รายงานความคืบหน้า ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด (มหาชน)

(WINNER)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 24/08/2569

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ	5
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	7
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	8
แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	9
แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	10
เอกสารแนบ	12

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

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

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	3,000.00	2,292.79	1,036.22

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายตลาดและการเติบโตของลูกค้า

มุ่งขยายตลาดให้เข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และช่องทางการขาย พร้อมเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Brand image) โดยใช้กลยุทธ์ดิจิทัลและช่องทางออนไลน์

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue From Operations (ล้านบาท)	2,580.00	2,780.00	3,000.00	2,292.79	1,036.22

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : การเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจอาหาร: สร้างการเติบโตของธุรกิจอาหารผ่านการเจาะตลาด การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า และการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า THAIFEX - ANUGA ASIA และ Food Ingredients Asia (FI Asia) เป็นต้น

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหาร: 7%	บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนเพื่อสนับสนุนการเติบโตและเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจอาหาร ผ่านกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ • **การเข้าร่วมงาน THAIFEX – ANUGA ASIA** เพื่อเพิ่มการรับรู้และภาพลักษณ์ของแบรนด์ นำเสนอนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนสร้างโอกาสในการเข้าถึงและขยายฐานลูกค้าใหม่ • **การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด** อาทิ การออกโรดโชว์ (Roadshow) การสาธิตสินค้า (Demonstration) การจัดเวิร์กช็อป (Workshop) เพื่อเพิ่มการรับรู้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและแนวทางการประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ภายใต้ Corporate Brand เป็นหลัก • **การพัฒนาสินค้าร่วมกับลูกค้า (Co-Creation)** โดยร่วมพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและเทรนด์ของตลาด เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตในอนาคต

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
		อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอาหารในครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ -11.5% ซึ่งยังต่ำกว่าเป้าหมายการเติบโตที่กำหนดไว้ โดยบริษัทฯ ยังคงดำเนินกิจกรรมตามแผนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวและผลักดันยอดขายในช่วงครึ่งปีหลัง

แผนงานที่สำคัญ 2 : การขยายแบรนด์และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มสุขภาพและความงาม: เสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ OEM และพัฒนาแบรนด์ของบริษัท (Owned Brand) ในตลาด E-Commerce และ CVS

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงาม: 68%	บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจ OEM และแบรนด์ของบริษัท (Owned Brand) ผ่านกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ • **การเข้าร่วมงาน Cosmoprof** เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เพิ่มการรับรู้ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะฐานลูกค้ากลุ่ม OEM/ODM • **การปรับภาพลักษณ์และเปิดตัวพรีเซนเตอร์แบรนด์ EZTA** เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการวางตำแหน่งของแบรนด์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงเพิ่มการรับรู้แบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย • **การเข้าถึงผู้บริโภคผ่านช่องทาง Social Media** ผ่านศิลปิน ดารา Influencer และ KOL เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์และขยายการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค • **การผลักดันยอดขายผ่านช่องทาง E-Commerce** เช่น การทำ Affiliate Marketing โดยมุ่งเน้นแพลตฟอร์มสำคัญอย่าง TikTok และ Shopee อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มสุขภาพและความงามในครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ 24.5% ซึ่งเติบโตทั้งในกลุ่ม OEM/ODM และกลุ่ม Owned Brand

แผนงานที่สำคัญ 3 : การขยายพอร์ตโฟลิโอกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: ขยายฐานลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล อาหารสัตว์ อาหารสัตว์เลี้ยง และอุตสาหกรรมอื่น ๆ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น: 147%	บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนเพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ผ่านกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ • **การขยายฐานลูกค้า** ผ่านการเข้าพบลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และเพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขาย • **การสนับสนุนด้านเทคนิคและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า** โดยให้คำแนะนำด้านเทคนิคและร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (Personal Care) และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Supplement) • **การขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์** ผ่านการสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่จากต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและรองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรม อัตราการเติบโตของยอดขายกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นในครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1.3% โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการเติบโตของยอดขายในกลุ่มลูกค้าโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (PSC & Cosmetic) โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Supplement) และโรงงานผลิตอาหารสัตว์ (Feed)

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : สร้างคุณค่าผ่านนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่

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

เป้าหมาย

- **เป้าหมายอื่นๆ**

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
ยอดขายสินค้าใหม่ (ร้อยละต่อยอดขายรวม)	5%	5%	5%	7%	1.2%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : Market InsightDriven Sourcing for Innovative Solution: สรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบรับแนวโน้มตลาด (Market Trend) และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาโครงการใหม่ร่วมกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ ผ่านการทำ Co-Creation Project

สถานะ ● ดำเนินการอาจล่าช้ากว่ากำหนด

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• พัฒนาและจัดหาสินค้าใหม่: 5% ของยอดขายรวม	บริษัทฯ ได้ดำเนินการตามแผนเพื่อพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและความต้องการของลูกค้า ผ่านกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ • **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ Corporate Brand** โดยเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ลิลลี่ ได้แก่ ผงวิปปิ้งครีม ผงครีมชีส และผงคัสตาร์ดสำเร็จรูป เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ของบริษัทและขยายโอกาสทางการขายในกลุ่มวัตถุดิบเบเกอรี • **การสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD Sourcing)** จากผู้ผลิตต่างประเทศ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และรองรับแนวโน้มของตลาด • **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ (Co-Creation)** เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มตลาด • **การพัฒนาสูตรมาตรฐานสำหรับลูกค้า OEM/ODM** โดยพัฒนาสูตรและแนวคิดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มตลาด ครอบคลุมทั้งกลุ่มอาหารและกลุ่มสุขภาพและความงาม สัดส่วนยอดขายของสินค้าใหม่ในครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ 1.2% ของยอดขายรวม ซึ่งยังต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่บางรายการเปิดตัวล่าช้ากว่าแผน อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีกำหนดทยอยเปิดตัวในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าจะช่วยเพิ่มสัดส่วนยอดขายจากสินค้าใหม่ในปี 2569

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ยกระดับประสิทธิภาพและระบบอัตโนมัติ

ปรับปรุงกระบวนการ ลดความซับซ้อน และเพิ่มความคุ้มค่าในการดำเนินงานด้วยการทำงานแบบมาตรฐานและระบบอัตโนมัติ เสริมสร้างประสิทธิภาพด้วยการบูรณาการข้อมูลและพัฒนาศักยภาพบุคลากร

เป้าหมาย

- **เป้าหมายอื่นๆ**

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
On-Time In-Full (OTIF)	99.5%	99.5%	99.5%	99.5%	99.9%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการซัพพลายเชน: นำระบบบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) มาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการจัดเก็บ และปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ให้มีความรวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• โครงการระบบจัดการคลังสินค้า (WMS): คัดเลือกผู้ให้บริการ WMS • อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF): > 99.5%	บริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินโครงการระบบจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) ตามแผนที่กำหนดไว้ โดยมีความคืบหน้าที่สำคัญ ดังนี้ • **การคัดเลือกที่ปรึกษาโครงการ (Vendor Selection)** สำหรับการออกแบบโครงสร้างและแนวทางการพัฒนาระบบ WMS • **การเริ่มต้นโครงการ (Project Kick-off)** โดยได้ประชุมร่วมกับที่ปรึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขต แนวทางการดำเนินงาน และแผนงานของโครงการ • ปัจจุบัน อยู่ระหว่างดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์กระบวนการทำงานของคลังสินค้า เพื่อจัดทำแผนผังกระบวนการทำงานและกำหนดความต้องการของระบบ WMS สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาระบบในขั้นตอนต่อไป อัตราการส่งมอบตรงเวลาและครบถ้วน (OTIF) ในครึ่งปีแรกของปี 2569 อยู่ที่ 99.9%

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยเน้นการสร้างมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นระบบ การประเมินและติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการประกาศเจตนารมณ์และยื่นขอรับรอง CAC เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล ลดความเสี่ยงด้านกฎหมาย เสริมสร้างชื่อเสียงองค์กร และเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
จัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)	จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า	อนุมัติและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า	คู่ค้าสำคัญลงนามรับทราบ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : การทบทวน ปรับปรุง และการติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน	• บริษัทฯ อยู่ระหว่างการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในไตรมาส 3/2569

แผนงานที่สำคัญ 2 : การยื่นขอการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการกับทาง CAC	• บริษัทฯ อยู่ระหว่างเตรียมความพร้อมเพื่อประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการ CAC ในไตรมาส 4/2569

แผนงานที่สำคัญ 3 : การจัดทำและสื่อสารจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• จัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับเรื่องการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันไว้เป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณคู่ค้า	• บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดทำจรรยาบรรณธุรกิจสำหรับคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) โดยคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในไตรมาส 4/2569

แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน

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

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการใช้ข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิดมีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท	ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย	จัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลวงใน	กำกับดูแลและติดตามผล	-	อยู่ระหว่างการดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : การทบทวนและปรับปรุงนโยบายการใช้ข้อมูลภายใน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายในที่ชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วน	• บริษัทฯ ยังไม่ได้เริ่มดำเนินการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลภายใน โดยคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในไตรมาส 4/2569

แผนงานที่สำคัญ 2 : การจัดทำและประกาศรายชื่อบุคคลวงใน (Insider List)

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• กำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุบุคคลวงใน (Insider) ทั้งแบบทั่วไปและตามรายโครงการ (Project-specific) ที่ชัดเจน	• บริษัทฯ ยังไม่ได้เริ่มกำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การระบุบุคคลวงใน (Insider) โดยคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จภายในไตรมาส 4/2569

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

ยกระดับการบริหารจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันสมัยและเป็นระบบ พร้อมรับมือกับเทคโนโลยีและภัยคุกคามไซเบอร์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ การเสริมสร้างความตระหนักรู้ของบุคลากรทุกระดับ และการทดสอบความพร้อมของแผนรับมือเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเสี่ยงด้านความมั่นคงสารสนเทศขององค์กร สนับสนุนความต่อเนื่องทางธุรกิจ และรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้า ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	ยังไม่ดำเนินการ	คัดเลือกผู้ตรวจ	ดำเนินการ	-	ยังไม่ดำเนินการ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
		สอบอิสระจากภายนอก	ทดสอบการเจาะระบบ		

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ 1 : ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ชัดเจน • นโยบายฯ ได้รับอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	• บริษัทฯ ได้ทบทวนและปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ชัดเจน และคณะกรรมการบริษัทได้อนุมัตินโยบายดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว

แผนงานที่สำคัญ 2 : จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		• ยังไม่ได้ดำเนินการ

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/WINNER0_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf