แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน)

(WINNER)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 12/11/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 13/11/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน) ("WINNER") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับ นี้ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมิได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น 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 ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจาก การผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่ำเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างความเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมายการคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญานของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง 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

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า 3

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ 4

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ 6

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล 8

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน 9

แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน 10

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ 12

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ 14

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก 15

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 16

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+ 19

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน)

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. แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หมายเหตุ : *เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	2,045.27	2,109.40	2,292.79	**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 2570 2571	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 7% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 6% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 7%
การขยายแบรนด์และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มสุขภาพและความงาม: เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ OEM และพัฒนาแบรนด์ของบริษัท (Owned Brand) ในตลาด E-Commerce และ CVS	2569 2570 2571	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 147% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 19% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 25%
การขยายพอร์ตโฟลิโอกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: ขยายฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล อาหารสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ	2569 2570 2571	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 68% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 20% • อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 17%

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ตลาดสินค้ากลุ่มอาหารและกลุ่มสุขภาพและความงามมีการปรับเปลี่ยนเทรนด์อย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงขึ้น ทั้งด้านคุณภาพ ราคา และความแปลกใหม่ ทำให้สินค้าอาจไม่ตอบโจทย์ความต้องการ หากพัฒนาไม่ทันกับตลาด

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายเนื่องจากสินค้าไม่สอดคล้องกับเทรนด์ตลาด
  - ความสามารถในการแข่งขันลดลง ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคู่แข่ง
  - ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขายหรือปรับสินค้าใหม่

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - พัฒนาแบรนด์ให้แข็งแรงและน่าเชื่อถือ
  - 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 หรือกฎเกณฑ์

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ต้นทุนการขายผ่านช่องทางออนไลน์สูงขึ้น ทำให้กำไรลดลง
  - ความผันผวนของยอดขายหากพึ่งพา Creator หรือช่องทางใดช่องทางหนึ่งมากเกินไป
  - การเข้าถึงลูกค้าใหม่ลดลงหากช่องทางปรับนโยบายหรือยกเลิกสิทธิประโยชน์

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

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลักดันนวัตกรรมในทั้ง 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 InsightDriven 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 เพื่อเร่งแก้ไขปัญหาทางเทคนิคให้ทันท่วงที
  - 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	• โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): คัดเลือกผู้ให้บริการ WMS • อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5%
	2570	• โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): ติดตั้งระบบ WMS ระยะที่ 1 • อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5%
	2571	• โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): ติดตั้งระบบ WMS ระยะที่ 2

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		• 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

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยเน้นการสร้างมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นระบบ การประเมินและติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการประกาศเจตนารมณ์และยื่นขอรับรอง CAC เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย เสริมสร้างชื่อเสียงองค์กร และเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง
จัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)	-	จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า	อนุมัติและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า	คู่ค้าสำคัญลงนามรับทราบ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การทบทวน ปรับปรุง และการติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน
	2570	• จัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน • ดำเนินการตรวจสอบ “การปฏิบัติตามมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชั่น” โดยผู้ตรวจสอบภายใน • รายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัท
การยื่นขอการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	2569	• ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการกับทาง CAC
	2570	• เตรียมเอกสารและข้อมูลตาม Checklist 71 ข้อ เพื่อยื่นขอรับการรับรอง • หน่วยงานตรวจสอบภายในสอบทานความครบถ้วนของนโยบาย เอกสาร และหลักฐานประกอบการยื่นรับรอง
	2571	• 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 หรือไม่สามารถยื่นเอกสาร/ดำเนินการตามขั้นตอนที่เกี่ยวข้องได้ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนด อันเกิดจากความล่าช้าในการจัดเตรียมข้อมูล การประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในไม่ครบถ้วน หรือการตีความหลักเกณฑ์คลาดเคลื่อน ส่งผลให้กระบวนการรับรองไม่สำเร็จตามแผน

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - หากบริษัทฯ ไม่ผ่านการรับรอง CAC อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อด้านธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือขององค์กร
  - เสียโอกาสทางธุรกิจหรือความร่วมมือกับหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานต่อต้านคอร์รัปชัน

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

แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน

ยกระดับการกำกับดูแลการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน โดยเน้นการกำหนดหลักเกณฑ์และการจัดทำรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ที่ชัดเจน ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามและตรวจสอบ เพื่อให้การควบคุมการใช้ข้อมูลภายในเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการใช้ข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
• การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท	-	ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย	จัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลวงใน	กำกับดูแลและติดตามผล

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การทบทวนและปรับปรุงนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน
	2570	• นำเสนอนโยบายการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติ • จัดอบรมกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน (100%) เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องการใช้ข้อมูลภายใน อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง • รายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง (ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน)
การจัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List)	2569	• กำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุบุคคลวงใน (Insider) ทั้งแบบทั่วไปและตามรายโครงการ (Project-specific) ที่ชัดเจน
	2570	• จัดทำบัญชีรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List) ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน • บุคคลที่มีรายชื่อใน Insider List ทุกราย ลงนามรับทราบข้อจำกัดในการซื้อขายหลักทรัพย์
	2571	• 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 รายชื่ออาจไม่ได้รับการปรับปรุงอย่างครบถ้วนและทันท่วงที

- **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 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเสี่ยงด้านความมั่นคงสารสนเทศขององค์กร สนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจ และรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เป้าหมาย

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

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	-	ยังไม่ดำเนินการ	คัดเลือกผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอก	ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ชัดเจน • นโยบายฯ ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	2570	• คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญอิสระจากภายนอก เพื่อทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) สำหรับระบบสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญขององค์กร
	2571	• ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบ (Penetration Test) โดยผู้เชี่ยวชาญอิสระจากภายนอก • นำเสนอรายงานสรุปผลการทดสอบ พร้อมแผนการแก้ไขที่ชัดเจนต่อคณะกรรมการบริหาร

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรอาจถูกโจมตีทางไซเบอร์จากภัยคุกคามภายนอก ช่องโหว่ของระบบ หรือความประมาทของพนักงาน อันเนื่องมาจากมาตรการป้องกันที่ไม่เพียงพอ การกำหนดค่าความปลอดภัยที่ไม่รัดกุม หรือการใช้งานระบบที่ไม่ถูกต้อง

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ระบบสารสนเทศหรือข้อมูลสำคัญถูกเข้าถึง เปิดเผย แก้ไข หรือทำลาย
  - การดำเนินธรกิจหรือการให้บริการหยุดชะงัก
  - ภาระด้านทรัพยากรและค่าใช้จ่ายในการแก้ไขเหตุการณ์และกู้คืนระบบ
  - กระทบต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย
  - ความเสี่ยงด้านการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูล
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - กำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และกำหนดบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน
  - เสริมสร้างความตระหนักด้านความมั่นคงไซเบอร์ให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ เช่น การจัดอบรม การจัดทำสื่อเผยแพร่ การจำลองสถานการณ์การโจมตี (Phishing Simulation) เป็นต้น
  - เสริมสร้างความมั่นคงปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การติดตั้ง Firewall โปรแกรมป้องกันไวรัส การยืนยันตัวตนหลายปัจจัย (2FA/MFA) ตลอดจนการจัดให้มีระบบสำรองข้อมูล การกู้คืนระบบ และการเฝ้าระวังเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง
  - ทบทวนและทดสอบแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) อย่างสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2568
https://www.winnergroup.co.th/files/media/carbon-footprint-for-organization-certificate-2025.pdf

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยบริษัทฯ ได้จัดทำข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 และกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีฐานสำหรับการติดตามและเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน

ในช่วงปี 2569–2571 บริษัทฯ มุ่งดำเนินการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยให้ความสำคัญกับความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล การจัดเก็บหลักฐานที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบก่อนเผยแพร่ข้อมูล เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการรายงาน ตลอดจนนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนและติดตามผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ขอบเขต 1 และ 2 เป็นประจำทุกปี โดยรวบรวมและสอบทานข้อมูลพร้อมหลักฐานประกอบให้ถูกต้องและครบถ้วน นำรายงานเข้ารับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบ	2569	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ
	2570	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ
	2571	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลก๊าซเรือนกระจกและการทวนสอบประจำปี

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  การจัดทำข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 ประจำปี อาจมีความคลาดเคลื่อนหรือไม่ครบถ้วนจากการบันทึกข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน หลักฐานประกอบไม่เพียงพอ หรือการคำนวณไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กำหนด ส่งผลให้ข้อมูลไม่สะท้อนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานจริง และอาจต้องแก้ไขข้อมูลหรือจัดหาหลักฐานเพิ่มเติมก่อนผ่านการทวนสอบ

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนอาจส่งผลให้การวางแผนและประเมินผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานจริง
  - การแก้ไขข้อมูลหรือจัดหาหลักฐานเพิ่มเติมอาจทำให้การทวนสอบและเผยแพร่รายงานล่าช้ากว่ากำหนด รวมถึงเกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการดำเนินการ
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - กำหนดผู้รับผิดชอบและแนวทางการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานให้ชัดเจน โดยใช้แบบฟอร์มและวิธีการบันทึกข้อมูลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
  - ทบทวนแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมกิจกรรมของบริษัทฯ พร้อมรวบรวมข้อมูลและหลักฐานประกอบอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
  - สอบทานความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลกับหลักฐานประกอบ รวมถึงวิธีคำนวณและค่าปัจจัยการปล่อย ก่อนนำส่งผู้ทวนสอบ
  - กำหนดกรอบเวลาการรวบรวมข้อมูล การสอบทาน และการทวนสอบ พร้อมติดตามความคืบหน้า โดยเผื่อระยะเวลาสำหรับแก้ไขข้อสังเกตจากผู้ทวนสอบให้แล้วเสร็จก่อนกำหนดเผยแพร่รายงาน

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทฯ มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยนำข้อมูลบัญชีก๊าซเรือนกระจกมาใช้ประกอบการวางแผนและติดตามผลการลดการปล่อย ในช่วงปี 2569–2571 บริษัทฯ กำหนดแนวทางดำเนินงานครอบคลุมการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งและการใช้พลังงานไฟฟ้า ดังนี้

ด้านการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่ง บริษัทฯ มีแผนศึกษาความเป็นไปได้และจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าเพื่อทดแทนการใช้รถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง โดยพิจารณาความเหมาะสมกับการใช้งานจริงและความคุ้มค่าของการลงทุน พร้อมติดตามผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม

ด้านการใช้พลังงานไฟฟ้า บริษัทฯ มีแผนเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และศึกษาความเป็นไปได้ในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม ควบคู่กับการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าภายในองค์กร โดยการปรับปรุงอุปกรณ์และการลงทุนจะพิจารณาตามความเหมาะสมกับการใช้งานและความคุ้มค่า พร้อมติดตามผลการใช้ไฟฟ้าและปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อนำมาประเมินและปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO_2e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (% Reduction)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1,223	-	-	5-7%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่ง โดยจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าเพื่อทดแทนการใช้รถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พร้อมติดตามผลการใช้งานและประเมินความคุ้มค่าเพื่อประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม	2569	• ศึกษาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการใช้รถขนส่งไฟฟ้า โดยพิจารณาความเหมาะสมของเส้นทางขนส่ง ระยะทาง น้ำหนักบรรทุก และความเหมาะสมของสถานที่ชาร์จและระบบไฟฟ้าที่รองรับ
	2570	• คัดเลือกผู้จำหน่ายและจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของบริษัทฯ
	2571	• ประเมินผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมในการลงทุนรถขนส่งไฟฟ้าต่อไป
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยพิจารณาปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็นให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เปลี่ยนมาใช้	2569	• เริ่มเปลี่ยนอุปกรณ์แสงสว่างมาใช้หลอดไฟ LED ตามความเหมาะสม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
หลอดไฟ LED และศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม ควบคู่กับการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าภายในองค์กร พร้อมติดตามผลการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสมกับการใช้งานและความคุ้มค่าของการลงทุน	2570	• รณรงค์และสื่อสารแนวทางการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดแก่พนักงาน พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า • พิจารณาเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เพิ่มเติมตามความเหมาะสม พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • ดำเนินกิจกรรมรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า • ประเมินสภาพและประสิทธิภาพของระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น เพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงหรือเปลี่ยนอุปกรณ์ และพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม • ศึกษาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม (คลังสินค้าบางนาและโรงงานฉะเชิงเทรา) เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน
	2571	• พิจารณาเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เพิ่มเติมตามความเหมาะสม พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • ดำเนินกิจกรรมรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า • ปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศตามแผนที่ได้รับอนุมัติ พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • นำผลการศึกษาระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์มาประกอบการพิจารณาความเหมาะสมในการลงทุนเพิ่มเติม

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านความเหมาะสมในการใช้งานและความคุ้มค่าของรถขนส่งไฟฟ้า

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  รถขนส่งไฟฟ้าอาจมีระยะทางต่อการชาร์จ ความสามารถในการบรรทุก หรือระยะเวลาชาร์จไม่สอดคล้องกับรูปแบบและรอบการขนส่งของบริษัทฯ รวมถึงต้นทุนการจัดซื้อและการใช้งานจริงอาจแตกต่างจากที่ประเมินไว้ ส่งผลให้การใช้งานและความคุ้มค่าของการลงทุนไม่เป็นไปตามแผน

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ต้นทุนการขนส่งสูงกว่าที่คาดการณ์ และระยะเวลาคืนทุนนานกว่าที่ประเมินไว้
  - ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ประเมินความเหมาะสมของรถจากข้อมูลระยะทาง น้ำหนักบรรทุก และรอบการขนส่งจริง พร้อมพิจารณาระยะเวลาชาร์จให้สอดคล้องกับตารางการใช้งาน
  - ทดสอบหรือทดลองใช้งานรถภายใต้เงื่อนไขที่ใกล้เคียงกับการใช้งานจริงก่อนตัดสินใจจัดซื้อ
  - ประเมินต้นทุนการลงทุนและการใช้งานให้ครอบคลุมค่ารถ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ระบบชาร์จ พลังงาน และการบำรุงรักษา พร้อมวิเคราะห์ความคุ้มค่าภายใต้สมมติฐานการใช้งานที่แตกต่างกัน
  - ติดตามผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อปรับปรุงการใช้งานและประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านประสิทธิผลของมาตรการประหยัดไฟฟ้าและความคุ้มค่าของการลงทุน

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  การปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้า อาจลดการใช้ไฟฟ้าได้ต่ำกว่าที่ประเมินไว้ เนื่องจากสภาพการใช้งานจริง ประสิทธิภาพของอุปกรณ์ หรือการมีส่วนร่วมของพนักงานไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ รวมถึงต้นทุนการปรับปรุงอุปกรณ์และการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติมอาจแตกต่างจากที่ประเมินไว้ ส่งผลให้ผลประหยัดและความคุ้มค่าของการลงทุนไม่เป็นไปตามแผน

- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ผลประหยัดค่าไฟฟ้าต่ำกว่าที่คาดการณ์ และระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ลงทุนอาจนานกว่าที่ประเมินไว้
  - ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ประเมินสภาพอุปกรณ์และรูปแบบการใช้ไฟฟ้าจริง เพื่อคัดเลือกแนวทางปรับปรุงระบบปรับอากาศ ระบบทำความเย็น และอุปกรณ์แสงสว่างให้เหมาะสมกับการดำเนินงาน
  - ประเมินต้นทุนและผลประหยัดที่คาดว่าจะได้รับก่อนตัดสินใจลงทุน โดยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติมให้พิจารณาความพร้อมของพื้นที่ ระบบไฟฟ้า และความต้องการใช้ไฟฟ้าประกอบ
  - สื่อสารแนวทางประหยัดไฟฟ้าและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบติดตามการดำเนินมาตรการ
  - ติดตามผลการใช้งาน ค่าใช้จ่าย และปริมาณการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาระดับกิจกรรมการดำเนินงานประกอบ เพื่อประเมินผลประหยัดและปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปรับปรุงมาตรการให้เหมาะสม

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+

(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 วันที่ 13 พ.ย. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	2,045.27	2,109.40	-	**3,000.00**

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	2,045.27	2,109.40	2,292.79	**3,000.00**

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

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

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

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

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การขยายพอร์ตโฟลิโอกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: ขยายฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล อาหารสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ	2569	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 68%
	2570	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 20%
	2571	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 17%

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ลิงก์รายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2568

https://www.winnergroup.co.th/files/media/carbon-footprint-for-organization-certificate-2025.pdf

คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนที่มุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยบริษัทฯ ได้จัดทำข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 และกำหนดให้ปี 2568 เป็นปีฐานสำหรับการติดตามและเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน

ในช่วงปี 2569–2571 บริษัทฯ มุ่งดำเนินการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยให้ความสำคัญกับความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล การจัดเก็บหลักฐานที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบก่อนเผยแพร่ข้อมูล เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการรายงาน ตลอดจนนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนและติดตามผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมาย

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

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

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ขอบเขต 1 และ 2 เป็นประจำทุกปี โดยรวบรวมและสอบทานข้อมูลพร้อมหลักฐานประกอบให้ถูกต้องและครบถ้วน นำรายงานเข้ารับการทวนสอบโดยผู้ทวนสอบ	2569	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ
	2570	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ
	2571	• ได้รับการทวนสอบข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 โดยผู้ทวนสอบ

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ชื่อความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

ความเสี่ยงด้านความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลก๊าซเรือนกระจกและการทวนสอบประจำปี

ลักษณะความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

การจัดทำข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ขอบเขต 1 และ 2 ประจำปี อาจมีความคลาดเคลื่อนหรือไม่ครบถ้วนจากการบันทึกข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน หลักฐานประกอบไม่เพียงพอ หรือการคำนวณไม่สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่กำหนด ส่งผลให้ข้อมูลไม่สะท้อนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงานจริง และอาจต้องแก้ไขข้อมูลหรือจัดหาหลักฐานเพิ่มเติมก่อนผ่านการทวนสอบ

ผลกระทบความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนอาจส่งผลให้การวางแผนและประเมินผลการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานจริง
- การแก้ไขข้อมูลหรือจัดหาหลักฐานเพิ่มเติมอาจทำให้การทวนสอบและเผยแพร่รายงานล่าช้ากว่ากำหนด รวมถึงเกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการดำเนินการ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- กำหนดผู้รับผิดชอบและแนวทางการจัดเก็บข้อมูลของแต่ละหน่วยงานให้ชัดเจน โดยใช้แบบฟอร์มและวิธีการบันทึกข้อมูลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- ทบทวนแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้ครอบคลุมกิจกรรมของบริษัทฯ พร้อมรวบรวมข้อมูลและหลักฐานประกอบอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
- สอบทานความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลกับหลักฐานประกอบ รวมถึงวิธีคำนวณและค่าปัจจัยการปล่อย ก่อนนำส่งผู้ทวนสอบ
- กำหนดกรอบเวลาการรวบรวมข้อมูล การสอบทาน และการทวนสอบ พร้อมติดตามความคืบหน้า โดยเผื่อระยะเวลาสำหรับแก้ไขข้อสังเกตจากผู้ทวนสอบให้แล้วเสร็จก่อนกำหนดเผยแพร่รายงาน

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

คำบรรยายแผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

บริษัทฯ มุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินงาน สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาความยั่งยืนที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยนำข้อมูลบัญชีก๊าซเรือนกระจกมาใช้ประกอบการวางแผนและติดตามผลการลดการปล่อย ในช่วงปี 2569–2571 บริษัทฯ กำหนดแนวทางดำเนินงานครอบคลุมการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่งและการใช้พลังงานไฟฟ้า ดังนี้

ด้านการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่ง บริษัทฯ มีแผนศึกษาความเป็นไปได้และจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าเพื่อทดแทนการใช้รถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง โดยพิจารณาความเหมาะสมกับการใช้งานจริงและความคุ้มค่าของการลงทุน พร้อมติดตามผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม

ด้านการใช้พลังงานไฟฟ้า บริษัทฯ มีแผนเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และศึกษาความเป็นไปได้ในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม ควบคู่กับการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าภายในองค์กร โดยการปรับปรุงอุปกรณ์และการลงทุนจะพิจารณาตามความเหมาะสมกับการใช้งานและความคุ้มค่า พร้อมติดตามผลการใช้ไฟฟ้าและปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อนำมาประเมินและปรับปรุงมาตรการอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมาย

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO_2e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (% Reduction)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	1,223	-	-	5-7%

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้เชื้อเพลิงในการขนส่ง โดยจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าเพื่อทดแทนการใช้รถที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พร้อมติดตามผลการใช้งานและประเมินความคุ้มค่าเพื่อประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม	2569	• ศึกษาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการใช้รถขนส่งไฟฟ้า โดยพิจารณาความเหมาะสมของเส้นทางขนส่ง ระยะทาง น้ำหนักบรรทุก และความเหมาะสมของสถานที่ชาร์จและระบบไฟฟ้าที่รองรับ
	2570	• คัดเลือกผู้จำหน่ายและจัดซื้อรถขนส่งไฟฟ้าที่เหมาะสมกับการดำเนินงานของบริษัทฯ
	2571	• ประเมินผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อประกอบการพิจารณาความเหมาะสมในการลงทุนรถขนส่งไฟฟ้าต่อไป
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยพิจารณาปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็นให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และศึกษาความเป็นไปได้ในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม ควบคู่กับการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าภายในองค์กร พร้อมติดตามผลการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสมกับการใช้งานและความคุ้มค่าของการลงทุน	2569	• เริ่มเปลี่ยนอุปกรณ์แสงสว่างมาใช้หลอดไฟ LED ตามความเหมาะสม • รณรงค์และสื่อสารแนวทางการใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัดแก่พนักงาน พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า
	2570	• พิจารณาเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เพิ่มเติมตามความเหมาะสม พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • ดำเนินกิจกรรมรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า • ประเมินสภาพและประสิทธิภาพของระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น เพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงหรือเปลี่ยนอุปกรณ์ และพิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม • ศึกษาความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติม (คลังสินค้าบางนาและโรงงานฉะเชิงเทรา) เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน
	2571	• พิจารณาเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED เพิ่มเติมตามความเหมาะสม พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • ดำเนินกิจกรรมรณรงค์ประหยัดไฟฟ้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมติดตามปริมาณการใช้ไฟฟ้า • ปรับเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศตามแผนที่ได้รับอนุมัติ พร้อมติดตามผลการใช้งานและการใช้ไฟฟ้า • นำผลการศึกษาระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์มาประกอบการพิจารณาความเหมาะสมในการลงทุนเพิ่มเติม

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ชื่อความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

ความเสี่ยงด้านความเหมาะสมในการใช้งานและความคุ้มค่าของรถขนส่งไฟฟ้า

ลักษณะความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

รถขนส่งไฟฟ้าอาจมีระยะทางต่อการชาร์จ ความสามารถในการบรรทุก หรือระยะเวลาชาร์จไม่สอดคล้องกับรูปแบบและรอบการขนส่งของบริษัทฯ รวมถึงต้นทุนการจัดซื้อและการใช้งานจริงอาจแตกต่างจากที่ประเมินไว้ ส่งผลให้การใช้งานและความคุ้มค่าของการลงทุนไม่เป็นไปตามแผน

ผลกระทบความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- ต้นทุนการขนส่งสูงกว่าที่คาดการณ์ และระยะเวลาคืนทุนนานกว่าที่ประเมินไว้
- ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- ประเมินความเหมาะสมของรถจากข้อมูลระยะทาง น้ำหนักบรรทุก และรอบการขนส่งจริง พร้อมพิจารณาระยะเวลาชาร์จให้สอดคล้องกับตารางการใช้งาน
- ทดสอบหรือทดลองใช้งานรถภายใต้เงื่อนไขที่ใกล้เคียงกับการใช้งานจริงก่อนตัดสินใจจัดซื้อ
- ประเมินต้นทุนการลงทุนและการใช้งานให้ครอบคลุมค่ารถ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง ระบบชาร์จ พลังงาน และการบำรุงรักษา พร้อมวิเคราะห์ความคุ้มค่าภายใต้สมมติฐานการใช้งานที่แตกต่างกัน
- ติดตามผลการใช้งาน ต้นทุน และปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เพื่อปรับปรุงการใช้งานและประกอบการพิจารณาลงทุนเพิ่มเติม

ชื่อความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

ความเสี่ยงด้านประสิทธิผลของมาตรการประหยัดไฟฟ้าและความคุ้มค่าของการลงทุน

ลักษณะความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

การปรับปรุงระบบปรับอากาศและระบบทำความเย็น การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED และการรณรงค์ประหยัดไฟฟ้า อาจลดการใช้ไฟฟ้าได้ต่ำกว่าที่ประเมินไว้ เนื่องจากสภาพการใช้งานจริง ประสิทธิภาพของอุปกรณ์ หรือการมีส่วนร่วมของพนักงานไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ รวมถึงต้นทุนการปรับปรุงอุปกรณ์และการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติมอาจแตกต่างจากที่ประเมินไว้ ส่งผลให้ผลประหยัดและความคุ้มค่าของการลงทุนไม่เป็นไปตามแผน

ผลกระทบความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- ผลประหยัดค่าไฟฟ้าต่ำกว่าที่คาดการณ์ และระยะเวลาคืนทุนของโครงการที่ลงทุนอาจนานกว่าที่ประเมินไว้
- ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

มาตรการจัดการความเสี่ยง

ฉบับตั้งต้น : 13 มี.ค. 2569

[ไม่มีเนื้อหา]

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 13 พ.ย. 2569

- ประเมินสภาพอุปกรณ์และรูปแบบการใช้ไฟฟ้าจริง เพื่อคัดเลือกแนวทางปรับปรุงระบบปรับอากาศ ระบบทำความเย็น และอุปกรณ์แสงสว่างให้เหมาะสมกับการดำเนินงาน
- ประเมินต้นทุนและผลประหยัดที่คาดว่าจะได้รับก่อนตัดสินใจลงทุน โดยการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพิ่มเติมให้พิจารณาความพร้อมของพื้นที่ ระบบไฟฟ้าและความต้องการใช้ไฟฟ้าประกอบ
- สื่อสารแนวทางประหยัดไฟฟ้าและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานอย่างต่อเนื่อง พร้อมกำหนดผู้รับผิดชอบติดตามการดำเนินมาตรการ
- ติดตามผลการใช้งาน ค่าใช้จ่าย และปริมาณการใช้ไฟฟ้า โดยพิจารณาระดับกิจกรรมการดำเนินงานประกอบ เพื่อประเมินผลประหยัดและปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และปรับปรุงมาตรการให้เหมาะสม