



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)

(WINNER)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 25/02/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 13/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) ("WINNER") 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.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชี้ชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

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

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญาณของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพรวมบริษัท | 1 |
| ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ | 2 |
| เป้าหมาย ณ ปี 2571 | 3 |
| แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า | 3 |
| แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ | 4 |
| แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ | 6 |
| ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล | 8 |
| แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | 9 |
| แผนยกระดับการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน | 10 |
| แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ | 12 |

mai
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

CG Report :

SET ESG Ratings: -

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร (Food) กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น (Diversified Industries) และกลุ่มสุขภาพและความงาม (Beauty & Healthcare) โดยมีที่มาจากแหล่งกำเนิดสินค้าทั่วโลกและโดยการผลิตภายใต้ตราสินค้าของบริษัทฯ

ข้อมูลงบการเงิน

| ปี | 2568 | 2567 | 2566 | 2565 |
|----|------|------|------|------|
|----|------|------|------|------|

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)

| | | | | |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| รายได้ | 2,309.72 | 2,137.29 | 2,071.77 | 2,040.18 |
| ค่าใช้จ่าย | 2,122.18 | 1,998.05 | 1,913.07 | 1,982.06 |
| Net Profit | 139.68 | 90.18 | 113.77 | 9.40 |

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)

| | | | | |
|----------------|----------|----------|----------|----------|
| สินทรัพย์ | 1,239.03 | 1,289.42 | 1,232.13 | 1,320.56 |
| หนี้สิน | 586.62 | 666.95 | 615.83 | 734.04 |
| ส่วนผู้ถือหุ้น | 652.41 | 622.48 | 616.29 | 586.52 |

งบกระแสเงินสด (ลบ.)

| | | | | |
|------------------|---------|--------|---------|--------|
| กิจกรรมดำเนินงาน | 183.49 | 92.79 | 251.18 | -4.93 |
| กิจกรรมลงทุน | -28.48 | -26.36 | -19.38 | -21.19 |
| กิจกรรมจัดหาเงิน | -165.45 | -56.01 | -232.05 | 22.16 |

อัตราส่วนการเงิน

| | | | | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| กำไรต่อหุ้น (บาท) | 0.23 | 0.15 | 0.19 | 0.02 |
| อัตรากำไรขั้นต้น (%) | 21.99 | 21.34 | 21.76 | 21.49 |
| อัตรากำไรสุทธิ (%) | 6.05 | 4.22 | 5.49 | 0.46 |
| D/E Ratio (เท่า) | 0.90 | 1.07 | 1.00 | 1.25 |
| ROE (%) | 21.91 | 14.56 | 18.92 | 1.48 |
| ROA (%) | 14.22 | 10.72 | 12.15 | 4.40 |

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

| | |
|-----------------|------------------|
| รายได้จากการขาย | 3,000.00 ล้านบาท |
|-----------------|------------------|

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

1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า ✔
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ ✔
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ ✔

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
2. แผนยกระดับการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

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/2565 | YE/2566 | YE/2567 | เป้าหมายปี 2571 |
|---------------------------|----------|----------|----------|-----------------|
| รายได้จากการขาย (ล้านบาท) | 2,026.47 | 2,045.27 | 2,109.40 | 3,000.00 |

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า

มุ่งขยายตลาดให้เข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และช่องทางการขาย พร้อมเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image) โดยใช้กลยุทธ์ดิจิทัลและช่องทางออนไลน์

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

| หัวข้อ | ข้อมูลล่าสุด | | เป้าหมาย | | |
|-----------------------------------|--------------|----------|----------|----------|----------|
| | YE/2567 | YE/2568 | 2569 | 2570 | 2571 |
| Revenue From Operations (ล้านบาท) | 2,109.40 | 2,292.79 | 2,580.00 | 2,780.00 | 3,000.00 |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| การเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจอาหาร: สร้างการเติบโตของธุรกิจอาหารผ่านการเจาะตลาด การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX - ANUGA ASIA และ Food Ingredients Asia (FI Asia) เป็นต้น | 2569 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 7% |
| | 2570 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 6% |
| | 2571 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 7% |
| การขยายแบรนด์และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มสุขภาพและความงาม: เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ OEM และพัฒนาแบรนด์ของบริษัท (Owned Brand) ในตลาด E-Commerce และ CVS | 2569 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 68% |
| | 2570 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 20% |
| | 2571 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 17% |
| การขยายพอร์ตโฟลิโอกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: ขยายฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล อาหารสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ | 2569 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 147% |
| | 2570 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 19% |
| | 2571 | • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 25% |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

• ลักษณะความเสี่ยง

ตลาดสินค้ากลุ่มอาหารและกลุ่มสุขภาพและความงามมีการปรับเปลี่ยนเทรนด์อย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ ราคา และความแปลกใหม่ ทำให้สินค้าอาจไม่ตอบโจทย์ความต้องการ หากพัฒนาไม่ทันกับตลาด

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายเนื่องจากสินค้าไม่สอดคล้องกับเทรนด์ตลาด
- ความสามารถในการแข่งขันลดลง ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคู่แข่ง
- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขายหรือปรับสินค้าใหม่

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- พัฒนาแบรนด์ให้แข็งแกร่งและน่าเชื่อถือ
- สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า พร้อมรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- นำเสนอคุณค่าของสินค้า (Value Proposition) ที่แตกต่างจากคู่แข่ง
- ทำการวิจัยตลาด (Market Research) และปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
- ใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มการเข้าถึง

ความเสี่ยงที่ 2 : ช่องทางการขายและการแข่งขันในตลาดออนไลน์/ออฟไลน์

• ลักษณะความเสี่ยง

ช่องทางออนไลน์ เช่น Shopee, TikTok รวมถึงร้านค้าปลีกสมัยใหม่ Modern Trade มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงนโยบาย ค่าธรรมเนียม หรือ กฎเกณฑ์

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ต้นทุนการขายผ่านช่องทางออนไลน์สูงขึ้น ทำให้กำไรลดลง
- ความผันผวนของยอดขายหากพึ่งพา Creator หรือช่องทางใดช่องทางหนึ่งมากเกินไป
- การเข้าถึงลูกค้าใหม่ลดลงหากช่องทางปรับนโยบายหรือยกเลิกสิทธิประโยชน์

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กระจายช่องทางการขาย (Channel Diversification) ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
- สร้างความร่วมมือระยะยาวกับผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Creator) และผู้ค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เพื่อเสริมสร้างเสถียรภาพของยอดขาย
- ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและลดต้นทุนด้านการโฆษณา

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมในทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ครอบคลุมทั้งการสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาสูตรเฉพาะ และการร่วมสร้างสรรค์หรือร่วมพัฒนากับพันธมิตร (Co-creation / Co-development) บนพื้นฐานของ Data-Driven Insights

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

• เป้าหมายอื่นๆ

| หัวข้อ | ปีฐาน | เป้าหมาย | | |
|---------------------------------------|---------|----------|------|------|
| | YE/2568 | 2569 | 2570 | 2571 |
| ยอดขายสินค้าใหม่ (ร้อยละต่อยอดขายรวม) | 7% | 5% | 5% | 5% |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|---|------|--|
| Market Insight Driven Sourcing for Innovative Solution: สรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบรับแนวโน้มตลาด (Market Trend) และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาโครงการใหม่ร่วมกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ ผ่านการทำ Co-Creation Project | 2569 | • พัฒนาและจัดหาสินค้าใหม่: 5% ของยอดขายรวม |
| | 2570 | • พัฒนาและจัดหาสินค้าใหม่: 5% ของยอดขายรวม |
| | 2571 | • พัฒนาและจัดหาสินค้าใหม่: 5% ของยอดขายรวม |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความต้องการของตลาดสินค้าใหม่

• **ลักษณะความเสี่ยง**

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่อาจไม่ได้รับการยอมรับจากตลาด เนื่องจากผู้บริโภคไม่รับรู้ความแตกต่างอย่างชัดเจน หรือคู่แข่งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนหน้า

• **ผลกระทบความเสี่ยง**

- ยอดขายผลิตภัณฑ์ใหม่ต่ำกว่าที่คาดการณ์
- ต้นทุนพัฒนา (R&D Cost) สูญเปล่า
- โอกาสในการสร้างส่วนแบ่งตลาดลดลง

• **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

- ใช้ข้อมูลเชิงลึกของตลาดและแนวโน้มตลาดในการปรับปรุงสูตรและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์
- สร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Selling Point) เพื่อสร้างความแตกต่างและกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ให้ชัดเจน
- ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์และโอกาสความสำเร็จของผลิตภัณฑ์

ความเสี่ยงที่ 2 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ล่าช้าหรือไม่สำเร็จตามแผน

• **ลักษณะความเสี่ยง**

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อาจใช้เวลานานกว่าที่วางไว้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเทคนิค การทดลองสูตรไม่สำเร็จ หรือการทดสอบคุณภาพไม่ผ่านเกณฑ์

• **ผลกระทบความเสี่ยง**

- ทำให้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype) ไม่พร้อมสำหรับการผลิตจริง ส่งผลให้การเปิดตัวสินค้าใหม่ล่าช้าและสูญเสียโอกาสทางการตลาด
- ยอดขายจากโครงการนวัตกรรมไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด
- ลูกค้า OEM/ODM อาจจะสูญเสียความเชื่อมั่น เนื่องจากไม่สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ตามกำหนดเวลา

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำกรอบเวลาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD Timeline Management) พร้อมกำหนดเป้าหมาย (Milestone) ที่ชัดเจนในแต่ละระยะ
- จัดประชุมระหว่างหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (R&D) และการตลาด เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาทางเทคนิคให้ทันเวลาที่
- ดำเนินการทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Testing) ล่วงหน้าก่อนการผลิตจริง (Mass Production) เพื่อประเมินและลดความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 3 : คุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิต

• ลักษณะความเสี่ยง

ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่หรือสูตรมาตรฐานที่พัฒนาขึ้น อาจไม่เป็นไปตามเกณฑ์ด้านคุณภาพ เช่น ความคงตัวของผลิตภัณฑ์ (Stability) ความปลอดภัย ข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของบริษัท
- ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นจากการปรับปรุงสูตรหรือทดสอบซ้ำ
- ความล่าช้าในการจำหน่าย การส่งมอบผลิตภัณฑ์สู่ตลาด หรือลูกค้า OEM ส่งผลกระทบต่อรายได้ของโครงการ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำรายการตรวจสอบด้านคุณภาพ (Quality Checklist) ครอบคลุมการทดสอบความคงตัว ความปลอดภัย และการปฏิบัติตามข้อกำหนด (Regulatory Compliance)
- ทำงานร่วมกับหน่วยงานขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ (Regulatory Affairs) ตั้งแต่ขั้นตอนวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อลดความเสี่ยงในการไม่ผ่านการขึ้นทะเบียนตามข้อกำหนด

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ

ปรับปรุงกระบวนการ ลดความซับซ้อน และเพิ่มความคุ้มค่าในการดำเนินงานด้วยการทำงานแบบมาตรฐานและระบบอัตโนมัติ เสริมสร้างประสิทธิภาพด้วยการบูรณาการข้อมูลและพัฒนาศักยภาพบุคลากร

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- เป้าหมายอื่นๆ

| หัวข้อ | ปีฐาน | เป้าหมาย | | |
|------------------------|---------|----------|-------|-------|
| | YE/2568 | 2569 | 2570 | 2571 |
| On-Time In-Full (OTIF) | 99.5% | 99.5% | 99.5% | 99.5% |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|---|------|--|
| เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการซัพพลายเชน: นำระบบบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) มาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดเก็บ และปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ให้มีความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> • โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): คัดเลือกผู้ให้บริการ WMS • อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5% |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> • โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): ติดตั้งระบบ WMS ระยะที่ 1 • อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5% |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> • โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): ติดตั้งระบบ WMS ระยะที่ 2 |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|----------------|----|--|
| | | <ul style="list-style-type: none">อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5% |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านข้อมูล การออกแบบระบบ และต้นทุนการลงทุน

• ลักษณะความเสี่ยง

การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการออกแบบระบบบริหารคลังสินค้า (WMS) อาจไม่ครอบคลุมเพียงพอ ส่งผลให้ระบบที่พัฒนาไม่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง ไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทนตามที่คาดการณ์ไว้ หรือบุคลากรไม่สามารถปรับตัวต่อระบบใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ค่าใช้จ่ายสูงกว่าที่วางแผนไว้หรืออาจต้องลงทุนเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไขระบบ ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการลงทุนลดลง
- การใช้งานระบบไม่เต็มประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผลลัพธ์ไม่บรรลุตามตัวชี้วัดที่กำหนด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของระบบภายหลังการใช้งานจริง เช่น อัตราความพร้อมใช้งาน (Uptime) ปริมาณงานที่รองรับได้ (Throughput) และอัตราความผิดพลาด (Error Rate)
- ให้ความสำคัญกับการบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) เพื่อส่งเสริมการยอมรับและการใช้งานระบบใหม่ของบุคลากรอย่างเต็มประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยเน้นการสร้างมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นระบบ การประเมินและติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการประกาศเจตนารมณ์และยื่นขอรับรอง CAC เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย เสริมสร้างชื่อเสียงองค์กร และเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

เป้าหมาย

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|----------------------|--------------------------------------|--|-----------------------------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| <ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| <ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| <ul style="list-style-type: none"> การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) | ยังไม่ดำเนินการ | ประกาศเจตนารมณ์ | ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง | ได้รับการรับรอง |
| จัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) | - | จัดทำจรรยาบรรณ ธุรกิจสำหรับคู่ค้า | อนุมัติและสื่อสารจรรยา บรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า | คู่ค้าสำคัญลงนามรับ ทราบ |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|--|
| การทบทวน ปรับปรุง และการติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> จัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ดำเนินการตรวจสอบ “การปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชัน” โดยผู้ตรวจสอบภายใน รายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัท |
| การยื่นขอการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการกับทาง CAC |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> เตรียมเอกสารและข้อมูลตาม Checklist 71 ข้อ เพื่อยื่นขอรับการรับรอง หน่วยงานตรวจสอบภายในสอบทานความครบถ้วนของนโยบาย เอกสาร และหลักฐานประกอบการยื่นรับรอง |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ยื่นเอกสารเพื่อขอการรับรอง CAC และได้รับการรับรอง CAC |

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| การจัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) | 2569 | • จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันไว้เป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณคู่ค้า |
| | 2570 | • นำเสนอจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ • จัดทำเอกสารเพื่อสื่อสารต่อคู่ค้า |
| | 2571 | • กำหนดให้คู่ค้าสำคัญลงนามรับทราบและปฏิบัติตาม 100% |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : บริษัทฯ ไม่ผ่านการรับรอง CAC หรือยื่นเอกสารไม่ทันตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดไว้

• ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงจากการที่บริษัทฯ อาจไม่ผ่านการรับรอง CAC หรือไม่สามารยื่นเอกสาร/ดำเนินการตามขั้นตอนที่เกี่ยวข้องได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด อันเกิดจากความล่าช้าในการจัดเตรียมข้อมูล การประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในไม่ครบถ้วน หรือการตีความหลักเกณฑ์คลาดเคลื่อน ส่งผลให้กระบวนการรับรองไม่สำเร็จตามแผน

• ผลกระทบความเสี่ยง

- หากบริษัทฯ ไม่ผ่านการรับรอง CAC อาจส่งผลกระทบต่อด้านธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือขององค์กร
- เสียโอกาสทางธุรกิจหรือความร่วมมือกับหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานต่อต้านคอร์รัปชัน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- แต่งตั้งคณะทำงานเพื่อรับผิดชอบการรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารตาม Checklist 71 ข้อของ CAC
- จัดทำแผนงาน (Action Plan) และกำหนดกรอบระยะเวลา (Timeline) ที่ชัดเจนในแต่ละขั้นตอน พร้อมทั้งติดตามความคืบหน้าและรายงานต่อผู้บริหารเป็นรายเดือน
- มอบหมายหน่วยงานตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันทุจริตและต่อต้านคอร์รัปชัน พร้อมสอบทานความครบถ้วนของนโยบาย เอกสาร และหลักฐานประกอบการยื่นรับรอง เพื่อระบุประเด็นที่ต้องปรับปรุงและลดความเสี่ยงจากการยื่นข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือไม่เป็นไปตามข้อกำหนด

แผนยกระดับการป้องกันการใช้อข้อมูลภายใน

ยกระดับการกำกับดูแลการป้องกันการใช้อข้อมูลภายใน โดยเน้นการกำหนดหลักเกณฑ์และการจัดทำรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ที่ชัดเจน ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามและตรวจสอบ เพื่อให้การควบคุมการใช้อข้อมูลภายในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|----------------------|----------------------|-----------|-----------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการใช้อข้อมูลภายใน | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| • จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการใช้อข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|---|----------------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| <ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| <ul style="list-style-type: none"> การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน | อยู่ระหว่างดำเนินการ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท | - | ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย | จัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลลงใน | กำกับดูแลและติดตามผล |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|--|------|---|
| การทบทวนและปรับปรุงนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> นำเสนอนโยบายการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ จัดอบรมกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน (100%) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง รายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง (ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน) |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุบุคคลวงใน (Insider) ทั้งแบบทั่วไปและตามรายโครงการ (Project-specific) ที่ชัดเจน |
| การจัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุบุคคลวงใน (Insider) ทั้งแบบทั่วไปและตามรายโครงการ (Project-specific) ที่ชัดเจน |
| | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> จัดทำบัญชีรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน บุคคลที่มีรายชื่อใน Insider List ทุกราย ลงนามรับทราบข้อจำกัดในการซื้อขายหลักทรัพย์ |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของ Insider List เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความตระหนักรู้และความเข้าใจในนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน

• ลักษณะความเสี่ยง

กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานอาจมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนหรือไม่ครบถ้วนเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน ซึ่งอาจเกิดจากการสื่อสารภายในที่ไม่ทั่วถึงหรือแนวปฏิบัติที่ไม่ชัดเจน จนนำไปสู่การไม่ปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดไว้

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ข้อมูลความลับที่สำคัญอาจถูกเปิดเผยสู่สาธารณะ ส่งผลต่อธุรกิจของบริษัทฯ
- เสี่ยงต่อการปฏิบัติผิดกฎหมายหลักทรัพย์และข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งมีบทลงโทษทางกฎหมายทั้งต่อตัวบุคคลและบริษัทฯ
- กระทบต่อความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้ถือหุ้น และอาจส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ได้

• **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

- สื่อสารและจัดอบรมเกี่ยวกับนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนลงนามรับทราบนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน
- ส่งอีเมลแจ้งเตือนกำหนดระยะเวลาห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ (Blackout Period) ไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดให้บุคคลตามรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ลงนามรับทราบหน้าที่ความรับผิดชอบและแนวปฏิบัติทันทีที่เข้าดำรงตำแหน่งหรือเข้าถึงข้อมูลสำคัญ และทบทวนการลงนามเป็นประจำทุกปี

ความเสี่ยงที่ 2 : การระบุและปรับปรุงรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ไม่ครบถ้วนหรือไม่เป็นปัจจุบัน

• **ลักษณะความเสี่ยง**

กระบวนการระบุและปรับปรุงรายชื่อบุคคลวงใน โดยเฉพาะแบบรายโครงการ (Project-specific Insider) อาจยังไม่มีเกณฑ์การรายงานที่ชัดเจนในทุกหน่วยงาน ทำให้เมื่อมีโครงการใหม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงบุคคลที่เกี่ยวข้อง รายชื่ออาจไม่ได้รับการปรับปรุงอย่างครบถ้วนและทันเวลาที่

• **ผลกระทบความเสี่ยง**

อาจไม่สามารถระบุและติดตามบุคคลที่เข้าถึงข้อมูลภายในได้ครบถ้วน ทำให้การควบคุมการใช้และการเปิดเผยข้อมูลภายในขาดประสิทธิภาพ และเพิ่มความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดไว้

• **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

- กำหนดนิยาม ขอบเขต และหลักเกณฑ์ในการระบุบุคคลวงใน (Insider) อย่างชัดเจน ครอบคลุมทั้งกรณีบุคคลวงในทั่วไป และบุคคลวงในแบบเฉพาะรายโครงการ (Project-specific Insider)
- สำหรับโครงการที่เข้าเกณฑ์ดังกล่าว กำหนดให้เจ้าของโครงการมีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำรายชื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องและเข้าถึงข้อมูลภายใน แจ้งต่อหน่วยงานกำกับดูแล และปรับปรุงรายชื่อให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงบุคคลที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

ยกระดับการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยและเป็นระบบ พร้อมรับมือกับเทคโนโลยีและภัยคุกคามไซเบอร์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ การเสริมสร้างความตระหนักรู้ของบุคลากรทุกระดับ และการทดสอบความพร้อมของแผนรับมือเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงสารสนเทศขององค์กร สนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจ และรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เป้าหมาย

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| • มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท | อยู่ระหว่างดำเนินการ | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น | เสร็จสิ้น |
| • ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม | เสร็จสิ้น | - | - | - |

| หัวข้อ | สถานะปัจจุบัน | เป้าหมาย | | |
|--|---------------|-----------------|----------------------------------|---------------------------|
| | | 2569 | 2570 | 2571 |
| <ul style="list-style-type: none"> พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ | เสร็จสิ้น | - | - | - |
| จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี | - | ยังไม่ดำเนินการ | คัดเลือกผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอก | ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ |

แผนงานที่สำคัญ

| แผนงานที่สำคัญ | ปี | ผลลัพธ์ที่คาดหวัง |
|---|------|---|
| ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ | 2569 | <ul style="list-style-type: none"> ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ชัดเจน นโยบายฯ ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท |
| จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี | 2570 | <ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญอิสระจากภายนอก เพื่อทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) สำหรับระบบสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญขององค์กร |
| | 2571 | <ul style="list-style-type: none"> ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระจากภายนอก นำเสนอรายงานสรุปผลการทดสอบ พร้อมแผนการแก้ไขที่ชัดเจนต่อคณะกรรมการบริหาร |

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์

• ลักษณะความเสี่ยง

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรอาจถูกโจมตีทางไซเบอร์จากภัยคุกคามภายนอก ช่องโหว่ของระบบ หรือความประมาทของพนักงาน อันเนื่องมาจากมาตรการป้องกันที่ไม่เพียงพอ การกำหนดค่าความปลอดภัยที่ไม่รัดกุม หรือการใช้งานระบบที่ไม่ถูกต้อง

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ระบบสารสนเทศหรือข้อมูลสำคัญถูกเข้าถึง เปิดเผย แก้ไข หรือทำลาย
- การดำเนินธุรกิจหรือการให้บริการหยุดชะงัก
- ภาระด้านทรัพยากรและค่าใช้จ่ายในการแก้ไขเหตุการณ์และกู้คืนระบบ
- กระทบต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย
- ความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูล

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกำหนดบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน
- เสริมสร้างความตระหนักรู้ด้านความมั่นคงไซเบอร์ให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดอบรม การจัดทำสื่อเผยแพร่ การจำลองสถานการณ์การโจมตี (Phishing Simulation) เป็นต้น
- เสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การติดตั้ง Firewall โปรแกรมป้องกันไวรัส การยืนยันตัวตนหลายปัจจัย (2FA/MFA) ตลอดจนการจัดให้มีระบบสำรองข้อมูล การกู้คืนระบบ และการเฝ้าระวังเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง
- ทบทวนและทดสอบแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) อย่างสม่ำเสมอ