



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท สเปเชียลตี้ เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) (SNPS)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 25/02/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 30/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท สเปเชียลตี้ เนเชอรัล โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) ("SNPS") 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 โดยอาจเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็น เกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชี้ชวนให้ เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครอง พิเศษใดๆ ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็น ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่ อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

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

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการ ดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็น ดุลยพินิจและพิจารณาของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่ จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่ บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ๓ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ : แผนการเติบโตอย่างยั่งยืนบริษัท SNPS	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	7
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	8
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	13

SET

สินค้าอุปโภคบริโภค / ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์

CG Report :

SET ESG Ratings: -

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจำหน่ายสารสกัดสมุนไพรมาตรฐาน และ รับจ้างพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความงาม และสุขอนามัยภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (Original Design Manufacturer) และภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ (Original Brand Manufacturer)

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	-

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

รายได้	571.70	474.67	368.09	N/A
ค่าใช้จ่าย	433.46	380.02	324.45	N/A
Net Profit	111.95	81.09	36.83	N/A

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

สินทรัพย์	1,024.68	987.70	671.98	N/A
หนี้สิน	99.47	91.02	190.68	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	897.04	866.10	446.45	N/A

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

กิจกรรมดำเนินงาน	84.15	102.62	57.82	N/A
กิจกรรมลงทุน	-71.29	-9.47	6.45	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-83.57	201.44	-73.97	N/A

อัตราส่วนการเงิน

กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.28	0.26	0.12	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	40.80	40.75	36.70	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.21	16.08	7.70	N/A
D/E Ratio (เท่า)	0.11	0.10	0.40	N/A
ROE (%)	12.70	12.36	8.25	N/A
ROA (%)	13.76	11.42	6.53	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท
แผนธุรกิจ
เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	190.00 ล้านบาท
------------	----------------

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

1. แผนกลยุทธ์ : แผนการเติบโตอย่างยั่งยืนบริษัท

SNPS

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

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

ส่วนที่ 1

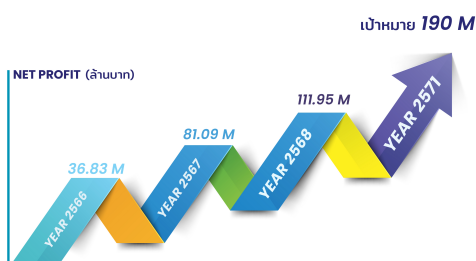
แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	36.83	81.09	111.95	190.00

บริษัท SNPS ตั้งเป้าหมายการเติบโตของกำไรสุทธิ (Net Profit) เฉลี่ยที่อัตราการร้อยละ 20 ต่อปี โดยอิงจากผลประกอบการย้อนหลังและแผนการขยายธุรกิจในกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักและตลาดใหม่ การเติบโตดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การบริหารต้นทุน และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้กำไรสุทธิของบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะสามารถแตะระดับ 190 ล้านบาท ได้ภายในปี 2571



แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ : แผนการเติบโตอย่างยั่งยืนบริษัท SNPS

บริษัท SNPS กำหนดเป้าหมายการเติบโตของรายได้รวม (Total Revenue) เฉลี่ยที่อัตราการร้อยละ 20 ต่อปี โดยอิงจากการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกจากระดับปัจจุบันที่ร้อยละ 5 ไปสู่ระดับร้อยละ 15 ของรายได้รวมภายในปี 2571 โดยมุ่งเน้นการขยายตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และผลักดันบทบาทของ SNPS ในฐานะผู้จัดหาส่วนผสมธรรมชาติชั้นนำของภูมิภาค ในด้านการดำเนินงาน บริษัทมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติการและการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำกำไร โดยจะดำเนินการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง และเพิ่มสัดส่วนของสินค้ากลุ่มพรีเมียมใน portfolio พร้อมทั้งบริหารจัดการงบประมาณอย่างเข้มงวด (Budget Tightening) เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการลงทุนและการใช้ทรัพยากรขององค์กร ด้านนวัตกรรม บริษัทมีเป้าหมายในการสร้างรายได้จากการรับงานวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มขึ้น โดยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา SNPS เริ่มมีการรับรู้รายได้จากบริการวิจัย ซึ่งมีอัตราการเติบโตที่สูงมากในระยะเริ่มต้น และคาดว่าจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่สร้างรายได้ใหม่อย่างมีนัยสำคัญในอนาคต

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

เป้าหมายการเติบโตของบริษัท SNPS

1. การเติบโตของรายได้ (Revenue Growth)

- ตั้งเป้าหมาย อัตราการเติบโตของรายได้รวม (Total Revenue Growth) เฉลี่ย 20% ต่อปี จนถึงปี 2571
- ขับเคลื่อนการเติบโตผ่านการขยายตลาดใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และการเพิ่มสัดส่วนลูกค้าเชิงกลยุทธ์

2. การขยายตลาดส่งออก (Export Expansion)

- เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกจาก 5% เป็น 15% ของรายได้รวม
- ขยายเครือข่ายพันธมิตรและช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ
- มุ่งสู่การเป็น ผู้นำด้านการจัดหาส่วนผสมจากธรรมชาติ (Natural Ingredients Sourcing) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3. ความเป็นเลิศด้านการดำเนินงานและการทำกำไร (Operational Excellence & Profitability)

- ปรับ Portfolio โดยเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์กลุ่ม Premium และ High-margin
- ดำเนินมาตรการ Budget Tightening เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร
- ยกระดับ ROI และ Operating Margin ผ่านการบริหารต้นทุนอย่างมีวินัย

4. นวัตกรรมและรายได้จากงานวิจัย (Innovation & Research Revenue)

- ขยายรายได้จากบริการ วิจัยและพัฒนา (R&D Services)
- สร้าง ธุรกิจด้านงานวิจัย ให้เป็น New S-curve ขององค์กร
- พัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตรเชิงวิชาการและอุตสาหกรรม เพื่อสร้าง Pipeline ของผลิตภัณฑ์ใหม่

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	28.96	20.44	15.00	22.28	23.73
Net Profit Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	120.19	38.05	21.44	28.66	22.33
CapEX/Sales (%)	0.03	0.03	0.38	0.03	0.03
Gross Profit Margin (%)	40.75	40.80	40.59	41.09	40.24
Operating Margin (%)	16.90	21.79	22.36	23.51	23.22
Net Profit Margin (%)	16.08	19.21	19.51	20.53	20.29
Asset Turnover Ratio (เท่า)	0.57	0.57	0.47	0.45	0.55

หมายเหตุเป้าหมายทางการเงิน : เป้าหมายทางการเงินของ SNPS มุ่งเน้นการสร้าง การเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน โดยกำหนด กำไรสุทธิ 190 ล้านบาท ภายในปี 2571 เป็นเป้าหมายหลักขององค์กร ควบคู่กับการขยายรายได้รวมอย่างต่อเนื่อง, เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออก, และ ยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการทำกำไร และเพิ่มความแข็งแกร่งทางการเงินในระยะยาว

แผนงานที่สำคัญ

บริษัท SNPS ได้กำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและสร้างความยั่งยืนในช่วง 3 ปีข้างหน้า โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง ผ่าน 4 แกนกลยุทธ์หลัก ดังนี้

1. การเติบโตของรายได้รวม (Revenue Growth)

บริษัทตั้งเป้าหมาย อัตราการเติบโตของรายได้รวมเฉลี่ย 20% ต่อปี โดยขับเคลื่อนผ่านการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม พรีเมียม (Premium Products) เพื่อยกระดับอัตรากำไร (Margin) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจในระยะยาว

2. การขยายตลาดส่งออก (Export Expansion)

บริษัทมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกจาก 5% เป็น 15% ของรายได้รวมภายในปี 2571 ผ่านการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายและเครือข่ายพันธมิตรในต่างประเทศ พร้อมผลักดันบทบาทของ SNPS ให้ก้าวสู่การเป็น ผู้นำด้านการจัดหาส่วนผสมจากธรรมชาติ (Natural Ingredients Sourcing) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3. ความเป็นเลิศด้านการดำเนินงานและการทำกำไร (Operational Excellence & Profitability)

บริษัทมุ่งเน้นการบริหารพอร์ตผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงและเพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่มพรีเมียม ควบคู่กับการดำเนินมาตรการ Budget Tightening เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และยกระดับผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) อย่างมีวินัย

4. นวัตกรรมและการสร้างแหล่งรายได้ใหม่ (Innovation & New Revenue Streams)

บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจด้าน งานวิจัยและพัฒนา (R&D) ซึ่งเริ่มมีการรับรู้รายได้ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยมีเป้าหมายให้ธุรกิจดังกล่าวเป็นแหล่งรายได้ใหม่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัทในอนาคต

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
"ปลูก บัน เปลี่ยน บัน"	2569	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตของรายได้: ผลักดันรายได้เติบโต 20% ผ่านการขยายช่องทางจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ การขยายตลาดส่งออก: เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเป็น 10% ของรายได้รวม กลยุทธ์สินค้า Premium: เพิ่มสัดส่วนสินค้ากลุ่ม Premium ในพอร์ตโฟลิโอเพื่อยกระดับอัตรากำไร การสร้างรายได้จากนวัตกรรม: เพิ่มการรับรู้รายได้จาก งานวิจัยและพัฒนา (R&D) เชิงพาณิชย์
	2570	<ul style="list-style-type: none"> การเติบโตในระดับภูมิภาค: เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเป็น 13% ของรายได้รวม และขยายฐานลูกค้าในกลุ่มประเทศ ASEAN ประสิทธิภาพการดำเนินงาน: ปรับปรุงกระบวนการผลิตและซัพพลายเชนเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพและอัตรากำไร (Margin) การขยายธุรกิจนวัตกรรม: ขยายบริการ วิจัยและพัฒนา (R&D) ให้เป็นแหล่งรายได้ใหม่ที่มีสัดส่วนชัดเจน
	2571	<ul style="list-style-type: none"> เป้าหมายรายได้และกำไร: รักษาการเติบโตของรายได้เฉลี่ย 20% ต่อปี และบรรลุ กำไรสุทธิ 190 ล้านบาท เป้าหมายการส่งออก: เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเป็น 15% ของรายได้รวม ความเป็นผู้นำในตลาด: ก้าวสู่การเป็น ผู้นำด้านการจัดหาส่วนผสมจากธรรมชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การขยายตลาดส่งออกและการสร้างรายได้ใหม่จากนวัตกรรม

• ลักษณะความเสี่ยง

การเพิ่มสัดส่วนรายได้จากการส่งออก (จาก 5% เป็น 15% ของรายได้รวม) และการสร้างแหล่งรายได้ใหม่จาก งานวิจัยและนวัตกรรม ถือเป็น สองกลไกสำคัญ ในการขับเคลื่อนการเติบโตของ SNPS ในระยะข้างหน้า

อย่างไรก็ตาม หากการขยายตลาดต่างประเทศไม่เป็นไปตามแผน หรือการพัฒนา นวัตกรรมไม่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Scale-up) อาจส่งผลให้ รายได้รวมไม่สามารถเติบโตเฉลี่ย 20% ต่อปีได้ตามเป้าหมาย และอาจกระทบต่อความสามารถของบริษัทในการก้าวสู่การเป็น ผู้นำในตลาดภูมิภาค ASEAN ในระยะยาว

• ผลกระทบความเสี่ยง

รายได้รวมต่ำกว่าเป้าหมาย: อาจส่งผลให้ไม่สามารถบรรลุ กำไรสุทธิ 190 ล้านบาท ภายในปี 2571 ตามแผนที่วางไว้

ความสามารถในการแข่งขันลดลง: หากคู่แข่งสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ดีกว่า อาจทำให้บริษัทสูญเสียโอกาสทางธุรกิจและส่วนแบ่งตลาด

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์: ความล่าช้าในการสร้าง New Growth Engine จากการขยายตลาดส่งออกและการพัฒนา นวัตกรรม อาจกระทบต่อศักยภาพการเติบโตในระยะยาวของบริษัท

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- Diversification: ขยายตลาดส่งออกไปหลายประเทศใน ASEAN และไม่พึ่งพาสตลาดเดียว
- Innovation Pilot & Scaling: เริ่มจากโครงการวิจัยขนาดเล็กที่สามารถขยายได้ง่าย เพื่อทดสอบตลาดก่อนลงทุนใหญ่
- Strategic Partnerships: สร้างพันธมิตรทั้งในด้านการตลาดและการวิจัย เพื่อเพิ่มความมั่นคงของช่องทางรายได้

- Continuous Market Intelligence: ติดตามความต้องการผู้บริโภคและแนวโน้มเทคโนโลยี เพื่อปรับกลยุทธ์นวัตกรรมให้สอดคล้องกับตลาด
- Revenue Mix Management: บริหารพอร์ตให้สมดุลระหว่างรายได้จากตลาดในประเทศ, การส่งออก, และงานวิจัย เพื่อไม่ให้พึ่งพาแหล่งรายได้เดียว

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานและต้นทุน (Operational Risk)

• ลักษณะความเสี่ยง

การเพิ่มสัดส่วนสินค้าพรีเมียมและการทำ Budget Tightening ต้องอาศัยการจัดการต้นทุนที่เข้มงวดและการควบคุมคุณภาพ หากการผลิตหรือซัพพลายเชนมีปัญหา จะกระทบต่อ margin และความสามารถในการแข่งขัน

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจส่งผลให้กำไรสุทธิไม่ถึงเป้าหมาย 190 ล้านบาท

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- Cost Control System: จัดตั้งระบบติดตามต้นทุนแบบ real-time เพื่อให้ผู้บริหารเห็นภาพรวมและตัดสินใจได้เร็ว
- Supplier Risk Management: กระจายซัพพลายเออร์และทำสัญญาระยะยาวกับผู้ผลิตวัตถุดิบหลัก เพื่อลดความเสี่ยง supply chain disruption
- Lean Process Improvement: ปรับปรุงกระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ตามแนวคิด Lean เพื่อลด waste และเพิ่ม margin
- Premium Product Margin Analysis: ทำการวิเคราะห์กำไรต่อหน่วยของสินค้าพรีเมียมอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับพอร์ตสินค้าให้เหมาะสม

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

วัตถุประสงค์: เสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส และความสามารถในการกำกับดูแลกิจการ โดยเพิ่มสัดส่วนกรรมการอิสระและความหลากหลายของคณะกรรมการให้สอดคล้องกับมาตรฐานตลาดหลักทรัพย์และแนวทาง ESG

เป้าหมาย

เสริมสร้างความเป็นอิสระของคณะกรรมการบริษัท

บริษัทมีแผนแต่งตั้ง กรรมการอิสระเพิ่มอีก 1 ท่าน ภายในปี 2570 เพื่อให้สัดส่วนกรรมการอิสระเพิ่มเป็น 55% (5 จาก 9 ท่าน) และคงรักษาสัดส่วนกรรมการอิสระ ไม่น้อยกว่า 50% อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) และเสริมสร้างความโปร่งใสในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนเพิ่มความเป็นอิสระของกรรมการ	2569	<ul style="list-style-type: none"> สรรหาและแต่งตั้ง กรรมการอิสระเพิ่ม 1 ท่าน ส่งผลให้คณะกรรมการมีจำนวนรวม 9 ท่าน โดยมีกรรมการอิสระ 5 ท่าน (55%) กำหนดคุณสมบัติกรรมการให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับความเชี่ยวชาญด้าน การบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ (Emerging Risk), การตลาดและการขาย, และการดำเนินงาน
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างความหลากหลายของคณะกรรมการ โดยเพิ่ม สัดส่วนกรรมการหญิงให้ไม่น้อยกว่า 30% จัดอบรมเชิงโครงสร้างเพื่อพัฒนาศักยภาพกรรมการในด้าน ESG Leadership และ Corporate Governance ใช้ที่ปรึกษาภายนอกอิสระในการประเมิน ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการ อย่างสม่ำเสมอ
	2571	<ul style="list-style-type: none"> รักษาสัดส่วน กรรมการอิสระไม่น้อยกว่า 55% ขององค์ประกอบคณะกรรมการอย่างต่อเนื่อง รายงานผลการดำเนินงานของบริษัทต่อ ผู้ถือหุ้นและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นของผู้ลงทุน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านโครงสร้างบอร์ด (Board Composition Risk)

• ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทอาจไม่สามารถสรรหา กรรมการอิสระ หรือ กรรมการหญิง ที่มีคุณสมบัติ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการเชิงกลยุทธ์ ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

• ผลกระทบความเสี่ยง

- สัดส่วนกรรมการอิสระต่ำกว่าเป้าหมาย ที่กำหนดไว้
- ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายด้านความหลากหลายของคณะกรรมการ (Board Diversity $\geq 30\%$) ภายในปี 2571
- อาจส่งผลกระทบต่อ ความเชื่อมั่นของนักลงทุน และ ผลการประเมินด้าน ESG ของบริษัท

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- วางแผนการสรรหากรรมการล่วงหน้า เพื่อให้สามารถคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้ทันตามระยะเวลาที่กำหนด
- ใช้บริการ Executive Search Firms และเครือข่ายของ Thai Institute of Directors (Thai IOD) เพื่อขยายฐานผู้สมัครที่มีคุณภาพ
- กำหนดคุณสมบัติและความเชี่ยวชาญที่ต้องการอย่างชัดเจน เช่น ด้าน การบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ (Emerging Risk Management), การตลาดและการขาย, และ การดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางเชิงกลยุทธ์ของบริษัท

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและการกำกับดูแล (Reputation & Governance Risk)

• ลักษณะความเสี่ยง

ตลาดหลักทรัพย์หรือผู้ถือหุ้นมองว่าโครงสร้างบอร์ดยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

• ผลกระทบความเสี่ยง

- กระทบต่อการประเมิน CG Score
- ลดความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและคู่ค้า
- อาจส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นและการเข้าถึงแหล่งทุน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- รักษาสัดส่วนกรรมการอิสระ $\geq 55\%$ อย่างต่อเนื่อง
- รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้ถือหุ้นและตลาดหลักทรัพย์ทุกปี
- เปิดเผยความคืบหน้าในรายงานประจำปีและ Sustainability Report

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัท SNPS มุ่งมั่นยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ โดยได้จัดทำ แผนกลยุทธ์ด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน เพื่อเสริมสร้างระบบการดำเนินงานที่ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ทั้งนี้ บริษัทมีเป้าหมายในการประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC – Collective Action Coalition) ภายในปี 2569 เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

กลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการปลูกฝัง วัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคม ผ่านการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมทุกกระบวนการทางธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตร เพื่อยกระดับมาตรฐานการต่อต้านการทุจริตตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

บริษัทให้ความสำคัญกับ การสื่อสารและการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานและผู้บริหารทุกระดับมีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งใช้ ผู้เชี่ยวชาญภายนอก ในการประเมินผลและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงมาตรการอย่างสม่ำเสมอ ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการเสริมสร้าง ความเชื่อมั่นของนักลงทุน ผู้ถือหุ้น และคู่ค้า ลดความเสี่ยงด้านชื่อเสียงและความเสี่ยงในการดำเนินงาน ตลอดจนสนับสนุนให้ SNPS ก้าวสู่การเป็น องค์กรที่มีธรรมาภิบาลเข้มแข็ง และเป็นผู้นำด้าน ESG ในภูมิภาค

เป้าหมาย

- จัดทำและประกาศใช้ นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ครอบคลุมทุกกระบวนการทางธุรกิจเพื่อยกระดับความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคม และมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการขององค์กรให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล
- มุ่งสู่การได้รับการรับรองจาก โครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC – Collective Action Coalition Against Corruption) ภายในปี 2570 เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และคู่ค้า พร้อมสะท้อนความมุ่งมั่นของบริษัทในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน

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

แผนงานที่สำคัญ

บริษัท SNPS ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจด้วย ความโปร่งใส มีจริยธรรม และยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล โดยเฉพาะในประเด็น การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อ ชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของนักลงทุน และความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการ บริษัทได้จัดทำ แผนงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน อย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายในการสร้าง กลไกการดำเนินงานที่ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ควบคู่กับการปลูกฝัง วัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และการปฏิบัติงานอย่างมีจริยธรรม

แผนงานดังกล่าวครอบคลุมการ กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน, การสร้างความร่วมมือกับ คู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ, การดำเนินการ สื่อสารและ อบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจแก่พนักงานและผู้บริหารทุกระดับ ตลอดจนการดำเนินการเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น CAC (Collective Action Coalition Against Corruption) ซึ่งจะช่วยยืนยันความมุ่งมั่นของบริษัทในการ ป้องกันและต่อต้านการทุจริตอย่างจริงจังและยั่งยืน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Strategic Plan)	2569	<ul style="list-style-type: none"> ริเริ่ม โครงการอบรมและสื่อสารภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมธุรกิจ และส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดำเนินการ สมัครงานร่วมและเตรียมความพร้อมสู่การรับรองจากโครงการ Collective Action Coalition (CAC) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ในการต่อต้านการทุจริตอย่างเป็นรูปธรรม
	2570	<ul style="list-style-type: none"> บรรลุการ ได้รับการรับรองจากโครงการ Collective Action Coalition (CAC) เพื่อยกระดับมาตรฐานการกำกับดูแลให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติสากล จัดตั้ง ระบบคัดเลือก ติดตาม และประเมินคู่ค้าหลักอย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าคู่ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานด้านการต่อต้านการทุจริตและจริยธรรมทางธุรกิจ
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ขยาย การอบรมและการสื่อสารเชิงนโยบายไปยังคู่ค้าสำคัญ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใสตลอดห่วงโซ่คุณค่า ดำเนินการ ประเมินผลการดำเนินงานอย่างครอบคลุม เพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และมาตรฐานด้านธรรมาภิบาล จัดทำและเปิดเผย รายงานผลการดำเนินงานต่อผู้ถือหุ้นและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นของผู้ลงทุน ปรับปรุงและพัฒนามาตรการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษา ประสิทธิภาพและความสอดคล้องกับมาตรฐานที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การไม่ปฏิบัติตามนโยบาย โดยพนักงานหรือผู้บริหาร

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงดังกล่าวจัดเป็น ความเสี่ยงเชิงระบบ (Systemic Risk) ที่อาจส่งผลกระทบในวงกว้างต่อ ด้านกฎหมาย ชื่อเสียง การดำเนินงาน และการกำกับดูแลกิจการ หากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม อาจบั่นทอน ความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ความเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อกำหนด (Legal & Regulatory Risk)

- อาจนำไปสู่การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล
- เสี่ยงต่อการถูก ลงโทษ ปรับ หรือเพิกถอนสิทธิประโยชน์ทางธุรกิจ

ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง (Reputational Risk)

- กระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน และลูกค้า
- อาจนำไปสู่กระแสเชิงลบจากสื่อและสังคม ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในระยะยาว

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

- ส่งผลให้มาตรการควบคุมและต่อต้านการทุจริตขาดประสิทธิภาพ
- เพิ่มโอกาสเกิดการทุจริตภายในองค์กรและตลอดห่วงโซ่คุณค่า

ความเสี่ยงด้านการกำกับดูแล (Governance Risk)

- สะท้อนถึงจุดอ่อนในการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรด้านความโปร่งใสและจริยธรรม
- อาจส่งผลให้คะแนนการประเมิน CG Score และ ESG Rating ลดลง

• ผลกระทบความเสี่ยง**ผลกระทบจากการไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน**

การไม่ปฏิบัติตามนโยบายโดยพนักงานหรือผู้บริหาร อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรในหลายมิติ ดังนี้

ด้านกฎหมายและข้อกำหนด: องค์กรอาจเผชิญความเสี่ยงจากการ ถูกตรวจสอบและลงโทษตามกฎหมาย อันเนื่องมาจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือการทุจริต ซึ่งอาจนำไปสู่ ค่าปรับ การดำเนินคดี หรือการสูญเสียสิทธิประโยชน์ทางธุรกิจ

ด้านชื่อเสียงและความเชื่อมั่น: การละเมิดนโยบายอาจส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร ทำให้ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ลูกค้า และสาธารณชน สูญเสียความเชื่อมั่น ซึ่งอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ด้านการดำเนินงาน: หากนโยบายไม่ได้รับการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ อาจทำให้ มาตรการควบคุมด้านการทุจริตอ่อนแอลง และเพิ่มความเสี่ยงในการเกิดการทุจริตทั้งภายในองค์กรและตลอดห่วงโซ่ธุรกิจ ส่งผลให้เกิด ความเสียหายทางการเงินและทรัพยากร

ด้านการกำกับดูแลและมาตรฐาน ESG: ความล้มเหลวในการปฏิบัติตามนโยบายสะท้อนถึง จุดอ่อนด้านธรรมาภิบาลและวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งอาจส่งผลให้คะแนน CG Score และ ESG Rating ลดลง กระทบต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจขององค์กรในสายตานักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

เพื่อให้การดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตมีประสิทธิภาพและสามารถลดผลกระทบจากความเสี่ยงได้อย่างเป็นรูปธรรม บริษัท SNPS ได้กำหนด มาตรการบริหารจัดการที่ครอบคลุมทั้งด้าน การป้องกัน (Preventive) และ การตรวจจับ/แก้ไข (Detective & Corrective) ดังนี้

การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

จัดทำและประกาศใช้นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมทางธุรกิจพร้อมกำหนดแนวปฏิบัติที่สามารถตรวจสอบได้และบังคับใช้ได้จริง

การสื่อสารและการอบรมอย่างต่อเนื่อง

ดำเนินการอบรมพนักงาน ผู้บริหาร และคู่ค้าทุกระดับ เพื่อเสริมสร้าง ความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ พร้อมสื่อสารผ่านหลากหลายช่องทางให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

การกำกับดูแลและการตรวจสอบภายใน

พัฒนาระบบการควบคุมภายในและการตรวจสอบ ให้มีความเข้มแข็ง กำหนด KPI และตัวชี้วัดการปฏิบัติตามนโยบายพร้อมติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

การบริหารความสัมพันธ์กับคู่ค้า

กำหนดให้คู่ค้าหลักต้องปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตของบริษัทและมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรฐานดังกล่าวถูกนำไปใช้ตลอดห่วงโซ่คุณค่า

การรับรองมาตรฐานสากล

ดำเนินการเพื่อให้ได้รับการรับรองจาก CAC เพื่อยืนยันความมุ่งมั่นด้านการต่อต้านการทุจริต และเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประเมินผลการดำเนินงานและปรับปรุงมาตรการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและมาตรฐานที่เปลี่ยนแปลง และรักษาประสิทธิภาพในระยะยาว

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/SNPS/1765859580996.pdf>



การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

บริษัท SNPS มุ่งมั่นยกระดับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) เพื่อเสริมสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Resilience) และสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องภายใต้ทุกสถานการณ์ รวมถึงเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ภัยพิบัติ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน และการไม่ปฏิบัติตามนโยบายภายในองค์กร

กลยุทธ์ BCM ของบริษัทถูกออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยมีแกนหลักประกอบด้วย

- การกำหนดนโยบายและกรอบการดำเนินงาน (Framework) ที่ชัดเจน
- การบูรณาการ BCM เข้ากับการกำกับดูแลกิจการ (Governance) และการบริหารความเสี่ยงด้านการทุจริต
- การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและคู่ค้าให้มีความพร้อมในการรับมือและตอบสนองต่อสถานการณ์วิกฤติ
- การจัดทำระบบการสื่อสารและแผนตอบสนองเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ
- การดำเนินการประเมิน ทบทวน และปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและความเสี่ยงที่เปลี่ยนแปลง

ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการสร้างองค์กรที่มีความพร้อมในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที สามารถฟื้นฟูการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว (Recovery) และรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจในระยะยาว พร้อมทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า และตลาดทุน

เป้าหมาย

บริษัท SNPS กำหนดเป้าหมายในการยกระดับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) เพื่อเสริมสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Resilience) และสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องภายใต้ทุกสถานการณ์ รวมถึงเหตุการณ์ไม่คาดคิด เช่น ภัยพิบัติ การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี และการไม่ปฏิบัติตามนโยบายภายในองค์กร

เป้าหมายดังกล่าวมุ่งเน้นการป้องกันและลดผลกระทบจากความเสียหายเชิงวิกฤติพร้อมทั้งรักษาและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้น นักลงทุน คู่ค้า และตลาดทุนผ่านการพัฒนาระบบ BCM ที่สอดคล้องกับ มาตรฐานสากล เช่น ISO 22301 และการบูรณาการเข้ากับ กลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและการต่อต้านการทุจริต

นอกจากนี้บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและคู่ค้า เพื่อให้มีความพร้อมในการรับมือและตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงการจัดทำแผนการสื่อสารและการบริหารเหตุการณ์ (Crisis Communication & Response Plan) ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพในทุกระดับขององค์กร

ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการสร้างองค์กรที่สามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที ฟื้นฟูการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว (Rapid Recovery) และรักษาความต่อเนื่องของธุรกิจอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งยกระดับ SNPS สู่อันดับองค์กรที่มีมาตรฐานการกำกับดูแลและความยั่งยืนในระดับสากล

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤติ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 22301: มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนการยกระดับ Business Continuity Management (BCM) ของบริษัท SNPS ถูกออกแบบเป็น Roadmap ระยะ 3 ปี โดยดำเนินการอย่างเป็นลำดับขั้น เพื่อสร้างความพร้อมและยกระดับสู่มาตรฐานสากล ดังนี้

ปีที่ 1: การวางรากฐานและสร้างความตระหนักรู้ (Foundation & Awareness)

มุ่งเน้นการกำหนดนโยบายกรอบการดำเนินงาน และการสร้างความเข้าใจด้าน BCM ในทุกระดับขององค์กร

ปีที่ 2: การบูรณาการและการทดสอบระบบ (Integration & Testing)

บูรณาการ BCM เข้ากับกระบวนการธุรกิจหลัก พร้อมดำเนินการทดสอบแผนและระบบเพื่อให้มั่นใจว่าสามารถใช้งานได้จริงในสถานการณ์วิกฤติ

ปีที่ 3: การขยายผลและการประเมินผล (Scaling & Evaluation)

ขยายการดำเนินงานไปยังทุกหน่วยงานและคู่ค้า พร้อมประเมินประสิทธิผลของระบบอย่างครอบคลุม และยกระดับความโปร่งใสผ่านการรายงานต่อผู้มีส่วนได้เสีย

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนงานยกระดับ BCM (Business Continuity Management)	2569	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดและประกาศใช้ นโยบาย BCM ที่ชัดเจนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านธรรมาภิบาลและการบริหารความเสี่ยง จัดทำ BCM Manual และ Crisis Communication Plan เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในสถานการณ์ฉุกเฉิน ดำเนินการโครงการอบรมและสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้ในทุกระดับ จัดตั้งระบบติดตามและประเมินผล BCM เพื่อวัดประสิทธิผลและกำหนด baseline เริ่มต้นการประเมินคู่ค้าหลักเพื่อให้มั่นใจว่ามีมาตรการ BCM ที่สอดคล้องกันในห่วงโซ่อุปทาน
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการทดสอบแผน BCM (Simulation/Drill) เพื่อประเมินความพร้อมของบุคลากร ระบบ และกระบวนการ พัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้บริหาร ผ่านการฝึกซ้อมสถานการณ์วิกฤติและการอบรมเชิงลึก ปรับปรุงมาตรการและแผน BCM ตามผลจากการทดสอบและการประเมิน ขยายการสื่อสารและการอบรมไปยังคู่ค้าเพื่อเสริมสร้างความต่อเนื่องในห่วงโซ่อุปทาน
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการประเมินผล BCM อย่างครอบคลุมเพื่อวัดประสิทธิผลและความสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ปรับปรุงและพัฒนามาตรการ BCM อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาประสิทธิผลในระยะยาว ติดตามและประเมินคู่ค้าหลักอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจว่าปฏิบัติตามมาตรฐาน BCM

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<ul style="list-style-type: none"> จัดทำและเปิดเผยรายงานผลการดำเนินงานต่อผู้ถือหุ้นและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านทรัพยากรและงบประมาณ

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านทรัพยากรและงบประมาณอาจเกิดขึ้นเมื่อองค์กรไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานด้าน Business Continuity Management (BCM) ได้อย่างเพียงพอ ไม่ว่าจะเป็น งบประมาณ บุคลากร เวลา หรือเครื่องมือสนับสนุนที่เหมาะสม ซึ่งอาจส่งผลให้การดำเนินงานตามแผน BCM ไม่ครอบคลุมหรือมีประสิทธิภาพลดลง

ข้อจำกัดดังกล่าวอาจทำให้มาตรการที่กำหนดไว้ไม่สามารถรองรับสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระทบต่อความสามารถขององค์กรในการ ตอบสนอง ฟื้นฟูการดำเนินงาน และรักษาความต่อเนื่องทางธุรกิจ ได้ตามเป้าหมาย

• ผลกระทบความเสี่ยง

- แผน BCM ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมาย ส่งผลให้ระดับความพร้อมขององค์กรลดลงเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน
- ความสามารถในการ ตอบสนองและฟื้นฟูการดำเนินงาน อาจไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในแผน
- ความเชื่อมั่นของ ผู้ถือหุ้น นักลงทุน และคู่ค้า อาจลดลง เนื่องจากเห็นว่ามาตรการ BCM ไม่ได้รับการสนับสนุนและดำเนินการอย่างจริงจัง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำแผนการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation Plan) อย่างชัดเจน โดยกำหนดงบประมาณ บุคลากร และเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินงานด้าน BCM
- สื่อสารให้คณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงเห็นถึงความสำคัญของการลงทุนใน BCM เพื่อเสริมสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจ
- จัดลำดับความสำคัญของโครงการ BCM ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรเพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิผลสูงสุด
- จัดตั้งระบบติดตามและควบคุมการใช้ทรัพยากรและงบประมาณเพื่อให้มั่นใจว่ามีการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ