนผลการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายได้รับการรับรองแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย หรือ Thai Private Sector Collective Action Against Corruption (CAC) ภายในปี 2571 และขยายการกำกับดูแลไปยังคู่ค้าหลัก

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง	ได้รับการรับรอง

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	จัดทำ Vendor Integrity Policy & Code of Conduct for Business Partners เพื่อใช้เป็นเกณฑ์กลางในการคัดเลือกและบริหารคู่ค้า พร้อมกำหนดให้คู่ค้าลงนามยอมรับนโยบายด้านจริยธรรมและการต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัท	ประเมินคู่ค้าระดับ Critical Tier 1 พร้อมสรุปผลความเสี่ยงเชิงจริยธรรม	คู่ค้าหลักผ่านการประเมินและลงนาม Compliance Declaration

แผนงานที่สำคัญ

ยกระดับการได้รับการรับรอง CAC และมุ่งเสริมสร้างระบบการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารคู่ค้าให้โปร่งใส ตรวจสอบได้ และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลทางธุรกิจ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการทุจริตและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้มั่นใจในความคุ้มค่า โปร่งใส และเป็นไปตาม CG Scoring หมวด 3 ด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
CAC Readiness & Anti-Corruption Program	2569	• จัดตั้งคณะทำงานต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน และลงนามประกาศเจตนารมณ์ โดยประธานกรรมการบริษัท เพื่อเริ่มกระบวนการขอรับรอง
	2570	• ประสานงานกับที่ปรึกษาด้านธรรมาภิบาล เพื่อจัดทำแบบประเมินตนเองเพื่อพัฒนาระบบต่อต้านคอร์รัปชัน จำนวน 71 ข้อ ของ CAC พร้อมดำเนินการปรับปรุงตามแผนปฏิบัติงาน และเตรียมเอกสารยื่นขอรับรอง
	2571	• ได้รับการรับรองเป็น CAC Certified Member จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) และรายงานผลการดำเนินการต่อคณะกรรมการตรวจสอบประจำปี
Vendor Integrity Policy & Code of Conduct for Business Partners.	2569	• จัดทำ Vendor Integrity Policy & Code of Conduct for Business Partners เพื่อใช้เป็นเกณฑ์กลางในการคัดเลือกและบริหารคู่ค้า พร้อมกำหนดให้คู่ค้าสำคัญลงนามยอมรับนโยบายด้านจริยธรรมและการต่อต้านคอร์รัปชันของบริษัท
	2570	• ประเมินคู่ค้าระดับ Critical Tier 1 พร้อมสรุปผลความเสี่ยงเชิงจริยธรรม
	2571	• คู่ค้าหลักผ่านการประเมินและลงนาม Compliance Declaration และบูรณาการเข้ากับระบบประเมิน ESG ของบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงจากผู้บริหารและพนักงานบางส่วนไม่ปฏิบัติตามแนวทางการจัดซื้ออย่างโปร่งใส

ลักษณะความเสี่ยง

ผู้บริหารและพนักงานขาดความเข้าใจหรือไม่ตระหนักในหลักธรรมาภิบาลการจัดซื้อ

ผลกระทบความเสี่ยง

เสี่ยงต่อการถูกมองว่ามีผลประโยชน์ทับซ้อน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ทำการจัดอบรมให้กับผู้บริหารและพนักงาน ปีละ 1 ครั้ง และสร้างระบบแจ้งเบาะแส (Whistleblowing Channel) ที่ปลอดภัย รวมถึงติดตามผลการปฏิบัติ และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบให้ทราบ

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงจากการปฏิเสธความร่วมมือของคู่ค้า

ลักษณะความเสี่ยง

การไม่ได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าอาจส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความล่าช้า ส่งผลต่อความต่อเนื่องของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

ผลกระทบความเสี่ยง

การไม่ให้ความร่วมมือจากคู่ค้าสำคัญอาจทำให้กระบวนการประเมินและลงนาม Compliance Declaration ไม่สามารถดำเนินได้ตามแผน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำกิจกรรมปฐมนิเทศสำหรับคู่ค้า พร้อมนำมาบังคับใช้โดยเริ่มจากคู่ค้าหลักที่มีความสำคัญ มีการกำหนดด้านความซื่อสัตย์สุจริต ความถูกต้อง โปร่งใส ไว้ในสัญญา เพื่อให้คู่ค้าได้มีการปฏิบัติตาม

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

เพื่อยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความยืดหยุ่นทางไซเบอร์ ผ่านการกำหนดกรอบความรับผิดชอบที่ชัดเจนในระดับคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารสูงสุด รวมถึงการจัดการความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญและเกิดใหม่อย่างเป็นระบบ

เป้าหมาย

บริษัทมีการบริหารจัดการความเสี่ยงทางไซเบอร์ และเทคโนโลยีเกิดใหม่อย่างเชิงรุกและต่อเนื่อง รวมถึงสามารถแสดงหลักฐาน การมีความพร้อมทางไซเบอร์ และความยืดหยุ่น ที่ชัดเจนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและหน่วยงานกำกับดูแล ภายในปี 2571

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
- ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม - พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ดำเนินการโดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หลังจากทดสอบเสร็จต้องรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ	-	จัดให้มีการทดสอบความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศกับระบบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงาน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้รับผิดชอบ จัดทำรายงานผลและแผนแก้ไขช่องโหว่ เพื่อนำเสนอและรายงานต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทราบผลการทดสอบ	จัดให้มี Threat Simulation และการทดสอบ Social Engineering ปีละ 1 ครั้ง โดยผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้รับผิดชอบ จัดทำรายงานผลและแผนแก้ไขช่องโหว่ เพื่อนำเสนอและรายงานต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และจัดมาตรการแก้ไขช่องโหว่เชิงพฤติกรรม	มีการดำเนินการ ซ้อมแผนฉุกเฉินทางไซเบอร์ประจำปี โดยจำลองสถานการณ์การโจมตีผ่าน Supply Chain เพื่อทดสอบความสามารถในการตอบสนองและรายงานภายใน 72 ชั่วโมง

แผนงานที่สำคัญ

ปรับรูปแบบการทำงานจากการปฏิบัติตามสู่การกำกับดูแลเชิงธรรมาภิบาล โดยให้ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้รับผิดชอบด้านเทคโนโลยีและความเสี่ยงภายใต้แผนงานระดับนโยบาย

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ดำเนินการโดยฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ	2569	จัดให้มีการทดสอบกระบวนการด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ กับระบบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงาน อย่างน้อยปีละครั้ง โดยผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้รับผิดชอบ จัดทำรายงานผลและแผนแก้ไขช่องโหว่เชิงพฤติกรรม เพื่อนำเสนอและรายงานต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทราบผลการทดสอบ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	จัดให้มีการจำลองภัยคุกคามด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการทดสอบ Social Engineering ปีละ 1 ครั้ง โดย ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือรักษาการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อประเมินระดับความตระหนักและจัดมาตรการแก้ไขช่องโหว่เชิงพฤติกรรม
	2571	มีการดำเนินการ ซ้อมแผนฉุกเฉินทางไซเบอร์ประจำปี โดยจำลองสถานการณ์การโจมตีผ่าน Supply Chain เพื่อทดสอบความสามารถในการตอบสนองและรายงานภายใน 72 ชั่วโมง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงจากการกำกับดูแลกลยุทธ์ดิจิทัลและภัยคุกคามไซเบอร์

ลักษณะความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี และภัยคุกคามรูปแบบใหม่ สร้างความท้าทายต่อกระบวนการกำกับดูแลและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ต้องอาศัยความรวดเร็วและความแม่นยำ ซึ่งอาจส่งผลให้การกำหนดนโยบาย หรือการจัดสรรทรัพยากรด้านนวัตกรรมและความปลอดภัยไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ผลกระทบความเสี่ยง

- (1) ความเสียหายรุนแรงต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย รวมถึงชื่อเสียงหากเกิดเหตุข้อมูลรั่วไหล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- (2) ความเสี่ยงทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562
- (3) การเสียโอกาสทางธุรกิจจากการตัดสินใจลงทุนเทคโนโลยีล่าช้า

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ดำเนินการประเมินความเสี่ยงด้านไซเบอร์เป็นประจำ ครอบคลุมระบบสารสนเทศที่สำคัญ ข้อมูลส่วนบุคคล และกระบวนการทางธุรกิจหลัก พร้อมจัดทำแผนควบคุมและลดความเสี่ยงที่เหมาะสม

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงไซเบอร์ผ่านผู้ให้บริการภายนอก

ลักษณะความเสี่ยง

ช่องโหว่ด้านความปลอดภัยของ คู่ค้า/ผู้ให้บริการภายนอกที่เข้าถึงข้อมูลหรือระบบสำคัญของบริษัทฯ ซึ่งถูกใช้เป็นทางเข้าเพื่อโจมตีระบบของบริษัทโดยทางอ้อม

ผลกระทบความเสี่ยง

- (1) การหยุดชะงักของระบบงานหลัก
- (2) การรั่วไหลของข้อมูลและถูกกลั่นโหม่ เมื่อรายงานเหตุการณ์ไม่ทัน 72 ชั่วโมง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- (1) จัดทำบันทึกข้อตกลงประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562
- (2) จัดทำแบบประเมินผู้ให้บริการจากภายนอกเป็นประจำทุกปี

(3) มีการกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยด้านสารสนเทศในสัญญา

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://www.marketconnectionsasia.com/cfo>



บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงบทบาทขององค์กรในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ จึงได้จัดทำแผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ครอบคลุมการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1, Scope 2 และ Scope 3 ตามหลักเกณฑ์ขององค์กรบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดเป้าหมาย วางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการเปิดเผยข้อมูลด้าน Climate Action และความยั่งยืนขององค์กรอย่างเป็นระบบ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การพัฒนาความครอบคลุมข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3	ทบทวนและคัดเลือกกิจกรรมขอบเขตที่ 3 ที่มีความสำคัญ	ปรับปรุงการจัดเก็บข้อมูลจากผู้รับเหมา และกิจกรรมภายนอก	ใช้ข้อมูลขอบเขตที่ 3 สนับสนุนการกำหนดเป้าหมายการลดการปล่อยระยะยาว
การยกระดับการกำกับดูแลข้อมูลด้านก๊าซเรือนกระจก	กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบด้านการจัดการข้อมูล GHG	เชื่อมโยงข้อมูล GHG กับการรายงานด้านความยั่งยืน	เตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดเผยข้อมูลเชิงกลยุทธ์ในอนาคต

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำรายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อเนื่องทุกปี โดยได้รับการทวนสอบจาก อบก.	2569	• รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประจำปีที่ได้รับการรับรองจาก อบก. และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ≥ 5% จากปีฐาน
	2570	• รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประจำปีที่ได้รับการรับรองจาก อบก. และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ≥ 7% จากปีฐาน
	2571	• รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกประจำปีที่ได้รับการรับรองจาก อบก. และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ≥ 10% จากปีฐาน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงด้านข้อมูล และความเสี่ยงด้านความรู้และความเข้าใจของบุคลากร

ลักษณะความเสี่ยง

- ข้อมูลที่เก็บไม่ครบถ้วน ไม่ถูกต้อง หรือไม่สอดคล้องกันในแต่ละหน่วยงาน
- บุคลากรขาดความเข้าใจเรื่องการจัดทำบัญชี GHG และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

ผลกระทบความเสี่ยง

- ทำให้ผลการคำนวณการปล่อย GHG ไม่สะท้อนภาพจริง ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงาน
- การดำเนินงานล่าช้า หรือข้อมูลไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดตั้งระบบฐานข้อมูลกลาง (GHG Data Management System)
- กำหนดผู้รับผิดชอบข้อมูลในแต่ละหน่วยงาน
- จัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและบันทึกอย่างถูกต้อง
- จัดอบรม / เวิร์กช็อปเชิงปฏิบัติการสำหรับทีมงาน
- ใช้ที่ปรึกษาภายนอกช่วยออกแบบระบบและให้คำแนะนำในช่วงเริ่มต้น

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/MCA/1765946641980.pdf>



แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

องค์กรกำหนดแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยใช้ปี 2567 เป็นปีฐาน และมุ่งสู่ Net Zero Pathway และ Carbon Neutrality ภายในปี 2576 ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การบริหารจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ และการสร้างความตระหนักรู้ภายในองค์กร

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (% Reduction)		
	2567	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1555	5%	7%	10%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาแผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2569	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq$ 5% จากปีฐาน โดยดำเนินโครงการเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน การลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง และการจัดการของเสีย (Scope 1 และ 2)

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2570	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq 7\%$ จากปีฐาน โดยขยายผลมาตรการด้านประสิทธิภาพพลังงาน การใช้อยานยนต์ไฟฟ้า (EV) การนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ และการติดตามประเมินผล
	2571	• ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก $\geq 10\%$ จากปีฐาน ผ่านการใช้พลังงานทดแทน การบริหารจัดการคาร์บอน และการทบทวนแผน GHG Mitigation Plan เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงทางกายภาพ

ลักษณะความเสี่ยง

น้ำท่วม ฝนตกหนัก คลื่นความร้อน

ผลกระทบความเสี่ยง

กระทบการปฏิบัติงานภาคสนาม ระบบโลจิสติกส์ สุขภาพพนักงาน และความต่อเนื่องในการให้บริการ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) และปรับรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนผ่าน

ลักษณะความเสี่ยง

นโยบาย กฎระเบียบ ESG ความคาดหวังผู้ลงทุน

ผลกระทบความเสี่ยง

กระทบต้นทุน รูปแบบธุรกิจ และความสามารถในการแข่งขัน

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ติดตามนโยบาย กฎระเบียบ และความคาดหวังด้าน ESG อย่างใกล้ชิด พร้อมปรับกลยุทธ์และการเปิดเผยข้อมูลให้สอดคล้อง

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/MCA/1765948199779.pdf>

