



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan) ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2



บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) (ORI)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 14/08/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 25/08/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท อริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) ("ORI") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

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

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชักชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำได้กล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบ 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 ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษาระดับผลประโยชน์ในระยะยาว	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	6
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	7
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	8
แผนยกระดับการป้องกันการใช้อำนาจภายใน	9
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	12
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	13
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	13
เอกสารแนบ	16
ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+	18

sSET
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง / พัฒนาอสังหาริมทรัพย์

CG Report : 
SET ESG Ratings: **AAA**
ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): **มี**

ภาพรวมธุรกิจ

พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียมตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และธุรกิจให้บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ บริการจัดหาผู้เช่าห้องชุด และบริการรับจ้างบริหารโครงการนิติบุคคลอาคารชุดแก่โครงการที่บริษัทเป็นผู้พัฒนาเท่านั้น

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	8,678.07	11,106.63	14,095.30	14,579.05
ค่าใช้จ่าย	8,060.66	9,904.59	10,759.42	10,608.10
Net Profit	719.94	1,051.79	2,718.23	3,774.54
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	63,713.77	64,809.48	65,230.43	48,091.15
หนี้สิน	41,733.29	43,527.07	44,132.57	28,157.82
ส่วนผู้ถือหุ้น	20,367.32	19,331.83	19,051.01	18,132.18
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	446.10	2,640.78	-7,040.26	-3,600.78
กิจกรรมลงทุน	1,308.96	-3,236.45	-4,718.03	-3,523.03
กิจกรรมจัดหาเงิน	-2,720.26	543.18	10,068.80	8,340.77
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.29	0.43	1.11	1.54
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	31.35	37.82	46.26	43.20
อัตรากำไรสุทธิ (%)	9.04	11.19	22.42	28.89
D/E Ratio (เท่า)	1.90	2.05	2.09	1.41
ROE (%)	3.63	5.48	14.62	22.83
ROA (%)	2.75	3.48	7.81	13.29

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	1,432.00 ล้านบาท		
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ : ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษา ระดับผลประกอบการในระยะยาว			

✓

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

3. แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	2,718.23	1,051.79	719.94	1,432.00

มุ่งเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติ และพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ทำเล และการสร้างคุณภาพชีวิตการอยู่อาศัย จากทั้งสินค้าและบริการ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต ด้วยความใส่ใจในรายละเอียดความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการออกแบบและพัฒนาโครงการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมทั้งมุ่งเน้นที่จะพัฒนาบุคลากร และการเติบโตขององค์กรไปตามการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษาระดับผลประโยชน์ในระยะยาว

- การกระจายการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรรเพื่อขาย ตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในหลายพื้นที่รอบนอก และพื้นที่แถบนิคมอุตสาหกรรมที่เศรษฐกิจสำคัญ ทั้ง กรุงเทพฯ ปริมณฑล ต่างจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ
- การออกแบบโครงการที่มีแนวคิดและเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Concept and Unique Design)
- การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ
 - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home)
 - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่
 - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property)
 - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness
- พิจารณาโอกาสการเข้าลงทุนในธุรกิจ หรือโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จากผู้ประกอบการอื่น
- การขยายธุรกิจในรูปแบบกิจการร่วมค้า (Joint Venture)
- พัฒนาระบบ ERP รองรับการเติบโตของธุรกิจ
- การนำทรัพย์สินเข้ากอง REIT (REIT Monetization)

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Net Profit : Owners Of The Parent (ล้านบาท)	1,051.79	719.94	808	1004	1432

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยเลือกทำเลและรูปแบบโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง (Real Demand) และสถานการณ์ตลาดปัจจุบัน ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า โดยบริหารให้อัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นจนถึงระดับคงที่ 4. นำทรัพย์สินเข้ากองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REIT) หรือพิจารณาขายหน่วยธุรกิจให้แก่ Private Fund / Fund 5. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) 6. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ	2569	- สามารถทยอยรับรู้รายได้ต่อเนื่อง 4 ปีข้างหน้า (ปี 2569-2572) จากยอดขายหรือรับรู้รายได้ (Backlog) ที่แข็งแกร่งกว่า 33,000 ล้านบาท พร้อมทั้งสามารถเพิ่มฐานยอดขายหรือรับรู้รายได้ในอนาคต - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม - สามารถปลดล็อกมูลค่าที่แท้จริงของทรัพย์สินโรงแรม (Unlock Asset Value) ซึ่งจะช่วยเหลือต่อการขยายการลงทุนในอนาคต - กลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจคลังสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ - สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยกระจายตัวการลงทุนไปยังต่างจังหวัดที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่ ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า อย่างต่อเนื่อง 4. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) 5. ดำเนินการผสานพลังทางธุรกิจ (Synergy) ระหว่างกลุ่มธุรกิจต่างๆ ภายในเครือ 6. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ	2570	- สามารถทยอยโอนกรรมสิทธิ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog รองรับการรับรู้รายได้แล้วกว่า 16,000 ล้านบาท - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม - กลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจคลังสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ - มีช่องทางการรับรู้รายได้ประจำ (Recurring Income) เพิ่มขึ้นจากการเป็นผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) - เสริมสร้างความมั่นคงให้กลุ่มบริษัทจากการ Synergy เพื่อสนับสนุนให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว - สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยกระจายตัวไปยังต่างจังหวัดที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่อย่างต่อเนื่อง ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการ	2571	- สามารถทยอยโอนกรรมสิทธิ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog รองรับการรับรู้รายได้แล้วกว่า 6,000 ล้านบาท - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม - บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน จากการทำหน้าที่ในบทบาท REIT Manager - สามารถเพิ่มระดับอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ได้ในระยะยาวจากการพัฒนารูปแบบและการออกแบบที่ช่วยลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
กองทรัสต์ (REIT Manager) 4. พัฒนารูปแบบโครงการ รวมถึงการออกแบบ เพื่อช่วยลดต้นทุนการพัฒนาโครงการ 5. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับ การเติบโตของธุรกิจ		สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่ม บริษัท

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความผันผวนของดีมานด์ในตลาด และความเสี่ยงด้านการแข่งขันด้านการรับรู้ในแบรนด์

• ลักษณะความเสี่ยง

- ดีมานด์ในตลาดอสังหาริมทรัพย์มีความอ่อนไหวต่อปัจจัยเศรษฐกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าใช้จ่ายครัวเรือน และความเชื่อมั่นในอนาคต
- การพัฒนาโครงการที่มีบริการเสริม (Add-on Service) จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อมั่นในแบรนด์ของผู้บริโภค ทำให้การแข่งขันด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงมีความท้าทายมากขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

- หากภาวะเศรษฐกิจหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง อาจทำให้ยอดขายชะลอตัว และอาจกระทบแผนเปิดโครงการที่วางไว้
- หากผู้บริโภคยังไม่เกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อใช้เวลานานขึ้น ส่งผลให้รอบระยะเวลาการขายยาวขึ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ศึกษาสภาพตลาด เพื่อตัดสินใจเปิดโครงการในทำเลและลักษณะโครงการที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา เพื่อควบคุม Inventory และป้องกันความเสี่ยงด้านสินค้าค้างสต็อก
- สร้างความแตกต่าง มุ่งเน้นคุณค่าของการอยู่อาศัย เพื่อเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ของลูกค้า
- ทบทวนและพิจารณาปรับเปลี่ยนแผนเปิดโครงการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาดอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนานวัตกรรมโครงการ รวมถึงการออกแบบ เพื่อช่วยลดต้นทุน สามารถแข่งขันได้ และช่วยเพิ่มระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้ในระยะยาว

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

บริษัทกำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) โดยมีเป้าหมายคือการแต่งตั้ง ประธานกรรมการเป็น กรรมการอิสระ ภายในปี 2571 ผ่านการปรับคุณสมบัติและวางแผนเปลี่ยนผ่านตำแหน่ง เพื่อเสริมสร้างกลไก Checks and Balances และเพื่อยกระดับ คุณภาพการตัดสินใจ ให้เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นโดยรวม

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การปรับคุณสมบัติและวางแผนเปลี่ยนผ่านตำแหน่ง	2569	• ประธานกรรมการเริ่มมีคุณสมบัติเป็นกรรมการอิสระตามเกณฑ์ เพื่อเริ่มนับระยะเวลา 2 ปี
การเปลี่ยนผ่านสถานะ	2570	• ผ่านการนับระยะเวลา 1 ปี แห่งการรักษาความเป็นอิสระ และมีความรู้พร้อมสำหรับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอิสระ
การแต่งตั้งประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	2571	• ประธานกรรมการได้รับการแต่งตั้ง ให้เป็น กรรมการอิสระ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การแต่งตั้งประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระล่าช้า

• ลักษณะความเสี่ยง

ประธานคนปัจจุบันไม่สามารถปรับสถานะเป็นอิสระได้ทันตามกำหนด (คุณสมบัติไม่ผ่านเกณฑ์)

• ผลกระทบความเสี่ยง

- 1. ลดประสิทธิภาพของกลไก Checks and Balances ทำให้การตัดสินใจสำคัญอาจมีอิทธิพลจากฝ่ายบริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- 2. คะแนน CG Rating/ESG ลดลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- 1. กำหนดอำนาจและบทบาทที่ชัดเจนให้ประธานกรรมการทำหน้าที่กำกับดูแลและถ่วงดุลฝ่ายบริหารอย่างเข้มข้น และกำหนดวันที่พ้นจากอำนาจบริหาร (Effective Date) เป็น วันสุดท้ายของปี พ.ศ. 2568 อย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งตรวจสอบความคืบหน้าในการปรับคุณสมบัติและการสืบทอดการเปลี่ยนผ่านตำแหน่งอย่างสม่ำเสมอ
- 2. สื่อสารความคืบหน้าและเหตุผลความล่าช้าต่อสาธารณะอย่างโปร่งใส พร้อมนำเสนอ แผนปฏิบัติการใหม่ (New Action Plan) และกำหนดกรอบเวลาการบรรลุเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อรักษาความเชื่อมั่น

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ขยายขอบเขตการกำกับดูแลด้านการต่อต้านการทุจริตไปยังคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) โดยกำหนดให้มีการบังคับใช้ ติดตาม และประเมินผลนโยบายป้องกันการทุจริตของคู่ค้า ตลอดจนการต่ออายุการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ได้รับการรับรอง	-	-	-
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	มีกรอบการกำกับดูแลและให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) มีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	ให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ประกาศใช้นโยบาย และมีการติดตามการปฏิบัติ ตามนโยบาย อย่างครอบคลุม อย่างน้อย 90%	คู่ค้า Critical Tier 1 ทุกรายมีนโยบายต่อต้านการทุจริตที่ได้รับ การอนุมัติและนำไปปฏิบัติจริง โดยบริษัท มีการติดตามและจัดทำเป็นคู่มือนำมาใช้เป็น ส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารคู่ค้า (Supplier Management)

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สร้างกรอบการกำกับดูแล และกำหนดให้กลุ่มลูกค้า (Critical Tier 1) มี นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	2569	• มีกรอบการกำกับดูแล และมีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้าน การ ทุจริตและคอร์รัปชันของกลุ่มลูกค้า (Critical Tier 1)
ดำเนินการให้กลุ่มลูกค้า (Critical Tier 1) ประกาศใช้นโยบาย และเริ่มต้น กระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายเป็นครั้งแรก	2570	• กลุ่มลูกค้า (Critical Tier 1) ได้รับทราบข้อกำหนดใหม่ และประกาศใช้ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยบริษัท เริ่มกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามเบื้องต้น
ดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างครอบคลุมอย่าง น้อย 90% และดำเนินการต่ออายุการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาค เอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC)	2571	• กลุ่มลูกค้า (Critical Tier 1) ของบริษัทอย่างน้อย 90% ได้รับการประเมินและ ได้รับการยืนยันว่า มีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริต สอดคล้องตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และได้รับการรับรองการต่ออายุการเข้า ร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การที่ลูกค้าไม่ได้ปฏิบัติตามนโยบาย

• ลักษณะความเสี่ยง

กลุ่มลูกค้า Critical Tier 1 ไม่ได้ำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ที่รับรองไว้ไปใช้จริง หรือไม่มีการควบคุมภายในที่เพียงพอ ทำให้เกิดช่องโหว่ในการรับสินบนหรือการทุจริตในการดำเนินงาน

• ผลกระทบความเสี่ยง

- 1. ด้านกฎหมายและชื่อเสียง: บริษัทอาจถูกดำเนินคดีหรือถูกปรับหากการทุจริตเกิดขึ้นในนามของบริษัท
- 2. ความเสียหายทางการเงิน: การดำเนินงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและต้นทุนที่สูงขึ้นเนื่องจากการทุจริต

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- 1. สื่อสารและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชันให้กับกลุ่มลูกค้า Critical Tier 1
- 2. ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลลูกค้า Critical Tier 1 ทุกปี
- 3. กำหนดให้การละเมิดนโยบายถือเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการผิดสัญญา ซึ่งมีผลให้บริษัทสามารถพิจารณาบอกเลิกสัญญา

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



แผนยกระดับการป้องกันการใช้อข้อมูลภายใน

เพื่อเสริมสร้างธรรมาภิบาล (Good Governance) และส่งเสริมความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูล (Fair Disclosure) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกาศรายชื่อ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูลภายใน ในการทำธุรกรรมที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการรั่วข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท	-	การทบทวนและปรับปรุงนโยบาย	การดำเนินการและ การตรวจสอบการ ปฏิบัติตามนโยบาย	การยกระดับการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการรั่วข้อมูล ภายในให้ครอบคลุม ที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติ โดยคณะกรรมการบริษัท และ 2. กำหนดแนวทางการจัดทำทะเบียน รายชื่อผู้เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในเฉพาะ (Ad-hoc Insider List) รวมถึงการจัดอบรมให้แก่พนักงาน	2569	• 1. มีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันการรั่วข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท และ 2. มีแนวทางการจัดทำทะเบียนรายชื่อผู้เกี่ยวข้องกับข้อมูลภายในเฉพาะ ที่ชัดเจน รวมถึงพนักงานมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น
1. กำหนดหน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบในการให้คำปรึกษา แนะนำ ติดตาม การปฏิบัติ และแจ้งเตือนเกี่ยวกับการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน 2. บังคับใช้การประกาศรายชื่อบุคคลภายในเฉพาะ สำหรับทุกธุรกรรมที่มีผล ต่อราคาหลักทรัพย์ 3. มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติ ตามนโยบาย (Compliance Audit) โดยหน่วยงานอิสระ 4. ติดตาม รวบรวมเก็บสถิติ กรณีที่มีการกระทำผิดหรือฝ่าฝืนนโยบาย	2570	• 1. มีหน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบให้คำปรึกษา แนะนำ และแจ้งเตือนเกี่ยวกับ การป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน 2. มีการประกาศและสื่อสารให้แก่บุคคล ภายในที่มีรายชื่อเฉพาะ สำหรับทุกธุรกรรมที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ 3. มีการติดตามการรายงานการถือครองหลักทรัพย์ของ กรรมการ ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้อง 4. มีการรายงานผลการตรวจสอบและติดตาม การปฏิบัติตามนโยบาย (Compliance Audit) โดยหน่วยงานอิสระ เสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และ/หรือ คณะกรรมการบริษัท อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 5. มีการเปิดเผยข้อมูลสถิติกรณีที่มีการกระทำผิดหรือฝ่าฝืนนโยบาย อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
นำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการควบคุมการรั่วข้อมูลภายในและ รายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน รวมทั้งทบทวนนโยบาย และแนวปฏิบัติป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน	2571	• บริษัทมีระบบควบคุมการรั่วข้อมูลภายในด้วยเทคโนโลยี และได้ทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ด้านปฏิบัติการ/เทคโนโลยี

- **ลักษณะความเสี่ยง**

การใช้ข้อมูลภายในอย่างไม่เหมาะสม หรือการรั่วไหลของข้อมูลภายในที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

เกิดการซื้อขายหลักทรัพย์โดยใช้ข้อมูลภายในโดยที่บริษัทไม่ทราบ หรือข้อมูลรั่วไหลสู่สาธารณะก่อนเวลาอันควร ทำให้สูญเสียความเชื่อมั่น และชื่อเสียงของบริษัท รวมถึงการถูกกล่าวโทษทางกฎหมายและมีบทลงโทษทางการเงิน

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

ใช้มาตรการควบคุมทางเทคนิค (IT Control) ให้เฉพาะบุคคลที่มีความจำเป็นในการทำงานเท่านั้น และนำระบบ Digital Access Log ที่มีการบันทึกการเข้าถึงข้อมูล เพื่อตรวจสอบย้อนหลัง

ความเสี่ยงที่ 2 : ด้านการบังคับใช้

- **ลักษณะความเสี่ยง**

ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามนโยบาย หรือการขาดความเข้าใจในการกำกับดูแลการใช้ข้อมูลภายใน

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

เกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน หรือกระบวนการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญนำไปสู่การทุจริต การใช้ข้อมูลโดยมิชอบ ซึ่งส่งผลกระทบต่อมูลค่าทรัพย์สินของผู้ถือหุ้น

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

มีการกำหนดอำนาจอนุมัติ และกำหนดบทลงโทษ รวมทั้งใช้กลไกในการแจ้งเบาะแสที่เป็นอิสระ

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2568
https://origin.co.th/corporate/about-origin-property/driving-business/sustainability-management-in-environmental-dimensions/
#performance-environment/climate-action



เป้าหมาย

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

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัท ตั้งเป้าหมายอย่างมุ่งมั่นที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint) across การดำเนินงานทั้งหมดลง 7% ภายในปี พ.ศ. 2571 เทียบกับปีฐาน พ.ศ. 2567 โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Materials)

หมายเหตุ : การคิดคำนวณ เนื่องจากขอบเขตของการนำมาคิดคำนวณในแต่ละปีจะมีปริมาณไม่เท่ากัน ทำให้การคิดคำนวณเปอร์เซ็นต์การลด/เพิ่มของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จะคิดจาก $tCO_2e / \text{พื้นที่ใช้สอย (m}^2\text{)}$ เทียบจากปีฐาน

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (% Reduction)		
	2567	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	15,568.00	3%	5%	7%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เก็บรวบรวมและทวนสอบค่าก๊าซคาร์บอนเป็นประจำทุกปีและจัดทำแผนในการลดการใช้พลังงานงานไฟฟ้า น้ำมัน ฯลฯ	2569	วางแผนและออกแบบสำนักงานชายที่ประหยัดพลังงาน โดยการนำอุปกรณ์ประหยัดพลังงานเข้าไปใช้จริง หรือติดตั้ง solar rooftop เพื่อประหยัดค่าไฟฟ้า และมีสำนักงานชายที่ใช้วัสดุประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 10% รวมถึงใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 ให้เยอะขึ้น
	2570	มีสำนักงานชายต้นแบบในการประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 20% ของสำนักงานเปิดใหม่ทั้งหมด , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV ให้มากขึ้น
	2571	50% ของสำนักงานชายเป็นอาคารแบบประหยัดพลังงาน , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV มากกว่า 20% ของรถบริษัท

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ทั้งหมด		
เลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Low Carbon Label / Green Label) ในกระบวนการก่อสร้างโครงการคอนโด (ขอบเขต3)	2569	• รวบรวมข้อมูลวัตถุดิบและจัดทำฐานข้อมูล “Green Product List” เพื่อใช้เลือกซื้อวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป้าหมายโครงการระหว่างการก่อสร้าง และการเสนอราคาของโครงการใหม่ ต้องมีการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 10% ของวัสดุที่ใช้ทั้งหมด
	2570	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 15% ของวัสดุทั้งหมดที่มีการเลือกใช้
	2571	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 20% ของวัสดุทั้งหมด

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

• ลักษณะความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: ส่งผลให้อุณหภูมิและความชื้นในอากาศเปลี่ยนแปลงไป ทำให้สภาพอากาศแปรปรวนและความรุนแรงมากขึ้น อาทิ เช่น น้ำท่วม พายุ ภัยแล้ง แผ่นดินไหว อุณหภูมิโลกสูงขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

ภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น น้ำท่วม พายุ แผ่นดินไหว , อุณหภูมิสูง ทำให้กระทบการก่อสร้าง รวมถึงกระทบต่อที่ดิน อาคาร และโครงสร้างพื้นฐาน ต้นทุนแพงขึ้นเนื่องจากเกิดการเสียหายของวัสดุ วัสดุบางชนิดขาดตลาดเพราะห่วงโซ่อุปทานได้รับผลกระทบ และจากการทำงานของสภาพภูมิอากาศอาจส่งผลให้ตลาดและความต้องการโครงการของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงไป

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ประเมินความเสี่ยงภัยธรรมชาติทุกโครงการใหม่ และทบทวนและปรับปรุงแผนความเสี่ยงทุกปี
- ออกแบบระบบ Drainage และ Cooling ที่ยืดหยุ่น
- จัดทำแผน BCP (Business Continuity Plan)
- พัฒนาอาคารมาตรฐาน EDGE, LEED, TREES หรือใช้วัสดุ Low Carbon และระบบ Solar Rooftop

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

• ลักษณะความเสี่ยง

จากการที่ภาครัฐผลักดันแนวปฏิบัติ นโยบายการลดคาร์บอน หรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ต้องเผชิญกับความท้าทายในการเปลี่ยนผ่านด้านการลงทุนที่มีเป้าหมายไปสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ

• ผลกระทบความเสี่ยง

ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น, ต้องปรับระบบรวดเร็ว อีกทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคและผู้ลงทุนในเรื่องของความยั่งยืนและการรักษาสีเขียวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทต้องมีการปรับตัว และพัฒนาโครงการที่ตอบโจทย์ต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทฯ ได้พัฒนาแผนธุรกิจอย่างยั่งยืนโดยการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปีพ.ศ. 2608 เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรและพลังงานภายในองค์กร อีกทั้งส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้วัสดุพลังงานทดแทนในการดำเนินธุรกิจ เช่น การเพิ่มพื้นที่สีเขียว การติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป การจัดเตรียมจุดติดตั้ง EV Charger ให้กับบ้านในโครงการ นอกจากนี้ยังสร้างความตระหนักรู้และปลูกฝังความรู้ ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งจัดตั้งทีมติดตามนโยบายและกฎหมายสิ่งแวดล้อม และเตรียมงบประมาณเพื่อภาษีคาร์บอน / การรับรองใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/jump-plus-ori/>



ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+

(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 วันที่ 25 ส.ค. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	2,718.23	1,051.79	-	1,765.00

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	2,718.23	1,051.79	719.94	1,432.00

คำบรรยายเป้าหมาย

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

มุ่งเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติ และพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ทำเล และการสร้างคุณภาพชีวิตการอยู่อาศัย จากทั้งสินค้าและบริการ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต

ด้วยความใส่ใจในรายละเอียดความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการออกแบบและพัฒนาโครงการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมทั้งมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคลากร และการเติบโตขององค์กรไปตามการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

มุ่งเน้นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในทุกมิติ และพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ทำเล และการสร้างคุณภาพชีวิตการอยู่อาศัย จากทั้งสินค้าและบริการ ควบคู่กับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต ด้วยความใส่ใจในรายละเอียดความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการออกแบบและพัฒนาโครงการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมทั้งมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบุคลากร และการเติบโตขององค์กรไปตามการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

ดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษาระดับผลประโยชน์ในระยะยาว

คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

- การกระจายการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรรเพื่อขาย ตามแนวสถานีขนส่งมวลชนระบบรางในหลายพื้นที่รอบนอก และพื้นที่แถบนิคมอุตสาหกรรมที่เศรษฐกิจสำคัญ ทั้ง กรุงเทพฯ ปริมณฑล ต่างจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- การออกแบบโครงการที่มีแนวคิดและเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Concept and Unique Design)
- การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ
 - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home)
 - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่
 - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property)

- 3.4 กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness
- 4. พิจารณาโอกาสการลงทุนในธุรกิจ หรือโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จากผู้ประกอบการอื่น
- 5. การขยายธุรกิจในรูปแบบกิจการร่วมค้า (Joint Venture)

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

- 1. การกระจายการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรรเพื่อขาย ตามแนวสถานีนขนส่งมวลชนระบบรางในหลายพื้นที่รอบนอก และพื้นที่แถบนิคมอุตสาหกรรมที่เศรษฐกิจสำคัญ ทั้ง กรุงเทพฯ ปริมณฑล ต่างจังหวัด เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ
- 2. การออกแบบโครงการที่มีแนวคิดและเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Concept and Unique Design)
- 3. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ
 - 3.1 ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home)
 - 3.2 Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่
 - 3.3 กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property)
 - 3.4 กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness
- 4. พิจารณาโอกาสการลงทุนในธุรกิจ หรือโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์จากผู้ประกอบการอื่น
- 5. การขยายธุรกิจในรูปแบบกิจการร่วมค้า (Joint Venture)
- 6. พัฒนาระบบ ERP รองรับการเติบโตของธุรกิจ
- 7. การนำทรัพย์สินเข้ากอง REIT (REIT Monetization)

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Net Profit : Owners Of The Parent (ล้านบาท)	1,051.79	719.94	1126	1484	1765

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Net Profit : Owners Of The Parent (ล้านบาท)	1,051.79	719.94	808	1004	1432

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
วางแผนงานเพื่อสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว	2569	กลุ่มบริษัทมียอดขายรอรับรู้รายได้ (Backlog) ที่แข็งแกร่งกว่า 41,000 ล้านบาท ซึ่งจะทยอยรับรู้รายได้ต่อเนื่อง 4 ปีข้างหน้า (ปี 2568-2571) และมีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยเลือกทำเลและรูปแบบโครงการให้สอดคล้องกับ real demand และสถานการณ์ตลาดปัจจุบันเพิ่มพื้นฐานยอดขายรอรับรู้รายได้ได้ในอนาคต

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		อีกทั้งกลุ่มบริษัทมีแผนดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า โดยหลังจากเปิดดำเนินธุรกิจและเริ่มมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่มีความสามารถพิจารณาการนำทรัพย์สินเข้ากองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REIT) หรือการพิจารณาขายหน่วยธุรกิจ ให้แก่ Private Fund / Fund ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวช่วยปลดล็อกมูลค่าที่แท้จริงของทรัพย์สินโรงแรม (Unlock Asset Value) ทั้งยังเอื้อต่อการขยายการลงทุนในอนาคต รวมถึงสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท
	2570	- มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม กระจายตัวไปยังต่างจังหวัดเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่ และทยอยโอนกรรมสิทธิ์ต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog แล้วกว่า 13,000 ล้านบาท - ยังมีแผนงานดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า อย่างต่อเนื่อง - มีการ Synergy ระหว่างกลุ่มธุรกิจภายในเครือ เพื่อเสริมความมั่นคงและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
	2571	- มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม กระจายตัวไปยังต่างจังหวัดเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่ และทยอยโอนกรรมสิทธิ์ต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog แล้วกว่า 6,000 ล้านบาท - ยังมีแผนงานดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีแผนต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการพิจารณาจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเองในบทบาท REIT Manager ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน - พัฒนารูปแบบโครงการ รวมถึงการออกแบบ เพื่อช่วยลดต้นทุน และสามารถเพิ่มระดับอัตรากำไรขั้นต้นได้ในระยะยาว

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยเลือกทำเลและรูปแบบโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง (Real Demand) และสถานการณ์ตลาดปัจจุบัน ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า โดยบริหารให้อัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้นจนถึงระดับคงที่ 4. นำทรัพย์สินเข้ากองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REIT) หรือพิจารณาขายหน่วยธุรกิจให้แก่ Private Fund / Fund 5. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) 6. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ	2569	- สามารถทยอยรับรู้รายได้ต่อเนื่อง 4 ปีข้างหน้า (ปี 2569-2572) จากยอดขายรับรู้รายได้ (Backlog) ที่แข็งแกร่งกว่า 33,000 ล้านบาท พร้อมทั้งสามารถเพิ่มฐานยอดขายรับรู้รายได้ในอนาคต - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม - สามารถปลดล็อกมูลค่าที่แท้จริงของทรัพย์สินโรงแรม (Unlock Asset Value) ซึ่งจะช่วยเอื้อต่อการขยายการลงทุนในอนาคต - กลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจคลังสินค้านี้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ - สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยกระจายตัวการลงทุนไปยังต่างจังหวัดที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่ ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม	2570	- สามารถทยอยโอนกรรมสิทธิ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog รองรับการรับรู้รายได้แล้วกว่า 16,000 ล้านบาท - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ดำเนินกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่กลุ่มธุรกิจโรงแรม และธุรกิจคลังสินค้า อย่างต่อเนื่อง 4. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) 5. ดำเนินการผสานพลังทางธุรกิจ (Synergy) ระหว่างกลุ่มธุรกิจต่างๆ ภายในเครือ 6. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ		- กลุ่มธุรกิจโรงแรมและธุรกิจคลังสินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามแผนงานที่วางไว้ - มีช่องทางการรับรู้รายได้ประจำ (Recurring Income) เพิ่มขึ้นจากการเป็นผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) - เสริมสร้างความมั่นคงให้กลุ่มบริษัทจากการ Synergy เพื่อสนับสนุนให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว - สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท
1. มีแผนเปิดโครงการใหม่ในระดับที่เหมาะสม โดยกระจายตัวไปยังต่างจังหวัดที่เป็นเมืองอุตสาหกรรมและหัวเมืองใหญ่อย่างต่อเนื่อง ผ่านหลากหลายช่องทาง รวมถึงตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ 2. การขยายโอกาสทางธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่หลากหลาย อาทิ - ตลาดต่างชาติ: ที่ต้องการที่อยู่อาศัยในไทยเป็นบ้านหลังที่สอง (2nd Home) - Big lot: สำหรับกลุ่ม Corporate / นักลงทุนรายใหญ่ - กลุ่มนักลงทุน: ที่สนใจคอนโดมิเนียมเพื่อการลงทุน (Investment Property) - กลุ่มลูกค้า Niche Market: เช่น กลุ่มที่ต้องการคอนโดเลี้ยงสัตว์ได้ และกลุ่ม Wellness 3. ต่อยอดเชิงกลยุทธ์ด้วยการจัดตั้งกอง REIT ภายใต้การบริหารงานของกลุ่มบริษัทเอง ในบทบาทผู้จัดการกองทรัสต์ (REIT Manager) 4. พัฒนารูปแบบโครงการ รวมถึงการออกแบบเพื่อช่วยลดต้นทุนการพัฒนาโครงการ 5. พัฒนาระบบ ERP ต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ	2571	- สามารถทยอยโอนกรรมสิทธิ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันมี Backlog รองรับการรับรู้รายได้แล้วกว่า 6,000 ล้านบาท - สามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขายและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม - บริษัทสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีรายได้ในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน จากการทำหน้าที่ในบทบาท REIT Manager - สามารถเพิ่มระดับอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ได้ในระยะยาวจากการพัฒนารูปแบบและการออกแบบที่ช่วยลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ - สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาระยะยาวของกลุ่มบริษัท

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยงด้านความผันผวนของดีมานด์ในตลาด และความเสี่ยงด้านการแข่งขันด้านการรับรู้ในแบรนด์

ผลกระทบความเสี่ยง

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

- หากภาวะเศรษฐกิจหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง อาจทำให้ยอดขายชะลอตัว และอาจกระทบแผนเปิดโครงการที่วางไว้
- หากผู้บริโภคยังไม่เกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อใช้เวลานานขึ้น ส่งผลให้รอบระยะเวลาการขายยาวขึ้น

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

- หากภาวะเศรษฐกิจหรือกำลังซื้อของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง อาจทำให้ยอดขายชะลอตัว และอาจกระทบแผนเปิดโครงการที่วางไว้
- หากผู้บริโภคยังไม่เกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อใช้เวลานานขึ้น ส่งผลให้รอบระยะเวลาการขายยาวขึ้น

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

ขยายขอบเขตการกำกับดูแลด้านการต่อต้านการทุจริตไปยังคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) โดยกำหนดให้มีการบังคับใช้ ติดตาม และประเมินผลนโยบายป้องกันการทุจริตของคู่ค้า

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

ขยายขอบเขตการกำกับดูแลด้านการต่อต้านการทุจริตไปยังคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) โดยกำหนดให้มีการบังคับใช้ ติดตาม และประเมินผลนโยบายป้องกันการทุจริตของคู่ค้า ตลอดจนการต่ออายุการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อย่างต่อเนื่อง

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สร้างกรอบการกำกับดูแล และกำหนดให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) มี นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	2569	• มีกรอบการกำกับดูแล และมีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้าน การทุจริตและคอร์รัปชันของกลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1)
ดำเนินการให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ประกาศใช้นโยบาย และเริ่มต้น กระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายเป็นครั้งแรก	2570	• กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ได้รับทราบข้อกำหนดใหม่ และประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยบริษัท เริ่มกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามเบื้องต้น
ดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างครอบคลุม อย่างน้อย 90%	2571	• กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ของบริษัทอย่างน้อย 90% ได้รับการประเมินและได้รับการยืนยันว่ามีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการ ทุจริต สอดคล้องตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สร้างกรอบการกำกับดูแล และกำหนดให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) มี นโยบาย และแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	2569	• มีกรอบการกำกับดูแล และมีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้าน การทุจริตและคอร์รัปชันของกลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1)
ดำเนินการให้กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ประกาศใช้นโยบาย และเริ่มต้น กระบวนการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายเป็นครั้งแรก	2570	• กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ได้รับทราบข้อกำหนดใหม่ และประกาศใช้นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยบริษัท เริ่มกระบวนการติดตามการปฏิบัติตามเบื้องต้น
ดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างครอบคลุมอย่าง น้อย 90% และดำเนินการต่ออายุการเข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาค เอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC)	2571	• กลุ่มคู่ค้า (Critical Tier 1) ของบริษัทอย่างน้อย 90% ได้รับการประเมินและได้รับการยืนยันว่ามีนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริต สอดคล้องตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และได้รับการรับรองการต่ออายุการเข้า ร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) อย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ลิงก์รายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://origin.co.th/corporate/about-origin-property/driving-business/sustainability-management-in-environmental-dimensions/#performance-environment/climate-action>



ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : [ปีรายงาน 2568
https://origin.co.th/corporate/about-origin-property/driving-business/sustainability-management-in-environmental-dimensions/#performance-environment/climate-action](https://origin.co.th/corporate/about-origin-property/driving-business/sustainability-management-in-environmental-dimensions/#performance-environment/climate-action)



แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 24 ก.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำแผนในการลดการใช้พลังงานงานไฟฟ้า และน้ำมัน (ขอบเขต1,2)	2569	• วางแผนและออกแบบสำนักงานขายที่ประหยัดพลังงาน โดยการนำอุปกรณ์ประหยัดพลังงานเข้าไปใช้จริง (Light Sensor) และมีสำนักงานขายที่ใช้วัสดุประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 10% รวมถึงใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 ให้มากขึ้น
	2570	• มีสำนักงานขายต้นแบบในการประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 20% ของสำนักงานเปิดใหม่ทั้งหมด , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV ให้มากขึ้น
	2571	• 50% ของสำนักงานขายเป็นอาคารแบบประหยัดพลังงาน , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV มากกว่า 20% ของรถบริษัท ทั้งหมด
เลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Low Carbon Label / Green Label) ในกระบวนการก่อสร้างโครงการคอนโด (ขอบเขต3)	2569	• รวบรวมข้อมูลวัตถุดิบและจัดทำฐานข้อมูล “Green Product List” เพื่อใช้เลือกซื้อวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป้าหมายโครงการระหว่างกา

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		ก่อสร้าง และการเสนอราคาของโครงการใหม่ ต้องมีการเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 10% ของวัสดุที่ใช้ทั้งหมด
	2570	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 15% ของวัสดุทั้งหมดที่มีการเลือกใช้
	2571	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 20% ของวัสดุทั้งหมด

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 25 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เก็บรวบรวมและทวนสอบค่าก๊าซคาร์บอนเป็นประจำทุกปีและจัดทำแผนในการลดการใช้พลังงานงานไฟฟ้า น้ำมัน ฯลฯ	2569	• วางแผนและออกแบบสำนักงานขายที่ประหยัดพลังงาน โดยการนำอุปกรณ์ประหยัดพลังงานเข้าไปใช้จริง หรือติดตั้ง solar rooftop เพื่อประหยัดค่าไฟฟ้า และมีสำนักงานขายที่ใช้วัสดุประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 10% รวมถึงใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 ให้เยอะขึ้น
	2570	• มีสำนักงานขายต้นแบบในการประหยัดพลังงาน อย่างน้อย 20% ของสำนักงานเปิดใหม่ทั้งหมด , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV ให้มากขึ้น
	2571	• 50% ของสำนักงานขายเป็นอาคารแบบประหยัดพลังงาน , ใช้ E22/E85 แทนการใช้ดีเซล 91/95 รวมถึงใช้รถยนต์ EV มากกว่า 20% ของรถบริษัททั้งหมด
เลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Low Carbon Label / Green Label) ในกระบวนการก่อสร้างโครงการคอนโด (ขอบเขต3)	2569	• รวบรวมข้อมูลวัตถุดิบและจัดทำฐานข้อมูล “Green Product List” เพื่อใช้เลือกซื้อวัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป้าหมายโครงการระหว่างการก่อสร้าง และการเสนอราคาของโครงการใหม่ ต้องมีการเลือกวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 10% ของวัสดุที่ใช้ทั้งหมด
	2570	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 15% ของวัสดุทั้งหมดที่มีการเลือกใช้
	2571	• ออกแบบโครงการใหม่และเปิดขายโดยเลือกใช้ Green Product อย่างน้อย 20% ของวัสดุทั้งหมด