



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท เอส.ซี.แอล.มอเตอร์ พาร์ท จำกัด (มหาชน) (SCL)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 10/11/2568

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 03/12/2568

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท เอส.ซี.แอล.มอเตอร์ พาร์ท จำกัด (มหาชน) ("SCL") 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 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 ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดในเอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจาก การผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน 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 การตัดสินใจใช้ข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญาณของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง 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

1. วางกลยุทธ์การขยายฐานลูกค้าในช่องทางใหม่และเพิ่ม Brand สินค้าอะไหล่รถยนต์ยุโรป ในกลุ่ม Genuine และ Replacement, อะไหล่รถยนต์ EV และแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์สันดาปและรถยนต์ EV เพื่อเพิ่มยอดขายให้ได้ 2,500 ล้านบาท ในปี 2571

3

2. ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มอัตรากำไร

5

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

7

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

8

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

9

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

10

ส่วนที่ 3 Climate Action

13

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

14

เอกสารแนบ

15



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

ภาพรวมธุรกิจ

ธุรกิจจัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2567	2566	2565	2564
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	1,741.37	1,485.43	1,362.92	N/A
ค่าใช้จ่าย	1,668.71	1,439.93	1,301.81	N/A
Net Profit	44.56	23.37	39.91	N/A
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	981.21	1,092.09	1,038.98	N/A
หนี้สิน	629.65	774.07	796.94	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	351.56	318.03	242.04	N/A
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	107.88	33.93	-66.93	N/A
กิจกรรมลงทุน	-31.02	-25.70	-36.76	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-111.55	-5.66	118.69	N/A
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.18	0.12	49.89	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	10.68	10.89	11.66	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	2.56	1.57	2.93	N/A
D/E Ratio (เท่า)	1.79	2.43	3.29	N/A
ROE (%)	13.31	8.34	16.49	N/A
ROA (%)	7.01	4.27	5.88	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ			
เป้าหมาย ณ ปี 2571			
Net Profit	89 ล้านบาท		
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. 1. วางกลยุทธ์การขยายฐานลูกค้าในช่องทางใหม่และเพิ่ม Brand สินค้าอะไหล่ รถยนต์ยุโรปในกลุ่ม Genuine และ Replacement, อะไหล่รถยนต์ EV และแบตเตอรี่ อีวีสำหรับรถยนต์สันดาปและรถยนต์ EV เพื่อเพิ่มยอดขายให้ได้ 2,500 ล้านบาท ในปี 2571	✓	✓	
2. 2. ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มอัตรากำไร		✓	

แผนด้านธรรมาภิบาล
1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

แผนด้าน Climate Action
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

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

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

	YE/2565	YE/2566	YE/2567	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	39.91	23.37	44.56	89

มุ่งสู่การเป็นผู้นำในตลาดธุรกิจจัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ ด้วยการใช้ระบบการบริหารคลังสินค้าแบบ WAREHOUSE AUTOMATION ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี AI เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน เพื่อบรรลุเป้าหมาย Net Profit 89 ล้านบาทในปี 2571

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

1. วางกลยุทธ์การขยายฐานลูกค้าในช่องทางใหม่และเพิ่ม Brand สินค้าอะไหล่รถยนต์ยุโรป ในกลุ่ม Genuine และ Replacement, อะไหล่รถยนต์ EV และแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์สันดาปและรถยนต์ EV เพื่อเพิ่มยอดขายให้ได้ 2,500 ล้านบาท ในปี 2571

1.การเพิ่มยอดขาย

บริษัทตั้งเป้ายอดขายในปี 2571 ที่ 2,500 ล้านบาท ตามช่องทางการขายของบริษัท ดังนี้

1.1 กลุ่มลูกค้าทั่วไป

- การเพิ่มลูกค้ารายใหม่เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ โดยตลาดลูกค้าทางภาคใต้ และภาคเหนือ ยังมีศักยภาพในการเติบโตได้อีก
- การรักษาฐานลูกค้ากลุ่มเดิมให้มั่นคง โดยผ่านช่องทางการส่งเสริมการขาย SCL REWORD ในการกำหนดเป้าการสั่งซื้อ รวมทั้งการจัดหาสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า

1.2 กลุ่มลูกค้าศูนย์บริการ

- ตลาดศูนย์บริการ (QUICK FIT) ที่มีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ยอดขายของบริษัทมีความเติบโตขึ้นไปด้วย

1.3 กลุ่มลูกค้าประกันภัย

- การหดตัวของสินเชื่อในการซื้อรถยนต์ใหม่ที่ยังไม่ฟื้นตัว ทำให้ผู้บริโภคยังต้องพึ่งการประกันภัยยานพาหนะ ทั้งกลุ่มบริษัทและบุคคลทั่วไป เพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องค่าใช้จ่าย ซึ่งบริษัทเป็นพันธมิตรของบริษัทประกันชั้นนำในประเทศ ทำให้ยอดขายใน ส่วนนี้ยังเติบโตได้ดี

1.4 กลุ่มลูกค้า E-Commerce

- นอกจากการขายผ่านช่องทาง PLATFORM ต่างๆ ทั้ง SHOPEE, LAZADA, EGGMALL บริษัทยังเริ่มพัฒนาการขายสินค้าผ่าน WEB ONLINE ของบริษัทเอง เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย ซึ่งวางเป้าการเติบโตเพิ่มขึ้นสม่ำเสมอ

1.5 เพิ่ม Brand สินค้าอะไหล่รถยนต์ยุโรป ทั้งในกลุ่ม Genuine และ Replacement, อะไหล่รถยนต์ EV และแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์สันดาปและรถยนต์ EV

2.การเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้น

บริษัทตั้งเป้าการเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นให้ได้อย่างน้อย 0.20 ในแต่ละปี โดยการควบคุมราคาขายและส่วนลดการค้าในสินค้ากลุ่ม Genuine และการเพิ่ม BRAND สินค้าใหม่ ที่มีความสามารถในการทำกำไรของสินค้ากลุ่ม Replacement ในทุกไตรมาส

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	9M/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	17.23	5.95	7.89	9.76	11.11
Net Profit Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	90.69	14.41	8.25	20.44	20.48
Gross Profit Margin (%)	10.68	10.29	10.85	11.05	11.25

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เพิ่ม Brand สินค้าอะไหล่รถยนต์ยุโรป ทั้งในกลุ่ม Genuine และ Replacement, อะไหล่รถยนต์ EV และแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์สันดาป และรถยนต์ EV	2569	• ไตรมาสละ 1 BRAND
	2570	• ไตรมาสละ 1 BRAND
	2571	• ไตรมาสละ 1 BRAND

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงการเติบโตของตลาดรถยนต์ EV

ลักษณะความเสี่ยง

การขยายตัวของตลาดรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) อย่างรวดเร็วในประเทศไทยและทั่วโลก อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจจัดจำหน่ายอะไหล่ยานยนต์ของบริษัท ซึ่งปัจจุบันยังมุ่งเน้นจำหน่ายอะไหล่สำหรับรถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายใน (Internal Combustion Engine: ICE) เป็นหลัก

สาเหตุของความเสี่ยง

- การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมยานยนต์สู่ระบบพลังงานไฟฟ้า
- นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าและการลดการปล่อยคาร์บอน
- การเข้ามาของผู้ผลิตรถยนต์ไฟฟ้ารายใหม่ และการปรับตัวของผู้ผลิตรายเดิม
- ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ผลกระทบความเสี่ยง

1. ยอดขายอะไหล่เครื่องยนต์ลดลง – เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้ามีชิ้นส่วนเครื่องยนต์น้อยกว่าและมีความต้องการบำรุงรักษาต่ำกว่า
2. ความเสี่ยงด้านสินค้าคงคลัง – อาจเกิดการตกค้างของอะไหล่สำหรับรถยนต์สันดาปภายใน หากไม่สามารถปรับสมดุลสินค้าได้ทันเวลา
3. การเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) – ผู้ผลิตชิ้นส่วนบางรายอาจลดหรือหยุดการผลิตอะไหล่บางประเภท
4. ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคนิคของ EV – ส่งผลต่อความสามารถในการให้บริการและการสนับสนุนลูกค้า
5. การแข่งขันเพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหม่ – โดยเฉพาะบริษัทที่จำหน่ายอะไหล่หรืออุปกรณ์สำหรับรถยนต์ไฟฟ้าโดยเฉพาะ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. พัฒนากลยุทธ์การกระจายสินค้า (Product Diversification) เพื่อเพิ่มสัดส่วนสินค้าอะไหล่ที่รองรับรถยนต์ไฟฟ้า

- 2. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) กับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ไฟฟ้า เพื่อเข้าถึงสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง
- 3. ติดตามแนวโน้มตลาดและนโยบายภาครัฐอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมแผนปรับตัวล่วงหน้า
- 4.อบรมและพัฒนาบุคลากร ให้มีความรู้ด้านเทคนิคและระบบของรถยนต์ไฟฟ้า
- 5. ทบทวนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสื่อสารและขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ในตลาด EV

2. ปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มอัตรากำไร

บริษัทมีแผนในการการเพิ่มอัตรากำไรสุทธิให้ได้ตามเป้าหมายในปี2571 โดย

- 1. การควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ให้รัดกุมเข้มงวด แต่ต้องไม่กระทบกับการลงทุนในโครงการใหม่ต่างๆที่ช่วยส่งเสริมการเพิ่มยอดขายและการสนับสนุน ESG ของบริษัท
- 2. การสร้างคลังสินค้าใหม่ ในระบบ WAREHOUSE AUTOMATION ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อรองรับการเติบโตของยอดขายและลดขั้นตอนงานที่ซับซ้อนช่วยเพิ่มกระบวนการทำงานที่รวดเร็วขึ้น ลดค่าใช้จ่ายด้านบริหารทรัพยากรบุคคล
- 3. ติดตั้ง SOLAR ROOFTOP ในคลังสินค้าใหม่ เพื่อลดค่าใช้จ่ายพลังงานและส่งเสริม ESG

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	9M/2568	2569	2570	2571
Net Profit Margin (%)	2.56	2.66	2.99	3.28	3.56

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สร้าง WAREHOUSE AUTOMATION	2569	• สร้างอาคารคลังสินค้าใหม่ ภายในบริเวณ ศูนย์กระจายสินค้า ที่จังหวัดปทุมธานี พร้อมวางระบบอุปกรณ์ และระบบการบริหารงานแบบ WAREHOUSE AUTOMATION เต็มรูปแบบและติดตั้ง SOLAR ROOFTOP
	2570	• ปรับปรุงระบบงาน LOGISTICS ให้รองรับการขยายงานตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า และช่วยลดต้นทุนการบริการงาน และติดตั้ง SOLAR ROOFTOP
	2571	• จัดหารถขนส่งไฟฟ้า และติดตั้งระบบหัวชาร์จไฟฟ้า เพื่อลดต้นทุนค่าน้ำมันเชื้อเพลิง และส่งเสริม ESG

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

การก่อสร้างอาคารคลังสินค้าใหม่อาจล่าช้าและต้นทุนที่สูงขึ้น

ลักษณะความเสี่ยง

การก่อสร้างอาคารคลังสินค้าใหม่อาจประสบกับ ความล่าช้าในการก่อสร้าง และ ต้นทุนที่สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแผนการดำเนินงานและการลงทุนของบริษัท

สาเหตุของความเสี่ยง

- ปัญหาหรือความเสียหายที่ไม่คาดคิดในกระบวนการก่อสร้างหรือสภาพพื้นที่ก่อสร้าง
- ความผันผวนของราคาวัสดุก่อสร้างและค่าจ้างแรงงาน
- ความล่าช้าในการ จัดหาและติดตั้งอุปกรณ์ WAREHOUSE AUTOMATION
- ปัญหาหรือความล่าช้าเกี่ยวกับ การอนุญาตหรือข้อกำหนดทางกฎหมาย

ผลกระทบความเสี่ยง

1. ความล่าช้าในการเปิดใช้งานคลังสินค้าใหม่ ส่งผลต่อความสามารถในการรองรับยอดขายที่เพิ่มขึ้น
2. ต้นทุนโครงการสูงขึ้น อาจกระทบต่องบประมาณและผลกำไรที่วางแผนไว้
3. การดำเนินงานโลจิสติกส์และการบริหารงานเชิงก หากระบบ WAREHOUSE AUTOMATION ไม่พร้อมใช้งานตามกำหนด

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. จัดทำแผนงานโครงการและตารางเวลาที่ละเอียดรอบคอบ
2. จัดสรรงบประมาณสำรอง (Contingency Budget) สำหรับวัสดุ อุปกรณ์ และค่าจ้างแรงงาน
3. รักษาการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับผู้รับเหมาและผู้จัดจำหน่าย
4. ติดตามและปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและการอนุมัติ อย่างเคร่งครัด
5. จ้างหน่วยงานภายนอกที่เป็นมืออาชีพเข้ามาบริหารงานภายในคลังสินค้าเพื่อแก้ปัญหาด้านความไม่พร้อมของบุคลากร

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) อันเป็นหัวใจที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยบทบาทของคณะกรรมการบริษัทมีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะประธานกรรมการ (Chairman) และกรรมการอิสระ (Independent Directors) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างสมดุลและตรวจสอบการบริหารงานของฝ่ายจัดการ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	เสร็จสิ้น	-	-	-
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	เสร็จสิ้น	-	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	2569	• เสร็จสิ้น
	2570	• เสร็จสิ้น
	2571	• เสร็จสิ้น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ประธานกรรมการ (Chairman) และ กรรมการอิสระ (Independent Directors) อาจมีความเสี่ยงต่อ การถูกครอบงำหรือมีอิทธิพลจากฝ่ายบริหาร

ลักษณะความเสี่ยง

ความเป็นอิสระของกรรมการบริษัท โดยเฉพาะ ประธานกรรมการ (Chairman) และ กรรมการอิสระ (Independent Directors) อาจมีความเสี่ยงต่อการถูกครอบงำหรือมีอิทธิพลจากฝ่ายบริหาร หรือผู้มีส่วนได้เสียรายอื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ ความสามารถในการตรวจสอบและถ่วงดุลการบริหารงานของบริษัท

สาเหตุของความเสี่ยง

- การแต่งตั้งกรรมการที่ขาด คุณสมบัติความเป็นอิสระที่ชัดเจน
- กรรมการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับฝ่ายบริหารหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่
- ขาดกลไกหรือมาตรการควบคุม ที่ชัดเจนในการกำกับดูแล กรรมการ
- ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลประโยชน์ทับซ้อนไม่โปร่งใส

ผลกระทบความเสี่ยง

1. การตรวจสอบและถ่วงดุลการบริหารงานลดประสิทธิภาพ
2. การตัดสินใจของคณะกรรมการอาจ ไม่เป็นกลาง และเอื้อประโยชน์ต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
3. ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการลดลง และกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร
4. ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดให้ ประธานกรรมการต้องเป็นกรรมการอิสระ
2. รักษาให้ กรรมการอิสระมีสัดส่วนมากกว่า 50% ของคณะกรรมการ อย่างต่อเนื่อง
3. จัดทำนโยบายและข้อกำหนดเกี่ยวกับความเป็นอิสระและผลประโยชน์ทับซ้อน
4. ประเมินความเป็นอิสระของกรรมการ เป็นประจำทุกปี และรายงานต่อผู้ถือหุ้น
5. ส่งเสริมวัฒนธรรมการกำกับดูแลที่โปร่งใสและเป็นธรรม

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานอย่างโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อสังคม และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล การปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันจึงเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานทุกขั้นตอนเป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานทางจริยธรรม

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	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)	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) ภายในปี 2571	2569	• จัดหาที่ปรึกษาจากภายนอกเพื่อกำหนดแนวทางและแนวปฏิบัติรวมทั้งให้ความรู้แก่คณะทำงาน
	2570	• ดำเนินงานตามแผนงานที่ได้วางไว้
	2571	• ได้รับการรับรองจาก CAC

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงจากการไม่ผ่านใบรับรอง (Certificate) จาก CAC

ลักษณะความเสี่ยง

การไม่ผ่านการรับรองจาก CAC (Certified Anti-Corruption) อาจส่งผลต่อ ความน่าเชื่อถือของบริษัท ต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงอาจกระทบต่อ โอกาสในการทำธุรกิจ กับลูกค้าหรือหน่วยงานภาครัฐ

สาเหตุความเสี่ยง

ความไม่เข้าใจในกระบวนการของพนักงานและผู้รับผิดชอบทำให้ไม่เป็นไปตามกระบวนการของ CAC

ผลกระทบความเสี่ยง

- ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputation Risk) เสียความน่าเชื่อถือ ในสายตาลูกค้า นักลงทุน และคู่ค้า อาจถูกมองว่าองค์กรไม่ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Governance) ส่งผลต่อการจัดอันดับด้าน ESG (Environmental, Social, Governance)
- ความเสี่ยงด้านการลงทุนและการเงิน นักลงทุนสถาบัน โดยเฉพาะต่างชาติ มักพิจารณา การผ่าน CAC เป็นหนึ่งในเกณฑ์ลงทุน การไม่ผ่านอาจทำให้สูญเสียโอกาสในการระดมทุน หรือถูกลดความน่าสนใจในตลาดทุน
- ความเสี่ยงด้านกฎหมายและการกำกับดูแล แม้ CAC ไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็น มาตรฐานภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับกว้างขวาง การไม่ผ่านอาจสะท้อนว่าองค์กรยังมี ช่องโหว่ด้านการควบคุมภายใน และการป้องกันการทุจริต
- ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน บริษัทที่ผ่าน CAC สามารถใช้เป็น จุดขายด้านความโปร่งใส หากไม่ผ่าน อาจเสียเปรียบคู่แข่งที่ได้รับการรับรอง
- ความเสี่ยงด้านบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร พนักงานรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับ องค์กรที่มีธรรมาภิบาล การไม่ผ่านอาจทำให้ ยากต่อการดึงดูดและรักษาบุคลากรคุณภาพ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ทบทวนและปรับปรุงระบบควบคุมภายใน ตามแบบประเมิน CAC
- อบรมกรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ปฏิบัติงาน ให้เข้าใจบทบาทด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน
- สร้างวัฒนธรรมองค์กรโปร่งใส ผ่าน Code of Conduct และการสื่อสารภายใน
- ใช้บุคคลที่สามตรวจสอบ (เช่น ผู้สอบบัญชี หรือประธานคณะกรรมการตรวจสอบ) เพื่อยืนยันความถูกต้องก่อนยื่นขอรับรอง

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน

การตรวจสอบภายใน เป็นหนึ่งในกระบวนการป้องกันการกระทำผิดของบุคคลต่างๆในองค์กร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งทางบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
จัดให้มีหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการตรวจสอบภายในสากลฉบับใหม่	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
บริษัทจัดให้มีหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระมาดำเนินการตรวจสอบภายใน รวมทั้งบริหารจัดการโครงการตรวจสอบ ติดตามและจัดการข้อตรวจพบ สรุปผลการตรวจสอบ และการจัดทำแผนการตรวจสอบประจำปี	-	อยู่ระหว่างดำเนินงาน	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
บริษัทจัดให้มีหน่วยงานภายนอกที่เป็นอิสระมาดำเนินการตรวจสอบภายใน รวมทั้งบริหารจัดการโครงการตรวจสอบ ติดตามและจัดการข้อตรวจพบ สรุปผลการตรวจ สอบ และการจัดทำแผนการตรวจสอบประจำปี	2569	• อยู่ระหว่างดำเนินงาน
	2570	• เสร็จสิ้น
	2571	• เสร็จสิ้น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงต่อความล่าช้า หรือ การไม่บรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพ

ลักษณะความเสี่ยง

แผนยกระดับการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายในอาจมี ความเสี่ยงต่อความล่าช้า หรือ การไม่บรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพ หากกระบวนการและมาตรการไม่เพียงพอ อาจส่งผลกระทบต่อ การตรวจสอบภายในและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจสาเหตุของความเสี่ยง

- ขาดการ วางแผนและกำหนดมาตรฐานคุณภาพที่ชัดเจน
- บุคลากรขาด ความรู้หรือความเชี่ยวชาญ ในกระบวนการประเมินคุณภาพ
- การประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ราบรื่น
- การติดตามและปรับปรุงผลการประเมิน ไม่ต่อเนื่องหรือไม่สม่ำเสมอ

ผลกระทบความเสี่ยง

- คุณภาพการตรวจสอบภายในลดลง อาจทำให้พบข้อผิดพลาดหรือความเสี่ยงที่ไม่ครบถ้วน
- การตัดสินใจของผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์หรือไม่ถูกต้อง
- ความน่าเชื่อถือของหน่วยตรวจสอบภายในลดลง
- ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ต่อการกำกับดูแลและการบริหารจัดการองค์กร

มาตรการจัดการความเสี่ยง

1. กำหนดมาตรฐานและกรอบการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบภายใน อย่างชัดเจน
2. จัดให้มีการอบรมและพัฒนาบุคลากร อย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับทักษะ
3. สร้างกลไกการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. ติดตามและปรับปรุงผลการประเมิน อย่างสม่ำเสมอตามข้อเสนอแนะและแนวปฏิบัติที่ดี
5. จัดทำรายงานสรุปผลและแผนปฏิบัติการ สำหรับผู้บริหารเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ

ส่วนที่ 3

Climate Action

แผนด้าน Climate Action

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นประเด็นสำคัญระดับโลกที่ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน การจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ทำหน้าที่เป็น เครื่องมือในการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการจัดทำรายงานและการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ติดตั้ง ระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาอาคารคลังสินค้า จ.ปทุมธานี	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดหาที่ปรึกษาภายนอกมาวางแผนและวางรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลพร้อมจัดทำผู้ ทวนสอบ	2569	• จัดหาที่ปรึกษา, เก็บข้อมูล,ทวนสอบ
	2570	• ทวนสอบและเผยแพร่
	2571	• เสร็จสิ้น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

การจัดเก็บข้อมูลไม่ถูกต้อง

ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างเพียงพอในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลกระทบความเสี่ยง

ผลสรุปตัวเลขไม่ถูกต้อง ไม่ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดหาที่ปรึกษาภายนอกมาให้คำแนะนำ,วิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งจัดหาโปรแกรมในการบันทึกข้อมูลเพื่อให้ถูกต้องตามที่กำหนดไว้

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/SCL/1764741539211.pdf>

